

แบบแผนการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยุคใหม่

Health Tourism Service Pattern in New Era

สมุทร สาทรสวัสดิ์¹ อุษา ศิลป์เรืองวิไล²

Samut Sathornsawat, Usa Silraungwilai

บทคัดย่อ (Abstract)

แนวโน้มการท่องเที่ยวในยุคใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพมากขึ้น ที่น่าสนใจคือประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ขณะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกำลังเติบโต แนวโน้มการบริการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ (1) ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการรองรับว่าได้มาตรฐานในระดับสากล (2) ราคาการบริการที่ต่ำ (3) สถานที่ที่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนเพื่อการบำบัดให้กับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง (4) การส่งเสริมการตลาด เช่น การจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเชิงสุขภาพพร้อมกับการให้บริการทางการแพทย์จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (5) บุคลากรที่มีประสบการณ์และทักษะทางการแพทย์ที่ยอดเยียมในการให้บริการผู้ป่วยต่างประเทศ รวมทั้งมีบุคลากรในการให้คำแนะนำและบริการอย่างทั่วถึง (6) กระบวนการการส่งมอบบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ (7) กลยุทธ์ด้านสถานที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมรู้จักผ่อนคลาย และการยอมรับนวัตกรรมเช่น การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ทันสมัยสำหรับการให้บริการนักท่องเที่ยวมากขึ้น

คำสำคัญ (Keywords): การบริการ; การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; การยอมรับนวัตกรรม

Abstract

Tourism trend in new era most tourists concerned more on health care. Interestingly, Thailand is one of health tourism destination choice for foreign tourists. As the health tourism industry is growing, services focus on the marketing mix, including (1) products that are internationally standardized (2) low service prices (3) places with tourist attractions for relaxation and treatment. (4) promotion such as the preparation of a health vacation travel package together with the provision of

Received: 2021-05-12 Revised: 2021-07-17 Accepted: 2021-08-03

¹ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย Faculty of Business Administration Eastern Asia University. Corresponding Author e-mail: samutsamutton@gmail.com

² คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย Faculty of Business Administration Eastern Asia University

medical services from specialist doctors (5) people who have experience and excellent medical skills in providing service to patients abroad, including staff to provide advices and comprehensive services (6) process quality medical services (7) physical evidence with a suitable environment, feel relaxed and diffusion such as communication technology adoption for serving tourists

Keywords: Service; Health tourism; Diffusion of innovation

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมในการสร้างรายได้ที่สำคัญให้กับหลายประเทศ รวมถึงการสร้างงาน ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนภายในประเทศที่ดี นอกจากนี้การท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ ยังเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาสังคมและคุณภาพชีวิตของคนในชาติที่ดีอีกด้วย (Investerest, 2020) ซึ่งตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาภูมิภาคเอเชียเริ่มเป็นที่นิยมให้กับนักท่องเที่ยวสำหรับหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทยได้รับการจัดให้เป็นดินแดนในฝันอันดับต้นๆ และเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วโลก นับว่าเป็นศูนย์รวมของวัฒนธรรม ประเพณี การศึกษาประวัติศาสตร์ อาหารสินค้าพื้นเมือง รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในแต่ละจังหวัดพบว่า มีแบบแผนการบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีจุดเด่นแตกต่างกันไป ตัวอย่างเช่น การให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า จังหวัดนครศรีธรรมราช มีแหล่งทรัพยากรท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติที่โดดเด่น เช่น บ่อน้ำพุร้อนหลายแห่งที่กระจายตัวตามพื้นที่ต่าง ๆ เช่น น้ำพุร้อนอุทยานบ่อน้ำร้อน ตำบลวังหิน น้ำพุร้อนหนองบัว ตำบลเขาพระ เป็นต้น จังหวัดนครศรีธรรมราชได้พัฒนาแหล่งน้ำพุร้อนให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน เพื่อยกระดับคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีโดยการเพิ่มมูลค่าและเกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์แก่ชุมชน (จามรี ชูศรีโหม, ปณูยวีร์ ศรีรัตน์ และนิภาพร แซ่เจ๋น, 2558) การให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดภูเก็ต พบว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวไทย ทำให้โรงแรมในจังหวัดภูเก็ต มีการค้นหานวัตกรรมบริการใหม่ ๆ เพื่อปรับตัวรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น มีการปรับปรุงเมนูอาหารและเครื่องดื่มมุ่งเน้นเชิงส่งเสริมสุขภาพ ใช้อัตถุติบเกี่ยวกับผัก ผลไม้ โดยเฉพาะพืชสมุนไพรมาเป็นส่วนประกอบในเมนูอาหารและเครื่องดื่มมากขึ้น และมีการเปิดห้องอาหารแนวส่งเสริมสุขภาพโดยเฉพาะและพัฒนาออกแบบเมนูอาหารควบคู่กิจกรรมของแผนกสปาและสันทนาการ เพื่อเพิ่มโอกาสและทางเลือกให้แก่นักท่องเที่ยว (ชัยนันท์ ไชยเสน, 2562) การให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า จังหวัดพระนครศรีอยุธยาให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทย เช่น การท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพด้วยแพทย์แผน

ไทยและการแพทย์พื้นบ้าน ประกอบด้วยกิจกรรมการทำลูกประคบบำบัดผู้สูงอายุ การทำผลิตภัณฑ์จากสมุนไพร เช่น สบู่ แชมพูสระผม สมุนไพรบำบัดและการแพทย์พื้นฐาน เป็นการใช้ภูมิปัญญาสมุนไพรเพื่อรักษาโรคแบบโบราณ เป็นต้น การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาไทยให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเกษตร นวัตกรรมเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวสัมผัสวิถีชีวิตเกษตรกร การรับประทานอาหารสุขภาพ การสาธิตและถ่ายทอดความรู้ด้านการเกษตรปลอดสารพิษ (เสาวรส มีกุล, เวหาเกษมสุข, อธิพัฒน์ ตันตวิศุณการ, 2563)

ในปี พ.ศ. 2562 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) คาดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 จะมีการเติบโตในระดับใกล้เคียงกับปี พ.ศ. 2562 มีรายได้รวมทั้งตลาดไทยและต่างประเทศ 3.18 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้น 4 % อย่างไรก็ตามการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีรูปแบบใหม่ การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีมีบทบาทในการดำเนินชีวิตประจำวัน ภาคส่วนมีการปรับตัวอย่างรวดเร็ว รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ไทยโพสต์, 2562) เพื่อให้มีทางเลือกในการท่องเที่ยวและบริการที่มากขึ้น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) กำลังได้เป็นที่นิยมของกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เป็นการผนวกการท่องเที่ยวและกิจกรรมทางด้านสุขภาพร่วมกัน เช่น การร่วมรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพกับครอบครัว กิจกรรมที่ช่วยฟื้นฟูร่างกายจากการเมื่อยล้า กิจกรรมที่เน้นการบำบัดฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ (จันทร์พรชัย, 2558) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังเป็นเป้าหมายที่สำคัญของรัฐบาล ให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 โดยมีกระทรวงสาธารณสุขเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารให้สอดคล้องกับหลักการของแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - พ.ศ. 2564) (กรมการสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2560) ในฐานะนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ ซึ่งมีความสนใจเรื่องอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป็นกลไกหนึ่งในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของชาติ (กรมการท่องเที่ยว, 2560) จึงศึกษาและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ หัวข้อดังต่อไปนี้ 1.การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2.การปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวยุคใหม่ 3.การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลังยุคโควิด 19 (Covid-19) ของประเทศไทย 4.การยอมรับนวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 5.ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

การปรับเปลี่ยนรูปแบบการท่องเที่ยวของโลกยุคใหม่

ตลอดหลายปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในสังคมมนุษย์ทั่วโลก ปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมบริการที่ใหญ่ที่สุดในโลก การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคส่วนที่เติบโตเร็วที่สุดของเศรษฐกิจทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย (Liu, 2019) การตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่กำลังเติบโตอย่างมากรัฐบาลและภาคเอกชนในท้องถิ่นต่างมีส่วนร่วมทั้งนโยบายและแนวทางการปฏิบัติ กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยว พื้นฐานเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ใช้เป็นยุทธศาสตร์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว อีกทั้งรัฐบาลยังมีการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเชิงสุขภาพมากขึ้นในเชิงเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงทางประชากร

โดยเฉพาะจำนวนผู้สูงอายุที่มากขึ้น นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากอาจมีอำนาจในการใช้จ่ายมากขึ้นและมีเวลาว่างมากขึ้น พฤติกรรมของคนปัจจุบันหันมาดูแลสุขภาพตัวเองเป็นอย่างมาก การเข้ามาของสมาร์ทโฟน (Smart Phone) และ โซเชียลมีเดีย (Social Media) ข้อมูลและการบริการออนไลน์เป็นที่แพร่หลายในปัจจุบัน ทำให้การศึกษาหาข้อมูลเชิงสุขภาพเป็นเรื่องที่ง่ายดาย การใช้ประโยชน์จากจุดแข็งของประเทศไทยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางการแพทย์เพื่อสร้างแพ็คเกจ (packages) สำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุและผู้เกษียณอายุจากต่างประเทศ (SCB Insight, 2017) ในหลายปีที่ผ่านมาการคมนาคมเป็นไปมาได้อย่างสะดวกสบาย การที่บุคคลแสวงหาการดูแลสุขภาพทางการแพทย์ หรือที่เรียกว่า การเดินทางเพื่อการแพทย์ (ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์, 2556) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงเกิดเป็นการท่องเที่ยวของโลกยุคใหม่ในปัจจุบัน ประเทศไทยเป็นประเทศอันดับต้น ๆ ในการให้บริการเชิงการแพทย์ที่ได้รับการยอมรับว่ามีมาตรฐาน มีการบริการทางการแพทย์ที่ครบวงจร เช่น ศูนย์นวดแผนไทยสปา กิจกรรมเพื่อนสุขภาพและกิจกรรมบำบัด เป็นต้น โรงพยาบาลของประเทศไทยยังได้รับการยอมรับในระดับมาตรฐานสากลสากล (Awadzi & Panda, 2006)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นพบว่าผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพในยุคใหม่เน้นการให้บริการเพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวผ่านรูปแบบการประยุกต์ใช้นวัตกรรมที่ทันสมัยเพื่อให้ความรู้และบริการแก่ผู้รับบริการ การส่งเสริมศักยภาพบุคลากรให้มี การสร้างระบบนิเวศและบรรยากาศสถานที่ให้บริการให้มีความโดดเด่นและมีความอัตลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น ด้วยความมุ่งหวังเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สอดคล้องการพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคใหม่

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจุบันโลกที่เปรียบเสมือนไร้พรมแดน สามารถไปมาหากันได้ด้วยคมนาคมที่สะดวกสบาย ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นกระแสการท่องเที่ยวของคนทั่วโลกไปยังประเทศที่มีทัศนวิสัยที่สวยงาม จึงทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นโดดเด่นขึ้นมา ประเทศไทยเป็นหนึ่งในเป้าหมายที่สำคัญ เป็นปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวทั่วโลก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย อย่างประเทศจีน ฮองกง สิงคโปร์ ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และที่สำคัญแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีมูลค่าประมาณ 1,604 พันล้านบาท (Health Tourism E-book, 2563, pp. 2-3) ด้วยความที่พฤติกรรมของคนทั่วไปส่วนใหญ่ปัจจุบันหันมาดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้นจนกลายเป็นกระแสนิยมในสังคม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโตเร็วกว่าภาคการท่องเที่ยวอื่นโดยรวม และยังเติบโตเร็วกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ GDP ทั่วโลก ส่วนหนึ่งที่สำคัญของประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ธุรกิจการบริการทางการแพทย์เป็นธุรกิจหลักสำคัญโดยมีผู้ประกอบการหลักคือโรงพยาบาลเอกชน การบริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานสากล มีโรงพยาบาลที่ผ่านมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) กว่า 42 แห่ง มีข้อได้เปรียบทางด้านราคาการบริการที่

สมเหตุสมผลและมีมาตรฐานยอมรับตามแบบสากล ทำให้เป็นที่น่าสนใจให้ชาวต่างชาติเข้ารับการบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยเป็นอย่างมาก (ธรรมทัช ทองอร่าม, 2559) คาดว่ารายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงถึง 4 หมื่นล้านบาทต่อปี หากประเทศไทยเป็นผู้นำการแข่งขันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาทางด้านการแพทย์ไม่ว่าจะเป็นบุคลากรหรือเทคโนโลยีต่าง ๆ รวมถึงผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพ (สปา, นวดแผนไทย) ซึ่งธุรกิจสปาเป็นที่แพร่หลายในภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างมากในปัจจุบัน และรัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียซึ่งประกอบด้วยธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจส่งเสริมสุขภาพ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสมุนไพรไทย ดังนั้นนักศึกษาให้ความเห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น เป็นภาคอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังกระจายรายได้ต่อธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ได้แก่ ธุรกิจด้านที่พักอาศัย ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจด้านการจับจ่ายซื้อสินค้า ธุรกิจด้านความบันเทิง และธุรกิจด้านการคมนาคม เป็นต้น (Health Tourism E-book, 2563, 11-12)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้นส่งผลให้การแข่งขันทางด้านตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีแนวโน้มสูงขึ้น รูปแบบการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในยุคใหม่จะเป็นรูปแบบการบริการที่เกิดจากการบูรณาการการบริการแบบรวมศูนย์ (one stop service) ผู้ประกอบการธุรกิจการบริการเพื่อสุขภาพจะเน้นการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้รับบริการในด้านการเดินทาง เน้นการให้บริการที่หลากหลายและให้ความสำคัญกับการสร้างมาตรฐานการบริการที่เป็นสากล

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลังยุคโควิด 19 (Covid-19) ของประเทศไทย

ในช่วงเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ทางกรมการแพทย์ได้มีการประกาศอย่างเป็นทางการจากการระบาดของโรคโควิด-19 (Covid-19) จากเมืองอู่ฮั่น (Wuhan) เชื้อไวรัสที่สามารถติดต่อจากคนสู่คนได้ง่าย (ประชาชาติธุรกิจ, 2563) ต่อมาหลายประเทศได้รวมถึงประเทศไทยมีการจัดการทางสาธารณสุขอย่างเข้มงวด การปิดสนามบิน สถานบันเทิง ศูนย์การค้าขนาดใหญ่ เพื่อควบคุมการระบาดของเชื้อไวรัส หลายธุรกิจได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากโดยเฉพาะธุรกิจการคมนาคม ธุรกิจ ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Travelpulse, 2020) หลังจากสถานการณ์โควิด-19 (Covid-19) คนไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่มั่นใจในการเปิดภูมิภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากเชื่อมั่นในมาตรการด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เข้มงวดและมีอัตราการติดเชื้อโควิด-19 (Covid-19) ที่ต่ำและระบบสาธารณสุขที่แข็งแกร่ง (Burton, 2020) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และกระทรวงสาธารณสุขเน้นมาตรการด้านคุณภาพในการบริการ รวมไปถึงความปลอดภัยของสถานการณ์ฉุกเฉิน โรงแรม สถานที่ให้บริการต่าง ๆ ให้มีมาตรการการคัดกรองเชื้อโรคอย่างเข้มงวด สถานพักพิงของผู้ติดเชื้อ เพื่อเสริมความมั่นใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการ รายงานของโฆษกศูนย์บริการสถานการณ์โควิด-19 (Covid-19) โครงการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพของไทย

จำดำเนินการต่อไป นักท่องเที่ยวทางการแพทย์มากกว่า 1,700 คนที่มีการลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการชุดแรกมาจาก 17 ประเทศ ภายใต้ วีซ่า (Visa) พิเศษจะได้รับบริการสปา โปรแกรมออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรโดยดำเนินงานภายใต้ความเข้มงวด โดยนักท่องเที่ยวเหล่านี้จะต้องผ่านการกักตัวเป็นเวลา 14 วันเท่านั้น ก่อนได้รับการอนุญาตให้เดินทางทั่วประเทศได้ (National Thailand, 2020) ในฐานะนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจซึ่งมีทักษะต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หลังยุคโควิด-19 (Covid-19) ของประเทศไทย คิดว่าสถานการณ์โควิด-19 (Covid-19) ในปัจจุบันยังคงน่าเป็นห่วง ไม่มีวัคซีน (Vaccine) ป้องกันโรค ถึงแม้ส่วนใหญ่มีความมั่นใจในการพร้อมที่จะเปิดพรมแดนเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ไทยก็ตาม แต่ยังคงมีความกังวลใจในการแพร่ระบาดของโรค หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีมาตรการการควบคุมโรคที่เข้มงวด เพื่อยับยั้งการระบาดสู่คนในประเทศ

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบันมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และคนส่วนใหญ่ให้ความสนใจในเรื่องของการดูแลสุขภาพมากขึ้น ปัจจัยทางการตลาดปัจจุบันที่ใช้โดยผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยได้แก่ 7Ps) ได้แก่ 1. **ผลิตภัณฑ์ (product)** การให้บริการทางการแพทย์ต่าง ๆ เช่น การศัลยกรรมกระดูก , การรักษาทางการแพทย์เฉพาะทาง, การผ่าตัด เป็นต้น ที่ได้มีการรองรับว่าได้มาตรฐานในระดับสากลรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับอย่างสมบูรณ์ของไทย การบริการด้านการบำบัด เช่น สปาเพื่อการรักษา , การนวดแผนไทยที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.**ราคา (price)** นักท่องเที่ยวต้องการได้รับการบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพที่สูงมีค่าธรรมเนียมการบริการที่ต่ำและเวลารอสั้น ๆ หากต้องได้รับการบริการทางการแพทย์เป็นเวลานาน จะได้รับคำรักษาพยาบาลที่สูง ประเทศไทยจึงเป็นเป้าหมายแรกๆสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มาจากต่างประเทศ 3.**สถานที่ (place)** ประเทศไทยมีเทคโนโลยีทางการแพทย์และการบริการที่ดีนักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับสถานที่ต่าง ๆ ได้โดยไม่ต้องอยู่แต่ในโรงพยาบาลทางการแพทย์เท่านั้น ประเทศไทยนั้นยังมีสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับการพักผ่อนเพื่อการบำบัดให้กับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง (Wu YiFan & รัชฎา ขำบุญ) 4.**การส่งเสริมการตลาด (promotion)** การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และการบริการด้านการแพทย์ของประเทศไทยลงโฆษณาในนิตยสารและสื่อออนไลน์การท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล โดยได้ความร่วมมือกับกระทรวงสาธารณสุขการท่องเที่ยวของประเทศไทย(ททท.) การจัดทำแพคเกจการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนเชิงสุขภาพพร้อมกับการให้บริการทางการแพทย์จากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Rerkrujipimol, J. & Assenov, I.) 5. **บุคลากร (people)** สิ่งหนึ่งที่ประเทศไทยดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากต่างชาติ คือการมีแพทย์ระดับสูง ที่มีคุณวุฒิทางการศึกษาสูง มีประสบการณ์และทักษะทางการแพทย์ที่ยอดเยี่ยมในการให้บริการผู้ป่วยต่างประเทศ นี่คือเหตุผลสำคัญที่ประเทศไทยมีการพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์เสมอ รวมทั้งมีบุคลากรในการให้คำแนะนำและบริการอย่าง

ทั่วถึง **6.กระบวนการ (process)** การส่งมอบบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผู้ป่วยที่ต้องการพบแพทย์การรักษาในต่างประเทศส่วนใหญ่เกี่ยวข้องกับคุณภาพ โรงพยาบาลที่ได้รับอนุญาต จะได้รับการรองรับมาตรฐานสากล JCI (Joint Commission International) และการรองรับมาตรฐานจากรัฐบาลไทยอีกด้วย และ **7.กลยุทธ์ด้านสถานที่ (physical evidence)** เป็นปัจจัยที่สำคัญ เพื่อมอบความประทับใจให้กับผู้มาใช้บริการ การรองรับการบริการเชิงสุขภาพนั้นจะต้องมีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมรู้สึกผ่อนคลาย การแบ่งสัดส่วนการให้บริการให้ง่ายสำหรับนักท่องเที่ยว สถานที่ให้บริการแยกออกจากส่วนการรับแขกอย่างชัดเจน ดังนั้นนักศึกษพบการให้บริการนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นเครื่องมือสำคัญในการดำเนินงานในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชนให้เกิดคุณภาพที่ในการให้บริการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (ปิยธิดา ศรีพล, รัชดา ภักดียิ่ง และวรวิช โกวิทยากร, 2562)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการเป็นตัวแปรหนึ่งที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจต่อผู้บริโภค อีกทั้งการให้ความสำคัญกับส่วนประสมทางการตลาดบริการจะส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะอันจะต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่จะเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การยอมรับนวัตกรรมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกำลังมีการเติบโตและแข่งขันอย่างมากในปัจจุบัน การกระจายข้อมูลข่าวสารให้กับนักท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีความสามารถในการประยุกต์นำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารงาน. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) กล่าว โปรแกรมสนับสนุนการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม เป็นหน่วยงานภายใต้ศูนย์บริการจัดการเทคโนโลยี (TMC) ของ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) เพื่อให้บริการภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ไทยโพสต์, 2562) ในปัจจุบัน เกิดการเปลี่ยนแปลงมากมาย การพัฒนาทางเทคโนโลยีด้านการสื่อสาร นำมาสู่การพัฒนาด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ส่งผลให้รูปแบบการท่องเที่ยวมีความหลากหลายมากขึ้น (พรพิมล ขำเพชร, 2562) ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางการแพทย์ที่น่าสนใจในระดับโลกอีก ทั้งยังมีความพร้อมด้านการบริการ ด้านสาธารณสุขที่ทันสมัยเพียบพร้อมไปด้วยเทคโนโลยี และแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงโรงพยาบาลที่ได้รับการรองรับมาตรฐานระดับสากล (Department of Tourism, 2014) ในยุคของเทคโนโลยีข้อมูลข่าวสารมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกด้าน ผ่านเครื่องมือสื่อสารด้วยเทคโนโลยีรูปแบบต่าง ๆ ทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน เพื่อสร้างการท่องเที่ยวยุคใหม่ (พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์, 2561) การค้นหาข้อมูลสารสนเทศเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้นสำคัญ นอกจากนี้นวัตกรรมยังช่วยให้ผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินธุรกิจได้

อย่างราบรื่น ระบบการจองที่พัก ระบบการจองการเดินทางต่าง ๆ รวมไปถึงการให้ข้อมูลความรู้ทางการแพทย์ คำแนะนำทางการแพทย์ที่ทั่วถึง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความมั่นใจในความปลอดภัยในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 (Covid-19) การบริหารจัดการโดยใช้นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญ ในการแจ้งสถานการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้ทราบถึงเหตุการณ์การแพร่ระบาดภายในประเทศ แนวทางการป้องกัน มุ่งเน้นเพิ่มทักษะให้บุคลากร การสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โปรแกรมการเสริมทักษะใหม่ที่มุ่งเน้นประเด็นสำคัญ เช่น ด้านสุขภาพ (สำนักสถานนโยบายอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, 2563) ดังนั้นนักศึกษาพบว่า นวัตกรรมเป็นสิ่งสำคัญที่ จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ นวัตกรรม ผู้ศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ โรงแรม โรงพยาบาล ศูนย์บำบัด สนาบบิน เป็นต้น มีการนำนวัตกรรมต่าง ๆ มารองรับบริการในทางด้านเทคโนโลยี การสื่อสาร สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเรื่อง การยอมรับนวัตกรรมของ เอฟเวอร์เรจ เอ็ม โรเจอร์ (Everette M. Roger) ซึ่งส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล

จากการวิเคราะห์สถานการณ์การบริการและการยอมรับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาพรวม ผู้ศึกษาจึงได้ศึกษาแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการบริการและการยอมรับนวัตกรรมที่สามารถนำมาอธิบายแนวโน้มการบริการและการยอมรับนวัตกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในยุคใหม่ ดังนี้

1. 7Ps คือกลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจบริการ ที่ต่อยอดมาจาก ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด Marketing Mix 4P ที่ประกอบไปด้วย Product คือ สินค้าและบริการ , Price คือ การตั้งราคาสินค้าบริการ , Place คือ ช่องทางการให้บริการและเข้าถึงลูกค้า , Promotion วิธีการส่งเสริมการตลาด ด้วยการเพิ่ม P เข้ามาอีก 3 ตัว คือ People คือ การจัดการเกี่ยวกับคนหรือพนักงาน , Process คือ กระบวนการในการให้บริการ และ Physical Evidence คือ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพที่ลูกค้าต้องมาพบเจอ (GreedisGoods ,2560)

2. Diffusion of innovation การยอมรับนวัตกรรม ได้พัฒนามาจากทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรมทางวัฒนธรรม ที่มีนักทฤษฎีคนสำคัญ คือ เอเวอร์เรตต์ เอ็ม โรเจอร์ (Everett M. Roger) ปัจจัยในการยอมรับนวัตกรรมของสังคมมี 5 ประการ 1. บุคคล ความแตกต่างของบุคคลทั้งเพศ อายุ ความรู้ ทำให้การยอมรับนวัตกรรมแตกต่างกันไปด้วย แม้จะอยู่ในสังคมเดียวกันก็ตาม 2. ระดับสังคม ระบบสังคมยุคดิจิทัล ค่านิยมสังคมที่สนับสนุนการเปลี่ยนแปลงจะมีการยอมรับนวัตกรรมที่เข้ามาใหม่ได้ง่ายกว่าสังคมยุคก่อน 3. ระบบการสื่อสาร การแพร่กระจายนวัตกรรมเป็นการสื่อสารรูปแบบหนึ่ง ที่แพร่กระจายจากแหล่งกำเนิดไปสู่ผู้รับนวัตกรรม ดังนั้นการสื่อสารจึงสำคัญต่อการรับนวัตกรรมอย่างมาก 4. นวัตกรรม แบ่งเป็นส่วนของการคิด และ วัตถุ ตัวของนวัตกรรมก็มีส่วนสำคัญในการยอมรับนวัตกรรม การยอมรับนวัตกรรมได้ง่ายนั้นมีลักษณะที่ต้องเป็นประโยชน์ สอดคล้องกับวัฒนธรรมสังคม ไม่ซับซ้อน เข้าใจง่าย 5.

ระยะเวลา การยอมรับสิ่งใหม่ต้องใช้เวลา บุคคลจะต้องพิจารณาในช่วงระยะเวลาหนึ่งต้องใช้การเรียนรู้นวัตกรรมใหม่ (เทิดรัฐ แวศักดิ์ ,2015)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น พบว่า การยอมรับนวัตกรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยได้รับการยอมรับในด้านมาตรฐานการบริการจากผู้บริโภค การให้ความสำคัญกับการยอมรับการใช้นวัตกรรมบริการที่มีมาตรฐานระดับสากลส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในการเลือกท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น

บทสรุป (Conclusion)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้เกิดการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะคนในปัจจุบันใส่ใจดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้น การค้นหาการบริการทางการแพทย์ใหม่ๆ จึงเกิดขึ้นจำนวนมากทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางการแพทย์รูปแบบใหม่เกิดขึ้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนจึงมีการปรับตัว โดยการยอมรับนวัตกรรมใหม่รวมทั้งการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้องส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มาใช้ในการบริหารและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีคุณภาพ เช่น เทคโนโลยีการสื่อสารในการ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เทคโนโลยีทางการแพทย์รูปแบบใหม่ รวมถึงการพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ให้เกิดความเชี่ยวชาญในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และเพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยได้รับการยอมรับในระดับสากล ผู้ให้บริการจึงควรมีแบบแผนการบริการที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยคำนึงถึงปัจจัยด้านส่วนประสมตลาดบริการ และการยอมรับนวัตกรรม

อ้างอิง (References)

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2560). *แนวทางการดำเนินงานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ*. กรุงเทพฯ: เจเนซิส มีเดียคอม.
- กรมการท่องเที่ยว. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2560-2564*. กรุงเทพฯ: พิตับบลิว ปรีนติ้ง.
- จันทนา จันทราพรชัย. (2558). *ระบบเชิงความหมายเพื่อการจัดการและสนับสนุนการประมวลผลแบบขนานสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อำเภอกันทรวิชัย*. รายงานวิจัย. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จามรี ชุศรีโณม, ปุณยวีร์ ศรีรัตน์ และนิภาพร แซ่เจ๋น. (2558). *การศึกษาความพร้อมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกรณีศึกษาอุทยานบ่อน้ำร้อน ตำบลวังหิน อำเภอบางขันจังหวัดนครศรีธรรมราช*. (รายงานวิจัย). โรงพิมพ์วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้: วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.

- ชัยนันต์ ไชยเสน. (2562). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนวัตกรรมการพัฒนาอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับโรงแรม ในจังหวัดภูเก็ต. ภูเก็ต: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วิทยาเขต ภูเก็ต.
- ศรัณยา เลิศพุทธรักษ์. (2556). การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษา. ชลบุรี: โรงพิมพ์วิทยาลัย พาณิชยศาสตร์.
- พรพิมล ข้าเพชร. (2562). นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน. นครศรีธรรมราช: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์.
- พัชรภรณ์ สุนทรวิบูลย์. (2561). นวัตกรรมการสื่อสารกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคประเทศไทย 4.0. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ปิยธิดา ศรีพล, รัชดา รักดียิ่ง และวรวิช โกวิทยากร. (2562). กลยุทธ์การตลาดของธุรกิจท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย. ขอนแก่น: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เสาวรส มีกุศล, เวหา เกษมสุข, อธิพัฒน์ ตันติวงศ์คุณากร. (2563). สภาพและความต้องการ รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผานการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา: มุมมองของผู้มีส่วนได้เสีย. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยมหิดล
- ทอดรัฐ แวศักดิ์. (2015). การยอมรับนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อแอปพลิเคชัน สำหรับสมาร์โฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สำนักสถานนโยบายอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ. (2563). อนาคตการท่องเที่ยวไทยหลังสถานการณ์ COVID-19, *The future of Thai tourism post-COVID-19*. สืบค้น 11 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.nxpo.or.th/th/en/4932/>
- ไทยโพสต์. (2562). นวัตกรรมเสริมแกร่งท่องเที่ยว. สืบค้น 8 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://today.line.me/th/v2/article/นวัตกรรมเสริมแกร่งท่องเที่ยว-VGD9jv>
- ธรรมทัช ทองอร่าม. (2559). *Medical Tourism โอกาสที่สดใสของไทย*. สืบค้น 9 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://www.tmbbank/en/analytics/commentaries/view/Medical-Tourism-Thailand.html>
- GreedisGoods. (2560). 7P คืออะไร รู้จักกับ Marketing Mix 7Ps. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <https://greedisgoods.com/7p-คือ/>
- Investerest. (2563). ธุรกิจท่องเที่ยวสำคัญกับคนไทยมากขนาดไหน. สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2564, จาก <http://www.investerest.co/economy/travel-business-and-thai-economy/>

- Jiaoyang Liu. (2019). *Determinant factors affecting decision making of Chinese medical Tourists Choosing Hospital in Thailand*. Thesis (M.Com.Arts). Bangkok University.
- Jeffrey Burton. (2020). *Study finds 82% of Thais “confident” in reopening tourism sector*. Retrieved February 10, 2021, from <https://thethaiger.com/hot-news/economy/study-finds-82-of-thais-confident-in-reopening-tourism-sector>
- Health Tourism E-book. (2019). *Strategic Health Tourism Management in Thailand*. Retrieved February 9, 2021, from https://www.cm.mahidol.ac.th/program/ms/images/Latest_News/MS_News/2019-04-03-strategic-health-tourism-management-in-thailand/HealthTourismE-Book.pdf
- Rerkrujipimol, J. & Assenov, I. (2008). *Medical Tourism in Thailand and Its Marketing Strategies*. Retrieved February 11, 2021, from http://www.conference.phuket.psu.ac.th/proceedings/psu_open_week_2008/data/tourism/4_13.pdf
- SCB Insight. (2017). *Three megatrends to change the face of the Thai tourism industry*. Retrieved February 9, 2021, from https://www.scbeic.com/en/detail//file/product/3368/eol77tgr4j/EIC_Insight_tourism_2017_EN.pdf
- The nation. (2020). *National, Medical tourism package will go ahead, but under strict control*. Retrieved February 10, 2021, from <https://www.nationthailand.com/news/30391421>
- Travelpulse. (2020). *New Study Reveals Impact of COVID-19 on Tourism Industry*. Retrieved February 10, 2021, from <https://www.travelpulse.com/news/impacing-travel/new-study-reveals-impact-of-covid-19-on-tourism-industry.html>

