

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและความเป็นมาของการวิจัย

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมเพื่อการพักผ่อนอันเป็นความจำเป็นอย่างหนึ่งต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการและประเทศ ช่วยสร้างอาชีพให้กับคนในประเทศ ซึ่งประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างมาก สำหรับวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวนั้นนอกจากจะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนแล้ว ยังรวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา การกีฬา อนุรักษ์ธรรมชาติ การติดต่อธุรกิจ เป็นต้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวอีกประเภทหนึ่งที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากคือการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่กำลังเติบโตอย่างมากโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก คือ การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ (Medical Tourism) ซึ่งในยุคของโลกาภิวัตน์ (Globalization) คนไข้สามารถเลือกใช้บริการทางการแพทย์ได้จากผู้ให้บริการทางการแพทย์ทั่วโลก จึงเกิดเป็นแนวคิดด้านการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อันเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ได้รับการนิยมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั่วโลก เนื่องจากคนไข้บางรายที่ไม่มีประกันสุขภาพ หรือต้องรอใช้บริการทางการแพทย์ภายในประเทศเป็นเวลานานจึงจะได้รับการรักษา หรือการรักษาภายในประเทศมีค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้น การรักษาพร้อมบริการสถานที่พักฟื้นภายหลังการรักษา หรือการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์จึงเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากในปัจจุบัน ซึ่งประเทศในแถบเอเชียและแปซิฟิกเป็นประเทศเป้าหมายที่คนไข้หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ เช่น อินเดีย มาเลเซีย ฮองกง สิงคโปร์ รวมถึงประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ด้วยศักยภาพของประเทศทั้งด้านการแพทย์และการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จึงทำให้ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวหรือคนไข้ชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์มากที่สุดในภูมิภาคเอเชีย (Ivy T. and Calvin C. 2005 : 308)

ในช่วงระยะเวลา 2-3 ปีที่ผ่านมา การบริการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในทั่วทุกมุมโลก โดยธุรกิจการให้บริการสปาไทย การนวดไทย การฟื้นฟูสุขภาพผู้สูงอายุ การดูแลสุขภาพพระยะยาว และบริการรักษาพยาบาลของประเทศไทย โดยเฉพาะการทำศัลยกรรมพลาสติก การทำแขนขาเทียม การรักษาหู ตา จมูก การรักษาพยาบาลสำหรับเด็ก ได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติอย่างมาก อันเป็นผลมาจากบุคลิกภาพที่เป็นกันเอง มีอริยาไยที่อ่อนโยน สุภาพ และความมีเมตตาของคนไทย ดูแลและเอาใจใส่ผู้มารับบริการเสมือนคนในครอบครัว ทำให้ชาวต่างชาติเกิดความประทับใจ การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพร้อมกับการรักษาสุขภาพในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ (Medical Tourism) ซึ่งกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่องในประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2548 มีชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ที่ประเทศไทย จำนวน 600,000 คน นำเงินตราเข้าประเทศกว่า 20,000 ล้านบาท และในปี พ.ศ. 2549 มีชาวต่างชาติมาใช้บริการทางการแพทย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 66 หรือประมาณ 1 ล้านคน ส่วนบริการทางการแพทย์ที่ได้รับความนิยมและเชื่อถือมากที่สุด ได้แก่ การทำศัลยกรรมความงามรูปร่างและหน้าตา ศัลยกรรมช่องปาก ผ่าตัดทำเลสิกตา ผ่าตัดโรคหัวใจ และตรวจสุขภาพทั่วไป (ปราชญ์ บุณยวงศ์วิโรจน์. 2549)

สำหรับประเทศไทยนั้นเป้าหมายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 ที่ต้องการให้สร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยในฐานะ “Quality Destination” เน้นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน รมรงค์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียและแปซิฟิก (เสกสรร สายสีสด. 2544) ดังที่ได้กล่าวข้างต้นแล้วว่าประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์ที่มีชื่อเสียง และก้าวหน้าสู่มาตรฐานสากล เป็นที่นิยมในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกที่ประสบความสำเร็จในการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ จากแผนยุทธศาสตร์เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพของเอเชีย ในปี พ.ศ. 2553 เพื่อขยายตลาดบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพของไทยไปสู่ชาวต่างชาติอย่างแพร่หลาย เพิ่มรายได้ของบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพจากชาวต่างชาติให้เข้าประเทศ และเพิ่มส่วนแบ่งตลาดบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพในตลาดต่างประเทศให้มากขึ้น (ณรงค์ศักดิ์ อังคะสุวพรา. 2546 : 14) โดยมีเป้าหมายในบริการ 3 ด้านคือ ด้านรักษาพยาบาล จะเพิ่มผู้ใช้บริการชาวต่างชาติจาก 9.7 แสนคน ในปี พ.ศ. 2546 เป็น 2 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 และสามารถทำรายได้จากค่าบริการจำนวน 1.9 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2546 เป็น 8.0 หมื่นล้านบาทในปี พ.ศ. 2553 ด้านธุรกิจสปา ในปี พ.ศ. 2546 สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้บริการได้ถึง 2.6 ล้านคน สร้างรายได้จำนวน 3 พันล้านบาท และคาดว่าจะสามารถเติบโตได้อีกประมาณร้อยละ 20-25 ต่อปี ด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทยจะส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าและให้มีการส่งออกมากขึ้น (อัจฉรา วงศิริสุนทร. 2547)

จากข้อมูลข้างต้นเป้าหมายของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพของเอเชีย โดยเฉพาะการด้านรักษาพยาบาล นั้นมีเป้าหมายให้มีนักท่องเที่ยวมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย จำนวน 2 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 และทำรายได้จากค่าบริการจำนวน 8.0 หมื่นล้านบาท จากการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ (Medical Tourism) ได้นำรายได้เข้าประเทศสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแน่นอนว่าที่มาของรายได้นั้นขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ การทราบถึงลักษณะของตลาดหรือลูกค้าจึงมีความจำเป็นต่อธุรกิจที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เพื่อจะได้วางกลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการทางการแพทย์จากโรงพยาบาลในประเทศไทย การวิจัยครั้งนี้จะช่วยให้ทราบความต้องการ พฤติกรรมนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการโรงพยาบาลในประเทศไทย ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่จะนำไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของประเทศไทย และการวิจัยนี้ยังใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนการตลาดของโรงพยาบาลคลินิก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยมากขึ้น อันจะช่วยสร้างรายได้ และส่งเสริมความมั่นคงให้กับประเทศชาติและท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ในการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษามูลเหตุผลจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
4. เพื่อศึกษาความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือธุรกิจท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
5. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ และหน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.1 ผลการวิจัยโครงการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อโรงพยาบาลหรือคลินิกที่ให้บริการทางการแพทย์ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ใช้เป็นแนวทางในการวางแผนธุรกิจ แก้ปัญหา พัฒนา ปรับปรุง และวางกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดีขึ้น สร้างความจงรักภักดีให้กับนักท่องเที่ยว เพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยมากขึ้น อันจะช่วยสร้างรายได้และส่งเสริมความมั่นคงให้กับประเทศชาติและท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน รายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปทั้งในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ กระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด สนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ พื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของชาติ และยังมีบทบาทในการพัฒนาภูมิภาคและท้องถิ่นทั้งทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยีต่าง ๆ นอกจากนี้ รายได้จากการท่องเที่ยวมาจะเป็นฐานในการพัฒนาธุรกิจด้านอื่น ๆ และช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินระหว่างประเทศอีกด้วย

1.2 ผลการวิจัยโครงการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำข้อมูลและผลการวิจัยที่ได้ไปประยุกต์ใช้ประโยชน์ในการกำหนดทิศทางการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของประเทศไทยเพื่อประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. หน่วยงานที่นำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

สำหรับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ มีดังต่อไปนี้

2.1 โรงพยาบาลเอกชนไทยที่ใช้เป็นสถานที่เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ โรงพยาบาลยันฮี และโรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา รวมถึงโรงพยาบาลเอกชนอื่นที่มีบริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ใช้ข้อมูลการวิจัยในการวางแผนธุรกิจให้แข่งขันกับคู่แข่งทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โครงการวิจัยนี้จะได้อาข้อมูลที่สำคัญต่อการวางแผนธุรกิจของโรงพยาบาลที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ดังนี้

(1) ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ช่วยให้โรงพยาบาลที่ให้บริการทางการแพทย์ทราบว่าตลาดเป้าหมาย (Target Market) ของธุรกิจเป็นลูกค้าชาวต่างชาติกลุ่มใดบ้าง

(2) ข้อมูลเหตุผลจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ช่วยให้โรงพยาบาลทราบถึงความสามารถได้เปรียบแข่งขัน (Competitive Advantage) ของตนเพื่อจะได้นำไปกำหนดเป็นกลยุทธ์การแข่งขันต่อไป

(3) ข้อมูลความคิดเห็นต่อการให้บริการ ช่วยให้โรงพยาบาลทราบถึงคุณภาพการให้บริการทางการแพทย์ ทั้งในด้านคุณภาพการรักษา การบริการของพนักงาน การบริการโดยรวมของโรงพยาบาล รวมถึงบริการเสริมอื่น ๆ ที่รวมอยู่ในชุดของการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ที่จัดให้กับนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าชาวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยให้โรงพยาบาลทราบจุดแข็ง (Strength) และจุดอ่อน (Weakness) ของตนเพื่อที่จะได้หาทางปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่เป็นจุดอ่อน และเสริมสร้างจุดแข็งที่มีอยู่แล้วให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น

(4) ข้อมูลความจงรักภักดีต่อตราสินค้า ช่วยให้โรงพยาบาลทราบถึงความประทับใจ แนวโน้มการกลับมาใช้บริการ และการบอกต่อบุคคลอื่นให้มาใช้บริการของของนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าชาวต่างชาติ ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้และกำไรในระยะยาวของโรงพยาบาลโดยตรง

(5) พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ช่วยให้ทราบถึงพฤติกรรมหรือกระบวนการตัดสินใจใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ทั้งในด้านการหาข้อมูลของลูกค้า การใช้จ่ายด้านการแพทย์และการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นฐานข้อมูลสำหรับโรงพยาบาลที่ให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์อยู่ก่อนแล้ว และโรงพยาบาลอื่นที่ต้องการเข้ามาในตลาดท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

2.2 ผู้ประกอบการอื่นที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น โรงแรม รีสอร์ท ธุรกิจการบิน เป็นต้น ใช้ข้อมูลการวิจัยในการวางแผนธุรกิจสร้างเครือข่ายหรือช่วยให้เกิดความร่วมมือกันระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ อันจะสร้างความแข็งแกร่งและเพิ่มขีดความสามารถในการให้บริการของธุรกิจให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

2.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สามารถนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ประกอบการสนับสนุน และส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยไปยังนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อันจะช่วยสร้างรายได้ และส่งเสริมความมั่นคงให้กับประเทศชาติต่อไป

ขอบเขตของการวิจัย

1. เนื้อหาของการวิจัย (Research Content) โครงการวิจัยนี้มีขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย (Research Content) โดยจะครอบคลุมถึงปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล เหตุผลจูงใจในการเลือกใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ความคิดเห็นต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือธุรกิจท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

2. พื้นที่การวิจัย สถานที่เก็บข้อมูลงานวิจัยนี้คือ โรงพยาบาลกรุงเทพพญา และโรงพยาบาลยันฮี

3. ช่วงเวลาที่ทำวิจัย 1 ตุลาคม พ.ศ. 2550 – 30 กันยายน พ.ศ. 2552

4. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (นราศรี ไวนิชกุล และชูศักดิ์ อุดมศรี. 2540 : 104) จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน และสำรองไว้ 15 คน รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างตามขั้นตอน คือ ขั้นที่ 1 การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยกำหนดโควตาจากโรงพยาบาลที่ให้ความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 2 แห่ง คือ (1) โรงพยาบาลยี่งอ จำนวน 100 คน และ (2) โรงพยาบาลกรุงเทพพัทยา จำนวน 300 คน และขั้นที่ 2 การสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่ม (Judgement Sampling) โดยเก็บข้อมูลเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลทั้ง 2 แห่ง

ตัวแปรที่ศึกษา

1. **ตัวแปรอิสระ** ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และภูมิสำเนา
2. **ตัวแปรตาม** ได้แก่ ผลการรับรู้ในการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ความคิดเห็นต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือธุรกิจท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ หมายถึง การเดินทางของคนไข้หรือนักท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่นที่มีบริการทางการแพทย์ เช่น ประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการรักษาพยาบาล และท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในประเทศนั้นเพื่อการฟื้นฟูสุขภาพและพักผ่อนภายหลังได้รับการรักษาพยาบาล

ข้อมูลส่วนบุคคล หมายถึง เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน สถานภาพ และภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

การรับรู้ในการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ หมายถึง เหตุผลที่เป็นแรงจูงใจให้คนไข้หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาใช้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

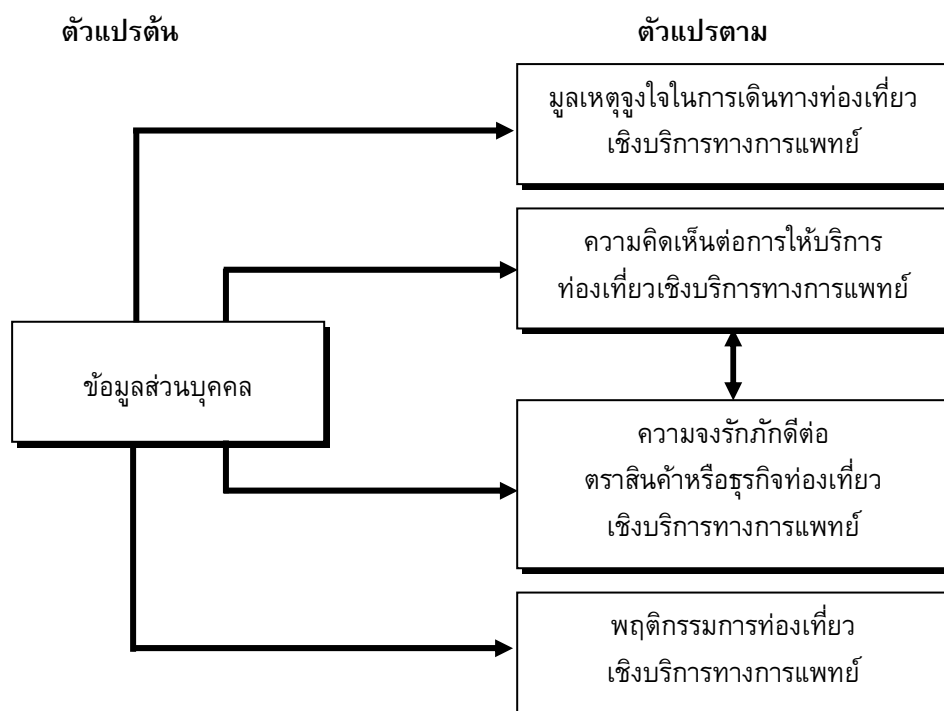
ความคิดเห็นต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ หมายถึง ความรู้สึกที่ดีหรือไม่ดี พอใจหรือไม่พอใจของคนไข้หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ ทั้งการเดินทางมาใช้บริการ และการให้บริการต่าง ๆ ของโรงพยาบาล

ความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือธุรกิจท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของคนไข้หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อผู้ให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ เช่น ความประทับใจ การกลับมาใช้บริการในอนาคต การบอกต่อผู้อื่นให้มาใช้บริการ เป็นต้น

พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ หมายถึง พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว หรือการแสดงออกของคนไข้หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

กรอบความคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ” มีกรอบความคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบความคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีมุลเหตุจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความคิดเห็นต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แตกต่างกัน
3. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แตกต่างกัน
4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์แตกต่างกัน
5. ความคิดเห็นต่อการให้บริการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์มีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงบริการทางการแพทย์