ธนาคารกสิกรไทย
开泰银行 KASIKORNBANK

K SME Analysis

ออกกำลังกายฮิต
ปลุกกระแสธุรกิจรักสุขภาพ

ที่มา : ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ข้อมูลวิจัย มกราคม 2562

ประเด็นสำคัญ

- พฤติกรรมของคนไทยที่หันมาสนใจออกกำลังกายและเล่นกีฬาตามกระแสใส่ใจสุขภาพ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยปัจจุบันมีจำนวนถึงเกือบ 13 ล้านคน กระจายไปยังประชากรทุกกลุ่มทั้งวัยเรียน วัยทำงาน และกลุ่มผู้สูงอายุ แต่กลุ่มที่มีสัดส่วนมากที่สุดคือกลุ่มคนทำงานอายุ 25-44 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีกำลังซื้อและพร้อมใช้จ่ายเกี่ยวกับการออกกำลังกาย/เล่นกีฬา

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ธุรกิจที่น่าจะได้รับอานิสงส์และมีอัตราเติบโตค่อนข้างมาก จากกระแสการออกกำลังกาย รวมถึงตอบโจทย์พฤติกรรมคนรุ่นใหม่ ที่เพิ่มเป้าหมายการออกกำลังกายทางด้านการรักษาหุ่น/เสริมสร้างบุคลิกภาพ ได้แก่ ธุรกิจฟิตเนส ธุรกิจจัดการแข่งขัน และธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ อย่างไรก็ตาม จากจำนวนผู้ประกอบการที่มาก การแข่งขันจึงมีสูงตาม ประกอบกับไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น อาทิ การทำงานไม่เป็นเวลา การปรับเปลี่ยนงานหรือที่พักบ่อย หรือการเปลี่ยนความนิยมในสินค้าและบริการที่ง่ายหากไม่ตอบโจทย์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าวนับเป็นโจทย์สำคัญที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษาและเรียนรู้ เพื่อปรับกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และหนุนให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและมีบทบาทในตลาดมากขึ้นกระแสอย่างใกล้ชิดเพื่อลดความเสี่ยงในธุรกิจที่รวมไปถึงการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของตลาด การใช้นวัตกรรมในการผลิตที่จะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในระยะถัดไป

กระแสการรักสุขภาพ ซึ่งเป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นทั่วโลกรวมถึงไทย ส่งผลให้ความสนใจในการออกกำลังกายและเล่นกีฬามีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยหากพิจารณาเฉพาะในส่วนของไทยพบว่า การจัดการแข่งขันวิ่งในรายการต่างๆ มีคนสนใจเข้าร่วมจำนวนมาก ในขณะที่ธุรกิจฟิตเนสซึ่งแต่เดิมมีคนให้ความสนใจใช้บริการไม่สูงมาก ปัจจุบันจำนวนคนใช้บริการแต่ละแห่งมีเพิ่มมากขึ้น จนหลายแห่งมีเครื่องเล่นไม่เพียงพอต่อความต้องการ

เมื่อหันมาพิจารณาจำนวนคนออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาของคนไทย พบว่า มีประมาณ 12.9 ล้านคน[1] เทียบกับ 12.7 ล้านคน ในการสำรวจครั้งก่อน โดยเป็นการสนใจออกกำลังกายหรือเล่นกีฬาทั้งในกลุ่มวัยเรียน วัยทำงานและผู้สูงอายุ แต่พบว่าช่วงอายุระหว่าง 25-44 ปี จะมีสัดส่วนรวมกันมากที่สุดถึง 5.4 ล้านคน ซึ่งกลุ่มนี้เป็นกลุ่มคนวัยทำงานที่ค่อนข้างมีกำลังซื้อ และถือเป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย[2] อาทิ เสื้อผ้ารองเท้า อุปกรณ์กีฬา สินค้าอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงธุรกิจภาคบริการ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนผู้ประกอบการรวมกันถึงประมาณเกือบ 5,400 ราย[3]

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้มีการสำรวจเทรนด์การออกกำลังกายของคนไทยในช่วงอายุ 20 ปีขึ้นไป เพื่อช่วยให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย/เล่นกีฬา ได้มีความเข้าใจความต้องการตลาดมากขึ้น และพบประเด็นที่น่าสนใจ โดยเฉพาะ เป้าหมายการออกกำลังกาย ซึ่งมีความหลากหลายมากขึ้น นอกเหนือจากเป้าหมายเดิมทางด้านสุขภาพหรือป้องกันรักษาโรค (91.3%) โดยเป้าหมายใหม่ที่น่าสนใจและมีบทบาทมากขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้แก่ การรักษาหุ่น/เสริมสร้างกล้ามเนื้อ (47.0%) อยากลดน้ำหนัก (44.3%) เพื่อรักษาป้องกันโรค 40.0% ขณะที่ความต้องการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาเพื่อพิสูจน์ความสามารถของตนเอง (22.6%) ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวกลายมาเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดของพฤติกรรม ดังนี้

[1] สำนักงานสถิติแห่งชาติ : การสำรวจกิจกรรมทางกายของประชากรปี 2558
หมายเหตุ : นิยามการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา คือการทำติดต่อกันเป็นเวลาอย่างน้อย 10 นาทีขึ้นไป

[2] ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกีฬาหมายถึง ธุรกิจผลิตและจำหน่ายเสื้อผ้ารองเท้า อุปกรณ์กีฬา เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์บางประเภท เช่นเครื่องดื่มเกลือแร่ เครื่องดื่มให้กำลัง รวมถึงธุรกิจภาคบริการ อาทิ การจัดแข่งขันกีฬา การให้ความรู้ การศึกษาด้านกีฬา และบริการสถานที่ออกกำลังกาย

[3] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ข้อมูล ณ เดือนก.ย.61

- ผู้ตอบแบบสอบถามบางส่วน ยอมออกค่าใช้จ่ายเพื่อหวังผลสำเร็จเป้าหมายการออกกำลังกาย โดยจำนวนเกือบ 1 ใน 3 ของคนที่ออกกำลังกายหรือ 31.3% ให้ความสนใจใช้บริการสถานออกกำลังกายโดยเฉพาะ เช่น ฟิตเนส เนื่องจากมีอุปกรณ์รวมถึงผู้เชี่ยวชาญในการให้คำแนะนำ โดยพบว่าเพศหญิงให้ความสนใจใช้บริการสถานออกกำลังกายในสัดส่วนที่สูงกว่าเพศชาย และหากแยกตามอายุพบว่า กลุ่มคนรุ่นใหม่อายุ 20-39 ปี (GEN Y และ GEN Z) ใช้บริการสถานออกกำลังกายสูงกว่ากลุ่มอื่น ขณะเดียวกัน ยังพบว่า 28.7% สนใจรูปแบบการออกกำลังกายที่ออกแบบมาเฉพาะบุคคล (วิเคราะห์สภาพร่างกายหรือเป้าหมายการออกกำลังกาย ซึ่งแตกต่างกันในแต่ละบุคคล) ที่สถานบริการหรือเทรนเนอร์จัดให้ ส่วนอีก 37.4% สนใจแต่ต้องพิจารณาควบคู่กับค่าใช้จ่ายก่อน

- กิจกรรมการเข้าฟิตเนส ที่มีค่าใช้จ่ายจึงได้รับความสำคัญรองลงมาจากการเดิน/วิ่ง ความสนใจของคนที่ออกกำลังกายส่วนใหญ่ยังคงมุ่งไปที่การเดิน/วิ่งออกกำลังกายสัดส่วน 58.3% เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่ทำได้ง่าย ไม่ต้องใช้อุปกรณ์หรือเครื่องแต่งกายมาก ประกอบกับได้กระแสสังคมเกี่ยวกับการวิ่งช่วยสนับสนุน แต่ขณะเดียวกันกิจกรรมออกกำลังกายรูปแบบอื่นๆ ก็ได้รับความสนใจเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะการเข้าฟิตเนส เพื่อออกกำลังกายทั้งเวทเทรนนิ่ง โยคะหรือชกมวย โดยมีสัดส่วนผู้ที่สนใจออกกำลังกายรูปแบบนี้ถึง 28.7%

- การควบคุมดูแลด้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นกิจกรรมที่ผู้ออกกำลังกาย/เล่นกีฬาทำควบคู่กัน นอกเหนือจากการออกกำลังกายแล้ว การควบคุมดูแลการทานอาหารและเครื่องดื่ม ยังเป็นวิธีการเสริมเพื่อบรรลุเป้าหมายด้านสุขภาพและการดูแลรูปร่าง โดยมีสัดส่วน 27.8% โดยพบว่าส่วนใหญ่จะใช้วิธีควบคุมปริมาณแคลอรี่/โปรตีน/ไขมันในอาหาร ขณะเดียวกัน พบว่ากลุ่มที่เล่นกีฬาส่วนใหญ่ ไม่ดื่มแอลกอฮอล์ถึง 70.4% ขณะที่ 18.3% ลดการดื่มลง ซึ่งผลสำรวจดังกล่าว สอดคล้องกับข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติที่พบว่าจำนวนผู้ดื่มแอลกอฮอล์มีแนวโน้มปรับลดลง ซึ่งส่วนหนึ่งนอกจากการรณรงค์ของหลายหน่วยงานทางการของไทย และการปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตสำหรับเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ยังเกิดจากกระแสการใส่ใจสุขภาพและการออกกำลังกายอีกด้วย

- สื่อโซเชียล เป็นเครื่องมือ/ตัวช่วย ที่มีบทบาทเพิ่มทักษะการออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสาร ทำให้ผู้ออกกำลังกายหรือเล่นกีฬา มีการค้นหาทักษะการออกกำลังกายจากช่องทางสื่อออนไลน์ ทั้ง เฟซบุ๊ค ยูทูบ 38.2% ซึ่งแสดงให้เห็นถึงช่องทางการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ซึ่งผู้ประกอบการเกี่ยวกับกีฬาและการออกกำลังกาย ควรเลือกใช้เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ธุรกิจที่น่าจะได้รับอานิสงส์ค่อนข้างมาก จากกระแสการออกกำลังกาย และสอดคล้องกับผลสำรวจของ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ซึ่งผู้ประกอบการ SME ทั้งรายเดิมและรายใหม่ สามารถขยายการลงทุนได้อาทิ ธุรกิจฟิตเนส ธุรกิจที่เกี่ยวกับการจัดการแข่งขันกีฬา และธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพที่เหมาะกับผู้ออกกำลังกาย โดยเฉพาะธุรกิจฟิตเนส ซึ่งมีการบริการค่อนข้างครบวงจร ทั้งสถานออกกำลังกาย การจำหน่ายชุดกีฬา การให้บริการเทรนเนอร์ รวมถึงการให้บริการด้านอาหารเสริมที่เหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนักหรือต้องการเน้นด้านรูปร่างโดยเฉพาะ ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายเพื่อใช้บริการฟิตเนสจะค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ อาทิ เสื้อผ้า รองเท้าที่มีความถี่ในการซื้อไม่บ่อย แต่สำหรับฟิตเนส ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นส่วนมากจะเป็นค่าสมาชิกรายเดือน ซึ่งต้องใช้บริการต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ผลต่อสุขภาพร่างกาย ทั้งนี้พบว่าค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับฟิตเนสเฉพาะค่าสมาชิกที่ยังไม่รวมค่าเทรนเนอร์หรือค่าอาหารเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 1,500-2,500 บาทต่อเดือน ขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง รวมถึงความหลากหลายของประเภทอุปกรณ์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้ธุรกิจฟิตเนสในปัจจุบันมีมูลค่าตลาดไม่ต่ำกว่า 10,000-12,000 ล้านบาท

อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ธุรกิจอาจต้องให้ความสำคัญคือ ผู้ประกอบการในธุรกิจแต่ละประเภทที่มีเป็นจำนวนมาก ทำให้การแข่งขันในธุรกิจค่อนข้างรุนแรง อาทิ ธุรกิจฟิตเนส ซึ่งค่อนข้างได้รับความนิยมสำหรับผู้ออกกำลังกายที่ต้องการผลลัพธ์ที่ดีต่อสุขภาพ โดยปัจจุบันมีการเปิดใหม่เฉลี่ยประมาณ 150 รายต่อปี (ปี2559-2561) ขณะที่จำนวนฟิตเนสที่ยังเปิดดำเนินการอยู่ในปัจจุบันทั่วประเทศอยู่ที่ประมาณ 816 ราย[4] และส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ SME

ดังนั้น นอกเหนือจากทำเลที่มีศักยภาพ เช่น คอนโดมิเนียม หรือออฟฟิศทาวเวอร์ แหล่งชุมชน เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น (เดินทางสะดวก/มีที่จอดรถ) นอกจากนี้ ความเข้าใจพฤติกรรมความต้องการของตลาด โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่เข้ามามีบทบาทในกิจกรรมการเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย และมีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ โดยไลฟ์สไตล์ที่แตกต่าง รวมถึงแนวทางการปรับตัวของธุรกิจ มีรายละเอียด ดังนี้

[4] กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ : ข้อมูล ณ เดือน พ.ค.62

พฤติกรรมการปรับเปลี่ยนงาน/ย้ายที่ทำงาน คนรุ่นใหม่มีการเปลี่ยนที่พักอาศัย หรือการเปลี่ยนงานค่อนข้างบ่อย ทำให้อาจไม่สามารถมาใช้บริการฟิตเนสที่เป็นสมาชิกได้ตามที่วางแผนไว้ ดังนั้น ผู้ประกอบการอาจเสนอทางเลือกที่หลากหลาย เช่น ปรับเปลี่ยนเทอมหรือระยะเวลาให้ยืดหยุ่นมากขึ้น จากค่าสมัครรายปีปรับเปลี่ยนให้สั้นลง หรืออาจต้องมีการขยายสาขาหลายแห่งเพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกพื้นที่ใช้บริการได้ นอกจากนี้อาจมีการหาพันธมิตรธุรกิจ อาทิ องค์กรที่มีสวัสดิการด้านสุขภาพ ซึ่งมีพื้นที่ใกล้เคียงที่ตั้งฟิตเนส เพื่อให้ได้ลูกค้าองค์กร เป็นลูกค้าประจำ

พฤติกรรมการทำงานไม่เป็นเวลา ผู้ที่ออกกำลังกายจำนวนมาก มีลักษณะการทำงานงานแบบฟรีแลนซ์ พาร์ทไทม์ หรือไม่กำหนดช่วงเวลา ส่งผลให้ผู้ประกอบการ อาจต้องพิจารณาช่วงเวลาการเปิดให้บริการฟิตเนสที่ยืดหยุ่นเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในทำเลดังกล่าว

พฤติกรรมการชอบทดลองสินค้าและบริการใหม่ๆ ผู้ประกอบการอาจต้องจัดหาอุปกรณ์การออกกำลังกายรูปแบบใหม่ๆ ที่ทันสมัย สามารถบริหารร่างกายได้ดีกว่าเดิม เพื่อสอดคล้องกับความต้องการทดลองสินค้าและบริการใหม่ๆ ภายใต้การประเมินความคุ้มค่าในการลงทุนด้วย ขณะที่ธุรกิจฟิตเนสที่มีความพร้อม อาจจัดให้มีบริการเทรนเนอร์หรือนักโภชนาการ ที่ให้คำปรึกษาหรือคำแนะนำ สำหรับผู้ที่ต้องการออกกำลังกายเพื่อเป้าหมายพิเศษ เช่น การลดน้ำหนักหรือรักษาหุ่น การเสริมสร้างกล้ามเนื้อเฉพาะส่วน หรือการรักษาอาการบาดเจ็บ หรือแม้กระทั่งการจัดโปรแกรมนำเสนออาหารที่ครบตามโภชนาการควบคู่กันหากตอบโจทย์ความต้องการ

และนอกจากธุรกิจฟิตเนสแล้ว ธุรกิจอาหารสุขภาพ ก็ถือว่ามีลู่ทางที่ผู้ประกอบการอาหารจะผลิตเพื่อตอบสนองตลาดนักกีฬาและผู้ต้องการเสริมสร้างกล้ามเนื้อ รวมถึงผู้รักสุขภาพ อาทิ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารประเภทที่มีโปรตีนสูงแต่ไขมันต่ำ เพื่อมาซ่อมแซมและเสริมสร้างกล้ามเนื้อหลังการออกกำลังกาย โดยผู้ประกอบการอาจเน้นการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ อาทิ อาหารออร์แกนิกเพื่อสร้างความแตกต่าง เป็นต้น สำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการแข่งขัน อาจต้องมีความร่วมมือกับพันธมิตรต่างๆ เพื่อให้งานมีความพร้อม ไม่มีข้อบกพร่องทั้งทางด้านสถานที่จัดงาน อาหารเครื่องดื่ม รวมถึงออกแบบดีไซน์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย รวมถึงเหรียญรางวัลให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดคนรุ่นใหม่ให้กลับมาเข้าร่วมการแข่งขันอยู่เสมอ นอกจากนี้ ธุรกิจอาจใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ต่างๆ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้คนรู้จักและสนใจมาใช้บริการเพิ่มขึ้น

กล่าวโดยสรุป กระแสความใส่ใจด้านสุขภาพ ส่งผลให้จำนวนคนที่หันมาเล่นกีฬาหรือออกกำลังกายมีเพิ่มขึ้น และช่วยสร้างโอกาสทางด้านการตลาด และยอดขายต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตาม การแข่งขันที่รุนแรง ประกอบกับไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างของคนวัยเรียนและวัยทำงาน ซึ่งสนใจเล่นกีฬาและออกกำลังกายมากที่สุดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น ถือเป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับผู้ประกอบการ ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับความต้องการ เพื่อให้ผู้ประกอบการมีบทบาทและประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ได้

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย/เล่นกีฬาเติบโตตามกระแสการรักสุขภาพ

จำนวนคนออกกำลังกาย
12.9 ล้านคน

ลูกค้าเป้าหมายธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

กลุ่มคนวัยทำงานอายุ 25-44 ปี
5.4 ล้านคน

ธุรกิจที่ได้รับอานิสงส์จากเทรนด์การออกกำลังที่มีการเติบโตสูง

ธุรกิจฟิตเนส

↓

จำนวนผู้ประกอบการ
816 ราย

↓

มูลค่าตลาด
10,000 - 12,000 ล้านบาท

ปัจจัยสู่ความสำเร็จ

- ช่วงเวลาการให้บริการที่ยืดหยุ่น
- ลงทุนอุปกรณ์รูปแบบใหม่ๆ ที่ทันสมัย
- หาพันธมิตรองค์กรธุรกิจที่สนับสนุนให้พนักงานมีสุขภาพดี

พฤติกรรมการออกกำลังกาย/เล่นกีฬาของคนไทย

จุดมุ่งหมายการออกกำลังกาย/เล่นกีฬา

• เพื่อสุขภาพ	91.3%
• รักษาหุ่น/เสริมสร้างกล้ามเนื้อ	47.0%
• ลดน้ำหนัก	44.3%
• เพื่อรักษา/ป้องกันโรค	40.0%
• ร่วมการแข่งขัน/พิสูจน์ตนเอง	14.8%

ประเภทการออกกำลังกาย/เล่นกีฬาที่ทำประจำ

• เดิน/วิ่ง	58.3%
• ฟิตเนส	28.7%
• เล่นกีฬาชนิดต่างๆ	5.2%
• เต้นแอโรบิค	4.3%

พฤติกรรมประกอบการออกกำลังกาย/เล่นกีฬา

การควบคุมอาหาร

• ควบคุมปริมาณแคลอรี่/โปรตีน/ไขมัน	81.3%
• ลดมื้ออาหาร	40.6%
• ทานอาหาร/วิตามินเสริม	18.9%

การควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

• ไม่ดื่ม	70.4%
• ลดการดื่มลง	18.3%
• ดื่มปกติ	9.6%

เครื่อง/ตัวช่วยในการเพิ่มทักษะกีฬา

• ฝึกด้วยตัวเอง	72.2%
• ฝึกจากสื่อโซเชียล เช่น ยูทูบ/เฟซบุ๊ค	38.3%
• เพื่อน/คนรู้จัก	24.3%
• ฝึกจากเทรนเนอร์	22.6%

ที่มา :
* สำนักงานสถิติแห่งชาติ
** กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์
*** โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (#ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)