



การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : ความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย

Health Tourisms: Thailand's Competitiveness

วาริพร ชูศรี¹, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล¹

Wareeporn Chusri¹, Woraluck Lalitsasivimol¹

(Received: December 3, 2019; Revised: April 27, 2020; Accepted: June 17, 2020)

บทคัดย่อ

บทความทางวิชาการนี้เป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันทางด้านตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยโดยพบว่า มีการเติบโตไปในทิศทางบวก ในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประมาณ 100,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นในอัตราร้อยละ 14 ต่อปี ซึ่งความได้เปรียบทางการแข่งขันของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยนั้นมีสาเหตุมาจากปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกประเทศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของโลกที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ วิถีชีวิตของผู้นับในยุคนี้นับว่ามีความสำคัญกับการบำบัดความเครียดโดยการแสวงหาวิธีการผ่อนคลาย เช่น การนวดสปา เป็นต้น ด้านสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่มีผลทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเติบโต เช่น อัตราค่ารักษาพยาบาลที่ถูกลงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน คุณภาพของการรักษาการผ่าตัดทางด้านศัลยกรรมเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะในผลิตภัณฑ์การให้บริการ เช่น การบริการนวดแผนไทย การบริการอบสมุนไพร และการประคบสมุนไพร

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความสามารถในการแข่งขัน ประเทศไทย

Abstract

This academic article aimed to analyze competitiveness of health tourism market in Thailand. It was found that health tourism was in a positive growth direction. Health tourism was able to generate a lot of income for the country. In 2017, Thailand generated income from health tourism approximately 100,000 million baht, and the growth rate of wellness tourism was approximately 14 percent per year. The competitive advantages of the overall wellness tourism in

¹หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹Philosophy Program in Business Administration, Hatyai Business School, Hat Yai University



Thailand were from various external environmental factors, for example, the structural change of world population into aging society. Today, people tended to release their stress by going to therapies such as spa massages. For the domestic environment the growth of wellness tourism was from its lower price with better service and more quality than neighboring countries, especially the quality of surgical treatment which was accepted by tourists. In addition, Thailand was unique in providing products such as Thai massage, herbal steam service and herbal compress service.

Keywords: Health tourism, Competitiveness, Thailand

บทนำ

การท่องเที่ยวไทยถือเป็นหนึ่งฟันเฟืองหลักที่ขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา กระแสของสังคมในการดูแลสุขภาพได้รับความนิยมจนกระทั่งพัฒนากลายเป็นพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพตนเองมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อผู้ประกอบการในการที่จะผลิตสินค้าและบริการ ให้สอดคล้องตามพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และนั่นย่อมรวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวเช่นกันที่ต้องปรับตัวและสร้างจุดขายใหม่ ๆ ให้รองรับกระแสดังกล่าว จนนำไปสู่การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่อย่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพซึ่งมีอัตราการเติบโตที่น่าสนใจ จากข้อมูลของสถาบันด้านสุขภาพสากล (Global wellness institute: GWI, 2017) ได้เผยว่า เศรษฐกิจเชิงสุขภาพของโลก (Global wellness economy) สามารถสร้างรายได้ในตลาดโลกโดยมีมูลค่าประมาณ 124 ล้านล้านบาท ซึ่งมีจำนวนมากกว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย 9,000 เท่า (Growth domestic product :GDP) นอกจากนี้อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกในปี 2017 ได้เติบโตขึ้นจากปี 2016 ร้อยละ 10.6 และยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชีย เป็นตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีศักยภาพสูง ทั้งนี้สถาบันด้านสุขภาพสากล (Global wellness institute) ได้เผยว่า ในปี พ.ศ. 2560 กลุ่มประเทศในภูมิภาคเอเชียมีการถือครองส่วนแบ่งตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอัตราร้อยละ 15 ของมูลค่าการตลาดทั้งหมดของโลก (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) โดยประเทศที่มีบทบาทสำคัญในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ไทย สิงคโปร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ตามลำดับ เมื่อเทียบส่วนแบ่งการตลาดเชิงสุขภาพของประเทศไทยกับส่วนแบ่งการตลาดเชิงสุขภาพทั้งหมดในภูมิภาคเอเชีย พบว่า ประเทศไทยถือครองส่วนแบ่งการตลาดในอัตราร้อยละ 38 รองลงมาเป็นประเทศสิงคโปร์มีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 33 จากข้อมูลเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชีย



มีการกระจุกตัวอยู่ในประเทศไทย และประเทศสิงคโปร์ โดยส่วนแบ่งการตลาดที่สองประเทศนี้ถือครองรวมกันอยู่ที่ร้อยละ 71 ของมูลค่าการตลาดทั้งหมดในภูมิภาคเอเชีย (กานดา ชีรานนท์, 2561)

ประเทศสิงคโปร์ถือเป็นคู่แข่งชั้นสำคัญในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย จากข้อมูลอัตราการถือครองส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระหว่างประเทศไทย และประเทศสิงคโปร์พบว่า มีอัตราการถือครองที่แตกต่างกันไม่มากนัก อย่างไรก็ตามประเทศไทยได้มีการปรับตัวโดยพยายามผลักดันประเทศให้กลายเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์แห่งภูมิภาคเอเชีย (Medical hub of Asia) โดยภาครัฐได้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างจริงจัง มีการวางนโยบาย และกำหนดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิ การปรับโครงสร้างพื้นฐานด้านการคมนาคมของประเทศให้สะดวกรวดเร็ว มีระบบป้องกันความปลอดภัยเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ประเทศไทยได้กำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่ชัดเจน โดยมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อยู่ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ขั้นสูง ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพ มีกำลังซื้อสูง (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

สำหรับประเทศไทยมีแนวโน้มว่าในอนาคตอาจได้ส่วนแบ่งการตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีการพัฒนาให้มีหน่วยการแพทย์ที่มีคุณภาพ ราคาไม่สูงเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับจากการรักษา นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีสถานที่ท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น ทะเลภูเขา หรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่มีสถาปัตยกรรมอันงดงาม อาทิ วัด ทั้งนี้ประเทศไทยยังมีเอกลักษณ์เฉพาะด้านวิถีชีวิต ประเพณี วัฒนธรรม ที่โดดเด่นสามารถนำมาสร้างเป็นข้อได้เปรียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี (ผู้จัดการออนไลน์, 2562)

สำหรับการส่งเสริมของภาครัฐที่มีส่วนช่วยให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยเจริญเติบโตไปด้วยดี คือ การที่ภาครัฐเข้ามากำหนดนโยบายเพื่อผลักดันและส่งเสริมให้ประเทศไทยก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เห็นได้จากการที่รัฐได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ 10 ปี (พ.ศ. 2560–2569) และกำหนดวิสัยทัศน์เพื่อมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical & Wellness) ในอาเซียน (กระทรวงสาธารณสุข, 2562)

ทั้งนี้ข้อมูลในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอัตราร้อยละ 38 ของมูลค่าการตลาดเชิงสุขภาพทั้งหมดในภูมิภาคเอเชีย อาจเป็นเพราะการขยายตัวด้านการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภาคธุรกิจในประเทศไทยที่มีการขยายและเพิ่มเติมกิจกรรมต่าง ๆ ให้เป็นจุดดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น (คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, สุจิตรา สุนทรทรัพย์, และวิภาวดี ลีมิ่งสวัสดิ์, 2561) อย่างไรก็ตามแม้ว่าประเทศไทยจะสามารถผลักดันประเทศให้มีส่วนแบ่งการตลาดด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพิ่มขึ้น แต่ทว่าเรายังไม่สามารถมั่นใจหรือหยุดการพัฒนาได้ เนื่องจากประเทศคู่แข่ง



ต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียมีการขยับตัวเพื่อพัฒนา และพร้อมจะแย่งชิงการเป็นผู้นำทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นเดียวกัน อาทิ สิงคโปร์ มาเลเซีย และกัมพูชา ได้มีการส่งเสริมด้านการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความโดดเด่นแสดงให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เช่น กรรมวิธีในการสร้างลูกประคบ วิธีการนวดสปา นวดสมุนไพร พร้อมมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่บุคลากรผู้ให้บริการภายในประเทศเพื่อสร้างความเชี่ยวชาญด้านการผลิตสมุนไพรสำหรับการรักษาโรค ซึ่งหากประเทศเหล่านี้มีการพัฒนาเช่นนี้อย่างต่อเนื่องจนมีความแข็งแกร่ง กลายเป็นประเทศที่น่าสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเทศไทยก็จะโดนแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดไป นอกจากนี้ในอนาคตไทยอาจมีคู่แข่งที่สำคัญเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ ประเทศฟิลิปปินส์ ซึ่งเป็นประเทศที่กำลังได้รับความสนใจจากกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นกัน ทั้งนี้ประเทศฟิลิปปินส์ได้เร่งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความพร้อมในการบริการมากขึ้น ทั้งนี้ประเทศฟิลิปปินส์ได้พยายามพัฒนาประเทศมาเป็นระยะเวลาเกินกว่า 15 ปี ในการที่จะเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภาคพื้นเอเชีย แต่ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร ด้วยปัญหาหลักของฟิลิปปินส์ คือ ขาดแคลนบุคลากรด้านการแพทย์ (ผู้จัดการออนไลน์, 2562) อย่างไรก็ตามหากในอนาคตประเทศฟิลิปปินส์สามารถสร้างบุคลากรทางการแพทย์ได้มากขึ้น มีความเชี่ยวชาญพร้อมต่อการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ ประเทศฟิลิปปินส์จะกลายเป็นคู่แข่งที่สำคัญในตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยอย่างแน่นอน

จากข้อมูลที่ได้กล่าวถึงเบื้องต้นจะพบว่า ประเทศต่าง ๆ ในละแวกใกล้เคียงกับประเทศไทยได้มีการพัฒนาประเทศ และพยายามสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของประเทศเพื่อใช้เป็นจุดดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เข้าไปใช้บริการท่องเที่ยวในประเทศของตน และด้วยเหตุนี้ประเทศไทยจึงไม่สามารถอยู่นิ่งเฉยหรือหยุดการพัฒนาได้ เราควรสำรวจวิเคราะห์หาโอกาส อุปสรรค จุดแข็ง จุดอ่อน เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน พร้อมพัฒนาศักยภาพด้านต่าง ๆ ให้ดียิ่งขึ้น อาทิ ด้านโครงสร้างพื้นฐานการคมนาคมทั้งทางอากาศ ทางบก ด้านสิ่งแวดล้อมความสะอาด ด้านบุคลากร ด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

วัตถุประสงค์ของบทความวิชาการนี้ เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย โดยผู้เขียนใช้กรอบในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกประเทศด้วย PEST Analysis ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์หาโอกาส และอุปสรรคที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ทำการวิเคราะห์ประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ นโยบายของรัฐ เศรษฐกิจ สังคม วิถีชีวิต ค่านิยม ความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่ส่งผลกระทบต่อทั้งในแง่บวกและแง่ลบต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และใช้กรอบวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในประเทศด้วย Functional analysis ซึ่งเป็นเครื่องมือที่วิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินงานในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านการบริหารจัดการโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการผลิต ด้านการบริหารคน เป็นต้น สะท้อนให้เห็นถึงจุดแข็ง



จุดอ่อนของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย นอกจากนี้ผู้เขียนได้ทำการเสนอแนะแนวทางการดำเนินการเพิ่มเติมในอนาคต โดยที่ผู้เขียนได้วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากงานวิจัย บทความวิชาการ และข่าว ด้วยวิธีการสังเคราะห์เนื้อหาตามประเด็นที่เกี่ยวข้อง แล้วจึงทำการแบ่งแยกรายละเอียดของเนื้อหา ข้อมูล นำมาจัดลำดับ จัดขอบเขตของเนื้อหา ข้อมูล อธิบายและแบ่งเนื้อหาออกเป็นหัวเรื่อง หัวข้อย่อย

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism)

ตามความหมายของสถาบันด้านสุขภาพสากล (Global wellness institute: GWI, 2014) ได้กล่าวไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางที่แสวงหาการบำรุงและส่งเสริมสุขภาพให้ดียิ่งขึ้น สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยว จะมีทั้งนักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่านั้น และอีกกลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวรูปแบบอื่น ๆ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 1) การบริการด้านการแพทย์ 2) การบริการด้านสุขภาพ และ 3) ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสมุนไพร (สถาบันด้านสุขภาพสากล, 2014) ทั้งนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ให้ข้อมูลว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งความหมายตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวได้ 2 ประเภท คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health healing) เป็นการท่องเที่ยวที่รวมเอาการบำบัดรักษาโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพมารวมเข้าไว้กับการเดินทาง ยกตัวอย่าง เช่น เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว และเข้ารับบริการด้านทันตกรรมต่าง ๆ หรือเข้ารับการรักษาเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ ฯลฯ ในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล เป็นต้น 2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health promotion) เป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และพักในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ เพื่อร่วมทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพยังสถานที่นั้น ๆ ที่ได้จัดเตรียมบริการไว้ อาทิ การนวดแผนไทย สุนทรบำบัด (Aroma therapy) อาบน้ำแร่ (Spa) อบสมุนไพรไทย เป็นต้น

สรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การท่องเที่ยวที่เกิดการผสมผสานระหว่างการเดินทางมาเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวพร้อม ๆ กับการมาใช้บริการด้านการแพทย์และสุขภาพ กีฬา ศูนย์การออกกำลังกาย หรือเข้าร่วมทำกิจกรรมอื่น ๆ ที่ช่วยในการส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรง ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถจำแนกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ 1) การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ เป็นลักษณะการท่องเที่ยวมาเพื่อทำการรักษาหรือฟื้นฟูร่างกาย เช่น การทำฟัน การผ่าตัดต้อกระจก เป็นต้น 2) การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ หมายถึง การเดินทางมาท่องเที่ยวในลักษณะของการป้องกันไม่ให้เกิดโรคภัย ซึ่งจะมีลักษณะในรูปแบบของการเข้าร่วมกิจกรรมตามที่แหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ



ได้จัดให้มีกิจกรรมขึ้น ตัวอย่างเช่น เพื่อมาใช้บริการสปา ใช้บริการนวดแผนไทย เป็นต้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2562)

การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก

ปัจจุบันกระแสของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีแนวโน้มที่เติบโตได้สูงซึ่งอดีตที่ผ่านมา VISA and Oxford Economics เผยว่า ภาพรวมตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของโลกปี 2016 มูลค่าตลาดอยู่ที่ 100 พันล้านเหรียญสหรัฐอเมริกา และมีนักท่องเที่ยวจำนวน 11-14 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2015 อัตราร้อยละ 25 (Marketingoops, 2020) สอดคล้องกับสถาบันทรัพยากรพลังงานแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2560) เปิดเผยว่า ตลาดเชิงสุขภาพของทุกประเทศทั่วโลกรวมกันมีมูลค่าการตลาดสูงเป็นอันดับสี่ รองจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงอาหาร และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.6 ของรายได้จากการท่องเที่ยวในภาพรวม นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 – 2563 การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกมีอัตราการเติบโตรายปีเฉลี่ยร้อยละ 7.5 โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระหว่างปี 2015-2020

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	การคาดการณ์ขนาดของตลาด (พันล้านดอลลาร์)		การคาดคะเนอัตราการ เติบโตรายปีโดยเฉลี่ย
	2015	2020	2015-2020
	563.2	808	7.5%

ที่มา : คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา และคณะ (2561)

จากตารางที่ 1 การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก พบว่า มีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นในอัตราร้อยละ 7.5 สอดคล้องกับข้อมูลจากกรมประชาสัมพันธ์ของประเทศไทยที่ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกในภาพรวมมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มจะเติบโต



ยิ่งขึ้น ดังจะเห็นได้จากข้อมูลตัวเลขรายได้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกในปี พ.ศ. 2559 มีมูลค่า 1.6 ล้านล้านบาท เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรายได้ในปี พ.ศ. 2558 พบว่า มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมโดยประมาณ 10 เปอร์เซ็นต์ ส่งผลให้เกิดการสร้างรายได้ในกลุ่มผู้ประกอบการทางอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 30 (สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์, 2560) นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในประเด็นความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตลาดโลก พบว่า โดยรวมมีแนวโน้มความต้องการเพิ่มสูงขึ้น อาจเป็นเพราะจำนวนประชากรโลกมีอัตราเพิ่มขึ้น โดยคาดการณ์ไว้ว่าในปี ค.ศ. 2050 ประชากรโลกจะมีประมาณรวม 9,300 ล้านคน โดยจำนวนประชากรในส่วนภูมิภาคเอเชียมีการเพิ่มขึ้นมากที่สุดโดยประมาณการไว้ว่าจะมีจำนวนประชากร 5,400 ล้านคน จากข้อมูลดังกล่าวสามารถเชื่อมโยงได้ว่า เมื่อประชากรมีจำนวนมากขึ้นโอกาสที่ประชากรเหล่านั้นจะต้องเข้ารับการรักษาบำบัดหรือบำรุงสร้างเสริมสุขภาพร่างกายในอนาคตย่อมสูงขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน (ณรงค์กรมโนจันทร์เพ็ญ, 2562)

การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก มีสาเหตุมาจากปัจจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) ชนชั้นระดับกลางทั่วโลกมีการขยายตัว และมีรายได้ที่สูงขึ้นซึ่งคนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น 2) ประชาชนทั่วโลกให้ความใส่ใจในการดูแลสุขภาพตนเองเพิ่มขึ้น เพราะถูกกระตุ้นจากการเกิดโรคภัยต่าง ๆ ซึ่งเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Non-Communicable diseases: NCDs) หรืออาจถูกกระตุ้นจากความรู้สึกอ่อนล้า ปวดเมื่อยร่างกาย เกิดภาวะความตึงเครียดจากภาระงานที่ต้องรับผิดชอบ เป็นต้น 3) การท่องเที่ยวเพื่อต้องการสร้างประสบการณ์อันแปลกใหม่ให้กับชีวิตตนเองของนักท่องเที่ยวได้รับความนิยมมากขึ้นกว่าการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิมที่มาเพื่อเยี่ยมชม ชื้อของที่ระลึกและเดินทางกลับไป (Marketer online, 2020)

ตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2561 ไปจนกระทั่งถึงปี 2565 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกจะเติบโตขึ้นเฉลี่ย (Compound annual growth rate: CAGR) ร้อยละ 3.3 ต่อปี โดยการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเป็นผลมาจากการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคมที่เข้มแข็งในภูมิภาค เช่น การเชื่อมต่อระหว่างประเทศที่สามารถเดินทางด้วยสายการบินที่หลากหลายและมีตารางการบินที่เพิ่มจำนวนเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น มีการจัดตารางบินตรงระหว่างประเทศทำให้เกิดความรวดเร็วในการเดินทางมากขึ้น นอกจากนี้การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญต่าง ๆ ซึ่งทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำลง ความสะดวกจากการจองผ่านแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนช่วย



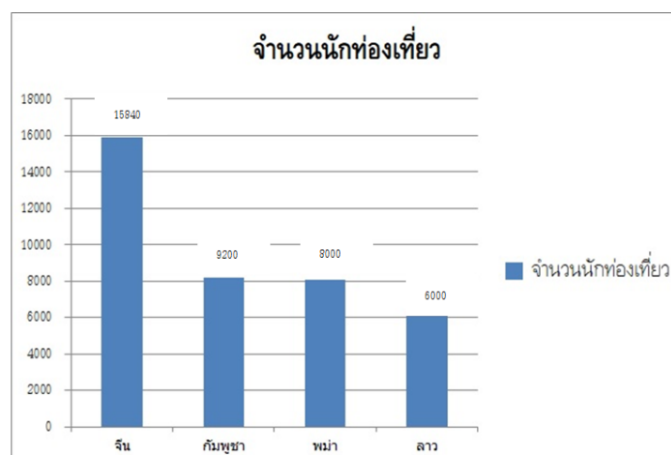
ความสะดวกในการเดินทางอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งประเทศไทยก็มีการนำเอาแพลตฟอร์มการท่องเที่ยวออนไลน์มาใช้อำนวยความสะดวกรวดเร็วให้กับนักท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2557-2561 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 11.45 ต่อปี ในปี 2561 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยรวมทั้งสิ้น 38,277,300 คน เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2560 พบว่า เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.19 และจากข้อมูลดัชนีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2553 ถึงปี พ.ศ. 2558 ธุรกิจภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นภาคธุรกิจที่สร้างรายได้แก่ประเทศไทยถือเป็น 1 ใน 5 อุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศ และในปี พ.ศ. 2559-2560 พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภาพรวมของประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ในอันดับที่ 18 จากการจัดอันดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก (Global MTI ranking) ซึ่งปัจจัยสำคัญที่ใช้ในการจัดอันดับ ได้แก่ สภาพแวดล้อมของประเทศ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีอยู่เดิม และคุณภาพของการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวก นอกจากนี้ประเทศไทยยังถูกจัดให้อยู่ในลำดับที่ 13 ของโลกในด้านคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการในการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นเดียวกัน ทางด้านแนวโน้มอัตราการเติบโตของประเทศไทยซึ่ง ศูนย์วิจัยสุขภาพของโลก (International healthcare research center: IHRC) ได้กล่าวว่า ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยมีแนวโน้มเติบโตถึงอัตราร้อยละ 14 ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ซึ่งข้อมูลนี้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยโดยมีอัตราเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปี ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ เวียดนาม (Cambodia-Laos-Myanmar-Vietnam: CLMV) และนักท่องเที่ยวจากประเทศ จีน ญี่ปุ่น ตามลำดับ ซึ่งในปี พ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยจำนวน 2.5 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วน 6-8% ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่ประเทศไทยให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นเพราะการพัฒนาทางการแพทย์ และสาธารณสุขของโลกทำให้ประชากรของโลกมีอัตราการเสียชีวิตต่ำลง ผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะมีอายุยืนยาวมากกว่าในอดีต โดยผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักใช้ชีวิตหลังเกษียณอายุงานไปประกอบกิจกรรมสันทนาการ หรือเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เนื่องจากมีเวลามากกว่านักท่องเที่ยวในวัยอื่น ๆ และมีความพร้อมทางการเงิน กลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุจึงเป็นตลาดเป้าหมายใหม่ที่มีคุณภาพ และมีกำลังซื้อสูงกว่าตลาดทั่วไป



สหประชาชาติได้คาดการณ์ว่าจะมีผู้สูงอายุทั่วโลกในปี พ.ศ. 2593 ประมาณ 1,968 ล้านคน ซึ่งคนในทวีปเอเชียจะมีผู้สูงอายุมากที่สุด แนวโน้มการขยายตัวของตลาดผู้สูงอายุในประเทศสมาชิกอาเซียน ระหว่างปี พ.ศ. 2558 – 2603 คาดว่าเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว คาดว่าสิงคโปร์จะมีสัดส่วนจำนวนประชากรผู้สูงอายุมากที่สุดในอาเซียน และในอนาคตอีก 10 ปี ข้างหน้าคาดการณ์ว่า จะมีกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุซึ่งเป็นชาวต่างชาติ เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนประมาณ 7 ล้านคนต่อปี พยากรณ์ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ร้อยละ 31 เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุถือเป็นโอกาสของประเทศไทยเพราะในอนาคตผู้สูงอายุอาจกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลักที่ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงขึ้น (สถาบันระหว่างประเทศไทยเพื่อการค้าและการพัฒนา, 2557)

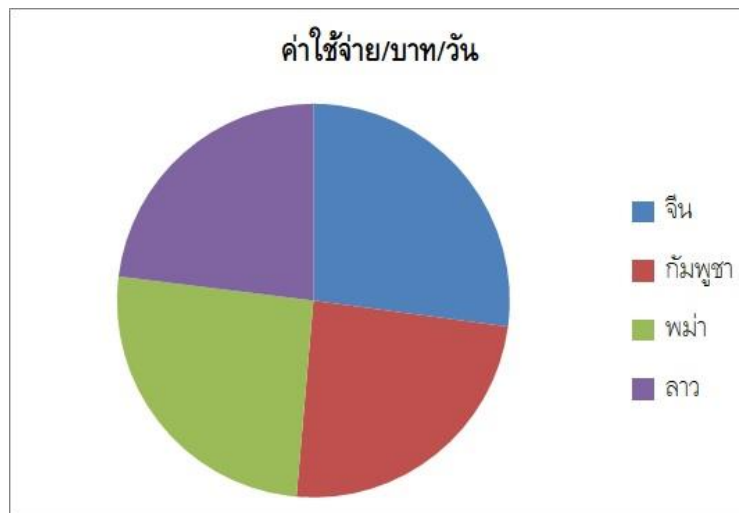
ด้านสถิตินักท่องเที่ยวจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในปี 2561 พบว่า นักท่องเที่ยวในประเทศไทยแถบเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศกัมพูชา เมียนมาร์ และลาว ตามลำดับ รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปี พ.ศ. 2561
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

โดยนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวันดังนี้ นักท่องเที่ยวจากจีนมีการใช้จ่ายวันละ 6,334.22 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 56.40 บาท นักท่องเที่ยวจากเมียนมาร์มีการใช้จ่าย 5,976.51 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 828.42 บาท นักท่องเที่ยวจากกัมพูชามีการใช้จ่าย 5,668.88 บาท แบ่งเป็น

ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 876.78 บาท และนักท่องเที่ยวจากลาวมีการใช้จ่าย 5,381.86 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 314.69 บาท ดังภาพที่ 2



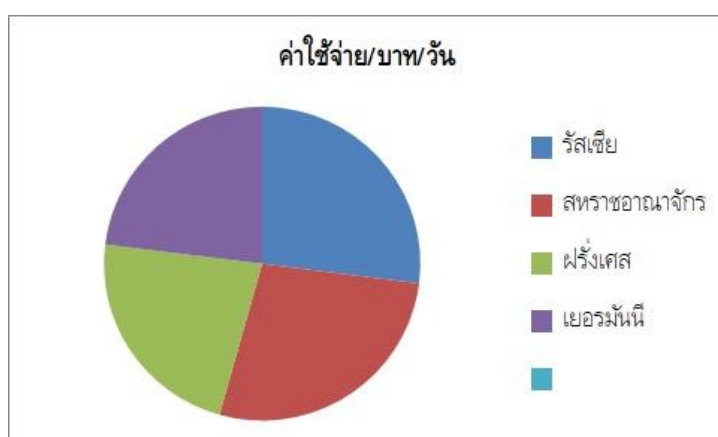
ภาพที่ 2 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย พ.ศ. 2561
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศแถบยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยพบว่า เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียมากที่สุด รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และเยอรมนี ตามลำดับ รายละเอียดดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 จำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปี พ.ศ. 2561
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

โดยนักท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวต่อวัน ดังนี้ นักท่องเที่ยวจากรัสเซียมีการใช้จ่ายวันละ 4,232.90 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 48.12 บาท นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร มีการใช้จ่าย 4,286.86 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 68.85 บาท นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสมีการใช้จ่าย 3,540.35 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 58.88 บาท และนักท่องเที่ยวจากเยอรมนี มีการใช้จ่าย 3,610.72 บาท แบ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล 55.98 บาท จากข้อมูลดังกล่าวจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอัตราการใช้จ่ายเงินต่อวัน และค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลในอัตราที่สูงกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรป รายละเอียดดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศยุโรป พ.ศ. 2561
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2561)

จากข้อมูลทีกล่าวนมาในเบื้องต้นจะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นโดยมีกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักเป็นชาวเอเชีย อย่างไรก็ตามแม้ว่าประเทศไทยจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบของการบำบัดรักษาในอัตราที่สูง แต่ทว่ายังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งซึ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบส่งเสริมสุขภาพ (ป้องกันการเกิดโรค) ด้วยประเทศไทยเป็นประเทศที่มีชื่อเสียง และได้รับการยอมรับจากผู้คนทั่วโลกว่า เป็นประเทศซึ่งมีบุคลากรผู้เชี่ยวชาญด้านการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาโรค หรือใช้สมุนไพรในการป้องกันการเกิดโรคภัยต่าง ๆ โดยการนำเอาภูมิปัญญาไทยแบบดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว จะเห็นได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบของการส่งเสริมสุขภาพ



ด้านการนวดเพื่อสุขภาพ การนวดฝ่าเท้า การฝึกกายบริหารฤาษีตัดตน หรือการให้บริการประเภทสปา ซึ่งการบริการนวดสปาของไทยเป็นกิจกรรมที่ได้รับการยอมรับ และเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้งยูเนสโกได้ประกาศขึ้นทะเบียน "นวดไทย" ให้เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ นอกจากนี้จากการศึกษาของสุนทรตรา จันทบุรี (2559) ซึ่งศึกษาเรื่องโอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปา และนวดแผนไทยเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง มีแนวโน้มในอนาคตที่ดีทั้งในกลุ่มลูกค้าชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ อีกทั้ง จากการศึกษาของ ฮีซูบ, เกียรติภูมิ, เฮกยง, และวันซู (Heesup, Kiattipoom, Heekyoung & Wansoo, 2017) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทสปา ได้เผยว่า การท่องเที่ยวดังกล่าวกำลังได้รับความนิยมจากหมู่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยว และมาใช้บริการสปาจากประเทศในแถบทวีปเอเชีย เช่น จากประเทศไทย อินเดีย สิงคโปร์ มาเลเซีย เป็นต้น และจากการศึกษาของคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, สุจิตรา สุนทรทรัพย์, และวิภาวดี สิมังสวัสดิ์ (2561) ได้รายงานว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยเป็นเพราะว่า ประเทศไทยมีบรรยากาศของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ และนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อที่จะผ่อนคลายทางร่างกายและจิตใจ ซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนิยม คือ การได้นวดแผนไทย รองลงมา คือ การนวดอโรมาเทอราปี และนวดฝ่าเท้า/นวดกดจุดสะท้อนเท้า รายละเอียดดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

ประเภทของกิจกรรม	ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่แสดงความต้องการ
นวดแผนไทย	65.80
นวดอโรมาเทอราปี	26.80
นวดฝ่าเท้า/นวดกดจุดสะท้อนเท้า	30.10
การกดจุด	11.00
การนวดหิน	13.60
นวดประคบ	13.80
พอกโคลน	6.70


ตารางที่ 2 ประเภทของกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวต้องการในระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย (ต่อ)

ประเภทของกิจกรรม	ร้อยละของนักท่องเที่ยวที่แสดงความต้องการ
อบไอน้ำ	16.60
แช่อ่างจากภูเขา	13.00
ยาฉีดตุน	8.20
โยคะ	23.80
ไทชิ	13.60
มวยไทย	22.30
การนั่งสมาธิ	20.60
การรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ	29.50

ที่มา : คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา, สุจิตรา สุคนธ์ทรัพย์ และวิภาวดี ลีมีงสวัสดิ์ (2561)

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทยในปัจจุบันได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอย่างดี โดยนักท่องเที่ยวได้เดินทางมาเพื่อพักผ่อนพร้อมกับมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการบำบัดรักษาโรคภัยหรือเสริมสร้างความงาม เป็นต้น ซึ่งประเทศไทยเป็นจุดหมายจัดอยู่ในอันดับต้น ๆ ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จนได้รับการยอมรับว่าเป็นเบอร์ 1 ที่มีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) มากที่สุดในเอเชีย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนิยมใช้บริการตรวจสุขภาพ การศัลยกรรมความงาม ทันตกรรม การรักษาโรคเฉพาะทาง เช่น กลุ่มโรคหัวใจ และกระดูก ซึ่งข้อมูลของสถาบันด้านสุขภาพสากล (Global wellness institute: GWI, 2017) พบว่า รูปแบบการบริการด้านความงามและศัลยกรรมเป็นบริการที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ต้องการมากที่สุด ประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านศัลยกรรมเป็นอันดับ 8 ของโลก เนื่องจากไทยมีมาตรฐานการบริการในระดับใกล้เคียงกับโรงพยาบาลในประเทศสหรัฐอเมริกา มีเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยที่สำคัญมีค่ารักษาพยาบาลที่ถูกกว่าต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น ศัลยกรรมจมูกมีราคาถูกกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา 2 เท่า ศัลยกรรมแปลงเพศมีราคาถูกกว่าประเทศสหรัฐอเมริกา และประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคยุโรปถึง 10 เท่า นอกจากนี้ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ว่า แพทย์ไทยมีความเชี่ยวชาญในการผ่าตัด และจากการ



จัดอันดับของศูนย์วิจัยสุขภาพของโลก (The international healthcare research center: IHRC) ได้เปิดเผยว่า ในปี พ.ศ. 2560 การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยได้รับความนิยมติดอันดับ 6 ของโลก มีสถิตินักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38 ของภูมิภาคเอเชีย ซึ่งข้อมูลของ VISA And Oxford economics กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์จากประเทศไทยมากที่สุด เนื่องด้วยประเทศจีนได้มีการปรับนโยบายใหม่ โดยอนุญาตให้แต่ละครอบครัวมีลูกได้ 2 คน ส่งผลให้บริการการรักษาผู้มีบุตรยาก ได้รับความนิยมในหมู่ชาวจีนมากขึ้นโดยมีค่าใช้จ่ายในการเข้าใช้บริการ ประมาณ 200,000 – 400,000 บาทต่อครั้ง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนยังนิยมมาใช้บริการด้านการชะลอวัย (Anti-aging and wellness) เป็นจำนวนมาก สร้างรายได้ให้ประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 ประมาณกว่า 23,000 ล้านบาท และจากข้อมูลสถิติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาใช้บริการด้านการชะลอวัย เมื่อปี พ.ศ. 2561 พบว่า มีจำนวนประมาณ 66,492 คน ก่อให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจ จำนวน 23,128,859,400 บาท ซึ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มาใช้บริการมากที่สุดได้แก่ จีน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สิงคโปร์ อินเดีย เยอรมัน ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวใช้เวลาอยู่ในประเทศไทยจำนวน 5 วัน ปริมาณเงินที่ใช้จ่ายต่อคนในการใช้บริการทางแพทย์ เฉลี่ย 234,923 – 700,000 บาท ในส่วนของการเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับการรักษาภาวะการมีบุตรยาก พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการมากที่สุดได้แก่ จีน เวียดนาม เมียนมาร์ และอินเดีย ซึ่งปริมาณของการใช้จ่ายต่อหัวอยู่ที่ 200,000 – 400,000 บาท ด้านการเดินทางมาท่องเที่ยวพร้อมกับการบำบัดการติดยา หรือแอลกอฮอล์ พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการมากที่สุดได้แก่ ออสเตรเลีย อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง ตามลำดับ ระยะเวลาในการรับบริการเฉลี่ย 28 วัน ปริมาณการใช้จ่ายต่อหัวอยู่ที่ 230,000–440,000 บาท นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อผ่อนคลายด้วยวิธีการนวดโดยมาใช้บริการจากรีสอร์ทสุขภาพ พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษมากที่สุด รองลงมาเป็นประเทศออสเตรเลีย เยอรมัน สหรัฐอเมริกา และรัสเซีย ตามลำดับ โดยมีระยะเวลาเฉลี่ยในการมาใช้บริการจำนวน 3-10 วัน มีการใช้จ่ายต่อคน 370,000–160,000 บาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

อย่างไรก็ตามจากข้อมูลในเบื้องต้นเห็นว่า ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปริมาณสูง และมีแนวโน้มที่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นในอนาคต แต่ประเทศไทยยังคงพบจุดอ่อนที่เกิดจากการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยภายในประเทศ เช่น การเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ มีการก่อเหตุการณ์ต่าง ๆ อาทิ เกิดเหตุระเบิดและเพลิงไหม้ในย่านเศรษฐกิจ และสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้จำนวน 7 จังหวัด ประกอบด้วย ตรัง กระบี่ พังงา ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช



และประจวบคีรีขันธ์ จนทำให้มีผู้เสียชีวิต และบาดเจ็บเป็นจำนวนมาก เป็นข่าวที่โด่งดังไปทั่วโลกส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความหวาดกลัว เหตุการณ์นี้ได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเขตจังหวัดภาคใต้ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสร้างรายได้ที่สำคัญ และส่งผลต่อเศรษฐกิจภาพรวมของประเทศ หลังจากเกิดเหตุการณ์รุนแรงดังกล่าวทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวในภาคใต้ชะงัก รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศลดลง นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่กล้าเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย เพราะกลัวที่จะเป็นเหยื่อของความไม่สงบ (ไทยรัฐออนไลน์, 2559)

นอกจากนี้ในปี พ.ศ. 2563 ประเทศทั่วโลกต้องพบกับสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก เห็นได้จากการที่ธนาคารโลกได้ออกมาให้ข้อมูลแก่ทั่วทุกประเทศเมื่อวันศุกร์ที่ 3 เมษายน 2563 ว่าการแพร่ระบาดอย่างรวดเร็วของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (โควิด-19) ทำให้เกิดภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลกครั้งใหญ่ และมีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบหนักต่อนานาประเทศ มีผลให้อัตราการใช้จ่ายและการเดินสะพัดของเม็ดเงินทั่วโลกในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ลดน้อยลงอย่างกะทันหัน และมีการจำกัดการเดินทางของผู้คนออกนอกประเทศ ส่งผลกระทบต่อบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทั้งในส่วน ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ที่ต้องปิดกิจการชั่วคราว บริษัทนำเที่ยวหยุดให้บริการนำกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยวไปยังประเทศต่าง ๆ ส่งผลให้การไหลเวียนเงินในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกิดการชะลอตัวอย่างกะทันหัน (กรุงเทพธุรกิจ, 2563) ซึ่งจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา (โควิด-19) นับว่าเป็นสถานการณ์ที่เป็นตัวแปรสำคัญที่ฉุดรั้งการเติบโตการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศที่กำลังอยู่ในช่วงเจริญเติบโตให้ชะลอตัวลงอย่างรวดเร็ว

จากข้อมูลเบื้องต้นเห็นได้ว่าทิศทางและรายได้ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศทั้งในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เช่น การศัลยกรรมความงาม ทันตกรรม การรักษาโรคเฉพาะทาง เช่น กลุ่มโรคหัวใจและกระดูก และการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (ป้องกันการเกิดโรค) เช่น การนวดสปา การนั่งสมาธิ ฯลฯ มีแนวโน้มการเติบโตเป็นไปในทิศทางที่เป็นบวกส่งผลให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเทศไทยเติบโต และมีความสามารถในการแข่งขันกับนานาประเทศในแถบเอเชียได้ อีกทั้งยังสามารถผลักดันให้กลายเป็นวิธีการสร้างแหล่งรายได้สำคัญให้กับประเทศไทยได้ แต่ทว่าก็มีปัจจัยภายนอกประเทศที่ไม่สามารถควบคุมได้ส่งผลกระทบด้านลบทำให้การเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยชะลอตัวได้เช่นเดียวกัน ในการนี้เพื่อให้สามารถเห็นถึงโอกาส อุปสรรค และจุดเด่น จุดด้อยของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้เขียนจึงได้วิเคราะห์ข้อมูลสภาพแวดล้อมภายในประเทศด้วย Functional analysis และสภาพแวดล้อมภายนอกประเทศด้วย PEST Analysis ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจใน



อนาคตโดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้ (Aguilar,1967) ประกอบไปด้วยปัจจัยด้านการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกด้วย PEST Analysis

PEST Analysis เป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อการวิเคราะห์แนวโน้มของตลาดและวิเคราะห์ภาพรวมของธุรกิจในอนาคตโดยอาศัยข้อมูลของการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอกต่าง ๆ ที่ธุรกิจหรือผู้ประกอบการไม่สามารถควบคุมได้ (Aguilar,1967) ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย

1) P – Politic: ปัจจัยทางการเมืองและนโยบาย วิเคราะห์สถานะความมั่นคงของรัฐบาล เสรีภาพ การสื่อสารตามหลักนิติธรรม แนวโน้มการออกข้อบังคับใหม่ ๆ หรือ กฎระเบียบ ข้อบังคับ กฎระเบียบที่มีอยู่ในปัจจุบัน กฎหมายการจ้างงาน นโยบายภาษีการค้า กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค

2) E – Economic: ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ทำการวิเคราะห์ในด้านสถานการณ์ปัจจุบันและคาดการณ์การขยายตัวทางเศรษฐกิจของอัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย การว่างงาน ต้นทุนค่าแรงงาน การกระจายรายได้ของคนทำงาน ตลอดจนแนวโน้มผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยี หรืออื่น ๆ ที่มีผลต่อเศรษฐกิจ

3) S – Social: ปัจจัยทางสภาพสังคม ทำการวิเคราะห์ในด้านการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมของท้องถิ่น ประเพณี ความเชื่อ ค่านิยมที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ทศวรรษ อายุเฉลี่ย ระดับการศึกษาโดยเฉลี่ย สุขภาพของประชากร การเคลื่อนย้ายถิ่นฐานของประชากร สังคมวิถีชีวิต

4) T – Technology: ปัจจัยทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ ทำการวิเคราะห์ในด้านผลกระทบที่เกี่ยวกับระบบการติดต่อสื่อสารแบบไร้สาย ระบบออนไลน์ นวัตกรรมเทคโนโลยีที่มีเพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการต่าง ๆ ที่ถูกพัฒนาขึ้นมาใหม่ มีการถ่ายทอดเทคโนโลยี อันส่งผลกระทบต่อธุรกิจ

อย่างไรก็ตามบทความวิชาการชิ้นนี้ผู้เขียนได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้ PEST Analysis เพื่อชี้ชัดให้เห็นถึงสถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานเชิงสุขภาพในประเทศไทยทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยมีรายละเอียดดังนี้

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

สภาพแวดล้อมภายนอกประเทศที่ส่งผลด้านบวกกับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

1) การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจำนวนประชากรของโลก ด้วยสังคมของประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก



เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มในการที่ต้องรักษาพยาบาล อีกทั้งคนกลุ่มนี้โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้จากเงินบำนาญ เงินบำเหน็จ จึงทำให้เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการใช้จ่ายสูง

2) ด้วยวิธีการดำเนินชีวิตของคนในสังคมที่มีการแข่งขันสูงส่งผลให้ผู้คนในสังคมทำงานหนัก เกิดความเครียด ความอ่อนล้า ปวดเมื่อยร่างกาย และด้วยภาวะความตึงเครียดจากภาระงานส่งผลให้เกิดความเจ็บป่วยทางร่างกายตามมา ผู้คนจึงหาหนทางในการหลีกเลี่ยงไม่ให้เกิดโรคภัยกับตนเองด้วยการใช้ชีวิตสร้างเสริมสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงเพื่อเป็นการป้องกันการเกิดโรคภัย ส่งผลดีต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวในวงกว้าง

3) ค่านิยมในการทำศัลยกรรมได้รับการยอมรับในวงกว้างมากยิ่งขึ้นดังนั้นมีบริษัททำเที่ยวต่าง ๆ จึงทำการตอบสนองลูกค้าโดยการจัดกรุ๊ปทัวร์นำเที่ยวพร้อมนำมาสัลยกรรมความงาม ตามความต้องการของลูกค้าโดยคิดราคาเป็นแพคเกจ จัดเป็นอีกเทรนด์การท่องเที่ยวที่กำลังอยู่ในกระแสความต้องการของตลาด

4) ด้วยความทันสมัยของเทคโนโลยีทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวได้โดยง่ายซึ่งมีผลในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

สภาพแวดล้อมภายนอกประเทศที่ส่งผลด้านลบกับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

1) ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกอันเกิดจากธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวปิดกิจการ หรือเกิดการล้มละลายส่งผลกระทบทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชะลอตัว

2) ประเทศไทยมีคู่แข่งสำคัญทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดได้ เช่น ประเทศมาเลเซียที่มีมีอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัยมีบุคลากรที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้คล่องแคล่ว

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในประเทศด้วย Functional analysis

Functional analysis เป็นการวิเคราะห์โดยพิจารณาจากสายงานหรือหน้าที่ของงานด้านต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์หาจุดอ่อน และจุดแข็งตามสายงาน ทั้งนี้การวิเคราะห์ด้วย Functional analysis วิเคราะห์จากปัจจัยภายในองค์การที่มีความโดดเด่น หรือมีจุดด้อย โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งของธุรกิจ รวมทั้งเปรียบเทียบกับผลการดำเนินงานของกิจการที่ผ่านมาในอดีต ในการวิเคราะห์ Functional analysis ทำการวิเคราะห์ใน 6 ด้านหลัก ได้แก่



1) ด้านการบริหาร พิจารณาจากทักษะและความรู้ความสามารถของผู้บริหาร โครงสร้างองค์กร ระบบการวางแผน มาตรฐานกระบวนการปฏิบัติงาน ระบบการควบคุม วัฒนธรรมองค์กร จรรยาบรรณของผู้บริหาร

2) ด้านเทคโนโลยี พิจารณาจากการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาเพื่อก่อให้เกิดการเพิ่มผลผลิตของธุรกิจ สร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การมีความพร้อมของระบบข้อมูลสารสนเทศ วิธีการประหยัดจากขนาดการผลิต (Economic of scale) เป็นต้น

3) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ พิจารณาจากการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงาน สร้างเสริมประสบการณ์ให้กับพนักงาน พนักงานมีทัศนคติที่ดีต่อองค์กร ต่ออาชีพที่ปฏิบัติ อีกทั้งจำนวนพนักงานมีเพียงพอต่อการผลิต พนักงานมีสวัสดิการ มีขวัญกำลังใจในการทำงานได้รับการดูแลจากองค์กรและมีสวัสดิการที่เหมาะสม

4) ด้านการผลิตโดย พิจารณาจากในหลายประเด็นด้วยกัน ได้แก่ (1) ด้านเครื่องจักร ซึ่งพิจารณาจากความพร้อมของเครื่องจักรและอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการ ประสิทธิภาพของเครื่องจักร นอกจากนี้ยังพิจารณาในส่วนของการใช้จ่ายในการซ่อมบำรุงรักษาเครื่องจักร (2) ด้านวัตถุดิบ พิจารณาจากปริมาณความเพียงพอของวัตถุดิบ ความยากง่ายในการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบ วิธีการจัดซื้อวัตถุดิบ ต้นทุนในการขนส่งวัตถุดิบ (3) ด้านกระบวนการ พิจารณาในประเด็นของกรรมวิธีการกระบวนการของการผลิต เช่น ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ขีดความสามารถในการผลิตสินค้าและบริการ มีระบบควบคุมมาตรฐานของสินค้าและบริการ (4) การบริหารสินค้าคงเหลือ ซึ่งจะกล่าวถึงการจัดการให้มีปริมาณผลิตที่เหมาะสม ปริมาณสินค้าคงคลังที่เหมาะสม

5) ด้านการตลาด พิจารณาจากสัดส่วนแบ่งตลาด การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ตำแหน่งของตลาดความโดดเด่นของสินค้าและบริการ ช่องทางในการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย ตลอดจนวงจรของสินค้า

6) ด้านการเงิน พิจารณาจากแหล่งที่มาของเงินทุน ปริมาณเงินลงทุน ระยะเวลาในการใช้คืนเงินทุน ผลตอบแทนจากการลงทุน สภาพคล่องทางการเงิน ความเสี่ยงทางธุรกิจ เป็นต้น

ทั้งนี้บทความวิชาการชิ้นนี้ผู้เขียนได้ทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกโดยใช้ PEST Analysis เพื่อชี้ชัดให้เห็นถึงสถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานเชิงสุขภาพในประเทศไทยทั้งในด้านบวกและด้านลบ โดยมีรายละเอียดดังนี้



สภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลด้านบวกกับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

1) ประเทศไทยมีอัตราการรักษาพยาบาลที่ถูกกว่าประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้งคุณภาพของการรักษาการผ่าตัดทางด้านศัลยกรรมเป็นที่ยอมรับจากนักท่องเที่ยวจึงทำให้เป็นเป้าหมายสำคัญในการเดินทางมาเพื่อรักษาพยาบาล เพื่อการผ่าตัด หรือเพื่อศัลยกรรม เช่น ในจังหวัดภูเก็ตซึ่งได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวยุโรป ชาวเอเชีย ในการเดินทางมาเพื่อรับบริการทางด้านทันตกรรม เป็นต้น

2) ประเทศไทยมีเอกลักษณ์เฉพาะในการให้บริการ เช่น การบริการนวดแผนไทย การบริการอบสมุนไพร การประคบสมุนไพร สิ่งนี้ก็เป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญส่งผลให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมสุขภาพเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย

3) ประเทศไทยมีความได้เปรียบในด้านแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาได้ เช่น มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีอาหารเลิศรสที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับโลก มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ภูเขา น้ำตก ทะเลที่สวยงาม สิ่งเหล่านี้ถือเป็นปัจจัยดึงดูดที่สำคัญให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพราะนักท่องเที่ยวจะได้ประสบการณ์จากการท่องเที่ยวได้หลากหลายมากกว่าการมาเพื่อท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพียงอย่างเดียว

4) ประเทศไทยมีเส้นทางการคมนาคมที่สะดวก ง่ายต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมภายในที่ส่งผลด้านลบกับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

1) จุดอ่อนที่สำคัญอันจะทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบคู่แข่งในตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้แก่ ทักษะทางด้านภาษาของบุคลากรที่มีความพร้อมในการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร โดยเฉพาะภาษาอังกฤษ ซึ่งบุคลากรที่ให้บริการด้านนี้จะต้องมีทักษะในการใช้ภาษาต่างประเทศ เมื่อเทียบกับประเทศสิงคโปร์หรือมาเลเซีย ซึ่งบุคลากรของเขาสามารถใช้ภาษาอังกฤษได้อย่างคล่องแคล่ว

2) ระบบการรักษาความปลอดภัยเนื่องด้วยสถานการณ์เหตุการณ์ความไม่สงบ ตลอดจนกระชกข่าวสารอันเกี่ยวข้องกับการเกิดอาชญากรรมทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยติดลบในด้านความปลอดภัย



บทสรุป

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากเนื่องจากการเดินทางมาท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวแล้วยังผูกติดไว้กับการแบ่งเวลาเพื่อมาทำกิจกรรมอื่น ๆ เช่น การรักษาพยาบาล ซึ่งถือเป็นการบำบัดรักษาโรค หรือในกรณีที่ไม่ได้เป็นโรคก็สามารถมาท่องเที่ยวในแง่ของการเดินทางมาเพื่อส่งเสริมสุขภาพของตนเองให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น ซึ่งปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับโลกและในระดับภูมิภาคเอเชีย หรือแม้กระทั่งในประเทศไทยเองก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด อาทิเช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างจำนวนประชากรที่มีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น วิถีชีวิตพฤติกรรมของผู้คนในสังคมที่ทำให้เกิดภาวะความตึงเครียด เกิดการเมื่อยล้า ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเพื่อการบำบัดหรือเพื่อส่งเสริมสุขภาพให้แข็งแรงย่อมเป็นสิ่งที่จำเป็น สำหรับประเทศไทย ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาใช้บริการในประเทศไทย เช่น ความเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญของผู้ให้บริการ ราคาการให้บริการที่ถูกเมื่อเทียบกับคุณภาพที่ได้รับ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม จากจุดแข็งและโอกาส จุดอ่อนและอุปสรรค ที่ได้ทำการสรุปมาแล้วนั้น หากประเทศไทยต้องการจะเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อไปในอนาคต สิ่งประเทศไทยควรดำเนินการเพิ่มเติมรายละเอียดดังข้อเสนอแนะต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะ

- 1) ผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพควรมีการพัฒนาทักษะทางด้านการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ เช่น ภาษาอังกฤษให้กับบุคลากรผู้ให้บริการทางการท่องเที่ยวประเภทนี้ให้มากขึ้นให้บุคลากรเหล่านี้มีทักษะสามารถสื่อสารได้เป็นอย่างดีเทียบเท่ากับบุคลากรของประเทศคู่แข่ง
- 2) ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ควรมีการร่วมมือกับภาครัฐ เพื่อจัดหรือให้บริการกิจกรรมใหม่ ๆ ให้สอดคล้องตามความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่อยู่ในวัยผู้สูงอายุ กลุ่มที่เกษียณอายุ ซึ่งในอนาคตคาดว่าจะสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยมากขึ้น
- 3) ประเทศไทยต้องดำเนินการสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้มีความน่าอยู่ มีความปลอดภัย เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว



รายการอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *ธุรกิจโลกและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาเซียน*. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 กันยายน 2562, จาก <https://millionaire-academy.com/ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ>.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 27 กันยายน 2562, จาก https://www.mots.go.th/old/more_news.php.
- กระทรวงสาธารณสุข กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2562). *ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ. 2560-2569)*. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2562, จาก <https://www.thailandmedicalhub.net>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2562). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 27 พฤษภาคม 2562, จาก http://www.elfhs.ssru.ac.th/alisa_ri/file.php/1/1._N.pdf.
- กรุงเทพธุรกิจ. (2563). *โควิด-19" ที่จะจุดเศรษฐกิจทั่วโลกถดถอยครั้งใหญ่*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2562, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/874550>.
- กานดา ชีรานนท์. (2561). *การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย : สถานการณ์และศักยภาพทางการแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน*. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น*, 12 (supplement), 28
- คมลธิธิ์ เกียนวัฒนา, สุจิตรา สุนทรทรัพย์, และวิภาวดี ลีมีงสวัสดิ์. (2561). *สถานการณ์ความต้องการและแนวโน้มของรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย*. *วารสารวิชาการสถาบันการพลศึกษา*, 10(1), 167-177.
- คมลธิธิ์ เกียนวัฒนา, และคณะ. (2561). *สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกและประเทศไทย*. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*, 19(35), 80
- ณรงค์กร มโนจันทร์เพ็ญ. (2562). *รายงานประชากรโลก*. สืบค้นเมื่อวันที่ 23 พฤษภาคม 2563, จาก <https://thestandard.co/the-world-population-prospects-2019/>.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2559). *พิษระเบิด 7 จว.ภาคใต้ป่วยเศรษฐกิจ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2562, จาก <https://www.thairath.co.th/content/690748>.
- ผู้จัดการออนไลน์. (2562). *บทบาทไทยในฐานะผู้นำอาเซียน กับการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://mgronline.com/smes/detail>.



- สถาบันทรัพย์สินทางปัญญาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2560). รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2562, จาก <http://www.ipthailand.go.th/th/กฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาของต่างประเทศ/เอกสารเผยแพร่/item/รายงานการวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ>.
- สถาบันระหว่างประเทศไทยเพื่อการค้าและการพัฒนา. (2557) ตลาดนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ : โอกาสใหม่ไทย เด็บโตรับ AEC. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2563, จาก <http://www.itd.or.th/th>
- สุนทรตรา จันทบุรี. (2559). โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย. วารสารเกษมบัณฑิต, 17(2), 117–123
- สถิตินักท่องเที่ยวของสำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทยจำแนกตามสัญชาติ พ.ศ. 2552–2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2562, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>
- สำนักข่าวกรมประชาสัมพันธ์. (2560). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2563, จาก http://thainews.prd.go.th/th/news/print_news
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical-tourism) ขยายตัวต่อเนื่องในปี 2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2562, จาก <https://www.kasikornbank.com/th/personal>
- Aguilar, F. J. (1967). *Scanning the business environment*. New York: Macmillan.
- Global Wellness Institute. (2014). *The Global Wellness Tourism Economy 2013*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2561 จาก <http://www.globalwellnesssummit.com>.
- Global Wellness Institute. (2017). *The Global Wellness Tourism Economy 2017*. สืบค้นเมื่อวันที่ 18 มิถุนายน 2561 <http://www.globalwellnesssummit.com>.
- Heesup, H., Kiattipoom, K., Heekyoung J., & Wansoo, K. (2017). *The role of wellness spa tourism performance in building destination loyalty: The case of Thailand*. Article research. สืบค้นเมื่อวันที่ 13 กันยายน 2562 จาก <http://researchgate.net>.
- Marketeer online. (2020). *Wellness Tourism โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยว*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 เมษายน 2563. จาก <https://marketeeronline.co/archives/21776>
- Marketingoops. (2020). *เปิดฐานข้อมูลนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกที่เข้ามาเที่ยวเชิงการแพทย์ในไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 26 พฤษภาคม 2563. จาก <https://www.marketingoops.com/reports/ behaviors>