

ศูนย์เวลเนส (Wellness Center) ... จากนโยบายสู่การปฏิบัติ

นางจิรภฎา วานิชอังกร
นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ

สถานการณ์เวลเนสในกระแสโลก

วิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) เป็นเหตุให้ทั่วโลกเผชิญกับปัญหาสุขภาพหลังสถานการณ์ของการแพร่ระบาดในทุกมิติ การส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี (Well-being) จึงเป็นหนึ่งใน 17 เป้าหมายระดับโลกที่ประกอบกันเป็นวาระการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ภายในปี 2030 โดยใช้แนวทางแบบบูรณาการซึ่งมีความสำคัญต่อความก้าวหน้ากับเป้าหมายที่หลากหลาย โดยสหประชาชาติ (United Nations) ได้กำหนดเป้าหมายที่ 3 (Goal 3: Good Health and Well-Being) เพื่อสร้างหลักประกันให้มีชีวิตที่มีสุขภาพดี การดูแลให้มีสุขภาพแข็งแรง และส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกช่วงวัยให้เป็นสิ่งสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืน¹ กระแสโลกจึงเน้นไปที่การฟื้นฟูสุขภาพ ทำให้คนหันมาสนใจเกี่ยวกับการส่งเสริมและป้องกันสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงของร่างกาย เพื่อป้องกันและบรรเทาการเกิดโรคต่าง ๆ เห็นได้จากมูลค่าการใช้สินค้าและบริการเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ (Wellness Services) เพิ่มสูงขึ้นเป็นจำนวนมาก

สถาบันโกลบอลเวลเนส (Global Wellness Institute: GWI) คาดการณ์ว่าปี 2568 เศรษฐกิจเพื่อสุขภาพทั่วโลก (Global Wellness Economy) จะมีถึงมูลค่าประมาณ 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 230 ล้านล้านบาท ในตลาดสุขภาพและความงามทั่วโลก มีมูลค่าถึง 4.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตถึง 5.9 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2025 การเติบโตนี้เกิดจากประชากรที่มีอายุมากขึ้น รายได้ที่เพิ่มขึ้น และความสนใจในการดูแลสุขภาพที่เพิ่มขึ้น² และจากรายงานเรื่อง “Health, Happiness, and the Wellness Economy: An Empirical Analysis”³ ที่ศึกษาความสัมพันธ์ของการใช้จ่ายในภาคธุรกิจเวลเนส (wellness economy) ที่ส่งผลต่อความสุข (happiness) และสุขภาพ (health) ของประชากร (per capita) พบว่า การใช้จ่ายเพื่อสุขภาพนั้นสัมพันธ์กับ “ความสุขและอายุที่ยืนยาวมากขึ้น” และจำนวนเงินที่ใช้จ่ายกับสุขภาพในที่ทำงาน (workplace wellness) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism) และสปา (spa) มีความสัมพันธ์อย่างมากกับผลลัพธ์ด้านสุขภาพทั้ง 5 ประการ รายละเอียดแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ของภาวะสุขภาพกับผลลัพธ์ด้านสุขภาพทั้ง 5 ประการ

ภาวะสุขภาพ	ผลลัพธ์
1. อายุขัย (Life expectancy)	เพิ่มขึ้น 0.27 ปี
2. อายุขัยที่มีสุขภาพดี (Healthy life expectancy)	เพิ่มขึ้น 0.20 ปี
3. การเสียชีวิตของทารก (Infant death)	ลดลง 0.72 คน ต่อ 1,000 คน
4. การเสียชีวิตของเด็กอายุต่ำกว่า 5 (Under-five deaths)	ลดลง 1.00 คน ต่อ 1,000 คน
5. ความเสี่ยงจากการเสียชีวิตก่อนวัยอันควรจาก 4 โรค NCD ในกลุ่มอายุ 30-70 ปี	ลดลง ร้อยละ 0.26

นอกจากนี้ การใช้จ่ายในภาคธุรกิจน้ำพุร้อนน้ำแร่ (thermal/mineral springs) การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล (personal care & beauty) และด้านการแพทย์แผนโบราณและแพทย์ทางเลือก (traditional & complementary medicine) ล้วนแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงบวกต่อผลลัพธ์ด้านสุขภาพด้วยเช่นกัน แสดงให้เห็นว่าการพักผ่อนและการดูแลสุขภาพเชิงเวลเนสนั้น ส่งผลเชิงบวกต่อความสุขและสุขภาพของคน

ดังนั้น การใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 หรือ 60 ดอลลาร์สหรัฐต่อประชากรในธุรกิจเวลเนส เพิ่มระดับความสุขได้ร้อยละ 0.50 หรือเพิ่มขึ้น 0.03 คะแนน [ตามการประเมินคะแนนความสุขบันไดแคนทริล (Cantril Ladder)] และการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อประชากรในธุรกิจเวลเนส สัมพันธ์กับผลลัพธ์ด้านสุขภาพและส่งผลกระทบต่อระดับความสุขที่เพิ่มขึ้น รายละเอียดแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์ของการใช้จ่ายในประเภทธุรกิจเวลเนสกับระดับความสุขที่เพิ่มขึ้น

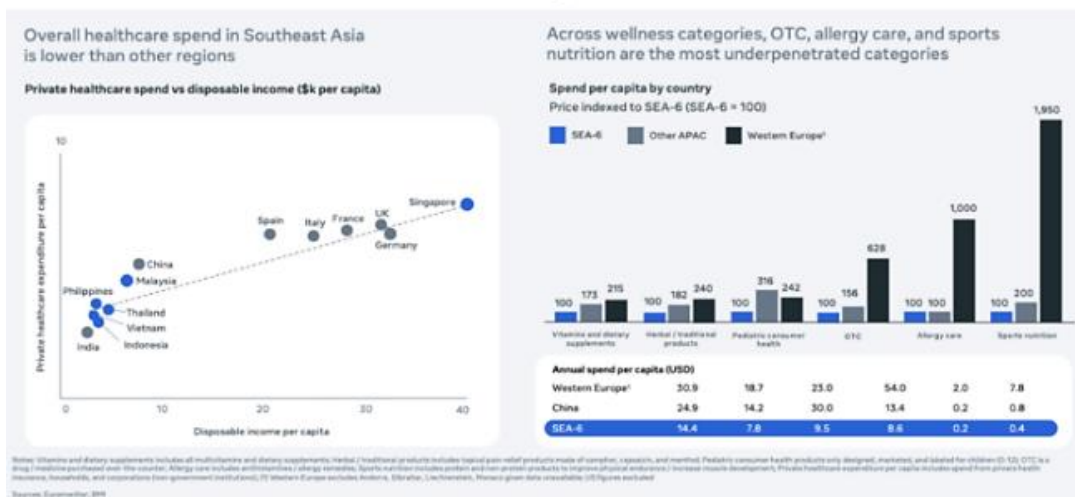
ประเภทธุรกิจเวลเนส	การใช้จ่าย (ดอลลาร์สหรัฐ)	ระดับความสุขที่ เพิ่มขึ้น (ร้อยละ)
1. สุขภาพในที่ทำงาน (workplace wellness)	10	4.70
2. รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ (healthy eating)	141	4.40
3. การออกกำลังกาย (physical activity)	117	3.50
4. การดูแลและป้องกัน (public health & prevention)	47	2.30
5. อสังหาริมทรัพย์เพื่อสุขภาพ (wellness real estate)	26	1.00
6. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (wellness tourism)	135	1.00
7. ธุรกิจน้ำพุร้อนน้ำแร่ (thermal/mineral springs)	16	0.10

อย่างไรก็ตาม การแปลผลไม่ได้ใช้เปรียบเทียบเป็นรายบุคคล จึงไม่อาจคาดหวังระดับความสุขที่เพิ่มขึ้นได้ในทันที หลังจากใช้จ่ายเงินเพิ่มขึ้น 60 ดอลลาร์สหรัฐ แต่ใช้แปลผลในระดับประเทศ เพื่อให้มีการตระหนักถึงคุณค่าและประโยชน์ของธุรกิจเวลเนสที่มีต่อสุขภาวะของประชากรในประเทศ เพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนเชิงนโยบายที่จะนำมาสู่การมีสุขภาพที่ดีและอายุที่ยืนยาวอย่างมีคุณภาพ³

เวลเนสไม่ใช่แค่เรื่องสุขภาพ

จากข้อมูล Meta Report 2024 พบว่า คนไทย ร้อยละ 48 ให้ความสำคัญกับสุขภาพกายน้อยที่สุดในอาเซียน ส่วนประเทศที่สูงที่สุดคือ ฟิลิปปินส์มากถึงร้อยละ 58 และคนไทยใส่ใจเรื่องสุขภาพจิตใจร้อยละ 53 ในขณะที่คนฟิลิปปินส์กังวลกับเรื่องสุขภาพจิตใจมากที่สุดถึงร้อยละ 60 สำหรับแนวโน้มการใช้จ่ายกับเรื่องสุขภาพของคนไทยและอาเซียน พบว่า คนไทยและอาเซียนส่วนใหญ่ยังใช้จ่ายกับสุขภาพกายและใจค่อนข้างน้อย ข้อมูลจาก Chart Scatter Plot (ด้านซ้ายของภาพที่ 1) พบว่า แนวโน้มการใช้จ่ายกับเรื่องสุขภาพของคนไทยยังคงต่ำมาก สำหรับกลุ่มอาหารเสริมเพื่อการเล่นกีฬาหรือการออกกำลังกาย (ด้านขวาของภาพที่ 1) นั้น ยังน้อยอยู่มาก รองลงมาคือ กลุ่มอาหารเพื่อป้องกันอาการแพ้ ส่วนในกลุ่มวิตามินและสมุนไพรไม่ต่างกันมากนัก ประเทศไทยจึงยังมีโอกาสที่กลุ่มสินค้าเพื่อสุขภาพจะยังเติบโตได้อีกมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ นอกจากนี้ มีแบบสอบถามเชิงลึกเกี่ยวกับแผนการใช้จ่ายเงินในอนาคตว่า “อีก 6 เดือนข้างหน้าคิดว่าจะใช้จ่ายกับเรื่องไหนของสุขภาพเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร” รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3 และเมื่อถามอีกว่า “คิดอย่างไรกับการป้องกันสุขภาพกายและใจไว้ล่วงหน้า ไม่ใช่รอให้เกิดโรคหรือมีอาการค่อยรักษา” พบว่า ร้อยละ 61 “มีความกังวลเรื่องนี้ อยากป้องกันแต่เนิ่น ๆ” แต่มีเพียงร้อยละ 50 เท่านั้น ที่พร้อมจ่ายเงินเพื่อป้องกัน⁴

However, healthcare spend and wellness penetration in Southeast Asia is lower than other regions



ภาพที่ 1 แนวโน้มการใช้จ่ายเงินเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพของ คนไทยและอาเซียน

ตารางที่ 3 แนวโน้มการใช้จ่ายเงินในกิจกรรมเกี่ยวกับเรื่องสุขภาพในอนาคต

กิจกรรม	ร้อยละ			
	เพิ่มขึ้น	เท่าเดิม	น้อยลง	ไม่ใช่แล้ว
1. หาหมอ	26	52	15	7
2. ความสวยความงาม	17	40	16	27
3. อาหารที่เกี่ยวกับการออกกำลังกาย	16	36	15	33
4. วิตามิน อาหารเสริม	11	34	16	38
5. สมุนไพร ยาแผนโบราณ	13	34	14	40
6. อุปกรณ์สวมใส่ Wearable	12	30	15	43
7. ฟิตเนส	12	29	12	47
8. ทางเลือกในการดูแลสุขภาพจิตใจ	10	28	15	47
9. AR (Augmented Reality) หรือ VR (Virtual Reality)	7	23	13	56

SCB Economic Intelligence Center ได้สำรวจผู้บริโภคชาวไทยในด้านสุขภาพและเวลเนส พบว่าผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมาส่งผลให้ผู้บริโภคใส่ใจต่อสุขภาพเพิ่มสูงขึ้น โดยความใส่ใจสุขภาพที่มากขึ้น ช่วยส่งเสริมให้เกิดการใช้บริการด้านสุขภาพและเวลเนสเพิ่มสูงขึ้นตามมา โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจสุขภาพด้านบริการและการท่องเที่ยว แต่ละธุรกิจมีฐานลูกค้าหลักและพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคที่แตกต่างกันค่อนข้างชัดเจน โดยมูลค่าตลาดสุขภาพและเวลเนสของไทยอยู่ที่ราว 1.5 ล้านล้านบาท ในปี 2019 คิดเป็นร้อยละ 8 ของ GDP ประเทศ อีกทั้งมีการเติบโตจาก 4 เมกะเทรนด์สุขภาพ ได้แก่ 1) การก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ 2) พฤติกรรมใส่ใจสุขภาพมากขึ้นของผู้บริโภค 3) อัตราการเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เพิ่มสูงขึ้น และ 4) นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งจะสร้างโอกาสให้แก่ภาคธุรกิจในการเติบโต⁵

นอกจากนี้ ธุรกิจสุขภาพและเวลเนสโดยเฉพาะด้านการส่งเสริม ป้องกัน และฟื้นฟูสุขภาพ มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในอนาคต ซึ่งประเทศไทยมีศักยภาพในการเติบโตค่อนข้างสูง ได้แก่

1. ธุรกิจเวชศาสตร์ป้องกัน เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่อง หลังเกิดวิกฤตโควิด-19 ทั้งการตรวจสุขภาพ การตรวจเลือดกับห้องแล็บ การตรวจคัดกรองโรค และการตรวจยีน แต่มีค่าใช้จ่ายสูงพอสมควร
2. ธุรกิจแพทย์ทางเลือก ได้รับความสนใจค่อนข้างสูง ด้วยศาสตร์ที่ได้รับการยอมรับมากขึ้น โดยเฉพาะแพทย์แผนไทย แพทย์แผนจีน และธรรมชาติบำบัด ที่ใช้ในกลุ่มวัยทำงานและกลุ่มที่มีโรคประจำตัว ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่เลือกใช้บริการในสถานพยาบาล เนื่องจากมีแพทย์ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะ นอกจากนี้ ราคาที่เหมาะสม คุณภาพการให้บริการ และอุปกรณ์ที่สะอาด ทันสมัย ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บริการแพทย์ทางเลือกของผู้บริโภค
3. ธุรกิจด้านสุขภาพจิต ปัจจุบันกลุ่มคนรุ่นใหม่และกลุ่มวัยทำงานให้ความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ทั้งนี้คนไทยกว่าครึ่งเผชิญภาวะเครียดสะสม และปัญหาการนอนหลับ ตามด้วยภาวะหมดไฟในการทำงาน เป็นต้น
4. ธุรกิจ Wellness real estate ที่กำลังเป็นที่สนใจทั้งรูปแบบบ้านเดี่ยว บ้านแฝด โดยเฉพาะกลุ่ม Baby boomer และ Gen X เป็นกลุ่มที่มีการวางแผนการซื้อสูง หากมีระบบรองรับ เหตุฉุกเฉิน 24 ชั่วโมง การให้บริการทางการแพทย์ บริการอาหารสุขภาพ และการออกแบบการใช้งานที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุจะยิ่งสร้างจุดเด่นมากยิ่งขึ้น⁶

ทิศทางและนโยบายของรัฐ

ทิศทางและนโยบายของประเทศไทย จึงมีการกำหนดแผนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ โดยการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพสูง สร้างประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการรักษาและการดูแลสุขภาพ ที่เรียกว่า “Medical & Wellness Hub ของเอเชีย” ในรูปแบบแนวทางขับเคลื่อน Wellness Tourism คือการท่องเที่ยวสุขภาพในรูปของ Happy Model คือทำอย่างไรให้มีอารมณ์ดีและมีความสุข เริ่มตั้งแต่การกินดี (Eat Well) ด้วยกินอาหารที่มีประโยชน์ การอยู่ดี (Live Well) อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดีตลอดจนการออกกำลังกายดี (Fit Well) เพื่อสร้างความแข็งแรงของร่างกายและแบ่งปันสิ่งดี ๆ (Give Well) เหล่านี้ให้กับบุคคลรอบข้างตลอดจนการรักษาสิ่งแวดล้อม

ทิศทางและนโยบายของกระทรวงสาธารณสุข ปี พ.ศ.2566-2568 มีการขับเคลื่อนโดยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการแพทย์และสุขภาพนานาชาติ สนับสนุนการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก สมุนไพรภูมิปัญญาไทย และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่เรียกว่า "Medical & Wellness Tourism" เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจให้กับประเทศไทย จากข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยพบว่า มีการเติบโตไปในทิศทางบวก โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทย มีรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประมาณ 100,000 ล้านบาท และมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นในอัตราร้อยละ 14 ต่อปี มีความสนใจในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นำสู่การกำหนดทิศทางการดำเนินงานของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ระยะ 20 ปี คือ ในระยะที่ 2 (พ.ศ. 2566-2570) สร้างความเข้มแข็งภายใน 5 ปี เพื่อต้องการเป็น Top Ten ระดับโลกในเรื่องของ Medical & Wellness Tourism ระยะที่ 3 (พ.ศ. 2571-2575) สู่อันดับที่ยั่งยืน และระยะที่ 4 (พ.ศ. 2576-2580) ติดอันดับโลก ให้ก้าวไปสู่ระดับที่ 7 ของ Medical & Wellness Tourism และได้คุณภาพและมาตรฐานของ Medical Wellness ระดับโลก ในยุค World Herb Hub¹

การส่งเสริมเวลเนสของประเทศไทย

การดำเนินงานในระยะแรก พบปัญหาจากการระบาดโรคโควิด-19 ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรมมีการทยอยปิดกิจการ ซึ่งมีทั้งการปิดกิจการชั่วคราวและถาวร และยังมีแนวโน้มปิดกิจการเพิ่มขึ้นอีก โดยนายกสมาคมโรงแรมไทย กล่าวว่า “โรงแรมที่เสี่ยงจะปิดกิจการคือผู้ประกอบการรายเล็กและขนาดกลางที่มีสายป่านสั้น มีเงินทุนหมุนเวียนในการทำธุรกิจสั้น การพัฒนาจึงขึ้นอยู่กับโรงแรมแต่ละแห่งจะมีศักยภาพว่ามีมากน้อยเพียงใด”⁷

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เห็นความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงเริ่มดำเนินการภายใต้ความร่วมมือของสถานประกอบการแต่ละแห่ง ดังนั้น ในฐานะกรมที่ให้การสนับสนุนด้านวิชาการ จึงเน้นการให้องค์ความรู้ด้านการแพทย์แผนไทย ภูมิปัญญาไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร ในการต่อยอดบริการ เน้นการสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค ฟื้นฟูสุขภาพของประชาชน เพื่อยกระดับสถานประกอบการบริการสู่ Wellness Center ส่งเสริมเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Post COVID ภายใต้แนวคิด Integrative Medicine and Holistic Health สอดคล้องกับความต้องการกับธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน ซึ่งจากกระแสการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น ทั้งในระดับโลก หรือแม้แต่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวไทย ยังเน้นการออกมาใช้ชีวิตท่ามกลางธรรมชาติ ในบรรยากาศที่เงียบสงบ เพื่อให้ร่างกายและจิตใจได้ผ่อนคลาย แต่การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และเวลเนส หรือการทำกิจกรรมเวลเนสระหว่างการท่องเที่ยว ก็ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวสายสุขภาพไม่น้อย ซึ่งบริการที่นักท่องเที่ยวสายสุขภาพส่วนใหญ่สนใจที่จะใช้บริการระหว่างท่องเที่ยว ได้แก่ บริการนวดและสปา อาหารเพื่อสุขภาพ และห้องพักที่ใส่ใจสุขภาพต่อผู้เข้าพัก เป็นต้น⁵

จากข้อมูลดังกล่าว ในปี 2563⁸ กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก จึงเริ่มส่งเสริมให้สถานประกอบการเข้ารับการประเมินเป็นศูนย์เวลเนส (Wellness Center: WC) ซึ่งขณะนั้นยังเป็นสถานบริการสุขภาพรูปแบบใหม่ ที่ไม่มีกฎหมายเฉพาะสำหรับใช้กำกับดูแล คุ้มครองผู้บริโภค และกฎหมายที่มีอยู่จึงเป็นการยกระดับสถานประกอบการเฉพาะที่มีความพร้อมในการพัฒนากิจการตนเอง เพื่อให้มีบริการที่ได้มาตรฐาน โดยนำศาสตร์ต่าง ๆ ประกอบด้วย การแพทย์สมัยใหม่ เวชศาสตร์ความงาม เวชศาสตร์ชะลอวัย การแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ มาบูรณาการดูแลสุขภาพ การส่งเสริมและป้องกัน รวมถึงผู้รับบริการสามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ (Health literacy) นั้น กลับไปใช้ดูแลสุขภาพด้วยตนเองได้ (Well-Being) โดยผู้ให้บริการต้องมีความรู้ในการส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค หรือฟื้นฟูสุขภาพ ที่ผ่านการอบรมในหลักสูตรที่ได้รับการรับรอง ได้รับวุฒิปริญญา/ใบรับรองเฉพาะด้านของการให้บริการตามที่กฎหมายกำหนด มีความรู้ในการให้บริการเฉพาะเรื่องที่ให้บริการอย่างดี สามารถอธิบายทฤษฎีที่เกี่ยวข้องในการบริการนั้นได้ สามารถอธิบายผลกระทบทั้งผลดีและข้อควรระวังจากบริการนั้นได้ สามารถป้องกัน และแก้ไขภาวะแทรกซ้อนที่อาจเกิดขึ้น ในระหว่างให้บริการหรือภายหลังได้ เพื่อความปลอดภัยแก่ผู้รับบริการ ทั้งนี้ ได้แบ่งสถานประกอบการออกเป็น 5 ประเภท⁹ ได้แก่

1. ที่พักนักท่องเที่ยว (Wellness Accommodation) เป็นโรงแรมหรือรีสอร์ทที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย และมีพื้นที่ทำกิจกรรมภายในที่พักนักท่องเที่ยว เช่น พื้นที่ออกกำลังกาย หรือมีพื้นที่สำหรับอุปกรณ์ออกกำลังกาย สนามกีฬา สำหรับบุคคลทั่วไป/เด็ก/ผู้สูงอายุ/ผู้พิการ ลานอเนกประสงค์ ที่ออกกำลังกาย ทางสำหรับวิ่ง/ เดิน หรือสระว่ายน้ำ เป็นต้น

2. ภัตตาคารหรือร้านอาหารเพื่อสุขภาพ (Wellness Restaurant) เน้นที่ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ที่ผ่านเกณฑ์การประเมินสุขาภิบาลอาหาร “สถานที่จำหน่ายอาหาร” อาหารสะอาด รสชาติอร่อย (Clean Food Good Taste) โดย กรมอนามัย

3. นวดเพื่อสุขภาพ (Wellness Massage) เป็นสถานประกอบการนวดเพื่อสุขภาพที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย

4. สปาเพื่อสุขภาพ (Wellness Spa) เป็นสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพ ที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งเป็นอีกธุรกิจที่มีแนวโน้มได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น แม้ปัจจุบันผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังใช้บริการนวดและสปาค่อนข้างน้อย แต่ผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการนวดและสปาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มคนทำงาน โดยบริการนวดแผนไทยในร้านนวดขนาดเล็กยังยืหนึ่งครองใจผู้บริโภค ด้วยค่าบริการที่ไม่แพงนัก แถมยังมีบริการที่หลากหลาย ตามด้วยสปาขนาดกลางถึงขนาดใหญ่ที่มีโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น⁵

5. สถานพยาบาล (Wellness Clinic) เป็นสถานพยาบาลที่ได้รับอนุญาตถูกต้องตามกฎหมาย ที่มีพื้นที่บำบัดรักษา และการทำหัตถการต่าง ๆ เช่น การผ่าตัด ผ่าเข็ม การนวด เป็นต้น

ผลการดำเนินงาน ที่ผ่านมาในปี พ.ศ. 2565 มีศูนย์เวลเนสผ่านการรับรอง จำนวน 18 แห่ง ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2565¹⁰ ในปี พ.ศ. 2566 ผ่านการรับรอง จำนวน 436 แห่ง ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2566¹¹ และในปี พ.ศ. 2567 ผ่านการรับรอง จำนวน 693 แห่ง (ยอดสะสม) ข้อมูล ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566¹² ในปัจจุบันสถานประกอบการสามารถขอรับรองเป็นศูนย์เวลเนส โดยทำการสมัครผ่านเว็บไซต์ <https://dtamwellnesscenter.org/> โดย สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเป็นผู้ทำการประเมินรับรองสถานประกอบการดังกล่าว

การนำเสนอในงานประชุมวิชาการกล่าวถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยว่า มีการเติบโตไปในทิศทางบวก เพราะได้เปรียบหลายด้าน ได้แก่ ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายในประเทศที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณีของคนไทย ภูมิปัญญาเรื่องอาหารจากธรรมชาติ อาหารสุขภาพ มีการดูแลสุขภาพที่โดดเด่น เช่น การแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์ทางเลือก ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์ เช่น ลูกประคบสมุนไพร และ สมุนไพรที่ใช้ในการเข้ากระโจม รวมถึงมีที่พัก โรงแรมและรีสอร์ท เพื่อสุขภาพหลากหลายรูปแบบ สิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจ หรือบริการในด้าน Wellness ของไทย เป็นที่สนใจของสถานประกอบการจำเป็นต้องเตรียมพร้อม และให้ความสำคัญต่อธุรกิจโดยคำนึงถึงมาตรฐานต่าง ๆ เช่น การประเมินศูนย์เวลเนสจากกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก การประเมิน Well Hotel จากมาตรฐานสากล การประเมินรางวัลกินรีจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร้านนวดและสปาที่มีการตรวจประเมินจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) การมีมาตรฐานด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือและอุปกรณ์ มาตรฐานด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ส่วนบุคลากรต้องมีมาตรฐานด้านบุคลากร (Skilled Staffs) พัฒนาการความรู้จากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจากมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ประเมินเพื่อรับรองสมรรถนะจากสถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ โดยเฉพาะนวดไทย (Nuad Thai, Thai Traditional Massage) ที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นรายการตัวแทนมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติ ต่อองค์การยูเนสโก (Representative List of the Intangible Cultural Heritage of Humanity, UNESCO) ทำให้เป็นที่ยอมรับ และชื่นชมจากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก¹³

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ได้ดำเนินการส่งเสริมสถานประกอบการที่เข้ารับการรับรองเป็นศูนย์เวลเนสทั้ง 5 ประเภท ให้มีการต่อยอดธุรกิจ โดยยกระดับเป็นศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย หรือ Thainess Wellness Destination (TWD) ที่มีการปรับใช้องค์ความรู้การแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน สมุนไพร และการแพทย์ทางเลือกที่มีเอกลักษณ์หรือลักษณะความเป็นไทย โดยผู้ให้บริการมีความภูมิใจในความเป็นชาติไทย วิถีชีวิตไทย ประเพณีวัฒนธรรมไทย ศิลปะไทย ภูมิปัญญาไทย สินค้าไทย สถาปัตยกรรมไทย ใช้ภาษาไทยที่ถูกต้อง และกิริยาตรงตามอย่างไทย ส่วนผู้รับบริการจะได้รับบริการผ่าน ตา หู จมูก ลิ้น กาย ใจ (อายตนะ 6) แบบไทย ๆ เช่นกัน เพื่อเป็นการสร้างคุณค่า และเพิ่มมูลค่าจากความเป็นไทย โดยการมุ่งสู่ชีวิตที่ดีและผ่อนคลาย มีวิถีชีวิตในการส่งเสริมสุขภาพสามารถบรรลุศักยภาพสูงสุดของบุคคลทั้งทางร่างกาย จิตใจ สังคม จิตวิญญาณ เศรษฐกิจ¹

ผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปี พ.ศ. 2566 มีศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทยที่ผ่านการรับรอง จำนวน 36 แห่ง

ข้อมูล ณ วันที่ 16 มิถุนายน พ.ศ. 2566¹⁴ และในปี พ.ศ. 2567 ผ่านการรับรอง จำนวน 27 แห่ง ข้อมูล ณ วันที่ 31 มกราคม 2567¹⁵

สรุป

ปัจจุบันมีการขยายตัวของ Wellness ไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ในประเทศ มีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามลักษณะขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (United Nations World Tourism Organization: UNWTO) ประกอบด้วย 1) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ 2) การท่องเที่ยวในรูปแบบสปาและบริการส่งเสริมสุขภาพ และ 3) การท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ¹⁶ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทย นับเป็นตลาดที่มีมูลค่าสูงและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดรายได้ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เนื่องจากไทยมีทรัพยากร ทางธรรมชาติที่สวยงาม และเอื้อต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งยังสามารถเสริมคุณค่าด้านวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ของความเป็นไทย เพื่อดึงดูดให้ทั้งคนในประเทศและต่างประเทศเข้ามาใช้บริการ¹⁷ กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก เห็นว่าในอนาคตธุรกิจ Wellness จะมีบทบาทในการดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จึงได้วางแผนการขับเคลื่อนของกรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก ขยายการดำเนินงานของศูนย์เวลเนส และ ศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย บูรณาการกับ "HEALTHY CITY MODELS" สู่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ Post COVID ภายใต้แนวคิด Integrative Medicine and Holistic Health ยกระดับศูนย์เวลเนส และศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย ตามทิศทางนโยบายรัฐกำหนดให้ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 4 ประการ ได้แก่ 1) การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้กับธุรกิจ 2) การทำตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3) การเชื่อมโยง application ต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง และ 4) การพัฒนาทักษะแรงงาน re-skill/up-skill/cross-skill¹⁸

การประสานนโยบายกับกรมการท่องเที่ยวในการประชาสัมพันธ์แผนที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ แต่ละจังหวัด ทำให้ประชาชนได้รับข่าวสาร ผ่านช่องทางต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อ Social Media และการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ในการดูแลสุขภาพ ด้วยการแพทย์แผนไทย ภูมิปัญญาไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร เน้นการสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค ฟื้นฟูสุขภาพประชาชน ในการต่อยอดบริการของสถานประกอบการให้เป็นศูนย์เวลเนส (WC) รวมถึงยกระดับเป็นศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย (TWD) ที่ตอบสนองปัญหาสุขภาพและสังคมต่อไป และในอนาคตอันใกล้เมื่อสภาพเศรษฐกิจมีการฟื้นตัวมากขึ้น หรือสถานประกอบการมีความพร้อมมากขึ้น กระทรวงสาธารณสุข อาจมีการปรับปรุงมาตรฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพของสถานประกอบการให้มีมาตรฐาน ความปลอดภัย และพร้อมในการรองรับกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการสร้างที่น่าเชื่อถือ เชื่อมั่นและไว้วางใจในการเข้าใช้บริการ จนนำไปสู่คนไทยสุขภาพดี (Health) และประเทศไทยเศรษฐกิจดี (Wealth) ได้

เอกสารอ้างอิง

1. วันวิสาข์ ศรีสุเมธชัย. แนวโน้มบริการสุขภาพเวลเนส (Wellness) กับทิศทางการสร้างมูลค่าเพิ่ม เศรษฐกิจประเทศไทย. การประชุมวิชาการประจำปีการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์ทางเลือกแห่งชาติครั้งที่ 20 เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2566. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: https://thaicam.go.th/wp-content/uploads/2023/07/final-Symposium-4_
2. กรุงเทพธุรกิจ. เทรนด์สุขภาพ 2024 Health & Wealth ป้อนกันสุขภาพก่อนเกิดโรค. 9 พฤศจิกายน 2566. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1098002>
3. BDMS Wellness Clinic. ธุรกิจเวลเนส สมการความสุขและสุขภาพแข็งแรง. 20 มีนาคม 2566. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: <https://www.pptvhd36.com/news/192867>
4. Nattapon Muangtum. Wellness Trends & Insights 2024 เมื่อผู้บริโภครู้ว่าสุขภาพสำคัญแต่เงินไม่พอ. 4 November 2023. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/health-and-wellness-trends-and-insights-2024-more-concern-less-budget/>
5. กมลมาลย์ แจ้งล้อม, ปุญญภาพ ตันติปิฎก, กิรติญา ครองแก้ว. เจาะลึกเทรนด์สุขภาพเวลเนสชาวไทย... โอกาส ในธุรกิจมาแรง). 26 ธันวาคม 2566. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: <https://www.scbeic.com/th/detail/product/health-wellness-261223>
6. มิติหุ่น. สสำรวจเทรนด์สุขภาพเวลเนสชาวไทย ด้านดูแลรักษา และป้องกัน...ธุรกิจดาวรุ่งที่กำลังเติบโต. 17 มกราคม 2567. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: <https://www.mitihoon.com/2024/01/17/430658/>
7. ศุภวรรณ ถนอมเกียรติภูมิ. โรงแรมทยอยปิดกิจการ “เหตุขาดทุนสะสม-ผลกระทบโควิด-19”. สัมภาษณ์พีพีทีวีออนไลน์. เผยแพร่เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2563. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: <https://www.pptvhd36.com/news/ประเด็นร้อน/122601>
8. กองวิชาการและแผนงาน และสถาบันการแพทย์แผนไทย กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. 2563. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ “เอกสารสรุปการประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาการแพทย์แผนไทยสู่การยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้ปฏิบัติงาน ในหน่วยบริการสาธารณสุขประจำปี พ.ศ.2563”. วันที่ 3-4 สิงหาคม 2563 ณ โรงแรมเวลคัม เวิลด์ บีช รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดชลบุรี
9. กองการแพทย์ทางเลือก กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. เกณฑ์การประเมินศูนย์เวลเนส. กรุงเทพฯ : สามเจริญพาณิชย์, 82 หน้า. กันยายน 2564.;
10. กองการแพทย์ทางเลือก กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. รายงานผลการดำเนินงานโครงการยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพความงามและแพทย์แผนไทยครบวงจร ปี 2564.
11. กองการแพทย์ทางเลือก กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. รายงานผลการดำเนินงานโครงการส่งเสริมรูปแบบการท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่หลากหลายและโดดเด่น ปี 2565.
12. กองการแพทย์ทางเลือก กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. รายงานผลการดำเนินงานโครงการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร ไตรมาสที่ 1 ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2566.

13. พิมพ์พันธุ์ นรากุลมงคล. แนวโน้มบริการสุขภาพเวลเนส (Wellness) กับทิศทางการสร้างมูลค่าเพิ่มเศรษฐกิจประเทศไทย. การประชุมวิชาการประจำปีการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์ทางเลือกแห่งชาติครั้งที่ 20 เมื่อวันที่ 28 มิถุนายน 2566. [เข้าถึงเมื่อ 3 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: https://thaicam.go.th/wp-content/uploads/2023/07/final-Symposium-4_.
14. กองการแพทย์ทางเลือก. สรุปผลการตรวจประเมินสถานประกอบการ ครั้งที่ 1/2566 เพื่อรับรองเป็น “ศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย” ภายใต้โครงการส่งเสริมและสร้างแบรนด์ “ศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย” สู່แบรนด์อันทรงเกียรติชั้นนำ ปี 2566. 16 มิถุนายน พ.ศ. 2566.
15. กองการแพทย์ทางเลือก. สรุปผลการตรวจประเมินสถานประกอบการ ครั้งที่ 2/2566 เพื่อรับรองเป็น “ศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย” ภายใต้โครงการส่งเสริมและสร้างแบรนด์ “ศูนย์เวลเนสอัตลักษณ์ไทย” สู่งานอันทรงเกียรติชั้นนำ ปี 2566. 31 ธันวาคม พ.ศ. 2566.
16. กองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. รายงานผลการวิจัยและสำรวจข้อมูลด้านบริการสุขภาพและบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพของไทย ประกอบการจัดทำศูนย์ข้อมูลรองรับนโยบาย Medical Hub. กรุงเทพฯ : พิมพ์ทันใจ, 216 หน้า. พฤศจิกายน 2562.
17. ธนินทร์ จาตุรันต์. Wellness Tourism ประตูด่านใหม่ของไทยที่พร้อมเปิดหลังวิกฤตโควิด-19. มีนาคม 2565. [เข้าถึงเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: <https://www.dtn.go.th/th/file/get/file/>.
18. กลุ่มส่งเสริมวิชาการและมาตรฐานภาครัฐ กองสถานพยาบาลและการประกอบโรคศิลปะ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. ข้อมูล ความรู้ บทวิเคราะห์เกี่ยวกับอุตสาหกรรมทางการแพทย์ของประเทศไทย ชุดที่ 1 ประจำปีงบประมาณ 2566. ธันวาคม 2565. หน้า 23. [เข้าถึงเมื่อ 4 กุมภาพันธ์ 2567]; เข้าถึงได้จาก: https://mrd.hss.moph.go.th/mrd1_hss/wp-7653.