

การตลาดปัจจัย 4

โอกาสของผู้ประกอบการ SME ไทยกับสังคมผู้สูงอายุ



การตลาดปัจจัย 4

โอกาสของผู้ประกอบการ SME ไทยกับสังคมผู้สูงอายุ

2,100 ล้านคน คือ จำนวนผู้สูงอายุทั่วโลกในปี 2050¹ เทคโนโลยีการแพทย์ปัจจุบันช่วยยืดอายุขัยของมนุษย์ให้ยาวขึ้นกว่าในอดีต รายงานจากองค์การสหประชาชาติเปิดเผยว่า ในปี 2050 สังคมโลกจะกลายเป็นสังคมแห่งผู้สูงอายุ โดยมีสัดส่วนผู้สูงอายุประมาณ 1 ใน 5 ของประชากรโลก และในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีจำนวนผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีอายุมากกว่า 60 ปีประมาณ 670 ล้านคน (Asia-Pacific Report on Population Aging, 2022) จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุในแต่ละประเทศทำให้รัฐบาลของแต่ละประเทศต้องวางนโยบายให้สอดคล้องกับสังคมผู้สูงอายุ ตัวอย่างเช่น ประเทศญี่ปุ่นใช้แนวคิด “อิบะไซ” เพื่อแก้ปัญหา โดยการปลูกฝังให้สังคมมองผู้สูงอายุว่าเป็นเป็นผู้มีประสบการณ์ สร้างคุณค่าให้สังคม การลงทุนของรัฐเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับผู้สูงอายุจึงไม่ใช่เรื่องสูญเปล่า (วิชณี คุปตะวาทีนและคณะ, 2019)

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุมีสัดส่วนผู้สูงอายุประมาณ 1 ใน 6 ของประชากร เป็นประเทศที่มีผู้สูงอายุมากเป็นอันดับสองในภูมิภาคตะวันออกเฉียงใต้เป็นรองเพียงแค่ประเทศอินโดนีเซีย และจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์สูงสุดหรือ Super-Aged Society ในอีกไม่เกิน 15 ปีข้างหน้า อันจะมีสัดส่วนของผู้สูงอายุประมาณ

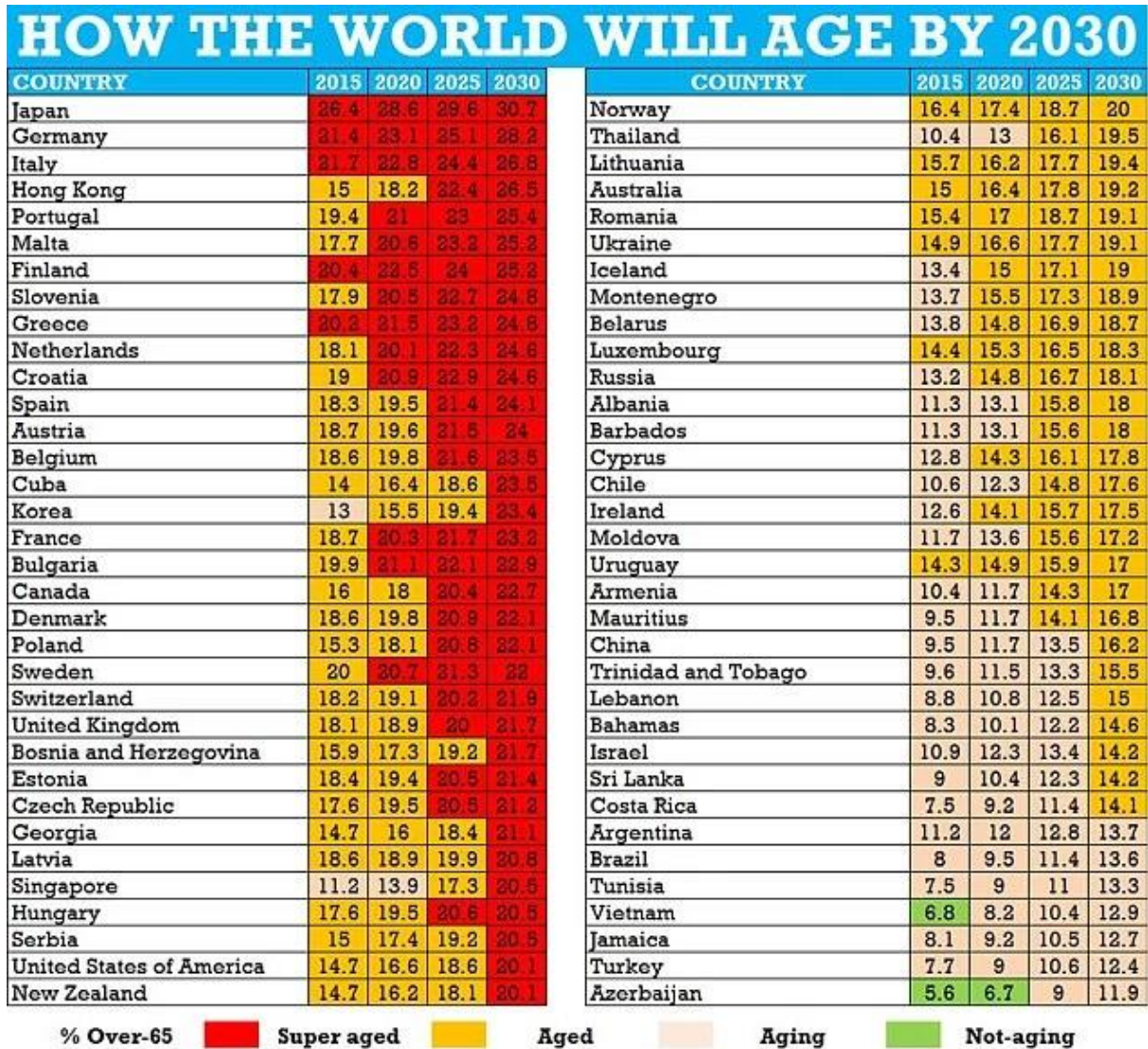
ร้อยละ 28 ของประชากรทั้งหมด (สุขภาพคนไทย, 2566) ทั้งนี้ยังไม่นับรวมถึงอัตราการเกิดใหม่ของสังคมไทยลดลงอย่างต่อเนื่องทุกปี ทำให้วัยกลางคนซึ่งเป็นวัยแรงงานชนชั้นกลางจะกลายเป็นผู้รับภาระข้างต้น ภายใต้สภาวะตลาดแรงงานลดลง รายได้ของครัวเรือนมีแนวโน้มลดลง และอัตราค่าครองชีพที่สูงขึ้น ถ้าไม่มีบริบทเชิงสังคมและเทคโนโลยีทั้งจากภาครัฐและเอกชนเข้ามาช่วยเติมเต็มการเปลี่ยนแปลง

จากแผนภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงประเทศที่ประชากรกำลังเข้าสู่สังคม Super-Aged Society มีจำนวน 13 ประเทศที่เข้าสู่สภาวะดังกล่าวตั้งแต่ปี 2020 และมีจำนวนถึง 34 ประเทศที่กำลังเข้าสู่สภาวะดังกล่าวในปี 2030 ซึ่งประเทศที่คาดว่าจะมีสัดส่วนจำนวนประชากรสูงอายุมากที่สุดในปี 2030 ได้แก่ ญี่ปุ่น (ร้อยละ 30.7) เยอรมนี (ร้อยละ 28.2) และอิตาลี (ร้อยละ 26.8) ตามลำดับ โดยทั้งสามประเทศเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์สูงสุดตั้งแต่ปี 2015 เป็นต้นมา

สำหรับประเทศในกลุ่มอาเซียนนั้น สิงคโปร์จะเป็นประเทศแรกๆ ที่เข้าสู่สังคม Super-Aged Society ในปี 2030 โดยมีจำนวนประชากรสูงวัยถึง 693,000 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ (องค์การสหประชาชาติ, 2022)

¹ กรมกิจการผู้สูงอายุ (2021) สืบค้นจาก <https://www.dop.go.th/th/know/15/796>

แผนภาพที่ 1 คาดการณ์จำนวนประชากรผู้สูงอายุปี 2030



ที่มา : องค์การสหประชาชาติ (2022) เผยแพร่ใน www.bangkokbiznews.com/social/980466

สถานการณ์อันส่งผลกระทบต่อโครงสร้างประชากรข้างต้น ไม่ได้เกิดแค่เพียงประเทศไทยเท่านั้น แต่ทยอยเกิดขึ้นกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก ดังที่เห็นชัดเจนได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรสูงอายุและมีค่าเฉลี่ยอายุขัยมากที่สุด แม้จะมีการเตรียมพร้อมรับมือสถานการณ์ดังกล่าวล่วงหน้าอย่างดีแต่เมื่อภาวะดังกล่าวเกิดขึ้นจริงส่งผลกระทบต่อให้ประเทศญี่ปุ่นประสบปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรแรงงานจนต้องขยายช่วงวัยเกษียณ

ไปถึง 70 ปี หรือแม้แต่ความเพียงพอของระบบสวัสดิการและสาธารณสุขเพื่อรองรับกลุ่มคนสูงวัยที่อยู่อาศัยซึ่งเปลี่ยนรูปแบบจากการครอบครัวสินมาสู่รูปแบบการเช่าเพื่อเข้ามาอยู่ในชุมชนผู้สูงอายุ นำมาซึ่งโอกาสจากช่องว่างทางการตลาดที่ยังไม่ได้รับการเติมเต็มสำหรับผู้ประกอบการ SME อย่างน้อยในส่วนของตลาดอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับปัจจัยสี่กับผู้สูงอายุ อันได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งกาย และบริการด้านสุขภาพ

อาหารสำหรับผู้สูงอายุ



ผู้สูงอายุจำนวนมากมักจะอยู่ในภาวะทุพโภชนาการ (Malnutrition) ไม่ว่าจะเป็นภาวะโภชนาการเกิน หรือภาวะโภชนาการต่ำ มักจะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงทางร่างกาย เริ่มต้นตั้งแต่ช่วงวัยทองที่ฮอร์โมนมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อมีอายุ 45 ขึ้นไป ประกอบกับความเสื่อมถอยของอวัยวะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการบาดเจ็บจากอาหารและการกลืน ระบบการย่อยและดูดซึมสารอาหารต่าง ๆ จนกระทั่งระบบการขับถ่าย ถ้าไม่ได้รับการแก้ไขอย่างถูกหลักโภชนาการจะเกิดผลกระทบตามมา เช่น เกิดภาวะขาดสารอาหารในผู้สูงอายุ มีความอยากอาหารลดลง กล้ามเนื้ออ่อนแรง ภาวะง่วงซึม และความจำเสื่อม ถ้าเกิดบาดแผลจะหายช้ากว่าปกติ มีจ้ำเลือดขึ้นตามตัวง่าย การตอบสนองทางภูมิคุ้มกันบกพร่องและเสี่ยงต่อการติดเชื้อโรคต่างๆ เป็นต้น ทำให้ต้องได้รับอาหารที่ได้รับการออกแบบสารอาหารจำเพาะ หรืออาหารเสริมต่าง ๆ เพื่อ

สร้างสมดุลให้แก่ร่างกายที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคลในแต่ละช่วงวัย

สำหรับผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว จำเป็นที่ต้องได้รับอาหารทางการแพทย์หรือ Medical Food เพื่อตอบสนองความต้องการทางโภชนาการสำหรับผู้ป่วย ผู้ที่มีความผิดปกติหรือสภาวะทางการแพทย์ที่ไม่สามารถได้รับสารอาหารที่เพียงพอจากอาหารปกติ หรือปรับเปลี่ยนจากอาหารปกติเป็นการชั่วคราวหรือถาวร เป็นการให้โภชนบำบัด (Nutrition therapy) ซึ่งอาจจะอยู่ในรูปแบบของอาหารปรุงสำเร็จเฉพาะผู้ป่วยแต่ละโรค อาหารเหลว หรืออาหารผงกึ่งสำเร็จรูปที่พร้อมผสม เพื่อให้อาหารทางสายยางหรือรูปแบบอื่นที่ง่ายต่อการรับประทาน ตัวอย่างอาหารประเภทนี้ ได้แก่ นมหรือสารอาหารผงสำหรับผู้ป่วยเบาหวานเพื่อคุมปริมาณน้ำตาล เป็นต้น

ในขณะที่ Function Food เป็นหนึ่งในหมวดอาหารที่ได้รับการออกแบบสำหรับผู้สูงอายุ อันหมายถึง ผลิตภัณฑ์อาหารในการส่งเสริม สร้างสมดุล หรือควบคุมสุขภาพเฉพาะด้าน เพิ่มเติมจากคุณประโยชน์ทางโภชนาการของอาหารทั่วไป แต่ยังคงสภาพเป็นอาหารหรือส่วนประกอบสำคัญในอาหาร ได้รับการปรับแปลงจากสารอาหารธรรมชาติ ไม่ได้มีฤทธิ์เป็นยารักษาโรคแต่อย่างใด ผู้สูงอายุที่ไม่ได้มีภาวะป่วยก็สามารถทานได้ เพื่อผลลัพธ์ในเชิงป้องกัน ตัวอย่างอาหารประเภทนี้ ได้แก่ ผงไข่ขาว คอลลาเจน หรือแพลนท์โปรตีน เป็นต้น

precedenceresearch.com (2022) รายงานถึงมูลค่าตลาด Function Food ทั่วโลก มีมูลค่า 305.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2022

และคาดว่าจะมีมูลค่า 597.1 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐในปี 2032 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.93 โดยตลาดทวีปเอเชียแปซิฟิกจะมีสัดส่วนตลาดร้อยละ 35.9 รองลงมา ได้แก่ ตลาดทวีปอเมริกาเหนือ ที่ร้อยละ 24.9 อันมีสินค้าที่ได้รับ ความนิยม ได้แก่ นมและโยเกิร์ต มีสัดส่วนร้อยละ 39 รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์เบเกอรี่และธัญพืช ที่ ร้อยละ 27

Krungthai Macro Research (2019) ได้นำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ Function Food ที่เป็นโอกาสสำหรับ SME ได้แก่ (1) นมที่มีการเพิ่มเติมสารอาหารหรือวิตามินต่างๆ หรือนมปราศจากแลคโตส นมถั่วเหลือง นมที่มีระดับเมลาโทนินจากธรรมชาติสูงที่ช่วยการนอนหลับ โยเกิร์ตที่ผสมโพรไบโอติกส์ที่ช่วยการย่อย (2) ธัญพืชที่มีส่วนผสมของสารอาหารและวิตามิน ไฟเบอร์ แคลเซียมจากเกล็ดปลา หรือแม้กระทั่งพืชตระกูลเบอร์รี่ที่ช่วยบำรุงสายตา (3) เครื่องดื่มที่ผสมพืชสมุนไพร แร่ธาตุ และวิตามินต่างๆ และ (4) ขนมอบกรอบ ที่มีส่วนผสมของโปรตีน ไฟเบอร์ แร่ธาตุ และวิตามินต่างๆ หรือขนมอบกรอบที่แปรรูปจากผักและผลไม้ที่มีกากใยสูง ช่วยในการขับถ่าย โดยผลิตภัณฑ์ Function Food เหล่านี้ นอกจากเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่ยินดีจ่าย ยังมีความสามารถในการทำกำไรสูงกว่าอาหารทั่วไปที่เป็น Basic Food ถึงสามเท่า



ที่มา : beanbagsuperfood.com

Superfood อีกหนึ่งประเภทอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งหมายถึง อาหารที่อุดมไปด้วยสารอาหาร มีคุณค่าทางโภชนาการ และเต็มไปด้วยส่วนประกอบที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย เช่น โปรตีน วิตามิน แร่ธาตุ สารต้านอนุมูลอิสระ โยอาหาร หรือ กรดไขมันที่มีประโยชน์ เป็นต้น โดยอาหารที่มักถูกยกให้เป็น Superfood เช่น น้ำมันปลาจากปลาทะเล ข้าวกล้อง ข้าวโอ๊ต ข้าวบาร์เลย์ ครีมนัว เมล็ดเชีย กรีกโยเกิร์ต มะเขือเทศ กระเทียม ชิงออบเชย เป็นต้น รวมทั้งอาหารประเภท Superfruit อันหมายถึง ผลไม้ที่อุดมไปด้วยสารต้านอนุมูลอิสระ (Antioxidants) รวมถึงสารอาหารที่มีประโยชน์อื่นๆ เช่น วิตามิน แร่ธาตุ ไฟเบอร์ และสารไฟโตนิวเทรียนต์ (Phytonutrients) ได้แก่ ผลไม้กลุ่มเบอร์รี่ที่มีรสเปรี้ยว อาทิ โกจิเบอร์รี่ เชอร์รี่ สตรอเบอร์รี่ บลูเบอร์รี่ แครนเบอร์รี่ และผลไม้อื่น ๆ เช่น ทับทิม พลัม กีวี เกรปฟรุ้ต พืช เป็นต้น ทั้งนี้ยังไม่นับรวมอาหารกลุ่มโปรตีนจากพืชหรือ Plant Based ที่ตอบสนองต่อผู้สูงอายุที่ทานอาหารมังสวิรัต



ประเทศไทยมีทรัพยากรด้านเกษตรกรรมอันอุดมสมบูรณ์และพันธุ์พืชสมุนไพรที่หลากหลายประกอบกับผลงานวิจัยและพัฒนาจากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรมด้านเกษตรและสมุนไพรแปรรูปที่พร้อมถ่ายทอด อาทิ ผงโปรตีนจิ้งหรีด สารสกัดน้ำมันรำข้าว น้ำมันงาขี้ม่อน ในขณะที่ข้อกฎหมายและระเบียบการนำเข้าสินค้าหมวดดังกล่าวของแต่ละประเทศที่ไม่เข้มงวดเท่ากับผลิตภัณฑ์ยา เหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่สร้างโอกาสสำหรับ SME ไทยในการส่งออกผลิตภัณฑ์ในกลุ่มดังกล่าว

ปัจจัยแห่งความสำเร็จของสินค้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุนอกจากคุณสมบัติของสารอาหารที่เสริมสร้างบำรุงส่วนต่างๆ ของร่างกายที่ได้จากการวิจัยและพัฒนาแล้ว ยังมีปัจจัยในเรื่องของรสชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนผสมของสมุนไพรที่มีรสขมหรือเผ็ดขานจำเป็นต้องใช้สารแต่งกลิ่นและรสชาติ (Flavor) ที่อยู่ในรูปสารอาหารและวิตามินที่เพิ่มเติมเข้ามาช่วย อย่างรสชีตรัสในวิตามินซี หรือรสผลไม้จากธรรมชาติที่เติมแต่งเพิ่มขึ้น

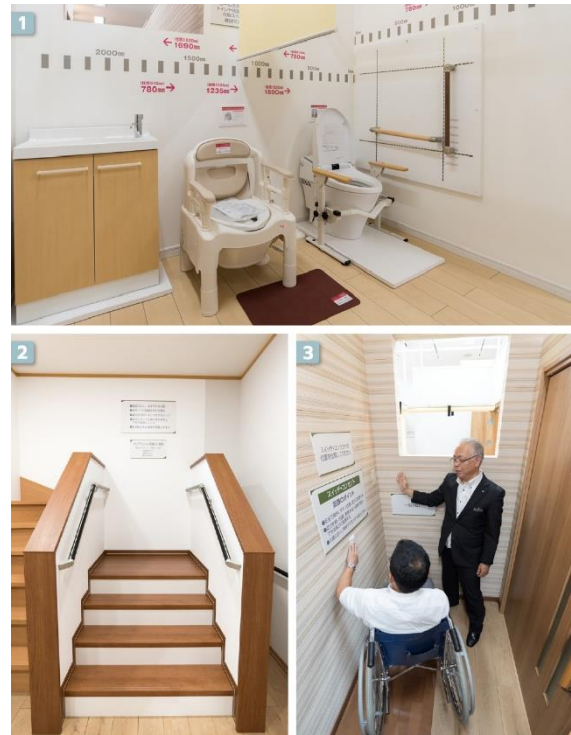
ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ



แนวโน้มสังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มทั้งจำนวนและช่วงอายุขัยอันเกิดจากเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์สมัยใหม่ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการอยู่อาศัย ในหลายประเทศที่เข้าสู่สังคม Super-Aged Society ผู้สูงอายุจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุที่อยู่คนเดียว อันเกิดจากสถานภาพโสดแต่เดิม หรือคู่สมรสเสียชีวิตแล้ว เริ่มที่จะละทิ้งการครอบครองที่อยู่อาศัยเดิม และเลือกที่จะเช่าโครงการที่มีการพัฒนาพื้นที่และสภาพแวดล้อมของชุมชนที่เหมาะสมกับการใช้ชีวิตที่เรียบง่ายอย่างมีความสุข

ในหลายประเทศมีนโยบายให้สวัสดิการผู้สูงอายุใช้ชีวิตที่เรียบง่ายยังต่างประเทศที่มีค่าครองชีพถูกกว่า ดังตัวอย่างกรณีผู้สูงอายุชาวญี่ปุ่นจำนวนมากเลือกที่จะมาใช้ชีวิตที่ประเทศไทย ในทางกลับกันหลายประเทศก็มียุทธศาสตร์ส่งเสริมให้ประเทศเป็นศูนย์กลางธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุของโลกอย่างประเทศมาเลเซียและไทย ด้วยการขยายเวลาให้ชาวต่างชาติอายุ 50 ปีขึ้นไปที่ต้องการพำนัก (Long-stay Visa) จากเดิมไม่เกิน 1 ปี เพิ่มเป็น 10 ปี เพื่อเอื้อให้ผู้สูงอายุต่างชาติมีระยะเวลาพำนักในประเทศได้นานขึ้น โดยให้ดำเนินการใน 14 ประเทศ ได้แก่ เดนมาร์ก นอร์เวย์ เนเธอร์แลนด์ สวีเดน ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ อิตาลี เยอรมนี สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น แคนาดา ภายใต้เงื่อนไขต้องมีบัญชีเงินฝากหรือรายได้ในระดับหนึ่ง

ภายใต้รูปแบบที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุแบบเช่าทั่วโลก ได้รับการพัฒนาด้วยแนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล หรือ Universal Design ดังตัวอย่างเช่น Mitsubishi Estate Home (MEH) ดำเนินธุรกิจรับสร้างบ้านและรีโนเวทที่อยู่อาศัย โดยมีมาตรฐานการออกแบบที่เป็นมิตรสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การออกแบบให้มีสิ่งกีดขวางบนพื้นให้น้อยที่สุด การติดตั้งราวจับเพื่อความปลอดภัยในการเคลื่อนไหวของผู้สูงอายุ การออกแบบประตูทางเข้าให้มีความกว้างมากกว่าปกติ หรือการจัดวางระบบไฟส่องสว่างทั้งเวลากลางวันและกลางคืน รวมถึงการบริหารจัดการอุณหภูมิภายในบ้านให้เหมาะสมตลอดวัน หรือ NODA Corporation บริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายวัสดุปูพื้นชั้นนำของประเทศญี่ปุ่น พัฒนาเป็นนวัตกรรมวัสดุปูพื้นที่ช่วยลดแรงกระแทก (Shock Absorbing Floor) ซึ่งถือเป็นพื้นฐานของที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ ด้วยคุณสมบัติพิเศษในการรองรับแรงกระแทกและให้ความอบอุ่นเมื่อสัมผัส เพิ่มเติมด้วยการออกแบบตกแต่งภายในบ้านด้วยแนวคิดปลอดสิ่งกีดขวาง (Barrier Free) ที่ออกแบบทางเดินให้ราบเรียบ ไร้ขั้นบันไดหรือทางต่างระดับ หรือมีบันไดน้อยที่สุด เพียบพร้อมไปด้วยสิ่งอำนวยความสะดวก และผลิตภัณฑ์ที่จะช่วยให้ผู้สูงอายุดำเนินชีวิตประจำวันได้สะดวก ช่วยเหลือตนเองได้ ลดอุบัติเหตุและป้องกันการเกิดอุบัติเหตุในการทำกิจกรรมต่างๆ ตัวอย่างเช่น พื้นบ้านที่สามารถกันการลื่นหกล้ม และช่วยลดแรงกระแทกหากเกิดอุบัติเหตุ หรือประตูบานที่สามารถผลักออกได้ไม่ว่าจะอยู่ทั้งภายในและภายนอกห้อง และถึงแม้อยู่ในพื้นที่จำกัดประตูนี้ก็ยังสามารเปิดได้กว้างและยังสามารถติดตั้งราวจับได้ด้วย ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้สูงอายุที่ใช้อุปกรณ์ช่วยเดินหรือรถเข็น



ที่มา: กรมกิจการผู้สูงอายุ (2021)

จากแนวโน้มและกรอบแนวคิดการพัฒนาที่อยู่อาศัยในรูปแบบดังกล่าวนำมาซึ่งโอกาสของผู้ประกอบการ SME ตลอดสายโซ่คุณค่า ตั้งแต่ธุรกิจบริการออกแบบสถาปัตยกรรมและตกแต่งภายใน ธุรกิจผลิตและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ธุรกิจให้บริการก่อสร้าง ธุรกิจด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เกี่ยวข้อง ธุรกิจฝึกอบรมและจัดหาบุคลากรดูแลผู้สูงอายุ ตลอดจนธุรกิจดูแลสุขภาพในลักษณะของ Wellness หรือ Nursing Care

ดังกรณีศึกษาของคุณพัฒนา ลิ กรรมการผู้จัดการ บริษัท บลูไฮค จำกัด ได้ให้สัมภาษณ์ถึงโอกาสทางธุรกิจที่มาจากแนวโน้มดังกล่าว ด้วยพื้นฐานจากบริษัทที่เติบโตมาจากธุรกิจสตาร์ทอัพ ปัจจุบันได้พัฒนาและจำหน่ายระบบตรวจจับผู้สูงอายุ หกล้ม ที่พัฒนาจากระบบตรวจจับแผ่นดินไหว อันเป็นสาเหตุหลักให้เกิดการสูญเสียต่างๆ ตามมาตั้งแต่พิการ นอนติดเตียง หรือเสียชีวิตหากไม่ได้รับการช่วยเหลือทันท่วงที หนึ่ง

ในปัจจุบันความสำเร็จ คือ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวไม่ได้
รับการบังคับให้ขึ้นทะเบียนเป็นอุปกรณ์
ทางการแพทย์ (Medical Device) ทำให้มี
ความยืดหยุ่นในการผลิตและจำหน่ายมากขึ้น และ
กำลังอยู่ในช่วงพัฒนาร่วมกับสถานพยาบาล
เพื่อเป็นเครื่องมือป้องกันอาการผิดปกติของผู้สูงอายุ
เช่น อัลไซเมอร์ พาร์กินสัน รวมถึงข้อเข่าเสื่อมจะ
เดินไม่เหมือนคนปกติ เป็นต้น ซึ่งกำลังขยายตลาด
ไปยังสถานที่พักสำหรับผู้สูงอายุ ในรูปแบบ Nursing
Home หรือ Long-term Care Facilities
ที่พัฒนาโดยบริษัทผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์ทั้ง
ในประเทศและต่างประเทศ

เครื่องแต่งกายและแฟชั่นสำหรับผู้สูงอายุ



Young at heart เป็นคำจำกัดความถึง
เครื่องแต่งกายและแฟชั่นสำหรับผู้สูงอายุสมัยใหม่
อันสอดคล้องกับมิติด้านการส่งเสริมความเท่าเทียม
ตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนหรือ SDG
ผู้สูงอายุหลังวัยเกษียณจำนวนมากที่ให้รางวัลชีวิต
เริ่มนับหนึ่ง ด้วยไลฟ์สไตล์ย้อนสู่วัยรุ่นอีกครั้ง

² creativetalkconference.com

สนุกกับการแต่งตัว มีสไตล์เป็นของตัวเอง ไม่ว่าจะ
เป็นแบบ Mix & Match หรือแบบ Minimal หรือ
แฟชั่นย้อนยุคแบบ Retro จนกระทั่งหลายคน
กลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์แฟชั่นกับผู้สูงอายุทั่วโลก
อย่างบริตต์ คันยา (Britt Kanja, IG: britt.kanja) กับ
กุนเธอร์ ครับเบนฮอฟท์ (Günther Krabbenhöft,
IG: g.krabbenhof) ลังทำให้เกิดเศรษฐกิจแบบใหม่
ของกลุ่มผู้สูงอายุที่เรียกว่า Granfluencers²

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
(2021) ได้เสนอมุมมองตลาดแฟชั่นผู้สูงอายุใน
ประเทศญี่ปุ่นได้อย่างน่าสนใจ ในกรุงโตเกียว
ประเทศญี่ปุ่นมีย่านการค้าสำหรับผู้สูงอายุ เรียกว่า
ย่านซุงาโม (Sugamo) หรือที่รู้จักกันว่า “ฮาราจุกุ
สำหรับผู้สูงอายุ” โดยร้านที่มีชื่อเสียง ได้แก่ ร้าน
EGAO CLOTHING STORES ที่ใช้กลยุทธ์
การคัดสรรสินค้าและให้บริการช่วยคัดเลือกและให้
คำแนะนำการแต่งกายแก่ผู้สูงอายุให้ออกมาดูดีมี
สไตล์เข้ากับบุคลิก ทรงผม สีมม องค์ประกอบ
ต่างๆ และรูปร่างอีกด้วย นอกจากนี้ EGAO ยังมี
ร้านทำผม ร้านทำเล็บ และร้านสตูดิโอถ่ายรูปลูก
ในทำเลเดียวกันอีกด้วย เรียกได้ว่าเป็นบริการครบ
วงจรสำหรับผู้สูงอายุที่ชอบแฟชั่นดูดีทันสมัย หรือ
กลุ่มวัยทำงานที่มีอายุมากขึ้นกำลังจะก้าวเข้าสู่วัย
ผู้สูงอายุ นอกจากนี้ยังเปิดช่องทางออนไลน์
รวมทั้งมีการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ
สำหรับผู้ที่ไม่ค่อยมีเวลาเดินทางมาที่ร้าน โดยราคา
จำหน่ายสินค้าอยู่ในช่วงระดับกลางถึงสูง (ราคาต่อ
ชิ้นประมาณ 1,000-10,000 เยนขึ้นไป หรือ
ประมาณ 300-3,000 บาทขึ้นไป)

แม้ว่าผู้สูงอายุจะให้ความสำคัญกับเรื่องของสไตล์ออกแบบแฟชั่นมากขึ้น แต่ไม่ได้ลดการให้ความสำคัญกับคุณภาพการตัดเย็บ เนื้อผ้า และการออกแบบในเชิงป้องกัน ทั้งจากการเปลี่ยนแปลงของอุณหภูมิหรือเรื่องของการปกป้องความเสี่ยงจากการเสียหายของอวัยวะส่วนต่างๆ ซึ่งไม่จำกัดเพียงแค่ชุดเสื้อผ้าที่ใส่ภายนอกเท่านั้น ยังรวมถึงชุดชั้นในและเครื่องแต่งกายประกอบอื่นๆ เช่น ถุงเท้า ผ้าพันคอ เป็นต้น ประเทศไทยมีทรัพยากรในเรื่องเส้นใยถักทอจากธรรมชาติ รวมทั้งแรงงานฝีมือ ถ้าได้รับการส่งเสริมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เติมเต็มการใช้ชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ

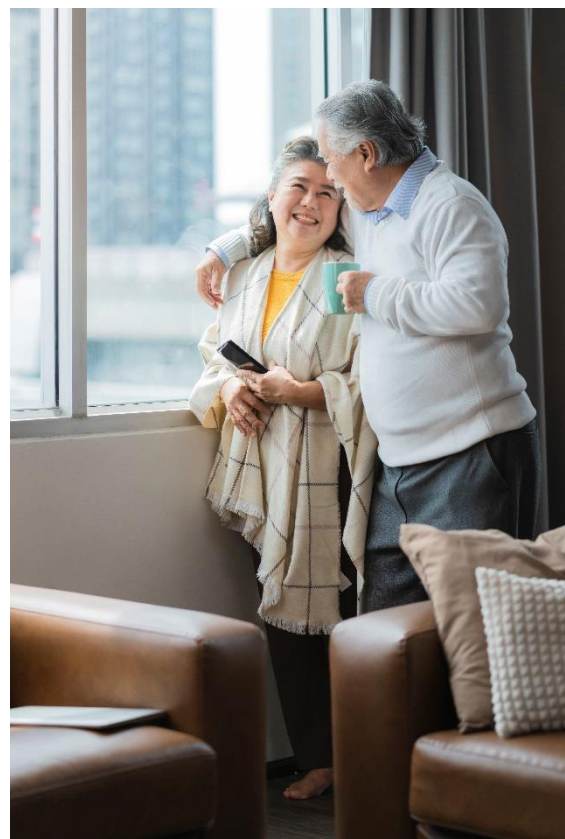
สำหรับ SME ที่ต้องการครองใจผู้บริโภคสูงอายุต้องรู้จักคำว่า “Customer Insight” หรือความต้องการเบื้องลึกของลูกค้า VTT Research (2002) ได้เสนอถึงข้อจำกัดทางกายภาพสำหรับการแต่งกายของผู้สูงอายุไว้ 4 ประการที่น่าสนใจได้แก่

(1) ผู้สูงอายุมีความชุ่มชื้นและไขมันที่ผิวหนังน้อยลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศที่มีอากาศหนาว เสื้อผ้าจะต้องมีความสิ้น เสียดทานผิวหนังน้อย ไม่ระคายเคืองผิว และยังคงรักษาอุณหภูมิร่างกายและความชุ่มชื้นได้ดี

(2) ผู้สูงอายุที่ใช้รถเข็น ซึ่งต้องการการออกแบบที่สอดคล้องกับการใช้งาน และมีขนาดและวิธีการสวมใส่ที่แตกต่างจากเสื้อผ้าทั่วไป เนื้อผ้าต้องไม่เป็นรอยยับที่ง่าย เนื่องจากจะเป็นการซ้ำเติมระบบหมุนเวียนของเลือดที่มักจะทำให้อวัยวะก่อน

ล่างมีอุณหภูมิที่ลดต่ำอันเนื่องมาจากการไม่ได้เคลื่อนไหวนานๆ อยู่แล้ว

(3) ผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ เป็นผู้ป่วยนอนติดเตียง ต้องการออกแบบเสื้อผ้าที่ถอดเปลี่ยนง่ายโดยคนดูแล ในขณะที่ต้องสามารถรักษาอุณหภูมิและความชุ่มชื้นผิวเพื่อลดโอกาสเกิดแผลกดทับ ภายใต้คุณภาพ ความทนทาน และราคาที่ไม่เพิ่มขึ้นจากเสื้อผ้าทั่วไปมากนัก



ตัวอย่างการประยุกต์เทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการออกแบบเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุในกลุ่มดังกล่าว Bai Liu., et al (2022)³ ได้เสนอเทคโนโลยีที่นำเส้นใยจากสาหร่ายมาใช้ในการทำเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่มให้กับผู้สูงอายุ อันเกิดจากจุดเด่นของคุณสมบัติที่สามารถรักษาความอบอุ่น มีการระบายอากาศที่ดี และน้ำหนักเบา ร่วมกับการออกแบบที่เน้นความกระชับและปกป้องอวัยวะที่สำคัญของผู้สูงอายุ ซึ่งเส้นใยพืชและสาหร่ายในประเทศไทยมีหลายสายพันธุ์จำนวนมากที่จะเอามาประยุกต์ใช้ในลักษณะดังกล่าวพร้อมส่งออกไปทั่วโลกได้

ภายใต้สายโซ่คุณค่าในอุตสาหกรรมเครื่องแต่งกายและแฟชั่น ไม่ได้เพียงสร้างโอกาสให้นักออกแบบ และ SME ไทยในอุตสาหกรรมเสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุเท่านั้น แต่ยังสามารถขยายไปยังสินค้าในกลุ่มเครื่องประดับและอัญมณี เพื่อให้สามารถ Mix and Match กับเสื้อผ้าที่ใส่ในแต่ละชุด รวมไปถึงธุรกิจเครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์ดูแลส่วนบุคคลที่ปัจจุบันสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ใช่สัตว์ในการทดลอง ได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก

³ Bai Liu., et al (2022), Seaweed Fabric Research and Application for the Field of Elderly Clothing Technology. Advances in Social Science, Education and Humanities Research, volume 653

⁴ Chen J, Zhao M, Zhou R, Ou W and Yao P (2023) How heavy is the medical expense burden among the older

บริการด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก จำนวนประชากรวัยแรงงานในตลาดลดลง อัตราค่าครองชีพที่สูงขึ้น รายได้สุทธิของครัวเรือนมีมูลค่าลดลง ส่งผลต่อการออมเงินเพื่อวางแผนค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพในวัยเกษียณทำได้ยาก

ในทางกลับกัน ภาวะด้านโภชนาการส่งผลให้ผู้สูงอายุทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยมีปัญหาสุขภาพเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มโรคที่ไม่ติดต่อหรือ NCDs อย่างโรคหัวใจ เบาหวาน ความดัน อัลไซเมอร์ พาร์กินสัน รวมทั้งปัญหาด้านสุขภาพจิตที่เสี่ยงต่อภาวะซึมเศร้า การให้บริการสาธารณสุขด้วยรัฐสวัสดิการในหลายประเทศไม่เพียงพอ โดยค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุในสหรัฐอเมริกาจะเพิ่มเป็นร้อยละ 20 ของค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขทั้งหมดในปี 2025 หรือในประเทศจีน ที่ค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพเพิ่มสูงกว่า 10.47 เท่าในช่วงระหว่างปี 2000-2007 สูงกว่าอัตราการเติบโตของ GDP โดยมากกว่าร้อยละ 25 เป็นสัดส่วนที่ใช้สำหรับการดูแลสุขภาพ และมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 2 ใน 3 ของงบประมาณด้านสาธารณสุขทั้งหมดในปี 2030 (Jie Chen., et al ,2023)⁴

adults and what are the contributing factors? A literature review and problem-based analysis. Front. Public Health 11:1165381.doi: 10.3389/fpubh.2023.1165381

จากสถานการณ์ความไม่เพียงพอข้างต้น นำมาซึ่งโอกาสของผู้ประกอบการ SME ในการนำเสนอสินค้าและบริการด้านสุขภาพภายใต้แนวคิด “อายุวัฒนะและทางเลือกสุขภาพ” (Longevity and Health Scenario) ไม่ว่าจะเป็นอาหารเสริมสุขภาพและเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำหรับผู้สูงอายุดังที่ได้กล่าวมาในข้างต้น ยังมีธุรกิจด้านเครื่องมือและอุปกรณ์ดูแลผู้สูงอายุ ธุรกิจให้บริการด้านการส่งเสริมและดูแลผู้สูงอายุ (Wellness and Nursing Care) ธุรกิจฟื้นฟูและกายภาพบำบัด (Rehabilitation) ธุรกิจการรับส่งดูแลผู้สูงอายุ ธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือแม้กระทั่งธุรกิจสตาร์ทอัพที่ให้บริการแพลตฟอร์มและแอปพลิเคชันออนไลน์สำหรับผู้สูงอายุ ที่พร้อมขยายการให้บริการไปยังต่างประเทศตามผู้ประกอบการโรงพยาบาล เวลเนสและสปา ที่เข้าไปลงทุนยังประเทศเป้าหมายต่าง ๆ แล้ว

กรณีศึกษา : บริษัท วีล ออฟ จอย จำกัด
ผู้ให้บริการธุรกิจภายใต้ชื่อ Joy Ride

ที่มา : blockdit.com

Joy Ride เป็นบริการพาผู้สูงอายุไปยังสถานที่ต่างๆ ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เลือบจ้าง คลานจำเป็น” ได้รับรางวัลรองชนะเลิศอันดับ 2 นวัตกรรมแห่งชาติด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ประเภทการออกแบบบริการ ปี 2023 ที่ให้บริการหลักในการพาผู้สูงอายุไปหาหมออย่างครบวงจร และบริการอื่นๆ อย่างพาผู้สูงอายุไปเที่ยวยังสถานที่ต่างๆ โดยการจองและติดตามสถานะการให้บริการผ่านแพลตฟอร์ม พร้อมเทคโนโลยีและเครื่องมืออันทันสมัยต่างๆ ในการดูแลผู้สูงอายุระหว่างเดินทาง

ปัญหาที่เกิดขึ้นสำหรับธุรกิจบริการด้านสุขภาพทั่วโลก ได้แก่ การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ หลายประเทศจำเป็นต้องนำเข้าแรงงานจากต่างประเทศ ทั้งแรงงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการให้บริการโดยตรง เช่น แพทย์ พยาบาล ผู้ดูแล (Care Giver) ที่มีจำนวนไม่พอสำหรับความต้องการ ทำให้ต้นทุนในการจ้างงานมีราคาที่สูง จึงมีความจำเป็นที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ผ่านระบบดิจิทัลมากขึ้น



ข้อเสนอแนะการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ของ SME ไทย ในสังคมผู้สูงอายุ

การเติบโตของเทคโนโลยีฮาร์ดแวร์ ซอฟต์แวร์ อินเทอร์เน็ต และ IoT ในปัจจุบันทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการที่สามารถนำมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกและรักษาความปลอดภัยให้กับประชากรผู้สูงอายุ ทั้งนี้ การสร้างแรงจูงใจให้ผู้สูงอายุยอมรับการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันจะต้องอาศัยปัจจัยที่มีผลในชีวิตประจำวัน อาทิ ปัจจัยด้านความต้องการ การใช้เทคโนโลยีเพื่อติดต่อสื่อสาร รับประทานทางการแพทย์ทางไกล การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อดูแลผู้สูงอายุเป็นสิ่งที่มีความจำเป็นมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้จะสามารถช่วยให้การดำเนินชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุสะดวกและปลอดภัยแล้ว ยังช่วยลดโอกาสด้านการขาดแรงงานผู้ดูแลผู้สูงอายุที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต

อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์นายกสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย ข้อเสนอแนะสำหรับ SME ในอุตสาหกรรมดังกล่าว คือ เมื่อระบบนิเวศอุตสาหกรรม (Ecosystem) ยังไม่มีความพร้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการวิจัยและพัฒนา ไม่ว่าจะผ่านสถาบันการศึกษาหรือหน่วยงานวิจัยเอกชน ผู้ประกอบการ SME ควรพิจารณากระบวนการ Early HTA (Health Technology Assessment) ซึ่งเป็นกระบวนการประเมินเทคโนโลยีโดยผู้เชี่ยวชาญก่อนการรับถ่ายทอดเทคโนโลยี ทั้งการซื้อสิทธิหรือการขอรับการถ่ายทอดแบบให้เปล่า เพื่อลดความเสี่ยงก่อนนำไปใช้งานจริง

นอกจากปัญหาด้านการขาดแคลนแรงงาน ผู้ประกอบการไทยยังประสบปัญหาด้านองค์ความรู้เฉพาะทางในการพัฒนาเทคโนโลยี ซึ่งมีความต้องการที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มผู้บริโภค อาทิ ผู้สูงอายุที่มีปัญหาโรคหัวใจ ระบบไต ข้อต่อ ผู้ประกอบการ SME จำเป็นต้องมีการทำงานร่วมกับพันธมิตรทางเทคโนโลยี ควบคู่กับการค้นคว้าวิจัยภายในองค์กรอย่างต่อเนื่อง

การเติบโตของสังคมผู้สูงอายุทั่วโลก แม้ว่าจะนำมาซึ่งปัญหาและข้อกั่วงวลต่างๆ จำนวนมาก ทั้งในเรื่องของความถดถอยของเศรษฐกิจ การรับภาระโดยคนวัยแรงงาน รวมทั้งค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขของภาครัฐสวัสดิการที่เพิ่มขึ้นตามสัดส่วนผู้สูงอายุ ในทางกลับกันก็เป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ SME ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตสินค้าหรือธุรกิจบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดปัจจัยสี่พื้นฐานในการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุ อันได้แก่ อาหาร ที่อยู่อาศัย เครื่องแต่งกายและแฟชั่น และบริการด้านสุขภาพ

เทคโนโลยีและนวัตกรรม ทั้งการรับถ่ายทอดเทคโนโลยีจากหน่วยงานวิจัยและพัฒนาภายนอก หรือการพัฒนาภายในองค์กรขึ้นเองอย่างต่อเนื่อง เป็นหัวใจสำคัญของการเติบโตในธุรกิจที่มุ่งยังกลุ่มเป้าหมายผู้สูงอายุ ผู้ประกอบการ SME สามารถประยุกต์ใช้องค์ความรู้อันทันสมัยควบคู่กับการสร้างชุมชน (Community) ไม่ว่าจะเป็ชุมชนที่เกิดขึ้นในพื้นที่จริง หรือชุมชนในโลกออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อสร้างกิจกรรมเครือข่ายให้เกิดการเข้าถึง เชื่อมั่น และยอมรับในแบรนด์สินค้าและแบรนด์ผู้ประกอบการ

