

THAILAND HEALTH TOURISM

สู่เส้นทางสุขภาพสายประเทศไทย
**The Journey To Thailand
Health Tourism EP.1**





สู่เส้นทางสุขภาพสายประเทศไทย

The Journey To Thailand Health Tourism EP.1

ที่ปรึกษา

นายแพทย์ธเรศ กรัษนัยรวิวงศ์
 ทันตแพทย์ออคม ประดิษฐสุวรรณ
 ทันตแพทย์หญิงนลินา ตันตินิรามัย

อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
 รองอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
 ผู้อำนวยการกองสถานพยาบาล
 และการประกอบโรคศิลปะ

คณะผู้จัดการความรู้

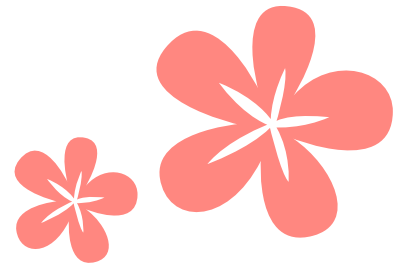
งามเนตร เอี่ยมนาคะ
 แจ่มจิตต์ นิตามณีพงษ์
 ปทิตตา พันธุ์ละออ
 ชูรีภรณ์ เสียงล้ำ
 วันวิสา ภูสนาม

คำนำ



การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นความนิยมทางการท่องเที่ยวที่เติบโตไปพร้อมๆ กัน การแสวงหาความมีสุขภาพและสภาวะที่ดีของผู้คน เป็นความปรารถนาสากลที่ผู้คนโดยทั่วไปสรรหาหรือใช้เวลาช่วงหนึ่งขงชีวิตในการเดินทางเพื่อค้นหาประสบการณ์แปลกใหม่ ความทรงจำที่น่าประทับใจ และการได้รับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยได้รับส่งเสริมพัฒนามาถึงทางเลือกที่ผู้คนสามารถออกแบบการเดินทางได้อย่างคุ้มค่า ใช้เวลาเพื่อการพักผ่อนและดูแลสุขภาพได้อย่างหลากหลายตามที่ต้องการ

ความสามารถทางการแข่งขันด้านทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยดังกล่าว เกิดจากการปรับตัวและพัฒนาของภาคเอกชนผู้ประกอบการ โดยมีนโยบายประเทศไทย 4.0 เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข นำสู่การปฏิบัติ โดยการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงาน องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจรและการท่องเที่ยวคุณภาพดี





หนังสือ “**สู่เส้นทางสุขภาพสายประเทศไทย The Journey To Thailand Health Tourism EP.1**” นี้ เป็นหนังสือชุดความรู้ที่ได้รับการจัดทำขึ้นเพื่อให้ข้อมูลพร้อมกับนำเสนอแนวคิดและประสบการณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิที่คร่ำหวอดในวงการการดูแลปรนนิบัติสุขภาพที่มาพร้อมกับการท่องเที่ยวไทย เป็นมุมมองต่อโอกาสและการเคลื่อนตัวไปข้างหน้าอย่างมีทิศทางที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย และเป็นกำลังใจให้แก่ผู้ที่สนใจในการประกอบธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เรื่องราวที่ร้อยเรียงและได้รับการบอกเล่าผ่านการจัดการความรู้ในหนังสือเล่มนี้ จะช่วยเสริมสร้างพลังความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการไทยให้สามารถต่อยอดการพัฒนาคุณค่าธุรกิจบริการสุขภาพที่เป็นจุดแข็งของประเทศให้เพิ่มมูลค่าและพัฒนาต่อไปได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งประชาชนทั่วไปก็จะได้รู้จักกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย เพราะความเข้าใจและทัศนคติที่ดีดังกล่าว จะเป็นแรงสนับสนุนที่สำคัญต่อการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพในระดับนานาชาติได้อย่างมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืน



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ยินดีเป็นอย่างยิ่งหากจะมีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาปรับปรุงหนังสือ “**สู่เส้นทางสุขภาพสายประเทศไทย The Journey To Thailand Health Tourism EP.1**” นี้ เล่มนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้นในหนังสือชุดเรื่องราวต่อไป เพราะคำแนะนำและมุมมองต่างๆ จะช่วยเติมเต็มความรู้และข้อมูลสำคัญที่ภาครัฐจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการทำงานร่วมกับภาคเอกชนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยให้เติบโตได้อย่างมั่นคง และเท่าทันพัฒนาการของโลกอยู่เสมอแน่นอน

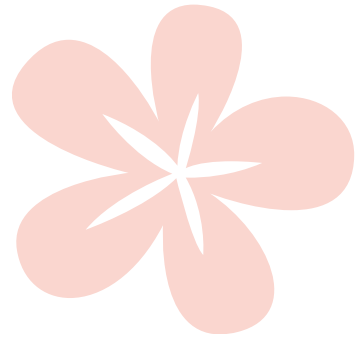


กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ
สิงหาคม 2564

คำนิยม

เศรษฐกิจสุขภาพ เป็นโอกาสของประเทศไทยในการพลิกฟื้นผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมที่สะสมมาจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกต่างๆ ดังนั้น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพจึงให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมและสนับสนุนให้ภาคเอกชนของประเทศไทยได้ใช้ความเข้มแข็งด้านสาธารณสุขและการท่องเที่ยว สร้างโอกาสทางธุรกิจด้วยการต่อยอดความนิยมด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สร้างโอกาสทางธุรกิจและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของคนไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อแสวงหาความพึงพอใจด้านสุขภาพ ซึ่งจากพัฒนาการที่ผ่านมา แสดงให้เห็นได้ว่าประเทศไทยของเราสามารถปรับและขยับตัวได้เร็ว รวมทั้งมีความร่วมมือเชิงบูรณาการเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยอย่างก้าวหน้า ทั้งในมิติด้านกฎหมาย มาตรการสุขอนามัย ความปลอดภัยทางสังคม การเพิ่มขีดความสามารถของการให้บริการจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี และนวัตกรรมทางการแพทย์ รวมทั้งการพัฒนามูลค่าเพิ่มของภูมิปัญญาไทยโดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง





หนังสือ “สู่เส้นทางสายสุขภาพประเทศไทย: The Journey To Thailand Health Tourism EP.1” ได้จัดทำขึ้นอย่างสวยงามและมีคุณค่า มีเนื้อหาที่น่าสนใจ ผมขอขอบคุณ และชื่นชมผู้เขียนทุกท่านที่ได้ร่วมกันถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์และมุมมองอันเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ผมเชื่อว่า หนังสือเล่มนี้จะเป็นปฐมบทของการจัดการความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ผู้ประกอบการและประชาชนทั่วไปจะสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการประกอบธุรกิจและเลือกใช้บริการได้ตามความสนใจ และผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า หนังสือเล่มนี้จะทำให้ท่านทั้งหลายเห็นความตั้งใจของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ และยินดีที่จะมาร่วมแรง ร่วมใจ ให้ความร่วมมือกับภาครัฐ เพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวคุณภาพดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีมาตรฐานระดับโลก 89 ของประเทศไทยที่พัฒนาได้อย่างยั่งยืนต่อไป

นายแพทย์เรศ กระจันย์รวิวงศ์

อธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

สิงหาคม 2564

คำนำ

คำนิยม

เรื่องเล่าจากรัฐ พลังพลักดัน
Wellness Hub ประเทศไทย
Story Telling of Thailand's
Journey to Wellness Hub

ทพ.อาคม ประดิษฐสุวรรณ
ทพญ.นลินา ตันตินิรามัย
เสาวภา จงกิตติพงษ์

9

สารบัญ

การท่องเที่ยวในเส้นทาง
สายสุขภาพ สู่ประเทศไทย
The Journey of Well-being
in Thailand
วสุ สุรติอันตรา

47

THAILAND HEALTH TOURISM
World View Toward
Health Tourism in Thailand:
Charming and Challenging
มุมมองของโลกต่อการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพของประเทศไทย
เสน่ห์และความท้าทายชวนให้ค้นหา
พันธุ์ทิพย์สุดา โปษยานนท์

23

The Journey
to Well-being
in Thailand

Anette Schlemmer

53

สารบัญ

ห่วงโซ่แห่งคุณค่า
บริการเวลาในประเทศไทย
Value Chain of Thailand
Health Tourism

นายแพทย์จิโรจ สีนธวานนท์

63

ทิศทาง Wellness Hub
ของประเทศไทย
Thailand Move
on Wellness Hub

ธนิต วิรัชพันธุ์

77

ขอขอบคุณ

พันธุ์ทิพย์สุดา โปะยานนท์

วสุ สุรติอินตรา

Anette Schlemmer

นายแพทย์จิโรจ สีนธวานนท์

ธนิต วิรัชพันธุ์

อภिरดี หิรัญรามเดช

95

เวลาประเทศไทย:
ก้าวต่อไปอย่างไรดี
What's next for
Performing Wellness Hub

อภिरดี หิรัญรามเดช

85



เรื่องเล่าจากรัฐ
พลังผลักดัน Wellness Hub ประเทศไทย

Story Telling of Thailand's Journey to Wellness Hub

ทพ.อาคม ประดิษฐสุวรรณ

ทพญ.นลินา ตันตินิรามัย

เสาวภา จงกิตติพงษ์





ทพ.อาคม ประดิษฐสุวรรณ
รองอธิบดีกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ



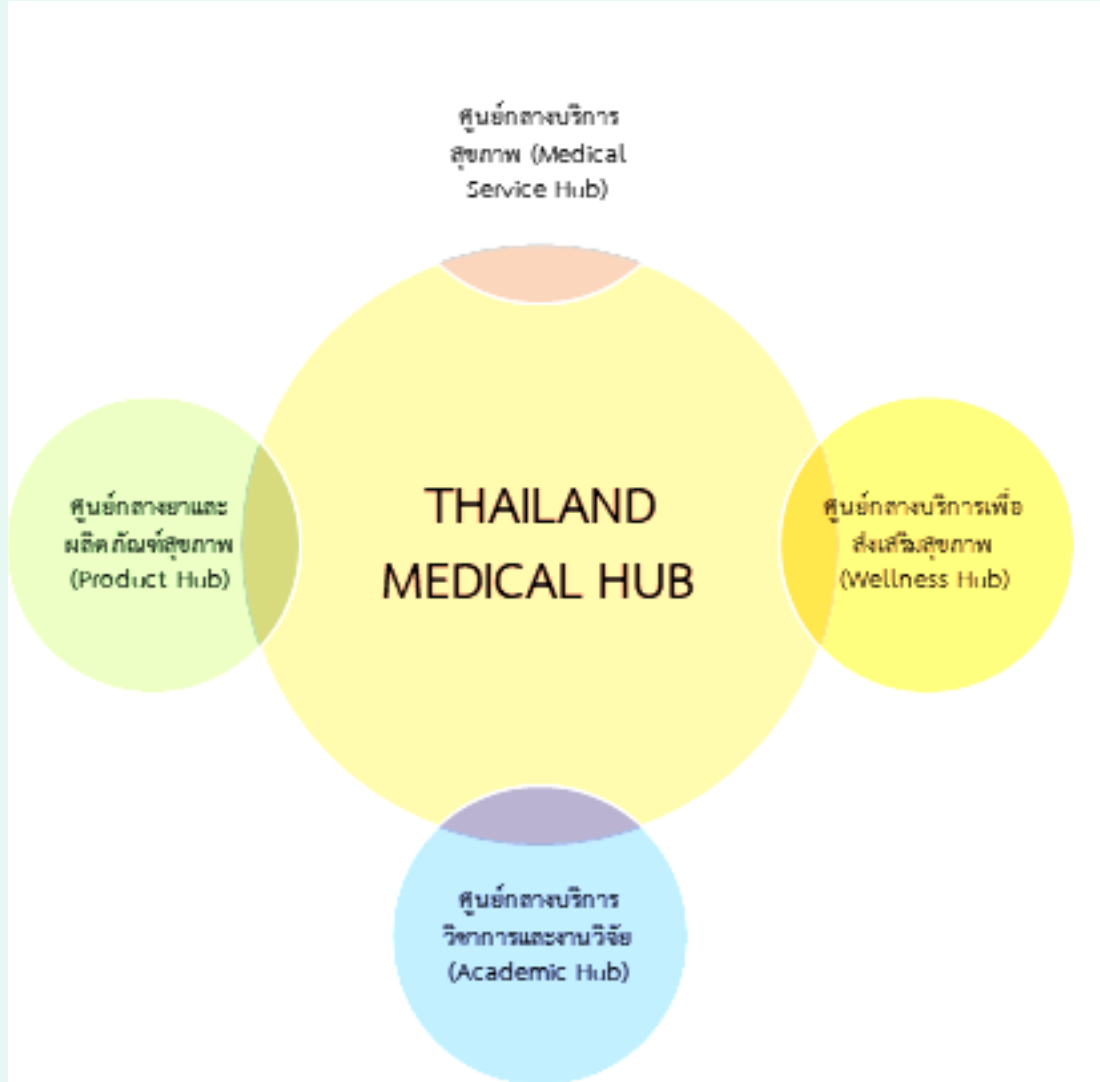
ทพญ.นลินา ตันตินิรามย์
ผู้อำนวยการกองสถานพยาบาล
และการประกอบโรคศิลปะ



นางเสาวภา จงกิตติพงษ์
รักษาการในตำแหน่งนักวิชาการสาธารณสุขเชี่ยวชาญ
(ด้านคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพ)

เส้นทางยุทธศาสตร์ โอกาสทางนโยบาย

Medical Hub หรือ การเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ เป็นหนึ่งในเป้าหมายของรัฐบาลตามแผนยุทธศาสตร์ชาติด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน โดยยกระดับมาตรฐานการดูแลสุขภาพในเชิงของการท่องเที่ยวต่อยอดสู่การสร้างงาน สร้างอาชีพและพัฒนาวิชาชีพ โดยวางยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ หรือ Medical Hub ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขได้รับมอบหมายให้เป็นหน่วยงานหลักในการบริหารขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ โดยมี 4 ผลผลิตหลัก



ความเป็นมาและ ความเป็นไป (ไว้) ของ เวลานสประเทศไทย

ความเป็นมา

การขับเคลื่อนนโยบายเชิงเศรษฐกิจที่มีความสัมพันธ์กับการพัฒนาทางสวัสดิการสังคมของประเทศไทยอย่างนโยบาย Medical Hub นี้เป็นวาทกรรมที่ได้รับการพูดถึงในวงกว้าง การเคลื่อนไหวทางสังคมจึงมีบทบาทสำคัญในการยอมรับความชอบธรรมเชิงนโยบาย โดยมติสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ “นโยบายการเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ” ที่ได้รับความเห็นชอบจากคณะรัฐมนตรีแล้ว และมอบหมายให้กระทรวงสาธารณสุขปรับระยะเวลาของยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับระยะเวลาของยุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) รวมทั้งต้องมีการบูรณาการร่วมกันจากสัดส่วนของงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณจากความร่วมมือ



จากภาครัฐ ภาคเอกชน และงบประมาณจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในสัดส่วนที่เหมาะสมค้ำึงถึงมาตรการรองรับการพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ที่เหมาะสมเพื่อให้คนไทยเข้าถึงบริการสาธารณสุขได้อย่างเพียงพอ การพิจารณากำหนดตัวชี้วัดเพิ่มเติมให้ครอบคลุมเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้เพื่อให้การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ฯ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และการพิจารณาให้ความสำคัญกับการบริหารและขับเคลื่อนนโยบายการเป็นศูนย์กลางบริการสุขภาพนานาชาติที่ไม่เกิดผลกระทบต่อระบบสุขภาพของคนไทย ให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามเป้าหมายการพัฒนาบริการทางวิชาการ

และงานวิจัยทางการแพทย์ (Academic Hub) และร่วมกับกระทรวงศึกษาธิการ (มหาวิทยาลัยมหิดล) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งรัดการดำเนินโครงการสถาบันทางด้านพันธุกรรมเฉพาะบุคคลและเวชพันธุศาสตร์ระดับนานาชาติ ตามมติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2557 รวมทั้งการดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องโดยยึดหลักความเป็นธรรมต่อทุกภาคส่วน และสร้างหลักประกันการเข้าถึงการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพของประชาชนไทย กำหนดแนวทางความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการใช้ทรัพยากรร่วมกัน รวมทั้งสนับสนุนให้เกิดกลไกการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์ ระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน ด้านการบริหารงานบุคคลและการดำเนินงานในโรงพยาบาล เพื่อให้มีการนำไปปรับระบบบริการให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อประชาชนไทย (สมัชชาสุขภาพแห่งชาติ.2553)



กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) กระทรวงสาธารณสุข มีบทบาทสำคัญในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านบริการสุขภาพ (Hub) ที่มีการเชื่อมโยงกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องแบบครบวงจร ด้วยการยกระดับคุณภาพมาตรฐานสากลของระบบบริการสุขภาพทั้งภาครัฐและเอกชน ส่งเสริมการใช้และสร้างมูลค่าเพิ่มของศาสตร์การแพทย์ปัจจุบัน การแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือกภายในประเทศไทย รวมทั้งยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์สุขภาพ สนับสนุนการเผยแพร่ภูมิปัญญาเอกลักษณ์ความเป็นไทยให้ชาวโลกได้รับรู้ด้วยการสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางบริการรักษาพยาบาลและการส่งเสริมสุขภาพ รวมทั้งศูนย์กลางการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของภูมิภาคที่มีความเป็นเลิศและสอดคล้องกับทุกความต้องการของผู้รับบริการ โดยเสริมความร่วมมือภาคเอกชนในการวางแผนระยะสั้น กลาง และยาว พัฒนามาตรฐานโรงพยาบาลให้ได้รับการยอมรับในระดับสากลและสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยว อาทิ ความเข้มแข็งในการเฝ้าระวังโรคติดต่อ

การสร้างหลักประกันสุขภาพแก่นักท่องเที่ยว
กรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน และการอำนวยความสะดวก
ด้านอื่นๆ เช่น การขยายวีซ่าแก่ผู้เดินทางมารักษา
พยาบาล โดยที่ผ่านมามีดำเนินการในกลุ่มประเทศ
อ่าวอาหรับตะวันออกกลาง (Gulf Cooperation
Councils; GCC) 6 ประเทศ ได้แก่ คูเวต บาเรนห์
โอมาน การ์ตาร์ ซาอุดีอาระเบีย และอาหรับเอมิ
เรสต์ ขยายจาก 30 วันเป็น 90 วัน อนุญาตผู้ป่วย
และญาติรวม 4 คน รวมทั้งการขยายเวลาพำนัก
ในราชอาณาจักรไทยรวม 90 วัน สำหรับผู้ป่วย
และผู้ติดตาม กรณีเดินทางเข้ามารับการรักษ
พยาบาลในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประกอบด้วย
กัมพูชา ลาว เมียนมา เวียดนาม และสาธารณรัฐ
ประชาชนจีน ตลอดจนการขยายระยะเวลา
พำนักในราชอาณาจักรไทยสำหรับกลุ่มพำนัก
ระยะยาว (Long Stay)



โควิด 19: วิกฤติที่มา พร้อมกับโอกาส

ภายใต้สภาวะความกดดันจากการแพร่
ระบาดของโรคโควิด 19 ที่เกิดขึ้นและกระจาย
ไปทั่วโลกมาตั้งแต่ปลายปี พ.ศ. 2562 แม้จะ
ส่งผลกระทบต่อความชะงักงันของการขับเคลื่อน
นโยบายรัฐที่เกี่ยวข้องกับด้านการสร้างรายได้
จากการท่องเที่ยว แต่ส่วนราชการไทย โดย
กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข
ก็ได้หยุดยั้งการพัฒนาที่จะนำไปสู่การเพิ่มขีด
ความสามารถทางการแข่งขันด้านบริการสุขภาพ
ซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศไทย ทั้งจากการท่องเที่ยว

เชิงสุขภาพซึ่งเป็นการท่องเที่ยวรายได้ดีที่มีคุณภาพสูงและการพัฒนาอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรตามนโยบายประเทศไทย 4.0 โดยคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ได้ให้ความเห็นชอบต่อการขับเคลื่อน (นโยบาย Medical Hub) ของประเทศไทย ในช่วงของการปรับตัวเชิงนโยบายเพื่อฟื้นฟูผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 (รายการ Radio Online วันที่ 3 พฤศจิกายน 2563) โดยการเห็นชอบให้ **“ประเทศไทยเป็นเมืองหลวงของโลกด้านการดูแลสุขภาพ”** โดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องประชาสัมพันธ์ตราสัญลักษณ์ Medical Hub ภายใต้แนวคิด **“Healthcare Capital of the World”** และกำหนดข้อความสำคัญสำหรับสื่อสารว่า **“Beyond Healthcare, Trust Thailand”** เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการกลับมาใช้บริการรักษาพยาบาลในประเทศไทย รวมทั้งการจัดทำแพคเกจพิเศษ Shopping Online โดยเน้นสินค้ากลุ่มสมุนไพรและ OTOP



นอกจากนี้ การขับเคลื่อน **“ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์”** ส่งเสริมโครงการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจังหวัดภูเก็ตสู่เมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลกเพื่อพัฒนาเมืองภูเก็ตให้เป็นศูนย์กลางการบริการทางการแพทย์มูลค่าสูง เชื่อมโยงการท่องเที่ยวนานาชาติ (International medical Hub world class Destination) และเป็นต้นแบบของการเปิดประเทศรับการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้รับวัคซีนโควิด 19 ครบแล้ว ก็เป็นการแสดงให้เห็นถึงความพยายามของรัฐบาลและท้องถิ่นในการปรับปรับความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีวิทยาการทางการแพทย์และระบบ

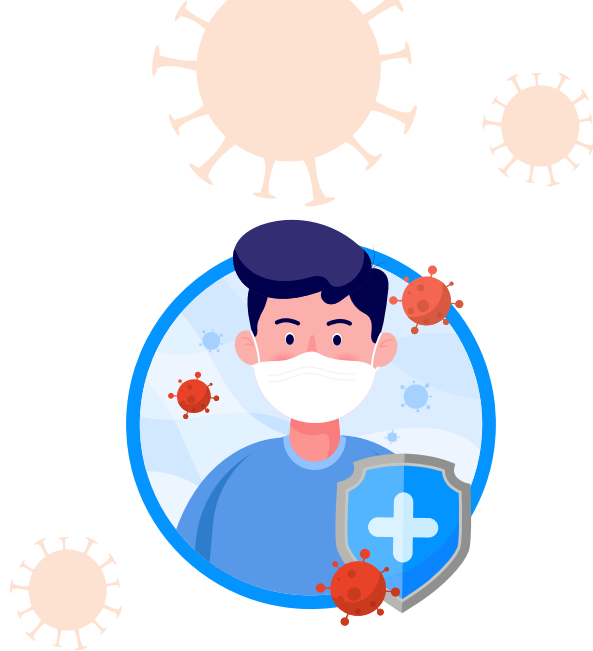
บริการการแพทย์ รองรับการจัดการบริการ
ทางการแพทย์ระดับนานาชาติ สร้างโอกาส
ทางการลงทุนและส่งเสริมการจ้างงานให้กับ
ประชาชนในพื้นที่ ในวิถีปกติใหม่ของการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพของประเทศไทย (Thailand
New Normal Health Tourism) บูรณาการ
อย่างสรรค์สร้าง พัฒนาได้อย่างยั่งยืน

ภายใต้ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการ
พัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG
พ.ศ. 2564-2569 ซึ่งเป็นกลไกขับเคลื่อน
ประเทศไทยให้หลุดพ้น “กับดักรายได้ปานกลาง”
โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจ
และสังคมให้ได้รับการขับเคลื่อนบนฐาน
ความเข้มแข็งของความหลากหลายทางชีวภาพ
และความหลากหลายทางวัฒนธรรม ที่ส่งเสริม
การยกระดับมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตสินค้าและ
บริการของประเทศไทยให้พัฒนาทั้งในมิติทาง
เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) เศรษฐกิจ
หมุนเวียน (Circular Economy) และเศรษฐกิจ
สีเขียว (Green Economy) โดยใช้โอกาส
ทางความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและนวัตกรรม
ให้สอดคล้องกับเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน

(Sustainable Development Goals; SDGs) นั้น
ในกลุ่มสุขภาพและการแพทย์ของ ประเทศไทย
นอกจากจะมีความก้าวหน้าของการพัฒนาวิธี
การรักษาโรคมะเร็งให้หายขาดด้วยวิธีการใช้
ยีนบำบัด (Gene Therapy) และมีศักยภาพ
ในการพัฒนาวิธีการรักษาสำหรับโรคอื่นๆ แล้ว
ด้วยความพร้อมของการบริการที่ดีมีมาตรฐาน
บุคลากรทางการแพทย์มีคุณภาพดังกล่าว
ประเทศไทยยังได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศ
ที่มีขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านบริการสูง
ประเทศหนึ่งของโลก




การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นกลุ่มบริการทางการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Competitive Advantage) สูงมาก เพราะเป็นการท่องเที่ยวที่นอกจากจะทำให้เกิดความรื่นรมย์ควบคู่ไปกับการมีสุขภาพดีของผู้คนแล้ว ยังก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน เชื่อมโยงสู่ภาคเศรษฐกิจอื่นๆ สร้างตัวคูณทางรายได้อย่างยั่งยืน รัฐจึงให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยว โรงแรมและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องให้ครบวงจรซึ่งบทเรียนจากสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้



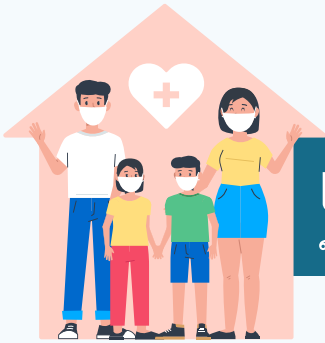
พฤติกรรมผู้บริโภค เปลี่ยนไปสู่ความเป็นวิถีใหม่ที่ต้องการการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Healthcare) เพื่อความ สุขสมบูรณ์ของชีวิต (Wellness) มากขึ้น จึงเป็นโอกาสของกลุ่มประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในการสร้างมาตรฐานใหม่ (Next Normal Standard) รวมถึงยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยด้านสุขภาพพร้อมรับการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกครั้ง

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.2554



นอกจากนี้ การนำองค์ความรู้ทางทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีนวัตกรรมดิจิทัลสมัยใหม่เข้ามาช่วย ในการประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการสื่อสารข้อมูล ทางวิชาการประกอบการตัดสินใจเลือกรับบริการ ในภาษาที่หลากหลาย ก็จะช่วยทลายข้อจำกัด ทางการตลาดของธุรกิจทางการท่องเที่ยวและบริการ สุขภาพ ทำให้เกิดการพัฒนาต่อยอดและ เสริมสร้างความมั่งคั่งแบบทั่วถึง (Inclusive Growth) เพราะเป็นกระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ตั้งแต่ต้นน้ำในภาคเกษตรกรรม ถึงปลายน้ำในภาคการผลิตและบริการ ภายใต้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง (Sufficiency Economy Philosophy ;SEP) ซึ่งเป็นหลักสำคัญในการ พัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในรูปแบบเฉพาะของ ประเทศไทย ก่อเกิดภูมิคุ้มกันที่ช่วยเพิ่มสมรรถนะ ในการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของประเทศ สนับสนุน การเติบโตในระบบเศรษฐกิจและสังคมของโลกได้ อย่างมั่งคั่ง มั่นคงและยั่งยืนจากการพึ่งพาตนเอง ด้วยโอกาสของการพัฒนาภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG ดังกล่าว รัฐเห็นความสำคัญของการเสริม สร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายการประกอบการ ภาคธุรกิจ ให้ได้มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนเชิง นโยบาย ทั้งโดยมาตรการทางกฎหมาย ระบบ

ความร่วมมือภาครัฐและเอกชน รวมทั้งการ ขับเคลื่อนการตลาดเพื่อสังคมที่จะช่วยกระจาย การพัฒนาอย่างทั่วถึง นอกจากนั้น รัฐโดยกรม สนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ยัง ให้ความสำคัญต่อการสนับสนุนการเพิ่มขีดความ สามารถรองรับการท่องเที่ยวของภาคส่วนบริการ ที่เชื่อมโยงกัน ตั้งแต่การคมนาคมขนส่ง การเชื่อม ต่อการเดินทาง การควบคุมปริมาณนักท่องเที่ยวที่ เหมาะสมในแต่ละพื้นที่การท่องเที่ยวเพื่อลดความ แออัด ป้องกันความเสี่ยงจากการแพร่กระจาย ของโรคติดต่อตามแนวทางวิถีใหม่ รวมทั้งเพื่อการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและป้องกันความเสื่อมโทรม ของทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ ซึ่งทำได้ทั้งโดย การขับเคลื่อนทางสังคม การนำเทคโนโลยีอัจฉริยะ มาประยุกต์ใช้ในกรณีต่างๆ และการจัดการข้อมูลที แม่นยำเพื่อให้สามารถวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างเท่าทันช่วงเวลาจริง (Real-time Analysis) และกำหนดรูปแบบการพัฒนาต่างๆ ได้โดยเทคนิค การทำนายข้อมูล (Predictive Modeling) ซึ่งเป็นก้าวทางการพัฒนาที่สำคัญอย่างยิ่งที่ควร ได้รับการขับเคลื่อนเชิงนโยบายอย่างต่อเนื่อง ในระยะยาวจากภาครัฐ



เสน่ห์ 10 ประการ ของการให้บริการที่น่าประทับใจ



รูปแบบการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด 19 ต่อจากนี้ไป มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปสู่การท่องเที่ยวที่ผู้คนออกแบบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น การท่องเที่ยวในแต่ละจุดหมายปลายทางจะเป็นไปในลักษณะของการอยู่พำนักในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่งหรือประเทศใดประเทศหนึ่งอย่างยาวนานมากขึ้น การท่องเที่ยวแบบเดินทางครั้งเดียวแต่ไปได้หลายๆ ประเทศ จะลดความนิยมลง ผู้คนจะจับจ่ายใช้สอยทำธุรกรรมทางการเงินผ่านอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการและเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยวจึงต้องปรับตัวและไม่หยุดนิ่งทางการพัฒนาด้วยการรักษาไว้ซึ่งเสน่ห์ของการให้บริการดังตัวอย่างต่อไปนี้



รายงาน .ประเทศไทยสู่ปี 2030: จับกระแสอนาคตอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” เข้าถึงได้ที่ [https://amadeus.com/en/insights/research-report/](https://amadeus.com/en/insights/research-report/thailand-towards-2030)

thailand-towards-2030.

- 1) จัดการบริการที่ดีที่น่าประทับใจ ไม่มุ่งแต่ค้ากำไรจนด้อยคุณภาพมาตรฐาน
- 2) ปฏิบัติตามมาตรการสุขอนามัยอย่างเคร่งครัด
- 3) ค่าบริการสมเหตุสมผล (reasonable price) มีมาตรฐานราคาเดียวกันในทุกตัวแทนจำหน่าย
- 4) จำหน่ายบริการภายใต้หลักจรรยาบรรณของการประกอบกิจการ (Code of Conducts)
- 5) ให้ความสำคัญอย่างยิ่งยวดต่อความปลอดภัยของผู้รับบริการตลอดระยะเวลาที่ให้บริการ
- 6) ให้ความสำคัญในมิติวัฒนธรรม ความเชื่อ และการสื่อสารในภาษาของผู้รับบริการ
- 7) เพิ่มเวลาส่วนตัวในการเข้ารับบริการ และลดการเชิญชวนเพื่อซื้อสินค้าเพื่อไม่เป็นการรบกวนผู้รับบริการ
- 8) จัดบริการหรือสิ่งอำนวยความสะดวกให้ผู้รับบริการได้ผ่อนคลายหรือใช้เวลาในสถานประกอบการได้อย่างสงบและตามสมควร
- 9) จัดบริการเพิ่มเติมความต้องการและความประทับใจของผู้รับบริการอย่างเหมาะสม เช่น อาหารและเครื่องดื่ม พื้นที่สำหรับการทำงาน เป็นต้น
- 10) เพิ่มเติมความมีชีวิตชีวาและรูปแบบบริการใหม่ๆ ให้ผู้รับบริการได้เลือกสรรและรับบริการอย่างประทับใจ อยากที่จะกลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและมีความสุข และไม่ใช่เป็นเพียงการให้บริการเฉพาะบุคคล แต่หมายรวมถึงการดูแลที่ครอบคลุมถึงครอบครัวหรือสมาชิกที่ติดตามมารับบริการด้วย



ผู้ประกอบการและเครือข่ายธุรกิจทางการท่องเที่ยว
จึงต้องปรับตัวและไม่หยุดนิ่งทางการพัฒนาด้วยการรักษาไว้ซึ่งเสน่ห์ของการให้บริการ



THAILAND HEALTH TOURISM
World View Toward
Health Tourism in Thailand:
Charming and Challenging
มุมมองของโลกต่อการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพของประเทศไทย
เสน่ห์และความท้าทายชวนให้ค้นหา
พันธุ์ทิพย์สุดา โปษยานนท์

THAILAND TOURISM

“A PLACE THAT GOOD HEALTH IS IN THE AIR”

สุขภาพที่ดี... แฝงอยู่ในทุกย่างก้าว ของการเที่ยวเมืองไทย

หากถามว่า อะไรคือเหตุผลที่ผู้คนออกเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆในโลก
แน่นอนที่คำตอบของแต่ละคนย่อมแตกต่างกัน เพราะการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่แต่ละคน
มีเหตุผลของตัวเอง ทั้งต้องการเดินทางไปยังดินแดนใฝ่ฝันมานาน ต้องการความแปลก
ใหม่ท้าทายให้ชีวิต, ต้องการแสวงหาความรู้, หรือต้องการหาที่พักผ่อนเป็นส่วนตัว ฯลฯ

แต่ไม่ว่าจุดประสงค์ของแต่ละคนในการเดินทางจะเป็นอย่างไร การเดินทางเพื่อได้พบ
กับสุขภาพที่ดี คือความปรารถนาของนักเดินทางทุกคน และสิ่งนี้เองที่ทำให้ “การท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ” หรือ Health Tourism มีความสำคัญที่ซ่อนตัวอยู่ในทุกเส้นทางการ
ท่องเที่ยว ที่ผู้คนต้องขอแวะมาสัมผัส ไม่ว่าจะเป็นเวลาสั้นๆ หรือใช้เวลายาวนานก็ตาม



เพราะสุขภาพดี คือ การเติมพลังชีวิต



โลกเปลี่ยนแปลงไปมากมาย...สภาพแวดล้อม
ที่มีมลพิษแทรกตัวทั่วไปในบรรยากาศ...ความเครียด
จากการงานที่เต็มไปด้วยการแข่งขัน... เวลาพักผ่อนที่
ลดน้อยลงจากการต้องใช้ชีวิตทั้งออนไลน์และออฟไลน์
 ฯลฯ เหล่านี้ล้วนทำให้ผู้คนใช้พลังงานในตัวเสมือนเป็น
แบตเตอรี่ที่ชาร์จไฟเท่าไรก็ไม่เต็มเพราะความเหนื่อย
ล้าสะสม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงเป็นเหมือนการ
ได้ชาร์จพลังงานในตัว เพื่อให้กลับมาใช้ชีวิตประจำวัน
ได้มีประสิทธิภาพดีอีกครั้ง กระแสนิยมของการท่อง
เที่ยวแบบนี้จึงสูงขึ้นๆ เพราะสามารถตอบโจทย์ไลฟ์
สไตล์ของผู้คนในปัจจุบันได้เป็นอย่างดีนั่นเอง

เที่ยวแบบไหนถึงจะเป็น “ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้นิยามของ
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ว่า “เป็นการเดินทางท่อง
เที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ในแหล่ง
ท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้
วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจาก
การเดินทางท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ
และกิจกรรมการรักษาฟื้นฟูสุขภาพ”



ในส่วนของการท่องเที่ยวทั้งหมด การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทยเป็นอย่างมาก จากที่ผ่านมา การท่องเที่ยวรูปแบบนี้สามารถทำรายได้ถึง 15.6% ของรายได้การท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศ และยังมีอัตราการขยายตัวที่สูงถึงประมาณ 7.5% ต่อปี ซึ่งแสดงถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนี้ในอนาคต และเมื่อเปรียบเทียบกับตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะมีมูลค่าเป็นอันดับที่ 4 รองจากการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ, การท่องเที่ยวด้านอาหาร , และการท่องเที่ยวชมวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และใช้เวลาในการพำนักอยู่ค่อนข้างนาน ทาให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ นำรายได้เข้ามาให้กับประเทศที่มาเยือนเป็นตัวเลขที่น่าพอใจ

สองกลุ่มสำคัญของนักท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ

จากกระแสความนิยมท่องเที่ยวในปัจจุบัน ทำให้เราสามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ตามจุดประสงค์การท่องเที่ยวคือ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ซึ่งทั้งสองกลุ่มมีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวอันน่าสนใจ



1) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ Health Promotion Tourism เช่น การนวด อบอาบหรือประคบสมุนไพร สปา เพื่อสุขภาพ สูดคนธบำบัด (Aromatherapy) วารีบำบัด (Hydro Therapy) การอาบแช่น้ำพุร้อน อาหารเพื่อสุขภาพ การทำบริหารฤชิตัดตน โยคะ การฝึกสมาธิวิปัสสนาหรือพุทธศาสนกิจต่างๆ อาหารเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวจะเข้ามาเที่ยวด้วยจุดประสงค์หลากหลาย อาทิ มาท่องเที่ยวและทำกิจกรรมผสมผสานแบบเชิงนิเวศ วัฒนธรรม และสุขภาพ, มาเพื่อทำกิจกรรมเชิงนิเวศและวัฒนธรรม มาเรียนรู้การทำอาหารไทยเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกายด้วยมวยไทย ฯลฯ และมาเพื่อทำกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ โดยเฉพาะการทำสปาเพื่อสุขภาพหรือเสริมความงาม รวมทั้งการนวดไทยเพื่อการผ่อนคลายหรือบำบัดอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย



2) การท่องเที่ยวในกลุ่มเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเที่ยวโดยมีจุดหมายเพื่อรับการรักษายาบาลในโรงพยาบาลหรือสถานบริการที่ได้รับอนุญาตตามกฎหมายที่มีมาตรฐานคุณภาพระดับสากล



เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะเข้ามาด้วยจุดประสงค์หลักเพื่อใช้บริการทางการแพทย์ด้านต่างๆที่มีในประเทศไทย การตรวจสุขภาพร่างกาย การรักษาโรค การส่งเสริมสุขภาพ การป้องกันโรคซึ่งรวมถึงการฉีดวัคซีน การฟื้นฟูสุขภาพทางการแพทย์ การทำนักระยะยาวเพื่อการปรับปรุงพฤติกรรมสุขภาพ การทำศัลยกรรม ความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ ทันตกรรม ฯลฯ และด้วยความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการแพทย์ในปัจจุบัน คาดว่าการแพทย์ส่วนบุคคล (Personalized Medicine) และการแพทย์เชิงป้องกัน (Preventive Medicine) ก็จะเป็นความนิยมด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งจะสามารถสร้างแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยวคุณภาพดีและรายได้สูงให้กับประเทศไทยต่อไปในอนาคต ซึ่งเมื่อผู้คนรับบริการทางการแพทย์ซึ่งเป็นจุดประสงค์หลักตามที่ต้องการแล้ว ก็จะมีการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพตามมาเป็นกิจกรรมรอง



การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ของประเทศไทยในสายตาโลก

ในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของโลก ประเทศไทย เป็นประเทศที่มีความโดดเด่นน่าจับตามอง ในฐานะของการเป็นประเทศจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของนักเดินทาง (world tourist destination) ความงดงามดึงดูดใจทั้งภูมิทัศน์ของธรรมชาติที่งดงาม มีแม่แบบแห่งวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ นอกจากนี้ ยังมีเรื่องของอาหารและผลไม้รสเลิศ การต้อนรับของผู้คนที่เต็มไปด้วยอัธยาศัยไมตรี ฯลฯ

สิ่งเหล่านี้ ทำให้ประเทศไทยเป็นดินแดนในฝันของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ที่ตั้งใจหาโอกาสมาสัมผัสความงดงามเหล่านี้สักครั้งในชีวิต



จากภาพของตลาดการท่องเที่ยวของโลกโดยรวม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของตลาดโลก จะมีมูลค่า โดยเฉลี่ยประมาณ 1,604 พันล้านบาท และประเทศไทย ก็มีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ประมาณ 285 พันล้านบาท ซึ่งสูงเป็นอันดับที่ 13 ของโลก สิ่งนี้แสดงถึงความมีชื่อเสียง ของประเทศไทยในฐานะการเป็น “ประเทศจุดหมาย หลายทางของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ” (health tourism destination) ของโลกได้เป็นอย่างดี

การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้นิยามไว้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และรับบริการใดๆ เพื่อส่งเสริมสุขภาพ กายและใจ ซึ่งมีหลากหลาย อาทิ การนวด การอบสมุนไพร แช่น้ำร้อน ทำสมาธิ หรือการปรับพฤติกรรมการบริโภคอาหาร และออกกำลังกาย เพื่อให้เหมาะสมกับสุขภาพของแต่ละคน”

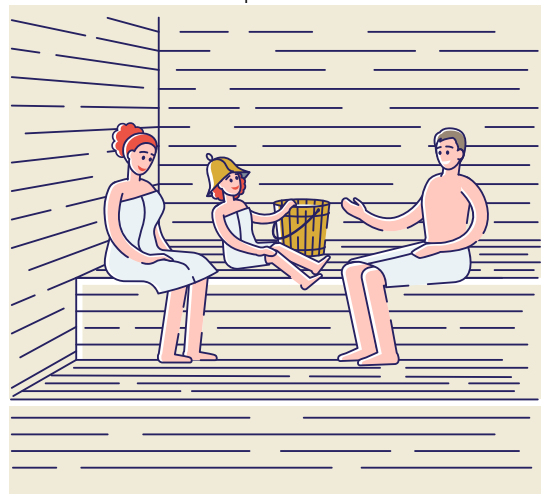


สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพมีความสำคัญ เพราะสามารถนำรายได้เข้าประเทศได้สูงสุดเป็นอันดับที่ 4 ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รองจากประเทศญี่ปุ่น จีน และอินเดีย จากการจัดอันดับของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Global Wellness Tourism GWT) ในปี 2558 -2563 โดยมีประเทศที่เป็นอันดับรองจากประเทศไทยลงมา คือ ประเทศเกาหลีใต้ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฮองกง มาเลเซีย และไต้หวัน ตามลำดับ

กรมการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ได้คาดการณ์ถึงแนวโน้มมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของประเทศไทย ว่ามีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อยๆ จากการมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรม ประเพณี สถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม และความโดดเด่นในด้านการบริการ เมื่อเทียบกับชาติอื่นๆ อีกทั้งประเทศไทยก็ยังมีผลิตภัณฑ์เอกลักษณ์เฉพาะตัวของประเทศที่ขึ้นชื่อไปทั่วโลก อาทิ การนวดแผนไทย การใช้สมุนไพรและพืชพรรณธรรมชาติ ดูแลสุขภาพและความงาม การใช้ธรรมชาติบำบัด ในแนวทางแบบเฉพาะตัวสำหรับแต่ละบุคคล ฯลฯ ซึ่งระยะเวลาที่ผ่านมา ได้มีผู้ประกอบการหลาย

รายของประเทศไทย ได้รับรางวัลด้านบริการและผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพจากหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งแสดงถึงศักยภาพด้านธุรกิจสปาผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล

รายชื่อของผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล อาทิ Chiva Som international Health Resort, The Sanctuary Thailand, Kamalaya Koh Samui, Amatara Wellness Resort, The Spa Koh Chang Resort, Ping Nakara Spa, Rarin Jinda Spa Resort ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับรางวัลได้แก่ ผลิตภัณฑ์สปาของ Panpuri, THANN, RYN เป็นต้น โดยประเทศไทยจะมีผู้ประกอบการด้านธุรกิจส่งเสริมสุขภาพได้รับรางวัลยอดเยี่ยมต่อเนื่องกันมาตลอดทุกปี



จุดเด่นของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ Wellness Tourism

ในสายตาชาวต่างชาติ



ในการออกเดินทางท่องเที่ยวของผู้คนปัจจุบัน มีจุดมุ่งหมายของสุขภาพ 3 ประการ คือ เพื่อดูแลสุขภาพร่างกาย (body), สุขภาพจิตใจ (mind), และสุขภาพของจิตวิญญาณ (spiritual) ซึ่งศักยภาพของประเทศไทยสามารถตอบโจทย์เหล่านี้ได้ครบในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่สงบงดงาม ช่วยบำบัดจิตใจ และร่างกายที่เหนื่อยล้าจากความเครียด ให้ได้รับการพักผ่อน การสัมผัสวัฒนธรรมพื้นบ้านในแต่ละท้องถิ่น การจัดกิจกรรมหลากหลายเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เลือกทำอย่างเหมาะสมตามความชอบ นอกจากนี้ก็ยังมีเรื่องของ การดูแลสุขภาพภายใต้ภาวะเร่งรีบของชีวิตในเมือง ที่ผู้คนต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายและแสวงหาความสงบสุขของการมีสุขภาพองค์รวม (city escape to holistic healthcare)

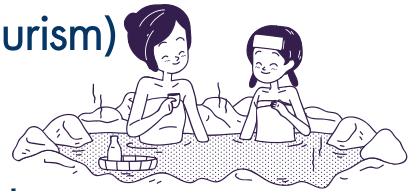
กิจกรรมอีกหนึ่งจุดเด่นที่สำคัญของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพก็คือ การนวดไทย

และสปาเพื่อสุขภาพ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมกว่าที่อื่นๆ ทั้งทรัพยากรและภูมิปัญญาพื้นบ้านที่มีความหลากหลายชวนให้สนใจ ความหลากหลายของบริการสปาและอัตลักษณ์การนวดของประเทศไทย ได้สร้างชื่อเสียงไปทั่วโลก ทั้งด้วยการสร้างสรรค์คอร์สและรูปแบบบริการที่มีมากมาย และด้วยความเชี่ยวชาญแต่แฝงไว้ด้วยความอ่อนโยน ในการให้บริการด้วยหัวใจไทย (Thainess) ของผู้ให้บริการหรือ spa therapist ฝีมือดี ความนุ่มนวลของสัมผัสแห่งการนวดที่หาไม่ได้ในประเทศอื่น จากการสำรวจทางการตลาดโดยทั่วไปพบว่า ประเภทของสปาที่นักท่องเที่ยวนิยมมาใช้บริการสามอันดับแรกคือ Day Spa สปาระยะสั้นไม่มีห้องพักค้างคืน ระยะเวลาการใช้ 1-2 ชม. ร้อยละ 58%, Medical Spa สปาบำบัดสุขภาพและเพื่อความสวยงาม ร้อยละ 20 และ Resort & Hotel Spa สปาที่ตั้งอยู่ในโรงแรมหรือรีสอร์ท ร้อยละ 18



นอกจากนี้ ก็ยังมีรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพที่มีอยู่ในประเทศไทยปัจจุบัน อาทิ ทัวร์แพทย์แผนไทย เยี่ยมชมวัดโพธิ์ ทัวร์สวนสมุนไพร สวนเกษตรต่างๆ ชิมและลองทำอาหารจากสมุนไพร การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทยในการใช้สมุนไพรดูแลสุขภาพ การอบสมุนไพร การประคบ การฝึกฤชิตัดตน การทำสมาธิ การชมและสาธิตการทำเครื่องดื่มน้ำสมุนไพรชนิดต่างๆ การปรุงอาหารให้เป็นยา ฯลฯ เทียวทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ ทัวร์ฝึกสมาธิและสวดมนต์ภาวนาเพื่อสร้างความสงบของจิตใจ ทัวร์แหล่งธรรมชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติ

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) กระแสท่องเที่ยวมาแรงของประเทศไทย



การท่องเที่ยวเพื่อการบำบัดรักษา...มิติใหม่ของการเที่ยวไทย

จากสถิติขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) พบว่า ในแต่ละปีจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยประมาณ 26.5 ล้านคน เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งของจุดหมายปลายทางยอดนิยมของการท่องเที่ยวในตลาดโลก ซึ่งนอกจากความมุ่งหมายที่ต้องการมาสัมผัสความงดงามของธรรมชาติแล้ว ก็ยังพบว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ได้มีกระแสนิยมของการท่องเที่ยวประเทศไทยในมิติใหม่ ทำให้ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวในแนวทางที่ต่างออกไปจากเดิม

จุดประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่เดินทางมาประเทศไทย แตกต่างออกไปจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ นั่นคือการเข้ามาเพื่อ “รับบริการทางการแพทย์” จากโรงพยาบาลและแพทย์ผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆที่มีอยู่ในประเทศไทย ความทันสมัยของเทคโนโลยีทางการแพทย์ และมาตรฐานของโรงพยาบาลในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองในระดับสากล อันเป็นมิติใหม่ของการท่องเที่ยวที่ชาวต่างชาติมีมุมมองต่อประเทศไทย ในฐานะผู้นำของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ซึ่งเป็นอนาคตที่สดใสอีกด้านหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

โดยทั่วไป กลุ่มของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะแบ่งเป็น 3 กลุ่มใหญ่ๆ ก็คือ 1) กลุ่มเดินทางมาเพื่อรับการบำบัดรักษาโรคทั่วไป (General) 2) กลุ่มเดินทางมาเพื่อทำศัลยกรรมความงาม (Cosmetic Surgery) และ 3) กลุ่มที่เดินทางเพื่อการทำทันตกรรม (Dental Treatment) ทั้งสามกลุ่มนี้จัดว่าเป็นกลุ่มหลักของนักท่องเที่ยวในเชิงการแพทย์ที่เดินทางมายังประเทศไทยในปัจจุบัน โดยในส่วนของ การรักษาโรคทั่วไปที่มากที่สุดได้แก่ การรักษาโรคเกี่ยวกับ

กระดูกและกล้ามเนื้อ, รองลงมาคือการปลูกถ่ายเนื้อเยื่อและอวัยวะ การผ่าตัดเปลี่ยนข้อสะโพกและกระดูกหัวเข่า ได้รับความนิยมนับเป็นอันดับที่สอง และอันดับที่สามคือ การทำทันตกรรม ซึ่งได้รับความนิยมนับเป็นอันดับที่สามเพื่อการเสริมความงาม

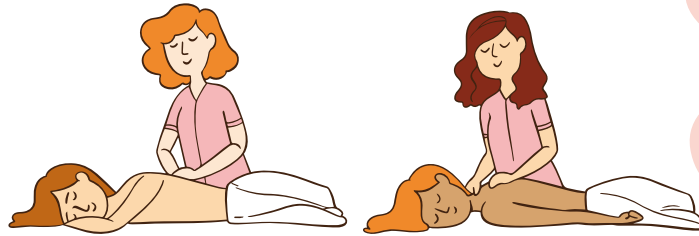
การเดินทางมาประเทศไทยด้วยเหตุผลเชิงการแพทย์ โดยเฉพาะการผ่าตัด เป็นที่สนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทุกมุมโลกให้เข้ามาใช้บริการ จนกลายเป็นมิติของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมแพร่หลาย สามารถทำรายได้เป็นตัวเลข 9 % ของตัวเลขรายได้มวลรวม (GDP) นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ยังทำให้เกิดการจ้างงานในอาชีพต่างๆถึง 255 ล้านอาชีพในปี 2011 จากข้อมูลของสภาการท่องเที่ยวโลก (World Travel & Tourism Council)



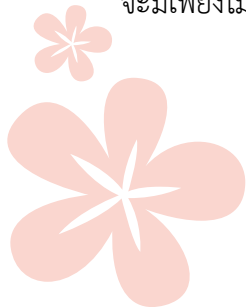
ปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย ได้รับความนิยมนอย่างสูง โดยมีอัตราการเจริญเติบโตสูงถึง 16% ต่อปี มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสมำครำเสมอปีละไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคน ด้วยความตั้งใจที่จะมาใช้บริการด้านการแพทย์ในสาขาต่างๆ ในระหว่างที่พำนักอยู่ แม้ในปลายปี 2019 จะเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ในทั่วโลก แต่ประเทศไทยก็ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเมื่อผ่านพ้นวิกฤติการณ์ดังกล่าวไปแล้ว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ถือเป็นเป็นส่วนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ประเทศไทยครองส่วนแบ่งการตลาดไว้มากที่สุดในภูมิภาคเดียวกัน คือประมาณ 38% ของกลุ่มประเทศในอาเซียน ซึ่งข้อได้เปรียบของไทยก็คือ ค่ำรักษาพยาบาลที่ยังถือว่าอัตรำไม่สูง และบริการทางการแพทย์ที่มีมาตรฐานในระดับสากล โดยมีโรงพยาบาลที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint

Commission International Accreditation) จำนวน 69 โรงพยาบาล จัดเป็นอันดับ 1 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันดับ 2 ของเอเชียรองจากประเทศจีน และ อันดับ 4 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกาหรับอเมริกาใต้ จีน และซาอุดีอาระเบีย (healthmenowth.com.2019) นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 มากถึง 37 โรงพยาบาล รวมทั้ง โรงพยาบาลทั้งภาครัฐและเอกชนในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองกระบวนการคุณภาพมาตรฐาน HA ซึ่งเป็น มาตรฐานสากลจาก ISQua (International Society for Quality in Healthcare) จำนวน 1,473 แห่งคิดเป็นร้อยละ 66.04 % ของโรงพยาบาลทั้งหมด (สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล.2564) ด้วยความสำคัญและโอกาสทางการแข่งขันดังกล่าวรัฐบาลไทยเห็นจึงได้มีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพ (Medical Hub) ของเอเชีย





ในแง่ของการให้บริการ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการทางการแพทย์ต่างประทับใจในบุคลากรทางการแพทย์ของไทย ที่ให้บริการอ่อนนุชและประทับใจ อีกทั้งการรอคิวเพื่อรับการรักษาก็ใช้เวลาไม่นาน มีเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ช่วยให้เข้าถึงการรักษาพยาบาลได้สะดวกรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ทั้งกฎหมายของกระทรวงสาธารณสุขที่อนุญาตให้สถานพยาบาลสามารถให้บริการการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ทำให้ชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการด้านนี้กันมาก และมีการกลับมาใช้บริการซ้ำในครั้งต่อไป ในอัตราที่มากด้วยเช่นกัน แสดงถึงศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยที่สามารถแข่งขันในระดับสากลได้โดยอยู่ในระดับแนวหน้าของตลาดเอเชียด้วยกัน จะมีเพียงไม่กี่ประเทศที่การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีความก้าวหน้าเช่นนี้



โปรแกรมยอดนิยมของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย



โปรแกรมของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุดของประเทศไทย คือการทำศัลยกรรมความงาม (Cosmetic Surgery) การตรวจรักษาโรคของหัวใจ การตรวจสวนหลอดเลือดหัวใจ (Cardiac Catheterization) การตรวจคลื่นไฟฟ้าหัวใจ (Angiocardiograms) การตรวจหลอดเลือดของหัวใจ (Cardiovascular Procedures) การผ่าตัดผ่านกล้องเพื่อลดขนาดกระเพาะอาหาร (Gastric Bypasses) ซึ่ง ก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นักท่องเที่ยวชาวอาหรับเอมิเรตส์นิยมจะมาใช้บริการประจำ จึงคาดว่าหลังจากที่การบริหารจัดการในประเทศให้ประชาชนไทยได้รับการฉีดวัคซีนอย่างครอบคลุม และเปิดประเทศรับการท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 ของปี.ศ.2564 ตามแผนการฟื้นฟูเศรษฐกิจของรัฐบาลภายใต้มาตรการควบคุมป้องกันโรคและการเฝ้าระวังที่เคร่งครัด ก็จะสามารถความมั่นใจในการเดินทางเพื่อเข้ามาท่องเที่ยวและรับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยในวิธีการท่องเที่ยว New Normal ของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าว

กลุ่มลูกค้าหลักของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ คือชาวตะวันออกกลาง เอเชียใต้ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้, ยุโรป และสหรัฐอเมริกา ตัวเลขรายได้จากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นในทุกปี โดยเฉลี่ยประมาณ 25 - 27% ต่อปี นับว่าประเทศไทยเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เข้ามาใช้บริการมากที่สุดแห่งหนึ่งในโลก นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาจากเพื่อรับการรักษาโรคเหล่านี้ ซึ่งไม่มีบริการในประเทศของตน หรือหากมีก็จะเสียค่าใช้จ่ายในอัตราที่สูงมาก หรือรอคิวยาวนาน รวมทั้งอาจมีบริการที่ไม่เหมาะสมที่จะเลือกใช้ด้วยเหตุผลต่างๆ

ในด้านค่าใช้จ่ายทางการแพทย์ เป็นเรื่องหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญ เพราะค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของบริการทางการแพทย์ของประเทศไทย จะอยู่ในราคาที่ต่ำกว่าในประเทศอื่น เช่น ออสเตรเลียและสหรัฐอเมริกาประมาณ 40-70% โดยมาตรฐานการให้บริการที่ดีเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะเรื่องของเทคโนโลยีทางการแพทย์ ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ประเทศไทยสามารถให้บริการ

ในราคาที่ต่ำกว่าได้ ก็เพราะค่าจ้างแรงงาน (cost of labor) ที่ถูกกว่านั่นเอง ตัวอย่างเช่น การผ่าตัดเพื่อเปลี่ยนข้อเข่าและสะโพกในออสเตรเลีย จะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 25,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในขณะที่ค่าใช้จ่ายในประเทศไทยจะอยู่ที่ประมาณ 12,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ส่วนค่าใช้จ่ายในการอดฟันของออสเตรเลียจะอยู่ที่ 200 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในขณะที่ประเทศไทยจะอยู่ที่ 30 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา การทำศัลยกรรมยกกระชับใบหน้า (Facelift) ค่าใช้จ่ายในออสเตรเลียจะอยู่ที่ประมาณ 10,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ในขณะที่ของไทยอยู่ที่ราคาประมาณ 4,000 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

ปัจจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ อีกปัจจัยหนึ่งที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบทางการแข่งขัน คือ การมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และสถานพยาบาลที่มีมาตรฐานสากล และดูแลผู้ป่วยอย่างดีเยี่ยม มีเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีคุณภาพใกล้เคียงกับประเทศสิงคโปร์ แต่ค่าใช้จ่ายต่ำกว่าหรือใกล้เคียงกับประเทศอินเดีย กล่าวได้ว่า

ปัจจัยโดยรวมที่ทำให้ศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทย มีค่าเฉลี่ยความนิยมอยู่ในระดับสูง มีหลายด้านด้วยกัน คือ คุณภาพมาตรฐานบริการทางการแพทย์ บุคลากรผู้ให้บริการ ความปลอดภัย ราคาที่สมเหตุผล ธรรมชาติและวัฒนธรรมแรงดึงดูดทางการท่องเที่ยว การขนส่งรวมทั้งการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวจากภาครัฐ



นอกจากสปาเพื่อสุขภาพและการนวดไทยแล้ว ประเทศไทยยังมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้านอื่นๆที่นักท่องเที่ยวนิยม ได้แก่ มวยไทย การตรวจสุขภาพร่างกายแบบเต็มคอร์ส (full package) สปาสุขภาพ ศัลยกรรมพลาสติกและศัลยกรรมตกแต่งความงาม ศัลยกรรมแปลงเพศ ศัลยกรรมดูดไขมันส่วนเกิน ทันตกรรมเพื่อความงาม การเข้าค่ายดูแลสุขภาพคอร์สต่างๆ/โปรแกรมลดน้ำหนัก ฝึกมวยไทย การฝึกสมาธิสวดมนต์ภาวนาเพื่อความสงบของจิตใจ การผ่าตัดทั่วไป การผ่าตัดเพื่อลดน้ำหนัก (weight - loss surgery) เทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ทางการแพทย์สำหรับคู่สมรสที่มีบุตรยาก การปลูกถ่าย Stem Cell ทรีทเมนต์ต่อต้านความชรา (Anti-aging) การรักษาหรือบรรเทาอาการโรค มะเร็ง การลบรอยสัก ฯลฯ รวมทั้งการส่งเสริมพืชเศรษฐกิจใหม่ คือ กัญชง กัญชาทางการแพทย์ เหล่านี้คือส่วนหนึ่งของบริการสุขภาพที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจและนิยมเดินทางมารับบริการในประเทศไทย

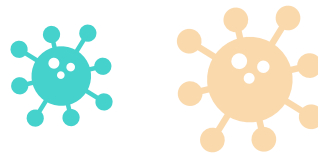


ปัจจัยหลักที่ทำให้การท่องเที่ยว เชิงการแพทย์ของประเทศไทยเป็นที่นิยม

Thailand...the charming of Medical Tourism Destination



อีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยเป็นที่นิยม นอกจากเรื่องของ การเป็นประเทศจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตลาดโลกแล้ว ประเทศไทยยังเป็นประเทศ ศูนย์กลางการบิน (Aviation Hub) ของภูมิภาคเอเชียใต้ ซึ่งก่อนสถานการณ์แพร่ระบาดของ โรคโควิด 19 มีสายการบินหลักๆ ทำการบินเข้ามาในประเทศไทยเป็นประจำทุกวัน สะดวกต่อการ เดินทางของนักท่องเที่ยวทางการแพทย์ อีกทั้งค่าใช้จ่ายในการรักษาที่สมเหตุผล บุคลากรที่เชี่ยวชาญ บริการดีที่น่าประทับใจและได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ, มีโรงพยาบาลที่ให้บริการในระดับ 5 ดาวและได้รับการรับรองมาตรฐานสากล และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ ยิ่งไปกว่านั้น ประเทศไทยก็ยังมีการท่องเที่ยวที่หลากหลายของสถานที่ตามพื้นที่ต่างๆ ในทุกจังหวัด เหมาะกับการพักผ่อนระยะยาวเพื่อการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพหลังการรักษา รวมทั้งปรับปรุงพฤติกรรมสุขภาพเพื่อลดความเสี่ยงจากการ เกิดโรคและภัยสุขภาพ



ปัจจัยสำคัญหนึ่งที่ต้องกล่าวถึงก็คือ ความรู้และความเชี่ยวชาญของแพทย์ไทย รวมถึง บุคลากรทางการแพทย์ในสาขาต่างๆ ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาอย่างดีเยี่ยม ทั้งในเรื่องของเทคโนโลยีและการทำหัตถการด้านต่างๆ เป็นที่ขึ้นชื่อยอมรับในระดับนานาชาติ แพทย์ไทยในระดับผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ แต่ละคนจะได้รับ ประกาศนียบัตรอย่างเป็นทางการ จากสมาคม แพทย์ที่มีชื่อเสียงสาขาต่างๆของสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่นๆอย่างน้อยมากกว่าสองประเทศ โดยมีแพทย์สภาของประเทศไทยเป็นผู้ดูแล มาตรฐานการประกอบวิชาชีพของแพทย์ทั้งหมด ซึ่งเป็นมาตรฐานเดียวกับสมาคมแพทย์ The American Medical Association (AMA) ของสหรัฐอเมริกา

ผลกระทบของโควิด 19 กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากข้อมูลตัวเลขการใช้จ่ายของประเทศต่างๆทั่วโลก ที่ผู้คนใช้จ่ายเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ พบว่า ในระหว่างปี ค.ศ. 2000 – 2017 การใช้จ่ายด้านนี้ เพิ่มขึ้นประมาณ 358% จากช่วงเวลาปกติที่เคยใช้บริการจากเดิม 2.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 72.5 พันล้านบาท มาเป็น 11 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งตัวเลขนี้ ทำให้ประเทศไทยตกในสถานะการอยู่ระหว่างทางสองแพร่งที่ต้องเลือกคือ การเปิดประเทศเพื่อต้อนรับผลกำไรทางเศรษฐกิจที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล จากความนิยมด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่กำลังประสบความสำเร็จอย่างสูงสุด กับอันตรายที่อาจได้รับ หากเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยวท่ามกลางกระแสของโลกที่อยู่ในช่วงกลางของการระบาดของโควิด 19 ซึ่งถือเป็นความท้าทายอันยิ่งใหญ่ที่ภาครัฐต้องตัดสินใจ โดยต้องได้รับความร่วมมือเต็มที่จากประชาชน



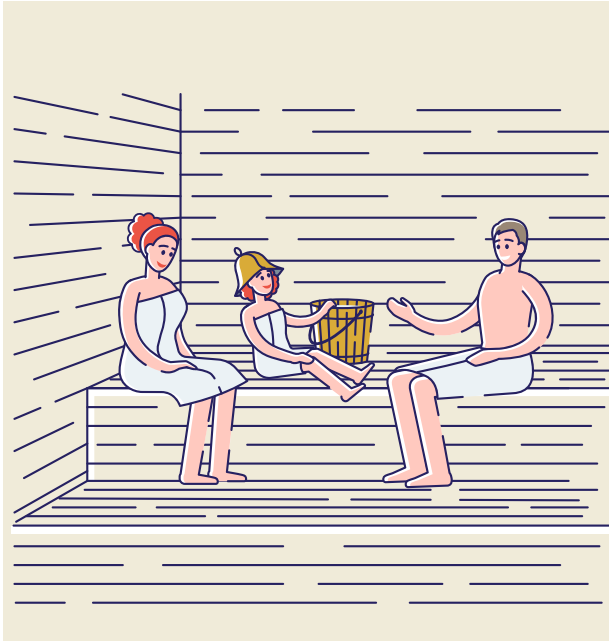
แนวโน้มด้านการท่องเที่ยว ที่เปลี่ยนไปหลังโควิด 19 กับมาตรฐานของทัวร์สุขภาพ (Post Covid-19 Trend of Health Tourism)



แน่นอนที่ว่าการระบาดของโควิด 19 ย่อมส่งผลกระทบต่อให้การท่องเที่ยวทั้งระบบ ต้องเปลี่ยนแปลงไปไม่เหมือนเดิม กระแสของ new normal ได้ส่งผลกับทุกแบบแผนหรือไลฟ์สไตล์ในการใช้ชีวิต การเดินทาง การบริโภคอาหาร และวิถีใหม่ทางการท่องเที่ยวของผู้คน ที่จะต้องเปลี่ยนและปรับปรุงให้มีความปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นบรรทัดฐานสำคัญ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งสองแบบจะต้องให้ความสำคัญอย่างเข้มงวดกว่าการท่องเที่ยวเชิงอื่นๆ ในขณะที่การมีวัคซีน ก็ยังไม่ได้หมายถึงความปลอดภัยร้อยเปอร์เซ็นต์ของผู้คนที่ได้รับการฉีดและโลกก็ยังคงอยู่ในสถานการณ์ของการเฝ้าระวังอยู่อย่างต่อเนื่อง



แนวโน้มของการท่องเที่ยวที่น่าจับตามองถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกหลังจากโควิด 19 ที่คาดการณ์ไว้ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ที่มีนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่น่าจะยังไม่กลับมาแพร่หลายในระยะหนึ่ง จนกว่าโลกจะมีความปลอดภัยมากขึ้น ในระหว่างนี้ประเทศต่างๆ จะมีการเปิดเมือง เปิดประเทศให้ผู้คนที่ท่องเที่ยวกันได้อย่างจำกัด (Travel Bubble) โดยอาจเปิดรับเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีการรับรองว่าได้ฉีดวัคซีนป้องกัน หรือรับนักท่องเที่ยวแบบเจาะจงเฉพาะรายประเทศที่ทำความตกลงกันได้เท่านั้น เพื่อให้แน่ใจเรื่องความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม กระแสการท่องเที่ยวโลกหลังโควิด 19 จะดีขึ้นไม่ขบเซาเหมือนก่อนๆ เพราะจะมีผู้คนที่อดอั้นมานาน จากการต้องเก็บตัวอยู่แต่ในประเทศ ไม่ได้ออกเดินทาง จะออกมาเที่ยวด้วยจุดมุ่งหมายของ “การท่องเที่ยวแบบครั้งหนึ่งในชีวิต” (Once in a lifetime Adventure) ขอให้ได้ไปเที่ยวยังสถานที่ที่ใฝ่ฝันไว้ก่อนที่จะสายเกินไป ซึ่งนักเดินทางด้วยแนวคิดนี้มีจำนวนไม่น้อยปลุกให้กระแสการท่องเที่ยวของโลกคึกคักขึ้น



ความท้าทายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับประเทศไทยในปี 2021 The Challenging Destination of Thailand Health Tourism 2021

อีกเรื่องหนึ่งที่นักท่องเที่ยวจะนึกถึงและให้ความสำคัญมากขึ้นก็คือ มาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย ซึ่งจะมาเป็นรูปแบบมาตรฐานใหม่ (New Standard of Safety Health) การปฏิสัมพันธ์แบบมีระยะห่างทางกายภาพ (physical distancing) เทคโนโลยีไร้สัมผัส (Touch – Free) และหุ่นยนต์บริการ (Service robot) จะได้รับความนิยมใช้มากขึ้น ทั้งเรื่องของเอกสารการเดินทาง การชำระเงิน รวมทั้งการกระทำที่ต้องมีการสัมผัสพื้นผิววัตถุต่างๆ

นอกจากนี้ สิ่งดีอีกสิ่งหนึ่งที่ได้เห็นได้ก็คือ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวแบบใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสังคมกันมากขึ้น ทำให้เกิดการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Travel) เพราะการระบาดของโรคโควิด 19 ส่งผลให้กระแสนิยมของการเที่ยวแบบเที่ยวครั้งเดียวหลายๆ ประเทศลดความนิยมลง จากความกังวลของการแพร่ระบาด ทำให้นักท่องเที่ยวจะหันมาเที่ยวแบบน้อยประเทศแต่ใช้เวลาพำนักในแต่ละประเทศนานขึ้น ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีบทบาทมากขึ้น

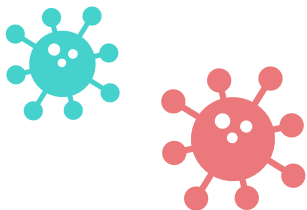


ความท้าทายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หลังจากโควิด 19

สิ่งที่ต้องยอมรับก็คือ ท่ามกลางการตอบรับที่ดีของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ก็ยังมีเรื่องที่น่ากังวลเกี่ยวกับกลุ่มนี้มีความกังวล ซึ่งถือเป็นอีกด้านของความท้าทายที่ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความมั่นใจให้ได้ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้บริการกันมากขึ้นในสถานประกอบการของตน ความกังวลเหล่านี้ได้แก่ เรื่องของค่าใช้จ่ายแฝง (hidden cost), การรักษาที่อาจเกิดความผิดพลาด (mal-practice), ความสะอาดของสถานที่และอุปกรณ์ (hygiene care), ความยุ่งยากหรือประสิทธิภาพของการประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชน (effectiveness of public-private cooperation) ทำให้เกิดผลกระทบต่อความไม่มั่นใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ



ส่วนจุดดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวสนใจใช้บริการมากขึ้นได้แก่ การสร้างแพคเกจในรูปแบบเป็นการ “มัดแพ็คเกจรวม” (Bundling Package) ที่ตอบโจทย์ความต้องการได้ตรงจุด ด้วยการนำบริการหรือหัตถการหลากหลายมารวมเข้าด้วยกัน ซึ่งขณะนี้ มีโรงพยาบาลใหญ่นำเสนอแพคเกจรูปแบบนี้ให้กับลูกค้าในราคาที่สมเหตุสมผล เช่น เมื่อเลือกรับบริการ dental implant โรงพยาบาลก็จะนำเสนอบริการ Dental Cosmetic ให้พร้อมกันโดยผู้ให้บริการไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายค่าแพทย์ที่ให้คำปรึกษาเป็นต้น การสร้างแพคเกจเหล่านี้เป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการสามารถทำได้เองโดยอาศัยกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อให้เกิดผลกำไรกันทั้งสองฝ่าย หรือการนำเสนอบริการใหม่ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง โดยใช้การผสมผสานของวัฒนธรรมไทยเข้ากับชาติอื่นๆ เพื่อให้เป็นสูตรเอกลักษณ์ (fusion recipe) ของตน การคิดแนวบริการใหม่ๆ ที่ดึงดูดใจ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้เพิ่มความสะดวกในบริการ ฯลฯ



สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยตอบใจก็ได้ดีกว่า ในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

แหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวของประเทศไทย มีหลากหลายแบบให้นักท่องเที่ยวเลือกได้ตามรสนิยม สิ่งนี้นักท่องเที่ยวทุกคนให้ความสำคัญในการท่องเที่ยวเดินทาง 5 อันดับแรก คือ (1) สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ (2) ความคุ้มค่าของเงินที่จะใช้จ่ายไป (3) กิจกรรมการท่องเที่ยว (4) อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการจับจ่ายซื้อของที่ระลึกซื้อกลับบ้านและ (5) บุคลากรแนะนำการท่องเที่ยว ตามลำดับ ซึ่งการท่องเที่ยวในประเทศไทยตอบโจทย์ความต้องการเหล่านี้ได้อย่างดีในทุกมิติ



อีกเรื่องที่จะต้องกล่าวถึงก็คือ ความสนับสนุนและร่วมมือของภาครัฐ ที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ได้รับการยอมรับในระดับประเทศ แนวหน้าของภูมิภาค นักท่องเที่ยวสุขภาพที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย จะผ่านขั้นตอนการเข้าประเทศที่มีขั้นตอนน้อยกว่าและมีประสิทธิภาพที่ดีกว่า ด้วยระบบการเข้าประเทศที่ง่ายและมีมืออาชีพกว่าหลายประเทศในเอเชีย อาทิ การให้นักท่องเที่ยวสุขภาพ สามารถพำนักในไทยได้ด้วยถึง 30 วันโดยไม่ต้องมีการขอวีซ่า เพียงใช้หนังสือเดินทางที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 6 เดือนเท่านั้น รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวจากอ่าวอาหรับ (Gulf Cooperation Council; GCC) ซึ่งมีกำลังซื้อสูง ก็ยังได้รับอนุญาตให้ตรวจลงตราเพื่อการพำนักพร้อมครอบครัวในประเทศไทยได้ถึง 90 วัน และนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากประเทศต่างๆ ยังสามารถขอวีซ่าเมื่อเดินทางมาถึง (visa upon arrival) ได้ด้วย ซึ่งระบบนี้ทำขึ้นเพื่อให้ความสะดวกและง่ายกับผู้เดินทางเข้ามาเพื่อใช้บริการเชิงการแพทย์ในประเทศไทย ได้ ให้ได้รับความสะดวกโดยไม่ต้องรอคิวนาน

นอกจากนี้ การทำข้อตกลงกันในระหว่างภาครัฐของประเทศต่างๆ ก็มีความสำคัญเป็นแรงดึงดูดใจสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยเช่นกัน เช่นเมื่อประเทศไทยมีการประกาศตนเองเป็นประเทศศูนย์กลางด้านการแพทย์ (Medical Hub) ของเอเชีย ก็มีแรงสนับสนุนจากภาครัฐของประเทศต่างๆ ทำความตกลงยินยอมให้ประชาชนของประเทศเหล่านั้นสามารถเดินทางมารับการรักษาในประเทศไทยได้ ซึ่งในด้านของการเป็นประเทศศูนย์กลางสุขภาพ ประเทศไทยได้มีการแบ่งสัดส่วนกับประเทศสิงคโปร์ มาเลเซียและอินเดีย เพื่อจัดตั้งการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของภูมิภาคเอเชียได้ ซึ่งจากข้อมูลพบว่าจุดประสงค์หลักของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย เพื่อเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือเพื่อพักผ่อน คิดเป็นร้อยละ 32 และมาเพื่อติดต่อธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 18 และสถิติประเภทการใช้บริการทางการแพทย์ที่นักท่องเที่ยวเลือกใช้สูงสุด คือเพื่อมาตรวจสุขภาพ (Health check-up) รองลงมาคือเพื่อทำศัลยกรรมความงาม (Cosmetic surgery)



บทสรุปมุมมองของ โลกกับการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพของประเทศไทย

จะเห็นได้ว่า ปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะเข้ามาใช้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย นอกจากเรื่องของความงดงามด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่เป็นจุดเด่นมายาวนานแล้ว **ประเด็นแรก** คือ มาตรฐานบริการ ซึ่งรวมถึงคุณภาพของบุคลากร อุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวกเทคโนโลยีทางการสื่อสารและเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ก้าวหน้า รวมทั้ง เรื่องของราคาที่สามารถเลือกได้หลากหลายตามงบประมาณ โดยมีการส่งเสริมและควบคุมกำกับ

ที่มีประสิทธิภาพของภาครัฐที่ให้ความปลอดภัยสูงสุดต่อความปลอดภัยของผู้รับบริการ (patient/client safety) **ประเด็นที่สอง** คือ บรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่ดีของภูมิภาค ทำให้รู้สึกสบายและผ่อนคลาย และ**ประเด็นที่สาม** คือ ประเทศไทย เป็นประเทศที่สามารถเข้ามาใช้บริการเชิงสุขภาพไปพร้อมๆกับการท่องเที่ยวตัวอื่นๆ ได้ ด้วยการรักษาที่ย่อมเยากว่าในมาตรฐานการรักษาระดับสากล ที่ทำให้หลังการรักษาดูแลสุขภาพแล้ว นักท่องเที่ยวก็ยังสามารถมีงบประมาณพอที่จะท่องเที่ยวได้มากกว่าไปที่ประเทศอื่น

ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรับรู้ได้ว่า บริการเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีมาตรฐานสูงมีบุคลากรให้บริการด้วยไมตรีที่ดี มีใจรักบริการ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมีประสิทธิภาพ นอกจากนั้น ยังมองว่า ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายเหมาะกับการมาพักผ่อน ซึ่งสามารถทำควบคู่ไปกับการรับบริการเชิงสุขภาพได้ด้วย ซึ่งเป็นเสน่ห์ของประเทศไทย อันควรรักษาไว้และพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นไปอีก เพื่อให้ได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในเวทีโลก



แหล่งข้อมูล:

- CMMU: “Strategic Health Tourism Management in Thailand”, ณิชฐพัชร มณีโรจน์, นราศรี ไววนิชกุล , กานดา อีรานนท์, พิมพรรณ สุจารินพงศ์, ณรงค์พงศ์ เพิ่มผล, ฉันทยา พรหมบุรรมย์, ดร.นฤมล กิมภากรรณ์, ณิชฐวดี คณิตินสุทธิทอง และคณะทีมงานวิจัย วิทยาลัยการจัดการ สาขาการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหิดล
- Bangkok Post: “The New Era of Medical Tourism” 24 Sept.2020,writer Ezree Ebrahim
- Pacific Prime Thailand: “The Present and Future of Thailand’s Medical Tourism Industry,” March 19, 2021, writer Travis in Health
- www.elfths.ssru.ac.th การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ



การท่องเที่ยวในเส้นทางสายสุขภาพ
สู่ประเทศไทย

The Journey of Well-being in Thailand

วสุ สุรรัตน์ตรา



ความหมายของ Well-Being Tourism

Well-being นั้นเป็นเรื่องของการมีสุขภาวะที่ดี การมีคุณภาพความเป็นอยู่ของชีวิตที่ดี ที่ผู้คนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวในเชิงส่งเสริมสุขภาพเพื่อที่จะนำมาซึ่งผลลัพธ์ในการพัฒนาการไปสู่สุขภาพสมบูรณ์สูงสุด หรือ ที่เรียกว่า **Optimum Well-Being (สุขภาวะที่สมบูรณ์สูงสุด)**

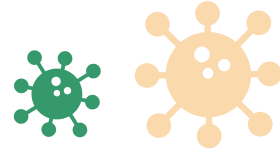
มุมมองแต่ละผู้แสวงหาสุขภาวะที่สมบูรณ์สูงสุดของแต่ละคนอาจมอง Well-Being Tourism แตกต่างกันไปแต่ทั้งนี้ทั้งนั้น จุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ กลุ่มคนที่มองหากิจกรรมที่ส่งเสริมพัฒนาสุขภาพทั้งร่างกาย จิตใจ เต็มพลังชีวิตให้กับตัวเองและการเข้าใกล้ธรรมชาติ ถ้าจะให้เห็นกิจกรรมของ Well-Being Activity ที่ชัดเจนขึ้นอาจแบ่งได้ 5 ลักษณะดังนี้



- ส่งเสริมโภชนาการที่มีประสิทธิภาพ (Adequate Nutrition)
- การออกกำลังกายชนิดต่างๆส่งเสริมร่างกายให้แข็งแรง (Physical Wellness)



- ส่งเสริมการนอนหลับพักผ่อนที่เพียงพอ (Adequate Sleep)
- ส่งเสริมผ่อนคลายของอารมณ์และสุขภาพจิต (Mental Wellness)
- กิจกรรมส่งเสริมทางจิตวิญญาณ (Spiritual Discovery)



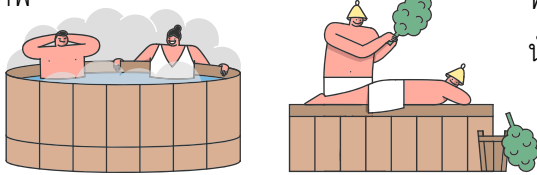
จากสถานการณ์ความรุนแรงของการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ที่กำลังจะคลี่คลายลง เพราะทุกประเทศเริ่มมีการให้ฉีดวัคซีนป้องกัน Covid-19 นักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในประเทศไทย ต่อจากนี้ไป จึงจะเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมีพฤติกรรมที่อาจเปลี่ยนไปจากเดิม เช่น นิยมกิจกรรมที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น กรู๊ปทัวร์จะมีจำนวนผู้เข้าร่วมทัวร์น้อยลง อาจจะเป็นลักษณะ private group tour มากขึ้น กิจกรรมผ่อนคลาย เช่น สปาเพื่อสุขภาพ นวดแผนไทย ลูกค้ายาจมองหาสถานประกอบการที่มีห้องแยกส่วนตัวมากกว่าสปาหรือร้านนวดที่ไม่มีห้องส่วนตัว เป็นต้น กิจกรรมท่องเที่ยวที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้ากลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะกลายเป็นกิจการที่ได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น



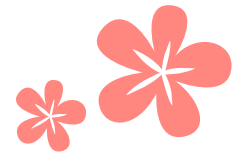
ด้วยวัฒนธรรมและภูมิประเทศของประเทศไทย ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งอาจแบ่งออกได้ เป็น 3 ระดับ คือ

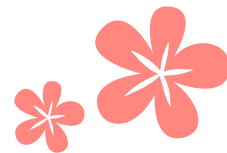
1) การท่องเที่ยวเพื่อปรับปรุงสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ติอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น (Health Tourism) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพของตนเอง โดยมุ่งเน้นการออกกำลังกายและดูแลสุขภาพหลายหลายกิจกรรม เช่น การนั่งสมาธิ การฝึกโยคะ การอาบน้ำแร่หรือสปา การนวดแผนโบราณ นอกจากนั้นยังเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพและการพักผ่อนในที่ที่มีอากาศบริสุทธิ์ใกล้ชิดธรรมชาติ ซึ่งประเทศไทยมีสถานที่ให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพหลายประเภทโดยเฉพาะโรงแรมและรีสอร์ท ระดับ 4 - 5 ดาว ที่ล้วนแต่มีกิจกรรมเพื่อสุขภาพให้กับแขกที่เข้าพัก ยกตัวอย่างเช่น โรงแรม THE BARAI Spa and Residential Suites หัวหิน เป็นโรงแรมที่มุ่งเน้นกิจกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ที่เริ่มตั้งแต่การออกแบบโปรแกรมให้กับผู้เข้าพักทั้ง อาหาร กิจกรรมนั่งสมาธิ การทำบุญตักบาตรในตอนเช้า โยคะ สปา และกิจกรรมอื่นที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มนี้

ปัญญาปuri เวลเนส กรุงเทพ เป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพตามพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2559 ให้บริการการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวคนไทย ได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลปัญหาสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพในปัจจุบัน พบว่ามีอยู่ด้วยกัน 4 อย่าง คือ ‘Sleep - Stress - Fatigue - Pollution’ การนอนที่ไม่มีคุณภาพ ความเครียด ความเหนื่อยล้าและมลภาวะ ถูกยกให้เป็นสาเหตุของปัญหาสุขภาพที่พบในหมู่คนในยุคปัจจุบัน โปรแกรมการดูแลสุขภาพของสถานประกอบการปัญญาปuri เวลเนส จึงถูกรังสรรค์ขึ้นในรูปแบบ Preventive Approach คือ เน้นการดูแลสุขภาพด้วยการป้องกัน หรือ เรียกว่า Preventive Wellness รวมถึง บริการอเนกนิคสปา ออนเซ็นรวมขนาดใหญ่ แยกชายหญิง อาหารและกิจกรรมเพื่อสุขภาพ



อีกหนึ่งตัวอย่างของการให้บริการสุขภาพเชิงป้องกัน คือ โรงแรมสินธร เคมปินสกี กรุงเทพ ซึ่งทางโรงแรมได้มีความร่วมมือกับโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ นำจุดแข็งในเชิงการแพทย์และการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันแบบองค์รวม มาใช้ในการออกแบบโปรแกรมการแพทย์เชิงป้องกัน (Preventive Medicine) ให้กับผู้เข้าพัก โดยการติดตั้งระบบ การให้คำปรึกษาทางการแพทย์ทางไกล (Teleconsultation) ในห้องพักทุกห้องพักกรณีเกิดการเจ็บป่วย หรือมีอาการกำเริบจากโรคประจำตัว ตลอดระยะเวลาการเข้าพัก ซึ่งผู้เข้าพักสามารถพูดคุยปรึกษาแพทย์ของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ได้ตลอด 24 ชั่วโมง ผ่าน Teleconsultation ดังกล่าว หรือให้โรงพยาบาลฯ เข้าไปรับที่โรงแรมในกรณีฉุกเฉิน ซึ่งเป็นรูปแบบของการดูแลสุขภาพยุคใหม่ที่ จะเข้าไปดูแลผู้มาใช้บริการพักผ่อนในโรงแรม เพื่อเพิ่มความมั่นใจด้านความปลอดภัยในเรื่องสุขภาพให้แก่ผู้เข้าพัก โดยการนำนวัตกรรมทางการแพทย์เข้ามาพัฒนา ร่วมกับการให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ





2) การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ
ของนักท่องเที่ยวหรืออยู่ในระยะพักฟื้น
(Rehabilitation Tourism) การท่องเที่ยว
ลักษณะนี้นักท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนที่
ต้องการฟื้นฟูสุขภาพหรืออาจมีปัญหาสุขภาพและ
มองหาโรงแรม หรือรีสอร์ทที่มีกิจกรรมเฉพาะ
ออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญหรือแพทย์เพื่อให้นักท่อง
เที่ยวบรรลุวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล ตัวอย่าง
เช่น ชิวาครม หัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์
ที่มีโปรแกรมเพื่อฟื้นฟูอาการเครียด นอนไม่หลับ
โปรแกรมลดความอ้วน โปรแกรมเพิ่มความแข็งแรง
ของร่างกาย เป็นต้น หรือจะเป็น RAKxa Fully
Integrative Wellness & Medical Retreat
ที่บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรสาคร ที่นำการพัฒนา
เทคโนโลยี และการผสมผสานระหว่างศาสตร์การ
แพทย์ที่หลากหลายทั้งเก่าและใหม่ มาออกแบบ
เป็นโปรแกรมดูแลสุขภาพที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์
กลุ่มผู้รับบริการกลุ่มนี้



3) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ
หรือ การท่องเที่ยวเชิงแพทย์ (Medical Tourism)
หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวนอกจากเพื่อพักผ่อน
หย่อนใจ แล้วยังแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวเพื่อทำ
กิจกรรมบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ
ที่ หลากหลาย เช่น การตรวจร่างกาย รวมทั้ง การ
ทำทันตกรรม การรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเปลี่ยน
สะโพก การผ่าตัดเปลี่ยนข้อเข่า การผ่าตัดเสริม
ความงาม หรือ การแปลงเพศ เป็นต้น ที่กระทำใน
โรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน
ที่ได้รับการรับรองตามกฎหมาย ก่อนเกิดการแพร่
ระบาดของโรคโควิด 19 การท่องเที่ยวในลักษณะ
นี้ในประเทศไทยกำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างสูง
เนื่องจากค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยถูกกว่าต่าง
ประเทศ และประเทศไทยมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญ
และฝีมือหลายด้าน ตัวอย่างเช่น จินณณ์ เวลเนส
คลินิก (Jin Wellness Clinic) เป็นคลินิกสุขภาพที่
โรงพยาบาลธนบุรี ที่ให้ความสำคัญแก่การรักษาแบบ
ภายในสู่ภายนอก เน้นการดูแลในเชิงป้องกันและส่งเสริม
สุขภาพทั้งกายใจ และจิตวิญญาณไปพร้อมกัน
โดยเฉพาะผู้ที่อยู่ในสภาวะเสื่อมทางด้านสมอง

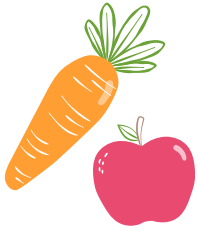
จากผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน หลากหลายสาขาที่จะช่วย วิเคราะห์ วางแผน ป้องกัน และดูแลสุขภาพในรูปแบบเจาะจงเฉพาะบุคคล ดังนั้น เมื่อสถานการณ์ของโรคโควิด 19 ของทุกประเทศ สามารถควบคุมได้จากการฉีดวัคซีนให้แก่ประชาชน ก็คาดได้ว่า ประเทศไทยจะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงแพทย์นี้ต่อไปได้อย่างแน่นอน

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้ง 3 ระดับ ประกอบด้วยกิจกรรมการการท่องเที่ยวเพื่อปรับปรุงสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่ติดอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงการปรับสมดุลของอาหาร การดูแลร่างกาย ออกกำลังกายให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจให้เกิดความรู้สึกผ่อนคลาย จัดความเครียด และปรับความสมดุลให้แก่ร่างกาย เช่น กิจกรรมการนวด สปา การแช่น้ำแร่/น้ำพุร้อน การฝึกปฏิบัติสมาธิ การลดความอ้วน การท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพของนักท่องเที่ยวหรือการปรับปรุงพฤติกรรมสุขภาพ เหล่านี้เป็นธุรกิจบริการสุขภาพที่ผู้ประกอบการต้องมีความรู้ในการนำศาสตร์บำบัดต่างๆมาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย พัฒนาและประยุกต์ใช้โปรแกรมการดูแลสุขภาพให้เหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ซึ่งล้วนมีความต้องการบริการที่แตกต่างกันนั่นเอง



The Journey
to Well-being in Thailand
Anette Schlemmer





INTRODUCTION

It took a global pandemic, but people around the world have realized how important it is to take care of everybody's health and well-being. The impact of the COVID-19 pandemic on all aspects of our health and life cannot be underestimated. The last year has been extremely hard and everything is wearing us down, physically and emotionally. We have learned that today more than ever, that our physical and mental well-being are aspects that we must take maximum care of. The more healthy habits we can learn: exercise, nutrition, mental well-being: the better we will help our body to stay resilient.





THAILANDS WISDOM

Thailand as a country with a long heritage embracing wellbeing and is famous for its beautiful landscape, tropical climate, delicious food, friendly and humble inhabitants and above all for its affordable massage treatments.

Part of this heritage can be found through holistic and spiritual healing, as they are part of Thai life's so it's so easy to understand why so many travelers around the world have been seeking wellness solutions for decades in this ancient Asian kingdom. Spirituality, bodywork, herbal medicine, self-care and self-healing is rooted in their society. Therefore, it is no surprise that Thailand is on the way to become the top one destination when it comes to traveling for medical needs.

SELFCARE

During the last year we have redefined self-care. Therefore health care is the new self-care.

In a year that's brought a pandemic threatening our very existence and it's never been clearer how crucial it is to look after our own needs—emotional, mental, and spiritual. The pandemic has forced us to look for ways to heal ourselves when we more need it. Self-care is so important in these tough times.



NUTRITION



There are few places more representative of the change wrought by COVID-19 than the kitchen.

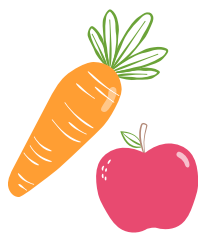
The importance of a good diet is crucial for a healthy lifestyle. Eat to beat disease is the title of a new book from Dr. William Li. He describes that the base of good health is a healthy diet, which prevents from high blood pressure, diabetes and cholesterol and autoimmune diseases. It may sound profound but the food what we eat determines our status of health.



Another major factor transforming people’s relationship with food is the climate crisis. More than ever, “environmental concerns are weighing bigger on peoples’ minds. Switching to a whole food and mainly plant-based diet are significantly better for the environment than animal foods.

People nowadays look for a place to improve their health and wellbeing. According to the GlobalData the health and wellness tourism trips to Asia are forecasted to reach 128.3 million by 2022. This will lead to an increased demand in health prevention services and it will help Asia to become the world’s fastest growing tourism market. Despite of the impact of Coronavirus outbreak, which had already hit the tourism industry of the country immensely, the need for wellbeing destinations will get stronger because of Coronavirus. Travelers from China are

missing, which was the biggest market for Thailand with 49% international arrivals to Thailand in 2019. If Chinese people will travel the same way as before we still don't know, but all other Travelers around the world will come back and due to all international lock downs, they are seeking for nature and wellbeing experiences far away from their homes where they were stocked for 1,5 years. Thailand seemed to handle the Coronavirus very well and this could be another reason for international tourists to come to Thailand. But for sure Thailand needs to create offers to serve the new special needs from international travelers as other countries will upgrade their wellbeing programs as well.



CHANGE IN CUSTOMER BEHAVIOUR & NEEDS Travelers in future will seek for a holistic experience which touches body, mind & soul. Enjoying a massage is a relaxing retreat but what is the cause of the tension, pain and stiffness? Getting specific treatments to work on long-term effects with stretching, massage techniques, herbal treatments, physiotherapy, osteopathy as well as mind body link connection and strengthening exercises to improve overall wellbeing in a tropical environment.

Herbs and nature resources like coconut oil, crème, Aloe Vera, turmeric, ginger etc. will be exported to other countries, but using organic ingredients for skincare is still difficult to find in Thailand.





Thailand should use their own wisdom to create a holistic wellness journey which is sustainable and supports the communities.

We have also learned to exercise in a different way. Many use apps to exercise at home with all the home-equipment they can find. Practices such as Yoga or Pilates have added millions of new addicts and online applications and subscriptions have also grown. Resorts which are dedicated to wellness should offer recreational options like Yoga, Thai-Chi, monk's meditation & consultation, Balance and strength training, educational trainings to improve brain function, nutrition consultations & healthy cooking classes, herbal garden experiences and so on. Travelers are seeking for self-improvement during their vacation. They like to get back

home with a glowing tan, totally recovered, well trained and energized. Some even prefer to lose weight and like to be all around rejuvenated, instead of visiting a full moon party having a hangover. All-inclusive offers & buffets were successful in the past but individual wellbeing offers will become the new future trend. More privacy and individual programs are required.

Travelers seek for individual travel experience where they can get away from the hustle and bustle of their daily life's. Thailand can provide exclusive and luxurious wellness trips to hidden places on islands or in the mountains with hiking tours or meditation walks tailor-made to the guest's expectations. Nowadays travelers are very proactive and already educated in health prevention treatments. They know exactly what they want in terms of nutrition and sports. The expectations could be higher than compared to the past.

THALANDS HOMEWORK

The demand for better nutrition has already impacted the food and beverage industry with the rising number of organic, or natural-touted products. The same applies for skin care. As a result of the tough year and its challenges, the beauty industry has been forced to confront areas where it has previously fallen short, particularly in relation to sustainability.

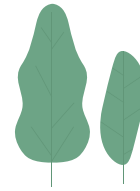
We can expect to see people's lifestyles change and become simpler, people are going to care more about issues than they have ever cared before, asking about ingredients, composition and above all health benefits.

Organic farming and supporting the local society is the future need for travelers around the world. Therefore Thailand should encourage and support farmers and industry to produce in a sustainable way without the usage of chemicals and reduce plastic waste. This will become a win-win situation for the tourism, farming & other related industries and above all, our planet.

When we talk about wisdom and spirituality – people in the western society are searching for more sense in their lives but they are disappointed about their religion they are raised with. Some look for guidance and mental consultation to find their own purpose in life. People fear aging



even when it is an important part of our life. The demand for Anti-Aging is immense but we should work on loving our age and learning to accept and embrace imperfections. The journey to our own wellbeing should offer a wide range of treatments which can help to age in a natural and healthy way. Traditional Thai or Chinese medicine and guided fasting can support us to maintain health and treat diseases in a holistic way. We collaborate with the beWell Clinic to be able to offer in depth health prevention services like blood tests, physiotherapy and osteopathy if required.



Retired foreigners find in Thailand their peaceful place to stay. Treatment costs are affordable and doctors and other consultants take more time for their patients as in their home country. Older people will be treated respectfully because they carry lots of wisdom. Unfortunately a handicapped friendly environment is still not yet provided in Thailand. There is still lots of space for improvement.



THE BARAI INCORPORATES ASIAN ARCHITECTURE AND THAI WISDOM

At our Spa we are using the Thai wisdom of the 4 elements –earth, water, air & fire to create a balance within the body. Every human being contains all 4 elements in the body. If we get sick one element is out of balance. As all natural medicine, the cause will be treated not the effect like in western medicine. We at THE BARAI offer treatments which help our guests to create their individual wellbeing journey guided by the 4 elements to find inner balance.

THAILANDS OPPORTUNITY TO GROW

In 2020, our homes became our sanctuaries-and our offices, gyms, classrooms, and so much more. This year and hopefully with the situation under control, people are expecting as soon as they can to jump into a planes and experience something totally opposite. The hospitality industry will need to work hard to find creative ways to foster their needs and wellness through experiences and personalized services and programs.



Having controlled so well the pandemic crisis, Thailand will surely stand out but need to invest in a health prevention education system to become the leader in wellbeing treatments for people all around the world. Thailand should be confident enough to dig deep into their cultural wisdom to use this powerful force to heal and to create wellbeing concepts instead of importing foreign products, machines and procedures. Be proud of your wisdom and use it to help others. Foreign practitioners can learn from the very sophisticated ancient wisdom of Thai culture and medicine. The future is rooted in the past. With all this in mind, all these key pillars have a one place destination Thailand





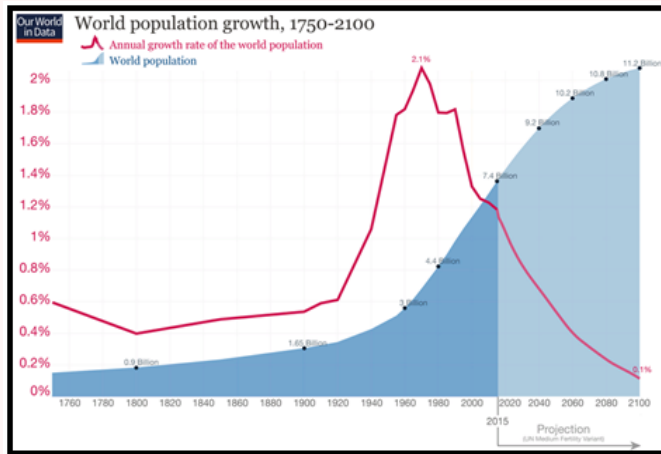
ห่วงโซ่แห่งคุณค่าบริการเวลเนส
ของประเทศไทย
**Value Chain of Thailand
Health Tourism**

นายแพทย์จิโรจ สีนธวานนท์

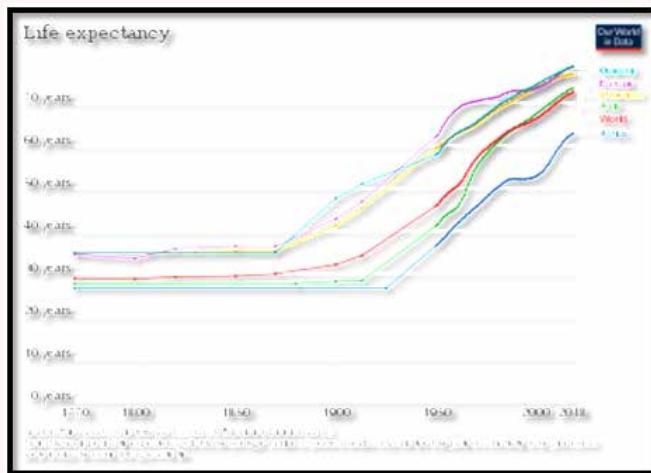


ปัจจุบันประชากรในโลกใบนี้มีมากกว่า 7,000 ล้านคน ซึ่งพบว่า อัตราการตายขอประชากรโลกมีแนวโน้มลดลงและประชากรมีจำนวนมากขึ้น คือมีอายุขัยยืนนานขึ้น ทั้งนี้เกิดจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์การแพทย์ และวิทยาการใหม่ๆ ในด้านต่างๆ เช่น การเกษตร ทำให้มีอาหารเพียงพอมากขึ้น มีการคมนาคม การสื่อสาร การศึกษา ฯลฯ ทำให้ผู้คนมีชีวิตที่สะดวกสบาย มีสุขภาพที่ดีขึ้นจากการที่การแพทย์และการสาธารณสุขเจริญก้าวหน้ามีการคมนาคมที่สะดวกและทั่วถึงและการสื่อสารสามารถลดปัญหาในการเข้าถึงองค์ความรู้ต่างๆ ดังนั้นแนวโน้มประชากรโลกจึงมีอายุยืนขึ้น มีผู้สูงอายุมากขึ้น ในขณะที่ก็มีความเสี่ยงด้านสุขภาพจากโรคจากพฤติกรรมเกิดโรค Non communicable diseases (NCD) ผู้ป่วยต้องรับประทานยาหลายชนิดเพื่อควบคุมโรค มีปัญหาจากการผลิตอาหารเชิงอุตสาหกรรม ปัญหามลพิษสิ่งแวดล้อม ปัญหาด้านจิตใจ ค่านิยมและสุขภาพจิต ความเสี่ยงสุขภาพเหล่านี้ทำให้คนเราพยายามแสวงหาแนวทางเสริมสร้างสุขภาพให้แข็งแรง ในขณะที่ยังไม่เจ็บป่วยมากกว่าการเข้าบำบัดรักษาหรือการฟื้นฟูสุขภาพที่เสื่อมถอยหรือเป็นโรคต่างๆ เพื่อที่จะทำให้มีสุขภาพที่ดีแม้ว่าอายุจะยืนยาวขึ้น โดยการส่งเสริมสุขภาพที่เป็นองค์รวม (Holistic) ความหมายของการดูแลสุขภาพจึงกว้างขึ้นกว่าคำว่า Health หรือ สุขภาพ ไม่เพียงแต่การรักษาโรคแต่ไม่การส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวมอย่างสมดุลให้มีสุขภาพะที่ดีหรือ Wellness





รูปที่ 1 แนวโน้มประชากรทั่วโลก



รูปที่ 2 ค่าอายุขัยเฉลี่ยของประชากรโลกในภูมิภาคต่างๆ

นิยามของคำว่า Wellness คือ “ภาวะสุขสมบูรณ์” หมายถึงภาวะของความเป็นอย่างดีที่เข้าใจ ความสมบูรณ์แบบทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และจิตวิญญาณ (ซึ่งในที่นี้หมายถึงความเชื่อ ความศรัทธา ความผูกพัน) ที่เชื่อมโยงเป็นสุขภาพองค์รวมอย่างสมดุล มีคุณภาพชีวิตและสภาวะแวดล้อมที่ดี มีความมั่นคงของชีวิต มีชีวิตที่งดงามและมีพฤติกรรมสุขภาพที่พัฒนาได้อย่างยั่งยืน โดย Wellness service หรือบริการเวชเนส หมายถึง การกระทำหรือการจัดกิจกรรมรวมทั้งการให้คำแนะนำด้านสุขภาพ ซึ่งนำไปสู่ภาวะสุขสมบูรณ์ของมนุษย์

สำหรับประเทศไทยนับเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงในการให้บริการด้าน Health and Wellness จนนับเป็นศูนย์กลางให้บริการคือเป็น Health and Wellness Hub ของภูมิภาคหรือของโลก ทั้งนี้ประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพในการให้บริการ Wellness ในลำดับต้นๆ ของโลก เนื่องจากประเทศไทยมีองค์ประกอบด้านต่างๆ ที่ร้อยเรียงกันอย่างสมบูรณ์ เกิดเป็นห่วงโซ่แห่งคุณค่าในการให้บริการ ซึ่งคนไทยทุกคนควรตระหนักและช่วยกันอนุรักษ์ทรัพยากรเหล่านี้ไว้ให้ยั่งยืน ดังแสดงในรูปที่ 3



รูปที่ 3 ห่วงโซ่คุณค่าของความเป็นไทยสู่ภาวะสุขสมบูรณ์



องค์ประกอบสำคัญในห่วงโซ่แห่งคุณค่าในการให้บริการสู่ภาวะสุขสมบูรณ์ดังกล่าวของประเทศไทย ได้แก่

1. พื้นฐานประเทศ ประกอบด้วย

1.1. ศาสนาต่างๆ ประเทศไทยมีศาสนาพุทธเป็นศาสนาประจำชาติ แต่ให้เสรีภาพแก่ประชาชนในการนับถือศาสนามีศาสนาต่างๆ มาเผยแพร่ได้อย่างเป็นอิสระ ไม่มีข้อห้ามใดๆ ถ้าศาสนานั้นๆ ไม่มีข้อกำหนดที่ขัดต่อกฎหมายและจารีตของไทย ทำให้ปัจจุบันมีศาสนาหลักที่คนไทยนับถือ ได้แก่ ศาสนาอิสลาม คริสต์ ฮินดู และซิกข์ แต่ละศาสนามีประวัติความเป็นมาแตกต่างกันแต่หลักธรรมหลักคือสอนให้ทุกคนเป็นคนดีให้มีความสุขสงบในจิตใจให้มองโลกตามธรรมชาติที่เป็น หลักธรรมเหล่านี้เป็นเครื่องล่อเมลาให้จิตใจมีความสงบและเป็นสุข บางศาสนามีหลักในการนั่งสมาธิ ทำโยคะ หลักการเหล่านี้มีส่วนสำคัญในการทำให้เกิดภาวะสุขสมบูรณ์ด้านจิตใจ ผู้ให้คำแนะนำในสถานบริการ Wellness สามารถนำหลักธรรมคำสอนของแต่ละศาสนาหรือกิจกรรมต่างๆ ทางศาสนามาปรับใช้ให้เหมาะสมกับผู้มารับบริการแต่ละคนได้

1.2. ประวัติศาสตร์ไทย ประเทศไทยมีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน มีภาษาเป็นของตนเอง มีช่วงศึกสงครามและช่วงที่เจริญรุ่งเรือง มีการเคลื่อนย้ายประชากรระหว่างชุมชนและระหว่างดินแดนในแถบนี้อยู่ตลอดเวลา เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค มีการติดต่อกับประเทศต่างๆ ทำให้เกิดการผสมผสานในเชิงวัฒนธรรม เช่นอาหาร เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม เครื่องประดับ ลักษณะอาคารบ้านเรือน มีเมืองสำคัญที่มีเอกลักษณ์ของตนเอง เช่น ล้านนา เชียงใหม่ กรุงศรีอยุธยา นครราชสีมา อุบลราชธานี ปัตตานี นครศรีธรรมราช ซึ่งมีลักษณะและวัฒนธรรมแตกต่างกัน มีสถาปัตยกรรมแตกต่างกัน นอกจากนั้นประเทศไทยประกอบด้วยคนหลากหลายเผ่าพันธุ์ เช่นเชื้อสาย จีน อินเดีย เปอร์เซีย ขอม มอญ ลาว ไทยใหญ่ ไทยภูเขาไทยลื้อ ฯลฯ ทำให้สามารถถ่ายทอดในงานศิลปะ การออกแบบ งานฝีมือ และสถาปัตยกรรมการก่อสร้าง เสื้อผ้า อาหารที่แตกต่างกันเป็นเสน่ห์ที่สามารถนำมาปรุงแต่งสถานที่ การบริการใน Wellness service ได้อย่างหลากหลาย



1.3. วิถีชีวิต การเลี้ยงดู ประเทศไทย

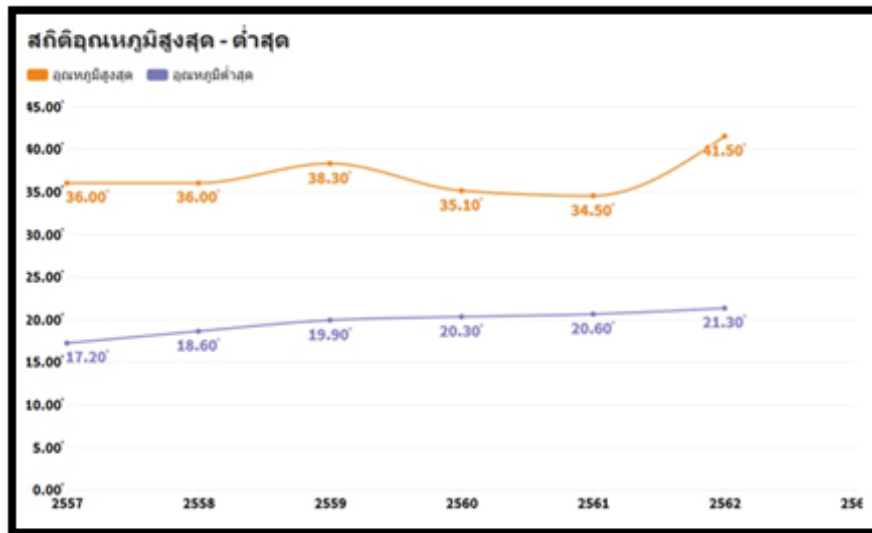
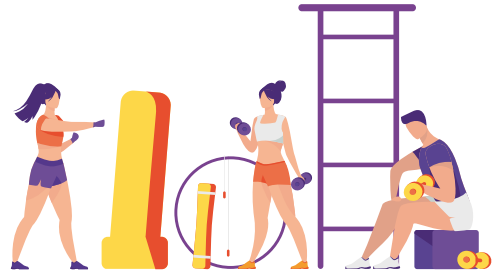
เป็นประเทศเกษตรกรรม มีความอุดมสมบูรณ์ ลำดับต้นๆ ของโลก มีข้าวปลาอาหารที่หลากหลาย แม้เป็นข้าวก็มีหลายสายพันธุ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ จากการทำเป็นสังคมเกษตรจึงมักอยู่รวมกันเป็นครอบครัวใหญ่ มีคนหลายช่วงวัยอยู่รวมกันทำให้เกิดการเลี้ยงดูที่อบอุ่น ทำให้คนไทยมีอุปนิสัยส่วนที่ดีคือ มีความเคารพผู้ใหญ่ มีอุปนิสัยที่อ่อนน้อมถ่อมตน นุ่มนวล มีความเอื้อเฟื้อ มีจิตช่วยเหลือเอื้ออาทรและมีจิตให้บริการ รู้จักผ่อนปรน มีความอดทน ซื่อสัตย์ มีความกตัญญู กตเวทิต์ ด้วยอุปนิสัยพื้นฐานของคนไทยทำให้มีเสน่ห์ในการให้บริการในลักษณะกิจกรรมของ Wellness Service ซึ่งต้องการการเอาใจใส่เป็นรายบุคคลและอาจต้องมีการสัมผัสตัวผู้รับบริการ เช่น การนวดหรือสปา



1.4 ภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศ ภูมิประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศในผืนแผ่นดินใหญ่ของทวีปเอเชียโดยอยู่ในส่วนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนทางบกติดต่อกับประเทศเมียนมา ลาว กัมพูชา มาเลเซีย มีการเดินทางไปมาหาสู่กันมาอย่างยาวนาน ส่วนทางทะเลมีการติดต่อใกล้ชิดกับอินเดีย อินโดนีเซีย เวียดนาม จีน ญี่ปุ่น เป็นต้น ภาคเหนือมีเทือกเขาสูง มีชาวไทยภูเขาซึ่งมีวัฒนธรรมความเป็นอยู่เป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจของตนเอง เมืองในภาคเหนือมีประวัติศาสตร์เป็นของตนเอง เคยเป็นนครรัฐมีเจ้านครรัฐและมีวัฒนธรรมที่ได้รับอิทธิพลจากล้านช้าง ล้านนา และพม่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นที่ราบสูงซึ่งมีวัฒนธรรมของตนเองและมีประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับขอม ภาคใต้ติดทะเลทั้งสองฝั่งมีทะเลและหาดทรายที่สวยงามติดระดับโลก ทั้งสองด้านมีเกาะที่สวยงามและมีชื่อเสียงซึ่งมีลักษณะแตกต่างกัน และตอนล่างได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอาณาจักรศรีวิชัย ภาคตะวันออกเฉียงมีชายทะเลที่สวยงามติดระดับโลกเช่นกัน นอกจากนั้นประเทศไทยยังมีแหล่งน้ำพุร้อนมากกว่า 140 แห่งตลอดแนวชายแดนด้านตะวันตกตั้งแต่จังหวัดเหนือสุดที่จังหวัดเชียงราย แม่ฮ่องสอน ถึงใต้สุด

ที่จังหวัดยะลา ซึ่งแหล่งน้ำพุร้อนเหล่านี้สามารถพัฒนา
 เป็นสถานที่ให้บริการด้าน Wellness ได้เป็นอย่างดี ที่ในด้าน
 ภูมิอากาศประเทศไทยมีอากาศร้อนชื้น มีอุณหภูมิเฉลี่ย
 ระหว่าง 18-38 องศาเซลเซียส ช่วงฤดูร้อนยาวนานประมาณ
 3 เดือน อากาศจะร้อนสุดในช่วงกลางเดือนเมษายน
 หลังจากนั้นจะได้รับอิทธิพลของลมมรสุมมีฤดูฝนประมาณ
 4-6 เดือน และเข้าฤดูหนาวประมาณ 3เดือน การที่มีอุณหภูมิ
 ไม่เปลี่ยนแปลงมากนักทำให้สามารถให้บริการได้อย่าง
 สม่ำคร่ำเสมอ อย่างไรก็ตามพบว่าอุณหภูมิเฉลี่ยของประเทศไทย
 มีแนวโน้มที่สูงขึ้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสภาพแวดล้อม
 ด้านสุขภาพ ด้านภัยพิบัติ ได้ในอนาคต



รูปที่ 4 สถิติอุณหภูมิเฉลี่ยสูงสุด และต่ำสุดของประเทศไทย

2. ทุนทรัพยากรประเทศ

2.1 ทุนวัฒนธรรมไทย ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีวัฒนธรรมทั้งดงามและสง่างามเป็นที่ยอมรับ การที่ไทยมีภาษาพูด ภาษาเขียนเป็นของตนเองแสดงถึงความเป็นอารยประเทศที่มีวัฒนธรรมที่ยาวนาน นอกจากนั้นไทยยังมีวัฒนธรรมด้านต่างๆ ที่สวยงาม เช่น การไหว้ การพูด กิริยามารยาท วัฒนธรรมการเป็นอยู่ การแต่งกาย เสื้อผ้า อาหาร ดนตรี สถาปัตยกรรม งานรื่นเริง ประเพณี การละเล่น ฯลฯ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เกิดจากการหล่อหลอมจากความเชื่อศรัทธาทางศาสนา ประวัติศาสตร์ชาติ วิถีชีวิต การเลี้ยงดู และภูมิลำเนาที่อยู่อาศัย ทุนวัฒนธรรมเป็นทุนสำคัญที่สุดที่ทำให้เกิดความแตกต่างของการบริการและทำให้ไทยมีความโดดเด่นใน Wellness Service



2.2 **ทุนด้านบุคลากร ประชาชนและค่านิยม** ค่านิยมหมายถึงทัศนคติของบุคคลหรือสังคมที่มีต่อวัตถุสิ่งของ ความคิดหรือเหตุการณ์ ที่แสดงถึงคุณค่าและความถูกต้องยอมรับไว้เป็นความเชื่อและแสดงออกซึ่งการยอมรับว่าสิ่งนั้นดีและถูกต้องดีงาม จากพื้นฐานของประเทศที่กล่าวมา รวมทั้งจากวัฒนธรรมทางสังคมและการสั่งสอนจากครอบครัวและสังคมทำให้คนไทยมีลักษณะที่อ่อนน้อม นุ่มนวล สุภาพ ซื่อสัตย์ เอื้อเฟื้อ มีใจพร้อมในการให้บริการ ค่านิยมดังกล่าวทำให้คนไทยมีลักษณะบุคลิก ที่มีลักษณะเฉพาะตัวซึ่งชาติต่างๆ ก็มีลักษณะบุคลิกเฉพาะเช่นกัน ซึ่งบุคลิกแบบคนไทยจะให้ความรู้สึกที่เป็นมิตรและอบอุ่น น่าไว้วางใจ ลักษณะกึ่งกล่าวยากที่ชาติอื่นจะเลียนแบบได้ ซึ่งเมื่อผ่านการอบรม ฝึกหัดยิ่งจะทำให้บุคลากรของไทยในงานบริการได้รับความชื่นและเชื่อถือ

2.3 **ทุนด้านทรัพยากรสิ่งแวดล้อม** ประเทศไทยมีภูมิประเทศที่สวยงาม มีป่าไม้ ภูเขา น้ำตก ทะเล และมีทิวทัศน์ที่สวยงามแปลกตา การเดินทางสะดวกและมีความปลอดภัย สถานบริการด้าน Wellness มักนิยมดำเนินการในแหล่งที่มีธรรมชาติสวยงาม จึงพบสถานบริการเหล่านี้กระจายอยู่ทั่วไปในต่างจังหวัด



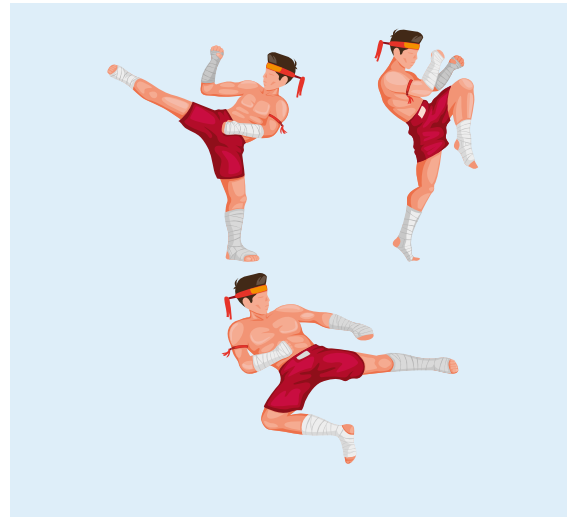
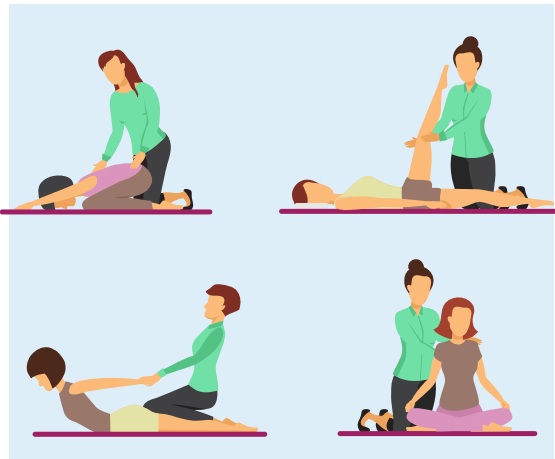
3. จุดเด่นและคุณค่าของประเทศไทย ใน Wellness Service

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความพร้อมในการให้บริการ Wellness ในลำดับต้นๆ ของโลก เนื่องจากมีพื้นฐานประเทศและทุนทรัพยากรของประเทศตามที่กล่าวแล้ว การให้บริการของไทยยังให้ความรู้สึกรักการค้ำค้ำกับประสบการณ์ที่ผู้รับบริการจะได้รับ นอกจากนี้จะได้รับบริการที่ดีในสิ่งแวดล้อมที่ดีแล้ว ผู้รับบริการยังสามารถสัมผัสถึงความเป็นไทย (Thainess) ซึ่งเป็นประสบการณ์ที่แปลกใหม่ มีความอบอุ่น เอาใจใส่และน่าประทับใจ ซึ่งไม่ใช่เพียงมีเงินจะสามารถหาได้ ประเทศไทยมีจุดเด่นที่สามารถนำมาจัดให้บริการหรือจัดเป็นกิจกรรมเสริมใน Wellness Service มากมาย ที่จะขอกกล่าวในที่นี้ เช่น



3.1 อาหารไทย อาหารไทยเป็นเอกลักษณ์เด่นของชาติประการหนึ่ง ซึ่งมีอาหารไทยหลายชนิดที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับในความอร่อยในระดับโลก นอกจากประเด็นความอร่อยแล้ว อาหารไทยยังมีประโยชน์ในทางโภชนาการเนื่องจากวัตถุดิบหรือส่วนประกอบอาหารมักมีส่วนของสมุนไพรไทย ซึ่งเป็นจุดเด่นของประเทศไทยที่มีสมุนไพรมากมาย มีความหลากหลายในพันธุ์ต่างๆ เป็นส่วนประกอบในอาหารและเภสัชตำรับของไทยมาอย่างยาวนาน เนื่องจากปัจจุบันประชาชนตระหนักถึงคุณค่าทางโภชนาการและสิ่งเจือปนต่างๆ ดังนั้นจึงมีการปลูกพืชในระบบปลอดสารพิษ ใช้ปุ๋ยธรรมชาติเป็นพืชระบบอินทรีย์หรือการเลี้ยงสัตว์ก็จะมีกระบวนการผลิตอย่างใกล้ชิด ซึ่งเป็นการส่งเสริมเกษตรกรให้ผลิตวัตถุดิบอาหารอย่างมีคุณภาพด้วย

3.2 การนวดไทย ปัจจุบันการนวดไทยได้รับการจัดให้เป็นมรดกโลกแล้ว ทั้งนี้เนื่องจากการนวดแผนไทยมีรูปแบบที่แตกต่างจากการนวดวิธีอื่น ทั้งการนวดแบบจีน แบบอายุรเวชของอินเดีย หรือนวดแบบยุโรป และเป็นที่ยอมรับในองค์ความรู้ที่มีสะสมมานานในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทยว่าการนวดไทยมีประสิทธิภาพสูงทั้งการนวดผ่อนคลายและการนวดแบบรักษา นวดเคลยศักดิ์และนวดแบบราชสำนัก จนเป็นที่ยอมรับไปทั่วโลก และมีการกล่าวกันว่าถ้าจะนวดไทยต้องนวดกับหมอนวดไทยถึงจะดี แม้ชาวต่างชาติมาเรียนนวดก็มักไม่สามารถนวดได้อย่างคนไทย ในปัจจุบันมีการนวดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นคือการนวดล้านนา ซึ่งมีการนวดเฉพาะ เป็นจุดเด่นอีกประการหนึ่ง



3.3 กีฬาและวัฒนธรรมประเพณีไทย กีฬาประจำชาติไทยคือมวยไทย เป็นกีฬาที่เป็นที่นิยมทั้งในคนไทยและชาวต่างชาติและเป็นที่ยอมรับว่ามวยไทยเป็นสุดยอดของศิลปะป้องกันตัวเอง สถานบริการ Wellness มักมีกิจกรรมมวยไทยในการออกกำลังกาย ในด้านวัฒนธรรมประเพณีไทย ซึ่งมีการอ่อนช้อย นุ่มนวล มีกิริยามารยาทเรียบร้อย สามารถนำมาใช้กับการบริการ Wellness service ที่ต้องการความเรียบร้อยได้อย่างกลมกลืน นอกจากนี้วัฒนธรรมการแต่งกาย สถาปัตยกรรม วัสดุที่ใช้ดนตรีประกอบในกิจกรรมต่างๆ ฯลฯ สามารถสอดแทรกความเป็นไทยที่มีเอกลักษณ์เฉพาะได้อย่างลงตัว สามารถสร้างความประทับใจกับผู้มารับบริการได้เป็นอย่างดี



3.4 ประเทศไทยมีความหลากหลายและความเฉพาะที่เป็นเอกลักษณ์ ที่หาประเทศอื่นเปรียบเทียบได้ยาก เนื่องจากประเทศไทยมีลักษณะเป็นพหุวัฒนธรรมอยู่ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้รับอิทธิพลทางวัฒนธรรม ศาสนา และสังคมจากประเทศจีนและอินเดีย และประชาชนชาวไทยก็มาจากหลายชาติพันธุ์ดังที่กล่าวแล้ว ดังนั้นในประเทศไทยจึงมีบริการโยคะแบบอินเดียและมีการร่ำรวยเงินไปด้วยกันเพราะทั้งสองกิจกรรมเป็นสิ่งปกติในสังคมไทย แต่ในขณะเดียวกันเราอาจใช้การเรียนรู้รำไทยหรือสอนต่อยมวยไทยใน Wellness Service ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของไทย สิ่งเหล่านี้เป็นจุดเด่นที่สร้างประสบการณ์ความประทับใจที่แตกต่างจากที่อื่นๆ

3.5 การแพทย์ที่ทันสมัย ประเทศไทยมีระบบการแพทย์แผนปัจจุบันที่ทันสมัยและมีคุณภาพดีเยี่ยมเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก โดยประเทศไทยมีสถานะเป็น Medical Hub ระดับภูมิภาคและระดับโลกมีจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาตรวจรักษาโรคต่างๆ ในประเทศไทยจำนวนหลายแสนคนต่อปี และในช่วง COVID-19 ระบาดนี้ ระบบสาธารณสุขไทยก็พิสูจน์ให้เห็นถึงประสิทธิภาพในการดูแลประชาชนและผู้ป่วยทั้งชาวไทยและต่างชาติเป็นอย่างดี การที่มีการแพทย์ที่ดีและระบบที่มีประสิทธิภาพนี้มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งของธุรกิจ Wellness เนื่องจากการแพทย์และวิทยาศาสตร์การแพทย์จะเป็นพื้นฐานของการที่มีสุขภาพที่ดีของร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ไทยยังมีการแพทย์แผนไทยซึ่งเป็นความรู้ภูมิปัญญาของไทยในการดูแลสุขภาพควบคู่ไปกับการใช้สมุนไพร ซึ่งการแพทย์แผนไทยมีลักษณะเน้นการดูแลรักษาแบบองค์รวมซึ่งสอดคล้องกับปรัชญาภาวะสุขสมบูรณ์



3.6 การศึกษาและเทคโนโลยี ไทยมีการศึกษาด้านวิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ก้าวหน้าทันสมัย โดยใช้เทคโนโลยีต่างๆ ในการพัฒนารูปแบบกิจกรรมบริการ ให้มีความหลากหลายและมีประสิทธิภาพที่ดีขึ้น นอกจากนี้ไทยยังมีการใช้ Telemedicine และ Tele – consultation ทำให้เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงบริการได้ดีขึ้นอีกด้วย

จากพื้นฐานประเทศ ทุนทรัพยากรด้านต่าง และและจุดเด่นของไทยตามที่กล่าวมาแล้วข้อต้น เปรียบเสมือนห่วงโซ่คุณค่าของไทยที่หล่อหลอมให้ประเทศไทยมีความพร้อมในการเป็นผู้นำของ Health Tourism และ Wellness Tourism ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกำหนัดกิจกรรมต่างๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการหรือปัญหาของผู้รับบริการ



อย่างไรก็ตามในขณะที่ประเทศไทยมีโอกาเป็นผู้นำในด้าน Wellness Tourism ตามที่กล่าวแล้วเราก็จำเป็นต้องตระหนักว่าปัจจุบันมีความเสี่ยงที่ทำให้พื้นฐานประเทศ ทุนทรัพยากรและจุดเด่นของประเทศเสื่อมโทรมลง ซึ่งเกิดจากสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป สถาบันครอบครัวที่ความอบอุ่นเริ่มจางหายไป การอบรมดูแลบุตรหลานไม่ได้ดีเท่าเดิมทำให้คนรุ่นใหม่บางส่วนขาดต้นแบบที่ดี ไม่มีกิจกรรมนันทนาการที่เหมาะสม ค่านิยมเปลี่ยนแปลงไม่ทราบหรือไม่สนใจในประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมไทย กลายเป็นคนแข็งกระด้าง ขาดสัมมาคารวะ ขาดจิตใจของการเป็นผู้ให้บริการ นอกจากนี้ยังพบปัญหาในด้านสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มขึ้น มีมลพิษทางอากาศ น้ำ อาหารปนเปื้อน การบุกรุกป่า การพังทลายของชายฝั่งจากน้ำทะเลขึ้นสูง ฯลฯ นอกจากนี้ยังขาดการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาในระยะยาวด้านมาตรฐานและคุณภาพของบุคลากรรวมทั้งจรรยาบรรณของผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการซึ่งควรมีการส่งเสริม ดูแลและควบคุมอย่างเหมาะสม



ดังนั้นหัวใจคุณค่าของการเป็นผู้นำ
ด้าน **Medical and
Wellness Tourism** นั้น

จำเป็นต้องมีการประเมินและมีระบบวิธีการ
ในการทำนุบำรุงรักษาให้สมบูรณ์พร้อม
และมีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

ทิศทาง Wellness Hub
ของประเทศไทย
Thailand Move
on Wellness Hub

ธนิต วิรัชพันธุ์





ในปี 2562 ประเทศไทยได้รับการจัดอันดับจาก Global Health Security Index ให้เป็นประเทศที่มีความมั่นคงด้านสุขภาพ (Health Security) อันดับที่ 6 ของโลกและเป็นอันดับที่ 1 ในเอเชีย อีกทั้งจากความสามารถด้านการฟื้นตัวจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ประเทศไทยมีความมั่นคงทางสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น บวกกับปัจจัยด้านการแข่งขันราคาในประเทศไทยมีความได้เปรียบกว่าประเทศคู่แข่ง ทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีโอกาสการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สูงมาก หลังจากสถานการณ์โควิด 19 คลี่คลายลงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยจะได้รับความนิยมและตอบรับจากนักท่องเที่ยวอย่างก้าวกระโดด ผู้ประกอบการเชิงสุขภาพของเมืองไทยจำนวนมากได้ใช้ช่วงเวลากักตัวในการปรับปรุงสถานที่ ปรับปรุงบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการต้อนรับการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติและคนไทย



เมืองไทยเป็นเมืองที่เหมาะสมกับการเป็น Wellness Hub เป็นอย่างมาก ด้วยปัจจัยทั้งด้านความมีชื่อเสียงด้านการนวดสปา ศิลปะวัฒนธรรม ความอุดมสมบูรณ์ของธรรมชาติและอาหารเพื่อสุขภาพสมุนไพรต่างๆ สิ่งเหล่านี้เมื่อเอามาอยู่ด้วยกันจะทำให้เกิดความสุขสมบูรณ์ของสุขภาพ เพราะเวลาเนสจะต้องประกอบไปด้วย Body Mind and Soul เมืองไทยของเรามีครบทุกสิ่งที่จะตอบโจทย์ 3 ปัจจัยของความเป็นเวลเนสนี้

Body

- อาหารสุขภาพ
- การออกกำลังกาย
- การพักผ่อนนอนหลับ

Soul

- การมีศีลธรรมและจริยธรรม
- ความรู้ผิดรู้ถูก ความรู้ดีรู้ชั่ว

Mind

- การนวดสปา
- สุขภาพจิตที่ดี ไม่เครียด
- การแช่น้ำ
- สมอปลอดโปร่ง

ความเป็น Wellness Hub ของเมืองไทย จะเกิดความเชื่อมโยงกันของสถานประกอบการที่ เน้นการให้บริการสุขภาพโดยมีอัตลักษณ์ความเป็น ไทยในการให้บริการเป็นตัวเอก และยังนำศาสตร์ ที่มีชื่อเสียงจากที่อื่นๆเข้ามาเพิ่ม ทำให้เกิดความ หลากหลายของการให้บริการ เรียกได้ว่าจะเกิด One Stop Service ด้านเวลเนส มาทีเดียวได้ครบจบทุก ความต้องการ ผู้มาใช้บริการจะได้สัมผัสประสบการณ์ ใหม่ๆที่หลากหลายจากสถานที่ต่างๆ จะเกิด เป็นโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบ ต่างๆตามความชอบของลูกค้ากลุ่มต่างๆ เช่น

- **กลุ่มติกอล์ฟ** เน้นการออกรอบสนาม ต่างๆที่ทำหายในรูปแบบต่างๆ เช่น สนามเขา สนามสั้น สนามยาว ตลอดจนการแช่น้ำแร่ และ นวด สปาเพื่อคลายกล้ามเนื้อ

- **กลุ่ม detox** เน้นการขับพิษออกจาก ร่างกายด้วยวิธีการต่างๆ เช่น detox ลำไส้ด้วย สมุนไพรไทย detox ผิวหนังด้วยการขัดผิว รับ ประทานอาหารสมุนไพรที่ช่วยเสริมการล้างพิษ ของแต่ละคนให้บรรลุเป้าหมาย รวมถึงการนั่งสมาธิ เพื่อล้างพิษทางจิตใจ

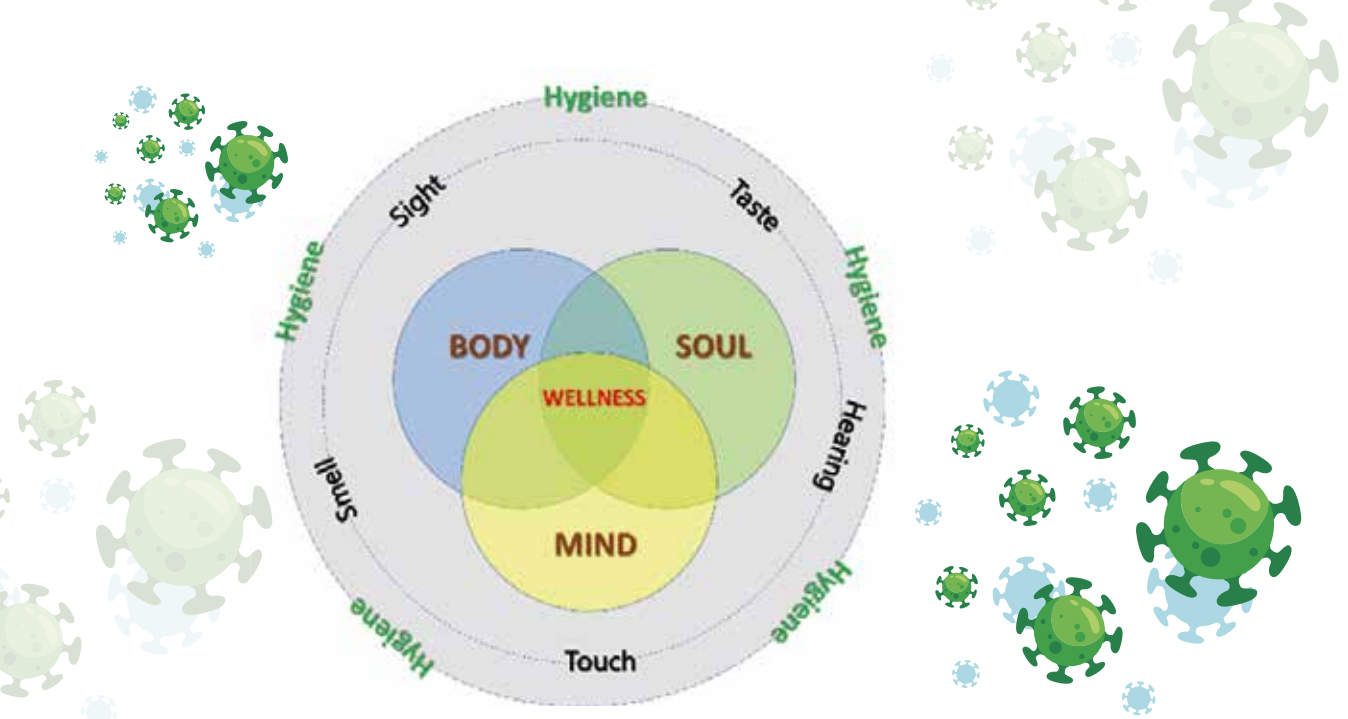


- **กลุ่ม slow life** เน้นกิจกรรมน้อยๆ ช้าๆ ไม่เร่งรีบ อยู่กับธรรมชาติ อยู่กับตนเองให้มากที่สุด วัดไทยจะเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ความเป็น slow life ทั้งการชื่นชมศิลปะภายในวัด การนั่งสมาธิ และ การสวดมนต์

- **กลุ่มกิจกรรมกีฬา** เน้นกิจกรรมที่ใช้แรง ใช้ทักษะการแข่งขัน เรียนมวยไทยกับครูมวยมีอาชีพ ซึ่งจักรยานหรือเดินวิ่งท่องเที่ยวในชนบท ตลอดจนการ นวดสปาหรือแช่น้ำแร่เพื่อคลายกล้ามเนื้อ

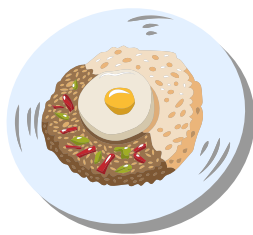
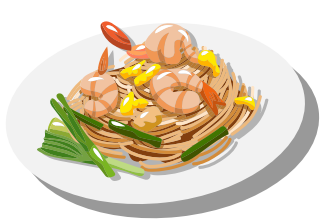
ทุกกลุ่มลูกค้าจะมีการสอดแทรกด้วยอาหาร สุขภาพ การพักผ่อนที่ดี การฝึกสมาธิในรูปแบบ ต่างๆ ทำให้ครบความเป็น wellness อย่างแท้จริง





พัฒนาการของการประกอบกิจการ Wellness Center ในประเทศไทย จะมีเป้าหมายในการตอบโจทย์สัมผัสดัง 5 คือ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส แต่จากสถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ทำให้ต้องเพิ่มเป้าหมายอีกหนึ่งอย่างนั่นคือ สุขอนามัย ทั้ง สุขอนามัยของสถานที่ สุขอนามัยของพนักงาน สุขอนามัยของชุดที่ผู้ใช้บริการสวมใส่หรือใช้รองรับร่างกายระหว่างบริการ การซักล้างหรือเช็ดทำความสะอาดต่างๆไปอาจไม่เพียงพอในการฆ่าเชื้อโรคที่มอง

ไม่เห็นด้วยตาเปล่า เทคโนโลยีการฆ่าเชื้อโรคจะถูกนำมาใช้เพื่อความมั่นใจของผู้มาใช้บริการ อาทิเช่น การฆ่าเชื้อโรคด้วย UVC หรือ Ozone ซึ่งมีการใช้ในการฆ่าเชื้อโรคในโรงพยาบาลชั้นนำทั่วโลกอยู่แล้ว และจากความมีชื่อเสียงด้านความควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด 19 ของมาตรการทางด้านสาธารณสุขของประเทศไทย ยิ่งทำให้ผู้รับบริการเกิดความมั่นใจในการใช้บริการของเวลเนส สถานประกอบการเองจึงต้องให้ความสำคัญด้านสุขอนามัยเป็นพิเศษ ไม่ละเลยหรือหย่อนยานกับมาตรการควบคุม ป้องกันและเฝ้าระวังภัยสุขภาพต่างๆ



หากพูดถึง Wellness ของเมืองไทย สิ่งแรกที่ผู้คนนึกถึงคงเป็น การนวดสปา ที่มีชื่อเสียงอันดับโลก หลายๆสถานประกอบการ เพื่อสุขภาพในปัจจุบันได้เพิ่มการให้บริการที่หลากหลายและครอบคลุมความเป็นเวลเนสมากขึ้น สิ่งสำคัญที่สุดที่จะต้องมีความสุขอนามัย ปราศจากเชื้อโรค จะทำอย่างไรในการทำให้เกิด สุขอนามัยที่ปราศจากเชื้อโรค และจะทำอย่างไรที่จะให้ผู้มาใช้บริการเกิดความมั่นใจในร้าน การมารับบริการที่ร้าน การสื่อสารในรูปแบบต่างๆ มีความจำเป็นต่อการรับรู้ของผู้มาใช้บริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสื่อออนไลน์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว

ร้านอาหาร คืออีกหนึ่งกิจกรรมของการมุ่งสู่ WellnessHub ของประเทศไทยที่ต้องประกอบด้วย 3 ปัจจัยหลักได้แก่ ร้อยมีประโยชน์ต่อสุขภาพ และ ถูกสุขอนามัย ร้านอาหารไทยที่นำสมุนไพรไทย มาเป็นจุดขายจะสร้างจุดขายในกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดี เพราะสมุนไพรไทยมีชื่อเสียงระดับโลกมายาวนาน ภูมิปัญญาอีกหนึ่ง สมุนไพรที่กำลังได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว สามารถนำมาใส่เมนูให้ลูกค้าได้ทดลองสร้างความแปลกใหม่เชิงสุขภาพได้เป็นอย่างดี





ค่ายมวยไทย ที่ผ่านมายังไม่ได้นำมา
นำเสนอในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากนัก แต่เป็น
หนึ่งในของดีเมืองไทยที่จะสร้างความน่าสนใจ
สร้างประสบการณ์เชิงสุขภาพและความรู้ให้กับ
นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติได้เป็นอย่างดี นอกจาก
การออกกำลังกายแล้ว โชนัแม่ไม้มวยไทยยังเป็นอีก
หนึ่งความประทับใจความสนุกตื่นตาตื่นใจให้กับ
ผู้ชม สอดแทรกด้วยคลาสการสอนเทคนิคมวยไทย
เบื้องต้นให้ผู้สนใจได้ขึ้นเวทีเรียนรู้มวยไทยจาก
ครูมวยไทยอาชีพ ผู้ประกอบการค่ายมวยไทย
จะต้องเน้นความสะอาดของสถานที่เป็นสำคัญ
ค่ายมวยไทยที่เปิดมานานแล้วแม้สภาพจะเก่าบ้าง
แต่เนื้อคือเสน่ห์อีกอย่างหนึ่งที่ทำให้เห็นถึงความดั้งเดิม
ของค่ายมวย เพียงแต่เพิ่มเติมด้านความสะอาด
ของทุกมุมของสถานที่ อุปกรณ์การเรียนการสอน
รวมทั้งมาตรการระยะห่างที่มั่นใจได้ว่าปลอดภัย
ต่อสุขภาพของทั้งผู้ฝึกสอนและผู้เรียน

ท่องเที่ยวธรรมชาติ

เมืองไทยความสมบูรณ์ของธรรมชาติที่มีครบทั้ง
ป่า แม่น้ำ ภูเขา ทะเล เสริมสร้างกิจกรรมสุขภาพ
ท่ามกลางบรรยากาศธรรมชาติจะเพิ่มมูลค่าให้กับ
สถานที่ได้เป็นอย่างดี ผู้ใช้บริการก็จะได้ทำกิจกรรม
พร้อมกับเสพธรรมชาติไปพร้อมๆกัน กิจกรรมส่งเสริม
สุขภาพทุกอย่างสามารถอยู่ในธรรมชาติได้
อย่างลงตัวโดยไม่ต้องปรุงแต่งใดๆ เช่นการนั่งสมาธิ
บนหาดทรายริมทะเล การนวดบนยอดดอย เข้าค่าย
ซ้อมมวยในป่า ไม่ว่ากิจกรรมไหนๆในประเทศไทยก็
เข้ากับธรรมชาติได้เป็นอย่างดี



จะเห็นได้ว่าไม่ว่าการใช้บริการเวลเนสรูปแบบไหนในประเทศไทย สุขอนามัยจะเป็นอันดับหนึ่งของปัจจัยหลักของผู้ประกอบการผู้มาใช้บริการจะมั่นใจและเที่ยวได้อย่างสบายใจ การได้รับมาตรฐานด้านสุขอนามัยเป็นอีกหนึ่งสัญลักษณ์สำคัญที่จะช่วยสร้างความมั่นใจให้ผู้มาใช้บริการ เช่น Amazing Thailand Safety and Health Administration (SHA) เป็นโครงการความร่วมมือของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกระทรวงสาธารณสุข รวมทั้ง มีวัตถุประสงค์เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของมาตรการควบคุมโรค ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้รับประสบการณ์ที่ดี มีความสุข และมั่นใจในความปลอดภัยด้านสุขอนามัยจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย



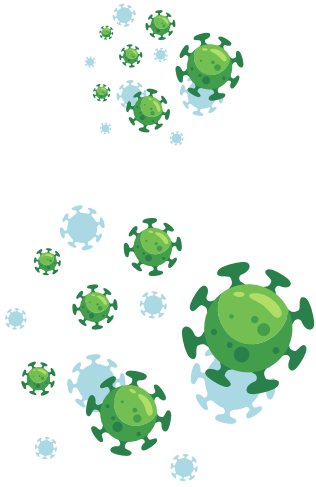


Amazing Thailand Safety
and Health Administration (SHA)

เวลานสประเทศไทย:
ก้าวต่อไปอย่างไรดี
What's next for Performing
Wellness Hub

อภิรดี หิรัญรามเดช





นับตั้งแต่ปี 2020 ที่ทั่วโลกเผชิญกับวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของ Covid-19 กลุ่มบริการสุขภาพ Wellness technology และความต้องการของผู้ใช้บริการถูกกระตุ้นให้มีการเปลี่ยนแปลงเร็วขึ้น การเปลี่ยนแปลงด้านการดูแลสุขภาพได้ปรับเปลี่ยนจากการรักษาเป็นการป้องกัน คนทั่วโลกต่างป้องกันตนเองจากการติดเชื้อโดยการมองหาเครื่องมือที่สามารถเพิ่มความสามารถของภูมิคุ้มกันร่างกายไม่ให้เอื้อต่อการติดเชื้อ Covid-19 ในขณะที่วัคซีนยังอยู่ในช่วงการพัฒนาไปพร้อมกับเชื้อโรคที่ทวีความรุนแรงมากขึ้น กอปรกับการเริ่มต้นฉีดพร้อมเก็บข้อมูลผลข้างเคียงที่เกิดจากการฉีดวัคซีนไปพร้อมๆ กัน



หากมองย้อนไปช่วงก่อนการระบาดของไวรัส Covid-19 นั้น บริการ Wellness ในไทยมีความหลากหลายและสามารถบำบัดได้ครอบคลุมแนวโน้มของเวลเนสโลก ผวนกับศาสตร์การนวดของไทย ส่งเสริมให้การเป็น Wellness Hub ของไทย มีเอกลักษณ์และทำรายได้ให้แก่การท่องเที่ยวของประเทศในรูปแบบของ Health & Medical Tourism เป็นอีกหนึ่งวิธีการท่องเที่ยวที่ภาครัฐส่งเสริมให้มีการเติบโตเพิ่มขึ้นในประเทศไทย โดยการเข้ามาใช้บริการเวลเนสของนักท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่



- 1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาดูแลแก้ไขปัญหาสุขภาพต่างๆ รวมไปถึงการตรวจสุขภาพประจำปี
- 2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่รักการนวดสปาและความงาม
- 3) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นการปรับสมดุลสภาวะจิตใจ อารมณ์ เช่น โยคะ
- 4) การบวชเพื่อสืบสานวัฒนธรรมของชาวไทยพุทธ สร้างความโดดเด่นให้แห่งการทำจิตใจให้สงบ มีพลัง
- 5) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เน้นการผ่อนคลายและพักผ่อน
- 6) กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ
- 7) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เชิงกิจกรรมออกกำลังกาย
- 8) กลุ่มนักท่องเที่ยวเน้นการล้างพิษ หรือ detoxification และการรับประทานอาหารที่เหมาะสมกับสภาวะร่างกายของแต่ละคน

ในอีกรูมของการวิเคราะห์สภาวะพฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2020 ทั่วโลกเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โรคที่เกิดจากการใช้ชีวิต อาทิ NCD (Non-Communicable Disease) มีจำนวนเพิ่มขึ้น ความเครียด พักผ่อนน้อย การเข้าสู่โลกดิจิทัล การระบาดของไวรัสโควิด 19 ทำให้ต้องทำงานจากที่บ้าน (Work From Home; WFH) โดยใช้แล็ปท็อป คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน ก่อให้เกิดโรคคนเมือง (Office Syndrome) นิ้วล็อก บ่าตึง หลังแข็ง ปวดคอบ่าไหล่ ไมเกรน มากขึ้นเช่นกัน



City Sickness+ 5 โรคร้าย บั่นทอนชีวิตคนเมือง

โรคเครียด และโรคทางจิตเวช

แบบคนวัย 25 - 35 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่กำลังก้าวเข้ามาในหน้าที่การงาน ซึ่งกว่าร้อยละ 80 และร้อยละ 90 ในกลุ่มวัยนี้ ประสบกับอาการของโรคซึมเศร้า

โรคปลายประสาทอักเสบ

โรคนี้แบ่งย่อยในคนทำงานมีได้ทั้งวัย รวมถึงคนที่ทำงานในเขตอุตสาหกรรม โดยเฉพาะบริเวณที่สัมผัสกับความร้อน มีงานที่ใช้คอมพิวเตอร์ ยืน เดิน ในท่าที่คงที่

อาการปวดปกติทางกล้ามเนื้อ

มนุษย์ยุคใหม่ ต้องมีทั้งงานกับคอมพิวเตอร์ การจราจรติดขัด ทำให้กล้ามเนื้อทำงานหนักหรือสลายตัว กระดูกเปราะบางขึ้นเรื่อยๆ ทำให้เกิดกระดูกสันหลังเสื่อม กล้ามเนื้อหัวใจและเส้นเอ็นอักเสบขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ปวดกระดูกข้อต่อ และอาจทำให้เกิดเส้นประสาทอักเสบ

โรคกระเพาะปัสสาวะ

ความรีบเร่งทำงาน อดนอน อดทานอาหารเช้า ทำให้ร่างกายเกิดความเครียดในปัสสาวะ ทำให้กระเพาะปัสสาวะอักเสบ เกิดการอักเสบที่ไต โรคนี้ยากที่จะรักษาเนื่องจากปัสสาวะบ่อยหรือปวดกระเพาะปัสสาวะบ่อย กลั้นปัสสาวะไม่อยู่

โรคระบบทางเดินหายใจ

คนกรุงเทพฯ มีอัตราการป่วยถึง 50 เปอร์เซ็นต์ทีเดียวหากเทียบกับเมืองอื่น ๆ จากข้อมูลของกรมอนามัย

www.infographicthailand.com
facebook.com/infographicthailand



คนประเทศไทย อายุยืนสุดในโลก?

ข้อมูลจาก: [Longevity](#)

1. ญี่ปุ่น 83.7 ปี	7. อิตาลี 82.7 ปี
2. สวิตเซอร์แลนด์ 83.4 ปี	8. สิงคโปร์ 82.5 ปี
3. สกอตแลนด์ 83.1 ปี	9. สวีเดน 82.4 ปี
4. ออสเตรเลีย 82.8 ปี	10. ฝรั่งเศส 82.4 ปี
5. สเปน 82.7 ปี	
6. ไอร์แลนด์ 82.7 ปี	

รู้หรือไม่?
ค่าเฉลี่ยของไทยอยู่ที่ **74.9 ปี**
มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดในโลก **48.8 ปี**

Fact: Telegraph

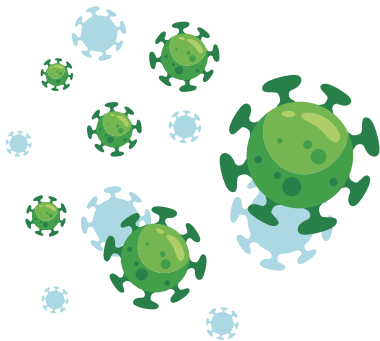
กลุ่มโรค NCDs ได้แก่

- โรคมะเร็ง
- โรคหลอดเลือดสมองและหัวใจ
- โรคถุงลมโป่งพอง
- โรคเบาหวาน
- โรคความดันโลหิตสูง
- โรคอ้วนลงพุง



แนวโน้มการดูแลสุขภาพแบบ เวลาของคนในยุคโควิด 19

แนวโน้มการดูแลสุขภาพแบบเวลาของคนในยุคโควิด 19 ต้องการประสิทธิภาพที่เห็นผลได้เร็วและสามารถปรับให้เหมาะสมกับความต้องการเฉพาะบุคคลได้ (Personalized Healthcare) เริ่มต้นจากขั้นตอนการค้นหาต้นเหตุของอาการเจ็บป่วย โดยการวิเคราะห์ความสมดุลของร่างกายด้วยการตรวจร่างกายจากสารน้ำในร่างกายซึ่งสามารถวิเคราะห์ได้ทั้งสภาวะร่างกายในปัจจุบัน หรือการคาดการณ์โรคที่มีแนวโน้มที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต เช่น การตรวจยีนและโครโมโซม เพื่อเป็นข้อมูลประกอบการออกแบบโปรแกรมเวลาเนสที่เหมาะสมให้กับแต่ละบุคคล



การเสริมฟิตร่างสุขภาพถึงตัวผู้ใช้บริการก็เป็นอีกหนึ่งขั้นตอนที่คนในยุคโควิด 19 สามารถเข้าถึงการรักษาได้ทันทีผ่านทางช่องทาง internet อาทิ line หรือ VDO call การปรึกษาแพทย์ทางออนไลน์ ได้รับการอนุญาตอย่างเป็นทางการตามกฎหมายที่ออกโดยกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข นอกจากนี้การส่งตรงการปรนนิบัติร่างกาย (treatment) ไปให้บริการแก่ลูกค้าถึงที่พัก หรือบริษัทและองค์กร เพื่อให้การเข้าถึงเวลาเนสได้ทั่วถึงไม่ว่าจะเป็นกลุ่มอายุไหนและไลฟ์สไตล์ต่างๆ

ด้วยมลภาวะทั้งทางอากาศ หรือแม้แต่อาหารและน้ำที่รับประทานเข้าไป การล้างสารพิษออกจากร่างกายเพื่อสุขภาพที่สมดุล ก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่คนเมืองยุคใหม่ให้ความสำคัญ การล้างพิษทางหลอดเลือด เช่น การทำคีเลชั่นด้วยการดึงโลหะหนักออกจากร่างกาย การรับประทานอาหารที่ปลอดภัย การดีท็อกซ์ลำไส้เพื่อขจัดสารพิษตกค้าง ล้วนแต่เป็นแนวทางในการปรับสมดุลให้ร่างกายมีความพร้อมที่จะต่อสู้กับโรคร้ายที่อาจเข้ามาคุกคามได้

นอกจากนี้การใช้เครื่องมือและข้อมูลเพื่อตรวจวิเคราะห์การทำงานของร่างกายแบบ real time เช่น การใช้อุปกรณ์เก็บข้อมูลการใช้ชีวิตประจำวัน การเต้นของหัวใจ การวัดปริมาณออกซิเจนในร่างกาย การวัดคุณภาพการนอน ก็เป็นอีกหนึ่งแนวทางในการป้องกันร่างกายจากอาการเจ็บป่วย ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลจากอุปกรณ์ที่เรียกว่า wellness tracking ส่งผลดีให้ร่างกายมีสภาวะสมดุล และแข็งแรง

จากข้อมูลเบื้องต้นทั้งหมด ทำให้มีการออกแบบโปรแกรมปรนินิบัติร่างกาย (body treatment) ได้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างครบถ้วน ตรงตามจุดประสงค์ของเวลเนสคือการเป็นการแพทย์เชิงป้องกันแทนที่การแพทย์เชิงรักษา ส่งเสริมให้มีชีวิตยืนยาวอย่างมีสุนทรีย์

หลังการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 แนวโน้มการท่องเที่ยวได้มีการปรับเปลี่ยนไปตามยุคสมัยและพฤติกรรมของผู้ที่จะมาเข้ารับบริการที่เปลี่ยนแปลงไป (อ้างอิงจาก The Future of Wellness 2021: Global wellness Summit) ได้มีการวิเคราะห์เกี่ยวกับแนวโน้มของบริการเวลเนสไว้ ดังนี้



1) เวลเนสธุรกิจบันเทิง มองเห็นโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มเวลเนส การออกกำลังกาย โดยดูจากช่องโทรทัศน์ พร้อมการเชื่อมต่อของอุปกรณ์ Netflix หรือ HBO ที่ส่งผ่านการบำบัดสภาวะอารมณ์ (Mind-Meditation) ผ่านทางช่องทาง Smart-TV แอปพลิเคชันที่ช่วยให้หลับสบาย สงบ เป็นอีกหนึ่งช่องทางธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตในอนาคต

2) การสร้างสมดุลภูมิคุ้มกันในร่างกายจะเข้ามาแทนที่การกระตุ้นภูมิคุ้มกัน (Immune System Stimulation) มีการศึกษาเพิ่มเติมพบว่า การทำให้ภูมิคุ้มกันร่างกายมีความเสถียรจะช่วยสร้างความแข็งแรงของร่างกายไม่ให้อ่อนแอ ซึ่งทำได้โดยการเพิ่มความแข็งแรงทางจิตใจด้วยการเดินทางเที่ยว เพื่อลดความเครียดในร่างกาย การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ก็จะช่วยปรับสมดุลภูมิคุ้มกันร่างกายให้มีความแข็งแรงมากขึ้น

3) การออกแบบสถานที่พักและสถานที่ให้บริการที่ตอบโจทย์วัตถุประสงค์ของการใช้งานควบคู่ไปกับการออกแบบสถาปัตยกรรมที่กลมกลืนกัน เช่น การออกแบบสภาวะการหมุนเวียนอากาศที่ดี เพื่อสภาวะที่สมบูรณ์ในระหว่างการใช้บริการ การออกแบบแสง สี เพื่อส่งเสริมการทำทริทเม้นท์ ปรนนิบัติร่างกายให้ได้ผลลัพธ์ที่ดีขึ้น รวมไปถึงการออกแบบสถานที่ที่สามารถผ่อนคลายอารมณ์และบำบัดจิตวิญญาณของผู้เข้ารับบริการ ช่วยให้การปรนนิบัติร่างกายสามารถบำบัดได้ครบตั้งแต่ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส จิตวิญญาณและจินตนาการ

4) การหายใจที่มีคุณภาพสามารถสร้างสุขภาพที่ดีได้ การหายใจลึกช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของสมอง ร่างกายและเพิ่มภูมิคุ้มกันให้แก่ร่างกายด้วย ดังนั้นการฝึกหายใจ (breath workout) สามารถทำให้ร่างกายแข็งแรงขึ้นได้จากภายใน



5) การดูแลแบบ Healthcare & Wellness จะมีความใกล้เคียงกันมากขึ้น จากเดิมที่เวลเนสจะเน้นการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน เป็นการบำบัดที่ไม่ใช่เพียงร่างกายภายนอก หากรวมถึงการบำบัดสภาวะจิตใจและอารมณ์ ในขณะที่เฮลท์แคร์เป็นการรักษาสำหรับผู้ป่วย แต่ต่อจากนี้การบำบัดทั้งสองแบบจะมีความเกี่ยวโยงกันมากขึ้น โดยการรักษาแบบเฮลท์แคร์จะมีคุณภาพที่ดีขึ้น หากเพิ่มเติมสุนทรีย์ในการรักษา การเพิ่มเติมการดูแลจัดโรงแรม 5 ดาว รวมถึงการตรวจเพื่อการวางแผนป้องกันการป่วย จะช่วยทำให้เฮลท์แคร์มีสามารถดูแลสุขภาพได้ลึกมากขึ้น ในขณะที่เวลเนสที่เป็นการดูแลสุขภาพแบบทางเลือกจะเริ่มมีแพทย์ที่สามารถให้คำแนะนำผู้มาใช้บริการให้ได้รับผลการบำบัดที่ได้คุณภาพเพิ่มขึ้น

6) การกระจายเวลเนสควรให้ไปถึงคนในทุกๆ กลุ่ม ไม่ว่าจะชนชาติไหน ช่วงอายุเท่าไร สามารถเข้าถึงการให้บริการได้เสมอ

7) โลกยุคดิจิทัลที่เข้ามาในช่วงโควิด 19 ทำให้การประชุมและการพบปะสังสรรค์เปลี่ยนแปลงไป การใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสาร แพลตฟอร์มต่างๆ ในการพูดคุยหรือประชุมกัน ทำให้การสื่อสารเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว มีประสิทธิภาพ รวมทั้งสามารถรวมคนที่คนมีความสนใจร่วมกันมาพูดคุยกันอย่างเปิดเผย เช่น Club House รวมทั้งก่อให้เกิดผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีผู้ติดตามเนื้อหาสาระด้านสุขภาพที่เผยแพร่ตามแพลตฟอร์มต่างๆ (Influencer) หรือ บุคคลที่มีอิทธิพลทางความคิดต่อผู้บริโภค (Key Opinion Leader; KOL) ซึ่งหัวข้อยอดนิยมในการสื่อสารของโลกใหม่คือ สุขภาพ ความปลอดภัย และภูมิคุ้มกัน โลกใหม่หลังโควิด 19 คือ การเชื่อมต่อกันอย่างรวดเร็วและทรงพลัง



8) โลกการเงินจะไม่ใช้โลกเฉพาะกลุ่มอีกต่อไป การบริหารเงินและการเช็คสุขภาพทางการเงินจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่คนให้ความสำคัญ การวางแผนทางการเงินและใช้เงินอย่างมีวัตถุประสงค์จะเป็นอีกหนึ่งข้อที่คนในโลกหลังโควิด 19 ให้ความสำคัญ

9) การท่องเที่ยวแบบใหม่หลังโควิด 19 หลังจากที่คนต้องกักตัวอยู่ในบ้าน หรือพื้นที่เดิมๆ หลังจากการบรรเทาโควิด 19 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้น ต่อไปคนจะวางแผนการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่ความสนุก หากว่าแผนการท่องเที่ยวเพื่อเติมพลังให้แก่ร่างกาย เพิ่มประสิทธิภาพให้แก่สมองและบำบัดสภาวะจิตใจ การเข้าหาธรรมชาติ รับพลังจากธรรมชาติ สามารถทำให้ร่างกายและจิตใจมีแข็งแรงและสมดุลมากยิ่งขึ้น

ดังนั้น หากจะมองถึงอนาคตของ
Wellness Hub ของประเทศไทย การตอบโจทย์พฤติกรรม
นักท่องเที่ยว การออกแบบชุดบริการ (package)
ให้ตรงตามกระแสโลกที่ปรับเปลี่ยนไปในยุคโควิด 19
อีกทั้งผสานจุดแข็ง
ของเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมเวลเนสของไทย
จะสามารถสร้างความแตกต่างจากประเทศรอบข้าง
เป็นเวลเนสที่สามารถเข้าถึงได้ทุกกลุ่มคน
เพื่อสร้างสุขภาพที่แข็งแรง ไม่เจ็บป่วย
มีชีวิตที่ยืนยาวอย่างมีความสุข







ขอขอบคุณ



พันธุทิพย์สุดา โปษยานนท์ (พี่ต้อม)

“พี่ต้อม” เป็นสาวอักษรเอกการละครของรั้วสีชมพูเมื่อหลายสิบปีก่อน ที่ชีวิตผกผันให้ก้าวเข้าสู่การเป็นสาวแบงค์อยู่ถึงกว่าสิบปี ตั้งแต่เริ่มงานที่ฝ่ายการค้าต่างประเทศ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) มาจนถึงย้ายไปอยู่ฝ่ายการธนาคารต่างประเทศของธนาคารนครหลวงไทย (ปัจจุบันคือธนาคารธนาชาติ) จำกัด (มหาชน) ในตำแหน่งสุดท้ายคือหัวหน้าหน่วยการธนาคารต่างประเทศ ฝ่ายบริหารการเงินของธนาคาร หลังจากนั้นจึงเริ่มต้นชีวิตการเป็นนักเขียนอิสระ มีงานเขียนคอลัมน์เกี่ยวกับสุขภาพ ความงาม และบุคลิกภาพให้กับนิตยสารหลายเล่ม อาทิ นิตยสารแอล (ประเทศไทย) นิตยสารกุลสตรี นิตยสารเซ็นทรัลพีร์เมียร์ และเป็นวิทยากรด้านบุคลิกภาพและความงามให้กับองค์กรและมหาวิทยาลัยต่างๆ เป็นครั้งคราว



มีความสุขกับการเขียนและการสอนเหล่านี้ อยู่สิดีกว่าปีไปพร้อมกับการดูแลครอบครัว จากนั้น ฟาก็ลิจิตให้กลับมาทำงานประจำอีกครั้งหนึ่งในตำแหน่งบรรณาธิการบริหารของนิตยสาร เฮอร์เวิลด์ ประเทศไทย (her o) นิตยสารหัวนอกของค่ายจีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ ทำนิตยสารนี้ร่วมกับทีมงานตั้งแต่ยังเป็น mock-up มาจนถึงวันสุดท้ายที่นิตยสารที่เป็นสิ่งพิมพ์ปิดตัวลง รวมเวลาทั้งหมด 13 ปี พี่ต่อมจึงเป็นบรรณาธิการบริหารคนเดียวของนิตยสารภาคภาษาไทยเล่มนี้



ปัจจุบัน นอกจากการเป็นนักเขียนนักแปลอิสระในสายท่องเที่ยว อาหารและสุขภาพความงาม ซึ่งเป็นงานที่รักมาโดยตลอดแล้ว พี่ต่อมก็ยังมีเพจเล็กๆ อีกสองเพจ เอาไว้พูดคุยแลกเปลี่ยนสาระด้านไลฟ์สไตล์ สุขภาพและความงาม ที่อยากเล่า และพี่ต่อม ก็ยังเป็นหนึ่งในทีมคณะทำงานท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism Brain Bank) ขององค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อ.พ.ท. ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เป็นการใช้ประสบการณ์ที่มีมาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนให้กับชุมชนในจังหวัดต่างๆ ซึ่งเป็นพื้นที่พิเศษของประเทศไทยอีกด้วย



VASU SURATTIANTRA

วสุ สุรติอันตรา

Date of Birth: 03 January 1976

Address: 226,228,230 Bumrungrmaung Rd. Samranrat,
Pranakorn, Bangkok, Thailand 10200

Tel: +66 (0) 88 888 8585 |

Email: vsurattiantra@panpuri.com

Instagram: [tumvasu](#)

Facebook: [tumvasu](#)

Website: www.panpuri.com

Responsibility

Leads and manages all sales and marketing activities of the spa services department to ensure all goals are achieved. Activities include: client account management, relationship management, sales performance management, pricing strategy and the definition of commercial terms and conditions.



EDUCATION

UNIVERSITY OF SHEFFIELD | Sheffield, United Kingdom

Master of Science (M.Sc.) in Information Management

1997 – 2001

BANGKOK UNIVERSITY | Bangkok, Thailand

Bachelor's Degree in Economics

1993 –1997

PROFESSIONAL EXPERIENCE

PURI COMPANY LIMITED | Bangkok, Thailand

Co-Founder & Executive Director

2003 – Present

ABOUT PAÑPURI

Born in Thailand, PAÑPURI offers clean beauty skincare and wellness lifestyle experiences inspired by age-old beauty and wellness traditions of the East. We believe clean beauty is about taking care of yourself from inside out, and knowing that your well-being is connected to everything around you. Each PAÑPURI formulation is a modern expression of this belief—each ingredient hand-picked, sustainably-sourced and screened through our proprietary ZeroList™ standard that prohibits over 2,300 questionable ingredients, so that you experience true clean beauty that is good, effective and necessary—for a happier, healthier and more beautiful you.



CERTIFICATION & TRAINING

Academy of Business Creativity: ABC
Class #5 (2016) | Sripatum University

Spa Operator Certificate (2013) Ministry
of Public Health, Thailand

PROFESSIONAL ACTIVITIES

THAI SPA ASSOCIATION MEMBERSHIP
COMMITTEE CHAIR (2013- present)

- Responsible for representing both domestic and international member interests within Thai Spa Association, spearheading new member acquisition, leading Marketing & Public Relations activities as well as Event planning.
- Part of the TSPA board delegation reviewing the inspection process and conditions of ASEAN Spa Services Standard with the Department of Tourism.
- Keynote speaker “Spa Management & Service Excellent” for TSPA and Ministry of Health

ABOUT PAÑPURI

Born in Thailand, PAÑPURI offers clean beauty skincare and wellness lifestyle experiences inspired by age-old beauty and wellness traditions of the East. We believe clean beauty is about taking care of yourself from inside out, and knowing that your well-being is connected to everything around you. Each PAÑPURI formulation is a modern expression of this belief—each ingredient hand-picked, sustainably-sourced and screened through our proprietary ZeroList™ standard that prohibits over 2,300 questionable ingredients, so that you experience true clean beauty that is good, effective and necessary—for a happier, healthier and more beautiful you.

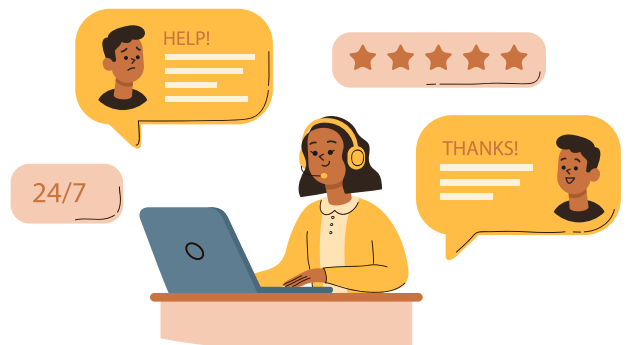


PAÑPURI WELLNESS

A one-stop haven for all things wellness, the newly-opened PAÑPURI WELLNESS invites guests to step into a world of new experiences while discovering wellness and inspiring them to live healthier lifestyles. Located on the 12th Floor of Gaysorn Tower at Gaysorn Village in Bangkok, PAÑPURI WELLNESS evokes a calm ambiance to inspire guests to find a balance in their everyday lives despite being exposed to 21st century urban issues such as stress, sleep, fatigue and pollution.

Spanning 1,918 square meters of wellness space, this urban retreat houses a suite of facilities, complemented with the finest natural and organic materials to promote rejuvenation and long-lasting vitality. PAÑPURI WELLNESS provides a holistic approach to wellness, incorporating organic spa treatments, natural and organic

F&B, wellness studio and Bangkok's largest hydrothermal facilities comprised of five male/female onsen pools (Kusatsu Onsen, Soda Bath, Vitality Pool, Cold Plunge Pool and Seasonal Onsen), steam room, Himalayan salt sauna, akasuri scrub room and onsen relaxation room. The spa area also employs Blueair, a top-of-the-line air purifying system, in its premises to quietly protect against the harmful effects of poor air quality. Guests are guaranteed to breathe in clean, fresh air devoid of dust, allergens and other micro-particles that cause respiratory discomfort.





Anette Schlemmer

NOMINATION

Nominated as the Best Spa Manager of the Year 2019 (Germany, Austria, North Italy)

EDUCATION:

Stamford University Bangkok General Management Degree: Master of Business Administration	2013-2014 2014
University of Applied Sciences (www.hm.edu) Major in Marketing, Insurance & Human Resource Degree in Business Administration	1998 - 2002 2002
Higher Vocational School (Berufsoberschule) University-entrance diploma A-Level (Abitur)	Sept 1996-1998 1998
Apprenticeship in hotel management at the Holiday Inn Crowne Plaza in Munich Apprenticeship Diploma (IHK)	1991 – 1994 1994

NOMINATION

Nominated as the Best Spa Manager of the Year 2019 (Germany, Austria, North Italy)

EDUCATION:

Stamford University Bangkok General Management Degree: Master of Business Administration	2013-2014 2014
University of Applied Sciences (www.hm.edu) Major in Marketing, Insurance & Human Resource Degree in Business Administration	1998 - 2002 2002
Higher Vocational School (Berufsoberschule) University-entrance diploma A-Level (Abitur)	Sept 1996-1998 1998
Apprenticeship in hotel management at the Holiday Inn Crowne Plaza in Munich Apprenticeship Diploma (IHK)	1991 – 1994 1994

WORK EXPERIENCE GERMANY

Grand Hyatt Berlin Club Olympus
> Spa Manager <

www.berlin.grand.hyatt.com
since May 2015

Grand Hyatt Berlin 5 Star Hotel, 342 rooms & suites, 3 restaurants, 1300 sqm banqueting facilities, 950 sqm rooftop Spa & Fitness (fully equipped gym, 15X5 Meter infinity pool, 6 treatment rooms, and 200 sqm roof top terrace for outdoor activities)

- Managing a team of 34 people (including freelancer and part time worker)
- Scheduling staff & therapists
- Annual forecast and budget planning
- Motivation of the team - so they can be their best
- Setting standards, implementation of new services
- Constantly monitoring service quality, Hyatt Standards & cleanliness
- Selection and implementation of a new Spa software (TAC)
- Development of new sales & marketing activities to raise revenue
- Membership guest relationship management 215 Members
- Authoring monthly health related newsletters
- Creation of a new spa brochure
- Monitoring of competitors and KPIs
- Managing supplies within the budget
- Continually developing and coaching of spa team
- Maintaining and developing beneficial relationships with business partners, members, guests and team
- Implementing Group Fitness classes and scheduling personal trainings



นายจิโรจ สินธวานนท์

ตำแหน่งปัจจุบัน

ที่ปรึกษาอาวุโส

วิทยาลัยแพทยศาสตร์นานาชาติจุฬาภรณ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

โทรศัพท์

0 2579 1592 , 02 579 5624

โทรสาร

0 2579 1592

โทรศัพท์มือถือ

093-556-4599

สถานที่ปฏิบัติงาน

วิทยาลัยแพทยศาสตร์นานาชาติจุฬาภรณ์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต
คลองหลวง ปทุมธานี 12120



งานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนและสำเร็จแล้ว



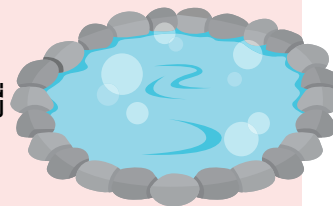
1. โครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในแหล่งน้ำพุร้อนในประเทศไทย”

โดยงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ปีงบประมาณ ๒๕๖๑

2. โครงการวิจัย เรื่อง “ความร่วมมือภาครัฐและเอกชนในการจัดการทุนมนุษย์สาขาบริการสุขภาพรองรับการเคลื่อนย้ายเสรีภายใต้ความตกลงการยอมรับคุณสมบัติร่วมบุคคลธรรมดาของประชาคมอาเซียน” โดยงบประมาณจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ปีงบประมาณ 2560

3. โครงการวิจัย เรื่อง “การคุ้มครองผู้บริโภคด้านบริการสุขภาพภายใต้นโยบายศูนย์กลางทางการแพทย์ : ความรอบรู้ของผู้รับบริการและการพัฒนากระบวนการบังคับใช้กฎหมายโฆษณาสถานพยาบาล” โดยงบประมาณจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2560

4. โครงการวิจัย เรื่อง "การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าความรู้เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพวิถีไทยในเส้นทางสายน้ำพุร้อนของประเทศไทย : กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนคลองท่อม จังหวัดกระบี่ และบ่อน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน จังหวัดลำปาง" โดยการสนับสนุนของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ปีงบประมาณ 2559



5. โครงการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยแวดล้อมทางการพัฒนาของพื้นที่ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองบริการสุขภาพ โดยการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักบริหารการสาธารณสุข สป. ปีงบประมาณ 2559



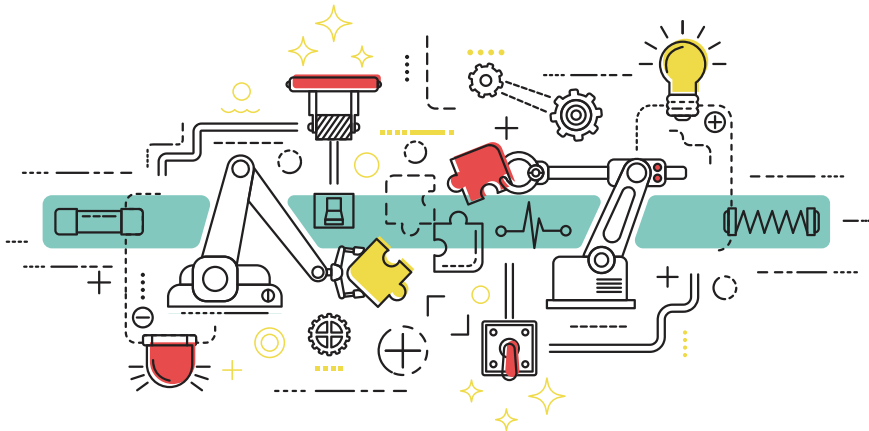


รณิต วัชรพันธ์ุ

สำเร็จการศึกษา ปริญญาตรี วิศวกรรมไฟฟ้าจาก มหาวิทยาลัยขอนแก่น และปริญญาโท วิศวกรรมไฟฟ้า คอมพิวเตอร์จาก California State University of Los Angeles สหรัฐอเมริกา

ทำงานและอาศัยอยู่ในสหรัฐอเมริกาเป็นเวลา 13 ปี ก่อนกลับมาทำธุรกิจที่เมืองไทย

ปัจจุบันเป็นกรรมการผู้จัดการ 5 บริษัท บริษัทล่าสุดคือ บริษัท เคนโค ออนเซ็น จำกัด ให้บริการแช่น้ำออนเซ็นแบบญี่ปุ่นและนวดสปา ตั้งอยู่ในเขตบางแสน จังหวัดชลบุรี ซึ่งนำนวัตกรรมการฆ่าเชื้อด้วยแสง UVC มาใช้ในการบำบัดน้ำแช่ออนเซ็นและภายในห้องสปา



อภิรดี หิรัญรามเดช

PERSONAL

Name : Apiradee Herunramdej

Nationality : Thai

Address : 384/206 Srvieng, The Trust city,
Nwamwongwan 25 Muang, Nontaburi 11000

mobile : 062-442-4998

Email : apiradee.rose@gmail.com

PERSONAL

EDUCATION

2005 : School of Anti-Aging and Regenerative
Medicine Mae Fah Luang University Hospital

Degree : Master of Science program in AntiAging and
Regenerative Medicine

2003-2005 : Chulalongkorn University

Degree : Master of Arts EIL(English as an International
Language Program) Faculty of Arts

1993-1996 : Chulalongkorn University

Major : English-French

Degree : Bachelor of Education Chulalongkorn
University Faculty Education
(Secondary Education)





SUSTAINABLE ACTIVITIES

Academic Support

- Key speaker “Service blueprint in Wellness industry” Lanna spa seminar 2019. Faculty of Nursing, Chiangmai University, Thailand
- Key speaker “Service blueprint in Wellness industry” Wellness seminar and workshop 2019. Department of Health Service support, Ministry of Public Health, Thailand
- Key speaker “Wellness 4.0” Thai spa association seminar 2018, Hong Kong
- Key speaker “Green spa” Sustainable Cosmetics Summit-Asia Pacific 2013, Hong Kong
- Key speaker “Know customer need in spa industry” Cosmoprof-Asia 2013, Hong Kong
- Key speaker “Find your Fabulous 2013” Medical Tourism Campaign, TAT Thailand
- Lecturer “Spa Management and Design”, Faculty of Architecture, Bangkok University
- Lecturer “Spa management & Service Operation” Service Operation Management Program, School of Management MAHIDOL UNIVERSITY
- Lecturer “Spa Management and Service Operation” Exchange student program, Rangsit University



- Lecturer “Marketing in Service industry”
MBA program, THAMMASART UNIVERSITY
- Lecturer “Business creativity” Integrated
Bachelor’s and Master Degree Program in
Business and Accounting. THAMMASART
UNIVERSITY
- Lecturer “English for Airline industry”
Secondary Education program,
Faculty of Education CHULALONGKORN
UNIVERSITY
- Lecturer “English for Spa business”
Faculty of Arts, CHULALONGKORN
UNIVERSITY
- Lecturer “English for Airline industry”
Faculty of Arts, SOUTH EAST BANGKOK
UNIVERSITY
- Lecturer “English for Spa Industry
focus on Therapist” Faculty of Arts,
SOUTH EAST BANGKOK UNIVERSITY



Social Support

Joining project “Youth Ready for Work for life 2018-1019” World Vision foundation, Thailand
Joining Charimas Tree Charity Project to raising fund for the “Hematological Cancer Research” Thai Red Cross and Living Living etc. magazine
Support Product and Service “The Skill Development Center for the Blind” Foundation for the Blind in Thailand under Royal Patronage of H.M. THR QUEEN
In charge “Education committee Chair” Thai spa association, Thailand

THAILAND
HEALTH TOURISM

สู่เส้นทางสุขภาพสายประเทศไทย
The Journey To Thailand
Health Tourism EP.1