

กลยุทธ์การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในเขตภาคตะวันตกประเทศไทย

STRATEGIES FOR MANAGING PRIVATE PHYSIOTHERAPY CLINICS TO PROMOTE HEALTH TOURISM IN THE WESTERN REGION OF THAILAND

อมรรัตน์ เหมทานนท์ (Amornrat Hemthanont)¹

คณิต เขียววิชัย (Kanit Kheovichai)²

วันที่รับบทความ : 20 ตุลาคม 2568 วันที่แก้ไขบทความ : 9 ธันวาคม 2568 วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 28 พฤศจิกายน 2568

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันตกประเทศไทย 2) เพื่อพัฒนากลยุทธ์การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันตกประเทศไทย และ 3) เพื่อประเมินกลยุทธ์การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้ที่มาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในพื้นที่ในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทย จำนวน 400 คน วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในภาคตะวันตก ที่ลงทะเบียนเป็นสถานพยาบาลขึ้นกับกระทรวงสาธารณสุข รวมทั้งสิ้น 51 คลินิก รายละเอียดดังนี้ นครปฐม 7 อำเภอ จำนวนคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จำนวน 16 คลินิก ราชบุรี 10 อำเภอ จำนวนคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จำนวน 11 คลินิก เพชรบุรี 8 อำเภอ จำนวนคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จำนวน 5 คลินิก ประจวบคีรีขันธ์ 8 อำเภอ จำนวนคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จำนวน 6 คลินิก และกาญจนบุรี 13 อำเภอ จำนวนคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จำนวน 13 คลินิก จากการลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลจะพบว่า คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนส่วนมากจะอยู่ในอำเภอเมืองและบางอำเภอยังไม่มีบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนแก่ชุมชนหรือผู้รับบริการคลินิกกายภาพบำบัดหรือสนใจ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทย ได้แก่ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม ($\bar{X} = 4.90$, $SD.=0.579$) ปัจจัยรองลงมา คือ ปัจจัยด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X} = 4.38$, $SD.=0.679$) ด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ/ด้านบรรยากาศ ($\bar{X} = 4.38$, $SD.=0.583$) ปัจจัยด้านทรัพยากร ($\bar{X} = 4.38$, $SD.=0.669$) ด้านโครงสร้างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ($\bar{X} = 4.37$, $SD.=0.609$) ด้านนันทนาการ ($\bar{X} = 4.31$, $SD.= 0.937$) ตามลำดับ

คำสำคัญ : คลินิกกายภาพบำบัดเอกชน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลยุทธ์การจัดการ

¹ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว และกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
(Doctor of Philosophy Program in Recreation Tourism and Sport Management, Faculty of Education, Silpakorn University)
E-mail : Hemthanont.a@gmail.com

² ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิทยาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยว และกีฬา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
(Doctor of Philosophy Program in Recreation Tourism and Sport Management, Faculty of Education, Silpakorn University) E-mail : kheovichai_k@su.ac.th

*Corresponding author: Hemthanont.a@gmail.com

Abstract

This research aimed to (1) examine the current conditions of private physical therapy clinic management for promoting health tourism in the western region of Thailand, (2) develop management strategies for private physical therapy clinics to enhance health tourism, and (3) evaluate the proposed strategies. The population consisted of 400 service users of private physical therapy clinics in the western region, selected through simple random sampling. Data were collected using questionnaires and in-depth interviews and were analyzed using descriptive statistics, including arithmetic means and standard deviations.

The results showed that a total of 51 private physical therapy clinics were registered under the Ministry of Public Health in the western region. Specifically, there were 16 clinics in Nakhon Pathom (7 districts), 11 clinics in Ratchaburi (10 districts), 5 clinics in Phetchaburi (8 districts), 6 clinics in Prachuap Khiri Khan (8 districts), and 13 clinics in Kanchanaburi (13 districts). Field observations further revealed that most clinics were located in city districts, while several districts lacked access to physical therapy services for residents or individuals interested in health tourism. Factors influencing the selection of health tourism destinations in the western region were ranked as follows: social environmental factors ($\bar{X}$ = 4.90, SD = 0.579), cultural factors ($\bar{X}$ = 4.38, SD = 0.679), natural environment and atmosphere ($\bar{X}$ = 4.38, SD = 0.583), resource availability ($\bar{X}$ = 4.38, SD = 0.669), health tourism infrastructure ($\bar{X}$ = 4.37, SD = 0.609), and recreational activities ($\bar{X}$ = 4.31, SD = 0.937).

Keywords: Private Physical Therapy Clinics, Health Tourism, Management Strategy

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

ในปัจจุบันผู้คนได้หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและการดูแลตนเองมากขึ้นเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดโรคภัย การใส่ใจสุขภาพเป็นกระบวนการที่ต้องใส่ใจในหลายด้าน ทั้งโภชนาการ การออกกำลังกาย สุขภาพจิต การนอนหลับ และการตรวจสุขภาพอย่างสม่ำเสมอ ร่างกายมนุษย์ถูกสร้างขึ้นมาให้มีการเคลื่อนไหว เพื่อความเจริญเติบโตและรักษาสภาพการทำงานที่ดี การเคลื่อนไหวน้อยหรือไม่ค่อยได้ออกกำลังกายไม่เพียงแต่จะทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของสมรรถภาพทางกายหรือสุขภาพใจ ผู้คนส่วนใหญ่ไม่เคลื่อนไหวร่างกาย จึงเป็นสาเหตุของความผิดปกติของร่างกายและโรคภัยหลายชนิด ทางกรมแพทย์ที่พบมากในปัจจุบัน ดังนั้นการเคลื่อนไหวร่างกายและการออกกำลังกาย มีความสำคัญต่อสมรรถภาพทางกาย หากมีการเชื่อมโยงสองส่วนนี้เข้าด้วยกันจะสามารถสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในสุขภาพมากกว่ารายได้จากการท่องเที่ยวแบบเดิมหลายเท่าตัว จึงเป็นสาเหตุที่ควรปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และเน้นการเคลื่อนไหวร่างกายนอกจากนี้ยังช่วยรักษาสีงแวดล้อมทรัพยากรธรรมชาติอันสวยงามของประเทศไทยไม่ให้เกิดการทำลายอีกด้วย (ภูดิท เตชาติวัฒน์, 2564)

การกายภาพบำบัดเป็นหนึ่งในวิธีการที่ได้รับความนิยม คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนมีบทบาทสำคัญในการให้บริการอย่างมืออาชีพ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์สภาพร่างกายของผู้รับบริการอย่างละเอียด เพื่อสร้างแผนการรักษาที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพที่สุดการให้บริการที่เป็นมาตรฐานและมีความหลากหลาย เช่น การใช้อุปกรณ์ฟื้นฟูสมรรถภาพ การทำกายภาพบำบัดแบบเฉพาะบุคคล การจัดการอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การรักษาด้วยคลื่นเสียงหรือเลเซอร์ ช่วยให้ผู้รับบริการสามารถรักษาและฟื้นฟูสภาพร่างกายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Niven, 2002) นอกจากนี้ คลินิกยังมีความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้รับบริการ โดยการสื่อสารอย่างเปิดเผยและใส่ใจในความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้บริการ ซึ่งสามารถส่งผลให้การรักษาก้าวไปอย่างรวดเร็วและเพิ่มโอกาสในการฟื้นฟูอย่างรวดเร็ว ด้วยเหตุนี้ คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนจึงไม่เพียงเป็นสถานที่ให้

การรักษา แต่ยังเป็นศูนย์รวมความเชี่ยวชาญที่สามารถเติมเต็มความต้องการในการดูแลสุขภาพที่มีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคลของผู้รับบริการได้อย่างแท้จริง (American Physical Therapy Association, 2022)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในแนวโน้มที่เติบโตอย่างรวดเร็วขึ้นในปัจจุบัน เป็นโอกาสที่ดีที่ปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้ทั้งท่องเที่ยวและได้สุขภาพที่ดีขึ้นด้วย และการออกกำลังกายสม่ำเสมอช่วยลดโอกาสการเกิดอาการออฟฟิศซินโดรม แม้ไม่ได้ทำงานที่ต้องออกแรงยกของหนัก แต่อาการปวดกล้ามเนื้อของพนักงานออฟฟิศก็เกิดขึ้นได้จากพฤติกรรมการทำงานและสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม ที่สะสมเข้าจนกลายเป็นออฟฟิศซินโดรมโดยไม่รู้ตัว (วันทยา วัชรอุตมกาล, 2565)

ในสภาวะปัจจุบันคนมีปัญหสุขภาพมากขึ้นหลังจากเกิดภาวะวิกฤตโรคระบาด Covid 19 ส่งผลให้คนสนใจสุขภาพมากยิ่งขึ้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นกิจกรรมที่จะช่วยแก้ปัญหาด้านสุขภาพ และในฐานะที่ผู้วิจัยเองเป็นผู้จัดทำคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน จึงเล็งเห็นถึงผู้ที่มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัด จะเป็นบุคคลที่มีปัญหาสุขภาพและต้องการกิจกรรมที่ช่วยสร้างเสริมสุขภาพ ซึ่งในบางครั้งการบาดเจ็บหรือการเจ็บป่วยที่ต้องการการฟื้นฟู ไม่สามารถใช้การรักษาทางกายภาพบำบัดแก้ไขได้ทั้งหมด จึงเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีส่วนช่วยในการส่งเสริมฟื้นฟูรักษาร่วม เช่น กิจกรรมแอโรบิก โยคะ หรือไทเก็ก นวด หรือการแช่น้ำพุร้อนตามแหล่งธรรมชาติตามท้องถิ่นนั้น ๆ แม้กระทั่งการพักผ่อนทางด้านจิตใจให้ผ่อนคลายจากการบาดเจ็บด้วยการชื่นชมธรรมชาติหรืออื่น ๆ ที่มาส่งเสริมให้ผู้ที่มีมารับบริการที่คลินิกกายภาพบำบัด แก้ไขสุขภาพอย่างยั่งยืน และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังช่วยให้ได้ทั้งการท่องเที่ยวและได้สุขภาพที่ดีเพิ่มขึ้นด้วยพบว่าการออกกำลังกายทำให้เกิดผลดีกับร่างกาย เช่น ทำให้สุขภาพแข็งแรง สมรรถภาพของหัวใจ และปอดดีขึ้น สุขภาพจิตดีขึ้น คือ ทำให้อายุยืนยาวโดยมีคุณภาพชีวิตที่ดี ปลอดภัยจากโรคภัยไข้เจ็บ ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจจะศึกษาวิจัยเพื่อสร้างกลยุทธ์ในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อแนะนำให้กับผู้ที่มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ สภาพปัจจุบัน การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อพัฒนาการจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อประเมินกลยุทธ์การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาวิเคราะห์ สภาพปัจจุบัน การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รวมถึงการพัฒนากลยุทธ์การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อนำไปสู่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยชุมชน โดยองค์ประกอบของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการประเมินผลกลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้น

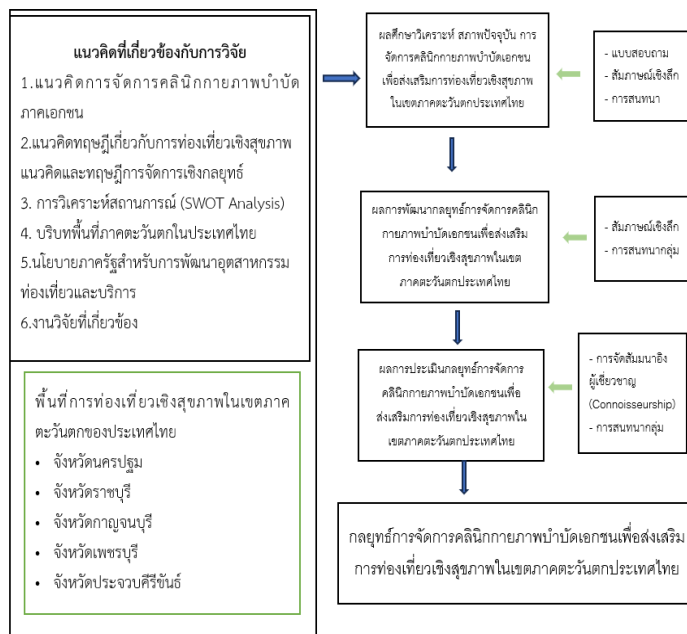
ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัย คือ คลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในพื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5 จังหวัด ได้แก่ กาญจนบุรี นครปฐม ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ผู้ประกอบการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน นักกายภาพบำบัดประจำคลินิก เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงานที่ในคลินิกกายภาพบำบัดและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ขอบเขตด้านเวลา การวิจัยอยู่ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2567 – พฤษภาคม 2568

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการศึกษากลยุทธ์การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมซึ่งครอบคลุม แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการคลินิกกายภาพบำบัด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยในการศึกษานี้ผู้วิจัยได้ใช้แนวคิดทฤษฎี ตลอดจนการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

2. แนวคิดและทฤษฎี

2.1 การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดภาคเอกชน กายภาพบำบัดคือ ศาสตร์ที่ช่วยดูแลและฟื้นฟูสมรรถภาพร่างกายให้กลับมาเคลื่อนไหวได้ดีเป็นปกติ หรือใกล้เคียงปกติมากที่สุดด้วยการออกกำลังกาย วิชาชีพสาขาหนึ่งทางการแพทย์และสาธารณสุข ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพของประชาชนทั้งในแง่ของการส่งเสริมป้องกันรักษา และสร้างสุขภาพร่างกายและจิตใจโดยใช้วิธีตามหลักวิทยาศาสตร์และการใช้เครื่องมือหรืออุปกรณ์ทางกายภาพบำบัด ทำให้ประชาชนมีสุขภาพและมีความสามารถในการทำงานของร่างกายอย่างเต็มที่ การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดภาคเอกชนควรเน้นที่การให้บริการที่มีคุณภาพ การบริหารจัดการการเงินอย่างมีระบบ และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ป่วย เพื่อให้คลินิกสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จได้ (American Physical Therapy Association, 2020)

2.2 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการบริการ American Marketing Association (1960) กล่าวว่า ศึกษาการบริการ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจ ซึ่งเป็นการเสนอขาย เพื่อเชื่อมโยงกับการขายสินค้าที่ฝ่ายหนึ่งได้เสนอให้กับอีกฝ่ายหนึ่งซึ่งเป็นที่ไม่มีตัวตน และไม่ได้เกิดความเป็นเจ้าของต่อบริการนั้น โดยการผลิตที่ออกมาอาจผูกเข้ากับสินค้าหรือไม่ก็ได้ (Stufflebeam et al., 1984) เป็นองค์กรที่ประกอบด้วยคนที่ทำงานร่วมกัน หรือทีมที่มีความเชี่ยวชาญซึ่งจะนำงานหรือรวมกันทำงานชิ้นหนึ่งให้สำเร็จเพื่อประโยชน์ให้กับลูกค้า โดยธุรกิจบริการไม่เหมือนกับสินค้า แต่ธุรกิจบริการจะจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบเป็นแรงงานและความเชี่ยวชาญ (Braun et al., 2013) และดำเนินงานให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ทางด้านพาณิชย์

สรุปได้ว่า การศึกษาการบริการเป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจ และการสร้างการทำการกายภาพบำบัดจึงมีความจำเป็นในผู้ที่มีปัญหาในเรื่องการเคลื่อนไหวที่อาจเกิดจากระบบกระดูก ข้อต่อ กล้ามเนื้อ ระบบประสาทและสมอง ระบบหัวใจและหลอดเลือด การฟื้นฟูก่อนและหลังผ่าตัด นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางการรักษาแบบประคับประคอง ซึ่งเป็นทางเลือกหนึ่งของผู้ที่ไม่ต้องการรักษาโรคด้วยการผ่าตัดอีกด้วย

2. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มีรูปแบบเป็น การวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียดหัวข้อย่อย ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง เชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการศึกษาเชิงสำรวจ (Survey Research) ผู้ที่มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนในพื้นที่ในเขตภาคภาคตะวันตกของประเทศไทย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random sampling) จำนวนประชากรที่แน่นอนจึงใช้หลักการของ Krejcie and Morgan (1970) ระดับความเชื่อมั่น 95% ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ในพื้นที่จังหวัดนครปฐม กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์

กลุ่มตัวอย่าง เชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่มุ่งเน้นการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ประกอบการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว และผู้เชี่ยวชาญด้านสุขภาพและการจัดการ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการคลินิกในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้บริหารคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ในจังหวัดภาคตะวันตกคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากความเชี่ยวชาญและบทบาทที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก

- 1) ผู้บริหารคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ในจังหวัดภาคตะวันตก
- 2) นักกายภาพบำบัด ที่มีประสบการณ์ในด้านบริการเพื่อสุขภาพหรือนักท่องเที่ยว
- 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น อาจารย์มหาวิทยาลัย หรือผู้ทรงคุณวุฒิจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
- 4) ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ/องค์กรท้องถิ่น เช่น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) หรือสำนักงานพัฒนาชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้ที่มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนและความสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทย ที่สร้างขึ้นตามแนวคิด ทฤษฎี นำมาหาค่าความแม่นยำ (Validity) โดยนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้อง และความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ข้อคำถามที่สร้างขึ้นมีค่า IOC = 1.00 ทุกข้อ และนำมาแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการแจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ชุด และนำมาวิเคราะห์หาความเที่ยง โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) มีค่า .90

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับคลินิกกายภาพบำบัดในพื้นที่ภาคตะวันตกของประเทศไทย เป็นแบบสัมภาษณ์ปลายเปิดให้แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับด้านการให้บริการ คลินิกกายภาพบำบัดในภาคตะวันตกของประเทศไทย และด้านความสนใจในรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแนวโน้มพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมด้วยตนเองในพื้นที่จังหวัดนครปฐม กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์ ในระหว่างเดือน พฤษภาคม 2567 – พฤษภาคม 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยหาค่าเฉลี่ย (Arithmetic Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้ที่มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนและความสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทย และวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และใช้กรอบที่ได้จากการศึกษาเอกสารเป็นกรอบการวิจัยได้จากการสัมภาษณ์ให้กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมดมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ ความคิดที่เหมือนกันและแตกต่างกัน ด้วยการจัดระเบียบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ที่อยู่ในประเภทเดียวกันเข้าด้วยกัน

3. สรุปผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้รับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 62.0 อายุ 20-40 ปี คิดเป็น ร้อยละ 49.0 ส่วนใหญ่สถานภาพโสด ร้อยละ 49.5 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 44.8 อาชีพหลัก ลูกจ้าง ร้อยละ 52.0 ส่วนใหญ่รายได้ 10,001- 30,000 บาท ร้อยละ 40.0 ข้อมูลการเดินทางมารับบริการ ส่วนใหญ่ มาโดยรถส่วนตัว ร้อยละ 49.0 ปัญหาของผู้มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน คือ รักษาฟื้นฟูอาการบาดเจ็บ ร้อยละ 61.0 การมาใช้ บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเนื่องจากสะดวกในการเดินทาง ร้อยละ 44.0 ความถี่ในการมารับบริการมากที่สุด 1-2 ครั้งต่อเดือน ร้อยละ 52 ผู้รับบริการจากคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนอาศัยอยู่ภาคตะวันตก ร้อยละ 74.8

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยและสภาวะที่ใช้บริการ

ปัจจัยและสภาวะที่ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ			
มีการจัดพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วนตามประเภทการให้บริการ เช่น ห้องตรวจ มุมพักผ่อน ห้องรักษา	4.21	.640	มากที่สุด
การจัดการสิ่งแวดล้อมภายในพื้นที่บริการมีความสะดวกและความสะอาด	4.25	.628	มากที่สุด
สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้รับบริการครบถ้วน เช่น รถเข็น เก้าอี้นั่งพัก	4.23	.646	มากที่สุด
รวม	4.22	.585	มากที่สุด
ด้านกระบวนการจัดการ			
มีรูปแบบการให้บริการที่เป็นระบบ และสะดวกรวดเร็วในการบริการ	4.29	.623	มากที่สุด
เอกสารการรับบริการทางกายภาพบำบัด รวมถึงใบเสร็จรับเงินแสดงรายละเอียดชัดเจน	4.31	.620	มากที่สุด
มีป้ายแสดงอัตราค่าบริการ วันและเวลาในการให้บริการชัดเจน	4.33	.611	มากที่สุด
รวม	4.31	.565	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลการวิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับปัจจัยและสภาวะที่ใช้ บริการ ได้ดังนี้ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ($\bar{X}$ =4.22, SD. = 0.585) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านกระบวนการ จัดการ ($\bar{X}$ =4.31, SD. = 0.565) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจัยและสภาวะที่ใช้บริการ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านนันทนาการ			
กิจกรรมการท่องเที่ยวทางสุขภาพ	4.32	.682	มากที่สุด
เทศกาลและประเพณี	4.28	.723	มากที่สุด
การมีโอกาสร่วมกิจกรรมกับนักท่องเที่ยวอื่น	4.34	2.18	มากที่สุด
รวม	4.31	.937	มากที่สุด
ด้านศิลปวัฒนธรรม			
อาหาร	4.49	.641	มากที่สุด
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน	4.37	.691	มากที่สุด
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ทรัพยากรวัฒนธรรม	4.42	.647	มากที่สุด
รวม	4.42	.579	มากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ/ด้านบรรยากาศ			
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ/ทรัพยากรธรรมชาติ	4.41	.634	มากที่สุด
ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว	4.40	.657	มากที่สุด
ความมีชื่อเสียงของสถานที่	4.38	.679	มากที่สุด
รวม	4.38	.583	มากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม			

ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	4.50	.649	มากที่สุด
สามารถใช้เวลาร่วมกับครอบครัว	4.50	.633	มากที่สุด
ความปลอดภัย	4.57	.617	มากที่สุด
ราคา	4.44	.730	มากที่สุด
รวม	4.50	.579	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันตกของประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านนันทนาการ ($\bar{X}$ = 4.31, SD. = 0.937) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านศิลปวัฒนธรรม ($\bar{X}$ = 4.42, SD. = 0.579) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ/ด้านบรรยากาศ ($\bar{X}$ = 4.38, SD. = 0.583) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด, ด้านสิ่งแวดล้อมทางสังคม ($\bar{X}$ = 4.50, SD. = 0.579) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

4. อภิปรายผล

ภาพรวมของผู้มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดและสนใจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีรายได้เฉลี่ยค่อนข้างสูง (ร้อยละ 44.0) ลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของนักวิจัยหลายท่านที่พบว่านักท่องเที่ยวสุขภาพโดยส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 62.0) มีการศึกษาสูง (Koh et al., 2010; Lehto et al., 2006; Smith & Puczko, 2009) จึงสนใจดูแลในสุขภาพ นอกจากนี้ยังเป็นกลุ่มที่มีรายได้ค่อนข้างดี (Koh et al., 2010; Lehto et al., 2006) จึงสามารถใช้จ่ายเพื่อการบริการทางสุขภาพได้ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ผู้รับบริการคลินิกกายภาพบำบัด เพศหญิงมีความสนใจในการดูแลสุขภาพและสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากกว่าเพศชาย แต่เมื่อพิจารณาอายุเฉลี่ยของผู้รับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนมีอายุอยู่ในวัยกลางคน (ตั้งแต่ 20-30 ปีขึ้นไป)

เมื่อพิจารณาอาชีพหลักในปัจจุบัน มากที่สุดคือลูกจ้าง (ร้อยละ 52.0) ข้อมูลการเดินทางมารับบริการโดยรถส่วนตัว (ร้อยละ 49.0) ปัญหาของผู้มารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน มากที่สุดคือรักษาพื้นพวดการบาดเจ็บ (ร้อยละ 61.0) ข้อมูลเกี่ยวกับการมาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเนื่องจากสะดวกในการเดินทาง (ร้อยละ 44.0) ข้อมูลความถี่การมาใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ความถี่ในการมารับบริการมากที่สุด 1-2 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 52.0) และอาศัยอยู่ในภูมิภาคที่เข้ารับบริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน เป็นหลัก (ร้อยละ 74.8)

ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยและสภาวะที่ใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน ต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7 ด้าน ในระดับมากที่สุด ชี้ให้เห็นว่าส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mixes) หรือ 7Ps เป็นปัจจัยสำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน เนื่องเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มักนำมาใช้ในธุรกิจหรืออุตสาหกรรมบริการ (Kotler & Keller, 2009) เช่น โรงพยาบาล สถานพยาบาลคลินิกเอกชน ประกอบไปด้วยด้านการบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่หรือด้านการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านสร้างและเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ความสามารถที่ทำให้เกิดความแตกต่างชัดเจนกับคู่แข่งอื่น ๆ ทางธุรกิจ และเป็นสิ่งที่ผู้รับบริการสามารถจับต้องได้อย่างชัดเจน (จิตตินันท์ เตชะคุปต์, 2547) ซึ่งผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) บริบทด้านส่วนประสมทางการตลาดบริการ ของธุรกิจสถานพยาบาลคลินิกกายภาพบำบัดในประเทศไทย ส่วนใหญ่เหมือนกันทั้ง 51 แห่ง คือ กลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความสามารถในการจัดการธุรกิจสถานพยาบาล ประกอบด้วย 7 ด้านเหมือนกัน ที่รวมเรียกว่า 7 P's ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่ 4) ด้านการส่งเสริมการขาย 5) ด้านบุคลากร 6) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และ 7) ด้านกระบวนการ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็จะมีบางแห่งที่ใช้กลยุทธ์การตลาดบริการเพียง 4 ด้าน ที่รวมเรียกว่า 4 P's ได้แก่ 1) ด้านผลิตภัณฑ์ 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่และ 4) ด้านการส่งเสริมการขาย เป็นต้น ดังนั้นจึงอาจทำให้เกิดปัญหาของปริมาณลูกค้าที่เข้าใช้บริการ ซึ่งส่งผลต่อผลประกอบการหรือผลการดำเนินการที่น้อย เมื่อเทียบกับคู่แข่งรายอื่น ๆ รวมทั้งยังประสบปัญหาอื่น ๆ ในผลการศึกษาครั้งนี้ได้นำกลยุทธ์การตลาดบริการที่ส่งผลต่อความสามารถในการจัดการธุรกิจสถานพยาบาล ประกอบด้วย 7 ด้านเหมือนกัน ที่รวมเรียกว่า 7 P's มาศึกษา สามารถเรียงลำดับจากมากที่สุดไปยังน้อยได้ดังนี้
- 1) ปัจจัยด้านบุคลากร อยู่ในระดับมากที่สุด โดยจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับ นักกายภาพบำบัดมีความรู้ความชำนาญ และ

มีประสบการณ์ น่าเชื่อถือเจ้าหน้าที่สามารถแนะนำขั้นตอน และประชาสัมพันธ์การรับบริการได้อย่างถูกต้อง และเข้าใจง่าย 2) ปัจจัยด้านกระบวนการจัดการ ให้ความสำคัญเกี่ยวกับมีป้ายแสดงอัตราค่าบริการ วันและเวลาในการให้บริการชัดเจน รองลงมาเกี่ยวกับเอกสารการรับบริการทางกายภาพบ้าง รวมถึงใบเสร็จรับเงินแสดงรายละเอียดชัดเจน และมีรูปแบบการให้บริการที่เป็นระบบ และสะดวกรวดเร็วในการบริการ 3) ด้านบริการกายภาพบ้าง เน้นให้บริการที่มีคุณภาพมาตรฐานและน่าเชื่อถือและการให้บริการมีความครอบคลุมทุกกลุ่มอาการ (กระดูกและกล้ามเนื้อ การบาดเจ็บทางการกีฬา ระบบประสาท พัฒนาการ) 4) ด้านสถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญด้านสถานที่ตั้งคลินิกกายภาพบำบัดมีทำเลเหมาะสม และสามารถเดินทางได้สะดวกมีที่จอดรถที่เพียงพอ 5) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ให้ความสำคัญการจัดการสิ่งแวดล้อมภายในพื้นที่บริการมีความสะอาด และความสะอาดรองลงมาเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้รับบริการครบถ้วน เช่น รถเข็น แก้อื้อนั่งพัก และมีการจัดพื้นที่ให้บริการเป็นสัดส่วนตามประเภทการให้บริการ เช่น ห้องตรวจ มุมพักผ่อน ห้องรักษาตามลำดับ 6) ด้านราคา ได้ให้ความสำคัญเท่ากันเกี่ยวกับอัตราค่าบริการมีความคุ้มค่าและเหมาะสม และสามารถเบิกได้ตามระเบียบของบริษัทประกัน และ 7) ด้านส่งเสริมการตลาด ให้ความสำคัญด้านให้บริการทางอินเทอร์เน็ต เช่น บริการซักถามปัญหาและแนวทางในการรักษา และการจองคิวนัดหมายมากที่สุด รองลงมาให้ความสำคัญเท่ากันคือ มีสิทธิพิเศษแก่ผู้รับบริการครั้งแรก / ซื้อเป็นคอร์ส / คุ้มครองส่วนลดตามโอกาสสำคัญและการจัดกิจกรรมของคลินิกกายภาพบำบัด เช่น การออกหน่วยให้ความรู้ด้านสุขภาพ หรือจัดกิจกรรมสรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาดบริการ มีอิทธิพลกับผลความสามารถในการจัดการธุรกิจสถานพยาบาลคลินิกกายภาพบำบัดอย่างเด่นชัด จากผลงานวิจัยของ Purcareia (2019) พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ จึงนำไปสู่ถึงประสิทธิภาพหรือผลความสามารถในการจัดการธุรกิจคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน

กลยุทธ์ที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้ เป็นการตอบโจทย์ในมิติที่หลากหลายของการบริหารจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชน โดยมีจุดเน้นที่การบูรณาการทรัพยากรสุขภาพในพื้นที่กับระบบการท่องเที่ยวอย่างมียุทธศาสตร์ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมสุขภาพของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น สร้างอาชีพ และเพิ่มรายได้ให้กับชุมชน ดังนั้น หากมีการนำกลยุทธ์ทั้ง 4 ด้านไปใช้จริงโดยอิงตามบริบทของพื้นที่และได้รับการสนับสนุนอย่างเหมาะสมจากภาคีที่เกี่ยวข้อง จะสามารถยกระดับภาคตะวันตกของประเทศไทยให้เป็น "ศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับภูมิภาค" ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

5. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการทำวิจัย

- 1) ควรมีการส่งเสริมให้แต่ละจังหวัดมีการส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยว ร่วมกับการบริการสุขภาพ
- 2) การประชาสัมพันธ์เชิงรุก หน่วยงานรัฐที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรทำประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ประชาชนมาหาความรู้ พักผ่อน เยี่ยมชม
- 3) จังหวัดในภาคตะวันตกควรเห็นคุณค่าและตระหนักในความสำคัญของพฤติกรรมของท่องเที่ยวที่มาเยือนเพื่อประเมินและวางแผนในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั้งในและต่างประเทศ
- 4) ลดการเดินทางของผู้ป่วยจากพื้นที่เข้ามาในเมืองและส่งเสริมศักยภาพบุคลากรในพื้นที่ให้มีความชำนาญมากยิ่งขึ้นตลอดถึง อุปกรณ์ในการรักษาที่ทันสมัย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

- 1) ควรปรับเปลี่ยนเป็นกลุ่ม นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติเพื่อให้ทราบความต้องการที่เหมาะสมกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของแต่ละชนชาติทำให้สามารถพัฒนาศูนย์บริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติได้
- 2) ควรศึกษา ความต้องการและความคาดหวัง กับรูปแบบการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ว่านักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและยังไม่มี ประสบการณ์และนำมาเปรียบเทียบกัน กับบริการเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ

3) ควรศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์เพิ่มเติม เช่น ลักษณะการดำเนินชีวิต (Life Style) หรือพฤติกรรมอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับสถานการณ์การแข่งขัน ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

6. องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

โมเดลการจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

1) **การพัฒนาแพ็คเกจบริการ** จัดทำแพ็คเกจบริการที่รวมการบำบัดกายภาพกับกิจกรรมท่องเที่ยว เช่น โปรแกรมการบำบัดสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพ, ตัวอย่างแพ็คเกจ: โปรแกรม "บำบัดและท่องเที่ยว" ที่รวมการรักษา กิจกรรมสันทนาการ และทัวร์ท่องเที่ยวในสถานที่สำคัญในพื้นที่

2) **การร่วมมือกับธุรกิจท่องเที่ยว** สร้างเครือข่ายร่วมกับบริษัททัวร์ โรงแรม หรือรีสอร์ทเพื่อโปรโมทบริการคลินิกกับนักท่องเที่ยว, ข้อเสนอ: "แพ็คเกจสุขภาพ" ร่วมกับโรงแรมและรีสอร์ทที่มีบริการกายภาพบำบัด และกิจกรรมท่องเที่ยว

เทคโนโลยีในการบริการ ใช้เทคโนโลยีในการเสริมประสิทธิภาพการรักษา เช่น การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ในการตรวจวินิจฉัยและบำบัด (เช่น การใช้เครื่องมือสำหรับฟื้นฟูกล้ามเนื้อ หรือการบำบัดด้วยความเย็น/ร้อน), ใช้แอปพลิเคชันที่สามารถให้คำแนะนำหรือแจ้งเตือนการบำบัดสำหรับนักท่องเที่ยว

การฝึกอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ พัฒนาทักษะของบุคลากรในคลินิกให้สามารถให้บริการที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะ เช่น การฟื้นฟูจากการเดินทางไกลหรืออาการบาดเจ็บจากกิจกรรมท่องเที่ยว, จัดการฝึกอบรมเกี่ยวกับการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การตลาดและการโปรโมท ใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่อโปรโมทแพ็คเกจบริการผ่านโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแพลตฟอร์มท่องเที่ยวออนไลน์, สร้างแบรนด์คลินิกที่เน้นการดูแลสุขภาพร่วมกับการท่องเที่ยว



ภาพที่ 2 โมเดลการจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

7. กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง กลยุทธ์การจัดการคลินิกกายภาพบำบัดเอกชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเขตภาคตะวันตก ประเทศไทยนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะความ ช่วยเหลือและคำแนะนำอย่างดียิ่งจากศาสตราจารย์ ดร.คณิต เขียววิชัย ที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์หลัก ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ และขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. วิจิต อิมอารมย์ และ รองศาสตราจารย์ ดร.วรรณวีร์ บุญคุ้ม กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ที่ให้คำแนะนำและข้อชี้แนะอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการวิจัย

ขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่คอยเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยดำเนินการทำวิทยานิพนธ์จนสำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้จะก่อให้เกิดองค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการจัดการจัดกิจกรรม

การท่องเที่ยวในพื้นที่ ชุมชน ภาคตะวันตกในประเทศไทย มีการนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดได้
 อย่างเป็นรูปธรรม และสามารถต่อยอด ขยายผลให้เกิดการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน

8. เอกสารอ้างอิง

- จิตตินันท์ เตชะคุปต์. (2547). *จิตวิทยาการบริการ*. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ภูติห เตชาดิวัฒน์. (2564). *รายงานประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561*. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุโขทัย
- วันทยา วัชรอุดมกาล. (2565). แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานตามมาตรฐานสมรรถนะของอาสาสมัครสาธารณสุข
 ประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุโขทัย. *วารสารสุขภาพภาคประชาชน*, 12(4), 47-56.
- American Marketing Association. (1960). Social support groups and marital relationships. In S. Duck
 (Ed.), *Personal relationships 5: Repairing personal relationships* (pp. 47-66). Academic Press.
- American Physical Therapy Association. (2020). *Organization theory and management: A macro
 approach*. John Wiley and Sons.
- American Physical Therapy Association. (2022). *A concise introduction to mixed methods research*.
 Sage.
- Braun, R., Catalani, C., Wimbush, J., & Israelski, D. (2013). Community health workers and mobile
 technology: A systematic review of the literature. *PLoS One*, 8(6), e65772.
- Koh, J., Dodds, R., & Lim, T. (2010). Koh Phi Phi: Moving towards or away from sustainability?
Asia Pacific Journal of Tourism Research, 15(3), 251–265. <https://doi.org/10.1080/10941665.2010.503615>
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Marketing management* (13th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and
 Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
- Lehto, X. Y., Brown, S., Chen, Y., & Morrison, A. M. (2006). Yoga tourism as a niche within the
 wellness tourism market. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 25–35.
<https://doi.org/10.1080/02508281.2006.11081244>
- Lehto, X. Y., Kim, D. Y., & Morrison, A. M. (2006). The effect of prior destination experience on online
 information search behaviour. *Tourism and Hospitality Research*, 6(2), 160–178.
- Niven, P. R. (2002). *Balanced scorecard step-by-step: Maximizing performance and maintaining
 results*. Wiley.
- Pearce, P. L. (2005). *Tourist behavior: Themes and conceptual schemes*. Channel View.
- Purcarea, L. (2019). Online hotel booking: The effects of brand image, price, trust and value on
 purchase intentions. *Asia Pacific Management Review*, 20(4), 210-218.
- Purcarea, L. (2019). The impact of marketing strategies in healthcare systems. *Journal of medicine
 and life*, 12(2), 93.
- Smith, M., & Puczko, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Butterworth-Heinemann.
- Stufflebeam, D. L., Madaus, G. F., & Kellaghan, T. (Eds.). (1984). *Evaluation models: Viewpoints on
 educational and human services evaluation*. Kluwer Academic.