

หัวข้อวิจัย	กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อขยายเวลาพักและการมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ต่างชาติในประเทศไทย
ผู้ดำเนินการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์ ดร.ภิสุดา แสงชื่อ อาจารย์นพมาศ กลัดแก้ว
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิระวัฒน์ อนุวิชานนท์
หน่วยงาน	หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการบริการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2560

งานวิจัยเรื่องกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อขยายเวลาพักและการมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ต่างชาติในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการขยายเวลาพักและการกลับมาใช้บริการซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบและกระบวนการสร้างเครือข่ายจากภาคที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย และเพื่อ 3) เสนอกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อการขยายเวลาพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม คือใช้ทั้งวิธีวิจัยเชิงปริมาณโดยการเก็บแบบสอบถามจำนวน 440 ชุดจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย และเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการด้านการบริการการท่องเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จำนวน 20 คน

จากการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาใช้บริการจำนวน 440 คน พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ารับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มาจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (30.00%) เป็นเพศหญิง (57.05%) มีช่วงอายุ 20-35 ปี (49.09%) การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (52.73%) ส่วนใหญ่อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (35.91%) มีรายได้ต่อเดือน 3,001-5,000 USD (35.91%) เข้ารับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยส่วนใหญ่มาครั้งที่ 2-5 (73.64%) ใช้ระยะเวลาในประเทศไทย 6-10 วัน (55.91%) ใช้งบประมาณค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 2,001-3,000 USD (31.59%) เข้ารับบริการทางการแพทย์ส่วนใหญ่จัดการการเดินทางด้วยตนเอง (52.95%) โดยการมากับเพื่อน (45.00%) พักอาศัยโรงแรม (83.64%) รับรู้ข้อมูลผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ต (30.94%) ซึ่งส่วนใหญ่ไม่เคยใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศอื่น (83.64%) และยังไม่เคยใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย (46.26%) เข้ารับบริการทางการแพทย์ส่วนใหญ่ใช้บริการด้านทัศนกรรม (27.70%) โดยหลังจากเข้ารับบริการทางการแพทย์ส่วนใหญ่ไปเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวอื่นด้วย (72.95%)

ส่วนใหญ่ไม่ต้องการเพิ่มระยะเวลา (94.55%) ข้อมูลด้านพฤติกรรมกาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ($\bar{X} = 3.22$) ด้านแรงจูงใจในการรักษาที่ประเทศไทยโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 3.76$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ารับบริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวทางการแพทย์ของประเทศไทย สามารถวิเคราะห์ผลได้ ดังนี้ คุณค่าเชิงประโยชน์ คุณค่าทางการเงิน คุณค่าทางอารมณ์ คุณค่าความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านความเสี่ยง มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ และการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ารับบริการ ข้อมูลด้านคุณลักษณะทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่เอื้อสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สามารถวิเคราะห์ผลได้ ดังนี้ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ รายด้านคือที่พักแรม สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรม การเข้าถึง มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ และข้อมูลด้านแนวโน้มการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยในอนาคต สามารถวิเคราะห์ผลได้ ดังนี้ ด้านแนวโน้มการขยายเวลาพัก มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ เมื่อพิจารณาเป็นรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยภายใน มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับไม่แน่ใจ ปัจจัยภายนอก มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย และด้านแนวโน้มการใช้บริการซ้ำในอนาคต มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพชี้ให้เห็นว่าเหตุผลที่ทำให้ประเทศไทยเป็นที่นิยมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ คือความเชี่ยวชาญและความมีชื่อเสียงของแพทย์ อัตราค่าบริการทางการแพทย์ และด้านการบริการที่เป็นเลิศ และพบว่ากลุ่มเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงไป โดยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายใหม่มาจากประเทศจีน และจากมุมมองของสถาบันที่ให้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ได้เสนอแนะแนวทางเกี่ยวกับการส่งเสริมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ว่า ผู้ประกอบการทางการแพทย์ควรให้ความสำคัญกับการประชาสัมพันธ์แบบปากต่อปาก ที่มาจากการรักษาที่มีคุณภาพ และการสร้างเครือข่าย