

สรุปย่อการวิจัย

กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก

ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นเสมือนสินค้าหนึ่งที่ถูกนำเสนอให้ผู้บริโภค โดยเฉพาะชาวต่างประเทศหันมาสนใจใช้บริการทางสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพเป็นการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพโดยทางการแพทย์ เช่น การตรวจร่างกายและรักษาโรคด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย การรักษาตา การทำฟัน การผ่าตัดอื่น ๆ รวมทั้งการเสริมความงาม เป็นต้น ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งประโยชน์ต่อการรักษาสุขภาพของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ สถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพประเภทนี้จะเป็นโรงพยาบาลที่มีศักยภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ สถานบริการบางแห่งมีบริการที่เป็นสากล สามารถรองรับและให้บริการชาวต่างชาติจากหลากหลายประเทศ ซึ่งนอกเหนือจากมาตรฐานทางการแพทย์แล้วยังมีบริการอำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ศูนย์บริการผู้ป่วยต่างชาติ บริการล่าม บริการสัมภาระ การติดต่อสถานทูตบริการรถรับส่งสนามบิน การติดต่อสื่อสารทางอีเมล และการประสานกับบริการประกันภัยระหว่างประเทศ เป็นต้น เนื่องจากอัตราค่าใช้จ่ายเพื่อการรักษาพยาบาลทางการแพทย์ในต่างประเทศค่อนข้างสูงกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไปสู่ตลาดโลกจึงเป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เนื่องจากสินค้าท่องเที่ยวสุขภาพเป็นสินค้าส่งออกที่สามารถนำรายได้เข้าประเทศไทยด้วยจุดแข็งในเรื่องค่าใช้จ่ายถูกกว่า</p>	<p>ปัจจุบันคนส่วนใหญ่เกิดความเครียด จึงเป็นสาเหตุให้คนส่วนใหญ่หันมาเอาใจใส่และให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสุขภาพกันมากขึ้น กระแสนิยมการส่งเสริมสุขภาพจึงเกิดขึ้นอย่างหลากหลาย แต่เนื่องจากชีวิตคนรุ่นใหม่ต้องการในเรื่องของความสะดวกสบายมากที่สุด สถานบริการสุขภาพจึงได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันเพิ่มขึ้น ซึ่งสถานที่ที่ให้การบริการเกี่ยวกับสุขภาพจึงได้รับความสนใจตามมาโดยเฉพาะ “สปา” สถานบริการสปาผุดขึ้นทั่วไปตามย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ ไม่ว่าจะ เป็นในตัวเมืองหรือต่างจังหวัด ภายใต้แนวคิดการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบ สถานบริการสปาที่เติบโตอย่างแพร่หลายเพื่อตอบสนองทางเลือกบริการเสริมสุขภาพและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของคนเมืองที่มีความโดดเด่นในเรื่องการนำภูมิปัญญาไทยมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม ทั้งการนวดแผนไทยและสมุนไพรไทย ซึ่งจัดเป็นระบบวัฒนธรรมในการดูแลส่งเสริมสุขภาพของคนไทยมาช้านาน จึงทำให้เกิดกระแสนิยม “สปา” อย่างกว้างขวางและได้กลายเป็นจุดขายทางการท่องเที่ยว จึงทำให้ชาวต่างชาติสนใจใช้บริการในประเทศไทย รัฐบาลเร่งส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพ</p>

วัตถุประสงค์การวิจัย

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ 2. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านอุปสงค์และอุปทาน 3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทางสุขภาพของชาวต่างชาติ 4. เพื่อศึกษารูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรการจัดการภาครัฐ คุณภาพบริการของโรงพยาบาลเอกชน ความพึงพอใจ ที่มีต่อการรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ 5. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ 6. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (สปา) 2. เพื่อศึกษาศักยภาพด้านอุปสงค์และอุปทาน 3. เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมและความพึงพอใจในการใช้บริการสปา 4. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (สปา) 5. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ

สมมุติฐานการวิจัย

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดการภาครัฐมีอิทธิพลต่อการรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ 2. การจัดการภาครัฐมีอิทธิพลต่อคุณภาพบริการของโรงพยาบาลเอกชน 3. การจัดการภาครัฐมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ 4. คุณภาพบริการของโรงพยาบาลเอกชนมีอิทธิพลต่อการรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ 5. ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ 	ไม่มี

ขอบเขตของการวิจัย

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>ในการวิจัยนี้จะทำการศึกษาการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ (Health Healing Tourism) ขอบเขตของการวิจัย ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพื่อรักษาฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลเอกชน พื้นที่ในการศึกษารั้งนี้ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร</p>	<p>ผู้วิจัยจะทำการศึกษาการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ ในสถานบริการสปา เนื่องจากชีวิตของคนในสังคมที่หันมาให้ความสนใจและรักษาสุขภาพมากขึ้นส่งผลให้ธุรกิจสปาของประเทศไทยได้มีการเติบโตและขยายตัวอย่างมากในช่วงเวลา 4-5 ปีที่ผ่านมา ซึ่งผลที่ตามมาคือจำนวนบุคลากรในธุรกิจสปาได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก ประกอบกับกระแสความนิยมการใช้บริการสปาจากต่างประเทศ การวิจัยนี้จะทำการศึกษาในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต กระบี่ และพังงา ก็เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่มีชื่อเสียงระดับโลก และเป็นที่ยู๊จักของชาวต่างประเทศชาวต่างประเทศมาเที่ยวกันมาก ประกอบกับมีสถานบริการสปาจำนวนมาก ตลอดจนมีโรงแรมและรีสอร์ทสปาระดับสากล เช่น ชีวาสมรโรงแรมรายาเวตี้รีสอร์ท โรงแรมบันยันทรี่</p>

วิธีดำเนินการวิจัย

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการรักษาฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยจะสัมภาษณ์ชาวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งโรงพยาบาลเป็นการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงทำการสอบถามเฉพาะผู้ป่วยหรือญาติผู้ป่วยชาวต่างชาติที่ขอเข้ารับบริการทางสุขภาพที่โรงพยาบาล สถิติที่ใช้ได้แก่ การวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis) ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาของการวิจัย มีแหล่งข้อมูล 2 แหล่ง คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามและจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In Depth Interview) ได้มีการสัมภาษณ์ในเชิงลึกกับกลุ่มผู้บริหารระดับสูง/แพทย์ผู้เชี่ยวชาญ/ผู้บริหารด้านการตลาดของโรง 	<p>การศึกษาเป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อมุ่งศึกษากลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ การศึกษาครั้งนี้จะทำการศึกษาผู้ใช้บริการสปาของชาวต่างชาติ ในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ภูเก็ต พังงา และกระบี่ จังหวัดๆ ละ 100 คน รวมตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบมีระบบ (Systematic Random Sampling)</p> <p>การวิเคราะห์ข้อมูลคุณลักษณะใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา นำเสนอโดยการบรรยาย สถิติที่ใช้ ได้แก่ จำนวนร้อยละ ความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ฯลฯ</p> <p>เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูล ที่ ใช้ ใน การศึกษา นี้ จาก 2 แหล่ง คือ</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ข้อมูลปฐมภูมิ วิธีการนี้ นำรูปแบบของการสัมภาษณ์เชิงลึกของบุคคลสำคัญ ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญ

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>พยาบาลเอกชนชั้นนำของประเทศไทย และผู้บริหารบริษัทท่องเที่ยว/ตัวแทนที่มีการเสนอขายบริการทางสุขภาพ การสำรวจภาคสนามก็สำรวจจากชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางสุขภาพ บริษัททัวร์ ผู้ให้บริการทางสุขภาพ ผู้เกี่ยวข้อง ตลอดจนบุคคลที่เกี่ยวข้องและมีส่วนได้ส่วนเสียในธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ</p> <p>2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมจากแหล่งต่างๆทั้งหน่วยงานราชการ และ เอกชน เป็นข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเอกสาร (Desk research) ข้อมูลนี้ได้รวบรวมจากตำรา วารสารภายในและต่างประเทศ วิทยานิพนธ์ หนังสือ หนังสือแจ้ง การสัมมนา การเก็บสถิติต่างๆ บทความ/บทวิเคราะห์/ข่าว และเอกสารประชาสัมพันธ์/สื่อสิ่งพิมพ์/โฆษณา วิทยานิพนธ์วิจัย เอกสาร เว็บไซต์ บทความ ฯลฯ</p>	<p>ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (สปป) การสัมภาษณ์ในเชิงลึกกับกลุ่มภาครัฐ และภาคเอกชน ผู้ประกอบการ บริษัทนำเที่ยว การสัมภาษณ์ในเชิงลึกได้ครอบคลุมถึงขอบเขตที่ทำการศึกษา เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลปฐมภูมิ การรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้รับคำตอบโดยตรง ตลอดจนการสำรวจภาคสนามจากชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปา</p> <p>2. ข้อมูลทุติยภูมิ รวบรวมจากแหล่งต่างๆทั้งหน่วยงานราชการและเอกชน ข้อมูลนี้ได้รวบรวมจากตำรา วารสารภายในและต่างประเทศ วิทยานิพนธ์ หนังสือ หนังสือแจ้ง การสัมมนา การเก็บสถิติต่างๆ บทความ/บทวิเคราะห์/ข่าวและเอกสารประชาสัมพันธ์/สื่อสิ่งพิมพ์/โฆษณา ฯลฯ การเก็บข้อมูลจากแหล่งภายนอกต่างๆเพื่อนำมาวิเคราะห์ จากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ</p>

นิยามศัพท์ในการศึกษา

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>การท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ (Health Healing Tourism) หมายถึง การที่ชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเพื่อใช้บริการทางสุขภาพในประเทศไทยโดยเฉพาะบินตรง (Direct Fly-in) และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเพื่อมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและได้มาใช้บริการทางสุขภาพ</p> <p>ตลาดโลก (Global Market) ความหมายก็คือ มูลค่าการค้าระหว่างประเทศ ซึ่งก็คือตัวเลขการส่งออกและนำเข้าของแต่ละประเทศ โดยองค์การการค้าโลกหรือ WTO เป็นผู้รวบรวมข้อมูลความเคลื่อนไหวที่เกิดขึ้นในปี 2002 โดยจัดเรียงเป็นลำดับให้ดูง่าย ๆ ว่าประเทศไหนอยู่ตรงไหน</p>	<p>การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักในโรงแรมหรือรีสอร์ทหรือศูนย์สุขภาพ ร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่สถานที่บริการสปานั่นๆ เช่น การนวดแผนไทย บริการสุคนธบำบัด (Aroma Therapy) บริการอบน้ำแร่ (Spa) การอบสมุนไพรไทย</p> <p>การส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง กิจกรรมที่บุคคลปฏิบัติเพื่อการมีภาวะสุขภาพและเพิ่มพูนความเป็นอยู่ที่ดีและสามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข โดยพฤติกรรมส่งเสริมสุขภาพที่นำมาศึกษามี 5 ด้าน ประกอบด้วย</p>

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
	<p>1. ด้านความรับผิดชอบต่อสุขภาพ (Health Responsibility) หมายถึงการกระทำที่เกี่ยวข้องหรือแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจในสุขภาพของตนเอง</p> <p>2. ด้านการสร้างสัมพันธภาพระหว่างบุคคล (Interpersonal Relations) หมายถึง การปฏิบัติกิจกรรมเพื่อก่อให้เกิดความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนต่าง ๆ</p> <p>3. ด้านการจัดการความเครียด (Stress Management) หมายถึง การมีพฤติกรรมหรือกิจกรรมใดๆ ที่ทำให้ร่างกายและจิตใจได้รับการผ่อนคลาย สงบนิ่ง</p> <p>4. ด้านโภชนาการ (Nutrition) พฤติกรรมในการเลือกรับประทานอาหารที่ดีมีประโยชน์ และมีคุณค่าครบถ้วนในปริมาณที่เพียงพอและเหมาะสมแก่ร่างกายรวมทั้งหลีกเลี่ยงอาหารและเครื่องดื่มที่จะส่งผลเสียต่อสุขภาพ</p> <p>5. ด้านการพัฒนาทางจิตวิญญาณ (Spiritual Growth) หมายถึง การกระทำกิจกรรมที่ทำให้ตนเองมีความสุข รู้สึกพึงพอใจกับชีวิตความเป็นอยู่ มีจุดหมายและมีสิ่งยึดเหนี่ยวในชีวิต</p> <p>สปา (Spa) หมายถึง สถานบริการเพื่อสุขภาพสำหรับบุคคลทั่วไป โดยใช้ศาสตร์การนวด ศาสตร์การดูแลสุขภาพด้วยน้ำ และศาสตร์การใช้อุณหภูมิในการดูแลสุขภาพ การบำบัดเพื่อสุขภาพที่รวมเอาหลักการของประสาธน์ศาสตร์ทั้ง 5 เข้าไว้ด้วยกันประกอบด้วย รูป คือการสร้างบรรยากาศให้ผ่อนคลาย รส คือการกินอาหารที่เน้นผักและผลไม้สด ไร้สารพิษ รวมทั้งสมุนไพร กลิ่น คือการใช้กลิ่นหอมบำบัดเสียงคือการได้ฟังเสียงดนตรีที่เลียนเสียงแบบธรรมชาติ สัมผัส คือการได้รับการสัมผัสเพื่อผ่อนคลายที่อ่อนโยน ทะนุถนอม</p> <p>ธุรกิจสปา หมายถึง ธุรกิจเสริมสุขภาพที่มีการผ่อนคลายความเครียดโดยการใช้น้ำ การมีสุขภาพดีด้วยน้ำ (Health through Water) จัดเป็นการดูแลรักษาสุขภาพด้วยการใช้น้ำบำบัด เช่น อาบน้ำในบ่อน้ำพุร้อน แช่ตัวในน้ำแร่ แช่น้ำนม อบตัวอบผิวด้วยไอน้ำและการนวดในการบำบัดควบคู่กับการใช้อุปกรณ์อื่น ๆ เช่น น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น</p>

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<ol style="list-style-type: none"> 1. ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพแห่งเอเชีย (Medical Hub of Asia) 2. ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้เป็นสินค้าเชิงพาณิชย์สู่ตลาดโลก 3. ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพให้มีมาตรฐานและคุณภาพสากล 4. องค์กรและบุคคลากรที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำให้ทราบถึงปัญหาและความต้องการของผู้มาใช้บริการสปา 2. ทำให้ผู้ประกอบการทราบถึงพฤติกรรมกรเข้ามาใช้บริการสปาของลูกค้า เพื่อจะได้พัฒนาธุรกิจของตนเองให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า 3. เป็นแนวทางในการปรับปรุงองค์ประกอบด้านต่างๆในการประกอบธุรกิจ 4. เพื่อทราบถึงกลยุทธ์และแนวทางการดำเนินงานในตลาดบริการ เพื่อให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล 5. เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจสปาในการปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้บริการสปา

ผลการวิจัย

1. สถานการณ์ตลาด

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>จากการสัมภาษณ์ผู้บริหาร โรงพยาบาลเอกชนให้ข้อคิดเห็นเป็นแนวทางเดียวกันว่าสถานการณ์ตลาดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพจะเติบโตสูงขึ้น เพราะโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยสามารถพัฒนาคุณภาพบริการได้มาตรฐานสากลจนเป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศ รัฐบาลมีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Thailand: Centre of Excellent Health Care in Asia)</p>	<p>ธุรกิจสปามีโอกาสสร้างกำไรในระยะยาว จากการสัมภาษณ์ชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาให้คะแนนเป็นอันดับที่ 1 ด้าน</p> <ul style="list-style-type: none"> -ประเทศไทยมีสปาหลากหลาย -การให้บริการที่มีคุณภาพดีและประทับใจ -ราคาบริการสปาที่เหมาะสม -สปาไทยดีที่สุดในเอเชีย <p>จุดแข็งสปาไทย</p> <p>สปาไทย มีคุณภาพมาตรฐานได้รับขนานนาม “เมืองหลวงแห่งสปาเอเชีย”</p> <p>จุดอ่อน</p> <ul style="list-style-type: none"> -ขาดทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ -มาตรฐานสปาบางแห่งยังไม่อยู่ในมาตรฐานระดับสปาสากล

2. การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์และอุปทาน

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ		การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ	
อุปสงค์	อุปทาน	อุปสงค์	อุปทาน
<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการได้รับการบริการทางสุขภาพที่มาตรฐานสากล - การคุ้มค่าเงิน การบริการที่มาตรฐานปลอดภัย - ต้องการได้รับความมั่นคง และความปลอดภัยขณะพำนักในประเทศไทย - ต้องการได้รับการที่เป็นเลิศ ยิ่งมีการจัดบริการเฉพาะกลุ่มลูกค้าเป็นพิเศษจะยินดีเข้ารับบริการมากขึ้น - ต้องการได้รับการดูแลรักษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง - ต้องการได้รับการสนองความต้องการของผู้ป่วย - ต้องการได้รับความเข้าใจ เห็นใจ และเอาใจใส่ 	<ul style="list-style-type: none"> - ศักยภาพประเทศไทยในการ ให้บริการด้านสุขภาพ - ความสามารถในการรองรับและให้บริการที่มาตรฐาน - โรงพยาบาลเอกชน ที่ได้รับมาตรฐานสากล JCI เมื่อเทียบกับโรงพยาบาลภูมิภาคแถบนี้ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย - ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีภูมิประเทศธรรมชาติที่สมบูรณ์ - การบริการแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียวกัน (One – Stop Service) - จัดอำนวยความสะดวกในการนำคนไข้มาจากต่างประเทศ การติดต่อสายการบิน การจัดการพยาบาล การขอวีซ่าเข้าเมืองจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง - บริการจัดเตรียมที่พักไว้รับรองญาติที่ติดตามมาด้วย 	<ul style="list-style-type: none"> - ต้องการได้รับการที่ดีด้วยเอกลักษณ์ของความเป็นไทย - ต้องการธรรมชาติที่สวยงาม ภูมิประเทศแหล่งท่องเที่ยว - ความต้องการด้านที่พัก - ความต้องการได้รับการสปาที่หลากหลาย อาจเป็นตะวันตกเลย หรือแบบผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาตะวันออกและภูมิปัญญาตะวันตก หรือสปาไทยที่นำบริการแพทย์แผนไทยโบราณสร้างเป็นจุดเด่น 	<ul style="list-style-type: none"> - คนไทยมีทัศนคติดีเป็นที่ประทับใจ - ค่าครองชีพต่ำ - บริการสปาที่จัดบริการในระดับมาตรฐาน - ความสะดวกที่ได้รับจากบริการสปาที่หลากหลาย - ระบบบริการตลอดจนบริการเสริมที่ดี - ความพร้อมด้านสมุนไพรทำแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สปา - ประเทศไทยก็ยังเป็นผู้นำในภูมิภาคนี้ ในด้านการดูแลรักษาสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Treatment) และสปาไทย (Thai Spa) ด้วยปัจจัยต่างๆดังนี้ <ol style="list-style-type: none"> 1. ความเป็นเอกลักษณ์ของการนวดแผนไทย (Thai Massage) 2. ความมีอัตลักษณ์ของการบริการแบบไทย (Thai Hospitality) 3. ความเชี่ยวชาญของผู้บำบัด (Therapist Skilled) 4. ภูมิปัญญาไทย การใช้สมุนไพรไทย การบำบัดรักษาโรค (Thai Herbs) 5. แหล่งท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนและศูนย์บริการบำบัดมีหลากหลายมาตรฐาน (Various of Holistic/Spa Services)

3 ผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

ธุรกิจการท่องเที่ยวยังรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวยังส่งเสริมสุขภาพ
<p>ในการศึกษาธุรกิจการท่องเที่ยวยังรักษาฟื้นฟูสุขภาพ โดยการสุ่มตัวอย่าง ชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการ โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยทำการสัมภาษณ์ชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชน ผลวิจัย การรับรู้ศักยภาพด้านฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาใช้บริการรักษาจาก โรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ (Path Analysis) โดยมีตัวแปรอิสระ 3 ปัจจัย เป็นตัวกำหนด</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.การจัดการภาครัฐบาล 2. คุณภาพบริการที่ชาวต่างประเทศได้รับ 3. ปัจจัยที่ดึงดูดใจให้ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการรักษาใน โรงพยาบาลเอกชน ได้แก่ ความเชี่ยวชาญของแพทย์ ค่าใช้จ่ายการรักษา เครื่องมืออุปกรณ์ทางการแพทย์ มาตรฐานของโรงพยาบาล การให้บริการแพทย์ที่ครบวงจร และความโดดเด่นการให้บริการของ โรงพยาบาลเอกชน <p>ผลการวิจัยสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือ การที่จะทำ ให้ชาวต่างชาติที่เข้ามาบริการรักษาใน โรงพยาบาลเอกชน ได้รับรู้ถึงศักยภาพการรักษาของโรงพยาบาลเอกชนมาก น้อยแค่ไหน ขึ้นอยู่กับปัจจัย 3 ด้าน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. บทบาทภาครัฐมีส่วนร่วมสนับสนุนอย่างไร 2. คุณภาพบริการที่ชาวต่างชาติเข้ามาบริการได้รับรู้ถึงบริการที่ได้รับ 3. ตัวดึงดูดใจที่โรงพยาบาลเอกชนจัดบริการให้ ชาวต่างชาติเข้ามาบริการ ได้แก่ ความสามารถความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของแพทย์ที่ให้บริการอุปกรณ์เครื่องมือ การแพทย์ มาตรฐานของโรงพยาบาล การให้บริการที่ครบ วงจร ผลการวิจัยคุณภาพบริการที่ชาวต่างชาติได้รับจะ ส่งผลต่อการรับรู้และยอมรับถ้าศักยภาพด้านการรักษา คนไข้ของชาวต่างชาติ ตัวแปรรองลงมา คือความดึงดูดใจ การจัดการภาครัฐที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ถึงศักยภาพในการ 	<p>ในการศึกษาธุรกิจการท่องเที่ยวยังส่งเสริมสุขภาพจาก การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการ สปา ผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 58 ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 40-44 ปี ส่วนใหญ่เป็นสัญชาติสวีเดนและเยอรมัน มีระดับ การศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงาน/ เจ้าหน้าที่ มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 ดอลลาร์ต่อปี เป็นผู้ตัดสินใจเดินทางเอง ส่วนใหญ่ได้รับสื่อจาก อินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์ สื่อที่ชอบพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ชอบสื่ออินเทอร์เน็ต/เว็บไซต์</p> <p>ความคิดเห็นของชาวต่างชาติเกี่ยวกับสปาในประเทศไทย</p> <p>- ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่พักผ่อนในประเทศไทย พบว่าชาวต่างชาติให้ความสำคัญชอบที่จะเลือกพักใน สถานที่ที่มีบริการสปาอยู่ด้วย ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ บริการสปาในประเทศไทยมีราคาถูกกว่าประเทศอื่น เมื่อ ถ้ามถึงความคิดเห็นสปาในประเทศไทยดีที่สุดใน ชาวต่างชาติ ที่มารับบริการสปาแสดงความคิดเห็นว่ สปาใน ประเทศไทยดีที่สุดในเอเชีย ในด้านประสบการณ์สปาใน ประเทศต่างๆ ส่วนใหญ่มีความเห็นว่าประเทศไทยเป็น ประเทศที่ให้ประสบการณ์ด้านสปาที่ดีที่สุด ส่วนใหญ่มี ความเห็นว่าประเทศไทย เป็นประเทศที่มีชื่อเสียงดี สำหรับประสบการณ์สปาที่ดี มีความคุ้มค่าทางการเงิน มีสปาหลากหลายมากที่สุด</p> <p>ความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านสิ่งแวดล้อมในการเลือกใช้บริการสปา</p> <p>กลุ่มตัวอย่างให้ความคิดเห็นว่ สิ่งแวดล้อมที่ ประกอบการสปามีความสำคัญ ชาวต่างชาติส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่เคยใช้บริการมาแล้ว ส่วนใหญ่จะเลือกใช้บริการ สปาประเภทรีสอร์ทสปา ส่วนใหญ่เลือกที่จะใช้ บรรยากาศแบบธรรมชาติ</p>

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>บริการรักษาโรงพยาบาลเอกชนเป็นอันดับที่ 3 ถือเป็นผลกระทบที่มาจากอิทธิพลทางตรง</p> <p>เมื่อวิเคราะห์ตัวแปรอิสระทั้ง 3 ที่ส่งผลทางอ้อม ผลการวิจัยพบว่า การจัดการภาครัฐส่งอิทธิพลทางอ้อมต่อการรับรู้ถึงศักยภาพในการบริการรักษาโรงพยาบาลเอกชน โดยผ่านตัวแปรด้านคุณภาพบริการ และปัจจัยความพึงพอใจ</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ที่ขอส่วนใหญ่ใช้ผลิตภัณฑ์ของสถานบริการสปา เหตุผลในการเลือกใช้บริการสปาส่วนใหญ่เลือกใช้บริการสปาตามคุณภาพและมาตรฐาน วัตถุประสงค์ในการใช้บริการส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อผ่อนคลายอาการปวดเมื่อยกล้ามเนื้อ</p> <p>ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการใช้บริการสปา</p> <p>- นักท่องเที่ยวมีความพอใจในระดับมาก</p> <p>ความพึงพอใจด้านบริการ</p> <p>- ผลการศึกษาความคิดเห็นด้าน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การต้อนรับของผู้ให้บริการ 2. ความเป็นกันเองของพนักงานนวด 3. ความเป็นมืออาชีพของพนักงานนวด 4. คุณภาพการให้บริการ 5. ความรวดเร็วในการบริการ 6. เทคนิคของพนักงานนวด 7. ความรู้สึกหลังใช้บริการ 8. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก 9. เวลาในการให้บริการ 10. ความคุ้มค่าของเงินในการให้บริการ <p>- พบว่าชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการสปาให้มีความพึงพอใจระดับมาก เว้นแต่ความคิดเห็นที่มีต่อความสามารถในการให้คำปรึกษา และความคิดเห็นที่มีต่อความเพียงพอของพนักงานในการให้บริการ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความพอใจในระดับปานกลาง</p> <p>ความพึงพอใจด้านสภาพแวดล้อม</p> <p>- ผลการศึกษาที่มีความคิดเห็นต่อสภาพแวดล้อมโดยภาพรวมกลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับพึงพอใจระดับมาก และเมื่อทำการศึกษาใน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ความคิดเห็นที่มีต่อความสะดวกในการเดินทาง 2. ความคิดเห็นที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวก 3. ความคิดเห็นที่มีต่อความสวยงามและบรรยากาศของสถานที่

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
	<p>4. ความคิดเห็นที่มีต่อสถานที่ตั้ง</p> <p>5. ความสะอาดของสถานที่</p> <p>6. ความสะดวกในการจอดรถ</p> <p>- ผลการวิจัยพบว่าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสปา มีความพอใจระดับมาก</p> <p>- ความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่ กับป้ายสัญลักษณ์บอกทาง ชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสปาให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง</p>

4. กลยุทธ์การพัฒนา

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>การกำหนดวิสัยทัศน์ Thailand as World Class Healthcare Destination และกำหนดให้ประเทศไทยเป็น Academic Medical Hub of Asia เพื่อเพิ่มและพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ กลยุทธ์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพมีดังต่อไปนี้</p> <p>กลยุทธ์ด้านอุปสงค์</p> <p>เพื่อให้มีความพร้อมทางด้านอุปสงค์ต้องการข้อมูลข่าวสาร เช่น โรคที่ต้องการรักษา ราคา ประเพณีและวัฒนธรรม ความพร้อม ค่าใช้จ่าย ฯลฯ ปัญหาด้านอุปสงค์ ได้แก่ สถานการณ์ความไม่มั่นคงปลอดภัยของประเทศ ตลอดจนวิกฤติเศรษฐกิจโลก ปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง กลยุทธ์ด้านอุปสงค์ประกอบด้วยกลยุทธ์การส่งออกและกลยุทธ์การบริการดังรายละเอียดต่อไปนี้</p> <p>1. กลยุทธ์การส่งออก การเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ เช่น องค์กร/หน่วยงานที่มีสวัสดิการรักษายาบาลให้บุคลากรกลุ่มประเทศที่มีมาตรฐานการรักษายาบาลต่ำกว่าไทยหรือมาตรฐานเท่าไทย แต่ค่ารักษายาบาลสูงกว่า บริษัทประกันสุขภาพในต่างประเทศที่ต้องการลดค่าใช้จ่ายค่าใช้จ่ายการตรวจสุขภาพลูกค้า กลุ่มลูกค้าเฉพาะอาการที่สามารถรับภาระค่าใช้จ่ายเองได้</p>	<p>นโยบายผลักดันและส่งเสริมให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia) และเมืองหลวงสปาของเอเชีย (Capital Spa of Asia) โดยมีวิสัยทัศน์ Thailand as World Class Spa Destination กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจสปาสู่ตลาดโลกดังจะกล่าวต่อไปนี้</p> <p>กลยุทธ์ด้านอุปสงค์</p> <p>จำนวนชาวต่างชาติที่มาใช้บริการสปาขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวย่อมมีผลกระทบต่อการใช้บริการสปา ผู้ประกอบการจึงคาดหวังจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละปี ผู้ประกอบการจะต้องให้การบริการและสร้างความพึงพอใจในการใช้บริการสปา การกระตุ้นการซื้อก็โดยการทำโปรโมชั่นให้ดึงดูดใจลูกค้า เช่น การให้ส่วนลด การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ การดึงดูดใจให้ชาวต่างชาติมาใช้บริการ ก็คือ การบริการที่เป็นเลิศ (Service Mind) สินค้าต้องดีเป็นสินค้าอินทรีย์ (Organic) มีคุณภาพ บรรยากาศที่ดึงดูดใจและประทับใจ ราคาสมเหตุสมผล การให้คนต่างชาติทราบถึงคุณภาพสินค้าและบริการ ซึ่งต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์และการทำ Road Show ในต่างประเทศ</p>

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>กลยุทธ์ด้านอุปทาน</p> <p>จะพิจารณาจำนวนโรงพยาบาล แพทย์ ทันตแพทย์ เกษัตริ์กรและบุคลากรอื่นๆ แนวโน้มด้านอุปทานในการให้บริการทางสุขภาพแก่ชาวต่างชาติ ประเทศไทยมีศักยภาพในการให้บริการแก่ชาวต่างชาติ โรงพยาบาลรัฐและ เอกชนกำลังพัฒนาเข้าสู่ระบบการรับรองคุณภาพมาตรฐานสากล อัตราการครองเตียงจึงเป็นของโรงพยาบาลเอกชน (คาดว่าไม่ต่ำกว่า 10,000 – 15,000 เตียง) ซึ่งสามารถรองรับลูกค้าชาวต่างชาติและทำรายได้ให้แก่ประเทศได้อีกมาก</p> <p>กลยุทธ์ด้านอุปทาน ได้แก่ คุณสมบัตินี้ของโรงพยาบาลที่จะมีขีดความสามารถที่จะเป็นโรงพยาบาลระดับนานาชาติ อันดับแรกต้องมีความพร้อมทางด้านอาคาร สถานที่ โครงสร้างทางด้านบุคลากร มีความพร้อมทางด้านทีมแพทย์ ทีมพยาบาลและวิชาชีพอื่นๆ ทางด้านการแพทย์ และรวมถึง ล่ามด้วย ที่สำคัญต้องมีฝ่ายการตลาดที่มีประสบการณ์สูง มีการวางแผนกลยุทธ์การตลาดที่ดี ต้องใช้การตลาดเป็นตัวนำ เพราะในตลาดมีการแข่งขันที่สูงมาก และต้องมีการใช้ IT มาใช้ เช่น การทำ Website การไปทำการตลาดในต่างประเทศ ต้องไปหาตัวแทนในประเทศที่ต้องการไปทำการตลาด หรือการเข้าไปติดต่อกับบริษัทประกัน (Insurance) เพื่อเจาะหาลูกค้าที่ทำประกัน โดยไปเสนอสินค้า เสนอราคาและให้บริษัทประกันนั้นส่งลูกค้า มีการสนับสนุนทางการเงินที่ดี เพราะการที่จะเป็นโรงพยาบาลที่เปิดรับรักษาพยาบาลคนไข้ชาวต่างชาติ จะต้องมีทุนที่สูงและต้องมีการบริหารจัดการภายในที่ดี</p>	<p>การประชาสัมพันธ์ตามสื่อที่ใช้ในสปป.ไทย ศึกษาและรวบรวมข้อมูลกฎระเบียบเพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจลงทุนดำเนินธุรกิจสปป.ไทยในต่างประเทศ</p> <p>กลยุทธ์ด้านอุปทาน</p> <p>จำนวนสถานประกอบการสปาที่มีจำนวนมากขึ้น โรงแรมและรีสอร์ทก็มีการพัฒนาให้เป็นโรงแรมและรีสอร์ทที่ครบวงจร จึงได้เกิดการบริการสปาในโรงแรมและรีสอร์ทขึ้นเพื่อบริการชาวต่างชาติ ตลอดจนสถานประกอบการสปาขนาดกลางและขนาดเล็ก ร้านนวดไทยเปิดกันแพร่หลาย จึงทำให้ต้องคำนึงถึงมาตรฐาน บุคลากรก็มีความจำเป็นต้องมีคุณภาพและมาตรฐาน กลยุทธ์ด้านอุปทาน ได้แก่</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กลยุทธ์การจัดการทรัพยากรมนุษย์ ในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ การวางคนให้ถูกตำแหน่งของงาน (Put the right man to right job) เป็นสิ่งสำคัญ 2. กลยุทธ์การพัฒนาและตรวจสอบคุณภาพ ผู้จัดการสปาต้องบริหารธุรกิจสปาให้มีการบริการที่มีมาตรฐาน ดังนั้นมีความจำเป็นที่จะต้องทราบมาตรฐานการให้บริการ ตลอดจนการตรวจสอบและการประเมินผล 3. กลยุทธ์การส่งเสริมการส่งออกและพัฒนาธุรกิจสปาไทย ในการที่จะดึงดูดชาวต่างชาติให้มาใช้บริการจำเป็น ต้องมีการพัฒนาธุรกิจสปาให้เป็นมาตรฐานสากล โดยมีการกำหนดมาตรฐานสถานที่การให้บริการ การพัฒนามูลค่าของไทยสำหรับธุรกิจสปาในระดับสากลเป็นส่วนประกอบสำคัญของธุรกิจสปา ควรมีการกำหนดมาตรฐานฝีมือแรงงานสำหรับบุคลากรผู้ให้บริการสปา 4. กลยุทธ์ของการบริการและความพึงพอใจ กลยุทธ์การให้บริการ การแข่งขันธุรกิจสปาจะเน้นการบริการที่เป็นเลิศให้ผลทั้งในระยะสั้นและยังประโยชน์ใน

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>กลยุทธ์ในกรอบแนวความคิดของการวิจัย จากกรอบแนวความคิดของการวิจัยประกอบด้วยตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดการภาครัฐ ความพึงพอใจ คุณภาพบริการ ตัวแปรตาม ได้แก่ การรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ กลยุทธ์ในกรอบแนวความคิดของการวิจัยมีดังต่อไปนี้</p> <p>1. กลยุทธ์ในการให้ชาวต่างชาติรับรู้ศักยภาพการรักษาฟื้นฟูสุขภาพ จะต้องมิตัวแทน ให้ตัวแทนสร้างเครือข่าย (Network) เข้าไปเผยแพร่หรือทำการตลาด (Marketing) การเจาะตลาด การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การทำเว็บไซต์ (Website) ของโรงพยาบาล การไปร่วมกับภาครัฐเช่น กระทรวงต่างประเทศ กระทรวงสาธารณสุข ตลอดจนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการส่งออก</p> <p>2. กลยุทธ์การส่งออก ได้แก่ การเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ ส่งเสริมบริษัทคนกลางที่มีเงินทุนหรือมีความชำนาญด้านการแพทย์เป็นตัวแทนหาลูกค้าแทนบริษัทตัวแทนนำเที่ยว ปรับปรุงการออกวีซ่าคนไข้ต่างประเทศที่ต้องการรักษาพยาบาลในประเทศไทย พัฒนาศูนย์บริการการแปลภาษาต่างประเทศ ด้านการแพทย์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่คนไข้ต่างประเทศ สร้างความร่วมมือด้านวิชาการระหว่างสถาบัน เช่น โรงพยาบาลเอกชนไทย สถาบันการศึกษาด้านการแพทย์ของไทยกับสถาบันที่เกี่ยวข้องในตลาดเป้าหมาย เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสถานพยาบาลไทยให้ได้รับการรับรองมาตรฐานในประเทศนั้นๆ ได้สะดวกขึ้น ส่งเสริมการประชุมนานาชาติด้านการบริหารจัดการสถานพยาบาลเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ กระตุ้นให้สถานพยาบาลไทยปรับตัวด้านคุณภาพการให้บริการหรือเพิ่มบริการภายใต้งบประมาณที่จำกัด ส่งเสริมการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนบุคลากร</p>	<p>ระยะยาว ในยุคโลกาภิวัตน์และธุรกิจไร้พรมแดนธุรกิจที่มีคุณภาพของบริการเป็นเลิศเท่านั้นที่จะอยู่ได้และเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคง</p> <p>5. กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจ เป็นวิธีการให้บริการเพื่อสร้างความพอใจ คนเป็นส่วนสำคัญในการสร้างบริการที่ดี การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้ามี 3 ทางคือ กาย วาจา ใจในการให้บริการและอารมณ์ จึงเหมาะแก่การทำธุรกิจ สปาเป็นพิเศษ ธุรกิจสปามีลักษณะเป็นการหันกลับไปสู่วิถีชีวิตแบบธรรมชาติ และอาศัยสิ่งที่เป็นธรรมชาติแท้ๆ เพื่อสร้างความสงบสุข และบูรณาการให้แก่ร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ สังคมไทยจึงเหมาะต่อการทำธุรกิจ สปามากกว่าสังคมตะวันตก มีผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติหลายอย่าง ฯลฯ จึงควรมานำจุดแข็งเหล่านี้มาเป็นกลยุทธ์ในการขาย</p>

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>3. กลยุทธ์ด้านคุณภาพบริการ ธุรกิจโรงพยาบาลในยุคโลกาวิวัฒน์ต้องแข่งขันกันเพื่อชิงลูกค้า การบริการที่สร้างความประทับใจจึงเป็นสิ่งสำคัญในการทำธุรกิจ กลยุทธ์คุณภาพบริการ ได้แก่ การยิ้มแย้มแจ่มใส ความรู้สึกรู้ใจ ความเต็มใจ และความกระตือรือร้นที่จะให้บริการ การจัดบรรยากาศการเอาใจเขามาใส่ใจเรา ผู้มาติดต่อรับการบริการมุ่งหวังที่จะได้รับความสะดวกสบาย ความรวดเร็ว ความถูกต้อง ความมีไมตรีจากผู้ให้บริการ ปฏิสัมพันธ์กับผู้รับบริการด้วยความรวดเร็วและเต็มใจ การสื่อสารที่ดี จะเป็นตัวสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร เทคนิควิธีการการให้บริการเป้าหมายของการบริการก็คือ การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าดังคำพูดที่ว่า “Customer is a king” คุณภาพของการรักษา ประกอบด้วยปัจจัยทางด้านกายภาพและจิตใจ โดยมีตัวชี้วัดคุณภาพการบริการคือ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย สถานที่สะดวกสบาย มีทีมแพทย์ที่มีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับ การได้รับการดูแล เอาใจใส่เป็นอย่างดี ความเป็นมิตรเป็นกันเอง อธิษาศัยดี การได้รับการดูแลอย่างเป็นส่วนตัว มีบริการที่ครบทุกแผนก</p> <p>4. กลยุทธ์ด้านความดึงดูดใจ ปัจจัยที่ดึงดูดใจในการใช้บริการทางสุขภาพของชาวต่างชาติ 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) ความเชี่ยวชาญของแพทย์ เครื่องมือที่ทันสมัย (2) การให้บริการสุขภาพแบบครบวงจร (3) มีชื่อเสียงด้านการรักษา มาตรฐานของโรงพยาบาล ดังนั้นกลยุทธ์ต่างประเทศทางด้านความดึงดูดใจ จึงควรนำจุดเด่นดังกล่าวข้างต้นเป็นจุดขาย</p> <p>5. กลยุทธ์การจัดการภาครัฐ มีบทบาทสำคัญกำหนดวิสัยทัศน์ Thailand as World Class Healthcare Destination และกำหนดให้ประเทศไทยเป็น Academic Medical Hub of Asia ภาครัฐก็ดำเนินการบางอย่างแล้วแต่ควรดูแลให้เป็นระบบแพทย์และพยาบาลที่อยู่ในระดับสูง อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้า พยายามสร้างมาตรฐานและความน่าเชื่อถือในรูปแบบต่างๆ ให้กับชาวต่างชาติ ค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าในต่างประเทศมาก การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ป่วยต่างประเทศคุณภาพการบริการที่ดีเยี่ยมก็ควรนำจุดแข็งมาทำกลยุทธ์โดยการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก การกระจายข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ</p>	

<p>กลยุทธ์ของจุดแข็ง</p> <p>ปัจจุบัน โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยที่มีศักยภาพสูงในการรักษาพยาบาลชาวต่างประเทศมีอยู่ประมาณ 20 แห่ง โดยความสำเร็จทางธุรกิจของโรงพยาบาลเอกชนเหล่านี้มาจากจุดแข็งหลายประการ ได้แก่ การรักษาพยาบาลที่หลากหลายและคุณภาพสูงคุณภาพของแพทย์และพยาบาลที่อยู่ในระดับสูง อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีเทคโนโลยีก้าวหน้า พยายามสร้างมาตรฐานและความน่าเชื่อถือรูปแบบต่างๆ ให้กับชาวต่างชาติ ค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าในต่างประเทศมาก การอำนวยความสะดวกแก่ผู้ป่วยต่างประเทศคุณภาพการบริการที่ดีเยี่ยม ก็ควรนำจุดแข็งมาทำกลยุทธ์โดยการประชาสัมพันธ์ การตลาดเชิงรุก การกระจายข้อมูลข่าวสาร ฯลฯ</p> <p>กลยุทธ์ของจุดอ่อน</p> <p>การที่ประเทศไทยจะเป็น Medical Hub ยังมีจุดอ่อนหลายประการ ได้แก่ ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศของบุคลากรทางการแพทย์ สถานพยาบาลที่ได้รับมาตรฐานต่างประเทศ JCI ยังมีน้อย ความปลอดภัย ขาดการประสานงาน ขาดการประชาสัมพันธ์ มีกฎระเบียบควบคุมการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สถานพยาบาล การขาดแคลนแพทย์และพยาบาล ฯลฯ ก็ควรนำจุดอ่อนเหล่านี้มาแก้ไขปรับปรุง</p>	<p>กลยุทธ์ของจุดแข็ง</p> <p>จุดแข็งของสปามีหลายประการ ได้แก่ ประเทศไทยมีสมุนไพรมากกว่า 100 ชนิด มีชื่อเสียงด้านการนวดแผนไทยที่แพร่หลายไปทั่วโลก มีผู้เชี่ยวชาญด้านการนวดเป็นจำนวนมาก มีน้ำพุร้อนจากธรรมชาติ คนไทยมีนิสัยอ่อนน้อม สุภาพ ยิ้มแย้มแจ่มใส และรักงานบริการ ธุรกิจ สปาเป็นเรื่องของการสร้างความสงบสุขให้แก่ร่างกาย จิตใจและอารมณ์ จึงเหมาะแก่การทำธุรกิจสปาเป็นพิเศษ ธุรกิจสปามีลักษณะเป็นการหันกลับ ไปสู่วิถีชีวิตแบบธรรมชาติและอาศัยสิ่งที่เป็นธรรมชาติแท้ๆ เพื่อสร้างความสงบสุขและบูรณาการให้แก่ร่างกาย จิตใจและอารมณ์ สังคมไทยจึงเหมาะต่อการทำธุรกิจสปามากกว่าสังคมตะวันตก มีผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติหลายอย่าง ฯลฯ จึงควรนำจุดแข็งเหล่านี้มาเป็นกลยุทธ์ในการขาย</p> <p>กลยุทธ์ของจุดอ่อน</p> <p>สปาไทยมีจุดอ่อน เช่น ปัญหาด้านการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าชาวต่างชาติ ปัญหาภาวะเศรษฐกิจ การเมือง ฯลฯ ปัญหาบุคลากร กลยุทธ์มาแก้ไขจุดอ่อนเหล่านี้</p>
---	--

5. ปัญหาและอุปสรรค

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<ul style="list-style-type: none"> ● การขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ ● แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆถูกดึงออกจากระบบของรัฐ ● ถ้าเน้นการแข่งขันในด้านเทคโนโลยีขั้นสูงก็มีแนวโน้มเพิ่มแรงกดดันด้านราคา ● จุดอ่อนด้านการประชาสัมพันธ์ ● นโยบายของรัฐบาลเป็นแบบกะทันหันระยะสั้นขาดการวางแผนล่วงหน้า ● ทิศทางการพัฒนาเป็นแบบกระจัดกระจาย กล่าวคือต่างคนต่างพัฒนาไม่มีความเชื่อมโยงและบูรณาการเท่าที่ควร ● ระบบบริการการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพอาจจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศในทางอ้อมต่อการลงทุนของต่างชาติ รวมทั้งอาจจะส่งผลโดยตรงกับประชาชนคนไทย ● การบริการผู้ป่วยในโรงพยาบาลของภาครัฐยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ● วิกฤติเศรษฐกิจโลก ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองและความมั่นคงในประเทศไทย น่าจะส่งผลด้านลบกับการท่องเที่ยว ● การตรวจลงตรา (Visa) มีอายุสั้น 3 เดือน ไม่เอื้อและไม่สะดวกคนไข้ที่ต้องการรักษาโรคเรื้อรังระยะยาว ● สถานพยาบาลที่ได้รับมาตรฐานต่างประเทศ เช่น JCI ยังมีน้อย ● ขาดการประสานงาน ● ขาดการประชาสัมพันธ์ ● การทำกลยุทธ์เชิงรุก ● ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> ● สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ มีแนวโน้มชะลอตัว เศรษฐกิจโลกผันผวน ราคาน้ำมันที่พุ่งสูง รายได้ถูกค้าลดลง ● ภาวะการเมืองที่ไม่มั่นคง ความแตกแยกของประชาชนภายในประเทศเกิดการแบ่งฝ่าย ตลอดจนปัญหาทางเศรษฐกิจ ปัญหาโรคระบาดฯลฯ มีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ● การขาดแคลนพนักงานที่มีคุณภาพและวุฒิการศึกษาที่ให้บริการในสปา ● ปัญหาการเปิดกิจการสปาไทยในต่างประเทศ ในบางประเทศต้องสอบข้อเขียนและภาคปฏิบัติจากหน่วยงานท้องถิ่น ● สักยภาพการขยายกิจการและการขายแฟรนไชส์มีน้อยมาก ● ปัญหาการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ● ปัญหาการขาดการประสานงาน ● ปัญหาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ● สถานบริการสปาเกิดขึ้นจำนวนมาก ควรคำนึงถึงมาตรฐานการบริการสปา บางแห่งมีการให้บริการแอบแฝง ● ภาษีสถานบริการสปาค่อนข้างสูง เนื่องจากมีการเก็บภาษีซ้ำซ้อนหลายหน่วยงาน ● ชาวต่างชาติเข้ามาลงทุนทำกิจการสปาในประเทศไทย ทำให้รายได้ส่วนใหญ่ไม่เข้าประเทศทำให้ประเทศไทยสูญเสียดุลการค้า ● การส่งเสริมขาดความชัดเจนและต่อเนื่อง ● มีการแข่งขันกันสูง ● ขาดข้อมูลเกี่ยวกับลูกค้าในต่างประเทศ ● รายได้ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว ● การเรียนรู้ถึงความแตกต่างวัฒนธรรม

6. ข้อเสนอแนะ

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ
<p>คำนึงถึงปัจจัยที่มีผลต่อการเติบโตและความสามารถในการแข่งขัน ยังมีความจำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบทั้งในทางบวกและทางลบต่อระบบสาธารณสุขของประเทศไทย</p> <p>ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่ามีโอกาสมากขึ้นที่นโยบายศูนย์กลางสุขภาพแห่งประเทศไทยจะส่งผลที่ขัดแย้งกับนโยบายสร้างหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้าอย่างน้อยในบางด้าน ซึ่งย่อมทำให้การผลักดันสองนโยบายนี้แยกจากกัน โดยไม่ได้พิจารณาปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ที่สองนโยบายมีซึ่งกันและกัน</p> <p>อาจจะไม่ได้ผลตามที่คาดหวังได้ จากการเลือกผลักดันเพียงนโยบายใดนโยบายหนึ่ง แน่แน่นอนว่าสองนโยบายนี้อาจมีส่วนที่หนุนช่วยซึ่งกันและกันในบางด้าน เช่น ในด้านความก้าวหน้าทางวิชาการและการพัฒนามาตรฐานต่างๆ รวมทั้งอาจพัฒนาเป็นศูนย์รับส่งต่อผู้ป่วยหรือฝึกอบรมนักศึกษาแพทย์ แต่ในการกำหนดนโยบายสุขภาพของประเทศในภาพรวมนั้น มีความจำเป็นที่รัฐจะต้องพิจารณาหรือประเมินนโยบายศูนย์กลางสุขภาพในบริบทของการมีหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ซึ่งถือได้ว่าเป็นนโยบายหลักด้านสุขภาพของประเทศไม่ใช่แยกพิจารณาและผลักดันสองนโยบายที่อาจขัดแย้งกัน โดยไม่สนใจผลกระทบที่นโยบายหนึ่งจะมีต่ออีกนโยบายหนึ่ง ในกรณีที่จะดำเนินสองนโยบายนี้ควบคู่กันไปในนั้นหรือแม้กระทั่งในกรณีที่จะสนับสนุนนโยบายเดี่ยวแต่ยอมให้มีการดำเนินการในอีกด้านหนึ่งด้วย</p> <p>ควรต้องกำหนดเป้าหมายกำกับดูแลและสนับสนุนให้สองนโยบายดังกล่าว มีการดำเนินงานไปอย่างคู่ขนานกันที่สอดคล้องซึ่งกันและกัน ลดผลกระทบเชิงขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้ระหว่างสองนโยบาย อันจะนำไปสู่ความสำเร็จและประโยชน์ของประเทศร่วมกัน (Win-Win Situation)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ● ควรจัดตั้งหน่วยงานกลางเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพแบบครบวงจร ● การกำหนดมาตรฐานการบริการ ● การประชาสัมพันธ์การตลาดในเชิงรุก ● การพัฒนานุเคราะห์สปาให้ได้มาตรฐาน ● ควรยกเลิกการเก็บภาษีสรรพสามิต ● การจัดเป็นโปรแกรมสำหรับคนไทยใช้บริการในราคาถูกช่วง ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ● การพัฒนาอย่างเป็นระบบและไปในทิศทางเดียวกัน ● ควรผลักดันให้เป็นนโยบายระดับชาติ ● ควรทำการวิจัยทางด้านตลาด ● ควรควบคุมจำนวนสถานบริการสปา ● การนำมาตรฐานสปาสากลมาใช้ ● ควรมีศูนย์การเรียนรู้ภาษาภาษาต่างประเทศ ● ภาครัฐควรมีการประสานงานและกำหนดทิศทางที่ชัดเจน ● การพัฒนานุเคราะห์ทางด้านสปา ● การประชาสัมพันธ์