

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2551 การวิจัยนี้สำเร็จด้วยได้รับความร่วมมือจากบุคคลหลายท่านที่ให้การสนับสนุน คณะนักวิจัยขอแสดงความขอบพระคุณมาในที่นี้

คณะผู้วิจัยขอกราบพระคุณบุคคลที่มีส่วนสำคัญในความสำเร็จของการวิจัยนี้คือ รองศาสตราจารย์ ดร. มนต์รี พิริยะกุล ที่ถ่ายทอดความรู้ความเข้าใจในทางวิชาการ ซึ่งนำมาปรับใช้ในการทำงานวิจัยครั้งนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณโรงพยาบาลเอกชนที่ได้อนุญาตให้เก็บข้อมูลในการทำวิจัย ผู้บริหาร นายแพทย์ หัวหน้าหอผู้ป่วย พยาบาลและเจ้าหน้าที่ ตลอดจนเจ้าหน้าที่ล่ามในแต่ละภาษาทุกท่านที่ให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกในการเก็บข้อมูลและขอขอบคุณชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนทุกท่านที่สละเวลาในการตอบแบบสอบถาม

การวิจัยครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความเมตตาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ รองผู้ว่าการด้านการตลาดต่างประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผู้วิจัยขอกราบพระคุณ นาย ภราเดช พยัณวิเชียร ศาสตราจารย์ ดร. สุวิมล ว่องวานิช และ ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง ซึ่งเป็นคณะผู้ตรวจสอบทางวิชาการ

ท้ายสุดนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณที่ปรึกษา ยุวดี นิรัตน์ตระกูล ผู้อำนวยการกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และนายแพทย์ บุญเสริม ฐชวาลา นายแพทย์โรงพยาบาลเจ้าพระยา ที่เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำและชี้แนะทางที่เป็นประโยชน์

รองศาสตราจารย์ ดร. ศิณีย์ สังข์รัมย์

หัวหน้าโครงการวิจัย

ส่วนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับโครงการวิจัย

ชื่อเรื่อง

(ภาษาไทย) กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพของ
ประเทศไทยสู่ตลาดโลก

(ภาษาอังกฤษ) Development Strategies on Thailand's Health Healing
Tourism Business into the Global Market

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2551 จำนวนเงิน 1,045,000 บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี ตั้งแต่ 29 กันยายน 2551 ถึง 29 กันยายน 2552

คณะวิจัย

1. รองศาสตราจารย์ ดร. ศิณีย์ สังข์รัมย์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
โทร. 02 310 8210 โทรสาร 02 319 2160
2. เบญจรัตน์ มารยาทอ่อน
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
โทร. 02-250-5500-80 ต่อ 2615 โทรสาร 02-253-7468
3. สุภาพร ประดับสมุทร
โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ อู่ราชธานี
โทร. 089-925-1417
4. วีรวรรณ สังข์รัมย์
กรมการค้าต่างประเทศ
โทร. 081-774-5798
5. วาริณี สังข์รัมย์
ธนาคารแห่งประเทศไทย
โทร. 02-514-1008

ส่วนที่ 2

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพเน้นการรักษาทางการแพทย์ สถานที่ให้บริการจะเป็นโรงพยาบาลที่มีศักยภาพและมาตรฐานเป็นที่ยอมรับ การบริการที่เป็นสากล สามารถรองรับและให้บริการชาวต่างชาติจากหลากหลายประเทศ ซึ่งก็ถือได้ว่าเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศที่มีบทบาทสำคัญในอนาคต ปัจจุบันประเทศไทยพยายามผลักดันให้ธุรกิจบริการทางสุขภาพเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย วัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การตลาด ศักยภาพด้านอุปสงค์และอุปทาน พฤติกรรมการใช้บริการทางสุขภาพของชาวต่างชาติ รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรการจัดการภาครัฐ คุณภาพบริการของโรงพยาบาลเอกชน ความพึงพอใจ ที่มีต่อการรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจ ตลอดจนปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ วิธีดำเนินการวิจัย ประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการทางสุขภาพในโรงพยาบาลเอกชน การศึกษาจะทำการสุ่มตัวอย่างชาวต่างประเทศที่มาใช้บริการของโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ผลจากการศึกษาพบว่า สถานการณ์การตลาดนับตั้งแต่ปี 2540 ประเทศไทยประสบปัญหาทางด้านวิกฤติเศรษฐกิจ ซึ่งทำให้ในขณะนั้นค่าเงินบาทอ่อนตัวลงเป็นอย่างมากและส่งผลให้ค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยเมื่อมีการคิดเป็นสกุลเงินต่างประเทศแล้วลดต่ำลง จึงทำให้ชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งได้ลูกค้าจากประเทศที่มีกำลังซื้อสูง เช่น ญี่ปุ่น ยุโรป และตะวันออกกลาง เป็นต้น จึงทำให้ชาวต่างชาตินิยมเดินทางเข้ามารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ รัฐบาลก็มีนโยบายที่จะผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย (Thailand: Centre of Excellent Health Care of Asia) ในด้านศักยภาพอุปสงค์และอุปทาน ด้านอุปสงค์จะวิเคราะห์เกี่ยวกับจำนวนชาวต่างชาติที่ใช้บริการทางสุขภาพ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ปัจจัยสนใจในการใช้บริการทางสุขภาพ ตลาดรักษาพยาบาลชาวต่างประเทศ ตลาดหลัก ตลาดใหม่ ประเภทผู้ป่วยชาวต่างประเทศ ปัจจัยในการพิจารณาประเทศเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพในต่างประเทศ บริการที่นิยมเข้ารับการรักษา ด้านอุปทานจะวิเคราะห์เกี่ยวกับ จำนวนสถานประกอบการ ภาวะการแข่งขัน ประเทศผู้ให้บริการทางสุขภาพที่สำคัญ ปัจจัยแห่งความสำเร็จทางธุรกิจของโรงพยาบาลเอกชน ประเทศคู่แข่ง จุดแข็งของประเทศไทย จำกัดแพทย์ต่างชาติ การแข่งขันแย่งแพทย์ ขยายเครือข่ายไปต่างประเทศ การวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทางสุขภาพของชาวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย

อายุมากกว่า 60 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพผู้จัดการ/ผู้บริหาร สัญชาติ ชาวอุดีอาระเบีย ใช้บริการทางสุขภาพรักษาโรคหัวใจ ผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเอง ใช้บริการครั้งแรก รู้จักโรงพยาบาลจากอินเทอร์เน็ต เดินทางมากับญาติ/ครอบครัว คุณลักษณะโรงพยาบาล คือ ความทันสมัย เทคโนโลยีทางการแพทย์ เหตุผลสำคัญในการเลือกโรงพยาบาล คือ ความเชี่ยวชาญของแพทย์ ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร การจัดการภาครัฐ คุณภาพบริการของโรงพยาบาลเอกชน ความพึงพอใจ ที่มีต่อการรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ จากการทดสอบสมมุติฐานพบว่า การรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากคุณภาพบริการ มากที่สุดมีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรง 0.4289 และมีอิทธิพลทางอ้อม 0.2370 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2_{adj}) ของตัวแปร สามารถพยากรณ์การรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟูสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ ได้ร้อยละ 87.8 ความพึงพอใจมีอิทธิพลรองลงมามีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรง 0.4209 การจัดการของภาครัฐมีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรง 0.1256 มีอิทธิพลทางอ้อม 0.3678 ความพึงพอใจ ได้รับอิทธิพลทางตรงจากคุณภาพบริการมากที่สุดคือ มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรง 0.5633 รองลงมาก็คือการจัดการภาครัฐ มีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรง 0.3732 มีอิทธิพลทางอ้อม 0.4830 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2_{adj}) ของตัวแปร สามารถพยากรณ์ความพึงพอใจได้ร้อยละ 81.6 คุณภาพบริการได้รับอิทธิพลจากการจัดการภาครัฐบาล โดยมีค่าอิทธิพลเชิงสาเหตุทางตรง 0.8576 และค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2_{adj}) ของตัวแปร สามารถพยากรณ์คุณภาพบริการได้ร้อยละ 73.5 ส่วนกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ประกอบด้วย กลยุทธ์ด้านอุปสงค์ กลยุทธ์ด้านอุปทาน กลยุทธ์ในกรอบแนวความคิดของการวิจัย ได้แก่ กลยุทธ์ในการให้ชาวต่างชาติรับรู้ศักยภาพการรักษาฟื้นฟูสุขภาพ กลยุทธ์ด้านความพึงพอใจ กลยุทธ์คุณภาพบริการและกลยุทธ์การบริหารจัดการภาครัฐ ตลอดจนกลยุทธ์ของจุดแข็งและกลยุทธ์ของจุดอ่อน ปัญหาอุปสรรคในการที่จะพัฒนาประเทศไทยไปสู่ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆถูกดึงออกจากระบบของรัฐ ขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดการวางแผนล่วงหน้า การพัฒนาเป็นแบบกระจายกระจายไม่มีความเชื่อมโยงเท่าที่ควร ขาดการประสานงาน การทำกลยุทธ์เชิงรุก ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ฯลฯ ข้อเสนอแนะของนโยบายพัฒนาศูนย์กลางสุขภาพของประเทศไทย ต้องคำนึงถึงผลกระทบทั้งในทางบวกและทางลบ ในทางบวกทำให้สถานพยาบาลจำนวนหนึ่งพัฒนามาตรฐานไปสู่ระดับสากลได้มากขึ้น รวมทั้งมีขีดความสามารถในการติดตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทางการแพทย์สมัยใหม่ได้ดีขึ้น ในทางลบต่อนโยบายสร้างหลักประกันสุขภาพ เช่น ผลกระทบในด้านการใช้ทรัพยากรและบุคลากรด้านสุขภาพ ผลกระทบ

ต่อราคาของบริการด้านสุขภาพ และผลกระทบในด้านการเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพของคนไทย การดำเนินงานควรไปอย่างถ่วงน้ำหนักที่สอดคล้องกันและกัน ลดผลกระทบเชิงขัดแย้งที่อาจจะเกิดขึ้นได้ระหว่างสองนโยบาย อันจะนำไปสู่ความสำเร็จและประโยชน์ของประเทศร่วมกัน (Win-Win Situation)

Abstract

Medical tourism represents a wide range of products/ services offered to potential consumers, particularly those from overseas, who are turning their attention to such services to an increasing degree. One of the places providing this type of medical tourism service will be private hospitals with the necessary potential and of the requisite standard. Some of these medical facilities provide a universal service in that they are able to accommodate and cater to overseas patients from numerous countries around the world. In addition to the provision of medical services that are on a par with international standards, a comprehensive range of related facilities are available, i.e. foreign patient service centers, interpreter services, belongings services, an embassy contact service, an airport pick-up service, e-mail communication Internet facilities, coordination with international insurance agencies and so forth. Since the fees for medical treatment overseas are rather high, this has prompted foreign nationals to take a closer look at the medical facilities available in Thailand. In this regard, therefore, medical tourism can be regarded as a form of export, thereby generating much-needed revenue for the country that will play an increasingly important role in the future. Currently, the Thai government has adopted a policy to promote medical tourism in this country, and to promote Thailand as the medical hub of Asia, fully capable of providing world-class health care. Consequently, a study of the strategies involved in the development of medical tourism should prove useful to the public. The objectives of the study are to analyze the marketing environment, the potential supply and demand, as well as foreigners' behavior pertaining to the use of Thailand's health services. Also examined is the causal relationship among such factors as public management, hospital service quality, and attractiveness that affect foreigners' perceptions regarding the efficacy of medical treatment in Thai private hospitals / health healing potency, the development strategies pertaining to medical tourism business, the problems and obstacles encountered, as well as suggestions relevant to these areas.

The population used for the purposes of this study consisted of 400 foreign tourists using the health services in Thai private hospitals, which were selected through purposive sampling to interview patients from overseas and /or their relatives who had specifically requested a particular hospital's medical services. The results of the study demonstrate that the state of the market following the economic crisis of 1997 led to the devaluation of the Thai baht, which in turn made medical expenses in private hospitals cheaper, thereby attracting more and more customers with high purchasing power from Japan, Europe, and the Middle East. Ever since, the Thai government has made it a policy to promote Thailand as a Centre of Excellent Health Care of Asia. In analyzing supply and demand, on the demand side the aim is to analyze the number of health services used by foreigners, target groups, factors relating to health service incentives, as well as the medical tourism market. The latter includes principle and new markets, types of foreign patients, countries targeted for medical tourism, and the most popular health service used. With regard to the supply side, the following factors are analyzed: the number of entrepreneurs, the situation pertaining to competition, principal countries targeted for the promotion of Thailand's health services, success factors relating to the business of private hospitals, competitors, Thailand's strong points, limitations of foreigners' doctors, the scramble

to find qualified doctors, and networks abroad. With regard to the analysis of foreigners' behavior relating to the use of the country's health services, most of the sample group (54.8 percent) were males, 39.7 of whom were over 60 years of age. In terms of their educational background, 40.3 percent were educated up to the Bachelor's degree level, while in terms of occupation, 16.1 were managers or administrators. As regards nationality, 10.3 percent were Saudi Arabian. With regard to the health service they used, 14.5 percent came for the treatment of cardiac disease. Of all the foreign patients sampled, 34.5 percent took responsibility for paying their own expenses. Regarding the frequency with which the hospitals' services were used, most of the sample groups (40.6 percent) used the service once only, with 29.5 percent having learned of the hospitals from the Internet. Over half the foreign patients (54.5 percent) were accompanied by their relatives/families. As regards the hospitals' attributes, most of the samples (17.2 percent) were of the opinion that their main attributes were that they were equipped with modern medical technologies. One of the primary reasons why 17.8 percent of the respondents selected specific hospitals was for their reputation for medical expertise. The relationship among public management, hospital service quality, and attractiveness, all of which affect foreigners' perceptions of the efficacy of medical treatment in Thai private hospitals / health healing potency, was determined by the use of path analysis. From the testing of the hypotheses, it was found that the potential for effective treatment at private hospitals was widely recognized by foreigners who came to use their services. This was directly influenced by the service quality the most having direct causal influential value of 0.4289 and having an indirect influence of 0.2370 and predictive of health healing tourism coefficient of (R^2_{adj}) of variables. It was able to predict potential recognition in the area of treatment for health rehabilitation of private hospitals that foreigners entered to use the service in the percentage of 87.8. The second most influential variable was attractiveness, with a direct causal influential value of 0.4209. With regard to public management, this had a direct causal influence of 0.1256 and an indirect influence of 0.3678. Attractiveness was directly influenced the most by service quality, with a direct causal influential value of 0.5633, subsidiary was public management, having direct causal influential value of 0.3732, and an indirect influence of 0.483. The predictive coefficient value (R^2_{adj}) of the variables was able to predict attractiveness at 81.6 percent. Service quality was influenced by public management, with a direct causal influential value of 0.8576, and the predictive coefficient (R^2_{adj}) of the variable being able to predict service quality at 73.5 percent. Development strategies pertaining to medical tourism consist of those relating to demand, supply, and factors covered by the research framework, such as the efficacy of medical treatment in Thai private hospitals / health healing perceived potency, attractiveness, public management, and service quality, including strengths and weaknesses. With regard to obstacles, there are many hurdles to developing Thailand as a medical hub, such as a shortage of human resources in the field of medicine, public relations and cooperation, including a lack of advanced planning and proactive strategies, a lack of communication skills, as well as scattered and inappropriate linkage development. Any suggestions involving the policy to develop Thailand as a healthcare hub, must take into account both the positive and negative effects of such a policy. On the positive side, it will increasingly result in a number of healthcare institutions developing services that are on a par with international standards, as well

as enhancing their capabilities in terms of following the technological progress of modern medicine. On the negative side, the policy of encouraging medical tourism will / may have an adverse effect on the use of resources and personnel in the field of health, in addition to affecting the cost of health services for Thais themselves and their access to high-quality medical treatment. All such undertakings should proceed in tandem, thereby reducing any conflicts that may occur between two policies, thus that may leading to a win-win situation, to the benefit of the nation as a whole.

สารบัญ

หน้า

กลยุทธ์การพัฒนารัฐกิจท้องถิ่นเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพของประเทศไทยสู่ตลาดโลก

กิตติกรรมประกาศ	i
บทคัดย่อ	ii
สารบัญตาราง	xiv
สารบัญภาพ	xvi
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและที่มาของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
สมมุติฐานการวิจัย	5
ขอบเขตของการวิจัย	5
นิยามศัพท์ในการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2 การทบทวนวรรณกรรม	7
แนวคิดและทฤษฎีที่มีอิทธิพลกับศักยภาพต่อการรักษาเชิงฟื้นฟูสุขภาพ	7
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริการ	7
ความหมายของการบริการ	7
ลักษณะของการบริการ	8
การบริการทางสุขภาพของโรงพยาบาลเอกชน	10
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพบริการ	12
ความหมายของคุณภาพบริการ	12
ลักษณะคุณภาพบริการ	16

ความหมายของคุณภาพบริการ	16
ลักษณะของคุณภาพในงานบริการสุขภาพ	17
ตัวกำหนดคุณภาพบริการ	18
ความคาดหวังคุณภาพการบริการ	20
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับความพึงพอใจ	23
ความหมายความพึงพอใจ	23
ทฤษฎีการพึงพอใจ	23
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารจัดการภาครัฐ	25
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการรับรู้สุขภาพ	27
สรุปการทบทวนวรรณกรรม	29
ตัวแปรตาม	29
ตัวแปรอิสระ	29
ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในกรอบแนวคิด	29
การรับรู้สุขภาพ	30
การจัดการภาครัฐบาล	30
คุณภาพบริการ	30
ความพึงพอใจ	33
กรอบแนวคิดการวิจัย	33
บทที่ 3 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย	35
วิธีการดำเนินการวิจัย	35
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	35
วิธีการศึกษา	36
การเก็บข้อมูล	38
เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	39
เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	41
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	43

บทที่ 4 วิเคราะห์สถานการณ์ตลาดและอุปสงค์อุปทาน	45
สถานการณ์การตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	45
สถานการณ์ตลาดท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพโลก	53
สถานะตลาดและแนวโน้มของธุรกิจการให้บริการทางสุขภาพในอนาคต	55
การประเมินศักยภาพทางการตลาด	56
การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์และอุปทาน	58
การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์	59
จำนวนชาวต่างประเทศที่ใช้บริการทางสุขภาพ	59
กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	62
ปัจจัยจูงใจในการใช้บริการทางสุขภาพ	63
ตลาดรักษาพยาบาลชาวต่างประเทศ	64
ตลาดหลัก	65
ตลาดใหม่	65
ประเภทผู้ป่วยชาวต่างประเทศ	65
ปัจจัยในการพิจารณาประเทศเป้าหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพในต่างประเทศ	66
บริการที่นิยมเข้ารับการรักษา	67
การวิเคราะห์ด้านอุปทาน	68
จำนวนสถานประกอบการ	68
ภาวะการแข่งขัน	69
ประเทศผู้ให้บริการทางสุขภาพที่สำคัญ	74
ปัจจัยแห่งความสำเร็จทางธุรกิจของโรงพยาบาลเอกชน	76
ประเทศคู่แข่ง	77
จุดแข็งของประเทศไทย	77
จำกัดแพทย์ต่างชาติ	79
การแข่งขันแย่งตัวแพทย์	80
ขยายเครือข่ายไปต่างประเทศ	80

บทที่ 5 วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการทางสุขภาพของชาวต่างชาติ	82
ลักษณะทั่วไปของประชากร	82
การใช้บริการของโรงพยาบาล	88
การบริหารจัดการภาครัฐ	91
คุณภาพการบริการของโรงพยาบาล	92
ปัจจัยที่ดึงดูดใจ	94
ศักยภาพด้านการรักษา	94
การทดสอบสมมุติฐาน	95
ความคิดเห็นทั่วไป	98
 บทที่ 6 กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	 103
กลยุทธ์ด้านอุปสงค์และอุปทาน	103
กลยุทธ์ด้านอุปสงค์	103
กลยุทธ์การส่งออก	105
กิจกรรมส่งเสริมการส่งออก	106
กลยุทธ์การบริการ	106
กลยุทธ์ด้านอุปทาน	110
โรงพยาบาล	110
แพทย์	112
พยาบาล	114
ทันตแพทย์	115
เภสัชกร	115
กลยุทธ์ในกรอบแนวความคิดของการวิจัย	116
กลยุทธ์ในการให้ชาวต่างชาติรับรู้ศักยภาพการรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	117
กลยุทธ์คุณภาพบริการ	117

กลยุทธ์ความดึงดูดใจ	119
กลยุทธ์การบริหารจัดการภาครัฐ	120
กลยุทธ์ของจุดแข็ง	122
กลยุทธ์ของจุดอ่อน	122
ยุทธศาสตร์การพัฒนากองทุนเพื่อเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพสู่ตลาดโลก	122
การจัดตั้งศูนย์บริการสุขภาพแบบครบวงจร	127
ความเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศูนย์กลางสุขภาพแห่ง ประเทศไทย	128
ประเด็นสำคัญในการพัฒนากองทุนเพื่อเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพในประเทศไทย	130
บทที่ 7 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	132
สรุป	132
สถานการณ์การตลาดธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	132
การวิเคราะห์ด้านอุปสงค์และอุปทาน	133
ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรการจัดการภาครัฐ คุณภาพบริการของ โรงพยาบาลเอกชน ความดึงดูดใจที่มีต่อการรับรู้ศักยภาพด้านการรักษาฟื้นฟู สุขภาพของโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ	134
กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	138
ปัญหาและอุปสรรค	139
ข้อเสนอแนะ	140
แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพของประเทศไทย	141
แนวโน้มธุรกิจการรักษากิจการบริการสุขภาพ ในอนาคต	142
บทบาทของการจัดการภาครัฐ	143
การบริหารคุณภาพบริการ	144
ข้อค้นพบ	146
บรรณานุกรม	149
ภาคผนวก	152

ภาคผนวก ก แบบสอบถามการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ	153
ภาคผนวก ข ข้อมูลการใช้บริการทางสุขภาพ	165
ประวัติคณะผู้วิจัย	190

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
3.1	ประเภทและแหล่งข้อมูล 37
3.2	ค่า Reliability ของตัวแปร 40
4.1	กำไรขาดทุน ของโรงพยาบาลเอกชน ปี 2543 47
4.2	การเปรียบเทียบจุดแข็งจุดอ่อน อุปสรรคและโอกาส 57
4.3	อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ 59
4.4	จำนวนผู้ป่วยชาวต่างประเทศจำแนกตามประเทศ ปี 2550 61
4.5	ประมาณการจำนวนผู้ป่วยชาวต่างชาติและประมาณการรายได้จำแนกตามรายปี 62
4.6	ประเภทการรักษาพยาบาลของชาวต่างชาติ 67
4.7	ประมาณการรายได้จากการรักษาพยาบาลคนไข้ชาวต่างชาติ 68
4.8	โครงสร้างธุรกิจ 69
4.9	ข้อดีและข้อจำกัดของประเทศสิงคโปร์ 71
4.10	ข้อดีและข้อจำกัดของประเทศอินเดีย 71
4.11	จุดแข็ง จุดอ่อน ภาวะคุกคามและโอกาส 73
5.1	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเพศ 83
5.2	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอายุ 83
5.3	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการศึกษา 84
5.4	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามอาชีพ 85
5.5	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสัญชาติ 86
5.6	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการใช้บริการทางสุขภาพ 87
5.7	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่าย 88
5.8	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามจำนวนการใช้บริการ 88
5.9	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามการรู้จักโรงพยาบาล 89
5.10	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมการเดินทาง 90
5.11	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณลักษณะโรงพยาบาล 90
5.12	จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามเหตุผลในการเลือกโรงพยาบาล 91

5.13	ความพึงพอใจในการใช้บริการของรัฐ	92
5.14	คุณภาพบริการของโรงพยาบาล	93
5.15	ปัจจัยที่ดึงดูดใจ	94
5.16	ศักยภาพด้านการรักษา	95
5.17	การวิเคราะห์ Path Analysis	98
5.18	พฤติกรรมหลังรักษาพยาบาล	99
5.19	ระยะเวลาที่พำนักรักษา	99
5.20	ความถี่ในการเดินทาง	100
5.21	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง	100
5.22	แผนการเดินทางในอนาคต	101
5.23	ระดับความสนใจใช้บริการการท่องเที่ยว	102
5.24	กลับมาใช้บริการอีก	102
6.1	จำนวนโรงพยาบาลและเตียงในปี 2552	111
6.2	สถานพยาบาลภาคเอกชนรายภาค ปี 2552	111
6.3	โรงพยาบาลที่มีศักยภาพรักษาวินิจฉัยโรค ปี 2552	112
6.4	ประมาณการเป้าหมายรายได้ของแต่ละผลิตภัณฑ์ (พ.ศ. 2553 - 2557)	126

สารบัญภาพ

รูปที่		หน้า
2.1	ทางเลือกการประเมินคุณภาพ	23
2.2	การพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ	26
2.3	การรับรู้ของบุคคล	28
2.4	การรับรู้คุณภาพโดยรวม	32
2.5	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในกรอบแนวความคิด	34
3.1	วิธีการศึกษาและการเก็บข้อมูล	38
3.2	ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตามในกรอบแนวความคิด	43
4.1	มูลค่าตลาดรวมของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก	54
5.1	ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระในกรอบแนวความคิด	97
6.1	การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ	127
7.1	The Juran Trilogy	145