

คำถาม : อยากทราบแนวทางการขยายตลาดธุรกิจสปาไทยในประเทศจีน

คำตอบ : จากการที่ธุรกิจสปาของไทยขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา ซึ่งมีส่วนช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจด้านความงามและสุขภาพได้เป็นอย่างดี รัฐบาลจึงมีนโยบายเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจสปาด้วยการส่งเสริมการขยายตลาดไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วทุกภูมิภาค ทั้งนี้ประเทศจีนนับเป็นหนึ่งในตลาดธุรกิจสปาที่มีศักยภาพสูงในการขยายตัว เนื่องจากปัจจุบันผู้ให้บริการยังมีจำนวนไม่มาก ขณะที่การให้บริการส่วนใหญ่มักอยู่ตามสถานที่ออกกำลังกายและโรงแรมขนาดใหญ่เท่านั้น อีกทั้งผู้ประกอบการจีนยังขาดทักษะและความชำนาญในการให้บริการ จึงเป็นโอกาสดีของผู้ประกอบการไทยในการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจสปาในจีนโดยอาศัยจุดแข็งที่มีอยู่ ทั้งในด้านภูมิปัญญาไทยดั้งเดิมในการบำบัดรักษาและผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ ความอุดมสมบูรณ์ของพืชสมุนไพรหลากหลายชนิด รวมทั้งบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการให้บริการ นอกจากนี้ ในปี 2546 กระทรวงสาธารณสุขของไทยได้ร่วมลงนามกับมหานครเซี่ยงไฮ้เพื่อเปิดศูนย์สุขภาพในโครงการ International Medical Zone ในเขต Nanhui ซึ่งคาดว่าจะเปิดให้บริการได้ในปี 2553 นับว่ามีส่วนในการวางพื้นฐานให้กับผู้ประกอบการไทยในการเข้าไปลงทุนทำธุรกิจสปา ทั้งนี้ ผู้ที่สนใจดำเนินธุรกิจดังกล่าว ควรพิจารณาถึงปัจจัยสำคัญต่าง ๆ เพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน ดังนี้

1. **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** ที่สำคัญ ได้แก่ คนจีนหนุ่มสาววัยทำงานที่อยู่ในเมืองใหญ่ รวมทั้งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าไปทำงานในประเทศจีน (โดยเฉพาะในนครเซี่ยงไฮ้มีจำนวนสูงถึง 2 ล้านคน) และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางไปพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจีน เป็นต้น

2. **รูปแบบการให้บริการ** ควรชูจุดเด่นด้านการบำบัดรักษาสุขภาพด้วยวิถีชีวิตประจำวัน เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังชาวจีนที่คุ้นเคยกับการรักษาสุขภาพแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะการใช้องค์ความรู้เรื่องหยิน-หยางหรือการรักษาสมดุลของร่างกาย ควบคู่ไปกับการบำบัดรักษาแบบแพทย์แผนไทยรวมถึงการนวดแผนไทย โดยอาจนำเสนอในรูปแบบของบริการอบสมุนไพรไทยตามฤดูกาลหรือตามลักษณะหยิน-หยาง ของร่างกาย

3. **ทำเลที่ตั้ง** ควรตั้งสถานบริการสปาในเมืองเศรษฐกิจชั้นนำขนาดใหญ่ เช่น เซี่ยงไฮ้และปักกิ่ง เนื่องจากประชากรมีกำลังซื้อสูงโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้สามารถตั้งราคาค่าบริการได้สูง หรือเลือกทำเลในเมืองขนาดรองลงมาแต่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น คุณหมิง ซึ่งควรตั้งราคาต่ำกว่าในเมืองใหญ่ เนื่องจากลูกค้าส่วนมากเป็นชาวจีนที่มีรายได้ต่ำกว่าในเมืองใหญ่ และนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อค่อนข้างหลากหลาย นอกจากนี้ ควรตกแต่งสถานที่และบรรยากาศให้มีกลิ่นอายของความเป็นไทย เพื่อแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากสปาทั่วไป

4. **การประชาสัมพันธ์** สามารถทำผ่านหลายช่องทาง โดยควรเน้นประชาสัมพันธ์และเปิดตัวตามงานแสดงสินค้าด้านสุขภาพและความงาม ที่สำคัญ ได้แก่ China Beauty Expo และ China International Beauty Week นอกจากนี้ อาจเชิญสื่อมวลชนต่างชาติเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อสุขภาพและความงามในประเทศไทย เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจสปาไทยเป็นที่รู้จักมากขึ้นในระดับสากล

5. **รูปแบบการจัดตั้งธุรกิจสปา** เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ารูปแบบการให้บริการหรือการจัดการทำเลที่ตั้ง ทั้งนี้ หากไม่ต้องการแบกรับความเสี่ยงทางธุรกิจทั้งหมด ผู้ประกอบการควรแสวงหาผู้ร่วมทุนชาวจีนที่มีความคุ้นเคยกับธุรกิจดังกล่าวมาบ้างพอสมควร หรือใช้วิธีขายแฟรนไชส์ซึ่งกำลังได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในปัจจุบัน แทนการลงทุนเองทั้งหมด

6. **ปัญหาและอุปสรรค** การจัดตั้งธุรกิจสปาในจีนยังคงมีอุปสรรคหลายประการ ได้แก่ กฎระเบียบการจัดตั้งธุรกิจของแต่ละมณฑลมีความแตกต่างกัน และมีส่วนกีดกันการจัดตั้งธุรกิจของชาวต่างชาติ นอกจากนี้ การนำบุคลากรของไทยเข้าไปทำงานยังมีความยุ่งยาก เนื่องจากรัฐบาลจีนมุ่งส่งเสริมให้ประชากรในประเทศมีงานทำ นอกจากนี้ บุคลากรไทยในระดับลูกจ้างยังไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาจีน ทำให้เกิดปัญหาในการให้บริการ เป็นต้น

ปัจจุบันบริษัท Thai Privilege Healthcare ของไทย และบริษัท China World Best Group ซึ่งเป็นบริษัทร่วมทุนระหว่างรัฐบาลจีนและเอกชนจีน ร่วมกันเปิด Thai Privilege Spa สาขาเชียงใหม่เป็นธุรกิจสปาไทยแห่งแรกในประเทศจีน จัดตั้งขึ้นเพื่อเผยแพร่และส่งเสริมการจำหน่ายสินค้าและบริการสปาไทย โดยเน้นกลุ่มลูกค้าระดับบน คาดว่าจะมีส่วนช่วยสร้างแบรนด์สปาไทยให้เป็นที่รู้จักในตลาดจีนเพื่อปูทางให้ธุรกิจสปาและธุรกิจส่งออกผลิตภัณฑ์สปาของไทยสามารถขยายตลาดไปยังจีนได้มากขึ้นในอนาคต

ส่วนวิเคราะห์เศรษฐกิจ ฝ่ายวิชาการ

พฤษภาคม 2549