

(ร่าง) ยุทธศาสตร์

การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

(Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

ที่ปรึกษา

ดร. นายแพทย์ ภาณุวัฒน์ ปานเกตุ
ดร. ทันตแพทย์ อาคม ประดิษฐ์สุวรรณ
นายแพทย์ กรกฤษ ลิ้มสมมุติ

อธิบดี กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
รองอธิบดี กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
รองอธิบดี กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ผู้จัดทำและเรียบเรียง

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ดร. กัญญารัตน์ กุญสุวรรณ

นางสาว ภัทธรณีย์ภรณ์ ฉัตรวิริยโสภณ

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

คณะผู้ร่วมพัฒนา

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

นางสาว ศิริินภา สระทองหน

นางสาว อัจฉราภรณ์ พวงบุตร

นางสาว ภาณุมาศ จูประเสริฐ

นางสาว พิมพ์ชนก มิซสินธ์

นางสาว ขวัญเรือน แสงไข

นางสาว ฐิติกานต์ พัฒนมาศ

นางสาว ทิวาพร กลมกล่อม

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

สำนักส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

จัดพิมพ์โดย

ออกแบบรูปเล่ม

จำนวนพิมพ์

ISBN

สถานที่พิมพ์



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
Department of Health Service Support

(ร่าง) ยุทธศาสตร์ การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)

พ.ศ. 2568–2577



สารบัญ



หน้า

| | | |
|----------------|---|----|
| บทที่ 1 | บทนำ | 4 |
| บทที่ 2 | บทสรุปผู้บริหาร | 6 |
| บทที่ 3 | เหตุผลและความจำเป็นในการปรับปรุง(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) | 9 |
| | 3.1 ความเป็นมาในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) | 13 |
| | 3.2 การดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 | 17 |
| | 3.2.1 สรุปการดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 | 18 |
| | 3.2.2 หน่วยงานที่ร่วมดำเนินการพัฒนา(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 | 20 |
| | 3.3 การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ของประเทศไทย | 22 |
| | 3.3.1 ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทย | 23 |
| | 3.3.2 อุตสาหกรรมทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพ (Medical and Wellness) ในตลาดโลก | 30 |
| | 3.3.3 SWOT ANALYSIS | 33 |
| | 3.3.4 TOWS MATRIX | 47 |

| | | |
|-----------------|---|-----|
| บทที่ 4 | (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 | 51 |
| 4.1 | ความเชื่อมโยงของการขับเคลื่อนนโยบาย (Wellness and Medical Service Hub) | 53 |
| 4.2 | การกำหนดวิสัยทัศน์และกลุ่มเป้าหมาย (เป้าหมายระดับ CLMV, อาเซียน, เอเชียแปซิฟิก) | 57 |
| 4.3 | กรอบแนวคิดและจุดมุ่งเน้นการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติตามกลุ่มสาขา | 60 |
| 4.3.1 | Medical Service Hub (ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล) | 61 |
| 4.3.2 | Wellness Hub (ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ) | 63 |
| 4.3.3 | Products Hub (ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์) | 65 |
| 4.3.4 | Academic Hub (ศูนย์กลางบริการวิชาการ) | 67 |
| 4.3.5 | Health Convention and Exhibition Hub (ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ) | 69 |
| 4.3.6 | ขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ | 70 |
| 4.4 | (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 | 72 |
| 4.4.1 | ยุทธศาสตร์ที่ 1 : เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร | 75 |
| 4.4.2 | ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร | 79 |
| 4.4.3 | ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ | 82 |
| 4.5 | ทิศทางการขับเคลื่อนภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์ฯ | 84 |
| บทที่ 5 | โครงการ/กิจกรรมหลักสำคัญ (Flagship) ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว | 92 |
| บทที่ 6 | กลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ สู่การปฏิบัติ | 100 |
| บทที่ 7 | ผลที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละกลยุทธ์ภายใต้(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 | 108 |
| บทที่ 8 | การประเมินผล | 112 |
| | ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ | 113 |
| บทที่ 9 | นิยามศัพท์ | 116 |
| บทที่ 10 | QR CODE เอกสารแนบ | 119 |

บทที่

1

บทนำ



ประเทศไทยมีศักยภาพที่โดดเด่นในด้านการบริการสุขภาพและการแพทย์ ซึ่งได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ ด้วยการบริการที่มีคุณภาพมาตรฐานสูง ต้นทุนการรักษาที่คุ้มค่า และความพร้อมของบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงความสามารถในการผสมผสานความก้าวหน้าทางการแพทย์สมัยใหม่เข้ากับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศชั้นนำที่เป็นที่ต้องการของผู้รับบริการจากทั่วโลก จากความสำเร็จที่ผ่านมาของนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้มีความมุ่งมั่นที่จะสานต่อความสำเร็จดังกล่าวผ่านการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2568–2577) ซึ่งมีเป้าหมายในการเสริมสร้างศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถของประเทศในการเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพแบบครบวงจรในระดับนานาชาติ (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2568–2577) ฉบับนี้ เป็นกรอบแนวทางสำคัญในการกำหนดทิศทางและมาตรการเชิงรุกที่จะตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลมาจากศักยภาพบริการทางการแพทย์และสุขภาพของประเทศไทย ตลอดจนการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพของโลก การจัดทำยุทธศาสตร์นี้ได้รับความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ที่เข้ามามีบทบาทเพื่อสามารถกำหนดยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานที่เหมาะสมและเท่าทันในยุคที่การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว



ดังนั้น ยุทธศาสตร์ฉบับนี้จะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่ความเป็นผู้นำด้านบริการสุขภาพและการแพทย์ที่เป็นเลิศ พร้อมทั้งเสริมสร้างอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรให้แข็งแกร่งและยั่งยืน ยกกระดับเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถเติบโตควบคู่ไปกับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศบนเวทีโลกอย่างมั่นคงและต่อเนื่องในระยะยาว

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

กันยายน 2568

บทที่

2

บทสรุปผู้บริหาร



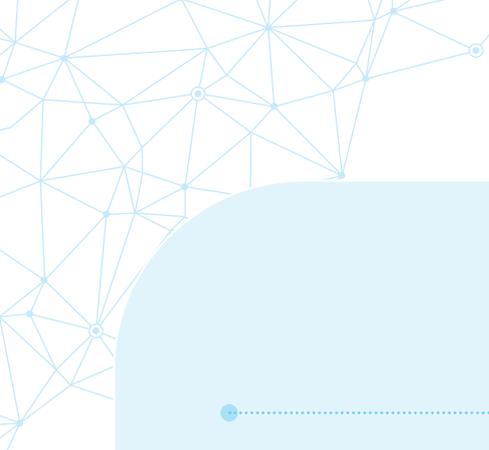
ประเทศไทยได้ดำเนินนโยบายเพื่อพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าว ทั้งนี้ เป้าหมายสำคัญของนโยบายคือ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดสุขภาพ ระดับโลก โดยให้บริการสุขภาพและการแพทย์แบบครบวงจร ภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ที่มีการจัดทำมาแล้ว 3 ฉบับ ในปัจจุบันได้มีการจัดทำยุทธศาสตร์ฉบับที่ 4 (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 โดยยุทธศาสตร์ฯ ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์หลัก การพัฒนาประเทศใน 5 ผลผลิตที่สำคัญ ประกอบด้วย ศูนย์กลางบริการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Products Hub) และศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์ (Health Convention and Exhibition Hub) นอกจากนี้ ยังมี การขับเคลื่อนในประเด็นสำคัญอีกประการหนึ่งคือ การอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญ ในการปลดล็อกกฎหมายและกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรค เพื่อส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงทุนและการเติบโตของภาคธุรกิจ และช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมการแพทย์



ครบวงจร โดยทั้งหมดนี้ เพื่อเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจสุขภาพของประเทศ ตลอดจนขยายความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้ให้บริการจากนานาชาติทั่วโลก การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT) ของประเทศไทยในบริบทนี้ชี้ให้เห็นว่า ประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการให้บริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพในระดับสากล ด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง แต่ยังคงเผชิญกับความท้าทายในการพัฒนาผู้ประกอบการ บุคลากร และการปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมทางการแพทย์ ครบวงจร การวางแผนกลยุทธ์ช่วยกำหนดทิศทางในการพัฒนาศักยภาพของประเทศเพื่อใช้ประโยชน์จากจุดแข็งและโอกาสในการเติบโต รวมถึงการแก้ไขข้อจำกัดและความเสี่ยงที่อาจส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขัน ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำระดับโลกด้านการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมและบริการทางการแพทย์ (Thailand is a leading global destination for Wellness and Medical Services)” ยุทธศาสตร์ฉบับใหม่นี้ มีเป้าหมายในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติที่ครบวงจร ไม่เพียงแต่ในด้านการรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ แต่ยังรวมถึงการเป็นศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ งานวิจัย และนวัตกรรม การฝึกอบรมบุคลากร ตลอดจนการส่งเสริมความร่วมมือทางการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการจัดทำข้อตกลงการค้าเสรี (FTA) และการเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดสุขภาพระดับสากล กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์นี้ จะดำเนินการผ่านคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยมีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมายเป็นประธาน และมีการประสานงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

การดำเนินยุทธศาสตร์นี้ไม่เพียงแต่จะช่วยขับเคลื่อนการเติบโตของเศรษฐกิจด้านสุขภาพอย่างยั่งยืน แต่ยังเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นผู้นำในตลาดการแพทย์และสุขภาพระดับโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคซึ่งมีการแข่งขันที่เข้มข้น การดำเนินตามกรอบยุทธศาสตร์นี้ซึ่งประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์หลักในการขับเคลื่อน ได้แก่ 1) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร 2) พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร และ 3) ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ ซึ่งยุทธศาสตร์ 3 ข้อดังกล่าว จะช่วยพัฒนาอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของประเทศ ทั้งในด้านการให้บริการทางการแพทย์ การส่งเสริมสุขภาพ การวิจัยนวัตกรรม การผลิตยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ ให้มีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับระดับสากล ตลอดจนเพิ่มศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและผู้ให้บริการจากทั่วโลก เพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพที่โดดเด่นและยั่งยืนในระยะยาว

เหตุผลและความจำเป็นในการปรับปรุง
(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพ
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
(Wellness and Medical Service Hub)

- 
- 
- 3.1 ความเป็นมาในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)
 - 3.2 การดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577
 - 3.2.1 สรุปการดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577
 - 3.2.2 หน่วยงานที่ร่วมดำเนินการพัฒนา(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577
 - 3.3 การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ของประเทศไทย
 - 3.3.1 ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทย
 - 3.3.2 อุตสาหกรรมการแพทย์และการดูแลสุขภาพ (Medical and Wellness) ในตลาดโลก
 - 3.3.3 SWOT ANALYSIS
 - 3.3.4 TOWS MATRIX
- 

เหตุผลและความจำเป็นในการปรับปรุง(ร่าง)ยุทธศาสตร์ การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)

การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญที่ส่งเสริมการเติบโตทั้งในด้านเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ประเทศไทย มีความพร้อมในด้านบริการทางการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพที่มีมูลค่าสูง และมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ และอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของโลก เพื่อให้การขยายตัวของมูลค่าทางเศรษฐกิจ สุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน ซึ่งกระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้รับมอบหมายให้เป็น ผู้รับผิดชอบหลักในการขับเคลื่อนนโยบายนี้

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2560–2569) ประกอบด้วย 7 ยุทธศาสตร์หลัก ได้แก่ 1. เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ 2. พัฒนาบริการรักษาพยาบาล 3. พัฒนาบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ 4. พัฒนาบริการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก 5. พัฒนาบริการวิชาการและงานวิจัยทางการแพทย์ 6. พัฒนaya และผลิตภัณฑ์สุขภาพ และ 7. ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนและการระดมความคิดเห็นเชิงนโยบายของภาคีเครือข่ายภาครัฐและเอกชนพบว่า ยุทธศาสตร์ 5 ใน 7 ข้อเน้นที่การพัฒนาบริการด้านต่าง ๆ มากกว่าการพัฒนาอุตสาหกรรมทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์สุขภาพ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่เน้นความสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยอุตสาหกรรม การแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องปรับยุทธศาสตร์ให้มุ่งเน้นที่การพัฒนา อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการขยายตัวของ GDP ประเทศ

ภายใต้(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) (พ.ศ.2568–2577) ถูกปรับให้เหลือเพียง 3 ยุทธศาสตร์หลักที่สอดคล้องกับความท้าทายใหม่ ของประเทศ และเท่าทันต่อสภาวะการณ์เศรษฐกิจทั้งในปัจจุบันและอนาคต ประกอบด้วย (1) เพิ่มขีดความสามารถ ในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (2) พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร และ (3) ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ การทบทวนและปรับยุทธศาสตร์นี้ จะช่วยให้การดำเนินงาน ในเชิงรุก มีความชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยมุ่งเน้นที่การยกระดับขีดความสามารถในเชิงเศรษฐกิจ อย่างเป็นระบบ ซึ่งครอบคลุมทั้งการส่งเสริมสุขภาพ การบริการรักษาพยาบาล การพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพ การวิจัยและพัฒนาทางการแพทย์และสุขภาพ รวมทั้งการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ

การกำหนดแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว (5–10 ปี) มีความสำคัญในการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาอุตสาหกรรมการแพทย์และบริการสุขภาพแบบครบวงจร การส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพครบวงจร ต้องใช้เวลาและความต่อเนื่องในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ ระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร ได้แก่ บุคลากรทางการแพทย์และสุขภาพรวมทั้งนักวิจัยอุตสาหกรรมการแพทย์มูลค่าสูง กฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการ และมาตรฐานรองรับการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ รวมทั้งระบบอำนวยความสะดวก การค้า การลงทุน การขนส่งระหว่างประเทศ ฯลฯ ซึ่งมีขั้นตอนและกระบวนการที่ใช้ระยะเวลาและการมีส่วนร่วมจากหน่วยงานทุกภาคส่วน ประโยชน์ของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์ที่มีระยะยาว จะทำให้เห็นภาพของความต่อเนื่องในการดำเนินการและสามารถกำหนดตัวชี้วัดเป้าหมาย ในแต่ละระยะ โดยแบ่งเป็นระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เพื่อช่วยให้สามารถนำผลลัพธ์มาปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์เพิ่มเติม ภายในแผนยุทธศาสตร์ฉบับเดียวกัน

ในทางกลับกัน หากกำหนดแผนในระยะสั้น 5 ปี อาจจะทำให้เกิดผลกระทบหลายประการ ได้แก่

- ขาดการมองภาพรวมระยะยาว ทำให้ไม่สามารถพิจารณาภาพรวมในอนาคตหรือการพัฒนาที่ยั่งยืน ได้จึงเสี่ยงต่อการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบในระยะยาว เช่น การตัดสินใจที่อาจเป็นผลดีในปัจจุบันแต่อาจสร้างปัญหาหรือข้อจำกัดในอนาคต
- ขาดความยืดหยุ่น เนื่องจากอาจไม่มีเวลาหรือทรัพยากรเพียงพอต่อการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- ขาดการลงทุนในทรัพยากรระยะยาว ทำให้เกิดการชะงักงันในการลงทุนในทรัพยากรที่จำเป็นต่อการเติบโตในระยะยาว เช่น การพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร การวิจัยพัฒนาหรือการลงทุนในเทคโนโลยีที่ทันสมัย ซึ่งส่งผลให้ขาดการเตรียมพร้อมต่อการแข่งขันในอนาคต
- ความเสี่ยงต่อการขาดเสถียรภาพของการเงินและธุรกิจ เพราะการทำกำไรในระยะสั้นโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบอาจไม่สอดคล้องต่อความยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทยในระยะยาว เช่น ขาดการวิเคราะห์จัดสรรบุคลากรทางการแพทย์ทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างสมดุล

นอกจากนี้ การพัฒนาอุตสาหกรรมที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและการวิจัยขั้นสูง เช่น การผลิตยา และเวชภัณฑ์ หรือการพัฒนาอุปกรณ์การแพทย์ ต้องใช้เวลามากกว่า 5 ปี เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีคุณภาพและส่งผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่เป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน ด้วยเหตุผลดังกล่าว การกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) ในระยะเวลา 10 ปี (พ.ศ. 2568–2577) จึงมีความเหมาะสมและจำเป็นในการสร้างความต่อเนื่อง ความยั่งยืน และความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในระดับนานาชาติ

3.1 ความเป็นมาในการขับเคลื่อนประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)



3.1 ความเป็นมาในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
Department of Health Service Support

(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)

ความเป็นมาในการขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)

1. กระทรวงสาธารณสุข โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารและขับเคลื่อนนโยบาย Medical Hub ของประเทศ มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 จนถึงปัจจุบัน โดยได้จัดทำแผนยุทธศาสตร์ Medical Hub รวม 3 ฉบับ และฉบับที่ 4 (ฉบับ พ.ศ.2568–2577)

2. ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 13 กันยายน 2559 มีมติเห็นชอบยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) (พ.ศ. 2560 – 2569) กระทรวงสาธารณสุข โดย กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนงานตามนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ผ่านกลไกคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ที่แต่งตั้งตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 20 มิถุนายน 2560 โดยมีรัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุข เป็นประธานกรรมการ และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นประธานกรรมการร่วม อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข เป็นเลขานุการ อธิบดีกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นเลขานุการร่วม (เอกสารแนบที่ 1 และ 2)

3. ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2560 คณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) ได้แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (นโยบาย Medical Hub) จำนวน 4 คณะ ได้แก่ ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) 2) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) 3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และ 4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Products Hub) ซึ่งทั้ง 4 ผลผลิตสามารถแข่งขันกับนานาชาติโดยใช้ศักยภาพความแข็งแกร่งด้านระบบบริการสุขภาพของประเทศ ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพื่อรับบริการ ซึ่งเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจประเทศไทยให้มีการขยายตัวมูลค่าทางเศรษฐกิจสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน เพื่อสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศอีกทางหนึ่ง (เอกสารแนบที่ 3)

4. ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2566 และเมื่อวันที่ 13 มกราคม 2568 มติเห็นชอบเรื่อง คณะกรรมการต่าง ๆ ที่แต่งตั้งโดยมติคณะรัฐมนตรี ที่กระทรวงสาธารณสุขเสนอ โดยมีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธานกรรมการฯ ซึ่งมีอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข เป็นกรรมการและเลขานุการ และอธิบดีกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นกรรมการและเลขานุการร่วม (เอกสารแนบที่ 4 และ 4.1)

โดยคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ มีหน้าที่และอำนาจ ดังนี้

- (1) กำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- (2) มอบหมาย สั่งการ ให้องค์กรที่เกี่ยวข้องดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ฯ
- (3) สร้างกลไกและส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาครัฐ รัฐวิสาหกิจ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
- (4) ติดตาม ควบคุม กำกับ ฝ้าระวัง ผลกระทบที่คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์กำหนด มาตรการแก้ไขที่มีประสิทธิภาพ
- (5) จัดทำข้อเสนอเชิงนโยบายต่อรัฐบาล
- (6) รายงานผลการปฏิบัติงาน ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติงานให้นายกรัฐมนตรีและคณะรัฐมนตรีทราบเป็นระยะ ๆ
- (7) แต่งตั้งคณะอนุกรรมการและคณะทำงานชุดย่อยได้ตามความเหมาะสม
- (8) ดำเนินการอื่น ๆ ตามที่รัฐบาลมอบหมาย

5. อาศัยอำนาจและหน้าที่ตามข้อ (7) คณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ แต่งตั้งคณะอนุกรรมการและคณะทำงานชุดย่อยได้ตามความเหมาะสม และเมื่อวันที่ 27 กุมภาพันธ์ 2568 ตามคำสั่งคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ที่ 1/2568 เรื่อง แต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ เพื่อให้การดำเนินงานขับเคลื่อนนโยบายรัฐบาลในการเป็นศูนย์กลางอุตสาหกรรมการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness & Medical Hub) ความครอบคลุม 6 ผลผลิตหลัก และแต่งตั้งคณะอนุกรรมการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ จำนวน 6 คณะ โดยคณะอนุกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติทั้ง 6 คณะ มีอำนาจหน้าที่ ได้แก่ (1) พัฒนาแนวทางและรูปแบบเพื่อรองรับการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพ ทั้ง 6 คณะ ตามยุทธศาสตร์ที่กำหนด (2) วิเคราะห์และเสนอแนะมาตรการเพื่อผลักดันและสนับสนุนการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพ ทั้ง 6 คณะ ให้บรรลุผลสำเร็จ (3) พิจารณาเสนอแนะแนวทางและวิธีการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค (4) ติดตามประเมินผลการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์ที่กำหนด (5) รายงานผลการดำเนินงานของคณะอนุกรรมการฯ ให้คณะกรรมการอำนวยการฯ ทราบ (6) แต่งตั้งคณะทำงานชุดย่อยได้ตามความเหมาะสม (7) ปฏิบัติหน้าที่อื่น ๆ ตามที่ได้รับมอบหมาย (เอกสารแนบที่ 5 และ 5.1) ซึ่งคณะอนุกรรมการฯ ทั้ง 6 คณะ มีดังนี้

1. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub)
2. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub)
3. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub)
4. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการวิชาการ (Academic Hub)
5. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ (Health Convention and Exhibition Hub)
6. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ



3.2 การดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับประเทศ
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

(Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

3.2.1 สรุปการดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับประเทศ
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

(Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

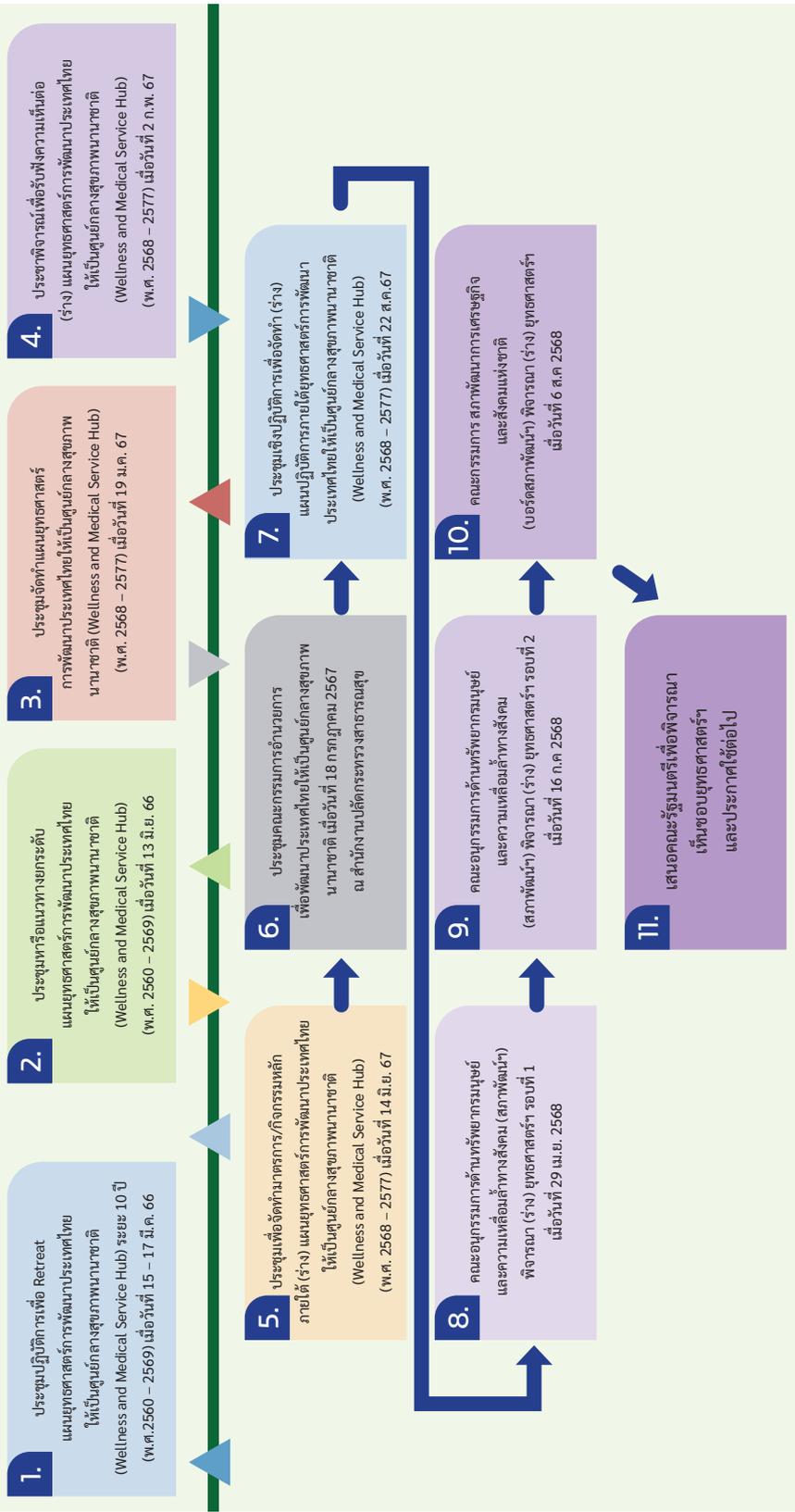
3.2.2 หน่วยงานที่ร่วมดำเนินการพัฒนา(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระดับประเทศ
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

(Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577



3.2 การดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

3.2.1 สรุปการดำเนินการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577



จากแผนภาพข้างต้นอธิบายกระบวนการจัดทำ(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพประเทศไทยให้เป็น ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 ดำเนินการ อย่างเป็นขั้นตอนและครอบคลุมการระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลากหลายภาคส่วน ดังนี้: **การทบทวนและระดมความคิดเห็นเชิงนโยบาย: เริ่มต้นในปีงบประมาณ 2566** ด้วยการทบทวนยุทธศาสตร์ Medical Hub ระยะ 10 ปีเต็ม (พ.ศ. 2560 – 2569) และ ระดมความคิดเห็นเชิงนโยบาย จากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการ รวมถึงหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน กรมวิชาการต่าง ๆ และมหาวิทยาลัย เพื่อยกระดับแผนให้ทันสมัย สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 13 โดยมีการจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็นรวม 2 ครั้ง **การจัดทำร่างยุทธศาสตร์: ในปีงบประมาณ 2567** มีการจัดประชุมเพิ่มอีก 4 ครั้ง เพื่อ จัดทำร่างแผนยุทธศาสตร์ Wellness and Medical Service Hub (พ.ศ. 2568 – 2577) **การประชาสัมพันธ์:** หลังจากนั้น ได้มีการจัดประชุมเพื่อประชาสัมพันธ์ รับฟังความเห็น ต่อ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ฯ และจัดทำมาตรการ/กิจกรรมหลัก ภายใต้ร่างยุทธศาสตร์ฯ **นำเสนอ ต่อคณะกรรมการอำนวยการ:** กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ได้นำเสนอ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ฯ (พ.ศ. 2568 – 2577) ต่อ คณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2567 ซึ่งมติที่ประชุมเห็นชอบในหลักการ และให้ฝ่ายเลขานุการฯ โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เร่งดำเนินการเสนอคณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณาต่อไป **พิจารณาโดยสภาพัฒนาฯ (3 รอบ):** ก่อนนำเสนอคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาเห็นชอบ (ร่าง) ยุทธศาสตร์ฯ จะผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการด้านทรัพยากรมนุษย์ และความเหลื่อมล้ำทางสังคม (สภาพัฒนาฯ) รอบที่ 1 เมื่อวันที่ 29 เมษายน 2568 และนำเสนอเข้าสู่การพิจารณา ของ สภาพัฒนาฯ รอบที่ 2 เมื่อวันที่ 16 กรกฎาคม 2568 และสุดท้ายคณะกรรมการ สภาพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ (บอร์ดสภาพัฒนาฯ) พิจารณา (ร่าง) ยุทธศาสตร์ฯ เมื่อวันที่ 6 สิงหาคม 2568 ก่อนที่ฝ่าย เลขานุการฯ โดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข จะดำเนินการนำยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพ ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ.2568-2577 เสนอต่อคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาให้ความเห็นชอบและจึงนำสู่การเผยแพร่นโยบายยุทธศาสตร์ฯ สู่การปฏิบัติ ต่อไป (เอกสารแนบที่ 12)



3.2.2 หน่วยงานที่ร่วมดำเนินการพัฒนา(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

การดำเนินการพัฒนายุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577 ซึ่งได้เริ่มดำเนินการจัดทำขึ้นในปีงบประมาณ 2566 โดยได้รับความร่วมมือจากผู้เชี่ยวชาญ นักวิชาการจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน กรมวิชาการต่าง ๆ และหน่วยงานมหาวิทยาลัย เพื่อร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงนโยบายในการพัฒนาและยกระดับยุทธศาสตร์เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติและเสริมสร้างขีดความสามารถประเทศในการแข่งขันในระดับสากล ทั้งนี้หน่วยงานหลักที่มีบทบาทสำคัญและร่วมดำเนินการอย่างต่อเนื่องมีดังนี้

หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ

ได้แก่ **กระทรวงสาธารณสุข** (ผู้แทน : สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, สำนักสนับสนุนระบบสุขภาพปฐมภูมิ, กองบริหารการสาธารณสุข, กองเศรษฐกิจสุขภาพและหลักประกันสุขภาพ, กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, กรมควบคุมโรค, กรมสุขภาพจิต, กรมอนามัย, องค์การเภสัชกรรม, แพทยสภา, สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ, สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน), สถาบันกัญชาทางการแพทย์) , **กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา** (ผู้แทน : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรมการท่องเที่ยว), **กระทรวงพาณิชย์** (ผู้แทน : กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ), **สำนักนายกรัฐมนตรี** (ผู้แทน : สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงบประมาณ, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน), **กระทรวงอุตสาหกรรม** (ผู้แทน : สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม), **กระทรวงการคลัง** (ผู้แทน : สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง), **กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม** (ผู้แทน : สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ), **กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** (ผู้แทน : ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน), สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยบูรพา, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, สภามหาวิทยาลัยนครพนม)

หน่วยงานภาคเอกชน

ได้แก่ ผู้แทน : สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย, สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.), สมาคมโรงพยาบาลเอกชน, สมาคมคลินิก, สมาพันธ์สมาคมสปาไทย, สมาพันธ์สมาคมสปาแอนด์เวลเนสไทย, สมาคมสปาไทย, สมาคมน้ำพุร้อน, สมาคมคลินิกเอกชน, สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์, สมาคมไทยอุตสาหกรรมผลิตยาแผนปัจจุบัน, สมาคมโรงแรมไทย, สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย, ศูนย์การศึกษาต่อเนื่องสภากายภาพบำบัด, สมาคมการค้าและการบริการสุขภาพผู้สูงอายุไทย, The Beginning Elderly Group 55 Co.,Ltd., โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์, โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น, โรงพยาบาลบางปะกอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล, โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 9 แอร์พอร์ต, โรงพยาบาลธนบุรีบูรณา, โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล, โรงพยาบาลปิยะเวท, โรงพยาบาลพระราม 9, โรงพยาบาลพริ้นซ์ สุวรรณภูมิ, โรงพยาบาลเมดพาร์ค, โรงพยาบาลวิมุต, โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท, โรงพยาบาลรามคำแหง, โรงพยาบาลตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, นาถลดา คลินิกเวชกรรม, Tyme Spa, Balavi Lifestyle Retreat Center, Medical Gym Manager RAKxa Integrative Wellness, Supervisor of International Operation Praram 9 hospital, Expert of Integrated Marketing Communication Praram 9 hospital, บริษัท SIAM LAND FLYING, บริษัททวีชาติซีไลน์ จำกัด, บริษัทชวิศพร จำกัด



3.3 การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ของประเทศไทย

3.3.1 ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทย

3.3.2 อุตสาหกรรมการแพทย์และการดูแลสุขภาพ (Medical and Wellness)
ในตลาดโลก

3.3.3 SWOT ANALYSIS

3.3.4 TOWS MATRIX

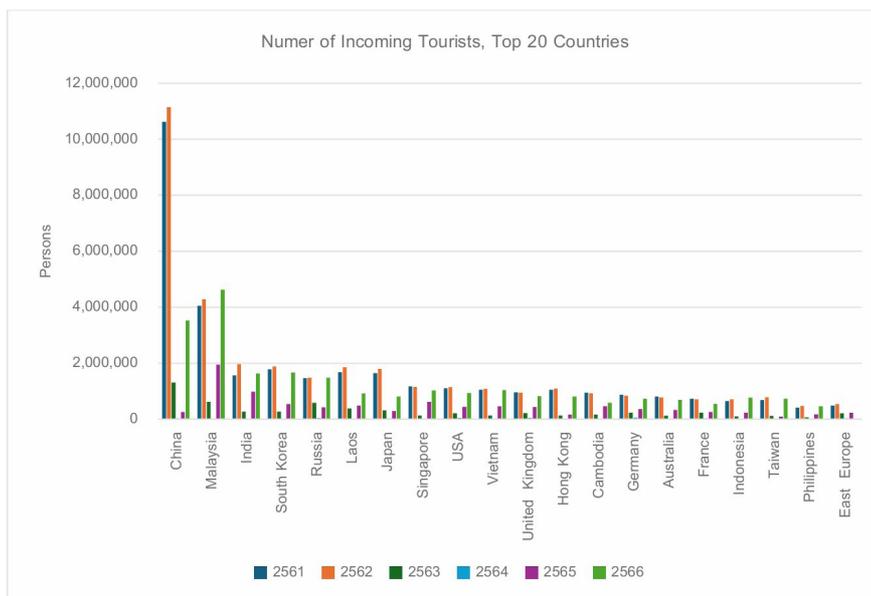


3.3 การวิเคราะห์บริบทที่เกี่ยวข้องกับการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติของประเทศไทย

3.3.1 ศักยภาพในการแข่งขันของประเทศไทย

1. จำนวนนักท่องเที่ยวและรายจ่ายของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย

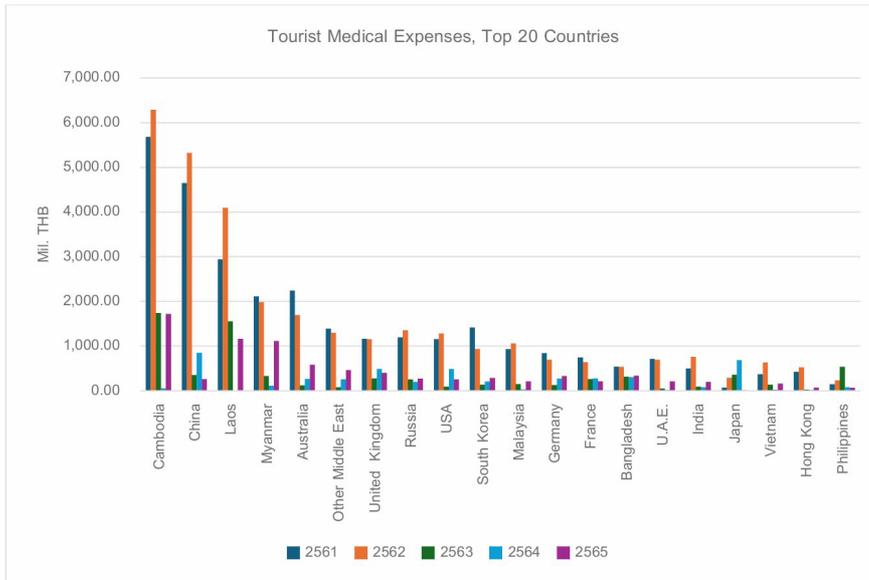
กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาจัดทำรายงานข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว และรายจ่ายของนักท่องเที่ยวรายไตรมาส ได้ข้อมูลดังนี้



ภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศแยกรายสัญชาติ

(ที่มา: รายงานการศึกษาเพื่อประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากบริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย พ.ศ.2561-2565)

จากภาพที่ 1 เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวรายสัญชาติ 10 อันดับสูงสุด พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลงหลังสถานการณ์โรคติดเชื้อ Covid-19 จากกว่า 10 ล้านคนในปี 2561-2562 เหลือเพียง 3.5 ล้านคนในปี 2566 ส่งผลต่ออุตสาหกรรมบริการแพทย์และท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย เนื่องจากจีนเป็นตลาดสำคัญ ขณะที่นักท่องเที่ยวมาเลเซียกลับเพิ่มขึ้นเป็น 4.6 ล้านคนในปี 2566 เนื่องจากเป็นประเทศเพื่อนบ้าน และมีพรมแดนติดกัน การเปลี่ยนแปลงนี้ชี้ให้เห็นว่าประเทศไทยควรเน้นดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น มาเลเซีย ซึ่งมีการเติบโตสูง และขยายตลาดไปยังกลุ่มประเทศใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น ตะวันออกกลางและยุโรป เพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการด้านสุขภาพและพัฒนาอุตสาหกรรมแพทย์ครบวงจรของประเทศให้เติบโตยิ่งขึ้น



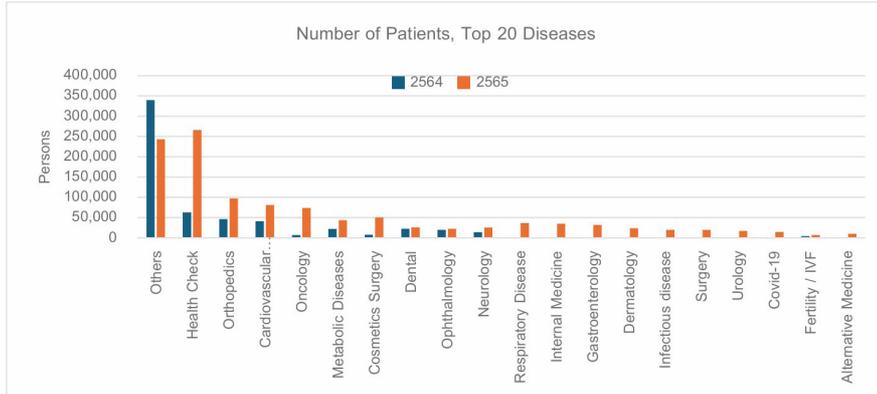
ภาพที่ 2 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในหมวดการแพทย์และสุขภาพ

(ที่มา: รายงานการศึกษาเพื่อประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากบริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติ ที่ไม่ได้มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย พ.ศ.2561-2565)

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงการประมาณการค่าใช้จ่ายในหมวดการแพทย์และสุขภาพของนักท่องเที่ยว แยกรายสัญชาติพบว่า กัมพูชามีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้สูงที่สุด แม้จำนวนนักท่องเที่ยวจะน้อยกว่าจีนและมาเลเซีย ที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามามากกว่า ขณะที่ลาวและเมียนมาร์ตามมาเป็นลำดับที่ 3 และ 4 สะท้อนถึงแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพโดยตรง ซึ่งอาจเป็นผลจากพรมแดนที่ติดกันและความต้องการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพในไทย ซึ่งเป็นโอกาสในการขยายตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยและการเป็นจุดหมายปลายทางของโลกในด้านการแพทย์และสุขภาพ

2. ความหลากหลายของบริการทางการแพทย์

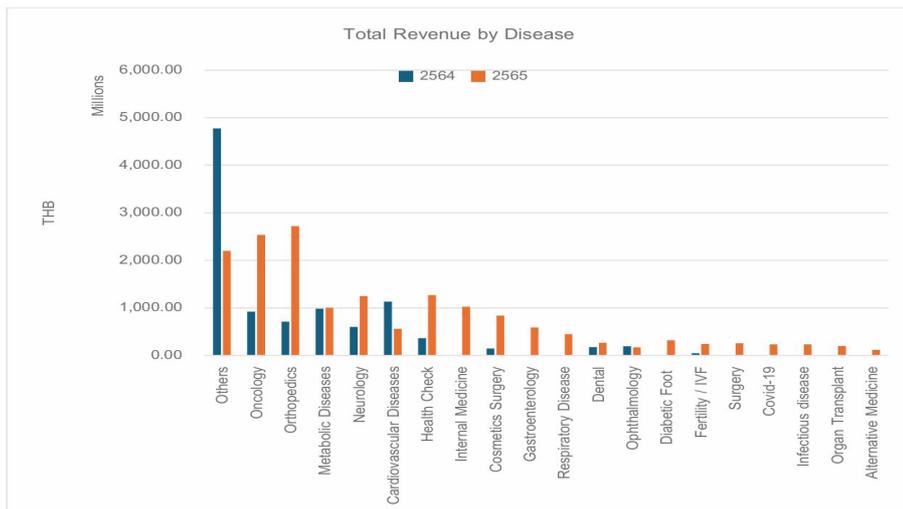
ประเทศไทยมีบริการทางการแพทย์ที่หลากหลาย ตั้งแต่การผ่าตัดและการรักษาทางการแพทย์ขั้นสูง เช่น ศัลยกรรมเปลี่ยนข้อเข่าและข้อสะโพก การผ่าตัดหัวใจ ไปจนถึงการแพทย์ทางเลือกและการฟื้นฟูสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งสามารถสร้างรายได้จากการบริการทางการแพทย์ต่างๆ ดังนี้



ภาพที่ 3 จำนวนผู้ป่วยแยกตามกลุ่มโรค

(ที่มา: รายงานการศึกษาเพื่อประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากบริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติ ที่ไม่ได้มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย พ.ศ.2561–2565)

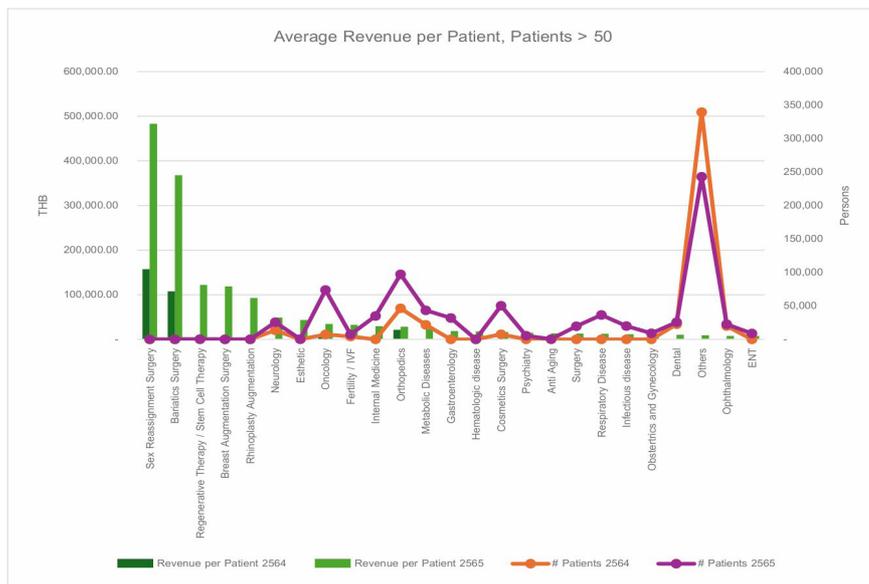
จากภาพที่ 3 แสดงจำนวนผู้ป่วยแยกตามกลุ่มโรค พบว่ากลุ่มโรค “อื่นๆ” (Others) (จากการบันทึกข้อมูลกลุ่มโรคที่ไม่ตรงกับที่กรมสนับสนุนบริการสุขภาพระบุหรือผู้ป่วยเข้ารับการรักษาหลายโรค) ซึ่งมีจำนวนผู้ป่วยสูงที่สุด รองลงมาคือกลุ่มการตรวจสุขภาพ ซึ่งมีผู้ป่วยสูงถึง 2.6 แสนคน กลุ่มที่มีจำนวนผู้ป่วยสูงถัดมาได้แก่ กระดูกและข้อ (Orthopedics) โรคหัวใจ (Cardiovascular disease) และมะเร็ง (Oncology) การที่กลุ่มการตรวจสุขภาพมีจำนวนสูงแสดงถึงการตระหนักรู้เรื่องการป้องกันโรค ในขณะที่โรคกระดูกและข้อ หัวใจ และมะเร็ง เป็นกลุ่มโรคสำคัญที่ต้องการการรักษาเฉพาะทาง



ภาพที่ 4 รายได้รวมผู้ป่วยแยกตามกลุ่มโรค

(ที่มา: รายงานการศึกษาเพื่อประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากบริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติ ที่ไม่ได้มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย พ.ศ.2561–2565)

จากภาพที่ 4 การตรวจสุขภาพสร้างรายรับรวมประมาณ 1,200 ล้านบาท ซึ่งอยู่ในลำดับที่ 6 เมื่อไม่รวมกลุ่มโรคอื่นๆ แต่กลุ่มมะเร็ง กระดูกและข้อกลับสร้างรายรับรวมที่สูงกว่ามาก การที่กลุ่มมะเร็ง และกลุ่มกระดูกและข้อมีรายรับสูงกว่าการตรวจสุขภาพอาจสะท้อนถึงความต้องการการรักษาที่มีค่าใช้จ่ายสูง และการรักษาที่เฉพาะเจาะจงในกลุ่มโรคเหล่านี้ บ่งชี้ว่าผู้ป่วยมักมองหาบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ประเทศไทยจึงเป็นจุดหมายที่น่าสนใจเนื่องจากมีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ในโรคเหล่านี้ พร้อมทั้งค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศ ทำให้ประเทศไทยเป็นตัวเลือก ที่ดึงดูดผู้ป่วยจากต่างประเทศได้อย่างมาก



ภาพที่ 5 รายรับต่อหัวของผู้ป่วยแยกตามกลุ่มโรค เทียบกับจำนวนผู้ป่วย

(ที่มา: รายงานการศึกษาเพื่อประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากบริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติ ที่ไม่ได้มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย พ.ศ.2561–2565)

เมื่อพิจารณาจากภาพที่ 5 สามารถวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบกลุ่มชาวต่างชาติโดยหมวดการแพทย์ได้ ดังนี้

กลุ่มที่ 1 หมวดการแพทย์ที่มีรายรับสูงแต่จำนวนผู้ป่วยน้อย ได้แก่ การผ่าตัดแปลงเพศ การผ่าตัดกระเพาะ การฟื้นฟูสุขภาพและสเต็มเซลล์ การผ่าตัดเสริมเต้านม และการเสริมจมูก ซึ่งเป็นบริการไม่เร่งด่วน มีรายรับเฉลี่ยต่อคนสูงกว่าหนึ่งแสนบาท แต่จำนวนผู้ป่วยน้อย บ่งชี้ว่าบริการเหล่านี้มีมูลค่าสูงและสร้างรายได้มาก แม้จะมีผู้ป่วยน้อย โดยกลุ่มเหล่านี้มีศักยภาพในการสร้างมูลค่าตลาดโดยรวมได้มาก และไม่น่าจะส่งผลกระทบต่อการรักษาที่จำเป็นและเร่งด่วน การเพิ่มผู้ป่วยในกลุ่มนี้ 1 รายสามารถสร้างรายได้เทียบเท่ากับการตรวจสุขภาพทั่วไปถึง 25 ราย เนื่องจากการตรวจสุขภาพสร้างรายรับเพียง 4,000 บาทต่อรายเท่านั้น

กลุ่มที่ 2 หมวดการแพทย์ที่มีรายรับเฉลี่ยสูงกว่าปานกลางและจำนวนผู้ป่วยปานกลางถึงมาก ได้แก่ ประสาทวิทยา มะเร็ง อายุรศาสตร์ กระดูกและข้อ ระบบทางเดินอาหาร ศัลยกรรมตกแต่ง ศัลยกรรมทั่วไป โรคทางเดินหายใจ และโรคติดเชื้อ โดยแต่ละหมวดสร้างรายรับเฉลี่ยต่อคนมากกว่าหนึ่งหมื่นบาทและมีจำนวนผู้ป่วยมากกว่าสองหมื่นคน หมวดการแพทย์เหล่านี้รวมถึงทั้งการรักษาที่จำเป็นและไม่จำเป็น แต่เนื่องจากมูลค่าต่อคนค่อนข้างสูง จึงเป็นกลุ่มที่ควรให้ความสนใจในการพัฒนาตลาด

กลุ่มที่ 3 หมวดการแพทย์ที่มีรายรับการรักษาพยาบาลเฉลี่ยต่ำและจำนวนผู้ป่วยน้อย ได้แก่ หูคอจมูก เด็ก จุกเฉิน และเวชศาสตร์ฟื้นฟู ซึ่งมีรายรับเฉลี่ยต่อคนต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ และจำนวนผู้ป่วยน้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ ดังนั้น หมวดหมู่เหล่านี้จึงอาจเป็นกลุ่มที่ควรให้ความสำคัญในการขยายขนาดตลาดเป็นลำดับถัดไปหลังจากกลุ่มที่มีรายรับสูงและจำนวนผู้ป่วยมาก

กลุ่มที่ 4 หมวดการแพทย์ที่มีรายรับการรักษาพยาบาลเฉลี่ยน้อยและจำนวนผู้ป่วยมาก ได้แก่ การตรวจสุขภาพ โรคหัวใจ และผิวหนัง ซึ่งมีรายรับเฉลี่ยต่อคนต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ แต่มีจำนวนผู้ป่วยมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าบริการที่ไม่ซับซ้อนและค่าใช้จ่ายต่ำได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการต่างชาติ แม้การเดินทางเข้ามาในเขตมหานคร เช่น กรุงเทพฯ และปริมณฑลอาจไม่คุ้มค่าเมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายและเวลาเดินทาง แต่ยังมีโอกาสในการเติบโตในโรงพยาบาลภูมิภาคที่ห่างจากเขตมหานครเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวระดับภูมิภาค อย่างไรก็ตาม เนื่องจากรายรับต่อคนต่ำกว่ากลุ่มอื่น ๆ จึงควรพิจารณาเป็นอันดับสุดท้ายในการขยายตลาด

3. ประเทศไทยมีสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานนานาชาติ

ประเทศไทยมีสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) จำนวน 62 แห่ง (กันยายน 2567) ซึ่งเป็นการสะท้อนถึงมาตรฐานการบริการสุขภาพที่มีคุณภาพและปลอดภัยตามระดับสากล การมีสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน JCI แสดงถึงความมุ่งมั่นของประเทศไทยในการยกระดับคุณภาพการบริการทางการแพทย์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Wellness and Medical Service Hub) ทั้งในภูมิภาคและในระดับโลก การได้รับการรับรอง JCI ในหลายประเภท ช่วยเสริมสร้างความเชี่ยวชาญและการให้บริการที่ครบวงจรในด้านการแพทย์และสุขภาพ ซึ่งสามารถดึงดูดผู้ป่วยจากต่างประเทศและนักลงทุน รวมทั้งเปิดโอกาสในการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการแพทย์และสุขภาพในระดับสากล

4. ศักยภาพในการแข่งขันของสมุนไพรไทย

ในภูมิภาคเอเชีย ประเทศจีนถือเป็นผู้นำด้านการบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพร ด้วยมูลค่าการบริโภคสูงถึง 20,244.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 34% ของตลาดโลก ซึ่งเป็นอันดับ 1 ขณะที่ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 7 ด้วยมูลค่าการบริโภค 1,676.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3% ของตลาดโลก แม้ว่าไทยจะเป็นผู้นำการส่งออกสมุนไพรในภูมิภาคอาเซียน แต่ขนาดตลาดสมุนไพรของไทยยังคงเล็กกว่าจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ในช่วงปี 2560 – 2566 ซึ่งเป็นช่วงที่มีการประกาศใช้แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2 ประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) ที่สูงกว่าอัตราการขยายตัวของญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ โดยไทยมีอัตราการขยายตัวที่ 4.3% ขณะที่ญี่ปุ่นมีอัตราการขยายตัวที่ 1.1% และเกาหลีใต้มีอัตราการขยายตัวที่ 3.5% ส่วนประเทศจีนยังคงมีการขยายตัวที่สูงที่สุดที่ 6.5%

การเติบโตที่รวดเร็วของตลาดสมุนไพรในประเทศไทยสะท้อนถึงการพัฒนาที่สำคัญและโอกาสในการขยายตัวของตลาด แต่ยังคงเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศที่มีขนาดตลาดใหญ่กว่า ทั้งนี้ประเทศไทยต้องมุ่งเน้นการพัฒนานวัตกรรมและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดและส่งเสริมการส่งออกสมุนไพรให้มากขึ้น

ศักยภาพในการแข่งขันของสมุนไพรไทยเมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค

ขนาดของตลาดผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศในภูมิภาค ASEAN+๖



ข้อมูลจาก Euromonitor international January ๒๐๒๔

มูลค่าการส่งออก

- ASEAN เป็นผู้นำการส่งออกสมุนไพร
- ASEAN+๖ มีขนาดตลาดสมุนไพรเล็กกว่าประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้

อัตราการขยายตัวเฉลี่ย

อัตราการขยายตัวเฉลี่ย (CAGR) ของประเทศไทยในช่วงที่มีการประกาศใช้แผนปฏิบัติการด้านสมุนไพรแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ และฉบับที่ ๒ (ช่วงปี ๒๕๖๐-๒๕๖๖) สูงกว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ยของประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ในช่วงเวลาเดียวกัน



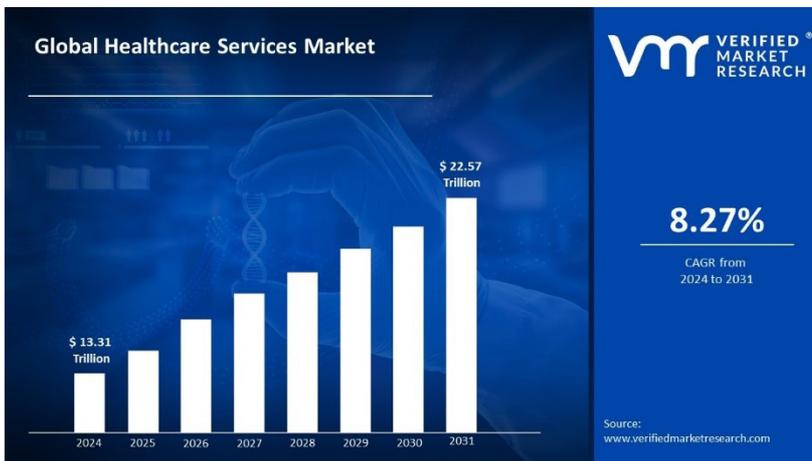
ภาพที่ 6 ศักยภาพในการแข่งขันของสมุนไพรไทยเทียบกับประเทศต่างๆ ในภูมิภาค

(ที่มา: ปรับปรุงจาก Euromonitor international January 2024)

3.3.2 อุตสาหกรรมการแพทย์และการดูแลสุขภาพ (Medical and Wellness) ในตลาดโลก

1. ตลาดกลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการสุขภาพทั่วโลกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

โดยคาดว่าจะเติบโตที่อัตราเฉลี่ยต่อปี (CAGR) 8.27% ตั้งแต่ปี 2024 ถึงปี 2031 ตลาดนี้มีมูลค่าประมาณ 13.31 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 22.57 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2031 การเติบโตของตลาดสุขภาพโลกเปิดโอกาสให้ประเทศไทยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งตลาดของประเทศไทยในระดับโลก โดยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพิ่มการลงทุนในอุตสาหกรรมการแพทย์ ซึ่งส่งเสริมความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ พร้อมทั้งสร้างรายได้ใหม่และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว



ภาพที่ 7 มูลค่าตลาดกลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการสุขภาพทั่วโลก
(ที่มา: verifiedmarketresearch)

2. มูลค่าของเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy)

มูลค่าเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy) ของประเทศไทยอยู่ที่ 40.54 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1.31 ล้านล้านบาท ซึ่งจัดอยู่ในลำดับที่ 9 ของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (จาก 45 ประเทศ) และลำดับที่ 24 ของโลก (จาก 218 ประเทศ) (ตามภาพที่ 9.1–9.2) ในขณะที่มูลค่าเศรษฐกิจสุขภาพทั่วโลกใน 11 ภาคส่วนอุตสาหกรรมในปี 2023 สูงถึง 6.3 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 203.65 ล้านล้านบาท (ตามภาพที่ 10) (ตามคำจำกัดความของ Global Wellness Institute (GWI) คำว่า Wellness Economy จะครอบคลุมถึง 11 ภาคส่วนในอุตสาหกรรมเวลเนส (ตามภาพที่ 10) ซึ่งในปี 2023 เศรษฐกิจสุขภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ของประเทศไทยมีมูลค่ามากกว่า 12.34 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 3.99 แสนล้านบาท และประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 15 ของโลกในด้านนี้ (ตามภาพที่ 8.1–8.2) จะเห็นได้จากข้อมูล ดังนี้

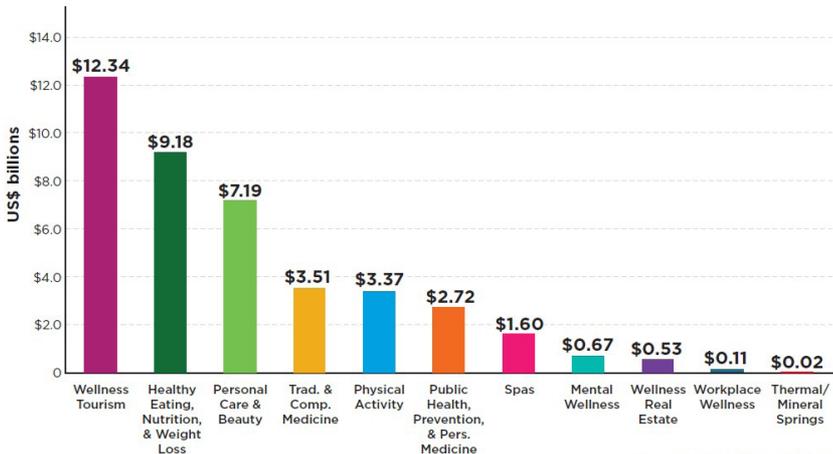
Wellness Economy Sectors in Thailand, 2019-2023

| | Market Size (US\$ billions) | | | | | Global Rank 2023 | Average Annual Growth Rate | |
|--|-----------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|------------------|----------------------------|--------------|
| | 2019* | 2020* | 2021* | 2022* | 2023 | | 2022-2023 | 2019-2023 |
| Wellness Tourism | \$15.89 | \$4.14 | \$1.62 | \$5.62 | \$12.34 | #15 | 119.5% | -6.1% |
| Healthy Eating, Nutrition, & Weight Loss | \$8.58 | \$8.53 | \$8.65 | \$8.36 | \$9.18 | #22 | 9.8% | 1.7% |
| Personal Care & Beauty | \$6.81 | \$6.74 | \$6.90 | \$6.69 | \$7.19 | #29 | 7.4% | 1.4% |
| Traditional & Complementary Medicine | \$3.27 | \$2.93 | \$3.09 | \$3.26 | \$3.51 | #18 | 7.7% | 1.8% |
| Physical Activity | \$3.65 | \$3.32 | \$3.20 | \$3.16 | \$3.37 | #32 | 6.6% | -2.0% |
| Public Health, Prevention, & Personalized Medicine | \$1.75 | \$1.85 | \$2.21 | \$2.46 | \$2.72 | #32 | 10.5% | 11.6% |
| Spas | \$1.66 | \$1.07 | \$1.13 | \$1.46 | \$1.60 | #18 | 9.4% | -0.9% |
| Mental Wellness | \$0.49 | \$0.50 | \$0.50 | \$0.59 | \$0.67 | #34 | 13.7% | 8.3% |
| Wellness Real Estate | \$0.35 | \$0.39 | \$0.43 | \$0.47 | \$0.53 | #33 | 11.4% | 10.4% |
| Workplace Wellness | \$0.13 | \$0.12 | \$0.11 | \$0.11 | \$0.11 | #46 | -3.3% | -4.0% |
| Thermal/Mineral Springs | \$0.02 | \$0.01 | \$0.02 | \$0.02 | \$0.02 | #75 | 14.0% | 1.5% |
| Wellness Economy | \$42.02 | \$29.09 | \$27.35 | \$31.58 | \$40.54 | #24 | 28.4% | -0.9% |

* 2019-2022 figures have been revised since GWI released the previous version of the Wellness Economy Monitor.
 Note: Figures do not sum to total due to overlap in segments. Rankings are out of 219 countries worldwide.
 Source: Global Wellness Institute, based on extensive primary research and secondary data sources.

ภาพที่ 8-1 มูลค่าทางเศรษฐกิจของ 11 อุตสาหกรรมเวลเนสของประเทศไทยจาก 218 ประเทศทั่วโลก (ที่มา: The Global Wellness Economy sector 2023)

Thailand: Wellness Economy Sectors, 2023



Source: Global Wellness Institute
 Note: Figures for the eleven sectors do not sum to the country total due to overlap in sectors.

ภาพที่ 8-2 มูลค่าทางเศรษฐกิจของ 11 อุตสาหกรรมเวลเนสของประเทศไทย (ที่มา: The Global Wellness Economy sector 2023)

Asia Pacific: Wellness Economy, 2019-2023

| | 2019* | 2020* | 2021* | 2022* | 2023 |
|---|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Wellness Economy (US\$ billions) | \$1,618.4 | \$1,497.9 | \$1,703.0 | \$1,705.8 | \$1,878.3 |
| Wellness Economy Per Capita (US\$) | \$387 | \$356 | \$402 | \$401 | \$439 |
| Wellness Economy as a % of Regional GDP | 5.27% | 4.86% | 4.83% | 4.88% | 5.34% |
| Wellness Economy as a % of Global Total | 32.18% | 32.53% | 31.49% | 29.42% | 29.71% |

* 2019-2022 figures have been revised since GWI released the previous version of the Wellness Economy Monitor.
 Note: Figures for the eleven sectors shown below do not sum to the regional total due to overlap in sectors.
 Source: Global Wellness Institute (based on extensive primary research and secondary data sources for 45 markets in Asia-Pacific); IMF World Economic Outlook, April 2024 Edition (GDP data); World Bank World Development Indicators (population data).

Asia-Pacific: Top 10 Wellness Markets, 2023

| | US\$ billions |
|-------------|---------------|
| China | \$870.43 |
| Japan | \$254.82 |
| India | \$147.97 |
| Australia | \$126.68 |
| South Korea | \$117.17 |
| Indonesia | \$56.43 |
| Taiwan | \$53.06 |
| Philippines | \$43.33 |
| Thailand | \$40.54 |
| Malaysia | \$31.71 |

Source: GWI

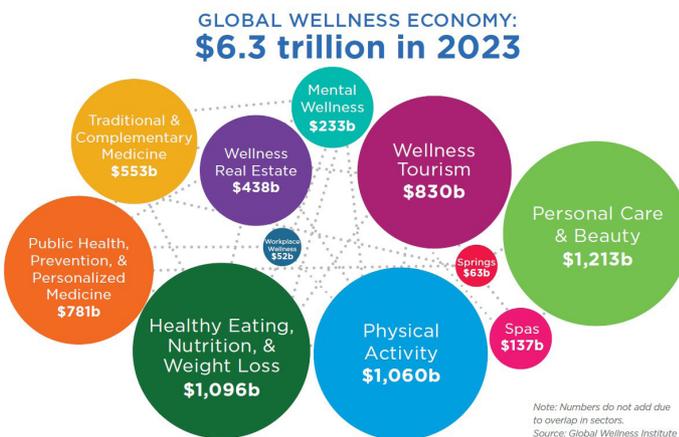
ภาพที่ 9-1 มูลค่ารวมของเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy) ของประเทศไทยและการจัดอันดับใน Asia-Pacific (ที่มา: The Global Wellness Economy sector 2023)

Wellness Economy Top Line Data for Thailand, 2019-2023

| | 2019* | 2020* | 2021* | 2022* | 2023 |
|---|--------|--------|--------|--------|--------|
| Wellness Economy (US\$ billions) | \$42.0 | \$29.1 | \$27.3 | \$31.6 | \$40.5 |
| Wellness Economy Regional Ranking (out of 45 countries in Asia-Pacific) | #8 | #9 | #9 | #9 | #9 |
| Wellness Economy Global Ranking (out of 218 countries worldwide) | #19 | #24 | #25 | #25 | #24 |
| Wellness Economy Per Capita (US\$) | \$589 | \$407 | \$382 | \$440 | \$565 |
| Wellness Economy as a % of Country GDP | 7.73% | 5.81% | 5.40% | 6.37% | 7.87% |

* 2019-2022 figures have been revised since GWI released the previous version of the Wellness Economy Monitor.
 Note: Figures for the eleven sectors shown on the following pages do not sum to the country total due to overlap in sectors.
 Source: Global Wellness Institute (based on extensive primary research and secondary data sources); IMF World Economic Outlook, April 2024 Edition (GDP data); World Bank World Development Indicators (population data).

ภาพที่ 9-2 มูลค่ารวมของเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy) ของประเทศไทยและการจัดอันดับโลก (ที่มา: The Global Wellness Economy sector 2023)



ภาพที่ 10 มูลค่าเศรษฐกิจสุขภาพของโลกทั้ง 11 ภาคส่วนอุตสาหกรรม (Wellness Economy) (ที่มา: The Global Wellness Economy sector 2023)

3.3.3 SWOT ANALYSIS

การวิเคราะห์ SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) เป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์สำหรับการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) โดยการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนซึ่งเป็นปัจจัยภายใน โอกาสและภัยคุกคาม ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกในการดำเนินการส่งเสริมอุตสาหกรรมการแพทย์ เพื่อให้สามารถเข้าใจสถานการณ์และบริบทของประเทศเพื่อนำไปสู่การจัดทำยุทธศาสตร์ฯ ให้มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล โดยสามารถวิเคราะห์ได้ดังตารางด้านล่างนี้

ตารางที่ 1 SWOT ANALYSIS

1. Strengths (จุดแข็ง)

- 1.1 แนวทางการบริหารจัดการเชิงรุกเพื่อลดความเหลื่อมล้ำ:
 - กำหนดสาขาบริการเฉพาะที่ไม่กระทบระบบรัฐ (เช่น ความงาม, ทันตกรรม, SRS, IVF)
 - ส่งเสริม Telemedicine ลดภาระ เพิ่มการเข้าถึง
 - สนับสนุนเอกชนผลิตบุคลากรเฉพาะทาง ตาม พ.ร.บ. สถานพยาบาล มาตรา 14/1
 - มีแผนนำมูลค่าเพิ่มจากภาคเอกชนเข้าสู่ภาครัฐ เพื่อพัฒนาระบบสาธารณสุข
- 1.2 ความสามารถด้านบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพสูงและมาตรฐานสากล (JCI)
- 1.3 ต้นทุนการรักษาพยาบาลคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพระดับโลก
- 1.4 ความหลากหลายและโดดเด่นของบริการทางการแพทย์ทั้งศาสตร์ตะวันตกและตะวันออก
- 1.5 การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่แข็งแกร่ง
- 1.6 วัฒนธรรมการบริการที่เป็นเลิศและมีมิตรไมตรี
- 1.7 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของประเทศ
- 1.8 นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth)

2. Weaknesses (จุดอ่อน)

- 2.1 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรยังไม่เท่าทันสภาวการณ์
- 2.2 ระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศทางสุขภาพยังมีข้อจำกัด
- 2.3 ข้อจำกัดทางกฎหมายและกฎระเบียบที่ยังไม่เอื้อต่อการแข่งขัน
- 2.4 ขาดการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างชาติ
- 2.5 จุดอ่อนเฉพาะด้าน Medical Service Hub :
 - SRS: กฎหมายไม่รองรับการเปลี่ยนเพศในเอกสารราชการ, ไม่มีประกันสุขภาพครอบคลุม
 - ทันตกรรม: คลินิกกระจุกตัว, ระบบประกันไม่ครอบคลุม
 - อุตสาหกรรมความงาม: ขาดมาตรฐานกลางควบคุม, ขาดแพลตฟอร์มการตลาดรวมศูนย์
 - IVF: ราคาสูงกว่าบางประเทศ, กฎหมายควบคุมคุณภาพมีลำดับศักดิ์ต่ำ

ตารางที่ 1 SWOT ANALYSIS (ต่อ)

1. Strengths (จุดแข็ง)

1.9 จุดแข็งเฉพาะด้านในบริการ Medical Service Hub:

- การผ่าตัดแปลงเพศ (SRS): เป็นที่รู้จักระดับโลก, แพทย์เชี่ยวชาญนานาชาติ, แพ้กเกจคัมค่า, มีระบบฟื้นฟู (Wellness Retreat)
- ทันดกรรม: ตลาดเติบโตสูง, ค่ารักษาราคาถูกกว่าคู่แข่งสำคัญถึง 60-70%
- อุตสาหกรรมความงาม: ติดอันดับจุดหมายปลายทางความงามโลก, ราคาจับต้องได้, บุคลากรมืออาชีพ
- การปฏิสนธิภายนอกอสุจิ (IVF): อัตราความสำเร็จสูงเทียบเท่าสากล, ราคาแข่งขันได้, โดดเด่นด้านบริการเฉพาะบุคคล

1.10 จุดแข็งเฉพาะด้าน Wellness Hub:

- นวดไทยและสปา: นวดไทยเป็นมรดกโลก (UNESCO), สปาไทยมีสัดส่วนตลาดโลกและเติบโตต่อเนื่องด้วยเอกลักษณ์ไทย

1.11 จุดแข็งเฉพาะด้าน Product Hub:

- การผลิตยาและเวชภัณฑ์: มีโรงงานผลิตยาในประเทศมาก, รัฐส่งเสริมเป็น New S-Curve ใน EEC
- สมุนไพรและสารสกัดธรรมชาติ: มีศักยภาพทดแทนการนำเข้า, มูลค่าส่งออกสมุนไพรไทยสูง
- ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสุขภาพ: อาหารฟังก์ชันและเวชสำอางมีอัตราการเติบโตและการส่งออกสูง

1.12 จุดแข็งเฉพาะด้าน Academic Hub:

- การศึกษาและบุคลากรทางการแพทย์: สถาบันการแพทย์ติดอันดับโลก, ผลิตบุคลากรทางการแพทย์อย่างสม่ำเสมอ, แผนการดำเนินการที่เข้มแข็งในการแก้ไขปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์จากกระทรวงสาธารณสุข
- งานวิจัยและนวัตกรรม: มีความร่วมมือด้านวิจัยกับสถาบันนานาชาติชั้นนำ

2. Weaknesses (จุดอ่อน)

ตารางที่ 1 SWOT ANALYSIS (ต่อ)

3. Opportunities (โอกาส)

- 3.1 ตลาดการแพทย์และสุขภาพทั่วโลกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง
- 3.2 โอกาสจากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง
- 3.3 นโยบายการเปิดตลาดการค้าและการลงทุนด้าน Wellness and Medical Service Hub จากต่างประเทศ
- 3.4 โอกาสเฉพาะด้าน Medical Service Hub:
 - SRS: พัฒนา “Sex Reassignment + Medical Wellness Retreat” เจาะตลาดเฉพาะกลุ่ม (ญี่ปุ่น, เกาหลี, ตะวันออกกลาง, CLMV)
 - ทันตกรรม: พัฒนาคลินิกทันตกรรมเฉพาะทางที่เน้นต่างชาติ
 - อุตสาหกรรมความงาม: พัฒนา “Aesthetic Surgery & Wellness Retreat” และเชื่อมโยงกับ Thai Soft Power
 - IVF: ยกกระดับกฎหมายควบคุมคุณภาพให้ทัดเทียมสากล
- 3.5 โอกาสเฉพาะด้าน Wellness Hub:
 - การนวดไทย/สปา: พัฒนาโปรแกรมนวดศิริชะไทยรวมทั้งการนวดบำบัดปัญหาออฟฟิตซินโดมเพื่อแข่งขันในตลาดโลก
- 3.6 โอกาสเฉพาะด้าน Product Hub:
 - การผลิตยาและเวชภัณฑ์: การสนับสนุนภาครัฐเป็น New S-Curve, โอกาสขยายตลาดสู่ CLMV, ตะวันออกกลาง, แอฟริกา
 - สมุนไพรและสารสกัดธรรมชาติ: มูลค่าส่งออกสูงและมีตลาดส่งออกหลักสำคัญ
 - ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมสุขภาพ: แนวโน้มขยายส่งออก Functional Food ไปตลาดสำคัญ (ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, EU)
- 3.7 โอกาสเฉพาะด้าน Academic Hub:
 - การศึกษาและบุคลากร: ความต้องการเพิ่มทักษะเฉพาะทางจากกลุ่มเป้าหมาย (เอเชียใต้, CLMV, ตะวันออกกลาง)
 - แผนดำเนินการที่เข้มแข็งเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์จากกระทรวงสาธารณสุข
 - งานวิจัยและนวัตกรรม: สถาบันวิจัยนานาชาติมองหา site วิจัยต้นทุ่นแต่คุณภาพสูงในไทย

4. Threats (ภัยคุกคาม)

- 4.1 การแข่งขันจากประเทศคู่แข่งที่มีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์และสุขภาพ
- 4.2 กฎหมายและมาตรการกีดกันทางการค้าจากประเทศมหาอำนาจที่เข้มงวด
- 4.3 ผลกระทบจากความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก
- 4.4 ความเสี่ยงจากการระบาดของโรคและปัญหาด้านสาธารณสุข

การวิเคราะห์ SWOT อธิบายเพิ่มเติมได้ดังนี้

1. Strengths (จุดแข็ง)

1.1 แนวทางการบริหารจัดการเชิงรุกเพื่อลดความเหลื่อมล้ำและป้องกันผลกระทบต่อระบบสุขภาพ

1.1.1 การกำหนดสาขาบริการทางการแพทย์ที่มุ่งส่งเสริมอย่างจำเพาะเจาะจง: ยุทธศาสตร์นี้มุ่งส่งเสริมบริการทางการแพทย์ที่จำกัดอยู่เพียงอุตสาหกรรมความงาม, ทันตกรรม, การผ่าตัดแปลงเพศ, และการปฏิสนธิภายนอกร่างกาย (IVF) ซึ่งเป็นสาขาที่มีความเข้มแข็งและส่วนใหญ่อยู่ในภาคเอกชน การสนับสนุนในสาขาเหล่านี้จึงไม่ส่งผลกระทบต่อหรือเบียดเบียนบริการทางการแพทย์สาขาอื่น ๆ โดยเฉพาะสาขาที่ขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ในปัจจุบัน (อาทิ สาขาประสาทศัลยแพทย์) หรือการให้บริการทางการแพทย์ในโรงพยาบาลของรัฐ ซึ่งเป็นบริการสาธารณะสำหรับประชาชนไทย

1.1.2 บทบาทของระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ในการลดภาระและเพิ่มการเข้าถึง: ระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ช่วยลดภาระผู้ป่วยที่ไม่เร่งด่วนให้สามารถรับการรักษาเบื้องต้นจากที่บ้านได้โดยไม่ต้องเดินทางมาโรงพยาบาล นอกจากนี้ยังช่วยลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงการให้บริการทางการแพทย์ในเชิงพื้นที่อีกด้วย ซึ่งอาจส่งผลให้จำนวนผู้ป่วยที่เดินทางเข้ามาใช้บริการสถานพยาบาลลดจำนวนลงได้

1.1.3 การส่งเสริมการผลิตบุคลากรเฉพาะทางในภาคเอกชน (พ.ร.บ. สถานพยาบาล มาตรา 14/1): พ.ร.บ.สถานพยาบาล มาตรา 14/1 อนุญาตให้สถานพยาบาลเอกชนสามารถจัดการศึกษาและวิจัยเองได้ เท่ากับเป็นการอนุญาตให้ภาคเอกชนสามารถผลิตแพทย์เฉพาะทางสาขาที่จำเป็นสำหรับการให้บริการทางการแพทย์เองได้ (กล่าวคือ หากภาคเอกชนต้องการบุคลากรในสาขาการปฏิสนธิภายนอกร่างกายหรือการทำเด็กหลอดแก้ว (IVF) ก็สามารถผลิตเองได้) โดยไม่จำเป็นต้องไปดึงบุคลากรจากภาครัฐบาลมาเช่นในอดีต ด้วยเหตุนี้เองการดำเนินยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติอาจไม่ส่งผลให้เกิดการเหลื่อมล้ำของบุคลากรทางการแพทย์ดังที่กังวล

1.1.4 แผนการนำมูลค่าเพิ่มจากภาคเอกชนเข้าสู่ภาครัฐบาล: ในการดำเนินยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ กระทรวงสาธารณสุขมีแผนที่จะนำมูลค่าเพิ่มจากภาคเอกชนซึ่งให้บริการทางการแพทย์ เข้าสู่ภาครัฐบาล อย่างไรก็ตามมูลค่าเพิ่มดังกล่าวจะต้องถูกนำมาใช้ในการให้บริการสาธารณสุขของภาครัฐเท่านั้น โดยอาจเป็นในลักษณะกองทุนเพื่อการรักษาพยาบาลหรือกองทุนเพื่อการพัฒนาโรงพยาบาลของรัฐก็ได้ ซึ่งเป็นการสร้างกลไกในการนำรายได้จากภาคเอกชนมาเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ระบบสุขภาพภาครัฐ

1.2 ความสามารถด้านบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพสูงและมาตรฐานสากล (JCI)

ประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านคุณภาพการแพทย์ บุคลากรทางการแพทย์มีความเชี่ยวชาญสูง ได้รับการฝึกอบรมหรือศึกษาจากสถาบันระดับนานาชาติ มีทักษะและความชำนาญสูงในหลากหลายสาขา และยังมีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการรักษาในระดับสากล ผ่านการรับรองจาก Joint Commission International (JCI) ซึ่งเป็นเครื่องการันตีความปลอดภัยและคุณภาพการรักษาพยาบาล เพิ่มความน่าเชื่อถือในการให้บริการทางการแพทย์ของประเทศไทย และสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและนักลงทุนจากต่างประเทศ (กลยุทธ์ 1.1, 1.3)

1.3 ต้นทุนการรักษาพยาบาลคุ้มค่าเมื่อเทียบกับคุณภาพระดับโลก

ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางต้นทุนการรักษาพยาบาลที่สามารถดึงดูดผู้ป่วยชาวต่างชาติ โดยค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยมักมีราคาที่ถูกกว่าประเทศที่พัฒนาแล้ว ทำให้เป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ป่วยที่ต้องการรับการรักษาที่มีคุณภาพสูงและมีราคาที่สมเหตุสมผล (กลยุทธ์ 1.4, 2.3)

1.4 ความหลากหลายและโดดเด่นของบริการทางการแพทย์ทั้งศาสตร์ตะวันตกและตะวันออก

ประเทศไทยมีบริการทางการแพทย์ที่หลากหลายและโดดเด่นเป็นที่ยอมรับของผู้ป่วยชาวต่างชาติ เช่น การผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่าและข้อสะโพก การผ่าตัดหัวใจ การผ่าตัดแปลงเพศ รวมถึงเวชศาสตร์ความงาม เวชศาสตร์ชะลอวัย และเวชศาสตร์ป้องกัน และการฟื้นฟูสุขภาพแบบองค์รวม โดยใช้ภูมิปัญญาการแพทย์แบบบูรณาการ (กลยุทธ์ 1.5, 2.1)

1.5 การประสานความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนที่แข็งแกร่ง

มีระบบ/กลไกในการส่งเสริมสนับสนุนการดำเนินงานด้านบริการทางการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพแก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติโดยการประสานระหว่างหน่วยงานเพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศที่ต้องการเข้ามาใช้บริการ นอกจากนี้ยังมีการเชื่อมโยงประสานเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อร่วมกันขับเคลื่อนประเทศไทยให้ก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพในระดับนานาชาติ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายของประเทศ (กลยุทธ์ 2.5)

1.6 วัฒนธรรมการบริการที่เป็นเลิศและมีมิตรไมตรี

วัฒนธรรมการบริการที่เป็นมิตรของคนไทย (Hospitality) เน้นการดูแลเอาใจใส่ด้วยความอบอุ่นและสุภาพ มุ่งสร้างความประทับใจและความเชื่อมั่นให้กับผู้ป่วย ด้วยการให้บริการที่เป็นมิตรและเข้าใจในความต้องการของแต่ละบุคคล การดูแลอย่างครบถ้วนทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ทำให้ผู้ป่วยรู้สึกสะดวกสบาย ผ่อนคลาย และมีความมั่นใจในกระบวนการรักษา และได้รับประสบการณ์ที่ดีที่สุดตลอดระยะเวลาในการรักษา (กลยุทธ์ที่ 1.3)

1.7 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของประเทศ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 หมายความว่า 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน หมายความว่า 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ทำให้มีการขับเคลื่อนนโยบายเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาเทคโนโลยีนวัตกรรมด้านการแพทย์มูลค่าสูงและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของประเทศ (กลยุทธ์ที่ 1.1 และ 1.4)

1.8 นโยบายการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต (New Engine of Growth)

การนำแนวคิดสนับสนุนส่งเสริมอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ซึ่งเป็นที่สนใจของนักลงทุนทั่วโลกเพื่อพัฒนาและเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าและเทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ (New Growth Engines) โดยอุตสาหกรรมอนาคต ได้แก่ อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ (Robotic) อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ (Aviation and Logistics) อุตสาหกรรมเชื้อเพลิงชีวภาพและเคมีชีวภาพ (Biofuels and biochemical) อุตสาหกรรมดิจิทัล (Digital) และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Wellness and Medical Service Hub) (กลยุทธ์ที่ 2.4 และ 2.5)

1.9 จุดแข็งเฉพาะด้านในบริการ Medical Service Hub

1) การผ่าตัดแปลงเพศ (Sex Reassignment Surgery – SRS)

จุดเด่นของประเทศไทย:

- เป็นที่รู้จักในฐานะผู้บุกเบิกและได้รับการจัดอันดับจาก Medical Tourism Magazine และ Bookimed ว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่ดีที่สุดและเป็นจุดหมาย SRS ที่ดีที่สุดในโลก
- มีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญจำนวนมากที่เป็นสมาชิกสมาคมระดับสากล (WPATH, ISAPS, ASPS)

คู่แข่งในตลาดโลก เทียบกับสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยมีแพ็คเกจที่คุ้มค่าและมีระยะเวลารอคอยน้อยกว่าสหรัฐอเมริกาอย่างมาก

คู่แข่งในตลาดภูมิภาคอาเซียน เทียบกับสิงคโปร์ ซึ่งมีระบบการแพทย์ที่เข้มแข็งและได้มาตรฐานระดับสากล, มีกฎหมายรองรับการเปลี่ยนเพศในเอกสารทางราชการ และคุณภาพชีวิตสูงและระบบประกันสุขภาพบางประเภทครอบคลุม SRS แต่ประเทศไทยมีระบบฟื้นฟูหลังผ่าตัด (Wellness Retreat) ที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเทียบกับเวียดนาม ซึ่งสังคมเริ่มเปิดรับ LGBTQ+ มากขึ้นในช่วง 5 ปีหลัง, มีประชากรวัยหนุ่มสาวที่เปิดรับบริการความงามและแพทย์ทางเลือก และมีคลินิกด้านเสริมความงามที่เติบโตเร็วในโฮจิมินห์-ฮานอย แต่ประเทศไทยมีศัลยแพทย์เฉพาะทางระดับนานาชาติ ซึ่งได้รับการนำเชื่อถือและมั่นใจในกลุ่มลูกค้ามากกว่า

2) ทันตกรรม (Dental)

จุดเด่นของประเทศไทย:

- ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อรับบริการทันตกรรมประมาณ 1.2 ล้านคนต่อปี คิดเป็นประมาณ 15% ของนักท่องเที่ยวทันตกรรมทั่วโลก ตลาดทันตกรรมเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีมูลค่า 776.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 และคาดว่าจะเติบโตถึง 3,237.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2030 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) ที่ 22.6%

- ค่ารักษาทางทันตกรรมในประเทศไทยต่ำกว่าประเทศตะวันตกถึง 60–70% โดยเฉพาะในบริการที่มีความซับซ้อน

- ราคาถูกกว่าสิงคโปร์, จีน, และออสเตรเลีย ประมาณ 3 เท่า และมีทันตแพทย์เฉพาะทางที่สามารถให้บริการอย่างครบวงจร อีกทั้งยังมีการนำเครื่องมือและเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาใช้ในการให้บริการเต็มรูปแบบ

- มีคลินิกทันตกรรมที่มีคุณภาพระดับสากล ให้บริการกระจายอยู่ในภูมิภาคของประเทศไทย

คู่แข่งในตลาดภูมิภาคอาเซียน เทียบกับมาเลเซีย ซึ่งมีคลินิกในเมืองใหญ่ (เช่น KL, Penang) ที่เน้นตลาด Medical Tourism และราคาคลินิกบางแห่งถูกกว่าไทย ฟิลิปปินส์ซึ่งมีทันตแพทย์พูดภาษาอังกฤษได้ดีมาก และราคาการรักษาฟันต่ำ (เช่น ถอนฟัน ~300 บาท) แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทย ในการบริการทันตกรรมที่มีความซับซ้อนจะมีค่าบริการที่ใกล้เคียงกัน และอินโดนีเซียซึ่งมีตลาดในประเทศเติบโตขึ้น และคลินิกใช้โซเซียลมีเดียทำการตลาดได้ดี รวมถึงได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐในประเทศ

3) อุตสาหกรรมความงาม (Cosmetic Surgery)

จุดเด่นของประเทศไทย:

- ติด 1 ใน 10 ประเทศจุดหมายสำหรับการทำศัลยกรรมความงาม (เว็บไซต์ KCM Clinic) ด้วยมาตรฐานการผ่าตัดที่สูงและปลอดภัย
- ได้รับการจัดอันดับจาก เว็บไซต์ Medical Tourism และ Kavacare ว่าเป็นจุดหมายสำหรับการผ่าตัดศัลยกรรมความงาม โดยเฉพาะด้านการทำหัตถการความงาม (โบต็อกซ์และฟิลเลอร์) ด้วยมาตรฐานทางการแพทย์ที่สูงและราคาที่จับต้องได้มากที่สุด (เมื่อเทียบกับมาตรฐานเดียวกันในประเทศอื่น ๆ)
- มีโรงพยาบาล และคลินิกศัลยกรรมระดับนานาชาติ เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ยันฮี บางมด ให้บริการครบวงจร ราคาถูกกว่ายุโรป 50%
- มีบุคลากรบริการมืออาชีพ และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

คู่แข่งในภูมิภาคอาเซียน เทียบกับมาเลเซีย ซึ่งราคาถูกกว่าไทย มีนโยบายรัฐสนับสนุน Medical Tourism (เช่น กัวลาลัมเปอร์มี Medical Spa & Beauty Clinic เพิ่มขึ้น) และฟิลิปปินส์ซึ่งพูดภาษาอังกฤษได้ดี, ค่าแรงถูกมาก ทำให้ศัลยกรรมเสริมความงามราคาถูกกว่าประเทศอื่น และมีชื่อเสียงเรื่องความงามเนื่องจากการประกวดนางงาม

คู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก เทียบกับประเทศเกาหลี มีศัลแพทย์ที่มีฝีมือในระดับใกล้เคียงกันกับประเทศไทย แต่เกาหลีมีจุดเด่นด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ และได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากภาครัฐ ตามนโยบาย Wellness and Medical Service Hub จากหน่วยงานที่ชื่อว่า KHIDI ย่อมาจาก “Korea Health Industry Development Institute” หรือ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสุขภาพแห่งเกาหลีใต้ สถาบันนี้เป็นสถาบันที่ดำเนินงานภายใต้กระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการของเกาหลีใต้ มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมสุขภาพของเกาหลีใต้ให้เป็นมืออาชีพและมีประสิทธิภาพ

4) การปฏิสนธิภายนอกหรือการทำเด็กหลอดแก้ว (IVF)

จุดเด่นของประเทศไทย:

- มีอัตราความสำเร็จสูง (40–60% ต่อรอบการรักษา) ซึ่งใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยทั่วโลก และอยู่ในระดับเดียวกับประเทศในโลกละวันตก ทั้งนี้ สำหรับผู้หญิงอายุต่ำกว่า 35 ปี อัตราความสำเร็จสามารถสูงถึง 60–70% โดยเฉพาะเมื่อใช้วิธีการย้ายตัวอ่อนเพียงตัวเดียว

- ราคาที่แข่งขันได้ (ค่าใช้จ่ายในการทำ IVF ในไทยเฉลี่ยที่ 100,000–250,000 บาท (ประมาณ 3,000–7,500 ดอลลาร์สหรัฐ) ต่อบรรณการรกษา ซึ่งต่ำกว่าประเทศตะวันตกอย่างมีนัยสำคัญ โดยสหรัฐอเมริกา มีค่าใช้จ่ายประมาณ 12,000–17,000 ดอลลาร์สหรัฐ)

- โดดเด่นเรื่องการดูแลแบบ personalized services และเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านการปฏิสนธิภายนอกอกร่างกาย หรือการทำเด็กหลอดแก้ว (IVF) ในภูมิภาคอาเซียน ยกเว้นประเทศสิงคโปร์ เนื่องจากเป็น Hub แพทย์เฉพาะทางของประเทศออสเตรเลีย จีนอีกทั้งยังมีระบบการอบรมเฉพาะทางที่เข้มข้น และได้รับการตีพิมพ์การวิจัยในระดับนานาชาติ ทำให้ผู้รับบริการบางกลุ่ม โดยเฉพาะคู่สามีภรรยาชาวตะวันตก มั่นใจในความปลอดภัยทางจริยธรรม อย่างไรก็ตาม ความเข้มงวดทางกฎหมาย และราคาค่าบริการที่สูงมาก สิงคโปร์จึงเน้นจับลูกค้า IVF ระดับพรีเมียม

คู่แข่งในภูมิภาคอาเซียน เทียบกับมาเลเซีย ซึ่งเป็นอีกหนึ่งจุดหมายสำหรับการทำเด็กหลอดแก้ว (IVF) ในเอเชีย, ราคาถูกกว่าไทย (ประมาณ 4,500 – 6,500 ดอลลาร์สหรัฐต่อบรรณการรกษา), โดดเด่นเรื่องกฎหมายควบคุมคุณภาพที่เข้มงวด และแพทย์มีประสบการณ์สูง แต่จุดอ่อนของมาเลเซียในเรื่องของกฎหมายและศาสนาที่เข้มเทียบกับฟิลิปปินส์ ซึ่งราคาถูก (3,000 – 5,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อบรรณการรกษา) , อัตราความสำเร็จกำลังเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และโดดเด่นเรื่องการดูแล เทียบกับอินโดนีเซียซึ่งราคาถูก (3,000 – 5,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อบรรณการรกษา) และมีแพ็คเกจสำหรับบริการแบบครบวงจร

1.10 จุดแข็งเฉพาะด้าน Wellness Hub

1) การนวดไทย: เป็นมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของมนุษยชาติที่ได้รับการขึ้นทะเบียนโดย UNESCO ในปี พ.ศ. 2562 มีการผลิตหมอนวดที่ได้รับการฝึกอบรมตามหลักสูตรที่กระทรวงสาธารณสุขกำหนด ปัจจุบัน มีจำนวนหมอนวด ประมาณ 2 แสนคน และหมอนวดที่มีความรู้และทักษะในการบำบัดในการรักษาเฉพาะอาการ 7 ประเภท (office syndrome) จำนวน 5 หมื่นคน ในปี 2568 ดังนั้นการนวดไทยเป็นทั้งเรื่องของการผ่อนคลายและการบำบัดรักษา

2) สปา: มีสัดส่วนสปาไทยในตลาดโลก 1.55% ตลาดโลกเติบโต 7% คาดการณ์มูลค่าตลาดโลกปี พ.ศ. 2568 อยู่ 150.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ และอุตสาหกรรมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ด้วยความพร้อมด้านบุคลากร สถานที่ และทรัพยากร รวมถึงบริการสนับสนุนสุขภาพที่เป็นเอกลักษณ์ไทยร่วมกับการใช้สมุนไพรไทยในการให้บริการ ยังมีนโยบายในการส่งเสริมสปา น้ำพุร้อน ซึ่งเป็นกิจการที่ได้รับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมูลค่าสูง

1.11 จุดแข็งเฉพาะด้าน Product Hub

1) การส่งเสริมการผลิตยาและเวชภัณฑ์ในประเทศ: ประเทศไทยมีโรงงานผลิตยากว่า 180 แห่ง (ข้อมูลจาก อย. ปี 2566) โดยราว 80% เป็นโรงงานผลิตยาสามัญสำหรับใช้ภายในประเทศ โดยรัฐบาลได้กำหนดให้อุตสาหกรรมผลิตยาเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมเป้าหมายใหม่ (New S-Curve) ภายใต้โมเดล BCG โดยมีเขตส่งเสริมพิเศษในพื้นที่ EEC เพื่อดึงดูดการลงทุนทั้งในด้าน Biopharma และ Medical Supplies

2) การยกระดับสมุนไพรไทยและสารสกัดจากธรรมชาติ: มีสารสกัดจากมันสำปะหลังที่สามารถทดแทนการนำเข้าจากประเทศอินเดียได้ สำหรับใช้เป็นสารช่วยยืดเกาะ แดกตัว เพิ่มปริมาณในการผลิตยาเม็ดและแคปซูล (Excipient)

3) การสนับสนุนผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสุขภาพในระดับอุตสาหกรรม:

- **อาหารฟังก์ชัน (Functional Food):** มูลค่าการส่งออกอาหารฟังก์ชันและส่วนผสมฟังก์ชันสูงถึง 128,000 ล้านบาทในปี 2023 คิดเป็น 89.5% ของการส่งออกอาหารแห่งอนาคตทั้งหมดของประเทศ

- **เวชสำอาง (Cosmeceutical):** อุตสาหกรรมเครื่องสำอางของไทยเติบโตเฉลี่ยปีละ 10-20% และอยู่ในอันดับที่ 17 ของโลก ในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ความงาม

1.12 จุดแข็งเฉพาะด้าน Academic Hub

1) การศึกษาด้านแพทย์ พยาบาล และสาธารณสุข: ประเทศไทยมีสถาบันการศึกษาทางการแพทย์ที่ได้รับการรับรองในระดับสากล และติดอันดับมหาวิทยาลัยระดับโลก (QS Ranking ด้าน Clinical Medicine) เช่น คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยมหิดล ประเทศไทยมีอัตราการผลิตบุคลากรทางการแพทย์ที่สม่ำเสมอ เช่น แพทย์ประมาณ 3,000 คน/ปี พยาบาล 20,000 คน/ปี (ที่มา: กระทรวงสาธารณสุข, สถิติ สธ. ปี 2566) จากเว็บไซต์ของแพทยสภา ข้อมูลในเดือน ธ.ค 2567 ประเทศไทยมีแพทย์ที่ได้รับวุฒิบัตรเฉพาะทางจากแพทยสภา รวมทั้งสิ้น 36,000 คน การกระจายบุคลากรทางการแพทย์ระหว่างโรงพยาบาลรัฐและเอกชนพบว่า โรงพยาบาลรัฐมีแพทย์เฉพาะทาง ประมาณ 60 % ของจำนวนทั้งหมด ในส่วนของพยาบาล พยาบาลเฉพาะทางของประเทศไทย จากการรายงานประจำปีของสภาพยาบาล มีพยาบาลที่ผ่านการฝึกอบรมเฉพาะทางในสาขาต่าง ๆ รวมทั้งสิ้น 15,000 คน การกระจายระหว่างโรงพยาบาลรัฐและเอกชน รพ.รัฐมีพยาบาลเฉพาะทาง ประมาณ 70 % ของพยาบาลทั้งหมด รพ.เอกชนมีพยาบาลเฉพาะทาง 30 % ของพยาบาลทั้งหมด จากข้อมูลของแพทยสภา แพทย์ที่ประกอบวิชาชีพในสถานพยาบาลเอกชน ส่วนใหญ่จะเป็นแพทย์เวชปฏิบัติทั่วไป (General Practitioner) ไม่ใช่แพทย์เฉพาะทาง อย่างไรก็ตามบุคลากรกลุ่มนี้สามารถเรียนต่อเฉพาะทางได้โดยใช้ทุนส่วนตัว เนื่องจากไม่ประสงค์จะทำงานในโรงพยาบาลภาครัฐ ตั้งแต่เริ่มต้น ดังนั้น หากต้องการให้คนกลุ่มนี้ ทำงานในภาครัฐ จำเป็นต้องมีการกำหนดเงื่อนไขในการศึกษา และวางระบบการบรรจุตำแหน่ง แพทย์ ของภาครัฐเพิ่มขึ้น

ในปัจจุบันกระทรวงสาธารณสุขได้มีแผนดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ ได้แก่

- การเพิ่มจำนวนการผลิตบุคลากรพยาบาลและพยาบาลเฉพาะทาง
- การกระจายบุคลากรทางการแพทย์ไปยังพื้นที่ที่ขาดแคลน
- การส่งเสริมให้พยาบาลวิชาชีพที่เกษียณอายุราชการกลับมาทำงานเฉพาะด้านอย่างน้อยร้อยละ 20 ของจำนวนพยาบาลวิชาชีพที่เกษียณอายุราชการ ในแต่ละปี ระหว่างปีงบประมาณ 2567-2570
- ร่วมมือกับภาคเอกชนให้มีมาตรการร่วมในการจ้างบุคลากร เช่น ชดใช้ค่าทุนให้รัฐ หรือให้ภาคเอกชนร่วมผลิตบุคลากร ตาม พ.ร.บ. สถานพยาบาล มาตรา 14/1

- เปิดตำแหน่งแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ “ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง” ในหน่วยงานภาครัฐที่มีความชัดเจนในสายงานและมีผลตอบแทนเพิ่มขึ้น
- มีการจัดตั้ง “สำนักเศรษฐกิจสุขภาพ” กระทรวงสาธารณสุข ซึ่งเป็นหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินการติดตามและประเมินผลกระทบอย่างต่อเนื่อง ในการดำเนินงานนโยบาย Wellness and Medical Service Hub ที่มีผลกระทบต่อการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐ พร้อมกำหนดมาตรการในการป้องกันและแก้ไขปัญหา

2) ความร่วมมือด้านงานวิจัยและนวัตกรรม: สถาบันวิจัยในไทยมีความร่วมมือด้านวิจัยกับสถาบันนานาชาติในสหรัฐฯ, ญี่ปุ่น, เกาหลี, และ EU

2. Weaknesses (จุดอ่อน)

2.1 การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรยังไม่เท่าทันสภาวการณ์

การพัฒนาระดับศักยภาพของผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของไทยยังมีข้อจำกัด ทั้งในด้านทักษะ ความรู้ทางเทคนิค และการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ส่งผลให้ขาดความพร้อมในการแข่งขันในตลาดระดับสากลและการตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรม (กลยุทธ์ 2.2)

2.2 ระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศทางสุขภาพยังมีข้อจำกัด

โครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลสุขภาพและสารสนเทศยังมีข้อจำกัดในการรวบรวมและจัดการข้อมูลที่ครบถ้วน แม่นยำ และเป็นฐานเดียวกัน ขาดระบบที่เชื่อมโยงข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้การเข้าถึงและใช้ข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์และการตัดสินใจในด้านการแพทย์และสุขภาพยังไม่เพียงพอ จำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้สามารถสนับสนุนการบริหารจัดการข้อมูลที่มีคุณภาพ และเพิ่มความสามารถในการตอบสนองต่อความต้องการและความท้าทายที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กลยุทธ์ 2.4)

2.3 ข้อจำกัดทางกฎหมายและกฎระเบียบที่ยังไม่เอื้อต่อการแข่งขัน

การปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบเพื่อรองรับการแข่งขันในด้านการส่งเสริมอุตสาหกรรมได้แก่ การปรับปรุงระบบอนุมัติอนุญาตที่ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน ข้อกำหนดของวิชาชีพที่ทำให้ขาดความยืดหยุ่นในการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพที่มีความเสี่ยงต่ำ (กลยุทธ์ 1.2)

2.4 ขาดการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุกที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายต่างชาติ

การสร้างการรับรู้ของประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) ยังไม่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและยังไม่ครอบคลุมทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมทั้งการสร้างโอกาสในการนำเสนอบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพในตลาดโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อค่าบริการและการลงทุนของชาวต่างชาติ (กลยุทธ์ 3.2)

2.5 จุดอ่อนเฉพาะด้าน Medical Service Hub

1) การผ่าตัดแปลงเพศ (SRS): ประเทศไทยไม่สามารถเปลี่ยนเพศในเอกสารทางราชการได้ และไม่มีระบบประกันสุขภาพที่ครอบคลุมการผ่าตัด SRS

สิงคโปร์: ค่าใช้จ่ายสูงมาก (เฉลี่ย 25,000–40,000 USD) ไม่มีบริการฟื้นฟูแบบ Wellness Retreat เหมือนไทย และจำกัดเป้าหมายตลาดเฉพาะกลุ่มพรีเมียม

เวียดนาม: ยังไม่มีกฎหมายรองรับ SRS อย่างเป็นทางการ ขาดศัลยแพทย์เฉพาะทางด้าน SRS และระบบการฝึกอบรมแพทย์และบริการหลังผ่าตัดยังไม่พัฒนา

2) ทันตกรรม: การกระจุกตัวของคลินิกในเมืองใหญ่ และระบบประกันไม่ครอบคลุมทันตกรรม

มาเลเซีย: การพัฒนาเทคโนโลยีช้า และบุคลากรระดับเฉพาะทางยังน้อย

ฟิลิปปินส์: การควบคุมคุณภาพไม่ทั่วถึง

อินโดนีเซีย: บุคลากรไม่เพียงพอในต่างจังหวัด และขาดมาตรฐานทางคลินิก

3) อุตสาหกรรมความงาม: คลินิกบางแห่งไม่มีมาตรฐานกลางควบคุม และขาดแพลตฟอร์มการตลาดต่างประเทศแบบรวมศูนย์

มาเลเซีย: ภาพลักษณ์ประเทศยังไม่ชัดในตลาดความงาม และบุคลากรไม่โดดเด่นเท่าไทย

ฟิลิปปินส์: ขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางระดับสูง และขาดการรับรองทางวิชาชีพในระดับนานาชาติ

4) การปฏิสนธิภายนอกอกร่างกาย หรือการทำเด็กหลอดแก้ว (IVF): ราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับบางประเทศ และการควบคุมคุณภาพใช้กฎหมายที่มีลำดับศักดิ์ต่ำ

มาเลเซีย: อัตราความสำเร็จต่ำกว่าไทย

ฟิลิปปินส์/อินโดนีเซีย: ยังไม่มีชื่อเสียงมากนัก

3. Opportunities (โอกาส)

3.1 ตลาดการแพทย์และสุขภาพทั่วโลกมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ความต้องการบริการทางการแพทย์และสุขภาพทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากวิถีชีวิตที่ไม่เหมาะสมทำให้เกิดโรคร้ายต้องอาศัยการรักษาที่มีความซับซ้อนและต่อเนื่องส่งผลต่อค่าใช้จ่ายทางสุขภาพมูลค่าสูงทำให้ผู้ป่วยชาวต่างชาติแสวงหาทางเลือกในการรักษาพยาบาลที่มีความคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูง นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์โดยเฉพาะวัยผู้สูงอายุมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นทำให้แนวโน้มตลาดนวัตกรรมบริการทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Wellness) สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งความต้องการในด้านที่พักอาศัยระยะยาวของชาวต่างชาติในประเทศอื่นที่มีค่าครองชีพเพื่อการดูแลสุขภาพให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและมีอายุยืนยาว (กลยุทธ์ 1.3, 1.4)

3.2 โอกาสจากการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง

การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ และการวิจัยนวัตกรรมที่ทันสมัยมีความสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร เทคโนโลยีที่ล้ำสมัย เช่น ระบบหุ่นยนต์ช่วยผ่าตัด การวิเคราะห์ข้อมูลสุขภาพด้วยปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเครื่องมือวินิจฉัยที่มีความละเอียดสูง ช่วยยกระดับคุณภาพการรักษาและการวินิจฉัย นอกจากนี้อุตสาหกรรมยาทั่วโลกมีแนวโน้มการขยายตัวที่สูงขึ้นเพื่อรองรับแนวโน้มในการเกิดโรคอุบัติใหม่ (กลยุทธ์ 2.1, 2.4)

3.3 นโยบายการเปิดตลาดการค้าและการลงทุนด้าน Wellness and Medical Service Hub จากต่างประเทศ

นโยบายการเปิดตลาดการค้าและการลงทุนด้าน Wellness and Medical Service Hub จากต่างประเทศ เป็นโอกาสในการแสวงหาความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อแลกเปลี่ยนเทคโนโลยีและการใช้ทรัพยากรร่วมกัน เพื่อเพิ่มโอกาสในการค้าและการลงทุนทั้งในและต่างประเทศ (กลยุทธ์ 2.3)

3.4 โอกาสเฉพาะด้าน Medical Service Hub

1) การผ่าตัดแปลงเพศ (SRS): คู่แข่งในอาเซียนยังไม่มีบริการครบวงจร (การผ่าตัดเฉพาะทาง + โปรแกรมฟื้นฟู Wellness) ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนา “Sex Reassignment + Medical Wellness Retreat” เพื่อเจาะตลาด ญี่ปุ่น, เกาหลี, ตะวันออกกลาง, และ CLMV กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มลูกค้าจากประเทศจีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ประเทศไทยมีนโยบายไม่ปิดกั้นกลุ่ม LGBTQ+ เป็นอีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญโดยเฉพาะเข้ามาเพื่อผ่าตัดแปลงเพศ โดยเฉพาะผู้รับบริการจากประเทศอนุรักษ์นิยม

2) ทันตกรรม: คู่แข่งไม่มีคลินิกทันตกรรมเฉพาะทางที่เน้นต่างชาติ ซึ่งเป็นช่องว่างที่ไทยสามารถพัฒนาได้ กลุ่มเป้าหมายหลัก กลุ่มชาวตะวันตก เช่น ชาวสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย มักเป็นกลุ่มที่เดินทางเข้ามา โดยมีจุดประสงค์เพื่อมองหาค่าบริการรักษาคุณภาพสูงในราคาที่เหมาะสม ระยะเวลาการรอคอย และท่องเที่ยว (Medical Tourism)

3) อุตสาหกรรมความงาม: คู่แข่งไม่มีบริการศัลยกรรมและรีทริตแพคเกจแบบ Medical Wellness ทำให้ไทยสามารถพัฒนา Aesthetic Surgery & Wellness Retreat เพื่อเจาะตลาด ญี่ปุ่น, ตะวันออกกลาง, และ CLMV นอกจากนี้ ประเทศไทยมีโอกาสพัฒนาบริการความงามที่เชื่อมโยงกับ Thai Soft Power (เช่น ความงามแบบอ่อนโยน, ปลอดภัย, มาตรฐานแพทย์แผนไทย และผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย) กลุ่มเป้าหมายหลัก ประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมา และออสเตรเลีย

4) การปฏิสนธิภายนอก (IVF): ประเทศไทยสามารถพัฒนากฎหมายการควบคุมคุณภาพให้มีความทัดเทียมกับระดับนานาชาติเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และการพัฒนาคุณภาพของห้องปฏิบัติการเพาะเลี้ยงตัวอ่อน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก กลุ่ม CLMV เนื่องจากระบบบริการสุขภาพในประเทศยังไม่พัฒนาถึงขั้นให้บริการ IVF ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะผู้รับบริการในกลุ่มประเทศจีน เนื่องจากมีความต้องการเกินกว่าภายในประเทศที่จะรองรับได้ ประเทศจีนมีผู้มีบุตรเพิ่มขึ้นมาก หลังยุค One Child Policy ประเมินว่ามีความต้องการ IVF มากกว่า 1 ล้านคู่ต่อปี และการเดินทางมาทำ IVF ในไทย ถือเป็นทางเลือกเร่งด่วนและปลอดภัย

สำหรับอินเดีย และประเทศในกลุ่มอาเซียน นิยมเดินทางเข้ามารักษาภาวะมีบุตรยากในไทย ซึ่งไทยถือเป็นหนึ่งในจุดหมายหลักของการเดินทางมารับบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก จาก Fertility Tourism ที่มีความโดดเด่นหลายด้าน

3.5 โอกาสเฉพาะด้าน Wellness Hub

1) การนวดไทย: มีโอกาสในการพัฒนาโปรแกรมนวดศีรษะแบบไทย (Thai Head Massage) เพื่อเทียบเคียงกับการนวดศีรษะแบบ ญี่ปุ่น, อินเดีย, เวียดนาม, และจีน ที่มีอยู่ในตลาดปัจจุบัน

2) สปา/น้ำพุร้อน (Hot Spring Spa): มีจุดแข็งด้านทรัพยากรธรรมชาติ และประสบการณ์สุขภาพเชิงวัฒนธรรมที่ประเทศเพื่อนบ้านยังไม่มีอย่างครบถ้วน ดังนั้นโอกาสในการเติบโตในตลาดสปา/น้ำพุร้อน ในอาเซียนจึงมีสูง เนื่องจากประเทศไทยมีน้ำพุร้อน ซึ่งเป็นน้ำแร่ที่มีแร่ธาตุหลายชนิด มีผลต่อการบำบัดโรคผิวหนัง ข้ออักเสบและระบบไหลเวียนเลือด เมื่อเทียบกับญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ทั้งนวดไทยและสปา ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาจากเอเชีย ยุโรป และตะวันออกกลาง โดยเฉพาะตลาดกลุ่มอาเซียน +6 ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เช่น เวียดนาม จีน อินเดีย ลาวและกัมพูชา โดยกลุ่มลูกค้าตลาดเอเชียมีความคุ้นเคยกับรูปแบบของสปาไทยและเป็นตลาดที่อยู่ใกล้ ขณะที่ยุโรปเป็นตลาดเป้าหมายเนื่องจากลูกค้ามีกำลังซื้อสูง และหันมาให้ความสนใจกับวิธีการผ่อนคลาย/บำบัดแบบตะวันออกมากขึ้น เช่น รัสเซีย ตุรกี สำหรับตลาดตะวันออกกลาง : เป็นตลาดที่มีข้อจำกัดเรื่องแรงงาน และการนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในสปาไม่มาก จึงจูงใจนักธุรกิจจากต่างประเทศให้เข้ามาลงทุนบุกเบิกตลาดสปาฮาลาลในบางพื้นที่

3.6 โอกาสเฉพาะด้าน Product Hub

1) การส่งเสริมการผลิตยาและเวชภัณฑ์ในประเทศ: รัฐบาลกำหนดให้อุตสาหกรรมผลิตยาเป็น New S-Curve ภายใต้โมเดล BCG โดยมีเขตส่งเสริมพิเศษในพื้นที่ EEC เพื่อดึงดูดการลงทุน ตลาดเป้าหมายที่สำคัญ ได้แก่ ระบบสาธารณสุขในประเทศ CLMV ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ซึ่งกำลังขยายการเข้าถึงยาราคาประหยัด

2) การยกระดับสมุนไพรไทยและสารสกัดจากธรรมชาติ: มูลค่าส่งออกสมุนไพรไทย (รวมวัตถุดิบและผลิตภัณฑ์แปรรูป) ยังคงสูง และมีตลาดส่งออกหลักที่สำคัญ (เช่น จีน, เวียดนาม, สหรัฐอเมริกา, ญี่ปุ่น)

3) การสนับสนุนผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเพื่อสุขภาพในระดับอุตสาหกรรม: มีแนวโน้มขยายการส่งออก Functional Food ไปยังตลาด ญี่ปุ่น, เกาหลีใต้, และสหภาพยุโรป

3.7 โอกาสเฉพาะด้าน Academic Hub

1) การศึกษาด้านแพทย์ พยาบาล และสาธารณสุข: กลุ่มเป้าหมายจาก เอเชียใต้, CLMV, ตะวันออกกลาง ต้องการเพิ่มทักษะเฉพาะทาง

2) ความร่วมมือด้านงานวิจัยและนวัตกรรม: สถาบันวิจัยนานาชาติ, มหาวิทยาลัยระดับโลก, บริษัทเทคโนโลยีชีวภาพมองหา site วิจัยต้นทุนต่ำแต่คุณภาพสูงในไทย

4. Threats (ภัยคุกคาม)

- 4.1 การแข่งขันจากประเทศคู่แข่งที่มีนโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์และสุขภาพ**
มีผลกระทบต่อ การดึงดูดการลงทุนและจำนวนผู้ป่วยชาวต่างชาติในอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์และสุขภาพ เนื่องจากประเทศเหล่านี้มีเทคโนโลยีทันสมัย ระบบบริการที่มีประสิทธิภาพ และนโยบายที่เข้มงวดและจริงจังในการพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร ทำให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับความท้าทายในการประเมินศักยภาพของประเทศและทบทวนปรับปรุงเพื่อให้สามารถดำเนินนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กลยุทธ์ 1.2)
- 4.2 กฎหมายและมาตรการกีดกันทางการค้าจากประเทศมหาอำนาจที่เข้มงวด**
การสร้างกฎระเบียบระหว่างประเทศและมาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจรที่มีความเข้มงวดส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของประเทศในการค้าและการลงทุน หากไม่สามารถเจรจาต่อรองโดยใช้นโยบายระหว่างประเทศอาจส่งผลกระทบต่อ การเข้าถึงตลาดและสูญเสียโอกาสในการแข่งขันในระดับสากล (กลยุทธ์ 2.3, 2.7)
- 4.3 ผลกระทบจากความผันผวนทางเศรษฐกิจโลก**
ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจโลกอาจส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการลงทุนหรือการใช้จ่ายด้านการแพทย์และสุขภาพของผู้ป่วยและนักลงทุนชาวต่างชาติ (กลยุทธ์ 1.6)
- 4.4 ความเสี่ยงจากการระบาดของโรคและปัญหาด้านสาธารณสุข**
การเกิดโรคระบาดหรือปัญหาสาธารณสุขอื่น ๆ อาจส่งผลกระทบต่อ การเดินทางของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้ามาในประเทศไทย (กลยุทธ์ 3.1)



3.3.4 TOWS MATRIX

การสร้างกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ Wellness and Medical Service Hub ด้วย TOWS MATRIX

การเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) เป็นเป้าหมายสำคัญของประเทศไทยในการยกระดับขีดความสามารถด้านการแพทย์และสุขภาพให้มีมาตรฐานสากลและมีความสามารถในการแข่งขันในระดับโลก การพัฒนายุทธศาสตร์เพื่อให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าว จำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ที่ครอบคลุมทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร เพื่อให้สามารถกำหนดแนวทางที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป ดังนั้นการใช้ TOWS Matrix จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) โดยการนำข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT มาประยุกต์ใช้ในการสร้างกลยุทธ์ที่เฉพาะเจาะจงและตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมและเท่าทันต่อสถานการณ์ในปัจจุบันและในอนาคต ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตารางที่ 2 TOWS MATRIX

| SO Strategies (กลยุทธ์เชิงรุก) | ST Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) |
|--|--|
| <p>กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนานโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (ใช้จุดแข็งในการพัฒนานโยบายเพื่อตอบสนองต่อโอกาสในตลาด)</p> | <p>กลยุทธ์ที่ 1.1 พัฒนานโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (มีระบบป้องกันลิขสิทธิ์ทางปัญญาทางด้านสมุนไพรไทย ภูมิปัญญาไทย และนวัตกรรมทางการแพทย์ขั้นสูงเพื่อรองรับการแข่งขันในตลาดโลก)</p> |
| <p>กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมธุรกิจด้านบริการและนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ (ใช้จุดแข็งด้านบริการและนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพเพื่อรองรับการเติบโตในตลาดอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร)</p> | <p>กลยุทธ์ที่ 1.2 ปรับปรุงกฎหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (ใช้จุดแข็งของการปรับปรุงกฎหมายเพื่อป้องกันภัยคุกคามจากกฎระเบียบระหว่างประเทศ)</p> |
| <p>กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง (ใช้จุดแข็งในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมเพื่อตอบสนองต่อโอกาสใหม่ๆ ในตลาดที่กำลังเติบโต)</p> | <p>กลยุทธ์ที่ 1.4 ส่งเสริมธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง (พัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูงให้ต่อยอดจนถึงการพัฒนาเชิงพาณิชย์และมีระบบลิขสิทธิ์ทางปัญญา)</p> |

ตารางที่ 2 TOWS MATRIX (ต่อ)

SO Strategies (กลยุทธ์เชิงรุก)

กลยุทธ์ที่ 1.5 พัฒนาการแพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือก

(ใช้จุดแข็งของแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก ในการใช้ประโยชน์จากโอกาสในการขยายตลาด ไปสู่ต่างประเทศด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการแพทย์แบบองค์รวม)

กลยุทธ์ที่ 2.7 พัฒนากลไกในการกำหนด/ ส่งเสริม/ดูแลมาตรฐานแห่งชาติเพื่อยกระดับ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

(ใช้จุดแข็งของการกำหนด ส่งเสริม ดูแลมาตรฐาน เพื่อรองรับการเติบโตในตลาดโลก)

กลยุทธ์ที่ 3.1 เชื่อมโยงเครือข่ายการตลาด เพื่อให้ครอบคลุมการดำรงรักษาลูกค้าเก่า และลูกค้าใหม่

(มีพันธมิตรในการส่งเสริมด้านการตลาดเชิงรุก เพื่อเพิ่มโอกาสในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร)

ST Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน)

กลยุทธ์ที่ 1.5 พัฒนาการแพทย์แผนไทย และแพทย์ทางเลือก

(มีระบบลิขสิทธิ์ทางปัญญาสำหรับนวัตกรรม พัฒนาการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก)

กลยุทธ์ที่ 1.6 พัฒนาระบบบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมการเป็นผู้นำ

ในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

(ใช้จุดแข็งของระบบบริหารจัดการเพื่อรับมือกับการแข่งขันในตลาด)

กลยุทธ์ที่ 2.6 พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อ การส่งเสริมอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

(ปรับปรุงปัจจัยแวดล้อมภายในเพื่อป้องกัน ภัยคุกคามที่อาจเกิดขึ้น)



ตารางที่ 2 TOWS MATRIX (ต่อ)

WO Strategies (กลยุทธ์เชิงแก้ไข)

**กลยุทธ์ที่ 2.3 ส่งเสริม พัฒนา สิทธิประโยชน์
เจรจา ด้านการค้า การลงทุน และบริการ**
(แก้ไขจุดอ่อนด้านสิทธิประโยชน์และกฎระเบียบ
เพื่อใช้โอกาสในการขยายธุรกิจและการค้า
ในระดับนานาชาติ)

**กลยุทธ์ที่ 2.4 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูล
สุขภาพและสารสนเทศเพื่อการขับเคลื่อน
เศรษฐกิจสุขภาพ**
(ใช้โอกาสในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อ
ปรับปรุงจุดอ่อนในการจัดการระบบฐานข้อมูล)

**กลยุทธ์ที่ 2.5 พัฒนาความร่วมมือเครือข่าย
ระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
อย่างมีส่วนร่วม**
(ใช้โอกาสในการพัฒนาความร่วมมือเพื่อเสริม
จุดอ่อนในการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน
ภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน)

**กลยุทธ์ที่ 3.2 สร้างการรับรู้และการ
ประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ**
(ใช้โอกาสในการพัฒนาการรับรู้และ
ประชาสัมพันธ์เพื่อลดจุดอ่อนของ
การสื่อสารตลาดและการรับรู้เรื่องอุตสาหกรรม
การแพทย์ครบวงจรของประเทศไทยสู่ระดับโลก)

WT Strategies (กลยุทธ์เชิงรับ)

**กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมธุรกิจด้านบริการ
และนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ**
(พัฒนาศักยภาพและบริหารทรัพยากรบุคลากร
ด้านบริการทางการแพทย์และนวัตกรรม
ทางการแพทย์และสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ
และสมดุล)

**กลยุทธ์ที่ 2.1 พัฒนาระบบ ส่งเสริม สนับสนุน
ทางวิชาการ วิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม
เพื่อรองรับอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร**
(พัฒนาระบบป้องกันความเสี่ยงจากฐานความรู้
และนวัตกรรมเพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจ
อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร)

**กลยุทธ์ที่ 2.2 พัฒนาระดับศักยภาพ
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการแพทย์
ครบวงจร**
(สร้างความพร้อมให้ผู้ประกอบการเพื่อรองรับ
การเติบโตของตลาดด้านอุตสาหกรรมการแพทย์
ครบวงจร)

จาก TOWS Matrix เพื่อการวางกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ Wellness and Medical Service Hub
ข้างต้น สรุปได้ดังนี้

1. SO Strategies (กลยุทธ์เชิงรุก):

ใช้จุดแข็งภายใน ในการคว้าโอกาสจากภายนอก เช่น การพัฒนานโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร และการส่งเสริมธุรกิจด้านบริการ นวัตกรรม และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์มูลค่าสูง

2. ST Strategies (กลยุทธ์เชิงป้องกัน):

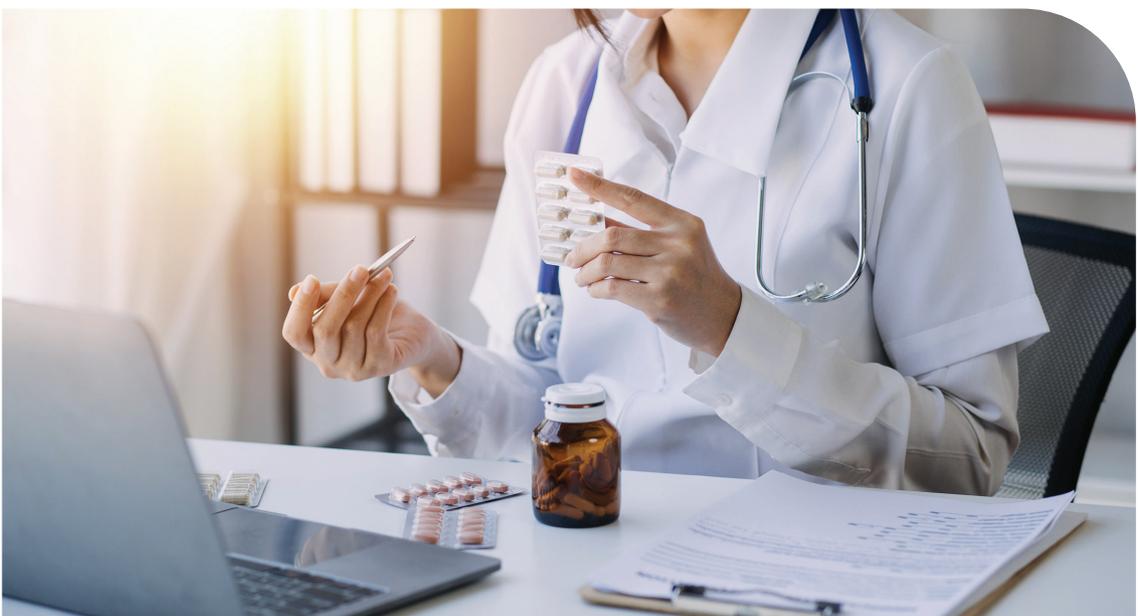
ใช้จุดแข็งเพื่อป้องกันภัยคุกคามจากภายนอก เช่น การปรับปรุงกฎหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและป้องกันภัยคุกคามจากกฎระเบียบระหว่างประเทศ การพัฒนาระบบบริหารจัดการเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการแข่งขันในตลาด

3. WO Strategies (กลยุทธ์เชิงแก้ไข):

แก้ไขจุดอ่อนภายในเพื่อตอบสนองต่อโอกาสภายนอก เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลสุขภาพและสารสนเทศ การสร้างความร่วมมือระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรม

4. WT Strategies (กลยุทธ์เชิงรับ):

ลดจุดอ่อนภายในและหลีกเลี่ยงภัยคุกคามจากภายนอก เช่น การพัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านบริการทางการแพทย์และการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

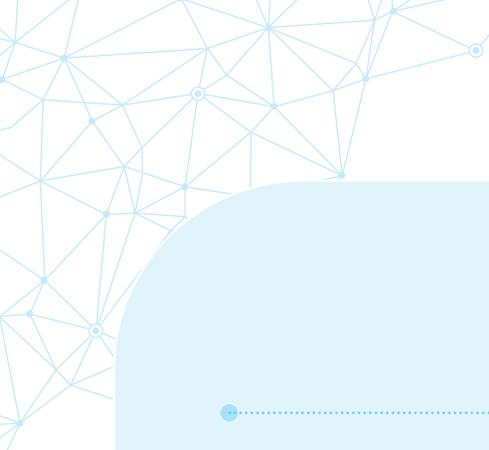


บทที่

4

(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทย
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
(Wellness and Medical Service Hub)

พ.ศ. 2568 – 2577

- 
- 
- 4.1 ความเชื่อมโยงของการขับเคลื่อนนโยบาย
Wellness and Medical Service Hub
 - 4.2 การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์
(เป้าหมายระดับ CLMV, อาเซียน, เอเชียแปซิฟิก)
 - 4.3 กรอบแนวคิดและจุดมุ่งเน้นการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพ
นานาชาติตามกลุ่มสาขา
 - 4.3.1 Medical Service Hub (ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล)
 - 4.3.2 Wellness Hub (ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ)
 - 4.3.3 Products Hub (ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์)
 - 4.3.4 Academic Hub (ศูนย์กลางบริการวิชาการ)
 - 4.3.5 Health Convention and Exhibition Hub
(ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ)
 - 4.3.6 ขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพ
และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
 - 4.4 (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
(Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577
 - 4.4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 : เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
ด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
 - 4.4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
 - 4.4.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์
 - 4.5 ทิศทางการขับเคลื่อนภายใน 3 ยุทธศาสตร์ฯ
- 

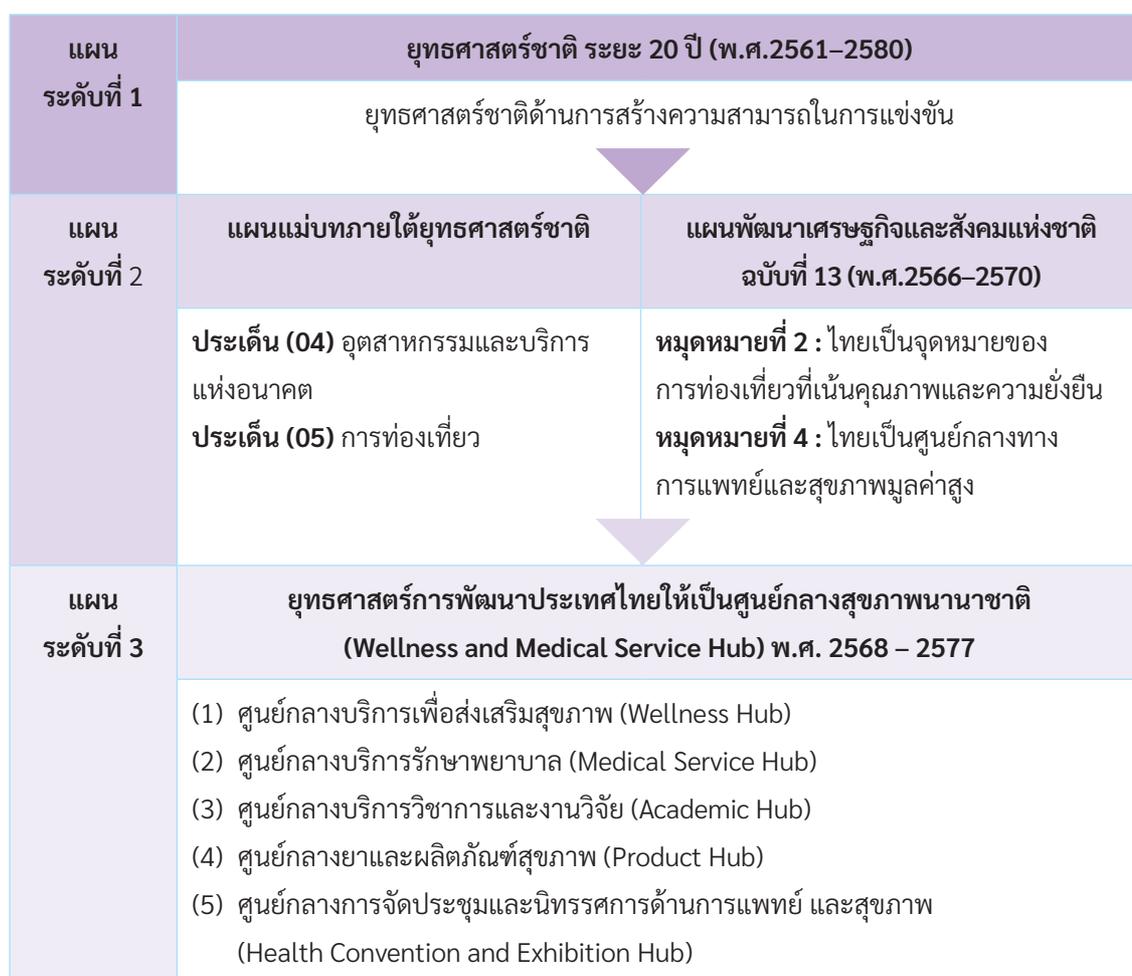
4.1 ความเชื่อมโยงของการขับเคลื่อนนโยบาย Wellness and Medical Service Hub



(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบสุขภาพไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ

(Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

4.1 ความเชื่อมโยงของการขับเคลื่อนนโยบาย Wellness and Medical Service Hub



จากแผนผังข้างต้น แสดงถึงความเชื่อมโยงแผน 3 ระดับของประเทศ ประกอบด้วย แผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566–2570) และแผนระดับที่ 3 แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2568–2577) โดยมีการเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบระหว่างแผนแต่ละระดับ เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเสริมสร้างขีดความสามารถของประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพระดับสากล นโยบายดังกล่าวจึงมีความสำคัญและมีผลกระทบทั้งในแง่ของเศรษฐกิจ สังคม การท่องเที่ยว และการพัฒนาศักยภาพด้านการแพทย์ของประเทศไทยในระยะยาว

แผนระดับที่ 1

คือ ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580) ซึ่งเป็นแผนระดับมหภาคที่กำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาประเทศในระยะยาว โดยหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้เศรษฐกิจเติบโตอย่างมีเสถียรภาพและยั่งยืน คือ “ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน” การสร้างความสามารถในการแข่งขันนี้ มีนัยยะสำคัญต่อการทำให้ประเทศไทยสามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในการเป็นผู้นำด้านการให้บริการทางการแพทย์และสุขภาพระดับโลก ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีแห่งอนาคต ซึ่งไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศและเสริมสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านสุขภาพที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน แต่ยังเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงของคนไทยส่วนใหญ่ในประเทศ

แผนระดับที่ 2

คือ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งแผนแม่บทนี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยเฉพาะในส่วนของ ประเด็นที่ 4: อุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องภายใต้การเปลี่ยนแปลงบริบทโลกใหม่ หนึ่งในอุตสาหกรรมและบริการแห่งอนาคต คือ อุตสาหกรรมและบริการการแพทย์ครบวงจรและประเด็นที่ 5: การท่องเที่ยว ซึ่งยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติสอดคล้องกับแผนย่อยที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงาม และแพทย์แผนไทย แผนย่อยที่ 6 การพัฒนาระบบนิเวศการท่องเที่ยว โดยพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566–2570) ซึ่งมีการระบุว่าประเทศไทยมีเป้าหมายที่จะเป็น “ศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง” ในหมวดหมู่ที่ 4 และเป็น “จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน” ในหมวดหมู่ที่ 2 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ จำเป็นต้องมีการพัฒนาอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพที่ใช้นวัตกรรมทางการแพทย์ขั้นสูง รวมทั้งการส่งเสริมให้เกิดการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว และยังสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการแพทย์ที่มีมูลค่าสูงอย่างยั่งยืน

แผนระดับที่ 3

คือ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2568–2577) ซึ่งเป็นแผนที่สอดคล้องกับแผนประเทศทั้ง 2 ระดับข้างต้น โดยมีการกำหนดผลผลิตสำคัญ 5 ด้าน คือ (1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) (2) ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) (3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) (4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) และ (5) ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์ (Health Convention and Exhibition Hub) การพัฒนาภายใต้กรอบยุทธศาสตร์นี้มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างครบวงจรต่อเนื่องในระบบห่วงโซ่อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Valued Chain)

ความเชื่อมโยงระหว่างแผนทั้ง 3 ระดับ

มีความชัดเจนในการเสริมสร้างศักยภาพด้านการแพทย์ของประเทศ โดยแผนระดับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี วางเป้าหมายในการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ในขณะที่แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติได้รับรองอุตสาหกรรมสุขภาพและการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้และความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ในส่วนของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูงและเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและยั่งยืน และยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร การพัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร การตลาดและประชาสัมพันธ์ และกำหนดกลยุทธ์ที่สอดคล้องและสามารถประเมินผลได้ตามกรอบที่วางไว้



4.2 การกำหนดวิสัยทัศน์และเป้าประสงค์เชิงกลยุทธ์ (เป้าหมายระดับ CLMV, อาเซียน, เอเชียแปซิฟิก)



OUR VISION

4.2 การกำหนดวิสัยทัศน์และกลุ่มเป้าหมาย (เป้าหมายระดับ CLMV, อาเซียน, เอเชียแปซิฟิก)

มีการกำหนดวิสัยทัศน์ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ในภูมิภาคอาเซียนภายในปี 2577 กำหนดเป้าหมายในระดับต่าง ๆ ตามจุดแข็งของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งและโอกาสการเติบโตในอนาคต โดยมุ่งเน้นการกำหนดตำแหน่งทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายในแต่ละระดับภูมิภาค ดังนี้:

การกำหนดเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาดตามระดับภูมิภาค

ระดับที่ 1: เป้าหมายกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา, ลาว, เมียนมา, เวียดนาม) หรือกลุ่มประเทศในดินแดนสุวรรณภูมิ

สถานะตลาด:

เป็นตลาดหลักของประเทศไทยในปัจจุบัน ซึ่งมีทั้งจำนวนผู้ใช้บริการสูงและแนวโน้มการเติบโตต่อเนื่อง (ที่มา: รายงานการศึกษาเพื่อประเมินผลกระทบเชิงเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากบริการทางการแพทย์แก่ชาวต่างชาติที่ไม่ได้มีถิ่นฐานอยู่ในประเทศไทย พ.ศ. 2566)

รูปแบบการดำเนินการ:

- การบริการทางการแพทย์: ให้บริการรักษาพยาบาลพื้นฐานและโรคเฉพาะทางที่ประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญและต้นทุนคุ่มค่า โดยใช้ความเชื่อมั่นจากประเทศเพื่อนบ้านเป็นฐาน
- การส่งออกกระบวนบริการทางการแพทย์: ถ่ายทอดองค์ความรู้ ประสบการณ์ และต้นแบบการจัดระบบสุขภาพของไทย (เช่น ระบบหลักประกันสุขภาพ, ระบบรับรองคุณภาพโรงพยาบาล) ไปยังประเทศอื่น ๆ ใน CLMV ผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น ความร่วมมือทางวิชาการ, การจัดฝึกอบรมบุคลากร, การวางระบบบริหารจัดการสุขภาพ, หรือการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางนโยบาย



ระดับที่ 2: เป้าหมายในระดับอาเซียน

สถานะตลาด:

เป็นตลาดรองที่มีศักยภาพ เป็นทั้งลูกค้าและเป็นคู่แข่ง ในการพัฒนาต้องอาศัยการวิเคราะห์ความแตกต่างที่โดดเด่นจากคู่แข่ง เช่น มาเลเซีย อินโดนีเซีย เพื่อตอบโจทย์ตลาดที่ต้องการบริการระดับสูง แต่ยังคงขาดทรัพยากรภายในประเทศ

รูปแบบการดำเนินการ:

- การบริการทางการแพทย์: ขยายบริการเฉพาะทาง เช่น โรคมะเร็ง, หัวใจ, เวชกรรมชะลอวัย ที่ประเทศไทยมีความสามารถสูง แต่ต้นทุนต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง
- การพัฒนาความร่วมมือ: พัฒนาโครงการฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์ในอาเซียน โดยใช้โรงเรียนแพทย์/โรงพยาบาลใหญ่ในไทยเป็นฐาน หรือจัดตั้ง ASEAN Health Cooperation Platform โดยประเทศไทยจะเป็นแกนนำร่วมกับ TICA และ BOI

ระดับที่ 3: เป้าหมายในระดับเอเชียแปซิฟิก

สถานะตลาด:

เป็นตลาดใหม่ที่มีการแข่งขันสูง แต่มีแนวโน้มความต้องการสูงในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว โดยประเทศไทย อาจจะยังไม่ใช้ผู้นำในด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย แต่มีความได้เปรียบด้านราคา, ต้นทุน, การบริการ, และภูมิทัศน์สุขภาพแบบองค์รวมที่ไม่เหมือนใครของประเทศไทย

รูปแบบการดำเนินการ:

- การบริการทางการแพทย์: เน้นบริการมูลค่าสูงที่ไทยมีความโดดเด่น และมีราคาที่สมเหตุผล เช่น การแปลงเพศ, ศัลยกรรมชะลอวัย และทันตกรรม เป็นต้น
- การส่งเสริมสุขภาพ Wellness เน้นที่การผสมผสานบริการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ร่วมกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และการอยู่อาศัยของผู้เกษียณอายุในระยะยาว
- การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย: พัฒนา Medical & Wellness Sandbox ในพื้นที่นำร่อง เช่น EEC ให้เป็นศูนย์รวมสุขภาพนานาชาติ และสปา/น้ำพุร้อนในพื้นที่ท่องเที่ยวอันดามันที่มีสถานประกอบการโรงแรมที่ได้มีมาตรฐานระดับสากล
- การยกระดับมาตรฐานและการดึงดูดตลาดใหม่: ขยายการรับรอง JCI (Joint Commission International) และดึงดูดกลุ่มตลาดใหม่จากญี่ปุ่น, เกาหลี, ออสเตรเลีย, และตะวันออกกลาง

- 4.3 กรอบแนวคิดและจุดมุ่งเน้นการพัฒนาสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติตามกลุ่มสาขา
- 4.3.1 Medical Service Hub (ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล)
 - 4.3.2 Wellness Hub (ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ)
 - 4.3.3 Products Hub (ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์)
 - 4.3.4 Academic Hub (ศูนย์กลางบริการวิชาการ)
 - 4.3.5 Health Convention and Exhibition Hub (ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ)
 - 4.3.6 ขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ



4.3 กรอบแนวคิดและจุดมุ่งเน้นการพัฒนาสู่การเป็น ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติตามกลุ่มสาขา

4.3.1 Medical Service Hub (ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล)

Medical Service Hub มีจุดมุ่งหมายหลักเพื่ออำนวยความสะดวกและหนุนเสริมการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและขับเคลื่อนสินค้าและบริการทางการแพทย์ให้สอดคล้องกับศักยภาพและจุดแข็งของประเทศไทยในระดับนานาชาติ โดยเน้นการพัฒนาบริการทางการแพทย์ที่สามารถสร้างมูลค่าสูง และมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเป็นชาวต่างชาติเป็นหลัก เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสุขภาพของประเทศอย่างยั่งยืน และลดผลกระทบต่อระบบบริการสุขภาพขั้นพื้นฐานสำหรับคนไทย

กลุ่มบริการทางการแพทย์ที่เป็นจุดเน้นสำคัญและโอกาสในการเติบโต

จากการวิเคราะห์ศักยภาพของประเทศไทยและความต้องการของตลาดโลก ประเทศไทยได้กำหนดกลุ่มบริการทางการแพทย์ที่มีโอกาสสูงในการพัฒนาและแข่งขัน ดังนี้

1. การรักษาทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง (High-Value Medical Treatment):

1.1 คลินิกบำบัดยาเสพติด (Addiction Treatment Clinic) สำหรับผู้ใช้บริการจากประเทศที่มีรายได้สูง : พัฒนาการบำบัดรักษา ฟันฟู และติดตามผู้มีปัญหาการใช้สารเสพติดหรือพฤติกรรมเสพติดแบบครบวงจร เพื่อให้สามารถกลับมาใช้ชีวิตในสังคมได้ตามปกติ

1.2 คลินิกภาวะมีบุตรยาก (Infertility Clinic) และการปฏิสนธิภายนอกอกร่างกาย (IVF): เน้นบริการ IVF ระดับสากล พร้อมทั้งส่งเสริมและขยายบริการสำหรับกลุ่มบุคคลที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) ซึ่งเป็นตลาดที่มีความต้องการสูงและประเทศไทยมีศักยภาพ

1.3 บริการศัลยกรรมแปลงเพศ (Sex Reassignment Surgery): ยกระดับมาตรฐานและรักษาชื่อเสียงของประเทศไทยในฐานะผู้นำระดับโลกด้านการผ่าตัดแปลงเพศ ซึ่งเป็นจุดแข็งที่มีมาอย่างยาวนาน

1.4 ทันตกรรม (Dental Services): ส่งเสริมบริการทันตกรรมเฉพาะทางคุณภาพสูง

1.5 นวัตกรรม Health-Tech/Wellness-Tech

1) การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ทางการแพทย์ (Medical AI): พัฒนาและนำ AI มาใช้ในงานบริการทางการแพทย์ เพื่อลดภาระของบุคลากรทางการแพทย์ เพิ่มความแม่นยำของการวินิจฉัยโรคหรือความเจ็บป่วย และบูรณาการข้อมูลสาธารณสุขไทยให้เป็น Big Data ที่เชื่อมโยงกัน

2) Telemedicine การรักษาทางไกล

3) Application ด้านสุขภาพ เช่น Wellness Application, Fitness Tracker, โปรแกรมโภชนาการ

2. การแพทย์แม่นยำ (Precision Medicine):

การจัดบริการด้านการแพทย์แม่นยำจำเป็นต้องมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มบริการที่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ (Evidence-Based) ที่ชัดเจนและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อให้มั่นใจในคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพของการรักษา

3. การฟื้นฟูสุขภาพและความงาม (Regulative Medical and Beauty Rehabilitation):

3.1 บริการสุขภาพมูลค่าสูงและเวชศาสตร์ความงาม:

- ยกระดับคลินิกเสริมความงามให้มีคุณภาพมาตรฐาน และมีหลักสูตรกลางของประเทศ
- ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับหัตถการเสริมความงาม เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้า
- พัฒนาระบบเอเจนซีเพื่อเชิญชวนชาวต่างชาติมารับบริการเสริมความงาม

3.2 การดูแลสุขภาพส่วนบุคคลและความงาม (Personal Care and Beauty)

3.3 การแพทย์ฟื้นฟูเชิงป้องกันและปรับสมดุล (Regulative Medicine): มุ่งเน้นการดูแลแบบองค์รวม เพื่อส่งเสริมสุขภาพที่ดี การป้องกันโรค และการปรับสมดุลร่างกาย

3.4 การส่งเสริมธุรกิจดูแลสุขภาพและความงามในแต่ละหมวดหมู่: ขยายบริการไปยังพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ เพื่อบูรณาการการบริการทางการแพทย์เข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. การพัฒนาอุตสาหกรรมยาและเครื่องมือแพทย์ที่เกี่ยวข้อง:

4.1 เร่งพัฒนาและผลิตเครื่องมือแพทย์นวัตกรรมสูง: อาทิ กระจกเทียมและรากฟันเทียม เพื่อลดการพึ่งพาการนำเข้า

4.2 เพิ่มขีดความสามารถในการวิจัยและพัฒนา: เพื่อลดการนำเข้าจากต่างประเทศ

4.3 ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพและเครื่องมือแพทย์ฝีมือคนไทย: สนับสนุนนวัตกรรมในประเทศ

4.4 เร่งรัดกระบวนการอนุมัติ อนุญาต และทดสอบมาตรฐานเพื่อขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์: เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถเข้าสู่ตลาดได้รวดเร็วขึ้น

5. การพัฒนาศูนย์กลางองค์ความรู้ทางการแพทย์และการฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์ของภูมิภาค CLMV (Medical Training Hub):

เนื่องจากประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ของภูมิภาค CLMV การส่งออกบริการทางการแพทย์ที่ประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญไปยังกลุ่มประเทศ CLMV จะช่วยบรรเทาปัญหาภาระค่าใช้จ่าย และลดการเบียดบังทรัพยากรสาธารณสุขไทยจากการที่ผู้ป่วย CLMV เข้ามารับการรักษาพยาบาลในโรงพยาบาลตามตะเข็บชายแดนได้อย่างยั่งยืน โดยมีมาตรการ: ดังนี้

5.1 ผลิตและแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ด้านการแพทย์และสาธารณสุข ผ่านการประชุมวิชาการนานาชาติ (กลุ่มเป้าหมายหลักเป็นประเทศ CLMV) และส่งเสริมความร่วมมือภาครัฐระหว่างประเทศ

5.2 เป็นพื้นที่ฝึกอบรม (Medical Training Hub) แพทย์ พยาบาล นักวิจัย และบุคลากรทางการแพทย์ จากกลุ่มประเทศ CLMV และถ่ายทอดองค์ความรู้ตามมาตรฐานสากล เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงด้านสุขภาพระดับภูมิภาค CLMV

6. **การปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการ:** เพื่อสนับสนุนการเติบโตของ Medical Service Hub อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางกฎหมายและกลไกสนับสนุน ดังนี้:
- 6.1 **ปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยและพัฒนาระบบ One Stop Service:** ลดขั้นตอนการขออนุมัติ อนุญาต การประกอบธุรกิจสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกรวดเร็วแก่ผู้ประกอบการ
 - 6.2 **กำหนดมาตรการให้สิทธิประโยชน์ทางด้านภาษี:** เพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุน และเอื้อต่อการร่วมทุนของต่างชาติ
 - 6.3 **สนับสนุนการวิจัยและนวัตกรรม:** เพื่อเสริมสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ อย่างยั่งยืน โดยเน้นการยกระดับระบบการศึกษาวิจัยทางการแพทย์ โดยเฉพาะในขั้นตอนการวิจัยทางคลินิก (Clinical Trial) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนานวัตกรรม
 - 6.4 **ปรับปรุงกฎหมายเพื่อสนับสนุนการแพทย์ทางไกล (Telemedicine):** เพื่อขยายบริการทางการแพทย์ และการส่งเสริมสุขภาพสู่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ได้รวดเร็วและทั่วถึงมากยิ่งขึ้น

4.3.2 Wellness Hub (ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ)

จุดเน้น Wellness Hub เป็นกลุ่มบริการที่มีศักยภาพสูงในการสร้างการกระจายตัวของการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจฐานรากและลดความเหลื่อมล้ำในสังคมไทยอย่างเป็นรูปธรรม โดยประเทศไทยมีจุดแข็งในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นและการบริการที่ผสมผสานศาสตร์ดั้งเดิมเข้ากับมาตรฐานสากล โดยเฉพาะบริการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Wellness) ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติทั่วโลก

แนวทางการพัฒนา Wellness Hub ภายใต้อุตสาหกรรมฯ จึงมุ่งเน้นการเชื่อมโยงกับทุนดั้งเดิม และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ และการบูรณาการกับยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศที่เกี่ยวข้อง เพื่อยกระดับประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพแบบองค์รวมที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ไม่ใช่แค่การรักษา แต่เป็นการดูแลสุขภาพก่อนเจ็บป่วย (Preventive Care) และสร้างความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ โดยอาศัยจุดแข็งของไทยที่ได้รับการยอมรับระดับโลก เช่น การนวดไทยและสปา บริการเหล่านี้สามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้แสวงหาทางเลือกด้านสุขภาพจากทั่วโลก และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบ Soft Power ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แนวทางการพัฒนาและจัดเน้นสำคัญ

การพัฒนา Wellness Hub จะให้ความสำคัญกับการนำเสนอและยกระดับบริการที่ผสมผสานภูมิปัญญาไทยเข้ากับมาตรฐานสากล โดยอาศัยจุดแข็งและเอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเทศ ดังนี้

1. การส่งเสริมและยกระดับบริการดูแลสุขภาพตามภูมิปัญญาไทย:

1.1 สปาเพื่อสุขภาพ (Wellness Spa): มุ่งเน้นการผนวกการท่องเที่ยวเชิงการสร้างเสริมสุขภาพเข้ากับเรื่องสมุนไพรไทยอย่างลึกซึ้ง ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรท้องถิ่นในการบำบัดและผ่อนคลาย พร้อมทั้งผลักดันและสนับสนุนจังหวัดที่มีจุดแข็งด้านสปา แหล่งน้ำแร่ธรรมชาติ หรือน้ำพุร้อน ให้สามารถพัฒนาไปสู่การเป็น “เมืองแห่งสปา” หรือ “เมืองน้ำแร่/น้ำพุร้อน” ระดับโลก เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพจากทั่วโลก

1.2 การนวดไทยและแพทย์แผนไทย: ใช้จุดเด่นด้านภูมิปัญญาการนวดไทยและศาสตร์การแพทย์แผนไทยที่ได้รับการขึ้นทะเบียนและยอมรับในระดับสากลเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. การดูแลผู้สูงอายุและเวชศาสตร์ฟื้นฟู (Aging Care and Rehabilitation):

2.1 ใช้จุดเด่นในภาพลักษณ์การเป็น “ดินแดนแห่งรอยยิ้ม” และ “ความสงบสุขและสันติภาพ” ของประเทศไทย ผสานเข้ากับความเชี่ยวชาญด้านเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ (Geriatric Medicine) เพื่อก้าวสู่การเป็นจุดหมายปลายทางของการดูแลผู้สูงอายุและเวชศาสตร์ฟื้นฟูแบบครบวงจรของผู้สูงอายุทั่วโลก

2.2 พัฒนาบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุทั้งด้านการแพทย์ การฟื้นฟู การดูแลระยะยาว และการใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ

3. การบูรณาการการส่งเสริมสุขภาพเข้ากับการท่องเที่ยวและวัฒนธรรมท้องถิ่น:

3.1 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ที่ผสมผสานการส่งเสริมสุขภาพ: ส่งเสริมการพัฒนาโฮมสเตย์ในชุมชน ให้มีการจัดบริการด้านสุขภาพที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมบำบัดที่บ้าน, การทำอาหารสุขภาพ จากวัตถุดิบท้องถิ่น, การเรียนรู้วิถีชีวิตที่ส่งเสริมสุขภาพ และการพัฒนาต่อยอดชุมชนท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมาสู่ชุมชน Wellness

3.2 การผสมผสานศาสนาพุทธ การเจริญสติและการทำสมาธิ: นำหลักปฏิบัติทางพระพุทธศาสนา เช่น การเจริญสติและการทำสมาธิ มาประยุกต์เข้ากับบริการเพื่อสร้างความผ่อนคลายและสมดุลทางจิตใจแก่นักท่องเที่ยว

4.3.3 Products Hub (ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์)

จุดเน้น Products Hub มุ่งแก้ไขจุดอ่อนด้านการพึ่งพาการนำเข้าเวชภัณฑ์ ยา และวัตถุดิบทางการแพทย์จากต่างประเทศ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและความมั่นคงด้านสุขภาพ โดยมีเป้าหมายเพื่อลดการพึ่งพา เสริมสร้างขีดความสามารถในการวิจัย พัฒนา และผลิตผลิตภัณฑ์สุขภาพของไทยเองเพื่อใช้ในประเทศ และส่งออกสู่ตลาดโลก

ภายใต้ยุทธศาสตร์นี้ ด้าน Products Hub จะให้ความสำคัญกับ การส่งเสริมกลุ่มธุรกิจอาหารแห่งอนาคต ควบคู่กับการพัฒนาอุตสาหกรรมสมุนไพร ซึ่งเป็นจุดแข็งและภูมิปัญญาไทย ให้ได้รับมาตรฐานสากล ส่งเสริมการวิจัยผลิตภัณฑ์การแพทย์ขั้นสูง (ATMPs) โดยจะสนับสนุนตลอดห่วงโซ่การผลิตและการวิจัยสารสำคัญ เพื่อสร้างหลักฐานเชิงประจักษ์ในการทำตลาด สำหรับเครื่องมือแพทย์ จะเน้นการจัดการความท้าทายด้านการไม่ประหยัดจากขนาด และการพัฒนาองค์ความรู้เฉพาะของผู้ประกอบการไทย รวมถึงการปรับปรุงระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐให้มุ่งสนับสนุนอุตสาหกรรมภายในประเทศ เพื่อขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นผู้ผลิตและส่งออก ผลิตภัณฑ์สุขภาพชั้นนำในระดับภูมิภาค

แนวทางการพัฒนาและจุดเน้นสำคัญ:

การพัฒนา Products Hub จะครอบคลุมตลอดห่วงโซ่คุณค่า ตั้งแต่การวิจัยและพัฒนาไปจนถึงการตลาด และการส่งออก โดยมีแนวทางหลักดังนี้:

1. การส่งเสริมกลุ่มผลิตภัณฑ์มูลค่าสูงและนวัตกรรม:

- 1.1 **กลุ่มธุรกิจอาหารแห่งอนาคต (Functional Food):** เน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเสริม, อาหารพร้อมรับประทานที่มีสารออกฤทธิ์, อาหารสุขภาพ, และสินค้า OTOP/นวัตกรรมสุขภาพที่มีส่วนผสมสมุนไพร
- 1.2 **อุตสาหกรรมสมุนไพร:** พัฒนาแนวทางสนับสนุนตลอดห่วงโซ่การผลิตสมุนไพร ตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบที่ได้รับมาตรฐาน ไปจนถึงการแปรรูปสารสกัด
- 1.3 **ผลิตภัณฑ์ยาเพื่อการบำบัดรักษาขั้นสูง (ATMPs):** สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา รวมถึงพัฒนา มาตรฐานการผลิต ATMPs ในประเทศอย่างครบวงจร

2. แนวทางลดการนำเข้าสารสกัดสมุนไพร เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางผลิต:

- 2.1 **แหล่งการปลูกวัตถุดิบที่ได้รับมาตรฐาน:** ส่งเสริมการปลูกวัตถุดิบสมุนไพรคุณภาพผ่านกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กรมส่งเสริมการเกษตร, กรมวิชาการเกษตร, กรมพัฒนาที่ดิน) เพื่อควบคุมการผลิต วิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต การเก็บเกี่ยว และวิเคราะห์และปรับปรุงดินให้เหมาะสมกับการปลูกวัตถุดิบ
- 2.2 **สถานที่ผลิตที่ได้รับอนุมัติ/อนุญาตและมาตรฐานสากล:** สนับสนุนโรงงานผลิตที่ได้รับอนุมัติ/อนุญาตจากกระทรวงอุตสาหกรรมและ อย. พร้อมมาตรฐาน GMP, GMP PIC/s

2.3 วิจัยและพัฒนาสารสกัด: สนับสนุนทุนวิจัยด้านสมุนไพรและสารสกัด (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)), วิจัยการสกัดสารออกฤทธิ์ การพัฒนาเทคโนโลยีระดับสูง (สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช. - NSTDA)) วิเคราะห์และวิจัยคุณภาพ ความปลอดภัย ฤทธิ์ของสมุนไพร การพัฒนา monograph สมุนไพรไทย การวิเคราะห์มาตรฐาน GMP (สถาบันวิจัยสมุนไพร (กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์)) และมหาวิทยาลัยชั้นนำ เพื่อพัฒนาเทคโนโลยีการสกัดขั้นสูงและ Standardized Extract

2.4 การอนุมัติ/อนุญาต: อำนวยความสะดวกการขึ้นทะเบียนสารสกัดสมุนไพรกับ อย.

2.5 สนับสนุนภาคเศรษฐกิจ: สนับสนุนสตาร์ทอัพ/SMEs ที่พัฒนาสมุนไพรเชิงนวัตกรรม (สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA)), ส่งเสริมการลงทุนด้านผลิตภัณฑ์สมุนไพร (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)), สนับสนุนทุนวิจัยในพื้นที่อนุรักษ์และท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ (BEDO)), ส่งเสริมและขยายตลาดต่างประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพร และเตรียมความพร้อมก่อนส่งออกให้กับผู้ประกอบการ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)), ตรวจสอบเอกสารการผ่านแดน (กรมศุลกากร), ออกใบรับรองการผลิตเพื่อการส่งออก (Certificate for Exportation) (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)) และสนับสนุนข้อมูลการเจรจาการค้าเสรี (FTA) กับประเทศคู่ค้า เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย (กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ)

3. แนวทางการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการด้านเครื่องมือแพทย์ เพื่อให้ประเทศไทยเป็น ศูนย์กลางผลิต:

3.1 ปรับปรุงกฎระเบียบ อย.: ทบทวนกฎระเบียบให้ทันสมัย ลดขั้นตอนซ้ำซ้อน พัฒนาระบบ e-submission และมีแนวทาง “Fast Track” สำหรับผลิตภัณฑ์เร่งด่วน การจัดกลุ่มความเสี่ยง สูง กลาง ต่ำ ของผลิตภัณฑ์ยาเพื่อการบำบัดรักษาขั้นสูง (ATMPs)

3.2 นโยบายพัฒนา ส่งเสริมนวัตกรรมและอุตสาหกรรมการแพทย์:

- **สำนักงานส่งเสริมการลงทุน (BOI):** มีมาตรการยกเว้นภาษี/สิทธิประโยชน์ด้านภาษี แก่ผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์
- **กรมศุลกากร:** ยกเว้นหรือลดหย่อนภาษีนำเข้าเครื่องจักร วัตถุดิบ หรือชิ้นส่วน สำหรับการผลิตเครื่องมือแพทย์ รวมทั้งสิทธิประโยชน์ทางภาษีอากรด้านเขตปลอดอากร หรือ Free Zone
- **การรวมกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการ:** ส่งเสริมบทบาทของสมาคมอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ เพื่อเป็นแหล่งข้อมูล ความรู้ และประชาสัมพันธ์
- **สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA):** สนับสนุนทุนวิจัยและการพัฒนาเครื่องมือแพทย์ และให้คำแนะนำเรื่องการยื่นขอยกเว้นภาษีผ่านมาตรการ Innovation Driven Enterprise (IDE)
- **สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.):** สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องมือแพทย์

3.3 การรับรองมาตรฐานการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์:

- สนับสนุนการรับรอง ISO 13485 และ GMP (Good Manufacturing Practice) สำหรับเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทย
- สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.): กำกับดูแลการผลิตและนำเข้าเครื่องมือแพทย์ และตรวจสอบความสอดคล้องของระบบ GMP
- สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.): กำหนดและรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม รวมถึงเครื่องมือแพทย์บางประเภท และสนับสนุนให้ผู้ประกอบการปฏิบัติตามมาตรฐานสากล เช่น ISO

3.4 การตลาดและขยายช่องทางการส่งออก: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP): สนับสนุนการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) รวมถึงจัดกิจกรรมเจรจาธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ

4.3.4 Academic Hub (ศูนย์กลางบริการวิชาการ)

จุดเน้นด้าน Academic Hub ภายใต้นโยบายยุทธศาสตร์ฯ นี้ คือ การยกระดับองค์ความรู้ด้านสุขภาพ การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อสร้างแรงดึงดูดนักเรียนต่างชาติ แพทย์ต่างประเทศ และสถาบันวิจัยชั้นนำให้เข้ามาลงทุนหรือร่วมพัฒนานวัตกรรมทางการแพทย์ในประเทศไทย เพื่อเสริมสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Wellness and Medical Service Hub) อย่างยั่งยืน การพัฒนา Academic Hub จำเป็นต้องมุ่งเน้นการยกระดับระบบการศึกษาวินิจฉัยทางการแพทย์ โดยเฉพาะในขั้นตอนการวิจัยทางคลินิก (Clinical Trial) ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนานวัตกรรมและยกระดับคุณภาพการรักษา ให้มีมาตรฐานระดับสากล โดยมี เป้าหมายหลัก ดังนี้ สร้างความเข้มแข็งด้านการศึกษาวินิจฉัยทางคลินิก, ส่งเสริมการพัฒนา Clinical Research Organization (CRO) และผลักดันการเป็นศูนย์กลางฝึกอบรมด้านสุขภาพของภูมิภาคอาเซียน

แนวทางการพัฒนาและจุดเน้นที่สำคัญ:

1. สร้างความเข้มแข็งด้านการวิจัยทางคลินิก (Clinical Trial)

1.1 เสริมสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ

- ส่งเสริมความร่วมมือด้านการวิจัยกับมหาวิทยาลัยและสถาบันวิจัยชั้นนำจากต่างประเทศ
- จัดตั้ง Joint Research Program กับพันธมิตรต่างชาติ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ร่วมกันในระดับนานาชาติ
- ผลักดันให้นักวิจัยไทยมีบทบาทในการทดลองทางคลินิกร่วมกับองค์กรระหว่างประเทศ

1.2 สนับสนุนการลงทุนและการร่วมทุน

- ส่งเสริมการร่วมทุนระหว่างโรงเรียนแพทย์ ภาคเอกชน และนักลงทุนต่างชาติ เพื่อจัดตั้งหรือขยายกิจการ Clinical Research Organization (CRO) ให้มากยิ่งขึ้น
- พัฒนากลไกจูงใจ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษี หรือการให้ทุนสนับสนุน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในระบบการวิจัยทางคลินิก

1.3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการวิจัยทางคลินิก

- ยกระดับความสามารถของโรงเรียนแพทย์และโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยในการทำวิจัยทางคลินิกระดับสากล
- พัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลวิจัยและฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการติดตามและวิเคราะห์ข้อมูลผู้เข้าร่วมการทดลอง

1.4 การจัดตั้งสมาคมด้านวิชาการทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์การแพทย์ขั้นสูง (Thailand Society for Cell and Gene Therapy , TSCT)

2. ยกระดับบุคลากรและระบบฝึกอบรม

2.1 ยกระดับบุคลากรและระบบฝึกอบรม

- จัดตั้งสถาบันฝึกอบรมบุคลากร สนับสนุนการพัฒนาของภาคอุตสาหกรรม ATMPs ของประเทศไทย
- จัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมแพทย์และบุคลากรสาธารณสุขสำหรับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพด้านวิจัยและบริการทางการแพทย์
- พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับประเทศในอาเซียน เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางถ่ายทอดองค์ความรู้และมาตรฐานการวิจัยทางคลินิก
- จัดทำหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวสำหรับ Clinical Research และ Good Clinical Practice (GCP)



4.3.5 Health Convention and Exhibition Hub (ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ)

การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติที่สมบูรณ์แบบไม่เพียงแต่ครอบคลุมด้านการบริการรักษาพยาบาล การส่งเสริมสุขภาพ การผลิตผลิตภัณฑ์ และการบริการวิชาการเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ นวัตกรรม และสร้างเครือข่ายทางธุรกิจด้านสุขภาพในระดับนานาชาติผ่านการจัดประชุมและนิทรรศการทางการแพทย์และสุขภาพ โดยประเทศไทยมีศักยภาพและประสบการณ์ในการเป็นเจ้าภาพจัดงานระดับโลก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของประเทศในฐานะ Wellness and Medical Service Hub

จุดมุ่งหมาย:

เพื่อเสริมสร้างบทบาทของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการจัดประชุม นิทรรศการ และการแสดงสินค้าด้านการแพทย์และสุขภาพระดับนานาชาติ (MICE – Meetings, Incentives, Conferences, and Exhibitions for Health) เพื่อเป็นเวทีในการแลกเปลี่ยนความรู้ เทคโนโลยี และสร้างเครือข่ายธุรกิจที่เชื่อมโยงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมสุขภาพทั่วโลก

เป้าหมายหลัก

1. **การเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมและนิทรรศการด้านสุขภาพระดับโลกอย่างต่อเนื่อง:** ดึงดูดงานประชุมและนิทรรศการที่สำคัญในสาขาการแพทย์ นวัตกรรมสุขภาพ และ Wellness จากทั่วโลกมาจัดในประเทศไทย
2. **ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายและความร่วมมือทางธุรกิจ:** เป็นศูนย์กลางในการจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) และการสร้างความร่วมมือระหว่างนักลงทุน ผู้ประกอบการ นักวิจัย และบุคลากรทางการแพทย์ทั้งในและต่างประเทศ
3. **ยกระดับภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของประเทศไทย:** สร้างการรับรู้และความเชื่อมั่นในศักยภาพของ Wellness and Medical Service Hub ของไทยผ่านกิจกรรมการจัดประชุมและนิทรรศการระดับชาติและนานาชาติ
4. **สร้างมูลค่าจากการเดินทางและพักอาศัยของผู้เข้าร่วมงานจากทั่วโลก**

แนวทางการพัฒนาและจุดเน้นสำคัญ

1. **การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก** เช่น ลงทุนและยกระดับศูนย์ประชุมและนิทรรศการที่มีอยู่ให้มีมาตรฐานระดับสากล รองรับเทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ทันสมัย, พัฒนาโรงแรมและที่พักที่สามารถรองรับผู้เข้าร่วมงานจำนวนมาก พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และปรับปรุงระบบการคมนาคมและโลจิสติกส์ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางและขนส่งอุปกรณ์สำหรับงานจัดแสดง เป็นต้น

2. **การส่งเสริมและดึงดูดงานประชุมและนิทรรศการ** เช่น จัดทำแผนการตลาดเชิงรุกเพื่อเสนอตัวเป็นเจ้าของงานประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพจากสมาคมวิชาชีพ สมาคมการค้า และองค์กรระหว่างประเทศให้การสนับสนุนและสิ่งจูงใจแก่ผู้จัดงานทั้งในและต่างประเทศในการเลือกประเทศไทยเป็นสถานที่จัดงาน และพัฒนาฐานข้อมูลและเครือข่ายผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่าง ๆ เพื่อเป็นวิทยากรและผู้บรรยายในการประชุมระดับนานาชาติ เป็นต้น
3. **การสร้างสรรคเนื้อหาและกิจกรรมที่น่าสนใจ** เช่น ส่งเสริมการจัดงานแสดงนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ (Health Innovation Expo) ที่นำเสนอเทคโนโลยีล้ำสมัย ผลิตภัณฑ์ใหม่ และบริการที่เป็นเลิศของประเทศไทยจัดเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และการนำเสนอผลงานวิจัยทางการแพทย์ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับ Academic Hub และผนวกกิจกรรมด้าน Wellness และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้ากับการจัดประชุม เพื่อเพิ่มคุณค่าและประสบการณ์แก่ผู้เข้าร่วมงาน เป็นต้น
4. **การบูรณาการ Wellness and Medical Service Hub ด้านอื่น ๆ** เช่น เชื่อมโยงการจัดประชุมและนิทรรศการเข้ากับกลุ่มบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) เพื่อนำเสนอความเชี่ยวชาญเฉพาะทางและเทคโนโลยีการรักษา, ร่วมมือกับ Wellness Hub ในการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและภูมิปัญญาไทย, ส่งเสริม Product Hub ในการแสดงสินค้าและผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพที่ผลิตในประเทศไทย และสนับสนุน Academic Hub ในการจัดประชุมวิชาการและเวทีนำเสนอผลงานวิจัย เป็นต้น

4.3.6 ขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ

การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) อย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยการสนับสนุนและส่งเสริมสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจด้านสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ การขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจจึงเป็นกลไกสำคัญในการลดอุปสรรค เพิ่มความคล่องตัว และสร้างแรงจูงใจให้ภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศเข้ามาลงทุนและขยายกิจการในอุตสาหกรรมสุขภาพของไทย

จุดมุ่งหมาย:

เพื่อปรับปรุงและพัฒนากลไกการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ให้มีความรวดเร็ว โปร่งใส และเป็นมาตรฐานสากล เพื่อลดภาระของผู้ประกอบการสร้างความเชื่อมั่น และดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรม Wellness and Medical Service Hub ของประเทศไทย

เป้าหมายหลัก

1. **ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการขออนุญาต/ขึ้นทะเบียน:** ทำให้การดำเนินธุรกิจมีความคล่องตัวมากขึ้น
2. **พัฒนาระบบบริการแบบจุดเดียวด้วยดิจิทัล (Digital One-Stop Service):** เพื่อให้ผู้ประกอบการและผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลและดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว
3. **สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการลงทุนและนวัตกรรม:** โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพและบริการที่มีความซับซ้อน

แนวทางการพัฒนาและจุดเน้นที่สำคัญ

1. **การปรับปรุงและพัฒนากฎหมาย กฎระเบียบ และมาตรการที่เกี่ยวข้อง**
 - 1.1 **ทบทวนและแก้ไขกฎหมาย/ระเบียบที่เป็นอุปสรรค:** โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาต, การขึ้นทะเบียน, การนำเข้า-ส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ, และการประกอบกิจการบริการสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันและมาตรฐานสากล
 - 1.2 **พัฒนา Regulatory Sandbox สำหรับผลิตภัณฑ์สุขภาพ:** เพื่อเปิดโอกาสให้ผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพใหม่ๆ ที่เป็นนวัตกรรมสามารถทดสอบและพัฒนาภายใต้กรอบที่ยืดหยุ่นก่อนออกสู่ตลาดจริง
 - 1.3 **ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีในการกำกับดูแล การพัฒนาระบบ Super License เพื่ออำนวยความสะดวกในการลงทุนประกอบกิจการ**
2. **การพัฒนาระบบบริการแบบจุดเดียวด้วยดิจิทัล (Digital One-Stop Service) เช่น**
 - 2.1 **ส่งเสริมการพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลแบบครบวงจร:** ที่เชื่อมโยงบริการสุขภาพตั้งแต่การให้ข้อมูลเบื้องต้น, การสำรองคิวเข้ารับบริการ, วิธีการเดินทาง, การแจ้งผลการตรวจ, การติดตามการรักษา, ตลอดจนการชำระเงิน
 - 2.2 **อำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพ:** เช่น การขอขึ้นทะเบียน, อนุมัติ, อนุญาตของสินค้าและบริการด้านสุขภาพผ่านระบบดิจิทัล เพื่อลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินการ
 - 2.3 **จัดทำ Platform กลางของประเทศไทย E-Marketplace ด้าน Wellness & Medical Service:** เพื่อเป็นสื่อกลางการออนไลน์ของสินค้าและบริการด้านสุขภาพของไทย
 - 2.4 **รองรับการบริการหลายภาษา:** (ภาษาไทย ภาษาอังกฤษ ภาษาญี่ปุ่น ภาษาจีน และอื่น ๆ ตามกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น ชาวจีน ญี่ปุ่น กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง) เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งผู้รับบริการและผู้ประกอบการต่างชาติ
3. **การบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง**
 - 3.1 **กำหนดผู้รับผิดชอบหลักและผู้สนับสนุนที่ชัดเจน:** เช่น กระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการออกใบอนุญาตต่าง ๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
 - 3.3 **สร้างกลไกการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ:** ระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับบริการสุขภาพ, ผลิตภัณฑ์สุขภาพ, การท่องเที่ยว, การลงทุน, และการต่างประเทศ เพื่อให้การอำนวยความสะดวกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

4.4 (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
(Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

4.4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 : เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม
การแพทย์ครบวงจร

4.4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

4.4.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์



4.4 (ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

วิสัยทัศน์

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำระดับโลกด้านการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมและบริการทางการแพทย์ (Thailand is a leading global destination for Wellness and Medical Services)

เป้าประสงค์

1. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ และอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของโลก
2. ประเทศไทยมีการขยายตัวมูลค่าทางเศรษฐกิจสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน (GDP)

กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub)

ผ่านกลไกคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) โดยมีนายกรัฐมนตรี หรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธาน ใน 5 ผลผลิตหลัก ได้แก่

- (1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub)
- (2) ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub)
- (3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub)
- (4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub)
- (5) ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์ และสุขภาพ (Health Convention and Exhibition Hub)

(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

ยุทธศาสตร์ที่ 1 : เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

(ร่าง)ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) พ.ศ. 2568 – 2577

ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางชั้นนำระดับโลกด้านการส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมและบริการทางการแพทย์ (Thailand is a leading global destination for Wellness and Medical Services)

1. ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ และอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์ครบวงจรของโลก 2. ประเทศไทยมีการขยายตัวมูลค่าทางเศรษฐกิจสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน (GDP) ผ่านกลไกคณะกรรมการอำนาจการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) โดยมีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่นายกรัฐมนตรีมอบหมายเป็นประธาน **ใน 5 ผลผลิตหลัก** ได้แก่ 1) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) 2) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) 3) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) 4) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) 5) ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์ และสุขภาพ (Health Convention and Exhibition Hub)

6 **คณะกรรมการภายใต้คณะกรรมการ** ภายใต้ 1. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) 2. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) 3. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์ (Product Hub) 4. คณะอนุกรรมการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์ และสุขภาพ (Health Convention and Exhibition Hub) 6. คณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ

วิสัยทัศน์

เป้าประสงค์

กลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์

กลยุทธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์ครบวงจร

- กลยุทธ์ที่ 1.1** พัฒนานโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
- กลยุทธ์ที่ 1.2** ปรับปรุงกฎหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร
- กลยุทธ์ที่ 1.3** ส่งเสริมธุรกิจด้านบริการและนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ
- กลยุทธ์ที่ 1.4** ส่งเสริมธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง
- กลยุทธ์ที่ 1.5** พัฒนาการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก
- กลยุทธ์ที่ 1.6** พัฒนาระบบบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

- กลยุทธ์ที่ 2.1** พัฒนาระบบ ส่งเสริม สนับสนุนทางวิชาการ วิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร
- กลยุทธ์ที่ 2.2** อุตสาหกรรมระดับศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ
- กลยุทธ์ที่ 2.3** ส่งเสริม พัฒนา สิทธิประโยชน์ เกรจา ด้านการค้า การลงทุน และบริการ
- กลยุทธ์ที่ 2.4** พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลสุขภาพและสารสนเทศเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสุขภาพ
- กลยุทธ์ที่ 2.5** พัฒนาความร่วมมือเครือข่ายระบบนิเวศอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ
- กลยุทธ์ที่ 2.6** พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ
- กลยุทธ์ที่ 2.7** พัฒนากลไกในการกำหนด/ส่งเสริม/ดูแลมาตรฐานแห่งชาติเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจรให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

- กลยุทธ์ที่ 3.1** เชื่อมโยงเครือข่ายการตลาดเพื่อให้ครอบคลุมการรักษารักษาคุณค่าเก่าและลูกค้าใหม่
- กลยุทธ์ที่ 3.2** สร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ

4.4.1 ยุทธศาสตร์ที่ 1 : เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ยุทธศาสตร์ที่ 1

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

วัตถุประสงค์ยุทธศาสตร์ที่ 1 : เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพของไทย ให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศ
เป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ 1 : สถานะขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทย อยู่ในอันดับที่ 1 ในภูมิภาคอาเซียน และติดอันดับ 1 ใน 10 ของโลก

6 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

กลยุทธ์ที่ 1.1

พัฒนานโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

1. วิเคราะห์และจัดทำฐานข้อมูลของประเทศในการพัฒนานโยบายด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
2. พัฒนาและผลักดันนโยบายเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในด้านบริหารจัดการธุรกิจและด้านบุคลากรทั้งคุณภาพและปริมาณให้กับผู้ประกอบการธุรกิจด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
3. พัฒนาและผลักดันนโยบายการส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่พิเศษเพื่อพัฒนาเมืองอุตสาหกรรมนวัตกรรม แพทย์มูลค่าสูง (Medical and Wellness Valley)
4. พัฒนาและผลักดันนโยบายยกระดับประเทศไทยเป็นศูนย์กลางส่งเสริมผู้ป่วยทางอากาศที่มีมาตรฐานในระดับนานาชาติ (Medical Hub Aviation)
5. ผลักดันนโยบายเพื่อปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาทางด้านสมุนไพรไทย ภูมิปัญญาไทย และนวัตกรรม การแพทย์ขั้นสูง

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ)

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 2. กระทรวงพาณิชย์ 3. กระทรวงการต่างประเทศ

4.สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5. สภาพอการค้าแห่งประเทศไทย 6.สถาบันการแพทย์ฉุกเฉิน

7.บริษัท ทำอากาศยานไทย จำกัด (AOT) 8. สำนักงานส่งเสริมการลงทุน (BOI)

6 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

กลยุทธ์ที่ 1.2

ปรับปรุงกฎหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

1. ทบทวน แก้ไขกฎหมาย และกฎระเบียบ มาตราการ เพื่ออำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจ และเชื่อมโยงการอนุมัติ อนุญาตเพื่อรองรับการแข่งขันทันอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร
2. ผลักดันให้มีมาตรการผ่อนคลายทางภาษีเพื่อรองรับการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) 2. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) 3. กระทรวงการคลัง 4. กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงพาณิชย์ 3. กระทรวงแรงงาน 4. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 5. กระทรวงการต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 1.3

ส่งเสริมธุรกิจด้านบริการและนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ

1. ส่งเสริม พัฒนาศักยภาพบุคลากรในการให้บริการทางการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ (Wellness)
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง
3. ส่งเสริมนวัตกรรมทางการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ ตามแนวคิดเมืองอุตสาหกรรมนวัตกรรมแพทย์มูลค่าสูง (Medical and Wellness Valley)
4. ส่งเสริมธุรกิจบริการทางการแพทย์ฉุกเฉิน และขนส่งเคลื่อนย้ายผู้ป่วยทางอากาศทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กรมอนามัย, กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์) 2. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) 3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 4. กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) 5. กระทรวงการต่างประเทศ 6. กระทรวงแรงงาน 7. กระทรวงอุตสาหกรรม 8. กระทรวงการต่างประเทศ 9. กระทรวงมหาดไทย

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 2. แพทย์สภา 3. สภาการพยาบาล 4. สมาคมโรงพยาบาลเอกชน 5. สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย 6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 7. สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ 8. บริษัท ทำอากาศไทย จำกัด (AOT) 9. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) 10. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สสปน.

6 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

กลยุทธ์ที่ 1.4

ส่งเสริมธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์ และนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

1. ศึกษาวิเคราะห์ สังเคราะห์ และดำเนินการวิจัยทดลองทางคลินิก (Clinical trial) เพื่อพัฒนานวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง
2. ส่งเสริมการลงทุนด้านธุรกิจนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูงในพื้นที่อุตสาหกรรม เพื่อรองรับการลงทุนจากต่างชาติ (Medical Valley)

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) 2. กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานคณะกรรมการอาหาร และยา, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, กรมแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก) 3. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ **หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่** 1. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) 4. กระทรวงการต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 1.5

พัฒนาการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก

1. ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อให้นวัตกรรมเติบโต ผลิตภัณฑ์สมุนไพรของประเทศไทย และความเข้มข้นของห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยให้เพิ่มขึ้น
2. ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีและพัฒนาศักยภาพและทักษะของผู้ให้บริการด้านนวัตกรรมไทย
3. ส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยให้มีมาตรฐานแหล่งปลูกและการผลิตเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
4. สร้างระบบป้องกันสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาด้านการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือกรองรับการเติบโตในตลาดโลก

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ: DITP) 2. กระทรวงสาธารณสุข (กรมแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ) 3. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ 4. กระทรวงอุตสาหกรรม 5. กระทรวงมหาดไทย 6. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 7. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 8. สภาการแพทย์แผนไทย 9. กระทรวงพาณิชย์ 10. กระทรวงการต่างประเทศ

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 2. กระทรวงการคลัง 3. กระทรวงศึกษาธิการ 4. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) 5. สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย 6. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

6 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 1

กลยุทธ์ที่ 1.6
พัฒนาระบบบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

1. พัฒนาโครงสร้างหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบในการขับเคลื่อนนโยบายการส่งเสริมอุตสาหกรรมทางการแพทย์ ครบวงจร
2. ทบทวนปรับปรุงระบบบริหารจัดการจัดสรรงบประมาณในการขับเคลื่อนนโยบายด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร
3. พัฒนาระบบการบริหารจัดการบุคลากรทางการแพทย์แบบบูรณาการเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของบริการทางการแพทย์ระหว่างภาครัฐและเอกชน

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) 2. กระทรวงพาณิชย์ 3. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.)

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 2. กระทรวงสาธารณสุข (กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา) 3. สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (ก.พ.) 4. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 1

| ตัวชี้วัด | หน่วย | | ค่าเป้าหมาย | |
|---|--------|----|-------------|------|
| | อันดับ | 20 | 2570 | 2575 |
| สถานะขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทย ในระดับโลก | อันดับ | 20 | 2570 | 2575 |
| อัตราการเติบโตของรายได้จากบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพ | | | | 10 |

4.4.2 ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

วัตถุประสงค์ยุทธศาสตร์ที่ 2 : เพื่อสร้างระบบห่วงโซ่อุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทยให้เข้มแข็งและเติบโตทางเศรษฐกิจสู่ระดับโลก
เป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ 2 : มีระบบห่วงโซ่อุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจรที่เข้มแข็งเพื่อรองรับการขยายตัวทางตลาดสู่ระดับโลก

7 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 2.1

พัฒนาระบบ ส่งเสริม สนับสนุน ทางวิชาการ วิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อรองรับอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร

1. ผลักดัน ส่งเสริมบทบาทของมหาวิทยาลัย ในการพัฒนาต่อยอดงานวิจัยและนวัตกรรมสู่การใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์
2. พัฒนาระบบ ส่งเสริม สนับสนุน ห้องปฏิบัติการทางคลินิก ให้มีมาตรฐานและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รองรับอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร
3. สนับสนุนการถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะเพื่อรองรับการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ในอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร
4. สนับสนุน ส่งเสริมการวิจัยเชิงคุณภาพเรื่องภูมิปัญญาและสมุนไพรไทย

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่

1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 2. กระทรวงอุตสาหกรรม 3. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก) 4. ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (TCELS)

กลยุทธ์ที่ 2.2

พัฒนาระดับศักยภาพผู้ประกอบการ ในอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

1. สนับสนุนให้มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการยกระดับศูนย์บ่มเพาะสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร
2. จัดให้มีระบบสนับสนุนผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่

1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 2. กระทรวงอุตสาหกรรม 3. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ)

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่

1. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 2. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 3. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
4. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.)

7 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

กลยุทธ์ที่ 2.3

ส่งเสริม พัฒนา สิทธิประโยชน์ เจริญ ด้านการค้า การลงทุน และบริการ

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

1. จัดทำความตกลงทางการค้าเสรี (FTA) ด้านบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. พัฒนาช่องทางเพื่อสร้างโอกาสในการเจรจาการค้า การลงทุน และบริการ ธุรกิจแบบ G2G และ B2B
3. พัฒนาอุตสาหกรรมพิเศษ ด้านการค้า การลงทุน และบริการด้านสุขภาพระหว่างประเทศ
4. ส่งเสริมและยกระดับการรักษาพยาบาลด้วยสวัสดิการแห่งรัฐและประกันสุขภาพเอกชนในการรักษาพยาบาลผู้ป่วยชาวต่างชาติด้วยคุณภาพมาตรฐานและเป็นธรรม

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่

1. กระทรวงพาณิชย์ 2. กระทรวงอุตสาหกรรม 3. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ)

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 2. สมาคมโรงพยาบาลเอกชน 3. สมาคมการแพทย์และสุขภาพไทย

กลยุทธ์ที่ 2.4

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานข้อมูลสุขภาพและสารสนเทศเพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสุขภาพ

1. สร้างและพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อการเชื่อมโยงและเข้าถึงข้อมูลเครือข่ายอุตสาหกรรมการแพทย์และสุขภาพในภูมิภาคอาเซียน และส่งเสริมผู้ประกอบการในธุรกิจนวัตกรรมอุตสาหกรรมแพทย์ที่มีมูลค่าสูง
2. พัฒนาระบบฐานข้อมูลเศรษฐกิจสุขภาพกลางเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสุขภาพ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่

1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 2. กระทรวงอุตสาหกรรม 3. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา)

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. กระทรวงการต่างประเทศ 2. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 3. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม 4. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) 5. สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย

กลยุทธ์ที่ 2.5

พัฒนาความร่วมมือเครือข่ายระบอบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรอย่างมีส่วนร่วม

1. พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกเพื่อดึงดูดแรงงานความสามารถสูง (Global Talent Visa) ผู้มีประสบการณ์ รวมพนักงานด้านสุขภาพและสุขภาพมูลค่าสูงจากทั่วโลก
2. สร้างและเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างผู้ประกอบการ นักวิจัย นักลงทุน และบุคคลที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่

1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) 2. กระทรวงอุตสาหกรรม 3. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ)

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. กระทรวงการต่างประเทศ 2. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน 3. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

4. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.)

7 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 2

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 2.6
พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริม
อุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

1. ผลักดันและขับเคลื่อนนโยบายในการพัฒนาพื้นที่อยู่อาศัยที่มีสิ่งแวดล้อมเอื้อต่อการดูแลสุขภาพของคนไทยและชาวต่างชาติในระยะยาว
2. สร้างระบบการท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจรและนักท่องเที่ยวต่างชาติ
3. ส่งเสริมสนับสนุนให้เกิดการอนุรักษ์ และจัดการทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2. กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4. กระทรวงสาธารณสุข 5. กระทรวงคมนาคม

หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 2. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) (อพท.) 3. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 4. กระทรวงอุตสาหกรรม

กลยุทธ์ที่ 2.7 พัฒนากลไกในการกำกับดูแล/ส่งเสริม/ดูแลมาตรฐานแห่งชาติเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมบริการ
แพทย์ครบวงจรให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

1. พัฒนากลไกในการกำกับดูแลส่งเสริม มาตรฐาน ด้าน Wellness Hub
2. พัฒนากลไกในการกำกับดูแลส่งเสริม ด้าน Medical Service Hub
3. พัฒนากลไกในการกำกับดูแลส่งเสริม ด้าน Product Hub
4. พัฒนากลไกในการกำกับดูแลส่งเสริมมาตรฐาน ด้าน Health exhibition Hub

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงสาธารณสุข (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก และกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ) 2. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCCEB)

- หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่** 1. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม 2. ราชวิทยาลัย 3. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 4. สถาบันมาตริวิทยาแห่งชาติ
5. สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ (องค์การมหาชน) (TPQI) 6. สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย 7. กระทรวงอุตสาหกรรม (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม(สมอ.))

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 2

| ตัวชี้วัด | หน่วย | ค่าเป้าหมาย |
|--|--------|-------------|
| อันดับของไทยในดัชนีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism Index) | อันดับ | 17 |
| | อันดับ | 13 |
| | | 2570 |
| | | 2575 |
| | | 2577 |
| | | 10 |

4.4.3 ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ยุทธศาสตร์ที่ 3 : เพื่อประชาสัมพันธ์พันธกิจของประเทศไทยด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ ให้แก่ชาวต่างชาติเกิดความเชื่อมั่นและเข้ามาใช้บริการสุขภาพและบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย
เป้าหมายยุทธศาสตร์ที่ 3 : อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นและเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ จนเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับชาวต่างชาติ

2 กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

กลยุทธ์ที่ 3.1
เชื่อมโยงเครือข่ายการตลาดเพื่อให้ครอบคลุมการรักษาก้าวไวซึ่งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่

1. วิเคราะห์ตลาดเป้าหมายที่มีศักยภาพและการเปิดตลาดใหม่ อย่างยั่งยืน
2. สนับสนุนและผลักดันโครงการและกิจกรรมเพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย
3. สร้างคุณค่าแห่งอนาคตของสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมทางการแพทย์และส่งเสริมสุขภาพ
4. ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันทางการตลาดด้านอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจรทั้งในและต่างประเทศ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงพาณิชย์ (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า) 3. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 4. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ)
หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย 2. กระทรวงสาธารณสุข (กรมแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก) 3. สมาคมโรงพยาบาลเอกชน 4. สมาพันธ์สมาคมสปาแอนด์เวลเนสไทย 5. สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย 6. สมาคมสาธารณสุขแห่งประเทศไทย 7. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) 8. สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) 9. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (TCEB)

2. กลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ที่ 3

กลยุทธ์ที่ 3.2

สร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์
ทั้งในและต่างประเทศ

แนวทางการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์

พัฒนาและสนับสนุนการใช้สื่อสมัยใหม่และDigital Marketing เพื่อสร้างภาพลักษณ์ การรับรู้และสร้างจุดแข็ง
ให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายด้านสุขภาพและสุขภาพของโลกโดยบูรณาการกับแผนงานอื่น ๆ

หน่วยงานรับผิดชอบหลัก ได้แก่ 1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา 2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 3. กระทรวงพาณิชย์ (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ) 4. กระทรวงการต่างประเทศ 5. สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) สสปน.
หน่วยงานสนับสนุน ได้แก่ 1. กระทรวงสาธารณสุข (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กรมแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก) 2. สมาคมโรงพยาบาลเอกชน 3. สมาพันธ์สมาคมสปาแอนด์เวลเนสไทย 4. สมาคมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทย 5. สมาคมสหกรณ์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 6. ราชวิทยาลัย 7. สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 3

| ตัวชี้วัด | หน่วย | ค่าเป้าหมาย |
|---|--------|-------------|
| ประเทศไทยเป็นจุดหมายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับ 1 ของอาเซียน จากนิตยสาร/องค์กรชั้นนำระดับโลก | อันดับ | 5 |
| | | 3 |
| | | 1 |

4.5 ทิศทางการขับเคลื่อนภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์ฯ



4.5 กิจทางการขับเคลื่อนภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์

1) กิจทางการขับเคลื่อนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจร (ยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร)

เพื่อให้การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ เป็นไปอย่างเป็นรูปธรรม จำเป็นต้องมีการกำหนดมาตรการและกลไกขับเคลื่อนที่ชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับประเด็นสำคัญในการสร้างเสริมความสามารถในการแข่งขันภายใต้อุตสาหกรรมและบริการที่เป็นเป้าหมาย ตลอดจนมีการติดตามผู้ได้รับสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุนเพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ อันจะนำไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืนในแต่ละเสาหลักของ Wellness and Medical Service Hub

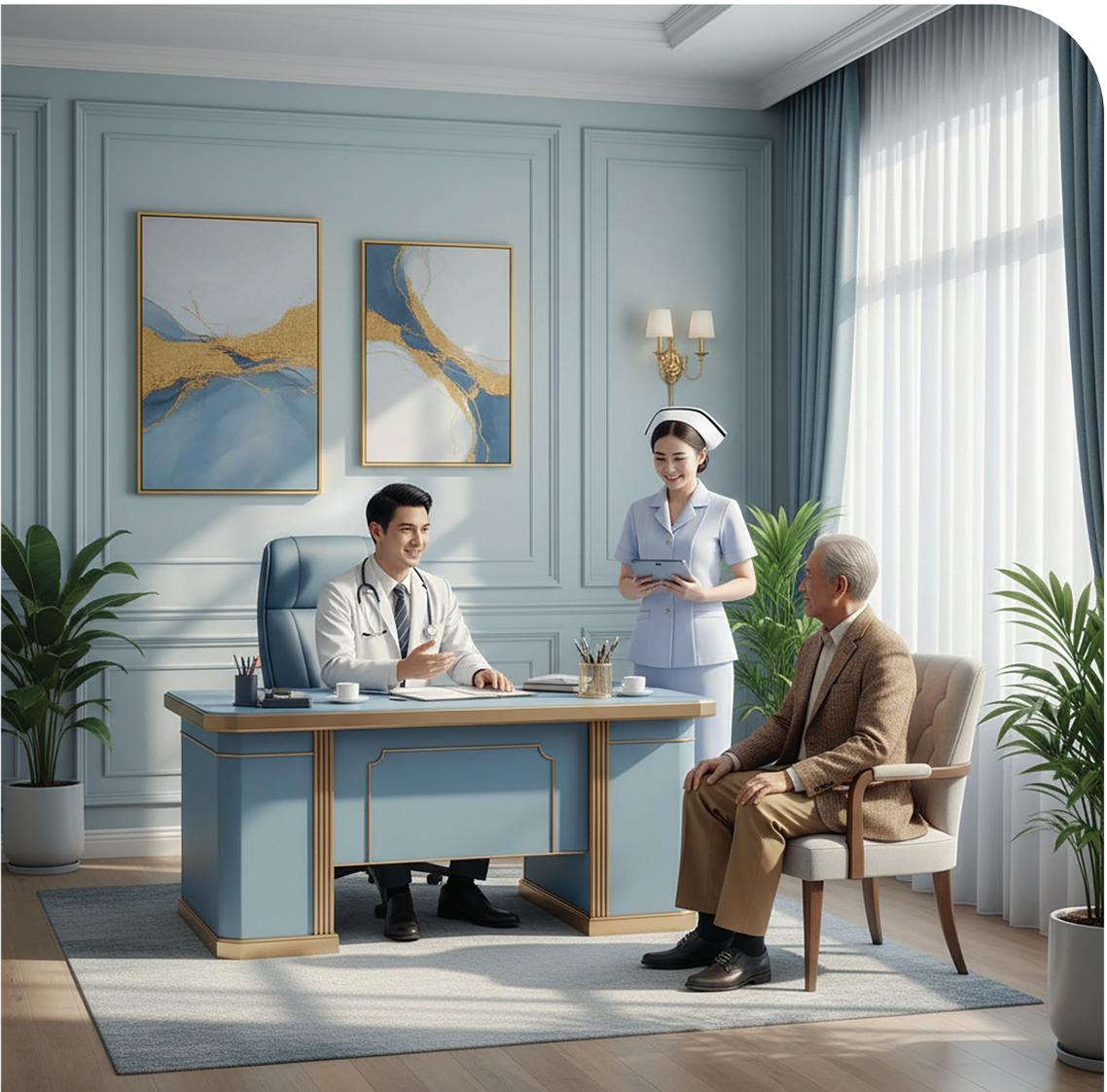
1. จุดมุ่งหมายของยุทธศาสตร์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร : เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมและบริการสุขภาพของไทย ให้ทัดเทียมนานาชาติ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาในแต่ละเสาหลัก (Medical Service Hub, Wellness Hub, Product Hub, Academic Hub, Health Convention and Exhibition Hub) ให้มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. มาตรการและกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน

2.1 แนวทางการพัฒนาที่ชัดเจนและสอดคล้องกับการสร้างเสริมขีดความสามารถในการแข่งขัน: การขับเคลื่อนเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันจะมุ่งเน้นการพัฒนากรอบนโยบาย และกฎหมายที่เอื้อต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร รวมถึงการผลักดันนโยบาย เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการบริหารจัดการธุรกิจและบุคลากร การส่งเสริมการลงทุนในพื้นที่พิเศษ (Medical and Wellness Valley) และการยกระดับการขนส่งผู้ป่วยทางอากาศ (Medical Hub Aviation) พร้อมทั้งปกป้องสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา และปรับปรุงกฎระเบียบเพื่ออำนวยความสะดวกทางภาษี และธุรกิจ นอกจากนี้ ยังมีส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมและบริการเป้าหมายอย่างบูรณาการ ครอบคลุมด้านบริการและนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ ด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการแพทย์ มูลค่าสูง รวมถึงด้านการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก เพื่อให้การขับเคลื่อนนโยบาย มีประสิทธิภาพ จะมีการพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในและปรับปรุงการจัดสรรงบประมาณ การบริหารทรัพยากรบุคคลทางการแพทย์ให้สามารถกระจายได้อย่างเหมาะสมระหว่างภาครัฐและเอกชน

2.2

กลไกการติดตามผู้ได้รับสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุน: จะมีการกำหนดกลไกที่ชัดเจนในการติดตามและประเมินผลการดำเนินการของผู้ประกอบการที่ได้รับสิทธิประโยชน์ส่งเสริมการลงทุน เพื่อให้มั่นใจว่าการลงทุนนั้นสอดคล้องกับเงื่อนไขที่กำหนดไว้และมีส่วนช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศอย่างแท้จริง ซึ่งจะดำเนินการผ่านการประสานงานอย่างใกล้ชิดกับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ข้อมูลและกลไกการติดตามเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส



2) กิจทางการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและกลไกสนับสนุน (ยุทธศาสตร์ที่ 2 : พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร)

การพัฒนาาระบบนิเวศที่แข็งแกร่งและครบวงจรเป็นหัวใจสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตของอุตสาหกรรม Wellness and Medical Service Hub ในประเทศไทย โดยครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานในมิติต่าง ๆ ทั้งด้านการอภิบาลและกำกับดูแล กฎหมาย ข้อมูลสารสนเทศ และบริการ เพื่อให้ผู้เล่นทุกภาคส่วนสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดประสานกันและสร้างความเชื่อมั่นในระดับสากล

1. **จุดมุ่งหมายของยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร :** เพื่อพัฒนาระบบนิเวศ (Ecosystem) ที่ครอบคลุมโครงสร้างพื้นฐานและกลไกสนับสนุนที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติที่ยั่งยืน เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ สร้างนวัตกรรมและส่งมอบบริการที่มีคุณภาพแก่ลูกค้าต่างชาติและประชาชนไทย
2. **มาตรการและกลไกขับเคลื่อนสำคัญ:**
 - 2.1 **การพัฒนาาระบบการอภิบาลและกำกับดูแล (Governance Infrastructure):**
 - 2.1.1 **พัฒนากฎระเบียบที่มีความชัดเจนและสอดคล้องกัน (Regulatory Clarity & Consistency):** เพื่อช่วยลด compliance risk & cost พร้อมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในระบบบริการสุขภาพของไทย
 - 2.1.2 **กำหนดกรอบหลัก (Framework):** ที่ประกอบด้วยหลักการทั่วไป ทิศทางเชิงกลยุทธ์ และแนวทางปฏิบัติที่ใช้เป็นฐานในการบังคับใช้กฎหมายของหน่วยงานกำกับ
 - 2.1.3 **สร้างกลไกความร่วมมือระหว่างหน่วยงานกำกับดูแล:** จัดประชุมหารือร่วมกันเป็นระยะอย่างต่อเนื่องระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลและผู้กำหนดนโยบาย เพื่อพัฒนา best practices ค้นหาช่องว่างของกฎหมาย หรือสนับสนุนหน่วยงานที่ยังไม่มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน โดยเฉพาะเพื่อจัดทำ “checklist” โดยอิงจากบทเรียนของนโยบายที่ผ่านมา
 - 2.1.4 **สร้างระบบรับฟังความคิดเห็นจากภาคส่วนต่าง ๆ:** จัดให้มีช่องทางรับข้อเสนอแนะและให้คำปรึกษาจากองค์กรอื่นที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนอย่างสม่ำเสมอ โดยครอบคลุมตั้งแต่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSMEs) ไปจนถึงบริษัทข้ามชาติขนาดใหญ่ (MNCs) เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงกฎระเบียบให้สอดคล้องกับข้อเท็จจริง
 - 2.1.4 **พัฒนา template สำหรับข้อกำหนดและเงื่อนไข (Terms & Conditions):** ที่สามารถประยุกต์ใช้ร่วมกันได้ในหลายบริบท ช่วยลดความไม่แน่นอนและอำนวยความสะดวกแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

หลักการสำคัญ:

เพื่อสร้างระบบที่ส่งเสริมความเชื่อมั่นในบริการทางการแพทย์ของไทย ด้วยการลดอุปสรรคจากระบบกฎระเบียบที่กระจัดกระจาย (regulatory fragmentation) ที่ทำให้เกิดความเสี่ยงในการปฏิบัติตามกฎหมาย (compliance risks) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้ระบบนิเวศกฎหมายเป็นพื้นฐานในการเอื้อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจสุขภาพ (Health Economy) โดยการสร้างระบบที่สอดคล้องกันและมีความสามารถในการกำกับดูแลอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อลดความเหลื่อมล้ำระหว่างศักยภาพของหน่วยงานกำกับดูแล ผ่านการสนับสนุนและการพัฒนาองค์กร เพื่อรักษาสมดุลของผลประโยชน์ระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยครอบคลุมทั้งประเด็นการคุ้มครองผู้บริโภค การแข่งขันทางธุรกิจ ความน่าเชื่อถือ ต้นทุน และข้อจำกัดเชิงเทคนิค

2.2 การพัฒนากฎหมายและกฎระเบียบ (Legal and Regulatory Infrastructure):

2.2.1 ทบทวนและแก้ไขกฎหมาย/ระเบียบที่เป็นอุปสรรค: โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาต, การขึ้นทะเบียน, การนำเข้า-ส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ, และการประกอบกิจการบริการสุขภาพ เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันและมาตรฐานสากล โดยอาจไม่จำเป็นต้องออกกฎหมายใหม่ แต่ควรมุ่งเน้นไปที่การบังคับใช้กฎหมาย

2.2.2 สร้างความชัดเจนเรื่อง Telemedicine กับการรักษาลูกค้าต่างชาติ:

1) ถ่ายทอดเชิงนโยบายเพื่อก่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องต่อกระบวนการออกประกาศ : โดยเฉพาะกับคณะกรรมการของแพทยสภาและหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้แนวทางที่หลากหลายและครอบคลุมทุกมิติ ประสานงานกันอย่างใกล้ชิดเพื่อป้องกันความซ้ำซ้อนและความสับสนในการบังคับใช้กฎระเบียบ การดำเนินการเช่นนี้จะช่วยสร้างความชัดเจนและความเชื่อมั่นในระบบการแพทย์ทางไกลได้อย่างมีประสิทธิภาพ



2) กำหนดสถานะทางกฎหมายและขอบเขตอำนาจหน้าที่ของแพทยสภาให้ชัดเจน: แม้ว่าประกาศแพทยสภาจะมีบทบาทสำคัญในฐานะข้อแนะนำทางวิชาชีพ แต่ไม่ได้มีสถานะเป็นข้อบังคับตามกฎหมาย ทั้งนี้ แพทยสภามีบทบาทสำคัญในการกำกับดูแลการประกอบวิชาชีพเวชกรรมตามกฎหมายเท่านั้น โดยประกาศแพทยสภาที่ 54/2563 เป็นแนวทางปฏิบัติที่ไม่มีสถานะเป็นข้อบังคับทางกฎหมายโดยตรง และไม่ครอบคลุมการควบคุมผู้ให้บริการโทรเวชกรรมที่ไม่ใช่แพทย์หรืออยู่นอกขอบเขตวิชาชีพเวชกรรม จึงควรจำกัดขอบเขตการกำกับดูแลเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตรวจ วินิจฉัย บำบัด ป้องกัน ติดตาม หรือรักษาโรคที่กระทำโดยแพทย์เท่านั้น เพื่อให้การกำกับดูแลมีความชัดเจนและเหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ของแพทยสภาในระบบสุขภาพยุคดิจิทัล

3) ปรับปรุงคำจำกัดความเพื่อให้เกิดขอบเขตการควบคุมที่ชัดเจนของแพทยสภา: การนิยามคำว่า “การแพทย์ทางไกล” หรือ “โทรเวช” ที่ปรากฏในประกาศ มีขอบเขตกว้างเกินไปเมื่อเทียบกับนิยามของ “การประกอบวิชาชีพเวชกรรม” ตามพระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ. 2525 ซึ่งอาจส่งผลให้แพทยสภาเข้าไปควบคุมกิจกรรมบางประเภทที่ไม่ใช่การตรวจ วินิจฉัย รักษา ป้องกัน หรือติดตามโรคตามบทบาทหน้าที่ เช่น การให้คำแนะนำทั่วไปด้านสุขภาพผ่านช่องทางสื่อสารออนไลน์ ดังนั้นการนิยามคำว่า “การแพทย์ทางไกล” หรือ “โทรเวช” ในประกาศควรได้รับการจำกัดขอบเขตให้สอดคล้องกับนิยามของ “การประกอบวิชาชีพเวชกรรม” ตาม พ.ร.บ.วิชาชีพเวชกรรม พ.ศ. 2525 เพื่อป้องกันไม่ให้แพทยสภากำกับดูแลกิจกรรมที่ไม่ใช่การตรวจ วินิจฉัย รักษา ป้องกัน หรือติดตามโรค เช่น การให้คำแนะนำสุขภาพทั่วไปผ่านสื่อออนไลน์ การกำหนดนิยามที่ชัดเจนจะช่วยสร้างความชัดเจนและความเหมาะสมในบทบาทหน้าที่ของแพทยสภา รวมถึงการแก้ไขคำว่า “โทรเวช” เป็นคำว่า “โทรเวชกรรม” เพื่อให้มีความหมายสอดคล้องกับพระราชบัญญัติวิชาชีพเวชกรรม พ.ศ. 2525

4) พิจารณาความเหมาะสมของการใช้กฎหมายสถานพยาบาล: ทบทวนการนำ พ.ร.บ.สถานพยาบาลมาใช้กับบริการ Telemedicine เพื่อไม่ให้เกิดภาระเกินสมควรและสอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของ Telemedicine ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็ว (เนื่องจากการกำหนดให้บริการดังกล่าวต้องดำเนินการที่สถานพยาบาล ตาม ประกาศข้อ 3 ที่มีมาตรฐานตามกฎหมายสถานพยาบาลอาจก่อให้เกิดภาระเกินสมควรและไม่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของ Telemedicine ที่ต้องการความสะดวกรวดเร็วในการให้บริการ และสามารถดำเนินการได้ในสถานที่อื่น ๆ ที่เหมาะสม)

2.2.3 **ปรับปรุงกระบวนการขออนุญาต (Streamline):** ลดขั้นตอนและระยะเวลาในการดำเนินการที่ซับซ้อน เพื่อเพิ่มความคล่องตัวและลดภาระของผู้ประกอบการ

- **ส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานกำกับดูแล (Regulator):** เพื่อให้เกิดการตีความกฎหมายและมาตรฐานที่สอดคล้องกัน และเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแล



2.3 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลสารสนเทศ (Information Infrastructure):

- 2.3.1 มุ่งเน้นการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน: เพื่อรองรับความต่อเนื่องในการรักษาลูกค้าต่างชาติ และสนับสนุนการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการวางแผนและพัฒนานโยบายด้านสุขภาพ
- 2.3.2 พัฒนาระบบฐานข้อมูลสุขภาพอิเล็กทรอนิกส์ (EHR/EMR): ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างสถานพยาบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ
- 2.3.3 ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและ AI: ในการจัดการข้อมูล การวิเคราะห์แนวโน้ม และการสร้างบริการใหม่ๆ

2.4 การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านบริการ (Service Infrastructure):

พิจารณาให้รัฐเข้ามาสนับสนุนบริการที่ยังเป็นช่องว่าง: เช่น การประสานเชื่อมกลุ่มลูกค้าให้กับโรงพยาบาลต่าง ๆ การอำนวยความสะดวกด้าน Linguistic Service (บริการด้านภาษา) การกำหนดหรือส่งเสริมกลไกการพัฒนาคุณภาพบริการ

2.5 ขยายขอบเขตของระบบนิเวศ: ให้ครอบคลุมถึงระบบนิเวศที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว (Tourism Ecosystem) และระบบนิเวศในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourist Lifestyle Ecosystem) เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายและสร้างประสบการณ์ที่สมบูรณ์ตลอดการพำนักในประเทศไทย

2.6 สร้างความชัดเจนเรื่องการคุ้มครองตามสวัสดิการรัฐในการรับบริการทางการแพทย์ทางไกล:

ตีความกฎหมายในลักษณะขยายความ: เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของกฎหมายที่ต้องการให้ประชาชนเข้าถึงบริการรักษาสุขภาพอย่างทั่วถึง โดยควรมีการตีความกฎหมายให้ครอบคลุมถึงการแพทย์ทางไกลในรูปแบบที่มีการปฏิสัมพันธ์กันแบบ Real-time และการติดตามอาการผู้ป่วยทางไกล เพื่อให้ผู้มีสิทธิได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากเทคโนโลยีทางการแพทย์สมัยใหม่

3) กิจทางการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการเข้าถึง (ยุทธศาสตร์ที่ 3 : ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์)

การส่งเสริมการตลาดและการประชาสัมพันธ์เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อยกระดับการเข้าถึงบริการ และการสร้างความเชื่อมั่น ตลอดจนความน่าเชื่อถือในสายตานักท่องเที่ยวและผู้ให้บริการทั่วโลก

1. **จุดมุ่งหมายของยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ :** เพื่อให้ยุทธศาสตร์ฯ นี้ ภายใต้การขับเคลื่อนประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการสร้างความเชื่อมั่น การเข้าถึงที่รวดเร็วและมีคุณภาพ

2. **มาตรการและกลไกสำคัญในการขับเคลื่อน**

2.1 **การพัฒนาระบบบริการแบบจุดเดียวด้วยดิจิทัล (Digital One-Stop Service):** มุ่งเน้นการส่งเสริมและพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลแบบครบวงจรที่เชื่อมโยงบริการทางการแพทย์และสุขภาพตั้งแต่ต้นจนจบ ตั้งแต่การให้ข้อมูลเบื้องต้น การสำรองคิวเข้ารับบริการ วิธีการเดินทาง การแจ้งผลการตรวจ การติดตามการรักษา ไปจนถึงการชำระเงิน รวมถึงการให้บริการแก่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพ เช่น การขอขึ้นทะเบียน อนุมัติ อนุญาตของสินค้าและบริการด้านสุขภาพ นอกจากนี้การจัดทำ Platform กลางของประเทศไทยในรูปแบบ E-Marketplace ด้าน Wellness & Medical Service เพื่อเป็นสื่อกลางออนไลน์ของประเทศที่สำคัญ และรองรับการบริการหลายภาษาเพื่ออำนวยความสะดวกแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากทั่วโลก โดยทำงานแบบ Public Private Partnership (PPP) ให้เอกชนมีส่วนร่วมในการ Platform ในบทบาทที่เหมาะสม

2.2 **การส่งเสริมการตลาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือ:** ให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นและน่าเชื่อถือในบริการทางการแพทย์ของประเทศไทย ผ่านการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการนำเสนอเรื่องราวความสำเร็จและประสบการณ์เชิงบวกของผู้ใช้บริการ ซึ่งจะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้าใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการสร้างแบรนด์ “Thailand is a leading global destination for Wellness and Medical Services” ให้ติดตลาดสุขภาพของโลก ผ่านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงสาธารณสุข และกรมประชาสัมพันธ์

2.3 **การลดการพึ่งพาการตลาดรูปแบบเดิมและเน้นการมีส่วนร่วม:** ลดการพึ่งพาการตลาดแบบสื่อสารทางเดียว โดยหันมาเน้นการทำการตลาดที่เพิ่มการมีส่วนร่วมกับผู้ที่สนใจสินค้าและบริการสุขภาพ รวมถึงการส่งเสริมและการกระตุ้นให้ผู้ใช้บริการแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกผ่านช่องทางดิจิทัล และการพัฒนากลไกการสื่อสารสองทางเพื่อรับฟังความคิดเห็นและสร้างชุมชนผู้ใช้บริการออนไลน์ ข้อมูลจากการมีส่วนร่วมเหล่านี้จะถูกนำไปวัดผลและประยุกต์ใช้ด้วยเครื่องมือวิเคราะห์ AI เพื่อปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่อง

บทที่

5

โครงการ/กิจกรรมหลักสำคัญ (Flagship) ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว



5

โครงการ/กิจกรรมหลักสำคัญ (Flagship) ระยะสั้น ระยะกลาง ระยะยาว

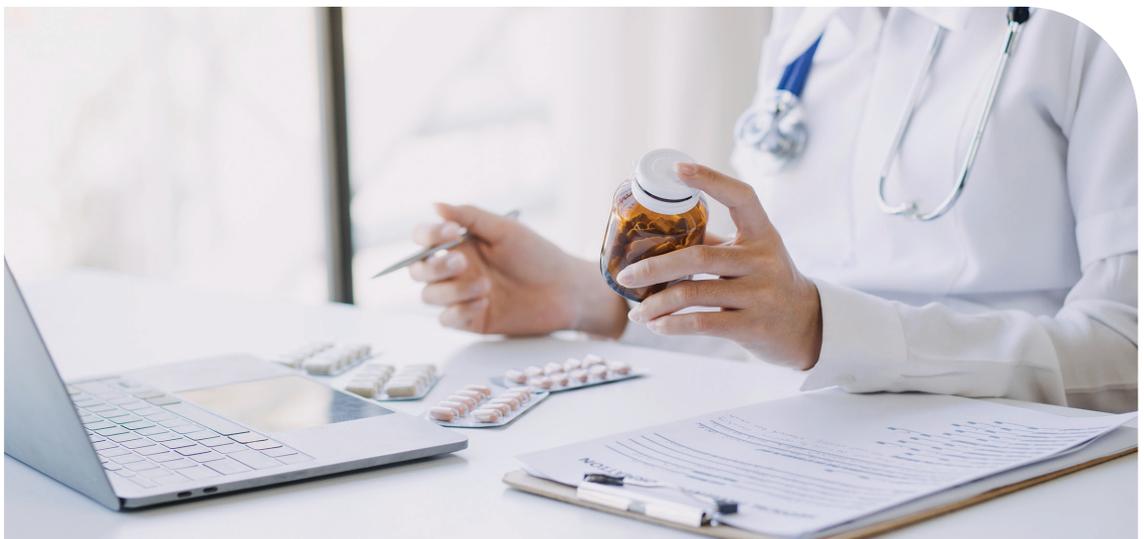
โครงการ/กิจกรรมหลักที่สำคัญแบ่งตามระยะเวลาการดำเนินงาน เป็น 3 ระยะ ตามการคาดการณ์ และจากลักษณะโครงการและความซับซ้อนในการดำเนินการ แต่ละประเด็น

ระยะสั้น 3 ปี (2568–2577) คือ ระยะวางรากฐานและการพัฒนาต้นแบบ

ระยะกลาง 5 ปี (2568–2572) คือ ระยะต่อยอดและพัฒนาบริการ/ผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อน และมีมูลค่าสูงขึ้น

ระยะยาว 10 ปี (2568–2577) คือ ระยะของการบรรลุผลสำเร็จและการเป็นผู้นำในตลาดด้านบริการทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์สุขภาพ

โดยแต่ละระยะมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน ตั้งแต่การวางรากฐาน พัฒนาต้นแบบ ไปจนถึงการต่อยอดและก้าวสู่การเป็นผู้นำตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการวางแผนงานอย่างเป็นระบบมีการ “พัฒนาโครงการเรือธง (Flagship)” ที่ระบุประเภทของบริการและผลิตภัณฑ์เป้าหมายอย่างชัดเจนกลุ่มสาขาแต่ละ Hub และภายในแต่ละ Hub ก็มีการระบุโครงการย่อยที่เน้นศักยภาพและมูลค่าสูงของประเทศไทยอย่างเชื่อมโยงเป็นระบบ (Synergy) ระหว่างแต่ละ Hub นอกจากนี้ การระบุตัวอย่างผู้ประกอบการรายสำคัญจากภาคเอกชน ที่เข้ามา มีบทบาทในการขับเคลื่อนโครงการเหล่านี้อย่างชัดเจน ครอบคลุมกลุ่มโลจิสติกส์ นำเข้า-ส่งออก การวิจัย และผลิต เป็นต้น แสดงให้เห็นถึงความร่วมมือที่แข็งแกร่งระหว่างภาครัฐและเอกชนอย่างเป็นรูปธรรม



รายละเอียดโครงการ/กิจกรรมหลัก (Flagship)

ยุทธศาสตร์ที่ 1: เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

1. Medical Service Hub

1. **รักษาทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง (High-Value Medical Treatment)** ได้แก่ พัฒนาศูนย์บำบัดยาเสพติดเพื่อรองรับผู้ป่วยชาวต่างชาติระดับสากล, ส่งเสริมบริการทันตกรรมเฉพาะทางคุณภาพสูง, พัฒนาศูนย์รักษาภาวะมีบุตรยาก (IVF ระดับสากล), บริการศัลยกรรมแปลงเพศรองรับความหลากหลายทางเพศ, ประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ทางการแพทย์ (Medical AI) ในบริการทางการแพทย์และสุขภาพ ครอบคลุมทั้งระบบ **ฟื้นฟูสุขภาพบุคคลและความงาม** ได้แก่ เน้นบริการดูแลสุขภาพส่วนบุคคลและความงาม (Personal Care and Beauty), พัฒนาการแพทย์ฟื้นฟูเชิงป้องกันและปรับสมดุล (Regulative Medicine)
2. **พัฒนาและยกระดับเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษนวัตกรรมทางการแพทย์ครบวงจร (Medical Valley)**
 - พื้นที่ให้บริการทางการแพทย์และการลงทุนสำหรับกลุ่มเป้าหมายชาวต่างชาติในพื้นที่ EEC
 - ย่านนวัตกรรมทางการแพทย์ที่มีมหาวิทยาลัยเป็นศูนย์กลาง

2. Wellness Hub

1. ส่งเสริมและยกระดับบริการดูแลสุขภาพ นวดไทย และสปา ที่ผสมภูมิปัญญาไทย ให้ได้รับการยอมรับในระดับสากล
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยชูเอกลักษณ์ภูมิปัญญาไทยด้านการดูแลสุขภาพ (เช่น การนวดไทย สมุนไพรไทย และการแพทย์แผนไทย)
3. ดูแลและส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีในระยะยาวและบริการฟื้นฟู (Longevity and Rehabilitation for Seniors)
4. การส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมโดยมุ่งเน้น Spiritual Wellness

3. Products Hub

1. ส่งเสริมการใช้สมุนไพรไทยในผลิตภัณฑ์และบริการสปาเพื่อสุขภาพ
2. พัฒนามาตรฐานและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์สุขภาพและ Wellness เพื่อขยายสู่ตลาดสากล
3. พัฒนาและผลิตยา เครื่องมือแพทย์ และวัตถุดิบและสารตั้งต้นสำหรับการผลิตยา: ส่งเสริมการวิจัยพัฒนา และผลิตยา (รวมถึงสารตั้งต้น) และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์นวัตกรรม
4. ยกระดับและส่งเสริมสมุนไพรไทย: สนับสนุนการผลิตสารสกัดสมุนไพรให้ได้มาตรฐานสากล

4. Academic Hub

1. พัฒนาบุคลากรและโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับอุตสาหกรรมมูลค่าสูง: เน้นการพัฒนา นักวิจัยและนักวิทยาศาสตร์ผู้เชี่ยวชาญในการผลิตยาและผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์มูลค่าสูง (เช่น ATMPs) ผ่านหลักสูตรและสถาบันฝึกอบรมที่ได้มาตรฐาน
2. ขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรมทางการแพทย์: ส่งเสริม การวิจัยทางคลินิกให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อสนับสนุนการแพทย์มูลค่าสูง
3. สร้างมาตรฐานวิชาชีพและความเป็นเลิศ: ยกระดับวิชาชีพด้านการแพทย์และการส่งเสริมสุขภาพ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมการสถาปนาสภาวิชาชีพด้านความงามในประเทศไทย เพื่อยกระดับมาตรฐานและธรรมาภิบาล

รายละเอียดโครงการ/กิจกรรมหลัก (Flagship)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

1. Medical Service Hub

1. การจัดทำระบบอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้ารับการรักษาพยาบาลในประเทศไทยของผู้ป่วยชาวต่างชาติ
2. การพัฒนาระบบเบิกจ่ายประกันจากประเทศต้นทาง ระบบเคลม ระบบล่าม สำหรับผู้ป่วยชาวต่างชาติ

2. Wellness Hub

1. พัฒนาศูนย์ฟื้นฟูสภาพหลังการรักษา (Post-Treatment Rehabilitation Center): พัฒนาศูนย์ที่ให้บริการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจอย่างครบวงจร
2. พัฒนาพื้นที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุใน Wellness Valley (Retirement Living in Wellness Valley): พัฒนาและส่งเสริมโครงการที่พักอาศัยพร้อมบริการสุขภาพครบวงจรสำหรับผู้สูงอายุ

3. Products Hub

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์สู่มาตรฐานและการยอมรับในระดับสากล พร้อมผลักดันนโยบายด้านการค้าและการลงทุน (FTA/BOI)
2. พัฒนาและผลิตยา เครื่องมือแพทย์ และวัตถุดิบและสารตั้งต้นสำหรับการผลิตยา: มุ่งเน้นการเพิ่มการส่งออกและลดการนำเข้า

4. Academic Hub

1. จัดตั้งสมาคมวิชาการผลิตภัณฑ์การแพทย์มูลค่าสูง: วางรากฐานและจัดตั้งสมาคมฯ (เช่น ISCT/ATMPs Society) เพื่อเป็นศูนย์กลางเริ่มต้นสำหรับความร่วมมือทางวิชาการและการวิจัยในสาขาการแพทย์มูลค่าสูงร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้อง
2. ขับเคลื่อนงานวิจัยและนวัตกรรมทางการแพทย์: สร้างกลไกและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา ผลิตภัณฑ์การแพทย์มูลค่าสูง (ATMPs)
3. สถาปนาวิชาชีพด้านความงามในประเทศไทยภายใต้ พ.ร.บ.สถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะฯ

5. ขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ

1. ปรับปรุงกฎหมายและกฎระเบียบ: ทบทวน แก้ไข และออกมาตรการต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและลดอุปสรรคในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. จัดทำแพลตฟอร์มดิจิทัลกลาง (E-Marketplace) ของประเทศไทย: พัฒนาแพลตฟอร์มตลาดกลางออนไลน์สำหรับธุรกิจ Wellness & Medical ของประเทศไทย เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับผู้บริโภค และส่งเสริมโอกาสทางการค้า

รายละเอียดโครงการ/กิจกรรมหลัก (Flagship)

ยุทธศาสตร์ที่ 3: ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

Health Convention and Exhibition Hub

1. ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและต่อเนื่องเพื่อสร้างภาพลักษณ์ศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ: ดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลศักยภาพของประเทศไทยในการเป็นเจ้าภาพจัดงานประชุมวิชาการและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพระดับโลก รวมถึงสร้างการรับรู้และส่งเสริมแบรนด์ Wellness and Medical Service Hub ของประเทศผ่านช่องทางสื่อออนไลน์และสื่อทุกรูปแบบอย่างสม่ำเสมอและยั่งยืน
2. อำนวยความสะดวกครบวงจรสำหรับผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างชาติ: พัฒนาระบบและบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักวิชาการและผู้เข้าร่วมประชุมจากต่างประเทศ ตั้งแต่ขั้นตอนการเดินทาง การเข้าพัก ไปจนถึงการเข้าร่วมกิจกรรม
3. สนับสนุนให้ผู้ประกอบการสถานพยาบาลด้านความงาม สามารถทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในอาเซียนได้

รายละเอียดโครงการ/กิจกรรมหลัก (Flagship)

ตัวอย่างโครงการ/กิจกรรมหลักในการลงทุนจากภาคเอกชนที่สำคัญ

ยุทธศาสตร์ที่ 1: เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

1. ตัวอย่างบริการทางการแพทย์:

- **BDMS (กรุงเทพดุสิตเวชการ):** ศูนย์สุขภาพเชิงป้องกัน: เปิดศูนย์เพื่อส่งเสริมการป้องกันโรคและดูแลสุขภาพแบบองค์รวม, โครงการ Healthy Longevity: เน้นการพัฒนาบริการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมสำหรับผู้สูงอายุและบุคคลทั่วไป
- **โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์:** การพัฒนาเวชศาสตร์การมีอายุยืนยาว: เป็นผู้บุกเบิกและพัฒนาบริการด้าน Longevity Medicine
- **โรงพยาบาลยันฮี/โรงพยาบาลสิริโรจน์ (Siriroj Hospital) ในจังหวัดภูเก็ต :** เป็นที่รู้จักและเชี่ยวชาญด้านการผ่าตัดแปลงเพศระดับโลก

2. ตัวอย่างผู้ประกอบการธุรกิจ Wellness:

- **ชีวาศรม อินเตอร์เนชั่นแนล เฮลท์ รีสอร์ท (Chiva-Som International Health Resort):** รีสอร์ทเพื่อสุขภาพระดับนานาชาติ: พร้อมด้วยสถาบันฝึกอบรมด้านสุขภาพ
- **BDMS Wellness :** ศูนย์ดูแลสุขภาพแบบองค์รวมระดับชาติ
- **บริษัท มั่นคงเคหะการ:** โครงการรักษะ (Rakxa): ศูนย์บูรณาการสุขภาพแบบครบวงจร
- **บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป (Siam Wellness Group):** ธุรกิจสปาและนวดไทย (Let's Relax): รวมถึงการจัดตั้งโรงเรียนสอนนวดไทย

รายละเอียดโครงการ/กิจกรรมหลัก (Flagship)

ยุทธศาสตร์ที่ 2: พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร

1. ตัวอย่างผู้ประกอบการด้านโลจิสติกส์:

- **นิปปอน เอ็กซ์เพรส โลจิสติกส์:** บริการขนส่งแบบครบวงจร รวมถึงสินค้าควบคุมอุณหภูมิ (Cold Chain) สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์
- **คาริซี โลจิสติกส์:** การจัดตั้งศูนย์กระจายสินค้าเฉพาะทาง
- **เซนโค โลจิสติกส์:** การจัดตั้งคลังควบคุมอุณหภูมิมาตรฐานสากล
- **จอห์นสัน แอนด์ จอห์นสัน เมดเทค, โรช ไดแอ็กโนสติกส์, แกล็กโซสมิทไคลน์:** การนำเข้า-ส่งออก การตลาด และการจัดจำหน่ายเครื่องมือแพทย์และเวชภัณฑ์

2. ตัวอย่างผู้ประกอบการด้านการวิจัยและผลิต (R&D/Manufacturers):

- **บริษัท สยามไบโอไซเอนซ์ จำกัด** ดำเนินการวิจัย พัฒนา และผลิตยา เครื่องมือแพทย์ และผลิตภัณฑ์ เพื่อสุขภาพต่างๆ
- **ไกรเนอร์ ไบโอ-วัน (ไทยแลนด์) (Greiner Bio-One (Thailand)):** การผลิตผลิตภัณฑ์สำหรับการเพาะเลี้ยงเซลล์ (Cell Culture): เพื่อสนับสนุนงานวิจัยและอุตสาหกรรมชีวภาพ
- **นิโปร (ประเทศไทย) (Nipro (Thailand)):** การผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ชนิดใช้ครั้งเดียวทิ้ง (Single-Use Medical Devices) : รวมถึงการจัดตั้งสถาบันฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์/**คลินิเซอร์ (Cliniser):** การให้บริการวิจัยทางคลินิกแบบครบวงจร (Full-Service Clinical Research Organization): สนับสนุนการพัฒนาและอุปกรณ์ทางการแพทย์/**บริษัท เจเนพูติก ไบโอ (Geneputik Bio):** การพัฒนา CAR T-cell เพื่อรักษามะเร็งเม็ดเลือดขาว



รายละเอียดโครงการ/กิจกรรมหลัก (Flagship)

3. เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ ได้แก่

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพันธุกรรม (Genomic Data Analysis) / บริการตรวจ DNA, Genome, Exome, Epigenetics เพื่อหาความเสี่ยงโรค/ ใช้ AI วิเคราะห์ข้อมูลพันธุกรรมเพื่อระบุแนวโน้มโรคเฉพาะบุคคล
ตัวอย่างบริษัท: Geneus, Novogene, Veritas
2. AI สำหรับการวินิจฉัยโรค (AI Diagnostics)/ การใช้ Machine Learning วิเคราะห์ภาพทางการแพทย์ เช่น MRI, CT, X-ray, Pathology slide/ ตรวจหาโรคมะเร็ง, โรคหัวใจ, เบาหวาน ได้แม่นยำและเร็วขึ้น
ตัวอย่างบริษัท: IBM Watson Health, Aidoc, Lunit, Qure.ai
3. AI สำหรับแนะนำการรักษาเฉพาะบุคคล (Personalized Treatment Recommendation)/ วิเคราะห์ประวัติสุขภาพร่วมกับพันธุกรรมและไลฟ์สไตล์/ แนะนำแผนการรักษาและยาเฉพาะบุคคล เช่น ยาต้านมะเร็งเฉพาะกลุ่มยีน **ตัวอย่างบริษัท:** Tempus, Foundation Medicine
4. AI สำหรับการพัฒนายาแม่นยำ (AI Drug Discovery)/ ใช้ Deep Learning ในการออกแบบยาที่เหมาะสมกับกลุ่มยีนเฉพาะ/ ลดระยะเวลาและต้นทุนของการวิจัยยา **ตัวอย่างบริษัท:** Insilico Medicine, Atomwise, BenevolentAI
5. แพลตฟอร์มสุขภาพดิจิทัล (Digital Health Platform)/ ระบบที่รวมข้อมูลสุขภาพไว้ในที่เดียวพร้อม AI วิเคราะห์/ ให้คำแนะนำด้านโภชนาการ การนอน การออกกำลังกาย
ตัวอย่างบริษัท: HealthTech startups, BioData Platforms เช่น Genetica, Healthily
6. การจัดการข้อมูลและความปลอดภัย (Data Management & Privacy)/ ระบบจัดเก็บข้อมูลผู้ป่วยตามมาตรฐาน HIPAA / PDPA/ ใช้ AI ตรวจสอบความผิดปกติของข้อมูลและป้องกันการรั่วไหล
7. การวิเคราะห์แนวโน้มสุขภาพประชากร (Population Health AI)/ ใช้ Big Data + AI วิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มใหญ่ เพื่อคาดการณ์โรคระบาด/ ช่วยวางแผนด้านสาธารณสุขในภาคเอกชน เช่น โรงพยาบาลเครือข่าย

4. ผู้ประกอบการด้านการวิจัยและผลิต (R&D/Manufacturers):

- **สยามไบโอไซเอนซ์ (Siam Bioscience):** การวิจัยและผลิตยาชีววัตถุ (Biologics) และวัคซีน: เช่น วัคซีนป้องกันโควิด-19

สรุปความเชื่อมโยงการดำเนินงานตามยุทธศาสตร์และกรอบระยะเวลา

การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) (พ.ศ. 2568 – 2577) ดำเนินงานภายใต้ยุทธศาสตร์หลัก 3 ด้าน ที่มีการเชื่อมโยงและสอดรับกันอย่างเป็นระบบ ทั้งในส่วนของโครงการภาครัฐและภาคเอกชน โดยแบ่งการดำเนินงานเป็น 3 ระยะ เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ยั่งยืน และครบวงจร

1. ระยะสั้น (3 ปี: พ.ศ. 2568–2570): ระยะวางรากฐานและการพัฒนาต้นแบบ

ในช่วง 3 ปีแรกนี้ การดำเนินงานจะเน้นไปที่การสร้างรากฐานที่สำคัญและการพัฒนาโครงการต้นแบบต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความพร้อมและทดลองแนวทางปฏิบัติที่เป็นไปได้ โครงการ/กิจกรรมที่ดำเนินการในระยะนี้จะเป็นพื้นฐานสำหรับการต่อยอดในระยะต่อไป

2. ระยะกลาง (5 ปี: พ.ศ. 2568–2572): ระยะต่อยอดและพัฒนาบริการ/ผลิตภัณฑ์ที่ซับซ้อนและมีมูลค่าสูงขึ้น

หลังจากวางรากฐานในระยะสั้นแล้ว ในระยะกลางนี้จะเข้าสู่ช่วงของการต่อยอดความสำเร็จจากโครงการต้นแบบ และพัฒนาบริการหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความซับซ้อนและมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น การดำเนินงานในระยะนี้จะช่วยเพิ่มศักยภาพและความหลากหลายของบริการทางการแพทย์ และสุขภาพของประเทศ

3. ระยะยาว (10 ปี: พ.ศ. 2568–2577): ระยะของการบรรลุผลสำเร็จและการเป็นผู้นำในตลาด

ระยะสุดท้ายนี้เป็นเป้าหมายสูงสุดของยุทธศาสตร์ ซึ่งมุ่งเน้นการบรรลุผลสำเร็จที่ชัดเจน และการก้าวขึ้นเป็นผู้นำในตลาด Wellness and Medical Service Hub ในระดับสากล ผลลัพธ์จากการดำเนินงานในระยะสั้นและกลางจะส่งผลให้ประเทศไทยมีความพร้อมและมีขีดความสามารถในการแข่งขันที่โดดเด่นในระยะยาว

การเชื่อมโยงของโครงการและกรอบระยะเวลาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงแนวทางการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์อย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการเตรียมความพร้อมและสร้างสรรค์นวัตกรรมในระยะแรก ไปสู่การขยายผลและสร้างความเข้มแข็งอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติที่แข็งแกร่งและยั่งยืนในอีก 10 ปีข้างหน้า

บทที่

6

กลไกขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ สู่การปฏิบัติ



เพื่อให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) บรรลุผลอย่างเป็นรูปธรรมตามเป้าหมายที่วางไว้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการดำเนินงานที่มีความยืดหยุ่น (Agile Governance) และการกำหนดผู้รับผิดชอบในระดับบุคคล ที่มีอำนาจและความสามารถในการขับเคลื่อนแผนงานให้เกิดผลลัพธ์ได้อย่างแท้จริง โดยภาครัฐจะต้องทำหน้าที่สร้างเงื่อนไขและปัจจัยที่เอื้อต่อความสำเร็จ ในระดับที่แตกต่างกัน

6.1 การกำหนดผู้รับผิดชอบระดับบุคคล (Accountable Champion)

การกำหนดผู้รับผิดชอบหลักและผู้สนับสนุนตามประเด็นเชิงยุทธศาสตร์ ปรากฏใน บทที่ 4 ของ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2568–2577) โดยตารางต่อไปนี้จะระบุ “ผู้รับผิดชอบหลัก” และ “ผู้สนับสนุน” ตามหมวดการขับเคลื่อนที่สำคัญ ดังตารางต่อไปนี้

| หมวดประเด็นการขับเคลื่อนที่สำคัญ | ผู้รับผิดชอบหลัก | ผู้สนับสนุน |
|---|---|--|
| 1. บริการทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง (High-Value Medical Treatment) | <ul style="list-style-type: none"> • กองสถานพยาบาลและประกอบโรคศิลปะ กรมสบส. • กองยา อย. | <ul style="list-style-type: none"> • สมาคมโรงพยาบาลเอกชน • สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย • สกสว./สอวช./กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม |
| 2. จัดทำระบบอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้ารับการรักษาพยาบาลในประเทศไทยของผู้ป่วยชาวต่างชาติ | <ul style="list-style-type: none"> • กรมการกงสุล กต. • สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง มท. | <ul style="list-style-type: none"> • กองสถานพยาบาลและประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ • สสจ. |

หมวดประเด็น การขับเคลื่อนที่สำคัญ

ผู้รับผิดชอบหลัก

ผู้สนับสนุน

3. พัฒนาระบบเบิกจ่ายประกัน
จากประเทศต้นทาง
ระบบเคลม ระบบล่าม
สำหรับผู้ป่วยชาวต่างชาติ

สำนักงานคณะกรรมการ
กำกับและส่งเสริม
การประกอบธุรกิจประกันภัย
(คปภ.)

- กรมการกงสุล
กระทรวงการต่างประเทศ
- สำนักงานประกันสุขภาพ
ต่างชาติ
- สำนักงานปลัดกระทรวง
สาธารณสุข

4. ส่งเสริมและยกระดับบริการ
ดูแลสุขภาพ นวดไทย และ
สปา ที่ผานภูมิปัญญาไทย
ให้ได้รับการยอมรับในระดับ
สากล

- กองสถานประกอบการ
เพื่อสุขภาพ กรมสบส.
- กองแพทย์ทางเลือก
กรมการแพทย์แผนไทยฯ

สมาพันธ์สมาคมสปาแอนด์
เวลเนสไทย

5. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพ โดยชูเอกลักษณ์
ภูมิปัญญาไทยด้านการดูแล
สุขภาพ (เช่น การนวดไทย
สมุนไพรไทย และการแพทย์
แผนไทย)

- กองสถานประกอบการ
เพื่อสุขภาพ กรมสบส.
- กองแพทย์ทางเลือก
กรมการแพทย์แผนไทยฯ
- สภาการแพทย์แผนไทย

- สมาพันธ์สมาคมสปา
แอนด์เวลเนสไทย
- สมาคมแพทย์แผนไทย

6. พัฒนาและผลิตยา เครื่องมือ
แพทย์ และวัสดุดิบและ
สารตั้งต้นสำหรับการผลิตยา:
มุ่งเน้นการเพิ่มการส่งออก
และลดการนำเข้า

- กองยา/กองควบคุม
เครื่องมือแพทย์/
กองผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย.

- กองสมุนไพรเพื่อเศรษฐกิจ
กรมการแพทย์แผนไทยฯ
- กรมวิชาการเกษตร/
สำนักงานเศรษฐกิจ
การเกษตร
กระทรวงเกษตรและสหกรณ์
- กรมส่งเสริมการส่งออก
กระทรวงพาณิชย์

7. พัฒนาและยกระดับ
เขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษ
นวัตกรรมทางการแพทย์
ครบวงจร (Medical Valley)

- สำนักงานคณะกรรมการ
นโยบายเขตพัฒนาพิเศษ
ภาคตะวันออก (EEC)
- กองสถานพยาบาล
และประกอบโรคศิลปะ
กรมสบส.

- BOI
- สกสว./สอวช./กระทรวงการ
อุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย
และนวัตกรรม
- สภาอุตสาหกรรมแห่ง
ประเทศไทย

| หมวดประเด็น การขับเคลื่อนที่สำคัญ | ผู้รับผิดชอบหลัก | ผู้สนับสนุน |
|---|--|--|
| 8. พัฒนากฎหมายหรือข้อบังคับที่จำเป็น เพื่อเอื้อต่อการทดลองนวัตกรรม การวิจัยทางคลินิก การอนุญาตผลิตภัณฑ์ หรือการส่งออกบริการสุขภาพ รวมทั้งระบบ Regulatory Sandbox สำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ทางการแพทย์ที่มีความเสี่ยงต่ำ | <ul style="list-style-type: none"> • กองสถานพยาบาลและประกอบโรคศิลปะ กรมสบส. • กองยา/กองควบคุมเครื่องมือแพทย์/กองผลิตภัณฑ์สมุนไพร อย. | <ul style="list-style-type: none"> • สกสว./สอวช./กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม • กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ |
| 9. การพัฒนาบุคลากรด้านการแพทย์ | คณะแพทยศาสตร์ คณะพยาบาลศาสตร์ คณะเภสัชศาสตร์ คณะเทคนิคการแพทย์ คณะวิทยาศาสตร์ ในมหาวิทยาลัยภาครัฐและเอกชน | แพทยสภา, ทันตแพทยสภา, สภาการพยาบาล, สภาเภสัชกรรม, สภาเทคนิคการแพทย์, สภากายภาพบำบัด, สถาบันการศึกษา, โรงพยาบาล, กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ |
| 10. การตลาดและการประชาสัมพันธ์ Wellness and Medical Service Hub | การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กระทรวงพาณิชย์ | กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงการต่างประเทศ, กรมประชาสัมพันธ์, สำนักนายกรัฐมนตรี, BOI |
| 11. จัดทำแพลตฟอร์มดิจิทัลกลาง (E-Marketplace) ของประเทศไทย: พัฒนาแพลตฟอร์มตลาดกลางออนไลน์สำหรับธุรกิจ Wellness & Medical ของประเทศไทย เพื่อเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับผู้บริโภค และส่งเสริมโอกาสทางการค้า | กระทรวงดิจิทัลฯ | กระทรวงสาธารณสุข |

6.2 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Transformation)

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการขับเคลื่อนนโยบายเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและความรวดเร็วในการดำเนินงาน โดยเฉพาะการพัฒนากระบวนการแบบจุดเดียวด้วยดิจิทัล (Digital One-Stop Service) ที่ครอบคลุมทั้งห่วงโซ่คุณค่าการให้บริการ ตั้งแต่การให้ข้อมูล การสำรองคิว การแจ้งผลการตรวจ การชำระเงิน ตลอดจนการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ประกอบการในการขอขึ้นทะเบียน อนุมัติ อนุญาตสินค้าและบริการด้านสุขภาพ นอกจากนี้ ยังรวมถึงการจัดทำแพลตฟอร์มกลาง E-Marketplace ด้าน Wellness & Medical Service เพื่อเป็นสื่อกลางการขายออนไลน์ และการรองรับการบริการหลายภาษา เพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากทั่วโลก

6.4 การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อให้แน่ใจว่าแนวทางปฏิบัติสอดคล้องกับความต้องการของตลาดและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี รัฐบาลจะส่งเสริมการหารือร่วมกับภาคเอกชนหรือผู้แทนผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อรับทราบปัญหา อุปสรรค และประเด็นที่ต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ การมีส่วนร่วมนี้จะช่วยให้กลไกขับเคลื่อนสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

6.5 ระบบติดตามประเมินผลแบบยืดหยุ่นและต่อเนื่อง (Agile Monitoring)

การมีระบบติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ โดยจะใช้ระบบรายงานผลแบบ Dashboard เชิงกลยุทธ์ ที่แสดงสถานะความก้าวหน้าของแต่ละประเด็นขับเคลื่อน พร้อม “สัญญาณเตือนล่วงหน้า” เพื่อให้สามารถปรับแผนได้ทันทีหากเกิดอุปสรรคหรือมีการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ นอกจากนี้ จะมีการประเมินผลร่วมกับภาคเอกชนอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อปรับกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับบริบทตลาดและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

6.6 การติดตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ การลงทุน และความก้าวหน้าของการพัฒนาอุตสาหกรรม

โดยการจัดประชุมหารืออย่างสม่ำเสมอกับ ภาคเอกชน / ผู้ประกอบการ / อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง แยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการ เพื่อรับฟังปัญหาและอุปสรรคที่เป็นข้อจำกัดของการดำเนินธุรกิจ หรือการลงทุน, สร้างความเข้าใจตรงกันเกี่ยวกับเป้าหมายของนโยบายและความคาดหวังจากทั้งสองฝ่าย, ร่วมกันกำหนด Output และ Outcome ที่สามารถวัดผลได้จริง และสะท้อนผลลัพธ์ของนโยบาย เช่น จำนวนผลิตภัณฑ์และกลุ่ม ATMPs ที่ได้รับอนุญาตภายใต้ fast-track, จำนวนโรงพยาบาล/คลินิก ที่ผ่านมาตรฐานรับผู้ป่วยต่างชาติ, จำนวนสถานประกอบการด้านเวชภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานบริการ, จำนวนการจ้างงานในอุตสาหกรรมสุขภาพจากนโยบาย Wellness and Medical Service Hub

6.7 การกำหนดบทบาทหน้าที่ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน

6.7.1 การขับเคลื่อนระหว่างภาครัฐ และเอกชน

การพัฒนาประเทศไทยสู่การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) จำเป็นต้องอาศัยการขับเคลื่อนร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอย่างเป็นระบบ โดยต้องมีการกำหนดบทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของแต่ละภาคส่วนอย่างชัดเจนในแต่ละเสาหลักของยุทธศาสตร์ ได้แก่ Medical Service Hub/Wellness Hub/Product Hub และ Academic Hub เพื่อให้เกิดความสอดคล้อง ไม่ซ้ำซ้อน และสามารถตอบโจทย์เป้าหมายตามระดับตลาดเป้าหมาย เช่น CLMV, ASEAN ได้อย่างเหมาะสม

6.7.2 บทบาทภาครัฐ

- กำหนดนโยบายเชิงยุทธศาสตร์และเป้าหมายการพัฒนา เช่น ผ่านกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) กระทรวงพาณิชย์ BOI ฯลฯ
- สนับสนุนด้านกฎหมายและการกำกับดูแล เช่น การบังคับใช้มาตรฐานสถานพยาบาล, แนวทาง Telemedicine การอนุญาตให้เอกชนผลิตแพทย์เฉพาะทาง (อ้างอิงจาก พ.ร.บ.สถานพยาบาล มาตรา 14/1)
- สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการลงทุน เช่น การจัดตั้งเขตส่งเสริมพิเศษในพื้นที่ EEC การสนับสนุนข้อมูลสารสนเทศที่มีมาตรฐานเดียวกัน การปรับปรุงกระบวนการอนุญาตให้มีความชัดเจน (Regulatory Clarity)
- ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐและภาคเอกชน เช่น การจัดประชุมระหว่างหน่วยงานกำกับดูแล และผู้ให้บริการด้านสุขภาพเพื่อกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน
- สร้างกลไกในการเก็บและนำมูลค่าเพิ่มจากภาคเอกชนเข้าสู่ภาครัฐ เช่น การจัดเก็บภาษีจากบริการทางการแพทย์เอกชน เพื่อกลับมาสนับสนุนระบบสาธารณสุขของประเทศ

6.7.3 บทบาทภาคเอกชน

- ดำเนินการให้บริการจริงในแต่ละสาขาเป้าหมาย เช่น การให้บริการผ่าตัดแปลงเพศ IVF ศัลยกรรมความงาม การนวดและสปา การวิจัยและผลิตสมุนไพรหรือเวชสำอาง
- ลงทุนในเทคโนโลยีการแพทย์และนวัตกรรม เช่น การผลิตยานวัตกรรม การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารฟังก์ชัน และการส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ
- ผลิตบุคลากรเฉพาะทางในบางสาขา ตาม พ.ร.บ.สถานพยาบาล มาตรา 14/1 ซึ่งอนุญาตให้โรงพยาบาลเอกชนสามารถวิจัยและจัดการศึกษาได้
- เป็นกลไกหลักในการสร้างชื่อเสียงและขยายตลาดต่างประเทศ ผ่านการสร้างแพลตฟอร์มการตลาด บริการระดับพรีเมียม และแพ็คเกจรักษาที่ดึงดูดกลุ่มเป้าหมายต่างชาติ

6.7.4 กลไกร่วมรัฐ-เอกชน

- การกำหนดจุดยุทธศาสตร์ร่วมกัน เช่น ใครรับผิดชอบในแต่ละ Sector เช่น อว. เป็นหน่วยหลักด้านการผลิตคนและงานวิจัย (Academic Hub), BOI ส่งเสริมการลงทุนภาคเอกชนในอุตสาหกรรมสุขภาพ (Product Hub), สธ. ร่วมกับเอกชนในการผลักดันบริการเฉพาะทางที่ไม่กระทบภาวะสาธารณสุข (Wellness and Medical Service Hub)
- การจัดตั้งเวทีหารือร่วม เพื่อกำหนดกฎเกณฑ์ ข้อเสนอแนะแก้ pain point ในระบบบริการ เช่น เวทีหารือระหว่างผู้ให้บริการ Telemedicine กับหน่วยงานกำกับ
- การจัดทำกรอบแนวทางการกำกับดูแลร่วม (Common Regulatory Framework) เพื่อให้กฎเกณฑ์สอดคล้องกัน ลดความไม่แน่นอนในการปฏิบัติตามกฎหมายของเอกชน
- กลไกสนับสนุนความร่วมมือในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ เช่น การพัฒนา Medical & Wellness Sandbox ในพื้นที่นารอง (EEC)



ตัวอย่างของการสร้างความร่วมมือ

| เสาหลัก | บทบาทภาครัฐ | บทบาทภาคเอกชน |
|---------------------|---|--|
| Service Hub | <ul style="list-style-type: none"> กำหนดยุทธศาสตร์ระดับประเทศ กำหนดมาตรฐานคุณภาพบริการ (เช่น JCI) วางมาตรการลดผลกระทบต่อระบบบริการสุขภาพพื้นฐาน กำกับกฎหมาย เช่น พ.ร.บ. สถานพยาบาล มาตรา 14/1 | <ul style="list-style-type: none"> ให้บริการทางการแพทย์เฉพาะทาง เช่น ผ่าตัดแปลงเพศ IVF ศัลยกรรม พัฒนาคุณภาพบริการระดับสากล ลงทุนสร้างคลินิก/โรงพยาบาลเฉพาะทาง ผลิตบุคลากรเฉพาะทางภายใต้กรอบกฎหมาย |
| Wellness Hub | <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่น (นวดไทย สปา) ส่งเสริม Soft Power ผ่าน UNESCO และวัฒนธรรม วางมาตรฐานการรับรองวิชาชีพและสถานบริการ | <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาแพ็คเกจบริการสุขภาพองค์รวม เช่น Wellness Retreat สร้างแบรนด์/ธุรกิจสุขภาพระดับพรีเมียม สร้างนวัตกรรมบริการใหม่ เช่น Thai Head Massage |
| Product Hub | <ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการวิจัย พัฒนา และผลิตยาในประเทศ วางนโยบาย BCG และส่งเสริมเขตลงทุนพิเศษ (เช่น EEC) ลดการนำเข้าโดยสนับสนุนการพึ่งพาตนเองในเวชภัณฑ์ วางระบบมาตรฐานคุณภาพสินค้าและการอนุญาต | <ul style="list-style-type: none"> วิจัยและพัฒนา ยา อาหารฟังก์ชันเวชสำอาง ลงทุนในโรงงานผลิต สมุนไพรสารสำคัญ ขยายตลาดส่งออกผลิตภัณฑ์สุขภาพ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี EU จดทะเบียน/รับรองผลิตภัณฑ์ในประเทศเป้าหมาย |
| Academic Hub | <ul style="list-style-type: none"> วางนโยบายการศึกษาแพทย์/พยาบาลระดับสากล สนับสนุนทุนวิจัย ความร่วมมือระหว่างประเทศ ผลักดันความร่วมมือ ASEAN/CLMV ด้านการศึกษา | <ul style="list-style-type: none"> เปิดหลักสูตรอบรมแพทย์ต่างชาติ / ศูนย์ความเป็นเลิศทางสุขภาพ ร่วมวิจัยและแลกเปลี่ยนกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศ สร้างเครือข่ายวิจัย/พัฒนานวัตกรรมร่วมกับต่างชาติ |

บทที่

7

ผลที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละกลยุทธ์ภายใต้:
ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
(Wellness and Medical Service Hub)
พ.ศ. 2568 – 2577



ผลที่คาดว่าจะได้รับในแต่ละกลยุทธ์ภายใต้: ยุทธศาสตร์ การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) (พ.ศ.2568–2577)

ยุทธศาสตร์ที่ 1

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

กลยุทธ์ที่ 1.1

พัฒนาโยบายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

มีข้อเสนอเชิงนโยบายที่ชัดเจนในการสนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร เกิดการรองรับการลงทุนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

กลยุทธ์ที่ 1.2

ปรับปรุงกฎหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

ลดระยะเวลาในการขออนุญาตธุรกิจ ในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร และการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ส่งผลให้เกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

กลยุทธ์ที่ 1.3

ส่งเสริมธุรกิจด้านบริการและนวัตกรรมทางการแพทย์และสุขภาพ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

เพิ่มศักยภาพในการให้บริการทางการแพทย์และสุขภาพ ส่งผลให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ

กลยุทธ์ที่ 1.4

ส่งเสริมธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมทางการแพทย์มูลค่าสูง

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ที่มีมูลค่าสูงที่มีความพร้อมในเข้าสู่ตลาดโลก ส่งผลให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ

กลยุทธ์ที่ 1.5

พัฒนาการแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

เพิ่มโอกาสในการแข่งขันของการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกในระดับสากลและเพิ่มมูลค่าของสมุนไพรไทยในตลาดโลก ส่งผลให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจของประเทศ

กลยุทธ์ที่ 1.6

พัฒนาระบบบริหารจัดการ เพื่อเตรียมความพร้อมการเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ:

มีทรัพยากรและระบบบริหารจัดการที่เพียงพอและมีประสิทธิภาพในการส่งเสริมสนับสนุนอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร เพื่อให้ประเทศไทยมีความพร้อมในการเป็นผู้นำในระดับภูมิภาคและนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 2

พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

กลยุทธ์ที่ 2.1

พัฒนาระบบ ส่งเสริม สนับสนุนทางวิชาการ วิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: เครือข่ายการวิจัยและระบบการสนับสนุนที่เข้มแข็งระหว่างภาครัฐและเอกชน ส่งผลให้มีนวัตกรรมใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของตลาดโลก

กลยุทธ์ที่ 2.2

พัฒนาระดับศักยภาพผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: มีการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมการแพทย์ครบวงจร ส่งผลให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ดียิ่งขึ้น

กลยุทธ์ที่ 2.3

ส่งเสริม พัฒนา สิทธิประโยชน์ เจริญด้านการค้า การลงทุน และบริการ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: ระบบสิทธิประโยชน์ ระบบอำนวยความสะดวกและระบบสนับสนุนที่รองรับการค้า การลงทุนและบริการด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

กลยุทธ์ที่ 2.4

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านข้อมูลสุขภาพและสารสนเทศ เพื่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสุขภาพ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: ระบบข้อมูลสารสนเทศสุขภาพที่รวดเร็วและแม่นยำและสามารถเข้าถึงได้ เพื่อประโยชน์ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสุขภาพของประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2.5

พัฒนาความร่วมมือเครือข่ายระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรอย่างมีส่วนร่วม

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: เครือข่ายความร่วมมือที่เข้มแข็ง ส่งผลให้เกิดนวัตกรรมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

กลยุทธ์ที่ 2.6

พัฒนาปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: พื้นที่อยู่อาศัยที่มีสิ่งแวดล้อมเอื้อต่อการดูแลสุขภาพของคนไทยและชาวต่างชาติ ในระยะยาวระบบการท่องเที่ยวปลอดภัยสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจรและนักท่องเที่ยวต่างชาติ และมีการจัดการเพื่ออนุรักษ์ ทรัพยากรสิ่งแวดล้อมเพื่อรองรับอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร

กลยุทธ์ที่ 2.7

พัฒนากลไกในการกำหนด/ส่งเสริม/ดูแลมาตรฐานแห่งชาติเพื่อยกระดับ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: มีกลไกในการส่งเสริมมาตรฐานแห่งชาติเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการแพทย์ ครบวงจรให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

กลยุทธ์ที่ 3.1

เชื่อมโยงเครือข่ายการตลาดเพื่อให้ครอบคลุมการอ้างรักษาคุณค่าเก่าและลูกค้าใหม่

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: มีกลยุทธ์การตลาดที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมการแพทย์ และส่งเสริมสุขภาพทั้งในและต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3.2

สร้างการรับรู้และการประชาสัมพันธ์ทั้งในและต่างประเทศ

ผลที่คาดว่าจะได้รับ: ผลิตภัณฑ์และบริการทางการแพทย์ของไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีและมีคุณภาพในระดับชาติและระดับสากล



บทที่

8

การประเมินผล



8.1 ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์

| ตัวชี้วัด | หน่วย | ค่าเป้าหมาย | | |
|--|--------|-------------|------|------|
| | | 2570 | 2575 | 2577 |
| MH1: ร้อยละของรายได้จากการให้บริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากฐานเดิม | ร้อยละ | 5.0 | 7.0 | 10.0 |
| MH2: อันดับขีดความสามารถของประเทศไทยในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ จัดโดย World Economic Forum | อันดับ | 20 | 15 | 10.0 |
| MH3: ประเทศไทยเป็นจุดหมายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับต้นของอาเซียนจากนิตยสาร/องค์กรชั้นนำระดับโลก | อันดับ | 5 | 3 | 1 |
| MH4: อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมบริการทางการแพทย์มูลค่าสูง | ร้อยละ | 5.0 | 7.0 | 10.0 |
| MH5: อัตราการขยายตัวของอุตสาหกรรมเวลเนส | ร้อยละ | 5.0 | 7.0 | 10.0 |

ตัวชี้วัดระดับผลลัพธ์

1. ร้อยละของผู้ประกอบการที่ได้รับการพัฒนาศักยภาพให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร
2. ร้อยละของสถานพยาบาล สถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ได้รับมาตรฐานระดับชาติและระดับสากล
3. ร้อยละผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพที่มีมูลค่าสูงได้รับรองมาตรฐานระดับชาติและระดับสากล
4. ร้อยละนวัตกรรมทางการแพทย์ขั้นสูงของไทยที่ได้รับการพัฒนาต่อยอดเพื่อนำเข้าสู่ตลาดโลก
5. จำนวนอุตสาหกรรมเวลเนสและการแพทย์มูลค่าสูงในพื้นที่พัฒนาพิเศษ
6. อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติ

8.1.1 ตัวชี้วัดภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 1 :

เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร

| ตัวชี้วัด | หน่วย | ค่าเป้าหมาย | | |
|---|--------|-------------|------|------|
| | | 2570 | 2575 | 2577 |
| สถานะขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจรของประเทศไทย ระดับโลก | อันดับ | 20 | 15 | 10 |
| อัตราการเติบโตของรายได้จากบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพ | | | | |

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 2 :

พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมบริการแพทย์ครบวงจร

| ตัวชี้วัด | หน่วย | ค่าเป้าหมาย | | |
|--|--------|-------------|------|------|
| | | 2570 | 2575 | 2577 |
| อันดับของไทยในดัชนีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism Index) | อันดับ | 17 | 13 | 10 |

ตัวชี้วัดและค่าเป้าหมายของยุทธศาสตร์ที่ 3 :

ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

| ตัวชี้วัด | หน่วย | ค่าเป้าหมาย | | |
|---|--------|-------------|------|------|
| | | 2570 | 2575 | 2577 |
| ประเทศไทยเป็นจุดหมายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อันดับต้นของอาเซียน จากนิตยสาร/องค์กรชั้นนำระดับโลก | อันดับ | 5 | 3 | 1 |

8.1.2 ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์

ตัวชี้วัดยุทธศาสตร์ : เพิ่มเติมเป้าหมายตามจุดเน้นที่สอดคล้องกับการวิเคราะห์ และการกำหนดจุดยืนทางยุทธศาสตร์ รวมทั้งมีการคำนึงถึงข้อจำกัดของตัวชี้วัดที่มีลักษณะเป็นการจัดอันดับและการวัดการเติบโต (growth) เพื่อให้การวางแผน ขับเคลื่อน และติดตามประเมินผลชัดเจนยิ่งขึ้น

| ตัวชี้วัด | หน่วย | ค่าเป้าหมาย | | |
|--|--------|-------------|------|------|
| | | 2570 | 2575 | 2577 |
| 1. รายได้รวม Medical Services ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นต่อปี | ร้อยละ | 5 | 10 | 15 |
| 2. ความสามารถในการแข่งขันด้านการให้บริการ IVF <ul style="list-style-type: none"> อันดับความพร้อมของเทคโนโลยีและความปลอดภัยเมื่อเทียบกับประเทศในระดับโลก | อันดับ | 3 | 2 | 1 |
| 3. อัตราการขยายตัวการส่งออก <ul style="list-style-type: none"> อาหารอนาคต (Future food) เฉลี่ยเติบโตขึ้นต่อปี (อาหารอนาคต แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ <ol style="list-style-type: none"> Functional food และ Functional ingredients Medical food และ Personalized food Organic food และ 4. Alternative protein) ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย | ร้อยละ | 6 | 8 | 10 |
| 4. ลดการนำเข้าสารช่วยแตกตัว (Disintegrant) สำหรับผลิตยาเม็ด (ไฮโดรเจลจากมันสำปะหลัง) ภายในประเทศ | ร้อยละ | 5 | 10 | 20 |



บทที่

๑

นียบามคัพท



1. **อุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร:** ผลผลิตหลัก 5 ด้านจากการขับเคลื่อนเชิงนโยบายการพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) ได้แก่ 1) ศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) 2) ศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาล (Medical Service Hub) 3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) 4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub) 5) ศูนย์กลางการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์ และสุขภาพ (Health Convention and Exhibition Hub) และขับเคลื่อนการอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพ และผลิตภัณฑ์สุขภาพ
2. **ระบบนิเวศอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร:** โครงสร้างพื้นฐานทางกายภาพ นโยบาย กฎหมาย กฎระเบียบ มาตรการ มาตรฐาน ข้อตกลงทางการค้าการลงทุนระหว่างประเทศ สิทธิประโยชน์ ระบบอำนวยความสะดวกที่เอื้อต่อการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร
3. **คณะกรรมการอำนวยความสะดวกเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ:** คณะกรรมการหลักในการขับเคลื่อนงานตามนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Wellness and Medical Service Hub) จากมติคณะรัฐมนตรี ให้มีนายกรัฐมนตรีหรือรองนายกรัฐมนตรีที่ได้รับมอบหมายเป็นประธานกรรมการ
4. **เศรษฐกิจสุขภาพ:** ธุรกิจการให้บริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพที่เป็นแหล่งสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ จะประกอบด้วย 3 ธุรกิจหลัก คือ ธุรกิจบริการทางการแพทย์ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย และธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เช่น บริการนวดไทยและสปา เป็นต้น
5. **ผลิตภัณฑ์ยาเพื่อการบำบัดรักษาขั้นสูง (ATMPs):** ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์สำหรับมนุษย์ที่มีส่วนผสมของ ยีน เซลล์ หรือเนื้อเยื่อของสิ่งมีชีวิต ที่มุ่งหมายสำหรับใช้ในการวินิจฉัย บำบัด บรรเทา รักษา หรือป้องกันโรคหรือความเจ็บป่วยของมนุษย์ หรือมุ่งหมายสำหรับให้เกิดผลแก่สุขภาพ โครงสร้างหรือกระทำหน้าที่ใด ๆ ในร่างกายของมนุษย์
6. **ระบบฐานข้อมูลและสารสนเทศทางสุขภาพ:** ระบบข้อมูลสารสนเทศสุขภาพด้านบริการทางการแพทย์ การส่งเสริมสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ นักวิจัย นักลงทุน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ ด้านเศรษฐกิจสุขภาพ
7. **ผลิตภัณฑ์สุขภาพ:** ผลิตภัณฑ์สุขภาพมีทั้งหมด 6 ประเภท ได้แก่ ผลิตภัณฑ์อาหาร ยา วัตถุเสพติด เครื่องสำอาง วัตถุอันตรายที่ใช้ในบ้านเรือนหรือทางสาธารณสุข และเครื่องมือแพทย์ ที่เก็บจากสถานที่ผลิต นำเข้าหรือจำหน่าย เฉพาะผลิตภัณฑ์สุขภาพ ที่ได้รับอนุญาตและไม่ต้องขออนุญาตตามกฎหมาย ที่อยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

8. การแพทย์แผนไทยและแพทย์ทางเลือก: การแพทย์แผนไทย คือ ศาสตร์เพื่อการวินิจฉัย รักษา และป้องกันโรค ซึ่งประยุกต์มาจากการแพทย์พื้นบ้านไทย และภูมิปัญญาการแพทย์ไทย

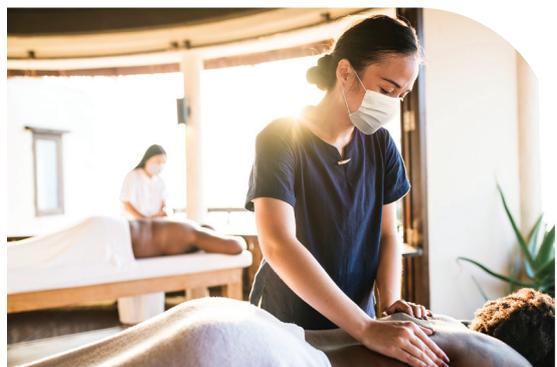
การแพทย์ทางเลือก คือ การแพทย์ทางเลือกที่มีวิธีการตรวจรักษา วินิจฉัย และการบำบัดรักษาที่มีหลากหลายวิธีการ ทั้งด้านการให้ยาการใช้เครื่องมือมาช่วยในการบำบัดรักษาและหัตถการต่าง ๆ เช่น การแพทย์แผนโบราณของจีน การแพทย์แบบอายุรเวชของอินเดีย เป็นต้น

9. เวลเนส (Wellness) : คือ “The active pursuit of activities, choices and lifestyles that lead to a state of holistic health” ซึ่ง หมายถึง การมุ่งแสวงหา กิจกรรม ทางเลือก และวิถีชีวิตสุขภาพ เพื่อการมีสุขภาวะองค์รวม จากสถาบันเวลเนสระดับโลก (Global Wellness Institute : GWI)

เวลเนส (Wellness) หรือ ภาวะสุขสมบูรณ์ หมายถึง สภาวะหลายมิติของความเป็นอยู่ที่ดีที่สมบูรณ์แบบ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สิ่งแวดล้อม สังคม และปัญญา ที่เชื่อมโยงเป็นสุขภาวะองค์รวม อย่างสมดุล เพื่อการมีคุณภาพชีวิตและสภาวะแวดล้อมที่ดี และมีพฤติกรรมสุขภาพที่พัฒนาได้อย่างยั่งยืน (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2566) ดังนั้น สภาวะสุขสมบูรณ์ จึงเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงการมีสุขภาพดี และมีความเป็นอยู่ที่ดี เชื่อมโยงอย่างสมดุล ครอบคลุมทุกมิติ คือ ร่างกาย อารมณ์ สังคมปัญญา จิตวิญญาณ และสิ่งแวดล้อม

เวลเนส (Wellness) ความหมาย ตามเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนส แห่งชาติ (Thailand Wellness Awards: TIWA) คือ รูปแบบบริการและกิจกรรมสุขภาพที่นำสภาวะหลายมิติของความเป็นอยู่ที่ดีที่สมบูรณ์แบบ ได้แก่ ร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ อารมณ์ สิ่งแวดล้อม สังคม และปัญญา ที่เกิดจากการกระทำ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมเวลเนส รวมทั้งการเรียนรู้ การได้รับให้คำแนะนำด้านสุขภาพเพื่อการนำไปสู่ ภาวะสุขสมบูรณ์ ของบุคคล ที่เกิดขึ้นจากการดำเนินการของ สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ สถานประกอบการอื่น ๆ ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหารชุมชนเวลเนส และผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้นการ

ท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อแสวงหาการบำรุงรักษา หรือการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีของบุคคล ที่มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแล และปรับปรุงสุขภาพในเชิงการป้องกันในลักษณะเป็นองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสมัครใจของ ผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ (Global Wellness Institute, 201 5)



บทที่

10

เอกสารแนบ

เอกสารแนบ



<https://citly.me/RH5dW>

เอกสารแนบ ได้แก่

- เอกสารแนบที่ 1 มติ ครม. อนุมัติ นโยบาย Medical hub 13 ก.ย. 2559
- เอกสารแนบที่ 2 มติ ครม. อนุมัติแต่งตั้งคณะกรรมการอำนวยการ 20 มิ.ย. 2560
- เอกสารแนบที่ 3 คำสั่ง แต่งตั้งคณะอนุกรรมการฯ 4 คณะ 29 ก.ย. 2560
- เอกสารแนบที่ 4 มติครม. 28 พ.ย. 2566
- เอกสารแนบที่ 5 Final เอกสารประชุม คณะกรรมการอำนวยการ 1-2567 18.7.2567
- เอกสารแนบที่ 6 สรุปประชุมวันที่ 15-17 มี.ค. 2566 Re07
- เอกสารแนบที่ 7 สรุปประชุมวันที่ 13 มิ.ย. 2566 V1
- เอกสารแนบที่ 8 เอกสารประกอบการประชุม Retreat Medical hub (19 ม.ค. 67)
- เอกสารแนบที่ 8.1 Slideประชุม 19 ม.ค. 2567 Retreat Medical hub
- เอกสารแนบที่ 9 (ร่าง) ยุทธศาสตร์ Medical Hub 2 ก.พ. 67 ปรับตามที่ประชุม
- เอกสารแนบที่ 9.1 สรุปประชุมฯ 2 ก.พ.67
- เอกสารแนบที่ 10.1 สรุปการประชุมการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ 14 มิ.ย. 2567 V3
- เอกสารแนบที่ 11 รายงานการประชุม คณะกรรมการอำนวยการ 1-2567
- เอกสารแนบที่ 12 การดำเนินการจัดทำร่างยุทธศาสตร์ฯ พ.ศ.2568-2577เอกสารอื่น ๆ

หน่วยงานที่ร่วมพัฒนาจากภาครัฐและภาคเอกชน

หน่วยงานภาครัฐ/รัฐวิสาหกิจ

กระทรวงสาธารณสุข

(ผู้แทน: สำนักปลัดกระทรวงสาธารณสุข (กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, สำนักสนับสนุนระบบสุขภาพปฐมภูมิ, กองบริหารการสาธารณสุข, กองเศรษฐกิจสุขภาพและหลักประกันสุขภาพ), กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์, กรมควบคุมโรค, กรมสุขภาพจิต, กรมอนามัย, องค์การเภสัชกรรม, แพทยสภา, สถาบันการแพทย์ฉุกเฉินแห่งชาติ, สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน)), สถาบันกัญชาทางการแพทย์)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

(ผู้แทน: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, กรมการท่องเที่ยว) กระทรวงพาณิชย์

(ผู้แทน: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ) สำนักนายกรัฐมนตรี

(ผู้แทน: สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักงบประมาณ, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน))

กระทรวงอุตสาหกรรม

(ผู้แทน: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม)

กระทรวงการคลัง **(ผู้แทน:** สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง)

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม **(ผู้แทน:** สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

(ผู้แทน: ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน), สถาบันมาตรวิทยาแห่งชาติ, สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.), สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.), จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยขอนแก่น, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, มหาวิทยาลัยบูรพา, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์, สภามหาวิทยาลัยนครพนม)

สำนักนายกรัฐมนตรี **(ผู้แทน:** สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ)

หน่วยงานภาคเอกชน/ องค์กรอิสระ

ผู้แทน : สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย, สมาคมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพไทย, สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.), สมาคมโรงพยาบาลเอกชน, สมาคมคลินิก, สมาพันธ์สมาคมสปาไทย, สมาพันธ์สมาคมสปาแอนด์เวลเนสไทย, สมาคมสปาไทย, สมาคมน้ำพุร้อน, สมาคมคลินิกเอกชน, สมาคมผู้วิจัยและผลิตเภสัชภัณฑ์, สมาคมไทยอุตสาหกรรมผลิตยาแผนปัจจุบัน, สมาคมโรงแรมไทย, สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย, ศูนย์การศึกษาต่อเนื่อง สภากายภาพบำบัด, สมาคมการค้าและการบริการสุขภาพผู้สูงอายุไทย, The Beginning Elderly Group 55 Co.,Ltd., โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล รัตนาธิเบศร์, โรงพยาบาลเกษมราษฎร์ ประชาชื่น, โรงพยาบาลบางปะกอก 9 อินเตอร์เนชั่นแนล, โรงพยาบาลจุฬารัตน์ 9 แอร์พอร์ต, โรงพยาบาลธนบุรีบูรณา, โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ อินเตอร์เนชั่นแนล, โรงพยาบาลปิยะเวท, โรงพยาบาลพระราม 9, โรงพยาบาลพรินทร์ สุวรรณภูมิ, โรงพยาบาลเมตพาร์ค, โรงพยาบาลวิมุต, โรงพยาบาลสมิติเวช สุขุมวิท, โรงพยาบาลรามคำแหง, โรงพยาบาลตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, นาถดา คลินิกเวชกรรม, Tyme Spa, Balavi Lifestyle Retreat Center, Medical Gym Manager RAKxa Integrative Wellness, Supervisor of International Operation Praram 9 hospital, Expert of Integrated Marketing Communication Praram 9 hospital, บริษัท SIAM LAND FLYING, บริษัททิวชาติซีไลน์ จำกัด, บริษัทวิศพร จำกัด



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
Department of Health Service Support

<https://hss.moph.go.th>



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
Department of Health Service Support

(ร่าง) ยุทธศาสตร์
การพัฒนาประเทศไทย
ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ
(Wellness and Medical Service Hub)

พ.ศ. 2568 – 2577



เล่มยุทธศาสตร์