

เรื่อง การสัมมนาหัวข้อ “วัฒนธรรมเครื่องหอมไทย กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” โดยสมาคมผู้ประกอบการสปาไทย
วันที่ วันพฤหัสบดีที่ 24 สิงหาคม พ.ศ.2566
เวลา เวลา 13.30-16.30 น.
สถานที่ Seminar Stage 1, ฮอลล์ 1 ภายในงาน Food and Hospitality Thailand 2023 (FHT 2023)
ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์

หน่วยงานรับผิดชอบ 1. สมาคมผู้ประกอบการสปาไทย (Thai Spa Operators Association)
2. กองการแพทย์ทางเลือก กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข
3. informa markets งาน FOOD & HOSPITALITY THAILAND

ผู้ดำเนินรายการ 1. คุณชวลี ชิวศรีพุดผา เลขานุการ สมาคมผู้ประกอบการสปาไทย
2. ญ. ศิริินภา เชียงหลิว กลุ่มงานคัดกรองศาสตร์และคุ้มครองผู้บริโภค กองการแพทย์ทางเลือก
กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

วัตถุประสงค์:

1. การสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านวิชาการกับสมาคมผู้ประกอบการสปาไทย เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ให้ผู้เข้าร่วมประชุมมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ
1) การทำแป้งร่ำ 2) น้ำอบ/น้ำปรุงที่คนสมัยก่อนใช้กันอย่างไร 3) คำว่า “หอมติดกระดาน” มีที่มาจากไหน หอมขนาดไหน
2. เพื่อนำองค์ความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานบริการสุขภาพธุรกิจเวลเนส (Wellness) ตลอดจนสามารถนำไปต่อยอดในผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมธุรกิจ
ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) อีกทั้งมีความรู้ความเข้าใจสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมสุขภาพของตนเอง

วิทยากร 1. อาจารย์ดุขฎิ สุทธิเลิศ ผู้อำนวยการโรงเรียนภูมิปัญญาไทยดอยน้ำซับ
2. นางพิมพ์พันธ์ุ นรากุลมงคล นายกสมาคมผู้ประกอบการ สปาไทย
3. ญ.ศิริินภา เชียงหลิว กลุ่มงานคัดกรองศาสตร์และคุ้มครองผู้บริโภค กองการแพทย์ทางเลือก กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์
ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

รูปแบบการดำเนินรายการ การสัมมนาเชิงปฏิบัติการด้านวิชาการ

กลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องในการประชุมครั้งนี้ บุคลากรทางการแพทย์ แพทย์แผนไทย แพทย์ทางเลือก ผู้ประกอบการธุรกิจสุขภาพเวลเนส และ
หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพด้านเวลเนส ผู้สนใจทั่วไป

สรุป

การสัมมนาครั้งนี้ มีผู้สนใจลงทะเบียน (Register) รวมทั้งสิ้น 218 คน

วิทยากร 1. ญ. ศิริินภา เชียงหลิว กลุ่มงานคัดกรองศาสตร์และคุ้มครองผู้บริโภค กองการแพทย์ทางเลือก
กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

นโยบายและทิศทางการดำเนินงานของกระทรวงสาธารณสุข ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566-2568 มีการขับเคลื่อนโดยส่งเสริมให้
ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแพทย์และสุขภาพนานาชาติ สนับสนุนการแพทย์แผนไทยการแพทย์ทางเลือก สมุนไพรภูมิปัญญาไทย และการท่องเที่ยว
เชิงสุขภาพ ที่เรียกว่า "Medical & Wellness Tourism" เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

13 หมายความว่า ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน

หมวดหมู่ที่สำคัญ คือ การแพทย์และสุขภาพแบบครบวงจร การท่องเที่ยวเน้นคุณค่า และกำลังคนที่มีสมรรถนะสูง ตอบโจทย์การพัฒนาแห่งอนาคต

ทิศทางการดำเนินงานของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ในระยะ 20 ปี

ในระยะที่ 2 สร้างความเข้มแข็งในปี พ.ศ.2566 ถึง พ.ศ.2570 ระยะ 5 ปี กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกของเราต้องการเป็น Top Ten ระดับโลกในเรื่องของ Medical & Wellness Tourism

ระยะที่ 3 (พ.ศ.2571-2575) ส่งความยั่งยืน และระยะที่ 4 (พ.ศ.2576-2580) ติดอันดับโลก ให้ก้าวไปสู่ระดับที่ 7 ของ Medical & Wellness Tourism และได้คุณภาพและมาตรฐานของ Medical Wellness ระดับโลก ในยุค World Herb Hub

สถาบัน GLOBAL WELLNESS INSTITUTE มีการทำวิจัยเชิงข้อมูลเชิงลึกของเศรษฐกิจด้านสุขภาพทั่วโลก (Global Wellness Economy) ในปี ค.ศ.2020 พบว่า ตลาด WELLNESS มีมูลค่าสูงถึง 4.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งจะช่วยให้ขยายต่อไปด้วย “ความท้าทาย” ของผู้บริโภคที่กำลังจะดำเนินต่อไปในอนาคตของตลาดสุขภาพที่สดใส ซึ่งในอนาคตจะมีการเติบโต 10% มูลค่าสูงถึง 7 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี ค.ศ.2025

เป็น Mega Trend : ข้อมูลเชิงลึกของเศรษฐกิจด้านสุขภาพทั่วโลก (Global Wellness Economy) ในปี ค.ศ.2020 สาขามูลค่าธุรกิจใหญ่สุด มีดังนี้..1) Personal Care & Beauty การดูแลตัวเอง ความสวยงาม การชะลอวัย มูลค่าราว 9.55 แสนล้านเหรียญสหรัฐ 2) Healthy Eating, Nutrition, Weight Loss การทานอาหารเพื่อสุขภาพ หรือทานอาหารเป็นยา อาหารลดน้ำหนัก มูลค่าราว 9.46 แสนล้านเหรียญสหรัฐ 3) Physical Activity สาขาการออกกำลังกายและกายภาพ มูลค่าราว 7.38 แสนล้านเหรียญสหรัฐ 4) Wellness Tourism สาขาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีมูลค่าราว 4.36 แสนล้านเหรียญสหรัฐ 5) Traditional & Complementary Medicine การแพทย์ดั้งเดิมและการแพทย์ผสมผสาน มูลค่าราว 4.13 แสนล้านเหรียญสหรัฐ

ทิศทางและนโยบายของประเทศไทย Trend Wellness ในมุมมองการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

มีการกำหนดแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ โดยการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูง สร้างประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการรักษาและการดูแลสุขภาพที่เรียกว่า Medical & Wellness Hub ของเอเชีย ในรูปแบบแนวทางขับเคลื่อน Wellness Tourism คือ การท่องเที่ยวสุขภาพ ในรูปของ Happy Model คือทำอย่างไรให้มีอารมณ์ดีและมีความสุข เริ่มตั้งแต่การกินดี (Eat Well) ด้วยกินอาหารที่มีประโยชน์ การอยู่ดี (Live Well) อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี ตลอดจนการออกกำลังกายดี (Fit Well) เพื่อสร้างความแข็งแรงของร่างกาย และแบ่งปันสิ่งดีๆ (Give Well) เหล่านี้ให้กับบุคคลรอบข้าง ตลอดจนการรักษาสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลสถานประกอบการที่ได้รับการรองรับเป็นศูนย์เวลเนส (Wellness Center) ของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก สถานประกอบการทั้ง 5 ประเภท คือ 1 ศูนย์เวลเนส ประเภทที่พักนักท่องเที่ยว 2 ภัตตาคารหรือร้านอาหารเพื่อสุขภาพ 3 นวดเพื่อสุขภาพ 4 สปาเพื่อสุขภาพ 5 สถานพยาบาล ในปี พ.ศ.2565 มีผ่านการรับรองทั้งหมด 36 แห่ง และในปี พ.ศ.2566 ผ่านการรับรองทั้งหมด 417 แห่งทั่วประเทศ (ข้อมูล ณ วันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ.2566) สามารถไปขอรับรองเป็นศูนย์เวลเนส ได้ตามเขตสุขภาพทั่วประเทศ

ทิศทางกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกไปทางไหน ?? ตอนนี้ Thainess Wellness Destination คือ Key Point & Step Up จุดสำคัญก้าวขึ้นสู่ความเป็น Unique Branding คือ การสร้างแบรนด์ที่ไม่ซ้ำใครในโลก เป็นการต่อยอดธุรกิจบริการสุขภาพเวลเนส (Wellness)

การแสวงหาจุดหมายปลายทางหรือเป้าหมายที่มีคุณภาพหรือสภาวะการมีสุขภาพที่แข็งแรงโดยการมุ่งสู่ชีวิตที่ดีและผ่อนคลาย มีไลฟ์สไตล์ในการส่งเสริมสุขภาพสามารถบรรลุศักยภาพสูงสุดของบุคคลทั้งทางร่างกาย จิตใจ สังคม จิตวิญญาณ เศรษฐกิจ และการดำเนินการตามความคาดหวังของบุคคลในครอบครัว ชุมชน ศาสนสถาน สถานที่ทำงาน และสภาพแวดล้อมอื่น ๆ ด้วยแนวคิดที่มีประเพณี ภูมิปัญญาและองค์ความรู้ที่ยาวนานและเก่าแก่ที่มีความหลากหลายของเชื้อชาติ ศาสนา เพศ ภาษา สังคมที่แตกต่างกันของไทยเป็นหลักในการมีสุขภาพการมีสุขภาพที่แข็งแรง เกิดการบรรลุศักยภาพสูงสุดในฐานะปัจเจกบุคคล โดยใช้กระบวนการที่ทำให้ร่างกายเคลื่อนไหวและเกิดสติสัมปชัญญะขึ้นนำตนเองอย่างต่อเนื่อง สร้างความผาสุกทางอารมณ์ จิตใจ จิตวิญญาณ และสิ่งแวดล้อม



ทิศทางดำเนินงาน DTAM ระยะ 20 ปี

Internal B...
Herb for B...
Herbal City & W...
Top 12...
Medical...
Nuad...
Wisdom...
SM...

Top 3 of ASIA
Thailand - Land of Herbal Products of ASEAN
Top 10 of the world Medical & Wellness Tourism
Thailand Brand Wisdom/Cultural Story
Innovative & AI Driven

Top 5 of The World
Thailand : Land of Herbal Products of Asia
Herbal Industry of Asia
Top 8 of the world Medical & Wellness Tourism
Identity Service Health Care (Holistic)

World Herb Hub
Thailand Organic Herbal City
Center of TTM Excellence (Service/Research/Academic)
Medical Wellness World Quality & Standard
Top 7 of the world Medical & Wellness Tourism

ระยะที่ 4 (2576-2580) ดึงดูดทั่วโลก

ระยะที่ 3 (2571-2575) สู่ความยั่งยืน

ระยะที่ 2 (2566-2570) สร้างความเข้มแข็ง

Inclusive & Productive Growth

Strong Official Support

THAILAND MICE, TCEB, TADA, TSEP, VATTM, FBTL, etc.

FHT FOOD & HOSPITALITY THAILAND

Co-located with

HOTEL & SHOP PLUS Thailand

26

2023

National Center (QSNCC)

RBT RESTAURANT & BAR THAILAND

CHT CLEANING & HYGIENE THAILAND

ทิศทางและนโยบายที่เกี่ยวข้อง

กรอบร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13

13 หมายเหตุ สู่เศรษฐกิจสร้างคุณค่า สังคมเดินหน้าอย่างยั่งยืน

1. อีเล็คทรอนิกส์อัจฉริยะและบริการดิจิทัล
2. ประสิทธิภาพการลงทุนและโลจิสติกส์
3. การแพทย์และสุขภาพแบบครบวงจร
4. ฐานการผลิตยานยนต์ไฟฟ้า
5. การท่องเที่ยวเน้นคุณค่า
6. เกษตรและเกษตรแปรรูปมูลค่าสูง
7. เศรษฐกิจหมุนเวียนและสังคมคาร์บอนต่ำ
8. การลดความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติและ การปรับตัวของสภาพภูมิอากาศ
9. SMEs วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม
10. พื้นที่และพื้นที่สมรรถนะสูง
11. เศรษฐกิจดิจิทัล
12. เศรษฐกิจสร้างสรรค์
13. เศรษฐกิจสีเขียว

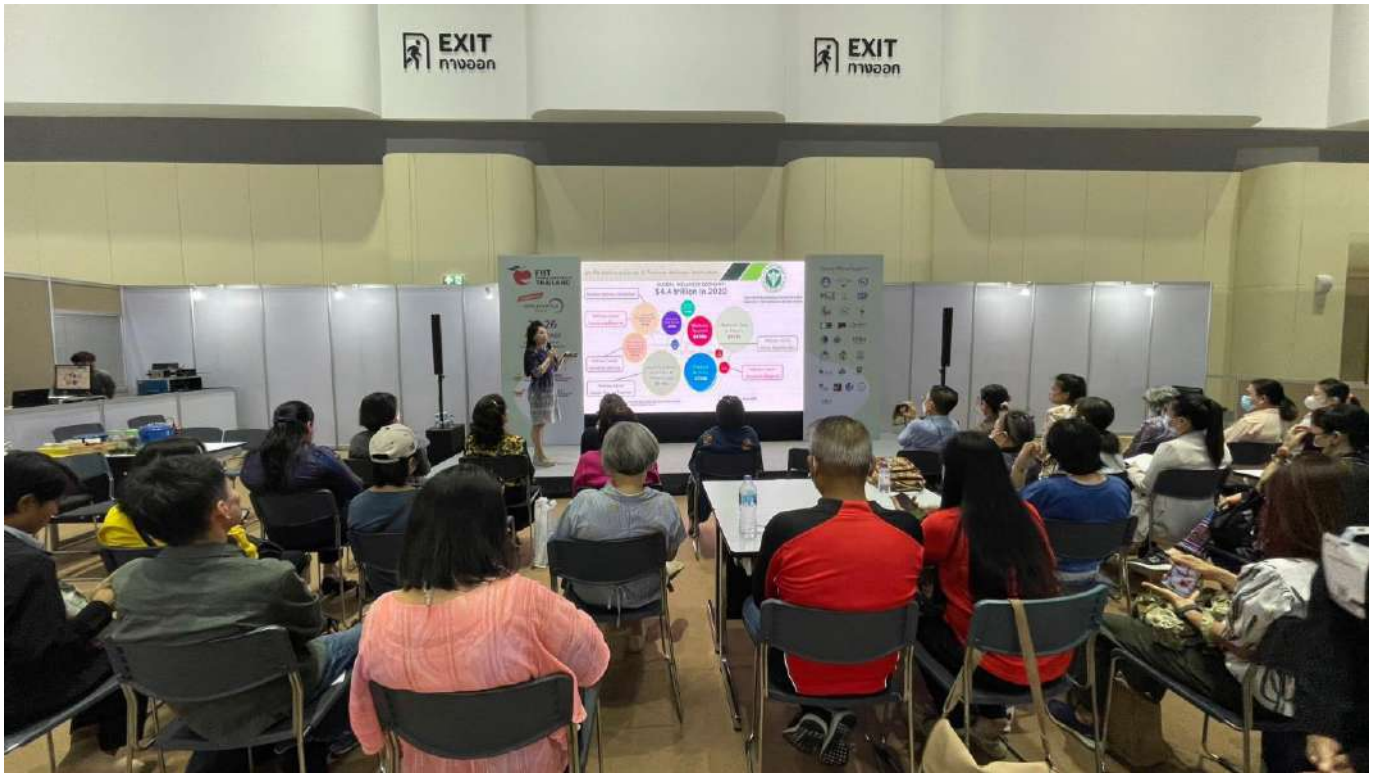
เศรษฐกิจสร้างคุณค่า
มูลค่าสูงที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

สังคมก้าวหน้า
สังคมดิจิทัลอย่างยั่งยืน

สังคมแห่งโอกาสและความเสมอภาค
สังคมที่เอื้ออำนวย

วิถีชีวิตที่ยั่งยืน
วิถีชีวิตที่ยั่งยืน

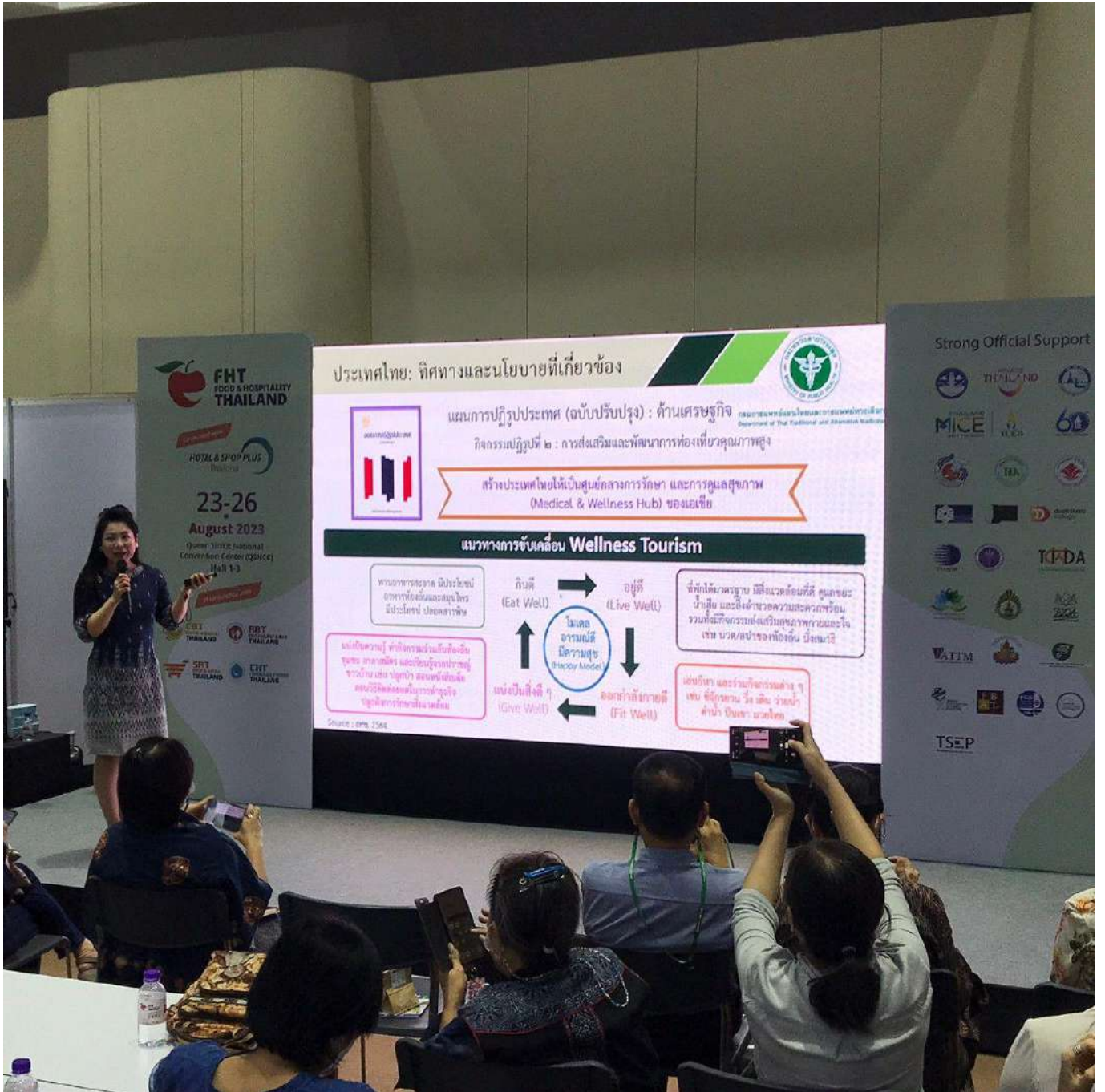
ปัจจัยสนับสนุน
การพลิกโฉมประเทศไทย













FHT FOOD & HOSPITALITY THAILAND

Co-located with
HOTEL & SHOP PLUS Thailand

22-26 August 2023
Queen Sirikit International Convention Center (QICC)

1. ศูนย์เวลเนส ประเภท ที่พักนักท่องเที่ยว
(Wellness Accommodation)

2. ศูนย์เวลเนส ประเภท กักตักอาหาร
(Wellness)

FHT FOOD & HOSPITALITY THAILAND

Co-located with
HOTEL & SHOP PLUS Thailand

26 August 2023
Queen Sirikit International Convention Center (QICC)

แนวคิด Wellness Center & Thainess Wellness Destination

GLOBAL WELLNESS ECONOMY: \$4.4 trillion in 2020

Category	Value (billion USD)
Wellness Tourism	\$436b
Personal Care & Beauty	\$955b
Physical Activity	\$738b
Healthy Eating, Nutrition, & Weight Loss	\$946b
Traditional & Complementary Medicine	\$413b
Public Health, Prevention, & Personalized Medicine	\$375b
Wellness Real Estate	\$275b
Mental Wellness	\$131b
Wellness Education	\$89b
Sports	\$68b

Wellness Center ประเภท นวดเพื่อสุขภาพ

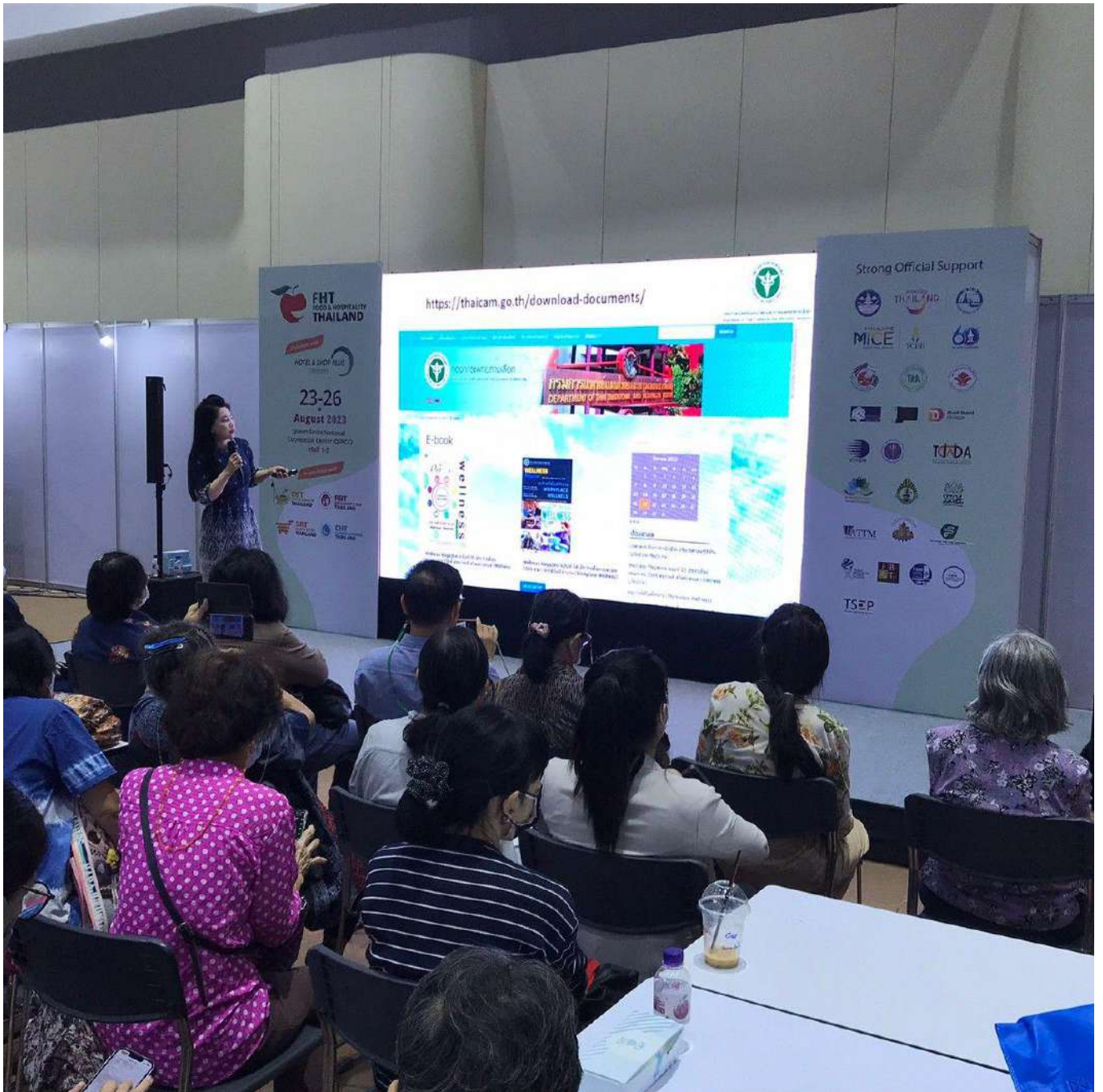
Wellness Center ประเภท สถานพยาบาล

Wellness Center ประเภท กักตักอาหาร/ร้านอาหาร

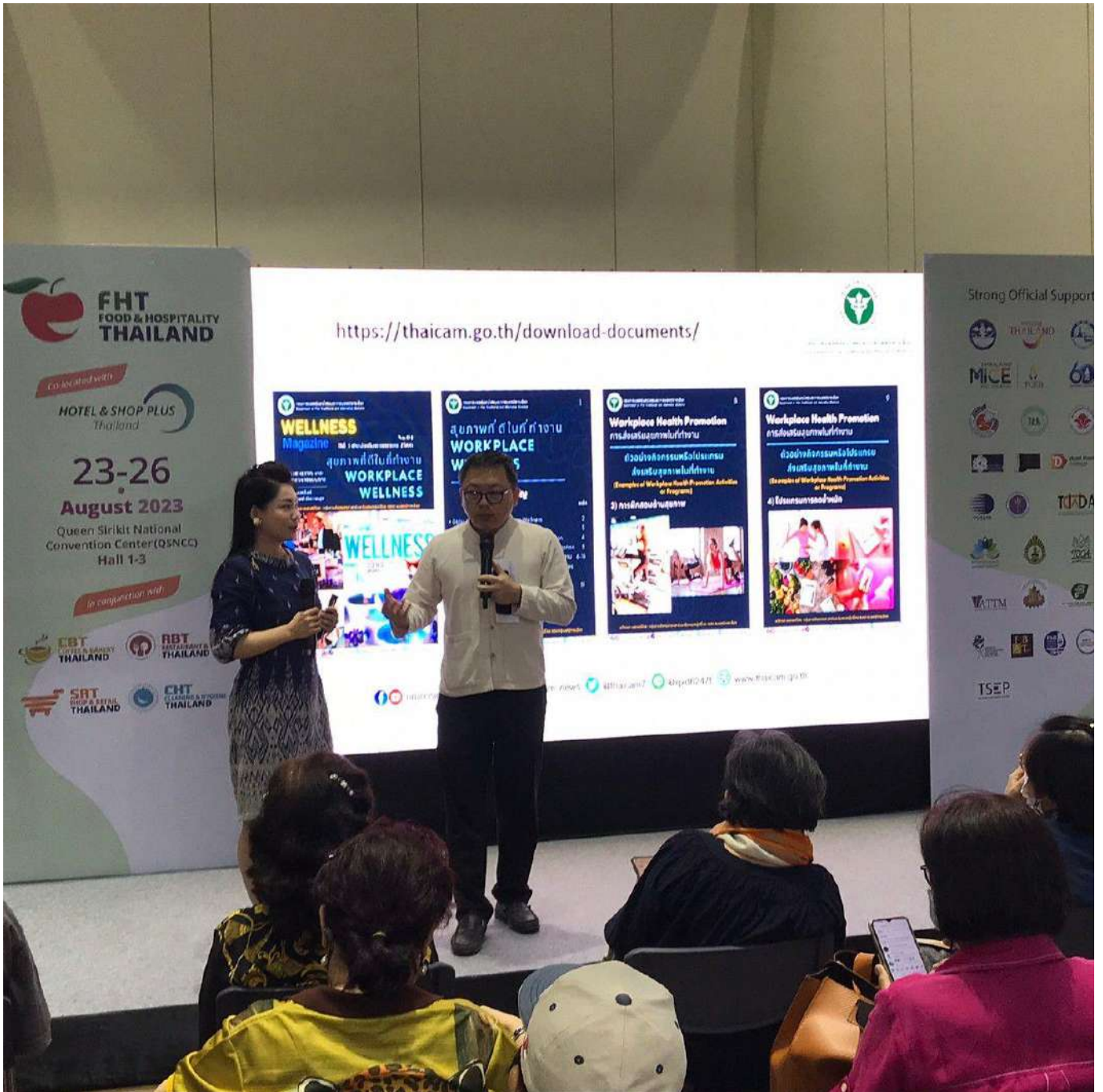
















วิทยากร 2. อาจารย์ศุภชัย สุทธิเลิศ ผู้อำนวยการโรงเรียนภูมิปัญญาไทยคอยน้ำซับ

มรดกทางภูมิปัญญาสมุนไพรไทย ความเรียบง่าย ของบรรพบุรุษไทยในการใช้ชีวิต
แต่พิถีพิถันในการสร้างวัฒนธรรมเพื่อให้คนรุ่นหลังได้สืบสานและส่งต่อ เป็นรุ่นๆ
จนเกิดเป็นวัฒนธรรมเครื่องหอมไทยคอยน้ำซับในปัจจุบัน

กลิ่น เป็นหนึ่งใน ประสาทสัมผัส ที่มนุษย์ให้ความสำคัญไม่แพ้ประสาทสัมผัสอื่นๆ เพราะกลิ่น สามารถที่จะใช้แทนการสื่อสารด้วยการบอกกล่าว หรือสามารถบอกเล่าถึงสิ่งต่างๆรอบตัวได้เป็นอย่างดี เช่น ความหอมหวาน ความขมหรือแม้แต่ความเศร้าโศก ก็สามารถที่จะใช้ดอกไม้หอมไทยๆบอกกล่าวถึงความรู้สึกภายในจิตใจ นอกจากนี้กลิ่น ของอาหารยังบ่งบอกถึงความ ต้องการอยากอาหารของร่างกาย ความสดชื่น ของกลุ่มเครื่องเทศต่างๆ

สำหรับความหอมที่มาจากเครื่องหอม หรือเครื่องประพินผิวของคนไทยในอดีตนั้น มีมาเป็นเวลานาน นับร้อยปี บ้างก็ว่า น้ำอบไทย นั้นมีมานาน ก่อนรัชกาลที่ ๕ ที่น้ำหอมหรือเครื่องหอม ที่มาจากต่างประเทศ จะเข้ามามีบทบาทแทนเครื่องหอมไทยในอดีต เครื่องหอมที่เป็นที่รู้จักนั้น จะเป็นตำหนักของพระเจ้าบรมวงศ์เธอ พระองค์เจ้าพวงสร้อยสอางพระชนิษฐาในพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวเพราะนอกจากเสด็จพระองค์หญิงฯ จะทรงมีหน้าที่ ประุงพระสุคนธ์ (เครื่องหอม) น้ำอบ น้ำสรงถวายพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และทรงกำ กับดูแล ห้องพระสุคนธ์แล้ว ยังทรงทำน้ำอบ น้ำประุง แป้งสกด แป้งร่ำ กระจ่าง เทียนอบจำหน่ายในวังอีกด้วย

โดยตำรับของพระองค์เจ้าพวงสร้อยสอางนั้น จะเป็นน้ำอบ น้ำประุง ที่เน้นกลิ่นหอมของดอกกระดังงา มะลิ น้ำมันจันทน์และพิบูลเป็นหลัก แต่โดยกรรมวิธีการประุงน้ำประุงของแต่ละตำหนักนั้นจะเหมือนๆ กันเกือบทั้งหมด แต่จะแตกต่างกันตรงเคล็ดลับการประุงกลิ่นให้หอมถูกใจเท่านั้น

เครื่องหอมไทย คอยน้ำซับ พัฒนามาจากความรู้เรื่องสมุนไพรไทย ที่ได้รับการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หลากหลายชนิดเพื่อการส่งออกด้วยความคุ้นเคยกับสมุนไพรไทย และเครื่องเทศต่างๆ ประกอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้ความหอมของ น้ำมันหอมระเหย มาเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ผนวกกับการศึกษาอบรมจากครู ที่ได้นำเครื่องหอมไทยมาจัดแสดงในงานสมุนไพรแห่งชาติ ที่ กระทรวง สาธารณสุข เมื่อปี 2543 นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ก็ได้ฝึกฝน การทำเครื่องหอมไทย และศึกษาไม้ดอกหอม ของไทยมาตลอด เพื่อให้เกิดความชำนาญมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ปลูกไม้ดอกหอมที่เป็นไม้ดอกโบราณ ภายในรั้วบ้าน เพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบ ในการทำผลิตภัณฑ์เครื่องหอมเหล่านี้

การฝึกฝน เพื่อให้เกิดความชำนาญนั้น ไม่มีที่สิ้นสุด เหมือนการแสวงหาความรู้ย่อมไม่มีที่สิ้นสุดเช่นกัน ความรู้จากบรรดาครูอาจารย์แต่ละท่าน ก็มีความรู้ความชำนาญต่างกันไปตามการรับรู้และประสบการณ์ ดังนั้นการสืบทอดความรู้จากบรรพบุรุษในแต่ละสาย ย่อมมีความแตกต่างกันไป อย่างเช่นคอยน้ำซับ ก็มีรากฐานของความเป็นมาจากความรู้เรื่องสมุนไพรและภูมิปัญญาพื้นบ้าน แล้วนำไปสู่การทำเครื่องหอมไทย ที่อาจจะต้องรอให้มีผู้สืบทอดการทำเครื่องหอมไทย มิให้สูญหายไปจากแผ่นดินสยาม

















