

ธุรกิจบริการ : สปาและนวดไทย

BUSINESS SERVICES :
SPA & THAI MASSAGE



คำนำ

ประเทศไทยมีความตกลงด้านการค้าบริการระหว่างประเทศ สองฉบับแรกในปี พ.ศ. 2538 คือ ความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Services: GATS) ภายใต้กรอบองค์การการค้าโลก (WTO) และความตกลงการค้าบริการ ของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Service: AFAS) ซึ่งประเทศสมาชิกอาเซียนได้ลงนามในปลายปี พ.ศ. 2538 และนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 เป็นต้นมา ประเทศไทยได้มีการเจรจาจัดทำความตกลงการค้าเสรี (FTA) กับประเทศคู่เจรจาต่างๆ มากขึ้น และมีความตกลงด้านการค้าบริการเพิ่มขึ้นอีก 5 ฉบับ ได้แก่ ความตกลงการค้าเสรีไทย-ออสเตรเลีย (TAFTA) ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจไทย-ญี่ปุ่น (JTEPA) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-จีน (ACFTA) ความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-เกาหลี (AKFTA) และ ความตกลงเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรี อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (AANZFTA)

การเจรจาการค้าบริการภายใต้กรอบเจรจาต่างๆ เพื่อเปิดตลาดการค้าบริการเพิ่มเติม ก็ยังคงมีการเจรจาต่อเนื่องต่อไป นอกจากนี้ ปัจจุบันประเทศไทยอยู่ระหว่างการเจรจาความตกลงการค้าบริการในกรอบความตกลงการค้าเสรีอื่นๆ ด้วย ดังนั้น ในอนาคตประเทศไทยจะต้องมีการเปิดตลาดการค้าบริการในระดับที่เพิ่มขึ้น โดยต่างชาติสามารถเข้ามาทำงาน และประกอบธุรกิจในประเทศไทย และในขณะเดียวกันคนไทยก็สามารถเข้าไปทำงาน และประกอบธุรกิจในประเทศคู่เจรจาที่มีความตกลงกันได้โดยสะดวกขึ้น รวมทั้งการค้าบริการข้ามพรมแดนก็จะทวีความสำคัญมากขึ้น

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ ได้จัดทำข้อมูลการค้าบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของ ไทย: สปาและนวดไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ประชาชน สร้างความตระหนักรู้ และกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเตรียมพร้อมในการรองรับผลกระทบอันอาจเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ กรมฯ หวังเป็นอย่างยิ่งว่าข้อมูลนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจต่อไป

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ
ตุลาคม 2554

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
1. บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ	5
2. ภาพรวมการค้าบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทย	6
2.1 ธุรกิจสปา	6
2.2 นวดแผนไทย	14
2.3 ธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง	15
3. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง	17
4. ข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทยในเวทีต่างๆ และข้อผูกพันของประเทศคู่เจรจา	19
5. ความสามารถในการแข่งขันของบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของไทย โดยเฉพาะบริการสปาและนวดไทย	23
6. นโยบายภาครัฐ	26
7. ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ	29
8. ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559)	30

1

บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ



บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับสุขภาพ เช่น สปา นวดไทย ฯลฯ

ตารางที่ 1 : หากจำแนกตามเอกสาร W120 ของ WTO (ซึ่งใช้อ้างอิงในการเจรจา) ¹

sector	sub-sector และ CPC
บริการอื่นๆ	สปา CPC Ver.2 (Physical Well-being Services) 97230

¹ องค์การการค้าโลก (WTO) ได้จัดทำเอกสาร MTN.GNS/W/120 โดยจำแนกบริการออกเป็น 12 สาขา ซึ่งเอกสารนี้จำแนกประเภทบริการโดยอิงกับ Central Product Classification (CPC) ของสหประชาชาติ และในการเจรจา FTA ของไทยจะใช้การจำแนกประเภทบริการตาม WTO เป็นแนวทาง

2

ภาพรวมการค้าบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทย



นอกจากบริการทางการแพทย์แล้ว ไทยยังมีศักยภาพสูงในการให้บริการส่งเสริมและสนับสนุนสุขภาพ (Health promotion services) เช่น สปา นวดแผนไทย และธุรกิจความงาม เป็นต้น โดยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2547 เป็นต้นมา รัฐบาลไทยได้ให้การสนับสนุนธุรกิจนี้ในสาขาหนึ่ง ด้วยการประกาศนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและกระทรวงสาธารณสุขได้กำหนดวิสัยทัศน์ Thailand as World Class Healthcare Destination โดยธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ เป็นหนึ่งในบริการหลักภายใต้แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ²

2.1 ธุรกิจสปา

สปา มาจากภาษาละติน ว่า “Sanus per Aquam” หรือ Sanitas per aquas แปลว่า สุขภาพจากสายน้ำ การบำบัดด้วยน้ำ การดูแลสุขภาพโดยการใช้ น้ำ ทั้งนี้ จากความเชื่อและแนวคิด

² แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ระยะที่ 1 (พ.ศ. 2547 -2551) ครอบคลุมธุรกิจบริการรักษาพยาบาล ธุรกิจบริการส่งเสริมสุขภาพ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย และระยะที่ 2 (พ.ศ. 2553 -2557) เพิ่มบริการด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก

ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาจสรุปความหมายกว้างๆ ได้ว่า สปา คือ การบำบัดด้วยน้ำภายใต้การดูแลของนักบำบัด แพทย์ หรือผู้เชี่ยวชาญ รวมถึงเป็นสถานที่พักผ่อนเพื่อให้ได้มาซึ่งสุขภาพองค์รวมที่ดี³

จากประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยฯ⁴ แบ่งสถานประกอบการออกเป็น 3 ประเภท คือ

2.1.1 กิจกรรมสปาเพื่อสุขภาพ หมายถึง การประกอบกิจการเพื่อให้การดูแลและเสริมสร้างสุขภาพ โดยมีบริการหลัก คือ การนวดเพื่อสุขภาพและการใช้น้ำเพื่อสุขภาพ และอาจมีบริการเสริมประเภทต่างๆ อาทิ การทำสมาธิและโยคะ การอบเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ โภชนบำบัดและการควบคุมอาหาร การใช้สมุนไพรหรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการแพทย์ทางเลือกอื่นๆ ประกอบด้วย ซึ่งตามประกาศกระทรวงสาธารณสุขข้างต้น ได้กำหนดเพิ่มเติมไว้ว่า กิจกรรมฯ ต้องมีบริการหลัก และให้มีบริการเสริมอื่นอีกอย่างน้อย 3 รายการ อาทิ การพอกโคลน การเสริมสวย โยคะ ฯลฯ เป็นต้น⁵

2.1.2 กิจกรรมนวดเพื่อสุขภาพ หมายถึง การนวดเพื่อการผ่อนคลายกล้ามเนื้อ ความเมื่อยล้า เช่น การนวดแผนไทย (ที่ไม่ใช่การรักษาโรค) และการนวดฝ่าเท้า เป็นต้น

2.1.3 กิจกรรมนวดเพื่อเสริมสวย หมายถึง การนวดที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมความงาม เช่น การนวดในร้านทำผม / เสริมสวย

ทั้งนี้กิจกรรมทั้ง 3 ประเภทนี้ ต้องอยู่ภายใต้การควบคุมตามกฎหมาย คือ พรบ.การสาธารณสุข และประกาศกระทรวงสาธารณสุข ตามพรบ. สถานบริการ นอกจากนั้น ในการประกอบกิจการยังมีกฎหมายอื่นๆที่เกี่ยวข้องด้วย อาทิ กฎหมายว่าด้วยการคุ้มครองแรงงาน กฎหมายประกันสังคม พรบ.ภาษีสรรพสามิต กฎหมายว่าด้วยการควบคุมอาคาร ฯลฯ⁶

นับตั้งแต่รัฐบาลไทยประกาศนโยบายการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ก็ได้มีการสนับสนุนธุรกิจนี้ในสาขาดังกล่าว โดยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น “Capital Spa of Asia”⁷ ด้วยการผลักดันการสร้างมาตรฐานและเอกลักษณ์ของธุรกิจสปาไทยสู่มาตรฐานสากล และเน้นการทำการตลาดเชิงรุกในประเทศเป้าหมาย โดยจัดให้มีการประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมส่งเสริมธุรกิจ

³ นภารัตน์ ศรีละพันธ์. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพ (Introduction to Spa Business), หน้า 1.

⁴ ประกาศกระทรวงสาธารณสุข พ.ศ. 2551 เรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวยตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509

⁵ นภารัตน์ ศรีละพันธ์. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับสปาเพื่อสุขภาพ (Introduction to Spa Business), หน้า 6.

⁶ ดร.ไพฑูริย์ ปิณฑอนีอวาท. การบริหารจัดการสปา, หน้า 40-42.

⁷ สำนักงานคณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และกระทรวงสาธารณสุข มีแผนงานผลักดันธุรกิจบริการสุขภาพในระยะ 5 ปี (2552-2556) โดยมีวิสัยทัศน์ “Thailand as World Class Spa Destination”

และสนับสนุนการขยายตลาดไปยังต่างประเทศ ทั้งด้านการลงทุน/ร่วมทุนจัดตั้งธุรกิจ การสร้างเครือข่าย การสร้างแบรนด์ ฯลฯ ส่งผลให้ธุรกิจสปาและนวดไทยมีชื่อเสียงและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และกลายเป็นธุรกิจบริการอีกสาขาหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของไทย โดยเป็นธุรกิจบริการที่ไทยมีศักยภาพในฐานะเป็น “บริการที่ส่งออกได้”⁸ ทั้งในรูปแบบการรองรับชาวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการในประเทศ การออกไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจในประเทศต่าง ๆ รวมถึงการส่งบุคลากรเดินทางไปให้บริการในประเทศต่าง ๆ นอกจากนี้ ยังเป็นธุรกิจที่สนับสนุนให้เกิดการขยายตัวในสาขาบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การท่องเที่ยว สินค้าเพื่อสุขภาพ ฯลฯ ส่งผลให้มีเงินตราไหลเข้าประเทศจากธุรกิจในกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น⁹

ปัจจุบันธุรกิจ สปาและนวดไทยจึงขยายตัวเป็นอย่างมาก สามารถสร้างรายได้และสร้างอาชีพให้แก่ธุรกิจบริการสาขานี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2554 (ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554) มีจำนวนสถานประกอบการที่ขึ้นทะเบียนและได้ผ่านการรับรองมาตรฐานจากกระทรวงสาธารณสุข รวม 1,436 แห่ง ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย สถานประกอบการ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 : จำนวนสถานประกอบการสปา ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554



สปาเพื่อสุขภาพ	454 แห่ง	31.62 %
นวดเพื่อสุขภาพ	925 แห่ง	64.42 %
นวดเพื่อเสริมสวย	57 แห่ง	3.97 %
รวม	1,436 แห่ง	100.00 %

ที่มา : สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, พฤษภาคม 2554

⁸ โครงการศึกษาศักยภาพของประเทศไทยไปสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ระยะที่ 1

⁹ วิวรรณ ศรีรับสุข. โอกาสธุรกิจสปาไทยกับการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ. กันยายน 2551, หน้า 6.

สถานประกอบการสปาโดยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว และในกรุงเทพฯ เป็นหลัก กล่าวคือ ในปี 2554 (ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554) มีสถานประกอบการในกรุงเทพฯ 321 แห่ง คิดเป็นสัดส่วน 22.35 % ของจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด และในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว อาทิ ภูเก็ต เชียงใหม่ และชลบุรี เป็นต้น รวม 443 แห่ง คิดเป็นสัดส่วน 30.85 % ของจำนวนสถานประกอบการทั้งหมด (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 : สถานประกอบการสปา ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2554 – จำแนกตามสถานที่ตั้ง

กรุงเทพฯ	321 แห่ง	22.35 %
ปริมณฑล	59 แห่ง	4.11 %
จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว	443 แห่ง	30.85 %
อื่นๆ	613 แห่ง	42.69 %
รวม	1,436 แห่ง	100.00 %

ที่มา : สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, พฤษภาคม 2554

ทั้งนี้ หากแบ่งประเภทของสถานประกอบการสปาตามค่านิยมของ International Spa Association (ISPA)¹⁰ สามารถจัดกลุ่มได้ ดังนี้

ตารางที่ 4 : ประเภทสถานประกอบการสปาตามค่านิยมสปาสากล

ประเภท	สัดส่วน
Day Spa	68 %
Hotel & Resort Spa	28 %
Destination Spa	1 %
Medical Spa	3 %
รวม	100.00 %

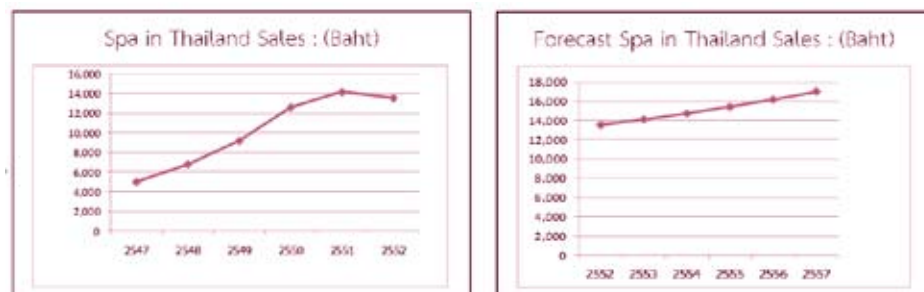
ที่มา : สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, พฤษภาคม 2554

¹⁰ ISPA แบ่งชนิดสปาเป็น 7 ประเภท : Club Spa, Day Spa, Hotel & Resort Spa, Cruise Ship Spa, Mineral Spring Spa, Destination Spa และ Medical Spa (ตั้งโดย พร.สถานพยาบาล)

ในภาพรวม อุตสาหกรรมสปามีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านจำนวนผู้มาใช้บริการและสถานที่ให้บริการ เนื่องจากไทยมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สถานที่ และทรัพยากร กอปรกับมีบริการสนับสนุนสุขภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ อาทิ นวดไทย การใช้สมุนไพรไทย และมีจุดเด่นด้านอภัยภัยและมารยาทในการให้บริการ ทำให้ธุรกิจบริการในสาขานี้มีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง กล่าวคือ ในปี 2547 ไทยมีรายได้จากการใช้บริการในธุรกิจสปา ประมาณกว่า 4,000 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เป็นกว่า 9,000 ล้านบาทในปี 2549 โดยในปี 2551 ธุรกิจสปาในไทยมีผู้เข้าใช้บริการสปาถึงประมาณ 4 ล้านครั้ง (เพิ่มขึ้นจาก 3.6 ล้านครั้งในปี 2549) และเฉลี่ยกว่าร้อยละ 80 ของผู้ใช้บริการสปาดังกล่าวเป็นชาวต่างชาติ ทั้งที่อาศัยอยู่ในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ สร้างรายได้รวมมากกว่า 14,000 ล้านบาท (รูปที่ 1) และสร้างงานมากกว่า 5,000 คน โดยสปาที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและเป็นรายได้หลัก คือ สปาประเภท Hotel & Resort Spa ซึ่งมีกลุ่มตลาดหลักเป็นชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูง และ Day Spa ซึ่งกลุ่มลูกค้าคนไทยได้ให้ความนิยมใช้บริการมากขึ้น¹¹

สำหรับปี 2553 คาดว่าจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง น่าจะส่งผลให้จำนวนผู้ให้บริการชาวต่างประเทศลดลง จากการชะลอ/ยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมของภาคธุรกิจนี้น่าจะยังทรงตัวอยู่ เนื่องจากผู้ให้บริการชาวไทยหันมาให้ความใส่ใจกับเรื่องการดูแลสุขภาพและความงามของตนมากขึ้น ทั้งนี้ ธุรกิจบริการสปาและนวดไทยน่าจะยังขยายตัวได้ โดยคาดว่าจะสร้างรายได้กว่า 16,000 ล้านบาท ตั้งแต่ปี 2556 เป็นต้นไป

รูปที่ 1 : รายได้และประมาณการรายได้จากการใช้บริการสปา



ที่มา : สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, พฤษภาคม 2554 (จาก Euromonitor International)

¹¹ วีรวัฒน์ ศรีรับสุข. โอกาสธุรกิจสปาไทยกับการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, หน้า 6.

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการไทยยังมีธุรกิจลักษณะบริษัทที่ปรึกษาด้านการจัดตั้งสปาหรือ Spa Consultant จำนวน 20 แห่ง และมีสถาบันการศึกษาที่เป็นหน่วยงานราชการและเอกชน ซึ่งได้รับอนุญาตจากกระทรวงศึกษาธิการให้จัดการเรียนการสอนนวดไทยและสปาไทย โดยได้รับการรับรองหลักสูตร Spa Academy จำนวน 238 แห่ง ในจำนวนนี้ตั้งอยู่ที่กรุงเทพฯ 46 แห่ง¹² โดยมีหลักสูตรการสอนที่ได้รับอนุญาตจากกระทรวงสาธารณสุข รวม 318 หลักสูตร¹³ ซึ่งช่วยผลิตบุคลากรเพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยปัจจุบันมีทั้งหน่วยงานราชการและเอกชนจากต่างประเทศ เช่น ยุโรป (อิตาลี ออสเตรีย สเปน เยอรมนี) เอเชีย (จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์) เข้ามาศึกษาวิธีการวางระบบสปาไทยจากหน่วยงานของกระทรวงสาธารณสุข กระทรวงศึกษาธิการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และสมาคม สปาไทย นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและสุขภาพในต่างประเทศ ได้เข้ามาเรียนกับสถาบันของไทยเพื่อนำความรู้ด้านสปา รวมทั้ง นวดแผนไทยและศาสตร์ด้านการแพทย์แผนไทย ไปประยุกต์ใช้ในบริการส่งเสริมสุขภาพของตนมากขึ้น ส่งผลให้ไทยมีรายได้จากค่าสมัครเรียนหลักสูตรต่างๆ รวมไม่ต่ำกว่า 50 ล้านบาทต่อปี และ ช่วยสนับสนุนและประชาสัมพันธ์สปาและนวดไทยไปสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น และยังเป็นการส่งเสริมการส่งออกบริการในสาขานี้ ทั้งในด้านการจัดตั้ง/บริหารกิจการสปา การส่งบุคลากรออกไปให้บริการ รวมถึง การขยายตลาดการผลิตและส่งออกอุปกรณ์และผลิตภัณฑ์สปา/สมุนไพรไทย และธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ด้วย¹⁴



¹² กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. สถาบันการศึกษาที่ได้รับรองหลักสูตร (Spa Academy). http://203.157.7.24/spa_app/searchinst.aspx 18 มกราคม 2554.

¹³ สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, ธุรกิจสปาไทย, พฤษภาคม 2554.

¹⁴ เรื่องเดียวกัน

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาภายในช่วงเวลาไม่กี่ปีได้ส่งผลต่อการควบคุมคุณภาพในการให้บริการ ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจึงต้องเร่งให้ความสำคัญในเรื่องดังกล่าวเพื่อรักษามาตรฐานการให้บริการ โดยในการพัฒนาคุณภาพธุรกิจบริการในสาขานี้ให้ไปสู่ระดับสากลนั้น กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบในการจัดทำเกณฑ์การรับรองคุณภาพ สถานประกอบการ สปาเพื่อสุขภาพ โดยพิจารณามาตรฐานจำนวน 5 ด้าน คือ ด้านบริการ ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์เครื่องมือและอุปกรณ์ ด้านการบริหารและการจัดการองค์กร และด้านสถานที่และสิ่งแวดล้อม โดยสถานประกอบการที่มีมาตรฐานผ่านเกณฑ์ตามที่กำหนด จะได้ไปรับรองคุณภาพและได้รับอนุญาตให้ใช้โลโก้ Spa shop ของกระทรวงสาธารณสุข¹⁵ ซึ่งในปัจจุบัน มีจำนวนสถานประกอบการที่เข้าร่วมและได้รับรองมาตรฐานดังกล่าว รวม 383 แห่ง แบ่งเป็น สปามาตรฐานระดับโลก (Spa World Class) 12 แห่ง สปาเพื่อสุขภาพ 105 แห่ง นวดเพื่อสุขภาพ 244 แห่ง และนวดเพื่อเสริมสวย 22 แห่ง¹⁶

การที่รัฐบาลได้ออกกฎระเบียบต่างๆ สำหรับธุรกิจสปา รวมถึงการจดทะเบียนสถานที่ให้บริการทุกแห่ง การออกใบรับรองพนักงาน และการให้ยื่นขอรับรองมาตรฐาน ทำให้ผู้ประกอบการสปาไทยมีความตื่นตัวในการแข่งขันเพื่อปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของตนจนสามารถเลื่อนขั้นขึ้นเทียบเท่ามาตรฐานสากล ซึ่งนอกจากการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการภายในประเทศด้วยกันแล้ว การดำเนินธุรกิจบริการสปาในตลาดโลก ยังต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันระหว่างประเทศสูง ทั้งในด้านการบริการและคุณภาพ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้ สร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าและบริการ และมีโอกาสในการพัฒนาได้มาก¹⁷



สำหรับศักยภาพการแข่งขันของไทยในตลาดโลกในส่วนของธุรกิจสปาไทยนั้น นอกจากจะนำเงินตราเข้าประเทศเป็นจำนวนมากแล้วยังส่งผลต่อเนื่องถึงการขยายตลาดผลิตภัณฑ์สปาเพื่อบำบัด/เสริมความงาม โดยเฉพาะที่ทำจากสมุนไพรไทย รวมถึงสินค้าอื่นๆ ที่ใช้ในสปาด้วย อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลของสมาคมสปาไทยผู้ประกอบการไทยที่มีความพร้อมในการลงทุนขยายกิจการไปยังต่างประเทศมีจำนวนไม่มากนักเนื่องจากยังมีปัญหาด้านเงินทุน ความจำกัดของข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนธุรกิจในแต่ละประเทศ ข้อกีดกันการลงทุนในกิจการของประเทศต่างๆ และปัญหาเรื่องวีซ่าและใบอนุญาตทำงานของบุคลากรสปา เป็นต้น¹⁸

ปัจจุบันผู้ประกอบการไทยที่ไปดำเนินธุรกิจในแต่ละประเทศ โดยส่วนใหญ่จึงเป็นการร่วมทุนกับคนชาติ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ การจัดตั้งสปา และการจัดส่งบุคลากรสปาไทยไปทำงานในต่างประเทศ เช่น Thai Privilege Spa ไปร่วมทุนเปิดสปาที่เซี่ยงไฮ้และนิวยอร์ก, Thann Sanctuary Spa ไปร่วมทุนเปิดธุรกิจสปาที่สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และปารีส เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการไทยยังออกไปดำเนินการในรูปแบบบริการให้คำปรึกษา Spa Consultant แบบ Turn Key Project เช่น Spa Ovations และ Aromavera Spa ในอินเดียและบังกลาเทศ เป็นต้น¹⁹

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศใกล้เคียงในทวีปแถบเอเชีย-แปซิฟิก 7 ประเทศ (สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฮองกง ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์) พบว่า สปาไทยยังได้รับความนิยมสูงสุดอันเป็นผลมาจากปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในไทยเป็นสำคัญ โดยในปัจจุบันตลาดหลักที่ไทยให้ความสำคัญ คือ ลูกค้าชาวต่างชาติที่มาจากเอเชีย ยุโรปและตะวันออกกลาง เป็นสำคัญ โดยเฉพาะตลาดกลุ่มอาเซียน +6 ซึ่งเป็นตลาดที่มีศักยภาพ เช่น เวียดนาม จีน อินเดีย ลาว และกัมพูชา โดยกลุ่มลูกค้าตลาดเอเชียมีความคุ้นเคยกับรูปแบบของสปาไทยและเป็นตลาดที่อยู่ใกล้ ขณะที่ยุโรปเป็นตลาดเป้าหมายเนื่องจากลูกค้ามีกำลังซื้อสูง และหันมาให้ความสนใจกับวิธีการผ่อนคลาย/บำบัดแบบตะวันออกมากขึ้น เช่น รัสเซีย ตุรกี สำหรับตลาดตะวันออกกลางเป็นตลาดที่มีข้อจำกัดเรื่องแรงงาน และการนำเข้าผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ในสปาไม่มาก จึงจูงใจนักธุรกิจจากต่างประเทศให้เข้าไปลงทุนบุกเบิกตลาด

¹⁵ สมาคมสปาไทย. "Spa Grading" Road to the World Class Spa. Thai Spa Magazine, Issue 29 (June-July 2010), หน้า 11.

¹⁶ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. สถานประกอบการที่ได้รับรองมาตรฐาน (Spa Shop). http://203.157.7.24/spa_app/searchshop.aspx 19 มกราคม 2554.

¹⁷ สมาคมสปาไทย. "Spa Grading" Road to the World Class Spa. Thai Spa Magazine, Issue 29 (June-July 2010), หน้า 10.

¹⁸ วิวรรณ ศรีรับสุข. โอกาสธุรกิจสปาไทยกับการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, หน้า 7-10.

¹⁹ สำนักบริการส่งออก กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2551.

สำหรับประเทศที่เป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในบริการธุรกิจสปาส่วนใหญ่เป็นประเทศใกล้เคียง ได้แก่ สิงคโปร์ (กลุ่ม Banyan Tree, Apsara) มาเลเซีย อินโดนีเซีย (Mandara) และฮ่องกง²⁰ ซึ่งต่างก็มีการเติบโตในธุรกิจสปาสูง โดยเฉพาะธุรกิจสปาของสิงคโปร์ที่มีความพร้อมในการขยายกิจการของตนไปยังตลาดต่างประเทศ และมีการผ่อนปรนกฎหมายต่างๆ ที่เอื้อประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ เช่น อนุญาตให้สามารถเปิดให้บริการได้ 24 ชั่วโมง ขณะที่ อินโดนีเซียมีจุดเด่นในการเป็นต้นแบบของสปาแบบตะวันออก โดยธุรกิจสปาเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ

ในช่วงปี 2551 – 2553 ตลาดสปาของโลกยังถือได้ว่ามีความเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวอัตราการขยายตัวสูงคงเป็นไปไม่ได้ตลอด เนื่องจากผู้ประกอบการสปาจะต้องมีจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์และไม่สามารถลอกเลียนแบบจำลองทางธุรกิจ (business model) ระหว่างกันได้ โดยบริการธุรกิจสปาในกลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ มีการเติบโตค่อนข้างมากตั้งได้กล่าวถึงแล้ว ขณะที่ ประเทศบรูไน กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนามถือเป็นตลาดใหม่ที่มีโอกาสและศักยภาพ โดยจากสถิติของ Intelligent Spas ในช่วงปี 2551 – 2553 กัมพูชา และเวียดนาม มีอัตราการขยายตัวของธุรกิจสปาร้อยละ 14 และ 11 ตามลำดับ²¹

2.2 นวดแผนไทย

การนวดแผนไทย หมายถึง การรักษาโรคโดยสุขสัมผัสและการกดลงบนร่างกายอย่างมีระบบ และจากการที่นวดแผนไทยสามารถช่วยรักษา/บรรเทาอาการของโรคได้ ส่งผลให้นวดแผนไทย เป็นที่รู้จักไปทั่วโลก โดยเฉพาะในแวดวงกายภาพบำบัด อย่างไรก็ตาม การให้บริการนวดแผนไทยมีปัญหาสำคัญเกี่ยวกับภาพลักษณ์ในทางลบของการให้บริการนวดแผนไทยในประเทศ เนื่องจากมีผู้ประกอบการบางรายมีการให้บริการในลักษณะแอบแฝงการค้าบริการทางเพศในกิจการของตน

นอกจากนี้ ในการดำเนินธุรกิจสปาและนวดแผนไทยยังมีข้อจำกัดเรื่องการขาดแคลนบุคลากรที่มีคุณภาพ โดยมักเกิดปัญหาการแย่งซื้อตัวบุคลากรที่มีความสามารถและความรู้ในการนวดแผนไทยระหว่างผู้ประกอบการในประเทศด้วยกันเอง

2.3 ธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

เนื่องจากสปาในปัจจุบันกินความหมายกว้างมาก โดยรวมถึงกิจกรรมและบริการอื่นๆ ที่ผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ เสริมสร้างควมมีสุขภาพที่ดี จึงทำให้เกิดบริการต่อเนื่องหลายประเภท ซึ่งถือเป็นกิจกรรมเสริมของสปา อันได้แก่ เสริมสวย ทำผม อาหารแบบสปา (Spa Cuisine) การล้างพิษ ฯลฯ ความนิยมในธุรกิจ สปาไทยช่วยให้ผู้บริโภครู้จักและคุ้นเคยกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยได้อย่างรวดเร็ว ดังนั้น การสนับสนุนธุรกิจสปาไทย ในอีกทางหนึ่งจึงเป็นการส่งเสริมธุรกิจบริการและสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ให้เป็นที่ต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศมากขึ้น อาทิ การบริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทย อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ เครื่องสำอาง สิ่งทอเสื้อผ้า เฟอร์นิเจอร์และอุปกรณ์ตกแต่งสถานที่ ซอฟต์แวร์ บริการโฆษณา การตลาดและประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถสร้างงานต่อเนื่องในระบบได้ถึงประมาณ 400,000 คน²² และสร้างรายได้ในระบบได้เป็นจำนวนมาก



²⁰ สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, ธุรกิจสปาไทย, พฤษภาคม 2554.

²¹ กัททิราพร เขียวสนั่น. การบรรยายหัวข้อ "The Growth of Spa Industry in Thailand & ASEAN Countries" ในการสัมมนา Focus Group เรื่อง "ผลกระทบการเปิดเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่อผู้ประกอบการ SMEs กลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางและธุรกิจสปา" จัดโดยกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ 4 กรกฎาคม 2554.

²² สำนักส่งเสริมธุรกิจบริการ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, ธุรกิจสปาไทย, พฤษภาคม 2554.

ธุรกิจความงาม

ธุรกิจเสริมสวยเป็นธุรกิจที่มีการขยายตัวอย่างชัดเจน มีจำนวนร้านเสริมสวยประมาณ 200,000 แห่ง มีมูลค่าต่อปีสูงถึงประมาณ 50,000 ล้านบาท²³ โดยในปัจจุบัน สถานะการตลาดของธุรกิจเสริมสวยในประเทศไทยมีการแข่งขันมากขึ้น มีจุดขายสำคัญ คือ ความทันสมัย การจัดระเบียบเรื่องรูปแบบของร้าน และเสริมบริการเกี่ยวกับใบหน้าและผิวตัว เช่น บริการการแต่งหน้า นวดหน้า และผู้ประกอบการพยายามหาเทคนิคใหม่ๆ เข้ามาใช้ในธุรกิจ ด้วยการให้บริการที่ครบวงจร เช่น ตัดผม แต่งหน้า นวดหน้า รักษาผิว ลดความอ้วน หรือดูแลเล็บ เป็นต้น

ธุรกิจเสริมสวยปัจจุบันมีทั้งที่เปิดเป็นโรงเรียนสอนออกแบบทรงผม ร้านเสริมสวยเปิดควบคู่โรงเรียนเสริมสวย ร้านเสริมสวยเปิดควบคู่กับศูนย์ส่งเสริมสุขภาพและความงาม ร้านเสริมสวยทั่วไป นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจมงคลสมรสที่ประกอบด้วยการเสริมสวยและทำผม ซึ่งมีมูลค่าต่อปีถึงประมาณ 30,000 ล้านบาท

การบริการด้านความงามและการบำรุงสุขภาพเป็นบริการที่ผู้ประกอบการไทยและบุคลากรไทย มีศักยภาพในการแข่งขัน เนื่องจากสามารถทำเป็นกิจการเล็กๆ ที่ไม่ต้องการการลงทุนที่สูงมาก กอปรกับเป็นการบริการที่เน้นในเรื่อง services hospitality ซึ่งเป็นจุดเด่นของไทย



3

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง



ตารางที่ 5 : กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ

ประเด็น	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
การกำกับดูแล	พ.ร.บ การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ 2542 ธุรกิจสปา ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการสถานบริการ พ.ศ. 2509

²³ สมาคมเสริมสวยแห่งประเทศไทย (ผู้จัดการรายวัน 20 พ.ค. 47)

ประเด็น	กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
การกำกับดูแล	ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2551 (เล่ม 125 ตอนพิเศษ 176 ง หน้า 18 - 45) ธุรกิจความงาม พระราชกฤษฎีกากำหนดงานในอาชีพและวิชาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ พ.ศ. 2522
การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว	ธุรกิจสปา สปาเป็นธุรกิจในปีบัญชี 3 (21) ของ พ.ร.บ การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ซึ่งหากต่างชาติต้องการเข้ามาลงทุนโดยถือหุ้นเกินกว่า 49% ต้องมาขออนุญาตจากคณะกรรมการการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว ธุรกิจความงาม - กำหนดให้การให้บริการด้านเสริมสวยและทำผมเป็นธุรกิจบริการที่อยู่ในบัญชี 3 (21) ท้าย พ.ร.บ. การประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ซึ่งคนต่างด้าวอาจถือหุ้นข้างมากได้ เมื่อได้รับอนุญาตจากอธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า โดยความเห็นชอบจากคณะกรรมการการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว
การทำงานของคนต่างด้าว	พระราชกฤษฎีกากำหนดงานในอาชีพและวิชาชีพที่ห้ามคนต่างด้าวทำ พ.ศ. 2522 - กำหนดให้งานตัดผม ตัดผมหรืองานเสริมสวยเป็นงานที่ห้ามคนต่างด้าวทำตามบัญชีท้าย พ.ร.ฎ. ประกาศกระทรวงสาธารณสุขเรื่องกำหนดสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย มาตรฐานของสถานที่ การบริการ ผู้ให้บริการ หลักเกณฑ์ และวิธีการตรวจสอบเพื่อการรับรองให้เป็นไปตามมาตรฐานสำหรับสถานที่เพื่อสุขภาพหรือเพื่อเสริมสวย ตามพระราชบัญญัติสถานบริการสถานบริการ พ.ศ. 2509 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 14 พฤศจิกายน 2551 (เล่ม 125 ตอนพิเศษ 176 ง หน้า 18 - 45) - กำหนดให้ผู้ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย
การออกใบอนุญาต	ประกาศกระทรวงสาธารณสุขฯ - ผู้ประกอบการที่ยื่นขอให้รับรองมาตรฐานสถานประกอบการที่ดำเนินการกิจการสปาเพื่อสุขภาพ กิจการนวดเพื่อสุขภาพ และกิจการนวดเพื่อเสริมสวย ต้องมีถิ่นที่อยู่ในประเทศไทย

4

ข้อผูกพันการเปิดตลาดการค้าบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทยในเวทีต่างๆ และข้อผูกพันของประเทศคู่เจรจา



- องค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO)
- ความตกลงว่าด้วยบริการของอาเซียน (ASEAN Framework Agreement on Services : AFAS)
- ความตกลงการค้าเสรี อาเซียน-จีน (ASEAN - China Free Trade Agreement : ACFTA)
- ความตกลงการค้าเสรี อาเซียน-เกาหลี (ASEAN - Korea Free Trade Agreement : AKFTA)
- ความตกลงเพื่อจัดตั้งเขตการค้าเสรี อาเซียน-ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ (Agreement Establishing the ASEAN-Australia-New Zealand Free Trade Area : AANZFTA)
- ความตกลงการค้าเสรี ไทย-ออสเตรเลีย (Thailand - Australia Free Trade Agreement : TAFTA)
- ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจที่ใกล้ชิดยิ่งขึ้นไทย-นิวซีแลนด์ (Thailand - New Zealand Closer Economic Partnership Agreement : TNZCEP)
- ความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจ ไทย-ญี่ปุ่น (Japan - Thailand Economic Partnership Agreement : JTEPA)

โดยมีขอบเขตและระดับข้อผูกพันในการเปิดตลาดการค้าบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพของไทย ดังนี้

ตารางที่ 6 : ข้อผูกพันของไทยและข้อผูกพันของประเทศคู่เจรจาในสาขาสุขภาพ

กรอบ	ข้อผูกพัน
WTO	ไทย : ไม่มีข้อผูกพันในสาขานี้
ASEAN (AFAS)	<p>ASEAN เริ่มการเจรจาลดข้อจำกัดด้านการค้าบริการระหว่างกันมา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538 โดยได้ดำเนินการเจรจามาเป็นรอบๆ และได้จัดทำข้อผูกพันเปิดตลาดมาแล้วทั้งสิ้นรวม 7 ชุด²⁴ ซึ่งการดำเนินการจัดทำข้อผูกพันการเปิดตลาดด้านบริการแต่ละชุดจะมีการปรับปรุงข้อผูกพัน โดยลด/ยกเลิกข้อจำกัดภายใต้หลักการ Progressive Liberalization คือ ททยอยเปิดตลาดมากขึ้นแบบค่อยเป็นค่อยไป เป็นรอบๆ ละ 2 ปี ปัจจุบัน สมาชิก ASEAN อยู่ระหว่างการเจรจาจัดทำข้อผูกพันเปิดตลาดการค้าบริการชุดที่ 8 (8th Package) ตามแผนงานเปิดตลาดด้านการค้าบริการ ภายใต้ AEC Blueprint ซึ่งประเทศสมาชิกมีกำหนดต้องดำเนินการยื่นข้อผูกพันให้แล้วเสร็จภายในปี 2553 โดยต้องผูกพันสาขาบริการให้ได้ตามเป้าหมายที่ระบุไว้</p> <p>บริการสุขภาพ</p> <p>เป็นหนึ่งในสาขาบริการเร่งรัดตาม AEC Blueprint²⁵ ซึ่งมีเป้าหมายลด/เลิกข้อจำกัดต่อการค้าบริการ ภายในปี พ.ศ. 2553 (ค.ศ. 2010) โดยต้องอนุญาตให้นักลงทุนอาเซียนมีสัดส่วนการถือหุ้นได้ไม่ต่ำกว่า 70% และต้องยกเลิกข้อจำกัดการเข้าสู่ตลาดอื่นๆ ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม ไทยยังไม่มีข้อผูกพันใดๆ ในส่วนของบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับสุขภาพ เช่น สปาและนวดไทย</p>
อาเซียน - จีน (ACFTA)	ไทย : ไม่มีข้อผูกพันในสาขานี้

²⁴ สมาชิกอาเซียนได้ลงนามพิธีสารอนุวัติข้อผูกพันเปิดตลาดฯ ชุดที่ 7 เมื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2552 โดยพิธีสารฯ และตารางข้อผูกพัน (ภาคผนวกแนบท้ายพิธีสารฯ) มีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2552 สำหรับประเทศไทย มีข้อผูกพันครอบคลุมธุรกิจบริการทั้งสิ้น 143 รายการ โดยสาระสำคัญคือ ทุกรายการที่ผูกพันยังเป็นไปตามกรอบกฎหมายไทย อย่างไรก็ตาม มีธุรกิจบริการ 65 รายการที่ต้องผูกพันตามแผนงานเปิดตลาดด้านการค้าบริการ ภายใต้ AEC Blueprint

²⁵ สาขาบริการเร่งรัด (Priority Integration Sector: PIS) ตาม AEC Blueprint ได้แก่ e-ASEAN (โทรคมนาคมและบริการคอมพิวเตอร์) สุขภาพท่องเที่ยว และการขนส่งทางอากาศ

สำหรับสาขาโลจิสติกส์จะกำหนดให้นักลงทุนอาเซียนถือหุ้นได้ 70% ภายในปี พ.ศ. 2556 (ค.ศ. 2013) ส่วนบริการสาขาอื่นๆ ที่เหลือทุกสาขา (Non-Priority Services Sector) จะทยอยเปิดให้นักลงทุนอาเซียนถือหุ้นได้ 70% ภายในปี พ.ศ. 2558 (ค.ศ. 2015) ทั้งนี้ อาจยกเว้นรายการธุรกิจบริการที่อ่อนไหว และคงเงื่อนไข/ข้อจำกัดที่จำเป็นไว้ได้บ้าง โดยจะต้องเจรจายละเอียดแผนการเปิดตลาดกันต่อไป

กรอบ	ข้อผูกพัน
อาเซียน - เกาหลี (AKFTA)	ไทย : ไม่มีข้อผูกพันในสาขานี้
อาเซียน - ออสเตรเลีย - นิวซีแลนด์ (AANZFTA)	ไทย : ไม่มีข้อผูกพันในสาขานี้
ไทย - ออสเตรเลีย (TAFTA)	<p>ไทย : ไม่มีข้อผูกพันในสาขานี้</p> <p>ออสเตรเลีย</p> <ul style="list-style-type: none"> • สปาและนวดไทย ภายใน 3 ปีหลังจากความตกลงมีผลบังคับใช้ จะมีความร่วมมือในการยอมรับคุณสมบัติ (วุฒิการศึกษา ประสบการณ์ ใบอนุญาต) ของผู้ให้บริการไทย
ไทย - นิวซีแลนด์ (TNZCEP)	<p>ไทย : ไม่มีข้อผูกพันในสาขานี้</p> <p>นิวซีแลนด์</p> <ul style="list-style-type: none"> • นวดไทย : จะมีการเจรจา masseuse และ massage therapist ภายใน 3 ปีหลังจากความตกลงมีผลบังคับใช้ (เรื่อง Spa ค่อนข้าง sensitive สำหรับ NZ)
ไทย - ญี่ปุ่น (JTEPA)	<p>ไทย : ไม่มีข้อผูกพันในสาขานี้</p> <p>ญี่ปุ่น</p> <ul style="list-style-type: none"> • บริการสปาไทย (ไม่รวมถึงบริการที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์) : ใน Mode 1 ญี่ปุ่นไม่ผูกพันเนื่องจากไม่มีความเป็นไปได้ในทางเทคนิค สำหรับ Mode 2-4 ไม่มีข้อจำกัด โดยในส่วนการลงทุน ญี่ปุ่นผูกพันที่จะให้นักลงทุนไทยเข้าไปลงทุนจัดตั้งธุรกิจสปาได้โดยไม่มีข้อจำกัดอื่นนอกจากกระบวนการขออนุญาตภายในซึ่งผู้ประกอบการญี่ปุ่นก็ต้องผ่านขั้นตอนเดียวกัน <p>อย่างไรก็ดี ใน Mode 4 มีข้อผูกพันเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายบุคลากรธรรมดา ดังนี้</p> <ul style="list-style-type: none"> - Spa investor/manager : อนุญาตให้เข้าเมืองและทำงานเป็นระยะเวลา 1 หรือ 3 ปี ซึ่งอาจขยายได้

กรอบ	ข้อผูกพัน
ไทย - ญี่ปุ่น (JTEPA)	<p>- Spa instructor : อนุญาตให้เข้าเมืองและทำงานเป็นระยะเวลา 1 หรือ 3 ปี ซึ่งอาจขยายได้ภายใต้สถานะการพำนักประเภท “ผู้ฝึกสอน” ซึ่งมีขอบเขตระบุไว้ในกฎหมายว่าด้วยการควบคุมการเข้าเมืองและการยอมรับผู้ลี้ภัย</p> <p>- Spa therapist : ญี่ปุ่นได้ผูกพันในความตกลง JTEPA ที่จะเข้าสู่การเจรจากับไทย ภายใต้ Sub-Committee on Movement of Natural Person ซึ่งจัดตั้งภายใต้มาตรา 120 เกี่ยวกับความเป็นไปได้ในการยอมรับพนักงานสปา (Spa therapist) ของไทย โดยมุ่งที่จะให้ได้ข้อสรุปการเจรจาไม่ช้ากว่า 2 ปี นับจากที่ความตกลง JTEPA มีผลใช้บังคับ</p> <ul style="list-style-type: none"> • นวดไทย ยังไม่ยอมรับพิจารณาในเรื่องคุณสมบัติ



5

ความสามารถในการแข่งขันของบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของไทย โดยเฉพาะบริการสปาและนวดไทย



ตารางที่ 9 : SWOT Analysis ของบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของไทย

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • ประเทศไทยเป็นประเทศเปิดและเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักดีทั่วโลก • ธุรกิจสปาและนวดไทยหลายแห่งมีชื่อเสียงและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ • ธุรกิจสปาเป็นบริการที่ไทยมีศักยภาพในฐานะเป็น “บริการที่ส่งออกได้” โดยเฉพาะการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวหรือชาวต่างชาติที่อาศัยอยู่ในประเทศ 	<ul style="list-style-type: none"> • ประเทศไทยมีปัญหาการขาดแคลนบุคลากรคุณภาพสูงในบางด้าน เช่น นวดแผนไทย จึงเกิดปัญหาเรื่องการแย่งชิง/ซื้อตัวบุคลากรอยู่บ่อยครั้ง • บุคลากรในสถานประกอบการของไทยมีทักษะด้านภาษาอังกฤษและภาษาต่างประเทศที่จำกัด • ผู้ประกอบการไทยที่มีความพร้อมในการลงทุนขยายกิจการไปต่างประเทศมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากยังมีปัญหาด้านเงินทุน ความจำกัด

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> • ในภาพรวม ผู้ประกอบการมีความพร้อมทั้งด้านบุคลากร สถานที่ และทรัพยากร กอปรกับมีบริการที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศ อาทิ นวดไทย การใช้สมุนไพรไทย • ผู้ให้บริการของไทยมีจุดเด่นด้านอรรถาธิบายและมารยาทในการให้บริการ • อัตราค่าบริการสามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้ 	<ul style="list-style-type: none"> • ของข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุนธุรกิจ ในต่างประเทศ ข้อกีดกันการลงทุนในกิจการของประเทศต่างๆ และปัญหาเรื่องใบอนุญาตสถานประกอบการ วิชาและใบอนุญาตทำงานของบุคลากรสปา เป็นต้น • ไทยมีปัญหาสำคัญเรื่อง ภาพลักษณ์ในทางลบของการให้บริการนวดแผนไทยในประเทศ เนื่องจากผู้ประกอบการบางรายแอบแฝงการค้าบริการทางเพศในกิจการสปาของตน • โรงเรียนสอนพนักงานสปาไม่มีเงินทุนสูงพอที่จะรับประกันค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนเป็นบริษัทจัดหางานกับกรมการจัดหางาน ซึ่งต้องวางเงินประกันในจำนวนที่สูงสำหรับการส่งพนักงาน สปาไปทำงานต่างประเทศ
โอกาส (Opportunity)	ภัยคุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • ตลาด medical tourism และ tourism มีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างต่อเนื่อง • มีโอกาสเติบโตแม้กระทั่งในช่วงที่เศรษฐกิจโลกชะลอตัว • ตลาดที่เกี่ยวข้อง (เช่น สปา สมุนไพร ผลิตภัณฑ์ความงามและสุขภาพ) ของไทย มีโอกาสที่จะขยายได้อีกมาก โดยจะมีผลกระทบด้านการศึกษาแคลนบุคลากรไม่มาก • ผู้ใช้บริการชาวไทยหันมาให้ความสำคัญเรื่องการดูแลสุขภาพและความงามของตนมากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> • การขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจสปาภายในช่วงเวลาไม่กี่ปีอาจส่งผลกระทบต่อควบคุมคุณภาพและมาตรฐานในการให้บริการในระยะยาว • สถานะการแข่งขันระหว่างประเทศสูง ทั้งในด้านการบริการและคุณภาพ โดยประเทศคู่แข่งต่างก็มีการพัฒนา/ปรับตัวทางธุรกิจของตนอย่างต่อเนื่องเช่นกัน • ความผันผวนของลูกค้านต่างชาติซึ่งขึ้นอยู่กับสถานะเศรษฐกิจและการเมืองโลก ทำให้ธุรกิจ

โอกาส (Opportunity)	ภัยคุกคาม (Threats)
<ul style="list-style-type: none"> • ธุรกิจลักษณะ Spa Consultant และสถาบันการศึกษาที่สอนนวดไทยและสปาไทย มีโอกาสในการขยายตัวรองรับลูกค้าต่างประเทศ ซึ่งช่วยสร้างรายได้จากค่าเรียน และเป็นการสนับสนุน ประชาสัมพันธ์สปาและนวดไทยไปสู่ระดับสากลมากยิ่งขึ้น และยังเป็น การส่งเสริมการส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง 	<ul style="list-style-type: none"> • medical tourism และ tourism มีความเสี่ยงต่อความผันผวนของรายได้สูง • ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ดังนั้นเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่ปกติ / ปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศ โดยเฉพาะสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีความเสี่ยงที่สูงกว่าในอดีต อาจส่งผลให้จำนวนผู้ให้บริการชาวต่างประเทศลดลง จากการชะลอ/ยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย



6

นโยบายภาครัฐ



ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปิดตลาดบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพนั้น รัฐบาลได้มีนโยบายในการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพของเอเชียมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2547 – 2551) และต่อมาได้ผลักดัน แผนยุทธศาสตร์ฯ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2553 – 2557) โดยกำหนดให้มีบริการที่เป็นแหล่งรายได้หลักเข้าสู่ประเทศ จำนวน 4 ผลผลิตหลัก คือ

- 1) บริการรักษาพยาบาล : เน้นคุณภาพการรักษาให้เป็นเลิศแก่ชาวต่างประเทศ โดยไม่กระทบการรักษาสุขภาพของคนในประเทศเอง
- 2) บริการส่งเสริมสุขภาพ : เน้นการผลักดันบริการเกี่ยวเนื่องกับสุขภาพ ทั้งการนวดแผนไทย และธุรกิจสปาสู่สากล
- 3) บริการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก : เพื่อดึงชาวต่างประเทศเข้ามารักษาพยาบาลในประเทศและโดยใช้การแพทย์ทางเลือกและสมุนไพรมากขึ้น เป็นการลดการพึ่งพา

การนำเข้ายาจากต่างประเทศ และเป็นการเผยแพร่เอกลักษณ์และภูมิปัญญาไทยสู่นานาชาติ

4) ผลิตภัณฑ์สุขภาพและสมุนไพรไทย : เน้นการสนับสนุนสมุนไพรที่มีคุณภาพและศักยภาพให้เข้าสู่ตลาดเครื่องสำอาง ตลาดยาและอาหารเสริมสุขภาพ

ทั้งนี้ มีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นจุดศูนย์กลางบริการสุขภาพของโลก ด้วยการใช้ทรัพยากรบุคคล และทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมอย่างคุ้มค่า โดยคาดว่าทั้ง 4 ผลผลิตนี้จะสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยประมาณ 4 แสนล้านบาท ในระยะเวลารวม 5 ปี (2553 - 2557) สำหรับบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพจะอยู่ในส่วนของผลผลิตที่ 2) - 4) ซึ่งทางกระทรวงสาธารณสุขได้มีนโยบายให้เร่งดำเนินการสนับสนุน โดยยุทธศาสตร์หลักในการดำเนินงาน ประกอบด้วย

- การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านธุรกิจสุขภาพ
- การส่งเสริมพัฒนาระบบบริการให้มีคุณภาพและมาตรฐานในระดับสากล และ
- การส่งเสริมการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิงรุกมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ ปัจจุบันได้มีการจัดตั้งสำนักงานคณะกรรมการบริหารศูนย์กลางสุขภาพระหว่างประเทศ ภายใต้กระทรวงสาธารณสุข เพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานในเบื้องต้น โดยมีบทบาทในการกำหนดทิศทางของประเทศไทย ด้วยการทำงานแบบบูรณาการร่วมกับทุกภาคส่วนและภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งจัดทำข้อเสนอในเชิงนโยบายให้กับรัฐบาล ตลอดจนทำหน้าที่เป็นตัวแทนของประเทศไทยด้านบริการสุขภาพและบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับนโยบายของรัฐบาล และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอาทิ มาตรการกระตุ้นส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ทั้งในเชิง “มิติมูลค่า” และ “มิติคุณค่า” เพื่อความสมดุลทางสังคม และการเติบโตของเศรษฐกิจ การเร่งพัฒนาการตลาดและแผนประชาสัมพันธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติภายใต้ Brand ที่เข้มแข็ง คงความเป็นเอกลักษณ์ โดยร่วมกับภาคเอกชนในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและมาตรฐานธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว การขยายตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ เจาะตลาดระดับบนที่มีกำลังซื้อสูง และกลุ่มตลาดความสนใจพิเศษ เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องให้ทันสมัยและสนับสนุนซึ่งกันและกัน ในอีกทางหนึ่งเป็นการส่งเสริมให้บริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมีการขยายตัวตามไปด้วย



การดำเนินการของกระทรวงพาณิชย์ตามนโยบายของรัฐ²⁶

กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมส่งเสริมการส่งออก มีวิสัยทัศน์ในการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจบริการสุขภาพของไทยเพื่อสร้างรายได้ให้ประเทศเพิ่มขึ้น และสร้างภาพลักษณ์ในฐานะผู้ให้บริการระดับโลก โดยดำเนินนโยบายการส่งเสริม ผลักดันธุรกิจสปาและผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาไทยสู่ตลาดต่างประเทศ โดยเน้นจุดเด่นและเอกลักษณ์ของสปาไทยในการให้บริการแบบวิถีไทยและภูมิปัญญาไทย ซึ่งเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ โดยมีเป้าหมาย คือ

- 1) ส่งเสริมให้ชาวต่างชาติมาใช้บริการสปา/นวดไทยในประเทศ ทั้งที่มาในรูปแบบ medical tourist และที่เป็นส่วนหนึ่งของการมาท่องเที่ยว
- 2) ส่งเสริมให้เปิดธุรกิจสปาไทย/ ผนวกกับสปาที่มีอยู่แล้วในต่างประเทศ โดยเฉพาะในยุโรป ตะวันออกกลาง เอเชีย สหรัฐอเมริกา และแคนาดา
- 3) ส่งเสริมให้ภาคเอกชนขยายธุรกิจสปาไปต่างประเทศในรูปแบบแฟรนไชส์ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาารูปแบบการบริหารจัดการสปาในระดับสากล
- 4) ผลักดันให้ธุรกิจสปาเป็นช่องทางการส่งเสริมการส่งออกสินค้าสุขภาพและความงาม ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ใช้ในสปา/นวดไทย สินค้าเฟอร์นิเจอร์และเครื่องประดับตกแต่งในสปา ฯลฯ ได้อย่างเป็นรูปธรรม

²⁶ วิจารณ์ ศรีรับสุข. โภกาธุรกิจสปาไทยกับการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ, หน้า 7-9.

7

ยุทธศาสตร์ในการพัฒนาบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ²⁷



จากรายงานฉบับสมบูรณ์ “โครงการศึกษาเพื่อจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาภาคบริการของประเทศ” ซึ่งมูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทยเสนอต่อสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้นำเสนอยุทธศาสตร์ในการสร้างรายได้จากการให้บริการสุขภาพ เป็นยุทธศาสตร์หลักในการพัฒนาบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ โดยเห็นว่า ไทยควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังต่อไปนี้

1. ส่งเสริมบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้ และมีบุคลากรเพียงพอหรือสามารถผลิตเพิ่มได้ง่ายและรวดเร็ว โดยเฉพาะการส่งเสริมบริการด้านสปา นวดแผนไทย/นวดเพื่อบำบัดรักษา และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพต่างๆ เช่น สมุนไพรและผลิตภัณฑ์เสริมความงาม เป็นต้น

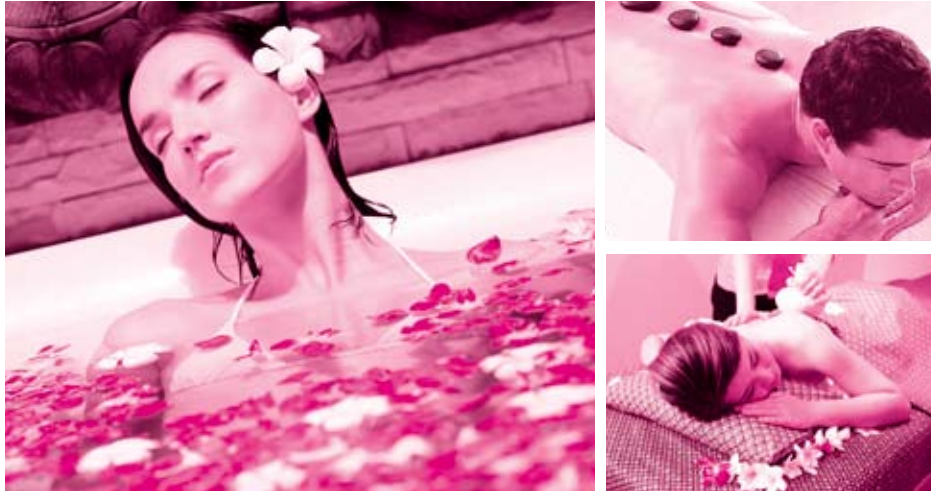
2. ส่งเสริมการลงทุนในด้านบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของผู้ประกอบการชาวไทยในต่างประเทศ ซึ่งโดยทั่วไปแล้ว กฎกติกาด้านการลงทุนในประเทศพัฒนาแล้วจะไม่จำกัดการเข้าไปลงทุนและการถือหุ้นของคนต่างชาติ แต่จะมีกฎกติกาที่เข้มงวดในการรับคนต่างชาติเข้าไปทำงานด้วยเหตุผลดังกล่าว ในการส่งเสริมการลงทุนของผู้ประกอบการชาวไทยในธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพในต่างประเทศ ภาครัฐจึงควรมีการผลักดันในประเด็นต่อไปนี้

- เจรจาต่อรองให้ผู้ประกอบการอาชีพบริการด้านสปาและนวดแผนไทย/นวดเพื่อบำบัดรักษา ฯลฯ ที่มีทักษะที่เป็นที่ต้องการของต่างชาติ สามารถเข้าไปประกอบอาชีพในต่างประเทศได้โดยสะดวก เพื่อที่จะส่งเสริมการแผ่ขยายของธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพของไทยในต่างแดน โดยอาจมีการรับรองมาตรฐานวิชาชีพร่วมกัน (Mutual Recognition)

- จัดทำมาตรฐานวิชาชีพของวิชาชีพที่ต้องการจะส่งออก ให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล โดยอาจดำเนินการร่วมกันระหว่างกรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมพัฒนาธุรกิจการค้าและกระทรวงสาธารณสุข

²⁷ ยุทธศาสตร์ดังกล่าวครอบคลุมทั้งบริการด้านสุขภาพ และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ เช่น สปา สมุนไพรไทย นวดแผนไทย ฯลฯ ด้วย

8

ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
ฉบับที่ 11 (2555-2559)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 (2555-2559) เพื่อเสนอต่อคณะรัฐมนตรี โดยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการเปิดตลาดบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาข้อ (4) และ (5) ดังนี้

ข้อ (4) ยุทธศาสตร์การสร้างเศรษฐกิจฐานความรู้และการสร้างปัจจัยแวดล้อม

เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการบริการในภูมิภาคบนพื้นฐานแนวคิดสร้างสรรค์และการสร้างนวัตกรรม รวมทั้งต่อยอดองค์ความรู้ ให้สามารถสนับสนุนการสร้างมูลค่าในการปรับโครงสร้างภาคบริการ เพื่อให้เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นพลังขับเคลื่อนใหม่ไปสู่เศรษฐกิจที่สมดุลและยั่งยืนในระยะยาว พร้อมกับสร้างระบบประกันและบริหารจัดการความเสี่ยงในด้านเศรษฐกิจ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสาขาธุรกิจบริการที่มีศักยภาพ พัฒนาผู้ประกอบการใหม่ ยกย่องคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและชุมชน ให้เป็นแหล่งสร้างรายได้

หลักของประเทศ รวมถึง เป็นแหล่งกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดย ส่งเสริมการใช้ความสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ พัฒนาปัจจัยแวดล้อม เสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคเอกชน ท้องถิ่น ชุมชน ผู้ประกอบการรายย่อยและวิสาหกิจชุมชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พื้นฟูภาพลักษณ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว ควบคู่กับการส่งเสริมตลาดท่องเที่ยวต่างประเทศและตลาดในประเทศ และพัฒนาปัจจัยสนับสนุนให้เอื้อต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ

ข้อ (5) ยุทธศาสตร์การสร้างเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจในภูมิภาค

เพื่อเตรียมพร้อมและปรับตัวเข้าสู่บริบทโลกและภูมิภาคที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเฉพาะการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน พร้อมกับเสริมสร้างขีดความสามารถเชิงเศรษฐกิจจากศักยภาพที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เศรษฐกิจของประเทศส่งเสริมบทบาทไทยในเวทีระหว่างประเทศให้เด่นชัด

- สร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยเน้นการสร้างความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยยกระดับการให้บริการด้านสุขภาพและบริการด้านสาธารณสุข ทั้งบุคลากรและมาตรฐานการให้บริการเพื่อก้าวสู่การเป็นศูนย์กลางการให้บริการสุขภาพของภูมิภาค (Medical Hub)

- สร้างความเป็นหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจในภูมิภาคด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การเคลื่อนย้ายแรงงาน และการส่งเสริมแรงงานไทยในต่างประเทศ ในลักษณะเกื้อกูลกัน ผ่านกิจกรรมเชื่อมโยงห่วงโซ่การผลิตและการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างกันอย่างเสรีและมีประสิทธิภาพ โดยเร่งดำเนินการด้านการยอมรับมาตรฐานฝีมือระหว่างประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกการเคลื่อนย้ายแรงงาน ส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการขยายการลงทุนไปสู่ต่างประเทศ โดยเฉพาะในประเทศเพื่อนบ้าน และคุ้มครองและส่งเสริมสิทธิและผลประโยชน์ของคนไทยและแรงงานไทยในต่างประเทศ



กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์
44/100 ถนนนนทบุรี 1 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
DTN Call Center : 0 2507 7555
www.dtn.go.th, www.thailandaec.com
www.facebook.com/TradeNegotiations

หนังสือเล่มนี้เป็นลิขสิทธิ์ของ
กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์