

การส่งเสริมคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย

(ระยะที่ 2)

ตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ในประเทศไทยเริ่มเป็นที่น่าจับตามากขึ้นในปัจจุบันนี้ ค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลในประเทศไทยที่มีราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับโลกตะวันตก กอปรกับคุณภาพและความเชี่ยวชาญของแพทย์ไทยด้านการรักษาที่มีคุณภาพไม่เป็นรองใคร การมีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน วัฒนธรรมการให้บริการด้วยไมตรีจิตร์ มิตรภาพ และความยิ้มแย้มแจ่มใสของคนไทย และการเป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวติดอันดับต้น ๆ ของโลกทำให้ประเทศไทยได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่ได้รับความนิยมไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าหลาย ๆ ประเทศในเอเชีย เช่น สิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

เพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับเป้าหมายของภาครัฐในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (World Class Health Care Provider) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จึงได้ดำเนิน **“โครงการส่งเสริมคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย”** ซึ่งปัจจุบันกำลังอยู่ระหว่างการดำเนินการในระยะที่ 2 โดยในขณะนี้มียงบประมาณรวมกันในระยะที่ 1 และ 2 กว่า 22 ล้านบาท

สสว. ได้ร่วมมือกับ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สพว.) ในการเตรียมความพร้อม การยกระดับมาตรฐานในการให้บริการและการสร้างความเข้มแข็งเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขัน โดยมุ่งเน้นไปที่การรวมกลุ่ม **ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องทางการแพทย์** เช่น โรงพยาบาล คลินิกพิเศษต่างๆ แพทย์ พยาบาล และ **ผู้ประกอบการในธุรกิจสนับสนุน** เช่น โรงแรม/สถานพักผ่อน ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการสปา ผู้ประกอบการแพทย์แผนไทย ผู้ประกอบการขนส่งผู้ป่วย และผู้ประกอบการล่ามแปลภาษา การดำเนินโครงการมี

วัตถุประสงค์เพื่อให้คำปรึกษาเชิงลึกแก่ผู้ประกอบการ โรงแรม สถานพักผ่อน ด้วยการเป็นพี่เลี้ยงคอยให้คำแนะนำต่าง ๆ การสร้างการรวมกลุ่มคลัสเตอร์ การสร้างเครือข่าย การขยายตลาดของผู้ประกอบการ SMEs ทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาเว็บไซต์กลางโดยให้ครอบคลุมภาษาต่างประเทศเพิ่มขึ้น การสื่อสารผ่านเครือข่ายทางสังคม (Social Media Network)

สสว.ตั้งเป้าหมายไว้ว่าเมื่อจบโครงการแล้วจะสามารถให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกโดยการเป็นพี่เลี้ยงทางธุรกิจได้ 44 ราย มีกลุ่มผู้ประกอบการสมาคมหรือสถาบันต่าง ๆ เข้าร่วมกลุ่มคลัสเตอร์ 5 สมาคม/สถาบัน มีการออกแบบแผนพับ/ซีดีเพื่อการ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่บริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาเว็บไซต์กลางของคลัสเตอร์ให้มีภาษาเพิ่มขึ้น 2 ภาษา การประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่นกรมส่งเสริมการส่งออกเพื่อจัดกิจกรรมทางการตลาดในต่างประเทศ 2 ครั้ง การสร้างช่องทางตลาดและเชื่อมโยงธุรกิจ在不同ประเทศ จำนวน 2 ประเทศ การผลักดันให้มีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 10,000 ราย และสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศ 300 ล้านบาท จวบจนถึงปัจจุบัน (ณ เดือนเมษายน 2554) สสว.ได้ดำเนินงานโครงการโดยสามารถให้คำปรึกษาแนะนำเชิงลึกโดยการเป็นพี่เลี้ยงทางธุรกิจได้ 15 ราย มีการเผยแพร่กิจกรรมของคลัสเตอร์และการสนับสนุนการรวมกลุ่ม 4 ครั้ง และได้ทำการวิเคราะห์ในเบื้องต้นด้านจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT: Strengths Weaknesses Opportunities Threats) ของธุรกิจบริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ซึ่งได้คาดหมายไว้ว่าหากผู้ประกอบการสามารถสร้างความเข้าใจ เรียนรู้และใช้ประโยชน์จากโอกาสและจุดแข็งที่ตนมีอยู่ โดยที่ในขณะเดียวกันสามารถลดจุดอ่อนและแก้ไขปัญหาอุปสรรค สิ่งนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs ไทยสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพในการทำตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ได้อย่างยั่งยืนซึ่งในฉบับต่อไปจะได้กล่าวถึงผลการวิเคราะห์นี้ วันนี้ต้องขอลาไปก่อน พบกันใหม่ในฉบับหน้า ขอสวัสดิ์ผู้อ่านทุกท่าน

สำนักประสานและบริหารโครงการ (ปบ.)

การส่งเสริมคลัสเตอร์ท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เพื่อเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย

(ระยะที่ 2) (ตอนที่ 2)

จากฉบับที่แล้วได้ทิ้งท้ายไว้ที่เนื้อหาการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรค (SWOT: Strengths Weaknesses Opportunities Threats) ของธุรกิจบริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ในฉบับนี้ขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ SWOT ในเบื้องต้นซึ่งผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการประกอบธุรกิจโดยมีบทวิเคราะห์ดังนี้ **จุดแข็ง (Strengths)** : 1.ประเทศไทยมีสถานพยาบาลและมีบริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานสากลเป็นยอมรับ 2.ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ 3.มีการผ่อนปรนกฎเกณฑ์การผ่านแดนกับประเทศเพื่อนบ้านทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ได้รับประโยชน์ด้วย 4.ประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวโดยคาดว่าจะกำลังจะมาจากกลุ่มผู้สูงอายุ และคนวัยเกษียณจากสหรัฐอเมริกาและยุโรป 5. มีเครือข่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ทั่วโลก 6. ความสามารถในการให้บริการด้านศัลยกรรมตกแต่งของแพทย์ไทยและความต้องการในการใช้บริการที่สูงขึ้นรวมถึงบริการด้านที่พักในประเทศไทย 7. ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ด้านการคมนาคมของประเทศไทยทั้งทางบก น้ำ และอากาศ 8.ความพร้อมด้านสภาพอากาศและอาหารที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนหลังการรักษาพยาบาล 9. การให้บริการด้วยอัธยาศัยไมตรีจิตของคนไทย **จุดอ่อน (Weaknesses)**: 1. ผู้ประกอบการต้องผ่านการรับรองมาตรฐานการบริการด้านการท่องเที่ยว 2. ผู้ประกอบการตัวแทนท่องเที่ยวยังขาดประสบการณ์ด้านการแพทย์เชิงเทคนิคในการให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มลูกค้าที่จัด “แพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์” ให้ 3.บุคลากรยังขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ ต้องใช้ “ล่าม” ช่วยในการสื่อสาร 4. ความสามารถในการเข้าถึงหน่วยงานภาครัฐ หรือหน่วยงานด้านประกันภัยที่เป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการตรวจสุขภาพหรือรักษาพยาบาลเพื่อขยายตลาด 5.กระบวนการและวิธีในการให้บริการกับลูกค้าด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ซึ่งเป็นกลุ่ม/บุคคลเฉพาะหรือกลุ่มขนาดเล็กซึ่งต้องใช้เวลาสำหรับการให้บริการและต้องใช้เวลาที่มีความชำนาญในการประสาน

และให้ข้อมูลในเชิงเทคนิคได้ 6.ผู้ประกอบการขาดช่องทางในด้านเครือข่ายการประสานความร่วมมือในการทำตลาดแบบรวมกลุ่ม 7.ผู้ประกอบการขาดความสมบูรณ์ของข้อมูลด้านบริการทางการแพทย์ เช่นรายชื่อแพทย์ ความเชี่ยวชาญ ขั้นตอนการรับบริการฯ ที่จะใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจเข้ารับบริการทางการแพทย์สำหรับนักท่องเที่ยว

โอกาส (Opportunities) : 1.มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องการเข้ารับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยปีละกว่า 1 ล้านคน 2.รัฐบาลหรือบริษัทประกันสุขภาพในบางประเทศ เช่นญี่ปุ่น กลุ่มประเทศตะวันออกกลางส่งเสริมให้ประชาชนเข้ารักษาพยาบาลในต่างประเทศที่มีค่าบริการที่ถูกกว่าแต่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากลโดยรัฐจะเป็นผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายทั้งหมด 3.ประชากรในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่นสหรัฐอเมริกา มีประกันสุขภาพในระดับที่ต่ำกว่าร้อยละ 50 ทำให้การรักษาในต่างประเทศที่มีค่าใช้จ่ายประหยัดกว่า เป็นทางเลือกในกรณีที่มีความต้องการทางการแพทย์ที่ฉุกเฉิน หรือเร่งด่วน 5.การรักษาพยาบาลในบางประเทศต้องเข้าคิวรอรับบริการที่ยาวนานเนื่องจากมีความขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ ประกอบกับความต้องการการท่องเที่ยวไปในขณะเดียวกันด้วย

อุปสรรค (Threats) : 1.ประเทศที่เป็นคู่แข่งด้านการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีมากกว่า 35 ประเทศ 2.ที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ห่างไกลจากกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศสหรัฐอเมริกา และยุโรป 3.ประเทศไทยต้องการการส่งเสริม และสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชนในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ 4.ผู้ประกอบการไทยยังขาดข้อมูลผลการศึกษาด้านผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าภายใต้กลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน เพื่อเตรียมรับมือ ป้องกันหรือปรับกลยุทธ์ในเชิงรุกเพื่อประกอบการธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

สำนักประสานและบริหาร โครงการ (ปบ.)