



WHB

Smart Silver Society E-Commerce Project

เอกสารวิชาการกลุ่มโครเมียม (Chromium: Cr)

**Wellness & Healthcare Business Opportunity
Program for Executives (WHB)
2022**

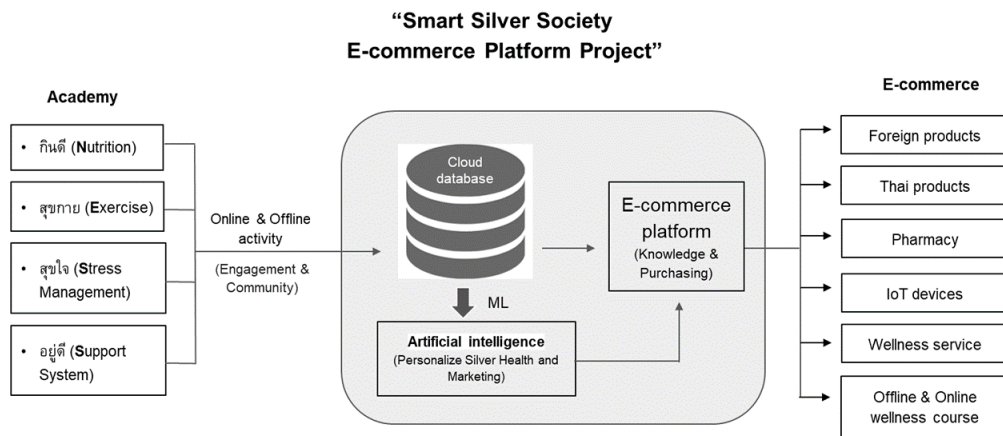
Smart Silver Society E-Commerce Project

1. ความเป็นมา (Background)

ปัจจุบันทั่วโลกกำลังประสบกับสถานการณ์สังคมสูงวัยมีอัตราผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ฉลาดและระบบสาธารณสุขที่มีประสิทธิภาพที่ดีมากยิ่งขึ้น ทำให้มนุษย์มีอายุขัยเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ประเทศไทยก็ได้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงวัยแล้ว โดยข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2563 พบว่าจำนวนประชากรทั้งประเทศประมาณ 66,186,727 คน มีจำนวนผู้สูงอายุมากถึง 11,633,188 คน คิดเป็นร้อยละ 18 ของประชากรทั้งหมด และในปี พ.ศ. 2564 ประเทศไทยกลายเป็นสังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (aged society) แล้ว จากข้อมูลสำนักทะเบียนกลางประกาศจำนวนราษฎรฯ ณ วันที่ 31 ธ.ค. 2564 พบว่ามีประชากรในประเทศไทยทั้งหมด 66,171,439 คน โดยมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 20 ทั้งนี้จะกลายเป็นสังคมสูงวัยระดับสุดยอด (super aged society) ในอีก 10 ปีข้างหน้า (พ.ศ. 2574) กล่าวคือมีสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปสูงถึงร้อยละ 28 (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2559) สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการรักษาสุขภาพเมื่อเจ็บป่วยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้สูงอายุในประเทศไทยเองก็พบปัญหาด้านสุขภาพเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เช่นกัน โดยผู้สูงอายุทั่วไปมักพบปัญหาสุขภาพแบบ RAMPS คือ อวัยวะมีการเสื่อม (Reduced body reserve) อวัยวะโรคต่างๆ ที่ปรากฏออกมาไม่เหมือนคนปกติ (Atypical presentation) ป่วยหลายโรค (Multiple pathology) ส่งผลให้มีการใช้ยามากมายหลากหลายชนิด (Polypharmacy) รวมทั้งมีปัญหาด้านการเข้าถึงสังคมและต้องการผู้ดูแลตลอดเวลา (social adversity) ส่งผลให้อัตราผู้สูงอายุประเภทที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (passive aging) สูงกว่าประเภทที่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (active aging)

สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลเสียต่อทรัพยากรของประเทศอย่างมากทั้งในแง่ของงบประมาณการดูแลในด้านสุขภาพจากภาครัฐและทรัพยากรมนุษย์ในด้านผู้บริบาล (care giver) ที่ต้องดูแลผู้สูงอายุที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ ดังนั้นโครงการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อลดผู้สูงอายุประเภท passive aging และเพิ่มประเภท active aging แต่การที่จะประสบความสำเร็จนั้นต้องเริ่มตั้งแต่กลุ่มที่ช่วงอายุก่อนสูงวัย (pre-aging) ที่เป็นกลุ่มคนส่วนต้นของ Silver aged คืออายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นวัยที่สามารถเรียนรู้ ป้องกัน และพัฒนาการดูแลสุขภาพของตนเองก่อนการเกิดโรคได้ และเป็นกลุ่มที่มีกำลังทรัพย์ในการใช้จ่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการด้านการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน เพื่อทำ

ให้ในอนาคตกลายเป็นผู้สูงอายุประเภท Active aging ที่มีอายุที่ยืนยาวแบบสุขภาพดีอย่างฉลาดและมีชีวิตชีวา ดังนั้นจากสถานการณ์ดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าความต้องการผลิตภัณฑ์และบริการด้านสุขภาพเชิงป้องกัน สำหรับคนกลุ่มนี้จะเพิ่มมากขึ้น และยังคงเป็นตลาดประเภท Blue ocean อยู่ในปัจจุบัน ซึ่งก็ถือเป็นโอกาสในการสร้างธุรกิจอีกด้วย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย (conceptual framework) โครงการ Smart Silver Society E-commerce (ออกแบบโดยกลุ่มโครเมียม หลักสูตร WHB เอกสารวิชาการ วันที่ 14 มกราคม 2565)

2. แนวคิดและวิธีพัฒนา (Concept and development method)

เนื่องจากปัจจุบันมีองค์ความรู้อยู่มากมาย แต่ความรู้เหล่านั้นยังไม่สามารถทำให้ผู้เรียนรู้สามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมไปตามนั้นได้ ดังนั้นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งคือการทำให้องค์ความรู้เหล่านั้นที่เป็นประโยชน์ สามารถนำมาปฏิบัติได้จริงจนเกิดเป็นพฤติกรรมคาดหวัง และเปลี่ยนแปลงเป็นพฤติกรรมประจำตัวได้ในที่สุดโดยหลักการ Influencer ของ Vital Smart บริษัทวิจัยในประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวว่ามนุษย์เราจะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมได้นั้นประกอบด้วย 2 ด้านหลักๆ ดังนี้ 1) ด้านแรงจูงใจ (motivation) และ 2) ความสามารถ (ability) โดยทั้งสองด้านนี้จะมีแหล่งที่มาทั้งหมด 3 แหล่ง ประกอบด้วย 1) ตนเอง (personal) 2) สังคม (social) และ 3) โครงสร้าง (structural) เกิดเป็นพฤติกรรมทั้ง 6 รูปแบบตามภาพที่ 2 ซึ่งถ้าหากคนคนนั้นมี 4 ใน 6 รูปแบบนั้น โดยต้องมีข้อ 1 ด้วยนั้นจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้

	Motivation	Ability
Personal	1 Make the Undesirable Desirable	2 Surpass Your Limits
Social	3 Harness Peer Pressure	4 Find Strength in Numbers
Structural	5 Design Rewards and Demand Accountability	6 Change the Environment

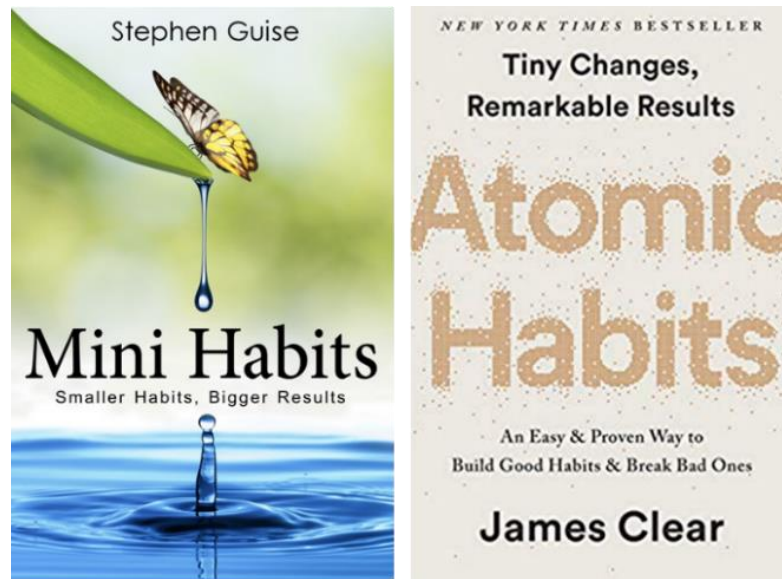
Ref: Influencer: The New Science of Leading Change, Second Edition Paperback – May 14, 2013

ภาพที่ 2 หลักการ Influencer (Grenny et al., 2013, McGraw-Hill Education – Europe)

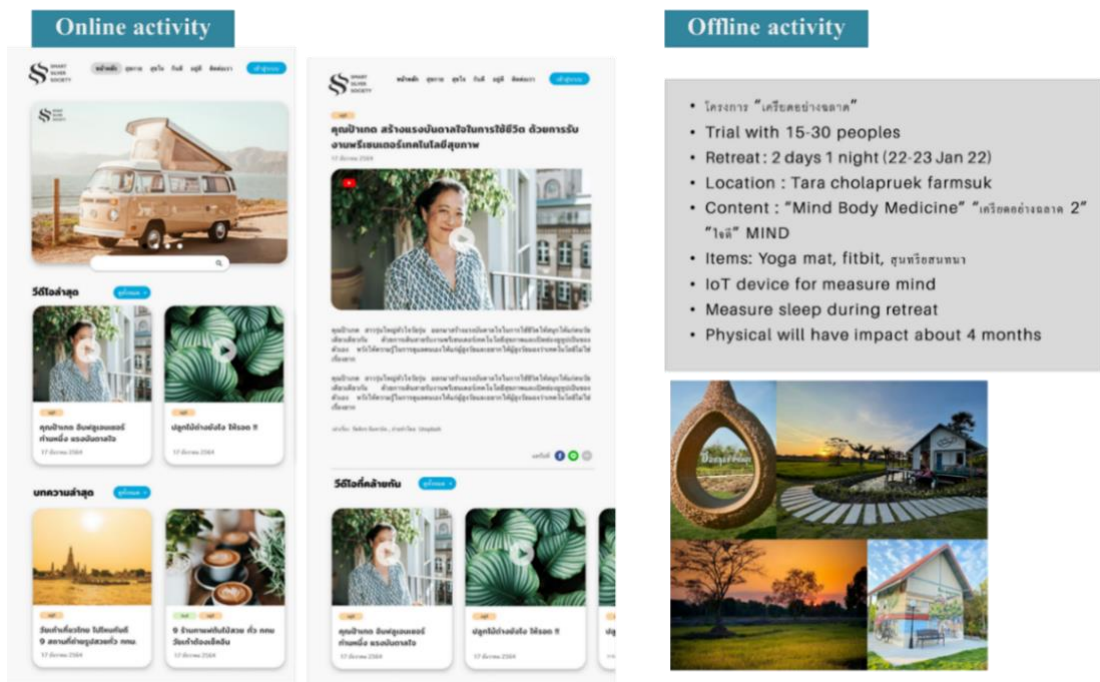
(ออกแบบโดยกลุ่มโครเมี่ยม หลักสูตร WHB เอกสารวิชาการ วันที่ 14 มกราคม 2565)

3. สร้างการเปลี่ยนพฤติกรรมด้วยรูปแบบ

“นิสัยเล็กๆ” (mini/atomic habit) ก่อน แล้วนิสัยเล็กๆ เหล่านี้จะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ใหญ่ขึ้นเอง (James Clear, 2018) (Stephen Guise, 2013) โดย Content ที่จะใช้ในการสร้างนิสัยนี้คือ N.E.S.S ซึ่งมาจากคำว่า Nutrition, Exercise, Stress, Support โดยจะทำทั้งในรูปแบบออนไลน์ (online) ซึ่งจะได้ความกว้างขวางในการแพร่กระจาย เนื่องจากมีการใช้สื่อโซเชียลมีเดียในการเข้าถึง ประกอบด้วย Facebook page, Website, Line OA และ Instagram แต่สิ่งที่กิจกรรมออนไลน์ไม่สามารถทำได้ คือ การปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ (human touching) เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่แน่นหนา ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีกิจกรรม Offline ควบคู่ไปด้วยเพื่อให้ความสัมพันธ์ดังกล่าวแน่นหนาขึ้น เกิดการรวมกลุ่มเพื่อให้อำนาจใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างแท้จริงและยั่งยืน ส่งเสริมให้เกิดการสร้างเสริมสุขภาพ (health promotion) และการป้องกันก่อนเกิดโรค (disease prevention) สำหรับกลุ่ม Silver aging ให้มีสุขภาพที่ดีและมีความสุข เพื่อเตรียมตัวเป็นผู้สูงอายุแบบ Active aging ตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่ตั้งไว้



ภาพที่ 3 หนังสือ Mini Habits (Stephen Guise, 2013, Createspace Independent Publishing Platform) และ Atomic Habit (James Clear, 2018, Cornerstone)



ภาพที่ 4 ตัวอย่างของกิจกรรมแบบออนไลน์และออฟไลน์ ของโครงการ Smart Silver Society E-commerce

4. ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected results)

4.1 ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำ Online Platform ได้แก่

4.1.1 เกิดการสร้างสังคมสูงวัยอย่างมีคุณค่า (Smart Silver Society) ที่จะทำให้ผู้ที่มีอายุก่อนสูงวัย (pre-aging) ตระหนักถึงการดูแลสุขภาพ ภาวะกระดูกพรุน มีพลัง และต้องการใช้ชีวิตในแบบที่พวกเขาต้องการ เพื่อส่งเสริมให้คนกลายเป็นผู้สูงอายุกลุ่มสามารถช่วยเหลือตัวเองได้ (active aging)

4.1.2 เกิดองค์ความรู้ Academy สำหรับชุมชนก่อนสูงวัยและสูงวัยหลังจากได้รับ Content รูปแบบออนไลน์ ทั้ง Website, Facebook page, Line OA และ Instagram

4.1.3 เกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce) ที่จะช่วยแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับก่อนสูงวัยและสูงวัยแต่ละคน ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์อาหารเสริม คอร์สการดูแลสุขภาพ อุปกรณ์ดูแลสุขภาพและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ

4.2 ผลลัพธ์ที่คาดว่าจะได้รับจากการทำ Offline Activity ได้แก่

4.2.1 เกิดการมีส่วนร่วม ความสนิทสนม และปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกันระหว่างผู้เข้าร่วม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างแรงบันดาลใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดูแลสุขภาพอย่างยั่งยืน และมีความสุข

4.2.2 เกิดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (electronic commerce) สำหรับคอร์สเรียนแบบออฟไลน์ ส่งผลกระทบต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว สถานที่ และผู้คนในชุมชนนั้น ๆ ที่ไปจัดคอร์สดังกล่าว

5. แนวทางการพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืนต่อไป (Sustainability and Development of Business Guidelines)

5.1 เนื่องจากการเก็บข้อมูลความสนใจของผู้ใช้งานผ่านระบบออนไลน์ และการทำกิจกรรมแบบออฟไลน์

จะทำให้ได้ทราบถึงความต้องการของผู้ใช้งานชัดเจนมากยิ่งขึ้นและมองเห็นโอกาสทางธุรกิจต่อไป ดังนั้น การหาพันธมิตรทางธุรกิจ (business partner) จะสามารถช่วยให้เสริมสร้างการ

เติบโตไปด้วยกันได้ โดยหน้าที่หลักของกลุ่ม คือเป็นผู้ช่วยทำการตลาดให้สินค้าและบริการของพันธมิตรทางธุรกิจเป็นที่รู้จัก หรือซื้อขายได้ง่ายขึ้น สินค้าและบริการที่คาดว่าจะตรงตามกลุ่มเป้าหมายของลูกค้า เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์เพื่อการเป็นอยู่ที่ดี อุปกรณ์ดูแลสุขภาพ เสื้อผ้าสำหรับผู้สูงอายุ เป็นต้น

5.2 การทำ Personalized silver healthcare

หรือการดูแลสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล เนื่องจากความแตกต่างด้านพันธุกรรม สิ่งแวดล้อม และพฤติกรรมการใช้ชีวิต ซึ่งอาศัยการสร้างแนวทางการดูแลที่เหมาะสมกับแต่ละคนจากฐานข้อมูลสุขภาพส่วนบุคคล ที่จะตอบโจทย์ความแตกต่างของผู้สูงอายุแต่ละคน เป็นต้น

5.3 เกิด E-commerce

ของผลิตภัณฑ์และบริการที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต (lifestyle) และสุขภาพบุคคลนั้นๆ ของวัย Silver aged และสูงวัย เนื่องจากปัจจุบันในประเทศไทยตลาดของผลิตภัณฑ์และบริการสำหรับกลุ่มดังกล่าวยังถือเป็นตลาด “Blue Ocean” หากแพลตฟอร์มใดสามารถเปิดและครองตลาดได้รวดเร็วกว่าก็จะถือเป็นโอกาสธุรกิจที่มหาศาล

5.4 เสนอให้ภาครัฐมีนโยบายที่ชัดเจน

ในการให้ความสำคัญของการส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion) และการป้องกันการเกิดโรคกลุ่ม NCDs (NCDs Prevention) มากขึ้นและมากกว่าในปัจจุบัน เพื่อให้ประชาชนมีสุขภาพที่ดี ไม่เป็นภาระของครอบครัว สังคมและประเทศชาติ ในทุกช่วงอายุ โดยเฉพาะ ช่วง Silver age ขึ้นไป โดยจัดสรร งบประมาณที่ปัจจุบันทุ่มเทให้กับการรักษาโรค ซึ่งเป็นปลายเหตุ ที่เพิ่มขึ้นตลอดมา ให้เปลี่ยนมาเป็นงบประมาณในการส่งเสริมสุขภาพและป้องกันโรคให้มากขึ้นและมากกว่า ดังนี้

5.4.1 ผ่านกองทุนสุขภาพต่างๆ ได้แก่ สปสช., ประกันสังคม, กรมบัญชีกลาง และรัฐวิสาหกิจ

5.4.2 ออกกฎหมายควบคุมการผลิตอาหารสำเร็จรูปที่ประชาชนเข้าถึงง่าย ให้มีส่วนประกอบของอาหารที่ไม่เอื้อต่อการเกิดโรค NCDs หรือมะเร็ง

5.4.3 ให้สิทธิพิเศษทางภาษีกับองค์กรหรือภาคธุรกิจที่ผลิตหรือจำหน่ายสินค้า หรือจัดกิจกรรม ที่ส่งเสริมสุขภาพและป้องกันการเกิดโรค NCDs และมะเร็ง แก่ผู้บริโภค

5.5 ภาคธุรกิจด้านสุขภาพต้องลดการแสวงหากำไรด้วยการมอมเมาเยาวชนและประชาชนทุกกลุ่มอายุ

ด้วยสินค้า อุบัติโรค บริโภค ที่ก่อโรคกลุ่ม NCDs หรือมะเร็ง โดยหันมาแข่งขันกันผลิตสินค้าที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและป้องกันการเกิดโรค NCDs และ มะเร็ง กันให้มากขึ้น มากกว่าในปัจจุบัน

บทสรุป

การเสริมสร้างสังคมสูงวัยอย่างมีคุณค่า มีกลุ่มเป้าหมายคือ บุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปีขึ้นไป หรือที่เราเรียกว่า Silver aged ซึ่งเป็นวัยที่มีความสามารถในการเรียนรู้ ป้องกัน และปรับปรุงการดูแลสุขภาพก่อนการเกิดโรคได้ ผ่านการรับ Content ที่จะใช้ในการสร้างการปรับเปลี่ยนนิสัยและพฤติกรรมดูแลสุขภาพคือ Nutrition Exercise Stress Support (N.E.S.S) ทั้งในรูปแบบ Online content ผ่านช่องทาง Website, Facebook page, Line OA และ Instagram เพื่อให้เกิดการแพร่กระจายข้อมูลข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ส่วนรูปแบบ Offline activity จะเป็นการสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ เกิดการมีส่วนร่วม และสร้างแรงบันดาลใจในการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดูแลสุขภาพ ทั้งนี้สิ่งที่ได้จากการทำโครงการนอกจากสังคมสูงวัยอย่างมีคุณค่าแล้ว จะสามารถต่อยอดไปสู่การทำธุรกิจสำหรับผู้สูงวัยฉลาดอีกด้วย ผ่านการทำความเข้าใจความต้องการของผู้สูงวัยที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น นอกจากนั้นถ้าหากได้รับข้อมูลที่มากเพียงพอ จะส่งผลให้เกิดการวิเคราะห์ข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ซึ่งจะสามารถนำไปสู่การกำหนดแนวทางการดูแลและพัฒนาประชาชนที่กำลังจะเข้าสู่สังคมสูงวัยในอนาคตได้อย่างเหมาะสมมากยิ่งขึ้น



Smart Silver Society E-commerce Project

บรรณานุกรม

1. มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2559). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย ประจำปี 2559
2. ศ.นพ.วีรศักดิ์ เมืองไพศาล. (2019). Aging care 2 ปัญหาสุขภาพกายที่สำคัญในผู้สูงอายุงาน. ประชุมวิชาการ BDMS Academic Annual Meeting 2019
3. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2563). จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามอายุ เพศ และจังหวัด
4. สำนักทะเบียนกลางประกาศจำนวนราษฎรฯ. (2564). จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร ตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร
5. James Clear. (2018). Atomic Habit. London: Cornerstone.
6. Joseph Grenny, & Kerry Patterson, & David Maxfield, & Ron McMillan, & Al Switzler. (2013). Influencer: The New Science of Leading Change, Second Edition Paperback. New York: McGraw-Hill Education – Europe.
7. Stephen Guise. (2013). Mini Habits: Smaller Habits, Bigger Results Paperback. California: Createspace Independent Publishing Platform.

รายนามของสมาชิกกลุ่มโครเมียม (Chromium: Cr)

1. คุณสมเด็จ สุขสมบูรณ์
2. รองศาสตราจารย์ ดร.จิรศักดิ์ จิยะจันท
3. ดร.มุกดา พัฒนะเอนก
4. คุณกิตติคม ยั่งยืน
5. คุณหญิงชดช้อย โสภณพนิช
6. คุณชูวิทย์ วยศิริโรจน์
7. คุณณรงค์ จุนเจือศุภฤกษ์
8. แพทย์หญิงณัฐ วิชาลเวทย์
9. นายแพทย์นพดล นพคุณ
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พันโท นายแพทย์บุระ สิ้นธุภากร
11. คุณประภาศรี สุนันทบุตร
12. คุณฤทธิชัย ศรีวิจารณ์
13. คุณวรารณณ์ บุญจิตต์พิมล
14. นายแพทย์วิโรจน์ ตระการวิจิตร
15. นายแพทย์สมฤกษ์ จึงสมาน
16. ดร.สุนทร ว่องกุศลกิจ