

สนค. พาสองธุรกิจสร้าง “ร่างทอง”

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ชี้โอกาสในการดำเนินธุรกิจออกกำลังกายและธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ทั้งในไทยและต่างประเทศ จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญและมีความนิยมในการใส่ใจสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งการออกกำลังกาย รับประทานอาหารสุขภาพและอาหารเสริม ส่งผลทำให้ยอดขายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพเติบโต เป็นโอกาสของผู้ที่สนใจสร้างรายได้จากการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะธุรกิจออกกำลังกาย ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

จากข้อมูลของสถาบัน Global Wellness ประเมินว่า ในปี 2566 ธุรกิจออกกำลังกายโลก¹ มีมูลค่า 1.06 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดการณ์ว่าจะเติบโตในอัตราเฉลี่ยปีละ 5.8% ในช่วง 5 ปีข้างหน้า จนมีมูลค่าประมาณ 1.41 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2571 โดยในปี 2566 ภูมิภาคอเมริกาเหนือมีมูลค่าตลาดธุรกิจออกกำลังกายมากที่สุดคือ 401,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโต 4.2% เมื่อเทียบกับปี 2565 และภูมิภาคลาตินอเมริกาและแคริบเบียนมีอัตราการเติบโตสูงที่สุดอยู่ที่ 19.5% ในขณะที่ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีมูลค่าธุรกิจออกกำลังกาย 300,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เติบโต 3.3% สำหรับตลาดรายประเทศ พบว่า ในปี 2566 สหรัฐฯ เป็นตลาดออกกำลังกายใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 1 ของโลก มูลค่าตลาดสูงถึง 376,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐ รองลงมา เป็นประเทศจีน (155,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) สหราชอาณาจักร (52,900 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) เยอรมนี (41,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) และญี่ปุ่น (37,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ) ตามลำดับ

สำหรับประเทศไทยมีมูลค่าธุรกิจออกกำลังกาย 3,370 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับที่ 32 จาก 218 ประเทศทั่วโลก เพิ่มขึ้น 6.6% จากปี 2565 และมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยจากการสำรวจข้อมูลการออกกำลังกายของคนไทยอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป พบว่า ในปี 2567 มีคนที่ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาอย่างสม่ำเสมอ คิดเป็นสัดส่วน 44.39% เพิ่มขึ้นจาก 42.18% จากปี 2566² นอกจากนี้ จากการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคด้านสุขภาพและเวลเนสของ SCB EIC เมื่อปี 2566³ จำนวน 1,402 คน พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่กว่า 90% นิยมออกกำลังกาย และสัดส่วนผู้ที่ออกกำลังกายมากกว่า 4 ครั้งต่อเดือนอยู่ที่ 56% ของผู้ตอบแบบสอบถาม และกิจกรรมออกกำลังกายที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ออกกำลังกายเป็นประจำ คือกิจกรรมที่ทำต่อเนื่อง เช่น โยคะ/พิลาทิส วิ่ง และเข้ายิม/ฟิตเนส นอกจากนี้ คนไทยในแต่ละช่วงวัยนิยมออกกำลังกายในรูปแบบที่แตกต่างกัน โดยพบว่า กลุ่ม Baby boomer นิยมการเดินออกกำลังกายมากที่สุด กลุ่ม Gen X นิยมการว่ายน้ำ โยคะ พิลาทิส กลุ่ม Gen Y นิยมการเข้ายิม/ฟิตเนส และกลุ่ม Gen Z นิยมการวิ่ง

ธุรกิจออกกำลังกายและธุรกิจที่เกี่ยวข้องในไทยมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น โดยข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า⁴ ระบุว่า ในปี 2567 มีนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการในธุรกิจออกกำลังกาย⁵ จำนวนทั้งหมด 2,499 ราย มูลค่าทุนจดทะเบียนรวม 12,933 ล้านบาท โดยส่วนมากเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็ก 2,485 ราย คิดเป็น 99.44% ของผู้ประกอบการทั้งหมด และในปี 2567 มีธุรกิจจัดตั้งใหม่ 396 ราย เพิ่มขึ้น 33.33%

¹ ธุรกิจออกกำลังกาย หมายถึง กิจกรรมทางกายในช่วงเวลาว่างและการพักผ่อน ซึ่งรวมถึงการออกกำลังกายเพื่อความบันเทิงและการผ่อนคลาย (กีฬา ฟิตเนส โยคะ พิลาทิส ฯลฯ) และกลุ่มธุรกิจสนับสนุน (เทคโนโลยีฟิตเนส อุปกรณ์กีฬาและฟิตเนส เครื่องแต่งกายและรองเท้ากีฬา)

² กรมพลศึกษา. “สรุปสถิติร้อยละการออกกำลังกาย ปี 2567”

³ SCB EIC Health & Wellness survey 2023. “เจาะลึกเทรนด์ สุขภาพเวลเนสชาวไทย โอกาสในธุรกิจมาแรง”

⁴ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. “Fit Fast & Future อุตสาหกรรมฟิตเนสไทย ก้าวไว คว้าโอกาส สู่อนาคต”

⁵ ประกอบด้วย TSIC 85410 การศึกษาด้านกีฬาและนันทนาการ เช่น การเรียนการสอนกีฬาประเภทต่าง ๆ (บาสเก็ตบอล ฟุตบอล ขี่ม้า ว่ายน้ำ ศิลปะการต่อสู้ โยคะ ฯลฯ) และ TSIC 93112 การดำเนินงานของสถานที่ออกกำลังกาย เช่น สโมสรคลับ ศูนย์ฟิตเนส ศูนย์โยคะ ฯลฯ

จากปี 2566 นอกจากนี้ ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย เช่น ธุรกิจขายส่ง/ปลีกเครื่องกีฬา อุปกรณ์ฟิตเนส ชุดออกกำลังกายก็เติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยเช่นกัน โดยในปี 2567 ธุรกิจกลุ่มนี้มีการจัดตั้งธุรกิจใหม่จำนวน 206 ราย เพิ่มขึ้น 28.75% จากปีก่อนหน้า ทั้งนี้ ในปี 2566 ธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย สามารถสร้างรายได้รวม 42,293 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 6.23% จากปี 2565 และทำกำไรได้ 1,482 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 61.51% สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตและโอกาสในตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่

ผอ.สนค. ให้ข้อมูลเพิ่มเติมว่า ธุรกิจออกกำลังกายเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและมีปัจจัยสนับสนุนในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อาทิ กระแสการใส่ใจสุขภาพและการมีอายุที่ยืนยาว และการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่ช่วยให้การออกกำลังกายเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น โดยเฉพาะการใช้แอปพลิเคชัน อุปกรณ์ติดตามการออกกำลังกาย (fitness tracking) คลาสออกกำลังกายออนไลน์ ตลอดจนเกิดความนิยมในการออกกำลังกายในรูปแบบผสมผสาน เช่น การชกมวยกับพิลาทิส (Piloxing) เวทเทรนนิ่งกับพิลาทิส รวมทั้งการให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายทั้งกายและใจ เช่น โยคะ การออกกำลังกายเป็นกลุ่มและการจัดตั้งคอมมูนิตีฟิตเนส เพื่อสร้างแรงจูงใจและสนับสนุนให้กำลังใจกัน การมีแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ให้ข้อมูลและกระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาออกกำลังกายตามอินฟลูเอนเซอร์ และการให้ความสำคัญกับรูปร่าง บุคลิกภาพและภาพลักษณ์ของคนรุ่นใหม่

ธุรกิจอีกกลุ่มที่ได้รับความนิยมคือธุรกิจมวยไทย เนื่องจากเป็นรูปแบบการออกกำลังกายที่มีประสิทธิภาพสูงในการสร้างความแข็งแรงของร่างกาย ช่วยลดความเครียด และพัฒนาบุคลิกภาพได้ นอกจากนี้ มวยไทยยังเป็นซอฟต์แวร์พาวเวอร์ที่กระทรวงพาณิชย์ได้ส่งเสริมและผลักดันการส่งออกในระดับสากล⁶ ทั้งการขยายศูนย์ฝึกมวยไทย เปิดค่ายมวยและโรงเรียนสอนมวยไทยในต่างประเทศ เพิ่มคลาสมวยไทยในโรงแรม และจัดการแข่งขันมวยไทยในระดับสากล รวมทั้งส่งออกสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับมวยไทย เช่น อุปกรณ์กีฬา เครื่องแต่งกาย อาหารเสริม จึงยังมีโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจลงทุนในธุรกิจดังกล่าวอีกมาก สามารถต่อยอดสู่การสร้างรายได้อย่างเป็นรูปธรรมจากกระแสสุขภาพที่ยังคงเติบโตหรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ผอ.สนค. กล่าวทิ้งท้าย แม้ธุรกิจออกกำลังกายจะมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ผู้ประกอบการก็ต้องพัฒนาธุรกิจให้ตอบโจทย์ความต้องการผู้บริโภคโดยคำนึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น การตอบสนองความต้องการ/เป้าหมายการออกกำลังกายของผู้ใช้บริการแต่ละคน (personalization) ราคาที่เข้าถึงได้ คุณภาพการให้บริการที่ดี การจัดโปรโมชั่น การสร้างความคุ้นชินโดยให้ทดลองใช้บริการ เพื่อให้เกิดการใช้บริการต่อเนื่องในอนาคต รวมทั้งอาจพิจารณาช่องทางการให้บริการที่หลากหลายเข้าถึงได้ทั้งออฟไลน์และออนไลน์ และขยายการให้บริการในรูปแบบแพ็คเกจไปยังสินค้า/บริการอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย อาทิ อาหารเพื่อสุขภาพ อุปกรณ์เสริมในการออกกำลังกาย

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
3 กรกฎาคม 2568

⁶ กระทรวงพาณิชย์. “พาณิชย์ จุดกระแส Soft Power มวยไทย เดินหน้าผลักดันออกสู่ตลาดต่างประเทศ”