

เศรษฐกิจเวลเนส (Wellness Economy)

เภสัชกรหญิง พิมพ์พรรณ ลากเจริญ
กองการแพทย์ทางเลือก

บทคัดย่อ:

สถานการณ์และแนวโน้มของเศรษฐกิจเวลเนสกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน โดยเฉพาะหลังจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ส่งผลให้ ประชาชนตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น คำว่าเวลเนส จึงถูกกล่าวถึงมากขึ้น การสร้างให้เกิดเวลเนสขึ้นนั้นต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างเนื่องจากเวลเนสครอบคลุมหลายมิติทั้งมิติทางด้านร่างกาย จิตใจ สังคม สิ่งแวดล้อม อารมณ์ และจิตวิญญาณ ในด้านของเศรษฐกิจประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเวลเนสก็ได้รับความสนใจอย่างสูงเช่นเดียวกัน บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะนำเสนอความหมายของคำว่าเศรษฐกิจเวลเนส และมูลค่าทางการตลาดของเศรษฐกิจเวลเนสทั่วโลก และในประเทศไทย ภาคส่วนของเศรษฐกิจเวลเนสที่มีศักยภาพที่ควรที่จะพัฒนาต่อยอดเพื่อเป็นข้อมูลให้กับผู้ที่สนใจด้านเศรษฐกิจเวลเนสต่อไป

คำสำคัญ:

เวลเนส เศรษฐกิจ สถานการณ์ สถาบันด้านสุขภาพสากล ประเทศไทย

Abstract:

The current situation and trends of the wellness economy are gaining significant attention, especially after the spread of the COVID-19 virus in 2019. This has led to increased awareness among the public about the importance of health care. The term "wellness" is being mentioned more frequently. Creating a wellness economy requires the use of both science and art to address various dimensions, including physical, mental, social, environmental, emotional, and spiritual aspects. In the economic context, issues related to wellness have also attracted high interest. This article aims to present the meaning of the term "wellness economy" and the market value of the global wellness economy, including its significance in Thailand. The sectors of the wellness economy that have the potential for further development will be highlighted, providing valuable information for those interested in the wellness economy and its economic aspects.

Keywords:

Wellness, Economy, situations, Global Wellness Institute, Thailand

บทนำ

คำว่าเวลเนส (Wellness) ในปัจจุบันยังไม่ได้มีคำนิยามที่เป็นสากล แต่มีหลายสถาบันได้ให้นิยามไว้แตกต่างกัน โดย National Wellness Institute ได้นิยามคำว่า Wellness คือ กระบวนการที่ตั้งใจทำอย่างมีสติ และเป็นกระบวนการที่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลาในการประสบความสำเร็จที่สูงสุดของตนเอง Wellness คือ การดูแลวิถีชีวิต สุขภาพจิต และจิตวิญญาณ รวมทั้งสิ่งแวดล้อม สุขภาพเป็นสิ่งที่เชิดชูและสร้างสรรค์ และมีส่วนทำให้เรามีชีวิตที่ยาวนาน และมีสุขภาพดี Wellness เป็นสิ่งที่หลากหลายทางวัฒนธรรมและมีมิติที่ หลากหลาย¹

Global Wellness Institute (GWI) ให้นิยามคำว่า Wellness คือ การแสวงหากิจกรรม ทางเลือกในการใช้ชีวิต และวิถีชีวิตที่นำไปสู่ภาวะสุขภาพองค์รวมที่ดีอย่างยั่งยืน²

องค์การอนามัยโลก (The World Health Organization; WHO) ให้นิยามคำว่า Wellness คือ สภาวะทางสุขภาพที่ดีที่สุดของบุคคลและกลุ่มคน มี 2 ประเด็นหลักที่สำคัญ คือ 1.การตระหนักถึงศักยภาพสูงสุดของบุคคลทั้งทาง

ร่างกาย จิตใจ สังคม จิตวิญญาณ และเศรษฐกิจ และ 2.บรรลุเป้าหมายตามความคาดหวังของตนเองในครอบครัว และชุมชน³

เศรษฐกิจเวลเนสทั่วโลก (Global Wellness Economy)

เศรษฐกิจเวลเนส หรือเศรษฐกิจสุขภาพ หรือ Wellness Economy หมายถึง เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในภาคอุตสาหกรรม ที่ช่วยให้ผู้รับบริการหรือผู้บริโภคนำเอาผลิตภัณฑ์ กิจกรรม และการปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตที่ก่อให้เกิดสุขภาพที่ดี นำไปใช้ในชีวิตประจำวัน⁴ ซึ่ง Wellness Economy ครอบคลุมเศรษฐกิจหลายภาคส่วน Global Wellness Institute (GWI) แบ่ง Wellness Economy ออกเป็น 11 ภาคส่วน โดยจัดเรียงลำดับตามมูลค่าทางตลาด ในปี ค.ศ. 2022 ระบุว่า Wellness Economy ทั่วโลกมีมูลค่าตลาดรวม 5.6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งแสดงรายละเอียดใน ภาพที่ 1⁴

1. การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล และความงาม (Personal care and Beauty)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 1 มูลค่า 1,089 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านความงามและร้านเสริมสวย บริการและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ผง และเล็บ เครื่องสำอาง เครื่องใช้ในห้องน้ำ ผลิตภัณฑ์/ยาที่ใช้ดูแลผิวพรรณ รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่จัดการกับปัญหาสุขภาพและความงาม เช่น เครื่องสำอางหรือเวชสำอางสำหรับการดูแลผิวหน้า ใบหน้า และร่างกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม/การเจริญเติบโต และยา/อาหารเสริม

2. การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ตามหลักโภชนาการ และการลดน้ำหนัก (Healthy eating Nutrition and Weight loss)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 2 มูลค่า 1,079 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตมีเสริม อาหารเสริม โภชนเภสัช อาหารธรรมชาติและอาหารออร์แกนิก อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน โภชนาการสำหรับการกีฬา บริการด้านอาหาร และผลิตภัณฑ์และบริการลดน้ำหนัก/การจัดการรูปร่าง เป็นต้น

3. การออกกำลังกายหรือกิจกรรมทางกาย (Physical Activity)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 3 มูลค่า 976 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การจัดให้มีกิจกรรมทางกายในระหว่างการพักผ่อนและนันทนาการ เช่น เล่นกีฬา เล่นฟิตเนส การพักผ่อนแบบไม่หยุดนิ่ง และการเคลื่อนไหวอย่างมีสติ โดยอาจอาศัยตัวช่วย เช่น เทคโนโลยี อุปกรณ์เสริม เสื้อผ้า ชุดกีฬา เครื่องแต่งกาย และ แพลตฟอร์มการออกกำลังกายแบบตามความต้องการ (on demand) เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 4 มูลค่า 651 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่ส่วยงามทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ หรือดูแลสุขภาพ โดยค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการใช้จ่ายเกี่ยวกับที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม กิจกรรมและการท่องเที่ยว การซื้อของฝาก และการคมนาคมขนส่งภายในประเทศ เป็นต้น

5. การแพทย์เชิงป้องกัน และการแพทย์เฉพาะบุคคล และการสาธารณสุข (Preventive and Personalized Medicine and Public health)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 5 มูลค่า 611 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ที่เน้นการส่งเสริมสุขภาพ และป้องกันโรค หรือการตรวจหาปัจจัยเสี่ยง เช่น การตรวจร่างกายเป็นประจำ การตรวจวินิจฉัยและคัดกรอง การทดสอบทางพันธุกรรม เป็นต้น การใช้ข้อมูลด้านสุขภาพเฉพาะบุคคล (รวมถึงการตรวจคัดกรองทางพันธุกรรม การวิเคราะห์และการวินิจฉัย) การจัดการโรคเฉพาะบุคคล สารสนเทศด้านสุขภาพ เช่น การแพทย์ทางไกล และระบบ

ติดตามผู้ป่วยทางไกล) เพื่อใช้เป็นแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการป้องกันโรค การวินิจฉัย และการจัดการ ปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ

6. การแพทย์ดั้งเดิมและการแพทย์ผสมผสาน (Traditional and Complementary Medicine)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 6 มูลค่า 519 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตลาดนี้ครอบคลุมการรักษาและผลิตภัณฑ์แบบองค์รวม การรักษาแบบพื้นเมือง หรือการรักษาแบบโบราณ การใช้ธรรมชาติบำบัด การฝังเข็ม อายุรเวท การแพทย์แผนจีน ไคโรแพรคติก การใช้พลังงานบำบัด การรักษาแผนโบราณ และการใช้ยาสมุนไพร เป็นต้น

7. อสังหาริมทรัพย์เพื่อสุขภาพ (Wellness Real Estate)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 7 มูลค่า 398 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

อสังหาริมทรัพย์ (หมายรวมถึงสิ่งก่อสร้าง ที่พักอาศัย และอาคารพาณิชย์ (สำนักงาน พื้นที่รับรอง พื้นที่ใช้งานร่วมกัน พื้นที่ให้บริการทางการแพทย์ และพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น) ที่รวมเอาองค์ประกอบที่เอื้อต่อการสร้างเสริมสุขภาพตั้งแต่การออกแบบอาคารการเลือกวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก และการจัดโปรแกรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ

8. การดูแลสุขภาพจิต (Mental Wellness)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 8 มูลค่า 181 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีจุดมุ่งหมายหลักให้ผู้รับบริการมีสุขภาพจิตที่ดีในการเจริญเติบโต พื้นฟูจิตใจ การพักผ่อนและการฟื้นฟูสุขภาพ ตลาดสุขภาพจิตประกอบด้วย 4 ส่วนย่อย ดังนี้

1. การพัฒนาตนเอง
2. อาหารเสริมบำรุงสมอง
3. การทำสมาธิและการเจริญสติ
4. การนอนหลับ และประสาทสัมผัส

9. สปา (Spas)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 9 มูลค่า 105 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสปา การศึกษา/อบรมสปา (สำหรับนักบำบัดและผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ ทั้งเบื้องต้นและต่อเนื่อง) การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสปา การลงทุนในสปา สมาคมสปา สื่อและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสปา รายได้ของสถานบริการสปาและกลุ่มภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนด้านธุรกิจสปา

10. การดูแลสุขภาพในที่ทำงาน (Workplace Wellness)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 10 มูลค่า 51 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

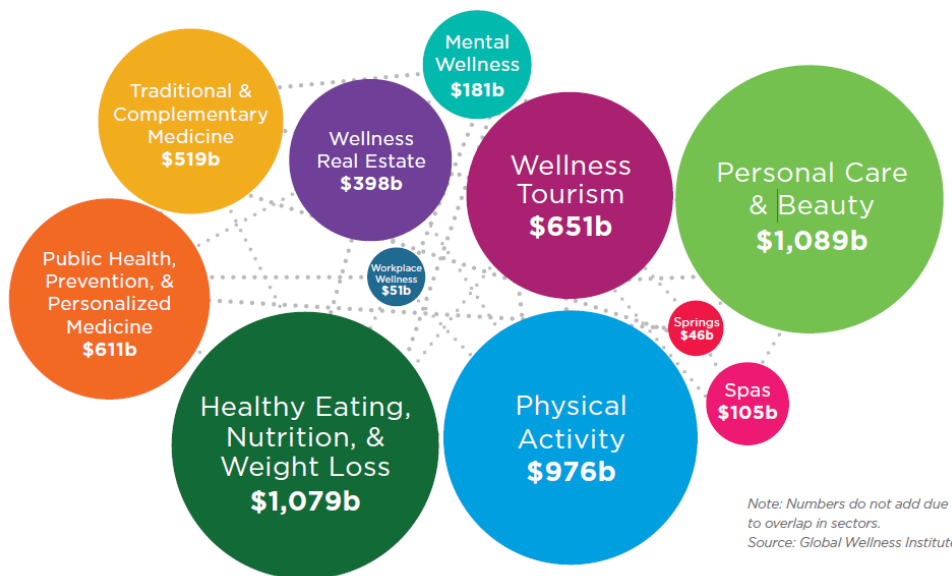
การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการสร้างสุขภาพในที่ทำงาน การจัดโปรแกรม บริการ กิจกรรม และอุปกรณ์ในที่ทำงานที่มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาสุขภาพและความสมบูรณ์แข็งแรงของพนักงาน สร้างความตระหนักรู้ให้มีความรู้ และเสนอสิ่งจูงใจเพื่อปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่มีความเสี่ยงด้านสุขภาพ เช่น การขาดการออกกำลังกาย นิสัยการกินที่ไม่ดี ความเครียด โรคอ้วน การสูบบุหรี่ เป็นต้น และส่งเสริมให้พนักงานนำรูปแบบวิถีชีวิตที่ดีต่อสุขภาพมาใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเอง

11. น้ำพุร้อน น้ำแร่ (Springs)

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 11 มูลค่า 46 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ตลาดน้ำพุร้อน/น้ำแร่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง รายได้ของสถานประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อน การดูแลสุขภาพ และการบำบัดโรคด้วยน้ำที่มีคุณสมบัติพิเศษ ได้แก่ น้ำร้อน น้ำแร่ และน้ำทะเล เป็นต้น

GLOBAL WELLNESS ECONOMY: \$5.6 trillion in 2022



ภาพที่ 1 แสดงข้อมูลภาพรวมของ Global Wellness Economy ในปี ค.ศ. 2022⁴

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจเวลเนสทั่วโลก มีหลายปัจจัย อาทิเช่น

1. การตระหนักถึง ความสำคัญของการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคในปัจจุบัน ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์และบริการที่สร้างเสริมสุขภาพและป้องกันโรคมมากขึ้น
2. ความก้าวหน้าของนวัตกรรมและเทคโนโลยี ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ ที่เพิ่มมากขึ้น เช่น Application ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ Smart Watch ส่งผลให้ผู้บริโภคเข้าถึงทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพได้ สะดวกมากขึ้น
3. ประชากรผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก ส่งผลให้ ประชากรในวัยทำงานหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้นรวมถึงความต้องการ สินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุก็สูงขึ้นเช่นกัน
4. ค่านิยมการบริโภคแบบยั่งยืน และรักษาสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้ผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผลิตภัณฑ์ที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมส่งผลให้ ตลาดผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพจากธรรมชาติ ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น

เศรษฐกิจเวลเนสของประเทศไทย

Global Wellness Institute (GWI) รายงานมูลค่าทางตลาดของ Wellness Economy ในปี 2020. ของประเทศไทยทั้ง 11 ภาคส่วนไว้ ซึ่งแสดงรายละเอียดใน ตารางที่ 1⁵

ตารางที่ 1 ตารางแสดงข้อมูล แต่ละภาคส่วนของเศรษฐกิจเวลเนสในประเทศไทย ในปี ค.ศ. 2017, 2019 และ 2020⁵

ภาคส่วนของเศรษฐกิจเวลเนส	มูลค่าของตลาด (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)			อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี	
	ค.ศ. 2017	ค.ศ. 2019	ค.ศ. 2020 ลำดับ*	ค.ศ. 2017 – ค.ศ. 2019	ค.ศ. 2019 – ค.ศ. 2020
การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ตามหลักโภชนาการ และการลดน้ำหนัก	7,391.9	8,925.4	8,662.5 ลำดับที่ 18	9.9%	- 2.9%
การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล และ ความงาม	5,584	6,745.6	6,523.1 ลำดับที่ 27	9.9%	-3.3%
การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	12,018.4	16,945.4	4,694.7 ลำดับที่ 15	18.7%	- 72.3%
การออกกำลังกายหรือกิจกรรมทางกาย	2,703	3,512.7	2,910.5 ลำดับที่ 28	14%	- 17.1%
การแพทย์ดั้งเดิมและการแพทย์ผสมผสาน	2,654.2	3,211.9	2,833.2 ลำดับที่ 17	10%	- 11.8%
การแพทย์เชิงป้องกัน และการแพทย์เฉพาะบุคคล และการสาธารณสุข	1,490.9	1,631	1,737.2 ลำดับที่ 24	4.6%	6.5%
สปา	1,317.4	1,631.4	1,053.9 ลำดับที่ 15	11.3%	- 35.4%
การดูแลสุขภาพจิต	N/A	423.5	421.7 ลำดับที่ 32	N/A	- 0.4%
อสังหาริมทรัพย์เพื่อสุขภาพ	277	353.5	388.6 ลำดับที่ 32	13%	9.9%
การดูแลสุขภาพในที่ทำงาน	122.5	125.4	121.8 ลำดับที่ 39	1.2%	- 2.9%
น้ำพุร้อน น้ำแร่	16.9	19.9	13.1 ลำดับที่ 67	8.8%	- 34.5%
รวมเศรษฐกิจเวลเนสทั้งหมด	33,376.5	43,049.3	28,961.2 ลำดับที่ 24	13.6%	- 32.7%

ลำดับ* คือลำดับของประเทศไทยที่ได้รับการจัดลำดับโดย Global wellness institute จาก 218 ประเทศทั่วโลก

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 1 ภาคส่วน การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ตามหลักโภชนาการ และการลดน้ำหนัก มีมูลค่า 8,662.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 2 ภาคส่วน การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล และความงาม มีมูลค่า 6,523.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 3 ภาคส่วน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีมูลค่า 4,694.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 4 ภาคส่วน การออกกำลังกายหรือกิจกรรมทางกาย มีมูลค่า 2,910.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 5 ภาคส่วน การแพทย์ดั้งเดิมและการแพทย์ผสมผสาน มีมูลค่า 2,833.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 6 ภาคส่วน การแพทย์เชิงป้องกัน และการแพทย์เฉพาะบุคคล และการสาธารณสุข มีมูลค่า 1,737.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 7 ภาคส่วน สปา มีมูลค่า 1,053.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 8 ภาคส่วน การดูแลสุขภาพจิต มีมูลค่า 421.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 9 ภาคส่วน อสังหาริมทรัพย์เพื่อสุขภาพ มีมูลค่า 388.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 10 ภาคส่วน การดูแลสุขภาพในที่ทำงาน มีมูลค่า 121.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

มูลค่าทางตลาดสูงเป็นลำดับที่ 11 ภาคส่วน น้ำพุร้อน น้ำแร่ มีมูลค่า 13.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

จากรายงานของ The Global Wellness Economy: Thailand⁵ จะพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพในด้านการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ตามหลักโภชนาการ และการลดน้ำหนัก การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล และความงาม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งเรียงตามมูลค่าทางตลาดในลำดับที่ 1 2 และ 3 ตามลำดับ และหากพิจารณาจากการจัดลำดับ ในระดับโลก จะพบว่า ภาคส่วน ที่ควรได้รับสนับสนุนและพัฒนาต่อยอด คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การแพทย์ดั้งเดิมและการแพทย์ผสมผสาน และ การรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ตามหลักโภชนาการ และการลดน้ำหนัก ซึ่งได้รับการจัดอันดับเป็นลำดับที่ 15, 17 และ 18 ตามลำดับ

จะพบว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ได้รับการจัดอันดับเป็นลำดับที่ 15 ของโลก จาก 218 ประเทศทั่วโลก และสร้างรายได้ประมาณ 4.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี ค.ศ. 2020 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพที่แข็งแกร่งของภาคส่วนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย โดยประเทศไทยก็มีเป้าหมาย ที่จะเลื่อนระดับภาคส่วนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้มาอยู่ในอันดับ 1 ใน 5 ให้ได้ภายในปี 2027⁶

บทสรุป

เศรษฐกิจเวลเนสทั่วโลก มีหลายภาคส่วนซึ่งแต่ละภาคส่วนต่างก็มีพลวัตที่ค่อนข้างสูง ซึ่งเศรษฐกิจเวลเนสทั่วโลกในภาพรวมมีอิทธิพลที่สำคัญต่อการกำหนดอนาคตด้านสุขภาพ ความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน และการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจทั่วโลก

สำหรับเศรษฐกิจเวลเนสของประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพถือเป็นภาคส่วนหนึ่ง ที่ควรได้รับการขยายผลต่อไปเนื่องจากประเทศไทยซึ่งมีจุดแข็งด้าน ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม รวมถึงมีสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม และมีความโดดเด่นในด้านการให้บริการที่น่าประทับใจด้วย อยุธยา ศิโยมไตรที่อบอุ่น และเอาใจใส่ของคนไทย นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีการบริการเชิงสุขภาพมีความหลากหลายและโดดเด่น เป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นแนวทางการดูแลสุขภาพองค์รวมตามแนวทางการแพทย์แผนไทย การนวดแบบไทย การใช้โภชนบำบัดตามธาตุเจ้าเรือน มีการใช้ผลิตภัณฑ์จากสมุนไพรและเครื่องหอมของไทย ในการดูแลและสร้างเสริมสุขภาพ นอกจากนี้ยังผสมผสานการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้ากับการท่องเที่ยวโดยชุมชน เกิดเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีลักษณะที่โดดเด่นตามทรัพยากรและองค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพที่มีอยู่ในแต่ละพื้นที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมีเอกลักษณ์แตกต่างไปจากบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

1. National Wellness Institute. What is wellness?. [Internet]. 2023 [cited 2024 February 4]. Available at: <https://nationalwellness.org/resources/six-dimensions-of-wellness/>. SIX DIMEN
2. The Global Wellness Institute. WHAT IS WELLNESS?. [Internet]. N/A [cited 2024 February 6]. Available at: <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/>
3. Smith BJ, Tang KC, Nutbeam D. WHO Health Promotion Glossary: new terms. Health Promot Int. Epub. 2006 Dec; 21(4): 340-5..
4. The Global Wellness Institute (GWI). Global Wellness Economy Monitor 2023, November 2023. The United States of America, Miami; 2023
5. Global Wellness Institute, The Global Wellness Economy: Thailand, September 2022., The United States of America, Miami; 2022
6. คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570); 2566