

Wellness Tourism: Wellness Activity Trends in Hotels and Resorts

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: แนวโน้มกิจกรรมสุขภาพในกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท

Manisa Piuchan*

มานิสฯ พิวจันท์*

Faculty of Humanities, Chiang Mai University

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

*Corresponding Author, E-mail: manisa.p@cmu.ac.th

Article Info

- Received: September 21, 2023
- Revised: April 10, 2024
- Accepted: April 19, 2024
- Available online: April 22, 2024

Abstract

This article investigates wellness tourism within the context of wellness activity trends in the hotel and resort sector. The objectives are to; 1) collect and present data on wellness tourism, and 2) analyze wellness trends and activities to provide guidance for service development in hotels and resorts. The study employed qualitative methods by collecting secondary data and using content analysis to draw conclusions regarding wellness tourism trends. Findings reveal that wellness hotels and resorts are rising in popularity, with market growth rates increasing due to their relaxation-focused services and distinctive wellness service identities. Therefore, it is suggested to develop integrated service models focusing on wellness knowledge, convenience amenities, and image building to establish competitive advantages for hotels and resorts in future market competition.

Keywords: Hotel, Resort, Wellness Activity, Wellness Tourism

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในบริบทแนวโน้มกิจกรรมสุขภาพในกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ท โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวมข้อมูลและนำเสนอด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และ 2) วิเคราะห์แนวโน้มบริการกิจกรรมเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบริการ วิธีการศึกษารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้านเนื้อหาเพื่อหาข้อสรุปแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลการศึกษาพบว่า โรงแรมรีสอร์ทเชิงสุขภาพกำลังได้รับความนิยม อัตราการเติบโตของตลาดสูงขึ้นเนื่องจากเป็นบริการเชิงผ่อนคลาย มีอัตลักษณ์การบริการสุขภาพ ดังนั้น ควรพัฒนารูปแบบการให้บริการเชิงบูรณาการด้านความรู้ทางสุขภาพ การอำนวยความสะดวกและสร้างภาพลักษณ์ เพื่อสร้างจุดขายของการบริการโรงแรมและรีสอร์ทเข้าสู่การแข่งขันทางการตลาดในอนาคต

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, กิจกรรมสุขภาพ, รีสอร์ท, โรงแรม

บทนำ

Global Wellness Institute (2022) รายงานมูลค่าของเศรษฐกิจเชิงสุขภาพโลก (Global Wellness Economy) ปี พ.ศ. 2563 ทั่วโลกกว่า 4.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในขณะที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ทั่วโลกลดลงร้อยละ 2.8 ซึ่งเป็นอัตราที่สูงกว่าปี พ.ศ. 2560 ที่มีรายงานอยู่ที่ 4.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐแม้ว่าจะอยู่ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และคาดการณ์ว่าจะมีมูลค่า 7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2568 จากรายงานของปี พ.ศ. 2563 กลุ่มการดูแลสุขภาพและความงาม (Personal Care and Beauty) เป็นกลุ่มที่มีมูลค่าสูงสุด ตามมาด้วยกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ การดูแลโภชนาการ และการควบคุมน้ำหนัก (Healthy Eating, Nutrition and Weight Loss) และกิจกรรมทางกายหรือการเคลื่อนไหวร่างกาย (Physical Activity) ตามลำดับสำหรับประเทศไทย ปี พ.ศ. 2563 มีรายงานมูลค่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) 29 ล้านเหรียญสหรัฐ (ปี พ.ศ. 2562 มูลค่า 43 ล้านเหรียญสหรัฐ) โดยกลุ่มการเลือกรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การดูแลโภชนาการ และการควบคุมน้ำหนัก เป็นกลุ่มที่มีมูลค่ามากที่สุดในประเทศไทย ตามมาด้วยกลุ่มการดูแลสุขภาพและความงาม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพได้ขยายไปสู่การดูแลสุขภาพที่เน้นการป้องกันโรคภัยและดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic and Preventive Health) มากกว่าแค่ดูแลสุขภาพทางกายหรือรูปลักษณ์ภายนอก นักวิชาการผู้บุกเบิกด้านท่องเที่ยวสุขภาพ Smith and Puczkó (2014) ได้กล่าวว่า ‘Global wellness is no longer just about looking good’ ผู้บริโภคหันไปให้ความสนใจการดูแลสุขภาพและป้องกันโรคภัยมากกว่ากลุ่มผลิตภัณฑ์ความงามก่อให้เกิดความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ด้านการดูแลสุขภาพมากขึ้น บริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) แบ่งเป็น 2 ด้านใหญ่โดยใช้เกณฑ์วัตถุประสงค์ของการรับบริการด้านสุขภาพ คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มุ่งการรักษาทางการแพทย์ (Medical Tourism) และการท่องเที่ยวเพื่อการดูแล/ฟื้นฟูสุขภาพ หรือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Cooper, Vafadari, & Hieda, 2015)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มุ่งการรักษาทางการแพทย์ เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการรักษาเยียวยาอาการเจ็บป่วย (Illness Focused) โดยจะเข้ารับบริการจากโรงพยาบาล สถานรักษาเฉพาะทาง โดยมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ดูแลขั้นตอนการรักษา ดังนั้น สถานบริการด้านนี้ต้องมีมาตรฐานที่ยอมรับในระดับสากล อุปกรณ์การรักษาที่ทันสมัยปลอดภัยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ นักท่องเที่ยวหวังผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อหายจากโรคภัยไข้เจ็บเฉพาะโรค หรือเกิดการเปลี่ยนแปลงจากการรักษาที่ชัดเจนและมีผลระยะยาว (Long-term Benefit) การท่องเที่ยวประเภทนี้เน้นการรักษาเป็นครั้งคราว เฉพาะโรค/อาการเป็นรายบุคคล (Episodic Approach)

การท่องเที่ยวเพื่อการดูแล/ฟื้นฟูสุขภาพ หรือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมเชิงสุขภาพที่หลากหลายเพื่อการดูแลฟื้นฟูสุขภาพ (Reconciling, Rejuvenating) การป้องกันไม่ให้เกิดโรคภัย (Prevention) หรือเพื่อความผ่อนคลาย (Relaxation) ซึ่งมีกิจกรรมในกลุ่ม Wellness ที่นิยมคือ กลุ่มธุรกิจนวดและสปา เป็นต้น นักท่องเที่ยวหวังผลจากการเข้าร่วมกิจกรรมเหล่านี้เพื่อรักษาฟื้นฟูสุขภาพตนเองในระยะสั้นถึงระยะยาว หรือได้รับความรู้ในการปฏิบัติตนเพื่อดูแลตนเองเมื่อกลับสู่การใช้ชีวิตแบบปกติหลังการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความสนใจมากขึ้นจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 กระตุ้นให้คนหันมาใส่ใจกิจกรรมการดูแลสุขภาพ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาบริบทและขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแต่ละรูปแบบ และแนวโน้มของกิจกรรมเชิงสุขภาพที่กำลังอยู่ในความสนใจของลูกค้า เพื่อนำมาวิเคราะห์เสนอบริการสุขภาพใหม่ ๆ ที่จะสามารถเพิ่มโอกาสทางธุรกิจของโรงแรมและรีสอร์ทให้มีผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพที่สร้างสรรค์และพัฒนาต่อยอดให้เป็นที่ดึงดูดความสนใจแก่ลูกค้าต่อไป นอกจากนี้การมีผลิตภัณฑ์และบริการที่มีอัตลักษณ์จะส่งเสริมความได้เปรียบทางการแข่งขันแก่ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรวบรวมข้อมูลและนำเสนอด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความหมายและประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทของโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพ
2. นำเสนอแนวโน้มบริการและกิจกรรมของโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพ เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในการพัฒนาบริการและกิจกรรมเชิงสุขภาพต่อไปได้

การดำเนินการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษานี้ผู้เขียนใช้วิธีวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการศึกษาจากเอกสารทุติยภูมิ โดยค้นคว้า รวบรวมข้อมูลที่มีจากแหล่งต่าง ๆ อาทิ บทความจากแหล่งข้อมูลออนไลน์ที่เขียนโดยแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือ เช่น เว็บไซต์ที่ให้บริการข้อมูลด้านสุขภาพ องค์กรนานาชาติเกี่ยวกับสุขภาพ เป็นต้น การทบทวนเอกสารวิชาการ และงานวิจัยทางการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ซึ่งดำเนินการโดยนำข้อมูลมาจัดทำให้เป็นระบบ แยกแยะองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสิ่งที่ศึกษา เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของข้อมูลเพื่อให้สามารถนำไปสู่ความเข้าใจในหัวข้อที่กำลังศึกษาอยู่ และประมวลผลเรียบเรียงในรูปแบบบทความ

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

องค์การอนามัยโลก (World Health Organisation, 1946) ได้ให้ความหมายคำว่า สุขภาพ (Health) คือ “ภาวะแห่งความสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ และการดำรงชีวิตอยู่ในสังคมด้วยดี (A State of Complete Physical, Mental and Social Well-being and Not Merely an Absence of Disease or Infirmary)” โดยภายหลังได้มีการเพิ่มเติมความหมายที่เกี่ยวข้องกับคำว่า “Spiritual Well-being” หรือสุขภาวะทางจิตวิญญาณเข้าไปในคำจำกัดความของสุขภาพเพิ่มเติม

ในส่วนของนักวิชาการด้านการท่องเที่ยว (Voigt, 2010; Smith & Puczkó, 2009; Mueller & Kaufmann, 2001) ได้กล่าวว่า Wellness นั้น มาจากการรวมกันของ Well-being (สุขภาวะ) และ Fitness (สภาวะร่างกายแข็งแรง) โดยในอดีตมักใช้กล่าวถึงการบำบัด (Therapy) และการรักษา (Healing) โดยศาสตร์ทางการแพทย์ (Medicinal) และศาสตร์ด้านการดูแลจิตวิญญาณและศาสนา (Spiritual and Religious Connotations) ด้วยการเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวและบริบทสังคมโลกปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้ปรับเปลี่ยนให้มีความหมายที่ครอบคลุมถึงสภาวะสุขภาพที่ดีโดยรวมของมนุษย์โดยไม่จำเป็นต้องเกี่ยวข้องกับการรักษาหรือศาสนาอีกต่อไป เปิดกว้างถึงสมดุลของชีวิตโดยการดูแลสุขภาพทางกาย จิตใจและจิตวิญญาณ นอกจากนี้ในความหมายของการใช้ชีวิตให้สมดุลยังสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มุ่งพัฒนาสุขภาพองค์รวมและสุขภาพเฉพาะทาง รวมถึงกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะอีกทางหนึ่ง

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีนักวิชาการได้ให้ความหมายที่แตกต่างตามภาษาและวัฒนธรรม ในภาษาอังกฤษมีคำและความหมายที่กล่าวถึง Health, Wellness, Wellbeing, and Retreats ในขณะที่ภาษาไทยใช้คำว่า “สุขภาพ” เป็นความหมายโดยรวม การวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้เริ่มต้นจากการศึกษาการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพและการรักษาทางการแพทย์ (Health and Medical Tourism) และ สปา (Spa) ซึ่งภายหลังได้มีการพัฒนาของกิจกรรมประเภทอื่น ๆ เป็นทางเลือกใหม่ในรูปแบบของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หมายถึง การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์หลักหรือวัตถุประสงค์บางส่วนเพื่อดูแลฟื้นฟูสุขภาพแบบองค์รวมผ่านกิจกรรมรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยคาดหวังผลลัพธ์ทางบวกต่อการพัฒนาสุขภาพกาย (Physiological) จิตใจ (Psychological) จิตวิญญาณ (Spiritual) หรือ สุขภาพแบบองค์รวม (Holistic) นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมที่แตกต่างกัน บางคนอาจเข้าร่วมเพียงเพื่อผ่อนคลาย

ร่างกายจากความเหนื่อยล้า ในขณะที่บางคนต้องการดูแลองค์รวมของสุขภาพแบบลึกซึ้ง ดังนั้น นักท่องเที่ยวในกลุ่มเชิงสุขภาพ จะมีความสนใจร่วมกิจกรรมที่หลากหลายตั้งแต่กิจกรรมเพื่อผ่อนคลาย (Relaxation) เช่น สปา และนวดเพื่อสุขภาพ ไปจนถึง กลุ่มกิจกรรมที่พัฒนาจิตใจและจิตวิญญาณเชิงลึก (Self-development and Transformation) เช่น การนั่งสมาธิ หรือ คอร์สพัฒนาตนเองระดับสูง เป็นต้น บทความนี้จะมุ่งศึกษาในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลุ่มโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพ ผ่านการรวบรวมข้อมูลจากวรรณกรรมและงานวิจัยทางการท่องเที่ยว

การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการรวบรวมข้อมูลทางเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนี้

1. แบ่งตามแรงจูงใจหลักและรอง (Piuchan, 2021; Norman & Pokorny, 2017; Kelly, 2012) เป็นเกณฑ์ที่มีที่มาจากการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็น 2 กลุ่มคือ นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่ตั้งใจมาทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเฉพาะโดยตรง เรียกว่า นักท่องเที่ยวแรงจูงใจหลักและมีวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวและทำกิจกรรมเชิงสุขภาพโดยตรง (Primary Purpose for Wellness Tourism) เช่น เดินทางมาเพื่อเข้ารับบริการรีสอร์ทเฉพาะทางสุขภาพตลอดทริป และ นักท่องเที่ยวกลุ่มรองที่มาพักผ่อนและร่วมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายโดยกิจกรรมเชิงสุขภาพเป็นแค่บางส่วนในการท่องเที่ยวเท่านั้น เรียกว่า นักท่องเที่ยวที่มีแรงจูงใจรอง (Secondary Purpose for Wellness Tourism) เช่น ใช้บริการสปา นวด หรืออื่นๆ ในขณะที่ท่องเที่ยว

2. แบ่งตามกระบวนการบำบัด Smith (2016) กล่าวถึงความนิยมในการใช้การบำบัดทางเลือกเพื่อดูแลสุขภาพที่นอกเหนือไปจากการรักษาทางการแพทย์ เรียกว่า Complementary and Alternative Therapy (CAM) ปัจจุบันพบการให้บริการในกลุ่มธุรกิจสปาและเชิงสุขภาพ แบ่งเป็น 5 กลุ่มตามกระบวนการบำบัดสุขภาพประกอบด้วย

1) การใช้การรักษาแพทย์ทางเลือก (Alternative Medical System) เช่น การฝังเข็ม อายุรเวท ธรรมชาติบำบัด การรักษาโดยศาสตร์จีน

2) ธรรมชาติวิทยาบำบัด (Biologically Based Therapies and Natural Product) เช่น การควบคุมอาหารตามหลักโภชนาการ การใช้ยาสมุนไพรพื้นบ้าน (Folk Medicine) การเสริมสร้างสุขภาพด้วยวิตามิน (Multivitamin Therapy)

3) หัตถการบำบัดและการบำบัดที่เกี่ยวข้องกับร่างกาย (Manipulative and Body-based Therapies) เช่น การนวด การรักษาด้วยการกายภาพบำบัด/คลายกล้ามเนื้อด้วยการใช้มือเปล่า (ไม่ใช้ยาในการรักษา)

4) กิจกรรมบำบัดเกี่ยวกับร่างกายและจิต (Mind-body Therapy) เช่น อโรมา เรกิ นั่งสมาธิ ไทชิ ชิงเกียโยคะ เป็นต้น

5) การบำบัดทางเลือกอื่น ๆ รูปแบบใหม่ เช่น การใช้แสงบำบัด การบำบัดด้วยคริสตัล เป็นต้น

3. แบ่งตามการปรับสมดุลธาตุ ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพตามองค์ประกอบธาตุของร่างกายเพื่อปรับสมดุลธาตุ โดยแต่ละธาตุจะส่งผลต่อร่างกายแตกต่างกัน เช่น ธาตุดิน เป็นธาตุที่ส่งผลต่อร่างกายส่วนของท้อง ปาก กล้ามเนื้อ อารมณ์กังวล หรือรสชาติหวานของอาหาร เป็นต้น (Huang & Xu, 2014) ความเชื่อการปรับสมดุลธาตุถูกถ่ายทอดไปยังกิจกรรมการดูแลสุขภาพและสุขภาพของนักท่องเที่ยว โดยใช้เกณฑ์การแบ่งกลุ่มตามธาตุ 4 ธาตุ คือ น้ำ ไฟ ดิน (แร่ธาตุ) และ ลม (อากาศ) นิยมใช้ผสมผสานกับความเชื่อในศาสตร์การดูแลสุขภาพในแต่ละวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ตัวอย่างในการแบ่งตามการปรับสมดุลธาตุ (Lee, 2004) เช่น

- ธาตุน้ำจะเป็นกิจกรรมวารีบำบัด (Water Therapy) การบำบัดด้วยน้ำทะเล (Thalassotherapy) การขัดด้วยเกลือและสาหร่าย (Salt Scrubs and Seaweed Wrap) เป็นต้น

- ธาตุลมจะใช้กลุ่มออกซิเจนบริสุทธิ์ (Oxygen Therapy) กลิ่นโรมาและสมุนไพร ธรรมชาติบำบัด รวมไปถึงการพักผ่อนในรีสอร์ททางธรรมชาติเพื่อรับอากาศบริสุทธิ์ (Ozone/Climate Therapy)

- ธาตุดินจะใช้กลุ่มแร่ธาตุ อาทิ การบำบัดด้วยโคลน (Pelotherapy) การใช้พืชและสมุนไพร และการใช้น้ำมันเป็นส่วนประกอบในกลุ่มผลิตภัณฑ์เชิงสุขภาพ เป็นต้น

- ธาตุไฟจะใช้กิจกรรมที่ใช้ความร้อน เช่น การใช้ความร้อนในการทำให้เกิดเหงื่อเพื่อขับของเสียออกจากร่างกาย เช่น ซาวน่า การใช้หินความร้อนผ่นคลายร่างกาย เป็นต้น

4. แบ่งตามวงล้อสุขภาพ Bill Hettler (National Wellness Institute, 2023) แนะนำแนวคิดเรียกว่า “Wellness Wheel (วงล้อสุขภาพ)” ประกอบไปด้วย 6 ด้านเชื่อมโยงกันรวมไปถึงสามารถพัฒนาและส่งเสริมกัน หากองค์ประกอบทั้ง 6 ด้านของแต่ละบุคคลมีความสมดุลจะส่งผลไปสู่สุขภาพที่ดีของชีวิต คือ

4.1 ด้านร่างกาย (Physical) คือ การมีสุขภาพดี มีพฤติกรรมส่งเสริมและดูแลสุขภาพ เช่น การออกกำลังกาย รับประทานอาหารอย่างเหมาะสม การมองหาวิธีการดูแลให้ร่างกายปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ เป็นต้น

4.2 ด้านสังคม (Social) คือ การมีบทบาททางสังคมอย่างเหมาะสม การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น และการรับรู้ว่าเป็นส่วนหนึ่งของสังคม การยอมรับและเข้าใจช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

4.3 ด้านปัญญาและการคิด (Intellectual) คือ การมีกระบวนการทางปัญญา มีความคิดที่เป็นเหตุเป็นผล สามารถคิดแก้ปัญหาต่าง ๆ ได้ มีความคิดริเริ่ม กระตือรือร้น และเปิดกว้างต่อการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ

4.4 ด้านจิตวิญญาณ (Spiritual) คือ การเข้าใจ รู้คุณค่า และพัฒนาตนเอง มีเป้าหมาย มีที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ที่ช่วยให้ดำเนินชีวิตได้อย่างมั่นคง

4.5 ด้านอารมณ์ (Emotional) คือ การเข้าใจอารมณ์และความรู้สึกของตนเองและผู้อื่น การมีความมั่นคงทางอารมณ์ และมีการจัดการทางอารมณ์และความเครียดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งภายหลังนักวิชาการส่วนใหญ่ได้มีการรวมด้านจิตใจและอารมณ์ (Psychological and Emotional) เป็นด้านเดียวกัน ซึ่งเพิ่มความหมายเรื่องของการมีความเชื่อมั่นในความสามารถของตนเอง การเปิดใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ การมีมุมมองที่สร้างสรรค์และเป็นประโยชน์ และการพัฒนาทางจิตใจเข้าไปด้วย

4.6 ด้านการทำงานและอาชีพ (Occupational) คือ การมีความสุขในอาชีพการทำงาน มีความมั่นคงในอาชีพของตนเอง โดยจะมองถึงทัศนคติที่มีต่องานที่ทำ ศักยภาพของตนในการทำงาน คุณค่าในการทำงาน ซึ่งส่งผลต่อการรับรู้และความรู้สึกพึงพอใจของบุคคล

5. แบ่งตามลักษณะของกิจกรรมเชิงสุขภาพ Piuchan and Rattaprasert (2019) แบ่งตามรูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพ 4 รูปแบบ ดังแสดงในตาราง 1

5.1 กลุ่มบริการด้านทรีตเมนต์ (Treatment) ส่วนใหญ่เป็นทรีตเมนต์ที่ไม่ใช่การรักษาทางการแพทย์ เป็นการให้บริการทรีตเมนต์กลุ่มความงาม เช่น ใช้สมุนไพร ใช้น้ำมันโรมา บริการสปา เป็นต้น ถือเป็นกิจกรรมแบบ Passive Activities ให้บริการโดยพนักงานเฉพาะทาง

5.2 กิจกรรมที่ต้องเคลื่อนไหวร่างกาย (Movement) เช่น ปั่นจักรยาน ออกกำลังกายในฟิตเนสของโรงแรมโยคะ เป็นต้น โดยทางโรงแรมจะมีผู้เชี่ยวชาญหรือโค้ชให้คำแนะนำที่เหมาะสมในการทำกิจกรรม นับเป็นกิจกรรมแบบ Active activities โดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้ทำกิจกรรมด้วยตนเอง

5.3 กิจกรรมเพื่อความผ่อนคลาย (Relaxation) เป็นกิจกรรมกลุ่ม Self-leading คือ สามารถทำได้ด้วยตนเอง เช่น การอ่านหนังสือ การนอนหลับ หรือ กิจกรรมบางประเภทที่เป็น Passive Activities เช่น การนวดก็จัดอยู่ในกิจกรรมเพื่อความผ่อนคลายทั้งสิ้น

5.4 กิจกรรมเพื่อพัฒนาตนเอง (Self-fulfillment) หรือ กิจกรรมกลุ่มที่เน้นการเข้าถึงตัวตน ต้องมีผู้เชี่ยวชาญให้คำแนะนำเบื้องต้น กิจกรรมในกลุ่มนี้ เช่น การฝึกโยคะ การฝึกสมาธิ กลุ่มโปรแกรมพัฒนาตนเองด้านต่าง ๆ รีทรีต (Retreat) รูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น

ตาราง 1 ตัวอย่างรูปแบบกิจกรรมเชิงสุขภาพ

	Treatment (ทรีตเมนต์)	Movement (การเคลื่อนไหว)	Relaxation/ Leisure (การผ่อนคลาย)	Self-fulfillment (กิจกรรมพัฒนา ตนเอง/การเข้าถึงตัว)
				
ลักษณะกิจกรรม	Passive Activities Treatment by Therapists or Physicians	Active Activities, Professional Coaches Guidance	Passive Activities Therapist is a Process Leader	Active Activities
ตัวอย่างกิจกรรม	Non-medical Treatment Herb, Aroma Oil, Cosmetic procedure	Coach Advises in Fitness Studio Cycling in the Jungle	Reading, Sleeping, Music therapy	Yoga, Meditation, Life-coaching

ที่มา: Piuchan and Rattaprasert (2019)

ประเภทของ Wellness Hotels/Resorts

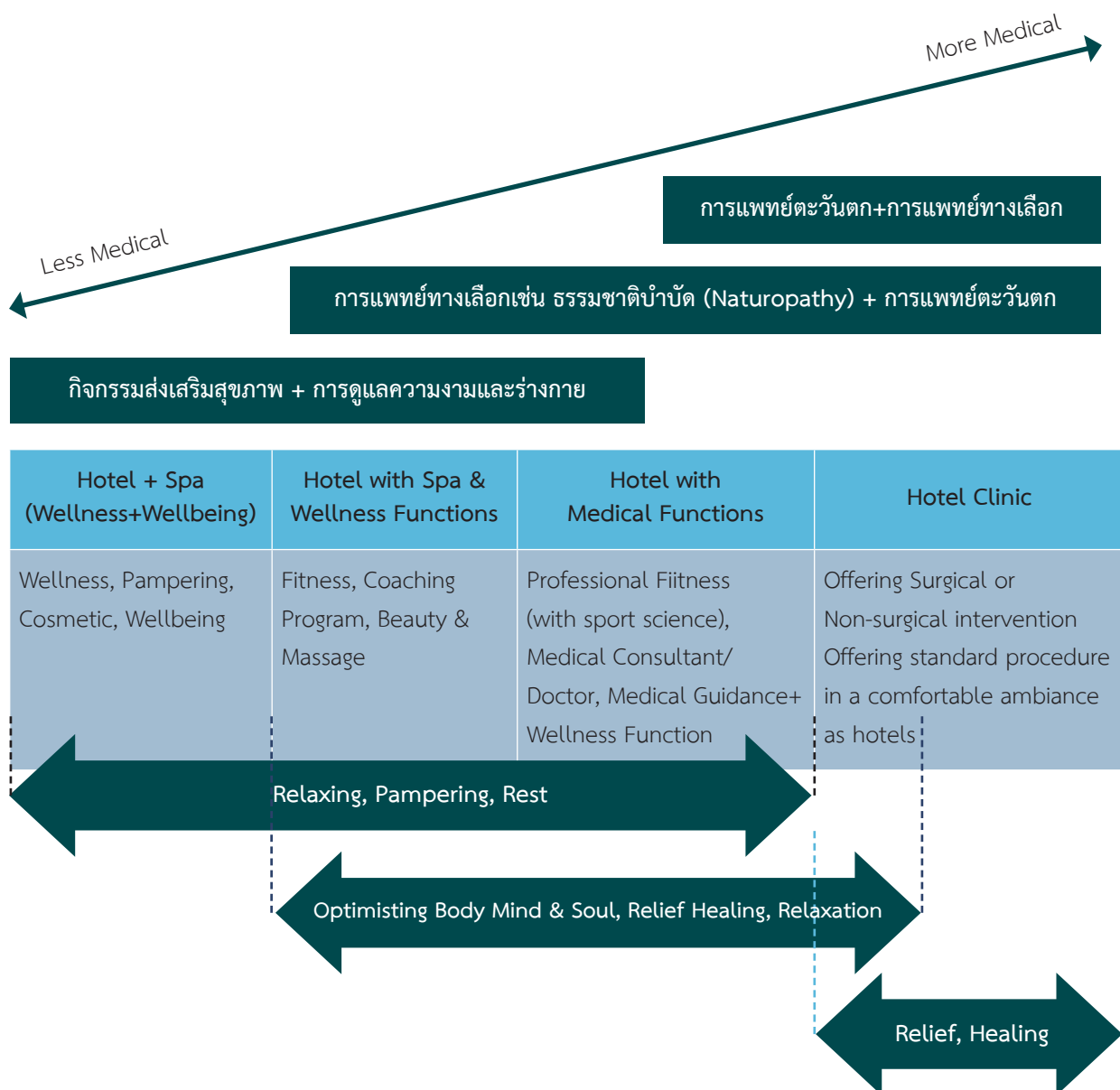
ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพเติบโตอย่างต่อเนื่องและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนความสนใจใช้บริการด้านการดูแลสุขภาพที่มีความโดดเด่นเฉพาะทางมากขึ้น โดยปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าของกลุ่ม Hotel/Resort Spa 742.3 ล้านเหรียญสหรัฐ และ Destination Spas an health resorts 189.4 ล้านเหรียญสหรัฐ (Global Wellness Institute, 2022) นอกจากนั้นแนวคิดเกี่ยวกับ “สุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดี” ถูกนำมาสร้างความแตกต่างเพื่อข้อได้เปรียบทางการตลาดของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท และปัจจุบันการแข่งขันของสินค้าและบริการมุ่งเน้นเพิ่มมูลค่าด้านประสบการณ์มากกว่าเพียงแค่ผลิตภัณฑ์ หรือยุคของเศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ (Experience Economy) ที่นักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการโรงแรม/รีสอร์ทเพื่อประสบการณ์การท่องเที่ยวมากกว่าแค่ห้องพัก ดังนั้น ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทจึงต้องพัฒนาจุดขายด้านกิจกรรมเชิงสุขภาพที่มีอัตลักษณ์เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์การท่องเที่ยวที่แตกต่างเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันทางธุรกิจในตลาดขนาดใหญ่อีกด้วย

เวลเนส (Wellness) จะไม่เน้นเพียงการดูแลสุขภาพเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง แต่เป็นการนำกิจกรรมที่มีคุณสมบัติในการฟื้นฟูสุขภาพเฉพาะด้านหลาย ๆ รูปแบบที่ส่งเสริมการพัฒนาสุขภาพและนำเสนอให้กับลูกค้าของโรงแรมและรีสอร์ท เช่น การดูแลสุขภาพโภชนาการอาหาร (เน้นการดูแลสุขภาพจากภายใน) โยคะ (ยืดหยุ่น/ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ) นั้สมาธิ (การพัฒนาจิตใจและความคิด) รวมเป็นตารางกิจกรรมในช่วงเวลาที่ลูกค้าเข้าพักในโรงแรมแก่กลุ่มลูกค้าเชิงสุขภาพ (Wellness Tourists) มีจุดมุ่งหมายหลักคือการเน้นการพัฒนาและดูแลสุขภาพโดยรวม

กลุ่มธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพมีการพัฒนาบริการเพื่อดูแลฟื้นฟูสุขภาพแบบองค์รวม (Holistic Approach) โดยส่วนใหญ่ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพจะเน้นผลิตภัณฑ์และบริการกลุ่มสปา เนื่องจากเป็นบริการที่นิยมมากที่สุดที่พบในธุรกิจโรงแรม และจากสถิติที่พบโรงแรมบริการสปาเป็นกลุ่มที่มีมูลค่าการใช้จ่ายท่องเที่ยวมากที่สุด (Global Wellness Institute, 2022; Smith & Puczkó, 2014; Konu & Laukkanen, 2009; Mueller & Kaufmann, 2001) ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพนอกเหนือจากการเน้นจุดขายในด้านของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นปัจจัยหลักของธุรกิจที่พักแล้ว บริการเชิงสุขภาพมักเน้นเพื่อผ่อนคลาย

ร่างกายและความเครียด โดยเน้นจุดขายและกลยุทธ์ในด้านของการบริการ (Service Quality) และ ผลิตภัณฑ์/บริการด้านสุขภาพเฉพาะทางของโรงแรม (Signature Wellness Product) เป็นสำคัญ

Piuchan and Rattaprasert (2019) กล่าวถึงกรอบแนวคิด Medical Hotel ของ Illing (2016) ใช้เกณฑ์การแบ่งจากบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือทางการแพทย์ และนำมาประยุกต์ใช้ในบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรม ดังรูปภาพ 1 แต่ละประเภทลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีข้อจำกัดสุขภาพ (Health Condition) ที่แตกต่างกัน โดย Wellness Hotels/Resorts (ซ้ายสุดของภาพ 1) จะให้บริการที่มุ่งไปสู่ความผ่อนคลายและไม่มีบริการด้านการแพทย์ กิจกรรมในโรงแรมจะมุ่งเน้นสู่การรักษาเป็นเพียงการดูแลสุขภาพให้อยู่ในเกณฑ์ดีและมุ่งเน้นด้านการปรับพฤติกรรมการใช้ชีวิตให้มีสุขภาพที่สมดุล ในขณะที่ด้านขวาสุดของภาพ 1 จะมีบริการทางการแพทย์เต็มรูปแบบ เน้นการบำบัดรักษาโรค โดยการบริการด้านโรงแรมเป็นเพียงการสร้างบรรยากาศให้ผู้ป่วยได้ผ่อนคลายเท่านั้น



ภาพ 1 Wellness hotels and clinics and the medical continuum
ที่มา: ดัดแปลงจาก Illing (2016)

นอกจากนี้งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและบริการเชิงสุขภาพมีความแตกต่างของลักษณะการบริการด้านสุขภาพ และนักท่องเที่ยวเลือกกิจกรรมสุขภาพที่ตนสนใจจากผู้ให้บริการที่แตกต่างกัน จากการรวบรวมข้อมูลทางงานวิจัยและวรรณกรรม สามารถจำแนกประเภทของ Wellness Hotels/Resorts ได้ 4 กลุ่มหลัก ดังแสดงในตาราง 2 (Piuchan, 2021; Norman & Pokorny, 2017; Csirmaz & Peto, 2015; Norman, 2012; Bennett, King, & Milner, 2004)

1. Beauty Spa Hotels/Resorts เป็นโรงแรมและรีสอร์ทที่ให้บริการสปา ความงาม รูปลักษณ์ทางกายภาพ และผิวพรรณ เช่น นวดและทรีตเมนต์หน้า การผลัดเซลล์ผิว นวดเพื่อผ่อนคลายกล้ามเนื้อ เป็นต้น รวมถึง Wet Treatment หรือ ทรีตเมนต์ที่มีประกอบด้วยน้ำเป็นหลัก เช่น บริการชาวน่า จากุซซี่ หรือ Water Therapy เช่น Vichy Shower Bath เป็นต้น นักท่องเที่ยวกลุ่ม สปาเพื่อความงามส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและแสวงหาความสุข (Pleasure) พร้อมไปกับการดูแลร่างกายและรูปลักษณ์ทางกายภาพและผิวพรรณ (Physical Health and Appearance)

2. Lifestyle Transformation Resorts เป็นรีสอร์ทที่มีโปรแกรมเน้นรูปแบบของการปรับสมดุลสุขภาพ/ปรับการใช้ชีวิต โดยมีบริการในรีสอร์ท เช่น โภชนาการอาหาร (Nutrition) การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ (Physical Exercise and Training) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีวัตถุประสงค์ในการพักผ่อนและคลายเครียด (Escape and Relaxation) แสวงหากิจกรรมและประสบการณ์แปลกใหม่ (Novelty) โดยได้รับความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและทักษะในการปฏิบัติกิจกรรมนั้น (Knowledge, Training and skill)

ลักษณะของ Lifestyle Transformation Resort ส่วนใหญ่จะบริการแบบ Preventive Wellness มีกระบวนการให้บริการเริ่มจากการสอบถามและวิเคราะห์ปัญหาสุขภาพเบื้องต้นก่อนการเข้าพัก จากนั้นในช่วงระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าพักอยู่ในโรงแรม/รีสอร์ท ลูกค้าจะเข้ารับการดูแลสุขภาพในด้านต่าง ๆ สลับกันไปทั้งโปรแกรมเพื่อพัฒนาสุขภาพร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ โดยมีผู้เชี่ยวชาญศาสตร์นั้น ๆ เป็นผู้ดูแล มุ่งผลลัพธ์เพื่อการฟื้นฟูและพัฒนา (Lombarts & Vork, 2013)

3. Special Retreat โรงแรมและรีสอร์ทนำเสนอกิจกรรมกลุ่มรีทรีท ลักษณะกิจกรรมเพื่อพัฒนาสุขภาพทั้งแบบองค์รวมและเฉพาะทางที่มุ่งเน้นการส่งเสริมด้านจิตใจและจิตวิญญาณ (Mind and Spirit) และการค้นหาตนเอง ส่วนใหญ่ได้รับอิทธิพลมาจากศาสตร์และปรัชญาตะวันออก เช่น การเข้าคอร์สโยคะของทางประเทศอินเดีย และเนปาล การฝึกปฏิบัติสมาธิของประเทศอินเดีย พม่า ไทย โปรแกรมการพัฒนาตนเองจากภายใน เป็นต้น จัดเป็นกลุ่มลูกค้าที่แสวงหาการพัฒนาตนเองและจิตวิญญาณ (Spiritual Retreat Visitors) มีวัตถุประสงค์การพักผ่อนเพื่อการค้นหาคุณค่าในตนเอง (Re-establish Self-esteem) และการปลดปล่อยตนเอง (Indulgence) โดยได้รับความรู้เกี่ยวกับสุขภาพและทักษะการปฏิบัติกิจกรรมนั้น รวมไปถึงการค้นหาและรู้จักตัวตนผ่านกิจกรรมที่ปฏิบัติ (Piuchan, 2021; Norman & Pokorny, 2017)

4. Health and Wellness Care เป็นกลุ่ม Medical-wellness Overlap หรือ กลุ่มที่ต้องการความเชี่ยวชาญเฉพาะทางเพื่อหวังผลการพัฒนาตนเองและด้านสุขภาพเฉพาะทาง หรือกลุ่มฟื้นฟูสุขภาพโดยใช้เทคนิคผสมผสานทางการบำบัด กายภาพ และอื่น ๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีสุขภาพที่ดีขึ้นหรือกลับสู่สภาวะปกติ (Regenerative) เช่น ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพด้านต่าง ๆ โดยเป็นการเข้ารับบริการตั้งแต่ขั้นระยะการรักษาทางการแพทย์ เข้าสู่ระยะพักฟื้นและฟื้นฟู หรือลักษณะที่ไม่เน้นการรักษาโรค แต่มีบริการเพื่อดูแลสุขภาพให้คงที่ในระยะยาว เช่น Longevity Wellness Centre และ Health village

ศูนย์สุขภาพอายุวัฒนะ (Longevity Wellness Centre/Resort) เป็นตัวอย่างหนึ่งที่ให้บริการในรูปแบบ Health and Wellness Care ศูนย์สุขภาพอายุวัฒนะใช้การดูแลสุขภาพทางการแพทย์เป็นหลัก หรือ Assistive Technology ดูแลผู้ป่วยสูงวัย แต่รูปแบบจะเป็นภาพกว้างกว่าในการดูแลสุขภาพผู้สูงวัยให้ใช้ชีวิตให้ยืนยาวโดยมีการดูแลฟื้นฟู 3 ด้านหลัก ๆ คือ สมอและจิตใจ การเคลื่อนไหวร่างกาย และ ความมั่นคงทางการเงิน จัดเป็นกลุ่มที่มีความใกล้เคียงกับ Medical Hotel ในฝั่งทวีปยุโรป

หมู่บ้านพำนักระยะยาวเพื่อสุขภาพ (Health Village) เป็นแนวคิดการสร้างหมู่บ้านที่อยู่อาศัยระยะยาวที่มีโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสุขภาพแบบครบวงจร รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อความบันเทิง (Health and Wellness Facilities + Entertainment) เปรียบเสมือนเมืองขนาดเล็กเมืองหนึ่งที่มีบริการครบวงจร เช่น ที่พัก ฟิตเนส สระว่ายน้ำ สปา สถานพยาบาลขนาดเล็ก สวนสาธารณะ ห้างสรรพสินค้าขนาดเล็ก โรงภาพยนตร์ขนาดเล็ก เป็นต้น

ตาราง 2 แสดงประเภทที่พักเชิงสุขภาพและบริการเชิงสุขภาพ

ประเภทที่พัก เชิงสุขภาพ	ขอบเขต	กลุ่มบริการที่เกี่ยวข้อง	ตัวอย่างสถานบริการ
Beauty and Spa Hotel	มีบริการสปาและความงามด้านต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ของโรงแรมมักพบอยู่ในโรงแรมในเขตเมือง	สปา นวดผ่อนคลาย	Hyatt, JW Marriott, Banyan Tree Spa, Kempinski the Spa
Lifestyle Transformation Resorts	เน้นการพำนักระยะยาวเพื่อทำกิจกรรมอย่างต่อเนื่อง มีบริการสปา/บริการเพื่อปรับสมดุลชีวิตหลากหลายด้าน และบริการเสริมอื่น ๆ เช่น การออกกำลังกาย การดูแลรักษารูปร่าง การควบคุมน้ำหนัก โภชนาบำบัด การใช้ธรรมชาติบำบัด เป็นต้น โดยมีผู้เชี่ยวชาญให้คำปรึกษาหรือบางแห่งมีการตรวจสุขภาพก่อนเข้าใช้บริการ การกำหนดโปรแกรมและเป้าหมายเพื่อการส่งเสริมสุขภาพ	สปา, นวดผ่อนคลาย, อาหารเพื่อสุขภาพ, Healthy Living, Natrual Healing (เช่น Forest Bathing) โปรแกรมพิเศษ เฉพาะทาง เช่น Detox, Emotion Detox, Nutrition	บันยันทรี ภูเก็ต, Tamarind Springs Spa & Villa (สมุย), ชีวาศรม (หัวหิน), Pavana Chiang Mai Resort, Aleenta Resort & Spa (หัวหิน), Amamtara Wellness Resort (ภูเก็ต), จีรัง เฮลท์วิลเลจ, Thanyapura (Sport & Fitness Hotel)
Special Retreat	Retreat เป็นที่พักที่เน้นความเงียบสงบ ตั้งอยู่ในสถานที่ธรรมชาติ กิจกรรมส่วนใหญ่เป็นรูปแบบกิจกรรมพัฒนาตนเอง/ค้นหาตัวตน/ฝึกฝนการอยู่กับตนเอง	การฝึกปฏิบัติสมาธิ, โยคะ, Mindfulness Technique, Spiritual Retreat, Forest Bathing	Thai Plum Village , Muse Flower (เชียงใหม่), Asumi Healing (ภูเก็ต), เต่า การ์เด็น เฮลธ์สปา รีสอร์ท (เชียงใหม่)
Health And Wellness Care	ใช้การดูแลสุขภาพทางการแพทย์เป็นหลัก และผสมผสานกับการฟื้นฟูสุขภาพหรือการดูแลป้องกันอาการเจ็บป่วย แต่ละผู้ให้บริการอาจมีวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนแตกต่างกัน ตั้งแต่รูปแบบการดูแลสุขภาพที่ดีขึ้นหรือกลับสู่สภาวะปกติ (Regenerative) หรือแบบ Preventive Wellness สำหรับกลุ่มที่ต้องการดูแลสุขภาพปัจจุบันให้คงที่เพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอาการเจ็บป่วย กลุ่มตัวอย่าง Longevity Wellness Centre/Resorts (ศูนย์สุขภาพด้านอายุวัฒนะ) Health Village	Anti-aging, Rejuvenation and Longevity เน้นด้านเวชศาสตร์ชะลอวัยและฟื้นฟูสุขภาพกลุ่มผู้สูงอายุ	มี 2 รูปแบบคือ 1) Hospital-managed ภายใต้การบริหารจัดการของโรงพยาบาล เช่น ศูนย์ส่งเสริมสุขภาพไวทัลไลฟ์ (Vitalife Wellness Center) ในเครือของโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และ BDMS Wellness Clinic 2) Non-hospital Managed รีสอร์ท ที่บริการผู้ดูแลเป็นพยาบาล วิชาชีพ/นักกายภาพบำบัด และแพทย์ประจำรีสอร์ท เช่น Vivo Bene เชียงใหม่

ที่มา: จากการรวบรวมของผู้เขียน

แนวโน้มบริการและกิจกรรมของโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพ

นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความสนใจกิจกรรมดูแลสุขภาพที่เปลี่ยนไป ปัจจุบันลูกค้ามองว่าบริการฟิตเนสและสรวายน้ำเป็นบริการมาตรฐานหลักที่โรงแรมต้องมีบริการ และแสวงหาโรงแรม/รีสอร์ทที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเชิงสุขภาพทางเลือกอื่นที่โรงแรมจัดสรรไว้บริการ เช่น อาหารปลอดสารเคมีและฮอร์โมนเร่งเนื้อสัตว์ อาหารวีแกน อาหารปลอดกลูเตน กิจกรรมสุขภาพแบบองค์รวมอื่น ๆ (เช่น การใช้น้ำมันหอมระเหยบำบัด การฝังเข็ม การครอบแก้ว และสปาต่าง ๆ) รวมถึงพิจารณาสิ่งแวดล้อมของที่พักรักษาสุขภาพและการพักผ่อน

นักท่องเที่ยวเลือกเข้าร่วมกิจกรรมที่ตนสนใจเพื่อดูแล/ฟื้นฟูสุขภาพองค์รวม และมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผลกระทบทางลบต่อสุขภาพของตนเองที่มักเกิดจากสภาวะความเครียดสะสมในการดำเนินชีวิตประจำวัน ตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2560 เป็นต้นมา บริษัทวิเคราะห์การตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Dimon, 2017; Global Wellness Institute, 2022; Pebble Design, 2017; Travel to Wellness Magazine, 2018) วิเคราะห์ว่าลูกค้าจะเปลี่ยนทัศนคติความสนใจกิจกรรมประเภทสปาและความงามที่มีมายาวนานกว่า 20 ปี สู่กิจกรรม/บริการสุขภาพที่มุ่งพัฒนาเฉพาะทาง ไม่ได้มุ่งเน้นเพื่อผ่อนคลายโดยทั่วไปเพียงด้านเดียว

ธุรกิจโรงแรมเครือข่ายต่างประเทศต่างปรับตัวธุรกิจเข้าสู่ตลาดสุขภาพมากขึ้น ตัวอย่าง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เครือโรงแรม InterContinental Hotel Group (IHG) ในสหรัฐอเมริกาแบ่งกลุ่มโรงแรมเพื่อรองรับตลาดลูกค้าที่มีความต้องการบริการที่ใส่ใจดูแลสุขภาพเป็นสำคัญ โดยพัฒนาโรงแรมกลุ่ม Upscale-select Service Brand เช่น Courtyard by Marriott และ Hyatt Place โรงแรมไม่เพียงแต่มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เกี่ยวข้องด้านสุขภาพเท่านั้น แต่ใส่ใจในการตกแต่งโรงแรม โดยเน้นการกระตุ้นสิ่งเร้ากับประสาทสัมผัส เช่น การใช้ Live Rosemary ในการตกแต่งทางเข้าประตูโรงแรม บริการผ้าร้อน/เย็น ณ เคาน์เตอร์บริการเช็คอินโรงแรม การใช้ผ้าลินินที่ลดการเกิดอาการแพ้ กลุ่ม Hypoallergenic Linens เพื่อสร้างบรรยากาศและความประทับใจแก่ลูกค้า (Westin Hotels and Resorts, 2023; Destination Marketing UK, 2021; Quore.com, 2020)

ประเทศไทยมีศักยภาพเพียงพอในการบริการด้านสปาและความงามที่เป็นที่ยอมรับในระดับสากล และปัจจุบันยังมีกิจกรรมและบริการอื่นที่ถือกำเนิดและเติบโตขึ้นจากกระแสความตื่นตัวด้านสุขภาพและการป้องกันตนเองจากโรคภัยต่าง ๆ เช่น อาหารออร์แกนิก ผักปลอดสารพิษ อาหารโปรตีนจากพืช อาหารทางการแพทย์ กิจกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ ศูนย์ออกกำลังกาย เป็นต้น (Bangkok Bank SMEs, 2023; Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce, 2023; MMed, 2023) สำหรับธุรกิจที่โรงแรมและรีสอร์ทมีข้อได้เปรียบกว่าธุรกิจอื่นในการเชื่อมต่อนักท่องเที่ยวจากการบริการที่พัก การขยายบริการอื่น ๆ จึงเข้าตรงถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้วิถีชีวิตของคนเมืองที่เร่งรีบจากการทำงาน เมื่อมาท่องเที่ยว “เวลา” จึงเป็นสิ่งมีค่ามีผลให้กิจกรรมและบริการสุขภาพที่พร้อมในพื้นที่โรงแรม/รีสอร์ทจึงเป็นที่นิยมและสะดวกสบายมากกว่าการไปแสวงหากิจกรรมสุขภาพที่บริการนอกพื้นที่โรงแรม/รีสอร์ท ซึ่งธุรกิจ โรงแรม/รีสอร์ท สามารถใช้ประโยชน์จากกระแสความต้องการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และบริการในธุรกิจตนเพื่อเข้าถึงกลุ่มตลาดสุขภาพได้มากขึ้น (Bunloam, 2023) ดังตัวอย่าง

1. Sleep Vacation

Sleep Vacation เกิดจากแนวคิดการมีภาวะนอนหลับไม่เพียงพอ (Sleep Deprivation) และโรคนอนไม่หลับ (Insomnia) ของคนในสังคมปัจจุบันที่สะท้อนมาจากความเครียดในการใช้ชีวิตและการทำงาน บริการหลักของโรงแรม/รีสอร์ทขายผลิตภัณฑ์หลัก “ที่พักค้างคืน ห้องนอนที่สะดวกสบาย” จึงต้องเพิ่มความใส่ใจและพิถีพิถันในการนำเสนอบริการที่เพิ่มความใส่ใจคุณภาพการนอนของลูกค้าที่เข้าพักโรงแรม/รีสอร์ท โดยสร้างมูลค่าเพิ่มกับการสร้างบรรยากาศในห้องนอน อากาศ อุปกรณ์การนอน รวมถึงบริการสิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มเติม (Westin Hotels and Resorts, 2023)

ภาวะขาดการนอนหลับ เป็นการขาดชั่วโมงการพักผ่อนที่มาจากปัจจัยกระทบบางอย่างที่จำกัดระยะเวลาการนอน ส่วนใหญ่มาจากชั่วโมงการทำงานที่มากขึ้น การทำงานกลางคืนของบางอาชีพ การใช้เวลาเล่นโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตมากขึ้นก่อนเข้านอน ทำให้ผู้คนเกิดภาวะขาดการนอนหลับซึ่งสัมพันธ์กับภาวะสุขภาพด้านอื่น ๆ อาทิ ความเสี่ยงโรคเบาหวาน โรคหัวใจและความดันโลหิต ความผิดปกติทางอารมณ์ ผิวหนังมีอายุเพิ่มขึ้น เป็นต้น

โรคนอนไม่หลับ (Insomnia) เป็นภาวะอาการของเมื่อถึงเวลานอนแต่ไม่สามารถนอนหลับได้ มีความแตกต่างจากภาวะขาดการนอนหลับเนื่องจากข้างต้นเกิดจากปัจจัยที่จำกัดการนอน แต่โรคนอนไม่หลับนั้นมีความสำคัญสำหรับการพักผ่อนซึ่งเมื่อถึงเวลานอนหลับร่างกายไม่สามารถหลับได้ มักเป็นจุดเริ่มต้นของโรคทางกายและโรคจิตเวช อาจมีสาเหตุจากยาบางชนิด จากสารที่ออกฤทธิ์กระตุ้นสมอง เช่น คาเฟอีน ในชา กาแฟ น้ำอัดลม เครื่องดื่มชูกำลัง หรือ การดื่มสุราอย่างต่อเนื่อง เป็นต้น อีกสาเหตุหนึ่งมักเกิดจากความเครียดสะสม หรืออาการโรคซึมเศร้า

อาการทั้งสองข้างต้นพบว่า เป็นปัญหาหลักของลูกค้าที่มาใช้บริการโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพ ดังนั้นธุรกิจเหล่านี้ต่างพยายามเพิ่มประสบการณ์ใหม่ให้กับลูกค้าในการนอนพัก โดยมีบริการที่ใส่ใจในการนอนหลับอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิ

- เมนูหมอน (Pillow Menu) บริการให้ลูกค้าเลือกประเภทหมอนที่เหมาะสมกับการนอนของตนเอง ซึ่งมีหมอนที่ผลิตจากวัสดุที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า หมอนที่ทำจากวัสดุไม่ก่อให้เกิดอาการแพ้ (Hypoallergenic Pillow) หมอนที่ออกแบบเพื่อบรรเทาอาการปวดเกร็งคอ (Adjustable Neck Rest) หรือเพิ่มประสิทธิภาพในการนอนหลับ (Goh, 2023; Hotel Contract Beds, 2023; Tchea, 2023)

- อาหารเสริมการนอนหลับ (Sleep-enhancing superfoods) บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มเพื่อผ่อนคลายก่อนนอน เช่น ดื่มชาคาโมมาย ชาสมุนไพรอดัมไปด้วยสารธีอะนีน (Theanine) เป็นกรดอะมิโนช่วยลดความเครียด ทำให้ผ่อนคลาย และรู้สึกง่วง หรือดื่มน้ำผลไม้ เช่น ดื่มน้ำเชอร์รี่ ซึ่งมีสารเมลาโทนินที่ช่วยให้นอนหลับ (Goh, 2023; Westin Hotels and Resorts, 2023)

- บริการให้คำแนะนำในการพักผ่อน เช่น การปิดโทรศัพท์ ไม่นำโทรศัพท์วางไว้บริเวณใกล้ศีรษะเพื่อลดคลื่นรบกวน นั่งสมาธิก่อนนอน เป็นต้น

- เครื่องมือช่วยตรวจสอบประสิทธิภาพการนอนหลับ (Sleep Tracker/Monitor) ใช้อุปกรณ์เพื่อช่วยตรวจสอบชั่วโมงการนอนหลับและคุณภาพของการหลับ โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำการจัดการนอนให้มีคุณภาพดีขึ้น พร้อมด้วยโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพอื่น เช่น การทำสปา ทรีตเมนต์ที่ผ่อนคลายความเครียดให้การนอนหลับมีประสิทธิภาพ เป็นต้น (Sleep Review, 2023)

2. Holiday Detox Program

การล้างพิษ หรือ ดีท็อกซ์ เป็นโปรแกรมสุขภาพที่นิยมของนักท่องเที่ยว หรือ บางครั้งถูกเรียกว่า ‘quick-fix’ ที่มุ่งเน้นสุขภาพร่างกายจากการปรับสมดุลและกำจัดของเสียในร่างกาย ในอดีตนิยมดีท็อกซ์หลังการท่องเที่ยว (Post-holiday Detox) เพื่อล้างพิษจากอาหารที่รับประทานระหว่างท่องเที่ยว เนื่องจากระหว่างท่องเที่ยวส่วนใหญ่ปลดปล่อยตนเองระหว่างการท่องเที่ยวโดยละเลยการควบคุมอาหาร เมื่อเสร็จสิ้นการเดินทางนักท่องเที่ยวที่ดูแลสุขภาพเป็นกิจวัตรจึงนิยมจัดตาราง Post-holiday Detox เพื่อล้างพิษที่ร่างกายสะสมไว้ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันการล้างพิษทางร่างกายหันมาสู่ความนิยมในการใช้ช่วงเวลาการท่องเที่ยวในการล้างพิษ/ดีท็อกซ์ โรงแรมและ รีสอร์ทเพื่อสุขภาพได้นำเสนอโปรแกรมดีท็อกซ์แก่ลูกค้า อาทิ โปรแกรมดื่มน้ำหรือเครื่องดื่มจากธรรมชาติเพื่อกำจัดของเสียและล้างพิษในร่างกาย งดดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เพิ่มสัดส่วนอาหาร ผัก ผลไม้ เพื่อสุขภาพ ลดการบริโภคน้ำตาลและอาหารที่ผ่านการปรุงรสนอนพักอย่างเพียงพอและออกกำลังกาย โรงแรมและรีสอร์ทเพื่อสุขภาพในประเทศไทยเปิดบริการรูปแบบดังกล่าวอยู่ในปัจจุบันหลายแห่ง เช่น The Life Co Holistic Wellbeing, Amatara Welleisure Resort เป็นต้น และหากธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทที่มุ่งเน้นภาพลักษณ์ของการเป็นรีสอร์ทเพื่อสุขภาพเพื่อสร้างจุดแข็งทางการตลาด การนำเสนอโปรแกรมดีท็อกซ์จึงเป็นโปรแกรมที่ไม่ควรมองข้าม

3. Retreat Style Holiday

การพักผ่อนที่เน้นการเลือกสรรในรีสอร์ทตามแหล่งธรรมชาติ และใช้บริการโปรแกรมรีทรีต (Retreat) ที่ออกแบบมาเพื่อดูแลสุขภาพ ทั้งด้านสุขภาพกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ โปรแกรมรีทรีตส่วนใหญ่จะมีระยะเวลาและกำหนดประเภทของกิจกรรมที่ลูกค้าต้องปฏิบัติเพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดจากการเข้าโปรแกรมรีทรีตนั้นมีตั้งแต่โปรแกรมที่ส่งเสริมสุขภาพเฉพาะด้าน เช่น Yoga Retreat, Spiritual Retreat, Meditation Retreat เป็นต้น

กลุ่ม Retreat จะเน้นการพักผ่อนในพื้นที่ของรีสอร์ท ลูกค้ามักใช้ชีวิตส่วนใหญ่ในที่พัก ใช้ชีวิตอย่างเรียบง่ายสบาย ๆ ในสถานที่พักที่สัมผัสธรรมชาติ สงบเงียบ หลีกเลี้ยงสถานที่ผู้คนพลุกพล่าน ส่วนใหญ่จะอยู่ตามพื้นที่ธรรมชาติที่สวยงาม เช่น รีสอร์ทที่ตั้งอยู่ท่ามกลางภูเขา ทะเล เพื่อใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำกิจกรรมรีทรีต ไม่นิยมทำกิจกรรมภายนอก รีสอร์ทในช่วงของการเข้าร่วมโปรแกรมรีทรีต หรือไม่ทำกิจกรรมท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับโปรแกรมรีทรีต (Piuchan, 2021) นอกจากนี้แนวโน้มหลังการระบาดโควิด-19 ยังมุ่งเน้นไปยังการแก้ปัญหาสุขภาพที่ส่วนมากเกิดจากการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปจากในอดีต เน้นการดูแลสุขภาพป้องกัน การรักษาแบบองค์รวม และให้ความสำคัญอย่างมากกับดูแลสุขภาพจิตใจ หรือ Mental Health ด้วยวิธีการทางธรรมชาติ (Trive Wellness Clinic, 2023)

แนวโน้มกิจกรรมกลุ่มรีทรีตหรือการฟื้นฟูสุขภาพต่าง ๆ อาทิ

- การนำเอาศาสตร์การดูแลสุขภาพภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับกิจกรรมสุขภาพ โดยเน้นผลลัพธ์ที่ส่งเสริมสุขภาพทางกาย จิตใจ และจิตวิญญาณ อาทิ นำความรู้ด้านสมุนไพรถิ่นมาประกอบอาหารสุขภาพ การฝึกปฏิบัติสมาธิหลากหลายแนวทาง เช่น แบบวิถิปุทธ (Buddhist Meditation) แบบซีคูล่า (Secular Meditation) เป็นต้น (Piuchan, 2021; Ashton, 2018) กลุ่มลูกค้ามองหากิจกรรม บริการและความรู้ด้านสุขภาพที่สามารถนำไปปรับใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น ดังนั้นลูกค้าไม่ได้คำนึงเพียงแค่ได้รับบริการ ณ ช่วงเวลาที่เข้าพักในรีสอร์ท แต่ความรู้และทักษะด้านสุขภาพต้องสามารถนำไปปฏิบัติได้ด้วยตนเองเมื่อกลับสู่ชีวิตปกติหลังการท่องเที่ยว เสมือนเป็นการรักษาสมดุลสุขภาพ กลุ่มกิจกรรมนี้ส่วนใหญ่เป็นกิจกรรมพัฒนาตนเอง เช่น รีทรีตด้วยศาสตร์จีนแขนงต่าง ๆ กิจกรรมด้านการควบคุมอารมณ์และสติ การให้คำแนะนำในการปรับสมดุลชีวิต หรือเรียกว่า Life-coaching Retreats (Health and Fitness Travel, 2023; The Retreat Company, 2023)

- Mindfulness-based Stress Reduction (MBSR) จากศาสตราจารย์จอห์น คาบัท-ซินน์ อายุรแพทย์แผนกเวชศาสตร์ป้องกันและพฤติกรรมบำบัด โดยนำฝึกการเจริญสติมาประยุกต์เข้ากับการบำบัดและดูแลสุขภาพ (Mindfulness Retreats) โดยโรงแรมและรีสอร์ทได้นำมาพัฒนาประยุกต์ใช้ในโปรแกรมฝึกสมาธิเพื่อผ่อนคลายความเครียด (Aleenta Hotel, 2023; Quore.com, 2020)

- Digital Detox หรือ Technology-free Spa บริการด้านสุขภาพที่เน้นการให้ลูกค้าออกจากพฤติกรรม การติดโทรศัพท์และเทคโนโลยี โดยไม่อนุญาตให้ใช้โทรศัพท์หรืออุปกรณ์ด้านเทคโนโลยีอื่นเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ด้านการผ่อนคลาย และจดจ่ออยู่กับกิจกรรมที่ปฏิบัติอยู่ ณ ขณะนั้น (Centre for the Promotion of Imports from Developing countries (CBI), 2022)

- Sound Bathing การอาบคลื่นเสียง เป็นการใช้น้ำเสียงที่สั่นสะเทือนมีผลกับระบบประสาท คลื่นสมอง และเซลล์ในร่างกาย ทำให้ร่างกายและจิตใจผ่อนคลายในระดับลึก ช่วยลดความเครียด วิตกกังวล สมองทำงานดีขึ้น เข้าใจสภาพอารมณ์ตัวเองได้มากขึ้น ระบบหายใจ การเต้นของหัวใจ อยู่ในอัตราสม่ำเสมอ ความดันโลหิตที่ต่ำหรือสูงไปเกิดภาวะสมดุลมากขึ้น ร่างกายจะเกิดการซ่อมแซมและเยียวยาตัวเองได้ดีขึ้น เป็นการฟื้นฟูถึงระดับจิตใจ (Trive Wellness Clinic, 2023)

- Forest Bathing การอาบป่าที่มีต้นกำเนิดจาก Shinrin-yoku (ชินรินโยกุ-การอาบป่าบำบัดแบบญี่ปุ่น) เป็นการรับรู้บรรยากาศป่าผ่านประสาทสัมผัส เป็นศาสตร์ที่จะเชื่อมมนุษย์ให้เข้าสู่ธรรมชาติ หรือ Nature Therapy

โดยให้ธรรมชาติเข้ามาช่วยบำบัด-เยียวยา-รักษาร่างกายและจิตใจ หรือซึมซับธรรมชาติให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งกับร่างกายผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส ซึ่งเกี่ยวโยงโดยตรงกับสภาพแวดล้อมของร่างกาย เช่น อากาศ อุณหภูมิ กลิ่น เสียง เป็นต้น ปัจจุบันมีกิจกรรมประเภทนี้มีหลายพื้นที่ในประเทศไทยให้บริการ เช่น จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดกาญจนบุรี เป็นต้น (City Environment, 2021; The Cloud, 2020)

4. Inner Wellness Tourism to Asia

หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกว่าร้อยละ 60 มองหาการท่องเที่ยวเพื่อผ่อนคลายจากช่วงสถานการณ์ที่ตึงเครียดทางระหว่างปี 2020 - 2022 โดยร้อยละ 46 ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวยุโรปมุ่งเน้นการดูแลสุขภาพจิตใจ (Mental Well-being) มีประมาณการสัดส่วนทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพถึง 4 ชั่วโมงต่อวัน (Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI), 2022; Davies, 2020)

การศึกษาเรื่อง Inner Wellness Tourism ของ The Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI) ประเทศเนเธอร์แลนด์ ระบุว่า นักท่องเที่ยวยุโรปต่างให้ความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประเทศเอเชีย กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรปถือเป็นตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอันดับต้นของโลก ร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวยุโรปมีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เน้นการดูแลสุขภาพทั้งกายใจ หรือ Inner Wellness (Spiritual, Mental Emotional Wellness) โดยประเทศสำหรับ Inner Wellness Tourism ของกลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป คือประเทศไทยและประเทศอินเดีย นอกจากนี้ ปัจจัยหลักที่สนับสนุนการท่องเที่ยว Inner Wellness Holiday คือ อาหาร (Healthy Food) ที่พัก (Accommodation) ใช้เวลาในการอยู่กันตนเอง/ เข้าใจตนเอง (Personal Approach) ประสบการณ์จริงของตนเองทั้งจากบริการสุขภาพและวัฒนธรรมผสมผสานในบริการนั้น (Authentic Experience) ความยั่งยืนของทรัพยากร (Sustainability) และ สื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ เพื่อประสิทธิภาพที่ดีในการรับบริการสุขภาพ (English Language)

ตัวอย่างจากรายงานของ CBI กล่าวว่า ผลลัพธ์และบริการด้านสุขภาพหลัก คือ สปา (ร้อยละ 87) และสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในบริการสุขภาพอันดับรองลงมา คือ เรื่องของอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ โดยได้แบ่งนักท่องเที่ยวสุขภาพเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ Luxury Traveler และ Basic Traveler

4.1 Luxury Traveler เป็นกลุ่มที่สนใจอาหารที่มีคุณประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น อาหารกลุ่มคาร์โบไฮเดรตต่ำโปรตีนสูง แนวทางการรับประทานอาหารตามแบบฉบับของมนุษย์ยุคหิน (Paleo Diet) อาหารที่อุดมไปด้วยสารอาหารคุณค่าโภชนาการสูง (Superfood) (เช่น คิวโนว เชียร์รี่ค) เป็นต้น

4.2 Basic Traveler เป็นกลุ่มที่ชื่นชอบอาหารเรียบง่ายธรรมดา เน้นอาหารท้องถิ่นที่สะอาด ปลอดภัยจากสารเคมี เช่น ผักผลไม้ปลอดสารพิษ ผักผลไม้ที่ปลูกในท้องถิ่น เป็นต้น

จากตัวอย่างหนึ่งของบริการสุขภาพด้านอาหารข้างต้น พบว่า ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทในประเทศไทยสามารถพัฒนาอาหารสุขภาพโดยใช้พืชผักพื้นถิ่น หรือ ผักผลไม้ปลอดสารพิษเนื่องจากในเขตประเทศไทยมีสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการปลูกพืชผัก และมีกลุ่มผู้ประกอบการผักปลอดสารพิษในพื้นที่ที่สามารถสนับสนุนการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพได้เป็นอย่างดี หรือแม้กระทั่งธุรกิจที่พักบางแห่งมีแปลงพืชผักปลอดสารพิษ ณ สถานประกอบการที่นำไปใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหารของรีสอร์ทได้ด้วยตนเอง การให้บริการด้านอาหารที่มีคุณภาพและดีต่อสุขภาพสามารถส่งเสริมบริการสุขภาพประเภทอื่น ๆ ที่ดูแลสุขภาพจากภายในสู่ภายนอก สิ่งเหล่านี้สามารถสร้างจุดแข็งที่สนับสนุนภาพลักษณ์ธุรกิจเชิงสุขภาพได้อีกด้วย

5. Luxurious Eco-friendly Wellness Lodgings

ธุรกิจที่พักเชิงสุขภาพแบบลักซ์วรี (Luxury) ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือรีสอร์ทตลาดกำลังซื้อสูงได้พัฒนาบริการที่พักเพื่อสุขภาพที่ตระหนักถึงความยั่งยืนของการใช้ทรัพยากรและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แนวคิดดังกล่าวเป็นกระแสที่นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่หันมาให้ความสนใจในการท่องเที่ยวที่ทำลายสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด เป็นโมเดล

ธุรกิจที่พักเชิงสุขภาพที่ใส่ใจไม่เพียงแต่สุขภาพของลูกค้า แต่มุ่งเน้นในเรื่องของความเป็นมิตรและความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม ธุรกิจรีสอร์ทที่มีการนำเสนอภาพลักษณ์ของธุรกิจที่ชัดเจนแก่ลูกค้า รวมถึงบริการในรีสอร์ทที่เชื่อมโยงแนวคิดไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ถึงความตั้งใจและใส่ใจในการบริการสุขภาพแก่นักท่องเที่ยว และสุขภาพของสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ ปัจจุบันธุรกิจที่พักเชิงสุขภาพแบบลักซ์วารีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมส่วนใหญ่ตั้งอยู่พื้นที่ทางทะเลของประเทศไทย พื้นที่รีสอร์ทเน้นความเป็นส่วนตัว ห้างไกลผู้คน บริการที่มีทั้งอาหารเพื่อสุขภาพ กิจกรรมนันทนาการ บริการด้านสุขภาพตั้งแต่รูปแบบเพื่อความผ่อนคลายไปจนถึงการดูแลเฉพาะด้านและโปรแกรมรีทรีต เป็นต้น (Guglielmi, 2023; Piuchan & Prachansit, 2019) ตัวอย่าง พื้นที่ภาคเหนือมีกลุ่มรีสอร์ทเป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวหลายแห่ง โดยส่วนใหญ่เป็น Lifestyle Resort ที่มีบริการทางเลือกที่เกี่ยวเนื่องกับการผ่อนคลาย พื้นที่สุขภาพ เช่น โรงแรมโพธิ์ชัยเชียงใหม่ สำหรับรีสอร์ทที่วางภาพลักษณ์เจาะกลุ่มเฉพาะด้านสุขภาพ เช่น เต่าการ์เด็นรีสอร์ท จีรังเฮลท์วิลเลจ เป็นต้น

นอกจากนี้ กระแสด้านสุขภาพที่สามารถประยุกต์ใช้ในรีสอร์ทเพื่อสุขภาพนั้น ลูกค้าในปัจจุบันเป็นลูกค้าที่มีความสนใจในการนำเอาความรู้วิทยาศาสตร์ประยุกต์มาใช้ตัดสินใจเลือกบริการสุขภาพ การใช้ข้อมูลที่มีผลการทดสอบและหลักฐานทางวิทยาศาสตร์จึงเป็นสิ่งที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มลูกค้าได้อีกประการหนึ่ง ดังเช่นตัวอย่างด้านการใช้คลื่นเสียง/ดนตรีในการช่วยผ่อนคลาย สามารถนำมาเป็นทางเลือกให้ลูกค้าของรีสอร์ทใช้เพลง/คลื่นเสียงที่ความถี่แตกต่างกัน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการนอนพักผ่อน ผ่อนคลายความเครียด หรือแม้กระทั่งทำสมาธิ โดยคลื่นเสียงในระดับความถี่ที่แตกต่างกันที่มีผลต่อสมองมนุษย์ ปัจจุบันคลื่นเสียงเหล่านี้นิยมนำมาใช้ในการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ในสปา สถานที่อ่านหนังสือ เพื่อสร้างบรรยากาศผ่อนคลายและกระตุ้นให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการรับบริการด้านสุขภาพ

บทสรุป

โรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพเป็นกลุ่มตลาดคุณภาพและมีกำลังการซื้อในการท่องเที่ยวสูง รวมทั้งอัตราการเติบโตของตลาดที่สูงขึ้นตามความต้องการในแต่ละช่วงอายุที่แสวงหาผลิตภัณฑ์และบริการที่แตกต่างกันยังคงทำให้ธุรกิจสุขภาพยังคงขยายตัว (Global Wellness Institute, 2022) การศึกษาขอบเขตของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงแนวโน้มของบริการและกิจกรรมสุขภาพนี้เป็นหนึ่งมุมมองในการนำเสนอการสร้างสรรค์บริการของโรงแรมและรีสอร์ทเพื่อรองรับความต้องการของตลาดเชิงสุขภาพ เพิ่มความหลากหลายของบริการสุขภาพที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ และสร้างความแตกต่างของบริการสุขภาพที่สามารถนำไปปรับเพื่อนำเสนอต่อลูกค้า การพัฒนารูปแบบการให้บริการแบบบูรณาการทั้งความรู้ทางสุขภาพและบริการสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมและรีสอร์ทเชิงสุขภาพของประเทศไทยจะสามารถผลักดันให้ภาพลักษณ์การเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแข็งแกร่งขึ้น และพัฒนาความหลากหลายของบริการโรงแรมและรีสอร์ทในการแข่งขันทางการตลาดในอนาคต

References

- Aleenta Hotel. (2023). *Mindfulness retreats in Chiang Mai wellness hotels*. Retrieved January 18, 2023, from <https://www.aleenta.com/blog/mindfulness-retreats-in-chiang-mai-wellness-hotels/>
- Ashton, A.S. (2018). Spiritual retreat tourism development in the Asia Pacific region: investigating the impact of tourist satisfaction and intention to revisit: A Chiang Mai, Thailand case study. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(11), 1098–1114. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1526198>

- Bangkok Bank SMEs. (2023). *Trends in food of the future: Healthy food business with sustainability*. Retrieved January 18, 2023, from <https://www.bangkokbanksme.com/en/23-4sme1-trend-trend-food-of-the-future>
- Bennett, M., King, B., & Milner, L. (2004). The health resort sector in Australia: A positioning study. *Journal of Vacationing Marketing*, 10(2), 122-137. <https://doi.org/10.1177/135676670401000203>
- Bunloam, P. (2023). *10 Wellness Retreat in 2023*. Retrieved April 1, 2023, from <https://thestandard.co/life/10-wellness-retreat-2023/>
- Centre for the Promotion of Imports from Developing Countries (CBI). (2022). *What is the European market potential for wellness tourism?* Retrieved June 28, 2023, from <https://www.cbi.eu/market-information/tourism/wellness-tourism/market-potential#what-makes-europe-an-interesting-market-to-target-for-wellness-tourism>
- City Environment. (2021). *Forest bathing*. Retrieved June 28, 2023, from <https://citycracker.co/city-environment/shinrin-yoku/>
- Cooper, M., Vafadari, K., & Hieda, M. (2015). *Current issues and emerging trends in medical tourism*. IGI Global.
- Csirmaz, É., & Pető, K. (2015). International trends in recreational and wellness tourism. *Procedia Economics and Finance*, 32(15), 755-762. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)01458-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)01458-6)
- Davies, P. (2020). *Abta study highlights growing demand for wellness holidays*. Retrieved January 18, 2023, from <https://travelweekly.co.uk/articles/353976/abta-study-highlights-growing-demand-for-wellness-holidays>
- Department of International Trade Promotion, Ministry of Commerce. (2023). *9 trends of food and beverage industry for 2023-2026*. Retrieved June 28, 2023, from <https://www.ditp.go.th/post/146736>
- Destination Marketing UK. (2021). *A hotel guide to mindfulness: Prioritising guests' wellbeing*. Retrieved June 28, 2023, from <https://destination-marketing.co.uk/eco-hotels/creating-mindful-hotel/>
- Dimon, A. (2017). *How millennials are disrupting the wellness travel market*. Retrieved June 28, 2023, from <http://www.travelmarketreport.com/articles/How-Millennials-areDisrupting-the-Wellness-Travel-Market>
- Global Wellness Institute. (2022). *The Global wellness economy: Thailand*. Retrieved January 18, 2023, from <https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-thailand/>
- Goh, A.G. (2023). *Beauty sleep: 7 luxury hotels and resorts in Asia that offer sleep packages to help you rest better*. Tatler Asia. Retrieved April 3, 2023, from <https://www.tatlerasia.com/lifestyle/travel/luxury-hotels-resorts-in-asia-sleep-packages-wellness-retreats>
- Guglielmi, S. (2023). *18 Incredible Eco Resorts in Thailand [2023]*. Retrieved April 3, 2023, from <https://www.everysteph.com/eco-resorts-in-thailand/>

- Health and Fitness Travel. (2023). *Life Coaching Retreats*. <https://www.healthandfitnesstravel.com/life-coaching-retreats>
- Hotel Contract Beds. (2023). *What is a Pillow Menu? (in Hotels and Resorts)*. Retrieved April 3, 2023, from <https://www.hotelcontractbeds.co.uk/blog/what-is-a-pillow-menu>
- Huang, L., & Xu, H. (2014). A cultural perspective of health and wellness tourism in China. *Journal of China Tourism Research*, 10(4), 493–510. <https://doi.org/10.1080/19388160.2014.951752>
- Illing, K. (2016). Medical hotels an approach to sustainable health in the leisure industry. In M. Smith & L. Puczkó (Eds.), *The Routledge handbook of health tourism* (pp. 246–260).
- Kelly, C. (2012). Wellness tourism: Retreat visitor motivations and experiences. *Tourism Recreation Research*, 37(3), 205–213. <https://doi.org/10.1080/02508281.2012.11081709>
- Konu, H., & Laukkanen, T. (2009). Roles of motivation factors in predicting tourists' intentions to make wellbeing holidays – a finnish case. *Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC) Conference 2009*, March, 1–9.
- Lee, G. (2004). *Spa style Europe: Therapies, cuisines, spas*. New York: Weatherhill.
- Lombarts, A., & Vork, J. (2013). Research on the preventive wellness in the Netherlands. In *Health, Tourism and Hospitality*. New York: Routledge.
- MMed. (2023). *Healthy food trends in 2023*. Retrieved May 11, 2023 from <https://mmed.com/food-trend-2566/>
- Mueller, H., & Kaufmann, E.L. (2001). Wellness tourism: Market analysis of a special health tourism segment and implications for the hotel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1), 5–17. <https://doi.org/10.1177/135676670100700101>
- National Wellness Institute. (2023). *The six dimensions of wellness*. Retrieved June 28, 2023, from http://www.nationalwellness.org/?page=Six_Dimensions
- Norman, A. (2012). The varieties of the spiritual tourist experience. *Literature & Aesthetics*, 22(2), 20–37.
- Norman, A., & Pokorny, J.J. (2017). Meditation retreats: Spiritual tourism well-being interventions. *Tourism Management Perspectives*, 24(October), 201–207. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.012>
- Pebble Design. (2017). *A wellness vacation is just the tonic for body, mind, heart and soul*. Retrieved June 28, 2023, from <https://pebbledesign.com/insights/a-wellness-vacation-is-just-the-tonic-for-body-mind-heart-and-soul>
- Piuchan, M. (2021). Meditation retreat tourism in Thailand: Its emergence in tourism and effects on tourists' health and well-being. *Humanities, Arts and Social Sciences Studies*, 21(2), 326–337. <https://doi.org/10.14456/hasss.2021.30>
- Piuchan, M., & Prachansit, S. (2019). Hotel pioneers' leadership styles: A case study on the founders of Oberoi Group and Soneva and Six Senses Resort and Spa. *Tourism*, 67(4), 375–388.

- Piuchan, M., & Rattaprasert, A. (2019). Wellness Hotels and Resorts Trends in 2019. *The 1st National Conference in Tourism and Humanities: Tourism in the transformative era, 19-20 December 2019*, 479–496.
- Quore.com. (2020). *Meditation and mindfulness in hospitality*. Retrieved May 11, 2023. <https://www.quore.com/blog/meditation-and-mindfulness-in-hospitality/>
- Sleep Review. (2023). *New Capsule hotel set to open in Japan will monitor guests' sleep*. Retrieved August 30, 2023, from <https://sleepreviewmag.com/sleep-diagnostics/consumer-sleep-tracking/new-capsule-hotel-japan-monitor-guests-sleep/>
- Smith, M. (2016). An overview of lifestyle trends and their impacts on health tourism. In M. Smith & L. Puczko (Eds.), *The Routledge Handbook of Health Tourism* (pp. 20–31). New York: Routledge.
- Smith, M., & Puczko, L. (2009). *Health and wellness tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Smith, M., & Puczko, L. (2014). *Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel* (Second edi). New York: Routledge.
- Tchea, M. (2023). *Pillow menus and sleep gummies: The new hotel trend that's putting guests to sleep*. Retrieved May 11, 2023, from <https://www.smh.com.au/traveller/inspiration/pillow-menus-and-sleep-gummies-the-new-hotel-trend-that-s-putting-guests-to-sleep-20230823-p5dyu5.html>
- The Cloud. (2020). *Forest bathing*. Retrieved August 30, 2023, from <https://readthecloud.co/forest-bathing/>
- The Retreat Company. (2023). *Coaching and Life-Coaching Retreats*. Retrieved August 30, 2023, from <https://www.theretreatcompany.com/topics/coaching-life-coaching-retreats/>
- Travel to Wellness Magazine. (2018). *16 weight loss spas & fitness retreats for 2018*. Retrieved May 11, 2023, from <http://www.traveltowellness.com/weight-loss-spas-fitness-retreats/>
- Trive Wellness Clinic. (2023). *Wellness trends 2023*. Retrieved May 11, 2023, from <https://www.thrivewellnessth.com/post/wellness-trend-2023>
- Voigt, C. (2010). *Understanding wellness tourism: An Analysis of Benefits sought, health-promoting behaviours and positive psychological well-being*. University of South Australia.
- Westin Hotels and Resorts. (2023). *Sleep Well at Westin*. Retrieved August 30, 2023, from <https://westin.marriott.com/wellness/sleep-well/>
- World Health Organisation. (1946). WHO definition of health. *International Health Conference, 19-22 June 1946*. <http://www.who.int/about/definition/en/print.html>