

## บทที่ 2

### การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์หรือเชิงบำบัดรักษาจัดเป็นมิติใหม่ของการเที่ยวไทย จากสถิติขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) พบว่าในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยประมาณ 26.5 ล้านคน เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งของจุดหมายปลายทางยอดนิยมของการท่องเที่ยวในตลัดโลก ซึ่งนอกจากความมุ่งหมายที่ต้องการมาสัมผัสความงดงามของธรรมชาติแล้ว ก็ยังพบว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้มีกระแสนิยมของการท่องเที่ยวประเทศไทยในมิติใหม่ ทำให้ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวในแนวทางที่ต่างออกไปจากเดิม ทั้งนี้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา และเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

จริงๆแล้วการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ไม่ได้เป็นสิ่งที่ใหม่สำหรับหลาย ๆ ประเทศที่ใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการหารายได้เข้าสู่ประเทศ ประเทศไทยก็เช่นกันได้ใช้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เป็นมาตรการหนึ่งของการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ในการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559) การที่ภาครัฐให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เนื่องจากในช่วงสิบปีที่ผ่านมา มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพิ่มขึ้นจากจำนวน 137,000 คนในปี 2550 และคาดว่าจะเพิ่มเป็นจำนวน 444,000 คน ในปี 2560 (กันต์สินี กันทะวงศ์วารและคณะ, 2557, หน้า 44) และจะเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี (กระทรวงสาธารณสุข, 2556) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์นอกจากจะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศแล้ว ยังเป็นการสร้างงานให้กับอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยว การขนส่ง โรงแรม และเภสัชกรรม เป็นต้น (Arellano, 2007)

### ความหมายและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์หรือ การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา

มีผู้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์หรือเชิงการบำบัดรักษา ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางออกจากประเทศไปรับการรักษาตัวที่ต่างประเทศ ซึ่งอาจรวมถึงการทำศัลยกรรมเสริมสวย การทำฟัน จัดฟัน หรือ ศัลยกรรมกระดูก ภายใต้การดูแลรักษาพยาบาลของแพทย์ในโรงพยาบาล (Lunt et al, 2011)

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หมายถึง การที่บุคคลเดินทางข้ามพรมแดนไปยังต่างประเทศเพื่อเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานเทียบเท่าหรือดีกว่าในประเทศที่ตนพำนักอาศัย (Heung, Kucukusta and Song, 2010: 238)

นิยามของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) หมายถึงการที่บุคคลเดินทางข้ามพรมแดนไปยังต่างประเทศเพื่อเข้ารับบริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานเทียบเท่าหรือดีกว่าในประเทศที่ตนพำนักอาศัย ทั้งนี้ บริการทางการแพทย์ที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เลือกใช้อาจเป็นการตรวจสุขภาพ บริการเสริมความงาม ทันตกรรม หรือการรักษาพยาบาลเฉพาะทาง (Heung, Kucukusta and Song, 2010 จากรายงานความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยกันต์สินี กันทะวงศ์วาร และคณะ)

### เหตุผลของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางไปรักษาตัวในต่างประเทศ

Bye (2007) ได้กล่าวไว้ว่าการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางไปรักษาตัวในต่างประเทศ มีเหตุผลต่าง ๆ ดังนี้

- 1) เพื่อรับการรักษาโรคซึ่งเป็นวิธีการที่ไม่มีในประเทศของตน
- 2) เพื่อให้สามารถได้รับการรักษาในทันทีโดยไม่ต้องรอการนัดหมายจากแพทย์ในประเทศของตนที่ต้องใช้ระยะเวลา
- 3) เพื่อให้เสียค่าใช้จ่ายในการรักษาที่ถูกกว่าการรักษาในประเทศของตน
- 4) เพื่อรักษาโรคที่ไม่ได้รับการคุ้มครองโดยกรมธรรม์ประกันสุขภาพในประเทศ
- 5) เพื่อซื้อยาในราคาที่ถูกกว่า
- 6) เพื่อรักษาโรคที่ไม่ได้รับอนุญาตในประเทศของตน

นอกจากนี้ Horowitz (2008) ได้อธิบายว่าการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเป็นระยะทางไกล ๆ เพื่อไปรับการรักษาในต่างประเทศนั้นสรุปได้ดังนี้

- 1) ค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการรักษาในประเทศ

นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์กลุ่มนี้มักเป็นผู้ป่วยที่ไม่มีประกันคุ้มครองการรักษาพยาบาลและส่วนใหญ่เดินทางมารับการศัลยกรรมตกร่าง ทันตกรรม การผ่าตัดแปลงเพศ และการผสมเทียม เป็นต้น ซึ่งต้องเสียค่ารักษาจำนวนมากหากทำการรักษาในประเทศตน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องยอมรับกับคุณภาพบริการที่เกิดขึ้นว่าจะดีเท่ากับการรักษาในประเทศหรือไม่ ต้องมีค่าใช้จ่ายในส่วนของที่พักรักษาและเดินทางเพิ่มขึ้น มีสถิติเปิดเผยไว้ว่า นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากประเทศอเมริกาเดินทางไปผ่าตัดที่ประเทศอินเดียสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายถึงร้อยละ 75

- 2) ระยะเวลาในการเข้ารับการรักษาในโรงพยาบาลของประเทศตนนาน

ผู้ป่วยที่อยู่ในประเทศที่ใช้สวัสดิการการรักษาที่จ่ายโดยรัฐบาล มักจะต้องใช้ระยะเวลาในการรอนาน ผู้ป่วยจึงมักจะตัดสินใจไปรับการรักษาในประเทศอื่นที่มีระยะทางไม่ไกลนัก เป็นโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียง และค่า

รักษาพยาบาลไม่แพงมาก เช่นมีช่างประปาไว้กลางคนจากประเทศแคนาดาต้องการเปลี่ยนสโปก หากเขาเปลี่ยนที่โรงพยาบาลในประเทศจะต้องรอนานถึง 20 สัปดาห์ ซึ่งเขากังวลว่าในขณะที่รอการรักษาก็ไม่สามารถทำงานต่อได้และจะต้องถูกเลิกจ้าง เขาจึงตัดสินใจขับรถไปกรุงวอชิงตัน ประเทศสหรัฐอเมริกาภายหลังจากสอบถามค่ารักษาพยาบาลแล้ว อยู่ในระดับที่สามารถจ่ายได้ เขาจึงขับรถไปรักษาโดยใช้เวลาประมาณสองชั่วโมงครึ่ง

### 3) การมีบริการที่ต้องการ

โดยปกตินักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีฐานะทางการเงินที่ดี สามารถที่จะเดินทางออกนอกประเทศไปรับการรักษาในต่างประเทศได้ตามปกติอยู่แล้ว แต่จะมีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์อีกกลุ่มหนึ่งถึงแม้จะสามารถหาบริการที่ต้องการได้ในประเทศ แต่ถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขทางสังคมวัฒนธรรมและกฎหมายที่ไม่อนุญาตให้ทำเช่นการใช้เทคโนโลยีช่วยเจริญพันธุ์ เนื่องจากผู้หญิงในบางประเทศไม่ได้รับอนุญาตให้บริจาคไข่ และทำการผสมเทียมหรือกรณีของการปลูกถ่ายอวัยวะและการรักษาโดยใช้สเต็มเซลล์ เป็นต้น

### 4) ความชอบส่วนตัวเกี่ยวกับโรงพยาบาลที่รักษา

การที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ระบุว่าต้องการรักษาที่โรงพยาบาลใดโรงพยาบาลหนึ่งเป็นการเฉพาะเนื่องจากเป็นโรงพยาบาลที่มีชื่อเสียงที่สุดเกี่ยวกับการรักษาโรคที่เป็นอยู่ ได้รับการแนะนำจากเพื่อน ๆ ว่าเป็นโรงพยาบาลที่มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครัน หรืออาจเคยเดินทางไปรักษาแล้วในอดีตและต้องเดินทางไปพบหมอเดิมเพื่อติดตามอาการ นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์กลุ่มนี้อาศัยความสัมพันธ์ที่ยาวนาน การทำการตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ของโรงพยาบาลอื่นจะไม่ได้ผล

### 5) ความชอบส่วนตัวเกี่ยวกับประเทศที่จะเดินทางไปรักษา

นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เลือกเดินทางไปยังประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ตนชอบเพื่อทำการรักษาหรือผ่าตัดโรคที่มีอาการรุนแรง เมื่อทำการรักษาเสร็จอาจเดินทางไปพักผ่อนยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชอบ หรือมีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์บางกลุ่มเลือกเดินทางไปยังประเทศที่ห่างไกลและเชื่อว่าสามารถเก็บความลับได้ เช่น เดินทางไปผ่าตัดแปลงเพศ การทำศัลยกรรมหน้า การรักษาโรคพิษสุราหรือยาเสพติด เป็นต้น

## ความเป็นมาของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เกี่ยวข้องข้องกับการที่บุคคลเดินทางข้ามพรมแดนไปยังประเทศอื่นเพื่อเข้ารับบริการทางการแพทย์ไม่ว่าจะเป็นการรักษาพยาบาลอาการเจ็บป่วยเสริมความงาม หรือตรวจสุขภาพ ในอดีตการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะเป็นการเดินทางของคนจากประเทศกำลังพัฒนาไปรับการรักษาพยาบาลยังประเทศที่พัฒนาแล้วเพื่อแสวงหาบริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานหรือไม่สามารถหาได้จากประเทศของตน อย่างไรก็ตามนับตั้งแต่ ค.ศ. 1990 ภาพดังกล่าวเริ่มเปลี่ยนไป กล่าวคือประเทศที่เป็นผู้ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่

สำคัญ และเป็นที่ยอมรับว่าส่วนใหญ่กลับเป็นกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย เช่น ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ อินเดีย เป็นต้น นั่นคือคนจากประเทศที่พัฒนาแล้วจะเดินทางไปรับบริการทางการแพทย์ในประเทศกำลังพัฒนา เพื่อแสวงหาค่าบริการทางการแพทย์ที่ถูกกว่า หรือเข้าถึงบริการได้ง่ายกว่าในประเทศของตน เช่น ไม่ต้องรอคิวในการรับการรักษาพยาบาล เป็นเวลานาน เป็นต้น

ส่วนใหญ่การเดินทางข้ามพรมแดนไปยังประเทศอื่นเพื่อรับบริการทางการแพทย์เกิดจากช่องว่าง หรือ ความแตกต่างใน 2 ด้าน คือ

1) ช่องว่างด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์หรือการบริการทางการแพทย์ (Technology gap and/or Service gap) เช่น การเดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ของคนพม่า คนลาว หรือคนกัมพูชา เพื่อแสวงหาบริการทางการแพทย์ที่ขาดแคลนหรือไม่ได้มาตรฐานในประเทศของตน

2) ช่องว่างด้านราคาค่าบริการทางการแพทย์ (Price gap) เช่น การเดินทางมาประเทศไทยของคน ออสเตรเลีย เพื่อมารับบริการด้านการศัลยกรรมความงาม (Cosmetic surgery) เนื่องจากการศัลยกรรมความงาม ในประเทศไทย มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ ในขณะที่มีราคาที่ถูกกว่าหลายประเทศในเอเชียรวมถึง ประเทศออสเตรเลีย เป็นต้น

ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในหลายภูมิภาคของโลก จากข้อมูลของ Deloitte Center for Health Solution (2008) ที่นำเสนอประเทศที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่สำคัญของโลก แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่สำคัญของโลก โดยมีสิงคโปร์และมาเลเซียเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในภูมิภาคเอเชีย จากข้อมูลดังกล่าวเผยให้เห็นว่าในช่วง ปี พ.ศ. 2549 (ประมาณ 7 ปีที่ผ่านมา) แต่ด้วยต้นทุนค่ารักษาของไทยที่ต่ำกว่า สิงคโปร์ ประกอบกับปัจจัยเกื้อหนุนต่างๆ เช่น การทำตลาด ของโรงพยาบาลเอกชน บรรยายากความเป็นไทย (Thainess) การพัฒนารูปแบบของ โรงพยาบาลในลักษณะของโรงพยาบาลบวกกับโรงแรม [Hospital: นิยามและอธิบายไว้โดย ชาตรี ประภิตนทการ (2555)] การมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เป็นต้น ทำให้ประเทศไทยมีจำนวนผู้ป่วยชาวต่างชาติสูงกว่าสิงคโปร์เกือบ 3 เท่า นอกจากนี้แม้ว่าไทยจะมีต้นทุนค่ารักษาที่สูงกว่ามาเลเซียและอินเดีย แต่ด้วยความได้เปรียบในประเด็นอื่นๆ เช่น ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน สุขอนามัยของประเทศ เป็นต้น จึงทำให้ประเทศไทยยังคงมีจำนวนผู้ป่วยชาวต่างชาติสูงกว่าทั้งสองประเทศ ดังนั้นอาจจะกล่าวได้ว่าในช่วงเวลาดังกล่าวไทยเปรียบเสมือนผู้นำทางด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในภูมิภาคนี้ อย่างไรก็ตามความได้เปรียบของไทยในเรื่องดังกล่าวเริ่มลดน้อยลงในช่วงที่ผ่านมา

สำหรับประเทศไทยการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เริ่มต้นอย่างจริงจังเมื่อประมาณ ปี พ.ศ. 2540 เมื่อประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจทำให้โรงพยาบาลเอกชนที่ลงทุนขยายกิจการหรือขยายการให้บริการในช่วงก่อนเกิดวิกฤตเศรษฐกิจประสบกับปัญหาอัตราการครองเตียง (Bed occupancy rate) ที่ลดลงต่ำมากและมีภาวะเตียงว่างจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโรงพยาบาลเอกชนที่ให้บริการลูกค้ากลุ่ม High-end เนื่องจากผู้ป่วยคนไทยที่มีรายได้ค่อนข้างสูง และเป็นลูกค้าหลักของโรงพยาบาลมีรายได้ลดลงจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ จึงหันไปรับบริการรักษาพยาบาลที่อื่น เช่น โรงพยาบาลของรัฐ ทำให้จำนวนผู้ป่วยคนไทยที่มารับบริการรักษาพยาบาล ในโรงพยาบาลเอกชน (ซึ่งมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง) ลดลงมาก โรงพยาบาลเอกชนเหล่านี้จึงต้องปรับตัวและหันมาเพิ่มอุปสงค์ของผู้ป่วยชาวต่างชาติให้มากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศที่มีกำลังซื้อสูง อย่างเช่น ญี่ปุ่น ยุโรป และตะวันออกกลาง โดยอาศัยความได้เปรียบจากการอ่อนค่าของเงินบาท ที่ทำให้ค่าบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยต่ำกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว (แม้ว่าจะรวมค่าเดินทางและค่าที่พักแล้วก็ตาม)

ทั้งนี้โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ถือเป็นผู้นำการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย โดยมีการนำทีมบริหารจากต่างประเทศเข้ามาจัดโปรแกรมการดูแลผู้ป่วย ชาวต่างชาติโดยเฉพาะและสามารถช่วยให้โรงพยาบาลผ่านพ้นปัญหาทางการเงินในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยมีนโยบายในการส่งเสริมและผลักดันให้ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของนานาชาติ เพื่อดึงดูดให้คนจากทั่วโลกมาใช้บริการสุขภาพ ในประเทศไทย ซึ่งเป็นทางหนึ่งที่จะนำรายได้เข้าประเทศ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดเป็นวิสัยทัศน์ของประเทศ ไว้ว่า “Thailand as World Class Health Care Destination” โดยมีคณะทำงานจาก 4 กระทรวงหลัก คือ กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการคลัง และกระทรวงพาณิชย์ รวมถึงตัวแทนโรงพยาบาลและธุรกิจที่เกี่ยวข้องประชุมร่วมกันในการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2547-2551) เพื่อผลักดันนโยบายดังกล่าว (กระทรวงสาธารณสุข, 2546)

ในระยะแรกมีเพียงโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพ และโรงพยาบาลในเครือของโรงพยาบาลกรุงเทพที่ตั้งอยู่ในเมืองท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาลกรุงเทพ พัทยา และโรงพยาบาลกรุงเทพ ภูเก็ต ที่ให้ความสนใจและประสบความสำเร็จในการดึงดูดลูกค้าต่างชาติ แต่ในระยะหลังโรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งในกรุงเทพมหานครได้หันมาให้ความสนใจกับลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าต่างชาติด้วยการพัฒนาด้านคุณภาพการให้บริการการแพทย์เฉพาะทาง เช่น ศูนย์โรคหัวใจ โรคมะเร็ง และศัลยกรรมตกแต่ง เป็นต้น มีการโฆษณาเพื่อสร้างภาพลักษณ์ว่าโรงพยาบาลมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการและรักษาในด้านนั้นๆ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและมั่นใจแก่ลูกค้า รวมถึงโรงพยาบาลเอกชนของไทยบางแห่งยังมีโครงการร่วมมือกับโรงพยาบาลหรือสถาบันการศึกษาที่มีชื่อเสียงในต่างประเทศเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือในด้านความสามารถในการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้น เช่น โรงพยาบาลพญาไทได้ร่วมมือกับมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด ในการจัดตั้งศูนย์หัวใจพญาไท-ฮาร์วาร์ด เป็นต้น จากข้อมูลของสมาคมโรงพยาบาลเอกชน พบว่า ปัจจุบันมีโรงพยาบาลเอกชนจำนวน 33 แห่ง ที่รับนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จากจำนวนโรงพยาบาล เอกชนที่เป็นสมาชิกของสมาคมทั้งหมด 218 แห่ง

นอกจากนี้บางโรงพยาบาลยังมีความก้าวหน้า ด้วยการขยายคลินิกเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ไปอยู่ในสถานที่ที่สะดวกในการติดต่อ เช่น สนามบิน สนามกอล์ฟ สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ

ขณะเดียวกันก็มีการพัฒนาบริการในด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ โดยเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการ ซึ่งปัจจุบันโรงพยาบาลหลายแห่งได้จัดตั้งแผนก ดูแลผู้ป่วยชาวต่างชาติ โดยเฉพาะ พร้อมทั้งจ้างบุคลากรที่มีความสามารถด้านภาษาต่างประเทศ ไว้ให้บริการ เช่น ภาษาอารบิก ภาษาญี่ปุ่น ภาษารัสเซีย เป็นต้น รวมถึงมีบริการแบบเบ็ดเสร็จ ตั้งแต่การรับส่งผู้ป่วยระหว่างสนามบินกับโรงพยาบาล การติดต่อกับหน่วยงานราชการเกี่ยวกับ วีซ่าเข้าประเทศไทย รวมถึงการปรับปรุงรูปแบบของโรงพยาบาลให้มีความสวยงามคล้ายโรงแรม (Hospital) มีการแบ่งส่วนพักผ่อนหย่อนใจออกจากส่วนที่รักษาพยาบาล มีร้านอาหาร ร้านค้า ในโรงพยาบาล มีการดูแลคนไข้พิเศษโดยเฉพาะ เช่น คนไข้ที่นับถือศาสนาอิสลาม มีเมนูอาหาร ต่างประเทศ อาหารฮาลาล มีสถานที่ที่ท่าละหมาด รวมถึงอาจมีเซอร์วิสพาร์ตเมนต์สำหรับเป็น ที่พักอาศัยของญาติผู้ป่วย

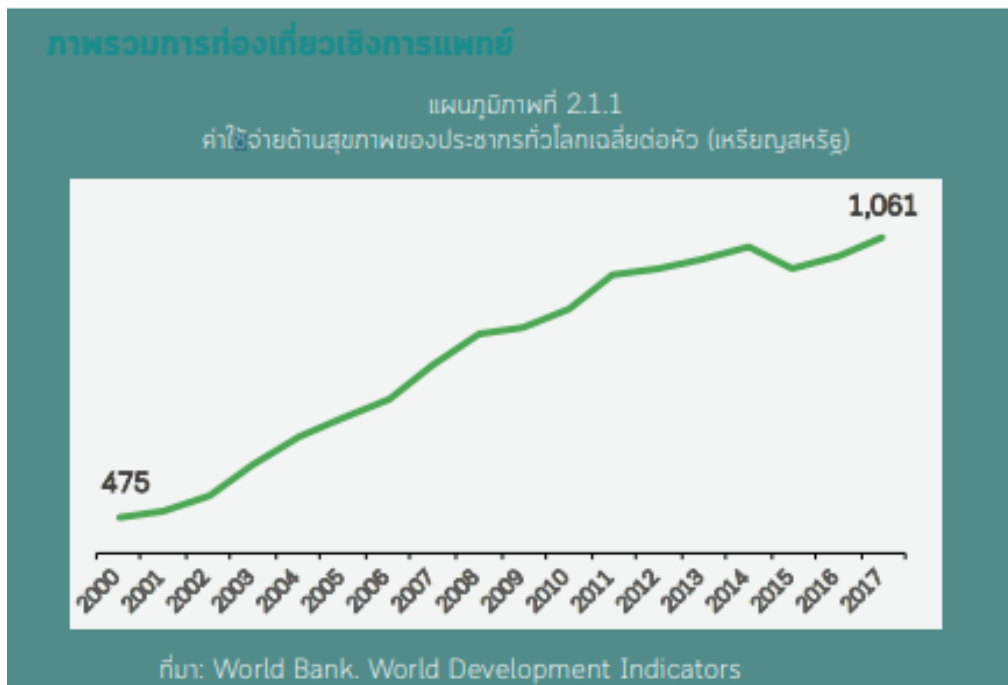
นอกจากโรงพยาบาลเอกชนที่ชาวต่างชาตินิยมใช้บริการแทบทุกแห่งจะมีฝ่ายต่างประเทศที่ทำหน้าที่ประสานงานและให้ข้อมูลแก่คนไข้ชาวต่างชาติแล้ว โรงพยาบาลบางแห่งยังอาศัยบริษัทตัวแทนบริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Medical tourism facilitator) ทำหน้าที่ติดต่อประสานงาน ในประเทศของกลุ่มลูกค้า และอำนวยความสะดวกในการนำลูกค้าชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการ ทางการแพทย์ที่โรงพยาบาลนั้นๆ ในประเทศไทย บริษัทตัวแทนฯ ถือเป็นช่องทางสำคัญในการนำชาวต่างชาติมาใช้บริการสุขภาพและท่องเที่ยวในประเทศไทย และมีบทบาทสำคัญในการติดต่อ ประสานงาน รวมถึงให้การดูแลลูกค้าชาวต่างชาติที่มาใช้บริการที่ประเทศไทย บริษัทตัวแทนฯ จะมีทั้งที่อยู่ในประเทศต้นทางและในประเทศไทย โดยส่วนใหญ่บริษัทเหล่านี้จะมีโรงพยาบาล คู่สัญญาหลายราย (และ/หรือในหลายประเทศสำหรับบริษัทตัวแทนที่อยู่ในประเทศต้นทาง) ที่พร้อม จะรองรับและให้บริการทางการแพทย์ โดยบริษัทจะช่วยจัดการในด้านการเดินทางเข้ามาใช้บริการ สุขภาพ แนะนำโรงพยาบาล และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นัดหมายแพทย์เพื่อทำการรักษา อำนวยความสะดวกในการติดต่อประสานงาน บางรายอาจช่วยจัดหาที่พักและบริการรถรับ-ส่ง ตั้งแต่ลูกค้า เดินทางมาถึงประเทศไทย พร้อมทั้งรับ-ส่ง จากที่พักไปยังโรงพยาบาลอีกด้วย นอกจากนี้บางราย อาจมีบริการนำเที่ยวรอบเมือง (City tour) หรือพาไปเที่ยวช้อปปิ้ง (Shopping) ทำสปา (Spa) ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า

## ภาพรวมสถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

ประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในจุดหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลกโดยในช่วงปกติก่อนสถานการณ์ COVID-19 การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและอุตสาหกรรมนี้มีบทบาทสำคัญในการดึงดูด ชาวต่างชาติให้เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้จำนวนมหาศาล โดยความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยโดดเด่น ในเรื่องการให้บริการเชิง

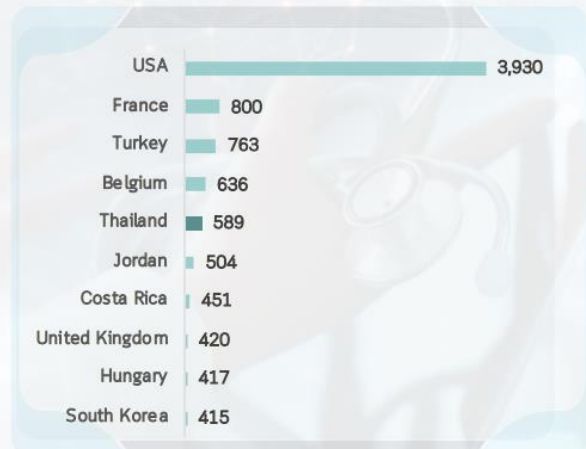
การแพทย์ที่เกิดจากการผสมผสาน ทั้งความพร้อมของสถานพยาบาลความสามารถของบุคลากรทางการแพทย์ มีการนำเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยมาใช้ ในการรักษา การให้บริการที่เป็นเลิศของคนไทย และราคาการรักษาพยาบาลที่ไม่สูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศชั้นนำด้านการแพทย์ อื่นๆ ผนวกกับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำที่สามารถตอบสนอง ความต้องการอย่างหลากหลายของนักเดินทางจากทั่วโลก

มูลค่าการใช้จ่ายด้านสุขภาพของประชากรโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงเวลาหลายปีที่ผ่านมา ซึ่งมีผลมาจากหลายประเทศเข้าสู่สังคม ผู้สูงอายุ (Aged Society) ประชากรโลกมีแนวโน้มสูงวัยมากขึ้นร่วมกับการพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ช่วยยืดเวลาช่วงชีวิตที่มีคุณภาพดีให้ยืนยาวขึ้น จากรายงานของ World Bank ระบุว่า ในปี 2543 ประชากรโลกมีการใช้จ่ายด้านสุขภาพเฉลี่ย 475 เหรียญสหรัฐต่อคนต่อปี เพิ่มขึ้นเป็น 1,061 เหรียญสหรัฐต่อปีในปี 2560



ขณะเดียวกันก็นำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ระหว่างประเทศที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกันซึ่งจากข้อมูลในรายงานของ World Travel & Tourism Council (November 2019) ระบุว่าค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากทั่วโลกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นกัน โดยเพิ่มขึ้นจาก 2.4 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2543 เป็นมากกว่า 11 พันล้านเหรียญสหรัฐในปี 2560

แผนภูมิภาพที่ 2.1.3  
ประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์สูงสุด 10 อันดับแรก ปี 2560  
(มูลค่า: ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี)



ที่มา: World Travel & Tourism Council (November 2019). "Medical Tourism: A Prescription for a Healthier Economy"

ประเทศจุดหมายท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา โดยข้อมูลในปี 2560 พบว่ามีรายได้ด้านนี้เกือบ 4 พันล้านเหรียญสหรัฐใน ปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 36 ของมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากทั่วโลกหรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.9 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งหมด รองลงมาเป็นฝรั่งเศสมีรายได้ 800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 1.3 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำหรับประเทศไทยซึ่งถือว่าเป็นอีกหนึ่งจุดหมายท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ที่สำคัญของโลกมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ประมาณ 589 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.0 ของรายได้จากการท่องเที่ยวที่ได้รับจากชาวต่างชาติ

สำหรับสหรัฐอเมริกา นอกเหนือจากการเป็นจุดหมายท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่ใหญ่ที่สุดของโลกแล้ว ยังเป็นตลาดที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ที่ใหญ่ที่สุดของโลกด้วยเช่นกัน โดยข้อมูลปี 2560 พบว่าชาวอเมริกันมีการใช้จ่ายไปกับบริการทางการแพทย์ในต่างประเทศประมาณ 2.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 20 ของมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลก หรือร้อยละ 1.7 ของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออกทั้งหมด สำหรับตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในลำดับรองลงมา ได้แก่ คูเวต มีการใช้จ่ายสูงถึง 1.6 พันล้านเหรียญสหรัฐต่อปี นอกจากนี้ ยังมีประเทศในกลุ่มตะวันออกกลางที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์สูงเป็น ลำดับต้นๆ ของโลกอีกคือ โอมาน โดยมีการใช้จ่ายอยู่ในลำดับที่ 6 ของโลก ประมาณ 492 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี อย่างไรก็ตาม จากผลของสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างรุนแรง ซึ่งรวมถึงการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่ ไม่อาจหลีกเลี่ยงจากสถานการณ์วิกฤตครั้งนี้ด้วย

### การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์นับเป็นยุทธศาสตร์ ประการสำคัญของประเทศไทยที่รัฐบาลมีนโยบายให้การส่งเสริมอย่างชัดเจน ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนา ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2560-



2569) อีกทั้งยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับกลุ่ม อุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกในการขับเคลื่อน เศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth) ซึ่งเป็นมาตรการระยะยาวของรัฐบาลที่จะกำหนดทิศทาง “การปรับโครงสร้างด้านการผลิตของประเทศให้มี” ประสิทธิภาพ มีความสามารถในการแข่งขัน มีการสร้างงาน คุณภาพ และมีการสนับสนุน เศรษฐกิจภูมิภาคอย่างเป็นระบบต่อเนื่อง และยั่งยืนอีกด้วย ทั้งนี้มิติของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของกลุ่มที่มีรายได้ ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอุตสาหกรรมใหม่เพื่อ (เปลี่ยนรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยี (อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร)

สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยในช่วงที่ผ่านมา ก่อนสถานการณ์โควิด (COVID19) พบว่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของ ประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น เฉลี่ยร้อยละ 20 ต่อปี จากจำนวน 137,000 คนในปี 2550 เป็น 444,000 คน ในปี 2560 สามารถประมาณการเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจ จากรายได้ทางตรงประมาณ 70,000 ล้านบาท และรายได้ ทางอ้อมกระจายสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง อาทิ ธุรกิจด้านที่พัก อาหาร สินค้าของที่ระลึก เป็นต้น อีกประมาณ 50,000 ล้านบาท ตลอดจนมูลค่าการใช้จ่ายในบริการแพทย์ ทางเลือก เช่น นวดแผนไทย และสปาออกโรงพยาบาล คิดเป็นมูลค่าประมาณ 20,000 ล้านบาท รวมมูลค่า เศรษฐกิจจากกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ มากกว่า 1.4 แสนล้านบาทต่อปี

### **การจัดอันดับประเทศไทยในการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์**

ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้นำด้านการจัดบริการสุขภาพระดับโลกโดยการจัดลำดับใน ประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของเว็บไซต์ [www.medicaltourism.com](http://www.medicaltourism.com) ซึ่งเป็นเว็บไซต์ให้ ข้อมูลด้านการแพทย์ระหว่างประเทศ และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ระดับนานาชาติ ได้จัดลำดับให้ประเทศไทย อยู่ในลำดับที่ 17 ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก (Global ranking) โดยปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการจัดอันดับ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของประเทศ (ลำดับที่ 36) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอยู่เดิม (ลำดับที่ 5) และคุณภาพ ของการบริการและ สิ่งอำนวยความสะดวก ลำดับที่ 15))

### **ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบริการสุขภาพ**

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในกลุ่มภูมิภาคเอเชีย จากรายงาน ยุทธศาสตร์ การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ของกรมสนับสนุนบริการ สุขภาพ ศึกษาความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) ระหว่างประเทศไทยกับประเทศคู่แข่ง สำคัญ ได้แก่ สิงคโปร์ อินเดีย มาเลเซีย และเกาหลีใต้ พบว่าประเทศไทยมีจุดเด่นที่เข้มแข็งในหลายมิติด้วยกัน ได้แก่ Service/Hospitality, HR quality, Synergy/Strategy partner, Accessibility/Market channel และ Reasonable cost อีกทั้งยังมีโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) จำนวนมากที่สุดในกลุ่มประเทศคู่แข่งนี้อีกด้วย โดยมีรายละเอียดตามตารางต่อไปนี้

ความได้เปรียบในการแข่งขันด้านบริการสุขภาพ (Competitive Advantage) ระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ

Competitive Advantage	ไทย	สิงคโปร์	อินเดีย	มาเลเซีย	เกาหลีใต้
Service/Hospitality	++++	++	+	+	+
Hi-tech hardware	++++	++++	++	+	+++
HR quality	++++	++++	++	++	+++
JCI	61*	22	35*	16*	27
Pre-emptive move	++	+++	+	++	++
Synergy/Strategy partner	+++	++	+	+	+
Accessibility/Market channel	+++	+++	+	++	++
Reasonable cost	++++	++	++++	+++	++

ที่มา: 1. กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ(2559). \*ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบบริการสุขภาพไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2560-2569)

2. เครื่องหมาย + หมายถึงการมี competitive advantage

\* ปรับปรุงข้อมูลจากเว็บไซต์ [www.jointcommissioninternational.org](http://www.jointcommissioninternational.org) (วันที่ 16 กันยายน 2563)

ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ให้ประสบความสำเร็จ ควรต้องคำนึงถึงสาขาวิชาทางการแพทย์ หรือ การรักษาโรคเฉพาะทาง (Subspecialty) ที่ประเทศไทยมีความพร้อมด้วย โดยข้อมูลจากการสำรวจความคิดเห็น บุคลากรทางการแพทย์ในการศึกษานี้ บ่งชี้ว่าสาขาวิชาการแพทย์หรือการรักษาโรคเฉพาะทางที่ประเทศไทย มีความพร้อมควรได้รับการส่งเสริมเป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ โรคหัวใจ (Cardiac) โรคกระดูกและข้อ (Bone & Joint) โรคทางเดินอาหารและตับ (G.I. & Liver) โรคเกี่ยวกับกระดูกสันหลัง (Spine) โรคมะเร็ง (Malignancy Diagnostic & Treatment) ภาวะการมีบุตรยาก (Infertility) และโรคทางสมองและประสาทวิทยา (Brain & Neurology)

### ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย

ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของ ประเทศไทย จากการวิเคราะห์ความต้องการเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมาย โดยข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการ ในห่วงโซ่อุปทาน มีความเห็นสอดคล้องตรงกันว่าภาพลักษณ์ที่โดดเด่น ของประเทศไทยซึ่งมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของชาวต่างชาติให้ เดินทางมาโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการรักษาพยาบาลและใช้บริการด้านการแพทย์เป็นจำนวนมากในแต่ละปี ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ สำคัญ ได้แก่



## 1. ความเชื่อมั่นในการรักษา (Confidence in Medical Treatment)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ประกอบการโรงพยาบาลที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (ผู้ป่วยโดยตรง มีความเห็นสอดคล้องกันว่าเหตุปัจจัยสำคัญใน ( การตัดสินใจเลือกเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ยังต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยมาจากความเชื่อมั่นต่อการรักษาหรือการให้ บริการของ สถานพยาบาลนั้นๆ โดยปัจจุบันกลุ่มเป้าหมายจะมีการสืบค้น ข้อมูลก่อน การเลือกสถานพยาบาล/เดินทางมารับการรักษา และมักจะ มีการอ้างอิง แพทย์ผู้ที่มีชื่อเสียงหรือมีผู้แนะนำให้มาทำการรักษา มีความสำคัญ อย่างยิ่งต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ชาวตะวันตก การที่สถานพยาบาลได้รับการยอมรับจากบริษัทประกัน สุขภาพ ซึ่งมัก จะพิจารณาจากมาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์) เช่น Joint Commission International หรือ JCI) ก็มี ส่วนสำคัญที่ทำให้เกิดการตัดสินใจเลือกใช้บริการทางการแพทย์ด้วย

## 2. บริการที่หลากหลายและราคาที่สมเหตุสมผล (Reasonable Price)

การมีบริการที่หลากหลาย และราคาสมเหตุสมผลหรือต่ำกว่า ประเทศคู่แข่งในระดับมาตรฐานและคุณภาพเดียวกัน ก็เป็นอีกหนึ่ง ปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ใช้ตัดสินใจเลือก เดินทางมาใช้ บริการหลากหลาย และราคาสมเหตุสมผลหรือต่ำกว่า ประเทศคู่แข่งในระดับมาตรฐานและคุณภาพเดียวกัน ก็เป็น อีกหนึ่ง ปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ใช้ตัดสินใจเลือก เดินทางมาใช้บริการ โครงการศึกษาห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ของไทย รายงานฉบับสมบูรณ์

### 3. บริการที่น่าประทับใจ (Service and Hospitality)

การบริการที่น่าประทับใจที่ได้รับจากบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ทั้งจากสถานพยาบาลและแหล่งท่องเที่ยวที่เดินทางไปเยือน เป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญที่ดึงดูดให้เกิดการตัดสินใจเดินทาง มาประเทศไทยเพื่อการรักษาพยาบาล แม้ว่าจะมีทางเลือก จากประเทศคู่แข่งใหม่ๆ เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลาในทางกลับกัน สิ่งเหล่านี้ก็จะกลายเป็นความคาดหวังที่ส่งผลให้กระบวนการ ให้บริการหรือดูแลผู้ป่วยของผู้ให้บริการในประเทศไทยต้องมี การพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป

### 4. ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ (Tourist Attraction)

การได้รับประสบการณ์ที่น่าประทับใจที่ได้จากการท่องเที่ยว เพื่อรักษาตัวยังต่างแดนรวมทั้งการเป็นสถานที่ที่มีอากาศที่ดี ก็เป็นอีกหนึ่งความต้องการเชิงลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยเฉพาะการมีกิจกรรมท่องเที่ยว ที่ตอบสนองได้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น แหล่งช้อปปิ้งสำหรับกลุ่มตลาดตะวันออกกลางและจีน แหล่งพักผ่อนใกล้ชายหาดธรรมชาติสำหรับกลุ่มตลาดยุโรป เป็นต้น

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์อีกปัจจัยหนึ่งที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ การมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ทั้งนี้แพทย์ไทยในระดับผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่แต่ละคนจะได้รับประกาศนียบัตรอย่างเป็นทางการจากสมาคมแพทย์ที่มีชื่อเสียงสาขาต่างๆของสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่นๆ อย่างน้อยมากกว่าสองประเทศ โดยมีแพทย์สภาของประเทศไทยเป็นผู้ดูแล มาตรฐานการประกอบวิชาชีพของแพทย์ทั้งหมด ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับสมาคมแพทย์ The American Medical Association (AMA) ของสหรัฐอเมริกา การมีสถานพยาบาลที่มีมาตรฐานสากล และดูแลผู้ป่วยอย่างดีเยี่ยม มีเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับประเทศสิงคโปร์ แต่ค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือใกล้เคียงกับประเทศอินเดีย กล่าวได้ว่าปัจจัยโดยรวมที่ทำให้ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยความนิยมอยู่ในระดับสูง มีหลายด้านด้วยกัน คือ คุณภาพมาตรฐานบริการทางการแพทย์ บุคลากรผู้ให้บริการ ความปลอดภัย ราคาที่สมเหตุผล ธรรมชาติแล วัฒนธรรมแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว การขนส่ง รวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาครัฐ

อีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยเป็นที่นิยม นอกจากเรื่องของการเป็นประเทศจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวของตลาดโลกแล้ว ประเทศไทยยังเป็นประเทศ ศูนย์กลางการบิน (Aviation Hub) ของภูมิภาคเอเชียใต้ ซึ่งก่อนสถานการณ์แพร่ระบาดของ โรคโควิด 19 มีสายการบินหลักๆทำการบินเข้ามาในประเทศไทยเป็นประจำทุกวัน สะดวกต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวทางการแพทย์ อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการรักษาที่สมเหตุผล บุคลากรที่เชี่ยวชาญบริการดีที่น่าประทับใจและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ, มีโรงพยาบาลที่ให้บริการในระดับ 5 ดาวและได้รับการรับรองมาตรฐานสากล และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายของสถานที่ตามพื้นที่ต่างๆ ในทุกจังหวัด เหมาะกับการพำนักระยะยาวเพื่อการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพหลังการรักษา รวมทั้งปรับปรุงพฤติกรรมสุขภาพเพื่อลดความเสี่ยงจากการเกิดโรคและภัยสุขภาพ

## สถานบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีศักยภาพ

จากฐานข้อมูลสินค้าบริการเพื่อสุขภาพของประเทศไทยที่มีศักยภาพพร้อมนำเสนอขายต่อตลาดต่างประเทศ ซึ่งได้รวบรวมโดยฝ่ายสินค้าท่องเที่ยว ททท ในปี 2552 สามารถจำแนกประเภทการให้บริการได้ 18 กลุ่ม โดยมีรายละเอียดกลุ่มการใช้บริการ และจำนวนสถานบริการที่มีศักยภาพของแต่ละกลุ่ม ดังต่อไปนี้

### สถานบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีศักยภาพ

ลำดับ	ประเภทกลุ่มบริการ	จำนวนสถานพยาบาลที่มีศักยภาพ
1	คลินิกศูนย์แพทย์ชะลอวัย/ Regenerative & Anti-Aging Clinics	31
2	รีสอร์ท ศูนย์สำหรับการบำบัดผู้ติดแอลกอฮอล์และติดยา Rehabilitation & Drug Addiction Centers	1
3	รีสอร์ทและศูนย์สำหรับดูแลและบริการผู้สูงอายุ Senior Care Resorts	1
4	โรงพยาบาลศูนย์เฉพาะทาง/ Specialized Hospitals	14
5	โรงพยาบาลเด็ก Children Care Hospitals	24
6	โรงพยาบาลผู้สูงอายุ Elderly Care Hospitals	3
7	โรงพยาบาลและคลินิกทันตกรรม Dental Hospitals/Clinics	11
8	โรงพยาบาลและคลินิกเลสิก และตา Lasik & Eyes Hospitals/Clinics	10
9	โรงพยาบาลและคลินิกศัลยกรรมแปลงเพศ SRS: Sex Reassignment Surgery Hospitals/Clinics	6
10	โรงพยาบาลและคลินิกสำหรับผู้มีบุตรยาก Fertility & IVF Hospitals/Clinics	20
11	โรงพยาบาลและศูนย์ศัลยกรรมความงาม Cosmetic Surgery Hospitals/Clinics	11
12	แล็บปฏิบัติการทางการแพทย์ Medical Labs	5
13	ศูนย์คลินิกสุขภาพเพศชาย/ Men Health Clinics	9
14	ศูนย์บริการผิวหนังและความงาม Aesthetic & Dermatology Centers	17
15	ศูนย์รวมบริการสุขภาพ Health Complex	6
16	ศูนย์เวชศาสตร์ฟื้นฟู และกายภาพบำบัด Sport Medicine & Rehabilitation Center	5
17	ศูนย์สเต็มเซลล์ Cell Therapy Center	12
18	สปาทางการแพทย์ Medical Spa	4

ที่มา ฝ่ายสินค้าท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย “โครงการจัดทำฐานข้อมูลสินค้าท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ของประเทศไทย” (ข้อมูลล่าสุดปี 2552)

### กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

**กลุ่มที่ 1:** นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาใช้บริการทางการแพทย์ (Leisure Tourist) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความตั้งใจที่จะมาเที่ยวแสวงหาประสบการณ์ในประเทศไทยแต่อาจจะเกิดอาการเจ็บป่วยทำให้มีความจำเป็นต้องเข้ารับการรักษาที่โรงพยาบาล

**กลุ่มที่ 2:** นักท่องเที่ยวที่ซื้อแพ็คเกจทัวร์จากบริษัทท่องเที่ยว (Wellness Tourist) ซึ่งอาจรวมการท่องเที่ยวกับการเข้ารับบริการทางการแพทย์ไว้ด้วยกัน เช่น ท่องเที่ยวแล้วเข้ารับบริการทางทันตกรรม หรือ สปา

**กลุ่มที่ 3:** ชาวต่างชาติที่มาอาศัยอยู่ในประเทศไทยด้วยเหตุผลทางการทูตหรือถูกส่งมา จากบริษัทแม่ในต่างประเทศ (Expatriates) ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้อาจจะมีปัญหาทางสุขภาพและเข้ารับบริการทางการแพทย์ ในประเทศไทย

**กลุ่มที่ 4:** ชาวต่างชาติที่มาอาศัยอยู่ในภูมิภาคเอเชียด้วยเหตุผลทางการทูตหรือถูกส่งมา จากบริษัทแม่ในต่างประเทศ (Expatriates in Asia) ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้อาจจะมีปัญหาทางสุขภาพในประเทศที่ตนเองประจำอยู่แต่เลือกที่จะเข้ารับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

**กลุ่มที่ 5:** นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจมารับบริการทางการแพทย์ (Medical Travelers) ผู้ใช้บริการกลุ่มนี้มีการนัดหมายล่วงหน้าโดยตรงกับโรงพยาบาลหรือแพทย์ในประเทศไทยเพื่อเข้ารับบริการ ในกรณีนี้โรงพยาบาลต้องจัดหาแพ็คเกจทัวร์หลังเข้ารับการรักษาหรืออยู่ในช่วง ฟันฟู ในทางตรงกันข้ามผู้ให้บริการสามารถติดต่อบริษัทท่องเที่ยวเพื่อเตรียมการ ทั้งหมด

### รูปแบบการติดต่อของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

Gan และ Frederuck (2011: 1-19) ได้อธิบายไว้ว่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มี 4 รูปแบบ ดังนี้

#### รูปแบบที่ 1 นักท่องเที่ยวต่างชาติติดต่อกับโรงพยาบาลในต่างประเทศโดยตรง

รูปแบบนี้ผู้ป่วยมักจะคุ้นเคยกับโรงพยาบาลที่ต้องการเดินทางไปรักษา และทำการประสานงานด้วยตนเอง ให้เพื่อนที่รู้จัก หรือญาติที่พักอยู่ในประเทศนั้น ๆ ช่วยติดต่อโรงพยาบาลให้ ผู้ป่วยอาจเผชิญกับปัญหาค่ารักษาพยาบาลที่ไม่คุ้มครองหรือคุ้มครองไม่ครบตามกรรมธรรม์ประกันสุขภาพ และอาจเผชิญกับความยุ่งยากในเรื่องการจองตั๋วเครื่องบินสำหรับการเดินทาง การจองโรงแรมสำหรับการพักผ่อนระหว่างหรือหลังการเข้ารับการรักษา การขอวีซ่าเดินทางไปรักษาตัว และการรับส่งผู้ป่วยจากสนามบิน เป็นต้น

#### รูปแบบที่ 2 นักท่องเที่ยวต่างชาติติดต่อโรงพยาบาลผ่านตัวกลาง

รูปแบบนี้ผู้ป่วยจะติดต่อผ่านตัวกลางให้เป็นผู้ประสานงานทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องโรงพยาบาล รายละเอียดการรักษา เทียบบินในการเดินทาง และที่พักสำหรับกรฟื้นฟูภายหลังจากรักษา นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์กลุ่มนี้มักจะอยู่ในวัยกลางคน มีรายได้ระดับปานกลาง อาจมีหรือไม่มีประกันสุขภาพ แต่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะไม่มีการเดินทางไปรักษาในต่างประเทศ ผู้ป่วยกลุ่มนี้อาจต้องเสียค่าใช้จ่ายในการให้บริการของตัวกลางเพิ่มเติมจากค่าใช้จ่ายในการรักษา หรือในบางครั้งตัวกลางอาจได้รับค่าบริการจากโรงพยาบาลโดยตรง โดยปกติตัวกลางมักจะมีสัญญาให้ผู้ป่วยเซ็นรับทราบว่าจะไม่รับผิดชอบกับปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากการรักษาของผู้ป่วย

**รูปแบบที่ 3** นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับการส่งตัวจากบริษัทประกันหรือนายจ้างให้ไปรับการรักษา

เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลในบางประเทศมีราคาสูง บริษัทประกันจึงทำสัญญากับนายจ้างว่าหากลูกจ้างมีปัญหาทางสุขภาพที่เกี่ยวกับโรคบางโรค ทางบริษัทประกันจะทำการส่งตัวไปรักษาในต่างประเทศ วิธีนี้จะช่วยให้นายจ้างจ่ายค่าเบี้ยประกันที่ถูกลง แต่ทางนายจ้างเองอาจต้องคำนึงถึงข้อดีและข้อเสียอื่นด้วย เช่น การส่งตัวลูกจ้างไปรักษาในต่างประเทศ อาจต้องใช้เวลาานาน ทำให้ไม่มีคนทำงานในหน้าที่นั้น และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการจ้างคนเพิ่มเพื่อมาทำหน้าที่แทน เป็นต้น

**รูปแบบที่ 4** โรงพยาบาลในประเทศส่งตัวผู้ป่วยไปรักษาตัวที่โรงพยาบาลในต่างประเทศ

โรงพยาบาลในประเทศส่งตัวผู้ป่วยไปรักษาที่โรงพยาบาลในต่างประเทศที่มีความร่วมมือกัน อาจด้วยเหตุผลที่ผู้ป่วยไม่สามารถจ่ายค่ารักษาจำนวนมากที่โรงพยาบาลในประเทศตนได้ หรือทางโรงพยาบาลไม่มีความเชี่ยวชาญในการรักษาโรคดังกล่าว การเดินทางของผู้ป่วยถือเป็นนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศที่รับเข้ามารักษา ซึ่งเป็นการสร้างผลประโยชน์ด้านเศรษฐกิจในด้านรายได้ และสร้างความเชี่ยวชาญแก่แพทย์ที่สูงขึ้น ส่งผลให้ผู้ป่วยในประเทศได้ประโยชน์จากการรักษาด้วย (Horowitz and Resensweig, 2008)

## ทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ได้มีการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย มีสาระสำคัญดังนี้

### แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยก่อนตัดสินใจเดินทางมาใช้บริการ

ผู้ที่เดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ส่วนใหญ่มีการรับทราบเกี่ยวกับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย (ก่อนเดินทางมา) จากสื่อบุคคลได้แก่ เพื่อน/ญาติ/คนรู้จักมากที่สุด (ร้อยละ 67.75) รองลงมาทราบจากที่ปรึกษาด้านสุขภาพ /บริษัทตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ 24.6) บริษัทนำเที่ยว (ร้อยละ 20.86) และเว็บไซต์ของสถานพยาบาล (ร้อยละ 19.90) ในขณะที่สื่อสิ่งพิมพ์มีบทบาทค่อนข้างน้อย

ทั้งนี้ สิ่งที่มีผลทำให้เกิดความสนใจในบริการทางการแพทย์ของประเทศไทย ได้แก่ ชื่อเสียงบริการทางการแพทย์สถานพยาบาลในประเทศไทย การชักชวนจากบุคคลต่างๆ เช่น มัคคุเทศก์หรือตัวแทนด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น



### ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตัดสินใจเดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย ได้แก่

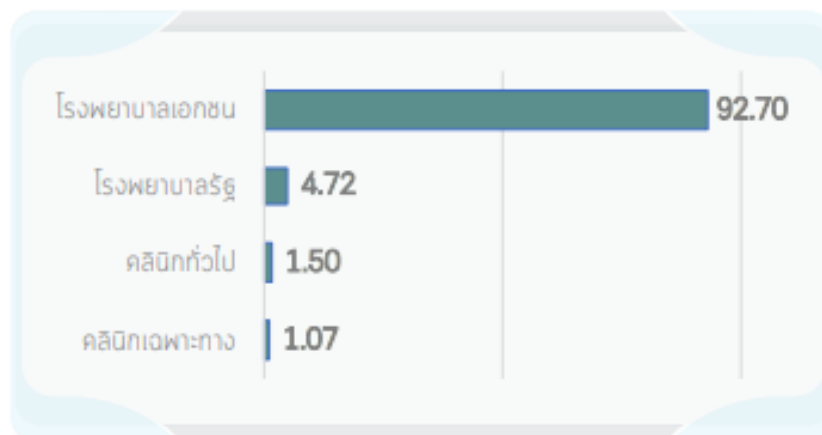
1. ราคาค่าบริการในประเทศไทยต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับบริการระดับเดียวกัน (ร้อยละ 85.50)
2. ชื่อเสียงของสถานพยาบาลในประเทศไทย (ร้อยละ 84.30)
3. ชื่อเสียงของแพทย์ในประเทศไทย (ร้อยละ 77.68)



4. การแนะนำของแพทย์ภายในประเทศตนเอง (ร้อยละ76.17)
5. การแนะนำของที่ปรึกษาด้านสุขภาพ/ตัวแทนด้านสุขภาพ (ร้อยละ40.46)

#### สถานบริการทางการแพทย์ที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมใช้บริการ

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย สถานบริการทางการแพทย์หลักที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นิยมใช้บริการมากที่สุดเป็นโรงพยาบาลเอกชน โดยสถานบริการในลำดับรองๆ ลงมาพบว่ามีส่วนไม่มากนัก ได้แก่ โรงพยาบาลรัฐ คลินิกทั่วไป และคลินิกเฉพาะทาง



ที่มา: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (2562)

#### สิ่งที่ต้องการให้ประเทศไทยปรับปรุงเพิ่มเติม/ การบริการ

สิ่งที่ต้องการให้มีการปรับปรุง หรือเพิ่มเติมการบริการ 5 อันดับแรก ได้แก่

1. การขยายระยะเวลาของวีซ่าให้ยาวนานขึ้น
2. การให้บริการเกี่ยวกับล่าม/ผู้ช่วยแปลภาษา
3. การพัฒนาช่องทางการติดต่อกับสถานพยาบาลให้มีความสะดวก ง่าย และรวดเร็ว
4. การปรับปรุงความพร้อมด้านเครื่องมือแพทย์
5. แพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

## ผลสำรวจการใช้บริการทางการแพทย์และค่าใช้จ่ายสำหรับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทย

ผลการสำรวจพฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากรายงานของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ พบว่ามีการใช้บริการตรวจสุขภาพในสัดส่วนสูงที่สุด รองลงมาเป็นการใช้บริการด้านการแพทย์ที่หลากหลาย เช่น การรักษาโรคมะเร็ง การรักษากระดูก ข้อต่อ เส้นเอ็น และกล้ามเนื้อ การป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ เป็นต้น

โดยรายละเอียดค่าใช้จ่ายด้านบริการทางการแพทย์เฉลี่ยในกลุ่มการรักษา (เฉพาะผู้ที่ใช้บริการ) ทริป/คน/ที่น่าสนใจ มีดังต่อไปนี้

- ค่าการเปลี่ยนถ่ายอวัยวะ เป็นเงิน 2,010,000 บาท
- ค่าการรักษาโรคมะเร็ง เป็นเงิน 705,521 บาท
- ค่าการศัลยกรรมผ่าตัดแปลงเพศ เป็นเงิน 502,761 บาท
- ค่าการรักษาผู้มีบุตรยาก เป็นเงิน 484,563 บาท
- ค่าการป้องกันดูแลเส้นเลือดหัวใจ เป็นเงิน 139,989 บาท
- ค่าการรักษากระดูกข้อต่อเส้นเอ็นและกล้ามเนื้อ เป็นเงิน 124,150 บาท
- ค่าทันตกรรม เป็นเงิน 29,023 บาท
- ค่าการตรวจสุขภาพ เป็นเงิน 26,254 บาท
- ค่าเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพ เป็นเงิน 15,056 บาท

## ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่สำคัญของประเทศไทย

ข้อมูลจากโครงการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก ปี 2562 ของ ททท. ซึ่งทำการสำรวจพฤติกรรมเดินทางท่องเที่ยวของชาวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่าประเทศสำคัญที่ส่งออกนักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทย ระบุวัตถุประสงค์หลักว่าต้องการใช้บริการทางการแพทย์มากที่สุด ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา จีน บังคลาเทศ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ ออสเตรเลีย โอมาน สหรัฐอเมริกา และคูเวต เป็นต้น

## ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในมุมมองของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่มีความสำคัญ อาทิ ตลาดจีน ตลาด GCC ททท. ได้มีการรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมเชิงลึกของกลุ่มเป้าหมายในลักษณะ In-Market มีรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

### 1. ตลาดจีน

ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของตลาดจีน “Assessment of Outbound Health & Wellness Tourism from China Market” ซึ่งทำการศึกษาโดย Frost & Sullivan ในปี 2562 พบสาระสำคัญ

เกี่ยวกับ ประเด็นด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของชาวจีน และทัศนคติต่อประเทศไทยในฐานะ จุดหมายการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ในประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

- ชาวจีนให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านการป้องกันโรค (Preventive) และการดูแลสุขภาพ (Wellness) ขณะที่โครงสร้างพื้นฐาน ด้านการรักษาพยาบาล ยังไม่ครอบคลุมเพียงพอส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งเป็นการใช้วันหยุดพักผ่อนในต่างประเทศร่วมกับการดูแลสุขภาพ
- สำหรับภาพลักษณ์ความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเทศ ในภูมิภาคเอเชีย ชาวจีนส่วนใหญ่เห็นว่าญี่ปุ่นมีความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาเป็น สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และไทย ตามลำดับ
- เมื่อพิจารณาจากปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 7 ลำดับแรก ได้แก่
  - 1) การได้รับการรับรองมาตรฐานสากล
  - 2) คุณภาพของแพทย์และบุคลากร
  - 3) ความก้าวหน้าของอุปกรณ์การแพทย์
  - 4) ผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพเฉพาะทาง
  - 5) ความเชี่ยวชาญด้านสุขภาพของประเทศ
  - 6) คุณภาพของศูนย์บริการด้านสุขภาพ
  - 7) ค่ารักษาพยาบาล

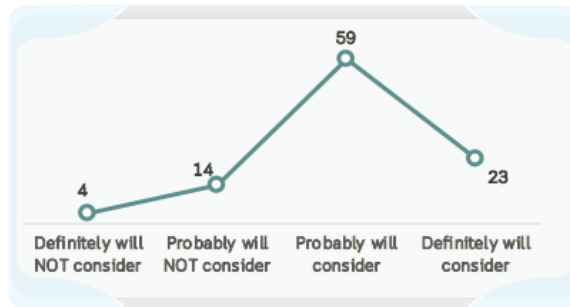
ผลสำรวจพบว่าแต่ละประเทศที่เป็นจุดหมายท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียมีความโดดเด่น แตกต่างกัน

- ญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีความโดดเด่นอย่างหลากหลายมากที่สุดในเกือบทุกด้าน
- สิงคโปร์ โดดเด่นด้านความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และคุณภาพของศูนย์บริการด้านสุขภาพ
- เกาหลีใต้ โดดเด่นด้านคุณภาพและความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของแพทย์และบุคลากร
- ไทย มีจุดเด่นด้านคุณภาพของแพทย์และบุคลากร และค่ารักษาพยาบาลที่ไม่สูงมาก

เมื่อเปรียบเทียบระหว่างความพึงพอใจโอกาสที่จะกลับมาใช้บริการและแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาใช้บริการด้านสุขภาพในประเทศนั้นด้วย พบว่าชาวจีนทั้งหมด (ร้อยละ 100) พึงพอใจต่อการใช้บริการสุขภาพใน ญี่ปุ่น ร้อยละ 100 โดยผู้ที่เคยมาใช้บริการเชิงสุขภาพในสิงคโปร์ และไทยนั้นมีผู้พึงพอใจใกล้เคียงกัน ร้อยละ 95 และร้อยละ 94 ตามลำดับ หากเมื่อสอบถามต่อไปถึงโอกาสในการกลับมา และแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาใช้บริการด้วย กลับพบว่าประเทศสิงคโปร์เป็นที่ต้องการน้อยกว่าไทย (ร้อยละ 95 และร้อยละ 100 ตามลำดับ)

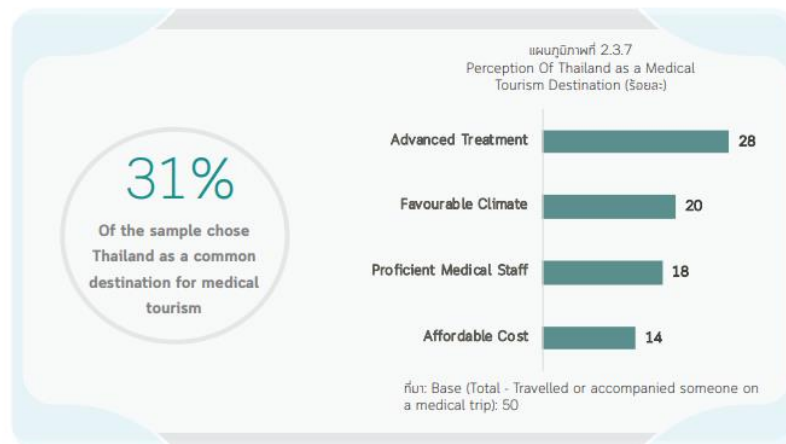
สำหรับการพิจารณาว่าประเทศไทยเหมาะที่จะเป็น จุดหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ พบว่า ชาวจีนถึงกว่าร้อยละ 82 ระบุว่ามีโอกาสที่จะเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายของการดูแลสุขภาพ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 59 ที่ระบุว่าอาจจะพิจารณา และร้อยละ 23 ระบุว่าพิจารณาประเทศไทยอย่างแน่นอน

แผนภูมิภาพที่ 2.3.6  
โอกาสที่จะเลือกไทยเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (ร้อยละ)



ที่มา: Frost & Sullivan. "Assessment of Outbound Health & Wellness Tourism from China Market"

โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนเห็นว่าประเทศไทยมีมาตรฐานการให้บริการทางการแพทย์ที่ดี และหลากหลาย พร้อมทั้งมีเทคโนโลยี และอุปกรณ์ที่ทันสมัย ร่วมกับสถานพยาบาลส่วนใหญ่ที่มีการตกแต่งอย่างหรูหราให้บรรยากาศที่ดี ขณะที่ยังมีราคาต่ำกว่าประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกัน



<sup>(1)</sup> Euromonitor. "Outbound Medical Tourism - Potential Traveler Understanding in UAE, Oman, Kuwait"  
จากการสำรวจความคิดเห็นของชาวสหรัฐอาหรับเอมิเรต 160 ราย โอมาน 80 ราย และคูเวต 80 ราย

## 2. ตลาดตะวันออกกลาง (สหรัฐอาหรับเอมิเรต โอมาน และคูเวต)

จากการศึกษาเกี่ยวกับทัศนคติของชาวตะวันออกกลางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย “Outbound Medical Tourism – Potential Traveler Understanding in UAE, Oman, Kuwait” ซึ่งดำเนินการโดย Euromonitor Consulting เมื่อปี 2560 พบสาระเกี่ยวกับทัศนคติของกลุ่มประเทศดังกล่าว ที่มีต่อประเทศไทยในฐานะจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ที่สำคัญดังนี้

- ภาพลักษณ์ต่อประเทศไทยในฐานะที่เป็นจุดหมายท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางอยู่ในระดับที่ดี โดยกลุ่มตัวอย่างชาวตะวันออกกลางร้อยละ 31 ถือว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์โดยให้เหตุผลว่าประเทศไทยมีการรักษาที่

ก้าวหน้า (ร้อยละ 28) สภาพอากาศเหมาะสม (ร้อยละ 20) บุคลากรทางการแพทย์มีความเชี่ยวชาญ (ร้อยละ 18) และราคาการรักษาพยาบาลไม่สูงนัก (ร้อยละ 14)

- ชาวตะวันออกกลาง ร้อยละ 62 ให้ความสนใจที่จะเลือกเดินทางมาประเทศไทยด้วยวัตถุประสงค์ทางการแพทย์ โดยอาจมีเหตุผลแตกต่างกันบ้างในแต่ละประเทศตามการรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ อาทิ
  - ชาวสหรัฐอเมริกาสำหรับอเมริกา เลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย โดยให้เหตุผลว่าไทย เป็นจุดหมายท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เป็นที่รู้จัก ร่วมกับได้มีโอกาสในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่น่าสนใจ อีกทั้งยังมีความคุ้มค่าจากราคาที่ไม่สูงมากอีกด้วย
  - ชาวโอมาน ระบุว่าประเทศไทยมีความเข้มแข็งจากความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย แพทย์มีมาตรฐานการศึกษา และความเชี่ยวชาญสูง เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในระดับมาตรฐาน World-class ที่มีราคาต่ำ ขณะที่บางส่วน ที่ยังไม่ต้องการเลือกประเทศไทยให้เหตุผลว่ามีจุดหมายอื่นที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักมากกว่า
  - ชาวคูเวต ที่สนใจประเทศไทยเป็นจุดหมายท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เห็นว่าประเทศไทยมีความโดดเด่น บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ การดูแลภายหลังการรักษามีความชำนาญสูง อุปกรณ์ทางการแพทย์มีความทันสมัย ขณะที่ราคาไม่สูงมาก อีกทั้งยังมีทัศนคติที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว (สะดวกสำหรับผู้ติดตาม) นอกจากนี้ ยังมีการเดินทางที่สะดวกทั้งในเรื่องสายการบิน การจองทริป และการขอวีซ่า

## ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ไทย

โครงสร้างห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยสามารถจัดแบ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหรือผู้เล่นออกได้เป็น 3 กลุ่มหลักๆ อันได้แก่ ผู้มีบทบาทหลัก กลุ่มผู้มีบทบาทสนับสนุน และกลุ่มผู้มีบทบาทประกอบ

กลุ่มผู้มีบทบาทหลักมีเพียงกลุ่มเดียว ได้แก่ ผู้ให้บริการทางการแพทย์ ซึ่งนับได้ว่าเป็นองคาพยพหลักของห่วงโซ่อุปทานทางการแพทย์ ส่วนกลุ่มผู้มีบทบาทสนับสนุนประกอบด้วย 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ ผู้เกี่ยวข้องในขั้นตอน การเตรียมการและวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ผู้ให้บริการเดินทางและขนย้ายผู้ป่วยระหว่างประเทศ ผู้ให้บริการ การท่องเที่ยวภายในประเทศ และกลุ่มผู้มีบทบาทประกอบ ประกอบด้วย 5 กลุ่มย่อย ได้แก่ หน่วยงานรับรองมาตรฐาน และกำกับดูแลบุคลากรทางการแพทย์ หน่วยงานสนับสนุนหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชุมและสัมมนาทางการแพทย์ ธุรกิจการแพทย์ที่เกี่ยวข้อง สถาบันการศึกษาผู้ผลิตและ ให้การฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์

### ผู้มีบทบาทหลัก

**กลุ่มที่ 1** ผู้ให้บริการทางการแพทย์ประกอบด้วย โรงพยาบาล (Hospital) ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ (Rehabilitation/Geriatric Care) และศูนย์การแพทย์เพื่อสุขภาพ (Medical Wellness)

### **ผู้มีบทบาทสนับสนุน จำนวน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย**

**กลุ่มที่ 2** ผู้เกี่ยวข้องในขั้นตอนการเตรียมการและวางแผนเดินทางท่องเที่ยว ประกอบด้วย Website/ Application สำนักงานตัวแทน โรงพยาบาลสาขา และโรงพยาบาลเครือข่าย ชุมตพาศนช์ย์/ผู้แทนการค้า ตัวแทนท่องเที่ยว ตัวแทนสุขภาพและตัวแทน คู่สัญญาในต่างประเทศ/ที่ปรึกษาด้านสุขภาพ บริษัทประกันชีวิต/ และอินฟลูเอนเซอร์

**กลุ่มที่ 3** ผู้ให้บริการเดินทางและขนย้ายผู้ป่วยระหว่างประเทศประกอบด้วย สายการบิน ธุรกิจบริการ เคลื่อนย้ายผู้ป่วยทางอากาศ และรพพยาบาลสำหรับประเทศที่มีเขตแดนติดกับประเทศไทย

**กลุ่มที่ 4** ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวภายในประเทศประกอบด้วยโรงแรมที่พัก สถานบริการเชิงสุขภาพ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร ร้านค้า/แหล่งช้อปปิ้ง การเดินทางภายในประเทศ กิจกรรมท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว

### **ผู้มีบทบาทประกอบ จำนวน 5 กลุ่ม ประกอบด้วย**

**กลุ่มที่ 5** หน่วยงานรับรองมาตรฐานและกำกับดูแลบุคลากรทางการแพทย์ประกอบด้วย หน่วยงานรับรองมาตรฐานสถานพยาบาลระดับประเทศ หน่วยงานรับรองมาตรฐานสถานพยาบาลระดับสากล การกำกับดูแลมาตรฐานวิชาชีพ และการรับเรื่องร้องเรียนทางการแพทย์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

**กลุ่มที่ 6** หน่วยงานสนับสนุนหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ประกอบด้วย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก Thailand Board of Investment (BOI) และHealth Economy Promotion Agency (HEPA)

**กลุ่มที่ 7** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชุมและสัมมนาทางการแพทย์ประกอบด้วย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์กรมหาชน) หรือThailand Convention and Exhibition Bureau (TCEB)

**กลุ่มที่ 8** ธุรกิจการแพทย์ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ยาและเวชภัณฑ์ อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ และ Digital Healthcare

**กลุ่มที่ 9** สถาบันการศึกษาผู้ผลิตและให้การฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์ สถาบันผลิตแพทย์ที่เป็น ของรัฐบาล หน่วยงานให้การศึกษ/ฝึกอบรมที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม

## รายละเอียดของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องและบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน

### ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก

กลุ่มที่ 1 ผู้ให้บริการทางการแพทย์

กลุ่มผู้ให้บริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติถือได้ว่าเป็นผู้เล่นที่มีความสำคัญที่สุด ซึ่งเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยเป็นผู้ทำหน้าที่ตอบสนองต่อวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเยือนประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสำหรับรายละเอียดผู้ให้บริการทางการแพทย์ประกอบด้วย

### โรงพยาบาล สถานพยาบาล (Hospital)

โรงพยาบาลสถานพยาบาลที่ให้บริการแก่ชาวต่างชาติจัดเป็นผู้เล่นหลักในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว/เชิงการแพทย์มีบทบาทในการให้คำปรึกษาคำแนะนำเกี่ยวกับการตรวจรักษาหรือการดูแลสุขภาพ ไปจนถึงการตรวจวินิจฉัยโรคพร้อมให้การรักษาจากทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนี้ในโรงพยาบาล/สถานพยาบาลบางแห่งที่ให้บริการแก่ชาวต่างชาติ อาจจัดให้มีบริการสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่นๆ ร่วมด้วย อาทิ ล่ามแปลภาษา บริการเคลื่อนย้ายผู้ป่วย การประสานงานกับบริษัทประกันภัยไปจนถึงบริการต่ออายุวีซ่าและบริการตรวจคนเข้าเมือง โดยทั่วไปโรงพยาบาลสถานพยาบาลที่ให้บริการแก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ นอกจากจะต้องปฏิบัติตามเงื่อนไขทาง/กฎหมายของไทยแล้ว ยังอาจจำเป็นต้องผ่านการรับรองมาตรฐานการรักษาพยาบาลระดับสากล อีกด้วย เช่น JCI (Joint Commission International) หรือ GHA (Global Health Accreditation) เป็นต้น

**ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ (Rehabilitation/Geriatric Care)** ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ (Rehabilitation/Geriatric Care) ยังเป็นอีกหนึ่งผู้เล่นที่มีส่วนสำคัญในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ อีกทั้งยังเป็นโอกาสในการส่งเสริมให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวและพักอาศัยระยะยาวของชาวต่างชาติด้วย จากความได้เปรียบด้านสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและการให้บริการที่ประทับใจภายใต้ การควบคุมมาตรฐานวิชาชีพด้านการแพทย์ที่เหมาะสม ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ป่วยระยะพักฟื้น ผู้ป่วยติดเตียง ผู้สูงอายุ ไปจนถึงผู้ที่มีภาวะสมองเสื่อม และผู้ที่ประสบภาวะถดถอยทางร่างกายเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น

สำหรับการให้บริการในศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ นอกจากจะมีการให้บริการทางการแพทย์เพื่อฟื้นฟูสุขภาพแล้ว ยังมี การให้บริการเพื่อความความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้บริการด้วย อาทิ การดูแลด้านจิตใจ กิจกรรมนันทนาการหรือกิจกรรมบำบัด ทั้งนี้โดยทั่วไปศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพมักมีการติดต่อใกล้ชิดกับโรงพยาบาลในกรณีส่งต่อผู้ป่วยระหว่างกัน หรือในโรงพยาบาลบางแห่งอาจมีการเปิดให้บริการในเชิงบำบัดฟื้นฟูด้วย นอกจากนี้ยังพบรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพอาจไม่จำเป็นต้องมีที่พักแต่ใช้วิธีสร้างพันธมิตรเพื่อส่งต่อผู้ป่วยระหว่างกันได้ เช่น Chiva Care ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติมีความร่วมมือ/เป็นพันธมิตรส่งต่อผู้ป่วยกับ Care Resort ซึ่งเป็นสถานที่พักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

**ศูนย์การแพทย์เพื่อสุขภาพ (Medical Wellness)** ศูนย์การแพทย์เพื่อสุขภาพเป็นการรวมจุดเด่นทางการแพทย์ของไทยที่มีมาตรฐานสูงเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ร่วมกับแนวคิดการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันโรค (Preventive) และการฟื้นฟูสุขภาพชะลอวัย (Rejuvenating) ซึ่งนับเป็นอีกบริการทางการแพทย์ที่มีศักยภาพทางการตลาดสูง อีกทั้งยังมีโอกาสที่จะใช้บริการทางการแพทย์ท่องเที่ยว อย่างอื่น เนื่องจากกลุ่มนี้ยังไม่ใช่ว่าผู้ป่วยหรือผู้ที่อาจจะมีข้อจำกัดทางร่างกาย

ในประเทศไทยศูนย์การแพทย์เพื่อสุขภาพ (Medical Wellness) มีเปิดให้บริการทั้งในลักษณะที่เป็นส่วนหนึ่งของโรงพยาบาลชั้นนำ และอาจมีการขยายการบริการร่วมกับพันธมิตรด้านอื่นๆ ด้วย เช่น ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพและเวชศาสตร์ชะลอวัย โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ (Vital Life) ร่วมกับเครือธุรกิจ โรงแรม Minor และเครือบริษัทอสังหาริมทรัพย์ เปิดสถานพยาบาลเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟู (มั่นคงเคหะการ) สุขภาพครบวงจรชั้นที่ ๓. สมุทรปราการ.บางกระเจ้า จ ๐ เครือ BDMS เปิดให้บริการศูนย์บริการสุขภาพ BDMS Wellness Clinic มุ่งดูแลให้ผู้ใช้บริการ มีสุขภาพที่แข็งแรงโดยรวมทั้งร่างกายและจิตใจ ร่วมกับ MOVENPICK Hotel & Resort เปิดเป็น Wellness Resort ภายใต้ชื่อ MovenpickBDMS Wellness Resort บริเวณถนนวิฑู กรุงเทพฯ

ทั้งนี้ การจัดตั้งศูนย์การแพทย์เพื่อสุขภาพแบบครบวงจร จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับข้อกำหนดหลายกลุ่มที่สำคัญ ได้แก่ 1) พระราชบัญญัติสถานพยาบาล สำหรับการให้บริการทางการแพทย์ 2) พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ สำหรับการให้บริการเพื่อสุขภาพอื่นๆ เช่น สปา และนวดเพื่อสุขภาพ เป็นต้น และ 3) พระราชบัญญัติโรงแรม สำหรับการให้บริการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวหรือบุคคลที่มาใช้บริการซึ่งไม่ต้องการพักค้างในฐานะผู้ป่วย โดยเป็นการเชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการประเภทต่างๆ

## **ผู้มีบทบาทสนับสนุน**

**กลุ่มที่ 2 ผู้เกี่ยวข้องในขั้นตอนการเตรียมการและวางแผนเดินทางท่องเที่ยว**

### **Website/Application**

จากเทคโนโลยีการสื่อสารที่พัฒนาสู่ระบบออนไลน์ ทำให้สถานพยาบาล มีช่องทางที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคเป้าหมายซึ่งเป็นชาวต่างชาติ ได้โดยตรงผ่าน Website/Application และถือว่าเป็นช่องทาง ที่มีความสำคัญ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติจำนวนไม่น้อยนิยม สืบค้นข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ ทั้งนี้ ในส่วนของ Website/Application สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่ม จำแนกตามประเภทของผู้ให้บริการ ได้แก่

(1) Website/Application ผู้ให้บริการทางการแพทย์

Website/Application ของผู้ให้บริการทางการแพทย์ อาทิ โรงพยาบาล คลินิก หรือ สถานพยาบาล รูปแบบต่างๆ เป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และสื่อสารการตลาด ที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้ให้บริการซึ่งก็คือโรงพยาบาล (คลินิก) สถานพยาบาลกับลูกค้า ซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวหรือผู้ป่วยชาวต่างชาติ โดยนักท่องเที่ยวหรือผู้ป่วยชาวต่างชาติสามารถติดต่อเพื่อสืบค้นข้อมูล ปรึกษาปัญหาสุขภาพ ตรวจสอบรายชื่อแพทย์ ตลอดจนนัด



หมายเหตุล่วงหน้า ทั้งนี้ในหลายโรงพยาบาลขนาดใหญ่ยังพัฒนาช่องทาง Website/Application ให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่เป็นเครื่องมือในการส่งเสริม การตลาด เช่น การสร้างระบบสมาชิก (Member) เพื่อเก็บข้อมูลความสนใจด้านต่างๆ ของผู้ใช้บริการ และนำเสนอโปรโมชั่นที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย แต่ละรายที่มีลักษณะแตกต่างกันด้วย เป็นต้น

## (2) Website/Application ผู้ให้บริการข้อมูลและอำนวยความสะดวกการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

ผู้จจุบันมีผู้พัฒนา Website/Application ที่ให้บริการข้อมูลอำนวยความสะดวกทางการแพทย์เพื่อเป็น/ช่องทางให้นักท่องเที่ยวสืบค้นข้อมูลการรักษา สถานพยาบาลที่ สอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งนอกจากจะเป็นการอำนวยความสะดวกด้านข้อมูลข่าวสารแล้ว ผู้ให้บริการกลุ่มนี้ยังมีการให้ข้อมูลเพิ่มเติมซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ด้วย อาทิ ข้อมูลสถานพยาบาลที่มีมาตรฐานคุณภาพของประเทศต่างๆ ทั่วโลกบริการปรึกษาแพทย์ผ่านระบบออนไลน์ ประเมินค่ารักษาพยาบาลเปรียบเทียบกับค่ารักษาพยาบาลของแต่ละประเทศ ไปจนถึงข้อมูลเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวของประเทศปลายทางที่ต้องการเดินทางไป ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการนัดแพทย์ สายการบิน และที่พักอีกด้วย สำหรับ Application การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่น่าสนใจ อาทิ MedTourism เป็น application ที่ให้รายละเอียด การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ควบคู่กับ website thailand medtourism.com ดำเนินการโดย ททท.

GapDoc เชื่อมต่อนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรอง มีการระบุรายละเอียดขั้นตอน ทาง การแพทย์และช่วยจัดการรายละเอียดการเดินทาง และข้อเสนอราคาค่าบริการทางการแพทย์ โดยเน้นเฉพาะการ ให้บริการทางการแพทย์ในภูมิภาคเอเชีย

Medigo ช่วยสืบค้นและจัดการรักษาพยาบาลคุณภาพสูงในต่างประเทศ เชื่อมโยงนักท่องเที่ยวกับ เครือข่ายแพทย์ผู้เชี่ยวชาญมากกว่า 300 แห่งใน 15 ประเทศ

TraveDoc application จัดตารางนัดหมายแพทย์สำหรับผู้อาศัยในต่างประเทศ ช่วยให้สามารถเลือกและ กำหนดเวลานัดหมายกับแพทย์ ทันตแพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญที่พูดภาษาของพวกเขาได้

GetTreated เป็น application ที่ช่วยให้ นักท่องเที่ยวประเมินขั้นตอนการรักษาพยาบาลในต่าง ประเทศ พร้อมกับการจัดเตรียม แผนการเดินทาง โดยมีทีมแพทย์ผู้เชี่ยวชาญให้การช่วยเหลือและเป็นที่ปรึกษา

ทั้งนี้ผู้ให้บริการข้อมูลในกลุ่มนี้ถือเป็นกลุ่ม ที่มีแนวโน้มจะเพิ่มพูนความสำคัญในฐานะเป็น Online marketplace หรือพื้นที่การตลาดที่ผู้บริโภค สามารถเข้ามาเลือกดูข้อมูลที่ต้องการได้อย่าง หลากหลาย

## สำนักงานตัวแทน โรงพยาบาลสาขา และโรงพยาบาลเครือข่าย

วิธีการการตลาดที่โรงพยาบาลเอกชนขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพสูงของประเทศดำเนินการเพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากต่างประเทศประการหนึ่งก็คือ การตั้งสำนักงานตัวแทน โรงพยาบาลสาขา หรือ โรงพยาบาลเครือข่าย ในต่างประเทศ ซึ่งนับว่าเป็นทั้งการลงทุนเพื่อหารายได้เพิ่มในตลาดต้นทาง พร้อมกับเป็นกล

ยุทธ์เพื่อขยายตลาดให้กับโรงพยาบาลในประเทศไทย ตอบสนองต่อปัจจัยในการเลือกสถานพยาบาลจากความสะดวกในการเดินทาง (จากสาขาหรือเครือข่ายโดยอาศัยชื่อเสียงและภาพพจน์ของโรงพยาบาลแม่ในประเทศไทย เป็นพื้นฐาน หากมีความจำเป็นหรือมีความต้องการการรักษาพยาบาลที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นก็สามารถส่งต่อผู้ป่วยมายังโรงพยาบาลหลักในประเทศไทยได้ทันเวลาที่

สำหรับโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยที่มีการเปิดสาขาให้บริการในต่างประเทศ อาทิ เครือ BDMS ได้มีการเปิด โรงพยาบาลรอยัลพนมเปญ ในประเทศกัมพูชา เครือโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ มีการเปิดโรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล เวียงจันทน์ ในประเทศลาว นอกจากนี้ยังได้มีการเข้าไปรับจ้างบริหารธุรกิจโรงพยาบาลในประเทศ เมียนมา และปากีสถานด้วย และโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ มีการจัดตั้งสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ หรือ Referral Office (RO) มากกว่า 40 แห่งทั่วโลก เช่น ออสเตรเลีย บาห์เรน เอธิโอเปีย บังคลาเทศ กัมพูชา จีน ฮองกง อินโดนีเซีย คาซัคสถาน ลาว มองโกเลีย เมียนมา โอมาน รัสเซีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และเวียดนาม เป็นต้น เพื่อเป็นสถานที่ติดต่อประสานงานรับผู้ป่วยชาวต่างชาติเข้ามารับการรักษาในประเทศไทย

### **ทูตพาณิชย์/ผู้แทนการค้า**

ทูตพาณิชย์/ผู้แทนการค้าที่ทำงานในต่างประเทศ ปกติจะเป็นเจ้าหน้าที่ในคณะกรรมการกิจทางทูตหรือตัวแทนทางการค้าที่มี สถานะทางทูตอยู่ด้วย จึงครอบคลุมบุคคลที่มีชื่อเรียกในตำแหน่งต่างๆ เช่น ที่ปรึกษาทางการค้า (Commercial Counselor) ผู้ช่วยทูต ฝ่ายการพาณิชย์ (Commercial Attache) ตัวแทนการค้า (Trade Representative) ตัวแทนพาณิชย์ (Commercial Representative) เป็นต้น ทั้งนี้ บทบาทของทูตพาณิชย์ ประการสำคัญ อย่างหนึ่งก็คือการสนับสนุนธุรกิจของภาคเอกชนเป็นหลักซึ่ง หมายรวมถึงการค้า การลงทุน การท่องเที่ยวและทรัพย์สินทางปัญญาด้วย สำหรับภารกิจของทูตพาณิชย์ที่สอดคล้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ได้แก่

- (1) เป็นแหล่งสารสนเทศทางธุรกิจที่เชื่อถือได้และเป็นกลาง
- (2) สนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยธุรกิจที่ต้องการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ
- (3) สนับสนุนบริษัทขนาดกลาง และขนาดย่อม (SME) ของประเทศให้พบคู่ค้าที่เหมาะสม
- (4) รับมือและระงับข้อพิพาททางการค้า
- (5) สนับสนุนคณะตัวแทน (delegation) ที่เข้าไปปฏิบัติหน้าที่ในต่างประเทศ และ
- (6) ตอบสนองต่อเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ของรัฐ

## ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency)

ตัวแทนท่องเที่ยวซึ่งปกติให้บริการด้านการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวทั่วไป ชายแพ็กเกจทัวร์ อาจมี บางรายทำตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ร่วมด้วย ถือเป็นกรเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับกรท่องเที่ยว โดยเพิ่มแพ็กเกจ ด้านการแพทย์

(1) ตัวแทนท่องเที่ยวในต่างประเทศ นับเป็นช่องทางการตลาดที่หลายโรงพยาบาลให้ความสำคัญว่าตัวแทนท่องเที่ยวภายในประเทศ ตัวแทนกลุ่มนี้จะทำหน้าที่ประสานงานระหว่างผู้ป่วยกับโรงพยาบาล หรือสถานพยาบาลทั้งในประเทศต้นทางและในประเทศไทย ตั้งแต่การประเมินสุขภาพและค่าใช้จ่ายก่อนที่จะตัดสินใจเดินทางมาใช้บริการ อำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง และระหว่างใช้บริการด้านการแพทย์ในประเทศไทย รวมถึงบริการด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น การเดินทาง ที่พักรู้ติดตาม และการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นต้น อนึ่ง ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่ากรทำตลาดผ่านตัวแทนท่องเที่ยวยังมีปัญหาที่จำเป็นต้องได้รับ การแก้ไข ได้แก่ การกำหนดเกณฑ์มาตรฐาน คัดเลือก และรับรองตัวแทนด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์โดยเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันมีตัวแทนชาวต่างชาติจำนวนมาก ทำหน้าที่ประสานงานและแนะนำนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ให้แก่ โรงพยาบาลโดยอาศัยช่องว่างของกฎหมาย ซึ่งอาจมีการให้ข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือมีการหลอกลวงนักท่องเที่ยว กลุ่มดังกล่าวเกี่ยวกับการรักษาพยาบาลด้วย

(2) ตัวแทนท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยทั่วไปตัวแทนท่องเที่ยวในประเทศไทยจะให้ความสนใจกรทำตลาดท่องเที่ยวทั่วไปมากกว่ากรทำตลาด ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เป็นหลัก ซึ่งเป็นว่าเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) อีกทั้งยังมีความซับซ้อน เนื่องจากการเป็นตัวกลางระหว่างนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ป่วยกับโรงพยาบาลซึ่งจำเป็นต้องมีองค์ความรู้ที่แตกต่าง จากการท่องเที่ยวทั่วไป

ทั้งนี้ตัวแทนท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีความสนใจตลาดกรท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากกว่าเชิงการแพทย์โดยตรง ต้องการเน้นโปรแกรมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Program) หรือการพักผ่อนเชิงสุขภาพ เพื่อการผ่อนคลาย เช่น สปา มากกว่ากรให้บริการเชิงรักษาพยาบาล หรือหากเป็นการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ก็ต้องเป็นแพ็กเกจด้านการแพทย์ที่ไม่มีความสลับซับซ้อน ซึ่งสามารถร่วมเข้าไปในโปรแกรมท่องเที่ยวโดยใช้เวลาไม่นาน โดยต้องให้นักท่องเที่ยวมีเวลาทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างอื่นต่อไปด้วยได้ เช่น การตรวจสุขภาพ ทันตกรรม หรือเสริมความงาม เป็นต้น

## ตัวแทนที่ปรึกษาด้านสุขภาพ (Health Agency/Medical Agency)

ตัวแทนที่ปรึกษาด้านสุขภาพ เป็นอีกหนึ่งผู้เล่นที่มีบทบาทสำคัญในอุตสาหกรรมก/ารท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งมีช่องทางจำหน่ายผ่านบริษัทตัวแทน (Health Agency) เหล่านี้ในการติดต่อ ประสานงานกับกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ

โดยปกติตัวแทน ที่ปรึกษาด้านสุขภาพ หรือ/Health Agency/Medical Agency มีหน้าที่ให้บริการติดต่อประสานงานและให้คำปรึกษาทางการแพทย์ ตลอดจนอำนวยความสะดวกด้านต่างๆ แก่ลูกค้าชาวต่างชาติ

ที่ต้องการเดินทางมารับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยซึ่งส่วนใหญ่บริษัทตัวแทน ที่ปรึกษาด้านสุขภาพเหล่านี้ มักมีโรงพยาบาลคู่สัญญาหรือสถานพยาบาลพันธมิตรในเครือข่ายหลายรายที่พร้อมรองรับและให้บริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างประเทศ

สำหรับกิจกรรมที่ตัวแทนที่ปรึกษาด้านสุขภาพให้บริการ มีตั้งแต่ช่วยจัดการดูแลการเดินทาง แนะนำ/โรงพยาบาล และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ นัดหมายแพทย์เพื่อทำการรักษา อำนวยความสะดวกในการประสานงานกับหน่วยงานต่างๆ โดยเฉพาะกฎระเบียบภาครัฐ และอาจให้บริการเสริมด้านที่พัก พาหนะรับส่งจากสนามบิน และรวมถึงบริการนำเที่ยว ในประเทศไทยด้วย

ตัวอย่างบริษัทตัวแทนที่ปรึกษาด้านสุขภาพ (Health Agency) ได้แก่ Hygeia Healthcare, MedAsia Healthcare และ NC International Medicare เป็นต้น

### **บริษัทประกันชีวิต/สุขภาพและตัวแทน**

การทำตลาดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ร่วมกับบริษัทประกันชีวิตสุขภาพและตัวแทน นับเป็นอีกหนึ่งช่องทาง การตลาดที่น่าสนใจ โดยการทำสัญญาส่งผู้ป่วยให้เข้ามารักษาในประเทศ ซึ่งผู้ประกอบการการแพทย์ชั้นนำของไทย อย่าง BDMS ก็ได้มีความร่วมมือเป็นพันธมิตรกับบริษัทประกัน Ping An Health ในการให้บริการพิเศษสำหรับลูกค้า Ping An Health ในประเทศจีน เป็นต้น

นอกจากนี้ เพื่อป้องกันปัญหาที่เกิดกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย และเกิดปัญหา สุขภาพที่จำเป็นต้องได้รับการรักษา ยังจำเป็นต้องมีมาตรการให้ทำประกันสุขภาพหรือประกันอุบัติเหตุเดินทางเข้า ประเทศ เพื่อลดความสูญเสีย และภาระให้กับโรงพยาบาล จากการที่ไม่ (โดยเฉพาะโรงพยาบาลของรัฐ) สามารถเรียกเก็บ ค่ารักษาพยาบาลจากนักท่องเที่ยวนั้นได้

### **คู่สัญญาในต่างประเทศ**

การสร้างพันธมิตรหรือคู่สัญญาในต่างประเทศเพื่อให้บริการทางการแพทย์หรือส่งผู้ป่วยเข้ามารักษา โดยตรงระหว่าง สถานพยาบาลกับหน่วยงานในต่างประเทศ นับเป็นอีกช่องทางที่น่าสนใจในการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยคู่สัญญาหรือพันธมิตรที่มีการส่งต่อผู้ป่วยอาจเป็นได้ทั้งรัฐบาล/องค์กรระหว่างประเทศ หรือบริษัทเอกชนขนาดใหญ่ ซึ่งปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำในประเทศก็มีการทำการตลาดผ่านช่องทางนี้อยู่พอสมควร โดยอาจมีข้อตกลง หรือเงื่อนไขพิเศษในการให้การรักษารักษาหรือให้บริการทางการแพทย์แขนงต่างๆ แก่พนักงานหรือบุคลากรของคู่สัญญา ในต่างประเทศ

สำหรับตัวอย่างโรงพยาบาลชั้นนำในประเทศไทยที่มีการสร้างพันธมิตรในต่างประเทศ เช่น โรงพยาบาล บี เอ็น เอช กับรัฐบาลบรูไน เป็นต้น

## อินฟลูเอนเซอร์/การบอกต่อ

การบอกต่อ (Word-of-mouth) เป็นช่องทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยการแนะนำให้มีการเดินทางข้ามประเทศเพื่อการรักษาพยาบาล ไม่ว่าจะเป็นการบอกต่อในกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัว อินฟลูเอนเซอร์ แพทย์ ในพื้นที่ที่ให้การรักษาบุคคลนั้นๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูง หรือแม้กระทั่งคำแนะนำจากบุคคลที่ได้รับการเคารพในสังคม เช่น พระสงฆ์ (ในประเทศเมียนมาซึ่งได้รับความศรัทธาจากประชาชน เมื่อท่านเหล่านั้นแนะนำโรงพยาบาล ในประเทศไทยสำหรับการรักษาโรคก็จะได้รับความเชื่อถือ และมีผู้ติดตามมาใช้บริการเป็นจำนวนมากเป็นต้น)

## กลุ่มที่ 3 ผู้ให้บริการเดินทางและขนย้ายผู้ป่วยระหว่างประเทศ

### สายการบิน

สายการบินเป็นธุรกิจที่เชื่อมโยงกับโรงพยาบาลทางด้านการนำนักท่องเที่ยวหรือผู้ป่วยชาวต่างชาติให้เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทย อีกทั้งสายการบิน ยังอาจสามารถสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ได้ด้วย การจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยการผนวก ค่าตั๋วเครื่องบิน ที่พัก และแพ็คเกจตรวจสุขภาพร่วมกับกิจกรรมการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่ง ททท ก็เคยทำกิจกรรมการตลาดในลักษณะ . นี้ร่วมกับ การบินไทย ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวและสถานพยาบาล ชี้แนะ เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศ มาแล้ว เช่น งาน Amazing Thailand Health and Wellness Tourism Showcase 2017 เป็นต้น

ธุรกิจบริการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยทางอากาศ การบริการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยทางอากาศ เป็นการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยหรือผู้บาดเจ็บไปยังสถานพยาบาลที่ต้องการได้อย่าง รวดเร็วที่สุด โดยมีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ครบครันพร้อม ทีมแพทย์และพยาบาลผู้เชี่ยวชาญคอยช่วยเหลือและ ให้คำปรึกษา โดยยานพาหนะสำหรับการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยอาจมี หลายประเภท อาทิ เครื่องบินเช่าเหมาลำ สายการบินพาณิชย์ หรือเฮลิคอปเตอร์

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการเคลื่อนย้ายผู้ป่วย ทางอากาศในประเทศไทยมีอยู่น้อยราย เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มี การลงทุนสูงค่าบริการมีราคาแพง จัดเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) แต่เป็นธุรกิจที่ส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นศูนย์กลางการแพทย์ของประเทศได้เป็นอย่างดี

ตัวอย่างผู้ประกอบการในประเทศไทยที่ให้บริการขนย้ายผู้ป่วยทางอากาศ ได้แก่ เครือโรงพยาบาล BDMS และ MJETS เป็นต้น

### รถพยาบาล

การขนส่งผู้ป่วยข้ามเขตพรมแดนทางบก โดยเฉพาะระหว่างประเทศที่มีเขตแดนติดกับประเทศไทยอย่าง เมียนมา ลาว และกัมพูชา โดยรถพยาบาลยังนับว่าเป็นช่องทางที่สะดวกกว่าช่องทางทางอากาศ ทั้งในแง่ของค่าใช้จ่ายและ กระบวนการจัดการเดินทาง ซึ่งหากผู้ป่วยที่ไม่มีเหตุจำเป็นฉุกเฉินหรือเร่งด่วนก็มักใช้การขนส่ง

ผู้ป่วยผ่านพรมแดนด้วยรถพยาบาลมากกว่า ซึ่งก็มีทั้งที่เป็นรถพยาบาลของโรงพยาบาลหรือรถพยาบาลอิสระที่ทำธุรกิจด้านนี้ โดยเฉพาะ

#### **กลุ่มที่ 4 ผู้ให้บริการการท่องเที่ยวภายในประเทศ**

ห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย สอดคล้อง กับรูปแบบการท่องเที่ยวทั่วไปของชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยซึ่งรวมทั้งผู้ป่วยและ ผู้ติดตาม โดยมีภาคธุรกิจและกิจกรรมท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง อาทิ โรงแรมร้านอาหาร /ที่พัก ภัตตาคาร/แหล่งท่องเที่ยว ในประเทศ กิจกรรมการท่องเที่ยว การช้อปปิ้ง และการเดินทางภายในประเทศ

#### **โรงแรมและที่พัก**

นอกจากสถานที่พักหรือโรงแรมที่ใช้สำหรับรองรับ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในสถานการณ์ปกติทั่วไปแล้ว ในช่วงสถานการณ์ COVID-19 นี้ อาจจำเป็นต้องแบ่ง การพิจารณาอุปทานการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในส่วน โรงแรม ที่พักออกเป็น/2 ประเภท ได้แก่ )1) โรงแรม/ ที่พักที่เป็น Alternative State Quarantine (ASQ) ซึ่งเป็นรูปแบบสถานกักตัวของผู้เดินทางเข้าประเทศเพื่อ เผื่อระวังสังเกตอาการให้แน่ใจว่าปลอดภัยจากไวรัส corona โดยผู้เดินทางนั้นจะมีสิทธิเลือกสถานกักตัวได้ แต่ต้องเป็น ผู้ชำระค่าที่พักนี้เอง ทั้งนี้ โรงแรม ที่พัก ที่จะเป็น/ASQ ได้จะต้องผ่านการตรวจประเมินโดยกระทรวงสาธารณสุข ร่วมกับกระทรวงกลาโหม

#### **สถานบริการเชิงสุขภาพ**

ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายสนองตอบ ต่อความต้องการพักผ่อนร่วมกับการดูแลสุขภาพ ทั้งที่ เป็นสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ วัฒนธรรม การเรียนรู้วิถีชีวิต และพักผ่อนหย่อนใจ การบริการร่วมกับอีกทั้งยังมีกิจกรรมท่องเที่ยวแนวส่งเสริมสุขภาพที่ เป็นเอกลักษณ์ และได้รับความนิยมจากชาวต่างชาติ เช่น การนวดประคบสมุนไพรตามศาสตร์การแพทย์/อบ/ แผนไทย การบริการสวดมนต์บำบัด (Aroma Therapy) วารีบำบัด )Water Therapy) หรือสปาเพื่อสุขภาพที่มีหลากหลายรูปแบบ ไปจนถึงการฝึกปฏิบัติสมาธิแนว พุทธศาสน์ การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

#### **ร้านอาหาร/ภัตตาคาร**

อาหารเป็นองค์ประกอบสำคัญต่อการท่องเที่ยว และการรับประทานอาหารท้องถิ่น โดยเฉพาะอาหารไทย นับเป็นส่วนหนึ่งของการประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ น่าประทับใจ แม้ว่านักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะเดินทาง มาเพื่อการรักษาหรือดูแลสุขภาพก็ตาม ร้านอาหารหรือ ภัตตาคารจึงมีความสำคัญในห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ไม่น้อยไปกว่าผู้ประกอบการ ด้านอื่น หากมีการนำเสนออาหารเชิงสุขภาพที่มีรสชาติดี เป็นเอกลักษณ์ ก็อาจเป็นการสร้างความประทับใจจน กลายเป็นปัจจัยให้เลือกกลับมาเยือนประเทศไทยอีกครั้ง ได้บ้างเช่นกัน

## ร้านค้า/แหล่งช้อปปิ้ง

ประเทศไทยเป็นแหล่งช้อปปิ้งที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อีกทั้งยังเป็นกิจกรรมสำคัญลำดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวตะวันตกกลาง จีน และอาเซียน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จากความหลากหลายของห้างร้าน ตลอดจนการมีสินค้าคุณภาพให้เลือกซื้ออย่างครบครันในราคาที่สมเหตุสมผล ทั้งที่เป็นสินค้าผลิตโดยฝีมือคนไทย ไปจนถึงสินค้าแบรนด์เนมจากต่างประเทศ ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอย่างบ่งชี้ อีกด้วยว่าแม้ว่าจะเดินทางมาประเทศไทยเพื่อการรักษาหรือดูแลสุขภาพ แต่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์รวมถึงผู้ติดตาม จากตลาดเป้าหมายสำคัญข้างต้น ยังต้องใช้เวลาช้อปปิ้งเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกติดมือกลับไปบ้านด้วยไม่น้อย

## การเดินทางภายในประเทศ

โครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยให้การเดินทางภายในประเทศเป็นไปด้วยความสะดวก การเตรียมการเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่อาจจำเป็นต้องความช่วยเหลือเป็นพิเศษ และการให้บริการหรือดูแล ของบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้วยความพร้อมอย่างเต็มใจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ มีความต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังพื้นที่อื่นภายนอกสถานพยาบาล ซึ่งจะช่วยให้เกิดการใช้จ่ายและคุณค่า เพิ่มขึ้นจากการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในไทย ซึ่งตัวแทนท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวในประเทศเป็นอีกผู้เล่นหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในชั้นตอนนี้

## กิจกรรมท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ นอกจากจะใช้เวลาในโรงพยาบาลสถานพยาบาล เพื่อการตรวจรักษา/โรค หรือดูแลสุขภาพตามวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางแล้ว ยังอาจมีการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างอื่นที่สอดคล้องกับความสนใจของตน ซึ่งอาจเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจเลือกจุดหมายท่องเที่ยวด้วยก็เป็นได้ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ การเล่นกอล์ฟ การทำกิจกรรมชายทะเล และการสัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งกิจกรรม ดังกล่าวมักก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังภาคส่วนอื่นๆ นอกเหนือจากการบริการทางการแพทย์ได้เป็นอย่างดี

## แหล่งท่องเที่ยว

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพแล้ว นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ยังสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลายตามความสนใจของตน อาทิ แหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ซึ่งก็คือสถานที่ตามธรรมชาติที่มีลักษณะเฉพาะถิ่น ซึ่งเป็นได้ทั้งป่า เขา น้ำตก หรือหาดทราย เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับศิลปวัฒนธรรมของประเทศหรือของท้องถิ่น เช่น โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สถาน หรือศาสนสถาน และรวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นเมือง หรือ ชุมชนด้วย และแหล่งท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ซึ่งเป็นสถานที่ที่สร้างขึ้น เพื่อให้ความเพลิดเพลินเป็นการเฉพาะ เช่น สวนสนุก หรือ Theme Park เป็นต้น

## ผู้มีบทบาทประกอบ

### กลุ่มที่ 5 หน่วยงานรับรองมาตรฐานและกำกับดูแล บุคลากรทางการแพทย์

สามารถแบ่งเป็นหน่วยงานรับรองมาตรฐาน ในระดับ ประเทศ และระดับสากล ดังนี้

#### หน่วยงานรับรองมาตรฐานสถานพยาบาลระดับประเทศ

##### (1) สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน)

สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน) หรือ Healthcare Accreditation Institute (Public Organization) เป็นหน่วยงานภาครัฐที่ทำหน้าที่ส่งเสริม การพัฒนาคุณภาพของโรงพยาบาล โดยอาศัย การประเมิน ตนเองร่วมกับการประเมินจากภายนอกเป็นกลไกกระตุ้นที่ สำคัญ มีหน้าที่สำคัญสรุปพอสังเขปได้ดังนี้

- ดำเนินการเกี่ยวกับการประเมินระบบงานและรับรองคุณภาพของสถานพยาบาล รวมทั้งกำหนด มาตรฐานของ สถานพยาบาลเพื่อใช้เป็นแนวทางการประเมิน และการรับรองคุณภาพของ สถานพยาบาล
- รวบรวมข้อมูล ศึกษา วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนา คุณภาพ ของสถานพยาบาล
- ส่งเสริม สนับสนุนให้เกิดกลไกในการพัฒนาระบบการให้บริการที่ดีมีคุณภาพและสร้างมาตรฐาน ความปลอดภัยของ สถานพยาบาลอย่างเป็นระบบ
- ส่งเสริม สนับสนุน และดำเนินการเผยแพร่องค์ความรู้และการให้บริการ การเข้าถึงและใช้ ประโยชน์เกี่ยวกับ การประเมิน การพัฒนาและการรับรองคุณภาพของสถานพยาบาล
- ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรหรือหน่วยงานทั้งในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจน ภาคเอกชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับการประเมิน การพัฒนาและการรับรองคุณภาพของ สถานพยาบาล
- จัดทำหลักสูตรและฝึกอบรมเจ้าหน้าที่ของสถานพยาบาลให้เกิดความเข้าใจกระบวนการเกี่ยวกับการ ประเมิน การพัฒนาและการรับรองคุณภาพของสถานพยาบาล

#### หน่วยงานรับรองมาตรฐานสถานพยาบาลระดับสากล

(1) Joint Commission International (JCI) เป็นสถาบันของประเทศสหรัฐอเมริกาที่ได้รับการยอมรับใน ระดับสากล มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพ และ ความปลอดภัยในการดูแลรักษาพยาบาลผู้ป่วย ให้กับสถานพยาบาล ต่างๆ ทั่วโลกอย่างต่อเนื่อง ด้วยการตรวจประเมินอย่างละเอียด ถี่ถ้วน และให้การรับรอง มาตรฐานคุณภาพแก่สถานพยาบาลที่มี คุณสมบัติเป็นไปตามข้อกำหนด โดยโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐาน JCI จะ ได้รับการยอมรับว่าเป็นโรงพยาบาลที่มีความเป็นเลิศในทุกมาตรฐาน ซึ่งรวมไปถึงความมุ่งมั่นในการพัฒนา ศักยภาพของโรงพยาบาลให้ดียิ่งขึ้น



เนื่องจากมาตรฐาน JCI เป็นที่ยอมรับและรู้จักกันดีของชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวยุโรปและสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้โรงพยาบาลที่ผ่านมาตรฐาน JCI จะมีความน่าเชื่อถือ และสามารถสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ป่วยว่าจะได้รับการรักษาพยาบาลที่มีมาตรฐานสูง ซึ่งเป็นอีกปัจจัยสำคัญในการดึงดูด ผู้ป่วยชาวต่างชาติ

นอกจากนี้มาตรฐาน JCI ยังถือเป็นมาตรฐานที่จำเป็นสำหรับ บริษัทประกันชีวิตและสุขภาพที่มีการส่งต่อผู้ป่วยมารักษาในสถานพยาบาลต่างประเทศด้วย

(2) Global Health Accreditation (GHA) เป็นโปรแกรมการรับรองด้านสุขภาพระดับโลก จากหน่วยงานรับรองอิสระที่มุ่งเน้นการให้บริการด้านการแพทย์ และประสบการณ์ของผู้ป่วยในการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อการรักษาพยาบาล จัดเป็นอีกหนึ่งการรับรองมาตรฐาน สถานพยาบาลระดับนานาชาติ ที่จะช่วยยกระดับการให้บริการด้านการแพทย์ของไทยแก่ผู้เดินทางท่องเที่ยวเพื่อ การรักษาพยาบาล โดยมาตรฐาน GHA ครอบคลุมมาตรฐานของกระบวนการทั้งก่อนการรักษา ระหว่างการรักษา และหลังการรักษา จนผู้ป่วยเดินทางกลับประเทศตนเอง อีกทั้งยังครอบคลุมมาตรฐานด้านการแพทย์ การต้อนรับ และประสบการณ์ของผู้ป่วย เพื่อให้มั่นใจได้ว่าผู้ป่วยที่เดินทางมาจากต่างประเทศนั้น จะได้รับการดูแลตามมาตรฐาน ระดับสากลทุกประการ

สำหรับโรงพยาบาลในประเทศไทยที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน GHA แล้ว ได้แก่ โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และโรงพยาบาลเวชธานี

“การรับรองมาตรฐานสถานพยาบาลที่มีบทบาทสำคัญที่สุดขณะนี้คือมาตรฐานระดับสากล โดยเฉพาะ JCI (Joint Commission International) โดยโรงพยาบาลในประเทศไทยจะให้ ความสำคัญกับมาตรฐานนี้มากกว่า การรับรองมาตรฐานประเภทอื่นๆ สำหรับมาตรฐาน GHA (Global Health Accreditation) จะได้รับความสนใจจากโรงพยาบาลที่ให้ความสำคัญ กับตลาดต่างประเทศ เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ส่วนการรับรองมาตรฐานในประเทศจาก สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล ซึ่งก็คือมาตรฐาน (องค์การมหาชน)HA (Healthcare Accreditation) พบว่าไม่มีบทบาทมากนักในการทำตลาดต่างประเทศ”

#### การกำกับดูแลมาตรฐานวิชาชีพ

##### (1) แพทยสภา

เป็นองค์กรที่ทำหน้าที่ในการควบคุมความประพฤติของผู้ประกอบวิชาชีพเวชกรรมให้ถูกต้องตามหลักจริยธรรม หรือจรรยาบรรณแห่งวิชาชีพ เป็นองค์กรที่ได้รับมอบหมายให้ใช้อำนาจทางปกครองแทนรัฐในการควบคุมตรวจสอบ การประกอบวิชาชีพแพทย์และมีสิทธิ์พิจารณาพักใช้หรือเพิกถอนใบอนุญาตวิชาชีพ กรณีมีการดำเนินการกับผู้ผิดจากข้อบังคับที่ได้กำหนดไว้

##### (2) สภาการพยาบาล

เป็นองค์กรที่มีหน้าที่ควบคุมมาตรฐานและส่งเสริมให้พยาบาลปฏิบัติอย่างถูกต้องตามจริยธรรม แห่งวิชาชีพ โดยมีบทบาทตั้งแต่การให้ความเห็นชอบและรับรองหลักสูตรการศึกษาวิชาชีพพยาบาลและผดุงครรภ์ ใน

ระดับต่างๆ การขึ้นทะเบียนและออกใบอนุญาตให้กับผู้ประกอบการพยาบาล การผดุงครรภ์ หรือการพยาบาล และการผดุงครรภ์ ตลอดจนสั่งพักใช้ใบอนุญาตหรือเพิกถอนใบอนุญาตเป็นผู้ประกอบการวิชาชีพการพยาบาล การผดุงครรภ์ หรือการพยาบาลและการผดุงครรภ์

การรับเรื่องร้องเรียนทางการแพทย์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากการศึกษาข้อมูลเอกสารและการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมพบว่า กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการรับเรื่องร้องเรียนทางการแพทย์จากผู้รับบริการเชิงสุขภาพทั้งชาวไทยและต่างชาติ โดยมีประเด็นด้าน “การคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ” และ “มาตรฐานระบบบริการสุขภาพ”

โดยในพันธกิจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพอีกอย่างน้อย 2 ประการ ก็ได้มีการระบุถึงหน้าที่ที่สอดคล้องกัน ได้แก่ 1) พัฒนามาตรฐานระบบบริการสุขภาพและกลไกการขับเคลื่อนให้สถานพยาบาลภาครัฐ เอกชน และ สถานประกอบการเพื่อสุขภาพมีคุณภาพมาตรฐานสากล และ 2) พัฒนาและบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ อีกทั้งยังได้มีการกำหนดหน่วยงานที่ทำหน้าที่คุ้มครองผู้บริโภค ไว้อย่างชัดเจน ได้แก่ 1) สำนักสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ 2) กองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ และ 3) กองกฎหมาย

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังไม่พบว่ามีหน่วยงานใดในกรมสนับสนุนบริการสุขภาพที่ทำหน้าที่รับเรื่องร้องเรียน จากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์โดยตรง ทั้งนี้หน่วยงานที่จะรับบทบาทหน้าที่ในการรับเรื่องร้องเรียนจากนักท่องเที่ยวดังกล่าวนอกจากจะต้องเข้าใจกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเป็นอย่างดีแล้ว ยังต้องมีความคล่องตัวและมีประสิทธิภาพสูงในการประสานงานดูแลนักท่องเที่ยวที่ประสบภาวะยากลำบากด้วย โดยการศึกษาครั้งนี้พบข้อเสนอแนะว่าควรมีการจัดตั้งหน่วยงานกลางทำหน้าที่คุ้มครองนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์หรือผู้ป่วยชาวต่างชาติที่มีการดำเนินการทั้งด้านกฎหมายและการประสานงานสนับสนุน โดยจะกล่าวถึงรายละเอียดในบทต่อไป

#### **กลุ่มที่ 6 หน่วยงานสนับสนุนหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์**

การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย มีการบูรณาการดำเนินงานจากหลายหน่วยงานทั้งภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และภาคเอกชน โดยสามารถระบุหน่วยงานที่เกี่ยวข้องพอสังเขปได้ดังนี้

หน่วยงานภาครัฐ//รัฐวิสาหกิจ ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ททท. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก และสำนักงานคณะกรรมการ ส่งเสริมการลงทุน (BOI) เป็นต้น

หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงพยาบาลเอกชน สมาคมโรงแรมไทย สมาคมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว เป็นต้น

## การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท)

ทททเป็นหน่วยงานรัฐวิสาหกิจที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ขยายฐานตลาดคุณภาพ . สร้างความเชื่อมั่นเพื่อส่งมอบคุณค่าการท่องเที่ยวของประเทศไทย สร้างสรรค์สินค้าการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อเพิ่มมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และมีพันธกิจในการบูรณาการการขับเคลื่อนห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวคุณภาพและกระจายรายได้อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังมีหน้าที่พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศการตลาดและบริการข้อมูลด้านการตลาดการท่องเที่ยวที่ครบถ้วน เพื่อตอบสนองความต้องการ ของนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

## กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ทำหน้าที่จัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬา ที่สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาของประเทศ ซึ่งรวมถึงการกำหนดแนวทางในการจัดสรรทรัพยากรเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของ ทุกภาคส่วนอย่างมีประสิทธิภาพน่านโยบายและยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติจริง พัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้าน การท่องเที่ยวและกีฬาที่จำเป็น ตลอดจนพัฒนาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อการบริหารและเพื่อให้บริการ และบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬากับทุกภาคส่วนที่มีความเกี่ยวข้อง

## กระทรวงการต่างประเทศ

กระทรวงการต่างประเทศ โดยสถานเอกอัครราชทูตจัดว่าเป็นหัวหน้าทีมประเทศไทย สามารถทำหน้าที่จัดตั้ง คณะกรรมการบริหาร จากความร่วมมือของหน่วยงานราชการต่างๆ ของไทยใน (ทีมประเทศไทย) ต่างประเทศ เพื่อร่วมกันทำหน้าที่วางยุทธศาสตร์ในการปฏิบัติงานให้เหมาะสมสอดคล้องเชื่อมโยงระหว่างกัน และเป็นไปตาม นโยบายของรัฐบาล ซึ่งรวมถึงทั้งเรื่องการค้า การลงทุนและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด แก่ประเทศ

## กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ เป็นหน่วยงานทำหน้าที่พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ สินค้า และธุรกิจ บริการศักยภาพ โดยการสร้างนวัตกรรมและมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของตลาด รวมถึงการขยายช่องทางตลาดในต่างประเทศ และการสร้างภาพลักษณ์สินค้าไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดต่างประเทศ ตลอดจนสร้างความพร้อมของผู้ประกอบการในการออกไปลงทุนในต่างประเทศ และส่งเสริมการใช้ประโยชน์จาก ข้อตกลงและความร่วมมือ ระหว่างประเทศด้านการค้าและการลงทุนที่มีอยู่เพื่อเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างประเทศให้ เพิ่มสูงขึ้น

## กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

นอกจากจะทำหน้าที่เป็นผู้บริหารจัดการให้สถานพยาบาลและสถานประกอบการเพื่อสุขภาพมีคุณภาพ และจัดการระบบสุขภาพภาคประชาชนแล้ว กรมสนับสนุนบริการสุขภาพยังมีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เชิง การแพทย์โดยการพัฒนามาตรฐานระบบบริการสุขภาพและกลไกการขับเคลื่อนให้สถานพยาบาลภาครัฐเอกชน และสถานประกอบการเพื่อสุขภาพมีคุณภาพมาตรฐานสากลบังคับใช้กฎหมายอย่างมีประสิทธิภาพในการคุ้มครอง ผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ และขับเคลื่อนให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม การแพทย์ ครบวงจร

## กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก

องค์กรหลักด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก มีหน้าที่พัฒนาวิชาการและการบริการ การแพทย์ แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก คุ้มครอง อนุรักษ์ และส่งเสริมภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและ การแพทย์ พื้นบ้านไทย ตลอดจนพัฒนาคุณภาพ มาตรฐานการบริการการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เพื่อนำไปใช้ ในระบบบริการสุขภาพอย่างมีคุณภาพ ปลอดภัย และเป็นทางเลือกในการดูแลสุขภาพ

## Thailand Board of Investment (BOI)

หน่วยงานส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่สมดุลทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม มีหน้าที่ พัฒนา ปัจจัยสนับสนุนการลงทุน และสร้างการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการส่งเสริมการลงทุนสำหรับ อุตสาหกรรม ทางสุขภาพ BOI สนับสนุนไทยเป็นฐานผลิตอุตสาหกรรมการแพทย์ โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์ การแพร่ระบาด ของโรค COVID-19 ได้มีมาตรการเร่งรัดการลงทุนในอุตสาหกรรมการแพทย์ เพื่อต้องการผลักดัน ให้ไทยเป็น ฐานการผลิตเพื่อรองรับความต้องการทั้งในและต่างประเทศในอนาคต

## Health Economy Promotion Agency (HEPA) HEPA

เป็นอีกหนึ่งหน่วยงานสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการเตรียมการ จัดตั้ง โดยจะมีหน้าที่กำหนดมาตรฐานบริการสุขภาพและส่งเสริมเศรษฐกิจเชิงสุขภาพ เพื่อสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ จาก กิจกรรมด้านการแพทย์และสุขภาพ

## กลุ่มที่ 7 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการประชุมและสัมมนาทางการแพทย์

การประชุม สัมมนา และการฝึกอบรมทางการแพทย์ เป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญในการสร้างรายได้เข้า ประเทศ สำหรับหน่วยงานภาครัฐที่มีภารกิจหลักในการขับเคลื่อน การจัดการประชุมนานาชาติ ได้แก่ สำนักงาน ส่งเสริมการจัด ประชุมและนิทรรศการ หรือ (องค์การมหาชน)Thailand Convention & Exhibition Bureau (TCEB) ทำหน้าที่ เป็นศูนย์ประสานงานแบบบูรณาการ ซึ่งได้มีความร่วมมือกับ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ในการ ผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการประชุมและการจัด นิทรรศการทาง

การแพทย์ระดับนานาชาติ ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่ง ช่องทางในการสร้างรายได้จากนักเดินทางที่เข้าร่วมกิจกรรม ทาง การแพทย์

## กลุ่มที่ 8 ธุรกิจการแพทย์ที่เกี่ยวข้อง

เป็นผู้เล่นที่มีส่วนสนับสนุนโดยตรงต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ อีกทั้งรัฐบาลยังได้มีนโยบายผลักดันให้ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ระดับนานาชาติอีกด้วย สำหรับองค์ประกอบสำคัญของ ธุรกิจการแพทย์ที่เกี่ยวข้องมี 3 ประการ ได้แก่

### ยาและเวชภัณฑ์

ยาและเวชภัณฑ์ หมายถึงยาแผนปัจจุบัน และสารเคมีที่ใช้ในการวินิจฉัยและรักษาโรคทุกประเภท โดยยาแผนปัจจุบันแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ 1) ยาต้นตำรับ (Original drug) หรือยาจดสิทธิบัตร (Patented drug) คือยาที่ผ่านการวิจัยและพัฒนา มีค่าใช้จ่ายในการลงทุนสูง โดยผู้ผลิตยาต้นแบบจะได้รับสิทธิบัตรผูกขาด ในการ ผลิตยาเป็นเวลา 20 ปี และ 2) ยาชื่อสามัญ (Generic drug) เป็นการผลิตลอกเลียนสูตรยาต้นแบบ โดยผลิตขึ้น ภายใต้อเครื่องหมายการค้าที่ไม่ใช่เครื่องหมายการค้าตามสิทธิของผู้ครองสิทธิบัตรย แต่มีตัวยาสำคัญชนิดเดียวกัน เป็นการผลิตเมื่อยาต้นแบบนั้นได้หมดสิทธิบัตรไปแล้วไม่มีค่าใช้จ่ายในการวิจัยตัวยาทำให้ต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ยา ต้นแบบมาก

สำหรับตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตยาในประเทศ ได้แก่ บริษัท บีฟาร์มาซี จำกัด.เอม., บริษัท วิทยาธรรม จำกัด, บริษัท ไทยนครพัฒนา จำกัด และบริษัท เกร็ดเตอร์ฟาร์มา จำกัด เป็นต้น

### อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์

อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ จำแนกตามลักษณะการใช้งานได้ 3 กลุ่ม คือ (1) วัสดุสิ้นเปลืองทาง การแพทย์ (Single-use device) เช่น หลอดฉีดยา เข็มฉีดยา สายยาง หลอดสวน แขนสอด ถังมือยาง อุปกรณ์ และเครื่องใช้ ทางทันตกรรม และอุปกรณ์และเครื่องใช้อื่นที่เกี่ยวกับนัยน์ตา เป็นต้น (2) ครุภัณฑ์ทางการแพทย์ (Durable medical device) เช่น ชุดปฐมพยาบาล รถเข็นผู้ป่วย เตียงคนไข้ อุปกรณ์ และเครื่องใช้ในทาง วิทยาศาสตร์การแพทย์ ศัลยกรรม ทันตกรรม เครื่องวินิจฉัยโรคด้วยไฟฟ้า และเครื่องเอกซเรย์ เป็นต้น และ (3) ชุดน้ำยาและชุดวินิจฉัยโรค (Reagent and test kit) เช่น น้ำยาทดสอบกรุปเลือด การตั้งครรภ์ ชุดน้ำยาล้างไต และชุดตรวจการติดเชื้อ HIV เป็นต้น

สำหรับตัวอย่างผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์ ได้แก่ บริษัท ไตรชนม์ จำกัด บริษัท ไปโอเซฟ โปรดักส์จำกัด บริษัท ควอลิตี้ เด็นทัล แล็บ จำกัด บริษัท เมดจำกัด และบริษัท สยามเดนท (ประเทศไทย) คอน- จำกัด เป็นต้น

## Digital Healthcare

Digital Healthcare หมายถึงเทคโนโลยีดิจิทัลและบริการ ICT ที่เชื่อมโยงระหว่างผู้ให้บริการสุขภาพ และผู้ใช้บริการหรือผู้ป่วย จัดเป็นกลุ่มธุรกิจที่ช่วยให้การบริการทางการแพทย์ในสถานพยาบาลมีประสิทธิภาพ ยิ่งขึ้น เป็นการยกระดับความสามารถทางการแพทย์และการให้บริการด้านสาธารณสุข เพิ่มประสิทธิภาพ การให้บริการที่รวดเร็ว ลดต้นทุนการให้บริการ ลดปัญหาความแออัด และช่วยให้ผู้ป่วยเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพ สำหรับตัวอย่างการบริการในกลุ่ม Digital Healthcare อาทิ

(1) การให้คำปรึกษาทางการแพทย์ Virtual Care และ Telehealth โดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ในด้านการแพทย์ผ่านระบบออนไลน์ (Website/Application) สำหรับผู้ให้บริการในประเทศไทย ได้แก่ ChiiWii (ให้คำแนะนำด้านสุขภาพ (See Doctor Now (ปรึกษาแพทย์ (Ooca (ปรึกษาจิตแพทย์และนักจิตวิทยา (Raka (ปรึกษาแพทย์ (Samitivej Virtual Hospital (ให้คำแนะนำและบริการทางการแพทย์ (Doctor A to Z (ปรึกษาแพทย์ นิตหมายโรงพยาบาล และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และ (Doctor Anywhere Thailand (ปรึกษาแพทย์เป็นต้น (

(2) ระบบการตรวจและวิเคราะห์โรค ผู้พัฒนาธุรกิจนี้ส่วนใหญ่เป็นบริษัทข้ามชาติซึ่งเป็นเจ้าของเทคโนโลยี ที่มี การลงทุนสูง เช่น Exact Sciences ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ตรวจมะเร็งเรียงด้วยการใช้ข้อมูลระดับ DNA มาวิเคราะห์และประมวลผล เพื่อให้ผู้ป่วยได้รับการรักษาอย่างทันการ และมีประสิทธิภาพ Dexcom ผู้ผลิตอุปกรณ์ ตรวจระดับน้ำตาลในเลือดสำหรับผู้ป่วยโรคเบาหวานโดยไม่ต้องเจาะเลือด และแจ้งเตือนแบบ Real time โดยมี ความแม่นยำใกล้เคียงกับการเจาะเลือด และ Alibaba ซึ่งได้พัฒนาระบบ AI ที่สามารถวิเคราะห์ข้อมูล CT Scan ภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว เป็นต้น

(3) การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการรักษา บริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของโลกหลายแห่งให้ความสนใจที่จะพัฒนา เทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการรักษาให้มีศักยภาพสูงขึ้น เช่น Alihealth ซึ่งนอกจากจะให้บริการ Online Doctor การรักษาออนไลน์แล้ว ยังพัฒนาระบบ Electronic Health Record การจัดเก็บข้อมูลทางการแพทย์ และ Medicine Delivery ขนส่งอุปกรณ์การแพทย์ร่วมด้วย และ Veeva System (Veeva Vault Quality Suite) พัฒนาระบบบริการเก็บข้อมูลด้านการแพทย์บน Cloud Computing และวางระบบจัดการฝึกอบรม สำหรับการปฏิบัติตามระเบียบที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เป็นต้น

“สำหรับผู้เล่นที่มีบทบาทสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และเป็นแนวโน้มที่จำเป็นต้องเกิดขึ้น ได้แก่ การให้บริการทางการแพทย์ดิจิทัล (Digital Healthcare) ขณะที่ การผลิตยาและเวชภัณฑ์ตลาดจนเครื่องมือแพทย์ ในประเทศไทย ได้รับการสนับสนุนจาก รัฐบาลให้มีการพัฒนาในพื้นที่เศรษฐกิจภาคตะวันออก EEC (Eastern Economic Corridor)”

### กลุ่มที่ 9 สถาบันการศึกษาผู้ผลิตและให้การฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์

สถาบันการศึกษาผู้ผลิตบุคลากรทางการแพทย์เข้าสู่ระบบบริการสุขภาพ ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการ

ท่องเที่ยว เชิงการแพทย์โดยตรง เช่น แพทย์ ทันตแพทย์ เภสัชกร พยาบาล นักเทคนิคการแพทย์ และนักกายภาพบำบัด เป็นต้น

สำหรับสถาบันการศึกษาที่เปิดหลักสูตรการเรียนการสอนเพื่อผลิตบุคลากรทางการแพทย์ดังกล่าว ปัจจุบัน มีกว่า 24 แห่ง กระจายอยู่ทั่วประเทศ อาทิ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหิดล มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง เป็นต้น

ทั้งนี้ การผลิตบุคลากรทางการแพทย์จำเป็นต้องได้รับการรับรองจากสภาวิชาชีพ และบุคลากรทางการแพทย์ ต้องได้รับการขึ้นทะเบียนและได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพด้านการแพทย์ในแต่ละสาขาวิชา อาทิ สถาบัน การศึกษาที่ผลิตแพทย์จะต้องได้รับการรับรองจากแพทยสภา ซึ่งปัจจุบัน ข้อมูล ณ วันที่)30 กันยายน 2563) มีสถาบันการศึกษาในประเทศที่เปิดการเรียนการสอนหลักสูตรแพทยศาสตร์ และได้รับการรับรองจากแพทยสภา จำนวน 23 แห่ง ประกอบด้วยสถาบันการศึกษาของรัฐบาลจำนวน 21 แห่ง และสถาบันการศึกษาของเอกชนจำนวน 2 แห่ง

#### *สถาบันผลิตแพทย์ที่เป็นของรัฐบาล*

1. คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล มหาวิทยาลัยมหิดล
2. คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
  - หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปกติ
  - หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ)
3. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
4. คณะแพทยศาสตร์ โรงพยาบาลรามธิบดี มหาวิทยาลัยมหิดล
5. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
6. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
7. วิทยาลัยแพทยศาสตร์พระมงกุฎเกล้า
8. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
  - หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปกติ
  - หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต โครงการร่วมระหว่างคณะแพทยศาสตร์)มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และคณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอตติงแฮม สหราชอาณาจักร(

9. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

o หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต หลักสูตรปกติ

o หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรภาคภาษาอังกฤษ)

10. คณะแพทยศาสตร์วชิรพยาบาล มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

11. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร

12. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

13. สำนักวิชาแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

14. วิทยาลัยแพทยศาสตร์และการสาธารณสุข มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

15. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา

16. สำนักวิชาแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

17. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์

18. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

19. สำนักวิชาแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

20. คณะแพทยศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

o หลักสูตรแพทยศาสตรบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ)

21. คณะแพทยศาสตร์และการสาธารณสุข วิทยาลัยวิทยาศาสตร์การแพทย์เจ้าฟ้าจุฬาภรณราชวิทยาลัย จุฬาภรณ์  
หลักสูตร 7 ปี

*สถาบันผลิตแพทย์ที่เป็นของเอกชน*

1. วิทยาลัยแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

2. คณะแพทยศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม

**หน่วยงานให้การศึกษาด้านการแพทย์ที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม/**

นอกจากสถาบันการศึกษาที่จัดการเรียนการสอนหลักสูตรด้านการแพทย์แล้ว ยังมีหน่วยงานที่จัดการเรียน การสอนและฝึกอบรมทางด้านวิชาชีพเวชกรรมระดับสูงที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม และ อยู่ ภายใต้การกำกับของแพทยสภาด้วย ได้แก่ ราชวิทยาลัยวิทยาลัยทางการแพทย์ ซึ่งเป็นสถาบันที่มีหลักสูตร/ และ การฝึกอบรมแพทย์ประจำบ้านเพื่อให้ได้วุฒิบัตรแสดงความรู้ความชำนาญในการประกอบวิชาชีพเวชกรรม



สาขา วิชาต่างๆ ซึ่งหากสถาบันนั้นได้รับพระราชทานพระมหากฎณาให้อยู่ในพระบรมราชูปถัมภ์จะเรียกว่า “ราชวิทยาลัย”

ปัจจุบันประเทศไทยมีราชวิทยาลัย วิทยาลัยทางการแพทย์จำนวน/15 แห่ง ได้แก่



ราชวิทยาลัย  
คัลยแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
อายุรแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
จิตแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัยแพทย  
เวชศาสตร์ศุนฟู  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัยแพทย  
ออริเปติกุล  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
จักนุแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
รังสีแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
ไสต ตอ นาลิก  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
สุตธิบรแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
กุมารแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
วิสิตวนุแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัยแพทย  
เวชศาสตร์ครอบคริว  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
พวยอิแพทย  
แห่งประเทศไทย



ราชวิทยาลัย  
ประสากคิลยแพทย  
แห่งประเทศไทย



วิทยาลัยแพทย  
ดุ๊กเงินแห่งประเทศไทย

“สำหรับบทบาทของราชวิทยาลัยวิทยาลัยการแพทย์ นอกจากจะให้การศึกษาในระดับสูงแก่/ แพทย์ในประเทศแล้ว ยังทำหน้าที่ให้การศึกษาแก่แพทย์จากต่างประเทศอีกด้วย ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ความเข้มแข็งด้านวิชาการความน่าเชื่อถือและมาตรฐานทางการแพทย์ของประเทศ อีกทั้งแพทย์ที่ผ่านการฝึกอบรมจากสถาบันการศึกษาของประเทศไทยยังเป็นผู้มีส่วนเชื่อมโยงเป็นผู้แนะนำที่มีความน่าเชื่อถือ หรืออาจมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ของผู้ป่วยในความดูแลให้เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายสำหรับการเดินทางมารับการดูแลทางการแพทย์หรือท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพิ่มเติมได้”

ทั้งนี้การให้การศึกษาดูแลผู้ป่วยทางการแพทย์แก่แพทย์ต่างประเทศยังสามารถนำมาซึ่งรายได้เข้าประเทศอีกทางหนึ่ง เนื่องจากการสร้างเครือข่ายบุคลากรทางการแพทย์และสร้างความมั่นใจในคุณภาพการบริการและมาตรฐานทางการแพทย์ของไทย โดยแพทย์ที่เข้ารับการศึกษาในต่างประเทศมีโอกาสที่จะแนะนำ หรือ Refer ให้ผู้ป่วยเดินทางมารับการรักษาในประเทศนั้นๆ ต่อไป





