

## กรณีศึกษา “สยามเวลเนส” ธุรกิจสปา ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจและสังคมทำให้ผู้คนมีความเครียดมากขึ้น ประกอบกับองค์ความรู้และมีความเข้าใจเรื่องสุขภาพและความงาม จึงทำให้หลาย ๆ คนหันมาใส่ใจดูแลสุขภาพและความงามมากขึ้น จึงกลายมาเป็นความต้องการของผู้คนในสังคม โดยเฉพาะในสังคมเมือง กลุ่มเป้าหมายคือวัยรุ่น วัยทำงาน ผู้ที่ต้องการดูแลรูปร่างหน้าตาเพื่อความสวยงามและรักษาโรค ผู้ที่ใส่ใจสุขภาพและบุคลิกภาพ กลุ่มนี้มีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงมากในการใช้บริการสปา

สอดคล้องกับเทรนด์ธุรกิจสุขภาพของจากหลายประเทศทั่วโลกที่เติบโตอย่างต่อเนื่องและให้ความสำคัญในเรื่องของสุขภาพส่งผลให้ธุรกิจด้านความงามและการชะลอวัย ธุรกิจสปาและองค์ประกอบรวมถึงการท่องเที่ยวแบบ Wellness Tourism ซึ่งพบว่า สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลกนั้น ทวีปเอเชียเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวเพราะในมุมมองของ Medical Tourism ประเทศในแถบเอเชียมีสถานพยาบาลที่มีคุณภาพสูงและได้มาตรฐานระดับโลก (World-class standard) ค่ารักษาพยาบาลถูกกว่า ทั้งนี้ประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 18 ของโลก และเป็นลำดับที่ 5 ในเอเชีย ส่วน Wellness Tourism มีอัตราการเติบโต ประมาณ 9.1% ต่อปี โดยภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว Wellness มากที่สุดได้แก่ ทวีปอเมริกาเหนือ และทวีปเอเชีย-แปซิฟิก นอกจากนี้มูลค่าตลาดของ Wellness Tourism ของประเทศไทยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี

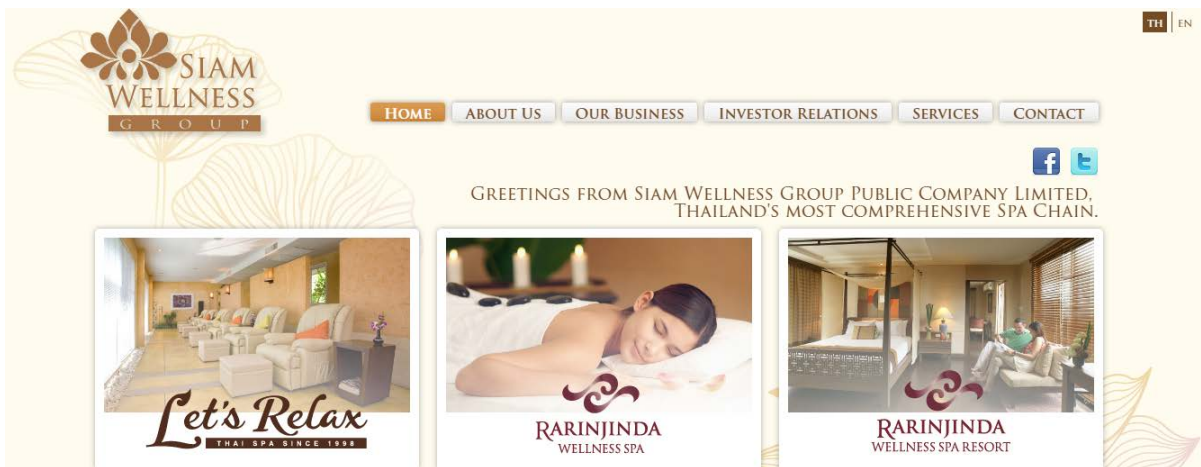


ที่มา : <https://marketeeronline.co/archives/21776>

## ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Wellness Tourism คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจด้วยการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ เช่น การอาบน้ำแร่ น้ำพุร้อน การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร

จุดประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ คือ การส่งเสริมบำรุงรักษาสุขภาพกายและสุขภาพจิต การบำบัดรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ตลอดจนการได้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และสร้างสรรค์ทางสังคมเพื่อการสร้างเสริมสุขภาพที่ดีกับผู้อื่นในระหว่างการท่องเที่ยว

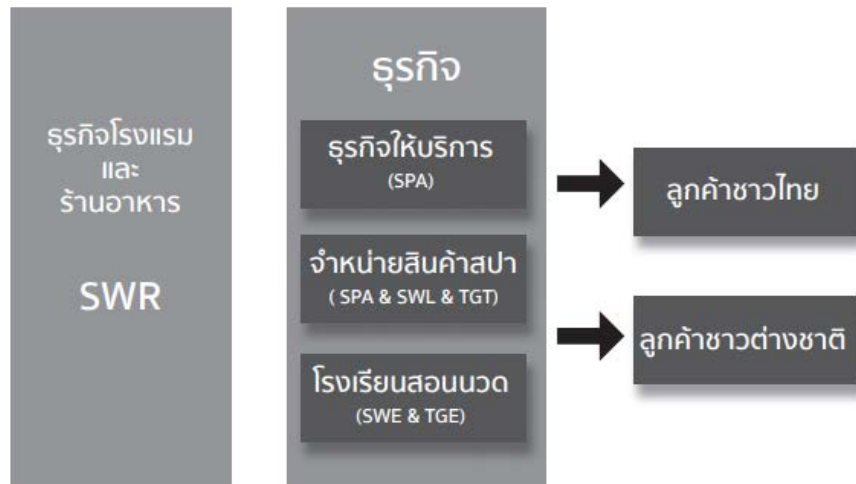


ที่มา : <http://www.siamwellnessgroup.com/>

## บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

บริษัทดำเนินธุรกิจด้านสปาเพื่อสุขภาพและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสปา แบ่งเป็น 4 กลุ่มธุรกิจ คือ

1. ธุรกิจสปา ภายใต้แบรนด์ "Let's Relax" แบรนด์ "RarinJinda Wellness Spa" และแบรนด์ "บ้านสวนมาสาจ"
2. ธุรกิจโรงแรมและร้านอาหาร ในนาม "โรงแรม ระรินจินดา เวลเนส สปา รีสอร์ท" เป็นโรงแรมสไตล์บูติก ที่จังหวัดเชียงใหม่ ร้านอาหารในนาม "Deck 1" และร้านอาหาร "D Bistro"
3. ธุรกิจการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปา จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สปาภายใต้แบรนด์ "Blooming"
4. กิจการโรงเรียนเกี่ยวกับการนวดแผนไทยในนาม "โรงเรียนสอนนวดแผนไทยบลูมมิ่ง" เพื่อให้การอบรมบริการนวด



ที่มา : [http://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/annual\\_report\\_2017\\_th.pdf](http://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/annual_report_2017_th.pdf)

### ธุรกิจสปาใน “สยามเวลเนสกรุ๊ป”

เป็นธุรกิจหลักในกลุ่ม “สยามเวลเนสกรุ๊ป” ให้บริการโดยใช้เครื่องหมายการค้า 3 แบรินด์ คือ “RarinJinda Wellness Spa”, “Let’s Relax” และ “บ้านสวน มาสสาจ” ซึ่งในการประกอบกิจการสปาจะต้องมีใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทสปาเพื่อสุขภาพ หรือใบรับรองมาตรฐานสถานประกอบการประเภทนวดเพื่อสุขภาพ ซึ่ง ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2560 มีตัวอย่างดังต่อไปนี้

สรุปใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และใบอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ RarinJinda Wellness Spa						
สาขาที่	สาขา	ใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ		ใบอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ		หมายเหตุ
		วันที่ออก	วันครบกำหนด	วันที่ออก	วันครบกำหนด	
1	เชียงใหม่	14 พ.ค. 58	14 พ.ค. 60	25 ก.ค. 60	24 ก.ค. 65	ใบอนุญาตประเภทประกอบกิจการสปา
2	ราชดำริ	24 เม.ย. 60	26 เม.ย. 61			อยู่ในระหว่างการพิจารณาของกรมการ
3	เพลินจิต	12 ม.ค. 61	11 ม.ค. 62			อยู่ในระหว่างการพิจารณาของกรมการ

ที่มา : [http://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/annual\\_report\\_2017\\_th.pdf](http://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/annual_report_2017_th.pdf)

### เป้าหมายในการดำเนินธุรกิจสปา

ต้องการเป็นผู้นำในธุรกิจสปาของเอเชีย ต้องการขยายธุรกิจการให้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อให้บริการครบทุกความต้องการของลูกค้า โดยบริษัทได้แบ่งแยกตามแบรินด์ในการให้บริการ ตั้งแต่ลูกค้าระดับบนที่มีเวลาในการเข้ารับบริการและกำลังการซื้อสูง จนถึงลูกค้าที่มีเวลาจำกัดกำลังซื้อน้อย โดยเน้นให้พนักงานของบริษัทผ่านการฝึกอบรมที่ดีจากบริษัทฯ ในการให้บริการที่ดีที่สุดแก่ลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าประทับใจ และเกิดการใช้บริการซ้ำ รวมถึงการรักษาความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และทำการสร้างฐานลูกค้ารายใหม่เพิ่มขึ้น เพื่อให้รายได้ของสปาทุกสาขาและส่งผลให้ผลกำไรสุทธิเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกด้วย

## ลักษณะการให้บริการแบบ “เวลเนสสปา”

เป็นการให้บริการสปาในระดับ 5 ดาว ภายใต้แบรนด์ “RarinJinda Wellness Spa” เป็นสปาที่ตั้งอยู่ภายในหรือในบริเวณเดียวกับโรงแรมหรือรีสอร์ท เพื่อรองรับผู้มาพักผ่อนที่ต้องการใช้บริการสปาเพื่อผ่อนคลาย นอกเหนือจากการใช้บริการห้องพักผ่อน มักจะมีขนาดใหญ่กว่า Day Spa ทั่วไป และตั้งอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยวหรือย่านชุมชน โดยเฉพาะโรงแรมระดับ 4-5 ดาว การบริการเน้นความเป็นสถานที่พักผ่อนและการนวดเป็นส่วนใหญ่ มีการจัดสถานที่ให้มีบรรยากาศดี ทัศนียภาพและภูมิทัศน์ที่สวยงาม ควบคู่ไปกับการให้บริการดูแลร่างกายและผิวพรรณ นอกจากนี้แล้วยังได้ทำการผสมผสานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในวงการสปา เช่น เตียงทรายร้อน (Quartz Bed), สระน้ำธาราบำบัด (Hydrotherapy Pool), เติ่งวีชีชาเวอร์ (Vichy Shower) กับศาสตร์การนวดแผนไทยหลายแบบ ควบคู่ไปกับการใช้สมุนไพรไทย ให้บริการนวดเพื่อการผ่อนคลาย และนวดเพื่อการเสริมสุขภาพ รวมถึงทริตเมนต์ความงามแก่ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

## ลักษณะการให้บริการแบบเดย์สปา

เป็นรูปแบบสปาที่พบได้ทั่วไปมักตั้งอยู่ในทำเลที่สะดวกต่อการเดินทางสำหรับลูกค้ามาใช้บริการ ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ใช้เวลาเพียง 1-2 ชั่วโมงสำหรับการเข้าใช้บริการหนึ่งอย่าง หรือมากที่สุด 4 ชั่วโมง สำหรับการเข้ารับบริการแบบครบวงจร ทั้งการนวดและดูแล สุขภาพผิว ให้บริการนวดเพื่อการผ่อนคลายแก่ลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยผสมผสานภูมิปัญญาไทยด้านการนวดและการบริการกับเทคนิคการนวดจากศาสตร์ตะวันตกและตะวันออก เพื่อสร้างสรรค์ประสบการณ์การบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของบริษัท

## ลักษณะการให้บริการแบบนวดเพื่อสุขภาพ

ลักษณะการให้บริการภายใต้แบรนด์ “บ้านสวน มาสสาจ” การให้บริการเป็นแบบร้านนวดเพื่อสุขภาพระดับ 3 ดาว ซึ่งเป็นรูปแบบร้านนวดที่พบได้ทั่วไป มักตั้งอยู่ในทำเลที่พักอาศัย ลักษณะผู้มาใช้บริการจะเป็นระยะเวลาสั้น ๆ ใช้เวลาเพียง 1-2 ชั่วโมง สำหรับการเข้าใช้บริการหนึ่งอย่าง ให้บริการนวดเพื่อการผ่อนคลายแก่ลูกค้าชาวไทยโดยภูมิปัญญาไทยด้านการนวด





ที่มา : <http://www.siamwellnessgroup.com/images/gallery/eventmassageservice/eventmassageservice5.jpg>

“สยามเวลเนสกรุ๊ป” มีสัดส่วนลูกค้าต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ จะเป็นลูกค้าชาวเอเชียจากประเทศ จีน ฮองกง ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และมาเลเซีย และลูกค้าจากทางประเทศยุโรป ซึ่งเกิดจากการที่บริษัท ทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น นิตยสาร และเข้าร่วมงานออกร้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับสปา ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ธุรกิจสปาของบริษัท ทำให้แบรนด์ของบริษัท เป็นที่รู้จักกันดีและนิยมกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ช่องทางการจำหน่ายสรุปได้ดังต่อไปนี้

1. การจำหน่ายผ่านระบบสำรองการเข้ารับบริการผ่านทางอินเทอร์เน็ต
2. การจำหน่ายให้กับลูกค้าโดยตรง
3. การจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่าย

### ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันธุรกิจสปา

เรื่องของการทำเลที่ตั้ง สถานที่ให้บริการที่มีความสวยงาม การเดินทางที่สะดวกสบาย ใจกลางเมือง หรือ อยู่ในบริเวณใกล้สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมในประเทศไทย การให้บริการที่ดีของพนักงานนวดที่ให้บริการ ความมี ประสิทธิภาพของผู้ให้บริการ คุณภาพการบริการและความเชื่อถือ ไว้วางใจจากลูกค้า ผู้บริหารได้พิจารณา ปัจจัยที่มีผลต่อการแข่งขันในธุรกิจเพื่อนำมากำหนดเป็นกลยุทธ์ในการสร้างความแตกต่างและเสริมสร้างความ แข็งแกร่งในการแข่งขันทางธุรกิจ ดังนี้

1. ประสิทธิภาพ และความเป็นมืออาชีพในการดำเนินธุรกิจ
2. ด้านทำเลที่ตั้ง
3. การสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพ
4. การส่งเสริมการขาย

กระแสการใส่ใจดูแลสุขภาพของคนไทยที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจสปาขยายตัวออกจากโรงแรม และขยายตัวอย่างรวดเร็วในย่านธุรกิจและแหล่งท่องเที่ยว ภายใต้แนวคิดการให้บริการที่หลากหลายรูปแบบ

และเป็นที่ยอมรับกันว่าธุรกิจสปาจะเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่มีศักยภาพการเติบโตสูงต่อไป และคาดว่าจะรายได้จากธุรกิจสปาในตลาดท่องเที่ยวจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากความต้องการมีแนวโน้มการเติบโตตามอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ภาครัฐให้การส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งยังเป็นหนึ่งในธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่ภาครัฐกำหนดเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย

แนวโน้มเกี่ยวกับความใส่ใจต่อสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นในกลุ่มชนชั้นกลาง ซึ่งเป็นประชากรส่วนใหญ่หรือร้อยละ 70 ของประชากรไทยทั้งหมด เป็นโอกาสให้ธุรกิจสปาขยายตัวเข้าสู่ตลาดระดับกลาง ซึ่งมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทย รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อระดับปานกลางขึ้นไป โดยผู้ประกอบการธุรกิจสปาส่วนใหญ่จะเป็นคนไทย เปิดดำเนินธุรกิจอยู่ในเมืองใหญ่หรือย่านธุรกิจ ครอบคลุมตั้งแต่สปาที่อยู่นอกโรงแรมแต่จับตลาดบนและสปาขนาดเล็กที่จะจับตลาดระดับกลาง

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ภาพรวมของตลาดธุรกิจสปาภายในประเทศไทยจึงเป็นตลาดที่มีการแข่งขันสูง เนื่องจากมีผู้ประกอบการธุรกิจสปาในประเทศเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด ทั้งในรูปแบบที่เป็นสปาแบบให้บริการครบวงจร โดยมีการออกแบบและตกแต่งสถานที่ให้ดูหรูหรา รวมถึงบริการที่มีความหลากหลาย พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน และให้ความรู้สึกผ่อนคลายเมื่อเข้าใช้บริการ จนถึงในรูปแบบห้องแถวที่เปิดให้มีบริการนวดและเสริมความงามในแบบต่าง ๆ โดยจะไม่เน้นถึงความสวยงามในการออกแบบร้านหรือไม่เน้นความหรูหรามากนัก แต่จะเน้นการให้บริการที่จัดเตรียมให้ลูกค้าเท่านั้น

แหล่งที่มา

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ [สืบค้นออนไลน์]

เข้าถึงจาก : <https://prezi.com/z86zhfsheuni/health-tourism/>

บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) [สืบค้นออนไลน์] เข้าถึงจาก

: <http://stock.gapfocus.com/detail/SPA>

รายงานประจำปี 2560 บริษัท สยามเวลเนสกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) [สืบค้นออนไลน์] เข้าถึงจาก :

[http://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/annual\\_report\\_2017\\_th.pdf](http://www.siamwellnessgroup.com/ir/files/annual_report_2017_th.pdf)