



Global Wellness Tourism และ Wellness
ในประเทศไทย

ประเด็นสำคัญ

- ความสำคัญของ Wellness Tourism
- แนวโน้ม Wellness Tourism
- ประเทศไทยกับ Wellness Tourism
- Business Model สำหรับ Wellness Resort

High-End Tourism มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ของประเทศ



ตัวอย่าง

- MICE (Meetings, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions)
- Medical
- Health and Wellness
- Etc.

เชื่อว่า ความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยให้ประเทศไทยกลายเป็น Premium Destination สำหรับ Health and Wellness หรือ Wellness Hub ในภูมิภาคหรือของโลกได้

คำถามสำคัญสำหรับ Wellness Tourism และการพัฒนาประเทศไทย...

- ทำไม Wellness จึงเป็นเรื่องสำคัญต่อหน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ
- ทำไม Wellness Tourism จึงมีศักยภาพสูงในการนำมาซึ่งรายได้และการสร้างงาน
- Wellness Tourism และ Wellness Resort มีความเหมาะสมสำหรับประเทศไทยหรือไม่
- Business Model ที่ถูกต้องสำหรับ Wellness Resort มีองค์ประกอบอะไรบ้าง

คำจำกัดความของ Wellness ⇔⇔ Optimal Health

- ความสมดุลของความสมบูรณ์ในเรื่องร่างกาย จิตใจ และจิตสำนึก
- เน้นการป้องกัน (Preventive) การเกิดโรคร้ายไข้เจ็บและการดูแลสุขภาพ
- ส่งเสริมสนับสนุนคุณภาพชีวิต สภาพจิตใจ และจิตสำนึก
- ไม่หลงใหลในวัตถุและสิ่งของนอกกายต่าง ๆ
- มีองค์ประกอบสำคัญที่หลากหลายและมีลักษณะเป็นองค์รวม (Holistic) เช่น สปา Fitness กายภาพบำบัด Spiritual ความงาม โภชนาการ ฯลฯ



มีวิสัยทัศน์กว้างไกลและตัดสินใจได้ในทิศทางที่ถูกต้อง

ความสำคัญของ Wellness ต่อครัวเรือน ธุรกิจ และรัฐบาล

▪ Aging Population

- ในปี 2050 ร้อยละ 20 ของประชากรโลกจะมีอายุ 60 ปีหรือมากกว่า และสำหรับประเทศญี่ปุ่นและกลุ่มยุโรปตะวันตก จะสูงถึงร้อยละ 40 → Health Care Cost

▪ Chronic Decease

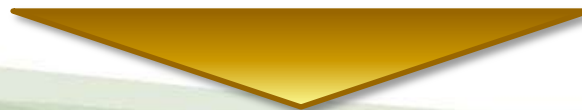
- เช่น ความดันโลหิตสูง โรคอ้วน โรคข้อและกระดูก → High Health Spending, Business Bottom Line

▪ Urbanisation

- การแข่งขันที่ทวีความรุนแรงในสังคมเมือง ก่อให้เกิดความเครียด
- การเติบโตของ Middle Class ซึ่งมีกำลังซื้อมาก จะแสวงหา Wellness

▪ Globalisation

- โลกที่มีข่าวสารข้อมูลส่งต่อกันได้อย่างทั่วถึงและฉับไว ทำให้เกิดการเรียนรู้และตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว



ประเด็นสำคัญ

- ความสำคัญของ Wellness Tourism
- แนวโน้ม Wellness Tourism
- ประเทศไทยกับ Wellness Tourism
- Business Model สำหรับ Wellness Resort

Wellness Tourism มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วและกลายเป็น Segment ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

Wellness Travellers

- Primary-Purpose Wellness Travellers
- Secondary-Purpose Wellness Travellers

ลักษณะของตลาด

- New Niche Segment
- เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว

Modalities

- Spa
- Fitness
- Physiotherapy
- Nutrition
- Spiritual
- Aesthetic Beauty

Wellness Tourism มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วและกลายเป็น Segment ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

ธุรกิจท่องเที่ยว

- มีสัดส่วน 9% ของ GDP ของโลก หรือประมาณ 6.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ (ข้อมูลปี 2012)
- การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวสูงกว่าหลายอุตสาหกรรมที่สำคัญ เช่น การบริการทางการเงิน ธุรกิจรายปลีก และการผลิตสินค้าอื่น ๆ เหตุผลหลัก คือ กลุ่ม Middle Class มีจำนวนเพิ่มขึ้นและมี Demand ในการท่องเที่ยวสูง

Wellness Tourism มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วและกลายเป็น Segment ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

ธุรกิจท่องเที่ยวแบบ Wellness

- การเดินทางของธุรกิจ Wellness Tourism คิดเป็น 6% ของจำนวนการท่องเที่ยวทั้งหมด (ภายในและต่างประเทศ) (524 ล้านเที่ยว)
- ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจาก Wellness Tourism คิดเป็น 14% ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ (438.6 ล้านล้านบาทหรือสหรัฐ)
- คาดว่า Wellness Tourism จะเติบโตมากกว่า 9% ต่อปีจนถึงปี 2017 ซึ่งเป็นการเติบโตที่เร็วกว่าการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวโดยรวมถึง 50%
- มูลค่าของ Wellness Tourism มีค่าสูงถึง 1.3 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 1.8% ของ GDP โลก

Wellness Tourism มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วและกลายเป็น Segment ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

ธุรกิจท่องเที่ยวแบบ Wellness

- Wellness Tourist ส่วนมาก คือ พวก Middle Class (Aged) มีการศึกษา และมาจากประเทศตะวันตก โดยเฉพาะยุโรปและอเมริกาเหนือ
- ในอนาคต การเติบโตของ Wellness Tourism จะถูกขับเคลื่อนโดยกลุ่มประเทศในเอเชีย Middle East และ Latin America
- Wellness Tourist จะใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวโดยทั่วไปถึง 130% พวกนี้จะใช้จ่ายต่อ 1 Trip เฉลี่ยประมาณ 2,000 เหรียญสหรัฐ

Wellness Tourism มีการเจริญเติบโตที่รวดเร็วและกลายเป็น Segment ที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

แนวโน้ม Wellness Tourism

สรุป

- ในอนาคต Wellness Tourism จะเติบโตมากในกลุ่มประเทศในเอเชีย Middle East และ Latin America
- มูลค่าจะเพิ่มขึ้นจาก 438 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปัจจุบัน เป็น 678 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2017
- จะเห็นได้ว่า แนวโน้ม Wellness Tourism จะมีมูลค่ามากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และ Wellness Tourist จะเดินทางมากในกลุ่มประเทศในเอเชียมากขึ้น
- การเตรียมพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Wellness ซึ่งมีความสำคัญมาก

ประเด็นสำคัญ

- ความสำคัญของ Wellness Tourism
- แนวโน้ม Wellness Tourism
- ประเทศไทยกับ Wellness Tourism
- Business Model สำหรับ Wellness Resort

ประเทศไทยเป็นประเทศที่สำคัญประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็น Wellness Hub

เกี่ยวกับประเทศไทย

- การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็น Key Driver ทางเศรษฐกิจที่สำคัญ
- นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาไทยปีละประมาณ 30 ล้านคน และก่อให้เกิดรายได้เท่ากับ 1.4 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 6% ของ GDP
- Full-Fledged Wellness Resort ในประเทศไทยยังมีจำนวนไม่มาก

ประเทศไทยเป็นประเทศที่สำคัญประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็น Wellness Hub (ต่อ)

เงื่อนไขสำคัญในการเป็น
Premium Wellness
Destination

- การมี Business Model ที่ถูกต้องสำหรับการพัฒนา Wellness Resort
- ธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของ Wellness Modalities จะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และต้องมี Cutting-Edge Technology
- การฝึกอบรมและการพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการด้าน Wellness เป็นเรื่องสำคัญ
- ศักยภาพของบุคลากรด้านการบริหารจัดการและด้าน Administration เช่น การเงิน เทคโนโลยี และการตลาด เป็นเรื่องจำเป็นมาก
- การสนับสนุนจากรัฐบาลเป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจาก Wellness เป็นธุรกิจมีศักยภาพที่ทำรายได้และการจ้างงาน และเป็นธุรกิจที่ช่วยดูแลสุขภาวะของประชากรในประเทศ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่สำคัญประเทศหนึ่งในเอเชียที่มีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็น Wellness Hub (ต่อ)

ข้อได้เปรียบของประเทศไทย

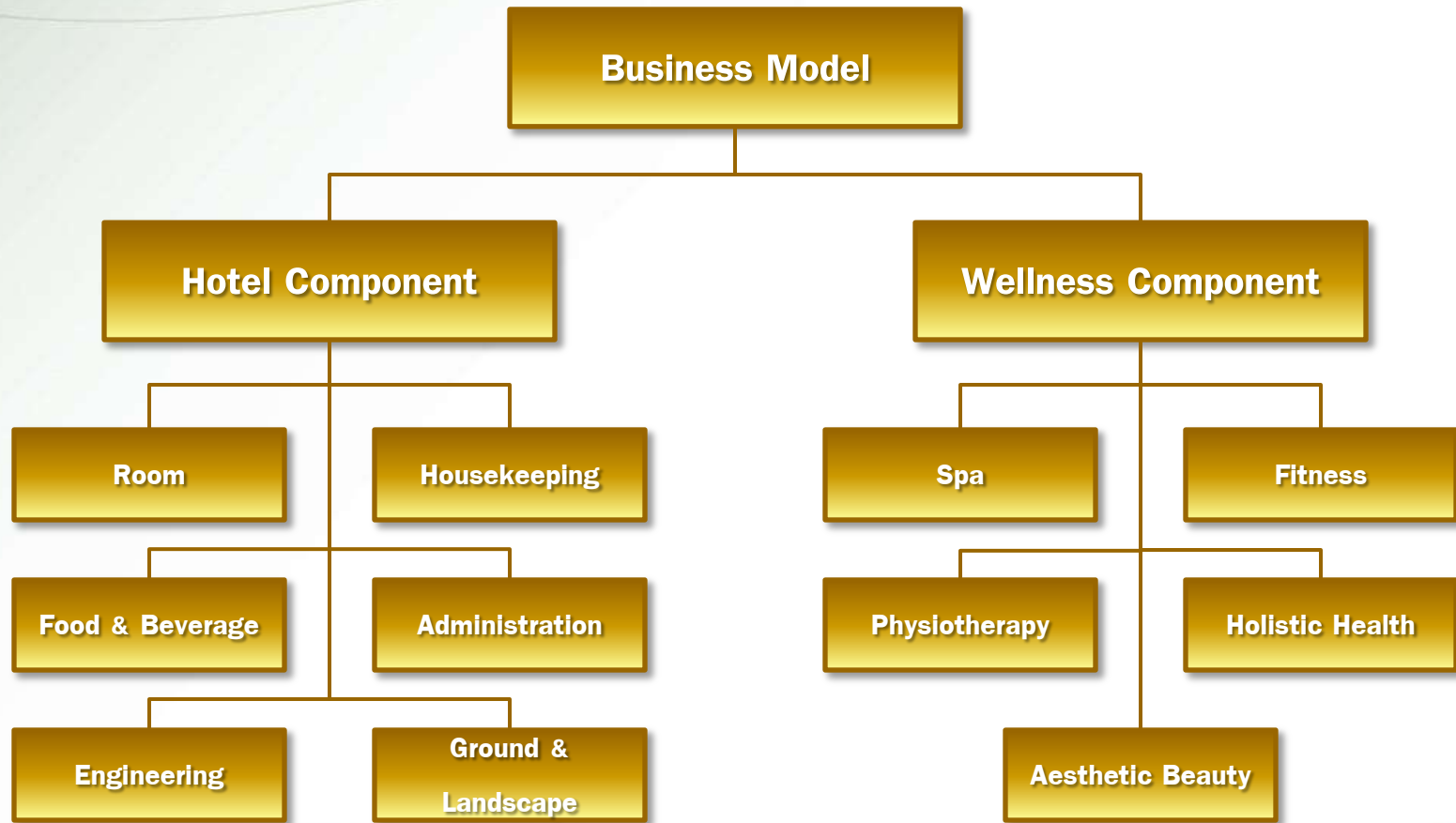
- ความเป็นไทย (Thainess) มีนัยที่กว้างขวางต่อธุรกิจ Wellness เช่น การให้บริการด้วยใจ การมีขนบธรรมเนียมประเพณีที่ละเอียดอ่อนและล้ำค่า
- มีภูมิประเทศที่มีความเหมาะสมต่อการพัฒนาและจัดตั้ง Wellness Resort
- มีบุคลากรที่มีคุณภาพและศักยภาพในการพัฒนาทั้งในระดับพนักงานปฏิบัติการและระดับบริหาร
- ง่ายต่อการจัดซื้อและจัดหาอุปกรณ์ เครื่องมือ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในธุรกิจ Wellness

ประเด็นสำคัญ

- ความสำคัญของ Wellness Tourism
- แนวโน้ม Wellness Tourism
- ประเทศไทยกับ Wellness Tourism
- Business Model สำหรับ Wellness Resort

Business Model สำหรับ Full-Fledged Wellness Resort ควรมี

โครงสร้างการทำงานและองค์ประกอบต่าง ๆ



Business Model สำหรับ Full-Fledged Wellness Resort ควรมี-Som

โครงสร้างการทำงานและองค์ประกอบต่าง ๆ (ต่อ)

Objective

- Lifestyle Transformation

Guest and Market

- Premium Segment
- บริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า โดยใช้ระบบ CRM
- ทำ PR Event และ Words of Mouth ในการทำการตลาด

Product and Service

- Retreat Packages
- Personalised Programme, Educations และ Home Care Programme

Business Model สำหรับ Full-Fledged Wellness Resort ควรมี

โครงสร้างการทำงานและองค์ประกอบต่างๆ (ต่อ)

Process

- Professional Consultation
- ปฏิบัติงานตาม Standard Operating Procedures (SOPs) และการฝึกอบรม
- แนะนำแขกสำหรับบริการที่เหมาะสม เพื่อช่วยให้บรรลุวัตถุประสงค์

Training and Staffing

- ให้ความสำคัญกับ Service Quality
- Training อย่างสม่ำเสมอเป็นปัจจัยสำคัญ
- การคำนวณอัตรากำลังที่เหมาะสม แต่อาจจะใช้พนักงานในการดูแลลูกค้าในอัตราส่วนที่ค่อนข้างสูง

Business Model สำหรับ Full-Fledged Wellness Resort ควรมี โครงสร้างการทำงานและองค์ประกอบต่าง ๆ (ต่อ)

**Corporate Social
Responsibility**

- เป็นปัจจัยสำคัญในการเติบโตที่ยั่งยืน
- Quadruple Bottom Line Approach
 - Environment
 - Wellness
 - Socio-Cultural Development
 - Business Sustainability

การพัฒนา Wellness และการสนับสนุน Wellness Tourism

ช่วยพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน

- **ความสำเร็จในการทำธุรกิจ Wellness จะมีผลต่อ...**
 - คุณภาพชีวิตของประชากรไทย
 - รายได้จากการท่องเที่ยว
 - การจ้างงาน
 - การพัฒนาบุคลากร
 - การกระจายรายได้
 - การขยายตัวของธุรกิจที่สัมพันธ์ใกล้ชิดกับ Wellness
 - การลดลงของค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาล
- **การสนับสนุนจากภาครัฐบาล**
 - ด้านภาษี
 - ด้านการเคลื่อนย้ายแรงงานในธุรกิจ Wellness เช่น Work Permit
 - การโฆษณาประชาสัมพันธ์ธุรกิจ Wellness ในประเทศไทยสู่ต่างประเทศ

แหล่งข้อมูล

- **The Global Wellness Tourism Economy report, Global Spa & Wellness Summit, October 2013**



Chiva-Som International Health Resort Co., Ltd.

Head Office: 11th Floor, Modern Town Building
87 Sukhumvit 63, Bangkok 10110, Thailand
Tel: +66 (0) 2711-6900 Fax: +66 (0) 2381-5852
E-mail: bkkoff@chivasom.com

Hua-Hin: 73/4 Petchkasem Road
Hua Hin, Prachuab Khirikhan 77110, Thailand
Tel: +66 (0) 3253-6536 Fax: +66 (0) 3251-1154
E-mail: reserv@chivasom.com

www.chivasom.com

Proud Recipient of:

'Best Spa in the World' Daily Telegraph's Ultratravel Magazine 2008
'Best Overseas Spa' Luxury Travel & Style Magazine 2008 Gold List
'Top 15 Best Destination Spa' Travel and Leisure 2007
'Top 3 Overseas Spa Retreat' Conde Nast Traveller 2007 Readers' Awards (and every year since 1999)
'Favorite Spa in Asia' and 'Top 10 Best Spa Cuisine' Spa Finder 2007