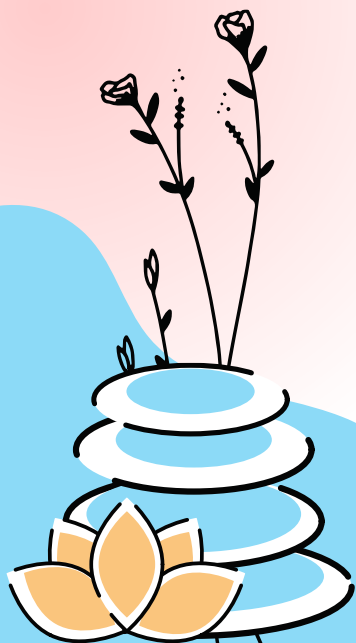
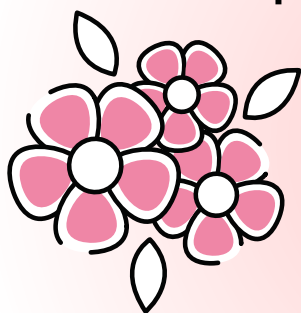




สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

Spa & Wellness Tourism

การยกระดับธุรกิจสปาสู่การเป็นจุดหมายปลายทาง
การท่องเที่ยวคุณภาพสูงของไทย



กันยายน 2567

สารบัญ

สารบัญ.....	2
บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญ.....	3
บทที่ 2 กรอบแนวคิดและการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3 ข้อมูลและวิธีการศึกษา	28
บทที่ 4 ผลการศึกษา.....	30
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	39
บรรณานุกรม.....	43
ภาคผนวก.....	45

บทที่ 1 ที่มาและความสำคัญ

1.1 ภาพรวมของเศรษฐกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)¹ ถือเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพและยังมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะช่วงหลังการสิ้นสุดลงของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 โดยจัดเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล ที่มีขอบเขตรอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม และเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยปัจจุบันประเทศไทยได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพภายใต้การกำหนดแนวทางการพัฒนาไว้ในแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ประเด็นภาคการท่องเที่ยว ในแผนย่อยที่ 3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (Medical & Wellness Tourism) เพื่อส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย ผ่านการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรม งานวิจัย และองค์ความรู้ มาต่อยอดภูมิปัญญาดั้งเดิมและสมุนไพรไทยเพื่อประยุกต์ใช้ในการบำบัดรักษาตามมาตรฐานสากล อีกทั้ง มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ภายใต้หมวดหมู่ที่ 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) ยังเป็น 1 ใน 8 วิสัยทัศน์ ของ “IGNITE THAILAND” ขับเคลื่อนไทยสู่ความเป็นศูนย์กลางเมืองท่องเที่ยว โดยอยู่ในวิสัยทัศน์ที่ 2 ศูนย์กลางด้านการแพทย์และสุขภาพ (Wellness and Medical Hub) ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการผลักดันอุตสาหกรรมสุขภาพให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจรของโลก

ด้วยจุดเด่นด้านศักยภาพการเป็นศูนย์กลางสุขภาพครบวงจรของโลกที่สะท้อนจากการจัดการและรับมือกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 ส่งผลให้ในปี 2564 ไทยได้รับการจัดอันดับเป็นประเทศที่มีความมั่นคงทางสุขภาพ (Global Health Security Index : GHS) เป็นอันดับที่ 5 ของโลกจากทั้งหมด 195 ประเทศ และเป็นอันดับที่ 1 ของเอเชียจากการประเมินความพร้อมของประเทศในการรับมือการแพร่ระบาดโรคติดต่อกับปี 2564 โดยมหาวิทยาลัยจอห์นส์ ฮอปกินส์ (Johns Hopkins Center for Health Security) สหรัฐอเมริกา ซึ่งช่วยเสริมจุดเด่นและสร้างการรับรู้ให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านสุขภาพที่นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้ความไว้วางใจในการเดินทางมารักษาโรค ดูแลสุขภาพ และพักผ่อนระยะยาว จากความเชี่ยวชาญเฉพาะทางของบุคลากรและคุณภาพการให้บริการและระบบการรักษาพยาบาลของประเทศไทยที่มีชื่อเสียงระดับโลก ทั้งศาสตร์การดูแลสุขภาพแผนไทยที่มีชื่อเสียง บุคลากรที่มีคุณภาพและใจรักบริการ (Service Mind) และศักยภาพในการดูแลสุขภาพครอบคลุมตั้งแต่เกิดจนถึงวัยชรา มากไปกว่านั้น การให้บริการด้านสุขภาพของประเทศไทยยังมีค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผล จนเป็นอีกหนึ่งจุดหมายที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนไทยเป็นจำนวนมาก และทำให้สถาบันโกลบอลเวลเนส ประกาศให้ไทยเป็นประเทศที่ 3 ที่ได้รับการปึกหนัดใน “ภูมิศาสตร์เวลเนส (Geography of Wellness)” ท่ามกลางการขยายตัวของอุตสาหกรรมสุขภาพทั่วโลก ที่ผู้ประกอบการไทยได้เร่งดำเนินการปรับตัวเพื่อแสวงหาโอกาสจากกระแสการขยายตัวของธุรกิจสุขภาพ เพื่อให้ตอบโจทย์กลุ่มที่ให้ความสำคัญและใส่ใจการดูแลสุขภาพและการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุในอนาคต ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าวทำให้กระทรวง

¹ Wellness Tourism หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมทั้งร่างกายและจิตใจ โดยเป็นการมุ่งเน้นที่การป้องกันก่อนการเกิดโรค และมีการปรับ Lifestyle การใช้ชีวิตด้วยเทคโนโลยีทางการแพทย์สมัยใหม่มาดูแลสุขภาพ เพื่อนำไปสู่ผลลัพธ์การมีสุขภาพดีแบบองค์รวม รวมถึงนำไปสู่การมีคุณภาพชีวิตที่ดี นอกจากนี้ Wellness ยังเกี่ยวข้องกับมิติต่าง ๆ เช่น ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ จิตวิญญาณ สังคม สิ่งแวดล้อม ที่ช่วยลดการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ด้วย

สาธารณสุขและกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ร่วมกันกำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นวาระแห่งชาติ ด้วยการจัดทำเป็นยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2560 – 2569) ระยะ 10 ปี เพื่อให้ทิศทางในการบริหารและขับเคลื่อนนโยบายสู่การปฏิบัติของแต่ละภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับสถานการณ์บริบทการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ของโลก รวมทั้งมุ่งส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติอย่างแท้จริง ภายใต้วิสัยทัศน์ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก (Thailand Hub of Wellness and Medical Services) ภายใน 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2560 – 2569)

โดยเมื่อพิจารณาบริบทของไทยในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมาจนกระทั่งภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 คลี่คลายลง จะเห็นว่าอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจไทยโดยเฉพาะภาคบริการ ในปี 2566 ซึ่งเป็นปีแรกของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ขยายตัวร้อยละ 4.3 สูงกว่าการขยายตัวเฉลี่ยในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2565) ที่เผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด - 19 และส่งผลให้เศรษฐกิจภาคบริการขยายตัวเพียงร้อยละ 1.9 โดยเฉพาะสาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหารที่เกี่ยวข้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติโดยตรงมีอัตราการขยายตัวลดลงเหลืออยู่เพียงร้อยละ 1.5 ขณะที่สาขากิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ ลดลงเพียงเล็กน้อย

ตารางที่ 1.1 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจรายสาขาเศรษฐกิจ ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 - 13

(ร้อยละ)	แผนฯ 9 (พ.ศ.2545-49)	แผนฯ 10 (พ.ศ.2550-54)	แผนฯ 11 (พ.ศ.2555-59)	แผนฯ 12 (พ.ศ.2560-65)	ปีแรกของแผนฯ 13 (พ.ศ.2566)
เศรษฐกิจไทย	5.8	3.0	3.5	1.4	1.9
ภาคเกษตร	3.0	2.1	-0.9	1.9	2.0
ภาคอุตสาหกรรม	7.2	2.8	2.6	0.5	-2.4
ภาคบริการ	5.4	3.3	4.8	1.9	4.3
- ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	3.9	5.6	10.1	1.5	18.0
- กิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ	6.0	0.5	5.4	-0.02	1.3

ที่มา: สศช.

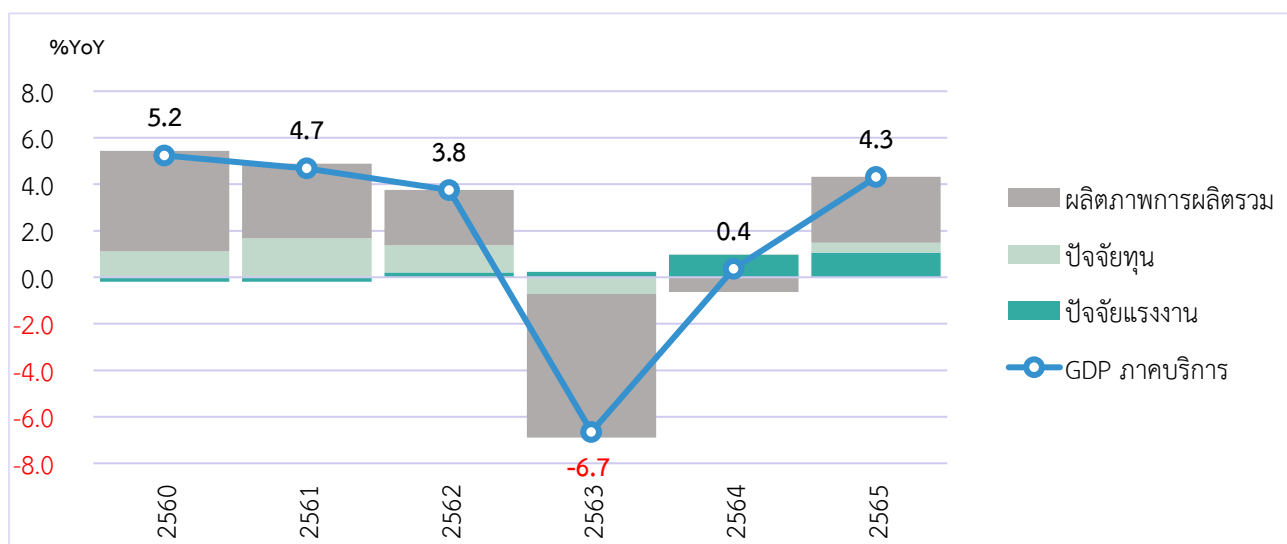
ในขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาแหล่งที่มาของอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจภาคบริการ ในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด - 19 และหลังจากที่สถานการณ์คลี่คลายลง พบว่าในปี 2565 (หลังโควิด - 19) **สาขาบริการ**มีแหล่งที่มาของการขยายตัวทางเศรษฐกิจจาก**ผลิตภาพการผลิตรวม** (Total factor productivity: TFP) และ**ปัจจัยแรงงาน**ร้อยละ 2.84 และร้อยละ 1.06 ตามลำดับ ซึ่งสูงกว่าในปี 2562 (ก่อนโควิด - 19) ที่มีอัตราร้อยละ 2.37 และร้อยละ 0.21 ตามลำดับ ขณะที่การขยายตัวทางเศรษฐกิจที่มาจาก**ปัจจัยทุน**มีอัตราร้อยละ 0.42 ต่ำกว่าในปี 2562 (ก่อนโควิด - 19) ที่มีอัตราร้อยละ 1.17 ส่งผลให้ภาพรวมการขยายตัวทางเศรษฐกิจภาคบริการในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 – 2565) ขยายตัวร้อยละ 1.95 โดยเกิดจากผลิตภาพการผลิตรวม (TFP) ปัจจัยแรงงาน และปัจจัยทุน ที่ร้อยละ 0.99 ร้อยละ 0.35 และร้อยละ 0.62 ตามลำดับ

ตารางที่ 1.2 แหล่งที่มาของการขยายตัวทางเศรษฐกิจภาคบริการ ช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 – 12

(ร้อยละ)	แผนฯ 9 (พ.ศ.2545-2549)	แผนฯ 10 (พ.ศ.2550-2554)	แผนฯ 11 (พ.ศ.2555-2559)	แผนฯ 12 (พ.ศ.2560-2565)
GDP ภาคบริการ	5.4	3.3	4.8	2.0
แหล่งที่มา:				
- ใช้จ่ายแรงงาน	1.2	1.1	0.5	0.4
- ใช้จ่ายทุน	1.3	1.6	1.6	0.6
- ผลผลิตภาพการผลิตรวม (TFP)	2.8	0.6	2.8	1.0

ที่มา: สศช.

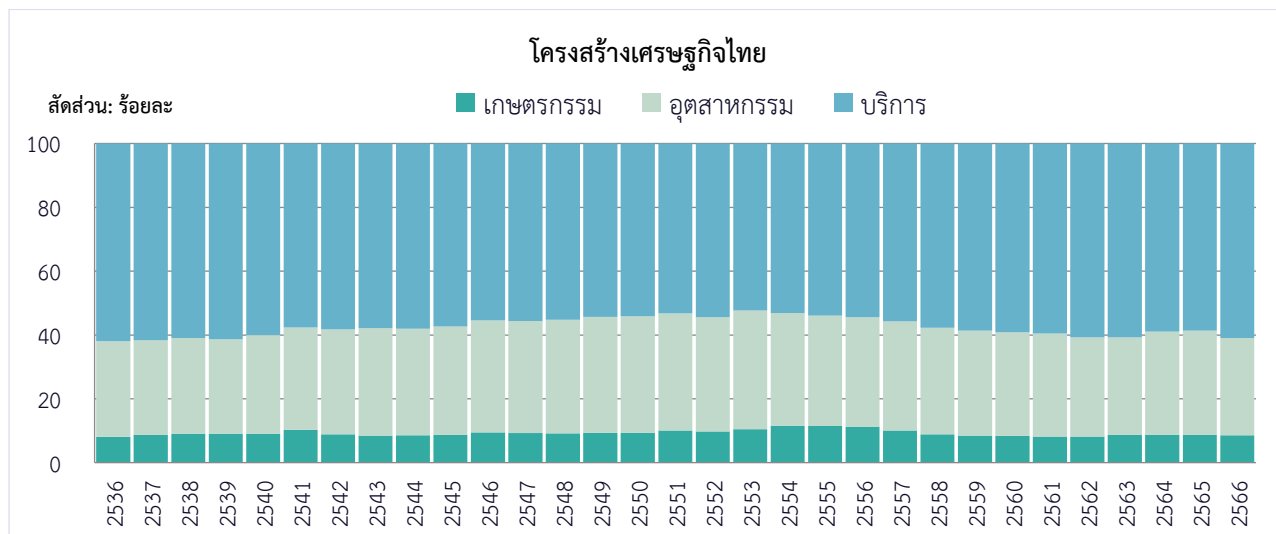
แผนภาพที่ 1.1 แหล่งที่มาของการขยายตัวทางเศรษฐกิจภาคบริการ ช่วงปี 2560 – 2565



ที่มา: สศช.

ทั้งนี้ ในช่วงกว่า 3 ทศวรรษที่ผ่านมา บทบาทของภาคบริการเปลี่ยนแปลงจากอดีตไม่มากนัก โดยในปี 2566 ภาคบริการมีสัดส่วนร้อยละ 61.0 ต่อ GDP เทียบกับสัดส่วนร้อยละ 61.9 ต่อ GDP ในปี 2536 โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของอย่างรุนแรงของโรคโควิด - 19 ในปี 2563 ทำให้หลายประเทศรวมถึงไทย จำเป็นต้องดำเนินมาตรการปิดประเทศเพื่อควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดซึ่งกระทบต่อการเดินทางระหว่างประเทศ และทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในไทยลดลงอย่างมีนัยสำคัญจากปี 2562 ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 39.9 ล้านคน ลดลงเหลือเพียง 6.7 ล้านคน และ 0.4 ล้านคน ในปี 2564 และปี 2565 ตามลำดับ ก่อนที่จะทยอยฟื้นตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ 28.2 ล้านคน ในปี 2566 แต่ยังคงต่ำกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศในปี 2562 ถึงร้อยละ 29.4 สะท้อนถึงการที่ภาคบริการซึ่งเป็นภาคที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไม่สามารถกลับมาเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อเศรษฐกิจได้มากเท่าที่ควร

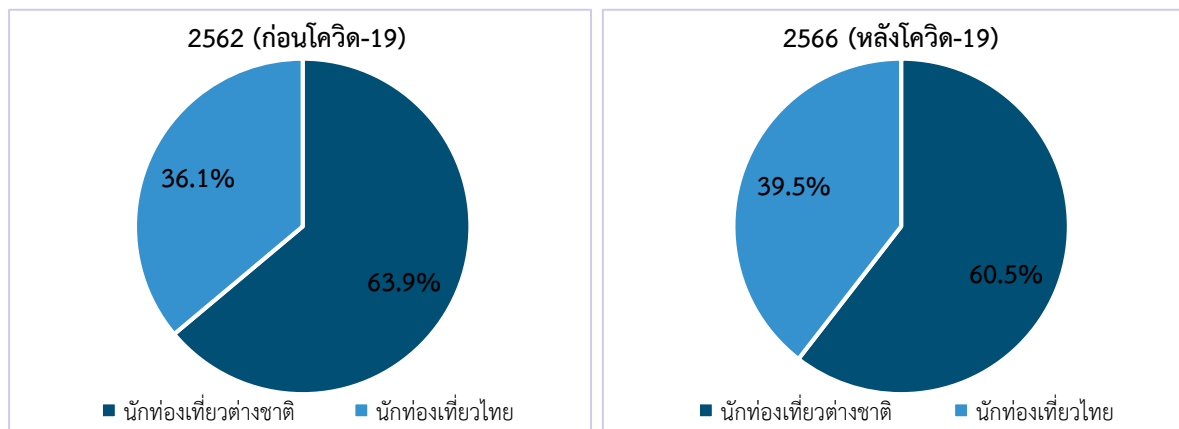
แผนภาพที่ 1.2 โครงสร้างเศรษฐกิจไทย ตั้งแต่ปี 2536 – 2566



ที่มา: สศช.

สอดคล้องกับโครงสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเทียบกับนักท่องเที่ยวไทย (ไทยเที่ยวไทย) พบว่าในปี 2566 ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด - 19 คลี่คลายลง สัดส่วนรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่ที่ร้อยละ 60.5 ยังคงต่ำกว่าสัดส่วนในปี 2562 (ก่อนโควิด-19) ซึ่งอยู่ที่ร้อยละ 63.9 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวรวม

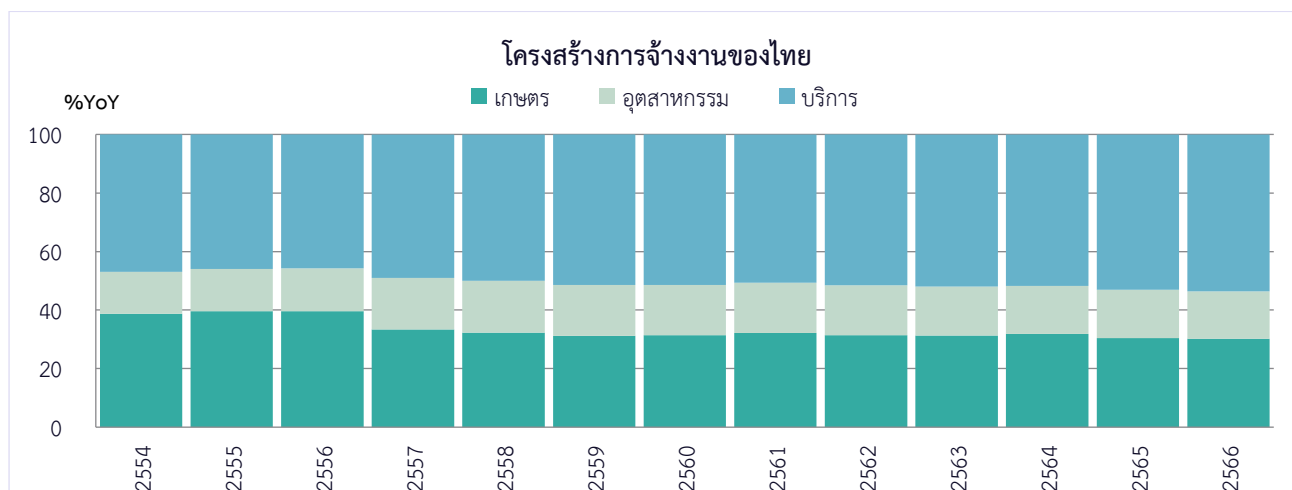
แผนภาพที่ 1.3 โครงสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ในปี 2562 เทียบกับปี 2566



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คำนวณโดย สศช.

ขณะเดียวกัน การจ้างงานในภาคบริการของไทยแม้จะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตามพัฒนาการทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานจากภาคเกษตรกรรมไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการมากขึ้น แต่การเคลื่อนย้ายแรงงานยังคงเป็นไปอย่างล่าช้า โดยในปี 2566 ภาคเกษตรกรรมยังคงมีการจ้างงานในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 30.2 เทียบกับสัดส่วนร้อยละ 38.7 ในปี 2554 ขณะที่การจ้างงานในภาคบริการในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นเล็กน้อยมาอยู่ที่ร้อยละ 53.6 จากสัดส่วนร้อยละ 46.9 ในปี 2554

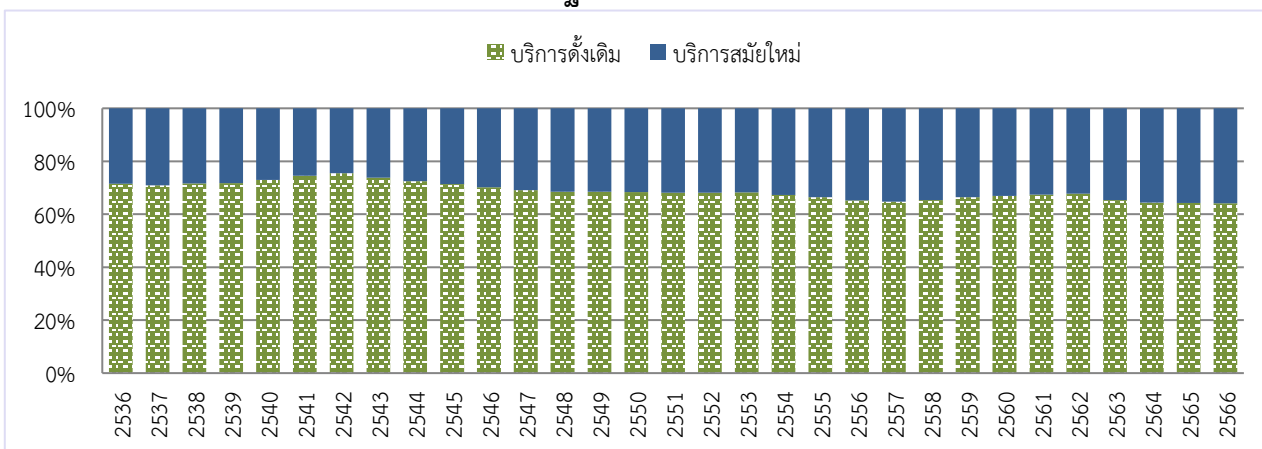
แผนภาพที่ 1.4 โครงสร้างการจ้างงานจำแนกตามภาคเศรษฐกิจ ตั้งแต่ปี 2554 – 2566



ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของคนในวัยทำงาน สำนักงานสถิติแห่งชาติ

นอกจากนี้ โครงสร้างเศรษฐกิจไทยภาคบริการส่วนใหญ่มักยังเป็นสาขาบริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services)² ซึ่งในปี 2566 มีสัดส่วนรวมกันอยู่ที่ร้อยละ 64.2 ของ GDP ภาคบริการ โดยสาขาบริการหลัก ได้แก่ สาขาการขนส่งและการขายปลีก (สัดส่วนร้อยละ 25.7) สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (สัดส่วนร้อยละ 8.6) และการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า (สัดส่วนร้อยละ 8.2) เป็นต้น ในขณะที่สาขาบริการสมัยใหม่ (Modern Services)³ ยังมีสัดส่วนค่อนข้างต่ำในสัดส่วนร้อยละ 35.8 และไม่ได้เปลี่ยนแปลงจากอดีตมากนักในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา โดยมีสาขาบริการที่สำคัญ อาทิ กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย (สัดส่วนร้อยละ 15.0) สาขาการศึกษา (สัดส่วนร้อยละ 7.0) และสาขาข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (สัดส่วนร้อยละ 4.6) กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ (สัดส่วนร้อยละ 4.3)

แผนภาพที่ 1.5 โครงสร้างเศรษฐกิจไทยภาคบริการ ตั้งแต่ปี 2536 – 2566



ที่มา: สศช. หมายเหตุ: อ้างอิงนิยามตาม World Bank และ Asian Development Bank

² สาขาบริการแบบดั้งเดิม (Traditional Services)² ได้แก่ 1) การก่อสร้าง 2) การขนส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์ 3) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า 4) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร 5) กิจกรรมเกี่ยวกับภัตตาคารและร้านอาหาร 6) การบริหารราชการ การป้องกันประเทศฯ 7) ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ 8) กิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ และ 9) กิจกรรมการจ้างงานในครัวเรือน

³ สาขาบริการสมัยใหม่ (Modern Services) ได้แก่ 1) ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร 2) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย 3) กิจกรรมวิชาชีพ วิทยาศาสตร์และกิจกรรมทางวิชาการ 4) กิจกรรมการบริหารและการสนับสนุน 5) การศึกษา และ 6) กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์

ทั้งนี้ หากพิจารณาการฟื้นตัวในภาพรวมของเศรษฐกิจไทยหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2565 เศรษฐกิจในภาพรวมมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ที่มีอัตราขยายตัวร้อยละ 1.5 สะท้อนถึงการฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจไทย โดยปัจจัยการขยายตัวสำคัญมากที่สุดมาจากสาขาการท่องเที่ยว ในอัตราร้อยละ 2.9 โดยในสาขาการท่องเที่ยวมีปัจจัยการขยายตัวสำคัญจากการขยายตัวของทุกสาขาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยสาขาที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ สาขาที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมเยือนร้อยละ 81.7 สาขากิจกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 34.0 และสาขาการขนส่งโดยสาร ให้เช่ายานยนต์และตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวร้อยละ 28.6 ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ในปี 2565 การท่องเที่ยวได้กลับมาเป็นปัจจัยหลักสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของเศรษฐกิจภาพรวม

ตารางที่ 1.3 แหล่งการเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวมทั้งหมด ปี พ.ศ. 2561 - 2565

แหล่งการเติบโตทางเศรษฐกิจ (Source of growth)	2561	2562	2563r	2564r	2565
การเกษตร (Agriculture)	0.38	-0.06	-0.2	0.14	0.16
การอุตสาหกรรม (Manufacturing)	0.95	-0.23	-1.41	1.25	0.19
การเหมืองแร่ ไฟฟ้าและประปา (Other Industrial)	0.01	0.19	-0.43	-0.08	-0.17
การก่อสร้าง (Construction)	0.06	0.04	0.03	0.06	-0.07
การท่องเที่ยว (Tourism)	0.25	0.07	-6.21	-1.76	2.86
อสังหาริมทรัพย์ (Real estate)	0.21	0.15	0.06	0.07	0.10
การบริการอื่น ๆ (Other services)	2.37	1.96	2.09	1.81	-0.60
รวมทั้งหมด (Total)	4.22	2.11	-6.07	1.49	2.46

ตารางที่ 1.4 แหล่งการเติบโตทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2561 - 2565

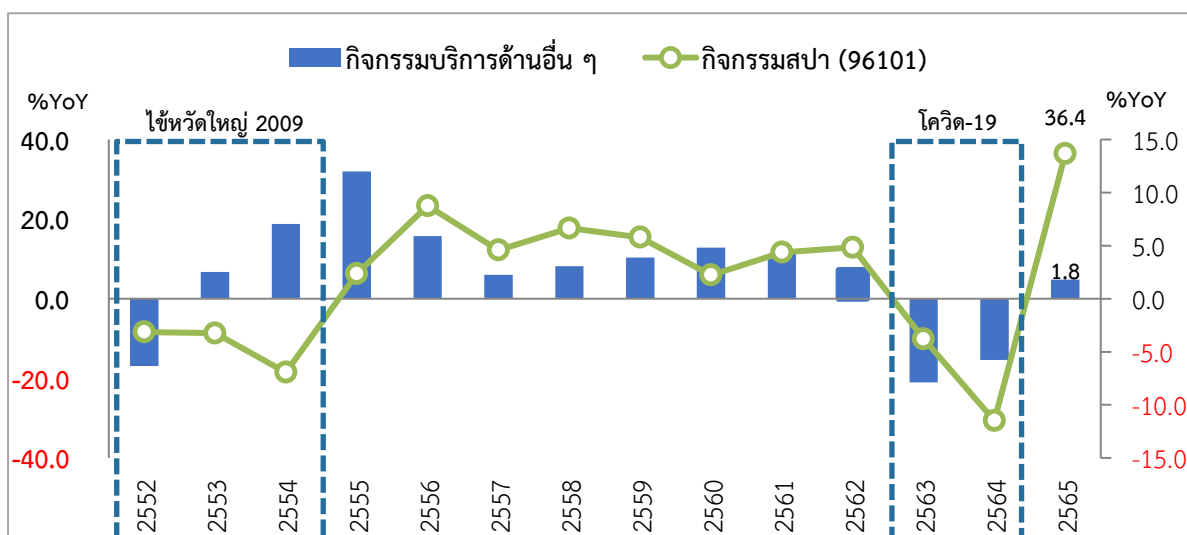
แหล่งการเติบโตทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (หน่วย : ร้อยละ)	2561	2562	2563r	2564r	2565
ที่พักแรมสำหรับผู้เยี่ยมเยือน	0.23	-0.26	-13.87	-18.21	81.72
กิจกรรมการบริการอาหารและเครื่องดื่ม	0.58	-0.46	-12.72	-8.81	34.00
การขนส่งผู้โดยสาร ให้เช่ายานยนต์และตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยว	1.02	0.28	-11.91	-5.81	28.54
กิจกรรมด้านวัฒนธรรม การกีฬาและนันทนาการ	-0.10	-0.03	-2.00	-0.78	7.55
การจำหน่ายปลีกสินค้าท่องเที่ยวของประเทศ	0.43	-0.02	-9.22	-3.93	13.93
บริการเพื่อการท่องเที่ยวอื่น ๆ ของประเทศ	0.15	0.19	-2.59	-3.89	17.12
อุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	0.39	1.19	-16.85	-18.48	58.58
รวมทั้งหมด	2.70	0.88	-69.18	-59.91	241.44

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หมายเหตุ : ค่า GDP สาขาต่าง ๆ (ยกเว้นการท่องเที่ยว) และค่ารวมทั้งหมด เป็นข้อมูลจากบัญชีประชาชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ส่วนสาขาการท่องเที่ยวเป็นการคำนวณขึ้นมาจากได้โครงการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

โดยในปี 2565 หลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เริ่มคลี่คลายมากขึ้น สาขากิจกรรมสปา (TSIC: 96101) ซึ่งจัดอยู่ในหมวดกิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ กลับมาขยายตัวในเกณฑ์สูงถึงร้อยละ 36.4 ถือเป็นการขยายตัวที่สูงกว่าภาพรวมหมวดกิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ ที่ขยายตัวเพียงร้อยละ 1.8 สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่เกี่ยวกับการขยายตัวของสาขาบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

แผนภาพที่ 1.5 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจกิจกรรมสปา ณ มูลค่าที่แท้จริง

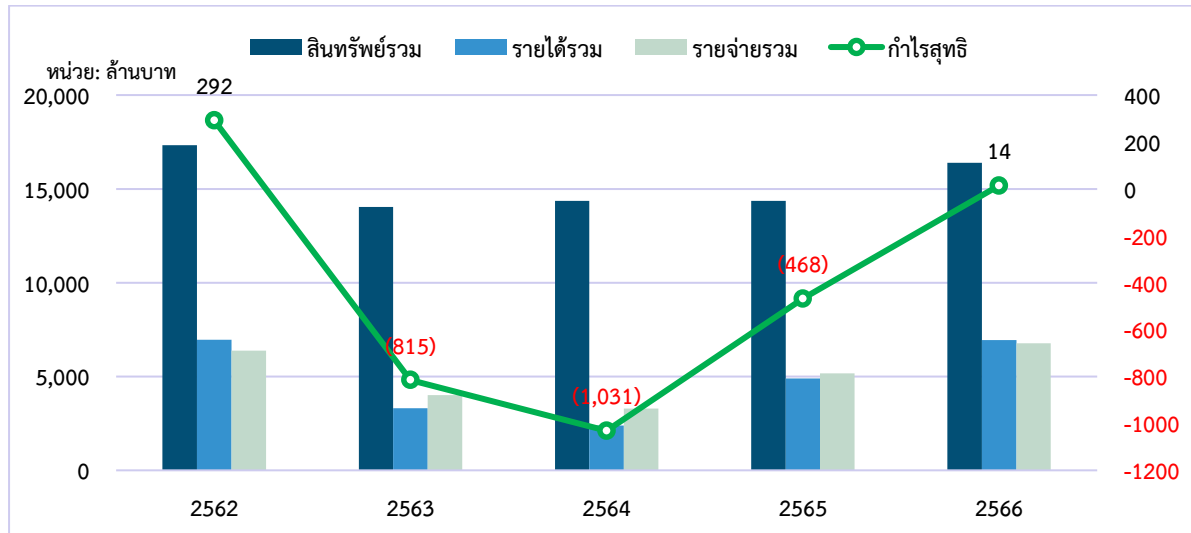


ที่มา: สศช.

เมื่อพิจารณาข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ณ วันที่ 23 สิงหาคม 2567 พบว่ามีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจกรรมสปา (96101)⁴ อยู่ 1,718 ราย โดยมีทุนจดทะเบียนรวมกัน 9,272 ล้านบาท โดยในช่วงตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม ถึง 23 สิงหาคม 2567 มีการจัดตั้งนิติบุคคลใหม่ 258 ราย คิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 51.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีทุนจดทะเบียนรวมอยู่ที่ 496 ล้านบาท ขยายตัวมากขึ้นร้อยละ 53.4 ขณะที่ข้อมูลนิติบุคคลที่นำส่งงบการเงินประจำปี ตั้งแต่ปี 2564 – 2566 พบว่า ในปี 2566 ธุรกิจประเภทกิจกรรมสปา (96101) มีรายได้รวมกันทั้งสิ้น 6,948 ล้านบาท กลับมามีกำไรสุทธิอยู่ที่ 14.3 ล้านบาท หลังจากการขาดทุนติดต่อกัน 3 ปีต่อเนื่องระหว่างปี 2563 – 2565 ซึ่งเป็นช่วงที่ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังเผชิญกับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยขาดทุนต่อปี 815 ล้านบาท 1,031 ล้านบาท และ 468 ล้านบาท ตามลำดับ

⁴ กิจกรรมสปา หมายถึง กิจกรรมเพื่อสร้างความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ มีโปรแกรมโภชนบำบัด สมาธิบำบัด การออกกำลังกาย การฝึกโยคะ วารีบำบัด เช่น ขาวน้ำและอบไอน้ำ สุคนธบำบัด การบำรุงรักษาความงามร่วมด้วย รวมถึงกิจกรรมการนวดและกิจกรรมที่คล้ายกัน บริการนวดแผนโบราณ

แผนภาพที่ 1.6 งบการเงินแบบย่อ กิจกรรมสปา (TSIC: 96101) ตั้งแต่ปี 2564 – 2566



ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

นอกจากนี้ หากจำแนกนิติบุคคลในกิจกรรมสปาตามขนาดธุรกิจ⁵ โดยอ้างอิงจากค่ามัธยฐาน (Median) ในปี 2566 พบว่า มีเพียงธุรกิจขนาดใหญ่ (L) เท่านั้นที่มีกำไรสุทธิ 394 ล้านบาท ขณะที่ธุรกิจขนาดเล็ก (S) และธุรกิจขนาดกลาง (M) ขาดทุนสุทธิ อยู่ที่ 260 ล้านบาท และ 117 ล้านบาท ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นถึงขีดความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่ยังมีความแตกต่างกัน

ตารางที่ 1.7 งบการเงินแบบย่อ กิจกรรมสปา (TSIC: 96101) ตามขนาดธุรกิจ ประจำปี 2566

หน่วย : ล้านบาท	เปรียบเทียบค่ามัธยฐานธุรกิจขนาดต่างๆ*			ค่ามัธยฐานทุกขนาดธุรกิจ
	ธุรกิจขนาดเล็ก (S)	ธุรกิจขนาดกลาง (M)	ธุรกิจขนาดใหญ่ (L)	
รายได้รวม	3,405	1,387	2,144	6,948
รายจ่ายรวม	3,584	1,442	1,734	6,775
กำไร(ขาดทุน) สุทธิ	-260	-117	394	14
จำนวนนิติบุคคลที่ส่งงบ (ราย)	979	9	2	999
จำนวนนิติบุคคลที่มีกำไร (ราย)	440	6	2	453
จำนวนนิติบุคคลที่ขาดทุน (ราย)	539	3	0	546

ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า (ค่ามัธยฐานของประเภทธุรกิจและการจัดอันดับคำนวณจากจำนวนนิติบุคคลในประเภทธุรกิจ 96101 ที่ส่งงบการเงินในปี 2566)

⁵ การจำแนกขนาดกลุ่มธุรกิจบริการ อ้างอิงจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้แก่ ธุรกิจขนาดเล็ก (S) รายได้รวมไม่เกิน 50 ล้านบาท, ธุรกิจขนาดกลาง (M) รายได้รวมมากกว่า 50 ล้านบาท แต่ไม่เกิน 300 ล้านบาท และธุรกิจขนาดใหญ่ (L) รายได้รวมเกิน 300 ล้านบาท

ตามคำนิยามของกิจกรรมบริการสาขาสปาและการนวด ซึ่งเกี่ยวข้องกับการดำเนินการเกี่ยวกับสถานที่ประกอบกิจการเพื่อให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพโดยมีบริการหลัก คือ การนวดและการใช้วารีบำบัดเพื่อสุขภาพ และอาจมีบริการเสริมประเภทต่าง ๆ อาทิ การทำสมาธิและโยคะ การอบ การออกกำลังกาย และการใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่น ๆ รวมถึงการนวดเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้าภายใต้ नियามดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของสาขาสปาและการนวดกับภาคเศรษฐกิจอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปี 2563 (Tourism Input-Output Table: Tourism I-O Table 2017) พบว่าสาขาสปาและการนวดมีค่าความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage: BWL) อยู่ที่ 2.5378 มากกว่าค่าความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage: FWL) อยู่ที่ 1.0007 จึงสรุปได้ว่าสาขาสปาและการนวดเป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream Industry) หรือสาขาการผลิตที่พึ่งพาปัจจัยการผลิตจากสาขาอื่น ๆ ที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream Industry) โดยมีสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มต่อผลผลิตรวมอยู่ที่ร้อยละ 46.53 ขณะที่สัดส่วนปัจจัยการผลิตชั้นกลางต่อผลผลิตรวมอยู่ที่ร้อยละ 53.47

ตารางที่ 1.8 โครงสร้างการผลิตและดัชนีความเชื่อมโยงของสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

อันดับ	สาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (เรียงตามสัดส่วนมูลค่าเพิ่ม)	โครงสร้างการผลิต (สัดส่วน: ร้อยละ)		ดัชนีความเชื่อมโยง		ตำแหน่ง
		ปัจจัยการผลิต ชั้นกลาง (IC)	มูลค่าเพิ่ม (VA)	ไปข้างหลัง (BWL)	ไปข้างหน้า (FWL)	
1	การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์	11.34	88.66	1.2686	1.0517	BWL
2	การให้บริการด้านสุขภาพ	19.34	80.66	1.4578	1.0000	BWL
3	กิจกรรมนันทนาการอื่น ๆ	23.83	76.17	1.5651	1.0009	BWL
4	กิจกรรมออกกำลังกายเพื่อการผ่อนคลาย	24.65	75.35	1.6037	1.0002	BWL
5	การเช่าอุปกรณ์ด้านการท่องเที่ยวอื่น ๆ	25.41	74.59	1.7257	1.0001	BWL
6	การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว	25.77	74.23	1.6269	1.0000	BWL
7	สวนสนุก	28.14	71.86	1.7380	1.0000	BWL
8	กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม	29.41	70.59	1.7734	1.0012	BWL
9	กิจกรรมด้านกีฬา	30.71	69.29	1.7950	1.0004	BWL
10	สนามกอล์ฟ	37.70	62.30	2.0319	1.0005	BWL
11	การจัดประชุมและแสดงสินค้า	38.45	61.55	2.0691	1.0143	BWL
12	การบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่น ๆ	41.62	58.38	2.1342	1.0002	BWL
13	กิจกรรมผจญภัย	44.53	55.47	2.3046	1.0002	BWL
14	การขนส่งผู้โดยสารทางทะเลและชายฝั่ง	44.75	55.25	2.3022	1.0465	BWL
15	ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว	50.55	49.45	2.2352	1.0815	BWL
16	สปาและการนวด	53.47	46.53	2.5378	1.0007	BWL
17	การขนส่งผู้โดยสารทางรถยนต์	62.06	37.94	2.8693	1.0064	BWL
18	โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์	62.42	37.58	2.5299	1.1850	BWL
19	ภัตตาคารและร้านอาหาร	68.58	31.42	2.8702	1.2089	BWL
20	การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ	69.44	30.56	3.1011	1.0917	BWL
21	การขนส่งทางอากาศ	71.29	28.71	2.9681	1.4653	BWL

ที่มา: ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว ปี 2560 (Tourism IO Table 2017) คำนวณโดย สศช.

แม้ว่าปัจจุบันสถานประกอบการสปาและการนวดถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศและผู้ประกอบการไทย และยังมีโอกาสขยายตัวได้อย่างต่อเนื่องจากการที่มีกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ แต่ประเด็นปัญหาด้านภูมิรัฐศาสตร์ซึ่งอาจกระทบต่อการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการลดลงของจำนวนแรงงานจากการเข้าสู่สังคมสูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society)⁶ โดยมีการคาดการณ์ว่าไทยได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แล้ว (Complete-Aged Society)⁷ ในปี 2566 ประกอบกับการที่กำลังจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super-Aged Society)⁸ ภายในปี 2576 หรือในอีก 10 ปีข้างหน้า ส่งผลให้อัตราส่วนของผู้สูงอายุต่อคนวัยทำงานเพิ่มขึ้น ขณะที่แรงงานภาคบริการส่วนใหญ่ยังกระจุกตัวอยู่ในสาขาบริการแบบดั้งเดิม (Traditional services) เป็นหลัก ซึ่งพึ่งพาแรงงานทักษะต่ำและสร้างรายได้ให้กับแรงงานไม่สูงนัก โดยเฉพาะในภาคการค้าและภาคการท่องเที่ยวซึ่งมีแรงงานกระจุกตัวอยู่เป็นจำนวนมากและการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจยังไม่มาก โดยในช่วง 3 ทศวรรษที่ผ่านมา เศรษฐกิจไทยและภาคบริการขยายตัวจากการสะสมทุนและการเพิ่มขึ้นของแรงงาน แต่ภายใต้การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในระยะถัดไป เศรษฐกิจไทยจำเป็นต้องขับเคลื่อนด้วยผลิตรายการผ่านการลงทุนด้านวิจัยและพัฒนา การสร้างนวัตกรรม และการยกระดับคุณภาพแรงงาน เพื่อส่งเสริมสาขาบริการสมัยใหม่ (Modern Services) ให้มีบทบาทต่อภาคเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น ควบคู่กับการยกระดับสาขาบริการแบบดั้งเดิม (Traditional services) ให้นำเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่มาประยุกต์ใช้กับการทำงานเพื่อเพิ่มผลผลิตให้มากขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจสาขาสปาและการนวดจึงเป็นสาขาบริการที่มีทั้งโอกาสและความท้าทายในการดำเนินธุรกิจสำหรับผู้ประกอบการไทย ซึ่งหากสามารถยกระดับธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าได้มากขึ้นจะส่งผลดีไม่เพียงแต่เฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจ แต่ยังรวมถึงการนำมาสู่การจ้างงานและการขยายตัวของเศรษฐกิจโดยรวมตามมา ซึ่งแม้จะมีข้อจำกัดและความท้าทายสำคัญหลายประการในระยะข้างหน้า แต่หากผู้ประกอบการธุรกิจสามารถแสวงหาประโยชน์จากการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวตามการฟื้นตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ และกระแสนิยมใส่ใจในการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุที่กำลังเกิดขึ้นทั่วโลก ย่อมจะส่งผลให้ธุรกิจสปาและการนวดซึ่งมีความโดดเด่นและรับรู้ในสายตาของนักท่องเที่ยวไทยและชาวต่างชาติ สามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้ของภาคธุรกิจและจะเป็นเครื่องยนต์หนึ่งที่สำคัญในการช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยท่ามกลางโอกาสและความท้าทายที่สำคัญในอนาคตต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาภาพรวมธุรกิจในระยะเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจและสปาของไทย
- 2) เพื่อเสนอแนะนโยบายในการยกระดับ สร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มผลผลิตในธุรกิจนวดและสปาของไทย

⁶ รายงานคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553 - 2583 (ฉบับปรับปรุง) สศช.

⁷ สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ (Complete-Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรซึ่งมีอายุ 60 ปีขึ้นไปเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด (หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด)

⁸ สังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด (Super-Aged Society) หมายถึง สังคมที่มีประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด (หรือประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปเท่ากับหรือมากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด)

1.3 ขอบเขตศึกษา

การศึกษาลิขิตภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ในครั้งนี้ครอบคลุมเฉพาะในส่วนของกิจกรรมสปา ตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC) ปี 2552 รหัส 96101

บทที่ 2 กรอบแนวคิดและ การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

2.1 นิยาม

เศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy)⁹ หมายถึง อุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถทำกิจกรรมและวิถีชีวิตเพื่อสุขภาพในชีวิตประจำวัน โดยคำว่า Wellness หรือการดูแลสุขภาพองค์รวม หมายถึง การมุ่งดูแลสุขภาพเชิงป้องกันและการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม กล่าวคือ บุคคลใดบุคคลหนึ่งมุ่งมั่นที่จะมีสุขภาพที่ดี และการมีสุขภาพดีดังกล่าวครอบคลุมทั้ง 6 มิติ ได้แก่ (1) ด้านร่างกาย (Physical) คือ การบำรุงร่างกายให้แข็งแรงด้วยการออกกำลังกาย โภชนาการ การนอนหลับให้เพียงพอ (2) ด้านจิตใจ (Mental) คือ การมีปฏิสัมพันธ์กับโลกผ่านการเรียนรู้ การแก้ปัญหา ความคิดสร้างสรรค์ (3) ด้านอารมณ์ (Emotional) คือ การรับรู้ ยอมรับ แสดงความรู้สึก และเข้าใจความรู้สึกของผู้อื่น (4) ด้านจิตวิญญาณ (Spiritual) คือ การค้นหาความหมายและจุดมุ่งหมายอันสูงสุดในการดำรงอยู่ของมนุษย์ (5) ด้านสังคม (Social) คือ การมีปฏิสัมพันธ์และอยู่ร่วมกับบุคคลอื่นและสังคมอย่างมีความหมาย และ (6) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) คือ การส่งเสริมความสัมพันธ์ทางบวกระหว่างสุขภาพของพิภพโลก และการกระทำของมนุษย์ ทางเลือก และความเป็นอยู่ที่ดี

แผนภาพที่ 2.1 องค์ประกอบของเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy)



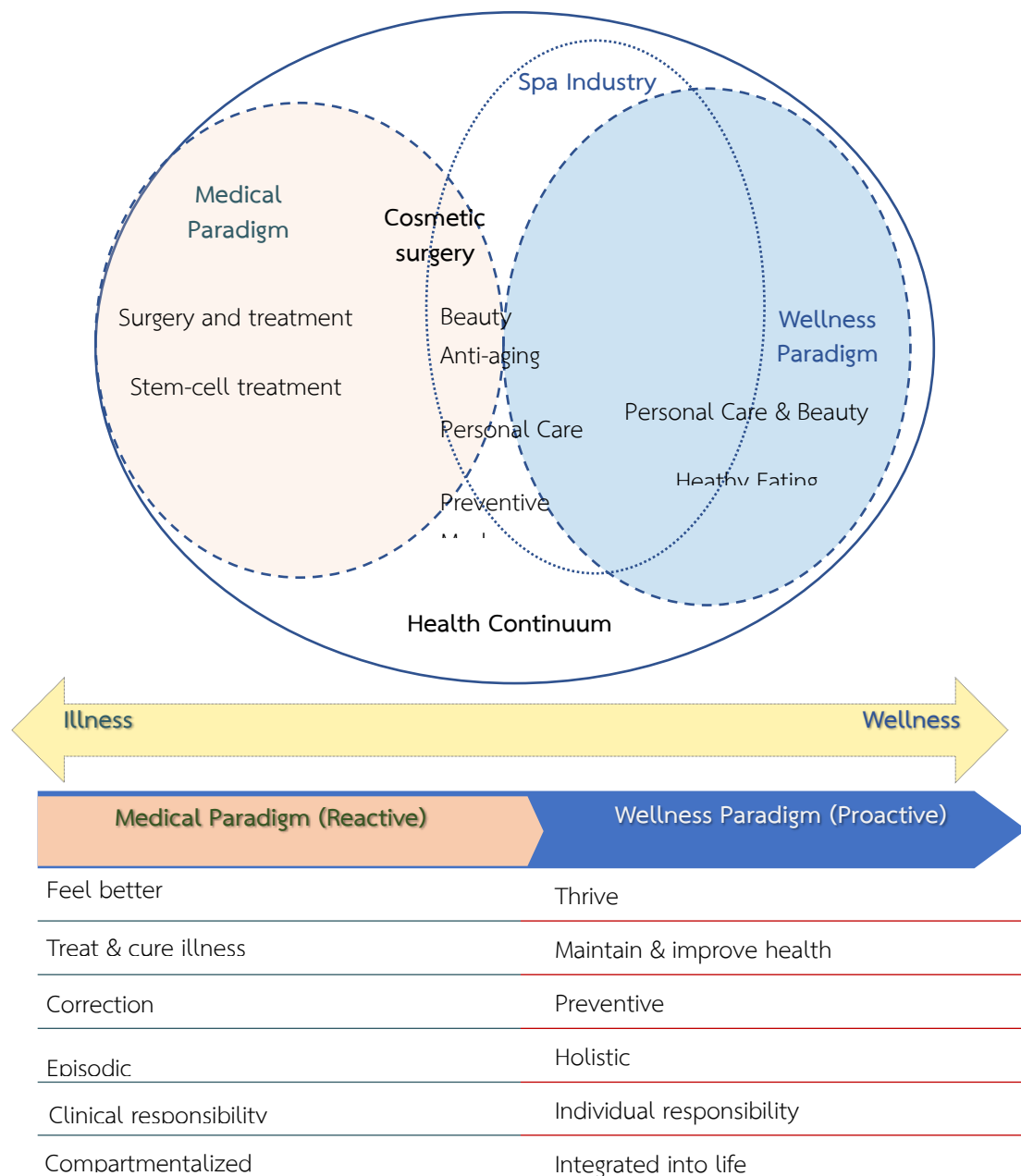
ที่มา : Global Wellness Institute, 2023

Dr. Jack Travis นักเขียนและนายแพทย์ชาวอเมริกันผู้บุกเบิกการให้บริการด้านสุขภาพในปลายทศวรรษ 1970 โดยได้เปิดศูนย์ที่เรียกว่า Wellness Resource Center ขึ้นครั้งแรกในแคลิฟอร์เนีย ซึ่งต่อมาได้กลายมาเป็นวัฒนธรรมกระแสหลัก โดยเฉพาะในยุคที่เกิดคนรุ่น Me Generation (กลุ่มของคนที่มีพฤติกรรมคล้ายกันทั้งกลุ่ม Gen X, Gen Y และ Gen Z) ที่ให้ความสำคัญกับตัวตนของตัวเองมากขึ้น ทั้งนี้ เราได้อธิบายความแตกต่างของความหมาย

⁹ รายงาน Global Wellness Institute (GWI) ปี 2023

ระหว่างคำว่า Medical และ Wellness ผ่านความต่อเนื่องของบริการสุขภาพ (Health Continuum) โดยแสดงให้เห็นว่า *Medical* มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพผู้ป่วยให้กลับมามีสุขภาพปกติ (Reactive) ในขณะที่ *Wellness* มุ่งเน้นการดูแลสุขภาพให้ผู้ที่มีสุขภาพปกติให้มีสุขภาพที่ดียิ่งขึ้น (Proactive)

แผนภาพที่ 2.2 ความแตกต่างของความหมายระหว่างคำว่า Medical และ Wellness



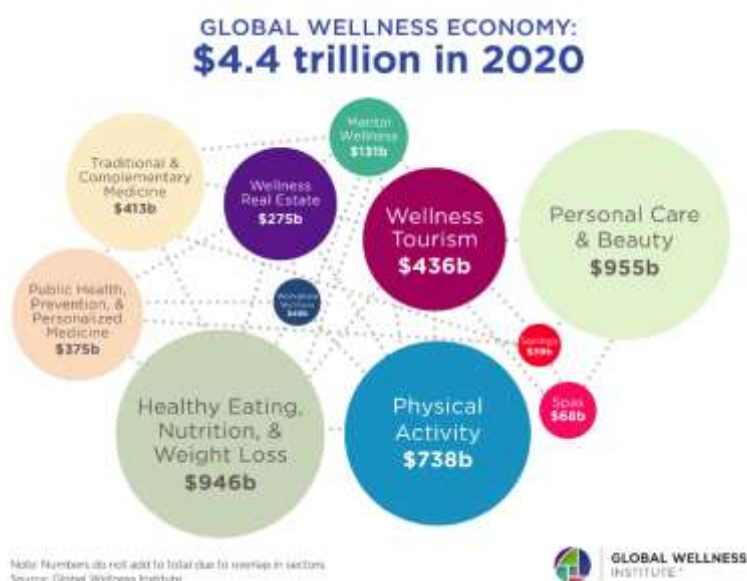
ที่มา : Global Wellness Institute adapted from Dr.Jack Travis (2023)

เมื่อพิจารณาถึงสาขาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสุขภาพตาม Global Wellness Institute (GWI) ได้กำหนดให้เศรษฐกิจสุขภาพจำแนกออกเป็น 11 สาขา ตามอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งเสริมสุขภาพที่ดี¹⁰ ดังนี้ (1) สุขภาพจิต (Mental wellness) หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการจัดกิจกรรม ผลิตภัณฑ์ และบริการที่มีจุดมุ่งหมายหลักให้ผู้รับบริการมีความสุขทางจิตที่ดีในการเจริญเติบโต พัฒนาจิตใจ การพักผ่อนและการฟื้นฟูสุขภาพ ตลาดสุขภาพจิต (2) การออกกำลังกาย (Physical activity) หมายถึง การจัดให้มีกิจกรรมทางกายในระหว่างการพักผ่อนและนันทนาการ อาทิ เล่นกีฬา เล่นฟิตเนส การพักผ่อนแบบไม่หยุดนิ่ง และการเคลื่อนไหวอย่างมีสติ โดยอาจอาศัยตัวช่วย เช่น เทคโนโลยีอุปกรณ์เสริม เสื้อผ้า ชุดกีฬา เครื่องแต่งกาย และ แพลตฟอร์มการออกกำลังกายแบบตามความต้องการ (on demand) เป็นต้น (3) อสังหาริมทรัพย์ด้านสุขภาพ (Wellness real estate) หมายถึง อสังหาริมทรัพย์ที่รวมถึงสิ่งก่อสร้าง ที่พักอาศัย และอาคารพาณิชย์ สำนักงาน พื้นที่รับรอง พื้นที่ใช้งานร่วมกัน พื้นที่ให้บริการทางการแพทย์ และพื้นที่พักผ่อนหย่อนใจ ที่รวมเอาองค์ประกอบที่เอื้อต่อการสร้างเสริมสุขภาพตั้งแต่การออกแบบอาคารการเลือกวัสดุที่ใช้ในการก่อสร้างอาคาร สิ่งอำนวยความสะดวก และการจัดโปรแกรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (4) สุขภาพในสถานที่ทำงาน (Workplace wellness) หมายถึง การลงทุนของนายจ้างในเครื่องมือ อุปกรณ์ และบริการที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มความตระหนักรู้ การให้ความรู้ และการเสนอแรงจูงใจที่สนับสนุนให้พนักงานเลือกวิถีชีวิตที่สุขภาพดีขึ้น อาทิ โปรแกรมตรวจสุขภาพสำหรับพนักงาน ห้องอาหารสุขภาพ (5) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สวายนามทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปทำกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ หรือดูแลสุขภาพสุขภาพโดยค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการใช้จ่ายเกี่ยวกับที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม กิจกรรมและการท่องเที่ยว การซื้อของฝาก และการคมนาคมขนส่งภายในประเทศ (6) สปา (Spa economy) หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาเป็นค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสิ่งอำนวยความสะดวกสปา การศึกษา/อบรมสปา (สำหรับนักบำบัดและผู้จัดการ/ผู้อำนวยการ ทั้งเบื้องต้นและต่อเนื่อง) การให้คำปรึกษาเกี่ยวกับสปา การลงทุนในสปา สมาคมสปา สื่อและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสปา รายได้ของสถานบริการสปาและกลุ่มภาคส่วนที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนด้านธุรกิจสปา (7) บ่อน้ำพุร้อนและบ่อน้ำแร่ (Thermal/mineral springs) หมายถึง รายได้ของสถานประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการพักผ่อน การดูแลสุขภาพ และการบำบัดโรคด้วยน้ำที่มีคุณสมบัติพิเศษ ได้แก่ น้ำร้อน น้ำแร่ และน้ำทะเล (8) อาหารเพื่อสุขภาพ โภชนาการและการลดน้ำหนัก (Healthy eating, nutrition and weight loss) หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการใช้วิตามินเสริม อาหารเสริม โภชนเภสัช อาหารธรรมชาติและอาหารออร์แกนิก อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน โภชนาการสำหรับการกีฬา บริการด้านอาหารและผลิตภัณฑ์และบริการลดน้ำหนัก/การจัดการรูปร่าง (9) ผลิตภัณฑ์ความงามและชะลอวัย (Personal care and beauty) หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริการด้านความงามและร้านเสริมสวย บริการและผลิตภัณฑ์ดูแลผิว ผมและเล็บ เครื่องสำอาง เครื่องใช้ในห้องน้ำ ผลิตภัณฑ์/ยาที่ใช้ดูแลผิวพรรณ รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่จัดการกับปัญหาสุขภาพและความงาม เช่น เครื่องสำอางหรือเวชสำอางสำหรับการดูแลผิวหน้า ใบหน้าและร่างกาย ผลิตภัณฑ์ดูแลเส้นผม/การเจริญเติบโต และยา/อาหารเสริม (10) การแพทย์เชิงป้องกัน การแพทย์ส่วนบุคคล และการแพทย์สาธารณสุข (Preventive and personalized medicine and public health) หมายถึง การตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริการทางการแพทย์ที่เน้นการส่งเสริมสุขภาพ และป้องกันโรค หรือการตรวจหาปัจจัยเสี่ยง เช่น การตรวจร่างกายเป็นประจำ การตรวจวินิจฉัยและคัดกรอง การทดสอบทางพันธุกรรม เป็นต้น การใช้ข้อมูลด้านสุขภาพเฉพาะบุคคล (รวมถึงการ

¹⁰ อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการส่งเสริมสุขภาพที่ดีให้ความหมายโดยกรมการแพทย์ทางเลือก กระทรวงสาธารณสุข

ตรวจคัดกรองทางพันธุกรรม การวิเคราะห์และการวินิจฉัย การจัดการโรคเฉพาะบุคคล สารสนเทศด้านสุขภาพ เช่น การแพทย์ทางไกล และระบบติดตามผู้ป่วยทางไกล) เพื่อใช้เป็นแนวทางที่เหมาะสมสำหรับการป้องกันโรค การวินิจฉัย และการจัดการปัจจัยเสี่ยงต่อสุขภาพ และ (11) การแพทย์แผนโบราณและแพทย์ทางเลือก (Traditional and complementary medicine) หมายถึง ตลาดนี้ครอบคลุมการรักษาและผลิตภัณฑ์แบบองค์รวม การรักษาแบบพื้นเมือง หรือการรักษาแบบโบราณ การใช้ธรรมชาติบำบัด การฝังเข็ม อายุรเวท การแพทย์แผนจีน ไคโรแพรคติก การใช้พลังงานบำบัด การรักษาแผนโบราณ และการใช้ยาสมุนไพร เป็นต้น และจากมูลค่าตลาดและประมาณการมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติประเภท Wellness Tourism มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไปประมาณร้อยละ 41

แผนภาพที่ 2.3 สาขาอุตสาหกรรมเศรษฐกิจสุขภาพ (Wellness Economy)



ที่มา : Global Wellness Economy sector,2022

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย หมายถึง การรักษาส่งเสริม ป้องกัน ฟื้นฟูสุขภาพร่างกาย จิตใจ และความงาม โดยศาสตร์ทางการแพทย์ทุกแขนง รวมถึงการใช้องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี นวัตกรรม การแพทย์แผนไทย และภูมิปัญญาไทยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2565) คือ การเดินทางท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องสัมพันธ์กับการทำนุบำรุงหรือส่งเสริมสุขภาพของบุคคลหนึ่ง หรือท่องเที่ยวไปด้วยสุขภาพดีได้ด้วย ทั้งนี้ การท่องเที่ยวประเภทนี้มีใช้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์หรือ Medical Tourism ซึ่งเป็นการเดินทางไปเพื่อ ‘รักษา’ ที่ผู้เดินทางท่องเที่ยวมักจะมีอาการเจ็บป่วยอยู่ก่อนแล้วจึงต้องเดินทางไปรักษาแต่ Wellness Tourism คือ การเดินทางของคนที่ไม่ได้เจ็บไข้ได้ป่วย แต่เลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพ ทำให้สุขภาพดีขึ้น หรือแม้กระทั่งป้องกันโรคได้ด้วย โดยมีคำที่ไว้ใช้เรียกทั้ง Wellness และ Medical Tourism คือ Health Tourism

ในส่วนของการสนับสนุนบริการสุขภาพ ให้ความหมายว่าเป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมโดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งหรือมีจุดมุ่งหมายโดยตรงไปทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือดูแลสุขภาพซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีมาตรฐานด้านคุณภาพและปลอดภัยถูกต้องตามหลักวิชาการ รวมถึงการนวดและสปา รวมถึง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย (สศช.,2566) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวและรับบริการทางการแพทย์ของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย การส่งเสริมสุขภาพและความงามที่ได้รับรองมาตรฐานสากล เพื่อรักษา ส่งเสริม ป้องกันฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ จากการเจ็บป่วย พร้อมทั้งรับบริการตรวจสุขภาพ หรือรักษาพยาบาลโรคเฉพาะทาง และสัณยกรรมความงามเพื่อฟื้นฟูสภาพหรือปรับปรุงภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น การบริการการแพทย์แผนไทย ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพร เพื่อการดูแลสุขภาพและการบำบัดโรค รวมถึงบริการเชิงสุขภาพอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพให้แข็งแรง เช่น การผ่าตัดหัวใจ การมีบุตรยาก ทันตกรรม สปา น้ำพุร้อน การนวดและประคบสมุนไพร การออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น



“ตามคำนิยามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดย GWI ”กิจกรรมสปา เป็น 1 ใน 11 สาขาใน WELLNESS ECONOMY ซึ่งเป็นไม่นับรวมกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” ในขณะที่หน่วยงานในประเทศไทยได้ให้นิยามกิจกรรมนวดและสปาเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” ดังนั้นในงานศึกษานี้ จะศึกษาตามนิยามของหน่วยงานในประเทศไทย คณะศึกษาจึงเน้นไปที่กิจกรรมนวดและสปาซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จึงสามารถกล่าวได้ว่า การยกระดับธุรกิจนวดและสปามีส่วนช่วยให้ประเทศไทยเข้าสู่เป้าหมายในการเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวคุณภาพสูง

2.2 กรณีศึกษาแนวทางการส่งเสริมอุตสาหกรรม Wellness ของประเทศที่มีศักยภาพ

จากกรณีศึกษาในกลุ่มประเทศที่มีศักยภาพในทวีปเอเชียซึ่งมีลักษณะภูมิศาสตร์ใกล้เคียงกัน พบว่าประเทศจีนได้ตั้งเป้าหมาย Healthy China 2030 (WHO,2021) เพื่อให้ประชาชนมีหลักประกันทางสุขภาพอย่างเสมอภาค สุขภาพดี และอัตราการเจ็บป่วยจากโรคเรื้อรังที่เกิดการพฤติกรรมและการบริโภคของประชาชนลดลง อาทิ โรคมะเร็ง โรคเบาหวาน โรคหัวใจ โดยรัฐบาลจะเป็นผู้สนับสนุนผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจ wellness ให้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการขับเคลื่อนนโยบาย และผลักดันการสร้างสภาพแวดล้อม (ecosystem) ที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจ อาทิ พัฒนาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในภาคธุรกิจ และเปิดกว้างในการปรับตัวของภาคธุรกิจ ทั้งนี้ ในส่วนของภาคเอกชนได้ใช้นโยบายการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและนโยบาย Healthy China ของภาครัฐเป็นโอกาสในการปรับตัวจากการบริการด้าน wellness ในที่ตั้งร้านมาสู่การบริการให้คำปรึกษาและขายสินค้า wellness ผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น และจากการขยายฐานธุรกิจเข้าสู่ช่องทางออนไลน์ส่งผลให้ภาคประชาชนสามารถเข้าถึงการบริการทางด้านสุขภาพต่าง ๆ ได้สะดวกมากขึ้น

ส่วนประเทศมาเลเซียได้เปิดตัวโครงการขนาดใหญ่ ชื่อว่า โครงการเคแอล เวลเนส ซิตี้ (KL Wellness City หรือ KLWC) ¹¹ โดยสร้างเมืองเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะแห่งแรกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มุ่งเน้นการเสริมสร้างวิถีชีวิตที่บูรณาการด้านสุขภาพและสุขภาวะอย่างสมบูรณ์และระบบนิเวศสำหรับการใช้ชีวิตทางการแพทย์และสุขภาวะระดับโลกเป็นหัวใจสำคัญ ประกอบด้วย อุทยานสุขภาพเดอะ โนเบล (The Nobel Healthcare Park) โรงพยาบาลเคแอล

¹¹ ข้อมูลจากเว็บไซต์ <https://klwellnesscity.com>

อินเตอร์เนชันแนล (KL International Hospital หรือ KLIH) ห้องปฏิบัติการนวัตกรรม ศูนย์วิจัยและพัฒนาทางคลินิก อาคารสำนักงาน รีสอร์ททวายเกเซียณ ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Healthcare Hub) อพาร์ทเมนต์พร้อมบริการมุ่งเน้นสุขภาพ สวนสาธารณะเซ็นทรัลพาร์ค (Central Park) และมีกำหนดเปิดให้บริการในปี 2569 ซึ่งมีเป้าหมายในการส่งเสริมสถานะและประติผลงานของมาเลเซียในการเป็นจุดหมายปลายทางระดับแนวหน้าสำหรับการเดินทางเชิงการแพทย์มากขึ้น

สิงคโปร์เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ชั้นนำของโลก และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสิงคโปร์ได้จัดทำโครงการยิ่งใหญ่ประจำปีเพื่อส่งเสริมภาคการท่องเที่ยว¹² (อาทิ เทศกาลส่งเสริมสุขภาพของสิงคโปร์ (Wellness Festival Singapore) เป็นกิจกรรมที่มีเป้าหมายในการส่งเสริมไลฟ์สไตล์ที่ช่วยให้สุขภาพร่างกายและจิตใจดีขึ้นและมีความสุขมากขึ้น โดยจัดกิจกรรมขึ้นในสถานที่ต่าง ๆ ที่เป็นเอกลักษณ์ของสิงคโปร์โดยนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยีเข้ามาช่วย อาทิ การออกกำลังกายในระบบเสมือนจริง นวัตกรรมแสงบำบัด การบำบัดด้วยเสียง และการดูแลสุขภาพแบบรอบด้านเพื่อส่งเสริมสุขภาพร่างกาย จิตใจ อารมณ์ อาทิ การบำบัดด้วยเสียง การเคลื่อนไหวร่างกายแบบต่อเนื่องในแบบ Soul Flow ฟิลาทิส อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันสิงคโปร์พบอุปสรรคจากการแข่งขันด้านบริการทางการแพทย์ในภูมิภาค โดยเฉพาะประเทศไทยและมาเลเซียซึ่งมีค่าใช้จ่ายบริการทางการแพทย์ในราคาที่ย่อมเยากว่า

เกาหลีใต้ถือเป็นจุดหมายสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ จากรายงานของกระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการแห่งประเทศเกาหลีใต้ พบว่าปี ค.ศ. 2023 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่เดินทางเข้ามาในประเทศสูงถึง 605,768 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 144.2 จากปีก่อนหน้า และเป็นจำนวนที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ ซึ่งบริการที่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์นิยมมาเข้ารับบริการมากที่สุด คือ การดูแลด้านผิวหนังหรือการทำหัตถการบนใบหน้า ศัลยกรรมความงามอายุรกรรม และการตรวจสุขภาพ สำหรับอุตสาหกรรมศัลยกรรมความงามของเกาหลีใต้มีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 25 ของมูลค่าตลาดศัลยกรรมความงามทั่วโลกหรือคิดเป็นมูลค่า 530,000 ล้านบาท โดยมีปัจจัยสนับสนุน คือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และผู้รับบริการสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ รัฐบาลเกาหลีใต้ได้เริ่มการสนับสนุนอุตสาหกรรมการแพทย์มาตั้งแต่ ปี ค.ศ. 2009 โดยมีการกำหนดนโยบายภาครัฐเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เกาหลีใต้ที่สำคัญ คือ นโยบายวีซ่าการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำการศัลยกรรมมูลค่า 30,000 วอนขึ้นไปกับสถาบันการแพทย์ในเครือที่ร่วมกับภาครัฐ จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ก่อนเดินทางออกจากเกาหลีใต้เป็นจำนวนเงินร้อยละ 10 ของค่ารักษา และปัจจัยสุดท้าย คือ “HallyuEffect หรืออิทธิพลจากกระแสความนิยมในเซเลบริตี” โดยเฉพาะในกลุ่มของผู้หญิงที่ชื่นชอบการดูซีรีส์เกาหลีและอยากมีความงามตามแบบฉบับเกาหลี ประกอบกับในโรงพยาบาลใหญ่มีพนักงานที่สามารถสื่อสารได้หลายภาษา เพื่ออำนวยความสะดวกให้คนไข้ในขณะที่เข้ารับบริการอีกด้วยต่อเนื่อง สำหรับภาครัฐได้อำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนหรือการขออนุญาตต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนด รวมถึงให้คำปรึกษาแนะนำภาคเอกชนในการจัดตั้งบริษัท ภาษี และขั้นตอนการดำเนินงานต่าง ๆ ที่ต้องอาศัยการประสานงานร่วมกับภาครัฐ ซึ่งภาครัฐได้มอบงบประมาณสนับสนุนบางส่วนให้กับกลุ่มบริษัทเป้าหมายที่มีศักยภาพและประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ wellness โดยอาศัยเทคโนโลยีเป็นกลไกหลักในกระบวนการวิจัยและผลิตสินค้า และมีความสามารถในการแข่งขันกับบริษัทต่างชาติ (ลงทุนเกิร์ล, 2567)

อินเดียมี Healthcare Industry ประกอบไปด้วยธุรกิจต่าง ๆ อาทิ ธุรกิจโรงพยาบาล ธุรกิจด้านอุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์ การทดลองทางการแพทย์ ธุรกิจบริการจัดหาบุคคลภายนอก (outsourcing) การแพทย์

¹²ข้อมูลจากเว็บไซต์ <https://www.wellnessfest.sg/programmes/>

ทางไกลที่ให้บริการพบแพทย์ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งสามารถปรึกษาอาการเจ็บป่วยกับแพทย์โดยไม่ต้องเดินทางไปโรงพยาบาล ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ รวมถึงธุรกิจประกันสุขภาพอุตสาหกรรมนี้มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการให้บริการที่ขยายครอบคลุมพื้นที่เพิ่มขึ้น รวมถึงกำลังซื้อที่มากขึ้นทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพในอินเดียถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญต่อเศรษฐกิจอินเดียทั้งด้านรายได้และการจ้างงาน ส่งผลให้ภาคส่วนนี้เติบโตอย่างรวดเร็วจากการเปลี่ยนแปลงสู่สังคมดิจิทัลที่พึ่งพานวัตกรรม และเปลี่ยนถ่ายสู่โมเดลธุรกิจแบบผสมผสานที่ใหม่และตอบสนองความต้องการผู้บริโภค และอินเดียยังเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับ Medical Value Travel (MVT) ที่ซึ่งผู้ป่วยจากทั่วโลกเดินทางมา “Heal in India” และแพทย์ทางเลือกซึ่งคนอินเดียมีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรและแพทย์ทางเลือกเพิ่มมากขึ้น รวมถึงคนอินเดียยังนิยมการรักษาสุขภาพแบบอายุรเวทเป็นทุนเดิม โดยหลังจากสถานการณ์แพร่ระบาดโควิด - 19 ทำให้คนอินเดียเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับการใช้แพทย์ทางเลือกเพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน (Preventive Medicine) และการบริโภคอาหารและยาที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมุมไบ ,2566) ซึ่งในบทบาทการสนับสนุนธุรกิจ wellness ของรัฐบาล ได้สร้างข้อกำหนดมาตรฐานในการขอใบอนุญาตประกอบกิจการ สร้างระบบตรวจสอบมาตรฐานการดำเนินงานกิจการอย่างสม่ำเสมอ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ การผลิตบุคลากรให้เพียงพอและมีคุณภาพ สนับสนุนส่วนผลิตบุคลากร wellness อาทิ สถาบันธรรมชาติบำบัด สถาบันโยคะ ให้มีหลักสูตรที่มีคุณภาพและมีการฝึกฝนบุคลากรให้เพียงพอต่อความต้องการ การสนับสนุนด้านการประกอบธุรกิจและการโฆษณา อำนวยความสะดวกในการลงทะเบียนกิจการ ระบบภาษี เชิญชวนเข้าร่วมการจัดงานสัมมนา จัดแสดงสินค้า อำนวยความสะดวกในการโฆษณาผ่านสื่อของรัฐ และให้ทุนสนับสนุนการโฆษณาผ่านสื่ออื่น ๆ โดยมีองค์กรที่สำคัญในการขับเคลื่อน ได้แก่ กระทรวงแพทย์แผนโบราณและแพทย์ทางเลือก (Ministry of Ayush) กระทรวงสาธารณสุขและสวัสดิการครอบครัว (Health and Family Welfare) กระทรวงกิจการองค์กร (Ministry of Corporate Affairs)

2.3 แผนงานและนโยบายต่าง ๆ ของประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง เป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงสุด และนิยมใช้บริการกิจกรรมนวดและสปา (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2566) คิดเป็นร้อยละ 65.9 (ภาพรวมทั่วโลกร้อยละ 52) หรือ 96,429 บาทต่อคนต่อทริป โดยปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย (SCB EIC, 2022) ได้แก่ การท่องเที่ยวด้วยทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมที่หลากหลาย ความชำนาญในการให้บริการทางการแพทย์สูง และค่าใช้จ่ายในการรักษาต่ำเมื่อเทียบกับต่างประเทศ ประกอบกับปัจจัยภายนอกจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยและปัญหาสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Noncommunicable Diseases : NCDs) ที่มีอัตราการเสียชีวิตสูงส่งผลให้การวางแผนดูแลสุขภาพจึงได้รับความสนใจมากขึ้นในหมู่คนไทย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้อุตสาหกรรม Wellness tourism ภายในประเทศเติบโตมากขึ้น ทั้งนี้ ในส่วนพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้นขอการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือ Green Tourism และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ Wellness Tourism โดยเฉพาะ “Wellcation” เที่ยว-พัก-รักษา ที่ไม่ใช่เพียงแค่การพักผ่อนหย่อนใจแต่ควบคู่กับการดูแลสุขภาพร่างกาย และนักท่องเที่ยวยุคใหม่ (Gen Z และ Gen Y) มีบทบาทอย่างมากในสังคมยุคปัจจุบัน สำหรับค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนในปี 2566 อยู่ที่ 3,448 บาท แต่อย่างน้อยกว่าปี 2562 ที่อยู่ในระดับ 4,724 บาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ,2566)

ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน กำหนดให้มีการสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยรักษาการเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญของการท่องเที่ยวระดับโลกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทุกระดับและเพิ่มสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสูง โดยมีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย เพื่อดึงดูดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์ ผ่านการยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพและการเสริมความงามสู่ตลาดระดับสูง พร้อมทั้งการสร้าง ความหลากหลายของกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับและเชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ รวมถึงการยกระดับมาตรฐานธุรกิจบริการด้านการแพทย์ทางเลือก รวมทั้ง การส่งเสริมการจัดการนำเที่ยวเชิงสุขภาพครบวงจรที่เชื่อมโยงกับการแพทย์แผนปัจจุบัน

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) ระบุแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ในหมวดหมู่ที่ 4 ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพมูลค่าสูง กลยุทธ์ที่ 2 การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพระดับโลก กลยุทธ์ย่อยการพัฒนานวัตกรรมและบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพบนฐานความโดดเด่นของ เอกลักษณ์ความเป็นไทย โดยผสมผสานความโดดเด่นของอัตลักษณ์ความเป็นไทยกับบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ โดยสนับสนุนทุกภาคส่วนในพื้นที่ร่วมกันพัฒนาเมืองสุขภาพแบบครบวงจร บนฐานการนำภูมิปัญญาการดูแลสุขภาพ การแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนท้องถิ่นมาพัฒนาต่อยอดบริการและผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพ เพื่อสร้างแบรนด์ความเป็นไทยที่สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล และในหมวดหมู่ที่ 2 กำหนดให้ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน กลยุทธ์การส่งเสริมการพัฒนากิจกรรม สินค้า และบริการ การท่องเที่ยวมูลค่าเพิ่มสูง โดยส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวคุณภาพที่มีศักยภาพในการเติบโตสูง ตลอดจนการท่องเที่ยวอื่น ๆ เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มผู้เกษียณอายุ กลุ่มพำนักระยะยาว และกลุ่มบุคคลที่เดินทางไปทำงานโดยใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นต้น

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 – 2570) มีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างครอบคลุมและทั่วถึง ภายในระยะเวลา 5 ปี โดยจะมุ่งเน้นไปที่การดำเนินการเพื่อพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีความเข้มแข็ง ต่อยอดการพลิกวิกฤต ให้เป็นโอกาสในการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอุตสาหกรรมให้สอดคล้องกับภาวะความปกติถัดไป (Next Normal) เพื่อการเติบโตอย่างครอบคลุม (Inclusive Growth) ด้วยการพัฒนาแบบองค์รวม (Holistic Approach) และเป็นกรอบแนวทางสำคัญสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ที่มีศักยภาพสูง เช่น การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ สปา สุขภาพ และความงาม และมีแผนการดำเนินงานที่สำคัญ อาทิ โครงการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยการแพทย์แผนไทย การแพทย์ทางเลือก และสมุนไพร

สำหรับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม Wellness ผ่านกลไกต่าง ๆ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม 2567 การประชุมคณะกรรมการอำนวยการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ครั้งที่ 1/2567 ที่ประชุมมีมติเห็นชอบ (ร่าง) ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2568 - 2577) มีเป้าหมายให้ไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติและอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรของโลก และมีการขยายตัวมูลค่าทางเศรษฐกิจสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน ประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ประกอบด้วย (1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (2) พัฒนาระบบนิเวศอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร และ (3) ส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์ โดยมอบหมายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปดำเนินการประเด็นต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การแก้ไขกฎกระทรวงแบ่งส่วนราชการกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เพื่อให้มีหน่วยงานตาม

โครงสร้างในการขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ การจัดทำข้อเสนอปรับปรุงแผนการจัดสรรงบประมาณรองรับนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ การเจรจากองทุนแห่งรัฐและประกันชีวิตเอกชนในต่างประเทศเพื่อส่งผู้ป่วยมารับการรักษาในประเทศไทยในกลุ่มประเทศความร่วมมืออ่าวอาหรับ (GCC) กลุ่มประเทศ CLMV การจัดทำมาตรการส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย ในกิจการนวดไทยและสปา และการบริโภคทั้งในและต่างประเทศ ตลอดจนการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาพื้นที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมเฉพาะที่มีมูลค่าสูง (Medical & Wellness Valley) ของประเทศไทยเพื่อรองรับนักลงทุนชาวต่างชาติ การจัดทำแนวทางขับเคลื่อนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ และการศึกษาความเป็นไปได้ในการขับเคลื่อนเวชกรรมความงามของประเทศไทย นอกจากนี้ยังเห็นชอบการจัดทำเกณฑ์รางวัลคุณภาพเวลเนสระดับชาติ (Thailand Wellness Awards : TiWA) เพื่อยกระดับสถานประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ให้เป็น Branding เดียวทั้งประเทศ รวมถึงเห็นชอบคณะกรรมการเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางนานาชาติ 6 คณะ ได้แก่ บริการรักษาพยาบาล บริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ ยา และผลิตภัณฑ์สุขภาพ บริการวิชาการ การจัดประชุมและนิทรรศการด้านการแพทย์และสุขภาพ และอำนวยความสะดวกในการประกอบธุรกิจบริการสุขภาพและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (กระทรวงสาธารณสุข, 2567)

แผนยุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนาเขตรเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน (Andaman Wellness Corridor : AWC) ส่งเสริมบริการสุขภาพด้วยกลไกพิเศษเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน 6 จังหวัดอันดามัน ได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ พังงา ระนอง ตรัง และสตูล โดยใช้นวัตกรรมในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และขับเคลื่อนตามศักยภาพของจังหวัด อาทิ (1) ภูเก็ต ศูนย์กลางการรักษาในกลุ่มโรคสลับซับซ้อน ทันตกรรม ผ่าตัดแปลงเพศ สปา ศูนย์กลางการประชุมและนิทรรศการนานาชาติ และศูนย์กลางบริการเวลเนสระดับโลก (2) พังงา ศูนย์กลางการดูแลสุขภาพท่องเที่ยวทางทะเล พัฒนาระบบกลุ่มพำนักระยะยาวในการรักษา Climate Therapy (3) ตรัง ศูนย์กลางเมืองแห่งอาหารการกิน ศูนย์กลาง Wellness Destination ในพื้นที่อันดามัน นอกจากนี้ ยังมีสตูลและระนองที่พร้อมยกระดับสมรรถนะกิจการธุรกิจสุขภาพ เพื่อรองรับการบริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง และ (4) ระนอง พัฒนาศักยภาพของน้ำพุร้อนรักษะวาริน” ที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเศรษฐกิจน้ำพุร้อน (Hot Spring Economy) ของไทยที่มีศักยภาพและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นตามแนวคิดสปาทาวน์ (Spa Town) แบบยุโรป หรือออนเซ็นทาวน์ (Onsen Town) แบบญี่ปุ่น (กระทรวงสาธารณสุข, 2567)

วิสัยทัศน์ Thailand Vision “IGNITE THAILAND จุดพลัง รวมใจ ไทยต้องเป็นหนึ่ง” มุ่งเป้าพัฒนาประเทศไทยให้กลายเป็นศูนย์กลางเมืองแห่งอุตสาหกรรมระดับโลกและ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคและตั้งเป้าหมายให้ไทยเป็นที่ 1 ในภูมิภาคใน 8 ด้าน (hubs) โดยมีด้านที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้แก่ ด้านที่ 1 TOURISM HUB ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค ประเทศไทยเป็น Homestay ของคนทั่วโลก ยกระดับเมืองหลัก-เมืองรอง ชู Soft Power ผลักดัน One-Visa Free สร้างสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ ปลดล็อกกฎระเบียบ และ ด้านที่ 2 WELLNESS & MEDICAL HUB ศูนย์กลางทางการแพทย์และสุขภาพ ผลักดันให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพของโลก ยกระดับแพทย์แผนไทย สปา สมุนไพร ยกระดับระบบ 30 บาท รักษาทุกโรค

ที่ผ่านมาจากการเข้าร่วมของคณะผู้แทนไทยเข้าร่วมการประชุมรัฐมนตรีการคลังและรัฐมนตรีสาธารณสุขอาเซียน ครั้งที่ 2 (ASEAN Finance and Health Ministers Meeting, AFHMM) เสนอให้มีการพัฒนาและยกระดับการขับเคลื่อนการบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness) ในกรอบความร่วมมืออาเซียน เพื่อสานพลังทุกประเทศสมาชิกรวมกลุ่มเป็น ASEAN Wellness Association โดยเน้นการร่วมมือกันในการยกระดับมาตรฐานด้าน Wellness และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในภูมิภาคอาเซียน ทั้งด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ผู้ให้บริการ และระบบนิเวศ

รวมทั้งสร้างโอกาสในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพผู้ให้บริการ การประเมินผล และการประชาสัมพันธ์ ร่วมกัน เพื่อผลักดันอุตสาหกรรมด้าน Wellness และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของภูมิภาคอาเซียนเข้าสู่ตลาดระดับโลก

2.4 มาตรฐานและเกณฑ์คุณภาพต่าง ๆ ของประเทศไทย

กระทรวงสาธารณสุข ได้กำหนดเกณฑ์คุณภาพต่าง ๆ โดยมีหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลเป็นผู้รับผิดชอบหลัก อาทิ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กรมอนามัย สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สมาคมไทยลานนาสปา ทำหน้าที่เป็นผู้ประเมินสถานประกอบการ รวมทั้งจัดให้มีการมอบรางวัลต่าง ๆ สรุปได้ดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 เกณฑ์คุณภาพต่าง ๆ โดยกระทรวงสาธารณสุข

ประเภท	เกณฑ์คุณภาพ	ประเภท	เกณฑ์คุณภาพ
1. สปา	THAI WORLD CLASS SPA	4. ร้านอาหาร	Wellness Restaurant
	Wellness Spa		TWD
	Thainess Wellness Destination (TWD)		อาหารเป็นยา
	อัตลักษณ์ไทยลานนาสปา		SAN PLUS
2. นวด	NUAD THAI PREMIUM AWARDS	5. โรงแรม/รีสอร์ท	Wellness Hotel
	Wellness Massage		Green Hotel
	TWD		TWD
3. สถานพยาบาล	Wellness Clinic	6. ชุมชน	แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ภูมิปัญญา และสมุนไพร
	TWD		Healthy City MODELS
			อ.ย. Quality AWARDS

ที่มา : รวบรวมจากสไลด์นำเสนอของสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่
เมื่อครั้ง สศช. ลงพื้นที่ จ.เชียงใหม่

ทั้งนี้ เกณฑ์มาตรฐานที่ได้รับความนิยม ได้แก่ รางวัลสปาสากล (Thai World Class Spa) แบ่งเป็น 3 ระดับ ได้แก่ ระดับแพลตตินัม (Platinum) (เทียบเท่าชั้นสปาหรู 5 ดาว) ระดับโกลด์ (Gold) และระดับซิลเวอร์ (Silver) โดยใบรับรองจะมีอายุ 3 ปี และรางวัลนวดไทยพรีเมียม (Nuad Thai Premium) ให้แก่กิจการนวดไทยที่ผ่านเกณฑ์การประเมินด้วย ซึ่งรายชื่อกิจการที่ได้รับรางวัลทั้งหมดจะถูกนำไปประกาศที่เว็บไซต์ของกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ และยังสามารถขอความร่วมมือไปยังการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการเผยแพร่รายชื่อของกิจการที่ได้รับรางวัล รวมถึงประชาสัมพันธ์โล่รางวัล ซึ่งจะมีตราสัญลักษณ์คุณภาพมาตรฐานให้ชาวต่างชาติได้รู้จักและเลือกใช้ บริการกิจการสปาและนวดที่ผ่านการรับรองคุณภาพ สำหรับผู้ประกอบการที่ได้รับรางวัล Thai World Class Spa และ Nuad Thai Premium จะต้องผ่านเกณฑ์การประเมินคุณภาพมาตรฐาน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม ด้านบุคลากร ด้านบริการ ด้านผลิตภัณฑ์ เครื่องมือ อุปกรณ์ และด้านบริหารและการจัดการองค์กร และมีอัตลักษณ์การบริการครบทั้ง 5 มิติ รูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัส

แผนภาพที่ 2.4 เกณฑ์มาตรฐานการให้รางวัลของ สบส.



ที่มา : กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จัดประกวดรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยประจำปี เพื่อคัดสรรผู้ประกอบการท่องเที่ยวไทยที่มีคุณภาพมาตรฐานระดับสากล ทั้งในด้านการท่องเที่ยวอย่างปลอดภัยและยั่งยืน (Safe and Sustainable Tourism) รวมทั้งการรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม (Responsible Tourism) เพื่อเป้าหมายร่วมกันในการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน (High Value and Sustainability) โดยจะมอบเป็นรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (TTA) หรือ รางวัลกินรีเป็นรางวัล สำหรับธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับการกำหนดทิศทางและกระบวนการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทุกสาขา โดยมีการแบ่งประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) แบ่งประเภทรางวัลย่อยออกเป็น 4 สาขา ประกอบด้วย สาขาสปา (Spa) สาขาเวลเนส สปา (Wellness Spa) สาขาเวลเนส แอนด์ สปา รีทรีต (Wellness & Spa Retreat) และ สาขานวดไทย (Nuad Thai for Health) แบ่งรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย แบ่งออกเป็น 3 รางวัล ดังนี้ รางวัลยอดเยี่ยม (Thailand Tourism Gold Award) รางวัลดีเด่น (Thailand Tourism Silver Award) เกียรติบัตรรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (Thailand Tourism Certificate) ผลงานที่ได้รับรางวัล Thailand Tourism Gold Award จำนวน 3 ครั้งติดต่อกันโดยไม่จำเป็นต้องได้รับรางวัลประเภทเดียวกันจะได้รับรางวัล Hall of Fame ภายใต้กรอบแนวคิดการตัดสินรางวัลประกอบไปด้วย 3 แนวคิดหลัก คือ การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism) ความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (Safety & Health Administration) และความสนใจของกลุ่มนักท่องเที่ยว (Customers Interest) ผลงานที่ได้รับรางวัลจะได้รับเพื่อเป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวด้วยมาตรฐานการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อมช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดในการเสนอขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้นักท่องเที่ยว และได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ ส่งเสริมการขายและการตลาดและการประชาสัมพันธ์ และผลงานที่ได้รับรางวัลจะได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ และยกระดับพัฒนาองค์กร Upskill – Reskill

แผนภาพที่ 2.5 รางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย



ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

มาตรฐานสปาของอาเซียน (ASEAN Spa Service Standard) เป็นมาตรฐานสปาของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) ที่มีกระบวนการรับรองสำหรับพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์รวมทั้งบริการ

และสิ่งอำนวยความสะดวกของอุตสาหกรรมสปาในอาเซียนให้ดียิ่งขึ้นเป็นมาตรฐานสปาของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (อาเซียน) ที่มีกระบวนการรับรองสำหรับพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์รวมทั้งบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกของอุตสาหกรรมสปาในอาเซียนให้ดียิ่งขึ้น โดยมีข้อกำหนดและเกณฑ์หลักของมาตรฐาน สปาอาเซียน อาทิ (1) สถานที่ กำหนดลักษณะที่ตั้ง พื้นที่บริการ พื้นที่รับรองลูกค้า การตกแต่ง ตลอดจนความสะอาด และความปลอดภัยต่าง ๆ (2) การบริการ มีข้อกำหนดเวลาทำการ การให้คำปรึกษา ระเบียบการให้บริการบริการต่าง ๆ บริการแบบดั้งเดิมและแบบที่มีอยู่ในวัฒนธรรม ตลอดจนจำนวนพนักงานที่มีความเหมาะสม (3) บุคลากร อายุ สุขภาพ มารยาทและการวางตัว คุณสมบัติและการฝึกฝน ตลอดจนแนวปฏิบัติในการทำงาน และ (4) ผลลัพธ์ กำหนดลักษณะผลิตภัณฑ์ที่นำมาใช้เพื่อให้บริการ การรับรองผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน การควบคุมคุณภาพ และสุขลักษณะของผลิตภัณฑ์

แผนภาพที่ 2.6 ตราสัญลักษณ์ ASEAN Spa Services Standard



ที่มา : กรมการท่องเที่ยว

2.5 ความหมายเกี่ยวกับลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ประเทศไทยได้มีการกำหนดนิยามลักษณะของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตามกฎหมายกำหนด ลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562 ที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 137 ตอนที่ 1ก เมื่อวันที่ 7 มกราคม 2563 ซึ่งกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2562)

วิสาหกิจขนาดย่อม มีลักษณะ ดังนี้

- 1) กิจกรรมผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินห้าสิบคน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินหนึ่งร้อยล้านบาท
- 2) กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมค้าส่ง หรือกิจกรรมค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานไม่เกินสามสิบคน หรือมีรายได้ต่อปีไม่เกินห้าสิบล้านบาท

วิสาหกิจขนาดกลาง มีลักษณะ ดังนี้

- 1) กิจกรรมผลิตสินค้าที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าห้าสิบคนแต่ไม่เกินสองร้อยคน หรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าหนึ่งร้อยล้านบาทแต่ไม่เกินห้าร้อยล้านบาท
- 2) กิจกรรมให้บริการ กิจกรรมค้าส่ง หรือกิจกรรมค้าปลีก ที่มีจำนวนการจ้างงานเกินกว่าสามสิบคนแต่ไม่เกินหนึ่งร้อยคน หรือมีรายได้ต่อปีเกินกว่าห้าสิบล้านบาทแต่ไม่เกินสามร้อยล้านบาท

ตารางที่ 2.2 การกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศไทย

ประเภทกิจการ	วิสาหกิจขนาดย่อม				วิสาหกิจขนาดกลาง	
	วิสาหกิจขนาดย่อย		วิสาหกิจขนาดย่อม			
	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน (คน)	รายได้ต่อปี (ล้านบาท)	การจ้างงาน(คน)
การผลิต	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 100	ไม่เกิน 50	เกิน 100-500	เกิน 50-200
บริการ/ค้าส่ง/หรือค้าปลีก	ไม่เกิน 1.8	ไม่เกิน 5	ไม่เกิน 50	ไม่เกิน 30	เกิน 50-300	เกิน 30-100

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

2.6 กฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ

จากการทบทวนเอกสารวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับกฎหมายและมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพ (ดร.พุทธพร อักษรไพโรจน์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรินามวงศ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อชิส นันทอมรพงศ์, 2563) สรุปได้ดังนี้

2.6.1 พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 มีวัตถุประสงค์เพื่อกำกับดูแลและสนับสนุนส่งเสริมสถานประกอบการเพื่อสุขภาพให้มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งประกอบด้วยกฎหมายลูก เพื่อยกระดับมาตรฐานและคุณภาพ และช่วยลดปัญหาธุรกิจขนาดและสปาแอบแฝงบริการทางเพศ ซึ่งมีทั้งสิ้น 6 ฉบับ ประกอบด้วย

(1) กฎกระทรวงกำหนดบริการอื่นในกิจการสปา พ.ศ.2560 ว่าด้วยบริการ 29 ประเภทที่สามารถให้บริการร่วมในกิจการสปา ซึ่งตามกฎหมายกำหนดให้กิจการสปาที่มีการเสริมสร้างสุขภาพด้วยน้ำ และนวดร่างกายเป็นหลักมีบริการอื่นเสริมอีกอย่างน้อย 3 อย่าง

(2) กฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมและการชำระค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2560 ว่าด้วยอัตราค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาต การต่ออายุ ค่าธรรมเนียมรายปีการประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพซึ่งคิดตามขนาดพื้นที่บริการ ใบอนุญาตผู้ดำเนินการสปา อาทิ ค่าธรรมเนียมการออกใบอนุญาตกิจการประเภทสปา ขนาดพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร ฉบับละ 1,000 บาท, กิจการประเภทนวดเพื่อสุขภาพและเสริมความงาม ขนาดพื้นที่ไม่เกิน 100 ตารางเมตร ฉบับละ 500 บาท และ ใบอนุญาตผู้ดำเนินการสปา ฉบับละ 1,000 บาท

(3) กฎกระทรวงการอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2560 ว่าด้วยการยื่นคำขอ การต่ออายุ การขอโอนใบอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ

(4) กฎกระทรวงการอนุญาตเป็นผู้ดำเนินการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2560 ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางการขออนุญาตเป็นผู้ดำเนินการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพประเภทสปา

(5) กฎกระทรวงการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ.2560 ว่าด้วยหลักเกณฑ์และแนวทางการขอขึ้นทะเบียนเป็นผู้ให้บริการในสถานประกอบการฯ และ

(6) กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานด้านสถานที่ ความปลอดภัย และการให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพประเภทกิจการสปา และกิจการนวดเพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมความงาม พ.ศ.2560 ว่าด้วยการกำหนดมาตรฐานของสถานประกอบการฯ ทั้งด้านสถานที่ต้องสะอาดมีการแบ่งสัดส่วนชัดเจน ด้านความปลอดภัยในการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลเบื้องต้น มีระบบคัดกรองผู้รับบริการ, ด้านการให้บริการ ต้องแสดงรายการการและอัตรา

ค่าบริการไว้ในที่เปิดเผย หรือสามารถตรวจสอบได้ที่จุดบริการ ให้มีเครื่องแบบสำหรับผู้ให้บริการ พร้อมป้ายชื่อผู้ให้บริการติดไว้ที่บริเวณหน้าอก และกำหนดเวลาให้บริการได้ ตั้งแต่ 06.00 – 24.00 น.

2.6.2 มาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ได้พัฒนาเกณฑ์ประเมินมาตรฐานคุณภาพสปาเพื่อสุขภาพ (Spa Grading) เพื่อยกระดับมาตรฐานสปาไทย ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล โดยความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมาตรฐานดังกล่าวครอบคลุม 5 ด้านหลัก ได้แก่ (1) สถานที่และสิ่งแวดล้อม ที่ต้องสร้างความประทับใจในทั้ง 5 มิติ (รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส), (2) บุคลากร ที่มีความรู้ความสามารถในการให้บริการอย่างมีมาตรฐาน, (3) การบริการ ที่ผสมผสานเอกลักษณ์ไทยกับมาตรฐานสากล, (4) ผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ ที่มีคุณภาพและปลอดภัย, และ (5) การบริหารและจัดการองค์กร ที่มีประสิทธิภาพ เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มาตรฐานนี้แบ่งเป็น 3 ระดับรางวัล ได้แก่ Silver, Gold, และ Platinum โดยสถานประกอบการต้องมีคุณสมบัติเบื้องต้นเพื่อขอรับรองคุณภาพ อาทิ สถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพต้องเป็นสถานประกอบการที่ถูกต้องตามกฎหมาย

2.6.3 มาตรฐานที่เกี่ยวข้องในการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพอื่น ๆ อาทิ

- (1) พระราชบัญญัติเครื่องสำอาง พ.ศ. 2558
- (2) มาตรฐานสปาเพื่อสุขภาพของอาเซียน
- (3) ISO/DIS 17679:2016 (Tourism and Related Services-Wellness Spa Service Requirements)
- (4) มาตรฐานฝีมือแรงงานแห่งชาติกลุ่มสาขาอาชีพภาคบริการ (ผู้ให้บริการไทยและนักส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม)
- (5) มาตรฐานอาชีพและคุณวุฒิวิชาชีพ สาขาสปาและความงาม

บทที่ 3 ข้อมูลและวิธีการศึกษา

การดำเนินการศึกษางานศึกษา เรื่อง Spa & Wellness Tourism การยกระดับธุรกิจสปาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวคุณภาพสูงของไทย เก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion) และเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) จากข้อมูลนิติบุคคลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า จำแนกตามขนาดกิจการด้วยหลักเกณฑ์สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานศึกษา

3.1 ระเบียบวิธีการศึกษา

คณะผู้ศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) เก็บข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มจากการลงพื้นที่ (Focus group discussion) กับผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนวดและสปาเพื่อเก็บข้อมูลปฐมภูมิ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิ ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) จากข้อมูลนิติบุคคลกิจกรรมสปา (หมวด Q รหัส 96101) ตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย หรือ Thailand Standard Industrial Classification (TSIC) โดยข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ ดังนี้

- 1) จำนวนสถานประกอบการ นิติบุคคลและบุคคลธรรมดา รายปี 2560 – 2565
- 2) จำนวนการจ้างงาน นิติบุคคลและบุคคลธรรมดา รายปี 2562 – 2565
- 3) รายได้สถานประกอบการ นิติบุคคล รายปี 2562 – 2565

3.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ

3.2.1 การทบทวนวรรณกรรม (Literature Reviews) ค้นคว้าและศึกษางานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม Wellness ทั้งการให้คำนิยาม กรณีสืบศึกษาจากในประเทศและต่างประเทศ มาตรการและนโยบายสนับสนุนจากในประเทศและต่างประเทศ เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่าง ๆ เพื่อให้เห็นถึงความสำคัญของการยกระดับธุรกิจสปาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวคุณภาพสูงของไทย

3.2.2 วิธีการสนทนากลุ่ม (Focus group discussion)

1) การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจนวดและสปา ได้แก่ ธุรกิจนวดและสปา หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการดำเนินงานของธุรกิจนวดและสปา สมาคมธุรกิจ สปาอุตสาหกรรม และระดับชุมชน โดยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการเลือกแบบมีวัตถุประสงค์เจาะจง (Purposive sampling) และลงพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาหลายด้านโดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงามและแพทย์แผนไทย จำนวน 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน ภูเก็ต ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน อีกทั้งได้มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Online)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การสนทนากลุ่ม โดยมีแบบสัมภาษณ์เป็นกรอบคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ ลักษณะคำถามแบบปลายเปิด (Open end question) โดยการออกแบบคำถามที่เป็นไปตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อสอบถามข้อคิดเห็น ปัญหาอุปสรรค และข้อเสนอแนะ

3.3 การวิจัยเชิงปริมาณ

3.3.1 ผลผลิตภาพแรงงาน (Labor Productivity)

ผลผลิตภาพแรงงาน คือ ผลผลิตต่อหน่วยของแรงงานโดยหน่วยนับของแรงงานอาจเป็นจำนวนคน หรือจำนวนชั่วโมงการทำงานก็ได้ แต่การเปรียบเทียบผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยต่อชั่วโมงการทำงานจะมีความแม่นยำมากกว่าเนื่องจากได้ขจัดความต่างของเวลาในการทำงานออกไป อย่างไรก็ตาม มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลชั่วโมงการทำงานที่มีการเก็บน้อยกว่าข้อมูลจำนวนแรงงาน การวัดผลผลิตภาพแรงงานจึงนิยมใช้ผลผลิตภาพแรงงานเฉลี่ยต่อคนมากกว่า (สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ, 2561)

3.3.2 การวัดดัชนีผลผลิตภาพแรงงานในระดับจุลภาค

ผลผลิตภาพแรงงาน = $\frac{\text{มูลค่าเพิ่มของแรงงาน}}{\text{จำนวนแรงงานหรือชั่วโมงการทำงานรวม}}$

โดย มูลค่าเพิ่มของแรงงาน = ยอดขาย - ต้นทุนทั้งหมด (ไม่รวมค่าจ้างแรงงาน) หรือ มูลค่าเพิ่มของแรงงาน = กำไรสุทธิ + ค่าจ้างแรงงาน

ทั้งนี้ ต้นทุนทั้งหมด ประกอบด้วย

- 1) ต้นทุนการผลิต
 - ต้นทุนวัตถุดิบและวัสดุทั่วไป
 - เงินเดือน ค่าจ้างแรงงาน สวัสดิการและค่าตอบแทนอื่น ๆ ของลูกจ้างและพนักงานฝ่ายผลิต
 - ค่าแรงเหมาจ่ายให้ผู้อื่นหรือสถานประกอบการอื่นทำการผลิตให้
 - ค่าใช้จ่ายในการผลิต หรือค่าเสียหาย
 - ต้นทุนการผลิตอื่น ๆ เช่น งานระหว่างทำหรือสินค้าระหว่างผลิตสุทธิ
- 2) ต้นทุนสินค้าสำเร็จรูปซื้อมาขายไป
- 3) ต้นทุนสินค้าสำเร็จรูปคงเหลือสุทธิ
- 4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน
 - ค่าใช้จ่ายในการขายและบริหาร
 - เงินเดือน ค่าจ้างแรงงาน สวัสดิการและค่าตอบแทนอื่น ๆ ของลูกจ้างและพนักงานนอกฝ่ายผลิต

บทที่ 4 ผลการศึกษา

การศึกษา เรื่อง Spa & Wellness Tourism การยกระดับธุรกิจสปาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวคุณภาพสูงของไทย โดยวิธีวิจัยแบบผสมผสาน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ร่วมกับข้อมูลทฤษฎี ด้วยวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) จากข้อมูลนิติบุคคลกิจกรรมสปา (หมวด Q รหัส 96101) ตามรหัสมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย โดยคณะศึกษาจะนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ คือ ส่วนลงพื้นที่และส่วนวิเคราะห์งบการเงิน ดังต่อไปนี้

4.1 การลงพื้นที่

คณะผู้ศึกษาได้ลงพื้นที่ 5 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงราย เชียงใหม่ ลำพูน และภูเก็ต ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชน พร้อมทั้งได้มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น (Online) รวมทั้งสิ้น 23 แห่ง

แผนภาพที่ 4.1 ภาพการลงพื้นที่ 5 จังหวัด



จากการลงพื้นที่พบว่าแต่ละพื้นที่มีจุดแข็งและประเด็นท้าทายที่คล้ายคลึงกัน สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) **การพัฒนาสินค้าและแรงงาน** ภาพรวมในหลายพื้นที่ประสบปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งจากการที่แรงงานในระบบหายไประหว่างการระบาดทั่วของโควิด - 19 ส่งผลให้สถานประกอบการเลือกที่จะจ้างเหมาจ้าง (Freelance) เข้ามาทดแทนการขาดแคลนแรงงานในช่วงฤดูการท่องเที่ยว (High Season) ส่งผลให้ไม่สามารถควบคุมมาตรฐานการให้บริการได้ทั้งหมด และบางพื้นที่มีอัตราการลาออกของพนักงาน (Turnover rate) สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการขาดความมั่นใจในการลงทุนเพื่อพัฒนาทักษะแรงงาน ประกอบกับในสถานประกอบการ

ระดับขนาดย่อม (Small) ขึ้นไป พบปัญหาขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้และทักษะด้านดิจิทัล เนื่องจากธุรกิจประเภทโรงแรมถูกมองว่าเน้นการให้บริการเป็นหลัก จึงทำให้ไม่มีหลักสูตรที่รองรับการทำธุรกิจโรงแรมในยุคดิจิทัล อย่างไรก็ตามก็มีข้อค้นพบว่าสถานประกอบการที่มีพนักงานทำงานด้วยมาเป็นระยะเวลานานจะมีการให้สวัสดิการอย่างเหมาะสมต่อแรงงาน อาทิ การให้ที่พัก การมีอาหารกลางวัน การส่งพนักงานไปอบรมเพิ่มพูนทักษะ รวมถึงการให้ค่าจ้างมากกว่าค่าเฉลี่ยทั่วไป โดยคิดเป็นการค่าจ้างการันตีขั้นต่ำ ในส่วนประเด็นด้านการพัฒนาสินค้า ในระดับสถานประกอบการที่มีขนาดย่อม (Small) ขึ้นไป มีการควบคุมคุณภาพของสินค้าได้ระดับดี โดยมีการเก็บสินค้าอย่างเหมาะสมและเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่ได้คุณภาพและตอบโจทย์ตามความต้องการของลูกค้า รวมทั้งมีนวัตกรรมและเครื่องมือที่ทันสมัยในการให้บริการ ในขณะที่สินค้าระดับชุมชนส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จัดทำโดยชุมชนเองและเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่ยังไม่สามารถต่อยอดเพื่อยกระดับให้เป็นสินค้าคุณภาพไทยมาตรฐานโลกได้

2) **ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา** กลุ่มลูกค้ายังไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างนวดเพื่อสุขภาพกับสปา ทำให้ส่วนใหญ่เลือกรับบริการที่ร้านนวดภายนอกซึ่งมีราคาถูกกว่าหลายเท่าตัว โดยไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพและความสะอาด ทำให้โรงแรมต้องเสียลูกค้ากลุ่มนี้เป็นจำนวนมาก ในขณะที่เดียวกันต้นทุนปัจจัยการผลิตที่สูงขึ้นทั้งแรงงาน สินทรัพย์ทุน และวัตถุดิบขึ้นกลาง อาจส่งผลให้ผลผลิตของธุรกิจลดลงได้ในระยะยาวหากต้นทุนยังสูงขึ้นต่อเนื่องในขณะที่มูลค่าเพิ่มยังคงที่อยู่ ส่วนธุรกิจที่มุ่งเน้นความยั่งยืนจะมีต้นทุนที่สูงขึ้นจากการติดตั้งระบบบริหารจัดการต่าง ๆ ตลอดจนค่าใช้จ่ายด้านค่าตอบแทนบุคลากร ค่าวัตถุดิบด้านอาหาร และค่าใช้จ่ายด้านพลังงานที่เพิ่มขึ้นตามตลาดโลก

3) **กฎหมายและกฎระเบียบ** กฎหมายรองรับสำหรับสถานประกอบการที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับยา ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และเครื่องมือแพทย์และการบังคับใช้ใบอนุญาตประกอบธุรกิจโรงแรมยังไม่เข้มงวด อีกทั้งผู้ที่เรียนจบจากหลักสูตรตำราพื้นเมืองยังไม่สามารถขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบโรคศิลปะได้ เนื่องจากการรักษาตามตำราพื้นบ้านที่กรมสนับสนุนบริการสุขภาพไม่รับรองให้เป็นหลักสูตรกลาง ตลอดจนข้อกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการเพื่อสุขภาพยังไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพความซับซ้อนในการดำเนินการของผู้ประกอบการ

4) **กระบวนการทำงานของภาครัฐ** ภาครัฐมีการจัดทำเกณฑ์คุณภาพและมาตรฐานของแต่ละหน่วยงานมีความซ้ำซ้อนกันและไม่แยกออกจากกันอย่างชัดเจน และดำเนินการขับเคลื่อนภารกิจเพียงมอบรางวัลให้แก่ธุรกิจที่ดำเนินการได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนดเท่านั้น แต่ไม่มีสิทธิประโยชน์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจ รวมทั้งการเข้าไปพัฒนาศักยภาพแรงงานของภาครัฐไม่สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานและศักยภาพของแรงงานที่มีอยู่เดิม เนื่องจากงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรไม่เพียงพอกับการกิจการดำเนินงาน ส่งผลต่อกระบวนการจัดอบรมที่ขาดประสิทธิภาพ ตลอดจนรางวัลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ขณะที่บางรางวัลจำเป็นต้องใช้เงินทุนสนับสนุนเพื่อเข้าร่วม ส่งผลให้ไม่เกิดแรงจูงใจของสถานประกอบการในการเข้าร่วมการประกวดต่าง ๆ

5) **ภาพลักษณ์ทางด้านนวดและสปา** ปัญหาการค้าบริการทางเพศในร้านนวดเพื่อสุขภาพส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะการขาดการสร้างความรู้ความเข้าใจต่อประเด็นด้านเวลเนสอย่างทั่วถึง ทำให้ประชาชนมีมุมมองต่อการท่องเที่ยวเชิงเวลเนส (Wellness tourism) ไม่ถูกต้อง

6) **ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** ธุรกิจที่มุ่งเน้นด้านความยั่งยืนพบปัญหาการขาดแคลนน้ำเพื่อการอุปโภคบริโภค การขาดแคลนวัตถุดิบอาหาร และการปนเปื้อนของสารเคมีในวัตถุดิบอาหาร ตลอดจนปัญหาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวถูกทำลาย

ทั้งนี้ พบประเด็นที่น่าสนใจจากการลงพื้นที่ คือ ปัญหาของธุรกิจจะแตกต่างกันไปตามขนาดของกิจการ สรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1) **วิสาหกิจขนาดย่อม (Micro)** มีการบริหารจัดการระดับหมู่บ้าน โดยชุมชนมีความสามัคคีในการพัฒนาร่วมกันและแบ่งปันผลประโยชน์กันอย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม การให้บริการยังไม่ได้มาตรฐานในรูปแบบเดียวกัน เนื่องจาก ธุรกิจขนาดย่อมประสบปัญหาการขาดแคลนเงินทุนในการยกระดับพัฒนาธุรกิจ ให้ได้มาตรฐานเบื้องต้น อาทิ การมีห้องให้บริการแบบส่วนตัว การจัดเก็บสมุนไพรในห้องที่ได้มาตรฐาน (ห้องปราศจากความชื้น) การมีเครื่องมือและเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการให้บริการ ตลอดจนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีลักษณะเฉพาะ

2) **วิสาหกิจขนาดย่อม (Small)** เป็นขนาดธุรกิจที่มีจำนวนมากในท้องตลาด โดยส่วนใหญ่จะมีระบบการบริหารจัดการที่เป็นระบบและค่อนข้างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องการให้ภาครัฐมีหลักสูตรการวัดใหม่ ๆ ที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อนำเสนอขายลูกค้า ตลอดจนช่วยส่งเสริมการขายผ่านช่องทางต่าง ๆ ของภาครัฐ

3) **วิสาหกิจขนาดกลาง (Medium)** ธุรกิจระดับนี้จะมีการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ มีเทคโนโลยีที่ทันสมัย และแรงงานที่มีคุณภาพมาตรฐาน พร้อมรองรับต่อการให้บริการ ตลอดจนมีเงินทุนหมุนเวียนที่เพียงพอในการบริหารจัดการ แต่ประสบปัญหาเรื่องการขาดแคลนลูกค้า ซึ่งกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่จะเน้นไปที่ชาวต่างชาติหรือลูกค้าที่มีกำลังในการใช้จ่ายสูง

4.2 ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลบุคคล

ส่วนที่ 1 จำนวนการขึ้นทะเบียนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพและจำนวนผู้ประกอบการ

นับตั้งแต่ มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสถานบริการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 จำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นสถานประกอบการเพื่อสุขภาพประเภทวัดเพื่อสุขภาพมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 89.4 (พ.ศ. 2560 – 2565) ในขณะที่จำนวนการขึ้นทะเบียนของผู้ให้บริการและผู้ดำเนินการ มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับการขยายตัวของสถานประกอบการเพื่อสุขภาพเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 4.1 จำนวนการอนุญาตสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ ทั่วประเทศตามกฎหมาย ตั้งแต่ ปี 2560 - 2565

ปีงบประมาณ	สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ						รวมรายปี		รวมทั้งหมด
	กิจการสปา		นวดเพื่อสุขภาพ		นวดเพื่อเสริมความงาม				
	กทม.	ภูมิภาค	กทม.	ภูมิภาค	กทม.	ภูมิภาค	กทม.	ภูมิภาค	
2560	62	287	350	1,270	12	35	424	1,592	2,016
2561	110	152	770	1,708	27	29	907	1,889	2,796
2562	55	71	777	890	14	23	846	984	1,830
2563	95	85	968	1,234	24	28	1,087	1,347	2,434
2564	26	67	313	1,275	10	22	349	1,364	1,713
2565	13	50	160	1,006	5	15	178	1,071	1,249
รวม	361	712	3,338	7,383	92	152	3,791	8,247	12,038
	1,073		10,721		244		12,038		24,076

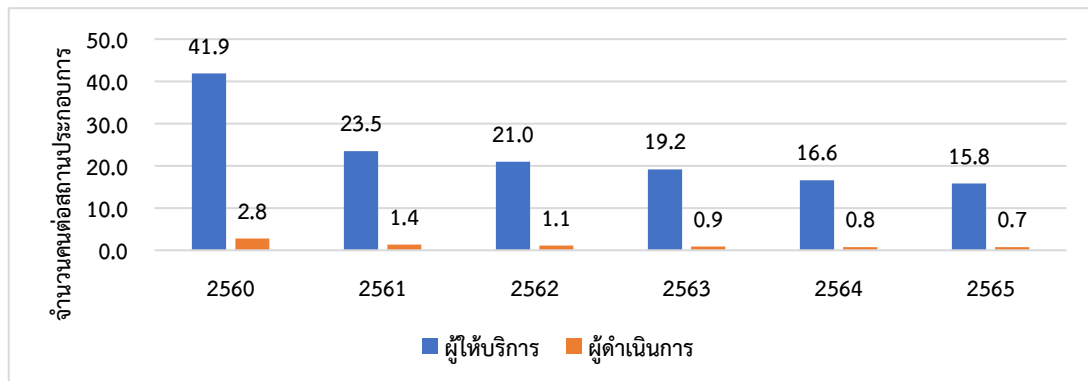
ที่มา: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

ตารางที่ 4.2 จำนวนการขึ้นทะเบียนผู้ให้บริการ ผู้ดำเนินการทั่วประเทศ ตั้งแต่ ปี 2560 - 2565

ปีงบประมาณ	ผู้ให้บริการ		ผู้ดำเนินการ		รวมรายปี		รวมทั้งหมด
	กทม.	ภูมิภาค	กทม.	ภูมิภาค	กทม.	ภูมิภาค	
2560	47,312	37,096	1,942	3,697	49,254	40,793	90,047
2561	10,358	18,345	894	-	11,252	18,345	29,597
2562	8,822	17,234	580	-	9,402	17,234	26,636
2563	23,874	11,084	748	-	24,622	11,084	35,706
2564	3,125	1,565	170	-	3,295	1,565	4,860
2565	9,641	2,224	444	-	10,085	2,224	12,309
รวม	103,132	87,548	4,778	3,697	107,910	91,245	199,155
	190,680		8,475		199,155		398,310

ที่มา: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

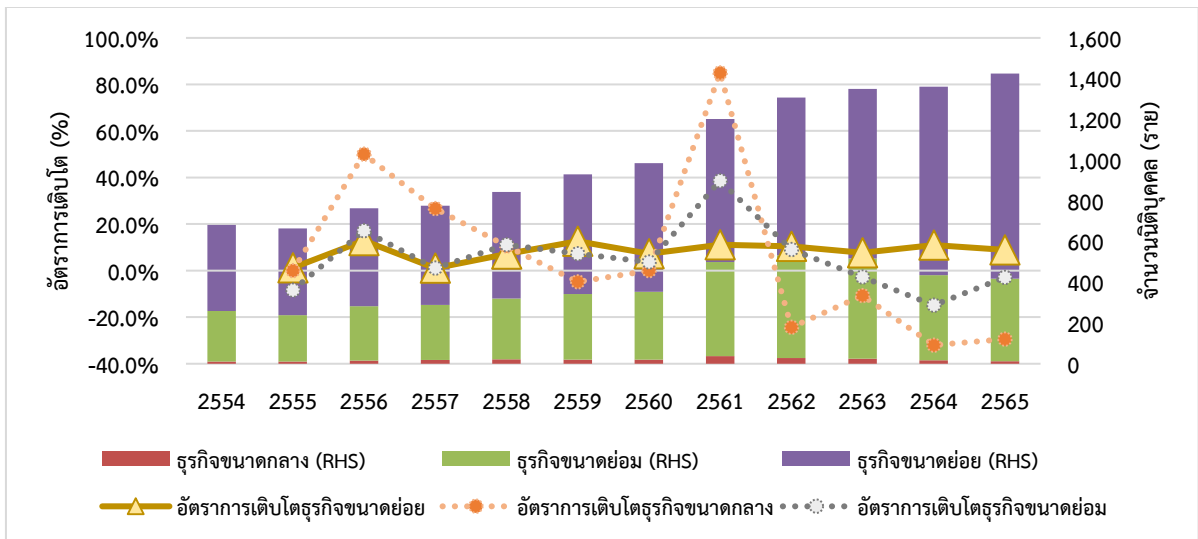
แผนภาพที่ 4.2 สัดส่วนจำนวนการขึ้นทะเบียนผู้ให้บริการและผู้ดำเนินการต่อจำนวนการอนุญาตสถานประกอบการเพื่อสุขภาพต่อ ตั้งแต่ ปี 2560 - 2565



ที่มา: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ คำนวณโดย สศช.

เมื่อพิจารณาสัดส่วนจำนวนผู้ให้บริการและผู้ดำเนินการต่อสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พบว่า มีสัดส่วนลดลงอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการขาดแคลนแรงงานในธุรกิจนวดและสปาและคาดว่าจะรุนแรงมากขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ ในส่วนของจำนวนผู้ประกอบการที่ยื่นจดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าจำแนกตามขนาดของธุรกิจ พบว่า ตั้งแต่ปี 2560 - 2565 ธุรกิจขนาดย่อมมีสัดส่วนมากที่สุด เฉลี่ยร้อยละ 84.2 และมีอัตราการเติบโตคงที่อย่างต่อเนื่อง ในขณะที่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มีอัตราการเติบโตที่ผันผวน โดยในปี 2561 มีการยื่นจดทะเบียนมากขึ้น เนื่องจากการถอดกิจการนวดและสปาออกจากกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ ทำให้การขอยื่นจดทะเบียนธุรกิจนวดและสปากับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพมีความสะดวกมากยิ่งขึ้น และในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 (พ.ศ. 2563 - พ.ศ. 2564) การยื่นจดทะเบียนของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหดตัวลงจากการปิดตัวของธุรกิจ เนื่องจากการขาดหายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

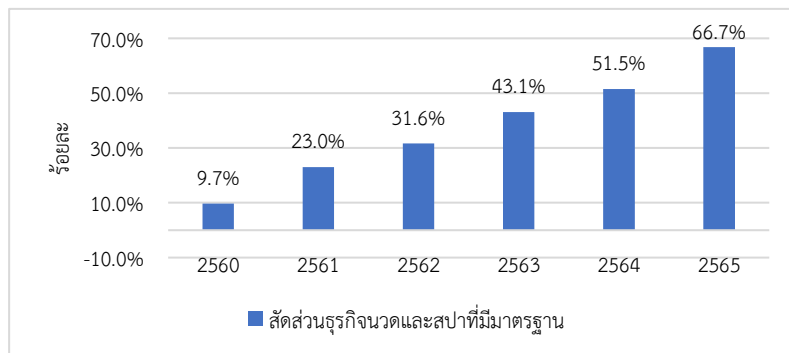
แผนภาพที่ 4.3 จำนวนการยื่นจดทะเบียนธุรกิจสปา และอัตราการเติบโต ตั้งแต่ ปี 2560 - 2565



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คำนวณโดย สศช.

หากเปรียบเทียบจำนวนสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ยื่นขออนุญาตกับกรมสนับสนุนบริการเพื่อสุขภาพกับจำนวนผู้ประกอบการที่ยื่นจดทะเบียนธุรกิจนวดและสปากับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เพื่อพิจารณาสัดส่วนธุรกิจนวดและสปาที่มีมาตรฐานสถานประกอบการเพื่อสุขภาพของกรมสนับสนุนบริการเพื่อสุขภาพ พบว่า สัดส่วนธุรกิจนวดและสปาที่มีมาตรฐานมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สะท้อนถึงการแนวโน้มการยกระดับธุรกิจสู่การเป็นสถานประกอบการที่มีมาตรฐานการให้บริการมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

แผนภาพที่ 4.4 สัดส่วนธุรกิจนวดและสปาที่มีมาตรฐาน ตั้งแต่ ปี 2560 - 2565



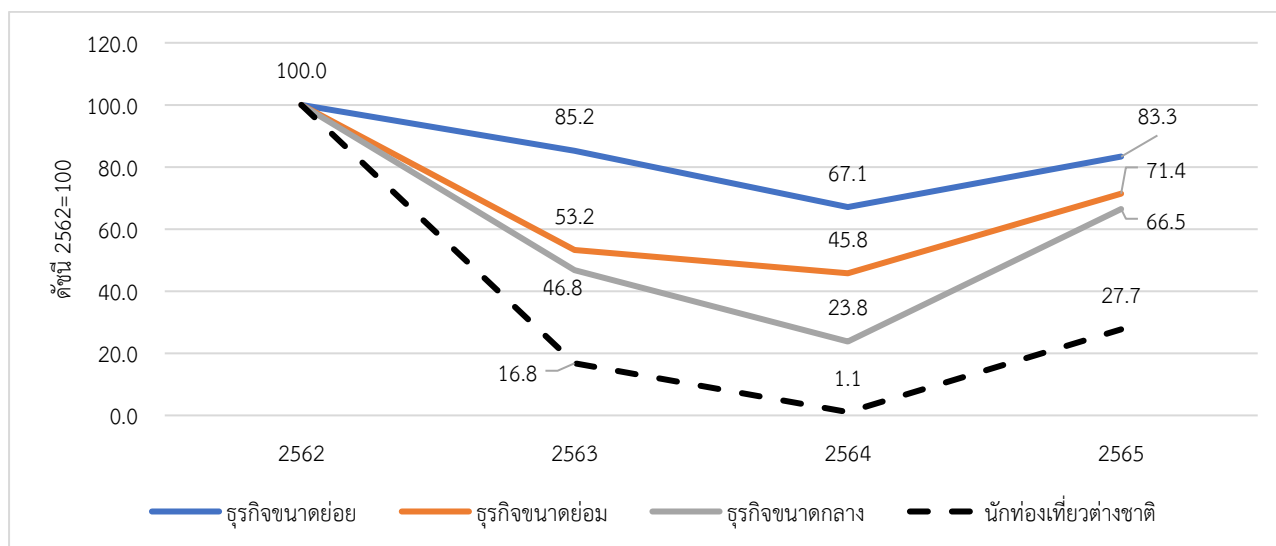
ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ คำนวณโดย สศช.

ส่วนที่ 2 รายได้

หากพิจารณารายได้กิจกรรมสปา ในช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด - 19 (พ.ศ. 2562) และหลังโควิด-19 (พ.ศ.2565) เริ่มคลี่คลาย จะพบว่า ในปี 2565 กลุ่มธุรกิจขนาดกลาง พึ่งตัวอย่างรวดเร็วกว่าการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะที่กลุ่มธุรกิจขนาดย่อมและขนาดย่อมพึ่งตัวค่อยเป็นค่อยไปอย่างสอดคล้องกัน จากรายงาน SCB EIC Health & Wellness survey 2023 ในหัวข้อ เจาะลึกเทรนด์สุขภาพเวลเนสของไทยโอกาสในธุรกิจมาแรง ของ SCB EIC (2566) พบว่า กลุ่มผู้ใช้บริการคนไทย นิยมใช้บริการนวดผ่อนคลายในกลุ่ม

ร้านขนาดเล็กที่มีราคาขายกระเป๋าสอดคล้องกับข้อมูลรายได้กิจกรรมสปา หากพิจารณา ในปี 2564 พบว่า ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ทำให้รายได้ของธุรกิจขนาดกลางปรับตัวลงมากที่สุด ตามด้วยธุรกิจขนาดย่อม และธุรกิจขนาดย่อม สะท้อนถึงการที่ธุรกิจขนาดกลางพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติค่อนข้างมาก ส่งผลให้รายได้ผันผวนตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงที่ผ่านมา ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติน้อยที่สุด ทำให้ในช่วงที่มีมาตรการปิดประเทศที่ผ่านมาได้รับผลกระทบจากมาตรการดังกล่าวน้อยที่สุด

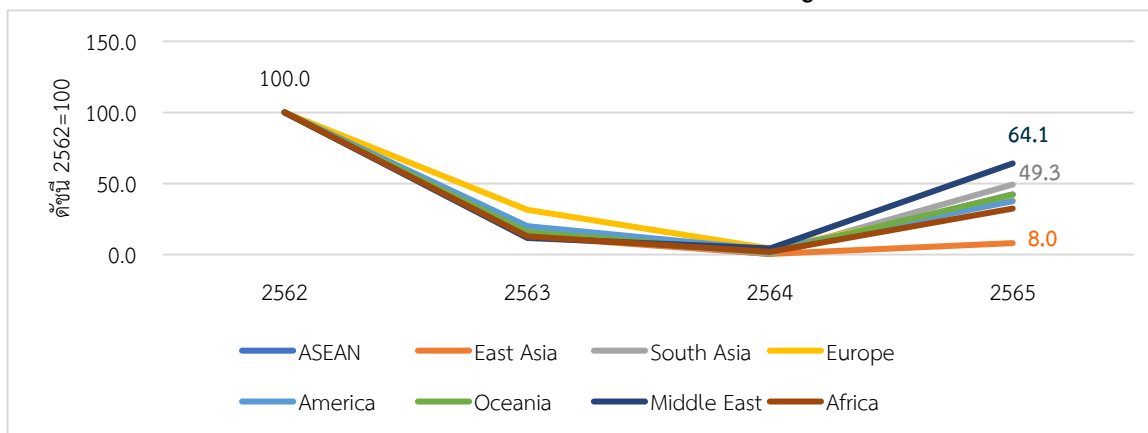
แผนภาพที่ 4.5 ดัชนีรายได้กิจกรรมสปา จำแนกตามขนาดธุรกิจ ตั้งแต่ปี 2562 - 2565



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คำนวณโดย สศช.

หากพิจารณากลุ่มนักท่องเที่ยวรายสัปดาห์ที่เดินทางเข้ามามากที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนโควิด - 19 พบว่า ในปี 2565 กลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง และกลุ่มนักท่องเที่ยวเอเชียใต้เดินทางเข้ามาประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าวนิยมใช้บริการนวดและสปาของไทย ซึ่งจากรายงานโครงการสำรวจเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปี 2567 โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางนิยมใช้บริการนวดและสปาร้อยละ 65.5 และมีค่าใช้จ่ายรวม 89,158 บาทต่อคนต่อทริป อีกทั้งพฤติกรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางนิยมใช้บริการธุรกิจนวดและสปาที่มีมาตรฐานสูง มีความเป็นส่วนตัว และเน้นบริการระดับพรีเมียม เนื่องจากนิยมเดินทางมาเป็นกลุ่มครอบครัว (นิซารีย์ ทองย้อย, วิภารัตน์ เอิบพบ, จิตติรัตน์ บัณบำรุงกิจ , 2562) ส่งผลให้ธุรกิจขนาดกลางได้รับประโยชน์จากการที่มีความพร้อมด้านสถานที่ เครื่องมือ อุปกรณ์ และบุคลากรที่มีมาตรฐาน

แผนภาพที่ 4.6 ดัชนีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกรายสัญชาติ ตั้งแต่ปี 2562 - 2565

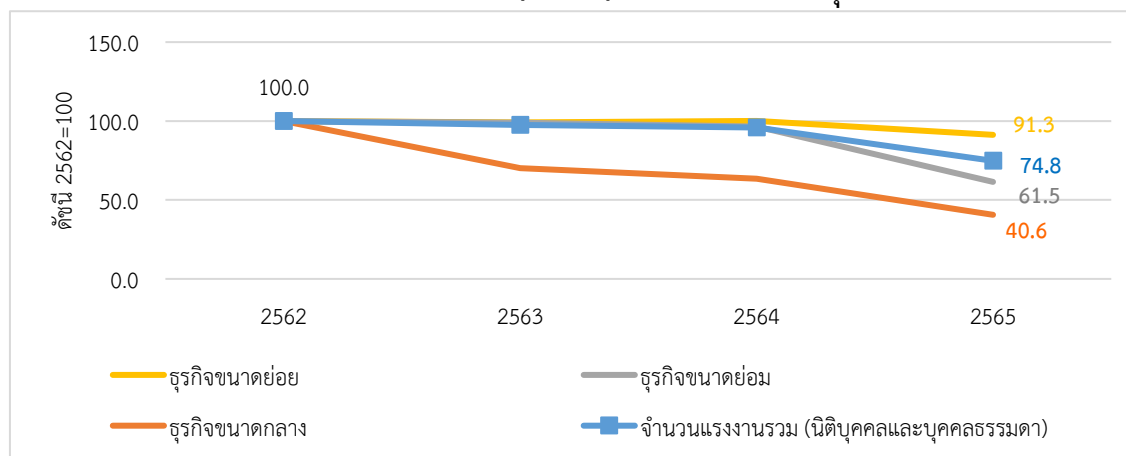


ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คำนวณโดย สศช.

ส่วนที่ 3 การจ้างงาน

ในขณะเดียวกัน ดัชนีการจ้างงานในภาพรวมของกิจกรรมสปา ปี 2565 ปรับลดลงจากช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโควิด - 19 ร้อยละ 25 โดยในธุรกิจขนาดกลางลดลงมากที่สุดร้อยละ 60 ธุรกิจขนาดย่อมลดลงร้อยละ 40 และธุรกิจขนาดย่อยลดลงร้อยละ 10 สะท้อนได้ว่ารูปแบบการดำเนินกิจการของธุรกิจขนาดกลางที่มีการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นส่วนใหญ่ได้มีการเลิกจ้างพนักงานมากตามไปด้วย แม้ว่าปี 2565 จะเริ่มมีกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางกลับเข้ามาบางส่วน แต่การหาแรงงานที่มีคุณภาพและมาตรฐานตรงตามความต้องการของธุรกิจยังคงเป็นข้อจำกัดในการให้บริการ ในขณะที่ธุรกิจขนาดย่อมและขนาดย่อยมีการเลิกจ้างพนักงานน้อยกว่าตามลำดับ เนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมและขนาดย่อย ยังคงมีรายได้จากกลุ่มผู้ใช้บริการคนไทยในช่วงวิกฤติที่ผ่านมา ประกอบกับจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการนวดและสปาพบว่า มีกลุ่มผู้ให้บริการนวด หรือ พนักงานนวด (Therapist) บางส่วนลาออกจากการเป็นพนักงานนวดประจำร้านผันตัวเป็นพนักงานนวดอิสระ (Freelance) จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้การจ้างงานในธุรกิจขนาดย่อยได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อย แม้อยู่ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด - 19

แผนภาพที่ 4.7 ดัชนีแรงงานในกิจกรรมสปา (96101) จำแนกตามขนาดธุรกิจ ตั้งแต่ปี 2562 - 2565

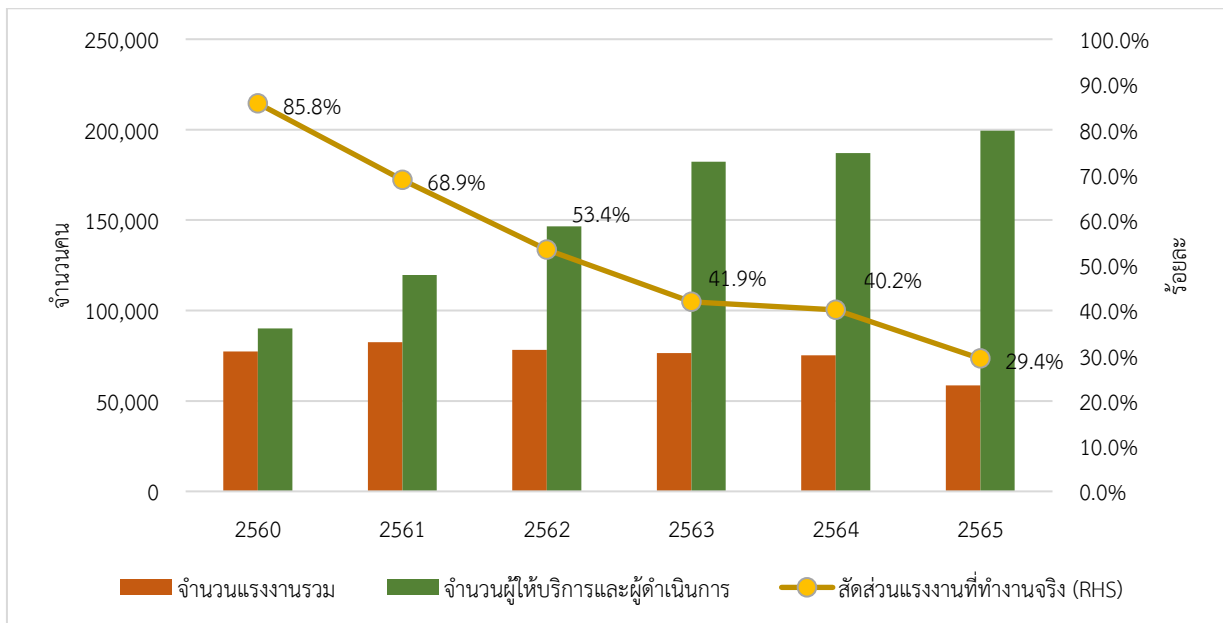


ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คำนวณโดย สศช.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสัดส่วนแรงงานที่ทำงานจริง โดยคำนวณจากจำนวนผู้ให้บริการและผู้ดำเนินการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนกับกรมสนับสนุนบริการสุขภาพกับจำนวนแรงงานรวมในกิจกรรมสปา พบว่าใน

ปี 2565 สัดส่วนแรงงานที่ทำงานจริงมีสัดส่วนร้อยละ 29.4 ลดลงจากปี 2564 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 40.2 สะท้อนได้ว่า แม้จำนวนผู้ให้บริการและผู้ดำเนินการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่ขึ้นทะเบียนจะเพิ่มมากขึ้น แต่แรงงานที่ทำงานจริงกลับลดลง โดยจากการลงพื้นที่พบว่า หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด - 19 พนักงานธุรกิจขนาดและสเปกบางส่วนเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่นที่มีผลตอบแทนสูงกว่า หรือไปทำงานนวดที่ต่างประเทศ ส่งผลให้การขาดแคลนพนักงานธุรกิจขนาดและสเปกในประเทศไทย และคาดว่าแนวโน้มการขาดแคลนแรงงานจะมีมากขึ้นจากความต้องการแรงงานนวดไทยในต่างประเทศที่เพิ่มสูงอย่างต่อเนื่อง

แผนภาพที่ 4.8 จำนวนแรงงานรวม จำนวนผู้ให้บริการและผู้ดำเนินการ และสัดส่วนแรงงานที่ทำงานจริง ตั้งแต่ปี 2560 - 2565

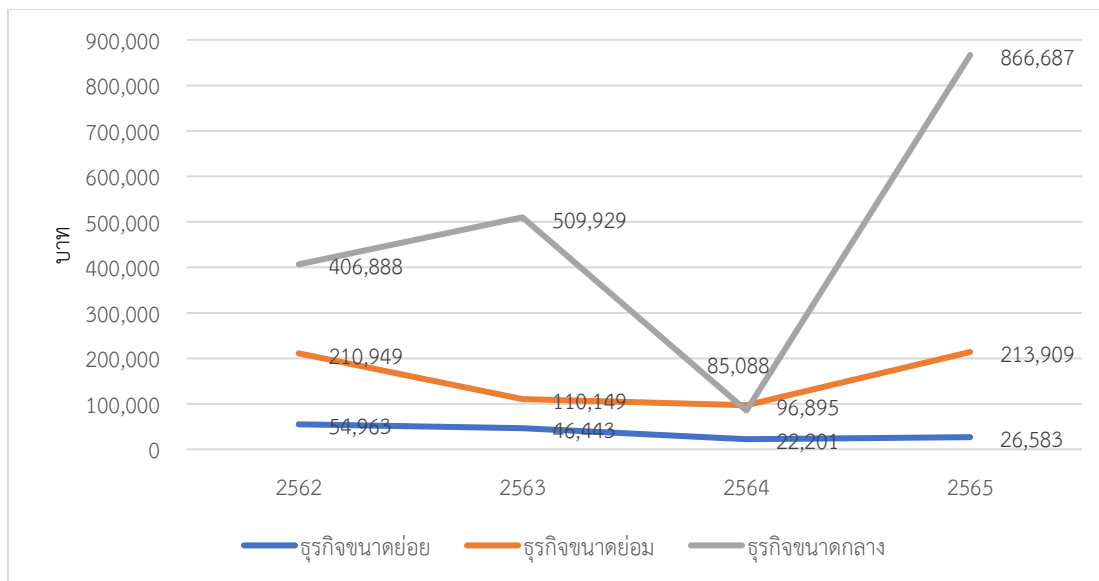


ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ คำนวณโดย สศช.

ส่วนที่ 4 ผลผลิตภาพแรงงาน

จากการพิจารณาผลิตภาพแรงงานของธุรกิจขนาดและสเปก พบว่าปี 2565 ธุรกิจขนาดกลางมีการขยายตัวมากที่สุด ตามมาด้วยธุรกิจขนาดย่อม จากรายได้ที่เริ่มกลับมาฟื้นตัวและการกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตะวันออกกลางที่เน้นการให้บริการที่ครบวงจร ประกอบกับในกลุ่มธุรกิจขนาดและสเปกขนาดกลางที่มีขนาดแรงงานลดลงจากการเลิกจ้างในการแพร่ระบาดโควิด - 19 และมีการให้บริการในรูปแบบการออกแบบโปรแกรมแบบเฉพาะบุคคล (Personalized) ต่อผู้รับบริการแต่ละราย ทำให้สามารถตั้งค่าบริการได้สูง จึงส่งผลให้กลุ่มธุรกิจขนาดกลางมีผลิตภาพแรงงานมากกว่ากลุ่มธุรกิจขนาดอื่น ๆ ในขณะเดียวกัน ธุรกิจขนาดย่อมมีผลิตภาพแรงงานปรับตัวขึ้นเล็กน้อยเนื่องจากธุรกิจขนาดย่อมไม่ได้เป็นกลุ่มเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มตะวันออกกลาง อีกทั้งยังมีธุรกิจขนาดย่อมเปิดใหม่อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับมีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างมาก จึงทำให้กลุ่มธุรกิจกลุ่มดังกล่าวยังคงมีผลิตภาพแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้นไม่มากเท่าที่ควร

แผนภาพที่ 4.9 ผลิตภาพแรงงานของธุรกิจขนาดและสปา ตั้งแต่ปี 2562 - 2565



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม คำนวณโดย สศช.

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การศึกษา “เรื่อง Spa & Wellness Tourism การยกระดับธุรกิจสปาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวคุณภาพสูงของไทย” มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาภาพรวมธุรกิจในประเทศเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจสปาและการนวดของไทย
- 2) เพื่อเสนอแนะนโยบายในการยกระดับ สร้างมูลค่าเพิ่ม และเพิ่มผลิตภาพในธุรกิจสปาและการนวดของไทย

โดยสามารถสรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะได้ ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาภาพธุรกิจในประเทศเกี่ยวกับจุดแข็งและจุดอ่อนในการดำเนินธุรกิจสปาและการนวดของไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลธุรกิจและการลงพื้นที่ 5 จังหวัด สรุปได้ว่าปัจจัยที่เป็นความท้าทายต่อธุรกิจนวดและสปาที่กลุ่มธุรกิจทุกขนาดประสบ คือ กระบวนการทำงานของภาครัฐที่ยังไม่ตอบโจทย์ตามความต้องการของพื้นที่และกฎระเบียบไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพที่มีความซับซ้อน โดยใบอนุญาตธุรกิจนวดและสปาไม่รองรับต้องมีการขอใบอนุญาตเพิ่มเติม ซึ่งต้องใช้เงินทุนเพิ่มเติมในการปรับปรุงสถานที่ อุปกรณ์และบุคลากรให้สอดคล้องกับมาตรฐาน โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดย่อย (Micro) ที่เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยาก จึงนิยมให้บริการนวดในรูปแบบทั่วไปโดยใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคาแทนการเน้นให้บริการที่มีคุณภาพสูง รวมถึงกระบวนการทำงานของภาครัฐที่ไม่สอดคล้องตามความต้องการสถานประกอบการ นอกจากนี้ การขาดแคลนผู้ให้บริการสปา (Therapist) และผู้ดำเนินการสปา (Spa Manager) ซึ่งหมายรวมถึงหมอนวด ไม่เพียงพอต่อการให้บริการในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเนื่องจากหลังการแพร่ระบาดของโควิด - 19 แรงงานที่ทำงานอยู่เดิมเปลี่ยนไปประกอบอาชีพอื่น ประกอบกับบางส่วนย้ายไปทำงานต่างประเทศจากค่าตอบแทนที่สูงกว่า และบางส่วนเลือกที่จะเป็นพนักงานนวดอิสระด้วยเหตุผลที่รายได้ไม่แตกต่างจากการอยู่ประจำร้าน จึงส่งผลให้คุณภาพการให้บริการของหมอนวดไม่เป็นมาตรฐานเดียวกัน ตลอดจนปัญหาที่ผู้เรียนจบจากหลักสูตรตำราพื้นเมืองหรือตำราที่เป็นเป็นหมอนวดพื้นบ้านจากบรรพบุรุษไม่สามารถขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบโรคศิลปะได้ เนื่องจากยังไม่มีกฎหมายใดของกระทรวงสาธารณสุขรองรับและไม่สามารถควบคุมความปลอดภัยในการให้บริการได้ รวมถึงคุณภาพสินค้าและบริการขาดความเป็นมาตรฐานสากลจึงทำให้ไม่สามารถต่อยอดยกระดับให้เป็นคุณภาพไทยมาตรฐานโลก

ในขณะเดียวกัน การให้บริการของธุรกิจนวดและสปาของประเทศยังคงมีจุดแข็ง โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อม (Small) และขนาดกลาง (Medium) มีการสร้างความโดดเด่นการให้บริการผ่านการจัดรูปแบบออกแบบโปรแกรมแบบเฉพาะบุคคล (Personalized) เนื่องจากมีความพร้อมด้านมีสถานที่ อุปกรณ์ และบุคลากรที่มีคุณภาพ ทำให้สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่ายสูงได้ ประกอบกับกลุ่มธุรกิจขนาดย่อยมีการจัดโครงสร้างราคาในการให้บริการในอัตราที่เข้าถึงง่าย และผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นชาวไทย รวมถึงชาวต่างชาติในกลุ่มที่ใช้จ่ายไม่มาก ทำให้มีความยืดหยุ่นในการดำเนินงาน และสามารถปรับตัวได้รวดเร็วตามสถานการณ์ของตลาดในช่วงเวลาที่ผ่านมา

ตารางที่ 5.1 ข้อเสนอแนะของธุรกิจขนาดและสเปก จำแนกตามขนาดของธุรกิจ

ธุรกิจขนาดย่อย (Micro)	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>-ราคาเข้าถึงง่าย สามารถรองรับกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่ายน้อย</p> <p>-มีความยืดหยุ่นในการดำเนินงานสูง สามารถปรับตัวได้รวดเร็วตามสถานการณ์ของตลาด</p>	<p>-ไม่สามารถขยายบริการในรูปแบบ Personalized ได้เนื่องจากเครื่องมือไม่เพียงพอ</p> <p>-ขาดทรัพยากรในการพัฒนาและปรับปรุงบริการ เช่นงบประมาณสำหรับการฝึกอบรมพนักงานและการปรับปรุงสถานที่ ทำให้ยากต่อการแข่งขันกับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่กว่า นอกจากนี้ ยังเผชิญกับปัญหาการจัดการในเรื่องกฎระเบียบและการขอใบอนุญาตที่ซับซ้อน</p>
ธุรกิจขนาดย่อม (Small)	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>มีศักยภาพในการดึงดูดกลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติบางส่วน สามารถเสนอรายการส่งเสริมการขาย และแพ็คเกจบริการที่คุ้มค่า ทำให้ดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่มีงบประมาณจำกัดได้ดี</p>	<p>มีข้อจำกัดในเรื่องบุคลากรและการจัดการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการฝึกอบรมและการรักษามาตรฐานการให้บริการ</p>
ธุรกิจขนาดกลาง (Medium)	
จุดแข็ง	จุดอ่อน
<p>มีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มลูกค้าระดับกลาง-สูง มีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการลงทุนในเทคโนโลยีและการพัฒนาบริการ สามารถขยายสาขาหรือเพิ่มบริการใหม่ ๆ ได้ตามแนวโน้มของตลาด นอกจากนี้ ยังมีโอกาสในการทำการตลาดเชิงรุกและสร้างแบรนด์ที่เข้มแข็งมากขึ้น</p>	<p>เนื่องจากมีค่าบริการที่สูง ทำให้รองรับได้เฉพาะกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังจ่ายสูง อาทิ กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ หากในกรณีเกิดวิกฤตที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางเข้ามาใช้บริการ อาจทำให้ธุรกิจได้รับผลกระทบและประสบภาวะขาดทุน</p>

5.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การยกระดับธุรกิจสปาสู่การเป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวคุณภาพสูงของไทยนั้น ต้องอาศัยการทำงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเป็นกลไกในการขับเคลื่อน ภายใต้การบูรณาการร่วมกัน มิใช่เพียงแต่การยกระดับคุณภาพแรงงานเท่านั้น แต่ต้องขับเคลื่อนปัจจัยอื่น ๆ อย่างองค์รวม ดังนี้

ภาครัฐต้องมีบทบาทหน้าที่ในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนา ภายใต้บทบาทและภารกิจของตนเอง และมุ่งเน้นที่ความต้องการของพื้นที่เป็นหลักมากกว่าตัวชี้วัดของหน่วยงาน เพื่อให้ภาคเอกชนขับเคลื่อนได้อย่างเต็มประสิทธิภาพและต้องดำเนินการอย่างบูรณาการร่วมกัน

1) ควรส่งเสริมมาตรการเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาธุรกิจเวลเนสให้มีความยั่งยืนด้วยการ (1) ส่งเสริมการฝึกอบรมบุคลากร ผ่านการออกแบบหลักสูตรที่ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมเวลเนส โดยหลักสูตรดังกล่าวควรมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะทางวิชาชีพเฉพาะด้าน เช่น การนวดบำบัด การทำสปา และการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ ควรมีการฝึกอบรมในด้านการบริหารจัดการธุรกิจและการบริการลูกค้า เพื่อให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจที่ครอบคลุมและสามารถให้บริการที่มีคุณภาพสูงได้อย่างต่อเนื่อง (2) วิจัยและพัฒนาในด้านที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมเวลเนส อาทิ การพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ ๆ การศึกษาสมุนไพรและวิธีการบำบัดแบบดั้งเดิม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมเวลเนส และ (3) ออกแบบหลักสูตรการศึกษา และสนับสนุนงานวิจัยที่ตรงกับความต้องการของอุตสาหกรรมเวลเนส ผ่านเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษา ภาครัฐ และภาคเอกชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจเวลเนสในระดับสากล

2) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและนโยบายให้สอดคล้องตามความต้องการของภาคธุรกิจหรือเฉพาะพื้นที่ รวมถึงการกำหนดนโยบายสนับสนุนให้ภาคเอกชนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของธุรกิจ อาทิ การให้สิทธิเช่าที่ดินเพื่อการพัฒนาห้องพักผ่อนแบบ Universal Design เพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่หลากหลายให้เข้ามาใช้บริการ และการผลักดันการดำเนินงานที่สอดคล้องกับการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน เพื่อมุ่งสู่การเป็น Medical Hub ตามนโยบายรัฐบาล

3) ต่อยอดโครงการการของรัฐที่มีอยู่เดิมให้ได้มาตรฐานและครอบคลุมการดำเนินงานเพื่อการเสริมศักยภาพธุรกิจมากขึ้น ได้แก่ (1) ต่อยอดรางวัล Thai World Class Spa และ Nuad Thai Premium เช่น มอบสิทธิประโยชน์ทางการเงิน/ภาษี ให้แก่ธุรกิจที่ได้รางวัล มอบเงินทุนสนับสนุน และยกระดับสินค้าและบริการ อาทิ OTOP ให้เทียบเท่าสู่มาตรฐานสากล (2) ขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์หลักสูตรของภาครัฐ เพื่อสร้างการรับรู้ในวงกว้าง และ (3) ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ธุรกิจผ่านช่องทางแพลตฟอร์มต่าง ๆ ของภาครัฐ และนำเสนอธุรกิจที่ได้รางวัลผ่านเส้นทางการท่องเที่ยว (Journey Map)

4) ควรมีกฎหมายและกฎระเบียบรองรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเวลเนสเป็นการเฉพาะ และมีกระบวนการออกใบอนุญาตที่ชัดเจน ง่ายต่อการปฏิบัติ เพื่อลดความซับซ้อนในการดำเนินธุรกิจและสอดคล้องกับความต้องการของธุรกิจเวลเนส โดยกฎหมายเฉพาะที่รองรับอุตสาหกรรมเวลเนสควรเน้นการสร้างมาตรฐานและข้อกำหนดที่ชัดเจนในการดำเนินธุรกิจ เพื่อสร้างมาตรฐานการให้บริการที่มีคุณภาพและความปลอดภัย

5) ผลักดันการสร้างฐานข้อมูล (DATABASE) ที่รวบรวมข้อมูลทั้งอุตสาหกรรม Wellness เพื่อต่อยอดสู่การพัฒนาที่มากขึ้น โดยหน่วยงานสามารถนำฐานข้อมูลมาวิเคราะห์และวางแผนการพัฒนาธุรกิจและทักษะแรงงานตามความต้องการของตลาด รวมถึงการมีศูนย์กลางการให้บริการแบบ One stop service ที่มีข้อมูลรวบรวมสำหรับใช้ในการวิเคราะห์เพื่อยกระดับอุตสาหกรรม Wellness ให้มีความเข้มแข็งมากขึ้นในอนาคต

ภาคเอกชนควรฝึกอบรมบุคลากรให้มีทักษะสูงขึ้น พัฒนารูรกิจตามศักยภาพ และร่วมมือในการทำการตลาดกับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพัฒนากระบวนการจัดสรรบุคลากรให้มีประสิทธิภาพ และมุ่งเน้นประชาสัมพันธ์ในระดับ World Class

1) ส่งเสริมการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาทักษะการให้บริการที่มีความซับซ้อนและหลากหลายมากขึ้น โดยการฝึกอบรมควรเน้นเพิ่มพูนความรู้และทักษะในด้านต่าง ๆ เช่น เทคนิคการนัด การบำบัดแบบองค์รวม รวมถึงการเข้าใจและตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของลูกค้า นอกจากนี้ การฝึกอบรมควรมีความครอบคลุมระหว่างการให้บริการด้านเวชเนสและการแพทย์ โดยเฉพาะความรู้การประสานงานกับบุคลากรทางการแพทย์ หรือการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล ซึ่งจะช่วยให้ทำให้อุรกิจมีบุคลากรที่สามารถตอบสนองกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเฉพาะ และสามารถสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการที่มีมาตรฐานสูงได้มากขึ้นด้วย

2) พัฒนารูรกิจของตนเองตามศักยภาพเพื่อเตรียมพร้อมต่อการยกระดับธุรกิจและต่อยอดให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น จำแนกได้โดย **ระดับ Micro** ควรมุ่งเน้นการพัฒนาสถานที่และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ได้มาตรฐานและทันสมัยรองรับความต้องการของผู้ใช้บริการ **ระดับ Small** ควรพัฒนาบุคลากรให้ตรงกับความต้องการของตลาดและทำการตลาดแบบ Niche และเอกลักษณ์ที่เป็นรูปแบบของธุรกิจตัวเอง พัฒนาการให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสปาเพิ่มเติม อาทิ Healthy Food รวมทั้งเพิ่มการให้บริการในรูปแบบ Personalized ให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของลูกค้า เป็นการสร้างมูลค่าของการให้บริการมากยิ่งขึ้น และ**ระดับ Medium** ควรขยายความร่วมมือในกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับธุรกิจสปา เพื่อจัดทำแคมเปญการตลาดที่ร่วมกัน โดยเฉพาะการเสนอแพ็คเกจบริการที่รวมสปา ที่พิกและกิจกรรมอื่น ๆ การจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลดพิเศษสำหรับลูกค้าที่ใช้บริการร่วมกัน และการทำแคมเปญประชาสัมพันธ์ร่วมกันผ่านช่องทางที่มีศักยภาพ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ หรือสื่อท้องถิ่น เพื่อเพิ่มการรับรู้และดึงดูดลูกค้าใหม่ให้เข้ามาใช้บริการมากขึ้น

3) ธุรกิจต้องพัฒนาตนเองและต้นตออยู่เสมอเพื่อให้ทันต่อแนวโน้มของตลาด บริบทโลก และกระแสนิยม ประกอบด้วยการพัฒนาบริการนวดรูปแบบใหม่ ๆ การเสนอบริการดูแลผิวพรรณตามกลุ่มพันธุกรรม การจัดโปรแกรมสุขภาพที่ครอบคลุมการผ่อนคลายและฟื้นฟูสำหรับกลุ่มลูกค้าเฉพาะ นอกจากนี้ ควรสร้างความร่วมมือกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้ง โรงแรม โรงพยาบาล และศูนย์ฟิตเนส เพื่อเสนอบริการแบบรวมแพ็คเกจที่ตอบโจทย์ลูกค้าในหลากหลายด้าน เพื่อเพิ่มโอกาสในการดึงดูดลูกค้ารายใหม่และเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจในอนาคต

4) พัฒนาระบบการจัดสรรบุคลากรและตารางงาน โดยการใช้ระบบเทคโนโลยีและข้อมูลสถิติในการวิเคราะห์กำหนดตารางงาน และการติดตามผลการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการบุคลากร ที่สถานประกอบการสามารถวางแผนอัตรากำหนดและตารางการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของผู้มาใช้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

5) ประชาสัมพันธ์สปาและนวดไทยในรูปแบบการตลาดแบบ World Class (ร่วมกับภาครัฐ) ในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของนวดไทย ตลอดจนผลักดันให้อุรกิจเข้าสู่เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม โดยให้ความสำคัญกับการมุ่งเน้นเนื้อสาระตามความสนใจของนักท่องเที่ยวและความต้องการของแต่ละกลุ่มเป็นหลัก เพื่อสร้างอิทธิพลความสนใจให้นักท่องเที่ยวในการเลือกใช้บริการของธุรกิจสปาและนวดไทย

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). โครงการสำรวจเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2567. ศูนย์วิจัยด้านการตลาดการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/66773>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานสรุปการจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว โครงการค่าใช้จ่ายในการพัฒนาและจัดทำบัญชีประชาชาติด้านการท่องเที่ยว ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566. สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/images/v2022_17180725378044Lij4Liy4Lii4LiH4Liy4LiZ4LiQ4Lij4Li44Lib4LiB4Liy4Lij4Lil4LiX4LiU4LiX4LiZ4Lia4LiX4LiN4LiK4Li14Lib4Lij4Liw4LiK4Liy4LiK4Liy4LiV4LiO4LiU4LmJ4Liy4LiZ4LiB4Liy4LijLnBkZg==.pdf
- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2565). รายงานประจำปี พ.ศ. 2565 กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. สืบค้นจาก <https://hssplan.hss.moph.go.th/Admin/fileload/202303131804001696.pdf>
- Global Wellness Institute. (2566). Global Wellness Economy Monitor (2019-2022 data). สืบค้นจาก <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2023-global-wellness-economy-monitor/>
- ดร.กมลมาลย์ แจ้งล้อม, ปุณณภพ ตันติปิฎก, กิรติญา ครองแก้ว. (2566). เจาะลึกเทรนด์สุขภาพเวลเนสชาวไทย... โอกาสในธุรกิจมาแรง. SCB Economic Intelligence Center. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/health-wellness-261223>
- ดร.พุทธพร อักษรไพโรจน์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวรินามวงศ์, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อชิส นันทอมรพงศ์. (2566). การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพในพื้นที่ภาคใต้สู่การเป็นผู้นำการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพในระดับสากล (ปีที่ 1). สืบค้นจาก https://elibrary.tsri.or.th/project_content.asp?PJID=SIP62T0003
- ณิชารีย์ ทองย้อย, วิกิรัตน์ เอิบพบ, ฐิติรัตน์ ปันบำรุงกิจ. (2562). พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวอาหรับในกรุงเทพมหานคร. สืบค้นจาก <https://tourismtaat.siam.edu/images/magazine/m16b1/5.pdf>
- สถาบันเพิ่มผลผลิตแห่งชาติ. (2561). ผลิตภาพแรงงานกับผลตอบแทนแรงงานในกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิต. สืบค้นจาก <https://piu.ftpi.or.th/wp-content/uploads/2018/06/ผลิตภาพแรงงาน201118.pdf>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2562). กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2562. สืบค้นจาก <https://www.sme.go.th/uploads/file/download-20201118145003.pdf>
- SCB. (n.d.). 6 เหตุผลที่ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่ดีที่สุดในด้านการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์. สืบค้นจาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/6-reasons-thailand-the-best-in-medical-tourism.html>

SCB Economic Intelligence Center. (2022, 26 ตุลาคม). รายงานการเดินทาง. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/travel-261022>

SCB Economic Intelligence Center. (2022, 26 ตุลาคม). รายงานการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค: การเดินทาง ตอนที่ 2. สืบค้นจาก https://www.scbeic.com/th/detail/file/product/8602/getdypugcp/EIC-In-Focus_Consumer-survey-report_Travel-Part-2_20221026.pdf

SCB Economic Intelligence Center. (2023, 2 มีนาคม). รายงานการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์. สืบค้นจาก <https://www.scbeic.com/th/detail/product/medical-tourism-020323>

Tat Intelligence Center. (ม.ป.ป.). บทความ. สืบค้นจาก <https://intelligencecenter.tat.or.th/articles/12311#tab-2>

UOB Asset Management. (ม.ป.ป.). การนำเสนอ IPO ของ UCHI. สืบค้นจาก <https://www.uobam.co.th/srcm/publication/mlhbm35nq/m3/5n/o0x0/UCHI-Presentation-IPO.PDF>

Wellness Fest. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.wellnessfest.sg>

World Health Organization. (ม.ป.ป.). Healthy China. สืบค้นจาก <https://www.who.int/teams/health-promotion/enhanced-wellbeing/ninth-global-conference/healthy-china>

Butterfield. (ม.ป.ป.). Brief introduction to Indian wellness. สืบค้นจาก <https://www.butterfield.com/get-inspired/brief-introduction-indian-wellness>

KL Wellness City. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://klwellnesscity.com/>

Lifestyle Asia. (2024, 29 สิงหาคม). 5 อันดับความตั้งใจปีใหม่ของคนไทยในปี 2024. สืบค้นจาก <https://www.lifestyleasia.com/bk-th/culture/people/top-5-things-thai-people-new-years-resolutions-in-2024/>

Longtun girl. (ม.ป.ป.). สืบค้นจาก <https://www.longtun girl.com/14111>

ภาคผนวก

สรุปการลงพื้นที่เชียงราย เชียงใหม่ และลำพูน

กสม. และ กพข. ได้มีการลงพื้นที่ ระหว่างวันที่ 17 - 21 มิถุนายน 2567 แบ่งออกเป็นหน่วยงานภาครัฐ 2 หน่วยงาน ภาคเอกชน 7 หน่วยงาน และวิสาหกิจชุมชน 1 แห่ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ศูนย์บริการสุขภาพแบบครบวงจรแห่งภาคเหนือและอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (MFU Wellness center) จังหวัดเชียงราย ศูนย์บริการฯ มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างและพัฒนาระบบบริการสุขภาพแบบครบวงจรที่มีคุณภาพและเป็นศูนย์กลางการดูแลสุขภาพและพัฒนาศักยภาพ เสริมสร้างคุณภาพชีวิตและการมีสุขภาพที่ดีให้กับประชาชนทุกช่วงวัย โดยมีการบริการให้บริการวิชาการและการบริการด้านสุขภาพ ได้แก่ งานศูนย์ตรวจสุขภาพ คลินิกเวชภัณฑ์ คลินิกเวชศาสตร์ชะลอวัยและความงาม ศูนย์จำหน่ายอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ศูนย์จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และห้องออกกำลังกาย ในบทบาทการขับเคลื่อนอย่างเป็นองค์รวม มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวงได้ลงนามในปฏิญญาเชียงราย 2023 ว่าด้วยการขับเคลื่อนเชียงรายเมืองแห่งสุขภาพ (Chiang Rai Wellness City) กำหนดกรอบแนวทางในการดำเนินงาน ประกอบด้วย 3 ประเด็นหลักการพัฒนา ได้แก่ (1) ด้าน Wellness Food (2) ด้าน Health Care และ (3) ด้าน Wellness Tourism โดยมีเป้าประสงค์ “คนเชียงรายและผู้มาเยือนมีสุขภาพดี อยู่แล้วมีความสุข”

1.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

1.1.1 ความถี่ของเที่ยวบินตรงลดลง ก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดโควิด - ๑๙ มีเที่ยวบินตรงจากต่างประเทศมายังเชียงราย โดยเฉพาะเส้นทางคุนหมิงซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของจังหวัด ปัจจุบันมีจำนวนลดลงอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงตามไปด้วย

1.1.2 หมอกควันจากฝุ่นละอองขนาดเล็ก (PM 2.5) ซึ่งเป็นปัญหาเรื้อรังและยังไม่มีแนวทางในการแก้ไขที่ชัดเจน ส่งผลกระทบในวงกว้างทั้งด้านสุขภาพ ความเป็นอยู่ของประชาชนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ลดลง

1.1.3 คุณภาพมาตรฐานสินค้าที่ยังไม่เป็นระดับมาตรฐานสากล สินค้าชุมชน ส่วนใหญ่เป็นสินค้า OTOP ที่พบข้อจำกัดในด้านราคา การตลาดและมาตรฐานสินค้าที่ยังไม่สามารถต่อยอดและยกระดับให้เป็นสินค้าคุณภาพไทยมาตรฐานโลก (Product Quality) ได้

1.1.4 การขาดตลาดแรงงานที่มีคุณภาพ การเข้าไปพัฒนาศักยภาพแรงงานไม่สอดคล้องกับความต้องการของแรงงานและศักยภาพของแรงงานที่มีอยู่เดิม อาทิ แรงงานบางรายมีความถนัดในการผลิตวัตถุดิบแต่ภาครัฐกลับส่งเสริมด้านอื่น ๆ ที่แรงงานไม่ถนัดและไม่ต้องการ เช่น ส่งเสริมวิธีการทำการตลาด อีกทั้งแรงงานที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานเริ่มไม่เพียงพออุปสงค์ที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ส่วนจัดการทรัพยากรสินทางปัญญาและนวัตกรรม สถาบันวิจัยและนวัตกรรม มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง (Mae Fah Luang Intellectual Property Management and Innovation Division : MFii) ได้ดำเนินการรับฟังความเห็นของผู้ประกอบการ และจัดโครงการร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ เพื่อจัดหาหลักสูตรตามความต้องการของผู้ประกอบการ ร่วมพัฒนาทักษะแรงงานเพื่อให้เพียงพอับความต้องการของตลาดและสนับสนุนเงินทุนในการดำเนินงานธุรกิจ

1.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

1.2.1 เชื่อมโยงระบบบริการสุขภาพทั้งเชิงรักษาและเชิงป้องกัน ให้ครบวงจร ปัจจุบันระบบการรักษาในประเทศไทย ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการและการให้สิทธิพิเศษสำหรับผู้ที่มีความเจ็บป่วยมากกว่าการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีให้แก่ประชาชน ซึ่งหากมีการสนับสนุนการดำเนินงานดังกล่าวควบคู่กันพร้อมทั้งสนับสนุนสิทธิพิเศษทางด้านบริการ Wellness จะทำให้ค่าใช้จ่ายหรือค่าเข้ารับบริการต่าง ๆ มีต้นทุนต่ำลง และมีผู้ใช้บริการเห็นความสำคัญเพิ่มมากขึ้น และภาครัฐควรสนับสนุนสิทธิพิเศษต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการร่วมด้วย เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการเข้าร่วมการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

1.2.2 เร่งพัฒนาคุณภาพแรงงานให้สอดคล้องตามความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะทักษะการบริการที่เป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นของประเทศไทย พร้อมทั้งสนับสนุนให้แรงงานนวัตขึ้นทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย เพื่อให้แรงงานมีมาตรฐานเดียวกันในระดับเบื้องต้น

1.2.3 สร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นต้นแบบด้าน Wellness ของโลก เพื่อให้เป็นที่ประจักษ์แก่สายชาวต่างชาติ พร้อมทั้งสนับสนุนการส่งออกแรงงานที่มีคุณภาพไปยังต่างประเทศ เพื่อประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์การให้บริการที่มีมาตรฐานและเป็นเอกลักษณ์ของไทย

2. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดเชียงใหม่ สสจ.เชียงใหม่ดำเนินการพัฒนาคุณภาพด้านสินค้าและบริการ บุคลากร และส่งเสริมการเข้าสู่การรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งการเพิ่มขีดความสามารถของภาคเอกชนและยกระดับเอกลักษณ์ไทยล้านนาสปา ตลอดจนประชาสัมพันธ์และจัดการแสดงสินค้าต่าง ๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาจังหวัดเชียงใหม่ให้เป็นแลนมาร์กการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบผสมผสานครบวงจร ให้ได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์และปลอดภัย และได้ดำเนินโครงการ Healthy City Model “เมืองสุขภาพดี วิถีชุมชน คนอายุยืน” ของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งประกอบด้วย 7 ดี ได้แก่ กินดี อยู่ดี อารมณ์ดี สติปัญญาดี สิ่งแวดล้อมดี สังคมดี และระบบบริการสุขภาพ ในบทบาทของการส่งเสริมด้าน Wellness สสจ.เชียงใหม่ได้จัดทำเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมูลค่าสูง ประกอบด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ อาทิ รีสอร์ทเวลเนส ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ แหล่งท่องเที่ยวเชิงสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สุขภาพชุมชน เวลเนสสปา ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรฐานรับรอง นอกจากนี้ ยังได้สนับสนุนให้สถานประกอบการประเภทต่าง ๆ เข้ารับมาตรฐานให้เป็นไปตามเกณฑ์คุณภาพ อาทิ THAI WORLD CLASS SPA NUAD THAI PREMIUM AWARDS อัตลักษณ์ไทยล้านนาสปา Wellness Hotel

2.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

2.1.1 งบประมาณที่ได้รับการจัดสรรไม่เพียงพอ เป็นปัญหาหลักในการพัฒนา โดยที่ผ่านมา สสจ.ได้รับงบประมาณที่ไม่เพียงพอต่อการพัฒนา โดยเฉพาะงบประมาณทักษะแรงงานซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการขับเคลื่อนแบบองค์รวม ส่งผลต่อกระบวนการจัดอบรมที่ขาดประสิทธิภาพ อาทิ การจัดอบรมเพื่อเพิ่มทักษะให้แรงงานแต่ไม่มีงบประมาณสนับสนุนค่าเบี้ยเลี้ยงและค่าเดินทาง จึงทำให้ไม่ดึงดูดแรงงานมากพอให้เข้าร่วมการพัฒนาตนเอง

2.1.2 การทำงานของภาครัฐที่ไม่ตรงกับภารกิจหลัก และขาดความเชื่อมโยงกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐอย่างเป็นระบบ ที่ผ่านมาบางหน่วยงานดำเนินการในส่วนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการกิจโดยตรง ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญในการดำเนินงานนั้น ๆ และยังขาดการบูรณาการอย่างเป็นระบบ อีกทั้งหลายหน่วยงานยังไม่เห็นความสำคัญของการขับเคลื่อน Wellness จึงทำให้การพัฒนาไม่เป็นไปตามเป้าหมายเดียวกัน

2.1.3 **เกณฑ์คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการที่ซ้ำซ้อน** หน่วยงานภาครัฐมีการจัดทำเกณฑ์คุณภาพและมาตรฐานของหน่วยงานตนเองที่มีความซ้ำซ้อนกันและไม่แยกออกจากกันอย่างชัดเจน จึงทำให้ผู้ประกอบการเกิดความสับสน ในขณะเดียวกันเกณฑ์คุณภาพที่ควรให้ความสำคัญกลับยังขาดการประชาสัมพันธ์อย่างเพียงพอ จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่ให้ความสำคัญในการยกระดับมาตรฐานของตนเอง

2.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

2.2.1 **จัดอบรมพัฒนาทักษะแรงงานโดยแบ่งออกเป็นภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติในสถานประกอบการจริง** โดยให้แรงงานสามารถเรียนและฝึกงานได้ในสถานประกอบการที่กำลังเรียนอยู่ และเมื่อเรียนครบหลักสูตรต้องมีการให้แรงงานรองรับ พร้อมทั้งในช่วงระหว่างการอบรมควรสนับสนุนค่าเบี้ยเลี้ยงและค่าที่พักตลอดจนค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นอื่น ๆ โดยต้องอบรมภายใต้สถาบันที่มีคุณภาพและเชื่อถือได้ที่หน่วยงานรัฐให้การรับรอง ทั้งนี้การดำเนินงานต่าง ๆ จะสามารถดำเนินการได้ต้องได้รับการจัดสรรงบประมาณที่เพียงพอเพื่อให้รัฐสามารถจัดสรรงบประมาณให้สถาบันได้โดยตรง

2.2.2 **ประชาสัมพันธ์ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็น Chiang Mai Medical & Wellness City อย่างต่อเนื่อง** โดยชูจุดเด่นที่จังหวัดสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการเชิงสุขภาพ (Value added) สถานที่ท่องเที่ยวและสถานประกอบการเชิง Wellness ที่หลากหลาย ตลอดจนการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหลากหลายรูปแบบให้ทั่วถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย

2.2.3 **แก้ไขปัญหาเรื่องร้องเรียนอย่างเด็ดขาด** หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งรัดกระบวนการรับเรื่องร้องเรียนและแก้ไขปัญหาอย่างรวดเร็วที่สุด รวมทั้งต้องมีกระบวนการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาเรื่องร้องเรียนซ้ำ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของจังหวัด

2.2.4 **จัดตั้งสภาวิชาชีพโดยเฉพาะของบุคลากรในอุตสาหกรรม Wellness** เพื่อให้การกำกับและดูแลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการบังคับใช้ทางกฎหมายเพื่อลดปัญหาแรงงานที่ขาดคุณภาพและมาตรฐาน ตลอดจนส่งเสริมคณะทำงานเครือข่ายเพื่อให้เชื่อมเครือข่ายคณะทำงานทั้งหมดในระดับประเทศ ภูมิภาค และชุมชน

3. **สมาพันธ์สมาคมสปาแอนด์เวลเนสไทย** การดำเนินงาน สมาพันธ์ฯ ก่อตั้งเมื่อปี 2546 ประกอบด้วย 20 สมาคมและชมรมที่เกี่ยวข้องสปากับธุรกิจเพื่อสุขภาพในประเทศไทย ซึ่งมีแนวความคิดเพื่อเป็นองค์กรกลางในการอำนวยความสะดวกให้แก่สมาชิก ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและเวลเนส โดยทำหน้าที่ประสานงานระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน อีกทั้งร่วมมือกันส่งเสริมการค้าและปกป้องรักษาผลประโยชน์ของประเทศ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของธุรกิจสปาเพื่อสุขภาพและเวลเนสที่ได้มาตรฐาน ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงกับธุรกิจอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

3.1.1 **ระบบการทำงานของภาครัฐที่ไม่บูรณาการกัน** ภายใต้กระทรวงสาธารณสุข ประกอบไปด้วยกรมต่าง ๆ อาทิ กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ ยังขาดแนวทางในการกำกับดูแลและบทบาทที่ชัดเจนของแต่ละหน่วยงาน และให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามชีวิตของหน่วยงานตนเองมากกว่าผลประโยชน์ในภาพรวม จึงทำให้การดำเนินงานไม่เกิดการบูรณาการร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ

3.1.2 **รางวัลต่าง ๆ ของภาครัฐไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจได้** ปัจจุบันหน่วยงานต่าง ๆ มีการกำหนดเกณฑ์คุณภาพที่เป็นของหน่วยงานเอง และดำเนินการเพียงมอบรางวัลให้แก่ธุรกิจที่ดำเนินการได้ตามหลักเกณฑ์เท่านั้น แต่ไม่มีสิทธิประโยชน์หรือการประชาสัมพันธ์ให้แก่ธุรกิจที่มีความพยายามในการทำให้ได้มาตรฐานเหล่านั้น จึงทำให้ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจในการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและรางวัลที่ได้รับไม่สามารถนำไปต่อยอดทางธุรกิจได้

3.1.3 **การจัดอบรมพัฒนาทักษะแรงงานที่ไม่ได้มาตรฐานของภาครัฐ** หน่วยงานภาครัฐได้รับการจัดสรรงบประมาณและจัดอบรมให้แรงงานเองโดยคำนึงถึงตัวชี้วัดของหน่วยงานเป็นหลัก ซึ่งเป็นการจัดอบรมที่เน้นปริมาณมากกว่าคุณภาพ จึงทำให้แรงงานเหล่านั้นไม่ได้เป็นแรงงานที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานอย่างแท้จริง และไม่สามารถตอบโจทย์การทำงานของภาคธุรกิจได้

3.1.4 **ปัญหาขาดแคลนแรงงานในระบบ** ภายหลังจากสถานการณ์โควิด - 19 คลี่คลายลงแรงงานในระบบหายไปมากกว่าร้อยละ 50 โดยเฉพาะแรงงานที่มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ในขณะที่ปัญหาแรงงานไม่ได้คุณภาพกลับรุนแรงขึ้น เนื่องจากปัจจุบันแรงงานส่วนใหญ่เป็นหมอนวดฟรีแลนซ์หรือหมอว้างที่ไม่มีสังกัดและไม่มีการควบคุมกำกับดูแลอย่างเคร่งครัด

3.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

3.2.1 **ภาครัฐควรมีบทบาทที่ชัดเจนในการกำกับดูแลด้านต่าง ๆ** เพื่อลดความสับสนของภาคเอกชนเมื่อต้องการความช่วยเหลือ รวมถึงการพิจารณาการให้รางวัลของภาครัฐที่ต้องชัดเจนถึงความแตกต่างของรางวัลและให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ที่ดึงดูดมากพอให้ธุรกิจเข้าร่วมการประกวด ทั้งนี้ ภาครัฐอาจพิจารณาให้หมอนวดทุกรายมีสังกัดภายใต้สถานประกอบการเพื่อเป็นการควบคุมมาตรฐานการให้บริการ

3.2.2 **ภาครัฐควรมีบทบาทไปที่การสนับสนุนระบบนิเวศ (ecosystem) ที่เหมาะสมต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม** อาทิ การควบคุมให้สถานประกอบการที่ให้บริการมีความสะอาดและความปลอดภัย การให้ความรู้ในการปฐมพยาบาลเบื้องต้นเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน ภาษา หรือทักษะต่าง ๆ ที่จำเป็น และสนับสนุนให้เกิดความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนในการบูรณาการกับสถาบันการศึกษาต่าง ๆ ในการจัดทำหลักสูตรระยะสั้นและระยะยาวเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มีทักษะตั้งแต่ต้นเพื่อเป็นแรงงานที่มีมาตรฐานและคุณภาพได้ในอนาคต

3.2.3 **ภาครัฐควรอุดหนุน (Subsidies) ผ่านการให้เงินอุดหนุนแก่โรงเรียนสอนนวดที่เป็นภาคเอกชน** เพื่อจัดการการเรียนการสอนและให้ผู้เรียนฝึกงานได้ในสถานที่นั้น ๆ และต่อยอดเป็นพนักงานประจำได้ในอนาคต และควรพิจารณาถึงจำนวนแรงงานที่มีทักษะในระบบให้เพียงพอในประเทศก่อนที่จะส่งออกแรงงานไปต่างประเทศ

3.2.4 **จัดทำระบบฐานข้อมูล (Database) ของธุรกิจเชิงสุขภาพและความงาม** โดยมุ่งเน้นที่ไปธุรกิจสปา เพื่อรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องและให้ทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในมุมมองต่าง ๆ วางแผนคาดการณ์อนาคตได้ และประกอบการจัดทำนโยบายอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3.2.5 **สร้างความรู้ความเข้าใจให้ถูกต้องของคำ่านวดไทย (Thai massage) ในระดับนานาชาติ** ที่สื่อสารถึงธุรกิจที่มีมูลค่าสูงและมีคุณภาพเพื่อลดภาพลักษณ์เชิงลบ ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ให้ต่างชาติรับรู้ถึงการเป็นแหล่งดูด (Magnet) ด้านการนวดและสปาของประเทศไทยควบคู่กับการส่งเสริมฐานรากและอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นของแต่ละท้องถิ่นที่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้ความนิยม รวมถึงส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสมุนไพรไทยโดยนำมาผลิตเป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูง อาทิ น้ำมันนวด น้ำมันหอมระเหย

4. **โรงเรียนการนวดไทยทางดง** นายอรรณพ จันทบุตร เจ้าของโรงเรียนการนวดไทยทางดง ได้ศึกษาเรียนรู้และฝึกฝนปัญญาพื้นบ้านล้านนาด้านสุขภาพจากพ่อครูบุญชู จันทรบุตร ซึ่งเป็นบิดา ตั้งแต่ปี ๒๕๓๐ ซึ่งเป็นวิชาที่เป็นมรดกของบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาและเป็นการรักษาตามตำราพื้นเมือง และเป็นหลักสูตรการเรียนการสอนจากตำราล้านนาแบบองค์รวม ปัจจุบันมุ่งเน้นการเป็นสอนนวดไทย การรักษาแบบตอกเส้น และการรักษาตามภูมิปัญญาแบบล้านนาทางภาคเหนือที่เรียกว่า “ยาช้าง” ซึ่งนวดด้วยการใช้เท้าและความร้อนซึ่งเป็นการรักษาแบบพื้นบ้าน นอกจากนี้ ยังได้เฝ้าหาความรู้เพิ่มเติมด้วยการลงทะเบียนเรียนวิชาแพทย์แผนโบราณ ซึ่งเป็นการเรียนตามมาตรา 12 (ก) ของ พระราชบัญญัติการประกอบโรคศิลป์ 2492 เพื่อขออนุญาตขึ้นทะเบียนสอบใบประกอบโรคศิลป์ ภายใต้คลินิกการแพทย์แผนไทยชื่อ อรรณพ คลินิกการแพทย์แผนไทย และขออนุญาตเปิดร้านยาสมุนไพรที่เปิดถูกต้องตามกฎหมาย ปัจจุบันลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าต่างชาติกว่าร้อยละ 90

4.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

4.1.1 **ผู้เรียนตามหลักสูตรตำราพื้นเมืองไม่สามารถขึ้นทะเบียนผู้ประกอบโรคศิลป์ได้** โดยหลักสูตรเป็นการรักษาตามตำราพื้นเมืองล้านนาที่เป็นการสืบทอดจากบรรพบุรุษและไม่มีหลักฐานเชิงประจักษ์ สบส. จึงไม่รองรับให้เป็นหลักสูตรกลาง ทำให้ผู้เรียนไม่สามารถนำไปประกอบเป็นอาชีพได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย ซึ่งจะส่งผลให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสูญหายไปในอนาคต

4.1.2 **ขาดความช่วยเหลืออย่างต่อเนื่องจากภาครัฐ** หลังจากสถานการณ์โควิด - ๑๙ คลี่คลายลง หน่วยงานภาครัฐไม่ได้มีการให้ความช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรม แต่มักจะมาขอความร่วมมือจากโรงเรียนให้นำหลักสูตรไปแสดงตามงานต่าง ๆ แต่ไม่ได้มีการพัฒนาหรือผลักดันหลักสูตรนี้ให้เป็นหลักสูตรกลางที่ได้รับการรับรองแต่อย่างใด

4.2 ข้อเสนอแนะของสถานประกอบการ

4.2.1 **ภาครัฐควรบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและให้เกิดประสิทธิภาพ** โดยเฉพาะกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงวัฒนธรรม และกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อผลักดันให้หลักสูตรภูมิปัญญาพื้นบ้านล้านนาเป็นหลักสูตรกลางที่ สบส.รองรับ และสามารถออกใบประกอบวิชาชีพศิลปะได้ เพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้เรียนศึกษาและนำไปประกอบอาชีพในอนาคต

4.2.2 **ประชาสัมพันธ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและขนบธรรมเนียมประเพณีล้านนาให้เป็นจุดขายของประเทศ** เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พร้อมทั้งผลักดันให้การบริการ Wellness เป็นทางเลือกเพื่อสุขภาพแทนการรักษา หรือให้เป็นรูปแบบการแสดงศิลปะที่สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้างได้ และสอดแทรกภูมิปัญญานี้ให้อยู่ในเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม

5. **ทิวราตรี สปา จังหวัดเชียงราย การดำเนินงาน** The Riverie by Katathani เป็นโรงแรม 5 ดาวขนาดใหญ่ มีห้องพัก 271 ห้อง เป็นโรงแรมในเครือ Katathani ซึ่งทำธุรกิจโรงแรมมาอย่างยาวนาน โรงแรมที่เพิ่งได้รับรางวัลอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย (หรือรางวัลกีนี) ในสาขา “ดีไซน์โฮเทล” จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) และเป็นเพียงโรงแรมเดียวในไทยที่ได้รับรางวัลในสาขานี้ ซึ่งทิวราตรี สปา เป็นสปาภายในโรงแรม ปัจจุบันมีการให้บริการนวดหลากหลายรูปแบบ อาทิ นวดแผนไทย นวดอโรมา หรือนวดตำรับเฉพาะของทางสปา Tivaa Ratrii Signature Massage รวมถึงกิจกรรมอื่น ๆ อาทิ บริการอบไอน้ำ นอกจากนี้ ยังมีบริการสปาสำหรับเด็ก เพื่อให้กิจกรรมสปาเป็นกิจกรรมครอบครัวทั้งนี้ ทางสปาได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานและมีมูลค่าเพิ่มที่สูง

5.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

5.1.1 **สปาเป็นเพียงสิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) หนึ่งในโรงแรม** ไม่สามารถกลายเป็นผลิตภัณฑ์หลักได้ โดยทางโรงแรมต้องมุ่งเน้นการขายบริการสปาควบคู่ไปกับห้องพัก เพื่อให้สปาไม่ถูกคัดค้านเนื่อง นอกจากนี้ การเข้ารับบริการของคนนอกมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย ทำให้ไม่สามารถขยายตลาดให้กว้างกว่าเดิมได้

5.1.2 **จำนวนแรงงานไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season)** ทำให้ต้องใช้บริการหมอนวดรับจ้าง (หมอว๊ิง) ซึ่งต้องมีการอบรมให้ได้มาตรฐานเดียวกันกับพนักงานของโรงแรมเอง

5.1.3 **ลูกค้าที่เข้ารับบริการใช้บริการนวดมากกว่าบริการสปา** โดยบริการนวดมีมูลค่าเพิ่มที่ต่ำ ขณะที่บริการสปาที่มีมูลค่าเพิ่มที่สูงกว่า ดังนั้น การเพิ่มผลิตภาพในธุรกิจสปาจึงเป็นไปได้ยาก เพราะคนไทยส่วนใหญ่ยังมองว่าการนวดกับสปาเป็นกิจกรรมเดียวกัน

5.1.4 **การแข่งขันด้านราคา** โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าชาวไทย ที่ไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างนวดเพื่อสุขภาพกับสปา ทำให้ส่วนมากเลือกรับบริการที่ร้านนวดด้านนอกซึ่งมีราคาที่ถูกลงกว่าหลายเท่าตัว ทำให้โรงแรมต้องเสียกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก นอกจากนี้ หมอว๊ิงอาจนำเทคนิคของโรงแรมไปใช้กับร้านนวดด้านนอกที่มีราคาถูกกว่า ทำให้ลูกค้าส่วนมากเลือกรับบริการร้านนวดด้านนอกมากกว่า

5.2 ข้อเสนอแนะของสถานประกอบการ

5.2.1 **การจัดอบรมแรงงานโดยคำนึงถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ** นอกจากองค์ความรู้ อาทิ ค่าตอบแทนระหว่างฝึกอบรม ที่พัก อาหาร เนื่องจากว่าแรงงานหลายคนแม้ว่าจะมีการจัดอบรมของทางภาครัฐ หรือของทางโรงแรมมักจะไม่อยากเข้าร่วม เนื่องจากเกิดต้นทุนค่าเสียโอกาสในการอบรม

5.2.2 **ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)** เนื่องจากว่ากิจการสปาของโรงแรมส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับอัตราการเข้าพัก (Occupancy Rate) ของโรงแรม ซึ่งในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีอัตราการเข้าพักที่ต่ำ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจึงจำเป็นสำหรับการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในพื้นที่

6. **เนเชอรัล ไทย สปา จังหวัดเชียงราย การดำเนินงาน** เนเชอรัล ไทย สปาเป็นสปาที่ได้รับเลือกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้อยู่ในแผนที่เส้นทางสายสุขภาพเชียงราย และผ่านเกณฑ์ธุรกิจบริการสุขภาพที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจ ประจำปี 2561 โดยผู้ประกอบการที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพการบริหารจัดการธุรกิจของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า คือ ธุรกิจที่มีมาตรฐานคุณภาพในด้าน (1) การนำองค์กร (2) การวางแผนเชิงกลยุทธ์ (3) การมุ่งเน้นลูกค้า (4) การวัด การวิเคราะห์ และการจัดการความรู้ (5) การมุ่งเน้นบุคลากร (6) การมุ่งเน้นการปฏิบัติการ และ (7) ผลลัพธ์ โดยได้ระดับคะแนน ร้อยละ 50 ขึ้นไป จากระดับคะแนนเต็ม ร้อยละ 100 ซึ่งมีธุรกิจเพียง 30 ธุรกิจ ในกิจกรรมสปาที่ได้รับมาตรฐานนี้ พร้อมกันนี้ ยังได้รับรางวัลมาตรฐานสถานประกอบการสปาเพื่อสุขภาพระดับสากล (Thai World Class Spa) และรางวัลนวดไทยพรีเมียม (Nuad Thai Premium Award) จากศูนย์สนับสนุนบริการสุขภาพที่ 1 ทั้งนี้ เนเชอรัล ไทย สปา มีบริการนวดเพื่อสุขภาพ ผ่อนคลาย ตัวอย่างของบริการ อาทิ นวดแผนไทย สไตล์เนเชอรัลไทย นวดเท้า นวด Aromatherapy นวดแผนไทยประคบสมุนไพร นวดหน้าบำรุงสไตล์เกาหลี่ สปาตัว ชัดผิวกาย ประกอบกับนวด Aromatherapy อบสมุนไพร และนวดมือ ทั้งนี้ ปัจจุบันธุรกิจมีทั้งสิ้นสองสาขา ในเกาหลี่และที่เชียงราย โดยที่สาขาเชียงรายมีพนักงานทั้งสิ้น 10 คน ประกอบด้วยหมอนวด (Therapist) 7 คน ผู้จัดการสปา (Spa Manager) 1 คน และพนักงานต้อนรับ 2 คน

6.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

6.1.1 **จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายค่อนข้างต่ำ** ทำให้ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ หรือเป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงรายโดยเฉพาะหรือนักธุรกิจที่มาธุระที่เชียงราย โดยทางธุรกิจจะได้ลูกค้าหลักจากการเป็นสมาชิกของสปา นอกจากนี้ เนื่องจากเชียงรายไม่ใช่เมืองท่องเที่ยว จึงไม่สามารถคาดการณ์ความเป็นฤดูกาล (Seasonality) ของนักท่องเที่ยวได้ พร้อมกันนี้ ความเชื่อมโยง (Connectivity) กับจังหวัดใกล้เคียง เช่น เชียงใหม่ ยังคงจำกัดด้วยโครงสร้างพื้นฐานและการขนส่ง

6.1.2 **สต็อกทุนที่จำกัดส่งผลให้ไม่สามารถเพิ่มผลผลิตมวลรวม (Gross Output) ของธุรกิจได้** เนื่องจากว่าจำนวนห้องและอุปกรณ์มีคงที่ ทำให้ไม่สามารถเพิ่มจำนวนแรงงานได้ ซึ่งอาจส่งผลให้ผลผลิตของธุรกิจไม่สามารถเพิ่มขึ้นได้

6.1.3 **การจัดการความรู้ (Knowledge Management) ของธุรกิจยังคงอาศัยการอบรมภายใน (In-house Training) เป็นหลัก** โดยที่ไม่มีเทคนิคใหม่ ๆ หรือวิธีการจัดการสปาแบบใหม่ ส่งผลให้มูลค่าเพิ่มของธุรกิจไม่สามารถเพิ่มขึ้นได้ โดยปัจจุบัน ทางธุรกิจอาศัยเพียงการศึกษาความรู้เพิ่มเติมจากสื่อออนไลน์ หรือ การถ่ายโอนความรู้ (Knowledge Spillover) จากแรงงานที่มีประสบการณ์ไปทำงานที่ต่างประเทศ

6.1.4 **การแข่งขันด้านราคา** โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าชาวไทย ที่ไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างนวดเพื่อสุขภาพกับสปา ทำให้ส่วนมากเลือกรับบริการที่ร้านนวดด้านนอกซึ่งมีราคาที่ถูกลงกว่าหลายเท่าตัว ทำให้โรงแรมต้องเสียกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก นอกจากนี้ หมอวິงอาจนำเทคนิคของโรงแรมไปใช้กับร้านนวดด้านนอกที่มีราคาถูกกว่า ทำให้ลูกค้าส่วนมากเลือกรับบริการร้านนวดด้านนอกมากกว่า

6.1.5 **มาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ หลายครั้งไม่ตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจ** อาทิ โครงการล่าสุดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย “เที่ยวฉ่ำยามหน้าฝนที่เชียงราย” โดยเป็นการให้คูปองสำหรับการใช้จ่ายในจังหวัดเชียงราย ซึ่งโครงการดังกล่าวไม่สามารถกระตุ้นยอดขายให้กับธุรกิจได้ เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวเลือกนำคูปองไปใช้กับกิจกรรมอื่นมากกว่า

6.1.6 **ต้นทุนของปัจจัยการผลิตที่สูง** ทั้งแรงงาน สินทรัพย์ทุน และวัตถุดิบชั้นกลาง หากอ้างอิงจากส่วนเกินของโซโลว์ ส่งผลให้ผลผลิตของธุรกิจอาจลดลงได้ในระยะยาวหากต้นทุนยังสูงขึ้นต่อเนื่อง ขณะที่มูลค่าเพิ่มยังคงที่อยู่

6.2 ข้อเสนอแนะของสถานประกอบการ

6.2.1 **การจัดอบรมแรงงานโดยคำนึงถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ** โดยมุ่งเน้นการจัดการความรู้ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร ซึ่งอาจมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ อาทิ เทคนิคการนวดใหม่ การจัดการสปา

6.2.2 **ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)** เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐยังคงน้อยและไม่เป็นที่แพร่หลาย อีกทั้งหลายครั้งรางวัลที่ได้รับจากภาครัฐกลับเพิ่มต้นทุนให้กับธุรกิจ อาทิ ต้องมีการจัดสถานที่ให้เปรียบพร้อม ทั้งที่ไม่เกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

6.2.3 **การจัดการร้านนวดที่เปิดกิจการโดยไม่มีใบอนุญาต หรือหมอนวดที่ไม่มีใบประกอบ** เนื่องจากว่าจากประสบการณ์ของลูกค้า จะทำให้เกิดความเข้าใจในการนวดแผนไทยแบบไม่ถูกต้อง ซึ่งอาจทำให้ไม่เข้าใจถึงการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของธุรกิจสปาได้

7. **สยามมิส สปา (Siamese Spa & Cafe')** จังหวัดเชียงราย การดำเนินงาน เป็นธุรกิจสปาที่ได้รับเลือกจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ให้อยู่ในแผนที่เส้นทางสายสุขภาพเชียงรายเช่นเดียวกับเนเชอรัล ไทย สปา โดยได้รับเสียงตอบรับที่ดีจากลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ เป็นทั้งร้านอาหารและสปาในสถานที่เดียวกัน สปานี้ดำเนินการภายใต้แนวคิดสวนวัฒนธรรมไทยและภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยในการรังสรรค์ผลิตภัณฑ์แก่กลุ่มลูกค้าต่าง ๆ ให้ได้รับประสบการณ์ที่พึงพอใจ

7.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

7.1.1 **จำนวนแรงงานไม่เพียงพอในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season)** ทำให้ต้องใช้บริการหมอนวดรับจ้าง (หมอว๊ิง) ซึ่งต้องมีการอบรมให้ได้มาตรฐานเดียวกันกับพนักงานของธุรกิจเอง นอกจากนี้ ทางธุรกิจอาจต้องแก้ปัญหาเฉพาะหน้า อาทิ การเลื่อนนัดลูกค้า

7.1.2 **การแข่งขันด้านราคา** โดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าชาวไทย ที่ไม่เข้าใจถึงความแตกต่างระหว่างนวดเพื่อสุขภาพกับสปา ทำให้ส่วนมากเลือกใช้บริการที่ร้านนวดด้านนอกซึ่งมีราคาที่ถูกลงกว่าหลายเท่าตัว ทำให้ธุรกิจต้องเสียกลุ่มลูกค้าจำนวนมาก นอกจากนี้ หมอว๊ิงอาจนำเทคนิคของธุรกิจไปใช้กับร้านนวดด้านนอกที่มีราคาถูกกว่า ทำให้ลูกค้าส่วนมากเลือกใช้บริการร้านนวดอื่นมากกว่า

7.1.3 **มาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ** หลายครั้งไม่ตอบโจทย์ความต้องการของธุรกิจ อาทิ โครงการล่าสุดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย “เที่ยวฉ่ำยามหน้าฝนที่เชียงราย” โดยเป็นการให้คูปองสำหรับการใช้จ่ายในจังหวัดเชียงราย ซึ่งโครงการดังกล่าวไม่สามารถกระตุ้นยอดขายให้กับธุรกิจได้ เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวเลือกนำคูปองไปใช้กับกิจกรรมอื่นมากกว่า

7.2 ข้อเสนอแนะของสถานประกอบการ

7.2.1 **การจัดอบรมแรงงานโดยคำนึงถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ** โดยมุ่งเน้นการจัดการความรู้ทั้งภายในองค์กรและระหว่างองค์กร ซึ่งอาจมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ อาทิ เทคนิคการนวดใหม่ การจัดการสปา

7.2.2 **ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงที่อยู่นอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season)** เนื่องจากการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐยังคงน้อยและไม่เป็นที่แพร่หลาย

8. **ระรินจินดา เวลเนส สปา จังหวัดเชียงใหม่** เป็นสปาในเครือสยามเวลเนสกรุ๊ป โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้ามีรายได้สูงมาก ต่างจากธุรกิจ Let's Relax ที่มุ่งเน้นกลุ่มลูกค้ารายได้สูง และบ้านสวนที่มุ่งเน้นลูกค้ารายได้ระดับปานกลาง ในปัจจุบันมีทั้งหมด 2 สาขา ได้แก่ กรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ ทั้งนี้ ระรินจินดา เวลเนส สปา เป็นหนึ่งในสปาเพื่อสุขภาพชั้นนำของประเทศไทย พร้อมด้วยนักบำบัดที่เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีสปาใหม่ล่าสุด ระรินจินดา เวลเนส สปา ให้บริการด้านสุขภาพ สุขภาพที่ดี และการปรนนิบัติที่หรูหราแก่ลูกค้าในสถานที่สปา เพียงพร้อมไปด้วยเทคโนโลยีสปาและสิ่งอำนวยความสะดวกใหม่ล่าสุดตามมาตรฐานสากลระดับสูง แต่เชี่ยวชาญในการนวดแผนไทยและการบำบัดรักษา จึงเปรียบเสมือนโอเอซิสแห่งสุขภาพและความสมบูรณ์แข็งแรงในเมืองหลวงแห่งการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยกิจกรรมในสปา ได้แก่ สระน้ำวาริบำบัดในร่มที่ทันสมัย ผักบัววิชี อ่างวาริบำบัด อ่างน้ำวนพร้อมการบำบัดด้วยสี ใต้น้ำเรนฟอเรสต์ และชาวนา ลูกค้าที่เข้ารับบริการส่วนมาก ประมาณร้อยละ 95 เป็นชาวต่างชาติ โดยที่ทางธุรกิจอยู่ในของสมนาคุณ (Privilege) สำหรับกลุ่ม Thailand Elite Visa สำหรับประเด็นด้านแรงงานมีจำนวนหมอนวด (Therapist)ทั้งสิ้น 9 คน แต่ในช่วงเวลาฤดูกาลท่องเที่ยวที่มีจำนวนหมอนวดไม่พอ อาจมีการยืมหมอนวดจาก

Let's Relax ที่มีหมอนวดทั้งสิ้น 65 คน นอกจากนี้ ทางธุรกิจมีแผนจะเปิดสหคลินิกในช่วงปลายปี ซึ่งเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ต่อยอดในการทำธุรกิจเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่ม

8.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

8.1.1 ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาด กลุ่มลูกค้าต่างประเทศลดลงจำนวนมาก โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีน ทำให้อุปสงค์ภายนอกจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลง ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นธุรกิจระดับ High-end ทำให้ลูกค้าคนไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยเข้าใช้บริการ

8.1.2 การแข่งขันด้านราคา โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจเดียวกับอย่าง Let's Relax ที่มีราคาต่ำกว่า ทำให้กลุ่มลูกค้าโดยเฉพาะชาวไทยเลือกใช้บริการ Let's Relax มากกว่า นอกจากนี้ ยังมีการแข่งขันกับธุรกิจสปาอื่น ๆ อีก อาทิ ปางวิมาน Oasis หรือฟ้าลั่นนา

8.1.3 มาตรการช่วยเหลือของภาครัฐยังคงมีจำกัดและไม่ตอบโจทย์ อาทิ การประชาสัมพันธ์ยังไม่อยู่ในวงกว้าง หรือการอบรมแรงงานส่วนใหญ่ มุ่งเน้นไปที่เรื่องของความปลอดภัยหรือความสะอาด ไม่ใช่เรื่องของ การเพิ่มมูลค่าเพิ่ม

8.1.4 ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่เข้าใจความแตกต่างของสปารูปแบบต่าง ๆ อาทิ ที่ระรินจินดา เน้นไปที่การนวดแบบราชสำนัก ขณะที่ Let's Relax เน้นไปที่การนวดแบบเชลยศักดิ์ ซึ่งการนวดแบบราชสำนักสามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มได้มากกว่า อย่างไรก็ตาม ลูกค้าส่วนใหญ่ไม่เข้าใจถึงความแตกต่าง และเลือกที่จะนวดแบบเชลยศักดิ์มากกว่า

8.1.5 ในหลายกรณี การเพิ่มปัจจัยทุนไม่ส่งผลต่อการเพิ่มผลผลิตหรือผลิตภาพของธุรกิจ อาทิ ในช่วงที่มี PM 2.5 ทางธุรกิจต้องมีการติดตั้งเครื่องฟอกอากาศ โดยที่เครื่องฟอกอากาศนั้นไม่สำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตของธุรกิจ แต่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ

8.2 ข้อเสนอแนะของสถานประกอบการ

8.2.1 การจัดอบรมแรงงาน โดยมุ่งเน้นไปที่การเพิ่มทักษะของแรงงานให้ทันสมัย และเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ อาทิ ศาสตร์การนวดใหม่ ๆ จากต่างประเทศ

8.2.2 สร้างความรู้ต่อการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐ อาทิ โครงการรางวัลต่าง ๆ ของกระทรวงสาธารณสุข หรือการจัดมาตรการให้เฉพาะกลุ่มและมุ่งเน้นไปที่เป้าหมาย

8.2.3 การจัดการร้านนวดที่เปิดกิจการโดยไม่มีใบอนุญาต หรือหมอนวดที่ไม่มีใบประกอบ เนื่องจากว่าจากประสบการณ์ของลูกค้า จะทำให้เกิดความเข้าใจในการนวดแผนไทยแบบไม่ถูกต้อง ซึ่งอาจทำให้ไม่เข้าใจถึงการเพิ่มมูลค่าเพิ่มของธุรกิจสปาได้

9. วิสาหกิจชุมชนนวดเพื่อสุขภาพบ้านป่าปวย จังหวัดลำพูน การดำเนินงาน กลุ่มนวดแผนไทยบ้านป่าปวย จัดตั้งเป็น อสม. ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 และก่อตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชนขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2550 โดยได้รับการสนับสนุนจากเทศบาลบ้านโอง ชมรมหมอพื้นบ้านล้านนา และโรงพยาบาลบ้านโอง เพื่อจัดตั้งศูนย์นวดแผนไทย โดยพ่อหม่ออินสม สิทธิตัน ได้ประสานกับโรงพยาบาลบ้านโอง ในการจัดอบรมหลักสูตรอบรมการเปิดอบรมนวดแผนไทยให้กับ อสม. และประชาชนทั่วไปในเขตเทศบาลตำบลบ้านโอง และเปิดทำการศูนย์นวดแผนไทยบ้านป่าปวย ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา การดำเนินงานช่วงแรกให้เจ้าหน้าที่ อสม. ที่ได้รับการอบรม ผลัดเปลี่ยนกัน มาประจำอยู่เพื่อบริการให้ผู้ที่มาใช้

บริการ ในปัจจุบันศูนย์นวดแผนไทยบ้านป่าปวย เป็นกลุ่มที่มีความมั่นคงในการดำเนินงาน และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้ง กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมการพัฒนาชุมชน รวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

9.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

9.1.1 **สินทรัพย์ทุนยังคงมีจำกัด** แม้ว่าที่ผ่านมาจะได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐมาบ้าง อาทิ กรมการพัฒนาชุมชน เข้ามาช่วยพัฒนาเรื่องของบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หรือเทศบาลเข้ามาช่วยพัฒนาอาคาร ทั้ง ห้องน้ำ ห้องเก็บสมุนไพร หรือห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า แต่ทางวิสาหกิจชุมชนยังคงต้องการปัจจัยทุนอื่น ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับวิสาหกิจ อาทิ โรงตาก หรือเครื่องอบ

9.1.2 **การพัฒนามูลค่าเพิ่มเป็นไปได้ยาก** เนื่องจากเป็นการนวดแผนไทยทั่วไป ทำให้ไม่สามารถเก็บค่านวดได้แพง ประกอบกับชาวบ้านที่มานวดต่างไม่ได้มีเงินมากพอที่จะเพิ่มค่าบริการได้ ทำให้งบประมาณของวิสาหกิจมีจำกัด

9.1.3 **ความไม่สอดคล้องกันของแผนระดับ 3** โดยเฉพาะแผนของกระทรวงมหาดไทย และแผนของสาธารณสุข ทำให้การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนบ้านป่าปวยไม่อยู่ในแผนของกระทรวงมหาดไทย อย่างไรก็ตามทางกระทรวงสาธารณสุขกลับไม่ได้มีบทบาทในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนเช่นกัน มีหน้าที่เพียงการพิจารณาสถานประกอบการเท่านั้น

9.2 ข้อเสนอแนะของสถานประกอบการ

9.2.1 **ภาครัฐควรบูรณาการการทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบและให้เกิดประสิทธิภาพ** โดยเฉพาะกระทรวงสาธารณสุข และกระทรวงมหาดไทย เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในวงกว้างและเป็นตัวอย่างในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่อื่น

9.2.2 **การสนับสนุนด้านงบประมาณแก่วิสาหกิจชุมชน** เพื่อให้เกิดการพัฒนาทั้งสินทรัพย์ทุนหรือแรงงานให้ได้มาตรฐานและเกิดมูลค่าเพิ่ม เพื่อที่จะเป็นการเพิ่มผลิตภาพให้กับวิสาหกิจได้ต่อไปในอนาคต

10. **เต้า การเด็นท์ เฮลท์ สปา แอนด์ รีสอร์ท จังหวัดเชียงใหม่ การดำเนินงาน** เต้า การเด็นท์ เฮลท์ สปา แอนด์ รีสอร์ท ก่อตั้งโดยคุณ Mantak Chia เป็นสถานเวชศาสตร์ตามหลักแพทย์แผนจีนด้วยแนวคิดลัทธิเต๋าหรือลัทธิเล่าจื๊อ โดยมีลูกศิษย์ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เข้ามาเรียนรู้แนวคิดของ Health และ Wellness แบบทางเลือกที่ศูนย์การแพทย์ครบวงจร Pakua ทั้งการฝังเข็ม การนวดแบบอายุรเวช โดยใช้หลักห้าธาตุของแพทย์แผนจีนควบคู่ไปกับแพทย์แผนตะวันตก เพื่อให้มั่นใจได้ถึงคุณภาพการรักษาและการบำบัด ทั้งนี้ ทางสปาได้รับรางวัล Best Destination Spa และรางวัลกนิรี Hall of Fame จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปัจจุบัน มีนักบำบัด (Therapist) จำนวนทั้งสิ้น 6 คนและแพทย์ประจำคลินิกอีก 1 คน ลูกค้ากว่าร้อยละ 99 เป็นลูกค้าต่างชาติ ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาด การดำเนินกิจการมุ่งเน้นไปที่การสอนออนไลน์ และเน้นไปที่การลดต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินงานเพื่อให้ยังคงเกิดมูลค่าเพิ่ม

10.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

10.1.1 **ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาด กลุ่มลูกค้าต่างประเทศลดลงจำนวนมาก** โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าชาวจีน ทำให้อุปสงค์ภายนอกจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลง ทั้งนี้ เนื่องจากเป็นแพทย์

ทางเลือก ทำให้ลูกค้าคนไทยส่วนใหญ่ไม่ค่อยเข้าใช้บริการ ส่งผลให้รายได้ช่วงหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดลดลงกว่าร้อยละ 70 ส่งผลให้การเพิ่มมูลค่าเพิ่มไม่ได้มุ่งเน้นไปที่การเพิ่มผลผลิต แต่เน้นไปที่การลดต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินงาน

10.1.2 **ความเข้าใจของคนไทยต่อแพทย์ทางเลือกยังคงมีจำกัด** โดยคนไทยส่วนใหญ่ยึดติดกับการรักษาแบบแพทย์ปัจจุบันมากกว่า กล่าวคือ เน้นรักษาเมื่อมีอาการ มากกว่าการป้องกันระยะที่มีสุขภาพดี ทำให้ลูกค้าคนไทยมีน้อยเมื่อเทียบกับลูกค้าต่างชาติทั้งที่มีราคาพิเศษสำหรับคนไทยให้

10.2 ข้อเสนอแนะของสถานประกอบการ

10.2.1 **ประชาสัมพันธ์ถึงแพทย์ทางเลือกต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย** ให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับเวชศาสตร์การป้องกัน ซึ่งจะส่งผลต่อการกระจายความเสี่ยงของกลุ่มลูกค้า เนื่องจากธุรกิจมีการพึ่งพาลูกค้าชาวต่างชาติมากเกินไป ทำให้ทางธุรกิจต้องการกลุ่มลูกค้าชาวไทยเข้ามาเพื่อลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นหากมีความไม่แน่นอนในอนาคตอีก

10.2.2 **การเพิ่มอุปสงค์จากต่างประเทศด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ** ผ่านโครงการต่าง ๆ ของภาครัฐ อาทิ โครงการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ซึ่งสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

สรุปการลงพื้นที่ภูเก็ต

กสม. และ กพข. ได้มีการลงพื้นที่ ระหว่างวันที่ 10 – 12 กรกฎาคม 2567 จำนวน 9 แห่ง ซึ่งแบ่งออกเป็น หน่วยงานภาครัฐ 1 หน่วยงาน ภาคเอกชน 6 หน่วยงาน และสถานศึกษา 2 แห่ง โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. **สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต** ลักษณะการดำเนินงาน สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต เป็นองค์กรภาคเอกชนในจังหวัดภูเก็ต ทำหน้าที่ขับเคลื่อนโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจสุขภาพอันดามัน (Andaman Wellness Economic Corridor: AWC) ให้เป็นศูนย์กลางจุดหมายปลายทางด้านเวลเนส (Wellness Destination) ระดับโลก โดยมีเป้าหมายอุตสาหกรรมย่อย ๑๐ อุตสาหกรรม ได้แก่ (1) บริการ รักษา พยาบาล การแพทย์แผนไทย และการแพทย์ทางเลือก (2) นวดและสปาเพื่อสุขภาพและเสริมความงาม (3) การพำนักระยะยาว (Long Stay/ Real estate/ Retirement destination) (4) ยา ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และอาหารเพื่อสุขภาพ (5) โรงแรมและที่พักส่งเสริมสุขภาพ (6) ภูมินิเวศนารยะและอาคารเพื่อสุขภาพ (Green wellness & Green logistic) (7) Digital wellness และบุคลากรเฉพาะด้าน (8) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (9) Soft Power และ (10) อาหารฮาลาล โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน ๖ จังหวัดอันดามัน ได้แก่ ภูเก็ต กระบี่ พังงา ภูเก็ต ตรัง และสตูล

1.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

1.1.1 **ผู้ประกอบการในพื้นที่ยังไม่มีความพร้อมรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะทาง** โดยเฉพาะในด้านบริการพื้นฐาน อาทิ ห้องพักประเภท Universal design และอาหารเพื่อสุขภาพ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้มีความพิการ หรืออาหารฮาลาล สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง จากข้อจำกัดในการฟื้นตัวของธุรกิจที่ยังไม่เข้มแข็ง ส่งผลให้ยังขาดการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกธุรกิจโรงแรมให้สอดคล้องกับกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะทาง

1.1.2 **กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวรายขนาดเล็กไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจหลังโควิด-๑๙** อาทิ ธุรกิจห้องพัก ธุรกิจนำทัวร์ และธุรกิจสปาขนาดเล็ก ซึ่งประสบปัญหาการขาดสภาพคล่องในการดำเนินธุรกิจหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 และไม่สามารถเข้าถึงสินเชื่อจากสถาบันการเงิน เนื่องจากมีประวัติการค้างชำระหนี้และภาระหนี้สินเกินตัว จนส่งผลต่อการปล่อยสินเชื่อของสถาบันการเงิน

1.1.3 **การดำเนินงานของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับผู้มีความพิการยังไม่มีความพร้อม** เนื่องจากปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานในธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับผู้มีความพิการดังกล่าว ส่งผลให้การให้บริการยังไม่ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ นำไปสู่การเสียโอกาสในการสร้างรายได้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว

1.1.4 **จำนวนผู้ให้บริการสปาลดลงจำนวนมาก** โดยเฉพาะภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในจังหวัดภูเก็ต ที่จำนวนผู้ให้บริการสปาประมาณร้อยละ 20 ขณะที่ผู้ให้บริการสปาที่มีฝีมือมีโอกาสย้ายถิ่นฐานไปทำงานต่างประเทศ เนื่องจากได้รับผลตอบแทนสูงกว่า

1.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

1.2.1 **ขับเคลื่อนโครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจสุขภาพอันดามันอย่างจริงจัง** เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างองค์รวมและยั่งยืน รวมทั้งเป็นการส่งเสริมให้ภูเก็ตและจังหวัดใกล้เคียงกลายเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพที่มีมาตรฐานระดับโลก

1.2.2 ส่งเสริมให้เกิด World Class event ในพื้นที่จังหวัดภูเก็ตและระบียงเศรษฐกิจสุขภาพอันดามัน เพื่อให้เกิดการพัฒนาในพื้นที่อย่างจริงจังและเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ก่อให้เกิดการลงทุนและสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่น ยกย่องคุณภาพภาคธุรกิจบริการเพื่อสุขในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและผู้ร่วมงานจากทั่วโลก

1.2.3 ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านความร่วมมือระหว่างสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและผู้ให้บริการการท่องเที่ยวออนไลน์ (Online Travel Agency: OTAs) เพื่อนำเสนอขายแพ็คเกจท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้งเป็นการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านแพลตฟอร์ม OTAs

2. **สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต ลักษณะการดำเนินงาน** ปัจจุบันสมาคมฯ มีสมาชิกทั้งหมด 281 ราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในภูเก็ต อาทิ การขนส่ง โรงแรม อาหารและเครื่องดื่ม ผู้ประกอบการทัวร์ ร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจสนทนา การ นอกจากนี้ยังสนับสนุนธุรกิจที่เสริมสร้างการท่องเที่ยว อาทิ ธุรกิจศิลปะและวัฒนธรรม ธุรกิจการจัดประชุมและสัมมนา และธุรกิจทางการแพทย์และกีฬา พร้อมทั้งร่วมหาทางแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว แลกเปลี่ยนงานวิจัยและองค์ความรู้ เป็นตัวกลางประสานความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมถึงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและประเพณีท้องถิ่น

2.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

2.1.1 การกำกับดูแลใบอนุญาตของผู้ให้บริการสปาเพื่อสุขภาพและผู้ดำเนินการเพื่อสุขภาพยังมีข้อจำกัดจากการขาดแคลนบุคลากรในการตรวจสอบ ขณะที่การขอใบอนุญาตเป็นการขอเพียงครั้งเดียว โดยไม่มีกำหนดการต่ออายุ ทำให้สถานประกอบการบางแห่งแสวงหาใบอนุญาตหน้าร้านแต่ให้บุคคลอื่นมาปฏิบัติหน้าที่แทนและมีการซื้อขายใบอนุญาตดังกล่าว อันส่งผลต่อความน่าเชื่อถือและมาตรฐานของการให้บริการนวดและสปาของประเทศไทย

2.1.2 เกณฑ์คุณภาพและมาตรฐานการให้บริการของผู้ให้บริการนวดและสปาไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจได้ โดยปัจจุบันหลักสูตรผู้ให้บริการสปาและผู้ดำเนินการสปาที่ได้รับการรับรองจากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ เป็นการนวดในระดับพื้นฐานจึงไม่เกิดความแตกต่างในการให้บริการมากนัก ทำให้ธุรกิจจำเป็นต้องสร้างการให้บริการที่มีเอกลักษณ์ประจำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดด้านการนำผู้สอนที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญมาพัฒนาหลักสูตรอบรม เนื่องจากเอกลักษณ์ดังกล่าวมักเป็นความลับทางธุรกิจ

2.1.3 ข้อกฎหมายหรือกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการเพื่อสุขภาพไม่เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจบริการสุขภาพ เนื่องจากธุรกิจนวดและสปาอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 ทำให้การทำการตลาดหรือการโฆษณาอยู่ภายใต้ข้อจำกัด อันเป็นอุปสรรคต่อการประชาสัมพันธ์ของธุรกิจ

2.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

2.2.1 ภาครัฐและเอกชนควรมีวิสัยทัศน์ในการพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพร่วมกัน ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานมีความสอดคล้องและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของพื้นที่ได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ ควรมีนโยบายการส่งเสริมธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพที่ต่อเนื่องและชัดเจนเพื่อให้การพัฒนาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

2.2.2 มีการกำหนดมาตรฐานและใบอนุญาตที่แตกต่างกันระหว่างธุรกิจนวดและธุรกิจสปา โดยเน้นการพัฒนาและยกระดับมาตรฐานการให้บริการในธุรกิจสปาให้มีความชัดเจนและน่าสนใจมากขึ้น เนื่องจากธุรกิจนวดมีต้นทุนการดำเนินงานต่ำกว่าธุรกิจสปา แต่ทั้งสองประเภทใช้ใบอนุญาตสถานประกอบการเพื่อสุขภาพแบบเดียวกัน ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่เลือกทำกิจการนวดมากกว่าสปา ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจสปาไม่สามารถแข่งขันได้เนื่องจากผู้ใช้บริการไม่รู้สึกลึกถึงความแตกต่างในการบริการอย่างชัดเจน

2.2.3 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานรองรับการพัฒนาจังหวัดภูเก็ตให้มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวได้มากขึ้นและส่งเสริมให้ภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและยั่งยืนในระยะยาว อันจะทำให้ธุรกิจนวดและสปาเติบโตอย่างมั่นคง

3. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดภูเก็ต การพัฒนาด้านบริการของจังหวัดภูเก็ตมีการปรับเปลี่ยนอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะภายหลังการเกิดสึนามิ เนื่องจากพนักงานนวดประสบปัญหาตกงานเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ นโยบายในช่วงเริ่มแรกดำเนินการภายใต้ประกาศกระทรวงจากกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงมหาดไทย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรเป็นหลักรวมทั้งการนำโรงพยาบาลไปประชาสัมพันธ์เพื่อให้เกิดการจับคู่ทางธุรกิจ (Business matching) กับกลุ่มลูกค้าในต่างประเทศ เป็นต้น โดยภูเก็ตมีการประชาสัมพันธ์ พัฒนาบุคลากร และสร้างมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง จนในเวลาต่อมามีการประกาศใช้พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 ส่งผลให้หน้าที่ในการควบคุม กำกับ ดูแลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพอยู่ภายใต้กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) กระทรวงสาธารณสุขโดยเฉพาะ

3.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

3.1.1 การขาดความเข้าใจต่อประเด็นด้านเวลเนสอย่างทั่วถึง โดยเฉพาะภาคประชาชนที่มีมุมมองความเข้าใจต่อการท่องเที่ยวเชิงเวลเนส (Wellness tourism) จัดอยู่ในกลุ่มการพักผ่อนหย่อนใจหรือการท่องเที่ยวเชิงสปา โดยขาดการรับรู้ถึงประโยชน์ที่แท้จริงต่อสุขภาพ

3.1.2 การขาดมาตรฐานเวลเนสเชิงการแพทย์ (Medical wellness) ซึ่งในบางประเภทแพทย์สกายังไม่รับรองมาตรฐาน ส่งผลให้ผู้บริโภคอาจเสี่ยงถูกหลอกลวงหรือได้รับบริการที่ไม่ได้มาตรฐาน ขณะที่หลักสูตรที่ สบส. รับรองในปัจจุบันครอบคลุมเฉพาะหลักสูตรกลาง โดยยังไม่ได้ครอบคลุมกลุ่มการบริการพิเศษอื่น ๆ แต่เป็นการช่วยเหลือในด้านคำแนะนำในการพัฒนาหลักสูตรเป็นสำคัญ

3.1.3 การขาดแคลนบุคลากรทั้งในด้านผู้ให้บริการและการตรวจสอบ โดยบุคลากรที่มีทักษะและความรู้ด้าน Wellness Tourism ไม่เพียงพอ ส่งผลต่อคุณภาพการบริการและการกำหนดมาตรฐานในการบริการ ขณะที่การตรวจสอบเป็นไปได้อย่างจำกัดเนื่องจากสถานประกอบการมีจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีช่องว่างทางกฎหมายที่ควบคุมเฉพาะพนักงานนวดให้มีใบรับรองการขึ้นทะเบียนนวด ดังเช่น กรณีบริการนวดบริเวณหน้าชายหาด ซึ่งพนักงานนวดไม่ได้จัดตั้งเป็นสถานประกอบการ จึงไม่สามารถนำกฎหมายสถานประกอบการเพื่อสุขภาพไปบังคับใช้ได้ ซึ่งอาจต้องบังคับใช้อำนาจเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นในการควบคุมดูแล

3.1.4 ราคาและการเข้าถึง โดยบริการ Wellness Tourism มักมีราคาค่อนข้างสูง เข้าถึงได้ยากสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย ประกอบกับที่ตั้งของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพบางแห่งอาจตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกล ส่งผลให้ยากต่อการเดินทางเข้าใช้บริการ

3.1.5 **รางวัลของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ** เช่น รางวัล World Luxury Spa ซึ่งเป็นรางวัลในระดับโลก ขณะที่บางรางวัลจำเป็นต้องใช้เงินทุนสนับสนุนเพื่อเข้าร่วม ส่งผลให้หลายสถานประกอบการของไทยยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง

3.1.6 **ความร่วมมือในการขับเคลื่อน AWC ยังเป็นไปอย่างจำกัด** เนื่องจาก AWC ยังไม่มีผู้รับผิดชอบหลักในการดำเนินการ และเป็นการขับเคลื่อนในระดับประเทศ ส่งผลให้ สสจ. ไม่ได้มีส่วนร่วมอย่างชัดเจน อย่างไรก็ดี สสจ. ได้มีความร่วมมือกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการประชาสัมพันธ์ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์ธุรกิจ Wellness

3.1.7 **ระบบฐานข้อมูล** พนักงานนวดมีการย้ายถิ่นฐานและลงทะเบียนต่างถิ่น จึงส่งผลให้เกิดการลงทะเบียนซ้ำซ้อนและต้องใช้ระยะเวลาในการประสานระหว่างจังหวัด เนื่องจากระบบไม่ได้มีการเชื่อมต่อกัน โดย สสจ. ไม่มีการเก็บข้อมูลแรงงานกลุ่ม wellness อย่างครอบคลุมทุกด้าน

3.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

3.2.1 **การทำความเข้าใจนิยามของเวลเนสอย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน** โดยจัดตั้งประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health tourism) เป็นกรอบนโยบายหลัก แบ่งเป็น (1) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) มุ่งเน้นผู้ป่วยที่ต้องการเข้ามารักษาในโรงพยาบาลเป็นหลัก และ (2) การท่องเที่ยวเชิงเวลเนส (Wellness tourism) ซึ่งแบ่งออกเป็น Medical wellness ที่เกี่ยวข้องกับการดูแล/ป้องกันการเจ็บป่วย ที่ต้องใช้หัตถการทางการแพทย์ เช่น เสริมความงาม การฉีดวิตามิน เป็นต้น กับ Non-medical Wellness ที่เกี่ยวข้องกับการดูแลตนเองที่บูรณาการหลายศาสตร์ เช่น สปา เป็นต้น

3.2.2 **แนวโน้มการบริการสุขภาพในอนาคตคาดว่าจะมุ่งสู่บริการทางการแพทย์แบบผสมผสาน (Integrative Health Service) ซึ่งมีการบูรณาการการแพทย์หลายด้านเข้าด้วยกัน และมีมิติการดูแลเฉพาะบุคคล (Personalized medicine) มากขึ้น** สำหรับแนวทางการขับเคลื่อนควรมุ่งเน้นการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของนักท่องเที่ยว ทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ อันจะก่อให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คุ้มค่า น่าประทับใจ และสร้างความยั่งยืนระยะยาว โดย Wellness Tourism ที่ประสบความสำเร็จอาจมุ่งเน้นไปที่ (1) การมอบประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัว โดยสนองความต้องการ ความชอบ และเป้าหมายเฉพาะบุคคลของนักท่องเที่ยวแต่ละคน (2) การให้บริการที่หลากหลาย สามารถรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม ทุกวัย ทุกเพศ โดยมีกิจกรรม โปรแกรม และแพ็คเกจให้เลือกหลากหลาย (3) การผสมผสานธรรมชาติ นำเสนอประสบการณ์การท่องเที่ยวท่ามกลางธรรมชาติและสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย สดชื่น (4) การส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ผ่านการนำเสนอเอกลักษณ์ภูมิปัญญา และวิถีชีวิตท้องถิ่น (5) การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงยั่งยืน โดยรักษาสິงแวดล้อม ลดมลพิษ สนับสนุนชุมชนท้องถิ่น และ (6) ปัจจัยแรงงาน โดยความเป็นมืออาชีพของแรงงานในอุตสาหกรรมเวลเนสมีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อบริการในระดับสูง

3.2.3 **การขับเคลื่อนนโยบายโดยภาครัฐ** ควรมุ่งเน้น (1) ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (2) สร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (3) พัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานรองรับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (4) สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุ (5) ผลักดันให้ต่างชาติเคลมประกันค่าบริการเวลเนสในประเทศไทย และ (6) การสร้างความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งรัฐและเอกชน

4. **Amity Wellness ลักษณะการดำเนินงาน** “Amity Wellness” เป็นรีสอร์ทเพื่อส่งเสริมสุขภาพที่มีชื่อเสียงจากกลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และได้รับรางวัล Travelers’ Choice award ทั้งปี 2023 และปี 2024 จากเว็บไซต์ TripAdvisor ซึ่ง Amity Wellness มีโปรแกรมด้านสุขภาพที่ครอบคลุมและหลากหลาย เช่น โปรแกรมล้างพิษ อาหารเพื่อสุขภาพ FAR-infrared Sauna เป็นต้น โดยรีสอร์ทจะออกแบบโปรแกรมให้เหมาะสมกับความต้องการผู้รับบริการแต่ละคน เริ่มต้นด้วยการตรวจสุขภาพและตรวจสารพิษโดยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้าน มีการบูรณาการกิจกรรมการล้างพิษ อาหารเพื่อสุขภาพ สปาเพื่อสุขภาพ และมีการจัดอบรมเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับกับดูแลสุขภาพแบบองค์รวมให้กับผู้เข้าร่วมโปรแกรม

4.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

4.1.1 **การดำเนินการของภาครัฐยังขาดประสิทธิภาพ** ทั้งด้านความล่าช้าในการดำเนินการและความไม่แน่นอนในการออกกฎบังคับต่าง ๆ โดยเฉพาะในช่วงโควิด-๑๙ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถปรับตัวได้ทัน และกระทบต่อการจัดการของผู้ประกอบการ

4.1.2 **กฎระเบียบมีความซับซ้อนและยุ่งยาก** และมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ทำให้สถานประกอบการต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายในการดำเนินการค่อนข้างมาก โดยเฉพาะใบอนุญาตในการดำเนินกิจการ อาทิ ใบอนุญาตในการประกอบกิจการ ทั้งธุรกิจสปา นวด และคลินิกเวชกรรม

4.1.3 **การทุจริตคอร์รัปชันของหน่วยงานท้องถิ่น** เพื่อให้สถานประกอบการสามารถดำเนินการจากภาครัฐได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะจากการขอใบอนุญาตและการเสียค่าธรรมเนียมและอัตราภาษีของสถานประกอบการ

4.1.4 **อัตราดอกเบี้ยในการกู้ยืมจากธนาคารยังอยู่ในระดับสูง** ส่งผลให้เป็นอุปสรรคในการขยายกิจการของสถานประกอบการ

4.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

4.2.1 **ความชัดเจนในการออกกฎระเบียบข้อบังคับของภาครัฐ** เพื่อลดความซับซ้อนและสร้างความเข้าใจให้ผู้ประกอบการ

4.2.2 **การให้ข้อมูลและความรู้ที่ครอบคลุมและชัดเจนกับกับผู้ประกอบการ** โดยเฉพาะการขอใบอนุญาตที่ต้องมีการติดต่อและครอบคลุมในหลายหน่วยงานของรัฐ

4.2.3 **การแก้ปัญหาทุจริตคอร์รัปชันอย่างเป็นรูปธรรม** โดยสร้างระบบการตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ ให้สอดคล้องไปกับการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของภาครัฐให้มีความรวดเร็ว และโปร่งใส

4.2.4 **การสนับสนุนธุรกิจเพื่อสุขภาพ** โดยให้แรงจูงใจให้ผู้ประกอบการในการขยายกิจการ จากการให้สินเชื่อที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำกว่าตลาด (Soft Loan)

5. **Chivitr Wellness Retreat ลักษณะการดำเนินงาน** “Chivitr Wellness Retreat” ให้บริการโปรแกรมดูแลสุขภาพและฟื้นฟูด้วยศาสตร์ตะวันออกควบคู่กับเทคโนโลยีตะวันตกที่หลากหลาย อาทิ การบำบัดแบบองค์รวม (Holistic Treatment) การแพทย์แผนจีน และการแพทย์แผนไทย โดยจะมีผู้เชี่ยวชาญสอบถามประวัติสุขภาพแบบรายบุคคล เพื่อให้คำแนะนำโปรแกรมที่เหมาะสม สำหรับโปรแกรมสุขภาพหรือการบำบัดจะมีการดูแลโดยโค้ช และนักบำบัด (Therapist) ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ สำหรับการดูแลด้านโภชนาการในสถานที่ อาหารทุกชนิดจะเป็นอาหารที่ผ่านการปรุงแต่งและแปรรูปน้อยที่สุด เพื่อคงไว้ซึ่งสารอาหาร และความสด

ใหม่ของวัดฤๅติบ สำหรับระยะเวลาในการให้บริการจะขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า โดยอาจจะเป็นช่วงเวลาสั้นๆ เพียงครึ่งวัน สำหรับการฝึกหายใจ การนวดบำบัดความเครียด หรือบรรเทาอาการปวดเรื้อรังตามโปรแกรมที่กำหนดไว้ โดยองค์ประกอบของการบำบัด ประกอบด้วย (1) การแพทย์แบบบูรณาการ (Integrative Medicine) อาทิ HOLISTIC Treatments (บำบัดด้วยเสียง, ฝึกสติ, ฝึกการหายใจ) Traditional Chinese Medicine (ฝังเข็ม ครอบแก้ว แช่บำบัด เท้าด้วยสมุนไพร) และ Traditional Thai Medicine (อบสมุนไพร พอกยา โปรแกรมดูแลมารดาหลังคลอด) (2) การเคลื่อนไหว (Movement) อาทิ Yoga & Meditation (โยคะและการฝึกสมาธิ) และ Aqua Exercise & Watsu (การบำบัดด้วยน้ำ) (3) อาหาร (Culinary) ด้วยการคัดสรรวัตถุดิบจากธรรมชาติ ซึ่งมีรสชาติดีและมีคุณประโยชน์สูง โดยเมนูอาหารจะเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล และ (4) สปา (Spa) ซึ่งประกอบด้วยบริการหลากหลายและผสมผสานหลายศาสตร์ ทั้งนี้ โปรแกรมที่ให้บริการจะครอบคลุมอาหารและที่พัก โดยขึ้นอยู่กับความสนใจ

5.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

5.1.1 สถานประกอบการจำเป็นต้องใช้ทักษะแรงงานคุณภาพสูงสำหรับการเพิ่มโปรแกรมหรือขยายหลักสูตร ขณะที่ทักษะแรงงานที่มีความสามารถเฉพาะทางในตลาดยังขาดแคลน

5.1.2 กฎระเบียบของรัฐมีความซับซ้อนและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงานของภาคเอกชน โดยเฉพาะใบอนุญาตในการดำเนินการ อาทิ ใบอนุญาตในการประกอบกิจการ ทั้งธุรกิจสปา นวด และคลินิกเวชกรรม อีกทั้งต้องติดต่อหน่วยงานราชการหลายหน่วยงาน

5.1.3 การแข่งขันจากธุรกิจด้านสุขภาพที่เน้นราคาถูกและไม่มีมาตรฐานทำให้เกิดสงครามราคาในกลุ่มสถานประกอบการ ซึ่งเป็นอุปสรรคในการดำเนินการของสถานประกอบการที่เน้นคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล

5.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

5.2.1 กฎระเบียบภาครัฐควรมีการจัดกลุ่มตามขนาดธุรกิจของสถานประกอบการ เพื่อลดค่าใช้จ่าย ระยะเวลาในการดำเนินการ และความยุ่งยากซับซ้อนให้กับผู้ประกอบการรายย่อย โดยให้ความสำคัญกับมาตรฐานในการให้บริการเป็นหลัก ขณะที่ความปลอดภัยด้านสถานที่ อาทิ โครงสร้างอาคาร บันไดหนีไฟนอกอาคาร และการทำรายงานข้อมูลผู้เข้าบริการประจำวัน อาจพิจารณาความจำเป็นตามประเภทและขนาดของผู้ประกอบการ

5.2.2 การควบคุมสถานประกอบการที่ไม่มีใบอนุญาตและมาตรฐานอย่างจริงจังโดยภาครัฐ เพื่อเป็นการส่งเสริมและยกระดับสถานประกอบการให้มีคุณภาพและมาตรฐานมากขึ้น ขณะเดียวกัน ควรมีการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสถานประกอบการที่ถูกกฎหมายและสร้างมาตรฐานให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการจากต่างประเทศ

5.2.3 มีแนวทางในการส่งเสริมแรงงานด้านเวลเนสและสปาให้มีทักษะเฉพาะทาง เพื่อตอบสนองความต้องการของภาคเอกชนมากขึ้น อาทิ การฝึกอบรม และการเพิ่มหลักสูตรใหม่อันเป็นที่ต้องการของตลาด ให้สามารถรองรับความหลากหลายของศาสตร์เพื่อสุขภาพ และการรักษาแบบองค์รวมที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

6. **คูล สปา (Cool Spa) ลักษณะการดำเนินงาน** “Cool Spa” เป็นสถานประกอบการสปาดำเนินการในรูปแบบ Resort & Hotel Spa ภายใต้โรงแรมศรีพันวา ซึ่งผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข ประเภทสปาเพื่อสุขภาพ โดยได้รับรางวัลคุณภาพการให้บริการด้านสุขภาพ อาทิ Thailand Tourism Awards ปี

2560 และปี 2566 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยรางวัล Thailand Spa and Well-being Awards ปี 2561 สาขา Creative Spa Design จากสมาคมสปาไทย และรางวัล Thai World Class Spa ประจำปี 2566 ระดับ Platinum จากกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข โดยจุดเด่นของ คุณ สปา มีการใช้อาคารสถานที่ในรูปแบบของ Tropical Modern Contemporary ผสมผสานกับรูปแบบ Chino-Portuguese ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของจังหวัดภูเก็ต และทำทางในการนวดที่เป็นรูปแบบเฉพาะของโรงแรมศรีพันวา ทั้งนี้ บริการนวดเพื่อสุขภาพของคุณ สปา ครอบคลุมการนวดแผนไทย การนวดน้ำมันโรมา (Aromatic Thai – Oil) การนวด Sri panwa Serenity รวมทั้งบริการอื่น ๆ เช่น การนวดน้ำมันในสไตล์ยุโรป อินเดีย บาหลี และผสมผสาน การบำรุงผิวพรรณทั้งการขัดผิว และการมาร์กผิว และการให้บริการความงามด้านผิวหน้า เป็นต้น ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่ร้อยละ ๘๗ เป็นผู้ใช้บริการโรงแรมศรีพันวา ซึ่งเป็นลูกค้าต่างชาติในกลุ่มตะวันออกกลาง สหรัฐอเมริกา และจีน นอกจากนี้ โรงแรมศรีพันวายังได้ดำเนินการสหคลินิกเวชกรรมและการแพทย์แผนไทย ในชื่อ คุณ บาย ศรีพันวา เพื่อตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่ม Wellness (ลูกค้าที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ) โดยมีการให้บริการได้แก่ IV Drips หรือ การให้วิตามินหรือสารน้ำผ่านทางหลอดเลือดดำเข้าสู่ร่างกายสามารถนำวิตามินและเกลือแร่เข้าสู่หลอดเลือดและส่งผลในการบำรุงร่างกายได้ทันที และแพทย์แผนไทย เป็นการรักษาดูแลด้วยแพทย์แผนโบราณของประเทศไทย โดยมีการใช้สมุนไพรทั้งในรูปแบบอาหารและยาในการอบ การประคบ และการนวด เพื่อรักษาผู้ป่วย โดยมีรายการที่ให้บริการ เช่น นวดแก้อาการ กักลม แห้งสมุนไพร,การรักษา office syndrome การรักษาระบบย่อยอาหาร และการรักษาไมเกรน เป็นต้น

6.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

6.1.1 ความซับซ้อนในการดำเนินการของผู้ประกอบการ โดยการเปิดคลินิกและสปา มีข้อกำหนดและเงื่อนไขที่แตกต่างกันอย่างชัดเจน ทำให้เกิดความซับซ้อนหลายประการ ได้แก่ทางเข้า-ออกของคลินิก และสปาไม่สามารถใช้ทางเดียวกันได้ จากข้อจำกัดของมาตรฐานความปลอดภัยและสุขอนามัย และการจัดเตรียมทางเดินและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้พิการ ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่เข้มงวดในคลินิกตามกฎหมายการแพทย์ โดยคลินิกจะต้องมีทางเดินที่เหมาะสมและอุปกรณ์ช่วยเหลือสำหรับการเคลื่อนย้ายผู้พิการเพื่อให้การเข้าถึงบริการทางการแพทย์เป็นไปอย่างสะดวก ด้วยข้อจำกัดดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการที่ดำเนินการสปาในสถานที่เดียวกันอยู่ก่อนแล้วต้องปรับปรุงสถานที่เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานที่กำหนด

6.1.2 มาตรฐานการเปิดคลินิกเวชกรรมในจังหวัดภูเก็ตแตกต่างจากจังหวัดอื่น เนื่องจากภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกและมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก คลินิกเวชกรรมในภูเก็ตจึงต้องมีมาตรฐานที่แตกต่างจากจังหวัดอื่น อาทิ ขนาดเตียงที่ต้องใช้ในคลินิกเวชกรรมจะต้องมีขนาดใหญ่กว่าปกติเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรูปร่างหลากหลาย โดยผู้ประกอบการทั่วไปที่เปิดคลินิกเวชกรรมหลายรายต้องแก้ไขขนาดของเตียงที่ใช้ในคลินิกเวชกรรมในภายหลัง

6.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

6.2.1 ภาครัฐควรลดขั้นตอนการขออนุญาตเปิดคลินิกเวชกรรมและกิจกรรมสปา โดยการรวบรวมขั้นตอนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน และปรับปรุงการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การอนุมัติเป็นไปอย่างรวดเร็วและไม่ซับซ้อน

6.2.2 พิจารณาปรับมาตรฐานการเปิดคลินิกเวชกรรมและกิจกรรมสปาในภูเก็ตให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เช่น ขนาดของเตียงที่รองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยควรกำหนดให้มีความยืดหยุ่นตามประเภทบริการ และลดข้อกำหนดที่ไม่จำเป็นเพื่อให้ง่ายต่อการปฏิบัติ

7. **สมาคมสปาเพื่อสุขภาพภูเก็ต** บทบาทสำคัญในการช่วยเหลือสมาชิกแก้ไขอุปสรรค และเจรจาทำความเข้าใจความตกลงกับบุคคลภายนอก เพื่อประโยชน์ในการประกอบธุรกิจสปาของสมาชิก รวมทั้งดำเนินการสร้างมาตรฐานการให้บริการให้มีคุณภาพ ส่งเสริมการศึกษา และฝึกอบรมสำหรับผู้ประกอบการและพนักงานในธุรกิจสปา โดยปัจจุบันสมาคมฯ มีสมาชิกประมาณ 980 ราย มีนักบำบัดสังกัดอยู่ในสมาคมฯ ประมาณ 10,000 ราย ทั้งนี้การดำเนินงานของสมาคมฯ ในปัจจุบันมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถในการเพิ่มมูลค่าการให้บริการของสมาชิก รวมทั้งประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดภูเก็ตเพื่อสร้างภาพลักษณ์ ในการเป็น Wellness Tourism Hub of Asia

7.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

7.1.1 **จำนวนพนักงานไม่เพียงพอ** เนื่องจากพนักงานถูกซื้อตัวไปทำงานในต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวที่มารับบริการ ประกอบกับการเปลี่ยนอาชีพของแรงงานในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีจำนวนพนักงานลดลงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนการแพร่ระบาดฯ และทำให้มีการรับพนักงานชั่วคราว (Part time) หรือพนักงานนัดไร้สังกัด (Free lancer) มาช่วยในช่วงเวลาที่มีลูกค้าจำนวนมาก

7.1.2 **งบประมาณในการจัดอบรมของธุรกิจสปาและการนวดเพื่อสุขภาพในภูเก็ตมีอย่างจำกัด** โดยงบประมาณพัฒนาฝีมือจากภาครัฐ โดยเฉพาะจากกรมพัฒนาฝีมือแรงงานจำเป็นต้องแบ่งปันให้กับหลายหน่วยงานในหลายอาชีพ ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้อาจไม่ได้รับการสนับสนุนที่เพียงพอต่อการพัฒนาทักษะและความรู้ของพนักงาน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้การฝึกอบรมบุคลากรในธุรกิจสปาและการนวดเพื่อสุขภาพไม่ครอบคลุม และอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพการบริการที่ลดลงภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการแข่งขันสูง

7.1.3 **มาตรการส่งเสริมจากภาครัฐบางส่วนไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจสปาและนวดในจังหวัดภูเก็ต** เช่น การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ได้รับ การส่งเสริมจากภาครัฐอาจไม่ถึงจุดนักท่องเที่ยวเท่าที่ควร เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักพึ่งพาการค้นหาข้อมูลและรีวิวจาก Google มากกว่าเส้นทางที่ถูกกำหนดโดยภาครัฐ ส่งผลให้การมุ่งเน้นส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวบางเส้นทางจึงอาจไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร และไม่ได้ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวหรือสร้างรายได้ให้กับธุรกิจในพื้นที่อย่างเต็มที่

7.1.4 **ปัญหาการค่าบริการทางเพศในร้านนวดเพื่อสุขภาพ** ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพอย่างรุนแรง โดยผู้ประกอบการอาจถูกมองในแง่ลบและถูกเหมารวมว่ามีความเกี่ยวข้องกับกิจกรรมที่ไม่เหมาะสม ทำให้ลูกค้าที่มีความตั้งใจจะใช้บริการนวดเพื่อสุขภาพอย่างแท้จริงอาจรู้สึกไม่มั่นใจและหลีกเลี่ยงการเข้าร้านนวดเพราะกลัวว่าจะเข้าไปในสถานที่ที่มีการค่าบริการทางเพศ ทำให้ธุรกิจที่ดำเนินการอย่างถูกต้องสูญเสียลูกค้าจำนวนมาก

7.2 ข้อเสนอแนะของหน่วยงาน

7.2.1 **เพิ่มงบประมาณสำหรับการจัดอบรมที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ велเนส** โดยงบประมาณดังกล่าวสามารถนำไปต่อยอดพัฒนาหลักสูตรการอบรมที่ผ่านมามีคุณภาพสูงขึ้น เช่น การอบรมอาหารเป็นยา และการอบรมดูแลผู้สูงอายุ รวมถึงสามารถจัดอบรมในหัวข้อที่หลากหลายมากขึ้น อันเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและบุคลากรในอุตสาหกรรม велเนสไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

7.2.2 สนับสนุนการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัดเพื่อสร้างความแตกต่างและเสริมสร้างความน่าสนใจในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของแต่ละจังหวัด รวมทั้งเป็นการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจากการใช้วัตถุดิบในพื้นที่

7.2.3 ประชาสัมพันธ์รางวัลที่ผู้ประกอบการสปาและการนวดเพื่อสุขภาพได้รับ อาทิ Thailand Tourism Awards หรือรางวัลกินรี ในระดับนานาชาติ โดยภาครัฐอาจใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล หรือช่องทางหลากหลายในการประชาสัมพันธ์รางวัลที่ภาครัฐหรือภาคเอกชนไทยมอบแก่ผู้ประกอบการสปาและการนวดเพื่อสุขภาพให้เป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติมากขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของสถานประกอบการเหล่านี้ในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ

8. ศูนย์สุขภาพนานาชาติอันดามัน (Andaman Health and Wellness Center) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ ถูกจัดตั้งตามนโยบายของสภามหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ที่ต้องการขับเคลื่อนการทำงานในอนาคตให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ 20 ปี โดยการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลก นอกจากนี้ พื้นที่กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามันเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ซึ่งเกิดจากการขับเคลื่อนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งในการประชุมคณะรัฐมนตรีมีมติตามข้อสั่งการของนายกรัฐมนตรีในด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิต ให้กระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ร่วมกับกระทรวงสาธารณสุข รับผิดชอบพิจารณาโครงการศูนย์สุขภาพนานาชาติอันดามัน เพื่อพัฒนาการบริการด้านการแพทย์และสาธารณสุขสำหรับประชาชนจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน และดำเนินการโดยมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตภูเก็ต

8.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

8.1.1 การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ รวมถึงผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมต่าง ๆ ที่จำเป็นจะต้องนำองค์ความรู้มาใช้ในการดำเนินงาน ซึ่งจะช่วยขับเคลื่อนการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต

8.1.2 ข้อจำกัดในการเชื่อมโยงข้อมูลในระบบสุขภาพของผู้ป่วยในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต โดยเฉพาะในเรื่องของการส่งต่อผู้ป่วยระหว่างพื้นที่อันดามัน

8.1.3 การเข้าถึงแหล่งเงินทุน สำหรับพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต ที่ต้องใช้ระยะเวลานานและมีขั้นตอนที่ซับซ้อน ทำให้การดำเนินนโยบายเป็นไปด้วยความล่าช้า

8.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

8.2.1 พัฒนาและจัดทำหลักสูตรลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อช่วยในการจัดทำแผนการรักษาแบบครบวงจรให้ตอบโจทย์ต่อลูกค้าแต่ละราย รวมถึงจะทำให้มีฐานข้อมูลการรักษาที่แม่นยำมากยิ่งขึ้น

8.2.2 ให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานให้มีความพร้อม เพื่อรองรับต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนนโยบายดังกล่าวมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

8.2.3 การบูรณาการแนวคิดระหว่าง Wellness และ Medical เข้าด้วยกัน เนื่องจาก wellness คือการดูแลสุขภาพของบุคคลตั้งแต่เกิดจนตาย ดังนั้น การดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพไปพร้อมกัน จะมีส่วนช่วยให้การขับเคลื่อนนโยบายเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น

9. **ศูนย์นวัตกรรมสปาและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Spa and Wellness Tourism Innovation Centre)** มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตลักษณะการดำเนินงาน ศูนย์นวัตกรรมสปาและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (ศูนย์ฯ) จัดตั้งขึ้นอย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 14 ตุลาคม 2556 โดยมีวิสัยทัศน์ในการยกระดับนวัตกรรมสปาและการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสู่ระดับสากลนี้ ศูนย์ฯ มีการดำเนินงานในหลายส่วน โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ ที่ได้ดำเนินงานร่วมกับ สสจ. ในการช่วยจัดทำมาตรฐานของกรมในการเปิดและปิดธุรกิจสปา โดยการเปิดหลักสูตรอบรม และลงพื้นที่ร่วมกับ สสจ. นอกจากนี้ ยังได้รับการยอมรับให้เป็นต้นแบบด้านสปา โดยมหาวิทยาลัยมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนการผลิตบุคลากรด้านสปา โดยเฉพาะในกลุ่ม Spa Manager ทั้งในส่วนของ การเปิดหลักสูตรอบรม และกระบวนการจัดสอบเพื่อขอรับใบอนุญาต สำหรับการขอรับใบอนุญาต (License) ประกอบวิชาชีพของผู้จัดการสปา แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพจะสามารถนำวุฒิการศึกษานั้นไปยื่นสมัครสอบได้ และ (2) จบการศึกษาระดับปริญญาตรีในสาขาอื่น ๆ หรือมีประสบการณ์การทำงานด้านสปา 2 ปีขึ้นไป ดังนั้น บุคคลที่เข้าข่ายลักษณะที่ 2 จึงจำเป็นต้องมาเรียนหลักสูตรผู้ดำเนินการสปาเพื่อสุขภาพ (Spa Manager) 100 ชั่วโมง กับมหาวิทยาลัยที่ สบส. อนุมัติ นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยยังได้รับทุนจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ในการจัดทำต้นแบบในการเชื่อมโยงการดำเนินงานของ wellness กับ Medical ซึ่งในทางปฏิบัติการดำเนินงานระหว่าง 2 ด้านนี้ถูกแยกออกจากกันด้วยกฎหมาย โดย ศูนย์ฯ พบว่า ปัญหาของการเชื่อมโยงระหว่าง Wellness และ Medical ที่มีนัยสำคัญต่อการดำเนินงาน คือ องค์กรความรู้ ทักษะ และความเชี่ยวชาญที่ส่งมอบกันระหว่างผู้ดูแลสปาทางการแพทย์ และบุคลากรทาง Wellness

9.1 ปัญหาและอุปสรรคของการพัฒนา

9.1.1 **การขาดแคลนบุคลากรหรือผู้เชี่ยวชาญในการจัดทำหลักสูตรเกี่ยวกับสปา** เนื่องจากผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่ก็จะเป็นบุคลากรของสถานประกอบการ และส่วนใหญ่ก็จะไม่เผยแพร่กลยุทธ์ทางธุรกิจ อันเป็นข้อจำกัดต่อการพัฒนาผู้ประกอบการด้านสปา อย่างไรก็ตาม สถานประกอบการส่วนใหญ่เริ่มเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยผลิตบุคลากรภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ เนื่องจากต้องการบุคลากรเข้าสู่ระบบธุรกิจ

9.1.2 **ปัญหาการดำเนินงานร่วมกันของหน่วยงานต่าง ๆ** ที่ยังไม่ชัดเจน หรือไม่ได้มีการบูรณาการร่วมกันในการขับเคลื่อนนโยบายด้าน Wellness ซึ่งส่งผลให้การใช้งบประมาณในการพัฒนาประเด็นดังกล่าวไม่เกิดประโยชน์เท่าที่ควร

9.1.3 **การหาธุรกิจสปาสำหรับเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย** ยังมีข้อจำกัดและหาได้ยาก โดยเฉพาะช่วงหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-๑๙ เนื่องจากธุรกิจสปาหลายแห่งยุติการดำเนินการ โดยเฉพาะสปาที่ดำเนินการในโรงแรม และธุรกิจสปาที่เป็นลักษณะสถานที่ตั้งเดี่ยว (Stand-alone) ที่ปัจจุบันเริ่มลดจำนวนเตียงนวดลง แต่เพิ่มกิจกรรมอื่นเข้ามาทดแทน

9.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

9.2.1 **ควรมีหน่วยงานหลักที่รับผิดชอบและเป็นตัวกลางในการขับเคลื่อนนโยบายด้าน Wellness** ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพและมีการพัฒนาที่ลงไปถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างแท้จริง

9.2.2 **ควรมีการปรับแก้กฎหมายเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสมุนไพร** ให้มีกระบวนการที่รวดเร็วและมีระยะเวลาสั้นลง และไม่ซับซ้อน เพื่อเป็นการช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์พื้นบ้านของไทยมากยิ่งขึ้น

9.2.3 **ทบทวนกฎระเบียบหรือนโยบายเกี่ยวกับการยื่นขอทุนในการวิจัย** เนื่องจากการวิจัยเป็นส่วนสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนภาคธุรกิจการท่องเที่ยว แต่ปัจจุบันการยื่นขอทุนวิจัยยังคงมีอุปสรรคในเงื่อนไขหลายประการ อาทิ หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) ระบุเงื่อนไขให้หน่วยรับทุนจะต้องมีเงินสำรองละ 10 ของทุนที่ได้รับ ซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดในการจัดหาแหล่งเงินงบประมาณในการพัฒนาด้าน Wellness ในอนาคต

ตัวอย่างประเด็นคำถามจากการลงพื้นที่

1. ธุรกิจที่ทำอยู่ทำอะไรบ้าง ที่มาของธุรกิจ ทำธุรกิจอะไรมาก่อนหรือไม่ จุดเริ่มต้นให้มาเริ่มธุรกิจนี้
2. ช่วงสถานการณ์โควิด - 19 ที่ผ่านมา ธุรกิจประสบปัญหาใดบ้าง และมีการบริหารจัดการอย่างไร
3. ในการบริหารจัดการธุรกิจมุ่งเน้นอะไรเป็นสำคัญ และคิดว่าอะไรมีความสำคัญในธุรกิจนี้มากที่สุด
4. มีวิธีในการควบคุมคุณภาพมาตรฐานการให้บริการ และมีการฝึกอบรมพนักงานอย่างไร
5. มีวิธีการประเมินการทำงานของพนักงานหรือ Therapist (อาทิ ความพึงพอใจลูกค้า จำนวนลูกค้าที่เข้ารับบริการ) และมีการส่งเสริมการทำงานของพนักงานหรือ Therapist อย่างไร
6. Segment ลูกค้าเป็นกลุ่มไหนเป็นหลัก และ Feedback ที่ได้รับจากลูกค้าเป็นอย่างไรบ้าง
7. ในช่วง High Season มีการจัดการบริหารอย่างไรให้ยังคงมีประสิทธิภาพในการทำงาน ขณะที่ในช่วง Low Season มีการกระตุ้นยอดขายอย่างไรบ้าง
8. มี KPIs ในองค์กร และมีวิธีการกระตุ้นให้เกิดการทำตามเป้าหมายขององค์กรอย่างไรบ้าง
9. คิดว่าการพัฒนาเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเข้ามามีบทบาทในการทำธุรกิจนี้อย่างไร และการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้จะสามารถเพิ่มผลประกอบของกิจการได้หรือไม่อย่างไร
10. วิธีการในการสร้างความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ
11. ที่ผ่านมามีภาครัฐมีการเข้ามาสนับสนุนหรือส่งเสริมการดำเนินงานธุรกิจอย่างไรบ้าง และมีประสิทธิภาพมากน้อยเพียงใด
12. แผนการดำเนินการในอนาคต คิดว่าธุรกิจจะหน้าตาเป็นอย่างไร และจะมีการปรับตัวหรือไม่อย่างไร
13. แนวทางการบริหารจัดการกิจการมีอุปสรรคสำคัญคืออะไร แล้วประเมินการแข่งขันในอุตสาหกรรมไว้อย่างไรบ้าง
14. ประเด็นความท้าทายที่ทางธุรกิจเผชิญอยู่และต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ
15. ในอนาคตธุรกิจมีการมองทิศทางการท่องเที่ยวสุขภาพเป็นแบบใด และคิดว่านวด/สปาไทยจะสามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างไรบ้าง



สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ