

ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ตามที่คณะรัฐมนตรีมีมติเมื่อวันที่ 13 มีนาคม 2561 เห็นชอบแผนการปฏิรูปประเทศ โดยในด้านเศรษฐกิจ หัวข้อที่ 1 การปฏิรูปด้านความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นปฏิรูปที่ 16 การเพิ่มระดับการแข่งขันทางธุรกิจวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้มอบหมายให้สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) กำหนดนโยบายและมาตรการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) สำหรับอุตสาหกรรมที่เป็นเลิศ โดยหนึ่งในนั้น คือ ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ความสำคัญของธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ในปี พ.ศ. 2558 ใช้จ่ายด้านสุขภาพ (Current Health Expenditure) ของโลกคิดเป็น 7.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 10 ของ GDP โลก¹ ส่วนรายจ่ายด้านสุขภาพต่อหัวของโลกเพิ่มจาก 345 เหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2543 เป็น 822 เหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2558² ขณะที่รายจ่ายด้านสุขภาพต่อหัวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 62 เหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2543 เป็น 217 เหรียญสหรัฐในปี พ.ศ. 2558³

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของรายจ่ายด้านสุขภาพต้องพิจารณาควบคู่ไปกับคุณภาพการบริการด้านสาธารณสุขด้วย ทั้งนี้ จากการจัดอันดับขององค์การอนามัยโลกในปี พ.ศ. 2553 ประเทศไทยถูกจัดอยู่ในอันดับ 47 ขณะที่ สิงคโปร์อยู่อันดับ 6 บรูไนอันดับ 40 และมาเลเซียอันดับ 49⁴

แม้ว่า อันดับด้านสุขภาพของประเทศไทยค่อนข้างสูง แต่หากพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ จะเห็นได้ว่า คุณภาพด้านสาธารณสุขของประเทศไทยยังจำเป็นต้องได้รับการพัฒนา เช่น จำนวนแพทย์และพยาบาล พบว่า ประเทศไทยมีแพทย์ 0.5 คน และพยาบาล 2.3 คนต่อประชากร 1,000 คน ซึ่งเป็นอัตราที่น้อยกว่าประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย⁵ หรือสัดส่วนมูลค่าการผลิตยาแผนปัจจุบันเพื่อใช้เองในประเทศลดลงจากร้อยละ 76.5 ในปี พ.ศ. 2527 เหลือร้อยละ 33.0 ในปี พ.ศ. 2556 ขณะที่มูลค่าการนำเข้ายาแผนปัจจุบันเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 23.5 ในปี พ.ศ. 2527 เป็นร้อยละ 67.0 ในปี พ.ศ. 2556 หรือการที่อุปกรณ์การแพทย์ที่สำคัญส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ⁶ เป็นต้น

นอกจากนั้น แม้ว่าบทบาทของภาคเอกชนในระบบสาธารณสุขของประเทศไทยจะมีแนวโน้มลดลงและน้อยกว่าภาครัฐ เห็นได้จากสัดส่วนโรงพยาบาลเอกชนลดลงจากร้อยละ 39.2 ในปี พ.ศ. 2516 เหลือร้อยละ 20.7 ในปี พ.ศ. 2556 หรือสัดส่วนรายจ่ายด้านสุขภาพที่เป็นของภาคเอกชนลดลงจากร้อยละ 55.0 ในปี พ.ศ. 2537 เหลือร้อยละ 24.0 ในปี พ.ศ.

¹ ที่มา : Global Health Observatory (GHO) data, World Health Organization. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561.

https://www.who.int/gho/health_financing/en/

² ที่มา : Global Health Expenditure Database, World Health Organization. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561.

http://apps.who.int/nha/database/Regional_Averages/Index/en

³ ที่มา : World Bank. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561. <https://data.worldbank.org/indicator/SH.XPD.CHEX.PC.CD>

⁴ ที่มา : <https://www.internationalinsurance.com/news/ranking-top-eleven-healthcare-systems-country.php>

⁵ ที่มา : World Health Statistics 2018: Monitoring Health for the SDGs, sustainable development goals. World Health Organization. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561.

<http://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/272596/9789241565585-eng.pdf?ua=1>

⁶ ที่มา : การสาธารณสุขไทย 2554 – 2558 , สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561.

http://hp.anamai.moph.go.th/ewt_dl_link.php?nid=1264

2555 เนื่องมาจากผลของนโยบายด้านสาธารณสุขภาครัฐ เช่น หลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า ที่ทำให้ภาครัฐมีบทบาทต่อรายจ่ายด้านสุขภาพมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง⁷ แต่หากพิจารณาการดำเนินธุรกิจบริการด้านสุขภาพของภาคเอกชนในแง่ของการแบ่งเบาภาระงานด้านสาธารณสุขของภาครัฐ รวมถึงบทบาทต่อภาคเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นด้านการเป็นศูนย์กลางสุขภาพ (Medical Hub) หรือการเชื่อมโยงกับภาคการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ตลอดจนแนวโน้มโลกที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและการใส่ใจในสุขภาพของผู้บริโภค จำเป็นต้องพิจารณาแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมผู้ประกอบการในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน

คำจำกัดความและขอบเขตการศึกษา

คำจำกัดความธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ให้นิยามว่า สุขภาพ (Health) คือ สภาวะอันสมบูรณ์ของร่างกาย จิตใจ และสามารถอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข มิใช่เพียงแต่การปราศจากโรคหรือความพิการเท่านั้น⁸ ส่วนคำว่า “Wellness” หรือสุขภาวะนั้น ได้ให้ความหมายว่า “สภาวะที่ดีที่สุดที่สุดของสุขภาพของบุคคลหรือกลุ่มบุคคล โดยให้ความสำคัญในการตระหนักถึงศักยภาพสูงสุดของบุคคลในด้านกายภาพ จิตใจ สังคม จิตวิญญาณ และเศรษฐกิจ รวมถึงการปฏิบัติตามความคาดหวังในบทบาทของบุคคลต่อครอบครัว ชุมชน สถานที่ทำงาน และอื่นๆ”⁹ ซึ่งโดยส่วนใหญ่ สุขภาวะ (Wellness) นั้น ครอบคลุมมากกว่าเฉพาะด้านกายภาพหรือด้านจิตใจ¹⁰ สอดคล้องกับความหมายของสุขภาพ (Health)

สำหรับประเทศไทย ตามพระราชบัญญัติสุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 ได้กำหนดให้ “สุขภาพ หมายถึง ภาวะของมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งทางกาย ทางจิต ทางปัญญา และ ทางสังคม เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล”

จากคำจำกัดความข้างต้น แสดงให้เห็นว่า สุขภาพและสุขภาวะนั้น ไม่ได้หมายถึงเฉพาะด้านกายภาพเท่านั้น

สาขาอุตสาหกรรม/บริการในธุรกิจสุขภาพ (Health & Wellness)

การพิจารณาสาขาอุตสาหกรรมหรือบริการภายใต้ธุรกิจสุขภาพ (Health & Wellness) นั้น องค์การสหประชาชาติ (UN) กำหนดการจัดประเภทธุรกิจตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ (ISIC) ในธุรกิจสุขภาพ (Healthcare Industry) เกี่ยวข้องกับ 3 ธุรกิจ ดังนี้ (1) กิจกรรมของสถานพยาบาล (2) การปฏิบัติการทางการแพทย์และทันตกรรม

⁷ ที่มา : การสาธารณสุขไทย 2554 – 2558 , สำนักงานปลัดกระทรวงสาธารณสุข. สืบค้นเมื่อวันที่ 1 พฤศจิกายน 2561.

http://hp.anamai.moph.go.th/ewt_dl_link.php?nid=1264

⁸ ที่มา : World Health Organization. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2561 จาก <https://www.who.int/about/mission/en/>

⁹ ที่มา : World Health Organization. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2561 จาก

http://www.who.int/healthpromotion/about/HPR%20Glossary_New%20Terms.pdf

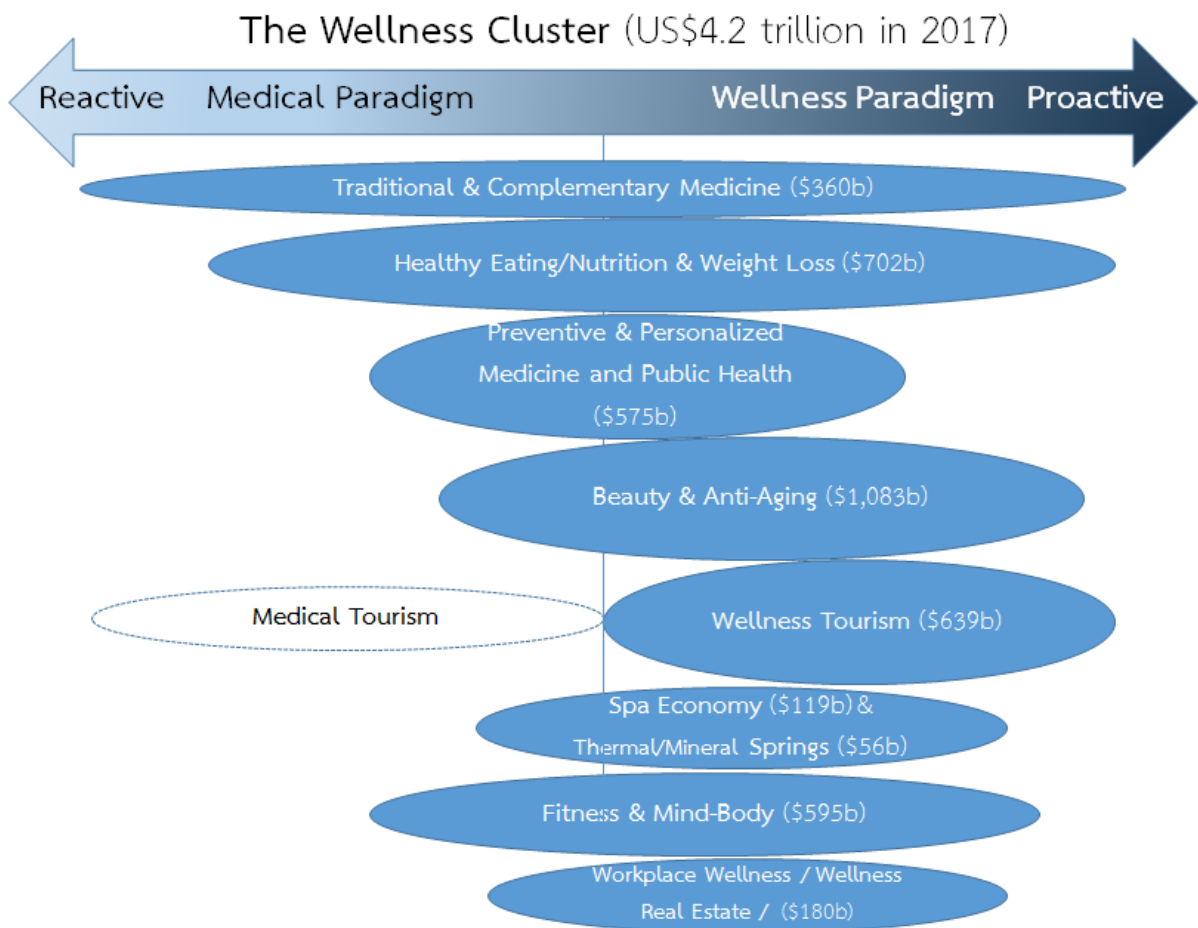
¹⁰ เช่น National Wellness Institute ที่กำหนดสุขภาวะเป็น 6 ด้าน คือ สุขภาวะด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านปัญญา ด้านจิตวิญญาณ ด้านอารมณ์ และด้านการทำงาน (https://www.nationalwellness.org/page/Six_Dimensions) หรือ Global Wellness Institute ที่กำหนดสุขภาวะเป็น 8 ด้าน ได้แก่ สุขภาวะด้านกายภาพ ด้านสังคม ด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ ด้านจิตวิญญาณ ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านชุมชน และด้านเศรษฐกิจหรือการเงิน

(https://static1.squarespace.com/static/54306a8ee4b07ea66ea32cc0/t/5a5fd37c0d9297ee43f742bd/1516229551173/2018GWIResearch_BuildWelltoLiveWellReport.pdf) เป็นต้น

และ (3) กิจกรรมอื่นๆ เกี่ยวกับสุขภาพมนุษย์ เช่น การฝังเข็ม ไคโรแพรคติก (Chiropractic) โฮมีโอพาธี (Homeopathy) ธาราบำบัด หรือการนวดบำบัดแก้อาการ เป็นต้น¹¹

ส่วนการจัดประเภทธุรกิจแบบอื่น ๆ เช่น Industry Classification Benchmark (ICB) ได้จัดกลุ่มธุรกิจสุขภาพเกี่ยวข้องกับ (1) บริการและอุปกรณ์ทางสุขภาพ และ (2) เกสซ์ภัณฑ์ และเทคโนโลยีชีวภาพ ขณะที่ Global Industry Classification Standard (GICS) จัดกลุ่มธุรกิจสุขภาพแตกต่างจาก ICB เพียงเล็กน้อย คือ (1) บริการและอุปกรณ์ทางสุขภาพ และ (2) เกสซ์ภัณฑ์ เทคโนโลยีชีวภาพ และชีววิทยาศาสตร์¹² เป็นต้น

นอกจากนั้น ธุรกิจสุขภาพ (Health & Wellness) ยังสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน คือ reactive และ proactive โดย reactive คือ ปฏิบัติการที่กระทำต่อโรค การบาดเจ็บหรืออาการต่างๆ ส่วน proactive นั้น แตกต่างจาก reactive กล่าวคือ เป็นปฏิบัติการที่กระทำก่อนอาการเจ็บป่วยจะปรากฏ หรืออาจกล่าวถึงโดยใช้ภาษาทางสุขภาพง่าย ๆ คือ การรักษา (reactive) และการป้องกัน (proactive) ดังแสดงด้านล่างในรูปที่ 1¹³ ซึ่งครอบคลุมทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ



ที่มา : ประยุกต์จาก Global Wellness Monitor – October 2018 และ Global Spa Summit 2010

¹¹ ที่มา : Healthcare Engineering Alliance Society. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.healthcare-engineering.org/healthcare-industry>

¹² ที่มา : Healthcare Engineering Alliance Society. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2561 จาก <http://www.healthcare-engineering.org/healthcare-industry>

¹³ ที่มาของข้อมูลในรูป มาจาก Global Wellness Institute. Global Wellness Economy Monitor, October 2018. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2561 จาก https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2018/10/Research2018_v5webfinal.pdf

จากรูปข้างต้น หากพิจารณาธุรกิจสุขภาพ (Health & Wellness) ซึ่งครอบคลุมทั้งภาคอุตสาหกรรมและบริการ ตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (TSIC) พบว่า มี TSIC ที่ทับซ้อนกันหลายธุรกิจ เช่น ผลิตภัณฑ์ใน Traditional & Complementary Medicine กับ Healthy Eating/Nutrition & Weight Loss และ Preventive & Personalized Medicine and Public Health อยู่ใน TSIC หมวดใหญ่ C คือ การผลิต ในหมวดย่อย 21 การผลิตเภสัชภัณฑ์พื้นฐานและการผลิตสูตรตำรับทางเภสัชกรรม หรือผลิตภัณฑ์ใน Beauty & Anti-Aging กับ Spa Economy อยู่ใน TSIC หมวดใหญ่ C คือ การผลิต ในหมวดย่อย 20232 หรือการสอนนวดภายใต้ Spa Economy อยู่ใน TSIC หมวดใหญ่ P คือ การศึกษา ซึ่งถูกจัดอยู่ในธุรกิจการศึกษา หรือบริการใน Beauty & Anti-Aging กับ Spa Economy อยู่ใน TSIC หมวดใหญ่ S คือ กิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ ในหมวดย่อย 96 กิจกรรมการบริการด้านอื่น ๆ ส่วนบุคคล เป็นต้น

ในส่วนของประเทศไทย จากยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560-2569) กำหนดแนวทางการพัฒนา ใน 4 ผลผลิตหลัก คือ (1) ศูนย์กลางบริการสุขภาพ (Medical Service Hub) (2) ศูนย์กลางบริการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) (3) ศูนย์กลางบริการวิชาการและงานวิจัย (Academic Hub) และ (4) ศูนย์กลางยาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Product Hub)¹⁴

ขณะที่ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร (Medical Hub) ซึ่งเป็นหนึ่งใน 5 อุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-curve) ภายใต้การดำเนินงานของกระทรวงอุตสาหกรรม ประกอบด้วย 3 ส่วน คือการให้บริการสมัยใหม่ การวิจัยและผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์ และการวิจัยยา-ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีกลุ่มอุตสาหกรรมย่อยเพิ่มเติม คือ (1) การให้บริการด้านการแพทย์ผ่านอินเทอร์เน็ตและสมาร์ทโฟน (e-Health and m-Health) (2) การผลิตอุปกรณ์ทางการแพทย์เพื่อการวินิจฉัยและติดตามผลระยะไกล (Remote Health Monitoring Devices) (3) การส่งเสริมการวิจัยและการผลิตยาที่ทันสมัย และ (4) การส่งเสริมการวิจัยและผลิตชีวเวชภัณฑ์โดยมุ่งเน้นที่การผลิตยาชีววัตถุคล้ายคลึง (Biosimilar)¹⁵

จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด เห็นได้ว่า ธุรกิจสุขภาพสามารถพิจารณาได้ในหลายมิติ ทั้งการป้องกันและการรักษา ทั้งผลิตภัณฑ์และบริการ หรือมิติทางกายภาพ จิตใจ เป็นต้น

สถานการณ์ธุรกิจสุขภาพ (Health & Wellness) ของประเทศไทย

ตลาดธุรกิจสุขภาพและความงามของประเทศไทยในปี 2560 มีมูลค่าประมาณ 136,500 ล้านบาท แบ่งเป็นส่วนของการบริการทางการแพทย์ 102,926 ล้านบาท และธุรกิจสปากับนวดไทย 33,574 ล้านบาท ซึ่งแบ่งออกได้อีกเป็นบริการสปาและนวดไทย 31,155 ล้านบาทและสินค้าสปาอีก 2,419 ล้านบาท โดยธุรกิจสปาในประเทศไทยเติบโตถึง 8% สูงกว่าอัตราการเติบโตของมูลค่าตลาดทั่วโลก ที่มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยราว 5% ต่อปี ทำให้ธุรกิจสปาไทยติดอันดับ 16 ของโลก และเป็นอันดับ 5 ของเอเชีย¹⁶

¹⁴ ที่มา : กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (MEDICAL HUB) (พ.ศ.2560 - 2569). สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2561 จาก <http://203.157.7.120/fileupload/2560-102.pdf>

¹⁵ ที่มา : กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2561 จาก http://www.industry.go.th/center_mng/index.php/2016-04-24-18-07-42/2016-04-24-18-09-38/2016-04-24-18-10-07/item/10449-medical-hub-1-5-new-s-curve

¹⁶ ที่มา : สปาไทยรุ่ง กวาดกำไรไตรมาสแรก. 13 กรกฎาคม 2561. สืบค้นเมื่อวันที่ 22 เมษายน 2562 จาก <http://www.bltbangkok.com/WellBeing/2/>

สถานการณ์ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพของประเทศไทย

จากรูปที่ 1 เมื่อนำมาพิจารณาข้อมูลวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจสุขภาพที่ครอบคลุมทั้งอุตสาหกรรมและบริการ พบว่า มีจำนวน 159,353 ราย คิดเป็นร้อยละ 5.2 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดของประเทศ มีการจ้างงาน 553,115 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ของการจ้างงานทั้งหมดของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของประเทศ ในปี พ.ศ. 2560 หากพิจารณาแยกเป็นภาคการผลิตและภาคบริการ พบว่า วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจสุขภาพมีอยู่เป็นจำนวนมากในภาคบริการ สูงถึงร้อยละ 95.7 ของจำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมทั้งหมดในธุรกิจสุขภาพ โดยส่วนใหญ่อยู่ในหมวด S 961 คือ กิจกรรมบริการเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย ซึ่งครอบคลุม Beauty & Anti-Aging และ Spa Economy เช่น กิจกรรมการดูแลความงาม กิจกรรมสปาและการนวด เป็นต้น รองลงมาคือ Q86 กิจกรรมด้านสุขภาพมนุษย์ เช่น โรงพยาบาล คลินิกโรคทั่วไปและโรคเฉพาะทางทันตกรรม เป็นต้น (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 จำนวนและการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจสุขภาพ ปี พ.ศ. 2560

TSIC 2552	จำนวน SME (ราย)	การจ้างงานโดย SME (คน)
C20232 - การผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ	3,383	45,659
C20293 - การผลิตน้ำมันหอมระเหย	60	351
C21001 - การผลิตเภสัชภัณฑ์และเคมีภัณฑ์ที่ใช้รักษาโรค	720	38,055
C21002 - การผลิตผลิตภัณฑ์จากพืชและสัตว์ที่ใช้รักษาโรค	1,812	13,288
C26600 - การผลิตเครื่องฉายรังสี และเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ทางการแพทย์และทางการแพทย์ การแพทย์และทางการแพทย์บำบัดรักษา	18	180
C32501 - การผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ในทางการแพทย์ (ยกเว้น ทางทันตกรรม)	518	42,018
C32502 - การผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ในทางทันตกรรม	354	2,208
Q86 - กิจกรรมด้านสุขภาพมนุษย์	3,738	139,565
Q87 - กิจกรรมการดูแลรักษาในสถานที่ที่มีที่พักรวมและมีคนดูแลประจำ	276	2,189
R93112 - การดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกาย	1,430	15,071
S961 - กิจกรรมบริการเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย (ยกเว้น กิจกรรมด้านการกีฬา)	147,044	254,531
รวม	159,353	553,115
รวมทั้งประเทศ	3,053,471	15,928,565

ที่มา : ฐานข้อมูล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ เดือนมิถุนายน 2561.

ขอบเขตการศึกษา

จากคำจำกัดความและการจัดประเภทธุรกิจที่กล่าวถึงข้างต้น แม้ว่าธุรกิจสุขภาพจะครอบคลุมมากกว่ามิติทางกายภาพ แต่เพื่อให้สอดคล้องกับบริบทและศักยภาพของประเทศไทยและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อีกทั้งไม่ทับ

ซ้อนกับสาขาธุรกิจอื่น ในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะธุรกิจสุขภาพในภาคบริการ โดยเน้นให้ความสำคัญกับสปาและนวดแผนไทย (S96101) และร้านแต่งผม-เสริมสวย (S96103 และ S96104) เท่านั้น ซึ่งจำนวน SME และการจ้างงานโดย SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพตามขอบเขตนี้ คิดเป็นร้อยละ 99.8 และ 99.4 ของจำนวน SME และการจ้างงานโดย SME ในกิจกรรมบริการเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย (S961) ทั้งหมด

TSIC 2552	จำนวน SME (ราย)	การจ้างงานโดย SME (คน)
S961 – กิจกรรมบริการเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกาย (ยกเว้นกิจกรรมด้านการกีฬา)	147,251	249,047
S96101 – กิจกรรมสปา (รวมถึงกิจกรรมการนวด)	20,835	76,501
S96102 – กิจกรรมการบริการลดน้ำหนัก	92	326
S96103 – กิจกรรมการแต่งผม	120,056	153,591
S96104 – กิจกรรมการดูแลความงาม แต่งเล็บมือและเล็บเท้า (ที่ไม่ได้ดำเนินงานโดยแพทย์)	6,045	17,544
S96109 – กิจกรรมการให้บริการด้านสุขภาพอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น	223	1,085

ที่มา : ฐานข้อมูล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ เดือนมกราคม 2562 ตามนิยามใหม่

สถานการณ์ธุรกิจบริการด้านสุขภาพของประเทศไทย

รัฐบาลให้ความสำคัญกับบริการสุขภาพเป็นอย่างมาก เห็นได้จากแผนการพัฒนาหรือยุทธศาสตร์ในระดับประเทศที่เป็นไปในทิศทางเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (ด้านสาธารณสุข) ประเด็นบริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) ประกอบด้วยการพัฒนากระบวนการแพทย์ปฐมภูมิ การพัฒนาระบบบริการสุขภาพ ศูนย์ความเป็นเลิศทางการแพทย์ และศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติและเขตเศรษฐกิจพิเศษ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2060-2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน โดยมีแนวทางการพัฒนาที่มีความสำคัญสูงและผลักดันสู่การปฏิบัติ ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบริการสุขภาพ คือ ข้อ 3.2.3 การพัฒนาภาคบริการและการท่องเที่ยว โดยเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการที่มีศักยภาพทั้งฐานบริการเดิมและฐานบริการใหม่เพื่อส่งเสริมให้เศรษฐกิจของประเทศเติบโตได้อย่างเข้มแข็ง ด้วยแนวทางการพัฒนาศักยภาพของฐานบริการเดิมให้เติบโตอย่างเข้มแข็ง โดยบริการสุขภาพคือหนึ่งในฐานบริการเดิมดังกล่าว ด้วยการส่งเสริมการลงทุนเพื่อยกระดับศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจบริการ เสริมสร้างความเข้มแข็งของผู้ประกอบการไทยให้สามารถปรับตัวได้ทันต่อบริบทการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นอย่างเป็นพลวัต พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานและกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล ยกย่องคุณภาพให้สนองต่อความต้องการของตลาด และพัฒนายกระดับโครงสร้างพื้นฐานให้เกิดความเชื่อมโยงกันทั้งภายในและระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ธุรกิจ รวมทั้ง สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา โดยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมเพื่อพัฒนาธุรกิจให้ทัน ต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ตลอดจนสนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสมเพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2560-2569) ด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการจัดบริการสุขภาพ การพัฒนาบริการรักษาพยาบาล การพัฒนาบริการเพื่อส่งเสริม

สุขภาพ การพัฒนาบริการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก การพัฒนาบริการวิชาการและงานวิจัยทางการแพทย์ การพัฒนายาและผลิตภัณฑ์สุขภาพ และการส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์

ตลอดจนนโยบาย “ประเทศไทย 4.0” ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างเศรษฐกิจแบบเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยอุตสาหกรรมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยความคิดสร้างสรรค์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ใน 5 กลุ่มเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเป้าหมาย¹⁷ โดยหนึ่งในนั้น คือ กลุ่มสาธารณสุข สุขภาพ และเทคโนโลยีการแพทย์ (Health, Wellness & Bio-Med) รวมถึงอุตสาหกรรมแห่งอนาคต (New S-Curve) ในด้านอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร รองรับการขยายตัวของกลุ่มสินค้าและธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบริการด้านสุขภาพตามขอบเขตของการศึกษานี้ คือ สปาและนวดแผนไทย (S96101) และร้านแต่งผม-เสริมสวย (S96103 และ S96104) ยังมีความสำคัญในมิติหนึ่ง คือ เศรษฐกิจฐานราก กล่าวคือ เกือบทั้งหมดของจำนวนวิสาหกิจในธุรกิจบริการด้านสุขภาพเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) โดยส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรายย่อย (Micro)

TSIC 2552	จำนวน (ราย)				
	Micro	Small	Medium	Large	Total
S96101 – กิจกรรมสปา (รวมถึงกิจกรรมการนวด)	17,408	3,340	87	14	20,849
S96103 – กิจกรรมการแต่งผม	119,287	758	11	1	120,057
S96104 – กิจกรรมการดูแลความงาม แต่งเล็บมือและเล็บเท้า (ที่ไม่ได้ดำเนินงานโดยแพทย์)	5,413	609	23	3	6,048

ที่มา : ฐานข้อมูล สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ณ เดือนมกราคม 2562 ตามนิยามใหม่

สปาและนวดแผนไทย

จากการที่ประเทศไทยได้รับการขนานนามให้เป็นเมืองหลวงของสปาในเอเชียโดย Asia’s Spa Award ปี 2558 และยังได้รับการ vote ให้เป็น World’s Best Spa Destination ในปี 2558 จาก World Spa Award แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของบริการสปาและนวดแผนไทย โดยสถานประกอบการของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยตามข้อมูลของกองสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข มีจำนวน 5,022 ราย ขณะที่ผู้ให้บริการจำนวน 106,876 คน¹⁸ สร้างรายได้สูงถึง 31,000 ล้านบาท¹⁹

อย่างไรก็ตาม โครงสร้างของธุรกิจสปาและนวดแผนไทยส่วนใหญ่มีขนาดเล็ก ทั้งยังขาดการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ บางครั้งเน้นการแข่งขันด้านราคา ทำให้มาตรฐานหรือการให้บริการลดลง ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อธุรกิจโดยรวมในระยะยาว รวมถึงปัญหาที่ธุรกิจสปาและนวดแผนไทยบางแห่งที่ทำธุรกิจแฝง ทำให้ภาพลักษณ์ของธุรกิจเสียหาย ขณะที่

¹⁷ ประกอบด้วย 1. Food, Agriculture & Bio-Tech 2. Health, Wellness & Bio-Med 3. Smart Devices, Robotics & Mechatronics 4. Digital, IoT, Artificial Intelligence & Embedded Technology และ 5. Creative, Culture & High Value Services

¹⁸ ที่มา : Spa Directory Thailand 62. <http://spa.hss.moph.go.th/>

¹⁹ จุฑาธิปต์ จันทร์เอียด, อังสุมาลิน จำนงชอบ, อธิญ วาณิชกร และณัฐพัชร์ มณีโรจน์. ศักยภาพอัตลักษณ์ความเป็นไทยของธุรกิจสปาและการนวดแผนไทยเพื่อยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสู่สากล. Panyapiwat Journal Vol.10 No.2 May - August 2018. https://journal.pim.ac.th/uploads/content/2018/08/o_1cm4ccl6t1t4q1otelq59ko144qa.pdf

บุคลากรในธุรกิจมีค่อนข้างจำกัด เนื่องจากเป็นความรู้ความชำนาญเฉพาะทาง การฝึกทักษะแรงงานต้องใช้ระยะเวลา และต้นทุนค่าใช้จ่าย นอกจากนั้น เมื่อบุคลากรมีทักษะฝีมืออาจมีการย้ายงาน/ถูกดึงตัวด้วยค่าจ้างที่สูงกว่า ไม่ว่าจะป็นงานในประเทศหรือต่างประเทศ รวมถึงกฎหมายกฏระเบียบที่ยังไม่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ

ร้านแต่งผม-เสริมสวย²⁰

ธุรกิจบริการแต่งผม-เสริมสวยมีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง อยู่ที่ร้อยละ 3.4 ระหว่างปี พ.ศ. 2558-2562 ทั้งนี้ หากจำแนกตามกิจกรรมด้านต่าง ๆ พบว่า ช่างเสริมสวยเป็นอาชีพที่มีการจ้างงานมากที่สุดในกิจกรรมเกี่ยวกับ อสังหาริมทรัพย์กิจกรรมวิชาชีพ วิทยาศาสตร์และกิจการทางวิชาการ กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุนอื่น ๆ ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ กิจกรรมการบริการ ด้านอื่น ๆ (L,M,N,R,S) นอกจากนั้น อาชีพแต่งผม-เสริมสวย เป็นอาชีพที่ประชากรภายในประเทศต้องการพัฒนาขีดความสามารถมากเป็นอันดับ 3 รองจากอันดับ 1 คือ การพัฒนา ด้านอาหารและโภชนาการ และอันดับ 2 คือ ด้านการเพาะปลูกและขยายพันธุ์พืช ทั้งนี้ กว่าร้อยละ 90 ของธุรกิจเป็น กิจการที่ดำเนินธุรกิจในรูปแบบบุคคลธรรมดา กระจายตัวอยู่ในทุกภูมิภาค

การวิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง

- คนไทยมีความสุขภาพ อ่อนโยน มีจิตใจให้บริการ เมื่อเข้ามาเป็นบุคลากรในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ไม่ว่าจะป็นแรงงานหรือผู้ประกอบการ จึงมีส่วนทำให้ผู้รับบริการส่วนใหญ่รู้สึกประทับใจ (Service and Hospitality)
- ธุรกิจบริการด้านสุขภาพมีความหลากหลาย ทั้งประเภทธุรกิจ/บริการ เช่น สปาเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อสุขภาพ นวดเพื่อเสริมสวย หรือร้านตัดผม-ร้านเสริมสวย เป็นต้น ทั้งระดับราคา จึงสามารถตอบสนองลูกค้าได้หลายกลุ่มเป้าหมาย

จุดอ่อน

- ขาดแคลนแรงงานที่มีความรู้ ความสามารถ ความเชี่ยวชาญ รวมถึงแรงงานในธุรกิจยังขาดทักษะด้านภาษาต่างประเทศ
- เนื่องจากธุรกิจบริการด้านสุขภาพเป็นบริการจากแรงงานฝีมือ ดังนั้น ส่วนใหญ่จึงมีบริการที่ไม่คงที่ ขึ้นกับทักษะเฉพาะของแรงงานแต่ละคน ทำให้ผู้ประกอบการต้องเสียเวลาในการฝึกอบรม
- การบริหารจัดการของผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่เป็นระบบ ไม่เป็นมืออาชีพ

²⁰ ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ, ผลสำรวจความต้องการพัฒนาขีดความสามารถของประชากร พ.ศ. 2562,

<http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib14/News/2562/09-62/N25-09-62.pdf> และ กรมการจัดหางาน, ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของอาชีพ ปี 2558-2562,

https://www.doe.go.th/prd/assets/upload/files/bkk_th/a8b1450c699bf90745de2cf8221447b6.pdf และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า, https://www.dbd.go.th/news_view.php?nid=469416242

โอกาส

- การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของประชากรที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) ตลอดจนพฤติกรรมการทำงานที่ก่อให้เกิดความเครียดและออฟฟิศซินโดรม (Office Syndrome) ทำให้เกิดกระแสรักสุขภาพมากขึ้น
- ประเทศไทยมีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ที่มีความหลากหลายในแต่ละพื้นที่ ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจบริการด้านสุขภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มหรือความแตกต่างให้กับบริการได้ โดยเฉพาะ “นวดไทย” ถูกรับรองและประกาศให้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งเป็นชื่อเสียงของประเทศและเป็นที่ยอมรับของทั่วโลก
- ธุรกิจบริการด้านสุขภาพสามารถเชื่อมโยงกับภาคบริการหลักของประเทศ คือ การท่องเที่ยว จึงได้ประโยชน์จากการที่ประเทศไทยเป็นจุดหมาย (Destination) ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

อุปสรรค

- ภาพลักษณ์ในทางลบของธุรกิจบริการด้านสุขภาพ โดยเฉพาะการให้บริการทางเพศที่แอบแฝงในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ
- เนื่องจากธุรกิจบริการด้านสุขภาพใช้เงินลงทุนไม่มาก เทคโนโลยีไม่สูง ทำให้เกิดการแข่งขันสูงตามไปด้วย
- ธุรกิจบริการด้านสุขภาพเป็นธุรกิจที่ขึ้นกับภาวะเศรษฐกิจ หากกำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงหรือเกิดภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ผู้บริโภคมีแนวโน้มจะลดค่าใช้จ่ายประเภทนี้ลง

ยุทธศาสตร์การส่งเสริม SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

วิสัยทัศน์: “เสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME ไทยในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ”

เป้าหมาย: การเพิ่มมูลค่าในธุรกิจบริการด้านสุขภาพของ SME ไทย

พันธกิจ: พัฒนาธุรกิจบริการด้านสุขภาพของ SME ไทยให้ได้คุณภาพมาตรฐาน และสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยเอกลักษณ์ความโดดเด่นจากภูมิปัญญาไทย อัตลักษณ์ของไทย

ยุทธศาสตร์: ประกอบด้วย 2 ยุทธศาสตร์

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนา ยกระดับธุรกิจบริการด้านสุขภาพของ SME ไทย

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 2 : การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 1: การพัฒนา ยกระดับธุรกิจบริการด้านสุขภาพของ SME ไทย

ตัวชี้วัด : การเพิ่มขึ้นของรายได้ของผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ด้วยเหตุที่ธุรกิจบริการด้านสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตจากปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น กระแสรักสุขภาพ สังคมผู้สูงอายุ เป็นต้น จึงจำเป็นต้องสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่มีองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการอย่างแท้จริง พร้อมประยุกต์เข้ากับอัตลักษณ์ ภูมิปัญญา หรือวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างมูลค่าและความแตกต่างให้กับบริการ ควบคู่ไปกับการรู้ด้านการบริหารจัดการสมัยใหม่ ตลอดจนพัฒนาแรงงาน เพื่อเสริมสร้างประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยมีแนวทางการส่งเสริมดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1.1 การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน และสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ SME ไทยในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

- พัฒนาศักยภาพและองค์ความรู้ให้แก่ผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ให้สามารถดำเนินธุรกิจแบบมืออาชีพ มีระบบในการบริหารจัดการ นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ให้เกิดประโยชน์หรือยกระดับการให้บริการ เป็นต้น
- พัฒนารูปแบบการให้บริการด้วยการประยุกต์เรื่องการดูแลสุขภาพเข้ากับอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาไทยหรือวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์และความแตกต่างโดดเด่นให้กับบริการ ลดปัญหาการแข่งขันทางราคาโดยไม่คำนึงถึงคุณภาพ
- พัฒนาธุรกิจบริการด้านสุขภาพให้ผ่านการรับรองคุณภาพและมาตรฐานตามที่กฎหมายกำหนด
- พัฒนาศักยภาพแรงงานในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อสร้างความมั่นคงในทรัพยากรบุคคล โดยเสริมสร้างจิตใจในการให้บริการ (Service Mind) ทักษะฝีมือด้านการให้บริการ รวมถึงทักษะและองค์ความรู้ต่าง ๆ เช่น ความรู้ต่อผลิตภัณฑ์/บริการ ทักษะภาษาต่างประเทศ เป็นต้น รวมถึงพัฒนาแรงงานให้มีคุณภาพ มาตรฐานตรงตามตำแหน่งงานหรือความต้องการของตลาดแรงงาน

กลยุทธ์ที่ 1.2 การบูรณาการความร่วมมือเพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

- ส่งเสริมให้สถานศึกษามีส่วนร่วมในการผลิตบุคลากร/พนักงานผู้ให้บริการ และการพัฒนาระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของสถานประกอบการ
- ส่งเสริมการรวมกลุ่มของผู้ประกอบการ SME ไทยในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เช่น ชมรม สมาคม เป็นต้น เพื่อดูแล ส่งเสริมและพัฒนาสมาชิก รวมถึงเป็นตัวแทนในการดำเนินงานส่งเสริมร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ
- ส่งเสริมความร่วมมือในการเชื่อมโยงธุรกิจบริการด้านสุขภาพกับธุรกิจอื่น หรือสินค้าและบริการอื่น เช่น โรงแรม / tourist agency / โรงพยาบาล / ผลิตภัณฑ์สมุนไพร / ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม เป็นต้น

ยุทธศาสตร์ที่ 2: การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ตัวชี้วัด : 1. การทบทวน ปรับปรุง แก้ไขกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจของ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

2. จำนวนหน่วยตรวจรับรองที่เพียงพอต่อการให้บริการรับรองคุณภาพมาตรฐานธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ คือ ปัจจัยแวดล้อม โดยเฉพาะกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ และหน่วยตรวจรับรอง ดังนั้น แนวทางการส่งเสริม SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพในยุทธศาสตร์ที่ 2 นี้ จึงมุ่งเน้นการทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการพัฒนาหน่วยตรวจรับรอง ตลอดจนการเสริมสร้างภาพลักษณ์ของธุรกิจบริการด้านสุขภาพ โดยมีแนวทางการส่งเสริม ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 2.1 การพัฒนาปัจจัยแวดล้อมเพื่อสนับสนุนการดำเนินธุรกิจของ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

- ทบทวน ปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจบริการด้านสุขภาพให้เอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ และสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน
- พัฒนาหน่วยตรวจรับรอง (Certified Body) ในประเทศที่สามารถให้การรับรองคุณภาพมาตรฐานธุรกิจบริการด้านสุขภาพ เพื่อความสะดวกรวดเร็วของผู้ประกอบการและการแบ่งเบาภาระงานของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงควรมีการตรวจสอบ ควบคุมคุณภาพมาตรฐานของธุรกิจบริการด้านสุขภาพที่ผ่านการรับรองแล้วอย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแก่เกณฑ์คุณภาพมาตรฐาน และสร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภค
- เสริมสร้างภาพลักษณ์ธุรกิจบริการด้านสุขภาพให้เป็นที่ยอมรับ รวมถึงการส่งเสริมตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ