



## บทที่ 5

### โอกาสทางการลงทุน ในธุรกิจร้านอาหารและสปา



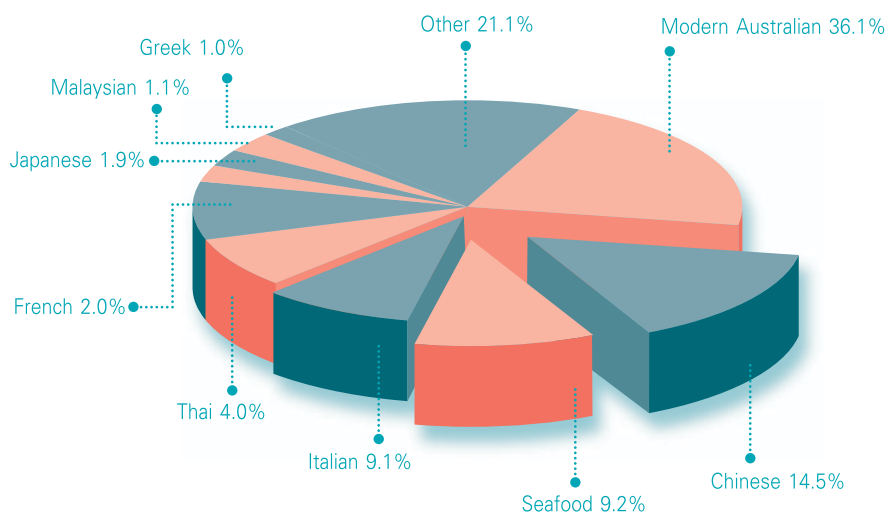
#### ธุรกิจร้านอาหาร

สภาพภาพปัจจุบัน	โอกาสทางธุรกิจ	การส่งสินค้าไปจำหน่าย ยังประเทศออสเตรเลีย
<p>➤ ประเภทของร้านอาหารในออสเตรเลีย ได้แก่</p> <p>(1) Licensed Restaurant - เป็นร้านอาหารที่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ กรณีนี้ผู้ยื่นขอใบอนุญาตจะต้องผ่านการทดสอบความรู้และได้ใบอนุญาตที่เรียกว่า Liquor on License</p> <p>(2) Bring Your Own (BYO) ร้านอาหารประเภทนี้ไม่สามารถจำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เป็นส่วนผสมได้ ลูกค้านี้ต้องการดื่มต้องนำมาเอง</p> <p>➤ ร้านอาหารไทยในออสเตรเลียมี 3 ขนาด ได้แก่</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ขนาดเล็ก (Corner/ Kiosk) - 50,000-250,000 AUD</li> <li>• ขนาดกลาง (Mini Restaurant) - 250,000-500,000 AUD</li> <li>• เต็มรูปแบบ (Full Restaurant) - 500,000-1,000,000 AUD</li> </ul>	<p>➤ ในภาพรวมธุรกิจร้านอาหาร (ทั้งส่วนที่เป็นร้านอาหารและการรับจัดเลี้ยง) มีอัตราเติบโตของรายได้ระหว่างปี 2542 และปี 2547 โดยเฉลี่ยประมาณ 7.1% (ที่มา: ABS, 2005) สะท้อนให้เห็นถึงทิศทางบวกในธุรกิจนี้</p> <p>➤ จำนวนร้านอาหารไทยเมื่อเทียบกับร้านอาหารประเภทอื่นๆ ยังนับว่ามีน้อยกว่ามาก โดยร้านอาหารออสเตรเลียที่ตกแต่งเป็นรูปแบบทันสมัยจะมีจำนวนมากที่สุด คือประมาณ 36% รองลงมาคือ ร้านอาหารจีน (14.5%) และร้านอาหารซีฟู้ด (9.2%) (ภาพที่ 10) ขณะที่ร้านอาหารไทยมีเพียง 4% (ที่มา: Restaurant &amp; Catering Australia)</p> <p>➤ รัฐที่ยังมีร้านอาหารไทยไม่มาก ได้แก่ ควีนส์แลนด์ (10%) ออสเตรเลียตะวันตก (เพิร์ธ)</p>	<p>➤ การเปิดร้านอาหารไทยในออสเตรเลียสามารถทำได้หลายรูปแบบ เช่น</p> <p>(1) การจัดตั้งร้านอาหารของตนเอง</p> <p>(2) การซื้อกิจการร้านอาหารจากผู้ประกอบการเดิม โดยมีด้วยกัน 2 ลักษณะ ได้แก่ การซื้อร้านอาหารมาดำเนินการต่อโดยยังคงใช้ชื่อเดิมอยู่ และการซื้อกิจการมาดำเนินการต่อโดยใช้ชื่อใหม่ ทั้งนี้ อาจใช้ชื่อร้านซ้ำกันได้ แต่จะต้องมีระยะห่างจากกันอย่างน้อย 10 กิโลเมตร</p> <p>(3) การลงทุนทำธุรกิจร้านอาหารในลักษณะการซื้อ Franchise จะเป็นลักษณะแพ็คเกจ โดยมี 2 ลักษณะคือ แบบ Fully Package และแบบ Optional Package</p> <p>(4) การเช่าพื้นที่ขายอาหารใน Food Court ตามห้างสรรพสินค้า</p>

สถานภาพปัจจุบัน	โอกาสทางธุรกิจ	การส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศออสเตรเลีย
<p>➤ จำนวนผู้ประกอบการร้านอาหารในประเทศออสเตรเลียในปี 2547 มีประมาณ 15,083 แห่ง จำแนกเป็นร้านอาหาร (cafe' and restaurant business) จำนวน 13,286 รายและผู้ประกอบการที่เป็นผู้จัดเลี้ยง (catering business) จำนวน 1,796 ราย เพิ่มขึ้นจากปี 2542 ประมาณ 2.9% และ 6.4% ตามลำดับ (ที่มา: ABS, 2005)</p> <p>➤ จำนวนที่นั่ง (seats) ในร้านอาหารในปี 2547 มีประมาณ 1.1 ล้านที่นั่ง รายได้ที่เกิดขึ้นในธุรกิจนี้โดยประมาณ 7,085.1 ล้านดอลลาร์ ในจำนวนนี้ 71.7% เป็นรายได้ที่เกิดจากการจำหน่ายอาหารที่มีผู้มานั่งทานในร้าน และประมาณ 20.7% เป็นรายได้จากการจำหน่ายเครื่องดื่ม รวมถึงแอลกอฮอล์ ที่เหลือมาจากการจำหน่าย Take away food และการจัดเลี้ยง (ที่มา: ABS, 2005)</p>	<p>(6%) และเซาท์ออสเตรเลีย (4%) (ภาพที่ 11) (ที่มา: กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ)</p> <p>➤ เมื่อเปรียบเทียบความนิยมระหว่างร้านอาหารแต่ละประเภท การสำรวจภาคสนามจากชาวออสเตรเลีย ในเดือนกันยายน 2549 พบว่า ชาวออสเตรเลียจะให้ความสนใจที่จะบริโภคอาหารไทยมากกว่าอาหารประเภทอื่นๆ (สำรวจโดยทีมที่ปรึกษา) ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกซึ่งผู้ประกอบการในออสเตรเลียได้ให้เหตุผลถึงรสนิยมของชาวออสเตรเลียที่หันมาสนใจอาหารไทยมากขึ้นเนื่องจาก:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ปัจจุบันกระแสความนิยมอาหารในสไตล์ Asian ในออสเตรเลียมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนั้น ชาวออสเตรเลียยังให้ความสำคัญกับเรื่องสุขภาพมากขึ้น จึงทำให้เกิดความชื่นชอบอาหารไทยเนื่องจากมีส่วนผสมของสมุนไพรต่างๆ จากการจัดอันดับความนิยมของออสเตรเลียปัจจุบันอาหารไทยได้รับความนิยม เป็นอันดับสาม</li> </ul>	<p>(5) การขายอาหารที่มีบริการจัดส่งให้ลูกค้า (Delivery)</p> <p>➤ ผู้ประกอบที่สนใจไปลงทุนและดำเนินกิจการร้านอาหารไทยในประเทศออสเตรเลียควรศึกษาในเชิงลึกและเดินทางไปศึกษาสภาพและข้อเท็จจริงต่างๆ ด้วยตนเอง และอาจขอรับคำปรึกษาเพิ่มเติมจากสมาคมร้านอาหารไทยในนครซิดนีย์ ผู้แทนของหอการค้าไทย-ออสเตรเลีย หรือเจ้าหน้าที่ของกรมส่งเสริมการค้าส่งออกประจำนครซิดนีย์ ก่อนตัดสินใจดำเนินการในขั้นตอนต่อไป</p> <p>➤ ผู้ประกอบการจะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านสุขอนามัยของกระทรวงสาธารณสุขออสเตรเลีย โดยจะมีเจ้าหน้าที่เข้าไปขอตรวจโดยมิได้มีการแจ้งให้ทราบล่วงหน้า กรณีที่เจ้าหน้าที่พบว่าเจ้าของร้านมิได้ปฏิบัติตาม เช่น พนักงานในร้านมิได้มีวีซ่าที่ทำงานได้ อาจถูกสั่งให้ปิดกิจการหรือถูกปรับ โดยค่าปรับสูงสุดเท่ากับ 275,000 เหรียญ</p>

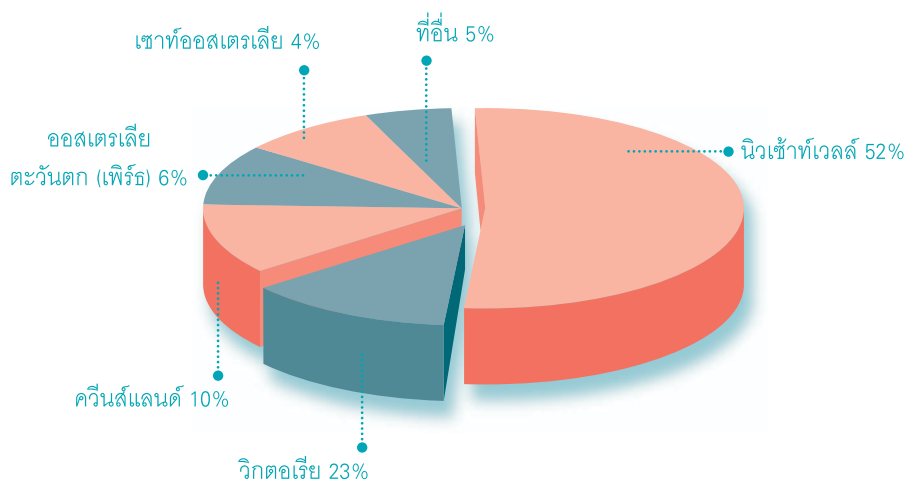
สถานการณ์ปัจจุบัน	โอกาสทางธุรกิจ	การส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศออสเตรเลีย
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• รองจากร้านอาหารอิตาลีและฝรั่งเศส</li> <li>• คนไทยมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปศึกษาต่อในประเทศออสเตรเลียเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสให้เกิดความต้องการอาหารไทยเพิ่มขึ้นตามไปด้วย</li> </ul>	
<h3>พฤติกรรมผู้บริโภคไปร้านอาหารของชาวออสเตรเลีย</h3>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>▶▶ สื่อที่ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับร้านอาหารของชาวออสเตรเลีย ได้แก่ โทรทัศน์ (38.4%) นิตยสาร (33.1%) หนังสือพิมพ์ (29.2%) และอินเทอร์เน็ต (28.2%)</li> <li>▶▶ ความถี่ในการรับประทานอาหารนอกบ้านเฉลี่ยประมาณ 3 ครั้งต่อเดือน โดยแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 82.8 เหรียญออสเตรเลีย</li> <li>▶▶ ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหาร 3 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพ ราคา ความสะดวกของสถานที่ ส่วนปัจจัยรอง ได้แก่ การโฆษณา การบอกต่อหรือคำแนะนำของเพื่อนหรือคนรู้จัก และการแนะนำหรือข้อคิดเห็นต่างๆ ที่ปรากฏบนเว็บไซต์</li> </ul>		
<p>ที่มา : สํารวจจากชาวออสเตรเลียจำนวน 305 ราย เดือนกันยายน 2549</p>		

ภาพที่ 14 สัดส่วนของร้านอาหารแต่ละประเภทที่ให้บริการในออสเตรเลีย ณ ปี 2549



ที่มา : Restaurant & Catering Australia

ภาพที่ 15 จำนวนร้านอาหารไทยที่ตั้งอยู่ในแต่ละรัฐ ณ ปี 2546



ที่มา : กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

## ข้อเสนอแนะการเปิดร้านอาหารไทยในประเทศออสเตรเลียกรณีเปิดร้านด้วยตนเอง

- ❖ ผู้ที่จะมาดำเนินธุรกิจต่างๆ รวมถึงร้านอาหารไทยในออสเตรเลียได้ จะต้องยื่นเอกสารเพื่อขอ VISA ประเภท Business Visa หรือเป็น Permanent Residents (PR) ของออสเตรเลีย
- ❖ ในการเช่าพื้นที่เพื่อตกแต่งเป็นร้านอาหาร ผู้ประกอบการจะต้องจัดเตรียมค่าใช้จ่ายสำหรับการจ้างทนาย โดยค่าจ้างทนายขั้นต่ำที่เกิดขึ้นอยู่ในราว 800 เหรียญออสเตรเลีย และอาจจะมีมากกว่านี้หากข้อมูลและเอกสารที่จำเป็นมีไม่พร้อม เนื่องจากทนายต้องทำงานหลายครั้ง
- ❖ การออกแบบตกแต่งสถานที่ที่ไม่สามารถกระทำตัวเอง แต่จะต้องให้สถาปนิกที่มีใบอนุญาตจากออสเตรเลียเป็นผู้ดำเนินการ แบบก่อสร้างตกแต่งร้านจะต้องได้รับอนุญาตจาก Council ของออสเตรเลียก่อนที่จะเริ่มดำเนินการได้ ซึ่งเมื่อดำเนินการเสร็จสิ้นแล้ว ทาง Council จะมีการตรวจสอบว่าเป็นไปตามแบบที่ได้ขออนุญาตไว้หรือไม่
- ❖ ใบอนุญาตที่จำเป็นสำหรับเปิดให้บริการร้านอาหารซึ่งมีด้วยกัน 2 ลักษณะ โดยประเภทแรกเป็นร้านอาหารที่ไม่จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แต่ให้ลูกค้านำเอาเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เข้ามาดื่มในร้านได้ (หรือที่เรียกว่า Bring Your Own : B.Y.O) และประเภทที่สองเป็นร้านที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย ซึ่งจะมีขั้นตอนที่ยุ้งยากกว่าการขออนุญาตให้ดำเนินกิจการร้านอาหารประเภทแรก
- ❖ ในกรณีที่ผู้สนใจเปิดร้านอาหารแต่มีเงินลงทุนไม่มากนัก เช่น ประมาณ 2 แสนเหรียญ (หรือประมาณ 6 ล้านบาท) ก็ควรจัดหาอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ ภายในร้าน เช่น ตู้เก็บอาหาร โต๊ะ เก้าอี้ ฯลฯ ที่มาจากประเทศไทย เพราะจะมีต้นทุนต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม อุปกรณ์ประกอบอาหารยังจำเป็นต้องใช้ของที่ผลิตในประเทศออสเตรเลีย เนื่องจากระบบที่ใช้เป็นแบบท่อแก๊สซึ่งต่างจากที่ใช้ในประเทศไทย
- ❖ กรณีที่เป็นร้านอาหารที่มีการจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ด้วย ผู้ประกอบการจะต้องให้พนักงานได้รับการอบรมและผ่านการทดสอบ Responsible Service of Alcohol (RSA) การละเลยในขั้นตอนดังกล่าวอาจส่งผลถึงการเพิกถอนใบอนุญาตผู้ประกอบการและถูกสั่งให้ปิดร้านได้ (กรณีที่เจ้าหน้าที่ของรัฐได้มีการสุ่มตรวจและพบว่าพนักงานบางรายมิได้ผ่านการทดสอบ)

ที่มา : กรมส่งเสริมการค้าส่งออก, การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในออสเตรเลีย

## ข้อเสนอแนะการเปิดร้านอาหารไทยในประเทศออสเตรเลีย กรณีซื้อ Franchise

➤ การลงทุนทำธุรกิจร้านอาหารในลักษณะการซื้อ Franchise จะเป็นลักษณะแพ็คเกจ โดยมี 2 ลักษณะ คือ แบบ Fully Package และแบบ Optional Package

(1) แบบ Fully Package จะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 4 แสนเหรียญ ซึ่งจะประกอบด้วย ค่า Franchise Fee, ค่า Entrance Fee และค่า Loyalty Fee (เป็นส่วนแบ่งที่ผู้ซื้อ Franchise จะต้องชำระให้แก่เจ้าของ Franchise ตามอัตราที่ตกลงกันจากยอดขาย) โดยผู้ที่ซื้อ Franchise ในลักษณะนี้จะได้รับบริการแบบเบ็ดเสร็จ ตั้งแต่การให้คำแนะนำในการเลือกสถานที่ การจัดหาอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ การตกแต่งร้าน การฝึกอบรมพนักงาน การ Supply เครื่องปรุงต่างๆ (ซึ่งเจ้าของ Franchise จะทำเอง) รวมทั้งการติดตามดูแลผลการดำเนินงานของร้านสาขาโดยเจ้าของ Franchise จะจ้างพนักงานในระดับผู้จัดการให้เป็นผู้ไปเยี่ยมชมร้านอาหารในเครือเป็นระยะๆ ทั้งนี้ ในเงินลงทุน 4 แสนเหรียญนี้จะรวมเงินที่เป็น Cash Flow ไว้ให้ด้วยเป็นมูลค่าประมาณ 2 หมื่นเหรียญฯ ซึ่งจะให้ทางร้านสาขานำมาใช้เป็นค่าใช้จ่ายในช่วงต้น เช่น ซื้อของสด จ่ายค่าตอบแทนพนักงานร้าน ฯลฯ

*การซื้อ Franchise ร้านอาหารในรูปแบบนี้สามารถรองรับลูกค้าได้ประมาณ 50-70 ที่นั่ง ซึ่งหากต้องการปริมาณที่นั่งเพิ่มมากขึ้นจะต้องเพิ่มเงินลงทุนตามสัดส่วนของที่นั่ง (เช่น กรณีร้าน Yai Restaurants ของเจ้าของ Franchise ซึ่งมี 200 ที่นั่ง ใช้เงินลงทุนประมาณ 7-8 แสนเหรียญออสเตรเลีย)*

(2) แบบ Optional Package เป็นการขาย Franchise ให้กับผู้มีร้านอาหารหรือผู้มีอุปกรณ์เครื่องใช้ต่างๆ อยู่แล้ว เจ้าของ Franchise ให้การสนับสนุนแต่เพียงบางส่วน เช่น การจัดการระบบการจัดการให้ การฝึกอบรมพนักงาน การ Supply เครื่องปรุงให้ เป็นต้น ดังนั้น เงินลงทุนกรณีของ Optional Package จะแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับอุปกรณ์ที่ผู้ประกอบการมีอยู่ หรือความพร้อมของสถานที่ (เช่น สถานที่ที่ใช้ทำเป็นร้านอาหารมีการตกแต่งเป็นที่เรียบร้อย หรือมีอุปกรณ์บางรายการที่สามารถใช้งานได้)

➤ การเลือกลงทุนแบบซื้อ Franchise มีข้อดี ดังนี้ เจ้าของธุรกิจ Franchise จะให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ ตั้งแต่ฝึกอบรมพ่อครัว พนักงานให้บริการ ไปจนถึงให้คำแนะนำในการเลือกแหล่งที่ตั้ง การให้คำแนะนำในส่วนของการดูแลและเก็บรักษาส่วนผสมของอาหารให้มีความใหม่และสดอยู่เสมอ การจัดส่งเครื่องปรุงโดยเฉพาะเครื่องแกง ซึ่งเป็นส่วนผสมที่สำคัญสำหรับการปรุงอาหารไทย

ที่มา : การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการในออสเตรเลีย

## ธุรกิจสปา

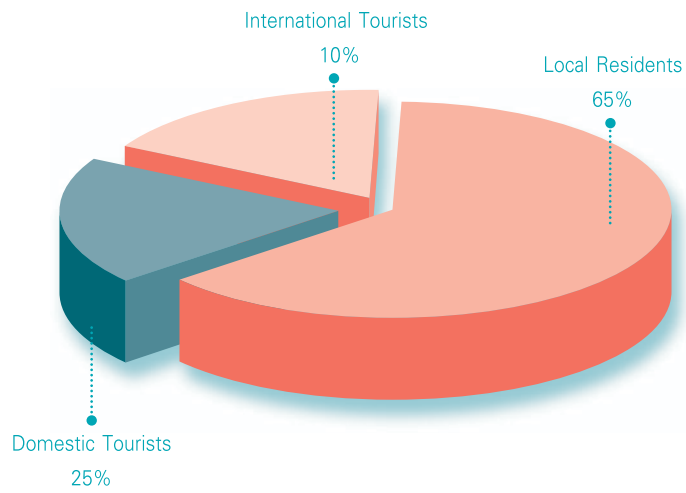
สถานภาพปัจจุบัน	โอกาสทางธุรกิจ	การส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศออสเตรเลีย
<p>❏ ธุรกิจสปาในออสเตรเลียโดยทั่วไปมี 2 รูปแบบ คือ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medical Spa เป็นการให้บริการในเชิงสุขภาพและการรักษา ซึ่งการอนุญาตให้บริการจะค่อนข้างยุ่งยากกว่าการเปิดสถานบริการสปาในรูปแบบ Relaxing Spa</li> <li>• Relaxing Spa ซึ่งผู้ประกอบการมักจะขออนุญาตเป็นการเปิดให้บริการในลักษณะของ Beauty and Salon รวมถึงการนวดซึ่งโดยส่วนใหญ่จะมีบริการใน 3 ลักษณะ ได้แก่ การนวดน้ำมัน การนวดแผนไทย และการนวดชาและเท้า</li> </ul> <p>❏ ในปี 2546 จำนวนผู้ใช้บริการสปาในออสเตรเลียมีประมาณ 2.35 ล้านคนต่อปี จำแนกออกได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ที่อาศัยในเมืองนั้นๆ (Local Residents) กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย (Domestic Tourists) และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ (International Tourists) (ภาพที่ 4-23)</p>	<p>❏ จำนวนผู้ใช้บริการสปามีการเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่สูง กล่าวคือ ในช่วงปี 2544-2547 มีอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยปีละ 13.8% (ที่มา: Tourism Victoria)</p> <p>❏ การให้บริการสปาไทยมีจุดแข็งที่เป็นข้อได้เปรียบจากบริการสปาของชาติอื่นๆ คือ บริการของพนักงาน (Service Mind) ที่สร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้า และการใช้สมุนไพรมากกว่าที่อื่นๆ ทำให้ลูกค้าชาวต่างชาติมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับเป็นอย่างมาก</p> <p>❏ ความต้องการใช้บริการสปาไทยในตลาดออสเตรเลียยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตได้อีกมาก ประกอบกับสถานบริการสปาไทยที่เปิดให้บริการอยู่ในปัจจุบันยังมีจำนวนน้อยอยู่ ทั้งนี้ มีผู้ประกอบการบางราย (Kankaera Herbal Spa) ได้มีการจัดทำต้นแบบของการดำเนินธุรกิจดังกล่าวไว้ และยินดีที่จะเผยแพร่และให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการที่สนใจในธุรกิจดังกล่าวนี้ด้วย</p>	<p>❏ การขออนุญาตจัดตั้งสถานบริการสปาที่ออสเตรเลียมีขั้นตอนที่ยุ่งยากพอสมควร โดยจะต้องขออนุญาตจากเทศบาล ขณะที่เจ้าหน้าที่ของออสเตรเลียยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบริการดังกล่าว ทำให้อาจต้องใช้ระยะเวลาานานกว่าที่จะได้รับใบอนุญาต</p> <p>❏ ผู้ประกอบการสถานบริการสปาที่ต้องการนำเข้าพนักงานคนไทย ควรระมัดระวังในการดำเนินการตามข้อกำหนดของออสเตรเลีย โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวกับเงื่อนไขการจ้างงาน การรับผิดชอบเรื่องสุขภาพอนามัยของพนักงาน และการส่งกลับประเทศไทยกรณีที่หมดสัญญาจ้างแล้ว นอกจากนี้ การว่าจ้างพนักงานในสถานบริการสปายังมีข้อกำหนดด้วยว่าจะต้องมีสัดส่วนของพนักงานที่เป็นคนในท้องถิ่นและคนจากต่างประเทศในอัตราประมาณ 3 : 1 กล่าวคือ หากมีการนำเข้าพนักงานจากไทย 1 คน จะต้องมีท้องถิ่น 3 คน</p>

สถานภาพปัจจุบัน	โอกาสทางธุรกิจ	การส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศออสเตรเลีย
<p>➤ การมาใช้บริการส่วนใหญ่ (45%) จะเป็นแบบ Day Spa รายได้โดยรวมในธุรกิจสปาอยู่ในราว 200 ล้านดอลลาร์ออสเตรเลีย (ที่มา: Spa Industry Profile Australia 2002-2007)</p> <p>➤ ลูกค้าที่มาใช้บริการส่วนใหญ่ (75%) จะเป็นเพศหญิง กลุ่มอายุที่มาใช้บริการในกลุ่ม Day Spa จะอยู่ในช่วง 30-39 ปี ขณะที่กลุ่มที่ใช้บริการ Hotel/ Resort Spa จะเป็นกลุ่มที่อยู่ในช่วง 40-49 ปี (ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าส่งออก)</p> <p>➤ บริการสปาในออสเตรเลียส่วนใหญ่ยังคงมีชาวออสเตรเลียเป็นผู้ประกอบการหลักอยู่นอกจากนั้น ยังมีบริการสปาในรูปแบบ Asian Style เช่น อังสนาสปาของสิงคโปร์ Oriental Spa ของอินโดนีเซีย และสปาไทย อย่างไรก็ตามสปาไทยยังไม่เป็นที่รู้จักของชาวออสเตรเลียโดยทั่วไปเท่าใดนัก โดยจะมีเพียงชาวออสเตรเลียในระดับชนชั้นกลางถึงสูงเท่านั้นที่จะเข้าใจถึงลักษณะบริการสปาของไทย ดังนั้นผู้ประกอบการจึง Promote บริการสปาไทยที่ออสเตรเลียโดยจะเรียกว่าเป็น Thai Massage มากกว่า</p>	<p>➤ แม้ว่า Thai Massage จะมีภาพลักษณ์ที่ไม่ดีบ้างในออสเตรเลีย กล่าวคือ มีบางกลุ่มเข้าใจว่ามีการให้บริการทางเพศแอบแฝงอยู่ด้วย เนื่องจากมีผู้ประกอบการบางรายที่เปิดให้บริการ Thai Massage แต่กิจการไม่ดีเท่าใดนัก จึงมีการลักลอบดำเนินกิจการในลักษณะดังกล่าว อย่างไรก็ตาม ภาพลักษณ์เชิงลบยังไม่ร้ายแรงมากนัก นอกจากนี้ คำว่า “ไทย” ในทัศนะของชาวออสเตรเลียยังดีอยู่มาก ดังนั้นโอกาสทางธุรกิจในกลุ่มนี้ยังอยู่ในทิศทางที่ดี</p>	<p>➤ เนื่องจากลูกค้าชาวออสเตรเลียจะให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคามากที่สุด ดังนั้น จึงต้องมีกลยุทธ์การส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มมากขึ้น</p> <p>➤ การคัดเลือกพนักงานที่ให้บริการจะต้องพิจารณาถึงความรู้ความสามารถในการสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นสำคัญ รวมทั้งประสบการณ์การทำงานโดยควรมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี ทั้งนี้ไม่จำเป็นต้องมีใบรับรองจากหน่วยงานใดๆ</p> <p>➤ ต้นทุนหลักในการดำเนินธุรกิจสปาจะเป็นค่าใช้จ่ายในเรื่องของการจัดหาสถานที่และการออกแบบตกแต่ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับข้อกำหนดตำแหน่งทางการตลาด (Position) เป็นสำคัญ ทั้งนี้ หากเป็นสถานบริการสปาขนาดเล็กอาจต้องใช้เงินทุนอย่างน้อยประมาณ 3 หมื่นเหรียญออสเตรเลีย</p> <p>➤ สถานให้บริการสปาโดยเฉลี่ยจะมีพื้นที่ประมาณ 237 ตารางเมตรและมีห้องให้บริการประมาณ 6 ห้อง ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการให้บริการทั้งหญิงและชาย</p>



สถานภาพปัจจุบัน	โอกาสทางธุรกิจ	การส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศออสเตรเลีย
		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ แหล่งที่ตั้งให้บริการสปาที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ บริเวณโกลด์โคสต์ (Gold Coast &amp; Surrounds) รองลงมาคือ Spa Country, Daylesford/ Hepburn Springs ในรัฐวิกตอเรีย (ภาพที่ 12)</li> <li>➤ “ซา” เป็นเครื่องดื่มนิยมเสิร์ฟให้แก่ผู้มาใช้บริการ</li> <li>➤ อัตราค่าบริการโดยเฉลี่ยอยู่ในราว 110 เหรียญออสเตรเลีย</li> </ul>
<b>พฤติกรรมกรรมการไปสถานบริการสปาของชาวออสเตรเลีย</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ สื่อที่ผู้บริโภคชาวออสเตรเลียได้รับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับบริการสปา ได้แก่ นิตยสาร (31.5%) หนังสือพิมพ์ (23.0%) อินเทอร์เน็ต (22.3%) และโทรทัศน์ (19.7%)</li> <li>➤ ความถี่ในการไปใช้บริการสถานสปาเฉลี่ยประมาณ 1.4 ครั้งต่อเดือน และเพื่อนวดเฉลี่ยประมาณ 1.4 ครั้งต่อเดือน โดยแต่ละครั้งจะมีค่าใช้จ่ายประมาณ 68 เหรียญออสเตรเลีย และ 56 เหรียญออสเตรเลียตามลำดับ</li> <li>➤ ปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปา 3 อันดับแรก ได้แก่ คุณภาพ ราคา และความสะอาดของสถานบริการสปา ส่วนปัจจัยรอง ได้แก่ การโฆษณา การแนะนำของเพื่อนหรือคนรู้จัก และข้อคิดเห็นที่ปรากฏบนเว็บไซต์</li> </ul>		
<p>ที่มา : สํารวจจากชาวออสเตรเลียจำนวน 305 ราย เดือนกันยายน 2549</p>		

ภาพที่ 16 กลุ่มผู้ที่มาใช้บริการสปา



ที่มา : Intelligent Spas, 2003