

# ธุรกิจสปาไทย

## โครงสร้างธุรกิจ

ตามพรบ.สถานบริการ กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย สถานประกอบการ สปา 3 ประเภท มีจำนวนรวมทั้งหมด 2,053 แห่ง ที่ได้รับมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข (ปี 2509-2555)

สปาเพื่อสุขภาพ	531 แห่ง	25.86 %
นวดเพื่อสุขภาพ	1,217 แห่ง	59.28 %
นวดเพื่อเสริมสวย	305 แห่ง	14.86 %
รวมทั้งสิ้น	2,053 แห่ง	100.00 %

จำแนกตามสถานที่ตั้ง ดังนี้

กรุงเทพฯ	1,790 แห่ง	88.40 %
ภาคกลาง	113 แห่ง	4.24 %
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	23 แห่ง	1.09 %
ภาคใต้	124 แห่ง	6.12 %
ภาคเหนือ	3 แห่ง	0.15 %
รวม	2,053 แห่ง	100.00 %

ที่มา : กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข

[http://www.thaispa.go.th/spa\\_app/gen-report/rpt-020604.aspx](http://www.thaispa.go.th/spa_app/gen-report/rpt-020604.aspx)

ประมาณการรายได้ธุรกิจสปาไทย มูลค่า 979.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2556 (ที่มา: Global Spa and Wellness Summit 2014) มีผู้ใช้บริการ 22.5 ล้านครั้ง (ที่มา: Euromonitor International November 2013) เป็นรายได้ที่มีจากการใช้บริการของชาวต่างชาติ ร้อยละ 90 สำหรับ Destination spa ร้อยละ 85 สำหรับ Hotel & Resort Spa และ ร้อยละ 80 สำหรับสปาอื่นๆ จากตลาดหลัก เช่น ตะวันออกกลาง รัสเซีย จีน และอินเดีย (ที่มา: สมาคมสปาไทย)

ในปี 2557 Destination Spa มีอัตราการเติบโต ลดลงร้อยละ 5-6 Hotel & Resort Spa ลดลงร้อยละ 10-30 ขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งและภูมิภาค เนื่องจากผลของสถานการณ์การเมืองไทยและการประกาศภาวะฉุกเฉิน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ผู้ประกอบการปรับตัวด้วยการส่งเสริมให้ชาวไทยใช้บริการสปาเพิ่มขึ้น และจากเหตุการณ์การเมืองเข้าสู่ภาวะปกติในช่วงครึ่งปีหลัง คาดว่าทั้งปีรายได้ของธุรกิจสปาจะเติบโตโดยรวมประมาณ ร้อยละ 5-10 ผลผลิตสปาที่จำหน่ายในประเทศมีอัตราการเติบโต ร้อยละ 0-5 ส่วนการส่งออกเติบโต ร้อยละ 10-15

นอกจากนี้ หน่วยงานราชการและเอกชนที่กระทรวงศึกษาธิการอนุญาตให้สอนนวดไทยและสปาไทย โดยมีกระทรวงสาธารณสุขให้การรับรองหลักสูตรการสอนรวมทั้งหมด 238 แห่ง มีชาวต่างชาติเรียนประมาณ 10 ราย

ที่มา : [http://www.thaispa.go.th/spa\\_app/searchinst.aspx](http://www.thaispa.go.th/spa_app/searchinst.aspx)

การจ้างงานในธุรกิจสปา มีการจ้างงาน 66,816 คน

## ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

สปา เครื่องสำอาง อุปกรณ์ตกแต่ง เคหะสิ่งทอ เครื่องแบบพนักงาน/ ผู้ให้บริการ ซอฟต์แวร์ อาหาร/เครื่องดื่มสุขภาพ จ้างงาน มากกว่า 400,000 คน

## ผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกกรมฯ

149 ราย เป็นผู้ประกอบการธุรกิจสปา อย่างไรก็ตามที่มีศักยภาพในการขยายตลาดไปต่างประเทศประมาณ 10 ราย และบริหารสปาในต่างประเทศประมาณ 10 ราย ที่มา : <http://www.ditp.go.th>

## โครงสร้างราคา

สปาระดับสากล ขนาด 8 ห้อง (10-15 เตียง) พนักงานขนาด 5 คน

ค่าก่อสร้างตกแต่ง อุปกรณ์ ประปา ไฟฟ้า	50 ล้านบาท
ค่าตกแต่งระดับสูง	15-25 ล้านบาท
ค่าบริการ	
- spaระดับกลางลงมา	1,000 บาท/คน
- spaระดับสูงและสปาในโรงแรม	2,500 บาท/คน
ลูกค้า	12 คน/วัน
ค่าบริการ/จำหน่ายผลิตภัณฑ์	170,000 บาท/เดือน

หักค่าจัดหาสถานที่ ค่าจ้างพนักงาน และใช้จ่ายผันแปร อัตรากำไรประมาณ 15% คืนทุนภายใน 3-5 ปี สำหรับสปาระดับสากล

## เป้าหมายการส่งเสริมธุรกิจสปาไทย

ตั้งแต่ปี 2547 รัฐบาลมีนโยบายผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งภูมิภาคเอเชีย (Medical Hub of Asia) ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Capital Spa of Asia/Thailand as a world class spa destination และมอบหมายกระทรวงสาธารณสุขจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (ปี 2555-2559) ซึ่งระบุวิสัยทัศน์ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางธุรกิจบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพระดับโลก จัดทำมาตรฐานและเอกลักษณ์ธุรกิจสปาไทย และจัดทำมาตรฐานไทยในต่างประเทศ ซึ่งได้เริ่มให้การรับรองสปาเพื่อสุขภาพในเยอรมนี และจะขยายให้ครอบคลุมประเทศที่มีสปาไทยในบริการหนาแน่น เช่น ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศผลักดันธุรกิจไทยขยายตลาดในต่างประเทศ รวมทั้งการทำการตลาดเชิงรุก ในประเทศเป้าหมาย โดยประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ สปาไทย ทั้งด้านการจัดตั้ง การสร้างเครือข่าย การร่วมทุน การเปิด แฟรนไชส์ การสร้างแบรนด์ ฯลฯ จนในปัจจุบันชื่อเสียงและมาตรฐานสปาไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสปาไทย เป็นที่ต้องการในตลาดต่างประเทศมากขึ้น อาทิ การเข้ามาใช้บริการสปาไทยเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ การจัดตั้ง/บริหารสปา การอบรมบุคลากรสปา การส่งออกอุปกรณ์/ผลิตภัณฑ์สมุนไพร ที่ใช้ในสปา

## แนวโน้มการส่งออกในปี 2557

คาดว่าจะมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรวม 26,811.91 ล้านบาท ขยายตัว ร้อยละ 7.5 รวมทั้งการส่งออกบริการด้านการบริหารจัดการสปา ผลผลิตสปา และการสอนพนักงานงานขนาดต่างชาติรวมประมาณ 2,000 ล้านบาท ขยายตัว ร้อยละ 2.5

เป้าหมายการส่งออก เป็นไปตามแนวโน้มตลาดสปาโลก ปี 2557 เช่น Healthy Hotel, Wired Wellness, Natural Beauty ซึ่งสปาไทยสามารถเสริมแนวโน้มดังกล่าวได้

## ตลาดหลัก :

1<sup>st</sup> Priority : ASEAN+6 อาทิ จีน อินเดีย เวียดนาม

2<sup>nd</sup> Priority : ตุรกี รัสเซีย ตะวันออกกลาง

กลุ่มเป้าหมาย : โรงแรมที่ต้องการเปิดสปา ศูนย์สุขภาพ/ความงาม นักลงทุนที่สนใจเปิดสปา

ตลาดที่มีศักยภาพ : บริหารสปา (อาเซียนและจีน) ธุรกิจสปา (รัสเซีย ตะวันออกกลางและยุโรป) ผลผลิตสปา (ยุโรป อเมริกา เอเชียและตะวันออกกลาง)

ประเทศคู่แข่ง : สิงคโปร์ (สปากลุ่ม Banyan Tree, Apsara) มาเลเซีย ฮองกง และอินโดนีเซีย (Mandara)

## เป้าหมายการส่งออกปี 2558:

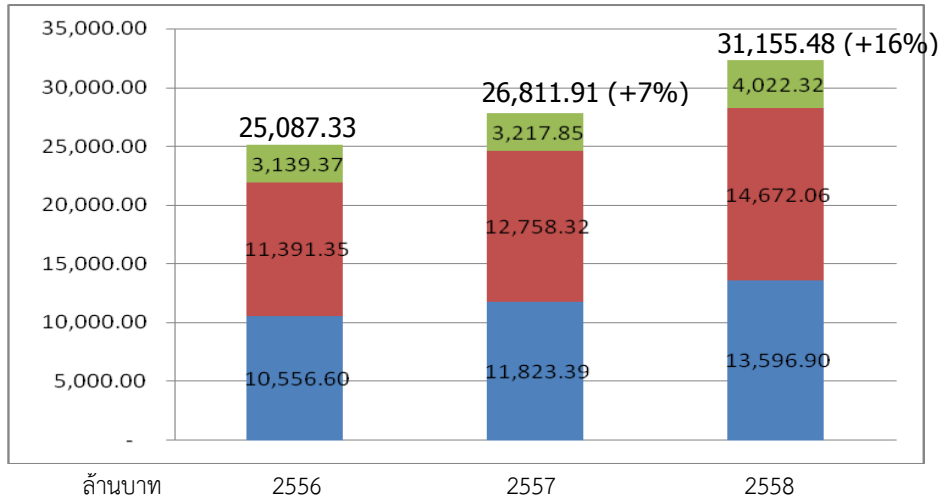
1. ธุรกิจบริการสปา เติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 15 Destination Spa เติบโต ร้อยละ 6-10 Day Spa และ Hotel & Resort Spa เติบโต ร้อยละ 10-20 และผลผลิตสปา เติบโต ร้อยละ 10-15 รวมชาวต่างชาติใช้บริการสปาในประเทศไทย มูลค่า 31,155.48 ล้านบาท

2. การส่งออกผลิตภัณฑ์สปา เติบโต ร้อยละ 12 รวมการส่งออกบริการบริหารจัดการ ผลิตภัณฑ์สปา และอื่นๆ มูลค่า 2,240.00 ล้านบาท

## กิจกรรมส่งเสริมการส่งออก

1. คณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริหารโรงแรมและสปาเยือนพม่า 26-29 มี.ค.58
2. คณะผู้แทนการค้าธุรกิจบริหารโรงแรมและสปาเยือนเวียดนาม ไตรมาส 3 ปี 58
3. การจัดงาน World Spa and Well-being Convention 2015 ระหว่างวันที่ 24-26 กันยายน 2558
4. การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ ภายใต้โครงการ SME Pro Active
5. ร่วมมือกับบริษัทประกันสุขภาพ และองค์กรในต่างประเทศส่งลูกค้าใช้บริการสปาไทยเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ

กราฟแสดงมูลค่าการส่งออกสปาไทย (ชาวต่างชาติใช้บริการสปาในประเทศไทย)



- ผลิตภัณฑ์สปาที่จำหน่ายปลีกให้ชาวต่างชาติในสถานประกอบการสปาไทย
- Other Spa (ลูกค้าชาวต่างชาติ 80%)
- Destination Spa, Hotel & Resort Spa, Day Spa (Destination Spa ลูกค้าต่างชาติ 90% Hotel & Resort Spa ลูกค้าต่างชาติ 85% Day Spa ลูกค้าต่างชาติ 80%)

**รูปแบบของการดำเนินการส่งเสริมธุรกิจสปาไทยในต่างประเทศ ตามแนวทางของ GATS: 4 Mode of Supply**

1. Mode 1: การให้คำปรึกษาการจัดตั้งธุรกิจสปา อาทิ การออกแบบตกแต่ง การวางระบบการบริหารจัดการ การอบรมหรือจัดหาพนักงาน
2. Mode 2: การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ชาวต่างชาติ เดินทางมารับบริการสปาในไทย หรือการเดินทางมารับการอบรมฝึกสอนการให้บริการ/ การนวดไทยจากโรงเรียน/สถาบันต่างๆ
3. Mode 3: การเปิดธุรกิจสปาในต่างประเทศ โดยภาคเอกชนไทยลงทุนเอง (Internationalization) และการขายแฟรนไชส์ แก่นักลงทุนต่างชาติ
4. Mode 4: การจัดตั้งทีมบริหารจัดการและพนักงานสปาไปยังต่างประเทศ

ปัญหา/อุปสรรค	ยุทธศาสตร์
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. การขาดแคลนบุคลากร</li> <li>2. สำหรับธุรกิจบริการโดยเฉพาะภายในประเทศ ปัจจัยภายนอก เป็นสิ่งทีกลุ่มลูกค้าให้ความสำคัญ โดยเฉพาะการเมือง และภัยธรรมชาติ ส่วนการส่งออก ปัจจัยสำคัญคือภาพลักษณ์และคุณภาพ</li> <li>3. การทำการตลาดของธุรกิจสปาและสุขภาพ ยังไม่เป็นการทำการตลาดองค์รวม มักจะกระจายหรือเน้นไปที่การออกงานแสดงสินค้า มากกว่าการสร้างภาพลักษณ์และการเจาะกลุ่มตลาด</li> <li>4. ผู้ผลิตไทยส่วนใหญ่ ยังไม่ปรับปรุงและไม่เห็นความสำคัญด้านบรรจุภัณฑ์ กระบวนการผลิตและการตลาด ขาดบุคลากรด้าน R&amp;D และนวัตกรรม จึงมีผู้ผลิตจำนวนน้อยที่ได้รับการยอมรับว่าได้มาตรฐานสากล</li> <li>5. กฎระเบียบของแต่ละประเทศ ยังเป็นอุปสรรคสำหรับผู้ประกอบการในการส่งออกสินค้า</li> <li>6. กลุ่มลูกค้าในประเทศเป้าหมายมีการระงับการลงทุนทำให้มีการปรับลดเป้าหมายในการขายสินค้า</li> <li>7. ปัจจัยด้านลบจากทางการเมือง ส่งผลกระทบได้ถ้าการเมืองในไทยไม่นิ่ง ปัจจัยด้านบวกได้สร้างความเชื่อมั่นกลับมาจากรัฐบาลยุคใหม่และนโยบายของรัฐบาลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. สร้างความเชื่อมั่นให้กับสปาไทย โดยผลักดันให้ผู้อยู่ในธุรกิจยอมรับมาตรฐาน ตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พรบ. สปา ของกระทรวงสาธารณสุข</li> <li>2. ให้ความรู้ ความเข้าใจ และส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาคุณภาพและใส่ความคิดสร้างสรรค์ เพื่อสร้างความแตกต่างรวมทั้งพัฒนาเรื่องมาตรฐานระดับสากลมากขึ้น แต่ยังคงต้องคำนึงถึงราคาที่สามารถแข่งขันได้ในตลาด รวมถึงผลักดันให้อาชีพที่เกี่ยวข้องกับสปาเป็นอาชีพที่มีผู้สนใจทำงาน เพื่อให้มีรายได้ที่สูงพอที่จะเลี้ยงตนเองได้ โดยเน้นที่ทักษะด้านการดูแลหรือฟื้นฟูสุขภาพแทนการเน้นที่ทักษะการนวด</li> <li>3. เจาะกลุ่มตลาดประจักษ์ประภะเทียบการนำเข้าผลิตภัณฑ์ในต่างประเทศ</li> <li>4. เจาะกลุ่มตลาดประจักษ์ประภะในกลุ่มประเทศสแกนดิเนเวียและรัสเซีย โดยการเจรจาและหาตลาดเพื่อเจรจาในรายละเอียดต่างๆ เพื่อพัฒนาให้ไทยเป็นศูนย์กลางของ spa &amp; wellness</li> <li>5. ประชาสัมพันธ์ Cluster กลุ่มธุรกิจด้านสปาและ wellness และทำการตลาดเจาะกลุ่มที่ติดอันดับโลก โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่ศักยภาพและความพร้อมในการทำตลาดนั้นๆ</li> </ol>

สำนักธุรกิจบริการและโลจิสติกส์การค้า  
กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
ธันวาคม 2558