

โอกาสและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย

สุนทรตรา จันทบุรี¹

บทคัดย่อ

มูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ที่คำนวณจากยอดขายได้รวมทั้งหมดของนิติบุคคลที่ส่งรายงานงบการเงินแต่ละปีให้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยนั้น มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2556 มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,469 ล้านบาท เทียบกับปี 2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,117 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.27 แต่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กมีพนักงานนวดเฉลี่ยประมาณ 1-5 คน และเมื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันแล้วพบว่า ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเป็นธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มในอนาคตที่ดีทั้งในกลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง พนักงานนวดของไทยมีฝีมือและมีความชำนาญ และเป็นธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากการสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภาครัฐ เพราะสปาและนวดแผนไทยเป็นธุรกิจหนึ่งที่อยู่ในห่วงโซ่อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามยังมีปัญหาเรื่องพนักงานนวดที่มีฝีมือมีจำนวนไม่เพียงพอ ปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายกับผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจแอบแฝงและสร้างความเสียหายให้กับภาพลักษณ์ของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย ซึ่งถ้าสามารถแก้ไขปัญหเหล่านี้ได้จะทำให้ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทยมีความเข้มแข็งและเติบโตอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: ธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ความสามารถในการแข่งขัน

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย 126/1 ซอยวิภาวดีรังสิต 2 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงดินแดง เขตดินแดง กรุงเทพมหานคร

e-mail: sunaedtra_cha@utcc.ac.th Tel: 093-6951592



Opportunity and Competitiveness of Spa and Thai Massage Businesses in Thailand

Sunadtra Chantaburee ¹

Abstract

Market value of spa and Thai massage, calculating from total value of legal entities' annual financial statements which were submitted to the Department of Business Development, Ministry of Commerce, tends to increase. The market value was 3,469 million baht in 2013 comparing to 3,117 million baht in 2012, increased by 11.27%. Most of spa and Thai massage businesses are SMEs, each of which employing approximately 1-5 employees. In terms of competitive advantage, spa and Thai massage businesses have continuously grown as they tend to attract both Thai customers and foreign visitors. In addition, capital required for investment fund is not much moreover Thai massage employees are skilful and experienced. For thermoses, the spa and Thai massage businesses have received government support as they are a part of tourism industrial supply chain. There problems are needed to be tackled effectively, the spa and Thai massage businesses still face several problems such as the insufficient number of skilled employees, limited access to source of investment funds, and illegal business practices of some entrepreneurs in the spa and Thai massage businesses , spa and Thai massage to develop sustainably. And yet

Keywords: Spa and Thai Massage Business, Competitiveness

¹ Assistant Professor, School of Economics, University of the Thai Chamber of Commerce
126/1 Vibhavadee-Rangsit Road, Dindang, Bangkok 10400
e-mail: sunadtra_cha@utcc.ac.th Tel: 093-6951592

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2556 สปาและนวดแผนไทย มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,469 ล้านบาท เทียบกับปี พ.ศ. 2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,117 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.27 แต่เมื่อพิจารณาภาพรวมตลาดท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพทั่วโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 1.7 ล้านล้านบาท โดยภูมิภาคเอเชียครองสัดส่วนสูงสุดร้อยละ 26 ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ 13 เป็นอันดับ 2 ของตลาดอาเซียน รองจากสิงคโปร์ที่มีส่วนแบ่งร้อยละ 26 เนื่องจากมีความเชี่ยวชาญทางเทคโนโลยีสูงกว่า (สมาคมสปาไทย, 2556) ดังนั้นการศึกษาค้นคว้าจะเป็นการศึกษาถึงสถานการณ์ของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ตลอดจนความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาสถานการณ์ของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย
2. ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย

ระเบียบวิธีการวิจัย

1. การศึกษาและวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษาถึงภาพรวมและสถานการณ์ของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย ประกอบด้วย ข้อมูลการจดทะเบียนนิติบุคคลของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ สมาคมสปาไทย ตลอดจนกฎหมายและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย
2. การศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลปฐมภูมิ มีรายละเอียดดังนี้คือ

2.1) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยวิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ผู้แทนสมาคมต่าง ๆ และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาและนวดแผนไทย

2.2) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) เพื่อระดมความเห็นและนำข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเหล่านั้นไปประกอบการศึกษา โดยมีผู้เข้าร่วมแสดงความคิดเห็นจากภาคส่วนต่างๆ ได้แก่ ผู้แทนจากสำนักส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข สมาพันธ์สปาไทย (The Federation of Thai Spa) สมาคมสปาไทย (Thai Spa Association) และผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดแผนไทย เป็นต้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework) โดยใช้ Diamond Model วิเคราะห์ โครงสร้าง กลยุทธ์และการแข่งขัน เงื่อนไขด้านปัจจัยการผลิต เงื่อนไขด้านอุปสงค์ อุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงและสนับสนุนกัน บทบาทของภาครัฐเพื่อประเมินความสัมพันธ์และผลกระทบต่อธุรกิจสปาและนวดแผนไทย

ผลการวิจัย

1. สถานการณ์ของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย
 - 1.1 ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยตามคำนิยามของประกาศกระทรวงสาธารณสุข ตามพระราชบัญญัติสถาน

บริการ แก๊ซเพิ่มเติม (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2546 ได้กำหนดรูปแบบของธุรกิจประเภทสปาไว้ 3 แบบ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) ดังนี้

1) กิจกรรมสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง การประกอบกิจการที่ให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยบริการหลักที่จัดไว้ประกอบด้วย การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ โดยอาจมีบริการเสริมประกอบด้วย เช่น การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร โยคะและการทำสมาธิ การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ หรือไม่ก็ได้

2) กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ หมายความว่า การประกอบกิจการนวดโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้าด้วยวิธีการนวดการคลึง การบีบ การตัด การดึง การประคบ การอบ หรือโดยวิธีการอื่นใดตามศาสตร์และศิลปะของการนวดเพื่อสุขภาพ ทั้งนี้ ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

(3) กิจกรรมนวดเพื่อเสริมสวย หมายความว่า การประกอบกิจการนวดในสถานที่เฉพาะ เช่น ร้านเสริมสวยหรือแต่งผม โดยมี

วัตถุประสงค์เพื่อความสวยงามด้วยวิธีการกด การคลึง การบีบ การประคบ การอบ หรือด้วยวิธีการอื่นใดตามศิลปะการนวดเพื่อเสริมสวย ทั้งนี้ ต้องไม่มีสถานที่อาบน้ำโดยมีผู้ให้บริการ

1.2 จำนวนของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย เมื่อพิจารณาสถิติการจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า มีธุรกิจสปาและนวดแผนไทยที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลอย่างถูกต้องตามกฎหมายจำนวน 1,304 รายในปี 2556 เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ซึ่งมีจำนวน 717 ราย หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 81.87 โดยส่วนใหญ่แล้ว ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยนั้นจะตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครเป็นหลัก รองลงมาคือ ภาคใต้ และภาคเหนือ ทั้งนี้ เมื่อมาพิจารณาสถิติการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่ พบว่า ในปี 2556 ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยได้มีการขอจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่จำนวน 226 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ถึงร้อยละ 153.93 โดยพื้นที่ที่มีการขอจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจใหม่มากที่สุด คือ พื้นที่ภาคใต้ จำนวน 85 ราย รองลงมาคือพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 65 ราย (รายละเอียดดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 สถิติจำนวนธุรกิจสปาและนวดแผนไทยที่จดทะเบียนจัดตั้งใหม่ จดทะเบียนเลิกกิจการ และคงอยู่ ปี 2553-2556 จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	จำนวนนิติบุคคล จดทะเบียนจัดตั้งใหม่ (ราย)				จำนวนนิติบุคคล จดทะเบียนเลิก (ราย)				จำนวนนิติบุคคลคงอยู่ (ราย)			
	2553	2554	2555	2556	2553	2554	2555	2556	2553	2554	2555	2556
กรุงเทพมหานคร	37	38	35	65	6	5	3	7	373	369	366	386
ภาคกลาง	13	7	10	5	1	1	3	3	70	1	70	65

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ภูมิภาค	จำนวนนิติบุคคล จดทะเบียนจัดตั้งใหม่ (ราย)				จำนวนนิติบุคคล จดทะเบียนเลิก (ราย)				จำนวนนิติบุคคลคงอยู่ (ราย)			
	2553	2554	2555	2556	2553	2554	2555	2556	2553	2554	2555	2556
ภาคตะวันตก	0	1	2	1	0	0	0	0	8	7	9	9
ภาคตะวันออก	12	8	17	18	2	0	1	1	84	84	87	94
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	2	2	4	3	0	0	1	1	13	14	15	143
ภาคใต้	15	16	16	85	2	2	0	9	111	112	118	391
ภาคเหนือ	8	8	5	49	5	1	1	2	53	57	52	216
รวม	87	80	89	226	16	9	9	23	712	644	717	1,304

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2557)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขพบว่า ในปี 2555 มีจำนวนสถานประกอบการสปาที่ขึ้นทะเบียนและได้ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุขทั้งหมด 2,032 แห่ง แบ่งเป็น สปาเพื่อสุขภาพ 519 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 25.54 นวดเพื่อสุขภาพ 1,208 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 59.45 และนวดเพื่อเสริมสวย 305 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 15.01

1.3 แนวโน้มการเติบโตของจำนวนธุรกิจสปาและนวดแผนไทย

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเติบโตของจำนวนธุรกิจสปาและนวดแผนไทยที่จดทะเบียนใน

ภูมิภาคต่าง ๆ พบว่า ในปี 2556 จำนวนของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยประมาณร้อยละ 81.87 โดยพื้นที่ที่ธุรกิจประเภทนี้มีการเติบโตสูงสุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการเติบโตถึงร้อยละ 853.33 เมื่อเทียบกับปี 2555 รองลงมาคือภาคเหนือ และภาคใต้ ซึ่งมีอัตราการเติบโตร้อยละ 315.38 และ 231.36 ตามลำดับ ส่วนพื้นที่ที่ธุรกิจประเภทนี้มีอัตราการเติบโตลดลง คือ ภาคกลางซึ่งมีอัตราการเติบโตติดลบที่ร้อยละ -7.14 (รายละเอียดดังตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 อัตราการเติบโตของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ปี 2554-2556 จำแนกตามภูมิภาค

ภูมิภาค	อัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจ(ร้อยละ)		
	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
กรุงเทพมหานคร	-1.07	-0.81	5.46
ภาคกลาง	-98.57	6,900.00	-7.14
ภาคตะวันตก	-12.50	28.57	-

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ภูมิภาค	อัตราการเติบโตของจำนวนธุรกิจ(ร้อยละ)		
	ปี 2554	ปี 2555	ปี 2556
ภาคตะวันออก	-	3.57	8.05
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7.69	7.14	853.33
ภาคใต้	0.90	5.36	231.36
ภาคเหนือ	7.55	-8.77	315.38
รวม	-9.55	11.34	81.87

ที่มา: จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2557)

1.4 ขนาดมูลค่าตลาด และสัดส่วนของตลาด

มูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยที่คำนวณจากยอดรายได้รวมทั้งหมดของนิติบุคคลซึ่งประกอบธุรกิจสปาและนวดแผนไทยที่ส่งรายงานงบการเงินแต่ละปีให้กับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยนั้นมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี 2556 มีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,469 ล้านบาท เทียบกับปี 2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,117 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น

ร้อยละ 11.27 หลังจากที่มีมูลค่าตลาดได้ลดลงติดต่อกันในปี 2554 และ 2555 และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดหรือสัดส่วนของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเทียบกับมูลค่าตลาดของธุรกิจบริการสุขภาพโดยรวมแล้วจะพบว่า ในปี 2556 มีสัดส่วนค่อนข้างน้อยมากคือ ร้อยละ 2.46 เท่านั้นแต่สัดส่วนดังกล่าวนี้ก็เพิ่มขึ้นจากปี 2555 ที่มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.84 (รายละเอียดดังตารางที่ 3) อย่างไรก็ตามยังมี

ข้อมูลของมูลค่าตลาดจากหน่วยงานอื่น เช่น จากกระทรวงพาณิชย์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน, 2557) ที่มีพบว่า ธุรกิจสปาของไทยมีการเติบโตร้อยละ 5-6 ต่อปี มูลค่าตลาดของอุตสาหกรรมนี้อยู่ระหว่าง 15,000-16,000 ล้านบาทต่อปี และมีลูกค้าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติถึงร้อยละ 80 ต่อปี ซึ่งถือว่าเป็นลูกค้ากลุ่มใหญ่ของธุรกิจสปา

ส่วนข้อมูลการพยากรณ์แนวโน้มสปาและบริการสุขภาพในตลาดโลก (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556) พ.ศ. 2556 โดยหน่วยงาน SpaFinder@ Wellness คาดการณ์แนวโน้มตลาดบริการสุขภาพไว้ว่า ตลาดสปาทั่วโลกมีรายได้ประมาณ 73,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2555 ขยายตัวร้อยละ 20 จากปี พ.ศ. 2550 จำนวนสถานประกอบการ 87,000 แห่ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 22 โดยตลาดสปาที่ขยายตัวสูงสุด คือ เอเชีย และมีรายได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 ต่อปี

ตารางที่ 3 ขนาดมูลค่าตลาด และสัดส่วนมูลค่าตลาด ปี 2553-2556

รายการ	ขนาดมูลค่าตลาด/สัดส่วนมูลค่าตลาด				อัตราการเติบโต (%)		
	2553	2554	2555	2556	2554	2555	2556
ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย(ล้านบาท)	3,509	3,419	3,117	3,469	-2.56	-8.81	11.27
ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจบริการสุขภาพ (ล้านบาท)	132,223	146,097	169,291	140,968	10.49	15.88	-16.73
ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย(ล้านบาท)	3,509	3,419	3,117	3,469	-2.56	-8.81	11.27
ขนาดมูลค่าตลาดของธุรกิจบริการสุขภาพ (ล้านบาท)	132,223	146,097	169,291	140,968	10.49	15.88	-16.73
สัดส่วนของธุรกิจสปา และนวดแผนไทยต่อธุรกิจบริการสุขภาพทั้งหมด (%)	2.65	2.34	1.84	2.46	-11.82	-21.31	33.62

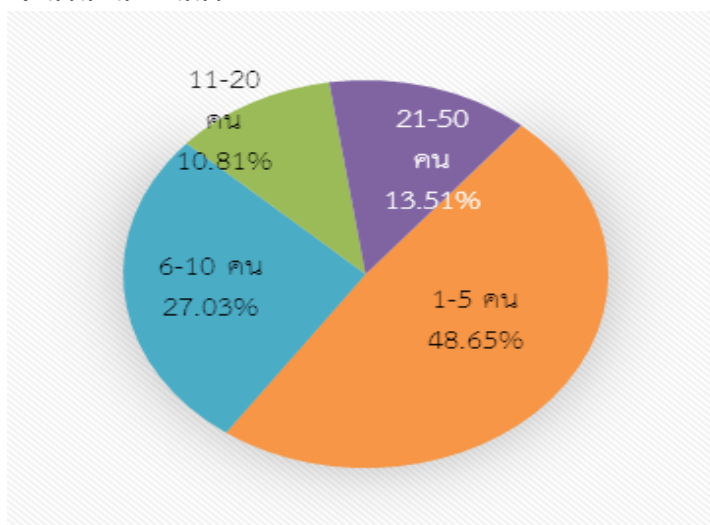
ที่มา: จากการคำนวณโดยใช้ข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (2557)

1.5 การจ้างงาน

จากการสำรวจข้อมูลของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย พบว่า ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็ก และร้อยละ 48.65 มี

จำนวนพนักงานนวดที่ทำงานประจำประมาณ 1-5 คนเท่านั้น รายละเอียดดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 จำนวนพนักงานนวด



ที่มา: จากการสำรวจ ของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2557

สำหรับค่าตอบแทนของพนักงานนวด อาจเป็นรายเดือนบวกกับค่าตอบแทนจากการ นวดในแต่ละครั้ง และบางแห่งจะเป็นพนักงาน นวดแบบไม่มีเงินเดือนประจำแต่จะได้เฉพาะ ค่าตอบแทนที่เป็นส่วนแบ่งจากการนวดในแต่ละ ครั้ง ประมาณร้อยละ 30-50 ของราคาค่าบริการ เช่น ค่าบริการนวดชั่วโมงละ 300 บาท พนักงาน นวดจะได้ค่าตอบแทนเป็นจำนวน 100-150 บาท นอกจากนี้ร้านนวดแผนไทยบางแห่งในช่วง วันหยุดที่มีลูกค้าจำนวนมากอาจมีพนักงานนวด บางส่วนที่เป็น Freelance ที่จะมารับนวดให้ ในช่วงวันหยุด (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและ ธุรกิจ, 2557)

นอกจากนี้จากผลการศึกษาวิเคราะห์ และเตือนภัย SMEs รายสาขาของสำนักงาน ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2552 พบว่า ในปี พ.ศ.2550 ธุรกิจบริการสปา เพื่อสุขภาพมีการจ้างงานถึง 62,489 คน หรือคิด เป็นร้อยละ 52.82 ของการจ้างงานรวมในสาขา สปาและบริการสุขภาพ (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม, 2556)

2. การวิเคราะห์ศักยภาพการแข่งขันของธุรกิจ สปาและนวดแผนไทย

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพการ แข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ตาม กรอบของแบบจำลอง Diamond Model ซึ่งจะ สะท้อนให้เห็นถึงผลการศึกษาในแต่ละมิติ เพื่อ เป็นข้อมูลพื้นฐานในการประเมินความสามารถ ในการแข่งขันของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ปัจจัยด้านการผลิต (Factor Condition) ปัจจัยด้านการผลิตของธุรกิจสปา และนวดแผนไทย ประกอบด้วย

1) ทรัพยากรบุคคลและทักษะแรงงาน จากการศึกษพบว่ามากกว่าร้อยละ 90 ของ ธุรกิจสปาและนวดแผนไทย มีขนาดเล็กมาก แต่ ละบริษัทมีความต้องการใช้บุคลากรเพื่อเป็น พนักงานนวด (Therapist) ประจำเพียง 1-5 คน เท่านั้น ซึ่งยังมีปัญหาในเรื่องการขาดแคลน บุคลากรโดยเฉพาะบุคลากรที่มีฝีมือและความ ชำนาญในการนวด ปัญหาในการเปลี่ยนงานบ่อย มาก มีการซื้อตัวพนักงานนวดจากร้านหนึ่งไปอีก ร้านหนึ่ง และการไปทำงานในต่างประเทศของ พนักงานนวดชาวไทย ทำให้บางแห่งต้องใช้ แรงงานชาวต่างชาติมาฝึกเป็นพนักงานนวด (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ, รายงานการ ประชุมกลุ่มย่อย, 2557) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ คุณภาพและภาพลักษณ์ของสปาและนวดแผน ไทยของไทยในอนาคตได้

2) ทรัพยากรทุน สำหรับสปาและนวด แผนไทยขนาดเล็ก จากการสำรวจพบว่าจะใช้ เงินทุนเริ่มแรกประมาณ 910,000 บาท และ ต้องการเงินทุนหมุนเวียนต่อเดือนประมาณเดือน ละ 1.5 แสนบาท และถ้าเป็นธุรกิจสปาและนวด เพื่อสุขภาพระดับหรูจะใช้เงินลงทุนเฉลี่ยตั้งแต่ 10 ล้านบาทไปจนถึงประมาณ 50 ล้านบาท แต่ เนื่องจากธุรกิจสปาและนวดแผนไทย มากกว่า ร้อยละ 90 เป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก ไม่มีการทำ บัญชีหรือระบบบัญชีไม่ได้มาตรฐานเท่าที่ควร ธนาการพาณิชย์ทั่วไปจึงมองว่าธุรกิจนี้มีความ เสี่ยงสูง การขอกู้ยืมหรือขอสินเชื่อจากธนาคาร จึงได้ยากและเป็นปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน สำหรับผู้ประกอบการบางส่วนที่จำเป็นต้องพึ่ง เงินทุนเพื่อเปิดกิจการใหม่หรือเพื่อขยายกิจการ (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ, รายงานการ ประชุมกลุ่มย่อย, 2557)

3) วัตถุดิบและผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับสปา และบริการสุขภาพ วัตถุดิบที่ใช้สำหรับสปาและ การนวด ได้แก่ สมุนไพรสด สารสกัดสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสำหรับผิวหน้า ผิวกาย การประคบตัว อบตัว บำรุงผิว เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้โดยเฉพาะสมุนไพรในประเทศไทย มีปริมาณเพียงพอและมีคุณภาพดี สามารถหาได้ง่ายแต่ในบางพื้นที่อาจมีคุณภาพไม่ดีนักต้องสั่งซื้อจากจังหวัดอื่นๆ ซึ่งผู้ประกอบการจะนำเอาผลผลิตทางการเกษตรเหล่านั้นมาผ่านกระบวนการเพื่อแปรรูปมาเป็นวัตถุดิบเพื่อใช้ในสปาไทยและเพื่อการส่งออก อีกทั้งระบบการควบคุมคุณภาพการผลิตที่ดีจะทำให้ผลิตภัณฑ์สปาไทยเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และสามารถปรุงแต่งส่วนผสมวัตถุดิบเพื่อผลิตภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติและกลิ่นพิเศษตามที่ต้องการได้ ซึ่งจัดว่าเป็นจุดเด่นของสปาไทย

2.2 ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือด้านการตลาด (Demand Conditions)

จากการสอบถามข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเกี่ยวกับลูกค้าที่มาใช้บริการกับทางร้าน พบว่า ร้อยละ 59.52 เป็นลูกค้าชาวไทย และเป็นลูกค้าชาวต่างชาติร้อยละ 40.48 ซึ่งอุปสงค์ของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย จะพิจารณาได้จากความต้องการของลูกค้าในประเทศและลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาใช้บริการในประเทศไทย ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัจจุบันมูลค่ารายได้จากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพชาวต่างชาติสูงขึ้นตามลำดับ โดยในปี 2555 สามารถสร้างรายได้เป็นมูลค่าประมาณ 86,506 ล้านบาท ทั้งนี้ส่วนหนึ่งเนื่องมาจากการกำหนดให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจในหลาย ๆ เรื่อง รวมถึงการเป็น Medical Hub of Asia ซึ่งส่งผลให้ในปัจจุบันแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางเข้า

มาประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 2 ล้านคน ซึ่งนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีความพึงพอใจการให้บริการแพทย์แผนไทยและสปา มีความพึงพอใจต่อคุณภาพให้บริการของพนักงานนวด ราคา และความหลากหลายของการให้บริการ ตลอดจนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้หันมาให้ความสนใจกับวิธีการผ่อนคลายและบำบัดแบบตะวันออกมากขึ้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2557) อย่างไรก็ตามจำนวนนักท่องเที่ยวจะมากขึ้นเพียงใดในแต่ละนั้นก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ และการเมืองภายในประเทศด้วย

3.3 ปัจจัยด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ (Strategy and Rivalry Context)

เนื่องจากจำนวนของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยมีจำนวนมากและมีจำนวนธุรกิจที่จดทะเบียนใหม่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ สะท้อนถึงการแข่งขันที่สูงขึ้นในธุรกิจนี้ ส่วนผู้ประกอบการรายเดิมก็มีการแข่งขันกันสูงเช่นกัน จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแสดงว่ามีกลยุทธ์สำคัญในการประกอบกิจการคือ การรักษาคุณภาพของการให้บริการ การนวด ตามที่ลูกค้าต้องการ เช่น การนวดตัว นวดหน้า ชัดผิว อบตัว เป็นต้น เพื่อให้ลูกค้ามีความประทับใจ กลับมาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และนำความประทับใจเหล่านั้นไปบอกต่อ ยังกลุ่มอื่น ๆ ต่อไป หรือกลยุทธ์แบบ “ปากต่อปาก” (Word of Mouth) โดยจะเสนอการบริการในลักษณะแพ็คเกจเช่น ถ้าซื้อแพ็คเกจ 10 ครั้ง จะได้ฟรีอีก 2 ครั้งหรือมีบริการอื่น ๆ แถมให้ ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยบางแห่งร่วมเป็นพันธมิตรทางการค้ากับบัตรเครดิต โดยให้สมาชิกบัตรเครดิตมาใช้บริการได้ในราคาพิเศษกว่าบุคคลทั่วไป เป็นต้น

นอกจากนี้ สปาและนวดแผนไทยที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว ก็จะมีการนำโบรชัวร์ของร้านไปวางไว้ตามโรงแรม หรือร่วมกับบริษัททัวร์/รถตุ๊ก ๆ ที่พานักท่องเที่ยวมาใช้บริการโดยจ่ายค่าตอบแทนให้ ส่วนสปาที่อยู่ในโรงแรมและรีสอร์ท ลูกค้าส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้า/นักท่องเที่ยวที่มาพักโรงแรม/รีสอร์ทนั้น ๆ กลยุทธ์ที่ใช้จึงเป็นการเน้นการให้บริการในบรรยากาศที่สวยงาม การใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ซึ่งทำให้สามารถตั้งราคาได้สูงกว่าสปาที่อยู่ภายนอกโรงแรม

อย่างไรก็ตาม อาจจะมีบ้างที่ผู้ประกอบการบางราย ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ตามตึกแถวหรือในแหล่งชุมชนที่ไม่เน้นเรื่องความสวยงามของสถานที่ จะแข่งขันโดยใช้กลยุทธ์การตัดราคาซึ่งมีผลทำให้คุณภาพของการให้บริการลดลงและจะไม่เป็นผลดีต่อธุรกิจโดยรวมในระยะยาว

3.4 ธุรกิจที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related & Support Businesses)

1) ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ได้แก่ อุตสาหกรรมสมุนไพรไทย (กระทรวงสาธารณสุข, 2557) ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการผลิตวัตถุดิบสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการให้บริการในธุรกิจสปา อุตสาหกรรมสมุนไพรไทยมีมูลค่าตลาดรวมประมาณ 48,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15-20 ต่อปี ตลาดนี้ประกอบด้วยอุตสาหกรรมสมุนไพรที่เป็นวัตถุดิบ (Crude Herb) สารสกัดสมุนไพร ยา อาหารเสริม เครื่องสำอาง สมุนไพรเพื่อธุรกิจสปา เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้าง

ความโดดเด่นและสร้างเอกลักษณ์ให้กับสปาและนวดแผนไทยของไทยเป็นอย่างมาก

2) ธุรกิจที่สนับสนุนและส่งเสริม ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ท ธุรกิจท่องเที่ยวและสถาบันการเงิน กล่าวคือ

เนื่องจากสปาและนวดแผนไทยบางส่วนจะตั้งอยู่ในโรงแรม โดยเฉพาะโรงแรมและรีสอร์ทขนาดใหญ่ ดังนั้นการเติบโตของธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทจะช่วยสนับสนุนธุรกิจสปาและนวดแผนไทยได้เป็นอย่างดี ในปี 2556 ธุรกิจโรงแรมที่จดทะเบียนนิติบุคคลรวมทั้งประเทศมีจำนวน 5,661 แห่ง ภาคใต้มีจำนวนมากที่สุดคือ 1,670 แห่ง คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 30.34 ของธุรกิจโรงแรมทั้งหมดของประเทศ รองลงมาคือกรุงเทพมหานคร 1,411 แห่ง มีสัดส่วนร้อยละ 24.92 และภาคตะวันตก 832 แห่ง มีสัดส่วนร้อยละ 14.70 ขณะที่ภาคกลางมีสัดส่วนน้อยที่สุดคือ ร้อยละ 6.15 (ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ, 2557)

1) ธุรกิจท่องเที่ยวรวมถึงการจัดประชุม อบรมสัมมนา ทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนเป็นธุรกิจที่สนับสนุนและส่งเสริมสปาและนวดแผนไทยของไทยเป็นอย่างมาก กอรปกับภาครัฐให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยมากเนื่องจากเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ให้กับประเทศมาก ดังนั้นภาครัฐจึงมีงบประมาณและกิจกรรมต่าง ๆ ที่สนับสนุนส่งเสริม และประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มจำนวนและสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อให้ นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกซึ่งจะมีผลต่อใช้บริการสปาและนวดแผนไทยด้วย

2) สถาบันการเงินต่าง ๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนในการเป็นแหล่งเงินทุนให้กับ

ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเข้มแข็งมากขึ้น ทั้งในเรื่องการลงทุนเริ่มต้นและเงินทุนหมุนเวียน

3.5 บทบาทของภาครัฐ (Government)

1) หน่วยงานภาครัฐ ที่มีหน้าที่กำกับดูแล ส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย มีหลายหน่วยงานกล่าวโดยสรุปดังนี้

(1) กระทรวงสาธารณสุข มีบทบาทหน้าที่กำกับดูแลมาตรฐานของสปา ทั้งด้านผู้ประกอบการ สถานที่ บุคลากรและแรงงาน รวมถึงการควบคุมคุณภาพของสมุนไพรไทยซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการประกอบธุรกิจ ตลอดจนบทบาทในการกำหนดแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพแห่งเอเชีย (พ.ศ. 2547-2551) ฉบับที่ 1 และแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2553-2557) ฉบับที่ 2 ตลอดจนมียุทธศาสตร์กระทรวงสาธารณสุขข้อที่ 4 ที่จะพัฒนาการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้านฯ และสนับสนุนบริการสุขภาพในการคุ้มครองผู้บริโภคด้านระบบบริการสุขภาพ

นอกจากนี้ กระทรวงสาธารณสุขยังมีภารกิจหลักในการออกประกาศกระทรวงสาธารณสุขเพื่อกำกับดูแลธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ได้แก่

1.การกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบ เพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพ หรือเพื่อเสริมสวย ตาม พรบ. สถานบริการ พ.ศ. 2509 (แก้ไขทั้งฉบับปี พ.ศ. 2551)

2. พัฒนามาตรฐานสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (Grading) แบบ Platinum, Gold และ Silver เพื่อใช้รับรองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพระดับ Hi-end โดยสถานประกอบการจะต้องผ่านการรับรองมาตรฐานตามประกาศ สธ. เรื่อง กำหนดสถานที่ฯ ในเบื้องต้นก่อน

(2) กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีบทบาทความร่วมมือสำคัญในการส่งเสริม “ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พร้อมทั้งพัฒนามาตรฐานสปาไทยสู่สากล รวมถึงการเสริมสร้างช่องทางการจำหน่ายโดยนำไปผนวกกับโครงการไทยแลนด์ อีลิทการ์ด เพื่อเสนอบริการสปาที่มีคุณภาพต่อสมาชิกกับตราชาวต่างชาติ

(3) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ มีบทบาทในการส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ เพื่อยกระดับให้เป็นเวทีการค้าเชิงธุรกิจระดับภูมิภาคอาเซียน ในการเป็นศูนย์กลางการค้า/บริการธุรกิจสุขภาพและความงามของเอเชีย และผลักดันธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในตลาดการค้าหลัก ทั้งยุโรป และอเมริกา และตลาดใหม่ อาทิ จีน ญี่ปุ่น อินเดีย โดยการจัดกิจกรรม งานแสดงสินค้าต่างๆ ผ่านความร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ เช่น กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข กลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพร สมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทย สมาคมสปาไทย สมาคมผู้ผลิตยาสมุนไพร สมาคมอุตสาหกรรมสมุนไพรไทย เป็นต้น

(4) สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED) ในปี 2554 ISMED ได้ดำเนินโครงการพัฒนามาตรฐานและศักยภาพธุรกิจสปาไทย เพื่อพัฒนาและสร้างสรรค์บริการสปาและผลิตภัณฑ์สปาใหม่ โดยนำภูมิปัญญา

เอกลักษณ์ของวัฒนธรรมการรักษาสุขภาพของไทย และเทคโนโลยีสมัยใหม่ มาสร้างคุณค่าเพิ่มของ บริการสปาไทย ด้วยจุดขายอัตลักษณ์ความเป็น ไทยเพื่อนำไปสู่การพัฒนานวัตกรรมบริการสปา ไทยสู่สากล

2) กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา และนวดแผนไทย

การประกอบธุรกิจสปาและนวดแผนไทย อาจอยู่ในรูปของบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาด ย่อม,2552) เช่น กิจการเจ้าของคนเดียว ห้าง หุ้นส่วนสามัญ ห้างหุ้นส่วนจำกัด หรือบริษัทจำกัด เป็นต้น ซึ่งการจัดการบริการสปาและนวดแผนไทย อยู่ภายใต้พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 หรือพระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 ขึ้นอยู่กับลักษณะของการให้บริการอันจะมี ความสำคัญกับการจดทะเบียนคือ ถ้าเป็นการ ให้บริการสปาที่มีการนวดแต่ไม่ใช่เพื่อสุขภาพต้อง จดทะเบียนตามกฎหมายเป็นสถานบริการตาม พรบ.สถานบริการ พ.ศ. 2509 แต่ถ้าเป็นการ ให้บริการที่มีเรื่องของสุขภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น มีผู้เชี่ยวชาญหรือแพทย์คอยให้การดูแล หรือให้ คำแนะนำอยู่ด้วย บริการทางการแพทย์ต้อง คำนึงถึงหลักคุณธรรม จริยธรรม ดังนั้นต้องจด ทะเบียนเป็นสถานพยาบาลที่ถูกต้องตามกฎหมาย

พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลปะ พ.ศ. 2542 คือ ธุรกิจสปาที่มีการนวดไทย จะอยู่ ภายใต้บังคับพระราชบัญญัติการประกอบโรค ศิลปะ พ.ศ. 2542 หรือไม่ ในมาตรา 4 ได้ให้นิยาม “การประกอบโรคศิลปะ” ว่าหมายถึง การ ประกอบวิชาชีพที่กระทำหรือมุ่งหมายจะกระทำ ต่อมนุษย์เกี่ยวกับการตรวจโรค การวินิจฉัยโรค การบำบัดโรค การป้องกันโรค การส่งเสริมและการ

ฟื้นฟูสุขภาพ การผดุงครรภ์ แต่ไม่รวมถึงการ ประกอบวิชาชีพทางการแพทย์และสาธารณสุขอื่น ตามกฎหมายว่าด้วยการนั้นไว้ในกฎหมายนี้ได้ กำหนดการประกอบโรคศิลปะออกเป็น 5 สาขา โดยมี 3 สาขาที่เกี่ยวกับภูมิปัญญาการแพทย์ของ ไทย คือ 1) สาขาการแพทย์แผนไทย 2) สาขา การแพทย์แผนประยุกต์ และ 3) สาขา กายภาพบำบัด ซึ่งแต่ละสาขามีคณะกรรมการ วิชาชีพที่กำกับดูแลในกิจกรรมต่างๆ ของแต่ละสา ขาวิชาชีพ ซึ่งการประกอบกิจการสปาที่มีการนวด จะอยู่ภายใต้กฎหมายที่แตกต่างกันดังนี้

1) การนวดบริการ จะอยู่ภายใต้ พรบ. สถานบริการ เช่น อาบอบนวด เพื่อความบันเทิง ต่างๆ

2) การนวดสุขภาพ อยู่ภายใต้ประกาศที่ ออกโดย พรบ. สถานบริการ และ พรบ. การ สาธารณสุข

3) การนวดเพื่อบำบัดรักษา การนวด ไทยนี้อยู่ภายใต้กฎหมาย พรบ. ประกอบโรคศิลปะ สาขาการแพทย์แผนไทย ประเภทการนวดไทย และ พรบ. สถานพยาบาล

อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า ภาครัฐยังไม่สามารถที่จะแก้ไขปัญหานี้ในเรื่องของ การที่มีธุรกิจสปาและนวดแผนไทยบางแห่งที่ทำ ธุรกิจแฝง ทำให้ภาพลักษณ์ของสปาและนวดแผน ไทยเสียหาย

สรุป

จากการประเมินปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจส ปาและนวดแผนไทยโดยการวิเคราะห์ตามกรอบ Diamond Modelพบว่า ธุรกิจสปาและนวดแผน ไทย เป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการแข่งขันที่ดีกล่าวคือ

1) ด้านปัจจัยการผลิต พนักงานนวด (Therapist) มีพื้นฐานที่มีจิตใจในการให้บริการ

อ่อนโยน นอบน้อมถ่อมตน จึงเป็นจุดแข็งที่สำคัญของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยของไทย การบริการของพนักงานนวด มีความชำนาญและความอ่อนโยน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่สร้างความประทับใจให้กับชาวต่างชาติที่มาใช้บริการเป็นอย่างมาก การให้บริการมีหลายรูปแบบ หลากหลายครบวงจร วัตถุดิบสำคัญคือพืชและสมุนไพรของไทยที่มีปริมาณมากและคุณภาพที่ดีตลอดจนมีนวัตกรรมสำหรับ สปาที่มีการผสมผสานศาสตร์ต่างๆ ที่มีความหลากหลายเข้าด้วยกัน ทำให้มีนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้นทั้งทางด้านผลิตภัณฑ์ หรือคุณภาพด้านการให้บริการ

2) ด้านอุปสงค์หรือด้านการตลาด อุปสงค์ต่อการใช้บริการสปาและนวดแผนไทยส่วนหนึ่งมาจากนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งแต่ละปีจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเดินทางเข้ามาประเทศไทยจำนวนมาก และมีความพึงพอใจการให้บริการแพทย์สปาและแผนไทย มีความพึงพอใจต่อคุณภาพให้บริการของพนักงานนวด ราคาตลอดจนการให้บริการที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า

3) ด้านการแข่งขันและกลยุทธ์ของธุรกิจ ส่วนใหญ่ผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับการแข่งขันทางด้านการให้บริการที่มีคุณภาพและความหลากหลายของการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจสปาและนวดแผนไทย

4) ธุรกิจเกี่ยวเนื่องและสนับสนุนมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพที่จะส่งเสริมให้ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเจริญเติบโตมากขึ้น ทั้งในส่วนของภาควัตถุดิบ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและสถาบันการเงิน เป็นต้น

5) บทบาทของภาครัฐที่ให้ความสำคัญและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพราะภาครัฐมีเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์

(Medical Hub of Asia) ทำให้ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อให้เป็นธุรกิจที่มีคุณภาพได้มาตรฐานสากล เพื่อรองรับลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ทำให้อุปสงค์ต่อการใช้บริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และปัจจุบันคนไทยให้ความสำคัญกับความสวยความงาม การดูแลสุขภาพและผิวพรรณมากขึ้น จึงหันมาใช้บริการสปาและบริการสุขภาพในรูปแบบต่าง ๆ มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับกระแสการรักษาสุขภาพ (Lifestyles of Health and Sustainability: LOHAS) ที่ปัจจุบันได้กลายเป็นกระแสโลก (Global Trend) ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านสุขภาพ

ข้อเสนอแนะ

กล่าวโดยสรุปแล้ว ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพการแข่งขันที่ดี แต่อย่างไรก็ตามยังมีปัจจัยที่เป็นผลกระทบทางลบต่อการประกอบธุรกิจ บางประการที่ควรจะได้รับความร่วมมือทั้งจากภาครัฐและเอกชนในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว ได้แก่

1) มาตรการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำกับ ดูแลและควบคุมการให้บริการสปาและนวดแผนไทยยังไม่เข้มงวดและจริงจัง ทำให้บางแห่งเปิดให้บริการธุรกิจแบบแอบแฝง ดังนั้นหน่วยงานของภาครัฐที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงควรให้ความสำคัญกับการบังคับใช้กฎหมายอย่างจริงจัง และเข้มงวดกับธุรกิจสปาที่ทำให้ภาพลักษณ์ของการให้บริการสปาและนวดแผนไทยเสียหายซึ่งจะทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจโดยรวมดีขึ้น

2) ความสมดุลของอุปสงค์อุปทานในธุรกิจสปาและนวดแผนไทยไม่สม่ำเสมอตลอดทั้งปี

เพราะขึ้นอยู่กับเหตุการณ์ท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการเพื่อสามารถดำรงธุรกิจให้อยู่ได้ตลอดทั้งปี

3) พนักงานนวด (Therapist) ที่มีคุณภาพมีจำนวนไม่เพียงพอ ทักษะในการสื่อสารภาษาอังกฤษยังไม่ดีพอ มีการเปลี่ยนงานบ่อย

และไปเป็นพนักงานนวดในต่างประเทศมากขึ้น ดังนั้น ภาครัฐจึงควรส่งเสริมให้มีการฝึกอบรมและการผลิตพนักงานนวดที่มีคุณภาพมากขึ้น และเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งจะทำให้ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยสามารถแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

สรุปผลการประเมินปัจจัยแวดล้อมของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย โดยการวิเคราะห์ตามกรอบ Diamond Model



References

- Department of Health Service Support, Ministry of Public Health. (2557). **Strategic Plan for Promotion of Health Service. Department of Health Service Support 2013-2017**. [Online]. Available from: http://203.157.7.46/display_news.jsp?id= N000000 01004. (October 25, 2014).
- Ministry of Tourism and Sports. (2557). **An Increase in Service Standard of Thai Spa Towards AEC**. [Online]. Available from: <http://newdot2.samartmultimedia.com/home/details/11/569/309>. (March 27, 2014).
- (2557). **Development of the Strategy to Promote Medical Tourism**. [Online]. Available from: <http://www.thaifta.com/thaifta/Home/ /tabid/62/.../Default.aspx>. October 8, 2014.
- Ministry of Public Health. (2557). **Spa Manual**. [Online]. Available from: http://pmsn.hss.moph.go.th/uploadFiles/document/D00000000403_23745.pdf. (October 30, 2014).
- Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2556). **Health Service Business, Spa, and Society**. [Online]. Available from: http://www. 122.155.9.68/bws/images /Report_52/ sec_spa. (October 28, 2014).
- (2013). **SMEs Report 2013**. [Online]. Available from: http://www.sme.go.th/ Pages /whitePaper/art_17.aspx. (October 28, 2014).
- Rachain Pojanasuntorn (2557). **AEC and the Health Services of Thailand**. [Online]. Available from: <http://www.ihppthaigov.net/DB/presentation/attachresearch/113 /PPT/PPT1>. (October 28, 2014).
- Sansani Padkiem, Interviewed on October 1, 2014. Thai Traditional Physician. Kasikorn Research. **Spa and Beauty Business, Analysis of Strengths and Weaknesses**. [Online]. Available from: http://thadpolbiztips. blogspot.com/2013/03/blog- post_3802.htm. (October 28, 2014).
- Thai Spa Association. (2556). “The Popular of Thai Spa, Build up before Being Surpassed”. **Bangkok Biz Newspaper**. Year 11 Vol. 38. October 2, 2013. pp. 15.
- The Center for Economic and Business Forecasting, University of the Thai Chamber of Commerce. (2557a). **Thai Spa and Massage under Project Analysis, Research on Industry Insight (Full report) 2014**. pp. 4-19, 5-11.
-(2557b). **Focus Group Report of Thai Spa and Massage under Project Analysis, Research on Industry Insight**.