



TIH 1413

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

อัตราร้อยละของตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติจำแนกตาม วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย



ใช้บริการด้านสุขภาพ



ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. การเปลี่ยนแปลงการตลาดกลุ่มประเทศ BRIC มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยวในอนาคต



ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร นักท่องเที่ยววัยกลุ่ม
ผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และเป็นกลุ่มที่มีความพร้อมด้านเวลา
และงบประมาณ



ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

4. ความสนใจการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ



ปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

5. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

- นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวในที่ห่างไกลและใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น



สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การเดินทางไปยังประเทศอื่นเพื่อรับบริการทางการแพทย์เกิดจาก
ช่องว่างหรือความแตกต่างใน 2 ด้าน คือ

1. ช่องว่างด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์หรือการบริการทางการแพทย์
2. ช่องว่างด้านราคาค่าบริการทางการแพทย์



สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

สาเหตุสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีความสำคัญ
และได้รับความสนใจมากขึ้น

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากร ที่มีการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของประชากรผู้สูงอายุ
2. การเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลในประเทศที่พัฒนาแล้ว
3. ประเทศที่พัฒนาแล้วมีระยะเวลาในการรอเข้ารับการรักษาพยาบาลที่นาน
4. การขยายตัวของสายการบินต้นทุนต่ำที่ทำให้การเดินทางระหว่างประเทศมีความสะดวกมากขึ้น



สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย

- การให้บริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เริ่มอย่างจริงจังเมื่อ พ.ศ. 2540 เมื่อประเทศไทยเกิดวิกฤตเศรษฐกิจ ทำให้โรงพยาบาลเอกชนประสบปัญหาภาวะเตียงว่างจำนวนมาก
- โรงพยาบาลเอกชนเหล่านี้ จึงปรับตัวด้วยการรับผู้ป่วยชาวต่างชาติให้มากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศที่มีกำลังซื้อสูง
- ปี 2547 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้มีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของนานาชาติ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- รัฐบาลไทยกำหนดวิสัยทัศน์ “Thailand as World Class Health Care Destination”



สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ภาพรวมของการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย

- ณ ปี 2555 ธุรกิจโรงพยาบาลและสถานพยาบาลเอกชนในไทยมีผู้ประกอบการทั้งหมด 323 ราย โดยกลุ่มเครือข่ายโรงพยาบาลเอกชนที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย คือ บริษัทกรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน) ซึ่งประกอบด้วยโรงพยาบาล 4 กลุ่ม คือ กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ กลุ่มโรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลบีเอ็นเอช และกลุ่มโรงพยาบาลรอยัล
- โรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทยมีการพัฒนาจนได้รับการรับรองมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ และมีโรงพยาบาลผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI มากที่สุดในภูมิภาคเอเชีย

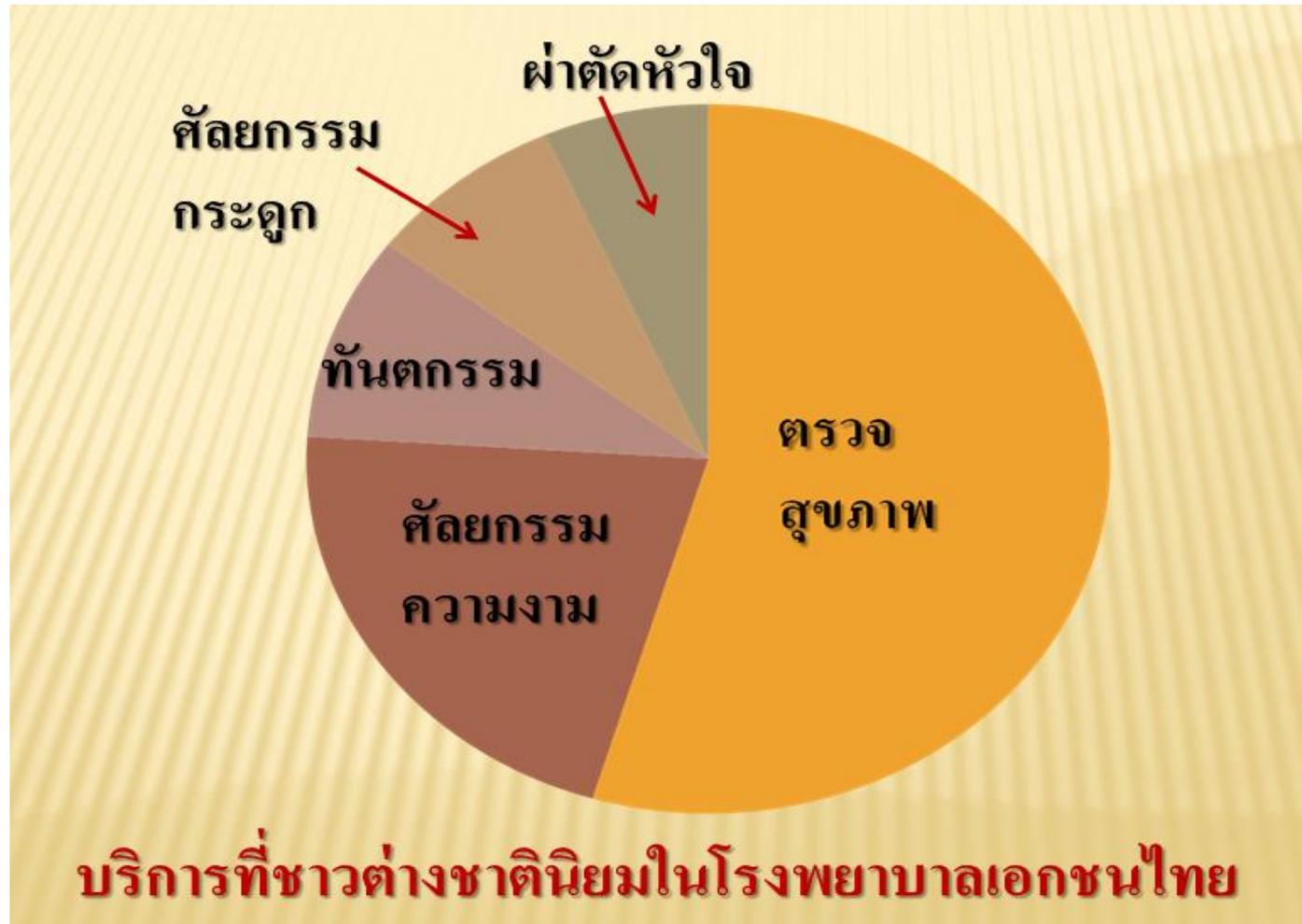


สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ภาพรวมของการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย

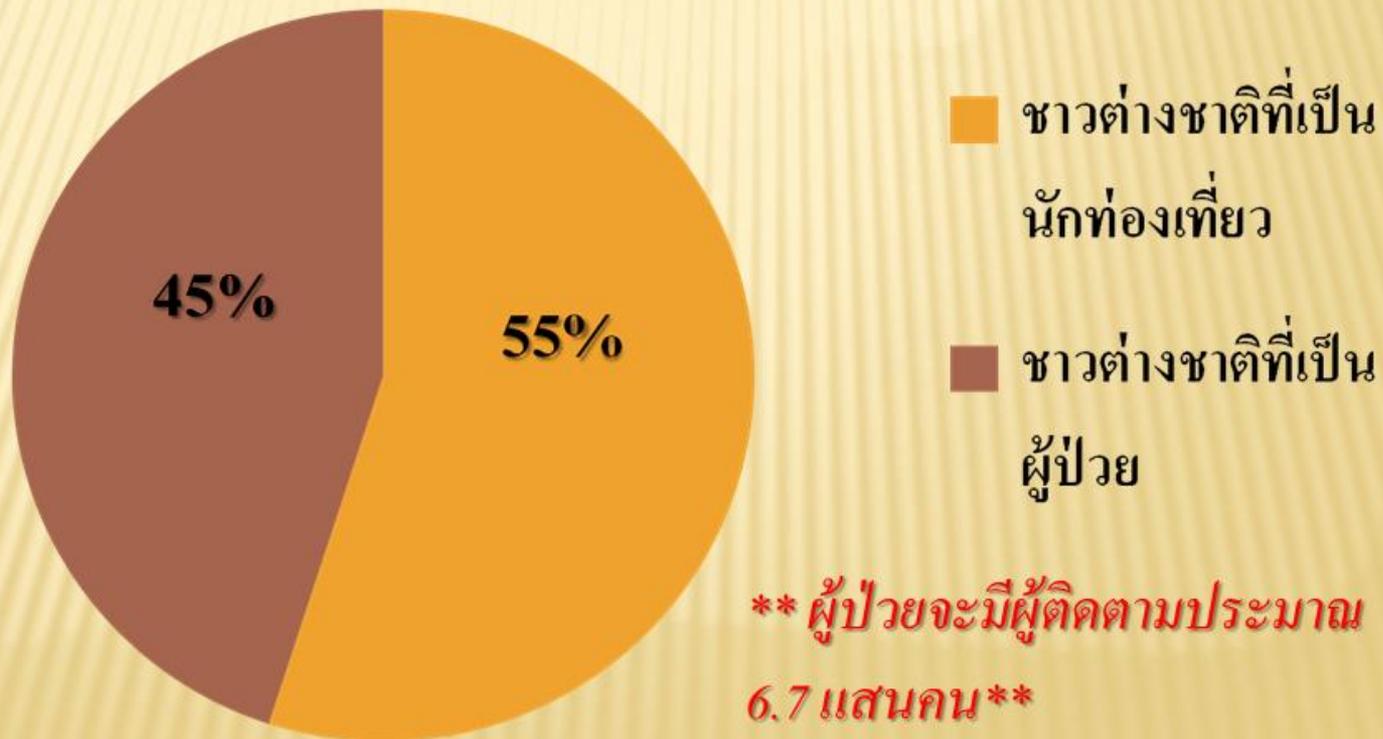
- ในระยะแรกมีเพียงโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลในเครือกรุงเทพที่ตั้งอยู่ในเมืองท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันมีโรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งที่ให้ความสนใจกับลูกค้ากลุ่มนี้มากขึ้นโดยใช้กลยุทธ์ในการดึงดูดลูกค้าชาวต่างชาติด้วยการพัฒนาด้านคุณภาพการให้บริการการแพทย์เฉพาะทาง เช่น ศูนย์โรคหัวใจ โรคมะเร็ง และศัลยกรรมตกแต่ง เป็นต้น
- มีการพัฒนาบริการในด้านการอำนวยความสะดวกแก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติโดยเน้นการพัฒนาบุคลากรด้านการให้บริการ รวมถึง การบริการแบบเบ็ดเสร็จ และปรับปรุงรูปแบบของโรงพยาบาลให้มีความสวยงาม คล้ายโรงแรม
- โรงพยาบาลจะมีฝ่ายต่างประเทศทำหน้าที่ประสานงานและให้ข้อมูลแก่ผู้ป่วยชาวต่างชาติ บางแห่งอาศัยบริษัทตัวแทนบริการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทำหน้าที่ติดต่อประสานงานในประเทศของกลุ่มลูกค้า

สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย



สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

ลักษณะของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย



สถานการณ์การทองเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย

ค่าใช้จ่ายด้านการทองเที่ยวเชิงการแพทย์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นผู้ป่วยและมีผู้ติดตามในประเทศไทย



ตลาดกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. ประเทศญี่ปุ่น

- ชาวญี่ปุ่นเข้ามาทำงานในประเทศไทยและประเทศใกล้เคียงจำนวนมาก
- รัฐบาลญี่ปุ่นอนุญาตให้ประชาชนเบิกค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลต่างประเทศไทย



ตลาดกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

2. ประเทศในแถบตะวันออกกลาง

- มีกำลังซื้อสูงแต่ประสบปัญหาการขอวีซ่าเข้าอเมริกา และหลายประเทศในยุโรป
- คู่แข่งสำคัญของไทยสำหรับลูกค้ากลุ่มนี้คือ ประเทศมาเลเซีย



ตลาดกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

3. ประเทศในกลุ่มสแกนดิเนเวีย และประเทศต่างๆ รอบประเทศไทย

- กลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ และในอนาคตจะมีการร่วมมือกันในการเปิดเสรีภาคบริการ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการบริการสุขภาพที่มีศักยภาพนอกประเทศของตนมากขึ้น



ตลาดกลุ่มเป้าหมายสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

กล่าวโดยสรุป กลุ่มตลาดเป้าหมายของไทย เรียงตามลำดับ ดังนี้

1. กลุ่มประเทศเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ออสเตรเลีย อาเซียน ญี่ปุ่น
2. กลุ่มประเทศยุโรป ได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ
3. กลุ่มตลาดตะวันออกกลาง
4. กลุ่มทวีปอเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา



ปัจจัยที่ทำให้ประเทศไทยเป็นเป้าหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. ประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่สามารถให้บริการการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน และได้รับการยอมรับจากนานาชาติ
2. การให้บริการผู้ป่วยเหมือนกับการให้บริการในโรงแรมระดับห้าดาว
3. ประเทศไทยให้บริการที่มีราคาต่ำกว่าหลายประเทศ ในการบริการระดับเดียวกัน
4. ประเทศไทยมีเทคโนโลยีและกระบวนการรักษาหลากหลาย และมีผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์ที่มีความสามารถสูง
5. ไทยเป็นประเทศที่ดีและมีเสน่ห์ รวมทั้งได้รับการผ่อนคลายจากการท่องเที่ยว จนได้รับการกล่าวขานจากชาวต่างชาติว่า “Thailand is a best place of Amazing for Relaxation”



แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่

- กลุ่มผู้ใช้บริการสุขภาพและความงามจะมีอายุน้อยลง
- ผู้ชายจะกลายเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่สำคัญของธุรกิจสุขภาพและความงาม
- จีนเป็นตลาดใหม่ที่ใหญ่และกำลังเติบโตอย่างสุดขีด โดยสาวชาวจีนยุคใหม่มองว่าการลงทุนด้านรูปร่างหน้าตาและผิวพรรณเป็นเครื่องบ่งบอกคุณค่าและคุณภาพชีวิต

ดังนั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่จะให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวเชิงศัลยกรรมและความงามมากขึ้น



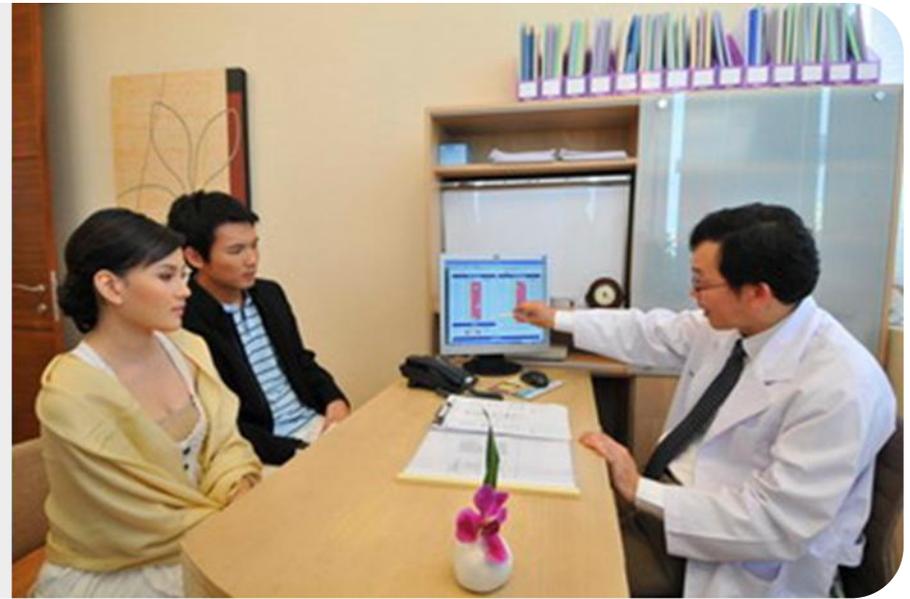


2. การฟื้นตัวของภาคธุรกิจท่องเที่ยวของไทย

- ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวด้านการแพทย์เพิ่มจำนวนมากขึ้น เกิดการสร้างรายได้เพิ่มขึ้น



3. รูปแบบใหม่ของสินค้าและบริการด้านบำบัดรักษาสุขภาพ และความงามที่มีหลากหลายรูปแบบมากขึ้น

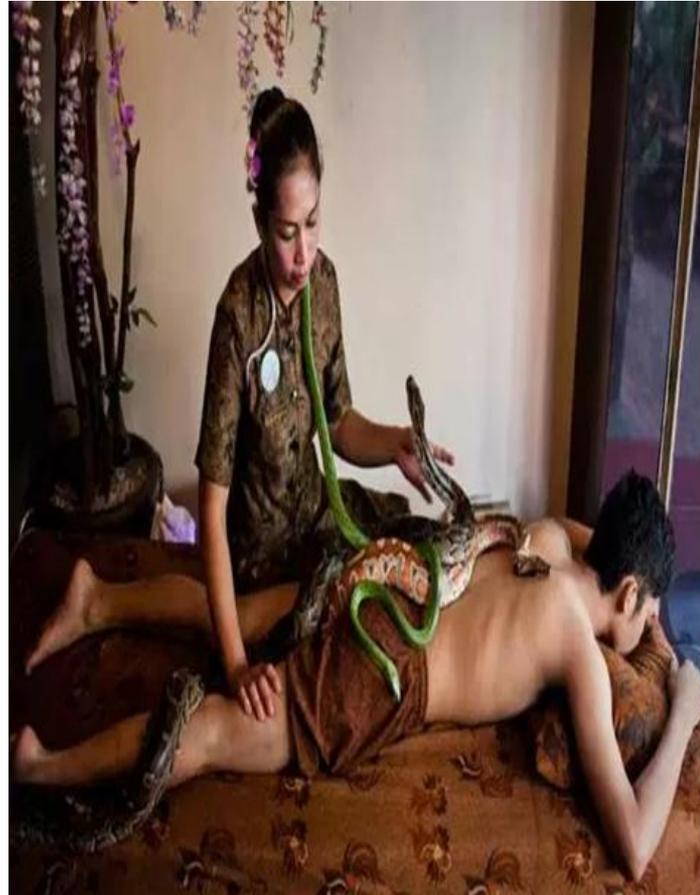


4. การเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการด้านสุขภาพและความงาม

โดยเทรนด์การทำสปาที่นักท่องเที่ยวนิยม ได้แก่ สปาสูตรโบราณ สปาแบบเร่งด่วน และการทำสปาแบบหรูหรา



สปา งู ได้รับความนิยมมากในประเทศอิสราเอล



แวมไพร์เฟเชียล (ฟิลเลอร์เลือด)เป็นการใช้เลือดของคนลูกค้ามาแยก
พลาสมาและนำเกล็ดเลือดมาใช้บนใบหน้า เพื่อรักษา ริ้วรอยและฟื้นฟู
สภาพผิว



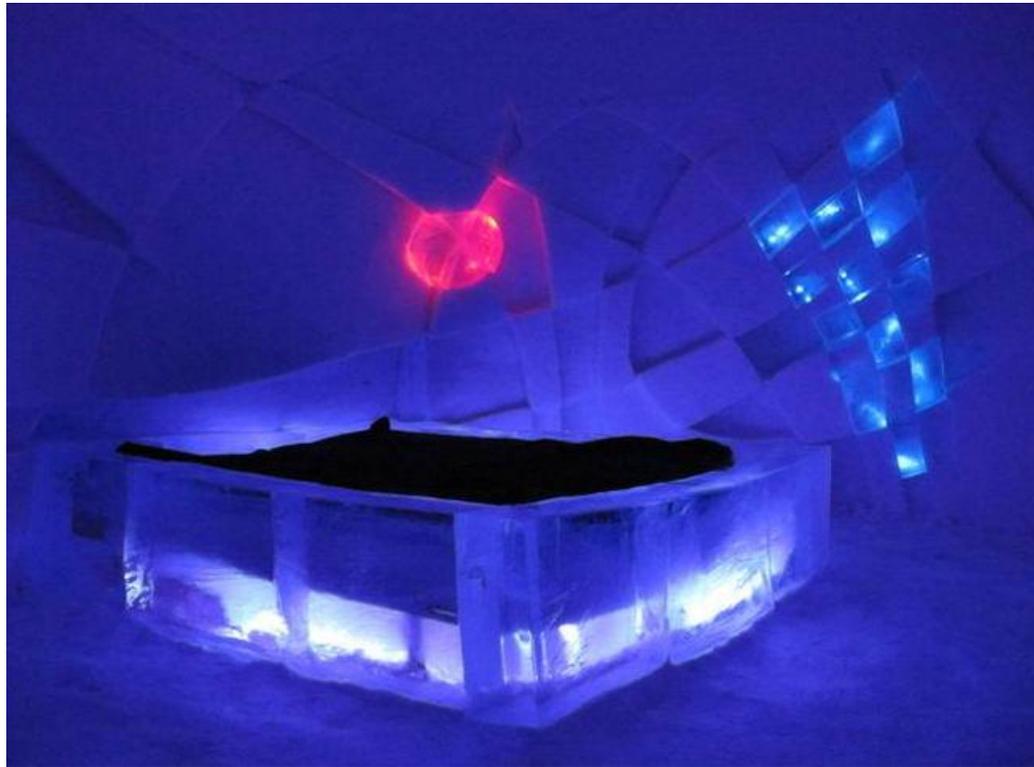
สปาเบียร์ เพื่อรับเอาวิตามิน และสารอื่นๆ ในเบียร์ซึ่งซาบเข้าสู่ผิวหนัง



สปาทองคำ 24 กะรัต การมาสก์หน้าด้วยทองคำบริสุทธิ์
ช่วยฟื้นฟูสภาพผิว



สปาน้ำแข็ง ประเทศฟินแลนด์ และญี่ปุ่นช่วยผ่อนคลาย และลดความ เจ็บปวดของกล้ามเนื้อ



สปาชาเขียว ประเทศญี่ปุ่น ช่วยรักษาผิวพรรณ



สปาเกลือ ประเทศโปแลนด์ ในถ้ำเกลือธรรมชาติ ช่วยรักษาโรคหอบหืด และโรคภูมิแพ้



สปา กองฟาง ประเทศอิตาลี เป็นการนำเอา กองฟาง ผสมกับ น้ำมันหอม
เพื่อช่วยให้ผ่อนคลาย

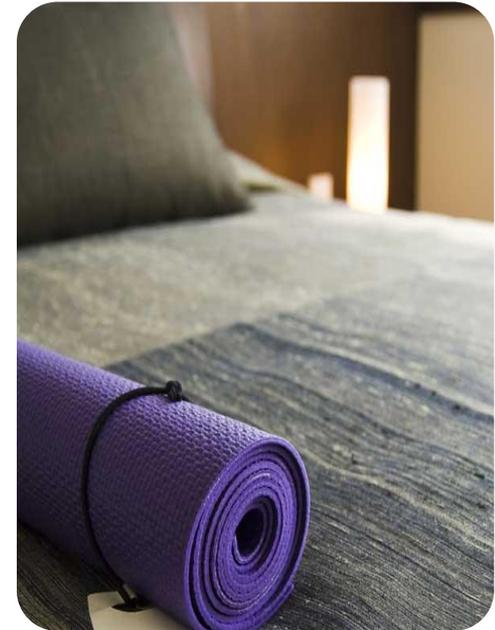


5. กระแสความต้องการการท่องเที่ยวยังสุขภาพได้รับความนิยมนมากขึ้น

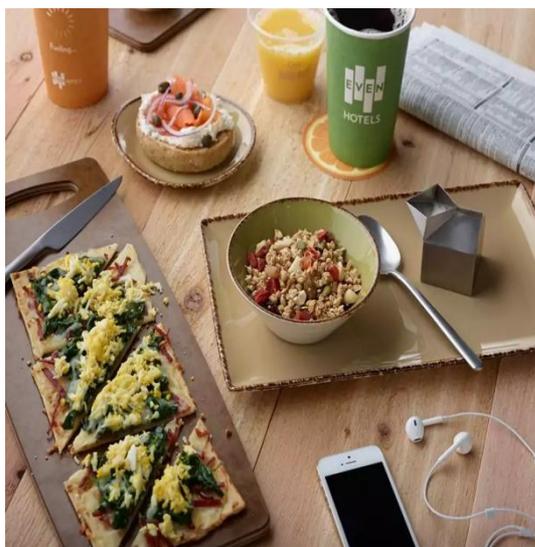
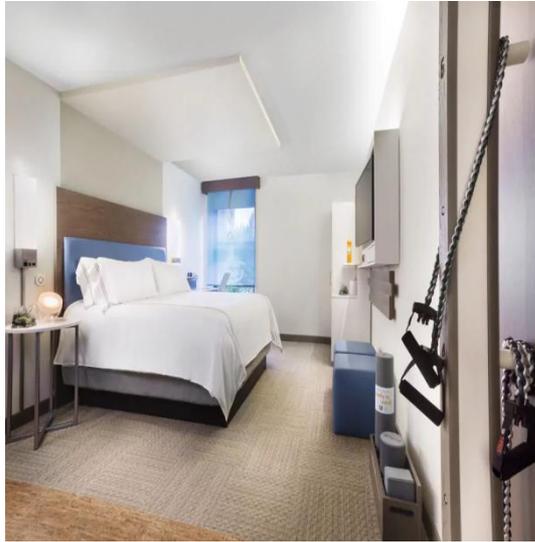
จึงทำให้โรงพยาบาลเอกชนปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการจากเพียงแค่การบริการรักษาพยาบาลอาการเจ็บป่วย ไปสู่การดูแลสุขภาพมากขึ้น



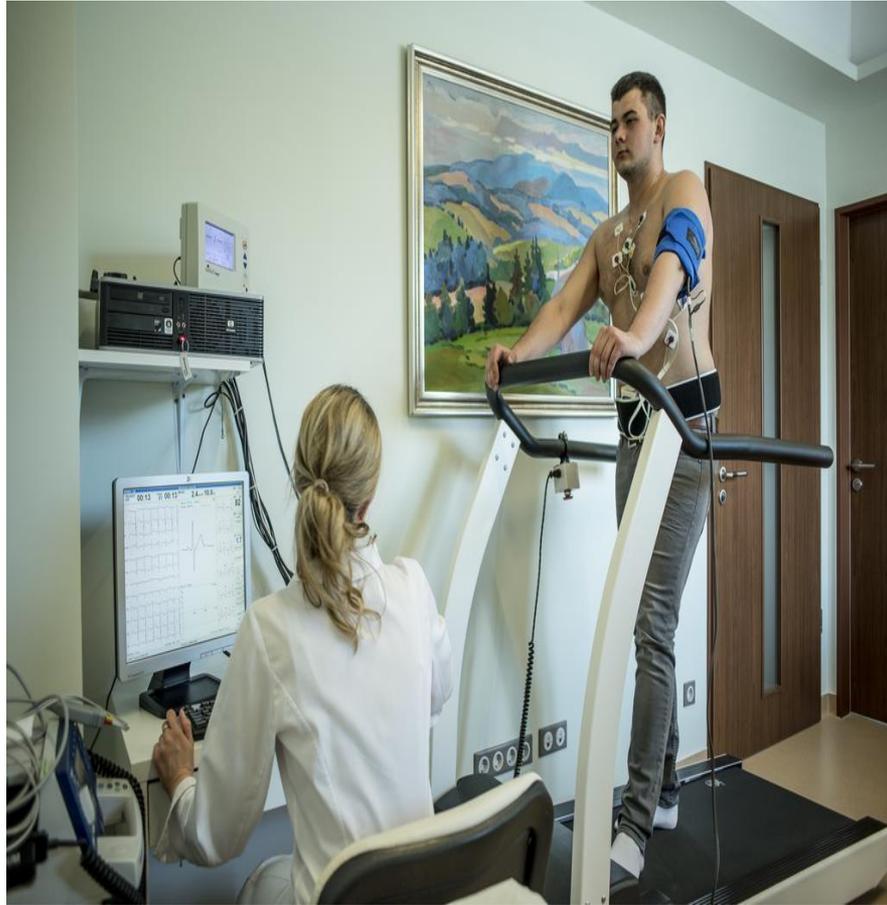
6. ความพยายามในการปรับตัวของโรงแรมขนาดใหญ่ในการเป็น โรงแรมเพื่อสุขภาพ และโรงแรมสำหรับการบำบัดรักษาสุขภาพ



EVEN Hotel Norwalk USA







7. แนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะมีการเผชิญ การแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

7.1 การแข่งขันในประเทศ โดยโรงพยาบาลเอกชนด้วยกัน
เอง และโรงพยาบาลรัฐที่หันมาพัฒนาตนเองเพื่อแข่งกับ
โรงพยาบาลเอกชน

7.2 การแข่งขันระหว่างประเทศ คู่แข่งสำคัญของไทย คือ
สิงคโปร์ ฮองกง มาเลเซีย อินเดีย ซึ่งมีลูกค้าเป้าหมายกลุ่มเดียวกัน
คือ ชาวยุโรป และเอเชีย (ญี่ปุ่น จีน อาเซียน ตะวันออกกลาง)



8. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและ วิถีไทยได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น

- ชุมชนหรือแหล่งท่องเที่ยวที่มีทรัพยากร หรือองค์ความรู้ด้านการดูแลสุขภาพ จะมีการพัฒนาอัตลักษณ์ของตนเองเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์

