



โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัย

รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ

เสนอ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

โดย บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด

กันยายน 2563

รายงานผลการศึกษาระดับสมบูรณ
(ฉบับปรับปรุง)

โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทย
ในเศรษฐกิจสูงวัย

เสนอต่อ

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

โดย

บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด

กันยายน 2563

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ.....	1-1
1.1 หลักการและเหตุผล.....	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ.....	1-1
1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน	1-2
บทที่ 2 กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา และแผนการดำเนินงาน	2-1
2.1 กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา	2-1
2.1.1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์.....	2-2
2.1.2 การศึกษาแนวโน้มสำคัญต่างๆ ทั่วโลก และกรณีศึกษาด้านการปรับตัวของธุรกิจ ไทยในเศรษฐกิจสูงวัย	2-4
2.1.3 การศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและ บริการ และห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการไทยที่มีต่อระบบเศรษฐกิจสูงวัย	2-6
2.1.4 ระบุกลุ่มเป้าหมาย (ผู้ประกอบการ) จากสาขาที่มีศักยภาพ.....	2-9
2.1.5 วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อกำหนดแนวทางการใช้โอกาส แนวทางการปรับตัว และแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการในเศรษฐกิจสูงวัย	2-10
2.1.6 ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับฟังความเห็น จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อ ถ่ายทอดความรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ผลการศึกษา.....	2-11
2.1.7 การสร้างการรับรู้ กระตุ้นการมีส่วนร่วม โดยจัดทำบทความหรือบทสัมภาษณ์ ผ่านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่สาธารณะ ผ่านสื่อต่างๆ.....	2-12
2.2 แผนการดำเนินงาน	2-13
2.2.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน	2-13
2.2.2 ระยะเวลาการดำเนินงาน.....	2-14
บทที่ 3 แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย	3-1
3.1 แนวโน้มด้านสังคมสูงวัย	3-1
3.1.1 ทฤษฎีคลื่นของสังคมผู้สูงอายุทั่วโลก (Wave Theory of Global Ageing)	3-2
3.1.2สวัสดิการสังคม (Social Welfare).....	3-11
3.1.3 หนี้สาธารณะ (National Debts).....	3-14

สารบัญ (ต่อ)

3.1.4	การดูแลผู้สูงอายุและความแน่นแฟ้นในครอบครัว (Caring and Family Cohesion).....	3-15
3.1.5	การจ้างงานผู้สูงอายุ (Mature-age Employment)	3-16
3.1.6	สิ่งแวดล้อมเมือง (Urban Environment)	3-19
3.1.7	ความท้าทายต่อรูปแบบการบริโภค (Challenges to Consumption Patterns)	3-20
3.2	แนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย.....	3-22
3.2.1	เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (The Internet of Things หรือ IoT).....	3-24
3.2.2	เทคโนโลยีบ้านที่เชื่อมต่อกับทุกอย่าง (Connected home).....	3-24
3.2.3	เทคโนโลยีเมืองอัจฉริยะ (Smart Cities)	3-25
3.2.4	เทคโนโลยีเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy).....	3-25
3.2.5	เทคโนโลยีหลักสูตรออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Course หรือ MOOC).....	3-26
3.2.6	เทคโนโลยีหุ่นยนต์และการให้บริการ (Robotics and Services)	3-27
3.3	แนวโน้มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย.....	3-27
3.3.1	การค้าระหว่างประเทศ (International Trade).....	3-28
3.3.2	การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)	3-30
3.3.3	ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)	3-31
3.3.4	พฤติกรรมกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ.....	3-32
3.4	สรุป.....	3-33
บทที่ 4	กรณีศึกษาธุรกิจต้นแบบ และนโยบายสนับสนุนธุรกิจ ในยุคเศรษฐกิจสูงวัย.....	4-1
4.1	กรณีศึกษาธุรกิจต้นแบบในยุคเศรษฐกิจสูงวัย	4-4
4.1.1	ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ	4-4
4.1.2	ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ.....	4-10
4.1.3	ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัย	4-13
4.1.4	ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค.....	4-18
4.1.5	ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย	4-22
4.1.6	ภาพรวมของธุรกิจในยุคเศรษฐกิจสูงวัย	4-25

สารบัญ (ต่อ)

4.2	กรณีศึกษาระเบียบและนโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจในยุคเศรษฐกิจสูงวัย	4-26
4.2.1	ญี่ปุ่น	4-27
4.2.2	สิงคโปร์	4-32
4.2.3	สหภาพยุโรป	4-37
4.2.4	ประเด็นสำคัญที่อาจนำมาประยุกต์กับนโยบายของประเทศไทย	4-41
บทที่ 5 วิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและบริการ และห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการไทย		
5.1	ภาคเกษตร	5-1
5.1.1	การจัดกลุ่มสินค้าเกษตร	5-1
5.1.2	การวิเคราะห์สถานการณ์ของสินค้าเกษตร	5-3
5.1.3	การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าและห่วงโซ่อุปทานภาคเกษตร	5-12
5.1.4	สรุปกลุ่มสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ	5-22
5.2	ภาคอุตสาหกรรม	5-26
5.2.1	การจัดกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม	5-26
5.2.2	การวิเคราะห์สถานการณ์ของสินค้าอุตสาหกรรม	5-27
5.2.3	การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานภาคอุตสาหกรรม	5-32
5.2.4	สรุปกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ	5-76
5.3	ภาคบริการ	5-77
5.3.1	การจัดกลุ่มบริการ	5-77
5.3.2	การวิเคราะห์สถานการณ์ของภาคบริการ	5-78
5.3.3	การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าและห่วงโซ่อุปทานภาคบริการ	5-84
5.3.4	สรุปกลุ่มบริการที่มีศักยภาพ	5-102
5.4	นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย	5-103
5.4.1	นโยบายและแผนที่รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ	5-103
5.4.2	ข้อมูลสนับสนุนอุตสาหกรรมหรือบริการที่ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย	5-111
5.4.3	สรุปธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย	5-121

สารบัญ (ต่อ)

5.5	สรุปกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัย	5-127
บทที่ 6	การคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาเชิงลึก	6-1
6.1	แนวทางการคัดเลือกจังหวัดเชิงปริมาณ	6-1
6.1.1	องค์ประกอบของประเด็นที่พิจารณา	6-1
6.1.2	แนวทางการคัดเลือก	6-7
6.2	การคัดกรองเชิงคุณภาพ	6-8
6.2.1	จังหวัดชลบุรี	6-9
6.2.2	จังหวัดเชียงใหม่	6-9
6.2.3	จังหวัดนครราชสีมา	6-10
6.2.4	จังหวัดนนทบุรี	6-11
6.2.5	จังหวัดอุบลราชธานี	6-11
6.3	การคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาเชิงลึก	6-12
บทที่ 7	สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น การประชุม เชิงปฏิบัติการ และการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา	7-1
7.1	การสัมภาษณ์เชิงลึก	7-2
7.1.1	ประเด็นการให้สัมภาษณ์เชิงลึก	7-2
7.1.2	สรุปผลสัมภาษณ์เชิงลึก	7-3
7.2	การประชุมรับฟังความคิดเห็น	7-34
7.2.1	ประเด็นการระดมความคิดเห็น	7-35
7.2.2	สรุปผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นโครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัย	7-36
7.3	การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการดำเนินงานเพื่อรองรับการปรับตัว ของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย ใน 3 ภูมิภาค	7-44
7.3.1	จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดสระบุรี	7-44
7.3.2	จังหวัดเชียงใหม่	7-50
7.4	การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัย	7-62

สารบัญ (ต่อ)

7.5 การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจ สูงวัย	7-73
บทที่ 8 การวิเคราะห์ธุรกิจที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัย	8-1
8.1 ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ.....	8-2
8.1.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน.....	8-2
8.1.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	8-7
8.2 ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	8-11
8.2.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน.....	8-11
8.2.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	8-14
8.3 ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์.....	8-17
8.3.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน.....	8-17
8.3.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	8-20
8.4 ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค	8-23
8.4.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน.....	8-23
8.4.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	8-25
8.5 ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย.....	8-28
8.5.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน.....	8-28
8.5.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค	8-30
บทที่ 9 ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย	9-1
9.1 ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ.....	9-2
9.2 ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	9-8
9.3 ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์.....	9-13
9.4 ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค	9-19
9.5 ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย.....	9-26
9.6 การใช้ชีวิตที่เป็นอิสระและพึ่งพิงตัวเองได้ ของผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ.....	9-29
9.7 แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจสูงวัย	9-30
9.8 ภาพรวมข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย.....	9-35

สารบัญ (ต่อ)

บรรณานุกรม	บ-1
ภาคผนวก 1 สถิติที่เกี่ยวข้องกับผู้สู้ง่าย.....	ผ 1-1
ภาคผนวก 2 รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม ภาพการดำเนินกิจกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง	ผ 2-1
ภาคผนวก 3 เอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์ เผยแพร่ผลการศึกษา	ผ 3-1

สารบัญภาพ

ภาพที่ 2-1 กรอบแนวทางศึกษาวิเคราะห์ธุรกิจที่จะได้รับผลประโยชน์ในเศรษฐกิจสูงวัย	2-3
ภาพที่ 2-2 แนวโน้มสำคัญ (Megatrends) ของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่	2-5
ภาพที่ 2-3 กรอบการวิเคราะห์สถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของภาคเกษตรไทย	2-7
ภาพที่ 2-4 กรอบการวิเคราะห์สถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมไทย	2-7
ภาพที่ 2-5 กรอบการวิเคราะห์สถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของธุรกิจบริการไทย	2-8
ภาพที่ 2-6 กระบวนการศึกษาแบบการเน้นการมีส่วนร่วม	2-11
ภาพที่ 3-1 อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดในระดับประเทศไทย และระดับโลก ระหว่าง พ.ศ. 2503-2561	3-3
ภาพที่ 3-2 จำนวนผู้สูงอายุทั้งหมดเทียบกับอัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด ใน ระดับประเทศไทย	3-4
ภาพที่ 3-3 อายุขัยเฉลี่ยของประชากรไทยและประชากรโลกระหว่าง พ.ศ. 2503-2560	3-5
ภาพที่ 3-4 การคาดประมาณผู้สูงอายุในประเทศไทย ระหว่าง พ.ศ. 2563-2593	3-6
ภาพที่ 3-5 การคาดประมาณผู้สูงอายุในโลก ระหว่าง พ.ศ. 2563-2593	3-7
ภาพที่ 3-6 อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุต่อประชากรวัยแรงงานทั้งหมด	3-8
ภาพที่ 3-7 พีระมิดประชากรของประเทศในเอเชีย	3-9
ภาพที่ 3-8 พีระมิดประชากรของประเทศอาเซียนที่เป็นประเทศเพื่อนบ้าน	3-10
ภาพที่ 3-9 รายงานการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในประเทศไทย ระหว่าง พ.ศ. 2555-2562	3-13
ภาพที่ 3-10 ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2543-2560	3-15
ภาพที่ 3-11 อัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวมในภูมิภาคต่างๆ ในปี ค.ศ. 1995 2000 และ 2010	3-17
ภาพที่ 3-12 จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ยังทำงาน และอัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลัง แรงงานรวม ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2562	3-18
ภาพที่ 3-13 เทคโนโลยี 23 ด้าน ในการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4	3-23
ภาพที่ 3-14 มูลค่าการส่งออกระหว่างประเทศ ระหว่าง พ.ศ. 2503-2561	3-28
ภาพที่ 3-15 มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์ ระหว่าง พ.ศ. 2544-2561	3-29
ภาพที่ 4-1 แผนภาพแสดงโรงพยาบาลในเครือ BDMS ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ	4-5
ภาพที่ 4-2 รูปแบบธุรกิจของ Medical Departures	4-6
ภาพที่ 4-3 รูปแบบธุรกิจของ Health at Home	4-7
ภาพที่ 4-4 รูปแบบธุรกิจ Babylon สตาร์ทอัพด้าน telemedicine	4-9

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 4-5 ดินสอมินิ หุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุ.....	4-11
ภาพที่ 4-6 คือ ชุดเซนเซอร์อัจฉริยะ และเข็มกลัดอัจฉริยะ GoLive	4-12
ภาพที่ 4-7 หุ่นยนต์ ElliQ ที่ทำหน้าที่เป็นเพื่อนผู้สูงอายุ.....	4-13
ภาพที่ 4-8 Universal Nursing Home ยู.เอ็น.เอช.....	4-14
ภาพที่ 4-9 Otium Apartments ที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มคนวัยเกษียณ.....	4-15
ภาพที่ 4-10 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สำหรับที่อยู่อาศัยของเอสซีจี	4-17
ภาพที่ 4-11 ธุรกิจสินค้าเกษตรอินทรีย์ของทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม	4-19
ภาพที่ 4-12 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ กินอยู่ดี	4-20
ภาพที่ 4-13 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับผู้สูงวัยของ HARNN.....	4-21
ภาพที่ 4-14 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุในร้านสะดวกซื้อ.....	4-22
ภาพที่ 4-15 มาตรการการจำนองย้อนกลับ Reverse Mortgage ของไทย	4-23
ภาพที่ 4-16 แผนภูมิแสดงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงวัย 10 อันดับแรก ระหว่างปี 2562 - 2593.....	4-27
ภาพที่ 4-17 โครงการ On-the-job training ภายใต้ Asia Health and Wellbeing Initiatives..	4-29
ภาพที่ 4-18 วิสัยทัศน์ภายใต้ต้นนโยบาย Smart Nation ของสิงคโปร์.....	4-33
ภาพที่ 4-19 ภาพรวมการพัฒนานโยบายด้านเศรษฐกิจสูงวัย.....	4-36
ภาพที่ 4-20 แผนการดำเนินงานภายใต้ร่วมมือด้านนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมสูงวัย	4-39
ภาพที่ 5-1 ภาวะการทำงานของประชากรภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร	5-4
ภาพที่ 5-2 ดัชนีระดับความสำคัญของสินค้าเกษตรต่อการส่งออกของไทย.....	5-10
ภาพที่ 5-3 ดัชนีระดับความสำคัญของสินค้าปศุสัตว์และประมงต่อการส่งออกของไทย.....	5-11
ภาพที่ 5-4 โครงสร้างการผลิตข้าว	5-12
ภาพที่ 5-5 โครงสร้างการผลิตข้าวโพด.....	5-13
ภาพที่ 5-6 โครงสร้างการผลิตอ้อย.....	5-14
ภาพที่ 5-7 โครงสร้างการผลิตมันสำปะหลัง.....	5-15
ภาพที่ 5-8 โครงสร้างการผลิตปาล์มน้ำมัน	5-16

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 5-9	โครงสร้างการผลิตยางพารา	5-17
ภาพที่ 5-10	โครงสร้างการผลิตลำไย	5-18
ภาพที่ 5-11	โครงสร้างการผลิตสับปะรด	5-18
ภาพที่ 5-12	โครงสร้างการผลิตทุเรียน	5-19
ภาพที่ 5-13	โครงสร้างการผลิตสุกร	5-21
ภาพที่ 5-14	โครงสร้างการผลิตไก่เนื้อและไข่ไก่	5-22
ภาพที่ 5-15	พื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก และสัดส่วนการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ระหว่างปี 2543 - 2561	5-24
ภาพที่ 5-16	จำนวนผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกระหว่างปี 2543 - 2561	5-24
ภาพที่ 5-17	ดัชนีระดับความสำคัญของอุตสาหกรรมต่อการส่งออกของประเทศ	5-31
ภาพที่ 5-18	ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์	5-33
ภาพที่ 5-19	ห่วงโซ่อุปทานการผลิตของอุตสาหกรรมพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก	5-34
ภาพที่ 5-20	ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่	5-42
ภาพที่ 5-21	ความเหมือนและแตกต่างของส่วนประกอบต่างๆ ของยานยนต์ไฟฟ้า แบบดั้งเดิมและยานยนต์สมัยใหม่	5-45
ภาพที่ 5-22	ห่วงโซ่อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง	5-48
ภาพที่ 5-23	ห่วงโซ่อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ	5-54
ภาพที่ 5-24	ห่วงโซ่อุปทานการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม	5-58
ภาพที่ 5-25	ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์อุตสาหกรรม	5-64
ภาพที่ 5-26	กระบวนการเชื่อมโยงระบบอัตโนมัติ	5-69
ภาพที่ 5-27	ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์	5-75
ภาพที่ 5-28	การค้าบริการระหว่างประเทศของไทย	5-79
ภาพที่ 5-29	ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกและนำเข้าบริการของไทยไปยังโลก	5-80
ภาพที่ 5-30	ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ	5-80
ภาพที่ 5-31	ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการแบ่งตามตัวชี้วัด เดือนพฤศจิกายน 2561	5-81

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ 5-32 ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการรายสาขา เดือนพฤศจิกายน 2561	5-82
ภาพที่ 5-33 อัตราขยายตัวดัชนีภาวะการค้าภาคบริการรายสาขาระหว่าง เดือนพฤศจิกายน 2560 และ 2561	5-83
ภาพที่ 5-34 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายได้สูง	5-84
ภาพที่ 5-35 กิจกรรมในสาขาบริการสุขภาพและการแพทย์	5-94
ภาพที่ 5-36 ห่วงโซ่อุปทานบริการขนส่งและโลจิสติกส์	5-98
ภาพที่ 5-37 ห่วงโซ่อุปทานบริการดิจิทัล	5-100
ภาพที่ 5-38 แผนภาพสรุปกรอบนโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย	5-127
ภาพที่ 5-39 ธุรกิจที่น่าสนใจในเศรษฐกิจสูงวัย	5-130

สารบัญตาราง

ตารางที่ 2-1	โครงร่างรายงานการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น (Inception Report).....	2-15
ตารางที่ 2-2	โครงร่างรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report).....	2-16
ตารางที่ 5-1	การแบ่งกลุ่มสินค้าเกษตร	5-2
ตารางที่ 5-2	มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรในช่วงปี 2558 - 2562	5-7
ตารางที่ 5-3	มูลค่าการส่งออกสินค้าปศุสัตว์และประมงในช่วงปี 2558 - 2562	5-8
ตารางที่ 5-4	มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมในช่วงปี 2558 - 2562.....	5-29
ตารางที่ 5-5	จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์.....	5-52
ตารางที่ 5-6	การจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ตาม GMDN.....	5-72
ตารางที่ 5-7	มาตรการส่งเสริมการลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย	5-113
ตารางที่ 6-1	เครื่องมือในการคัดเลือกจังหวัดที่จะศึกษาเชิงลึก	6-3
ตารางที่ 6-2	การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัด ที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2561	6-4
ตารางที่ 6-3	การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัด	6-5
ตารางที่ 6-4	การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัด	6-6
ตารางที่ 6-5	การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัด ที่มีจำนวนสถานประกอบการมากที่สุด 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2559	6-7
ตารางที่ 6-6	สรุปผลคะแนนสูงสุด 10 จังหวัด จำแนกตามประเด็นพิจารณา	6-8

บทที่ 1

บทนำ

1.1 หลักการและเหตุผล

สังคมสูงวัย หรือสังคมที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุในระดับสูงเมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมด ได้กลายเป็นสถานการณ์ที่สำคัญของโลกและหลายประเทศกำลังเผชิญ ซึ่งประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในนั้น โดยไทยได้เข้าสู่การเป็นสังคมสูงอายุ (Aging Society) มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 และคาดว่าไทยจะเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยโดยสมบูรณ์ (Complete Aged Society) ในปี พ.ศ. 2564 และเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด (Super Aged Society) ภายในปี พ.ศ. 2579 หรืออีกเพียงแค่นี้ไม่ถึงสิบปีเท่านั้น ไทยจะมีประชากรผู้สูงอายุคิดเป็นประมาณร้อยละ 30 ของจำนวนประชากรทั้งหมด สถานการณ์ทางสังคมนี้ ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเชิงโครงสร้างประชากรเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อปัจจัยการผลิตและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในด้านแรงงาน ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตในระบบเศรษฐกิจที่สำคัญ ด้านบริการสุขภาพและการรักษาพยาบาลที่มีแนวโน้มความต้องการเพิ่มสูงขึ้น อุตสาหกรรมและบริการที่สนับสนุนส่งเสริมสุขภาพชีวิตของผู้สูงอายุ และธุรกิจต่างๆ ที่จะเติบโตไปพร้อมๆ กับการเป็นสังคมผู้สูงอายุ โดยการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวนี้ ไม่เพียงจะเกิดขึ้นกับการค้าสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง แต่จะส่งผลกระทบต่อทั้งระบบเศรษฐกิจของไทย ดังนั้น การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของระบบเศรษฐกิจไทยในสังคมผู้สูงอายุจึงจำเป็นอย่างยิ่งต่อการตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นแล้ว และสิ่งที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อเตรียมความพร้อมรองรับและสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าสำหรับสังคมผู้สูงอายุ

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการ

- ศึกษาการปรับตัวของโครงสร้างเศรษฐกิจไทยในภาพรวมสำหรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
- ศึกษาและให้ข้อเสนอแนะการปรับตัวของผู้ประกอบการสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

- กำหนดทิศทางนโยบาย/แผนงาน เพื่อรองรับและสนับสนุนด้านเศรษฐกิจการค้าในเศรษฐกิจสูงวัย

1.3 ขอบเขตการดำเนินงาน

1.3.1 ศึกษา รวบรวม จัดทำ และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

(1) รวบรวมข้อมูล และทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา เพื่อนำเสนอต้นแบบที่ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับการรับมือและบริหารจัดการเศรษฐกิจสูงวัย จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ

(2) ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อพิจารณาอุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย

(3) บังชีกลุ่มจังหวัด ที่คาดว่าจะทำการศึกษา และลงพื้นที่เพื่อประชุมหารือ พร้อมทั้งระดมความคิดเห็น

(4) ดำเนินการจัดประชุมกลุ่มย่อย และ/หรือ การสัมภาษณ์เชิงลึก และ/หรือ การประชุมทางไกล (Video Conference) และจัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อรับฟังการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของระบบเศรษฐกิจไทยและผู้ประกอบการเอกชนในสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ตลอดจนสำรวจอุปสรรคทางการค้า และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวนไม่น้อยกว่า 2 ครั้ง ผู้เข้าร่วมรวมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 50 คน โดยมีผู้เข้าร่วมงานจากต่างจังหวัดจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน พร้อมทั้งจัดทำสรุปการประชุม

(5) จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อรับฟังการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของระบบเศรษฐกิจไทยและผู้ประกอบการเอกชนในสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ตลอดจนสำรวจอุปสรรคทางการค้า และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในส่วนภูมิภาค จำนวน 3 ครั้ง ในการดำเนินการในแต่ละครั้ง โดยการดำเนินการในแต่ละครั้ง ให้มีผู้แทนจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าร่วมเดินทาง หรือเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อสังเกตการณ์ และเรียนรู้กระบวนการทำงาน โดยผู้รับจ้างเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางในประเทศและการดำเนินงานทั้งหมด อาทิ ค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าของที่ระลึก เป็นต้น พร้อมทั้งจัดทำสรุปผลการประชุม

(6) จัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และจัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำข้อมูลมาแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และรับฟังปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับ

การค้าสินค้าอุตสาหกรรมและบริการร่วมกับสมาคม ผู้ประกอบการ หรือเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ใน กรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 1 ครั้ง ครั้งละไม่ต่ำกว่า 50 คน โดยมีผู้เข้าร่วมงานจาก ต่างจังหวัดจำนวนไม่น้อยกว่า 10 คน และผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าที่พัก ให้แก่ผู้ร่วมงานจากต่างจังหวัดดังกล่าว พร้อมทั้งจัดทำสรุปผลการประชุม

(7) ประมวลและสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อวางแผนทางการปรับตัวของธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย

1.3.2 สัมมนาวิชาการเผยแพร่ผลการศึกษา และจัดหาวิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ ในสาขาที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอผลลัพธ์ของโครงการ แก่ภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนทั่วไป ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล จำนวน 1 ครั้ง โดยมีผู้เข้าร่วมไม่ต่ำกว่า 100 คน โดยมีผู้เข้าร่วมงาน จากต่างจังหวัดจำนวนไม่น้อยกว่า 20 คน และผู้รับจ้างรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าที่พัก ให้แก่ผู้ร่วมงานจากต่างจังหวัดดังกล่าว พร้อมทั้งจัดทำสรุปผลการประชุม

1.3.3 สรุปผลการศึกษาของโครงการฯ และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายให้แก่ผู้บริหาร กระทรวงพาณิชย์ เกี่ยวกับโอกาสทางการค้าของธุรกิจสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย แนวทางการปรับตัว และแนวทางการพัฒนาของธุรกิจสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย รวมทั้งข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเกี่ยวกับการเตรียมความพร้อมของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนไทย ในการพัฒนาธุรกิจต่างๆ ในเศรษฐกิจสูงวัย

1.3.4 ดำเนินการสร้างการรับรู้ เพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา ร่วมกับความคิดเห็นจากภาค ส่วนที่เกี่ยวข้อง ผ่านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่สาธารณะ ผ่านสื่อต่างๆ ดังนี้

- จัดทำ Infographic เพื่อใช้ประกอบการจัดประชุม/สัมมนา/เผยแพร่ผ่านสื่อ ออนไลน์ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และ ช่องทางอื่นๆ ไม่น้อยกว่า 6 ครั้ง
- จัดทำเอกสารเผยแพร่ผลการศึกษา (สี) อย่างน้อย 120 ชุด เพื่อแจกจ่าย หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ทั้งนี้ ข้อมูลเนื้อหาที่เผยแพร่จะต้องได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการตรวจรับพัสดุ ในงานจ้างที่ปรึกษา ก่อนดำเนินการเผยแพร่

1.3.5 จัดประชุมร่วมกับคณะกรรมการดำเนินการจ้างที่ปรึกษาโดยวิธีคัดเลือก และ คณะกรรมการตรวจรับพัสดุในงานจ้างที่ปรึกษา พร้อมทั้งบุคลากรสำนักงานนโยบายและ

ยุทธศาสตร์การค้าอย่างสม่ำเสมอ ตามความเหมาะสมของระยะเวลาในการดำเนินโครงการฯ เพื่อรายงานความคืบหน้า ผลการศึกษา และสำรวจข้อมูล ปัญหาอุปสรรคที่เกิดขึ้น และร่วมกันพิจารณาตัดสินใจประเด็นต่างๆ ที่สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากำหนดขึ้น

1.3.6 จัดหาวัสดุ/อุปกรณ์/ข้อมูลที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการ โดยคำนึงถึงประโยชน์ของการใช้งาน และความเหมาะสมสอดคล้องกับภารกิจของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นสำคัญ

บทที่ 2

กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา และแผนการดำเนินงาน

2.1 กรอบแนวคิดและวิธีการศึกษา

จากขอบเขตการดำเนินงานในบทที่ 1 คณะผู้วิจัยแบ่งประเด็นการศึกษาออกเป็นประเด็น ดังนี้

- กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์
- การศึกษาแนวโน้มสำคัญต่างๆ ทั่วโลก และกรณีศึกษาด้านการรับมือและบริหารจัดการเศรษฐกิจสูงวัยในไทยและต่างประเทศ
- การศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและบริการ และห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการไทยที่มีต่อระบบเศรษฐกิจสูงวัย
- ระบุกลุ่มเป้าหมาย (ผู้ประกอบการ) จากสาขาที่มีศักยภาพ เพื่อระบุกลุ่มพื้นที่ที่จะลงพื้นที่ทำการศึกษา และระดมความคิดเห็น
- วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อกำหนดแนวทางการใช้โอกาส แนวทางการปรับตัว และแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการในเศรษฐกิจสูงวัย
- ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับฟังความเห็น จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ผลการศึกษา
- สร้างการรับรู้ กระตุ้นการมีส่วนร่วม โดยจัดทำบทความหรือบทสัมภาษณ์ ประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่สาธารณะ ผ่านสื่อต่างๆ

ทั้งนี้ ในการปฏิบัติงานจริง กรอบแนวทางการศึกษาที่นำเสนอข้างต้นอาจได้รับการปรับปรุงตามความเหมาะสม หรือตามแต่ที่จะหารือกับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าต่อไป

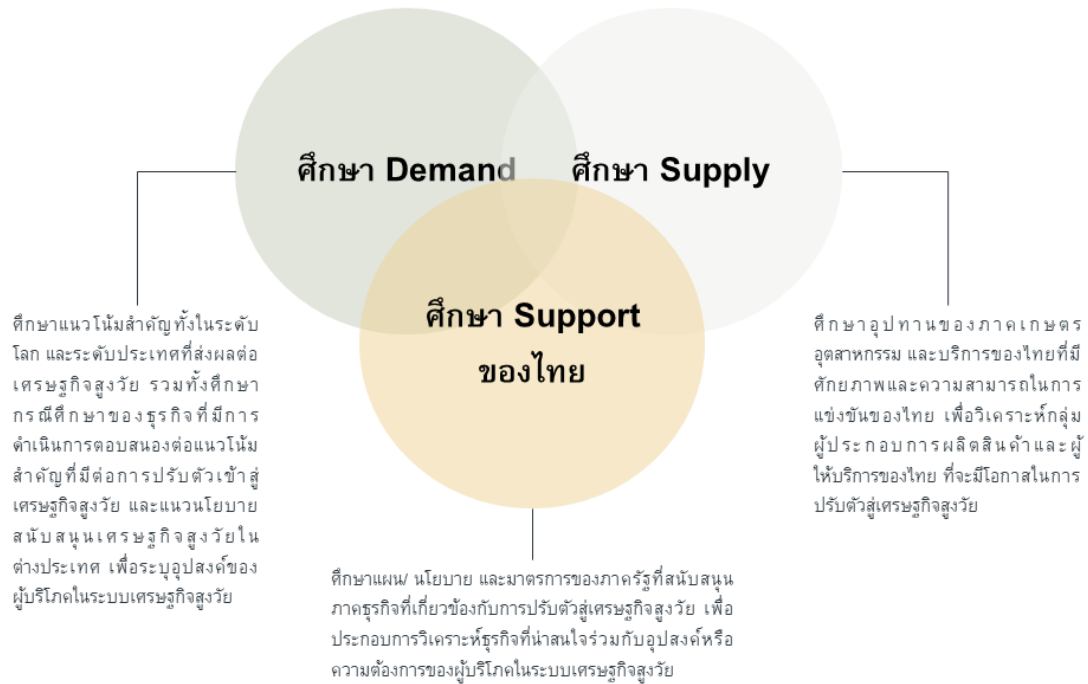
รายละเอียดเพิ่มเติมของการศึกษาแต่ละส่วน เป็นดังต่อไปนี้

2.1.1 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์

ในการศึกษาภายใต้โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย คณะผู้วิจัย มีเครื่องมือและแนวทางการศึกษาเพื่อจัดทำกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ ดังต่อไปนี้

- **การศึกษาวรรณกรรมปริทัศน์ (Literature Review)** คณะผู้วิจัย จะศึกษาเอกสารเผยแพร่ บทวิเคราะห์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งที่เชื่อถือได้ทั้งในและนอกประเทศ เพื่อนำมาทบทวน ปรับปรุงแนวทางและวิธีการศึกษาที่มีอยู่ให้มีความเหมาะสม
- **การรวบรวมข้อมูล (Data Collecting)** คณะผู้วิจัย จะรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย และกรณีศึกษาต่าง ๆ ทั้งกรณีศึกษาภายในประเทศไทย และต่างประเทศ ทั้งในระดับนโยบาย และระดับธุรกิจ
- **การรับฟังความคิดเห็นจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Engagement)** คณะผู้วิจัย จะใช้เครือข่ายที่มีอยู่ในการเข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านธุรกิจทั้งที่อยู่ในภาครัฐ ภาคเอกชน ภาควิชาการ และภาคประชาสังคม เพื่อระดมความคิดเห็นอันจะนำมาซึ่งการจัดทำการวิเคราะห์รูปแบบธุรกิจสมัยใหม่ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และเหมาะสมกับบริบทการพัฒนาธุรกิจของประเทศ
- **การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Analysis)** จะมีการอธิบายพรรณนา และวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์แบบตรรกะ (Analytical Induction) ในประเด็นที่ไม่สามารถวิเคราะห์เชิงปริมาณได้ เช่น นโยบายของภาครัฐ ระเบียบและกฎหมายต่าง ๆ เป็นต้น โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิที่ได้จากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และจากงานศึกษาที่มีความเกี่ยวข้อง ร่วมกับข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการจัดประชุมระดมสมองกับผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของไทย

ภาพที่ 2-1 กรอบแนวทางศึกษาวิเคราะห์ธุรกิจที่จะได้รับผลประโยชน์ในเศรษฐกิจสูงวัย



ในการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยจะทำการศึกษาความต้องการหรืออุปสงค์ของระบบเศรษฐกิจสูงวัย ผ่านการศึกษาแนวโน้มสำคัญทั้งในระดับโลก และระดับประเทศที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจสูงวัย ได้แก่ แนวโน้มด้านผู้สูงอายุ และแนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย โดยมีรายละเอียดของการศึกษาอยู่ในบทที่ 3 จากนั้น คณะผู้วิจัยจะศึกษากรณีศึกษาของธุรกิจที่มีการดำเนินการตอบสนองต่อแนวโน้มสำคัญที่มีต่อการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย ทั้งกรณีศึกษาในต่างประเทศ และในประเทศไทย รวมถึงแนวนโยบายสนับสนุนเศรษฐกิจสูงวัยในต่างประเทศ โดยมีรายละเอียดการศึกษาในบทที่ 4

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยจะศึกษาอุปทานของภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการของไทย ที่มีศักยภาพและความสามารถในการแข่งขันของไทย เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของผู้ประกอบการในประเทศไทยว่ามีความพร้อมเพียงใด พร้อมทั้งศึกษาแผน/ นโยบาย และมาตรการของภาครัฐที่สนับสนุนภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัย เพื่อประกอบการวิเคราะห์ธุรกิจที่น่าสนใจร่วมกับการวิเคราะห์อุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจสูงวัย ในบทที่ 5

2.1.2 การศึกษาแนวโน้มสำคัญต่าง ๆ ทั่วโลก และกรณีศึกษาด้านการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัย

2.1.2.1 แนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

สำหรับการศึกษาในส่วนนี้ คณะผู้วิจัย จะศึกษาแนวโน้มสำคัญต่าง ๆ ในระดับประเทศ และระดับโลกที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจสูงวัย ได้แก่ แนวโน้มด้านผู้สูงอายุ และแนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย รายละเอียดของแนวโน้มแต่ละกลุ่ม มีตัวอย่างดังนี้

➤ แนวโน้มด้านสังคมผู้สูงอายุ

คณะผู้วิจัย จะศึกษาแนวโน้มด้านสังคมผู้สูงอายุในประเทศไทยและในระดับโลก อาทิ สถิติด้านจำนวนผู้สูงอายุ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในประเทศไทยและระดับโลก ทิศทางและผลกระทบการเปลี่ยนแปลงของสังคมผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัย จะศึกษาแนวโน้มตามกรอบรายงานด้านสังคมผู้สูงอายุจาก World Economic Forum ได้ระบุแนวโน้มของสังคมผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย 8 ประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้อง อาทิ การจ้างงานผู้สูงอายุ (Mature-age Employment) สวัสดิการสังคม (Social Welfare) ความท้าทายต่อรูปแบบการบริโภค (Challenges to Consumption Patterns) สิ่งแวดล้อมเมือง (Urban Environment) โรคกลุ่มที่ไม่ติดต่อ (Non-Communicable Diseases) ทฤษฎีคลื่นของสังคมผู้สูงอายุทั่วโลก (Wave Theory of Global Ageing)หนี้สาธารณะ (National Debts) การดูแลผู้สูงอายุและความแน่นแฟ้นในครอบครัว (Caring and Family Cohesion) เป็นต้น

➤ แนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

คณะผู้วิจัย จะศึกษาแนวโน้มสำคัญด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย เช่น การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่ เพื่อวิเคราะห์เทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งสามารถเชื่อมโยงกับโอกาสในการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่ ได้ถูกกล่าวถึงเป็นครั้งแรกในการประชุม World Economic Forum 2016 (WEF 2016) ซึ่งการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่จะเป็นการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการผลิต ผสมผสานเทคโนโลยีเชิงกายภาพ เชิงดิจิทัล และเชิงชีวภาพเพื่ออุตสาหกรรม

ซึ่งส่งผลให้วิธีการทำธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป ความยืดหยุ่นในการทำงานมากขึ้น และบทบาทของธุรกิจบริการเพิ่มมากขึ้น โดยนาย Klaus Schwab ผู้ก่อตั้ง WEF ได้ระบุเทคโนโลยี 23 เทคโนโลยีที่สำคัญต่อการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่ ดังแสดงในภาพที่ 2-2

ภาพที่ 2-2 แนวโน้มสำคัญ (Megatrends) ของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่สี่



ตัวอย่างแนวโน้มของเทคโนโลยีที่สำคัญที่เกี่ยวข้องหรือประยุกต์ใช้กับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัยได้ ได้แก่

- The Internet of and for Things
- หุ่นยนต์และการให้บริการ (Robotics and Services)

2.1.2.2 กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

คณะผู้วิจัย จะคัดเลือกต้นแบบที่ประสบความสำเร็จเชิงนโยบายในระดับประเทศจากประเทศต้นแบบ และกรณีศึกษาต้นแบบในระดับธุรกิจทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อถอดบทเรียน เช่น รูปแบบนโยบาย รูปแบบธุรกิจ ข้อดี ข้อเสีย ปัญหา และข้อจำกัด ในการจัดทำ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อมของทั้งภาครัฐและภาคเอกชนไทย ในการพัฒนาธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย

- ระดับประเทศ - จะพิจารณาต้นแบบความสำเร็จเกี่ยวกับการรับมือและการบริหาร เศรษฐกิจสูงวัยจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมที่สามารถประยุกต์ใช้ใน ประเทศไทย ศักยภาพ ประสิทธิภาพ และความเป็นไปได้ของรูปแบบนโยบาย
- ระดับธุรกิจ - จะศึกษาต้นแบบที่ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับการจัดการเศรษฐกิจสูงวัยในระดับธุรกิจ โดยพิจารณาทั้งธุรกิจจากต่างประเทศ และธุรกิจในประเทศ

2.1.3 การศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและบริการ และห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการไทยที่มีต่อระบบเศรษฐกิจสูงวัย

ในการศึกษาส่วนนี้ คณะผู้วิจัย จะแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ 1) การศึกษา วิเคราะห์และประเมินประโยชน์และผลกระทบ เชิงปริมาณ และ/หรือ คุณภาพ บนพื้นฐานของ สถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของไทย 2) การศึกษาผลกระทบจากแนวโน้มสำคัญต่างๆ ที่มีต่อ ภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการของไทย และ 3) การคัดกรอง และระบุอุตสาหกรรมและธุรกิจ บริการสาขาที่มีศักยภาพ โดยคณะผู้วิจัย ได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นมาได้พอสังเขป โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

➤ วิเคราะห์และประเมินประโยชน์และผลกระทบ เชิงปริมาณ และ/หรือ คุณภาพ บนพื้นฐานของสถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของไทย

ในส่วนของการวิเคราะห์และประเมินประโยชน์และผลกระทบ เชิงปริมาณ และ/หรือ คุณภาพ บนพื้นฐานของสถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของไทย คณะผู้วิจัย จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น สามส่วน คือ ภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม และภาคบริการ เพื่อศึกษาพื้นฐานของสถานะ/ ศักยภาพ/ความพร้อมของธุรกิจแต่ละกลุ่มในประเทศไทย และพิจารณาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ปัจจุบันของแต่ละภาคส่วนของไทย

ภาพที่ 2-3 กรอบการวิเคราะห์สถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของภาคเกษตรไทย

พิจารณาการกลุ่มอุตสาหกรรมเกษตรตามรายกลุ่มสินค้า และวิเคราะห์สถานะและศักยภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมเกษตรในปัจจุบัน



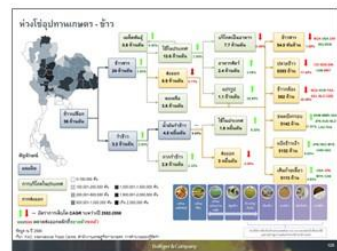
เกษตร



จัดแบ่งกลุ่มสินค้า



วิเคราะห์สถานการณ์สินค้าเกษตรของไทย



วิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า/อุปทานของสินค้าเกษตรไทย

ภาพที่ 2-4 กรอบการวิเคราะห์สถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมไทย

พิจารณาการกลุ่มอุตสาหกรรมการผลิตตามรายกลุ่มสินค้า และวิเคราะห์สถานะและศักยภาพปัจจุบันของอุตสาหกรรมการผลิตในปัจจุบัน



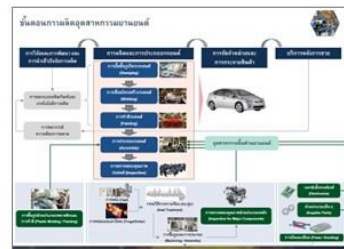
อุตสาหกรรม



จัดแบ่งกลุ่มสินค้า

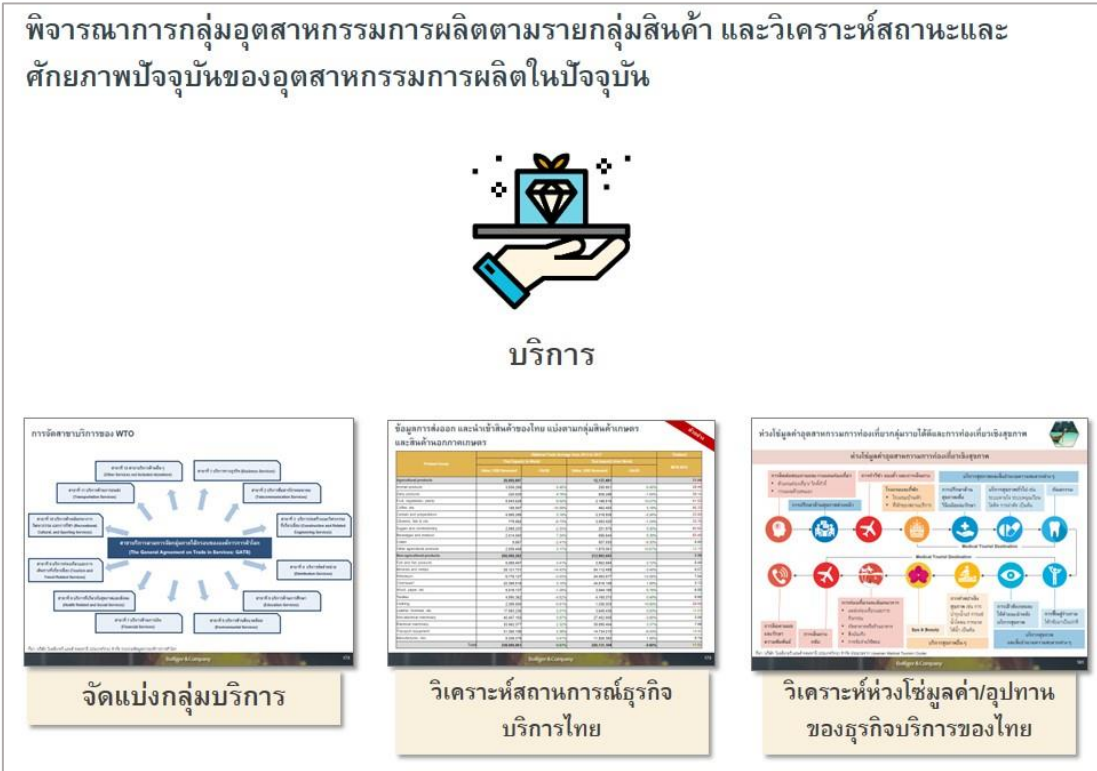


วิเคราะห์สถานการณ์สินค้าไทย



วิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่า/อุปทานของสินค้าไทย

ภาพที่ 2-5 กรอบการวิเคราะห์สถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของธุรกิจบริการไทย



คณะผู้วิจัยมีขั้นตอนในการวิเคราะห์ธุรกิจในแต่ละขั้นตอนแบ่งออกเป็น สามส่วนหลัก

คือ

- การจัดกลุ่มสินค้าและบริการ – พิจารณาแบ่งกลุ่มสินค้าและบริการตามแนวทางทางวิชาการ มีแหล่งอ้างอิง และมีความน่าเชื่อถือ
- การวิเคราะห์สถานการณ์ของสินค้าและบริการ – พิจารณาจากข้อมูลสถิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ข้อมูลด้านเศรษฐศาสตร์มหภาคต่าง ๆ มูลค่าการส่งออก-นำเข้าสินค้าและบริการ ข้อมูลดัชนีการแข่งขันต่าง ๆ เป็นต้น
- การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าและห่วงโซ่อุปทาน – พิจารณาภาพรวมของห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิตตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงอุตสาหกรรมปลายน้ำ พร้อมทั้งความเชื่อมโยงของภาคการผลิตและบริการในแต่ละขั้นตอนการผลิต และลักษณะของกิจกรรมบริการที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่มูลค่า เพื่อศึกษาทำความเข้าใจศักยภาพและความพร้อมของแต่ละธุรกิจ ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติและการเข้าสัมภาษณ์หรือหารือกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละสาขาธุรกิจ

➤ การศึกษาผลกระทบจากแนวโน้มสำคัญต่าง ๆ ที่มีต่อภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการด้านเศรษฐกิจสูงวัยของไทย

นอกจากการพิจารณาสถานะและศักยภาพปัจจุบันของแต่ละสาขาอุตสาหกรรมและบริการของไทยแล้ว คณะผู้วิจัย จะวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและผลกระทบจากความต้องการรูปแบบใหม่ๆ ที่ได้รับผลกระทบจากแนวโน้มสำคัญต่างๆ ในระดับโลกที่ศึกษาในหัวข้อที่ 2.1.2 เพื่อทำการระบุผลกระทบที่เกิดขึ้นกับแต่ละสาขาธุรกิจ ควบคู่ไปกับการศึกษากรณีศึกษาของคณะผู้วิจัย หรือองค์กรที่มีแนวทางการปรับตัวหรือแนวทางการใช้โอกาสจากแนวโน้มดังกล่าวเพื่อปรับปรุงหรือสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ให้เกิดขึ้น

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษานโยบายและแผนงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ระบุรูปแบบธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย ได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น และเมื่อทราบถึงผลกระทบของแนวโน้มสำคัญต่างๆ ต่อภาคส่วนของไทยแล้ว คณะผู้วิจัยจะได้กลุ่มอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการที่สำคัญ เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะที่เหมาะสมต่อไป

2.1.4 ระบุกลุ่มเป้าหมาย (ผู้ประกอบการ) จากสาขาที่มีศักยภาพ

คณะผู้วิจัยระบุกลุ่มเป้าหมายรายพื้นที่ที่คาดว่าจะทำการศึกษาในบทที่ 6 ของรายงานการศึกษา โดยพิจารณาจากปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานเกี่ยวกับเศรษฐกิจสูงวัยในจังหวัดต่างๆ ดังนี้

➤ ปัจจัยด้านอุปสงค์

คณะผู้วิจัย ได้พิจารณาจากสถิติเชิงภูมิประชากรศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ จำนวนประชากรในแต่ละจังหวัด ซึ่งบ่งชี้ถึงขนาดของตลาดในแต่ละจังหวัดที่เป็นไปได้ โดยข้อมูลจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมดจากกรมกิจการผู้สูงอายุ

นอกเหนือจากประเด็นด้านจำนวนผู้สูงอายุ คณะผู้วิจัย จะพิจารณาจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัว (GPP per capita) ของแต่ละจังหวัด เพื่ออนุมานถึงศักยภาพในการบริโภคของประชากรในแต่ละจังหวัด

➤ ปัจจัยด้านอุปทาน

คณะผู้วิจัย จะพิจารณา ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Products : GPP) รายจังหวัดประกอบการคัดเลือกจังหวัด เพราะ GPP เป็นปัจจัยที่แสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละจังหวัด

หลังจากระบุจังหวัดแล้ว คณะผู้วิจัยจะนำเสนอธุรกิจที่น่าสนใจในแต่ละจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกพร้อมกับสำนักฯ ต่อไป

2.1.5 วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อกำหนดแนวทางการใช้โอกาส แนวทางการปรับตัว และแนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการในเศรษฐกิจสูงวัย

คณะผู้วิจัยจะอาศัยข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้รับการศึกษาวิเคราะห์ที่ผ่านมา มาใช้ประกอบการศึกษา และวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และภัยคุกคาม (SWOT Analysis) ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย พร้อมกับการนำเสนอแนวทางปรับปรุง/แก้ไข การสนับสนุนดังกล่าวที่เหมาะสม และมีประสิทธิภาพสำหรับประเทศไทย

เบื้องต้น แนวทางการวิเคราะห์ SWOT ของการพัฒนาเศรษฐกิจสูงวัยจะอาศัยข้อมูลจากการประเมินเปรียบเทียบแนวทางการสนับสนุนหรือการดำเนินธุรกิจของไทยและประเทศกรณีศึกษา ควบคู่ไปกับข้อมูลที่รวบรวมจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มาระบุจุดแข็ง/จุดอ่อน ที่เกิดขึ้น นอกจากนี้ ยังอาจมีการนำเครื่องมืออื่นๆ ที่เหมาะสมมาใช้ประกอบการวิเคราะห์ อาทิ

- แนวทางการวิเคราะห์ PEST Analysis
- แนวทางการวิเคราะห์โดยจำลองประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (Customer/User Journey)
- การจัดทำแบบสอบถามเพื่อสำรวจความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ความต้องการ และความคาดหวังจากกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

และภายหลังจากดำเนินการจัดประชุมสัมมนาเพื่อเผยแพร่รับฟังความคิดเห็นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว คณะผู้วิจัย จะรวบรวมและวิเคราะห์ประเด็นข้อคิดเห็นต่างๆ ที่ได้รับมาจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการสมัยใหม่ ซึ่งจะเป็นประโยชน์กับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าในการจัดทำนโยบายและยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบเศรษฐกิจสูงวัยของไทยต่อไป

2.1.6 ดำเนินการแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับฟังความเห็น จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดความรู้ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย และเผยแพร่ผลการศึกษา

คณะผู้วิจัยจะเลือกสรรกระบวนการระดมความคิดเห็นที่เหมาะสมที่สุดสำหรับแต่ละโจทย์คำถามมาใช้ในโครงการนี้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังแสดงในภาพที่ 2-6

ภาพที่ 2-6 กระบวนการศึกษาแบบการเห็นการมีส่วนร่วม



คณะผู้วิจัย จะมีการจัดประชุมเพื่อนำเสนอข้อมูลและระดมความคิดเห็นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับบทบาทที่เหมาะสมของภาคส่วนต่างๆ สำหรับการมีส่วนร่วมในการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย ตลาดจนประเด็นความคาดหวังและข้อเสนอแนะที่มีต่อนโยบาย กฎหมาย และกฎระเบียบที่มีอยู่ในปัจจุบัน โดยในโครงการนี้ จะมีการจัดประชุมรับฟังความคิดเห็นไม่ต่ำกว่า 4 ครั้ง การประชุมเชิงปฏิบัติการ 1 ครั้ง และการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา 1 ครั้ง ซึ่งมีผู้เข้าร่วมทั้งสิ้นไม่ต่ำกว่า 200 คน

2.1.7 การสร้างการรับรู้ กระตุ้นการมีส่วนร่วม โดยจัดทำบทความหรือบทสัมภาษณ์ ผ่านการประชาสัมพันธ์เผยแพร่สู่สาธารณะ ผ่านสื่อต่าง ๆ

บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี มีความชำนาญในการจัดทำเอกสารเผยแพร่ / สื่อสิ่งพิมพ์ / การประชาสัมพันธ์ / การเขียนบทความทางธุรกิจ ทั้งภาษาไทยและภาษาต่างประเทศ จึงสามารถใช้ภาษาที่กระชับ ถูกต้อง และมีรูปแบบของการใช้ภาษาที่เหมาะสมสำหรับชาวไทยและชาวต่างชาติ

ตัวอย่างของสิ่งพิมพ์ที่ คณะผู้วิจัย เผยแพร่ผ่านเว็บไซต์ (www.bolliger-company.com) และ/หรือจัดส่งทางไปรษณีย์หรืออีเมล ให้แก่ลูกค้าของคณะผู้วิจัย อย่างสม่ำเสมอ ได้แก่

- **Trade Digest:** เป็นสิ่งพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์ ฉบับภาษาอังกฤษ ซึ่งนำเสนอพัฒนาการด้านนโยบายทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุน และนัยของพัฒนาการเหล่านั้นต่อภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมของไทย
- **Bolliger Info:** นำเสนอข้อมูลด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน ในรูปแบบ Infographic เพื่ออำนวยความสะดวกในการทำความเข้าใจ
- **Insight:** นำเสนอบทวิเคราะห์ภาษาไทยในประเด็นร่วมสมัย ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยี

โดย คณะผู้วิจัยจะจัดทำ Infographics และเอกสารเผยแพร่อื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับจำนวนอย่างน้อย 6 ชิ้นงาน ในเบื้องต้น จะประชาสัมพันธ์การประชุมระดมความคิดเห็นของโครงการฯ แต่ครั้งหนึ่งผ่านการจัดทำสื่ออิเล็กทรอนิกส์ลงบน Facebook หรือช่องทางอิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ และจะนำเสนอผลการศึกษา หรือเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจและธุรกิจสูงวัย แบ่งตามประเภทธุรกิจที่น่าสนใจหรือมีโอกาสในเศรษฐกิจสูงวัย 5 ธุรกิจ และเนื้อหาด้านการพัฒนาสังคมสูงวัย เพื่อเผยแพร่ผ่านทาง Facebook ของสนค. และบริษัทฯ

ทั้งนี้ เนื้อหาต่างๆ ที่จะเผยแพร่ อาจมีการปรับปรุง/เปลี่ยนแปลง ตามความเหมาะสมหลังจากหารือกับ สนค. ต่อไป

2.2 แผนการดำเนินงาน

2.2.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

ขั้นตอนในการดำเนินงาน

วางแผนและเตรียมการศึกษา

- วางแผนบุคลากร / การหารือร่วมกับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า/ การเสนอกรอบแนวคิดและวิธีการดำเนินงาน

ศึกษาแนวโน้มสำคัญต่างๆ ทั่วโลก และกรณีศึกษาด้านการปรับตัวของธุรกิจไทย

- ศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
- วิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทั้งโอกาสและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นกับภาคธุรกิจไทย
- ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

ศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและบริการ และห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการไทยที่มีต่อระบบเศรษฐกิจสูงวัย

- วิเคราะห์และประเมินประโยชน์และผลกระทบ เชิงปริมาณ และ/หรือ คุณภาพ บนพื้นฐานของสถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
- การศึกษาผลกระทบจากแนวโน้มสำคัญต่างๆ ที่มีต่อภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในเศรษฐกิจสูงวัย

ศึกษาและพิจารณาอุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย และระบุกลุ่มจังหวัดที่คาดว่าจะทำการศึกษา

- วิเคราะห์และประเมินสถิติและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ
- คัดกรองและระบุอุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย
- คัดกรองและระบุกลุ่มจังหวัดที่คาดว่าจะทำการศึกษา

จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นในพื้นที่กรุงเทพฯ

- จัดเตรียมสถานที่และจัดการประชุม
- รับฟังและสรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม

เสนอรายงานการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น (Inception Report)

ภายใน 60 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาว่าจ้าง

วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวสำหรับภาครัฐและภาคธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย

- โอกาสทางการค้าของธุรกิจสินค้าและบริการของไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
- แนวทางการปรับตัวและการพัฒนาธุรกิจสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
- การเตรียมความพร้อมของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาธุรกิจต่างๆ ในเศรษฐกิจสูงวัย

จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นในพื้นที่ส่วนภูมิภาค (3 ครั้ง) และการประชุมเชิงปฏิบัติการ

- จัดเตรียมสถานที่และจัดการประชุม
- รับฟังและสรุปความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม

จัดงานสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา

- เชิญผู้เข้าร่วมสัมมนา
- จัดพิมพ์เอกสารประกอบการสัมมนา
- สรุปผลการสัมมนา

จัดทำบทสรุปผู้บริหารภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ประเภทต่างๆ

- จัดเตรียมพัฒนาสื่อรูปแบบต่างๆ
- วางแผนการตีพิมพ์หรือเผยแพร่สื่อตามช่วงเวลา
- เผยแพร่สื่อสู่สาธารณะ

ส่งมอบรายงานผลการศึกษานับสมบูรณ์ (Final Report)

ภายใน 180 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาว่าจ้าง

2.2.2 ระยะเวลาการดำเนินงาน

		Month 1				Month 2				Month 3				Month 4				Month 5				Month 6					
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4		
1	กระบวนการวางแผนและเตรียมการศึกษา																										
1.1	การวางแผนการดำเนินงาน และกรอบแนวคิดการศึกษาวិเคราะห์																										
1.2	การกำหนดวิธีและเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และการจัดบุคลากรและทรัพยากร																										
2	กระบวนการศึกษาวิจัย																										
2.1	การศึกษาแนวโน้มสำคัญต่างๆ ทั่วโลก และกรณีศึกษาด้านการปรับตัวของธุรกิจไทย																										
	ศึกษาและวิเคราะห์แนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย																										
	วิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อโอกาสและความท้าทายที่อาจเกิดขึ้นกับภาคธุรกิจไทย																										
	ศึกษาและวิเคราะห์กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของไทยในเศรษฐกิจสูงวัย																										
2.2	การศึกษาข้อมูลและวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและบริการ และห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการไทยที่มีต่อระบบเศรษฐกิจสูงวัย																										
	วิเคราะห์และประเมินประโยชน์และผลกระทบ เชิงปริมาณ และ/หรือ คุณภาพ บนพื้นฐานของสถานะ/ศักยภาพ/ความพร้อมของไทยในเศรษฐกิจสูงวัย																										
	การศึกษามลกระทบจากแนวโน้มสำคัญต่างๆ ที่มีต่อภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในเศรษฐกิจสูงวัย																										
2.3	การศึกษาและพิจารณาอุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย และระบุกลุ่มจังหวัดที่คาดว่าจะทำการศึกษา																										
	วิเคราะห์และประเมินสถิติและข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ทั้งเชิงคุณภาพและปริมาณ																										
	คัดกรองและระบุอุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย																										
	คัดกรองและระบุกลุ่มจังหวัดที่คาดว่าจะทำการศึกษา																										
2.4	วิเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย เกี่ยวกับแนวทางการปรับตัวสำหรับภาครัฐและภาคธุรกิจ ในเศรษฐกิจสูงวัย																										
	โอกาสทางการค้าของธุรกิจสินค้าและบริการของไทยในเศรษฐกิจสูงวัย																										
	แนวทางการปรับตัวและการพัฒนาธุรกิจสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย																										
	การเตรียมความพร้อมของภาครัฐและภาคเอกชนในการพัฒนาธุรกิจต่างๆ ในเศรษฐกิจสูงวัย																										
2.5	การแลกเปลี่ยนข้อมูล รับฟังความเห็น และเผยแพร่ผลการศึกษา																										
	จัดประชุมรับฟังความคิดเห็นในพื้นที่กรุงเทพฯ ส่วนภูมิภาค และการประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและรับฟังความเห็นจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง และ/หรือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ตลอดโครงการ																										
	กระตุ้นการรับรู้ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อประเภทต่างๆ																										
	จัดสัมมนาเพื่อเผยแพร่ผลการศึกษา																										
	ประมวล สรุป และจัดทำความเห็นและข้อเสนอแนะ																										
4	การจัดส่งรายงาน																										

รายงานการศึกษาข้อมูลเบื้องต้น

รายงานฉบับสมบูรณ์

บทที่ 3

แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

พลวัตและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนแปลงในสังคมผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง หรือการเปลี่ยนแปลงในด้านอื่นๆ ส่งผลสำคัญต่อวิถีชีวิตและการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของทุกภาคส่วนในสังคม แม้ว่าประเทศไทยและประเทศต่างๆ รอบโลกจะกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่จำกัดเฉพาะแค่กลุ่มผู้สูงอายุ แต่รวมถึงกลุ่มคนช่วงอายุอื่นๆ และรวมถึงภาคธุรกิจทั้งด้านอุตสาหกรรม การผลิต และการบริการ การศึกษาการปรับตัวของภาคธุรกิจไทยต่อเศรษฐกิจสูงวัยจึงจำเป็นต้องคำนึงถึงบริบทแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เข้าใจต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องที่เกิดขึ้นทั้งในระดับประเทศหรือระดับโลก

บทนี้จะนำเสนอแนวโน้มสำคัญต่างๆ ที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ซึ่งช่วยสะท้อนแนวโน้มของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจสูงวัยในระดับประเทศและระดับโลกได้ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานประกอบการวิเคราะห์ภาคธุรกิจที่จะได้รับผลกระทบจากการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัย และเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาแผนนโยบายเพื่อช่วยเหลือหรือสนับสนุนผู้ประกอบการให้สามารถเข้าถึงโอกาสจากการเข้าสู่สังคมสูงวัย โดยคณะผู้วิจัยแบ่งโครงสร้างการนำเสนอเนื้อหาเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- แนวโน้มด้านสังคมสูงวัย
- แนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย
- แนวโน้มด้านอื่นๆ

3.1 แนวโน้มด้านสังคมสูงวัย

สังคมสูงวัยในปัจจุบันมีทิศทางที่เปลี่ยนไปอย่างมีพลวัต โดยจากการประมวลสถิติในระดับประเทศไทยและระดับโลกและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยและสังคมผู้สูงอายุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ คณะผู้วิจัยประมวลแนวโน้มด้านสังคมสูงวัยออกเป็น 7 ประเด็นตามกรอบรายงานด้านสังคมผู้สูงอายุจาก World Economic Forum (WEF) โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 ทฤษฎีคลื่นของสังคมผู้สูงอายุทั่วโลก (Wave Theory of Global Ageing)

ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในเวลาและความเร็วที่แตกต่างกัน WEF (2017) แบ่งคลื่นสังคมผู้สูงอายุเป็น 3 คลื่น คือ

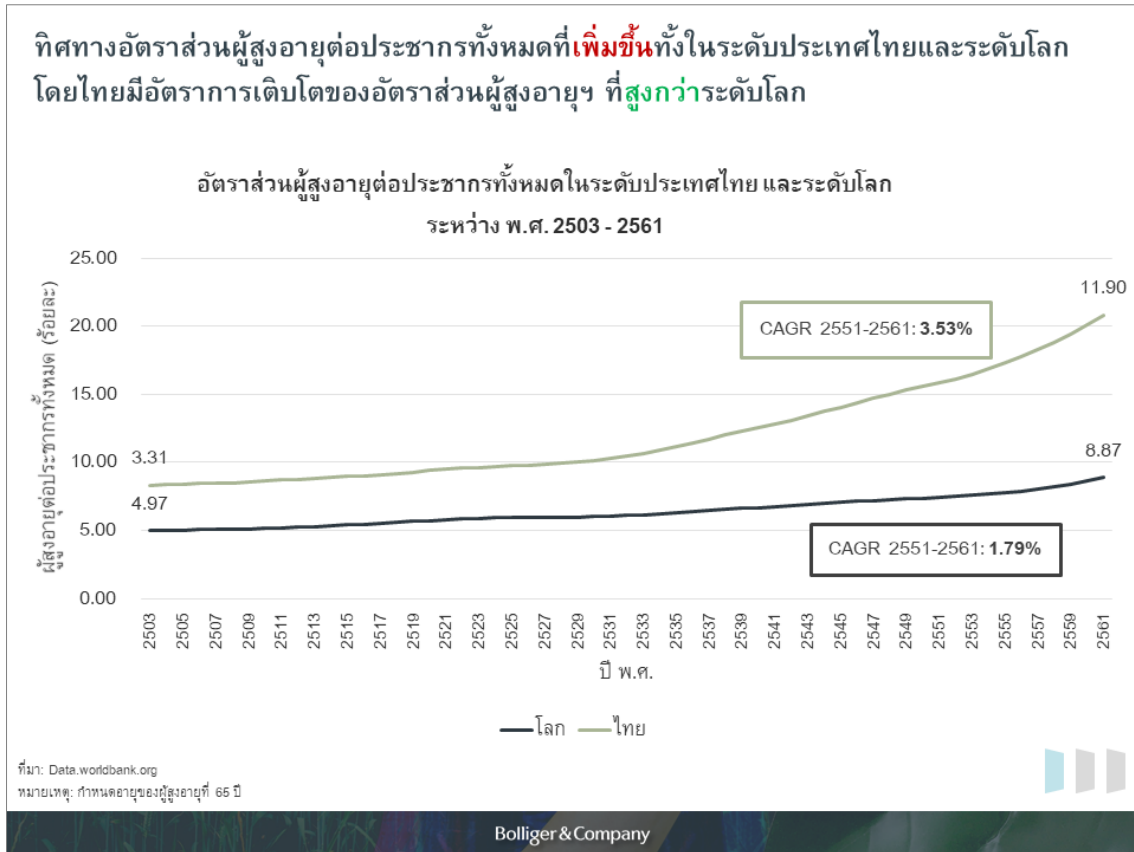
- คลื่นลูกที่ 1 สังคมผู้สูงอายุเกิดขึ้นในประเทศที่มีรายได้สูง เช่น ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย แคนาดา สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น
- คลื่นลูกที่ 2 สถานการณ์ด้านผู้สูงอายุจะรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะประเทศแถบเอเชีย ที่มีเวลาในการเตรียมตัวที่น้อย ทำให้อาจไม่สามารถรับมือได้ดีเท่ากับประเทศในกลุ่มคลื่นลูกที่ 1
- คลื่นลูกที่ 3 ประเทศต่าง ๆ จะมีเวลาเตรียมตัวน้อยลงในการพัฒนาโยบาย สาธารณะต่าง ๆ จึงต้องอาศัยบทเรียนจากคลื่นลูกที่ 1 และ 2

ทั้งนี้ ข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ผู้สูงอายุในประเทศไทยทำให้คาดการณ์ว่าไทยกำลังอยู่ในคลื่นของสังคมผู้สูงอายุในคลื่นลูกที่ 2 ซึ่งมีสถานการณ์ผู้สูงอายุที่รุนแรงขึ้น ในขณะที่ประเทศมีฐานะรายได้ปานกลางระดับสูง มิได้มีรายได้สูงในลักษณะเดียวกับกลุ่มประเทศในคลื่นลูกที่ 1 ตามนิยามของ WEF โดยคณะผู้วิจัยจะนำเสนอสถานการณ์ด้านผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่งประกอบด้วยอัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด อายุขัยเฉลี่ย การคาดประมาณผู้สูงอายุ และอัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุ

➤ อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด

สถิติด้านผู้สูงอายุของธนาคารโลก (World Bank) แสดงให้เห็นถึงสถานการณ์ผู้สูงอายุที่อาจรุนแรงขึ้น ภาพที่ 3-1 แสดงข้อมูลอัตราส่วนผู้สูงอายุ (อายุ 65 ปี ขึ้นไป ตามนิยามของธนาคารโลก) ต่อประชากรทั้งหมด ระหว่างปี พ.ศ. 2503-2561 จะเห็นได้ว่าในปี 2561 อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดของไทยอยู่ที่ร้อยละ 11.9 และมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (Compound Annual Growth Rate หรือ CAGR) ที่ระหว่างปี 2551-2561 ร้อยละ 3.53 ในขณะที่อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดเฉลี่ยในระดับโลกคือร้อยละ 8.87 ซึ่งมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2551-2561 ที่ร้อยละ 1.79 ทั้งนี้ อัตราผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นในแต่ละปีทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ทำให้คาดการณ์ได้ว่าจำนวนผู้สูงอายุจะค่อย ๆ เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

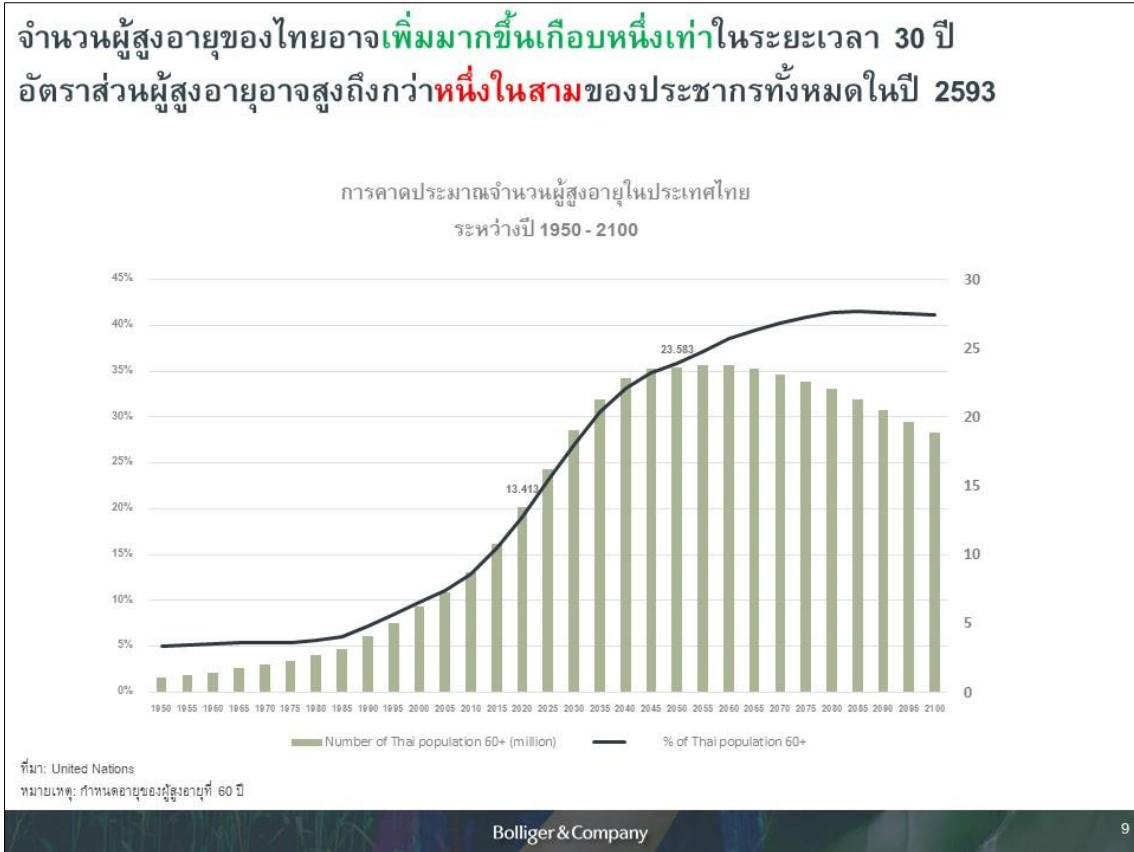
ภาพที่ 3-1 อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดในระดับประเทศไทย และระดับโลก
ระหว่าง พ.ศ. 2503-2561



ภาพที่ 3-2 แสดงให้เห็นว่า ประเทศไทยจะมีตัวเลขของจำนวนผู้สูงวัยมีแนวโน้มลดลง แต่สัดส่วนต่อประชากรทั้งหมดมีแนวโน้มมากขึ้น ในทางประชากรศาสตร์สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยจะมีอัตราการเติบโตของประชากร (Growth rate) เท่ากับ 0 หรือ อัตราการเกิดเท่ากับ อัตราการตาย ซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2568 – 2573 หลังจากนั้น Growth rate ของประเทศไทย จะมีค่าเป็นลบ กล่าวคือมีอัตราการตายมากกว่าเกิด

สำหรับคำถามที่ว่าจำนวนประชากรที่เหมาะสมสำหรับความมั่นคงทางเศรษฐกิจควรมีตัวเลขอยู่ที่เท่าใด หนึ่งในทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ระบุว่า เป็นสถานการณ์ที่อัตราการเติบโตของจำนวนประชากร เท่ากับ 0 ซึ่งกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ และประเทศไทยในช่วงนั้นจะมีประชากรอยู่ที่ 70 ล้านคน และจะลดลงเรื่อย ๆ หลังจากนั้น

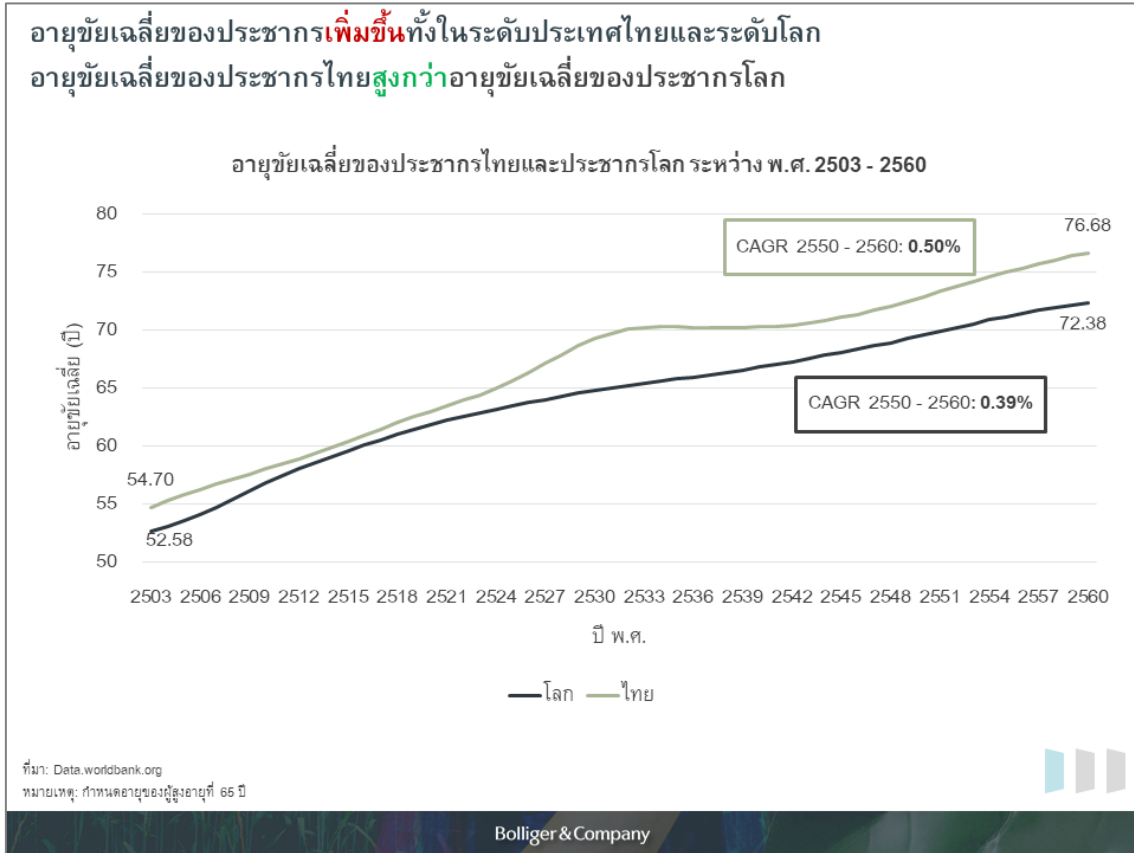
ภาพที่ 3-2 จำนวนผู้สูงอายุทั้งหมดเทียบกับอัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด
ในระดับประเทศไทย



➤ อายุขัยเฉลี่ยของประชากร

อัตราส่วนของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นสอดคล้องกับอายุขัยเฉลี่ยของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้นทั้งในระดับประเทศและระดับโลก สถิติด้านอายุขัยเฉลี่ยจากธนาคารโลก ดังที่ปรากฏในภาพที่ 3-3 แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยมีอายุขัยเฉลี่ยที่สูงกว่าระดับโลกมาโดยตลอด โดยประชากรไทยมีอายุขัยเฉลี่ยที่ 76 ปี ในขณะที่อายุขัยเฉลี่ยในระดับโลกอยู่ที่ประมาณ 72 ปี นอกจากนี้ อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2550-2560 ของอายุขัยเฉลี่ยของไทย (ร้อยละ 0.5) ซึ่งสูงกว่าระดับโลก (ร้อยละ 0.39)

ภาพที่ 3-3 อายุขัยเฉลี่ยของประชากรไทยและประชากรโลกระหว่าง พ.ศ. 2503-2560



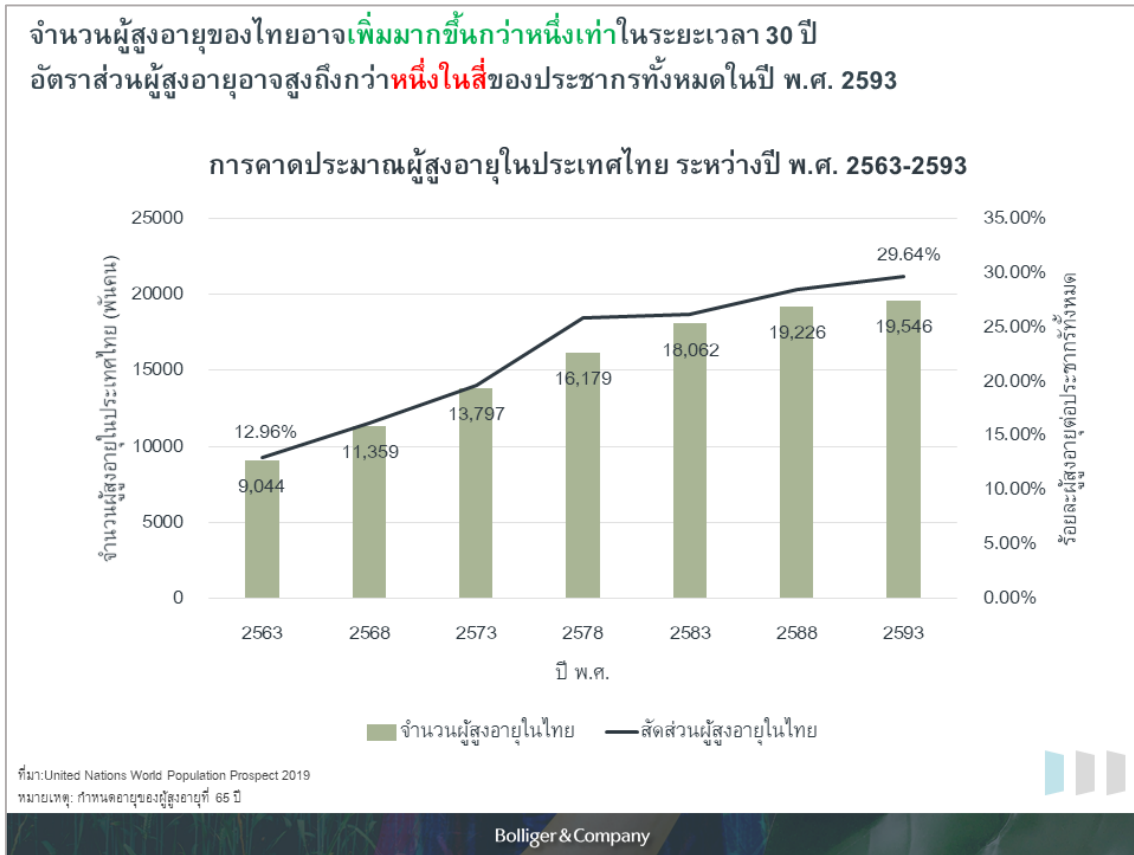
อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญคือ ของอายุขัยเฉลี่ย (Longevity) หลังอายุ 60 ปีที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในทางเศรษฐกิจ กล่าวคือสะท้อนค่าเฉลี่ยของการมีชีวิตอยู่ต่อหลังจากอายุครบ 60 ปี ซึ่งของไทยอยู่ที่ 23.25 ปี และของโลกอยู่ที่ 21.10 ปี โดยจากการสำรวจพบว่า 1 ใน 5 หรือ 1 ใน 4 ของช่วงชีวิตสุดท้าย ผู้สูงวัยจะอยู่ในภาวะทุพพลภาพ ซึ่งนั่นหมายถึงความต้องการทางด้านบริการที่แตกต่างไป

➤ การคาดประมาณผู้สูงอายุ

เมื่อพิจารณาการคาดประมาณผู้สูงอายุที่อายุมากกว่า 65 ปี ระหว่างปี 2563-2596 ซึ่งจัดทำองค์การสหประชาชาติ (United Nation หรือ UN) จะเห็นได้ว่าจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มจาก 9.04 ล้านคน ในปี 2563 เป็น 19.55 ล้านคน ในปี 2596 ดังที่แสดงในภาพที่ 3-4 โดยในอีก 30 ปีข้างหน้า จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยอาจคิดเป็นร้อยละ 29.64 หรือกว่า 1 ใน 4 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มประชากรขนาดใหญ่ในไทย

ภาพที่ 3-4 การคาดประมาณผู้สูงอายุในประเทศไทย ระหว่าง พ.ศ. 2563-2593

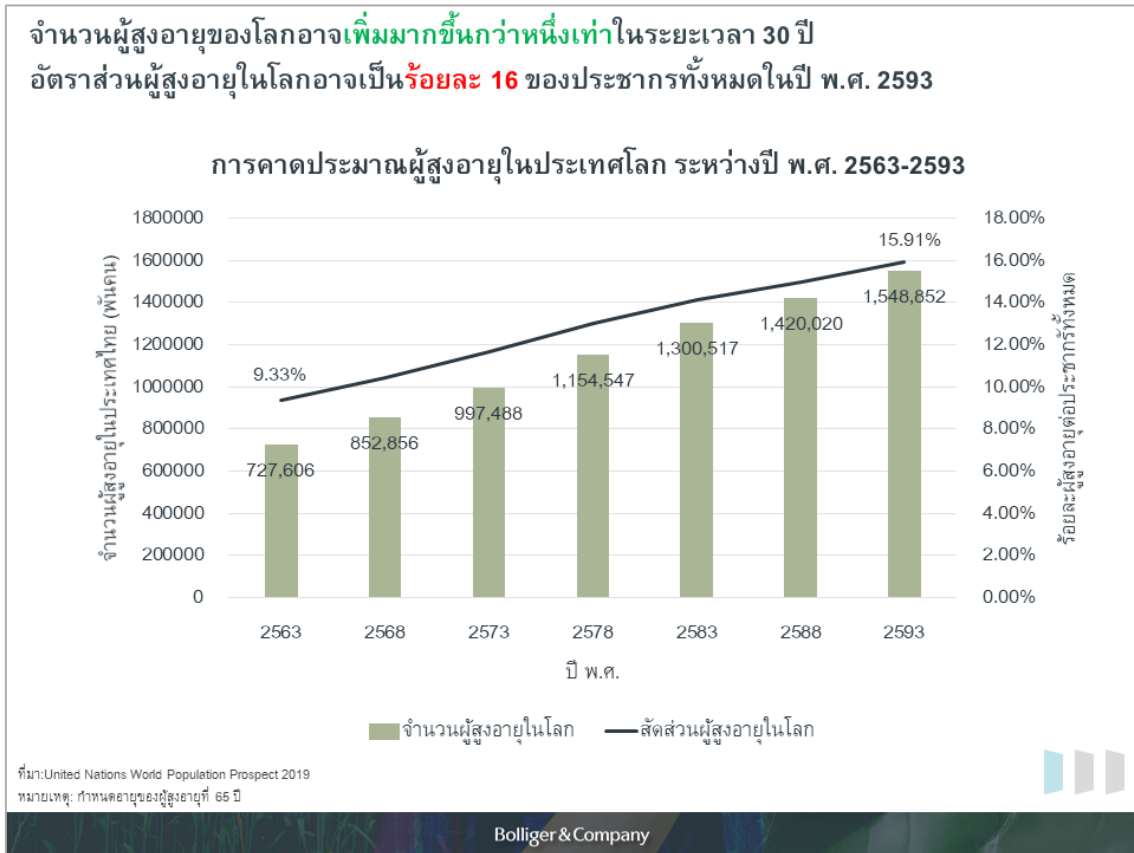
จำนวนผู้สูงอายุของไทยอาจเพิ่มมากขึ้นกว่าหนึ่งเท่าในระยะเวลา 30 ปี
อัตราส่วนผู้สูงอายุอาจสูงถึงกว่าหนึ่งในสี่ของประชากรทั้งหมดในปี พ.ศ. 2593



และภาพที่ 3-5 แสดงให้เห็นว่าจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในระดับโลกเช่นกัน โดยเพิ่มขึ้นจากประมาณ 727.60 ล้านคน ในปี 2563 เป็น 1,548.85 ล้านคน ในปี 2593 หรือประมาณร้อยละ 15.91 ของประชากรโลก ถึงแม้ว่าจะมีอัตราส่วนที่น้อยกว่าผู้สูงอายุในแต่ประเทศไทย แต่ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงโอกาสของตลาดผู้สูงอายุที่สำคัญยิ่ง ทั้งในระดับประเทศและในระดับโลก

ภาพที่ 3-5 การคาดประมาณผู้สูงอายุในโลก ระหว่าง พ.ศ. 2563-2593

จำนวนผู้สูงอายุของโลกอาจเพิ่มมากขึ้นกว่าหนึ่งเท่าในระยะเวลา 30 ปี
อัตราส่วนผู้สูงอายุในโลกอาจเป็นร้อยละ 16 ของประชากรทั้งหมดในปี พ.ศ. 2593



➤ อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุ

การคลื่นสังคมผู้สูงอายุลูกที่ 2 ยังรวมถึงปัญหาภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ข้อมูลจากธนาคารโลกแสดงอัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นอัตราส่วนของผู้สูงอายุ (อายุ 65 ปีขึ้นไป ตามนิยามของธนาคารโลก) ต่อประชากรวัยแรงงานทั้งหมด (15-64 ปี ตามนิยามของธนาคารโลก) ดังภาพที่ 3-6 ข้อมูลดังกล่าวบ่งชี้ว่าทิศทางของภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นทั้งในระดับประเทศและระดับโลก และเป็นไปได้ว่าภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุอาจเพิ่มมากขึ้นอีกในระยะเวลาอันใกล้ อัตราภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุของไทยอยู่ที่ร้อยละ 18.40 ในปี 2563 ในขณะที่อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุในระดับโลกอยู่ที่ร้อยละ 14.30 และในปี 2593 ประเทศไทยจะมีอัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุอยู่ที่ร้อยละ 51.10 ซึ่งมากกว่าตัวเลขของโลกถึง 1 เท่าตัว

ภาพที่ 3-6 อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุต่อประชากรวัยแรงงานทั้งหมด



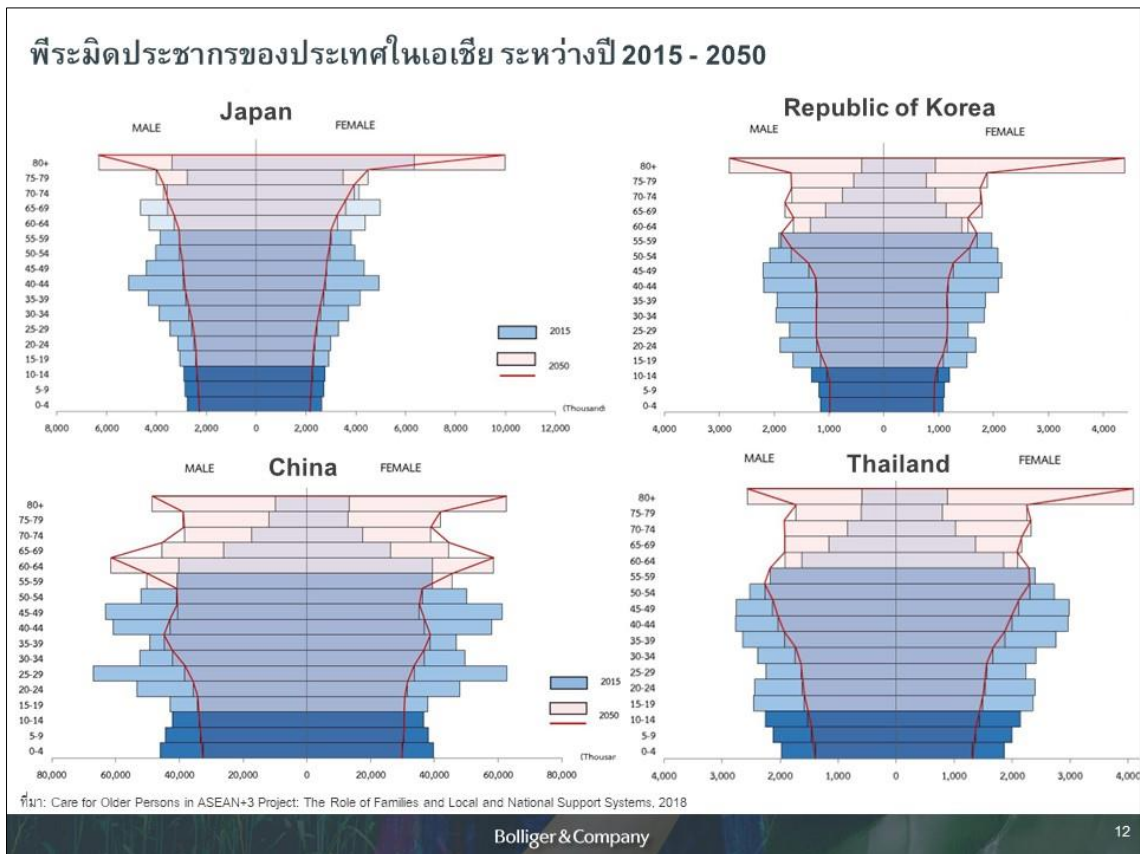
การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุและทิศทางของภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการจัดการจัดสรรทรัพยากรภาครัฐในการจัดสรรสวัสดิการ เช่น เงินเบี้ยผู้สูงอายุ บริการสาธารณสุขด้านสาธารณสุขให้แก่ผู้สูงอายุ โดยเฉพาะการรักษาโรคไม่ติดต่อ (Noncommunicable diseases หรือ NCDs) ที่มีมากในกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น โรคอัลไซเมอร์ โรคเบาหวาน โรคหัวใจ ที่อาจใช้ค่ารักษาและบุคลากรในการดูแลมากกว่าโรคอื่นๆ ซึ่งนอกจากเป็นภาระของภาครัฐแล้ว ยังรวมถึงภาระของภาคประชาชนในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางภาษีเพื่อช่วยเหลือกลุ่มผู้สูงอายุ ปัญหาผู้สูงอายุยังรวมถึงเรื่องกำลังแรงงานที่ลดลงเนื่องจากการเกษียณของผู้สูงอายุ หรือแรงงานที่ต้องออกจากตลาดแรงงานเพื่อดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิง หรือแม้ว่าผู้สูงอายุจะอยู่ในตลาดแรงงาน แต่ก็มีปัญหาผลิตภาพทางการผลิตจากแรงงานผู้สูงอายุที่อาจไม่สามารถเทียบเท่ากับแรงงานวัยหนุ่มสาว แต่ในขณะเดียวกัน สถิติด้านผู้สูงอายุสะท้อนเห็นถึงพัฒนาการในด้านต่างๆ เช่น นวัตกรรมทางการแพทย์ การเข้าถึงการรักษาพยาบาล โภชนาการ หรือสุขภาพจิต ที่ทำให้มีอัตราผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น ประชากรมีอายุขัยเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงจุดแข็งด้านระบบสาธารณสุขของประเทศไทย อันเป็นโอกาสสำหรับภาครัฐกิจที่เกี่ยวข้องกับด้านการแพทย์ในเศรษฐกิจสูงวัย เช่น

บริการทางการแพทย์ การรักษาโรค การดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุ ยาและเวชภัณฑ์ จากกลุ่มครอบครัวและผู้สูงอายุที่สามารถรับผิดชอบค่าใช้จ่าย

➤ พิระมิดประชากรของประเทศในเอเชีย

พิระมิดประชากรของประเทศในเอเชียแสดงให้เห็นว่า ในอีก 30 ปี ข้างหน้า ประเทศไทยจะมีทิศทางเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุในลักษณะที่คล้ายกับประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ และมีฐานประชากรวัยเด็กที่ค่อนข้างแคบ ซึ่งนั่นหมายถึงจำนวนประชากรที่เข้าสู่ตลาดแรงงานที่ลดลง

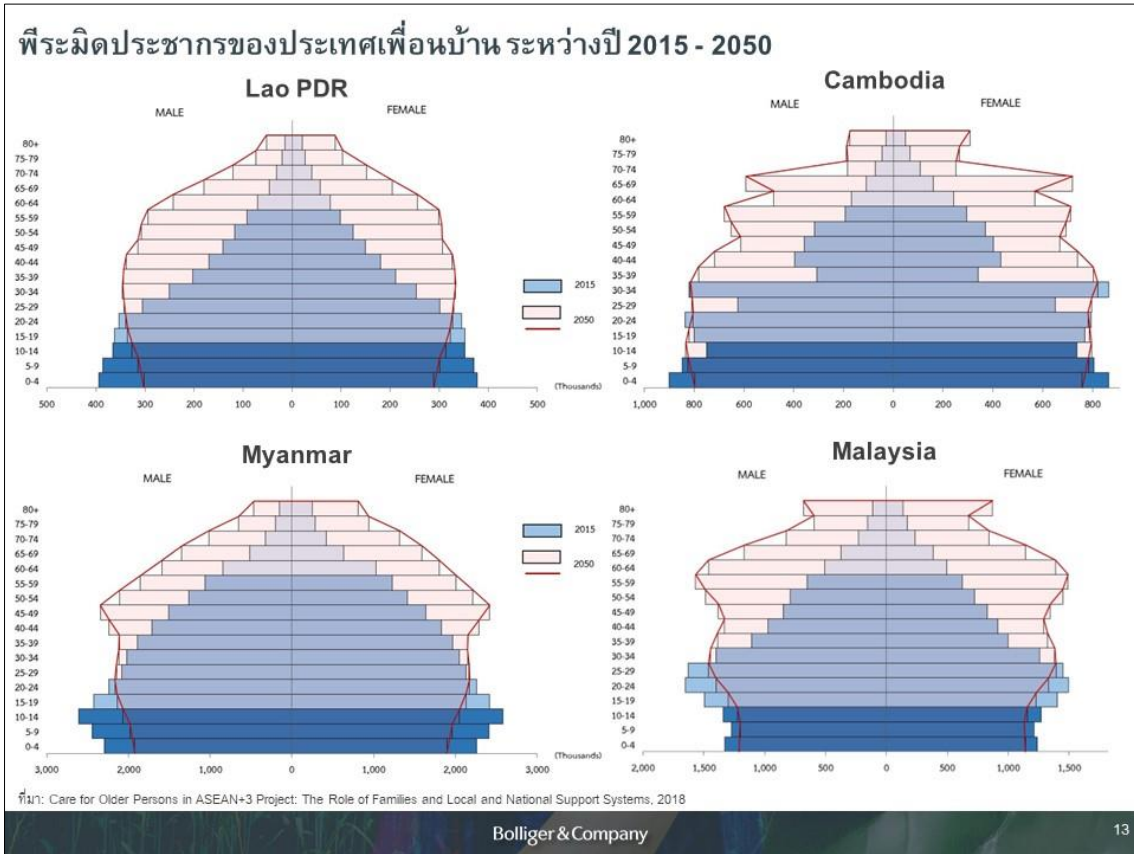
ภาพที่ 3-7 พิระมิดประชากรของประเทศในเอเชีย



สถานการณ์ที่น่าสนใจคือ การเปลี่ยนแปลงของลักษณะพิระมิดประชากรของประเทศไทย เช่น เมียนมา ที่จะมีฐานประชากรวัยเด็กที่แคบลงเช่นเดียวกัน นับสำคัญที่อาจส่งผลต่อเศรษฐกิจในอนาคตคือประเด็นด้านแรงงาน เนื่องจากพม่าเป็นแหล่งแรงงานสำคัญของ

ไทย การเพิ่มขึ้นของอัตราส่วนประชากรสูงวัย อาจส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานที่ต้องกลับไปดูแลผู้สูงวัย

ภาพที่ 3-8 พีระมิตประชากรของประเทศอาเซียนที่เป็นประเทศเพื่อนบ้าน



➤ โรคระบาดติดต่อ (Non-communicable Diseases หรือ NCDs)

องค์การอนามัยโลกรายงานว่า โรคระบาดติดต่อ เช่น โรคหัวใจ โรคมะเร็ง โรคระบบทางเดินหายใจ เป็นสาเหตุของการตายกว่าร้อยละ 63 ทั่วโลก ในปี 2561 มีการคาดการณ์ว่าจำนวนผู้สูงอายุในประเทศกำลังพัฒนาที่ไม่สามารถดูแลตัวเองได้ จะเพิ่มเป็น 4 เท่า ภายในปี 2593 ดังนั้น จึงควรแบ่งปันความก้าวหน้าในระบบบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในประเทศที่พัฒนาแล้วแก่ประเทศกำลังพัฒนา สิ่งสำคัญคือการลงทุนในระบบบริการสุขภาพของผู้สูงอายุและการป้องกันโรค

เมื่อพิจารณาจากข้อมูลของไทย โรคระบาดติดต่อเป็นปัญหาด้านสาธารณสุขที่ส่งผลสำคัญ ข้อมูลจากการประชุมมหกรรมสุขภาพด้านโรคระบาดติดต่อประจำปี 2561 (NCDs Forum 2018) โดย

กระทรวงสาธารณสุขรายงานว่าประเทศไทยมีผู้เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อประมาณ 320,000 คนต่อปี หรือประมาณร้อยละ 75 ของการเสียชีวิตของประชากรทั้งหมด โดยโรคที่มีผู้เสียชีวิตมากที่สุดคือ โรคหลอดเลือดสมอง โรคหัวใจขาดเลือด โรคทางเดินหายใจอุดกั้นเรื้อรัง โรคเบาหวาน และโรคความดันโลหิตสูง ตามลำดับ ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงผลกระทบจากโรคไม่ติดต่อสุขภาพ ประกอบกับข้อเท็จจริงเรื่องกลุ่มผู้สูงอายุเป็นผู้ที่มีความเสี่ยงในการเป็นโรคไม่ติดต่อซึ่งอาจส่งผลให้เกิดปัญหาในการจัดสรรบริการด้านสาธารณสุขของไทย

องค์การอนามัยโลกระบุข้อพึงระวังด้านความพร้อมด้านสาธารณสุขของประเทศกำลังพัฒนาเพื่อรับมือกับปัญหาโรคไม่ติดต่อในกลุ่มผู้สูงอายุ แต่ในภาพรวมของสาธารณสุขของไทยนั้นมีความพร้อมมากกว่าสาธารณสุขของประเทศอื่นๆ ที่มีระดับการพัฒนาเดียวกัน โดยข้อมูลการจัดอันดับประเทศที่มีระบบสุขภาพที่ดีของโลกประจำปี 2562 โดยดัชนีสาธารณสุข (Health Care Index) ของนิตยสาร CEOWORLD ซึ่งเป็นนิตยสารด้านธุรกิจของสหรัฐอเมริกาจัดอันดับให้ประเทศไทยมีความพร้อมด้านสาธารณสุขดีเป็นอันดับที่ 6 ของโลก รองจาก ไต้หวัน เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เดนมาร์ก โดยมีจุดเด่นด้านโครงสร้างพื้นฐาน ราคา และความพร้อมของภาครัฐ แต่ได้คะแนนในเรื่องการเข้าถึงยารักษาโรค ไม่สูงมากนัก

ผลการจัดอันดับดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าประเทศไทยได้มีการลงทุนในระบบบริการสุขภาพที่ดี และระบบสาธารณสุขของไทยน่าจะมีศักยภาพในการรับมือกับปัญหาโรคไม่ติดต่อ (NCDs) กว่าประเทศกำลังพัฒนาอื่นๆ แม้กระนั้นก็ตามปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุก็เป็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับสำหรับผู้ประกอบการด้านสุขภาพต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสถานพยาบาล เครื่องมือแพทย์และเวชภัณฑ์ ยารักษาโรค และบุคลากรบริการด้านสาธารณสุขต่างๆ ที่สามารถขยายโอกาสการให้บริการเนื่องจากการมีอุปสงค์ของธุรกิจประเภทนี้ในสังคมไทย

3.1.2 สวัสดิการสังคม (Social Welfare)

“สวัสดิการสังคม” ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมการจัดสวัสดิการสังคม พ.ศ. 2546 หมายถึง “ระบบการจัดบริการทางสังคมซึ่งเกี่ยวกับการป้องกัน การแก้ไขปัญหา การพัฒนา และการส่งเสริมความมั่นคงทางสังคม เพื่อตอบสนองความจำเป็นขั้นพื้นฐานของประชาชน ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีและพึ่งตนเองได้อย่างทั่วถึง เหมาะสม เป็นธรรม และให้เป็นไปตามมาตรฐาน ทั้งทางด้านการศึกษา สุขภาพอนามัย ที่อยู่อาศัย การทำงาน และการมีรายได้นั้นหนทางการระบวงการยุติธรรม และบริการทางสังคมทั่วไป โดยคำนึงถึงศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์สิทธิที่ประชาชนจะต้องได้รับ และการมีส่วนร่วมในการจัดสวัสดิการสังคมทุกระดับ”

ผู้สูงอายุเป็นหนึ่งในกลุ่มบุคคลที่เป็นผู้รับบริการสวัสดิการสังคมที่จะได้รับความช่วยเหลือตามกฎหมาย ภาครัฐจึงมีสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุเพื่อจัดสรรบริการสาธารณะให้แก่ผู้สูงอายุ เพื่อเป็นความช่วยเหลือในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐาน โดยข้อมูลจากกรมกิจการผู้สูงอายุระบุสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุไทยซึ่งครอบคลุมหลายด้าน โดยมีตัวอย่างสวัสดิการที่เห็นได้ชัด ได้แก่ การรักษาพยาบาลผู้สูงอายุ การลดหย่อนค่าโดยสารสาธารณะ การลดหย่อนภาษีเงินได้ และการลดหย่อนภาษีให้แก่ผู้บริจาคทรัพย์สินหรือเงินให้แก่กองทุนผู้สูงอายุ เบี้ยยังชีพสำหรับผู้สูงอายุ

อย่างไรก็ดี การจัดสรรบริการย่อมต้องใช้งบประมาณซึ่งมาจากการเสียภาษีของประชาชน ดังนั้นจึงอาจเป็นปัญหาสังคมเนื่องจากผู้เสียภาษีส่วนใหญ่มักเป็นกลุ่มคนวัยหนุ่มสาวที่มีความสามารถในการหารายได้และการจับจ่ายใช้สอย แต่กลุ่มผู้สูงอายุที่คาดว่าจะมีการเสียภาษีน้อยกว่ากลับเป็นผู้ได้ประโยชน์ โดยตัวอย่างข้อมูลที่น่าสนใจคือสถิติการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ โดยกรมกิจการผู้สูงอายุ (2563) ดังภาพที่ 3-9 ที่แสดงให้เห็นถึงจำนวนผู้รับเบี้ยผู้สูงอายุที่มากขึ้นในแต่ละปี และจำนวนรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปีด้วยเช่นกัน โดยมียอดรายจ่ายรวมสูงถึงกว่า 7 หมื่นล้านบาท ในปี 2562 นอกเหนือจากนี้ สถิติอัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด ที่แสดงในภาพที่ 3-1 ที่ได้กล่าวข้างต้น สะท้อนได้ว่าสัดส่วนผู้ได้รับผลประโยชน์เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในขณะที่สัดส่วนผู้จ่ายเงินลดลง แนวโน้มเรื่องสวัสดิการสังคมจึงเป็นความท้าทายและข้อพึงระวังสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการบริการสุขภาพภาครัฐเพื่อจัดสรรบริการสาธารณะให้แก่ผู้สูงอายุ

ภาพที่ 3-9 รายงานการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุในประเทศไทย ระหว่าง พ.ศ. 2555-2562



ทั้งนี้ แม้ว่าภาครัฐจะเป็นผู้ให้บริการสาธารณะต่อผู้สูงอายุ แต่ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมสามารถมีส่วนร่วมในการส่งมอบบริการสาธารณะ เพื่อช่วยเหลือภาครัฐในการจัดสรรสวัสดิการสังคมแก่ผู้สูงอายุในรูปแบบต่างๆ เช่น ความช่วยเหลือในรูปแบบการจัดตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ที่เจ้าของกิจการหรือผู้ลงทุนจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และความช่วยเหลือในรูปแบบของการดำเนินโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมด้านผู้สูงอายุ ซึ่งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และสามารถเป็นมาตรการทางการตลาดของธุรกิจได้ หรือรูปแบบของการจ้างงานผู้สูงอายุ เพื่อสิทธิประโยชน์ทางภาษี และส่งเสริมภาพลักษณ์องค์กร ฉะนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงอาจพิจารณานโยบายเพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจในการส่งมอบบริการทางสังคมให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุในรูปแบบต่างๆ เพื่อช่วยเหลือหน่วยงานภาครัฐในการจัดสรรสวัสดิการทางสังคม

3.1.3 หนี้สาธารณะ (National Debts)

หนี้สาธารณะเป็นแนวโน้มระดับโลกที่ WEF (2017) พิจารณาว่าจะส่งผลกระทบต่อ การดูแลผู้สูงอายุในสังคม เนื่องจากปัจจุบัน หลายประเทศได้ประสบปัญหาสัดส่วนของหนี้ สาธารณะที่เพิ่มขึ้น และหนี้สาธารณะอาจเป็นอุปสรรคต่อความสามารถของรัฐบาลใน การตอบสนองต่อผู้สูงอายุ เช่น เงินบำนาญและสวัสดิการสังคม ดังที่ได้กล่าวข้างต้น การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ การลงทุนด้านการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุที่ลดลง

ตัวอย่างปัญหาค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่อาจเกี่ยวข้องกับหนี้สาธารณะพิจารณาได้จาก สถิติรายจ่ายด้านสุขภาพจากธนาคารโลกดังภาพที่ 3-10 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัญหาค่าใช้จ่ายด้าน สุขภาพที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยสถิติของธนาคารโลกระบุว่าประชากรไทยมีค่าใช้จ่ายด้าน สุขภาพที่เพิ่มขึ้นในระยะเวลา 17 ปี โดยเพิ่มจากประมาณ 62.23 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อคน ต่อปี หรือ ประมาณ 1,900 บาท ในปี 2000 เป็น 247.04 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อคน ต่อปี หรือประมาณ 7,700 บาท ในปี 2017 หรือประมาณ 4 เท่า และเมื่อพิจารณาอัตราส่วนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่อจีดีพีแล้ว นั้น จะเห็นได้ว่าอัตราส่วนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่อจีดีพีของไทยเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 8.62 ในปี 2000 เป็นร้อยละ 9.90 ในปี 2017 ข้อมูลดังกล่าวจึงเป็นข้อพึงระวังสำหรับภาครัฐในการจัดสรร งบประมาณค่าใช้จ่ายด้านการรักษาสุขภาพของประชาชนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กลุ่มผู้สูงอายุที่มีค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในการรักษาโรคเรื้อรังต่างๆ โดยหนี้สาธารณะที่เพิ่มขึ้น อาจนำไปสู่งบประมาณสำหรับการจัดสรรค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพและบริการด้านสาธารณสุขที่เพิ่ม มากขึ้น แต่ก็อาจนำไปสู่การจำกัดการจัดสรรค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพให้กับประชาชนเพื่อชำระหนี้ ขึ้นอยู่กับการออกแบบนโยบายของรัฐบาล

ทั้งนี้ สถิติด้านค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพแสดงให้เห็นถึงทิศทางการเติบโตของธุรกิจด้าน สุขภาพที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งธุรกิจประเภทนี้ครอบคลุมถึงค่าใช้จ่ายในการรักษาโรค และ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพต่างๆ ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นของการสนับสนุน ด้านการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ที่คาดว่าจะช่วยลดโอกาสของการเจ็บป่วยของผู้สูงอายุ ลดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ ลดงบประมาณของภาครัฐในการจัดสรรสวัสดิการด้านการ รักษาโรค ซึ่งถือเป็นการลดความเสี่ยงของปัญหาที่เกี่ยวข้องกับหนี้สาธารณะ ธุรกิจที่ส่งเสริม สุขภาพและป้องกันโรค เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ อุปกรณ์ออกกำลังกาย อุปกรณ์ลดความเสี่ยงจาก อุบัติเหตุ จึงเป็นประเภทของธุรกิจที่ควรได้รับการสนับสนุน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอาจพิจารณา พัฒนานโยบายเพื่อสนับสนุนธุรกิจประเภทนี้ เพื่อลดค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในภาพรวม

ภาพที่ 3-10 ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในประเทศไทยระหว่าง พ.ศ. 2543-2560



3.1.4 การดูแลผู้สูงอายุและความแน่นแฟ้นในครอบครัว (Caring and Family Cohesion)

การดูแลผู้สูงอายุได้เป็นประเด็นสำคัญในแต่ละครอบครัวและสังคมเกี่ยวกับประเด็นเรื่องผู้รับผิดชอบในการดูแลผู้สูงอายุ โดยสังคมไทยจะมีความแน่นแฟ้นในครอบครัวจึงมีค่านิยมให้สมาชิกในครอบครัวทำหน้าที่ดูแลคนในครอบครัว จึงเป็นไปได้ว่าจะมีประชาชนจำนวนหนึ่งลาออกจากงานเพื่อดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว โดยรายงานของ WEF (2017) ได้ยกตัวอย่างการให้สมาชิกในครอบครัวทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว เพื่อเสียสละให้สมาชิกในครอบครัวสามารถไปทำงาน รวมถึงประหยัดต้นทุนของครอบครัว

การออกจากงานเพื่อดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวมีความเกี่ยวข้องกับปัญหากำลังแรงงานที่จะลดลง เนื่องจากแรงงานออกจากงานเพื่อดูแลผู้สูงอายุ ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุที่ทำให้มีกำลังแรงงานลดลงจากการเกษียณ แต่การออกจากงานเพื่อดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวอาจเป็นทางเลือกที่เป็นไปได้สำหรับครอบครัวที่มีข้อจำกัดทางการเงิน หรือครอบครัวที่มีบุตรหลาน

เพียงคนเดียว เนื่องจากจะขาดรายได้ในการดำรงชีวิต และเป็นข้อจำกัดสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่ได้มีบุตรหลาน ที่อาจก่อให้เกิดปัญหาการไม่ได้รับการช่วยเหลือดูแล

อย่างไรก็ดี ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิและผู้ประกอบการกล่าวว่า ค่านิยมทางสังคมไทยเกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุโดยสมาชิกในครอบครัวได้เปลี่ยนแปลง ประกอบกับการเป็นสังคมเมืองที่ลูกหลานจะหารายได้จากการทำงานในเมือง ทำให้การว่าจ้างบุคคลอื่นเพื่อดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวหรือการให้ผู้สูงอายุพักอาศัยในบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุมีปริมาณมากขึ้น และได้รับการยอมรับจากสังคมมากขึ้นในปัจจุบัน จึงเป็นโอกาสสำหรับภาคธุรกิจในการขายบริการด้านการดูแลผู้สูงอายุได้ และเป็นกลไกที่ช่วยภาครัฐแก้ไขปัญหาเรื่องการสูญเสียกำลังแรงงานจากการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

ประเด็นสำคัญคือการเตรียมบุคลากร เนื่องจากบริการด้านการดูแลผู้สูงอายุอาจใช้บุคลากรหรือแรงงานจำนวนมาก โดยอาจมีอัตราผู้สูงอายุต่อผู้ให้บริการดูแลที่ 1:1 ฉะนั้น กำลังแรงงานที่ลดลงหรือความต้องการมีส่วนร่วมในตลาดแรงงานด้านการดูแลผู้สูงอายุที่น้อย อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมบริการด้านการดูแลผู้สูงอายุในภาพรวมได้ ภาครัฐและภาคเอกชนควรมีการเตรียมการต่อการเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น เช่น การเตรียมความพร้อมด้านความรู้และทักษะให้แก่บุคลากร มาตรการทางการเงินเพื่อจูงใจแรงงาน

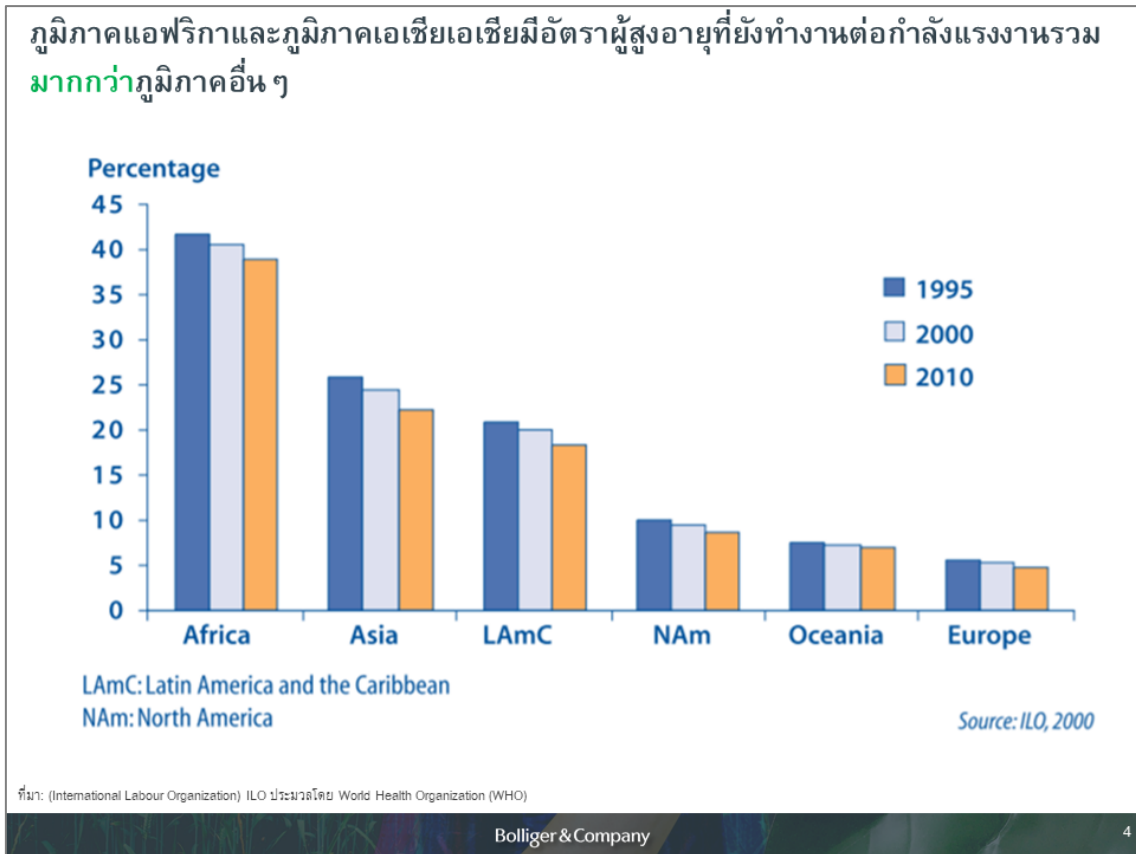
3.1.5 การจ้างงานผู้สูงอายุ (Mature-age Employment)

กลุ่มผู้สูงอายุที่มีความคล่องแคล่วยังคงเป็นกำลังแรงงานในระบบเศรษฐกิจ ดังที่สามารถมีส่วนร่วมในระบบการจ้างงาน เพราะผู้สูงอายุสมัยใหม่ไม่จำเป็นต้องเป็นกลุ่มคนที่เชื่องช้า มีโรคประจำตัวเรื้อรังเสมอไป แต่ยังมีผู้สูงอายุจำนวนมากที่มีศักยภาพในการทำงาน สุขภาพร่างกายแข็งแรง คล่องแคล่ว และยังคงพัฒนาตัวเอง (Szewczyk, 2018) จึงมีผู้สูงอายุที่สามารถทำงานในสำนักงาน สายการผลิต หรืองานบริการตามร้านค้า ทั้งในรูปแบบของงานประจำ หรืองานไม่ประจำ ซึ่งการมีรายได้ในขณะที่เป็นผู้สูงอายุทำให้ผู้สูงอายุมีความสามารถในการใช้จ่ายน้อยมากขึ้น แสดงให้เห็นถึงการเป็นตลาดสินค้าและบริการที่สำคัญที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม

สถิติทั้งในระดับโลกและระดับประเทศ แสดงถึงความร่วมมือในตลาดแรงงานของผู้สูงอายุ โดยสถิติองค์การแรงงานระหว่างประเทศ (International Labor Organization หรือ ILO) ประมวลโดยองค์การอนามัยโลก (World Health Organization หรือ WHO) แสดงให้เห็นถึงอัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวมในแต่ละภูมิภาค ที่ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะภูมิภาค

แอฟริกา และเอเชีย ที่มีอัตราการทำงานของผู้สูงอายุมากกว่าร้อยละ 20 ดังภาพที่ 3-11 เมื่อพิจารณาสถิติเกี่ยวกับแรงงานผู้สูงอายุของประเทศไทยจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้แก่ จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ยังทำงาน และอัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวม ระหว่างปี 2555 – 2562 ดังภาพที่ 3-12 จะเห็นได้ว่าไทยมีจำนวนและอัตราส่วนผู้สูงอายุที่สามารถทำงานได้ที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดยปี 2562 แรงงานผู้สูงอายุมีจำนวน 4,235,680 คน หรือ ร้อยละ 11.09 ของแรงงานทั้งหมด และเมื่อพิจารณาทิศทางการเติบโตในทางบวก ประกอบกับการคาดการณ์ว่าจำนวนผู้สูงอายุที่จะเพิ่มขึ้นในแต่ละปี จำนวนผู้สูงอายุที่ทำงานและอัตราผู้สูงอายุที่ทำงานต่อกำลังแรงงานรวมในประเทศไทยอาจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ภาพที่ 3-11 อัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวมในภูมิภาคต่าง ๆ ในปี ค.ศ. 1995 2000 และ 2010



ภาพที่ 3-12 จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ยังทำงาน และอัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวม ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2562



ทั้งนี้ สถานประกอบการจำนวนมากทั้งในระดับประเทศและระดับโลก มีนโยบายด้านทรัพยากรบุคคลที่สอดคล้องกับแนวโน้มเรื่องความสามารถในการทำงานของผู้สูงอายุที่มากขึ้น ทั้งการขยายระยะเวลาการทำงานของผู้สูงอายุจาก 60 ปี เป็น 65 ปี เช่น กลุ่มบริษัทเซ็นทรัลที่ขยายอายุบุคลากรหลังเกษียณ หรือการจ้างผู้สูงอายุเข้าทำงาน เช่น ห้างสรรพสินค้าเทสโก้โลตัส ห้างสรรพสินค้าอิกเกีย กลุ่มบริษัทเซ็นทรัล ร้านคริสปีครีม ร้านซีเอ็ดบู้คเซ็นเตอร์ที่จ้างแรงงานผู้สูงอายุให้บริการลูกค้า โดยมีค่าตอบแทนและสวัสดิการแบบพนักงานประจำ ซึ่งนอกเหนือจากเหตุผลด้านความสามารถในการทำงานของผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการยังมีเหตุผลอื่นๆ ที่จูงใจต่อการจ้างงานผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นด้านธุรกิจในการว่าจ้างผู้สูงอายุที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการทำงาน และสิทธิประโยชน์ทางภาษีในการจ้างงานผู้สูงอายุ ด้านการตลาดในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร และด้านความรับผิดชอบต่อสังคมในการช่วยเหลือสังคมและชุมชน

3.1.6 สิ่งแวดล้อมเมือง (Urban Environment)

สิ่งแวดล้อมเมืองในปัจจุบัน ให้ความสำคัญกับแนวคิดเรื่องการออกแบบสำหรับทุกคน (Universal Design) เป็นการออกแบบสภาพแวดล้อมเพื่อทุกคน โดยไม่เลือกปฏิบัติต่อใครคนใดคนหนึ่ง ทำให้บุคคลที่มีข้อจำกัดหรือเงื่อนไขการใช้ชีวิต สามารถเข้าถึงการใช้งานพื้นที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกได้อย่างปลอดภัยและมีประสิทธิภาพ โดยหลักการออกแบบสำหรับทุกคน ประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ ได้แก่

- การใช้งานได้อย่างเท่าเทียม (Equitable Use)
- ความยืดหยุ่นในการใช้งาน (Flexibility in Use)
- การใช้งานได้ง่าย (Simple Use)
- ข้อมูลที่สามารถรับรู้เข้าใจได้ (Perceptible Information)
- การออกแบบที่มีโอกาสของอันตรายและความผิดพลาดที่ต่ำ (Tolerance for Error)
- การใช้งานที่ออกแรงต่ำ (Low Physical Effort)
- ขนาดและพื้นที่ที่เหมาะสม (Size and Space for Approach and Use)

ปัจจุบัน ความพยายามจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม ในการปรับปรุงสิ่งแวดล้อมเมืองตามหลักการออกแบบสำหรับทุกคนมากขึ้น โดยการปรับปรุงโครงสร้างสาธารณูปโภคที่เป็นมิตรกับทุกคน รวมถึงผู้สูงอายุขึ้น เช่น การรณรงค์เพื่อไม่ก่อสร้างสะพานลอย แต่พัฒนาทางม้าลายสำหรับข้ามถนน เนื่องจากผู้สูงอายุบางส่วนอาจมีปัญหาทางสุขภาพจากการขึ้นลงด้วยบันได และผู้สูงอายุบางส่วนที่เคลื่อนไหวด้วยรถเข็น รวมถึงการปรับปรุงทางเท้าที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้รถเข็นมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการเรียกร้องการออกแบบการจราจรให้มีระยะเวลาการข้ามถนนที่นานขึ้น เพื่อให้ผู้สูงอายุข้ามถนนได้ทัน นอกเหนือจากนี้อีกแนวคิดสำคัญในเรื่องสิ่งแวดล้อมเมืองและการออกแบบสำหรับทุกคนยังส่งผลสำคัญต่อแนมโน้มเมืองอัจฉริยะ ซึ่งจะกล่าวในแนมโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ซึ่งจะกล่าวในส่วนถัดไป (หัวข้อที่ 3.2.3)

การปรับปรุงสิ่งแวดล้อมเมืองตามหลักการออกแบบสำหรับทุกคน จะเป็นประโยชน์และโอกาสสำคัญต่อผู้ประกอบการในหลายสาขา โดย WEF (2017) ระบุว่า การสร้างสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุไม่เพียงช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมทางสังคมของผู้สูงอายุกับวัยอื่น ๆ แต่ยังสามารถกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมของภาคธุรกิจในการออกแบบสิ่งแวดล้อมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดย Living Solution Business บริษัท เอสซีจี จำกัด (มหาชน) ที่มีกลุ่มวิจัยและพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ด้านความเป็นอยู่ที่ดี (Well-being) ด้านการดูแลและป้องกัน

(Preventive Care) และ ด้านการดูแลผู้สูงอายุ (Eldercare) และการสร้างหรือปรับปรุงสิ่งก่อสร้าง ย่อมทำให้เกิดการจ้างงานในอุตสาหกรรมบริการก่อสร้าง ขนส่ง และอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.1.7 ความท้าทายต่อรูปแบบการบริโภค (Challenges to Consumption Patterns)

รายงาน Growing the European Silver Economy (2015) ซึ่งเป็นรายงานการศึกษา เศรษฐกิจสูงวัยของคณะกรรมการการยุโรป (European Commission) จำแนกกลุ่มผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่ยังคล่องแคล่ว (Active) ผู้สูงอายุที่เปราะบาง (Fragile) และผู้สูงอายุที่ต้องการการพึ่งพิง (Dependent) กล่าวคือ การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุอาจไม่ใช่เพียงข้อจำกัด ทางเศรษฐกิจสังคม กลุ่มผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งยังคงเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคม เพราะ สามารถดำรงชีวิตได้ในลักษณะเดียวกับกลุ่มคนหนุ่มสาว ยังคงเป็นกำลังแรงงาน หรือเป็นตลาด สินค้าและบริการที่สำคัญ ด้วยเหตุนี้ แนวโน้มด้านสังคมสูงวัยจึงรวมถึงประเด็นของรูปแบบ การดำรงชีวิตของผู้สูงวัยที่แตกต่างจากสังคมสูงวัยแบบเก่า หรือสังคมสูงวัยที่เป็นภาระใน มโนทัศน์เดิมของสังคม

ผลสำรวจวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในปัจจุบันแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีวิถีชีวิตที่ไม่ต่างกับคนหนุ่มสาว ซึ่งเป็นข้อมูลที่อาจต่างจากภาพจำของสังคมส่วนใหญ่ที่อาจคิดเห็นว่าคุณสูงอายุจะชอบ เก็บเนื้อเก็บตัว ไม่เข้าสังคม หรือไม่ชอบใช้จ่ายใช้สอย โดยผลสำรวจของ SCB Economic Intelligence Center (2015) รายงานว่าร้อยละ 60 ของผู้สูงอายุทำกิจกรรมนอกบ้านอย่างน้อย สัปดาห์ละครั้ง เช่น ซื้อสินค้า หรือพบปะเพื่อนฝูง โดยกว่าร้อยละ 60 ยินดีจ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้า และบริการที่ออกแบบเพื่อผู้สูงอายุ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นลักษณะเช่นเดียวกับข้อมูลการสำรวจใน รายงาน Getting Older - Our Aging World ของบริษัท Ipsos (2019) ที่แสดงให้เห็นถึงพลวัตของ ผู้สูงอายุในปัจจุบัน ทั้งในประเทศไทยและในระดับโลก โดยกิจกรรมที่ผู้สูงอายุในประเทศไทย ชื่นชอบก่อให้เกิดมูลค่าทางเศรษฐกิจ เช่น การท่องเที่ยว การพบปะเพื่อนฝูง การจับจ่ายใช้สอย และการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ โดยสินค้าที่ผู้สูงอายุใช้จ่ายมากที่สุด ได้แก่ อาหาร เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้า สุขภาพและนันทนาการ และการท่องเที่ยว ตามลำดับ นอกจากนี้ ผลสำรวจของผู้สูงอายุใน ประเทศไทยโดย Ipsos ยังระบุว่า ร้อยละ 64 ของผู้สูงอายุรู้สึกว่าคุณมีความหนุ่มสาวมากกว่า อายุจริง

ผลสำรวจแสดงให้เห็นถึงทัศนคติจากผู้สูงอายุที่เปลี่ยนไปจากเดิม ดังที่ผู้สูงอายุสามารถ พึ่งพาตัวเอง และทำกิจกรรมได้ในลักษณะเดียวกับคนวัยหนุ่มสาว ฉะนั้นผู้สูงอายุจึงเป็นกลุ่มตลาด ที่สำคัญทั้งด้านสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ รวมถึงเคหะสถาน

บ้านพักสำหรับผู้สูงอายุที่สามารถพึ่งตนเองได้หรือต้องการอยู่ร่วมกับผู้อื่นโดยไม่จำเป็นต้องอยู่กับคนในครอบครัว ประกอบกับทัศนคติจากสังคมในเชิงบวกต่อการใช้ชีวิตอย่างอิสระของผู้สูงอายุ ทำให้ปัจจุบันธุรกิจบ้านพัก สถานบริบาล สิ้นค้า และอุปกรณ์สำหรับผู้สูงอายุมีการเติบโตที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรพึงระวังถึงการออกแบบรูปแบบสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุให้เหมาะสมกับเงื่อนไขทางกายภาพของผู้สูงอายุด้วย ดังที่แนวโน้มด้านผู้สูงอายุของ WEF ยกตัวอย่างการแก้ปัญหาเรื่องผลิตภัณฑ์ทางการเงินของผู้สูงอายุที่ต้องใช้รหัสผ่าน ในขณะที่ผู้สูงอายุอาจมีปัญหาเรื่องความจำ จึงออกแบบการใช้เส้นเลือดดำบนฝ่ามือ และลายนิ้วมือแทนรหัสเอทีเอ็ม

แม้ว่าผลสำรวจต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มเกี่ยวกับวิถีชีวิตของสังคมสูงวัยที่มีความคล่องแคล่ว (Active) มากขึ้น แต่กิจกรรมต่าง ๆ มีค่าใช้จ่ายที่ผู้สูงอายุต้องจ่าย กลุ่มผู้สูงอายุที่มีความพร้อมทางการเงิน จึงเป็นตลาดสำคัญในสินค้าและบริการต่าง ๆ เนื่องจากมีความพร้อมทางการเงินจากการที่ยังสามารถทำงานอยู่ มีเงินเก็บการทำงานมาเป็นเวลานาน มีรายรับจากบุตรหลาน หรือมีรายได้จากเงินบำนาญหรือบำนาญสำหรับใช้จ่ายในวัยเกษียณ ประกอบกับไม่ต้องทำงาน จึงมีเวลาในการจับจ่ายใช้สอย ดังที่ Euromonitor (2012) คาดการณ์ว่าผู้สูงอายุ (อายุมากกว่า 60 ปี) จะมียอดการใช้จ่ายรวมประมาณ 15 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 โดยคาดว่าผู้สูงอายุจากสหภาพยุโรปจะมียอดการใช้จ่ายรวมประมาณ 3 ล้านล้านยูโร อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในระดับประเทศไทย ผู้สูงอายุจำนวนมากในประเทศไม่ได้มีความพร้อมทางการเงิน โดยรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2559 โดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย ระบุว่าร้อยละ 34.3 ของผู้สูงอายุในปี 2558 มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจน (รายได้ต่ำกว่า 2,647 บาท ต่อเดือน) จึงเป็นข้อเสนอแนะสำหรับตลาดสินค้าของผู้สูงอายุที่ควรกระจายกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจมายังกลุ่มผู้ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจต่ำ และข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ควรกำหนดนโยบายให้ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุเหล่านี้

แนวโน้มเรื่องการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุเกี่ยวข้องกับปัญหาของสังคมผู้สูงอายุ และอาจเป็นข้อจำกัดทางด้านเศรษฐกิจในบางประเด็น เช่น ภาระค่าใช้จ่ายของภาครัฐ และประชากรวัยทำงานที่จะต้องจ่ายภาษีเพื่อจัดสรรบริการสาธารณะให้และผู้สูงอายุ รวมถึงปัญหาด้านแรงงาน ดังที่จะมีกำลังแรงงานที่ลดลงทั้งจากผู้สูงอายุและบุตรหลานที่ต้องออกจากงานมาดูแลผู้สูงอายุ แต่แนวโน้มดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงโอกาสสำหรับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่จะมีอุปสงค์ที่มากขึ้น เช่น ธุรกิจด้านสุขภาพ สถานพยาบาลของภาคเอกชน อุปกรณ์ทางการแพทย์ และบุคลากรบริบาล ผู้สูงอายุนอกภาคการรักษาแบบปกติในโรงพยาบาล และหลายแนวโน้มเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงให้เห็น

เห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุอย่างยิ่ง เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระภาครัฐในการจัดสรรสินค้าและบริการให้แก่ผู้สูงอายุ

นอกเหนือจากนี้ผู้สูงอายุในปัจจุบันมีวิถีชีวิตและทัศนคติที่อาจแตกต่างจากภาพจำในสังคมที่ไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้ แต่เป็นผู้ที่ยังสามารถทำงานได้และทำกิจกรรมเช่นเดียวกับคนหนุ่มสาว ประกอบกับจำนวนผู้สูงอายุที่มากขึ้น กลุ่มผู้สูงอายุจึงเป็นตลาดสินค้าและบริการที่สำคัญของผู้ประกอบการที่การออกแบบสินค้าและบริการที่ครอบคลุมและเป็นมิตรกับกลุ่มผู้สูงอายุอย่างไรก็ดี ด้วยความแตกต่างทางฐานะของผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการอาจขยายกลุ่มสินค้าและบริการให้ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะต่างกัน แนวโน้มด้านสังคมสูงวัยในเศรษฐกิจสูงวัย จึงไม่ใช่ภาระทางสังคม แต่เป็นการบูรณาการเศรษฐกิจเข้ากับตลาดผู้สูงอายุและเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ

3.2 แนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

แม้ว่าภาพจำ (Stereotype) ของสังคมผู้สูงอายุคืออุปสรรคต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ผลการศึกษาด้านแบบจำลองทางเศรษฐกิจโดย Acemoglu และ Restrepo (2017) ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างสังคมผู้สูงอายุและการเติบโตของเศรษฐกิจ แสดงให้เห็นว่าการก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุไม่ใช่ข้อจำกัดทางเศรษฐกิจเสมอไป ผลของการศึกษาไม่พบความสัมพันธ์ของทั้ง 2 ปัจจัยดังกล่าว โดยเหตุผลสำคัญคือความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่ภาคธุรกิจนำไปใช้เพื่อเพิ่มผลิตภาพทางการผลิต เทคโนโลยีจึงไม่เพียงแต่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ แต่จะเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจและประเด็นสำคัญที่มายับยั้งข้อจำกัดของการก้าวเข้าเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

นอกเหนือจากนี้ ภาพจำของผู้สูงอายุในสังคมมักเป็นกลุ่มคนที่ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และไม่เข้าใจวิธีการของอุปกรณ์เทคโนโลยีต่างๆ แต่รายงานการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุจำนวนมากไม่ได้อายุเข้าใจและสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยและความอยู่ดีมีสุขของ Teerawichitchainan et al. (2019) วิเคราะห์ข้อมูลจากโครงการสำรวจผู้สูงอายุไทยปี พ.ศ. 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งผลการศึกษาระบุว่าร้อยละ 33 ของผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในครัวเรือนที่มีอินเทอร์เน็ต และร้อยละ 3.3 เคยใช้อินเทอร์เน็ตในปีที่ผ่านมา ในขณะที่ร้อยละ 50 เคยมีหรือเคยใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และโทรศัพท์มือถือ

พัฒนาการทางด้านนวัตกรรม เทคโนโลยี และวิทยาการ จึงส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจในทุกอุตสาหกรรม โดยการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าและบริการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น อาจช่วยเพิ่มมูลค่าและช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงตลาดใหม่มากขึ้น ในขณะที่เดียวกันภาคธุรกิจที่ไม่สามารถเข้าถึงหรือใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีอาจเสียโอกาสและความสามารถในการแข่งขันได้ โดยเทคโนโลยีต่างๆ ปรากฏในแนวนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมสากล โดยเฉพาะอย่างยิ่งแนวนโยบายด้านการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ที่ระบุเทคโนโลยี 23 ประเภท ที่จะส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิต ดังที่ปรากฏในภาพที่ 3-13

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางนวัตกรรม เทคโนโลยี และวิทยาการต่างๆ จะส่งผลกระทบต่อทั้งภาคการผลิตสินค้าและบริการ และจะกระทบต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนซึ่งครอบคลุมในหลายมิติ คณะผู้วิจัยจึงวิเคราะห์และสังเคราะห์เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย เพื่อนำเสนอในรายละเอียด พร้อมยกตัวอย่างประกอบ โดยสามารถสรุปแนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยได้ 6 ประเด็น ได้แก่ เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง บ้านที่เชื่อมต่อกับทุกอย่าง เมืองอัจฉริยะ เศรษฐกิจแบ่งปัน หลักสูตรออนไลน์แบบเปิด และหุ่นยนต์และบริการ

ภาพที่ 3-13 เทคโนโลยี 23 ด้าน ในการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4

การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The Fourth Industrial Revolution หรือ 4IR)
เทคโนโลยี 23 ด้านนี้ ได้รับการคาดการณ์ว่าจะปฏิวัติวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน

 Implantable Technologies	 The Connected Home	 The Sharing Economy
 Our Digital Presence	 Smart Cities	 Governments and the Blockchain
 Vision as the New Interface	 Big Data for Decisions	 3D Printing and Manufacturing
 Wearable Internet	 Driverless Cars	 3D Printing and Human Health
 Ubiquitous Computing	 Artificial Intelligence and Decision-Making	 3D Printing and Consumer Products
 A Supercomputer in Your Pocket	 AI and White-Collar Jobs	 Designer Beings
 Storage for All	 Robotics and Services	 Neurotechnologies
 The Internet of and for Things	 Bitcoin and the Blockchain	

ที่มา: บริษัท บอลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ประมวลจาก The Fourth Industrial Revolution, WEF, 2016

Bolliger & Company 6

3.2.1 เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (The Internet of Things หรือ IoT)

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (The Internet of Things หรือ IoT) เป็นเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ แท็บเล็ต โทรทัศน์ หรือ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อื่นๆ ด้วยอินเทอร์เน็ต ทำให้อุปกรณ์ต่างๆ สามารถสื่อสารและเชื่อมโยงกันได้ผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ใช้อุปกรณ์หนึ่งสามารถสื่อสารกับอีกอุปกรณ์ได้ แม้ว่าจะไม่ได้ป้อนคำสั่งที่อีกอุปกรณ์โดยตรง

เทคโนโลยีได้กล่าวได้ถูกนำมาใช้ในเทคโนโลยีทางด้านสุขภาพและการแพทย์สำหรับอำนวยความสะดวกและดูแลผู้สูงอายุ โดยมีอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลายชนิดที่เชื่อมโยงข้อมูลและระบบปฏิบัติการผ่านทางสัญญาณอินเทอร์เน็ต อาทิ อุปกรณ์บันทึกข้อมูลสุขภาพและเชื่อมต่อระหว่างผู้สูงอายุ ผู้ดูแล และสถานพยาบาล ติดตั้งปุ่มฉุกเฉินที่เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้กับบุตรหลานหรือโรงพยาบาล หรือในกรณีของสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างการเปิด ปิด ปรับเครื่องใช้ไฟฟ้าผ่านโทรศัพท์มือถือ

3.2.2 เทคโนโลยีบ้านที่เชื่อมต่อกับทุกอย่าง (Connected home)

เทคโนโลยีบ้านที่เชื่อมต่อกับทุกอย่าง (Connected Home) เป็นผลลัพธ์สำคัญจากเทคโนโลยี IoT ที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายในครัวเรือนสามารถเชื่อมต่อกันด้วยอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถสื่อสารระหว่างกันได้ และทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งมีตัวอย่างหลายผลิตภัณฑ์ อาทิ กล้องวงจรปิดผ่านระบบอินเทอร์เน็ต การเปิดปิดเครื่องปรับอากาศด้วยโทรศัพท์มือถือ เครื่องวัดอุณหภูมิและเครื่องตรวจจับควันที่เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต ซึ่งล้วนช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้อยู่อาศัยภายในบ้านที่สามารถตรวจความเรียบร้อยของบ้านได้ แม้ว่าจะไม่ได้อยู่ในบ้าน

เทคโนโลยีดังกล่าวช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่บุตรหลานที่สามารถดูและระวังการใช้ชีวิตตามลำพังของผู้สูงอายุได้ ผ่านการติดตามทางเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ รวมถึงสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุได้โดยตรงในการดูแลบ้าน ในกรณีที่ผู้สูงอายุอาจมีภาวะความจำเสื่อมหรือหลงลืม เช่น ออกจากบ้านโดยไม่แน่ใจว่าได้ปิดเครื่องใช้ไฟฟ้าแล้วหรือยัง ทำให้สามารถเปิดปิดจากภายนอกบ้านได้ โดยไม่ต้องกลับเข้าไปปิด หรือกรณีที่ผู้สูงอายุลุกเดินไม่สะดวกแต่สามารถช่วยย่นระยะเวลาในการเปิดปิดสิ่งต่างๆ โดยการป้อนคำสั่งผ่านทางโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ตเพื่อช่วยปิดหรือเปิดไฟหรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ปุ่มกดอยู่ไกลได้

3.2.3 เทคโนโลยีเมืองอัจฉริยะ (Smart Cities)

เมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) เป็นรูปแบบของเมืองสมัยใหม่ที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ในการบริหารจัดการเมืองและทรัพยากร ประกอบกับการออกแบบที่มีความเป็นสากล (Universal) กับคนทุกช่วงอายุและข้อจำกัดทางสุขภาพ เช่น เด็ก ผู้สูงอายุ ผู้พิการ และการออกแบบที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ใช้พลังงานสะอาด และควบคุมการใช้พลังงานด้วยระบบดิจิทัล ประกอบกับเทคโนโลยี IoT เมืองอัจฉริยะจึงเป็นแนวโน้มที่เมืองหลายๆ เมืองในโลกจะเชื่อมต่อการให้บริการ ระบบสาธารณูปโภคกับอินเทอร์เน็ต เพื่อจัดการและบริการภายในชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังเห็นได้จากการพัฒนาเมืองอัจฉริยะต่างๆ ที่เกิดขึ้นทั่วโลก เช่น กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น นครนิวยอร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา

กรณีของประเทศไทย ได้มีการผลักดันเมืองอัจฉริยะในหลายพื้นที่ เช่น ภูเก็ตสมาร์ทซิตี ขอนแก่นไมซ์ซิตี โดยกรณีตัวอย่างที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย คือเมืองอัจฉริยะในตำบลแสนสุข จังหวัดชลบุรี ที่สร้าง Smart City สำหรับผู้สูงอายุ ผ่านการพัฒนาสาธารณูปโภคที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ การจัดการสิ่งแวดล้อม การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีรีโมทคอนโทรลด้านความปลอดภัย ภายในบ้านและปุ่มฉุกเฉินที่เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต

3.2.4 เทคโนโลยีเศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)

เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) คือ การแบ่งปันสินค้าและบริการผ่านตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ หรือ แพลตฟอร์มอื่นๆ ที่เทคโนโลยีเอื้ออำนวย โดยการเช่าหรือยืมเพียงชั่วคราว โดยที่ไม่ได้เป็นเจ้าของโดยตรง ซึ่งเศรษฐกิจรูปแบบนี้เป็นการจับคู่ระหว่างผู้ต้องการให้บริการและรับบริการผ่านทางแพลตฟอร์มต่างๆ ในหลายกรณีได้แสดงให้เห็นถึงความเป็นเจ้าของสินค้าและบริการได้เปลี่ยนแปลง ผู้ให้บริการ (เจ้าของสินค้า/บริการ) สามารถเลือกเวลาที่จะให้ใช้สินค้าหรือบริการได้ในเวลาใด และผู้รับบริการสามารถเข้าถึงสินค้าบริการเหล่านั้นได้โดยไม่ต้องเป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นการเพิ่มความหลากหลายให้แก่ผู้บริโภค และเพิ่มการแข่งขันกับผู้ให้บริการเดิม โดยการกดดันให้ผู้ให้บริการในรูปแบบเดิมพัฒนาคุณภาพและราคาสินค้าและบริการมากขึ้น ตัวอย่างธุรกิจเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เช่น ธุรกิจที่พักอาศัยแบบชั่วคราวผ่านทาง Airbnb หรือ ธุรกิจการขนส่งโดยใช้รถส่วนตัว Grab หรือ Uber เป็นต้น

ตัวอย่างของธุรกิจในเศรษฐกิจแบบแบ่งปันที่ให้บริการผู้สูงอายุในประเทศไทย คือ การเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน Grab ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุที่ไม่ได้ขับรถหรือไม่

สะดวกในการเดินทางด้วยรถสาธารณะแบบปกติ มีความสะดวกมากขึ้นในการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน ที่สามารถเรียกรถจากหน้าบ้านหรือสถานที่ที่ต้องการ และสามารถส่งข้อมูลการเดินทางให้กับผู้อื่น จึงน่าจะสร้างความรู้สึกปลอดภัยให้กับผู้สูงอายุที่เดินทางมากขึ้นในขณะเดียวกัน ผู้สูงอายุที่เกษียณแล้วที่มีสินค้าหรือบริการที่สามารถแบ่งปันได้ ยังสามารถมีส่วนร่วมในระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปันโดยการเป็นผู้ให้บริการเสียเอง ไม่ว่าจะเป็นการขับรถบริการผ่านระบบ Grab หรือการให้เช่าบ้านพักผ่านระบบ Airbnb เพื่อเป็นช่องทางการสร้างรายได้

3.2.5 เทคโนโลยีหลักสูตรออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Course หรือ MOOC)

เทคโนโลยีหลักสูตรออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Course หรือ MOOC) คือรูปแบบหลักสูตรเรียนออนไลน์ที่เปิดรับคนจำนวนมากให้เข้ามาเรียนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ซึ่งเทคโนโลยีนี้ได้ช่วยให้พื้นที่ห่างไกลหรือพื้นที่ขาดแคลนทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต สามารถเข้าถึงการศึกษาได้ นอกเหนือจากนี้เทคโนโลยีดังกล่าวยังทำให้บุคคลสามารถมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต แม้ว่าจะจบการศึกษาแล้ว แต่ก็สามารถเรียนเพิ่มเติมได้จากหลักสูตรออนไลน์ต่างๆ โดยไม่เสียค่าใช้จ่าย เช่น ผู้ที่ต้องการทบทวนความรู้ที่เคยเรียนมา หรือเพื่อเพิ่มทักษะและความรู้ในด้านที่ไม่ได้เรียนมา โดยระบบ MOOC มีอย่างแพร่หลายทั้งในระดับสากลผ่านระบบออนไลน์ที่มีหลักสูตรและอาจารย์จากมหาวิทยาลัยระดับโลก เช่น Coursera EDX หรือระบบ MOOC ของประเทศไทย เช่น Thai MOOC Chula MOOC เป็นต้น

ผู้สูงอายุสามารถใช้เวลาว่างในยามเกษียณ ในการศึกษาวิชาความรู้และทักษะต่างๆ เพื่อพัฒนาตนเอง ในหลายสาขา เช่น วิทยาศาสตร์ สุขภาพ ธุรกิจ ศิลปะ ประวัติศาสตร์ เพื่อเป็นการเพิ่มความรู้และอาจนำมาเป็นองค์ความรู้ในการประกอบอาชีพหลังเกษียณ นอกเหนือจากนี้ ยังมีหลักสูตร MOOC ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและเศรษฐกิจสูงวัยทั้งในรูปแบบของภาษาต่างประเทศและภาษาไทย เพื่อให้บุคคลทั่วไปหรือผู้ประกอบการทำความเข้าใจเกี่ยวกับผู้สูงอายุเพื่อเป็นข้อมูลในการศึกษาตลาดผู้สูงอายุ เช่น

- Innovating Solutions for Aging Populations (Coursera)
- Rethinking Ageing: Are we prepared to live longer? (Coursera)
- Internet of Things for Active Aging (FutureLearn)
- Ageing Well: Falls (FutureLearn)
- Falling Down: Problematic Substance Use in Later Life (FutureLearn)
- ศาสตร์แห่งการชะลอวัย (Science of active aging) (Thai MOOC)

- การดูแลผู้สูงอายุแบบองค์รวม (Holistic Approach on Ageing Care) (Thai MOOC)
- การพยาบาลผู้สูงอายุ (Gerontological Nursing) (Thai MOOC)

3.2.6 เทคโนโลยีหุ่นยนต์และการให้บริการ (Robotics and Services)

เทคโนโลยีหุ่นยนต์ได้เข้ามามีบทบาทในเศรษฐกิจมากขึ้น ทั้งในภาคการผลิตและภาคบริการ โดยในภาคการผลิตได้มีหุ่นยนต์เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงาน หรือทดแทนแรงงานที่ขาดคุณภาพและทักษะ โดยในภาคการผลิตจะมีหุ่นยนต์ผลิตหรือประกอบสินค้าที่ต้องอาศัยทักษะและความแม่นยำสูง หุ่นยนต์ในการเชื่อมต่อในการขนส่งสินค้าระหว่างสายการผลิตเพื่อความตรงต่อเวลา หุ่นยนต์จัดเรียงสินค้า และหุ่นยนต์ตรวจสอบคุณภาพสินค้าและความปลอดภัยของโรงงาน ส่วนภาคบริการได้เริ่มมีหุ่นยนต์ที่ให้บริการลูกค้า ทั้งในร้านอาหาร และร้านค้าต่าง ๆ โดยหุ่นยนต์จะมีบทบาทมากขึ้นเพื่อทดแทนแรงงาน โดยเฉพาะในสังคมสูงวัยที่จะมีกำลังแรงงานลดลงเนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น

ทั้งนี้ เทคโนโลยีหุ่นยนต์ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่ปรากฏอย่างชัดเจนคือเทคโนโลยีทางการแพทย์และการแพทย์ โดยแนวโน้มการผ่าตัดหรือวินิจฉัยโรคด้วยระบบอัตโนมัติ และหุ่นยนต์ ได้เริ่มเข้ามาเปลี่ยนแปลงระบบการแพทย์ หรือบริการทางการแพทย์ที่มีอยู่เดิม เช่น เทคโนโลยีหุ่นยนต์เพื่อดูแลผู้สูงอายุจากประเทศญี่ปุ่น โดยหุ่นยนต์กำลังทดแทนหรือทำงานร่วมกับบุคลากรทางการแพทย์ที่มีอย่างจำกัด และช่วยเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและผลลัพธ์ที่แม่นยำมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุที่คาดว่าจะมีการใช้บริการสถานพยาบาลมากกว่าคนวัยหนุ่มสาว นอกเหนือจากนี้ ยังมีเทคโนโลยีหุ่นยนต์บริการผู้สูงวัยที่ใช้กล้องดิจิทัลในการตรวจจับการล้มของผู้สูงวัยโดยเก็บข้อมูลความสูงระดับพื้นดิน ความเร็วในการล้ม เพื่อส่งสัญญาณเตือนไปยังบุตรหลาน¹

3.3 แนวโน้มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

นอกเหนือจากแนวโน้มด้านสังคมสูงวัยและแนวโน้มด้านเทคโนโลยี การปรับตัวของภาคธุรกิจไทยยังต้องคำนึงถึงพลวัตการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยด้วย โดยคณะผู้วิจัยสังเคราะห์แนวโน้มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ทั้งหมด 3 ประเด็น

¹ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ, “DINSOW MINI” หุ่นยนต์บริการดูแลผู้สูงวัย”, <https://www.nia.or.th/หุ่นยนต์บริการดูแลผู้สูงวัย.html> [สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2563].

ได้แก่ การค้าระหว่างประเทศ การเรียนรู้ตลอดชีวิต และความรับผิดชอบต่อสังคม โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.3.1 การค้าระหว่างประเทศ (International Trade)

การค้าระหว่างประเทศได้เติบโตขึ้นอย่างมากทั้งในระดับโลกและระดับประเทศไทย โดยภาพที่ 3-14 แสดงมูลค่าการส่งออกระหว่างประเทศในระดับโลกและระดับประเทศไทย โดยข้อมูลจากธนาคารโลก ซึ่งเห็นได้ว่าการส่งออกในระดับโลกโตขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และหากพิจารณาที่อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2551-2561 ของมูลค่าการส่งออกของไทย จะเห็นได้ว่ามูลค่าการส่งออกของไทย (ร้อยละ 3.55) มีอัตราการเติบโตในภาพรวมที่สูงกว่าระดับโลก (ร้อยละ 1.88)

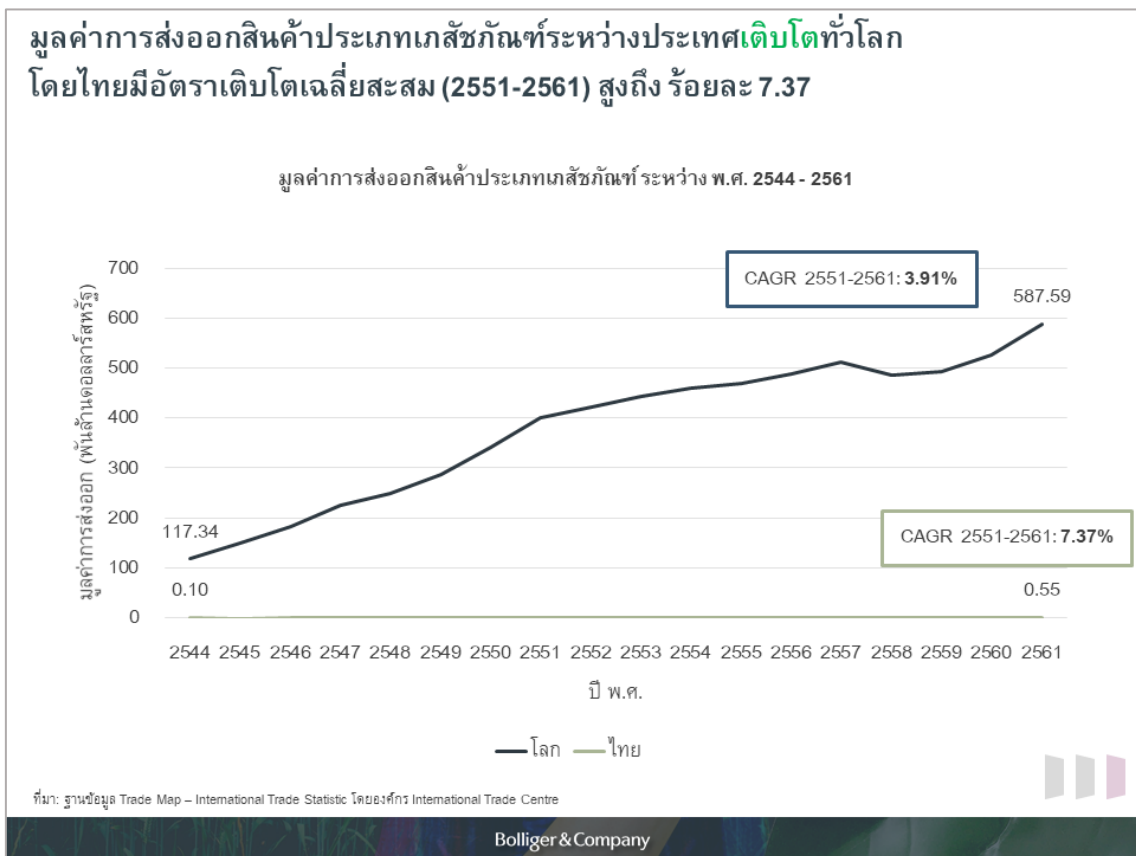
ภาพที่ 3-14 มูลค่าการส่งออกระหว่างประเทศ ระหว่าง พ.ศ. 2503-2561



เมื่อพิจารณาอัตราการส่งออกเฉพาะเจาะจงไปที่สินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์และการรักษาโรค โดยข้อมูลสถิติจากฐานข้อมูล Trade Map – International Trade Statistic โดย

องค์กร International Trade Centre หมวดที่ 30 ประเภทเภสัชภัณฑ์ (Pharmaceutical products) ซึ่งประกอบไปด้วยสินค้าประเภทที่เกี่ยวกับการแพทย์และรักษาโรค เช่น ยารักษาโรค อุปกรณ์สำหรับผ่าตัด ผลิตภัณฑ์ไบโอเทคโนโลยี อุปกรณ์ทางทันตกรรม ระหว่างปี 2544-2561 ดังภาพที่ 3-15 จะเห็นได้ว่ามูลค่าส่งออกสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์เติบโตอย่างมากในระดับโลก ดังที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ระหว่างปี 2551-2561 อยู่ที่ร้อยละ 3.91 และมีมูลค่าการส่งออกรวมที่ 5.88 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561 แม้ว่าจะมีมูลค่าการส่งออกรวมของสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์ของไทยในปี 2561 อยู่ที่ประมาณ 550 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณร้อยละ 0.09 ของมูลค่าการส่งออกในระดับโลก แต่การส่งออกสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์ของไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสม (CAGR) ในระยะเวลา 10 ปี ล่าสุดอยู่ที่ร้อยละ 7.37 ซึ่งข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงโอกาสของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์และการรักษาโรคซึ่งมีกลุ่มผู้สูงอายุเป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายสำคัญ

ภาพที่ 3-15 มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์ ระหว่าง พ.ศ. 2544-2561



ทั้งนี้ แม้ว่าการค้าระหว่างประเทศไม่ใช่เรื่องใหม่ในการปรับตัวของภาคธุรกิจไทย เนื่องจากภาคธุรกิจไทยได้มีการนำเข้าหรือส่งออกสินค้าต่างประเทศมาเป็นเวลานาน อย่างไรก็ตาม

ข้อมูลการเติบโตของการค้าระหว่างประเทศดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงโอกาสของภาคธุรกิจไทยในการนำเข้าหรือส่งออกสินค้าเกี่ยวกับผู้สูงอายุ ทั้งสินค้าประเภทเวชภัณฑ์ดังที่กล่าวข้างต้น หรือผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุประเภทอื่น ภาคธุรกิจสามารถนำเข้าองค์ประกอบหรือชิ้นส่วนที่เกี่ยวข้องจากต่างประเทศในราคาหรือคุณภาพที่หลากหลายมากกว่าการสั่งซื้อจาก Supplier ภายในประเทศ เพื่อนำมาผลิตสินค้าหรือบริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และผู้ประกอบการสามารถส่งออกสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยไปยังตลาดต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นการขยายตลาดผู้สูงอายุที่มีขนาดใหญ่มากยิ่งขึ้น อันเป็นการจูงใจผู้ประกอบการให้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับตลาดผู้สูงอายุ เนื่องจากตลาดจะไม่ได้จำกัดแค่ผู้บริโภคภายในประเทศ แต่ยังมีโอกาสทางการค้าสำหรับตลาดต่างประเทศ ดังที่ผู้ประกอบการจะได้ผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากการประหยัดต่อขนาด (Economy of scale) ในการขยายตลาดสินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุไปยังตลาดต่างประเทศ

3.3.2 การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

แนวโน้มเรื่องการเรียนรู้ตลอดชีวิตได้กลายมาเป็นอีกแนวนโยบายสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ทั้งในระดับองค์กร ระดับภูมิภาค หรือระดับประเทศ เพื่อให้พัฒนาทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีนโยบายจากองค์กรเอกชนหรือนโยบายระดับประเทศในการสนับสนุนการเรียนรู้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการศึกษาหรือปริญญาแบบปกติ เช่น การอ่านหนังสือ การเรียนออนไลน์แบบ MOOC การเรียนหรืออบรมนอกเวลา การเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ต่างๆ

รัฐบาลสิงคโปร์ถือเป็นรัฐบาลต้นแบบในการวางนโยบายเกี่ยวกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาทักษะของประชากร โดยการให้เงินสนับสนุนแก่ประชากรในการเรียนในหลักสูตรต่างๆ ผ่านทางองค์กร SkillFuture Singapore หรือ SSG มีบริษัทด้านการศึกษาที่ร่วมมือพัฒนาหลักสูตรที่หลากหลาย เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ เช่น การใช้โปรแกรม Microsoft Office ทักษะของผู้ประกอบการ เช่น การตลาดแบบดิจิทัล ความปลอดภัยในการทำงาน ทักษะในชีวิตประจำวัน เช่น การทำอาหาร การทำความสะอาด ทักษะการให้บริการ เช่น การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า หรือทักษะอาชีพ เช่น พยาบาล เป็นต้น

แนวโน้มด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตเป็นแนวโน้มที่สอดคล้องกับการเข้าสู่สังคมสูงวัย ดังที่มีการเตรียมประชากรให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้บุคคลที่ความรู้และทักษะเพื่อรับมือกับปัญหาสังคมผู้สูงอายุให้สามารถทำงานได้นานขึ้น ทำให้ผู้ที่อยู่ในวัยใกล้เกษียณสามารถพัฒนาตนเองเพื่อให้สามารถอยู่ในตลาดแรงงานโดยที่ยังมีคุณภาพและ

ศักยภาพในการทำงาน แม้ว่าจะมีอายุมาก จึงเป็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ภาครัฐควรสนับสนุนโดยการออกนโยบายเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับผู้สูงอายุ โดยภาครัฐก็อาจมีส่วนร่วมในการการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาเพื่อรองรับแนวโน้มด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิต ซึ่งองค์กรเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอาจมีส่วนร่วมโดยการสนับสนุนบุคลากรในองค์กรให้พัฒนาตัวเองอยู่เสมอ

3.3.3 ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)

ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวโน้มทางเศรษฐกิจสังคมที่ได้รับความสนใจจาก สังคม ในปัจจุบัน บทบาทที่เพิ่มมากขึ้นของภาคประชาสังคมและกลุ่มผลประโยชน์ที่เรียกร้องต่อประเด็น ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคมทั้งจากผู้ที่ก่อให้เกิดปัญหา หรือผู้ที่มีความพร้อมทางเศรษฐกิจและสังคม ในการแก้ปัญหา หรือผู้ที่มีหน้าที่ที่ต้องรับผิดชอบต่อปัญหาเหล่านั้น เพื่อร่วมดำเนินมาตรการที่ รับผิดชอบต่อสังคมและก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่สังคมมากยิ่งขึ้น ทั้งจากภาครัฐ ภาคเอกชน และ ภาคประชาสังคม ดังที่ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้ออกมาตรการต่างๆ ที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสังคม มากขึ้น ทั้งนี้ มาตรการความรับผิดชอบต่อสังคมไม่เพียงแต่เป็นการดำเนินงานเพื่อประโยชน์ต่อ สาธารณะ แต่ยังสามารถนำมาใช้เป็นมาตรการทางการตลาด เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและ ภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

ผู้สูงอายุถือเป็นหนึ่งในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่สังคมให้ความสำคัญ โดยภาครัฐได้มีความรับผิดชอบต่อสังคมผู้สูงอายุโดยการออกแบบนโยบายที่มีความเป็นสากล (Universal) ซึ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นโครงสร้างสาธารณูปโภค เช่น ระยะเวลาในการข้ามถนนที่นานเพียงพอ ขนาดตัวอักษรตามประกาศสาธารณะที่ใหญ่เพียงพอ หรือนโยบายสำหรับช่วยเหลือผู้สูงอายุโดยตรง เช่น เบี้ยผู้สูงอายุ สวัสดิการรักษายาบาล เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันภาคธุรกิจได้มีนโยบายความรับผิดชอบต่อสังคมผู้สูงอายุในรูปแบบของ CSR in Process ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเดิมขององค์กร เช่น การขยายการทำงานของแรงงานที่ถึงวัยต้องเกษียณ การจัดสวัสดิการให้แก่แรงงานสูงอายุ การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ครอบคลุมและรับผิดชอบต่อลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ (Szewczyk, 2018) เช่น การขยายธุรกิจให้ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุเป็นกลุ่มเป้าหมาย เช่น อาหาร ที่บดเคี้ยวง่ายโดยใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ หรือการจัดตั้งกิจการเพื่อสังคมสำหรับการดูแล ผู้สูงอายุ เช่น บ้านพักผู้สูงอายุ รวมถึงรูปแบบของ CSR after Process ซึ่งเป็นการดำเนินกิจกรรม ที่ไม่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กรโดยตรง เช่น การก่อสร้างลานกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ การบริจาคสิ่งของให้แก่ผู้สูงอายุ เป็นต้น

3.3.4 พฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ

ในปัจจุบัน ผู้สูงวัยทั้งในไทยและระดับโลกมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้น และมีพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย โดยมีพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่สูงขึ้น ทั้งผัก ผลไม้ และอาหารต่างๆ เพื่อสุขภาพเพื่อดูแลสุขภาพจากภายใน และการใช้การบริการต่างๆ เช่น การสวมใส่เครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์ การใช้บริการด้านความงาม และสถานบริการสุขภาพต่างๆ เพื่อดูแลสุขภาพจากทั้งภายในและภายนอก

จากรายงานผลวิจัยของผู้สูงอายุ (Getting Older—Our Aging world) ในปี 2561 โดยบริษัท อีปซอสส์ ได้ระบุว่า ผู้สูงวัยทั่วโลกมีความวิตกกังวลในประเด็นเรื่องของการเงินและสุขภาพสูงที่สุด สำหรับผู้สูงวัยไทยมีความวิตกกังวลในประเด็นที่ใกล้เคียงกัน โดยมีความวิตกกังวลเรื่องความกลัวจะไม่สามารถทำสิ่งต่างๆ ที่เคยทำได้ และความกลัวเจ็บป่วย สูงที่สุดสองอันดับแรก และยิ่งระบุอีกว่า ผู้สูงอายุในไทยคิดว่าจะต้องเตรียมตัวเพื่อรับมือกับวัยที่สูงขึ้นด้วยการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และทานอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุดสองอันดับแรก

ในขณะเดียวกัน รายงานนี้ยังระบุว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้สูงวัยชาวไทย ยังใช้จ่ายเพื่ออาหารสูงสุดที่ร้อยละ 95 รองลงมาเป็นเรื่องการใช้จ่ายด้านการรับประทานอาหารนอกบ้าน และการใช้จ่ายเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านที่ร้อยละ 78 และ 78 ตามลำดับ ผลสำรวจของ อีปซอสส์ จึงอาจชี้ให้เห็นว่า ผู้สูงวัยตอบสนองต่อการดูแลสุขภาพด้วยการบริโภคผัก ผลไม้ และอาหารเพื่อสุขภาพมากที่สุด รองลงมาเป็นการทำกิจกรรมต่างๆ หรือใช้บริการเพื่อสุขภาพ

ผลการศึกษายังสอดคล้องกับรายงานการศึกษาพฤติกรรมบริโภคของ The 1 Insight ในปี 2562 ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีฐานะดีในปัจจุบันที่ถูกเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม โดยในการศึกษานี้ได้นิยามว่าเป็นกลุ่ม New Wealth ที่ประกอบไปกลุ่มผู้มีอายุสูงกว่า 45 ปี ถึงร้อยละ 52.3 ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงกว่าผู้บริโภครุ่นอื่นๆ ซึ่งมีพฤติกรรมการบริโภคที่สำคัญคือการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยกลุ่มนี้มีแนวคิดที่ว่า สุขภาพคือความมั่งคั่ง (Healthy is Wealthy) ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้ สนใจสินค้าและบริการเพื่อสุขภาพเป็นอย่างมาก เช่น บริการฟิตเนส สินค้า Wearable เพื่อติดตามข้อมูลด้านสุขภาพ บริการสุขภาพตามศูนย์สุขภาพและสถาบันความงาม และธุรกิจด้านอาหารและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยผลสำรวจของ The 1 (เดอะ วัน) ระบุว่า กลุ่ม New Wealth กว่าร้อยละ 86 เลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ เช่น ผัก ผลไม้ ออร์แกนิก สลัด น้ำผลไม้ และอาหารเสริมประเภทต่างๆ ซึ่งสูงกว่ากลุ่มลูกค้าอื่นๆ โดยเปรียบเทียบที่ซื้อสินค้าประเภทนี้เพียงร้อยละ 28

จึงอาจกล่าวได้ว่า พฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพที่มีความสำคัญมากขึ้นทั่วโลก รวมถึงพฤติกรรมของผู้สูงวัยที่ใส่ใจสุขภาพ ย่อมส่งผลต่อการปรับตัวของภาคธุรกิจไทยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย โดยเฉพาะธุรกิจที่จะได้รับผลกระทบโดยตรงคือ ธุรกิจในกลุ่มเกษตรของไทยที่เป็นแหล่งผลิตต้นน้ำของธุรกิจอาหารที่สำคัญในระดับประเทศ เช่น พืช ผัก ผลไม้ที่มีมาตรฐานเป็นผลิตภัณฑ์อินทรีย์ดีต่อสุขภาพในระยะยาว เป็นต้น และธุรกิจด้านการบริการสุขภาพประเภทต่างๆ ที่ตอบสนองความต้องการดูแลสุขภาพของผู้สูงวัย

3.4 สรุป

จากการศึกษาแนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ทั้งจากแนวโน้มด้านสังคมสูงวัย แนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย และแนวโน้มด้านอื่นๆ การเข้าสู่สังคมสูงวัยสามารถเป็นได้ทั้งโอกาสและข้อจำกัดของการเติบโตทางเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดที่น่าเสนอข้างต้น เช่น อัตราส่วนของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น และทิศทางของภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นที่จะส่งผลกระทบต่อกำลังแรงงานที่ลดลง สามารถพลิกเป็นโอกาสทางธุรกิจกับสาขาที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจบริการทางการแพทย์และการรักษาพยาบาล ธุรกิจการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ยาและเวชภัณฑ์ ที่จะมีอุปสงค์ที่เพิ่มมากขึ้น แนวโน้มที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรภาครัฐ เช่น สวัสดิการสังคม และหนี้สาธารณะ แสดงให้เห็นว่าภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการในเศรษฐกิจสูงวัย เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจและประโยชน์สาธารณะ

นอกจากนี้ จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นยังเป็นโอกาสสำหรับภาคธุรกิจในการผลิตสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุที่มีความคล่องแคล่วที่สามารถทำงานได้หรือยังคงมีวิถีชีวิตเช่นเดียวกับคนหนุ่มสาว รวมถึงผู้ประกอบการสามารถพัฒนาธุรกิจโดยอาศัยความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยีในการผลิตสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง 6 เทคโนโลยี ที่ได้กล่าวถึง คือ IoT, Connected Home, Smart cities, Sharing Economy, MOOC, และ Robotics and Services พร้อมทั้งพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับแนวโน้มอื่นๆ ได้แก่ การค้าระหว่างประเทศ การเรียนรู้ตลอดชีวิต ความรับผิดชอบต่อสังคม และพฤติกรรมการบริโภคเพื่อสุขภาพ โดยผู้ประกอบการอาจขยายกลุ่มสินค้าและบริการให้ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะต่างกัน การปรับตัวของภาคธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัยจึงถือเป็นการบูรณาการภาคธุรกิจเข้ากับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งถือเป็นการเตรียมความพร้อมในการผนวกผู้สูงอายุให้เป็นส่วนหนึ่งของสังคมมากยิ่งขึ้น และเป็นการสร้างโอกาสให้แก่ผู้ประกอบการในการขยายธุรกิจต่อไป

โดยเนื้อหาในบทถัดไป จะเป็นการศึกษากรณีศึกษาธุรกิจต้นแบบ และนโยบายสนับสนุนธุรกิจในยุคเศรษฐกิจสูงวัย เพื่อเรียนรู้แนวทางการดำเนินธุรกิจที่ตอบสนองต่อแนวโน้มสำคัญในสังคมสูงวัยและแนวโน้มด้านเทคโนโลยี และแนวโน้มอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ประกอบกับศึกษาแนวทางการสนับสนุนการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัยในเชิงนโยบายของต่างประเทศ ที่สามารถนำมาปรับใช้กับการปรับตัวของภาคธุรกิจในการเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัยของไทยอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

บทที่ 4

กรณีศึกษาธุรกิจต้นแบบ และนโยบายสนับสนุนธุรกิจ ในยุคเศรษฐกิจสูงวัย

จากการศึกษาแนวโน้มสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัยในบทที่ผ่านมา จึงอาจกล่าวได้ว่าการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยส่งผลกระทบต่อมิติเศรษฐกิจและสังคมของทุกประเทศ แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะนำมาซึ่งความกังวลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจ แต่ในอีกด้านหนึ่ง นับเป็นโอกาสสำหรับการเกิดขึ้นของธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชากรสูงวัยที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมถึงการคิดค้นและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการขับเคลื่อนสังคมสูงวัยอย่างยั่งยืน ในขณะเดียวกัน ประเทศต่างๆ ที่เข้าสู่สังคมสูงวัยหรือกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ จำเป็นต้องทบทวนนโยบายและกฎระเบียบต่างๆ เพื่อรับมือกับความท้าทายในอนาคต รวมถึงส่งเสริมให้ทุกภาคส่วนเข้าถึงโอกาสและการใช้ประโยชน์จากสถานการณ์ดังกล่าวได้อย่างเท่าเทียม

บทนี้จึงนำเสนอแนวโน้มของธุรกิจในระบบเศรษฐกิจสูงวัย จากการรวบรวมตัวอย่างธุรกิจเกิดขึ้นทั้งในและต่างประเทศ โดยสามารถแบ่งประเภทของธุรกิจออกเป็น 5 กลุ่มประกอบด้วย

1) ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลความเป็นอยู่ด้านสุขภาพจะเติบโตอย่างรวดเร็ว ครอบคลุมธุรกิจบริการทางการแพทย์สำหรับโรคที่มักเกิดกับผู้สูงอายุ เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด ความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมองเสื่อม โรคเบาหวานโรคกระดูกพรุน โรคข้ออักเสบ ธุรกิจ Digital Healthcare ที่นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการดูแลผู้ป่วยให้ครบวงจร ทั้งด้านการคิดค้นพัฒนา การรักษา และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้สูงขึ้น รวมถึงธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) ซึ่งแม้ว่าจะยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใหม่สำหรับประเทศไทยแต่ก็นับว่าเป็นตลาดที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีนับจากนี้

จากรายงานของบริษัทให้คำปรึกษา PwC กล่าวว่าประชากรกว่าประมาณ 14 ล้านคนทั่วโลก มีการใช้จ่ายเงินโดยประมาณ 68,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

(Medical tourism) ในปี 2559 และประเทศไทยก็เป็นหนึ่งปลายทางที่ธุรกิจนี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง คาดว่าภายในปี 2564 ธุรกิจนี้จะเติบโตไปเป็น 1.25 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐทั่วโลก

นอกจากนั้น ข้อมูลจาก EvaluatePharma World Preview 2018 ระบุว่ายาที่พัฒนาจาก Biotechnology มีการเติบโตทางธุรกิจร้อยละ 85 ในขณะที่ยาที่พัฒนาจาก Conventional Technology เติบโตร้อยละ 3 จึงทำให้เทคโนโลยีชีวภาพกำลังเป็นที่สนใจในตลาดอาเซียน และใน รายงานฉบับเดียวกัน ยังมีการคาดการณ์ว่าตลาดยาทั่วโลกจะเติบโตสูงถึง 1.18 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2567 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) ร้อยละ 6.9 เทียบกับช่วงระหว่าง ปี 2554 – 2561 อยู่ที่ร้อยละ 1.7

2) ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ

ข้อมูลจาก Research and Markets ระบุว่าตลาดหุ่นยนต์ดูแลและความช่วยเหลือ (Assistive robotics) ทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 3,100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561 และคาดการณ์ว่า จะมีอัตราการเติบโตแบบ CAGR ร้อยละ 22.3 ในช่วงระหว่างปี 2562 – 2567 ทำให้มูลค่าตลาดสูงถึง 11,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในด้านของปริมาณ ในปี 2561 มีการส่งออกหุ่นยนต์ประเภท ดังกล่าว 389,000 ตัว และคาดว่าจะมีการส่งออกสูงถึง 1.1 ล้านตัวในปี 2567

ความต้องการที่มากขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยของหลาย ประเทศทั่วโลก แนวโน้มของผู้สูงอายุอาศัยอยู่โดยลำพังมากขึ้น หุ่นยนต์จึงเข้ามามีบทบาทในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย ตลาดหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ จึงมีโอกาที่จะเติบโตอย่างรวดเร็ว ซึ่งสำหรับประเทศไทย ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่า ในปี 2557 ผู้สูงอายุกว่า 900,000 คนอาศัยอยู่โดยลำพัง ผู้สูงอายุไทยที่อยู่คนเดียวหรืออยู่กับ คู่สมรสเท่านั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียวเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6.3 ในปี 2545 เป็น ร้อยละ 10.8 ในปี 2560 ในขณะที่ผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังกับคู่สมรสเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 23.3 ในปี 2560 ซึ่งหากผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังคนเดียวหรืออยู่กับคู่สมรส เท่านั้นมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นไปอีก ก็จะมีผลต่อการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว

3) ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

จากการจัดอันดับ The World's Best Countries to Retire in ปี 2562 ของเว็บไซต์ International Living ด้วยดัชนี Annual Global Retirement Index ประเทศไทยถูกจัดให้อยู่ใน

อันดับ 9 จึงเป็นโอกาสสำหรับการเติบโตของธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัย ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทย ระบุว่า การลงทุนพัฒนาโครงการ Retirement Community ขนาดใหญ่ในพื้นที่ที่กระจายตัวในชนเมือง และต่างจังหวัด จะส่งผลให้มูลค่าการลงทุนโครงการ Retirement Community ระหว่างปี 2561-2563 คิดเป็น 6,000 ล้านบาท และทำให้มูลค่าการลงทุนโครงการ Retirement Community สะสมในประเทศไทยสูงถึง 27,000 ล้านบาทได้ในปี 2563 เพิ่มขึ้นจาก 21,000 ล้านบาทในปี 2562 ทั้งนี้ ผู้สูงอายุชาวต่างชาติเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ เนื่องจากจำนวนของชาวต่างชาติที่เกษียณอายุแล้วมาพำนักอาศัยในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ในช่วงปี 2557-2559

สำหรับแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศ คนไทยเริ่มวางแผนใช้ชีวิตวัยเกษียณที่ Nursing Home และ Retirement Community มากขึ้น ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2562 ของดีดีพีหรือพีเพอร์ดีดี (DDproperty Consumer Sentiment Survey) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,000 คน พบว่าร้อยละ 50 มองหาที่พักอาศัยประเภท Nursing Home และ Retirement Community ภาพรวมของปรากฏการณ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้นนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงด้านไลฟ์สไตล์ และครอบครัวที่มีขนาดเล็กลงทำให้จำนวนผู้สูงอายุที่อาศัยโดยลำพังเพิ่มสูงขึ้น จึงนับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย

4) ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

ข้อมูลจาก Global Market Insight ระบุว่าตลาดอาหารสำหรับผู้สูงวัยทั่วโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 13,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2561 และคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตแบบ CAGR ร้อยละ 4.7 ในช่วงปี 2562 - 2568 ด้วยปัจจัยสนับสนุนจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยในทุกภูมิภาคทั่วโลกโดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีมูลค่าตลาดอาหารสำหรับผู้สูงวัยสูงถึง 4,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2561 นอกจากนี้ยังเป็นผลมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความตระหนักในการบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น รวมถึงรายได้สุทธิของผู้สูงวัยในประเทศกำลังพัฒนาที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่อกำลังซื้อที่มากขึ้น สำหรับส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 24 มาจากการบริโภคกลุ่มที่อยู่ในสถานที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย และมีแนวโน้มอัตราการเติบโตแบบ CAGR ร้อยละ 4 ในเวลาคาดการณ์ข้างต้น ปัจจุบันภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารสำหรับผู้สูงวัยให้ความสนใจการผลิตอาหารเสริมสำหรับผู้สูงวัย และอาหารพร้อมปรุง (Ready-to-cook food) ที่มาพร้อมกับบริการจัดส่งถึงบ้าน

5) ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

ธุรกิจวางแผนการเงินเป็นอีกธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง ทั้งด้านการให้คำปรึกษา การจัดการทางการเงิน การลงทุนแบบกองทุนรวมระยะยาว หรือบัญชีเงินฝากที่มาพร้อมกับประกันสุขภาพ แม้ว่าสถานการณ์ของไทยปัจจุบันพบว่าร้อยละ 80 ของผู้สูงวัยมีเงินออมไม่พอใช้หลังเกษียณ แต่ข้อมูลของศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน จากการสำรวจพฤติกรรมการออมของประชาชนฐานรากคือกลุ่มประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ทั่วประเทศจำนวน 2,186 ตัวอย่างในปี 2562 พบว่าร้อยละ 61.6 มีเงินออม เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 32.2 และร้อยละ 79 ของผู้ที่มีเงินออม มีการออมแบบรายเดือน จำนวนเงินออมเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000 บาทต่อเดือน ซึ่งถือว่าภาพรวมการเพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1 เท่าตัว และที่สำคัญเป้าหมายในการออมเงินของประชาชนฐานรากร้อยละ 45 เป็นไปเพื่อเก็บไว้ใช้ยามเกษียณ แม้ว่าธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยสำหรับผู้สูงวัยจะยังมีตัวเลือกผลิตภัณฑ์ในวงจำกัดสำหรับประเทศไทย แต่โอกาสในการเติบโตของตลาดจากพฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไปเป็นเหตุผลสำคัญในการเลือกศึกษา กลุ่มธุรกิจดังกล่าว

4.1 กรณีศึกษาธุรกิจต้นแบบในยุคเศรษฐกิจสูงวัย

4.1.1 ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

➤ กรณีศึกษาในประเทศไทย

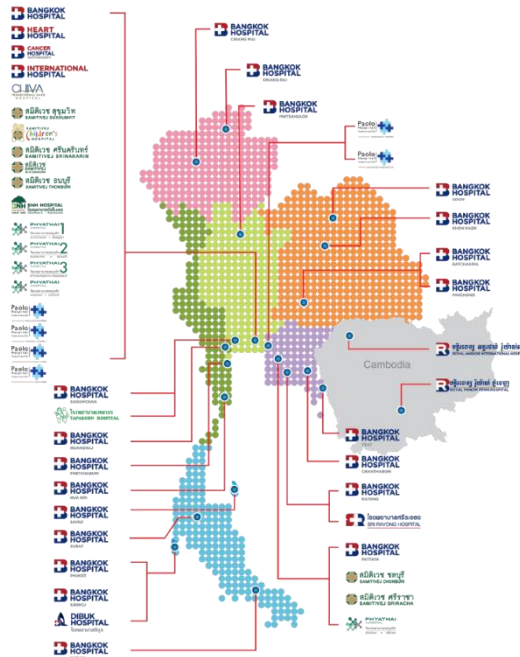
กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนในเครือกรุงเทพดุสิตเวชการ (BDMS)

กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนในเครือกรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (Bangkok Dusit Medical Services : BDMS) เป็นผู้ให้บริการโรงพยาบาลที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มโรงพยาบาลหลัก 6 แห่ง ได้แก่ โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลสมิติเวช โรงพยาบาลพญาไท โรงพยาบาลเปาโล เมโมเรียล โรงพยาบาลบีเอ็นเอช และโรงพยาบาลรอยัล

BDMS มีเป้าหมายที่จะทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายในการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) มีนโยบายที่มุ่งส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ด้านสุขภาพโดยเฉพาะในกลุ่มตลาดจีน ให้บริการด้านการแพทย์ เช่น การตรวจสุขภาพ การรักษาโรคในกลุ่มร้ายแรง

ได้แก่ โรคมะเร็ง ศัลยกรรมกระดูกและข้อ โรคหัวใจและหลอดเลือด และเวชศาสตร์ชะลอวัย (Anti-Aging) โรงพยาบาลในเครือมีมาตรฐานการรักษาที่เป็นสากล มีค่ารักษาพยาบาลที่ต่ำกว่าเมื่อเทียบกับการรักษาพยาบาลในทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกาเฉลี่ยร้อยละ 50-75

ภาพที่ 4-1 แผนภาพแสดงโรงพยาบาลในเครือ BDMS ที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ



ที่มา: BDMS

Medical Departures

Medical Departures เป็นสตาร์ทอัพสาย Healthcare Tech ที่ในประเทศไทย ก่อตั้งโดย Paul McTaggart ในช่วงปี 2557 โดยเป็นแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจ Medical tourism ที่เริ่มจากการเจาะตลาดบริการผ่าตัดศัลยกรรมเสริมความงามและทันตกรรม และกำลังขยายธุรกิจออกไปสู่การผ่าตัดที่ซับซ้อนอย่างหัวใจ หัวเข่า สะโพก ข้อต่อและการบำบัดมะเร็งเนื้อร้าย ตอบรับความต้องการของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น

ด้วยค่าใช้จ่ายด้านบริการทางการแพทย์ที่สูง โดยเฉพาะในประเทศตะวันตก Medical Departures จึงถูกตั้งขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้ที่มีความต้องการด้านบริการสุขภาพ โดยผู้ให้บริการจะสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับบริการทางการแพทย์สูงถึงร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับราคาที่ต้องจ่ายในประเทศตนเอง เลือกรับบริการที่ราคาและชำระเงินในสกุลเงินของประเทศตนเอง ทั้งนี้ Medical Departures รับประกันราคาที่ดีที่สุดจากผู้ให้บริการทุกรายในแพลตฟอร์ม

และมีตัวเลือกมากกว่า 1,416 คลินิกในทั้งหมด 13 ประเทศ เช่น อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และไทย เป็นต้น โดยที่บริษัทได้ตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นด้านความปลอดภัย และน่าเชื่อถือ

รูปแบบธุรกิจของ Medical Departures ให้บริการค้นหา เปรียบเทียบ และนัดหมาย แพทย์ผ่านระบบออนไลน์ทั่วโลก ผู้ใช้งานกรอกข้อมูลทางการแพทย์และบริการที่ต้องการ จากนั้นระบบจะประมวลผล รวมผู้ให้บริการดังกล่าวทั้งหมดในแพลตฟอร์ม พร้อมเปรียบเทียบราคา ข้อมูลโรงพยาบาล ความคิดเห็นจากลูกค้า และบริการทำการนัดหมายกับโรงพยาบาล รวมถึงบริการจองโรงแรมหากตามความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ โรงพยาบาลต้องจ่ายค่าธรรมเนียมการให้บริการกับทางเว็บไซต์เมื่อลูกค้าทำการจองเพื่อเข้ารับบริการ

ภาพที่ 4-2 รูปแบบธุรกิจของ Medical Departures



Health at Home

Health at Home เป็นสตาร์ทอัพ Meditech เป็นแพลตฟอร์มสำหรับบริการช่วยเหลือผู้ดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่เหมาะสม ก่อตั้งขึ้นโดยทีมแพทย์ชาวไทยที่มองเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีบวกกับความเชี่ยวชาญด้านการแพทย์ แพลตฟอร์มนี้เปิดให้กลุ่มคนที่ต้องการดูแลผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุมาฝากข้อมูลไว้ และให้ครอบครัวที่ต้องการหาผู้ดูแลสามารถเข้ามาเลือกผู้ดูแลที่ต้องการได้ด้วยคามมั่นใจ

แนวคิดการก่อตั้งธุรกิจนี้ เกิดจากการที่คนไทยไม่นิยมให้ผู้สูงอายุไปอยู่ในศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ หรือ Nursing home เหมือนในต่างประเทศ การหาผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีศักยภาพมีความเป็นมืออาชีพ และสามารถไว้วางใจเรื่องความปลอดภัยจึงเป็นปัญหาใหญ่ Health at Home มีกระบวนการคัดกรองโดยทีมแพทย์เพื่อให้ครอบครัวมั่นใจว่าได้ผู้ดูแลมืออาชีพที่ผ่านการอบรมสามารถทำงานถูกหลักการพยาบาล มีเทคโนโลยีในการควบคุมตรวจวัดสุขภาพ มีระบบ Real-time Analytics เพื่อช่วยให้ครอบครัวของผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุสามารถติดตามการดูแลรักษาได้ตลอดเวลา ผ่านแอปพลิเคชัน Health at Home Care ที่สามารถสรุปข้อมูลสำคัญเป็นกราฟเพื่อประกอบการรักษาของแพทย์ได้ รวมถึงให้คำปรึกษาด้านการพยาบาลทั้งกับครอบครัวและผู้ดูแลโดยทีมแพทย์และพยาบาลด้านผู้สูงอายุ

ภาพที่ 4-3 รูปแบบธุรกิจของ Health at Home



ไบโอ เจเนเทค อินเตอร์เนชันแนล

บริษัท ไบโอ เจเนเทค อินเตอร์เนชันแนล จำกัด (BGIC) เป็นบริษัทพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) เกี่ยวกับชีวเภสัชภัณฑ์ (Biopharmaceutical) สัญชาติไทย เป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านเทคโนโลยีชีวภาพต่าง ๆ ทั้งงานวิจัย และสิทธิบัตรงานวิจัย (License-in & License-out Management) บริษัทจัดสร้างและหรือปรับปรุงโครงสร้าง การปฏิบัติงาน การถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อประกอบธุรกิจผลิตชีวภาพตามมาตรฐานที่ตอบรับกับ ความต้องการในตลาดสูงวัย BGIC ได้เริ่มพัฒนา Supergenerics จากการออกแบบยาชีววัตถุ¹ ให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ซึ่งผู้ป่วยจะเห็นผลรักษาในระยะเวลารวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในการรักษาที่มากขึ้น ขณะเดียวกันก็ต่อสู้กับเชื้อที่ดื้อยาได้ดีกว่าเดิม ทั้งนี้ BGIC ได้แบ่งการ ให้บริการเป็น 3 ส่วน ได้แก่

- บริการด้านการวิจัยและพัฒนา การออกแบบกระบวนการผลิต การขยายขนาด ธุรกิจทั้งในกระบวนการผลิตต้นน้ำและปลายน้ำ รวมถึงการตรวจสอบคุณภาพ
- บริการผลิตยาชีวภาพโดยกระบวนการวิศวกรรมชีวภาพขั้นสูงที่ใช้เทคโนโลยี การเลี้ยงจุลินทรีย์เป็นเซลล์ต้นแบบในการผลิต รวมถึงการผลิตยา วัคซีน และ สารชีวภาพมูลค่าสูง เพื่อใช้รักษาโรคมะเร็ง และโรคร้ายแรงชนิดอื่น
- บริการฝึกอบรม และให้คำปรึกษาแนะนำในส่วนของ การผลิต การตรวจสอบ คุณภาพระบบสนับสนุน และระบบเอกสารตามมาตรฐาน GMP

➤ กรณีศึกษาในต่างประเทศ

Babylon

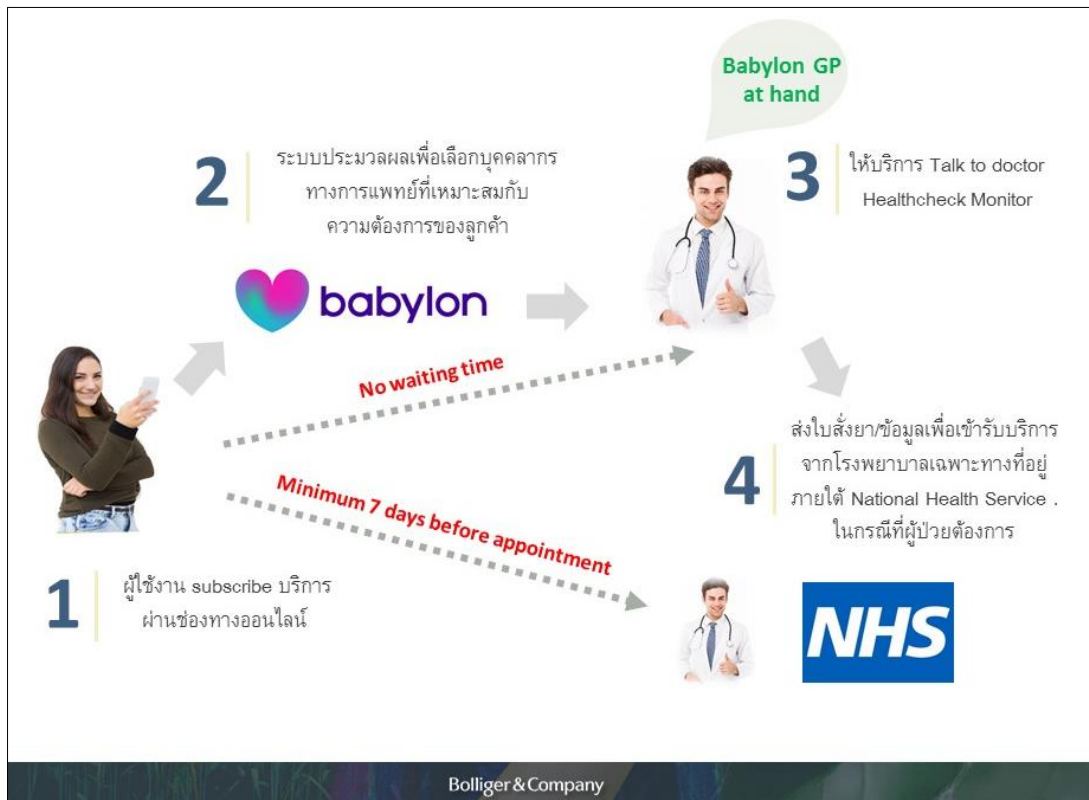
บริษัท Babylon เป็นผู้ประกอบการสตาร์ทอัพด้าน Telemedicine หรือการแพทย์ทางไกลในสหราชอาณาจักร โดยผู้ป่วยสามารถรับคำปรึกษาจากแพทย์ผ่านการส่งข้อความหรือพูดคุยกับแพทย์แบบ VDO Call ในแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ โดยผู้ที่เป็นสมาชิกรายเดือนจะสามารถนัดหมายเพื่อรับคำปรึกษาได้อย่างรวดเร็ว มีการนำปัญญาประดิษฐ์เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์อาการป่วยเบื้องต้นของผู้รับบริการก่อนจะส่งต่อเพื่อเข้าพบแพทย์

¹ ชีววัตถุ (Biological Product) เป็นเวชภัณฑ์ หรือยาที่ถูกผลิตขึ้นจากสิ่งมีชีวิตด้วยกระบวนการเทคโนโลยีชีวภาพ เช่น วัคซีน ส่วนประกอบของโลหิต (Blood Components) โปรตีนเพื่อการรักษา (Therapeutic Proteins) เป็นต้น

จุดเริ่มต้นของแนวคิดธุรกิจนี้ เริ่มจากปัญหาความล่าช้าของระบบการนัดหมายเพื่อเข้าพบแพทย์ ซึ่งปกติแล้วผู้ที่ไม่ใช่ผู้ป่วยฉุกเฉินจะต้องรอประมาณ 1 สัปดาห์ ก่อนเข้ารับคำปรึกษา Babylon จึงเป็นทางเลือกให้กับผู้ใช้บริการในการเข้าถึงข้อมูลคำแนะนำทางการแพทย์เบื้องต้นได้อย่างรวดเร็ว สามารถขอคำปรึกษากับแพทย์ได้ตลอด 24 โมงกับบริการ Babylon GP at hand service รวมถึงบริการตรวจสุขภาพและติดตามผลการรักษา ทั้งนี้ ผู้ใช้บริการสามารถใช้สิทธิค่ายาและค่ารักษาพยาบาลจากสิทธิสวัสดิการของรัฐ รวมถึงส่งต่อข้อมูลเพื่อเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลเฉพาะทางที่อยู่ภายใต้ National Health Service ได้

รูปแบบธุรกิจของ บริษัท Babylon ผู้ใช้งานต้องสมัครสมาชิกโดยสามารถเลือกเป็นรายครั้งและรายปี ผ่านช่องทางออนไลน์ ในปัจจุบัน มีการขยายธุรกิจไปยังประเทศวันดาและอยู่ในขั้นเจรจาตกลงกับผู้ให้บริการทางการแพทย์รายใหญ่ในสหรัฐอเมริกา จีน และตะวันออกกลาง

ภาพที่ 4-4 รูปแบบธุรกิจ Babylon สตาร์ทอัพด้าน telemedicine



4.1.2 ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ

➤ กรณีศึกษาในประเทศไทย

ดินสอมินิ

ดินสอมินิ คือหุ่นยนต์ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยในการดูแลผู้สูงอายุในบ้าน เป็นนวัตกรรมของคนไทย พัฒนาและผลิตขึ้นโดย บริษัท เอเซีย โรโบติกส์ จำกัด ผู้ใช้งานสามารถควบคุมการทำงานทั้งหมดผ่านการสั่งงานแอปพลิเคชัน อีกทั้งยังมีกล้องช่วยติดตามทุกการเคลื่อนไหวของผู้สูงอายุตลอด 24 ชั่วโมง แนวคิดของการพัฒนาดินสอมินินี้ เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาและความกังวลในสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุต้องใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเพียงลำพัง ดินสอช่วยรับสายให้อัตโนมัติพร้อมทั้งสามารถพูดคุยกันแบบเห็นหน้า โดยคนในครอบครัวหรือผู้ดูแลสามารถบังคับมุมมองให้หันไปมาได้จากแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์ สามารถทำการโทรออกโดยแตะที่หน้าจอภาพบุคคลนั้น Sensor ของหุ่นยนต์จะเฝ้ามองผู้สูงอายุตลอดเวลา เห็นได้ในที่มีตลับ และเมื่อผู้สูงอายุหายไป หรือไม่มีการเคลื่อนไหวนานเกินปกติ ดินสอจะทำการแจ้งเตือนไปยังโทรศัพท์ของผู้ดูแล สามารถตั้งแจ้งเตือนเมื่อผู้สูงอายุ หรือผู้ป่วยลุกจากที่นอน เพื่อเรียกผู้ดูแลเข้ามาช่วยเหลือเพื่อป้องกันการล้ม

ในด้านการดูแลสุขภาพ ดินสอช่วยเตือนให้ผู้สูงอายุวัดความดันพร้อมดึงค่าที่วัดได้จากเครื่องวัดความดัน ช่วยเตือนให้ทานยาผ่านการตั้งค่าบนโทรศัพท์มือถือ แพทย์สามารถสอบถามอาการแบบเห็นภาพผ่านหุ่นยนต์ได้โดยเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ นอกจากนี้ อีกหลายฟังก์ชันของการใช้งาน ยังถูกออกแบบมาเพื่อกิจกรรมสันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ผู้ดูแลสามารถส่งบทสวดมนต์ รายการบันเทิง หรือเพลงผ่านหุ่นยนต์ไปยังผู้สูงอายุได้ สมาชิกในครอบครัว กิจกรรมเล่นเกมง่ายๆ หรือการชวนทำกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพสมองโดยการเชื่อมโยงสัญญาณประสาท และนอกจากใช้เสียงเตือนจากหุ่นยนต์ดินสอแล้ว สมาชิกในครอบครัวหรือผู้ดูแลยังสามารถใช้ถ่ายคลิปวิดีโอของตนเองส่งให้ดินสอ เมื่อถึงเวลาดินสอจะเปิดคลิปซึ่งทำหน้าที่เสมือนลูกหลานหรือผู้ดูแลมาเตือนเอง

ดินสอมินิถูกออกแบบมาเพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้ป่วยอัลไซเมอร์ บริษัทฯ มีแผนที่จะเพิ่มตลาดประเทศส่งออกไปยังเกาหลี ฮองกง และจัดจำหน่ายผ่านโครงการอสังหาริมทรัพย์ประเภทคอนโด เพื่อเป็นส่วนหนึ่งในอุปกรณ์ช่วยอำนวยความสะดวกสบายให้กับผู้พักอาศัย จากเดิมที่ทำตลาดในญี่ปุ่นผ่าน Nursing home

ภาพที่ 4-5 ดินสอมีนิ หุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุ



ที่มา: www.dinsow.com

DoCare Protect

DoCare Protect เป็นธุรกิจด้านเทคโนโลยีและบริการเพื่อช่วยดูแลความปลอดภัยและสุขภาพของผู้สูงอายุ รวมถึงการให้บริการทางการแพทย์ ทำหน้าที่ประมวลผลชีวิตประจำวัน ตรวจสอบสุขภาพเบื้องต้น (ดูแลเชิงป้องกัน) รวมทั้งแจ้งเตือนสมาชิกในครอบครัวหรือผู้ดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินผ่านทางมือถือและอีเมล และประสานโรงพยาบาล (ดูแลเชิงรักษา) ปัจจุบันได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ 2 ชั้นหลัก คือ ระบบเซนเซอร์อัจฉริยะตรวจสอบความเสี่ยงในการล้มในห้องน้ำและเข็มกลัดอัจฉริยะ GoLive เป็นอุปกรณ์เก็บข้อมูลสุขภาพอัตโนมัติในลักษณะเข็มกลัดเสื้อ โดยมีเซนเซอร์จับการเคลื่อนไหว

จากปัญหาในสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุต้องใช้ชีวิตคนเดียวในบ้าน โดยที่ในแต่ละปีมีผู้เสียชีวิตจากการหกล้มมากกว่า 1,000 ราย DoCare Protect จึงได้พัฒนาชุดอุปกรณ์ IoT เซ็นเซอร์ เพื่อติดตามกิจกรรมและขอความช่วยเหลือจาก Care Center ที่ปฏิบัติหน้าที่ตลอด 24 ชั่วโมง คอยให้คำปรึกษาในเบื้องต้น และดูแลรับเรื่อง รวมถึงประสานงานในการให้ความช่วยเหลือในกรณีเกิดเหตุฉุกเฉิน มีตัวรับสัญญาณ (Base Unit) สามารถเชื่อมต่อกับอุปกรณ์ตรวจสอบสุขภาพในตลาดได้ เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับสุขภาพเบื้องต้นจากสัญญาณชีพ (Vital Signs) ประกอบด้วยอัตราการเต้นของหัวใจ ความดันโลหิต อุณหภูมิร่างกาย ระดับน้ำตาลในเลือด ระดับออกซิเจนในเลือด ที่เชื่อมต่อกับ Cloud Platform เพื่อส่งไปเก็บเป็นข้อมูลในการเรียกดูผลย้อนหลังและแนวโน้มของค่าสถิติข้อมูลอีกด้วย ระบบยังสามารถส่งต่อข้อมูลที่จำเป็นให้กับโรงพยาบาลเพื่อใช้

ประกอบการดูแลและให้คำปรึกษาโดยแพทย์ระยะไกลผ่านการ Tele Consultation ซึ่งสามารถทำให้การพบแพทย์ทำได้จากที่บ้าน และทำให้การดูแลรักษารูปแบบ Virtual Hospital มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เข็มกลัดอัจฉริยะ GoLive จึงถูกพัฒนาขึ้นเพื่อแจ้งเตือนการหกล้มอัตโนมัติ โดยสามารถระบุตำแหน่งที่ตั้งที่เกิดเหตุและกดปุ่มขอความช่วยเหลือได้ และมีระบบจะประเมินความเสี่ยงในการล้ม เมื่อติดเข็มกลัดไว้ต่อเนื่อง 15 วัน โดยการคำนวณการเคลื่อนไหวที่ถูกบันทึกไว้มาประเมินความเสี่ยงในการพลัดหกล้มของผู้สูงอายุ และทันทีที่มีความเสี่ยงเพิ่มขึ้นจะทำการแจ้งเตือนไปยังสมาร์ตโฟนของผู้ดูแลหรือคนในครอบครัว นอกจากนี้เข็มกลัดอัจฉริยะ GoLive ยังสามารถเข้าถึงประวัติการวิเคราะห์ย้อนหลังเพื่อนำไปปรึกษากับแพทย์ หรือนักกายภาพบำบัดได้เพื่อออกแบบแนวทางการป้องกันอุบัติเหตุสำหรับผู้สูงวัย

การพัฒนาเทคโนโลยีข้างต้น เกิดจากความร่วมมือระหว่างบริษัท SCG กับกลุ่มสมิติเวช และพันธมิตรทางธุรกิจ โดย SCG เป็นผู้ผลิตอุปกรณ์ ตรวจสอบสภาพ ตรวจสอบจับความผิดปกติ และทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมผู้สูงอายุกับผู้ติดต่อ และโรงพยาบาล ผู้ใช้งานต้องจ่ายค่าอุปกรณ์ 20,900 บาท รับประทานพร้อมติดตั้ง ทดลองและซ่อมการใช้งาน และต้องเสียค่าบริการรายเดือน 890 บาท ต่อเดือน

ภาพที่ 4-6 ชุดเซนเซอร์อัจฉริยะ และเข็มกลัดอัจฉริยะ GoLive



ที่มา: www.docareprotect.com

➤ กรณีศึกษาในต่างประเทศ

หุ่นยนต์ ElliQ

หุ่นยนต์ ElliQ ถูกผลิตขึ้นโดย Intuition Robotics ซึ่งเป็นบริษัทสตาร์ทอัพในอิสราเอล ทำหน้าที่เป็นเพื่อนช่วยคลายเหงาให้กับผู้สูงอายุ โดยมี Yves Behar ผู้ก่อตั้ง Fuseproject บริษัทออกแบบของสหรัฐอเมริกาเป็นผู้ออกแบบ ด้วยวัตถุประสงค์ในการเพิ่มความคล่องแคล่วในการใช้ชีวิตให้กับผู้สูงอายุ ความสามารถในการเชื่อมต่อกับโลกภายนอก เช่น การติดต่อกับครอบครัว หรือเพื่อนได้ผ่านการแชท ผ่านเกมออนไลน์ และโซเชียลมีเดีย

จากการวิจัยพบว่า ความรู้สึกโดดเดี่ยวที่เกิดขึ้นในกลุ่มผู้สูงอายุมี ส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและใจที่อาจถดถอยลง จึงเป็นที่มาของการคิดค้นและออกแบบ ElliQ ขึ้นเพื่อเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้สูงอายุที่ต้องอาศัยอยู่ลำพังที่ไม่เชี่ยวชาญทางด้านเทคโนโลยี เพื่อขจัดอุปสรรคในด้านการติดต่อสื่อสารกับคนใกล้ชิด จึงนับเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงข้อมูลดิจิทัลต่างๆ รวมถึงกิจกรรมสันทนาการ อาทิ การบรรยาย TED Talks เพลง และกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งเป็นเพื่อนพูดคุยให้ผู้สูงอายุคลายเหงาได้เมื่อต้องอยู่ลำพัง การออกแบบหุ่นยนต์ตัวนี้จึงมีแนวคิดที่แตกต่างออกไปจากหุ่นยนต์เพื่อการบริการด้านสุขภาพทั่วไป เพิ่มฟังก์ชันเพื่อดึงดูดความสนใจและเพื่อให้ผู้สูงอายุมีปฏิสัมพันธ์กับตัวหุ่นยนต์ได้ง่ายขึ้น สร้างความรู้สึกที่เป็นมิตรและสุภาพกับผู้ใช้ รูปร่างกลมส่งผลให้สามารถถ่ายทอดอารมณ์ความรู้สึกต่างๆ ผ่านท่าทางได้ง่าย โดยข้อมูลต่างๆ จะถูกแสดงผลผ่านหน้าจอที่มาพร้อมกับตัวหุ่นยนต์

ภาพที่ 4-7 หุ่นยนต์ ElliQ ที่ทำหน้าที่เป็นเพื่อนผู้สูงอายุ



4.1.3 ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัย

➤ กรณีศึกษาในประเทศไทย

Universal Nursing Home ยู. เอ็น. เอช

Universal Nursing Home ยู. เอ็น. เอช เนอร์สซิงโฮม ถูกจัดอันดับโดยเว็บไซต์ Top Best Brand ว่าเป็นบ้านพักคนชราและศูนย์ดูแลผู้สูงอายุที่ดีที่สุดในกรุงเทพโดยที่อยู่มีลักษณะใกล้เคียงกับการพักในโรงแรม รีสอร์ท หรือพักที่บ้าน

ด้วยความต้องการด้านที่พักอาศัยที่เพิ่มขึ้นในยุคสังคมสูงวัย จึงเกิดปัญหาการขาดแคลนสถานสุขภาพผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะฟื้นฟู Universal Nursing Home จึงดำเนินธุรกิจที่พักอาศัยที่มีคุณภาพการดูแลฟื้นฟูเสมือนโรงพยาบาลและแตกต่างจากโฮมแคร์ทั่วไป แต่ละห้องพักมีสิ่งอำนวยความสะดวกคล้ายกับห้องพักมาตรฐานในโรงพยาบาลชั้นนำ มีผู้ดูแลที่มีความรู้ ทักษะความสามารถทางการแพทย์อย่างแท้จริง มีกิจกรรมนันทนาการเพื่อให้ผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะฟื้นฟูผ่อนคลายโดยนักสาธารณสุข และจัดให้มีการทำอาหารตามกลุ่มโรคที่เข้ารับการฟื้นฟูโดยนักโภชนาการ ใช้การดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะฟื้นฟูโดยสหสาขาวิชาชีพ เพื่อดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะฟื้นฟูตรงตามมาตรฐานวิชาชีพของแต่ละสาขา เช่น แพทย์ พยาบาลวิชาชีพ นักกายภาพบำบัด นักสาธารณสุข นักโภชนาการ

ภาพที่ 4-8 Universal Nursing Home ยู.เอ็น.เอช



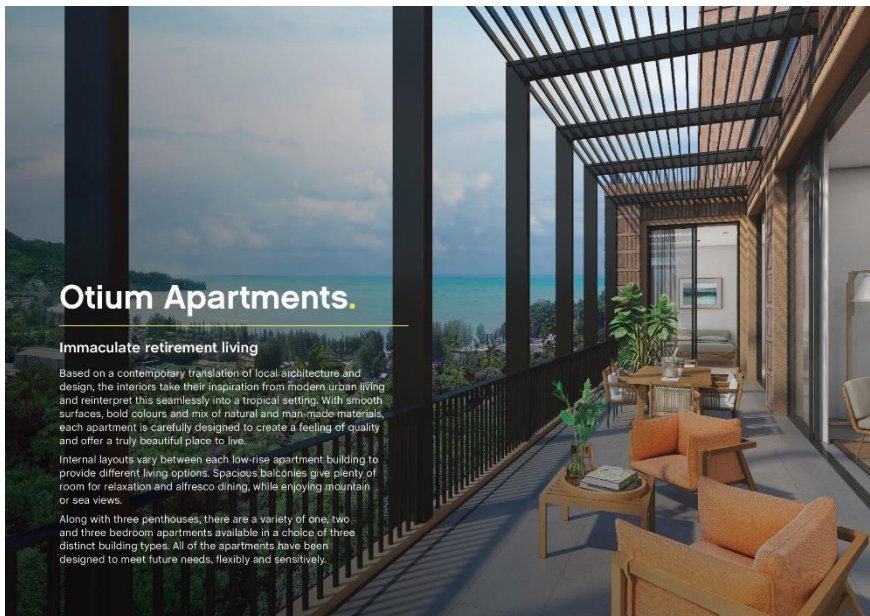
ที่มา: Universal Nursing Home

Otium Apartments

โอเทียม อะพาร์ทเมนต์ เป็นโครงการที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มลูกค้าหลังวัยเกษียณจากเครือโอเทียม ลิฟวิ่ง แห่งแรกในประเทศไทย มีจุดประสงค์ที่จะสร้างชุมชนสำหรับกลุ่มผู้หลังวัยเกษียณที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไป เพื่อให้มีกิจกรรมใช้ชีวิตอย่างอย่างมีคุณภาพ ตัวโครงการ ทั้งส่วนกลางต่างๆ และห้องพักอาศัยถูกออกแบบโดยเฉพาะเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบโจทย์การใช้ชีวิตและตอบสนองความต้องการของผู้อยู่อาศัยอย่างครบถ้วน

ที่ตั้งโครงการอยู่บนพื้นที่บนเนินเขา ซึ่งอยู่ภายในพื้นที่ของโครงการ MontAzure ใจกลางหาดกมลา จังหวัดภูเก็ต ตัวโครงการถูกพัฒนาโดยบริษัท กมลลาซีเนียร์ลิฟวิ่ง จำกัด ซึ่งมีการบริการและดำเนินงานโดยทีมงานซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โอเทียม เน้นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติที่มีกำลังซื้อค่อนข้างมาก เน้นความหรูหราและสะดวกสบาย ใกล้เคียงกับธรรมชาติ บนแนวคิดของการสร้างชีวิตหลังเกษียณที่ยังน่าตื่นเต้นและรู้สึกเติมเต็ม บนไลฟ์สไตล์ที่มีความเป็นอิสระ รวมถึงสร้างความมั่นใจให้กับผู้อยู่อาศัยในเรื่องความปลอดภัยและการเข้าถึงบริการสุขภาพ ตลอด 24 ชั่วโมง

ภาพที่ 4-9 Otium Apartments ที่พักอาศัยสำหรับกลุ่มคนวัยเกษียณ



ที่มา: Otium Living

เอสซีจี ผลิตภัณฑ์และบริการด้านที่อยู่อาศัย

การเตรียมที่อยู่สำหรับผู้สูงอายุเพื่อความปลอดภัยเป็นเรื่องที่ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในยุคที่จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ บริษัท เอสซีจี ค้นคว้าพัฒนาและศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในศาสตร์แขนงต่างๆ อาทิ พฤติกรรมศาสตร์ การยศาสตร์² แพทยศาสตร์ และสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผนวกกับความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการออกแบบที่อยู่อาศัย รวมถึงความชำนาญด้านเทรนด์และไลฟ์สไตล์ในรูปแบบต่างๆ เกิดเป็นองค์ความรู้เชิงลึกด้านที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านที่อยู่อาศัย

เนื่องด้วยผู้สูงอายุที่เริ่มมีอาการเสื่อมถอยของร่างกายมีความเสี่ยงด้านสุขภาวะ หรือมีปัญหาด้านสุขภาพอาจต้องการอุปกรณ์หรือผู้ช่วยเหลือ จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับบริการให้คำปรึกษาและออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญที่สามารถวิเคราะห์ความแตกต่างทางสมรรถภาพของร่างกายเพื่อนำมาออกแบบที่อยู่อาศัย ทางเอสซีจีได้คัดค้นผลิตภัณฑ์ที่รองรับการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาวะทางร่างกาย และจิตใจของผู้สูงอายุได้การรับรองมาตรฐานจากสถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย รวมถึงให้บริการสำรวจพื้นที่หน้างานตลอดจนการติดตั้งในระดับที่เหมาะสม

² การยศาสตร์ (Ergonomics) คือ การศึกษาสภาพการทำงานที่มีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงานและสิ่งแวดล้อมการทำงาน เป็นการพิจารณาว่าสถานที่ทำงานดังกล่าว ได้มีการออกแบบหรือปรับปรุงให้มีความเหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงานอย่างไร เพื่อป้องกันปัญหาต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อความปลอดภัยและสุขภาพอนามัยในการทำงาน และสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ภาพที่ 4-10 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์สำหรับที่อยู่อาศัยของเอสซีจี

SCG
eldercare
SOLUTION



ที่มา: www.scgbuildingmaterials.com

➤ กรณีศึกษาในต่างประเทศ

Rent a Rentner

Rent a Rentner เป็น Tech Startup ในลักษณะ Online Platform ในประเทศฝรั่งเศส เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลี ใช้โมเดลการเชื่อมโยงผู้สูงอายุ ภายใต้แนวคิด “65 is the new 45” ซึ่งธุรกิจดังกล่าวได้รับคัดเลือกในการประกวดนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ (2019 Silver Economy and Ageing Well International Awards)

จากการมองเห็นปัญหาที่ผู้สูงอายุอาจรู้สึกหมดคุณค่าหลังวัยเกษียณ แนวโน้มผู้สูงอายุอยู่คนเดียวลำพังอาจรู้สึกเบื่อ เหงา เนื่องจากไม่มีเพื่อน และผู้สูงอายุบางรายยังสามารถทำงานได้ Rent a Rentner จึงเกิดแนวคิดการเชื่อมโยงผู้สูงอายุ เพื่อช่วยหาเพื่อนทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น ทำสวน เล่นหมากรุก เป็นต้น นอกจากนี้ ยังเชื่อมโยงภาคธุรกิจที่อยากจ้างผู้สูงอายุกับผู้สูงอายุที่ต้องการทำงาน เชื่อมโยงผู้สูงอายุกับผู้ที่ยากจะช่วยเหลือหรือสอนผู้สูงอายุด้วยกัน เช่น สอนใช้เทคโนโลยีและแอปพลิเคชันต่างๆ เพื่อให้ก้าวทันโลกที่มีความเป็นดิจิทัลมากยิ่งขึ้น

รูปแบบธุรกิจของ Application หรือ Online platform นี้ คือรายได้จากการเก็บค่าสมาชิกของผู้สูงอายุหรือภาคธุรกิจที่มาลงทะเบียน (โมเดลคล้ายกับ Tinder และ LinkedIn) รวมถึงค่าคอมมิชชันจากการว่าจ้าง ผู้ใช้งานลงทะเบียนในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน โดยสามารถสมัครสมาชิกฟรี แต่สมาชิกระดับ Premium จะระบุรายละเอียดได้มากขึ้น สามารถค้นหาผู้สูงอายุที่ต้องการทำกิจกรรมร่วมกัน สำหรับการจ้างงานผ่านทางแพลตฟอร์ม Rent a Rentner เมื่อเจอคุณสมบัติที่ต้องการ ผู้ค้นหาจัดทำข้อตกลงรายละเอียด ค่าตอบแทนต่างๆ เมื่อตกลงกันทั้งสองฝ่าย ให้ผู้ว่าจ้างจ่ายค่าตอบแทนผ่านแพลตฟอร์ม Rent a Rentner

4.1.4 ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

➤ กรณีศึกษาในประเทศไทย

ทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม

บริษัท ทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม จำกัด (TSO) ก่อตั้งขึ้นจากความต้องการที่อยากเห็นผู้บริโภคมีสุขภาพที่ดีจากการรับประทานผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่ปลอดภัยทั้งจากสารปนเปื้อน สารเคมี และสารตกค้างต่างๆ จึงได้เริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานรับรองจากองค์กรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น

จากแนวความคิดการทำเกษตรอินทรีย์ตั้งแต่ขั้นตอนการเพาะปลูกไปจนถึงการเก็บเกี่ยวบริโภค รวมถึงการใส่ใจต่อสภาพแวดล้อมภายใต้การควบคุมและตรวจสอบอย่างเป็นระบบ เพื่อให้แน่ใจว่าทุกผลิตภัณฑ์ของเราปลอดภัยต่อผู้บริโภคอย่างแท้จริง ปัจจุบัน ทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์มเป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าผักสวนครัว ผักสลัด ผลไม้ รวมถึงสมุนไพรที่เน้นกลุ่มลูกค้าสูงวัย เช่น เหงือกุหลาน เชียงดา ใบหญ้าหวาน ขมิ้น กระเทียมไทย เป็นต้น

นอกจากสินค้ากลุ่มเกษตรอินทรีย์และเกษตรอินทรีย์แปรรูปแล้ว ทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม ยังรับผลิต (OEM) อาหารเสริมและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ตามความต้องการของลูกค้าทุกรูปแบบ เพื่อให้รองรับต่อความต้องการของตลาด รวมถึงผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับกลุ่มสูงวัยที่มีเงื่อนไขเฉพาะทางด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นตลาดที่กำลังเติบโตและมีโอกาสสูงในการสร้างผลกำไรสูง

ภาพที่ 4-11 ธุรกิจสินค้าเกษตรอินทรีย์ของทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม



กินอยู่ดี

บริษัท กินอยู่ดี จำกัด ก่อตั้งขึ้นจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านโภชนาการและการพยาบาล ซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิตและแปรรูปอาหารเสริมสำหรับผู้ป่วยหรือบุคคลธรรมดาที่สนใจดูแลสุขภาพ ลดขั้นตอนการปรุงประกอบ สะอาด และปลอดภัย ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่ทันสมัย จากโรงงานที่ผ่านการรับรองความปลอดภัยทางด้านอาหารด้วยมาตรฐาน ออย. GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) รวมทั้งมาตรฐาน Halal

เพื่อตอบสนองกับแนวโน้มความต้องการของสังคมสูงวัย บริษัท กินอยู่ดี ยังได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ BlenDeeQuik (เบลนดีควิก) อาหารปั่นผสมแบบเข้มข้นพร้อมรับประทาน ผลิตจากอาหารสดไม่มีสารอาหารสังเคราะห์ ให้มีพลังงานและคุณค่าสารอาหารครบตามหลักโภชนาการ เหมาะสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาในการรับประทานอาหารปกติ สามารถใช้กับผู้ที่รับประทานอาหารทางสายยางได้ด้วยในลักษณะเดียวกันกับอาหารปั่นเพื่อผู้ป่วย (Blenderized Diet) รวมถึง ผู้ป่วยโรคเบาหวาน โรคไต และโรคเกาต์

กินอยู่ดี เป็นอีกหนึ่งธุรกิจในประเทศไทยที่สะท้อนการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในวัยสูงอายุอย่างมาก ให้ความสำคัญกับการคำนวณความเหมาะสมในเรื่องของปริมาณ วัตถุดิบ เพื่อให้ได้รับสารอาหารที่เหมาะสมที่ผู้สูงอายุควรได้รับ นับเป็นธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากพฤติกรรมของผู้บริโภคสูงวัย

ภาพที่ 4-12 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ กินอยู่ดี



ที่มา: บริษัท กินอยู่ดี จำกัด

HARNN

HARNN (หาญ) ก่อตั้งขึ้นมานานกว่า 20 ปี เป็นแบรนด์ทางเลือกที่มีความพิเศษตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของผู้ใช้ คือ การเป็นผลิตภัณฑ์ความงามที่เลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ 100% จุดเริ่มต้นที่ทำให้หาญเป็นที่รู้จักในทั้งในและต่างประเทศ คือสบู่ น้ำมันรำข้าว ที่นับเป็นการนำสินค้าส่งออกหลักของไทยมาสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม สะท้อนวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทยที่ส่งต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น กลายเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สูงวัยและลูกค้าทั่วโลก

บริษัทมีการขับเคลื่อนแบรนด์แบบองค์รวม ผ่านแผนเชิงรุก 3 ด้าน ได้แก่ การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มมูลค่าให้แบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์ และการขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ และในปัจจุบันเน้นผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้สูงวัยที่สามารถช่วยในเรื่อง Anti-ageing เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดผู้สูงวัย โดยเน้นจุดขายของผลิตภัณฑ์ด้วยส่วนผสมจากข้าวหอมมะลิไทย มีคุณสมบัติช่วยฟื้นฟูเซลล์ชั้นในของผิว อุดม

ด้วยสาร Antioxidant ที่ช่วยยับยั้งการเสื่อมสภาพของเซลล์ผิว ช่วยชะลอริ้วรอย ผสานกับโปรตีนไหมไทย เพื่อช่วยเสริมสร้างการกระตุ้นคอลลาเจน เพิ่มความยืดหยุ่นให้ผิวดูกระชับ

ภาพที่ 4-13 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์บำรุงผิวสำหรับผู้สูงวัยของ HARNN



ที่มา: Manager Online (2020)

➤ กรณีศึกษาในต่างประเทศ

คิวพี

ญี่ปุ่นมีสัดส่วนจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก ถือเป็นประเทศต้นแบบของนวัตกรรมและสินค้าเพื่อผู้สูงอายุในหลากหลายด้านซึ่งรวมถึง ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงวัย บริษัทคิวพี ผู้นำด้านการผลิตอาหารเด็กและมายองเนส ได้ริเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุโดยอาศัยเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญในเรื่องการผลิตอาหารเด็กที่มีอยู่เดิมมาต่อยอดเพื่อผลิตอาหารให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีทั้งอาหารแบบปรุงสดและผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป

ด้วยการมองเห็นปัญหาของผู้สูงวัยในเรื่องเหงือกและฟันรวมถึงระบบย่อยอาหารและระบบขับถ่าย รวมถึงความยากลำบากในการเดินทางออกจากบ้านเพื่อซื้ออาหาร จึงกลายเป็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับบริษัทคิวพี โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีผิวสัมผัสที่นุ่มนวลสามารถบดเคี้ยวและกลืนได้ง่าย ใช้วัตถุดิบและส่วนผสมหลักที่ทำจากปลาและผักที่ย่อยง่ายและดีต่อระบบขับถ่ายรสชาติที่ถูกปากผู้สูงวัยชาวญี่ปุ่น นอกจากนี้ ยังวางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายยาทั่วไป มีบริการจัดส่งอาหารตามบ้าน ให้บริการตามโรงพยาบาลและสถานดูแลผู้สูงวัยด้วย

ภาพที่ 4-14 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุในร้านสะดวกซื้อ



ที่มา: Reuters

4.1.5 ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

➤ กรณีศึกษาในประเทศไทย

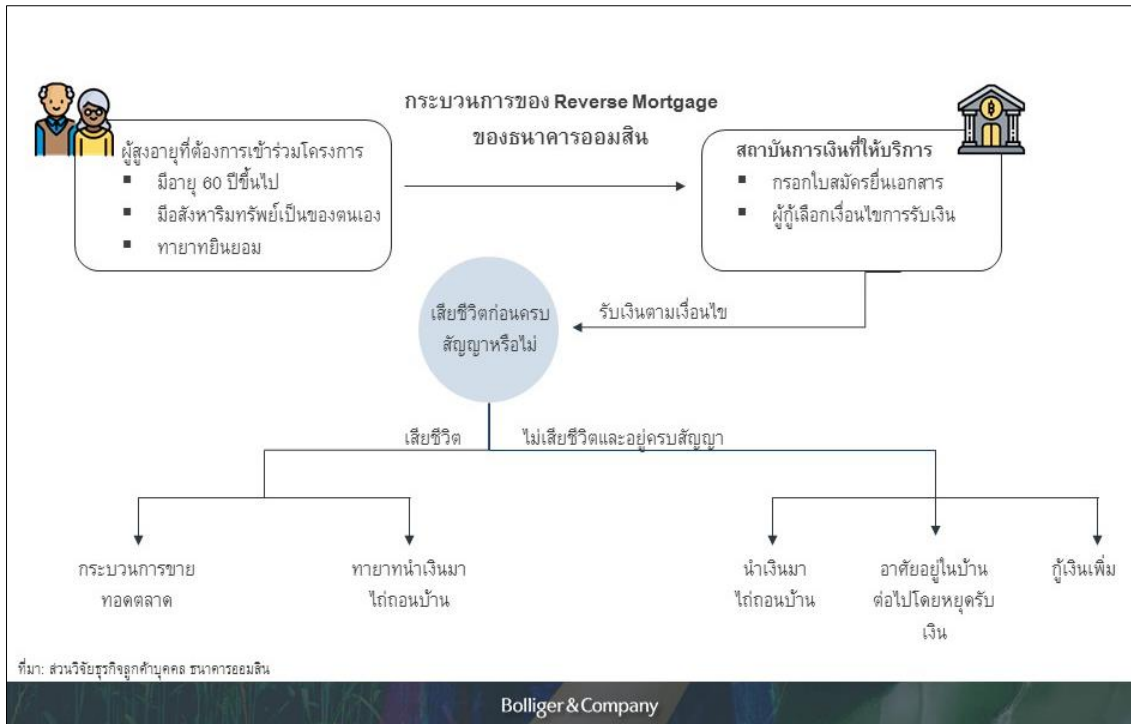
Reverse Mortgage

Reverse Mortgage (RM) หรือการจำนองย้อนกลับ เป็นนวัตกรรมทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุ โดยผู้กู้ยังเป็นเจ้าของทรัพย์สินอยู่แต่นำบ้านไปเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงิน โดยผู้กู้สามารถเลือกรับเงินเป็นก้อน (Lump Sum) หรือเป็นรายเดือน (Line of Credit) ได้ตามที่ผู้กู้ต้องการโดยไม่เกินราคาประเมินของทรัพย์สิน โดยวัตถุประสงค์ของการกู้ เพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการครองชีพ และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ได้แก่ ค่าเบี้ยประกันอัคคีภัย ค่าจัดจ้าง ค่าใช้จ่ายส่วนกลาง ปัจจุบัน ผู้ให้บริการในประเทศไทยมีธนาคารที่ให้บริการ 2 แห่ง คือ ธนาคารออมสิน และ ธนาคารอาคารสงเคราะห์

อย่างไรก็ตาม ยังคงมีข้อจำกัดของธนาคารในด้านความเสี่ยงในการดำเนินการเกี่ยวกับการบริหารจัดการมูลค่าของสินทรัพย์ในอนาคต เนื่องจากสภาพและมูลค่าของบ้านอาจลดลงอย่างมากในระยะเวลา 20 ปี อีกทั้ง ตลาดบ้านมือสองของไทยไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากค่านิยมของคนไทยที่ไม่อยู่บ้านมือสอง โดยเฉพาะบ้านที่มีคนเสียชีวิต รวมถึงค่านิยมเรื่องการส่งมอบบ้านเป็นมรดกแก่บุตรหลาน และจากการไม่มีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้ธนาคารพาณิชย์และ

บริษัทประกันไม่สนใจในการออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง Reverse mortgage และ Mortgage Insurance ในด้านของผู้ขอสินเชื่อไม่นิยมใช้บริการดังกล่าว เนื่องจาก อัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (Loan to value - LTV) ของบ้านที่ใช้บริการ Reverse Mortgage มักประเมินได้ค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้สูงอายุจะได้เงินในแต่ละเดือนค่อนข้างน้อย

ภาพที่ 4-15 มาตรการการจ่ายย้อนกลับ Reverse Mortgage ของไทย



เมืองไทยประกันชีวิต ธุรกิจประกันสำหรับผู้สูงวัย

ในปัจจุบัน บริษัทประกันหลายรายมีการออกผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการวางแผนชีวิตหลังเกษียณ เมืองไทยประกันชีวิตเป็นหนึ่งในบริษัทที่มีตัวเลือกที่หลากหลายให้กับผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น โครงการ เมืองไทย Smile Retirement ที่ให้เงินบำนาญสม่ำเสมอทุกปีหลังอายุครบ 60 ปีไปจนครบ 85 ปี โดยรับเงินบำนาญต่อปีในอัตราร้อยละ 12 ของจำนวนเงินเอาประกันภัย ณ วันเริ่มสัญญา รวมสูงสุดร้อยละ 312 พร้อมคุ้มครองชีวิตในช่วงก่อนเกษียณสูงสุดร้อยละ 250 และลดหย่อนภาษีสูงสุด 300,000 บาท กำหนดอายุรับประกันภัยระหว่าง 20 - 55 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยจนครบอายุ 60 ปี

นอกจากนั้น ยังมีโครงการเมืองไทย รีเทิร์น รีไทร์ ที่ช่วยให้มีรายได้หลังเกษียณ แบบไม่ต้องทำงาน เพราะมีเงินบำนาญให้สม่ำเสมอทุกปีหลังอายุครบ 60 ปีไปจนครบ 85 ปี โดยรับเงิน

บำนาญต่อปีที่ร้อยละ 20 ของจำนวนเงินเอาประกันภัย ณ วันเริ่มสัญญา รวมสูงสุดร้อยละ 520 และคุ้มครองชีวิตในช่วงก่อนเกษียณสูงสุดร้อยละ 150 และลดหย่อนภาษีสูงสุด 300,000 บาท กำหนดอายุรับประกันภัยระหว่าง 20 - 55 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัยรวม 5 ปี

➤ กรณีศึกษาในต่างประเทศ

Golden Financial Care บริการวางแผนด้านการเงินสำหรับผู้สูงวัย

Golden Financial Care เป็นบริษัทสตาร์ทอัพในซานฟรานซิสโก ที่ให้บริการวางแผนด้านการเงินสำหรับผู้สูงวัย ได้รับรางวัลชนะเลิศ Judges' Choice financial Innovation ของ American Association of Retired Persons และ Aging Startup Challenge ที่เมืองมินนีแอโพลิส Golden บริการให้คำปรึกษาทางการเงินและ Financial coaching ครอบคลุมเรื่องการใช้จ่ายด้านปัญหาสุขภาพ กฎหมาย และสิทธิประโยชน์จากรัฐ

จุดเริ่มต้นของธุรกิจเกิดจากสถานการณ์ที่ในแต่ละปีประชากรสูงวัยกว่า 10 ล้านคนไม่สามารถที่จะจัดการกับการวางแผนการเงินในแต่ละวันของตนเอง ด้วยสมรรถภาพทางร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ภาระทั้งหมดตกไปอยู่ที่ผู้เป็นบุตร Golden จึงนำเสนอเครื่องมือและทรัพยากรบุคคลที่ช่วยให้คำแนะนำ และปรับปรุงสุขภาพทางการเงินของผู้สูงวัย รวมถึงบุตรที่ต้องรับผิดชอบดูแลสถานการณ์ทางการเงินของพ่อแม่ ผ่านการใช้งานบนแอปพลิเคชัน โดยผู้ใช้งานสามารถลงทะเบียนสมาชิกและชำระค่าบริการเป็นรายเดือนเริ่มต้นที่ 20 ดอลลาร์สหรัฐต่อเดือน

เป้าหมายของธุรกิจ คือการสร้างผลลัพธ์ด้านการเงินและสุขภาพแวดล้อมทางการเงินที่มั่นคงและยั่งยืนสำหรับครอบครัว Golden ใช้ข้อมูลเบื้องต้นทางการเงินของลูกค้า และช่วยวางแผนและแจ้งเตือนการชำระหนี้แต่ละเดือน วางแผนการลดค่าใช้จ่าย ช่วยให้ลูกค้าได้เห็นภาพรวมของแผนการเงินเป็นภาพเดียวของผู้สูงวัย รวมถึงช่วยให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากนโยบายด้านการเงินของรัฐบาล คำนวณค่าใช้จ่ายด้านการดูแลผู้สูงวัย และภาวะที่จะเกิดขึ้นในอนาคตจากฐานข้อมูลด้านสุขภาพ รวมถึงการวางแผนประกันต่างๆ และการป้องกันการถูกหลอกลวงสำหรับผู้สูงวัย บนฐานความคิดการสร้าง Secure senior

4.1.6 ภาพรวมของธุรกิจในยุคเศรษฐกิจสูงวัย

จากการศึกษาตัวอย่างธุรกิจต้นแบบในยุคเศรษฐกิจสูงวัยทั้งในและต่างประเทศ นำมาซึ่งข้อสังเกตที่จะเป็นประโยชน์ต่อการวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมไทยในบทต่อไป ในประการแรกนั้น ประเทศไทยมีความพร้อมสำหรับการเติบโตของธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ ด้วยโครงสร้างสาธารณสุขที่เข้มแข็ง และศักยภาพของภาคเอกชนที่สามารถให้บริการด้านการแพทย์ในมาตรฐานที่เทียบเท่าสากลและประเทศพัฒนาแล้วในราคาที่ต่ำกว่า จึงสามารถดึงดูดผู้ใช้บริการจากต่างประเทศได้ เช่นเดียวกับธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยที่สามารถดึงดูดชาวต่างชาติวัยหลังเกษียณที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งสำหรับคนไทยนั้น ค่านิยมของคนในปัจจุบันอาจจะยังคุ้นชินกับการที่ผู้สูงวัยต้องอาศัยอยู่กับสมาชิกในครอบครัว แต่พลวัตทางสังคมสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ในประเด็นนี้อาจต้องคำนึงถึงคือความสามารถในการเข้าถึงทั้งบริการด้านสุขภาพและที่พักสำหรับผู้สูงวัยของคนในประเทศ เนื่องจากธุรกิจในปัจจุบันอาจจะเน้นที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งทำให้ประชากรส่วนใหญ่ของประเทศไม่สามารถเข้าถึงได้มากเท่าที่ควร

ในด้านของธุรกิจที่มีศักยภาพในการส่งออก คือธุรกิจด้านอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค เนื่องจากประเทศไทยเป็นแหล่งวัตถุดิบสำคัญช่วยทำให้ต้นทุนในการผลิตมีราคาถูก ประกอบกับความต้องการของตลาดของในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยของหลายประเทศ เช่นเดียวกับธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ ที่แม้ว่าในปัจจุบันประเทศไทยจะพึ่งพาการนำเข้าหุ่นยนต์มาจากประเทศญี่ปุ่นและจีน ซึ่งทั้งสองประเทศเป็นผู้นำทางด้านเทคโนโลยีของโลก แต่นวัตกรรมหุ่นยนต์ผู้ช่วยสำหรับผู้สูงวัยที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่ผ่านมาและเป็นผลงานของคนไทยก็มีศักยภาพที่นำไปสู่การเติบโตในตลาดต่างประเทศได้ในอนาคต

สำหรับธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยที่เน้นกลุ่มลูกค้าสูงวัยในประเทศไทยยังมีตัวเลือกไม่มากนัก แต่โอกาสในการเติบโตของตลาดจากพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่ให้ความสำคัญกับการออมมากขึ้นยังคงมีสูง ธุรกิจสตาร์ทอัพสามารถใช้โอกาสดังกล่าวนำเสนอเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่สามารถช่วยให้ผู้สูงวัยสามารถจัดการสุขภาวะทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.2 กรณีศึกษาระเบียบและนโยบายที่สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจใหญ่ เศรษฐกิจสูงวัย

ในส่วนนี้ จะนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายที่เน้นมิติเศรษฐกิจ ที่ประเทศกรณีศึกษา ประกาศใช้ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสะท้อนให้เห็นแนวคิดในการคาดการณ์เพื่อรับมือกับความท้าทายในยุคเศรษฐกิจสูงวัย รวมถึงการใช้โอกาสจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว ส่งเสริมให้เกิดเศรษฐกิจใหม่ที่ตอบสนองต่อประชากรสูงวัย รวมถึงนโยบายในการส่งเสริมการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ ที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างสังคมสูงวัยที่เข้มแข็งและยั่งยืน

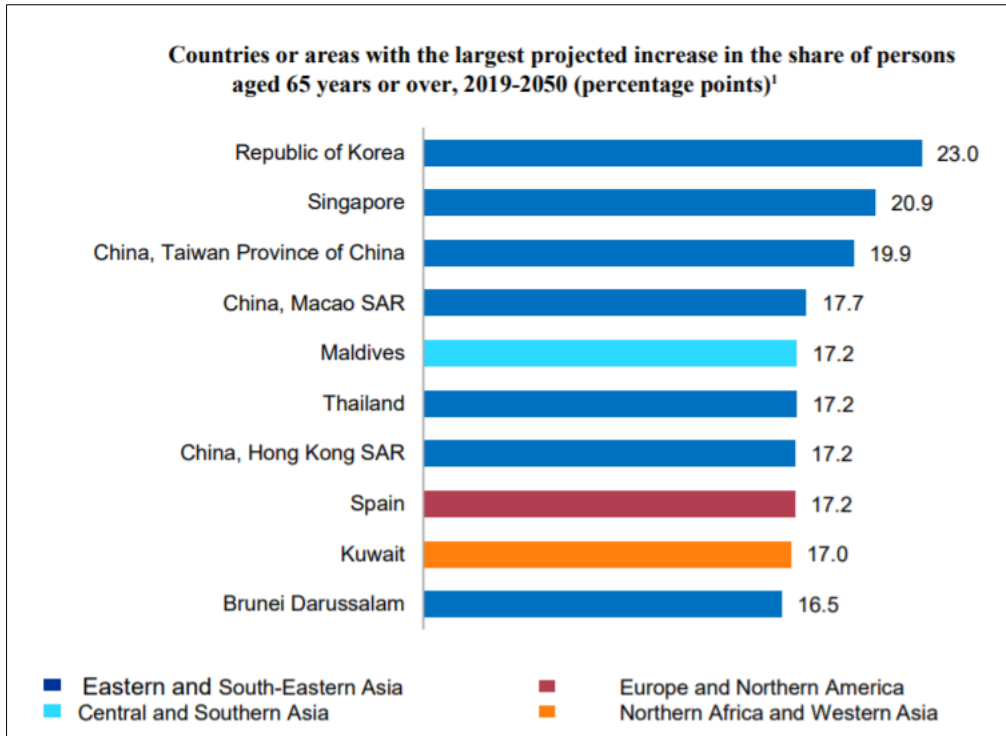
ญี่ปุ่น เนื่องด้วยญี่ปุ่นเป็นประเทศแรกในเอเชียที่ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยสุดขีด (Hyper-aged society)³ มีสัดส่วนประชากรที่อายุมากกว่า 65 ปี ประมาณร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมด จึงเป็นประเทศที่มีประชากรสูงวัยมากที่สุดในโลก ญี่ปุ่นเป็นตัวอย่างที่ดีสำหรับนโยบายการรับมือกับการขาดแคลนแรงงานในสังคมสูงวัย

สิงคโปร์ เป็นประเทศที่มีสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างรวดเร็ว ดังปรากฏในภาพที่ 4-14 นอกจากนี้ ยังเป็นประเทศที่มีนโยบายชัดเจนในด้านการส่งเสริมธุรกิจเทคโนโลยีเพื่อบุกตลาดสังคมสูงวัยในเอเชีย มีเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางนวัตกรรมเพื่อผู้สูงอายุ โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการแพทย์และการดูแลสุขภาพ

สหภาพยุโรป เป็นกรณีศึกษาที่ชัดเจน สำหรับตัวอย่างความร่วมมือในระดับภูมิภาค ซึ่งในหลายๆ นโยบายสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในกรอบอาเซียนได้ ถึงแม้ว่าการรวมตัวของประเทศสมาชิกอาเซียนจะเป็นความร่วมมือแบบหลวมๆ ไม่มีลักษณะของการเป็นองค์กรเหนือรัฐ (Supranational) เหมือนสหภาพยุโรป แต่ในมิติของความร่วมมือด้านการพัฒนาและการแลกเปลี่ยนความรู้ก็ยังเป็นประโยชน์ต่อการกำหนดนโยบายร่วมกัน

³ สังคมสูงวัยสุดขีด (Hyper-aged society) หรือสังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด เป็นคำนิยามจาก องค์การสหประชาชาติ

ภาพที่ 4-16 แผนภูมิแสดงแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงวัย 10 อันดับแรก
ระหว่างปี 2562 - 2593



ที่มา: United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division (World Population Prospects 2019)

4.2.1 ญีปุ่น

นโยบายการส่งเสริมให้คนเข้าสู่ตลาดแรงงาน

รัฐบาลญี่ปุ่นดำเนินนโยบายกระตุ้นให้ผู้มีศักยภาพในสังคมเข้าสู่ตลาดแรงงานเพื่อรับมือสภาวะขาดแคลนแรงงานในสถานการณ์ที่ก้าวเข้าสู่ Hyper-aged society โดยเริ่มจากส่งเสริมการปฏิรูปวัฒนธรรมการมีชั่วโมงทำงานที่สั้นลง กระตุ้นให้เกิดความยืดหยุ่นในการจ้างงาน ระบบค่าตอบแทนที่วางอยู่บนพื้นฐานของความสามารถมากกว่าระดับอาวุโส และสนับสนุนให้บริษัทจ้างงานผู้ที่ครบกำหนดอายุเกษียณต่อในฐานะแรงงานไม่ประจำ (Continuous employment system) ได้จนถึงอายุ 65 ปี

นอกจากนั้น รัฐบาลยังดำเนินนโยบายสนับสนุนให้ผู้หญิงทำงานประจำเพื่อเพิ่มจำนวนแรงงานในตลาดและความเสมอภาคทางเพศ ส่งเสริมให้ผู้หญิงและผู้ชายมีส่วนร่วมในการทำงานที่ได้รับค่าจ้างและภาระดูแลครอบครัวเท่าเทียม ผู้หญิงและผู้ชายสามารถลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับเงินเดือนอย่างน้อยร้อยละ 67 ของเงินเดือน สำหรับ 180 วันแรกของการลา และร้อยละ 50

ของเวลาที่เหลือจนกระทั่งบุตรอายุครบ 1 ปี เพื่อเปลี่ยนกระบวนทัศน์ทางสังคมเดิมที่เคยมองว่าการดูแลเลี้ยงดูบุตรเป็นหน้าที่ของผู้หญิงเท่านั้น รวมถึงการเพิ่มจำนวนสถานที่อยู่ดูแลเด็กปฐมวัยช่วง 0 – 2 ปี และพัฒนาระบบ Early Childhood Education And Care (ECEC)⁴ เพื่อให้ผู้หญิงมีความมั่นใจและสามารถกลับไปทำงานประจำได้อย่างไร้กังวล

เพื่อรับมือกับสถานการณ์แรงงานที่ขาดแคลนในตลาด รัฐบาลส่งเสริมให้เอกชนจ้างแรงงานชาวต่างชาติทั้งในสายอาชีพและสายเทคนิค รวมถึงให้วีซ่าอนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้าอบรมเพื่อประกอบอาชีพคนดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุโดยกระทรวงสาธารณสุข ส่งผลให้การจ้างงานชาวต่างชาติในปี 2560 เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 นับจากปี 2558

ในปี 2559 ญี่ปุ่นริเริ่มโครงการ Asia Health and Wellbeing Initiatives มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระดับทวิภาคีและภูมิภาคเพื่อสร้างระบบบริการด้านสุขภาพที่ยั่งยืน และเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในเอเชีย จากนั้น ในปี 2561 ได้ลงนามความตกลงความร่วมมือกับรัฐบาลเวียดนามผ่านโครงการที่รับบุคคลากรของเวียดนามเข้าฝึกอบรมในองค์กรและบริษัทเอกชนด้านการดูแลผู้สูงอายุในญี่ปุ่นในลักษณะ On-the-job training 10,000 คนในปี 2563 ทั้งนี้ รัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและบริษัทฝ่ายญี่ปุ่นเป็นผู้จ่ายค่าจ้าง ซึ่งช่วยเพิ่มแรงงานในตลาดบริการด้านสุขภาพ

รัฐบาลญี่ปุ่นพยายามพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขยายตลาดในต่างประเทศของธุรกิจด้านสุขภาพโดยการสร้างกรอบความร่วมมือกับรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นของประเทศภาคีภายใต้ Asia Health and Wellbeing Initiatives และช่วยให้ภาคเอกชนได้รับการสนับสนุนทางการเงิน จาก Japan International Cooperation Agency (JICA) และ Japan External Trade Organization (JETRO)

⁴ Early Childhood Education and Care (ECEC) เป็นระบบสวัสดิการที่จัดสรรโดยรัฐสำหรับการดูแลเด็กในช่วงวัยก่อนเข้าโรงเรียน อายุ 0-2 ปี โดยมีสถานที่ดูแลเด็กกระจายอยู่ในหลายพื้นที่ทั่วประเทศ ซึ่งรัฐบาลให้เงินสนับสนุนในด้านการจัดการ

ภาพที่ 4-17 โครงการ On-the-job training ภายใต้ Asia Health and Wellbeing Initiatives



ที่มา: Asia Health and Wellbeing Initiatives

แผนยุทธศาสตร์ 5th Science and Technology Basic Plan 2016–2020

รัฐบาลประกาศใช้แผนยุทธศาสตร์ 5th Science and Technology Basic Plan 2016–2020 ร่างขึ้นโดยคณะกรรมการวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (CSTI) จากการหารือร่วมกันระหว่างกระทรวงศึกษา วัฒนธรรม (MEXT) และกระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม (METI) เพื่อเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม ภายใต้แนวคิด Society 5.0 ที่ส่งเสริมการสร้างระบบเศรษฐกิจสังคมที่ครอบคลุมและยั่งยืน ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น Internet of things (IoT), robotics, AI และการวิเคราะห์ Big data มุ่งหวังให้ญี่ปุ่นกลายเป็น Super-smart society ที่ไร้เส้นแบ่งระหว่างพื้นที่ไซเบอร์กับพื้นที่กายภาพ (Cyberphysical system) สามารถรับมือกับความท้าทายของการเป็นสังคมสูงวัยอย่างเต็มที่ รวมถึงใช้โอกาสจากความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปในยุคเศรษฐกิจสูงวัย

ในสังคม 5.0 สินค้าและบริการถูกออกแบบขึ้นเพื่อตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของแต่ละปัจเจก ในแผนดังกล่าว สะท้อนความเป็นไปได้ที่จะมีการใช้ยานพาหนะไร้คนขับและโดรนขนส่งสินค้าไปยังพื้นที่ประชากรบางเบา แพทย์สามารถให้คำปรึกษาคนไข้ด้วยระบบออนไลน์ มีการใช้หุ่นยนต์ช่วยเหลือและดูแลผู้ป่วยในสถานพยาบาลและบ้านพักคนชรา แนวคิดเหล่านี้ทำให้นโยบาย Science, Technology and Innovation (STI) กลายเป็นวาระทางการเมืองกระแสหลักในด้านยุทธศาสตร์การเติบโตของประเทศ เห็นได้จากการเพิ่มงบประมาณด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีจากเดิมเฉลี่ย 33,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ช่วงระหว่างปี 2545 ถึง 2560 ขึ้นมาเป็น 38,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2562

แนวคิด Society 5.0 ได้รับการสนับสนุนจากภาคเอกชนเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากรัฐบาลได้ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาของประเทศ กระบวนการร่างยุทธศาสตร์ได้ และได้จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายสำหรับภาคเอกชน ภายใต้บทบาทนำของสหพันธ์ธุรกิจญี่ปุ่น (Keidanren) มีส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนสังคม 5.0 ให้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว มีการจัดตั้งคณะกรรมการย่อยภายใต้โครงสร้างของยุทธศาสตร์แต่ละด้าน ประกอบด้วย

- Next-generation mobility/smart city
- Smart public services
- Next-generation infrastructure
- FinTech (financial technology)/cashless society
- Next-generation healthcare

โดยรัฐมนตรีของกระทรวงที่เกี่ยวข้อง ผู้บริหารจากภาคธุรกิจ และนักวิชาการ เพื่อระดมความคิดในการกำหนดวิสัยทัศน์และยุทธศาสตร์การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงความท้าทายด้านทรัพยากรมนุษย์ การปฏิรูปกฎหมาย การเปิดเผยข้อมูล และความมั่นคงไซเบอร์ โดยในด้านกฎหมาย สหพันธ์ธุรกิจญี่ปุ่นได้เริ่มหารือเกี่ยวกับความจำเป็นกฎระเบียบข้อบังคับสำหรับตลาดข้อมูลดิจิทัล สอดคล้องกับกับความมุ่งมั่นของรัฐบาลญี่ปุ่นในการผลักดันแนวคิดการขยายกฎระเบียบของ WTO ให้ครอบคลุมการแลกเปลี่ยนข้อมูล

การก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์แบบ เป็นหนึ่งปัจจัยชะลอการเติบโตทางเศรษฐกิจของญี่ปุ่น ซึ่งเติบโตน้อยกว่าร้อยละ 2 ในช่วงปี 2555 - 2560 ด้วยกำลังผลิตที่น้อยลงและภาระค่าใช้จ่ายของรัฐที่เพิ่มมากขึ้น นโยบายสังคม 5.0 นับเป็นความหวังและโอกาสของภาคธุรกิจในการฟื้นตัวของธุรกิจและปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานโลก ทั้งนี้ ภาคส่วนธุรกิจหลายรายมีทุนเดิมของความเชี่ยวชาญด้านวิศวกรรม จึงสามารถใช้จุดแข็งข้อนี้ร่วมกับการลงทุนด้าน AI ในการพัฒนา Cyberphysical system และอุตสาหกรรมดิจิทัล

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านวิจัยและพัฒนาสูงกว่าร้อยละ 3 ของ GDP แต่การใช้จ่ายส่วนใหญ่เกิดขึ้นโดยภาคธุรกิจขนาดใหญ่ รัฐบาลจึงมีนโยบายการสนับสนุนภาค SME ซึ่งมีมากถึงร้อยละ 70 ของภาคเอกชนทั้งหมด โดยช่วยให้สามารถเข้าถึงเงินทุนได้ง่ายขึ้น ผ่านโครงการ Extensive loan-guarantee programme ที่มีการปรับปรุงเกณฑ์การให้กู้ยืมเงินเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่อาจมีความเสี่ยงทางธุรกิจสูงและประสบความยากลำบากในการขอกู้จากธนาคารเอกชน นอกจากนี้ ยังมีนโยบายส่งเสริมการให้สิทธิทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อเป็น

ปัจจัยช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถเข้าถึงเงินทุนได้มากขึ้น สำนักงานสิทธิบัตรญี่ปุ่นมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้สถาบันทางการเงินให้การสนับสนุนภาคธุรกิจที่มีการจดสิทธิบัตร โดยการให้ทุนสนับสนุนสถาบันทางการเงินในการจัดทำรายงานประเมินสิทธิบัตรถึง 150 รายงานต่อปี และดำเนินโครงการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประเมินความเสี่ยงธุรกิจให้มีความเข้าใจทรัพย์สินทางปัญญาและสามารถวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมไว้ในรายงานดังกล่าว เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทุนของภาคธุรกิจขนาดเล็กมากยิ่งขึ้น

นโยบายปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจ

ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจด้านอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ใหญ่เป็นอันดับสองของโลก ในปี 2559 ร้อยละ 62 ของภาคธุรกิจขนาดใหญ่มีการใช้ Cloud computing รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนในด้านโครงสร้างขั้นพื้นฐานการวิจัยและพัฒนา และการบูรณาการด้านไอซีที รวมทั้งนโยบายการสร้างแรงจูงใจด้านภาษีเพื่อกระตุ้นการลงทุนในผลิตภัณฑ์ด้านความมั่นคงดิจิทัล

ในปี 2559 รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติ Basic Act on the Advancement of Utilizing Public and Private Sector Data เพื่อส่งเสริมการใช้ข้อมูลร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชน นอกจากนี้ ยังมีการปฏิรูปทางกฎหมายเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างนวัตกรรม และเปิดโอกาสให้ธุรกิจ start-up สามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยให้ความสำคัญกับประเด็นการลดการคุ้มครองทางกฎหมายของกลุ่มผู้ถือครองตลาด การลดอุปสรรคทางราชการ และการลดความซับซ้อนของขั้นตอนทางกฎหมาย ซึ่งจะต้องสามารถสร้างสมดุลระหว่างการเติบโตของภาคธุรกิจและมาตรการคุ้มครองผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีการใช้ Regulatory sandbox ที่อนุญาตให้หน่วยธุรกิจทดลองใช้เทคโนโลยีและรูปแบบธุรกิจที่เกี่ยวข้องของการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 ภายได้ช่วงเวลาและอยู่ในพื้นที่จำกัดเพื่อเป็นการประเมินความเหมาะสมก่อนการประกาศและบังคับใช้กฎหมายจริง เช่น การพัฒนาและทดลองใช้พาหนะไร้คนขับ และโดรนบังคับระยะไกลในเขตเศรษฐกิจพิเศษที่รัฐบาลประกาศ

นโยบายกระตุ้นการลงทุนและความร่วมมือของภาคธุรกิจ

กระทรวงเศรษฐกิจ การค้า และอุตสาหกรรม มีนโยบายการจัดงาน Well Aging Society Summit Asia-Japan ในทุกปี ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ต่อยอดมาจาก Japan Healthcare Business Contests ด้วยวัตถุประสงค์เพื่อค้นหาและสนับสนุนภาคธุรกิจและผู้เกี่ยวข้องที่มีบทบาทและ

ศักยภาพในการแก้ไขปัญหาความท้าทายด้านสุขภาพในยุคสังคมสูงวัย ผ่านกิจกรรม Pitch presentation contests เปิดโอกาสในการจับคู่ทางธุรกิจ ซึ่งไม่เพียงเป็นการประชาสัมพันธ์ของภาคธุรกิจต่อสาธารณชน แต่หากยังช่วยกระตุ้นให้นักลงทุน บริษัท และองค์กรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ตัดสินใจลงทุนด้านบริการสุขภาพทั้งในประเทศ มีส่วนช่วยในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านสุขภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของสังคมสูงวัย

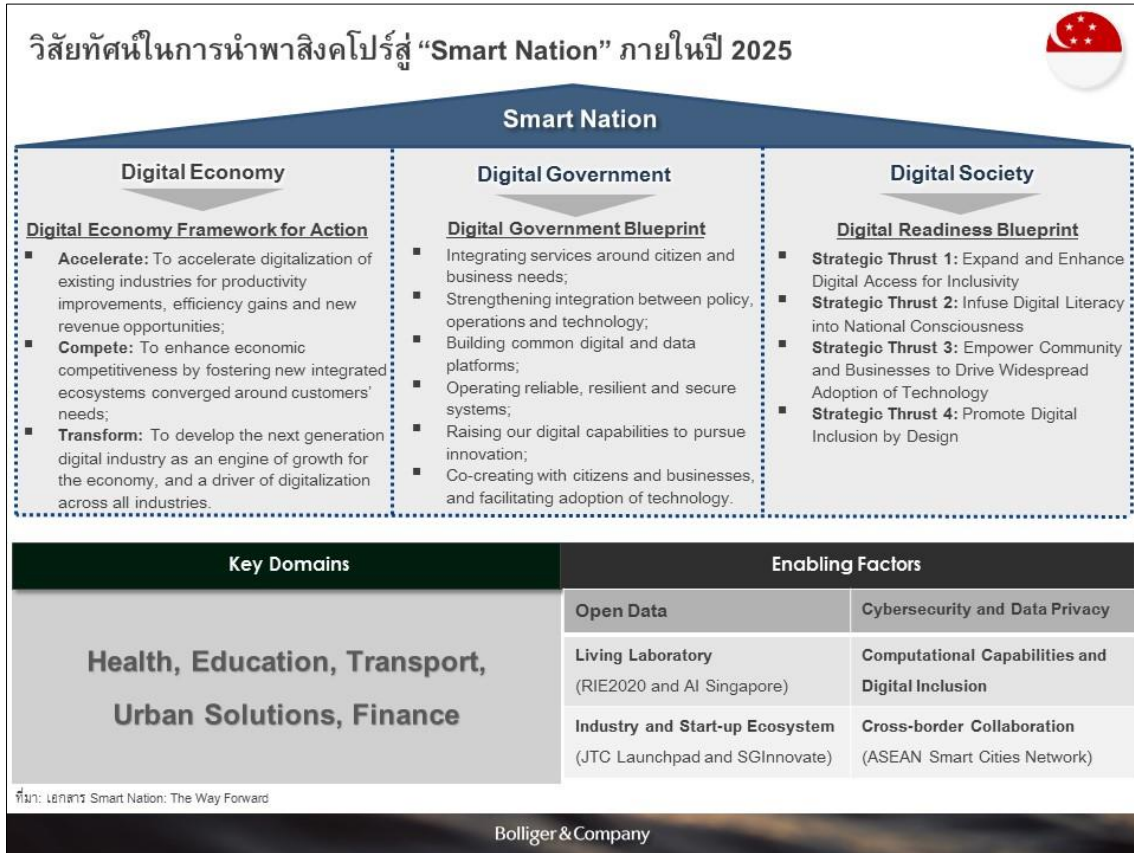
ญี่ปุ่นตระหนักถึงความสำคัญของการเปิดเสรีการค้าด้านบริการที่ช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขัน ซึ่งจะมีผลกระทบเชิงบวกต่ออุตสาหกรรมการผลิตด้วย การสนับสนุนการเปิดเสรีการค้าด้านบริการจะช่วยส่งเสริมการบูรณาการเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มการผลิตในการค้าระหว่างประเทศ รวมถึงประโยชน์จากการถ่ายทอดด้านเทคโนโลยีและทักษะต่างๆ จากหน่วยธุรกิจต่างชาติมาสู่อุตสาหกรรมในประเทศ ในปี 2560 ญี่ปุ่นได้ดำเนินการปรับปรุงพระราชบัญญัติธุรกิจเกี่ยวกับพิธีการศุลกากร (Customs Business Act) ยกเลิกมาตรการทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจ (Economic needs tests) และยกเลิกข้อกำหนดที่ว่าบริษัทให้บริการด้านพิธีการศุลกากรต้องมีผู้ชำนาญการด้านพิธีการศุลกากร ประจำสำนักงาน อย่างน้อย 1 คน

4.2.2 สิงคโปร์

นโยบาย Smart Nation

เริ่มตั้งแต่ปี 2557 สิงคโปร์ ได้ประกาศใช้นโยบาย Smart Nation โดยการนำเทคโนโลยีเครือข่ายสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศเป็นระบบดิจิทัลในทุกมิติอย่างครอบคลุม เช่น มิติด้านเทคโนโลยี มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านการศึกษา มิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มิติด้านสาธารณสุข เป็นต้น รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับการศึกษาของประชาชน เน้นการลงทุนในสินทรัพย์ทางปัญญาเพื่อขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาประเทศด้วยเศรษฐกิจฐานความรู้

ภาพที่ 4-18 วิสัยทัศน์ภายใต้นโยบาย Smart Nation ของสิงคโปร์



ภายใต้แผน Smart Nation ภายใต้ความรับผิดชอบของ Smart Nation and Digital Government Office ให้ความสำคัญต่อการเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างเต็มตัวของประเทศ มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในจัดบริการสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้สูงวัยในสังคม รวมถึงบริการทางการแพทย์ เช่น การใช้ระบบติดตามทางไกลออนไลน์เพื่อติดตามการดูแลสุขภาพ ผู้สูงอายุได้ แอปพลิเคชันสำหรับรายงานเหตุการณ์ฉุกเฉินโดยจะมีทีมอาสาสมัครคอยให้ความช่วยเหลือก่อนนำผู้ป่วยส่งถึงโรงพยาบาล

ในปี 2560 ได้มีการพัฒนา Guidelines on user interface design for older adults (SS618) เพื่อเป็นแนวทางปฏิบัติซึ่งเป็นคำสำหรับการออกแบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงบริการออนไลน์ ให้เป็นมิตรกับผู้ใช้งานที่อายุระหว่าง 55 – 75 ปี ซึ่งช่วยให้ผู้สูงวัยเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่จะกลายเป็นระบบดิจิทัลได้มากขึ้น SS618 ครอบคลุมคำแนะนำสำหรับการออกแบบทั่วไป เช่น ขนาด แบบ และสีของตัวอักษรให้อ่านและเข้าใจง่าย และการสร้างมีฟังก์ชันที่ไม่ซับซ้อน

นโยบายส่งเสริมอุตสาหกรรมหุ่นยนต์

สิงคโปร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อรับมือกับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนเพิ่มมากขึ้น โดยนับเป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย Smart Nation และมีนโยบายที่สนับสนุนอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับโลก ในปี 2559 ได้เปิดตัวโครงการ “The National Robotics Program” ในปี ด้วยงบประมาณสนับสนุน 450 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อการดำเนินโครงการระยะ 3 ปี ขับเคลื่อนงานวิจัยด้านเทคโนโลยีหุ่นยนต์และพัฒนาการให้บริการด้านการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การใช้หุ่นยนต์พยุงหลังแทนเจ้าหน้าที่ที่ต้องดูแลผู้สูงอายุ การใช้หุ่นยนต์จัดยาในโรงพยาบาล และการใช้หุ่นยนต์ให้บริการด้านสนทนาแก่ผู้สูงอายุ เป็นต้น โดยรัฐบาลตั้งเป้าในการส่งเสริมมูลค่าอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ให้เติบโตถึง 80,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2568

ในปี 2563 รัฐบาลจัดสรรงบประมาณ 19,000 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์และมอบหมายให้ Research Innovation and Enterprise Council (RIEC) เป็นผู้รับผิดชอบโครงการ Research, Innovation and Enterprise 2020 (RIE 2020) ระยะเวลา 5 ปี เพื่อสนับสนุนการทำวิจัยเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยภาคเอกชนสามารถยื่นโครงการเพื่อขอรับเงินสนับสนุนดังกล่าวได้ด้วย โครงการดังกล่าวการพัฒนา AI เพื่อยกระดับบริการด้านการแพทย์ อาทิ การพัฒนา AI เพื่อใช้วินิจฉัยผู้ป่วยที่มีแนวโน้มต่อโรคเรื้อรัง และการพัฒนาระบบ sensor ที่ช่วยป้องกันภาวะหัวใจล้มเหลว

Action Plan for Successful Ageing

ในปี 2559 กระทรวงสาธารณสุขสิงคโปร์กำหนด Action Plan for Successful Ageing ครอบคลุมหลายมิติของการพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย รวมถึงกำหนดนโยบายส่งเสริมการทำงานและเพิ่มความมั่นคงทางการเงิน (Lifelong employability) ผู้สูงวัยสามารถทำงานได้จนถึงอายุ 67 ปี และตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป ผู้สูงวัยจะได้รับเงินช่วยเหลือ (Silver support) มีการจัดตั้ง SkillsFuture Program เพื่อเป็นศูนย์บริการเพิ่มทักษะให้แรงงานที่สะดวกแบบครบวงจรบน platform ออนไลน์ ให้ข้อมูลอาชีพที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน แนะนำอาชีพที่เหมาะสมกับทักษะของแรงงาน รวมถึงทักษะที่ควรเรียนรู้เพิ่ม

นโยบายส่งเสริมการเพิ่มทักษะแรงงานอย่างต่อเนื่อง (Lifelong learning) ในรูปแบบการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานและเฉพาะด้าน รวมถึงโปรแกรมทักษะแรงงานในอนาคต โดยจัดให้มีการศึกษา

ทั้งในและนอกระบบ รัฐบาลจัดตั้ง National Silver Academy เพื่อช่วยเพิ่มทักษะและยกระดับผลิตภาพของผู้สูงวัย รวมทั้งเพิ่มความสามารถในการหารายได้ในระยะยาว นอกจากนี้ โครงการ “Skill Future Credit” ยังส่งเสริมการศึกษาของประชาชนอย่างต่อเนื่องเพื่อลดช่องว่างทางทักษะอาชีพ โดยได้สนับสนุนให้ประชาชนที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 25 ปี สามารถขอรับทุน 500 ดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อใช้เป็นทุนในการเข้าร่วมโปรแกรมทักษะอาชีพที่รัฐบาลรับรองกว่า 10,000 รายการ

สิงคโปร์ปรับนโยบายการจ้างงานเพื่อรองรับภาวะขาดแคลนแรงงานและพัฒนาแรงงานที่มีอยู่จำกัด โดยปรับอายุเกษียณในระบบจ้างงานทั่วไป (Retirement age) ขึ้นเป็น 63 ปี ในปี 2565 และจะปรับเป็น 65 ปี ในปี 2573 นอกจากนี้ ยังกำหนด อายุการจ้างงานใหม่ (re-employment age) กล่าวคือ หากลูกจ้างมีอายุครบเกษียณ นายจ้างต้องเสนอการจ้างงานใหม่ให้อีกครั้ง และให้ลูกจ้างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมทำงานต่อได้จนครบตาม re-employment age ซึ่งในปัจจุบันคือ 67 ปี และจะปรับขึ้นเป็น 70 ปี ในปี 2573

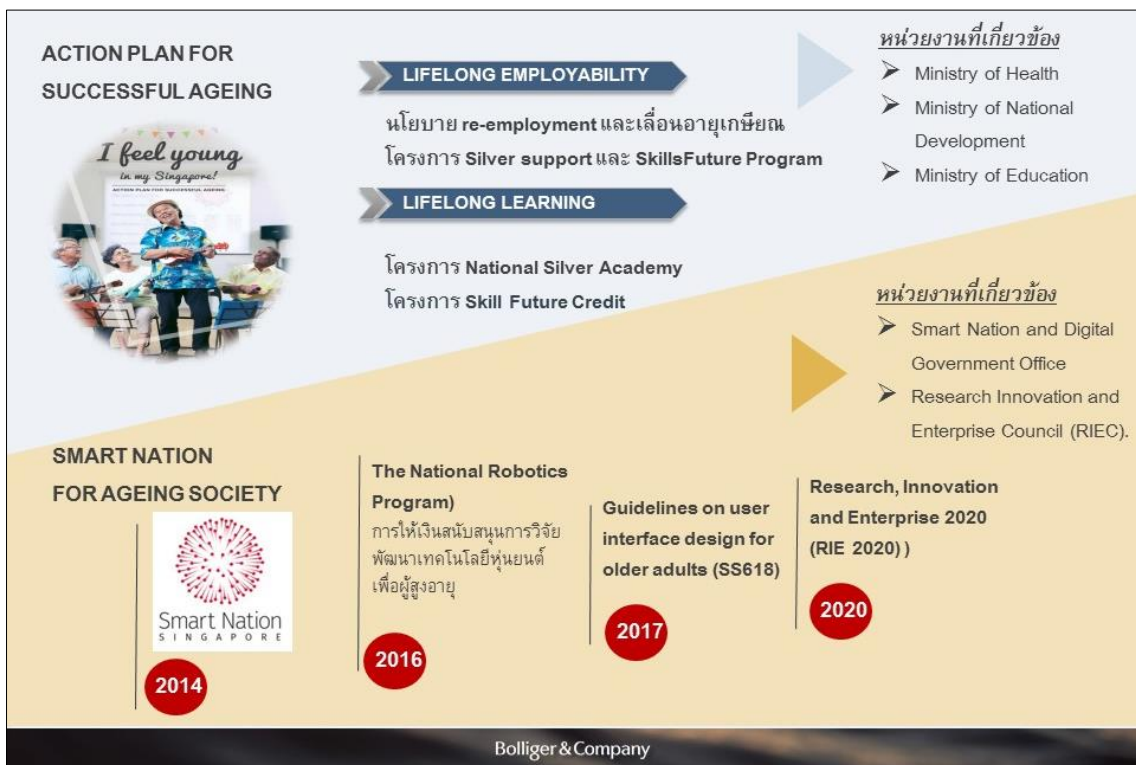
ในปี 2563 กระทรวงแรงงานได้ประกาศ Senior Worker Support Package เพื่อเป็นการสนับสนุนภาคเอกชนในการจ้างงานผู้สูงวัยสอดคล้องกับนโยบายการปรับอายุการเกษียณข้างต้น โดยให้เงินสนับสนุนบริษัทที่จ้างงานผู้ชาวสิงคโปร์และผู้มีถิ่นพำนักถาวรที่มีอายุระหว่าง 55 - 70 ปี สูงสุด ร้อยละ 0.5 ของค่าจ้าง เพื่อช่วยลดภาระของบริษัทในส่วนของเงินสมทบกองทุนสำรองเลี้ยงชีพที่ปรับเพิ่มสูงขึ้นในปี 2564 นอกจากนี้ ยังให้เงินช่วยเหลือภายใต้โครงการ Senior Worker Early Adopter Grant สูงสุดถึง 250,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อสนับสนุนบริษัทเอกชนที่พร้อมปรับ Retirement age และ re-employment age ก่อนประกาศบังคับใช้ของรัฐบาล

นโยบายสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการด้านสุขภาพดิจิทัล

การก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์แบบมาพร้อมกับอุปสงค์ต่อการบริการทางการแพทย์ที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลเห็นความสำคัญของการพัฒนาการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพของประชาชน ด้วยการส่งเสริมการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลของอุตสาหกรรมบริการสุขภาพ และมุ่งสู่การเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีการดูแลสุขภาพในภูมิภาค สนับสนุนอุตสาหกรรม MedTech ที่เน้นเทคโนโลยีที่ออกแบบบนแนวคิด Consumerisation ซึ่งผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้ได้ง่าย ประยุกต์ใช้กับสมาร์ตโฟนและสมาร์ตวอตช์ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เพื่อการเข้าถึงข้อมูลการแพทย์ได้ทุกที่และการควบคุมพฤติกรรมด้านสุขภาพ โดยในปี 2563 กระทรวงการสื่อสารและสารสนเทศจัดสรรงบประมาณ 300 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อสนับสนุนนวัตกรรมดิจิทัลซึ่งครอบคลุมด้านบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย

นอกจากนั้น ยังมีนโยบายดึงดูดการลงทุนจากบริษัทข้ามชาติ รวมถึงการลงทุนในฐานะหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ (Strategic partner) ร่วมกับบริษัทสตาร์ทอัพต่างชาติที่คิดค้นนวัตกรรมดิจิทัลสำหรับการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ ตัวอย่างเช่น SGInnovate ซึ่งเป็นบริษัทเน้นการลงทุนด้านเทคโนโลยี AI, Quantum tech และ Medtech ที่รัฐบาลสิงคโปร์เป็นเจ้าของ ประกาศลงทุนร่วมกับ HealthBeacon จากไอร์แลนด์ ที่ได้พัฒนาระบบ HealthBeacon Injection Care Management System⁵ พร้อมอุปกรณ์ช่วยดูแลผู้ป่วยโรคเรื้อรังต้องฉีดยาตนเองที่บ้าน เพื่อเป็นตัวช่วยและควบคุมพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องอาศัยโดยลำพัง รัฐบาลสนับสนุนการตั้งสำนักงานใหญ่ในสิงคโปร์เพื่อบุกตลาดผู้สูงวัยในเอเชีย

ภาพที่ 4-19 ภาพรวมการพัฒนา นโยบายด้านเศรษฐกิจผู้สูงวัย



⁵ HealthBeacon Injection Care Management System เป็นระบบการตรวจสอบพฤติกรรมของผู้ป่วยที่มีความจำเป็นต้องฉีดยาด้วยตนเองที่บ้าน ทำงานควบคู่กับอุปกรณ์ที่มีลักษณะคล้ายกับถังเข็มฉีดยา ซึ่งจะประมวลผลจากความสม่ำเสมอในการฉีดยาของผู้ป่วย

4.2.3 สหภาพยุโรป

คณะกรรมการการยุโรปได้ริเริ่มความร่วมมือด้านนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมสูงวัย (European Innovation Partnership on Active and Healthy Ageing - EIP on AHA) เมื่อปี 2554 มุ่งส่งเสริมการพัฒนาวัตกรรมการเปลี่ยนแปลงผ่านสู่ยุคดิจิทัลเพื่อสังคมสูงวัยที่มีสุขภาพแข็งแรง ผ่านการสร้างร่วมมือของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีด้านบริการสุขภาพ ทั้งในระดับประเทศและระดับภูมิภาค โดยมีเป้าหมายการดำเนินงาน 3 ด้าน ประกอบด้วย

- ปรับปรุงสุขภาพและคุณภาพชีวิตของชาวยุโรปโดยให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ
- สนับสนุนความยั่งยืนและประสิทธิภาพระยะยาวของระบบสุขภาพและการดูแลสุขภาพ
- เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสหภาพยุโรปผ่านธุรกิจและการขยายตลาดใหม่

แผนดำเนินงานเชิงกลยุทธ์ของ EIP on AHA มุ่งเน้นการวางคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาบริการสุขภาพ นวัตกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยความต้องการของตลาด นำมาซึ่งประโยชน์ที่เป็นรูปธรรมสำหรับผู้ใช้จ่ายหลายทาง ช่วยควบคุมค่าใช้จ่ายของระบบการบริการสุขภาพ และเปิดโอกาสทางธุรกิจในระดับภูมิภาคยุโรป

ภายใต้ความร่วมมือ EIP on AHA ได้มีแผนการดำเนินในระยะแรก **“European Scaling-up Strategy in Active and Healthy Ageing”** กำหนดการสร้างฐานข้อมูลและแพลตฟอร์มสำหรับการปฏิบัติที่ดี ตัวอย่างความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ด้านบริการสุขภาพ เช่น EIP AHA Marketplace เพื่อการแลกเปลี่ยนทางความรู้ ร่วมกันปรับปรุงระเบียบและมาตรฐาน รวมถึงการจัดกิจกรรมที่สามารถรับฟังความต้องการของผู้ใช้บริการจริง ต่อยอดไปสู่ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ กลุ่ม Action Groups และ Reference Sites สู่การพัฒนายุทธศาสตร์ แผนดำเนินการ และรูปแบบธุรกิจของบริการทางสุขภาพในยุคดิจิทัลสำหรับชาวยุโรป โดยสหภาพยุโรปทำหน้าที่ในการสร้างแรงบันดาลใจและการร่วมลงทุนกับภาคเอกชนเพื่อแบ่งปันความเสี่ยงของภาคเอกชน ทั้งนี้ เป็นการทำให้เอกชนมั่นใจเรื่องความคุ้มค่าการลงทุนด้านนวัตกรรมสุขภาพของผู้สูงวัย รวมถึงให้เงินทุนสนับสนุนในการพัฒนานวัตกรรมผ่านโครงการต่าง ๆ เช่น INTERREG, Horizon 2020 และ Public Health Programme ในยุทธศาสตร์ฉบับนี้ ได้กล่าวถึงปัจจัยสำคัญของการเปลี่ยนแปลงผ่านสู่ยุคดิจิทัลสำหรับบริการด้านสุขภาพผู้สูงวัย คือการสร้างทักษะให้แรงงานผู้ทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุและประชาชน (ผู้ป่วย) ในการใช้งานเครื่องมือและนวัตกรรมที่ถูกสร้างขึ้นใหม่

แผนความร่วมมือ EIP on AHA โดยคณะกรรมการยุโรป ได้แบ่งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนแผนการสร้างสังคมสูงวัยที่สุขภาพดีออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย

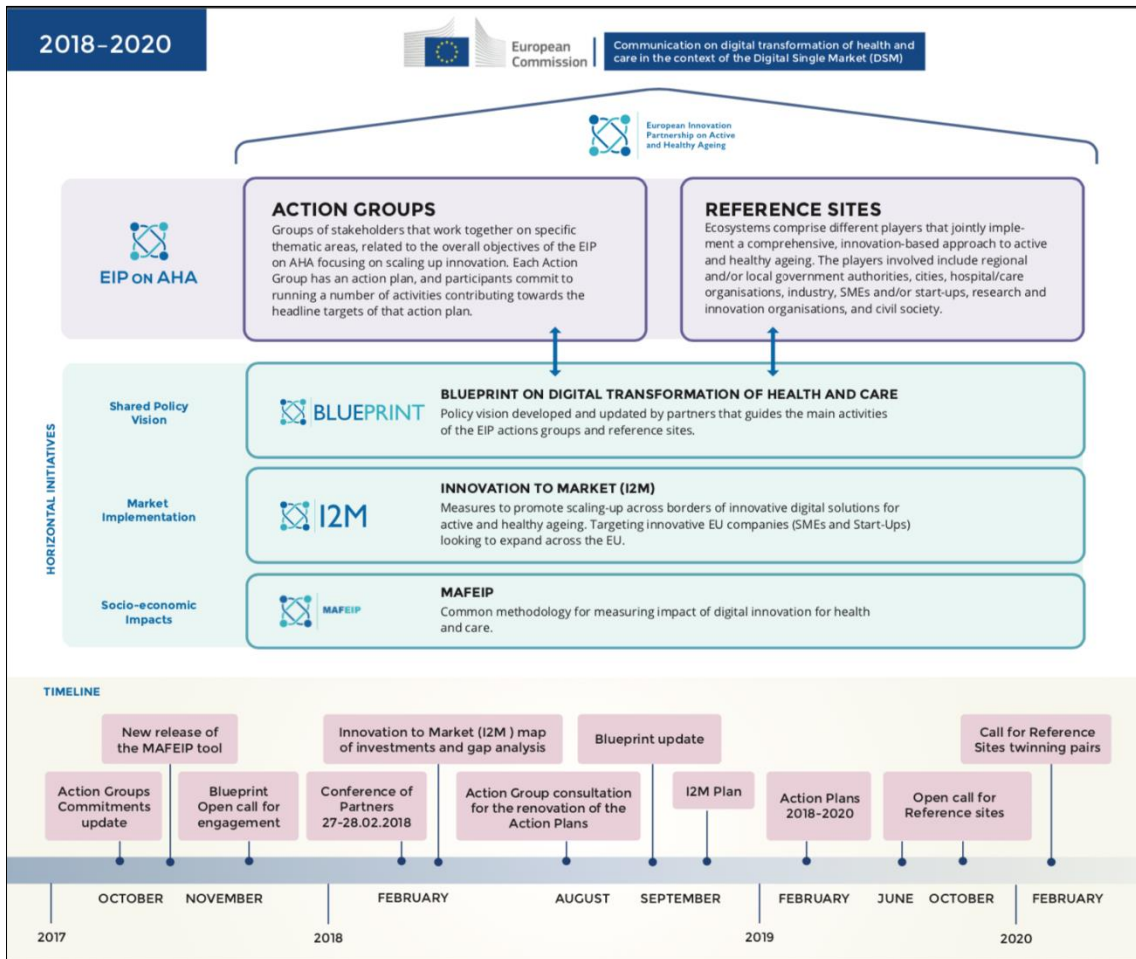
- **Action Groups** เป็นกลุ่มผู้มีส่วนร่วมจากภาควิชาการ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ภาคอุตสาหกรรม ทั้งขนาดใหญ่และ SME องค์กรด้านสุขภาพ เครือข่ายผู้ให้บริการ และผู้ป่วย ผู้ลงทุน และผู้คิดค้นนวัตกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานเฉพาะด้าน ทั้งในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และร่วมระดมความคิดในการระบุปัญหาและช่องว่างในนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงวัย และดำเนินกิจกรรมตามแผน 6 ด้าน ตามที่ระบุไว้ใน Strategic Implementation Plan เช่น การสร้างสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย การดูแลผู้สูงวัยที่มีโรคเรื้อรัง การดำเนินงานของกลุ่มสอดคล้องกับแผน transformation of health and care in the Digital Single Market ซึ่งปัจจุบันได้รับความจากภาคส่วนต่างๆ กว่า 3,500 ราย
- **Reference Sites** คือกลุ่มภูมิภาค เมือง โรงพยาบาล หรือองค์กรด้านการดูแลสุขภาพ เครือข่ายการทำงานภาคเอกชน ภาครัฐ มหาวิทยาลัย และชุมชน (Quadruple Helix) ที่มุ่งเน้นไปที่การสร้างนวัตกรรมที่ครอบคลุม (Comprehensive and innovation-based approach) ซึ่งเป็นองค์กรระดับภูมิภาคชั้นนำที่มุ่งมั่นที่จะลงทุนในนวัตกรรมเพื่อการสร้างสังคมสูงวัยสุขภาพดี รวมถึงสนับสนุนการถ่ายโอนและการขยายนวัตกรรมด้านสุขภาพทั่วยุโรป ปัจจุบันมีหุ้นส่วนการขับเคลื่อนความร่วมมือ EIP on AHA กว่า 102 ราย ที่ได้พัฒนาและแบ่งปันตัวอย่างการปฏิบัติที่ดีไปแล้วกว่า 200 นวัตกรรม และมีความมุ่งมั่นที่จะลงทุนในอุตสาหกรรมและนวัตกรรมดิจิทัลด้านสุขภาพกว่า 4,000 ล้านยูโร ซึ่งจะมีผู้ได้รับประโยชน์กว่า 5 ล้านรายจากการลงทุนดังกล่าว

ในปี 2560 คณะกรรมการยุโรป ได้พัฒนา “**Blueprint on Digital Transformation of Health and Care for the Ageing Society**” ร่วมกับกลุ่ม Reference Sites เพื่อเป็นการเผยแพร่วิสัยทัศน์ด้านนโยบายสังคมและเศรษฐกิจในยุคสูงวัย และเป็นการให้ข้อมูลความต้องการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในตลาด จากการสำรวจข้อมูลประชากรทั่วภูมิภาคที่มีความต้องการด้านสุขภาพที่แตกต่างกันตามกลุ่มอายุและเงื่อนไขทางสุขภาพ เป็นการชี้ช่องทางโอกาสทางธุรกิจให้กับภาคอุตสาหกรรม โดยมีการกำหนดเป้าหมายคือ

- การลงทุนด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในวงกว้างสำหรับการบริการสุขภาพผู้สูงวัยในมากกว่า 50 ภูมิภาค

- การลงทุนด้านนวัตกรรมดิจิทัลทั้งหมด 500 ล้านยูโรสำหรับการดูแลสุขภาพ
- ประชากรในยุโรป 4 ล้านคน ได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมดิจิทัลในการใช้งานและสุขภาพผู้สูงอายุ

ภาพที่ 4-20 แผนการดำเนินงานภายใต้ร่วมมือด้านนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมสูงวัย



ที่มา: European Commission website

ในปี 2562 การปรับปรุงและประเมินผลการดำเนินงานตาม Blueprint ข้างต้น มีเป้าหมายในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อ การเข้าถึงและแบ่งปันข้อมูลสุขภาพของประชาชนข้ามพรมแดนอย่างปลอดภัย การสร้างฐานข้อมูลที่ดีกว่าเพื่อการวิจัยขั้นสูงและการป้องกันโรค รวมถึงการสร้างเครื่องมือดิจิทัลให้ประชาชนสามารถดูแลสุขภาพตามเงื่อนไขทางสุขภาพของตนเอง

ปัจจัยที่ทำให้นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมสูงวัยได้รับความร่วมมือจากภาคธุรกิจ คือการที่ภาครัฐลงทุนกับการสนับสนุนด้านวิชาการ ผ่านการสร้างเวทีและกิจกรรม

แลกเปลี่ยนความรู้ รวมถึงคณะกรรมการยุโรปมีบทบาทนำในการสำรวจความต้องการด้านสุขภาพของประชาชน แนวโน้มเทคโนโลยีที่จะเป็นที่ต้องการในตลาดบริการด้านสุขภาพ ทำให้ภาคเอกชนมีความมั่นใจว่า การลงเงินนวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสังคมสูงวัยภายใต้กรอบความร่วมมือ EIP on AHA จะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐในการนำไปใช้ในวงกว้าง นอกจากนี้ คณะกรรมการยุโรปยังให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่ภาคธุรกิจที่มีแนวคิดด้านนวัตกรรม และได้พัฒนาสินค้าและบริการที่สามารถช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย ภายใต้โครงการ Active Assisted Living Programme: Ageing Well in the Digital World (AAL Programme) เน้นมิติการจัดการชีวิตของผู้สูงอายุ ทั้งโรคเรื้อรัง การครอบคลุมทางสังคม การเข้าถึงบริการสุขภาพผ่านระบบออนไลน์ การจัดการกิจวัตรประจำวัน และการส่งเสริมอาชีพ โดย AAL Programme มีเป้าหมาย 3 ด้าน ประกอบด้วย

- การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ บริการ และระบบที่ถูกออกแบบบนพื้นฐาน ICT ที่สามารถช่วยให้ผู้สูงวัยอาศัยที่บ้าน ในชุมชน และที่ทำงานได้อย่างปลอดภัย
- การพัฒนางานวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรมในระดับสหภาพยุโรป ในด้านเทคโนโลยีและบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย รวมถึงการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตและมีส่วนร่วมของ SME
- การสร้างเงื่อนไขทางตลาดที่เป็นประโยชน์สำหรับภาคอุตสาหกรรมสินค้าสำหรับผู้สูงวัย ด้วยการกำหนดกรอบการทำงานของสหภาพยุโรป ที่เอื้อต่อการพัฒนา Solution ที่ได้มาตรฐานและสามารถนำไปปรับใช้ในระดับท้องถิ่นและรัฐที่อาจมีระเบียบและข้อบังคับทางกฎหมายแตกต่างกันไป

ในแต่ละปี AAL Programme จะกำหนดเกณฑ์ในการสมัครขอรับเงินสนับสนุนต่างกัน ขึ้นอยู่กับแนวโน้มความท้าทายใหม่ๆ ในการช่วยให้ผู้สูงวัยยังสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปกติและรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม รวมถึงการสนับสนุนการมีส่วนร่วมของ SME และภาคอุตสาหกรรม จากอย่างน้อย 3 ประเทศสมาชิก และการมีส่วนร่วมในการพัฒนาสินค้าและบริการโดยผู้สูงอายุในฐานะผู้ใช้งาน นอกจากการสนับสนุนด้านทุนวิจัยและพัฒนาแล้ว ภายใต้โครงการย่อย AAL2Business ยังให้ความช่วยในการเข้าถึงผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ และข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการเติบโตของตลาดสินค้าในเศรษฐกิจสูงวัย ตัวอย่างความสำเร็จของโครงการภายใต้ AAL Programme ได้สร้างการเปลี่ยนแปลงและยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยในยุโรป เพิ่มอิสระและความมั่นใจในการใช้ชีวิตประจำวันอย่างปลอดภัย และสร้างเงินหมุนเวียนหลายพันล้านยูโรในตลาดยุโรป

4.2.4 ประเด็นสำคัญที่อาจนำมาประยุกต์กับนโยบายของประเทศไทย

การศึกษาแนวทางการปรับตัวเชิงนโยบายและกฎระเบียบ จากประสบการณ์ของประเทศต่าง ๆ ที่เข้าสู่สังคมสูงวัยย่อมเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเชิงนโยบายของไทยที่กำลังจะเข้าสู่สังคมสูงวัย จากกรณีศึกษาข้างต้น สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- การเตรียมพร้อมเพื่อรับมือกับปัญหาขาดแคลนแรงงาน คือ การขยายอายุเกษียณ การขยายสิทธิประโยชน์ในการจ้างงานผู้สูงอายุในกลุ่มที่มีทักษะและยังสามารถทำงานได้ การเพิ่มทักษะให้แก่แรงงานเพื่อทางเลือกที่จะทำงานในระบบได้มากขึ้น รวมถึงการสนับสนุนให้ผู้หญิงทำงานมากขึ้น เพื่อช่วยบรรเทาผลกระทบที่เกิดขึ้นจากจำนวนแรงงานที่มีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง ทั้งนี้ ข้อมูลจากสหประชาชาติระบุว่า ในช่วงปี 2562 – 2593 ไทยจะมีจำนวนผู้ที่มีอายุมากกว่า 65 ปีเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 17.2⁶ สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นส่งผลให้ประชากรในวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลงอย่างรวดเร็ว แนวทางการดำเนินนโยบายข้างต้นมาประยุกต์ให้เหมาะสมกับบริบททางเศรษฐกิจของไทย
- การปรับปรุงกฎระเบียบภายในประเทศเพื่อสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจในสังคมสูงวัย ทั้งในมิติของการช่วยเพิ่มแรงงานในตลาด เช่น ส่งเสริมให้เอกชนจ้างแรงงานชาวต่างชาติทั้งในสายอาชีพและสายเทคนิคที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจสูงวัย ผ่านมาตรการการผ่อนผันด้านวีซ่าอนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศ รวมถึงในมิติของการส่งเสริมการลงทุนระหว่างประเทศ เช่น กรณีศึกษาประเทศญี่ปุ่นในการสนับสนุนการเปิดเสรีการค้าด้านบริการเพื่อบูรณาการเข้าสู่ห่วงโซ่มูลค่าเพิ่มการผลิตในการค้าระหว่างประเทศ ผ่านการยกเลิกมาตรการทดสอบความจำเป็นทางเศรษฐกิจ (Economic needs tests)
- การสนับสนุนด้านข้อมูลและความรู้เชิงวิชาการ รัฐบาลเป็นผู้เล่นสำคัญในการให้ข้อมูลที่ช่วยกระตุ้นให้ภาคธุรกิจลงทุนในกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุที่มีจำนวนมากขึ้น เพื่อประโยชน์ด้านการเติบโตของเศรษฐกิจในภาพรวม และธุรกิจที่สามารถ

⁶ ข้อมูลจากรายงาน United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division (World Population Prospects 2019) ไทยถูกจัดอันดับการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงวัยในช่วงปี 2562 – 2593 มากที่สุดเป็นอันดับที่ 5 ของโลก

ตอบสนองและยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงอายุ ผ่านใช้ประโยชน์จากข้อมูลทั้งในระดับมหภาคและระดับจุลภาคที่รัฐมีอยู่ ตัวอย่างกรณีศึกษาของสหภาพยุโรปที่ให้ข้อมูลความต้องการด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในตลาด จากการสำรวจข้อมูลประชากรทั่วภูมิภาคที่มีความต้องการด้านสุขภาพที่แตกต่างกันตามกลุ่มอายุและเงื่อนไขทางสุขภาพ เป็นการชี้ช่องทางโอกาสทางธุรกิจให้กับภาคอุตสาหกรรม นอกจากนี้ ยังมีการสร้างฐานข้อมูลและแพลตฟอร์มสำหรับการปฏิบัติที่ดี ตัวอย่างความสำเร็จที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยธุรกิจเอง

- การสนับสนุนและช่วยเหลือด้านการเงิน** ธุรกิจในยุคเศรษฐกิจสูงวัยแนวโน้มของการใช้นวัตกรรมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เพื่อเพิ่มการเข้าถึงสินค้าและบริการของผู้สูงวัย เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รวมทั้งเพื่อทดแทนแรงงานที่ลดลงอย่างต่อเนื่องหลายประเทศจึงให้ความสำคัญกับการสนับสนุนภาคธุรกิจด้านทุนทำวิจัยเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยภาคอุตสาหกรรม เช่น หุ่นยนต์บริการด้านสุขภาพ สามารถยื่นโครงการเพื่อขอรับเงินสนับสนุนดังกล่าว นอกจากนี้ ยังมุ่งสนับสนุนภาค SME ให้สามารถเข้าถึงเงินทุนได้ง่ายขึ้น ผ่านการปรับปรุงเกณฑ์การให้กู้ยืมเงินเพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่อาจมีความเสี่ยงทางธุรกิจสูงและประสบความสะดวกยากลำบากในการขอกู้จากธนาคารเอกชน รวมทั้งส่งเสริมการให้สิทธิบัตรเพื่อเป็นปัจจัยช่วยให้ภาคธุรกิจสามารถเข้าถึงเงินกู้ได้มากขึ้น เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงทุนของภาคธุรกิจขนาดเล็กมากยิ่งขึ้น

หลังจากศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มสำคัญต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย และธุรกิจกรณีศึกษาที่สอดคล้องกับแนวโน้มสำคัญที่เกิดขึ้น รวมถึงการศึกษาระเบียบและทิศทางการสนับสนุนภาคธุรกิจและสังคมในการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัยในต่างประเทศ ในบทที่ 3 และ 4 เพื่อวิเคราะห์โอกาสของธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัยในปัจจุบันแล้ว เนื้อหาในบทถัดไปจะเป็นการวิเคราะห์ศักยภาพของภาคธุรกิจของไทยทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการในปัจจุบัน และวิเคราะห์นโยบายหรือมาตรการของภาครัฐที่จะสนับสนุนภาคธุรกิจของไทย เพื่อศึกษาความพร้อมและความสามารถของภาคธุรกิจที่จะตอบสนองต่อการเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย และระบุธุรกิจที่มีโอกาสเศรษฐกิจสูงวัยต่อไป

บทที่ 5

วิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและบริการ และห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการไทย

สำหรับการศึกษาในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจะศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพและความพร้อมของภาคอุตสาหกรรมและบริการของไทย รวมทั้งวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าสินค้าและบริการของไทย เพื่อประกอบการพิจารณาธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจสูงวัย โดยคณะผู้วิจัยได้แบ่งกลุ่มการศึกษาดังกล่าว ออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่

- ภาคเกษตร
- ภาคอุตสาหกรรม
- ภาคบริการ

จากนั้น คณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์แผนและนโยบายของประเทศที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลสนับสนุนอื่นๆ ที่ส่งเสริมธุรกิจเพื่อรองรับเศรษฐกิจสูงวัย

5.1 ภาคเกษตร

5.1.1 การจัดกลุ่มสินค้าเกษตร

ในการแบ่งกลุ่มสินค้าเกษตรในการศึกษานี้ จะใช้การจัดกลุ่มสินค้าตามรูปแบบการจัดกลุ่มสินค้าด้วยพิกัดศุลกากรในระดับ 6 หลัก โดยแบ่งกลุ่มได้ ดังนี้

- สินค้าเกษตร – ประกอบด้วยกลุ่มสินค้ากสิกรรม สินค้าประมง และปศุสัตว์

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเฉพาะกลุ่มย่อยของสินค้า คณะผู้วิจัยสามารถแบ่งกลุ่มสินค้าเกษตรย่อยลงไปเป็นกลุ่มสินค้าเกษตรของไทยที่สำคัญ ดังแสดงในตารางที่ 5-1

ตารางที่ 5-1 การแบ่งกลุ่มสินค้าเกษตร

กลุ่มสินค้าเกษตรหลัก	กลุ่มย่อย
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.1 ข้าว
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.2 ข้าวโพด
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.3 ถั่ว
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.4 ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.5 ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.6 ผักสด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.7 เครื่องเทศและสมุนไพร
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.8 กล้ายไม้
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.9 ยางพารา
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.10 กาแฟ
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.11 ไบยาสูบ
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.12 พืชน้ำมัน
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.14 เมล็ดมะม่วงหิมพานต์
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.15 ัญพืช
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.16 เมล็ดผักและสปอร์ที่ใช้สำหรับการเพาะปลูก
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.17 ครั่ง
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.18 ฝ้าย
1.1 สินค้าเกษตรกรรม	1.1.19 สินค้าเกษตรกรรมอื่น ๆ
1.2 สินค้าประมง	1.2.1 กุ้ง
1.2 สินค้าประมง	1.2.2 ปลาหมึก
1.2 สินค้าประมง	1.2.3 ปลา
1.2 สินค้าประมง	1.2.4 สัตว์น้ำจำพวกครัสตาเซีย
1.2 สินค้าประมง	1.2.5 แมงกะพรุน
1.2 สินค้าประมง	1.2.8 ประมงอื่นๆ
1.3 ปศุสัตว์	1.3.1 ไก่
1.3 ปศุสัตว์	1.3.2 เบ็ดสดแช่เย็นแช่แข็ง
1.3 ปศุสัตว์	1.3.3 สุกรสดแช่เย็นแช่แข็ง
1.3 ปศุสัตว์	1.3.4 กระดูกสัตว์และขนสัตว์ปีก
1.3 ปศุสัตว์	1.3.5 ไข่ไก่สด

กลุ่มสินค้าเกษตรหลัก	กลุ่มย่อย
1.3 ปศุสัตว์	1.3.6 เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้
1.3 ปศุสัตว์	1.3.7 สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ

ที่มา: บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด

5.1.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของสินค้าเกษตร

ในการวิเคราะห์สถานการณ์ของสินค้าเกษตร คณะผู้วิจัยจะพิจารณาข้อมูลทั้งในเชิงปริมาณ และคุณภาพ ได้แก่

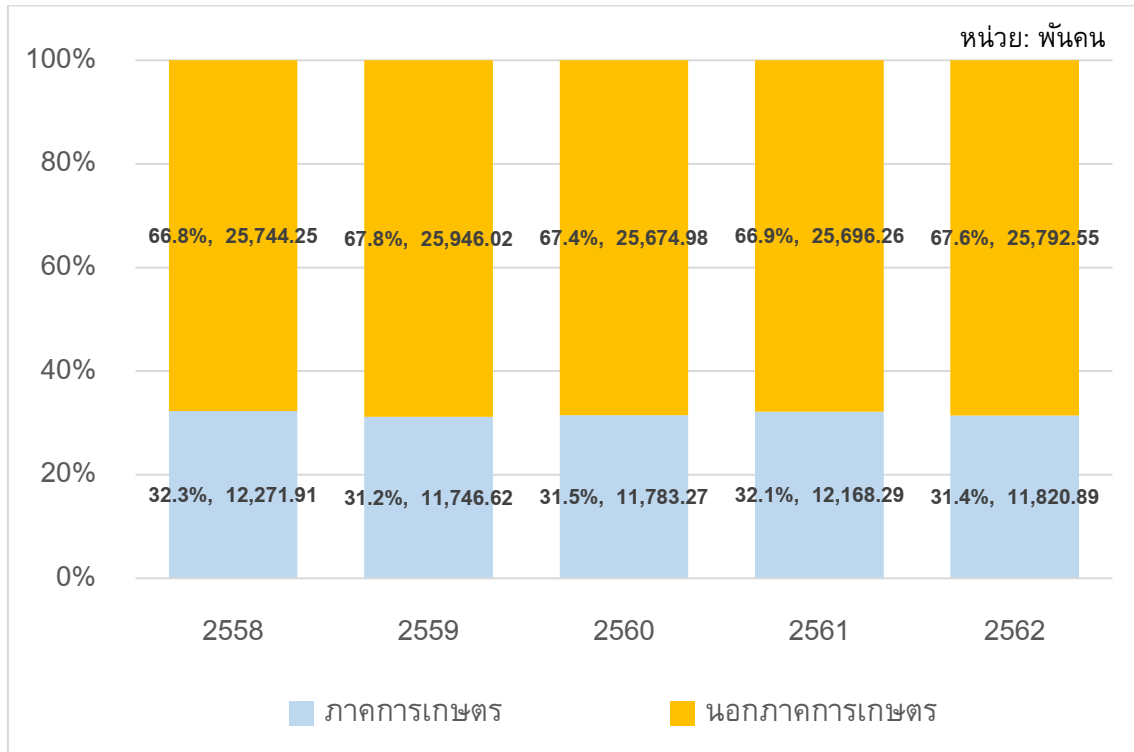
- ข้อมูลด้านเศรษฐกิจพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง – เช่น การจ้างงานภาคเกษตร และการศึกษาแรงงานในสูงวัยในภาคเกษตร
- ข้อมูลการค้าสินค้าเกษตรระหว่างประเทศ ได้แก่ มูลค่าการนำเข้าและส่งออกของสินค้าเกษตรไทยไปยังต่างประเทศ อัตราการเติบโตของมูลค่าการค้า และส่วนแบ่งตลาดส่งออกของสินค้าเกษตรไทย
- ข้อมูลการเพาะปลูกของสินค้าเกษตรสำคัญของไทย

➤ ข้อมูลด้านเศรษฐกิจพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง

ข้อมูลด้านกำลังแรงงาน

ในปี 2562 กำลังแรงงานรวมของประชากรไทยในประเทศไทยอยู่ที่ 38,178,040 คน แบ่งเป็นผู้มีงานทำ ผู้ว่างงาน และกำลังแรงงานที่รอฤดูกาลที่ 37,613,440 คน 373,400 คน และ 191,210 คน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนต่อกำลังแรงงานที่ร้อยละ 98.5, 1.0 และ 0.5 ตามลำดับ

ภาพที่ 5-1 ภาวะการทำงานของประชากรภาคเกษตรและนอกภาคเกษตร



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

จากภาพที่ 5-1 เมื่อพิจารณาเฉพาะผู้มีงานทำ จะพบว่า มีผู้มีงานทำในภาคเกษตรลดลงในช่วง 2558 – 2562 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีในช่วง 2558 – 2562 ลดลงที่ร้อยละ 0.93 โดยลดลงจาก 12,271,910 คนในปี 2558 เป็น 11,820,890 คนในปี 2562

ในขณะที่ ผู้มีงานทำนอกภาคเกษตรเติบโตเล็กน้อยในช่วง 2558 – 2562 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีในช่วง 2558 – 2562 อยู่ที่ร้อยละ 0.05 โดยเพิ่มขึ้นจาก 25,744,250 คน ในปี 2558 เป็น 25,792,550 คน ในปี 2562

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลแรงงานสูงวัยในภาคเกษตร Attavanich, Chantaratt, Chenphungpawand and Sa-ngimnet (2019) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงสัดส่วนแรงงานในภาคเกษตรในรายกิจกรรมเกษตรระหว่างปี 2546 และ 2556¹ และศึกษาภาวะเศรษฐกิจสังคมและแรงงานเกษตรช่วงปี 2551 – 2561² พบว่า สัดส่วนแรงงานสูงวัยมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 36 ในปี 2551 เป็นร้อยละ 46 ในปี 2561 สอดคล้องกับอายุเฉลี่ยหัวหน้าครัวเรือนที่

¹ อ้างอิงจากการรายงานข้อมูลสำมะโนเกษตรในปี 2546 และ 2556 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

² อ้างอิงจากข้อมูลสำรวจภาวะเศรษฐกิจสังคมและแรงงานในช่วงปี 2551 – 2561 โดยสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สูงขึ้นจาก 54 ปี ในปี 2551 เป็น 58 ปี ในปี 2561 และสูงขึ้นทั่วประเทศ และเมื่อพิจารณาในรายกิจกรรมเกษตรพบว่า สัดส่วนแรงงานสูงวัยเพิ่มขึ้นอย่างมากในทุกกิจกรรมเกษตร ซึ่งสวนทางกับแรงงานอายุน้อยที่มีสัดส่วนลดลงอย่างเห็นได้ชัด และเมื่อพิจารณาสัดส่วนแรงงานสูงวัยแยกตามรายกิจกรรมเกษตรในปี 2556 จะพบว่าแรงงานสูงวัยส่วนใหญ่มีสัดส่วนสูงในกิจกรรมประเภทไม้ผล ประมง และปศุสัตว์ ในขณะที่แรงงานอายุน้อยกลับมีสัดส่วนสูงในกิจกรรมประเภทการปลูกพืชเศรษฐกิจจำพวก ปาล์มน้ำมัน ยางพารา มันสำปะหลัง และอ้อย

จึงอาจกล่าวได้ว่า แนวโน้มแรงงานภาคเกษตรที่ลดลงแล้ว ประกอบกับแรงงานในภาคเกษตรเองมีผู้สูงวัยในสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้น โดยปี 2561 มีอายุเฉลี่ยของหัวหน้าครัวเรือนในภาคเกษตรอยู่ที่ 58 ปี จะส่งผลต่อประสิทธิภาพในผลิตภาพของภาคเกษตรที่ลดลง เมื่อแรงงานภาคเกษตรล่วงเลยช่วงวัยที่มีประสิทธิภาพในผลิตภาพสูงสุดในช่วงอายุ 40 ปี³

➤ ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ

เมื่อพิจารณาหมวดสินค้าเกษตรกรรมในปี 2562 มูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปยังโลกมีมูลค่า 675,136.03 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของสินค้าเกษตรกรรมต่อสินค้าทั้งหมดที่ร้อยละ 8.9 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีในช่วงปี 2560 – 2562 ลดลงร้อยละ 6.8

ทั้งนี้ เมื่อแบ่งกลุ่มสินค้าเกษตรกรรมเป็นหมวดสินค้ากสิกรรม ประมง และปศุสัตว์ แต่ละหมวดมีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน ดังนี้

- สินค้ากสิกรรมมีมูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปยังโลก ณ ปี 2562 มูลค่า 490,181.54 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของสินค้ากสิกรรมต่อสินค้าเกษตรกรรมที่ร้อยละ 72.6 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีในช่วงปี 2560 – 2562 ลดลงถึงร้อยละ 9.1 โดยสินค้าที่มีการเติบโตที่สำคัญคือ ผลไม้ ทั้งแบบสด แช่เย็น แช่แข็ง และแห้ง และพืชน้ำมัน ในขณะที่สินค้าที่มีมูลค่าส่งออกสูง เช่น ข้าว ยางพารา และมันสำปะหลังมีมูลค่าการส่งออกที่หดตัวลง

³ Attavanich, Chantararat, Chenphungpawand and Sa-ngimnet (2019) ระบุว่าหัวหน้าครัวเรือนในช่วงวัยกลางคน (ในช่วงอายุ 40 ปี) จะเป็นกลุ่มที่มีผลิตภาพสูงสุด จากนั้นระดับของผลิตภาพจะค่อย ๆ ลดลงเมื่อเกษตรกรมีอายุมากขึ้น สอดคล้องกับผลวิจัยของ Tauer (1995) ที่ระบุว่า ในต่างประเทศระดับของผลิตภาพเกษตรกรเพิ่มสูงขึ้นเมื่ออายุเพิ่มมากขึ้น จนถึงช่วงอายุ 35 – 44 ปี ซึ่งถือเป็นช่วงเวลาเกษตรกรมีทั้งสมรรถภาพและประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างผลิตภาพ จากนั้นระดับของผลิตภาพจะลดลงเรื่อย ๆ เมื่ออายุเกษตรกรเข้าสู่ช่วงสูงวัย

- สินค้าประมงมีมูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปยังโลก ณ ปี 2562 มูลค่า 57,105.18 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งของสินค้าประมงต่อสินค้าเกษตรกรรมที่ร้อยละ 8.5 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีในช่วงปี 2560 – 2562 ลดลงที่ร้อยละ 10.6 โดยสินค้าส่วนใหญ่มีการหดตัว โดยเฉพาะสินค้าส่งออกสำคัญของไทยคือ กุ้ง ทั้งแบบสด แช่เย็นและแช่แข็ง
- สินค้าปศุสัตว์มีมูลค่าการส่งออกสินค้าของไทยไปยังโลก ณ ปี 2562 มูลค่า 125,596.28 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งของสินค้าปศุสัตว์ต่อสินค้าเกษตรกรรมที่ร้อยละ 18.9 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีในช่วงปี 2560 – 2562 เพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 6.7 โดยสินค้าที่มีการเติบโตที่สำคัญคือ หมูสดและแช่แข็ง ไก่ไก่สด และไก่ทั้งแบบแปรรูป สด แช่เย็นและแช่แข็ง

ทั้งนี้ เพื่อคัดกรองสินค้าเกษตรของไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก คณะผู้วิจัยจะพิจารณาถึงอุตสาหกรรมที่มีระดับความสำคัญต่อประเทศ ในมิติที่ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้อง ผ่านดัชนีที่สะท้อนถึงประเด็นที่พิจารณาดังกล่าว เพื่อเป็นเกณฑ์ในการจัดอันดับและให้คะแนน และระบุสินค้าเกษตรที่มีคะแนนรวมเฉลี่ยจากดัชนีดังกล่าวอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 5-2 มูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรในช่วงปี 2558 - 2562

สินค้าเกษตร (กิจกรรม,ปศุสัตว์,ประมง)	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว แบบ CAGR 2558 - 2562	สัดส่วนมูลค่าส่งออกสินค้าต่อ มูลค่าส่งออกสินค้าเกษตร/ ปศุสัตว์/ประมงของไทย
	2558	2559	2560	2561	2562		
สินค้าเกษตร	518,882.28	504,944.42	593,307.80	555,429.84	490,181.54	-1.4%	100%
ข้าว	155,912.02	154,690.45	175,160.78	182,081.67	130,543.93	-4.3%	26.6%
ข้าวโพด	2,942.46	6,726.89	6,388.83	3,844.79	2,039.50	-8.8%	0.4%
ถั่ว	1,876.31	1,463.27	1,848.12	1,240.07	1,194.84	-10.7%	0.2%
ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง	117,415.50	103,260.15	95,544.86	99,798.25	80,927.90	-8.9%	16.5%
ผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	44,635.26	54,492.24	76,700.49	85,181.82	113,123.96	26.2%	23.1%
ผักสด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง	7,501.79	8,073.04	8,979.07	9,719.91	9,469.25	6.0%	1.9%
เครื่องเทศและสมุนไพร	3,334.72	3,985.93	6,530.87	6,900.48	6,078.88	16.2%	1.2%
กล้วยไม้	2,694.70	2,554.55	2,786.25	2,823.10	2,654.22	-0.4%	0.5%
ยางพารา	170,421.29	155,781.19	204,556.41	147,343.37	128,492.97	-6.8%	26.2%
กาแฟ	124.80	122.58	100.36	137.09	124.07	-0.1%	0.0%
ใบยาสูบ	2,078.78	2,018.69	2,081.16	1,944.87	1,571.23	-6.8%	0.3%
พืชน้ำมัน	939.05	2,062.14	2,143.09	3,102.71	3,120.81	35.0%	0.6%
เมล็ดมะม่วงหิมพานต์	71.20	371.63	699.10	633.73	507.23	63.4%	0.1%
ธัญพืช	480.04	420.08	458.28	407.99	444.49	-1.9%	0.1%
เมล็ด ผลและสปอร์ ชนิดที่ใช้ในการเพาะปลูก	3,703.13	3,254.88	4,082.41	4,436.95	4,184.81	3.1%	0.9%
ครึ่ง	463.65	79.85	76.04	113.89	127.77	-27.5%	0.0%
ฝ้าย	199.35	284.96	331.71	232.94	179.29	-2.6%	0.0%
สินค้าเกษตรอื่น ๆ	4,088.24	5,301.88	4,839.97	5,486.23	5,396.38	7.2%	1.1%

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ตารางที่ 5-3 มูลค่าการส่งออกสินค้าปศุสัตว์และประมงในช่วงปี 2558 - 2562

สินค้าเกษตร (กลีกรวม,ปศุสัตว์,ประมง)	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว แบบ CAGR 2558 - 2562	สัดส่วนมูลค่าส่งออกสินค้าต่อ มูลค่าส่งออกสินค้ากลีกรวม/ ปศุสัตว์/ประมงของไทย
	2558	2559	2560	2561	2562		
สินค้าประมง	59,207.44	70,814.94	71,515.07	63,393.37	57,105.18	-0.9%	100%
กุ้ง	25,368.39	36,887.16	38,148.70	33,164.08	29,687.81	4.0%	52.0%
ปลาหมึก	10,186.95	10,307.07	12,006.94	10,950.18	9,518.26	-1.8%	16.7%
ปลา	19,956.00	20,332.98	18,897.54	17,433.88	15,805.21	-5.6%	27.7%
สัตว์น้ำจำพวกครัสตาเซียและโมลลัสก์ อื่น ๆ	3,541.44	3,139.63	1,255.29	1,144.92	1,206.31	-26.9%	2.1%
แมงกะพรุน	8.09	0.54	631.48	479.47	642.19	0.0%	1.1%
ตะพาบน้ำ	21.42	16.56	7.68	3.65	3.13	-37.8%	0.0%
กบ	42.85	45.99	29.27	38.05	33.48	-2.5%	0.1%
ประมงอื่น ๆ	82.30	85.00	538.17	179.13	208.79	11.5%	0.4%
สินค้าปศุสัตว์	101,671.16	107,228.96	112,260.70	125,610.25	127,849.32	5.9%	100%
ไก่	81,190.02	89,112.92	96,024.68	100,398.45	105,030.33	7.9%	82.2%
เปิดสดแช่เย็นแช่แข็ง	455.02	526.43	654.92	702.10	635.56	4.5%	0.5%
สุกสดแช่เย็นแช่แข็ง	268.26	268.75	301.53	478.56	935.59	7.8%	0.7%
กระดูกสัตว์และขนสัตว์ปีก	565.04	592.37	763.60	1,013.16	773.24	4.0%	0.6%
ไข่ไก่สด	702.08	434.75	431.61	997.30	750.73	16.6%	0.6%
เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ที่บริโภคได้	8,835.58	6,684.12	6,005.47	10,121.82	5,617.79	4.5%	4.4%
สินค้าปศุสัตว์อื่น ๆ	9,655.16	9,609.62	8,078.89	11,898.86	14,106.09	12.9%	11.0%

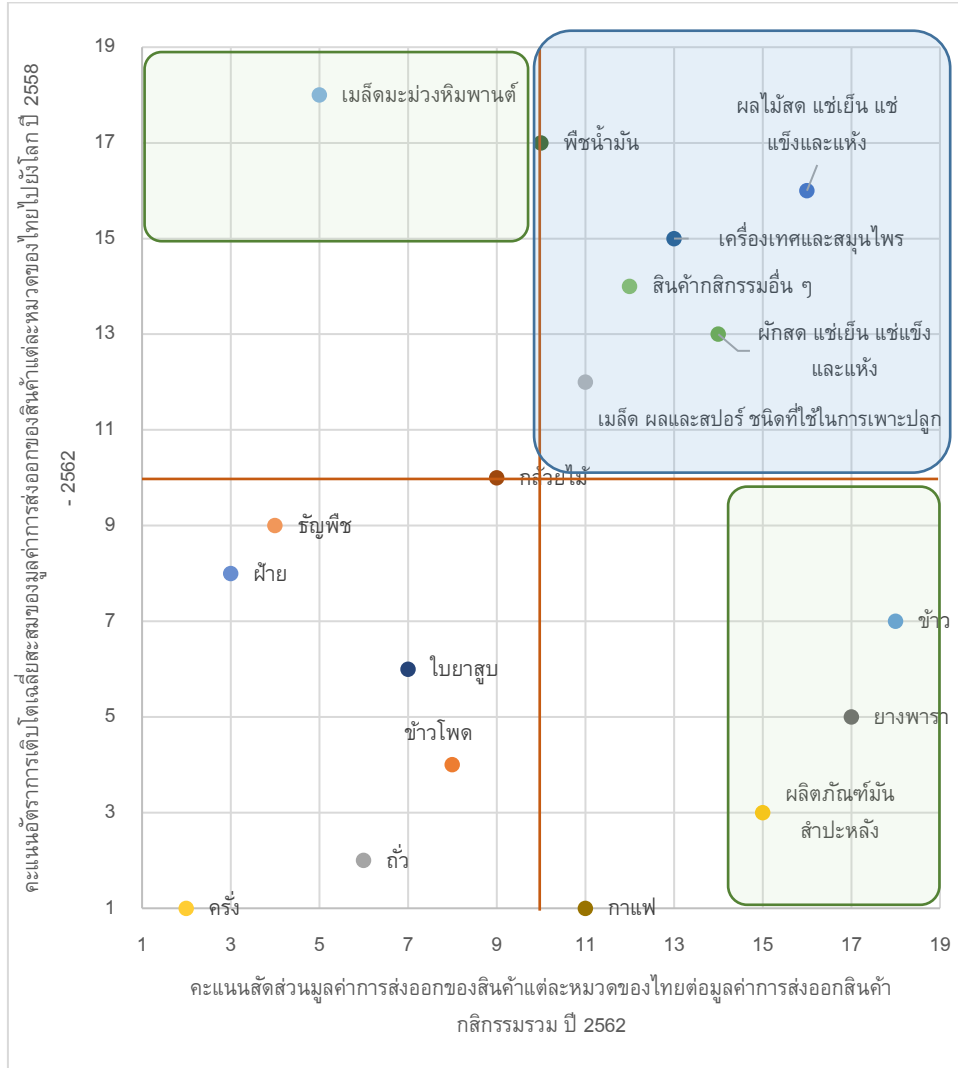
ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ดัชนีที่ชี้วัดระดับความสำคัญของสินค้าเกษตรต่อการส่งออกของประเทศ คือ 1) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของสินค้ากสิกรรมไทย และสินค้าปศุสัตว์และประมงต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของไทยไปยังโลก ในปี 2562 และ 2) อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละหมวดอุตสาหกรรมแบบ CAGR ในช่วงปี 2558 – 2562 เพื่อเป็นการคัดกรองสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพสำหรับภาคการส่งออกของประเทศ โดยจะทำการคัดเลือกอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้มูลค่าส่งออกของไทยไปยังตลาดโลก ในช่วงปี 2558 – 2562 จากฐานข้อมูลการค้า International Trade Centre ในการคำนวณดัชนีข้างต้น โดยมีแนวทางการให้คะแนนเป็นดังนี้

- ช่วงคะแนนที่ใช้การจัดอันดับสำหรับสินค้ากสิกรรมคือ 1-18 คะแนน และสำหรับสินค้าปศุสัตว์และประมงคือ 1-15
- กลุ่มสินค้าเกษตรที่มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกแต่ละหมวดต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ากสิกรรมรวม/สินค้าปศุสัตว์และประมงรวม สูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จะได้คะแนนของดัชนีมากที่สุด และจะมีการให้คะแนนลดลงเรื่อยๆ สำหรับสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าดังกล่าวสูงรองลงมา
- สินค้าเกษตรที่มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรแต่ละหมวดต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ากสิกรรมรวม/สินค้าปศุสัตว์และประมงรวม ต่ำที่สุดเป็นอันดับสุดท้าย จะได้คะแนนน้อยที่สุด คือ 1 คะแนน
- สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละหมวดสินค้าแบบ CAGR ในช่วงปี 2558 – 2562 สูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จะได้คะแนนของดัชนีมากที่สุด คือ 16 คะแนน และจะมีการให้คะแนนลดลงเรื่อยๆ สำหรับสินค้าที่มีมูลค่าดังกล่าวสูงรองลงมา
- สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละหมวดแบบ CAGR ในช่วงปี 2558 – 2562 ต่ำที่สุดเป็นอันดับสุดท้าย จะได้คะแนนน้อยที่สุด คือ 1 คะแนน

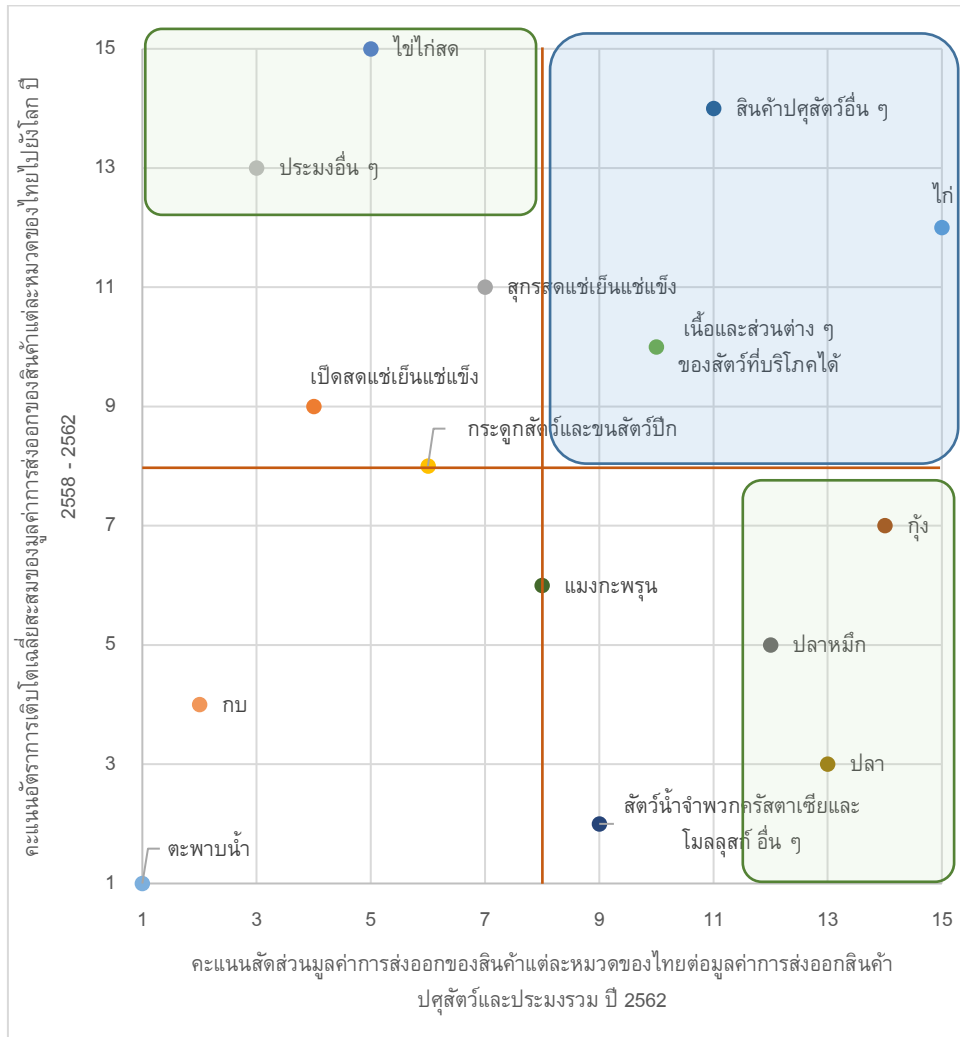
โดยสามารถสรุปสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพในการแข่งขันในต่างประเทศได้ในเบื้องต้น
ดังนี้

ภาพที่ 5-2 ดัชนีระดับความสำคัญของสินค้ากสิกรรมต่อการส่งออกของไทย



จากภาพที่ 5-2 แสดงศักยภาพของสินค้ากสิกรรมของไทยในตลาดโลก พบว่า สินค้าในกลุ่มผลไม้ ผัก เครื่องเทศ พืชน้ำมัน และเมล็ดพันธุ์ เป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพสูง ทั้งในมิติของการเติบโตของมูลค่าการส่งออก และขนาดของมูลค่าการส่งออก ในขณะที่ สินค้าในกลุ่มข้าว ยางพารา และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เป็นกลุ่มสินค้ากสิกรรมที่สำคัญดั้งเดิมของไทย ซึ่งมีขนาดของมูลค่าการส่งออกที่สูงอยู่ในสี่อันดับแรก เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของมูลค่าการส่งออกของสินค้ากสิกรรมอื่น ๆ แต่การเติบโตของมูลค่าการส่งออกของสินค้ากลุ่มนี้อาจต่ำกว่าสินค้ากสิกรรมบางประเภทโดยเปรียบเทียบ นอกจากนี้ ยังมีสินค้าในกลุ่มเมล็ดมะม่วงหิมพานต์ ที่แม้จะมีขนาดมูลค่าส่งออกต่ำกว่าสินค้ากสิกรรมอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบ แต่มีอัตราการเติบโตสูงกว่าสินค้ากสิกรรมประเภทอื่นๆ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ภาพที่ 5-3 ดัชนีระดับความสำคัญของสินค้าปศุสัตว์และประมงต่อการส่งออกของไทย



จากภาพที่ 5-3 แสดงศักยภาพของสินค้าปศุสัตว์และประมงของไทยในตลาดโลก พบว่า สินค้าในกลุ่มไก่ เนื้อและส่วนต่าง ๆ ของสัตว์ เป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพสูงกว่าสินค้าอื่น ๆ ในกลุ่มเดียวกัน ทั้งในมิติของการเติบโตของมูลค่าการส่งออก และขนาดของมูลค่าการส่งออก ในขณะที่ สินค้าในกลุ่มกุ้ง ปลาหมึก และปลา เป็นกลุ่มสินค้าปศุสัตว์และประมงที่สำคัญของไทย ซึ่งมีขนาดของมูลค่าการส่งออกที่สูงอยู่ในสี่อันดับแรก เมื่อเปรียบเทียบกับขนาดของมูลค่าการส่งออกของสินค้าปศุสัตว์และประมงอื่น ๆ แต่การเติบโตของมูลค่าการส่งออกของสินค้ากลุ่มนี้อาจต่ำกว่าสินค้าปศุสัตว์และประมงบางประเภทโดยเปรียบเทียบ นอกจากนี้ ยังมีสินค้าในกลุ่มไข่ไก่ และประมงอื่น ๆ ที่แม้จะมีขนาดมูลค่าส่งออกต่ำกว่าสินค้าปศุสัตว์และประมงอื่น ๆ โดยเปรียบเทียบ แต่มีอัตราการเติบโตสูงกว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

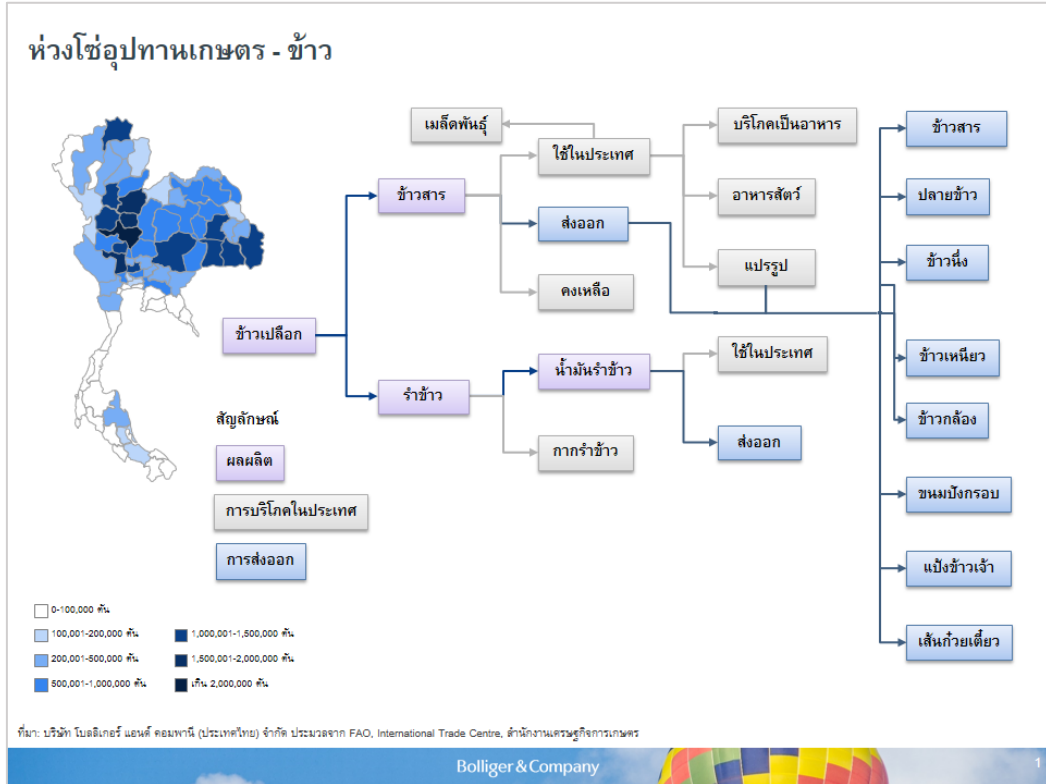
5.1.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าและห่วงโซ่อุปทานภาคเกษตร

ในการศึกษานี้ คณะผู้วิจัยจะศึกษาข้อมูลห่วงโซ่การผลิตของสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย ได้แก่ ข้าว ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง ปาล์มน้ำมัน ยางพารา ลำไย สับปะรด ทุเรียน สุกกร ไข่ เนื้อและไข่ไก่

ทั้งนี้ โครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานการผลิตของสินค้าในอุตสาหกรรมการเกษตรจะมีความคล้ายคลึงกัน โดยอุตสาหกรรมต้นน้ำจะเป็นการผลิตขั้นต้น โดยการเพาะปลูกพืชหรือผลไม้ หรือเพาะเลี้ยงสัตว์ เพื่อได้มาซึ่งผลผลิต ในขณะที่ ในอุตสาหกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ จะเป็นการนำผลผลิตจากอุตสาหกรรมต้นน้ำไปแปรรูปขั้นต้น เช่น การหีบน้ำมัน การโม่แป้ง จากนั้นจึงเป็นกระบวนการแปรรูปขั้นสูงต่อไป เช่น การอัดกระป๋อง อัดเม็ด การกลั่นน้ำมัน เป็นต้น เพื่อบริโภคภายในประเทศหรือส่งออกต่างประเทศต่อไป

โดยรายละเอียดของโครงสร้างการผลิต ของแต่ละสินค้าเกษตรที่สำคัญ เป็นดังนี้

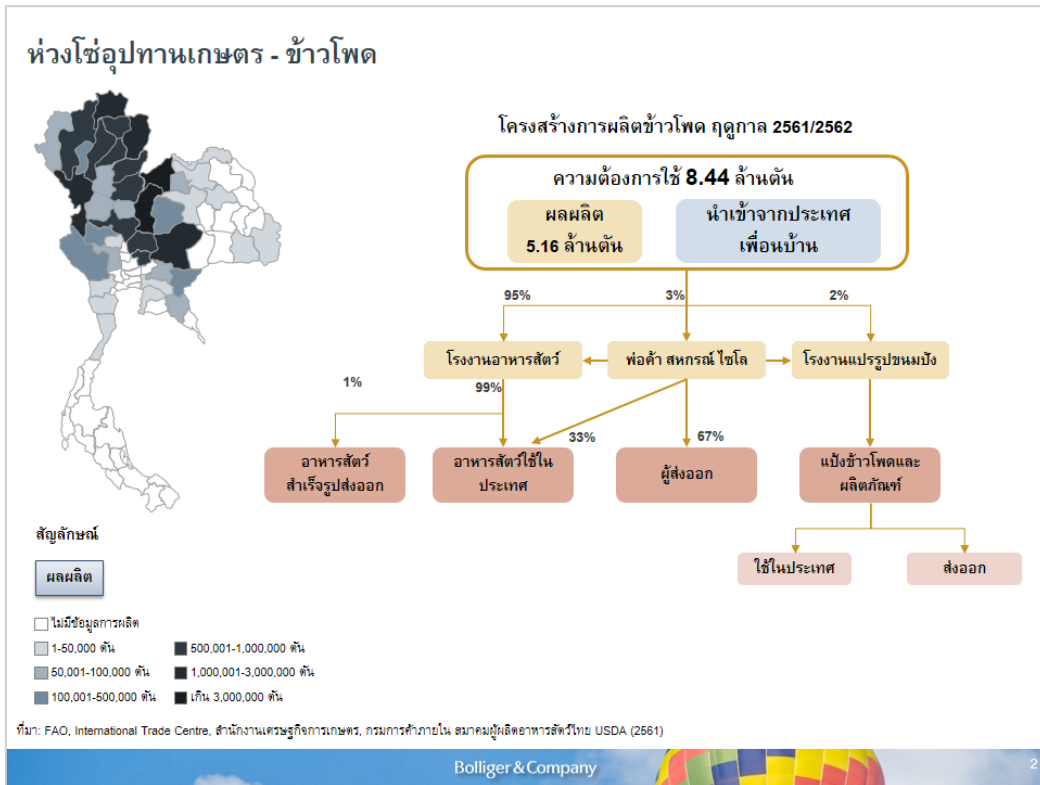
ภาพที่ 5-4 โครงสร้างการผลิตข้าว



ในห่วงโซ่การผลิตข้าวที่สำคัญ ประกอบด้วย

- กิจกรรมต้นน้ำ – การนำข้าววัตถุดิบ จัดหาเมล็ดพันธุ์ข้าว เพาะปลูก และเก็บเกี่ยว
- กิจกรรมกลางน้ำ – กิจกรรมการคัดเกรด สีข้าว การกำจัดความชื้น
- กิจกรรมปลายน้ำ – กิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว อาทิ อาหารแปรรูป ข้าวบรรจุกระป๋อง และเครื่องสำอาง เป็นต้น

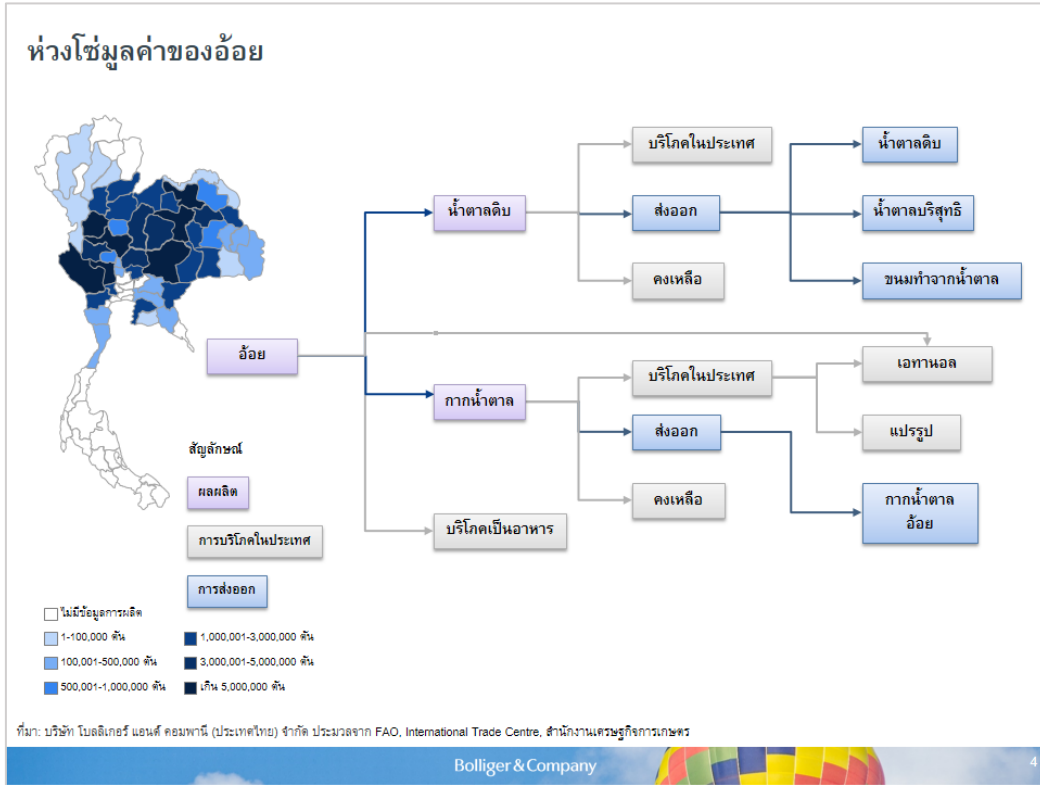
ภาพที่ 5-5 โครงสร้างการผลิตข้าวโพด



ในห่วงโซ่การผลิตข้าวโพดที่สำคัญ ประกอบด้วย

- กิจกรรมต้นน้ำ – การนำข้าววัตถุดิบและปัจจัยการผลิต จัดหาเมล็ดพันธุ์ เพาะปลูก และเก็บเกี่ยวผลผลิต
- กิจกรรมกลางน้ำ – ส่งต่อไปให้ผู้จัดเก็บรวบรวมผลผลิตการเกษตร อาทิ ฟาร์มคณกลาง สหกรณ์ และไชโล
- กิจกรรมปลายน้ำ – กิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวโพด เพื่อส่งต่อไปให้โรงงานอุตสาหกรรมแปรรูป อาทิ โรงงานอาหารสัตว์ ฟาร์มสัตว์ เป็นต้น

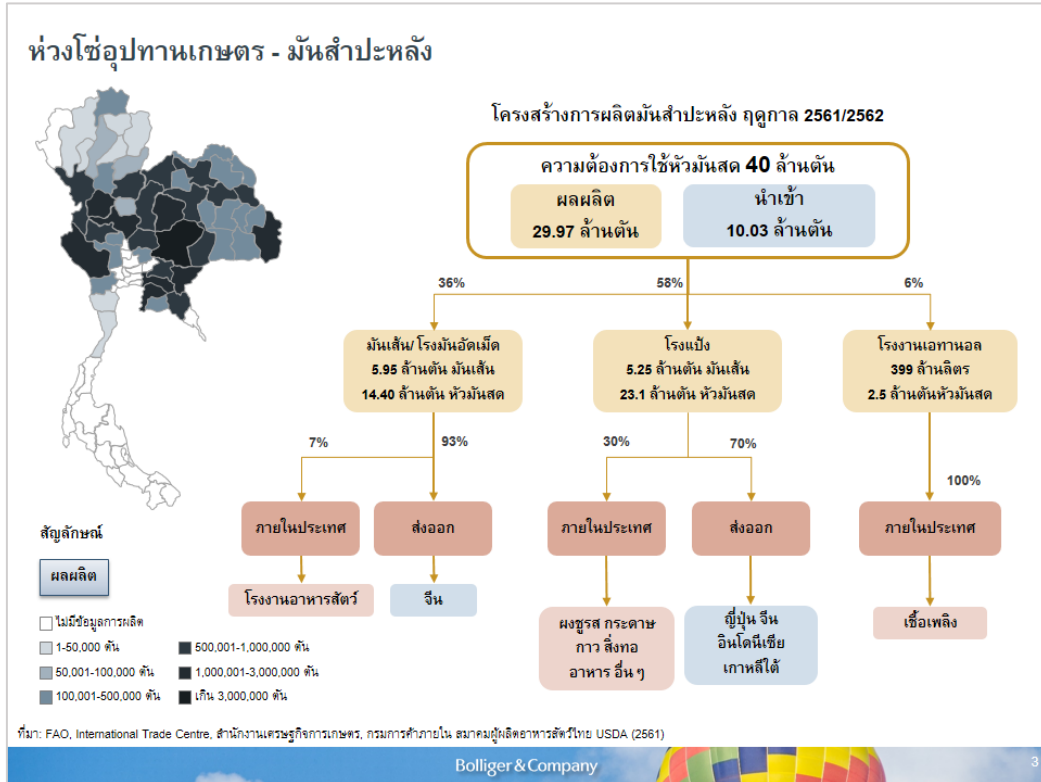
ภาพที่ 5-6 โครงสร้างการผลิตอ้อย



ในห่วงโซ่การผลิตอ้อยที่สำคัญ ประกอบด้วย

- กิจกรรมต้นน้ำ – การนำเข้าวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต เพาะปลูก และเก็บเกี่ยวผลผลิตอ้อย
- กิจกรรมกลางน้ำ – ส่งต่อไปยังโรงงานแปรรูป อาทิ การหีบอ้อยเพื่อแปรรูปเป็นน้ำตาล และกากน้ำตาล
- กิจกรรมปลายน้ำ – กิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากน้ำตาลและกากน้ำตาล อาทิ น้ำตาลบริสุทธิ์ ขนมจากน้ำตาล เอทานอล กากน้ำตาลอ้อย เป็นต้น เพื่อบริโภคในประเทศและส่งออกต่างประเทศ

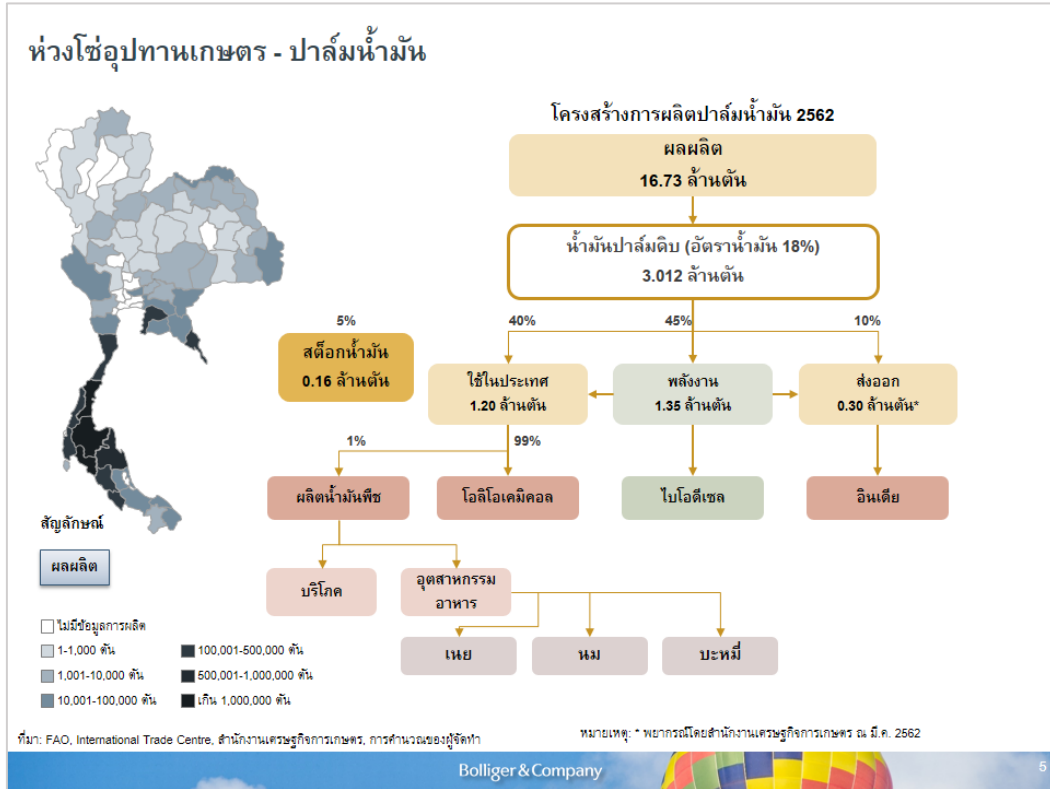
ภาพที่ 5-7 โครงสร้างการผลิตมันสำปะหลัง



ในห่วงโซ่การผลิตมันสำปะหลังที่สำคัญ ประกอบด้วย

- กิจกรรมต้นน้ำ – การนำเข้าวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต เพาะปลูก และเก็บเกี่ยวผลผลิตหัวมันสด ดำเนินกิจกรรมการผลิตโดยเกษตรกรผู้ปลูก
- กิจกรรมกลางน้ำ – ส่งต่อไปให้ผู้จัดเก็บรวบรวมผลผลิตการเกษตร อาทิ พ่อค้าคนกลาง สหกรณ์ และไซโล เพื่อรวบรวมส่งโรงงานแปรรูปเป็นมันเส้น และแป้งมันต่อไป
- กิจกรรมปลายน้ำ – นำผลิตภัณฑ์มันสำปะหลังแปรรูป ไปใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง อาทิ โรงงานอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมพลาสติก และการผลิตเชื้อเพลิง

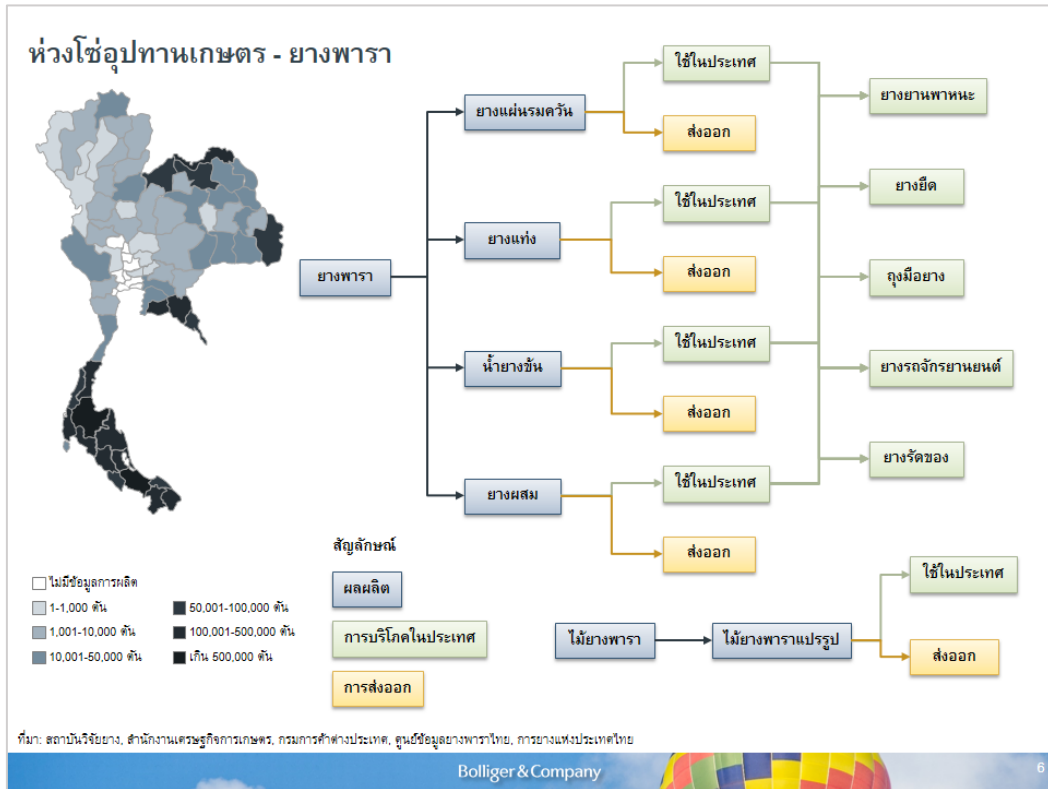
ภาพที่ 5-8 โครงสร้างการผลิตปาล์มน้ำมัน



ในห่วงโซ่การผลิตปาล์มน้ำมันที่สำคัญ ประกอบด้วย

- กิจกรรมต้นน้ำ – การนำเข้าวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต เพาะปลูก และเก็บเกี่ยวผลผลิตปาล์ม ดำเนินกิจกรรมการผลิตโดยเกษตรกรผู้ปลูกปาล์มน้ำมัน
- กิจกรรมกลางน้ำ – ส่งต่อไปยังโรงงานสกัดปาล์มน้ำมัน เพื่อสกัดและแยกผลและน้ำมันปาล์ม โดยสกัดเป็นน้ำมันปาล์มดิบ และน้ำมันเมล็ดในปาล์ม
- กิจกรรมปลายน้ำ – นำน้ำมันปาล์มดิบเข้าสู่โรงงานกลั่นน้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ และโรงงานผลิตไบโอดีเซล จากนั้นจึงส่งน้ำมันปาล์มสู่อุตสาหกรรมต่อเนื่องต่อไป อาทิ อุตสาหกรรมอาหาร เครื่องสำอาง อาหารสัตว์ เป็นต้น

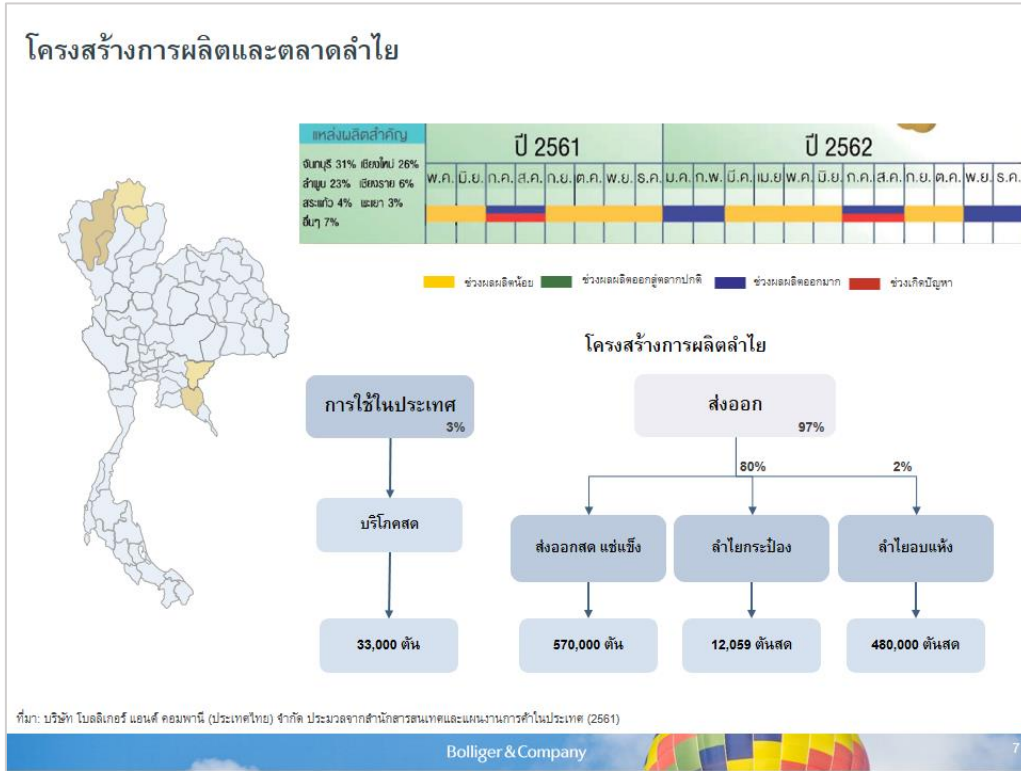
ภาพที่ 5-9 โครงสร้างการผลิตยางพารา



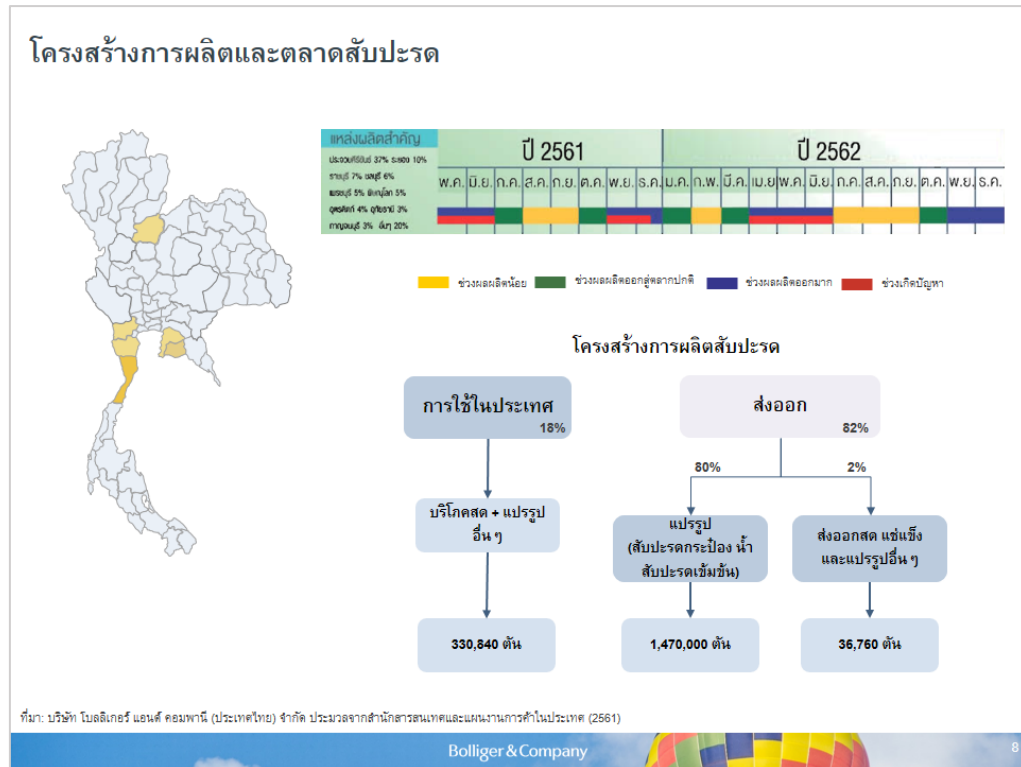
ในห่วงโซ่การผลิตยางพาราที่สำคัญ ประกอบด้วย

- **กิจกรรมต้นน้ำ** – การนำเข้าวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต เพาะปลูก และเก็บเกี่ยว ผลผลิตน้ำยางสด และแปรรูปน้ำยางสด เป็นผลิตภัณฑ์น้ำยางข้น ยางแท่ง และเศษยาง ดำเนินกิจกรรมการผลิตโดยเกษตรกรผู้ปลูก และโรงงานแปรรูปน้ำยางสด
- **กิจกรรมกลางน้ำ** – ส่งต่อไปให้อุตสาหกรรมแปรรูปน้ำยางข้น ยางแท่ง ยางสังเคราะห์ อาทิ พ้อค้ำคนกลาง สหกรณ์ และไซโล เพื่อรวบรวมส่งโรงงานแปรรูป เป็นมันเส้น และแป้งมันต่อไป
- **กิจกรรมปลายน้ำ** – ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปยางชั้นกลาง อันได้แก่ การแปรรูปน้ำยางข้น และการแปรรูปยางแท่ง จะถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปในอุตสาหกรรมแปรรูปยางชั้นปลาย โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปสามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมด้วยกัน ได้แก่ อุตสาหกรรมยางล้อยานยนต์ อุตสาหกรรมยางใช้ในทางวิศวกรรมหรือใช้ในอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์ต่างๆ และอุตสาหกรรมยางอื่นๆ

ภาพที่ 5-10 โครงสร้างการผลิตลำไย

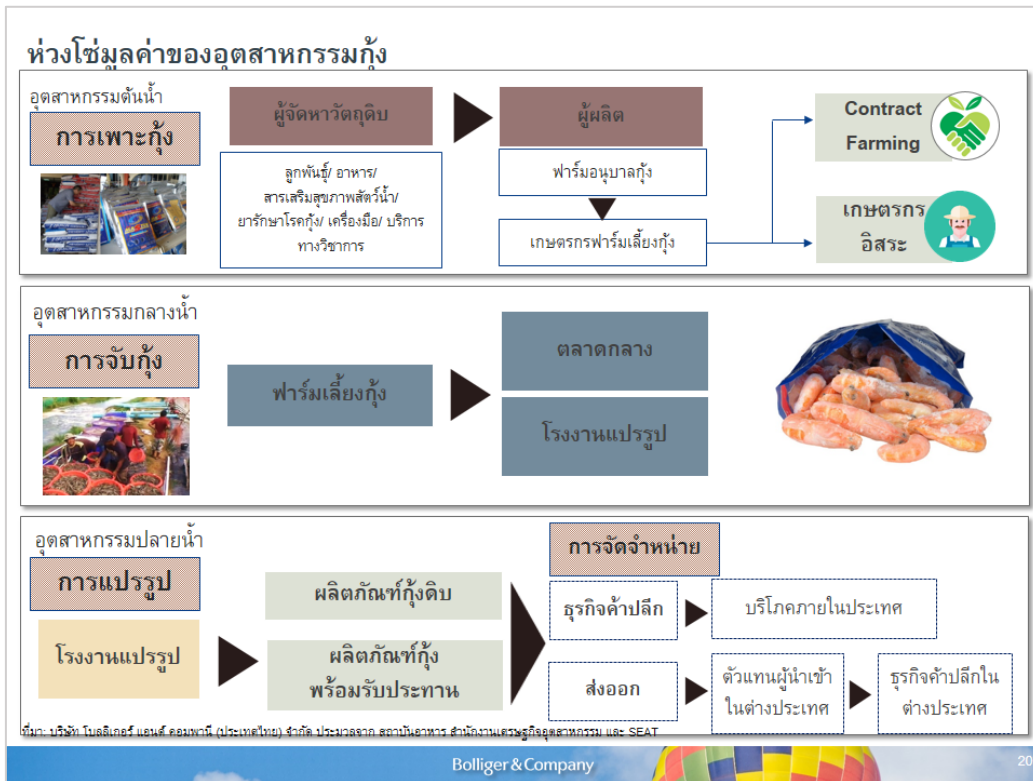


ภาพที่ 5-11 โครงสร้างการผลิตสับปะรด



สำหรับห่วงโซ่อุปทานผักและผลไม้ในประเทศไทยมีลักษณะการแปรรูปคล้ายกัน โดยอุตสาหกรรมผัก ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เป็นการแปรรูปผลผลิตทางเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ สินค้าในอุตสาหกรรมดังกล่าวประกอบด้วยสินค้าผักและผลไม้ต่างๆ ทั้งในรูปผลไม้สด แห้ง แช่แข็ง แช่เย็น แช่ฉ่ำ และลักษณะการแปรรูปอื่นๆ โดยสินค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด ผักผลไม้กระป๋อง ผักผลไม้อบแห้ง ผักผลไม้แช่ฉ่ำ น้ำผักและน้ำผลไม้ เป็นต้น

ภาพที่ 5-12 โครงสร้างการผลิตกุ้ง



ห่วงโซ่อุปทานการผลิตกุ้งของไทย เป็นดังนี้

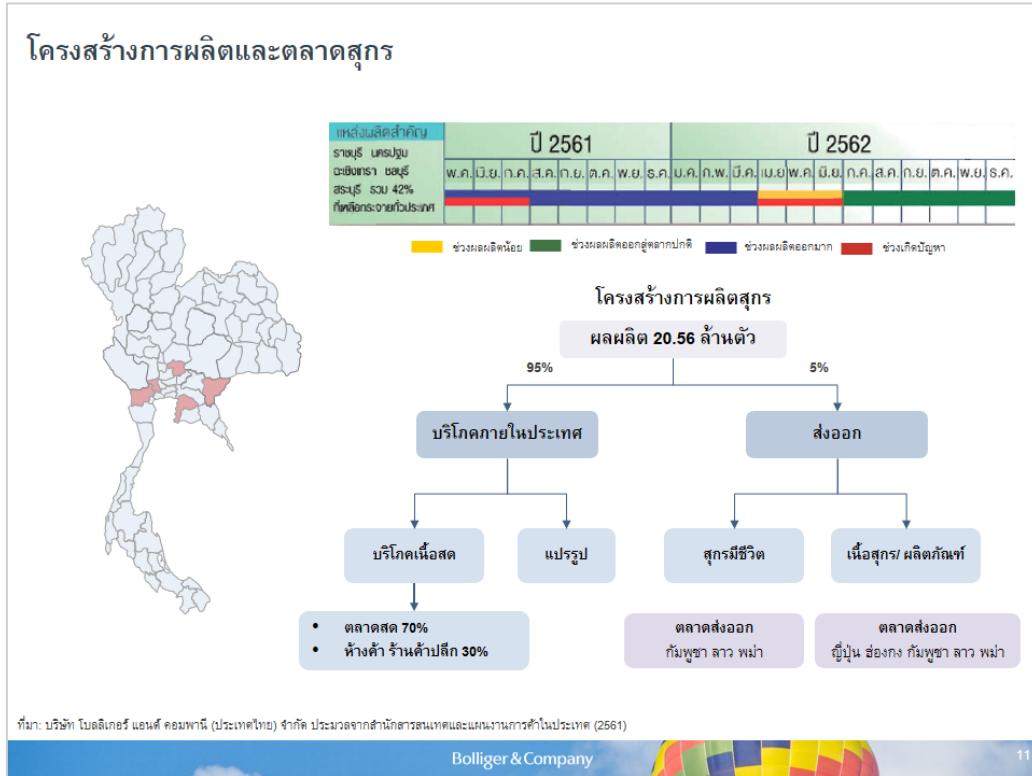
- กิจกรรมการผลิตต้นน้ำ - การจัดหาวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต (Production) โดยกลุ่มเกษตรกรที่ทำฟาร์มกุ้งส่วนใหญ่ดำเนินการในรูปแบบการเพาะเลี้ยงเชิงเดี่ยว โดยมีปัจจัยการผลิตในการเพาะเลี้ยงกุ้ง ได้แก่ ลูกพันธุ์กุ้ง อาหารกุ้ง สารเสริมสุขภาพสัตว์น้ำ ยารักษาโรคกุ้ง เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ นอกจากนี้ การทำฟาร์มกุ้งเกษตรกรจะต้องลงทะเบียนฟาร์ม เพื่อขอการรับรองมาตรฐาน GMP ของไทยหรือต่างประเทศ รวมถึงต้องมีการรับรองผลผลิตการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำ ไปรับรองการวิเคราะห์อาหาร และเอกสารการขนย้ายลูกพันธุ์และผลผลิตสัตว์น้ำ สำหรับการวิจัย

และพัฒนา (Research and Development: R&D) ในอุตสาหกรรมกุ้งอยู่ในรูปแบบบริการทางวิชาการ ซึ่งมีภาครัฐ สมาคม และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็นผู้ให้บริการข้อมูล

ทั้งนี้ เกษตรกรผู้ทำฟาร์มกุ้งสามารถเชื่อมโยงกับผู้ประกอบการแปรรูปอาหารได้ในสามรูปแบบหลัก กล่าวคือ การเกษตรพันธสัญญา (Contract Farming) การขายผ่านตลาดกลาง (Traders) และการจำหน่ายโดยตรงให้กับผู้ประกอบการ ซึ่งเกษตรกรและผู้รับซื้อจะต้องตกลงราคากันก่อนจับกุ้ง

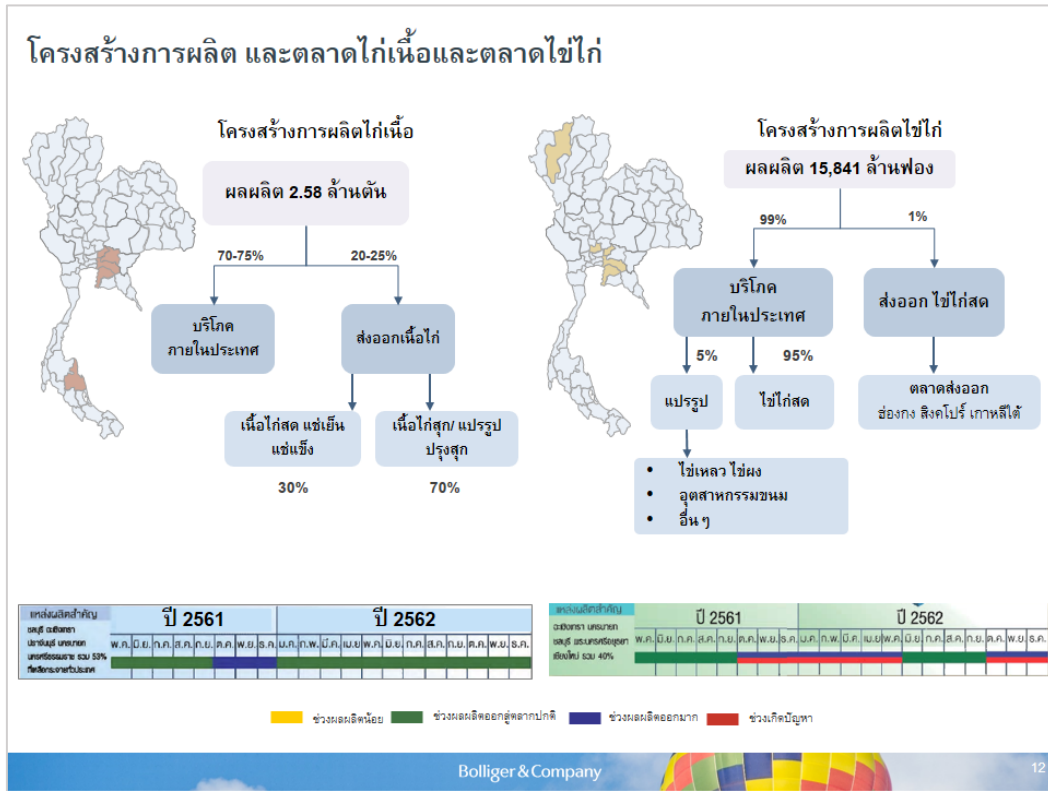
- กิจกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ – กิจกรรมการแปรรูป (Processing) โดยกุ้งสามารถนำไปแปรรูปได้หลากหลาย อาทิ กุ้งสดแช่เย็นแช่แข็ง กุ้งต้มสุกแช่เย็นแช่แข็ง และกุ้งกระป๋อง เป็นต้น ทั้งนี้ ขั้นตอนการผลิตกุ้งแช่แข็งอย่างละเอียดเริ่มจากการตรวจสอบคุณภาพกุ้งที่ได้มาจากเกษตรกร จากนั้นนำมาล้างน้ำทำความสะอาด ตัดหัวกุ้ง คัดขนาดกุ้ง ปอกเปลือก และคัดแยกกุ้งตามสี จากนั้นนำกุ้งไปแช่สารละลายฟอสเฟส แล้วนำไปล้างน้ำอีกรอบก่อนที่จะนำไปแช่เยือกแข็ง แล้วจึงนำมาเคลือบน้ำแข็ง (Ice Glazing) ก่อนที่จะบรรจุลงถุง ทั้งนี้ ในขั้นตอนการแปรรูปกุ้งแช่แข็งมีการบริการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ บริการการจัดซื้อวัตถุดิบ บริการเก็บรักษาวัตถุดิบ บริการควบคุมคุณภาพตามมาตรฐาน ISO บริการตรวจสอบคุณภาพเพื่อขอใบรับรอง (ด้านการผลิตและสุขอนามัย) บริการด้านโลจิสติกส์ และบริการบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

ภาพที่ 5-13 โครงสร้างการผลิตสุกร



ในกรณีของสุกรของไทย โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมแบ่งออกได้เป็น 3 รูปแบบหลัก ได้แก่ 1) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระ และเกษตรกรเครือข่ายจัดการเนื้อสุกรสู่ตลาดเอง 2) ผู้เลี้ยงสุกรอิสระทำการเลี้ยงและจำหน่ายสุกรมัธยมไปยังตลาดสด และ 3) ระบบการเลี้ยงแบบพันธสัญญา โดยกิจกรรมต้นน้ำที่สำคัญคือ การจัดหาพันธุ์สุกรเพื่อทำการเพาะพันธุ์สุกรขุน กิจกรรมกลางน้ำคือ การแปรรูปสุกรตามมาตรฐาน โดยผ่านโรงฆ่าสัตว์และโรงงานตัดแต่งเพื่อให้ได้มาซึ่งเนื้อสุกรสด และกิจกรรมปลายน้ำคือการนำเนื้อชิ้นส่วนที่ตัดแต่งตามมาตรฐานสากลเข้าสู่บรรจุภัณฑ์ ส่งเข้าสู่ตลาด ทั้งตลาดในประเทศ อาทิ ตลาดสด ร้านค้าปลีก ห้างสรรพสินค้า และห้างโมเดิร์นเทรด เป็นต้น และตลาดส่งออก ในขณะเดียวกัน การแปรรูปในระดับสูง อย่างการแปรรูปเนื้อสุกรในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป เช่น ไส้กรอก แยม หมูปรุงรส และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสุกรต่างๆ นับเป็นกิจกรรมการผลิตปลายน้ำที่มีมูลค่าเพิ่มสูงของไทยเช่นกัน

ภาพที่ 5-14 โครงสร้างการผลิตไก่เนื้อและไข่ไก่



สำหรับห่วงโซ่อุปทานไก่เนื้อและไข่ไก่ โครงสร้างการผลิตของกิจกรรมต้นน้ำคือ การเพาะเลี้ยงไก่ของเกษตรกรผู้เลี้ยงไก่ ด้วยการรวบรวมปัจจัยการผลิต เพาะเลี้ยง และจัดการผลผลิต ได้แก่ เนื้อไก่ และไข่ไก่สด เพื่อบริโภคในประเทศและส่งออกไปยังต่างประเทศ จากนั้นในกิจกรรมกลางน้ำและปลายน้ำ คือขั้นตอนการแปรรูปเนื้อไก่ด้วยกระบวนการ แช่เย็นและแช่แข็ง การปรุงสุก และแปรรูปเนื้อไก่ปรุงสุก ในขณะที่ มีการแปรรูปไข่ไก่เพื่อใช้ในอุตสาหกรรมต่อเนื่อง เช่น ผลิตภัณฑ์ไข่เหลว ไข่ผง เป็นต้น

5.1.4 สรุปลุ่มสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพ

ในภาพรวมของภาคการเกษตร เป็นภาคธุรกิจที่ผู้ประกอบการไทยมีบทบาทในทุกส่วนของห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ ไปจนถึง ปลายน้ำ ทำให้ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตและส่งออกสินค้าเกษตรที่สำคัญรายหนึ่งในตลาดโลกมายาวนาน อย่างไรก็ตาม กลุ่มสินค้าเกษตรหลายชนิดของไทยยังต้องมีการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม เพื่อรองรับการแข่งขันในตลาดโลกที่ทวีความเข้มข้นมากยิ่งขึ้น ความมั่นคงทางอาหารของโลกที่ทุกประเทศทั่วโลกยังต้องการบริโภคสินค้าเกษตรที่เพียงพอและยั่งยืนในระยะยาว และความต้องการของ

ผู้บริโภคที่มีความเข้มงวดต่อมาตรฐานสินค้ามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสุขภาพที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก รวมถึงผู้บริโภคสูงวัย

แนวโน้มการเติบโตของประชากรที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้ความต้องการบริโภค สินค้าเกษตรและอาหารเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกัน โดยจากรายงานของกองทุนประชากรแห่งองค์การ สหประชาชาติ (UN Population Fund) ระบุว่า ภายในปี 2593 (ค.ศ. 2050) ประชากรโลกจะ เพิ่มขึ้นอีก 2,200 ล้านคน จากปัจจุบันที่มีประชากรโลกอยู่ที่ 7.6 พันล้านคน เป็น 9.8 พันล้านคน ซึ่งอัตราการเติบโตของประชากรกว่าครึ่งของประชากรที่เพิ่มจะเกิดในภูมิภาคแอฟริกา ส่งผลให้ ประชากรในทวีปแอฟริกามีมากถึงร้อยละ 26 ของประชากรทั่วโลกในอนาคต ในขณะที่เดียวกัน จำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันที่ประมาณ 962 ล้านคน เป็น 2.1 พันล้านคน เช่นเดียวกัน

เนื่องจากความต้องการสินค้าเกษตรในอนาคตยังคงพุ่งตัวสูงขึ้นจากจำนวนประชากร โลกที่เพิ่มขึ้น แต่ความขาดแคลนพื้นที่ทำการเกษตรของโลกก็นับเป็นความท้าทายสำคัญของการ ตอบสนองต่อความต้องการสินค้าเกษตรเช่นเดียวกัน เนื่องจากอัตราการเติบโตความต้องการ สินค้าเกษตรและพื้นที่เพาะปลูกไม่สัมพันธ์กัน จากข้อมูลรายงานการคาดการณ์สินค้าเกษตรปี 2561-2570 (2018 – 2027) ขององค์การอาหารและการเกษตรแห่งสหประชาชาติ (Food and Agriculture Organization of the United Nations: FAO) ระบุว่าความต้องการสินค้าเกษตรอยู่ที่ 5,233.73 ล้านตัน ในปี 2561 และคาดการณ์ว่าจะเติบโตเป็น 5,763.2 ล้านตัน ในปี 2569 ขณะที่ พื้นที่เพาะปลูกในปี 2561 อยู่ที่ 1,536.62 ล้านเฮกตาร์ และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1,574.08 ล้านเฮกตาร์ในปี 2569 ซึ่งอัตราการเติบโต CAGR ของความต้องการสินค้าเกษตร⁴ และพื้นที่ เพาะปลูกในช่วงปี 2561 – 2569 อยู่ที่ร้อยละ 1.2 และ 0.3 ตามลำดับ

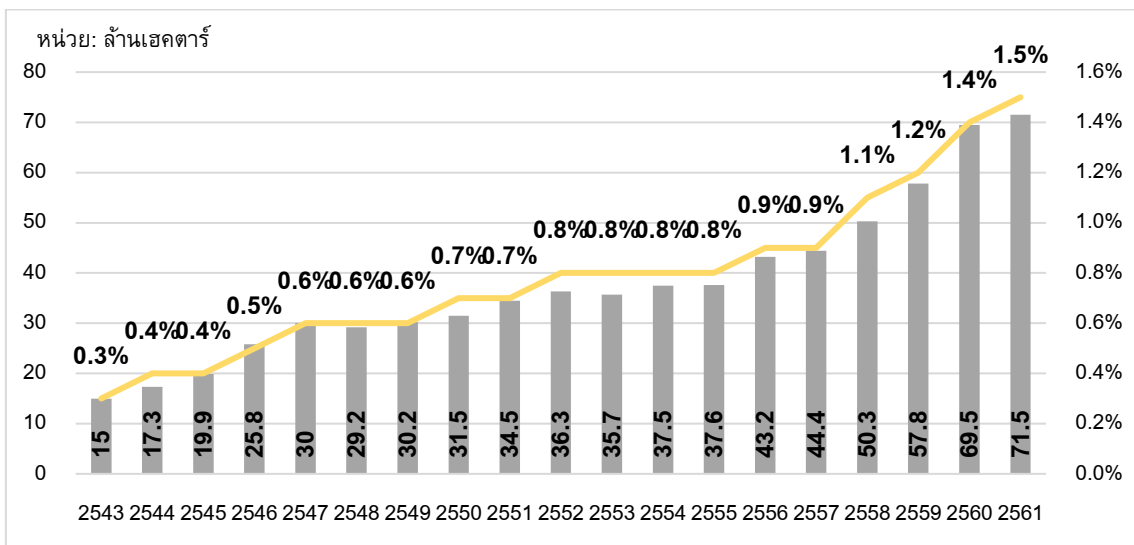
จากผลกระทบดังกล่าว หนึ่งในแนวทางการผลิตสินค้าเกษตรที่สำคัญคือ การผลิตสินค้า เกษตรอินทรีย์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้นให้แก่สินค้าเกษตรของไทย ซึ่งช่วยตอบสนองต่อ แนวโน้มความต้องการผู้สูงวัยที่ต้องการบริโภคสินค้าเกษตรที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น และช่วย แก้ปัญหาเรื่องการลดลงของพื้นที่เพาะปลูกและการเสื่อมสภาพที่ดินที่ทำให้ผลผลิตลดลง ในขณะที่ ช่วยแก้ปัญหามูลค่าเพิ่มของสินค้าเกษตรที่ไม่สูงขึ้นได้

จากรายงานผลการศึกษาของ Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) และ International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM) ในปี 2563 พบว่า ในปี 2561 พื้นที่เพาะปลูกผลผลิตการเกษตรอินทรีย์อยู่ที่ 71.5 ล้านเฮกตาร์ เพิ่มขึ้นจากปี 2560 2 ล้านเฮกตาร์

⁴ สินค้าเกษตร ประกอบด้วย ข้าวสาลี ธัญพืช ข้าวโพด ข้าว ถั่วเหลือง เมล็ดพืช น้ำมัน น้ำตาล ผัก และ กากธัญพืช

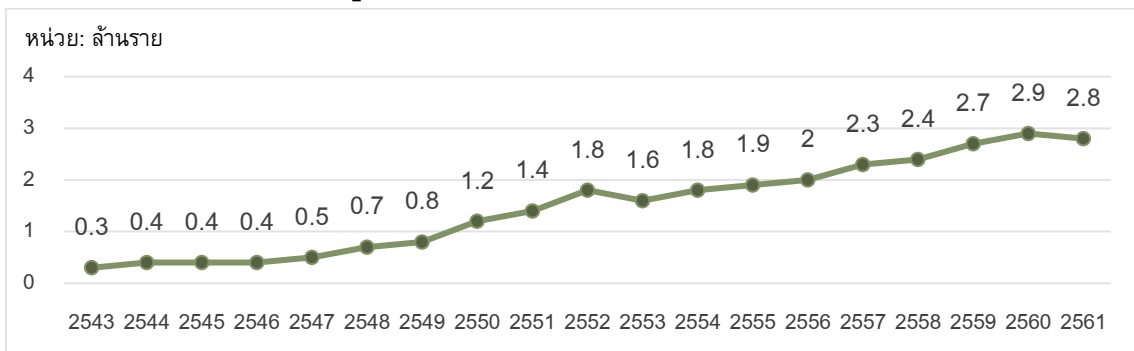
และสัดส่วนพื้นที่การเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่เพาะปลูกรวมของทั้งโลกในปี 2561 อยู่ที่ร้อยละ 1.5 ซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างมากจากร้อยละ 0.3 ในปี 2543 โดยออสเตรเลียเป็นประเทศที่มีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ใหญ่ที่สุดอยู่ที่ 35.6 ล้านเฮกตาร์ตามมาด้วย อาร์เจนตินา และจีน ที่มีพื้นที่อยู่ที่ 3.6 และ 3.1 ล้านเฮกตาร์ ในขณะที่ ไทยมีพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์อยู่ที่ 95,066 เฮกตาร์ คิดเป็นสัดส่วนพื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ต่อพื้นที่เพาะปลูกของประเทศรวมที่ร้อยละ 0.4 โดยมีสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญของโลก ได้แก่ ธัญพืช อาหารสัตว์ กาแฟ มะกอก และถั่วและผลไม้อบแห้ง

ภาพที่ 5-15 พื้นที่เพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ทั่วโลก และสัดส่วนการเพาะปลูกเกษตรอินทรีย์ระหว่างปี 2543 - 2561



ที่มา: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) และ International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)

ภาพที่ 5-16 จำนวนผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ทั่วโลกระหว่างปี 2543 - 2561



ที่มา: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) และ International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)

สถิติข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ในช่วง 15 ปีที่ผ่านมา การทำการเกษตรอินทรีย์ขยายตัวอย่างมาก จำนวนเกษตรกรอินทรีย์ ในปี 2561 ของโลกอยู่ที่ 2.8 ล้านคน เติบโตจากปี 2543 ที่มีเกษตรกรอินทรีย์เพียง 3 แสนรายเท่านั้น ประเทศที่มีจำนวนผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์สูงสุดของโลกคือ อินเดีย รองลงมาเป็นอุกันดา และเอธิโอเปีย ที่มีจำนวนเกษตรกรอินทรีย์อยู่ที่ 1,149,371 210,352 และ 203,602 ราย ตามลำดับ

ในขณะที่ไทยมีจำนวนเกษตรกรอินทรีย์อยู่ที่ 58,490 ราย เป็นประเทศที่มีจำนวนเกษตรกรอินทรีย์สูงติดอันดับที่ 8 ของโลก ซึ่งเติบโตจากการสำรวจในปีก่อนหน้าที่มีเกษตรกรอินทรีย์อยู่ที่ 38,120 ราย นอกจากนี้ ยังมีพื้นที่ธรรมชาติ ที่ได้รับการรับรองเกษตรอินทรีย์ (พื้นที่เก็บเกี่ยวผลผลิตป่า-ธรรมชาติ) ในปี 2561 อีก 223.13 ล้านไร่ ซึ่งสอดคล้องกับขนาดของตลาดสินค้าอินทรีย์ที่ขยายตัวร้อยละ 7.4 และมีมูลค่ากว่า 3.38 ล้านล้านบาท

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณารายสินค้าอินทรีย์ จากสถิติของกรมการค้าภายใน ระบุว่า สินค้าอินทรีย์ที่มีพื้นที่เพาะปลูกสูงที่สุด 5 ลำดับแรก ได้แก่ ข้าว ผลไม้ ผัก พืชไร่ และสมุนไพร โดยมีพื้นที่เพาะปลูกอยู่ที่ 49,784.1, 2,223.5, 1,921.8, 1,539.6 และ 875.8 ไร่ ตามลำดับ และมีจำนวนฟาร์มทั้งสิ้น 3,818, 398, 834, 179 และ 221 ราย ตามลำดับ ในขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาจำนวนผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์ จำแนกตามผลิตภัณฑ์สูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากข้าว ธัญพืช ผลิตภัณฑ์จากผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป โดยมีจำนวนผู้ประกอบการ 234, 171 และ 187 ราย ตามลำดับ ซึ่งสินค้าในกลุ่มดังกล่าวล้วนเป็นสินค้าที่ไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก และสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสมัยใหม่ และผู้สูงวัยโดยรวม เช่น ข้าวอินทรีย์ ผลไม้อินทรีย์ ผักและสมุนไพร

ดังนั้น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคสูงวัย สินค้าเกษตรที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูง และจะได้รับประโยชน์จากการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย คือ สินค้าเกษตรที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวต่างชาติ และมีคุณสมบัติหรือมาตรฐานสินค้าในการตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการบริโภคสุขภาพของผู้สูงวัย เช่น ผักและผลไม้ปลอดภัย มีมาตรฐาน ข้าวอินทรีย์และผลิตภัณฑ์จากข้าว ผักและผลไม้อินทรีย์ มะพร้าวและผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว เนื้อสัตว์ไขมันต่ำ สมุนไพร รวมถึงสินค้าเกษตรที่ต้องนำไปแปรรูปในระดับที่สูงขึ้นในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เช่น สินค้าเกษตรที่เพิ่มคุณค่าทางสารอาหาร (Functional Food) เนื้อสัตว์และอาหารพร้อมทาน ผงไข่ขาวสำหรับผู้สูงวัย เป็นต้น ซึ่งกลุ่มสินค้าเกษตรและสินค้าที่เกี่ยวข้องข้างต้น ล้วนเป็นสินค้าที่ไทยมีความสามารถผลิตได้ในประเทศ มีผู้ประกอบการ

ภาคเกษตรดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำของห่วงโซ่อุปทาน ประเทศไทยจึงมีวัตถุดิบในการผลิตหรือแปรรูปต่อในการผลิตสินค้าอุปโภค บริโภคสำหรับกลุ่มผู้สูงวัยเพียงพอ

5.2 ภาคอุตสาหกรรม

5.2.1 การจัดกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม

ในการแบ่งกลุ่มสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมในการศึกษานี้ จะใช้การจัดกลุ่มสินค้าตามรูปแบบการจัดกลุ่มสินค้าด้วยพิกัดศุลกากรในระดับ 6 หลัก โดยแบ่งกลุ่มออกเป็นเฉพาะสินค้าอุตสาหกรรม 16 กลุ่มสินค้า ดังนี้

- อาหารและเครื่องดื่ม
- สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม
- อัญมณีและเครื่องประดับ
- เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์
- ไม้ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน
- แร่ และโลหะ
- เคมีภัณฑ์ และพลาสติก
- รองเท้าและเครื่องหนัง
- ผลิตภัณฑ์ยาง
- ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ
- เกษษภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์
- ปูนซีเมนต์
- สิ่งพิมพ์ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ
- เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล
- ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ
- อุตสาหกรรมอื่นๆ

5.2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของสินค้าอุตสาหกรรม

เมื่อพิจารณาหมวดสินค้าอุตสาหกรรมในปี 2562 พบว่า มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยรวมทุกกลุ่มสินค้าไปยังโลกมีมูลค่า 7.28 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมต่อสินค้าทั้งหมดที่ร้อยละ 95.44 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปีในช่วงปี 2558 – 2562 ที่ร้อยละ 2.7

ทั้งนี้ เมื่อแบ่งกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมเป็นหมวดกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม 16 กลุ่มข้างต้น ดังแสดงในตารางที่ 5-5 โดยแต่ละหมวดมีมูลค่าการส่งออกที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังนี้

- ณ ปี 2562 มูลค่าส่งออกของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ของไทยมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมสูงที่สุดที่ร้อยละ 26.4 มีมูลค่าเท่ากับ 2.01 ล้านล้านบาท รองลงมาเป็น อุตสาหกรรมยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีมูลค่าการส่งออกของไทยไปยังโลกอยู่ที่ 1.24 ล้านล้านบาท 859,883.47 ล้านบาท และ 579,089.37 ล้านบาท ตามลำดับ และมีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ารวม ของอุตสาหกรรมยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม อยู่ที่ร้อยละ 16.19 11.27 และ 7.59 ตามลำดับ
- สำหรับสินค้าอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตในตลาดโลกสูงที่สุดในช่วง 2558 - 2562 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก เกษษภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ แร่และโลหะ และยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ โดยสินค้าในอุตสาหกรรมเหล่านี้มีอัตราการเติบโตของมูลค่าส่งออกจากไทยไปยังโลกเฉลี่ยสะสม (Compound Annual Growth Rate: CAGR⁵) ในช่วงปี 2558 – 2562 อยู่ที่ร้อยละ 11.3, 5.4, 4.1, 4.0 และ 3.6 ตามลำดับ

⁵ อัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) เป็นอัตราการเติบโตที่เสมือนว่าการเติบโตเกิดขึ้นเท่าๆ กันทุกปี โดยวัดจากมูลค่าในปีแรกถึงปีสุดท้าย ซึ่งมีสูตรการคำนวณดังต่อไปนี้

$$CAGR(t_0, t_n) = \left(\frac{V(t_n)}{V(t_0)} \right)^{\frac{1}{t_n - t_0}} - 1$$

โดย $V(t_0)$ คือ มูลค่าของปีที่เริ่มคำนวณ
 $V(t_n)$ คือ มูลค่าของปีที่สิ้นสุดการคำนวณ
 $(t_n - t_0)$ คือ ปีที่สิ้นสุดคำนวณลบด้วยปีที่เริ่มคำนวณ

เช่น สมมติว่ามูลค่าส่งออกในปี 2544 = 11,217.97 ล้านบาทเหรียญสหรัฐ และมีมูลค่าการส่งออกในปี 2554 = 35,735.77 ล้านบาทเหรียญสหรัฐ ดังนั้น อัตราการเติบโตเฉลี่ยที่จะทำให้มูลค่าการค้าในปี 2544 โฉงถึงมูลค่าการค้าในปี 2554 คือร้อยละ 12.28 เป็นต้น

ทั้งนี้ เพื่อคัดกรองสินค้าอุตสาหกรรมของไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก คณะผู้วิจัยจะพิจารณาถึงอุตสาหกรรมที่มีระดับความสำคัญต่อประเทศ ในมิติที่ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้อง ผ่านดัชนีที่สะท้อนถึงประเด็นที่พิจารณาดังกล่าว เพื่อเป็นเกณฑ์ในการจัดอันดับและให้คะแนน และคัดเลือกอุตสาหกรรมการผลิตที่มีคะแนนรวมเฉลี่ยจากดัชนีดังกล่าวมากที่สุด 7 อันดับแรก

ตารางที่ 5-4 มูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมในช่วงปี 2558 - 2562

สินค้าอุตสาหกรรม	มูลค่า : ล้านบาท					อัตราการขยายตัว แบบ CAGR 2558 - 2562	สัดส่วนมูลค่าส่งออกต่อมูลค่า ส่งออกสินค้าของไทยรวม	
	2558	2559	2560	2561	2562		2561	2562
อาหารและเครื่องดื่ม	560,543.95	602,918.72	577,298.58	584,834.42	579,089.37	0.82%	7.21%	7.59%
สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม	233,033.58	228,628.74	229,305.76	216,417.46	231,733.10	-0.14%	2.67%	3.04%
อัญมณีและเครื่องประดับ	371,072.03	501,124.18	434,890.66	486,217.45	383,976.66	0.86%	6.00%	5.03%
เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์	1,865,745.91	1,917,765.04	2,043,186.20	1,859,743.08	2,014,000.93	1.93%	22.94%	26.40%
ไม้ เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน	111,686.46	127,944.88	139,049.47	116,041.69	124,465.77	2.75%	1.43%	1.63%
แร่ และโลหะ	385,063.00	394,318.60	423,545.59	413,588.68	449,862.72	3.96%	5.10%	5.90%
เคมีภัณฑ์ และพลาสติก	697,306.44	699,284.28	760,949.01	755,100.44	859,883.47	5.38%	9.31%	11.27%
รองเท้าและเครื่องหนัง	59,542.67	57,039.28	54,043.54	58,502.72	58,602.82	-0.40%	0.72%	0.77%
ผลิตภัณฑ์ยาง	230,168.96	230,554.05	346,897.45	347,762.02	353,442.86	11.32%	4.29%	4.63%
ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	1,071,923.42	1,154,755.08	1,203,369.13	1,120,815.17	1,235,089.05	3.61%	13.82%	16.19%
เภสัชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์	33,946.91	36,947.54	38,628.62	40,666.45	39,864.82	4.10%	0.50%	0.52%
ปูนซีเมนต์	22,471.30	21,642.81	18,858.16	21,085.77	20,675.41	-2.06%	0.26%	0.27%
สิ่งพิมพ์ กระดาษและผลิตภัณฑ์กระดาษ	56,666.88	60,746.62	61,925.94	57,914.48	64,889.05	3.45%	0.71%	0.85%
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	261,033.56	267,061.69	280,254.98	249,720.87	287,599.14	2.45%	3.08%	3.77%
ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ	274,326.25	211,861.23	269,881.61	332,175.39	252,732.70	-2.03%	4.10%	3.31%
อุตสาหกรรมอื่นๆ	311,430.57	355,078.54	347,096.91	376,337.93	323,561.48	0.96%	4.64%	4.24%

ที่มา: ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร

ดัชนีที่ชี้วัดระดับความสำคัญของอุตสาหกรรมต่อการส่งออกของประเทศ คือ 1) สัดส่วนมูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมไทยต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ารวมของไทยไปยังโลก ในปี 2562 และ 2) อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละหมวดอุตสาหกรรมแบบ CAGR ในช่วงปี 2558 – 2562 เพื่อเป็นการคัดกรองอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสำหรับภาคการส่งออกของประเทศ โดยจะทำการคัดเลือกอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าการส่งออกอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ใช้มูลค่าส่งออกของไทยไปยังตลาดโลก ในช่วงปี 2558 – 2562 จากฐานข้อมูลการค้า International Trade Centre ในการคำนวณดัชนีข้างต้น โดยมีแนวทางการให้คะแนนเป็นดังนี้

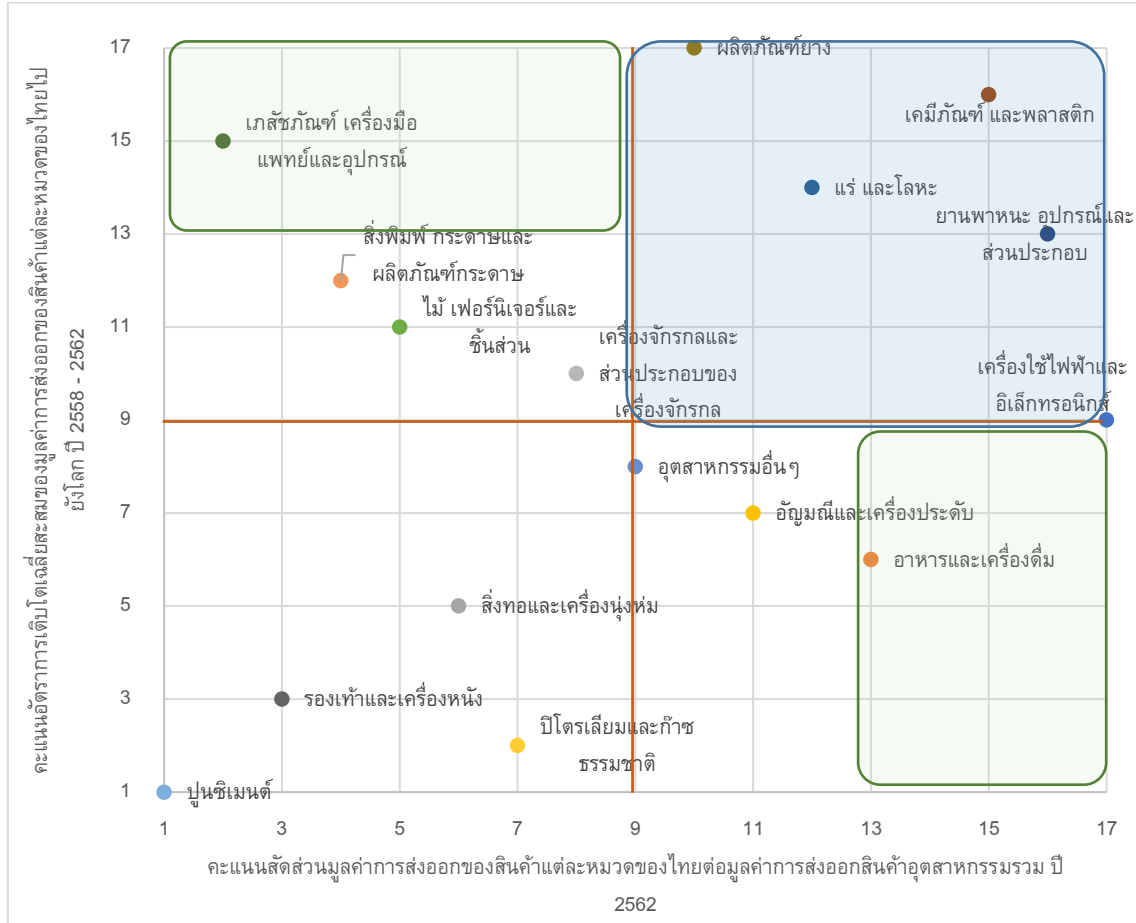
- ช่วงคะแนนที่ใช้การจัดอันดับคือ 1-16 คะแนน
- อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละหมวดต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ารวม สูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จะได้คะแนนของดัชนีมากที่สุด คือ 16 คะแนน และจะมีการให้คะแนนลดลงเรื่อยๆ สำหรับอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าดังกล่าวสูงรองลงมา
- อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละหมวดต่อมูลค่าการส่งออกสินค้ารวม ต่ำที่สุดเป็นอันดับสุดท้าย จะได้คะแนนน้อยที่สุด คือ 1 คะแนน
- อุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละหมวดอุตสาหกรรมแบบ CAGR ในช่วงปี 2558 – 2562 สูงที่สุดเป็นอันดับที่ 1 จะได้คะแนนของดัชนีมากที่สุด คือ 16 คะแนน และจะมีการให้คะแนนลดลงเรื่อยๆ สำหรับอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าดังกล่าวสูงรองลงมา
- อุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าของแต่ละหมวดอุตสาหกรรมแบบ CAGR ในช่วงปี 2558 – 2562 ต่ำที่สุดเป็นอันดับสุดท้าย จะได้คะแนนน้อยที่สุด คือ 1 คะแนน

จากการจัดอันดับความสำคัญต่อการส่งออกของประเทศของแต่ละสินค้าอุตสาหกรรม จะเห็นว่าอุตสาหกรรมที่มีคะแนนด้านความสำคัญต่อการส่งออกของประเทศสูงที่สุด 7 อันดับแรก ได้แก่ (1) เคมีภัณฑ์และพลาสติก (2) ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ (3) ยางและผลิตภัณฑ์ยาง (4) เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ (5) แร่ และโลหะ (6) อาหารและเครื่องดื่ม (7) เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล

นอกจากนี้ ยังมีอุตสาหกรรมที่มีคะแนนด้านความสำคัญต่อการส่งออกของประเทศ อยู่ในลำดับที่ 9 แต่มูลค่าการส่งออกมีอัตราการเติบโตในช่วงปี 2558 – 2562 สูงเป็นอันดับที่ 3 ได้แก่

อุตสาหกรรมเภสัชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับ และตอบสนองต่อระบบเศรษฐกิจสูงวัยอย่างมาก

ภาพที่ 5-17 ดัชนีระดับความสำคัญของอุตสาหกรรมต่อการส่งออกของประเทศ



จากภาพข้างต้น ดัชนีระดับความสำคัญของอุตสาหกรรมต่อการส่งออกของประเทศ แสดงศักยภาพของสินค้าอุตสาหกรรมของไทยในตลาดส่งออก โดยเมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบในมิติของขนาดของมูลค่าการส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมแต่ละหมวดโดยเปรียบเทียบ และมิติของอัตราการเติบโตของมูลค่าส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมโดยเปรียบเทียบ พบว่า สินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงได้แก่ กลุ่มเคมีภัณฑ์และพลาสติก ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ยางและผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการในเศรษฐกิจสูงวัยได้

กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม เป็นกลุ่มสินค้าที่มีศักยภาพของไทยมายาวนาน แต่มีอัตราการเติบโตของมูลค่าการส่งออกต่ำกว่าสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยเปรียบเทียบ โดยสินค้าอาหารและ

เครื่องตีมีขนาดของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมสูงเป็นลำดับที่ 4 โดยเปรียบเทียบกับขนาดมูลค่าส่งออกของสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ ในขณะเดียวกัน กลุ่มเภสัชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์ และอุปกรณ์ เป็นกลุ่มสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการเติบโตในตลาดโลกมาก แม้จะมีขนาดมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มนี้ค่อนข้างต่ำกว่ากลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยเปรียบเทียบ และสามารถตอบสนองความต้องการในเศรษฐกิจสูงวัยได้โดยตรง จากแนวโน้มด้านพฤติกรรมรักสุขภาพที่สูงขึ้นทั่วโลก

5.2.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานภาคอุตสาหกรรม

ในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจะวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของภาคอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย โดยแต่ละสาขาอุตสาหกรรมที่สำคัญของไทย มีโครงสร้างอุตสาหกรรมดังนี้

➤ เคมีภัณฑ์ พลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติก

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ พลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นอุตสาหกรรมสำคัญ อุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ถือกำเนิดขึ้นมาตั้งแต่ปี 2532 หลังจากมีการขุดค้นพบก๊าซธรรมชาติในบริเวณอ่าวไทย ส่งผลให้มีการริเริ่มก่อตั้งโรงงานแยกก๊าซธรรมชาติขึ้น และเกิดโครงการอุตสาหกรรมปิโตรเคมีระยะที่ 1 (National Petrochemical Complex 1: NPC 1) โดยมีบริษัท ปิโตรเคมีแห่งชาติ จำกัด (มหาชน) เป็นบริษัทที่ผลิตสารเอทีลินจากก๊าซธรรมชาติ หลังจากนั้นจึงมีภาคเอกชนเข้ามาลงทุนในการผลิตเพิ่มขึ้น จนกระทั่งในเวลาต่อมา ประเทศไทยก็สามารถผลิตอนุพันธ์ของอุตสาหกรรมปิโตรเคมีได้ครบทุกสาย โดยในขณะนั้น อุตสาหกรรมปิโตรเคมีของไทยยังอยู่ภายใต้การคุ้มครองด้วยภาษีศุลกากรมาโดยตลอด จนกระทั่งปี 2537 รัฐบาลมีนโยบายการเปิดเสรีอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเกือบทั้งหมด ส่งผลให้ภาคเอกชนทั้งในและต่างประเทศเข้ามาขยายการลงทุนในอุตสาหกรรมปิโตรเคมี และมีการขยายกำลังการผลิตในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีขึ้นปลาย รวมทั้งพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีการผลิตอยู่เดิมอย่าง โพลีเอทีลิน และโพลีโพรพิลีนให้เกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น ทั้งนี้ ผู้ผลิตบางรายได้ขยายการผลิตในแนวตั้ง (Vertical Integration) ทำให้รูปแบบการดำเนินงานในอุตสาหกรรมปิโตรเคมีเปลี่ยนแปลงจากบริษัทรายย่อย มาเป็นกลุ่มโรงงานปิโตรเคมีครบวงจรที่มีผลิตภัณฑ์หลายชนิดมากยิ่งขึ้น⁶

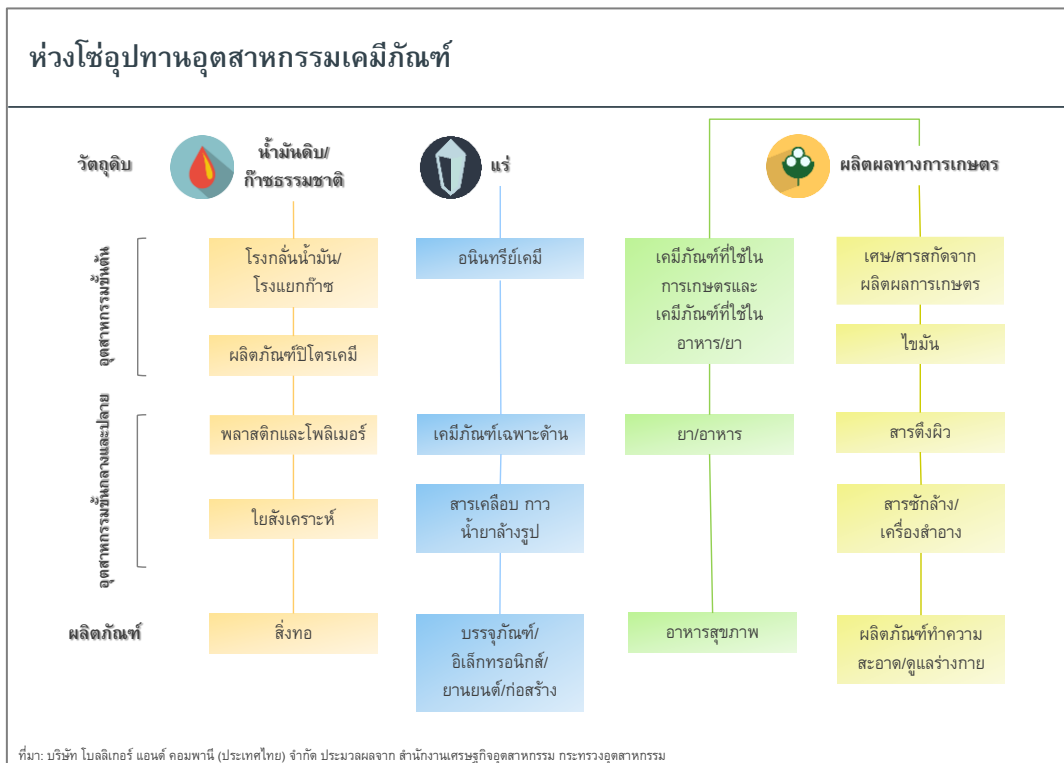
⁶ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในปัจจุบัน มีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้มีจำนวนมาก ทั้งผู้ประกอบการธุรกิจขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดเล็ก ในขณะที่เดียวกัน อุตสาหกรรมดังกล่าว ยังเป็นอุตสาหกรรมต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่สำคัญของประเทศ อาทิ อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม และอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น

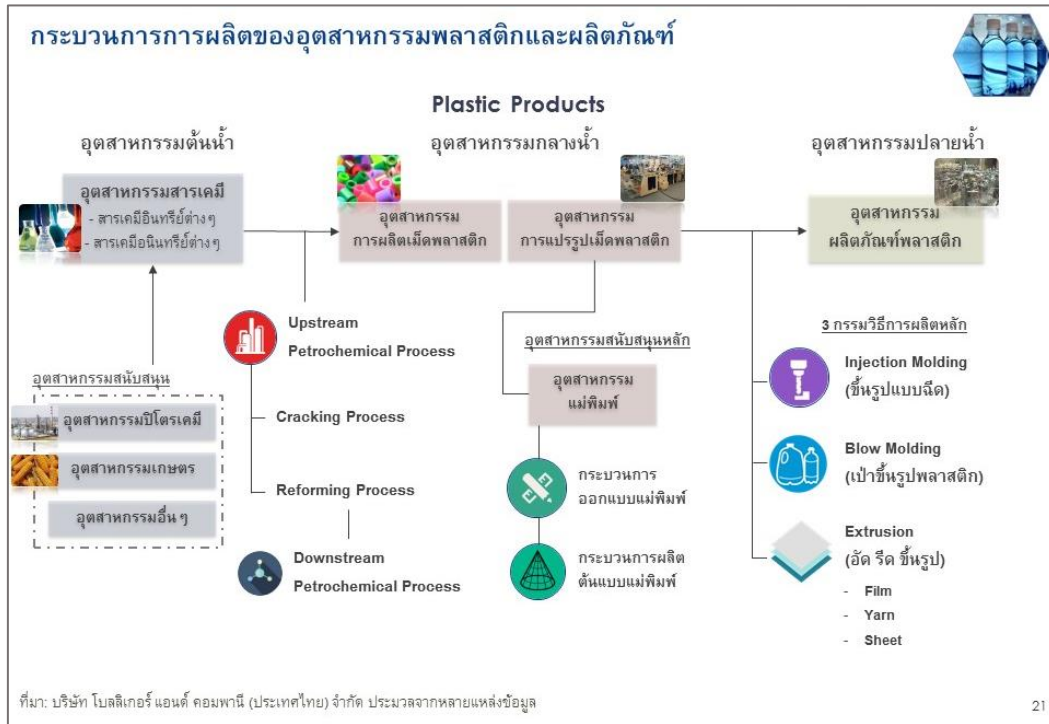
อุตสาหกรรมมีต้นกำเนิดจากวัตถุดิบที่สำคัญ 3 แหล่ง ประกอบด้วย น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ แร่ และผลิตภัณฑ์เกษตร ซึ่งวัตถุดิบแต่ละชนิดนั้นสามารถนำไปสร้างผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันออกไป เช่น น้ำมันและก๊าซธรรมชาตินำไปผลิตผลิตภัณฑ์เคมี พลาสติกเรซิน โพลีเมอร์ต่างๆ แร่นำไปผลิตเป็นอินทรีย์เคมี อินทรีย์เคมี ปุ๋ย ยาฆ่าแมลง และผลิตภัณฑ์เกษตรนำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับผลิตสารเคมีชีวภาพ

ในแต่ละประเภทของวัตถุดิบนั้นยังสามารถจำแนกขั้นตอนการผลิตได้เป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นต้น อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นกลาง และอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นปลาย ดังที่แสดงตามภาพที่ 5-16 และห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมพลาสติกดังแสดงในภาพที่ 5-17

ภาพที่ 5-18 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์



ภาพที่ 5-19 ห่วงโซ่อุปทานการผลิตของอุตสาหกรรมพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก



สำหรับอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์มีโครงสร้างของห่วงโซ่อุปทานที่สำคัญ ดังนี้

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นต้น

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นต้นหรืออุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นพื้นฐานเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตวัตถุดิบเคมีซึ่งนำไปใช้ต่อไปในการผลิตในขั้นกลางและปลาย ซึ่งผลิตภัณฑ์เคมีขั้นต้นสามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- เคมีภัณฑ์อินทรีย์ (Organic Chemical) เกิดขึ้นจากสารประกอบของคาร์บอนซึ่งอยู่ในสิ่งมีชีวิตต่างๆ เช่น กรดซิตริก กรดอะซิติก เอทิลแอลกอฮอล์ เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้สามารถนำไปผลิตสารเคมีได้ 2 ประเภท ได้แก่ ปิโตรเคมีจากน้ำมันและก๊าซ และโอเลโอเคมีจากสัตว์
- เคมีภัณฑ์อนินทรีย์ (Inorganic Chemical) ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เกิดจากการทำปฏิกิริยาสังเคราะห์ทางเคมี เช่น กรด กรดเกลือ ต่าง เป็นต้น

ในการผลิตปิโตรเคมีนั้น ก๊าซธรรมชาติหรือก๊าซโซลีนจะเข้าสู่กระบวนการผลิตที่ใช้ความร้อนและความดันเพื่อแยกอนุภาคของวัตถุดิบให้มีขนาดเล็กลง ผลผลิตที่ได้ในขั้นตอนนี้มี

สองประเภทใหญ่ๆ ได้แก่ 1) โอลิฟิน เช่น เอทิลีน โพรพิลีน บิวทาไดอีน เป็นต้น และ 2) อะโรมาติก เช่น เบนซีน โทลูอีน สไตรีน คิวมีน เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ได้จากจากผลิตปิโตรเคมีคือเอทิลีน ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการผลิตพลาสติก ยาง ไฟเบอร์ ผงซักฟอก ตัวทำละลาย และยาระงับความรู้สึกต่อไป ผลผลิตปิโตรเคมีที่เหลืออาจนำไปผลิตเป็นสารเคมีทางการค้าอื่นๆ ได้อีกทอดหนึ่ง เช่น พลาสติก เรซิน เป็นต้น

ส่วนการผลิตโอลิโอเคมีนั้นทำได้โดยกระบวนการแยกสลายในน้ำเพื่อดึงส่วนประกอบของน้ำมันปาล์มและน้ำมันมะพร้าวออกมา ผลิตภัณฑ์ตั้งต้นในส่วนนี้ ได้แก่ สารประเภทไขมัน แอลกอฮอล์ไขมัน เมทิลเอสเทอร์ เมทิลพอลิซิสไตรีน เป็นต้น

ในกรณีของสารเคมีอินทรีย์ มีวิธีการที่แตกต่างกันออกไปในการแยกองค์ประกอบทางเคมีออกมาจากสารตั้งต้น เช่น วิธีคลออัลคาไรต์ ที่ใช้ในการแยกคลอรีนและโซดาไฟออกจากหินเกลือหรือน้ำเค็มธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้จำนวนมากในขั้นตอนการผลิตนี้ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ซัลเฟอร์ต่างๆ ผลิตภัณฑ์คลออัลคาไรต์ เช่น คลอรีน โซดาไฟ ไททาเนียมออกไซด์ เป็นต้น และก๊าซอุตสาหกรรมต่างๆ เช่น ไฮโดรเจน ออกอน ออกซิเจน ไนโตรเจน คาร์บอนไดออกไซด์ เป็นต้น ผลผลิตพวกนี้นอกจากได้จากการสกัดวัตถุดิบพวกแร่ธาตุ เกลือ น้ำเค็ม และอากาศแล้ว บางครั้งยังอาจเป็นผลผลิตพวงจากกระบวนการผลิตปิโตรเคมี

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นกลาง

อุตสาหกรรมในส่วนนี้จะรับผลิตภัณฑ์เคมีขั้นต้นมาแปรรูปให้เป็นเคมีภัณฑ์ขั้นกลาง เพื่อนำไปใช้ในอุตสาหกรรมขั้นปลายซึ่งผลิตผลิตภัณฑ์เคมีสำเร็จรูป ผลผลิตส่วนใหญ่ที่ได้รับในกระบวนการผลิตส่วนนี้มักเป็นเคมีอินทรีย์ที่ได้จากผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม เช่น ไวนิลคลอไรด์ เอทิลีน ไกลคอล ลิเนียร์อัลคิล เบนซีน สไตรีน เป็นต้น

อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นปลาย

ผู้ผลิตในส่วนนี้ทำหน้าที่ผลิตผลิตภัณฑ์เคมีสำเร็จรูป โดยใช้วัตถุดิบทั้งจากอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นต้น และเคมีภัณฑ์ขั้นกลาง ซึ่งประกอบด้วยอุตสาหกรรมย่อยที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้

อุตสาหกรรมสีและผลิตภัณฑ์ร่วม

อุตสาหกรรมสีจัดเป็นอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ขั้นปลาย โดยทั่วไปแล้วอุตสาหกรรมสีมักดำเนินการตามอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่นำผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของตนไปใช้ต่อ โดยเฉพาะอุตสาหกรรมยานยนต์ และอุตสาหกรรมภาคอสังหาริมทรัพย์

สำหรับอุตสาหกรรมสีในประเทศไทยนั้น ผู้ประกอบการจะใช้วัตถุดิบซึ่งได้รับจากการกลั่นน้ำมันและจากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี โดยทั่วไปแล้วมักใช้ทั้งวัตถุดิบที่ทำการผลิตในประเทศและจากต่างประเทศในสัดส่วนพอๆ กัน สำหรับวัตถุดิบในประเทศส่วนใหญ่จะเป็นพวกวัตถุดิบที่เป็นสีนำสี (Vehicle) และตัวปรับคุณสมบัติ (Additive) ส่วนวัตถุดิบที่ใช้จากต่างประเทศนั้น ได้แก่ วัตถุดิบที่เป็นสารสี และสีปรุงแต่งที่มีไททาเนียมไดออกไซด์ โครเมียม และแคดเมียม วัตถุดิบทั้งหมดจะถูกส่งเข้าโรงงานผลิตสีเพื่อเข้าสู่กระบวนการผลิตต่อไป

ผลิตภัณฑ์สีนั้นค่อนข้างมีความหลากหลายเนื่องจากวัตถุประสงค์การใช้งานแตกต่างกัน อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้าในการกำหนดคุณสมบัติปลีกย่อยอื่นๆ แต่โดยทั่วไปแล้วสามารถจำแนกประเภทของสีคร่าวๆ ได้ออกเป็น 4 ประเภทด้วยกัน

- **สีทาอาคาร (Decorative Paint)** เป็นสีที่ใช้เพื่อการตกแต่งภายในและภายนอกอาคาร มักเป็นสีน้ำหรือสีพลาสติก มีกลุ่มธุรกิจที่นำไปใช้หลักๆ คือ ธุรกิจก่อสร้างที่อยู่อาศัย สำนักงานและสิ่งปลูกสร้างอื่นๆ
- **สีอุตสาหกรรม (Industrial paint)** สีประเภทนี้ถูกใช้ทั่วไปในอุตสาหกรรมการผลิตต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมผลิตเฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมอื่นๆ นอกจากนี้ ยังใช้สำหรับบำรุงรักษาโรงงาน ใช้ในการป้องกันสนิมหรือป้องกันการสึกกร่อนของอาคาร
- **สีอุตสาหกรรมหนัก (Heavy Duty Coating)** สีที่ผลิตออกมาจะมีคุณสมบัติทนทานต่อสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อตกอยู่ใต้สภาพผิดปกติ เช่น ถูกกัดกร่อนจากกรดหรือด่าง ทำให้เป็นที่นิยมใช้ในโรงงานซีเมนต์เพื่อกันด่าง นอกจากนี้ สีบางชนิดยังสามารถทนต่อแรงขีดข่วน ป้องกันแรงกระแทก และมีความยืดหยุ่นสูง สีประเภทหลังนี้มักถูกนำไปใช้กับงานโครงสร้างเหล็ก เช่น โรงงานไฟฟ้า โรงงานสารเคมี งานสาธารณูปโภคต่างๆ ซึ่งรวมถึงการนำไปทาสีเรือด้วย

- **ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ** เช่น น้ำมันขี้ดงาและแลกเกอร์ ผลิตภัณฑ์สองอย่างนี้หากนำไปใช้ร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ จะทำให้เกิดความมันเงา ส่วนซีเมนต์พ่นลายปูนซึ่งเกิดจากการผสมระหว่างลาเท็กซ์และผงซีเมนต์มีประโยชน์ในการพ่นให้เกิดลวดลายต่าง ๆ ตามที่ต้องการ นอกจากนี้ ยังมีสีจรรยาทั้งแบบสะท้อนแสงได้และสะท้อนแสงไม่ได้

ด้วยคุณสมบัติที่หลากหลายของสีแต่ละประเภท วิธีการผลิตสีแต่ละแบบจึงมีความแตกต่างกันออกไปอีก บางผลิตภัณฑ์มีเพียงแค่นั้นตอนของการนำสีมาผสมกันแล้วจัดจำหน่ายได้ทันที แต่บางผลิตภัณฑ์ก็ต้องผ่านหลายขั้นตอนจนกว่าจะออกมาเป็นสีสำเร็จรูปพร้อมใช้งาน อย่างไรก็ตามหากจัดกลุ่มกระบวนการผลิตสี พบว่ามีกระบวนการผลิตหลัก ๆ ที่สำคัญ 4 กระบวนการ ได้แก่

- 1) **กระบวนการผสมสี** ในกระบวนการนี้ผู้ผลิตจะนำวัตถุดิบต่าง ๆ เช่น สีกึ่งสำเร็จรูป สารปรับคุณภาพ นำมาผสมตามสูตรการผลิตที่ต้องการ ซึ่งมีวิธีการผสมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์การผลิต หากเป็นการผสมให้เข้ากันเฉย ๆ จะใช้ความเร็วรอบใบกวนไม่มากนัก แต่ถ้าหากต้องการทำให้ส่วนผสมแตกตัวหรือกระจายตัว ความเร็วรอบใบกวนก็จะสูงขึ้น และถ้าหากต้องการปั่นให้ส่วนผสมละลาย อาจต้องนำความร้อนเข้ามาช่วยระหว่างผลิต
- 2) **กระบวนการโม่หรือบดสี** วัตถุดิบที่ได้รับการผสมมาแล้วจะถูกลำเลียงไปยังเครื่องบดการบดหรือโม่ช่วยทำให้เนื้อสีละเอียดมากยิ่งขึ้น แบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่
 - การบดด้วยลูกกลิ้ง - การบดแบบนี้ใช้อุปกรณ์ทรงกระบอกมาเรียงต่อกันเป็นเลขคู่ ซึ่งอาจมีลูกกลิ้งมาเรียงต่อกัน 3 ลูก 5 ลูก 7 ลูก จนถึง 9 ลูก ส่วนผสมที่เคลื่อนผ่านช่องว่างระหว่างลูกกลิ้งจะถูกบดและอัดตัวจนมีความละเอียดสูง
 - การบดด้วยลูกบอล - ใช้ลูกเหล็กทรงกลม หรือเซรามิกทรงกลมเพื่อให้ส่วนผสมต่าง ๆ มีความละเอียดตามที่ต้องการ
- 3) **กระบวนการทดสอบหรือปรับแต่งคุณภาพ** ในขั้นนี้ผู้ผลิตจะทำการตรวจสอบลักษณะ การจับตัว ความหนืด และคุณสมบัติอื่น ๆ ของสีที่เป็นคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท กระบวนการนี้อาจมีชื่อเรียกแตกต่างกันไปแล้วแต่ผลิตภัณฑ์หรือโรงงานที่ทำการผลิต บางครั้งอาจเรียกว่ากระบวนการแต่งสี กระบวนการปรับแต่งคุณภาพ หรือกระบวนการเจือจาง

- 4) กระบวนการบรรจุ เมื่อผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว สีจะถูกนำไปบรรจุลงภาชนะและหีบห่อต่อไป รวมไปถึงระบุข้อมูลการผลิตบนภาชนะสีด้วย ภาชนะที่นำมาใช้ในการบรรจุสีมีหลากหลาย บางประเภทถูกบรรจุลงถึงขนาด 20 ลิตร หรืออาจแบ่งย่อยออกเป็นถึงเล็กๆ ขนาด 1 ถึง 5 ลิตร รวมถึง สีที่ถูกบรรจุลงกระป๋องสเปรย์ที่อัดแรงดัน

การผลิตสีแต่ละประเภทไม่จำเป็นต้องดำเนินการครบทั้ง 4 ขั้นตอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์สุดท้ายที่ต้องการผลิต หลังจากผลิตเสร็จแล้วภาชนะบรรจุสีจะถูกยกและเคลื่อนย้ายโดยรถฟอร์คลิฟท์ (Forklift) หรือรถเครน (Crane) เพื่อนำไปจำหน่ายผ่านตัวแทนจำหน่ายรายต่าง ๆ ซึ่งแบ่งการจำหน่ายออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การจำหน่ายในประเทศ และการจำหน่ายนอกประเทศ แต่ในกรณีที่เป็นผู้ประกอบการรายย่อยมักจำหน่ายให้ผู้ค้าปลีกโดยตรงโดยไม่ต้องผ่านตัวแทนจำหน่าย อุตสาหกรรมที่มักนำสีสำเร็จรูปไปใช้ในกระบวนการผลิตต่อ ได้แก่ อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศมีหลายประเภท เช่น สิ่งปรุงแต่งที่ใช้แต่งหน้าหรือบำรุงผิว สิ่งปรุงแต่งสำหรับใช้กับผม สิ่งปรุงแต่งเพื่ออนามัยในช่องปากและฟัน และสิ่งปรุงแต่งที่ใช้โกนหนวด อาบน้ำและดับกลิ่นตัว น้ำหอม เป็นต้น โดยทั่วไปสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทด้วยกัน คือ เครื่องสำอางที่ไม่ได้ใช้แต่งสีผิว และเครื่องสำอางที่ใช้แต่งสีผิว แต่หากแบ่งตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเครื่องสำอาง กระทรวงอุตสาหกรรม จะสามารถแบ่งได้ 6 ประเภท⁷ ได้แก่

- เครื่องสำอางสำหรับผม (Hair Cosmetics) เช่น แชมพู น้ำยาโกนผม น้ำยาจับลอนผม น้ำยาดัดผม สิ่งปรุงแต่งเพื่อใช้กำจัดรังแค สิ่งปรุงแต่งสีเส้นผมและขน สิ่งปรุงแต่งปรับสภาพเส้นผม และสิ่งปรุงแต่งทรงผม เป็นต้น
- เครื่องสำอางแอโรซอล (Aerosol Cosmetics) เช่น สเปรย์ต่างๆ เป็นต้น
- เครื่องสำอางสำหรับใบหน้า (Face Cosmetics) เช่น ครีมและโลชั่นล้างหน้า สิ่งปรุงแต่งสมานผิวและสิ่งปรุงแต่งทำให้ผิวสดชื่น สิ่งปรุงแต่งรองพื้น สิ่งปรุงแต่งมัตหน้า สิ่งปรุงแต่งตา ภูษ ลิปสติค และอีโมลเลียนต์ เป็นต้น

⁷ แบ่งตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม 152-2518

- **เครื่องสำอางสำหรับลำตัว (Body Cosmetics)** เช่น ครีมและโลชั่นทาผิว ครีมและโลชั่นทามือและทาตัว สิ่งปรุ้งป้องกันแดดและแต่งให้ผิวคล้ำ น้ำยาทาและล้างเล็บ และสิ่งปรุ้งระงับเหงื่อและกลิ่นตัว เป็นต้น
- **เครื่องหอม (Fragrances)** เช่น น้ำหอม ครีมหอมและเครื่องหอมชนิดแข็ง เป็นต้น
- **เบ็ดเตล็ด (Miscellaneous Cosmetics)** เช่น สิ่งปรุ้งสำหรับการโกน สบู่สำหรับการโกน ครีมสำหรับการโกน สิ่งปรุ้งสำหรับใช้ก่อนการโกน สิ่งปรุ้งสำหรับใช้หลังการโกน สิ่งปรุ้งที่ทำให้สีผิวจางและฟอกสีผิว สิ่งปรุ้งผสมน้ำอาบ ฟุนโรยตัว และสิ่งปรุ้งทำให้ขนร่วง (Depilatories) เป็นต้น

ในขณะที่ ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมพลาสติกและผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นดังนี้

อุตสาหกรรมผลิตเม็ดพลาสติก

อุตสาหกรรมผลิตเม็ดพลาสติกถือเป็นอุตสาหกรรมในช่วงต้นของอุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยวัตถุดิบหลักในการผลิตเม็ดพลาสติกนั้น ได้แก่ ส่วนประกอบทางเคมี น้ำโพลิเมอร์ (ซึ่งได้จากอุตสาหกรรมปิโตรเคมี) เป็นต้น ส่วนการผลิตเม็ดพลาสติกนั้น กระบวนการผลิตเริ่มจากนำวัตถุดิบหลักมาผ่านกระบวนการผลิตหล่อเม็ดพลาสติก โดยใช้ความร้อนและแรงอัดเข้าสู่แม่พิมพ์ เม็ดพลาสติกที่ได้จากการผลิตจะถูกนำไปใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกในอุตสาหกรรมขั้นปลายของอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติกต่อไป

อุตสาหกรรมแปรรูปเม็ดพลาสติก

อุตสาหกรรมแปรรูปเม็ดพลาสติก เป็นการแปรรูปเม็ดพลาสติกเป็นพลาสติกชนิดต่างๆ ให้มีลักษณะที่แตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน โดยกระบวนการหรือเทคนิคการผลิตเม็ดพลาสติกและพลาสติกแปรรูปที่นิยมใช้มากที่สุดคือ กระบวนการผลิตแบบฉีดขึ้นรูปชิ้นส่วนพลาสติก (Injection Molding) และกระบวนการผลิตแบบเป่าขึ้นงานและการผลิตขวด (Blow Molding)

อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติก

อุตสาหกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกถือเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆ เป็นจำนวนมาก เนื่องจากในการผลิตสินค้า อาทิ ยานยนต์และชิ้นส่วน

เครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ วัสดุก่อสร้าง หรือแม้แต่สินค้าอุปโภคบริโภค ล้วนแล้วแต่จำเป็นต้องใช้ผลิตภัณฑ์พลาสติกเป็นวัตถุดิบที่สำเร็จรูปหรือเป็นส่วนประกอบ ในการผลิต ซึ่งอุตสาหกรรมต่อเนื่องเหล่านี้เอง ได้เพิ่มมูลค่าให้กับพลาสติกและเม็ดพลาสติก เป็นอย่างมาก

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์พลาสติก ที่อาจเห็นได้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ แผ่นฟิล์ม พอยส์ และ เทป ยืดหยุ่นพลาสติก ท่อ หลอด พลาสติกปูพื้น ด้ามจับฝักบัว ภาชนะบรรจุ อาทิ จาน ชาม รวมไปถึงเครื่องใช้อื่นๆ ที่ทำด้วยพลาสติก และเครื่องเรือนหลากหลายชนิด

ดังนั้น สินค้าในอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ พลาสติก และผลิตภัณฑ์พลาสติกที่สำคัญและมีบทบาทในเศรษฐกิจสูงวัยประเภทหนึ่ง ได้แก่ สินค้ากลุ่มเครื่องสำอาง

โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้ประเมินว่า ในปี 2560 ตลาดเครื่องสำอางไทยมีมูลค่าสูงถึง 2.51 แสนล้านบาท คิดเป็นตลาดในประเทศไทย 1.68 แสนล้านบาท มีสัดส่วนที่ร้อยละ 66.9 ขยายตัวร้อยละ 7.8 ต่อปี โดยกลุ่มผู้บริโภคสำคัญคือ กลุ่มเพศหญิงวัยทำงาน และกลุ่มสูงวัย และตลาดส่งออกมีมูลค่า 0.83 แสนล้านบาท มีสัดส่วนร้อยละ 33.1 ขยายตัวร้อยละ 15.1 ต่อปี ตลาดสำคัญของไทยคือ อาเซียน ญี่ปุ่น และจีน นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังระบุว่า ในตลาด ผู้สูงอายุที่มีแนวโน้มเติบโตทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย มีความต้องการสินค้าประเภทเครื่องสำอาง ที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านเพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิต และบุคลิกภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูแล ผิว และเส้นผม ได้รับความนิยมนเป็นพิเศษ

มูลค่าตลาดที่ขยายตัวขึ้นสอดคล้องกับศักยภาพของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับสินค้า กลุ่มดังกล่าว จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่า ผู้ประกอบการเครื่องสำอางมีจำนวน เพิ่มขึ้น โดยมียุติบุคคลที่ส่งงบการเงิน 1,565 รายในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 2,123 รายในปี 2561 ขยายตัวถึงร้อยละ 35.7 และในปัจจุบัน ณ เมษายน ปี 2563 มียุติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ถึง 3,285 ราย ในขณะที่รายได้รวมของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ขยายตัวขึ้นจาก 74,078.7 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 81,759.4 ล้านบาทในปี 2561 ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10.4 เช่นเดียวกับกำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นจาก 5,586.9 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 6,137 ล้านบาทในปี 2561 ขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.8

นอกจากนี้ ในอุตสาหกรรมสำคัญที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตเครื่องสำอางมีการขยายตัว เช่นเดียวกัน โดยในกลุ่มสินค้าสารประกอบที่ใช้ในการผลิตเครื่องสำอาง เช่น สารอะโรเมติกส์

สารประกอบอินทรีย์ต่างๆ มีจำนวนผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้น โดยมีนิติบุคคลที่ส่งงบการเงินที่ 286 รายในปี 2559 เพิ่มเป็น 294 รายในปี 2561 ขยายตัวร้อยละ 2.8 และในปัจจุบัน ณ เมษายน ปี 2563 มีนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ 381 ราย ในขณะที่รายได้รวมของผู้ประกอบการกลุ่มนี้ ขยายตัวขึ้นจาก 36,104.8 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 46,874.8 ล้านบาทในปี 2561 ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 29.8 เช่นเดียวกับ กำไรสุทธิที่เพิ่มขึ้นจาก 2,406.7 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 2,958.3 ล้านบาทในปี 2561 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 22.9

➤ ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ

ยานพาหนะ อุปกรณ์และส่วนประกอบ หรืออุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ โดยอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน นับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มีการพัฒนามายาวนานกว่า 50 ปี ไม่ว่าจะเป็นการจ้างงาน หรือการพัฒนาเทคโนโลยีของประเทศ โดยไทยนับเป็นฐานการผลิตเพื่อการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ อีกทั้งยังถือเป็นผู้นำในด้านการผลิตอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในภูมิภาคอาเซียน สอดคล้องกับการเติบโตของอุตสาหกรรมยานยนต์โลก แนวโน้มการตั้งฐานการผลิตรถยนต์ของโลก พบว่าบริษัทผู้ผลิตรถยนต์มีแนวโน้มจะย้ายฐานการผลิตจากตลาดภูมิภาคตะวันตกมายังตลาดในภูมิภาคเอเชียมากขึ้น เนื่องจากประชากรในภูมิภาคดังกล่าวมีรายได้เพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งยังมีอัตราการครอบครองรถยนต์ที่ยังอยู่ในระดับต่ำ⁸

นอกจากนี้ “อุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่⁹” ซึ่งเป็นแนวคิดต่อยอดจากอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขัน ได้ถูกระบุให้เป็นหนึ่งในสิบอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต ตามมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 17 พฤศจิกายน 2558 และเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายพิเศษที่ทางสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกต้องการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) อีกด้วย

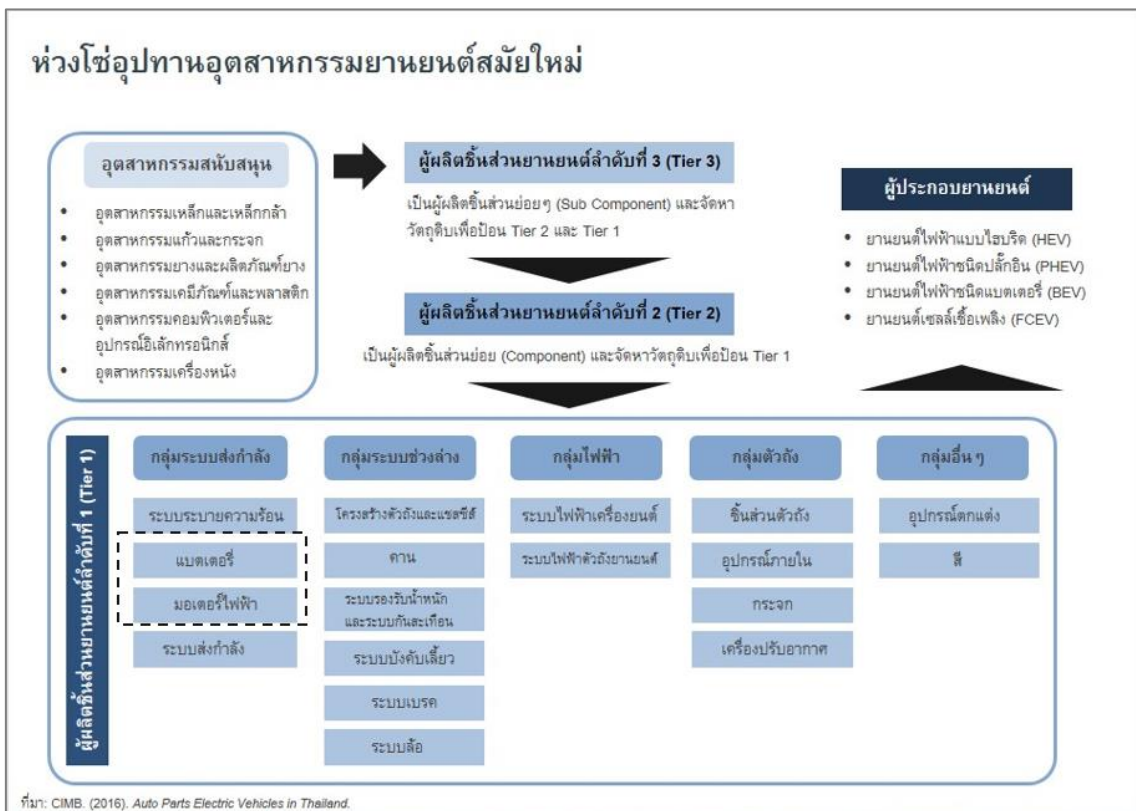
⁸ แผนแม่บทอุตสาหกรรมยานยนต์ ปี 2555-2559

⁹ ยานยนต์สมัยใหม่ (Next-Generation Automotive) หมายถึง ยานยนต์ที่มีเครื่องยนต์สันดาปภายในที่มีประสิทธิภาพด้านพลังงาน (Energy-Efficient, Internal Combustion Engine: ICE) และยานยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้า (Motor Driven) ซึ่งใช้พลังงานจากการสันดาปเชื้อเพลิงจากพลังงานฟอสซิลน้อยลง โดยเป็นยานยนต์ที่ใช้พลังงานรูปแบบใหม่ (New Energy Vehicle) จากแหล่งพลังงานอื่นมาช่วยขับเคลื่อนยานยนต์ เช่น พลังงานไฟฟ้า พลังงานไฟฟ้าจากเชื้อเพลิงไฮโดรเจน และพลังงานจากไบโอดีเซล

ดังนั้น ในการศึกษาี้ คณะผู้วิจัยจึงนำการเปลี่ยนแปลงของห่วงโซ่อุปทานการผลิตยานยนต์ในรูปแบบเดิมเป็นการผลิตยานยนต์สมัยใหม่ เข้ามาประกอบการศึกษาห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนด้วย ดังแสดงในภาพที่ 5-18

โดยธุรกิจในอุตสาหกรรมยานยนต์ในปัจจุบัน ประกอบด้วย อุตสาหกรรมสนับสนุน และอุตสาหกรรมหลัก ในส่วนของอุตสาหกรรมหลักแบ่งออกเป็น ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1) ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ลำดับที่ 2 (Tier 2) ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ลำดับที่ 3 (Tier 3) และผู้ประกอบการยานยนต์ ทั้งนี้ในอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่มีการเปลี่ยนแปลงของชิ้นส่วนยานยนต์ โดยเฉพาะในกลุ่มระบบส่งกำลังที่มีชิ้นส่วนในการสนับสนุนการใช้พลังงานไฟฟ้ามากยิ่งขึ้น และมีส่วนประกอบ เช่น ระบบเชื้อเพลิงและระบบควบคุมไอเสียที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการใน Tier ต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทาน

ภาพที่ 5-20 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่



กลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุนเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำในห่วงโซ่อุปทาน โดยมีบทบาทในการผลิต และจัดหาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตรถยนต์ ได้แก่

- อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า
- อุตสาหกรรมแก้วและกระจก
- อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง
- อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก
- อุตสาหกรรมคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- อุตสาหกรรมเครื่องหนัง

สำหรับกิจกรรมหลักในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยานยนต์ ทั้งในส่วนของกลางน้ำและปลายน้ำที่สำคัญ ได้แก่

ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 (Tier 2) และ ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 3 (Tier 3)

สำหรับ Tier 2 จะเป็นผู้จัดหา หรือผู้ผลิตชิ้นส่วนย่อย (Component) หรือวัตถุดิบเพื่อป้อนให้แก่ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 ส่วน Tier 3 คือ ผู้จัดหา หรือผู้ผลิตชิ้นส่วนย่อยๆ (Sub Component) หรือวัตถุดิบเพื่อป้อนผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 และ 2 ซึ่งผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 และ 3 อาจไม่สามารถจำแนกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ได้ แต่สามารถจำแนกตามกระบวนการผลิตได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับประเภทของวัตถุดิบ

ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1)

ผู้ผลิตชิ้นส่วนรถยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1) คือ ผู้จัดหาหรือผู้ผลิตชิ้นส่วนอุปกรณ์เพื่อจัดส่งให้แก่โรงงานประกอบรถยนต์โดยตรง ซึ่งต้องมีเทคโนโลยีหรือมาตรฐานตามที่ผู้ประกอบรถยนต์กำหนด รวมทั้งต้องมีความสามารถในการรับผิดชอบคุณภาพชิ้นส่วนเมื่อพบความบกพร่อง (Product Liability)¹⁰ โดยทั่วไปผู้ผลิตชิ้นส่วนกลุ่มนี้จะผลิตชิ้นส่วนในลักษณะ Module ซึ่งแบ่งเป็น 5 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มระบบส่งกำลัง (Powertrain) กลุ่มระบบช่วงล่าง (Suspension) กลุ่มระบบไฟฟ้า (Electrical and Electronic) กลุ่มตัวถัง (Body) และกลุ่มชิ้นส่วน อื่นๆ (Other) ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดใหญ่ และมีรูปแบบการเป็นเจ้าของที่หลากหลายทั้งบริษัทต่างประเทศ บริษัทไทย และบริษัทร่วมทุน

¹⁰ Product Liability มีความหมายตามพระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พ.ศ. 2551 คือความรับผิดทางแพ่งของผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้าต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นในชีวิตร่างกาย หรือทรัพย์สินของบุคคลอันเกิดจากสินค้าที่ขาดความปลอดภัยที่ตนผลิตหรือจำหน่ายออกไป

ซึ่งห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์สมัยใหม่ มีการเปลี่ยนแปลงสำคัญในส่วนของผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 (Tier 1) โดยเฉพาะในส่วนของระบบส่งกำลัง (Power Train) ที่ประกอบไปด้วยส่วนประกอบสำคัญในการนำพลังงานจากเชื้อเพลิงมาขับเคลื่อนยานยนต์ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงด้านพลังงานของยานยนต์จากการใช้เชื้อเพลิงฟอสซิลเป็นหลักมาเป็นการใช้พลังงานไฟฟ้า ทำให้โครงสร้างการส่งกำลังเปลี่ยนไป โดยเน้นไปที่มอเตอร์ไฟฟ้า และแบตเตอรี่

ด้วยเหตุนี้ จึงทำให้สินค้าในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ครอบคลุมไปถึงสินค้าที่อาจเป็นสินค้าในอุตสาหกรรมปลายน้ำของอุตสาหกรรมอื่นๆ ด้วย เช่น ยางนอก และยางใน เป็นสินค้าในอุตสาหกรรมปลายน้ำของอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง แต่ในขณะเดียวกัน ก็เป็นชิ้นส่วนสำหรับการประกอบยานยนต์ และจัดอยู่ในสินค้าในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์

นอกจากนี้ ยังมีความเหมือนและแตกต่างในส่วนประกอบของยานยนต์ที่ผลิตจากผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 1 ดังแสดงในภาพที่ 5-19 ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ลำดับที่ 2 และลำดับที่ 3 ต่อไป

ผู้ประกอบยานยนต์

ผู้ประกอบยานยนต์เป็นผู้นำชิ้นส่วนจากผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 1 (Tier 1) ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 2 (Tier 2) และ ผู้ผลิตชิ้นส่วนลำดับที่ 3 (Tier 3) มาประกอบเป็นยานยนต์ เช่น บริษัท โตโยต้า มอเตอร์ และ บริษัท นิสสัน มอเตอร์ เป็นต้น

ภาพที่ 5-21 ความเหมือนและแตกต่างของส่วนประกอบต่าง ๆ ของยานยนต์ไฟฟ้า แบบดั้งเดิมและยานยนต์สมัยใหม่

ความเหมือนและต่างของส่วนประกอบต่าง ๆ ของยานยนต์แบบดั้งเดิมและยานยนต์สมัยใหม่

				เหมือนกัน			เหมือนกัน			ไม่มีส่วน		
				ทั้งหมด			บางส่วน			เหมือน		
กลุ่มระบบส่งกำลัง						กลุ่มไฟฟ้า						
เครื่องยนต์												
ระบบเชื้อเพลิง												
ระบบระบายความร้อน												
ระบบควบคุมไอเสีย												
ระบบส่งกำลัง												
กลุ่มระบบช่วงล่าง						กลุ่มตัวถัง						
โครงสร้างตัวถังและแชสซีส์												
คาน												
ระบบรองรับน้ำหนักและระบบกันสะเทือน												
ระบบบังคับเลี้ยว												
ระบบเบรค												
ระบบล้อ												
						ระบบไฟฟ้าเครื่องยนต์						
						ระบบไฟฟ้าตัวถังยานยนต์						
						ชิ้นส่วนตัวถัง						
						ระบบส่งกำลัง						
						อุปกรณ์ภายใน						
						กระจก						
						เครื่องปรับอากาศ						
						กลุ่มอื่น ๆ						
						อุปกรณ์ตกแต่ง						
						สี						

ที่มา: ธนาคารกสิกรไทย. (2560). ยานยนต์ไฟฟ้ามาแรง หนุน SME ไทยรุ่ง.

อุตสาหกรรมการประกอบรถยนต์ (รวมถึงยานยนต์อื่นๆ เช่น จักรยานยนต์ เป็นต้น) เป็นอุตสาหกรรมที่นำเอาชิ้นส่วนยานยนต์ต่างๆ ที่ผลิตได้จากอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ มาทำการประกอบเข้าด้วยกัน

ทั้งนี้ การประกอบรถยนต์และยานยนต์ประเภทอื่นๆ จะประกอบด้วยขั้นตอนและกระบวนการต่างๆ หลากหลายขั้นตอน และมีความซับซ้อนแตกต่างกันออกไปตามประเภทของยานยนต์ โดยภาพรวมแล้วจะแบ่งแยกย่อยออกเป็น 3 ภาคส่วน คือ 1) การประกอบโครงสร้างของแชสซีส์ ซึ่งเป็นการเชื่อมยึดส่วนตัวถังแชสซีส์เข้ากับเครื่องยนต์ ล้อหลัง ระบบขับเคลื่อน และระบบบังคับเลี้ยวเข้าด้วยกัน 2) การประกอบส่วนตัวถังยานยนต์ (หรือห้องผู้โดยสาร) ซึ่งเป็นการประกอบชิ้นส่วนยานยนต์ต่างๆ อาทิ เบาะ พวงมาลัย และเกียร์ เป็นต้น เข้าด้วยกัน และ 3) การประกอบยานยนต์ขั้นสุดท้าย ซึ่งจะเป็นการประกอบส่วนโครงสร้างแชสซีส์ เข้ากับส่วนตัวถังยานยนต์

โดยยานยนต์สมัยใหม่มีการอ้างอิงตามมาตรฐานการผลิตรถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยไฟฟ้า ที่กระทรวงอุตสาหกรรมกำหนด มีการแบ่งประเภท ดังนี้

1) ยานยนต์ที่มีการประหยัดพลังงาน หมายถึงยานยนต์ที่มีการใช้พลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิลที่ลดลง และสามารถลดมลภาวะตามมาตรการใหม่ คือ Corporate Average Fuel Efficiency (CAFÉ) ได้แก่

- รถยนต์ไฮบริด (Hybrid Electric Vehicles: HEV)
- รถยนต์ปลั๊กอินไฮบริด (Plug-in Hybrid Vehicles: PHEV)
- รถยนต์ไฟฟ้าที่ใช้แบตเตอรี่ (Battery Electric Vehicles: BEV)

2) นวัตกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ซอฟต์แวร์ยานยนต์ และอุปกรณ์สนับสนุนยานยนต์ ได้แก่

- การผลิตชิ้นส่วนสำคัญของยานยนต์ไฟฟ้า เช่น แบตเตอรี่ มอเตอร์ (Traction Motor) ระบบบริหารจัดการแบตเตอรี่ (BMS) และระบบควบคุมการขับเคลื่อน (DCU)
- การผลิตที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ เซ็นเซอร์ และอิเล็กทรอนิกส์ ที่เป็นมูลค่าเพิ่มการขับเคลื่อนรถยนต์ในด้าน Active Safety และ Infotainment
- กิจการสถานีอัดประจุไฟฟ้า

สำหรับอุตสาหกรรมยานยนต์ที่มีศักยภาพและโอกาสในสังคมสูงวัย คือ ยานยนต์ที่มีมาตรฐานความปลอดภัยสูง และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ

จากข้อมูลของวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ในปี 2561 ที่ได้ทำการสำรวจข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้สูงวัย โดยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและขนส่ง พบว่าผู้สูงวัยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 50 ยังนิยมเดินทางด้วยรถส่วนตัว พร้อมระบุปัจจัยสำคัญคือความสะดวกสบายในการเดินทาง มากกว่าการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ หรือรูปแบบการขนส่งแบบอื่นๆ เนื่องจากสามารถชมวิทิวทัศน์ระหว่างทาง และสามารถคุมระยะเวลาในการเดินทางได้ด้วยตนเอง และปัจจัยเรื่องความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่ผู้สูงวัยให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก

ดังนั้น ยานยนต์และอุปกรณ์มาตรฐานที่เน้นความปลอดภัย หรือยานยนต์ที่มีการจำกัดความเร็วสำหรับสังคมสูงวัยจึงเป็นสินค้าที่น่าสนใจในอนาคต โดยเฉพาะยานยนต์ไฟฟ้าสำหรับผู้สูงวัย ซึ่งใน Tokyo Motor Show ปี 2019 บริษัท Toyota ได้เปิดตัวรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ขนาดเล็กสำหรับผู้สูงอายุ โดยทำความเร็วสูงสุดได้ 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง เหมาะใช้งานระยะทางสั้นๆ โดยจะขับได้ไกล 100 กิโลเมตรต่อการชาร์จแต่ละครั้ง และขึ้นลงห้องโดยสารง่าย ควบคุมง่ายเหมาะสำหรับผู้สูงวัย

สำหรับตลาดยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย มีทิศทางเติบโตอย่างสูงสอดคล้องกับแนวโน้มของโลก และสามารถเข้ามาสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคหลายรูปแบบรวมทั้งผู้บริโภคสูงวัยในอนาคตที่มีสัดส่วนมากขึ้นได้ จากสถิติของกรมการขนส่งทางบก ณ สิ้นปี 2562 พบว่ามียอดสะสมจากการจดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้า (EV) จำนวน 2,854 คัน โดยแบ่งเป็นยอดการจดทะเบียนใหม่ 1,572 คัน เติบโตร้อยละ 380 เมื่อเทียบกับข้อมูลการจดทะเบียน EV ใหม่ ในปี 2561 ซึ่งมีจำนวน 325 คัน ในขณะที่ ยานยนต์ไฮบริด (HEV) และปลั๊กอินไฮบริด (PHEV) มียอดจดทะเบียนสะสมกว่า 153,184 คัน เป็นยอดจดทะเบียนใหม่ 30,676 คัน เติบโตร้อยละ 51 เมื่อเทียบกับข้อมูลการจดทะเบียน HEV/PHEV ใหม่ ในปี 2561 ซึ่งมีจำนวน 20,344 คัน

➤ ผลกระทบที่ยาว

อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีมูลค่าการส่งออกที่สูง และมีความสำคัญในด้านของการเป็นผลิตภัณฑ์และอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมที่สำคัญประเภทอื่น กล่าวคือ เป็นวัตถุดิบหรือส่วนประกอบในการผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมอื่น เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และในด้านของการทำรายได้ให้กับเกษตรกรการสวนยาง

ถึงแม้จะมีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้จะมีจำนวนไม่มากนักเมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ หากแต่บทบาทในฐานะอุตสาหกรรมหลักด้านการส่งออกและเป็นอุตสาหกรรมสนับสนุนที่สำคัญ ทำให้อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางของประเทศไทยมีความสำคัญอย่างมาก

จากการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานการผลิต พบว่า ในอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยางเริ่มต้นจากการนำน้ำยางสดที่ได้จากการเกษตรมาผ่านกระบวนการแปรรูปขั้นต้นตามขั้นตอนต่างๆ ออกมาเป็นวัตถุดิบขั้นต้นที่สำคัญ ได้แก่ น้ำยางข้น ยางแห้ง และเศษยาง หลังจากนั้นจึงจะนำวัตถุดิบดังกล่าวเหล่านี้ไปทำการผสมกับวัสดุเติมแต่ง และสารเคมีต่างๆ รวมถึงผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการแปรรูปขั้นกลาง ได้แก่ ยางคอมพาวด์ ยางรีเคลม ยางมาสเตอร์แบทช์ ซึ่งเป็นวัสดุชิ้นส่วนยางหรือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปเพื่อส่งต่อไปแปรรูปในอุตสาหกรรมแปรรูปขั้นปลายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปสำหรับจัดจำหน่ายต่อไป

ภาพที่ 5-22 ห่วงโซ่อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง



ดังแสดงในภาพที่ 5-20 คณะผู้วิจัยได้จำแนกอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ออกเป็น 3 กลุ่มอุตสาหกรรม ตามโครงสร้างของกระบวนการและขั้นตอนการผลิต¹¹ ได้แก่

อุตสาหกรรมต้นน้ำ

อุตสาหกรรมน้ำยางสด

น้ำยางสดจากต้นยางพารา มีลักษณะเป็นของเหลวสีขาวหรือสีครีม ได้มาจากการกรีดยาง ตัดส่วนของท่อน้ำยางในเปลือกยาง ทำให้น้ำยางที่มีอยู่ในท่อน้ำยาง ไหลทะลักออกมาชั่วระยะเวลาหนึ่ง แล้วหยุด ผลผลิตยางจะได้น้ำยางมากหรือน้อย ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับช่วงระยะเวลาในการไหลของน้ำยางกับความเข้มข้นของน้ำยาง ซึ่งปัจจัยทั้งสองนี้จะขึ้นอยู่กับพันธุ์ สภาพแวดล้อม การดูแลรักษาต้นยาง และการกรีดยาง

¹¹ ปรับปรุงจากโครงการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาก่ออุตสาหกรรม สาขาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยาง

ภายหลังจากที่เกษตรกรสวนยางได้นำยางสดมา จะนำยางดังกล่าวไปขายให้กับโรงงานแปรรูปน้ำยางสด ซึ่งเป็นการแปรรูปขั้นต้นในอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปทำเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นต้นต่อไป

อุตสาหกรรมแปรรูปน้ำยางสด

น้ำยางสดทั้งหมดจะได้รับการผ่านกระบวนการแปรรูปตามขั้นตอนต่างๆ ภายหลังจากการแปรรูปดังกล่าว น้ำยางสดจะถูกเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นต้นในอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ยางขั้นต้นดังกล่าว ได้แก่ น้ำยางข้น ยางแห้ง และเศษยาง

อุตสาหกรรมกลางน้ำ

อุตสาหกรรมการแปรรูปน้ำยางข้น

ในการผลิตน้ำยางข้น สามารถผลิตด้วยกระบวนการต่างๆ 4 วิธี คือ วิธีระเหยน้ำ วิธีทำให้เกิดครีม วิธีปั่น และวิธีแยกด้วยไฟฟ้า แต่การผลิตน้ำยางข้นในประเทศไทยส่วนใหญ่ใช้วิธีการปั่นแยกด้วยเครื่องปั่นความเร็วสูง สำหรับน้ำยางข้นที่ได้นี้ส่วนหนึ่งจะนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ขั้นปลาย เช่น กุ่มมือยาง กุ่มยางอนามัย ลูกโป่ง ที่นอนฟองน้ำ และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เป็นต้น อีกส่วนหนึ่งจะนำไปเป็นวัตถุดิบสำหรับการแปรรูปยางในอุตสาหกรรมขั้นกลางต่อไป

อุตสาหกรรมแปรรูปยางแห้ง

ในการผลิตยางแห้ง สามารถทำได้โดยเอาน้ำออกจากน้ำยาง ซึ่งจะได้ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของยางแห้งออกมา ยางแห้งดังกล่าวอาจถูกนำไปรีดให้เป็นแผ่นได้ยางแผ่น และอาจไปรวมควันเป็นยางแผ่นรวมควัน หรืออาจถูกนำไปอัดแท่งเพื่อให้ได้ยางแท่งออกมา นอกจากนี้ ยางแห้งที่ได้ อาจนำไปย่อยและผสมกับเศษยางที่ได้จากการแปรรูปน้ำยางสด เพื่อนำเข้าเครื่องรีด ซึ่งจะได้ยางเครปออกมา

อุตสาหกรรมยางสังเคราะห์

ผลิตภัณฑ์น้ำยางข้นและยางแห้ง อาจถูกนำมาผสมกับวัสดุเติมแต่ง เช่น คาร์บอนแบล็ก หรือผ่านกระบวนการสังเคราะห์วัลแคนไนซ์ เพื่อให้ได้เป็นผลิตภัณฑ์ยางสังเคราะห์ อันได้แก่

ยางมาสเตอร์แบทช์ ยางคอมปาวด์ และ ยางรีเคลม ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์จะนำไปเป็นวัตถุดิบผลิตในอุตสาหกรรมขั้นปลายต่อไป

อุตสาหกรรมปลายน้ำ

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปยางชั้นกลาง อันได้แก่ การแปรรูปน้ำยางชั้น และการแปรรูปยางแห้ง จะถูกนำมาใช้เป็นวัตถุดิบในการแปรรูปในอุตสาหกรรมการแปรรูปยางขั้นปลาย โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูป สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มอุตสาหกรรมด้วยกัน ดังนี้

อุตสาหกรรมยางล้อยานยนต์

สินค้าผลิตภัณฑ์ยางในกลุ่มอุตสาหกรรมยางล้อยานยนต์ ได้แก่ ยางล้อรถยนต์ ยางล้อรถบรรทุก ยางล้อรถใช้ในอุตสาหกรรม ยางล้อรถใช้ในการเกษตร ยางล้อรถจักรยานยนต์ ยางล้อรถจักรยาน ยางล้อเครื่องบิน ยางล้อตัน ยางใน ยางนอก ฯลฯ

อุตสาหกรรมยางใช้ในทางวิศวกรรมหรือใช้ในอุตสาหกรรม

สินค้าผลิตภัณฑ์ยางในกลุ่มอุตสาหกรรมยางใช้ในทางวิศวกรรมหรือใช้ในอุตสาหกรรม แบ่งออกเป็น 1) ชิ้นส่วนยานยนต์ 2) ยางชิ้นส่วนทั่วไป 3) สายพาน และ 4) ยางใช้ในงานก่อสร้าง โดยผลิตภัณฑ์ยางที่ใช้ในงานวิศวกรรมหรือใช้ในงานอุตสาหกรรมที่สำคัญ ได้แก่ ท่อยาง ท่อดูด ท่อส่ง และข้อต่อ ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่สำคัญในงานก่อสร้างและงานส่งลำเลียงของเหลวผ่านท่อ และใช้เป็นข้อต่อประเภทอื่นๆ และยางรับแรงสั่นสะเทือน กันกระแทก กันซึม หรือเพื่อเป็นฉนวนไฟฟ้า ซึ่งเป็นชิ้นส่วนในการผลิตเครื่องใช้และอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องสุขภัณฑ์ในครัวเรือน สายไฟ จุกขวด รวมถึงเป็นชิ้นส่วนการผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์ยางทั่วไป

สินค้าผลิตภัณฑ์ยางในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์ยางทั่วไป ได้แก่ ถุงมือยาง ถุงยางอนามัย สายน้ำเกลือ สายยาง ลูกโป่ง โฟมยาง เบาะพองน้ำ หัวนมยาง ฯลฯ

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ

สินค้าผลิตภัณฑ์ยางในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ยางอื่นๆ ได้แก่ ยางรัดของ ยางลบ รองเท้าและพื้นรองเท้า ผลิตภัณฑ์กีฬา ของเล่น สื่อการเรียนการสอน ฯลฯ

เมื่อพิจารณาศักยภาพเฉพาะอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และผลิตภัณฑ์ยางทั่วไปของไทยในช่วงปี 2559 – 2561 ที่ผ่านมา พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ของเครื่องใช้ด้านสุขอนามัยหรือเภสัชกรรมที่ทำจากยาง มีจำนวนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นจาก 57 ราย ในปี 2559 เป็น 62 ราย ในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 8.8 และมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 41,200.96 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 47,205.25 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 14.6 แต่มีกำไรสุทธิลดลงจากปี 2559 ที่ 5,236.45 ล้านบาท ลดลงเป็น 1,969.77 ล้านบาทในปี 2561 หดตัวลงถึงร้อยละ 62.4 อันเนื่องมาจากดอกเบี้ย และค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารโดยเฉลี่ยที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการสินค้าสำคัญในอุตสาหกรรมนี้ที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจทางการแพทย์และสุขภาพที่ตอบสนองต่อแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ และผู้บริโภคสูงวัยที่มีแนวโน้มใช้บริการทางการแพทย์มากขึ้น ธุรกิจดังกล่าวมีแนวโน้มการเติบโตที่ดีขึ้นในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา หนึ่งในนั้นคือบริษัทผู้ผลิตถุงมือยางของไทย โดยบริษัท ศรีตรังแอมโกล อินดัสทรี จำกัด(มหาชน) ผู้ผลิตถุงมือยางรายใหญ่ที่สุดของประเทศไทย มีกำลังการผลิตในปี 2562 สูงถึง 27,000 ล้านชิ้นต่อปี และมียอดขายระหว่างปี 2560 – 2562 สูงขึ้นต่อเนื่องจาก 16,344 ล้านชิ้น เป็น 19,913 ล้านชิ้น จากความต้องการของถุงมือยางทั่วโลกในปี 2562 ที่อยู่ที่ 300,000 ล้านชิ้น¹² จึงนับได้ว่าประเทศไทยมีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมนี้ซึ่งตอบสนองต่อปัจจัยด้านสุขอนามัยในยุคปัจจุบัน

➤ เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์มีพัฒนาการเริ่มต้นมาจากการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าหลังจากที่มีการประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมการลงทุนในปี 2503 จากนั้นรัฐบาลจึงมีการปรับปรุงกฎหมายส่งเสริมการลงทุนและให้การสนับสนุนการผลิตเพื่อส่งออกมากขึ้น

¹² สมาคมผู้ผลิตถุงมือยางแห่งมาเลเซีย หรือ Malaysian Rubber Glove Manufacturers Association (MARGMA) คาดการณ์ความต้องการถุงมือยางทั่วโลกในปี 2562 เพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 300,000 ล้านชิ้น เติบโตเฉลี่ย 12% ต่อปี จากปี 2559

ทำให้มีบริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดการขยายตัวของอุตสาหกรรมและการส่งออก และยังก่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนต่างๆ ตามมา¹³

ปัจจุบันอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์นับเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเมื่อพิจารณาในด้านการจ้างงาน ในปี 2561 อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ยังมีการจ้างงานถึง 7.5 แสนตำแหน่ง ส่วนใหญ่อยู่ในกิจการขนาดใหญ่ ดังรายละเอียดในตารางที่ 5-6

ตารางที่ 5-5 จำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรม	กิจการขนาดเล็ก	กิจการขนาดกลาง	กิจการขนาดใหญ่	รวม
เครื่องใช้ไฟฟ้า	20,183	18,815	57,749	96,747
ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้า	45,705	51,382	88,972	186,059
อิเล็กทรอนิกส์	28,268	51,852	290,350	370,470
ผู้จำหน่าย	9,626	4,603	2,270	16,499
อุตสาหกรรมสนับสนุน	17,939	16,221	19,230	53,390
อื่นๆ	4,437	11,581	11,906	27,924
รวม	126,518	154,454	470,477	751,089

ที่มา: สถาบันไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ข้อมูล ณ เดือนกันยายน 2562

ในการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ คณะผู้วิจัยได้คำนึงถึงแนวโน้มสำคัญด้านเทคโนโลยีการผลิตแห่งอนาคต ที่เซนเซอร์ ระบบวงจรอัจฉริยะ ระบบอัตโนมัติต่างๆ หรือที่เรียกว่า ชิ้นส่วนและส่วนประกอบอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ เข้ามาต่อยอดอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เดิมเพื่อประกอบการพิจารณาห่วงโซ่อุปทานด้วย โดยสินค้าและชิ้นส่วนเหล่านี้ได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมประสิทธิภาพการผลิตและคุณภาพชีวิตของผู้ใช้งานอย่างทั่วถึง

โดย “อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ” ได้ถูกระบุให้เป็นหนึ่งในสิบอุตสาหกรรมเป้าหมายที่เป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคต ตามมติคณะรัฐมนตรี วันที่ 17 พฤศจิกายน 2558 และเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายพิเศษที่ทางสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกต้องการส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC)

¹³ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม, เอกสารเผยแพร่อุตสาหกรรมนำรู้ ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะเป็นการต่อยอดมาจากอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ที่มีการแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า และกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์

- เครื่องใช้ไฟฟ้า: การทำงานของเครื่องใช้ไฟฟ้าอยู่ในลักษณะของการผลิตกระแสไฟฟ้า หรือการเปลี่ยนแปลงพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานรูปอื่นเพื่อนำไปใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องปรับอากาศ พัดลม ตู้เย็น และเครื่องซักผ้า เป็นต้น
- อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์: การทำงานจะเป็นการควบคุมการเคลื่อนที่ของอิเล็กตรอน และการจัดการข้อมูลข่าวสารให้อยู่ในรูปแบบที่มนุษย์สามารถเข้าใจได้ เช่น คอมพิวเตอร์

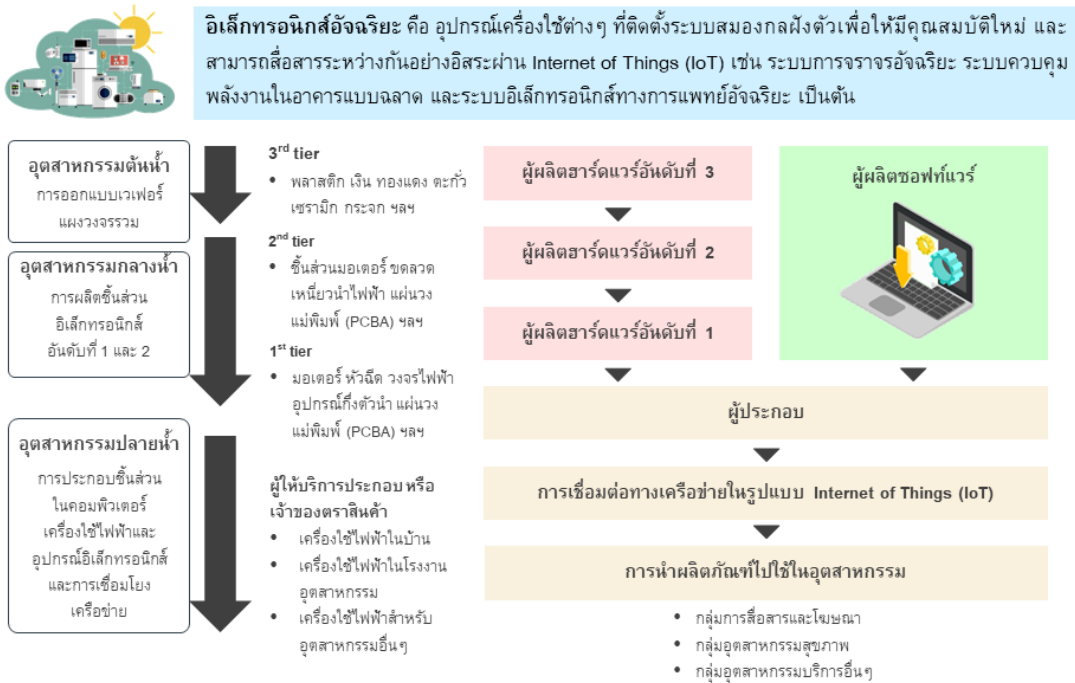
ซึ่งรายละเอียดของกิจกรรมการผลิตในแต่ละช่วงของห่วงโซ่อุตสาหกรรมเป็นดังนี้

อุตสาหกรรมต้นน้ำ

ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นอุตสาหกรรมที่มีจำนวนขั้นตอนเป็นจำนวนมาก โดยประกอบด้วยผู้รับช่วงการผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบต่างๆ หลายช่วง คือผู้ผลิตลำดับที่ 1 (1st Tier) ผู้ผลิตลำดับที่ 2 (2nd Tier) และผู้ผลิตลำดับที่ 3 (3rd Tier) โดยในแต่ละช่วงมีกระบวนการการผลิตที่ซับซ้อนแตกต่างกัน หลังจากที่มีการผลิตชิ้นส่วนหรือส่วนประกอบต่างๆ แล้วจะมีการนำมาประกอบเข้ากันโดยผู้ให้บริการประกอบ หรือเจ้าของตราสินค้า และออกมาเป็นผลิตภัณฑ์สุดท้าย (Final Products) ที่สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ได้แก่ ตู้เย็น โทรทัศน์ เครื่องซักผ้า และเครื่องปรับอากาศ เป็นต้น 2) กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในโรงงานอุตสาหกรรม ได้แก่ เครื่องจักรกลขนาดใหญ่ และ 3) กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าสำหรับใช้ในอุตสาหกรรมอื่น เช่น อุตสาหกรรมบริการด้านการแพทย์ (เครื่อง X-Ray เครื่องสแกนอวัยวะภายใน เครื่องอัลตราซาวด์ เป็นต้น) อุตสาหกรรมบริการด้านการเงิน และการธนาคาร (ตู้ ATM เครื่องนับธนบัตร และเครื่องรับเหรียญ เป็นต้น) และอุตสาหกรรมอาหาร และเครื่องดื่ม เป็นต้น

ภาพที่ 5-23 ห่วงโซ่อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ

ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ และเครื่องใช้ไฟฟ้า



อุตสาหกรรมต้นน้ำ ประกอบด้วยผู้ผลิตที่อยู่ในลำดับ (Tier) 3 ซึ่งเป็นผู้ที่มีการผลิตที่ซับซ้อนน้อยที่สุด โดยผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ลำดับที่ 3 คือผู้ผลิตขั้นเริ่มแรกในการผลิตชิ้นส่วนย่อยหรือส่วนประกอบเบื้องต้น เช่น พลาสติก แก้ว ทองแดง หรือแผ่นเวเฟอร์ เป็นต้น ส่วนประกอบหรือชิ้นส่วนย่อยเหล่านี้จะถูกนำไปใช้ในการผลิตที่ซับซ้อนมากขึ้นในขั้นต่อไปโดยผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ลำดับที่ 2

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมต้นน้ำยังรวมไปถึงการออกแบบวงจรรวม (IC design) ซึ่งการออกแบบวงจรรวมจะมีทั้งแบบดิจิทัล (Digital IC design) หรือแบบแอนะล็อก (Analog IC design) หรือรวมทั้งสองแบบในเวลาเดียวกัน (Mixed Signal IC design) โดยในขั้นตอนนี้จะมีการออกแบบวงจรรวมต่างๆ เพื่อให้เหมาะสมกับงานที่จะใช้งาน

อุตสาหกรรมกลางน้ำ

อุตสาหกรรมกลางน้ำ ประกอบด้วยผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ที่อยู่ในลำดับ 2 และ 1 ซึ่งเป็นผู้ที่มีกระบวนการผลิตที่ซับซ้อนมากขึ้น โดยผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ลำดับที่ 2 จะผลิตชิ้นส่วนย่อยหรือส่วนประกอบที่มีความเฉพาะเจาะจงมากขึ้น ซึ่งเป็นขั้นตอนการผลิตที่ต่อยอดจากชิ้นส่วน หรือ

ส่วนประกอบที่มาจากอุตสาหกรรมต้นน้ำ โดยผลิตภัณฑ์ที่ได้จากผู้ผลิตลำดับนี้ เช่น ชิ้นส่วนมอเตอร์ Suspension แผงวงจรแม่พิมพ์ (Printed Circuit Board: PCB) หรือขดลวดเหนี่ยวนำไฟฟ้า เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ผลิตฮาร์ดแวร์ลำดับ 1 นั้นจะผลิตผลิตภัณฑ์ที่นำฮาร์ดแวร์จากผู้ผลิตลำดับ 2 มาใช้ อาทิ มอเตอร์ หัวฉีด แผงวงจรแม่พิมพ์ (Printed Circuit Board Assembly: PCBA)

อุตสาหกรรมปลายน้ำ

เป็นการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์สำเร็จรูป (Final Product) โดยนำชิ้นส่วนต่างๆ มาประกอบกันให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น การผลิตเครื่องปรับอากาศ ตู้เย็น คอมพิวเตอร์ และอุปกรณ์สื่อสารต่างๆ เป็นต้น โดยอุปกรณ์หรือผลิตภัณฑ์เหล่านี้ได้นำชิ้นส่วนย่อยมาจากอุตสาหกรรมกลางน้ำ เพื่อใช้ในการผลิต

นอกจากนี้ ยังต้องมีการฝังซอฟต์แวร์เข้าไปในเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้อุปกรณ์เหล่านี้สามารถทำงานได้อย่างสอดคล้องกับฮาร์ดแวร์ที่ผลิตออกมาตั้งแต่แรกเริ่ม ผ่านการตรวจสอบเสถียรภาพการใช้งาน แล้วจึงจะกลายเป็นสินค้าสำเร็จรูป

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างกระบวนการผลิตสินค้าที่สำคัญในอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์บางส่วนมาแสดง ดังนี้

อุตสาหกรรมการผลิตแผงวงจรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

การผลิตแผงวงจรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ จะเริ่มต้นจากการออกแบบแผงวงจรรวม (Integrated Circuits Design) จากนั้นจึงจะเข้าสู่กระบวนการผลิตเวเฟอร์วงจรรวม แล้วนำแผงเวเฟอร์ดังกล่าวไปรวมเข้ากับส่วนประกอบอื่นๆ เช่น ลวด (อาจผลิตจากทองคำ อะลูมิเนียม หรือวัสดุอื่นๆ) ไดโอด ทรานซิสเตอร์ ตัวต้านทาน ตัวเก็บประจุ แผ่นชิป (Chip) เป็นต้น ซึ่งขั้นตอนนี้ จะมีความเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมสนับสนุนอื่นในการทำแม่พิมพ์แผงวงจร และการผลิตส่วนประกอบอื่นๆ อย่างมาก เช่น อุตสาหกรรมโลหะ และอุตสาหกรรมพลาสติก เป็นต้น

แผงวงจรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์นั้น นอกจากจะถูกนำมาใช้ในการผลิตเครื่องคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แล้ว ยังถูกนำไปใช้ในการผลิตในส่วนของแผงควบคุมแผงวงจรในอุปกรณ์ที่เป็นเครื่องใช้ไฟฟ้าอีกด้วย

อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ชิ้นส่วนเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์นอกเหนือจากแผงวงจรไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แผงฉนวนกันความชื้น ยางรองกันกระแทก ท่อน้ำยา สายพาน สายไฟ โครงเหล็ก ใบพัดพัดลมระบายอากาศ เป็นต้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นชิ้นส่วนที่ต้องอาศัยอุตสาหกรรมสนับสนุนจากหลายภาคส่วนอุตสาหกรรม เช่น อุตสาหกรรมเหล็กและเหล็กกล้า อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ อุตสาหกรรมพลาสติก และอุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง เป็นต้น

ในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสในเศรษฐกิจสูงวัย คือ ผลิตภัณฑ์ที่เข้ามาอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตของผู้สูงวัย หรือผู้ดูแลเป็นไปได้อย่างสะดวกและปลอดภัยกว่าเดิม เช่น อุปกรณ์สวมใส่เพื่อแจ้งเหตุฉุกเฉิน (Wearable Personal Emergency) และอุปกรณ์สำหรับบ้านอัจฉริยะประเภทต่าง ๆ (Smart Speaker/ Smart Assistant) ซึ่งล้วนแต่มีชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าที่สามารถพัฒนาความสามารถในการสื่อสารระหว่างกัน หรือ Internet of Thing ที่ประเทศไทยอาจมีศักยภาพในการผลิตหรือพัฒนาได้

จากผลการศึกษาของศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) พบว่า ในช่วงปี 2559 - 2561 ที่ผ่านมตลาดของสินค้าประเภท Smart wearable ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น มียอดขายในประเทศไทยที่สูงขึ้นเฉลี่ยถึงร้อยละ 23 ต่อปี โดยเฉพาะกลุ่มอุปกรณ์สวมใส่เพื่อสุขภาพ ซึ่งมีการพัฒนาในเรื่องของความแม่นยำ และประสิทธิภาพที่ตอบสนองผู้ใช้งานได้รวดเร็วยิ่งขึ้น รวมถึงผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เช่น เสื้อผ้าที่ใช้ใยพิเศษในการทอเพื่อวัตถุประสงค์ทางไฟฟ้าที่เกิดขึ้นในกล้ามเนื้อของผู้สวมใส่ หรือชุดชั้นในที่สามารถตรวจหามะเร็งเต้านม จากความหลากหลายอุปกรณ์เหล่านี้ จะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เฉพาะเจาะจงมากขึ้น โดยจากการคาดการณ์ของ IDC สถาบันวิจัยด้านการตลาดของสหรัฐฯ ระบุว่า ยอดขายอุปกรณ์ Smart wearable ทั่วโลกจะเติบโตจาก 123 ล้านชิ้นในปี 2561 เป็น 190 ล้านชิ้นในปี 2565 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมร้อยละ 11.6 ต่อปี

สอดคล้องกับอัตราการเติบโตของยอดจำหน่ายสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับระบบอัจฉริยะต่างๆ ที่มีการขยายตัวต่อเนื่องในช่วงปี 2559 – 2562 โดยข้อมูลสถิติของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม ได้ระบุว่า ยอดจำหน่ายสินค้า PCBA, PWB, IC และ Semiconductor มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ในปี 2559 ยอดจำหน่ายของ PCBA, PWB, IC และ Semiconductor อยู่ที่ 68.4 ล้านชิ้น 2,466,421 ตารางเมตร 72.5 ล้านชิ้น และ 411.2 ล้านชิ้นตามลำดับ ซึ่งเพิ่มขึ้นมาในปี 2562 โดยมียอดจำหน่ายจึงเพิ่มเป็น 76.7 ล้านชิ้น 2,635,184 ตาราง

เมตร 120.6 ล้านชิ้น และ 511.7 ล้านชิ้นตามลำดับ คิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมระหว่างปี 2559 – 2562 ของสินค้า PCBA, PWB, IC และ Semiconductor อยู่ที่ร้อยละ 3.86, 2.23, 18.47 และ 7.56 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนถึงแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มสินค้าอัจฉริยะประเภทดังกล่าวที่จะช่วยตอบโจทย์การปรับตัวสู่สังคมสูงวัยที่มีการขยายตัวในประเทศมากยิ่งขึ้น

➤ อาหารและเครื่องดื่ม

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ถือเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวมีความเกี่ยวเนื่องกับภาคเกษตรกรรม ซึ่งช่วยกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ของประเทศ และเป็นแหล่งสร้างเสริมรายได้ของครัวเรือนเกษตรกรและชุมชนในชนบทอย่างมาก ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมดังกล่าวก็เป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานของประเทศในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตทางการเกษตร อีกทั้ง ยังมีความสำคัญต่อการบริโภคภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) โดยในปี 2561 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของอุตสาหกรรมอาหารอยู่ที่ 914,639 ล้านบาท¹⁴ เติบโตขึ้นจากปี 2560 ร้อยละ 7.6 เพิ่มขึ้นจาก 850,000 ล้านบาท และในปีเดียวกัน มีสัดส่วน GDP อุตสาหกรรมอาหารต่อ GDP รวมของประเทศอยู่ที่ร้อยละ 5.7 มีจำนวนสถานประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารอยู่ประมาณ 111,616 ราย มีการจ้างงานในประเทศกว่า 1.7 ล้านคน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปของไทย พบว่า อุตสาหกรรมดังกล่าว สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน กล่าวคือ 1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) นั่นคือ การเกษตรกรรม การประมง และการปศุสัตว์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมแรกเริ่มของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป มีความเกี่ยวข้องข้องในฐานะที่เป็นแหล่งป้อนวัตถุดิบให้แก่ภาคการผลิต 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ (Midstream) ซึ่งเป็นการนำวัตถุดิบจากอุตสาหกรรมต้นน้ำมาแปรรูปในเบื้องต้น อาทิ แป้ง ซอสปรุงรส และน้ำตาล เป็นต้น และ 3) อุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ซึ่งนำผลผลิตจากอุตสาหกรรมต้นน้ำและกลางน้ำมาแปรรูปหรือผลิตโดยกระบวนการที่ซับซ้อนขึ้น เช่น การแช่แข็ง การหมักดอง และการแปรรูปเป็นอาหารกระป๋อง เป็นต้น

โดยโครงสร้างห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นดังนี้

¹⁴ ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร สถาบันอาหาร

ภาพที่ 5-24 ห่วงโซ่อุปทานการผลิตของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม



อุตสาหกรรมต้นน้ำ

เกษตรกรรม การประมง และการปศุสัตว์

การเกษตรกรรม การปศุสัตว์และการประมง เป็นกิจกรรมที่ผลิตวัตถุดิบป้อนเข้าสู่การแปรรูปในอุตสาหกรรมอาหารเบื้องต้น ทั้งนี้ โครงสร้างของอุตสาหกรรมอาหารแบ่งออกเป็น 12 สาขาย่อย¹⁵ ตามกลุ่มสินค้า อันได้แก่ 1) เนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์ 2) ผลิตภัณฑ์ประมง 3) ผักผลไม้สดและแปรรูป 4) ธัญพืชและผลิตภัณฑ์ 5) เครื่องเทศ เครื่องปรุงรส 6) นมและผลิตภัณฑ์ 7) น้ำตาลและขนมหวาน 8) เครื่องดื่ม 9) ชา กาแฟ โกโก้ 10) น้ำมันและไขมัน 11) อาหารสัตว์ และ 12) อาหารอื่นๆ

ในระดับต้นน้ำ สินค้าส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่ได้มาจากภาคการเกษตรและประมง และภาคปศุสัตว์โดยตรง ได้แก่ เนื้อสัตว์ (เช่น เนื้อสุกร โค กระบือ ไก่ เป็นต้น) สัตว์น้ำ (เช่น ปลา กุ้ง หอย ปู หมึก เป็นต้น) ผักและผลไม้สด ธัญพืช เครื่องเทศ (เช่น กระเทียม พริกไทย อบเชย

¹⁵ ตามการจัดแบ่งโดยกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

กานพลู ขิง ขมิ้น เป็นต้น) นม เมล็ดกาแฟ เมล็ดโกโก้ ชา เมล็ดพืชน้ำมัน (เช่น ปาล์ม ถั่วลิสง ถั่วเหลือง งา เมล็ดทานตะวัน เป็นต้น) รวมไปถึงไขมันจากพืชและสัตว์

อุตสาหกรรมกลางน้ำ

อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปเบื้องต้น

ในระดับกลางน้ำ ผู้ผลิตจะนำวัตถุดิบหรือสินค้าที่ได้จากอุตสาหกรรมต้นน้ำ มาแปรรูปเป็นสินค้าอาหารแปรรูปที่มีความซับซ้อนไม่มากนัก ได้แก่

- แป้ง (เช่น แป้งข้าวเจ้า แป้งข้าวเหนียว แป้งมันสำปะหลัง เป็นต้น) มอลต์ สตาร์ช อินนูลิน และกลูเทน ได้จากการแปรรูปธัญพืช และพืช เช่น ข้าว มันสำปะหลัง ข้าวโพด เป็นต้น
- ซอสปรุงรส (เช่น น้ำส้มสายชู น้ำปลา ซอสพริก ซอสมะเขือเทศ เต้าเจี้ยว ผงชูรส เป็นต้น) ได้จากการแปรรูปพืช ผัก และ / หรือผลไม้ รวมไปถึงเนื้อสัตว์ หรืออาหารทะเลบางชนิด
- น้ำตาลและกากน้ำตาล รวมถึงขนมหวานที่ทำจากน้ำตาล (เช่น ลูกอม เป็นต้น) ได้จากการแปรรูปอ้อย และพืชบางชนิดที่ให้น้ำตาล
- ผลิตภัณฑ์จากนม (เช่น เนย เนยแข็ง (ชีส) โยเกิร์ต เป็นต้น) ได้จากการแปรรูปนมสด
- ขนมหวานที่ทำจากผลิตภัณฑ์โกโก้ (เช่น ช็อกโกแลต โกโก้ผง) ได้จากการแปรรูปเมล็ดโกโก้
- ผลิตภัณฑ์จากชาและพืชสมุนไพร (เช่น ชาผง และชาสำเร็จรูป เป็นต้น) ได้จากการแปรรูปใบชาและพืชสมุนไพร

นอกจากนี้ อุตสาหกรรมอาหารในระดับกลางน้ำ ยังครอบคลุมถึงการแปรรูปกากที่เหลือจากการผลิตอาหารและการผลิตน้ำมันพืช (เช่น กากถั่วเหลือง กากน้ำตาล เป็นต้น) เช่นกัน ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้นั้นสามารถนำไปใช้เป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์ อุตสาหกรรมถ่าน และเชื้อเพลิง เป็นต้น

อุตสาหกรรมปลายน้ำ

อุตสาหกรรมปลายน้ำของการแปรรูปอาหาร เป็นอุตสาหกรรมที่นำเอาวัตถุดิบที่ได้จากอุตสาหกรรมอาหารทั้งต้นน้ำและกลางน้ำเข้าสู่กระบวนการแปรรูป ซึ่งอาจมีการผ่านกรรมวิธีต่างๆ ที่ซับซ้อนขึ้น เช่น แช่เย็น แช่แข็ง ไล่ความชื้น เป็นต้น หรือแม้แต่กรรมวิธีพื้นบ้าน เช่น การดอง การหมัก เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏออกมาภายหลังจากการแปรรูป อาจอยู่ในรูปของอาหารกระป๋อง อาหารแช่เย็น / แช่แข็ง อาหารแห้ง เป็นต้น ซึ่งจะเชื่อมโยงไปสู่ห่วงโซ่มูลค่าในภาคบรรจุภัณฑ์ และการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยี

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป ประกอบด้วยอุตสาหกรรมหลัก 5 กลุ่มอุตสาหกรรม ดังนี้

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป

อุตสาหกรรมอาหารทะเลแปรรูป เกิดจากการนำวัตถุดิบที่ได้จากการประมง และ/หรือการเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจำพวกกุ้ง ปลา สัตว์น้ำที่จับได้จากแหล่งน้ำธรรมชาติ หรือจากทะเลมาแปรรูปเป็นอาหารในรูปแบบต่างๆ ส่วนใหญ่จะนิยมแปรรูปอาหารทะเลดังกล่าวเป็นอาหารทะเลกระป๋อง เช่น ปลากระป๋อง เป็นต้น และสัตว์ทะเลที่นิยมนำมาแปรรูป ได้แก่ ปลาทูน่า ปลาซาร์ดีน หอยลาย และหอยแครง เป็นต้น

นอกจากการแปรรูปอาหารทะเลเป็นอาหารทะเลกระป๋องแล้ว ยังมีการแปรรูปเป็นอาหารในรูปแบบอื่นๆ เช่นกัน อาทิ อาหารทะเลแห้ง หรืออบแห้ง อาหารทะเลดอง (เช่น ปลาร้า ปลาสาม เป็นต้น)

อุตสาหกรรมเนื้อสัตว์แช่เย็น แช่แข็ง และแปรรูป

อุตสาหกรรมเนื้อสัตว์แช่เย็น แช่แข็งและแปรรูป เป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปที่ค่อนข้างโดดเด่นในประเทศไทย และเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศ ได้แก่ ไก่แช่เย็นและแช่แข็ง และไก่แปรรูป กุ้งแช่เย็นและแช่แข็ง และกุ้งแปรรูป เป็นต้น

ทั้งนี้ อุตสาหกรรมไก่แช่เย็น แช่แข็งและแปรรูปในประเทศไทยนั้น เป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างอุตสาหกรรมที่มีความครบวงจรเชื่อมโยงกันตั้งแต่ระดับต้นน้ำ (ปศุสัตว์ – ฟาร์มไก่) ไปจนถึงปลายน้ำ (โรงงานผลิตไก่แช่เย็น / แช่แข็ง) นอกจากนี้ ยังมีระบบห่วงโซ่มูลค่าที่แข็งแกร่ง เพราะมีการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีและวิชาการที่ทันสมัยตั้งแต่ระบบการเลี้ยงไปจนถึงโรงงาน

แปรรูป การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่หลากหลาย รวมไปถึงมีการพัฒนาทางสายพันธุ์ไก่ตลอดเวลา ส่งผลให้มูลค่าเพิ่มในอุตสาหกรรมค่อนข้างสูง โดยไก่สดแช่เย็นแช่แข็ง มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าการส่งออกไก่แปรรูปทั้งหมดของประเทศไทย ในขณะที่ เนื้อไก่แปรรูป มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 85¹⁶ ของมูลค่าส่งออกไก่แปรรูปทั้งหมดของประเทศไทย จึงอาจกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมไก่แช่เย็น แช่แข็งและแปรรูป มีความสำคัญอย่างมากในอุตสาหกรรมเนื้อสัตว์แช่เย็น แช่แข็งและแปรรูป

อุตสาหกรรมผัก ผลไม้กระป๋อง และแปรรูป

อุตสาหกรรมผัก ผลไม้กระป๋องและแปรรูป เป็นการแปรรูปผลผลิตทางเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ สินค้าในอุตสาหกรรมดังกล่าวประกอบด้วยสินค้าผักและผลไม้ต่างๆ ทั้งในรูปผลไม้สด แห้ง แช่อิ่ม และลักษณะการแปรรูปอื่นๆ โดยสินค้าที่สำคัญในกลุ่มนี้ ได้แก่ สับปะรดกระป๋อง น้ำสับปะรด ผักผลไม้กระป๋อง ผักผลไม้อบแห้งแช่อิ่ม น้ำผักและน้ำผลไม้ เป็นต้น

อุตสาหกรรมธัญพืชและแป้งแปรรูป

อุตสาหกรรมธัญพืชและแป้งแปรรูป เป็นอุตสาหกรรมที่ครอบคลุมการแปรรูปแป้ง ผักผลไม้ รวมไปถึงการแปรรูปกากหรือผลพลอยได้ทางการเกษตร (เช่น รำ และกากพืชต่างๆ) เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ อาทิ ผลิตภัณฑ์จากแป้ง เช่น ขนมปัง เส้นพาสต้า บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง อาหารแช่เย็น / แช่แข็ง และอาหารสัตว์ เช่น อาหารสัตว์อัดเม็ด เป็นต้น

อุตสาหกรรมน้ำตาลแปรรูป

อุตสาหกรรมน้ำตาลแปรรูป เป็นอุตสาหกรรมแปรรูปน้ำตาลที่ได้จากการแปรรูปอ้อยมาสู่ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของน้ำหวาน น้ำอัดลม และน้ำแร่ ซึ่งได้รับการปรุงแต่งรส กลิ่น สี รวมไปถึงขนมประเภทต่างๆ

¹⁶ สถานการณ์สินค้าเกษตรที่สำคัญและแนวโน้ม ปี 2558, สำนักวิจัยเศรษฐกิจการเกษตร, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร

สำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัย สินค้าหลายประเภทได้รับประโยชน์จากแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย เช่น พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น การใช้จ่ายใช้สอยสินค้าอุปโภคบริโภคด้วยตนเองผ่านหลายช่องทาง (Omni-channel) การใช้ชีวิตแบบสังคมเมืองมากขึ้น การใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และเทคโนโลยีในการผลิตอาหารที่ก้าวหน้า เป็นต้น โดยตัวอย่างประเภทสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่มีโอกาสมากขึ้นในเศรษฐกิจสูงวัย ได้แก่ อาหารพร้อมทาน (Ready-to-Eat) และอาหารเสริมเพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อาหารพร้อมทาน คือกลุ่มสินค้าที่มีการเติบโตสูงกว่าภาพรวมของตลาดอาหารและเครื่องดื่ม อันเนื่องจากหลายปัจจัย อาทิ การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ วิถีชีวิตและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่นิยมทานอาหารนอกบ้าน วิถีชีวิตแบบสังคมเมือง และการพัฒนานวัตกรรมด้านอาหารที่เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และคุณภาพของวัตถุดิบที่ใกล้เคียงกับการทานอาหารปรุงสดมากยิ่งขึ้น ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดการณ์ว่าสินค้าอาหารพร้อมทานในปี 2563 จะมีมูลค่าตลาดถึง 20,200 – 20,500 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3 - 5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ซึ่งเติบโตสูงกว่าตลาดอาหารและเครื่องดื่มโดยรวมที่เติบโตอยู่ที่ร้อยละ 2.4 – 4.4 และพิจารณาประกอบกับแนวโน้มด้านการเติบโตของผู้สูงวัยทั่วโลก สินค้าอาหารพร้อมทานสำหรับผู้สูงวัยที่มีภาวะโรคต่างๆ จะเข้ามาตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในส่วนนี้มากขึ้น เช่น สินค้าอาหารพร้อมทานพลังงานต่ำสำหรับผู้สูงวัยทั่วไปและผู้ป่วยเบาหวาน อาหารพร้อมทานโซเดียมต่ำสำหรับผู้สูงวัยและผู้ป่วยโรคหัวใจและความดัน อาหารพร้อมทานฟิวรีนต่ำสำหรับผู้สูงวัยและผู้ป่วยโรคข้อ และอาหารพร้อมทานแคลเซียมสูงสำหรับผู้สูงวัยและผู้ป่วยโรคกระดูก เป็นต้น

สำหรับตลาดอาหารเสริม ประชากรกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย ซึ่งระบุว่า กลุ่มสินค้าอาหารเสริมมีแนวโน้มเติบโตในเศรษฐกิจสูงวัยสูงมาก และเข้าถึงผู้บริโภคในวัยทำงานมากยิ่งขึ้น โดยผลการศึกษาในปี 2017 โดย ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ (SCB EIC) ได้วิเคราะห์ว่า ธุรกิจอาหารเสริมของไทยมีมูลค่าถึง 6.67 แสนล้านบาท แบ่งออกเป็น อาหารเสริมสุขภาพและรักษาโรค อาหารเสริมความงาม และอาหารเสริมสมรรถภาพของร่างกาย มีมูลค่าตลาดอยู่ที่ 518,000 ล้านบาท 142,000 ล้านบาท และ 66,700 ล้านบาทตามลำดับ ซึ่งจะเห็นว่าอาหารเสริมสุขภาพและรักษาโรคมีส่วนแบ่งตลาดสูงสุดถึงร้อยละ 78 และผู้บริโภคในวัยกลางคนขึ้นไป (อายุมากกว่า 30 ปี) ต้องการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพหลากหลายประเภทมากขึ้น และยังมีความสามารถใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับ

อาหารเสริมเพิ่มได้อีก 7 เท่า จากเดิมผลสำรวจระบุว่า ผู้บริโภคในวัยกลางคนกว่าร้อยละ 45 ใช้จ่ายไม่เกิน 1,000 บาทต่อเดือน และยังสามารถใช้จ่ายเพิ่มได้อีก หากมีสินค้าที่น่าสนใจ

แนวโน้มตลาดอาหารเสริมดังกล่าว สอดคล้องกับ การขยายตัวของจำนวนผู้ประกอบการในกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเสริม¹⁷ จากสถิติการประกอบธุรกิจของนิติบุคคลในกลุ่มสินค้าดังกล่าวพบว่า จำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในกลุ่มธุรกิจนี้อยู่ที่ 653 ราย ในปี 2559 เพิ่มขึ้นเป็น 715 รายในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 9.5 ในขณะที่ ระบายรายได้รวมของธุรกิจเพิ่มขึ้นจาก 31,478.7 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 43,773.7 ล้านบาท ในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 39.1

➤ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล

ภายใต้การศึกษานี้ คณะผู้วิจัยจะมุ่งเน้นไปที่การศึกษาเครื่องจักรกลในส่วนที่เกี่ยวข้องกับระบบอัตโนมัติ ซึ่งเป็นหนึ่งในส่วนประกอบสำคัญของสินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองต่อเศรษฐกิจสูงวัย และเกี่ยวข้องกับการบูรณาการผลิตภัณฑ์ต่างๆ เข้ากับการเชื่อมต่อเครือข่ายอินเทอร์เน็ตในรูปแบบ “Internet of Things” ระหว่างทุกหน่วยการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ครอบคลุมทั้งวัตถุดิบ เครื่องจักร เครื่องมืออุปกรณ์ ตลอดจนระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์

ระบบอัตโนมัติ หมายถึง อุปกรณ์ที่สามารถทำงานได้ด้วยตัวเองผ่านการควบคุมของระบบปฏิบัติการ การทำงานของอุปกรณ์จะมีเพียงรูปแบบเดียวตามชุดคำสั่งที่ติดตั้งไว้ ไม่มีการปรับตัวตามสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไป นอกเสียจากจะทำการติดตั้งระบบใหม่ตรงกันข้ามกับหุ่นยนต์ซึ่งมีความสามารถในการตอบสนองและปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย เพราะฉะนั้น นอกจากเครื่องจักรกลอัตโนมัติชนิดต่างๆ ระบบอัตโนมัติยังครอบคลุมไปถึงหุ่นยนต์อุตสาหกรรมที่มีลักษณะเป็นแขนกลด้วย¹⁸

ห่วงโซ่อุปทานการผลิตของอุตสาหกรรมระบบอัตโนมัติสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนหลักๆ ประกอบด้วย อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบ อุตสาหกรรมสมองกลและซอฟต์แวร์ และอุตสาหกรรมเชื่อมโยงระบบ โดยอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบจะผลิตวัสดุทางกายภาพที่ใช้ในการผลิตขั้นต่อไป ในขณะที่อุตสาหกรรมสมองกลและซอฟต์แวร์จะผลิต

¹⁷ อ้างอิงจาก รหัสการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล จากการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552 ในกลุ่มธุรกิจ 21001 การผลิตผลิตภัณฑ์จากพืชและสัตว์ที่ใช้รักษาโรค อาทิ การผลิตยาสมุนไพร อาหารเสริมจากพืชสมุนไพร อาหารเสริมจากสัตว์และผลพลอยได้จากสัตว์ เป็นต้น

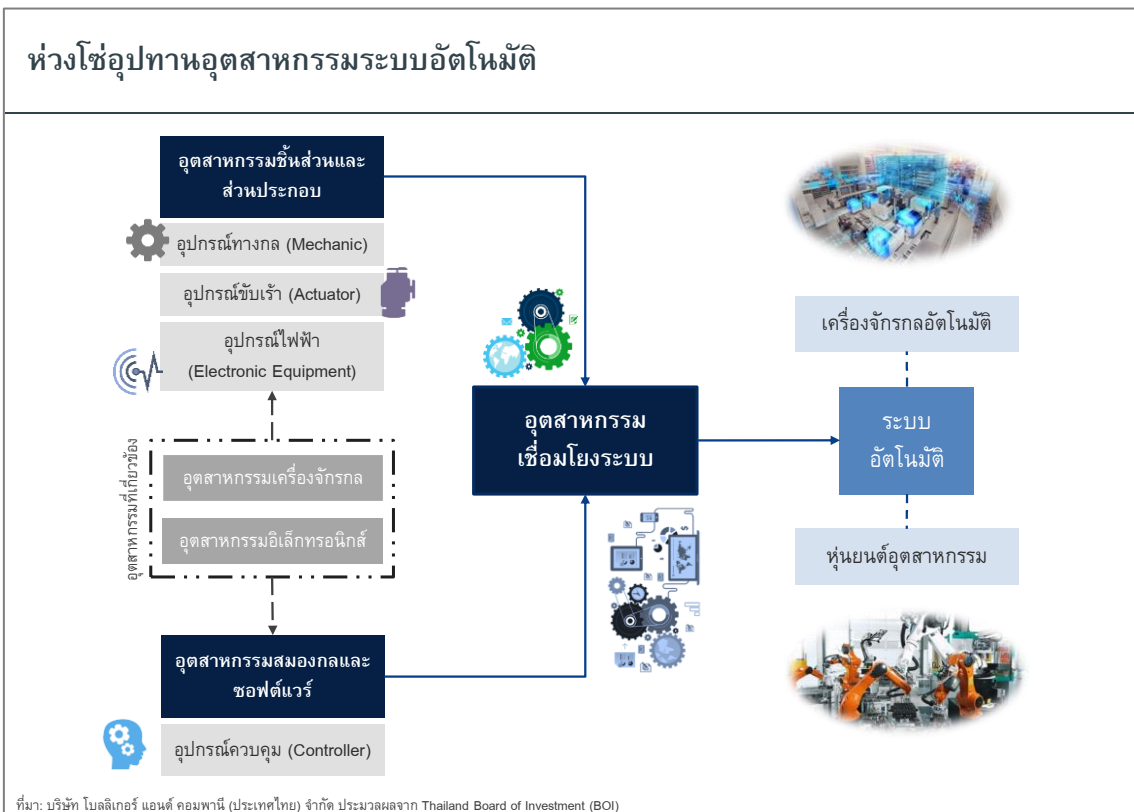
¹⁸ ให้คำจำกัดความโดย Siddhartha Srinivasa, Senior Research Scientist for Intel

ระบบปฏิบัติการภายใน เมื่อนำผลผลิตที่ได้จากทั้งสองอุตสาหกรรมมาประกอบร่วมกันใน อุตสาหกรรมเชื่อมโยงระบบก็จะได้ผลผลิตขั้นสุดท้ายนั่นคือ ระบบอัตโนมัติ โดยสามารถอธิบาย โครงสร้างได้ดังต่อไปนี้

- อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบ ได้แก่ อุตสาหกรรมอุปกรณ์ทางกล อุตสาหกรรมอุปกรณ์ขับเคลื่อน และอุตสาหกรรมอุปกรณ์ไฟฟ้า
- อุตสาหกรรมสมองกลและซอฟต์แวร์ ได้แก่ อุตสาหกรรมอุปกรณ์ควบคุม
- อุตสาหกรรมเชื่อมโยงระบบ

ห่วงโซ่อุปทานทั้งหมดของอุตสาหกรรมสามารถแสดงดังภาพ

ภาพที่ 5-25 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์อุตสาหกรรม



อุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบ

ประกอบด้วยอุตสาหกรรม 3 อุตสาหกรรมย่อย ดังต่อไปนี้

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ทางกล (Mechanic)

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ทางกลทำหน้าที่ผลิตชิ้นส่วนกลไกต่างๆ ของระบบอัตโนมัติ ชิ้นส่วนเหล่านี้มีทั้งที่อยู่ภายนอกหรือส่วนที่เป็นโครงสร้าง และอยู่ภายในหรือส่วนที่เป็นกลไก การทำงานของอุปกรณ์ ทำหน้าที่ทั้งส่งกำลัง เชื่อมต่อระบบภายใน ตลอดจนควบคุมการเคลื่อนไหว ของชิ้นส่วนอื่นๆ ภายใน อุปกรณ์ทางกลจึงจัดเป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างระบบอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม ในประเทศไทยนั้นยังไม่มีอุตสาหกรรมอุปกรณ์ทางกลที่ผลิตชิ้นส่วนให้อุตสาหกรรม ระบบอัตโนมัติโดยเฉพาะ แต่อาจมีอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องด้วยกันสองอุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องจักรกล และอุตสาหกรรมพลาสติก

อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลจัดเป็นอุตสาหกรรมที่มีโครงสร้างขนาดใหญ่ รวมถึงมี อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องมากมาย กลุ่มผู้สนับสนุนที่สำคัญในอุตสาหกรรม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิต ชิ้นส่วนทางกลและกลุ่มผู้ผลิตชิ้นส่วนทางไฟฟ้า ชิ้นส่วนทางกลบางประเภทมีความคล้ายคลึงกับ อุปกรณ์ทางกลและสามารถนำมาใช้แทนกันได้ ตัวอย่างชิ้นส่วนที่สามารถผลิตได้ ได้แก่ เพลา เฟือง โซ และสปริง เป็นต้น ซึ่งในการผลิตชิ้นส่วนเหล่านี้มีวัตถุดิบสำคัญคือโลหะ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เหล็ก ซึ่งเป็นผลผลิตจากอุตสาหกรรมเหล็กกล้าอีกทอดหนึ่ง

สำหรับอุตสาหกรรมพลาสติกเองก็สามารถผลิตชิ้นส่วนที่นำมาใช้เป็นอุตสาหกรรมทาง กลได้เช่นกัน ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้นั้นมักไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่สามารถนำไปใช้ได้ ทันที แต่เป็นผลิตภัณฑ์ขั้นกลาง เช่น เม็ดพลาสติก ที่จำเป็นต้องนำไปขึ้นรูปให้เหมาะกับการนำมา สร้างระบบอัตโนมัติต่อไป

ในอุตสาหกรรมอุปกรณ์ทางกลมีผลิตภัณฑ์หลายประเภท ซึ่งอาจแบ่งตามลักษณะการใช้ งานได้ดังต่อไปนี้

- **โครงสร้าง** เป็นส่วนประกอบสำคัญที่มีหน้าที่ยึดจับชิ้นส่วนอื่นๆ ภายใน ตลอดจนปกคลุมผิวภายนอกเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดแก่อุปกรณ์ โครงสร้างแต่ละส่วน

จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์การใช้งานในส่วนนั้นๆ แต่โดยทั่วไปนิยมใช้วัสดุประเภทเหล็ก อะลูมิเนียม และพลาสติกในการผลิต

- **อุปกรณ์สำหรับส่งถ่ายกำลัง** ทำหน้าที่รับการถ่ายกำลังภายใน ทั้งจากอุปกรณ์ขับเคลื่อน (Actuator) และระหว่างชิ้นส่วนย่อยด้วยตัวเอง เพื่อให้ชิ้นส่วนของอุปกรณ์หรือหุ่นยนต์อุตสาหกรรมสามารถเคลื่อนไหวได้ ตัวอย่างชิ้นส่วนประเภทนี้ เช่น เพลา เฟือง สกรูส่งกำลัง สายพาน โซ่ เป็นต้น
- **อุปกรณ์สำหรับเชื่อมต่อชิ้นส่วน** ใช้เชื่อมต่อชิ้นส่วนที่มีการเคลื่อนไหวสัมพันธ์กัน หรือเชื่อมต่อเพื่อสร้างกลไกการเคลื่อนไหว ชิ้นส่วนที่นิยมนำมาใช้ ได้แก่ ข้อต่อและก้านต่อโยง
- **อุปกรณ์สำหรับส่งถ่ายแรงบิด** ทำหน้าที่เชื่อมโยงแกนหมุนใดๆ และส่งต่อแรงบิดจากแกนนั้นๆ เพื่อเร่งให้เครื่องยนต์ทำงานรวดเร็วมากขึ้น ส่วนใหญ่มักใช้เชื่อมต่อระหว่างเพลา 2 เพลา เช่น ข้อต่อสวมเพลา คลัตช์ เป็นต้น
- **อุปกรณ์สำหรับควบคุมการเคลื่อนที่** ใช้สำหรับปรับเพิ่มลดระดับการเคลื่อนที่ โดยอาจทำให้เคลื่อนที่เร็วขึ้น ช้าลง หรือหยุดการเคลื่อนไหวของชิ้นส่วนก็ได้ อุปกรณ์สำคัญในส่วนนี้ ได้แก่ เบรก
- **อุปกรณ์อื่นๆ** สำหรับการใช้งานเฉพาะทาง เช่น 1) ตลับลูกปืนและปลอกสวมใช้รองรับจุดหมุนหรือจุดต่างๆ ที่เคลื่อนที่ของอุปกรณ์ รวมถึงลดแรงเสียดทานจากการเคลื่อนไหวอุปกรณ์ 2) สปริง เป็นอุปกรณ์อ่อนแอกประสงค์ ใช้งานได้หลายรูปแบบ ทั้งการส่งแรง รองรับแรงกระแทก หรือทำให้ชิ้นส่วนอื่นๆ กลับสู่สภาพเดิม เป็นต้น

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ขับเคลื่อน (Actuator)

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ขับเคลื่อนมีหน้าที่ผลิตอุปกรณ์ที่ซึ่งเปลี่ยนแปลงพลังงานไฟฟ้าที่ป้อนเข้าสู่ระบบอัตโนมัติให้เป็นการเคลื่อนที่ แรง อุปกรณ์ขับเคลื่อนของระบบอัตโนมัติมีความคล้ายคลึงกับอุปกรณ์ขับเคลื่อนในเครื่องจักรกล จึงอาจกล่าวได้ว่าผู้ผลิตชิ้นส่วนจักรกลในอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลมีศักยภาพในการผลิตอุปกรณ์ขับเคลื่อนในระบบอัตโนมัติได้เช่นเดียวกัน

อุปกรณ์ขับเคลื่อนจัดว่าเป็นชิ้นส่วนสำคัญที่ทำให้ระบบอัตโนมัติสามารถทำงานได้ในอุปกรณ์ต่างประเภทกันอาจมีอุปกรณ์ขับเคลื่อนต่างชนิด ขึ้นอยู่กับลักษณะของอุปกรณ์และจุดประสงค์การใช้งาน ซึ่งอาจแบ่งได้ดังนี้

- **มอเตอร์ไฟฟ้า (Electronic Motor)** เป็นอุปกรณ์สำหรับเปลี่ยนพลังงานไฟฟ้าเป็นพลังงานกล สนับสนุนกลไกการเคลื่อนไหวของอุปกรณ์
- **มอเตอร์แบบลำดับขั้น (Stepper Motor)** เป็นมอเตอร์ประเภทหนึ่งที่เหมาะสมสำหรับใช้ในงานควบคุมการหมุนที่ต้องการตำแหน่งและทิศทางแน่นอน การทำงานของมอเตอร์จะหมุนไปแบบต่อเนื่องหรือหมุนแบบเป็นสเต็ป (Step)
- **เซอร์โวมอเตอร์ (Servo Motor)** เป็นมอเตอร์พิเศษที่สามารถควบคุมให้ทำงานเฉพาะตำแหน่งใดตำแหน่งหนึ่งได้ ใช้ในงานที่ต้องการความแม่นยำของตำแหน่งสูง
- **ระบบนิวแมติก (Pneumatic)** เป็นระบบที่ใช้แรงดันของอากาศเป็นตัวขับเคลื่อนอุปกรณ์ต่างๆ ให้เป็นพลังงานกล
- **ระบบไฮดรอลิก (Hydraulic)** เป็นระบบที่ใช้แรงดันของเหลวในการขับเคลื่อนอุปกรณ์ต่างๆ ให้เป็นพลังงานกล

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ไฟฟ้า (Electronic Equipment)

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ไฟฟ้ามุ่งเน้นการผลิตอุปกรณ์ไฟฟ้าหรืออุปกรณ์ที่ใช้สัญญาณทางระบบไฟฟ้า ผลิตภัณฑ์ในส่วนนี้มีความคล้ายคลึงกับชิ้นส่วนทางไฟฟ้าที่อุตสาหกรรมเครื่องจักรกลผลิต ซึ่งในประเทศไทยสามารถผลิตชิ้นส่วนทางไฟฟ้าได้ทั้งสิ้น 5 ประเภท คือ 1) ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ 2) ชิ้นส่วนไฟฟ้ากำลัง 3) เซ็นเซอร์ 4) สายไฟกำลัง และ 5) สายสัญญาณ อย่างไรก็ตาม เซ็นเซอร์หรืออุปกรณ์ตรวจวัดที่เป็นชิ้นส่วนสำคัญสำหรับระบบอัตโนมัติมีความเฉพาะทาง โรงงานของไทยยังไม่สามารถผลิตได้ จำเป็นต้องนำเข้าจากต่างประเทศ

ตัวอย่างอุปกรณ์ไฟฟ้าที่เป็นส่วนประกอบสำคัญในการสร้างระบบอัตโนมัติ ได้แก่

- **อุปกรณ์ตรวจวัด (Sensor)** ใช้ตรวจวัดปริมาณของตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการรับค่าปริมาณทางฟิสิกส์ ไม่ว่าจะเป็นแสง สี อุณหภูมิ เสียง จากนั้นจึงเปลี่ยนปริมาณเหล่านั้นให้กลายเป็นสัญญาณไฟฟ้าเพื่อส่งต่อไปให้ระบบประมวลผลต่อไป
- **เอนโคเดอร์ (Encoder)** จัดเป็นอุปกรณ์ตรวจวัดรูปแบบหนึ่ง ใช้สำหรับการวัดมุมเพลลาของมอเตอร์
- **อุปกรณ์แสดงผล (Output Device)** เป็นอุปกรณ์ที่ใช้แสดงค่าสถานะของระบบอัตโนมัติให้มนุษย์ได้ทราบ
- **ชุดขับมอเตอร์ (Motor Driver)** ช่วยทำให้มอเตอร์หมุน ควบคุมตำแหน่งและความเร็วของมอเตอร์

อุตสาหกรรมสมองกลและซอฟต์แวร์

อุตสาหกรรมสมองกลและซอฟต์แวร์เป็นอุตสาหกรรมขั้นต้นที่ทำหน้าที่ผลิตวัตถุดิบป้อนเข้าสู่อุตสาหกรรมในขั้นถัดไปเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบ เพียงแต่วัตถุดิบที่ผลิตในอุตสาหกรรมนี้จะเป็นระบบปฏิบัติการภายในหรือส่วนควบคุม โดยอาจเรียกอุตสาหกรรมในส่วนนี้ได้ว่าอุตสาหกรรมอุปกรณ์ส่วนควบคุม

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ส่วนควบคุม

อุตสาหกรรมอุปกรณ์ส่วนควบคุมทำหน้าที่ผลิตสมองกลที่ใช้สำหรับควบคุมการทำงานของระบบอัตโนมัติ อุตสาหกรรมนี้ยังไม่เกิดขึ้นชัดเจนในประเทศไทย แต่มีกลุ่มผู้ผลิตที่มีความสามารถในการสร้างคือผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์จากอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ ได้แก่

- สมองกลที่ประดิษฐ์จากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- เครื่องควบคุมขนาดเล็ก
- คอมพิวเตอร์ชนิดแผงวงจรสำเร็จรูป
- เครื่องควบคุมเชิงตรรกะที่สามารถสร้างโปรแกรมได้
- คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล

อุตสาหกรรมเชื่อมโยงระบบ

อุตสาหกรรมเชื่อมโยงระบบคืออุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่วางโปรแกรมและประกอบเครื่องมือทั้งหมดเพื่อให้ระบบอัตโนมัติหรือหุ่นยนต์สามารถทำหน้าที่ตามคำสั่งที่กำหนดไว้ได้ บริษัทในอุตสาหกรรมจะวิเคราะห์ระบบควบคุมที่ผู้ซื้อต้องการ จัดการหน่วยควบคุมอัตโนมัติและติดตั้งระบบเหล่านั้นลงในผลิตภัณฑ์ของผู้ซื้อ

ภาพที่ 5-26 กระบวนการเชื่อมโยงระบบอัตโนมัติ



ขั้นตอนในการเชื่อมโยงระบบนั้นเริ่มต้นตั้งแต่การคัดเลือกวัสดุดิบจากอุตสาหกรรมชิ้นส่วนและส่วนประกอบ และอุตสาหกรรมสมองกลและซอฟต์แวร์ จากนั้นจึงนำชิ้นส่วนทางกายภาพมาประกอบเข้าด้วยกันผ่านกระบวนการต่างๆ เช่น การเชื่อม การกลึง เป็นต้น แล้วจึงเริ่มกระบวนการเชื่อมโยงระบบตามองค์ประกอบดังที่แสดงในภาพข้างต้น ซึ่งมีขั้นตอนหลัก 4 ขั้นตอน ได้แก่

- ขั้นตอนการเลือกแหล่งพลังงาน
- ขั้นตอนการติดตั้งอุปกรณ์ขับเคลื่อน
- ขั้นตอนการติดตั้งระบบควบคุม
- ขั้นตอนการติดตั้งระบบส่งการ
- ขั้นตอนการติดตั้งระบบประสาทสัมผัส

เมื่อผ่านกระบวนการของอุตสาหกรรมเชื่อมโยงระบบแล้ว ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายก็จะถูกส่งต่อไปให้ภาคส่วนต่างๆ นำไปใช้ต่อไป โดยระบบอัตโนมัติสามารถแบ่งได้ ดังนี้

- **เครื่องจักรกลอัตโนมัติ** คือ เครื่องจักรที่สามารถทำงานได้ด้วยตัวเองโดยทำงานตามโปรแกรมที่วางไว้ เช่น ระบบควบคุมอุณหภูมิอัตโนมัติ ระบบรดน้ำอัตโนมัติ ระบบตอบรับโทรศัพท์อัตโนมัติ เป็นต้น โดยทั่วไปมักถูกนำไปใช้ในโรงงานที่มีการผลิตสินค้าจำนวนมากในรูปแบบซ้ำๆ กัน
- **หุ่นยนต์อุตสาหกรรม** คือ หุ่นยนต์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรม โดยทั่วไปอยู่ภายใต้ระบบปฏิบัติการแบบอัตโนมัติ ประโยชน์ของหุ่นยนต์ประเภทนี้คือสามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วและมีความแม่นยำสูงมากกว่าแรงงานมนุษย์ อุตสาหกรรมส่วนใหญ่ที่นิยมนำไปใช้ ได้แก่ อุตสาหกรรมหนัก อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้า อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น
- **หุ่นยนต์บริการ** คือ หุ่นยนต์ที่ใช้เพื่อทำให้ชีวิตประจำวันง่ายขึ้นและทำให้บริการสำเร็จ ด้วยการทำงานแบบกึ่งอัตโนมัติหรือแบบเต็มระบบ ที่ใส่ใจเพื่อสวัสดิภาพของมนุษย์ ซึ่งสามารถแบ่งประเภทออกเป็น 3 ประเภทสำคัญ คือ หุ่นยนต์บริการระดับมืออาชีพ ส่วนใหญ่ใช้ทางการแพทย์ โลจิสติกส์และภาคบริการ หุ่นยนต์บริการส่วนบุคคล และหุ่นยนต์ผู้ช่วยประจำบ้าน โดยหุ่นยนต์บริการจะเป็นหนึ่งในโอกาสทางธุรกิจภายใต้การปรับตัวสู่ธุรกิจสูงวัยในปัจจุบันและอนาคต

สำหรับสินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมนี้ที่เข้ามามีบทบาทในการตอบสนองต่อการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัย คือกลุ่มระบบอัตโนมัติ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่สำคัญคือหุ่นยนต์ ทั้งหุ่นยนต์อุตสาหกรรมและหุ่นยนต์บริการ

โดย International Federation of Robotics (IFR) คาดว่าการทำงานของหุ่นยนต์ของโลกในปี 2561 มีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นอีกกว่า 2 เท่าตัว โดยช่วงปี 2559 - 2561 ปีที่ผ่านมา หุ่นยนต์บริการ (Service Robots) มียอดขายเฉลี่ยต่อปีประมาณ 5 ล้านตัว ส่วนหุ่นยนต์อุตสาหกรรม (Industrial Robot) มียอดขายเฉลี่ยเพียง 200,000 ตัว เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มหันมาสนใจ และใช้งานหุ่นยนต์บริการแทนการทำงานบางอย่าง เพื่อความสะดวกสบายที่เพิ่มขึ้น การดูแลผู้ป่วย/ผู้สูงอายุ ไม่ต้องทำงานที่ใช้แรงงาน หรืองานที่มีความเสี่ยงมากเกินไป

ในกรณีของประเทศไทย รายงานของ IFR ยังระบุว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในตลาดใหญ่ 15 อันดับแรกของโลกและมีอัตราการเติบโตที่โดดเด่น โดยในปี 2560 ยอดขายหุ่นยนต์รวมอยู่ที่ 3,400 ตัว ขยายตัวร้อยละ 28 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา และคาดว่าเพิ่มสูงขึ้นเป็น 5,000 ตัว ในปี

2563 นอกจากนี้ จากงานศึกษาของศูนย์วิจัยธนาคารไทยพาณิชย์ในปี 2559 ได้ระบุว่า ประเทศไทยมีโอกาสและศักยภาพในการเป็นผู้ผลิตหุ่นยนต์ภาคบริการ เนื่องจากตลาดหุ่นยนต์อุตสาหกรรมมีประเทศจีนที่วางยุทธศาสตร์ในการเป็นผู้นำในตลาดหุ่นยนต์อุตสาหกรรม และจะมีบทบาทมากขึ้นในอนาคต ประกอบกับส่วนแบ่งตลาดของการขายหุ่นยนต์อุตสาหกรรมของไทยค่อนข้างต่ำโดยเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชีย ทำให้โอกาสในด้านของการพัฒนาหุ่นยนต์บริการเป็นไปได้มากกว่า ผ่านการเจาะตลาดเฉพาะ ดังเห็นได้จากกรณีศึกษาของไทยที่ประสบความสำเร็จของหุ่นยนต์ดินสอ ที่เลือกเจาะตลาดผู้สูงวัยอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการในไทยที่ดำเนินกิจการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาหุ่นยนต์ และเครื่องจักรกลสำหรับงานต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย มีการจดทะเบียนประเภทนิติบุคคลที่ค่อนข้างหลากหลาย ทำให้การรวบรวมข้อมูลที่แม่นยำเป็นไปได้ยาก แต่จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ประเภทธุรกิจที่มีนิยามสอดคล้องกับการประกอบธุรกิจด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ และมีบริษัท ดำเนินระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์จดทะเบียนมากคือ ธุรกิจ 28299 การผลิตเครื่องจักรเพื่อใช้งานเฉพาะอย่างอื่น ๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่น และธุรกิจ 46593 การขายส่งเครื่องจักรและอุปกรณ์เพื่อใช้ในงานอุตสาหกรรม โดยทั้งสองธุรกิจมีจำนวนผู้ประกอบการในปี 2561 อยู่ที่ 1,181 และ 5,233 ราย ตามลำดับ และมีรายได้รวมในปี 2561 อยู่ที่ 47,846.6 ล้านบาท และ 1,023,804.1 ล้านบาท ตามลำดับ ซึ่งรายได้รวมในปี 2561 ขยายตัวขึ้นจากปี 2559 ถึงร้อยละ 9.9 และ 666.3 ตามลำดับ ซึ่งพอจะสะท้อนถึงศักยภาพและความเพียงพอของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าวได้อย่างดี

➤ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์

อุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์จัดเป็นองค์ประกอบสำคัญสำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรม การแพทย์ครบวงจรที่ถูกบรรจุอยู่ในแผนนโยบายส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน จุดมุ่งหมายของแผนงานดังกล่าวดำเนินไปเพื่อยกระดับการผลิตของผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานตามสากล และสร้างความเชื่อมโยงในระบบเพื่อให้ไปในทิศทางเดียวกันกับแนวนโยบายการสร้างศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ในประเทศ

ตลาดของอุตสาหกรรมเครื่องมือการแพทย์ในต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ทวีปยุโรป เป็นต้น จัดเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่มีการลงทะเบียนอุปกรณ์และเครื่องมือมากกว่า 500,000 ชนิด โดยทั่วไปแล้วสามารถแบ่งหมวดหมู่อุตสาหกรรมการแพทย์ได้ทั้งสิ้น 16 หมวดหมู่ ตามระบบการแบ่ง Global Medical Devices Nomenclature (GMDN)

ระบบดังกล่าวได้รับการพัฒนาโดยองค์กรด้านมาตรฐานของยุโรป (CEN) ภายใต้การสนับสนุนโครงการโดยสหภาพยุโรป (European Commission) และการยอมรับโดยองค์การระหว่างประเทศว่าด้วยการมาตรฐาน (International Standard Organization: ISO) แหล่งข้อมูลที่น่ามาใช้ในการกำหนด GMDN นั้นมาจากระบบการกำหนดชื่อเครื่องมือแพทย์ต่างๆ ที่มีการใช้อยู่ในปัจจุบัน รวม 6 ระบบด้วยกัน¹⁹ โดยสามารถจัดหมวดหมู่ได้ดังที่แสดงในตาราง 5-7

ตารางที่ 5-6 การจำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ตาม GMDN

ลำดับ	นิยาม	คำอธิบาย
1	Active implantable devices	อุปกรณ์ฝังในร่างกายที่ใช้กำลังไฟฟ้าในการขับเคลื่อน
2	Anesthetic and respiratory devices	เครื่องมืออุปกรณ์ทางวิสัญญีและการหายใจ
3	Dental devices	เครื่องมืออุปกรณ์ทางทันตกรรม
4	Electromechanical medical devices	เครื่องมืออุปกรณ์ไฟฟ้าทางการแพทย์ (ต้องใช้กำลังไฟฟ้าในการทำงาน)
5	Hospital hardware	เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ในโรงพยาบาล
6	In vitro diagnostic devices (IVD)	เครื่องมืออุปกรณ์การวินิจฉัยภายนอกร่างกาย
7	Non-active implantable devices	อุปกรณ์ฝังที่ไม่ต้องใช้กำลังในการขับเคลื่อน
8	Ophthalmic and optical devices	เครื่องมืออุปกรณ์ทางจักษุวิทยา
9	Reusable devices	เครื่องมืออุปกรณ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ อุปกรณ์การผ่าตัด
10	Single-use devices	เครื่องมืออุปกรณ์ที่ใช้ครั้งเดียว (ใช้แล้วทิ้ง)
11	Assistive products for persons with disability	เครื่องมืออุปกรณ์เฉพาะบุคคลสำหรับคนพิการ
12	Diagnostic and therapeutic radiation devices	เครื่องมืออุปกรณ์วินิจฉัยหรือรักษาด้วยรังสี
13	Complementary therapy devices	เครื่องมืออุปกรณ์ทดแทนหรืออุปกรณ์เสริมเพื่อการรักษา
14	Biologically derived devices	เครื่องมือตรวจวัดชีวภาพ
15	Healthcare facility products and adaptations	ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพอื่นๆ

¹⁹ ประกอบด้วย

1. Classification Names for Medical Devices (CNMD)
2. European Diagnostic Manufacturers Association in vitro diagnostic product classification (EDMA)
3. Technical Aids for Disabled Persons Classification (ISO 9999)
4. Japanese Medical Device Nomenclature (JFMDA)
5. Norsk Klassifisering Koding & Nomenklatur (NKKN)
6. Universal Medical Device Nomenclature System (UMDNS)

ลำดับ	นิยาม	คำอธิบาย
16	Laboratory equipment	อุปกรณ์วิทยาศาสตร์ในห้องปฏิบัติการ

ที่มา: บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ประมวลผลจาก โครงการพัฒนาศูนย์วิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกสำหรับ
อุตสาหกรรมวัสดุอุปกรณ์ทางการแพทย์

อุตสาหกรรมเครื่องมือการแพทย์ ประกอบด้วย (1) อุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนและ
ส่วนประกอบ และ (2) อุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และสุขภาพ การผลิตเครื่องมือแพทย์นั้น
จำเป็นต้องใช้วัตถุดิบตั้งต้นจากอุตสาหกรรมหลายประเภท เช่น อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์
ยาง อุตสาหกรรมโลหะ อุตสาหกรรมแก้วและกระจก อุตสาหกรรมสิ่งทอ อุตสาหกรรมเซรามิก
และอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์ เป็นต้น

อุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบ

อุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบเป็นอุตสาหกรรมที่ทำหน้าที่แปลงวัตถุดิบตั้ง
ต้นจากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องให้กลายเป็นชิ้นส่วนและส่วนประกอบของเครื่องมือแพทย์ต่อไป
โดยอาจแบ่งประเภทของชิ้นส่วนและส่วนประกอบเครื่องมือแพทย์ได้ออกเป็น 2 ส่วนใหญ่ๆ ได้แก่

- ชิ้นส่วนที่ผลิตจากวัสดุประเภทโลหะเป็นส่วนใหญ่ มีอุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่
อุตสาหกรรมโลหะ
- ส่วนประกอบที่ไม่ใช่โลหะ เช่น
 - 1) พอลิเมอร์ เช่น ชิ้นส่วนพลาสติกจากอุตสาหกรรมพลาสติก ยางจากอุตสาหกรรม
ยางและผลิตภัณฑ์ยาง
 - 2) เซรามิก จากอุตสาหกรรมเซรามิก
 - 3) คอมโพสิต เช่น ไฮโดรเจน ไคทิน ไคโตซาน พอลิเมทิลเมทาคริเลต ไฮดรอก-
ซีแอปาไทต์ จากอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์
 - 4) แผงวงจร จากอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์
 - 5) ระบบปฏิบัติการ จากอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์

อุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และสุขภาพ

อุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และสุขภาพจะผลิตสินค้าขั้นสุดท้ายจากชิ้นส่วนที่
ได้รับจากอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบ โดยมีขั้นตอนหลักๆ ในการผลิต 3 ขั้นตอน
ดังต่อไปนี้

➤ การประกอบรวม

เนื่องจากผู้ผลิตในอุตสาหกรรมผู้ผลิตชิ้นส่วนและส่วนประกอบมีหลากหลายและผลิตสินค้าที่แตกต่างกันไป รวมถึงเครื่องมือแพทย์แต่ละชนิดยังใช้ส่วนประกอบที่แตกต่างกัน บทบาทหน้าที่หลักของผู้ผลิตในส่วนนี้คือการจับคู่ระหว่างผู้ผลิตชิ้นส่วนกับผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายแล้วพิจารณาว่าชิ้นส่วนจากผู้ผลิตบริษัทใดต้องนำมาใช้ผลิตเครื่องมือแพทย์ชนิดนั้นๆ กระบวนการประกอบรวมมีหลายแบบแตกต่างกันไปตามประเภทของเครื่องมือแพทย์ ไม่ว่าจะเป็นการเชื่อมหรือบัดกรี การหลอม การฉีก ตลอดจนการวางระบบปฏิบัติการ นอกจากนี้ผู้ที่ทำหน้าที่ประกอบรวมสามารถทำการเปลี่ยนแปลงหรือแก้ไขเค้าโครงบางอย่างของเครื่องมือแพทย์เพื่อให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคได้

➤ การทำให้ปลอดภัย

กระบวนการฆ่าเชื้อถือเป็นหัวใจหลักในอุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และสุขภาพ เนื่องจากเครื่องมือเหล่านี้จำเป็นต้องนำไปใช้กับผู้ป่วยหรือคนไข้ การผลิตนอกจากต้องทำในสถานที่ที่ปลอดภัยแล้ว เมื่อประกอบรวมเครื่องมือเรียบร้อยแล้ว ผู้ผลิตยังต้องนำไปตรวจสอบอีกครั้งเพื่อกำจัดเชื้อโรคระหว่างการผลิตให้หมด

➤ การบรรจุภัณฑ์

เมื่อผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อเรียบร้อยแล้ว อีกกระบวนการถัดมาก็คือการจัดเก็บเครื่องมือแพทย์เหล่านั้นให้อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่ทนทาน ไม่ได้รับผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมภายนอก ไม่ว่าจะเป็นแสงแดด อุณหภูมิ หรือความชื้น ตลอดจนรักษาสภาพเดิมของเครื่องมือเอาไว้ให้พร้อมใช้งานเมื่อส่งไปถึงปลายทาง

เครื่องมือแพทย์ที่ผลิตได้เมื่อเสร็จสิ้นกระบวนการเหล่านี้ยังจำแนกได้อีกหลายประเภทด้วยกัน แต่สามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

- วัสดุสิ้นเปลืองทางการแพทย์หรือวัสดุการแพทย์ที่ใช้แล้วหมดไป เช่น ถุงมือผ่าตัด ถุงมือตรวจโรค เข็มโลหะ เข็มสำหรับเย็บแผล เป็นต้น
- อุปกรณ์สอดใส่และอุปกรณ์ที่ใช้ในการผ่าตัด เช่น มีดผ่าตัด หลอดสวน เป็นต้น
- อุปกรณ์วินิจฉัยโรคและอุปกรณ์ที่ใช้ในการรักษา

- บริษัททางการแพทย์หรืออุปกรณ์ฝังตัว เช่น เครื่องเอ็กซเรย์ ซีทีสแกน เป็นต้น

ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้จัดทำแผนภาพของภาพรวมห่วงโซ่อุปทานการผลิตในอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ โดยสรุปไว้ในภาพที่ 5-25

ภาพที่ 5-27 ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์



ทั้งนี้ เมื่อวิเคราะห์ศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์จากการอ้างอิงข้อมูลนิติบุคคลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าว มีแนวโน้มการขยายตัวมากขึ้นในช่วงปี 2559 – 2561 โดยพบว่า กลุ่มผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ มีจำนวนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นจาก 350 รายในปี 2559 เป็น 432 รายในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 23.4 โดยมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 32,640.04 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 39,203.95 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 20.1 และมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นจากปี 2559 ที่ 2,283.94 ล้านบาท เพิ่มเป็น 2,447.15 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 7.1

ซึ่งการขยายตัวของกลุ่มผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์สอดคล้องกับทิศทางของการเติบโตของผู้ค้าปลีกและส่งสินค้าทางเภสัชภัณฑ์ และทางการแพทย์ และเวชภัณฑ์ ที่มีการขยายตัวเช่นกัน ในช่วงปี 2559 – 2561 กลุ่มผู้ค้าส่งสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และทางการแพทย์ มีจำนวนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นจาก 2,672 รายในปี 2559 เป็น 2,837 รายในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 6.2 โดยมีรายได้รวมเพิ่มสูงขึ้นจาก 383,990.06 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 464,167.22 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 20.9 แต่มีกำไรสุทธิลดลงเล็กน้อยจากปี 2559 ที่ 12,266.72 ล้านบาท ลดลงเป็น 12,139.54 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการหดตัวของกำไรที่ร้อยละ 1 สำหรับกลุ่มขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ มีจำนวนนิติบุคคลเพิ่มขึ้นจาก 3,961 รายในปี 2559 เป็น 4,480 รายในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 13.1 โดยมีรายได้รวมเพิ่มสูงขึ้นจาก 128,923.99 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 150,065.53 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 16.4 และมีกำไรสุทธิเพิ่มขึ้นอย่างมากจากปี 2559 ที่ 4,034.1 ล้านบาท เพิ่มเป็น 6,623.1 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวของกำไรถึงร้อยละ 63.8

ซึ่งข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ ทั้งในแง่ของการเติบโตของรายได้ และการขยายตัวของจำนวนผู้ประกอบการในภาคการผลิตและการค้าปลีกและส่งเพื่อตอบสนองต่อความต้องการสินค้าด้านการแพทย์ในสังคมที่สูงขึ้น โดยเฉพาะความต้องการส่วนหนึ่งที่มาจากผู้บริโภคสูงวัยที่ใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น

5.2.4 สรุปกลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ

จากการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมการผลิตไทย พบว่า กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงในตลาดโลก ทั้งในด้านการเติบโตของมูลค่าส่งออก และขนาดของมูลค่าส่งออก ได้แก่ กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก ยานพาหนะและอุปกรณ์และส่วนประกอบ และเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ล้วนเป็นกลุ่มสินค้าที่มีความสอดคล้องกับแนวโน้มเทคโนโลยีสำคัญของโลกที่เกี่ยวข้องกับการตอบสนองต่อสังคมสูงวัย อาทิ แนวโน้มด้าน Internet of Things ด้าน Smart Cities ด้านหุ่นยนต์และการให้บริการ และด้านเทคโนโลยีเศรษฐกิจแบ่งปัน เป็นต้น ซึ่งสินค้าอุตสาหกรรมในกลุ่มดังกล่าว ล้วนเป็นปัจจัยการผลิต หรือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญในการผลิตสินค้าและบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงวัย เช่น อุตสาหกรรมอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้าที่ไทยมีศักยภาพในการผลิต ซึ่งนำมาใช้งานในอุปกรณ์บันทึกข้อมูลสุขภาพและเชื่อมต่อระหว่างผู้สูงอายุ ผู้ดูแล และสถานพยาบาล หรือเครื่องใช้ไฟฟ้าอัจฉริยะที่สามารถสื่อสารระหว่างกันทำงานร่วมกับ

โทรศัพท์เคลื่อนที่ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุได้โดยตรงในการดูแลบ้าน อุตสาหกรรม เคมีภัณฑ์และพลาสติกที่ไทยมีความสามารถในการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ ซึ่งสินค้า จากอุตสาหกรรมนี้ มีบทบาทเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญสำหรับการผลิตชิ้นส่วนหรือเป็นส่วนประกอบสำคัญของสินค้าสำหรับเศรษฐกิจสูงวัยหลายชนิด ทั้งในเครื่องใช้ไฟฟ้าอัจฉริยะ ยา และเวชภัณฑ์ ยานยนต์ อาหาร และเครื่องสำอาง เป็นต้น และอุตสาหกรรมยานยนต์และ ส่วนประกอบที่ไทยเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนและการประกอบที่สำคัญ ซึ่งมีบทบาทต่อการพัฒนา ยานยนต์ไฟฟ้า ยานยนต์ไร้คนขับ หรือบริการด้านการขนส่งในเศรษฐกิจแบ่งปันที่ตอบสนองต่อ ความต้องการความสะดวกสบายและความปลอดภัยในสังคมสูงวัยในอนาคตมากขึ้น

นอกจากนี้ กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มเวชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์ และอุปกรณ์ เป็นอีกกลุ่มอุตสาหกรรมของไทยที่มีศักยภาพในตลาดโลกสูง มีผู้ประกอบการในแต่ละ ส่วนของห่วงโซ่อุปทานครบถ้วน โดยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องในประเทศมีความสามารถในการ ผลิตและให้บริการที่ส่งเสริมกันได้เพียงพอ (ภาคเกษตร อุตสาหกรรมยางและผลิตภัณฑ์ยาง อุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ บริการค้าปลีก บริการด้าน สุขภาพ) อีกทั้งมีคุณภาพสินค้าและบริการสูง ประกอบกับแนวโน้มการเติบโตของสังคมสูงวัย ที่ ส่งผลต่อพฤติกรรมความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคและบริการด้านสุขภาพสูงมากขึ้น จึงทำ ให้กลุ่มอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม และกลุ่มเวชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ได้รับ ผลกระทบเชิงบวกจากเศรษฐกิจสูงวัย ซึ่งกลุ่มอุตสาหกรรมเหล่านี้จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับประเทศเพิ่มได้ หากมีการลงทุนในด้านวิจัยและพัฒนาที่เหมาะสมและต่อเนื่อง

5.3 ภาคบริการ

5.3.1 การจัดกลุ่มบริการ

ในการจัดกลุ่มสาขาบริการที่สำคัญของไทย คณะผู้วิจัยได้อ้างอิงแนวทางการจัดกลุ่ม บริการตามดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ (Trade in Services Performance and Potential Index: TSPPI) ซึ่งจัดทำขึ้นโดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เพื่อใช้ในการติดตามและ ประเมินกิจกรรม รวมทั้งแนวโน้มของภาคบริการในประเทศ ทั้งในภาพรวมและรายสาขาย่อย²⁰

²⁰ สาขาบริการย่อยที่ใช้ในดัชนีดังกล่าวมีทั้งสิ้น 13 สาขา ตามการจัดแบ่งประเภทตามมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย (Thailand Standard Industrial Classification: TSIC 2552) ประกอบด้วย (1) การก่อสร้าง (2) การขายส่งและการขายปลีก การซ่อมยานยนต์และจักรยานยนต์ (3) การขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า (4) ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร (5) ข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร (6) กิจกรรมทางการเงินและการประกันภัย (7) กิจกรรมเกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ (8) กิจกรรมวิชาชีพวิทยาศาสตร์

โดยดัชนี TSPPI จะบูรณาการรวบรวมข้อมูลสถิติภาคบริการที่สำคัญจากหน่วยงานต่างๆ เพื่อรวมสถิติทั้งหมด 12 ตัวชี้วัด ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ มิติด้านผลการดำเนินงาน (Performance) และ มิติด้านศักยภาพและความเชื่อมั่น (Potential & Confidence) โดย มิติด้านผลการดำเนินงาน ประกอบด้วย 5 ตัวชี้วัด ได้แก่ (1) มูลค่ายอดขาย (2) จำนวนแรงงาน (3) จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนจัดตั้งใหม่สุทธิ (4) มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่สุทธิ (5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการ (6) มูลค่าการส่งออกบริการ (7) การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ และ มิติด้าน Potential & Confidence ประกอบด้วยตัวชี้วัด ได้แก่ (8) จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนเพิ่มทุน (9) มูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลเพิ่มทุน (10) เงินให้กู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ (11) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ภาคการค้าและบริการ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า (12) ดัชนีราคาหุ้นตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยซึ่งแสดงถึงศักยภาพ และความเชื่อมั่นนักลงทุนที่มีต่อภาคบริการ โดยดัชนีนี้เป็นดัชนีรายเดือนที่จะใช้ปี 2559 เป็นปีฐานซึ่งกำหนดค่าดัชนี TSPPI ฐานที่ 100

5.3.2 การวิเคราะห์สถานการณ์ของภาคบริการ

การค้าบริการระหว่างประเทศของไทย

มูลค่าการส่งออกบริการของไทยไปยังโลกมีทิศทางที่ค่อนข้างขยายตัวตั้งแต่ปี 2557 ถึง 2561 โดยบริการที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุด ได้แก่ บริการด้านการท่องเที่ยว รองลงมาคือ บริการด้านธุรกิจ และบริการด้านการขนส่ง ขณะที่บริการที่มีอัตราการเติบโตแบบ CAGR ของมูลค่าการส่งออกดังกล่าวสูงที่สุด ได้แก่ ค่าใช้จ่ายจากการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา รองลงมาคือ บริการด้านการท่องเที่ยว และบริการด้านการประกันภัย ส่วนมูลค่าการนำเข้าบริการของไทยจากโลกมีทิศทางที่ค่อนข้างทรงตัวตั้งแต่ปี 2557 ถึง 2561 โดยบริการที่มีมูลค่าการนำเข้าสูงที่สุด ได้แก่ บริการด้านการขนส่ง รองลงมาคือ บริการด้านธุรกิจ และบริการด้านการท่องเที่ยว ขณะที่บริการที่มีอัตราการเติบโตแบบ CAGR ของมูลค่าการนำเข้าดังกล่าวสูงที่สุด ได้แก่ บริการด้านบุคคล วัฒนธรรม และนันทนาการ รองลงมาคือ บริการด้านการท่องเที่ยว และบริการด้านการเงิน ดังแสดงในภาพที่ 5-26

และกิจกรรมทางวิชาการ (9) กิจกรรมการบริหารและบริการสนับสนุน (10) การศึกษา (11) กิจกรรมด้านสุขภาพและงานสังคมสงเคราะห์ (12) ศิลปะ ความบันเทิงและนันทนาการ (13) กิจกรรมการบริการด้านอื่นๆ

ภาพที่ 5-28 การค้าบริการระหว่างประเทศของไทย

Trade in Services ของประเทศไทย เฉลี่ยระหว่างปี 2557 - 2561

Service	World Trade Average from 2014 to 2018					
	Exports		Imports		Total Trade	
	Value, USD thousand	CAGR	Value, USD thousand	CAGR	Value, USD thousand	CAGR
Commercial services	68,615,266	11.00%	46,343,827	5.18%	114,959,093	8.50%
Manufacturing services on physical inputs owned by others	-	-	-	-	-	-
Maintenance and repair services n.i.e.	-	-	-	-	-	-
Transport	6,335,853	7.40%	17,127,332	-0.06%	23,463,185	1.81%
Travel	50,424,029	13.18%	9,342,244	14.95%	59,766,273	13.47%
Construction	450,718	-17.28%	534,880	-23.21%	985,598	-20.40%
Insurance and pension services	82,710	11.13%	1,790,926	6.13%	1,873,636	6.36%
Financial services	674,878	9.75%	806,440	9.20%	1,481,318	9.44%
Charges for the use of intellectual property n.i.e.	94,725	29.95%	4,325,303	7.35%	4,420,028	7.78%
Telecommunications, computer, and information services	525,445	4.55%	606,014	-2.46%	1,131,459	0.78%
Other business services	9,959,697	4.75%	11,781,345	6.85%	21,741,042	5.90%
Personal, cultural, and recreational services	67,211	9.67%	29,343	17.33%	96,554	11.66%
Government goods and services n.i.e.	325,468	-2.31%	300,470	-2.98%	625,939	-2.63%
Total	68,940,735	10.83%	46,644,297	5.13%	115,585,032	8.44%

ที่มา: บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ประมวลจาก International Trade Centre (ITC)

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยจะแสดงให้เห็นถึงส่วนแบ่งตลาดการค้าบริการ โดยพิจารณา สัดส่วนของมูลค่าการค้าบริการของแต่ละประเทศกับโลกต่อมูลค่าการค้าทั้งหมดของโลก เพื่อสะท้อนถึงความสามารถทางการแข่งขันในตลาดโลก ของสาขาหรือกิจกรรมที่ไทยมีการค้าระหว่างประเทศ จากภาพที่ 5-29 สาขาบริการที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดการส่งออกไปยังโลกสูงที่สุด คือ บริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสาขาบริการที่ไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในระดับที่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับสาขาบริการอื่นๆ ของไทย โดยมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกบริการของไทยในสาขาบริการท่องเที่ยวต่อมูลค่าการส่งออกบริการของโลกอยู่ที่ร้อยละ 3.92

ในขณะที่ สาขาบริการที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดการนำเข้าจากโลกสูงที่สุด คือ บริการด้านการขนส่งโดยเปรียบเทียบกับสาขาบริการอื่นๆ ซึ่งเป็นสาขาบริการที่ญี่ปุ่นและสิงคโปร์มีความสามารถทางการแข่งขันในระดับสูง โดยมีสัดส่วนของมูลค่าการส่งออกบริการของไทยในสาขาบริการขนส่งต่อมูลค่าการส่งออกบริการของโลกอยู่ที่ร้อยละ 1.55

ภาพที่ 5-29 ส่วนแบ่งตลาดการส่งออกและนำเข้าบริการของไทยไปยังโลก

ส่วนแบ่งการส่งออกและนำเข้าบริการไปยังตลาดโลก

สัดส่วนของมูลค่าการส่งออกและนำเข้าบริการของไทยไปยังโลก ต่อมูลค่าการส่งออกบริการของโลก (%)



Service label	EX	IM
All services	1.31%	0.92%
Manufacturing services on physical inputs owned by others		
Maintenance and repair services n.i.e.		
Transport	0.68%	1.55%
Travel	3.92%	0.74%
Construction	0.45%	0.61%
Insurance and pension services	0.06%	0.86%
Financial services	0.15%	0.35%
Charges for the use of intellectual property n.i.e.	0.03%	1.09%
Telecommunications, computer, and information services	0.10%	0.19%
Other business services	0.87%	1.02%
Personal, cultural, and recreational services	0.14%	0.06%
Government goods and services n.i.e.	0.46%	0.30%

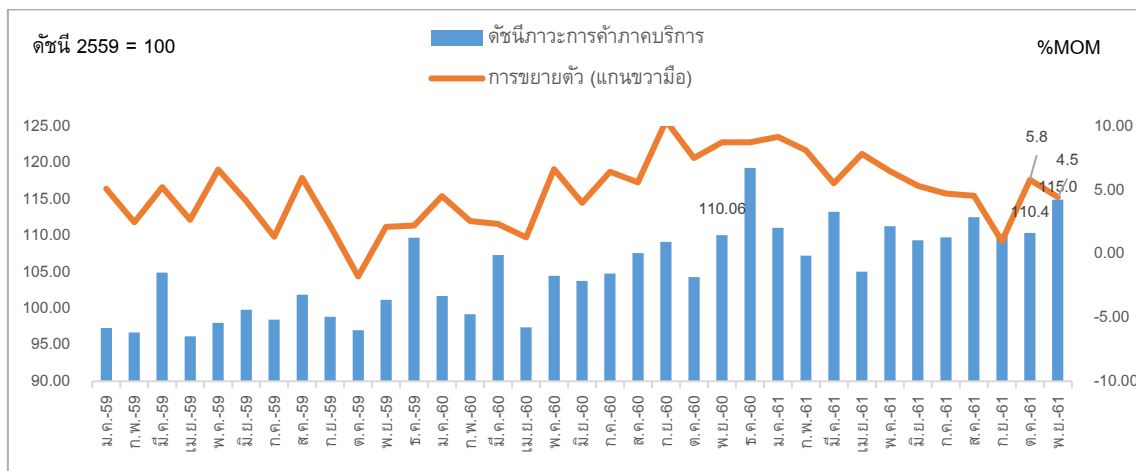
สาขาบริการที่ไทยมีส่วนแบ่งการส่งออกไปยังตลาดโลกสูงที่สุด คือ บริการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสาขาบริการที่ไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในระดับสูง โดยเปรียบเทียบ

สาขาบริการที่ไทยมีส่วนแบ่งการนำเข้าจากตลาดโลกสูงที่สุด คือ บริการขนส่ง ซึ่งเป็นสาขาบริการที่ญี่ปุ่นและสิงคโปร์ มีความสามารถทางการแข่งขันในระดับสูง โดยเปรียบเทียบ

ที่มา: บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ประมวลจาก International Trade Centre (ITC)

จากภาพที่ 5-28 เมื่อพิจารณาแนวโน้มภาวะการค้าภาคบริการของไทยตามดัชนี TSPPI ในช่วง 2559 – 2561 พบว่าแนวโน้มภาคบริการไทยมีศักยภาพมากขึ้น ซึ่งค่าดัชนี TSPPI เพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยหากเทียบค่าดัชนี TSPPI เฉพาะของเดือนพฤศจิกายนปี 2561 อยู่ที่ 115 เพิ่มขึ้น 4.4 หน่วย โดยเปรียบเทียบกับค่าดัชนี TSPPI ของเดือนพฤศจิกายนปี 2560 ที่ 110.1

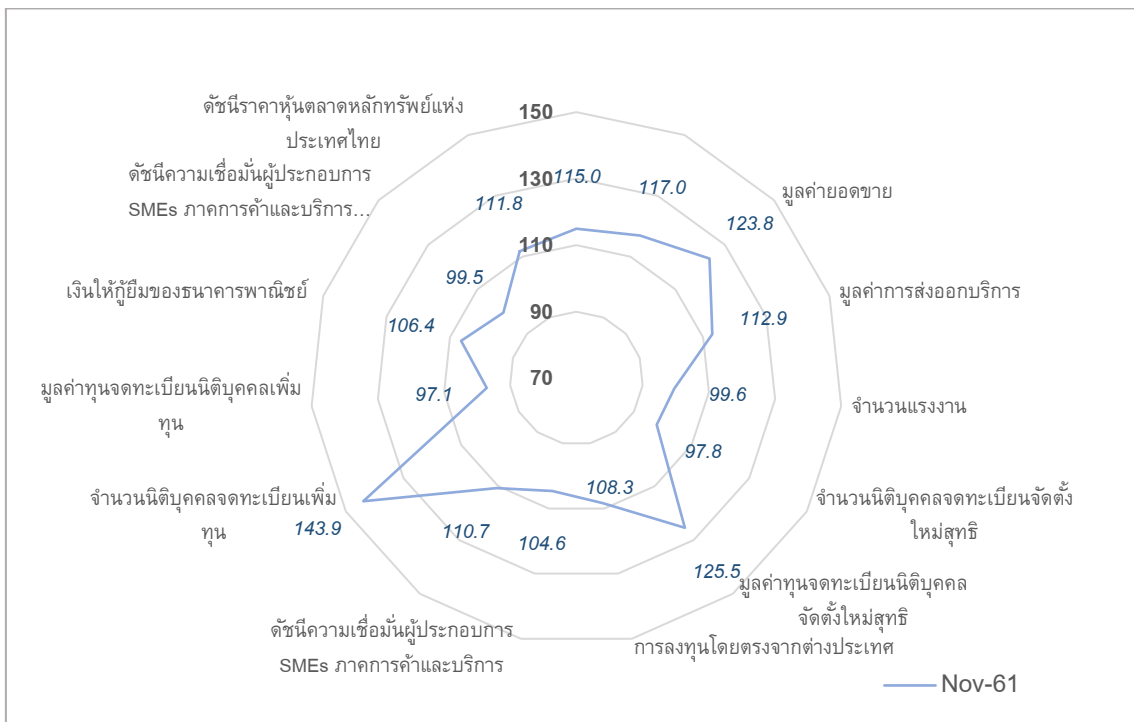
ภาพที่ 5-30 ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการ



ที่มา: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดย่อยภายใต้ดัชนี TSPPI ของไทย จะพบว่า ในเดือนพฤศจิกายน 2561 ตัวชี้วัดย่อยที่มีค่าสูงสุด ได้แก่ จำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนเพิ่มทุน โดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 143.9 สะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นในศักยภาพการดำเนินการในภาคบริการของไทย รองลงมาเป็น ดัชนีมูลค่าทุนจดทะเบียนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่สุทธิ และดัชนีมูลค่ายอดขาย โดยมีค่าดัชนีอยู่ที่ 125.5 และ 123.8 ที่สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของภาคบริการในประเทศไทย ดังแสดงในภาพที่ 5-29

ภาพที่ 5-31 ดัชนีภาวะการดำเนินงานภาคบริการแบ่งตามตัวชี้วัด เดือนพฤศจิกายน 2561



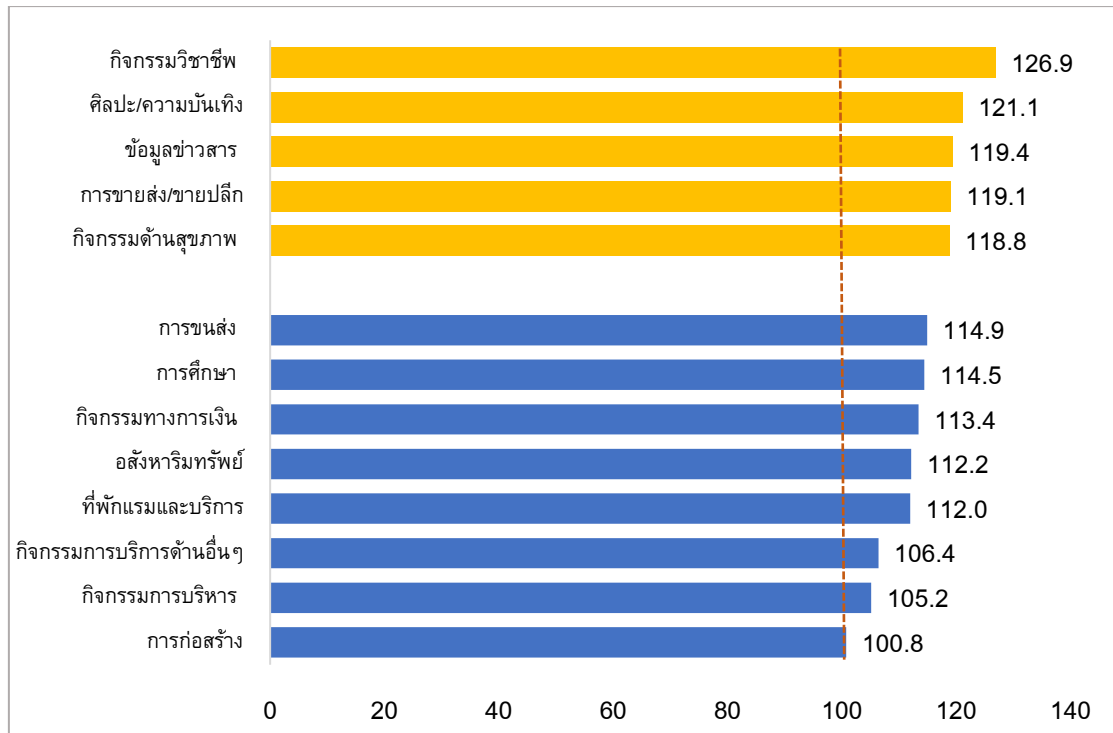
ที่มา: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

เมื่อวิเคราะห์ดัชนีภาวะการดำเนินงานภาคบริการเป็นรายสาขา จะเห็นว่า ทุกสาขาบริการของไทยมีภาวะการให้บริการที่สูงกว่าค่าฐานทั้งหมด (ค่าฐานปี 2559 อยู่ที่ 100) สาขาบริการที่มีศักยภาพการบริการสูงที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ บริการวิชาชีพ ศิลปะและความบันเทิง ข้อมูลข่าวสาร บริการค้าส่งและปลีก และบริการด้านสุขภาพ โดยมีค่าดัชนีภาวะการดำเนินงานอยู่ที่ 126.9 121.1 119.4 119.1 และ 118.8 ตามลำดับ ในขณะที่ สาขาบริการที่น่าสนใจแต่มีค่าดัชนีศักยภาพการบริการรองลงมา คือ บริการขนส่ง บริการทางการเงิน และบริการที่พักแรมและบริการที่เกี่ยวข้อง โดยมีค่าดัชนีภาวะการดำเนินงานอยู่ที่ 114.9 113.4 และ 112 ตามลำดับ

นอกจากนี้ หากพิจารณาความเปลี่ยนแปลงของภาวะการดำเนินงานรายสาขาระหว่าง เดือนพฤศจิกายน 2560 และในเดือนเดียวกัน ปี 2561 จะพบว่า บริการในสาขาศิลปะและความบันเทิงมี

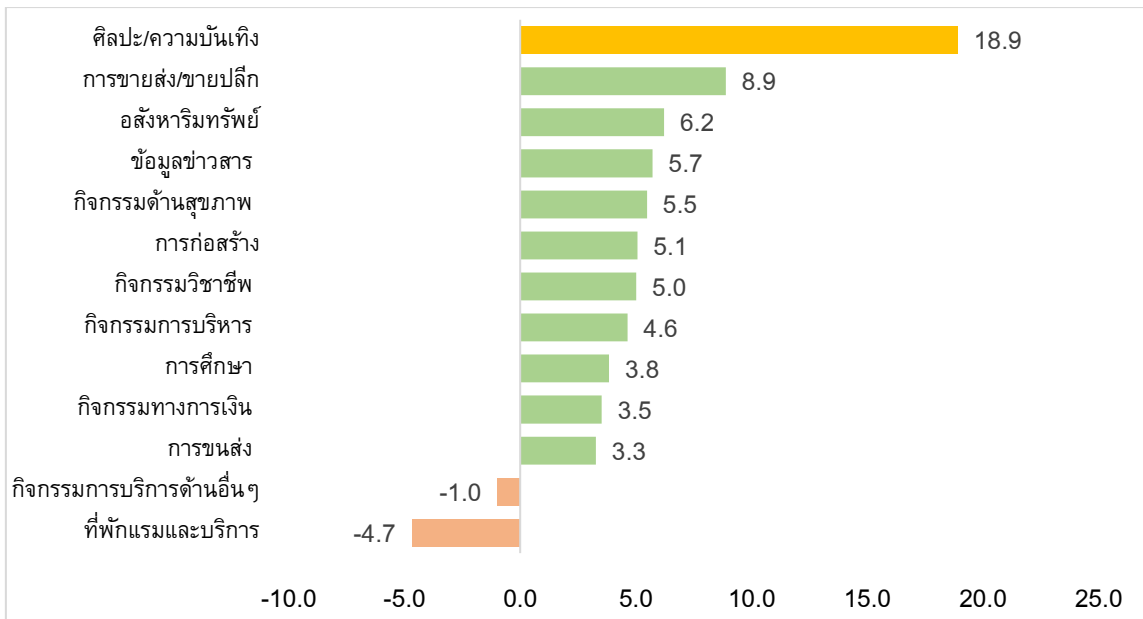
การขยายตัวของดัชนี TSPPI สูงที่สุด โดยสูงถึง 18.9 รองลงมาเป็น บริการค้าส่งและปลีก อสังหาริมทรัพย์ ข้อมูลข่าวสาร และบริการด้านสุขภาพ โดยมีการขยายตัวของดัชนี TSPPI อยู่ที่ 8.9 6.2 5.7 และ 5.5 ตามลำดับ ในขณะที่ สาขาบริการที่ไทยมีความโดดเด่นอย่างสาขาบริการที่พักแรมและบริการที่เกี่ยวข้องมีการหดตัวของ TSPPI ลงที่ 4.7

ภาพที่ 5-32 ดัชนีภาวะการค้าภาคบริการรายสาขา เดือนพฤศจิกายน 2561



ที่มา: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ภาพที่ 5-33 อัตราขยายตัวดัชนีภาวะการค้ำภาคบริการรายสาขาระหว่าง เดือน พฤศจิกายน 2560 และ 2561



ที่มา: สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

จากการวิเคราะห์ภาวะภาคบริการของไทย อาจระบุได้ว่า สาขาบริการของไทยที่มีศักยภาพสูงอย่าง การท่องเที่ยวและโรงแรม ยังมีแนวโน้มหดตัวเล็กน้อย แต่ยังเป็นสาขาบริการที่มีศักยภาพในตลาดโลก และมีความสำคัญต่อสาขาบริการที่เกี่ยวข้องสูง เช่น สาขาบริการศิลปะและความบันเทิง บริการด้านอสังหาริมทรัพย์ บริการด้านสุขภาพ บริการข้อมูลข่าวสาร และบริการวิชาชีพต่างๆ ซึ่งบริการเหล่านี้ยังมีภาวะการบริการที่ดี มีศักยภาพในการแข่งขันที่สูง และยังมีแนวโน้มการขยายตัวของบริการที่ดีโดยเปรียบเทียบกับสาขาบริการอื่นๆ

ดังนั้น สาขาการบริการที่มีศักยภาพสูง และสอดคล้องกับแนวโน้มด้านผู้สูงอายุ และพฤติกรรมในการดำเนินชีวิตของผู้สูงอายุ คือ สาขาบริการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในตลาดโลก สาขาการขายส่งและปลีกสินค้า สาขาวิชาชีพ สาขาศิลปะบันเทิง สาขาอสังหาริมทรัพย์ และสาขาบริการสุขภาพที่มีการขยายตัวสูงกว่ากิจกรรมบริการอื่นๆ โดยเปรียบเทียบ ซึ่งล้วนแต่เป็นสาขาบริการที่มีความสำคัญต่อธุรกิจของผู้สูงอายุและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจผู้สูงอายุใช้บริการ เช่น บริการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ บริการด้านการแพทย์และสุขภาพ บริการให้คำปรึกษาด้านต่างๆ แก่ผู้สูงอายุและคนในครอบครัว บริการค้าส่งและค้าปลีกสินค้าที่ตอบสนองต่อวิถีชีวิตผู้สูงอายุ เป็นต้น

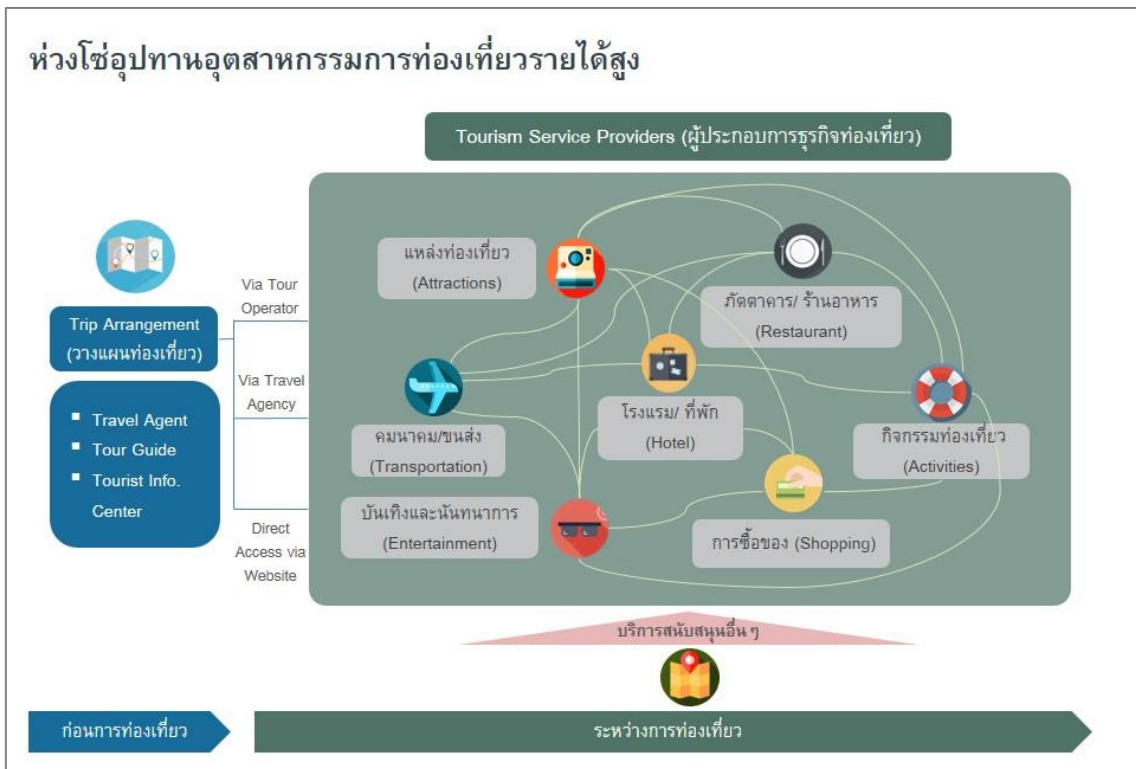
5.3.3 การวิเคราะห์ห่วงโซ่มูลค่าและห่วงโซ่อุปทานภาคบริการ

จากการศึกษาวิเคราะห์สถานะของภาคบริการข้างต้น จะพบว่า สาขาบริการของไทยที่มีศักยภาพ มีห่วงโซ่อุปทานการให้บริการที่สำคัญ ดังนี้

➤ บริการท่องเที่ยว

ธุรกิจใ่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตในหลายสาขา สินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวบริโภคอาจเป็นทั้งสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น หรืออาจเป็นสินค้าหรือบริการเฉพาะที่ผลิตขึ้นมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลักก็ได้ นอกจากนี้ ยังมีความเกี่ยวข้องกับหน่วยงานต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน โดยห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรายได้สูงของไทยสามารถแสดงได้ดังภาพ

ภาพที่ 5-34 ห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายได้สูง



อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วย 6 ธุรกิจหลัก ได้แก่

- ผู้ประกอบการธุรกิจวางแผนท่องเที่ยว
- ผู้ประกอบการธุรกิจการคมนาคมและขนส่ง
- ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม
- ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร
- ผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงและนันทนาการ
- ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

รายละเอียดของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานแต่ละส่วนเป็นดังนี้

ผู้ประกอบการธุรกิจวางแผนการท่องเที่ยว

ธุรกิจการวางแผนการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ การให้บริการ หรืออำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง สถานที่พัก อาหาร ทักษนาจร และมัคคุเทศก์ให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการในกลุ่มนี้จะต้องได้รับใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยวจึงจะสามารถให้บริการแก่นักท่องเที่ยวได้ ธุรกิจในกลุ่มนี้อาจแบ่งได้ 2 ประเภทหลัก ได้แก่

ธุรกิจจัดนำเที่ยว (Tour Operator) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่ดำเนินกิจการเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยว ทั้งภายในประเทศหรือไปต่างประเทศ ในขณะที่เดียวกันก็อาจเป็นตัวแทนท่องเที่ยว รับจัดขายตัวเครื่องบิน รถไฟ หรือรับจองโรงแรมไปในตัวด้วย โดยจัดนำเที่ยวประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภท ทั้งนี้ สามารถแบ่งประเภทของธุรกิจนำเที่ยวได้ดังนี้

- **บริษัทนำเที่ยวที่เน้นบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tours)** เป็นบริษัทที่มักมีบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ โดยนำค่าใช้จ่ายจากบริการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวมาคิดรวมเป็นราคาเบ็ดเสร็จเพื่อเสนอขาย
- **บริษัทนำเที่ยวที่มีความชำนาญพิเศษเฉพาะด้าน** จะมีขอบเขตการจัดนำเที่ยวในขอบเขตที่แคบกว่าประเภทแรก โดยมักจะจัดนำเที่ยวในประเทศ และอาจจัดนำเที่ยวเป็นครั้งคราว หรือตามความต้องการของลูกค้า เช่น การจัดทัวร์แบบผจญภัยในรูปแบบต่าง ๆ เป็นต้น
- **บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ** จะดำเนินการจัดนำเที่ยว ไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศ โดยการขายบริการนำเที่ยวจะเป็นการขายตรง หรืออาจขายผ่านบริษัทตัวแทนก็ได้

- บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการเฉพาะชาวต่างประเทศ บริษัทเหล่านี้มักจะต้องอาศัยตัวแทนของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วก็จะทำหน้าที่รับช่วงต่อในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวระหว่างพักอยู่ในประเทศ

ธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) หมายถึง บุคคลหรือกลุ่มบุคคลที่จัดตั้งกิจการดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจการเดินทางและท่องเที่ยว รับจองตั๋วเครื่องบิน รถไฟ และที่พัก ตลอดจนเป็นตัวแทนขายโปรแกรมนำเที่ยวให้กับบริษัทนำเที่ยว (Tour Operator) ทั้งนี้ ผู้ประกอบการในธุรกิจตัวแทนท่องเที่ยวสามารถเป็นได้ทั้งตัวแทนขายสินค้าการท่องเที่ยว และเป็นผู้นำเที่ยวให้ลูกค้าโดยตรงได้

ในกลุ่มธุรกิจวางแผนท่องเที่ยว ทุกกลุ่มธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนท่องเที่ยวจะได้รับประโยชน์จากกลุ่มลูกค้าสูงวัย หากธุรกิจนั้นๆ มีการปรับตัวเรียนรู้พฤติกรรมของผู้บริโภคสูงวัยอย่างละเอียดเพียงพอ เช่น การจัดทริปที่มีระยะเวลาเดินทางไม่ยาวนาน เพื่อเพิ่มเวลาพักผ่อน ไม่เร่งรีบ หรืออาจกล่าวได้ว่า ธุรกิจนำเที่ยวที่จะได้รับประโยชน์อย่างชัดเจนคือบริษัทนำเที่ยวที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านที่ตอบสนองความต้องการท่องเที่ยวในแต่ละไลฟ์สไตล์ของผู้สูงวัย เช่น การท่องเที่ยวทางการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวแบบทั่วไปที่ใส่รายละเอียดของทริปที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยมากขึ้น เป็นต้น

ผู้ประกอบการธุรกิจด้านคมนาคมและขนส่ง

การเดินทางเป็นกิจกรรมที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ระหว่างการท่องเที่ยว ธุรกิจด้านการคมนาคมและขนส่งจึงเป็นองค์ประกอบที่จำเป็นต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้จะเป็นผู้ให้บริการด้านการขนส่งแก่นักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วปลอดภัย และสะดวกสบาย จึงนับเป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ในแง่ของการเดินทางท่องเที่ยว การขนส่งจะครอบคลุม การขนส่งทางรถยนต์ การขนส่งทางราง การขนส่งทางเรือ ไปจนถึงการขนส่งทางอากาศ โดยแต่ละประเภทมีรายละเอียดดังนี้

การขนส่งด้วยรถยนต์ ในปัจจุบันมีรถยนต์ที่ให้บริการเพื่อการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ รถยนต์โดยสารสาธารณะ และรถยนต์บริการ

- **รถยนต์โดยสารสาธารณะ** เป็นรถยนต์ที่นำมารับจ้างส่งบุคคลเพื่อสินจ้างทั้งประจำและไม่ประจำทาง แบ่งออกเป็น รถยนต์โดยสารประจำทางสาธารณะ และรถยนต์โดยสารแท็กซี่
- **รถยนต์บริการ** เป็นรถยนต์ที่ใช้ในการขนส่งบุคคลหรือนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจส่วนตัว แต่ไม่ใช่เป็นการให้เช่าเพื่อรับจ้างอีกต่อหนึ่ง สามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ รถเช่า รถทัวร์เช่าเหมา และรถรับส่งที่สนามบิน

การขนส่งทางราง คือการขนส่งด้วยระบบราง สามารถแบ่งได้ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ รถไฟทางไกล และรถไฟฟ้ามวลชน

- **รถไฟทางไกล** เป็นการขนส่งผู้โดยสารในระยะทางไกล มีวัตถุประสงค์ในการเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างภูมิภาคหรือจังหวัดใหญ่ ๆ โดยทั่วไปมักมีความเร็วตั้งแต่ 80-160 กิโลเมตรต่อชั่วโมง แต่ถ้ามีความเร็วตั้งแต่ 250 กิโลเมตรต่อชั่วโมงขึ้นไปจะจัดเป็นรถไฟความเร็วสูง
- **รถไฟฟ้ามวลชน** เป็นการขนส่งประเภทเดียวกับรถไฟเนื่องจากใช้ระบบรางเหมือนกัน ในประเทศที่เจริญแล้วจะได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากสะดวกรวดเร็ว ส่วนใหญ่มักใช้เดินทางในระยะที่ไม่ไกลมากนัก เช่น การเดินทางในเมือง

การขนส่งทางเรือ เป็นการขนส่งที่ต้องเคลื่อนผ่านบริเวณที่มีน้ำ ซึ่งอาจเป็นทางน้ำตามธรรมชาติ หรือเป็นทางน้ำที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น มหาสมุทร ทะเล ทะเลสาบ แม่น้ำและคลองต่าง ๆ ในปัจจุบันการขนส่งผู้โดยสารทางเรือได้ลดระดับความสำคัญลง เนื่องจากส่วนใหญ่มีบทบาทในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมากกว่า อย่างไรก็ตาม ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังมีการขนส่งทางเรืออย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะธุรกิจเรือโดยสารท่องเที่ยว (Ferry) และเรือสำราญ (Cruise) ที่ให้บริการรับส่งนักท่องเที่ยวระหว่างฝั่งกับเกาะหรือระหว่างเกาะ

การขนส่งทางอากาศ เป็นการขนส่งที่มีบทบาทอย่างมากในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นการขนส่งที่สามารถเคลื่อนย้ายผู้โดยสารจำนวนมากได้ในระยะเวลาอันสั้น และสะดวกสบาย โดยเป็นช่องทางที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางข้ามประเทศจำนวนมากที่สุด ทั้งนี้ สามารถแบ่งการให้บริการการขนส่งทางอากาศได้ 2 กลุ่มหลัก ได้แก่

- **แบบประจำมีกำหนด (Scheduled Service)** เป็นการให้บริการในเส้นทางที่ได้รับอนุญาตจากรัฐบาล โดยกำหนดเที่ยวบินและเวลาบินเป็นตารางบินประจำที่แน่นอน

- **แบบไม่ประจำหรือเช่าเหมาลำ (Non-scheduled or Charter Flight Service)**
เป็นการให้บริการโดยไม่มีตารางกำหนดเวลาที่แน่นอน จะเป็นครั้งคราวในระหว่างเที่ยวบินพิเศษ หรือการเช่าเหมาลำ

ดังนั้น ระบบขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวที่น่าจะได้รับประโยชน์จากผู้สูงวัย คือระบบขนส่งที่มีความเป็นมิตรกับผู้สูงวัย มีการบริการที่พร้อม มีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานที่เพียงพอต่อความต้องการกับผู้สูงวัย ทั้งนี้ การขนส่งเดินทางในอนาคตอาจต้องพัฒนาเรื่องการเดินทางเชื่อมโยงเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวอย่างไร้รอยต่อเพื่อลดการเปลี่ยนถ่ายรูปแบบการขนส่งที่อาจทำให้ผู้สูงวัยเดินทางยากขึ้น

ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

ธุรกิจที่พักแรมสามารถจำแนกได้หลายประเภท ดังนี้

โรงแรม (Hotel) หมายถึง สถานที่สำหรับนักเดินทาง หรือนักท่องเที่ยวที่มาพัก และมีบริการหลายรูปแบบแก่ผู้มาพัก ขึ้นอยู่กับระดับของการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวก โดยธุรกิจโรงแรมอาจแบ่งย่อยได้หลากหลายรูปแบบลักษณะดังตัวอย่าง ดังนี้

- ธุรกิจโรงแรมย่านพาณิชยกรรมหรือโรงแรมในตัวเมือง (Commercial / City Hotel)
- ธุรกิจโรงแรมเรซซิเดนท์ (Residential Hotel)
- ธุรกิจโรงแรมใกล้สนามบิน (Airport Hotel)
- ธุรกิจโรงแรมตากอากาศ (Resort Hotel)
- โรงแรมกาสิโน (Casino Hotels)
- โรงแรมประเภทห้องชุด (Suite Hotels)
- โรงแรมประเภทแบ่งเวลาและประเภทคอนโดมิเนียม (Time-share and Condominium Hotels)
- โรงแรมเพื่อการประชุม (Convention Hotels)
- โรงแรมบูติก (Boutique Hotels)

โมเต็ล (Motel) เป็นที่พักแรมขนาดเล็กประมาณ 50 ห้อง มีทำเลที่ตั้งอยู่ใกล้ถนนหลวงสายหลักระหว่างเมือง และมีบริการที่จอดรถฟรีแก่แขกผู้มาพัก ตามปกติโมเต็ลมักตั้งอยู่ริมถนน

ตามซานเมือง เพื่อนักท่องเที่ยวที่ขับรถยนต์ไปเองสามารถเข้าจอดถึงหน้าห้องพักหรือลานจอดรถรวม โดยทั่วไปจึงมักมีบริการเกี่ยวข้องกับรถยนต์รวมอยู่ด้วย

เกสต์เฮาส์หรือเพ็นชันหรือบอร์ดดิ้งเฮาส์ (Guest House, Pension and Boarding House) เป็นธุรกิจที่พักแรมที่ดัดแปลงจากบ้านเก่าหรือสร้างขึ้นใหม่ เพื่อแบ่งเป็นห้องให้นักท่องเที่ยวเข้าพักแรมโดยเก็บค่าเช่า จัดเป็นที่พักขนาดเล็ก ราคาถูก ในประเทศไทยเกสต์เฮาส์ หรือที่บางคนเรียกว่า เรือนแรม ตั้งอยู่ในย่านชุมชนหรือเมืองท่องเที่ยว

ธุรกิจบ้านพักในบ้าน หรือบ้านพักในฟาร์ม (Home Stay and Farm Stay) เป็นธุรกิจที่พักแรมซึ่งเจ้าของบ้านหรือเจ้าของฟาร์มในหมู่บ้านจัดสร้างขึ้น หรือดัดแปลงเป็นห้องพักแรมโดยเก็บค่าเช่า ตามปกติมักให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต และความเป็นอยู่ของชาวบ้าน ทำให้มีโอกาสได้แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับคนในท้องถิ่น

ธุรกิจบังกะโลหรือกระท่อมหรือเรือนที่ศนาจร (Bungalow, Cottage and Tourist-House) เป็นธุรกิจที่พักแรมแบบบ้านเป็นหลัง ๆ ให้นักท่องเที่ยวใช้พักแรมโดยเก็บค่าเช่าตามปกติมักตั้งอยู่ในบริเวณใกล้แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้ง่ายต่อการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวต้องจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เอง

ธุรกิจห้องชุดหรืออพาร์ทเมนต์ (Condominium and Apartment) เป็นธุรกิจที่พักแรมแบบมีห้องนอนและห้องครัวรวมอยู่ด้วยกัน เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่มักกันแบบครอบครัวสามารถทำอาหารและร่วมรับประทานอาหารบนที่พักร่วมกันได้

ธุรกิจหอพัก (Hostel and Dormitory) เป็นธุรกิจที่พักแรมที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเข้าพัก โดยเก็บค่าเช่า ส่วนใหญ่มักเป็นอาคารเก่าที่ได้รับการดัดแปลงเพื่อให้มีสภาพเหมาะสมที่จะใช้เป็นที่พักร่วมได้ บางแห่งอาจจะมีบริการอาหารทุกมื้อให้ หรือมีห้องครัวที่ใช้ร่วมกับผู้ที่มาพักคนอื่นๆ สำหรับประกอบอาหารรับประทานเอง

ธุรกิจที่ตั้งแคมป์หรือที่จอดรถคาราวาน (Campground and Caravan Parking) เป็นธุรกิจที่พักแรมที่จัดบริเวณพื้นที่ไว้สำหรับบริการแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเช่าที่ตั้งกระโจมพักแรมหรือเช่าที่จอดรถคาราวานซึ่งเป็นรถมีหลังคาใช้เป็นที่อยู่ได้และใช้พ่วงกับรถยนต์

ดังนั้น ธุรกิจที่พักแรมในบริการท่องเที่ยวล้วนมีโอกาสจากผู้สูงวัยทั้งสิ้น หากมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและการออกแบบที่เป็นแบบ Universal Friendly ที่เป็นมิตรต่อทุกช่วงวัย ทั้งในธุรกิจโรงแรมที่เน้นนักท่องเที่ยวที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกมาตรฐาน หรือธุรกิจห้องชุดที่เน้นรองรับนักท่องเที่ยวแบบครอบครัว ซึ่งล้วนสอดคล้องกับความต้องการของสิ่งอำนวยความสะดวก และการเดินทางของผู้สูงวัยที่นิยมท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่มากกว่า

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร

ผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร หมายถึง ผู้ประกอบธุรกิจให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม แก่นักท่องเที่ยวในระหว่างเดินทางท่องเที่ยว อาจเป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารก็ได้ สามารถแบ่งธุรกิจอาหารออกได้เป็น 7 ประเภทใหญ่ๆ ดังต่อไปนี้

- **ธุรกิจอาหารจานด่วน (Fast-food)** เป็นธุรกิจอาหารที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน เพื่อรองรับการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ ซึ่งธุรกิจอาหารจานด่วนจะบริการอาหารแก่ลูกค้าทั้งที่รับประทานในร้านหรือซื้อออกไป รายการอาหารที่บริการมีค่อนข้างจำกัด แต่ราคาค่อนข้างต่ำ
- **ธุรกิจอาหารสำเร็จรูปเดลี (Deli Shop)** เป็นธุรกิจอาหารผสมผสานการให้บริการอาหารสำเร็จรูปประเภทเนื้อแช่แข็ง เนย แซนวิช สลัด และอาหารสำเร็จรูปประเภทอื่นๆ ซึ่งปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากลูกค้ามาก ร้านอาหารประเภทนี้อาจมีที่นั่งค่อนข้างจำกัดในร้านไว้บริการลูกค้า มักตั้งอยู่ในทำเลที่มีผู้คนหนาแน่นหรือบริเวณศูนย์การค้า
- **ธุรกิจอาหารบุฟเฟต์ (Buffet)** เป็นธุรกิจอาหารแบบช่วยตัวเองของลูกค้า ปกติมักมีบริการเครื่องดื่มด้วย สำหรับอาหารที่บริการแก่ลูกค้าจะเป็นประเภทยอดนิยมอาหารที่บริการจะมีเพียงราคาเดียว หรืออาจแบ่งเป็นหลายราคาตามระดับความหรูหรา ในปัจจุบันภัตตาคารในโรงแรมต่างๆ เริ่มหันมาให้ความสนใจต่อการจัดรายการอาหารบุฟเฟต์มือเที่ยงแบบช่วยตัวเองมากขึ้น
- **ธุรกิจร้านกาแฟ (Coffee Shop)** เป็นธุรกิจอาหารที่มีลักษณะการให้บริการแบบรวดเร็ว ลูกค้าหมุนเวียนเข้าไปรับประทานอาหารโดยใช้เวลาน้อย การให้บริการของธุรกิจอาหารประเภทนี้ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการที่เคาน์เตอร์

- **ธุรกิจโรงอาหาร (Cafeteria)** เป็นธุรกิจอาหารที่บริการตัวเอง ซึ่งอาหารส่วนใหญ่ค่อนข้างจำกัดกว่าภัตตาคารทั่วๆ ไป ทำเลที่ตั้งต้องเป็นที่ซึ่งมีผู้คนจำนวนมากเดินผ่าน เช่น ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้า สนามบิน สถาบันการศึกษา ย่านสำนักงาน
- **ธุรกิจอาหารгур์เมต์ (Gourmet)** เป็นธุรกิจอาหารที่ต้องลงทุนค่อนข้างสูงกว่าภัตตาคารหรือร้านอาหารประเภทอื่นๆ เพราะต้องตกแต่งให้มีสภาพแวดล้อมที่ค่อนข้างหรู ซึ่งธุรกิจอาหารประเภทนี้มุ่งลูกค้าที่ต้องการมาตรฐานระดับค่อนข้างสูง และพร้อมที่จะจ่ายแพงเพื่อซื้อบริการที่พึงพอใจ ราคาอาหารจึงค่อนข้างสูงกว่าปกติ รายการอาหารและเครื่องดื่มได้รับการคัดเลือกให้อยู่ในระดับดี พนักงานบริการดีเยี่ยม และบรรยากาศการตกแต่งมีรสนิยมนสูง
- **ธุรกิจอาหารสำหรับคนเฉพาะกลุ่ม (Ethnic Restaurants)** อาจเป็นธุรกิจอาหารที่ให้บริการอาหารพิเศษเฉพาะรายการอาหารประจำท้องถิ่นหรือประจำชาติ การตกแต่งภายในร้านก็เน้นลักษณะประจำชาติ หรืออาจเป็นธุรกิจอาหารที่ให้บริการระหว่างการเดินทางหรือการจัดเลี้ยง

ธุรกิจร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มประเภทต่างๆ จะมีโอกาสจากตลาดผู้สูงวัยมากขึ้น เนื่องจากพฤติกรรมการเข้าสังคมและสังสรรค์กับเพื่อนของผู้สูงวัยนอกบ้าน ยังนิยมการรับประทานอาหารนอกบ้าน และในการท่องเที่ยวย่อมต้องการทดลองใช้บริการร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยววันนั้นๆ เพื่อเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ

ผู้ประกอบการธุรกิจบันเทิงและนันทนาการท่องเที่ยว

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและการบริการเพื่อตอบสนองความต้องการ หรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่เป็นไปเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือให้ความบันเทิง ซึ่งผลกำไรจะมาจากการให้บริการต่างๆ ธุรกิจหรือแหล่งนันทนาการในการท่องเที่ยว มักดำเนินการโดยภาคเอกชนเป็นหลัก แต่มีบางส่วนที่รัฐบาลเป็นผู้จัดสร้าง ทั้งนี้ สามารถแบ่งประเภทกิจกรรมนันทนาการได้ทั้งสิ้น 5 ประเภท ได้แก่

- ธุรกิจนันทนาการด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การท่องเที่ยวตามสถานที่ธรรมชาติและสถานที่ที่สนใจ

- ธุรกิจหรือแหล่งบันเทิงนันทนาการด้านการกีฬา ได้แก่ การเล่นกีฬาเพื่อสุขภาพ เพื่อการแข่งขัน รวมทั้งการชมและเชียร์กีฬา
- ธุรกิจหรือแหล่งบันเทิงนันทนาการด้านวัฒนธรรม ได้แก่ การจัดการแสดงทางวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้ชม โดยอาจจะจัด ณ สถานที่จริง หรือสถานที่ที่จัดขึ้นสำหรับการแสดงด้านวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวได้ชมโดยเฉพาะ
- ธุรกิจหรือแหล่งบันเทิงนันทนาการประเภทศิลปะ ได้แก่ การแสดงผลงานด้านศิลปะ สิ่งประดิษฐ์ งานฝีมือ ดนตรี และการแสดงต่างๆ ที่จัดให้นักท่องเที่ยวได้ชม
- ธุรกิจหรือแหล่งบันเทิงนันทนาการด้านอื่นๆ ได้แก่ กิจกรรมนันทนาการอื่นๆ ที่จัดขึ้นนอกเหนือจากธุรกิจนันทนาการดังกล่าวข้างต้น เช่น ศูนย์การค้า ศูนย์ออกกำลังกาย หรือศูนย์สุขภาพ

โดยธุรกิจด้านบันเทิงและนันทนาการจะมีบทบาทสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของผู้สูงวัยในทุกกิจกรรมย่อย เนื่องจากผู้สูงวัยยังต้องการดำเนินชีวิตตามปกติ พบปะสังสรรค์กับเพื่อน และมีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน อาทิ นันทนาการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงวัยที่ต้องการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ นันทนาการกีฬาสำหรับผู้สูงวัยที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น นันทนาการศิลปะ ซึ่งผู้สูงวัยที่มีเวลาว่างและมีความสนใจในกลุ่มงานศิลปะมากขึ้น เป็นต้น

ผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก

การช้อปปิ้ง (Shopping) เป็นกิจกรรมสำคัญอีกอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวมักมีความต้องการที่จะใช้สินค้าอุปโภคบริโภคในระหว่างการเดินทางเสมอ ไม่ว่าจะเป็นของใช้ส่วนตัว หรืออุปกรณ์ที่จำเป็นในการเดินทาง ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวหาซื้อได้จากร้านค้าปลีกในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งให้บริการแก่คนในท้องถิ่น

สำหรับร้านขายสินค้าที่ระลึกนั้น เป็นร้านค้าที่ตั้งขึ้นเพื่อจุดประสงค์หลักในการขายของให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจการให้บริการจำหน่ายสินค้าประเภทที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นที่จดจำมากขึ้น ตามปกตินักท่องเที่ยวมักนิยมซื้อสินค้าที่ระลึกในท้องถิ่นที่เข้าไปท่องเที่ยว เพื่อนำไปใช้เองหรือเก็บไว้เป็นที่ระลึกหรือนำไปฝากญาติมิตร โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวสูงวัยนับเป็นกลุ่มลูกค้าสำคัญของธุรกิจดังกล่าว ซึ่งนิยมซื้อสินค้าไปฝากเพื่อน ญาติ และลูกหลาน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ภาพรวมของการเติบโตภาคบริการท่องเที่ยวเติบโตอย่างต่อเนื่อง เมื่อดูที่ธุรกิจจัดนำเที่ยว มีการจัดตั้งธุรกิจเพิ่มขึ้นในปี 2561 จำนวน 354 ราย และในปี 2562 จำนวน 931 ราย ด้วยทุนจดทะเบียนรวม 663 ล้านบาท และ 1,645 ล้านบาท ตามลำดับ รายได้รวมในปี 2559 อยู่ที่ 57,000 ล้านบาท เพิ่มขึ้นในปี 2561 เป็น 86,900 ล้านบาท คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 50.5

ทั้งนี้ ไทยถือได้ว่าเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical and Health Tourism) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จากนโยบายที่เน้นเรื่องการพัฒนาคุณภาพของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และไทยเที่ยวไทย ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และนับว่าเป็นธุรกิจที่จะได้รับประโยชน์โดยตรงจากสังคมสูงวัย ข้อมูลจากรายงานของ Global Wellness Institute ในปี 2018 ระบุว่า ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลกมีมูลค่า 639,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณ 12,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงเป็นอันดับที่ 13 ของโลก อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 13.1 ต่อปี

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ครอบคลุมตั้งแต่การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ไปจนถึงกิจกรรมทางการแพทย์และการแพทย์ทางเลือก บริการด้านการแพทย์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมใช้บริการในไทย ได้แก่ การตรวจเช็คสุขภาพ การทำเลสิก ศัลยกรรม ความงาม ทันตกรรม การผ่าตัด และการพักผ่อน รวมถึงบริการด้านแพทย์ทางเลือกของไทย อาทิ หนวดแผนไทย และสปา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาใช้บริการในไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตลาดในส่วนที่ใช้บริการทางการแพทย์จากโรงพยาบาลเอกชนสามารถประเมินขนาดของตลาดได้จากสถิติการเข้ามาใช้บริการ ร้อยละ 60 จะเป็นชาวต่างชาติที่ทำงานในประเทศไทย และร้อยละ 40 เป็นชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ โดยข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เข้ามาประเทศไทย ระหว่างปี 2557-2561 มีอัตราการเติบโต CAGR ร้อยละ 11.4 ซึ่งเมื่อดูการจำแนกตามช่วงอายุพบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไปมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นมากที่สุด โดยมีอัตราการเติบโต CAGR ร้อยละ 27 ในช่วงเวลาดังกล่าว

ได้มีการลงทุนในธุรกิจหลายประเภทที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยจุดแข็งของภาคบริการนี้ของไทย คือ การประยุกต์ใช้ทรัพยากรด้านสุขภาพที่มีอยู่อย่างหลากหลาย เช่น ธุรกิจสตูดิโอสอนการทำสมาธิและโยคะที่ประยุกต์ความรู้ด้านการทำสมาธิตามหลักพุทธศาสนา ธุรกิจสปาที่ใช้สมุนไพรหรือทรัพยากรในท้องถิ่นเพื่อสร้างประสบการณ์แปลกใหม่ รวมถึงธุรกิจการ

สำหรับผู้สูงอายุ บริการการจัดห้องพัก บ้านพักประจำ การดูแลเฝ้าระวังและการช่วยเหลือกิจวัตรประจำวัน ซึ่งข้อมูลจากรมพัฒนาธุรกิจการค้าระบุว่า ในปี 2562 มีการจัดตั้งธุรกิจใหม่ภาคบริการดังกล่าวจำนวน 107 ราย เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่มีจำนวน 72 ราย ด้วยทุนที่สูงถึง 401 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากตัวเลขของปี 2561 ซึ่งอยู่ที่ 86 ล้านบาท ในส่วนของภาพรวมผลประกอบการของธุรกิจดังกล่าว มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จาก 227 ล้านบาท ในปี 2560 เพิ่มขึ้นเป็น 366 ล้านบาท ในปี 2561 คิดเป็นตัวเลขที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 61 ทั้งนี้ จังหวัดที่มีรายได้จากธุรกิจดังกล่าว 3 อันดับแรกคือ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต ตามลำดับ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุได้รับประโยชน์จากการเข้าสู่สังคมสูงวัยของไทย คือลักษณะสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้นนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงด้านไลฟ์สไตล์ และครอบครัวที่มีขนาดเล็กลงทำให้จำนวนผู้สูงอายุที่อาศัยโดยลำพังเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผู้สูงอายุชาวต่างชาติยังเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจเนื่องจากจำนวนของชาวต่างชาติที่เกษียณอายุแล้วมาพำนักอาศัยในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 9 ในช่วงปี 2557-2559

อีกหนึ่งธุรกิจที่มีแนวโน้มจะเติบโตและได้รับประโยชน์โดยตรงจากเศรษฐกิจสูงวัย คือ กิจการสปา ซึ่งเป็นการให้บริการเพื่อการสร้างความผ่อนคลายทั้งร่างกายและจิตใจ มีโปรแกรม โภชนบำบัด สมานบำบัด การออกกำลังกาย การฝึกโยคะ วารีบำบัด การบำรุงรักษาความงามร่วมด้วย รวมถึง กิจกรรมการนวดและกิจกรรมที่คล้ายกัน บริการนวดแผนโบราณ ข้อมูลจากรมพัฒนาธุรกิจการค้า แสดงให้เห็นว่ามีจำนวนนิติบุคคลในกิจการสปาเพิ่มขึ้นจาก 767 รายในปี 2559 เป็น 894 รายในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 16.5 และมีรายได้รวมเพิ่มขึ้นจาก 3,913.37 ล้านบาทในปี 2559 เป็น 5,376.92 ล้านบาทในปี 2561 คิดเป็นอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 37.4 ทั้งนี้ จากสถิติการจัดตั้งธุรกิจบริการทั้งรูปแบบนิติบุคคลและบุคคลธรรมดาในปี 2561 พบว่าประเทศไทยมีธุรกิจสปาและนวดเพื่อสุขภาพ 13,514 ราย ซึ่งข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงศักยภาพและความหลากหลายด้านการบริการภายในประเทศ แม้ว่าจะไม่ได้ชี้ให้เห็นอย่างชัดเจน การเติบโตของธุรกิจที่เป็นผลมาจากฐานกลุ่มผู้บริโภคสูงวัยเพียงอย่างเดียว แต่ธุรกิจดังกล่าวมีความเป็นไปได้สูงที่จะได้รับประโยชน์จากการพฤติกรรมการบริโภคและความต้องการของผู้สูงวัย หากมีการออกแบบบริการเฉพาะสำหรับการฟื้นฟูและผ่อนคลายผู้สูงอายุ

➤ บริการทางการแพทย์

จากแนวนโยบายการแพทย์ครบวงจร สามารถแบ่งเป็นคลัสเตอร์อุตสาหกรรมหรือกิจกรรมทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้เป็น 3 กลุ่ม โดยหนึ่งในนั้นคือ กิจกรรมบริการทางการแพทย์ ซึ่งแบ่งออกเป็น 7 ประเภทกิจการ ได้แก่

- ศูนย์บริการทางการแพทย์และโรงพยาบาล – การให้บริการในโรงพยาบาลทั่วไป กิจกรรมการรักษาเฉพาะทาง เช่น ทันตกรรม ศัลยกรรมความงาม จักษุแพทย์ เป็นต้น
- บ้านพักผู้สูงอายุ – กิจกรรมศูนย์พักพิงผู้สูงอายุ เป็นกิจการให้บริการดูแลผู้สูงอายุใน ศูนย์พักพิงอย่างครบวงจร ตั้งแต่การจัดการผู้ดูแล จัดหาอาหาร ที่พัก และกิจกรรม นันทนาการ
- การแพทย์แผนไทย – เช่น กิจกรรมการนวดบำบัดแผนไทย การให้บริการทางการแพทย์ด้วยการเสริมการใช้ยาสมุนไพร เป็นต้น
- การผลิตและพัฒนาบุคลากรทางการแพทย์ – กิจการด้านการให้ความรู้ อบรม และ สอนทักษะบุคลากรเพื่อใช้ในการประกอบวิชาชีพด้านสุขภาพและการแพทย์ต่าง ๆ อย่างมีมาตรฐานรองรับ
- ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ – ศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพมีลักษณะการให้บริการที่หลากหลาย โดย กิจกรรมฟื้นฟูสุขภาพที่สำคัญที่ไทยมีศักยภาพในการให้บริการ ได้แก่ สปา การนวด บำบัด นวดผ่อนคลาย และกิจกรรมการเสริมสวยประเภทต่าง ๆ ซึ่งบางกิจกรรมใน ประเภทกิจการฟื้นฟูสุขภาพอาจดำเนินการในโรงพยาบาลได้ เช่น การฟื้นฟูผู้ป่วย อัมพาต การทำกายภาพบำบัด และการฟื้นฟูผู้ป่วยหลังการผ่าตัดต่าง ๆ เป็นต้น
- บริการเทคโนโลยีทางการแพทย์ – กิจการให้บริการเทคโนโลยีการแพทย์ เช่น ห้องทดลอง ห้องตรวจเลือด บริการตรวจสมรรถภาพทางการกีฬาของนักกีฬา
- กิจการโลจิสติกส์เพื่อการรักษาพยาบาล – เช่น กิจกรรมการให้บริการขนส่ง เคลื่อนย้ายผู้ป่วยในแง่รูปแบบของการขนส่ง การให้บริการจัดหาและบริหารการ เดินทางเพื่อรักษาพยาบาลหรือใช้บริการสุขภาพให้แก่ผู้ใช้บริการ

ผู้วิจัยมีความจำเป็นต้องข้องเกี่ยวกับโรงพยาบาลมากกว่าวัยอื่นๆ ทั้งการตรวจสุขภาพประจำปี หรือตรวจรักษาโรคประจำตัว และอาการป่วยอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้นเมื่อใดก็ได้ สำหรับประเทศไทย นับว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านบริการทางการแพทย์ติดอันดับโลก มีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองจาก Joint Commission International (JCI)²¹ จำนวน 69 โรงพยาบาล นับเป็นอันดับ 4 ของโลก และอันดับ 1 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นที่ 2 รองจากจีนในเอเชีย ข้อเท็จจริงดังกล่าวเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยเป็นหนึ่งในปลายทางที่ธุรกิจ Medical Tourism สำหรับผู้ป่วยต่างชาติ โดยเฉพาะจากประเทศเพื่อนบ้านหลังรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประเมินว่า นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเข้า

²¹ Joint Commission International คือ องค์กรสากลจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่คอยตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย ตั้งแต่ปี 1994 เพื่อให้การรับรองคุณภาพแก่โรงพยาบาลต่าง ๆ เป้าหมายสำคัญขององค์กรคือการปรับปรุงการดูแลรักษาสุขภาพของโรงพยาบาลทั่วโลก และคอยให้การสนับสนุนการรักษาและการบริการทางการแพทย์ให้ปลอดภัยและมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น

มาใช้บริการในประเทศไทยเฉลี่ย 2 ล้านครั้ง (Visit) ต่อปี และอาจถึง 2.3-2.4 ล้านครั้งในบางปีส่วนใหญ่ใช้บริการตรวจสุขภาพ ศัลยกรรม ทันตกรรม และเวชศาสตร์ชะลอวัย เหล่านี้ล้วนเป็นความต้องการจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มสูงวัย สำหรับประเทศที่มีผู้ป่วยเข้าใช้บริการมากที่สุด ได้แก่ เมียนมา ญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง และยุโรป โดยในปี 2560 The International Healthcare Research Center (IHRC) ได้จัดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยอยู่อันดับ 6 ของโลก

ปัจจุบันสถานพยาบาลในประเทศไทยมีจำนวน 38,512 แห่งแบ่งเป็นสถานพยาบาลของรัฐประมาณร้อยละ 34.7 (สถานีอนามัย สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลชุมชน และโรงพยาบาลทั่วไป) และสถานพยาบาลเอกชนร้อยละ 65.3 (โรงพยาบาลเอกชน และคลินิกเอกชน) ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกรุงศรี ระบุว่าธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องเฉลี่ยร้อยละ 10-13 ในช่วงปี 2562-2564 โดยได้แรงสนับสนุนจากการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของสังคมไทย ทั้งการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งกระทรวงสาธารณสุขประเมินค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นเป็น 22.8 หมื่นล้านบาท (ร้อยละ 2.8 ของ GDP) ในปี 2565 จาก 6.3 หมื่นล้านบาทปี 2553 (ร้อยละ 2.1 ของ GDP) ดังที่ได้ระบุไว้ในแผนพัฒนาสุขภาพแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ 2560-2564 นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยจากการขยายตัวของชุมชนเมืองและการเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลาง กระแสการดูแลสุขภาพของคนทั่วโลก รวมถึงนโยบายภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub)

➤ บริการขนส่งและโลจิสติกส์

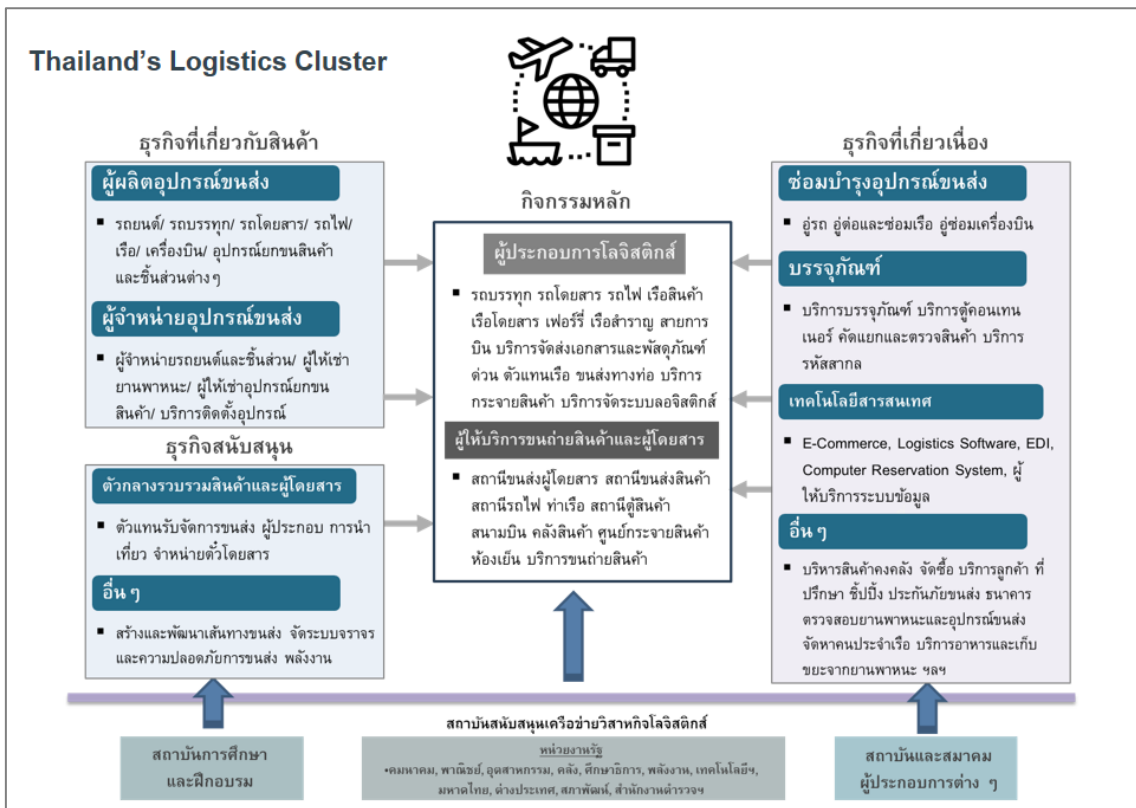
อุตสาหกรรมบริการขนส่งและโลจิสติกส์ของไทยมีโครงสร้างการให้บริการที่สำคัญแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

- ธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าขนส่ง – มีผู้เล่นสำคัญคือ ผู้ผลิตอุปกรณ์ขนส่ง และผู้จำหน่ายอุปกรณ์ขนส่ง เพื่อเป็นผู้ผลิตปัจจัยการให้บริการที่สำคัญให้แก่ ผู้ประกอบการโลจิสติกส์
- ธุรกิจสนับสนุนการขนส่ง – ผู้เล่นสำคัญสำคัญคือ ตัวกลางผู้รวบรวมสินค้าและผู้โดยสาร เช่น ตัวแทนรับจัดการขนส่ง ผู้ประกอบการนำเที่ยว ผู้จำหน่ายตั๋วโดยสาร เป็นต้น
- ธุรกิจโลจิสติกส์หลัก – ผู้ประกอบการโลจิสติกส์ เป็นผู้เล่นหลักในการให้บริการจัดการการขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร ให้บริการการบริหารจัดการระบบโลจิสติกส์ของบริษัทค้าปลีก บริการกระจายสินค้าและจัดหาวัตถุดิบ นอกจากนี้ ยังมีผู้ให้

บริการขนถ่ายสินค้าและผู้โดยสารที่เกี่ยวข้อง เช่น ผู้ให้บริการสถานีขนส่งสินค้าและผู้โดยสาร เจ้าของคลังสินค้า ศูนย์กระจายสินค้า ห้องเย็น บริการขนถ่ายสินค้าต่าง ๆ เป็นต้น

- ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง – ได้แก่ ธุรกิจการซ่อมบำรุงยานพาหนะ และอุปกรณ์ขนส่ง ธุรกิจผลิตและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจบริการตู้คอนเทนเนอร์ ธุรกิจบริการตัดแยกสินค้า ธุรกิจด้านเทคโนโลยีสารสนเทศขนส่ง เช่น การเชื่อมโยงระบบขนส่งกับการติดตามสินค้า ระบบการจัดการคลังสินค้า ระบบการจัดระเบียบการขนส่ง เป็นต้น และธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การประกันการขนส่ง การบริการจัดการภาษีสินค้า การบริการตรวจสอบยานพาหนะขนส่ง บริการจัดหาพนักงานขนส่ง เป็นต้น

ภาพที่ 5-36 ห่วงโซ่อุปทานบริการขนส่งและโลจิสติกส์



เนื่องจากธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์เป็นบริการสำคัญที่สนับสนุนการดำเนินงานทุกธุรกิจบริการ รวมถึงบริการขนส่งตัวผู้สูงอายุเพื่อดำเนินกิจกรรมต่างๆ ภายนอกมากขึ้น ภาพรวมของธุรกิจขนส่งโลจิสติกส์ มีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตัวเลขทุนจดทะเบียนของธุรกิจบริการดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้นจาก 6,541 ล้านบาท ในปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 8,160 ล้านบาท คิดเป็น

อัตราการเติบโตร้อยละ 24.8 สะท้อนให้เห็นศักยภาพของภาคบริการขนส่งและโลจิสติกส์ที่พร้อมจะรองรับการเติบโตของธุรกิจอื่นๆ ในเศรษฐกิจสูงวัย

ทั้งนี้ ธุรกิจขนส่งที่ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัยอย่างชัดเจน คือธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงกับธุรกิจสินค้าและบริการที่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคสูงวัยทุกชนิด เช่น ธุรกิจค้าปลีก ที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่รวมถึงสูงวัยเข้าถึงสินค้าบนโลกออนไลน์มากขึ้น ธุรกิจขนส่งสินค้าจึงมีบทบาทมากขึ้น เป็นต้น ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า แสดงให้เห็นว่า กิจกรรมการบริหารจัดการด้านการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้า มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจาก 51,833 ล้านบาท ในปี 2559 เป็น 68,962 ล้านบาท ในปี 2561 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 33 นอกจากนี้ ธุรกิจบริการที่ออกแบบการขนส่งสำหรับผู้โดยสารที่เป็นผู้สูงอายุที่มีการให้เหมาะสมกับสภาวะร่างกายของผู้สูงวัยไปยังสถานที่ต่างๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมนอกบ้านของผู้สูงวัย จะเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าจับตามอง

➤ บริการดิจิทัล

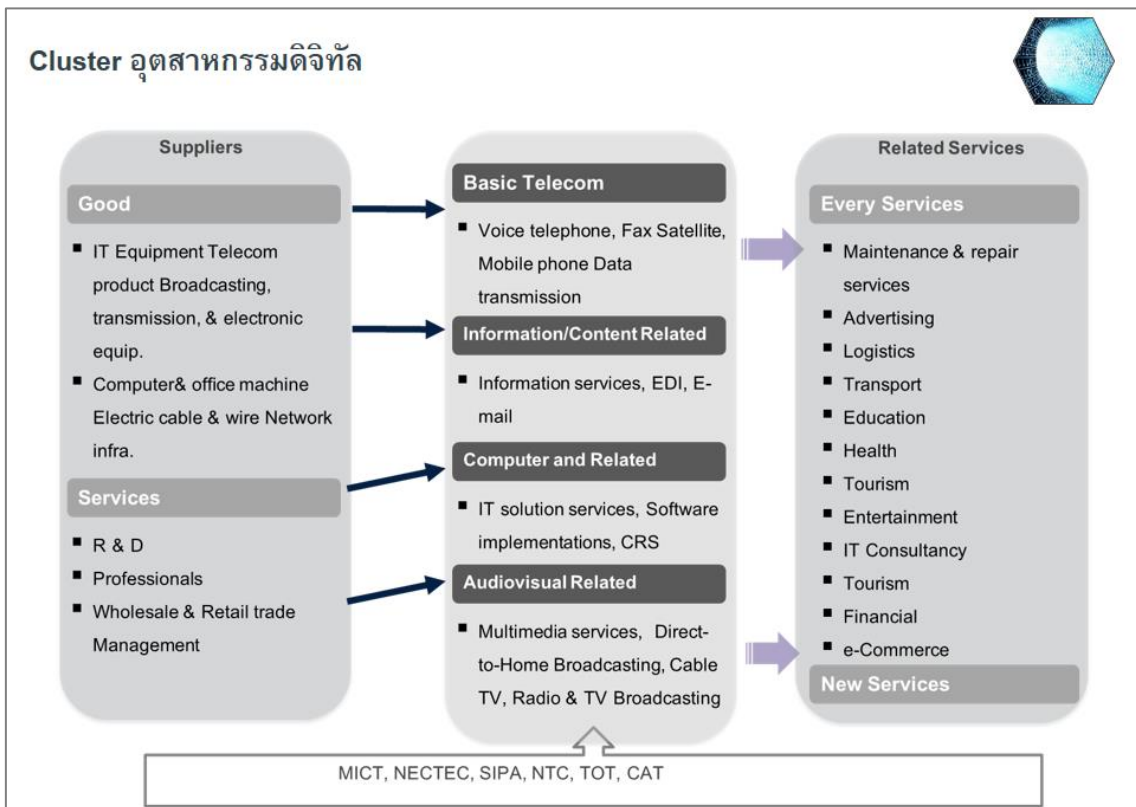
การให้บริการด้านดิจิทัลเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น อันเนื่องมาจากโครงสร้างพื้นฐานโทรคมนาคมที่พัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้คนทั่วไปเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างง่ายมากขึ้น สะดวกมากขึ้น และมีความรวดเร็วมากขึ้น ซึ่งเปลี่ยนแปลงแนวทางการใช้ชีวิตประจำวันไป ทำให้ผู้บริโภคพึ่งพิงเทคโนโลยีมากขึ้น

โดยกิจกรรมการบริการในอุตสาหกรรมดิจิทัลเป็นการบริการที่เป็นทั้งบริการหลักที่ให้บริการแก่ผู้ใช้บริการโดยตรง และเป็นบริการสนับสนุนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตหรือให้บริการกับอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยกิจกรรมที่สำคัญในบริการนี้ ได้แก่

- โทรคมนาคมพื้นฐาน – คือกิจกรรมการให้บริการโทรศัพท์ แฟกซ์ ดาวเทียม การให้บริการสัญญาณข้อมูลผ่านโครงข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาและสารสนเทศ – เช่น บริการด้านสารสนเทศข้อมูล การให้บริการอีเมล การให้บริการอ่านข้อมูลดิจิทัล การให้บริการผลิตเนื้อหา (Content) บนอินเทอร์เน็ต เป็นต้น
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์ – เช่น การให้บริการโซลูชันด้านไอที การติดตั้งและออกแบบซอฟต์แวร์ การให้บริการพัฒนาระบบสำรองที่นิ่งผ่านคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับภาพและเสียง เช่น การให้บริการผลิตและบริหารสื่อบนแพลตฟอร์มต่างๆ การแพร่ภาพและกระจายเสียง การให้บริการสัญญาณโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม
- กิจกรรมที่เกี่ยวข้องเนื่อง – เนื่องจากเป็นบริการที่สนับสนุนและส่งเสริมให้การทำงานของแต่ละอุตสาหกรรมมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานมากขึ้น จึงมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องให้บริการอุตสาหกรรมอื่นๆ มากมาย เช่น การบริการฐานข้อมูล การให้บริการโฆษณาบนสื่อสังคมออนไลน์ การพัฒนาแอปพลิเคชัน การให้บริการพัฒนาระบบซื้อขายสินค้าบนเว็บไซต์ การให้บริการระบบจัดการข้อมูลสินค้าคงคลัง การพัฒนาระบบวิเคราะห์ข้อมูล การให้บริการส่งสัญญาณภาพสำหรับวินิจฉัยโรคทางไกล ระบบเซนเซอร์การวิเคราะห์สภาวะอากาศและความชื้นสำหรับการเกษตร การพัฒนาระบบอัตโนมัติสำหรับการทำงานผลิตซ้ำๆ เป็นต้น

ภาพที่ 5-37 ห่วงโซ่คุณค่าบริการดิจิทัล



บริการด้านดิจิทัลที่มีความเกี่ยวข้องกับการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัย อาทิ ธุรกิจแพลตฟอร์มในลักษณะของการเป็นตลาดกลางออนไลน์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น Line ธุรกิจ E-commerce ซึ่งเป็นการซื้อขายสินค้าออนไลน์ของตลาดการซื้อสินค้าขนาดใหญ่ เช่น Lazada

รวมถึงธุรกิจเกมส์และพัฒนาแอปพลิเคชัน ซึ่งเป็นธุรกิจที่พัฒนาโปรแกรมที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการ เพิ่มความสะดวกสบาย และกระตุ้นการใช้บริการหรือการซื้อสินค้า มีแนวโน้มการเติบโตอันเนื่องมาจากความต้องการของผู้บริโภคในกลุ่มสูงวัย

จากข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า แสดงให้เห็นภาพรวมการเติบโตธุรกิจบริการดังกล่าวที่เพิ่มสูงขึ้น ธุรกิจแพลตฟอร์มมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจาก 3,992 ล้านบาท ในปี 2560 เป็น 6,988 ล้านบาท ในปี 2561 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 75 ธุรกิจ E-commerce มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจาก 123,234 ล้านบาท ในปี 2560 เป็น 163,748 ล้านบาท ในปี 2561 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 32 ธุรกิจเกมส์และพัฒนาแอปพลิเคชัน มีรายได้เพิ่มสูงขึ้นจาก 864 ล้านบาท ในปี 2560 เป็น 1,705 ล้านบาท ในปี 2561 คิดเป็นอัตราการเติบโตร้อยละ 97.3 บริการด้านดิจิทัลเหล่านี้กำลังเติบโตสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปและอัตราการใช้งาน สมาร์ทโฟนที่เพิ่มขึ้น

ตัวเลขสถิติข้างต้นสอดคล้องกับผลสำรวจการเข้าถึงเทคโนโลยี และข้อมูลบนโลกอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมถึงการใช้แพลตฟอร์มต่างๆ ในชีวิตประจำวันของผู้สูงวัย สำนักงานสถิติแห่งชาติได้สำรวจการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ในปี 2562 พบว่ากลุ่มผู้สูงอายุหรือผู้ที่อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 11.6 ล้านคน มีพฤติกรรมใช้อินเทอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนเป็นหลัก และมีแนวโน้มของการใช้งานเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2560 และ 2561 เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 8.6 และ 10.3 ตามลำดับ กิจกรรมที่ผู้สูงอายุนิยมใช้คือ โซเชียลมีเดีย ทั้ง Facebook และ LINE รองลงมาเป็นการดาวน์โหลดเนื้อหาเพื่อความบันเทิง เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นเกม ร้อยละ 70.2 และการค้นหาข้อมูลสินค้า ซื้อขายสินค้าออนไลน์ และบริการด้านสุขภาพร้อยละ 50.3 ระยะเวลาที่ผู้สูงอายุใช้งานส่วนใหญ่เฉลี่ยอยู่ที่ 2 ชั่วโมงต่อวัน และยังมีผู้สูงอายุอีกเกือบร้อยละ 85 ที่เข้าสู่ระบบใช้งานเป็นประจำทุกวัน

จากพฤติกรรมการใช้งานของผู้สูงวัยข้างต้น เปิดโอกาสให้บริการด้านดิจิทัลซึ่งเป็นบริการที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนทุกสาขาบริการให้มีมูลค่าหรือรูปแบบทางธุรกิจใหม่ๆ ได้รับผลกระทบเชิงบวกจากเศรษฐกิจสูงวัยเช่นกัน ซึ่งบริการที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จำเป็นต้องสนองความต้องการของผู้สูงวัยมากขึ้น เมื่อมีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไปช่วยพัฒนา เช่น แพลตฟอร์มด้านการศึกษา บริการให้คำปรึกษาทางการแพทย์ออนไลน์ แพลตฟอร์มบริการสร้างสังคมต่างๆ สำหรับผู้สูงวัย แพลตฟอร์มการจ้างผู้บริบาลรายวัน ทั้งนี้ ข้อคำนึงสำคัญสู่การขยายฐานลูกค้าเพื่อรองรับตลาดผู้สูงอายุในบริการดิจิทัล คือ การออกแบบ UX (User Experience Design) for Seniors หมายถึงการสร้างประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้นในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล แอปพลิเคชันและอุปกรณ์ต่าง ๆ ของผู้สูงอายุ ส่วนตัวประสานกับผู้ใช้ UI (User Interface Design) for Seniors

คือการออกแบบเทคโนโลยีดิจิทัล แอปพลิเคชัน และอุปกรณ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับการใช้งานของผู้สูงอายุ เช่น ตัวหนังสือมีขนาดใหญ่ อ่านง่าย สีสนับโดดเด่น สะดุดตา เป็นต้น

5.3.4 สรุปกลุ่มบริการที่มีศักยภาพ

จากการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพของภาคบริการไทย พบว่า สาขาการบริการที่มีศักยภาพสูงในการแข่งขันของไทย คือ สาขาบริการท่องเที่ยวที่มีความโดดเด่นในตลาดโลก สาขาการขายส่งและปลีกสินค้า สาขาวิชาชีพ สาขาศิลปะบันเทิง สาขาอสังหาริมทรัพย์ และสาขาบริการสุขภาพที่มีการขยายตัวสูงกว่ากิจกรรมบริการอื่นๆ โดยเปรียบเทียบประกอบกับความสมบูรณ์ของผู้ประกอบการในแต่ละส่วนของห่วงโซ่อุปทานของบริการแต่ละสาขาดังกล่าวของไทยมีความครบถ้วน มีความสามารถในการให้บริการที่มีคุณภาพและเพียงพอ

เมื่อนำแนวโน้มการเข้าสู่สังคมสูงวัยของโลก เช่น ทิศทางการพึ่งพิงของผู้สูงอายุและผู้สูงอายุที่ยังคล่องแคล่ว แนวโน้มพฤติกรรมการใช้บริการเพื่อสุขภาพ และแนวโน้มพฤติกรรมการเรียนรู้และเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ เป็นต้น ภาคบริการที่จะได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัยอย่างเด่นชัดคือ ภาคของการบริการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยสาขาบริการที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก อาทิ การบริการตัวแทนท่องเที่ยว การขนส่ง การบริการที่พักแรม และบริการนันทนาการประเภทต่างๆ เป็นต้น จากข้อมูลเชิงสถิติที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น แสดงให้เห็นว่าภาคบริการท่องเที่ยวมีการขยายตัวและเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีแนวโน้มการเติบโตเพิ่มสูงขึ้น โดยหนึ่งในปัจจัยสนับสนุนสำคัญคือ การเดินทางเข้ามาในไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มสูงวัย

อีกหนึ่งธุรกิจบริการที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างชัดเจน อันเป็นผลมาจากการเพิ่มขึ้นของประชากรสูงวัย คือ ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ ที่ให้บริการดูแลรักษาในสถานที่ที่มีคนดูแลประจำ ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุได้รับประโยชน์จากการเข้าสู่สังคมสูงวัยของไทย คือ ลักษณะสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้นนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงด้านไลฟ์สไตล์ และครอบครัวที่มีขนาดเล็กลงทำให้จำนวนผู้สูงอายุที่อาศัยโดยลำพังเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้การบริการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยเติบโตขึ้นด้วย เช่นเดียวกับการบริการด้านการแพทย์และสุขภาพ ที่ไทยมีชื่อเสียงและคุณภาพของการให้บริการสูง เป็นที่ยอมรับของต่างประเทศที่ดึงดูดผู้ใช้บริการมายาวนาน

5.4 นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

เนื้อหาในส่วนนี้นำเสนอ นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย โดยจำแนกโครงสร้างการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนย่อย คือ 1) นโยบายและแผนที่รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ที่เป็นกรอบนโยบายระดับชาติด้านผู้สูงอายุ สำหรับหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนในการวางแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับกรอบที่กำหนด และ 2) ข้อมูลสนับสนุนอุตสาหกรรมหรือบริการที่ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย ที่เป็นมาตรการจูงใจหรือสิทธิประโยชน์สำหรับภาคธุรกิจในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

5.4.1 นโยบายและแผนที่รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

ส่วนนี้จะนำเสนอ นโยบายและแผนระดับชาติที่วางกรอบและแนวนโยบายด้านสังคมสูงวัยและเศรษฐกิจสูงวัย ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ซึ่งเป็นกรอบระยะยาวในการบริหารประเทศ 2) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งเป็นแผนระยะกลางในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยมีแนวทางที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นแผนระยะยาว และ 3) แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ซึ่งเป็นแผนที่วางมาตรการเฉพาะเจาะจงด้านผู้สูงอายุ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

5.4.1.1 ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นกรอบสำหรับนโยบายและแผนอื่นๆ ให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ในการพัฒนาประเทศ อาทิ ความมั่นคง ทรัพยากรมนุษย์ ความสามารถในการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม แม้ว่ายุทธศาสตร์ชาติจะไม่ได้ระบุให้เศรษฐกิจสูงวัยเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์ แต่ในหลายยุทธศาสตร์ได้กล่าวถึงสถานการณ์และมาตรการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ดังที่ได้ระบุให้การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากรเป็นหนึ่งในสถานการณ์และแนวโน้มสำคัญในการพัฒนาประเทศ และได้กำหนดยุทธศาสตร์ชาติที่มีรายละเอียดครอบคลุมการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุและการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัย ทั้งนี้ แนวนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยปรากฏใน 3 ยุทธศาสตร์ชาติ ซึ่งมีรายละเอียดในส่วนที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

สาระสำคัญของยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เป็นเรื่องของการพัฒนาเศรษฐกิจโดยการสร้างความสามารถทางการแข่งขัน เพื่อพัฒนาศักยภาพทางการผลิตของประเทศ ซึ่งมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัยและเศรษฐกิจสูงวัยทั้งโดยตรงและโดยอ้อม กรอบนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยปรากฏในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับด้านการแพทย์ การท่องเที่ยว และการพัฒนาผู้ประกอบการ ใน 3 ประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 อุตสาหกรรมการบริการแห่งอนาคต ที่กำหนดอุตสาหกรรมและบริการแพทย์ครบวงจรเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของประเด็นยุทธศาสตร์ ซึ่งเป็นที่ทราบกันว่าการเข้าสู่สังคมสูงวัยจะทำให้อุปสงค์ของบริการทางการแพทย์เพิ่มสูงขึ้นทั้งในระดับประเทศและระดับโลก เนื่องด้วยภาวะความเจ็บป่วยที่เพิ่มขึ้นของช่วงอายุ การสนับสนุนอุตสาหกรรมด้านการแพทย์จึงมีความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสูงวัย โดยมีกรอบนโยบายระดับชาติที่สอดคล้องและสนับสนุน ได้แก่ มาตรการต่อยอดศักยภาพด้านสาธารณสุขของไทย การรองรับต่อการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การเตรียมความพร้อมด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ เวชภัณฑ์ อวัยวะเทียม เทคโนโลยีทางการแพทย์ใหม่ๆ การสนับสนุนท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และการเป็นศูนย์กลางด้านการส่งเสริมและดูแลสุขภาพ จึงเป็นกรอบนโยบายที่จะช่วยส่งเสริมธุรกิจด้านการแพทย์ ยา และเครื่องมือแพทย์

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว มีการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทยเป็นหนึ่งในเป้าหมายของความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว โดยได้กำหนดมาตรการในการยกระดับธุรกิจบริการด้านสุขภาพและความงามเดิม การผลิตบุคลากรที่มีทักษะทางวิชาชีพ และทักษะทางภาษา เพื่อยกระดับคุณภาพและนวัตกรรม และเชื่อมโยงกับกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ประเด็นนี้จึงเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยเนื่องจากประเด็นด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นที่คาดการณ์ว่าจะมีอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นจากตลาดผู้สูงวัย ฉะนั้น ธุรกิจด้านการแพทย์ การท่องเที่ยวจึงจะน่าจะได้ประโยชน์จากแนวโน้มนโยบายดังกล่าว และรวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 พัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของผู้ประกอบการยุคใหม่ ที่ถึงแม้ว่าจะได้ไม่ระบุเกี่ยวกับผู้ประกอบการในเศรษฐกิจสูงวัยโดยตรง แต่ประเด็นนี้ให้ความสำคัญกับความสามารถทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นกรอบแนวทางสำหรับผู้ประกอบการในตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุที่จะเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในอนาคต โดยประเด็นยุทธศาสตร์

กำหนดนโยบายสนับสนุนให้ผู้ประกอบการมีความสามารถทางการแข่งขัน เข้าถึงตลาดและข้อมูล สามารถใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม สร้างมูลค่าเพิ่ม ความแตกต่างของสินค้า และสนับสนุน การรวมตัวกันเป็นคลัสเตอร์เพื่อเพิ่มอำนาจในการต่อรองและลดต้นทุนการผลิต

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

ยุทธศาสตร์ที่ 3 เป็นเรื่องการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ในทุกช่วงวัย โดยกลุ่มผู้สูงอายุเป็นหนึ่งในกลุ่มเป้าหมายที่ยุทธศาสตร์นี้กำหนดแนวทางในการพัฒนา ซึ่งครอบคลุมถึงเรื่องการส่งเสริมการเรียนรู้ สภาพแวดล้อม สุขภาพ และการออกกำลังกาย ทั้งนี้ ยุทธศาสตร์นี้ได้ระบุถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับสังคมผู้สูงอายุและเศรษฐกิจสูงวัยในประเด็นเรื่อง การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต และการส่งเสริมสุขภาพที่ดี ใน 2 ประเด็นยุทธศาสตร์ คือ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพของคนตลอดช่วงชีวิต ที่ได้ระบุถึงช่วงวัย ผู้สูงอายุว่าเป็นพลังในการขับเคลื่อนประเทศ ทั้งนี้ ได้กำหนดมาตรการส่งเสริมทักษะในการดำรงชีวิต การหารายได้ เพื่อให้สามารถทำงานหลังเกษียณ ที่จะต้องเป็นงานที่เหมาะสมกับ ศักยภาพ ซึ่งจะทำให้ผู้สูงอายุสามารถเป็นกำลังแรงงานในเศรษฐกิจสูงวัยได้อย่างเหมาะสม เพื่อไม่ให้กำลังแรงงานลดลงเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของอัตราผู้สูงอายุในประเทศ นอกเหนือจากด้าน อาชีพแล้ว ผู้สูงอายุจะต้องได้รับการสร้างเสริมสุขภาพและการป้องกันโรค โดยมีสภาพแวดล้อม และหลักประกันทางสังคมที่จำเป็น ฉะนั้นธุรกิจด้านบริการทางการแพทย์และการรักษาโรค ยา และเวชภัณฑ์ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสนับสนุนประเด็นยุทธศาสตร์นี้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 การสร้างเสริมให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี โดยประเด็นนี้ครอบคลุม ตั้งแต่เรื่องการสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาวะ การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยง การสร้าง สภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การพัฒนาระบบสุขภาพที่ทันสมัย ไปจนถึงการส่งเสริมบทบาทของ ชุมชนในการสร้างสุขภาวะที่ดี ฉะนั้น จึงแสดงให้เห็นถึงบทบาทความสำคัญของธุรกิจประเภท บริการทางการแพทย์และการรักษาโรค ยา และเวชภัณฑ์ เช่นเดียวกับกับประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่สนับสนุนศักยภาพด้านสุขภาพ

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม

การสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคมของยุทธศาสตร์นี้ไม่ได้จำกัดที่ ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และยังหมายรวมถึงความเสมอภาคของช่วงวัยที่มีความสามารถในการ เข้าถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ฉะนั้น ยุทธศาสตร์นี้จึงครอบคลุมการสร้าง

ความเสมอภาคแก่กลุ่มผู้สูงอายุให้สามารถพึ่งตนเอง เข้าถึงบริการ และสวัสดิการอย่างเป็นธรรม โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับสังคมผู้สูงอายุและเศรษฐกิจสูงวัย ได้แก่

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ กำหนดแนวนโยบายการจัดสรรหลักประกันทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในบริบทของสังคมสูงวัย และสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมและสร้างมีส่วนร่วมในกลุ่มผู้สูงอายุด้วย นอกจากนี้การลดความเหลื่อมล้ำครอบคลุมถึงการสร้างความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการสาธารณสุขและการศึกษาของประชาชนในทุกพื้นที่ ผ่านนโยบายการกระจายทรัพยากร เช่น บุคลากรทางการแพทย์ สถานพยาบาล ระบบการรักษาโรคสำหรับผู้มีรายได้น้อย ซึ่งเป็นกรอบนโยบายในการสนับสนุนและเพิ่มศักยภาพของภาคธุรกิจด้านการแพทย์ ยา เวชภัณฑ์ การเตรียมบุคลากรทางการแพทย์ ทั้งในเรื่องคุณภาพ ปริมาณ และราคา ที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงได้

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 การเสริมสร้างพลังทางสังคม หัวข้อย่อยการรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ ให้ความสำคัญกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยตรง ผ่านกรอบนโยบายที่ครอบคลุมตั้งแต่การออมไปจนถึงการมีส่วนร่วมในสังคมในฐานะผู้สูงอายุ เช่น การส่งเสริมการออมเงินก่อนเกษียณอายุ โอกาสในการทำงานของผู้สูงอายุที่มีการจ้างงานที่เหมาะสม การส่งเสริมเทคโนโลยีและนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุในการส่งเสริมและฟื้นฟูศักยภาพและรักษาสุขภาพ และการถ่ายทอดภูมิปัญญาและประสบการณ์ของผู้สูงอายุ ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย เพราะเรื่องการออมเกี่ยวข้องกับความสามารถในการใช้จ่ายของผู้สูงอายุ ในขณะที่การสนับสนุนผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ เกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตเพื่อสูงอายุเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสูงวัย

5.4.1.2 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 เป็นกรอบนโยบายและแผนระดับชาติระดับกลาง ที่สอดคล้องและรองรับการพัฒนาตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ซึ่งเป็นกรอบในการพัฒนาประเทศระยะยาว โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 มีหลักการพัฒนา คือ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน และคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา ซึ่งมีเป้าหมายเพื่อลดความเหลื่อมล้ำโดยเพิ่มผลิตภาพในการผลิตด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรม ทั้งนี้ แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้กล่าวถึงประเด็นความเสี่ยงเรื่องการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมสูงวัย เช่นเดียวกับกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ดังที่ได้ระบุในสถานการณ์และแนวโน้มสังคมโลก เช่น

ปัญหาการลดลงของปริมาณแรงงาน ปัญหาสุขภาพและแนวโน้มอยู่คนเดียวของผู้สูงอายุ ซึ่งส่งผลต่อภาระค่าใช้จ่ายภาครัฐในเรื่องสุขภาพ และโอกาสทางเศรษฐกิจของตลาดผู้สูงอายุที่มีการบริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น

ประเด็นเรื่องเศรษฐกิจสูงวัยถือเป็นประเด็นหนึ่งที่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้วางกรอบนโยบายสำหรับนโยบายเชิงปฏิบัติในลำดับถัดไป ดังที่ได้กำหนดให้ 1) การเตรียมพร้อมด้านกำลังคนและการเสริมสร้างศักยภาพของประชากรในทุกช่วงวัย ที่รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ 2) การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำ ซึ่งครอบคลุมประเด็นผู้สูงอายุ 3) การส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจกระแสใหม่ ที่รวมถึงประเด็นเศรษฐกิจสูงวัย และ 4) การสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพให้เติบโตและสนับสนุนภาคการผลิต เป็นส่วนหนึ่งของ 20 ประเด็นการพัฒนาหลักในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ทำให้แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ที่ประกอบด้วย 10 ยุทธศาสตร์ กำหนด 3 ยุทธศาสตร์ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย โดยมีรายละเอียดดังนี้

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและการเข้าสู่สังคมสูงวัย จึงเป็นยุทธศาสตร์หลักที่มีเป้าหมายด้านผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ การมีสุขภาวะที่ดี ยุทธศาสตร์นี้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับด้านผู้สูงอายุ ได้แก่

- การพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุวัยต้นให้เข้าสู่ตลาดงาน โดยมีนโยบายจัดทำหลักสูตรการพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพที่เหมาะสม การทำงานร่วมกันระหว่างวัย มาตรการจูงใจทางการเงินการคลังเพื่อสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุ การสนับสนุนช่องทางตลาด แหล่งทุน และข้อมูลด้านการประกอบอาชีพของผู้สูงอายุ
- การยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต เช่น สื่อการเรียนรู้ อีเล็คทรอนิกส์ โรงเรียนผู้สูงอายุ แหล่งเรียนรู้ในชุมชน
- การลดปัจจัยเสี่ยงด้านสุขภาพ เช่น การให้ความรู้ คำปรึกษาด้านสุขภาพ การส่งเสริมกิจกรรมและพื้นที่สาธารณะสำหรับการออกกำลังกายและโภชนาการ การส่งเสริมนวัตกรรมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ โดยมีฉลากโภชนาการที่เข้าใจง่าย

- การเพิ่มประสิทธิภาพด้านระบบสุขภาพ เช่น การพัฒนาระบบส่งต่อและระบบแพทย์ฉุกเฉิน นโยบายเกี่ยวกับภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ และการประกันสุขภาพ
- การพัฒนาระบบดูแลและสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสังคมสูงวัย ไม่ว่าจะเป็นการผลักดันกฎหมายการดูแลผู้สูงอายุระยะยาว ระบบการรองรับผู้ที่ต้องพักฟื้นก่อนกลับบ้าน ส่งเสริมธุรกิจบริการดูแลระยะยาวที่ได้มาตรฐาน การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม เทคโนโลยีทางการแพทย์ และการฟื้นฟูสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุ การพัฒนาเมืองและระบบสาธารณะที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในประเด็นเรื่องการเข้าถึงบริการทางการศึกษาและสาธารณสุข ซึ่งเป็น 2 กลไกสำคัญทางเศรษฐกิจสังคมของผู้สูงอายุ ในแง่ของการศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะในการอยู่ในตลาดแรงงาน และการเข้าถึงบริการสาธารณสุข ที่คาดว่าจะต้องใช้บริการมากกว่าช่วงวัยอื่นๆ เนื่องจากปัญหาสุขภาพตามวัย แต่ด้วยข้อจำกัดทางรายได้ อาจทำให้ไม่สามารถเข้าถึงบริการทางสาธารณสุขได้ จึงกำหนดแนวนโยบายเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว อาทิ การส่งมอบสวัสดิการทางสังคมให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุผ่านเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ การกระจายการให้บริการภาครัฐที่ครอบคลุมและทั่วถึง

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ให้ความสำคัญกับศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ แต่ก็ได้กำหนดแนวทางที่ครอบคลุมคนทุกช่วงอายุ รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่คาดว่าจะเป็กลุ่มตลาดขนาดใหญ่ในอนาคต เนื่องจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยที่จะมีจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ซึ่งผู้สูงอายุจะเป็นอีกกลุ่มเป้าหมายสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีนโยบายสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุ และการบูรณาการกลุ่มผู้สูงอายุเข้าสู่เศรษฐกิจ ผ่านแนวทางซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับนโยบายส่งเสริมการเตรียมความพร้อมของภาคธุรกิจและเศรษฐกิจสูงวัย ดังนี้

- การสร้างนวัตกรรมทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการหลักประกันการดำรงชีวิตหลังเกษียณ ซึ่งเป็นการพัฒนานวัตกรรมการเงินรูปแบบใหม่เฉพาะกลุ่ม

- การส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตลาดสำหรับสินค้าที่มีคุณภาพ รวมถึงกลุ่มเฉพาะอย่างกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น อาหาร สินค้าเกษตรอินทรีย์ ยา ที่กลุ่มผู้สูงอายุอาจมีความต้องการที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น เนื่องจากประเด็นเฉพาะทางสุขภาพ
- การพัฒนาอุตสาหกรรมสำหรับอนาคต ซึ่งมีหลายอุตสาหกรรมที่กลุ่มผู้สูงอายุเป็นเป้าหมายหลัก เช่น อุตสาหกรรมการผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายเครื่องมือแพทย์ภายในประเทศ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และศูนย์กลางด้านสุขภาพนานาชาติ
- การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม มุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมถึงการสร้างนวัตกรรมที่ลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ แนวทางการพัฒนาจึงเป็นเรื่องการเพิ่มสัดส่วนการใช้จ่ายในการลงทุนเพื่อวิจัยและพัฒนา การส่งเสริมเทคโนโลยี การวิจัย นวัตกรรมที่ยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและการดูแลผู้สูงอายุ เช่น เทคโนโลยีทางการแพทย์ เทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

➤ ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ให้ความสำคัญกับการพัฒนารายพื้นที่ เพื่อกระจายความเจริญและโอกาสทางเศรษฐกิจในภูมิภาคมากขึ้น โดยได้กำหนดแนวทางการพัฒนาเป็นรายภาค ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาในภาคเหนือจะมีส่วนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย เนื่องจากมีการระบุในแผนพัฒนาฯ ว่าภาคเหนือจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุไวกว่าระดับประเทศ จึงมีมาตรการสำหรับผู้สูงอายุเฉพาะในภาคเหนือ ได้แก่ การสร้างรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุ การพัฒนานวัตกรรมการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว และการสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันครอบครัวและชุมชน ยุทธศาสตร์นี้จึงแสดงให้เห็นถึงโอกาสของผู้ประกอบการด้านเศรษฐกิจสูงวัยในภาคเหนือ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่แผนพัฒนาฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเรื่องสังคมผู้สูงอายุ

5.4.1.3 แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564)

แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) เป็นแผนหลักที่เสนอนโยบายเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุโดยตรง ซึ่งแตกต่างจากยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ที่กล่าวถึงนโยบายการพัฒนาในภาพรวม แต่มีการวางกรอบนโยบายเกี่ยวกับผู้สูงอายุในหลายยุทธศาสตร์ โดยแผนผู้สูงอายุแห่งชาติพิจารณาจากประเด็นท้าทายที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ไม่ว่าจะเป็นความยากจนในกลุ่มประชากรสูงอายุ การอยู่คนเดียวของผู้สูงอายุ ภาวะพึ่งพาที่สูงขึ้น การมีศักยภาพในการทำงาน จึงกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ด้านผู้สูงอายุ 5 ยุทธศาสตร์ โดยคณะผู้วิจัยพบว่ามาตรการส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุในมิติต่างๆ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมประเพณี จึงได้สังเคราะห์เฉพาะมาตรการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยในแต่ละยุทธศาสตร์ ดังนี้

- **ยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านการเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อวัยสูงอายุที่มีคุณภาพ**
 - หลักประกันรายได้เพื่อวัยสูงอายุ เช่น หลักประกันชราภาพ วินัยการออม
 - การเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเตรียมความรู้สู่การเป็นผู้สูงอายุ
- **ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้สูงอายุ**
 - การส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันการเจ็บป่วย และการดูแลตนเองเบื้องต้น
 - การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมและความเข้มแข็งขององค์กรผู้สูงอายุ
 - การส่งเสริมการทำงานและการหารายได้ของผู้สูงอายุ เช่น การฝึกอาชีพ การจัดหางาน การรวมกลุ่มในชุมชนเพื่อหารายได้
 - การมีสื่อสำหรับผู้สูงอายุ และการเข้าถึงสื่อโดยผู้สูงอายุ
 - การสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เช่น การเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อสร้างหรือปรับปรุงที่อยู่อาศัย การออกกฎหมายให้สิทธิพิเศษแก่ภาคเอกชนที่จัดบริการด้านที่พักอาศัยแก่ผู้สูงอายุ
- **ยุทธศาสตร์ที่ 3 ด้านระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ**
 - การคุ้มครองรายได้แก่ผู้สูงอายุ เช่น สวัสดิการรายได้พื้นฐาน กองทุนผู้สูงอายุในชุมชน
 - หลักประกันด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การตรวจสุขภาพ วัคซีน การจัดสรรอุปกรณ์ที่จำเป็น อาทิ ไม้เท้า แวนตา พันเทียม

- โครงสร้างสาธารณสุขูปโภคสำหรับผู้สูงอายุ เช่น ส่วนลดระบบขนส่งสาธารณะแก่ผู้สูงอายุ รวมถึงพัฒนาบริการสาธารณะ เช่น ระบบขนส่ง ทางเดิน ถนน และสวนสาธารณะ ที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ
- ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการบริหารจัดการเพื่อพัฒนางานด้านผู้สูงอายุอย่างบูรณาการระดับชาติ และการพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุ
 - การพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุ ที่เพียงพอและมีมาตรฐาน
- ยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการประมวล พัฒนา และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุ และการติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ
 - การวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุ

ยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ ทั้งยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ครอบคลุมในประเด็นเรื่องความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ความเสมอภาคในสังคม การส่งเสริมการวิจัย เทคโนโลยี และนวัตกรรม และการกำหนดนโยบายในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นกรอบนโยบายด้านการศึกษา ด้านการแพทย์ อาทิสถานพยาบาล บริการทางสุขภาพ ยา เวชภัณฑ์ และด้านสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการแพทย์ที่ถูกกล่าวถึงทั้งในเรื่องการส่งเสริมสุขภาพที่ดี การเข้าถึงบริการด้านสาธารณสุขทั้งหมดนี้แสดงให้เห็นว่าภาครัฐได้วางกรอบสนับสนุนผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุแล้ว ซึ่งคาดว่าหน่วยงานระดับปฏิบัติการจะนำกรอบนโยบายดังกล่าวไปกำหนดนโยบายเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการและผู้สูงอายุที่เป็นรูปธรรม

5.4.2 ข้อมูลสนับสนุนอุตสาหกรรมหรือบริการที่ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย

ภาคธุรกิจที่จะดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุจะได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐผ่านกรอบนโยบายและแผนที่รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ และสิทธิประโยชน์สำหรับภาคธุรกิจ ซึ่งหน่วยงานระดับปฏิบัติการจะต้องวางนโยบายที่สอดคล้องกับกรอบนโยบายดังกล่าว เพื่อนำนโยบายการสนับสนุนเศรษฐกิจสูงวัยและสังคมผู้สูงอายุไปปฏิบัติต่อไป ทั้งนี้ นโยบายที่เป็นรูปธรรมในการสนับสนุนผู้ประกอบการด้านเศรษฐกิจสูงวัยแล้ว คือ การสนับสนุนผ่านมาตรการ

ทางการเงินต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นสิทธิประโยชน์ทางภาษีจากการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง การจัดตั้งธุรกิจที่ไม่มุ่งเน้นการแสวงหากำไร หรือการจ้างงานผู้สูงอายุ

5.4.2.1 มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment of Thailand หรือ BOI) เป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนการลงทุนในประเทศไทย จึงได้ออกมาตรการต่างๆ โดยเฉพาะสิทธิประโยชน์ทางภาษี ทั้งนี้ สิทธิประโยชน์ทางภาษีอาจแตกต่างกันในแต่ละประเภทของกิจการและปีที่ขอรับการสนับสนุน โดยจากการสืบค้นเบื้องต้นเกี่ยวกับกิจการที่ให้การส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ของปี พ.ศ. 2563 คณะผู้วิจัยรวบรวมสิทธิประโยชน์ของกิจการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย อาทิ อาหารทางการแพทย์ เครื่องมือแพทย์ นวัตกรรมอาหารที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนในตารางที่ 5-7

ตารางที่ 5-7 มาตรการส่งเสริมการลงทุนในกิจการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

	ประเภทกิจการ	เงื่อนไข	กลุ่มกิจการและสิทธิประโยชน์
1.	1.18 กิจการผลิตอาหารทางการแพทย์ (Medical Food) หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement)	1. สำหรับกิจการผลิตอาหารทางการแพทย์ ต้องได้รับการขึ้นทะเบียน “อาหารทางการแพทย์” จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือหน่วยงานอื่นที่เป็นมาตรฐานสากล 2. สำหรับกิจการผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร 2.1 ต้องได้รับการขึ้นทะเบียน “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือหน่วยงานอื่นที่เป็นมาตรฐานสากล 2.2 ต้องมีกระบวนการสกัดเพื่อให้ได้ Active Ingredient	A2
2.	3.2 กิจการผลิต Non-woven Fabric หรือผลิตภัณฑ์สุขอนามัย (Hygienic Products) จาก Non-woven Fabric		A4
3.	3.11.1 กิจการผลิตเครื่องมือแพทย์ที่จัดอยู่ในประเภทความเสี่ยงสูง หรือเทคโนโลยีสูง (เช่น เครื่อง X-Ray เครื่อง MRI เครื่อง CT Scan และวัสดุฝังในร่างกาย เป็นต้น) หรือ เครื่องมือแพทย์ที่มีการนำผลงาน วิจัยภาครัฐ หรือที่ดำเนินการร่วมกับภาครัฐไปผลิตเชิงพาณิชย์)	1. กรณีที่มีการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม	A1
		2. กรณีที่ไม่มีการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม	A2
4.	3.11.2 กิจการผลิตเครื่องมือแพทย์ชนิดอื่นๆ (ยกเว้นการผลิตเครื่องมือแพทย์จากผ้าหรือเส้นใยชนิดต่างๆ)		A3
5.	3.11.3 กิจการผลิตเครื่องมือแพทย์จากผ้าหรือเส้นใยชนิดต่างๆ เช่น เสื้อกาวน์ ผ้าคลุม หมวก ผ้าปิดปากและจมูก ผ้าก๊อช และสำลี เป็นต้น	กรณีการผลิตผ้าก๊อชหรือสำลี ต้องเริ่มต้นจากผ้า ฝ้ายดิบ หรือใยฝ้าย	A4

	ประเภทกิจการ	เงื่อนไข	กลุ่มกิจการและสิทธิประโยชน์
6.	5.4.4 กิจการผลิตชิ้นส่วน Electronic Control and Measurement สำหรับงานอุตสาหกรรม/เกษตร/เครื่องมือแพทย์/ยานพาหนะ/เครื่องมือวิทยาศาสตร์ โดยมี Sensor ที่สามารถตรวจวัดค่าที่เที่ยงตรงสูง	1. กรณีเป็นชิ้นส่วนสำคัญต่อการทำงานของผลิตภัณฑ์	A2
		2. กรณีชิ้นส่วนอื่นๆ	A3
7.	6.9 กิจการผลิตสารออกฤทธิ์สำคัญในยา (Active Pharmaceutical Ingredients)	ต้องเป็นการผลิตสารออกฤทธิ์ หรือวัตถุดิบทางเภสัชกรรม (Active Pharmaceutical Ingredients: APIs)	A2
8.	6.10.1 กิจการผลิตยาตามบัญชียามุ่งเป้า	1. ต้องเป็นการผลิตยาในกลุ่มบัญชียามุ่งเป้าที่ประกาศโดยกระทรวงสาธารณสุข ณ วันที่ยื่นขอรับการส่งเสริม 2. ต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP ตามแนวทาง PIC/S ภายใน 2 ปี นับแต่วันครบกำหนดเปิดดำเนินการ	A2
9.	6.10.2 กิจการผลิตยาแผนปัจจุบันและยาแผนโบราณ	ต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP ตามแนวทาง PIC/S ภายใน 2 ปี นับแต่วันครบกำหนดเปิดดำเนินการ	A3
10.	6.15 กิจการผลิตสิ่งปรุงแต่งสำหรับประพินร่างกาย เช่น สบู่ ยาสระผม ยาสีฟัน เครื่องสำอาง	1. ต้องตั้งสถานประกอบการในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษหรือ โครงการเมืองต้นแบบสามเหลี่ยมมั่นคงมั่งคั่งยั่งยืน - อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี - อำเภอเบตง จังหวัดยะลา - อำเภอสุไหงโกกลก จังหวัดนราธิวาส 2. ต้องยื่นคำขอรับการส่งเสริมการลงทุนภายในวันที่ 31 ธันวาคม 2563	A2
11.	7.9.1.8 กิจการนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหาร	1. ต้องเป็นพื้นที่ที่ได้รับความเห็นชอบจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	A2

	ประเภทกิจการ	เงื่อนไข	กลุ่มกิจการและสิทธิประโยชน์
11.	7.9.1.8 กิจการนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหาร (ต่อ)	<p>2. ต้องมีโครงสร้างพื้นฐานด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม ที่พร้อมสนับสนุนการวิจัยพัฒนาเชิงพาณิชย์ เช่น ห้องปฏิบัติการวิจัยพัฒนา โรงงานต้นแบบ พื้นที่ทดลองผลิตพื้นที่ทดสอบตลาด (Living Lab) และพื้นที่ให้เช่าสำหรับจัดตั้งศูนย์วิจัยพัฒนาและนวัตกรรมของภาคเอกชน</p> <p>3. ต้องมีห้องปฏิบัติการกลาง (Central Lab) ที่มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการวิจัยพัฒนาและนวัตกรรม รวมทั้งมีนักเทคนิคประจำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่พร้อมสนับสนุนการ ทำวิจัยพัฒนาและนวัตกรรมของภาคเอกชน</p> <p>4. ต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้บริการกับผู้ที่อยู่ในพื้นที่ เช่น ห้องประชุมสัมมนา ระบบการสื่อสาร ระบบไฟฟ้าสำรอง</p> <p>5. ต้องมีระบบบำบัดน้ำเสียและสิ่งปฏิกูลที่เหมาะสมตามมาตรฐานที่กฎหมายกำหนด</p>	A2
12.	<p>7.11 กิจการวิจัยและพัฒนา*</p> <ul style="list-style-type: none"> - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Bio and Medical Industries - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Advanced Manufacturing Industries - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Basic and Supporting Industries - ที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการในสำนักอื่นๆ - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Creative and Digital Industries 	<p>1. ต้องมีขอบข่ายธุรกิจ ดังนี้</p> <p>1.1 การวิจัยขั้นพื้นฐาน (Basic Research) หมายถึง การวิจัย หรือ การค้นคว้า เพื่อการค้นพบองค์ความรู้ใหม่ที่มีคุณค่าทางวิชาการ และองค์ความรู้นี้อาจนำไปสู่การใช้ประโยชน์หรือแก้ปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กระบวนการการผลิต หรือการให้บริการในอนาคต</p> <p>1.2 การวิจัยประยุกต์ (Applied research) หมายถึง การวิจัยที่นำความรู้พื้นฐานมาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ปัญหาหรือพัฒนาองค์ความรู้เพื่อประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการใหม่ ทั้งนี้ รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การคิดค้นสูตร การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการออกแบบกระบวนการผลิตที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงอุตสาหกรรม และเชิงพาณิชย์</p> <p>1.3 การวิจัยพัฒนาระดับนำร่อง (Pilot Development) หมายถึง การขยายขนาดการผลิตที่เป็นผลมาจากการวิจัยขั้นพื้นฐานและการวิจัยประยุกต์ เป็นการทดลองผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) และ/หรือทดสอบกระบวนการผลิตในระดับกึ่งอุตสาหกรรม เพื่อวัตถุประสงค์ในการทดสอบตลาด และ/หรือ เก็บรวบรวมข้อมูลสถานะที่เหมาะสมสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้ในการออกแบบกระบวนการผลิตในระดับอุตสาหกรรม</p>	

	ประเภทกิจการ	เงื่อนไข	กลุ่มกิจการและสิทธิประโยชน์
12.	7.11 กิจการวิจัยและพัฒนา* (ต่อ) - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Bio and Medical Industries - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Advanced Manufacturing Industries - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Basic and Supporting Industries - ที่ไม่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการในสำนักอื่นๆ - ที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Creative and Digital Industries	1.4 การวิจัยพัฒนาเชิงสาธิต (Demonstration Development) หมายถึง การวิจัยพัฒนาที่นำผลการวิจัยพัฒนาในระดับนำร่องมาขยายขนาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบกระบวนการผลิตในระดับอุตสาหกรรมเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของเทคโนโลยี และกระบวนการผลิตรวมทั้งสาธิตให้เห็นถึงความเสถียรของกระบวนการ และศักยภาพการผลิตเชิงพาณิชย์ ทั้งในส่วนของ การควบคุมคุณภาพและการประเมินต้นทุน 2. ต้องเสนอรายละเอียดเกี่ยวกับขอบข่ายการวิจัยและการพัฒนา จำนวนนักวิจัยตามโครงการ ตลอดจนประวัติการศึกษา และประสบการณ์ของนักวิจัย 3. รายได้ที่ได้รับการส่งเสริมให้นำรวมรายได้จากการจำหน่ายหรือการให้บริการ ซึ่งเป็นผลงานที่เกี่ยวข้องกับกิจการที่ได้รับการส่งเสริมโดยตรงหรือนำไปผลิตต่อในเชิงพาณิชย์ ไม่ว่าจะผลิตเองหรือว่าจ้างผู้อื่นผลิต 4. หากตั้งอยู่ในเขตวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ได้รับการส่งเสริมหรือได้รับความเห็นชอบจากคณะกรรมการ ให้ได้รับการลดหย่อนภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับกำไรสุทธิร้อยละ 50 เป็นระยะเวลา 5 ปี นับแต่วันที่กำหนดระยะเวลาการยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสิ้นสุดลง 5. ต้องมีค่าใช้จ่ายเงินเดือนของบุคลากรด้านวิจัยและพัฒนาไม่น้อยกว่า 1,500,000 บาท ต่อปี หรือ มีเงินลงทุนขั้นต่ำที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับกิจการไม่น้อยกว่า 1 ล้านบาท (ไม่รวมค่าที่ดินและทุนหมุนเวียน)	A1
13.	7.23.4 กิจการศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ	1. ต้องใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ในการบำบัด และฟื้นฟูสุขภาพ 2. ต้องมีการจัดโปรแกรมการฟื้นฟูสุขภาพแบบต่อเนื่อง และมีการพักค้างคืนสำหรับผู้มาใช้บริการ 3. ไม่สามารถขอรับสิทธิและประโยชน์เพิ่มเติมตามคุณค่าของโครงการได้	B1
14.	7.28.1 กิจการบริการสาธารณสุข ด้านแพทย์แผนไทย	1. ต้องมีการใช้บุคลากรที่ได้รับใบประกาศนียบัตรหรือใบประกอบวิชาชีพการแพทย์แผนไทย 2. ต้องเป็นสถานประกอบการที่ผ่านการประเมินรับรองมาตรฐานคุณภาพที่กรมพัฒนาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือกกำหนด (TTM HA System) ในระดับที่เทียบเท่าหรือสูงกว่าโรงพยาบาลชุมชน	A3

	ประเภทกิจการ	เงื่อนไข	กลุ่มกิจการและสิทธิประโยชน์
15.	7.28.2 กิจการศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง	<p>ให้การส่งเสริมการลงทุนเฉพาะสาขาขาดแคลน ได้แก่ ด้านหัวใจ (โรคหลอดเลือดหัวใจ ผ่าตัดหัวใจ และหัวใจล้มเหลว) ด้านมะเร็ง (เคมีบำบัด และรังสีวิทยา) และด้านไต (ศูนย์ไตเทียม) มีเงื่อนไข ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องมีแผนการจัดหาบุคลากรทางการแพทย์ที่เหมาะสม 2. ต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ตามที่คณะกรรมการเห็นสมควร 3. ต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบว่าด้วยมาตรฐานการประกอบวิชาชีพ หรือมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุขอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 4. ต้องพิจารณาถึงการกระจายการให้บริการและการเข้าถึงของประชาชน 	A2
16.	7.28.3 กิจการสถานพยาบาล	<p>กำหนดพื้นที่ที่สามารถขอรับการส่งเสริม ดังนี้</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. พื้นที่ 20 จังหวัดที่มีรายได้ต่อหัวต่ำ ตามประกาศคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ที่ 2/2557 ลงวันที่ 3 ธันวาคม 2557 2. พื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส จังหวัดปัตตานี จังหวัดยะลา จังหวัดสตูล และ 4 อำเภอ ในจังหวัดสงขลา ได้แก่ อำเภอจะนะ อำเภอนาทวี อำเภอสะบ้าย้อย และอำเภอเทพา 3. เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษบริเวณชายแดน 	A2
17.	7.28.4 กิจการบริการขนส่งผู้ป่วย แพทย์ หรือ อุปกรณ์การแพทย์ (ทางอากาศ ทางบก หรือ ทางเรือ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องได้รับความเห็นชอบจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและปฏิบัติตามระเบียบว่าด้วยมาตรฐานการให้บริการขนส่งผู้ป่วยของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2. ต้องมีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยตามมาตรฐานกระทรวงสาธารณสุข หรือมาตรฐานอื่นใดตามที่คณะกรรมการเห็นชอบ 	A3

หมายเหตุ:

สิทธิประโยชน์ประเภท A1 ได้แก่ 1) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี โดยไม่กำหนดวงเงิน 2) ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร 3) ยกเว้นอากรของนำเข้าเพื่อวิจัยและพัฒนา 4) ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก และ 5) ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี

สิทธิประโยชน์ประเภท A2 ได้แก่ 1) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 8 ปี 2) ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร 3) ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก และ 4) ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี

สิทธิประโยชน์ประเภท A3 ได้แก่ 1) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 5 ปี 2) ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร 3) ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก และ 4) ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี

สิทธิประโยชน์ประเภท A4 ได้แก่ 1) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล 3 ปี 2) ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร 3) ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก และ 4) ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี

สิทธิประโยชน์ประเภท B1 ได้แก่ 1) ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร 2) ยกเว้นอากรวัตถุดิบผลิตเพื่อส่งออก และ 3) ได้รับสิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี

5.4.2.2 มาตรการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor หรือ EEC) เป็นโครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษในพื้นที่ 3 จังหวัด ได้แก่ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ซึ่งโครงการ EEC ได้กำหนดอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งหมด 10 อุตสาหกรรมเป้าหมายทั้งจากอุตสาหกรรมเดิม (First S-Curve) และ อุตสาหกรรมใหม่ (New S-Curve) โดยอุตสาหกรรมเป้าหมายที่คาดว่าจะสามารถเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจสูงวัยได้มีจำนวน 6 อุตสาหกรรม ได้แก่ อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร อุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ และอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร โดยกำหนดสิทธิประโยชน์สำหรับผู้ลงทุนในพื้นที่ 8 มาตรการ ได้แก่

- 1) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับบางกิจกรรมได้นานสูงสุด 13 ปี (อาศัยอำนาจตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน)
- 2) ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับ เครื่องจักร วัตถุดิบ ที่นำ เข้ามาผลิตเพื่อส่งออก และของ ที่นำเข้ามา เพื่อการวิจัยและพัฒนา
- 3) ให้เงินสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการลงทุนการวิจัย และพัฒนาการส่งเสริมนวัตกรรมหรือ การพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้านของกิจการในอุตสาหกรรมเป้าหมาย
- 4) อนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ ที่ดินเพื่อประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม
- 5) ให้สิทธิการเช่าที่ดินราชพัสดุ ถึง 50 ปี และสามารถพิจารณาต่ออายุอีก 49 ปี
- 6) กำหนดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาร้อยละ 17 สำหรับผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิจัย ที่มีคุณสมบัติตามที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนดในกิจการที่ได้รับการส่งเสริมตามกฎหมายว่าด้วยการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ สำหรับอุตสาหกรรมเป้าหมาย หรือ กฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมการลงทุน
- 7) อำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนให้บริการข้อมูลข่าวสารการขออนุญาตที่เกี่ยวข้องกับการประกอบการการค้าการส่งออกนำเข้าในจุดเดียว (ระบบ One-stop Service)
- 8) ให้วีซ่าทำงาน 5 ปี เพื่อดึงดูดนักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิทยาศาสตร์จากทั่วโลก

นอกเหนือจากนี้ โครงการ EEC ยังกำหนดแนวทางการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ซึ่งครอบคลุมแนวการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ครอบคลุม

กลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ จึงมีมาตรการสนับสนุนการลงทุนใน 3 จังหวัด ดังที่ระบุในแผนปฏิบัติการ พัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ดังนี้

- 1) ส่งเสริมการลงทุนในจังหวัดชลบุรี ซึ่งมีศักยภาพในการเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีบริการด้านการแพทย์ สปา และบริการเชิงสุขภาพแบบครบวงจร เพื่อเป็นศูนย์กลางให้บริการด้านการแพทย์นานาชาติ
- 2) ส่งเสริมการลงทุนในจังหวัดระยอง ผ่านกองทุนและเครือข่ายโฮมสเตย์ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่พักระยะยาวสำหรับผู้สูงวัยที่สามารถพักผ่อนในบรรยากาศที่มีและมีสถานพยาบาลในระยะทางที่เหมาะสม
- 3) ส่งเสริมการลงทุนในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อเป็นที่พักสำหรับ Wellness and Healthcare และเชื่อมโยงแพทย์แผนไทยจาก จ.ปราจีนบุรี

5.4.2.3 มาตรการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม

วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) เป็นรูปแบบธุรกิจหนึ่ง ที่ผู้ประกอบการที่ไม่แสวงหากำไรเป็นเป้าหมายหลักสามารถจดทะเบียนจัดตั้งขึ้น โดยพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 กำหนดเงื่อนไขของการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมคือต้องมีเป้าหมายหลักเพื่อแก้ไขปัญหา พัฒนาชุมชน สังคม สิ่งแวดล้อม และสนับสนุนการจ้างงาน มีรายได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 จากการขายสินค้าหรือบริการ และนำผลกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ไปใช้เพื่อผลประโยชน์ของสังคม

ประเด็นด้านผู้สูงอายุถือเป็นประเด็นทางด้านสังคมที่ภาครัฐให้ความสำคัญ เนื่องจากปัญหาโครงสร้างประชากรที่จะมีอัตราผู้สูงอายุมากขึ้น ภาคเอกชนและภาคประชาสังคมสามารถช่วยเหลือภาครัฐในการสร้างสรรค์สินค้าหรือบริการเพื่อช่วยเหลือผู้สูงอายุ และในปัจจุบันกระบวนการสมัยใหม่ในระดับโลกที่ให้ความสนใจกับผลลัพธ์ทางสังคมมากขึ้น จึงมีวิสาหกิจเพื่อสังคมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ซึ่งรวมถึงวิสาหกิจเพื่อสังคมด้านผู้สูงอายุ เช่น “YoungHappy” ซึ่งเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมในไทยในรูปแบบของแอปพลิเคชันสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบไปด้วยสังคมออนไลน์ ที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร กิจกรรม ชุมชน และเป็นแพลตฟอร์มร้านค้าออนไลน์ สำหรับผู้สูงอายุ หรือ “Rehabus” ซึ่งเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมในไต้หวันซึ่งเป็นบริการรถสาธารณะที่ออกแบบสำหรับผู้ที่นั่งรถเข็น ซึ่งอาจเป็นผู้สูงอายุ หรือผู้พิการ เป็นต้น

ภาคธุรกิจหรือผู้ประกอบการไทยในธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสูงวัยที่มีเงื่อนไขโดยตรงที่กฎหมายกำหนด สามารถจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม ซึ่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 กำหนดมาตรการสนับสนุนและส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมผ่าน 4 กลไกหลัก คือ

- 1) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่จัดตั้งขึ้นเพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยงานกำกับดูแล เสนอนโยบายและแผนเพื่อพัฒนา สนับสนุน ส่งเสริม จัดกิจกรรมอบรม ให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เกี่ยวข้อง
- 2) กองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่เป็นเงินทุนหมุนเวียนนอกงบประมาณสำหรับช่วยเหลือวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ให้อุปยืมเงินแก่ผู้ประกอบการสำหรับการก่อตั้ง ปรับปรุง พัฒนาการ ช่วยเหลือผู้ประกอบการในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี ให้เงินอุดหนุน ร่วมทุน ในการก่อตั้ง ขยาย วิจัย พัฒนา และส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม
- 3) สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร โดยมีเงื่อนไข 2 รูปแบบคือ
 - 1) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่นำกำไรทั้งหมดไปใช้เพื่อสังคม จะได้ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล และผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจะสามารถหักรายจ่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญได้ตามจ่ายจริง และหักรายจ่ายเงินหรือทรัพย์สินที่โอนให้วิสาหกิจโดยไม่มีค่าตอบแทน ได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ทั้งนี้ ไม่เกินร้อยละ 2 ของกำไรสุทธิ และ
 - 2) วิสาหกิจเพื่อสังคมที่นำกำไรไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 ไม่ใช้เพื่อสังคม (ไม่ใช่กำไรทั้งหมด) ผู้สนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจะสามารถหักรายจ่ายเงินลงทุนในหุ้นสามัญได้ตามจ่ายจริง และหักรายจ่ายเงินหรือทรัพย์สินที่โอนให้วิสาหกิจโดยไม่มีค่าตอบแทน ได้ตามจำนวนที่จ่ายจริง แต่ทั้งนี้ ไม่เกินร้อยละ 2 ของกำไรสุทธิ
- 4) สิทธิประโยชน์ตามมาตรการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐตามกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

5.4.2.4 มาตรการสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุ

รัฐบาลได้ออกมาตรการจูงใจให้มีการจ้างงานผู้สูงอายุ ด้วยนโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษี ทำให้ธุรกิจบางประเภทอาจไม่ได้ผลิตสินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุ สามารถเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสูงวัยและได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีโดยการจ้างงานผู้สูงอายุได้ ซึ่งเป็นมาตรการที่ช่วยผู้ประกอบการในการประหยัดภาษี ชะลอปัญหาการขาดแคลนแรงงาน ประหยัดงบประมาณของภาครัฐในการจัดสรรสวัสดิการสังคมให้แก่ผู้สูงอายุ และสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกลไกที่จะเพิ่มอุปสงค์และความสามารถในการใช้จ่ายจากผู้สูงอายุในเศรษฐกิจสูงวัย

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 639) พ.ศ. 2560 เรื่องยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลให้แก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งรับผู้สูงอายุที่มีอายุหกสิบปีขึ้นไปเข้าทำงาน เพื่อส่งเสริมให้มีการจ้างแรงงานผู้สูงอายุดังกล่าวเข้าทำงาน กำหนดให้บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 10 ของค่าจ้างที่จ่ายให้กับลูกจ้างสูงอายุที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป อย่างไรก็ตาม จำนวนลูกจ้างผู้สูงอายุต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนลูกจ้างทั้งหมดที่ทำงานเต็มเดือนในบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้น และลูกจ้างสูงอายุต้องทำงานเต็มเดือน และค่าตอบแทนในการจ้างไม่เกิน 15,000 บาท ต่อคน ต่อเดือน

5.4.3 สรุปธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

จากการศึกษาความสามารถในการค้าของอุตสาหกรรมและบริการ โครงสร้างการผลิตของอุตสาหกรรมที่ไทยมีบทบาทในห่วงโซ่อุปทาน ประกอบกับมาตรการของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย คณะผู้วิจัยพบว่า ภาครัฐได้เตรียมความพร้อมต่อการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัย ดังที่ได้กำหนดมาตรการ นโยบาย แผนงาน ต่างๆ เพื่อเตรียมความพร้อมต่อโอกาสและข้อจำกัดจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยที่จะเกิดขึ้นทั้งในระดับประเทศไทยและในระดับโลก ดังที่สรุปในภาพที่ 5-38

ซึ่งจำแนกสาขาธุรกิจที่มาตรการภาครัฐสนับสนุนส่งเสริมใน 5 ประเภท และธุรกิจด้านอื่นๆ ที่เป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม หรือธุรกิจที่จ้างผู้สูงอายุ และธุรกิจสนับสนุนคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอื่นๆ โดยมีรายละเอียดสังเขป ดังนี้

5.4.3.1 ธุรกิจด้านการศึกษาและการอบรมสำหรับผู้สูงอายุ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 ตระหนักถึงสถานการณ์การเข้าสู่สังคมสูงวัย ซึ่งจะทำให้จำนวนผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งจะถูกจ้างลดลง ส่งผลให้กำลังแรงงานของประเทศในภาพรวมมีปริมาณลดลง จึงมีนโยบายส่งเสริมทักษะในการดำรงชีวิตและการหารายได้หลังการเกษียณของผู้สูงอายุ ด้วยการสนับสนุนการเรียนการสอนผู้สูงอายุ นอกเหนือจากนี้ การส่งเสริมการเรียนการสอนแก่ผู้สูงอายุ ยังเกี่ยวข้องกับประเด็นเรื่องความเท่าเทียมทางการศึกษา และการเรียนรู้ตลอดชีวิต จึงทำให้กรอบนโยบายระยะยาวให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจด้านการศึกษาและการอบรมสำหรับผู้สูงอายุ ในการจัดหลักสูตรเพื่อผู้สูงอายุ เช่น การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ การดูแลสุขภาพกายและสุขภาพจิต เป็นต้น

ในปัจจุบัน รัฐบาลได้สนับสนุนให้ดำเนินการจัดตั้งโรงเรียนผู้สูงอายุ โดยกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สสส. และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดโรงเรียนผู้สูงอายุในพื้นที่ต่างๆ ทั่วประเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นลักษณะการดำเนินการจัดตั้งโดย องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตและส่งเสริมอาชีพผู้สูงอายุ (ศพอส.) ศูนย์บริการสาธารณสุขเขตต่างๆ และภาคเอกชนเอง ซึ่งมีความหลากหลายทั้งสถานที่ รูปแบบ และวิธีการ ขึ้นอยู่กับบริบทพื้นที่และความต้องการของผู้สูงอายุในแต่ละแห่ง

หากพิจารณาข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและการอบรมสำหรับผู้สูงอายุ อ้างอิงจากการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552 ของกรมการจัดหางาน ได้แก่ กลุ่มธุรกิจหมวด 854 การศึกษาประเภทอื่นๆ²² พบว่า ในปี 2562 มีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 4,086 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.55 ของจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนรวมกว่า 15,555 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.08 ของทุนจดทะเบียนในประเทศไทยทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานของโรงเรียนผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ได้ดำเนินการในลักษณะของการดำเนินธุรกิจ จึงมีโรงเรียนผู้สูงอายุเพียงบางแห่งที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคล ส่งผลให้ข้อมูลสถิติของการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาและอบรมต่ำกว่าความเป็นจริง นอกจากนี้จากการดำเนินกิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุจำนวนมากที่ไม่ได้ดำเนินการในรูปแบบของการทำธุรกิจ ทำให้การขับเคลื่อนของโรงเรียนแต่ละแห่งมีวิธีการจัดหางบประมาณที่แตกต่างกัน อาทิ การสร้างกองทุนเก็บค่าสมาชิก การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม หรือการเขียนโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานและแหล่งทุนต่างๆ เช่น กองทุนผู้สูงอายุ กองทุนสุขภาพตำบล สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) เป็นต้น

²² จากคู่มือการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ธุรกิจหมวดใหญ่ 854 การศึกษาประเภทอื่นๆ สามารถแบ่งหมวดหมู่ย่อยออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 8541 การศึกษาด้านกีฬาและนันทนาการ 8542 การศึกษาด้านวัฒนธรรม และ 8549 การศึกษาอื่นๆ ซึ่งมีได้จัดประเภทไว้ในที่อื่นๆ (เช่น กิจกรรมการเรียนการสอนภาษา การเรียนการสอนเทคโนโลยี สารสนเทศ การสอนสปาบำบัด เป็นต้น) ถึงแม้ว่าธุรกิจภายใต้การจัดประเภทในหมวด 854 จะไม่ได้แยกประเภทเป็นการศึกษาสำหรับผู้สูงอายุโดยชัดเจน แต่ธุรกิจบางจำนวนภายใต้การจัดประเภทดังกล่าวมีการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ หรือผู้ที่เกี่ยวข้องเช่นกัน

5.4.3.2 ธุรกิจด้านบริการและอุปกรณ์ทางการแพทย์

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ เช่น สถานพยาบาล อุปกรณ์ทางการแพทย์ เวชภัณฑ์ และยา เป็นภาคธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนส่งเสริมอย่างยิ่งจากนโยบายภาครัฐ ทั้งในกรอบนโยบายและแผนระยะยาว หรือมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่เป็นรูปธรรม

แผนระดับชาติอย่างยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ระบุถึงความจำเป็นของการพัฒนาธุรกิจประเภทการบริการและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ทั้งใน 1) ด้านทรัพยากรมนุษย์ 2) ด้านความเสมอภาคทางสังคม ที่ประสงค์ให้คนทุกช่วงวัยซึ่งรวมถึงผู้สูงอายุ เข้าถึงการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค การรักษาโรค จึงวางกรอบนโยบายให้พัฒนาสวัสดิการสาธารณสุข รวมถึง 3) ด้านความสามารถทางการแข่งขันดังที่รัฐบาลกำหนดให้อุตสาหกรรมบริการการแพทย์ครบวงจรเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมยุทธศาสตร์ รวมถึงมีนโยบายสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ซึ่งการวิจัยและพัฒนาด้านการแพทย์เป็นหนึ่งในประเด็นที่ถูกระบุถึงในแผนต่าง ๆ

นอกเหนือจากกรอบนโยบายและแผนต่าง ๆ ธุรกิจด้านบริการและอุปกรณ์ทางการแพทย์ ยังได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรมจากมาตรการส่งเสริมการลงทุน ที่ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีและสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ไม่ว่าจะเป็นมาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI ที่ให้สิทธิประโยชน์ในกิจการที่เกี่ยวข้องกับด้านการแพทย์จำนวนมาก อาทิ อาหารทางการแพทย์ เครื่องมือแพทย์ ยา บริการด้านการแพทย์ เป็นต้น เช่นเดียวกับมาตรการส่งเสริมการลงทุนในเขต EEC ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจรในทิศทางเดียวกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี

หากพิจารณาข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการและอุปกรณ์ทางการแพทย์ อ้างอิงจากการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552 ของกรมการจัดหางาน ได้แก่ กลุ่มธุรกิจหมวด 86 กิจกรรมด้านสุขภาพของมนุษย์ และหมวด 3250 การผลิตเครื่องมือและอุปกรณ์ในทางการแพทย์²³ พบว่า ในปี 2562 มีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 5,707 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.76 ของจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนรวมกว่า 153,712 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.84 ของทุนจดทะเบียนในประเทศไทยทั้งหมด

²³ จากคู่มือการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ธุรกิจหมวดย่อย 86 กิจกรรมด้านสุขภาพของมนุษย์ สามารถแบ่งหมวดหมู่ย่อยออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ 8610 กิจกรรมโรงพยาบาล 8620 กิจกรรมทางการแพทย์และทันตกรรม และ 8690 กิจกรรมอื่นๆ ด้านสุขภาพมนุษย์ (เช่น กิจกรรมด้านกายภาพบำบัด กิจกรรมในห้องปฏิบัติการทางการแพทย์ เป็นต้น)

5.4.3.3 ธุรกิจด้านสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ

นโยบายและแผนทั้งระยะยาวและระยะกลาง ต่างกล่าวถึงประเด็นเรื่องการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุในหัวข้อสถานการณ์ในประเทศ และสถานการณ์โลก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการตระหนักในประเด็นเรื่องผู้สูงอายุ จึงกำหนดเรื่องการสนับสนุนสินค้าอุปโภคและบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ ในยุทธศาสตร์และประเด็นย่อยต่างๆ อาทิ การส่งเสริมและพัฒนาผู้สูงอายุ การส่งเสริมความสามารถในการแข่งขันในแง่ของการเข้าถึงกลุ่มตลาดผู้สูงอายุ ที่จะเป็นกลุ่มตลาดใหม่ที่มีศักยภาพในอนาคต จึงมีกรอบนโยบายสนับสนุนให้การมีสภาพแวดล้อมและสินค้าอุปโภคและบริโภคที่เหมาะสมกับช่วงวัย เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวก นอกเหนือจากนี้ สินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุยังได้รับการสนับสนุนผ่านยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ซึ่งภาคธุรกิจจะได้รับการสนับสนุนจากมาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI ด้วย เช่น กิจการอาหารเสริม เครื่องสำอาง นวัตกรรมอาหาร และการวิจัยและพัฒนา เช่นเดียวกับการสนับสนุนผ่านมาตรการของ EEC ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะเป็นอุตสาหกรรมเป้าหมาย

หากพิจารณาข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ อ้างอิงจากการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552 ของกรมการจัดหางาน ได้แก่ กลุ่มธุรกิจหมวดการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม และเภสัชภัณฑ์ และธุรกิจค้าปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์²⁴ พบว่า ในปัจจุบัน มีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 21,861 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.93 ของจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนรวมกว่า 552,483.22 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.01 ของทุนจดทะเบียนนิติบุคคลที่ดำเนินการอยู่รวม

5.4.3.4 ธุรกิจด้านการก่อสร้างและที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

ธุรกิจด้านการก่อสร้างและที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ได้รับการสนับสนุนผ่านกรอบนโยบายเรื่องความเสมอภาคทางสังคม และทรัพยากรบุคคลในช่วงวัยสูงอายุ ที่สนับสนุนให้ผู้สูงอายุสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยจะต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม เช่น การพัฒนา

²⁴ จากคู่มือการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ธุรกิจในหมวดการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม และเภสัชภัณฑ์ และธุรกิจค้าปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ ได้แก่ หมวด 10 กิจกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร (ยกเว้น การฆ่าสัตว์และการบรรจุเนื้อสัตว์ และการผลิตอาหารสำเร็จรูปสำหรับเลี้ยงสัตว์) หมวด 11 การผลิตเครื่องดื่ม หมวด 21 การผลิตเภสัชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ทางยา และผลิตภัณฑ์จากพืชสมุนไพร และหมวด 47721 การขายปลีกสินค้าทางเภสัชภัณฑ์และเวชภัณฑ์ ซึ่งใช้สะท้อนกลุ่มสินค้าที่สามารถตอบสนองต่อเศรษฐกิจสูงวัยในทางอ้อมได้

เมืองและโครงสร้างสาธารณูปโภคที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ รวมถึงที่พักอาศัยที่ทำให้ผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังสามารถดำรงชีพได้ นอกเหนือจากนี้ ธุรกิจที่เกี่ยวกับการก่อสร้างและที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุยังได้รับการสนับสนุนทางอ้อมผ่านแนวนโยบายที่สนับสนุนเรื่องสถานพยาบาล สถานฟื้นฟูสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งทำให้คาดว่าธุรกิจการก่อสร้างที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุจะได้รับผลพลอยได้จากการสนับสนุนดังกล่าว

ดังนั้น จากข้อมูลที่พอจะสะท้อนสภาวะการดำเนินการของธุรกิจการก่อสร้างและที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยการพิจารณาข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องอ้างอิงจากการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม (ประเทศไทย) ปี 2552 ของกรมการจัดหางาน ได้แก่ ธุรกิจหมวด 87301 กิจกรรมการดูแลรักษาในสถานที่ที่มีที่พักและมีคนดูแลประจำ สำหรับผู้สูงอายุ และหมวด 88101 กิจกรรมสังคมสงเคราะห์โดยไม่มีที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยในปัจจุบัน ทั้งสองกลุ่มธุรกิจมีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 398 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.05 ของจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนรวมกว่า 2,405.8 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.01 ของทุนจดทะเบียนในประเทศไทยทั้งหมด

5.4.3.5 ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการฟื้นฟูสุขภาพ

ธุรกิจด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการฟื้นฟูสุขภาพ เป็นธุรกิจที่ได้รับการสนับสนุนควบคู่ไปกับด้านบริการและอุปกรณ์ทางการแพทย์ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ต่อยอดและส่งเสริมกัน ซึ่งเกี่ยวข้องกับทั้งประเด็นเรื่องความสามารถในการแข่งขันในภูมิภาค จึงอาจมุ่งที่กลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุชาวต่างชาติที่มารับการรักษาหรือฟื้นฟูสุขภาพในประเทศไทย โดยมีมาตรการส่งเสริมการลงทุนที่เห็นเป็นรูปธรรมคือมาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมประเด็นเรื่องบริการทางสุขภาพและการฟื้นฟูสุขภาพด้วย

หากพิจารณาเฉพาะเจาะจงที่บริการฟื้นฟูสุขภาพ จะเห็นได้ว่ายุทธศาสตร์ชาติ และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ได้ระบุนโยบายสนับสนุนระบบการฟื้นฟูสุขภาพในประเด็นยุทธศาสตร์ด้านโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยการสนับสนุนการพัฒนากระบวนการดูแลสุขภาพแวดล้อมสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งครอบคลุมบริการด้านการพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงอายุ โดยธุรกิจประเภทกิจการฟื้นฟูสุขภาพจะได้รับสิทธิประโยชน์ด้านการลงทุนจาก BOI

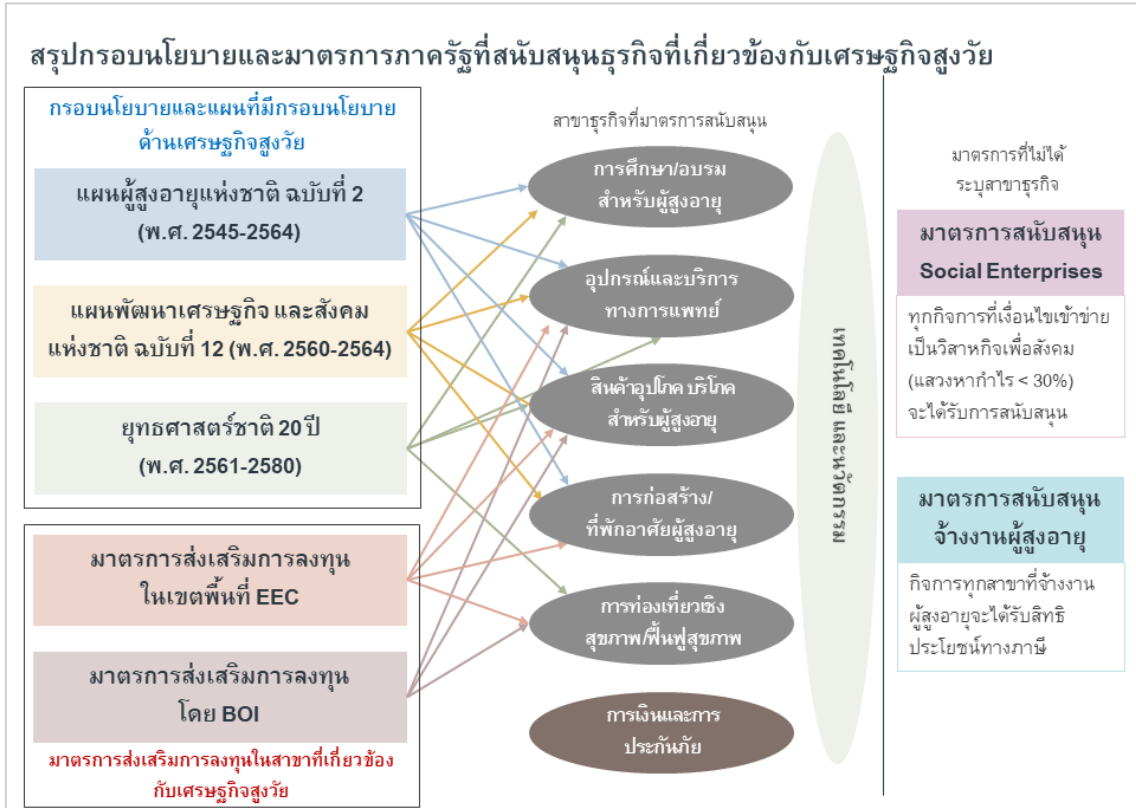
เช่นเดียวกับธุรกิจด้านการบริการทางการแพทย์และสุขภาพ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวโยงกัน ดังนั้น เมื่อพิจารณาเฉพาะข้อมูลกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมการบริการด้านการท่องเที่ยวและการบริการสุขภาพอื่นๆ ที่นอกเหนือจากกิจกรรมด้านบริการทางการแพทย์ที่ระบุในหัวข้อ 5.4.3.2 แล้ว พบว่า กลุ่มธุรกิจด้านบริการสุขภาพและความงาม และกลุ่มธุรกิจด้านการจัดการท่องเที่ยว²⁵ ในปัจจุบัน ทั้งสองกลุ่มธุรกิจมีจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ทั้งสิ้น 8,325 ราย คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 1.52 ของจำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ในประเทศไทยทั้งหมด และมีทุนจดทะเบียนรวมกว่า 42,500 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.23 ของทุนจดทะเบียนในประเทศไทยทั้งหมด

5.4.3.6 ธุรกิจอื่นๆ

นอกเหนือจากธุรกิจทั้ง 5 ด้าน ตามที่ได้กล่าวข้างต้น ธุรกิจประเภทอื่นๆ สามารถมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจสูงวัย ซึ่งจะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีและมาตรการอื่นๆ โดยการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่มุ่งเน้นผลลัพธ์เพื่อสังคมมากกว่าผลกำไรส่วนตัว รายละเอียดตามที่ได้กล่าวถึงในหัวข้อที่ 5.4.2.3 หรือธุรกิจต่างๆ สามารถสนับสนุนเศรษฐกิจสูงวัยว่าจ้างผู้สูงอายุเพื่อสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีรายได้ และแก้ปัญหาการขาดแคลนกำลังแรงงาน รายละเอียดตามที่ได้กล่าวถึงในหัวข้อที่ 5.4.2.4 หรือธุรกิจต่างๆ ด้านผลิตภัณฑ์หรือเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย และธุรกิจด้านการเงินและการประกันภัย เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและการเตรียมความพร้อมของผู้สูงวัย ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ด้านการเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อวัยสูงวัยที่มีคุณภาพ ตามรายละเอียดที่ได้กล่าวถึงในหัวข้อที่ 5.4.1.3

²⁵ จากคู่มือการจัดประเภทธุรกิจของนิติบุคคล โดย กรมพัฒนาธุรกิจการค้า คณะผู้วิจัยได้จัดกลุ่มธุรกิจด้านบริการสุขภาพและความงาม และธุรกิจการจัดการท่องเที่ยว โดยประกอบด้วย รหัสธุรกิจ 9610 การให้บริการด้านสุขภาพยกเว้นกิจกรรมทางด้านกีฬา และ 79120 ธุรกิจจัดนำเที่ยว

ภาพที่ 5-38 แผนภาพสรุปกรอบนโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย



5.5 สรุปกลุ่มธุรกิจที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัย

จากการศึกษาในส่วนต่างๆ ที่ผ่านมาในบทที่ 3 และ 4 ทั้งในมิติของความต้องการของผู้บริโภคสูงวัยและผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ผ่านการศึกษาแนวโน้มด้านสังคมสูงวัยในระดับโลก แนวโน้มพฤติกรรมของผู้สูงวัย ภาพทัศน์ (Landscape) ของประชากรทั้งในต่างประเทศและในประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต แนวโน้มการดำเนินธุรกิจต้นแบบที่น่าจับตามองทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งได้สะท้อนปัจจัยด้านอุปสงค์หรือความต้องการของผู้บริโภคในธุรกิจสูงวัย โดยสรุปได้ ดังนี้

- ความต้องการมีสังคมเพื่อนฝูงและการได้ทำกิจกรรมต่าง ๆ (Community and Lifestyle) – ผู้สูงอายุต้องการมีกิจกรรมพบปะเพื่อนฝูงเป็นประจำ ต้องการได้ทำกิจกรรมต่างๆ เพื่อใช้ชีวิตประจำวันได้ตามเดิม ประกอบกับแนวโน้มสำคัญด้านการทำงานของกลุ่มผู้สูงอายุมากขึ้น การเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ พร้อมกับการเปิดรับเรียนรู้ใหม่ๆ มากขึ้น ทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัยมากมาย อาทิ

ธุรกิจบริการการแพทย์และสุขภาพ ธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภค และธุรกิจพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์ เป็นต้น

- **ความต้องการมีสุขภาพดีและอายุยืนยาว (Healthy and Longevity)** – ผู้สูงวัยต้องการมีสุขภาพดี เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตได้ตามเดิมให้ได้ยาวนานที่สุด ประกอบกับแนวโน้มอายุยืน และแนวโน้มด้านเทคโนโลยีทุกด้านที่ก้าวหน้า และการเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงอายุ ทำให้ธุรกิจสินค้าอุปโภคและบริโภคเพื่อสุขภาพ ธุรกิจบริการด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ และธุรกิจหุ่นยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ได้รับประโยชน์สูงสุด
- **ความมั่นคงทางการเงิน (Financial Stability)** – ผู้สูงวัยจะมีแหล่งรายได้น้อยลงในอนาคตเนื่องจาก จำนวนบุตรหลานที่ดูแลจะน้อยลง และการสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ อาจต้องอยู่ในช่วงทำงานที่ยาวนานขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้สูงอายุในอนาคตจะต้องมีการวางแผนทางการเงินมากขึ้นเพื่อรองรับการใช้ชีวิตในระยะยาว โดยธุรกิจทางการเงินและการประกันภัยจะมีโอกาสทางธุรกิจกับผู้สูงวัยมากขึ้น
- **การดูแลที่มากขึ้นและความใกล้ชิดจากครอบครัว (Caring and Family Cohesion)** – ผู้สูงวัยที่มีอายุยืนมากขึ้นจะมีความต้องการการดูแลที่สูงขึ้น มีความละเอียดอ่อนมากขึ้น และยังคงต้องการความใกล้ชิดจากครอบครัวและคนใกล้ชิด โดยเฉพาะในบริบทของสังคมไทยที่คนในครอบครัวส่วนใหญ่ยังอยู่ร่วมกัน ทำให้ธุรกิจด้านพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์ ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย และธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงวัยได้รับประโยชน์จากประเด็นนี้สูงสุด

ในขณะที่เนื้อหาในบทที่ 5 นี้ คณะผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์ภาคอุปทานของธุรกิจไทย ทั้งในมิติของศักยภาพของภาคธุรกิจในส่วนต่างๆ และมิติด้านการสนับสนุนของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย ผ่านการการศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม บริการของไทยที่มีศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลก และโครงสร้างการผลิตและบริการในแต่ละอุตสาหกรรมและบริการ ผนวกกับการศึกษาแนวโน้มนโยบายการปรับตัวของประเทศต่างๆ และประเทศไทยเพื่อสอดคล้องกับการเข้าสู่สังคมสูงวัยและปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัย ทั้งในแง่มุมมองสังคม และเชิงธุรกิจ

สำหรับภาคอุปทานของไทย จากการวิเคราะห์ศักยภาพของภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการที่จะได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจสูงวัย ร่วมกับมาตรการและนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนเศรษฐกิจสูงวัย สามารถสรุปสินค้าและบริการที่มีโอกาสในเศรษฐกิจสูงวัยได้ ดังนี้

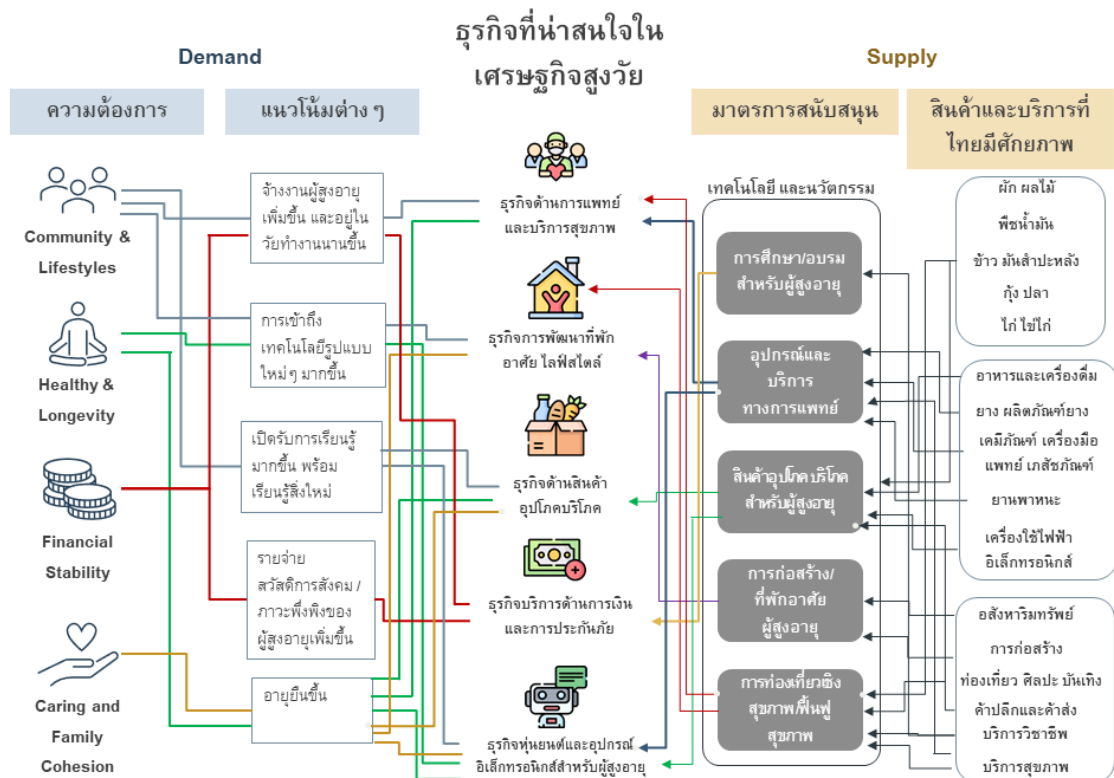
- ภาคเกษตร - สินค้าเกษตรที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูง และจะได้รับประโยชน์จากการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย คือ ผักและผลไม้ ข้าวและผลิตภัณฑ์จากข้าว ธัญพืช พืชน้ำมัน กุ้ง ปลา ไก่ ไข่ไก่ ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรที่เป็นปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพและเป็นส่วนประกอบสำคัญของการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร สินค้าอุปโภคและบริโภคประเภทต่างๆ และรวมถึงมีคุณค่าทางสารอาหารสูง เป็นที่ต้องการของผู้บริโภคสูงวัย ประกอบกับภาครัฐมีมาตรการและนโยบายที่สนับสนุนการผลิตสินค้าอุปโภคและบริโภคสำหรับผู้สูงวัย เช่น กรอบนโยบายสนับสนุนให้การมีสภาพแวดล้อมและสินค้าอุปโภคและบริโภคที่เหมาะสมกับช่วงวัย เช่น อาหาร เครื่องดื่ม สิ่งอำนวยความสะดวก ซึ่งล้วนแต่มีสินค้าเกษตรที่มีศักยภาพเป็นวัตถุดิบสำคัญทั้งสิ้น นอกเหนือจากนี้ สินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายยังได้รับการสนับสนุนผ่านยุทธศาสตร์ด้านการวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย ซึ่งภาคธุรกิจจะได้รับการสนับสนุนจากมาตรการส่งเสริมการลงทุนของ BOI อีกด้วย
- ภาคอุตสาหกรรม - สินค้าอุตสาหกรรมที่ประเทศไทยมีศักยภาพสูง และจะได้รับประโยชน์จากการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย คือ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม กลุ่มเภสัชภัณฑ์ เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ กลุ่มอุตสาหกรรมเคมีภัณฑ์และพลาสติก ยานพาหนะและอุปกรณ์และส่วนประกอบ กลุ่มยางและผลิตภัณฑ์ยาง และกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อธุรกิจที่ตอบสนองผู้บริโภคสูงวัย ประกอบกับมีกรอบนโยบายและแผนระยะยาว หรือ มาตรการส่งเสริมการลงทุนที่เป็นรูปธรรมที่สนับสนุนภาคอุตสาหกรรมดังกล่าว ทั้งในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 แผนผู้สูงอายุแห่งชาติฉบับที่ 2 และมาตรการสนับสนุนการลงทุนจาก EEC และ BOI โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรม เครื่องมือแพทย์และอุปกรณ์ทางการแพทย์ เคมีภัณฑ์ และยาง อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม
- ภาคบริการ – บริการที่ไทยมีศักยภาพสูง และได้รับประโยชน์จากการปรับตัวสู่เศรษฐกิจสูงวัย คือ สาขาบริการอสังหาริมทรัพย์และพัฒนาที่อยู่อาศัย สาขาบริการด้านการแพทย์และสุขภาพ สาขาบริการให้คำปรึกษาและวิชาชีพต่างๆ สาขาบริการท่องเที่ยว สาขาบริการดิจิทัลแพลตฟอร์ม สาขาบริการค้าส่งและค้าปลีกสินค้า และสาขาบริการขนส่งและโลจิสติกส์ ประกอบกับมีมาตรการและนโยบายสนับสนุนภาคบริการเหล่านี้จำนวนมาก อาทิ มาตรการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่ม

รายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมประเด็นเรื่องบริการทางสุขภาพและการฟื้นฟูสุขภาพ กรอบนโยบายความเสมอภาคทางสังคม ที่สนับสนุนการพัฒนาเมือง และโครงสร้างสาธารณูปโภคที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ รวมถึงที่พักอาศัยที่ทำให้ผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังสามารถดำรงชีพได้ และการสนับสนุนการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลที่มากขึ้นผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีและกฎระเบียบต่างๆ ที่อำนวยความสะดวกในการพัฒนาธุรกิจมากขึ้นด้วย

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงลึกจากภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัยจำนวนมาก²⁶ เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคไทย และโอกาสของผู้ประกอบการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย รวมถึงวิเคราะห์ความคาดหวังของผู้ประกอบการไทยต่อการดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยในระยะยาวอีกด้วย

คณะผู้วิจัยจึงสามารถสรุปกลุ่มธุรกิจที่คาดว่าจะมีโอกาสในการเศรษฐกิจสูงวัย ดังนี้

ภาพที่ 5-39 ธุรกิจที่น่าสนใจในเศรษฐกิจสูงวัย



²⁶ รายละเอียดการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในเศรษฐกิจสูงวัยเป็นดังแสดงในภาคผนวกที่ 1

- **ธุรกิจด้านการแพทย์และสุขภาพ** – เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจสูงวัยมากที่สุด เนื่องจากความต้องการพื้นฐานของผู้สูงวัย หรือผู้บริโภครวมไปที่ใส่ใจสุขภาพที่ให้ความสำคัญกับการใช้บริการทางการแพทย์และสุขภาพมีความต้องการใช้บริการมากขึ้น และแนวโน้มของประชากรโลกรวมทั้งประเทศไทยที่มีอายุยืนมากขึ้น และอยู่ในวัยทำงานมากขึ้น อีกทั้ง การเข้าถึงเทคโนโลยีของผู้สูงวัยที่เพิ่มสูงขึ้น ทำให้โอกาสในการใช้บริการสุขภาพและการแพทย์เพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกัน

ทั้งนี้ ในภาคธุรกิจของไทย ภาคอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการแพทย์และสุขภาพ ล้วนมีศักยภาพที่สูง มีความสามารถในการแข่งขันและเป็นที่ยอมรับจากต่างประเทศ เช่น ภาคบริการสุขภาพ บริการวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง บริการท่องเที่ยว และภาคอุตสาหกรรมการผลิตเภสัชภัณฑ์และเครื่องมือแพทย์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ เป็นต้น ประกอบกับมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งในเชิงธุรกิจและเชิงสังคมที่มีต่อธุรกิจบริการด้านการแพทย์และสุขภาพ เช่น การส่งเสริมการลงทุนในการผลิตเครื่องมือแพทย์ แผนการผลักดันประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/ฟื้นฟูสุขภาพ จากปัจจัยสนับสนุนทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานดังกล่าว จึงระบุได้ว่าธุรกิจบริการด้านการแพทย์และสุขภาพเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและมีโอกาสเติบโตในเศรษฐกิจสูงวัยอย่างมาก

- **ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัย และไลฟ์สไตล์** – ผู้บริโภคสูงวัย มีความต้องการสังคมและวิถีชีวิตที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตที่เป็นปกติ ได้อยู่ใกล้ชิดคนในครอบครัว และได้รับการดูแลในระดับที่เหมาะสม ประกอบกับผู้สูงอายุที่อายุยืนมากขึ้น และสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่มากขึ้น รู้จักการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการเข้าถึงสินค้าและบริการ รวมถึงความรู้ใหม่ ทำให้ธุรกิจการพัฒนาที่อยู่อาศัยเพื่อรองรับวิถีชีวิตที่ปกติ และปลอดภัยสำหรับการดำรงชีวิตในวัยปลายกับครอบครัว หรือบริการที่จัดให้มีกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้สูงอายุนิยมร่วมกิจกรรมที่เป็นกลุ่ม เป็นที่ต้องการมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน สำหรับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนี้ มีความพร้อมในการพัฒนาหรือดำเนินการเช่นกัน โดยภาคธุรกิจบริการและอุตสาหกรรมของไทยที่มีศักยภาพที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจดังกล่าว คือ กลุ่มบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ บริการก่อสร้าง บริการท่องเที่ยวและวิชาชีพ สินค้าด้านอิเล็กทรอนิกส์ เคมีภัณฑ์และพลาสติก และผลิตภัณฑ์ยาง ซึ่งมีความสามารถในการผลิตและให้บริการที่

หลากหลายและครบวงจรทั้งห่วงโซ่อุปทาน ประกอบกับการมาตรการการสนับสนุนจากภาครัฐประเภทต่างๆ ที่มุ่งพัฒนาให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทยดีขึ้น ทั้งด้านการพัฒนาสาธารณสุขโรค และการพัฒนาที่อยู่อาศัย หรือสถานพยาบาลฟื้นฟูประเภทต่างๆ ให้ผู้สูงอายุสามารถดำรงชีพได้อย่างปกติที่สุด รวมทั้งผลบวกทางอ้อมจากการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงฟื้นฟู ที่จะส่งผลดีต่อการพัฒนาสถานพยาบาลกิจการสุขภาพ และกิจการด้านการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ จากปัจจัยสนับสนุนทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานดังกล่าว จึงระบุได้ว่าธุรกิจด้านการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์เป็นธุรกิจที่น่าสนใจและมีโอกาสเติบโตในเศรษฐกิจสูงวัยอย่างมาก

- **ธุรกิจด้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค** – เนื่องจากผู้บริโภคนสูงวัยที่มีความต้องการสุขภาพที่ดีขึ้นและคาดหวังที่จะมีชีวิตที่ดีขึ้น และคนในครอบครัวเองมีความต้องการอาหารหรือสินค้าสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น ประกอบกับแนวโน้มผู้สูงอายุที่มีอายุยืนขึ้น รวมทั้งผู้บริโภคเปิดรับการเรียนรู้มากขึ้น และพร้อมบริโภคสินค้าอุปโภคบริโภคใหม่ๆ มากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจด้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ที่ส่งเสริมสุขภาพ และคุณภาพชีวิตของผู้บริโภคทั้งผู้สูงวัยและคนในครอบครัวเอง มีโอกาสเติบโตสูงขึ้นในเศรษฐกิจสูงวัย โดยเฉพาะธุรกิจด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ในขณะเดียวกัน อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทย และสินค้าเพื่อสุขภาพหรือความงามประเภทต่างๆ ของไทยมีศักยภาพสูง เนื่องจากมีผู้เล่นในห่วงโซ่อุปทานที่ครบวงจร มีวัตถุดิบต้นน้ำที่มีคุณภาพและเป็นที่ยอมรับจากต่างชาติ โดยเฉพาะสินค้าเกษตรที่สำคัญของไทย เช่น ข้าว มะพร้าว สมุนไพรประเภทต่างๆ ปลา ไข่ไก่ เป็นต้น ซึ่งสามารถพัฒนาต่อยอดให้ตอบสนองต่อความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคในเศรษฐกิจสูงวัยที่ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพสูง สารอาหารสูง และมีผลดีต่อสุขภาพและความงามที่มีมาตรฐาน ประกอบกับจุดเด่นด้านการบริการหรืออัตลักษณ์ของสินค้าและบริการไทยที่ช่วยสร้างความตระหนักต่อสินค้าอุปโภคบริโภคในระดับสากลได้มากขึ้น ทำให้ธุรกิจด้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค เป็นธุรกิจที่จะได้รับผลกระทบเชิงบวกจากเศรษฐกิจสูงวัย

- **ธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัย** – ผู้สูงอายุ และกลุ่มผู้บริโภคในช่วงวัยก่อนเข้าสู่สูงอายุจะต้องการมีระดับรายได้ที่มั่นคงและเพียงพอ เพื่อรองรับค่าใช้จ่ายในอนาคตเมื่อเข้าสู่การเป็นผู้สูงวัย เนื่องจากอัตราการเกิดที่น้อยลง และระดับ

การให้สวัสดิการสังคมของรัฐยังอาจไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตในลักษณะที่ต้องการได้ ประกอบกับผู้สูงอายุไทยยังไม่มีการวางแผนการเงินหลังเกษียณที่ดีเท่าที่ควร รวมทั้ง แนวโน้มของการทำงานที่นานขึ้นเพื่อต้องการสะสมความมั่งคั่งให้นานขึ้น

ในขณะที่ ภาครัฐมีนโยบายและมาตรการสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับการสร้างความมั่นคงทางการเงินให้แก่ผู้สูงอายุของไทย เช่น การผลักดันหลักเกณฑ์ในการให้สินเชื่อเพื่อผู้สูงอายุโดยมีที่อยู่อาศัยเป็นหลักประกัน (Reverse Mortgage) เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุ มาตรการสนับสนุนด้านศึกษาและอบรมผู้สูงอายุของภาครัฐเริ่มมุ่งเน้นการให้ความรู้ในการการวางแผนดำรงชีวิตในช่วงหลังเกษียณมากขึ้น ประกอบกับผู้ประกอบการในภาคการเงินและการธนาคารของไทยมีจำนวนมากและทั่วถึงในทุกพื้นที่

ดังนั้น ธุรกิจบริการทางการเงินและการประกันภัย จึงมีโอกาทางธุรกิจสูง เช่น บริการช่วยวางแผนการเงินเพื่อการเกษียณ ที่มีความหลากหลายและสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์หลังเกษียณของแต่ละคน ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่มุ่งเน้นการสร้างกระแสรายได้คงที่หลังเกษียณ ที่ให้ผลตอบแทนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงวัย และประกันชีวิตหรือประกันสุขภาพรูปแบบต่างๆ ที่จะช่วยรองรับความเสี่ยงทางด้านการเงินของผู้สูงอายุที่มีอายุยืนนานมากขึ้นได้

- **ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ** – ผู้สูงอายุมีความต้องการมีสุขภาพที่ดี ความต้องการการดูแลจากตนเองและครอบครัว รวมทั้งต้องการให้สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างปกติที่สุด สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้ตามเดิม อีกทั้งยังต้องการสังคมและไลฟ์สไตล์ในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกับผู้อื่น ประกอบกับ แนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิตของผู้สูงวัย และแนวโน้มเทคโนโลยีอัตโนมัติ เทคโนโลยี IoT จึงเข้ามามีบทบาทในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคสูงวัย ส่งผลให้ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ จึงมีโอกาทางธุรกิจเพิ่มสูงขึ้น เช่น หุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุ อุปกรณ์ช่วยพยุงหลัง รถเข็นอัจฉริยะประเภทต่างๆ อุปกรณ์ตรวจวัดความดันหรือน้ำตาลในเลือด อุปกรณ์อัตโนมัติตรวจจับการเคลื่อนไหวหรือแจ้งเตือนอุบัติเหตุของผู้สูงวัย และ Wear-able devices เพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ จึงได้รับความนิยมสูงขึ้น

ภาคผู้ประกอบการของไทยมีความพร้อมที่จะรองรับความต้องการของตลาดในกลุ่มธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เช่นเดียวกัน โดยอุตสาหกรรมและการบริการที่เกี่ยวข้องของไทยที่มีศักยภาพ สามารถผลิตสินค้าและให้บริการที่ตอบสนองความต้องการได้มีความเข้มข้น เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ ยานพาหนะ เครื่องมือแพทย์ประเภทต่างๆ บริการวิชาชีพ บริการสุขภาพ เป็นต้น นอกจากนี้ ถึงแม้ว่า วัตถุดิบหรือชิ้นส่วนบางประเภทในธุรกิจดังกล่าว ประเทศไทยไม่สามารถผลิตได้ในประเทศอย่างครบวงจร แต่ยังมีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐที่ส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรม 4.0 ที่พร้อมให้ความช่วยเหลือและดึงดูดการลงทุนที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดในกลุ่มธุรกิจดังกล่าวได้

บทที่ 6

การคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาเชิงลึก

สภาพภูมิแวดล้อม ภูมิสังคม โครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคม และโครงสร้างทางสังคม วิทยา ทำให้จังหวัดต่างๆ ในประเทศไทยมีลักษณะที่แตกต่างกันในมิติต่างๆ ในการคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับเศรษฐกิจสูงวัย จึงต้องมีการคัดเลือกอย่างเป็นระบบ คณะผู้วิจัยจึงคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาโดยผสมผสานระหว่างเครื่องมือเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เพื่อให้ครอบคลุมทุกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย โดยเริ่มจากการใช้เครื่องมือเชิงปริมาณเพื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยของแต่ละจังหวัด เพื่อระบุจังหวัดที่มีคะแนนรวมเฉลี่ยจากดัชนีดังกล่าวมากที่สุด ในการพิจารณารายละเอียดในเชิงคุณภาพเพื่อคัดกรองจังหวัดที่เหมาะสม

6.1 แนวทางการคัดเลือกจังหวัดเชิงปริมาณ

คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือเชิงปริมาณพิจารณาปัจจัยทางด้านอุปสงค์และอุปทานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยของแต่ละจังหวัด เพื่อระบุจังหวัดที่มีคะแนนรวมเฉลี่ยจากดัชนีดังกล่าวมากที่สุด 10 อันดับแรก เพื่อนำมาคัดกรองเชิงคุณภาพเพื่อคัดเลือก 3 จังหวัดที่จะทำการศึกษา โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับองค์ประกอบของประเด็นที่พิจารณา และแนวทางการคัดเลือก ดังนี้

6.1.1 องค์ประกอบของประเด็นที่พิจารณา

ในเบื้องต้น คณะผู้วิจัยคัดเลือกองค์ประกอบประเด็นที่พิจารณาในการคัดเลือกจังหวัดที่ทำการศึกษาโดยเครื่องมือเชิงปริมาณด้วยนิยามของ “เศรษฐกิจสูงวัย (Silver Economy)” คณะกรรมาธิการยุโรป (2015) ระบุว่าเศรษฐกิจสูงวัยเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของรายจ่ายของภาครัฐและการบริโภคภาคประชาชนที่เกี่ยวข้องกับประชากรผู้สูงอายุ และความต้องการของประชากรที่มีอายุมากกว่า 50 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญของเศรษฐกิจที่มีรูปแบบการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ในขณะที่นิยามของ Krzyminiewska (2018) ไม่ได้ระบุช่วงอายุในลักษณะเดียวกับคณะกรรมาธิการยุโรป โดยกล่าวว่าเศรษฐกิจสูงวัยคือระบบเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับการจัดสรรสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของประชากรผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นกระบวนการพัฒนาที่ก่อให้เกิดโอกาสทางเศรษฐกิจ ซึ่งคล้ายคลึงกับ Erceg & Boanic (2017) ที่ให้

นิยามว่าเศรษฐกิจสูงวัยเป็นรูปแบบการเศรษฐกิจที่มีผู้สูงอายุเป็นศูนย์กลาง สืบเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร ที่มีอัตราส่วนของผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ แม้ว่านิยามของแต่ละองค์กร สถาบัน หรือนักวิชาการอาจแตกต่างกัน แต่ปัจจัยร่วมที่สำคัญคือ โอกาสทางเศรษฐกิจในการผลิตสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญ

นิยามข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญทางเศรษฐกิจ ในการคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาด้วยเครื่องมือเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้องค์ประกอบที่สำคัญทางเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ อุปสงค์ และอุปทาน

บทความการศึกษาของ Jeroen Spijker (2013) ในเอกสารของ Vienna Institute of Demography Austrian Academy of Sciences ได้กล่าวถึงตัวชี้วัดด้านประชากรผู้สูงอายุในสังคม ได้แก่ จำนวนประชากร และอัตราพึ่งพิงของผู้สูงอายุ (Age-dependency Ratio) อย่างไรก็ดี Spijker พัฒนาอัตราพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่ครอบคลุมถึงปัจจัยต่าง ๆ ทั้งประชากร เศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างประชากรและเศรษฐกิจ สุขภาพ และทรัพยากรมนุษย์ด้วย นอกเหนือจากนิยามเดิมที่พิจารณาเพียงจำนวนผู้สูงอายุต่อจำนวนวัยแรงงาน

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรจะส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการบริโภคในครัวเรือน (Miroslav Stefanik et al., 2013) ซึ่งอุปสงค์ของสินค้าและบริการจะเปลี่ยนแปลงไปที่ความต้องการของสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุจะเพิ่มมากขึ้น ตามหลักทฤษฎี Life cycle income ที่เชื่อว่าบุคคลจะมีสมดุลการบริโภคที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตของตน ซึ่งหมายความว่าผู้คนจะพยายามรักษาระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นผู้ผ่านการบริโภค ฉะนั้น สินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุจึงอาจได้รับความต้องการมากขึ้น เช่น บริการทางการแพทย์ อาหาร บ้าน และอุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน Krzyminiewska (2018) กล่าวว่าเศรษฐกิจสูงวัยคือระบบเศรษฐกิจที่ให้ความสำคัญกับการจัดสรรสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ เช่นเดียวกับ Miroslav Stefanik et al. (2013) ที่ระบุว่าบริโภคของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นจะส่งผลสำคัญต่อรูปแบบการผลิตสินค้าและบริการ และการจ้างงาน อย่างไรก็ดี การเป็นเศรษฐกิจสูงวัยอาจก่อให้เกิดปัญหาจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นอาจส่งผลให้ปริมาณแรงงานลดลง ฉะนั้นความพร้อมด้านปัจจัยการผลิต เช่น สถานประกอบการ เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาหรือเพิ่มมูลค่าสินค้าและบริการ ปริมาณแรงงาน และทุนจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการพิจารณา

การทบทวนวรรณกรรมวิชาการเกี่ยวกับสังคมผู้สูงอายุสะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจทั้งอุปสงค์และอุปทาน ซึ่งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เก็บข้อมูลในระดับประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมและความจำเป็นในการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัยของไทย อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปแล้ว ปัจจัยจำกัดของสถิติรายจังหวัด คณะผู้วิจัยจึงเลือกใช้ปัจจัยสำคัญทางเศรษฐกิจที่มีการเก็บข้อมูลเป็นรายจังหวัดเท่านั้น จึงมีองค์ประกอบของประเด็นที่นำมาพิจารณาจำนวนทั้งหมด 4 เรื่อง ได้แก่ จำนวนผู้สูงอายุ ความมั่งคั่งของจังหวัด ที่เป็นประเด็นพิจารณาอุปสงค์ของจังหวัด และพิจารณาอุปทานของจังหวัดผ่านประเด็นการจ้างงาน และการประกอบธุรกิจ ซึ่งจะใช้ดัชนีหรือสถิติล่าสุดที่ได้ถูกรวบรวมไว้ในการพิจารณา รายละเอียดดังตารางที่ 6-1

ตารางที่ 6-1 เครื่องมือในการคัดเลือกจังหวัดที่จะศึกษาเชิงลึก

	ประเด็นพิจารณา	ดัชนีชี้วัด	ลักษณะของข้อมูล	ที่มาของข้อมูล
1.	จำนวนผู้สูงอายุ	จำนวนผู้สูงอายุ	- ข้อมูลปี 2561 - จำแนกเป็นรายจังหวัด	สถิติผู้สูงอายุ กรมกิจการผู้สูงอายุ
2.	รายได้ต่อหัว	ผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัว	- ข้อมูลปี 2560 - จำแนกเป็นรายจังหวัด	บัญชีประชาชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
3.	แรงงาน	กำลังแรงงานรวม	- ข้อมูลปี 2562 - จำแนกเป็นรายจังหวัด	สถิติแรงงาน สำนักงานสถิติแห่งชาติ
4.	การประกอบธุรกิจ	จำนวนสถานประกอบการ	- ข้อมูลปี 2559 - จำแนกเป็นรายจังหวัด	สถิติอุตสาหกรรม สำนักงานสถิติแห่งชาติ

คณะผู้วิจัยนำผลของแต่ละดัชนี/สถิติมาเรียงลำดับ และแจกแจงคะแนนจากมากไปน้อยตามลำดับ ในช่วงคะแนน 1-76 คะแนน ซึ่งแสดงถึงอันดับของทั้ง 76 จังหวัดที่พิจารณา (ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) กล่าวคือจังหวัดที่มีค่าดัชนี/สถิติมากที่สุดจะได้ 76 คะแนน และจังหวัดที่มีค่าดัชนี/สถิติน้อยที่สุดจะได้ 1 คะแนน โดยแต่ละองค์ประกอบมีรายละเอียดและการแจกแจงคะแนนดังนี้

6.1.1.1 จำนวนผู้สูงอายุ

จำนวนผู้สูงอายุ เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะบอกว่าตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุจะมีศักยภาพหรือไม่ โดยจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากมีโอกาสที่จะมีอุปสงค์ด้านสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุมากกว่าจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุผู้น้อย กล่าวคือจำนวนผู้สูงอายุอาจสามารถช่วยบ่งชี้ถึงความต้องการตลาดสินค้าผู้สูงอายุในจังหวัดนั้นๆ คณะผู้วิจัยจึงใช้ดัชนีจำนวน

ผู้สูงอายุ พ.ศ. 2561 จากสถิติผู้สูงอายุ โดยกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ดังที่นำเสนอในตารางที่ 6-2

ข้อมูลในตารางที่ 6-2 แสดงให้เห็นได้ว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนผู้สูงอายุหนาแน่นมากกว่าพื้นที่อื่นๆ เพราะ 7 จังหวัด จาก 10 จังหวัด ที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด ตั้งอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

**ตารางที่ 6-2 การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัด
ที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2561**

อันดับ	จังหวัด	จำนวนผู้สูงอายุ (คน)	คะแนน
1	นครราชสีมา	435,347	76
2	เชียงใหม่	316,847	75
3	ขอนแก่น	299,639	74
4	อุบลราชธานี	264,957	73
5	นครศรีธรรมราช	257,081	72
6	บุรีรัมย์	242,102	71
7	ศรีสะเกษ	223,307	70
8	อุดรธานี	223,278	69
9	นันทบุรี	218,974	68
10	สุรินทร์	216,188	67

ที่มา: สถิติผู้สูงอายุ, กรมกิจการผู้สูงอายุ

6.1.1.2 รายได้ต่อหัว

การพิจารณาปัจจัยด้านอุปสงค์ไม่ได้จำกัดที่ความต้องการในการซื้อสินค้าและบริการ แต่ยังรวมถึงความสามารถในการใช้จ่ายของแต่ละจังหวัดด้วย คณะผู้วิจัยจึงพิจารณาจากดัชนีที่แสดงถึงความร่ำรวยหรือความมั่งคั่งในจังหวัด โดยเลือกดัชนีผลิตภัณฑ์รายจังหวัดต่อหัว (GPP Per Capita) พ.ศ. 2560 จากบัญชีประชาชาติ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ซึ่งเป็นรายได้ต่อประชากรในจังหวัดโดยเฉลี่ย จึงน่าจะเป็นดัชนีที่สามารถบ่งบอกถึงความสามารถในการใช้จ่ายในเศรษฐกิจสูงวัยในการซื้อสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุด้วย

ตารางที่ 6-3 แสดงการจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์รายจังหวัดต่อหัวสูงที่สุด 10 จังหวัด ซึ่งจะเห็นได้ว่าจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์รายจังหวัดต่อหัวสูงที่สุดมักเป็นจังหวัดที่ตั้งของพื้นที่นิคมอุตสาหกรรม เขตเศรษฐกิจพิเศษ ซึ่งตั้งอยู่ในเขตปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออก

ตารางที่ 6-3 การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์รายจังหวัดต่อหัวสูงที่สุด 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2560

อันดับ	จังหวัด	ผลิตภัณฑ์รายจังหวัด/คน/ปี (บาท)	คะแนน
1	ระยอง	1,095,667	76
2	ชลบุรี	581,475	75
3	ปราจีนบุรี	486,601	74
4	พระนครศรีอยุธยา	465,972	73
5	ฉะเชิงเทรา	427,409	72
6	สมุทรสาคร	411,326	71
7	ภูเก็ต	388,559	70
8	สมุทรปราการ	343,215	69
9	สระบุรี	330,750	68
10	นครปฐม	308,167	67

ที่มา: บัญชีประชาชาติ, สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

6.1.1.3 แรงงาน

การจ้างงานภายในจังหวัดแสดงให้เห็นถึงความสามารถในการผลิตสินค้าหรือบริการ ซึ่งน่าจะสะท้อนถึงอุปทานของเศรษฐกิจสูงวัยในแต่ละจังหวัดได้ คณะผู้วิจัยจึงใช้สถิติจำนวนแรงงานรายจังหวัด พ.ศ. 2562 จากสถิติแรงงาน สำนักงานสถิติแห่งชาติ ในการพิจารณาจำนวนแรงงานในแต่ละจังหวัด แสดงให้เห็นถึงความพร้อมในด้านปัจจัยการผลิต และสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการดำเนินกิจการต่างๆ นอกเหนือจากนี้ การจ้างงานอาจสามารถพิจารณาเป็นปัจจัยด้านอุปสงค์ เนื่องจากแสดงให้เห็นถึงการมีรายได้ของประชากรในจังหวัดในการจับจ่ายใช้สอยในเศรษฐกิจสูงวัย ข้อมูลกำลังแรงงานรวมแสดงในตารางที่ 6-4 ที่แสดงจังหวัดที่มีกำลังแรงงานรวมสูงที่สุด 10 จังหวัด ซึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ ในประเทศไทย โดยมักเป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่และมีจำนวนประชากรสูงกว่าจังหวัดอื่นๆ

**ตารางที่ 6-4 การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัด
ที่มีกำลังแรงงานรวมสูงสุด 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2562**

อันดับ	จังหวัด	กำลังแรงงานรวม (คน)	คะแนน
1	สมุทรปราการ	1,375,645	76
2	นครราชสีมา	1,240,342	75
3	ชลบุรี	1,054,196	74
4	เชียงใหม่	1,016,375	73
5	นนทบุรี	958,286	72
6	ปทุมธานี	950,256	71
7	ขอนแก่น	930,611	70
8	อุบลราชธานี	900,812	69
9	สงขลา	873,599	68
10	นครศรีธรรมราช	865,124	67

ที่มา: สถิติแรงงาน, สำนักงานสถิติแห่งชาติ

6.1.1.4 การประกอบธุรกิจ

คณะผู้วิจัยจัดอันดับจำนวนสถานประกอบการในแต่ละจังหวัดในปี 2559 จากสถิติอุตสาหกรรม สำนักงานสถิติแห่งชาติ เพื่อพิจารณาศักยภาพทางเศรษฐกิจของแต่ละจังหวัด ในส่วนของอุปทานในประเด็นด้านศักยภาพในการประกอบธุรกิจ เพราะจำนวนสถานประกอบการอาจแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของภาคธุรกิจในจังหวัดต่างๆ ในการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัยผ่านการขยายกลุ่มลูกค้าสินค้าหรือบริการมายังกลุ่มผู้สูงอายุ โดยตารางที่ 6-5 แสดงการจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัดที่มีจำนวนสถานประกอบการ ในปี พ.ศ. 2559 มากที่สุด 10 จังหวัดแรก ซึ่งกระจายอยู่ในภูมิภาคต่างๆ โดยจังหวัดที่มีขนาดใหญ่ในภูมิภาคต่างๆ เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา สุราษฎร์ธานี

**ตารางที่ 6-5 การจัดอันดับและการให้คะแนนจังหวัด
ที่มีจำนวนสถานประกอบการมากที่สุด 10 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2559**

อันดับ	จังหวัด	จำนวนสถานประกอบการ (แห่ง)	คะแนน
1	เชียงใหม่	83,023	76
2	นครราชสีมา	68,301	75
3	สุรินทร์	68,206	74
4	ชลบุรี	65,806	73
5	ขอนแก่น	60,781	72
6	สมุทรปราการ	54,382	71
7	อุบลราชธานี	53,006	70
8	เชียงราย	52,625	69
9	สุราษฎร์ธานี	51,273	68
10	สงขลา	50,004	67

ที่มา: สถิติอุตสาหกรรม, สำนักงานสถิติแห่งชาติ

6.1.2 แนวทางการคัดเลือก

คณะผู้วิจัยจะพิจารณาทั้งปัจจัยทางด้านอุปสงค์และปัจจัยทางด้านอุปทานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยของแต่ละจังหวัด (76 จังหวัด ไม่รวมกรุงเทพมหานคร) โดยใช้ดัชนีหรือสถิติรายจังหวัดที่สะท้อนถึงประเด็นดังกล่าว ดังที่กล่าวในส่วนที่ 6.1.1 องค์ประกอบของประเด็นพิจารณา และเลือกใช้วิธีการหาค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก¹ (Weighted Average) เป็นเครื่องมือในการคำนวณ เนื่องจากประเด็นที่นำมาพิจารณาดังกล่าวล้วนมีความสำคัญที่แตกต่างกัน จึงต้องมีการถ่วงน้ำหนักตามความสำคัญ ทั้งนี้ ประเด็นที่นำมาพิจารณาเพื่อคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาประกอบด้วย 4 ประเด็น ได้แก่

- | | |
|--------------------|-----------------------------|
| 1) จำนวนผู้สูงอายุ | (น้ำหนักการให้คะแนน = 0.30) |
| 2) รายได้ต่อหัว | (น้ำหนักการให้คะแนน = 0.20) |
| 3) แรงงาน | (น้ำหนักการให้คะแนน = 0.25) |
| 4) การประกอบธุรกิจ | (น้ำหนักการให้คะแนน = 0.25) |

¹ สูตรการคำนวณค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average) เป็นดังนี้ : $\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^k W_i X_i}{\sum_{i=1}^k W_i}$

โดย X_i เป็นค่าของข้อมูลตัวที่ i ; $i = 1, 2, 3, \dots, k$ และ W_i เป็นค่าน้ำหนักของข้อมูลตัวที่ i

การคำนวณคะแนนรวมเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนัก (Weighted Average) เพื่อคัดเลือกจังหวัดที่จะทำการศึกษานั้น คณะผู้วิจัยจะมีการให้น้ำหนักประเด็นที่พิจารณาแตกต่างกันออกไปตามระดับความสำคัญของแต่ละประเด็นการพิจารณา ซึ่งได้กำหนดน้ำหนักปัจจัยด้านอุปสงค์และอุปทานอย่างเท่ากันที่ร้อยละ 0.5 และกำหนดน้ำหนักด้านจำนวนผู้สูงอายุสูงสุดเพื่อให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่ต้องการศึกษา โดยกำหนดน้ำหนักที่จำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดที่ร้อยละ 0.3 เนื่องจากเป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการศึกษา จากประเด็นการพิจารณาทั้ง 4 ปัจจัยข้างต้น สามารถสรุปผลคะแนนดังตารางที่ 6-6

ตารางที่ 6-6 สรุปผลคะแนนสูงสุด 10 จังหวัด จำแนกตามประเด็นพิจารณา

No.	จังหวัด	จำนวนผู้สูงอายุ	GPP Per Capita	กำลังแรงงานรวม	จำนวนสถานประกอบการ	คะแนนทั้งหมดเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก
	น้ำหนัก	0.3	0.2	0.25	0.25	
1	ชลบุรี	61	75	74	73	70.05
2	เชียงใหม่	75	51	73	76	69.95
3	นครราชสีมา	76	44	75	75	69.10
4	สมุทรปราการ	60	69	76	71	68.55
5	ขอนแก่น	74	47	70	72	67.10
6	นนทบุรี	68	61	72	58	65.10
7	สงขลา	64	55	68	67	63.95
8	ปทุมธานี	54	65	71	63	62.70
9	นครศรีธรรมราช	72	37	67	65	62.00
10	อุบลราชธานี	73	15	69	70	59.65

6.2 การคัดกรองเชิงคุณภาพ

จากการคัดเลือกจังหวัดด้วยเครื่องมือเชิงปริมาณ คณะผู้วิจัยสรุปจังหวัดที่มีความเหมาะสมที่สุด 10 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา สมุทรปราการ ขอนแก่น นนทบุรี สงขลา ปทุมธานี นครศรีธรรมราช และอุบลราชธานี และได้คัดเลือกจังหวัดจากกลุ่มดังกล่าว เพื่อทำการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ 5 จังหวัด ประกอบด้วย ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา นนทบุรี และอุบลราชธานี โดยมีรายละเอียดดังนี้

6.2.1 จังหวัดชลบุรี

จากการคำนวณด้วยเครื่องมือเชิงปริมาณ ชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีคะแนนรวมสูงสุด เนื่องจากความโดดเด่นในเรื่องเศรษฐกิจ ประกอบกับจำนวนผู้สูงอายุที่มากในอันดับต้นๆ ของประเทศไทย โดยชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์รายจังหวัดต่อหัวมากเป็นอันดับที่ 2 หรือ 581,475 บาท ต่อคน ต่อปี ในปี พ.ศ. 2560 มีกำลังแรงงานรวมมากเป็นอันดับที่ 3 หรือ 1,054,196 คน ในปี พ.ศ. 2562 และมีจำนวนสถานประกอบการมากเป็นอันดับที่ 4 หรือ 65,806 แห่ง ในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางและความพร้อมทางเศรษฐกิจของชลบุรี

แม้ว่าจำนวนผู้สูงอายุในชลบุรีจะอยู่ในอันดับที่ 15 แต่ศักยภาพทางเศรษฐกิจของชลบุรี แสดงให้เห็นถึงโอกาสของเศรษฐกิจสูงวัยในพื้นที่ชลบุรี โดยสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุในชลบุรีจึงมุ่งเน้นที่กลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะ ซึ่งพิจารณาได้จากตั้งอยู่ของโรงพยาบาลเอกชน สถานบริการและศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุซึ่งเป็นกิจการเอกชน รวมถึงอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุและที่พักอาศัยแบบเช่ารายเดือน รวมถึงชลบุรียังมีศักยภาพด้านผู้สูงอายุตั้งที่เป็นสถานที่ตั้งของศูนย์การเรียนรู้และฝึกอบรม ด้านผู้สูงอายุ ของกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์

นอกจากนี้ ชลบุรียังเป็นจังหวัดที่น่าสนใจเรื่องเศรษฐกิจสูงวัย เนื่องจากเป็นที่ตั้งของเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ที่ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ ในพื้นที่เทศบาลตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี โดยการประยุกต์เทคโนโลยีกับบริบทชุมชน เช่น การติดตั้งรีโมทคอนโทรลสำหรับควบคุมการเปิดปิดอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และติดตั้งปุ่มฉุกเฉิน พร้อมทั้งแจกจ่ายอุปกรณ์อัจฉริยะให้กับผู้สูงอายุในชุมชน รวมถึงการบูรณาการระหว่างเทคโนโลยี และบุคลากรของเทศบาล และอาสาสมัครในชุมชนในการดูแลผู้สูงอายุ

6.2.2 จังหวัดเชียงใหม่

เชียงใหม่ยังเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในทุกด้าน ดังที่มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสูงถึง 231,726 ล้านบาท ในปี 2560 โดยมีผลิตภัณฑ์มวลรวมเฉลี่ยต่อหัวประมาณ 135,991 บาท ต่อคน ต่อปี ประกอบมีกำลังแรงงานรวมมากเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ ที่มีจำนวนแรงงานทั้งสิ้น 1,016,375 คน ในปี 2562 และมีจำนวนสถานประกอบการมากเป็นอันดับที่ 1 ซึ่งมีจำนวนสถานประกอบการทั้งสิ้น 83,023 แห่ง

เมื่อพิจารณาเฉพาะเจาะจงที่ด้านสังคมผู้สูงอายุ เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุ สูงที่สุดเป็นอันดับ 2 ของประเทศไทย โดยมีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 316,847 คน ในปี 2561 โดย คาดว่าเชียงใหม่มีผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นจังหวัดที่อยู่ในสถานะ สังคมสูงวัยเร็วกว่าจังหวัดอื่นๆ ทำให้เชียงใหม่เป็นจังหวัดต้นแบบนำร่องเกี่ยวกับการศึกษา รูปแบบการให้บริการและจัดหาที่พักรองรับผู้สูงอายุ และมีธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุจำนวนมาก โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วย มาตรการสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือ อาทิ การสร้างรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุ การพัฒนานวัตกรรมบริการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว และการสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบัน ครอบครัวและชุมชน

6.2.3 จังหวัดนครราชสีมา

นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นด้านประชากร โดยเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด โดยมีผู้สูงอายุจำนวน 435,347 คน ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอุปสงค์ของตลาด สินค้าผู้สูงอายุในจังหวัด นอกจากนี้ นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีกำลังแรงงานรวม และจำนวน สถานประกอบการมากเป็นอันดับที่ 2 ดังที่มีกำลังแรงงานรวม 1,240,342 คน ในปี พ.ศ. 2562 และจำนวนสถานประกอบการรวม 68,301 แห่ง ในปี พ.ศ. 2559 นครราชสีมาจึงเป็นที่ตั้งของ กิจการสำหรับผู้สูงอายุหลายประเภท เช่น โรงพยาบาล ศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ สถานบริการ ดูแลสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งมีหลายแห่ง สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะหลายระดับ ไปจนถึงสถาน สงเคราะห์ผู้สูงอายุ สถานกายภาพบำบัดและนวดสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงเป็นที่ตั้งขอโรงเรียนการ ปรึกษา

อย่างไรก็ดี แม้ว่านครราชสีมาจะเป็นจังหวัดที่ไม่โดดเด่นในเรื่องรายได้ของประชากรต่อ หัว ดังที่มีผลิตภัณฑ์รายจังหวัดต่อหัว อยู่ในอันดับที่ 23 หรือประมาณ 110,301 บาท ในปี พ.ศ. 2560 แต่นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นในเรื่องของเศรษฐกิจสูงวัยในสังคมชุมชน อาทิ ชุมชนมะเกลือเก่า อำเภอสูงเนิน ซึ่งเป็นชุมชนต้นแบบสวัสดิการสังคมของประเทศไทย ซึ่งมีชมรม ผู้สูงอายุซึ่งสนับสนุนชมรมผู้สูงอายุ ตลาดตุ้มโฮมมะเกลือใหม่ ซึ่งเป็นตลาดชุมชนผู้สูงอายุ ซึ่ง จำหน่ายสินค้าสำหรับผู้สูงอายุในชุมชน และโรงเรียนผู้สูงอายุอีกหลายแห่ง เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุ ในตำบลสูงเนิน โรงเรียนผู้สูงอายุในตำบลพุดซา เป็นต้น

6.2.4 จังหวัดนนทบุรี

นนทบุรี มีคุณลักษณะที่เหมาะสมต่อการเป็นจังหวัดที่ทำการศึกษาระดับสูงเนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจในระดับหนึ่ง โดยเฉพาะการมีกำลังแรงงานในจังหวัดมากเป็นอันดับที่ 5 ของประเทศ แต่มีองค์ประกอบที่สำคัญคือการเป็นแหล่งรองรับผู้สูงอายุทั้งในพื้นที่จังหวัดนนทบุรีเองและจังหวัดข้างเคียง แม้ว่านนทบุรีจะมีจำนวนผู้สูงอายุมากเป็นอันดับที่ 8 ของประเทศ แต่นนทบุรีมีพื้นที่ติดกับกรุงเทพมหานครซึ่งมีจำนวนผู้สูงอายุมากถึงว่าล้านคน ทำให้นนทบุรีเป็นที่ตั้งของสถานพยาบาลหรือที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุต่างๆ จำนวนมาก สำหรับกลุ่มลูกค้าที่หลากหลาย ตั้งแต่ระดับสูงเคราะห์ไปจนถึงระดับผู้มีฐานะดี ประกอบกับโครงสร้างสาธารณูปโภคในจังหวัดนนทบุรี โดยเฉพาะเทศบาลนครนนทบุรีที่เป็นมิตรกับผู้สูงอายุ เช่น มีศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุที่มีความพร้อมในการจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ และการได้รับงบประมาณสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

นอกเหนือจากนี้ นนทบุรีมีสภาพความเป็นสังคมเมืองสูง หากพิจารณาจากดัชนีอัตราประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง พ.ศ. 2560 จากสถิติประชากรศาสตร์ สำนักงานเศรษฐกิจแห่งชาติ นนทบุรีมีอัตราผู้ที่อาศัยในเขตเมืองที่ร้อยละ 58.13 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งมีจำนวนผู้อาศัยในเขตเมืองมากเป็นอันดับที่ 3 รองจากภูเก็ตและนนทบุรี ซึ่งการเป็นสังคมเมืองจะมีความพร้อมและคุณลักษณะทางเศรษฐกิจสังคมที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจที่สูงวัย เนื่องจากไม่ว่าผู้สูงอายุอยู่อาศัยตามลำพัง หรือพักอาศัยอยู่ร่วมกับครอบครัว ผู้สูงอายุในเขตเมืองมักมีความต้องการและเข้าถึงสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุมากกว่า เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ บริการทางการแพทย์และการฟื้นฟู ในขณะที่สังคมชนบทอาจอยู่อาศัยร่วมกันเป็นครอบครัวชุมชน ที่พึ่งพาอาศัยกัน และใช้กลไกของสังคมชุมชนในการดูแลผู้สูงอายุ เช่น บทบาทของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในการดูแลผู้สูงอายุในชุมชน การบริโภคอุปโภคและแลกเปลี่ยนสินค้าภายในชุมชน จึงทำให้อาจมีความต้องการในเศรษฐกิจสูงวัยในรูปแบบที่แตกต่างจากสังคมเมือง

6.2.5 จังหวัดอุบลราชธานี

อุบลราชธานีมีจุดเด่นสำหรับการศึกษาระดับสูงวัยเนื่องจากการเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุค่อนข้างมากเป็นอันดับที่ 4 ของประเทศ รวมถึงเป็นจังหวัดที่มีสถานประกอบการมากเป็นอันดับที่ 7 ของประเทศ และมีกำลังแรงงานมากเป็นอันดับที่ 8 ของประเทศ โดยอุบลราชธานีเป็นที่ตั้งของโรงเรียนพยาบาล และโรงเรียนการบริบาลจำนวนมาก จึงถือเป็น

หนึ่งในจังหวัดที่มีความพร้อมในการผลิตบุคลากรสำหรับการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งจะมีบทบาทอย่างยิ่งในเศรษฐกิจสูงวัย

แม้ว่าอุบลราชธานีเป็นจังหวัดที่มีขนาดค่อนข้างใหญ่ แต่พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ชนบท จึงทำให้ประชากรส่วนใหญ่อาศัยในพื้นที่เขตชนบท โดยสถิติประชากรศาสตร์ ประจำปี 2560 ระบุว่าประชากรส่วนใหญ่ในอุบลราชธานี หรือประมาณร้อยละ 80 ของประชากรทั้งหมดอยู่ในพื้นที่เขตชนบท แม้ว่ารูปแบบเศรษฐกิจแบบเมืองจะมีความเหมาะสมมากกว่าในการนำร่องรูปแบบเศรษฐกิจสูงวัย แต่พื้นที่ชนบทยังเป็นพื้นที่ส่วนใหญ่ของประเทศไทย อุบลราชธานีซึ่งประชากรส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ชนบทจึงเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่น่าสนใจในการศึกษาผู้สูงอายุในรูปแบบของสังคมชนบท ซึ่งจะมีรูปแบบวิถีชีวิต การอยู่อาศัย อุปสงค์ต่อสินค้าสำหรับผู้สูงอายุที่แตกต่างจากพื้นที่จังหวัดอื่นๆ

6.3 การคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาเชิงลึก

จากการพิจารณาโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคม และโครงสร้างทางสังคมวิทยาที่แตกต่างกัน พบว่าจังหวัดที่มีคะแนนเชิงปริมาณมากที่สุด 3 อันดับแรก มีประเด็นน่าสนใจที่ครอบคลุมทั้งด้านความหลากหลายของธุรกิจ การเป็นปลายทางยอดนิยมด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและต่างชาติ และการลงทุนของชาวต่างชาติในธุรกิจที่เน้นกลุ่มผู้บริโภคนสูงวัย ประกอบกับการมีที่ตั้งในภูมิภาคที่ต่างกันทั้ง 3 จังหวัด อันจะช่วยให้สามารถวิเคราะห์ถึงปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ และวัฒนธรรมได้ด้วย ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้คัดเลือก ชลบุรี เชียงใหม่ และนครราชสีมา สำหรับการจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการดำเนินงานเพื่อรองรับการปรับตัวของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย ซึ่งเป็นไปในลักษณะของการเดินทางลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์และศึกษาดูงานกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย และภาคส่วนเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมและบริการสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อรับฟังข้อมูลการดำเนินงานที่สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของระบบเศรษฐกิจไทย ตลอดจนสำรวจอุปสรรคทางการค้าและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง

บทที่ 7

สรุปการสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมเพื่อรับฟังความคิดเห็น การประชุมเชิงปฏิบัติการ และการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูล และทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา เพื่อนำเสนอต้นแบบที่ประสบความสำเร็จเกี่ยวกับการรับมือและบริหารจัดการเศรษฐกิจสูงวัย จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในประเทศไทยและต่างประเทศ รวมถึงตัวอย่างกรณีศึกษาธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จากนั้นได้นำข้อมูลที่ได้มา เพื่อพิจารณาอุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย นำไปสู่การคัดเลือก กลุ่มจังหวัดที่จะทำการศึกษา และลงพื้นที่เพื่อประชุมหารือ พร้อมทั้งระดมความคิดเห็น

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกภาควิชาการ ผู้ประกอบการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ระหว่างวันที่ 26 มีนาคม 2563 ถึง 7 เมษายน 2563 โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังต่อไปนี้

- 1) คณะผู้วิจัยจัดได้เตรียมประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึกที่จะสัมภาษณ์
- 2) คณะผู้วิจัยเตรียมการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยดำเนินการนัดหมายวัน เวลา ช่องทางการสัมภาษณ์ รวมถึงประเด็นสัมภาษณ์
- 3) คณะผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารระดับสูงและผู้บริหารตามวัน เวลา ช่องทางการสัมภาษณ์ที่ได้นัดหมายไว้กับผู้ให้สัมภาษณ์
- 4) คณะผู้วิจัยได้ทำการประมวลผลจากการสัมภาษณ์ และสรุปประเด็นที่เกี่ยวข้อง หรือมีความสำคัญต่อการศึกษา เพื่อนำไปใช้ประกอบการศึกษาในลำดับถัดไป

สำหรับรายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก วัน เวลา และสถานที่ที่นัดหมายเพื่อดำเนินการสัมภาษณ์ เป็นดังหัวข้อ 7.1.1 โดยเรียงลำดับตามวันที่และเวลาที่ให้สัมภาษณ์ และประเด็นสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นดังหัวข้อ 7.1.2

นอกจากนั้น คณะผู้วิจัยได้จัดการประชุมรับฟังความคิดเห็นโครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย ด้วยวิธีการประชุมทางไกล (Video Conference) ผ่านระบบ Zoom ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2563 โดยแบ่งออกเป็น 2 รอบ ในช่วงเวลา 9.00-11.00 น. และ

13.00 – 15.00 น. ตามลำดับ เพื่อรับฟังการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของระบบเศรษฐกิจไทยและผู้ประกอบการเอกชนในสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ตลอดจนสำรวจอุปสรรคทางการค้า และกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง โดยมีผู้เข้าร่วมงานจากกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด

สำหรับรายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมรับฟังความคิดเห็นฯ เป็นดังหัวข้อ 7.2.1 โดยแยกเป็นกลุ่มผู้แทนจากกรุงเทพฯ และปริมณฑล และกลุ่มผู้แทนจากต่างจังหวัด และประเด็นสัมมนาเชิงลึกเป็นดังหัวข้อ 7.2.2

7.1 การสัมมนาเชิงลึก

7.1.1 ประเด็นการให้สัมมนาเชิงลึก

เนื่องด้วยความหลากหลายของผู้ที่ให้สัมมนาทั้งจากภาครัฐ ภาควิชาการ และภาคเอกชนจากหลายสาขาที่เกี่ยวข้อง จึงอาจมีประเด็นการสัมมนาซึ่งอาจแตกต่างกันในการสัมมนาแต่ละครั้ง ทั้งนี้ ประเด็นการให้สัมมนาเชิงลึกโดยสังเขป มีดังต่อไปนี้

- 1) ภาพรวมเกี่ยวกับสังคมสูงวัยและเศรษฐกิจสูงวัยในประเทศไทย
- 2) ภาพรวม ความสนใจ และโอกาสของธุรกิจ/สาขาธุรกิจของท่าน ในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย
- 3) ข้อจำกัดของธุรกิจ/สาขาธุรกิจของท่าน ในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย
- 4) ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน/ภาคประชาสังคม ในการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัย
- 5) ปัญหา อุปสรรค และข้อพึงระวัง เกี่ยวกับการปรับตัวของภาคธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
- 6) ความคิดเห็นต่อมาตรการหรือแผนสนับสนุนของภาครัฐเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย ในปัจจุบัน
- 7) ความคาดหวังและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

7.1.2 สรุปผลสัมฤทธิ์เชิงลึก

1) พญ. นาฏ ฟองสมุทร ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ สภากาชาดไทย

➤ ภาพรวมของธุรกิจสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

■ ธุรกิจที่พักผู้สูงอายุ

ภาคธุรกิจสาขาสุขภาพและการแพทย์เข้ามามีส่วนร่วมในเศรษฐกิจสูงวัยก่อนภาคธุรกิจจากสาขาอื่นๆ เนื่องจากตระหนักถึงปัญหาของผู้สูงอายุ ทั้งจากโรคภัยไข้เจ็บต่างๆ เช่น ภาวะสมองเสื่อม อัลไซเมอร์ ภาวะเจ็บป่วยจากกระดูกข้อ การขับถ่าย การบริโภคน้ำ จึงพัฒนาธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุ และเพิ่มจากธุรกิจงานการบริบาลเกษียณกรรมทางผู้ป่วยใน (acute care) คลินิกเฉพาะทาง มาเป็นการดูแลระยะยาว (Long term care) สำหรับผู้ป่วยติดเตียง ซึ่งมีประมาณร้อยละ 2 ของผู้สูงอายุทั้งหมด เช่น Nursing home และการดูแลระยะปานกลาง (intermediate care) สำหรับผู้ป่วยที่พักรักษาหรือเตรียมพร้อมก่อนกลับบ้าน ซึ่งจะเห็นได้ว่าที่พักผู้สูงอายุในปัจจุบันมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนในสังคม การยอมรับจากสังคม ที่ไม่มีการตราหน้าหรือประณามลูกหลานที่ให้ผู้สูงอายุอาศัยในที่พักผู้สูงอายุตามลำพังแบบอดีต

นอกเหนือจากภาคธุรกิจจากสาขาสุขภาพและการแพทย์แล้ว ภาคธุรกิจจากสาขาอสังหาริมทรัพย์ตระหนักถึงโอกาสจากที่พักผู้สูงอายุ จึงมีโครงการสำหรับผู้สูงอายุจากบริษัทอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งทำให้ปัจจุบันธุรกิจที่พักผู้สูงอายุ มีภาคธุรกิจ 2 กลุ่ม กลุ่มสุขภาพและการแพทย์ และกลุ่มอสังหาริมทรัพย์

■ ธุรกิจเทคโนโลยีทางการแพทย์

อุปกรณ์เทคโนโลยีด้านการแพทย์ในไทย มักเป็นการนำเข้าเป็นหลัก แต่ก็มีเทคโนโลยีทางการแพทย์สำหรับผู้สูงอายุที่พัฒนาขึ้น สำหรับติดตามดูแลผู้สูงอายุ เช่น SCG Docare ที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยี Internet of things ในการวัดอุณหภูมิร่างกาย ความดัน เบาหวาน ที่ผู้สูงอายุสามารถทำได้เองทุกขั้นตอน และส่งข้อมูลให้กับโรงพยาบาล นอกจากนี้ SCG ได้มีบริษัทประเภทสตาร์ทอัพด้านผู้สูงอายุอื่นๆ ในเครือด้วย ซึ่งมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาเอง หรือการเป็นองค์กรตัวกลางสำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ

ทั้งนี้ เทคโนโลยี Doctor at Home และ Remote Consultation จะเป็นทางออกสำหรับอนาคตในกรณีกับผู้สูงอายุอาศัยตามลำพัง ไม่ย้ายมาพักอาศัยในที่พักสำหรับผู้สูงอายุ ไม่มีลูกหลานหรือพยาบาลดูแล อุปกรณ์เหล่านี้จึงน่าจะช่วยแก้ปัญหานี้ได้

- ธุรกิจปรับที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (Home Remodeling)

ผู้นำในธุรกิจนี้คือบริษัท SCG ที่มีธุรกิจการปรับบ้านแบบครบวงจร ซึ่งขยายจากธุรกิจเดิมที่จำหน่ายสินค้าประเภทราวจับที่อำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุ เป็นการปรับบ้านแบบครบวงจรตั้งแต่การออกแบบ การประเมินบ้านพัก การรับเหมาก่อสร้าง โดยสามารถดูตัวอย่างได้ที่โครงการริเวอร์ไรน์

- ธุรกิจอาหารสำหรับผู้สูงอายุ

ผู้นำของธุรกิจอาหารสำหรับผู้สูงอายุคือเครือบริษัท ซีพี อย่างไรก็ตาม ภาครัฐควรมีมาตรการสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถประสบความสำเร็จในตลาดผู้สูงอายุได้ โดยธุรกิจที่น่าสนใจคืออาหารที่ย่อยง่าย โดยศูนย์เทคโนโลยีโลหะและวัสดุแห่งชาติ เอ็มเทค ได้มีการวิจัยเกี่ยวกับอาหารสำหรับผู้สูงอายุที่บดเคี้ยวง่าย

- วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise)

ภาคธุรกิจไทยยังมีพวกวิสาหกิจเพื่อสังคม อาสาสมัคร ที่ทำด้านผู้สูงอายุ ซึ่งบริษัทรายใหญ่ได้พัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมไว้ด้วย เช่น โครงการจ้างผู้สูงอายุในคาเฟ่เมซอน

➤ ตัวอย่างของต่างประเทศ

รูปแบบธุรกิจประเทศญี่ปุ่น ที่มีกิจกรรมการฟื้นฟู (Rehabilitate) และออกกำลังกายในสถานที่ดูแลผู้สูงอายุตอนกลางวัน (Daycare) ของผู้สูงอายุ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพดี หรือชะลอการเจ็บป่วยตามวัย

➤ ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ

นโยบายของภาครัฐตระหนักว่าสังคมผู้สูงอายุ หรือ Aging society ไม่ได้จำกัดขอบเขตเพียงแต่ผู้สูงอายุ แต่เป็นเรื่องของทุกคนจากทุกช่วงวัย แม้แต่เด็กที่เพิ่งเกิดที่จะต้องอายุยืน จึงต้องมีมาตรการเตรียมตัวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มคนอายุประมาณ 40-60 ปี ให้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถทำสิ่งต่างๆ ได้หลากหลาย

ประเทศไทยจะมีกฎหมายสำหรับกำกับมาตรฐานที่พักสำหรับผู้สูงอายุ สถานพยาบาลผู้สูงอายุ สถานพยาบาลผู้สูงอายุแบบรายวัน คือ พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพที่อยู่ในระหว่างกระบวนการดำเนินการ ซึ่งจะมีกฎกระทรวงที่คาดว่าจะประกาศในช่วงเดือนพฤษภาคม โดยกฎหมายฉบับนี้จะเชื่อมโยงนโยบายของสำนักงานส่งเสริมการลงทุน (BOI) ที่จะลดเว้นภาษีให้กับธุรกิจที่ได้รับใบอนุญาต

นอกจากนี้ กรมกิจการผู้สูงอายุอยู่ในระหว่างทบทวนแผนผู้สูงอายุไทย ฉบับที่ 3 ซึ่งให้ความสำคัญกับความสามารถในการดูแลตัวเองของผู้สูงอายุ ทั้งเรื่องกายภาพและการเงิน จึงมีมาตรการสำหรับผู้สูงอายุระหว่าง 60-70 ปี ที่ยังคงแข็งแรง ให้สามารถทำงานในระบบได้ และมาตรการเตรียมความพร้อมสำหรับผู้สูงอายุ 40-60 ปี ให้มีทักษะผู้ประกอบการหรือมีทักษะอื่นๆ ให้สามารถดำรงชีวิตได้เมื่อเกษียณ โดยมาตรการในปัจจุบันที่มักเตรียมความพร้อมเมื่อเกษียณแล้วหรือใกล้จะเกษียณอาจไม่สามารถช่วยเหลือผู้สูงอายุได้

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพได้ออกกฎหมายและมาตรฐานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งค่อนข้างครอบคลุมและสอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆ โดยภาพรวมของกฎหมายในปัจจุบันไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อผู้ประกอบการมาก แต่อาจมีอุปสรรคจากองค์การอาหารและยา (อย.) ที่มีมาตรฐานค่อนข้างสูง

อย่างไรก็ดี หน่วยงานต่างๆ มีมาตรการสำหรับสนับสนุนผู้ประกอบการด้านผู้สูงอายุ แต่อาจยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร เช่น การจัดการประชุมเชิงปฏิบัติการให้กับผู้ประกอบการ SMEs เกี่ยวกับการวิเคราะห์ความต้องการของผู้สูงอายุ หรือสถานพยาบาลสำหรับผู้สูงอายุ และมีการผลักดันนโยบายสนับสนุนผู้ประกอบการผ่านโครงการ 65+ ซึ่งให้ความสำคัญกับผู้ประกอบการ SMEs โดย พญ. นาฎาเห็นว่า กิจกรรมยังไม่นำไปสู่ผลลัพธ์ที่จับต้องได้ เนื่องจากธุรกิจที่ผ่านการอบรมหรือสนับสนุนยังไม่มีการดำเนินการที่ชัดเจน หรือมีจำนวนมากขึ้น

➤ ข้อเสนอต่อมาตรการภาครัฐ

■ ข้อเสนอจากผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการในไทยมีความเข้าใจเกี่ยวกับตลาด ผู้บริโภคค่อนข้างดี แต่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือในด้านข้อมูลตลาดของตลาดในต่างประเทศแก่ผู้ประกอบการ SMEs โดยหอการค้าแห่งประเทศไทย มีคณะทำงานด้านนี้แล้ว ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและตรงกับมาตรฐานและความต้องการของตลาดต่างประเทศ เช่น การพัฒนาสมุนไพรไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการบางส่วน ยังไม่เชื่อมั่นในตลาดผู้สูงอายุเท่าที่ควร ภาครัฐจึงควรสร้างความเชื่อมั่นให้กับภาคเอกชน และช่วยให้ข้อมูลแก่ผู้ประกอบการเพิ่มเติม

■ ข้อเสนอแนะภาคบริการ

ควรมีการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านสถานพยาบาลผู้สูงอายุ เช่น การก่อตั้งโรงเรียนเพื่อพัฒนาบุคลากร เพื่อรองรับผู้สูงอายุทั้งในไทยและต่างประเทศ โดยปัจจุบันบริษัทจากประเทศญี่ปุ่นได้เข้ามาคัดเลือกบุคลากรจากโรงเรียนในไทยเพื่อฝึกและส่งไปทำงานที่ประเทศญี่ปุ่น

■ ข้อเสนอแนะภาคเกษตร

ประเทศไทยมีความหลากหลายทางอาหาร มีวัตถุดิบในการผลิตที่เพียงพอ แต่มักเป็นการผลิตเพื่อผู้สูงอายุภายในประเทศ ทำให้ตลาดค่อนข้างเล็ก จึงไม่จูงใจผู้ประกอบการในการผลิตสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ จึงควรใช้จุดแข็งจากการเป็นประเทศชั้นนำด้านอาหารในการส่งออกสินค้าด้านอาหารสำหรับผู้สูงอายุด้วย

■ ข้อเสนอแนะภาคการเงิน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเรื่องการเงิน เช่น สถาบันการเงิน กระทรวงอุตสาหกรรม และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ควรมีมาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการด้านผู้สูงอายุที่หลากหลายมากขึ้น และน่าสนใจกว่ามาตรการที่มีอยู่เดิม

➤ จังหวัดที่ทำการศึกษ

กลุ่มจังหวัดควรเป็นกลุ่มจังหวัดที่มีความเป็นเมือง มีความต้องการทางสินค้าบริการ และมีกำลังซื้อ จึงแนะนำให้เริ่มจากกรุงเทพฯ มากที่สุด โดยมีจังหวัดอื่นๆ ที่น่าสนใจ ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ชลบุรี ภูเก็ต และอุบลราชธานี เนื่องจากมีผู้สูงอายุจำนวนมาก และมีที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุอยู่มาก ในขณะที่จังหวัดอื่นๆ ที่มีลักษณะความเป็นเมืองน้อยกว่า อาจจะทำให้ความสำคัญในลำดับรองลงมา เพราะสังคมชนบทไทยยังมีความเกื้อกูลของชุมชน ที่มีโครงสร้างทางสังคมที่ชุมชนดูแลซึ่งกันและกัน มีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ที่ดำเนินงานด้านสุขภาพกระจายอยู่ทั่วประเทศ

2) ภก.ปรีชา พันธุ์ดีเวช นายกสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย

➤ กรณีศึกษาเกี่ยวกับเครื่องมือแพทย์

ประเทศญี่ปุ่นมีระบบการจัดสรรเครื่องมือแพทย์ให้กับผู้สูงอายุโดยการจัดทำฐานข้อมูลของผู้สูงอายุในชุมชน เช่น ชื่อ อายุ ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และรายละเอียดด้านสุขภาพ และมีนโยบายให้แพทย์ตรวจเยี่ยมที่บ้านของผู้สูงอายุ ซึ่งข้อมูลจากฐานข้อมูลและการตรวจของแพทย์จะนำมาเป็นฐานข้อมูลในการจัดซื้ออุปกรณ์สุขภาพและเครื่องมือแพทย์ให้กับผู้สูงอายุในชุมชน อาทิ แวนสายตา เตียงผู้ป่วย เครื่องวัดความดัน และเครื่องตรวจเบาหวาน ซึ่งใช้งบประมาณจากภาษีท้องถิ่นของแต่ละชุมชนในการจัดซื้อให้กับผู้สูงอายุ และอาจจำหน่ายให้กับผู้สูงอายุในราคาพิเศษ หากผู้สูงอายุต้องการอุปกรณ์สุขภาพหรือเครื่องมือแพทย์เพิ่มเติมจากที่หน่วยงานท้องถิ่นจัดสรรให้ ฐานข้อมูลดังกล่าวยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับเงื่อนไขทางสุขภาพและความต้องการของผู้สูงอายุ

นอกเหนือจากระบบฐานข้อมูลผู้สูงอายุแล้ว ญี่ปุ่นยังมีระบบการสร้างเครือข่ายผู้สูงอายุในแต่ละชุมชน สร้างความร่วมมือระหว่างผู้สูงอายุ และประชาชนในชุมชน ให้ร่วมกันดูแลผู้สูงอายุทั้งในรูปแบบของการดูแลสุขภาพ และการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาผู้สูงอายุ

➤ ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ

■ นโยบายศูนย์กลางการตรวจสุขภาพ

ภาครัฐมีนโยบายและเป้าหมายในการเป็นศูนย์กลางการตรวจสุขภาพในภูมิภาค จึงควรวางแผนการพัฒนาฐานข้อมูลและการสร้างเครือข่ายในประเทศ เช่น การกำหนดนโยบายให้โรงพยาบาลมีบริการตรวจสุขภาพที่ได้มาตรฐานด้านคุณภาพและราคา รวมถึงประชาสัมพันธ์ข้อมูลและอำนวยความสะดวกให้แก่ชาวต่างชาติ เช่น การเดินทาง ที่พัก และการตรวจลงตรา (Visa)

■ นโยบายส่งเสริมการจำหน่ายสมุนไพรไทย

ภาครัฐมีความพยายามส่งเสริมการจำหน่ายสมุนไพรไทยโดยการนำสมุนไพรไทยไปขายในห้างสรรพสินค้า อย่างไรก็ตาม สมุนไพรไทยอาจไม่ได้เป็นที่รู้จักในระดับสากล นโยบายดังกล่าวจึงไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร โดยคุณปรีชาเห็นว่าฐานข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรไทยยังไม่มีระบบฐานข้อมูลที่เป็นระบบและเข้าถึงได้โดยประชาชน และไม่มีข้อมูลที่เป็นสากล แม้ว่าจะมีโครงการวิจัยจำนวนมาก แต่ไม่มีการเก็บรวบรวมผลการศึกษาอย่างเป็นระบบ ทำให้ประชาชนหรือผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลได้ รวมทั้งไม่มีการติดตามผลิตภัณฑ์หรือสิ่งประดิษฐ์เกิดจากงานวิจัย ภาครัฐจึงควรมีการจัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับสมุนไพรไทย และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากล

■ ข้อจำกัดในการทำธุรกิจของชาวต่างชาติ

ผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่ต้องการทำธุรกิจในประเทศไทย มักประสบปัญหาเรื่องกระบวนการจดทะเบียนตามกฎหมายต่างๆ ซึ่งมีขั้นตอนจำนวนมาก ภาครัฐจึงควรสนับสนุนโดยการพัฒนาศูนย์กลางในการให้ความช่วยเหลือและอำนวยความสะดวก เพื่อดึงดูดให้บริษัทต่างชาติเหล่านี้เข้ามาลงทุนมากขึ้น

■ การเชื่อมผู้ประกอบการ

ภาครัฐควรเป็นตัวกลางในการเชื่อมระหว่างผู้ประกอบการไทยและผู้ประกอบการต่างชาติ เช่น การจัดงานแสดงสินค้าและบริการ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนสินค้า จับคู่ธุรกิจระหว่างประเทศ

3) ศ.ดร.นพ.อิศรางค์ นุชประยูร ผู้อำนวยการโครงการ เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม

➤ ภาพรวมเกี่ยวกับเยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม

วิสาหกิจเพื่อสังคม เยือนเย็น ก่อตั้งมาเป็นเวลา 2 ปี โดย ศ.ดร.นพ.อิศรางค์ นุชประยูร ซึ่งเป็นแพทย์ด้านโรคมะเร็งในเด็กมาก่อน ประมาณ 20 ปี ที่โรงพยาบาลจุฬา ซึ่งพบว่าการรักษาโรคมะเร็งนั้นรักษาให้หายขาดได้ยาก จึงปรับมาเน้นการรักษาการดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้ายหรือระยะประคับประคอง (Palliative care) ที่มุ่งเน้นการเติมเต็มคุณภาพชีวิต ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีความสุข จึงได้ขยายขอบเขตการรักษามาสู่กลุ่มผู้ใหญ่ที่ป่วยโรคมะเร็ง ซึ่งมีโอกาสเสียชีวิตสูงกว่าเด็ก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุ รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ป่วยโรคมะเร็งแต่ต้องการรักษาแบบประคับประคอง โดยไม่ต้องอยู่ที่โรงพยาบาล/ห้องICU

เนื่องจากผู้สูงอายุไทยส่วนใหญ่มีทัศนคติว่า “ตายไม่กลัว กลัวทรมาน” กล่าวคือต้องการมีชีวิตอยู่อย่างมีคุณภาพมากกว่าการมีชีวิตเพื่อหลีกเลี่ยงความตาย จึงไม่จำเป็นต้องรับการรักษาที่โรงพยาบาล เยือนเย็นจึงเสนอบริการดูแลที่บ้าน ที่จะทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี เพราะเป็นบ้านของผู้ป่วยเอง ซึ่งทำให้ผู้สูงอายุใช้ชีวิตได้อย่างเต็มที่ โดยที่ลูกหลานสามารถดูแลได้ จึงเป็นการประหยัดต้นทุนของครอบครัวแทนที่การดูแลที่โรงพยาบาล

➤ รูปแบบธุรกิจของเยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม

แนวคิดเริ่มต้น นพ. อิศรางค์ ต้องการให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่เพื่อความยั่งยืนของการดำเนินการ จึงจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยคิดค่าบริการเป็นรายครั้งการเข้าเยี่ยม 5,000 บาท แต่ไม่เก็บค่าใช้จ่ายผู้ป่วยที่มีปัญหาทางการเงิน เยือนเย็นมีขอบเขตการให้บริการอยู่ที่กรุงเทพและปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ แต่มีการให้บริการพื้นที่ต่างจังหวัดบ้างตามที่มีการติดต่อ โดยค้ำประกันของอายุผู้ใช้บริการคือประมาณ 65 - 68 ปี โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ป่วยมะเร็ง แต่จะมีผู้ป่วยสูงอายุโรคทั่วไปด้วย

ครอบครัวผู้สูงอายุ/ผู้ป่วย สามารถติดต่อโดยตรง โดยไม่ต้องมีการส่งตัวผู้ป่วยอย่างเป็นทางการจากโรงพยาบาล ทั้งนี้ การรักษาที่บ้านจะมีความคล่องตัวมากกว่า และหมอนในโรงพยาบาลยินดีกับบริการนี้ เนื่องจากช่วยให้คนไข้ในระบบลดลง และประหยัดงบประมาณของประเทศในการดูแลรักษาผู้ป่วย

อย่างไรก็ตาม เยื่อเย็น ไม่ได้กำหนดมาตรฐานความเป็นอยู่ของผู้ป่วยที่บ้าน เช่น ระบบห้องน้ำ ระดับชั้นบันได เนื่องจากให้ความสำคัญกับการกำหนดคุณภาพชีวิต และความคุ้นเคยตามใจความสบายใจของคนไข้ โดยเยื่อเย็นจะเข้าไปพูดคุยกับครอบครัวของผู้ป่วยให้เกิดความมั่นใจ สบายใจในการดูแลคนไข้ แต่หากคนไข้ต้องการความช่วยเหลืออื่นๆ เช่น ถัง oxygen หรือยาบางประเภท เยื่อเย็นจะช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดหาอุปกรณ์ให้ รวมถึงช่วยหาบุคลากรในเครือข่าย เช่น พยาบาล ผู้ดูแลตามบ้าน หรือสถานพยาบาลที่เยื่อเย็นมีเครือข่ายด้วย

➤ ธุรกิจอื่นๆ ด้าน Palliative care

ปัจจุบันธุรกิจยังมีไม่มาก เนื่องจากจำนวนหมอด้าน Palliative care ยังมีน้อย จึงไม่แน่ใจว่าจะมีธุรกิจอื่นๆ เพิ่มขึ้นในอนาคตหรือไม่

➤ ข้อจำกัดทางธุรกิจ

- สิทธิด้านการรักษาพยาบาลในประเทศไทยและระบบประกันสุขภาพที่ครอบคลุมการรักษาพยาบาลในสถานพยาบาล ทำให้ผู้ป่วยเลือกใช้บริการดูแลรักษาในโรงพยาบาลมากกว่าเนื่องจากเข้าถึงง่าย ในขณะที่ ระบบประกันสุขภาพยังไม่ครอบคลุมค่าบริการของธุรกิจเยื่อเย็น ทำให้ไม่สามารถเบิกค่าใช้จ่ายผ่านระบบประกันสุขภาพได้
- ทักษะคติของลูกหลานด้านการช่วยชีวิตคนในครอบครัวที่ต้องการรักษาให้อยู่ร่วมกันได้นานที่สุด จึงเน้นการรักษาทางโรงพยาบาลมากกว่าการดูแล
- ความตระหนัก (Awareness) เกี่ยวกับธุรกิจนี้ยังค่อนข้างน้อย

4) ดร.ชจร ณะแพสย์ กรรมการ บริษัท ธนบุรี เฮลท์แคร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

➤ ความคิดเห็นเกี่ยวกับเศรษฐกิจสูงวัย

เศรษฐกิจสูงวัย (Silver economy) เป็นโอกาสสำหรับธุรกิจไทย เนื่องจากประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมเศรษฐกิจสูงวัย อย่างไรก็ตาม ภาคส่วนต่างๆ อาจยังไม่เตรียมความพร้อมเท่าที่ควร เช่น โอกาสสำหรับธุรกิจด้านการดูแลผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยติดเตียง ซึ่งในปัจจุบัน จำนวนผู้ป่วยติดเตียงของไทยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 ของผู้ป่วยใน ซึ่งครอบครัวไม่สามารถดูแลเองได้

กลุ่มโรงพยาบาลธนบุรี จึงได้ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการรักษาและดูแลผู้ป่วยซึ่งรวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ และเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่สังคมสูงวัยผ่านแผนงานผลิตบุคลากร โดยร่วมมือกับมหาวิทยาลัยเครือข่าย เพื่อพัฒนาทักษะแก่พยาบาลให้แก่โรงพยาบาล โดยโครงการที่สนใจเพิ่มเติมคือหมู่บ้านสำหรับผู้สูงอายุ ในต่างจังหวัด เนื่องจากมีความพร้อมในด้านที่ดิน ทักษะ และบุคลากร

➤ ข้อจำกัดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสูงวัย

ในภาพรวมสังคมไทยมีอุปสงค์สำหรับเศรษฐกิจสูงวัย แต่ยังมีปัญหาเรื่องความเชื่อมโยงของห่วงโซ่อุปทาน เช่น แรงงาน การเงิน ดังที่ปริมาณแรงงานในปัจจุบันที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ประกอบกับนโยบายไม่ต้อนรับแรงงานต่างด้าว จึงมีข้อจำกัดด้านบุคลากร โดยเฉพาะการดูแลผู้ป่วยติดเตียง เนื่องจากหากใช้พยาบาลมาทำหน้าที่ดูแลอาจจะมีความสมบัติที่เกินความจำเป็น (Overqualified) และเสียโอกาสในการพยาบาลผู้ป่วยอื่นๆ ประกอบกับข้อจำกัดด้านระบบประกันสุขภาพ ที่ไม่ครอบคลุมสิทธิการรักษาสำหรับบริการนอกโรงพยาบาล ซึ่งไม่จูงใจให้ใช้บริการประเภท nursing care

นอกจากนี้ การเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัยยังขาดหน่วยงานตัวกลางในการควบคุมและกำกับดูแล เนื่องจากธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุเกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงานรัฐหลายด้าน เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงพาณิชย์ และกระทรวงแรงงาน เป็นต้น แต่การดำเนินงานในปัจจุบันมักแยกส่วนกัน ยังไม่มีการบูรณาการที่เป็นองค์รวม

➤ ข้อเสนอแนะต่อมาตรการภาครัฐ

เนื่องจากเศรษฐกิจสูงวัยมีความเกี่ยวข้องกับหลายประเด็น และหลายกระทรวง จึงควรมีหน่วยงานตัวกลางสำหรับประสานงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง และมีกลไกกำกับดูแลที่เหมาะสม และควรผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติ

- เรื่องสาธารณสุขและสถานพยาบาล - กระทรวงศึกษาธิการมีนโยบายยุบโรงเรียนขนาดเล็ก จึงอาจประสานงานระหว่างกระทรวงศึกษาธิการ และกระทรวงสาธารณสุข โดยนำอาคารโรงเรียนแต่ละพื้นที่ชุมชนที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มาเป็นสถานดูแลผู้สูงอายุ และภาครัฐอาจขับเคลื่อนโครงการด้านสาธารณสุขผ่านการร่วมลงทุน

ระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public-Private-Partnerships หรือ PPPs) เพื่อส่งเสริมให้เอกชนช่วยจัดการ เช่น การอบรมและพัฒนาบุคลากร ช่วยบริหารโรงพยาบาลชุมชน

- เรื่องแรงงาน - จำนวนผู้สูงอายุที่มากขึ้นอาจกระทบถึงวิถีชีวิตของลูกหลาน จึงควรมีความร่วมมือในด้านสถานบริบาล การดูแลแบบรายวัน (Daycare) ด้วย เพื่อไม่ให้ลูกหลานต้องออกจากงานประจำเพื่อดูแลผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ควรมีการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากร โดยหน่วยงานที่ให้ทุนการศึกษาอาจเปลี่ยนจากการให้ทุนเรียนปริญญาตรีเป็นทุนอบรมทักษะอาชีพที่พร้อมทำงาน
- เรื่องสวัสดิการสังคม – การวางระบบสวัสดิการและประกันสุขภาพที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้นและครอบคลุมการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคและการประคับประคองนอกโรงพยาบาล
- เรื่องการเงิน - การซื้อขายอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุแบบซื้อขาด อาจไม่คุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากเป็นค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง จึงควรผลักดัน Reverse Mortgage ในประเทศไทย หรือส่งเสริมให้ผู้ประกอบการให้บริการเช่าบ้านพักสูงอายุโดยไม่ต้องซื้อขาด

5) ดร.สุธี โมกชะเวส รองกรรมการผู้จัดการอาวุโสบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

➤ ภาพรวมของธุรกิจเกี่ยวกับเศรษฐกิจสูงวัยของ ดร. สุธี โมกชะเวส

บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสนใจประเด็นเรื่องเศรษฐกิจสูงวัยมาระยะหนึ่ง เนื่องจากโครงสร้างประชากรเป็นเรื่องที่สามารถคาดการณ์ได้ โดยจะเน้นกลุ่มลูกค้าตลาดบนที่มีฐานะ และกลุ่มผู้สูงวัยที่มีความคล่องแคล่ว (Active Retirement) มากกว่าการทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่ข้ามกลุ่มตลาด (Cross-Segment)

นอกเหนือจากนี้ ดร. สุธี ได้ให้ความสนใจกับการดำเนินงานของธุรกิจ Health at Home ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสำหรับเป็นตัวกลางในการจับคู่ระหว่างพยาบาลและผู้ป่วยที่มีทักษะและความต้องการที่สอดคล้องกัน โดยระบบดังกล่าวจะมีการเก็บข้อมูลการบริการซึ่งจะเป็นประโยชน์แก่

พยาบาลเอง ซึ่งผู้ให้บริการจะสามารถสืบทราบประวัติการให้บริการ ทักษะที่ชำนาญของพยาบาลแต่ละคนได้

➤ ตัวอย่างธุรกิจสำหรับผู้สูงวัยในต่างประเทศ

ดร. สุธี ยกตัวอย่าง อะพาร์ตเมนต์สำหรับผู้สูงอายุที่เมืองเซนต์ปูล ประเทศญี่ปุ่น โดยมีบริษัทมิตซึบิชิ เป็นผู้ลงทุน ซึ่งมีค่าใช้จ่ายแรกเข้าประมาณ 200,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อคน ครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่เข้าอยู่จนถึงเสียชีวิต โดยผู้ซื้อจะไม่มีกรรมสิทธิ์ในอสังหาริมทรัพย์ อย่างไรก็ตาม รูปแบบธุรกิจนี้อาจไม่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย เนื่องจากราคาค่อนข้างสูงและไม่ตรงกับพฤติกรรมบริโภคของคนไทย

➤ การเงินสำหรับผู้สูงอายุ

ในปัจจุบัน ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงการเงินในรูปแบบต่างๆ แต่ก็มีข้อจำกัดเรื่องภาระหนี้ที่อาจจะตกเป็นหนี้ของบุตรหลาน เช่น Home for cash ที่ใช้บ้านของบุตรหลานในการค้ำประกัน รวมถึงค่าใช้จ่ายสำหรับการดำรงชีวิตผู้สูงอายุก็อาจจะเป็นภาระค่าใช้จ่ายของบุตรหลาน กล่าวคือ ผู้สูงอายุไม่มีเงินสดของตัวเองเพียงพอในระยะยาว และผู้สูงอายุที่ไม่มีบุตรหลานจึงไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในการดำรงชีวิตได้

➤ ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุจากบริษัทประกัน

- Reverse mortgage เป็นรูปแบบที่น่าสนใจ อย่างไรก็ตาม อาจขัดกับความเชื่อและค่านิยมของคนไทย ที่ไม่คุ้นชินกับการอยู่บ้านมือสอง โดยเฉพาะบ้านที่จะมีคนเสียชีวิต
- ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบรายได้ประจำ หรือแบบบำนาญ (Annuity Insurance) ยังไม่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการเงินในปัจจุบันมักเป็นระยะสั้น เช่น พันธบัตรรัฐบาลที่ระยะเวลายังไม่ยาวมาก แม้ว่าระยะยาวขึ้นแล้ว กล่าวคือ ไม่มีผลิตภัณฑ์ทางการเงินระยะยาวที่บริษัทประกันต่างๆ จะไปลงทุนให้สอดคล้องกับอายุของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ
- ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตที่เป็นการลงทุนสำหรับสิทธิในการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เป็นอีกรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ แต่มีข้อกังวลเรื่องการหาบริษัทที่จะมาเป็นพันธมิตร เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์และการให้บริการมีข้อผูกพัน

กันในระยะยาว ทำให้มีความเสี่ยงในคัดเลือกธุรกิจของบริษัทพันธมิตรที่จะต้องมีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจในระยะยาวมาก ๆ

อย่างไรก็ดี การขายผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุเป็นประเด็นละเอียดอ่อนที่ควรระวัง ดังที่มีปัญหาเกิดขึ้นหลายประการ เช่น ผู้สูงอายุถูกหลอกขายสินค้า ผู้สูงอายุไม่ทราบว่า เป็นประกันชีวิต หรือการเขียนเงื่อนไขด้วยตัวอักษรที่ค่อนข้างเล็ก ซึ่งอาจก่อให้เกิดผลลบมากกว่าผลดีจากโอกาสทางธุรกิจในการขายผลิตภัณฑ์ให้ผู้สูงอายุ

➤ ประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวกับธุรกิจประกัน

ปัจจุบันธุรกิจประกันเติบโตเนื่องจากนโยบายสนับสนุนการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา แนวโน้มการใส่ใจสุขภาพที่มากขึ้น และค่ารักษาพยาบาลที่ค่อนข้างแพง อย่างไรก็ตาม ผู้เอาประกันและโรงพยาบาล มักมีแนวความคิดการเบิกค่าใช้จ่ายภายใต้วงเงินประกันเกินความจำเป็น ทำให้บริษัทประกันจำเป็นต้องเพิ่มค่าเบี้ยประกันในปีถัดไป จึงออกผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการร่วมจ่ายแบบ Co-payment หรือ Deductibles เพื่อให้ผู้เอาประกันรับบริการทางการแพทย์และใช้สิทธิอย่างเหมาะสมมากขึ้น

6) รศ.ดร. ธีญญลักษณ์ วีระสมบัติ อาจารย์ คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

➤ ภาพรวมเกี่ยวกับความท้าทายด้านแรงงานในสังคมสูงวัย

ประเทศไทยจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแบบสมบูรณ์ โดยจะมีผู้สูงอายุที่อายุมากกว่า 60 ปี ร้อยละ 20 ในปี 2564 โดยมีความท้าทายสำคัญคือ “แก่ก่อนรวย” เนื่องจากสังคมไทยจะมีจำนวนผู้สูงอายุค่อนข้างสูง แต่อัตราการเกิดค่อนข้างต่ำ ประชากรวัยแรงงานลดลง ในขณะที่ สังคมไทยยังเน้นการใช้แรงงานที่มีผลิตภาพต่ำ กล่าวคือประเทศไทยมีมีโครงสร้างประชากรในลักษณะเดียวกับประเทศพัฒนาแล้ว แต่มีโครงสร้างเศรษฐกิจต่างกัน จึงมีความท้าทายเรื่อง “แก่ก่อนรวย” มีใช้ “รวยก่อนแก่” ในลักษณะเดียวกับประเทศพัฒนาแล้ว

➤ ภาพรวมของผู้สูงอายุ

สังคมผู้สูงอายุจำแนกเป็น 3 ประเภท ซึ่งแต่ละประเภทจะมีข้อจำกัดและข้อเสนอแนะต่างกัน ได้แก่

- กลุ่มผู้สูงอายุ ที่มีรายได้น้อย ซึ่งสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่าร้อยละ 60 ของผู้สูงอายุเป็นผู้มีรายได้น้อย และผู้สูงอายุกลุ่มนี้มักมีการศึกษาน้อย มีทักษะต่ำ ทำให้การพัฒนาทักษะทางอาชีพ หรือการสร้างผลผลิตภาพเป็นไปได้ยาก จึงควรที่จะมีนโยบายและสวัสดิการที่เหมาะสม โดยการให้สวัสดิการเดือนละ 600 – 900 บาท ในปัจจุบัน อาจยังไม่ได้ทำให้ผู้สูงอายุกลุ่มนี้สามารถใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ โดยนโยบายที่แนะนำคือการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างสังคมไทยที่เป็นสังคมชุมชน มีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) และมีความเข้มแข็งระดับชุมชน ทำให้สังคมชนบทมีเครือข่ายการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งระบบดังกล่าวค่อนข้างมีประสิทธิภาพ และรัฐบาลน่าจะทำให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อให้กลุ่ม อสม. ดูแลผู้สูงอายุในชุมชนได้ โดยอาจมีรูปแบบของบางชุมชนที่ให้รายได้อันครอครบถ้วนที่ไม่มีรายได้อำนาจที่ดูแลชุมชน
- กลุ่มผู้สูงอายุที่ยังมีความคล่องแคล่ว (Active) ที่สามารถดูแลตัวเองได้ ซึ่งกลุ่มนี้ยังมีคุณค่าอยู่ และสามารถทำประโยชน์ให้สังคม จึงน่าจะมีแพลตฟอร์มสำหรับการจัดกลุ่มผู้สูงอายุตามศักยภาพ เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่ทำให้ผู้สูงอายุยังคงเป็น Active citizen รู้สึกมีคุณค่า สามารถสร้างรายได้ แม้ว่าผู้สูงอายุกลุ่มนี้ไม่มีปัญหาเรื่องฐานะ โดยอาจทำให้ผู้สูงอายุดำเนินกิจกรรมอื่น ซึ่งไม่เน้นเรื่องกลับสู่ตลาดแรงงาน
- กลุ่มผู้ที่กำลังเข้าสู่ผู้สูงอายุ ควรมีการพัฒนาทักษะเพื่อเตรียมความพร้อมให้แรงงานมีทักษะมากขึ้น สามารถสร้างรายได้หลังเกษียณ หรือยืดอายุงาน โดยกรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ SkillFuture Program ของสิงคโปร์ที่รัฐบาลสนับสนุนการพัฒนาทักษะ โดยการให้ประชากรอบรมในหลักสูตรต่างๆ เพื่อพัฒนาทักษะการทำงานในอนาคต

➤ นโยบายการจ้างงานผู้สูงอายุในปัจจุบัน

ปัจจุบัน มีการจ้างงานผู้สูงอายุในรูปแบบต่างๆ เช่น สถานประกอบการเอกชนจ้างงานแบบไม่กำหนดอายุเกษียณโดยสมัครใจ และหน่วยงานราชการกับการขยายอายุราชการ เป็นต้น ซึ่งภาครัฐได้มีนโยบายสนับสนุนให้ภาคเอกชนจ้างงานผู้สูงอายุ โดยการลดหย่อนภาษีนิติบุคคลให้แก่บริษัทที่จ้างงานผู้สูงอายุที่มีเงินเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท โดยสามารถลดหย่อนค่าใช้จ่ายส่วนนี้ได้สองเท่า

อย่างไรก็ตาม นโยบายดังกล่าวยังมีข้อจำกัด เนื่องจากสามารถส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุได้เพียงกลุ่มที่มีรายได้ต่ำ จึงควรสนับสนุนการจ้างงานที่หลากหลายทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ รวมถึงการกำหนดมาตรการ/กฎหมายที่ครอบคลุมประเภทงานต่างๆ มากขึ้น

➤ ธุรกิจในสังคมผู้สูงอายุ

โจทย์ที่สำคัญของธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุคือการทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ผู้ประกอบการควรมีการวิจัยตลาดก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ เช่น การดำเนินกิจกรรม Design Thinking ทั้งนี้ ภาคธุรกิจควรพิจารณาตลาดผู้สูงอายุที่ไม่ได้จำกัดแค่ในประเทศไทย แต่ควรคำนึงถึงตลาดต่างประเทศด้วย อันเป็นโอกาสด้านธุรกิจจากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นทั่วโลก โดย รศ.ดร. รัชฎ์ลักษณะเห็นว่าธุรกิจที่น่าสนใจคืออุตสาหกรรมหุ่นยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ เช่น หุ่นยนต์เดินสอสำหรับผู้สูงอายุ ที่สามารถเป็นโทรศัพท์ พูดคุยกับผู้สูงอายุ และตรวจสุขภาพเบื้องต้นได้ ที่ปัจจุบันเน้นขายที่ตลาดต่างประเทศ

อย่างไรก็ดี สินค้าสำหรับผู้สูงอายุในปัจจุบันเน้นที่ตลาดผู้สูงอายุที่มีฐานะปานกลางถึงสูง ในขณะที่ ธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำ อาจสนับสนุนการดำเนินการในรูปแบบของวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่ไม่ได้มุ่งเน้นกำไร เช่น ธุรกิจรับส่งผู้สูงอายุ หรือแพลตฟอร์มสำหรับสังคมผู้สูงอายุ

➤ ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐ

- นโยบายของภาครัฐในปัจจุบัน มักเป็นในเชิงรับมากกว่าเชิงรุก และมีกฎระเบียบจำนวนมากที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ
- ภาครัฐยังไม่มีหน่วยงานเจ้าภาพด้านผู้สูงอายุที่บูรณาการกัน โดยหน่วยงานต่างๆ ดำเนินงานอย่างแยกส่วน ในขณะที่ ธุรกิจเกี่ยวกับผู้สูงอายุเกี่ยวข้องกับหลายด้าน

ประกอบกับนโยบายเกี่ยวกับผู้สูงอายุเป็นการวางแผนสำหรับอนาคต ซึ่งจะไม่ได้เห็นผลทันที จึงอาจไม่จูงใจรัฐบาลในการให้ความสำคัญกับด้านนี้

- ข้อจำกัดของภาควิชาการในการผลักดันนโยบายผ่านผู้กำหนดนโยบาย

➤ ข้อเสนอแนะด้านแรงงาน

- ควรพัฒนาทักษะแรงงานในปัจจุบันเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยพัฒนาทักษะที่ไม่สามารถแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติ เช่น Soft Skill ต่างๆ และการมีทัศนคติการพัฒนาตัวเองอยู่เสมอ (Growth mindset)
- ควรเพิ่มมาตรการสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุนอกเหนือจากการลดหย่อนภาษีนิติบุคคลที่จำกัดเพียงการจ้างงานกลุ่มผู้สูงอายุที่เงินเดือนไม่เกิน 15,000 บาท แต่ควรขยายขอบเขต และมีมาตรการในรูปแบบอื่นๆ

7) คุณกวี สมितिเนตย์ หัวหน้าโครงการ Cafe Amazon for Chance (คาเฟ่ อเมซอน ฟอ์ เซ็น) โครงการธุรกิจเพื่อสังคม บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)

➤ การจ้างงานผู้สูงอายุของ ปตท.

บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน) ได้ดำเนินโครงการจ้างงานผู้สูงอายุ 2 โครงการ ได้แก่ 1) Café Amazon for Chance ที่เริ่มจากการจ้างงานผู้พิการทางการได้ยิน และขยายขอบเขตโครงการเป็นการจ้างงานกลุ่มผู้สูงวัย โดยสาขาแรกที่ดำเนินงานโดยผู้สูงวัยเปิดให้บริการเดือนมกราคม 2563 ที่ผ่านมา และ 2) PTT Group Lounge ที่สนามลู่ปั่นจักรยานสุขุมงคลจิต ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ซึ่งมีการจ้างงานผู้สูงวัยอายุระหว่าง 50 – 70 ปี โดยได้ดำเนินการมาเป็นเวลา 3 ปี

บริษัทเริ่มต้นจากการศึกษาดูงานที่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งพบกรณีศึกษาที่น่าสนใจคือ ร้านแมคโดนัลด์ที่มีสัดส่วนแรงงานผู้สูงอายุคิดเป็นประมาณร้อยละ 3 ของพนักงานทั้งหมด ซึ่งคาดว่าประเทศไทยน่าจะมีรูปแบบการจ้างงานในลักษณะที่คล้ายคลึงกันในอนาคต และเมื่อบริษัทได้เริ่มดำเนินการ บริษัทได้ศึกษาและพัฒนาจากการปฏิบัติการโดยตรง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เช่น มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ ใช้งานเครื่องจักรและอุปกรณ์อัตโนมัติมากขึ้น เพื่อช่วยเหลือการดำเนินงานของผู้พิการที่ให้บริการหรือผู้สูงอายุที่มีข้อจำกัดทางด้านร่างกาย และเพิ่มขั้นตอนการทบทวนรายการสินค้าที่สั่ง เพื่อยืนยันความถูกต้องกับลูกค้า เป็นต้น

จากการเปิดร้านที่ดำเนินงานโดยผู้สูงอายุ บริษัทพบว่าผู้สูงอายุสามารถทำงานได้ตามปกติ แต่มีข้อจำกัดในการจ้างงานผู้สูงอายุในร้านกาแฟที่อาจจะทำงานช้ากว่าคนหนุ่มสาว บริษัทจึงแก้ไขโดยการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยเหลือเพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถให้บริการไม่ได้ช้าเกินไป เช่น เครื่องทำกาแฟอัตโนมัติที่สามารถเลือกเมนูและกดปุ่ม ซึ่งช่วยแก้ปัญหาเรื่องความจำ ประกอบกับการสื่อสารกับลูกค้าในสาขานั้นๆ มากขึ้น โดยส่วนใหญ่แล้วลูกค้ามักเต็มใจที่จะรอเนื่องจากได้ติดสัญลักษณ์ที่หน้าร้านแล้วว่าเป็น Café Amazon for Chance ที่มีการดำเนินการจ้างผู้สูงอายุ 4 คน จากพนักงานทั้งหมด 7 คน ให้ลูกค้าทราบ

ในปัจจุบัน ผู้สูงอายุที่ทำงานใน Café Amazon for Chance ทำงานเต็มเวลา 8 ชม. ซึ่งเดิมที่บริษัทกังวลว่าจะไม่สามารถดำเนินงานได้เต็มเวลาเนื่องจากข้อจำกัดด้านสุขภาพ จึงวางแผนในการแบ่งกะทำงานของผู้สูงวัย กะละ 4 ชม. 2 ช่วงเวลา แต่เนื่องจากทดลองแล้วว่าผู้สูงอายุสามารถทำงานได้ จึงดำเนินทำงานตามปกติ

➤ โอกาสทางธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย

การจ้างงานผู้สูงอายุได้รับการตอบรับจากผู้สูงอายุค่อนข้างดี ดังที่มีผู้สมัครงานเป็นระยะๆ โดยปัจจุบันมีสาขาที่ทำงานโดยผู้สูงอายุเพียง 1 สาขา เนื่องจากเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ก่อตั้งได้ไม่นาน จึงทยอยเปิดที่ละสาขาเพื่อเรียนรู้ข้อผิดพลาดและพัฒนาธุรกิจ โดยอาจขยายสาขาที่ 2 ที่ศาลากลางจังหวัดระยอง รวมถึงอาจขยายสาขาเพิ่มขึ้น เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น

ในขณะเดียวกัน ร้านกาแฟ Café Amazon ส่วนใหญ่มักเป็นร้านแฟรนไชส์ บริษัทจึงอาจแนะนำเจ้าของร้านแฟรนไชส์ให้จ้างงานผู้สูงอายุมากขึ้น ซึ่งช่วยแก้ปัญหากำลังแรงงานที่ลดลง รวมถึงช่วยควบคุมต้นทุนเนื่องจากนโยบายการลดหย่อนภาษีนิติบุคคลสำหรับการจ้างงานผู้สูงอายุ

นอกจากการจ้างงานผู้สูงอายุแล้ว สินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุก็เป็นโอกาสทางธุรกิจที่บริษัทสนใจ เช่น ที่พักสำหรับผู้สูงอายุคนชรา และบริษัทมีแผนการศึกษาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุเพิ่มเติม โดยร่วมมือกับองค์กรการกุศล

➤ **ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ**

คุณภู่เห็นว่า บริษัทหรือธุรกิจที่จะใช้มาตรการส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุของภาครัฐ เป็นไปได้จำกัด เนื่องจากกำหนดเพดานเงินเดือนสำหรับการจ้างงานผู้สูงอายุที่สามารถลดหย่อนฯ ได้ว่าต้องไม่เกิน 15,000 บาท ต่อเดือนจึงจะสามารถนำค่าใช้จ่ายลดหย่อนภาษีได้ 2 เท่า ซึ่งในทางปฏิบัติ บริษัทจ้างงานผู้สูงอายุด้วยอัตราเงินเดือนที่มากกว่า 15,000 บาท ต่อเดือน ใดๆ ก็ดี การมีนโยบายในลักษณะนี้สามารถจูงใจฝ่ายบริหารให้มีการส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุมากขึ้น

8) รศ.ดร.ไพวรรณ สัทธานนท์ คณบดี คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

➤ **ภาพรวมของสังคมสูงวัย**

ประเทศไทยไม่ใช่ประเทศแรกที่เข้าสู่สังคมสูงวัย จึงสามารถทำนายอนาคตและความต้องการของผู้สูงอายุ โดยศึกษาบทเรียนจากประเทศอื่นๆ ที่เข้าสู่สังคมสูงวัยก่อนไทยได้ ประชากร/กลุ่มเป้าหมายในการซื้อสินค้าและบริการต่างๆ จะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุอย่างเลี่ยงไม่ได้ จึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจด้านการให้บริการแก่ผู้สูงอายุ ซึ่งจะต้องตระหนักถึงความแตกต่างหรือข้อจำกัดในวัยสูงอายุที่จะต้องคำนึงหลายอย่าง เช่น สุขภาพกาย และสุขภาพจิต

➤ **ภาพรวมธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย**

ธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุในปัจจุบันมีโอกาทางธุรกิจค่อนข้างสูง ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับคนรุ่นใหม่ แต่ข้อจำกัดที่พบบ่อยในปัจจุบันคือความสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุได้ ทั้งนี้ ธุรกิจด้านสุขภาพน่าจะเป็นธุรกิจที่มีโอกาสเติบโตมากกว่าธุรกิจอื่นๆ เพราะปัจจุบันประชากรสุขภาพดีขึ้นและอายุยืนยาวขึ้น ผู้คนใส่ใจสุขภาพมากขึ้น จึงต้องการบริการที่จะช่วยให้สามารถดูแลตัวเองและอยู่ด้วยตัวเองได้

ในด้านของภาควิชาการ สถาบันการศึกษาต่างๆ ได้เตรียมความพร้อมทางการศึกษาให้แก่นักศึกษาในแต่ละสาขา ซึ่งกำลังตระหนักถึงบริบทของผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้สามารถพัฒนานักศึกษาให้สามารถตอบสนองต่อตลาดหรือโอกาทางธุรกิจเศรษฐกิจสูงวัยมากขึ้น

➤ ธุรกิจด้านกายภาพบำบัด

รศ.ดร.ไพพลวรรณ สัทธานนท์ พบว่าบริการด้านกายภาพบำบัดมีบทบาทในการดูแลผู้สูงอายุที่ชัดเจนมากขึ้น และได้รับความต้องการจากกลุ่มผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น โดย รศ.ดร.ไพพลวรรณ ระบุว่าระเบียบ ข้อบังคับ ในการประกอบธุรกิจบริการกายภาพบำบัดในปัจจุบันไม่ได้เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจ แต่เป็นมาตรฐานที่ดีในการกำหนดเกณฑ์ มาตรฐานเครื่องมือ มาตรฐานอาคาร (เช่น การกำหนดทางเข้า-ทางออก การกำหนดพื้นที่ในการให้บริการต่อผู้รับบริการ) เพื่อความปลอดภัยของผู้รับบริการ แม้ว่าอาจมีอุปสรรคด้านความล่าช้าในการดำเนินงานของหน่วยงานบ้าง แต่เป็นการดำเนินงานที่เป็นประเด็นในระดับบุคคล อย่างไรก็ตาม ธุรกิจบางประเภทที่ไม่มีการกำหนดมาตรฐาน อาจเป็นความเสี่ยงสำหรับผู้รับบริการ เช่น ผู้ให้บริการสุขภาพ (Caregiver) ที่ยังไม่กำหนดเกณฑ์มาตรฐานความรู้เบื้องต้น (Minimum standard)

➤ สังคมผู้สูงอายุและนโยบายด้านผู้สูงอายุในประเทศไทย

ในปัจจุบัน กรมกิจการผู้สูงอายุเป็นผู้รับผิดชอบหลักของนโยบายด้านผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม ประเด็นด้านผู้สูงอายุเกี่ยวข้องกับหลายมิติ และหลายประเด็นจากกระทรวงต่างๆ จำนวนมาก ที่จะต้องพิจารณาเส้นทางการดำเนินชีวิตในแต่ละวันของผู้สูงอายุตั้งแต่ต้นจนจบ ซึ่งมีกิจกรรมต่างๆ จำนวนมาก

ดังนั้น นโยบายการจัดสรรเบี้ยสูงอายุในปัจจุบันอาจไม่เพียงพอต่อการดูแลผู้สูงอายุให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ อีกทั้ง ผู้สูงอายุในไทยส่วนใหญ่ไม่ได้มีการเตรียมความพร้อมสำหรับการดำรงชีวิตในระยะยาว โดยมักเตรียมตัวสำหรับอยู่อาศัยจนถึงอายุ 60-70 ปีเท่านั้น แต่ปัจจุบันผู้สูงอายุมีศักยภาพและแนวโน้มที่จะมีชีวิตอยู่ถึง 85 ปี ซึ่งเป็นปัญหาที่ต้องคำนึงถึงในการกำหนดนโยบายสำหรับผู้สูงอายุ

นอกจากนี้ ผู้สูงอายุในประเทศไทยยังไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการอย่างเท่าเทียมกัน และนโยบายการดูแลผู้สูงอายุของภาครัฐมักจะเป็นการดูแลรายบุคคล (Individual Based) มากกว่าดูแลทั้งภาพรวมของสังคม ซึ่งสังคมผู้สูงอายุในประเทศไทยยังไม่มีการผลักดันวัฒนธรรมที่ครอบคลุม (Inclusive Culture) ในลักษณะเดียวกับประเทศญี่ปุ่นมากเท่าที่ควร โดยโครงสร้างสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะในประเทศไทยยังไม่ได้ถูกออกแบบสำหรับทุกคน (Universal design) เช่น ถนน หรือทางเท้าในประเทศไทยไม่เป็นมิตรต่อกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องใช้รถเข็นหรือไม่เท้า ประกอบกับความแตกต่างของสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่ เช่น รถไฟฟ้าหรือระบบ

ขนส่งสาธารณะที่ครอบคลุมพื้นที่จำนวนมากที่มีเฉพาะในกรุงเทพมหานคร หรือบุคลากรทางการแพทย์ที่กระจุกตัวในกรุงเทพมหานครและอำเภอเมืองในแต่ละภูมิภาค อีกทั้ง สินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนมักเจาะกลุ่มเป้าหมายที่ผู้มีฐานะดี ทำให้ผู้มีฐานะยากจนไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุได้ ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุที่ต่างกันในแต่ละพื้นที่

➤ ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐ

- เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากนโยบายภาครัฐ ภาครัฐอาจปรับบทบาทจากการเป็นผู้ให้บริการ เป็นการเป็นผู้ประสานงาน (Facilitator) โดยการจัดทำฐานข้อมูล เพื่อให้ทราบถึงข้อจำกัด ความต้องการ พื้นที่ และอำนวยความสะดวกให้กับภาคเอกชนในการดำเนินงาน
- ภาครัฐควรเพิ่มบทบาทของสาธารณสุขุชุมชน เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) และ อสม. ให้ลงพื้นที่ในชุมชนมากขึ้น
- ภาครัฐควรจัดสรรบริการพื้นฐานที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี

9) กลุ่มบริษัท SCG

คุณวชิระชัย คุณำวัฒนา Head of Living Solution Business

คุณพิมพ์ชนก วรวิฒนนนท์ Business Incubator - Well-being

ดร. ภิเศก เกิดศรี Business Incubator - Preventive Care Solution

คุณชัยรัตน์ งามณรงค์ชัย Business Incubator - Eldercare Solution

➤ ทิศทางของธุรกิจของ SCG ในเศรษฐกิจสูงวัย

บริษัท SCG เริ่มจากการพิจารณาอุปสงค์ของลูกค้า โดยเห็นว่า หากมีอุปสงค์จากตลาดผู้ประกอบการในตลาดจะมีอุปทานเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ บริษัทจึงศึกษาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของลูกค้า และพบว่าผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มลูกค้าที่สำคัญ ประกอบกับความท้าทายทางสังคมต่างๆ จึงปรับทิศทางของสินค้าและบริการ พัฒนาร่วมกับซัพพลายเออร์ โดยเริ่มจากการพัฒนาวัสดุก่อสร้างซึ่งเป็นสินค้าหลักของบริษัท ในประเด็นเรื่องการเปลี่ยนแปลงของบ้าน การพัฒนาความปลอดภัยภายในบ้านสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น จึงริเริ่มพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ SCG Elder care

บริษัทฯ พบว่าความต้องการผู้สูงอายุมีความหลากหลาย จึงพยายามหาทางออก (Solution) เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุ แม้ว่า บริษัทฯ จะไม่สามารถผลิตสินค้าให้ครบวงจรได้ แต่จะพยายามอำนวยความสะดวกให้กลุ่มผู้สูงอายุ เช่น ร้าน Chivit-D by SCG ที่จำหน่ายสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ และตอบสนองความต้องการที่หลากหลาย โดยจัดหาสินค้าที่คุณภาพดีและสรรพคุณที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ ซึ่งสินค้าบางส่วนไม่ได้ผลิตโดย SCG นอกจากนี้ Chivit-D มีการจัดกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การอบรมให้ความรู้ต่างๆ ซึ่งได้ผลตอบรับที่ดีจากผู้สูงอายุ โดยกลุ่มลูกค้าหลักของร้าน Chivit-D ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มผู้มีอิสระทางการเงิน รวมถึงกลุ่มที่บุตรหลานสนับสนุนให้ซื้อสินค้าเพื่อดูแลสุขภาพของพ่อแม่

ในภาพรวม บริษัทฯ ให้ความสำคัญกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการป้องกัน โดยคุณวชิระชัย แบ่งผู้สูงอายุเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มติดสังคม กลุ่มติดบ้าน และกลุ่มติดเตียง

แม้ว่าปัจจุบัน กลุ่มผู้ป่วยติดเตียงจะมีจำนวนมาก และมีภาระค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยติดเตียงมีจำนวนน้อย เนื่องจากผู้ป่วยประเภทนี้จะใช้เวลาเป็นผู้ป่วยติดเตียงไม่สูงมากนัก บริษัทฯ จึงเน้นไปที่กลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มติดสังคม และติดบ้าน โดยมุ่งพัฒนาสินค้า และบริการให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี ให้สามารถดูแลและพึ่งพาตัวเองให้ได้มากที่สุด โดยต้องการให้ผู้สูงอายุกลุ่มติดสังคมให้ได้ยาวที่สุด และชะลอการเป็นกลุ่มติดบ้านเพื่อไม่ให้เข้าสู่กลุ่มติดเตียง บริษัทฯ จึงพยายามสนับสนุนธุรกิจด้านผู้สูงอายุในเชิงการป้องกัน เช่น Habimat พื้นลดแรงกระแทก หรือ DoCare Protect ที่พัฒนาเทคโนโลยีและเครื่องมือการป้องกันให้ครอบคลุมถึงการรักษา เช่น การตรวจจับการเดิน และการหกล้ม เพื่อวางแผนการรักษาสุขภาพ

➤ ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายภาครัฐ

■ การป้องกันโรค

ในเรื่องการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ บริษัทฯ เชื่อว่าการป้องกันดีกว่ารักษา เนื่องจากเป็นการสร้างความปลอดภัยให้ผู้สูงอายุที่ใช้งบประมาณน้อยกว่าและเป็นภาระน้อยกว่าในระยะยาว บริษัทฯ จึงพยายามสนับสนุนการดูแลสุขภาพ ความปลอดภัย แต่ผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่มีข้อกังวลเรื่องเงิน และไม่อยากเป็นภาระต่อลูกหลาน จึงมีความต้องการใช้จ่ายกับสินค้าและบริการเชิงป้องกันน้อยกว่าการรักษา บริษัทฯ จึงต้องการให้ภาครัฐมีงบประมาณสนับสนุน และดำเนินการประชาสัมพันธ์และรณรงค์เรื่องการป้องกันหรือรักษาสุขภาพให้มากกว่าการรักษาพยาบาล โดยเสนอ

ว่า อาจเป็นการสนับสนุนการดูแลผู้สูงอายุในรูปแบบของการให้ความรู้ ดังตัวอย่างการประชาสัมพันธ์ โดย สสส. นอกเหนือจากมาตรการการแจกเบี้ยยังชีพแก่ผู้สูงอายุ เพื่อลดช่องว่างในการดูแลผู้สูงอายุ

■ กฎระเบียบเกี่ยวกับธุรกิจ

ปัจจุบัน เทคโนโลยีพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แต่กฎระเบียบในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงช้ากว่าโดยเปรียบเทียบ และใช้เวลานานในการดำเนินการตามระเบียบต่างๆ ในกรณีของสินค้าเกี่ยวกับผู้สูงอายุ สินค้าประเภทนี้มักถูกจำกัดความเป็นอุปกรณ์การแพทย์ ทำให้ใช้เวลาค่อนข้างนานในการขออนุญาตทะเบียนสินค้า มีกระบวนการด้านเอกสารจำนวนมาก ประกอบกับสินค้าแต่ละประเภทมีหลายหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องระเบียบต่างๆ จึงต้องติดต่อหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.) ในประเด็นเทคโนโลยีดิจิทัลเกี่ยวกับคลื่นความถี่ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในประเด็นเรื่องสินค้าทางการแพทย์สำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งใช้เวลาในการดำเนินงานจนถึงการจดทะเบียนฯ ทั้งหมดประมาณ 6 เดือน ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ และการขอโฆษณาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์ อย. จะพิจารณาเป็นรายโฆษณา ซึ่งในทางปฏิบัตินั้นธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงโฆษณามบ่อยครั้ง เพื่อให้สอดคล้องกับทิศทางของผู้บริโภค จึงเห็นว่าเป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ

ถึงแม้ว่า มาตรการที่เข้มงวดดังกล่าว มีไว้เพื่อกำหนดให้สินค้าและบริการมีมาตรฐานที่เหมาะสมกับผู้บริโภค แต่ระยะเวลาการดำเนินการที่ยาวนานอาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ จึงควรมีการทบทวนระเบียบและกติกาดังกล่าวในปัจจุบัน พร้อมทั้งเร่งรัดกระบวนการ รวมถึงควรมีช่องทางลัดสำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม (Sandbox) และพัฒนากระบวนการดำเนินการในปัจจุบันให้มีความคล่องตัวมากขึ้น เพื่อจูงใจให้ธุรกิจพัฒนาตัวเองได้เร็วมากขึ้น

➤ ความคิดเห็นเกี่ยวกับ Reverse Mortgage

Reverse Mortgage อาจยังไม่เหมาะกับสังคมไทย เนื่องจากวัฒนธรรมการซื้อที่พักอาศัยของคนไทยยังไม่คุ้นชินกับการอยู่อาศัยบ้านมือสอง โดยเฉพาะบ้านที่เคยมีผู้เสียชีวิต ประกอบกับค่านิยมเรื่องถ่ายทอดมรดก จึงต้องการส่งต่อบ้านให้กับลูกหลานมากกว่าการจำนองเพื่อรับเงินบำนาญรายเดือน

10) ธนาคารแห่งประเทศไทย

คุณสุวรรณี เกษภูวศักดิ์ ผู้อำนวยการ สำนักกำกับและวิเคราะห์สถาบันการเงิน

เฉพาะกิจ

คุณชโนทัย ประวิทนา ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักกำกับและวิเคราะห์สถาบันการเงิน

เฉพาะกิจ

➤ ความเป็นมาของ สินเชื่อที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (Reverse Mortgage) ในประเทศไทย

Reverse Mortgage เป็นผลจากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อปี 2559 เกี่ยวกับนโยบายเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งประกอบด้วย 4 นโยบาย ได้แก่ 1) ส่งเสริมการจ้างงานผู้สูงอายุ โดยมาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษี 2) การสร้างศูนย์ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุแบบครบวงจร (Senior Complex) โดยความร่วมมือระหว่างกระทรวงการคลัง กระทรวงมหาดไทย เพื่อสร้างที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุ 3) การบูรณาการระบบบำนาญบำนาญ และ 4) การพัฒนา Reverse Mortgage ในประเทศไทย

Reverse Mortgage เกี่ยวข้องกับ ธปท. ในส่วนของการกำกับดูแลสถาบันการเงิน โดยผลิตภัณฑ์นี้เริ่มดำเนินการโดยธนาคารของรัฐ เช่น ธนาคารออมสิน และธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) นำร่องโดยธนาคารออมสิน ส่วน ธอส. เริ่มดำเนินการหลังจากแก้กฎหมายที่เป็นข้อจำกัดของ ธอส. ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้คนไทยมีที่อยู่อาศัยของตนเอง แต่สินเชื่อ Reverse Mortgage นั้น ผู้สูงอายุต้องมีบ้านของตัวเองอยู่แล้ว จึงได้แก้ไขกฎหมายก่อนเริ่มดำเนินการ อย่างไรก็ตาม Reverse Mortgage ไม่เป็นที่นิยม โดยข้อจำกัดหนึ่งมาจากธนาคารคัดเลือกโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่สามารถขอสินเชื่อได้แค่บางโครงการเท่านั้น

ทั้งนี้ ปัจจุบัน ธปท. ได้อนุญาตให้ธนาคารพาณิชย์ปล่อยสินเชื่อประเภท Reverse Mortgage ได้เช่นกัน แต่ยังไม่มีการให้บริการเท่าที่ควร เนื่องจากมีความต้องการใช้บริการประเภทนี้ในประเทศน้อย

➤ ข้อจำกัดของ Reverse Mortgage ในประเทศไทย

- ข้อจำกัดของธนาคาร - ตลาดบ้านมือสองของไทยไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากค่านิยมของคนไทยที่อยู่บ้านมือสอง โดยเฉพาะบ้านที่มีคนเสียชีวิต รวมถึงค่านิยมเรื่องการส่งมอบบ้านเป็นมรดกแก่บุตรหลาน
- ความเสี่ยงในการดำเนินการของธนาคาร - ธนาคารมีความเสี่ยงในการบริหารจัดการมูลค่าของสินทรัพย์ในอนาคต เนื่องจากสภาพและมูลค่าของบ้านอาจลดลงอย่างมากในระยะเวลา 20 ปี
- ข้อจำกัดด้านเงื่อนไขทางสังคม - ที่จะต้องออกแบบเงื่อนไขระยะเวลาการจ่ายเงิน เพราะหากผู้สูงอายุเสียชีวิตช้ากว่าที่กำหนดไว้ในสัญญา อาจเกิดปัญหาสังคมได้ หากธนาคารจะต้องอายัดบ้านก่อนผู้สูงอายุเสียชีวิตหรือไถ่ถอนได้
- ผู้ขอสินเชื่อไม่นิยมใช้บริการ - อัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (Loan to value หรือ LTV) ของบ้านที่จำใช้บริการ Reverse Mortgage มักประเมินได้ค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้สูงอายุจะได้เงินในแต่ละเดือนค่อนข้างน้อย จึงทำให้ผู้ขอสินเชื่ออาจเลือกใช้วิธีการอื่นๆ ในการบริหารเงินแทน เช่น การขายบ้านแล้วนำรายได้ไปเช่าที่อยู่อาศัย หรือการขอสินเชื่อแบบ Home for cash แล้วนำรายได้ไปเช่าบ้าน เป็นต้น
- การไม่มีมาตรการสนับสนุนจากรัฐ - ทำให้ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทประกันไม่สนใจในการออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง Reverse mortgage และ Mortgage Insurance

➤ กรณีศึกษาของต่างประเทศเกี่ยวกับ Reverse Mortgage

ประเทศที่ประสบความสำเร็จในเรื่อง Reverse Mortgage มักเป็นประเทศที่มีมาตรการสนับสนุนจากรัฐบาล และประเทศที่ตลาดบ้านมือสองเป็นที่นิยม เช่น ฮองกง ที่ได้จัดตั้งหน่วยงาน HKMC Insurance Limited (HKMCI) เพื่อกำกับดูแลโดยเฉพาะ เช่น มีมาตรการสนับสนุนค่าประกัน และสนับสนุนเงินทุนสำหรับธนาคารที่ให้บริการ Reverse Mortgage แก่ประชาชน

➤ ผลกระทบทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย

ผลกระทบทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุในไทยยังไม่มีหลากหลาย และความแพร่หลายมาก เนื่องจากข้อจำกัดข้างต้น ซึ่งอาจก่อให้เกิดปัญหาเรื่องการเข้าถึงการเงินของผู้สูงอายุ และอาจเป็นปัญหาในอนาคตได้

ในปัจจุบัน ยังไม่มีหน่วยงานที่พยายามกระตุ้นความตระหนักรู้ในเรื่องนี้มากนัก โดยกระทรวงการคลังอาจเป็นเจ้าภาพหลักในการดำเนินงานดังกล่าว เนื่องจากมีความรู้ความเข้าใจด้านการเงินการคลังของประเทศ โดยปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุที่พบบ่อย ได้แก่ เงินฝากสำหรับผู้สูงอายุที่ได้อัตราดอกเบี้ยสูงกว่าผู้ฝากปกติ และสินเชื่อบ้านที่ขยายให้ผ่อนได้ถึงอายุ 70 ปี เนื่องจากช่วงระยะเวลาการเกษียณที่ช้าขึ้น

11) คุณ สิทธิชัย แดงประเสริฐ ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

➤ พัฒนาการของธุรกิจการผลิตยา อาหารเสริม ยาสมุนไพร และเครื่องสำอางใน ประเทศไทย

ธุรกิจผลิตยา อาหารเสริม ยาสมุนไพร เครื่องสำอาง มีลูกค้าจากทั้งกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน และผู้สูงอายุ โดยแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ออกเป็นกลุ่มความงาม (Beauty) สุขภาพ (Wellness) และลดความอ้วน โดยเมื่อ 10 ปีที่แล้ว ตลาดหลักที่เติบโตมากคือ สินค้าลดความอ้วน และ 5 ปีต่อมา สินค้าลดความอ้วนได้รับความนิยมลดลง ขณะที่สินค้ากลุ่มความงามเติบโตขึ้นแทนที่ และในปัจจุบัน สินค้าประเภทสุขภาพได้รับความนิยมมากขึ้น เนื่องจากแนวโน้มของผู้คนที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น

➤ ผู้สูงอายุกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารเสริมและยาสมุนไพร

ในภาพรวมตลาดสินค้าประเภทอาหารเสริมและยาสมุนไพรสำหรับผู้สูงอายุเติบโตมากขึ้น เนื่องจากค่านิยมเรื่องการใส่ใจสุขภาพ และความกังวลต่อผลข้างเคียงของยาแผนปัจจุบัน ตลาดสินค้าอาหารเสริมเริ่มต้นจากบุตรหลานในวัยทำงานจะเป็นผู้ซื้อสินค้าให้พ่อแม่ แต่ใน 2-3 ปีที่ผ่านมา กลุ่มผู้สูงอายุมีการซื้อสินค้าประเภทอาหารเสริมและยาสมุนไพรด้วยตนเองมากขึ้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากกำลังซื้อผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น และสามารถเข้าถึงสื่อในการซื้อสินค้า เช่น ช่องทางการซื้อออนไลน์ และการซื้อผ่านทางรายการโทรทัศน์ (TV Shopping) โดยกลุ่มลูกค้าที่ซื้อสินค้าสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ แบ่งเป็นกลุ่มต่างๆ ดังนี้

- 1) กลุ่มลูกค้าสูงอายุในชุมชน/ชนบท ที่เข้าถึงข้อมูลสินค้าผ่านทางวิทยุชุมชน ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนสูง มีกำลังซื้ออาหารเสริมขวดละ 600-800 บาท ตลาดสินค้าสุขภาพในกลุ่มนี้เติบโตสูงอันเป็นผลมาจาก กลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ไม่สามารถเข้าถึงอาหารเสริมจากต่างประเทศ

ได้ สินค้าหลักของกลุ่มนี้ ได้แก่ น้ำมันมวย ยากระช้ำเส้น และยาแก้ไอ อย่างไรก็ตามวิถีชีวิตของวิทย์ชุมชนลดลงในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาทำให้กลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุกลุ่มนี้ลดลง

- 2) กลุ่มลูกค้าสูงอายุในเมือง/ที่เข้าถึงสื่อประเภทต่าง ๆ - แนวโน้มการใส่ใจสุขภาพ และเทคโนโลยีที่พัฒนาขึ้น ทำให้ผู้สูงอายุซื้อสินค้าผ่านทางโทรทัศน์มากขึ้น โดยผู้สูงอายุกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ผลข้างเคียง และสารปนเปื้อน เช่น สเตียรอยด์ ทำให้เลือกซื้อสินค้าผ่านทางสื่อที่น่าเชื่อถือ และหลีกเลี่ยงการซื้อสินค้าผ่านวิทย์ชุมชนและร้านค้าออนไลน์ เพราะมีความกังวลเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ขาย แต่มีผู้สูงอายุบางส่วนซื้อสินค้าผ่านทางร้านค้าออนไลน์มากขึ้นในระยะหลัง เช่น Facebook Line โดยให้บุตรหลานชำระค่าสินค้าให้ ซึ่งลูกค้ากลุ่มดังกล่าวเติบโตมากขึ้นอย่างมาก
- 3) กลุ่มลูกค้าสูงอายุที่ซื้ออาหารเสริมหรือยาผ่านทางร้านขายยา เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุมักให้น้ำหนักกับคำแนะนำจากแพทย์และเภสัชกรมาก โดยลูกค้าบางรายจะเน้นการซื้อสินค้าและยาตามที่หมอแนะนำเท่านั้น ไม่นิยมซื้ออาหารเสริม แต่ก็มีผู้สูงอายุอีกกลุ่มที่ซื้ออาหารเสริมด้วยตนเองด้วยคำแนะนำจากเภสัชกร

➤ ผู้ประกอบการในตลาดผู้สินค้าประเภทอาหารเสริม

เนื่องจากอาหารเสริมไม่ใช่สินค้าควบคุม จึงเป็นสินค้าที่มีความสามารถในการทำกำไรค่อนข้างสูง ทำให้มีกิจการใหม่ ๆ จำนวนมาก โดย ดร.สิทธิชัย คาดว่าในปัจจุบัน ประเทศไทยมีโรงงานอาหารเสริมและยาแผนโบราณประมาณ 2,000 โรงงาน ซึ่งมีผู้จ้างผลิตจากโรงงานเหล่านี้ อีกจำนวนมาก โดยแบรนด์สินค้าอาหารเสริมในตลาดที่จะประสบความสำเร็จอาจมีสัดส่วนที่ร้อยละ 10 เนื่องจากตลาดสินค้าอาหารเสริมในประเทศไทยมีจำนวนมากและการแข่งขันค่อนข้างสูง

➤ ตลาดสินค้าประเภทอาหารเสริมของไทยในต่างประเทศ

ดร.สิทธิชัย แจกแจงลักษณะของผู้บริโภคในตลาดสินค้าอาหารเสริมในต่างประเทศ เป็นรายประเทศ สรุปได้ดังนี้

- เมียนมา และลาว - ผู้บริโภคนิยมสินค้าไทย แต่สินค้าไทยต้องแข่งขันด้านราคากับสินค้าเกาหลี

- เวียดนาม - สินค้าไทยสามารถแข่งขันกับสินค้าเวียดนามเนื่องจากมีความนิยมใกล้เคียงกัน แต่ต้องแข่งขันด้านราคากับสินค้าจีน
- มาเลเซีย – ผู้บริโภคไม่นิยมสินค้าอาหารเสริมไทยเท่าที่ควร เนื่องจากมีทัศนคติว่าสินค้าด้อยคุณภาพกว่าสินค้าในประเทศ
- อินโดนีเซียและประเทศมุสลิมอื่นๆ - ผู้บริโภคไม่นิยมสินค้าอาหารเสริมไทย
- ญี่ปุ่น - นิยมนำสินค้าไทยไปแปรรูปเพิ่มเติม
- สหรัฐ สหภาพยุโรป ออสเตรเลีย – มีทัศนคติว่า ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตสินค้านำราคาถูก แต่สินค้าอาหารเสริมไทยไม่สามารถแข่งขันทางราคากับสินค้าจากจีนและอินเดียได้ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคเหล่านี้จะสนใจสินค้าอาหารเสริมของไทยที่แสดงถึงอัตลักษณ์ความเป็นไทยดั้งเดิม

กล่าวคือ สินค้าสุขภาพจากประเทศไทยสามารถเจาะตลาดประเทศเพื่อนบ้านได้ แต่อาจยังไม่สามารถแข่งขันกับประเทศพัฒนาแล้วด้วยข้อจำกัดทางด้านแบรนด์ และความน่าเชื่อถือของสินค้า แต่สิ่งที่เป็นจุดเด่นคือสินค้าดั้งเดิมของไทยและสินค้าที่แสดงความเป็นไทย เช่น น้ำมันรำข้าว สารสกัดจากมังคุด น้ำมันมะพร้าว เป็นต้น

ทั้งนี้ สินค้าไทยหลายประเภทที่ไม่ประสบความสำเร็จในตลาดต่างประเทศมิได้เป็นผลจากคุณภาพสินค้าไทย แต่เกิดจากข้อจำกัดของผู้ประกอบการจำนวนมากที่ยังไม่สามารถตอบสนองกับตลาดในระดับโลก หรืออาจกล่าวได้ว่ายังขาด Global Mindset ประกอบกับ สินค้าหลายชนิดยังขาดเอกสารการทดลองและข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือ จึงไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ เช่น การทดลองสารสกัดในมนุษย์ การทดลองสินค้าในผู้สูงอายุ เป็นต้น ถึงแม้ว่า สำนักนวัตกรรมแห่งชาติจะมีงบประมาณสนับสนุนการทดสอบและตรวจสอบ ให้แก่ภาคเอกชนเข้ามาขอทุนสนับสนุนได้ แต่ภาควิชาการของไทยยังไม่สามารถส่งมอบงานวิจัยที่ตอบโจทย์ภาคเอกชนหรือตอบสนองต่อตลาดต่างประเทศได้ รวมถึงกรณีที่ผู้ประกอบการมีแนวคิดไม่นิยมการทำการวิจัยและพัฒนา เนื่องจากข้อจำกัดของการจ้างจากสถาบันภาคการศึกษาก็ไม่ได้ผลงานที่สามารถนำไปพัฒนาต่อเป็นผลิตภัณฑ์ได้

➤ ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ

มาตรการควบคุมสินค้าสุขภาพเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงาน ตัวอย่างเช่น การขึ้นทะเบียนสินค้าอาหารเสริมกับสำนักงานอาหารและยา (อย.) และกรมโรงงานอุตสาหกรรม และ

หากมีการโฆษณาสินค้า ผู้ประกอบการจะต้องขอใบอนุญาตจาก อย. และหลังจากออกผลิตภัณฑ์ก็มีการควบคุมจากหน่วยงานด้านผู้บริโภค เช่น สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.)

คุณสิทธิชัยระบุว่า มาตรการด้านระเบียบมาตรฐานในปัจจุบันในภาพรวมของไทยไม่ได้ล่าช้าและเป็นปัญหา เนื่องจากเจ้าหน้าที่ทำงานได้รวดเร็วขึ้นมาก และให้ความร่วมมือกับภาคเอกชนที่ค่อนข้างดี โดยเฉพาะการพัฒนาระบบ E-Submission ของ อย. ที่ช่วยให้ขึ้นทะเบียนได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น แต่อาจมีปัญหาเรื่องความไม่ชัดเจนของรายละเอียดของเอกสารหน่วยงานที่ต้องการที่ภาคเอกชนจะต้องเตรียมการ และการใช้พิจารณาอนุญาตในการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ ที่อาจส่งผลให้เกิดความล่าช้า ซึ่งแตกต่างจากการขึ้นทะเบียนสินค้าในสิงคโปร์ ที่มีกฎระเบียบที่ชัดเจน แม้ว่าจะต้องการเอกสารจำนวนมาก

ทั้งนี้ ภาคอุตสาหกรรมยังมีข้อกังวลในตลาดอาหารเสริมโดยเฉพาะเรื่องสินค้าผิดกฎหมายที่ปนเปื้อนวัตถุอันตราย และไม่ได้ผลิตโดยโรงงานที่ได้มาตรฐาน ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของตลาดอาหารเสริมเสียหายเป็นอย่างมาก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์

➤ ข้อเสนอแนะต่อมาตรการรัฐ

- 1) ภาครัฐควรสนับสนุนให้มีบริษัททดลองจากต่างประเทศเข้ามาดำเนินการในประเทศไทยมากขึ้น เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในด้านความน่าเชื่อถือในการส่งออกสินค้า
- 2) ภาครัฐควรช่วยเหลือผู้ประกอบการในการส่งออกสินค้า โดยการช่วยเหลือด้านจับคู่ธุรกิจ (Business Matching) โดยการช่วยประสานงาน และติดต่อผู้ประกอบการ โดยให้ผู้ประกอบการจ่ายค่าเดินทางเอง รวมถึงอาจใช้ช่องทางจากสถานทูต /สถานกงสุล เพื่อช่วยนัดหมายผู้ประกอบการจากต่างประเทศ เนื่องจากมีความน่าเชื่อถือมากกว่าผู้ประกอบการนัดหมายด้วยตนเอง และทำให้สามารถเข้าถึงผู้ประกอบการที่สนใจสินค้าไทยอย่างแท้จริง
- 3) ภาครัฐควรสนับสนุนผู้ประกอบการสินค้าด้านสุขภาพ ในการส่งเสริมความเป็นไทย เพื่อสร้างเอกลักษณ์ในการแข่งขัน

12) ดร.ภณณิน สุ่มหะเศรษฐกุล Director of Research FutureTales Lab by MQDC

➤ การศึกษาวิจัยตลาดผู้สูงอายุของบริษัท Magnolia Quality Development Corporation Limited (MQDC)

บริษัท Magnolia Quality Development Corporation Limited (MQDC) มี Futuretales Lab เป็นหน่วยงานด้านวิชาการ (Intelligence unit/Think tank) ที่ดำเนินงานทั้งภาคธุรกิจและสังคม ที่ทำหน้าที่ศึกษาวิจัย ก่อนบริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษาของบริษัทพบว่าในภาพรวมของอนาคต แนวโน้มผู้สูงอายุจะมีอายุยืนขึ้น จึงต้องพัฒนาสังหาริมทรัพย์ให้ตอบโจทย์ผู้สูงวัยได้ในระยะยาว โดยมีแนวคิดที่ว่าผู้สูงอายุจะยังคงมีการเรียนรู้และการทำงาน เพราะเป้าหมายสำคัญของบริษัทคือเรื่องคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดี จึงต้องพัฒนาสังหาริมทรัพย์ที่สนับสนุนการเรียนและการทำงานของผู้สูงอายุด้วย ให้มีกระบวนการสุขภาพกาย ใจ อารมณ์ เพื่อให้สามารถใช้ชีวิตในสังคมอย่างมีคุณภาพ การออกแบบของบริษัทจึงให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่สนับสนุนการพัฒนาและความคิดสร้างสรรค์ของผู้สูงอายุ เพื่อให้ไม่หยุดความคิดและมีสุขภาพดี

โครงการอสังหาริมทรัพย์ของบริษัท เช่น โครงการ Forestia มีเป้าหมายเรื่องการเป็นโครงการสำหรับทุกช่วงวัย (Intergeneration) ให้ 5 ช่วงวัย สามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยในส่วนของด้านผู้สูงอายุ โครงการพยายามตอบโจทย์วิถีชีวิตของผู้สูงอายุในอนาคต ซึ่งครอบคลุมทั้ง 1) การอยู่อาศัย 2) การเรียนรู้ ให้เกิดการเรียนรู้ในระยะยาว และการพัฒนาทักษะ (Reskill) 3) การทำงาน 4) การเล่นด้วยกระบวนการธรรมชาติเพื่อพัฒนากระบวนการ Mindfulness ที่ตอบโจทย์การใช้ชีวิต และ 5) การใช้เวลาว่าง นอกจากนี้โครงการยังคำนึงถึงการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ดังที่มีพื้นที่ป่าในโครงการ โดยกระบวนการออกแบบสำหรับผู้สูงอายุครอบคลุมถึงพื้นที่ด้านสุขภาพ จึงมีศูนย์สุขภาพให้บริการด้านสุขภาพ โดยการเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องร่วมกับพันธมิตรทางธุรกิจ

นอกเหนือจากนี้ MQDC มีโครงการ Aspen สำหรับผู้สูงอายุ (50 ปีขึ้นไป) โดยคำนึงถึงระดับอายุของผู้สูงอายุ ที่จะมีกระบวนการใช้ชีวิตต่างกัน จึงมีการเพิ่มอุปกรณ์ เช่น ราวจับ ที่แตกต่างกันตามช่วงอายุและความจำเป็นของผู้สูงอายุแต่ละคน

➤ **กลุ่มเป้าหมายของ MQDC**

เนื่องจาก MQDC มีเป้าหมายคืออสังหาริมทรัพย์สำหรับอนาคตในระยะยาว 40-50 ปี กลุ่มเป้าหมายที่เป็นพื้นที่เมืองจึงไม่ได้จำกัดแค่พื้นที่กรุงเทพมหานคร แต่จะขยายเป็นเมืองใหม่ อื่นๆ ด้วย เพราะจำนวนประชาชนที่อาศัยในเขตเมืองจะเพิ่มมากขึ้น จึงมีการขยายเมืองไปยังพื้นที่ใหม่ๆ ฉะนั้น เป้าหมายทางธุรกิจจึงเป็นพื้นที่เมืองที่ขยายขอบเขตไปมากกว่าใน กรุงเทพมหานคร

➤ **ความคิดเห็นต่อมาตรการภาครัฐ**

- ภาครัฐยังไม่มี การเตรียมความพร้อมด้านการเงินให้กับผู้สูงอายุในระยะยาว เท่าที่ควร
- แม้ว่านโยบายด้านผู้สูงอายุจะได้รับการพัฒนามากขึ้น แต่ นโยบายไม่สามารถ สนับสนุนให้ผู้สูงอายุสามารถมีส่วนร่วมในสังคมแบบ Active citizen ที่จะช่วยสร้าง มูลค่าให้สังคมได้ เช่น โรงเรียนสำหรับผู้สูงอายุยังไม่สามารถพัฒนาให้ผู้สูงอายุเป็น แรงงานทักษะ แต่มักเป็นการฝึกอาชีพงานประเภทไร้อทักษะหรือทักษะต่ำ ทั้งที่ ผู้สูงอายุยังคงมีองค์ความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ ที่สามารถขยายอายุในการ ทำงานทักษะ หรือการมีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ เพื่อพัฒนาชุมชน
- นโยบายเกี่ยวกับผู้สูงอายุครอบคลุมหลายภาคส่วน ทั้งเรื่องการศึกษา ธุรกิจ จึงไม่ ควร ผลักภาระให้หน่วยงานใดรับผิดชอบ แต่ควรดำเนินงานร่วมกัน และเพิ่มบทบาท ของชุมชน เพื่อพัฒนาแนวนโยบายสำหรับผู้สูงอายุในแต่ละรูปแบบ และพื้นที่
- ความไม่แน่นอนทางการเมือง และความไม่แน่นอนและชัดเจนการกำหนดนโยบาย ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์วางแผนธุรกิจได้ยาก เนื่องจากนโยบายการ พัฒนาพื้นที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการวางแผน และที่ไม่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ประกอบการ

13) กลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

คุณวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา นายกสมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป และประธานกลุ่ม
อุตสาหกรรมอาหาร

คุณทองดี ปาโส กรรมการผู้จัดการ บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด

คุณดุษฎี สเลลานนท์ Senior Technical Specialist บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศ
ไทย) จำกัด

➤ โอกาสและความสนใจของอุตสาหกรรมอาหารในเศรษฐกิจสูงวัย

อุตสาหกรรมอาหารได้ติดตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดอาหารอยู่ตลอดเวลา ซึ่งได้พิจารณาจากการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร และตระหนักถึงจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ตลาดอาหารสำหรับผู้สูงอายุจึงเป็นหนึ่งในตลาดที่ผู้ประกอบการอาหารให้ความสนใจ และเริ่มผลิตสินค้าสำหรับผู้สูงอายุบ้างแล้ว โดยกลุ่มอุตสาหกรรมอาหารได้มีกลไกความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการ เช่น การจับคู่ระหว่างผู้ประกอบการรายใหญ่และรายเล็ก เพื่อถ่ายทอดข้อมูลการแลกเปลี่ยนการศึกษาดูงาน เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างกัน

➤ ข้อจำกัดในการผลิตสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ

- ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุมีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ค่อนข้างสูง เฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยอาจมีสัดส่วนการลงทุนสูง R&D ถึงร้อยละ 20 ของการลงทุนทั้งหมด ประกอบกับผลิตภัณฑ์อาหารง่ายต่อการลอกเลียนแบบ ทำให้มีคู่แข่งจำนวนมากมาลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ จึงอาจไม่จูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุ
- ประเทศไทยยังไม่มีตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดยตรง ผู้สูงวัยในปัจจุบันจึงเน้นการจับจ่ายใช้สอยจากตลาดกึ่งสุขภาพ เช่น ร้านโกลเด้นเพลส
- สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อตลาดอาหารสุขภาพที่มีราคาสูง รวมถึงผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่มีรายได้สูง จึงเป็นข้อจำกัดในการจูงใจการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและราคาสูง

➤ **ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับอุตสาหกรรมอาหารสำหรับผู้สูงอายุ**

- อาหารสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นอาหารสุขภาพที่ย่อยง่ายและต้องมีรสชาติดี จึงไม่จำเป็นต้องงดการใส่เครื่องปรุงประเภทโซเดียมหรือน้ำตาล และควรเป็นการลดปริมาณให้ดีต่อสุขภาพ เพื่อให้อาหารเพื่อสุขภาพนั้นยังคงมีรสชาติดี และจูงใจให้ผู้สูงอายุกลับมาบริโภคซ้ำ
- อาหารสำหรับผู้สูงอายุควรเป็นอาหารประเภทให้พลังงานต่ำ เนื่องจากผู้สูงอายุไม่ได้ใช้พลังงานในกิจกรรมต่างๆ มากนัก ซึ่งอาหารให้พลังงานสูงอาจส่งผลกระทบต่อ การเผาผลาญ
- การจำหน่ายราคาผลิตภัณฑ์ราคาสูงอาจส่งผลกระทบต่อศักยภาพทางการตลาด เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ได้มีรายได้ประจำ
- ตลาดอาหารสำหรับผู้สูงอายุ สามารถขยายไปยังตลาดต่างประเทศ เพื่อเพิ่มโอกาส ในการกระจายสินค้า โดยอาจเริ่มจากประเทศที่มีมาตรฐานสินค้าที่ต่ำกว่าหรือ คล้ายคลึงกับของประเทศไทย เช่น ประเทศกลุ่ม CLMV และขยายไปยังประเทศ อื่นๆ โดยตลาดที่น่าสนใจคือประเทศจีน เนื่องจากมีจำนวนประชากรค่อนข้างสูง และมีระดับผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อที่หลากหลาย

➤ **ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ**

- มาตรการของภาครัฐบางประการอาจส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่การผลิตอาหาร เช่น การห้ามใช้สารเคมีอันตราย 3 ชนิด (พาราควอต คลอร์ไพริฟอส และไกลโฟเซต) อาจส่งผลกระทบต่อโอกาสในการนำเข้าวัตถุดิบราคาถูกจากต่างประเทศ และส่งผลให้ วัตถุดิบภายในประเทศมีราคาสูงขึ้น รวมถึงอาจส่งผลกระทบต่อความหลากหลายทาง อาหาร อันส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ เช่น ผลิตภัณฑ์จากถั่วเหลือง เป็นต้น
- มาตรฐานของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นกลไกในการควบคุมคุณภาพและความปลอดภัย แต่มาตรการที่มีจำนวนมากอาจเป็นข้อจำกัดของผู้ประกอบการ SMEs ในการเข้าสู่ ตลาดผลิตภัณฑ์อาหาร
- ภาครัฐควรปรับนโยบายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs ผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น เช่น นโยบายการลดภาษีสินค้าที่ดีต่อสุขภาพ เช่น น้ำตาลหรือโซเดียมต่ำ
- ภาครัฐควรสนับสนุนสินค้าสำหรับผู้สูงอายุในรูปแบบของความร่วมมือทางเทคนิค เช่น การให้ข้อมูลทางโภชนาการ หรือการคิดสูตรอาหารที่ดีต่อสุขภาพผู้สูงอายุ

7.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็น

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้มอบหมายให้บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด (ที่ปรึกษา) ดำเนินโครงการการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย โดยในการดำเนินงานภายใต้โครงการศึกษาดังกล่าว ต้องจัดประชุมระดมความคิดเห็นโอกาสทางการค้าของธุรกิจสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย แนวทางการปรับตัว และแนวทางการพัฒนาของธุรกิจสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย ก่อนดำเนินโครงการส่วนกลาง เพื่อเป็นการระดมสมองและรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ประกอบการ และผู้เข้าร่วมการประชุมจากหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

ด้วยเหตุนี้ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ร่วมกับที่ปรึกษา จึงได้ดำเนินการจัดประชุมระดมความคิดเห็น เรื่อง “การปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย” จำนวน 2 ครั้ง ด้วยวิธีการประชุมทางไกล (Video Conference) ในวันที่ 7 พฤษภาคม 2563 ครั้งที่ 1 เวลา 9.00-11.00 น. และครั้งที่ 2 เวลา 13.00 – 15.00 น. ผ่านระบบ Zoom

7.2.1 ประเด็นการระดมความคิดเห็น

งานประชุมกลุ่มย่อยภายใต้โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
วันพฤหัสบดีที่ 7 พฤษภาคม 2563 เวลา 9:00 – 11:00 น. และ 13:00 – 15:00 น.
ผ่านระบบ Conference Call โปรแกรม Zoom

รอบที่ 1

เวลา	หัวข้ออบรม	วิทยากร
09.00 – 10.00	นำเสนอความเป็นมาของโครงการ และ นำเสนอผลการศึกษาเบื้องต้น	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ดร. รัชดา เจียสกุล – ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ▪ คุณจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา – กรรมการผู้จัดการ บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ▪ รศ. ดร. วิราภรณ์ โพธิศิริ – ผู้เชี่ยวชาญด้านประชากรศาสตร์และสังคมสูงวัย ▪ พญ.นาฏ ฟองสมุทร – ผู้บริหารโครงการที่พิกสูงอายุ สภากาชาดไทย
10.00 – 11.00	ระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม	

รอบที่ 2

เวลา	หัวข้ออบรม	วิทยากร
13.00 – 14.00	นำเสนอความเป็นมาของโครงการ และ นำเสนอผลการศึกษาเบื้องต้น	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ดร. รัชดา เจียสกุล – ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ▪ คุณจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา – กรรมการผู้จัดการ บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ▪ รศ. ดร. วิราภรณ์ โพธิศิริ – ผู้เชี่ยวชาญด้านประชากรศาสตร์และสังคมสูงวัย
14.00 – 15.00	ระดมความคิดเห็นจากผู้เข้าร่วมประชุม	

ประเด็นการระดมความคิดเห็นโครงการการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

1. ภาพรวม ความสนใจ และโอกาสของธุรกิจ/สาขาธุรกิจของท่าน ในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย
2. ข้อจำกัดของธุรกิจ/สาขาธุรกิจของท่าน ในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย
3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน/ภาคประชาสังคม ในการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัย
4. ความคิดเห็นต่อมาตรการหรือแผนสนับสนุนของภาครัฐเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย ในปัจจุบัน
5. ความคาดหวังและข้อเสนอแนะต่อมาตรการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

7.2.2 สรุปผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นโครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัย

การนำเสนอผลการศึกษาโดยคณะที่ปรึกษา

สำหรับการประชุมทั้ง 2 รอบ คณะที่ปรึกษาประกอบด้วย รศ.ดร.วิราภรณ์ โพธิศิริ (หัวหน้าโครงการ) ดร.รัชดา เจียสกุล และนายจिरเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา ได้มีการนำเสนอผลการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย จากการรวบรวมข้อมูล และทบทวนวรรณกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาโดยได้กล่าวถึงสถานการณ์ผู้สูงอายุของไทยในปัจจุบันที่ได้เข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยเป็นที่เรียบร้อยแล้ว มีจำนวนประชากรสูงอายุประมาณ 13.4 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 19.2 ของประชากรทั้งหมดของประเทศ การเพิ่มขึ้นของประชากรสูงอายุเป็นผลมาจากภาวะการตายที่ลดลงส่งผลให้ประชากรมีอายุยืนยาวมากขึ้น และการลดลงอย่างรวดเร็วของระดับภาวะเจริญพันธุ์ที่เริ่มต้นตั้งแต่ปีช่วงปลายทศวรรษ 1960 ที่สตรีหนึ่งคนจะมีจำนวนบุตรเฉลี่ย 6 คน ลดลงเหลือเพียงประมาณ 1.6 คน ในกลุ่มประเทศอาเซียนทั้งหมด 10 ประเทศ ประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรสูงอายุสูงเป็นลำดับที่สองรองจากประเทศสิงคโปร์ จากตัวเลขคาดการณ์ระดับภาวะเจริญพันธุ์ในอนาคตที่ยังคงอยู่ต่ำกว่า 2 จำนวนและสัดส่วนประชากรสูงอายุจะเพิ่มขึ้นอย่างมากในอีก 30 ปีข้างหน้า

แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยประกอบด้วย สัดส่วนผู้สูงอายุในประเทศไทยสูงกว่าสัดส่วนในระดับโลก อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุต่อประชากรวัยแรงงานทั้งหมดของไทยเริ่มสูงกว่าระดับโลก ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2550 รวมถึงวิถีชีวิตของผู้สูงอายุสมัยใหม่ไม่ต่างกับคนหนุ่มสาว โดยข้อมูลทางการตลาดพบว่าผู้สูงอายุในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและค่าใช้จ่ายด้านอาหาร นอกจากนี้ ตัวแปรสำคัญที่จะส่งผลต่อการปรับตัวของภาคธุรกิจคือแนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ครอบคลุมเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (The Internet of Things: IoT) เทคโนโลยีบ้านที่เชื่อมต่อกับทุกอย่าง (Connected Home) เมืองอัจฉริยะ (Smart Cities) เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy) และเทคโนโลยีหุ่นยนต์และการให้บริการ (Robotics and Services)

ในส่วนของนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือนโยบายและแผนที่รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ประภีกับด้วยยุทธศาสตร์ชาติ 20ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) และแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) และในอีกด้านหนึ่ง คือการให้ข้อมูลสนับสนุนอุตสาหกรรม

หรือบริการที่ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย อาทิ มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มาตรการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก มาตรการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม และมาตรการสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุ

สรุปผลการประชุมรับฟังความคิดเห็นรอบที่ 1

วันที่ 7 พฤษภาคม 2563 เวลา 9.00-11.00 น.

การประชุมระดมสมองในครั้งนี้นำออกเป็น 3 ช่วง โดยช่วงที่ 1 เป็นการกล่าวเปิดงานโดยนางสาว พิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ช่วงที่ 2 เป็นการนำเสนอผลการศึกษา โดยคณะที่ปรึกษา ประกอบด้วย รศ.ดร.วิราภรณ์ โพธิศิริ ดร.รัชดา เจียสกุล และนายจิรเทพ เสนิงค์ ณ อยุธยา ร่วมด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านผู้สูงอายุ พ.ญ.นาฏ ฟองสมุทร และช่วงที่ 3 เป็นการเปิดเวทีอภิปรายและระดมความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

จำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมระดมสมองในรอบที่ 1 ที่ลงทะเบียนกับทางที่ปรึกษา มีจำนวนทั้งสิ้น 35 ท่าน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ และภาควิชาการ อาทิ กรมกิจการผู้สูงอายุ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ และสถาบันนโยบายสาธารณะและการพัฒนา (Institute of Public Policy and Development หรือ IPPD) รวมถึงผู้ประกอบการในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) บริษัท หมอหวาน จำกัด บริษัท ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) บมจ. ธนาคารกสิกรไทย และบริษัท ไลน์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด

ทั้งนี้ สรุปผลการระดมความคิดเห็น มีรายละเอียดดังนี้

➤ ภาพรวม ความสนใจ และโอกาสของธุรกิจ ในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย

ตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุมีโอกาสในสังคมไทย เนื่องจากจำนวนผู้สูงอายุที่ค่อยๆ เพิ่มขึ้นในแต่ละปี โดย พ.ญ.นาฏ ฟองสมุทร เห็นว่านอกเหนือจากการขับเคลื่อนงานด้านผู้สูงอายุผ่านแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ และพันธกิจของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องแล้ว

ภาคเอกชน เช่น สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สมาคมธนาคารไทย และสภาหอการค้าแห่งประเทศไทย สามารถมีส่วนร่วมในการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุ

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้ชี้แจงว่ากระทรวงพาณิชย์พยายามกระตุ้นการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนโดยการทำให้ภาคเอกชนเห็นโอกาสทางการค้า เพื่อมีส่วนร่วมในเศรษฐกิจสูงวัยในการผลิตสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อรองรับสังคมสูงวัยมาโดยตลอด

➤ ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน/ภาคประชาสังคม ในการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัย

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร เห็นว่าเงื่อนไขสำคัญของธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุ คือความสามารถในการสร้างความไว้วางใจให้แก่ผู้สูงอายุหรือผู้ว่าจ้างด้วยบุคลากร หรือผู้ดูแลที่มีความรู้และทักษะการทำงานที่เหมาะสม เนื่องจากผู้ดูแลผู้สูงอายุจะใช้เวลาร่วมกับผู้สูงอายุเป็นระยะเวลานาน ดังนั้น ธุรกิจบริการเหล่านี้ควรพิจารณาการจัดทำระบบทะเบียนประวัติของผู้ดูแล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้สูงอายุและบุตรหลาน รวมถึงเพิ่มความน่าเชื่อถือของผู้ดูแล และเป็นการบันทึกประวัติความชำนาญ ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการต่อรองค่าจ้างและเข้าถึงงานใหม่ในอนาคต เนื่องจากการจ้างผู้ดูแลผู้สูงอายุแต่ละรายมักมาจากการแนะนำปากต่อปาก และไม่มีกรบันทึกข้อมูลอย่างเป็นทางการ รวมถึงเป็นการว่าจ้างอย่างไม่เป็นทางการ เมื่อผู้สูงอายุเสียชีวิตแล้ว ทำให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุถูกหยุดว่าจ้างในทันที ส่งผลให้ผู้ดูแลผู้สูงอายุขาดรายได้และสูญเสียสวัสดิการทางสังคม

พ.ญ.นาฏ ฟองสมุทร ระบุว่า มีระบบส่งเสริมคุณภาพของผู้ดูแลผู้สูงอายุผ่าน การพัฒนาหลักสูตรผู้ดูแลผู้สูงอายุมาตรฐานที่อยู่ในระหว่างการจัดทำ ซึ่งจำแนกออกกระดั้มาตรฐานออกเป็น 3 ระดับ เพื่อควบคุมคุณภาพและยกระดับการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย ทั้งนี้ นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร แนะนำว่ามาตรฐานทางจิตวิทยาเป็นมาตรฐานสำหรับหลักสูตรผู้ดูแลผู้สูงอายุที่ควรนำมาพิจารณาเพิ่มเติม เนื่องจากกิจกรรมการดูแลผู้สูงอายุอาจส่งผลกระทบต่อความเครียดหรือความกดดันทางจิตใจต่อผู้ดูแล เนื่องจากต้องใช้เวลาร่วมกับผู้สูงอายุที่มีความต้องการที่แตกต่างกันอยู่ตลอดเวลา

➤ **ความคิดเห็นต่อมาตรการหรือแผนสนับสนุนของภาครัฐเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย ในปัจจุบัน**

■ **การระบาดของ COVID-19 กับการกำหนดนโยบายภาครัฐ**

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้หน่วยงานภาครัฐต้องทบทวนยุทธศาสตร์ และแนวนโยบายต่างๆ ในรัดกุมมากขึ้น โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมต่างๆ อยู่เดิมแล้ว อาทิ อาหาร สุขภาพ โลจิสติกส์ และดิจิทัล ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงหรือทบทวนในกลยุทธ์และวิธีการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุผลลัพธ์เชิงยุทธศาสตร์ที่เป็นประโยชน์ต่อประเทศได้

■ **แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ**

แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ เป็นกรอบหลักด้านผู้สูงอายุในประเทศไทย ซึ่ง พ.ญ.นาฏพงษ์สมุทร ได้ชี้แจงเกี่ยวกับความคืบหน้าของแผนผู้สูงอายุชาติว่าคณะทำงานด้านผู้สูงอายุได้จัดทำร่างแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 3 แล้ว โดยมีกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์เป็นผู้รับผิดชอบหลัก และมีผู้แทนจากทุกกระทรวงเป็นคณะกรรมการ แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ได้กำหนดยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนมากขึ้น และระบุหน่วยงานผู้รับผิดชอบในแต่ละประเด็นอย่างชัดเจน โดยแผนฯ ฉบับที่ 3 ให้ความสำคัญกับการเตรียมกำลังคนให้เป็นผู้สูงวัยที่มีคุณภาพในอนาคต

แม้ว่าแผนผู้สูงอายุจะเป็นการบูรณาการประเด็นที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่ครอบคลุมในทุกมิติ ทั้งด้านสังคม เศรษฐกิจ สุขภาพ การออม และสภาพแวดล้อมของผู้สูงอายุ แต่ข้อจำกัดของการขับเคลื่อนแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ คือ การบูรณาการการดำเนินงานระหว่างกระทรวงหรือหน่วยงาน เนื่องจากมีปัญหาเรื่องการส่งการข้ามกระทรวง รวมถึงการให้ความสำคัญกับการดำเนินงานด้านผู้สูงอายุ เนื่องจากแต่ละหน่วยงานอาจให้ความสำคัญกับการดำเนินงานตามพันธกิจเพื่อบรรลุเป้าหมายหลักของหน่วยงานเป็นลำดับแรก ซึ่งเป้าหมายหลักของแต่ละหน่วยงานอาจให้น้ำหนักความสำคัญของเรื่องผู้สูงวัยที่แตกต่างกัน

- มาตรการทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุ

มาตรการทางการเงินสำหรับผู้สูงวัยอาจยังไม่เพียงพอต่อการดำรงชีวิตของผู้สูงอายุ โดยปัจจุบันผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งไม่ได้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบริโภคสินค้าและบริการของตน แต่เป็นรายจ่ายของบุตรหลาน ถือเป็นความเสี่ยงในการดำรงชีวิตสำหรับผู้สูงอายุที่ไม่มีบุตรหลาน หรือผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยตามลำพัง หน่วยงานรัฐจึงควรมีการเตรียมความพร้อมด้านการเงินสำหรับผู้สูงอายุที่ครอบคลุมผู้สูงวัยทุกระดับด้วย

- นโยบายสนับสนุนการอบรมเพื่อเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

ภาครัฐควรมีการเตรียมความพร้อมทางทักษะ (Reskill) ให้แก่ผู้ที่จะกำลังสู่การเป็นผู้สูงอายุ ผ่านการอบรมหรือการเรียนในหลักสูตรอย่างเป็นทางการที่เกี่ยวข้องกับทักษะที่จะเป็นต่อการดำรงชีวิตในยุคปัจจุบัน เนื่องจากการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติ (Learning-by-doing) อาจไม่เหมาะสมกับผู้สูงอายุที่อาจมีการเรียนรู้ช้ากว่าช่วงวัยอื่น ๆ

สรุปผลการประชุมระดมความคิดเห็น รอบที่ 2

วันที่ 7 พฤษภาคม 2563 เวลา 13.00-15.00 น.

การประชุมระดมสมองในครั้งนี้แบ่งออกเป็น 2 ช่วง โดยช่วงที่ 1 เป็นการนำเสนอผลการศึกษา โดยคณะที่ปรึกษา ประกอบด้วย รศ.ดร.วิราภรณ์ โพธิศิริ ดร.รัชดา เจียสกุล และนายจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา และช่วงที่ 2 เป็นการเปิดเวทีอภิปรายและระดมความคิดเห็นในประเด็นที่เกี่ยวข้อง

จำนวนผู้เข้าร่วมการประชุมระดมสมองในรอบที่ 2 ที่ลงทะเบียนกับทางที่ปรึกษา มีจำนวนทั้งสิ้น 40 ท่าน ประกอบด้วยผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ และภาควิชาการ อาทิ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และสถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจลุ่มน้ำโขง รวมถึงภาคประชาสังคมและผู้ประกอบการในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ บริษัท อายิโนะโมโตะ (ประเทศไทย) จำกัด บริษัท สยามอุตสาหกรรมเกษตรอาหาร จำกัด (มหาชน) บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) และ Wocation

ทั้งนี้ สรุปผลการระดมความคิดเห็น มีรายละเอียดดังนี้

➤ ภาพรวม ความสนใจ และโอกาสของธุรกิจ/สาขาธุรกิจ ในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย

ภาคธุรกิจให้ความสนใจในเศรษฐกิจสูงวัย ทั้งในรูปแบบของการจ้างงานผู้สูงอายุ และการผลิตสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ โดยคุณภุรี สมิตินิตย์ จาก บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) ได้ชี้แจงว่าบริษัทได้จ้างงานผู้สูงอายุในร้านกาแฟ คาเฟ่ อเมซอน และมีนโยบายในการแนะนำให้เจ้าของกิจการคาเฟ่ อเมซอนที่เป็นผู้ซื้อแฟรนไชส์ (Franchisee) มีการจ้างงานผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน เพื่อผลประโยชน์ทางสังคมและสิทธิประโยชน์ทางภาษี นอกจากนี้ ปตท. อยู่ในระหว่างการศึกษาและพัฒนาธุรกิจอื่นๆ เกี่ยวกับผู้สูงอายุ อาทิ ยาด้านมะเร็ง ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

➤ ข้อเสนอแนะต่อภาคเอกชน/ภาคประชาสังคม ในการปรับตัวในเศรษฐกิจสูงวัย

- ธุรกิจด้านสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการสัมผัส ในยุคของการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)

ธุรกิจสุขภาพของไทย เช่น การรักษาโดยแพทย์ กายภาพบำบัด สปา มักเป็นการทำหัตถการที่มีการสัมผัสค่อนข้างมาก (High-touching) แต่นโยบายการควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) กำหนดให้หลีกเลี่ยงการสัมผัสใกล้ชิดระหว่างบุคคล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจด้านสุขภาพได้ รศ.ดร.วิราภรณ์ โพธิศิริ ชี้แจงว่าบทบาทของหุ่นยนต์สำหรับผู้สูงอายุอาจเพิ่มมากขึ้นในปัจจุบัน แต่มักเป็นกิจกรรมอื่นๆ เช่น การพูดคุย การทำงานบ้าน แต่กิจกรรมเกี่ยวกับการดูแลรักษาโดยหุ่นยนต์อาจยังไม่สามารถแทนที่การดูแลรักษาโดยมนุษย์ได้ นอกเหนือจากนี้ คุณจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา เห็นว่าการดูแลรักษาที่มีการสัมผัสเป็นจุดเด่นของประเทศตะวันออก ที่อาจไม่สามารถแข่งขันด้านเทคโนโลยีกับประเทศตะวันตกได้ จึงควรมีนโยบายพัฒนาการบริการด้านสุขภาพที่เป็นจุดแข็งอยู่แล้ว โดยการเพิ่มมาตรฐานการบริการและความสะอาดในสอดคล้องกับสถานการณ์มากยิ่งขึ้น เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ

➤ ความคาดหวังและข้อเสนอแนะต่อมาตรการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

- นโยบายสนับสนุนการเบิกจ่ายตรงจากรัฐบาลต้นสังกัดของผู้ป่วยชาวต่างชาติ

นางสาวเสาวภา จงกิตติพงศ์ ผู้อำนวยการกองสุขภาพระหว่างประเทศ กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข นำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับธุรกิจประเภทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) และนโยบายการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub) ในประเทศไทย ว่าประเทศไทยมีศักยภาพทางการแพทย์ และได้มาตรฐานสากล เช่น มาตรฐานโรงพยาบาล Joint Commission International (JCI) และมีการปรับตัวเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ จึงเป็นความพร้อมของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางการดูแลผู้สูงอายุ

อย่างไรก็ดี ปัญหาที่สำคัญในปัจจุบันคือการจ่ายค่ารักษาพยาบาลของกลุ่มผู้ป่วยชาวต่างชาติ ดังที่ชาวต่างชาติมักได้รับการรักษาที่โรงพยาบาลเอกชน และส่งตัวไปรักษาต่อที่โรงพยาบาลรัฐเนื่องจากค่าใช้จ่ายของโรงพยาบาลเอกชนค่อนข้างสูง จนทำให้โรงพยาบาลรัฐมีปัญหารอรับการชำระค่ารักษาพยาบาลจากชาวต่างชาติ เนื่องจากชาวต่างชาติไม่สามารถใช้สิทธิประกันสุขภาพจากสวัสดิการของรัฐของประเทศแม่ในประเทศไทยได้ ประกอบกับประกันสุขภาพในปัจจุบันมีค่าเบี้ยประกันค่อนข้างสูง จึงเสนอให้มีมาตรการความร่วมมือกับรัฐบาลต่างประเทศให้โรงพยาบาลในประเทศไทยสามารถเบิกค่าใช้จ่ายตรงกับรัฐบาลของผู้ป่วยชาวต่างชาติได้

- มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการเพื่อรองรับการเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ปัจจุบัน ชาวต่างชาติจากหลายประเทศ เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และประเทศจากสหภาพยุโรปได้รับวีซ่าแบบระยะยาว กลุ่มชาวต่างชาตินี้จึงน่าจะเป็นกลุ่มเป้าหมายของเศรษฐกิจสูงวัย เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง จึงเสนอแนะให้มีมาตรการสนับสนุนการลงทุนบริการทางสุขภาพสำหรับกลุ่มชาวต่างชาติที่มาพักอาศัยแบบระยะยาว เช่น มาตรการสนับสนุนการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment of Thailand หรือ BOI)

- การส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ (MICE) ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

นางสาวเสาวภา จงกิตติพงศ์ แนะนำว่าโอกาสที่น่าสนใจสำหรับเศรษฐกิจสูงวัย คือ การสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ หรือ MICE (Meeting Incentive Convention และ Exhibition) ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพ ภาครัฐจึงควรต่อยอดนโยบายดังกล่าว โดยการสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการด้านผู้สูงอายุ งานแสดงสินค้าผู้สูงอายุ เพื่อเพิ่มองค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุในประเทศไทยและขยายโอกาสทางธุรกิจ

- การกำหนดนโยบายเศรษฐกิจสูงวัยที่ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุในประเทศไทยแบ่งออกเป็นผู้สูงอายุชาวไทยและชาวต่างชาติที่พักอาศัยในประเทศไทย และสามารถแบ่งย่อยได้อีกสองกลุ่ม คือ กลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยที่ต้องการรักษา และผู้กลุ่มสูงอายุที่มีสุขภาพดี การกำหนดนโยบายเกี่ยวกับผู้สูงอายุควรแยกกลุ่มผู้สูงอายุเนื่องจากมีความต้องการด้านสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน จึงควรมีนโยบายที่ตอบสนองต่อกลุ่มผู้สูงอายุทุกประเภทให้ครอบคลุม

- การส่งเสริมธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสุขภาพและป้องกันโรค เพื่อเตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มคนที่ยังไม่ได้เป็นผู้สูงอายุ

ภาครัฐควรมีมาตรการเตรียมความพร้อมให้กับกลุ่มบุคคลที่กำลังเป็นผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ เช่น ผู้สูงอายุกลุ่มอายุ 45 ปีขึ้นไป เพื่อสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค ผ่านมาตรการที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย เช่น นโยบายส่งเสริมและพัฒนาธุรกิจด้านอาหารเสริม ด้านการออกกำลังกาย นโยบายสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการส่งเสริมให้มีสุขภาพดี มีโภชนาการที่ดี เป็นการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งมีประสิทธิภาพและช่วยประหยัดงบประมาณของประเทศในการรักษาสุขภาพเมื่อเป็นผู้สูงอายุ

7.3 การจัดประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการดำเนินงานเพื่อรองรับการปรับตัวของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย ใน 3 ภูมิภาค

การดำเนินกิจกรรมเป็นไปในลักษณะของการเดินทางลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์และศึกษาดูงานกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการผลักดันนโยบายที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย และภาคส่วนเอกชนที่เป็นผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมและบริการสำหรับผู้สูงวัย เพื่อรับฟังข้อมูลการดำเนินงานที่สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของระบบเศรษฐกิจไทย ตลอดจนตรวจสอบอุปสรรคทางการค้าและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง ในส่วนของการคัดเลือกจังหวัดเพื่อทำการศึกษาเชิงลึกสอดคล้องกับเนื้อหาที่กล่าวไว้ในบทที่ 6 กำหนดช่วงเวลาในการดำเนินกิจกรรมระหว่าง 23 มิถุนายน – 7 สิงหาคม 2563 โดยมีจังหวัดใน 3 ภูมิภาคที่ถูกคัดเลือกประกอบด้วย

7.3.1 จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดสระบุรี

สรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการดำเนินงาน
เพื่อรองรับการปรับตัวของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย
ณ จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดสระบุรี วันที่ 2 – 3 กรกฎาคม 2563

ภาพรวมเกี่ยวกับสังคมสูงวัยและเศรษฐกิจสูงวัยในภูมิภาค

นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีจุดเด่นด้านประชากร โดยเป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด โดยมีผู้สูงอายุจำนวน 435,347 คน ในปี พ.ศ. 2561 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงอุปสงค์ของตลาดสินค้าผู้สูงอายุในจังหวัด นอกจากนี้ นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีกำลังแรงงานรวม และจำนวนสถานประกอบการมากเป็นอันดับที่ 2 ดังที่มีกำลังแรงงานรวม 1,240,342 คน ในปี พ.ศ. 2562 และจำนวนสถานประกอบการรวม 68,301 แห่ง ในปี พ.ศ. 2559 นครราชสีมาจึงเป็นที่ตั้งของกิจการสำหรับผู้สูงอายุหลายประเภท เช่น โรงพยาบาล ศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ สถานบริการดูแลสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งมีหลายแห่ง สำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะรายได้หลายระดับ ไปจนถึงสถานสงเคราะห์ผู้สูงอายุ สถานกายภาพบำบัดและนวดสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงเป็นที่ตั้งขอโรงเรียนการบริหารал ในการลงพื้นที่ครั้งนี้ ได้ร่วมหารือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย ประกอบด้วย

1. ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2 (BOI นครราชสีมา)

➤ แนวโน้มของการปรับตัวของธุรกิจในกลุ่มภาคอันเนื่องมาจากการเข้าสู่สังคมสูงวัย

จังหวัดนครราชสีมาสะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของภาคธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดผู้บริโภคกลุ่มสูงวัย ซึ่งเห็นได้จากการเติบโตของกลุ่มธุรกิจอาหารมัลติฟังก์ชันที่เริ่มมีการสร้างที่พิกอาศัยสำหรับผู้สูงวัยมากขึ้น มีการสร้างคอนโดสำหรับผู้สูงวัย และเริ่มมีความสนใจจากนักลงทุนชาวจีน การเติบโตของอุตสาหกรรมผลิตอาหารประเภท Functional food สำหรับผู้สูงวัย เช่น อาหารที่ช่วยควบคุมระดับคอเลสเตอรอล หรือน้ำตาลจากมันสำปะหลังที่เหมาะสมสำหรับผู้ที่เป็นโรคเบาหวาน นอกจากการเป็นแหล่งปลูกมันสำปะหลังขนาดใหญ่ของประเทศ นครราชสีมายังเป็นฐานการผลิตเตียงผู้ป่วยอีกด้วย

เนื่องจากคนรุ่นหลังมีความต้องการในการใช้บริการดูแลสุขภาพมากขึ้น จึงส่งผลให้เกิดการพัฒนาด้านบริการสุขภาพ สะท้อนให้เห็นการดำเนินนโยบายเชิงรุกของกลุ่มโรงพยาบาล เช่น กลุ่มโรงพยาบาลกรุงเทพ มีการขอสิทธิการส่งเสริมเพื่อผลักดันการเป็น Medical hub นอกจากนี้ ยังมีกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนอื่นๆ ที่เข้าหาภาครัฐและขอการสนับสนุนด้านการลงทุนที่เน้นการให้บริการกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ

ผู้ลงทุนด้านบริการสุขภาพสำหรับชาวต่างชาติ โดยส่วนใหญ่มักจะเป็นกลุ่มชาวต่างชาติเองที่มีเป้าหมายกลุ่มลูกค้าชาตินั้นๆ กลุ่มผู้ลงทุนชาวไทยมีอยู่จำนวนหนึ่ง โดยส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะ Joint venture

➤ จุดแข็งและจุดอ่อนของภูมิภาคสำหรับการเติบโตของธุรกิจสูงวัย

จังหวัดนครราชสีมา รวมถึงจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออื่นๆ มีศักยภาพในการดึงดูดนักลงทุนกลุ่มต่างชาติ ที่เน้นการลงทุนด้านบริการสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยจุดเด่นทางด้านจำนวนประชากร ทำให้สามารถหาตลาดแรงงานได้ง่าย นอกจากนั้น ยังสามารถพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย ด้วยทำเลที่ตั้งที่มีจุดเด่นด้านธรรมชาติผสมผสานกับความ เป็นเมืองที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตของกลุ่มผู้สูงวัยที่ยังสามารถดูแลตัวเองได้

➤ นโยบายของภาครัฐในด้านการส่งเสริมการลงทุนของภาคเอกชนในธุรกิจที่เห็น
กลุ่มผู้บริโภคนสูงวัยในปัจจุบัน

ปัจจุบัน BOI มีนโยบายส่งเสริมธุรกิจด้านการแพทย์ ทั้งกลุ่มโรงพยาบาล ศูนย์ฟื้นฟู ส่งเสริมทั้งกลุ่มโรงพยาบาล ศูนย์ฟื้นฟูผู้ป่วย ศูนย์โรคเฉพาะทาง โรงเรียนแพทย์เฉพาะทาง รวมถึงภาคอุตสาหกรรมการผลิตอุปกรณ์การแพทย์ อุตสาหกรรมอาหาร การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่พักอาศัย และธุรกิจที่เกี่ยวข้องไลฟ์สไตล์ผู้สูงอายุ ก็สามารถขอรับการพิจารณาการส่งเสริมจาก BOI ได้ นอกจากนี้ BOI ยังเน้นการเข้าหากลุ่มธุรกิจต่างๆ เพื่อแจ้งข้อมูลให้ผู้ประกอบการทราบว่าสามารถขอเข้ารับการลงทุนส่งเสริม โดยเฉพาะธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพของประชาชน

ในมิติของความท้าทายในการพัฒนาสินค้าที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ คือกระบวนการขอรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งมีหลายผลิตภัณฑ์อาหารและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่มีการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ และมีศักยภาพในการส่งออกต่างประเทศ แต่ไม่สามารถออกมาทดลองตลาดจริงและพัฒนาสินค้าต่อไปได้เนื่องจากไม่ได้รับอนุญาต อย.

➤ แผนการรับมือและการปรับตัวของหน่วยงานเพื่อตอบสนองการก้าวเข้าสู่สังคม
สูงวัยอย่างเต็มตัวของประเทศ

ภาครัฐเองจำเป็นที่จะต้องดำเนินนโยบายเชิงรุกมากขึ้น ทำหน้าที่ Business matching เพื่อดึงธุรกิจต่างชาติให้เข้ามาลงทุนในไทย ซึ่งในส่วนนี้ BOI สาขาต่างประเทศทำหน้าที่ดังกล่าวที่สำคัญ คือการให้ข้อมูลกับภาคเอกชนที่มีศักยภาพ ใช้กลยุทธ์ในเชิง Demand driven และการสร้างแพลตฟอร์มให้อุปสงค์และอุปทานมาเจอกัน และสามารถช่วยให้ทั้งสองฝ่ายเข้าถึงข้อมูล ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการส่งเสริมของภาครัฐ รวมถึงข้อมูลด้านสินค้าและบริการให้ผู้บริโภค

นครราชสีมาเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นในเรื่องความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งอาจเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของการกำหนดนโยบายภาครัฐ เช่น ในระดับชุมชนที่มีศูนย์เลี้ยงเด็กอาจจะสามารถต่อยอดเป็นศูนย์ดูแลผู้สูงอายุได้ด้วย อันจะสามารถช่วยเพิ่มการจ้างงานในชุมชน และสามารถเพิ่มบริการสาธารณสุขในระดับปฐมภูมิ ลดจำนวนผู้ป่วยติดเตียงในโรงพยาบาล ทำให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้มากขึ้น

ปัจจุบัน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อยู่ในระหว่างการผลักดันให้เกิดการจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการเติบโตของธุรกิจที่กระจายอยู่ในแต่ละภูมิภาค และตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มสูงวัยมากยิ่งขึ้น

2. ศุภวัฒน์าลัย (Supalai Wellness Valley)

➤ ภาพรวมและรูปแบบของธุรกิจ

โครงการบ้านอายุวัฒนะเพื่อสังคมวัยกลางคน ซึ่งเป็นบ้านสไตล์โมเดิร์นที่ออกแบบโดยใส่ใจถึงการใช้ชีวิตของทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะวัยกลางคนและผู้สูงวัยโดยใช้ Universal Design เข้ามาช่วยให้สามารถใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบาย ภายในบ้านยังมีระบบเสริมความปลอดภัยให้กับผู้อยู่อาศัย ตั้งแต่สายรัดข้อมือฉุกเฉิน ปุ่มกดฉุกเฉินที่ติดตั้งให้ทั้งในห้องรับแขกและห้องนอน เชือกดึงฉุกเฉินในห้องน้ำ สำหรับการขายจะมีราคาตั้งแต่ 1.1-1.4 ล้านบาท สามารถเลือกได้ทั้งรูปแบบการเช่าซื้อระยะยาว 30 ปี โดยสามารถโอนเปลี่ยนชื่อได้ พักอาศัยได้ 2 คน และแบบตลอดชีพอายุขัยของผู้ซื้อ โดยผู้พักอาศัยต้องมีอายุ 50 ปีขึ้นไป มีสิทธิพักอาศัยภายในโครงการตลอดชีพ หากยกเลิกสัญญาเช่าภายใน 20 ปีแรก บริษัทฯ จะคืนเงินให้ 50% ของราคาเช่า และหากเกิน 20 ปี จะได้รับเงินคืน 25% ของราคาเช่า

➤ ข้อจำกัดและอุปสรรคของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย

ข้อจำกัดของธุรกิจคือ ผู้ซื้อมักจะมีกังวลเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการเงิน เนื่องจากโครงการในลักษณะนี้ไม่สามารถยื่นขอกู้กับทางธนาคารได้ นอกจากนี้ ความลังเลในการตัดสินใจซื้อโครงการยังเป็นเรื่องของการที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ขาดในอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มลูกค้าจำนวนมากต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยวมากกว่าการอยู่ร่วมกับผู้อื่น

3. เวลเนส วีแคร์ เซ็นเตอร์

➤ ภาพรวม ความสนใจ และโอกาสของธุรกิจในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย

ผู้สูงอายุมักจะแบ่งเป็น 3 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่สามารถดูแลตัวเองได้ (Independent Living) กลุ่มที่ต้องการความช่วยเหลือ (Assisted Living) และกลุ่มพึ่งพา (Dependent Living) ซึ่ง Barthel Activities of Daily Living: ADL หรือการดำเนินกิจวัตรประจำวันของผู้สูงอายุ แสดง

ลักษณะที่บ่งชี้ถึงสภาพร่างกาย และระดับความสามารถในการทำกิจกรรมประจำวันของผู้สูงอายุ เช่น การขับถ่าย การกิน การอาบน้ำ การแต่งตัว และการลุกนั่ง เป็นต้น นอกจากนี้ การมองเห็น โอกาสทางธุรกิจสูงวัยอาจคำนึงถึง ความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันเชิงปฏิบัติ (Instrumental Activities of Daily Living : IADL) ประกอบด้วย การสื่อสาร เช่น การใช้โทรศัพท์ การเดินทาง สามารถขับรถหรือเดินทางคนเดียวได้ การจัดการด้านการเงิน สามารถซื้อสินค้าต่างๆ ได้ และการเตรียมอาหารได้เอง ปัจจัยเหล่านี้ เป็นตัวกำหนดความต้องการที่มีอยู่ในตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ

สำหรับการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างเต็มตัว ธุรกิจโรงพยาบาล และบริการด้านสุขภาพอื่นๆ จะเติบโตอย่างรวดเร็ว รวมถึงภาคอุตสาหกรรมการผลิตยาโรครักษาโรคและอาหารเสริม ที่อาจจะเติบโตผ่านกลุ่มโรงพยาบาลที่มีการผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ของโรงพยาบาลเอง

➤ โอกาสทางธุรกิจอันเนื่องมาจากการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยที่มีต่อธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ธุรกิจอาหารสำหรับผู้สูงวัยจะเติบโตมากขึ้น กลุ่มผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพมีจำนวนเพิ่มขึ้น และประเทศไทยเป็นประเทศฐานการผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ดังนั้น หากสามารถสร้าง Branding ของอาหารไทยให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพได้ จะช่วยให้ธุรกิจอาหารเติบโตในตลาดต่างประเทศได้ด้วย

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Spirituality เช่น การท่องเที่ยว Training โยคะ การทำสมาธิ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา ซึ่งไทยมีศักยภาพและข้อได้เปรียบด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น

ธุรกิจในลักษณะของ Case management สำหรับผู้ที่มีความต้องการความช่วยเหลือในชีวิตประจำวันตามลักษณะความต้องการที่ระบุไว้ใน IADL ยังเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีในไทย บริการให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้ที่ไม่มีความรู้หรือทักษะด้านสุขภาพ จะมีโอกาสเติบโตมากสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยที่มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวมากยิ่งขึ้น

➤ ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐในการกำหนดนโยบายที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจบริการด้านสุขภาพ และเศรษฐกิจสูงวัย

ปัจจุบัน การพิจารณาคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยในภาพรวมเน้นไปที่ระดับของการพึ่งพิงในการใช้ชีวิตประจำวัน และเป็นการมุ่งเน้นไปที่การจัดการและรักษาอาการป่วย ธุรกิจสูงวัยจึงสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเติบโตของบริการที่เกิดในโรงพยาบาล แต่หากมีการปรับเปลี่ยนทัศนคติของคนทั้งในฝั่งอุปสงค์และอุปทาน ว่าคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงวัยต้องเริ่มจากการปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์และการมุ่งเน้นการป้องกันปัญหาสุขภาพ จะช่วยให้เกิดโอกาสทางธุรกิจอีกหลายกลุ่มในทั้งภาคบริการและอุตสาหกรรม

เนื่องจากคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงวัยได้รับอิทธิพลจากวิถีชีวิตที่เกิดขึ้นในชุมชน หากเราเริ่มต้นจากแนวคิดที่ว่า ผู้สูงวัยกลุ่ม (Independent Living) ต้องการมีคุณภาพชีวิตที่ดี เป็นไลฟ์สไตล์ที่ดูแลสุขภาพเพื่อป้องกันโรคภัยไม่ให้เกิดขึ้นเร็ว การสร้าง **Health Town** ที่ส่งเสริมการดูแลสุขภาพ ในตำบลหรืออำเภอที่คัดเลือกขึ้นมา สามารถเป็นต้นแบบได้และมีคนมาอยู่อาศัยจริง ต่อยอดไปสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะ Long-stay สร้างต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพด้านอาหาร ส่งเสริมการออกกำลังกาย และมีโปรแกรมสุขภาพที่ครอบคลุมด้านจิตใจ มีการนำ Telemedicine มาใช้เพื่อการเข้าถึงบริการทางสุขภาพที่ง่ายขึ้น ประกอบกับการส่งเสริมค่านิยมในการดูแลสุขภาพให้เกิดขึ้นในสังคมวงกว้าง กล่าวคือ **Lifestyle modification** สร้างความรู้พื้นฐานในการเลือกรับประทานที่เหมาะสมกับปัญหาสุขภาพ การจัดการความเครียด และมี Peer support system สิ่งเหล่านี้ จะนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจสูงวัย นอกจากนั้น ภาครัฐควรพิจารณาการสนับสนุนสวัสดิการในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน เพราะหากผู้สูงวัยดูแลตนเองในช่วงเริ่มต้นรัฐเองก็จะสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการรักษาในระยะยาว

➤ อุปสรรคและข้อจำกัดของธุรกิจในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจสูงวัย

แนวคิด Co-housing ในพื้นที่อยู่อาศัยของคนที่มีความต้องการด้านสุขภาพคล้ายกัน และแบ่งปัน Facility และบุคลากรผู้ดูแลเพื่อลดค่าใช้จ่าย ยังคงมีอุปสรรคในด้านกฎระเบียบในการก่อสร้าง เพราะปัจจุบัน กฎหมายยังไม่เปิดช่องให้มีการสร้างชุมชนที่มีพื้นที่ส่วนกลางตามแนวคิดคอนโดชุมชนได้ นอกจากนั้น ยังมีปัญหาการขาดแคลนบุคลากรดูแลผู้สูงอายุ (Care giver) ซึ่งมีไม่เพียงพอกับประชากรสูงวัยที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

7.3.2 จังหวัดเชียงใหม่

**สรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการดำเนินงาน
เพื่อรองรับการปรับตัวของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย
ณ จังหวัดเชียงใหม่ วันที่ 30 – 31 กรกฎาคม 2563**

ภาพรวมเกี่ยวกับสังคมสูงวัยและเศรษฐกิจสูงวัยในภูมิภาค

เชียงใหม่เป็นจังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุสูงที่สุดเป็นอันดับ 2 ของประเทศไทย โดยมีจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมด 316,847 คน ในปี 2561 คาดว่าเชียงใหม่มีผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นจังหวัดที่อยู่ในสถานะสังคมสูงวัยเร็วกว่าจังหวัดอื่นๆ ทำให้เชียงใหม่เป็นจังหวัดต้นแบบนำร่องเกี่ยวกับการศึกษารูปแบบการให้บริการและจัดหาที่พักรองรับผู้สูงอายุ และมีธุรกิจสถานบริการดูแลผู้สูงอายุจำนวนมาก โดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 9 การพัฒนาภาค เมือง และพื้นที่เศรษฐกิจ ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาภาคเหนือ ซึ่งประกอบด้วยมาตรการสำหรับผู้สูงอายุในภาคเหนือ อาทิ การสร้างรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุ การพัฒนานวัตกรรมบริการดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว และการสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันครอบครัวและชุมชน

1. ทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม

ทุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม ก่อตั้งขึ้นจากแนวคิดวิสาหกิจชุมชน เกิดการรวมตัวของกลุ่มเกษตรกรอินทรีย์และเน้นการทำธุรกิจบนพื้นฐานความสัมพันธ์กับชุมชน รวมถึงความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยแม่โจ้ และได้เริ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรในรูปแบบเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐานรับรอง Organic จากองค์กรทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตามหลักในการทำเกษตรอินทรีย์ภายใต้การควบคุมและตรวจสอบอย่างเป็นระบบ

ทุ่งสุวรรณจะลงทุนให้กับกลุ่มเกษตรกรที่มีความพร้อมในการพัฒนาการทำเกษตรแบบออร์แกนิกและรับซื้อสินค้าพร้อมทั้งรับรองราคาขั้นต่ำ จากนั้นนำสินค้ามาแปรรูปเพื่อจัดจำหน่ายทั่วประเทศ รวมถึงส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ เช่น การส่งออกหนุ่ยหนวดแมวไปฝรั่งเศส และการส่งอัญชันอบแห้งไปสหรัฐอเมริกา สำหรับตลาดในประเทศไทย เน้นการจำหน่ายสมุนไพรอบแห้ง เช่น เชียงดา ใบหญ้าหวาน กระเทียมไทย เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีมีการนำวัตถุดิบมาแปรรูป

เป็นอาหารสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น ข้าวบด ผงกล้วย ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุที่มีปัญหาเรื่อง การกลืนและระบบย่อยอาหาร

นอกจากสินค้ากลุ่มเกษตรอินทรีย์และเกษตรอินทรีย์แปรรูปแล้ว รายได้หลักของบริษัท กว่าร้อยละ 70 มาจาก การให้บริการ OEM ร้อยละ 20 จากการจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกทั้งสดและ แห้ง และร้อยละ 10 จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น ชา กาแฟ ผลิตภัณฑ์สารสกัด ด้วย ความร่วมมือในการวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ สินค้าที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่ จะเน้นสรรพคุณในการป้องกันโรคภัยที่จะมาก่อนวัยอันควร สามารถรับประทานได้งาน และใช้ ศาสตร์ความรู้แพทย์แผนไทย นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์เพื่อรักษาหรือบรรเทาอาการป่วย เช่น ชาสมุนไพร รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการฟื้นฟูร่างกาย เช่น อาหารเสริมสุขภาพ

อุปสรรคของธุรกิจเกษตรอินทรีย์และอาหารสำเร็จรูปในการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจผู้สูงอายุ

1. การเปลี่ยนเป็นเกษตรอินทรีย์ของเครือข่ายในชุมชนใช้ต้นทุนที่สูง เช่น ค่าใช้จ่ายในการ ขอรรับรองเป็นเกษตรอินทรีย์ (Organic Certification)
2. สภาพแวดล้อมในการเพาะปลูกที่ควบคุมได้ยาก เนื่องจากมาตรฐานของการเป็นสินค้า ออร์แกนิกมีรายละเอียดที่ซับซ้อน การสร้าง Buffer zone เพื่อป้องกันการปนเปื้อนของ สารเคมีอื่นๆ ก็ยังไม่สามารถควบคุมได้ทั้งหมด
3. ระบบโลจิสติกภายในประเทศยังมีข้อจำกัด ทำให้ตลาดยังอยู่ในพื้นที่จำกัดและการจัดส่ง ของสดอาจมีต้นทุนเพิ่มจากความเสียหายของสินค้าผักผลไม้สดที่ไม่สามารถจัดจำหน่าย ได้ทัน
4. พื้นที่ทำการเกษตรที่ยังมีจำกัดเนื่องจากการเปลี่ยนพื้นที่การเกษตรเดิมเป็นพื้นที่ เกษตรอินทรีย์จะต้องทิ้งพื้นดินไว้อย่างน้อย 3 ปี ทำให้เกิดข้อจำกัดของ Production scale
5. ข้อจำกัดทางด้านเครื่องจักรที่ใช้ในการแปรรูปอบแห้ง ซึ่งปัจจุบันยังต้องขอเช่าใช้จาก มหาวิทยาลัย และด้วยจำนวนที่มีจำกัดทำให้ในหลายครั้งไม่สามารถแปรรูปพืชสมุนไพร เป็นผลิตภัณฑ์อบแห้งได้ทัน จึงทำให้ผลผลิตบางส่วนเสียหาย
6. การเข้าถึงความช่วยเหลือด้านการเงิน เนื่องจากเงื่อนไขของธนาคารพาณิชย์ที่พิจารณา การอนุมัติเงินกู้จากประวัติในการกู้ยืมก่อนหน้านี้ ทำให้บริษัทซึ่งไม่มีประวัติการกู้ยืม ใน อดีตเข้าถึงเงินทุนได้ยาก

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐในการกำหนดนโยบายที่ช่วยส่งเสริมการเติบโตของธุรกิจเกษตรอินทรีย์และอาหารสำเร็จรูป

1. การสนับสนุนให้ภาคธุรกิจแสวงหาโอกาสทางการตลาดใหม่ เช่น การจัดแสดงสินค้า ที่ผู้ซื้อสามารถเปิดตลาดยุโรปได้จากการไปร่วมงาน BioFach ที่เยอรมนี
2. การส่งเสริมให้ภาคธุรกิจให้ความสำคัญกับกิจกรรม CSR และคำนึงถึงการสร้างความสัมพันธ์กับชุมชนเพื่อการดำเนินธุรกิจที่ยั่งยืน ผ่านการส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชนรวมถึงประชากรกลุ่มสูงวัย การเรียนรู้วิถีชีวิตและภูมิปัญญาปราชญ์ชาวบ้าน รวมถึงการสร้างความตระหนักเกี่ยวกับค่านิยมการผลิตและบริโภคสินค้าเกษตรอินทรีย์

คำแนะนำจากสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

1. การพัฒนาและจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนให้เข้มแข็ง เพิ่มจุดจำหน่ายสินค้า (Point of selling) และสร้างความร่วมมือกับไปรษณีย์เพื่อเพิ่มจุดกระจายสินค้าทำให้สามารถขยายขนาดของตลาดได้
2. การแสวงหาโอกาสทางการตลาดในต่างประเทศโดยใช้ประโยชน์จากภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในด้านความมั่นคงทางอาหารที่ยั่งยืนมากขึ้นหลังวิกฤติโควิด-19
3. การมองหาโอกาสสำหรับ Business matching โดยมององค์ประกอบของการพัฒนาธุรกิจออกเป็น 4 ส่วน คือ วัตถุดิบ เทคโนโลยี นักลงทุน และตลาดต่างประเทศ

2. ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว

ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว อยู่ภายใต้การดูแลของสถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ดำเนินการศึกษารายละเอียดเพื่อสนับสนุนการพัฒนาชนบทและเขตเมือง มาเป็นเวลานานกว่า 20 ปี ในช่วงที่ผ่านมาได้ดำเนินโครงการวิจัยเรื่องการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวแบบ Slow Tourism สำหรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ รวมถึงการประเมินศักยภาพการตลาดท่องเที่ยวในภาคเหนือตอนบน เพื่อเสนอแนวทางการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ จากการศึกษาพบว่าเชียงใหม่และเชียงรายเป็นสองอันดับแรกที่มีสถานที่ท่องเที่ยวเหมาะสมกับผู้สูงอายุมากที่สุด

โครงการดังกล่าวได้ต่อยอดไปสู่การเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว การจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริหารและการจัดการการท่องเที่ยว และแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน

แนวโน้มการท่องเที่ยวของผู้สูงอายุ

จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวสูงอายุต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากจำนวน 2.2 ล้านคนในปี 2009 เพิ่มขึ้นเป็น 5.8 ล้านคนในปี 2015 โดยอันดับที่ 1 เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีน รองลงมาคือชาวมาเลเซีย สร้างรายได้ให้กับประเทศสูงถึง 195,891 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 8.66 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมด

" พัฒนารุรกิจท่องเที่ยวของคุณ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ "

ผู้สูงอายุกับการท่องเที่ยว

ไม่ว่าคุณมีใคร ร่วม เป็นครอบครัว ผู้เฒ่าของคุณหรือเพื่อนฝูงที่ต่างวัยต่างวัยของคุณอยู่ 2 คนขึ้นไป คุณอาจต้องมองหาวิธีท่องเที่ยวที่ต่างไปจากเดิม

นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

นักท่องเที่ยวอายุ 55 ปีขึ้นไป คุณอาจมองหา 200 ล้านคนของนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ ความต้องการและสิ่งที่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุต้องการ

แนวทางการพัฒนารุรกิจท่องเที่ยวสู่การรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

1. ทำความเข้าใจ การท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

- นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ คือใคร?
- ข้อจำกัดของผู้สูงอายุ (สมรรถภาพร่างกาย, โรคประจำตัว)
- ความต้องการท่องเที่ยวในอย่างไร?
- รูปแบบบริการที่ประสบความสำเร็จท่องเที่ยว?

2. รู้จักและเข้าใจ นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ

ศึกษาผ่านการท่องเที่ยว (สำรวจและประเมินผล)

- ประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (คุณภาพ, จุดเด่น, จุดด้อย, ปัญหาและอุปสรรค)
- ประเมินศักยภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยว
- การจัดการท่องเที่ยว : รูปแบบกิจกรรมท่องเที่ยว, ความปลอดภัย
- สิ่งบริการด้านกายภาพ : ทางเท้า ถนน ป้าย ฯลฯ
- แร่หรือไม้? ควรพัฒนาจุดใด?

3. จัดทำแผนพัฒนา และดำเนินการ

- พัฒนาและจัดกิจกรรมรองรับ ให้ความรู้เรื่องแนวทางการรับร่อนนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุให้กับบุคลากร



- พัฒนาการให้บริการที่ตอบสนองกับผู้สูงอายุ

1. จัดโปรแกรมท่องเที่ยวตามครึ่งวัน



เที่ยว 1/2 วัน

2. โปรแกรมท่องเที่ยวตามวัน, 2-3 วัน



เที่ยว 1-3 วัน

3. บริการรถนำเที่ยวแบบรถปรับอากาศ



รถปรับอากาศปรับอากาศ

4. ความสะอาดและสิ่งแวดล้อม



บริการรถนำเที่ยว-รถนำเที่ยว

- พัฒนาสิ่งบริการด้านกายภาพด้วย " แนวคิดการออกแบบที่เป็นสากล (Universal design) ทางเท้า ทางลาด ราวจับ ประตู ป้าย ท้องน้ำ ฯลฯ "



ความสูงของป้าย และโต๊ะของบริการ



ความสูงของโต๊ะ



ลักษณะของทางลาด



ลักษณะของทางลาด ราวจับ และประตู



ห้องน้ำ และสิ่งอำนวยความสะดวก

4. ทดลองจัด การท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ

- ทดลองกิจกรรมท่องเที่ยวตามครึ่งวัน นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- จัดให้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนเพื่อข้อเสนอมติแบบรับบริการที่บริการ



นักท่องเที่ยว



ผู้สูงอายุและผู้ดูแล

5. พัฒนาการท่องเที่ยว เรียนรู้ไม่หยุดนิ่ง

- เป็นความต่อเนื่องการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ให้กับตนเองและบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ
- พัฒนารูปแบบการให้บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ให้ทันสมัยโดยยอมรับข้อจำกัดของนักท่องเที่ยว
- พัฒนาเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ในพื้นที่



นักท่องเที่ยวสูงวัยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 4,728 บาทต่อวัน ซึ่งต่ำกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไปราว 4% แต่ระยะเวลาพำนักที่นานกว่า 1.25 วัน หรือเฉลี่ย 10.72 วัน ทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสูงอายุต่อทริป สูงถึง 50,684 บาทต่อคน สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม Baby boomer ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงสันตนาการและสัมผัสกับวิถีชีวิตคนท้องถิ่น ราคาตั๋วเครื่องบินหรือโปรโมชั่นที่พักไม่มีผลต่อการตัดสินใจมากนัก นอกจากนี้ ยังคงใช้สื่อสิ่งพิมพ์ในการหาข้อมูลท่องเที่ยว โดยที่ Gen X และ Millennial ค่อนข้างให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาและมักใช้สื่อออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลก่อนทำการจอง โดยเฉพาะราคาตั๋วเครื่องบินที่ค่อนข้างให้ความสำคัญกับเรื่องของราคาและมักใช้สื่อออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบข้อมูลก่อนทำการจอง โดยเฉพาะราคาตั๋วเครื่องบิน

กลุ่มนักท่องเที่ยวสูงอายุให้ความสำคัญกับคุณภาพของการท่องเที่ยวและสามารถเดินทางท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาล ซึ่งเป็นโอกาสสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวสูงอายุมีเวลาว่างค่อนข้างมาก ทำให้นิยมท่องเที่ยวในช่วงนอกฤดูกาลเพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด การท่องเที่ยวในแต่ละครั้งจะเที่ยวในหลายๆ เมืองและมีระยะเวลาท่องเที่ยวนานตั้งแต่ 15 วัน ถึง 1 เดือน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญในเรื่องของความสะดวกและความปลอดภัยในการเดินทาง ทำให้มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่สูง

พฤติกรรมและความต้องการของผู้พำนักระยะยาวสูงวัย

จากผลการสำรวจเบื้องต้นถึงพฤติกรรมและความต้องการของผู้พำนักระยะยาว (Long Stayer) พบว่าร้อยละ 72.5 ของผู้พำนักชาวยุโรป และร้อยละ 50 ของผู้พำนักชาวเอเชีย เดินทางมาคนเดียว มีเวลาในการพำนักระยะยาวในภาคเหนือ 37.5 วัน และ 90 วัน ตามลำดับ มีค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในการพำนักระยะยาวภายใน 1 เดือน ของยุโรปอยู่ระหว่าง 30,000 - 50,000 บาท และชาวเอเชีย น้อยกว่า 30,000 บาท ในด้านของที่พัก ชาวยุโรปส่วนใหญ่นิยมพักในอพาร์ทเมนท์และคอนโดมิเนียม ในขณะที่ชาวเอเชียนิยมพักในอพาร์ทเมนท์และโรงแรม

ชุมชนท่องเที่ยวกับการรองรับการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุ

การท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลรับเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน ในส่วนของการรองรับผู้สูงอายุ อาจเน้นการใช้อารยสถาปัตยกรรมเพื่อการท่องเที่ยวผู้สูงอายุ หรือการออกแบบทางกายภาพเพื่อการปรับปรุง

ก่อสร้าง พัฒนา สิ่งบริการด้านกายภาพเพื่อสนับสนุน และอำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุ และผู้ที่มีข้อจำกัดทางด้านร่างกาย ให้สามารถใช้สิ่งบริการ หรือพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวได้อย่าง สะดวกสบาย เสริมสร้างความเข้าใจ และสร้างความสุข ความเพลิดเพลิน ในการรับบริการการ ท่องเที่ยว

แผนแม่บทการจัดการชุมชนท่องเที่ยวเพื่อนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุในแหล่งท่องเที่ยว

1. เสริมสร้างความเข้าใจสำหรับชุมชนในเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
2. ส่งเสริมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิม ให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
3. ส่งเสริมการนำทรัพยากรที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ได้ริเริ่ม ดำเนินการ
4. ร่วมกับผลักดันการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และคนทั้ง มวล เป็นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เคารพและชื่นชมวิถีวัฒนธรรมชุมชน และต้องเป็นการ ท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริม อนุรักษ์รักษามรดกทางวัฒนธรรมอันมีค่าของชุมชน
5. ร่วมกันจัดการผลประโยชน์อย่างโปร่งใส เพื่อให้เป็นไปแก่ประโยชน์ของสาธารณะ วัตถุประสงค์ และสมาชิกในชุมชนทุกคน

แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว ผู้สูงอายุ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 2 ส่วน คือ

การพัฒนาความพร้อมของชุมชน

- สร้างความเข้าใจในทุนทางสังคม เศรษฐกิจ และการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง
- สร้างความเข้าใจสภาพปัจจุบันของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในชุมชน และคุณลักษณะ ของนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ความต้องการการรองรับ และองค์ความรู้ต่างๆที่ เสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรบุคคล กลุ่มองค์กร และแหล่งท่องเที่ยว
- สนับสนุนการสร้างกลุ่ม หรือองค์กรการท่องเที่ยวระดับชุมชน ที่มีกิจกรรมการ ท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับศักยภาพของคนในชุมชน ทรัพยากรการท่องเที่ยว และ ผลประโยชน์ร่วมกันของคนในชุมชน
- สนับสนุนการสร้างเครือข่ายทางสังคม และการท่องเที่ยว
- สนับสนุนการสร้างกลไกครบวงจรในห่วงโซ่ผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว เพื่อให้ บางส่วนของผลประโยชน์ที่ได้ถูกนำกลับไปใช้ดูแลชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว

การพัฒนาความพร้อมของทรัพยากรการท่องเที่ยว

- สร้างนโยบาย แผน และข้อปฏิบัติ ที่มุ่งปรับปรุง รักษา และสร้างความยั่งยืนให้กับแหล่งท่องเที่ยว
- ดำเนินโครงการการปรับปรุง และเพิ่มเติมสิ่งบริการที่อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และคนทั้งมวล พร้อมทั้งคำนึงถึงความเหมาะสมตามบริบทของพื้นที่
- สร้างรูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมทั้งกับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ และศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะด้านนโยบายส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ

1. สร้างความตระหนักให้กับผู้ประกอบการให้มองเห็นโอกาสจากการลงทุนในเศรษฐกิจสูงวัย เนื่องจากการท่องเที่ยวที่เน้นกลุ่มผู้สูงอายุยังมีอยู่จำกัด รวมถึงบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่ได้มองไปที่โอกาสจากตลาดในประเทศ
2. การท่องเที่ยวควรสร้างจุดขายเน้นที่การสร้างสุขภาพที่ดี (Wellness) มากกว่าการรักษาพยาบาล (Medical) เพียงอย่างเดียว
3. สนับสนุนให้มีแพลตฟอร์มกลางให้ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
4. ประเทศไทยอาจศึกษาตัวอย่างนโยบาย MM2H ของมาเลเซีย โดยเฉพาะในมิติที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

โครงการ MM2H (Malaysia My Second Home)

เป็นมาตรการสนับสนุนคนต่างชาติให้เข้าไปทำงานในมาเลเซีย โดยมอบสิทธิพิเศษให้ เช่น วีซ่า 10 ปี เข้าออกประเทศได้ตามอำเภอใจสามารถพาครอบครัวเข้ามาได้ในฐานะผู้ติดตาม รวมถึงพ่อแม่ สามารถซื้อสินทรัพย์ในมาเลเซียได้ บ้าน คอนโด ที่ดิน ทรายที่ราคาเกิน 500,000 ริงกิต (ประมาณประมาณห้าล้านบาท) จัดทะเบียนทำธุรกิจได้ โดยไม่ติดข้อจำกัดหลายข้อของธุรกิจท้องถิ่น ลงทุนในบริษัทโดยอิสระ สามารถนำเงินเข้าประเทศโดยไม่ต้องเสียภาษี เช่น เงินบำนาญ ดอกเบี้ยเงินฝากประจำไม่เสียภาษี และผู้ที่อายุเกิน 50 ปี สามารถทำงาน Part-Time ได้

โครงการบ้านหลังที่สองนี้ มีวัตถุประสงค์ในการสร้างมาเลเซียให้เป็นศูนย์กลางทางธุรกิจ ในภูมิภาค เป็นผู้นำด้านการศึกษาให้กับผู้นำโลกรุ่นต่อไป และเป็นที่ยกย่องอายุ หรือ กึ่งเกษียณของคนพื้นวัยทำงาน

3. แคร่ รีสอร์ท เชียงใหม่

แคร่ รีสอร์ท เชียงใหม่ ดำเนินงานโดยเจ้าของกิจการชาวอังกฤษ ที่ต้องการสร้างที่พักแห่งนี้ไม่ให้เป็นเพียงสถานดูแลคนชรา แต่เป็นที่ใช้ชีวิตเหมือนอยู่ในรีสอร์ทระดับ 4 ดาว โดยเน้นปรัชญาในการดูแลผู้สูงอายุ 3 ด้านคือ **Culture of care, Freedom of choices** และ **Living with dignity** มีการดูแลโดยพยาบาลประจำ กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวอเมริกัน และสแกนดิเนเวีย

ในด้านการดูแล มีการจัดพยาบาลวิชาชีพและผู้ดูแลเฉพาะทางสำหรับผู้สูงอายุที่ผ่านการอบรมอย่างน้อย 1 ปี คอยดูแลตลอด 24 ชั่วโมง ให้ความสำคัญกับการดูแลที่จำเป็นทุกระดับ แต่ยังคงให้ความสำคัญอิสระแก่ผู้มาพัก โดย สามารถให้มีผู้ดูแลส่วนตัวหรือญาติมาอยู่ด้วย นอกจากนี้ยังให้บริการดูแลผู้สูงอายุที่มีภาวะสมองเสื่อม โดยมีอาคารสถานที่ดูแลโรคสมองเสื่อมในตัวแบบบุติค มีผู้ดูแลประจำตลอด 24 ชั่วโมง โดยผู้ดูแลจะอยู่ในบริเวณใกล้เคียง ก่อนเข้าพักจะมีการประเมินระดับของการดูแลที่จำเป็นและวางแผนให้ตรงกับอาการ นโยบายของการดูแลจะส่งเสริมให้ผู้ป่วยยังคงเชื่อมต่อกับโลกภายนอก และทำกิจกรรมสันทนาการที่ช่วยรักษาสมองจิตใจให้แข็งแรง ปัจจุบันมีผู้เข้าพักทั้งหมด 28 ราย โดยคิดค่าบริการเดือนละ 50,500 บาท โดยเกณฑ์ในการรับผู้เข้าพักจะต้องไม่มีความผิดปกติทางจิตประสาทและอารมณ์ (Mental Disorder) และภาวะการติดสุราเรื้อรัง

อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

1. การจดทะเบียนประเภทธุรกิจในประเทศไทย ยังไม่มีการแบ่งประเภทสำหรับ Care facility โดยเฉพาะ (ปัจจุบันกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทย แบ่งได้ออกเป็น 5 รูปแบบ คือ 1) บ้านพักคนชรา หรือ Residential Home 2) สถานบริการช่วยเหลือในการดำรงชีวิต หรือ Assisted Living 3) สถานบริบาล หรือ Nursing Home 4) สถานดูแลระยะยาวในโรงพยาบาล หรือ Long-term Care Hospital และ 5) สถานดูแลระยะสุดท้าย หรือ Hospice Care) ทำให้การกำหนดมาตรฐานของสถานดูแลผู้สูงอายุในลักษณะนี้ยังไม่ชัดเจน
2. กฎหมายไทยไม่อนุญาตให้แพทย์เข้าทำการรักษา หรือเข้ามาตรวจเยี่ยมประจำในสถานดูแลผู้สูงอายุในลักษณะแคร่ รีสอร์ท ได้
3. การขอวีซ่าพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติยังทำได้ยาก

7.3.3 จังหวัดชลบุรี

สรุปผลการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นในการดำเนินงาน เพื่อรองรับการปรับตัวของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย ณ จังหวัดชลบุรี วันที่ 7 สิงหาคม 2563

ภาพรวมเกี่ยวกับสังคมสูงวัยและเศรษฐกิจสูงวัยในภูมิภาค

ชลบุรีเป็นจังหวัดที่มีผลิตภัณฑ์รายจังหวัดต่อหัวมากเป็นอันดับที่ 2 หรือ 581,475 บาท ต่อคน ต่อปี ในปี พ.ศ. 2560 มีกำลังแรงงานรวมมากเป็นอันดับที่ 3 หรือ 1,054,196 คน ในปี พ.ศ. 2562 และมีจำนวนสถานประกอบการมากเป็นอันดับที่ 4 หรือ 65,806 แห่ง ในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพทางและความพร้อมทางเศรษฐกิจของชลบุรี แม้ว่าจำนวนผู้สูงอายุในชลบุรีจะอยู่ในอันดับที่ 15 ของประเทศ แต่ศักยภาพทางเศรษฐกิจของชลบุรีแสดงให้เห็นถึงโอกาสของเศรษฐกิจสูงวัยในพื้นที่ชลบุรี โดยสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุในชลบุรีจึงมุ่งเน้นที่กลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะ ซึ่งพิจารณาได้จากตั้งอยู่ของโรงพยาบาลเอกชน สถานบริการและศูนย์สุขภาพสำหรับผู้สูงอายุซึ่งเป็นกิจการเอกชน รวมถึงอสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุและที่พักอาศัยแบบเช่ารายเดือน รวมถึงชลบุรียังมีศักยภาพด้านผู้สูงอายุตั้งที่เป็นสถานที่ตั้งของศูนย์การเรียนรู้และฝึกอบรม ด้านผู้สูงอายุ ของกรมกิจการผู้สูงอายุ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ นอกจากนี้ ชลบุรียังเป็นที่ตั้งของเมืองอัจฉริยะ (Smart City) ที่ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุในพื้นที่เทศบาลตำบลแสนสุข อำเภอเมืองชลบุรี โดยการประยุกต์เทคโนโลยีกับบริบทชุมชน เช่น การติดตั้งรีโมตคอนโทรลสำหรับควบคุมการเปิดปิดอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน และติดตั้งปุ่มฉุกเฉิน พร้อมทั้งแจกจ่ายอุปกรณ์อัจฉริยะให้กับผู้สูงอายุในชุมชน รวมถึงการบูรณาการระหว่างเทคโนโลยี และบุคลากรของเทศบาล และอาสาสมัครในชุมชนในการดูแลผู้สูงอายุ

1. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา (เขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษการแพทย์ครบวงจร-EECmd)

แนวคิดในการพัฒนามหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา ให้เป็นศูนย์กลางนวัตกรรมและบริการทางการแพทย์ครบวงจรในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เริ่มขึ้นหลังจากรัฐบาลประกาศให้พื้นที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา ต.โป่ง อ.บางละมุง จ.ชลบุรี 566 ไร่ เป็นเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษเพื่อกิจการพิเศษสำหรับกิจการการแพทย์ครบวงจร (EECmd) โดยมีแผนสร้าง รพ.มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา เพื่อรองรับขยายตัวทางเศรษฐกิจ การ

ลงทุน และการท่องเที่ยวใน EEC รวมถึงความต้องการของประชากรสูงวัยในสังคมกว่า 14 ล้านคน ซึ่งการออกแบบธุรกิจในพื้นที่ของธรรมชาติ ศูนย์พักพิงจะเน้น **กลุ่มที่ยังสามารถใช้ชีวิตได้อย่างอิสระ** ต้องการบริการเสริมสร้างร่างกายที่แข็งแรง สุขภาพจิตที่เข้มแข็ง และสังคมที่ดี

สำหรับผู้สูงอายุกลุ่มที่อยู่ในภาวะพึ่งพิง แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1. กลุ่มที่มีอาการสมองเสื่อม เป็นกลุ่มที่ดูแลยากที่สุด ต้องใช้ผู้ดูแลประจำตัว ปัจจุบันมีธุรกิจที่สนใจความต้องการของกลุ่มสูงวัยเหล่านี้ เช่น การออกแบบบ้านลักษณะเฉพาะสำหรับผู้ป่วยอาการสมองเสื่อม 2. กลุ่มที่มีอาการโรคหลอดเลือดสมอง 3. กลุ่มผู้ป่วยติดเตียง ต้องการบริการจาก Nursing home เพราะการให้ผู้ป่วยเหล่านี้อยู่ที่โรงพยาบาล จะยิ่งเพิ่มการสะสมของเชื้อโรค

การแบ่งบริการด้านการแพทย์และสุขภาพสำหรับผู้สูงวัย อาจพิจารณาแยกตามลักษณะของสถานที่ เช่น Hospital based หรือสถานที่ดูแลผู้สูงวัยที่อยู่ในพื้นที่ของโรงพยาบาล ซึ่งทำให้ผู้สูงวัยหรือครอบครัวมีความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย ตัวอย่างของ Gin-wellbeing ที่มีรูปแบบธุรกิจสร้างที่พักอาศัยเพื่อขาย ได้มีความพยายามสร้างโรงพยาบาลไว้ในพื้นที่ใกล้ๆ นอกจากนั้นยังมี Community-based ในลักษณะ การส่ง Care giver ไปตามบ้านและใช้ Digital Platform ในการเชื่อมต่อและเข้าถึงข้อมูล

แผนการดำเนินงาน

ในระยะที่ 1 จะเป็นการพัฒนาศูนย์การแพทย์และสุขภาพแบบครบวงจร (Medical Hub) ประกอบด้วย วิทยาลัยแพทยศาสตรนานาชาติจุฬาภรณ์ สถาบันวิจัยการแพทย์ขั้นสูง และโรงพยาบาลมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา โดยมีวิสัยทัศน์ 3 ด้าน ประกอบด้วย

- Digital Hospital เชื่อมชุมชนกับโรงพยาบาลผ่าน Digital Platform เช่น การพัฒนาแอปพลิเคชันสำหรับผู้ป่วยเพื่อติดตามอาการ
- Education Hub การเรียนรู้ด้านการแพทย์และบริการสุขภาพออนไลน์ ด้วยอุปกรณ์อัจฉริยะ
- Smart Environment ผ่านความร่วมมือกับการไฟฟ้า และการปะปาในการใช้นวัตกรรมเข้ามาควบคุมการใช้พลังงาน
- Smart community สร้างตัวเลือกในการใช้ชีวิตให้กับผู้สูงวัยผ่าน Digital platform โดยสามารถเลือกที่อยู่บ้านได้ ลดการพึ่งพาโรงพยาบาล

ในระยะต่อไป จะริเริ่มโครงการ Senior Complex เพื่อยกระดับบริการทางสุขภาพของประเทศไทยในพื้นที่เขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) เพื่อตอบสนองต่อการพัฒนาทั้งในเชิงสังคมและสุขภาพ โดยมีเป้าหมายให้การดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว มีสถานพักฟื้นทางร่างกายและจิตใจ รวมถึงโรงพยาบาลอันเกิดจากความร่วมมือของภาครัฐ ภาคเอกชน ชุมชน และครอบครัว นับเป็นสถานบริการทางสุขภาพที่ครอบคลุมพื้นที่ EEC อย่างครบวงจร ทั้งนี้ โครงการ Senior Complex ของมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา จะพัฒนาทั้งในส่วนที่พักอาศัยและคลินิกผู้สูงอายุ เน้นการลงทุนของภาคเอกชนมากกว่าการใช้งบประมาณภาครัฐ นอกจากนี้ ได้มีการลงนามบันทึกความร่วมมือ (MOU) ระหว่างมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ กับธนาคารอาคารสงเคราะห์ (ธอส.) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และให้สินเชื่อแก่โครงการ โดย ธอส. จะสนับสนุนโครงการ ศูนย์กลางพัฒนาสุขภาพพลามัยผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา แบ่งเป็นการให้สินเชื่อสำหรับผู้กู้รายย่อย (Post Finance) และสินเชื่อเพื่อพัฒนาโครงการ (Pre Finance)

จุดแข็งด้านภูมิศาสตร์ของธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา

โดย EECmd ถือว่าเป็น Strategic Location เพราะตั้งอยู่บนพื้นที่ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อด้านการคมนาคมขนส่งในพื้นที่ เป็นจุดยุทธศาสตร์เชื่อมต่อการท่องเที่ยวเพราะห่างจากเมืองพัทยาเพียง 15 กิโลเมตร พื้นที่โดยรอบติดกับสนามกีฬา พื้นที่เดินเขา สามารถสร้าง Lifestyle ให้กับกลุ่มผู้สูงอายุที่ยังสามารถใช้ชีวิตได้อย่างอิสระ นอกจากนี้ พื้นที่ EEC ในปัจจุบันยังคงมีโรงพยาบาลของรัฐบาลอยู่น้อย โดยส่วนใหญ่เป็นโรงพยาบาลเอกชน ซึ่งหากโครงการ EEC เดินหน้าเต็มที่ จะมีแรงงานอีกกว่า 1 ล้านคนเข้ามาในพื้นที่นี้ ส่งผลให้ความต้องการทางการแพทย์และบริการทางการแพทย์เพิ่มขึ้น

นโยบายด้านการดูแลผู้สูงอายุของประเทศญี่ปุ่น

ญี่ปุ่นเป็นต้นแบบด้านนโยบายของการรับมือกับสังคมสูงวัย โดยกระทรวงแรงงานมีนโยบายกำหนดอายุเกษียณที่ 65 ปี นอกจากนี้ ยังมีการให้เงินอุดหนุนสูงถึงร้อยละ 70 ในด้านที่พักและการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งต่างจากประเทศไทยที่ผู้สูงอายุที่มีฐานะดีเท่านั้นที่จะสามารถเข้าถึงบริการต่างๆ ได้ และธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัยต้องเติบโตด้วยตนเอง นอกจากนี้ ญี่ปุ่นยังเน้นการดูแลผู้สูงอายุในลักษณะ Community-based อันเนื่องมาจากจำนวนประชากรสูงวัยที่มีจำนวนมาก ทำให้รัฐไม่สามารถรับภาระค่าใช้จ่ายของการดูแลที่เน้นบริการของโรงพยาบาลได้ รัฐบาลจัดสรรอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันตามเงื่อนไขด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ มีการใช้หุ่นยนต์ในการจัดการกิจกรรมประจำวันของผู้สูงอายุ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

- การเจาะกลุ่มลูกค้าต่างชาติ จะต้องมีการดำเนินนโยบายความร่วมมือเชิงรุกในลักษณะ G2G โดยเฉพาะกับสหรัฐอเมริกา ยุโรป และจีน
- การสำรวจความต้องการของตลาด เนื่องจากธุรกิจบริการสุขภาพในไทยยังคงพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ เนื่องจากภาคการผลิตยังไม่สามารถประเมินตัวเลขด้าน Demand ได้อย่างแน่ชัด
- การทบทวนด้านกฎหมายเพื่ออำนวยความสะดวกในการขอใบอนุญาตการสร้างสถานที่ในลักษณะ Senior living ซึ่งปัจจุบันกระทรวงพาณิชย์มีอำนาจในการออกใบอนุญาตสำหรับการดำเนินธุรกิจ 2 ปี หากต้องการขออนุญาตในระยะยาว จะต้องให้พิจารณาโดยสภาวิชาชีพบัญชี
- การเจาะกลุ่มลูกค้าชาวยุโรป จำเป็นที่จะต้องได้มาตรฐานตาม European standard ทำให้ต้นทุนในการก่อสร้างสูง จำเป็นที่จะต้องผลักดันให้เกิดการร่วมลงทุนกับต่างชาติ

2. แอทกรีน

แอทกรีน ดำเนินธุรกิจอสังหาริมทรัพย์โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้สูงวัย การสร้างที่พักอาศัยที่มาพร้อมกับไลฟ์สไตล์หลังวัยเกษียณ ที่รักษารมชาติ เข้าใจศิลปะ และห่วงใยสุขภาพ รูปแบบธุรกิจเป็นการขายที่ดินจัดสรรและสร้างบ้านตามความต้องการของลูกค้า โดยจะต้องเป็นบ้าน 1 ชั้น และออกแบบให้เหมาะสมตามหลัก Universal design กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยใกล้เกษียณที่มีกำลังซื้อ

ประเด็นท้าทายของการเติบโตของการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เพื่อรองรับสังคมสูงอายุ คือ ทักษะคน และค่านิยมของคนไทย ที่ยังไม่ยอมรับการปล่อยให้พ่อแม่ไปอยู่สถานที่ดูแลผู้สูงอายุ แอทกรีน จึงได้ปรับตัวอย่างรูปแบบธุรกิจที่พักอาศัยเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัย การออกแบบอสังหาริมทรัพย์จำเป็นต้องให้ความสำคัญไม่เฉพาะด้านกายภาพ แต่จะต้องเน้นด้านความปลอดภัย ความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต โดยโครงการตั้งอยู่ใกล้ศูนย์เทพรัตน์การ์ตูน ซึ่งเป็นศูนย์ส่งเสริมและฟื้นฟูสุขภาพของผู้สูงวัยแบบครบวงจร แต่ยังคงเน้นกิจกรรมที่สร้างคุณค่าทางจิตใจที่จะทำให้ผู้สูงอายุและลูกหลานได้ใช้เวลาร่วมกัน ด้วยทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ เช่น สวนสัตว์เปิดเขาเขียว สนามกอล์ฟเขาเขียว

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่เจาะตลาดผู้สูงวัย ควรเน้นแนวคิดการผสมผสาน (Hybrid) ของรูปแบบการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์เฉพาะผู้สูงอายุ กับแนวคิดการพัฒนาที่อยู่อาศัยโดยทั่วไป เพื่อเป็นทางเลือกที่จะช่วยให้สามารถรองรับความต้องการของคน 3 วัย ทั้งพ่อแม่วัยทำงาน เด็ก และคนสูงวัย ไว้ในที่เดียวกันอย่างลงตัว

7.4 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
วันอังคารที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร

ช่วงเปิดการประชุม

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ กล่าวว่า การเข้าสู่สังคมสูงวัยไม่ได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างประชากรเท่านั้น แต่ยังส่งผลกระทบต่อปัจจัยการผลิตและแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เป็นโอกาสในการสร้างอาชีพ สร้างธุรกิจการดูแลผู้สูงวัย จากความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์โควิดที่ผ่านมา นั้น ตอกย้ำว่าประเทศไทยมีศักยภาพในด้านสุขภาพและบริการด้านสุขภาพ ซึ่งเราสามารถต่อยอดจุดแข็งดังกล่าวกับกลุ่มผู้ใช้บริการชาวต่างชาติได้ นอกจากนี้ ประเด็นด้านความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) และประสิทธิภาพด้านการเกษตรยังเป็นอีกหนึ่งจุดแข็งที่สำคัญในการพัฒนาไปสู่การเป็นฐานผลิตของสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยก็ยังมีประเด็นท้าทายในการเข้าสู่สังคมสูงวัย แรงงานที่กำลังจะลดลงในอนาคตอันใกล้ รวมถึงกฎระเบียบที่อาจจะยังไม่สามารถผสมผสานกับการมาถึงของกระแส Digital Transformation Robotics และ Automation นี่จึงเป็นโจทย์สำคัญของภาครัฐในฐานะผู้กำหนดนโยบาย ที่จะต้องสนับสนุนให้อุตสาหกรรมและบริการที่ส่งเสริมสุขภาพชีวิตของผู้สูงอายุเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพ เพราะเมื่อเราสามารถผสมผสานเศรษฐกิจสูงวัยกับ Wellness Cluster จะได้ Happiness Cluster ซึ่งหมายถึง กินดีอยู่ดี ไร้โรค มีชีวิตที่มีความสุข

นายจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา กรรมการผู้จัดการ บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า สังคมสูงวัยไม่ได้มีเพียงประเด็นเงินออมที่จะใช้เมื่อยามเกษียณ และประเด็น Nursing Home หรือการรักษาพยาบาลเท่านั้น แต่ควรสร้างความตระหนักในเรื่องการป้องกันซึ่งมีความคุ้มค่ากว่าการรักษา และการมีคุณภาพชีวิตที่ดีสม่ำเสมอ ผู้สูงอายุแต่ละคนมี Customer Journey ที่แตกต่างกันในแต่ละช่วงวัย เมื่อเลิกทำงานอาจจะต้องการการมีชีวิตที่อิสระ ได้ใช้เวลาอยู่กับตัวเอง ได้ท่องเที่ยว เมื่อเวลาผ่านไปอาจจะต้องการมีคนเข้ามาช่วยเหลือเรื่อง อาหาร การทำความสะอาด ต้องการคนพาไปพบแพทย์ สุดท้ายก็จะต้องการ Palliative Care ดังนั้นเรื่อง Customer Journey จึงเป็นเรื่องที่สำคัญที่จะช่วยให้เข้าใจความต้องการของผู้บริโภค ตลาดคนสูงวัยยังเป็น Untapped market เพราะการทำสำรวจวิจัยยังมีไม่มากนัก และสังคมไทยยังมีความเชื่อว่าเมื่ออายุมากขึ้นก็จะมีลูกหลานคอยดูแล แต่แนวคิดนี้ในอีก 10 ปีข้างหน้าจะไม่มีอีกแล้ว คนสูงวัยในอนาคตจะต้องดูแลตัวเอง

ประเทศไทยมีความมั่นคงทางอาหารสูง มีทั้งวัตถุดิบประกอบอาหารและสมุนไพรจำนวนมาก แต่ขาดคำแนะนำในการทำ R&D Marketing และ Strategy จึงยังไม่มีการลงทุนเพิ่มมากขึ้น และหากไทยต้องการจะเป็น Medical hub หรือเน้น Wellness และ Long-stay จะต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาสินค้าและบริการ อีกข้อสังเกตคือผลิตภัณฑ์สำหรับคนสูงวัยมักเน้นผลิตภัณฑ์ประเภทที่อยู่อาศัย แต่การออกแบบที่อยู่อาศัยยังไม่ได้ถูกออกแบบให้ตอบโจทย์ผู้สูงอายุ

ในอนาคตคนสูงวัยต้องใช้เทคโนโลยีมากขึ้น โดยเฉพาะเรื่องการบริหารการเงิน โลกของคนสูงวัยไม่ใช่แค่เรื่องการหยุดทำงานและท่องเที่ยวอย่างเดียวอีกต่อไป การเรียนรู้ของผู้สูงอายุไม่จำเป็นต้องหยุดลงเมื่อเกษียณอายุ หากแต่เป็นการ Lifelong Learning ที่สามารถเรียนรู้ได้ตลอดเวลา ในอนาคตจึงอาจเกิดหลักสูตรให้ผู้สูงวัยได้เลือกตามความสนใจมากขึ้น Internet of Things (IoT) ยังเป็นโจทย์ของการพัฒนา คือต้องทำให้เทคโนโลยีช่วยให้ผู้สูงวัยมีชีวิตที่ดีขึ้นโดยไม่รู้สึกว่าเป็นเรื่องยากที่จะเข้าถึง

ช่วงการบรรยายและกิจกรรมระดมสมอง

ลักษณะผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุ เป็นประชากรที่มีอำนาจต่อรองในการซื้อ มีกำลังซื้อ เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงาน สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ

- ผู้สูงวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) • กลุ่มที่มีผู้สูงอายุปริมาณสูงสุด 56% ของจำนวนทั้งหมด ในอีก 10 ปีข้างหน้า หรือ ราว 4.6 ล้านคน ที่ยังทำงานได้ สนใจสุขภาพ มักลงทุนกับเรื่องสุขภาพ เน้นทานอาหารเสริม มองหาผลิตภัณฑ์ชะลอวัย

- ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) มีปริมาณรองลงมา ราว 2.5 ล้านคน ต้องการพักผ่อน บางคนมีโรคประจำตัวที่ต้องระวัง ต้องการเรียนรู้โซเชียลมีเดีย อุปกรณ์ไอที โรงเรียนสอนการใช้อินเทอร์เน็ต สนใจธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบ Slow Life
- ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปี ขึ้นไป) เป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพิงผู้ดูแล มีจำนวนราว 1 ล้านคน สนใจธุรกิจเกี่ยวกับการดูแล Nursing Home

การเข้าใจคุณลักษณะของลูกค้า (Customer Persona) และการเดินทางของผู้บริโภค (Customer Journey) ช่วยให้สามารถวางแผนกลยุทธ์ได้ง่าย จำเป็นต้องทำความเข้าใจลูกค้าให้มากขึ้น ในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นอาชีพ อายุ ทัศนคติ ความกังวลของลูกค้า สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นผ่านการใช้กลยุทธ์การโฆษณาของ กลุ่มเป้าหมายต้องสอดคล้องกับ Customer ใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม เพิ่มยอดขายสินค้าและบริการได้

ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปสำหรับผู้สูงอายุ BlenDeeQuik บริษัท กินอยู่ดี จำกัด

Stakeholder Map

- ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของผลิตภัณฑ์ BlenDeeQuik สามารถจำแนกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่
- กลุ่มผู้บริโภค เช่น ผู้สูงอายุ ผู้ป่วย ผู้มีปัญหการกลืน ผู้พิการ และผู้ประกันสังคม
 - กลุ่มธุรกิจที่จัดหาอาหารแปรรูปให้แก่ผู้บริโภค เช่น โรงพยาบาล Nursing Home
 - ผู้ดูแลผู้ป่วย/ผู้บริโภค เช่น ญาติ พยาบาลรับจ้าง
 - แหล่ง/ผู้จำหน่ายสินค้า เช่น ร้านขายยา ร้านอาหารสุขภาพ ซุปเปอร์มาร์เก็ต ตัวแทนจำหน่ายสินค้า

Persona Map

สมาชิกกลุ่มได้กำหนดรูปแบบ Customer Journey เป็นรูปแบบของธุรกิจ-ธุรกิจ (B2B) และได้กำหนด Persona ของผู้ซื้อว่าเป็นผู้จัดซื้อใน Nursing Home ซึ่งมีคุณลักษณะ ดังนี้

- คุณลักษณะของผู้จัดซื้อ คือ เป็นบุคคลที่มีอายุมากกว่า 30 ปี จบการศึกษาในสาขาวิทยาศาสตร์อาหาร มีอุปนิสัยชอบค้นคว้าข้อมูลจากสื่อออนไลน์ ชอบต่อรอง มีระเบียบสูง ตัดสินใจโดยเปรียบเทียบกับตัวเลือกอื่นๆ เพื่อความคุ้มค่าในการซื้อ ใส่ใจในรายละเอียด ชอบให้ผู้เกี่ยวข้อง ชมเชย แต่มีข้อควรระวังในเรื่องการยืนยันดีต่อการตัดสินใจหรือการรับค่านายหน้า

- คุณลักษณะของ Nursing Home ที่ผู้จัดซื้อรับผิดชอบ คือ เป็นสถานดูแลผู้สูงอายุขนาดกลาง ซึ่งมีจำนวนเตียง 30-50 เตียง ตั้งอยู่ในพื้นที่ชานเมืองในภาคเหนือ โดยกลุ่มลูกค้าเป็นผู้มีฐานะระดับกลาง-สูง

Empathy Map

ผู้จัดซื้อใน Nursing Home ความคิด การพูด การกระทำ และความรู้สึก ต่อการซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ดังนี้

- Think - ผู้จัดซื้อจะคิดถึงรายละเอียดของสินค้าในเชิงเปรียบเทียบ เช่น ข้อดี ข้อเสีย ระยะเวลาในการเก็บรักษา รวมถึงข้อกังวลในเรื่องความรับผิดชอบหากเกิดสินค้าเกิดผลกระทบต่อผู้บริโภค รวมถึงประสิทธิภาพของสินค้าว่าดีจริงหรือไม่ เนื่องจากไม่พบในโฆษณาของสื่อกระแสหลัก
- Say - ผู้จัดซื้อจะถามรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าจากผู้ขาย ทั้งในแง่ของคุณภาพสินค้า เช่น สินค้านี้ช่วยอำนวยความสะดวกอย่างไร คุณภาพดีกว่ายี่ห้ออื่นหรือไม่ สินค้าดีจริงหรือไม่ และในแง่ของการต่อราคา เช่น ของแถม ใบนเสนอราคา สินค้าตัวอย่าง
- Do – ผู้จัดซื้อจะค้นคว้าหาข้อมูลเพิ่มเติม เกี่ยวกับสินค้านี้หรืออื่นๆ ระยะเวลาของเครดิตราคาสินค้าหากซื้อผ่านช่องทางอื่น รวมถึงความคิดเห็นจากผู้บริโภค และขอหลักฐานเพิ่มเติมเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าจากผู้ขาย เช่น เอกสารรับรอง เอกสาร COA และข้อมูลสำคัญอื่นๆ
- Feel – ผู้จัดซื้อจะมีความรู้สึกทั้งในแง่บวก เช่น เชื่อมมั่นในสินค้า และประทับใจในบริการ และอาจมีความรู้สึกที่ยังไม่สนับสนุนการซื้อผลิตภัณฑ์นี้ เช่น ความจำเป็น หรือความกังวลต่อคุณภาพสินค้า

Scenario Map

ผู้จัดซื้อใน Nursing Home จะมีกระบวนการจัดซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป ในขั้นตอน ดังนี้

- ผู้จัดซื้อจะเริ่มจากการมีความสนใจในสินค้า จึงหาข้อมูลจากช่องทางต่างๆ โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ เช่น Google, Pantip, Facebook, Website ของผลิตภัณฑ์ รวมถึง Call Center ของบริษัท โดยผู้จัดซื้อจะได้รับประสบการณ์ที่ดีหากสามารถหาข้อมูลได้ง่าย และ Call Center ติดต่อดี

- ผู้จัดซื้อจึงศึกษาข้อมูลสินค้าและบริการ เช่น รายละเอียดของสินค้าและบริการต่างๆ ความประทับใจหรือไม่ประทับใจจากผู้เคยใช้บริการ ปัญหาในการบริโภค เพื่อนำข้อมูลไปอธิบายเหตุผลในที่ประชุม โดยผู้จัดซื้อจะได้รับประสบการณ์ที่ดี หากมีการอธิบายสรรพคุณที่ชัดเจน
- ผู้จัดซื้อสินค้าจะนัดพบพูดคุยกับผู้แทนจากบริษัท เพื่อสอบถามเกี่ยวกับรายละเอียด เช่น การคืนสินค้า คุณภาพสินค้า และขอสินค้าตัวอย่างไปทดลองกับผู้สูงอายุ โดยผู้จัดซื้อจะได้รับประสบการณ์ที่ดีหากมีตัวอย่างสินค้าให้ทดลองบริโภค สามารถต่อราคาได้ บริการดี และรวดเร็ว
- ผู้จัดซื้อทำการสั่งซื้อสินค้า โดยเริ่มจากการตรวจสอบสินค้าคงคลัง และพิจารณาว่าหากการทดลองสินค้าในกลุ่มผู้สูงอายุมีผลลัพธ์ที่น่าประทับใจ จึงทำการสั่งซื้อและชำระเงิน และจะสั่งซื้อซ้ำในปริมาณมากหากผู้สูงอายุมีความพึงพอใจ เนื่องจากบริโภคได้อย่างสะดวก เก็บได้นาน มีความปลอดภัย และส่งผลดีต่อสุขภาพของผู้สูงอายุ ผู้จัดซื้ออาจติดต่อเพื่อต่อรอรราคาในกรณีที่ซื้อในปริมาณมาก โดยผู้จัดซื้อจะได้รับประสบการณ์ที่ดีหากได้รับบริการที่ดี รวดเร็ว มีการจัดส่งที่ดี และสินค้ามีคุณภาพ สะดวก และปลอดภัยต่อผู้สูงอายุ

กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารออร์แกนิก Veget & Herb

เป็นสินค้าที่เป็นผักและสมุนไพรจากคนไทยสู่คนไทย โดยมุ่งเน้นให้เป็นอาหารที่มีสรรพคุณแทนยาได้ เนื่องจากเป็นอาหารที่ทำมาจากสมุนไพรและผัก อาจทำเป็นสมุนไพร/ผักอบแห้งหรือผลิตในลักษณะเม็ด ผู้บริโภคสามารถบริโภคผักและสมุนไพรได้พร้อมกันในวันเดียวตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคแต่ละคน เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับสารอาหารและสรรพคุณทางยาเหมาะสมกับร่างกายและสุขภาพ

Stakeholder Map

ผู้มีโรคประจำตัว ผู้สูงอายุ (50-70 ปี) กลุ่มลูกค้าคนไทยและชาวต่างชาติทั้งในและต่างประเทศ

Persona Map

คุณแพนกวินอายุ 60-69 ปี เป็นคนใส่ใจสุขภาพ สนใจอาหาร organic อยากมีสุขภาพดี มีความรู้และความสามารถในการเล่น social media เป็นอย่างดี พักอาศัยร่วมกับลูกหลาน สามารถจ่ายค่า member 1,500 บาท/เดือนได้

Empathy Map

<p><u>Think</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ใส่ใจสุขภาพ อยากมีสุขภาพดี สนใจอาหาร organic ไม่อยากจะเข้าโรงพยาบาล ไม่อยากทานยาเยอะ 	<p><u>Say</u></p> <ul style="list-style-type: none"> สามารถเลือกได้ว่าจะใช้จ่ายยังไงระหว่างยากับอาหาร ลูกหลานแนะนำ เพื่อนญาติแนะนำ อยากทานอาหารดีๆ แทนยา
<p><u>Do</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบสุขภาพสม่ำเสมอ ใช้ Social media แสวงหาอาหารที่ให้สุขภาพดี 	<p><u>Feel</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ไม่ยากเป็นภาระลูกหลาน การใช้จ่ายคุ้มค้ำกับคุณภาพชีวิตที่ได้เพิ่มขึ้นมาใหม่

Scenario map

เน้นการขายสินค้าออนไลน์ ไม่มีหน้าร้าน ผู้ซื้อวางคำสั่งซื้อก่อน แล้วจะผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าแต่ละคนโดยเฉพาะ

Penguin สนใจผัก organic สนใจอาหารที่ดี	ศึกษาข้อมูล	พิจารณาคูณภาพและราคา	ซื้อ
<ul style="list-style-type: none"> เข้ากลุ่มสุขภาพเพื่อหาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการ ปรึกษาแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ 	<ul style="list-style-type: none"> หาข้อมูลสินค้าผ่าน Website และ Application มีการจัดทำ App เพื่อรวบรวมข้อมูลผู้บริโภค ผู้ป่วยพบแพทย์ผู้เชี่ยวชาญแนะนำเรื่อง App ผู้ซื้อกรอกข้อมูลลงเพื่อเก็บข้อมูลให้ 	<ul style="list-style-type: none"> ตรวจสอบความน่าเชื่อถือจาก Comment ตรวจสอบราคาสินค้าและคุณภาพสินค้า ตรวจสอบแหล่งผลิต ปรึกษาแพทย์/ผู้เชี่ยวชาญ 	<ul style="list-style-type: none"> สั่ง online Fast delivery จ่ายผ่าน QR หรือ Debit/Credit card สมัครสมาชิก เดือนเพื่อทำเป็นคอร์ส ชีวิตผลการใช้จากการตรวจสอบสุขภาพ/กิจกรรมประจำวันทีกลับมาเป็นปกติมากขึ้น เช่น หลับ

Penguin สนใจผัก organic สนใจอาหารที่ดี	ศึกษาข้อมูล	พิจารณาคุณภาพและ ราคา	ซื้อ
	สามารถผลิตสินค้า ได้ที่ตอบสนอง ความต้องการ		สนิทมากขึ้น เป็น ต้น
— App เข้าถึงง่าย/ใช้ งานง่าย	— ได้รับความไว้วางใจ จากแพทย์ — ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้า ได้เฉพาะรายคน	— ได้รับการการันตี จากแพทย์ Influencer	— สินค้ารองรับความ ต้องการอย่าง เพียงพอ — สั่งง่าย สั่งเร็ว ปลอดภัยในการ ชำระเงิน

ผลิตภัณฑ์ Wellness Robot

Mali-1 เป็นหุ่นยนต์ผู้ช่วยสุขภาพส่วนบุคคลประจำครอบครัว แบบ Customized ประกอบด้วย CCTV, Motion Detect, GPS location โดยจะบริการทางสุขภาพและการแพทย์ สำหรับคนไทยและคนเอเชีย ช่วงอายุ 60-69 ปีเป็นหลัก และช่วงอายุ 70-79 ปี

Stakeholders Map

B2G	B2B	B2C	Service
— กระทรวงสาธารณสุข	— โรงพยาบาลเอกชน	— ญาติของผู้สูงอายุ	— โปรแกรมเมอร์
— กระทรวงการพัฒนา สังคมฯ	— คลินิก	— ผู้สูงอายุ	— Tele-medicine
— โรงพยาบาลรัฐ	— Wellness Center	— ลูกหลาน	— ช่าง Services
	— Nursing Home		— Dealer Distributor
	— หมู่บ้านจัดสรร		— โรงงานผลิต
			— SOS ระบบฉุกเฉิน

Persona Map

ชื่อ คุณยายสมนึก อายุ 72 ปี เกษียณ/หม้าย โรคประจำตัว ความดัน เบาหวาน กระดูก
เสื่อม และอัลไซเมอร์ อาศัยอยู่ในคอนโดในกรุงเทพฯ ที่ลูกซื้อให้ ช่วงกลางวันต้องอยู่คนเดียว เป็น
คนขี้เหงา ขี้ลืม ใจดี ชอบฟังเพลงเก่า ชอบทำอาหาร สนใจสิ่งแปลกใหม่ ชอบเดินลีลาศ

Empathy Map

Think <ul style="list-style-type: none"> — จะไม่มีใครดูแลตอนกลางวัน กลัวเป็นภาระของลูก — เหงา คิดถึงลูก อยากให้มีเพื่อนอยู่ด้วย-พูดคุย — คิดถึงเพื่อน คิดถึงความสนุกสนาน อยากจัดปาร์ตี้กับเพื่อน — อยากไปเที่ยว — อยากให้สุขภาพดีไม่ปวดขาหลัง — กินอ่อม นอนหลับ 	Say <ul style="list-style-type: none"> — อยากให้พาไปท่องเที่ยว พบปะเพื่อน อ่านหนังสือ ร้องเพลง — ไม่เป็นอะไรแม่ดูแลตัวเองได้ อยากช่วยเหลือตัวเอง — ลูกไม่ค่อยมีเวลาคุยด้วย ต้องการให้คนมาทักทายพูดคุยด้วย เหงาอยากได้เพื่อน — ขี้ลืมต้องเตือน รู้สึกไม่ปลอดภัย อยากได้ระบบฉุกเฉิน
Do <ul style="list-style-type: none"> — ปลูกต้นไม้ รดน้ำต้นไม้ — ทำอาหารทานเอง ทำความสะอาดบ้าน — ร้องเพลง เต้นลีลาศ — สวดมนต์ไหว้พระ — นอน 	Feel <ul style="list-style-type: none"> — กลัวเป็นภาระลูกหลาน อยากทำตัวเองให้เป็นประโยชน์ — เหงา โดดเดี่ยว อยากมีเพื่อนพูดคุย อยากปาร์ตี้กับเพื่อน

Scenario Map

สนใจอยากได้	ปรึกษาคนในครอบครัว	พิจารณาประโยชน์และความคุ้มค่า	ตัดสินใจซื้อ
<ul style="list-style-type: none"> — ได้ยินโฆษณาจากวิทยุ — ฟังเพื่อนๆคุยกัน — เพื่อนแนะนำ 	<ul style="list-style-type: none"> — ถามลูกหลาน ให้ช่วยค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ — สนใจดูโฆษณา — ถามเพื่อน — รู้จากเพื่อนบ้าน 	<ul style="list-style-type: none"> — ให้ลูกหาข้อมูลให้ — ฟังจากรายการโทรทัศน์ — สินค้ามีประโยชน์ในการดูแลสุขภาพ — เตือนให้ทำกิจกรรมต่างๆ ดูแลด้านอาหาร — บริการหลังการขาย — เปรียบเทียบกับการจ้างคนดูแล 	<ul style="list-style-type: none"> — ลูกตัดสินใจซื้อตามความต้องการของแม่ — สั่งซื้อและมีบริการหลังการขาย — ราคาจับต้องได้ ไม่สูงต่ำเกินไป — พิจารณาคูณภาพและราคา โดยคุณภาพจะต้องดีกว่าจ้างคนมาดูแล เนื่องจาก จ่ายเพียงครั้งเดียว

ผลิตภัณฑ์ฟันปลอมสำหรับผู้สูงอายุ ในช่วงอายุ 70-80 ปี

Stakeholder Map

- โรงพยาบาลรัฐและเอกชน ฝ่ายจัดซื้อหรือผู้ดูแลการนำเข้าเครื่องมือ
- คลินิกทันตกรรม คณะทันตกรรมของมหาวิทยาลัยต่าง ๆ โรงเรียนแพทย์ Nursing Home
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ โรงพยาบาลสาธารณสุขตามตำบล
- ตลาดส่งออกในแถบประเทศเพื่อนบ้าน CLMV

Persona Map

กลุ่มผู้สูงวัย 70-80 ปี ที่มีปัญหาเรื่องการบดเคี้ยว มองหาผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีสารที่เป็นอันตรายต่อเนื้อเยื่อในช่องปาก สีและความคงทนเหมือนของจริง

Empathy Map

Think	Say
<ul style="list-style-type: none"> - วัสดุมีมาตรฐานสากล ได้รับการรับรอง (ISO 3485, ISO9001) - หล่อฟันได้รวดเร็วได้มาตรฐาน เป็นนวัตกรรมใหม่ - ราคาเหมาะสม ใช้เวลานั่งลง - สะดวกในการพกพา - อายุการใช้งานมากกว่า 10 ปีขึ้นไป 	<ul style="list-style-type: none"> ● B2B <ul style="list-style-type: none"> - แบรินต์นำเชื่อถือได้รับความนิยมน - มีโปรโมชั่นให้ลูกค้าที่ซื้อ - มีวัตถุดิบเพียงพอการสั่งซื้อ - มีการรับประกันสินค้าให้กับลูกค้า ● B2C <ul style="list-style-type: none"> - ใส่สะดวกเป็นธรรมชาติ - อายุการใช้งานคงทนไม่ถูกกัดกร่อน - ใส่แล้วพูดและยิ้มได้อย่างมั่นใจ - ปลอดภัย วัสดุมีความคงทนไม่หลุดลอก - ใส่แล้วทำความสะอาดหลังมื้ออาหารได้ง่ายไม่ต้องถอด - ทนต่อน้ำยาในการทำความสะอาดฟันปลอม

Do	Feel
<ul style="list-style-type: none"> — สีฟันปลอมเหมือนธรรมชาติแบบฟันจริง — มีวัสดุที่คงทนไม่แตกเปราะง่าย — ขึ้นรูปง่าย วัสดุไม่แข็งหรืออ่อนเกินไป 	<ul style="list-style-type: none"> — ขาเกี่ยวฟันไม่หลวมหลุดง่ายเมื่อเคี้ยวอาหาร — กลิ่น สี รสเป็นธรรมชาติ — การเก็บรักษาาง่าย ทำความสะอาดง่าย — เมื่อถอดฟันปลอมออกไปไม่จำเป็นต้องแช่น้ำ — เมื่อเคี้ยวไม่ทำให้ฟันปลอมหลุดลงจานอาหาร — เวลาบดเคี้ยวอาหารเหมือนฟันจริง

Scenario Map

สนใจซื้อ	ศึกษาข้อมูล	สั่งซื้อ	ซื้อซ้ำ
<ul style="list-style-type: none"> — เซลล์เข้าไปติดต่อขายให้ข้อมูล — มี Website ให้ความรู้ — Facebook — Line@ — เปรียบเทียบคุณภาพสินค้าเพื่อเลือกซื้อ 	<ul style="list-style-type: none"> — นำเสนอชุดทดลอง — ทดลองการขึ้น Wax — ใบบรับรองมาตรฐาน — มีคำแนะนำ — ข้อมูลครบ — ผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลาย — ประทับใจ — Review สินค้า — คำติชม เสนอแนะจากลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> — สั่งซื้อสินค้าโปรโมชัน — ระยะเวลาจัดส่ง — เครดิตการชำระเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> — ความต่อเนื่องในการติดตาม — ส่วนลดตามยอดสินค้า — การรับประกันสินค้า — มี Review สินค้า

เขียนเขียน วิสาหกิจเพื่อสังคม

เขียนเขียนให้บริการดูแลที่บ้าน (Home care) ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ป่วยโรคมะเร็ง แต่ต้องการรักษาแบบประคับประคอง เพื่อให้พวกเขาได้ใช้ชีวิตอย่างมีความสุขโดยลูกหลานสามารถดูแลตัวเอง ลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาดูแลที่โรงพยาบาล โดยทั่วไปคิดค่าบริการที่ 5,000 บาท ต่อการเข้าเยี่ยมแต่ละครั้ง แต่ไม่เก็บค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาทางการเงิน

Stakeholder Map

- ผู้ให้บริการ เป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่เป็นผู้ป่วยระยะสุดท้าย สมาชิกในครอบครัวที่มองหาการรักษาทางเลือกให้กับญาติ
- ผู้ให้บริการ แพทย์ พยาบาล นักบริบาล นักกายภาพบำบัด ชูริกิจอุปกรณ์ช่วยเหลือผู้ป่วย Nursing Home Hospice Care ที่ปรึกษาด้านกฎหมาย
- ผู้กำหนดนโยบายด้านวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมถึง ตำรวจ นิติเวช (การดูแลไปจนถึงผู้ป่วยเสียชีวิต)

Persona Map

คุณยายเย็นเป็นผู้สูงวัยที่อยู่ในภาวะติดเตียง ป่วยเป็นมะเร็งระยะสุดท้าย รักษาไม่หาย มีปัญหากับการใช้ชีวิตด้วยเงื่อนไขปัญหาทางสุขภาพ ซึ่งมองหาทางเลือกในการใช้ชีวิตเพื่อสามารถใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ

Empathy Map

- Think – อยากอยู่กับครอบครัว กลัวความเจ็บปวด และลังเลระหว่างการรักษาต่อที่โรงพยาบาลหรือกลับมาใช้ชีวิตกับครอบครัวที่บ้าน
- Say - ร้อยละ 93 ของผู้ป่วยพูดว่า ตายไม่กลัว กลัวทรมาณ และร้อยละ 7 กล่าวว่ายังไม่พร้อมตาย
- Do – อยู่อย่างมีความหมาย จากไปอย่างมีความสุข
- Feel – เหงา สิ้นหวัง เครียด กลัว

Scenario Map

- ผู้ป่วยหรือครอบครัวมีความลังเลในการที่จะตัดสินใจรักษาต่อที่โรงพยาบาลหรือกลับมาอยู่บ้านแล้วเลือกใช้การรักษาแบบประคับประคอง
- ผู้ป่วยหรือครอบครัวมองหาบริการให้คำปรึกษาจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ
- ติดต่อกับเพื่อนเย็นได้โดยไม่ต้องมีการส่งตัวจากโรงพยาบาล เพื่อนเย็นจะเข้าไปจัดประชุมครอบครัวเพื่อรับทราบอาการป่วยของผู้ป่วย และความต้องการ ของทุกฝ่าย
- คุณหมอจะวางแผนการดูแลและการเข้าเยี่ยมที่บ้านผู้ป่วย โดยที่คุณหมอจะติดตามอาการและผู้ป่วยหรือครอบครัวสามารถปรึกษาคุณหมอได้ผ่านทาง Line และโทรศัพท์

- บริการให้คำปรึกษาเป็นเรื่องสำคัญ เพราะบางครั้งผู้ป่วยอยากทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ไปเที่ยวต่างประเทศ แต่ครอบครัวอาจไม่แน่ใจว่าร่างกายผู้ป่วยจะรับไหว กรณีนี้ญาติสามารถโทรปรึกษาแพทย์เพื่อการวางแผนได้อย่างไร้กังวล

7.5 การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาคำปรึกษาโครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

ช่วงเปิดการสัมมนา

โดย นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร

สังคมสูงวัยคือโอกาสทางเศรษฐกิจที่สำคัญ ก่อให้เกิดการสร้างอาชีพที่ตามมา และที่สำคัญการเติบโตของเศรษฐกิจสูงวัยจะเป็นรากฐานของการสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนในระยะยาว โครงการนี้จึงเกิดขึ้นมาจากความตั้งใจในการนำเสนอแนวทางการปรับตัวให้กับผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถก้าวทันความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม และสามารถคว้าโอกาสดังกล่าวไว้ได้

เป้าหมายสำคัญของโครงการนี้ คือการสะท้อนให้เห็นภาพธุรกิจและบริการที่กำลังโตขึ้นไปพร้อมๆ กับการสร้างพื้นที่และไลฟ์สไตล์ในการใช้ชีวิตอย่างมีคุณภาพ บริการที่ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงิน รวมถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อช่วยให้ผู้สูงวัยในสังคมไทยได้สามารถใช้ชีวิตอย่างอิสระด้วย ผู้ประกอบการจำเป็นต้องมองภาพใหญ่สร้างความตระหนักรู้ต่อแบรนด์ในด้านคุณภาพของสินค้าไทยจากฐานผู้บริโภคที่มีอยู่ในประเทศ และพยายามตอบสนองกับตลาดในระดับโลก

ช่วงเสวนาหัวข้อ “เศรษฐกิจสูงวัย: โอกาสทางธุรกิจกับการสร้างสังคมที่ยั่งยืน”

ร่วมเสวนาโดย

1. พญ.นาฏ พองสมุทร ผู้บริหารโครงการที่พักผู้สูงอายุสวางคนิเวศ สภาอากาศไทย
2. ศ.นพ.ดร.อิศรางค์ นุชประยูร ผู้อำนวยการ เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม
3. นพ.เก่งพงศ์ ตั้งอรุณสันติ ผู้อำนวยการโรงพยาบาลผู้สูงอายุ Chersery home
4. นายวชิระชัย คุณาวัฒนา Head of Living Solution Business บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย

มีความเป็นไปได้ว่าหลังการระบาดของ Covid19 ประเทศไทยจะปลายทางยอดนิยมของชาวต่างชาติในการเข้ามาใช้ชีวิตหลังเกษียณเพิ่มขึ้น เนื่องจากต่างชาติมองว่าสามารถเข้ามาใช้ชีวิตในประเทศไทยได้อย่างมีคุณภาพ มีความปลอดภัยและค่าครองชีพไม่สูงมาก ในปัจจุบันจึงมีธุรกิจที่เกี่ยวกับที่พักผู้สูงอายุ (Senior living) เกิดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยจะมีการติดตั้งและพัฒนาระบบ Home care ที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุมีการดำเนินชีวิตอย่างอิสระ (Independent living) ได้ง่ายและปลอดภัยจากเหตุการณ์ฉุกเฉิน รวมทั้งยังมีการเก็บข้อมูลของผู้สูงอายุผ่านอุปกรณ์ช่วยเหลือทำให้สามารถเพิ่มการเฝ้าระวังให้ผู้สูงอายุได้โดยไม่จำเป็นต้องมีผู้ดูแลตลอดเวลา ในการทำธุรกิจเกี่ยวกับ Senior living สิ่งที่ควรเพิ่มเติมเข้าไปด้วยนอกจากความปลอดภัยสุขภาพด้านร่างกายคือ การใช้ชีวิตและสุขภาวะด้านจิตใจ

อายุเฉลี่ยของมนุษย์มีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ แต่สิ่งที่ตามมาคือโรคภัยต่างๆ ที่เคยสามารถควบคุมได้ก็จะไม่สามารถควบคุมได้อีก เนื่องจากความเสื่อมทางร่างกาย จึงต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งความต้องการในลักษณะนี้จะมีเพิ่มมากขึ้น ในปัจจุบันนี้ประเทศไทยเองก็มีความต้องการเป็นแสนเตียง อย่างไรก็ตาม ธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุแบ่งเป็นหลายแบบตามความต้องการในการดูแล เช่น ต้องการดูแลแค่ช่วงกลางวัน ช่วงสั้นๆ หรือต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งตลาดนี้มีความต้องการที่สูงมากแต่ธุรกิจยังดำเนินอยู่แค่เริ่มต้นเท่านั้น และความรับรู้ของภาคประชาชนยังไม่สามารถลบล้างค่านิยมเดิมเกี่ยวกับความกตัญญูและการดูแลบุพการีได้ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยได้รับความนิยมนอย่างมากด้านการเป็น Medical hub เพราะมีการบริการที่ดีทันสมัย ทำให้ผู้สูงอายุจากต่างประเทศต้องการเข้ามาใช้บริการที่ประเทศไทยสูงขึ้น โอกาสสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุจึงสามารถเติบโตได้อย่างแน่นอน

ในยุคปัจจุบันความตายเป็นเรื่องที่สามารถวางแผนได้ ผู้สูงอายุสามารถเลือกได้ว่าต้องการการดำเนินชีวิตแบบอิสระผ่านการปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญเพื่อออกแบบการใช้ชีวิตในช่วงสุดท้ายให้เหมาะสมตามเงื่อนไขทางสุขภาพของตน นอกจากการวางแผนจะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุแล้ว ยังสามารถลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและลดจำนวนผู้สูงอายุที่ต้องนอนโรงพยาบาลได้ด้วย ผู้สูงอายุเองไม่ต้องการเป็นภาระลูกหลาน แต่ก็ไม่สามารถไปโรงพยาบาลเองได้ ซึ่งการวางแผนสามารถขจัดปัญหาเหล่านี้ได้ หรืออาจจะพัฒนาจนไปถึงการสร้างบ้านให้เป็นโรงพยาบาลก็สามารถทำได้

บุคคลากรทางการแพทย์และดูแลผู้สูงอายุ เช่น นักโภชนาการ นักกายภาพบำบัด นักจิตวิทยา มีปริมาณไม่เพียงพอและกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ จึงจะต้องนำเอาเครื่องมือเทคโนโลยีเข้ามาช่วย เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงได้มากขึ้น ภาครัฐจึงควรมองหาแนวทางใน

การแก้ไขด้านบุคลากร เช่น การพิจารณาต่างชาติดั้งเดิมที่มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับธุรกิจ ผู้สูงอายุเข้ามา และส่งเสริมการทำธุรกิจสูงอายุให้เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากประเทศไทยมีการจัดการ และมีการบริการด้านสุขภาพได้ดีเยี่ยมอยู่แล้ว จึงควรจะพัฒนาด้านนี้ควบคู่ไปกับการสร้าง เครื่องมือทางการแพทย์ และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในประเทศ เช่น สมุนไพร และยาต่างๆ

สถานการณ์หลังจากโควิด-19 ภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัว ควรดึงแรงงานด้านการ ท่องเที่ยวเข้ามาช่วยในภาคการดูแลสุขภาพผ่านการเพิ่มทักษะ (Upskill) ควบคู่กับการสร้าง เทคโนโลยีขึ้นมาเพื่อช่วยให้แรงงานสามารถทำงานด้านการดูแลสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประเด็นที่น่ากังวลหลังจากวิกฤติดังกล่าว คือจำนวนเงินออมของผู้สูงอายุน้อยมาก แม้ประเทศไทยมค้ำค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพเพียง 6% ของ GDP แต่การฟื้นฟูอย่างต่อเนื่องมีค่าใช้จ่ายที่สูง ในปัจจุบันหากผู้สูงอายุจะใช้ชีวิตอยู่อย่างสบายหลังเกษียณโดยไม่ต้องทำงานคือต้องมีเงินเก็บ ขั้นต่ำประมาณ 7 ล้านบาท ทั้งนี้ อสม. จะเป็นหน่วยงานที่มีบทบาทมากในการช่วยดูแลกลุ่ม ผู้สูงอายุในต่างจังหวัด แต่ปัญหาคือผู้สูงอายุตามเมืองใหญ่ไม่ได้ดำรงชีวิตกันเป็นสังคมในระดับ ชุมชนมากนัก ทำให้การช่วยเหลือพึ่งพาระหว่างกันเกิดขึ้นน้อย

ช่วงการนำเสนอผลการศึกษา โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

โดยคณะผู้วิจัย

1. นายจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา กรรมการผู้จัดการ บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย)
2. รศ.ดร. วิราภรณ์ โพธิศิริ ผู้เชี่ยวชาญด้านประชากรศาสตร์และสังคมสูงวัย
3. นายชานน วุฒิจรรยารักษ์ ผู้จัดการ บริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย)

ฝรั่งเศสใช้เวลากว่า 117 ปี และสวีเดนใช้เวลา 80 ปี ในการเข้าสู่สังคมสูงวัย เพราะฉะนั้น ระบบด้านการคุ้มครองทางสังคม (Social Protection) ต่างๆ ได้มีการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง แต่ ประเทศไทยใช้เวลาเพียง 20 ทำให้โครงข่ายความคุ้มครองทางสังคม (Social Safety Net) ยังไม่ พร้อมเมื่อเทียบกับสังคมสูงวัยในต่างประเทศ การพิจารณาลักษณะของสังคมสูงวัยประกอบด้วย อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด อายุขัยเฉลี่ย การคาดประมาณผู้สูงอายุ และอัตราส่วน ภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุ

ปัจจุบัน Median age ของไทยที่แบ่งประชากรออกเป็น 2 ฝ่าย อยู่ที่ 40 ปี ประเทศไทยมี จำนวนประชากรสูงวัยมากกว่าค่าเฉลี่ยของโลก เนื่องจากตัวเลขของโลกถูกดึงให้ต่ำลงด้วยอายุ ประชากรในพื้นที่ Sub-sahara สัดส่วนผู้สูงอายุของไทยอยู่ที่ร้อยละ 19.20 ในปี 2563 หรือ

ประมาณ 13.40 ล้านคน ตามสถิติของสหประชาชาติ (กลุ่มอายุผู้สูงวัยที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป) ตัวเลขของจำนวนผู้สูงวัย (Absolute number) มีแนวโน้มลดลง แต่สัดส่วนต่อประชากรทั้งหมดมีแนวโน้มมากขึ้น ในทางประชากรศาสตร์สะท้อนให้เห็นว่า ประเทศไทยจะมีอัตราการเติบโตของประชากร (Growth rate) เท่ากับ 0 หรือ อัตราการเกิดเท่ากับอัตราการตาย ซึ่งคาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2568 – 2573 หลังจากนั้น Growth rate ของประชากรไทยจะมีค่าเป็นลบ กล่าวคือมีอัตราการตายมากกว่าเกิด สำหรับคำถามที่ว่าจำนวนประชากรที่เหมาะสมสำหรับความมั่นคงทางเศรษฐกิจควรมีตัวเลขอยู่ที่เท่าใด หนึ่งในทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ระบุว่า เป็นสถานการณ์ที่อัตราการเติบโตของจำนวนประชากร เท่ากับ 0 ซึ่งกำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ และประเทศไทยในช่วงนั้นจะมีประชากรอยู่ที่ 70 ล้านคน และจะลดลงเรื่อย ๆ หลังจากนั้น

ปัจจุบันอัตราการเกิดของไทยอยู่ที่ 1.3 -1.5 ซึ่งค่อนข้างต่ำ และเป็นปัจจัยเร่งให้เข้าสู่สังคมสูงวัย อีกหนึ่งปัจจัยสำคัญคือ ของอายุขัยเฉลี่ย (Longevity) ที่ยาวขึ้น ซึ่งประชากรไทยมีอายุค่าเฉลี่ยแรกเกิดที่ 77.74 เมื่อเทียบกับของโลกอยู่ที่ 73.16 และยังสามารถพิจารณาได้จากอายุค่าเฉลี่ยหลังอายุ 60 ปี ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญในทางเศรษฐกิจ กล่าวคือสะท้อนค่าเฉลี่ยของการมีชีวิตอยู่ต่อหลังจากอายุครบ 60 ปี ซึ่งของไทยอยู่ที่ 23.25 ปี และของโลกอยู่ที่ 21.10 ปี โดยจากการสำรวจพบว่า 1 ใน 5 หรือ 1 ใน 4 ของช่วงชีวิตสุดท้าย ผู้สูงวัยจะอยู่ในภาวะทุพพลภาพ ซึ่งนั่นหมายถึงความต้องการทางด้านบริการที่แตกต่างไป

ตัวเลขด้านภาวะพึ่งพิงของไทยในปัจจุบันพบว่าแรงงาน 1 คนดูแลผู้สูงอายุ 18 คน ซึ่งจะสูงขึ้นไปอีก อันเนื่องมาจากอัตราการเกิดลดลงและส่งผลอัตราการเข้าสู่ตลาดแรงงานก็ย่อมลดลง เชื่อมโยงกับข้อมูลจากพีระมิดประชากรของประเทศในเอเชียแสดงให้เห็นว่า ในอีก 30 ปี ข้างหน้า ประเทศไทยจะมีทิศทางการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุในลักษณะที่คล้ายกับประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ และมีฐานประชากรวัยเด็กที่ค่อนข้างแคบ ซึ่งนั่นหมายถึงจำนวนประชากรที่เข้าสู่ตลาดแรงงานที่ลดลง สถานการณ์ที่น่าสนใจคือ การเปลี่ยนแปลงของลักษณะพีระมิดประชากรของประเทศเพื่อนของไทย เช่น พม่า ที่จะมีฐานประชากรวัยเด็กที่แคบลงเช่นเดียวกัน นับสำคัญที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในอนาคตคือประเด็นด้านแรงงาน เนื่องจากพม่าเป็นแหล่งแรงงานสำคัญของไทย การเพิ่มขึ้นของอัตราส่วนประชากรสูงวัย อาจส่งผลต่อการเคลื่อนย้ายกลับของแรงงานที่ต้องกลับไปดูแลผู้สูงวัย

การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุและทิศทางของภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการจัดสรรทรัพยากรภาครัฐในการจัดสรรสวัสดิการ ภาวะของภาคประชาชนในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางภาษีเพื่อช่วยเหลือกลุ่ม

ผู้สูงอายุ และปัญหาผู้สูงอายุยังรวมถึงเรื่องกำลังแรงงานที่ลดลง แต่ในขณะเดียวกัน สถิติด้านผู้สูงอายุสะท้อนเห็นถึงจุดแข็งของธุรกิจด้านสุขภาพของไทย เช่น การแพทย์และพยาบาล โภชนาการ และทันตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ อันทำให้ผู้สูงอายุไทยมีอายุยืนยาวมากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำคัญที่ธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ จากการศึกษาพบว่าสิ่งที่ผู้สูงวัยต้องการหลักๆ ประกอบด้วย สุขภาพแข็งแรง และการมีอายุยืนยาว ความมั่นคงทางการเงิน การดูแลเอาใจใส่และความเป็นปึกแผ่นของครอบครัว สังคมและไลฟ์สไตล์ และความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต จึงนำมาซึ่ง โอกาสสำคัญของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัยที่โครงการนี้ได้ทำการศึกษา ครอบคลุมธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ ธุรกิจด้านสินค้าอุปโภคบริโภค ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัย ไลฟ์สไตล์ และธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ

ภาพรวมข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ

1. ดำเนินนโยบายเชิงรุกในการสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยประเมินจากความต้องการของตลาด (Demand driven) ผ่านการจับคู่ทางธุรกิจ (Business matching) เพื่อดึงธุรกิจต่างชาติให้เข้ามาลงทุน
2. ทบทวนและปรับปรุงด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในเศรษฐกิจสูงวัย ภาครัฐจำเป็นต้องดำเนินบทบาทในการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบควรมีการทบทวนระเบียบและกติกาดังกล่าวในปัจจุบัน พร้อมทั้งเร่งรัดกระบวนการ รวมถึงควรมีช่องทางลัดสำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม (Sandbox) และพัฒนากระบวนการดำเนินการในปัจจุบันให้มีความคล่องตัวมากขึ้น
3. สนับสนุนการสร้างความตระหนักด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันในสังคม เน้นรณรงค์เรื่องการป้องกันหรือรักษาสุขภาพให้มากกว่าการรักษาพยาบาล ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุมากขึ้น
4. สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ ผ่านการขยายความร่วมมือและสร้างเครือข่ายระหว่างโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐ การจัดตั้งโรงเรียนเพื่อพัฒนาบุคลากรให้สามารถรองรับผู้สูงอายุทั้งในไทยและต่างประเทศ
5. ส่งเสริมองค์ความรู้ในด้านการประกอบธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย ช่วยเหลือในด้านข้อมูลความต้องการของตลาดสูงวัยทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและตรงกับมาตรฐานและความต้องการของตลาดต่างประเทศ

ข้อเสนอสำหรับด้านการปรับตัวสำหรับผู้ประกอบการ

1. พัฒนาสินค้าและบริการสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ทุกระดับ ออกแบบธุรกิจที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดสูงวัยเข้าถึงได้ จะเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่สร้างมูลค่ามากและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในภาพรวมได้
2. สร้างความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคสูงวัย โลกของคนสูงวัยหลังจากนี้เป็นแนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิตและความคุ้นชินกับเทคโนโลยี สินค้าและบริการที่ต้องมาพร้อมกับนวัตกรรมที่ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงความสามารถในการใช้ชีวิตอย่างอิสระ
3. ยึดหลักการพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระหว่างประเทศเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคต่างชาติได้ ตามหลัก Universal design
4. ใช้ต้นทุนทางสังคมที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ใช้ประโยชน์จากแรงงานสูงวัยซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์สูงและยังพร้อมทำงาน โดยออกแบบลักษณะการทำงานที่มีความยืดหยุ่นขึ้น มีการพัฒนาทักษะเพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถปรับตัวตามแนวโน้มทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
5. ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการ เพื่อนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง สนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับภาควิชาการ
6. ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพของผู้สูงวัย จากการคาดการณ์ความต้องการ (Demand forecast) ของประชากรตามช่วงอายุวัยจากฐานข้อมูลของบริษัทประกันภัย เปิดโอกาสสำหรับ Advanced commitment เพื่อการเจรจาล่วงหน้าในเรื่องราคา จะช่วยเพิ่มโอกาสสำหรับธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพและลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยได้

บทที่ 8

การวิเคราะห์ธุรกิจที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัย

จากการศึกษาในบทต่าง ๆ ที่ผ่านมา รวมถึงการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็นของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐและเอกชน แสดงให้เห็นสถานการณ์การเติบโตของภาคธุรกิจทั้งภาคอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ รวมแนวโน้มในการปรับตัวทั้งผู้ประกอบการและผู้กำหนดนโยบาย ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่โตขึ้นตามบริบทของการก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างเต็มตัว

สำหรับการศึกษาในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจะนำผลการศึกษาแนวโน้มที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ การวิเคราะห์ศักยภาพของภาคอุตสาหกรรมและบริการในภาพรวม และข้อมูลจากการลงพื้นที่แต่ละภูมิภาค มาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของการพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและบริการสมัยใหม่ในปัจจุบัน ซึ่งจะนำไปสู่การจัดทำยุทธศาสตร์และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย โดยเนื้อหาในส่วนนี้แบ่งธุรกิจที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัยเป็น 5 ประเภท ประกอบด้วย

- ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ
- ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์
- ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค
- ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

โดยในธุรกิจแต่ละประเภท คณะผู้วิจัยจะนำเสนอสถานการณ์ปัจจุบันของธุรกิจนั้น ๆ ทั้งในเชิงข้อมูลและสถิติที่สำคัญ สำหรับการประเมินสภาพแวดล้อมและปัจจัยภายใน เป็นการวิเคราะห์ทรัพยากรและความสามารถของภาคธุรกิจในประเทศในทุกด้าน โดยสามารถแบ่งการวิเคราะห์ได้ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- การวิเคราะห์จุดแข็ง (Strengths) หรือปัจจัยภายในภาคธุรกิจ ที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนา หรือดำรงไว้เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่ง

- **การวิเคราะห์จุดอ่อน (Weaknesses)** หรือปัจจัยภายในภาคธุรกิจ ที่เป็นข้อเสียเปรียบหรือจุดด้อยที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้น/ขจัดให้หมดไปจึงจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาหรือการแข่งขันของธุรกิจ

จากนั้นจะประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกที่เกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อการส่งเสริมการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ ซึ่งครอบคลุมปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสังคม ปัจจัยด้านการเมืองและนโยบายภาครัฐ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม โดยแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่

- **การวิเคราะห์โอกาส** หรือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบเชิงบวกหรือเป็นประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการสร้างความเข้มแข็งของภาคธุรกิจไทยได้
- **การวิเคราะห์อุปสรรค** หรือการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกที่ส่งผลกระทบเชิงลบหรือทำให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือวางมาตรการป้องกันเพื่อลดแรงเสียดทานจากปัจจัยดังกล่าว

จากการศึกษาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของธุรกิจที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัยทั้ง 5 ประเภท คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ฯ ดังนี้

8.1 ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

8.1.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน

การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุของประเทศ ถือเป็นโอกาสของธุรกิจการแพทย์ การบริการสุขภาพ และยาของประเทศไทย เนื่องจากผู้สูงอายุมีความต้องการในด้านการดูแลสุขภาพมากกว่ากลุ่มคนในวัยหนุ่มสาว ผู้สูงอายุมักมีโรคประจำตัวในลักษณะของโรคเรื้อรัง เช่น โรคหัวใจ โรคความดันโลหิตสูง โรคเบาหวาน หรือโรคมะเร็ง เป็นต้น ด้วยสถานการณ์ดังกล่าวผู้ประกอบการไทยจึงสามารถขยายการลงทุนเพื่อรองรับความต้องการรักษาพยาบาลที่จะเพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน เมื่อพิจารณาความต้องการด้านการตลาด (Market and Demand) จะพบว่าธุรกิจการแพทย์ และการบริการสุขภาพมักจะมีแนวโน้มความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้น ตามแนวโน้มอายุเฉลี่ยของประชากรในภาพรวม จึงเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถขยายตลาดบริการใน

ลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) โดยเฉพาะในตลาดอาเซียน ตามการคาดการณ์ขององค์การสหประชาชาติ ที่ระบุว่าในปี 2603 จำนวนประชากรผู้สูงอายุในอาเซียนจะมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 27 อันเนื่องมาจากประเทศไทยค่อนข้างมีความโดดเด่นและมีขีดความสามารถที่จะแข่งขันในระดับภูมิภาคได้ เพราะบริการทางการแพทย์และสุขภาพของไทยมีราคาที่ไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพที่ผู้รับบริการได้รับ ประกอบกับจุดแข็งด้านการท่องเที่ยว และการเป็นศูนย์กลางของธุรกิจการบิน ทำให้ไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านบริการทางการแพทย์ในภูมิภาค การมีรากฐานด้านบริการสุขภาพที่เข้มแข็งในยุคที่ดิจิทัลเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตเปิดโอกาสให้กลุ่มธุรกิจ Startup ด้านการแพทย์และสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (Healthcare Tech) เช่น ระบบ Medical Departures ที่เป็นการให้บริการเปรียบเทียบนัดหมายแพทย์ออนไลน์ทั่วโลก หรือบริการ Telehealth ที่จะเป็นโยบายแก่นักท่องเที่ยวสูงอายุ ในเรื่องการลดระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทาง โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องเดินทางไปพบแพทย์เป็นประจำ และช่วยให้ผู้ป่วยที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลจากสถานบริการทางการแพทย์ ได้เข้าถึงการบริการอย่างทั่วถึงและมีประสิทธิภาพ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ได้รายงานถึงความเป็นไปได้ที่ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศจุดหมายปลายทางในการมาเข้ารับบริการทางการแพทย์ และบริการทางด้านสุขภาพของภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากเหตุผล 4 ประการ ได้แก่ 1) การมีบุคลากรทางการแพทย์และคุณภาพมาตรฐานการรักษายาบาลที่ได้รับรองมาตรฐานในระดับสากล (Human Resource and Medical Treatment Quality) อันเห็นได้จากปัจจุบันมีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองจาก Joint Commission International (JCI) จำนวนกว่า 68 โรงพยาบาล ซึ่งนับเป็นอันดับที่ 1 ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้¹ 2) การมีราคาที่สมเหตุสมผลกว่าประเทศอื่น ๆ เมื่อเปรียบเทียบในระดับมาตรฐานและคุณภาพเดียวกัน (Reasonable Costs) 3) การให้บริการด้วยไมตรีจิตที่น่าประทับใจ เป็นกันเอง อ่อนโยน สุภาพ ทำให้ผู้ป่วยประทับใจในการบริการที่ให้การดูแลผู้ป่วยเสมือนคนในครอบครัว (Service and Hospitality) และ 4) การมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ (Tourist Attraction) ซึ่งแสดงถึงโอกาสในการแข่งขันสำหรับประเทศไทย อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยจะมีแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญและได้รับการยอมรับในสากลถึงคุณภาพของแพทย์ในระดับค่อนข้างสูง แต่ก็ยังพบปัญหาขาดแคลนบุคลากรทางการแพทย์ ซึ่งครอบคลุมบุคลากรทางการแพทย์ในกลุ่มพยาบาล ทันตแพทย์ และเภสัชกร รวมถึงการกระจายแพทย์ที่ไม่เหมาะสม ที่ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ระหว่างเมืองและชนบท

¹ ข้อมูลจากกระทรวงสาธารณสุข ณ วันที่ 26 กันยายน 2562 <
<https://pr.moph.go.th/?url=pr%2Fdetail%2F2%2F04%2F132464%2F>>

นอกจากโอกาสการเติบโตของธุรกิจการแพทย์แล้ว การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนของผู้สูงอายุภายในประเทศ ยังสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจการบริการสุขภาพ ในการดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยซึ่งเน้นที่กลุ่มผู้สูงอายุกลุ่มที่ต้องการความช่วยเหลือ (Assisted Living) และกลุ่มพึ่งพา (Dependent Living) เนื่องจากปัจจุบันสมาชิกในครอบครัวที่เป็นวัยแรงงานหนึ่งคน จำเป็นต้องแบกรับภาระวัยที่มีการพึ่งพิงจำนวนมากกว่าหนึ่งคน ในขณะที่สมาชิกครอบครัวที่เป็นวัยแรงงานส่วนใหญ่ก็ยังจำเป็นต้องทำงานนอกบ้าน เนื่องจากภาระการดูแลค่าใช้จ่ายที่เพิ่มมากขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าวจึงทำให้วัยแรงงาน หรือลูกหลานไม่สามารถดูแลผู้สูงอายุได้ด้วยตนเอง หรือพึ่งพาการดูแลจากคนในครอบครัวเป็นหลักได้เช่นในอดีต ดังเช่นสถานการณ์ในปัจจุบัน ที่พบว่า จำนวนผู้ป่วยติดเตียงของไทยมีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณร้อยละ 20 ของผู้ป่วยใน ซึ่งครอบครัวไม่สามารถดูแลเองได้ ฉะนั้น หลายครอบครัวจึงเลือกใช้บริการดูแลผู้สูงอายุในหลากหลายรูปแบบ เช่น บริการบ้านพักผู้สูงอายุ บริการสถานดูแลผู้สูงอายุรายวัน บริการดูแลผู้สูงอายุตามบ้าน เป็นต้น แม้ว่าปัจจุบันธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในประเทศไทยส่วนมากที่ดำเนินการอยู่อาจยังเป็นธุรกิจขนาดเล็ก แต่ก็มีโอกาสที่จะเติบโตสูงมาก เนื่องจากมีตลาดรองรับขนาดใหญ่จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุภายในประเทศเอง โดยเฉพาะกลุ่มวัยทำงานตอนปลายที่กำลังจะเคลื่อนตัวไปเป็นผู้สูงอายุในอนาคตและเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อ

จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ พบว่า รูปแบบและขอบเขตการให้บริการของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุนั้น สามารถจำแนกลักษณะกิจกรรมของธุรกิจ ออกเป็น 6 รูปแบบด้วยกัน

- 1) สถานดูแลผู้สูงอายุกลุ่มเดย์แคร์ คือ สถานดูแลผู้สูงอายุแบบเข้าไปเย็นกลับ ครอบคลุมการติดตามเบื้องต้นอย่างใกล้ชิด แต่ไม่ได้ให้การรักษาพยาบาล
- 2) สถานบริการดูแลระยะยาว คือ สถานดูแลผู้สูงอายุที่ครอบคลุมบริการพักค้างคืน การช่วยเหลือกิจวัตรประจำวัน พร้อมทั้งติดตามดูแลสุขภาพเบื้องต้น พร้อมมีการให้บริการทางการแพทย์ มีแพทย์ และพยาบาลดูแลอย่างใกล้ชิด
- 3) ที่อยู่อาศัยเฉพาะผู้สูงอายุ คือ การบริการผู้สูงอายุหรือผู้ที่เตรียมเป็นผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป เป็นการเช่าซื้อบ้านหรือห้องพักในระยะยาว โดยมากเป็นระยะเวลา 30 ปี หรืออยู่อาศัยจนสิ้นอายุขัย แต่ไม่สามารถมีกรรมสิทธิ์ในบ้านนั้นเมื่อเสียชีวิต ธุรกิจประเภทนี้นับเป็นธุรกิจที่มีศักยภาพในการดึงดูดผู้สูงอายุไทยที่มีฐานะและผู้สูงอายุชาวต่างชาติ สำหรับประเทศไทย รัฐบาลได้สนับสนุนให้แหล่งพำนักระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุนานกว่า 1 ทศวรรษแล้ว แต่ได้ประสบปัญหาที่สำคัญคือ ทุนต่าเนินการ ผู้เชี่ยวชาญ และบุคลากร

- 4) ธุรกิจการส่งผู้ดูแลไปดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน (Home Care) ธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่มีการลงทุนน้อยและมีการบริหารจัดการที่ไม่ซับซ้อน
- 5) สถานสงเคราะห์แก่ผู้สูงอายุที่ยากจนไร้ญาติ คือ การสงเคราะห์ผู้สูงอายุในเรื่องที่พักอาศัยและมีอาหารบริการ 3 มื้อ และ
- 6) สถานส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ คือ การให้บริการตรวจสุขภาพและคำแนะนำในการส่งเสริมดูแลผู้สูงอายุ

สำหรับข้อมูลผู้ประกอบการในธุรกิจดังกล่าว พบว่า ในช่วงปี 2553-2557 จำนวนการจดทะเบียนห้างหุ้นส่วนบริษัทของธุรกิจดูแลรักษาผู้สูงอายุในสถานที่พักมีจำนวนไม่มากนัก และยังไม่มีความโน้มเอียงเพิ่มขึ้นที่ชัดเจน โดยมีการจดทะเบียนสูงสุดไม่เกิน 30 รายต่อไป อย่างไรก็ตามหากพิจารณาจากห้างหุ้นส่วนจำกัด บริษัทที่ยังคงอยู่ ธุรกิจบริการผู้สูงอายุในสถานที่พักมีจำนวนทั้งสิ้น 117 ราย โดยเมื่อแบ่งธุรกิจออกตามภาคแล้ว พบว่า ส่วนใหญ่มีการกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและภาคกลาง ส่วนภาคอื่น ๆ พบว่ามีการกระจายตัวในจำนวนที่น้อยกว่า อย่างไรก็ตามข้อมูลในปี 2562 จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า พบว่ามีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนเป็นสถานดูแลผู้สูงอายุทั้งหมด 800 ราย โดยเป็นการจดทะเบียนโดยบุคคลธรรมดา 631 ราย และจดทะเบียนนิติบุคคลอีก 169 ราย ประกอบกับข้อมูลจากรายงานของ Economic Intelligence Center ในปี 2560 พบว่า ธุรกิจโฮมแคร์มีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 20 ของตลาดธุรกิจดูแลผู้สูงอายุทั้งหมด เป็นอันดับสองรองจากส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ (Nursing Home) ที่มีส่วนแบ่งสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 62 อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจโฮมแคร์จะยังมีส่วนแบ่งในตลาดน้อยกว่าธุรกิจสถานดูแลผู้สูงอายุ แต่ธุรกิจโฮมแคร์ยังคงมีความต้องการเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในตลาด เนื่องจากค่านิยมของผู้สูงอายุไทยที่ยังคงมีความต้องการที่จะพักอาศัยที่บ้านมากกว่าการไปอยู่ในสถานดูแลผู้สูงอายุ ประกอบกับค่าใช้จ่ายต่อเดือนที่ต่ำกว่าบริการของสถานดูแลผู้สูงอายุประมาณร้อยละ 10

การประกอบธุรกิจดูแลผู้สูงอายุในไทยมีจุดแข็งคือความต้องการบริการผู้สูงอายุในประเทศไทยที่กำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้กลุ่มนักลงทุนมองเห็นโอกาส อย่างไรก็ตามจุดอ่อนที่สำคัญคือการขาดมาตรฐานและกฎหมายที่กำกับดูแลธุรกิจนี้โดยตรง เช่น การขออนุญาตประกอบกิจการ การกำหนดคุณสมบัติของผู้ดูแลผู้สูงอายุ (Care Giver) แนวทางการควบคุมและบทลงโทษต่าง ๆ ทำให้หลายภาคส่วนเกิดความกังวลต่อคุณภาพและความปลอดภัยของการให้บริการ ด้วยเหตุดังกล่าวจึงก่อให้เกิดกฎกระทรวง 3 ฉบับ ได้แก่ กฎกระทรวงที่กำหนดให้กิจการดูแลผู้สูงอายุและผู้มีภาวะพึ่งพิงเป็นกิจการอื่นตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ กฎกระทรวงการกำหนดมาตรฐานด้านสถานที่ ความปลอดภัย และการให้บริการ และกฎกระทรวง

กำหนดอัตราค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและค่าธรรมเนียมการประกอบกิจการ เพื่อหวังที่จะยกระดับคุณภาพการบริการ และสร้างมาตรฐานแก่ผู้ประกอบการ นอกจากนี้ยังมีการออกคำแนะนำเรื่องแนวทางการควบคุมการประกอบกิจการให้บริการดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน 2553 ว่าเป็นกิจการที่เป็นอันตรายตามพระราชบัญญัติการสาธารณสุข และได้กำหนดมาตรฐานไว้ 2 ส่วน 1) ผู้ดำเนินการกิจการต้องมีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี หรือประกาศนียบัตร การพยาบาล และผดุงครรภ์ หรือมีประสบการณ์ดูแลผู้สูงอายุไม่น้อยกว่า 3 ปี และ 2) มาตรฐานของพนักงานดูแลผู้สูงอายุ ต้องมีอายุไม่ต่ำกว่า 18 ปี จบการศึกษาไม่ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น หรือเทียบเท่า

นอกจากธุรกิจการแพทย์ และบริการสุขภาพแล้วนั้น ธุรกิจอุตสาหกรรมยา ยังเป็นอีกหนึ่งในธุรกิจที่น่าจับมองในยุคสังคมสูงวัย เนื่องจาก ยา เป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ชั้นพื้นฐานของการดำรงชีวิต รายงานการวิเคราะห์ข้อมูลแนวโน้มของอุตสาหกรรมจาก บมจ. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา ในปี 2562 ระบุว่า ยาที่ผลิตในประเทศส่วนใหญ่ถูกใช้บริโภคในประเทศเป็นหลัก สัดส่วนราว 95% ของปริมาณการผลิตทั้งหมด และส่งออก 5% โดยมีมูลค่ารวมประมาณ 1.7 แสนล้านบาท ทั้งนี้ คาดว่า ในปี 2562-2564 มูลค่าการจำหน่ายยาในประเทศจะขยายตัวในอัตรา 4.2-4.6% ไทยเป็นตลาดใหญ่อันดับ 2 ของภูมิภาคอาเซียนรองจากอินโดนีเซีย และมีโอกาสขยายตัวอีกมากจากศักยภาพของประเทศ หลังแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาดูแลสุขภาพมากยิ่งขึ้นในบริบทสังคมสูงวัย ในด้านส่งออก มีตลาดส่งออกที่สำคัญในอาเซียน คือกลุ่มประเทศ CLMV อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีจุดอ่อนจากการที่ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าส่วนผสมยาจากต่างประเทศที่ค่อนข้างผูกขาด โดยกลุ่มประเทศที่ไทยนำเข้ายามากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ประเทศเยอรมนี อินเดีย และสหรัฐอเมริกา

อย่างไรก็ตามมีการคาดการณ์ว่าในปี 3-5 ปีข้างหน้า จำนวนโรงงานผลิตยาส่วนหนึ่งอาจมีการปิดตัวลง ในทางกลับกันโรงงานที่มีกำลังผลิตสูงจะมีการขยายตัวของภาคการผลิต โดยปัจจัยที่ทำให้โรงงานบางส่วนอาจเกิดการปิดตัว เนื่องจากมูลค่าของการลงทุนในธุรกิจยามีมูลค่าค่อนข้างสูง รวมถึงระยะเวลาในการขออนุญาตและการทำให้ได้เป็นไปตามมาตรฐานการผลิตระดับสากลนั้น ต้องใช้ระยะเวลานาน ถึงแม้ว่าจะมีมาตรการส่งเสริมการลงทุน ต่าง ๆ โดยเฉพาะสิทธิประโยชน์ทางภาษี ในกิจการบางกลุ่ม เช่น กิจการผลิตยาตามบัญชียามุ่งเป้า ซึ่งก็ยังคงมีเงื่อนไขที่จำเป็นต้องเป็นการผลิตกลุ่มยาในบัญชีมุ่งเป้าที่ประกาศโดยกระทรวงสาธารณสุขเท่านั้น และต้องได้รับรองมาตรฐาน GMP ตามแนวทาง PIC/S ภายใน 2 ปี นับแต่วันครบกำหนดเปิดดำเนินการ รวมไปถึงกิจการผลิตยาแผนปัจจุบันและยาแผนโบราณ ที่จำเป็นต้องมีเงื่อนไขตามกิจการที่กล่าวไปก่อนหน้าเช่นกัน จึงสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ยาของประเทศไทยมีศักยภาพในการส่งออก แต่ก็ยังมีข้อจำกัดด้านต้นทุนและการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบที่เป็นสารสกัด

ที่ใช้ในการผลิตยังต้องการนำเข้าจากต่างประเทศ รวมทั้งโรงงานผลิตยาที่ต้องพัฒนาให้ได้ตามมาตรฐานระดับสากลเพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์พิเศษทางด้านภาษี อีกทั้งเพื่อลดข้อจำกัดในการกีดกันทางการค้าเช่นกัน ซึ่งอาจสอดรับการคาดการณ์สถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นว่า กลุ่มธุรกิจผลิตยาขนาดใหญ่เท่านั้น ที่จะสามารถดำเนินกิจการและยังคงอยู่ในตลาดดังกล่าวได้

8.1.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

➤ จุดแข็ง

- 1) ความน่าเชื่อถือของธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ - บริการด้านการแพทย์และสุขภาพของไทยมีความน่าเชื่อถือ และได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ ปัจจุบันมีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองจาก Joint Commission International (JCI) จำนวน 68 โรงพยาบาล ซึ่งมากเป็นอันดับที่ 1 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- 2) อัตราการรักษาพยาบาลที่ต่ำ² – ค่าบริการของธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพในประเทศไทย มีราคาไม่แพง เมื่อเทียบกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ ส่งผลให้ธุรกิจประเภทนี้มีความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพของประเทศอื่นๆ และประชาชนในประเทศสามารถเข้าถึงบริการด้านสุขภาพทั้งจากผู้ให้บริการภาครัฐและภาคเอกชน
- 3) คุณภาพของการให้บริการ - ผู้ให้บริการทางการแพทย์ไทยมีจิตบริการ (Service Mind) สูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคที่เป็นคู่แข่งด้านบริการสุขภาพ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้
- 4) แผนยุทธศาสตร์ Medical Hub - ในการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติระยะ 10 ปี (2560-2569) รวมถึงมีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติในการขับเคลื่อนนโยบายส่งเสริมการบริการด้านการแพทย์และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน
- 5) การพัฒนาเป็นศูนย์สุขภาพครบวงจร - โรงพยาบาลขนาดใหญ่ได้มีการขยายสาขาและสร้างพันธมิตรเพื่อเป็นศูนย์สุขภาพครบวงจรซึ่งแม้แต่โรงพยาบาลขนาดใหญ่ของรัฐเองบางแห่ง ก็ได้มีการลงทุนเพื่อขยายศักยภาพการให้บริการรักษาพยาบาลเพื่อแข่งขันกับโรงพยาบาลเอกชน

² จากการจัดอันดับโดย CEOWORLD ใน The Health Care Index ปี 2562 ประเทศไทยได้รับคะแนนด้านความคุ้มค่าของราเมื่อเทียบกับบริการเป็นอันดับ 1 ของโลก และอยู่ในอันดับ 6 สำหรับคะแนนรวมด้านบริการสุขภาพ

- 6) ความก้าวหน้าทางวิทยาการแพทย์ที่ช่วยยกระดับบริการสำหรับผู้สูงวัย – ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพในประเทศไทยมีความก้าวหน้าและทันต่อเทคโนโลยี ดังที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการรักษาและการบริการ เช่น การรักษาทางไกล (Telemedicine) ที่ช่วยให้ผู้สูงวัยไม่ต้องเดินทางมาโรงพยาบาล และสามารถติดตามอาการได้อย่างใกล้ชิด
- 7) รูปแบบของบริการด้านการดูแลผู้สูงวัยที่หลากหลาย – ผู้บริโภคสามารถเลือกรับบริการตามความต้องการและความเหมาะสมกับเงื่อนไขของสมาชิกในครอบครัว เช่น การมีผู้ดูแลแบบไป-กลับ สำหรับผู้สูงวัยที่ไม่ต้องการย้ายออกจากบ้าน

➤ จุดอ่อน

- 1) จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอ - ทรัพยากรบุคคลในธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพในประเทศไทยยังมีจำกัดและยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนในประเทศ เช่น จำนวนบุคลากรการแพทย์ที่เชี่ยวชาญด้านผู้สูงวัยยังมีจำนวนน้อย จำนวนผู้ดูแลผู้สูงวัยที่เป็นผู้ป่วยติดเตียงที่ยังไม่เพียงพอกับความต้องการ ปัจจุบันจึงเป็นการใช้พยาบาลมาทำหน้าที่ดูแล ซึ่งอาจจะมีคุณสมบัติที่เกินความจำเป็น (Overqualified) และเสียโอกาสในการพยาบาลผู้ป่วยอื่นๆ
- 2) การนำเข้าอุปกรณ์เทคโนโลยีด้านการแพทย์ – อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีด้านการแพทย์ของไทยในปัจจุบันมักมาจากการนำเข้าเป็นหลัก ยังขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นของตนเอง ซึ่งปัจจัยภายนอกต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อการใช้บริการได้ เช่น ภาวะโรคระบาดซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความล่าช้าในการนำเข้าสินค้า ซึ่งอาจกระทบต่อการให้บริการ
- 3) การขาดกลไกการกำกับดูแลที่เป็นสากล - ธุรกิจบางประเภทอาจยังไม่มีกำหนดมาตรฐานหรือกำหนดมาตรฐานที่ไม่เพียงพอ ซึ่งอาจเป็นความเสี่ยงสำหรับผู้รับบริการ และส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการจากต่างประเทศ ดังเช่นกรณีของผู้ให้บริการสุขภาพ (Caregiver) ที่ยังไม่มีกำหนดเกณฑ์มาตรฐานความรู้เบื้องต้น (Minimum standard) ที่เป็นรูปธรรม
- 4) ยาประเภทไบโโอลิจิกส์สำหรับผู้สูงวัยมีราคาสูง – แนวโน้มการใช้การรักษาแบบมุ่งเป้ากับโรคที่มักเกิดกับผู้สูงวัย เช่น มะเร็ง จะใช้ยาซึ่งพัฒนามาจากชีววัตถุที่สามารถเจาะไปที่สารพันธุกรรมของแต่ละบุคคลได้และช่วยต่อชีวิตให้กับผู้ป่วย ซึ่งมีราคาสูง ตัวอย่างเช่น ยาแอนติบอดีสำหรับรักษามะเร็งมีราคาสูงถึง 200,000 บาท/วัชชีน

- 5) การเน้นการเติบโตของตลาดในประเทศที่แข่งขันเรื่องราคา - ทำให้ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากลเช่น FDA หรือหาทุนเพื่อการพัฒนาค้นคว้า ทำให้เสียโอกาสในการส่งออกไปยังต่างประเทศ
- 6) ข้อจำกัดด้านต้นทุนและการผลิตของธุรกิจยา - เนื่องจากวัตถุดิบที่เป็นสารสกัดที่ใช้ในการผลิตยังต้องการนำเข้าจากต่างประเทศ และการรับรองมาตรฐานสากลยังต้องส่งผลิตภัณฑ์ไปรับรองมาตรฐานที่ต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง ทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูง
- 7) บริการด้านการแพทย์สำหรับผู้สูงวัยยังกระจายตัวไม่ทั่วถึง - เนื่องจากคนไทยยังเน้นพึ่งพาบริการทางการแพทย์ที่โรงพยาบาล ทำให้เกิดความหนาแน่นของผู้รับบริการ การเข้าถึงบริการสุขภาพไม่ทั่วถึง

➤ โอกาส

- 1) กลุ่มผู้ใช้บริการจากต่างประเทศ - ประเทศไทยได้รับการยอมรับด้านสาธารณสุขในระดับสากล เนื่องจากจุดแข็งในด้านต่างๆ เช่น การยอมรับคุณภาพ ราคา ความก้าวหน้า ซึ่งเป็นโอกาสที่จะดึงดูดให้ชาวต่างชาติเข้ามารับบริการด้านการแพทย์และสุขภาพในประเทศไทย
- 2) โครงสร้างประชากรไทยในสังคมผู้สูงวัย - การเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยส่งผลให้มีอุปสงค์ต่อสินค้าประเภทการแพทย์และบริการสุขภาพมากขึ้น ทั้งในด้านการรักษา การฟื้นฟู การทำกายภาพบำบัด การส่งเสริมสุขภาพทางด้านโภชนาการ เนื่องจากผู้สูงวัยเป็นวัยที่มีโอกาสและความเสี่ยงในการเจ็บป่วยมากกว่าประชากรวัยหนุ่มสาว ส่งผลให้ธุรกิจประเภทนี้มีฐานลูกค้าจำนวนมาก อันเป็นการช่วยลดต้นทุนการบริหารจัดการ
- 3) ค่านิยมด้านการรักษาสุขภาพ - ค่านิยมในสังคมไทยในปัจจุบันให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพและป้องกันโรค ส่งผลให้ประชากรสุขภาพดีขึ้นและอายุยืนยาวขึ้น และมีความต้องการบริการที่จะช่วยให้สามารถดูแลตัวเอง และดำรงชีวิตด้วยตัวเองได้
- 4) นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจแพทย์และบริการสุขภาพ - หน่วยงานภาครัฐให้ความสำคัญกับธุรกิจประเภทนี้ จึงมีนโยบายที่ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์และบริการสุขภาพ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนธุรกิจหมวดต่างๆ เช่น กิจการผลิตเครื่องมือแพทย์ที่จัดอยู่ในประเภทความเสี่ยงสูง กิจการวิจัยและพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับประเภทกิจการใน Bio and Medical Industries กิจการศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ กิจการศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง เป็นต้น หรือกรณีของสำนักงาน

คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกซึ่งให้สิทธิประโยชน์ผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพและการแพทย์ครบวงจร

- 5) ความก้าวหน้าด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศ – เปิดโอกาสให้สามารถนำเทคโนโลยี Telemedicine หรือ การรักษาโรคแบบทางไกลมาใช้เพื่อให้บริการสาธารณสุขเข้าถึงพื้นที่ห่างไกล แก้ปัญหาการขาดแคลนแพทย์ รวมถึงระบบ E-pharmacy และ Wearable device โดยเฉพาะสำหรับผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่จะต้องมีการตรวจและดูแลอย่างสม่ำเสมอ รวมถึงโอกาสสำหรับกลุ่มธุรกิจ Startup ด้านการแพทย์ และสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี (Healthcare Tech) เช่น การสร้างแพลตฟอร์มที่ผู้รับบริการสามารถเข้ามาเลือกบริการด้านการแพทย์จากผู้ให้บริการ

➤ อุปสรรค

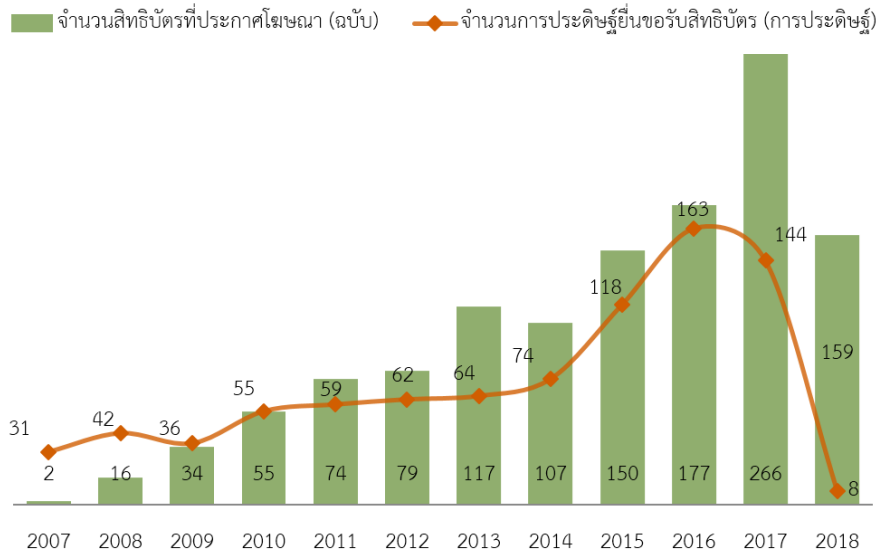
- 1) ผู้สูงอายุในไทยอาจมีเงินออมไม่มากนัก - เพราะเมื่อพิจารณาข้อมูลจากฐานภาษี มีประชากรกลุ่มสูงวัยเพียงแค่ 10-15 ล้านคนที่อาจมีเงินออมในกองทุนต่างๆ และอยู่ในระบบประกันสังคม ในขณะที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นแรงงานนอกระบบ
- 2) ต้นทุนด้านเครื่องมือแพทย์ - ธุรกิจประเภทการแพทย์และบริการสุขภาพมีต้นทุนและวิทยาการเป็นอุปสรรคที่กีดขวางการเข้าสู่ตลาดแข่งขันของผู้แข่งขันหน้าใหม่ (Barriers to entry) เนื่องจากธุรกิจเป็นธุรกิจที่เริ่มต้นได้ยาก มีต้นทุนด้านเครื่องมือแพทย์ที่สูง และต้องอาศัยการสร้างความคุ้นเคยและความไว้วางใจของผู้รับบริการ
- 3) สิทธิด้านการรักษาพยาบาลในประเทศไทย - สิทธิด้านการรักษาและระบบประกันสุขภาพครอบคลุมการรักษาพยาบาลเฉพาะการรักษาในสถานพยาบาล ทำให้ผู้ป่วยเลือกใช้บริการดูแลรักษาในโรงพยาบาลมากกว่าเนื่องจากเข้าถึงง่ายและเบิกจ่ายได้สะดวก ส่งผลให้การรับบริการทางการแพทย์ทางเลือก ไม่ได้รับความสนใจจากผู้รับบริการมากนัก
- 4) ค่านิยมการต่อต้านสารเคมี – ผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งมีทัศนคติต่อต้านหรือหลีกเลี่ยงการพบแพทย์และการรักษาโดยยาแผนปัจจุบัน เนื่องจากมีความเชื่อว่าการรักษาจะเป็นการเพิ่มสารเคมีซึ่งเป็นโทษต่อร่างกาย
- 5) การเคลื่อนย้ายแรงงาน – บุคลากรทางด้านบริการสุขภาพโดยเฉพาะด้านการบริหารต้องการไปทำงานในต่างประเทศเนื่องด้วยค่าตอบแทนที่สูงกว่า

8.2 ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

8.2.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน

ศตวรรษที่ 21 นั้น ถือเป็นยุคแห่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั่วโลกจำเป็นต้องปรับตัวให้ก้าวทันการพัฒนาของเทคโนโลยี ส่งผลให้ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เติบโตเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา หลายประเทศที่เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุกำลังเผชิญกับภาวะการลดจำนวนทางประชากรและปัญหาการขาดแคลนประชากรกลุ่มวัยแรงงาน เช่นเดียวกับประเทศไทยที่ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว โดยสหประชาชาติคาดการณ์ว่าจำนวนผู้สูงอายุของไทยอาจเพิ่มมากขึ้นเกือบหนึ่งเท่าในระยะเวลา 30 ปี อัตราส่วนผู้สูงอายุอาจสูงถึงกว่าหนึ่งในสามของประชากรทั้งหมดในปี 2593 ด้วยสถานการณ์และแนวโน้มดังกล่าว จึงเปิดโอกาสให้กับธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะเข้ามารองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุได้อย่างสมบูรณ์ เพื่อทดแทนบุคลากรที่ไม่เพียงพอ ซึ่งครอบคลุมถึงการช่วยเหลือผู้สูงอายุด้วย ข้อมูลจากบทวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีหุ่นยนต์เพื่อสังคมผู้สูงอายุ (Robotics for Aging Society) โดยกระทรวงพาณิชย์และกรมทรัพย์สินทางปัญญา (2562) ระบุว่า ในปี 2561 ประเทศไทยมีจำนวนการใช้หุ่นยนต์ในภาคอุตสาหกรรมมากถึงอันดับที่ 1 ของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันดับ 5 ของของทวีปเอเชีย และอันดับที่ 11 ของโลก อีกทั้งยังมีการคาดการณ์ว่าอัตราการใช้หุ่นยนต์ในประเทศไทยจะเติบโตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 5-10 ต่อปี ในช่วงปี 2563-2565 ทั้งนี้อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ยังเป็น 1 ใน 12 อุตสาหกรรมเป้าหมายที่รัฐบาลปัจจุบันมีการผลักดัน พร้อมกับตั้งเป้าให้ประเทศไทยสามารถผลิตหุ่นยนต์ภายในประเทศทดแทนการนำเข้าให้ได้ถึงร้อยละ 50 ในปี 2564

ภาพที่ 8-1 แนวโน้มของเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับหุ่นยนต์สำหรับผู้สูงอายุระดับสากล :
จำนวนการประดิษฐ์ยื่นขอรับสิทธิบัตรเปรียบเทียบกับจำนวนสิทธิบัตรที่ประกาศโฆษณา
ปี 2550 - 2561



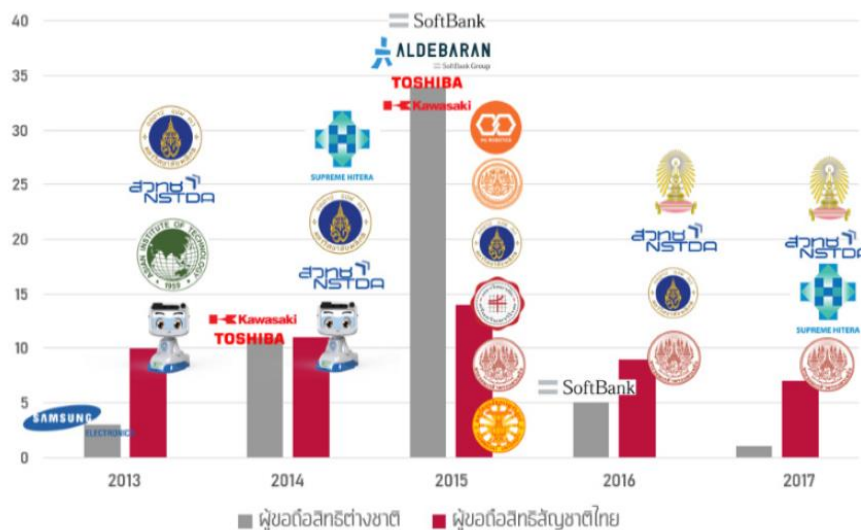
ที่มา: บทวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีหุ่นยนต์เพื่อสังคมผู้สูงอายุ (Robotics for Aging Society)
กระทรวงพาณิชย์และกรมทรัพย์สินทางปัญญา (2562)

จากบทวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีหุ่นยนต์เพื่อสังคมผู้สูงอายุของกรมทรัพย์สินทางปัญญา พบว่าในปี 2561 มีข้อมูลการยื่นสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับหุ่นยนต์ผู้สูงอายุทั่วโลกในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีจำนวนมากถึง 856 ฉบับ และมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี อันแสดงให้เห็นถึงโอกาสการเติบโตของธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุที่ปัจจุบันมีมากกว่า 1,000 ล้านคนของจำนวนประชากรโลก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มอีกเท่าตัวในอีก 30 ปีข้างหน้า แต่ทั้งนี้พบว่ากลุ่มประเทศที่ยื่นจดทะเบียนส่วนใหญ่อยู่ในทวีปเอเชีย โดยประเทศจีนถือว่าเป็นประเทศที่มีการยื่นจดทะเบียนมากที่สุด ตามมาด้วยประเทศเกาหลีใต้และญี่ปุ่นตามลำดับ ผลงานการประดิษฐ์ส่วนใหญ่เป็นงานประดิษฐ์ที่เกี่ยวข้องกับหุ่นยนต์ดูแล (Caregiver) ที่ใช้สำหรับอำนวยความสะดวกและดูแลผู้สูงอายุ หุ่นยนต์แขนกลที่ออกแบบมาเพื่อช่วยเหลือผู้สูงอายุให้สามารถใช้ชีวิตประจำวันได้อย่างสะดวก (Robotic Arm) และหุ่นยนต์ที่เกี่ยวข้องกับระบบการติดต่อสื่อสาร ซึ่งรวมกันแล้วมีมากถึงร้อยละ 66 ของจำนวนสิทธิบัตรที่เกี่ยวข้องกับหุ่นยนต์เพื่อสังคมผู้สูงอายุทั้งหมด

สำหรับประเทศไทย พบว่ามีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและให้การสนับสนุนการประดิษฐ์หุ่นยนต์ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้กับผู้สูงอายุอยู่หลายภาคส่วน เช่น ศูนย์เครือข่ายวิจัยประยุกต์เทคโนโลยีหุ่นยนต์และชีวการแพทย์ (BART LAB) มหาวิทยาลัยมหิดลเน้นการพัฒนาวิทยาการ

หุ่นยนต์การแพทย์และเทคโนโลยีด้านการผ่าตัด รวมไปถึงมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี ซึ่งมีสถาบันวิทยาการหุ่นยนต์ภาคสนาม (Institute of Field Robotics: FIBO) เป็นต้น ทั้งนี้ หลักสูตรการศึกษาของมหาวิทยาลัยในประเทศไทยหลายแห่งได้เปิดสอนในสาขาที่เกี่ยวข้องกับวิศวกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติจำนวนมาก เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เป็นต้น นอกจากนี้ในประเทศไทยยังมีสมาคมและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับหุ่นยนต์อีกเป็นจำนวนมากซึ่งเป็นผลดีที่จะกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นการแสดงให้เห็นถึงการสนับสนุนอย่างเต็มกำลังจากหน่วยงานภาครัฐในอุตสาหกรรมดังกล่าว

ภาพที่ 8-2 จำนวนการยื่นจดสิทธิบัตรของผู้ถือสิทธิสัญชาติไทย และต่างชาติโดยแสดงเป็นรายปี 2556 – 2560



ที่มา: บทวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีหุ่นยนต์เพื่อสังคมผู้สูงอายุ (Robotics for Aging Society) กระทรวงพาณิชย์และกรมทรัพย์สินทางปัญญา (2562)

อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่มีกิจกรรมเกี่ยวข้องกับหุ่นยนต์จำนวนมากแล้ว จำนวนการยื่นจดทะเบียนสิทธิบัตรในด้านหุ่นยนต์สำหรับสังคมผู้สูงอายุที่ผู้ถือสิทธิสัญชาติไทยมีจำนวนประมาณ 7.5 ฉบับต่อปี และมีแนวโน้มการเติบโตที่ไม่ต่อเนื่อง ถึงแม้ว่าในความเป็นจริงจะมีงานวิจัยและการประดิษฐ์เกิดขึ้นอยู่จำนวนมากในประเทศไทย แต่ส่วนใหญ่กลับพบว่าเป็นหุ่นยนต์ทางการแพทย์เพียงอย่างเดียว เช่น หุ่นยนต์ที่ช่วยเหลือด้านการรักษาและการผ่าตัด การฟื้นฟูทางการแพทย์ การบริการทางการแพทย์ และการติดตามเฝ้าระวังผู้ป่วยซึ่งหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ต่างก็เป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนสูงไม่สามารถ

ใช้ได้อย่างแพร่หลายในกลุ่มประชาชน ทำให้การนำเทคโนโลยีใช้จริงมีขอบเขตที่จำกัดในวงแคบเท่านั้น นอกจากนี้ ต้นทุนการผลิตในอุตสาหกรรมนี้ยังสูงเมื่อเทียบกับตลาดคู่แข่ง ทำให้ผู้ประกอบการหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยเองหันมานำเข้าชิ้นส่วนหุ่นยนต์จากจีน แม้ว่ารัฐบาลปัจจุบันจะมีนโยบายสนับสนุนการนำเข้าโดยยกเว้นภาษีนำเข้าชิ้นส่วนเพื่อผลิตหุ่นยนต์ แต่ในทางปฏิบัติแล้วนั้น บริษัทของจีนเหล่านี้มีตัวแทนการจำหน่ายในประเทศไทยอยู่เดิมแล้ว ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถซื้อสินค้าจากจีนโดยตรงได้ และจำเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าจากตัวแทนในประเทศ

ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยยังพบอุปสรรคในเรื่องของการสร้างความร่วมมือกันระหว่างสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานรัฐกับภาคเอกชน โดยงานนวัตกรรม การประดิษฐ์ที่เกิดจากความร่วมมือดังกล่าวในรูปแบบสิทธิบัตรนั้น พบว่ามีเพียงการประดิษฐ์เดียว และถูกผลักดันโดยหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษาเป็นหลัก ในขณะที่ภาครัฐทำการจัดสรรงบประมาณงานวิจัยและสนับสนุนงานนวัตกรรมการประดิษฐ์อย่างต่อเนื่อง ทางภาคเอกชนกลับมีบริษัทที่ถือครองสิทธิบัตรเพียง 4 บริษัทเท่านั้น ได้แก่ บริษัท ซีทีเอเซียโรโบติกส์ จำกัด บริษัท ทีเอ็มจีไอ จำกัด บริษัท สุปรีมไฮเทค จำกัด และ บริษัท ไฮพีกราวนด์ จำกัด ซึ่งมีผลต่อการผูกขาดผลิตภัณฑ์จริงในตลาด นอกจากนี้ การจดทะเบียนและการคุ้มครองหุ่นยนต์ในประเทศไทยยังคงเป็นแบบครอบคลุมในฉบับเดียว ขาดความยืดหยุ่น และการบังคับใช้สิทธิมีจำนวนที่น้อย และอยู่ในเฉพาะกลุ่ม แสดงให้เห็นถึงการคุ้มครองเกี่ยวกับหุ่นยนต์ในประเทศไทยยังไม่มี ความชัดเจนที่มากพอ

8.2.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

➤ จุดแข็ง

- 1) การเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย – ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านการเป็นผู้ผลิตและส่งออกชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ที่สำคัญของโลก จึงเป็นจุดแข็งสำหรับธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในการเข้าถึงส่วนประกอบในราคาที่เหมาะสม และรวดเร็ว
- 2) การเข้าถึงประเด็นความต้องการของผู้สูงอายุ/ผู้ป่วย – เนื่องจากประเทศไทยมีผู้สูงอายุ/ผู้ป่วยจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจถึงข้อมูลความต้องการที่หลากหลายเกี่ยวกับสินค้าประเภทหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ

➤ จุดอ่อน

- 1) ความล่าช้าในวิทยาการ – วิทยาการของธุรกิจประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยยังล่าช้าและล้าหลังกว่าต่างประเทศ
- 2) สถาบันการศึกษาและหน่วยงานของรัฐยังเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยี - ซึ่งอาจต้องผลักดันให้เทคโนโลยีจากสถาบันการศึกษา และหน่วยงานของรัฐถ่ายทอดไปยังภาคเอกชนให้มากยิ่งขึ้น เพื่อให้เกิดการนำ เทคโนโลยีไปใช้ในภาคธุรกิจมากและเป็นผลิตภัณฑ์ในตลาดมากยิ่งขึ้น
- 3) ความเชื่อมั่นในสินค้า – ผู้สูงอายุ/ผู้ดูแลผู้สูงอายุ อาจมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศตะวันตกที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากกว่าไทย ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มลูกค้า
- 4) สินค้ามีราคาสูง – สินค้าประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดผู้สูงอายุในประเทศไทยในปัจจุบันมีราคาที่สูง จึงทำให้มีอุปสงค์ต่อสินค้าประเภทนี้ค่อนข้างน้อย ประกอบกับผู้สูงอายุในประเทศไทยส่วนใหญ่ไม่ได้มีฐานะร่ำรวย จึงไม่สามารถเข้าถึงสินค้าประเภทนี้ได้ ซึ่งการมีอุปสงค์ต่อสินค้าที่น้อยส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)
- 5) การนำเทคโนโลยีใช้จริงมีขอบเขตที่จำกัดในวงแคบ – หุ่นยนต์ที่มีอยู่ในปัจจุบันเน้นการใช้งานเพื่อช่วยเหลือด้านการรักษาและการผ่าตัด การฟื้นฟูทางการแพทย์ การบริการทางการแพทย์ และการติดตามผู้ป่วย ซึ่งหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เหล่านี้ต่างก็เป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนสูงไม่สามารถใช้ได้อย่างแพร่หลายในกลุ่มประชาชน

➤ โอกาส

- 1) นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ - หน่วยงานภาครัฐมีความพยายามที่จะสนับสนุนอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย จึงมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีนโยบายส่งเสริมธุรกิจหมวดกิจการผลิตชิ้นส่วน Electronic Control and Measurement สำหรับงานอุตสาหกรรม/ เกษตร/เครื่องมือแพทย์/ยานพาหนะ/เครื่องมือวิทยาศาสตร์ และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ที่กำหนดให้อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ และหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับสิทธิประโยชน์ตามมาตรการส่งเสริมการลงทุน

- 2) นโยบายจากภาครัฐด้านวิทยาศาสตร์ – ธุรกิจประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน ทั้งหน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์ การวิจัยและพัฒนา การพัฒนาผู้ประกอบการ จึงทำให้ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนทั้งด้านเทคนิคและเงินทุนวิจัยจากหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- 3) โครงสร้างประชากรไทยในสังคมผู้สูงอายุ – การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุส่งผลให้มีอุปสงค์ต่อสินค้าประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ในแง่ของการรักษาโรค นั้น ผู้สูงอายุจะมีโอกาสในการเจ็บป่วยมากกว่าวัยอื่น ซึ่งส่งผลให้หุ่นยนต์เพื่อการรักษาโรคมีความจำเป็นมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้สูงอายุเป็นวัยที่มีข้อจำกัดในด้านสุขภาพ การเคลื่อนไหว ความจำ ความต้องการอำนวยความสะดวกด้วยหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งช่วยในการเพิ่มความสะดวกในการดำรงชีวิต
- 4) การจดทะเบียนและการคุ้มครองหุ่นยนต์ในประเทศไทย - ยังคงเป็นแบบครอบคลุมในฉบับเดียว ขาดความยืดหยุ่น และการบังคับใช้สิทธิมีจำนวนที่น้อย และอยู่ในเฉพาะกลุ่ม แสดงให้เห็นถึงการคุ้มครองเกี่ยวกับหุ่นยนต์ในประเทศไทยยังไม่มีความชัดเจนที่มากพอ

➤ อุปสรรค

- 1) ข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบและมาตรการควบคุม - สินค้าเกี่ยวกับผู้สูงอายุ มักถูกจำกัดความเป็นอุปกรณ์การแพทย์ ทำให้ใช้เวลาค่อนข้างนานในการขออนุญาตทะเบียนสินค้า มีกระบวนการด้านเอกสารจำนวนมาก ประกอบกับสินค้าแต่ละประเภทมีหลายหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องระเบียบต่างๆ จึงต้องติดต่อหลายหน่วยงาน
- 2) ข้อจำกัดเรื่องเงินของผู้สูงอายุ – ผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่ไม่ได้มีรายได้ และใช้จ่ายโดยเงินของบุตรหลาน จึงมีข้อกังวลเรื่องเงิน เพราะไม่อยากจะไปภาระต่อลูกหลาน จึงมีความต้องการใช้จ่ายกับสินค้าและบริการซึ่งเป็นเชิงป้องกันสุขภาพน้อย แต่จะเน้นการใช้จ่ายเพื่อรักษา ส่งผลให้สินค้าประเภทหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนมากมีราคาที่สูง ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก

8.3 ธุรกิจการพัฒหน้าที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

8.3.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน

การหาที่พักอาศัยใหม่ให้เหมาะสมกับการที่ผู้สูงอายุจะใช้ชีวิต โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ลำพังและไม่มีผู้ดูแล ส่งผลให้ธุรกิจการพัฒหน้าที่พักอาศัย และไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัยเติบโตมากขึ้นในประเทศไทย เพื่อตอบสนองความต้องการที่มีลักษณะเฉพาะของผู้สูงอายุ โดยครอบคลุมไปถึงธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และเทคโนโลยีที่จะช่วยอำนวยความสะดวกและป้องกันอุบัติเหตุสำหรับผู้สูงอายุด้วย

การพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัยของประเทศไทย ได้รับความร่วมมือในการพัฒนาจากหลายภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานทางราชการ การขนส่งและการจราจร หน่วยงานทางด้านพลังงาน หน่วยงานทางด้านสาธารณสุข และหน่วยงานทางด้านสาธารณสุขภาคต่างก็มีจุดมุ่งหมายที่จะพัฒนาการจัดการเมืองและชุมชน เช่น โครงการของเทศบาลเมืองแสนสุข ชลบุรี กับการสร้างสมาร์ทซิตี้ (Smart City) เป็นความร่วมมือระหว่างรัฐและหน่วยงานเอกชน อาทิ บริษัท เดลล์ คอร์ปอเรชั่น และบริษัท อินเทล ไมโครอิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาพัฒนาจัดการเมือง รวมถึงการจัดการข้อมูลสารสนเทศและการสื่อสารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการประชาชน โดยเฉพาะการช่วยดูแลและสนองความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุ นอกจากนี้ กรมธนารักษ์ได้ตอบรับมาตรการรองรับสังคมผู้สูงอายุ ตามที่กระทรวงการคลังเสนอ และรับดำเนินโครงการซีเนียร์ คอมเพล็กซ์ ที่เน้นการสร้างที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุแบบครบวงจร นับเป็นความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนที่น่าจับตามอง

ด้วยช่วงวัยของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะทางเศรษฐกิจในระดับสูง ซึ่งเป็นกลุ่มผู้มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวสำหรับผู้สูงวัยเติบโตไปพร้อม ๆ กับธุรกิจการพัฒหน้าที่พักอาศัย การท่องเที่ยวแบบ Medical Tourism เป็นตลาดใหม่ที่มีโอกาสในการเติบโตได้สูงมากในอนาคต ซึ่งปัจจุบันตลาดใหม่นี้ก็ได้เริ่มมีการแข่งขันกันในกลุ่มอาเซียนและจีน และทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวเช่นนี้เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทย เนื่องจากประเทศไทยมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมต่อการพักผ่อนและมีสถานที่ทางธรรมชาติที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลให้ผู้สูงวัยชาวต่างชาติให้เข้ามาพักอาศัยอยู่ในประเทศไทยแบบระยะยาว (Long Stay) เห็นได้จากรายงานของศูนย์วิจัยกสิกร Long Stay Visa ปี 2560 เผยว่าอัตราการเข้ารับการรักษาพยาบาลในประเทศไทยของชาวต่างชาติมีมากถึง 3.3 ล้านครั้ง และมีมากถึง 2.4 ล้านครั้งที่มาจกตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นอกจากนี้ ชาวต่างชาติที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป จากกลุ่มประเทศที่

พัฒนาแล้ว มองว่าไทยเป็นปลายทางเป้าหมายที่เหมาะสมสำหรับการพำนักระยะยาว (Long Stay) ด้วยเหตุผลด้านค่าใช้จ่ายและสถานที่ท่องเที่ยวที่กล่าวไว้ข้างต้น ธุรกิจให้บริการนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) ชาวต่างชาติที่เข้ารับบริการทางการแพทย์ในประเทศไทยมีจำนวน 1-2 ล้านคนต่อปี ซึ่งร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เข้ามาใช้บริการทางการแพทย์โดยเฉพาะ โดยตลาดหลักของไทย ได้แก่ พม่า ญี่ปุ่น ตะวันออกกลางและยุโรป มีการประมาณการว่า ประมาณร้อยละ 60 ของผู้ป่วยชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพ และมีแนวโน้มค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ คิดเป็นมูลค่าประมาณ 70,000 ล้านบาท/ปี

โดยแนวโน้มดังกล่าวได้ดึงดูดให้ผู้ประกอบการหลายรายทำการศึกษาและวิเคราะห์จากพฤติกรรมกรดำเนินชีวิตไลฟ์สไตล์ของผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมุ่งเน้นที่จะพัฒนาที่พักอาศัยบนพื้นฐานการคำนึงถึงครอบครัวและสุขภาพของผู้สูงอายุ เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ต่อลูกค้ากลุ่มนี้ จนเกิดการเปลี่ยนแปลงในเรื่องรูปแบบการพักอาศัย จากแต่เดิมที่การจัดพื้นที่รองรับการอยู่อาศัยของกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่มีครอบครัวดูแลมีทางเลือกเดียวคือ บ้านพักคนชรา เปลี่ยนมาเป็นการออกแบบที่พักมาเพื่อให้ใกล้เคียงชุมชนและสิ่งอำนวยความสะดวกสาธารณะเพิ่มมากขึ้น กลายเป็นการสร้าง “ชุมชนผู้สูงอายุ (Aging Community)” เช่น การสร้างอาคารพักอาศัยแบบคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีการจัดสรรพื้นที่ให้ทำกิจกรรมกับครอบครัวและกิจกรรมที่ทำคนเดียวได้สำหรับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ลำพัง บางแห่งก็มีการนำพื้นที่สีเขียวเข้ามาช่วยให้กลุ่มผู้สูงอายุได้ใกล้ชิดกับธรรมชาติเพิ่มมากขึ้นโดยไม่ต้องเดินทางไกล เป็นต้น จากตัวเลขของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้รายงานถึงตัวเลขการลงทุนเกี่ยวกับการพัฒนาโครงการชุมชนเพื่อการเกษียณอายุ (Retirement Community) สำหรับผู้สูงอายุ ว่าในอนาคตธุรกิจดังกล่าวจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาล โดยอ้างอิงจากการคาดการณ์มูลค่าการลงทุนรวมในช่วงระหว่างปี 2561-2563 ว่าจะมีมูลค่าอยู่ที่ราว 6,000 ล้านบาท และคาดการณ์มูลค่าการลงทุนสะสมในประเทศไทยในปี 2563 จะมีมากถึง 2.7 หมื่นล้านบาท พร้อมกับขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีถัดไป

ด้วยค่าเฉลี่ยของอายุขัยประชากรที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ครอบครัวหลายครอบครัวมีหัวหน้าครอบครัวที่เป็นผู้สูงวัยจำนวนมากขึ้น และมีผู้สูงวัยจำนวนมากที่เป็นหัวหน้าครอบครัว อย่างไรก็ตามการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัยในประเทศไทย และการวางแผนสำหรับอนาคตในเรื่องของที่พักอาศัย ตลอดจนความต้องการที่พักอาศัยของผู้สูงอายุนั้นมีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะ โดยเฉพาะการวางแผนสำหรับการโยกย้ายหรือเคลื่อนที่สำหรับผู้สูงวัยที่พิการ หรือผู้ที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้กลับมีน้อยมาก อย่างเช่น บริเวณบันได ห้องน้ำ หรือทางเดินทางออกต่าง ๆ ของที่พักอาศัย ที่อาจไม่ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมและกลายเป็นจุดบอดที่

อันตรายได้หลายแห่ง ทำให้ผู้สูงอายุในหลายครัวเรือนต้องพึ่งพาบุตรหลานให้ช่วยดูแล แต่ด้วยสังคมไทยในปัจจุบัน บุตรหลานมักนิยมเข้าไปเรียนหรือทำงานในเมืองใหญ่ และพักอาศัยอยู่ที่อื่น แทนที่จะอยู่บ้านกับกลุ่มผู้สูงอายุ ส่งผลให้ผู้สูงอายุในหลายครัวเรือนต้องอาศัยอยู่บ้านคนเดียว ท่ามกลางโครงสร้างที่ไม่เอื้ออำนวยกับผู้สูงอายุจนสามารถก่อให้เกิดอุบัติเหตุได้ นอกจากนี้ ผู้สูงอายุหลายคนที่ไม่ได้ประกอบอาชีพแล้วนั้น มีความรู้สึกที่ตนเองเป็นผู้ตกงาน กลายเป็นบุคคลที่ไม่มีใครต้องการเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ จนอาจก่อให้เกิดปัญหาภาวะซึมเศร้าและภาวะการถูกทอดทิ้งตามมาได้ นอกจากนี้ โครงสร้างสาธารณูปโภคและบริการสาธารณะในประเทศไทยยังไม่ได้ถูกออกแบบสำหรับทุกคน (Universal Design) การใช้งานพื้นที่ภายนอกที่ไม่เอื้ออำนวยต่อผู้สูงอายุ เช่น ทางเท้า ถนน ทางลาด และห้องน้ำ มีจำนวนไม่เพียงพอ และหลายแห่งไม่ได้รับการดูแลและคำนึงถึงความเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุและผู้มีความต้องการความช่วยเหลือพิเศษเท่าที่ควร

ค่านิยมเดิมของวัฒนธรรมไทยในการดูแลผู้สูงอายุคือการดูแลและแสดงความกตัญญูด้วยตนเอง หากบุตรหลานครอบครัวไม่ได้ดูแลผู้สูงอายุด้วยตนเองหรือส่งผู้สูงอายุเข้าพักที่อยู่อาศัยแบบเฉพาะ จะถูกมองว่าเป็นการกระทำที่ขาดความกตัญญูได้ ฉะนั้นในช่วงต้นธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัยจึงอาจไม่ได้รับความนิยมในบริบทสังคมไทย เนื่องจากการที่ประชาชนอาจไม่ได้รับรู้ถึงแนวคิดและสิ่งที่โครงการหรือธุรกิจเหล่านี้ออกแบบ ด้วยการที่ต้นทุนการบริหาร ต้นทุนการพัฒนาการก่อสร้างสำหรับผู้สูงวัยมีจำนวนที่สูง อาจทำให้โครงการดังกล่าวไม่สามารถทำยอดขายได้ตามเป้า แต่หลังจากสภาพสังคมไทยเกิดการเปลี่ยนแปลง ลักษณะครอบครัวขยายของไทยเริ่มกลายเป็นครอบครัวเดี่ยว และมีจำนวนผู้สูงอายุมากถึงร้อยละ 11 ที่พักอาศัยอยู่คนเดียว คนทุกวัยเริ่มหาสิ่งที่ดีที่สุดในให้กับตัวเอง ส่งผลให้บุตรหลานไม่มีเวลาดูแลผู้สูงอายุในบ้าน คนวัยทำงานก็เริ่มมองหาที่อยู่หลังเกษียณมากขึ้นเพื่อหาทางเลือกที่ดีที่สุดให้กับตนเอง ทำให้ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงวัยในระยะหลังเริ่มเติบโตมากยิ่งขึ้นในประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม อุปสรรคของธุรกิจคือ ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางสังคมยังพบว่ามีอยู่มากในสังคมชนบท ซึ่งสอดคล้องกับรายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยในปี 2560 ของกรมกิจการผู้สูงอายุ (ผส.) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ที่พบว่าผู้สูงอายุกว่า 1 ใน 3 ของผู้สูงอายุไทยยังมีรายได้ยังได้เส้นความยากจน ซึ่งมีรายได้หลักจากบุตรลดน้อยลงเหลือเพียงร้อยละ 35 รายได้จากการทำงานลดลงเหลือร้อยละ 31 รายได้จากคู่สมรสเพียงร้อยละ 20 และรายได้จากเงินออมมีเพียงแค่อ้อยู่ 2 เท่านั้น ทำให้ผู้สูงวัยบางส่วนไม่มีกำลังซื้อหรือจ่ายค่าบริการสำหรับที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์ให้กับตนเอง นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเรื่องของการไม่

แน่นอนทางการเมืองและความไม่ชัดเจนในการกำหนดนโยบายของรัฐ ดังเห็นได้ว่าในกระบวนการสร้างคอมมูนิตีสำหรับผู้สูงอายุนั้นจำเป็นต้องมีความเกี่ยวข้องกับหลายหน่วยงานที่กล่าวไปก่อนหน้านี้ ทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์สามารถวางแผนธุรกิจได้ยากและสร้างความไม่เชื่อมั่นในการลงทุนให้กับผู้ประกอบการ สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่อาจเป็นอุปสรรคต่อการทำธุรกิจที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ

8.3.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

➤ จุดแข็ง

- 1) ประสิทธิภาพของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย – ประเทศไทยมีหลายบริษัทที่ทำธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความพร้อมในการพัฒนาที่พักอาศัย ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดในธุรกิจที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุได้ด้วยต้นทุนที่ไม่ได้เพิ่มสูงขึ้นจากอสังหาริมทรัพย์แบบปกติมากนัก
- 2) พื้นที่ที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ – แม้ว่าพื้นที่ว่างในเมืองสำหรับการสร้างที่พักอาศัยจะลดลง แต่ประเทศไทยยังมีพื้นที่ในชนบทหรือชานเมืองจำนวนมากที่สามารถพัฒนาเป็นที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุได้ ซึ่งหลายพื้นที่ที่มีความเป็นมิตรต่อการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ เนื่องจากเป็นพื้นที่ธรรมชาติ มีมลพิษน้อย มีขนาดที่เหมาะสม และการจราจรที่ไม่ติดขัดซึ่งสะดวกต่อการเข้าถึงโรงพยาบาล
- 3) ความพร้อมของธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน – ธุรกิจประเภทที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุของไทยในปัจจุบัน ประกอบด้วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายประเภท ทั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจสถานพยาบาลและบริการสุขภาพ ธุรกิจวัสดุก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมจากกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ ส่งผลให้สินค้ามีความหลากหลายและคุณภาพเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ
- 4) การบริการที่เป็นเลิศ – ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการบริการในประเทศไทยมีชื่อเสียงด้านการบริการ ทั้งในเรื่องของโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการบริการ บุคลากรด้านการบริการ วัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นมิตร ธุรกิจไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศูนย์สุขภาพต่าง ๆ จึงมีความพร้อมขององค์ประกอบด้านการบริการ
- 5) ความสามารถในการแข่งขันด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวของไทยในด้านทรัพยากรธรรมชาติ โครงสร้างพื้นฐานการบริการ โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมเชื่อมโยง และข้อได้เปรียบด้านราคา

- 6) ความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ อุตสาหกรรมสมุนไพรเพื่อผลิตภัณฑ์สปา และการผลิตบุคลากรเพื่อการทำงานในธุรกิจสปาและนวดแผนไทยทั้งบุคลากรในระดับผู้บริหาร และพนักงานนวด รวมทั้งธุรกิจที่สนับสนุนและส่งเสริม ได้แก่ การท่องเที่ยว โรงแรมและที่พัก มีศักยภาพและความเข้มแข็ง

➤ จุดอ่อน

- 1) ขาดต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพ – การสร้างที่พักอาศัยที่มาพร้อมกับไลฟ์สไตล์ ยังไม่สามารถสร้างเป็นชุมชนตัวอย่างซึ่งมีคนมาอยู่จริง ที่สะท้อนวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพทั้งด้านอาหาร ส่งเสริมการออกกำลังกาย และมีโปรแกรมสุขภาพที่ครอบคลุมด้านจิตใจ
- 2) อันดับด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว - จากการจัดอันดับของ World Economic Forum ในปี 2019 ประเทศไทยถูกจัดอันดับความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่ที่อันดับ 118 จาก 136 ประเทศ
- 3) บริการขนส่งสาธารณะที่ยังไม่สามารถเอื้อต่อความสะดวกในการใช้ชีวิตสำหรับผู้สูงวัย-บริการขนส่งสาธารณะที่เอื้อต่อการเดินทางของผู้สูงวัย ยังกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพ และเมืองใหญ่ และการออกแบบบริการสาธารณะยังไม่ถูกต้องตามหลัก Universal Design
- 4) ขาดการวิจัยและพัฒนาในด้านสุขภาพเพื่อให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ - ขาดการแปลงข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปสู่การพัฒนา นโยบายและการปฏิบัติ

➤ โอกาส

- 1) รูปแบบธุรกิจใหม่ๆ - ธุรกิจประเภท Case management สำหรับผู้ที่มีความต้องการความช่วยเหลือในชีวิตประจำวันตามลักษณะความต้องการที่ระบุไว้ในกิจวัตรประจำวันที่มีประโยชน์ (IADL³- Instrumental Activities of Daily Living) สำหรับบริการให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้ที่ไม่สามารถดูแลตัวเองได้ ยังเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีในประเทศไทย แต่คาดว่าจะมีโอกาสเติบโตมากสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยที่มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวมากยิ่งขึ้น
- 2) นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจประเภทที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์ – ภาครัฐมีนโยบายสนับสนุนการลงทุน เช่น ผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่ม

³ ความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันเชิงปฏิบัติ (Instrumental Activities of Daily Living : IADL) ประกอบด้วย การสื่อสาร เช่น การใช้โทรศัพท์ การเดินทาง สามารถขับรถหรือเดินทางคนเดียวได้ การจัดการด้านการเงิน สามารถซื้อสินค้าต่างๆ ได้ และการเตรียมอาหารได้เอง ปัจจัยเหล่านี้

รายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับสิทธิประโยชน์ตามมาตราการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก

- 3) ลูกค้ายูสูงอายุจากต่างประเทศ – ปัจจุบันนี้ มีชาวต่างชาติใช้ชีวิตยามเกษียณที่เมืองไทยมากขึ้น เนื่องจากการมีค่าครองชีพที่ต่ำ การมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย และความเป็นมิตรต่อชาวต่างชาติ จึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ ที่จะเป็นลูกค้าในระยะยาว และมีกำลังจ่ายสูงมากกว่าลูกค้าภายในประเทศ
- 4) ข้อได้เปรียบด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น - เปิดโอกาสให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Spirituality เช่น การท่องเที่ยว Training โยคะ การทำสมาธิ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา

➤ อุปสรรค

- 1) สวัสดิการด้านการดูแลสุขภาพในประเทศไทยที่จำกัด - สิทธิด้านการรักษาและระบบประกันสุขภาพครอบคลุมการรักษาพยาบาลเฉพาะการรักษาในสถานพยาบาล ทำให้ผู้ป่วยเลือกใช้บริการดูแลสุขภาพในโรงพยาบาลมากกว่าเนื่องจากเข้าถึงง่ายและเบิกจ่ายได้สะดวก ส่งผลให้สถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ ไม่ได้รับความสนใจมากนัก
- 2) ข้อจำกัดเรื่องเงินของผู้สูงอายุ – ผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่ไม่ได้มีรายได้ และใช้จ่ายโดยเงินของบุตรหลาน จึงมีข้อกังวลเรื่องเงิน เพราะไม่ยอมเป็นภาระต่อลูกหลาน จึงมีความต้องการใช้จ่ายกับสินค้าและบริการซึ่งเป็นเชิงป้องกันสุขภาพน้อย แต่จะเน้นการใช้จ่ายเพื่อรักษา ส่งผลให้สินค้าประเภทไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก
- 3) ค่านิยมของสังคมไทยเรื่องความกตัญญู – สังคมไทยมีค่านิยมความกตัญญูในการดูแลบุพการี จึงไม่นิยมให้ผู้สูงอายุพักอาศัยหรือดำรงชีวิตตามลำพัง แม้ว่าปัจจุบันจะมีการยอมรับมากขึ้น แต่ข้อนิยมนี้ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจประเภทที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ
- 4) ความกังวลเกี่ยวกับการสนับสนุนทางการเงิน – เนื่องจากโครงการในลักษณะบ้านสำหรับผู้สูงวัยไม่สามารถยื่นขอกู้กับธนาคารได้ นอกจากนั้น ความลังเลในการตัดสินใจซื้อโครงการยังเป็นเรื่องของการที่ไม่มีกรรมสิทธิ์ขาดในอสังหาริมทรัพย์ และกลุ่มลูกค้าจำนวนมากต้องการที่อยู่อาศัยในลักษณะบ้านเดี่ยวมากกว่าการอยู่ร่วมกับผู้อื่น
- 5) มุมมองด้านคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยในภาพรวม – ปัจจุบันเน้นไปที่ระดับของการพักผ่อนในการใช้ชีวิตประจำวัน การจัดการและรักษาอาการป่วย ยังขาดทัศนคติของคน

ทั้งในฝั่งอุปสงค์และอุปทานว่าคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงวัยต้องเริ่มจากการปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์และการมุ่งเน้นการป้องกันปัญหาสุขภาพ

- 6) ความไม่แน่นอนทางการเมืองและความไม่แน่นอนและชัดเจนการกำหนดนโยบาย – ธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์จะต้องมีการลงทุนด้วยเงินจำนวนมาก และใช้ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ แต่ความไม่แน่นอนทางการเมืองและนโยบาย อาจทำให้ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์วางแผนธุรกิจได้ยาก เนื่องจากนโยบายการพัฒนาพื้นที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอๆ ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการวางแผน และที่ไม่สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ประกอบการ

8.4 ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

8.4.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน

กลุ่มผู้สูงอายุถือเป็นกลุ่มประชากรกลุ่มหนึ่งที่มีอำนาจต่อการซื้อและมีกำลังซื้อสูง นับเป็นโอกาสการขยายการตลาดแก่ผู้ประกอบการหลายสาขา โดยเฉพาะในธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค หลายหน่วยงานได้จัดทำการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรม การดำเนินชีวิต และความต้องการของตลาดผู้สูงอายุ เนื่องจากพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้ำกลุ่มนี้ ถือเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างธุรกิจให้ตอบโจทย์ควบคู่ไปพร้อมกับการสังคมสูงวัยที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ซึ่งหนึ่งในธุรกิจเป้าหมายที่กลุ่มลูกค้ำสูงวัยต้องการมากที่สุดก็คือ ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

จากการวิจัยของกฤตภาส แยมนาม พบว่าผู้สูงอายุเพศหญิงมีความสนใจด้านอาหารเพื่อสุขภาพ เช่น การรับประทานธัญพืช และอาหารเพื่อสุขภาพ รวมไปถึงผู้สูงอายุเพศหญิงมีพฤติกรรมที่หลีกเลี่ยงอาหารที่มีไขมันเยอะมากกว่าผู้สูงอายุที่เป็นเพศชาย ในขณะที่เพศชายมีการให้ความสนใจในเรื่องของวิตามิน และอาหารเสริมมากกว่า ฉะนั้นการเติบโตของธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ มักเน้นในเรื่องอาหารเพื่อสุขภาพ และวิตามินอาหารเสริมเป็นหลัก สำหรับเรื่องช่องทางการเลือกซื้อสินค้า การซื้ออาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคแบบออนไลน์ยังมีไม่มากนัก และนิยมให้บุตรหลานเป็นผู้ซื้อสินค้าออนไลน์เหล่านั้นแทน อย่างไรก็ตามในการเลือกซื้อทางหน้าร้าน ผู้สูงอายุนิยมยังนิยมดำเนินการซื้อและตัดสินใจด้วยตนเอง รูปแบบการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังเป็นแบบการรับรู้สินค้า การใช้ซ้ำของสินค้า และการบอกต่อจากกลุ่มเพื่อนฝูงและบุคคลรอบข้าง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงเริ่มหันมาทำกิจกรรมทั้ง

ภายในร้านค้าและแบบออนไลน์ควบคู่ไปด้วยกัน เพื่อสร้างการตลาดที่เปิดกว้างในการรับรู้และความน่าเชื่อถือจากการบอกต่อจากคนหลากหลายกลุ่ม

ธุรกิจอาหารเป็นกลุ่มที่ธุรกิจที่ได้รับความสำคัญและความสนใจอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะธุรกิจอาหารและการแปรรูปอาหารไขมันต่ำ ไม่มีคอเรสเตอรอล น้ำตาลน้อยหรือไม่มีน้ำตาล ธุรกิจอาหารในเมืองไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากอาหารไทยมีชื่อเสียงในด้านความอร่อย มีเอกลักษณ์ มีความหลากหลายทางอาหาร มีวัตถุดิบในการผลิตที่เพียงพอที่จะผลิตให้ทุกคนในประเทศและสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศได้อีกด้วย ทำให้ธุรกิจอาหารมีแต่จะเติบโตเพิ่มมากขึ้น แนวโน้มการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุนับเป็นโอกาสในการขยายเส้นทางการค้าและเพิ่มการเติบโตให้กับธุรกิจอาหาร เพราะการทำธุรกิจอาหารที่เน้นเฉพาะกลุ่มจะช่วยเพิ่มความหลากหลายและตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคได้เพิ่มมากขึ้น สำหรับอาหารเพื่อผู้สูงอายุสามารถปรับเปลี่ยนได้หลายรูปแบบ ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม และวิตามินอาหารเสริม แต่จำเป็นต้องเน้นที่คุณค่าทางโภชนาการที่มีประโยชน์และความครบถ้วนของสารอาหาร ต้องมีสามารถดูดซึมได้ดี และอาจมีส่วนผสมที่ช่วยชะลอความเสี่ยงหรือป้องกันโรคในกลุ่มผู้สูงอายุ อย่างเช่น โรคมะเร็ง โรคหัวใจ และโรคเบาหวาน ก็จะช่วยดึงดูดความสนใจจากผู้สูงอายุได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ลักษณะของผลิตภัณฑ์สำหรับอาหารเพื่อผู้สูงอายุ มักมีลักษณะที่ใช้งานสะดวก มีรายละเอียดครบถ้วนแต่เข้าใจง่าย และได้รับการรองรับมาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย ซึ่งในอนาคตตลาดนี้จะพัฒนาไปถึงเรื่องช่องทางการจัดซื้ออาหารและบริการการส่งสินค้าที่สะดวกและง่ายต่อผู้สูงอายุ เช่น การเพิ่มช่องทางการซื้อออนไลน์ และการซื้อผ่านทางรายการโทรทัศน์ (TV Shopping) และจากรายงานบริษัทเอ็น.ซี.ซี. เอ็กซิซิชั่น ออการ์ในเซอร์ จำกัด รายงานผลสำรวจไว้ว่า ตลาดผู้สูงวัยมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่หยุด เห็นได้จากตัวเลขล่าสุดในปี 2562 ที่มีมูลค่าทางการตลาดของธุรกิจนี้เพิ่มสูงขึ้นถึง 2 หมื่นล้านบาท ซึ่งมากขึ้นเท่าตัวจากปี 2561 ที่มีมูลค่าเพียง 1 หมื่นล้านบาท และจาก 7,000 ล้านบาทในปี 2560 ดังนั้นจึงสามารถคาดการณ์ได้ว่าตลาดธุรกิจอาหารแบบแปรรูปสำหรับผู้สูงวัยและตลาดอาหารเพื่อสุขภาพจะเติบโตขึ้นเป็นอันดับต้น ๆ ของธุรกิจสำหรับผู้สูงวัยได้ในอนาคต นอกจากธุรกิจอาหารแล้วสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ อาทิ ธุรกิจเครื่องสำอางออร์แกนิกที่เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติหรือสมุนไพร มีสรรพคุณต่อต้านริ้วรอย (Anti-Ageing) ลดเลือนจุดต่างดำ และเพิ่มความกระชับ ก็ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้ที่มีอายุและผู้สูงวัยเพิ่มมากขึ้นในทุกปี

การร่วมมือกันทั้งด้านหน่วยงานภาครัฐและเอกชนของประเทศ ที่หันมาให้ความสนใจและให้ความสำคัญต่อการบูรณาการความร่วมมือกันในการผลักดันและกำหนดทิศทางการวิจัยด้านนวัตกรรมอาหารเพื่อผู้สูงอายุ มีการตั้งเครือข่าย Care Food ที่มุ่งเน้นเดินหน้านโยบายเชิง

พาณิชย์ พร้อมกับจัดทำการศึกษาเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละช่วงวัยได้ จะถือว่าเป็นการรองรับและผลักดันตลาดสังคมสูงวัยที่จะกลายเป็นตลาดใหญ่ในอนาคต อย่างไรก็ตามปริมาณความต้องการอาหารหรือสินค้าอุปโภคบริโภคในปริมาณที่น้อยของผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุส่วนใหญ่เมื่ออายุมากขึ้นจะบริโภคอาหารน้อยลง จึงทำให้ผู้สูงอายุไม่นิยมที่จะซื้อสินค้าชนิดใดในปริมาณที่มาก ปัจจุบัน ประเทศไทยยังไม่มีตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดยตรง มีเพียงตลาดกึ่งสุขภาพแทน และด้วยต้นทุนที่สูง จึงส่งผลให้กลุ่มผู้ประกอบการไม่นิยมลงทุนทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์มากนัก เพราะมีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและการพัฒนาที่สูงเกินไปไม่คุ้มทุนกับผลตอบแทน

นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมของผู้สูงอายุบางกลุ่ม ปฏิเสธที่จะเปลี่ยนแปลงสินค้าที่ใช้มาแต่เดิม และปฏิเสธที่จะทำการศึกษาและเรียนรู้สินค้าแบบใหม่ หลายครั้งที่ผู้สูงอายุเหล่านี้มองว่าการบริโภคอาหารและใช้สินค้าเพื่อสุขภาพเป็นความเสี่ยง นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้สูงอายุที่เป็นอุปสรรคแล้ว ฐานข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเพื่อสุขภาพไม่มีการจัดทำที่เป็นระบบ เช่น สมุนไพรในประเทศไทย ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงข้อมูลได้ยาก ก่อให้เกิดความไม่มั่นใจในการจะเลือกซื้ออาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ

8.4.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

➤ จุดแข็ง

- 1) ความหลากหลายทางอาหาร – ประเทศไทยมีความหลากหลายทางอาหาร ทั้งด้านเนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ รวมถึงมีวัตถุดิบในการผลิตที่เพียงพอ จึงมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อการบริโภค
- 2) ความพร้อมของห่วงโซ่มูลค่า – ประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เช่น ธุรกิจวัตถุดิบ ธุรกิจแปรรูป ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจรับจ้างผลิต เป็นต้น ซึ่งห่วงโซ่มูลค่ามีความเชื่อมโยงกัน ทำให้เป็นความพร้อมของธุรกิจสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ
- 3) การลงทุนที่ต่ำกว่าธุรกิจประเภทอื่นๆ – ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุในประเภทอื่นๆ ซึ่งผู้ผลิตสามารถพัฒนาต่อยอดจากธุรกิจเดิม หรือการพัฒนาธุรกิจใหม่ที่ไม่ได้ลงทุนสูงมากนัก และมีธุรกิจรับจ้างผลิตในประเทศไทย จึงทำให้ธุรกิจประเภทนี้สามารถมีผู้เล่นใหม่ได้ง่ายกว่าธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุประเภทอื่นๆ

➤ จุดอ่อน

- 1) ความน่าเชื่อถือของสินค้า – อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ มีจุดอ่อนเรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพและประสิทธิภาพของสินค้า สินค้าหลายชนิดยังขาดเอกสารการทดลองและข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือ จึงไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ เช่น การทดลองสารสกัดในมนุษย์ การทดลองสินค้าในผู้สูงอายุ เป็นต้น
- 2) ผลกระทบจากผู้ประกอบการที่ไม่ได้มาตรฐาน - สินค้าบางประเภท มีการผลิตโดยปนเปื้อนวัตถุอันตราย และไม่ได้ผลิตโดยโรงงานที่ได้มาตรฐาน เห็นได้จากการที่ตลาดอาหารเสริมของประเทศไทย ยังเกิดปัญหาเรื่องของสินค้าผิดกฎหมายและไม่ได้มาตรฐานจากหน่วยงาน ซึ่งทำให้ภาพลักษณ์ของตลาดสินค้าประเภทนี้เสียหาย แสดงให้เห็นถึงข้อจำกัดของหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ อีกทั้งในหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบผลิตภัณฑ์ยังมีข้อบกพร่อง
- 3) ตลาดที่ค่อนข้างเล็ก – ผู้ประกอบการมักผลิตเพื่อผู้สูงอายุภายในประเทศ ส่งผลให้มีตลาดสินค้าที่ค่อนข้างเล็ก ในเชิงเปรียบเทียบ ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูง เนื่องจากไม่ได้ใช้ประโยชน์จากหลักการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จากการผลิตสินค้าจำนวนมากในลักษณะเดียวกับสินค้าสำหรับคนวัยอื่นๆ และตลาดผู้สูงอายุที่ค่อนข้างเล็กไม่จูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ
- 4) ขาดการวิจัยและพัฒนา - ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารและสินค้าเพื่อการอุปโภคและบริโภคส่วนหนึ่งไม่นิยมการทำการวิจัยและพัฒนา ซึ่งส่งผลต่อความก้าวหน้าและนวัตกรรมในผลิตภัณฑ์ต่างๆ โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากข้อจำกัดของการจ้างจากสถาบันภาควิชาการ ที่มักไม่ได้ผลงานที่สามารถนำไปพัฒนาต่อเป็นผลิตภัณฑ์ได้
- 5) ทักษะของผู้ประกอบการ - ผู้ประกอบการจำนวนมากที่ยังไม่สามารถตอบสนองกับตลาดในระดับโลก หรือขาด Global Mindset จำเป็นต้องสร้างความตระหนักต่อแบรนด์ในด้านคุณภาพของสินค้าไทยจากฐานผู้บริโภคที่มีอยู่

➤ โอกาส

- 1) ค่านิยมเรื่องผลข้างเคียงของยาแผนปัจจุบัน - ในภาพรวมตลาดสินค้าประเภทอาหารเสริมและยาสมุนไพรสำหรับผู้สูงอายุเติบโตมากขึ้น เนื่องจากค่านิยมเรื่องการใส่ใจสุขภาพ และความกังวลต่อผลข้างเคียงของยาแผนปัจจุบัน
- 2) ความสามารถในการซื้อสินค้าโดยผู้สูงอายุ - ในปัจจุบัน กำลังซื้อผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น และผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงสื่อในการซื้อสินค้ามากขึ้น เช่น ช่องทางการซื้อออนไลน์

และการซื้อผ่านทางรายการโทรทัศน์ (TV Shopping) ทำให้สินค้าประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคมีโอกาสทางตลาดมากขึ้น

- 3) ตลาดสินค้าประเภทเพื่อนบ้าน - ปัจจุบันสินค้าจากประเทศไทยได้รับการยอมรับจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าสุขภาพจากประเทศไทย ที่สามารถเจาะตลาดประเทศเพื่อนบ้านได้ เช่น น้ำมันรำข้าว สารสกัดจากมังคุด น้ำมันมะพร้าว ซึ่งเป็นสินค้าดั้งเดิมของไทยและสินค้าที่แสดงความเป็นไทย
- 4) นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค - เช่น นโยบายให้สิทธิประโยชน์ในการลงทุนของสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ในประเภทกิจการผลิตอาหารทางการแพทย์ (Medical Food) หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) รวมถึงมาตรการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร

➤ อุปสรรค

- 1) ข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบและมาตรการควบคุม - กระบวนการขอรับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ซึ่งมีหลายผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการใช้นวัตกรรมใหม่ๆ และมีศักยภาพในการส่งออกต่างประเทศ แต่ไม่สามารถออกมาทดลองตลาดจริงและพัฒนาสินค้าต่อไปได้เนื่องจากไม่ได้รับอนุญาต อย. รวมถึงความไม่ชัดเจนในรายละเอียดของเอกสารหน่วยงานที่ต้องการที่ภาคเอกชนจะต้องเตรียมการ และการใช้วิจรรณญาณในการพิจารณาของเจ้าหน้าที่ ที่อาจส่งผลให้เกิดความล่าช้า ในการขออนุญาตหรือจดทะเบียนสินค้า
- 2) ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา - ผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุมีค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนา (Research and Development: R&D) ค่อนข้างสูง เฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยอาจมีสัดส่วนการลงทุนสูง R&D ถึงร้อยละ 20 ของการลงทุนทั้งหมด ประกอบกับผลิตภัณฑ์อาหารง่ายต่อการลอกเลียนแบบ ทำให้มีคู่แข่งจำนวนมากมาลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จ จึงอาจไม่จูงใจให้ผู้ประกอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุ
- 3) ข้อจำกัดทางงานวิจัย - ภาควิชาการของไทยยังไม่สามารถส่งมอบงานวิจัยที่ตอบโจทย์ภาคเอกชนหรือตอบสนองต่อตลาดต่างประเทศได้ การจ้างจากสถาบันภาควิชาการมักไม่ได้ผลงานที่สามารถนำไปพัฒนาต่อเป็นผลิตภัณฑ์ได้
- 4) ข้อจำกัดของตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ - ตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดยตรงยังมีอยู่อย่างจำกัด และไม่มีในหลายพื้นที่ แต่จะเป็นการจำหน่ายในตลาดกึ่งสุขภาพ เช่น ร้านโกลเด้นเพลส

- 5) สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน - อาหารสุขภาพและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุมักมีราคาสูง แต่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ได้มีรายได้สูง จึงเป็นข้อจำกัดในการจูงใจการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและราคาสูง
- 6) ฐานข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าเพื่อสุขภาพไม่มีการจัดทำที่เป็นระบบ – เช่น สมุนไพรในประเทศไทย ส่งผลให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงข้อมูลได้ยาก ก่อให้เกิดความไม่มั่นใจในการจะเลือกซื้ออาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ

8.5 ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

8.5.1 ภาพรวมสถานการณ์ปัจจุบัน

มีการคาดการณ์ว่าอายุเกษียณของประชากรจะขยายออกให้นานมากขึ้นเช่นกัน การที่ผู้สูงอายุสามารถทำงานได้นานขึ้นไม่เพียงแต่จะเป็นผลดีต่อกำลังการซื้อสินค้าและอุปโภคบริโภคของประเทศเท่านั้น แต่ยังรวมถึงธุรกิจด้านการบริการอื่น ๆ อีกด้วย อันรวมไปถึงธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นธุรกิจที่เข้ามาช่วยตอบสนองความต้องการในหลักประกันให้กับผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เมื่อมีอายุมากขึ้น ความรู้สึกไม่มั่นคงในชีวิตย่อมมากขึ้นตาม การทำประกันชีวิตจึงเป็นอีกรูปแบบหนึ่งที่จะช่วยสร้างความมั่นคงในชีวิตและช่วยส่งเสริมการออมให้กับผู้ที่สนใจ จากรายงานความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้สูงอายุไทยในปี 2563 โดยสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) พบว่าหากผู้สูงอายุมีรายได้เพิ่มขึ้น ผู้สูงอายุก็จะมีแนวโน้มความต้องการเก็บออมเป็นอันดับแรก โดยการฝากเงินกับทางธนาคารเป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด รองลงมาคือต้องการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว แต่ที่น่ายกย่องคือ มีผู้สูงอายุถึงร้อยละ 19.4 ที่ไม่มีเงินออม ทั้งนี้ มีผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวมีมากกว่าร้อยละ 50 และกว่าร้อยละ 70 มีความจำเป็นต้องพบแพทย์เป็นประจำ

สถานการณ์ดังกล่าวจึงเป็นการเปิดโอกาสให้ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุเข้ามาช่วยเหลือและดูแลผู้สูงอายุในเรื่องนี้ จากข้อมูลของคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ปี 2561 พบว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัยเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรม มีอยู่ 3 รูปแบบ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการดูแลระยะยาว ซึ่งจะจ่ายผลประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเกิดภาวะทุพพลภาพหรือมีปัญหาด้านสุขภาพ 2) ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นรูปแบบการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตสัญญาจะจ่ายเงินรายปีตามการทรงชีพของผู้รับเงินรายปี และ 3) การจำนองแบบย้อนกลับ (Reverse

Mortgage) เป็นการนำหลักทรัพย์มาค้ำประกันเพื่อเพิ่มวงเงินสินเชื่อ ซึ่งเป็นผลจากมติคณะรัฐมนตรี เมื่อปี 2559 เกี่ยวกับนโยบายเพื่อรองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

ตัวอย่าง ธุรกิจประกันภัยของบริษัทเมืองไทยประกันชีวิต ที่มีการออกแบบสัญญาประกันสุขภาพที่สามารถสมัครได้ทุกช่วงวัย และคุ้มครองต่อเนื่องจนถึงอายุ 99 ปี พร้อมกับคุ้มครองค่ารักษาพยาบาล โรครั่วไป โรคร้าย และสามารถเลือกรักษาในโรงพยาบาลได้ทุกสถานที่ทั่วโลก พร้อมกับวงเงินการคุ้มครองที่มากถึง 20-100 ล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ยังมีการร่วมมือกันระหว่างธุรกิจการประกันภัยและธุรกิจบริการด้านการเงิน เช่น ธนาคารกสิกรที่มีการให้บริการประกันอุบัติเหตุสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งระยะเวลาเอาประกันตั้งแต่อายุ 55-75 ปี และ 76-99 ปี ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าธุรกิจประกันภัยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกันภัยที่หลากหลายสำหรับผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย ยังมีอุปสรรคเรื่องข้อจำกัดของกลุ่มผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุในประเทศไทยส่วนใหญ่ไม่มีรายได้มากพอที่จะนำมาใช้บริการด้านการเงิน และซื้อประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุ นอกจากนี้ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้เปิดเผยผลสำรวจถึงของธุรกิจนี้ คือเรื่องของการแข่งขันที่รุนแรงของการตลาด เพราะการเข้ามาของเทคโนโลยีทำให้ระบบเศรษฐกิจเปิดกว้างขึ้น ผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดใหญ่สามารถเข้ามาในสนามธุรกิจได้ แต่ในขณะที่เทคโนโลยีช่วยให้ธุรกิจนี้เติบโตได้ดี กำลังการซื้อของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยรวมกลับยังไม่สูงมากนัก ทำให้ยอดขายและผลประกอบการหลายแห่งซบเซาลง และยังมีประเด็นเรื่องของความไม่ชัดเจนและความต่อเนื่องของนโยบายจากภาครัฐ ทำให้กระบวนการพัฒนาของธุรกิจด้านการเงินและการประกันภัยล่าช้าลง

ในส่วนธุรกิจบริการด้านการเงินของประเทศไทย ถือว่าเป็นหนึ่งในประเทศที่มีธุรกิจการให้บริการทางการเงินที่สะดวกสบายและมีความรวดเร็ว โดยเฉพาะช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา กลุ่มอุตสาหกรรมทางการเงินได้นำเทคโนโลยี FinTech (Financial Technology) เข้ามาประยุกต์ใช้และสร้างการบริการแบบออนไลน์ในธุรกิจการเงิน เช่น การจ่ายเงินออนไลน์ และการซื้อหุ้นออนไลน์ เป็นต้น ทำให้การทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์เข้ามาบทบาทในชีวิตของคนทุกวัน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุยังคงมีความวิตกกังวลต่อการใช้เทคโนโลยีในหลากหลายประเด็น อาทิ การใช้คอมพิวเตอร์นาน ๆ ส่งผลให้เกิดผลเสียต่อร่างกายและประสาทสายตา มีความกลัวเมื่อต้องเผชิญกับความซับซ้อนของเทคโนโลยี ประกอบกับไม่เปิดใจเรียนรู้ แม้จะมีกลุ่มผู้สูงอายุบางส่วนที่เรียนรู้การใช้เทคโนโลยีหรือธุรกรรมการเงินด้วยตนเอง ก็เกิดแค่เพียงในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีฐานะหรือการศึกษาสูง กลุ่มที่เปิดใจ มีบุตรหลานคอยชี้แนะ ตลอดจนมีประสบการณ์ในการใช้เทคโนโลยีมาก่อนถึงจะสนใจทำธุรกรรมทางการเงินแบบออนไลน์ ฉะนั้น จำนวนผู้สูงอายุที่ทำการ

ชำระเงินค่าสินค้าและบริการผ่านช่องทางดิจิทัล (e-Payment) จึงมีเพียงบางส่วน และคนส่วนใหญ่ ยังนิยมทำธุรกรรมทางการเงินที่ธนาคารด้วยตนเอง นอกจากนี้ การรักษาความปลอดภัยทางโลกไซเบอร์เป็นสิ่งสำคัญที่สถาบันการเงินและหน่วยงานกำกับดูแลต้องคำนึงถึง เห็นได้จากที่ปัจจุบันมีจรรยาบรรณ Social Media อีเมลหลอกลวง (Phishing) และการขโมยข้อมูลส่วนบุคคล (Data Theft) กลายเป็น 3 อาชญากรรมอันดับต้นที่คนไทยถูกหลอกลวงบ่อยครั้งที่สุด ฉะนั้นผู้ประกอบการที่หันมาสนับสนุนและใช้ FinTech จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ต้องเผชิญกับความกังวลด้านอาชญากรรมทางไซเบอร์เหล่านี้ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่ถือว่าเป็นกลุ่มเปราะบาง เป็นเหตุให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างการรักษาความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภค

GOLDEN นับเป็นตัวอย่างธุรกิจบริการวางแผนทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุของต่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับปัญหาการเงินที่ผู้สูงวัยต้องเผชิญ แม้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุจะมีทรัพย์สินค่อนข้างมากหลังเกษียณ แต่การรักษาพยาบาลและค่าใช้จ่ายเฉพาะสำหรับผู้สูงอายุที่กลับมีมูลค่าสูง ทำให้เมื่ออายุมากขึ้นทรัพย์สินที่มีอยู่ก็ยิ่งลดลง กลายเป็นการสร้างภาระทางการเงินและนำไปสู่ความยากจนในบั้นปลายชีวิต ฉะนั้น การมีรายได้คงที่และการพึ่งพาบุตรหลานในบั้นปลายชีวิตของผู้สูงอายุจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ GOLDEN จึงเป็นธุรกิจที่เข้ามาช่วยดูแลและวางแผนทางการเงินให้กับครอบครัว ไปพร้อม ๆ กับสร้างบรรยากาศความไว้วางใจกันภายในครอบครัว ซึ่งจะเป็นการป้องกันปัญหาความยากจนยามเมื่ออายุมากขึ้น และป้องกันการการถูกทิ้งหรือถูกละเลยยามชราของผู้สูงอายุ พร้อม ๆ ช่วยป้องกันมิจฉาชีพบนโลกออนไลน์จากมีบุตรหลานคอยอยู่ดูแลและให้คำแนะนำ

8.5.2 วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

➤ จุดแข็ง

- 1) ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจประกันภัย - ธุรกิจบริการด้านการประกันภัยในประเทศไทยในปัจจุบัน มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้ภาคธุรกิจมีการพัฒนาและปรับตัวอยู่เสมอ และมีผลิตภัณฑ์ด้านการเงินและประกันภัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุหลายประเภท

➤ จุดอ่อน

- 1) ความไม่เป็นที่นิยมของผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุ - ปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์สามารถออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ เช่น สินเชื่อประเภท Reverse Mortgage แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ใดสนใจให้บริการเท่าที่ควร เนื่องจากมีความต้องการใช้

บริการประเภทนี้ในประเทศน้อย ทำให้ตลาดการเงินและประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุยังคงค่อนข้างซบเซา

- 2) ข้อจำกัดเรื่องการหาพันธมิตร – ผลผลิตภัณฑ์และการให้บริการทางการเงินและประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุมีข้อผูกพันในระยะยาว จึงมีข้อกังวลเรื่องการหาบริษัทพันธมิตร ที่จะต้องมีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว
- 3) ภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือในธุรกิจการเงินและประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุ – ผู้สูงอายุจำนวนมากซื้อผลิตภัณฑ์ทางการเงินหรือประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุโดยไม่ได้เจตนา เช่น การถูกหลอกจากผู้ขาย การอ่านรายละเอียดไม่ถี่ถ้วนเนื่องจากมีเงื่อนไขของผลิตภัณฑ์มีขนาดตัวอักษรที่ค่อนข้างเล็ก ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของธุรกิจภาพรวม และผู้สูงอายุจำนวนมากไม่เชื่อถือหรือไว้วางใจในบริการ
- 4) ข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ทางการเงินประเภท Reverse Mortgage - ธนาคารมีความเสี่ยงในการบริหารจัดการมูลค่าของสินทรัพย์ในอนาคต เนื่องจากสภาพและมูลค่าของบ้านอาจลดลงอย่างมากในระยะเวลา 20 ปี รวมถึงภาคธุรกิจจะต้องออกแบบเงื่อนไขระยะเวลาการจ่ายเงิน เพราะหากผู้สูงอายุเสียชีวิตช้ากว่าที่กำหนดไว้ในสัญญา อาจเกิดปัญหาสังคมได้ หากธนาคารจะต้องอายัดบ้านก่อนผู้สูงอายุเสียชีวิตหรือได้ถอนได้ นอกเหนือจากนี้ ธนาคารการมีปัญหาในการขายบ้านทอดตลาดเนื่องจากขัดกับความเชื่อและค่านิยมของคนไทย ที่ไม่คุ้นชินกับการอยู่บ้านมือสอง โดยเฉพาะบ้านที่จะมีคนเสียชีวิต
- 5) การขาดผลิตภัณฑ์ทางการเงินระยะยาวเพื่อให้ธุรกิจการเงินและประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุไปลงทุน - ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบรายได้ประจำ หรือแบบบำนาญ (Annuity Insurance) ยังไม่ประสบความสำเร็จในประเทศไทย เนื่องจากผลิตภัณฑ์ทางการเงินในปัจจุบันมักเป็นระยะสั้น เช่น พันธบัตรรัฐบาลที่ระยะเวลายังไม่ยาวมาก ไม่มีผลิตภัณฑ์ทางการเงินระยะยาวที่บริษัทประกันต่างๆ จะไปลงทุน ให้สอดคล้องกับอายุของผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ

➤ โอกาส

- 1) พฤติกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป – เป้าหมายในการออมเงินของประชาชนฐานรากเป็นไปเพื่อเก็บไว้ใช้จ่ายเกษียณ และแนวโน้มการเกษียณที่ช้าลงเปิดโอกาสให้ธุรกิจการให้คำปรึกษาและวางแผนการจัดการทางการเงิน
- 2) นโยบายลดหย่อนภาษีเงินได้ – ภาครัฐได้กำหนดนโยบายสนับสนุนการออมและการซื้อประกัน โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ส่งผลให้ธุรกิจประกันชีวิตและเงินออมยามเกษียณยังคงสามารถเติบโต

- 3) ค่ารักษาพยาบาลที่ค่อนข้างแพง – ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงที่จะเจ็บป่วยในโรคร้ายแรงที่มีค่าใช้จ่ายในการรักษาที่ค่อนข้างสูง ทำให้ธุรกิจประเภทประกันภัยเป็นที่นิยมสำหรับการเตรียมตัวเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุ

➤ **อุปสรรค**

- 1) การไม่มีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ - ทำให้ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทประกันไม่สนใจในการออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง Reverse mortgage, Mortgage Insurance และผลิตภัณฑ์อื่นๆ
- 2) ค่านิยมของคนไทยที่ไม่นิยมซื้อบ้านมือสอง - ส่งผลให้ธนาคารการมีปัญหาในการขายบ้านทอดตลาด เนื่องจากขัดกับความเชื่อและค่านิยมของคนไทย
- 3) ค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลที่สูง สำหรับผู้ป่วยกลุ่มเฉพาะที่ต้องใช้ยาที่มีต้นทุนการผลิตสูง และต้องใช้ภัณฑ์ด้านการแพทย์ที่ต้องพึ่งพาการนำเข้า ส่งผลต่อกำไรของผลิตภัณฑ์ประกันภัย

บทที่ 9

ยุทธศาสตร์การพัฒนาธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคต่อการพัฒนาภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการที่มีศักยภาพ คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ TOWS Matrix เพื่อระบุ กลยุทธ์การพัฒนาภาคธุรกิจที่มีศักยภาพทั้ง 5 ภาคธุรกิจ ที่เอกชนอาจพิจารณาดำเนินการ โดยมีภาครัฐเป็นผู้สนับสนุนและอำนวยความสะดวก

การวิเคราะห์ TOWS Matrix เป็นเครื่องมือในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์ (Strategy Formation) ได้อย่างเหมาะสม ผ่านการผสมผสานจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของแต่ละ สาขาธุรกิจ ที่ได้อภิปรายในช่วงต้นของการศึกษานี้ โดยรูปแบบการผสมผสานจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อกำหนดกลยุทธ์ได้ทั้งสิ้น 4 ประเภท ได้แก่

- กลยุทธ์เชิงรุก – เป็นกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็ง ร่วมกับโอกาส เพื่อหาประโยชน์จากส่วนที่ผู้ประกอบการไทย หรือประเทศไทยมีความเข้มแข็งในสาขาธุรกิจนั้นๆ ในการใช้ประโยชน์จากโอกาสที่กำลังเกิดขึ้นในสภาพแวดล้อมของธุรกิจและโลก
- กลยุทธ์เชิงแก้ไข – เป็นกลยุทธ์ที่ใช้โอกาสมาปรับปรุงแก้ไขจุดอ่อน เพื่อแก้ไขจุดอ่อนของผู้ประกอบการไทย และบริบทที่เกี่ยวข้องกับสาขาธุรกิจนั้นๆ
- กลยุทธ์เชิงป้องกัน – เป็นกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็ง เพื่อหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่อาจจะเกิดจากแนวโน้มต่างๆ และบริบทต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับสาขาธุรกิจดังกล่าว
- กลยุทธ์เชิงรับ – เป็นกลยุทธ์ที่เน้นการลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากแนวโน้มต่างๆ และบริบทภายนอกองค์กรและประเทศ

คณะผู้วิจัยได้นำเสนอแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ ในสาขาที่มีศักยภาพ พร้อมกลยุทธ์ต่างๆ ที่สำคัญ ดังนี้

9.1 ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

➤ กลยุทธ์เชิงรุก

สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดกลุ่มผู้ใช้บริการต่างชาติ – ด้วยจุดแข็งความพร้อมของไทยในด้านการเป็นศูนย์กลางครบวงจร และความน่าเชื่อถือของธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ ประกอบกับโอกาสทางธุรกิจจากความต้องการของชาวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยในหลายพื้นที่ทั่วโลก หน่วยงานรัฐและกลุ่มผู้ประกอบการ จะต้องมีการดำเนินนโยบายความร่วมมือเชิงรุกในลักษณะความร่วมมือ G2G ในธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ โดยเฉพาะกับสหรัฐอเมริกา ยุโรป และจีน อย่างไรก็ตาม การเจาะกลุ่มลูกค้าชาวยุโรป จะต้องพัฒนาสินค้าและบริการทางการแพทย์และสุขภาพ จำเป็นที่จะต้องได้มาตรฐานตาม European standard จึงทำให้ต้นทุนในการพัฒนามาตรฐานสูง หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องผลักดันให้เกิดการร่วมลงทุนกับต่างชาติ เพื่อการพัฒนาเป็นศูนย์กลางครบวงจร สามารถแข่งขันกับธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพของประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะการลงทุนในเขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษการแพทย์ครบวงจร (EECmd) ซึ่งเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านทำเลที่ตั้ง อยู่บนพื้นที่ซึ่งเป็นศูนย์กลางการเชื่อมต่อด้านการคมนาคมขนส่งในพื้นที่และเชื่อมต่อการท่องเที่ยว

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI)

เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่มีศักยภาพกับตลาดผ่านแพลตฟอร์ม – ด้วยจุดแข็งด้านความหลากหลายของบริการดูแลผู้สูงอายุ ประกอบกับโอกาสที่เกิดจากความก้าวหน้าด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศ ส่งผลให้การใช้แอปพลิเคชันเพื่อเข้าถึงบริการต่างๆ ของผู้บริโภคทำได้ง่ายมากขึ้น โดยสามารถสร้างแพลตฟอร์มในลักษณะการให้บริการแบบ On Demand Platform หรือการบริการแบบ O2O (Online to Offline) ที่ช่วยให้เข้าถึงการบริการเชิงกายภาพผ่านระบบออนไลน์ได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจดูแลผู้สูงอายุจึงควรพิจารณาการให้บริการในเชิงรุกมากขึ้น ผ่านการร่วมกับธุรกิจแพลตฟอร์มหรือสตาร์ทอัพประเภทต่างๆ ซึ่งมีต้นทุนในการเข้าร่วมแพลตฟอร์มที่ไม่สูง เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงตลาดในประเทศมากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

➤ กลยุทธ์เชิงแก้ไข

พัฒนาบุคลากรผู้ดูแลผู้สูงอายุ (Care giver) ที่มีคุณภาพ – ด้วยจุดอ่อนด้านจำนวนบุคลากรดูแลผู้สูงอายุที่ยังไม่เพียงพอ แต่ยังมีโอกาสจากโครงสร้างประชากรไทยในสังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้ความต้องการเพิ่มขึ้น ประกอบกับนโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจแพทย์และบริการสุขภาพ จึงสามารถขยายความร่วมมือและสร้างเครือข่ายระหว่างโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐ เพื่อการจัดตั้งโรงเรียนพัฒนาบุคลากรให้สามารถรองรับผู้สูงอายุทั้งในไทยและต่างประเทศ การสร้างเส้นทางอาชีพที่ชัดเจนและมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อการยกย่องคุณค่าและให้ความสำคัญของผู้ให้บริการสุขภาพผู้สูงอายุจากสังคม โดยไทยมีทรัพยากรบุคคลในประเทศที่เพียงพอในการที่จะพัฒนาให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุที่มากขึ้น ซึ่งต้องการการบริการที่มีความพิเศษและความปลอดภัยสูงเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน และจากสถานการณ์ที่หลายอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 จึงเกิดแรงงานว่างงานจำนวนมากที่มีทักษะพื้นฐานด้านการดูแลและบริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถใช้วิธีการอบรมทักษะใหม่ (Reskill) ที่ครอบคลุมทักษะดิจิทัล สร้างศูนย์กลางการอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุคุณภาพสูงในประเทศ เพื่อเพิ่มบุคลากรให้รองรับความต้องการบริการที่เพิ่มขึ้นได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ กรมกิจการผู้สูงอายุ สถาบันเวชศาสตร์ผู้สูงอายุ กรมการแพทย์

ส่งเสริมการใช้ระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น – ด้วยจุดอ่อนด้านจำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอ จำนวนบุคลากรการแพทย์ต่อประชากรของไทยค่อนข้างต่ำโดยเปรียบเทียบ แต่ยังมีโอกาสจากความก้าวหน้าด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศ ทำให้สามารถนำระบบ Telemedicine ซึ่งจะช่วยให้เกิดการบริการในระดับปฐมภูมิมากขึ้น สร้างธุรกิจที่ตอบสนองความต้องการและเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ เพราะปัญหาของผู้สูงอายุคือการเดินทางไปพบแพทย์ที่ต้องพึ่งพาคนมาช่วยดูแล ซึ่ง Telemedicine รวมถึง E-pharmacy และ Wearable device จะช่วยแก้ปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะสำหรับผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่จะต้องมีการติดตามดูแลอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ การส่งเสริมการใช้ Telemedicine อาศัยนโยบายของภาครัฐที่ต้องปรับปรุงข้อจำกัดด้านเงื่อนไขประกอบโรคศิลป์ที่ยึดติดกับพื้นที่อนุญาตให้มีการทำหัตถการ ซึ่งจะช่วยให้สามารถขยายขอบเขตพื้นที่บริการทางการแพทย์ ลดต้นทุนด้านบริการทางการแพทย์ รวมทั้งช่วยพัฒนาธุรกิจประกันสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเนื่องจากค่าใช้จ่ายของบริษัทประกันที่ลดลงจากการใช้บริการ Telemedicine แทนการเข้ารับบริการที่โรงพยาบาลและเบี้ยประกันที่ถูกลงจะทำให้ประชาชนสามารถเข้ามาอยู่ในระบบประกันได้มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ผู้ประกอบการโรงพยาบาล บริษัทประกันภัย
กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

ดำเนินโครงการในเชิงสนามทดสอบรูปแบบการทำธุรกิจ (Regulatory Sandbox)
สำหรับกิจการที่ยังไม่มีกฎหมายรองรับโดยตรง – ด้วยจุดอ่อนที่ธุรกิจบางประเภทอาจยังไม่มี
การกำหนดมาตรฐานหรือการขาดกลไกการกำกับดูแลที่เป็นสากล แต่มีโอกาสจากการขยายตัว
ของเทคโนโลยีการแพทย์ นวัตกรรมเพื่อการดูแลสุขภาพ และระบบแพลตฟอร์มเพื่ออำนวยความสะดวก
สะดวกในการเข้าถึงบริการด้านสุขภาพเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทำให้มีผู้เล่นรายใหม่จำนวนมาก ซึ่ง
กฎหมายของไทยยังไม่เปิดโอกาสให้ดำเนินกิจการบางประเภทได้อย่างถูกต้อง เช่น การใช้ระบบ
การแพทย์ทางไกล (Telemedicine) นอกโรงพยาบาลและคลินิก ดังนั้น การเปิดพื้นที่ทดลอง
เทคโนโลยีด้วย Regulatory Sandbox เป็นการสร้างสมดุลระหว่างการตรวจสอบอย่างรอบคอบ
และความต้องการให้บริการรูปแบบใหม่ที่รวดเร็วของธุรกิจในปัจจุบัน ซึ่งการเปิดโอกาสให้ธุรกิจได้
ทดลองนวัตกรรมในสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม และรับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญในหน่วยงาน
กำกับดูแลจะช่วยให้ธุรกิจเติบโตอย่างแข็งแรง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – กระทรวงสาธารณสุข ภาคเอกชน

➤ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

สร้างฐานข้อมูลกลางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม (Symmetry information access) – แม้ว่าไทยจะมีจุดแข็งเรื่องความน่าเชื่อถือของธุรกิจการแพทย์และบริการ
สุขภาพ และความก้าวหน้าทางวิทยาการแพทย์ แต่ยังมีกลุ่มประชาชนที่ยังมีค่านิยมการต่อต้าน
สารเคมี ผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งมีทัศนคติต่อต้านหรือหลีกเลี่ยงการพบแพทย์และการรักษาโดยยา
แผนปัจจุบัน เนื่องจากมีความเชื่อว่าการรักษาจะเป็นการเพิ่มสารเคมีซึ่งเป็นโทษต่อร่างกาย
การให้ความรู้กับประชาชนสามารถทำได้ผ่านความร่วมมือระหว่างรัฐและเอกชน เพื่อสร้างความ
ถูกต้องและสมบูรณ์ของข้อมูล (Data integrity) นำไปสู่การสร้างความรู้ด้านสุขภาพในภาพรวม
โดยเป็นแพลตฟอร์มสำหรับประชาชน ซึ่งผู้เชี่ยวชาญสามารถเข้าไปให้ข้อมูลที่เชื่อถือได้ทั้ง
ภาษาไทยและอังกฤษ เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ได้เช่นกัน เพราะกลุ่มคนเหล่านี้จะ
เป็นผู้นำตลาดที่จะช่วยเผยแพร่ความตระหนักต่อแบรนด์ (Brand awareness) นอกจากนี้
แพลตฟอร์มนี้แหล่งรวบรวมสินค้าและบริการด้านสุขภาพให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม

➤ กลยุทธ์เชิงรับ

ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิ – ด้วยจุดอ่อนของบริการด้านการแพทย์ของไทยที่ยังกระจุกตัวในเมืองใหญ่ เนื่องจากระบบสาธารณสุขปัจจุบันไม่มีการกระจายศูนย์ (Decentralized) มุ่งเน้นไปที่โรงพยาบาลเป็นหลัก ประกอบกับอุปสรรคในเรื่องของการที่ผู้สูงอายุในไทยอาจมีเงินออมไม่มากนัก ส่งผลต่อการเข้าถึงบริการด้านการแพทย์และสุขภาพที่ไม่ทั่วถึง แต่เมื่อพิจารณาโครงสร้างสังคมไทยที่เป็นสังคมชุมชนเข้มแข็งครอบคลุมงานด้านสาธารณสุขที่มีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) มีเครือข่ายการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถเป็นจุดเริ่มต้นของการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของการกำหนดนโยบายภาครัฐที่เน้นบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิมากขึ้น เช่น ในระดับชุมชนที่มีศูนย์ดูแลเด็กก็อาจจะสามารถต่อยอดเป็นศูนย์ดูแลผู้สูงอายุได้ด้วย หรือการนำอาคารโรงเรียนแต่ละพื้นที่ชุมชนที่ไม่ได้ใช้ประโยชน์มาเป็นสถานดูแลผู้สูงอายุ การร่วมลงทุนระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public-Private-Partnerships) เพื่อส่งเสริมให้เอกชนช่วยจัดการ เช่น การอบรมและพัฒนาบุคลากร การบริหารโรงพยาบาลหรือคลินิกชุมชน จะช่วยเพิ่มการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิ อันจะสามารถช่วยเพิ่มการจ้างงานงานในชุมชน ลดจำนวนผู้ป่วยติดเตียงในโรงพยาบาล และช่วยให้ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการทางการแพทย์ได้มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย

ยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมยาผ่านการส่งเสริมการลงทุนด้านห้องปฏิบัติการ (Laboratory) - ปัจจุบันบริษัทในไทยต้องส่งผลิตภัณฑ์ยาไปรับรองมาตรฐานที่ต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง เพื่อให้ได้มาตรฐานสากลและสามารถส่งออกได้ ทำให้มีต้นทุนการผลิตที่สูง ซึ่งภาครัฐสามารถช่วยสนับสนุนการจัดตั้งหรือเปิดโอกาสให้บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนและพัฒนาด้าน Laboratory โดยอาจเริ่มจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนว่าจะเน้นการพัฒนาทักษะใด เพื่อทำให้เกิดความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมในประเทศ การสร้างผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานสากลจะช่วยเพิ่มโอกาสในการส่งออกไปยังตลาดในยุโรปและอเมริกาโดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ชีววัตถุ และช่วยสร้างความตระหนักต่อแบรนด์ในด้านคุณภาพของสินค้าไทยจากฐานผู้บริโภคที่มีอยู่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ สถาบันอาหาร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมวิทยาศาสตร์บริการ กรมวิชาการเกษตร สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า - ด้วยจุดอ่อนที่ไทยยังต้องพึ่งพาการนำเข้าอุปกรณ์เทคโนโลยีด้านการแพทย์ ทำให้ต้นทุนในการเริ่มต้นธุรกิจสูง อุปสรรคสำคัญคือการทำที่ผู้สูงอายุในไทยอาจมีเงินออมไม่มากนัก จึงไม่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่มีราคาสูงได้ มาตรการในการรับมือกับสถานการณ์ดังกล่าวคือ การทำความเข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างบริษัทกับบริษัทประกันสุขภาพ ที่จะนำไปสู่การใช้ประโยชน์ฐานข้อมูลด้านสุขภาพจากการคาดการณ์ความต้องการ (Demand forecast) ของประชากรตามช่วงอายุวัยจากฐานข้อมูลของบริษัทประกันภัย เปิดโอกาสสำหรับการเจรจาล่วงหน้าในเรื่องราคาของผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ เช่น ผู้ป่วยมะเร็งทำให้แนวโน้มการใช้การรักษาแบบมุ่งเป้า (Targeted therapy) โดยเป็นยาซึ่งพัฒนามาจากชีววัตถุที่มีราคาแพง ถ้าหากสามารถเจรจาเรื่องราคาได้ จะช่วยเพิ่มโอกาสสำหรับธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพและลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการแพทย์ และธุรกิจประกันภัย

จากการวิเคราะห์กลุ่มยุทธ์ทั้งหมด คณะผู้วิจัยสามารถสรุปรวมเป็นยุทธศาสตร์ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ ได้ดังนี้

➤ ยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

เพื่อให้ประเทศไทยเป็นแหล่งรวมบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) แบบครบวงจรที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย ในขณะเดียวกันสามารถสร้างสังคมสุขภาพดีภายในประเทศได้อย่างครอบคลุม ยุทธศาสตร์ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพสามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ย่อย ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1 – สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- พัฒนาบุคลากรผู้ดูแลผู้สูงอายุ (Care giver) ที่มีคุณภาพ

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 2 – สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคบริการการแพทย์และสุขภาพทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง (Horizontal & Vertical) เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดกลุ่มผู้ใช้บริการต่างชาติ
- เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่มีศักยภาพกับตลาดผ่านแพลตฟอร์ม
- ยกกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมยาผ่านการส่งเสริมการลงทุนด้าน Laboratory
- ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า

ยุทธศาสตร์ที่ 3 – พัฒนาระบบนิเวศของภาคการบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ดำเนินโครงการในเชิงสนามทดสอบรูปแบบการทำธุรกิจ (Regulatory Sandbox) สำหรับกิจการที่ยังไม่มีกฎหมายรองรับโดยตรง

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 4 – ยกระดับการให้บริการการแพทย์และสุขภาพในประเทศที่ครอบคลุม

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ส่งเสริมการใช้ระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น
- สร้างฐานข้อมูลกลางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม (Symmetry information access)
- ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิ

9.2 ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

➤ กลยุทธ์เชิงรุก

ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ – ด้วยจุดแข็งด้านการเป็นฐานการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย ประกอบกับโอกาสจากนโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนและให้สิทธิประโยชน์การลงทุนในธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จึงเอื้อต่อการดึงดูดการลงทุนเพื่อยกระดับ System Integrator (SI) หรือ ผู้ออกแบบ ประกอบ และติดตั้งระบบอัตโนมัติ จะช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนการผลิตที่แม่นยำซึ่งลดต้นทุนได้ ดังนั้น ภาคเอกชนจึงควรมองหาพันธมิตรด้านการผลิตที่มีองค์ความรู้และความก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี มีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และดึงดูดให้เข้ามาลงทุนในไทยในลักษณะของการร่วมทุนเพื่อเรียนรู้นวัตกรรมและเทคโนโลยีด้วยจุดแข็งของการมีต้นทุนวัตถุดิบที่ถูกและสามารถเป็นศูนย์กลางการผลิตในภูมิภาค ทั้งนี้ ผู้ประกอบการในธุรกิจประเภทนี้ สามารถขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ ดังตัวอย่างแนวทางการส่งเสริมการลงทุนการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตของ BOI ที่ให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีแก่ผู้ที่มีกิจกรรมปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตตามเกณฑ์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ศูนย์ความเป็นเลิศด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Center of Robotic Excellence) สมาคมผู้ประกอบการระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ไทย สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก และสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

พัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ตามความต้องการของผู้บริโภคสูงวัยที่เปลี่ยนแปลงไป – จุดแข็งที่สำคัญคือ ความสามารถในการเข้าถึงประเด็นความต้องการของผู้ซื้อเนื่องจากประเทศไทยมีผู้สูงอายุจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลความต้องการที่หลากหลายเกี่ยวกับสินค้าประเภทหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ พร้อมกับโครงสร้างประชากรไทยในสังคมผู้สูงอายุ ช่วยเพิ่มอุปสงค์ต่อสินค้าประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งนี้ เศรษฐกิจสูงวัยในอนาคตไม่ได้ครอบคลุมเพียงแต่เรื่องของบริการด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ ซึ่งหมายความว่าหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เพียงแต่เน้นการดูแลและช่วยเหลือผู้สูงอายุที่อยู่ในสภาวะที่ต้องการความช่วยเหลือ หรือมีปัญหาด้านสุขภาพเท่านั้น เพราะโลกของคนสูงวัยต่อจากนี้ จะเป็นแนวโน้ม

ของการเรียนรู้ตลอดชีวิตและความคุ้นชินกับเทคโนโลยี ยังมีประชากรกลุ่มใหญ่ที่กำลังจะเข้าสู่กลุ่มสูงวัย แต่ยังคงเป็นกลุ่ม Active Senior หุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต้องมาพร้อมกับนวัตกรรมที่ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกถึงความสามารถในการใช้ชีวิตอย่างอิสระ รวมถึงเทคโนโลยีเพื่อป้องกันอันตรายที่อาจเกิดได้ในชีวิตประจำวัน ช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตบนเงื่อนไขทางกายภาพได้อย่างปลอดภัย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ศูนย์ความเป็นเลิศด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Center of Robotic Excellence) สมาคมผู้ประกอบการระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

➤ กลยุทธ์เชิงแก้ไข

ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการเพื่อนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง - จุดอ่อนที่สำคัญของธุรกิจนี้คือ การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีไปใช้จริงมีขอบเขตที่จำกัด เน้นการใช้งานเพื่อช่วยเหลือด้านการรักษาและบริการทางการแพทย์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนสูงไม่สามารถใช้ได้อย่างแพร่หลายในกลุ่มประชาชน แต่โอกาสของการเติบโตมาจากโครงสร้างประชากรไทยในสังคมผู้สูงอายุ ช่วยเพิ่มอุปสงค์ต่อสินค้าประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการจึงสามารถมองหาโอกาสสิ่งที่มีอยู่หรือสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับภาควิชาการ เพื่อใช้ประโยชน์จากการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีหลาย ๆ ด้านในปัจจุบันที่นำโดยภาควิชาการและสถาบันการศึกษายังไม่มีมีการถ่ายทอดไปยังภาคเอกชน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ศูนย์ความเป็นเลิศด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Center of Robotic Excellence) สมาคมผู้ประกอบการระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ – นอกจากการพัฒนาเทคโนโลยีให้ครอบคลุมการใช้งานโดยประชาชนทั่วไปแล้ว การแก้ปัญหาเรื่องความซับซ้อนในการใช้งานของผู้สูงอายุ จำเป็นที่จะต้องผลักดันให้ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือในการจัดโครงการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อเป็นพื้นฐานให้ผู้สูงอายุมีทักษะและความสามารถในการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในชีวิตประจำวันและสามารถปรับตัวเข้ากับโลกดิจิทัลได้ เป็นหลักสูตรเฉพาะผู้สูงอายุ ผ่านทั้งช่องทาง การเรียนรู้ที่มีอยู่เดิม เช่น โรงเรียนผู้สูงอายุ การอบรมโดยชมรมมูลนิธิผู้สูงอายุ และเพิ่มเติมการเรียนรู้ตามอัธยาศัยด้วยสื่อออนไลน์

นอกจากนั้น ยังควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลเฉพาะด้านสำหรับผู้ที่อยู่ในสายอาชีพบริการด้านสุขภาพ เพื่อให้สามารถใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีด้านการแพทย์และสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้ธุรกิจสามารถขยายกลุ่มผู้ใช้งานได้จากโอกาสด้านอุปสงค์ที่มากขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สมาคมผู้ประกอบการระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ไทย กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

➤ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

ยึดหลักการพัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล – จากจุดแข็งที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจถึงข้อมูลความต้องการที่หลากหลายเกี่ยวกับสินค้าประเภทหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ แต่ยังคงมีอุปสรรคในด้านข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบและมาตรการควบคุม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระหว่างประเทศจะช่วยให้กระบวนการพิจารณาอนุญาตให้จดทะเบียนสินค้าทำได้ง่ายขึ้น เนื่องจากมีมาตรฐานสากลเป็นหลักการที่ช่วยในการตัดสินใจ ปัจจุบันไอเอสโอได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการวิชาการ ISO/TC 314 – Ageing Society มีเป้าหมายในการพัฒนามาตรฐานและแนวทางการแก้ไขปัญหาในสาขาต่างๆ นอกจากนี้การพัฒนาสินค้าและบริการควรเป็นไปตามหลักการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal design) โดยวางผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลางในการออกแบบ และร่วมกันพัฒนามาตรฐานในการผลิตที่วางอยู่บนพื้นฐานข้อมูลที่มาจากความคิดเห็นของผู้ใช้งาน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ศูนย์ความเป็นเลิศด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Center of Robotic Excellence) สมาคมผู้ประกอบการระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

➤ กลยุทธ์เชิงรับ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถส่งต่อเทคโนโลยีไปใช้จริงได้ในวงกว้าง – ปัจจุบันหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีขอบเขตการใช้งานในวงแคบ มุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีหุ่นยนต์สำหรับการใช้งานโดยผู้เชี่ยวชาญ เน้นการใช้งานเพื่อช่วยเหลือด้านการรักษาและบริการทางการแพทย์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนสูงไม่สามารถใช้ได้อย่างแพร่หลายใน

กลุ่มประชาชน โดยเฉพาะหุ่นยนต์ที่ยังมีส่วนของเทคโนโลยีสำหรับผู้ใช้งานทั่วไปอยู่น้อย อีกทั้งยังมีอุปสรรคในเรื่องของกำลังซื้อของผู้สูงวัย ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ควรพัฒนาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดสูงวัยเข้าถึงได้ ไม่จำกัดเพียงกลุ่มเป้าหมายผู้มีระดับรายได้สูง จะเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่สร้างมูลค่ามากและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในภาพรวม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ศูนย์ความเป็นเลิศด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Center of Robotic Excellence) สมาคมผู้ประกอบการระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

ดำเนินโครงการในเชิงสนามทดสอบรูปแบบการทำธุรกิจ (Regulatory Sandbox)
 สำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม - ข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบและมาตรการควบคุมสินค้าเกี่ยวกับผู้สูงอายุมักถูกจำกัดความเป็นอุปสรรคการแพทย์ ทำให้การขออนุญาตเป็นสินค้ามีกระบวนการด้านเอกสารจำนวนมาก ใช้เวลานาน ยิ่งตอกย้ำจุดอ่อนของธุรกิจที่ยังมีความล่าช้าในวิทยาการหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เมื่อเทียบกับต่างประเทศ จึงควรมีการทบทวนระเบียบและกติกาในปัจจุบัน พร้อมทั้งเร่งรัดกระบวนการ รวมถึงควรมีช่องทางลัดสำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม (Sandbox) เพื่อจูงใจให้ธุรกิจพัฒนาตัวเองได้เร็วมากขึ้น และสามารถตอบสนองต่อเทคโนโลยีพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ศูนย์ความเป็นเลิศด้านหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ (Center of Robotic Excellence) สมาคมผู้ประกอบการระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ไทย สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

➤ ยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

ด้วยเป้าหมายในการพัฒนาความเข้มแข็งของอุตสาหกรรม และส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย ยุทธศาสตร์ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สามารถแบ่งออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ย่อยประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 – พัฒนางองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัย

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการเพื่อนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง
- พัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ความต้องการของผู้บริโภคสูงวัยที่เปลี่ยนไป
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถส่งต่อเทคโนโลยีไปใช้จริงได้ในวงกว้าง
- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 – พัฒนาประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมให้เทียบเท่าสากล

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- ยึดหลักการพัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 – พัฒนาระบบนิเวศของภาคการบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ดำเนินโครงการในเชิงสนามทดสอบรูปแบบการทำธุรกิจ (Regulatory Sandbox) สำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม

9.3 ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

➤ กลยุทธ์เชิงรุก

สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย (Meetings, incentives, conferences and exhibitions) จุดแข็งในเรื่องความพร้อมของธุรกิจในช่วงโซ่ ทั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจสถานพยาบาลและบริการสุขภาพ ธุรกิจวัสดุก่อสร้างและเฟอร์นิเจอร์ ส่งผลให้สินค้ามีความหลากหลายและคุณภาพด้านสินค้าและบริการที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ พร้อมกับโอกาสจากลูกค้าผู้สูงอายุจากต่างประเทศที่จะเป็นลูกค้าในระยะยาวและมีกำลังจ่ายสูง เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ต้องมีการดำเนินนโยบายเชิงรุก โดยการสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการด้านผู้สูงอายุ งานแสดงสินค้าผู้สูงอายุ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ เพิ่มการรับรู้ต่อสินค้าและบริการ (Brand awareness) เพื่อดึงดูดชาวต่างชาติและเปิดโอกาสสำหรับธุรกิจที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ส่งเสริมการอบรมการออกแบบการบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจไลฟ์สไตล์สุขภาพ – ด้วยจุดแข็งความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น อุตสาหกรรมสมุนไพร สปา รวมทั้งธุรกิจที่สนับสนุน ได้แก่ การท่องเที่ยว โรงแรมและที่พัก ที่มีศักยภาพและความเข้มแข็ง ประกอบกับโอกาสที่เกิดจากข้อได้เปรียบด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น กระตุ้นให้ไทยต้องดำเนินการเชิงรุกเพื่อสามารถแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคมีนโยบายที่ต้องการให้ประเทศเป็นศูนย์กลางบริการด้านสุขภาพเช่นเดียวกัน เช่น การผลิตบุคลากรเพื่อการทำงานในธุรกิจสปาและนวดแผนไทย ทั้งบุคลากรในระดับผู้บริหารและพนักงานนวด รวมทั้งธุรกิจที่สนับสนุนและส่งเสริม ได้แก่ การท่องเที่ยว โรงแรมและที่พัก เพื่อสามารถพัฒนาการบริการให้ดีขึ้นอีกระดับ ด้วยการศึกษาปัญหา ความรู้สึก ความต้องการ และประสบการณ์ที่แท้จริงในการใช้บริการของผู้ใช้บริการ เพื่อออกแบบการบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการที่สุด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เช่น สมาคมสปาไทย สมาคมโรงแรมไทย สมาคมส่งเสริมบริการสุขภาพ และสมาคมส่งเสริมธุรกิจบริการผู้สูงอายุไทย เป็นต้น สถาบันศึกษาต่างๆ

นำเสนอบริการรูปแบบใหม่ตามความต้องการเฉพาะบุคคล – ด้วยความพร้อมของบุคลากรด้านการบริการที่สามารถเสริมทักษะเฉพาะด้านได้ และโอกาสจากความต้องการของผู้สูงอายุแต่ละคนมีความสามารถในการปฏิบัติกิจวัตรประจำวันที่แตกต่างกัน (Instrumental Activities of Daily Living : IADL) ประกอบด้วย การสื่อสาร เช่น การใช้โทรศัพท์ การเดินทาง สามารถขับรถหรือเดินทางคนเดียวได้ การจัดการด้านการเงิน สามารถซื้อสินค้าต่างๆ ได้ และการเตรียมอาหารได้เอง เป็นต้น สำหรับผู้สูงอายุที่ไม่มีลูกหลานคอยดูแลและมองหาที่พักอาศัยที่เหมาะสมกับเงื่อนไขทางสุขภาพ อาจมีความต้องการบริการที่ช่วยจัดการเฉพาะด้าน (Case management) เป็นการให้ความช่วยเหลือในชีวิตประจำวัน ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีในประเทศไทย มีโอกาสเติบโตมากสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยที่มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวมากยิ่งขึ้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ผู้ประกอบการด้านการบริการสำหรับผู้สูงอายุ

ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพเชื่อมโยงกับจังหวัดเมืองรองเพื่อขยายพื้นที่ทางธุรกิจ– จุดแข็งของไทยคือการมีพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุในชนบทหรือชานเมืองจำนวนมากที่สามารถพัฒนาเป็นที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุได้ รวมถึงข้อได้เปรียบด้านธรรมชาติและความสะดวกหลายทางวัฒนธรรม เปิดโอกาสให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการผ่อนคลายด้านกายภาพและจิตใจ โดยอาจพิจารณาจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต่อเนื่อง โดยบูรณาการทั้งห่วงโซ่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสุขภาพที่เกี่ยวข้อง เช่น สายการบิน โรงพยาบาล โรงแรมในพื้นที่ เป็นต้น เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้รู้จักพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่ชุมชนสำหรับผู้สูงอายุ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานท่องเที่ยวและอสังหาริมทรัพย์ สมาคมด้านการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น สมาคมสปาไทย สมาคมโรงแรมไทย เป็นต้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงสาธารณสุข

➤ กลยุทธ์เชิงแก้ไข

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ของภาคการบริการท่องเที่ยวให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ – เพื่อให้สามารถใช้โอกาสจากตลาดที่โตขึ้นของลูกค้าผู้สูงอายุจากต่างประเทศที่ต้องการเข้ามาใช้ชีวิตยามเกษียณที่เมืองไทยมากขึ้น จำเป็นที่จะต้องแก้ไขจุดอ่อนในเรื่องของบริการขนส่งสาธารณะที่เอื้อต่อการเดินทางของผู้สูงอายุ ซึ่ง

ยังกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพและเมืองใหญ่ จำเป็นต้องปรับปรุงโครงสร้างสาธารณูปโภคและบริการ สาธารณะในประเทศไทยให้เหมาะสมสำหรับทุกคน (Universal design) เช่น ถนน หรือทางเท้าที่เป็นมิตรต่อกลุ่มผู้สูงอายุที่ต้องใช้รถเข็นหรือไม้เท้า การพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะที่ครอบคลุมผ่านร่วมมือกับหน่วยงานท้องถิ่น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการภาคบริการที่เกี่ยวข้องจะต้องปรับปรุงการให้บริการของตนให้สนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อผู้สูงอายุให้เชื่อมโยงกับธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ เช่น ศูนย์บริการนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ลิฟท์หรือบันไดเลื่อนที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ จุดปฐมพยาบาล เจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ด้านการดูแลผู้สูงอายุ เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์เชิงสุขภาพผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้ – เพื่อการบริการและการจัดการการท่องเที่ยวแบบองค์รวม ครอบคลุมแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและชุมชน โดยเป็นแพลตฟอร์มสนับสนุนการเชื่อมโยงการค้าและการท่องเที่ยวในรูปแบบพันธมิตรธุรกิจ กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องศักยภาพสูงของไทย เช่น อาหาร สถานบริการสุขภาพ ธุรกิจค้าปลีก และห้างสรรพสินค้า ควรประสานความร่วมมือเพื่อส่งเสริมธุรกิจซึ่งกันและกัน โดยใช้ตลาดนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างประเทศเป็นตัวนำ อาทิ จัดทำคู่มือแหล่งจำหน่าย ร้านอาหาร สถานที่ใช้บริการ ประชาสัมพันธ์ดึงดูดผ่านการให้ข้อมูลแล้วจึงสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า กลยุทธ์เหล่านี้จะช่วยให้มีการบันทึกข้อมูลที่เป็นระบบ นำไปสู่การแก้ไขจุดอ่อนในด้านกาวิจัยและพัฒนาในด้านสุขภาพเพื่อให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ขาดการแปลงข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปสู่การพัฒนา นโยบายและการปฏิบัติ เพื่อให้สามารถใช้โอกาสจากตลาดผู้สูงวัยที่โตขึ้นได้อย่างเต็มที่

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – สมาคมผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้อง กระทรวงพาณิชย์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สร้างต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพในระดับชุมชน – การสนับสนุนธุรกิจที่พักอาศัย ที่มาพร้อมกับไลฟ์สไตล์ต้องสามารถสร้างเป็นชุมชนตัวอย่างซึ่งมีคนมาอยู่จริง เนื่องจากการสร้างคุณภาพชีวิตของกลุ่มผู้สูงวัยได้รับอิทธิพลจากวิถีชีวิตที่เกิดขึ้นในชุมชน การสร้างเมืองต้นแบบที่ส่งเสริมการดูแลสุขภาพ (Health Town) หรือ สะท้อนวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพทั้งด้านอาหาร ส่งเสริมการออกกำลังกาย และมีโปรแกรมสุขภาพที่ครอบคลุมด้านจิตใจ ในพื้นที่ที่สามารถเป็นต้นแบบได้และผู้อยู่อาศัยจริง จะต่อยอดไปสู่ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในลักษณะพำนักระยะ

ยาว (Long-stay) ของผู้สูงวัยกลุ่มที่ยังสามารถพึ่งพาตนเอง (Independent Living) มีการนำระบบการแพทย์ทางไกล มาใช้เพื่อการเข้าถึงบริการทางสุขภาพที่ง่ายขึ้น รวมถึงเพิ่มโอกาสให้กับรูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจบริการที่ช่วยจัดการชีวิตประจำวันเฉพาะด้าน (Case management) สำหรับผู้ที่มีความต้องการความช่วยเหลือในชีวิตประจำวัน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ กระทรวงมหาดไทย

➤ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

พัฒนาบริการสำหรับกลุ่มผู้บริโภครายได้ทุกระดับ – จุดแข็งที่สำคัญคือ ประสิทธิภาพของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย มีหลายบริษัทที่ทำธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดในธุรกิจที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุได้ด้วยต้นทุนที่ไม่ได้เพิ่มสูงขึ้นจากอสังหาริมทรัพย์แบบปกติมากนัก อย่างไรก็ตาม สินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนส่วนใหญ่ ยังคงเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูง ในขณะที่อุปสรรคสำคัญของธุรกิจนี้คือ ข้อจำกัดเรื่องกำลังซื้อของผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ และใช้จ่ายโดยเงินของบุตรหลาน จึงมีความกังวลที่จะใช้จ่ายด้านไลฟ์สไตล์ หากผู้ประกอบการสามารถออกแบบธุรกิจที่ผู้บริโภครายได้ส่วนใหญ่ของตลาดสูงวัยเข้าถึงได้ จะเป็นช่องทางในการทำธุรกิจที่สร้างมูลค่ามากและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในภาพรวมได้ นอกจากนี้ ยังสามารถนำรูปแบบและแนวคิด Co-housing¹ มาปรับใช้กับการพัฒนาที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย เพื่อสร้างตัวเลือกในการใช้ชีวิตตามกำลังซื้อของสมาชิกในชุมชนนั้นๆ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้านอสังหาริมทรัพย์

สนับสนุนการสร้างความตระหนักด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน - อุปสรรคที่ยัง ทำให้ธุรกิจโตได้ไม่เต็มที่คือ มุมมองด้านคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยในภาพรวม ปัจจุบันเน้นไปที่ระดับของการพึ่งพิงในการใช้ชีวิตประจำวัน การจัดการและรักษาอาการป่วย ยังขาดทัศนคติของคนทั้งในฝั่งอุปสงค์และอุปทานว่าคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงวัยต้องเริ่มจากการปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์และการมุ่งเน้นการป้องกันปัญหาสุขภาพ การส่งเสริมค่านิยมในการดูแลสุขภาพให้เกิดขึ้นใน

¹ รูปแบบชุมชนที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยคนที่วางแผนจะอยู่อาศัยเป็นผู้ที่รู้จักกันมาก่อน หรือมาทำความรู้จักกันก่อน เข้ามาอยู่ร่วมกัน เมื่อรู้จักกัน ตกลงกันในทิศทางหลักของชุมชนที่จะจัดตั้งขึ้นได้แล้ว จึงลงขันกันสร้างชุมชน และร่วมแบ่งปันทรัพยากรบางอย่าง เช่น คนดูแลผู้สูงวัย

สังคมวงกว้าง หรือ Lifestyle Modification สร้างความรู้พื้นฐานในการเลือกรับประทานที่เหมาะสมกับปัญหาสุขภาพ การจัดการความเครียด พัฒนาสินค้าและบริการที่สนับสนุนไลฟ์สไตล์ที่เป็นประโยชน์ด้านการป้องกันโรคภัยผู้สูงอายุมากขึ้น จะนำไปสู่การเติบโตของธุรกิจสูงวัยที่อยู่นอกโรงพยาบาลอย่างยั่งยืน ภาครัฐสามารถช่วยบรรณรงค์เรื่องการป้องกันหรือรักษาสุขภาพให้มากกว่าการรักษาพยาบาล และสนับสนุนผ่านมาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค รวมถึงสวัสดิการภาครัฐที่สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน เพราะเป็นการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้สูงอายุจะช่วยประหยัดงบประมาณด้านสาธารณสุขของประเทศในระยะยาว

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง กระทรวงสาธารณสุข สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

➤ กลยุทธ์เชิงรับ

สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว – จากการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงในอุตสาหกรรม รวมทั้งความผันผวนทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวบางส่วน ผู้ประกอบการควรเข้าถึงแหล่งข้อมูลสถิติต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว อาทิ ศูนย์วิจัยด้านตลาดท่องเที่ยวของ ททท. และ Thailand Tourism Directory หรือการศึกษาในระดับท้องถิ่น โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ร่วมกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้า เป็นต้น เพื่อติดตามสถานการณ์และวิเคราะห์ของตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อที่จะทำการตลาดท่องเที่ยวอย่างถูกต้องแม่นยำ และสามารถเจาะตลาดนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงได้ และหลีกเลี่ยงการแข่งขันด้านราคา

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา กรมพัฒนาธุรกิจการค้า

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์ทั้งหมด คณะผู้วิจัยสามารถสรุปรวมเป็นยุทธศาสตร์ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์ได้ดังนี้

➤ ยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

เพื่อการพัฒนาสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับที่พักอาศัย ไลฟ์สไตล์ และการท่องเที่ยว ที่สะท้อนให้เห็นถึงอิสรภาพในการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย โดยวางอยู่บนพื้นฐานของความปลอดภัย ยุทธศาสตร์ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพสามารถแบ่งออกเป็น 4 ยุทธศาสตร์ย่อยประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1 – เสริมสร้างทักษะและความรู้ให้แก่บุคลากรและผู้ประกอบการ

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ส่งเสริมการอบรมการออกแบบการบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจไลฟ์สไตล์สุขภาพ
- สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 2 – สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคธุรกิจทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง (Horizontal & Vertical) เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย
- ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพเชื่อมโยงกับจังหวัดเมืองรองเพื่อขยายพื้นที่ทางธุรกิจ
- เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์เชิงสุขภาพผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 3 – พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล (Customization)

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- นำเสนอบริการรูปแบบใหม่ตามความต้องการเฉพาะบุคคล
- พัฒนาบริการสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ทุกระดับ

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 4 – สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่างๆ ของภาคการบริการท่องเที่ยวให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ
- สร้างต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพในระดับชุมชน
- สนับสนุนการสร้างพันธมิตรด้านดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

9.4 ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

➤ กลยุทธ์เชิงรุก

เพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารไทยเดิมด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้สูงอายุ – เนื่องจากสินค้าอาหารของไทยมีความเป็นเอกลักษณ์ได้รับความนิยมในระดับสากล และการมีโครงสร้างการผลิตที่สมบูรณ์ทั้งห่วงโซ่อุปทาน เป็นประเทศฐานการผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหาร เป็นจุดแข็งที่สะท้อนให้เห็นถึงเรื่องความมั่นคงทางอาหาร ประกอบกับโอกาสจากความสามารถในการซื้อสินค้าโดยผู้สูงอายุและสินค้าจากประเทศไทยได้รับการยอมรับจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าสุขภาพจากประเทศไทย เช่น น้ำมันรำข้าว สารสกัดจากมังคุด น้ำมันมะพร้าว ซึ่งเป็นสินค้าดั้งเดิมของไทยและสินค้าที่แสดงความเป็นไทย จึงสามารถต่อยอดให้อุตสาหกรรมอาหารสำหรับผู้สูงอายุให้เติบโตในตลาดต่างประเทศ ผ่านการสร้าง Branding ของอาหารไทยให้เป็นอาหารเพื่อสุขภาพ เหมาะกับผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุ เช่น เสริมคุณค่าทางโภชนาการ ป้องกันโรคร้ายที่จะมาก่อนวัยอันควร สามารถรับประทานได้ง่าย รักษาหรือบรรเทาอาการป่วย รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อการฟื้นฟูร่างกาย โดยผู้ประกอบการต้องวิเคราะห์ความต้องการตลาด และพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อกระตุ้นตลาดที่มีความต้องการเปลี่ยนแปลงรวดเร็วอยู่ตลอด

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน หน่วยวิจัยและพัฒนาในองค์กร

ผลักดันสินค้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุขึ้นสู่แพลตฟอร์มในระดับสากล – จุดแข็งในเรื่องของเอกลักษณ์และความมั่นคงทางอาหาร ประกอบกับฐานผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุที่ขยายกว้างขึ้น

จากแนวโน้มการให้ความสำคัญกับการบริโภคสินค้าเพื่อสุขภาพมาก และการเติบโตของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ผู้ซื้อเข้าถึงสินค้าออนไลน์มากขึ้น ผู้ประกอบการไทยที่มีความสามารถในการผลิตสินค้าอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย หรือผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เกี่ยวข้อง อาจพิจารณานำผลิตภัณฑ์ขึ้นสู่แพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์ในระดับสากล เพื่อเข้าถึงตลาดที่ใหญ่ขึ้น อาทิ Alibaba และ JD

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ผู้ประกอบการค้าปลีก และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (องค์การมหาชน) สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และสมาคมผู้ประกอบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย เป็นต้น

นำเสนอสินค้าอาหารและอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยในช่องทางกายภาพ – สินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยเป็นสินค้าที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า ตัวอย่างเช่น ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก นอกจากการขอมาตรฐานของสินค้าอินทรีย์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือแล้ว ผู้บริโภคนิยมการได้เห็นหรือจับต้องสินค้าโดยตรง ดังนั้นการนำสินค้าอินทรีย์สู่งานนิทรรศการ หรืองานแสดงสินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย จะช่วยเพิ่มความตระหนักต่อสินค้าอินทรีย์ได้ ทั้งนี้ อุตสาหกรรมนี้ยังมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการด้านสุขภาพของไทยที่กำลังเติบโตจากนโยบายของการสร้างประเทศไทยให้กลายเป็น Wellness hub นอกจากนั้น หากผู้ประกอบการสามารถรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็งจะมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการด้านผู้สูงอายุ งานแสดงสินค้าผู้สูงอายุ เพื่อขยายโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ เพิ่มการรับรู้ต่อสินค้าและบริการ (Brand awareness) โดยเฉพาะกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย รวมถึงส่งเสริมองค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงอุตสาหกรรม กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น

สร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งห่วงโซ่อุปทาน – จากจุดแข็งด้านความพร้อมของห่วงโซ่มูลค่า ประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวกับธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ จำเป็นที่จะต้องต่อยอดการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งห่วงโซ่อุปทาน เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือการปรับปรุงประสิทธิภาพของการผลิตอาหารของผู้ผลิต เนื่องจากในปัจจุบัน มีความต้องการทางด้านอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว

หากผู้ประกอบการปลายน้ำไม่มีกำลังการผลิตที่มีประสิทธิภาพยอมทำให้เสียเปรียบในการแข่งขัน ดังนั้น การร่วมมือสร้างพันธมิตรทางธุรกิจจะช่วยให้เกิดการส่งเสริมธุรกิจร่วมกันในห่วงโซ่อุปทาน ทำให้การเพิ่มยอดขาย หรือลดต้นทุนเป็นไปได้ง่ายมากขึ้นเนื่องจากสามารถเจรจาต่อรอง หรือแบ่งปัน เทคโนโลยีหรือประสบการณ์ในการผลิตและขายร่วมกันได้ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด ได้ง่ายมากขึ้นอีกด้วย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สมาคมผู้ประกอบการ สภาอุตสาหกรรม สภาหอการค้า

➤ กลยุทธ์เชิงแก้ไข

ศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุ – จากจุดอ่อนด้านตลาดที่ค่อนข้างเล็กในเชิงเปรียบเทียบ ทำให้ผู้ประกอบการต้องเร่งศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคอื่นๆ ที่ตอบสนองความต้องการและขยายตลาดผู้บริโภคได้ เนื่องจากผู้สูงอายุมักไม่ค่อยแสดงความคิดเห็นหรือสะท้อนความต้องการของตนเอง หรืออาจยังเป็น Silence consumer ยังมีช่องทางในการแสดงออกหรือสื่อสารที่จำกัดกว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าถึงข้อมูลเหล่านี้ด้วยตนเอง และนำมาใช้ประกอบในการวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์และสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าที่ชัดเจนควบคู่กันไปด้วย เพราะนอกจากจะเป็นการสร้างภาพจำในใจผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้าง Brand loyalty ได้อีกด้วย เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มนี้มีแนวโน้มที่จะไม่เปลี่ยนสินค้าหากมีความพึงพอใจในตัวสินค้าเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ผู้ประกอบการ ภาคเอกชนและภาควิชาการที่เกี่ยวข้องกับการสำรวจและวิจัย

ขยายตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงวัยในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค – เนื่องจากตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดยตรงยังมีอยู่อย่างจำกัดในหลายพื้นที่ ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูงเพราะไม่ได้ใช้ประโยชน์จากหลักการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จากการผลิตสินค้าจำนวนมากในลักษณะเดียวกับสินค้าสำหรับคนวัยอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ยังคงมีโอกาสทางธุรกิจจากความสามารถในการซื้อสินค้าโดยผู้สูงอายุในปัจจุบัน กำลังซื้อผู้สูงอายุในประเทศเพิ่มมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงมองหาแพลตฟอร์มของตลาดในประเทศ เช่น TOPs และ Tesco Lotus เป็นต้น เพื่อเพิ่มความสามารถในการเข้าถึงลูกค้า รวมถึงการสร้างตัวเลือกให้กับผู้บริโภค เช่น

อาหารแบบปรุงสดพร้อมทาน อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-cook food) ซึ่งมาพร้อมกับบริการจัดส่งอาหารตามบ้าน (Home Delivery) ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูปที่วางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายยาทั่วไป และการให้บริการอาหารในโรงพยาบาลและสถานดูแลผู้สูงอายุด้วย นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังสามารถขยายตลาดสินค้าประเภทเพื่อนบ้าน ต่อยอดจากจุดแข็งที่ปัจจุบันสินค้าไทยได้รับการยอมรับจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าสุขภาพ ที่สามารถเจาะตลาดประเทศเพื่อนบ้านได้ เช่น น้ำมันรำข้าว สารสกัดจากมังคุด น้ำมันมะพร้าว ซึ่งเป็นสินค้าดั้งเดิมของไทยและสินค้าที่แสดงความเป็นไทย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ธนาคารเอกชนต่างๆ ของไทย สมาคมอุตสาหกรรม

ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย – ผู้ประกอบการจำนวนมากที่ยังไม่สามารถตอบสนองกับตลาดในระดับโลก อุตสาหกรรมนี้ยังขาดการวิจัยและพัฒนา แต่ยังมีโอกาสจากนโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น นโยบายให้สิทธิประโยชน์ในการลงทุนของ BOI ในประเภทกิจการผลิตอาหารทางการแพทย์ (Medical Food) หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) รวมถึงมาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของ EEC ดังนั้น ภาคเอกชนจึงควรมองหาพันธมิตรด้านการผลิตที่มีองค์ความรู้ที่มีความก้าวหน้า มีการวิจัยและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และดึงดูดให้เข้ามาลงทุนในไทยในลักษณะของการร่วมทุนเพื่อเรียนรู้นวัตกรรมและเทคโนโลยี พัฒนาเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงการผลิต เช่น ระบบการผลิตอัตโนมัติ หรือระบบการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ด้านความต้องการของตลาด จะช่วยให้การผลิตมีประสิทธิภาพ มีการวางแผนการผลิตที่แม่นยำซึ่งลดต้นทุนได้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) ธนาคารพาณิชย์เอกชน กรมพัฒนาธุรกิจการค้า สมาคมธุรกิจ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (NIA) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

➤ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

จับคู่ธุรกิจกับบริษัทฯ ท้องถิ่นในต่างประเทศ – เนื่องจากในธุรกิจด้านอาหารในบางประเทศมีกฎระเบียบหรือการกีดกันทางการค้าที่เข้มงวดและแตกต่างกัน ซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญ

ในการบุกตลาดต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ไทยมีจุดแข็งในด้านความหลากหลายและมั่นคงทางอาหาร ความพร้อมของห่วงโซ่มูลค่าทำให้ต้นทุนการผลิตถูกกว่าหลายประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการขยายตลาดในต่างประเทศ อาจพิจารณาเลือกบริษัทท้องถิ่นเพื่อร่วมทุน โดยเข้าไปนำเสนอกิจการผ่านงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เพื่อแสวงหาพันธมิตรทางการค้า ที่จะทำตลาดในพื้นที่นั้น ๆ ซึ่งช่วยเปิดตลาดต่างประเทศได้ เนื่องจากบริษัทในพื้นที่จะมีความคุ้นเคยกับกฎระเบียบ มีความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่ และมีเครือข่ายธุรกิจที่ในประเทศนั้น ๆ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมพัฒนาธุรกิจการค้า และธนาคารพาณิชย์

พัฒนาสินค้าอาหารใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า – เนื่องจากสินค้าอุปโภคบริโภคที่เน้นกลุ่มผู้สูงอายุ ยังเป็นตลาดที่ค่อนข้างใหม่ ตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดยตรงยังมีอยู่อย่างจำกัดในหลายพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายในตลาดกึ่งสุขภาพ รวมถึงการสร้างจุดขายในการเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุอาจเป็นประเด็นที่ค่อนข้างอ่อนไหวและกระทบกับยอดขายสินค้าได้ ดังนั้น การปรับปรุงมุมมองต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ โดยให้ผู้บริโภคได้เริ่มต้นทดลองสินค้า และรับรู้รสชาติและคุณค่าของผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนสำคัญ ผู้ประกอบการจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ดีและแปลกใหม่ให้ลูกค้า เน้นการสร้างจุดขายของการเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพ และไลฟ์สไตล์การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน โดยอาจเริ่มจากการประสานความร่วมมือกับตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพ สถานดูบริการด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อนำผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ไปปรุงอาหารเพื่อให้ผู้บริโภคได้ทดลอง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ผู้ประกอบการสินค้าอุปโภคบริโภค

➤ กลยุทธ์เชิงรับ

ส่งเสริมการนำงานวิจัยและพัฒนามาใช้ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ – จุดอ่อนของอุตสาหกรรมคือ การวิจัยและพัฒนาอาหารและผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะในไทยยังมีจำกัด เนื่องจากอุปสรรคด้านค่าใช้จ่ายในการวิจัยค่อนข้างสูง โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยอาจมีสัดส่วนการลงทุนด้าน R&D คิดเป็นร้อยละ 20 ของการลงทุนทั้งหมด อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยที่ยังไม่ได้รับการนำมาใช้งานในเชิงพาณิชย์อยู่หลายชิ้น เช่น งานวิจัยด้านการผลิตส่วนประกอบอาหาร (Functional Ingredient) ระบบบริหารจัดการด้านโภชนาการของผู้สูงอายุ เพื่อคำนวณอาหารที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ จึงต้องสนับสนุนให้

เกิดความร่วมมือและการสร้างพันธมิตรระหว่างผู้ประกอบการและฝ่ายวิจัยและพัฒนา รวมถึงส่งเสริมงานวิจัยให้เกิดเป็นผลผลิตจริง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน หน่วยวิจัยและพัฒนาในองค์กร สถาบันวิจัยต่างๆ ทั้งในภาควิชาการและภาคเอกชน หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

ส่งเสริมความรู้ด้านมาตรฐานอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค – ผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความสนใจในสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพ มีความกล้าที่จะทดลองสินค้าประเภทใหม่ๆ มากขึ้น แต่ยังไม่มีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้า และไม่เข้าใจความหมายหรือความสำคัญของมาตรฐานประเภทต่างๆ ที่มีหลายรูปแบบ หรือแม้กระทั่งผู้ประกอบการเอง บางส่วนยังไม่เข้าใจผลประโยชน์ของการมีมาตรฐานสินค้า รวมถึงขั้นตอนการขอรับรองมาตรฐานที่อาจมีความซับซ้อน ดังนั้น ภาครัฐหรือกลุ่มสมาคมที่เกี่ยวข้องอาจพิจารณาจัดการประชุมให้ความรู้ หรือหน่วยประเมินเพาะธุรกิจคอยให้คำปรึกษาผู้ประกอบการ และเสนอกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จให้ความรู้ด้านมาตรฐานแก่ผู้ประกอบการ รวมถึงกระตุ้นการประชาสัมพันธ์ความรู้ด้านความปลอดภัยและความสำคัญของการยกระดับมาตรฐานของสินค้าสำหรับผู้สูงวัยในกลุ่มผู้ประกอบการ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) สถาบันรับรองมาตรฐานไอเอสโอ สถาบันอาหาร กรมพัฒนาธุรกิจการค้า กรมวิทยาศาสตร์บริการ กรมวิชาการเกษตร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.)

จากการวิเคราะห์ทั้งหมด คณะผู้วิจัยสามารถสรุปรวมเป็นยุทธศาสตร์ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ได้ดังนี้

➤ ยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

เพื่อสามารถใช้ประโยชน์จากจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ของวัตถุดิบ ด้านความมั่นคงด้านการเป็นแหล่งวัตถุดิบเพื่อการเป็นศูนย์กลางด้านอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย ยุทธศาสตร์ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสามารถแบ่งออกเป็น 3 ยุทธศาสตร์ย่อยประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1 – พัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมให้เท่าทัน

ตลาด

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุ
- ส่งเสริมความรู้ด้านมาตรฐานอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 2 – พัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมด้วย

เทคโนโลยี

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- เพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารไทยเดิมด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้สูงวัย
- ส่งเสริมการดำเนินงานวิจัยและพัฒนามาใช้ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย
- พัฒนาสินค้าอาหารใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า
- ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 3 – ส่งเสริมการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดด้วยการพัฒนา

ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ผลักดันสินค้าอาหารเพื่อผู้สูงวัยขึ้นสู่แพลตฟอร์มในระดับสากล
- นำเสนอสินค้าอาหารและอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยในช่องทางกายภาพ
- สร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งห่วงโซ่อุปทาน
- ขยายตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงวัยในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค
- จับคู่ธุรกิจกับบริษัทฯ ท้องถิ่นในต่างประเทศ

9.5 ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

➤ กลยุทธ์เชิงรุก

สร้างทางเลือกด้านบริการทางการเงินให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงวัยและครอบครัว – จุดแข็งที่สำคัญของภาคธุรกิจบริการด้านการเงินคือ การพัฒนาและปรับตัวอยู่เสมอ พร้อมกับโอกาสที่มาจากพฤติกรรมออมเงินของประชาชนฐานราก เป็นไปเพื่อเก็บไว้ใช้ยามเกษียณ อย่างไรก็ตาม บริการด้านการวางแผนทางการเงินควรออกแบบให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าวัยทำงานที่ใกล้เกษียณอายุและสมาชิกในครอบครัวที่ต้องการวางแผนการเงินประเภทต่างๆ อาทิ เงินฝากประจำ กองทุนรวม สลากออมสินและประกันชีวิต แนวโน้มในต่างประเทศแสดงให้เห็นว่า บริการด้านการบริหารจัดการด้านการเงินให้กับลูกค้าและบทบาทของผู้จัดการการเงินส่วนตัวจะเป็นที่ต้องการมากขึ้น ซึ่งครอบคลุมถึงธนาคารยุคดิจิทัลที่จะใช้ AI เข้ามาช่วยในการประมวลผลและทำงานแทนที่มนุษย์ การให้คำปรึกษาทางการเงิน (Financial coaching) ครอบคลุมเรื่องการใช้จ่ายด้านปัญหาสุขภาพ กฎหมาย และสิทธิประโยชน์จากรัฐบาล และปรับปรุงสุขภาวะทางการเงินของผู้สูงวัยปัจจุบัน เช่น การวางแผนเรื่องการใช้จ่ายด้านปัญหาสุขภาพ วางแผนและแจ้งเตือนการชำระหนี้ วางแผนลดค่าใช้จ่าย ภาพรวมของแผนการเงินเป็นภาพเดียว กำหนดค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพของผู้สูงวัย วางแผนประกันต่างๆ และระบบแจ้งเตือนเมื่อเกิดความผิดปกติทางการเงิน เป็นต้น

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สถาบันทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.)

ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย – จุดแข็งของภาคธุรกิจมีการพัฒนาสินค้าและบริการ ประกอบกับโอกาสที่มาจากความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นจากพฤติกรรมการออม ทำให้ผู้ให้บริการด้านการเงินต้องมีการปรับตัวโดยการฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้ความเข้าใจถึงความคิดและปัญหาของผู้สูงวัยเป็นอย่างดี ตัวอย่างเช่น ผู้สูงวัยโดยเฉพาะในยุคปัจจุบันยังมีความนิยมที่ใช้บริการในสาขาของธนาคารมากกว่าการใช้แอปพลิเคชันหรือช่องทางออนไลน์ ด้วยความไม่มั่นใจกับเรื่องความปลอดภัยของการทำธุรกรรม นอกจากนี้ ผู้สูงวัยยังมีความเสี่ยงเป็นอย่างมากต่อการเป็นสภาวะความจำถดถอย ความจำเสื่อม หรือโรคอัลไซเมอร์ซึ่งจะทำให้การทำธุรกรรมต่างๆ นั้นเป็นไปได้ด้วยความยากลำบาก นอกจากนี้ ผู้ให้บริการอาจพิจารณาการเป็นฝ่ายเข้าหาลูกค้ากลุ่มสูงวัย เช่น การจัดตั้งสาขานาครที่เคลื่อนที่ได้ (Mobile branch) เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายต่อลูกค้าผู้สูงวัยให้ได้รับบริการส่งตรงถึงบ้าน (Door-to-Door)

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สถาบันทางการเงิน

➤ กลยุทธ์เชิงแก้ไข

ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยกระตุ้นการสื่อสารเรื่องการเงินในรูปแบบที่เข้าใจง่าย – เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนมากยังไม่เข้าใจรูปแบบและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่เน้นการจัดการชีวิตเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องเร่งสื่อสารกับผู้บริโภคผ่านสื่อประเภทต่างๆ เช่น การจัดทำ Infographic ที่เข้าใจง่ายลงบนช่องทางสื่อดิจิทัล และเผยแพร่ทางกายภาพ ความเข้าใจในประโยชน์ของสินค้าและบริการที่แท้จริง จะนำไปสู่ความตระหนักในการวางแผนการจัดการทางการเงินเพื่อเก็บไว้ใช้ยามเกษียณ และเปิดโอกาสให้ธุรกิจการให้คำปรึกษาทางการเงินในรูปแบบอื่นๆ

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สถาบันทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงการคลัง

➤ กลยุทธ์เชิงป้องกัน

ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถลดต้นทุนด้านการรักษา - การออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านประกันสุขภาพ โดยเฉพาะสำหรับผู้ที่มีอายุสูงมากแล้ว ปัญหาที่ผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุมักจะเผชิญจากการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการของสถาบันการเงินคือ การจำกัดอายุสำหรับคุณสมบัติการใช้ผลิตภัณฑ์บางอย่าง ใ้ไรก็ตาม บริการของประกันสุขภาพสามารถทำความเข้าใจผู้ซื้อประกันก่อน เช่น ผู้ที่อายุ 60-65 บริษัทประกันสุขภาพสามารถออกแบบแพคเกจการรักษารูปแบบต่างๆ จากการประเมินความเสี่ยง (Actuarial assumption) ออกมาโดยพิจารณาจากสุขภาพร่างกายและเงื่อนไขของความต้องการบริการสุขภาพ เพื่อกำหนดกรมธรรม์ที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ อาจจะเป็นไปในรูปแบบของการรักษาเพื่อประคองอาการมากกว่าความพยายามในการรักษาให้หายขาดเพื่อลดต้นทุนและประหยัดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ป่วยเอง มาตรการเหล่านี้จะช่วยเสริมจุดแข็งเดิมของผลิตภัณฑ์ด้านประกันภัยเกี่ยวกับผู้สูงอายุที่มีหลายประเภท และรับมือกับอุปสรรคด้านค่ารักษาพยาบาลที่มีต้นทุนสูง

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน ผู้ประกอบการด้านธุรกิจการแพทย์ และธุรกิจประกันภัย

➤ กลยุทธ์เชิงรับ

ส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัลและความรู้ด้านการเงินของผู้สูงอายุ – การพัฒนาด้านเทคโนโลยีทางการเงินถือเป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญให้ภาคการเงินสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกกลุ่ม อย่างไรก็ตาม ผู้สูงวัยในยุคปัจจุบันยังมีความนิยมที่ใช้บริการในสาขาของธนาคารมากกว่าการใช้แอปพลิเคชันหรือช่องทางออนไลน์จึงเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาสินค้าและบริการใหม่ การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุจะช่วยให้สามารถใช้ประโยชน์จากนวัตกรรมการเงิน อาทิ การทำธุรกรรมการเงินผ่านทางแอปพลิเคชันบนมือถือ ทำให้สามารถเข้าถึงบริการทางการเงินที่ง่าย สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย โดยไม่ต้องเสียเวลาและเสียค่าใช้จ่ายเดินทางมาที่ธนาคาร

นอกจากนั้น ความรู้ทางการเงินและการสื่อสารที่ตรงเป้าหมาย เพื่อเพิ่มการรับรู้และการป้องกันตนเองในกลุ่มผู้บริโภคนสูงวัย เพิ่มความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ทางการเงิน ความสามารถในการตัดสินใจวางแผนทางการเงินอย่างชาญฉลาด ซึ่งจะช่วยป้องกันผู้สูงวัยจากการถูกหลอกลวงและฉ้อโกงทางการเงิน ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือในการให้ความรู้ผ่านโครงการ Training สำหรับผู้สูงวัยและสมาชิกในครอบครัว หลักสูตรเรียนรู้ด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงห้องเรียนสำหรับผู้สูงวัยในชุมชน

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – ภาคเอกชน สถาบันทางการเงิน ธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงการคลัง

จากการวิเคราะห์กลยุทธ์ทั้งหมด คณะผู้วิจัยสามารถสรุปรวมเป็นยุทธศาสตร์บริการด้านการเงิน และการประกันภัย ได้ดังนี้

➤ ยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

มุ่งพัฒนาธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยที่ช่วยวางแผนการใช้ชีวิตของผู้สูงวัยอย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินที่ยั่งยืน ยุทธศาสตร์ด้านธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยแบ่งออกเป็น 2 ยุทธศาสตร์ย่อย ประกอบด้วย

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1 – พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล (Customization)

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- สร้างทางเลือกด้านบริการทางการเงินให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงวัยและครอบครัว
- ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถลดต้นทุนด้านการรักษา

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 2 – สร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเติบโตของอุปสงค์ด้านบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

โดยมีกลยุทธ์ภายใต้ยุทธศาสตร์ดังกล่าว ดังนี้

- ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย
- สร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินผ่านสื่อสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย
- ส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัลและความรู้ด้านการเงินของผู้สูงอายุ

จากการนำเสนอแผนยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐกิจที่มีศักยภาพในเศรษฐกิจสูงวัย พร้อมกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สำคัญ ซึ่งเป็นการเน้นความสำคัญในฝั่งอุปทาน ประเด็นที่จำเป็นต้องให้ความสำคัญเพื่อการสร้างความเข้มแข็งในฝั่งอุปสงค์ คือการสร้างความร่วมมือให้กับกลุ่มผู้สูงวัย กล่าวคือ การสนับสนุนให้ผู้สูงวัยสามารถใช้ชีวิตที่เป็นอิสระและพึ่งพิงตัวเองได้หลังวัยเกษียณ

9.6 การใช้ชีวิตที่เป็นอิสระและพึ่งพิงตัวเองได้ของผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 1 – สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงวัย (Life-long learning)

- สร้างแรงจูงใจให้ประชาชนและผู้สูงวัยพัฒนาตนเองผ่านการศึกษาอบรมต่าง ๆ ผ่านการให้ทุนสนับสนุนสำหรับการศึกษาอบรม การรณรงค์เพื่อสร้างค่านิยมการเรียนรู้ตลอดชีวิต รวมถึงการให้ภาคเอกชนมีส่วนร่วมในการการออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการศึกษาและการพัฒนาตนเอง เพื่อให้ ทักษะที่ผู้สูงวัยได้รับตรงกับความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง
- การสร้างพันธมิตรกับภาคการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรเสริมทักษะและช่องทางการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย ร่วมมือพัฒนาหลักสูตรที่มีความ

หลากหลาย เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ เช่น การใช้โปรแกรม Microsoft Office ทักษะของผู้ประกอบการ เช่น การตลาดแบบดิจิทัล ความปลอดภัยในการทำงาน ทักษะในชีวิตประจำวัน เช่น การทำอาหาร การทำความสะอาด ทักษะการให้บริการ เช่น การสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ผ่านการเรียนออนไลน์แบบ MOOC การเรียนหรืออบรมนอกเวลา การเข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ต่างๆ

ยุทธศาสตร์ย่อยที่ 2 – ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจใช้ประโยชน์จากแรงงานสูงวัยซึ่งเป็นผู้ที่ยังพร้อมทำงาน

- **เพิ่มมาตรการจูงใจสำหรับผู้ประกอบการในการจ้างงานผู้สูงอายุ** เพิ่มเติมจากการลดหย่อนภาษีนิติบุคคลที่จำกัดเพียงการจ้างงานกลุ่มผู้สูงอายุที่เงินเดือนไม่เกิน 15,000 บาท แต่ควรขยายขอบเขต และมีมาตรการในรูปแบบอื่นๆ เช่น การให้ทุนสนับสนุนหรือลดหย่อนภาษีในส่วนของค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ประกอบการที่ลงทุนด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เอื้อต่อหรือช่วยสนับสนุนการทำงานของผู้สูงวัย
- **สร้างแพลตฟอร์มกลางในการหางานที่เหมาะสมกับทักษะและความเชี่ยวชาญของผู้สูงวัย** ในลักษณะของศูนย์บริการเพิ่มทักษะให้แรงงานที่สะดวกแบบครบวงจรบน platform ออนไลน์ ให้ข้อมูลอาชีพที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน แนะนำอาชีพที่เหมาะสมกับทักษะของแรงงาน การจับคู่อาชีพที่เหมาะสมกับความรู้และประสบการณ์ รวมถึงทักษะที่ควรเรียนรู้เพิ่ม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง – กระทรวงศึกษาธิการ กระทรวงแรงงาน กรมกิจการผู้สูงอายุ ภาคการศึกษา มหาวิทยาลัย

9.7 แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจสูงวัย

จากการจัดทำยุทธศาสตร์ย่อยของแต่ละธุรกิจข้างต้น นำมาซึ่งแผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจสูงวัยในภาพรวม ดังนี้

ตารางที่ 9-1 แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจสูงวัย

วิสัยทัศน์ ประเทศไทยเป็นแหล่งสินค้าและบริการยอดนิยม (Preferred destination) สำหรับผู้สูงวัยแบบครบวงจร โดยมีสินค้าและบริการที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย นำไปสู่การสร้างสังคมสุขภาพดีอย่างครอบคลุม						
ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1	ยุทธศาสตร์ที่ 2	ยุทธศาสตร์ที่ 3	ยุทธศาสตร์ที่ 4	ยุทธศาสตร์ที่ 5	ยุทธศาสตร์ที่ 6
ยุทธศาสตร์	ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) สำหรับผู้สูงวัยแบบครบวงจร	สร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย	ส่งเสริมการพัฒนาที่พักอาศัย ไลฟ์สไตล์ และการท่องเที่ยว ที่สะท้อนอิสรภาพในการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย	ผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยเติบโตในตลาดโลก ด้วยจุดเด่นด้านเอกลักษณ์และความมั่นคงทางวัตถุดิบ	สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยที่ช่วยวางแผนชีวิตและสร้างความมั่นคงทางการเงินของผู้สูงวัย	ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่เป็นอิสระและพึ่งพิงตัวเองได้ของผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ
ยุทธศาสตร์ย่อย	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ 2. สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคบริการการแพทย์และสุขภาพทั้งในแนวระนาบและแนวตั้ง เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน 3. พัฒนาระบบนิเวศของภาคการบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี 4. ยกระดับการให้บริการการแพทย์และสุขภาพในประเทศที่ครอบคลุม 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนางองค์ความรู้ นวัตกรรมและเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัย 2. พัฒนาประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมให้เทียบเท่าสากล 3. พัฒนาระบบนิเวศของภาคการบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี 	<ol style="list-style-type: none"> 1. เสริมสร้างทักษะและความรู้ให้แก่บุคลากรและผู้ประกอบการ 2. สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคธุรกิจทั้งในแนวระนาบและแนวตั้ง เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน 3. พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล 4. สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนางองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมให้เท่าทันตลาด 2. พัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมด้วยเทคโนโลยี 3. ส่งเสริมการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดด้วยการพัฒนาระบบนิเวศของอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. พัฒนาศักยภาพและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล (Customization) 2. สร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเติบโตของอุปสงค์ด้านบริการด้านการเงิน และการประกันภัย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงวัย (Life-long learning) 2. สนับสนุนภาคธุรกิจให้ใช้ประโยชน์จากแรงงานสูงวัย ซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์สูง และยังสามารถทำงาน

ตารางที่ 9-2 กลยุทธ์ตามรายยุทธศาสตร์ย่อย

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ย่อย	กลยุทธ์
ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) สำหรับผู้สูงวัยแบบครบวงจร	สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ	<ul style="list-style-type: none"> ➢ พัฒนาบุคลากรผู้ดูแลผู้สูงอายุ (Care giver) ที่มีคุณภาพ
	สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคบริการการแพทย์และสุขภาพทั้งในแนวระนาบและแนวตั้ง เพื่อเสริมขีดความสามารถแข่งขันของภาคบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> ➢ สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดกลุ่มผู้ใช้บริการต่างชาติ ➢ เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่มีศักยภาพกับตลาดผ่านแพลตฟอร์ม ➢ ยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมผ่านการส่งเสริมการลงทุนด้านห้องปฏิบัติการ (Laboratory) ➢ ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า
	พัฒนาระบบนิเวศของภาคบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ดำเนินโครงการในเชิงสนามทดสอบรูปแบบการทำธุรกิจ (Regulatory Sandbox) สำหรับกิจการที่ยังไม่มีกฎหมายรองรับโดยตรง
	ยกระดับการให้บริการการแพทย์และสุขภาพในประเทศที่ครอบคลุม	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ส่งเสริมการใช้ระบบการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น ➢ สร้างฐานข้อมูลกลางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม (Symmetry information access) ➢ ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิ
สร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย	พัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัย	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการเพื่อการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง ➢ พัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ความต้องการของผู้บริโภคสูงวัยที่เปลี่ยนไป ➢ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถส่งต่อเทคโนโลยีไปใช้จริงได้ในวงกว้าง ➢ ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย
	พัฒนาประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมให้เทียบเท่าสากล	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ➢ ยึดหลักการพัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล
	พัฒนาระบบนิเวศของภาคบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ดำเนินโครงการในเชิงสนามทดสอบรูปแบบการทำธุรกิจ (Regulatory Sandbox) สำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ย่อย	กลยุทธ์
ส่งเสริมการพัฒนาที่พักอาศัย ไลฟ์สไตล์ และการท่องเที่ยว ที่สะท้อนอิสรภาพในการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย	เสริมสร้างทักษะและความรู้ให้แก่บุคลากรและผู้ประกอบการ	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ส่งเสริมการอบรมการออกแบบการบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจไลฟ์สไตล์สุขภาพ ➢ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว
	สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคธุรกิจทั้งในแนวระนาบและแนวตั้ง เพื่อเสริมขีดความสามารถแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทานอุปทาน	<ul style="list-style-type: none"> ➢ สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย ➢ ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพเชื่อมโยงกับจังหวัดเมืองรองเพื่อขยายพื้นที่ทางธุรกิจ ➢ เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์เชิงสุขภาพผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้
	พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล	<ul style="list-style-type: none"> ➢ นำเสนอบริการรูปแบบใหม่ตามความต้องการเฉพาะบุคคล ➢ พัฒนาริการสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ทุกระดับ
	สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัย และไลฟ์สไตล์	<ul style="list-style-type: none"> ➢ พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก และบริการต่างๆ ของภาคการบริการท่องเที่ยวให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ ➢ สร้างต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพในระดับชุมชน ➢ สนับสนุนการสร้างความตระหนักด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน
ผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยเติบโตในตลาดโลก ด้วยจุดเด่นด้านเอกลักษณ์และความมั่นคงทางวัตถุดิบ	พัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมให้เท่าทันตลาด	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุ ➢ ส่งเสริมความรู้ด้านมาตรฐานอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค
	พัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมด้วยเทคโนโลยี	<ul style="list-style-type: none"> ➢ เพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารไทยเดิมด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้สูงวัย ➢ ส่งเสริมการนำงานวิจัยและพัฒนามาใช้ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย ➢ พัฒนาสินค้าอาหารใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ➢ ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย
	ส่งเสริมการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดด้วยการพัฒนาระบบนิเวศของอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ผลักดันสินค้าอาหารสำหรับผู้สูงวัยขึ้นสู่แพลตฟอร์มในระดับสากล ➢ นำเสนอสินค้าอาหารและอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยในช่องทางกายภาพ ➢ สร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งห่วงโซ่อุปทาน ➢ ขยายตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงวัยในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค ➢ จับคู่ธุรกิจกับบริษัท ท้องถิ่นในต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ย่อย	กลยุทธ์
สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัยที่ช่วยวางแผนชีวิตและสร้างความมั่นคงทางการเงินของผู้สูงวัย	พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล (Customization)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ สร้างทางเลือกด้านบริการทางการเงินให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงวัยและครอบครัว ➢ ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถลดต้นทุนด้านการรักษา
	สร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเติบโตของอุปสงค์ด้านบริการด้านการเงิน และการประกันภัย	<ul style="list-style-type: none"> ➢ ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย ➢ สร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินผ่านสื่อสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ➢ ส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัลและความรู้ด้านการเงินของผู้สูงอายุ
ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่เป็นอิสระและพึ่งพิงตัวเองได้ ของผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ	สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงวัย (Life-long learning)	<ul style="list-style-type: none"> ➢ สร้างแรงจูงใจให้ประชาชนและผู้สูงวัยพัฒนาตนเองผ่านการศึกษาอบรมต่างๆ ➢ การสร้างพันธมิตรกับภาคการศึกษาเพื่อพัฒนาหลักสูตรเสริมทักษะและช่องทางการเรียนรู้ที่เหมาะสมกับผู้สูงวัย
	ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจใช้ประโยชน์จากแรงงานสูงวัยที่ยังพร้อมทำงาน	<ul style="list-style-type: none"> ➢ สร้างแพลตฟอร์มกลางในการหางานที่เหมาะสมกับทักษะและความเชี่ยวชาญของผู้สูงวัย ➢ เพิ่มมาตรการจูงใจสำหรับผู้ประกอบการในการจ้างงานผู้สูงอายุ

9.8 ภาพรวมข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

➤ ภาพรวมโอกาสทางธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย

1. ธุรกิจบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัยที่อาศัยอยู่โดยลำพัง นอกจากบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการด้านสุขภาพของผู้สูงวัยดังที่กล่าวข้างต้น แนวโน้มที่เพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงวัยที่ไม่มีบุตรหรือญาติคอยดูแลทำให้เกิดความต้องการด้านบริการที่ช่วยจัดการชีวิตประจำวันเฉพาะด้าน (Case management) ซึ่งเป็นธุรกิจที่ยังไม่มีในประเทศไทย เช่น ผู้ช่วยจัดการด้านการเงิน นอกจากนี้ การพัฒนาที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัยบนแนวคิด Co-housing ที่ช่วยให้ผู้สูงวัยสามารถแบ่งปันสาธารณูปโภคและบริการเฉพาะด้านที่จำเป็นสำหรับผู้สูงวัยภายในชุมชนเพื่อลดค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน มีการช่วยเหลือดูแลซึ่งกันและกัน ควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมนันทนาการและทำงานร่วมกัน
2. ธุรกิจสินค้าที่ตอบสนองต่อความต้องการอันเนื่องมาจากเงื่อนไขทางกายภาพของผู้สูงวัย การพัฒนาที่อยู่อาศัยให้เหมาะสมกับผู้สูงวัยยังคงเป็นธุรกิจที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับที่พักอาศัย เช่น วัสดุก่อสร้าง และเฟอร์นิเจอร์ ที่ออกแบบขึ้นเพื่อรองรับความเสี่ยงด้านสุขภาพที่อาจเกิดจากการเสื่อมถอยของร่างกาย รวมถึงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และหุ่นยนต์ที่ใช้ภายในบ้าน ซึ่งช่วยลดความปลอดภัยและสุขภาพของผู้สูงอายุ สามารถแจ้งเตือนสมาชิกในครอบครัวหรือผู้ดูแลเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน
3. ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภคที่สะท้อนให้เห็นถึงความใส่ใจดูแลสุขภาพ แนวโน้มการบริโภคผักและผลไม้ที่เป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ยังคงเติบโตในไทยอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นโอกาสสำคัญของธุรกิจที่สามารถใช้จุดขายของการใช้วัตถุดิบออร์แกนิก เช่น เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ดูแลผิวสำหรับผู้สูงวัย นอกจากนี้ การเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบด้านอาหารและเอกลักษณ์ของอาหารไทย เป็นจุดแข็งที่ช่วยให้ธุรกิจเติบโตในตลาดต่างประเทศหากสามารถสร้างจุดขายของอาหารไทยที่เป็นอาหารเพื่อสุขภาพได้

➤ แนวทางการปรับตัวของภาคธุรกิจในสังคมสูงวัย

1. พัฒนาสินค้าและบริการสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ทุกระดับ จากการศึกษาพบว่าสินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนส่วนใหญ่ ยังคงเน้น

กลุ่มเป้าหมายที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูง ซึ่งทำให้ยังมีกลุ่มผู้สูงวัยที่จำนวนมากที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ หากผู้ประกอบการสามารถออกแบบธุรกิจที่ผู้บริโภครส่วนใหญ่ของตลาดสูงวัยเข้าถึงได้ จะเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่สร้างมูลค่ามากและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยในภาพรวมได้

2. ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพของผู้สูงวัย ทำให้เกิดการตกลงระหว่างบริษัทยากับบริษัทประกันสุขภาพได้ โดยใช้ประโยชน์จากการคาดการณ์ความต้องการ (Demand forecast) ของประชากรตามช่วงอายุวัยจากฐานข้อมูลของบริษัทประกันภัยเปิดโอกาสสำหรับการตกลงซื้อขายล่วงหน้า (Advanced commitment) เพื่อการเจรจาให้ได้ราคาของสินค้าที่ถูกกลง จะช่วยเพิ่มโอกาสสำหรับธุรกิจด้านการดูแลสุขภาพและลดภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วยได้
3. สร้างความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคสูงวัย เศรษฐกิจสูงวัยในอนาคตไม่ได้ครอบคลุมเพียงแต่เรื่องของบริการด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ โลกของคนสูงวัยไม่ใช่แค่เรื่องการใช้ชีวิตหลังเกษียณ แต่เป็นแนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิตและความคุ้นชินกับเทคโนโลยี นอกจากนี้ จะต้องเข้าใจเงื่อนไขทางกายภาพที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นโจทย์ให้กับสินค้าและบริการที่ต้องมาพร้อมกับนวัตกรรมที่ทำให้ผู้สูงอายุกู้สึกถึงความสามารถในการใช้ชีวิตอย่างอิสระ
4. ใช้ต้นทุนทางสังคมที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ภาคธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากแรงงานสูงวัยซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์สูงและยังพร้อมทำงาน นอกจากนี้ยังได้รับสิทธิประโยชน์ด้านภาษีจากการจ้างงานผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป โดยออกแบบลักษณะการทำงานที่มีความยืดหยุ่นขึ้นเหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิตและเงื่อนไขทางร่างกาย มีการพัฒนาทักษะเพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถปรับตัวตามแนวโน้มทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

➤ แนวทางพัฒนาของภาคธุรกิจในสังคมสูงวัย

1. ยึดหลักการพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระหว่างประเทศเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่ม

ผู้บริโภคต่างชาติได้ ปัจจุบันไอเอสโอได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการวิชาการ ISO/TC 314 – Ageing Society มีเป้าหมายในการพัฒนามาตรฐานและแนวทางการแก้ไขปัญหาในสาขาต่างๆ นอกจากนั้นการพัฒนาสินค้าและบริการควรเป็นไปตามหลัก Universal design โดยเอาผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลางในการออกแบบ

2. ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการ การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีหลายๆ ด้านในปัจจุบันที่นำโดยภาควิชาการและสถาบันการศึกษา ยังไม่มีการถ่ายทอดไปยังภาคเอกชน จึงไม่มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง ผู้ประกอบการจึงสามารถมองหาโอกาสสิ่งที่มีอยู่หรือสนับสนุนการวิจัยและพัฒนา ร่วมกับภาควิชาการ

➤ การเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจสูงวัย

1. ดำเนินนโยบายเชิงรุกในการขยายตลาดสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัย โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ศึกษาและประเมินความต้องการของตลาด (Demand driven) นำไปสู่การจับคู่ทางธุรกิจ (Business matching) เพื่อดึงธุรกิจต่างชาติให้เข้ามาลงทุน ซึ่งภาครัฐสามารถให้ข้อมูลกับภาคเอกชนที่มีศักยภาพ และสร้างแพลตฟอร์มที่เป็นพื้นที่ให้อุปสงค์และอุปทานมาพบกัน รวมทั้งให้ทั้งสองฝ่ายเข้าถึงข้อมูล ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการส่งเสริมของภาครัฐ รวมถึงข้อมูลด้านสินค้าและบริการสำหรับผู้บริโภค
2. ทบทวนและปรับปรุงด้านกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในเศรษฐกิจสูงวัย ภาครัฐจำเป็นต้องดำเนินบทบาทในการอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ เช่น ระยะเวลาการดำเนินการเพื่อขอรับรองมาตรฐานและขออนุญาตโฆษณาที่ยาวนานอาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ จึงควรมีการทบทวนระเบียบและกติกาในปัจจุบัน พร้อมทั้งเร่งรัดกระบวนการ รวมถึงควรมีช่องทางลัดสำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม (Sandbox) และพัฒนากระบวนการดำเนินการในปัจจุบันให้มีความคล่องตัวมากขึ้น เพื่อจูงใจให้ธุรกิจพัฒนาตัวเองได้เร็วมากขึ้น
3. สนับสนุนการสร้างความตระหนักด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันในสังคม ผ่านความร่วมมือของทุกภาคส่วน เน้นรณรงค์เรื่องการป้องกันหรือรักษาสุขภาพให้มากกว่า

การรักษาพยาบาล ภาครัฐสามารถส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุมากขึ้น ผ่านมาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษีให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค รวมถึงการจัดสรรสวัสดิการที่สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน เพราะเป็นการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นผู้สูงอายุจะช่วยประหยัดงบประมาณด้านสาธารณสุขของประเทศในระยะยาว

4. สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ ผ่านการขยายความร่วมมือและสร้างเครือข่ายระหว่างโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐ การจัดตั้งโรงเรียนเพื่อพัฒนาบุคลากรให้สามารถรองรับผู้สูงอายุทั้งในไทยและต่างประเทศ การสร้างเส้นทางอาชีพที่ชัดเจนและมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อการยกย่องคุณค่าและให้ความสำคัญของผู้ให้บริการสุขภาพผู้สูงอายุจากสังคม
5. ส่งเสริมองค์ความรู้ในด้านการประกอบธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย ภาครัฐสามารถช่วยเหลือในด้านข้อมูลความต้องการของตลาดสูงวัยทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและตรงกับมาตรฐานและความต้องการของตลาดต่างประเทศ เช่น การพัฒนาสมุนไพรไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา รวมถึงสนับสนุนการวิจัยตลาดก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมกิจการผู้สูงอายุ (2557). ประชากรสูงอายุไทย: ปัจจุบันและอนาคต.

กรมกิจการผู้สูงอายุ (2563), “สถิติผู้สูงอายุ,” <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/275> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].

กรมกิจการผู้สูงอายุ (2563). ‘สถิติผู้สูงอายุ รายงานการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ ปี พ.ศ 2555-2562’, <http://www.dop.go.th/th/know/side/1/1/274> [สืบค้นวันที่ 19 พฤษภาคม 2563].

กรมกิจการผู้สูงอายุ(2563). ‘สิทธิและสวัสดิการผู้สูงอายุ’, <http://www.dop.go.th/th/benefits/3/765> [สืบค้นวันที่ 19 พฤษภาคม 2563].

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2560). ธุรกิจของผู้สูงอายุ โอกาสของอนาคต. อุตสาหกรรมสาร 59 (พฤษภาคม-มิถุนายน).

กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (2559). แผนบูรณาการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล.

กระทรวงพาณิชย์ (2560). บทบาทกระทรวงพาณิชย์ต่อการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของไทย: การส่งเสริมธุรกิจบริการสุขภาพผู้สูงอายุ.

กระทรวงพาณิชย์และกรมทรัพย์สินทางปัญญา (2562). บทวิเคราะห์แนวโน้มเทคโนโลยีหุ่นยนต์เพื่อสังคมผู้สูงอายุ (Robotics for Aging Society).

กรุงเทพธุรกิจ (2561). “YoungHappy’ สูงวัยหัวใจแอดที่ฟ’, 23 กรกฎาคม, <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/808342> [สืบค้นวันที่ 10 เมษายน 2563].

กฤตภาส แยมนาม (2563). การศึกษาข้อมูลผู้บริโภคเชิงลึกและเส้นทางของผู้บริโภคในกลุ่มสินค้าสุขภาพและโซลูชันที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2561), <https://www.oic.or.th/th/consumer/news/releases/88879> [สืบค้นวันที่ 16 สิงหาคม 2563].

- คณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (2563), “รายชื่อบริษัท สาขา ของ บริษัท ประกันชีวิต (Number of branch for Life Insurance Companies),” <https://www.oic.or.th/th/industry/statistic/data/27/2> [สืบค้นวันที่ 16 สิงหาคม 2563].
- คณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2552). แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) ฉบับปรับปรุง ครั้งที่ 1 พ.ศ. 2552.
- ไทยรัฐออนไลน์ (2562). ‘สูงวัยยังแจ๋ว มีงานทำ ได้เงิน หลายบริษัทเปิดกว้างรับสมัคร เช็กได้ที่นี้’, 6 ตุลาคม, <https://www.thairath.co.th/news/business/1676676> [สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2563].
- ธนาคารกรุงเทพ (2562), “2021 รับเทรนด์ผู้สูงวัย โอกาสธุรกิจเกิดใหม่ (Emerging Market),” 14 สิงหาคม, <https://www.bangkokbanksme.com/en/aging-society-2021-emerging-business> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- ธนาคารกรุงเทพ (2562). “ความรู้พื้นฐานที่ต้องรู้ ก่อนเริ่มทำธุรกิจสถานบริการผู้สูงอายุ,” 21 เมษายน. <https://www.bangkokbanksme.com/en/17849> [สืบค้นวันที่ 13 สิงหาคม 2563].
- ธนาคารกสิกรไทย (2561). ธุรกิจศูนย์ดูแลผู้สูงอายุไทย.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561). ‘การเปิดเสรีการค้าบริการภาคการเงิน’, <https://www.bot.or.th/Thai/FinancialInstitutions/Highlights/ASEANCommunity/FIServices/Pages/default.aspx> [สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2563].
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2561). ‘สังคมสูงวัยกับความท้าทายของตลาดแรงงานไทย’, <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/AgePeriodCohort.pdf> [สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2563].
- แนวหน้า (2561), “เปิด4อุปสรรคการทำธุรกิจ ตัวบั่นทอนศักยภาพผู้ประกอบการ,” 17 กันยายน, <https://www.naewna.com/business/364473> [สืบค้นวันที่ 16 สิงหาคม 2563].
- เบญญา รัตมีโกเมน และวิโรจน์ เจษฎาลักษณะ (2559). กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตของธุรกิจประกันชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. Veridian E –Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ 9 (มกราคม-เมษายน): 1129-1142.

- พวงชมพู โจนส์ (2561). สังคมผู้สูงอายุ : โอกาสและความท้าทายทางธุรกิจ. ธุรกิจปริทัศน์ 10 (มกราคม-มิถุนายน): 1-6.
- โพสต์ทูเดย์ (2561). “สังคมผู้สูงอายุ หนุนอุตสาหกรรมยา,” 29 มิถุนายน. <https://www.posttoday.com /economy/news/556100> [สืบค้นวันที่ 13 สิงหาคม 2563].
- ภิญญา รื่นสุข (2558). รูปแบบการตลาดธุรกิจการให้บริการดูแลผู้สูงอายุในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร 6 (พฤศจิกายน-เมษายน): 197-209.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2559). รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ.2559.
- เมืองไทยประกันชีวิต (2563), “อยากมีประกันสุขภาพยามสูงวัย เลือกแผนไหนถึงจะคุ้มครองยาว?,” 22 พฤษภาคม, <https://www.muangthai.co.th/th/article/health-insurance-for-elderly-which-one> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- วงการแพทย์ (2558). “จับตาดตลาดผู้สูงอายุเติบโตรับ AEC,” <http://www.wongkarnpat.com/viewpat.php?id=48#.XzzJ7OgzY2x> [สืบค้นวันที่ 12 สิงหาคม 2563].
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2562). ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ.
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560). แผนปฏิบัติการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2560-2564).
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560). แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579).
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560). พระราชบัญญัติการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2560.
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2561). ‘สิทธิประโยชน์การลงทุนใน EEC’, <https://www.eeco.or.th/การลงทุนอุตสาหกรรม/สิทธิประโยชน์> [สืบค้นวันที่ 10 เมษายน 2563].
- สำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (2561). แผนปฏิบัติการการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก , <https://www.eeco.or.th/sites/default/files/3%20-%20แผนการพัฒนาท่องเที่ยว%20EEC.pdf> [สืบค้นวันที่ 10 เมษายน 2563].

- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2550). การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย 2543-2573.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2561). คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน 2561.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2562). คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน 2562.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (2563). คู่มือการขอรับการส่งเสริมการลงทุน 2563.
- สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (2557). “DINSOW MINI” หุ่นยนต์บริการดูแลผู้สูงอายุ’, <https://www.nia.or.th/หุ่นยนต์บริการดูแลผู้สูงอายุ.html> [สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2563].
- สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง (2559). ‘มาตรการภาษีเพื่อสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม’, http://www1.mof.go.th/home/Press_release/News2016/037.pdf [สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2563].
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2560). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580.
- สำนักงานส่งเสริมการลงทุน (2560). คู่มือการขอรับส่งเสริมการลงทุน: อุตสาหกรรมการเกษตร เทคโนโลยีชีวภาพ และผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2557). ภาพรวมธุรกิจ Healthcare ในประเทศไทย.
- สิริฉัตร ศิริสรรหิรัญ (2560). การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ (Generation B). การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อีไฟแนนซ์ไทย (2562). “9 บจ. เจาะตลาด Ageing Society,” 3 เมษายน. https://www.efinancethai.com/Advertorial/AdvertorialMain.aspx?name=ad_201904031455 [สืบค้นวันที่ 13 สิงหาคม 2563].

- Bangkokbiznews (2561), “ออกแบบชุมชนผู้สูงวัยในที่อยู่อาศัย,” 27 กันยายน, <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/700> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- Bangkokbiznews (2563), “อุตฯเปิดแผนดันไทย ผู้นำหุ่นยนต์อาเซียน,” 14 สิงหาคม, <https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/893563> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- CP E-News (2563), “อุตสาหกรรม ‘หุ่นยนต์’ บूमหลังโควิด ชงหนุนเงินเอสเอ็มอีลงทุน,” 31 พฤษภาคม, <http://www.cp-eneews.com/news/details/cpnews/4245> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- DDproperty (2562), “รับมือสังคมผู้สูงวัย : ความท้าทายของคนวัยเกษียณอยากมีบ้าน,” 9 เมษายน, <https://www.ddproperty.com/ข่าวอสังหาริมทรัพย์-บทความ/2019/4/179348/รับมือสังคมผู้สูงวัย-ค>[สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- G-Able (2563), “FinTech ความท้าทายโลกบริการทางการเงินยุคใหม่,” 6 มิถุนายน, <https://www.g-able.com/digital-review/fintech-ความท้าทายโลกบริการ/> [สืบค้นวันที่ 16 สิงหาคม 2563].
- Green Life Plus (2562). “เทรนด์ ทิศทางและโอกาสสำหรับอุตสาหกรรมยาไทย,” 7 มีนาคม. <http://www.greenlifepusmag.com/archives/11312> [สืบค้นวันที่ 13 สิงหาคม 2563].
- HFfocus (2018) ‘คนไทยตายด้วยโรค NCDs ชั่วโมงละ 37 คน เร่งป้องกัน-ควบคุมไม่ให้เกิดภาวะแทรกซ้อน’, <https://www.hffocus.org/content/2018/08/16157> [สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2563]. Post Today (2561), “เทรนด์บ้านผู้สูงอายุ อยู่ดีมีสุขชีวิตยืนยาว,” 1 กันยายน, <https://www.posttoday.com/social/general/562744> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- Prop2morrow Team (2562), “ปัญหา? หรือ โอกาส! กับอายุที่เพิ่มขึ้น และไลฟ์สไตล์การอยู่อาศัยที่เปลี่ยนไป,” 14 มกราคม, <https://www.prop2morrow.com/2019/01/14/ageing-society/> [สืบค้นวันที่ 15 สิงหาคม 2563].
- SCB EIC Article (2558). ‘สังคมผู้สูงอายุ... โจทย์ใหญ่ที่ธุรกิจค้าปลีกต้องเตรียมรับมือ’, 24 มิถุนายน, <https://www.scbeic.com/th/detail/product/1397> [สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2563].
- SME Thailand Club (2561), “นวัตกรรมหุ่นยนต์ผู้ช่วย ไอเดียล้ำตอบโจทย์เทรนด์สูงอายุ,” 29 มิถุนายน, <https://www.smethailandclub.com/technology-3349-id.html> [สืบค้นวันที่ 14 สิงหาคม 2563].

ภาษาอังกฤษ

Acemoglu, D. and Restrepo, P. (2017). 'Secular Stagnation? The Effect of Aging on Economic Growth in the Age of Automation', *NBER Working Paper No. 23077*.

CEOWORLD Health Care Index (2019). 'Revealed: Countries With The Best Health Care Systems, 2019', *CEOWORLD Magazine*, 5 August. [สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2563].

Court, D., Elzinga, D., Mulder, S. and Vetvik, O.J., (2009). 'The Consumer Decision Journey', *McKinsey Quarterly*, June 2009.

Erceg, A. and Bojanic, I.B. (2017). 'Silver Economy: Demographic Change and Economic Opportunity', *Conference Paper 2017, Interdisciplinary Management Research XII*.

Euromonitor (2012). 'Boomers as consumers – Global Survey Report', <http://www.euromonitor.com/boomers-as-consumers/report>. [สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2563].

European Commission (2017). *Blueprint Digital Transformation of Health and Care for the Ageing Society (Strategic Vision Developed by Stakeholders)*, 1-29.

European Commission (2016). 'Blueprint to innovate health and care in Europe', <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/news/blueprint-innovate-health-and-care-europe> [สืบค้นเมื่อ 24 เมษายน 2563].

European Commission (2015). 'European Scaling-up Strategy in Active and Healthy Ageing', 1-36, https://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/active-healthy-ageing/scaling_up_strategy.pdf [สืบค้นเมื่อ 27 เมษายน 2563].

European Commission (2015). *Growing the European Silver Economy (Background Paper)*, <http://ec.europa.eu/research/innovation-union/pdf/active-healthy-ageing/silvereco.pdf> [สืบค้นวันที่ 7 เมษายน 2563].

International Institute for Management Development (2018). *IMD World Competitiveness Yearbook 2018*.

- International Trade Centre (2019). Trade Map – International Trade Statistics, <https://www.trademap.org/tradestat/index.aspx> [สืบค้นวันที่ 9 เมษายน 2563].
- IPSOS (2019). *Getting Older — Our Aging World*.
- Krzyminiewska, G. (2018). 'Silver Economy in Rural Development Strategies', *Journal of Agribusiness and Rural Development*, 4(50), 415–420, <http://dx.doi.org/10.17306/J.JARD.2018.00439> [สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2563].
- Ministry of Economy, Trade and Industry of Japan (2019). 'The 2nd Well Aging Society Summit Asia-Japan', https://www.meti.go.jp/english/press/2019/0619_001.html [สืบค้นเมื่อ 28 เมษายน 2563].
- Ministry of Manpower of Singapore (2020). 'Senior Worker Support Package', <https://www.mom.gov.sg/-/media/mom/documents/budget2020/factsheet-senior-worker-supportpackage.pdf?la=en&hash=CD89AED2087E895CB5457202F10F1DEF> [สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563].
- Mudambi, R. (2008). 'Location, Control and Innovation in Knowledge-Intensive Industries', *Journal of Economic Geography*, 8(5), 699-725.
- OECD (2018). *Japan: Promoting Inclusive Growth for an Ageing Society (Better Policies Series)*, <https://www.oecd.org/about/secretary-general/BPS-Japan-EN-April-2018.pdf> [สืบค้นเมื่อ 3 พฤษภาคม 2563].
- Rossetti, R. (2006). 'The Seven Principles of Universal Design', *Universal Design Living Laboratory*, <https://www.udll.com/media-room/articles/the-seven-principles-of-universal-design/> [สืบค้นวันที่ 18 พฤษภาคม 2563].
- Sato, Y & Arimoto, T (2015). 'Japan', *UNESCO Science Report: towards 2030*, 642-659. <https://en.unesco.org/news/japan-pushing-ahead-society-50-overcome-chronic-social-challenges> [สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563].
- Social Enterprise Insight (2017). 'An "Accessible" shuttle service that helps those with mobility problems travel to the ends of the Earth',

<http://en.seinsights.asia/2017/06/12/company-created-accessible-shuttle-service-mobility-problems-can-travel-ends-earth-2/> [สืบค้นวันที่ 10 เมษายน 2563].

Szewczyk, M. (2018). 'The Silver Economy in the context of Corporate Social Responsibility, Annales', *Ethics in Economic Life*, 5(21), Special Issue, 33–43 doi: <http://dx.doi.org/10.18778/1899-2226.21.5.03> [สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563].

Teerawichitchainan, B., W. Pothisiri, J. Knodel and V. Prachuabmoh (2019). *Thailand's older persons and their well-being: An update on the 2017 Survey of Older Persons in Thailand*. Chiang Mai: HelpAge International.

The Ministerial Committee on Ageing (2016). *Action Plan for Successful Ageing*, 1-81. https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/1525Action_Plan_for_Successful_Aging.pdf [สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563].

UNESCO (2019). 'Japan pushing ahead with Society 5.0 to overcome chronic social challenges', <https://en.unesco.org/news/japan-pushing-ahead-society-50-overcome-chronic-social-challenges> [สืบค้นเมื่อ 1 พฤษภาคม 2563].

United Nations (2019). *The 2019 World Population Prospect*, <https://population.un.org/wpp/Download/Probabilistic/Population/> [สืบค้นวันที่ 29 เมษายน 2563].

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division (2019). *World Population Prospects 2019*.

World Bank Open Data <https://data.worldbank.org/> [สืบค้นระหว่างวันที่ 3-8 เมษายน 2563].

World Economic Forum (2017). *Ageing: Dynamic Briefing*.

World Economic Forum. (2018). *The Global Competitiveness Report 2018-2019*.

เว็บไซต์ภาษาไทย

กรมกิจการผู้สูงอายุ. <http://www.dop.go.th/>

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. <http://www.diw.go.th/>

กรมวิชาการเกษตร. <http://www.doa.go.th/>

กระทรวงการต่างประเทศ. <http://www.mfa.go.th/>

กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. <http://www.mnre.go.th/>

กระทรวงพาณิชย์. <http://www.moc.go.th/>

กระทรวงสาธารณสุข. <https://www.moph.go.th/>

กระทรวงอุตสาหกรรม. <http://www.industry.go.th/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. <https://www.bot.or.th/>

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI). <https://tdri.or.th/>

สถาบันเหล็กและเหล็กกล้าแห่งประเทศไทย. <http://www.isit.or.th/>

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. <https://www.fti.or.th/>

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ
(สำนักงาน กสทช.). <http://www.nbtc.go.th/>

สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. <http://www.oae.go.th/>

สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม. <http://www.oie.go.th/>

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). <http://www.sme.go.th/>

หอการค้าไทย. <https://www.thaichamber.org/>

เว็บไซต์ภาษาอังกฤษ

Active Assisted Living Programme: Ageing Well in the Digital World. <http://www.aal-europe.eu/about/>

Asian Development Bank (ADB). <https://www.adb.org/>

Asia Health and Wellbeing Initiatives. <https://www.ahwin.org/>

Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC). <https://www.apec.org/>

European Innovation Partnership on Active and Healthy Ageing.

https://ec.europa.eu/eip/ageing/home_en

Food and Agriculture Organization (FAO). <http://www.fao.org/home/en/>

International Institute for Management Development (IMD). <https://www.imd.org/>

International Monetary Fund (IMF). <http://www.imf.org/>

International Maritime Organization (IMO). <http://www.imo.org/>

International Trade Centre (ITC). <http://www.intracen.org/>

Krungsri Research. <https://www.krungsri.com/bank/th/Other/research.html>

Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). <http://www.oecd.org/>

Smart Nation and Digital Government Office (Singapore). <https://www.smartnation.gov.sg/>

SkillsFuture Singapore. <https://www.skillsfuture.sg/>

United Nations Development Programme (UNDP). <http://www.undp.org/>

United Nations Framework Convention on Climate Change. <http://unfccc.int/2860.php>

World Bank Group. <https://www.worldbank.org/>

World Economic Forum (WEF). <http://www.weforum.org/>

ภาคผนวก 1

สถิติที่เกี่ยวข้องกับผู้ส่งวัย

1.1 สถิติและสถานการณ์จำนวนผู้สูงอายุทั่วโลก

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
WORLD	702,935	1,548,852	9.1	15.9	2.5	2.2	68.5	73.3	15.1	17.8	81.4	84.6	62.8	71.0	15.9	28.4	11.6	17.3	19.5	33.5
Sub-Saharan Africa	31,867	101,395	3.0	4.8	4.6	3.1	56.2	59.5	11.7	13.0	78.6	80.9	65.0	65.0	6.8	9.2	9.5	10.1	7.3	9.6
Northern Africa and Western Asia	29,375	95,802	5.7	12.7	2.9	2.2	70.1	74.7	14.4	16.7	82.7	90.1	65.5	76.5	10.2	22.4	8.7	14.0	11.1	23.8
Central and Southern Asia	119,046	328,097	6.0	13.1	2.4	1.9	66.8	69.4	13.8	14.9	93.4	90.5	84.2	78.7	10.5	21.8	10.9	16.9	13.0	26.0
Eastern and South-Eastern Asia	260,582	572,491	11.2	23.7	1.8	1.8	72.3	77.6	14.7	18.0	83.9	84.2	62.0	69.3	17.8	42.8	12.3	25.5	20.2	48.1
Latin America and the Caribbean	56,411	144,623	8.7	19.0	2.0	1.7	71.2	77.7	16.3	19.1	78.2	79.4	63.8	66.8	14.8	32.8	9.2	16.2	17.0	36.2
Oceania (excluding Australia and New Zealand)	504	1,460	4.2	7.7	3.4	2.6	63.5	66.5	11.8	12.3	87.5	86.6	75.6	77.9	8.1	13.7	11.9	15.7	8.4	14.4
Australia and New Zealand	4,778	8,811	15.9	22.9	1.8	1.7	80.2	84.2	19.3	22.0	88.4	86.7	72.9	76.8	27.1	41.9	13.1	19.2	35.4	56.8
Europe and Northern America	200,372	296,174	18.0	26.1	1.7	1.7	74.5	80.9	16.9	20.0	73.0	81.1	56.4	70.7	30.1	48.7	17.7	24.2	41.8	68.6
Developed regions	240,674	344,867	18.9	26.9	1.6	1.7	75.2	81.6	17.2	20.5	73.9	81.2	56.6	70.1	32.0	50.8	18.0	24.7	45.2	72.6
Less developed regions	462,261	1,203,986	7.2	14.2	2.6	2.2	67.2	71.3	14.1	16.3	85.6	85.6	68.5	71.4	12.6	25.2	10.8	16.7	14.1	27.8
Less developed regions, excluding least developed countries	425,440	1,084,306	7.9	16.5	2.3	2.0	68.5	72.7	14.2	16.5	85.9	86.1	68.1	71.6	13.3	28.8	11.1	18.5	15.0	32.0
Less developed regions, excluding China	292,807	827,477	5.9	11.8	2.8	2.3	65.5	69.6	14.1	16.0	84.0	84.8	69.0	70.8	10.8	20.7	9.8	14.4	13.6	27.3
Least developed countries	36,821	119,680	3.6	6.4	3.9	2.8	60.7	64.2	13.0	14.2	82.7	80.9	72.9	68.6	7.6	11.8	8.8	10.2	8.0	12.3
Land-locked Developing Countries (LLDC)	19,505	59,747	3.7	6.4	3.9	2.7	60.8	64.9	12.8	14.5	76.0	76.9	62.6	59.6	8.0	11.7	9.1	10.3	8.3	12.0
Small island developing States (SIDS)	6,228	14,046	8.7	16.1	2.4	2.1	68.7	73.4	16.0	18.0	83.4	85.2	70.0	74.7	15.2	28.4	10.3	16.5	16.5	30.4
High-income countries	226,626	355,620	18.0	26.9	1.7	1.7	77.5	83.0	18.0	21.4	78.6	86.3	60.3	74.5	30.2	50.5	16.0	23.6	43.8	72.3
Middle-income countries	451,110	1,112,949	7.9	16.1	2.3	2.1	67.8	72.3	13.9	16.3	83.2	84.5	64.9	69.7	13.5	28.1	11.6	18.5	15.1	30.9
Upper-middle-income countries	275,611	630,282	10.4	22.5	1.9	1.8	71.4	76.9	14.3	17.2	81.4	83.4	61.9	69.0	16.7	40.2	12.6	23.7	18.0	43.8
Lower-middle-income countries	175,499	482,667	5.7	11.7	2.7	2.2	65.0	68.5	13.5	15.1	86.1	85.9	70.4	71.2	10.4	20.1	10.8	15.9	12.3	23.1

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Low-income countries	24,878	79,558	3.3	5.4	4.4	2.9	59.1	62.9	12.4	14.0	76.1	79.2	61.8	62.9	7.4	10.1	9.1	9.5	7.7	10.3
AFRICA	45,526	143,103	3.5	5.7	4.4	3.0	58.6	61.9	12.4	13.7	80.9	81.9	66.7	68.0	7.6	10.9	9.5	10.4	8.2	11.6
Eastern Africa	12,583	44,066	2.9	5.2	4.3	2.8	59.0	62.9	12.4	13.9	76.1	78.7	64.3	63.0	6.6	9.6	7.9	8.8	6.5	9.5
Burundi	267	999	2.3	3.9	5.3	3.4	57.1	60.7	12.6	13.6	78.9	82.4	62.4	64.3	5.5	7.7	7.4	8.3	5.3	7.4
Comoros	26	84	3.1	5.7	4.1	2.8	61.2	64.5	12.2	13.5	83.7	83.9	68.5	68.6	6.5	10.5	8.9	12.5	6.9	11.1
Djibouti	45	157	4.6	12.1	2.7	1.9	60.0	63.2	13.5	14.5	92.7	94.4	80.5	79.5	8.1	19.9	8.7	16.8	8.7	20.7
Eritrea	158	324	4.5	5.4	4.0	2.7	61.4	65.6	12.3	13.8	78.7	78.7	69.2	60.9	10.3	9.8	12.7	8.8	9.6	9.3
Ethiopia	3,941	12,436	3.5	6.1	4.1	2.4	61.9	65.5	13.8	14.9	85.7	84.6	82.2	69.5	7.9	10.7	8.3	8.4	7.6	10.2
Kenya	1,274	6,156	2.4	6.7	3.4	2.4	60.6	65.2	11.9	13.7	72.4	77.4	54.3	58.9	5.1	11.8	6.0	10.8	5.9	13.7
Madagascar	821	3,044	3.0	5.6	4.0	2.9	63.0	66.0	13.0	13.9	84.4	83.9	80.8	70.1	6.7	10.6	8.2	9.3	6.4	10.0
Malawi	492	1,752	2.6	4.6	4.1	2.8	56.6	62.5	11.1	13.2	66.6	69.9	47.7	48.5	6.2	8.6	8.0	7.9	5.5	7.6
Mauritius*	152	290	12.0	24.5	1.4	1.5	70.7	77.7	14.8	18.2	76.1	77.5	54.6	61.6	19.0	42.5	13.0	25.5	19.7	41.5
Mayotte*	11	48	4.1	9.6	3.6	2.4	76.0	82.9	17.6	21.2	90.8	77.1	76.4	73.6	9.0	17.7	4.9	6.9
Mozambique	874	2,536	2.9	3.9	4.8	3.0	51.5	56.8	10.4	13.0	60.4	63.2	44.5	41.4	6.9	7.5	9.6	8.5	4.9	5.5
Réunion*	108	246	12.2	24.4	2.2	1.9	76.0	82.9	17.6	21.2	80.1	76.5	57.8	72.2	21.4	46.4	10.0	22.2
Rwanda	382	1,592	3.0	6.9	4.0	2.5	63.8	67.6	12.8	14.4	70.4	74.7	60.1	63.7	6.5	12.5	7.0	9.1	5.8	11.1
Seychelles	8	21	7.8	20.0	2.4	2.0	69.5	77.0	13.8	17.7	75.6	81.5	43.7	56.1	12.6	36.8	11.0	25.6
Somalia	446	1,074	2.9	3.1	6.0	3.7	53.3	56.5	12.4	13.3	92.6	81.2	75.3	71.4	7.4	6.4	10.0	7.9	7.9	6.7
South Sudan	374	937	3.4	4.7	4.6	3.0	54.6	57.5	12.7	13.5	85.3	85.2	75.6	73.8	7.6	8.8	9.7	10.5	8.6	9.9
Uganda	869	3,604	2.0	4.0	4.8	2.6	57.7	61.1	11.6	13.2	66.1	73.5	47.5	56.4	4.9	7.3	6.7	8.0	4.4	6.5
United Republic of Tanzania*	1,520	5,839	2.6	4.5	4.8	3.4	58.7	63.1	11.4	13.1	73.2	83.2	55.1	66.6	6.1	9.1	7.9	9.1	6.6	9.9
Zambia	378	1,629	2.1	4.2	4.6	3.3	57.0	61.5	11.2	13.5	64.3	71.8	43.0	50.7	5.0	8.2	6.4	8.5	6.4	10.4
Zimbabwe	437	1,297	3.0	5.4	3.5	2.3	54.9	58.3	10.8	13.3	55.5	64.6	37.8	47.9	6.8	9.6	9.1	11.0	8.3	11.7
Middle Africa	4,817	15,255	2.8	4.0	5.4	3.4	55.4	58.6	12.1	13.1	81.3	84.2	66.3	72.1	6.7	8.0	9.1	9.0	7.0	8.3
Angola	700	2,595	2.2	3.4	5.4	3.8	55.1	60.5	11.1	12.7	80.6	72.1	59.0	56.7	5.4	7.0	8.7	8.6	6.9	8.9
Cameroon	705	2,279	2.7	4.5	4.5	3.1	54.9	57.6	11.2	12.3	80.4	87.2	66.2	73.1	6.2	8.5	9.7	11.4	7.0	9.3

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+/20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Central African Republic	134	294	2.8	3.5	4.6	2.7	47.3	50.5	10.3	11.8	65.7	74.2	46.6	53.9	6.9	6.5	12.1	9.2	5.3	4.9
Chad	397	1,150	2.5	3.4	5.6	3.4	50.9	53.7	12.1	12.9	83.5	87.7	73.4	73.9	6.3	6.7	9.0	8.4	6.9	7.0
Congo	146	573	2.7	5.4	4.4	3.2	60.5	62.7	11.7	12.8	74.9	83.9	56.6	69.0	6.0	10.5	8.2	12.0	7.3	12.8
Democratic Republic of the Congo	2,618	7,965	3.0	4.1	5.8	3.3	56.7	59.5	12.8	13.7	82.6	87.0	69.0	76.9	7.5	8.2	9.1	8.5	7.1	7.8
Equatorial Guinea	33	92	2.4	3.3	4.4	2.7	55.4	57.8	11.5	12.3	93.2	106.2	82.4	81.1	4.7	5.7	7.2	8.0	5.3	6.2
Gabon	77	283	3.5	7.4	3.9	2.7	61.9	64.8	12.1	13.5	79.2	96.2	58.4	71.7	7.0	13.5	8.5	14.4	8.0	15.3
Sao Tome and Principe	6	24	3.0	6.2	4.3	3.0	66.2	70.8	12.5	14.6	75.8	78.2	52.3	57.1	6.8	12.0	7.9	9.8	7.2	12.4
Northern Africa	13,659	41,708	5.6	11.2	3.2	2.4	69.4	73.0	14.2	15.8	86.2	84.3	69.6	72.7	10.6	20.2	9.9	13.5	11.5	21.5
Algeria	2,821	9,683	6.6	15.9	3.0	2.1	74.4	76.7	17.2	18.0	96.2	93.9	87.9	88.5	11.6	28.3	7.6	13.9	12.2	29.5
Egypt	5,297	15,060	5.3	9.4	3.3	2.5	68.7	73.0	12.8	14.7	81.3	80.5	61.2	61.1	10.1	17.0	11.5	13.5	10.8	17.8
Libya	302	1,394	4.5	16.4	2.2	1.8	68.9	74.9	13.4	15.6	83.2	82.3	69.7	64.5	7.5	27.9	7.8	20.4	9.4	34.4
Morocco	2,663	8,058	7.3	17.5	2.4	1.9	73.7	76.3	14.8	16.7	88.0	82.9	61.1	73.8	12.7	30.5	10.4	17.8	14.2	33.1
Sudan	1,553	4,610	3.6	5.7	4.3	3.1	62.1	65.5	13.8	14.7	86.8	82.0	78.1	74.4	8.0	10.6	8.8	10.4	8.7	11.3
Tunisia	1,005	2,787	8.6	20.2	2.2	1.8	73.4	77.6	14.5	17.1	81.6	81.8	68.5	69.5	14.2	35.8	11.4	19.7	15.7	38.5
Western Sahara	19	115	3.2	11.7	2.4	1.8	66.9	70.3	12.9	14.4	115.7	96.2	97.8	75.3	5.2	18.9	6.5	15.7
Southern Africa	3,512	8,850	5.3	10.1	2.5	2.0	57.2	63.6	11.2	14.5	64.8	66.6	44.5	42.9	9.3	16.9	12.1	18.5	10.2	17.8
Botswana	101	350	4.4	10.0	2.8	2.1	61.8	67.0	12.6	15.3	67.6	66.7	47.1	47.4	8.3	17.0	7.8	13.8	10.1	19.4
Eswatini	46	107	4.0	6.3	3.0	2.1	47.8	54.0	10.0	15.2	56.6	56.4	28.2	51.0	8.5	10.6	10.9	11.8	8.1	9.6
Lesotho	105	215	4.9	8.1	3.1	2.3	45.2	51.3	9.6	13.7	56.0	68.9	29.9	36.1	9.4	13.9	14.5	17.7	10.8	16.0
Namibia	90	259	3.6	6.5	3.3	2.4	57.7	62.9	11.3	14.2	58.6	66.4	45.4	41.9	7.3	11.4	10.0	12.7	7.8	11.7
South Africa	3,171	7,920	5.4	10.5	2.4	1.9	57.8	64.2	11.2	14.5	65.4	66.7	45.4	42.9	9.4	17.4	12.3	19.2	10.3	18.2
Western Africa	10,955	33,224	2.8	4.2	5.1	3.4	54.1	56.0	11.1	11.6	85.6	86.7	76.9	75.1	6.5	8.2	11.1	11.2	7.7	9.5
Benin	385	1,175	3.3	4.8	4.8	3.3	58.5	61.4	13.2	14.0	74.5	85.8	61.5	74.3	7.4	9.5	8.9	10.0	8.1	10.3
Burkina Faso	489	1,782	2.4	4.1	5.1	3.2	58.0	59.3	11.6	12.2	64.8	83.6	56.5	68.1	5.7	8.1	8.9	9.8	5.4	7.5
Cabo Verde	26	101	4.7	14.8	2.2	1.8	67.9	74.9	12.8	15.7	55.5	83.3	49.2	54.4	8.1	24.4	8.0	16.4	9.1	26.8
Côte d'Ivoire	739	2,039	2.9	4.0	4.6	3.3	53.5	55.9	10.9	11.8	111.6	89.7	90.8	85.7	6.5	7.7	11.4	11.1	7.6	8.7

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Gambia	60	191	2.6	3.9	5.2	3.1	59.1	61.6	11.5	12.4	95.1	78.5	87.0	66.1	6.0	7.4	9.1	9.6	5.4	6.8
Ghana	942	3,351	3.1	6.4	3.8	2.8	60.9	62.7	11.9	12.6	85.0	88.5	76.2	75.8	6.3	11.7	9.6	14.1	7.2	12.6
Guinea	376	1,021	2.9	3.9	4.6	3.0	57.5	58.4	11.5	12.0	61.1	68.8	62.5	54.9	7.0	7.4	10.9	9.6	8.9	8.6
Guinea-Bissau	55	158	2.9	4.4	4.4	2.9	53.6	58.2	10.8	12.3	62.5	73.7	50.9	57.6	6.4	8.2	10.8	11.5	5.7	7.4
Liberia	162	516	3.3	5.5	4.2	2.9	59.2	62.2	12.0	13.0	80.4	87.7	73.8	74.9	7.3	10.4	9.2	11.2	7.8	11.0
Mali	490	1,547	2.5	3.5	5.8	3.4	55.6	56.9	11.9	11.9	78.6	89.2	80.4	79.9	6.4	7.2	9.6	9.3	7.3	8.2
Mauritania	143	502	3.2	5.6	4.5	3.3	61.4	65.0	12.5	13.8	74.0	85.9	61.9	69.0	6.7	10.6	8.7	11.9	7.6	11.4
Niger	605	1,776	2.6	2.7	6.8	4.1	58.1	60.3	12.2	12.9	94.7	78.2	74.8	73.2	7.1	6.0	9.9	6.8	10.1	8.3
Nigeria	5,513	15,906	2.7	4.0	5.3	3.4	51.2	52.8	10.5	10.8	89.9	91.4	85.3	82.6	6.4	7.9	12.4	12.2	7.8	9.4
Senegal	505	1,732	3.1	5.2	4.6	3.2	63.8	67.5	12.4	13.7	72.2	67.1	66.8	51.6	7.1	10.0	9.0	9.4	8.0	10.8
Sierra Leone	230	637	2.9	4.9	4.2	2.5	50.5	52.3	10.7	12.0	74.6	83.3	63.5	63.3	6.5	8.7	11.3	12.3	8.0	9.9
Togo	233	790	2.9	5.1	4.3	3.0	58.3	59.8	11.5	12.0	84.4	86.9	76.6	75.4	6.4	9.7	10.2	12.9	6.9	10.6
ASIA	395,344	954,681	8.6	18.0	2.1	1.9	69.8	74.0	14.4	17.0	86.5	86.9	67.4	72.0	14.3	31.2	11.4	19.9	16.7	35.1
Central Asia	3,791	11,606	5.2	11.6	2.7	2.2	66.2	72.9	12.2	15.0	67.0	70.9	50.5	48.2	9.1	20.1	9.8	16.6	9.7	21.1
Kazakhstan	1,420	3,398	7.7	14.1	2.7	2.1	64.3	73.9	11.5	15.4	55.0	65.4	40.9	44.0	13.3	25.2	11.5	17.2	13.8	26.4
Kyrgyzstan	295	920	4.6	10.1	3.0	2.3	66.4	74.3	12.4	15.7	60.8	63.5	41.1	28.9	8.3	17.7	10.7	15.7	8.9	18.5
Tajikistan	288	1,216	3.1	7.5	3.6	2.6	67.2	71.8	12.0	13.9	86.7	77.1	75.5	57.4	6.0	14.1	8.1	12.1	6.2	14.2
Turkmenistan	273	843	4.6	10.6	2.7	2.1	63.9	70.8	12.8	15.3	69.5	68.5	55.0	50.1	8.1	18.0	9.2	17.5	10.5	22.5
Uzbekistan	1,516	5,229	4.6	12.2	2.4	1.9	67.8	72.7	12.6	14.7	77.1	75.0	60.1	54.2	7.8	20.3	9.3	18.3	8.4	21.1
Eastern Asia	215,204	439,987	12.9	27.2	1.7	1.7	73.9	78.9	14.8	18.3	85.5	86.2	62.8	70.8	20.0	50.2	13.4	29.3	23.4	59.2
China*	164,487	365,636	11.5	26.1	1.7	1.8	73.1	77.5	13.9	16.8	88.5	87.5	67.1	72.3	17.7	47.5	13.9	29.5	18.7	53.0
China, Hong Kong SAR*	1,301	2,789	17.5	34.7	1.4	1.7	80.5	86.4	19.1	23.7	87.2	60.7	68.3	58.4	26.3	70.5	10.6	26.6	41.8	129.1
China, Macao SAR*	72	242	11.2	28.9	1.2	1.6	80.3	86.2	18.8	22.9	91.5	71.7	58.6	55.8	15.8	53.1	5.6	21.0	26.3	94.1
China, Taiwan Province of China*	3,594	7,841	15.1	35.0	1.2	1.5	76.4	82.3	17.9	20.6	85.7	85.1	80.3	78.5	22.7	70.7	11.1	29.0	26.9	81.7
Dem. People's Republic of Korea	2,376	5,232	9.3	19.7	1.9	1.8	67.2	74.1	11.2	16.2	53.3	67.4	26.2	43.6	14.6	33.9	16.3	25.6	14.9	32.5
Japan	35,524	39,882	28.0	37.7	1.4	1.6	80.0	86.5	19.0	23.9	77.2	81.0	56.2	64.9	51.0	80.7	21.8	31.5	77.7	126.5

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+/20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Mongolia	135	534	4.2	12.0	2.9	2.2	64.5	72.7	12.2	15.2	70.6	66.3	52.9	45.1	7.2	21.0	8.3	16.6	7.5	22.3
Republic of Korea	7,715	17,830	15.1	38.1	1.1	1.4	77.9	84.4	17.4	21.8	75.3	82.7	48.8	66.7	22.4	78.8	11.2	33.7	26.0	88.7
South-Eastern Asia	45,378	132,504	6.9	16.7	2.2	1.9	68.2	74.3	14.0	17.0	76.7	78.1	58.1	62.8	11.5	28.7	9.4	18.4	12.1	29.7
Brunei Darussalam	23	107	5.2	21.7	1.8	1.6	73.8	76.2	16.0	16.5	95.0	99.6	88.5	92.9	8.1	37.6	5.7	21.2	9.6	44.1
Cambodia	778	2,553	4.7	11.7	2.5	1.9	65.5	69.5	13.0	14.0	65.5	74.7	60.5	59.0	8.5	19.9	9.8	15.0	8.0	19.5
Indonesia	16,374	52,494	6.1	15.9	2.3	1.9	67.9	72.2	12.8	15.3	83.5	81.2	59.9	64.2	10.2	27.3	10.5	20.0	10.5	26.9
Lao People's Democratic Republic	299	987	4.2	10.4	2.6	1.8	63.7	67.3	12.5	13.9	79.5	80.5	66.8	62.5	7.8	17.0	9.7	15.8	6.8	14.5
Malaysia*	2,211	6,893	6.9	17.0	2.0	1.7	73.0	77.2	15.5	16.6	95.0	95.7	95.6	91.3	11.4	28.2	8.5	14.9	12.6	30.6
Myanmar	3,249	8,204	6.0	13.2	2.1	1.8	61.3	68.0	12.0	14.0	67.7	68.9	53.8	50.3	10.2	21.7	13.1	22.6	11.4	23.4
Philippines	5,746	17,045	5.3	11.8	2.5	2.0	66.2	74.6	13.1	17.8	72.2	70.0	49.8	47.2	9.7	19.9	8.0	13.9	12.3	24.8
Singapore	719	2,132	12.4	33.3	1.2	1.4	80.1	84.5	18.6	21.9	90.9	96.5	62.8	88.4	17.6	63.2	6.3	26.1	21.4	75.8
Thailand	8,638	19,546	12.4	29.6	1.5	1.5	71.6	78.9	16.7	19.4	77.4	76.3	65.4	65.9	19.3	55.3	10.9	28.3	20.1	56.6
Timor-Leste	55	131	4.3	6.5	3.9	2.3	65.9	69.5	12.7	14.1	86.9	84.6	69.0	69.9	9.2	11.2	11.0	10.2	12.5	14.7
Viet Nam	7,286	22,412	7.6	20.4	2.1	1.9	70.8	79.1	15.9	19.7	64.7	76.5	48.1	61.2	12.1	36.1	7.4	18.2	11.3	35.4
Southern Asia	115,255	316,491	6.0	13.2	2.4	1.9	66.8	69.2	13.9	14.9	94.4	91.3	85.8	80.1	10.6	21.9	10.9	16.9	13.2	26.1
Afghanistan	995	3,506	2.6	5.4	4.3	2.2	60.9	63.8	12.2	13.5	86.5	90.1	76.2	73.1	6.1	9.2	8.2	10.0	5.9	8.4
Bangladesh	8,446	30,445	5.2	15.8	2.0	1.6	69.4	72.4	14.6	16.4	101.9	87.5	87.3	77.8	8.9	25.8	8.1	14.6	9.3	26.6
Bhutan	47	143	6.1	15.8	2.0	1.6	69.2	69.6	16.7	16.9	121.8	116.7	113.0	103.7	10.3	24.8	7.3	11.4	11.6	27.0
India	87,149	225,428	6.4	13.8	2.2	1.8	66.7	69.0	13.8	14.8	93.1	92.1	81.8	80.0	11.0	22.5	11.5	18.1	14.1	27.7
Iran (Islamic Republic of)	5,272	20,788	6.4	20.2	2.1	1.9	74.0	76.2	15.1	15.6	105.9	94.1	131.7	85.4	10.2	35.7	9.3	19.6	14.1	47.2
Maldives	19	122	3.6	20.9	1.8	1.7	75.5	78.5	15.4	17.1	109.7	143.4	114.7	92.2	5.1	34.4	4.1	11.4	7.9	52.6
Nepal	1,654	4,538	5.8	12.8	1.9	1.6	67.3	70.0	13.0	14.3	83.5	64.8	80.7	61.6	10.8	19.8	12.4	15.7	12.8	23.8
Pakistan	9,361	26,595	4.3	7.9	3.5	2.3	65.1	67.0	14.1	14.3	103.7	95.3	110.2	90.9	8.5	13.5	9.6	13.7	9.2	14.2
Sri Lanka	2,311	4,925	10.8	22.6	2.2	1.9	72.4	79.3	15.1	18.2	73.6	73.9	61.3	64.3	18.9	42.5	13.7	23.7	19.9	44.7
Western Asia	15,716	54,094	5.7	14.1	2.6	2.1	70.7	76.3	14.6	17.5	79.7	94.8	62.6	79.4	9.9	24.3	7.8	14.4	10.8	25.9
Armenia	340	602	11.5	21.4	1.8	1.8	70.6	77.0	14.1	16.7	64.5	59.7	56.2	44.2	18.5	37.4	16.4	23.8	19.8	38.9

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Azerbaijan*	648	1,937	6.4	17.5	2.1	1.8	68.6	74.6	13.2	16.0	71.8	74.7	55.7	54.2	10.1	29.3	10.5	23.2	10.9	30.7
Bahrain	41	300	2.5	12.9	2.0	1.6	75.6	77.5	15.0	16.0	118.7	146.0	83.5	122.7	3.4	18.8	3.0	12.0	4.0	21.7
Cyprus*	168	352	14.0	26.0	1.3	1.5	77.7	82.2	16.4	19.4	83.8	84.5	65.6	74.1	22.3	45.8	14.6	21.9	24.1	45.2
Georgia*	602	766	15.1	21.8	2.1	1.9	67.8	76.8	12.8	16.5	59.5	62.2	46.0	43.9	25.3	39.8	23.6	28.1	31.4	48.8
Iraq	1,336	5,021	3.4	7.1	3.6	2.6	67.2	71.6	12.9	14.9	81.1	81.9	65.1	59.2	7.1	12.8	7.8	11.5	7.7	13.5
Israel	1,040	2,109	12.2	16.6	3.0	2.4	80.0	83.7	19.0	21.2	80.6	90.0	65.1	80.9	23.4	31.3	11.3	13.8	33.2	45.7
Jordan	393	1,532	3.9	11.8	2.7	1.9	72.2	75.5	14.2	16.2	88.0	91.3	80.6	74.0	7.4	20.0	7.2	13.9	8.0	20.5
Kuwait	116	1,064	2.8	19.7	2.1	1.9	74.1	75.9	13.4	14.0	163.2	147.3	123.8	143.8	3.9	34.3	5.1	29.0	4.5	38.5
Lebanon	499	1,367	7.3	20.9	2.1	1.8	76.9	80.6	16.3	19.3	84.3	92.4	67.5	98.9	12.4	36.7	8.4	18.9	13.1	36.6
Oman	122	889	2.4	12.9	2.8	1.9	74.5	78.7	15.6	18.1	92.5	156.5	92.2	162.0	3.5	19.4	2.2	8.0	4.2	24.1
Qatar	43	546	1.5	14.2	1.8	1.6	78.3	81.1	16.5	19.2	241.7	254.1	91.8	305.9	1.9	19.8	0.9	8.1	2.3	23.3
Saudi Arabia	1,169	7,681	3.4	17.2	2.3	1.7	73.1	76.0	13.9	15.9	113.7	135.5	87.0	152.0	5.2	28.2	5.2	19.0	6.0	32.4
State of Palestine*	158	667	3.2	7.6	3.6	2.4	71.4	74.9	13.9	15.9	88.7	86.1	71.1	65.5	6.6	13.2	6.5	9.2	7.5	14.5
Syrian Arab Republic	801	4,472	4.7	13.5	2.8	2.0	64.4	76.3	13.9	16.8	84.1	83.3	74.3	68.9	8.5	23.0	7.5	13.7	10.5	27.9
Turkey	7,280	20,268	8.7	20.9	2.1	1.7	72.5	78.7	15.3	18.8	73.6	82.2	58.5	65.7	14.8	37.0	10.0	17.9	14.2	32.8
United Arab Emirates	113	1,679	1.2	16.1	1.4	1.4	76.1	78.2	16.0	16.8	193.3	268.6	139.1	305.6	1.4	25.2	1.0	15.6	1.7	30.3
Yemen	846	2,842	2.9	5.9	3.7	2.1	64.3	67.7	12.2	13.9	83.3	83.2	68.4	58.4	6.2	9.9	8.2	11.8	7.1	10.9
EUROPE	140,410	199,895	18.8	28.1	1.6	1.7	73.6	80.7	16.4	19.7	69.6	78.1	53.1	66.4	31.3	53.7	19.2	27.1	41.5	72.7
Eastern Europe	48,187	66,139	16.4	25.2	1.7	1.8	67.2	77.1	13.3	17.5	55.0	65.6	38.1	47.8	26.5	46.6	20.6	27.8	30.9	55.4
Belarus	1,437	2,072	15.2	24.0	1.7	1.8	66.8	77.9	12.3	17.5	48.5	60.5	30.0	39.6	24.1	43.5	20.1	27.7	24.9	45.9
Bulgaria	1,488	1,542	21.3	28.6	1.6	1.7	70.8	77.8	14.0	17.3	67.3	76.3	54.2	59.2	35.6	54.6	30.1	36.2	39.5	61.8
Czechia	2,117	3,043	19.8	28.9	1.7	1.8	75.1	81.2	15.6	19.1	73.1	88.4	52.0	75.7	33.0	55.9	20.9	27.9	43.6	76.6
Hungary	1,907	2,371	19.7	28.0	1.5	1.7	71.6	78.7	14.3	18.1	61.0	74.3	40.9	57.4	32.4	52.6	22.5	30.0	43.8	72.2
Poland	6,864	10,364	18.1	31.1	1.4	1.6	73.1	81.1	15.5	19.8	65.4	79.3	45.3	63.3	29.2	60.3	16.1	25.9	41.4	88.0
Republic of Moldova*	486	774	12.0	23.0	1.3	1.5	66.7	75.2	11.8	15.8	59.2	62.0	40.7	35.8	17.9	38.5	19.4	30.4	20.1	42.8
Romania	3,639	4,498	18.8	27.7	1.6	1.7	71.5	78.4	14.6	17.8	66.8	76.4	53.1	62.3	31.1	52.2	23.5	32.9	30.7	52.5

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Russian Federation	22,019	31,048	15.1	22.9	1.8	1.8	64.5	76.0	12.7	17.2	49.2	58.8	33.0	39.9	24.3	41.7	19.3	26.1	27.3	47.5
Slovakia	883	1,438	16.2	28.9	1.5	1.7	72.5	79.8	14.6	18.4	65.4	79.6	44.5	62.3	25.5	54.6	17.3	29.0	37.1	83.4
Ukraine*	7,349	8,988	16.7	25.5	1.4	1.6	65.8	75.9	12.2	16.4	50.3	59.6	35.7	38.3	26.6	45.9	25.7	33.1	28.6	49.0
Northern Europe	19,845	29,240	18.8	25.4	1.7	1.8	78.2	82.6	18.0	20.7	82.4	88.7	64.8	79.7	32.2	47.3	18.5	23.2	47.6	72.2
Channel Islands*	30	56	17.6	28.1	1.5	1.6	79.8	84.1	18.1	21.7	83.8	87.1	63.8	75.2	28.4	52.9	14.9	24.6
Denmark*	1,152	1,514	20.0	24.2	1.8	1.8	78.1	82.2	17.5	20.2	85.6	88.7	65.4	80.9	34.6	44.6	20.3	24.3	53.4	72.9
Estonia	265	333	20.0	28.7	1.6	1.7	71.9	81.2	14.9	19.8	52.7	75.7	35.4	57.1	33.9	54.9	21.0	27.4	50.5	86.0
Finland*	1,225	1,512	22.1	27.6	1.5	1.6	77.7	83.7	17.7	21.4	78.5	84.8	56.2	71.8	39.2	51.4	19.2	24.5	57.2	80.3
Iceland	52	95	15.2	25.2	1.7	1.7	80.6	83.8	19.0	21.1	91.3	93.3	72.6	82.5	25.8	46.2	13.2	21.7	40.4	74.6
Ireland	694	1,511	14.2	26.6	1.8	1.7	78.7	82.5	17.9	20.4	88.8	89.0	70.8	82.6	24.4	50.6	12.5	22.0	36.7	78.4
Latvia	388	411	20.3	27.8	1.7	1.8	69.0	78.8	13.8	18.8	49.2	63.1	33.6	46.4	34.5	53.0	24.6	30.5	47.7	76.8
Lithuania	556	615	20.2	29.0	1.7	1.8	68.5	79.3	14.1	19.0	51.1	61.7	37.9	47.1	33.5	55.7	21.8	31.5	51.8	88.2
Norway*	929	1,581	17.3	24.0	1.7	1.7	79.5	83.6	18.3	21.2	86.4	95.8	63.1	84.2	29.1	43.4	15.4	21.2	45.4	69.3
Sweden	2,027	2,800	20.2	24.6	1.8	1.8	80.0	83.8	18.6	21.2	86.8	93.1	66.4	83.2	35.5	45.5	19.2	22.4	52.2	72.8
United Kingdom*	12,499	18,775	18.5	25.3	1.7	1.8	78.9	82.7	18.3	20.8	84.8	89.7	68.9	82.0	31.7	47.1	18.5	23.0	46.5	70.6
Southern Europe	32,111	47,859	21.1	35.0	1.4	1.5	78.5	83.8	18.0	21.4	76.5	82.8	59.7	70.2	35.1	71.7	19.7	32.8	44.2	90.2
Albania	409	617	14.2	25.4	1.6	1.5	75.2	80.0	16.1	18.4	92.3	88.3	84.9	79.0	23.2	43.8	16.7	27.2	28.1	49.0
Bosnia and Herzegovina	568	816	17.2	30.4	1.3	1.4	74.1	78.9	14.7	17.4	74.2	82.9	60.0	67.7	27.4	56.5	20.9	32.8	34.2	66.6
Croatia	862	1,039	20.9	30.9	1.4	1.6	74.2	80.6	15.2	18.7	67.0	80.0	45.7	64.6	35.0	59.2	25.0	32.0	50.2	85.1
Greece	2,298	3,271	21.9	36.2	1.3	1.5	78.5	83.7	18.4	21.2	79.6	85.4	70.4	75.7	37.1	75.0	20.9	32.2	51.2	104.0
Italy	13,934	19,585	23.0	36.0	1.3	1.5	79.9	84.7	18.6	22.0	76.9	83.9	59.2	71.8	39.0	74.4	20.9	34.6	50.1	97.5
Malta	92	130	20.8	30.4	1.5	1.7	79.4	83.3	18.3	20.9	83.7	95.0	60.0	82.5	34.7	58.0	17.5	24.9	50.5	92.3
Montenegro	97	140	15.4	23.8	1.7	1.7	73.6	78.5	14.6	17.2	74.2	79.7	61.1	66.9	25.6	42.8	21.3	26.3	31.3	51.0
North Macedonia	293	476	14.1	25.7	1.5	1.6	73.1	77.2	14.0	16.0	80.4	85.6	65.8	71.8	22.1	45.4	20.1	30.8
Portugal	2,286	3,162	22.4	34.8	1.3	1.6	77.4	83.7	17.6	21.3	72.3	75.5	57.0	63.3	37.8	71.4	21.1	33.2	43.9	79.8
Serbia*	1,644	1,887	18.7	26.6	1.4	1.6	72.1	77.4	13.8	16.4	75.5	78.2	60.9	63.0	31.3	47.9	27.1	31.6	35.4	53.0

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Slovenia	420	623	20.2	32.1	1.6	1.7	77.1	83.1	17.0	20.8	75.2	89.4	49.5	73.2	33.5	65.0	18.5	30.3	46.7	92.9
Spain*	9,183	16,062	19.6	36.8	1.3	1.6	79.6	85.3	18.7	22.6	76.8	82.6	59.1	68.9	32.2	78.4	16.9	31.8	37.8	92.8
Western Europe	40,267	56,658	20.6	28.8	1.7	1.7	78.4	83.7	18.1	21.6	78.0	84.8	59.9	75.0	35.3	55.7	19.4	27.3	52.7	85.0
Austria	1,708	2,684	19.1	29.4	1.5	1.7	78.4	83.5	18.0	21.2	76.7	87.1	59.0	78.8	31.0	56.0	18.7	27.8	40.4	74.6
Belgium	2,193	3,290	19.0	26.9	1.7	1.8	78.0	83.0	17.7	21.1	78.2	89.1	59.1	79.5	32.5	51.3	18.0	24.8	50.5	82.0
France*	13,281	18,810	20.4	27.8	1.8	1.8	78.7	85.0	19.0	23.0	75.8	78.7	56.5	67.1	36.5	54.5	17.0	24.7	54.5	81.6
Germany	18,009	24,040	21.6	30.0	1.6	1.7	77.9	82.9	17.6	20.8	78.0	87.2	61.6	78.3	36.1	58.1	21.9	29.6	54.4	89.2
Luxembourg	88	194	14.3	24.5	1.4	1.6	78.8	83.5	18.0	21.3	83.1	93.8	61.5	85.0	22.2	43.8	12.3	20.6	35.1	71.9
Netherlands*	3,352	4,806	19.6	28.0	1.7	1.7	79.4	83.1	17.9	21.1	86.1	90.5	64.6	83.7	33.5	53.3	17.9	28.0	50.4	85.4
Switzerland	1,618	2,813	18.8	28.6	1.5	1.6	80.5	84.7	19.1	22.2	82.1	89.3	62.9	80.2	30.8	54.4	15.5	25.0	47.7	88.0
LATIN AMERICA AND THE CARIBBEAN	56,411	144,623	8.7	19.0	2.0	1.7	71.2	77.7	16.3	19.1	78.2	79.4	63.8	66.8	14.8	32.8	9.2	16.2	17.0	36.2
Caribbean	4,495	8,923	10.4	18.8	2.2	1.8	69.1	74.2	16.6	18.8	82.2	81.2	71.3	71.1	18.1	33.1	11.7	18.7	19.5	35.0
Antigua and Barbuda	9	23	9.1	20.8	2.0	1.8	74.8	77.4	16.5	16.8	85.6	79.3	79.0	78.2	14.7	37.0	10.9	22.6
Aruba*	15	24	14.1	22.3	1.9	1.8	72.9	77.8	14.3	17.4	73.4	65.1	53.6	51.7	22.9	40.5	18.3	28.8
Bahamas	29	82	7.5	17.6	1.7	1.7	70.1	74.8	14.4	16.3	77.4	73.4	68.1	63.9	12.1	29.5	10.3	21.2	14.9	35.2
Barbados	47	77	16.2	27.7	1.6	1.7	77.1	80.0	19.6	20.6	79.1	85.4	69.1	80.2	27.0	52.7	14.0	26.3	28.2	52.4
Cuba	1,764	3,032	15.6	29.8	1.6	1.6	76.5	80.4	17.3	19.6	84.0	87.2	73.3	77.2	24.9	56.3	15.3	31.5	24.7	54.5
Curaçao*	28	43	17.2	24.7	1.7	1.7	74.5	80.7	17.2	19.9	71.1	67.6	61.5	60.3	29.8	45.3	16.2	24.6
Dominican Republic	784	2,050	7.3	16.0	2.3	1.8	69.6	75.9	16.5	18.9	87.8	81.6	79.3	68.9	13.0	27.6	7.5	14.2	13.0	26.5
Grenada	11	19	9.7	16.7	2.0	1.7	70.3	75.2	13.6	16.5	83.5	78.6	63.3	60.1	16.2	27.9	16.6	21.0
Guadeloupe*	75	110	18.8	28.4	2.1	1.9	76.8	84.0	18.5	22.4	73.8	58.1	60.1	56.3	34.1	58.0	14.6	29.5
Haiti	570	1,500	5.1	10.1	2.9	2.1	59.3	63.5	13.6	15.1	79.8	79.3	67.7	66.4	9.7	17.0	9.3	14.3	10.9	19.2
Jamaica	263	547	8.9	18.5	2.0	1.7	72.5	75.5	16.2	16.5	94.4	79.5	90.4	80.0	15.1	31.5	12.3	20.8	16.1	33.5
Martinique*	79	108	21.0	32.5	1.9	1.8	77.8	84.4	18.3	22.4	73.9	59.3	61.0	55.0	37.3	68.3	17.6	35.8
Puerto Rico*	578	798	19.7	32.6	1.2	1.4	75.4	82.7	18.2	21.6	70.6	74.1	59.4	61.9	34.1	62.5	16.8	29.0	50.2	93.9
Saint Lucia	18	44	10.0	24.1	1.4	1.5	73.9	76.6	18.2	17.4	94.4	87.8	99.6	94.1	15.6	40.8	10.2	22.5	16.5	40.1

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
Saint Vincent and the Grenadines	11	21	9.7	18.9	1.9	1.7	69.6	74.5	14.5	16.5	96.5	81.3	84.5	75.8	16.3	32.2	14.6	23.0	19.8	37.4
Trinidad and Tobago	155	310	11.1	23.0	1.7	1.6	69.8	75.2	15.2	17.4	81.3	78.8	63.1	65.1	17.8	40.8	13.2	25.2	26.4	62.4
United States Virgin Islands*	21	25	19.9	28.5	2.0	1.8	76.7	82.2	16.2	20.3	78.0	68.8	60.5	61.1	36.7	56.5	21.4	32.2	49.5	82.0
Central America	12,574	36,023	7.1	16.1	2.2	1.8	71.6	77.6	16.8	18.9	81.2	76.7	71.7	67.2	12.5	27.4	8.2	14.2	13.1	27.5
Belize	19	73	4.9	12.8	2.3	1.8	71.1	76.0	17.6	18.2	104.0	80.4	99.0	74.7	8.8	21.0	5.4	10.9	8.9	20.1
Costa Rica	499	1,366	9.9	23.7	1.7	1.6	76.7	81.7	18.3	20.8	86.6	87.8	73.7	78.1	16.0	41.6	8.0	17.3	19.9	51.2
El Salvador	547	1,128	8.5	16.3	2.0	1.7	67.0	76.3	16.1	18.1	71.7	61.0	70.8	52.5	15.3	27.3	10.6	15.2	18.2	31.6
Guatemala	867	2,948	4.9	10.9	2.8	2.0	69.2	75.6	17.0	18.7	80.4	77.5	77.1	65.3	9.8	18.6	6.2	8.9	9.5	17.4
Honduras	471	1,776	4.8	12.8	2.4	1.8	71.6	76.3	17.1	19.4	81.7	83.5	70.8	68.6	9.1	21.4	5.4	10.1	9.5	21.6
Mexico	9,462	26,416	7.4	17.0	2.1	1.7	72.0	77.9	16.7	18.8	81.6	76.1	71.3	67.3	12.9	28.9	8.7	15.6	13.2	28.3
Nicaragua	357	1,273	5.5	14.9	2.4	1.9	69.8	76.4	15.9	18.5	74.4	73.9	63.7	57.6	9.8	25.4	6.4	12.0	11.1	27.9
Panama	353	1,043	8.3	17.8	2.4	2.0	74.4	80.4	18.9	21.2	86.8	87.7	78.3	78.0	14.7	32.0	6.8	13.1	19.1	39.4
South America	39,343	99,677	9.2	20.3	1.9	1.7	71.3	78.1	16.1	19.2	76.8	80.3	60.5	66.2	15.4	35.2	9.4	16.9	18.3	40.3
Argentina	5,035	9,480	11.2	17.3	2.2	1.9	72.2	79.0	15.0	19.1	69.1	75.4	48.8	56.3	20.0	30.3	14.0	16.5	24.3	36.4
Bolivia (Plurinational State of)	845	2,014	7.3	12.7	2.7	2.0	66.7	71.9	16.6	18.5	86.1	84.3	73.3	71.5	14.1	21.9	7.9	11.2	15.1	21.9
Brazil	19,526	52,026	9.3	22.7	1.7	1.6	70.7	78.0	16.0	19.2	75.6	78.6	59.7	64.3	14.9	39.5	8.6	18.0	18.2	46.2
Chile	2,252	5,060	11.9	24.9	1.6	1.6	76.3	82.1	17.5	20.8	75.6	87.2	56.7	76.2	19.2	44.6	10.1	19.8	26.2	59.7
Colombia	4,413	11,759	8.8	21.0	1.8	1.6	73.1	78.9	17.5	19.4	79.8	81.3	70.1	71.6	14.6	36.0	8.1	17.1	17.0	40.4
Ecuador	1,281	3,775	7.4	16.2	2.4	1.9	72.8	78.5	17.8	19.8	86.1	87.5	74.2	77.3	13.2	28.3	7.4	13.0	13.6	27.3
French Guiana*	15	70	5.3	12.9	3.3	2.6	76.2	82.8	15.9	20.7	93.2	81.2	54.2	67.1	10.0	24.0	5.5	11.3
Guyana	53	122	6.7	14.8	2.4	2.0	65.4	72.2	16.5	18.5	83.2	79.8	75.5	73.3	12.1	25.9	7.4	17.4	13.8	27.0
Paraguay	466	1,163	6.6	12.8	2.4	1.9	71.3	75.1	16.2	18.1	91.8	88.4	74.9	72.5	12.1	21.5	8.3	12.7	12.5	21.4
Peru	2,729	7,643	8.4	18.9	2.2	1.8	72.6	77.7	16.3	18.7	88.3	90.9	76.7	75.7	14.3	33.4	9.3	15.8	17.8	41.1
Suriname	41	98	7.0	14.4	2.4	1.9	67.8	74.3	13.5	16.4	72.4	73.3	60.1	57.1	12.2	24.6	11.6	18.9	14.5	28.0
Uruguay	517	789	14.9	21.7	2.0	1.8	73.2	80.7	15.4	20.6	64.0	75.1	41.2	54.7	26.0	38.7	16.5	19.5	33.5	49.0
Venezuela (Bolivarian Republic of)	2,171	5,677	7.6	15.3	2.3	1.8	69.4	77.0	14.9	17.7	79.3	75.5	61.0	58.7	13.5	26.1	10.6	17.0	11.8	22.0

Region, development group, country or area	Population aged 65 years or over (thousands)		Percentage aged 65 years or over		Total fertility rate		Life expectancy at birth for year 2010-2015		Life expectancy at age 65 for year 2010-2015		Males per 100 females aged 65 years or over		Males per 100 females aged 80 years or over		Old-age dependency ratio (65+ /20-64) ^a		Prospective old-age dependency ratio ^b		Economic old-age dependency ratio ^c	
	2019	2050	2019	2050	2019	2050	male	female	male	female	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050	2019	2050
NORTHERN AMERICA	59,962	96,278	16.4	22.6	1.7	1.8	76.8	81.6	18.2	20.8	81.4	87.8	66.0	79.8	27.7	40.9	14.4	19.7	42.5	62.9
Canada	6,602	11,436	17.6	25.0	1.5	1.6	79.7	83.8	18.9	21.9	85.0	88.8	66.0	79.0	28.9	44.9	13.8	21.1	44.2	70.7
United States of America*	53,340	84,813	16.2	22.4	1.8	1.8	76.5	81.3	18.1	20.7	81.0	87.7	66.0	79.9	27.6	40.4	14.4	19.6	42.3	62.1
OCEANIA	5,282	10,271	12.5	17.9	2.3	2.1	75.4	79.4	18.3	20.6	88.3	86.7	73.1	76.9	22.1	32.4	11.7	16.0	28.4	42.7
Australia and New Zealand	4,778	8,811	15.9	22.9	1.8	1.7	80.2	84.2	19.3	22.0	88.4	86.7	72.9	76.8	27.1	41.9	13.1	19.2	35.4	56.8
Australia*	4,013	7,474	15.9	22.8	1.8	1.7	80.3	84.5	19.4	22.2	88.6	87.3	73.1	76.7	27.1	41.6	12.8	18.6	34.4	54.7
New Zealand*	765	1,338	16.0	23.9	1.9	1.7	79.5	83.1	18.9	21.2	87.2	83.7	72.2	77.2	27.5	43.8	13.9	22.0	41.2	70.1
Melanesia	420	1,251	3.8	7.2	3.5	2.6	62.7	65.5	11.5	11.8	87.9	87.7	79.8	81.5	7.5	12.7	12.2	16.0	7.8	13.4
Fiji	50	120	5.6	11.2	2.8	2.1	65.4	68.6	12.0	13.0	81.1	83.6	70.2	75.4	9.9	19.3	14.7	21.8	11.7	22.3
New Caledonia*	27	71	9.4	20.5	1.9	1.8	73.7	79.3	14.7	18.4	90.4	82.7	56.9	64.6	15.6	36.1	11.8	20.2	20.4	47.1
Papua New Guinea	308	934	3.5	6.6	3.5	2.6	61.4	64.1	11.0	11.0	87.7	89.7	82.7	89.9	6.9	11.6	12.5	16.6	7.0	11.9
Solomon Islands	24	91	3.6	7.0	4.4	3.1	69.8	73.3	14.1	16.4	94.2	79.3	92.2	67.8	7.9	13.8	7.3	10.2	8.9	15.4
Vanuatu	11	36	3.6	6.5	3.7	2.9	68.0	71.1	11.6	12.8	108.0	82.6	109.4	71.3	7.5	11.9	11.0	13.0	8.6	13.6
Micronesia	36	89	6.6	13.1	2.8	2.2	69.1	74.7	13.5	17.2	81.5	75.7	53.7	61.8	12.1	23.1	9.6	15.6	25.2	50.3
Guam*	17	37	10.2	19.2	2.3	1.9	75.5	81.8	15.5	20.1	81.3	81.6	55.8	66.8	17.8	34.1	10.6	18.4	25.2	50.3
Kiribati	5	15	4.1	8.7	3.5	2.7	62.5	70.6	11.6	17.3	58.3	59.2	37.6	34.1	7.9	15.9	7.3	12.3
Micronesia (Fed. States of)	5	11	4.2	8.1	3.0	2.2	65.3	68.6	9.8	12.2	83.5	74.9	44.8	44.4	7.7	13.5	15.1	19.4
Polynesia*	48	121	7.1	14.9	2.7	2.3	71.6	75.9	14.1	16.1	89.0	83.7	69.2	75.3	13.1	27.1	11.5	17.8	15.5	32.2
French Polynesia*	24	68	8.7	21.9	1.9	1.7	74.0	78.6	15.3	17.7	94.4	89.4	71.7	83.2	14.2	38.8	10.1	21.0	17.9	46.3
Samoa	10	24	4.9	9.1	3.8	2.8	70.2	74.5	12.7	14.7	79.3	85.6	60.1	69.7	10.4	17.3	11.8	14.8	11.1	17.8
Tonga	6	12	5.9	8.9	3.5	2.7	68.4	72.2	13.0	14.0	85.0	68.5	79.6	70.2	12.3	16.5	14.7	15.6	14.0	17.9

ประเทศที่มีจำนวนประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปมากที่สุด 20 อันดับแรก จากข้อมูลของ World Bank (ตัวเลขล่าสุดจากปี 2561)

ลำดับ	ประเทศ	จำนวนประชากรที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป
1	China	152,098,421
2	India	83,591,151
3	United States	51,641,630
4	Japan	34,892,133
5	Russian Federation	21,201,732
6	Brazil	18,690,609
7	Germany	17,793,207
8	Indonesia	15,677,491
9	Italy	13,746,965
10	France	13,418,612
11	United Kingdom	12,225,956
12	Pakistan	9,152,355
13	Mexico	9,115,625
14	Spain	9,068,471
15	Bangladesh	8,323,375
16	Thailand	8,262,614
17	Korea, Rep.	7,440,931
18	Ukraine	7,333,571
19	Turkey	6,983,357
20	Vietnam	6,950,543

ที่มา: World Bank (2562)

1.2 สถิติจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย

สถิติจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย จำแนกเป็นรายภาคและรายจังหวัด
สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

	จำนวนประชากรรวม	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป			
		ชาย	หญิง	รวม	ร้อยละ (%)
รวมทั้งสิ้น	66,558,935	4,920,297	6,215,762	11,136,059	16.73%
ภาคกลาง	18,089,552	1,365,388	1,849,887	3,215,275	17.77%
กรุงเทพมหานคร	5,666,264	441,903	621,968	1,063,871	18.78%
สมุทรปราการ	1,344,875	86,062	116,573	202,635	15.07%
นนทบุรี	1,265,387	98,852	132,567	231,419	18.29%
ปทุมธานี	1,163,604	70,748	93,610	164,358	14.12%
พระนครศรีอยุธยา	820,188	62,860	85,582	148,442	18.10%
อ่างทอง	279,654	24,957	35,089	60,046	21.47%
ลพบุรี	755,556	62,469	78,216	140,685	18.62%
สิงห์บุรี	208,446	19,957	28,178	48,135	23.09%
ชัยนาท	326,611	30,944	41,684	72,628	22.24%
สระบุรี	645,911	46,160	61,084	107,244	16.60%
นครนายก	260,751	21,769	28,532	50,301	19.29%
ราชบุรี	873,101	68,309	92,014	160,323	18.36%
กาญจนบุรี	895,525	58,974	72,155	131,129	14.64%
สุพรรณบุรี	846,334	72,251	96,605	168,856	19.95%
นครปฐม	920,030	66,178	90,292	156,470	17.01%
สมุทรสาคร	584,703	37,298	49,365	86,663	14.82%
สมุทรสงคราม	193,305	17,776	25,243	43,019	22.25%
เพชรบุรี	485,191	38,476	51,782	90,258	18.60%
ประจวบคีรีขันธ์	554,116	39,445	49,348	88,793	16.02%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	22,014,248	1,600,641	1,931,474	3,532,115	16.04%
นครราชสีมา	2,648,927	202,231	251,157	453,388	17.12%
บุรีรัมย์	1,595,747	113,726	137,480	251,206	15.74%
สุรินทร์	1,396,831	100,440	123,924	224,364	16.06%
ศรีสะเกษ	1,472,859	105,165	127,442	232,607	15.79%

	จำนวนประชากรรวม	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป			
		ชาย	หญิง	รวม	ร้อยละ (%)
อุบลราชธานี	1,878,146	127,031	149,597	276,628	14.73%
ยโสธร	537,299	41,677	49,401	91,078	16.95%
ชัยภูมิ	1,137,357	92,449	110,788	203,237	17.87%
อำนาจเจริญ	378,438	27,348	32,514	59,862	15.82%
บึงกาฬ	424,091	27,181	30,711	57,892	13.65%
หนองบัวลำภู	512,780	35,337	41,386	76,723	14.96%
ขอนแก่น	1,802,872	141,834	171,099	312,933	17.36%
อุดรธานี	1,586,646	105,892	128,401	234,293	14.77%
เลย	642,950	53,735	58,064	111,799	17.39%
หนองคาย	522,311	36,854	43,780	80,634	15.44%
มหาสารคาม	962,665	74,005	90,244	164,249	17.06%
ร้อยเอ็ด	1,305,211	100,725	123,406	224,131	17.17%
กาฬสินธุ์	983,418	70,722	86,842	157,564	16.02%
สกลนคร	1,153,390	74,050	90,025	164,075	14.23%
นครพนม	719,136	46,823	58,080	104,903	14.59%
มุกดาหาร	353,174	23,416	27,133	50,549	14.31%
ภาคเหนือ	12,119,572	1,032,601	1,254,869	2,287,470	18.87%
เชียงใหม่	1,779,254	149,919	183,773	333,692	18.75%
ลำพูน	405,075	41,990	50,955	92,945	22.95%
ลำปาง	738,316	78,460	91,569	170,029	23.03%
อุตรดิตถ์	453,103	42,818	52,562	95,380	21.05%
แพร่	441,726	44,301	56,579	100,880	22.84%
น่าน	478,227	44,791	48,868	93,659	19.58%
พะเยา	472,356	45,983	53,133	99,116	20.98%
เชียงราย	1,298,304	105,004	120,858	225,862	17.40%
แม่ฮ่องสอน	284,138	16,206	16,861	33,067	11.64%
นครสวรรค์	1,059,887	91,811	117,877	209,688	19.78%
อุทัยธานี	328,618	28,707	36,334	65,041	19.79%
กำแพงเพชร	725,867	57,165	69,201	126,366	17.41%
ตาก	665,620	35,516	40,895	76,411	11.48%
สุโขทัย	595,072	51,579	67,509	119,088	20.01%
พิษณุโลก	865,247	71,042	88,768	159,810	18.47%
พิจิตร	536,311	47,754	61,471	109,225	20.37%

	จำนวนประชากรรวม	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป			
		ชาย	หญิง	รวม	ร้อยละ (%)
เพชรบูรณ์	992,451	79,555	97,656	177,211	17.86%
ภาคใต้	9,493,757	606,548	775,607	1,382,155	14.56%
นครศรีธรรมราช	1,561,927	114,957	150,778	265,735	17.01%
กระบี่	476,739	25,792	30,835	56,627	11.88%
พังงา	268,788	20,547	23,769	44,316	16.49%
ภูเก็ต	416,582	20,096	25,725	45,821	11.00%
สุราษฎร์ธานี	1,068,010	69,536	87,944	157,480	14.75%
ระนอง	193,370	12,716	14,248	26,964	13.94%
ชุมพร	511,304	39,220	48,806	88,026	17.22%
สงขลา	1,435,968	94,942	124,530	219,472	15.28%
สตูล	323,586	18,586	22,310	40,896	12.64%
ตรัง	643,164	43,460	57,071	100,531	15.63%
พัทลุง	524,865	41,159	54,774	95,933	18.28%
ปัตตานี	725,104	36,845	49,205	86,050	11.87%
ยะลา	536,330	28,550	34,938	63,488	11.84%
นราธิวาส	808,020	40,142	50,674	90,816	11.24%
ภาคตะวันออก	4,841,806	315,119	403,925	719,044	14.85%
ชลบุรี	1,558,301	87,193	117,828	205,021	13.16%
ระยอง	734,753	41,302	53,333	94,635	12.88%
จันทบุรี	537,698	42,752	52,668	95,420	17.75%
ตราด	229,958	18,096	21,317	39,413	17.14%
ฉะเชิงเทรา	720,113	52,832	68,486	121,318	16.85%
ปราจีนบุรี	494,680	35,067	45,778	80,845	16.34%
สระแก้ว	566,303	37,877	44,515	82,392	14.55%

ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ (ผส.) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2562)

ลำดับจำนวนผู้สูงอายุรวมในประเทศไทย จำแนกเป็นรายจังหวัด
สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

เรียงลำดับ ตามจำนวน ผู้สูงอายุ	จังหวัด	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป		
		ชาย	หญิง	รวม
	รวมทั้งสิ้น	4,920,297	6,215,762	11,136,059
1	กรุงเทพมหานคร	441,903	621,968	1,063,871
2	จังหวัดนครราชสีมา	202,231	251,157	453,388
3	จังหวัดเชียงใหม่	149,919	183,773	333,692
4	จังหวัดขอนแก่น	141,834	171,099	312,933
5	จังหวัดอุบลราชธานี	127,031	149,597	276,628
6	จังหวัดนครศรีธรรมราช	114,957	150,778	265,735
7	จังหวัดบุรีรัมย์	113,726	137,480	251,206
8	จังหวัดอุดรธานี	105,892	128,401	234,293
9	จังหวัดศรีสะเกษ	105,165	127,442	232,607
10	จังหวัดนนทบุรี	98,852	132,567	231,419
11	จังหวัดเชียงราย	105,004	120,858	225,862
12	จังหวัดสุรินทร์	100,440	123,924	224,364
13	จังหวัดร้อยเอ็ด	100,725	123,406	224,131
14	จังหวัดสงขลา	94,942	124,530	219,472
15	จังหวัดนครสวรรค์	91,811	117,877	209,688
16	จังหวัดชลบุรี	87,193	117,828	205,021
17	จังหวัดชัยภูมิ	92,449	110,788	203,237
18	จังหวัดสมุทรปราการ	86,062	116,573	202,635
19	จังหวัดเพชรบูรณ์	79,555	97,656	177,211
20	จังหวัดลำปาง	78,460	91,569	170,029
21	จังหวัดสุพรรณบุรี	72,251	96,605	168,856
22	จังหวัดปทุมธานี	70,748	93,610	164,358
23	จังหวัดมหาสารคาม	74,005	90,244	164,249
24	จังหวัดสกลนคร	74,050	90,025	164,075
25	จังหวัดราชบุรี	68,309	92,014	160,323
26	จังหวัดพิษณุโลก	71,042	88,768	159,810
27	จังหวัดกาฬสินธุ์	70,722	86,842	157,564
28	จังหวัดสุราษฎร์ธานี	69,536	87,944	157,480

เรียงลำดับ ตามจำนวน ผู้สูงอายุ	จังหวัด	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป		
		ชาย	หญิง	รวม
29	จังหวัดนครปฐม	66,178	90,292	156,470
30	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	62,860	85,582	148,442
31	จังหวัดลพบุรี	62,469	78,216	140,685
32	จังหวัดกาญจนบุรี	58,974	72,155	131,129
33	จังหวัดกำแพงเพชร	57,165	69,201	126,366
34	จังหวัดฉะเชิงเทรา	52,832	68,486	121,318
35	จังหวัดสุโขทัย	51,579	67,509	119,088
36	จังหวัดเลย	53,735	58,064	111,799
37	จังหวัดพิจิตร	47,754	61,471	109,225
38	จังหวัดสระบุรี	46,160	61,084	107,244
39	จังหวัดนครพนม	46,823	58,080	104,903
40	จังหวัดแพร่	44,301	56,579	100,880
41	จังหวัดตรัง	43,460	57,071	100,531
42	จังหวัดพะเยา	45,983	53,133	99,116
43	จังหวัดพัทลุง	41,159	54,774	95,933
44	จังหวัดจันทบุรี	42,752	52,668	95,420
45	จังหวัดอุดรธานี	42,818	52,562	95,380
46	จังหวัดระยอง	41,302	53,333	94,635
47	จังหวัดน่าน	44,791	48,868	93,659
48	จังหวัดลำพูน	41,990	50,955	92,945
49	จังหวัดยโสธร	41,677	49,401	91,078
50	จังหวัดนราธิวาส	40,142	50,674	90,816
51	จังหวัดเพชรบุรี	38,476	51,782	90,258
52	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	39,445	49,348	88,793
53	จังหวัดชุมพร	39,220	48,806	88,026
54	จังหวัดสมุทรสาคร	37,298	49,365	86,663
55	จังหวัดปัตตานี	36,845	49,205	86,050
56	จังหวัดสระแก้ว	37,877	44,515	82,392
57	จังหวัดปราจีนบุรี	35,067	45,778	80,845
58	จังหวัดหนองคาย	36,854	43,780	80,634
59	จังหวัดหนองบัวลำภู	35,337	41,386	76,723
60	จังหวัดตาก	35,516	40,895	76,411
61	จังหวัดชัยนาท	30,944	41,684	72,628

เรียงลำดับ ตามจำนวน ผู้สูงอายุ	จังหวัด	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป		
		ชาย	หญิง	รวม
62	จังหวัดอุทัยธานี	28,707	36,334	65,041
63	จังหวัดยะลา	28,550	34,938	63,488
64	จังหวัดอ่างทอง	24,957	35,089	60,046
65	จังหวัดอำนาจเจริญ	27,348	32,514	59,862
66	จังหวัดบึงกาฬ	27,181	30,711	57,892
67	จังหวัดกระบี่	25,792	30,835	56,627
68	จังหวัดมุกดาหาร	23,416	27,133	50,549
69	จังหวัดนครนายก	21,769	28,532	50,301
70	จังหวัดสิงห์บุรี	19,957	28,178	48,135
71	จังหวัดภูเก็ต	20,096	25,725	45,821
72	จังหวัดพังงา	20,547	23,769	44,316
73	จังหวัดสมุทรสงคราม	17,776	25,243	43,019
74	จังหวัดสตูล	18,586	22,310	40,896
75	จังหวัดตราด	18,096	21,317	39,413
76	จังหวัดแม่ฮ่องสอน	16,206	16,861	33,067
77	จังหวัดระนอง	12,716	14,248	26,964

ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ (ผส.) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2562)

ลำดับร้อยละของจำผู้สูงอายุต่อประชากรรวม จำแนกเป็นรายจังหวัด
สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

เรียงลำดับตามร้อยละผู้สูงอายุ	จังหวัด	จำนวนประชากรทั้งหมด	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	ร้อยละ (%)
	รวมทั้งสิ้น	66,558,935	11,136,059	16.73%
1	จังหวัดสิงห์บุรี	208,446	48,135	23.09%
2	จังหวัดลำปาง	738,316	170,029	23.03%
3	จังหวัดลำพูน	405,075	92,945	22.95%
4	จังหวัดแพร่	441,726	100,880	22.84%
5	จังหวัดสมุทรสงคราม	193,305	43,019	22.25%
6	จังหวัดชัยนาท	326,611	72,628	22.24%
7	จังหวัดอ่างทอง	279,654	60,046	21.47%
8	จังหวัดอุตรดิตถ์	453,103	95,380	21.05%
9	จังหวัดพะเยา	472,356	99,116	20.98%
10	จังหวัดพิจิตร	536,311	109,225	20.37%
11	จังหวัดสุโขทัย	595,072	119,088	20.01%
12	จังหวัดสุพรรณบุรี	846,334	168,856	19.95%
13	จังหวัดอุทัยธานี	328,618	65,041	19.79%
14	จังหวัดนครสวรรค์	1,059,887	209,688	19.78%
15	จังหวัดน่าน	478,227	93,659	19.58%
16	จังหวัดนครนายก	260,751	50,301	19.29%
17	กรุงเทพมหานคร	5,666,264	1,063,871	18.78%
18	จังหวัดเชียงใหม่	1,779,254	333,692	18.75%
19	จังหวัดลพบุรี	755,556	140,685	18.62%
20	จังหวัดเพชรบุรี	485,191	90,258	18.60%
21	จังหวัดพิษณุโลก	865,247	159,810	18.47%
22	จังหวัดราชบุรี	873,101	160,323	18.36%
23	จังหวัดนนทบุรี	1,265,387	231,419	18.29%
24	จังหวัดพัทลุง	524,865	95,933	18.28%
25	จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	820,188	148,442	18.10%
26	จังหวัดชัยภูมิ	1,137,357	203,237	17.87%
27	จังหวัดเพชรบูรณ์	992,451	177,211	17.86%

เรียงลำดับตามร้อยละผู้สูงอายุ	จังหวัด	จำนวนประชากรทั้งหมด	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	ร้อยละ (%)
28	จังหวัดจันทบุรี	537,698	95,420	17.75%
29	จังหวัดกำแพงเพชร	725,867	126,366	17.41%
30	จังหวัดเชียงราย	1,298,304	225,862	17.40%
31	จังหวัดเลย	642,950	111,799	17.39%
32	จังหวัดขอนแก่น	1,802,872	312,933	17.36%
33	จังหวัดชุมพร	511,304	88,026	17.22%
34	จังหวัดร้อยเอ็ด	1,305,211	224,131	17.17%
35	จังหวัดตราด	229,958	39,413	17.14%
36	จังหวัดนครราชสีมา	2,648,927	453,388	17.12%
37	จังหวัดมหาสารคาม	962,665	164,249	17.06%
38	จังหวัดนครศรีธรรมราช	1,561,927	265,735	17.01%
39	จังหวัดนครปฐม	920,030	156,470	17.01%
40	จังหวัดยโสธร	537,299	91,078	16.95%
41	จังหวัดฉะเชิงเทรา	720,113	121,318	16.85%
42	จังหวัดสระบุรี	645,911	107,244	16.60%
43	จังหวัดพังงา	268,788	44,316	16.49%
44	จังหวัดปราจีนบุรี	494,680	80,845	16.34%
45	จังหวัดสุรินทร์	1,396,831	224,364	16.06%
46	จังหวัดประจวบคีรีขันธ์	554,116	88,793	16.02%
47	จังหวัดกาฬสินธุ์	983,418	157,564	16.02%
48	จังหวัดอำนาจเจริญ	378,438	59,862	15.82%
49	จังหวัดศรีสะเกษ	1,472,859	232,607	15.79%
50	จังหวัดบุรีรัมย์	1,595,747	251,206	15.74%
51	จังหวัดตรัง	643,164	100,531	15.63%
52	จังหวัดหนองคาย	522,311	80,634	15.44%
53	จังหวัดสงขลา	1,435,968	219,472	15.28%
54	จังหวัดสมุทรปราการ	1,344,875	202,635	15.07%
55	จังหวัดหนองบัวลำภู	512,780	76,723	14.96%
56	จังหวัดสมุทรสาคร	584,703	86,663	14.82%
57	จังหวัดอุดรธานี	1,586,646	234,293	14.77%
58	จังหวัดสุราษฎร์ธานี	1,068,010	157,480	14.75%
59	จังหวัดอุบลราชธานี	1,878,146	276,628	14.73%

เรียงลำดับตามร้อยละผู้สูงอายุ	จังหวัด	จำนวนประชากรทั้งหมด	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป	ร้อยละ (%)
60	จังหวัดกาญจนบุรี	895,525	131,129	14.64%
61	จังหวัดนครพนม	719,136	104,903	14.59%
62	จังหวัดสระแก้ว	566,303	82,392	14.55%
63	จังหวัดมุกดาหาร	353,174	50,549	14.31%
64	จังหวัดสกลนคร	1,153,390	164,075	14.23%
65	จังหวัดปทุมธานี	1,163,604	164,358	14.12%
66	จังหวัดระนอง	193,370	26,964	13.94%
67	จังหวัดบึงกาฬ	424,091	57,892	13.65%
68	จังหวัดชลบุรี	1,558,301	205,021	13.16%
69	จังหวัดระยอง	734,753	94,635	12.88%
70	จังหวัดสตูล	323,586	40,896	12.64%
71	จังหวัดกระบี่	476,739	56,627	11.88%
72	จังหวัดปัตตานี	725,104	86,050	11.87%
73	จังหวัดยะลา	536,330	63,488	11.84%
74	จังหวัดแม่ฮ่องสอน	284,138	33,067	11.64%
75	จังหวัดตาก	665,620	76,411	11.48%
76	จังหวัดนราธิวาส	808,020	90,816	11.24%
77	จังหวัดภูเก็ต	416,582	45,821	11.00%

ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ (ผส.) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2562)

ภาคผนวก 2
รายชื่อผู้เข้าร่วมกิจกรรม
ภาพการดำเนินกิจกรรม และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การสัมภาษณ์เชิงลึก

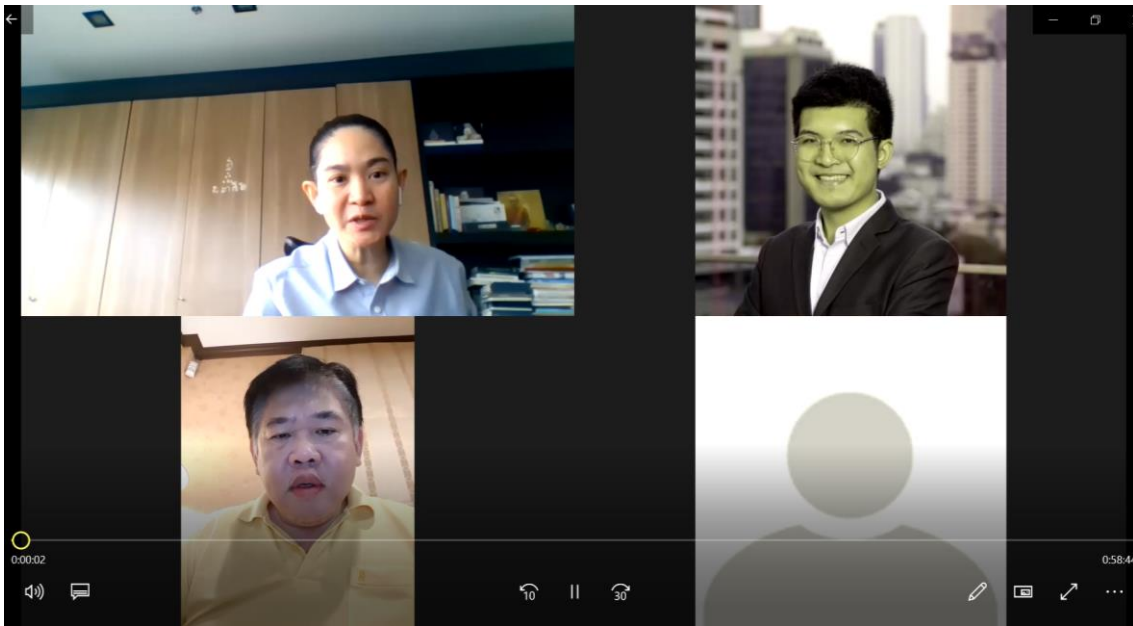
1.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก

1.1.1 รายชื่อผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก วัน เวลา และสถานที่นัดหมายให้สัมภาษณ์

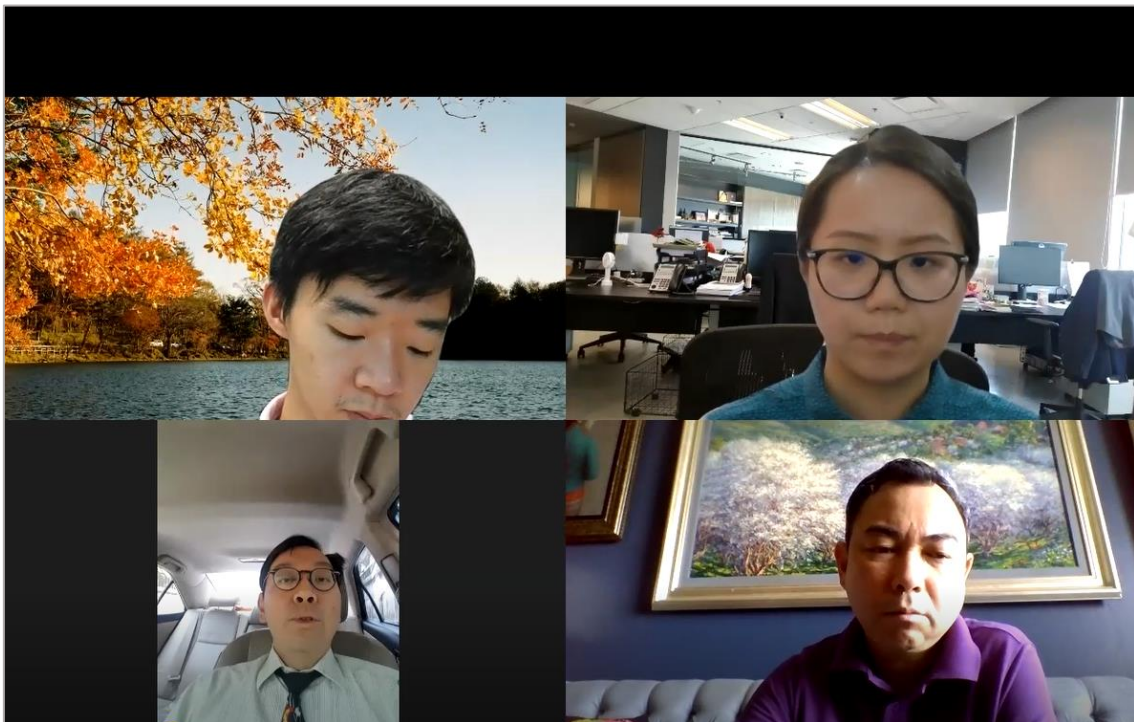
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งและหน่วยงาน	วันและเวลาที่นัดหมาย
1	พ.ญ. นาฏ ฟองสมุทร	ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ สภาวิชาชีพไทย	วันที่ 26 มีนาคม 2563 เวลา 9.00 – 11.00 น.
2	ภก.ปรีชา พันธุ์ดีเวช	นายกสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยี เครื่องมือแพทย์ไทย	วันที่ 17 เมษายน 2563 เวลา 13.00 – 14.00 น.
3	ศ.นพ.ดร. อิศรางค์ นุชประยูร	ผู้อำนวยการโครงการ เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม	วันที่ 22 เมษายน 2563 เวลา 10.30 – 11.30 น.
4	ดร. ขจร ณะแพสย์	กรรมการ บริษัท ธนบุรี เฮลท์แคร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)	วันที่ 23 เมษายน 2563 เวลา 13.30 – 14.30 น.
5	ดร.สุธี โมกขเวส	รองกรรมการผู้จัดการอาวุโสบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)	วันที่ 23 เมษายน 2563 เวลา 17.00 – 18.00 น.
6	รศ.ดร. ธัญญลักษณ์ วีระ สมบัติ	อาจารย์ คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	วันที่ 24 เมษายน 2563 เวลา 9.00 – 10.00 น.
7	คุณกวีร์ สมितिเนตย์	หัวหน้าโครงการ Cafe Amazon for Chance (คาเฟ่ อเมซอน ฟอ์ เซ็น) โครงการธุรกิจเพื่อสังคม บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)	วันที่ 24 เมษายน 2563 เวลา 10.00 – 11.00 น.
8	รศ.ดร.ไพพลวรรณ สัทธา นนท์	คณบดี คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์	วันที่ 24 เมษายน 2563 เวลา 13.30 – 14.30 น.
9	คุณวชิระชัย คุณำวัฒนา	Head of Living Solution Business กลุ่มบริษัท SCG	วันที่ 28 เมษายน 2563 เวลา 13.00 – 14.00 น.
10	คุณพิมพ์ชนก วรวัฒนนนท์	Business Incubator - Well-being กลุ่มบริษัท SCG	วันที่ 28 เมษายน 2563 เวลา 13.00 – 14.00 น.
11	ดร. ภิเศก เกิดศรี	Business Incubator - Preventive Care Solution กลุ่มบริษัท SCG	วันที่ 28 เมษายน 2563 เวลา 13.00 – 14.00 น.
12	คุณชัยรัตน์ งามณรงค์ชัย	Business Incubator - Eldercare Solution กลุ่มบริษัท SCG	วันที่ 28 เมษายน 2563 เวลา 13.00 – 14.00 น.
13	คุณสุวรรณี เจษฎาศักดิ์	ผู้อำนวยการ สำนักกำกับและวิเคราะห์ สถาบันการเงินเฉพาะกิจ ธนาคารแห่ง ประเทศไทย	วันที่ 29 เมษายน 2563 เวลา 14.00 – 15.00 น.

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่งและหน่วยงาน	วันและเวลาที่นัดหมาย
14	คุณชโนทัย ประวิทนา	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สำนักกำกับและวิเคราะห์สถาบันการเงินเฉพาะกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย	วันที่ 29 เมษายน 2563 เวลา 14.00 – 15.00 น.
15	สิทธิชัย แดงประเสริฐ	ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท โรงงานเภสัชอุตสาหกรรม เจเอสพี (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) และ ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สมาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	วันที่ 29 เมษายน 2563 เวลา 15.30 – 16.30 น.
16	ดร.ภัณณิน สุนะเศรษฐกุล	Director of Research FutureTales Lab by MQDC	วันที่ 1 พฤษภาคม 2563 เวลา 10.00 – 11.00 น.
17	คุณวิศิษฐ์ ลิ้มลือชา	นายก สมาคมผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูป	วันที่ 7 พฤษภาคม 2563 เวลา 11.00 – 12.00 น.
18	คุณทองดี ปาโส	กรรมการผู้จัดการ บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด	วันที่ 7 พฤษภาคม 2563 เวลา 11.00 – 12.00 น.
19	คุณดุษฎี สเลลานนท์	Senior Technical Specialist บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ (ประเทศไทย) จำกัด	วันที่ 7 พฤษภาคม 2563 เวลา 11.00 – 12.00 น.

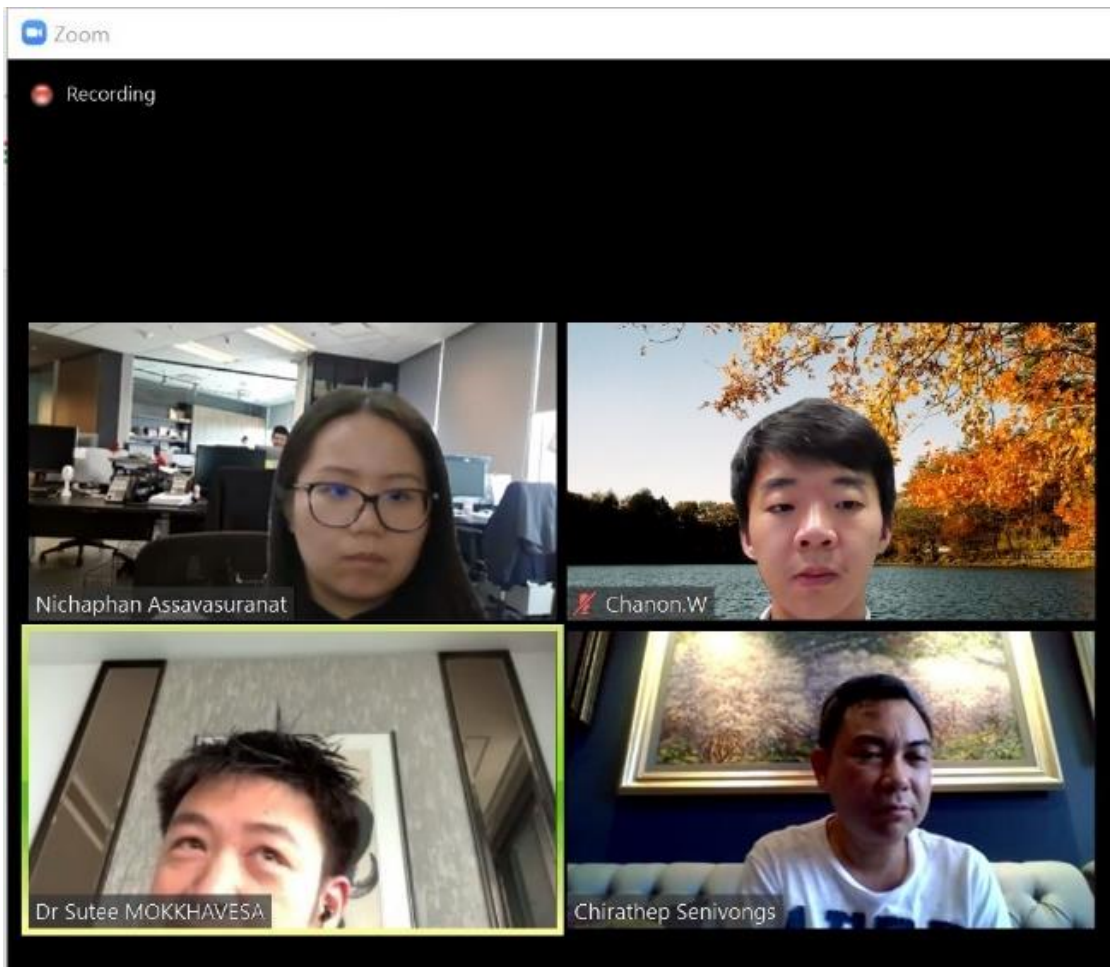
หมายเหตุ: เรียงตามลำดับวันที่และเวลาได้ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเวลานัดหมายที่นำเสนอเป็นช่วงเวลาโดยประมาณ



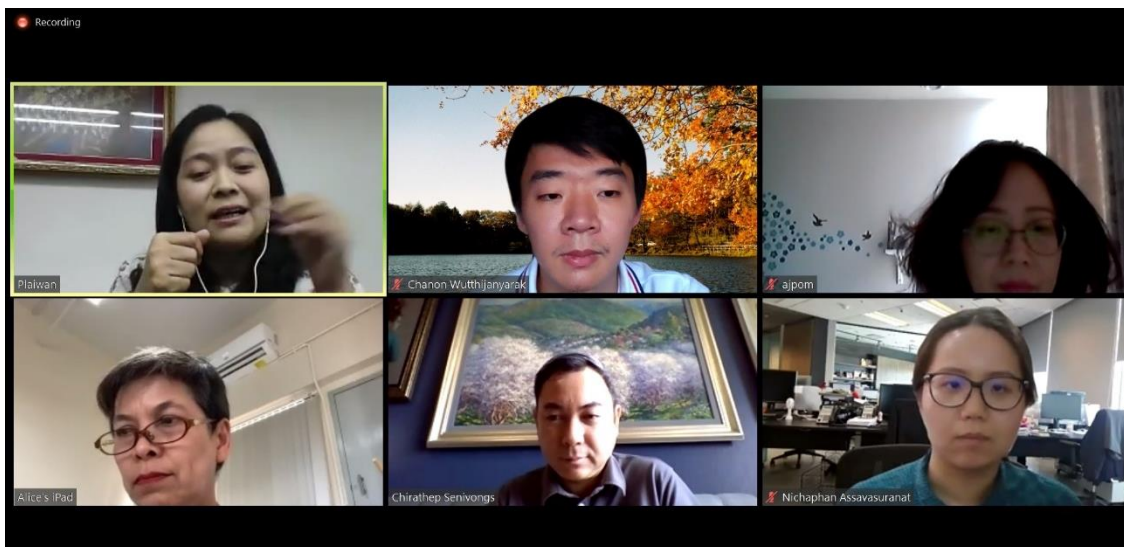
ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก ภก.ปรีชา พันธุ์ติเวช นายกสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย



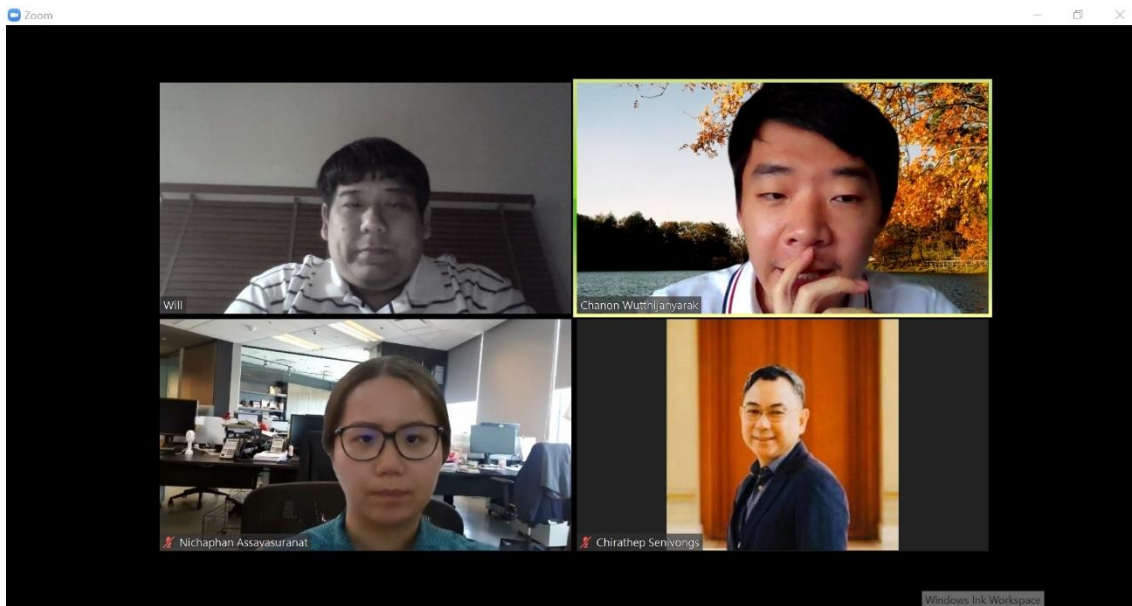
ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก ศ.นพ.ดร. อิศรางค์ นุชประยูร ผู้อำนวยการโครงการ เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม



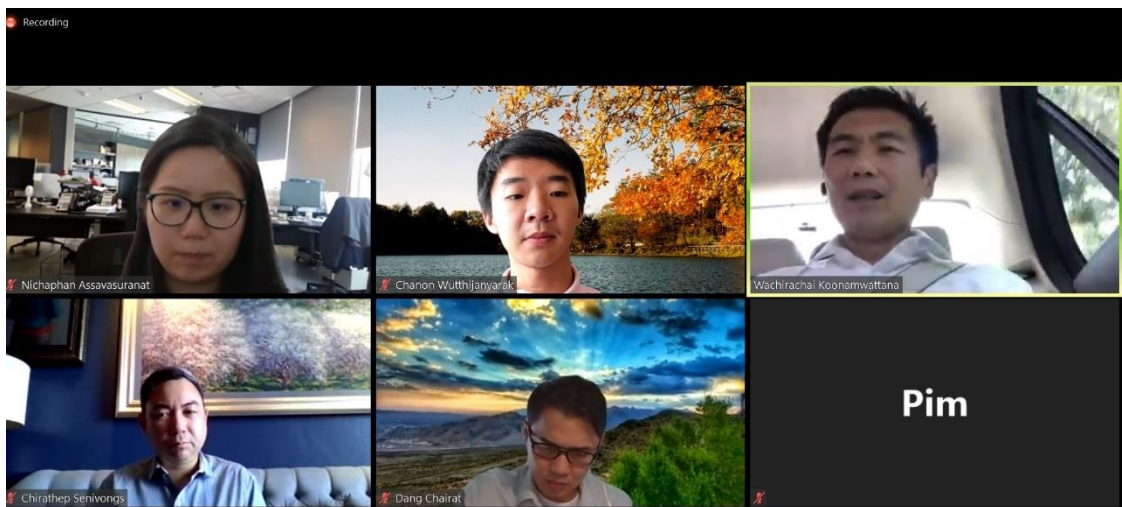
ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก ดร.สุธี โมกขะเวส รองกรรมการผู้จัดการอาวุโสบริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด



ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก รศ.ดร.ไพพลวรรณ สัทธานนท์ คณบดี คณะสหเวชศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์



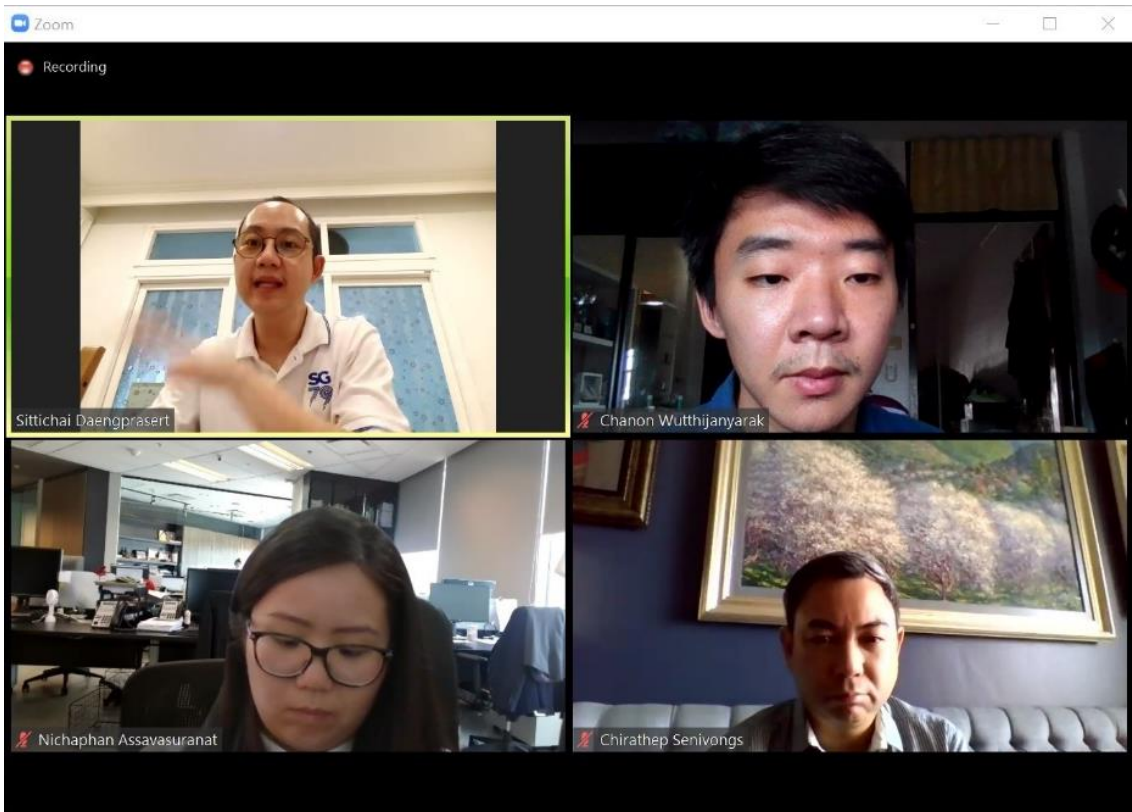
ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึกคุณภูรี สมิตินิตย์ หัวหน้าโครงการ Cafe Amazon for Chance (คาเฟ่ อเมซอน ฟอ์ เซ็น) โครงการธุรกิจเพื่อสังคม บริษัท ปตท.จำกัด (มหาชน)



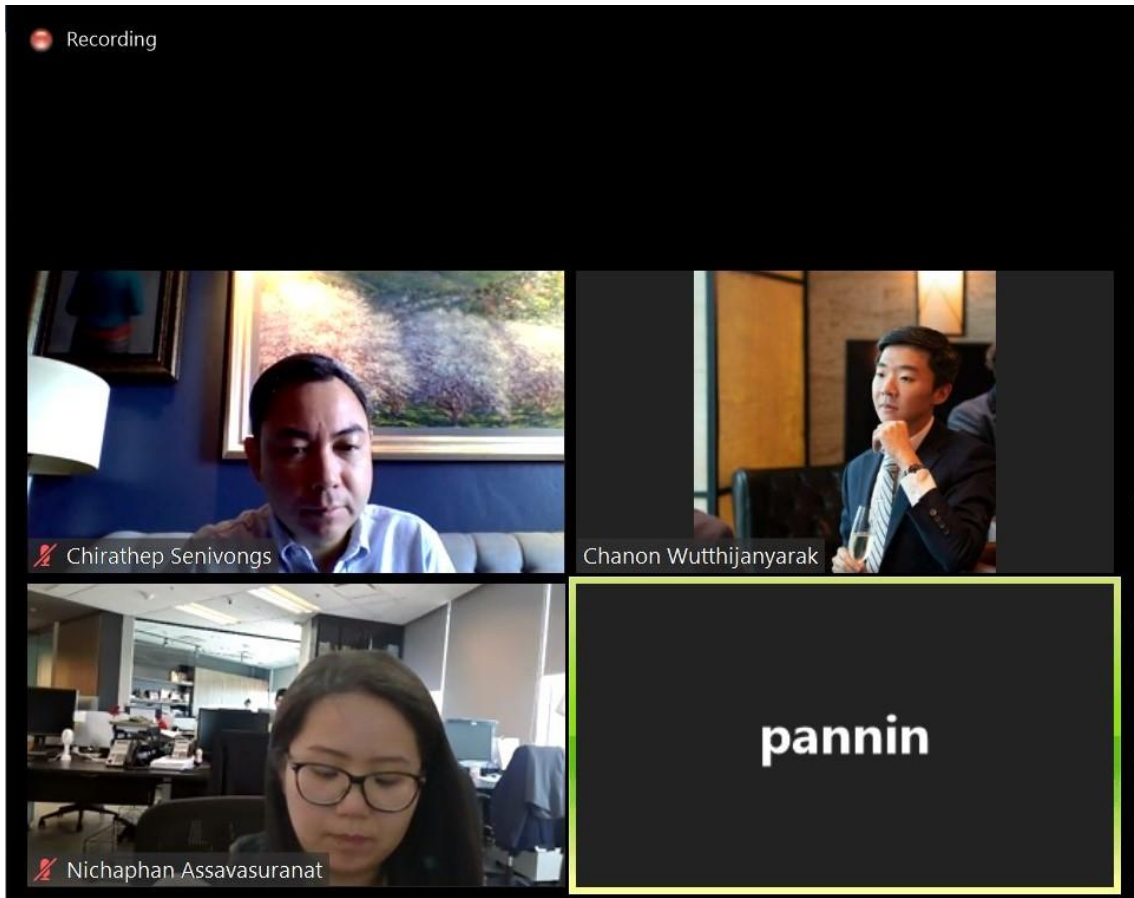
ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มบริษัท SCG ประกอบด้วย คุณวชิระชัย คุณนำวัฒนา Head of Living Solution Business คุณพิมพ์ชนก วรวัฒน์นนท์ Business Incubator - Well-being ดร. ภิเศก เกิดศรี Business Incubator - Preventive Care Solution คุณชัยรัตน์ งามณรงค์ชัย Business Incubator - Eldercare Solution



ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึกคุณสุวรรณณี เจษฎาศักดิ์ ผู้อำนวยการ สำนักกำกับและวิเคราะห์สถาบันการเงิน เฉพาะกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย



ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก คุณสิทธิชัย แดงประเสริฐ ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย



ภาพการสัมภาษณ์เชิงลึก ดร.ภัณณิน สุমনะเศรษฐกุล Director of Research FutureTales Lab by MQDC

การประชุมรับฟังความคิดเห็น

1.2 การประชุมรับฟังความคิดเห็น

1.2.1 รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมรับฟังความคิดเห็นโครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัยด้วยวิธีการประชุมทางไกล (Video Conference)

➤ รายชื่อผู้แทนจากกรุงเทพและปริมณฑล

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
รอบที่ 1 ช่วงเช้า เวลา 9.00-11.00			
1	คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร	ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า	กระทรวงพาณิชย์
2	คุณนครินทร์ ภริงคาร	นักวิเคราะห์	Institute of Public Policy and Development
3	คุณพิมพ์ปราง บุญสมิตย์	นิติกร	บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)
4	คุณพิชชากร ปันพรเมธ	Associate Market Manager	Expedia Thailand
5	คุณลักษิกา อุดมศรีสำราญ	นักการตลาดปฏิบัติการ (กรมยุโรป)	กระทรวงการต่างประเทศ
6	คุณสิตานัน ภูมณี	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์นโยบาย	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ
7	คุณกรรทอง สุขอร่าม	ผู้ช่วยประธานฝ่ายบริหาร	U-Media
8	คุณชุตติกาญจน์ ตั้งจินตมณี	Associate Category Manager	Lazada
9	คุณกมลวรรณ สังสมบูรณ์	Market Researcher	LINE Company (Thailand) Limited
10	คุณภาสินี ญาโณทัย	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท หมอหวาน จำกัด
11	คุณจิตาภา จิตสัมพันธ์เวช	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
12	คุณดวงฤทัย สุรศักดิ์จินดา	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
13	คุณวรุตม์ เตชะจินดา	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
14	คุณธันยพงศ์ วาสนพิชัย	Assistant Manager	ธนาคารกสิกรไทย
15	คุณนภาพร ไรโตมสถาน	Public Relation Executive	ALIST Corporate
16	คุณธนัชชา ทรัพย์สินอำนาจ	Economist	สถานเอกอัครราชทูตอังกฤษ

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
17	คุณกานพลู ปุรินทรภักษ์	Case Team Assistant	Boston Consulting Group
18	คุณกฤษฎี ศรีปราชญ์	Economist	ธนาคารแห่งประเทศไทย
19	คุณกิตติพิศ นาคสุสุข	Marketing	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน)
20	คุณก้าวน้ำ เสาวคุณ	Manager	Upstream Mobile Commerce Limited UK
21	คุณมณพร เชาว์วิศิษฐ	การเงิน	บริษัท เสนาวาสดุ จำกัด
22	คุณสุจิตรา พิทยานรเศรษฐ์	อธิบดี	กรมกิจการผู้สูงอายุ
23	ศ.ดร.นพ.อิศรางค์ นุชประยูร	ผู้เชี่ยวชาญด้านมะเร็งและชีวภาพาล	คณะแพทยศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
24	คุณชัยโย เตโชนิมิต	นักวิจัย	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
25	คุณวนิดา ประทีปเสน	อาจารย์	
26	คุณสุขใจ ว่องไวศิริวัฒน์	ผู้ช่วยผู้อำนวยการ	ธนาคารแห่งประเทศไทย
รอบที่ 2 ช่วงบ่าย เวลา 13.00-15.00			
27	ดร.ภณณิน สุนะเศรษฐกุล	Director of Research	FutureTales Lab by MQDC
28	คุณอักษรภักดิ์ ลาภานันต์	ผู้สื่อข่าว	สำนักข่าว the Yomiuri Shimbun
29	คุณमुखยิมล อักษรถึง	Fund Investment Monitoring Officer	ธนาคารทหารไทย
30	คุณกันต์สินี ศิลปาวณิชย์	Analyst	ธนาคารทหารไทย
31	คุณณัฐวดี อิงค์อนันต์นาท	Advisory Manager	KPMG Phoomchai Business Advisory Ltd
32	คุณบัวรัตน์ เวชกิจ	Analyst	ปตท.น้ำมันและการค้าปลีก (PTTOR)
33	คุณอรินชยา อัครวิบูลย์วงศ์	Analyst	ธนาคารกรุงเทพ
34	น.พ. กิตติ ลาภสมบัติศรี	ผู้อำนวยการสำนักอนามัย ผู้สูงอายุ	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
35	คุณโพธิพันธ์ อรุณแสงโรจน์	Consumer&Shopper Excellence Group Manager	บริษัท เนสท์เล่ ประเทศไทย
36	คุณชลธิชา อัครวินันดร	นักวิจัย	วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

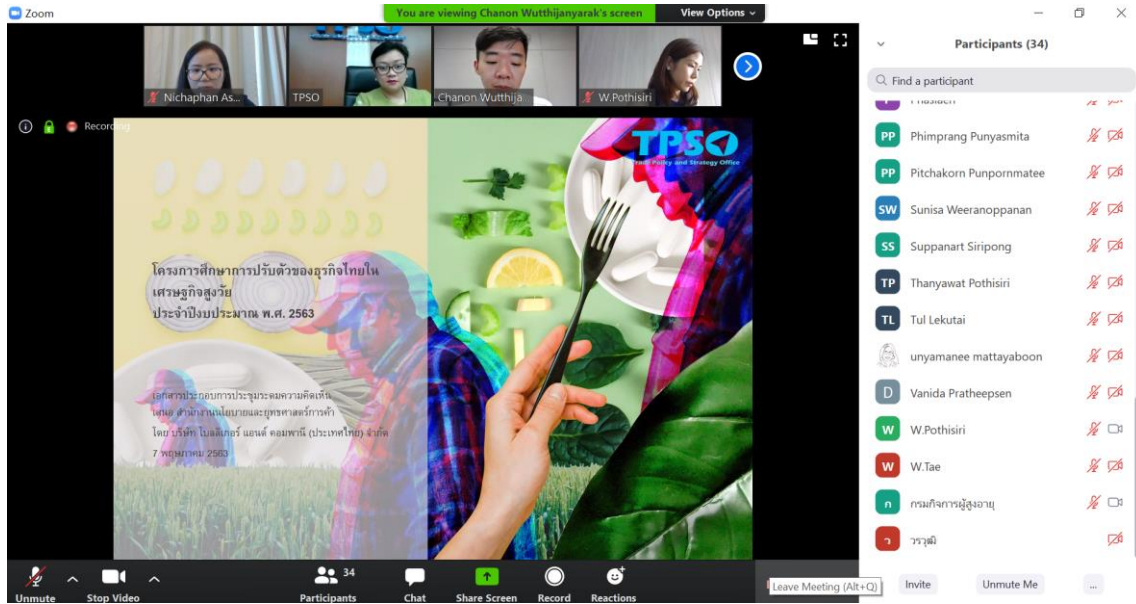
ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
37	คุณมณีวรรณ เจริญทองดี	International Business Division International Business Department	บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด
38	คุณฉวีชนกร กิตติกันกุล	นักการตลาด	บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด
39	ดร. สีหศักดิ์ อารีราชการัญย์	Chief Executive Officer	Lanna Resources Public Co., Ltd
40	คุณขวัญกมล บุรพ์ภาค	Program Officer	Winrock International
41	คุณภาณุวัฒน์ สัจจะวิริยะกุล	Business development	Learn Corporation
42	ผศ. ดร. กฤษเชษฐ์ มงคล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรี นครินทรวิโรฒ
43	คุณสมทิพย์ วัฒนพงษ์วานิชย์	นักวิจัย	Hiroshima University
44	ดร. ธีรชานันท์ ไตรวัฒนวงษ์	นักวิจัยอิสระ	
45	ดร. ธนานนท์ บัวทอง	นักวิจัย	สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย
46	คุณอัจฉราภรณ์ พรหมบุตร	นักวิชาการสาธารณสุข	กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ
47	คุณดุษฎี สเลลานนท์	SENIOR TECHNICAL SPECIALIST	บริษัท อายีโนะโมะโต้ะ (ประเทศ ไทย) จำกัด
48	คุณสุเทพ วงศ์บรรดาศาวัต	General Manager	GM Event Co., Ltd.
49	คุณภักดิ์ สติติรัตน์	Managing Director	Trail of Asia Co., Ltd.
50	คุณสรณัฏร์ เกตวรรัตน์	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท เอทูดี จำกัด
51	คุณภูรี สมิตเนทย์		บริษัท ปตท. จำกัด
52	คุณรัชนี บุญเรืองศรี	นักสังคมสงเคราะห์ชำนาญการ พิเศษ	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
53	คุณฐานันตร์ เขียวเกษม	นักวิชาการสาธารณสุขปฏิบัติการ	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
54	คุณสาวธนภรณ์ แจ่มแจ่ม	นักวิชาการสาธารณสุข	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
55	คุณปริมสุดา อุประรัตน์	นักวิชาการสาธารณสุข	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
56	คุณสุรเชษฐ์ หาญราย	นักเทคโนโลยีสารสนเทศ	กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข
57	คุณเสาวภา จงกิตติพงศ์	ผู้อำนวยการกองสุขภาพระหว่าง ประเทศ	กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ

➤ รายชื่อผู้แทนจากต่างจังหวัด

ลำดับ	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
รอบที่ 1 ช่วงเช้า เวลา 9.00-11.00			
58	คุณทน จิโรภาส	ผู้บริหาร	บริษัท แอทกรีน แกลเลอรี จำกัด
59	นายดุสิต เล็กอุทัย	Making thing Happen/CEO	บริษัท สารภาพ จำกัด (เชียงใหม่)
60	นางสาวอัญมณี มาตยาบุญ	Magic Hand/Senior Architect	บริษัท สารภาพ จำกัด (เชียงใหม่)
รอบที่ 2 ช่วงบ่าย เวลา 13.00-15.00			
61	คุณศศิ สุมา	นักวิจัยอิสระด้านการพัฒนาสังคม	Freelance (จังหวัดลำปาง)
62	นางภัทรพิมพ์ ทองวัน	อาจารย์สาขาวิชารัฐศาสตร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ตสงคราม
63	คุณขวัญจิต ตันติมูธา	Marketing and Bussiness Development	บริษัท สยามอุตสาหกรรมเกษตรอาหาร จำกัด (จังหวัดระยอง)
64	คุณธีรภัทร จตุวิวัฒน์โรกุล	ผู้ประกอบการ	ทำข้าววิวัฒน์กุล (จังหวัดเพชรบูรณ์)
65	สลิล ตระกูลพูนทรัพย์	กรรมการผู้จัดการ	บริษัท พูนทรัพย์แคน จำกัด (สมุทรสาคร)
66	ภาสรี ปริธานี	Founder	Wocation (จังหวัดเชียงใหม่)
67	สุนิสา วีรนนท์	ผู้จัดการร้าน	ร้านทิวทัศน์กาแฟสินธุ์
68	ดร. วัชรศักดิ์ ลีละวัฒน์	ผู้อำนวยการ	สถาบันความร่วมมือเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจกลุ่มน้ำโขง (จังหวัดขอนแก่น)
69	วรุณี สุจริต	ประธานบริษัท	บีเอสคลับศรีสะเกษ เลขานุการเครือข่ายเกษตรอินทรีย์

1.2.2 ภาพการประชุมรับฟังความคิดเห็นด้วยวิธีการประชุมทางไกล

➤ ภาพบรรยากาศการประชุม รอบที่ 1





- Participants (35)
- Find a participant
 - unyananee mattayaboon
 - PP Pitchakorn Punpornmatee
 - Rachda Chiasakul
 - SW Sunisa Weeranoppapan
 - SS Suppanart Siripong
 - Thanyapong Vasanapichai
 - TP Thanyawat Pothisiri
 - TJ Ton Jiropas
 - TL Tul Lekutai
 - unyananee mattayaboon
 - D Vanida Pratheepsen
 - W W.Tae
 - น กรมกิจการผู้สูงอายุ



- Participants (35)
- Find a participant
 - unyananee mattayaboon
 - SS Suppanart Siripong
 - T Tae
 - Thanyapong Vasanapichai
 - TPSO
 - TL Tul Lekutai
 - unyananee mattayaboon
 - D Vanida Pratheepsen
 - W W.Pothisiri
 - W W.Tae
 - น กรมกิจการผู้สูงอายุ
 - ว วรวิณี
 - BI Boochita Intaratat

➤ ภาพบรรยากาศการประชุม รอบที่ 2

Zoom Meeting: You are viewing Chanon Wutthijanyarak's screen

Participants (46)

Recording...

กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในแต่ละช่วงของชีวิต

Independent Living	Assisted Living	Palliative & Hospice Care
“อยู่ได้ด้วยตนเอง”	“มีคนคอยช่วยเหลือ”	“ประคับประคองอาการ”
สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง <ul style="list-style-type: none"> เคื่องมือ เช่น แอร์ เก้าอี้ อาหารและเครื่องดื่ม เตียงเสริมที่นอน ชุดบริการท่องเที่ยว ชุดบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง และทั่วไป ชุดบริการธนาคาร ชุดบริการสุขภาพและความงาม ชุดเสริมที่นอน ชุดบริการทางการแพทย์ ชุดบริการรถเข็น ชุดบริการรถเข็นและประกับ สินค้าเสริมสุขภาพ ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ บริการเทคโนโลยีทางการแพทย์ 	<ul style="list-style-type: none"> ชุดบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง และทั่วไป ชุดบริการเสริมสุขภาพ ชุดบริการเสริมสุขภาพ ชุดบริการเสริมสุขภาพและการปรับปรุงที่อยู่อาศัย เคื่องมือ เช่น แอร์ เก้าอี้ ชุดบริการทางการแพทย์ ชุดบริการรถเข็นและประกับ ชุดบริการรถเข็น ชุดบริการรถเข็นและประกับ ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ 	<ul style="list-style-type: none"> ชุดบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง และทั่วไป ชุดบริการ Palliative Care ชุดบริการ Hospice Care ชุดบริการเสริมสุขภาพ ชุดบริการเสริมสุขภาพและการปรับปรุงที่อยู่อาศัย ชุดบริการรถเข็นและประกับ บริการเทคโนโลยีทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์

Zoom Meeting: You are viewing Chanon Wutthijanyarak's screen

Recording...

สถิติที่เกี่ยวข้อง: อุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย

สถิติการใช้เงินในสหรัฐอเมริกาว่าค่าใช้จ่ายหลักของ Baby Boomers ได้แก่ ค่าสินค้าปลีก ทองเที่ยว และค่าอาหารและยา

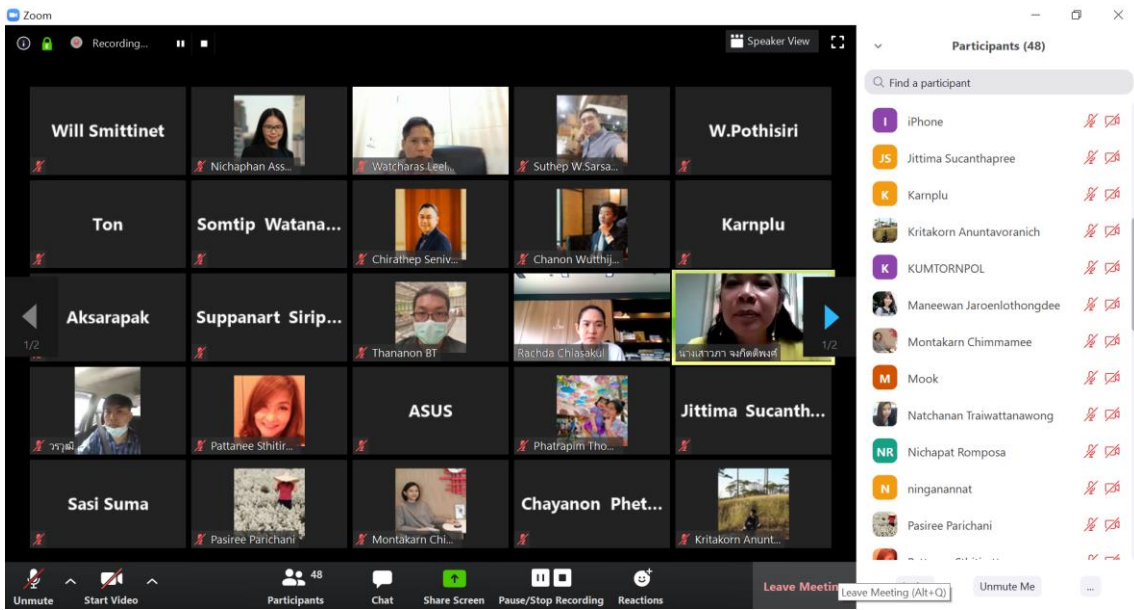
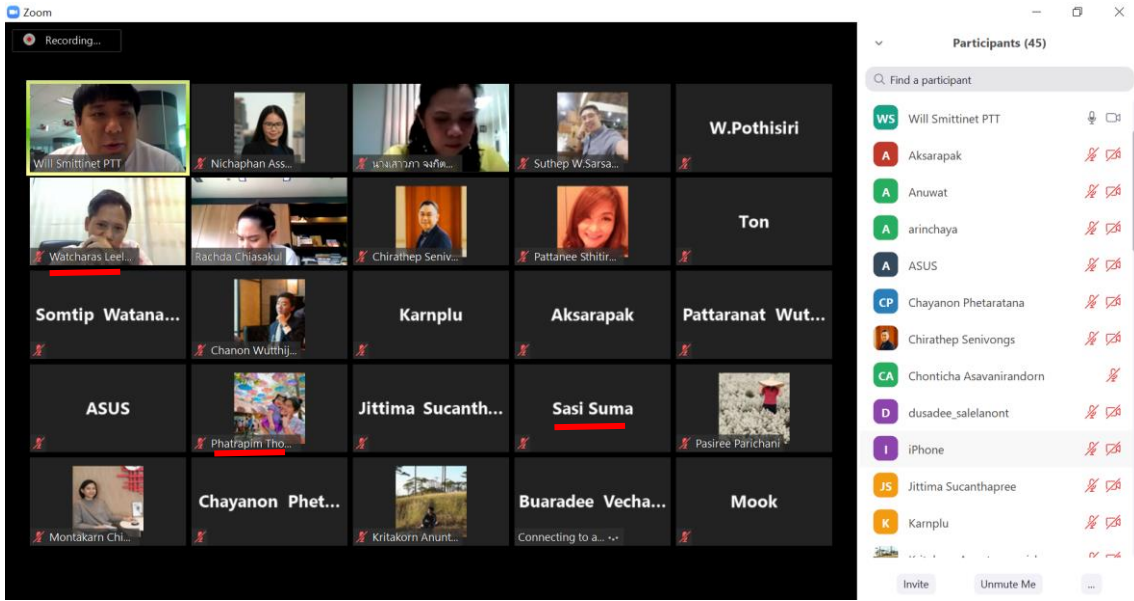
ค่าใช้จ่ายรายปีของ Baby Boomers ชาวสหรัฐอเมริกา

Category	Value
สินค้า	5,582
อาหารและเครื่องดื่ม	3,431
สุขภาพ	2,978
ที่พักอาศัย	2,700
การขนส่ง	2,080
การดูแลสุขภาพ	1,642
บริการเสริมสุขภาพ	1,578
การพักผ่อน	950
สินค้าเสริมสุขภาพ	761
บริการเสริมสุขภาพ	245
บริการเสริมสุขภาพ	183

Baby Boomers
ประชากรที่เกิดในช่วงปี 1946 - 1964 (อายุ 56 - 74 ปี)

สถิติจาก VISA

- Baby Boomers ซื้อสินค้าก่อนออนไลน์จะ 40 ของการใช้บัตร VISA ทั้งหมด และมีแนวโน้มการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น
- Baby Boomers ใช้บัตรซื้อสินค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะการซื้อของชำ สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน และบริการต่างๆ เช่น การแพทย์ ประกันโรค สาธารณะ



การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็น

1.3 การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อรับฟังความคิดเห็น

1.3.1 ภาพการประชุมกลุ่มย่อย ณ จังหวัดนครราชสีมา และ จังหวัดสระบุรี

➤ ศูนย์เศรษฐกิจการลงทุนภาคที่ 2 (BOI นครราชสีมา)



➤ **ศุภวัฒน์หาลัย (Supalai Wellness Valley)**



➤ **เวลเนส วีแคร์ เซ็นเตอร์**





1.3.2 ภาพการประชุมกลุ่มย่อย ณ จังหวัดเชียงใหม่



➤ แคร่ รีสอร์ท เชียงใหม่



1.3.3 ภาพการประชุมกลุ่มย่อย ณ จังหวัดชลบุรี

➤ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา



➤ แอทกรีน



การประชุมเชิงปฏิบัติการ
เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

1.4 การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น¹

1.4.1 รายชื่อผู้เข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัย ในวันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร เวลา 09.00 - 16.00 น.			
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า			
ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายเซ็น
1	นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร	ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า	
2	นางสาวธนะภินีย์ เครื่องประดิษฐ์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
3	นางสาวศุภณัฐ สิริพงษ์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	
4	นางสาววีรารัตน์ วงศ์คำป่วน	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	
5	นางสาวนิชาภัทร ร่มโพธิ์สระ	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	
6	นางสาววิศรา คงวธนา	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	
7	นาง พงพกนที ฝ่องระวีธรรม	ผอ.กองวิจัยเศรษฐกิจ พตท.มทท.	
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

¹ รายชื่อที่มีสัญลักษณ์สีแดงข้างหน้า คือผู้เข้าร่วมการประชุมจากต่างจังหวัด

การประชาสัมพันธ์บริการเพื่อแลกเปลี่ยนความสดเห็นเกี่ยวกับภาพปรับสีของธุรกิจไทย ในระหว่างวันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรม สุทธิธรรม 09.00 - 16.00 น.

รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
001	ผู้ประกอบการPrivacy/investor	ดวงสมร สุวรรณปราโมทย์		lesuw.558@gmail.com	
002	บจก เอ็น ที กรุ๊ป	นพสิทธิ์ วัฒนพิทักษ์ศักดิ์	ผจก	nopsit.v@gmail.com	
003	บ.สหวิริยาซี้ดี จก.	วิชัย จิรนนท์โพธิ์	General Manager	vichai.jr@hotmail.com	
004	พีพีเอ็มจีแวลลีย์	พิศาล เศษะวัฒนานันท์		pipat_1991@hotmail.com	
005	วิสิทธยาบาล	สากิต สุจริตตา	ที่ปรึกษา	sathits@nmu.ac.th	
006	บจก.แกรนด์แล็บ	บุรินทร์ เตนแพทย์ตรงกุล	ผู้ช่วยผู้จัดการ	bolek@hotmail.com	
007	เอเนียว ทราเวล	อังคณา บูรณผาณิต	MANAGER	angela379@gmail.com	
008	ศรีสกล เอ็นจิเนียริ่ง	เด่นชัย ดันดีพัฒนสกุล	Director	srisaku_eng@hotmail.com	
009	เอเนียว ทราเวล	อึ้ง ปู	MANAGER	prembangkok007@gmail.com	
010	ซันดีพัน	ฉอ้อน งามเลิศไพจิตร	Managet	Chaon.3026@gmail.com	
011	ยูนิควิเวอรี่	สุทัศน์ อัครวินนิมิตร	การตลาด	suthatachwinimit@yahoo.com	
012	บ.ทอปไทย	ทองสัมฤทธิ์ ลีจันทรากุล		noothaburi2009@hotmail.com	
013	บจก แอดเวลล์	ดำรง จุรินกุลวณิช	ผช ผจก	jurinkul57@gmail.com	
014	บมจ.หลักทรัพย์บัวหลวง	ศรัญญา สัทธาเสนา	นักลงทุน	Saranya2497@gmail.com	
015	บจก.บัวหลวง	นายไพศัย กิ่งเกษมทวีสิน	ผู้อำนวยการ	chnp2499@gmail.com	
016	บริษัท มายพลัส กรุ๊ป จำกัด	อ้ออรัทัย ศรีรัตนสาร	Manager	myplusgroup@gmail.com	
017	ธุรกิจส่วนตัว	พีเชษฐ คงไชย		ronnchai66@hotmail.com	
018	หจก.อภิลิทธิ์ พี.แอนด์ พี.เทรดดิ้ง	สุสติ โทศลาภักษ์	ผู้จัดการ	pusadeek@gmail.com	
019	เจ แอนด์ เอ็ม การ์เมนต์	ศุภฤต แสงโสมภักดิ์	ผู้จัดการ	sangpopolpasdee@hotmail.com	
020	บริษัท สหมิตร	ชลธิ์ ธนารักษ์วงค์		Chonlatee0615@gmail.com	
021	บริษัท สหมิตร	รัชณี ธนารักษ์วงค์		Condo8@icloud.com	

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพรับตัวของธุรกิจไทย ไปรษณีย์ไทย ในวันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร เวลา 09.00 - 16.00 น.

รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
022	เอสดี โอโต้พาส	สมเกียรติ วรจิตเจริญ	ผู้จัดการ	somkiat-lek@hotmail.com	
023	กิจพัฒนา	ศุภนัฐ สันท์พิชญ์	ผู้จัดการ	proudassan@gmail.com	
024	นักร้อง	พนิดา เลิศกัญญาวงศ์	นักร้อง	panidaler@gmail.com	
025	บ.อุดมชัย	กรรมชนก สุพงษ์วิบูลย์พันธ์	ที่ปรึกษา	Suwans22@gmail.com	
026	เอ แอนด์ แอล แมอร์ คัมพลีชั่น	มาลี เลิศสกุลศรี	ผู้จัดการ	malee973@gmail.com	
027	บจก. มันทสาร ขนส่ง	ประภาภรณ์ บางประภากร	Vice. President,	prapapom99me@gmail.com	
028	เอ็มเตอร์ไพร์สตอเซีย	บรรเทิง อังกิลาวัฒน์	Executive Committee	buntemg_original@yahoo.com	
029	เอ็มเอ็ม วิทยาลัยเพื่อสังคม	อิศราภรณ์ มุขประยูร	Medical director	issarangn@yahoo.com	
030	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	อัญชลี เพชรรัตน์	อาจารย์	A.THEPPARAT@GMAIL.COM	
031	บจก. โอเพชั่น	สุชัย ฮาญญาภา		kensupachai@gmail.com	
032	Modern Property อสังหาฯ สำหรับผู้เกษียณอายุ	อรุณี เข็มทอง	ผู้บริหาร	arunee.rsom@gmail.com	
033	Wellness We Care Center	ชุต อชาโยกุล	ผู้บริหาร		
034	โครงการพัฒนาลำไย (Supalai Wellness Valley)	นายจิรัฐย์ อัครกำนิชชการ	Head of marketing	jiwit.arv@supalai.com	
035	โครงการพัฒนาลำไย (Supalai Wellness Valley)	นางจิตรา สารสุข	Front office Supervisor	tasara.sookse14@gmail.com	
036	ทำข้าว วัฒณ์กุล	ศราวุฒิ จตุวัฒน์กุล	เจ้าของกิจการ		
037	บริษัท ฟุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม จำกัด	ปริญญารัตน์ เสริมชัยศรีกุล	sales & Marketing		
038	บริษัท ฟุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม จำกัด	อลิสรา งามโชษ	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด	alissara.ang@gmail.com	
039	วิไลล้ำเลิศ ที่พักรีสอร์ทหรู โครจากรมมีสุข	ศศิมาล สิงหนธร	ผู้บริหาร	info@meesubsociety.com	
040	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชียงใหม่	มนัสพร ภน.จตุพร	เลขานุการ/ผู้สื่อข่าวด้านผู้สูงอายุ	jakcom11@hotmail.com	
041	หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่	อากม สุวรรณธาดา	รองเลขาธิการหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่	AKOM52001@gmail.com	
049	Learn Corporation	ภาณุวัฒน์ สัจจะวิริยะกุล	Business development/นักศึกษาดูงานธุรกิจกรม		
042	SCG Cement-Building Materials Co., Ltd.	พิมพ์ชนก วรรณนนท์	business collaboration management manager - ElderCare Solution	pinthachnob.scg.com	

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัยในวันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร เวลา 09.00 - 16.00 น.					
รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
053	กรมส่งเสริมการส่งออก	อนมล ศรีชัย	นักวิชาการสาธารณสุขชำนาญการ	hotgut712@gmail.com	
048	กลุ่มอุตสาหกรรมเมล็ดพันธุ์เสริมอาหาร	นายณาคัญ วิทยวัฒน์	ประธานกิตติมศักดิ์และกรรมการ	nakant@gmail.com	
047	กลุ่มอุตสาหกรรมผู้ผลิตเครื่องมือแพทย์และสุขภาพ	ปวีตดา พงษ์ภิละ	สมาชิก	sd.info@didentalgroup.com	
043	กินอยู่ดี จำกัด	ศตวรรษ อำนวยเรืองศรี	กรรมการผู้จัดการ	satanwat@kydth.com	
044	กินอยู่ดี จำกัด	อรุณฉาย เรืองสถาพรเจริญ	Brand Manager	arunchay@kesstext.com	
050	บริษัท พูนทรัพย์แคน จำกัด	สลิลา ตระกูลพูนทรัพย์	กรรมการบริหาร		
046	บริษัท เอ็มเอ็น วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ภริษา ปภากาญลีย์		X_____	
051	บริษัท เอ็มเอ็น วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	นิตชนน โนมารัตต์		Yoenyong@gmail.com	
052	สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์	ศุภสมภาพ เจริญจิตร	เลขาธิการ	tat23167@gmail.com	
045	เอ็นพีบี	ภริษา ตระกูลพูนทรัพย์	นักนิเทศ	tenaw51500@gmail.com	
054	บริษัท ภาณุภัณฑ์อุตสาหกรรมภัณฑ์	กัญญาพร ชื่นหาญ		Parisa@phupalini.com	
055	บริษัท ภาณุภัณฑ์ อุตสาหกรรมภัณฑ์	นงนุช ภาณุภัณฑ์	ผู้จัดการ	noneluck_kp@gmail.com	
056	ภริษา ตรีพิชญ์ (ปจท)	ภริษา ตรีพิชญ์	นักเทคโนโลยี	phuree.s@gmail.com	
057					
058					
059					
060					
061					
062					
063					
064					
065					

1.4.2 ภาพการประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น





1.4.3 เอกสารประกอบการประชุมเชิงปฏิบัติการ

MOC **TPSO** **Bolliger & Company**

**การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น
เกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย**

วันที่ 18 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 - 16.00 น.
ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร

เปิดการประชุมโดย **วิทยากร**

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบาย
และยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

นายจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา
กรรมการผู้จัดการ
บริษัทในสหประชาชาติ กลุ่มบริษัท 100 บริษัท จำกัด

ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์
กรรมการผู้จัดการ
บริษัทที่ปรึกษา เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำกัด

ผู้ที่สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0 92520 9121

For more information

Disclaimers

- มีรูปภาพจำนวนมากที่ดาวน์โหลดจากอินเทอร์เน็ตและใช้ในเอกสารฉบับนี้ ไม่เป็นการตั้งใจที่จะละเมิดลิขสิทธิ์
- ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา / การเรียนรู้เพื่อขยายความรู้สำหรับผู้เข้าอบรม
- ชื่อ บริษัท ผลิตภัณฑ์และบริการอื่น ๆ อาจเป็นเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายบริการของผู้อื่น
- เอกสารฉบับนี้ใช้เพื่อเป็นเอกสารการฝึกอบรมและมอบให้กับลูกค้าเพื่อใช้ภายในเท่านั้น

Agenda

- 09.00 - 9.15 กล่าวเปิดงานโดยท่านอธิบดี
- 09.15 - 09.45 การปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัยและธุรกิจที่น่าสนใจ
- 09.45 - 10.15 Introduction of Design Thinking และ Customer Journey
- 10.15 - 10.30 พักรับประทานอาหารว่าง
- 10.30 - 10.45 Introduction of Design Thinking และ Customer Journey (ต่อ)
- 10.45 - 12.00 แต่ละกลุ่มดำเนินการระดมสมองและจัดทำรายละเอียดในกลุ่มตามกำหนด
- 12.00 - 13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 - 14.00 แต่ละกลุ่มรวบรวมรายละเอียดลง flip chart และเตรียมการนำเสนอ
- 14.00 - 15.45 นำเสนอผลงานกลุ่มละประมาณ 10 นาที
- 15.45 - 16.00 ลงคะแนนและมอบรางวัลกลุ่มที่ชนะ และกล่าวปิด

18 สิงหาคม 2563

ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

3


แผนโมเดลธุรกิจ (Business Model Canvas)

Business Model Canvas					
Key Partners พันธมิตร หรือคู่ค้าหลัก หน้าที่หลัก เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เสริมส่วนที่ไม่ได้หรือไม่คุ้ม หน้าที่รวมกลุ่มเพื่อบูรณาการหรือพึ่งพา <div style="text-align: center; border: 1px solid red; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">8</div>	Key Activities กิจกรรมหลัก งานหลักที่ต้องทำ เทียบกับคู่แข่ง การผลิตโซลูชันใหม่หรือรูปแบบบริการใหม่ๆ <div style="text-align: center; border: 1px solid green; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">7</div>	Value Proposition คุณค่าสินค้าหรือบริการ สินค้าหรือบริการที่มีคุณค่าต่อลูกค้า ทำได้ดีกว่าเจ้าอื่นหรือคุณลักษณะพิเศษที่แตกต่าง ความสะดวกสบายไม่ยุ่งยากกว่า <div style="text-align: center; border: 1px solid blue; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">1</div>	Customer Relationships ลูกค้าสัมพันธ์ สายสัมพันธ์กับลูกค้า การให้ความช่วยเหลือ การบริการทั้งคนหรืออัตโนมัติ การสร้างชุมชนลูกค้า <div style="text-align: center; border: 1px solid green; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">4</div>	Customer Segments การแบ่งกลุ่มลูกค้า ต่างวัย ความชอบ พฤติกรรมบริโภคของแต่ละกลุ่ม ตามเพศอายุ อาชีพการทำงาน การทำงานในรูปแบบต่างๆ พื้นที่อยู่อาศัย ลักษณะการใช้ชีวิต <div style="text-align: center; border: 1px solid red; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">2</div>	
Key Resources ทรัพยากร เงินทุน คน ข้อมูลและความรู้ เครื่องมือหรืออุปกรณ์ เทคโนโลยี <div style="text-align: center; border: 1px solid green; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">6</div>		Channels ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือโฆษณา ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า หน้าร้าน ออนไลน์ ตัวแทนจำหน่ายหรือออกบูธ <div style="text-align: center; border: 1px solid green; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">3</div>	Revenue Streams รายได้ รูปแบบรายได้ จากสินค้า บริการ ค่าเช่า ค่าสมาชิก ค่าคอมมิชชั่น ค่าลิขสิทธิ์ <div style="text-align: center; border: 1px solid yellow; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">5</div>		
Cost Structures โครงสร้างต้นทุน ต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆ เพื่อขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น ค่าแรง ค่าวัสดุและอุปกรณ์ วัสดุพิมพ์ ค่าโฆษณา ค่าผลิต วัสดุออกแบบ <div style="text-align: center; border: 1px solid red; border-radius: 50%; width: 30px; height: 30px; margin: 10px auto; display: flex; align-items: center; justify-content: center;">9</div>					


18 สิงหาคม 2563


ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

4



ผู้สูงวัยในฐานะผู้ซื้อ: พฤติกรรมการบริโภค





WOW

ผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุ

- ประชากรที่มีอำนาจต่อรองในการซื้อ
- มีกำลังซื้อสูง เนื่องจาก มีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต
- มีศักยภาพสูงในการบริโภค

ดีกว่าที่คาดหวัง

คาดหวัง

คาดหวัง

สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจ ของผู้ประกอบการ

18 สิงหาคม 2563

ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

5



ผู้สูงวัยในฐานะผู้ซื้อ: พฤติกรรมการบริโภค





คุณเด็กลก อายุ 60 ปี

ผู้สูงวัยต้น (อายุ 60-69 ปี)

- กลุ่มที่มีผู้สูงอายุปริมาณสูงสุด 56% ของจำนวนทั้งหมดในอีก 10 ปีข้างหน้า หรือ ราว 4.6 ล้านคน
- ที่ทำงานได้ สนใจสุขภาพ
- มักทุ่มไปด้านการสร้างเสริมสุขภาพ เน้นตรวจสุขภาพ รับประทาน อาหารเสริม เครื่องสำอางเน้นเรื่องความชุ่มชื้น ชะลอวัย



คุณเน็จตุดี อายุ 70 ปี

ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี)

- มีปริมาณรองลงมา ราว 2.5 ล้านคน
- ต้องการพักผ่อน บางคนมีโรคประจำตัวที่ ต้องระวัง
- ต้องการเรียนรู้โซเชียลมีเดีย อุปกรณ์ไอที โรงเรียนสอนการใช้อินเทอร์เน็ต
- สนใจธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวแบบช้าๆ (Slow Life)



คุณนงนิตย์ อายุ 80 ปี

ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป)

- เป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพิงผู้ดูแล
- ราว 1 ล้านคน
- สนใจธุรกิจที่เกี่ยวกับการดูแล เช่น เนิร์สซิงโฮม ทั้งแบบไปเข้าเย็นกลับ

18 สิงหาคม 2563

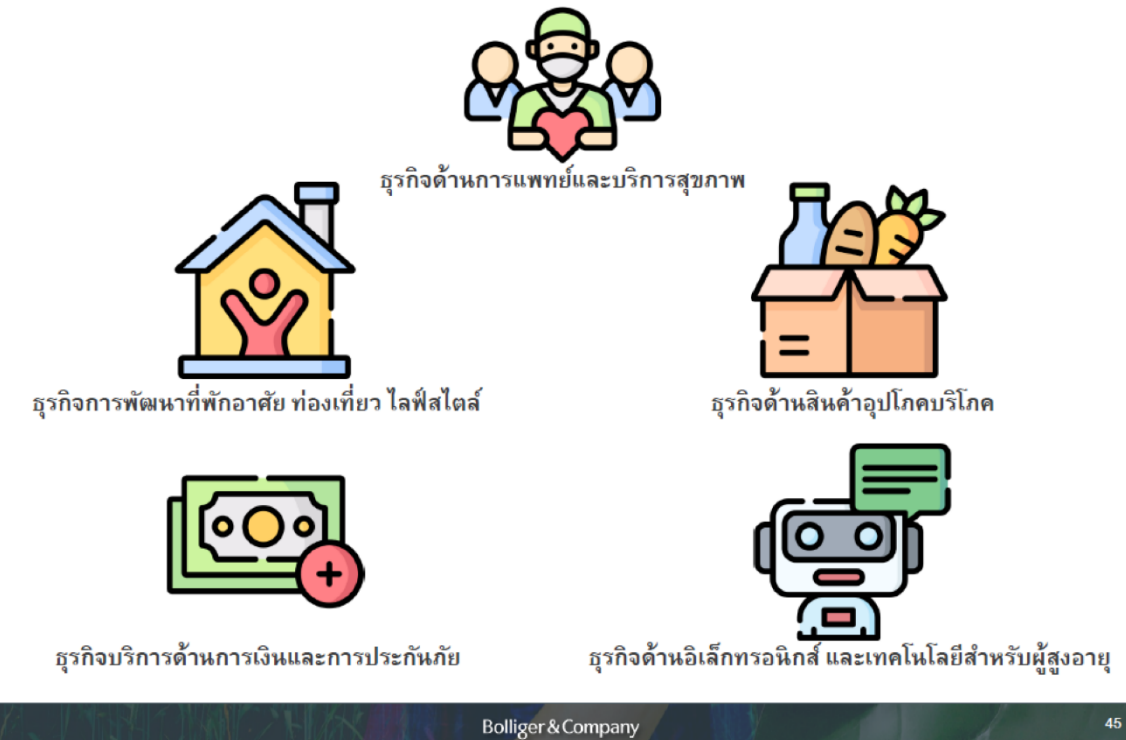
ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

6

กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในแต่ละช่วงของชีวิต



กลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจในระบบเศรษฐกิจผู้สูงอายุ



โอกาสของผู้ประกอบการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

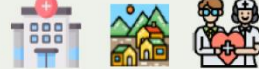
จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น
ทั้งในไทยและระดับโลก

- โอกาสของธุรกิจในตลาดสินค้าผู้สูงอายุโลก



ผู้สูงอายุสมัยใหม่มีแนวโน้มอยู่
อาศัยตามลำพังมากขึ้น

- บ้านพักผู้สูงอายุได้รับการยอมรับจากสังคม



ผู้สูงอายุจำนวนมาก
มีความคล่องแคล่วและสามารถ
ดูแลตัวเองได้



ผู้สูงอายุสามารถจับจ่ายใช้สอย
ได้เอง ผ่านทางช่องทางปกติและ
ร้านค้าออนไลน์



โอกาสของสินค้าที่แสดง
อัตลักษณ์ความเป็นไทยได้รับ
ความนิยมในตลาดต่างประเทศ



ตลาดผู้สูงอายุในปัจจุบันมัก
จำกัดที่กลุ่มผู้มีฐานะดี

- โอกาสสำหรับกิจการเพื่อสังคมและกิจการผู้สูงอายุกลุ่มอื่นๆ

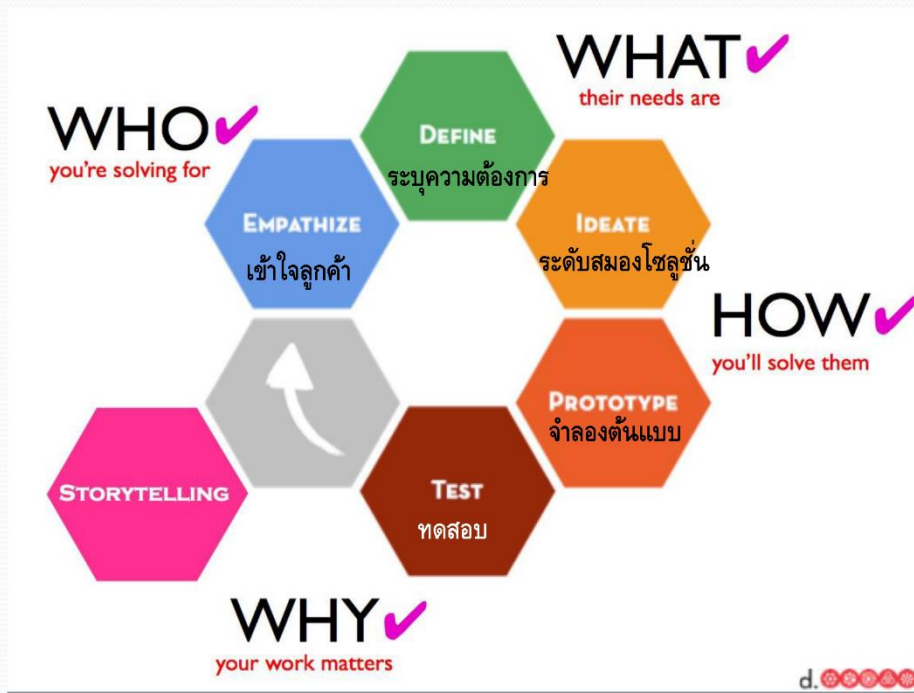


Bolliger & Company

111

Introduction of Design Thinking และ Customer Journey

Design Thinking











18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

11

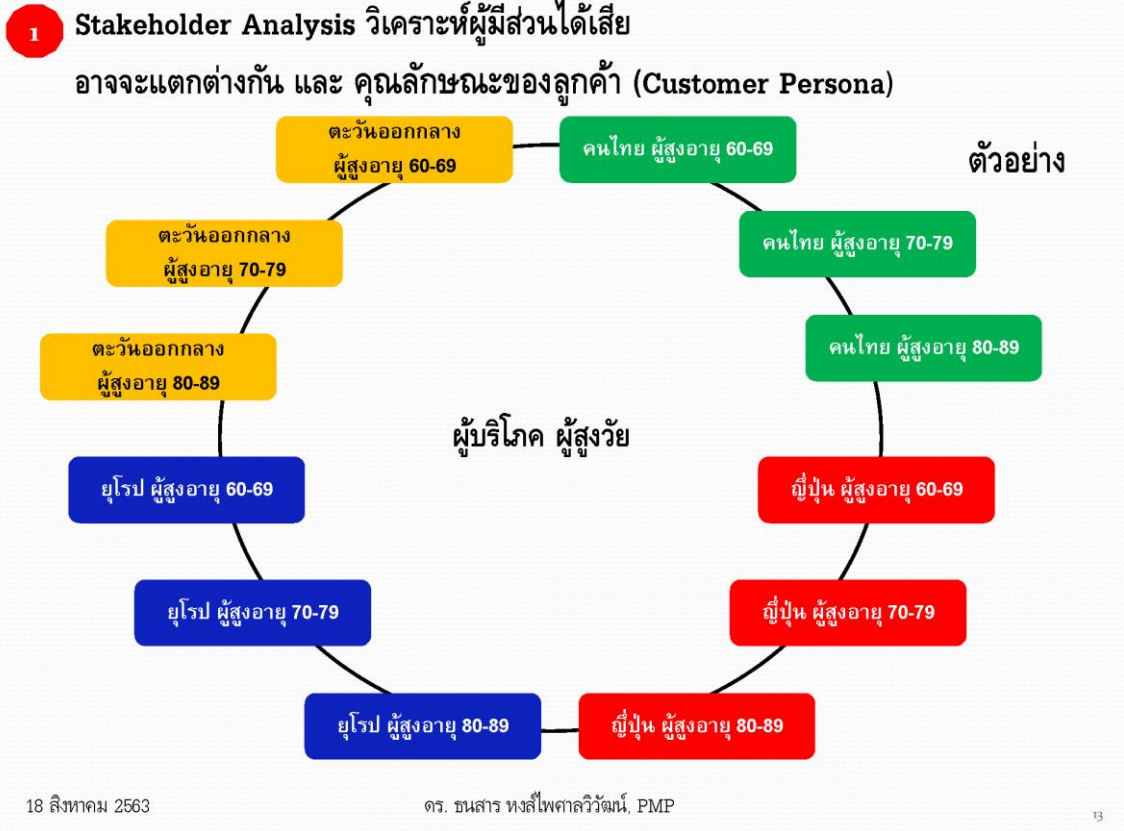
ขั้นตอนการทำดีไซน์การบริการ (Service Design) โดยใช้วิธีการ 8 ขั้นตอน Design Thinking approach และ Customer Journey

 <p>1</p> <p>Stakeholder Map</p>	 <p>2</p> <p>Empathy Map</p>	 <p>3</p> <p>Scenario Map</p>	 <p>4</p> <p>Story Map</p>
 <p>5</p> <p>Wireframe</p>	 <p>6</p> <p>Technical Prototype</p>	 <p>7</p> <p>Feedback Grid</p>	 <p>8</p> <p>Prioritization Grid</p>

18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

12



1 คุณลักษณะของลูกค้า (Customer Persona)

Customer Persona คือคุณลักษณะของตัวแทนกลุ่มลูกค้าเฉพาะ ทำให้เรารู้ได้ว่ากลุ่มลูกค้าของเรามีอุปนิสัยเป็นอย่างไร ชอบอะไร มีพฤติกรรมแบบไหน เราจะได้บริการเขาให้เหมาะสม

ข้อดีของ Customer Persona มีดังนี้

- ช่วยให้เราวางแผนกลยุทธ์ได้ง่ายดายมากยิ่งขึ้น เราต้องทำความรู้จักลูกค้าให้มากขึ้น ในหลากหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นอาชีพ อายุ ทัศนคติ ความกังวลของลูกค้า
- เข้าถึงลูกค้าได้ดีขึ้นและรู้ถึงกลุ่มเป้าหมาย ผลให้การโฆษณาของกลุ่มเป้าหมายต้องสอดคล้องกับ Customer ใช้ภาษาได้อย่างเหมาะสม ก็ทำให้เข้าถึงลูกค้าได้ดีมากขึ้น ทำให้โอกาสที่ลูกค้าจะซื้อสินค้าและบริการของเรามีโอกาสมากขึ้น
- ผลลัพธ์ดีกว่าที่คาดหวังไว้ ทำให้การวางแผนการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ยอดขายสินค้าและบริการ อาจดีกว่าการคาดหวังในเบื้องต้น

Persona ลูกค้าหรือผู้ใช้

- ทำ Persona ในหลายระดับ อาจใช้อายุ
 - ชื่อหรือกลุ่ม
 - รายละเอียดเกี่ยวกับตัวเขา
 - อายุ เพศ ที่อยู่ ทำงานอะไร ที่ไหน
 - เรื่องราวของเขา
 - มีอุปนิสัยอย่างไร
 - ชอบทำอะไร
 - ชอบอะไรเป็นพิเศษ

ยิ่งละเอียดยิ่งดีเพราะสร้างระบบให้ลูกค้าหรือผู้ใช้ได้รับประสบการณ์ที่ดี

18 สิงหาคม 2563 ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP 14

การเดินทางและประสบการณ์ของผู้บริโภค (Customer Journey and their experiences)

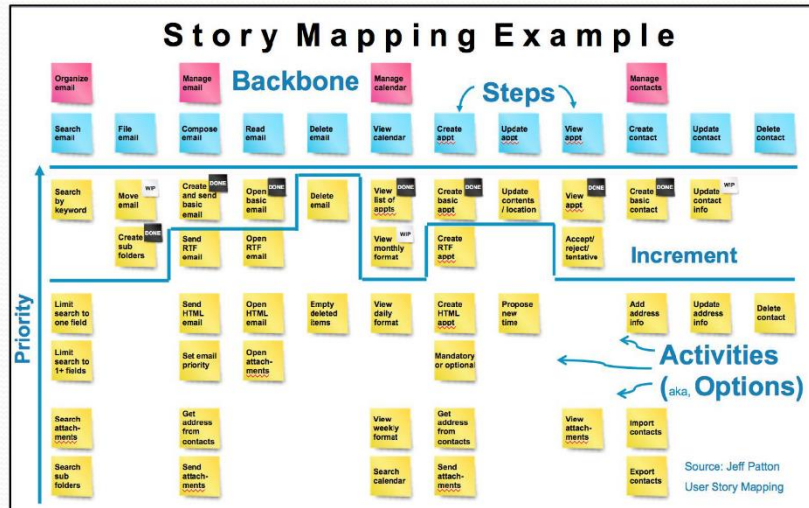


การเดินทางและประสบการณ์ของผู้บริโภค (Customer Journey and their experiences)



4 Story Map เพื่อแยกการใช้ของลูกค้า ด้านเทคนิค

- โดยการเอา Scenario map จากขั้นตอนก่อนหน้า มาแยกออกเป็นการใช้งานระบบ โดยการกำหนดที่เรื่องราวโดยการใช้ภาพเพื่อให้เข้าใจว่าลูกค้าใช้ Features / Functions ของระบบเทคนิคอย่างไร ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจประสบการณ์ลูกค้า (Customer experience) ได้ดีและง่ายขึ้น



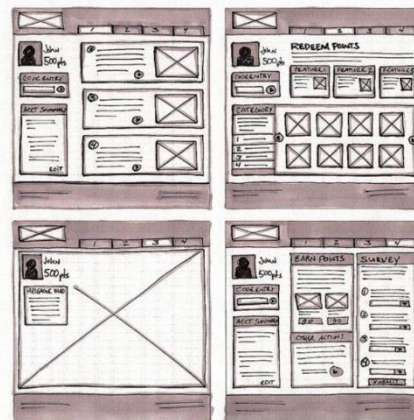
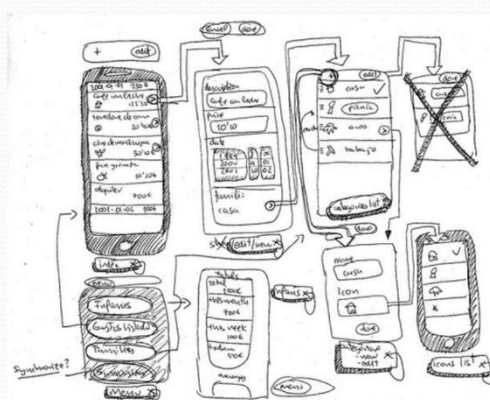
18 สิงหาคม 2563

ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

19

5 Wireframe หรือ Paper Prototype เพื่อเป็นต้นแบบในการทำ Customer Testing

- การสร้างต้นแบบกระดาษเป็นกระบวนการในการสร้างภาพวาดที่หยาบ เพื่อให้ลูกค้าได้มองเห็นภาพของหน้าจอระบบ และได้ทดสอบการใช้โดยเดินตามขั้นตอนการใช้งานกระดาษเพื่อรวบรวมความคิดเห็น
- เป็นการ A/B user testing (ให้คน 2 คนทดสอบเพื่อเปรียบเทียบและได้ผลชี้แนะเพิ่มขึ้นได้)



18 สิงหาคม 2563

ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

20

7 Feedback Grid เพื่อเก็บผลการทำทดสอบกับผู้ใช้ / ลูกค้า

- ด้วยแบบจำลอง เรานำมาทดสอบกับผู้ใช้/ลูกค้า ขอคำชี้แนะ
- ให้แยกคำชี้แนะเป็น 4 ประเด็น
 1. โอเค
 2. ยังมีคำถาม
 3. ต้องปรับปรุง
 4. ได้ความคิดใหม่



18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

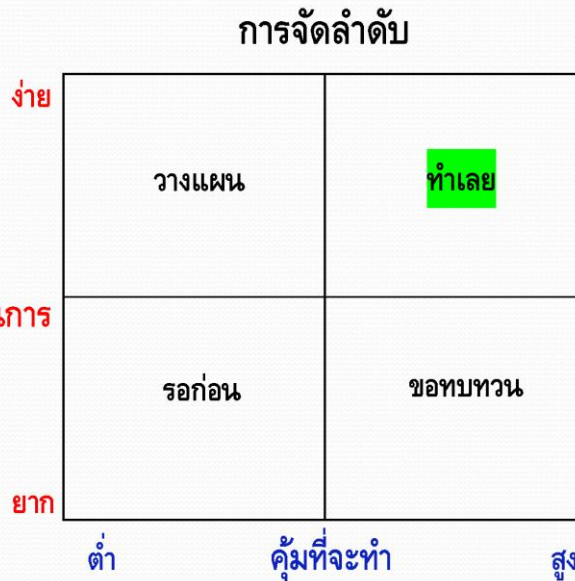
21

8 Prioritization Grid เพื่อเรียงความสำคัญในการวางแผนเพื่อดำเนินต่อ

- นำเอาผลคำชี้แนะในขั้นตอนก่อนหน้ามีเรียงลำดับด้วย 2 แกน คือ
 1. ง่ายในการปรับและดำเนินการ
 2. คู่้มที่จะทำ



ง่ายในการปรับและดำเนินการ



18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

22

Agenda

- 09.00 - 9.15 กล่าวเปิดงานโดยท่านอธิบดี
- 09.15 - 09.45 นำเสนอ 3 โมเดลธุรกิจเพื่อการทำ Customer Journey
- 09.45 - 10.15 Introduction of Design Thinking และ Customer Journey
- 10.15 - 10.30 พักรับประทานอาหารว่าง
- 10.30 - 10.45 Introduction of Design Thinking และ Customer Journey (ต่อ)
- 10.45 - 12.00 แต่ละกลุ่มดำเนินการระดมสมองและจัดทำรายละเอียดในกลุ่มตามกำหนด
- 12.00 - 13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 - 14.00 แต่ละกลุ่มรวบรวมรายละเอียดลง flip chart และเตรียมการนำเสนอ
- 14.00 - 15.45 นำเสนอผลงานกลุ่มละประมาณ 10 นาที
- 15.45 - 16.00 ลงคะแนนและมอบรางวัลกลุ่มที่ชนะ และกล่าวปิด




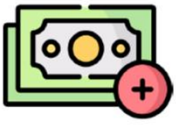

18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

23

เวิร์กช็อปเชิงปฏิบัติการสำหรับการเดินทางของผู้บริโภค (Workshop in Actions)

แบ่งกลุ่ม 5 กลุ่ม

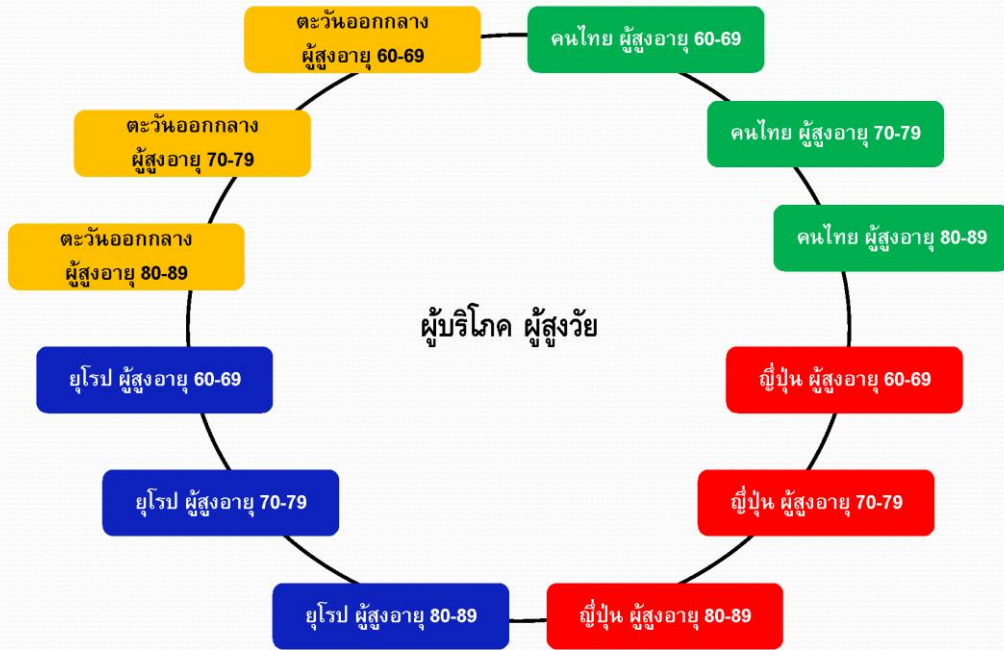

 ธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ

 ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัย ท่องเที่ยว ไลฟ์สไตล์

 ธุรกิจด้านสินค้าอุปโภคบริโภค

 ธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัย

 ธุรกิจด้านอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

24

Chart#1. Stakeholder Analysis วิเคราะห์ผู้มีส่วนได้เสีย
 อาจจะแตกต่างกัน และ คุณลักษณะของลูกค้า (Customer Persona)



18 สิงหาคม 2563

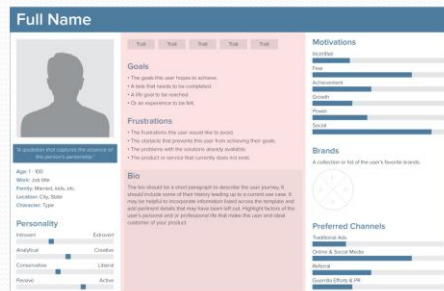
ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

25

Chart#2. คุณลักษณะของลูกค้า (Customer Persona) ของผู้บริโภคหรือคู่ค้าธุรกิจ

Persona ของที่เลือกมาเป็นตัวแทน

- ทำ Persona ในหลายระดับ อาจใช้อายุ
 - ชื่อหรือกลุ่ม
 - รายละเอียดเกี่ยวกับตัวเขา
 - อายุ เพศ ที่อยู่ ประเภททำงาน สถานที่
 - เรื่องราวของเขา
 - มีอุปนิสัยอย่างไร
 - ชอบทำอะไร
 - ชอบอะไรเป็นพิเศษ



**ยิ่งละเอียดยิ่งดีเพราะดีไซเนอร์บริการแก่ผู้บริโภคที่
 ได้รับประสบการณ์ที่ดี**

18 สิงหาคม 2563

ดร. ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

26

รายละเอียดของภารกิจระดับสมอง (ต่อ)

- รายละเอียดลงบน Flipchart – Stakeholder, Persona, Empathy map, Scenario Map
- เราให้เวลาทำระดมสมองและเตรียมผลงานของแต่ละกลุ่มประมาณ 3 ชั่วโมงรวมอาหารกลางวัน
 - 10.45 – 12.00 แต่ละกลุ่มคุยรายละเอียดในกลุ่ม
 - 12.00 – 13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน
 - 13.00 – 14.00 แต่ละกลุ่มรวบรวมรายละเอียดลง flip chart และเตรียมการนำเสนอ
- **ในระหว่างที่ระดมสมองอยู่ วิทยากรจะเดินไปช่วยให้ความเห็นหรือชี้แนะเพิ่มเติมด้วย**
- ให้เตรียมนำเสนอผลงานกลุ่มละประมาณ 10 นาที และจะมีการให้ความคิดเห็นจากวิทยากร จะมี **ใบเตือนเวลา เหลือ 2 นาที และหมดเวลา**
- เราจะมีการลงคะแนนและมอบรางวัลกลุ่มที่ชนะในการนำเสนอที่ดีที่สุด
- นอกเหนือจากที่นำเสนอความคิดแล้ว แนะนำให้ **ปรับเพิ่มเติมด้วย สีสัน วิธีนำเสนอให้ถูกใจผู้ฟังด้วย (Be creative)**



18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

29

Agenda

- 09.00 – 9.15 กล่าวเปิดงานโดยท่านอธิบดี
- 09.15 – 09.45 นำเสนอ 3 โมเดลธุรกิจเพื่อการทำ Customer Journey
- 09.45 – 10.15 Introduction of Design Thinking และ Customer Journey
- 10.15 – 10.30 พักรับประทานอาหารว่าง
- 10.30 – 10.45 Introduction of Design Thinking และ Customer Journey (ต่อ)
- 10.45 – 12.00 แต่ละกลุ่มดำเนินการระดมสมองและจัดทำรายละเอียดในกลุ่มตามกำหนด
- 12.00 – 13.00 พักรับประทานอาหารกลางวัน
- 13.00 – 14.00 แต่ละกลุ่มรวบรวมรายละเอียดลง flip chart และเตรียมการนำเสนอ
- 14.00 – 15.45 นำเสนอผลงานกลุ่มละประมาณ 10 นาที
- 15.45 – 16.00 ลงคะแนนและมอบรางวัลกลุ่มที่ชนะ และกล่าวปิด**

18 สิงหาคม 2563

ดร. ชนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์, PMP

30

ขอบคุณ



✉ thanasarn.hong@gmail.com ☎ +66 (0)91-775-4985 +66 (0)81-641-7112

การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา

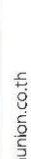



1.5 การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา

1.5.1 รายชื่อผู้เข้าร่วมการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา²

การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาโครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทย ในเศรษฐกิจสูงวัย ในวันที่ 1 กันยายน 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอัสติน แกรนด์ สาทร เวลา 09.00 - 12.00 น.			
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า			
ที่	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	ลายเซ็น
1	นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร	ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า	
2	นางพรพรรณนิล ศตวรรษอารัง	ผู้อำนวยการกองวิจัยเศรษฐกิจการค้ามหภาค	พมรพรรณนิล
3	นางสาวฐะปะนีย์ เครื่องประดิษฐ์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	
4	นางสาวศุภนาล ศิริพงษ์	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	ศุภนาล
5	นางสาววิชรภรณ์ วงศ์คำปวน	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ	วิชรภรณ์
6	นางสาวณิชาภัทร ร่มโพธิ์สระ	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	ณิชาภัทร
7	นายอนุวัฒน์ ตริภพนาถ	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	อนุวัฒน์
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			

² รายชื่อที่มีสัญลักษณ์สีแดงข้างหน้า คือผู้เข้าร่วมการสัมมนาจากต่างจังหวัด

รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
001	นักลงทุน	พนิดา เลิศวิญญูวงศ์	นักลงทุน	panidaleit@gmail.com	
002	ทนาย	ทองสัมพันธ์ ลิ้มจิตรากุล	สงก	nonthaburi2009@gmail.com	
003	มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย	อัญชลี เทพรักษ์	อาจารย์	A.THEPPARAT@GMAIL.COM	
004	หอการค้า	พริญา เคาะโงสง	นักศึกษา	Preraya.n@gmail.com	
005	เอ แอนด์ แอล แอร์ คัมพลีชั่น	มาลี เลิศสกุลศรี	ผู้จัดการ	malee973@gmail.com	
006	โรจน์บัลลาแสงไทยเก่า	ศุภคาร รมวิจิตรพงศ์	ผู้จัดการทั่วไป	sriksun8@yahoo.co.th	
007	โรจน์บัลลาแสงไทยเก่า	วิชัย แสงเจริญถาวร	รองกรรมการผู้จัดการ	bowpun9@gmail.com	
008	หจก.อภิลักษณ์ แอนด์ ซี.เทรดดิ้ง	สุดา โกศลรักษ์	ผู้จัดการ	pusadeeke@gmail.com	
009	ผู้ประกอบการPrivacy/Investor	ดวงสมร สุวรรณปราโมทย์		lasuw.558@gmail.com	
010	วิพีกรุ๊ป	วิวัฒน์ โคตรทรัพย์	การตลาดอาวุโส	vpvp_8@hotmail.com	
011	บจก เอ็น ที กรุ๊ป	นพสิทธิ์ วิมลพูนศักดิ์	สงก	nopsit.v@gmail.com	
012	บจก เอ ยู เทรดดิง	มศิริชัย สุประทักษ์	manager	homaliwan@hotmail.com	
013	บ.สหวิริยชาติ จก.	วิชัย จิรนนท์ไพสิฐ	General Manager	vichai.jr@hotmail.com	
014	บจก.แมกเนตโต้	ปริญทร์ เตนแพทย์ขงามูร	ผู้ช่วยผู้จัดการ	bdlek@hotmail.com	
015	เทสท์อินเตอร์เทรด	ศรินทร์ ประเทืองสุขศรี		nuntanat2497@gmail.com	
016	เสรีการค้า	ยุคดี ศรีชัยวัฒน์โยธิน	ผู้ประกอบการ	pamind11@gmail.com	
017	พิชิตบริการ	ยุรัตน์ พิชิตวิริยะกุล	ผู้ประกอบการ	pamind33@gmail.com	
018	พิชิตบริการ	อภิชาติ พิชิตวิริยะกุล	ผู้ประกอบการ	pamind55@gmail.com	
019	บริษัท มายพลัส กรุ๊ป จำกัด	อัครชัย สวัสดิ์สินสาร	Manager	myplusgroup@gmail.com	
020	บจก.เอสเนเจอร์	สุวรรณา วัฒนไกร		SUWANNAS@GMAIL.COM	

การสัมภาษณ์แหล่งแสวงหาบุคลากรภายนอกของธุรกิจไทย ในระหว่างเดือน มิ.ย. ถึง ส.ค. 2563 ณ ห้องสุโขทัย โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร เวลา 09.00 - 12.00 น.					
รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
021	บริษัท สหยูเนี่ยน จำกัด มหาชน	ณัฐพัฒน์ พ่วงบัว	เจ้าหน้าที่พัฒนาธุรกิจ	natapat@sahaunion.co.th	
022	บริษัท ปิโตรเคมีคอร์ปอเรชั่น จำกัด	เมธี อีทริชะวงศ์	กรรมการผู้จัดการ	maytee@petromexcorp.com	
023	บจก. วีพี เอนเตอร์ไพรซ์	วีระเชษฐ ชีชาวาธรรม		werachet@gmail.com	
024	บริษัท วีพี เอนเตอร์ไพรซ์ จำกัด	มุกดา ชีชาวาธรรม		lussama.eu@gmail.com	
025	บริษัท ไลออน ดิงส์ ดอว์เบอร์รี่ 2828 จำกัด	premanan ศีลาทนะ	Director	silapremanan@gmail.com	
026	บริษัท ไลอ้อน ดิงส์ ดอว์เบอร์รี่ 2828 จำกัด	ประชา ละครกระศิลป์	กรรมการผู้จัดการ	pracha@pcts2004.com	
027	บริษัท ท้าตะขาบ (ซิมเทียมฮ้อ) จำกัด	ชาญชัย พิมพ์แสง	รองผู้จัดการฝ่าย	cranchai.pim@gmail.com	
028	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน	ปวีณา ทองดี	นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานปฏิบัติการ	malry_1712@hotmail.com	
029	ไอ คอน	วรพลณ์ ลีบุญอวีชัย	ผู้จัดการ	voraphot@hotmail.com	
030	โพแทสเซียมเคมิดมาร์ท จำกัด	นิศากร พ่วงมหา	ฝ่ายต่างประเทศ/นำเข้าส่งออก	nisagorn0814501541@gmail.com	
031	โพแทสเซียมเคมิดมาร์ท จำกัด	อุไรวรรณ พ่วงมหา	ฝ่ายต่างประเทศ/ส่งออก	poobkkth@gmail.com	
032	ศรีสกุล เอ็นจิเนียริง	เด่นชัย ดันดีพัฒน์สกุล	Director	srisaku_eng@hotmail.com	
033	กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม	นริศร์ดี คุณาสุข	สมาชิก	kuphasuk888@gmail.com	
034	นซูเปอร์โพล จำกัด	โสภณ คุณาสุข		sopachat0001@gmail.com	
035	บริษัท โพลีโรทส์ (ไทยแลนด์) จำกัด	ชฎาภัช แสงทับทิม	MD	joywarisara@teca.co.th	
036	บจก. ไอแพทชั่น	สุชัย อาชยาน่า		kensupachai@gmail.com	
037	สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	บุญจิรา ขอบประเสริฐ		boonjira@nesdc.go.th	
038	Expedia Thailand	พิชชากร ปิ่นพรมณี	ผู้จัดการ		
039	Modern Property อสังหาฯ สำหรับผู้เกษียณอายุ	อรุณี เทียมพงษ์	ผู้บริหาร		
040	PTTOR	บัวรัต เวชกิจ	Analyst		

รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
041	SCG	พิมพ์ชนก วรรณนนท์	Business Collaboration Management Manager - Eldercare Solution	printone@scg.com	
042	SCG	กิตติพิท นาคสุสุข	Marketing		
043	Shopee	ณัฐภูมิ บิดจางวิเศษ			
044	Telecom Services	ชวลิต ประวิณวรกิจ	MD	clpraveen@gmail.com	
045	Wellness We Care Center	สันต์ ใจยอดศิลป์	ผู้บริหาร		
046	Wocation	Pasiree Parichani	Founder		
047	กรรมการค้ายาใน	กุลนัฐ งามเมืองขี้ก	เจ้านักงานการพาณิชย์ชำนาญงาน		
048	กรรมการค้ายาใน	ประเมศวร์ ปานขาว	นักวิชาการพาณิชย์		
049	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	ศันสนีย์ นาคสุสุข จิรพรรัตน์ งามวิจิตร	นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการพิเศษ	pramrueep@trade.go.th	
050	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	สุรัชดา พอดานี	ผู้อำนวยการกลุ่มงานพัฒนาศักยภาพแรงงานกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ	wepdpds@gmail.com	
051	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	สุดิ ทองคำ	ผู้อำนวยการกลุ่มงานพัฒนานวัตกรรมพัฒนาศักยภาพแรงงาน	sukitidsd@yahoo.com	
052	กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน	ปริษา ทองดี	นักวิชาการพัฒนาฝีมือแรงงานปฏิบัติการ	maiky_1712@hotmail.com	
053	กรมอุตสาหกรรม	เอกรินทร์ ผดุงทรัพย์ถาวร	นักทรัพยากรบุคคลชำนาญการ	106545@customs.go.th	
054	กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ	กุลทิพย์ บุญเชื้อ	นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ	kulthip.b@trade.go.th	
055	โครงการศูว์ฒนาลัย (Supalai Wellness Valley)	จิรัฐ อิตตรวาณิชชากร	Head of marketing		
056	โครงการศูว์ฒนาลัย (Supalai Wellness Valley)	วิจิตรา สารสุข	Front office Supervisor		
057	ห้าดาว วิลล์ภูเก็ต	ธีรภัทร จตุวิวัฒน์เรกุล	เจ้าของกิจการ		
058	ธนาคารกรุงศรีอยุธยา	วรุฒม์ เตชะจินดา	ที่ปรึกษาด้านการลงทุน		
059	ธนาคารกรุงไทย	ตฤพล คุณกาญจน์แก้ว	Strategy Analyst		
060	ธนาคารทหารไทย	กันณิษฐ์ ศิลปาวณิชช์	Analyst TMB Analytic		

รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
061	ธนาคารทหารไทย	मुखยวีมล อักษรตั้ง	Specialist		อุษ ขวัญใจ
062	ธนาคารแห่งประเทศไทย	กฤษฎี ศรีประจักษ์	Economist		Krit
063	บ.ม.จ. กสิกรไทย	อ้นพงษ์ วาสนพิชัย	Assistant Manager		Thany Long
064	บริษัท ดีมีด จำกัด	นุชรี พูนลาภ	ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาสินค้า	๙	SPS
065	บริษัท ดีมีด จำกัด	พิรมิษฐ์ พูนลาภ	รองผู้จัดการฝ่ายพัฒนาสินค้า	peeranata@igmail.com - ๙	peeranata
066	บริษัท ดีมีด จำกัด	สุพรรณษา วรรณชัย	พนักงาน		สุพรรณษา
067	บริษัท ฟุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม จำกัด	ริญอร่าณ ศรีรัมย์ศรีกุล	sales & Marketing		ริญอร่าณ
068	บริษัท ฟุ่งสุวรรณ ออร์แกนิกฟาร์ม จำกัด	อลิสรา งานไชน่า	ผู้จัดการฝ่ายการตลาด		OLISA
069	บริษัท ป.ด.ท. จำกัด(มหาชน)	จิตติพันธ์ อรรถยาณกุล	พนักงานวิเคราะห์และวางแผน	jittinan.a@pttplc.com	จิตติพันธ์
070	บริษัท ป.ด.ท. จำกัด(มหาชน)	อัคร เลื่อนยศ	พนักงานวิเคราะห์และวางแผน	aksom.l@pttplc.com	อัคร
071	บริษัท ป.ด.ท. จำกัด(มหาชน)	ธีรภัทร ศรีบรรเจิดพร	พนักงานวิเคราะห์และวางแผน	theeraphat.s@pttplc.com	ธีรภัทร
072	บริษัท ฟาร์มแสนสุข จำกัด	ภญ รุ่งทิวา ประจันตม	กรรมการผู้จัดการ	rungthiwa@farmmuk.com	รุ่งทิวา
073	บริษัท เอ็นเอ็น วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	นิตยณณ โภมากรทัต		Yuenyena@gmail.com	นิตยณณ
074	บริษัท เอ็นเอ็น วิสาหกิจเพื่อสังคม จำกัด	ภริษา ปภากาธุเรเสียร			ภริษา
075	บริษัท สมาร์ท แอนด์ ฟอรัจันบิสซิเนส จำกัด	อภิพรพรรณ กระบิลสิงห์	ฝ่ายการตลาด	apipompan@gmail.com	อภิพรพรรณ
076	บริษัท สหบุญทองกรุ๊ป จำกัด	สุดารัตน์ ดิลกโกมล			สุดารัตน์
077	บริษัท (สิน) จำกัด	วีรชัย วงศ์บุญสิน			วีรชัย
078	บริษัท เอเชีย จำกัด	พัฒนา สุคันธเบริย์			พัฒนา
079	บริษัท เอเชีย จำกัด	เพิ่มศักดิ์ ภิญโญไพชณ	กรรมการ		เพิ่มศักดิ์
080	บริษัท เอเชีย จำกัด	ดารารัตน์ จิระเจริญชัย	กรรมการ		ดารารัตน์

รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
081	บริษัท แอทกรีน จำกัด	พน จิโรภาส	ผู้บริหาร		<i>TON</i>
082	บริษัท แอร์เอเชีย จำกัด	ภัทราพร พยัค		pattharaporn@airasia.com	
083	บริษัท แอร์เอเชีย จำกัด	พิมพ์ลดา พิมพ์วิจิตรภักดิ์		pimladap@airasia.com	
084	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์	ดร.อิทธิกร ชำแดน	อาจารย์ประจำ	aj.itthikom@gmail.com	<i>อิทธิกร</i>
085	ร้านทวีคูณสหภัณฑ์	สุนิสา วัฒนพันธ์	ผู้จัดการร้าน		<i>Sunisa</i>
086	วิลสันมีสุข ที่พัสดุสงขลา โครงการมีสุข	ศศิวิมล สิงหนิตร	ผู้บริหาร		<i>ศศิวิมล</i>
087	สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชียงใหม่	มนัสพร ภนงบุตร	เลขาธิการ/ผู้เชี่ยวชาญด้านผู้สูงอายุ		<i>มนัสพร</i>
088	สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย	สมภาพ เจริญจิตร	เลขาธิการสมาคม	thaimed@truemail.co.th	
089	สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน	พินาภา อภัยวงศ์	นักวิชาการส่งเสริมการลงทุน ชำนาญการพิเศษ	chinapa@boigo.th	<i>พ.ร.</i>
090	สำนักงานหน่วยงานความ	สุภาพ วงศ์เจริญ			<i>สุภาพ</i>
091	สำนักงานหน่วยงานความ	ศิวพร ตั้งสุวรรณกรม			<i>ศิวพร</i>
092	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	อรินดี ขาวเอีร์	ผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SME		<i>อรินดี</i>
093	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	ศลนา เถลิงศรีมี	รองผู้อำนวยการฝ่ายนโยบายและแผนส่งเสริม SME		<i>ศลนา</i>
094	สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม	นันทพร พงสกุล	นักวิเคราะห์นโยบาย SME		<i>นันทพร</i>
095	หอการค้าจังหวัดเชียงใหม่	อาคม สุวรรณกันธา	รองเลขาธิการหอการค้าจังหวัดเชียงใหม่		<i>อาคม</i>
096	ถนนโปสแห่งใจสามน นครศรีธรรมราช	ดิเรกพงศ์ ภาณุพงษ์	นักกิจกรรมอาสาสมัคร	พจนาน-1991@hotmail.com	
097	<i>www.siam.com</i>				
098	ตลิ่งน้ำเหนือ ABCD Centre-785	ดวงใจ นงนุช	ei@nongjai.com		<i>ดวงใจ</i>
099	An-Anthony's Home	ธีรวิมล ธีรวิมล	พ.ร.บ.	thanyanant.p@chule.ac.th	<i>ธีรวิมล</i>
100	Mr. Chersery home	นิพนธ์ นงนุช	นางสาว	kringsaknike@gmail.com	<i>นิพนธ์</i>

พ.ร.บ. ANS จุฬาลงกรณ์
ADK-AOTS 74
Woll
bhalka.porn.k@
abk-aots.org

การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษาคงการที่โครงการปรับปรุงการปฏิบัติงานของบุคลากรในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ในวันที่ 1 กันยายน 2563 ณ ห้องเสนาที่ โรงแรมอัสสัม กรุงเทพมหานคร เวลา 09.00 - 12.00 น.

รหัส	หน่วยงาน	ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง	E-mail	ลายเซ็น
101	บริษัท บอลิเจอร์ จำกัด	อ.ศุภ ใจดี	Chief Marketing Officer	somsak.s.j@bolliger.com	[Signature]
102	บริษัท สยามทิวา (เดลิเวอรี่)	อ.วิวัฒน์ ใจดี	เจนเนอรัล	apirattai.c@gnai.com	[Signature]
103	โรงแรม สยามทิวา	อ.วิวัฒน์ ใจดี			[Signature]
104	บริษัท บอลิเจอร์ จำกัด	อ.วิวัฒน์ ใจดี	เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด		[Signature]
105	สมาคมการค้าผู้ประกอบการค้าปลีก	อ.วิวัฒน์ ใจดี	กรรมการบริหาร		[Signature]
106	บริษัท แอ็คทีฟ สโกลด์ จำกัด	อ.วิวัฒน์ ใจดี	ผู้จัดการ		[Signature]
107		อ.วิวัฒน์ ใจดี	กรรมการบริหาร		[Signature]
108	สมาคมผู้ประกอบการค้าปลีก	อ.วิวัฒน์ ใจดี	กรรมการบริหาร		[Signature]
109	บริษัท บอลิเจอร์ จำกัด	อ.วิวัฒน์ ใจดี	กรรมการบริหาร		[Signature]
110					
111					
112					
113					
114					
115					
116					
117					
118					
119					
120					

1.5.2 ภาพการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา







1.5.3 เอกสารประกอบการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา

การสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา
โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
 วันอังคารที่ 1 กันยายน 2563 เวลา 09.00 - 12.00 น. | ณ ห้องสุรศักดิ์ ชั้น 11 โรงแรมอัสติน แกรนด์ สาทร

เปิดการประชุมไทย | เวทีภาษาไทย "เศรษฐกิจสูงวัย: โอกาสทางธุรกิจกับการปรับเปลี่ยนที่ยั่งยืน"

ผู้ดำเนินรายการ:
 คุณพิมพ์ชนก วรรณชอุภ
 ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

วิทยากร:
 พญ. นาฏ พ่องสมทรง | ผู้บริหารโครงการพัฒนาสุขภาพวัยชราภาคสุขภาพระดับสูง
 ศ.นพ.ดร. อัครวาท บุษประยูร | ผู้ชำนาญการ เชี่ยวชาญ วิสาหกิจเพื่อสังคม
 นพ. เกียรติศักดิ์ ธีรอรุณสินธุ์ | ผู้อำนวยการ โรงพยาบาลผู้สูงอายุ Chersery Home
 คุณวชิระชัย คุณาวัดนา | Head of Living Solution Business บริษัท ปูนซิเมนต์ไทย จำกัด

นำเสนอการศึกษา โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

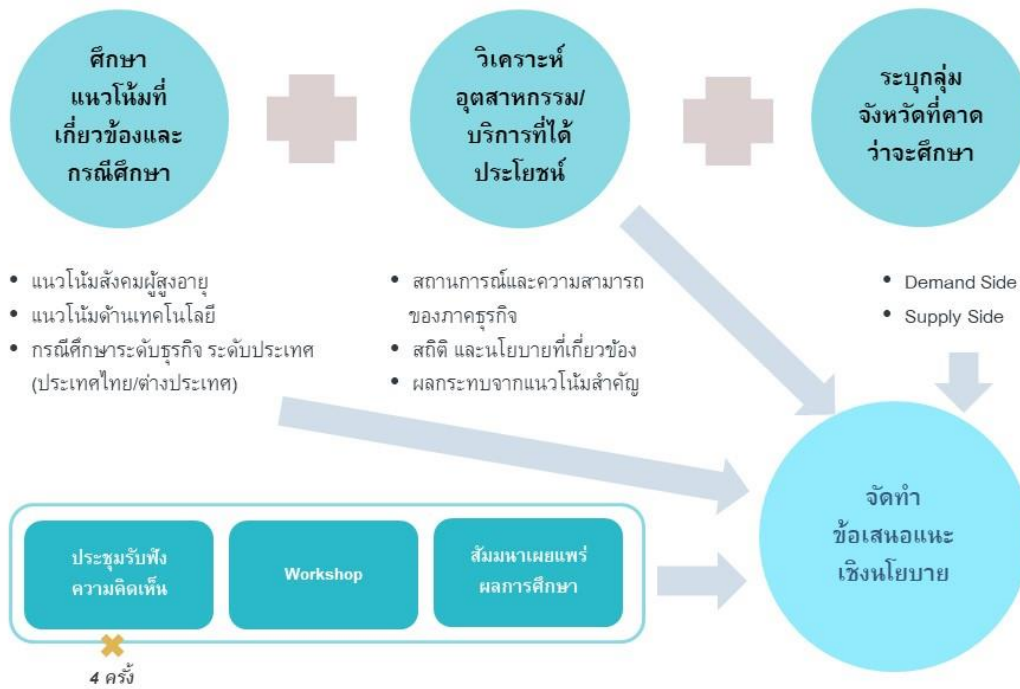
ผู้ดำเนินรายการ:
 คุณจิรเทพ เสวีวงศ์ ณ อยุธยา | กรรมการผู้จัดการ บริษัทไมลิสโอส เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด
 ศศ.ดร. วิราภรณ์ โพธิ์ศรี | ผู้เชี่ยวชาญด้านประชากรศาสตร์ และสังคมสูงวัย
 คุณชานน วุฒิอารยรักษ์ | ผู้จัดการ บริษัทไมลิสโอส เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด

ผู้ที่สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0 2230 6399

วัตถุประสงค์ของโครงการ

- 1 ศึกษาการปรับตัวของโครงสร้างเศรษฐกิจไทยในภาพรวมสำหรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
- 2 ศึกษาและให้ข้อเสนอแนะการปรับตัวของผู้ประกอบการสินค้าและบริการไทยในเศรษฐกิจสูงวัย
- 3 กำหนดทิศทางนโยบาย/แผนงาน เพื่อรองรับและสนับสนุนด้านเศรษฐกิจการค้าในเศรษฐกิจสูงวัย

ขั้นตอนการดำเนินงาน



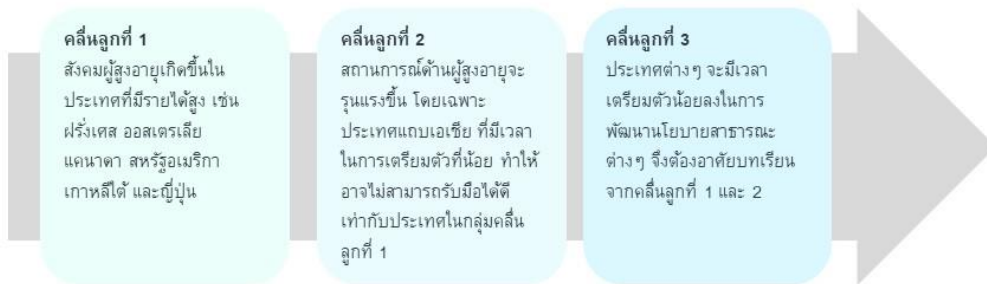
แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย



แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย



ทฤษฎีคลื่นของสังคมผู้สูงอายุทั่วโลก (Wave Theory of Global Ageing)

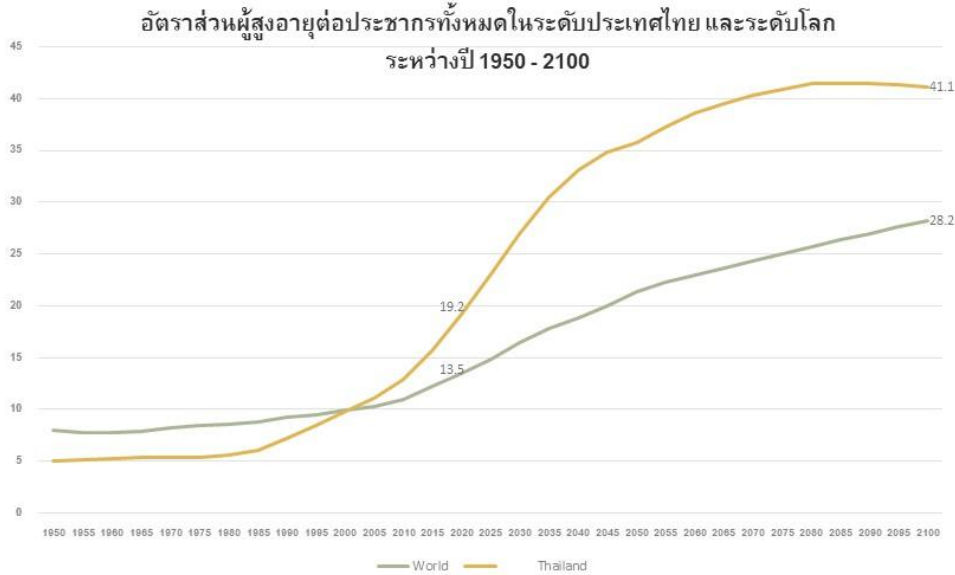


ประเทศไทยในคลื่นลูกที่ 2 โดยพิจารณาข้อมูลสถิติด้านผู้สูงอายุ

- อัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด
- อายุขัยเฉลี่ย
- การคาดประมาณผู้สูงอายุ
- อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุ



ทิศทางอัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดที่**เพิ่มขึ้น**ทั้งในระดับประเทศไทยและระดับโลก โดยไทยมีอัตราการเติบโตของอัตราส่วนผู้สูงอายุที่**สูงกว่า**ระดับโลก

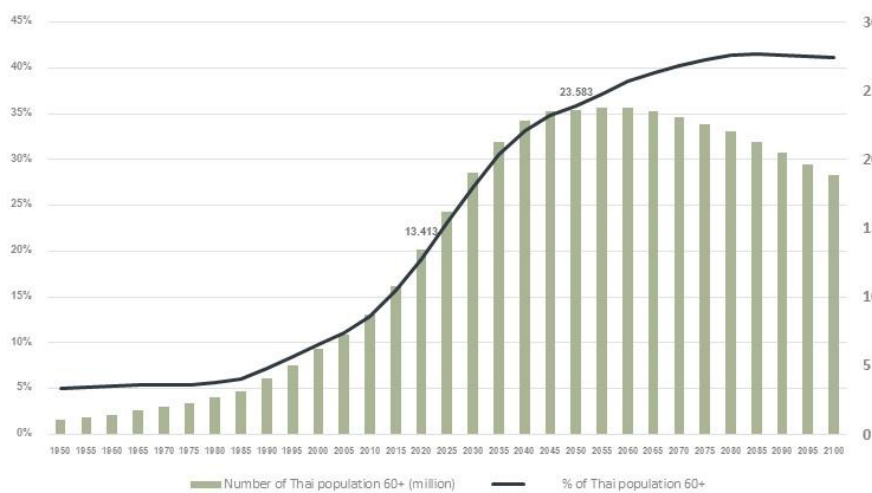


ที่มา: United Nations
หมายเหตุ: กำหนดอายุของผู้สูงอายุที่ 60 ปี



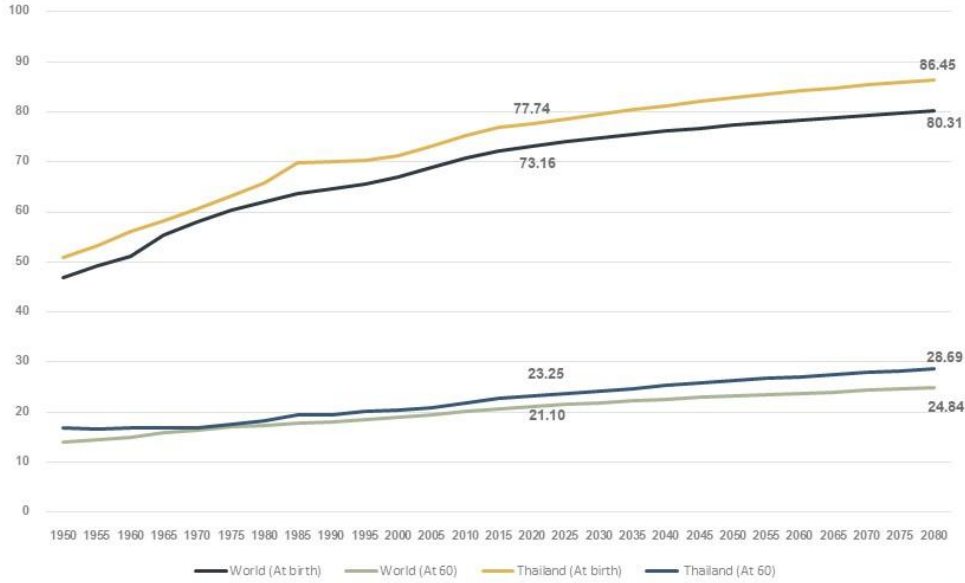
จำนวนผู้สูงอายุของไทยอาจ**เพิ่มมากขึ้นเกือบหนึ่งเท่า**ในระยะเวลา 30 ปี
อัตราส่วนผู้สูงอายุอาจสูงถึง**กว่าหนึ่งในสาม**ของประชากรทั้งหมดในปี 2593

การคาดประมาณจำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทย
ระหว่างปี 1950 - 2100



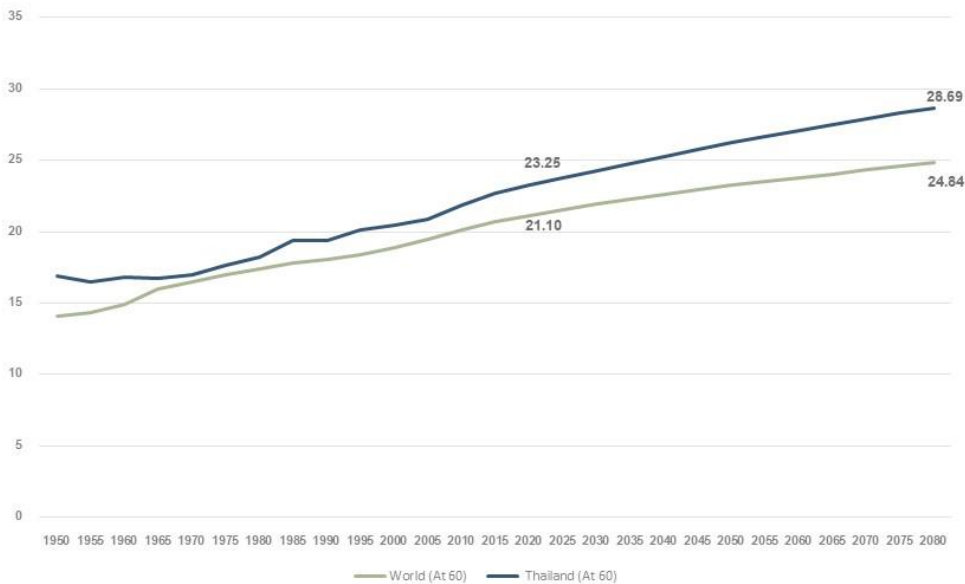
ที่มา: United Nations
หมายเหตุ: กำหนดอายุของผู้สูงอายุที่ 60 ปี

อายุขัยเฉลี่ยของประชากร**เพิ่มขึ้น**ทั้งในระดับประเทศไทยและระดับโลก
 อายุขัยเฉลี่ยของประชากรไทย**สูงกว่า**อายุขัยเฉลี่ยของประชากรโลก



ที่มา: United Nations
 หมายถึง: กำหนดอายุของผู้สูงอายุที่ 60 ปี

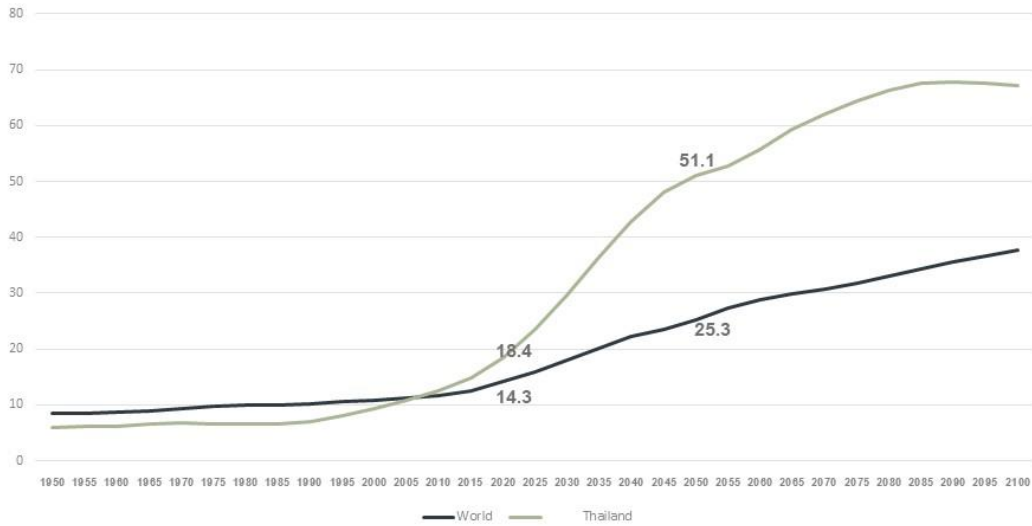
อายุขัยเฉลี่ยของประชากร**เพิ่มขึ้น**ทั้งในระดับประเทศไทยและระดับโลก
 อายุขัยเฉลี่ยของประชากรไทยหลังอายุ 60 ปี **สูงกว่า**อายุขัยเฉลี่ยของประชากรโลก



ที่มา: United Nations

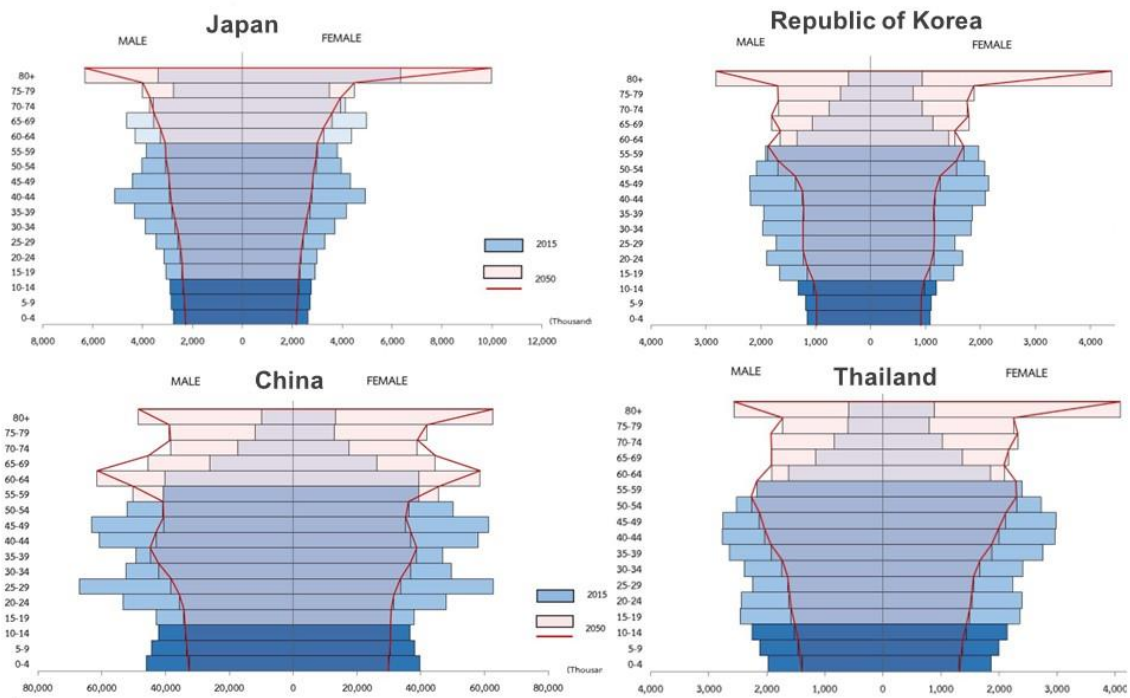
อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุต่อประชากรวัยแรงงานทั้งหมดเพิ่มขึ้นทั้งในไทยและระดับโลก โดยอัตรา ของไทยเริ่มสูงกว่าอัตรา ระดับโลก ตั้งแต่ปี 2007

อัตราส่วนภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุต่อประชากรวัยแรงงานทั้งหมด
ระหว่างปี 1950 - 2100



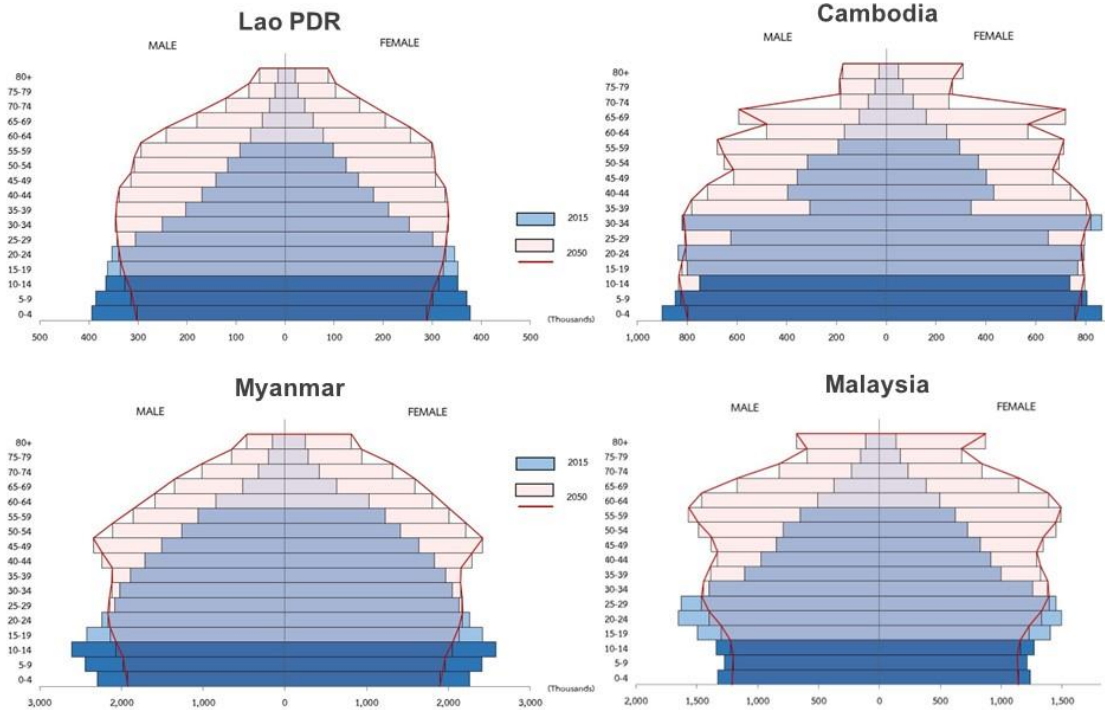
ที่มา: United Nations
หมายเหตุ: กำหนดอายุของผู้สูงอายุที่ 60 ปี

พีระมิตประชากรของประเทศในเอเชีย ระหว่างปี 2015 - 2050



ที่มา: Care for Older Persons in ASEAN+3 Project: The Role of Families and Local and National Support Systems, 2018

พีระมิตประชากรของประเทศเพื่อนบ้าน ระหว่างปี 2015 - 2050



ที่มา: Care for Older Persons in ASEAN+3 Project: The Role of Families and Local and National Support Systems, 2018

โรคไม่ติดต่อ (Non-communicable Diseases หรือ NCDs)

โรคไม่ติดต่อเป็นสาเหตุการเสียชีวิตของประชาชนไทย >> อุปสงค์ทางด้านบริการทางการแพทย์

อัตราการตาย โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

จำนวนการเสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรังทั่วโลก ไม่น้อยกว่า 36 ล้านคน

คิดเป็น ร้อยละ = 62

ประเทศไทย มีการตายด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ร้อยละ 75 หรือ 320,000 คน/ปี

มีอัตราการตายด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ช.ส. 37 คน

สาเหตุการเสียชีวิต

- 1 (ร้อยละ 4.5%) โรคหลอดเลือดสมอง ประมาณ 29,000 คน
- 2 โรคหัวใจขาดเลือด
- 3 โรคทางเดินหายใจเฉียบพลันเรื้อรัง
- 4 โรคเบาหวาน
- 5 โรคความดันโลหิตสูง

อุปสงค์สำหรับผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านสุขภาพ เช่น

- สถานพยาบาล
- เครื่องมือแพทย์และเวชภัณฑ์
- ยารักษาโรค
- บริการด้านสาธารณสุขต่างๆ

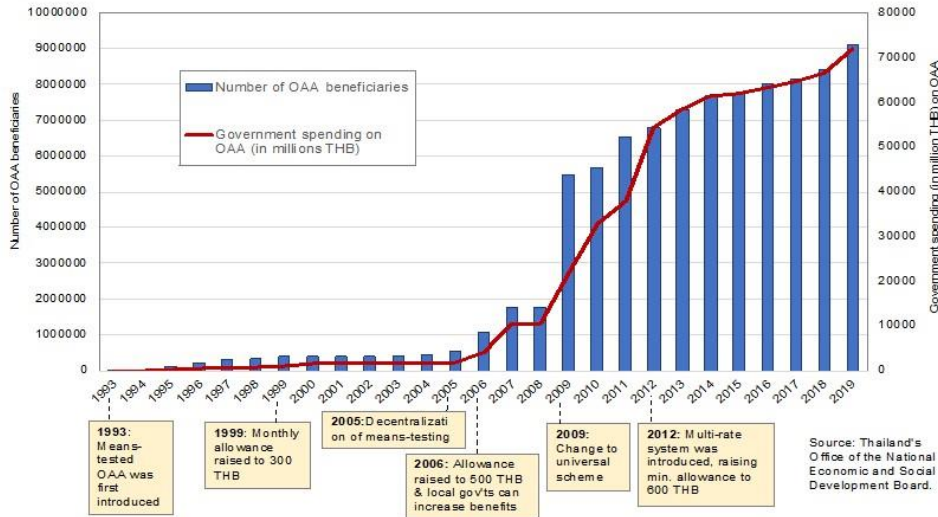
hfocus

ที่มา: การประชุมสมัชชาสุขภาพแห่งชาติ (NCHS Forum 2018)

สวัสดิการสังคม (Social Welfare)

ตัวอย่างสวัสดิการสังคมสำหรับผู้สูงอายุ: เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ

จำนวนผู้รับเบี้ยยังชีพและรายจ่ายเบี้ยยังชีพในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี
ในปี 2019 ยอดการจ่ายเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุสูงถึง **กว่า 7 หมื่นล้านบาท**



ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ

Source: Thailand's Office of the National Economic and Social Development Board.

การจัดสรรสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุ อาจก่อให้เกิดปัญหาการจัดสรรทรัพยากรภาครัฐ
ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐในการสนับสนุนภาคเอกชน
โอกาสสำหรับภาครัฐกิจในการส่งเสริมสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ

รูปแบบความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม



ประโยชน์ของภาคเอกชนในการทำธุรกิจเพื่อช่วยเหลือผู้สูงอายุ

- ส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
- มาตรการทางการตลาดของธุรกิจ
- สิทธิประโยชน์ทางภาษี

ประโยชน์ของภาครัฐและสังคมในการทำธุรกิจช่วยเหลือผู้สูงอายุ

- ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการที่จำเป็นมากขึ้น
- ภาคธุรกิจมีกำลังใจในการทำธุรกิจเพื่อสังคม
- อาจช่วยประหยัดงบประมาณในการจัดสรรบริการสาธารณะ

หนี้สาธารณะ (National Debts) : การมีหนี้สาธารณะจำนวนมากอาจกระทบต่อการดูแลผู้สูงอายุในสังคม เช่น การรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ

ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในประเทศไทยเพิ่มขึ้นประมาณ 4 เท่า ในระยะเวลา 17 ปี และมีอัตราส่วนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพต่อจีดีพีเพิ่มขึ้นในระยะเวลา 17 ปี



ประเด็นที่เกี่ยวข้องกับแผนภาพ

- การเติบโตของธุรกิจด้านสุขภาพ
- ความกังวลต่อความสามารถของภาครัฐในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพที่เพิ่มมากขึ้น
- ความจำเป็นของ **การส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค** เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการรักษา
 - ✓ ความจำเป็นต่อการสนับสนุนสินค้าและบริการด้านการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค เช่น อาหารเพื่อสุขภาพ การออกกำลังกาย อุปกรณ์ลดความเสี่ยงจากอุบัติเหตุ

การดูแลผู้สูงอายุและความแน่นแฟ้นในครอบครัว (Caring and Family Cohesion)

คำนิยามการดูแลผู้สูงอายุโดยสมาชิกในครอบครัว

- การลาออกจากงานเพื่อดูแลผู้สูงอายุ
 - เป็นไปไม่ได้ในครอบครัวที่มีข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจ หรือครอบครัวที่มีบุตรหลานเพียงคนเดียว
 - บัญหาผู้สูงอายุในครอบครัวที่ไม่มีบุตรหลานที่ไม่ได้รับการดูแล



คำนิยามสมัยใหม่ในการดูแลผู้สูงอายุ >>> โอกาสทางธุรกิจด้านการดูแลผู้สูงอายุ

- การจ้างบุคคลเพื่อดูแลผู้สูงอายุเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมมากขึ้น
- การให้ผู้สูงอายุพักอาศัยในบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุมีปริมาณมากขึ้น



การเตรียมพร้อมต่ออุปสงค์ด้านการดูแลผู้สูงอายุที่มากขึ้น

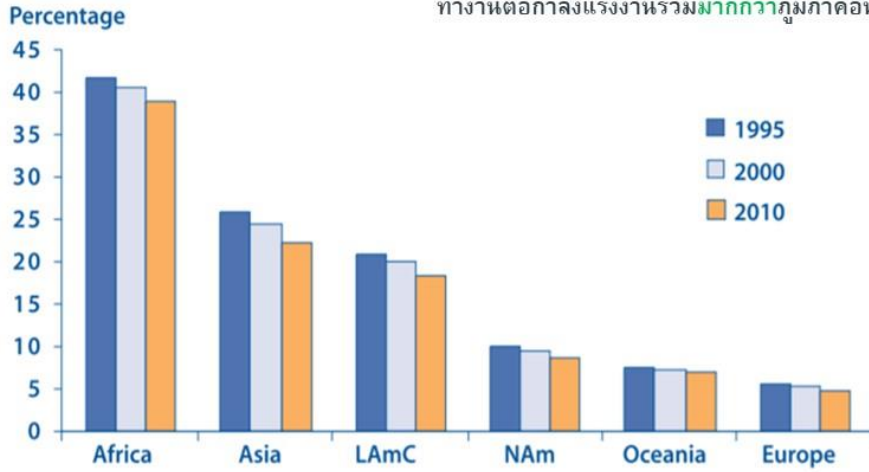
- การเตรียมความพร้อมด้านบุคลากรด้านทักษะและองค์ความรู้
- มาตรการทางการเงินเพื่อจูงใจแรงงานที่ทำหน้าที่ดูแลผู้สูงอายุ



การจ้างงานผู้สูงอายุ (Mature-age Employment)

กลุ่มผู้สูงอายุที่มีความคล่องแคล่วและมีศักยภาพยังคงสามารถเป็นกำลังแรงงานในระบบเศรษฐกิจ

ภูมิภาคแอฟริกาและภูมิภาคเอเชียมีอัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวมมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ



LAmC: Latin America and the Caribbean
NAm: North America

Source: ILO, 2000

ที่มา: (International Labour Organization) ILO ประมวลโดย World Health Organization (WHO)

จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ยังทำงาน

และอัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวม **มากขึ้น** ในระยะเวลา 7 ปี

จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยที่ยังทำงาน และ อัตราผู้สูงอายุที่ยังทำงานต่อกำลังแรงงานรวม ระหว่างปี พ.ศ. 2555 - 2562



ประเด็นการจ้างงานผู้สูงอายุในประเทศไทย

- ทักษะความเชี่ยวชาญของบุคลากร
- สิทธิประโยชน์ทางภาษี
- มาตรการทางการตลาด
- การส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร
- ความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR)

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

สิ่งแวดล้อมเมือง (Urban Environment)

หลักการออกแบบสำหรับทุกคน (Universal Design) ที่ช่วยผู้สูงอายุในการดำรงชีวิตร่วมกับสังคม

องค์ประกอบของ หลักการออกแบบสำหรับทุกคน (Universal Design)

- การใช้งานได้อย่างเท่าเทียม (Equitable Use)
- ความยืดหยุ่นในการใช้งาน (Flexibility in Use)
- การใช้งานได้อย่างง่าย (Simple Use)
- ข้อมูลที่สามารถรับรู้/เข้าใจได้ (Perceptible Information)
- การออกแบบที่มีโอกาสของอันตรายและความผิดพลาดที่ต่ำ (Tolerance for Error)
- การใช้งานที่ออกแรงต่ำ (Low Physical Effort)
- ขนาดและพื้นที่ที่เหมาะสม (Size and Space for Approach and Use)



ตัวอย่างของการออกแบบสิ่งแวดล้อมเมืองด้วย Universal Design

- การพัฒนาทางม้าลายสำหรับข้ามถนนแทนที่การสร้างสะพานลอย
- การปรับปรุงทางเท้าให้ใช้งานรถเข็นได้สะดวก
- การออกแบบการจราจรให้มีระยะเวลาการข้ามถนนที่นานขึ้น

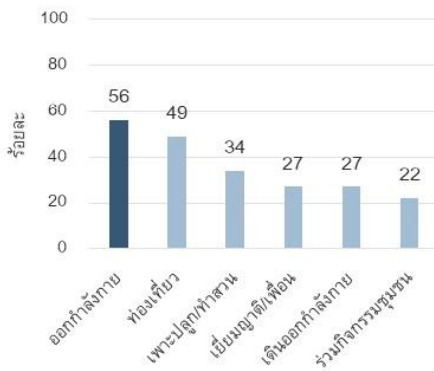
โอกาสสำหรับภาคธุรกิจ

- ธุรกิจเกี่ยวกับบริการก่อสร้างและวัสดุก่อสร้าง
- ธุรกิจเกี่ยวกับการออกแบบสิ่งแวดล้อม
- ธุรกิจเกี่ยวกับนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ

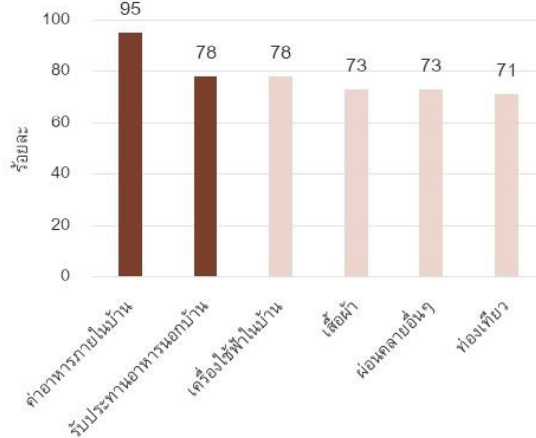


ความท้าทายต่อรูปแบบการบริโภค (Challenges to Consumption Patterns): โอกาสของภาคธุรกิจ ข้อมูลทางการตลาดพบว่าผู้สูงอายุในประเทศไทยให้ความสำคัญกับการออกกำลังกายและค่าใช้จ่ายด้านอาหาร

กิจกรรมที่ผู้สูงอายุชาวไทยชื่นชอบ



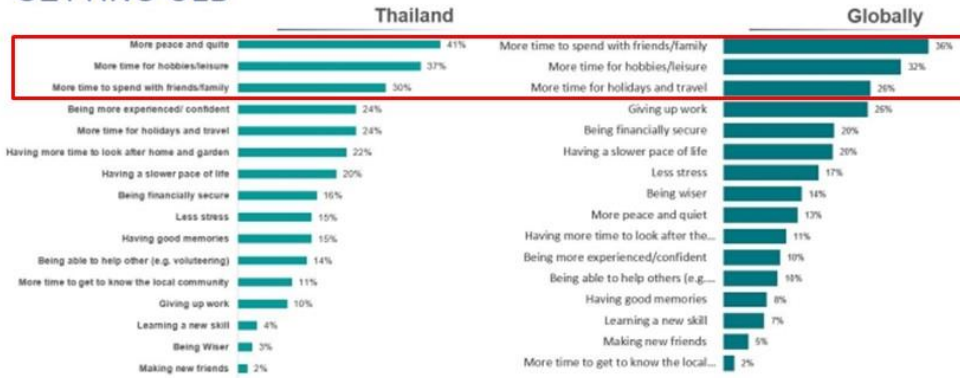
พฤติกรรม/สินค้า ที่ผู้สูงอายุให้ความสำคัญในการใช้จ่าย



ที่มา: รายงาน "Getting Older—Our Aging world" โดย IPSOS

วิถีชีวิตของผู้สูงอายุสมัยใหม่: ผู้สูงอายุมีวิถีชีวิตที่ไม่ต่างกับคนหนุ่มสาว
 ผู้สูงอายุต้องการความสงบ พักผ่อน ใช้เวลากับเพื่อน/ครอบครัว

THE BEST THINGS ABOUT GETTING OLD



Source: Ipsos Global Advisor - Views on ageing

35 - © Ipsos | Our Ageing World

A big positive that emerges is the ability to spend more time doing the things you want - old age offers opportunity



ที่มา: รายงาน "Getting Older—Our Aging world" โดย IPSOS

Bolliger & Company

23

ความท้าทายต่อรูปแบบการบริโภค (Challenges to Consumption Patterns): ข้อพึงระวัง



- การออกแบบรูปแบบสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุให้เหมาะสมกับเงื่อนไขทางกายภาพของผู้สูงอายุ
 ตัวอย่าง
 ผู้สูงอายุอาจมีปัญหาเรื่องความจำ จึงออกแบบผลิตภัณฑ์ทางการเงินของผู้สูงอายุที่ใช้เส้นเลือดดำบนฝ่ามือ และ
 ลายนิ้วมือแทนรหัสเอทีเอ็ม แทนที่การใช้รหัสผ่าน



- ตลาดสินค้าของผู้สูงอายุที่ควรกระจายกลุ่มเป้าหมายทางธุรกิจมายังกลุ่มผู้ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจต่ำ
 เนื่องจากผู้สูงอายุจำนวนมากมีฐานะยากจน

ร้อยละ 34.3 ของผู้สูงอายุในปี พ.ศ. 2558 มีรายได้ต่ำกว่าเส้นความยากจน
 (รายได้ต่ำกว่า 2,647 บาท ต่อเดือน)

ที่มา: รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2559 โดยมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย




















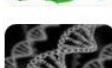





Bolliger & Company

24

แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

<p>แนวโน้มด้านสังคมสูงวัย</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wave Theory of Global Ageing • NCDs • Social Welfare • National Debts • Caring and Family Cohesion • Mature-age Employment • Urban Environment • Challenges to Consumption Patterns 	<p>แนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย</p> <ul style="list-style-type: none"> • The Internet of Things • Connected home • Smart Cities • Sharing Economy • Massive Open Online Course • Robotics and Services 	<p>แนวโน้มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย</p> <ul style="list-style-type: none"> • International Trade • Lifelong Learning • Social Responsibility 
---	---	--

การปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (The Fourth Industrial Revolution หรือ 4IR) เทคโนโลยี 23 ด้านนี้ ได้รับการคาดการณ์ว่าจะปฏิวัติวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน


 Implantable Technologies	 The Connected Home	 The Sharing Economy
 Our Digital Presence	 Smart Cities	 Governments and the Blockchain
 Vision as the New Interface	 Big Data for Decisions	 3D Printing and Manufacturing
 Wearable Internet	 Driverless Cars	 3D Printing and Human Health
 Ubiquitous Computing	 Artificial Intelligence and Decision-Making	 3D Printing and Consumer Products
 A Supercomputer in Your Pocket	 AI and White-Collar Jobs	 Designer Beings
 Storage for All	 Robotics and Services	 Neurotechnologies
 The Internet of and for Things	 Bitcoin and the Blockchain	

ที่มา: บัณฑิตเจอร และดี คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ประมวลจาก The Fourth Industrial Revolution, WEF, 2016

เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย


เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (The Internet of Things: IoT)

- เป็นเทคโนโลยีที่เชื่อมโยงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ด้วยอินเทอร์เน็ต
- อุปกรณ์ต่างๆ สามารถสื่อสารและเชื่อมโยงกันผ่านสัญญาณอินเทอร์เน็ต
- ถูกนำมาใช้ในเทคโนโลยีทางด้านสุขภาพและการแพทย์




เทคโนโลยีบ้านที่เชื่อมต่อกับทุกอย่าง (Connected Home)

- ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายในครัวเรือนสามารถเชื่อมต่อกันด้วยอินเทอร์เน็ต
- ผู้อยู่อาศัยภายในบ้านที่สามารถตรวจสอบความเรียบร้อยของบ้านได้
- อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุได้โดยตรงในการดูแลบ้าน
- ช่วยประหยัดเวลาในการเปิดปิดสิ่งต่างๆ
- ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่บุตรหลานที่สามารถดูแลและระวังการใช้ชีวิตตามลำพังของผู้สูงอายุ



เมืองอัจฉริยะ (Smart Cities)


- รูปแบบของเมืองสมัยใหม่ที่ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล ในการบริหารจัดการเมืองและทรัพยากร
- การออกแบบที่มีความเป็นสากลคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ใช้พลังงานสะอาด และควบคุมการใช้พลังงานด้วยระบบดิจิทัล
- เชื่อมต่อการให้บริการระบบสาธารณูปโภคกับอินเทอร์เน็ต เพื่อจัดการและบริการภายในชุมชนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น



เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย


เศรษฐกิจแบ่งปัน (Sharing Economy)

- การแบ่งปันสินค้าและบริการผ่านตลาดออนไลน์ โดยการเช่าหรือยืมเพียงชั่วคราว
- การจับคู่ระหว่างผู้ต้องการให้บริการและรับบริการผ่านทางแพลตฟอร์มต่างๆ
- การเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน Grab ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ
- ผู้สูงอายุที่เกษียณแล้วที่มีสินค้าหรือบริการ สามารถมีส่วนร่วมในระบบเศรษฐกิจแบบแบ่งปัน เช่น Grab Airbnb




เทคโนโลยีหลักสูตรออนไลน์แบบเปิด (Massive Open Online Course หรือ MOOC)

- รูปแบบหลักสูตรเรียนออนไลน์ที่เปิดรับคนจำนวนมากให้เข้ามาเรียนโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย
- พื้นที่ห่างไกลหรือพื้นที่ขาดแคลนทรัพยากร สามารถเข้าถึงการศึกษา
- บุคคลสามารถมีการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- ผู้สูงอายุสามารถใช้เวลาว่างในยามเกษียณ ในการศึกษาวิชาความรู้และทักษะต่างๆ
- องค์กรความรู้ในการประกอบอาชีพหลังเกษียณ
- มีหลักสูตร MOOC ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุและเศรษฐกิจสูงวัย



เทคโนโลยีหุ่นยนต์และการให้บริการ (Robotics and Services)

- ภาคการผลิตได้มีหุ่นยนต์เพื่อทดแทนการขาดแคลนแรงงานหรือทดแทนแรงงานที่ขาดคุณภาพและทักษะ
- หุ่นยนต์กำลังทดแทนหรือทำงานร่วมกับบุคลากรทางการแพทย์ที่มีอย่างจำกัด
- เทคโนโลยีทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพและการแพทย์
- การผ่าตัดหรือวินิจฉัยโรคด้วยระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์
- เทคโนโลยีหุ่นยนต์เพื่อดูแลผู้สูงอายุ



แนวโน้มสำคัญที่ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

แนวโน้มด้านสังคมสูงวัย

- Wave Theory of Global Ageing
- NCDs
- Social Welfare
- National Debts
- Caring and Family Cohesion
- Mature-age Employment
- Urban Environment
- Challenges to Consumption Patterns



แนวโน้มด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

- The Internet of Things
- Connected home
- Smart Cities
- Sharing Economy
- Massive Open Online Course
- Robotics and Services



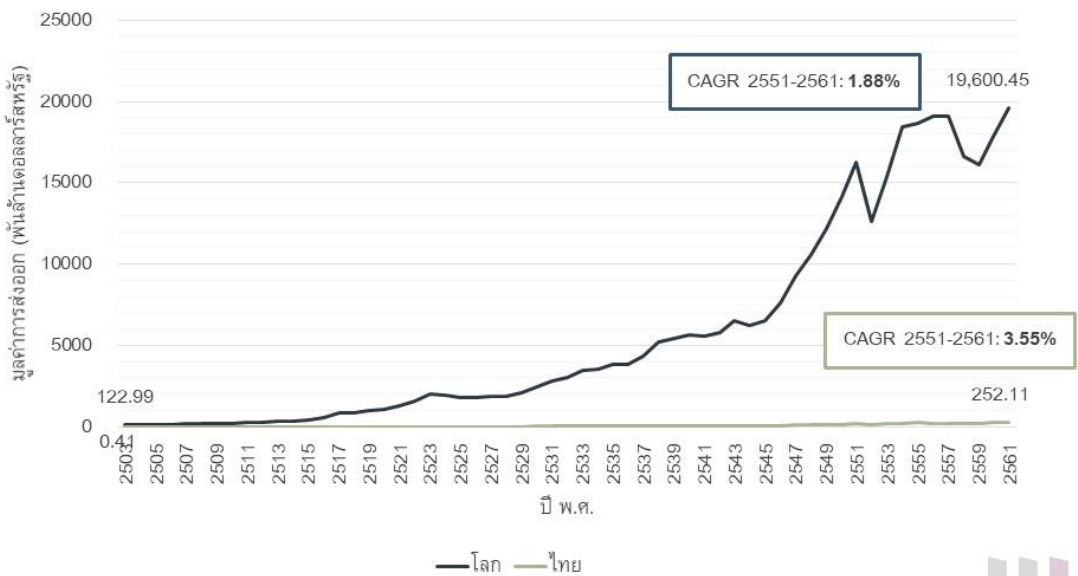
แนวโน้มอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

- International Trade
- Lifelong Learning
- Social Responsibility



มูลค่าการส่งออกระหว่างประเทศเติบโตทั่วโลก

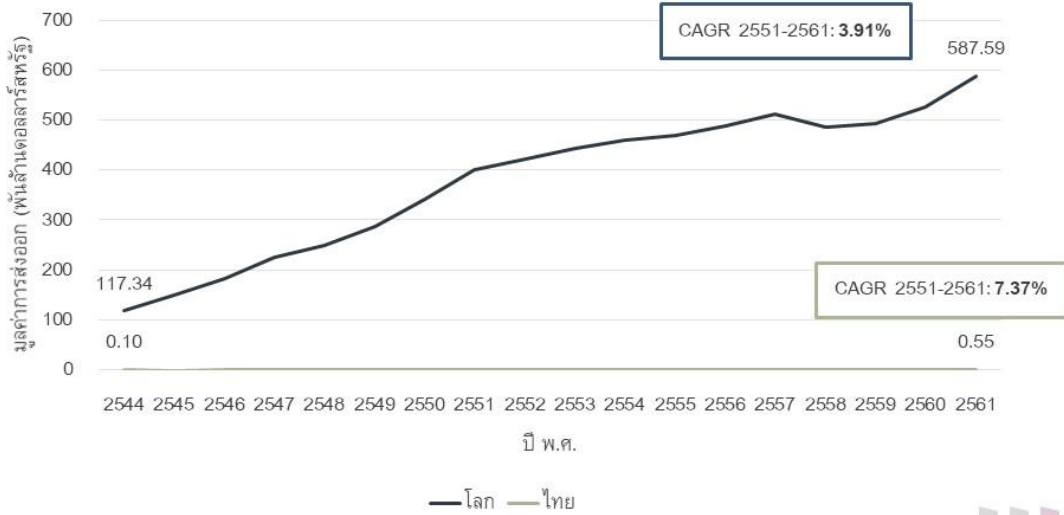
มูลค่าการส่งออกระหว่างประเทศระหว่าง พ.ศ. 2503-2561



ที่มา: Data.worldbank.org

มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์ระหว่างประเทศเติบโตทั่วโลก โดยไทยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยสะสม (2551-2561) สูงถึง ร้อยละ 7.37

มูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทเภสัชภัณฑ์ระหว่าง พ.ศ. 2544 - 2561



ที่มา: ฐานข้อมูล Trade Map – International Trade Statistic โดยองค์การ International Trade Centre

การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

- เป็นแนวโน้มที่สอดคล้องกับการเข้าสู่สังคมสูงวัย
- การเตรียมประชากรให้มีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม
- ผู้สูงอายุให้สามารถทำงานได้นานขึ้น ผ่านการพัฒนาตนเองเพื่อให้สามารถอยู่ในตลาดแรงงาน



คอร์สเรียนออนไลน์แบบ MOOC ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

- Innovating Solutions for Aging Populations (Coursera)
- Rethinking Ageing: Are we prepared to live longer? (Coursera)
- Internet of Things for Active Aging (FutureLearn)
- Ageing Well: Falls (FutureLearn)
- Falling Down: Problematic Substance Use in Later Life (FutureLearn)
- ศาสตร์แห่งการชะลอวัย (Science of active aging) (Thai MOOC)
- การดูแลผู้สูงอายุแบบองค์รวม (Holistic Approach on Ageing Care) (Thai MOOC)
- การพยาบาลผู้สูงอายุ (Gerontological Nursing) (Thai MOOC)



SkillFuture Singapore หรือ SSG

รัฐบาลสิงคโปร์ถือเป็นรัฐบาลต้นแบบในการวางนโยบายเกี่ยวกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาทักษะของประชากร โดยการให้เงินสนับสนุนแก่ประชากรในการเรียนในหลักสูตรต่างๆ ผ่านทางองค์กร โดยมีบริษัทด้านการศึกษาที่ร่วมมือพัฒนาหลักสูตร ที่หลากหลาย เช่น ทักษะทางคอมพิวเตอร์ ทักษะของผู้ประกอบการ ทักษะในชีวิตประจำวัน และทักษะการให้บริการ

SKILLSfuture SG



ความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility)

ผู้สูงอายุถือเป็นหนึ่งในประเด็นความรับผิดชอบต่อสังคมที่สังคมให้ความสำคัญ



- ความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นแนวโน้มทางเศรษฐกิจสังคมที่ได้รับความสนใจจากสังคมในปัจจุบัน
- ใ้ผู้ที่เกี่ยวข้องให้ร่วมดำเนินมาตรการที่รับผิดชอบต่อสังคมและก่อให้เกิดความยั่งยืนแก่สังคมมากยิ่งขึ้น

ผลลัพธ์:

ประโยชน์สาธารณะ มาตรการทางการตลาด ความน่าเชื่อถือและภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่องค์กร

ภาครัฐ	ภาคธุรกิจ
<p>การออกแบบนโยบายที่มีความเป็นสากล (Universal) ซึ่งอำนวยความสะดวกต่อผู้สูงอายุ</p> <ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างสาธารณูปโภค เช่น ระยะเวลาในการข้ามถนน ขนาดตัวอักษรตามประกาศสาธารณะ • นโยบายสำหรับช่วยเหลือผู้สูงอายุโดยตรง เช่น เบี้ยผู้สูงอายุ สวัสดิการรักษายาบาล 	<p>CSR in Process เป็นการดำเนินกิจกรรมเพื่อสังคมโดยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเดิมขององค์กร</p> <ul style="list-style-type: none"> • การขยายการทำงานของแรงงานที่ถึงวัยต้องเกษียณ • การจัดสวัสดิการให้แก่แรงงานสูงอายุ • การออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ครอบคลุมและรับผิดชอบต่อลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุ • การจัดตั้งกิจการเพื่อสังคมสำหรับผู้ดูแลผู้สูงอายุ
	<p>CSR after Process เป็นการดำเนินกิจกรรมที่ไม่เกี่ยวข้องกับดำเนินงานขององค์กรโดยตรง</p> <ul style="list-style-type: none"> • การก่อสร้างลานกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ • การบริจาคสิ่งของให้แก่ผู้สูงอายุ



ตัวอย่างผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

สถานการณ์ปัจจุบัน



ประเทศไทย มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 15.45 ต่อประชากรทั้งหมด 66,188,503 คน จากสถิติในวันที่ 31 ธันวาคม 2560

ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ไม่ดี แม้จะมีชีวิตที่ยืนยาวขึ้น พบว่า 5% ของผู้สูงอายุทั้งหมดที่มีสุขภาพแข็งแรง และไม่มีโรคประจำตัว



ขาดสถานที่ ผู้ดูแลผู้สูงอายุ และแพทย์ในการดูแลผู้สูงอายุ

ไม่มีการวางแผนการเงินสำหรับไว้เกษียณที่เหมาะสม โดยรัฐและสถาบันต่างๆร่วมมือกันที่จะส่งเสริมการออมเงินเพื่อการเกษียณ



รัฐบาลไม่สามารถจัดงบประมาณสวัสดิการได้สำหรับทุกคน


มีการคาดว่าในระยะสั้นธุรกิจการจัดหาที่พำนักระยะยาวจะเติบโตด้วยตลาดผู้สูงอายุต่างชาติที่เกษียณการทำงานมากกว่าจากสถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติสูงอายุนิยมมาเที่ยวไทยมากขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอายุมากกว่า 65 ปี มีการเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 8% นอกจากนี้ ข้อมูลจาก International Living Magazine รายงานว่า ไทยถูกจัดอยู่ใน 1 ใน 10 อันดับประเทศที่มีความเหมาะสมในการอยู่อาศัยยามเกษียณ



ที่มา: สถิติประชากรผู้สูงอายุ http://www.dop.go.th/download/knowledge/th1533055363-125_1.pdf


ตัวอย่างผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการที่ประเทศไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ


สาเหตุ



ผู้บริโภคลุ่มสูงอายุบางส่วน ถือได้ว่าเป็นประชากรที่มีอำนาจต่อการซื้อ และมีกำลังซื้อสูงเนื่องจากมีเงินเก็บ และมีสวัสดิการของภาครัฐบางส่วนสนับสนุน


ผู้ที่อยู่ในวัยแรงงานต้องรับภาระเลี้ยงดูผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น เนื่องจากสัดส่วนผู้สูงอายุต่อแรงงานในตลาด (Dependency Ratio) นั้นมากขึ้น มากกว่าการที่ครอบครัวไทยมีลูกน้อยลง และคนในสมัยเบบี้บูมเข้าสู่วัยชรา






ไม่มีมาตรการ หรือนโยบายส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สูงอายุอยู่ในตลาดแรงงานต่อไป เพื่อสร้างรายได้ และมีการพึ่งพาสวัสดิการรัฐน้อยลง


ผู้สูงอายุไม่ได้รับการดูแลที่เหมาะสม และอยู่ในสถานที่ที่เหมาะสม และไม่สามารถคาดหวังให้ลูกหลานมาดูแลได้เท่าที่ควร






ผู้สูงอายุขาดทักษะที่จะอยู่ในตลาดแรงงานต่อหลังจากเกษียณ

อนาคตจะมีปัญหาขาดแคลนแรงงานอย่างมาก เนื่องจากประเทศเพื่อนบ้านในแก๊จสถานการณ์สังคมผู้สูงอายุเช่นกัน ซึ่งประเทศไทยเน้นมีการพึ่งพาแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาก





วิจัยจากธนาคารแห่งประเทศไทยว่า คนไทยจะออกจากตลาดแรงงานตอนอายุ 45 ปี ซึ่งเป็นเวลาก่อนเกษียณ

พัฒนาการของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย















กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในแต่ละช่วงของชีวิต



Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย รายสาขา

	ภาพรวม	อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์	สินค้าอุปโภคบริโภค	ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ	การเงินและประกัน
ภาครัฐ/หน่วยงานอิสระ					
ภาคธุรกิจ/สมาคม/สมาพันธ์					
ธุรกิจเอกชน					

Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย รายสาขา (1)

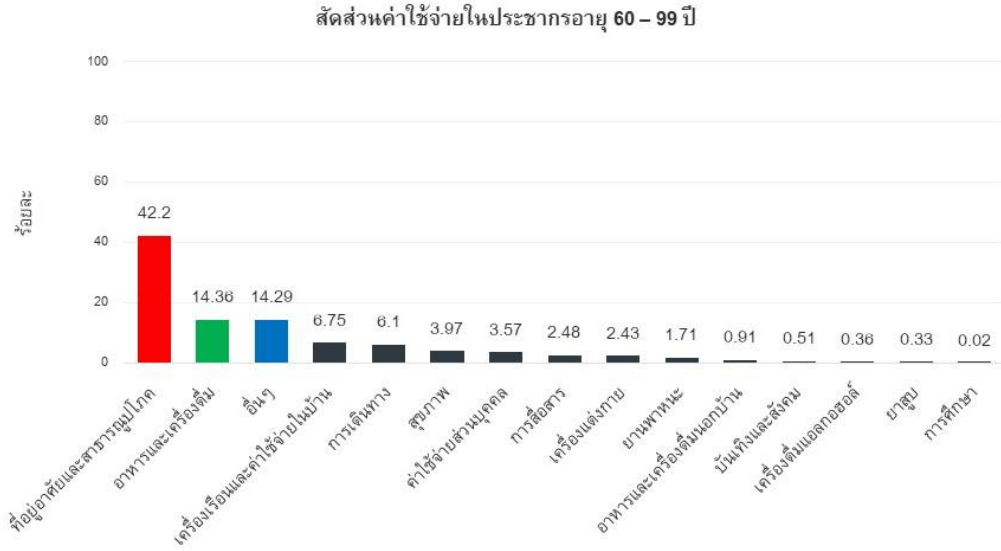
	อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์	สินค้าอุปโภคบริโภค	ที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ	การเงินและประกัน
ภาครัฐ/ หน่วยงาน อิสระ				
ภาคธุรกิจ/ สมาคม/ สมาพันธ์				
ธุรกิจเอกชน				

Stakeholder ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย (2)

ภาครัฐ/องค์กรอิสระ	ภาคเอกชน/ภาคธุรกิจ	ภาควิชาการ
		

การประมาณการที่เกี่ยวข้อง:

ประชากรวัยเกษียณใช้จ่ายด้านที่อยู่อาศัยและสาธารณูปโภค อาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

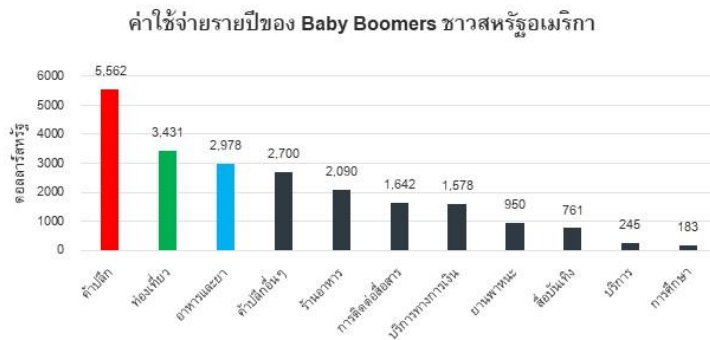


ที่มา: สมประวิณ มีนประเสริฐ, 2553

สถิติที่เกี่ยวข้อง: อุตสาหกรรมหรือบริการที่จะได้ประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย

สถิติการใช้จ่ายในสหรัฐอเมริกาบ่งชี้ว่าค่าใช้จ่ายหลักของ Baby Boomers ได้แก่

ค่าสินค้าปลีก ทองเที่ยว และค่าอาหารและยา



Baby Boomer
= ประชากรที่เกิดในช่วงปี 1946 – 1964 (อายุ 56 - 74 ปี)



สถิติจาก VISA

- Baby Boomers ซื้อสินค้าออนไลน์ร้อยละ 40 ของการใช้บัตร VISA ทั้งหมด และมีแนวโน้มการซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น
- Baby Boomers ใช้บัตรซื้อสินค้าที่หลากหลาย โดยเฉพาะการซื้อของชำ สินค้าที่ใช้ในครัวเรือน และบริการต่างๆ เช่น การแพทย์ ประกันโรคสาธารณะ

ที่มา: Epsilon และ Business2Community.com และ VISA.com

ผู้สูงอายุในฐานะผู้ซื้อ: พฤติกรรมการบริโภค

ผู้บริโภคกลุ่มผู้สูงอายุ ถือได้ว่าเป็นกลุ่มประชากรที่มีอำนาจต่อการซื้อ และมีกำลังซื้อสูง เนื่องจากมีเงินเก็บจากการทำงานหนักมาทั้งชีวิต จึงมีศักยภาพสูงในการบริโภค สะท้อนให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจของผู้ประกอบการ ซึ่งเราสามารถแบ่งช่วงอายุผู้สูงอายุเป็น 3 ช่วงวัย คือ

ผู้สูงอายุวัยต้น (อายุ 60-69 ปี) : เป็นกลุ่มที่มีผู้สูงอายุประมาณสูงสุด 56% ของจำนวนผู้สูงอายุทั้งหมดในอีก 10 ปีข้างหน้า หรือราว 4.6 ล้านคน เป็นกลุ่มที่ทำงานได้ สนใจสุขภาพ จึงมักทุ่มไปด้านการสร้างเสริมสุขภาพ เน้นตรวจสุขภาพ รับประทานอาหารเสริม เครื่องสำอางเน้นเรื่องความชุ่มชื้น ฯลฯ

ผู้สูงอายุวัยกลาง (อายุ 70-79 ปี) : มีปริมาณลดลงมา คือราว 2.5 ล้านคน เป็นกลุ่มที่ต้องการพักผ่อน บางคนมีโรคประจำตัวที่ต้องระวัง ต้องการเรียนรู้โซเชี่ยลมีเดีย อุปกรณ์ไอที โรงเรียนสอนการใช้อินเทอร์เน็ต ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น การท่องเที่ยวแบบช้าๆ (Slow Life)

ผู้สูงอายุวัยปลาย (อายุ 80 ปีขึ้นไป) : เป็นกลุ่มที่ต้องพึ่งพิงดูแล สัดส่วนอยู่ที่ราว 1 ล้านคน สนใจธุรกิจที่เกี่ยวกับการดูแล เช่น เนิร์สซิงโฮม ทั้งแบบไปเช้าเย็นกลับ จะมีความสำคัญมากขึ้น เนื่องจากเหมาะกับสังคมไทยที่เป็นครอบครัวใหญ่ รวมทั้งสินค้าที่ช่วยอำนวยความสะดวกแก่ผู้ดูแลจะเป็นหลัก

ที่มา: รศ.ไตรรัตน์ จารุกุลณ์ หน่วยงานปฏิบัติการวิจัยสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุและคนพิการ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจในระบบเศรษฐกิจผู้สูงอายุ



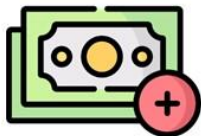
ธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ



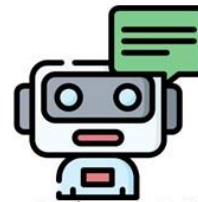
ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัย ท่องเที่ยว ไลฟ์สไตล์



ธุรกิจด้านสินค้าอุปโภคบริโภค



ธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัย



ธุรกิจด้านอิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงอายุ

ธุรกิจด้านการแพทย์และสุขภาพ: ข้อมูลและแนวโน้มที่น่าสนใจ



Bloomberg คาดการณ์ว่าร้อยละ 40 ของประชากรทั่วโลก มีโอกาสเป็น โรคมะเร็ง และจะเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ถึงร้อยละ 70 ในอีก 20 ปีข้างหน้า ซึ่งค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นจากโรคมะเร็งจะสูงถึง 28.64 ล้านล้านบาทต่อปี หรือคิดเป็น 2 เท่าของ GDP ไทยทั้งประเทศ



EvaluatePharma World Preview 2018 ระบุว่ายาที่พัฒนาจาก **Biotechnology** เติบโตร้อยละ 85 ในขณะที่ยาที่พัฒนาจาก **Conventional Technology** เติบโตร้อยละ 3



จากรายงานของบริษัทให้คำปรึกษา **PwC** กล่าวว่าประมาณ 14 ล้านคนทั่วโลกมีการใช้จ่าย 68,000 ล้านดอลลาร์ในธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (**Medical tourism**) ในปี 2016 และประเทศไทยก็เป็นหนึ่งปลายทางที่ธุรกิจนี้เติบโตอย่างต่อเนื่อง คาดว่าภายในปี 2021 ธุรกิจตรงนี้จะเติบโตไปเป็น 1.25 แสนล้านเหรียญสหรัฐ



จากสถิติขององค์การอนามัยโลกได้กำหนดค่าเฉลี่ยแพทย์ 1 คน ต่อจำนวนประชากร 439 คน สำหรับไทยในปี 2562 มีค่าเฉลี่ยแพทย์ 1 คน ต่อจำนวนประชากรถึง 2,065 คน ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยถึง 4.7 เท่า

กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงสาธารณสุข ระบุว่าจำนวนผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง ตั้งแต่ปี 2556-2560 มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยในปี 2559 พบผู้ป่วย 293,463 รายในปี 2560 พบผู้ป่วย 304,807 ราย และจำนวนผู้เสียชีวิตจากโรคหลอดเลือดสมองปีละประมาณ 30,000 ราย โรคหลอดเลือดสมองเป็นสาเหตุการเสียชีวิตอันดับ 1 ของไทย

ธุรกิจด้านการแพทย์และสุขภาพ: ภาพรวม

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพเป็นอยู่ด้านสุขภาพ ครอบคลุมบริการรักษาพยาบาล ยาและ อุปกรณ์ทางการแพทย์ รวมถึงการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา ตัวอย่างธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว



บริการทางการแพทย์สำหรับโรคที่มักเกิดกับผู้สูงอายุ เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด ความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมองเสื่อม โรคเบาหวานโรคกระดูกพรุน โรคข้ออักเสบ

อุตสาหกรรม **Digital Healthcare** คือ ธุรกิจที่นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการดูแลผู้ป่วยให้ครบวงจร ทั้งด้านการคิดค้นพัฒนา การรักษา และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้สูงขึ้น



ผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการแพทย์ที่ใช้เทคโนโลยี อาทิ Big Data และ AI เพื่อการดูแลสุขภาพของผู้ป่วย ช่วยลดภาระและอำนวยความสะดวกบุคคลากรแพทย์ สนับสนุนการให้บริการการแพทย์ทางไกล (**Telemedicine**)

เทคโนโลยีชีวภาพ (**Biotechnology**) ในปี 2019 ยาชีวภาพมีสัดส่วนร้อยละ 30 ของตลาดยาแผนปัจจุบัน เติบโตสูงถึงร้อยละ 16-19 และมีแนวโน้มสัดส่วนไม่น้อยกว่าร้อยละ 50 ภายใน 5-10 ปี



ธุรกิจด้านการแพทย์และสุขภาพ: แพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจ medical tourism



MEDICAL DEPARTURES

Medical Departures เป็นสตาร์ทอัพในประเทศไทย ก่อตั้งโดย Paul McTaggart

ในช่วงปี 2014 โดยเป็นแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจ medical tourism ที่เริ่มจากการเจาะตลาดบริการผ่าตัด ศัลยกรรมเสริมความงามและทันตกรรมในช่วงที่ผ่านมาและกำลังขยายธุรกิจออกไปสู่การผ่าตัดที่ซับซ้อนอย่าง หัวใจ หัวเข่า สะโพก ข้อต่อและการบำบัดมะเร็งเนื้อร้าย ตอบรับความต้องการของผู้ป่วยที่เพิ่มมากขึ้น



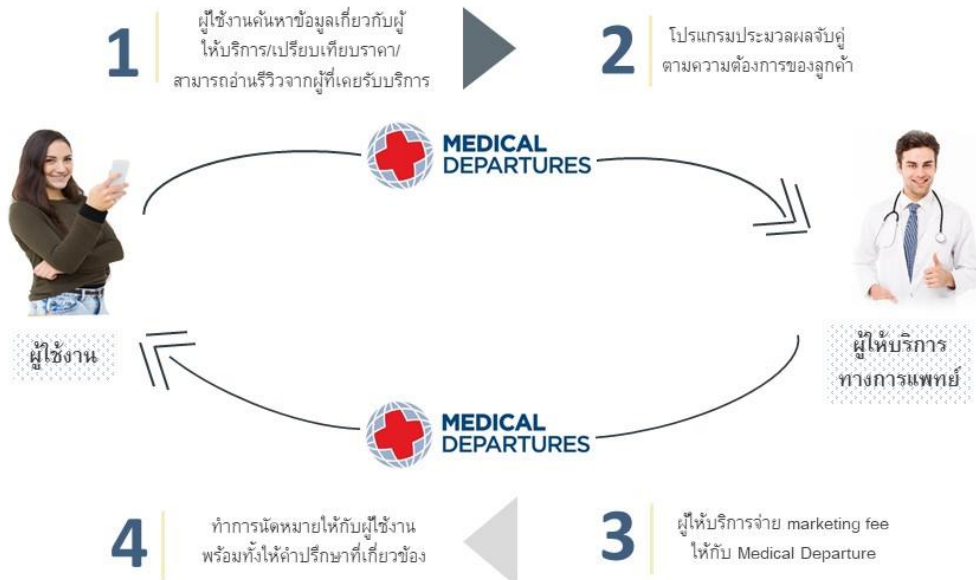
WHY?

1. ผู้ให้บริการสามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับบริการทางการแพทย์สูงถึง ร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับราคาที่ต้องจ่ายในประเทศตนเอง
2. ผู้ให้บริการรับประกันราคาที่ดีที่สุดจากผู้ให้บริการทุกราย
3. ตัวเลือกมากกว่า 1,416 คลินิกในทั้งหมด 13 ประเทศ ที่ผ่านการตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้น
4. สามารถเลือกเปรียบเทียบราคาและชำระเงินในสกุลเงินของประเทศตนเอง

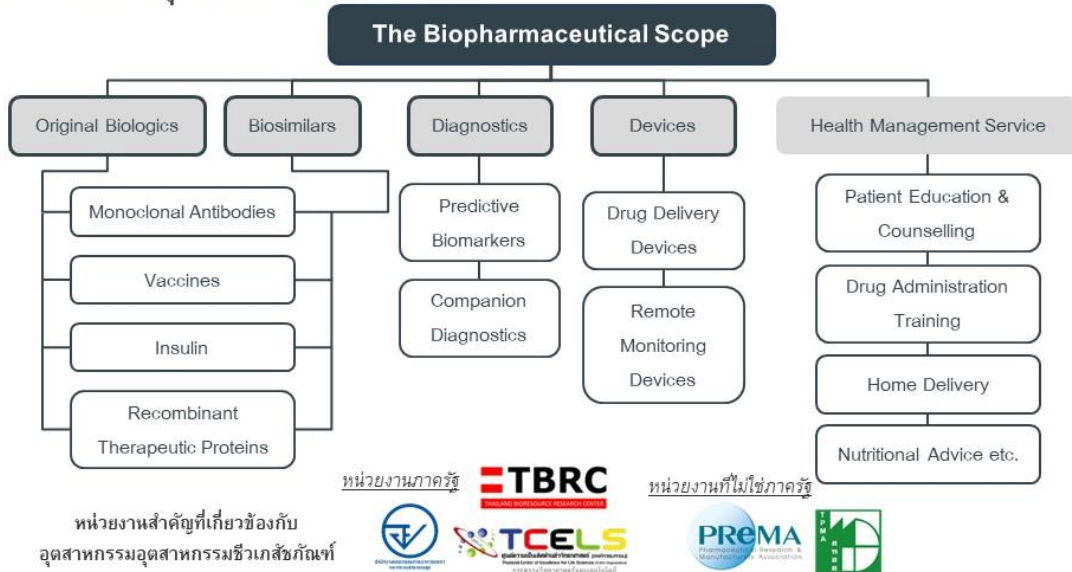


ที่มา: www.medicaldepartures.com และ www.thematter.co

Business Model ที่เป็นแพลตฟอร์มรวมบริการทางการแพทย์จาก 13 ประเทศ



ขอบเขตของอุตสาหกรรมชีวเภสัชภัณฑ์



ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญใน อุตสาหกรรม ได้แก่ ชีววัตถุ และชีววัตถุคล้ายคลึง

ที่มา: PricewaterhouseCoopers

ชีววัตถุ (Biological Product) เป็นเวชภัณฑ์ หรือยาที่ถูกผลิตขึ้นจากสิ่งมีชีวิตด้วยกระบวนการเทคโนโลยีชีวภาพ เช่น วัคซีน ส่วนประกอบของโลหิต (Blood Components) โปรตีนเพื่อการรักษา (Therapeutic Proteins) เป็นต้น

ชีววัตถุคล้ายคลึง (Biosimilars) คือ ชีววัตถุที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันในด้านคุณภาพ ความปลอดภัย และประสิทธิภาพ เมื่อเปรียบเทียบกับยาชีววัตถุอ้างอิงที่ได้รับการขึ้นทะเบียนแล้วอย่างเต็มรูปแบบ

- โรงงานผลิตชีววัตถุแห่งชาติ

ธุรกิจด้านการแพทย์และสุขภาพในไทย: การพัฒนาชีวเภสัชภัณฑ์



บริษัท โบ ไอ เจเนเทค อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด (BGIC) เป็นบริษัทพัฒนาธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology) เกี่ยวกับชีวเภสัชภัณฑ์ (Biopharmaceutical) และเป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านเทคโนโลยีชีวภาพต่าง ๆ ทั้งงานวิจัย และสิทธิบัตรงานวิจัย การผลิตยาชีวภาพ และการบริการฝึกอบรม และให้คำปรึกษาแนะนำในส่วนของการผลิตการตรวจสอบคุณภาพ



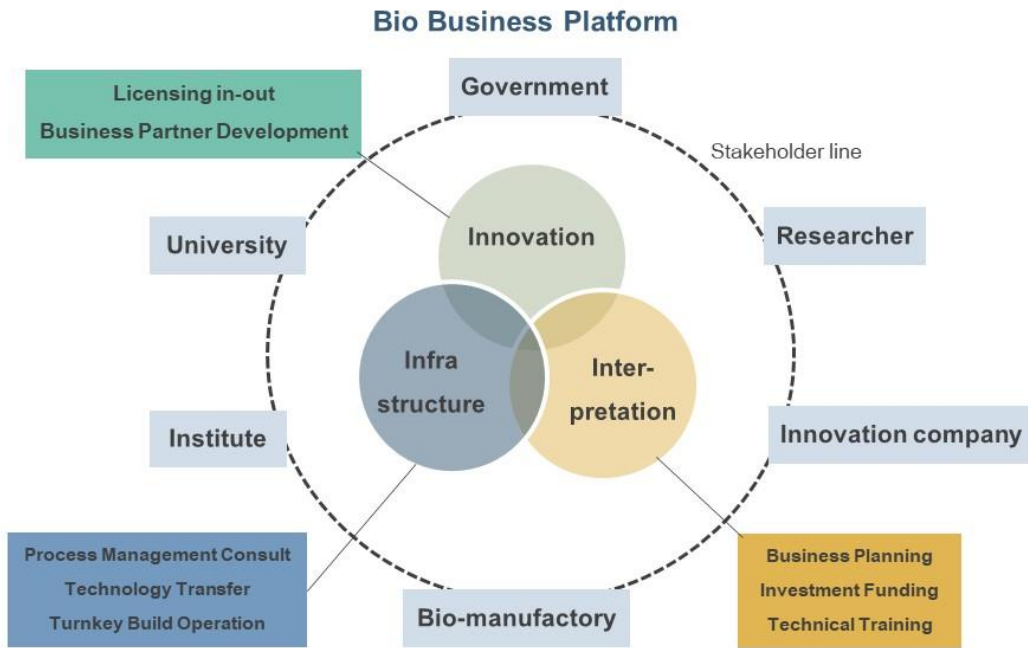
มีการพัฒนา Supergenerics สามารถเห็นผลรักษาในระยะเวลารวดเร็ว และมีประสิทธิภาพในการรักษาที่มากขึ้น ขณะเดียวกันก็ต่อสู้กับเชื้อที่ดื้อยาได้ดีกว่าเดิมโดยการการออกแบบยาชีววัตถุให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

ที่ผ่านมาได้ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือกับ มหาวิทยาลัยพระจอมเกล้าธนบุรี (มจธ.) ร่วมมือพัฒนาอุตสาหกรรมชีวเภสัชภัณฑ์ ให้เป็นที่แพร่หลายในประเทศ ด้วยการเข้าร่วมเตรียมความพร้อมและสร้างศักยภาพในการขับเคลื่อนเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) ของอุตสาหกรรมผลิตยาชีววัตถุของประเทศให้เติบโตอย่างยั่งยืนเป็นมาตรฐานสากล

มีการเซ็นสัญญาความร่วมมือ Joint Venture กับ Genexine Inc. จากเกาหลีใต้ โดยถือหุ้นร้อยละ 50 เพื่อลงทุนใน KinGen BioTech (KGBio) ซึ่งเป็นโรงงานรับจ้างผลิตยาชีววัตถุและวางระบบที่เกี่ยวข้องกับการผลิตยาชีววัตถุ ด้วยมูลค่าการลงทุน 8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



BGIC มุ่งสร้างระบบนิเวศเพื่อดึงดูดการลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพ



ที่มา: www.bgic.co.th

ธุรกิจด้านการแพทย์และสุขภาพ: ตัวอย่างในต่างประเทศ



บริษัท **Babylon** เป็นผู้ประกอบการด้าน telemedicine หรือการแพทย์ทางไกล โดยผู้ป่วยสามารถรับคำปรึกษาจากแพทย์ผ่านการส่งข้อความหรือพูดคุยกับแพทย์แบบ VDO Call ในแอปพลิเคชันเมื่อ โดยผู้ที่เป็นสมาชิกรายเดือนจะสามารถนัดหมายเพื่อรับคำปรึกษาได้อย่างรวดเร็ว มีการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์อาการป่วยเบื้องต้นของผู้รับบริการก่อนจะส่งต่อเพื่อเข้าพบแพทย์

ช่วยลดปัญหาความล่าช้าในการนัดหมายเพื่อเข้าพบแพทย์ ซึ่งปกติแล้วผู้ที่ไม่ใช่ผู้ป่วยฉุกเฉินจะต้องรอประมาณ 1 สัปดาห์ ก่อนเข้ารับคำปรึกษา ทั้งนี้ ผู้ป่วยสามารถส่งต่อข้อมูลเพื่อเข้ารับบริการจากโรงพยาบาลที่อยู่ภายใต้ National Health Service ได้

ปัจจุบันได้ขยายธุรกิจไปยังประเทศสวีเดน และอยู่ในขั้นเจรจาตกลงกับผู้ให้บริการทางการแพทย์รายใหญ่ในสหรัฐอเมริกา จีน และตะวันออกกลาง



แพลตฟอร์มให้บริการจัดหาพยาบาลหรือผู้ดูแลสำหรับผู้สูงอายุ



WHY?

1. คนไทยไม่นิยมให้ผู้สูงอายุไปอยู่ในศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ หรือ Nursing home เหมือนในต่างประเทศ
2. การหาผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีศักยภาพมีความเป็นมืออาชีพ และสามารถไว้วางใจเรื่องความปลอดภัยกับปัญหาใหญ่



- มีกระบวนการคัดกรองโดยทีมแพทย์เพื่อให้ครอบครัวมั่นใจว่าได้ผู้ดูแลมืออาชีพที่ผ่านการอบรมสามารถทำงานถูกหลักการพยาบาล
- มีระบบจับคู่ให้ครอบครัวได้พบผู้ดูแลที่เหมาะสมและเข้ากันได้ดี
- มีระบบ Real-time Analytics เพื่อช่วยให้ครอบครัวของผู้ป่วยหรือผู้สูงอายุสามารถติดตามการดูแลรักษาได้ตลอดเวลา
- มีระบบให้คำปรึกษาด้านการพยาบาลทั้งกับครอบครัวและผู้ดูแล โดยทีมแพทย์และพยาบาล



ที่มา www.healthathome.in.th

Bolliger & Company

55

กรณีศึกษาของไทย4: ตัวอย่างธุรกิจสำหรับผู้สูงวัยในไทย ธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ

Foreign Retirement Project in Thailand.

Vivo Bene Village, Chiangmai
 93 Moo Bahm Mai Rim Klong, Moo 9
 Luang Nuea, Doi Saket, Chiangmai.
 Tel: +66 53-496-000
 Types:
 The six pavilions (72 rooms) 32 sq.m.
 There are 4 villas, 41-52 sq.m.
 Price 12,110* baht/Week.
 Price 48,000* baht/month.
 DayCare/Cost: Baht 900 per day 9am-6pm.
 AfterCare/Cost: Baht 2,350 per night.

Kamala Senior Living, Phuket
 Kamala Beach, Phuket.
 Condominium 200 unit and Villa 30 unit.
 *(on process)

Sunplay Bangsaray, Chonburi
 170/18 Moo 6 Soi Tessaban 12, bangsaray,
 sattahip, Chonburi.
 Tel: +66 87-945-6321
 Types: Condo/Low-Rise 70 units, 90-380 sq.m.
 Price 12-30* MB.
 *(Open 2018)

Scandinavian Village, Chonburi
 28 Bangsaen sai 4 (Nua) Road, Saensuk, Muang, Chonburi.
 Tel: +66 38-399-100
 Types: Longstay Leasedhold, 108 units.
 Price 5-19* MB.

Sansara, Hua Hin
 565 Moo 7, Hin LekFai, Hua Hin,
 Prachuapkhirkhan.
 Tel: +66 63-268-0088
 Types: Villa 13 unit price 13-20* MB.
 And Condominium, 30 units.
 Price 8-15* MB.

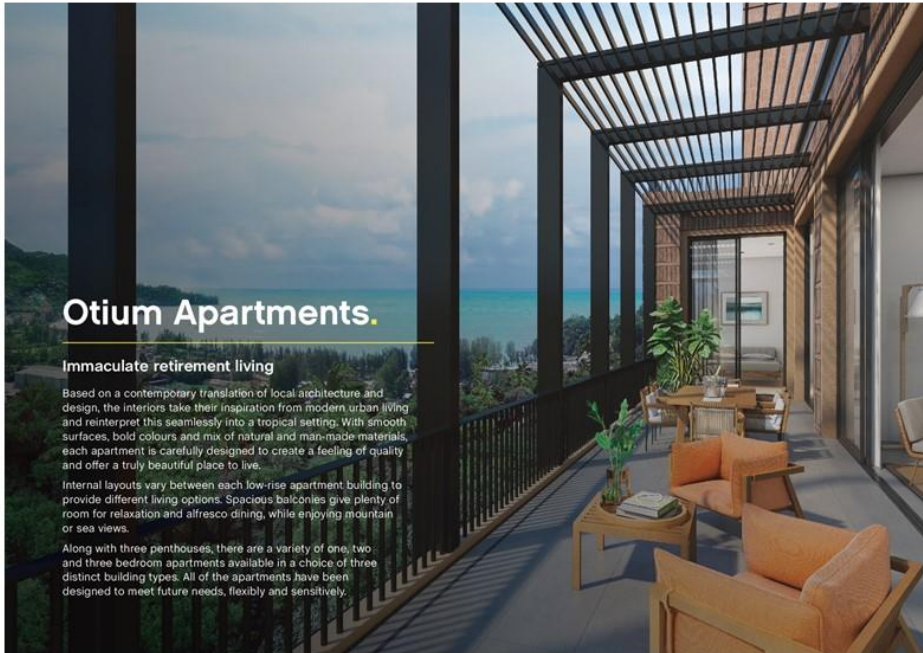
*For more details please contact the project.
**Update: 22/09/2017

ที่มา: ชาญ ภาณุ ฟองสมุทร

Bolliger & Company

56

กรณีศึกษาของไทย 4: ตัวอย่างธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุในไทย ธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ



Otium Apartments.

Immaculate retirement living

Based on a contemporary translation of local architecture and design, the interiors take their inspiration from modern urban living and reinterpret this seamlessly into a tropical setting. With smooth surfaces, bold colours and mix of natural and man-made materials, each apartment is carefully designed to create a feeling of quality and offer a truly beautiful place to live.

Internal layouts vary between each low-rise apartment building to provide different living options. Spacious balconies give plenty of room for relaxation and alfresco dining, while enjoying mountain or sea views.

Along with three penthouses, there are a variety of one, two and three bedroom apartments available in a choice of three distinct building types. All of the apartments have been designed to meet future needs, flexibly and sensitively.

ที่มา: ชาญ ชาญ พงษ์มณฑา

Bolliger & Company

57

การเตรียมที่อยู่สำหรับผู้สูงอายุเพื่อความปลอดภัย

เอสซีจี ค้นคว้าพัฒนา และศึกษาด้านผู้สูงอายุในศาสตร์แขนงต่างๆ อาทิ พฤติกรรมศาสตร์ การยศาสตร์ แพทย์ศาสตร์ และสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผสมกับองค์ความรู้ และความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบที่อยู่อาศัย และความชำนาญด้านเทรนด์และไลฟ์สไตล์ในรูปแบบต่างๆ เกิดเป็นองค์ความรู้เชิงลึกด้านที่อยู่อาศัยที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ และนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านที่อยู่อาศัย

WHY?

ผู้สูงอายุที่เริ่มมีอาการเสื่อมถอยของร่างกายมีความเสี่ยงด้านสุขภาพหรือมีปัญหาด้านสุขภาพอาจต้องการอุปกรณ์หรือผู้ช่วยเหลือ

- การให้คำปรึกษาและออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญที่สามารถวิเคราะห์ความแตกต่างทางสมรรถภาพของร่างกายเพื่อนำมาออกแบบที่อยู่อาศัย
- ผลิตภัณฑ์ที่รองรับการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาวะทางร่างกาย และจิตใจของผู้สูงอายุได้ การรับรองมาตรฐานจากสถาบันการก่อสร้างแห่งประเทศไทย
- บริการสำรวจพื้นที่ที่หน่วยงานตลอดจนการติดตั้งในระดับที่เหมาะสม

SCG
eldercare
SOLUTION



ที่มา : www.scgbuildingmaterials.com

Bolliger & Company

58

กรณีศึกษาธุรกิจต่างประเทศ:

Rent a Rentner แพลตฟอร์มสำหรับเชื่อมผู้สูงอายุ



ปัญหา:

- ผู้สูงอายุอาจรู้สึกหมดคุณค่าเมื่อเกษียณ
- แนวโน้มผู้สูงอายุอยู่คนเดียว
- ผู้สูงอายุอาจเบื่อ เหงา เนื่องจากไม่มีเพื่อน
- ผู้สูงอายุบางรายยังสามารถทำงานได้

ทางออก:

- Rent a Rentner เป็น Online Platform ในประเทศฝรั่งเศส เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ และอิตาลี
- โมเดลการเชื่อมโยงผู้สูงอายุ
- Concept: 65 is the new 45
- ได้รับคัดเลือกในการประกวดนวัตกรรมสำหรับผู้สูงอายุ (2019 Silver Economy and Ageing Well International Awards)

ที่มา: Silvereco.org และ Rentarentner.ch

กรณีศึกษาธุรกิจต่างประเทศ:

Rent a Rentner แพลตฟอร์มสำหรับเชื่อมผู้สูงอายุ (Tech Startup)

Business Model:

- Application/ Online platform สำหรับเชื่อมโยงผู้สูงอายุในประเทศ
 - เชื่อมโยงผู้สูงอายุ เพื่อช่วยหาเพื่อนทำกิจกรรมร่วมกัน เช่น ทำสวน เล่นหมากรุก เป็นต้น
 - เชื่อมโยงภาคธุรกิจที่อยากจ้างผู้สูงอายุกับผู้สูงอายุที่ต้องการทำงาน
 - เชื่อมโยงผู้สูงอายุกับผู้ที่ยากช่วยเหลือหรือสอนผู้สูงอายุ เช่น สอนใช้สมาร์ทโฟน



รายรับจากการเก็บค่าสมาชิกของผู้สูงอายุหรือภาคธุรกิจที่มาลงทะเบียน (โมเดลคล้ายกับ Tinder และ LinkedIn) รวมถึงค่าคอมมิชชั่นจากการว่าจ้าง

1. ผู้ใช้งานลงทะเบียนในเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน Rent a Rentner โดยสมัครสมาชิกฟรี แต่สมาชิกระดับ Premium จะระบุรายละเอียดได้มากขึ้น
2. สามารถค้นหาผู้สูงอายุที่ต้องการทำกิจกรรมร่วมกัน การจ้างงาน หรือให้บริการผู้สูงอายุ ผ่านทางแพลตฟอร์ม Rent a Rentner
3. เมื่อเจอคุณสมบัติที่ต้องการ ผู้ค้นหาจัดทำข้อตกลงรายละเอียด ค่าตอบแทนต่างๆ
4. เมื่อตกลงกันทั้งสองฝ่าย ให้ผู้ว่าจ้างจ่ายค่าตอบแทนผ่านแพลตฟอร์ม Rent a Rentner



ธุรกิจสินค้าอุปโภคบริโภค : ภาพรวม

เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่มีความตื่นตัวสำหรับกลุ่มเป้าหมายในวัยสูงอายุอย่างมาก โดยเฉพาะผู้ประกอบการด้านอาหารขนาดใหญ่ที่ให้ความสำคัญกับการคำนวณความเหมาะสมในเรื่องของปริมาณ วัตถุดิบ เพื่อให้ได้รับสารอาหารที่เหมาะสมที่ผู้สูงวัยควรได้รับ รวมถึงการคัดเลือกวัตถุดิบจากธรรมชาติสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ใช้กับร่างกาย

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เช่น อาหารไขมันต่ำ ไม่มีคอเลสเตอรอล เครื่องดื่มน้ำตาลน้อยหรือไม่ใส่เลยเพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดโรคต่าง ๆ อาทิ โรคหัวใจ และหลอดเลือด มะเร็ง เบาหวาน และระบบย่อย เป็นต้น



วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร จัดอยู่ในกลุ่มสินค้าและอาหารเพื่อสุขภาพ ผลิตภัณฑ์จะต้องรับประทานง่าย หรือกลืนง่าย เช่น เป็นแบบน้ำ หรือแคปซูลนิ่ม (Soft Gel)

ผลิตภัณฑ์บริหารสำหรับผู้สูงวัย อาหารสำหรับผู้สูงอายุสูญเสียความสามารถในการบดเคี้ยวอาหารลง เพื่อป้องกันอาหารและสิ่งแปลกปลอมที่อาจเข้าสู่ระบบทางเดินหายใจ

ผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกส์ (Organics) โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มสกินแคร์สำหรับผู้สูงอายุที่ผลิตจากธรรมชาติแท้



กรณีศึกษาของไทย: วิจัยสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหารโดย CARE FOOD

เครือข่าย CARE FOOD ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) สำนักงานพัฒนาการวิจัยการเกษตร (องค์การมหาชน) (สวก.) สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.) สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และ มหาวิทยาลัยมหิดล



กำหนดทิศทางการวิจัยสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์อาหาร ที่เอื้อต่อการดำรงชีวิตในสังคมสูงวัยของประเทศไทย และผลักดันให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้ประกอบการสามารถผลิตและจำหน่ายได้จริงในเชิงพาณิชย์



ผลงานวิจัยผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุมากกว่า 30 ผลงานมาแสดง บางเมนูเหมาะสำหรับผู้สูงอายุที่ป่วยเป็นโรคต่างๆ อาทิ โรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคกระดูกพรุน ผู้มีปัญหาระบบย่อย



เมนูที่สามารถซื้อหามาให้ผู้สูงวัยบริโภคได้ นอกจากมีประโยชน์ต่อสุขภาพแล้ว ผลิตภัณฑ์อาหารผู้สูงอายุยังคงรสชาติแบบเดิมที่เคยได้รับถึงแม้สภาวะร่างกายจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา



ที่มา : <https://www.isranews.org/isranews-scoop/54958-aging-society-54958.html>

ตัวอย่างธุรกิจผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุในประเทศไทย



บริษัท กิโนยูดี จำกัด ก่อตั้งขึ้นจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านโภชนาการและการพยาบาล ซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิตและแปรรูปอาหารเสริมสำหรับผู้ป่วยหรือบุคคลธรรมดาที่มีความสนใจดูแลสุขภาพ ลดขั้นตอนการปรุงประกอบ สะอาด และปลอดภัย ภายใต้มาตรฐานการผลิตที่ทันสมัย จากโรงงานที่ผ่านการรับรองความปลอดภัยทางด้านอาหารด้วยมาตรฐาน ออย. GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) รวมทั้งมาตรฐาน Halal



- เจ้าหน้าที่ผลิตภัณฑ์ **BlenDeeQuik (เบลนดีควิก)** อาหารปั่นผสมแบบเข้มข้นพร้อมรับประทาน ผลิตจากอาหารสดไม่มีสารอาหารสังเคราะห์ให้มีพลังงานและคุณค่าสารอาหารครบตามหลักโภชนาการ
- เหมาะสำหรับผู้ที่มีปัญหาในการรับประทานอาหารปกติ สามารถใช้กับผู้ที่รับประทานอาหารทางสายยางได้ด้วยในลักษณะเดียวกันกับอาหารปั่นสำหรับผู้ป่วย (Blenderized Diet) รวมถึง ผู้ป่วยโรคเบาหวาน โรคไต โรคเกาต์



ที่มา : <http://kinyoodee.com/blen-dee-quick/>

บริษัทคิวพี ผู้นำด้านการผลิตอาหารเด็กและมายองเนส ได้ริเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุโดยอาศัยเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญในเรื่องการผลิตอาหารเด็กที่มีอยู่เดิมมาต่อยอดเพื่อผลิตอาหารให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีทั้งอาหารแบบปรุงสดและผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป



WHY?

1. ปัญหาของผู้สูงอายุในเรื่องเหงิกและฟันรวมถึงระบบย่อยอาหารและระบบขับถ่าย
2. ความยากลำบากในการเดินทางออกจากบ้านเพื่อซื้ออาหาร



1. เจ้าหน้าที่ผลิตภัณฑ์ที่มีผิวสัมผัสที่นุ่มนวลสามารถบิดเคี้ยวและกลืนได้ง่าย ใช้วัตถุดิบและส่วนผสมหลักที่ทำจากปลาและผักที่ย่อยง่ายและดีต่อระบบขับถ่ายรสชาติที่ถูกปากผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น
2. วางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายยาทั่วไป มีบริการจัดส่งอาหารตามบ้าน ให้บริการตามโรงพยาบาลและสถานดูแลผู้สูงอายุด้วย



ข้อมูลจาก SCB Economic Intelligence Center และ www.reuters.com/

ตัวอย่างธุรกิจผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สูงอายุ



HARNN (หาญ) ก่อตั้งขึ้นมาเนิ่นนานกว่า 20 ปี เป็นแบรนด์ทางเลือกที่มีความพิเศษคือตอบโจทย์ความต้องการเฉพาะของผู้ใช้ คือ การเป็นผลิตภัณฑ์ความงามที่เลือกใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ 100% จุดเริ่มต้นที่ทำให้หาญเป็นที่รู้จักในทั้งในและต่างประเทศ คือสบู่ฝ้ายน้ำข้าว ที่นับเป็นการนำสินค้าส่งออกหลักของไทยมาสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อความงาม สะท้อนวัฒนธรรมภูมิปัญญาไทยที่ส่งต่อกันจากรุ่นสู่รุ่น กลายเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางออร์แกนิกที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้สูงอายุและลูกค้าทั่วโลก



บริษัทมีการขับเคลื่อนแบรนด์แบบองค์รวม ผ่านแผนเชิงรุก 3 ด้าน ได้แก่ การสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักและเพิ่มมูลค่าให้แบรนด์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และนวัตกรรมที่มีเอกลักษณ์ และ การขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ และในปัจจุบันเน้นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยในเรื่อง anti-ageing เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด



ที่มา: forbesthailand.com/



Golden Financial Care บริการวางแผนด้านการเงินสำหรับผู้สูงอายุ



Golden Financial Care เป็นบริษัทสตาร์ทอัพที่ให้บริการวางแผนด้านการเงินสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงบุตรที่ต้องรับผิดชอบดูแลสถานการณ์ทางการเงินของพ่อแม่ ให้คำปรึกษาทางการเงินและ Financial coaching ครอบคลุมเรื่องการใช้จ่ายด้านสุขภาพ กฎหมาย และสิทธิประโยชน์จากรัฐบาล และปรับปรุงสภาวะทางการเงินของผู้สูง



- ประชากรสูงวัยกว่า 10 ล้านคนทั่วสหรัฐอเมริกาไม่สามารถที่จะจัดการกับการวางแผนการเงินด้วยสมรรถภาพทางร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ภาระทั้งหมดตกไปอยู่ที่ผู้เป็นบุตร
- ผู้สูงวัยมีความเสี่ยงต่อการถูกหลอกลวง
- ความไม่มั่นคงทางการเงินด้วยค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ



→ Goldèñ →

\$20 per month

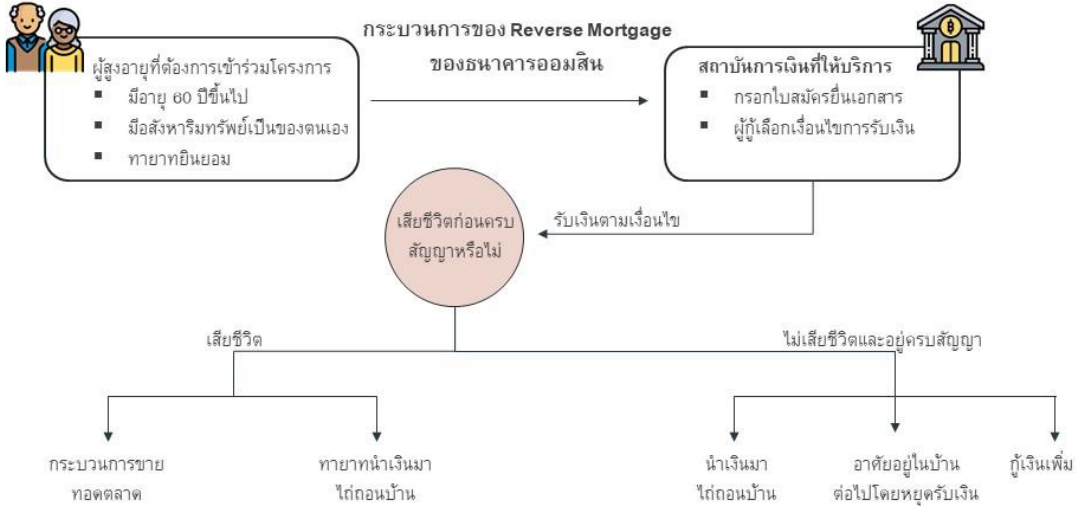
Secure Senior

วางแผนและแจ้งเดือนการชำระหนี้
วางแผนลดค่าใช้จ่าย
ภาพรวมของแผนการเงินเป็นภาพเดียว
คำนวณค่าใช้จ่ายด้านการดูแลผู้สูงอายุ
วางแผนประกันต่าง ๆ
ระบบเตือนภัยการถูกหลอกลวงจาก

มาตรการการจำนองย้อนกลับ (Reverse Mortgage) ของไทย



Reverse Mortgage (RM) เป็นนวัตกรรมทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุ โดยผู้กู้ยังเป็นเจ้าของทรัพย์สินอยู่แต่บ้านไปเป็นหลักประกันกับสถาบันการเงิน โดยผู้กู้สามารถเลือกรับเงินเป็นก้อน (Lump Sum) หรือเป็นรายเดือน (Line of Credit) ได้ตามที่ผู้กู้ต้องการโดยไม่เกินราคาประเมินของทรัพย์สิน



ที่มา: ส่วนวิจัยธุรกิจลูกค้าบุคคล ธนาคารออมสิน

ประเทศที่ประสบความสำเร็จในการใช้มาตรการจำนองย้อนกลับ (Reverse Mortgage)

	สหรัฐอเมริกา	เกาหลี
เงื่อนไข	<ul style="list-style-type: none"> อายุผู้กู้ 62 ปีขึ้นไป วงเงินกู้ไม่เกิน USD 625,500 ระยะเวลา 10-30 ปีหรือจนกว่าเสียชีวิต อัตราดอกเบี้ยคงที่หรือลอยตัวประมาณร้อยละ 4-5 ค่าประกันสินเชื่อร้อยละ 2 ของมูลค่าหลักประกัน และร้อยละ 0.05 ของยอดสินเชื่อค้างทุกปี ผู้กู้ต้องรับการอบรมจาก Housing Department 	<ul style="list-style-type: none"> อายุผู้กู้ 60 ปีขึ้นไป วงเงินกู้ขึ้นอยู่กับอายุผู้กู้ โดยหลักประกันมูลค่าไม่เกิน 900 ล้านวอน ระยะเวลา 10-30 ปีหรือจนกว่าเสียชีวิต อัตราดอกเบี้ยฝากประจำ 3 เดือน +1.1% หรือเงินฝากประจำ 6 เดือน +0.85% ค่าประกันสินเชื่อร้อยละ 1.5 ของมูลค่าหลักประกัน และร้อยละ 0.75 ของยอดสินเชื่อค้างทุกปี
การรับเงิน	<ul style="list-style-type: none"> เงินก้อน รายเดือนตามระยะเวลาที่กำหนดหรือตลอดชีพ ผสมหลายรูปแบบ 	<ul style="list-style-type: none"> รายเดือนตามระยะเวลาที่กำหนดหรือตลอดชีพ โดยสามารถระบุเงื่อนไขดังนี้ <ul style="list-style-type: none"> รับเงินเท่ากันทุกงวด ลดลง/เพิ่มขึ้นปีละ 3% รับเงินน้อยลงหลังปีที่ 11 เป็นต้นไป วงเงินพร้อมใช้ (Line of Credit)
ข้อจำกัด	<ul style="list-style-type: none"> ค่าประกันสินเชื่อที่ร้อยละ 3 ของมูลค่าทรัพย์สินอาจสูงเกินไป มีการเรียกคืนเงินจากทายาทกรณีผู้กู้อายุยืนและได้รับเงินเกินกว่ามูลค่าหลักประกัน 	<ul style="list-style-type: none"> ผู้กู้ต้องเป็นเจ้าของอสังหาริมทรัพย์แต่เพียงผู้เดียว

ที่มา: ส่วนวิจัยธุรกิจลูกค้าบุคคล ธนาคารออมสิน

ข้อจำกัดของการจำนองย้อนกลับ (Reverse Mortgage)



1. **ข้อจำกัดของธนาคาร**
ตลาดบ้านมือสองของไทยไม่เป็นที่นิยม เนื่องจากค่านิยมของคนไทยที่อยู่บ้านมือสอง โดยเฉพาะบ้านที่มีคนเสียชีวิต รวมถึงค่านิยมเรื่องการส่งมอบบ้านเป็นมรดกแก่บุตรหลาน
2. **ความเสี่ยงในการดำเนินการของธนาคาร**
ธนาคารมีความเสี่ยงในการบริหารจัดการมูลค่าของสินทรัพย์ในอนาคต เนื่องจากสภาพและมูลค่าของบ้านอาจลดลงอย่างมากในระยะเวลา 20 ปี
3. **ผู้ขอสินเชื่อไม่นิยมใช้บริการ**
อัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (Loan to value หรือ LTV) ของบ้านที่ใช้บริการ Reverse Mortgage มักประเมินได้ค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้สูงอายุจะได้เงินในแต่ละเดือนค่อนข้างน้อย
4. **ข้อจำกัดด้านเงื่อนไขทางสังคม**
ผู้ที่เกี่ยวข้องต้องออกแบบเงื่อนไขระยะเวลาการจ่ายเงินให้เหมาะสม เพราะหากผู้สูงอายุเสียชีวิตช้ากว่าที่กำหนดในสัญญา อาจเกิดปัญหาสังคม หากธนาคารจะต้องอายัดบ้านก่อนผู้สูงอายุเสียชีวิตหรือได้ถอนได้
5. **การไม่มีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ**
ทำให้ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทประกันไม่สนใจในการออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง Reverse mortgage และ Mortgage Insurance

ดินสอมินิ นวัตกรรมของคนไทยในการสร้างหุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุในบ้าน

ดินสอมินิ คือหุ่นยนต์ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยดูแลผู้สูงอายุในบ้าน ผลิตขึ้นโดย บริษัท เอเชีย โรโบติกส์ ผู้ใช้งานสามารถควบคุมการทำงานทั้งหมดผ่านแอปพลิเคชัน อีกทั้งยังมีกล้องช่วยติดตามทุกการเคลื่อนไหวของผู้สูงอายุตลอด 24 ชั่วโมง ดินสอมินิถูกออกแบบมาเพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้ป่วยอัลไซเมอร์



แนวคิดของการพัฒนา ดินสอมินินี้ เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาและความกังวลในสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุต้องใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเพียงลำพัง และออกแบบมาเพื่อกิจกรรมสันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ



- รับสายให้อัตโนมัติพร้อมทั้งสามารถพูดคุยกันแบบเห็นหน้าเห็นใจเดือนเมื่อผู้สูงอายุ หรือผู้ป่วยลุกจากที่นอน
- เตือนให้ผู้สูงอายุวัดความดันและทานยา พร้อมดึงค่าที่วัดได้จากเครื่องวัดความดันส่งให้แพทย์
- แพทย์สามารถสอบถามอาการแบบเห็นภาพผ่านหุ่นยนต์ได้ โดยเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ
- กิจกรรมสันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ เช่น สวดมนต์ กิจกรรมเล่นเกมง่าย ๆ หรือการชวนทำกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพสมองโดยการเชื่อมโยงสัญญาณประสาท

ที่มา: www.dinsow.com/elderly-care

กรณีศึกษาของไทย: ตัวอย่างธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุในไทย DoCare Protect

DoCare Protect: Health & Safety Monitoring System for Aging-In-Place



ปัญหา

- ปัญหาผู้สูงอายุใช้ชีวิตคนเดียวในบ้าน
- ผู้สูงอายุไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้
- ผู้สูงอายุไม่สามารถไปสถานพยาบาลด้วยตัวเอง/ บ่อยครั้ง เพื่อตรวจสุขภาพ



ทางออก: DoCare Protect (เทคโนโลยีโรงพยาบาลเสมือนจริง)

- เป็นเข็มกลัดเสื้อ โดยมีเซ็นเซอร์จับการเคลื่อนไหว
- อุปกรณ์เก็บข้อมูลสุขภาพอัตโนมัติ: ประมวลผลชีวิตประจำวัน ตรวจสุขภาพเบื้องต้น (ดูแลเชิงป้องกัน)
- แจ้งเตือนบุตรหลานเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินผ่านทางอีเมล และประสานโรงพยาบาล (ดูแลเชิงรักษา)
- ระบบประเมินความเสี่ยงในการล้ม เมื่อติดเข็มกลัดไว้ต่อเนื่อง 15 วัน
- ผู้สูงอายุสามารถวิดีโอคอลกับแพทย์



ที่มา: ทฤษฎี ฟองสมุทร และ SCG DoCare

กรณีศึกษาของไทย: ตัวอย่างธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุในไทย DoCare Protect (ต่อ)

Business Model:

- อุปกรณ์ติดเสื้อผ้า ที่เป็นเทคโนโลยีการให้บริการทางการแพทย์ หรือการรักษาทางไกล (Telehealth)
- บริษัท SCG ร่วมมือกับกลุ่มสมิติเวช และพันธมิตรทางธุรกิจ
- SCG เป็นผู้ผลิตอุปกรณ์ ตรวจสุขภาพ ตรวจจับความผิดปกติ และทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชื่อมผู้สูงอายุกับผู้ติดต่อ และโรงพยาบาล
- ผู้บริโภคต้องจ่ายค่าอุปกรณ์ 20,900 บาท ใช้อุปกรณ์พร้อมติดตั้ง ทดลองและซ่อมการใช้งาน และใช้งานจริง
- ผู้บริโภคต้องเสียค่าบริการรายเดือน 890 บาท/เดือน



Challenge:

- Digital disruption
- การต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต
- ความน่าเชื่อถือของอุปกรณ์
- ข้อจำกัดทางการตลาด: อุปกรณ์มีราคาสูง และมีค่าบริการรายเดือน

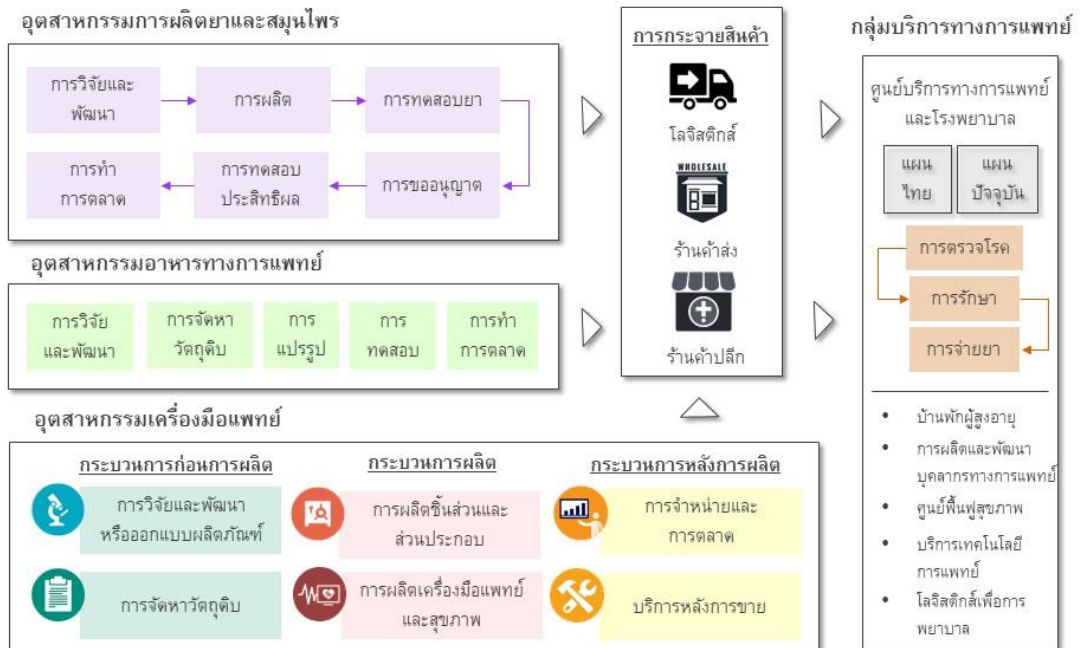
ที่มา: ทฤษฎี ฟองสมุทร และ SCG DoCare

ห่วงโซ่อุปทาน: อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร



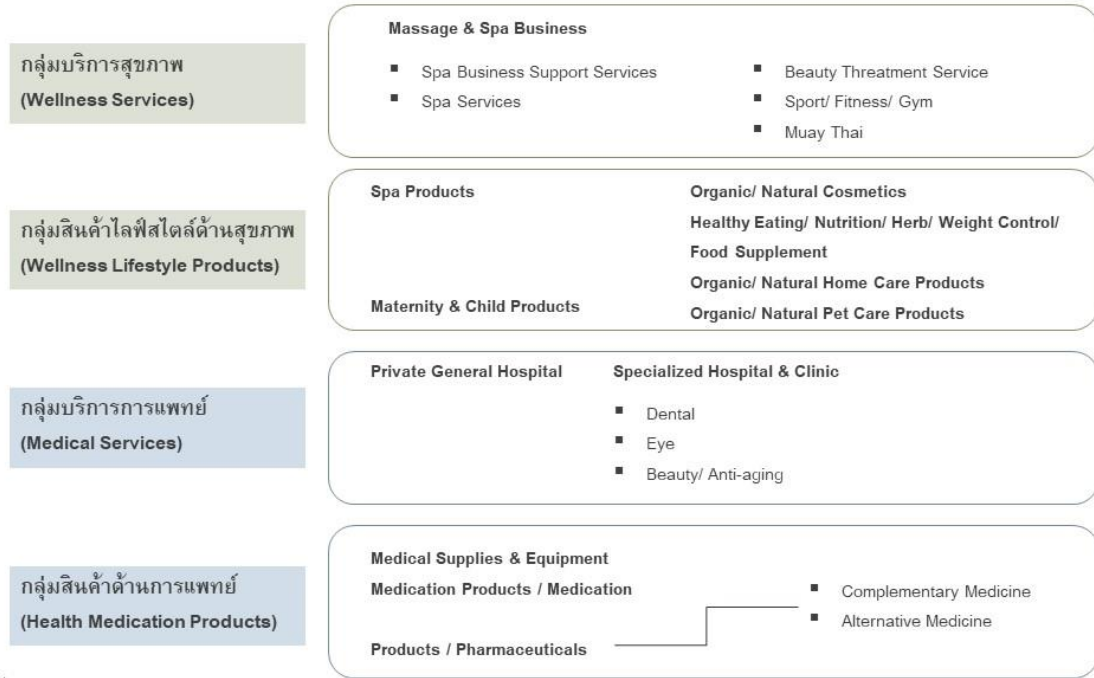
ที่มา: บริษัท โบลีเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ประมวลผลจาก วารสารส่งเสริมการลงทุน สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน

ศึกษาห่วงโซ่มูลค่า: อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร



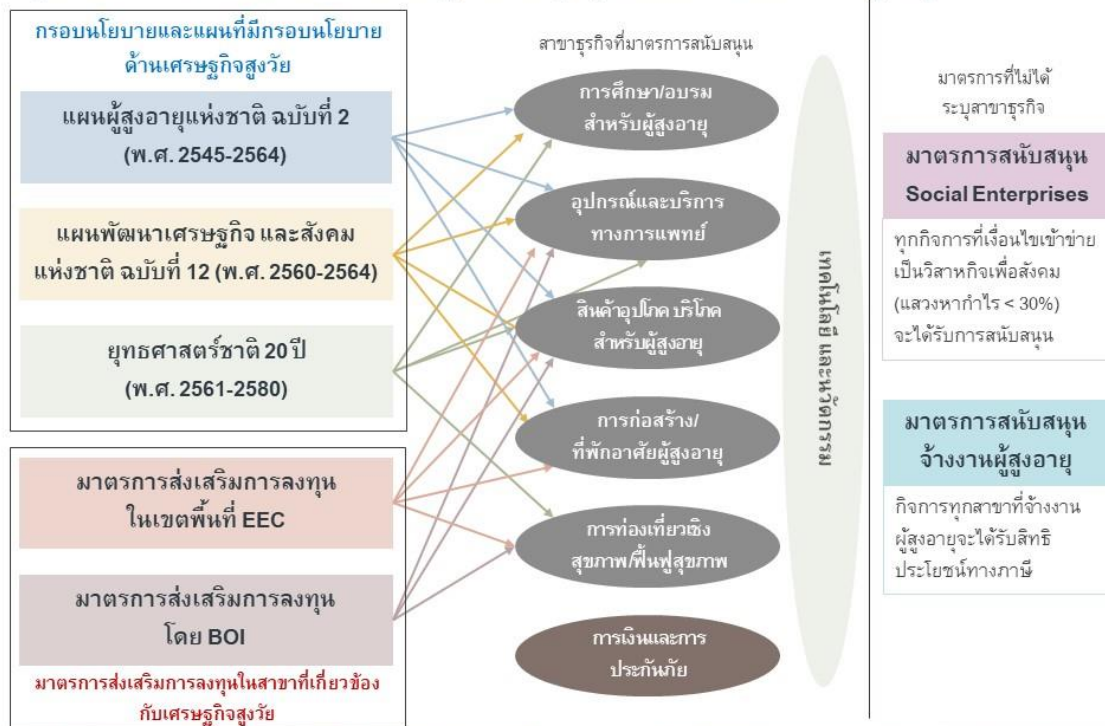
ที่มา: บริษัท โบลีเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ประมวลผลจาก Duke, Center on Globalization, Governance and Competitiveness

Wellness & Medical Services – ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและการแพทย์ที่ประเทศไทยมีความเข้มแข็ง



ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP)

สรุปกรอบนโยบายและมาตรการภาครัฐที่สนับสนุนธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย



นโยบายและแผนที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย

<p>นโยบายและแผนที่รองรับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ</p> <ul style="list-style-type: none"> ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) 	<p>ข้อมูลสนับสนุนอุตสาหกรรมหรือบริการที่ได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจสูงวัย</p> <ul style="list-style-type: none"> มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มาตรการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก มาตรการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม มาตรการสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุ 
---	--

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580)

กรอบระยะยาวในการบริหารประเทศ และกำหนดมาตรการด้านผู้สูงอายุในหลายยุทธศาสตร์

 <p>ยุทธศาสตร์ที่ 2</p> <p>ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน</p> <p>2.3 การสร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยว: สนับสนุนการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความงาม และแพทย์แผนไทย</p> <p>2.5 การพัฒนาเศรษฐกิจบนพื้นฐานของผู้ประกอบการยุคใหม่ เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขัน การเข้าถึงตลาด และนวัตกรรม</p> <p>ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:</p> <ul style="list-style-type: none"> อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การก่อสร้าง/ที่พักอาศัยผู้สูงอายุ 	 <p>ยุทธศาสตร์ที่ 3</p> <p>ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์</p> <p>3.5 การสร้างเสริมให้คนไทยมีสุขภาพภาวะที่ดี: การสร้างความรู้ด้านสุขภาพ การป้องกันและควบคุมปัจจัยเสี่ยง การสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม การพัฒนาระบบสุขภาพที่ทันสมัย และการส่งเสริมบทบาทของชุมชนในการสร้างสุขภาพภาวะที่ดี</p> <p>ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:</p> <ul style="list-style-type: none"> อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์ สินค้าอุปโภค-บริโภคของผู้สูงอายุ การศึกษา/อบรมสำหรับผู้สูงอายุ 	 <p>ยุทธศาสตร์ที่ 4</p> <p>ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม</p> <p>4.1 การลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติ - การจัดสรรหลักประกันทางสังคมสำหรับคนทุกช่วงวัย (การศึกษา และสาธารณสุข)</p> <p>4.3 การเสริมสร้างพลังทางสังคม การรองรับสังคมสูงวัยอย่างมีคุณภาพ การมีส่วนร่วมในสังคมในฐานะผู้สูงอายุ</p> <p>ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:</p> <ul style="list-style-type: none"> อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์ การศึกษา/อบรมสำหรับผู้สูงอายุ
---	---	--

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)
 กรอบระยะกลางที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (1)



ยุทธศาสตร์ที่ 1

การเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์

- การพัฒนาศักยภาพของผู้สูงอายุดันให้เข้าสู่ตลาดงาน
- การยกระดับคุณภาพการศึกษาและการเรียนรู้ตลอดชีวิต
- การเพิ่มประสิทธิภาพด้านระบบสุขภาพ เช่น ระบบส่งต่อและระบบแพทย์ฉุกเฉิน การค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ และการประกันสุขภาพ
- การพัฒนาระบบดูแลและสร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกับสังคมสูงอายุ

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:

- อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์ การก่อสร้าง/ ที่พักอาศัยผู้สูงอายุ
- สินค้าอุปโภค บริโภค สำหรับผู้สูงอายุ
- การศึกษาอบรมสำหรับผู้สูงอายุ



ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม

- การเข้าถึงบริการทางการศึกษาและสาธารณสุข
- การศึกษาเพื่อพัฒนาทักษะในการอยู่ในตลาดแรงงาน
- การเข้าถึงบริการสาธารณสุข ที่คาดว่าจะต้องใช้บริการมากกว่าช่วงวัยอื่นๆ
- การส่งมอบสวัสดิการทางสังคมให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุผ่านเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ
- การกระจายการให้บริการภาครัฐที่ครอบคลุมและทั่วถึง

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:

- อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์
- สินค้าอุปโภค บริโภค สำหรับผู้สูงอายุ
- การศึกษา/อบรมสำหรับผู้สูงอายุ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)
 กรอบระยะกลางที่ให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ (2)



ยุทธศาสตร์ที่ 3

การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

- เจาะกลุ่มตลาดผู้สูงอายุ ที่เพิ่มขึ้นทั่วประเทศและทั่วโลก
- การสร้างนวัตกรรมทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการหลักประกันการดำรงชีวิตหลังเกษียณ
- การส่งเสริมการสร้างและพัฒนาตลาดสำหรับสินค้ากลุ่มผู้สูงอายุ
- การพัฒนาอุตสาหกรรมสำหรับอนาคต

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:

- อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์
- สินค้าอุปโภค-บริโภคของผู้สูงอายุ



ยุทธศาสตร์ที่ 8

การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม

- มุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ
- การสร้างนวัตกรรมที่ลดความเหลื่อมล้ำและยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:

- อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์
- สินค้าอุปโภค-บริโภคของผู้สูงอายุ



ยุทธศาสตร์ที่ 9
พัฒนาภาค เมือง และพื้นที่

เศรษฐกิจ

- แนวทางการพัฒนาในภาคเหนือ
- การสร้างรายได้และการมีงานทำของผู้สูงอายุ
- การพัฒนานวัตกรรมดูแลผู้สูงอายุในระยะยาว
- การสร้างความเข้มแข็งให้กับสถาบันครอบครัวและชุมชน

โอกาสของผู้ประกอบการ

ด้านเศรษฐกิจสูงวัยในภาคเหนือ เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่แผนพัฒนาฯ ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเรื่องสังคมผู้สูงอายุ

แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) กรอบหลักด้านผู้สูงอายุในมิติต่าง ๆ (1)



ยุทธศาสตร์ที่ 1

ด้านการเตรียมความพร้อมของประชากรเพื่อวัยสูงอายุที่มีคุณภาพ

- หลักประกันรายได้เพื่อวัยสูงอายุ เช่น หลักประกันชราภาพ วินัยการออม
- การเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อเตรียมความรู้สู่การเป็นผู้สูงอายุ

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:

- การศึกษา/อบรมสำหรับผู้สูงอายุ



ยุทธศาสตร์ที่ 2

ด้านการส่งเสริมและพัฒนาผู้สูงอายุ

- การส่งเสริมสุขภาพ ป้องกันการเจ็บป่วย และการดูแลตนเองเบื้องต้น
- การส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมและความเข้มแข็งขององค์กรผู้สูงอายุ
- การส่งเสริมการทำงานและการหารายได้ของผู้สูงอายุ
- การมีสื่อสำหรับผู้สูงอายุ และการเข้าถึงสื่อโดยผู้สูงอายุ
- การสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีที่อยู่อาศัยและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสม เช่น กฎหมายให้สิทธิพิเศษแก่ภาคเอกชนที่จัดบริการด้านที่พักอาศัยแก่ผู้สูงอายุ

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:

- อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์
- การก่อสร้าง/ ที่พักอาศัยผู้สูงอายุ

แผนผู้สูงอายุแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2545-2564) กรอบหลักด้านผู้สูงอายุในมิติต่าง ๆ (2)



ยุทธศาสตร์ที่ 3

ด้านระบบคุ้มครองทางสังคมสำหรับผู้สูงอายุ

- การคุ้มครองรายได้แก่ผู้สูงอายุ
- หลักประกันด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การตรวจสุขภาพ วัคซีน การจัดสรรอุปกรณ์ที่จำเป็น อาทิ ไม่เห็นแว่นตา ฟันเทียม
- โครงสร้างสาธารณูปโภคสำหรับผู้สูงอายุ

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์:

- อุปกรณ์และบริการทางการแพทย์
- สินค้าอุปโภค-บริโภคของผู้สูงอายุ การก่อสร้าง/ ที่พักอาศัยผู้สูงอายุ



ยุทธศาสตร์ที่ 4

ด้านการบริหารจัดการเพื่อพัฒนาทางด้านผู้สูงอายุอย่างบูรณาการระดับชาติ และการพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุ

- การพัฒนาบุคลากรด้านผู้สูงอายุที่เพียงพอและมีมาตรฐาน



ยุทธศาสตร์ที่ 5

ด้านการประมวล พัฒนา และเผยแพร่องค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุ และการติดตามประเมินผลการดำเนินการตามแผนผู้สูงอายุแห่งชาติ

- การวิจัยและพัฒนาองค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุ

**มาตรการส่งเสริมการลงทุน โดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน
กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์หลายประเภท ได้รับการส่งเสริมจาก BOI**

- กิจกรรมผลิตอาหารทางการแพทย์ หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- กิจกรรมผลิต Non-woven Fabric หรือ ผลิตภัณฑ์สุขอนามัย (Hygienic Products) จาก Non-woven Fabric
- กิจกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ที่จัดอยู่ในประเภทความเสี่ยงสูง หรือ เทคโนโลยีสูง
- กิจกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ชนิดอื่นๆ (ยกเว้นการผลิตเครื่องมือแพทย์จากผ้าหรือเส้นใยชนิดต่างๆ)
- กิจกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์จากผ้าหรือเส้นใยชนิดต่างๆ เช่น เสื้อกาวน์ ผ้าคลุม หมวก ผ้าปิดปากและจมูก ผ้าก๊อช และสำลี
- กิจกรรมผลิตชิ้นส่วน Electronic Control and Measurement สำหรับงานอุตสาหกรรม/ เกษตร/เครื่องมือแพทย์/ยานพาหนะ/เครื่องมือวิทยาศาสตร์ โดยมี Sensor ที่สามารถตรวจวัดค่าที่เที่ยงตรงสูง
- กิจกรรมผลิตสารออกฤทธิ์สำคัญในยา
- กิจกรรมผลิตยาตามบัญชียามุ่งเป้า
- กิจกรรมผลิตยาแผนปัจจุบันและยาแผนโบราณ
- กิจกรรมผลิตสิ่งปรุงแต่งสำหรับประพินร่างกาย เช่น สบู่ ยา สระผม ยาสีฟัน เครื่องสำอาง
- กิจกรรมนิคมหรือเขตอุตสาหกรรมด้านนวัตกรรมอาหาร
- กิจกรรมวิจัยและพัฒนา
- กิจกรรมศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพ
- กิจกรรมบริการสาธารณสุข ด้านแพทย์แผนไทย
- กิจกรรมศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง
- กิจกรรมสถานพยาบาล
- กิจกรรมบริการขนส่งผู้ป่วย แพทย์ หรืออุปกรณ์การแพทย์ (ทางอากาศ ทางบก หรือ ทางเรือ)



มาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารทางการแพทย์และเครื่องมือแพทย์

ประเภทกิจการ	กลุ่ม/ สิทธิประโยชน์	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร	ยกเว้นอากรนำเข้าเพื่อวิจัยและพัฒนา	ยกเว้นอากรผลิตวัตถุดิบเพื่อการส่งออก	สิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี
หมวด 1 เกษตรกรรมและผลิตผลจากการเกษตร						
1.18 กิจกรรมผลิตอาหารทางการแพทย์ (Medical Food) หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement)	A2	8 ปี	✓	-	✓	✓
หมวด 3 อุตสาหกรรมเบา						
3.11 กิจกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์หรือชิ้นส่วน						
3.11.1 กิจกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ที่จัดอยู่ในประเภทความเสี่ยงสูง หรือเทคโนโลยีสูง (เช่น เครื่อง X-Ray เครื่อง MRI เครื่อง CT Scan และ วัสดุฝังในร่างกาย เป็นต้น) หรือเครื่องมือแพทย์ที่มีการนำผลงานวิจัยภาครัฐหรือที่ดำเนินการร่วมกับภาครัฐไปผลิตเชิงพาณิชย์)	A1 (กรณีที่มีการวิจัยพัฒนาแล้วนวัตกรรม) A2 (กรณีที่ไม่มีการวิจัยพัฒนาแล้วนวัตกรรม)	8 ปี (ไม่จำกัดวงเงิน)	✓	-	✓	✓
3.11.2 กิจกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์ชนิดอื่นๆ (ยกเว้นการผลิตเครื่องมือแพทย์จากผ้าหรือเส้นใยชนิดต่างๆ)	A3	5 ปี	✓	-	✓	✓
3.11.3 กิจกรรมผลิตเครื่องมือแพทย์จากผ้าหรือเส้นใยชนิดต่างๆ เช่น เสื้อกาวน์ ผ้าคลุม หมวก ผ้าปิดปากและจมูก ผ้าก๊อช และสำลี เป็นต้น	A4	3 ปี	✓	-	✓	✓

มาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์

ประเภทกิจการ	กลุ่ม / สิทธิประโยชน์	ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล	ยกเว้นอากรนำเข้าเครื่องจักร	ยกเว้นอากรนำเข้าเพื่อวิจัยและพัฒนา	ยกเว้นอากรผลิตวัตถุดิบเพื่อการส่งออก	สิทธิประโยชน์อื่นๆ ที่ไม่ใช่ภาษี
หมวด 7 กิจการบริการและสาธารณูปโภค						
7.12 กิจการเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology)						
7.12.1 กิจการวิจัยและพัฒนา และ/หรือ อุตสาหกรรมการผลิตเมล็ดพันธุ์หรือการปรับปรุงพันธุ์พืช สัตว์ และจุลินทรีย์ ที่ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ	A1	8 ปี (ไม่จำกัดวงเงิน)	✓	✓	✓	✓
7.12.2 กิจการวิจัยและพัฒนา และ/หรือ อุตสาหกรรมการผลิตสารเวชภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีชีวภาพ	A1	8 ปี (ไม่จำกัดวงเงิน)	✓	✓	✓	✓
7.12.3 กิจการวิจัยและพัฒนา และ/หรือ อุตสาหกรรมการผลิตชุดตรวจวินิจฉัยทางการแพทย์ การเกษตร อาหาร และสิ่งแวดล้อม	A1	8 ปี (ไม่จำกัดวงเงิน)	✓	✓	✓	✓
หมวด 8 การพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรม						
8.1 กิจการพัฒนาเทคโนโลยีเป้าหมาย						
8.1.1 กิจการพัฒนา Biotechnology	หมวด 8	10 ปี (ไม่จำกัดวงเงิน)	✓	-	✓	✓

มาตรการส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC)

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัยได้รับการส่งเสริมจาก EEC

<p>อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์อัจฉริยะ</p> 	<p>อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</p> 	<p>อุตสาหกรรมเกษตรและเทคโนโลยีชีวภาพ</p> 
<p>อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร</p> 	<p>อุตสาหกรรมหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ</p> 	<p>อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร</p> 

สิทธิประโยชน์สำหรับผู้ลงทุนในพื้นที่ 8

- 1) ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลสำหรับบางกิจกรรมได้นานสูงสุด 13 ปี (อาศัยอำนาจตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมการลงทุน)
- 2) ยกเว้นอากรขาเข้าสำหรับ เครื่องจักร วัตถุดิบ ที่นำ เข้ามาผลิตเพื่อส่งออก และของที่นำเข้ามา เพื่อการวิจัยและพัฒนา
- 3) ให้เงินสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการลงทุนการวิจัย และพัฒนาการส่งเสริมนวัตกรรมหรือการพัฒนาบุคลากรเฉพาะด้านของกิจการในอุตสาหกรรมเป้าหมาย
- 4) อนุญาตให้ถือกรรมสิทธิ์ ที่ดินเพื่อประกอบกิจการที่ได้รับการส่งเสริม
- 5) ให้สิทธิการเช่าที่ดินราชพัสดุ ถึง 50 ปี และสามารถพิจารณาต่ออายุอีก 49 ปี
- 6) กำหนดอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาร้อยละ 17 สำหรับผู้บริหาร ผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิจัย ที่มีคุณสมบัติตามที่อธิบดีกรมสรรพากรประกาศกำหนด
- 7) อำนาจความสะดวกให้กับนักลงทุนให้บริการข้อมูลข่าวสารการขอญาติที่เกี่ยวข้องกับกรประกอบการการค้าการส่งออกนำเข้าในจุดเดียว (ระบบ One-stop Service)
- 8) ให้วีซ่าทำงาน 5 ปี เพื่อดึงดูดนักลงทุน ผู้เชี่ยวชาญ และนักวิทยาศาสตร์จากทั่วโลก

มาตรการสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) - โอกาสของผู้ประกอบการเพื่อสังคมด้านผู้สูงอายุ เพื่อร่วมมือกับภาครัฐในการส่งมอบสินค้าและบริการทางสังคมแก่ผู้สูงอายุ

สรุปมาตรการและกลไกสนับสนุนวิสาหกิจเพื่อสังคมจากพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562

<p>1) จัดตั้งสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม เป็นหน่วยงานกำกับดูแล เสนอนโยบายและแผนเพื่อพัฒนา สนับสนุน ส่งเสริม จัดกิจกรรมอบรม ให้คำแนะนำและคำปรึกษาที่เกี่ยวข้อง</p>	<p>2) จัดตั้งกองทุนส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม สำหรับช่วยเหลือวิสาหกิจเพื่อสังคม เช่น ให้อุปถัมภ์เงินแก่ผู้ประกอบการสำหรับการก่อตั้ง ปรับปรุง พัฒนาการ ช่วยเหลือผู้ประกอบการในระยะเวลาไม่เกิน 2 ปี ให้เงินอุดหนุน ร่วมทุน</p>
<p>3) สิทธิประโยชน์ด้านภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร วิสาหกิจเพื่อสังคมที่นำกำไรทั้งหมดไปใช้เพื่อสังคม จะได้ยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคล</p>	<p>4) สิทธิประโยชน์ตามมาตรการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ตามกฎหมายว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ</p>

มาตรการสนับสนุนการจ้างงานผู้สูงอายุ การจ้างงานผู้สูงอายุช่วยผู้ประกอบการลดหย่อนภาษีได้

พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากรว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 639) พ.ศ. 2560 เรื่องยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลให้แก่บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลซึ่งรับผู้สูงอายุที่มีอายุหกสิบปีขึ้นไปเข้าทำงาน

บริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลได้รับสิทธิยกเว้นภาษีเงินได้นิติบุคคลร้อยละ 10 ของค่าจ้างที่จ่ายให้กับลูกจ้างสูงอายุที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป อย่างไม่จำกัด จำนวนลูกจ้างผู้สูงอายุต้องไม่เกินร้อยละ 10 ของจำนวนลูกจ้างทั้งหมด ที่ทำงานเต็มเดือนในบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคลนั้น และลูกจ้างสูงอายุต้องทำงานเต็มเดือน และค่าตอบแทนในการจ้างไม่เกิน 15,000 บาท ต่อคน ต่อเดือน





กฎกระทรวงสาธารณสุขที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจด้านสุขภาพ

กฎกระทรวงกำหนดกิจการอื่นในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2563

กำหนดลักษณะกิจการการดูแลผู้สูงอายุและผู้มีภาวะพึ่งพิง ได้แก่

1. สถานที่ที่จัดกิจกรรม การดูแลส่งเสริม พื้นฟูสุขภาพผู้สูงอายุและผู้มีภาวะพึ่งพิง โดยไม่มีการพักค้างคืน
2. สถานที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงอายุ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดูแล ส่งเสริมฟื้นฟูสุขภาพ
3. สถานที่ที่จัดกิจกรรมการดูแล ส่งเสริม พื้นฟูสุขภาพ และประคับประคอง ผู้สูงอายุและผู้มีภาวะพึ่งพิง โดยมีการพักค้างคืน

กฎกระทรวงกำหนดมาตรฐานด้านสถานที่ความปลอดภัย และการให้บริการในสถานประกอบการเพื่อสุขภาพประเภทกิจการการดูแลผู้สูงอายุและผู้มีภาวะพึ่งพิง พ.ศ. 2563

มีการกำหนดมาตรฐานด้านสถานที่และความปลอดภัย เช่น กำหนดให้พื้นที่ให้บริการต้องมีความกว้างทางเดินหากใช้รถเข็นหนึ่ง ไม่น้อยกว่า 90 เซนติเมตร ที่พักอาศัยของผู้รับบริการต้องปลอดภัยจากเหตุรำคาญ มีชุดปฐมพยาบาลระบบป้องกันและควบคุมการติดเชื้อที่เหมาะสม บุคลากรต้องได้รับการอบรมการช่วยฟื้นคืนชีพ และอื่นๆ

กฎกระทรวงกำหนดค่าธรรมเนียมการชำระค่าธรรมเนียมเกี่ยวกับการประกอบกิจการการดูแลผู้สูงอายุและผู้มีภาวะพึ่งพิง พ.ศ. 2563

กำหนดค่าธรรมเนียมใบอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ โดยคิดค่าธรรมเนียมตามลักษณะและขนาดพื้นที่การให้บริการ กำหนดให้ผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพชำระค่าธรรมเนียมการประกอบกิจการสถานประกอบการเพื่อสุขภาพรายปีเป็นครั้งแรก

ที่มา: http://www.hss.moph.go.th/show_topic.php?id=2089 และ www.bangkokbiznews.com/news/detail/858677

Bolliger & Company

89

แผนยุทธศาสตร์กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ. 2559 – 2564

ประเด็นยุทธศาสตร์ 1 ยุทธศาสตร์เศรษฐกิจการค้าของประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าและภาคบริการ

ความเชื่อมโยงนโยบายระดับชาติที่เกี่ยวข้องกับการกิจของกระทรวงพาณิชย์

แผนพัฒนาฯ ๑.12	1.เศรษฐกิจภาพรวม	2.เศรษฐกิจรายสาขา	3.เป็นเลิศด้านอาหาร	6. พื้นที่/เชื่อมโยงภูมิภาค
นโยบายรัฐบาล	<ul style="list-style-type: none"> ดูแลเกษตรกรให้มีรายได้ที่เหมาะสม สร้างผู้ประกอบการและ SMEs ให้เข้มแข็ง ส่งเสริมความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ การค้า การลงทุนในภูมิภาคอาเซียน 	<ul style="list-style-type: none"> ลดอุปสรรคการส่งออก/แสวงหาตลาดที่มีศักยภาพ ส่งเสริมภาคเศรษฐกิจดิจิทัล พัฒนาผู้ประกอบการไทยให้สอดคล้องกับข้อตกลง 		<ul style="list-style-type: none"> การค้าชายแดน พัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษ
สปช. ปฏิรูปพัฒนา	<ul style="list-style-type: none"> ผูกขาดและการแข่งขันที่เป็นธรรม ศูนย์กลางอาเซียน 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างสังคมผู้ประกอบการ พัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> ภาคเกษตร 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์
นโยบายรองนายกรัฐมนตรีด้านเศรษฐกิจ	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนารัฐบาลยุคใหม่ ส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการค้าอัญมณี นำทรัพย์สินทางปัญญาพัฒนาสินค้าและบริการ 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการใช้ e-Commerce พัฒนาระบบอำนวยความสะดวกทางธุรกิจ เชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานกับการพาณิชย์ 		<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นให้แข็งแรง
ยุทธศาสตร์จัดสรรงบประมาณ ปี 2560	<ol style="list-style-type: none"> 1. ความมั่นคงและการต่างประเทศ 2. การสร้างความสามารถในการแข่งขันของประเทศ 3. การแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำ และสร้างความเติบโตจากภายใน 			<ol style="list-style-type: none"> 6. การปรับสมดุลและพัฒนาระบบบริหารจัดการภาครัฐ
แผนแม่บท พ.ศ. 2555-2564	<ol style="list-style-type: none"> 1. Smart Enterprise 3. Value Creation Economy 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Pro competitive Environment 		<ol style="list-style-type: none"> 2. ASEAN One 5. New Trade Infrastructure
นโยบาย รว.	<ol style="list-style-type: none"> 1. แก้ปัญหาค่าครองชีพ 2. สร้างรายได้เกษตรกรและผู้มีรายได้น้อย และพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น 	<ol style="list-style-type: none"> 3. เร่งผลักดันการส่งออก 		<ol style="list-style-type: none"> 4. เพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการภาครัฐและปรับปรุงกฎหมาย กฎระเบียบ
ปฏิรูปนโยบายการค้าของ พ.ศ.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Demand Driven 	<ol style="list-style-type: none"> 2. Service Economy 	<ol style="list-style-type: none"> 3. Value Creation 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Trade Facilitation
ยุทธศาสตร์ พ.ศ. 2559-2564	<ol style="list-style-type: none"> 1. ยกระดับเศรษฐกิจการค้าของประเทศเข้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์มูลค่าและภาคบริการ 	<ol style="list-style-type: none"> 2. เสริมสร้างขีดความสามารถผู้ประกอบการ SMEs และวิสาหกิจรายย่อย 	<ol style="list-style-type: none"> 4. สร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจการค้าภายในประเทศ 	<ol style="list-style-type: none"> 3. พัฒนาการอำนวยความสะดวกทางการค้ารองรับเศรษฐกิจดิจิทัล 5. เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขององค์กรในเชิงรุกและมีธรรมาภิบาล

ข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเศรษฐกิจ - กุมภาพันธ์ 2559

1.8 ส่งเสริมตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) (Halal, Wellness, Ageing)




ที่มา: กระทรวงพาณิชย์

Bolliger & Company

90

กรณีศึกษาระดับประเทศ:

ต้นแบบความสำเร็จเกี่ยวกับการรับมือและการบริหารเศรษฐกิจสูงวัย

ประเทศ	แนวทาง	สาขา	ผลลัพธ์
 <p>เนเธอร์แลนด์</p>	<p>Buurtzorg Scheme (Care in the neighbourhood) (since 2007)</p> <ul style="list-style-type: none"> นโยบายให้พยาบาลของสถานพยาบาลของรัฐไปเยี่ยมผู้สูงอายุที่บ้าน แบ่งทีมพยาบาลและผู้สูงอายุแต่ละชุมชน บูรณาการความร่วมมือกับแพทย์เวชปฏิบัติทั่วไป (GP) คนในชุมชน บริการสาธารณะอื่นๆ 	บริการทางการแพทย์	<ul style="list-style-type: none"> ความพึงพอใจของผู้สูงอายุ ลดข้อจำกัดด้านงบประมาณในการเดินทาง หรือภาระของลูกหลานในการพาผู้สูงอายุไปพบแพทย์/พยาบาล ความพึงพอใจของผู้ให้บริการทางการแพทย์ พยาบาลรู้จักและเข้าใจผู้ป่วย มีอิสระและได้ใช้ความคิดสร้างสรรค์ ลดจำนวนผู้ป่วยที่เข้าโรงพยาบาล (ประหยัดงบประมาณ และจัดสรรบริการได้ดีขึ้น) ประเทศ/มลรัฐ นำไปปรับใช้ เช่น สวีเดน ญี่ปุ่น รัฐมินเนโซต้า
 <p>ออสเตรเลีย</p>	<p>(มลรัฐนิวเซาท์เวลส์)</p> <p>Seniors' cards ให้ส่วนลดผู้สูงอายุในการซื้อสินค้าและบริการ</p>	การค้าสินค้า	<ul style="list-style-type: none"> ผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้
 <p>ญี่ปุ่น</p>	<p>สร้างวัฒนธรรม Inclusive Culture (รายละเอียดในหน้าถัดไป)</p>	การค้าสินค้าและบริการ	<ul style="list-style-type: none"> ผู้สูงอายุสามารถคงการอุปโภค การบริโภค และการใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน

กรณีศึกษาระดับประเทศ:

Inclusive Culture ต้นแบบนโยบายเศรษฐกิจสูงวัยจากประเทศญี่ปุ่น



ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก จึงเป็นตลาดขนาดใหญ่ของเศรษฐกิจสูงวัย

- ร้อยละ 20 ของผู้สูงอายุในญี่ปุ่น อายุมากกว่า 70 ปี
- ผู้ที่อายุมากกว่า 100 ปี กว่า 68,000 คน



R&D

รัฐบาลตระหนักถึงปัญหาสังคมสูงวัย มีนโยบายแก้ไขปัญหาโดย:

- ลงทุนในด้านการวิจัยและพัฒนาด้านสังคมผู้สูงอายุ เช่น พัฒนาเทคโนโลยี Home automation เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดบุคลากรดูแลผู้สูงอายุ
- สนับสนุนความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน



Inclusive Culture ทำให้ผู้สูงอายุสามารถใช้ชีวิตได้อย่างปกติตั้งเช่นคนหนุ่มสาว

ผลลัพธ์: ผู้สูงอายุสามารถคงการอุปโภค การบริโภค และการใช้จ่ายใช้สอยในชีวิตประจำวัน

ตัวอย่าง:

- จัดแวนตาสำหรับอ่านหนังสือให้ผู้สูงอายุหยิบใช้ฟรี ตามสถานสาธารณะ เช่น ไปรษณีย์ ธนาคาร โรงแรม ห้างสรรพสินค้า
- พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ เช่น ปุ่มกดสำหรับเพิ่มระยะเวลาข้ามถนน

ที่มา: BBC.com ageingfit-event.com และ oecd-library.org

Policy Brief: ประเทศสิงคโปร์



Policy Brief: กระทรวงสาธารณสุขสิงคโปร์กำหนด ACTION PLAN FOR SUCCESSFUL AGEING

LIFELONG EMPLOYABILITY



นโยบายส่งเสริมการจ้างงานและเพิ่มความมั่นคงทางการเงิน ผู้สูงวัยสามารถทำงานได้จนถึงอายุ 67 ปี และตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป ผู้สูงวัยจะได้รับเงินช่วยเหลือ (Silver support) มีการจัดตั้ง SkillsFuture Program เพื่อเป็นศูนย์บริการเพิ่มทักษะให้แรงงานที่สะดวกแบบครบวงจรบน platform ออนไลน์ ให้ข้อมูลอาชีพที่เป็นที่ต้องการของตลาดแรงงาน แนะนำอาชีพที่เหมาะสมกับทักษะของแรงงาน รวมถึงทักษะที่ควรเรียนรู้เพิ่ม



LIFELONG LEARNING

นโยบายส่งเสริมการเพิ่มทักษะแรงงานอย่างต่อเนื่อง ในรูปแบบการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานและเฉพาะด้าน รวมถึงโปรแกรมทักษะแรงงานในอนาคต โดยจัดให้มีการศึกษาทั้งในและนอกระบบ รัฐบาลจัดตั้ง National Silver Academy เพื่อช่วยเพิ่มทักษะและยกระดับผลผลิตของผู้สูงวัย รวมทั้งเพิ่มความสามารถในการหารายได้ในระยะยาว นอกจากนี้ โครงการ "Skill Future Credit" ยังส่งเสริมการศึกษาของประชาชนอย่างต่อเนื่องเพื่อลดช่องว่างทางทักษะอาชีพ โดยได้สนับสนุนให้ประชาชนที่มีอายุไม่ต่ำกว่า 25 ปี สามารถขอรับทุน 500 ดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อใช้เป็นทุนในการเข้าร่วมโปรแกรมทักษะอาชีพที่รัฐบาลรับรองกว่า 10,000 รายการ

ที่มา: www.bot.or.th และ www.moh.gov.sg

Policy Brief: สิงคโปร์ปรับนโยบายการจ้างงานเพื่อรองรับภาวะขาดแคลนแรงงานและ พัฒนาแรงงานที่มีอยู่จำกัด



* **อายุการจ้างงานใหม่ (re-employment age)** หากลูกจ้างมีอายุครบเกษียณ นายจ้างต้องเสนอ การจ้างงานใหม่ให้อีกครั้ง และให้ลูกจ้างที่มีคุณสมบัติเหมาะสมสามารถทำงานต่อไปได้จนครบตาม re-employment age

ที่มา: www.straitstimes.com

Policy Brief: นโยบาย Smart Nation กับสังคมผู้สูงอายุในประเทศสิงคโปร์

นโยบายประเทศอิตาลี (Smart Nation)	Smart Nation กับสังคมผู้วัย	Guidelines on user interface design for older adults (SS618)
<p>เริ่มตั้งแต่ พ.ศ. 2557 โดยการนำเทคโนโลยีเครือข่ายสารสนเทศมาใช้ในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศเป็นระบบดิจิทัลในทุกมิติอย่างครอบคลุม เช่น มิติด้านเทคโนโลยี มิติด้านสิ่งแวดล้อม มิติด้านการศึกษา มิติด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ มิติด้านสาธารณสุข เป็นต้น รัฐบาลให้ความสำคัญกับการพัฒนาและยกระดับการศึกษาของประชาชน เน้นการลงทุนในสินทรัพย์ทางปัญญาเพื่อขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาประเทศด้วยเศรษฐกิจฐานความรู้</p>	<p>มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในจัดบริการสาธารณะเพื่ออำนวยความสะดวกให้ผู้สูงอายุในสังคม รวมถึงบริการทางการแพทย์ เช่น การใช้ระบบติดตามทางไกลออนไลน์ เพื่อติดตามการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุได้ แอปพลิเคชันสำหรับรายงานเหตุการณ์ฉุกเฉิน โดยจะมีทีมอาสาสมัครคอยให้ความช่วยเหลือก่อนนำผู้ป่วยส่งถึงโรงพยาบาล</p>	<p>รัฐบาลได้ออกแนวทางปฏิบัติซึ่งเป็นคำสำหรับการออกแบบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงบริการออนไลน์ ให้เป็นมิตรกับผู้ใช้งานที่อายุระหว่าง 55 – 75 ปี ซึ่งช่วยให้ผู้สูงอายุเข้าถึงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศที่จะกลายเป็นระบบดิจิทัลได้มากขึ้น SS618 ครอบคลุมคำแนะนำสำหรับการออกแบบทั่วไป เช่น ขนาด แบบ และสีของตัวอักษรให้อ่านและเข้าใจง่าย และการสร้างมีฟังก์ชันที่ไม่ซับซ้อน</p>

ที่มา: www.library2.parliament.go.th และ www.nas.gov.sg



Policy Brief: สิงคโปร์ส่งเสริมอุตสาหกรรมหุ่นยนต์เพื่อรับมือกับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น

ปัจจุบันประเทศสิงคโปร์มีการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชนเพิ่มมากขึ้น โดยนับเป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย Smart Nation และมีนโยบายที่สนับสนุนอุตสาหกรรมหุ่นยนต์ให้สามารถแข่งขันได้ในเวทีระดับโลก



อุตสาหกรรมหุ่นยนต์ในประเทศสิงคโปร์



ประเทศสิงคโปร์ได้เปิดตัวโครงการ “The National Robotics Program” ในปี 2016 ด้วยงบประมาณสนับสนุน 450 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ เพื่อการดำเนินโครงการระยะ 3 ปี เพื่อขับเคลื่อนงานวิจัยด้านเทคโนโลยีหุ่นยนต์และพัฒนาการให้บริการด้านการดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การใช้หุ่นยนต์พยุงหลังแทนเจ้าหน้าที่ที่ต้องดูแลผู้สูงอายุ การใช้หุ่นยนต์จัดยาในโรงพยาบาล และการใช้หุ่นยนต์ให้บริการด้านสหภาพการแก่ผู้สูงอายุ เป็นต้น

ในปี 2020 รัฐบาลจัดสรรงบประมาณ 19,000 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ภายใต้โครงการ **Research, Innovation and Enterprise 2020 (RIE 2020)** ระยะเวลา 5 ปี เพื่อสนับสนุนการทำวิจัยเกี่ยวกับวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยภาคเอกชนสามารถยื่นโครงการเพื่อขอรับเงินสนับสนุนดังกล่าวได้ด้วย โครงการดังกล่าวการพัฒนา AI เพื่อยกระดับบริการด้านการแพทย์ อาทิ การพัฒนา AI เพื่อใช้วินิจฉัยผู้ป่วยที่มีแนวโน้มต่อโรคเรื้อรัง การพัฒนาระบบ sensor ที่ช่วยป้องกันภาวะหัวใจล้มเหลว

ที่มา: กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ และ Global Partners Consulting (สิงคโปร์)

Policy Brief: ประเทศญี่ปุ่น

General Principles
Concerning Measures
for the Aging Society

Securing life-long employment

นโยบายเพิ่มอายุเกษียณ และส่งเสริมให้ผู้สามารถทำงานต่อได้ในองค์กรทุกภาคส่วน

Women in the workforce

ส่งเสริมให้ผู้หญิงในสังคมออกมาทำงานมากขึ้น และลดภาระการเป็น caretaker ของครอบครัวโดย ส้ำฟัง

Regional Cooperation

การสร้างความร่วมมือในภูมิภาคเอเชียเพื่อสร้างสังคมสูงวัยที่มีคุณภาพ

Increasing workforce in Japan

ญี่ปุ่นได้รับประโยชน์จากจำนวนแรงงานต่างชาติที่เข้าร่วมโครงการ On-the-job training

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

- Ministry of Health, Labour and Welfare
- Ministry of Foreign Affairs



Policy Briefs: ญี่ปุ่นดำเนินนโยบายกระตุ้นให้ผู้มีศักยภาพในสังคมเข้าสู่ตลาดแรงงานเพื่อรับมือสภาวะขาดแคลนแรงงานใน Super-Aged Society



ส่งเสริมการปฏิรูปวัฒนธรรมการมีชั่วโมงทำงานที่สั้นลง กระตุ้นให้เกิดความยืดหยุ่นในการจ้างงาน ระบบค่าตอบแทนที่วางอยู่บนพื้นฐานของความสามารถมากกว่าระดับอาวุโส และสนับสนุนให้บริษัทจ้างงานผู้ที่ครบกำหนดอายุเกษียณต่อในฐานะแรงงานไม่ประจำ



สนับสนุนให้ผู้หญิงทำงานประจำเพื่อเพิ่มจำนวนแรงงานในตลาดและความเสมอภาคทางเพศ ส่งเสริมให้ผู้หญิงและผู้ชายมีส่วนร่วมในการทำงานที่ได้รับค่าจ้างและภาวะดูแลครอบครัวเท่าเทียม ผู้หญิงและผู้ชายสามารถลาเพื่อเลี้ยงดูบุตรโดยได้รับเงินเดือนอย่างน้อยร้อยละ 67 ของเงินเดือน สำหรับ 180 วันแรกของการลา และร้อยละ 50 ของเวลาที่เหลือจนกระทั่งบุตรอายุครบ 1 ปี

นอกจากนี้ รัฐบาลญี่ปุ่นยังดำเนินนโยบายเพิ่มจำนวนสถาน託児施設 (childcare) 0 - 2 ปี และพัฒนาระบบ Early Childhood Education And Care (ECEC) เพื่อให้ผู้หญิงมีความมั่นใจและสามารถกลับไปทำงานประจำได้อย่างไร้กังวล



ส่งเสริมให้เอกชนจ้างแรงงานชาวต่างชาติทั้งในสายอาชีพและสายเทคนิค รวมถึงให้วีซ่าอนุญาตให้ชาวต่างชาติเข้าอบรมเพื่อประกอบอาชีพคนดูแลผู้ป่วยและผู้สูงอายุโดยกระทรวงสาธารณสุข ส่งผลให้การจ้างงานชาวต่างชาติในปี 2017 เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 นับจากปี 2015

ที่มา: รายงาน JAPAN: PROMOTING INCLUSIVE GROWTH FOR AN AGEING SOCIETY จัดทำโดย OECD และ General Principles Concerning Measures for the Aging Society ของประเทศญี่ปุ่น

Japan (Business)

- ในปี 2016 ญี่ปุ่นริเริ่มโครงการ **Asia Health and Wellbeing Initiatives** มุ่งส่งเสริมความร่วมมือระดับทวิภาคีและภูมิภาคเพื่อสร้างระบบบริการด้านสุขภาพที่ยั่งยืน และเพื่อยกระดับอุตสาหกรรมการดูแลสุขภาพระยะยาวสำหรับผู้สูงอายุในเอเชีย
- ในปี 2018 ได้ลงนามความตกลงความร่วมมือกับรัฐบาลเวียดนามผ่านโครงการที่รับบุคลากรของเวียดนามเข้าฝึกอบรมในองค์กรและบริษัทเอกชนด้านการดูแลผู้สูงอายุในญี่ปุ่นในลักษณะ **On-the-job training** 10,000 คนในปี 2020 ทั้งนี้ รัฐบาลเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรมและบริษัทฝ่ายญี่ปุ่นเป็นผู้จ่ายค่าจ้าง ซึ่งช่วยเพิ่มแรงงานในตลาดบริการด้านสุขภาพ
- รัฐบาลญี่ปุ่นพยายามพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการขยายตลาดในต่างประเทศของธุรกิจด้านสุขภาพโดยการสร้างกรอบความร่วมมือกับรัฐบาลกลางและรัฐบาลท้องถิ่นของประเทศภาคีภายใต้ Asia Health and Wellbeing Initiatives และช่วยให้ภาคเอกชนได้รับการสนับสนุนทางการเงิน จาก Japan International Cooperation Agency (JICA) และ the Japan External Trade Organization (JETRO)



ที่มา: www.ahwin.org และ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ ประเทศญี่ปุ่น

Policy Brief: สหภาพยุโรป

ความร่วมมือด้านนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมสูงวัย (European Innovation Partnership on Active and Healthy Ageing - EIP on AHA)

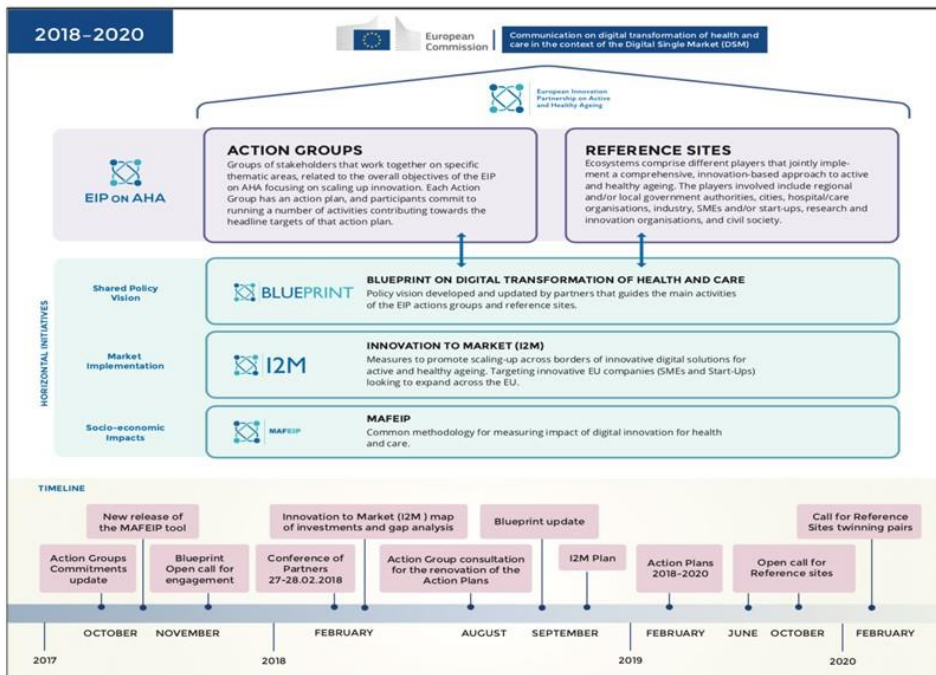
- 1 ปรับปรุงสุขภาพและคุณภาพชีวิตของชาวยุโรปโดยให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุ
- 2 สนับสนุนความยั่งยืนและประสิทธิภาพระยะยาวของระบบสุขภาพและการดูแลสุขภาพ
- 3 เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมสหภาพยุโรปผ่านธุรกิจและการขยายตลาดใหม่

Action Groups กลุ่มผู้มีส่วนร่วมจากภาควิชาการ ภาครัฐ อุตสาหกรรม องค์กรด้านสุขภาพ เครือข่าย ผู้ให้บริการ ผู้ลงทุน ร่วมระดมความคิดในการระบุ ปัญหาและช่องว่างในนโยบายที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

Reference Sites กลุ่มภูมิภาค เมือง โรงพยาบาล หรือองค์กรสุขภาพ ภาคเอกชน ภาครัฐ มหาวิทยาลัย และชุมชน ที่มุ่งเน้นการพัฒนา ลงทุน และถ่ายโอน นวัตกรรมเพื่อสังคมสูงวัยสุขภาพดี



แผนการดำเนินงานภายใต้ร่วมมือด้านนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาสังคมสูงวัยของ EU



ที่มา: European Commission website

EU ให้การสนับสนุนทางการเงินและวิชาการแก่ภาคธุรกิจเพื่อกระตุ้นการสร้างนวัตกรรมที่สามารถช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ

Active Assisted Living Programme: Ageing Well in the Digital World (AAL Programme)

- 1 สนับสนุนผลิตภัณฑ์และบริการที่ถูกต้องแบบบนพื้นฐาน ICT ที่ช่วยให้ผู้สูงอายุอาศัยในบ้าน ชุมชน และที่ทำงานได้อย่างปลอดภัย
- 2 พัฒนางานวิจัยและพัฒนาด้านนวัตกรรมในระดับสหภาพยุโรป ในด้านเทคโนโลยีและบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ
- 3 สร้างเงื่อนไขทางตลาดที่เป็นประโยชน์สำหรับภาคอุตสาหกรรมสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ กำหนดกรอบการทำงาน EU ที่เอื้อต่อการพัฒนา Solution ที่ได้มาตรฐานและสามารถนำไปปรับใช้ในระดับท้องถิ่นและรัฐที่อาจมีข้อบังคับทางกฎหมายแตกต่างกันไป



สรุปประเด็นจากการประชุมทางไกล และสัมภาษณ์เชิงลึก - เศรษฐกิจสูงอายุเป็นโอกาสของผู้ประกอบการ

โอกาสของผู้ประกอบการไทยในเศรษฐกิจสูงอายุ

จำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นทั้งในไทยและระดับโลก

- โอกาสของธุรกิจในตลาดสินค้าผู้สูงอายุโลก

ผู้สูงอายุสมัยใหม่มีแนวโน้มอยู่อาศัยตามลำพังมากขึ้น

- บ้านพักผู้สูงอายุได้รับการยอมรับจากสังคม

ผู้สูงอายุจำนวนมากมีความคล่องแคล่วและสามารถดูแลตัวเองได้

ผู้สูงอายุสามารถจับจ่ายใช้สอยได้เอง ผ่านทางช่องทางปกติและร้านค้าออนไลน์

โอกาสของสินค้าที่แสดงอัตลักษณ์ความเป็นไทยได้รับความนิยมนในตลาดต่างประเทศ

ตลาดผู้สูงอายุในปัจจุบันมักจำกัดที่กลุ่มผู้มีฐานะดี

- โอกาสสำหรับกิจการเพื่อสังคมและกิจการผู้สูงอายุกลุ่มอื่นๆ

Bolliger & Company 104

สรุปประเด็นจากการประชุมทางไกล และสัมภาษณ์เชิงลึก - ภาครัฐควรพัฒนาโยบายเพื่อสนับสนุนธุรกิจ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับมาตรการภาครัฐ

นโยบายพัฒนาผู้ประกอบการมีข้อจำกัดในการสร้างผลลัพธ์ที่เห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม



ความไม่แน่นอนและไม่ชัดเจนของนโยบาย เป็นอุปสรรคต่อการวางแผนธุรกิจ



ภาครัฐขาดหน่วยงานกลางในการบริหารจัดการแบบองค์รวม แต่เป็นการทำงานแบบแยกส่วนของแต่ละหน่วยงาน



นโยบายการส่งเสริมการทำงานของสูงอายุ กำหนดเพดานเงินเดือนที่ 15,000 บาท ซึ่งต่ำเกินไป



นโยบายเบี้ยยังชีพอาจยังไม่เพียงพอในการสนับสนุนให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี



มาตรฐานและระเบียบต่าง ๆ ช่วยลดความเสี่ยงของผู้สูงอายุ


- แต่กระบวนการที่ล่าช้า เป็นอุปสรรคของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี



สรุปประเด็นจากการประชุมทางไกล และสัมภาษณ์เชิงลึก - ภาครัฐควรพัฒนาโยบายเพื่อสนับสนุนธุรกิจ


ข้อเสนอแนะต่อมาตรการภาครัฐ

มาตรการสนับสนุนผู้ประกอบการ



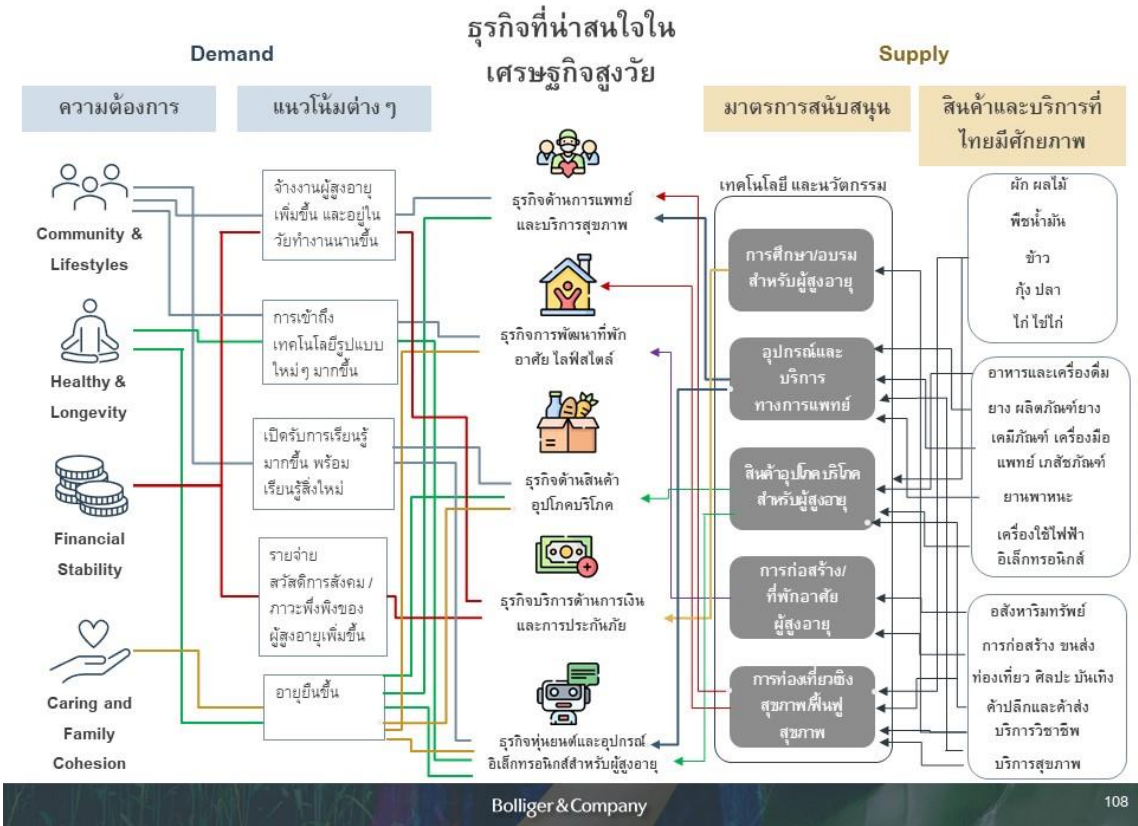
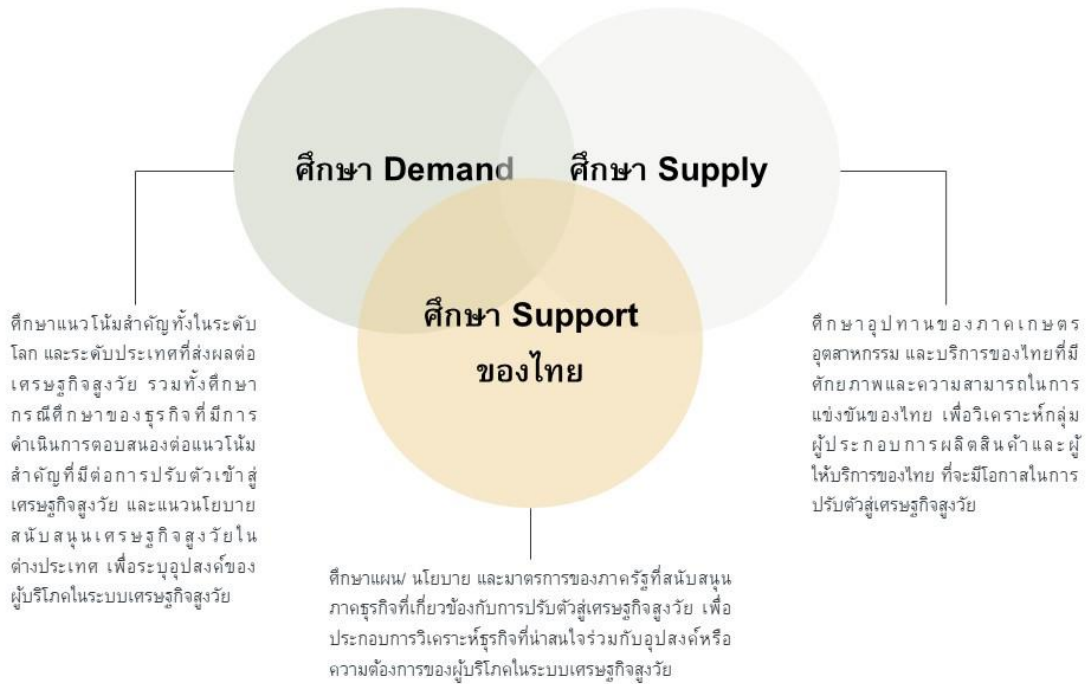
- ให้ความช่วยเหลือผู้ประกอบการในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ เช่น นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับตลาดต่างประเทศ จัดงานจับคู่ธุรกิจ
- ปรับปรุงกฎระเบียบและเร่งรัดการดำเนินงานเพื่อลดอุปสรรคต่อการประกอบธุรกิจ
- เพิ่มมาตรการด้านการเงินสนับสนุนผู้ประกอบการ เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษี เงินสนับสนุน
- รวบรวม จัดเก็บ และเผยแพร่ข้อมูล ผลการศึกษา ผลงานวิจัยอย่างเป็นระบบ
- สนับสนุนบริษัทวิจัยและทดลอง ภายใในประเทศไทย และอนุญาตบริษัทจากต่างประเทศ เพราะผลการทดลองเพิ่มความน่าเชื่อถือและความสามารถทางการแข่งขันให้กับสินค้าไทย
- จัดทำฐานข้อมูลผู้สูงอายุ เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการในการวางแผนธุรกิจ

มาตรการด้านทรัพยากรมนุษย์



- เตรียมความพร้อมบุคคลอายุประมาณ 50 – 60 ปี ก่อนเป็นผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ
- เตรียมความพร้อมด้านบุคลากรและแรงงาน เช่น พยาบาล และอาชีพอื่นๆ ที่ไม่สามารถแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติ
- ปรับปรุงระบบประกันสุขภาพความครอบคลุมถึงการส่งเสริมและป้องกันสุขภาพ
- มาตรการเตรียมความพร้อมและช่วยเหลือผู้สูงอายุด้านการเงินในระยะยาว

กรอบแนวทางการศึกษาวิเคราะห์ธุรกิจที่จะได้รับผลประโยชน์ในเศรษฐกิจสูงวัย



การวิเคราะห์ SWOT Analysis สำหรับธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

<ul style="list-style-type: none"> • ความน่าเชื่อถือของธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ ได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ ปัจจุบันมีโรงพยาบาลที่ได้รับการรับรองจาก Joint Commission International (JCI) มากเป็นอันดับที่ 4 ของโลก และอันดับ 1 ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ • ค่ารักษาพยาบาลที่ถูกลง เมื่อเทียบกับคุณภาพและบริการที่ได้รับ ส่งผลให้ธุรกิจประเภทนี้มีความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพของประเทศไทย • ความก้าวหน้าทางวิทยาการแพทย์ เทคโนโลยี ดิจิทัลที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ในการรักษาและบริการ เช่น การรักษาทางไกล (Telemedicine) หรือการผ่าตัดโดยใช้หุ่นยนต์ • คุณภาพของการให้บริการ ด้วยจิตบริการ (Service Mind) สูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคที่เป็นคู่แข่งด้านบริการสุขภาพ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย เกาหลีใต้ • แผนยุทธศาสตร์ Medical Hub - มีการจัดตั้งคณะกรรมการระดับชาติในการขับเคลื่อนนโยบายให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน • การพัฒนาเป็นศูนย์สุขภาพครบวงจร โรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่รัฐและเอกชนได้มีการขยายสาขาและสร้างพันธมิตรเพื่อเป็นศูนย์กลางครบวงจร 	<ul style="list-style-type: none"> • จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอ จำนวนบุคลากรการแพทย์ต่อประชากรของไทยค่อนข้างต่ำโดยเปรียบเทียบ หรือจำนวนผู้ดูแลผู้สูงอายุที่ยังไม่เพียงพอ • การนำเอาอุปกรณ์เทคโนโลยีด้านการแพทย์ ยิงขาดการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นของตนเอง • การขาดกลไกการกำกับดูแลที่เป็นสากล ธุรกิจบางประเภทอาจยังไม่มีข้อกำหนดมาตรฐานหรือกำหนดมาตรฐานที่ไม่เพียงพอ ดังเช่นกรณีของผู้ให้บริการสุขภาพ (Caregiver) ที่ยังไม่มีการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานความรู้เบื้องต้น (Minimum standard) ที่เป็นรูปธรรม • ราคาของยาประเภทไบโอโลจิกส์ค่อนข้างแพง แนวโน้มการใช้ Targeted therapy โดยยาซึ่งพัฒนามาจากชีววัตถุที่สามารถเจาะไปที่สารพันธุกรรมของแต่ละบุคคลได้และช่วยชีวิตให้กับผู้ป่วยที่มีราคาแพง • การเน้นการเติบโตของตลาดในประเทศที่แข่งขันเรื่องราคาที่สูง ทำให้ไม่สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ที่นำมาตราฐานสากลเช่น FDA หรือยาทุนเพื่อการพัฒนาสินค้าฯ เสียโอกาสในการส่งออกไปยังต่างประเทศ
<ul style="list-style-type: none"> • ผู้รับบริการจากต่างประเทศ จุดแข็งในส่วนตัว เป็นโอกาสที่จะดึงดูดชาวต่างชาติเข้ามาใช้บริการด้านการแพทย์และบริการสุขภาพในประเทศไทย • โครงสร้างประชากรไทยในสังคมผู้สูงอายุ ส่งผลให้มีอุปสงค์ต่อสินค้าประเภทการแพทย์และบริการสุขภาพเพิ่มขึ้น ทั้งในด้านการรักษา การฟื้นฟู การทำกายภาพบำบัด การส่งเสริมสุขภาพทางด้านโภชนาการ • ค่าใช้จ่ายด้านการรักษาสุขภาพ มีความต้องการบริการที่จะช่วยให้สามารถดูแลตัวเองและดำรงชีวิตด้วยตัวเองได้ ส่งผลให้ประชากรสุขภาพดีขึ้นและอายุยืนยาวขึ้น • นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ เช่น สำมักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีนโยบายส่งเสริมการลงทุนธุรกิจหมวดต่างๆ หรือกรณีของสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกซึ่งให้สิทธิประโยชน์ผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมเทคโนโลยีชีวภาพและการแพทย์ครบวงจร • ความก้าวหน้าด้านโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศไทย เปิดโอกาสให้สามารถนำเทคโนโลยี Telemedicine มาใช้ รวมถึงระบบ E-pharmacy และ Wearable device โดยเฉพาะสำหรับผู้ป่วยโรคเรื้อรัง รวมถึงการเปิดแพลตฟอร์มบริการทางการแพทย์ 	<ul style="list-style-type: none"> • ผู้สูงอายุในไทยอาจมีเงินออมไม่มากนัก มีประชากรกลุ่มอายุเพียงแค่ 10-15 ล้านคน ที่อาจมีเงินออมในกองทุนต่างๆ และอยู่ในระบบประกันสังคม ในขณะที่ประชากรส่วนใหญ่เป็นแรงงานนอกระบบ • ต้นทุนในการเริ่มต้นธุรกิจ ต้นทุนอุปกรณ์ทางการแพทย์และวิทยาการเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการเข้าสู่ตลาดแม้จะมีคู่แข่งใหม่ (Barrriers to entry) ทำให้ธุรกิจเริ่มต้นได้ยาก และต้องอาศัยการสร้างความสัมพันธ์และความไว้วางใจของผู้รับบริการ • สิทธิด้านการรักษาพยาบาลในประเทศไทย และระบบประกันสุขภาพครอบคลุมการรักษาพยาบาลเฉพาะการรักษาในสถานพยาบาล ทำให้ผู้ป่วยเลือกใช้บริการดูแลรักษาในโรงพยาบาลมากกว่าเนื่องจากเข้าถึงง่ายและเบิกจ่ายได้สะดวก ส่งผลให้การบริการทางการแพทย์ทางเลือก ไม่ได้รับความสนใจจากผู้รับบริการมากนัก • ค่าใช้จ่ายการต่อต้านสารเคมี - ผู้สูงอายุจำนวนหนึ่งมีทัศนคติต่อต้านหรือหลีกเลี่ยงการพบแพทย์และการรักษาโดยยาแผนปัจจุบัน เนื่องจากมีความเชื่อว่าการรักษาจะเป็นการเพิ่มสารเคมีซึ่งเป็นโทษต่อร่างกาย

ร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในสาขาที่มีศักยภาพ พร้อมกลยุทธ์ต่าง ๆ - กลยุทธ์ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

กลยุทธ์เชิงรุก

- สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดกลุ่มผู้ใช้บริการต่างชาติ
- เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจดูแลผู้สูงอายุที่มีศักยภาพกับตลาดผ่านแพลตฟอร์ม

กลยุทธ์เชิงป้องกัน

- สร้างฐานข้อมูลกลางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม (Symmetry information access)

กลยุทธ์เชิงแก้ไข

- พัฒนาบุคลากรผู้ดูแลผู้สูงอายุ (Care giver) ที่มีคุณภาพ
- ส่งเสริมการใช้ Telemedicine ให้แพร่หลายมากยิ่งขึ้น
- ดำเนินโครงการในเชิง Regulatory Sandbox สำหรับกิจการที่ยังไม่มีกฎหมายรองรับโดยตรง

กลยุทธ์เชิงรับ

- ยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมยา ผ่านการส่งเสริมการลงทุนด้านห้องทดลองปฏิบัติการ Laboratory
- ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพ เพื่อคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า
- ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิ

แผนยุทธศาสตร์ธุรกิจการแพทย์และบริการสุขภาพ

วิสัยทัศน์	ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) แบบครบวงจร ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย สามารถสร้างสังคมสุขภาพดีได้อย่างครอบคลุม			
ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ	ยุทธศาสตร์ที่ 2 – สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคบริการการแพทย์และสุขภาพทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง (Horizontal & Vertical) เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน	ยุทธศาสตร์ที่ 3 – พัฒนาระบบนิเวศของภาคการบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี	ยุทธศาสตร์ที่ 4 – ยกกระดับการให้บริการการแพทย์และสุขภาพในประเทศที่ครอบคลุม
กลยุทธ์	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาบุคลากรผู้ดูแลผู้สูงอายุ (Care giver) ที่มีคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> สร้างพันธมิตรทางธุรกิจเพื่อขยายตลาดกลุ่มผู้ใช้บริการต่างชาติ เชื่อมโยงเครือข่ายธุรกิจและผู้สูงอายุที่มีศักยภาพกับตลาดผ่านแพลตฟอร์ม ยกระดับมาตรฐานของอุตสาหกรรมผ่านการส่งเสริมการลงทุนด้าน Laboratory ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อคาดการณ์ความต้องการของลูกค้า 	<ul style="list-style-type: none"> ดำเนินโครงการในเชิง Regulatory Sandbox สำหรับกิจการที่ยังไม่มีกฎหมายรองรับโดยตรง 	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการใช้ Telemedicine ให้แพร่หลายมากขึ้น สร้างฐานข้อมูลกลางให้ประชาชนสามารถเข้าถึงได้อย่างเท่าเทียม (Symmetry information access) ส่งเสริมความร่วมมือเพื่อสนับสนุนการบริการสุขภาพในระดับปฐมภูมิ

การวิเคราะห์ SWOT Analysis สำหรับธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

- การเป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย ซึ่งเป็นจุดแข็งสำหรับธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยในการเข้าถึงส่วนประกอบในราคาที่เหมาะสม และรวดเร็ว
- การเข้าถึงประเด็นความต้องการของผู้สูงวัย/ผู้ป่วย – เนื่องจากประเทศไทยมีผู้สูงวัย/ผู้ป่วยจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าใจถึงข้อมูลความต้องการที่หลากหลายเกี่ยวกับสินค้าประเภทหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่จะช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ

- ความล่าช้าในวิทยากร หุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยยังมีเทคโนโลยีที่ต่ำกว่าต่างประเทศ
- ความเชื่อมั่นในสินค้า ผู้สูงอายุ/ผู้ดูแลผู้สูงอายุ อาจมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของสินค้าจากต่างประเทศ โดยเฉพาะสินค้าจากประเทศตะวันตกที่มีความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีมากกว่าไทย ทำให้ผู้ประกอบการไทยต้องสร้างความเชื่อมั่นในกลุ่มลูกค้า
- สินค้ามีราคาสูง สินค้าประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาดผู้สูงอายุในประเทศไทยในปัจจุบันมีราคาที่สูง จึงทำให้มีอุปสงค์สินค้าประเภทนี้ค่อนข้างน้อย ประกอบกับผู้สูงอายุในประเทศไทยส่วนใหญ่ไม่ได้มีฐานะร่ำรวย จึงไม่สามารถเข้าถึงสินค้าประเภทนี้ได้ ซึ่งการมีอุปสงค์สินค้าที่น้อยส่งผลให้ผู้ประกอบการไม่สามารถใช้ประโยชน์จากการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale)
- การนำเทคโนโลยีใช้จริงมีขอบเขตที่จำกัดในวงแคบ – หุ่นยนต์ที่มีอยู่ในปัจจุบันเน้นการใช้งานเพื่อช่วยเหลือด้านการศึกษาและการบริการทางการแพทย์ ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีความซับซ้อนไม่สามารถใช้ได้อย่างแพร่หลายในกลุ่มประชาชน

- นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน มีนโยบายส่งเสริมธุรกิจนวัตกรรม/กิจการผลิตชิ้นส่วน Electronic Control and Measurement สำหรับอุตสาหกรรม/เกษตร/เครื่องมือแพทย์/ยานพาหนะ/เครื่องมือวิทยาศาสตร์ และสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก กำหนดให้เป็นอุตสาหกรรมเป้าหมายที่ได้รับสิทธิประโยชน์ตามมาตรการส่งเสริมการลงทุน
- นโยบายสนับสนุนจากภาครัฐด้านวิทยาศาสตร์ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา การพัฒนาผู้ประกอบการ จึงทำให้ผู้ประกอบการได้รับการสนับสนุนทั้งด้านเทคนิคและเงินทุนวิจัยจากหลายหน่วยงาน เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ กองทุนพัฒนาผู้ประกอบการเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- โครงสร้างประชากรไทยในสังคมผู้สูงวัย ช่วยเพิ่มอุปสงค์สินค้าประเภทหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ทั้งหุ่นยนต์เพื่อการรักษา และหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่างๆ ซึ่งช่วยในการเพิ่มความสะดวกในการดำรงชีวิต

- ข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบและมาตรการควบคุมสินค้าเกี่ยวกับผู้สูงอายุมีถูกจำกัดความว่าเป็นอุปกรณ์การแพทย์ ทำให้การออกจดทะเบียนสินค้า มีกระบวนการด้านเอกสารจำนวนมาก ใช้เวลานาน ประกอบกับสินค้าแต่ละประเภทมีหลายหน่วยงานเป็นผู้รับผิดชอบเรื่องระเบียบต่างๆ จึงต้องติดต่อหลายหน่วยงาน
- ข้อจำกัดเรื่องกำลังซื้อ – ผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ และใช้จ่ายโดยเงินของบุตรหลาน จึงมีข้อกังวลเรื่องเงิน ส่งผลให้สินค้าประเภทหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ ซึ่งส่วนมากมีมีราคาที่สูง ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก

ร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในสาขาที่มี ศักยภาพ พร้อมกลยุทธ์ต่าง ๆ - กลยุทธ์ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

กลยุทธ์เชิงรุก

S
O

- ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต หุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- พัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ความต้องการของผู้บริโภคสูงวัยที่เปลี่ยนไป

กลยุทธ์เชิงป้องกัน

S
T

- ยึดหลักการพัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล

กลยุทธ์เชิงแก้ไข

W
O

- ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาในการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง
- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย

กลยุทธ์เชิงรับ

W
T

- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถส่งต่อเทคโนโลยีไปใช้จริงได้ในวงกว้าง
- ดำเนินโครงการในเชิง Regulatory Sandbox สำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม

แผนยุทธศาสตร์ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

วิสัยทัศน์

เทคโนโลยีและนวัตกรรมหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย

ยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 – พัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัย

ยุทธศาสตร์ที่ 2 – พัฒนาประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมให้เทียบเท่าสากล

ยุทธศาสตร์ที่ 3 – พัฒนาระบบนิเวศของภาคบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี

กลยุทธ์

- ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการ
- พัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ความต้องการของผู้บริโภคสูงวัยที่เปลี่ยนไป
- พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถส่งต่อเทคโนโลยีไปใช้จริงได้ในวงกว้าง
- ส่งเสริมการพัฒนาทักษะด้านการใช้งานเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย
- ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
- ยึดหลักการพัฒนาหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล
- ดำเนินโครงการในเชิง Regulatory Sandbox สำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม

การวิเคราะห์ SWOT Analysis สำหรับธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

<ul style="list-style-type: none"> ประสิทธิภาพของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ในประเทศไทย มีหลายบริษัทที่ทำธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งสามารถนำมาพอยอดในธุรกิจที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุได้ พื้นที่ที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ ยังมีพื้นที่ในชนบทหรือชานเมืองจำนวนมากที่สามารถพัฒนาเป็นที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุได้ ความพร้อมของธุรกิจอินเทอร์เน็ต ทั้งธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจสถานพยาบาลและบริการสุขภาพ ธุรกิจวิศวกรรมและเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมจากกลุ่มธุรกิจเหล่านี้ ส่งผลให้สินค้ามีความหลากหลายและคุณภาพเหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุ การบริการที่เป็นเลิศ บุคลากรด้านบริการ วัฒนธรรมที่ส่งผลต่อการบริการที่เป็นมิตร ธุรกิจไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศูนย์สุขภาพต่างๆ จึงมีความพร้อมขององค์ประกอบด้านการบริการ ความพร้อมของธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง เช่น อุตสาหกรรมสมุนไพร และ การผลิตบุคลากรเพื่อการท่องเที่ยวในธุรกิจสปาและนวดแผนไทยทั้งบุคลากรในระดับผู้บริหาร และพนักงานนวด รวมทั้งธุรกิจที่สนับสนุนและเสริม ได้แก่ การท่องเที่ยว โรงแรมและที่พัก มีศักยภาพและความเข้มแข็ง 	<ul style="list-style-type: none"> ขาดต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพ การสร้างที่พักอาศัยที่มากพร้อมไลฟ์สไตล์ยังไม่สามารถสร้างเป็นชุมชนตัวอย่างซึ่งมีคนมาอยู่จริง ที่จะทอนวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพทั้งด้านอาหาร ส่งเสริมการออกกำลังกาย และมีโปรแกรมสุขภาพที่ครอบคลุมด้านจิตใจ อันดับด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว จากการจัดอันดับของ World Economic Forum ประเทศไทยถูกจัดอันดับความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวอยู่ที่อันดับ 118 จาก 136 ประเทศ บริการขนส่งสาธารณะที่ยังตามหลังประเทศพัฒนาแล้ว บริการขนส่งสาธารณะที่เอื้อต่อการเดินทางของผู้สูงอายุ ยังกระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ ขาดการวิจัยและพัฒนาในด้านสุขภาพเพื่อให้บริการท่องเที่ยวสุขภาพ ขาดการแปลงข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปสู่การพัฒนานโยบายและการปฏิบัติ
<ul style="list-style-type: none"> รูปแบบธุรกิจใหม่ ๆ เช่น ธุรกิจประเภท Case management สำหรับผู้ที่มีความต้องการความช่วยเหลือในชีวิตประจำวัน ให้ความช่วยเหลือสำหรับผู้ที่มีลูกหลานอาศัยอยู่แต่ยังไม่เป็นธุรกิจที่ยั่งยืนในประเทศไทย มีโอกาสเติบโตมากสอดคล้องกับบริบทของสังคมไทยที่มีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจประเภทที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์ ผู้ลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวควรมองหาโอกาสเชื่อมโยงสุขภาพได้วิถีชีวิตวิถีประเพณีตามมาตรฐานส่งเสริมการลงทุนในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก ลูกค้าผู้สูงอายุจากต่างประเทศ ปัจจุบันนี้ มีชาวต่างชาติใช้ชีวิตยามเกษียณที่เมืองไทยมากขึ้น เนื่องจากมีการคัดกรองชีพที่ต่ำ การมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย และความเป็นมิตรต่อชาวต่างชาติ จึงเป็นโอกาสสำหรับธุรกิจที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ ที่จะเปิดลูกค้าในระยะยาวและมีกำลังจ่ายสูง ข้อได้เปรียบด้านธรรมชาติและวัฒนธรรมที่โดดเด่น - เปิดโอกาสให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ Spirituality เช่น การท่องเที่ยว Training โยคะ การทำสมาธิ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา 	<ul style="list-style-type: none"> วิถีชีวิตด้านการดูแลสุขภาพในประเทศไทยที่จำกัด และระบบประกันสุขภาพครอบคลุมการรักษาพยาบาลเฉพาะการรักษาในสถานพยาบาล ทำให้ผู้ป่วยเลือกใช้บริการดูแลสุขภาพในโรงพยาบาลมากกว่าเนื่องจากเข้าถึงง่ายและเบิกจ่ายได้สะดวก ส่งผลให้สถานบริการสำหรับผู้สูงอายุ ไม่ได้รับความสนใจมากนัก คำนิยมของสังคมไทยเรื่องความกตัญญู และการดูแลสุขภาพด้วยตัวเอง จึงไม่นิยมให้ผู้สูงอายุพักอาศัยตามลำพัง แม้ว่าปัจจุบันจะมีครอบครัวมากขึ้น แต่ข้อนี้ยังมีเป็นข้อจำกัดสำคัญต่อการเติบโตของธุรกิจประเภทที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์สำหรับผู้สูงอายุ ข้อจำกัดเรื่องกำลังซื้อ ผู้สูงอายุโดยส่วนใหญ่ไม่มีรายได้ และใช้จ่ายโดยเงินของบุตรหลาน จึงมีความกังวลที่จะใช้จ่ายค่าไลฟ์สไตล์เชิงป้องกันสุขภาพ มุมมองด้านคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยในภาพรวม ปัจจุบันแนวโน้มไปที่ระดับของการพึ่งพิงในการใช้ชีวิตประจำวัน การจัดการและรักษาอาการป่วย ยังขาดทัศนคติของคนทั้งในฝั่งอุปสงค์และอุปทานว่าคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัยต้องเริ่มจากการปรับเปลี่ยนไลฟ์สไตล์และการมุ่งเน้นการมีภูมิสุขภาพ

ร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในสาขาที่มีศักยภาพ พร้อมกลยุทธ์ต่าง ๆ - กลยุทธ์ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

<p>กลยุทธ์เชิงรุก</p> <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและเศรษฐกิจสูงวัย (Meetings, incentives, conferences and exhibitions) ส่งเสริมการอบรมการออกแบบการบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจไลฟ์สไตล์สุขภาพ นำเสนอบริการรูปแบบใหม่ตามความต้องการเฉพาะบุคคล ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพเชื่อมโยงกับจังหวัดเมืองรองเพื่อขยายพื้นที่ทางธุรกิจ 	<p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาบริการสำหรับกลุ่มผู้บริโภครายได้ทุกระดับ สนับสนุนการสร้างความตระหนักด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน
<p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <ul style="list-style-type: none"> พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ของภาคการบริการท่องเที่ยวให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์เชิงสุขภาพผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้ การสร้างต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพในระดับชุมชน 	<p>กลยุทธ์เชิงรับ</p> <ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว

แผนยุทธศาสตร์ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

<p>วิสัยทัศน์</p>	<p>สินค้าและบริการที่เกี่ยวกับที่พักอาศัย ไลฟ์สไตล์ และการท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นถึงอิสรภาพในการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย โดยวางอยู่บนพื้นฐานของความปลอดภัย</p>			
<p>ยุทธศาสตร์</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 –เสริมสร้างทักษะและความรู้ให้แก่บุคลากรและผู้ประกอบการ</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ 2 – สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคธุรกิจทั้งในแนวนอนและแนวตั้ง (Horizontal & Vertical) เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 – พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล (Customization)</p>	<p>ยุทธศาสตร์ที่ 4 – สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์</p>
<p>กลยุทธ์</p>	<ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการอบรมการออกแบบการบริการให้ผู้ประกอบการธุรกิจไลฟ์สไตล์สุขภาพ สนับสนุนให้ผู้ประกอบการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการท่องเที่ยว 	<ul style="list-style-type: none"> สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและเศรษฐกิจสูงวัย ส่งเสริมเส้นทางท่องเที่ยวสุขภาพเชื่อมโยงกับจังหวัดเมืองรองเพื่อขยายพื้นที่ทางธุรกิจ เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและไลฟ์สไตล์เชิงสุขภาพผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้ 	<ul style="list-style-type: none"> นำเสนอบริการรูปแบบใหม่ตามความต้องการเฉพาะบุคคล พัฒนาบริการสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้ทุกระดับ 	<ul style="list-style-type: none"> พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่างๆ ของภาคการท่องเที่ยวให้พร้อมรองรับนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุ สร้างต้นแบบวิถีชีวิตการดูแลสุขภาพในระดับชุมชน สนับสนุนการสร้างความรู้ทางนักด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

การวิเคราะห์ SWOT Analysis สำหรับธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

<ul style="list-style-type: none"> ความหลากหลายและความมั่นคงทางอาหารทั้งด้านเนื้อสัตว์ ผัก และผลไม้ รวมถึงมีวัตถุดิบในการผลิตที่เพียงพอ จึงมีความพร้อมในด้านวัตถุดิบในการผลิตสินค้าเพื่อการบริโภค ความพร้อมของห่วงโซ่อุปทานประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค ตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ เช่น ธุรกิจวัตถุดิบ ธุรกิจแปรรูป ธุรกิจบรรจุภัณฑ์ ธุรกิจรับจ้างผลิต เป็นต้น ซึ่งห่วงโซ่อุปทานมีความเชื่อมโยงกัน ทำให้เป็นความพร้อมของธุรกิจสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ การลงทุนที่ต่ำกว่าธุรกิจประเภทอื่น ๆ ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่าธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุในประเภทอื่น ๆ ซึ่งผู้ผลิตสามารถพัฒนาต่อยอดจากธุรกิจเดิม หรือการพัฒนาธุรกิจใหม่ที่ไม่ได้ลงทุนสูงมากนัก และมีธุรกิจรับจ้างผลิตในประเทศไทย จึงทำให้ธุรกิจประเภทนี้สามารถมีผู้ลงทุนใหม่ได้ง่ายกว่าธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุประเภทอื่นๆ 	<ul style="list-style-type: none"> ความน่าเชื่อถือของสินค้า สินค้าหลายชนิดยังขาดเอกสารการทดลองและข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือ จึงไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้ ตลาดที่ค่อนข้างเล็ก ผู้ประกอบการมักผลิตเพื่อผู้สูงอายุภายในประเทศ ส่งผลให้มีตลาดสินค้าที่ค่อนข้างเล็ก ในเชิงเปรียบเทียบ ส่งผลให้สินค้ามีราคาสูง เนื่องจากไม่ได้ใช้ประโยชน์จากหลักการประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) จากการผลิตสินค้าจำนวนมากในลักษณะเดียวกับสินค้าสำหรับคนวัยอื่น ๆ ขาดการวิจัยและพัฒนา โดยส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากข้อจำกัดของการจ้างงานด้านภาควิชาการ ที่มักไม่ได้ผลงานที่สามารถนำไปพัฒนาต่อเป็นผลิตภัณฑ์ได้ ทัศนคติของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการจำนวนมากที่ยังไม่สามารถตอบสนองกับตลาดในระดับโลก หรือขาด Global Mindset จำเป็นต้องสร้างความตระหนักต่อแบรนด์ในด้านคุณภาพของสินค้าไทยจากฐานผู้บริโภคที่มีอยู่
<ul style="list-style-type: none"> คำนิยมเรื่องผลข้างเคียงของยาแผนปัจจุบัน ในภาพรวมตลาดสินค้าประเภทอาหารเสริมและยาสมุนไพรสำหรับผู้สูงอายุเติบโตมากขึ้น เนื่องจากคำนิยมเรื่องการดูแลสุขภาพและความกังวลต่อผลข้างเคียงของยาแผนปัจจุบัน ความสามารถในการซื้อสินค้าของผู้สูงอายุ ในปัจจุบัน กำลังซื้อผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นและผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงสื่อในการซื้อสินค้ามากขึ้น เช่น ช่องทางการซื้อออนไลน์ และการซื้อผ่านทางรายการโทรทัศน์ (TV Shopping) ทำให้สินค้าประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคมีโอกาสทางตลาดมากขึ้น ตลาดสินค้าประเภทเพื่อนบ้าน ปัจจุบันสินค้าจากประเทศไทยได้รับความนิยมจากประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าสุขภาพจากประเทศไทย ที่สามารถเจาะตลาดประเทศเพื่อนบ้านได้ เช่น น้ำมันงาข้าว สารสกัดจากมังคุด น้ำมันมะพร้าว ซึ่งเป็นสินค้าดั้งเดิมของไทยและสินค้าที่แสดงความภูมิใจ นโยบายจากภาครัฐที่สนับสนุนการลงทุนในธุรกิจประเภทอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น นโยบายให้สิทธิประโยชน์ในการลงทุนของ BOI ในประเภทกิจการผลิตอาหารทางการแพทย์ (Medical Food) หรือผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Food Supplement) รวมถึงมาตรการส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารของ EEC 	<ul style="list-style-type: none"> ข้อจำกัดทางด้านกฎระเบียบและมาตรการควบคุม – กระบวนการขึ้นทะเบียนมาตรฐานมีความไม่ชัดเจนในรายละเอียดของเอกสารหน่วยงานที่ต้องการที่ภาคเอกชนจะต้องเตรียมการ ที่อาจส่งผลให้เกิดความล่าช้า ในการขออนุญาตหรือจดทะเบียนสินค้า ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุมีค่าใช้จ่ายในการวิจัยค่อนข้างสูง เฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยอาจมีสัดส่วนการลงทุนสูงถึง R&D ถึงร้อยละ 20 ของการลงทุนทั้งหมด ข้อจำกัดของตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุ ตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงอายุโดยรวมนั้นมีอยู่อย่างจำกัดในหลายพื้นที่ แต่จะเป็นการจำหน่ายในตลาดที่สุขภาพ สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน อาหารสุขภาพและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุมีราคาสูง แต่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่ได้มีรายได้สูง จึงเป็นข้อจำกัดในการซื้อการผลิตสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและราคาสูง ขาดเงินทุนและเทคโนโลยีการผลิต ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยเฉพาะผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการรายย่อย (SMEs)

ร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในสาขาที่มีศักยภาพ พร้อมกลยุทธ์ต่าง ๆ - กลยุทธ์ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

<p>SO</p> <p>กลยุทธ์เชิงรุก</p> <ul style="list-style-type: none"> เพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารไทยเดิมด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้สูงวัย ผลักดันสินค้าอาหารเพื่อผู้สูงวัยขึ้นสู่แพลตฟอร์มในระดับสากล นำเสนอสินค้าอาหารและอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยในช่องทางกายภาพ สร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งห่วงโซ่อุปทาน 	<p>ST</p> <p>กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> จับคู่ธุรกิจกับบริษัท ท้องถิ่นในต่างประเทศ พัฒนาสินค้าอาหารใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า
<p>WO</p> <p>กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุ ขยายตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงวัยในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย 	<p>WT</p> <p>กลยุทธ์เชิงรับ</p> <ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมการดำเนินงานวิจัยและพัฒนามาใช้ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย ส่งเสริมความรู้ด้านมาตรฐานอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค

แผนยุทธศาสตร์ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

วิสัยทัศน์	ใช้ประโยชน์จากจุดเด่นด้านเอกลักษณ์ทางอาหาร ด้านความมั่นคงด้านการเป็นแหล่งวัตถุดิบ เพื่อการเป็นศูนย์กลางด้านอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย		
ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 – พัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมให้เท่าทันตลาด	ยุทธศาสตร์ที่ 2 – พัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมด้วยเทคโนโลยี	ยุทธศาสตร์ที่ 3 – ส่งเสริมการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดด้วยการพัฒนาระบบนิเวศของอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่
กลยุทธ์	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของกลุ่มผู้สูงอายุ ส่งเสริมความรู้ด้านมาตรฐานอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคให้ผู้ประกอบการและผู้บริโภค 	<ul style="list-style-type: none"> เพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารไทยเดิมด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการผู้สูงวัย ส่งเสริมการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาใช้ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย พัฒนาสินค้าอาหารใหม่และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ดึงดูดการลงทุนในการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัย 	<ul style="list-style-type: none"> ผลักดันสินค้าอาหารเพื่อผู้สูงวัยขึ้นสู่แพลตฟอร์มในระดับสากล นำเสนอสินค้าอาหารและอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยในช่องทางกายภาพ สร้างพันธมิตรทางธุรกิจทั้งห่วงโซ่อุปทาน ขยายตลาดสินค้าสำหรับผู้สูงวัยในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค จับคู่ธุรกิจกับบริษัท ท้องถิ่นในต่างประเทศ

การวิเคราะห์ SWOT Analysis สำหรับธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

<ul style="list-style-type: none"> ประสิทธิภาพของภาคธุรกิจ ผลิตภัณฑ์ประกันภัยในประเทศไทยในปัจจุบัน มีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทำให้ภาคธุรกิจมีการพัฒนาและปรับตัวอยู่เสมอ และมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับผู้สูงอายุหลายประเภท 	<ul style="list-style-type: none"> ผลิตภัณฑ์และการให้บริการทางการเงินและประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุมีข้อผูกพันในระยะยาว ซึ่งมีข้อกังวลเรื่องการบริหารหนี้สินที่ จะต้องมีต้นทุนในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว ความไม่เป็นที่นิยมของผลิตภัณฑ์ทางการเงินสำหรับผู้สูงอายุ เช่น Reverse Mortgage ยังไม่มีความโดดเด่นให้บริการเท่าที่ควร เนื่องจากมีความต้องการใช้บริการประเภทนี้ในประเทศไทย ข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ทางการเงินประเภท Reverse Mortgage ธนาคารมีความเสี่ยงในการบริหารจัดการมูลค่าของสินทรัพย์ในอนาคต เนื่องจากสภาพและมูลค่าของบ้านอาจลดลงอย่างมากในระยะเวลา 20 ปี บริการทางการเงินสำหรับผู้สูงวัยยังมีจำกัด โดยส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปแบบของประกันภัย
<ul style="list-style-type: none"> พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป เน้นมาในการออมเงินของประชาชนฐานราก เป็นไปเพื่อเก็บไว้ใช้ยามเกษียณ และแนวโน้มการเกษียณที่ช้าลงเปิดโอกาสให้ธุรกิจการให้คำปรึกษาและวางแผนการจัดการทางการเงิน นโยบายลดหย่อนภาษีเงินได้ภาครัฐได้กำหนดนโยบายสนับสนุนการออมและการซื้อประกัน โดยให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี ส่งผลให้ธุรกิจประกันชีวิตและเงินออมยามเกษียณยังคงสามารถเติบโต คำปรึกษาพยาบาลที่ค่อนข้างแพง ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อประกันสุขภาพ เนื่องจากผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงที่จะเจ็บป่วยโรคร้ายแรงที่มีค่าใช้จ่ายในการรักษาที่ค่อนข้างสูง ทำให้ธุรกิจประเภทประกันภัยเป็นที่นิยมสำหรับการเตรียมตัวเข้าสู่การเป็นผู้สูงอายุ 	<ul style="list-style-type: none"> การไม่มีมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้ธนาคารพาณิชย์ และบริษัทประกันไม่สนใจในการออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง Reverse mortgage, Mortgage Insurance และผลิตภัณฑ์อื่นๆ ผู้ซื้อสินเชื่อไม่ยอมใช้บริการ - อัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าประกัน (Loan to value หรือ LTV) ของบ้านที่จำใช้บริการ Reverse Mortgage มีประเมินได้ค่อนข้างต่ำ ทำให้ผู้สูงอายุจะได้รับเงินในแต่ละเดือนค่อนข้างน้อย จึงทำให้ผู้ซื้อสินเชื่ออาจเลือกใช้วิธีการอื่น ๆ ค่านิยมของคนไทยที่ไม่นิยมซื้อบ้านมือสอง ส่งผลให้ธนาคารการมีปัญหากในการขายบ้านทอดตลาด เนื่องจากขาดความเชื่อและศรัทธาของคนไทย ค่าใช้จ่ายด้านการรักษาพยาบาลที่สูง สำหรับผู้ป่วยกลุ่มเฉพาะที่ต้องใช้ยาที่มีราคาแพง ส่ววัยใหญ่ปัจจุบันยังมีความนิยมที่ใช้บริการในสาขาของธนาคารมากกว่าช่องทางออนไลน์ จึงไม่สามารถสร้างแรงจูงใจในการพัฒนานวัตกรรมการเงินของผู้ให้บริการ

ร่างแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการในสาขาที่มีศักยภาพ พร้อมกลยุทธ์ต่าง ๆ - กลยุทธ์ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงรุก</p> <ul style="list-style-type: none"> สร้างทางเลือกด้านบริการทางการเงินให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงวัยและครอบครัว ปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย 	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงป้องกัน</p> <ul style="list-style-type: none"> ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพ เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถลดต้นทุนด้านการรักษา
<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงแก้ไข</p> <ul style="list-style-type: none"> ผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย กระตุ้นการสื่อสารเรื่องการเงินในรูปแบบที่เข้าใจง่าย 	<p style="text-align: center;">กลยุทธ์เชิงรับ</p> <ul style="list-style-type: none"> ส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัลและความรู้ด้านการเงินของผู้สูงอายุ

แผนยุทธศาสตร์ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

วิสัยทัศน์	พัฒนาธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัยที่ช่วยวางแผนการใช้ชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ และเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินที่ยั่งยืน	
ยุทธศาสตร์	ยุทธศาสตร์ที่ 1 – พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล (Customization)	ยุทธศาสตร์ที่ 2 – สร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเติบโตของอุปสงค์ด้านบริการด้านการเงิน และการประกันภัย
กลยุทธ์	<ul style="list-style-type: none"> สร้างทางเลือกด้านบริการทางการเงินให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้สูงวัยและครอบครัว ใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลด้านสุขภาพเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถลดต้นทุนด้านการรักษา 	<ul style="list-style-type: none"> การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการที่เป็นมิตรกับผู้สูงวัย สร้างความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักรู้เกี่ยวกับการวางแผนทางการเงินผ่านสื่อสารในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ส่งเสริมทักษะด้านดิจิทัลและความรู้ด้านการเงินของผู้สูงอายุ

แผนยุทธศาสตร์การส่งเสริมเศรษฐกิจสูงวัย

วิสัยทัศน์	ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางสินค้าและบริการแบบครบวงจรสำหรับผู้สูงวัย ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ทันสมัย และเป็นรากฐานของการสร้างสังคมสุขภาพดีอย่างครอบคลุม					
ยุทธศาสตร์	1. ผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางบริการเพื่อส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Hub) สำหรับผู้สูงวัยแบบครบวงจร	2. สร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อยกระดับนวัตกรรมและเทคโนโลยีสำหรับผู้สูงวัย	3. ส่งเสริมการพัฒนาที่พักอาศัย ไลฟ์สไตล์ และการท่องเที่ยว ที่สะท้อนอิสรภาพในการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย	4. ผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงวัยเติบโตในตลาดโลก ด้วยจุดเด่นด้านเอกลักษณ์และความมั่นคงทางวัตถุดิบ	5. สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย ที่ช่วยวางแผนชีวิตและสร้างความมั่นคงทางการเงินของผู้สูงวัย	6. ส่งเสริมการใช้ชีวิตที่เป็นอิสระและพึ่งพิงตัวเองได้ของผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณ
กลยุทธ์	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนการพัฒนาบุคลากรด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคบริการการแพทย์และสุขภาพทั้งในและระหว่างประเทศ เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน พัฒนาระบบนิเวศของภาคบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี ยกระดับการให้บริการการแพทย์และสุขภาพในประเทศที่ครอบคลุม 	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาองค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงวัย พัฒนาประสิทธิภาพและยกระดับมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมให้เทียบเท่าสากล พัฒนาระบบนิเวศของภาคบริการให้สามารถรองรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี 	<ol style="list-style-type: none"> เสริมสร้างทักษะและความรู้ให้แก่บุคลากรและผู้ประกอบการ สนับสนุนการเชื่อมโยงภาคธุรกิจทั้งในและระหว่างประเทศ เพื่อเสริมขีดความสามารถการแข่งขันของภาคอุตสาหกรรมและบริการตลอดห่วงโซ่อุปทาน พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล สร้างระบบนิเวศที่เอื้อต่อการเติบโตของธุรกิจพัฒนาที่พักอาศัย และไลฟ์สไตล์ 	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาองค์ความรู้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมให้เท่าทันตลาด พัฒนาประสิทธิภาพและมาตรฐานของสินค้าในอุตสาหกรรมด้วยเทคโนโลยี ส่งเสริมการเชื่อมโยงการผลิตและการตลาดของอุตสาหกรรมตลอดห่วงโซ่ 	<ol style="list-style-type: none"> พัฒนาสินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของบุคคล (Customization) สร้างสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมต่อการเติบโตของอุปสงค์ด้านบริการด้านการเงิน และการประกันภัย 	<ol style="list-style-type: none"> สนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิตสำหรับผู้สูงวัย (Life-long learning) ส่งเสริมให้ภาคธุรกิจให้ใช้ประโยชน์จากแรงงานสูงวัยที่ยังพร้อมทำงาน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ

<p>ดำเนินนโยบายเชิงรุกในการสนับสนุนผู้ประกอบการ</p>	<p>อำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ</p>	<p>สนับสนุนการสร้างความตระหนักด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน</p>
<p>ประเมินจากความต้องการของตลาด (Demand driven) ผ่านการจับคู่ทางธุรกิจ (Business matching) เพื่อดึงธุรกิจต่างชาติให้เข้ามาลงทุน เน้นการให้ข้อมูลกับภาคเอกชนที่มีศักยภาพ และการสร้างแพลตฟอร์มให้อุปสงค์และอุปทานมาพบกัน และสามารถช่วยให้ทั้งสองฝ่ายเข้าถึงข้อมูล ทั้งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับมาตรการส่งเสริมของภาครัฐ รวมถึงข้อมูลด้านสินค้าและบริการสำหรับผู้บริโภค.</p>	<p>ระยะเวลาการดำเนินการเพื่อขอรับรองมาตรฐานที่ยาวนานอาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ จึงควรมีการทบทวนระเบียบและกติกาในปัจจุบัน พร้อมทั้งเร่งรัดกระบวนการ รวมถึงควรมีช่องทางติดต่อสำหรับการทดลองทดสอบนวัตกรรม (Sandbox) และพัฒนาการดำเนินการในปัจจุบันให้มีความคล่องตัวมากขึ้น เพื่อจูงใจให้ธุรกิจพัฒนาตัวเองได้เร็วมากขึ้น</p>	<p>เน้นแรงจูงใจเรื่องการป้องกันหรือรักษาสุขภาพให้มากกว่าการรักษาพยาบาล ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุมากขึ้น ผ่านมาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษี ให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรค รวมถึงจัดสรรสวัสดิการภาครัฐที่สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันสำหรับประชาชน</p>

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ

<p>เพิ่มการรับรู้ต่อสินค้าและบริการในเศรษฐกิจสูงวัย</p>	<p>ยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัย</p>	<p>เชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัย</p>
<p>ประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพในอุตสาหกรรม MICE ภาครัฐจึงควรต่อยอดนโยบายดังกล่าว โดยการสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางการประชุมวิชาการด้านผู้สูงอายุ งานแสดงสินค้าผู้สูงอายุ เพื่อให้สามารถขยายโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ เพิ่มการรับรู้ต่อสินค้าและบริการ (Brand awareness) โดยเฉพาะกลุ่มที่มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย รวมถึงส่งเสริมองค์ความรู้ด้านผู้สูงอายุจากทั้งในประเทศและต่างประเทศ</p>	<p>ภาครัฐสามารถช่วยสนับสนุนการจัดตั้งหรือเปิดโอกาสให้บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนและพัฒนาด้าน Laboratory โดยอาจเริ่มจากการกำหนดนโยบายที่ชัดเจนว่าจะเน้นการพัฒนาทักษะใด เพื่อทำให้เกิดความเป็นเลิศของอุตสาหกรรมในประเทศ ปัจจุบันบริษัทในไทยต้องส่งผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์ยา ไปรับรองมาตรฐานที่ต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์ ฮองกง เพื่อให้ได้มาตรฐานสากลและสามารถส่งออกได้ ทำให้ต้นทุนการผลิตสูง</p>	<p>ผ่านการจัดทำระบบฐานข้อมูลสารสนเทศและความรู้เพื่อการบริการและการจัดการแบบองค์รวม และเน้นการดึงดูดกลุ่มผู้สูงวัยที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ</p>

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายภาครัฐด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการ

**สนับสนุนการพัฒนาบุคลากร
ด้านบริการสุขภาพผู้สูงอายุ**

**ส่งเสริมองค์ความรู้ในการ
ประกอบธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย**

ผ่านการขยายความร่วมมือและสร้างเครือข่ายระหว่างโรงพยาบาลเอกชนและโรงพยาบาลรัฐ การจัดตั้งโรงเรียนเพื่อพัฒนาบุคลากรให้สามารถรองรับผู้สูงอายุทั้งในไทยและต่างประเทศ การสร้างเส้นทางอาชีพที่ชัดเจนและมาตรฐานวิชาชีพ เพื่อการยกย่องคุณค่าและให้ความสำคัญของผู้ให้บริการสุขภาพผู้สูงอายุจากสังคม

ช่วยเหลือในด้านข้อมูลความต้องการของตลาดสูงวัยทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและตรงกับมาตรฐานและความต้องการของตลาดต่างประเทศ เช่น การพัฒนาสมุนไพรไทยให้สอดคล้องกับมาตรฐานของสหรัฐอเมริกา รวมถึงสนับสนุนการวิจัยตลาดก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

**พัฒนาสินค้าและบริการสำหรับกลุ่ม
ผู้บริโภคที่มีรายได้ทุกระดับ**

**สร้างความเข้าใจที่แท้จริงเกี่ยวกับ
ความต้องการของผู้บริโภคสูงวัย**

**ยึดหลักการพัฒนาสินค้าและบริการ
สำหรับผู้สูงวัยตามมาตรฐานสากล**

จากการศึกษาพบว่าสินค้าหรือบริการสำหรับผู้สูงอายุที่ดำเนินการโดยภาคเอกชนส่วนใหญ่ ยังคงเน้นกลุ่มเป้าหมายที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูง ซึ่งทำให้ยังมีกลุ่มผู้สูงวัยจำนวนมากที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ หากผู้ประกอบการสามารถออกแบบธุรกิจที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดสูงวัยเข้าถึงได้ จะเป็นช่องทางในการทำธุรกิจที่สร้างมูลค่ามากและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในภาพรวมได้

เศรษฐกิจสูงวัยในอนาคตไม่ได้ครอบคลุมเพียงแต่เรื่องของบริการด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ โลกของคนสูงวัยไม่ใช่แค่เรื่องการเกษียณ แต่เป็นแนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิตและความคุ้นชินกับเทคโนโลยี นอกจากนี้ จะต้องเข้าใจเงื่อนไขทางกายภาพที่ส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวัน เป็นโจทย์ให้กับสินค้าและบริการที่ต้องมาพร้อมกับนวัตกรรมที่ทำให้ผู้สูงอายู้สึกถึงความสามารถในการใช้ชีวิตอย่างอิสระ

พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระหว่างประเทศเพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคต่างชาติได้ ปัจจุบันไอเอสโอได้มีการจัดตั้งคณะกรรมการวิชาการ ISO/TC 314 – Ageing Society มีเป้าหมายในการพัฒนามาตรฐานและแนวทางการแก้ไขปัญหาในสาขาต่างๆ นอกจากนี้การพัฒนาสินค้าและบริการควรเป็นไปตามหลัก Universal design โดยเอาผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลางในการออกแบบ

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ

ใช้ต้นทุนทางสังคมที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด	ส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างภาควิชาการ
<p>ภาคธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากแรงงานสูงวัยซึ่งเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์สูงและยังพร้อมทำงาน โดยออกแบบลักษณะการทำงานที่มีความยืดหยุ่นขึ้นเหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิตและเงื่อนไขทางร่างกาย มีการพัฒนาทักษะเพื่อเตรียมความพร้อมให้สามารถปรับตัวตามแนวโน้มทางเศรษฐกิจและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา</p>	<p>การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีหลายๆ ด้านในปัจจุบันที่นำโดยภาควิชาการและสถาบันการศึกษายังไม่มีการถ่ายทอดไปยังภาคเอกชน จึงไม่มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง ผู้ประกอบการจึงสามารถมองหาโอกาสสิ่งที่มีอยู่หรือสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาร่วมกับภาควิชาการ</p>

Bolliger & Company
129



For more information, please contact :

Dr. Rachda Chiasakul | Chief Executive Officer

Mobile. +66 (0) 86 903 8888

Tel. +66 (0) 2 230 6388

Fax. +66 (0) 2 230 6333

Rachda.C@bolliger-company.com

www.bolliger-company.com

Bolliger & Company (Thailand) Ltd. is a public policy and strategic consulting firm with a focus on research, policy formulation, and decision making. Our primary areas of expertise are in the fields of international trade and investment, economics and social policy, and business strategy.

Copyright © 2020 Bolliger & Company (Thailand) Ltd. All Rights Reserved.

Bolliger & Company

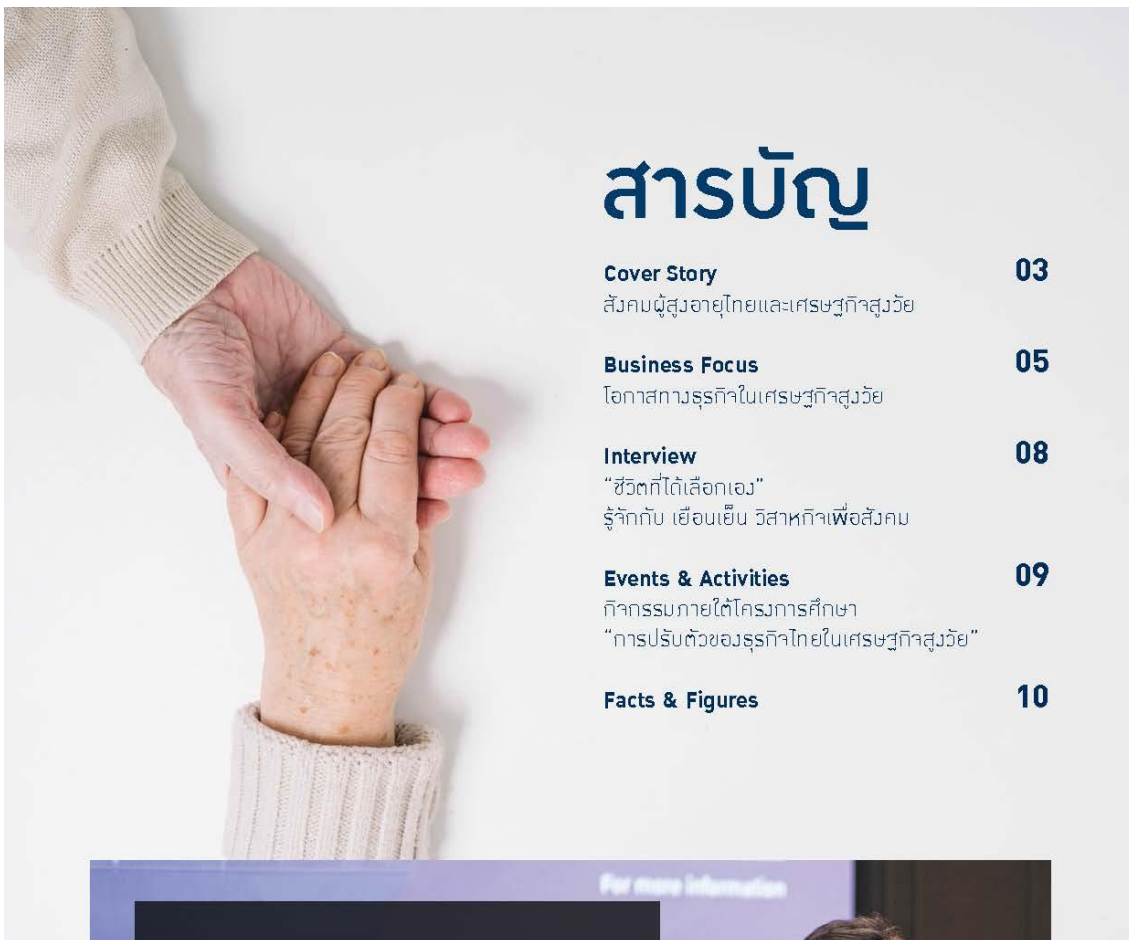
ภาคผนวก 3
เอกสารและสื่อประชาสัมพันธ์
เผยแพร่ผลการศึกษา

เอกสารเผยแพร่สรุปผลการศึกษา

THAILAND'S SILVER ECONOMY

โครงการศึกษาการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย





สารบัญ

Cover Story สังคมผู้สูงอายุไทยและเศรษฐกิจสูงวัย	03
Business Focus โอกาสทางธุรกิจใหม่เศรษฐกิจสูงวัย	05
Interview “ชีวิตที่ได้เลือกเอง” รู้จักกับ เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม	08
Events & Activities กิจกรรมภายใต้โครงการศึกษา “การปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย”	09
Facts & Figures	10



“เมื่อเราสามารถผสานเศรษฐกิจสูงวัยกับ Wellness Cluster จะได้ Happiness Cluster ซึ่งหมายถึง กินดีอยู่ดี ไร้โรค มีชีวิตที่มีความสุข”

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การต่างประเทศพาณิชย์

02 Thailand's Silver Economy

COVER STORY

สังคมผู้สูงอายุไทย และเศรษฐกิจผู้สูงอายุ



ทำไมต้องเป็นเศรษฐกิจผู้สูงอายุ

ข้อมูลอัตราส่วนผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดของธนาคารโลก (อายุ 65 ปีขึ้นไป ตามนิยามของธนาคารโลก) ระบุว่า ปี 2503 ประเทศไทยมีสัดส่วนผู้สูงอายุร้อยละ 3.31 และเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดเป็นร้อยละ 11.90 ในปี 2561 ซึ่งองค์การสหประชาชาติได้มีการคาดการณ์จำนวนผู้สูงอายุในประเทศไทยอีกว่า จะมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนถึงประมาณ 19.55 ล้านคน ในปี 2596 โดยคิดเป็นร้อยละ 29.64 หรือกว่า 1 ใน 4 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทิศทางและแนวโน้มของประชากรผู้สูงอายุไทยซึ่งเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลข้างต้นบ่งชี้ว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นสังคมที่สัดส่วนของผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดเพิ่มมากขึ้น การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนของผู้สูงอายุนี้ส่งผลกระทบต่อ

สำคัญต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวมที่กลุ่มบุคคลทุกช่วงอายุอื่นจะร่วมได้รับผลกระทบ และผลกระทบยังเกิดขึ้นในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ทั้งในส่วนของการผลิตที่อาจมีกำลังแรงงานที่ลดลง และการบริโภคที่อาจมีรูปแบบอุปสงค์ของสินค้าและบริการที่แตกต่างไป ด้วยเหตุนี้ ระบบเศรษฐกิจในลักษณะเดิมที่ให้ความสำคัญกับผู้สูงอายุในสัดส่วนที่น้อย อาจไม่สามารถตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร

การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจผู้สูงอายุ (Silver Economy) ซึ่งบูรณาการประชากรผู้สูงอายุเข้ามาในระบบเศรษฐกิจมากขึ้น ทั้งในแง่ของการให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และการผลิตสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการและความจำเป็นของผู้สูงอายุ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อพลวัตและการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ

และสังคมที่กำลังเกิดขึ้นและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาคส่วนต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชน ควรเตรียมความพร้อมต่อการปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจผู้สูงอายุ ผ่านการออกแบบนโยบายที่เหมาะสม และการวางแผนธุรกิจที่ครอบคลุม

แนวโน้มด้านเทคโนโลยีในเศรษฐกิจผู้สูงอายุ

แม้ว่าภาพจำ (Stereotype) ของสังคมผู้สูงอายุคืออุปสรรคต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่การก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอาจไม่ใช่ข้อจำกัดทางเศรษฐกิจเสมอไป ภาคธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการผลิตและส่งมอบสินค้าหรือบริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ อันเป็นโอกาสสำคัญในเศรษฐกิจผู้สูงอายุ โดยมีตัวอย่างเทคโนโลยีที่น่าสนใจ ดังนี้

Thailand's Silver Economy **03**

COVER STORY

เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (The Internet of Things หรือ IoT)

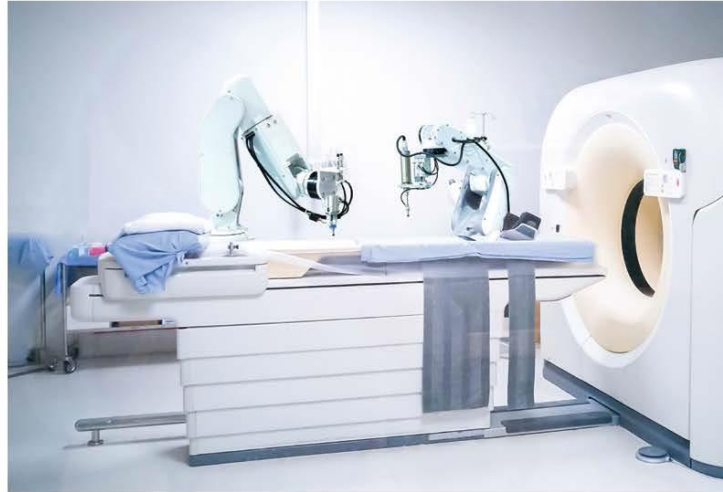
มักถูกนำมาใช้ในเทคโนโลยีทางด้านสุขภาพและการแพทย์สำหรับอำนวยความสะดวกและดูแลผู้สูงอายุ อาทิ อุปกรณ์บันทึกข้อมูลสุขภาพและเชื่อมต่อระหว่างผู้สูงอายุ ผู้ดูแล และสถานพยาบาล ติดตั้งปุ่มฉุกเฉินที่เชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้กับบุตรหลานหรือโรงพยาบาล

เทคโนโลยีบ้านที่เชื่อมต่อกับทุกอย่าง (Connected Home)

ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่บุตรหลานที่สามารถดูและระงับการใช้ชีวิตตามสภาพของผู้สูงอายุได้ ผ่านการติดตามทางเครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ รวมถึงสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุได้โดยตรงในการดูแลบ้าน ในกรณีที่ผู้สูงอายุอาจมีภาวะความจำเสื่อมหรือหลงลืม

เทคโนโลยีหุ่นยนต์และการให้บริการ (Robotics and Services)

ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุที่ปรากฏอย่างชัดเจนในเทคโนโลยีทางการศึกษาพยาบาลและการแพทย์ เช่น แนวน้อมการผ่าตัดหรือวินิจฉัยโรคด้วยระบบอัตโนมัติและหุ่นยนต์ นอกจากนี้ยังมีเทคโนโลยีหุ่นยนต์บริการผู้สูงวัยเพื่อการรักษาสุขภาพ หรือตรวจจับการล้ม เป็นต้น



โอกาสสำคัญของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุและทิศทางของภาวะพึ่งพิงของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสังคมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัญหาการจัดสรรทรัพยากรภาครัฐในการจัดสรรสวัสดิการ ภาระของภาคประชาชนในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายทางภาษีเพื่อช่วยเหลือกลุ่มผู้สูงอายุ และปัญหาผู้สูงอายุยังรวมถึงเรื่องกำลังแรงงานที่ลดลง แต่ในขณะเดียวกัน สถิติด้านผู้สูงอายุสะท้อนเห็นถึงจุดแข็งของธุรกิจด้านสุขภาพของไทย เช่น การแพทย์และพยาบาล โภชนาการ และสหนาการสำหรับผู้สูงอายุ อันทำให้ผู้สูงอายุไทยมีอายุยืนยาวมากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำคัญที่ธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ อาทิ ธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ ธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุ ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัย ธุรกิจด้านสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัย ในการพัฒนาและบูรณาการธุรกิจเข้ากับเศรษฐกิจสูงวัย เพื่อผลิตและส่งเสริมสินค้าหรือบริการสำคัญให้แก่ผู้สูงอายุที่กำลังเป็นส่วนสำคัญของสังคม ■

04 Thailand's Silver Economy



โอกาสทางธุรกิจ ในเศรษฐกิจสูงวัย

ธุรกิจการแพทย์ และบริการสุขภาพ

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลสุขภาพ เป็นอยู่ด้านสุขภาพจะเติบโตอย่างรวดเร็ว ครอบคลุมบริการทางการแพทย์สำหรับโรคที่มักเกิดกับผู้สูงอายุ เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคความดันโลหิตสูง บริการดูแลผู้สูงอายุในหลากหลายรูปแบบ ทั้งในบ้านพักผู้สูงอายุ และสถานดูแลผู้สูงอายุรายวัน ธุรกิจ Digital Healthcare ที่นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการดูแลผู้ป่วยให้ครบวงจร ทั้งด้านการวินิจฉัย ค้นหา การรักษา และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ รวมถึงธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ ซึ่งแม้ว่าจะยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใหม่สำหรับประเทศไทยแต่ก็นับว่าเป็นตลาดที่จะเติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีข้างหน้า

การเพิ่มขึ้นของสัดส่วนของประชากรผู้สูงอายุในไทยถือเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญ นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังสามารถขยายตลาดบริการในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical Tourism) โดยเฉพาะในตลาดอาเซียน ด้วยจุดแข็งด้านบุคลากรทางการแพทย์และราคาที่ถูกเมื่อเทียบกับมาตรฐานของบริการในระดับสากล รวมถึงการมีแหล่งท่องเที่ยวที่จะดึงดูดชาวต่างชาติได้

ธุรกิจหุ่นยนต์ และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

การใช้หุ่นยนต์ในการดูแลผู้สูงอายุในไทยอาจยังไม่แพร่หลายมากนัก แต่ข้อมูลจาก Research and Markets ระบุว่าตลาดหุ่นยนต์ดูแลและให้ความช่วยเหลือ (Assistive robotics) จะมี



Thailand's Silver Economy 05

BUSINESS FOCUS

อัตราการเติบโต CAGR ร้อยละ 22.30 ในช่วงระหว่างปี 2562 - 2567 ทำให้มูลค่าตลาดสูงถึง 11,200 ล้านดอลลาร์ หรือมีการส่งออกสูงทั่วถึง 1.10 ล้านตัว ในปี 2567 ซึ่งหมายถึงตลาดที่กำลังโตขึ้นทั่วโลก ในส่วนของอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการไทยมากขึ้น ตัวอย่างเช่น DoCare Protect ที่เกิดจากความร่วมมือระหว่าง บริษัท SCG กับกลุ่มสมิติเวช และพันธมิตรทางธุรกิจ

ความต้องการที่มากขึ้นนั้น ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยของหลายประเทศทั่วโลก และแนวโน้มของผู้สูงอายุอาศัยอยู่โดยลำพังมากขึ้น หุ่นยนต์จึงเข้ามามีบทบาทในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ เช่นเดียวกับไทยที่ผู้สูงอายุอยู่คนเดียวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 6.30 ในปี 2545 เป็นร้อยละ 10.80 ในปี 2560 ในขณะที่ผู้สูงอายุที่อยู่ตามลำพังกับ

คู่สมรสเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 17 เป็นร้อยละ 23.30 จึงเป็นโอกาสให้ตลาดหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้สูงอายุเติบโตในไทย

ธุรกิจการพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

ผู้สูงวัยที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ เป็นกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ Retirement Community หรือโครงการที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย ซึ่งปัจจุบันมีแผนการลงทุนทั้งจากภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศ ข้อมูลจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยระบุว่า การลงทุนพัฒนาโครงการ Retirement Community ขนาดใหญ่ในพื้นที่ที่กระจายตัวในชานเมืองและต่างจังหวัดจะมีมูลค่าการลงทุนระหว่างปี 2561-2563 คิดเป็น 6,000 ล้านบาท และทำให้มูลค่าการลงทุนสะสมในไทยสูงถึง 27,000 ล้านบาทได้ในปี 2563 เพิ่มขึ้นจาก 21,000 ล้านบาทในปี 2562

สำหรับแนวโน้มของพฤติกรรมผู้บริโภคในประเทศ คนไทยเริ่มวางแผนใช้ชีวิตวัยเกษียณที่ Nursing Home และ Retirement Community มากขึ้น ผลสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2562 ของดีดีพร็อพเพอร์ตี้ (DDproperty Consumer Sentiment Survey) จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 1,000 คน พบว่าร้อยละ 50 มองหาที่พักอาศัยประเภท Nursing Home และ Retirement Community ภาวะรวมของปรากฏการณ์ดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าสังคมที่มีความเป็นเมืองมากขึ้นนำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงด้านไลฟ์สไตล์ และครอบครัวที่มีขนาดเล็กลงทำให้จำนวนผู้สูงอายุที่อาศัยโดยลำพังเพิ่มสูงขึ้น จึงนับเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจที่พักอาศัยสำหรับผู้สูงวัย

ธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

ข้อมูลจาก Global Market Insight ระบุว่าตลาดอาหารสำหรับผู้สูงวัยทั่วโลกมีมูลค่าสูงถึง 13,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561 และคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตแบบ CAGR ร้อยละ 4.70 ในช่วงปี 2562 - 2568 ด้วยปัจจัยสนับสนุนจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยในทุกภูมิภาคทั่วโลก โดยเฉพาะภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีมูลค่าตลาดอาหารสำหรับผู้สูงวัยสูงถึง 4,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2561 ปัจจุบันภาคธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหารสำหรับผู้สูงวัยให้ความสนใจการผลิตอาหารเสริมสำหรับผู้สูงวัย อาหารประเภท Functional Food สำหรับผู้สูงวัย เช่น อาหารที่ช่วยควบคุมระดับคอเลสเตอรอล อาหารสำเร็จรูปที่มีไขมันต่ำและน้ำตาลน้อยและอาหารพร้อมปรุง (Ready-to-Cook Food) ที่มาพร้อมกับการจัดส่งถึงบ้าน นอกจากนี้ ธุรกิจเครื่องสำอาง



06 Thailand's Silver Economy



ออร์แกนิกที่เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ หรือสมุนไพรก็ได้รับความนิยมในกลุ่มสูงวัยที่ใส่ใจสุขภาพด้วยเช่นกัน

โอกาสสำหรับผู้ประกอบการมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความตระหนักในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพมากขึ้น และรายได้สุทธิของผู้สูงวัยในประเทศกำลังพัฒนาที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อกำลังซื้อที่มากขึ้น ทั้งนี้ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในด้านความมั่นคงทางอาหารที่ยังชัดเจนมากขึ้นหลังวิกฤติโควิด-19 และการเป็นประเทศฐานการผลิตวัตถุดิบในการประกอบอาหารของไทยจะเป็นจุดแข็งในการแสวงหาโอกาสทางตลาดในต่างประเทศ

ธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย

ธุรกิจวางแผนการเงินเป็นอีกธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประกันภัยเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ มีอยู่หลักๆ 3 รูปแบบ ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการดูแลระยะยาว ซึ่งจะจ่ายผลประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัยเกิดภาวะทุพพลภาพ หรือมีปัญหาสุขภาพ
- 2) ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ เป็นรูปแบบการประกันชีวิตที่บริษัทประกันชีวิตสัญญาจะจ่ายเงินรายปีตามการทรงชีพของผู้รับเงินรายปี
- 3) การจำนองแบบย้อนกลับ (Reverse Mortgage) เป็นการนำหลักทรัพย์มาค้ำประกันเพื่อเพิ่มวงเงินสินเชื่อ

แม้ว่าสถานการณ์ของไทยปัจจุบันพบว่าร้อยละ 80 ของผู้สูงวัยมีเงินออมไม่พอใช้หลังเกษียณ แต่ข้อมูลของศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน จากการสำรวจพฤติกรรมการออมของประชาชนฐานรากคือกลุ่มประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 15,000 บาท ทั่วประเทศจำนวน 2,186 ตัวอย่างในปี 2562 พบว่าร้อยละ 61.60 มีเงินออม เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาถึงร้อยละ 32.20 และร้อยละ 79 ของผู้มีเงินออม มีการออมแบบรายเดือน จำนวนเงินออมเฉลี่ยอยู่ที่ 1,000 บาท ต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อน 1 เท่าตัว



และที่สำคัญเป้าหมายในการออมเงินของประชาชนฐานรากร้อยละ 45 เป็นไปเพื่อเก็บไว้ใช้ยามเกษียณ แม้ว่าธุรกิจการเงินและประกันภัยจะยังมีตัวเลือกผลิตภัณฑ์ในวงจำกัดสำหรับประเทศไทย แต่พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป และแนวโน้มการเกษียณที่ช้าลง เปิดโอกาสให้ธุรกิจ เช่น การให้คำปรึกษาและวางแผนการจัดการทางการเงินได้รับความสนใจมากขึ้น ■

Thailand's Silver Economy 07

INTERVIEW

“ชีวิตที่ได้เลือกเอง” รู้จักกับ เยือนเย็น วิสาหกิจเพื่อสังคม

ทางเลือกสำหรับ ผู้ป่วยมะเร็งระยะสุดท้าย

เมื่อ 2 ปีที่แล้ว **ศ.ดร.นพ.อิศรางค์ นุชประยูร** แพทย์ผู้เชี่ยวชาญด้านมะเร็งและชีววิทยา ได้ก่อตั้งเยือนเย็นขึ้นในลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) จากประสบการณ์กว่า 20 ปีที่ทำให้ทราบดีว่าการรักษา มะเร็งให้หายขาดนั้นเป็นไปได้ยาก และคุณหมอเข้าใจความรู้สึกของผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่ที่มักจะพูดเสมอว่า “ตายไม่กลัว กลัวทรมาน”

ในวันนี้ที่รู้ว่าเวลาที่เหลืออยู่มีไม่มากนัก สิ่งหลายคนที่ต้องการ คือ โอกาสที่จะได้มีชีวิตอยู่อย่างมีคุณภาพมากกว่า การมีชีวิตเพื่อหลีกเลี่ยงความตาย คุณหมอจึงมองว่าการรักษาดูแลผู้ป่วยระยะสุดท้าย หรือระยะประคับประคอง (Palliative Care) เป็นหนึ่งทางเลือกที่ช่วยเติมเต็มคุณภาพชีวิตของผู้ป่วยสูงวัยได้ โดยที่ได้เลือกออกแบบชีวิตเพื่อการ “อยู่อย่างมีความหมาย และจากไปอย่างมีความสุข” เยือนเย็นให้บริการดูแลที่บ้าน (Home Care) ครอบคลุมกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ได้ป่วยโรคมะเร็งแต่ต้องการรักษาแบบประคับประคอง เพื่อให้พวกเขาได้ใช้ชีวิตอย่างมีความสุข โดยลูกหลานสามารถดูแลตัวเอง ลดภาระค่าใช้จ่ายในการรักษาดูแลที่โรงพยาบาล

รูปแบบธุรกิจ ของวิสาหกิจเพื่อสังคม

แรกเริ่ม คุณหมออิศรางค์ ตั้งใจให้บริการโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย แต่เพื่อ

ความยั่งยืนของการดำเนินงาน จึงได้จดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม โดยทั่วไปคิดค่าบริการที่ 5,000 บาท ต่อการเข้าเยี่ยมแต่ละครั้ง แต่ไม่เก็บค่าใช้จ่ายสำหรับผู้ป่วยที่มีปัญหาทางการเงิน ปัจจุบัน เยือนเย็นยังให้บริการอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ แต่มีการให้บริการในพื้นที่ต่างจังหวัดบ้างตามที่มีการติดต่อเข้ามา ผู้ป่วยหรือครอบครัวสามารถติดต่อกับเยือนเย็นได้โดยไม่ต้องมีการส่งตัวจากโรงพยาบาล เยือนเย็นจะเข้าไปจัดประชุมครอบครัวเพื่อรับทราบอาการป่วยของผู้ป่วย และความต้องการ ของทุกฝ่าย จากนั้นคุณหมอจะวางแผนการดูแลและการเข้าเยี่ยมที่บ้านผู้ป่วย โดยที่คุณหมอจะติดตามอาการและผู้ป่วยหรือครอบครัวสามารถปรึกษาคุณหมอได้ผ่านทาง Line และโทรศัพท์ บริการให้คำปรึกษาเป็นเรื่องสำคัญ เพราะบางครั้งผู้ป่วยอยากทำกิจกรรมต่างๆ เช่น ไปเที่ยวต่างประเทศ แต่ครอบครัวอาจไม่แน่ใจว่าร่างกายผู้ป่วยจะรับไหว กรณีนี้ญาติสามารถโทรปรึกษาแพทย์เพื่อการวางแผนได้อย่างไร้กังวล

Palliative Care กับสังคมไทย

ปัจจุบันธุรกิจด้านนี้ยังมีไม่มากนัก เนื่องจากจำนวนแพทย์ด้าน Palliative Care ยังมีน้อย อีกหนึ่งข้อจำกัดสำคัญคือ สิทธิในการรักษาพยาบาลและระบบประกันสุขภาพของไทยครอบคลุมการรักษาดูแลที่เกิดขึ้นในสถานพยาบาลเท่านั้น ทำให้ไม่สามารถเบิกค่าใช้จ่าย



“...โครงการเยือนเย็นเกิดขึ้นมาโดยคำนึงถึงความต้องการของตัวผู้ป่วยเป็นสำคัญ ดังนั้นการหารือเพื่อจัดลำดับความสำคัญ ของสิ่งที่ต้องการ วางแผนชีวิตใหม่เพื่อให้เข้ากับสิ่งที่มันเป็นอย่างช่วยให้อายุและญาติสามารถใช้เวลาที่เหลืออยู่ร่วมกันได้อย่างคุ้มค่า...”

ศ.ดร.นพ.อิศรางค์ นุชประยูร

สำหรับการแพทย์ทางเลือกผ่านระบบประกันสุขภาพได้ อย่างไรก็ตาม การรักษาและดูแลที่บ้านจะมีความคล่องตัวมากกว่าสำหรับผู้ป่วยระยะสุดท้าย นอกจากนี้ ยังช่วยประหยัดงบประมาณของประเทศในการดูแลรักษาผู้ป่วยที่ไม่จำเป็นต้องอยู่โรงพยาบาล และเพิ่มการเข้าถึงบริการทางการแพทย์สำหรับผู้ป่วยทั่วไป ■

08 Thailand's Silver Economy

EVENTS & ACTIVITIES

กิจกรรมภายใต้โครงการศึกษา การปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย



โครงการนี้ได้มีการดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก ระหว่างวันที่ 26 มีนาคม ถึง 7 เมษายน 2563 และการจัดประชุมระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย เมื่อวันที่ 7 พฤษภาคม 2563 ด้วยวิธีการประชุมทางไกล (Video Conference)

ผ่านระบบ Zoom เพื่อรับฟังมุมมองด้านโอกาสทางธุรกิจ บัญชีอุปสรรคในการปรับตัวเข้าสู่ตลาดสูงวัย รวมถึงความคาดหวังและข้อเสนอแนะต่อมาตรการภาครัฐที่เกี่ยวข้องจากผู้ประกอบการ ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐ และภาคประชาสังคมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสูงวัย



เมื่อช่วงเดือนกรกฎาคม 2563 ได้มีการลงพื้นที่จังหวัดนครราชสีมา สระบุรี เชียงใหม่ และชลบุรี เพื่อรับฟังข้อมูลการดำเนินงานที่สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของระบบเศรษฐกิจไทย ตลอดจนสำรวจอุปสรรคทางการค้าและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง จากภาครัฐที่มีส่วนในการผลักดันนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสูงวัย เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน ผู้ประกอบการด้านอุตสาหกรรมและบริการสำหรับผู้สูงวัย เช่น ศูนย์พัฒนาผู้สูงอายุเกษียณอายุ แคนดิฟาร์ม เวลเนสสวีแคร์ และแคร์ รีสอร์ท เชียงใหม่ รวมถึงภาควิชาการ เช่น ศูนย์วิจัยและพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา (เขตส่งเสริมเศรษฐกิจพิเศษการแพทย์ครบวงจร- EECmd)





การประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร ผ่านกิจกรรม Design Thinking และ การวิเคราะห์ Persona และ Customer Journey ซึ่งเป็นการระดมสมองเพื่อออกแบบธุรกิจและรูปแบบการตลาดที่เน้นผู้บริโภคสูงวัย นำมาซึ่งผลิตภัณฑ์และบริการที่น่าสนใจ เช่น Homecare ที่ช่วยวางแผนชีวิตสำหรับผู้สูงอายุ อาหารแปรรูปสำหรับผู้สูงอายุ ฟันปลอมจากแว็กซ์ธรรมชาติ และหุ่นยนต์ผู้ช่วยส่วนตัวสำหรับผู้สูงวัย ■

Thailand's Silver Economy 09

FACTS & FIGURES

สถิติผู้สูงอายุไทยและผู้สูงอายุโลก 2563

		
สัดส่วนผู้สูงอายุ	ร้อยละ 11.90 อันดับที่ 58 ของโลก	ร้อยละ 8.87
อัตราการพึ่งพิงของผู้สูงอายุ (Old-Age Dependency Ratio)	ร้อยละ 17.53 อันดับที่ 57 ของโลก	ร้อยละ 13.95
อายุคาดเฉลี่ย (Life Expectancy)	76.93 ปี อันดับที่ 65 ของโลก	72.56 ปี

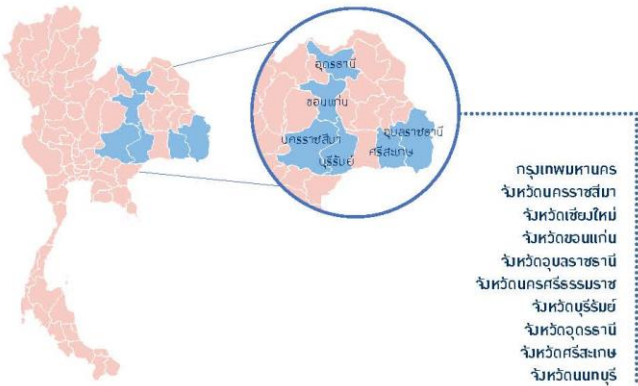
ที่มา: ธนาคารโลก (Data.worldbank) *ผู้สูงอายุ 65 ปี ตามนิยามของธนาคารโลก

ผู้สูงอายุอยู่ที่ไหนมากที่สุด
ในโลก: ตลาดของเศรษฐกิจ
สูงวัยโลก

จำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก
ในปี 2563

01 จีน	17,226,217 คน
02 อินเดีย	9,071,995 คน
03 สหรัฐอเมริกา	5,504,881 คน
04 ญี่ปุ่น	3,591,587 คน
05 รัสเซีย	2,263,287 คน
06 บราซิล	2,038,928 คน
07 เยอรมนี	1,817,060 คน
08 อินโดนีเซีย	1,712,945 คน
09 อิตาลี	1,408,875 คน
10 ฝรั่งเศส	1,354,651 คน

10 จังหวัดที่มีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุด
6 ใน 10 จังหวัด อยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



จำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก
ในปี 2573

01 จีน	246,986,060 คน
02 อินเดีย	128,877,358 คน
03 สหรัฐอเมริกา	70,841,755 คน
04 ญี่ปุ่น	37,278,412 คน
05 บราซิล	30,413,000 คน
06 รัสเซีย	28,100,710 คน
07 อินโดนีเซีย	27,437,563 คน
08 เยอรมนี	21,767,121 คน
09 อิตาลี	16,462,186 คน
10 ฝรั่งเศส	16,093,958 คน

จำนวนผู้สูงอายุในไทย จำแนกเป็นรายจังหวัด

เรียงลำดับ ตามจำนวน ผู้สูงอายุ	จังหวัด	จำนวนประชากรผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป		
		ชาย	หญิง	รวม
	รวมทั้งสิ้น	4,920,297	6,215,762	11,136,059
1	กรุงเทพมหานคร	441,903	621,968	1,063,871
2	จังหวัดนครราชสีมา	202,231	251,157	453,388
3	จังหวัดเชียงใหม่	149,919	163,773	333,692
4	จังหวัดขอนแก่น	141,834	171,099	312,933
5	จังหวัดอุบลราชธานี	127,031	149,597	276,628
6	จังหวัดนครศรีธรรมราช	114,957	150,778	265,735
7	จังหวัดบุรีรัมย์	113,726	137,480	251,206
8	จังหวัดอุดรธานี	105,892	128,401	234,293
9	จังหวัดศรีสะเกษ	105,165	127,442	232,607
10	จังหวัดน่าน	98,852	132,567	231,419

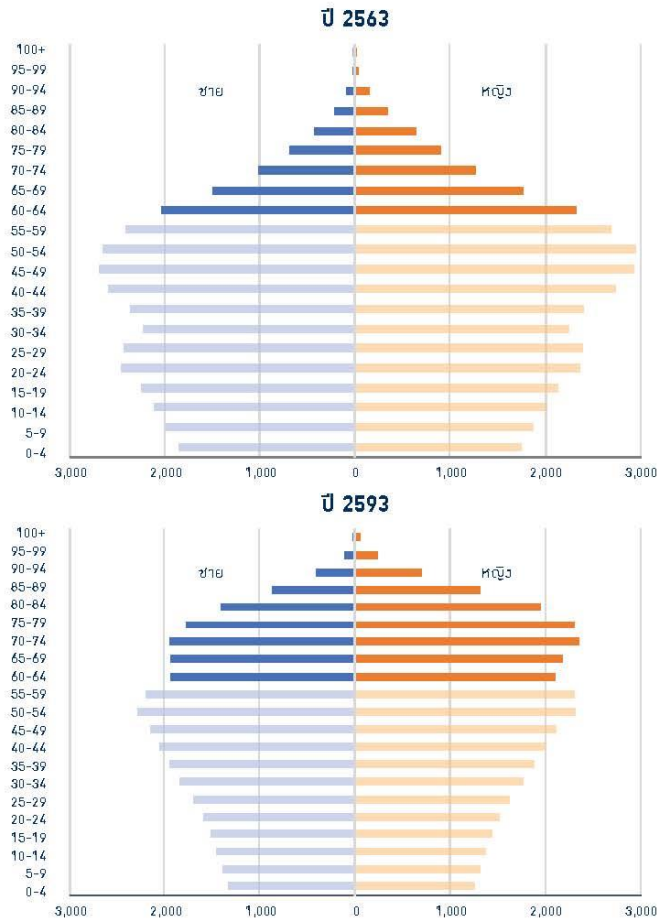
สถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย ณ วันที่ 31 ธันวาคม 2562

ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ (ผส.) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (2562)

10 Thailand's Silver Economy

FACTS & FIGURES

พีระมิดประชากรไทย ปี 2563 และ 2593 (พันคน)



แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
ระหว่างปี 2557-2561



นักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่เข้ามาไทย
อัตราการเติบโต
CAGR

11.40%



นักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป
อัตราการเติบโต
CAGR

27%

ตัวเลขที่น่าสนใจในเศรษฐกิจสูงวัย

การเติบโตของธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ (บริการดูแลรักษาในสถานที่ที่มีคนดูแลประจำ การดูแล
อย่างต่อเนื่องแก่ชุมชนผู้เกษียณอายุและบ้านพักสำหรับผู้สูงอายุ บริการการจัดห้องพัก
บ้านพักประจำ การดูแลเฝ้าระวังและการช่วยเหลือกิจวัตรประจำวัน)

ปี 2560
227
ล้านบาท

ผู้ประกอบการ

รายได้จากธุรกิจ
ดูแลผู้สูงอายุ
สูงสุดใน **กรุงเทพฯ**
เชียงใหม่ และภูเก็ต
ตามลำดับ

ปี 2561
366
ล้านบาท

ข้อมูลจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ

Thailand's Silver Economy **11**

ABOUT TPSO

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ มีพันธกิจในการติดตามทิศทางการพัฒนาการค้าระหว่างประเทศของไทย ศึกษาและวิเคราะห์มาตรการทางการค้าที่สำคัญเพื่อเสนอแนะนโยบายให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง รวมถึงออกแบบนโยบายและยุทธศาสตร์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านเศรษฐกิจการค้าของประเทศ

เพื่อให้สามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในด้านเทคโนโลยี รวมถึงเศรษฐกิจและสังคมในปัจจุบัน ด้วยเช่นการเข้าสู่สังคมสูงวัย (Aging Society) ของหลายประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการของตลาดโลก สนค. มุ่งมั่นที่จะเป็นองค์กรหลักในการชี้แนะทิศทางเศรษฐกิจการค้าไทยที่มองไกลอย่างมีหลักการ ผ่านการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์
563 ถนนพหลโยธิน ตำบลสามพระสงฆ์ อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

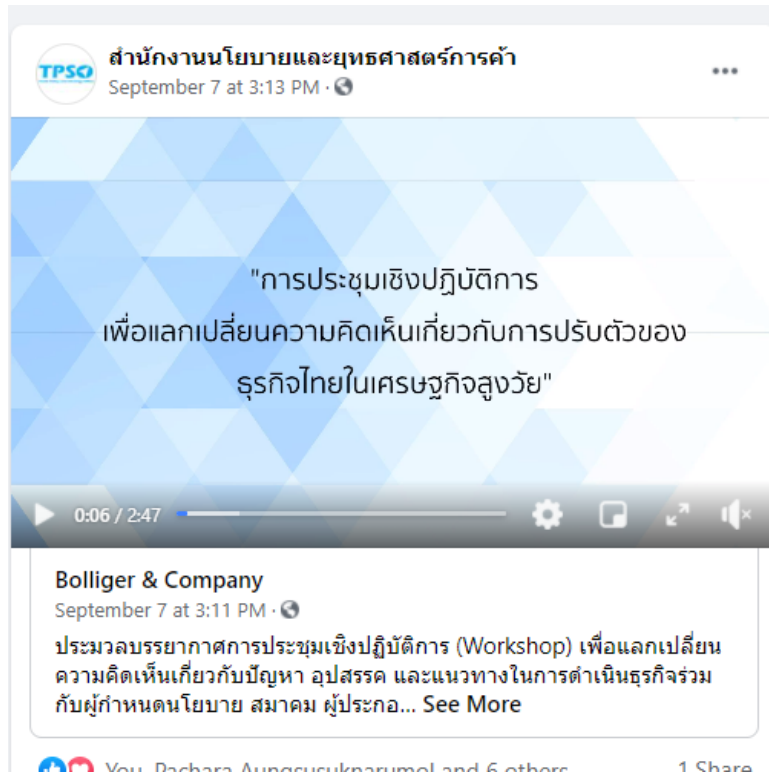
โทรศัพท์: 0-2507-7895
โทรสาร: 0-2507-7007, 0-2547 5687
E-mail: tpsoc@tac.go.th
Website: www.tpsoc.moc.go.th



Facebook:
สำนักงานนโยบายและ
ยุทธศาสตร์การค้า

สื่อประชาสัมพันธ์
เผยแพร่ผลการศึกษา

วิดีโอเผยแพร่ผลการศึกษา



TPSO สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
September 7 at 3:13 PM · 🌐

"การประชุมเชิงปฏิบัติการ
เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของ
ธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย"

0:06 / 2:47

Bolliger & Company
September 7 at 3:11 PM · 🌐

ประมวลบรรยายภาคการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้กำหนดนโยบาย สมาคม ผู้ประกอบการ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องที่มีศักยภาพในการพัฒนาโยบายและธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจสูงวัย

👍 You, Barbara Aungmyethazan and 6 others · 1 Share



Bolliger & Company
6h · 🌐

ประมวลบรรยายภาคการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหา อุปสรรค และแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้กำหนดนโยบาย สมาคม ผู้ประกอบการ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องที่มีศักยภาพในการพัฒนาโยบายและธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจสูงวัย

วันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สาทร เวลา 09.00 – 16.00 น. โดย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และบริษัทโบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด

#BolligerandComp... See More

คุณพิมพ์ชนก วอนขอพร

0:31 / 2:47

6 · 1 Share

👍 Like 💬 Comment ➦ Share

Infographic 9 ชุด

➤ Infographic เชิญเข้าร่วมการประชุมระดมความคิดเห็น

เผยแพร่เมื่อวันที่ 28 เมษายน 2563 ผ่านทาง Facebook ของบริษัทฯ



- **Infographic** เชิญเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ
เผยแพร่เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2563 ผ่านทาง Facebook ของบริษัทฯ

Bolliger & Company
August 14 · 🌐

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ และบริษัท โบลลิเกอร์ แอนด์ คอมพานี (ประเทศไทย) จำกัด ขอเชิญผู้สนใจเข้าร่วมการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรค และแนวทางในการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้กำหนดนโยบาย สมาคมผู้ประกอบการ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้องที่มีศักยภาพในการพัฒนานโยบายและธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคเศรษฐกิจสูงวัย

การประชุมฯ ดังกล่าวจะจัดขึ้นวันที่ 18 สิงหาคม 2563 ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์...

See More

MOEC **TPSO** **Bolliger & Company**
MINISTRY OF COMMERCE Trade Policy and Strategy Office

การประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับการปรับตัวของธุรกิจไทยในเศรษฐกิจสูงวัย

วันที่ 18 สิงหาคม 2563 เวลา 09.00 - 16.00 น.
ณ ห้องสุรศักดิ์ โรงแรมอีสติน แกรนด์ สากร

เปิดการประชุมโดย **วิทยากร**

นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร
ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

นายจิรเทพ เสนีวงศ์ ณ อยุธยา
กรรมการผู้จัดการ บริษัทในลิสเตอร์ เซนส์ คอร์ปอเรชั่น (ประเทศไทย) จำกัด

ดร.ธนสาร หงส์ไพศาลวิวัฒน์
ประธานผู้จัดการ บริษัทฯ ไซเบอร์ เอเชีย อีสิน เซ็นเตอร์ จำกัด

ผู้ที่สนใจสามารถสอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ 0 92520 9121

For more information

- **Infographic** เชิญเข้าร่วมการสัมมนาเผยแพร่ผลการศึกษา
เผยแพร่เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2563 ผ่านทาง Facebook ของบริษัทฯ



➤ **Infographic** เรื่องธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ

เผยแพร่ผ่านทาง Facebook ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และของบริษัทฯ

TPSO สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
September 3 at 6:10 PM · 🌐

รู้หรือไม่ว่า? จำนวนผู้สูงอายุของไทยอาจเพิ่มขึ้นกว่า 100% ในระยะเวลา 30 ปี !! 🙄 🙄 🙄

สถิตินี้บอกอะไรกับภาคธุรกิจ จะต้องปรับตัวอย่างไร มีแนวโน้มใดที่น่าสนใจ ตลาดเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร รัฐมีมาตรการอย่างไร สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้รวบรวมมาให้ทุกท่านได้อ่านกันอย่างจุใจ ตลอดช่วงวันหยุดยาวนี้เลยคะ

แอดมินขอแนะนำ เรื่องที่ 1 จากทั้งหมด 6 เรื่องคะ
.... See More

THAILAND'S SILVER ECONOMY
ธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ

TPSO

Bolliger & Company
September 10 at 5:40 PM · 🌐

Silver Economy Info Series [1/6]
เศรษฐกิจสูงวัยกับโอกาสธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ
#BolligerandCompany #SilverEconomy #TPSO

THAILAND'S SILVER ECONOMY
ธุรกิจด้านการแพทย์และบริการสุขภาพ

ภาพรวม
สุขภาพที่เชื่อมโยงกับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุผ่านผลิตภัณฑ์และบริการ

สุขภาพด้านการแพทย์
ประเทศไทยมีประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องต้องปรับตัวและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

สุขภาพดิจิทัล Healthcare
นวัตกรรมทางการแพทย์ดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันสุขภาพ, อุปกรณ์สวมใส่, และระบบการดูแลสุขภาพทางไกล

สุขภาพที่เชื่อมโยงชีวิต (Life Technology)
นวัตกรรมที่เชื่อมโยงสุขภาพกับชีวิตประจำวัน เช่น อุปกรณ์อำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ และบริการดูแลผู้สูงอายุ

แนวโน้มที่น่าสนใจ

แนวโน้มที่น่าสนใจ (ไทย)

ตัวอย่างธุรกิจ: การดูแลสุขภาพ

TPSO



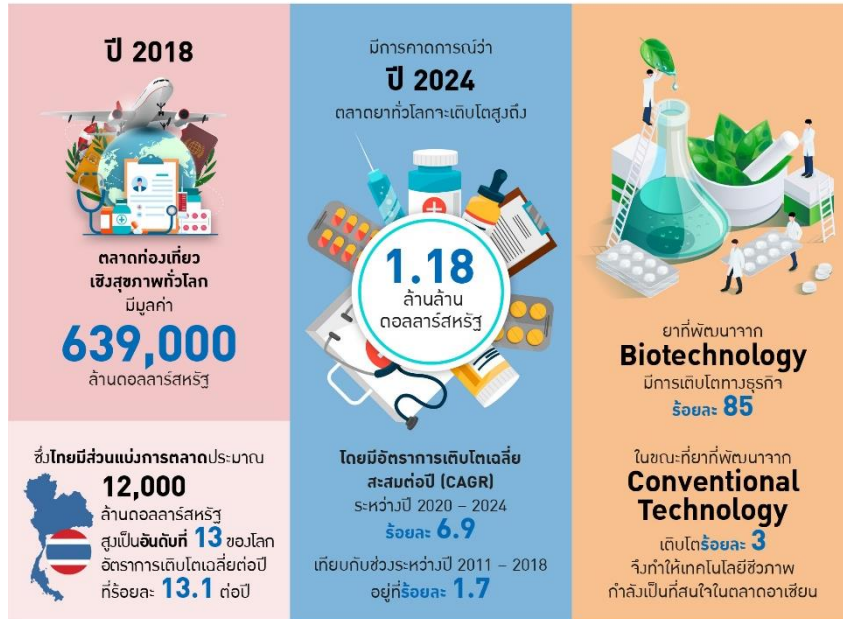
ภาพรวม

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการดูแลความเป็นอยู่ด้านสุขภาพจะเติบโตอย่างรวดเร็ว

<p>ธุรกิจบริการทางการแพทย์</p> <p>สำหรับโรคที่มักเกิดกับผู้สูงอายุ เช่น โรคหัวใจและหลอดเลือด ความดันโลหิตสูง โรคหลอดเลือดสมองเสื่อม โรคเบาหวาน โรคกระดูกพรุน โรคข้ออักเสบ</p>	<p>ธุรกิจ Digital Healthcare</p> <p>ที่นำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ในการดูแลผู้ป่วยให้ครบวงจร ทั้งด้านการคิดค้นพัฒนา การรักษา และการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการให้สูงขึ้น</p>	<p>ธุรกิจเทคโนโลยีชีวภาพ (Biotechnology)</p> <p>ซึ่งแม้ว่าจะยังเป็นอุตสาหกรรมที่ใหม่สำหรับประเทศไทยแต่ก็นับว่าเป็นตลาดที่เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีข้างหน้า</p>

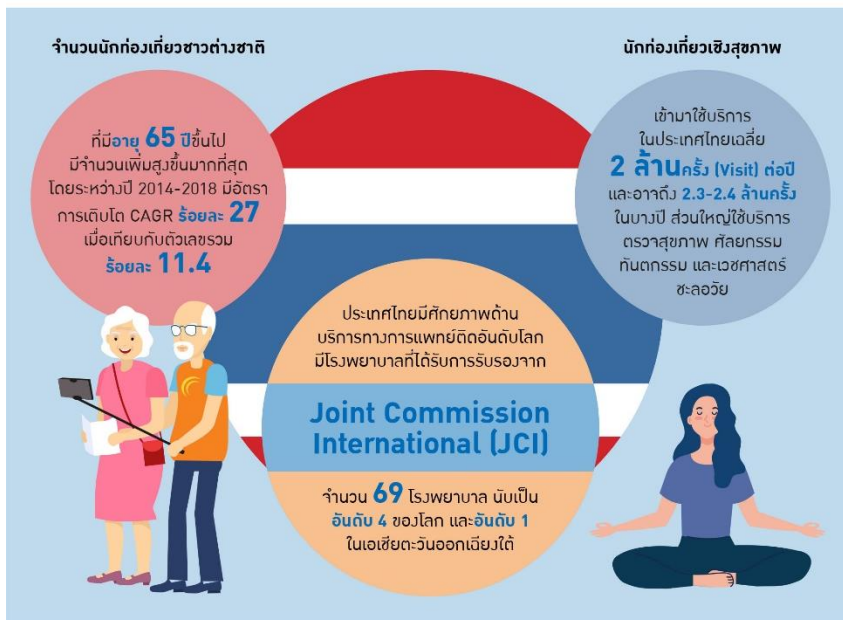


แนวโน้มที่น่าสนใจ



ที่มา: Global Wellness Institute และ EvaluatePharma World Preview 2019

แนวโน้มที่น่าสนใจ (ไทย)



ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตัวอย่างธุรกิจ: แพลตฟอร์มสำหรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

1 ค้นหาข้อมูล/เปรียบเทียบราคา/อ่านรีวิว

2 โปรแกรมประมวลผลจับคู่ตามความต้องการของลูกค้า

3 จ่าย Marketing Fee ให้กับ Medical Departure

4 ให้คำปรึกษา/ทำการนัดหมายแพทย์

MEDICAL DEPARTURES

Medical Departures เป็นสตาร์ทอัพสาย Healthcare Tech ที่ตั้งในประเทศไทย เป็นแพลตฟอร์มสำหรับธุรกิจ Medical Tourism ที่เริ่มจากการเจาะตลาดบริการนำติดัดกิจกรรมเสริมความงามและทันตกรรม

รวมทางเลือกด้านบริการสุขภาพจากผู้ให้บริการทุกรายในแพลตฟอร์มมากกว่า 1,416 คลินิกในทั้งหมด 13 ประเทศ เช่น อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ และไทย โดยที่บริษัทได้ตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นด้านความปลอดภัยและน่าเชื่อถือ

สามารถประหยัดค่าใช้จ่ายสำหรับบริการทางการแพทย์สูงถึงร้อยละ 70 เมื่อเทียบกับราคาที่ต้องจ่ายในประเทศตนเอง เลือกเปรียบเทียบราคาและชำระเงินในสกุลเงินของประเทศ



ตัวอย่างธุรกิจ: การแพทย์ทางไกล

1 Subscribe บริการ

2 โปรแกรมประมวลผลเพื่อเลือกบุคลากรทางการแพทย์

3 บริการ Talk to Doctor Healthcheck Monitor

4 สั่งยา/ส่งตัวเข้ารับบริการจากโรงพยาบาล ภายใต้ National Health Service

babylon

Babylon เป็นสตาร์ทอัพด้านการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) ในสหราชอาณาจักร ให้บริการคำปรึกษาจากแพทย์ผ่านการส่งข้อความหรือพูดคุยกับแพทย์ด้วย วิดีโอคอลในแอปพลิเคชันทางโทรศัพท์เคลื่อนที่

มีการนำปัญญาประดิษฐ์เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์อาการป่วยเบื้องต้นของผู้รับบริการก่อนจะส่งต่อเพื่อเข้าพบแพทย์

จุดเริ่มต้นจากปัญหาความล่าช้าของระบบการนัดหมายพบแพทย์ ซึ่งอาจต้องรอนาน 1 สัปดาห์ จึงเป็นการเลือกให้ผู้ใช้บริการเข้าถึงข้อมูลทางการแพทย์เบื้องต้นได้อย่างรวดเร็ว



Challenges

	<p>จำนวนบุคลากรที่ไม่เพียงพอ เมื่อเทียบกับประชากรสูงวัยหรือจำนวนผู้ป่วยติดเตียงที่ต้องการบริการด้านการแพทย์และการดูแล</p>
<p>การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานสากลมีต้นทุนสูง ด้วยการรับรองมาตรฐานต้องส่งไปดำเนินการในต่างประเทศ รวมถึงการวิจัยและพัฒนาเกี่ยวกับสินค้าสูงวัยยังไม่แพร่หลายในไทย</p>	
<p>สิทธิการรักษาพยาบาลไม่ครอบคลุมการแพทย์ทางเลือก ทำให้ผู้ป่วยเลือกใช้บริการในโรงพยาบาลมากกว่า จึงปิดกั้นโอกาสของบริการด้านการแพทย์นอกโรงพยาบาล</p>	

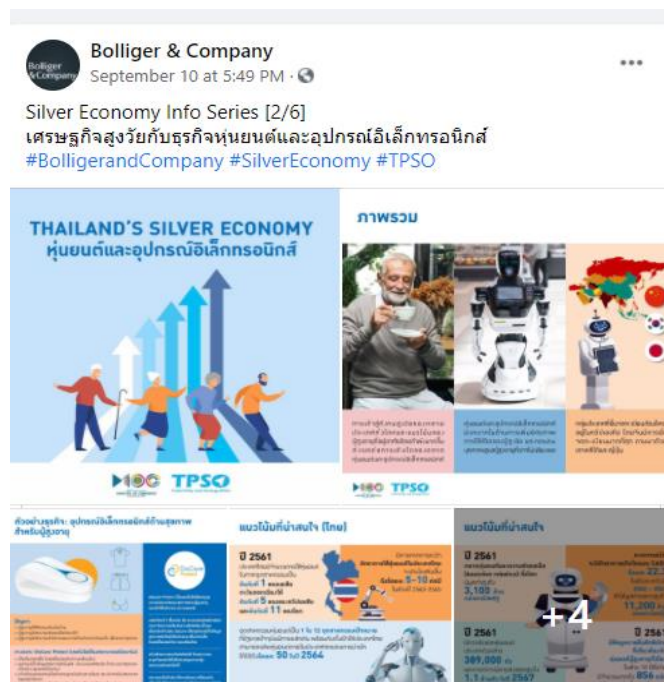


Policy Recommendations

	<p>สร้างเครือข่ายระหว่างโรงพยาบาลรัฐและเอกชน เพื่อจัดตั้งโรงเรียนพัฒนาบุคลากรให้สามารถรองรับผู้สูงอายุทั้งในไทยและต่างประเทศ รวมถึงสร้างเส้นทางอาชีพและมาตรฐานวิชาชีพสำหรับ Caregiver ที่ชัดเจน</p>
	<p>ยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงวัย ผ่านการเปิดโอกาสให้บริษัทต่างชาติเข้ามาลงทุนและพัฒนาด้าน Laboratory ลดต้นทุนในการส่งผลิตภัณฑ์ไปรับรองมาตรฐานที่ต่างประเทศ</p>
	<p>สร้างความตระหนักรู้ด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน ส่งเสริมการผลิตสินค้าและบริการที่เป็นประโยชน์ต่อผู้สูงอายุผ่านมาตรการสิทธิประโยชน์ทางภาษี รวมถึงจัดสรรสวัสดิการภาครัฐที่สนับสนุนการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน</p>



- **Infographic** เรื่องธุรกิจหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์
เผยแพร่ผ่านทาง Facebook ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และของบริษัทฯ





ภาพรวม


<p>การเข้าสู่สังคมสูงวัยของหลายประเทศทั่วโลกและแนวโน้มของผู้สูงอายุที่อยู่อาศัยโดยลำพังมากขึ้น ส่งผลต่อการเติบโตของตลาดหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์</p>	<p>หุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทในด้านการเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ชีวิตของผู้สูงวัย และทดแทนบุคลากรดูแลผู้สูงอายุที่อาจไม่เพียงพอ</p>	<p>กลุ่มประเทศที่ยีนาดทะเลจีนส่วนใหญ่อยู่นทวีปเอเชีย โดยจีนมีการยื่นนาดทะเลจีนมากที่สุด ตามมาด้วยเกาหลีใต้และญี่ปุ่น</p>



แนวโน้มที่น่าสนใจ

ปี 2561
ตลาดหุ่นยนต์และความช่วยเหลือ (Assistive robotics) ทั่วโลก
มีมูลค่าสูงถึง **3,100** ล้าน ดอลลาร์สหรัฐ

คาดการณ์ว่า
จะมีอัตราการเติบโตแบบ CAGR
ร้อยละ **22.3**
ในช่วงระหว่างปี
2562 - 2567
ทำให้มูลค่าตลาดสูงถึง
11,200 ล้าน
ดอลลาร์สหรัฐ



ปี 2561
มีการส่งออกหุ่นยนต์
ประเภทดังกล่าว
389,000 ตัว
และคาดว่าจะมีการส่งออกสูงถึง
1.1 ล้านตัว ในปี **2567**


ปี 2561
มีข้อมูลการยื่นสิทธิบัตร
ที่เกี่ยวข้องกับ
หุ่นยนต์ผู้สูงอายุทั่วโลก
ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา
มีจำนวนมากถึง **856** ฉบับ
และมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทุกปี




แนวโน้มที่น่าสนใจ (ไทย)

ปี 2561
ประเทศไทยมีจำนวนการใช้หุ่นยนต์
ในภาคอุตสาหกรรมเป็น
อันดับที่ 1 ของเอเชีย
ตะวันออกเฉียงใต้
อันดับที่ 5 ของซอกทวีปเอเชีย
และ**อันดับที่ 11** ของโลก

มีการคาดการณ์ว่า
อัตราการใช้หุ่นยนต์ในประเทศไทย
จะเติบโตเพิ่มขึ้น
ถึงร้อยละ **5-10** ต่อปี
ในช่วงปี 2563-2565



อุตสาหกรรมหุ่นยนต์เป็น **1 ใน 12** อุตสาหกรรมเป้าหมาย
ที่รัฐบาลปัจจุบันมีการผลักดัน พร้อมกับตั้งเป้าให้ประเทศไทย
สามารถผลิตหุ่นยนต์ภายในประเทศทดแทนการนำเข้า
ให้ได้ถึงร้อยละ **50** ในปี **2564**





ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ตัวอย่างธุรกิจ: อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ด้านสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุ





DoCare Protect เป็นเทคโนโลยีช่วยดูแลความปลอดภัยและสุขภาพของผู้สูงอายุ รวมถึงให้บริการทางการแพทย์

ผลิตภัณฑ์ 2 ชิ้นหลัก คือ ระบบเซนเซอร์อัจฉริยะ ตรวจสอบความเสี่ยงในการล้มในห้องน้ำและ เข็มกลัดอัจฉริยะ GoLive เป็นอุปกรณ์เก็บข้อมูลสุขภาพอัตโนมัติในลักษณะเข็มกลัดเสื้อ โดยมีเซนเซอร์จับการเคลื่อนไหว

แจ้งเตือนการหลิมนัดอัตโนมัติ โดยสามารถระบุตำแหน่งที่เกิดเหตุและกดปุ่มขอความช่วยเหลือได้

สามารถเข้าถึงประวัติการวิเคราะห์ย้อนหลัง เพื่อนำไปปรึกษากับแพทย์ หรือนักกายภาพบำบัด ได้เพื่อออกแบบแนวทางการป้องกันอุบัติเหตุ

ปัญหา

- + ผู้สูงอายุใช้ชีวิตคนเดียวในบ้าน
- + ผู้สูงอายุไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้
- + ผู้สูงอายุไม่สามารถไปสถานพยาบาลด้วยตัวเอง/บ่อยครั้ง เพื่อตรวจสุขภาพ

ทางออก: DoCare Protect (เทคโนโลยีโรงพยาบาลเสมือนจริง)

- + เป็นเข็มกลัดเสื้อ โดยมีเซนเซอร์จับการเคลื่อนไหว
- + อุปกรณ์เก็บข้อมูลสุขภาพอัตโนมัติ: ประมวลผลชีวิตประจำวัน ตรวจสุขภาพเบื้องต้น (ดูแลเช็มน้องกัน)
- + แจ้งเตือนบุตรหลานเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉินผ่านทางอีเมล และประสานโรงพยาบาล (ดูแลเช็มน้องกัน)
- + ระบบประเมินความเสี่ยงในการล้ม เมื่อติดเข็มกลัดไว้ต่อเนื่อง 15 วัน
- + ผู้สูงอายุสามารถติดต่อคอลกับแพทย์



ตัวอย่างธุรกิจ: การแพทย์ทางไกล





ดินสอมินิ คือหุ่นยนต์ที่ทำหน้าที่เป็นผู้ช่วยดูแลผู้สูงอายุในบ้าน

แนวคิดของการพัฒนา ดินสอมินิ นี้ เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาและความกังวล ในสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุต้องใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเพียงลำพัง และออกแบบมาเพื่อกิจกรรมสนับสนุนการสำหรับผู้สูงอายุ

รับสายให้อัตโนมัติพร้อมทั้งสามารถพูดคุยกันแบบเห็นหน้า

แจ้งเตือนเมื่อผู้สูงอายุ หรือผู้ป่วยลุดจากที่นอน

เตือนให้ผู้สูงอายุวัดความดันและทานยา พร้อมดึงค่าที่วัดได้จากเครื่องวัดความดันส่งให้แพทย์

แพทย์สามารถสอบถามอาการแบบเห็นภาพผ่านหุ่นยนต์ได้โดยเชื่อมต่อกับโทรศัพท์มือถือ

กิจกรรมสนับสนุนการสำหรับผู้สูงอายุ เช่น สวดมนต์ กิจกรรมเล่นเกมง่ายๆ หรือการชวนทำกิจกรรมใหม่ๆ เพื่อเพิ่มศักยภาพสมองโดยการเชื่อมโยงสัญญาณประสาท

แนวคิดของการพัฒนาดินสอมินิ นี้ เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาและความกังวล ในสถานการณ์ที่ผู้สูงอายุต้องใช้ชีวิตอยู่ในบ้านเพียงลำพัง

ดินสอมินิถูกออกแบบมาเพื่อเจาะตลาดกลุ่มผู้ปวยอัลไซเมอร์



Challenges

1	<p>วิทยาการด้านหุ่นยนต์และอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของไทยยังล่าช้าและล้าหลังกว่าต่างประเทศ</p> 
2	<p>การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีในปัจจุบันที่นำโดยภาควิชาการและสถาบันการศึกษา ยังไม่มีการถ่ายทอดไปยังภาคเอกชน จึงไม่มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมไปใช้จริง</p> 
3	<p>สินค้าเกี่ยวกับผู้สูงอายุมักถูกจำกัดความว่าเป็นอุปกรณ์การแพทย์มีความซับซ้อนและใช้เวลานานในการขาดทะเบียนสินค้า เป็นอุปสรรคของผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี</p>
4	<p>สินค้าประเภทหุ่นยนต์หรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ มีราคาที่ยังค่อนข้างสูง ทำให้ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก</p> 



Policy Recommendations

	<p>การดำเนินนโยบายเชิงรุกในการสนับสนุนผู้ประกอบการ โดยประเมินจากความต้องการของตลาด (Demand driven) ผ่านการจับคู่ทางธุรกิจ (Business matching) เพื่อดึงธุรกิจต่างชาติให้เข้ามาลงทุน</p>
	<p>ภาครัฐอำนวยความสะดวกด้านกฎระเบียบ ระยะเวลาการดำเนินการเพื่อขอรับรองมาตรฐานและขออนุญาตโฆษณาที่ยาวนานอาจทำให้ธุรกิจไม่สามารถตอบสนองทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้</p>
	<p>ภาคเอกชนควรพัฒนาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดสูงวัยเข้าถึงได้ ไม่จำกัดเพียงกลุ่มเป้าหมายผู้มีระดับรายได้สูงจะเป็นช่องทางการทำธุรกิจที่สร้างมูลค่ามากและช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในภาพรวม</p>



➤ **Infographic** เรื่องธุรกิจพัฒนาที่พักอาศัยและไลฟ์สไตล์

เผยแพร่ผ่านทาง Facebook ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และของบริษัทฯ



แนวโน้มที่น่าสนใจ



ที่มา: The World's Best Countries to Retire, Annual Global Retirement Index และ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ตัวอย่างธุรกิจ: อสังหาริมทรัพย์สำหรับผู้สูงอายุ

Otium
retirement. redefined

ที่ตั้งโครงการอยู่บนพื้นที่บนเนินเขา ซึ่งอยู่ภายในพื้นที่ของโครงการ MontAzure ใจกลางหาดกมลา จังหวัดภูเก็ต

โอเทียม เน้นกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ที่มีกำลังซื้อค่อนข้างมาก เน้นความหรูหราและสะดวกสบาย ใกล้ชิดกับธรรมชาติ

แนวคิดของการสร้างชีวิตหลังเกษียณ ที่ยืนนานตั้งแต่ต้นและรู้สึกเต็มเต็ม บนไลฟ์สไตล์ที่มีความเป็นอิสระ



ตัวอย่างธุรกิจ: การเตรียมที่อยู่สำหรับผู้สูงอายุ เพื่อความปลอดภัย

WHY?
ผู้สูงอายุที่เริ่มมีอาการเสื่อมถอยของร่างกาย มีความเสี่ยงด้านสุขภาพหรือมีปัญหาด้านสุขภาพ จึงต้องการอุปกรณ์หรือผู้ช่วยเหลือดูแล

SERVICE
ให้คำปรึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์ที่รองรับการเปลี่ยนแปลงทั้งสภาวะ-การร่างกายและจิตใจของผู้สูงอายุ

SERVICE
บริการสำรวจพื้นที่หน้างาน ตลอดจนการติดตั้งในระดับที่เหมาะสม

SCG eldercare SOLUTION

เอสซีจีประยุกต์ใช้ความรู้ในศาสตร์แขนงต่างๆ อาทิ พฤติกรรมศาสตร์ การยศาสตร์ แพทย์ศาสตร์ และสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผสมกับความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบที่อยู่อาศัย ด้านเทรนด์และไลฟ์สไตล์ในรูปแบบต่างๆ นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้านที่อยู่อาศัยเพื่อสุขวัย



ภาพจาก: facebook.com/SCGBrand

Challenges

ค่านิยมความกตัญญูในการดูแลบุพการี จึงไม่นิยมให้ผู้สูงอายุพักอาศัยหรือดำรงชีวิตตามลำพัง

โครงการบ้านสำหรับผู้สูงวัยที่ผู้ซื้อไม่มีกรรมสิทธิ์ขาดในอสังหาริมทรัพย์ ไม่สามารถยื่นขอกู้กับธนาคารได้

มุมมองด้านคุณภาพชีวิตของผู้สูงวัย ยังเน้นด้านการรักษาอาการป่วย ขาดการสนับสนุนด้านไลฟ์สไตล์ และการมุ่งเน้นการป้องกันปัญหาสุขภาพ



Policy Recommendations



สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงธุรกิจในเศรษฐกิจสูงวัย (MICE) เพื่อให้ไทยเป็นศูนย์กลางด้านสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ และเพิ่มการรับรู้ต่อสินค้าและบริการ (Brand Awareness)

ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการสำหรับผู้สูงอายุ ตามมาตรฐานสากล พัฒนาสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับมาตรฐานในระหว่างประเทศ เพื่อสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคต่างชาติได้

สนับสนุนรูปแบบธุรกิจใหม่ๆ เช่น บริการ Case Management สำหรับผู้ที่มีความต้องการความช่วยเหลือในกิจกรรมประจำวันสำหรับผู้ที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเอง โดยอาจมาจากการประเมิน IADL ของผู้สูงอายุ

ความสามารถในการปฏิบัติกิจกรรมประจำวันเชิงปฏิบัติ (Instrumental Activities of Daily Living : IADL) ประกอบด้วย การสื่อสาร เช่น การใช้โทรศัพท์ การเดินทาง สามารถขับรถหรือเดินทางคนเดียวได้ การจัดการด้านการเงิน สามารถซื้อสินค้าต่างๆ ได้ และการเตรียมอาหารได้เอง เป็นต้น

➤ Infographic เรื่องธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค

เผยแพร่ผ่านทาง Facebook ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และของบริษัทฯ



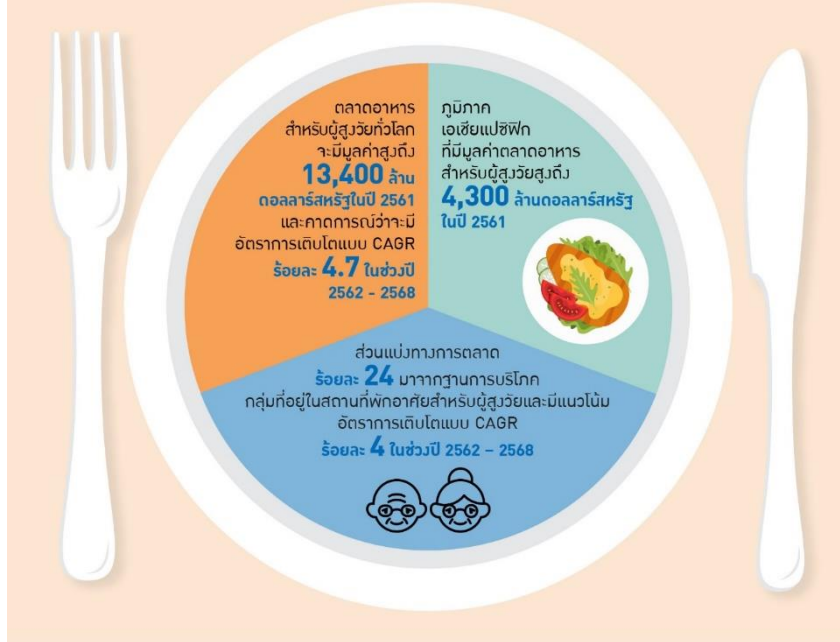


ภาพรวม

- พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น รวมถึงรายได้สุทธิของผู้สูงอายุในประเทศกำลังพัฒนาที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่อกำลังซื้อ นับเป็นโอกาสสำคัญต่อธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภค
- รูปแบบการตัดสินใจซื้อของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังเป็นการใช้ซ้ำของสินค้า และการบอกต่อจากกลุ่มเพื่อนฝูงและบุคคลรอบข้าง และการตัดสินใจซื้อส่วนหนึ่งอาจมาจากผู้ดูแล เช่น บุตรหลาน ซึ่งบุตรหลานถือเป็นแหล่งรายได้หลักของผู้สูงอายุ
- การเติบโตของธุรกิจอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุ ครอบคลุมอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ วิตามินและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์ที่ปรับสำหรับผู้สูงอายุ และผลิตภัณฑ์ที่ออร์แกนิกส์



แนวโน้มที่น่าสนใจ



ที่มา: Global Market Insight

ตัวอย่างธุรกิจ: อาหารเสริมสำหรับผู้ป่วยและผู้สูงอายุ



- + ผลิตภัณฑ์ **BlenDeeQuik (แบรนด์คิกวิค)** อาหารปั่นผสม แบบเข้มข้น พร้อมรับประทาน ผลิตภัณฑ์อาหารสดไม่มีสารอาหารสังเคราะห์ ให้มีพลังงานและคุณค่าสารอาหารครบตามหลักโภชนาการ
- + เหมาะสำหรับผู้ที่มีปัญหาในการรับประทานอาหารปกติ สามารถใช้กับผู้ที่รับประทานอาหารสายยาวได้ด้วยในลักษณะเดียวกันกับอาหารปั่นเพื่อผู้ป่วย (Blenderized Diet) รวมถึง ผู้ป่วยโรคเบาหวาน โรคไต โรคเกาต์



บริษัท กินยูดี จำกัด ก่อตั้งขึ้นจากผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านโภชนาการและการพยาบาล ซึ่งมีประสบการณ์ในการผลิตและแปรรูปอาหารเสริม

ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ป่วยหรือบุคคลธรรมดาที่มีความสนใจดูแลสุขภาพ ลดขั้นตอนการปรุงประกอบ สะอาดและปลอดภัย

มาตรฐานการผลิตที่ทันสมัย จากโรงงานที่ผ่านการรับรองความปลอดภัยทางด้านอาหารด้วยมาตรฐาน ออย. GMP (Good Manufacturing Practice) และ HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points) รวมถึงมาตรฐาน Halal





kewpie 101 years
love around the kitchen table

บริษัทคิวพี ผู้นำด้านการผลิตอาหารเด็กและมายองเนส ได้ริเริ่มผลิตผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุโดยอาศัยเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญในเรื่องการผลิตอาหารเด็ก ที่มีอยู่เดิมมาต่อยอดเพื่อผลิตอาหารให้กับกลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีทั้งอาหารแบบปรุงสดและผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป



WHY?

- + ปัญหาของผู้สูงอายุในเรื่องเหวอกและฟันรวม ถึงระบบย่อยอาหารและระบบขับถ่าย
- + ความยากลำบากในการเดินทางออกจากบ้านเพื่อซื้ออาหาร



- + จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนผสมที่นุ่มนวลสามารถบดเคี้ยวและกลืนได้ง่าย ใช้วัตถุดิบและส่วนผสมหลักที่ทำจากปลาและผักที่ย่อยง่ายและดีต่อระบบขับถ่ายรสชาติที่ถูกปากผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่น
- + วางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายยาทั่วไป มีบริการจัดส่งอาหารตามบ้าน ให้บริการตามโรงพยาบาลและสถานดูแลผู้สูงอายุด้วย





ข้อมูลจาก SCB Economic Intelligence Center และ www.reuters.com
ภาพจาก Youtube: Wochit Business

Challenges



อาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุมีจุดอ่อนเรื่องความน่าเชื่อถือในคุณภาพและประสิทธิภาพของสินค้า สินค้าหลายชนิดยังขาดเอกสารการทดลองและข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ที่น่าเชื่อถือ จึงไม่สามารถแข่งขันกับต่างประเทศได้

ค่าใช้จ่ายในการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ค่อนข้างสูง โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยอาจมีส่วนการลงทุนทุนด้าน R&D คิดเป็นร้อยละ 20 ของการลงทุนทั้งหมด

อาหารสุขภาพและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สูงอายุมักมีราคาสูง แต่ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในปัจจุบันไม่ได้มีรายได้สูงหรือต้องพึ่งพารายได้จากบุตร



Policy Recommendations



ส่งเสริมองค์ความรู้ด้านการประกอบธุรกิจ และข้อมูลความต้องการของตลาดสุวีวี่ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มและตรงกับมาตรฐานและความต้องการของตลาดต่างประเทศ

ส่งเสริมการนำงานวิจัยและพัฒนามาใช้ในภาคอุตสาหกรรมอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคสำหรับผู้สุวีวี่ ผ่านความร่วมมือกับภาควิชาการและหน่วยงานด้านวิจัยและพัฒนา

สร้างตัวเลือกให้กับผู้บริโภค เช่น อาหารแบบปรุงสดพร้อมทาน อาหารพร้อมปรุง (Ready-to-cook food) ขยายการเข้าถึงด้วยบริการจัดส่งอาหารตามบ้าน (Home Delivery) วางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านขายยาทั่วไป และรวมถึงสถานบริการด้านสุขภาพผู้สูงอายุ



- **Infographic** เรื่องธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัย
เผยแพร่ผ่านทาง Facebook ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และของบริษัทฯ

TPSO สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
September 7 at 7:38 PM · 🌐

สวัสดีคะแฟนเพจที่น่ารักทุกท่าน วันหยุดยาวไปเที่ยวไหนกันมาบ้างคะ อยาลืมว่าพรุ่งนี้ไปทำงานกันนะคะ 😊

วันนี้แอดมินมาตามนัด มานำเสนอเรื่องที่น่าสนใจในเศรษฐกิจสูงวัย 🙄🙄 เป็นเรื่องที่ 5 นั่นคือเรื่อง "บริการด้านการเงินและการประกันภัย"

ทราบหน... See More

THAILAND'S SILVER ECONOMY
บริการด้านการเงิน และการประกันภัย

ภาพรวม

แนวโน้มที่น่าสนใจ

ตัวอย่างธุรกิจ การจำนองอสังหาริมทรัพย์

ตัวอย่างธุรกิจ การขายและโอนสิทธิ์

Bolliger & Company
September 14 at 7:37 AM · 🌐

Silver Economy Info Series [5/6]
เศรษฐกิจสูงวัยกับธุรกิจบริการด้านการเงิน และการประกันภัย
#BolligerandCompany #SilverEconomy #TPSO

THAILAND'S SILVER ECONOMY
บริการด้านการเงิน และการประกันภัย

ภาพรวม

ตัวอย่างธุรกิจ การจำนองอสังหาริมทรัพย์

ตัวอย่างธุรกิจ การขายและโอนสิทธิ์

ตัวอย่างธุรกิจ บริการรวมเพื่ออำนวยความสะดวกผู้สูงวัย



ภาพรวม

บริการด้านการเงินสำหรับผู้สูงอายุ เป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตสูง ทั้งด้านการให้คำปรึกษา การจัดการทางการเงิน การลงทุน แบบกองทุนรวมระยะยาว หรือบัญชีเงินฝากที่มาพร้อมกับ ประกันสุขภาพ

รูปแบบผลิตภัณฑ์ประกันภัย เพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุอย่างเป็นรูปธรรม มีอยู่ 3 รูปแบบ ได้แก่

- 1) ผลิตภัณฑ์ประกันภัยการดูแลระยะยาว ซึ่งจะจ่ายผลประโยชน์เมื่อผู้เอาประกันภัย เกิดภาวะทุพพลภาพหรือมีปัญหาดูสุขภาพ
- 2) ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตแบบบำนาญ
- 3) การจำนองแบบย้อนกลับ (Reverse Mortgage)



ตัวอย่างธุรกิจ: การจำนองย้อนกลับ



แนวโน้มที่น่าสนใจ



ที่มา: ฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมและทัศนคติของผู้สูงอายุไทย (2563), สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย, ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน

ตัวอย่างธุรกิจ: บริการวางแผนด้านการเงินสำหรับผู้สูงอายุ

- + ประชากรผู้สูงอายุกว่า 10 ล้านคนที่สหรัฐอเมริกาไม่สามารถที่จะจัดการกับการวางแผนการเงินด้วยสมรรถภาพทางร่างกายที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้การระกั้หนดตกไปอยู่ที่ผู้เป็นบุตร
- + ผู้สูงอายุมีความเสี่ยงต่อการถูกหลอก
- + ความไม่มั่นคงทางการเงินด้วยค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพ ที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ



Goldèñ

- + Golden Financial Care เป็นบริษัทสตาร์ทอัพในสหรัฐอเมริกาที่ให้บริการวางแผนด้านการเงินสำหรับผู้สูงอายุ รวมถึงบุตรที่ต้องรับมือกับข้อบดดูและสถานการณ์ทางการเงินของพ่อแม่

- + วางแผนและแจ้งเตือนการชำระหนี้
- + วางแผนลดค่าใช้จ่าย
- + ภาพรวมของแผนการเงินเป็นภาพเดียว
- + กำหนดค่าใช้จ่ายด้านการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ
- + วางแผนประกันต่างๆ
- + ระบบเตือนภัยการถูกหลอกหลวม

- + ให้คำปรึกษาทางการเงินและ Financial Coaching ครอบคลุมเรื่องการใช้จ่ายด้านปัญหาสุขภาพ กฎหมาย และสิทธิประโยชน์จากรัฐบาล และปรับปรุงสุขภาพทางการเงินของผู้สูงอายุ



Challenges



ผลิตภัณฑ์และการให้บริการทางการเงินและประกันภัยสำหรับผู้สูงอายุมีข้อผูกพันในระยะยาว จึงมีข้อกังวลเรื่องการหาบริษัทพันธมิตร ที่จะต้องมีความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจในระยะยาว



ปัจจุบัน ธนาคารพาณิชย์สามารถออกผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ เช่น สินเชื่อประเภท Reverse Mortgage แต่ยังมีธนาคารใดสนใจให้บริการเท่าที่ควร เนื่องจากไม่มีมาตรการสนับสนุนหรือช่วยเหลือในระยะยาวจากภาครัฐ



ค่านิยมของคนไทยที่ไม่นิยมซื้อบ้านมือสอง ส่งผลให้ธนาคารมีปัญหาในการขายบ้านที่เป็นสินทรัพย์ Reverse Mortgage กอດตลาด



Policy Recommendations



ภาคเอกชนควรใช้ประโยชน์จากข้อมูล การคาดการณ์ความต้องการ (Demand forecast) ของประชากรตามช่วงอายุวัย จากฐานข้อมูลของบริษัทประกันภัย เปิดโอกาสสำหรับการเจรจา ราคาล่วงหน้า (Advanced commitment) สำหรับผลิตภัณฑ์และบริการทางการแพทย์



กระตุ้นการสื่อสารเรื่องการเงินในรูปแบบที่เข้าใจง่าย เนื่องจากผู้บริโภคจำนวนมากยังไม่เข้าใจรูปแบบและประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และบริการทางการเงินที่เน้นการจัดการชีวิตเมื่อเข้าสู่วัยเกษียณ



สร้างทางเลือกด้านบริการทางการเงินให้กับผู้สูงวัยและครอบครัว เช่น การวางแผนเรื่องการใช้จ่ายด้านปัญหาสุขภาพ

- **Infographic** เรื่องธุรกิจบริการด้านการเงินและการประกันภัย
เผยแพร่ผ่านทาง Facebook ของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า และของบริษัทฯ

TPSO สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
September 9 at 10:52 AM · 🌐

สวัสดิ์ค่ะ วันนี้แอดมินได้นำอีกเรื่องที่น่าสนใจในเศรษฐกิจสูงวัยมานำเสนอให้ลูกเพจอีกแล้วค่ะ

วันนี้ขอแนะนำเรื่อง "การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)" 📖🎓👨🏻‍🎓👩🏻‍🎓 ตามที่ได้นำเสนอไปก่อนหน้านี้ว่า ในอีก 30 ปี จำนวนผู้สูงอายุอาจเพิ่มขึ้นกว่า 100% และอาจส่งผลกระทบต่อภาคแรงงาน

"การเรียนรู้ตลอดชีวิต" เกี่ยวข้องอย่างไร และส่งผลอย่างไรกับเศรษฐกิจสูงวัย ติดตามได้ในโพสต์นี้ได้เลยค่ะ

👤 ... See More

THAILAND'S SILVER ECONOMY
การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุส่งผลกระทบต่อภาคแรงงาน

การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) ในประเทศไทย

ผลกระทบทางบวก: การเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจ

Bolliger & Company
September 14 at 9:03 PM · 🌐

Silver Economy Info Series [6/6]
เศรษฐกิจสูงวัยกับการเรียนรู้ตลอดชีวิต
#BolligerandCompany #SilverEconomy #TPSO

THAILAND'S SILVER ECONOMY
การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุส่งผลกระทบต่อภาคแรงงาน
อัตราผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด (ร้อยละ) 2531-2561

ปี	อัตราผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมด (ร้อยละ)
2010	4.25%
2011	4.35%
2012	4.45%
2013	4.55%
2014	4.65%
2015	4.75%
2016	4.85%
2017	4.95%
2018	5.05%
2019	5.15%
2020	5.25%
2021	5.35%
2022	5.45%
2023	5.55%
2024	5.65%
2025	5.75%
2026	5.85%
2027	5.95%
2028	6.05%
2029	6.15%
2030	6.25%
2031	6.35%
2032	6.45%
2033	6.55%
2034	6.65%
2035	6.75%
2036	6.85%
2037	6.95%
2038	7.05%
2039	7.15%
2040	11.90%

สถิติผู้สูงอายุไทยและญี่ปุ่น (ปี 2563)

ประเทศ	อายุเฉลี่ย	อายุขัยเฉลี่ย	อัตราการรู้หนังสือ
ไทย	71.96 ปี	84.97 ปี (ชาย)	86.07%
ญี่ปุ่น	84.53 ปี	85.47 ปี (ชาย)	99.04%

ผลกระทบทางบวก: การเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางลบ: การเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางบวก: การเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางลบ: การเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางบวก: การเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจ

ผลกระทบทางลบ: การเพิ่มทักษะใหม่ ๆ ช่วยเพิ่มแรงจูงใจในการทำงานของผู้สูงอายุ และเศรษฐกิจ



การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุส่งผลกระทบต่อกำลังแรงงานในภาพรวม

อัตราผู้สูงอายุต่อประชากรทั้งหมดของไทย ระหว่าง พ.ศ. 2531-2561



สถิติผู้สูงอายุไทยและผู้สูงอายุโลก 2563

สัดส่วนผู้สูงอายุ	ร้อยละ: 11.90 อันดับที่ 58 ของโลก	ร้อยละ: 8.87
	>	
อัตราการพึ่งพิงของผู้สูงอายุ (Old-Age Dependency Ratio)	ร้อยละ: 17.53 อันดับที่ 57 ของโลก	ร้อยละ: 13.95
	>	
อายุคาดเฉลี่ย (Life Expectancy)	76.93 ปี อันดับที่ 65 ของโลก	72.56 ปี
	>	

ที่มา: ธนาคารโลก (Data.worldbank) *ผู้สูงอายุ 65 ปี ตามนิยามของธนาคารโลก

ภัยต่อกำลังแรงงาน

- กำลังแรงงานลดลงจากการเกษียณของผู้สูงอายุ
- กำลังแรงงานลดลงจากการลาออกเพื่อดูแลผู้สูงอายุ



การส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning) เป็นทางออกหนึ่งของปัญหาแรงงานในสังคมสูงวัย

ทำไมต้องการเรียนรู้ตลอดชีวิต?

- + ประชากรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเข้าสู่ยุคสังคมสูงวัย
- + ผู้สูงวัยสามารถทำงานในตลาดแรงงานได้นานขึ้น เพราะได้พัฒนาตนเอง
- + ผู้สูงวัยมีทักษะในการหารายได้หลังเกษียณ
- + ผู้สูงวัยรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง และใช้ชีวิตอย่างมีคุณค่า

ทุกคนจากทุกช่วงวัยควรสามารถเข้าถึงการศึกษาและอบรม ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาแบบปกติ หรือการศึกษารอบแบบพิเศษเฉพาะเรื่อง

รูปแบบการศึกษารอบแบบ



โอกาสของภาคธุรกิจ: สถาบันการศึกษา โรงเรียน ศูนย์ฝึกอบรม ในการปรับตัวต่อแนวโน้มการเรียนรู้ตลอดชีวิต และเศรษฐกิจสูงวัย



หลักสูตรสำหรับผู้สูงวัย

- + ทักษะอาชีพ การประกอบธุรกิจ
- + ทักษะในการดำรงชีวิตของผู้สูงวัย
- + การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่



หลักสูตรสำหรับภาคธุรกิจ เพื่อเตรียมความพร้อมสู่เศรษฐกิจสูงวัย

- + ความต้องการของผู้สูงวัย
- + หลักในการดูแลผู้สูงวัย
- + การเข้าถึงตลาดผู้สูงวัย



หลักสูตรการศึกษาออนไลน์แบบเปิด (MOOC) ที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ

- + Innovating Solutions for Aging Populations (Coursera)
- + Rethinking Ageing: Are we prepared to live longer? (Coursera)
- + Internet of Things for Active Aging (FutureLearn)
- + Falling Down: Problematic Substance Use in Later Life (FutureLearn)
- + ศาสตร์แห่งการชะลอวัย (Science of active aging) (Thai MOOC)
- + การดูแลผู้สูงอายุแบบองค์รวม (Holistic Approach on Ageing Care) (Thai MOOC)



กรณีศึกษาจากต่างประเทศ: SkillFuture Singapore (SSG) นโยบายต้นแบบด้านการเรียนรู้ตลอดชีวิตของสิงคโปร์



- + รัฐบาลสิงคโปร์ให้ SkillsFuture Credit 500 ดอลลาร์สิงคโปร์แก่ประชากรอายุ 25 ปีขึ้นไป
- + ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต เพื่อพัฒนาทักษะของประชากร
- + ส่งเสริมสถาบันการศึกษา เช่น มหาวิทยาลัย และองค์กรที่มีแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศในด้านต่างๆ ที่เป็นผู้อบรม (Training Provider)
- + ลดความเหลื่อมล้ำ เพราะช่วยให้ทุกคนสามารถเข้ารับการศึกษ

ตัวอย่างหลักสูตรอบรมของ SkillFuture Singapore

- + หลักสูตรเกี่ยวกับผู้สูงอายุ เช่น หุ่นยนต์เพื่อการพยาบาล
- + ทักษะทางคอมพิวเตอร์ เช่น Microsoft Office Tableau
- + ทักษะของผู้ประกอบการ เช่น การตลาดแบบดิจิทัล
- + ทักษะอาชีพ เช่น เทคโนโลยีการพยาบาล วิศวกรรม
- + ทักษะในชีวิตประจำวัน เช่น การทำอาหาร การทำความสะอาด



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

**การสนับสนุนผู้ประกอบการ
ในการพัฒนาทักษะ
ของผู้สูงวัย**

- + สักดิ์ประโยชน์ทางภาษี
- + การสร้างพันธมิตร
กับภาคการศึกษา

**การสร้างแรงจูงใจ
ให้ประชาชนและผู้สูงวัย
พัฒนาตนเองผ่านการศึกษา
อบรมต่างๆ**

- + เครดิตสำหรับการศึกษาอบรม
- + การลดหย่อนภาษีเพื่อสร้างค่านิยม
การเรียนรู้ตลอดชีวิต

**การเตรียมพร้อม
เพื่อรับมือกับปัญหา
ขาดแคลนแรงงาน**

- + การขยายอายุเกษียณ
- + การขยายสิทธิประโยชน์
ในการทำงานผู้สูงอายุในกลุ่ม
ที่มีทักษะและยังสามารถ
ทำงานได้



Bolliger & Company

Bolliger & Company (Thailand) Ltd.

Level 31, Sathorn Square Office Tower

98 North Sathorn Road, Silom, Bangrak, Bangkok 10500

T +66 (0) 2 230 6399 | F +66 (0) 2 230 6333

www.bolliger-company.com