

แนวทางการปรับตัวของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยเพื่อรองรับตลาด นักท่องเที่ยวชาวจีน

Strategic Adaptation of Thailand's Health and Wellness Tourism to Meet the Demands of the Chinese Market

อัทธนาถ ยกขุน¹, จารุวรรณ เดชฤทธิตันติกกร¹ และ วิลาวรรณ พึ่งตัว²
Attanat Yokkhun¹, Jaruwan Detrittantikorn¹ and Wilawan Phungtua²

¹คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

¹School of Liberal Arts, Eastern Asia University

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเซีย

²Faculty of Business Administration, Eastern Asia University

Received: March 19, 2025

Revised: May 15, 2025

Accepted: May 15, 2025

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นแนวโน้มที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีความต้องการด้านการดูแลสุขภาพ การชะลอวัย และการฟื้นฟูร่างกาย ประเทศไทยถือเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพระดับโลก เนื่องจากมีจุดแข็งหลายประการ เช่น คุณภาพบริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานสากล ค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่า และเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมสุขภาพ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนี้ยังเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันระดับภูมิภาค ข้อจำกัดด้านบุคลากร และการพัฒนาที่ยั่งยืน การศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย และนำเสนอแนวทางการพัฒนา ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมบริการ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การยกระดับมาตรฐานบริการ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับจีน จะเป็นกุญแจสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ; นักท่องเที่ยวชาวจีน; การพัฒนาการท่องเที่ยว; การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค; การวิเคราะห์ปัจจัยภายนอก

Abstract

Wellness tourism is a rapidly growing trend, especially among Chinese tourists who seek healthcare services, anti-aging treatments, and physical rejuvenation. Thailand is regarded as a global hub for health tourism due to several key strengths, such as internationally accredited medical services, cost-effectiveness, and a distinctive health-related cultural identity. However, the industry still faces challenges from regional competition, workforce limitations, and the need for sustainable development. This study employs SWOT and PEST analyses to examine the factors influencing Thailand's health tourism sector and proposes strategic development approaches. These include the development of

innovative services, the adoption of digital technologies, the enhancement of service standards, and the establishment of collaborative networks with China. These measures are crucial for strengthening Thailand's potential to become a sustainable leader in health tourism in the region.

Keywords: Wellness tourism; Chinese tourists; Tourism development; SWOT Analysis; PEST Analysis



บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก โดยมุ่งเน้นการผสมผสานระหว่างการเดินทางและกิจกรรมที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพกายใจ และจิตวิญญาณ เพื่อให้ผู้เข้าร่วมได้รับประสบการณ์ที่ดี และฟื้นฟูสมดุลในชีวิต การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหมายถึงการเดินทางที่มีเป้าหมายหลักเพื่อเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของนักท่องเที่ยว โดยกิจกรรมที่เกี่ยวข้องอาจรวมถึงการทำสปา การฝึกโยคะ การทำสมาธิ การบำบัดด้วยธรรมชาติ การดีท็อกซ์ การดูแลสุขภาพการ รวมถึงโปรแกรมการชะลอวัย (Smith & Puczkó, 2014).

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพครอบคลุมมิติต่าง ๆ ของสุขภาพ ได้แก่ สุขภาพกาย (Physical Wellness) สุขภาพจิต (Mental Wellness) และสุขภาพจิตวิญญาณ (Spiritual Wellness) โดยการเดินทางเหล่านี้ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการรักษาโรค แต่เน้นการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพที่ยั่งยืน (Cohen & Bodeker, 2008).

แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) จะมีความเกี่ยวข้องกัน แต่ก็มี ความแตกต่างที่สำคัญ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เน้นการรักษาหรือแก้ไขปัญหาสุขภาพ เช่น การผ่าตัดหรือการตรวจสุขภาพ ในขณะที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเน้นการส่งเสริมสุขภาพในลักษณะองค์รวมและเชิงป้องกัน (Global Wellness Institute, 2022). สถาบันสุขภาพโลก (Global Wellness Institute: GWI) ได้ให้คำนิยามของ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ว่าเป็น “การเดินทาง

ทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาหรือเสริมสร้างความเป็นอยู่ที่ดีของตนเอง” (Global Wellness Institute, 2021) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีศักยภาพในการลดผลกระทบเชิงลบของการเดินทางทั่วไป และเปลี่ยนการเดินทางให้เป็นโอกาสในการรักษาและพัฒนาสุขภาพของเราให้ดียิ่งขึ้น

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากหลายปัจจัยที่สอดคล้องกับความต้องการด้านสุขภาพแบบองค์รวมของผู้บริโภคชาวจีนรุ่นใหม่ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2022) ซึ่งให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันมากกว่าการรักษาเฉพาะหน้า โดยมีจุดเด่นที่ทำให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวจีนโดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย 2) เพื่อวิเคราะห์ PEST ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับตัวของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยเพื่อรองรับตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน

ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) อย่างชัดเจน ซึ่ง GWI ได้แบ่งแยกความแตกต่างระหว่างสองประเภทนี้ ดังรายละเอียดในตารางต่อไปนี้

ตาราง 1

ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

ประเภท	การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism)	การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)
ลักษณะของกิจกรรม	การเดินทางเพื่อรับการรักษาสําหรับโรคหรืออาการที่ได้รับการวินิจฉัยแล้ว หรือเพื่อรับการเสริมความงาม	การเดินทางเพื่อดูแล จัดการ หรือพัฒนาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี
แรงจูงใจในการเดินทาง	ค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่า คุณภาพการรักษาที่สูงขึ้น การเข้าถึงการรักษาที่ดีกว่า หรือการรักษาที่ไม่มีในประเทศต้นทาง	การมีชีวิตที่มีสุขภาพดี การป้องกันโรค การลดความเครียด การจัดการพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่ดี และประสบการณ์ที่แท้จริง
ลักษณะของกิจกรรม	มีลักษณะเชิงรับ (Reactive) เป็นกิจกรรมที่จำเป็นทางการแพทย์ อาจมีการบุกรุกของร่างกาย และอยู่ภายใต้การดูแลของแพทย์	มีลักษณะเชิงรุก (Proactive) เป็นกิจกรรมที่สมัครใจ ไม่รุกรานร่างกาย และไม่มีลักษณะทางการแพทย์

ที่มา: Global Wellness Institute, 2021

จากตารางที่แสดงความแตกต่างระหว่าง การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สามารถสรุปได้ ดังนี้

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อเข้ารับการรักษาพยาบาลหรือเสริมความงาม โดยมีแรงจูงใจหลักคือ ต้องการการรักษาที่มีคุณภาพดีกว่า ราคาเหมาะสม หรือสามารถเข้าถึงการรักษาที่ไม่มีในประเทศของตน กิจกรรมมักมีลักษณะเชิงรับ (Reactive) คือเกิดจากความจำเป็นในการรักษา อาจมีการบุกรุกของร่างกาย และอยู่ภายใต้การดูแลของแพทย์

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อส่งเสริม ป้องกัน และดูแลสุขภาพอย่างองค์รวม โดยมีแรงจูงใจเพื่อการมีชีวิตที่ดีขึ้น ลดความเครียด และปรับพฤติกรรมสุขภาพ กิจกรรมมีลักษณะเชิงรุก (Proactive) เป็นการสมัครใจ ไม่เกี่ยวข้องกับการรักษาทางการแพทย์ และไม่รุกรานร่างกาย

โดยสรุป ทั้งสองรูปแบบมีเป้าหมายเกี่ยวข้องกับสุขภาพ แต่แตกต่างกันที่วัตถุประสงค์ วิธีการ และลักษณะของกิจกรรมที่ดำเนินการ (Global Wellness Institute, 2021)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นรูปแบบหนึ่งของการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับนานาชาติ โดยมีเป้าหมายหลัก

เพื่อส่งเสริมสุขภาพะทั้งทางร่างกาย จิตใจ และจิตวิญญาณของผู้เดินทาง ผ่านกิจกรรมที่หลากหลายและครอบคลุมแนวทางการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม (holistic health) ประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางสำคัญในด้านนี้ เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวัฒนธรรมการดูแลสุขภาพที่โดดเด่นและได้รับการยอมรับในระดับสากล (Tourism Authority of Thailand, 2021) หนึ่งในลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือกิจกรรมการดูแลและบำบัดร่างกายด้วยวิธีดั้งเดิม เช่น การนวดแผนไทย การทำสปา การบำบัดด้วยสมุนไพร รวมถึงการใช้ธาราบำบัด (Hydrotherapy) กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงช่วยคลายความเมื่อยล้า แต่ยังช่วยปรับสมดุลในร่างกายตามหลักการแพทย์แผนไทย ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับในระดับโลก (Tourism Authority of Thailand, 2021) อีกหนึ่งรูปแบบที่ได้รับความนิยมคือโปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพและการดีท็อกซ์ (Detox Programs) ซึ่งมุ่งเน้นการล้างพิษออกจากร่างกายด้วยวิธีธรรมชาติ อาทิ การอดอาหารตามหลักโภชนาการ การล้างลำไส้ด้วยสมุนไพร และการฝึกหายใจอย่างมีสติ โปรแกรมเหล่านี้ช่วยให้ผู้เข้าร่วมสามารถฟื้นฟูระบบการทำงานภายในร่างกายได้อย่างลึกซึ้ง และมักดำเนินการในศูนย์สุขภาพที่มี

การควบคุมโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Smith & Puczkó, 2014) ด้านจิตวิญญาณก็เป็นอีกองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยกิจกรรมที่เน้นการฟื้นฟูจิตใจ เช่น การฝึกสมาธิ การทำโยคะ หรือการเข้าค่ายปฏิบัติธรรม ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความเครียดและความวุ่นวายของชีวิตประจำวัน (Smith & Puczkó, 2014) การใช้ชีวิตภายในวัดในช่วงเวลาสั้น ๆ ไม่เพียงช่วยส่งเสริมสุขภาพจิตเท่านั้น แต่ยังเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทยอย่างลึกซึ้งอีกด้วย นอกจากนี้ การส่งเสริมสุขภาพผ่านโภชนาการก็มีบทบาทสำคัญในประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โปรแกรมอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น อาหารปลอดสารพิษ (organic food) หรืออาหารตามหลักแมคโครไบโอติกส์ ได้รับการบูรณาการเข้ากับกิจกรรมท่องเที่ยวอย่างแพร่หลาย อาหารเหล่านี้ไม่เพียงตอบสนองต่อแนวโน้มของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ แต่ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ปัจจุบันมีความสำคัญเนื่องจากเป็นแนวทางที่ช่วยส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีของผู้คนในสังคมสมัยใหม่ที่เผชิญกับความเครียดและวิถีชีวิตที่เร่งรีบ นอกจากนี้ยังสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจและส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น การนวดแผนไทยและการใช้สมุนไพรพื้นบ้านในโปรแกรมการดูแลสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีแนวโน้มที่เติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก (EHL Hospitality Insights, 2023) โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและบริการด้านสุขภาพที่มีคุณภาพ จากการประเมินของ Global Wellness Institute (GWI) มูลค่าของเศรษฐกิจด้านสุขภาพทั่วโลกคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยปีละ 20.9% และจะมีมูลค่ามากกว่า 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2024 สำหรับในภูมิภาคอาเซียน ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health & Wellness Tourism) มีมูลค่า 51.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2023 และคาดว่าจะเติบโตที่อัตรา 12.7% ต่อปีจนถึงปี 2032 (กรุงเทพธุรกิจ, 2022)

จากการจัดอันดับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชียแม้ว่าจะไม่มีการจัดอันดับอย่างเป็นทางการสำหรับจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในเอเชียในปี 2024 แต่หลายประเทศในภูมิภาคนี้ได้รับการ

ยอมรับในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยประเทศไทยเป็นอันดับ 3 รองจากประเทศญี่ปุ่นซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวอันดับ 1 ของโลกในไตรมาสแรกของปี 2024 ด้วยการต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และมีสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพและประเทศมาเลเซียซึ่งมีตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ด้วยบริการทางการแพทย์คุณภาพสูงและราคาที่แข่งขันได้ สำหรับประเทศไทย ถือเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ในระดับโลก เนื่องจากมีปัจจัยสนับสนุนหลายประการ เช่น ทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม วัฒนธรรมการดูแลสุขภาพที่มีเอกลักษณ์ (เช่น การนวดแผนไทย) ค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศตะวันตก รวมถึงมีสถานพยาบาลระดับโลกและสปา รีสอร์ทที่มีความหรูหรา ความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานสากล โดยเฉพาะประเภทของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวอันดับต้นๆ คือการนวดแผนไทย นักท่องเที่ยวมีความต้องการกิจกรรม การดูแลสุขภาพที่เป็นภูมิปัญญาไทย ได้แก่ การนวดไทย การทำสปา การนวดฝ่าเท้า และกิจกรรมอื่น เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ รวมถึงเรียนรู้การดูแลสุขภาพตนเอง เพื่อนำกลับไปปฏิบัติเองที่บ้านทั้งเรื่องของการนวดและอาหารเพื่อสุขภาพ (Kieanwatana, K., Sukonthasab, S., & Leemingsawat, W. 2018)

ตลาดของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็นสองประเภทหลัก ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเชิงป้องกัน (Preventive Wellness Tourism) เช่น การทำสปา โยคะ โปรแกรมดีท็อกซ์ และ 2) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเชิงรักษา (Medical Tourism) เช่น การผ่าตัดศัลยกรรม ความงาม และการตรวจสุขภาพประจำปี นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีความต้องการในบริการที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อนฟื้นฟูร่างกาย การชะลอวัย และการเสริมความงาม โดยข้อมูลจากรายงานของ Global Wellness Institute (2022) ชี้ให้เห็นว่า ตลาดนักท่องเที่ยวสุขภาพจากจีนเป็นหนึ่งในตลาดที่เติบโตเร็วที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Global Wellness Institute, 2022) ปัจจัยดึงดูดและจุดแข็งของประเทศไทยเนื่องจากประเทศไทยมีจุดเด่นหลายประการที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความนิยม ได้แก่ ชื่อเสียงด้านการแพทย์และสุขภาพ โรงพยาบาลและคลินิกในประเทศไทย

เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ และสมิติเวช มีชื่อเสียงในด้านความเชี่ยวชาญและบริการระดับโลก การบริการที่คุ้มค่า ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในไทยต่ำกว่าหลายประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับบริการที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม การผสมผสานวัฒนธรรมและการรักษาแบบดั้งเดิม เช่น การนวดแผนไทย การทำสมาธิ และสมุนไพรไทยเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว ประเทศไทยมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการเดินทางที่สะดวกสบาย ทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ ผลกระทบจากโควิด-19 และการฟื้นตัว แม้ว่าการระบาดของโควิด-19 จะส่งผลกระทบอย่างหนักต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม แต่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลับมีศักยภาพในการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้คนหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพและการป้องกันโรคมมากขึ้น รัฐบาลไทยจึงได้ริเริ่มนโยบายและแผนส่งเสริมอุตสาหกรรม เช่น โครงการ “Medical Hub” ที่มุ่งเน้นการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพระดับโลก (Tourism Authority of Thailand, 2021) แต่ถึงอย่างไรก็ตามแม้ว่าประเทศไทยจะมีจุดแข็งมากมาย แต่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทาย เช่น การแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์ และมาเลเซีย การรักษาความยั่งยืนของแหล่งทรัพยากร และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพให้รองรับนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการหลากหลายมากขึ้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564) ได้รายงานด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพพบว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยมักมาจากหลากหลายกลุ่ม อาทิ

1. นักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นกลุ่มที่เติบโตอย่างรวดเร็วเนื่องจากความสนใจด้านสุขภาพและความงาม รวมถึงการใช้บริการสปาและสมุนไพรไทย นอกจากนี้ประเทศไทยยังเป็นที่นิยมสำหรับผู้ที่ต้องการเข้ารับการรักษาทางการแพทย์ระดับสูง เช่น การทำศัลยกรรมและการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

2. นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง กลุ่มนี้มีความสนใจในบริการเพื่อสุขภาพ เช่น สปาและการพักผ่อนที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพในพื้นที่ที่เงียบสงบ เช่น ภูเก็ตและเชียงใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมและ

ความต้องการด้านสุขภาพของพวกเขา

3. นักท่องเที่ยวจากยุโรป นิยมเดินทางเพื่อผ่อนคลายและฟื้นฟูสุขภาพ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีชื่อเสียงด้านสปา เช่น เกาะสมุยและกระบี่ ซึ่งมีการบริการระดับสากลผสมผสานกับการใช้ธรรมชาติบำบัด

4. นักท่องเที่ยวจากอาเซียน กลุ่มนี้มักมองหาประสบการณ์ที่สามารถเข้าถึงได้ในราคาที่เหมาะสม เช่น การบำบัดด้วยสมุนไพรไทย การนวดแผนไทย และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

จากประเด็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยยังคงเป็นตลาดที่มีศักยภาพและโอกาสเติบโตสูง โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งปัจจุบันชาวจีนได้เข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ในปี 2022 (Chen et al., 2023) และมีการคาดการณ์ว่าในปี 2035 จำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 420 ล้านคน หรือประมาณ 30% ของประชากรทั้งหมด ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างประชากรที่สำคัญของจีน (United Nations, 2019) จากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงวัยทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีน ซึ่งกลุ่มนี้มักมีศักยภาพทางการเงิน ความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตหลังเกษียณ ปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางได้แก่ สภาพอากาศที่อบอุ่น ค่าครองชีพที่คุ้มค่า ระบบสาธารณสุขที่มีมาตรฐาน และแหล่งท่องเที่ยวที่ผสมผสานระหว่างธรรมชาติและวัฒนธรรม (Ng & Thong, 2023; Xu, Li., & Wei, 2022) งานวิจัยของ Wang, Feng และ Zhao (2023) พบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุชาวจีนส่วนใหญ่มองหาการพักผ่อนในสถานที่ที่มีความเป็นธรรมชาติ โดยเฉพาะพื้นที่ที่เงียบสงบและมีสิ่งแวดล้อมดี ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล คุณภาพของบริการ และความสะดวกสบายของที่พัก (Pan, Wang., & Ryan, 2021) นอกจากนี้ การศึกษาของ Liu et al. (2022) ระบุว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นและอาหารพื้นเมืองยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ โดยเฉพาะในประเทศไทย และประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอันโดดเด่น ตามที่ Keadplang, Hansuk, Suchaoin และ Pimanmassuriya (2024) ได้กล่าวไว้ ความต้องการของนักท่องเที่ยวสูงอายุยังคงเพิ่มขึ้นอย่าง

ต่อเนื่องตามจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวจีนสูงอายุมักสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การไปเยี่ยมชมวัด สถานที่ทางประวัติศาสตร์ นิทรรศการ ศิลปะ ตลอดจนสำรวจทัศนียภาพธรรมชาติในชนบทหรือเมืองเล็กๆ เนื่องจากมี “สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่สวยงาม” “วัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ” และ “อาหารที่เป็นเอกลักษณ์” ดังนั้น เพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนสูงอายุ ทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนาแหล่งทรัพยากรทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการวางแผนแคมเปญส่งเสริมการขายและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ดึงดูดนักท่องเที่ยว ควรจัดให้มีบริการที่ครอบคลุมเพื่อตอบสนองเหตุผลในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ไม่ว่าจะเป็น

เป็นสภาพแวดล้อมที่สวยงาม วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ อาหารที่อร่อย และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมสำหรับสุขภาพและความสมบูรณ์ของร่างกาย นอกจากนี้ ต้องพิจารณาปัจจัยพื้นฐาน เช่น บริการที่ดี ที่พักที่ปลอดภัย และความสะอาดสบายสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อสร้างความพึงพอใจและส่งเสริมให้ผู้สูงอายุกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

อย่างไรก็ตาม การพัฒนาและการปรับตัวในด้านบริการ โครงสร้างพื้นฐาน และการส่งเสริมการตลาดยังคงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อรักษาความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนี้ ดังนั้น โอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงต้องใช้การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT Analysis) ซึ่งรวมถึงเครื่องมือในการวิเคราะห์ภายนอก (PEST Analysis)

ตาราง 2

การวิเคราะห์ SWOT ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

ปัจจัย	รายละเอียด
จุดแข็ง (Strengths)	1. ชื่อเสียงด้านการแพทย์และสุขภาพ ประเทศไทยได้ก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางชั้นนำของโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสุขภาพ โดยมีความสำคัญหลายประการที่สนับสนุนความสำเร็จนี้ ประการแรก ประเทศไทยมีสถานพยาบาลที่ได้รับการรับรองในระดับสากล เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ ซึ่งได้รับการจัดอันดับให้อยู่ใน 100 อันดับโรงพยาบาลที่ดีที่สุดในโลก และได้รับการรับรองจาก Joint Commission International (JCI) ซึ่งแสดงถึงมาตรฐานการรักษาระดับโลก (Bumrungrad International Hospital, 2024) 2. ค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่า ค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยมีราคาต่ำกว่าประเทศตะวันตกอย่างมาก โดยผู้ป่วยสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายได้ถึง 50%-70% ในหลายประเภทการรักษา ทำให้ประเทศไทยเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ป่วยชาวต่างชาติที่ต้องการการรักษาที่มีคุณภาพในราคาที่คุ้มค่า (MedTravel Asia, 2024) 3. ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่โดดเด่น ประเทศไทยมีมรดกทางวัฒนธรรมด้านการแพทย์แผนไทยที่โดดเด่น เช่น การนวดแผนไทยและการบำบัดด้วยสมุนไพร ซึ่งได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ โดยองค์การยูเนสโกได้ขึ้นทะเบียน “นวดไทย” ไว้ในบัญชีมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของมนุษยชาติเมื่อปี ค.ศ. 2019 (UNESCO, 2019) 4. โครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง เช่น สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ ที่เชื่อมต่อกับหลากหลายประเทศทั่วโลก และวีซ่าเพื่อสุขภาพจำนวนมาก ทำให้นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกและได้รับประสบการณ์ที่ราบรื่น (Suvarnabhumi Airport, 2025)

1. การแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้าน การแข่งขันระดับภูมิภาคกำลังทวีความรุนแรงขึ้น ประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างต่อเนื่อง ตัวอย่างเช่น มาเลเซียได้วางตำแหน่งตนเองให้เป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ฮาลาล โดยสามารถดึงดูดผู้ป่วยจากอินโดนีเซีย จีน และอินเดีย และได้จัดตั้งหน่วยงานเฉพาะคือ สภาการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพของมาเลเซีย (Malaysia Healthcare Travel Council: MHTC) เพื่อดูแลการส่งเสริมด้านนี้ (Kunze et al., 2025) ขณะที่สิงคโปร์เน้นการรักษาเฉพาะทางระดับสูง แม้จะมีค่าใช้จ่ายที่แพงกว่า แต่ก็ยังสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีกำลังซื้อสูงได้ (Channel News Asia, 2024)
2. การพึ่งพาลานักท่องเที่ยวจีนเป็นหลัก อาจเป็นความเสี่ยงต่อไทย หากเกิดความผันผวนทางเศรษฐกิจหรือการเปลี่ยนแปลงเชิงนโยบายในประเทศจีน ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ดังนั้น ประเทศไทยจึงควรเร่งกระจายความเสี่ยงและขยายตลาดไปยังกลุ่มอื่น ๆ มากขึ้น (Kunze et al., 2025)
3. ข้อจำกัดด้านบุคลากรและมาตรฐานบริการ ประเทศไทยยังประสบปัญหาในเรื่องบุคลากรและมาตรฐานการให้บริการ งานวิจัยของ Lin และคณะ (2023) ระบุว่า มีอุปสรรคด้านการสื่อสารระหว่างบุคลากรทางการแพทย์กับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านทักษะภาษา ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการให้บริการ จำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะด้านภาษาและความเข้าใจในวัฒนธรรมที่หลากหลายของผู้รับบริการ
4. การรักษาคุณภาพและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว การรักษาคุณภาพและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญ การเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ยอดนิยม เช่น เกาะสมุย ได้นำไปสู่ปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม อาทิ ปริมาณขยะที่เพิ่มขึ้นและการขาดแคลนน้ำ ซึ่งเป็นสัญญาณเตือนเกี่ยวกับผลกระทบด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยวที่ ขยายตัวอย่างรวดเร็ว (The Guardian, 2024)

โอกาส (Opportunities)	1. การเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการฟื้นฟูสุขภาพของประเทศไทยกำลังเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับผลักดันจากปัจจัยหลักหลายประการ ประการแรก ตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกกำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยคาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 1.35 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2028 โดยมีอัตราการเติบโตประจำปี 12.42% ตั้งแต่ปี 2023 ถึง 2030 (Forbes, 2025; Grand View Research, 2023) แนวโน้มระดับโลกนี้เปิดโอกาสสำคัญให้ประเทศไทยสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากต่างประเทศ 2. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรจีนที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุทำให้เกิดความต้องการบริการด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เพิ่มขึ้น คาดว่าในปี 2035 จะมีประชากรกว่า 30% ของจีนที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ซึ่งจะทำให้เกิดความต้องการในการเดินทางเพื่อรับบริการด้านสุขภาพและการฟื้นฟูร่างกายที่เพิ่มขึ้น (AP News, 2024) แนวโน้มนี้ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มองหาบริการด้านสุขภาพและการฟื้นฟูร่างกายที่มีคุณภาพ 3. การสนับสนุนจากภาครัฐ ผ่านนโยบาย “Medical Hub” ซึ่งแสดงถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาลในการตั้งประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นโยบายนี้รวมถึงการอำนวยความสะดวกในด้านวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการพัฒนาพื้นที่พิเศษสำหรับการแพทย์และการฟื้นฟูสุขภาพ ซึ่งจะช่วยเสริมความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดโลก (Thailand.go.th, 2024) 4. แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ผู้บริโภคต้องการประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีประโยชน์ด้านสุขภาพ การลดความเครียด และการดูแลสุขภาพอย่างครบวงจร ข้อเสนอที่หลากหลายของประเทศไทยในด้านการบำบัดด้วยธรรมชาติ การรักษาโดยการนวดแผนไทย และสปาชั้นนำที่มีชื่อเสียง ตอบสนองต่อความต้องการเหล่านี้ได้ดี และช่วยเพิ่มความน่าสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Global Wellness Institute, 2024)
อุปสรรค (Threats)	1. ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจและการเมือง ความผันผวนของค่าเงินหยวน อัตราเงินเฟ้อ และนโยบายของรัฐบาลจีนอาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว 2. ภัยคุกคามจากโรคระบาด การแพร่ระบาดของโรค เช่น COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการเดินทางและความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว 3. ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาจสร้างแรงกดดันต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่น 4. การพัฒนาทางเทคโนโลยีในประเทศคู่แข่ง ประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคมีการใช้เทคโนโลยีด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวที่ก้าวหน้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อประเทศไทยสูญเสียความได้เปรียบทางการแข่งขัน

ตาราง 3

การวิเคราะห์ PEST ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

ปัจจัย	รายละเอียด
ปัจจัยทางการเมือง (Political Factors)	1. นโยบายของรัฐบาลไทยสนับสนุนให้ประเทศเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านโครงการ “Medical Hub” 2. การบังคับใช้มาตรฐานด้านสุขภาพและความปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3. นโยบายการเดินทางของรัฐบาลจีนอาจมีผลต่อจำนวนและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว
ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors)	1. รายได้เฉลี่ยของประชากรจีนที่เพิ่มขึ้น ทำให้มีศักยภาพในการใช้จ่ายด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวมากขึ้น 2. ค่าครองชีพและค่ารักษาพยาบาลในประเทศไทยมีความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว 3. ความผันผวนของค่าเงินหยวนและค่าเงินบาทอาจส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
ปัจจัยทางสังคม (Social Factors)	1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของจีน ทำให้กลุ่มผู้สูงอายุมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 2. พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการมีสุขภาพดีและการชะลอวัยเพิ่มขึ้น 3. ความแตกต่างด้านภาษาและวัฒนธรรมระหว่างไทยและจีนอาจเป็นอุปสรรคในการให้บริการ
ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technological Factors)	1. การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI มาใช้ในการจองบริการและให้คำปรึกษาด้านสุขภาพช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว 2. การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนได้ง่ายขึ้น 3. ข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีของภาคบริการสุขภาพในไทยอาจทำให้เกิดความล่าช้าในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ที่มีระบบที่ก้าวหน้ากว่า

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

เพื่อให้ประเทศไทยสามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันและเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การพัฒนาทั้งในด้านบุคลากร เทคโนโลยี ความร่วมมือระหว่างประเทศ และแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญ ข้อเสนอแนะโดยใช้หลักการวิเคราะห์กลยุทธ์จาก TOWS Matrix ได้ดังนี้

1. กลยุทธ์ SO (Strengths–Opportunities)
การใช้จุดแข็งเพื่อคว้าโอกาส

1.1 พัฒนาแพ็คเกจบริการสุขภาพที่ได้มาตรฐานสากล โดยผสมผสานนวัตกรรมการแพทย์และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การนวดแผนไทย สมุนไพร และอาหารสุขภาพ

1.2 ใช้ชื่อเสียงด้านการแพทย์ของประเทศไทยในการทำการตลาดในกลุ่มเป้าหมายชาวจีนที่มีรายได้สูงและสนใจสุขภาพ

1.3 พัฒนาโปรแกรมสุขภาพแบบเฉพาะบุคคลเพื่อรองรับกลุ่มผู้สูงอายุจากจีนที่กำลังเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

2. กลยุทธ์ WO (Weaknesses–Opportunities)
การลดจุดอ่อนด้วยการใช้โอกาส

2.1 พัฒนาและอบรมบุคลากรให้มีความสามารถด้านภาษาและเข้าใจวัฒนธรรมจีน เพื่อยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว

2.2 ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพและการท่องเที่ยวให้ทันสมัยและเชื่อมโยงกันอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ส่งเสริมการพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์ที่รองรับภาษาจีนเพื่อการจองและให้คำแนะนำบริการด้านสุขภาพอย่างครบวงจร

3. กลยุทธ์ ST (Strengths–Threats) การใช้จุดแข็งเพื่อลดอุปสรรค

3.1 ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น AI, Chatbot และระบบแปลภาษาอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารและบริการ

3.2 สร้างมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขภาพและระบบรับรองคุณภาพเฉพาะสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพื่อเสริมความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยว

3.3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ยืดหยุ่นรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน เช่น โรคระบาดหรือความไม่แน่นอนทางการเมือง

4. กลยุทธ์ WT (Weaknesses–Threats) การลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรค

4.1 กระจายความเสี่ยงโดยการขยายตลาดนักท่องเที่ยวสุขภาพไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่นนอกเหนือจากจีน

4.2 เสริมสร้างความร่วมมือกับชุมชนและภาคเอกชนในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวและควบคุมผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

4.3 พัฒนาหลักสูตรอบรมบุคลากรสุขภาพและการท่องเที่ยวให้มีความเข้าใจด้านบริการที่เหมาะสมกับกลุ่มผู้สูงอายุและวัฒนธรรมจีน

บทสรุป

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็วทั่วโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งประเทศไทยถือเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางสำคัญของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน ปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ ชื่อเสียงด้านการแพทย์และสุขภาพ ค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่า วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การนวดแผนไทยและการใช้สมุนไพร รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเดินทาง อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การแข่งขันจากประเทศเพื่อนบ้าน ความจำเป็นในการพัฒนาบุคลากร และการรักษาความยั่งยืนของอุตสาหกรรม

จากการวิเคราะห์ SWOT และ PEST เพื่อประเมินปัจจัยภายในและภายนอกที่มีผลต่อการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย และนำเสนอแนวทางในการพัฒนา เช่น การพัฒนานวัตกรรมบริการ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การยกระดับมาตรฐานบริการ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับจีน จะเป็นกุญแจสำคัญในการเสริมสร้างศักยภาพของประเทศไทยให้เป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคอย่างยั่งยืน



References

- AP News. (2024). *China's aging population fuels 'silver economy' boom, but profits can be elusive*. Retrieved from <https://apnews.com/article/china-elderly-aging-population-silver-b81916bc8fea7b9f251ec8565941e692>
- Bangkok Business. (2022). *Expected in 2024, "Health Tourism" to grow rapidly to 1 trillion dollars*. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/social/1006474>
- Bumrungrad International Hospital. (2024). *Joint commission international (JCI) accreditation*. Retrieved from <https://www.bumrungrad.com/en/about-us/international-hospital-accreditation>

- Channel News Asia. (2024). *Why singapore is sitting out the fight for medical tourists in Southeast Asia*. Retrieved from <https://www.channelnewsasia.com/today/big-read/medical-tourism-thailand-malaysia-singapore-4862176>
- Chen, X., Zhang, Y., & Liu, H. (2023). China's aging population and its impact on the economy. *Journal of population studies*, 45(2), 125–140.
- Cohen, M., & Bodeker, G. (2008). *Understanding the global spa industry: Spa management*. Butterworth-Heinemann.
- Forbes. (2025). *Global wellness tourism surges toward the \$1 trillion mark*. Retrieved from <https://www.forbes.com/sites/rogersands/2025/01/16/global-wellness-tourism-surges-toward-the-1-trillion-mark/>
- Global Wellness Institute. (2021). *Wellness tourism*. Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org>
- Global Wellness Institute. (2022). *Global wellness tourism economy report*. Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org>
- Global Wellness Institute. (2024). *A decade of wellness tourism: First-ever compilation of 10+ years of market data*. Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2024/03/25/a-decade-of-wellness-tourism-first-ever-compilation-of-10-years-of-market-data/>
- Grand View Research. (2023). *Wellness tourism market size & trends analysis report, 2030*. Retrieved from <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wellness-tourism-market>
- Keadplang, K., Hansuk, W., Suchaoi, P., & Pimanmassuriya, K. (2024). Creative economy on the wellness tourism of elderly tourists in Thailand: A comparative study of Thai, Japanese, and Chinese. *Rajapark journal*, 18(58), 450–465.
- Kieanwatana, K., Sukonthasab, S., & Leemingsawat, W. (2018). The situation, needs, and trends of health tourism models in Thailand. *Academic journal of Thailand national sports University*, 10(1), 167–178. (in Thai)
- Klimczuk, A. (2021). *Economic foundations for creative ageing policy (Vol. II): Putting theory into practice*. Springer.
- Kunze, G., Pham, H., Nguyen, L., Vivatanapaiboonlap, P., & Ya, H. T. (2025). *Medical tourism trends in Singapore, Malaysia and Thailand*. US-ASEAN Business Council. Retrieved from <https://www.usasean.org/article/medical-tourism-trends-singapore-malaysia-and-thailand>
- Lin, K., Wang, S. S., & Kallawicha, K. (2023). Medical service utilization among international tourists in Bangkok, Thailand in post COVID-19 pandemic. *International journal of public health and health sciences*, 2(1), 1–10.
- MedTravel Asia. (2024). *Why is Thailand our top destination for medical tourism?*. Retrieved from <https://www.medtravel.asia/why-is-thailand-our-top-destination-for-medical-tourism/>
- Ministry of Tourism and Sports. (2021). *Strategic plan for the development of health and wellness tourism in Thailand*. Retrieved from https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=593&filename=index_593_2

- Ng, S., & Thong, J. (2023). Senior tourism in Southeast Asia: Trends and opportunities. *Asian journal of tourism studies*, 17(1), 50–68.
- Pan, S., Wang, W., & Ryan, C. (2021). Understanding motivations and experiences of senior Chinese tourists. *Tourism management perspectives*, 39, 100842. doi: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100842>
- Smith, M., & Puczkó, L. (2014). *Health, tourism and hospitality: Spas, wellness and medical travel*. Routledge.
- Suvarnabhumi Airport. (2025). *Suvarnabhumi Airport*. Retrieved from https://en.wikipedia.org/wiki/Suvarnabhumi_Airport
- Thailand.go.th. (2024). *Thailand prepares to become a medical hub: A booming health economy driven by middle eastern investment*. Retrieved from <https://www.thailand.go.th/issue-focus-detail/thailand-prepares-to-become-a-medical-hub-a-booming-health-economy-driven-by-middle-eastern-investment>
- Thairath Online. (n.d.). *Homepage*. Retrieved from <https://www.thairath.co.th/home> (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2021). *Thailand as a medical and wellness hub*. Retrieved from <https://www.tourismthailand.org> (in Thai)
- Tourism Authority of Thailand. (2022). *Wellness tourism trends for Chinese travelers*. (n.p.)
- UNESCO. (2019). *Nuad Thai, traditional Thai massage*. Retrieved from <https://ich.unesco.org/en/RL/nuad-thai-traditional-thai-massage-01384>
- United Nations. (2019). *World population prospects 2019: Highlights*. Department of Economic and Social Affairs, Population Division.
- Wang, J., Feng, L., & Zhao, Q. (2023). Factors influencing travel decisions of elderly Chinese tourists. *International journal of hospitality & tourism management*, 25(3), 230–245.
- World Tourism Organization. (2021). *Global report on aging and tourism: Responding to the needs of senior travelers*. UNWTO.

