



Note by EIC



10 มิถุนายน 2011



พฤติกรรมการณ์ดูแลสุขภาพของคนไทยจะเป็นโอกาสสำคัญของธุรกิจได้อย่างไร?

สินค้าสุขภาพยังเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญ ไม่จำกัดอยู่ที่ตลาดผู้สูงวัยที่จะมีมากขึ้นในอนาคตเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงทุกช่วงอายุและทุกเพศ เนื่องจากในช่วง 2 ปีที่ผ่านมาพฤติกรรมการณ์ดูแลสุขภาพของคนไทยเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในทุกกลุ่มผู้บริโภค โดยเฉพาะการซื้อวิตามินและยาบำรุงที่ใช้จ่ายเพิ่มขึ้นถึง 4 เท่า พฤติกรรมการณ์ดูแลสุขภาพของไทยเริ่มเปลี่ยนไปอย่างชัดเจนมากขึ้นตั้งแต่ปี 2009 โดยสังเกตจากค่าใช้จ่ายซื้อยาประเภทต่างๆ โดยเฉพาะวิตามินและยาบำรุงที่เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งคิดเป็นมูลค่าที่เพิ่มขึ้นถึง 4 เท่า แม้ว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายโดยรวมสำหรับการตรวจรักษาพยาบาลและการซื้อยาต่างๆ ตั้งแต่ปี 2002 เป็นต้นมาแทบไม่เปลี่ยนแปลง คิดเป็นสัดส่วนราว 2% ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อเดือน แต่กลับพบว่าสัดส่วนการซื้อสินค้าประเภทยาและเวชภัณฑ์เพิ่มขึ้นมากจากโดยทั่วไปอยู่ที่ประมาณ 15% ของค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษาพยาบาลและซื้อยาต่างๆ ในช่วงปี 2002-2007 (รูปที่ 1) เพิ่มขึ้นมาเป็น 23% ในปี 2009 หรือหากคิดตามมูลค่าก็เพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าตัว โดยเฉพาะในกรุงเทพและปริมณฑลที่มูลค่าการซื้อยาและเวชภัณฑ์เพิ่มขึ้นถึงเกือบ 3 เท่าด้วยกัน ซึ่งประเภทยาที่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเกือบทั้งหมดเป็นวิตามินและยาบำรุงทั้งสิ้น เดิมในช่วงปี 2002-2007 พบว่าจากสัดส่วนค่าใช้จ่ายยาและเวชภัณฑ์ทั้งหมดที่อยู่ประมาณ 15% จะเป็นวิตามินและยาบำรุงประมาณ 2.5% สัดส่วนดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้นเป็น 9% ในปี 2009 ซึ่งคิดเป็นมูลค่าแล้วเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 4 เท่าด้วยกัน

ค่าใช้จ่ายในการซื้อวิตามินและยาบำรุงเพิ่มขึ้นในทุกช่วงอายุและทุกเพศ ไม่จำกัดเฉพาะผู้สูงวัยกลุ่มเดียว โดยทั่วไปการเพิ่มขึ้นของวัยจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าบำรุงสุขภาพหรือการรักษาพยาบาลเพิ่มขึ้นตามกัน แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนค่าใช้จ่ายวิตามินและยาบำรุงต่อค่าใช้จ่ายซื้อยาและเวชภัณฑ์ทั้งหมดจำแนกรายอายุ (รูปที่ 2) พบว่าสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นในทุกช่วงอายุอย่างชัดเจน โดยกลุ่มวัยทำงานตอนปลายจนถึงเกษียณอายุ (อายุตั้งแต่ 40 ปี ถึง 60 ปีขึ้นไป) จะเพิ่มขึ้นมากที่สุดเฉลี่ยราว 22 percentage points จากสัดส่วนเฉลี่ยราว 20% ในปี 2007 เพิ่มขึ้นเป็น 42% ในปี 2009 ยิ่งไปกว่านั้น หากเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างผู้หญิงและผู้ชาย พบว่าทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายวิตามินและยาบำรุงเพิ่มขึ้นไม่แตกต่างกัน โดยผู้หญิงมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นจาก 17% ในปี 2007 เป็น 37% ในปี 2009 ส่วนผู้ชายเพิ่มขึ้นจาก 14% ในปี 2007 เป็น 36% ในปี 2009

อีกทั้งยังพบพฤติกรรมการณ์รับประทานอาหารประเภทต่างๆ ที่ถูกสุขลักษณะมากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะจำนวนผู้ที่ทานผักผลไม้เกินกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ที่เพิ่มขึ้นถึงเกือบ 3.5 ล้านคน แม้จะไม่พบการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการณ์รับประทานอาหารที่ถูกสุขลักษณะมากขึ้นอย่างฉับพลันชัดเจน แต่ก็พบว่ามีความเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้นเรื่อยๆ จากข้อมูลการสำรวจพฤติกรรมการณ์รับประทานอาหารของคนไทยปี 2005 และ 2009 (รูปที่ 3) พบว่าสัดส่วนผู้รับประทานอาหารที่อาจส่งผลลบต่อสุขภาพ เช่น น้ำอัดลม ขนมหวานเล่น หรืออาหารไขมันสูง เริ่มมีความถี่ในการบริโภคต่อสัปดาห์ลดน้อยลง เห็นได้ชัดในกลุ่มที่บริโภคมากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ที่มีสัดส่วนลดน้อยลงทั้งสิ้น คิดเป็นจำนวนคนเฉลี่ยลดลงราว 6.5 แสนคนในอาหารแต่ละประเภท ขณะเดียวกัน การรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เช่น ผักหรือผลไม้ และการออกกำลังกายก็พบว่ามีมากขึ้น โดยเฉพาะผู้ที่ทานผักและผลไม้มากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ที่มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นมากที่สุด คิดเป็นจำนวนคนแล้วเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 3.5 ล้านคน

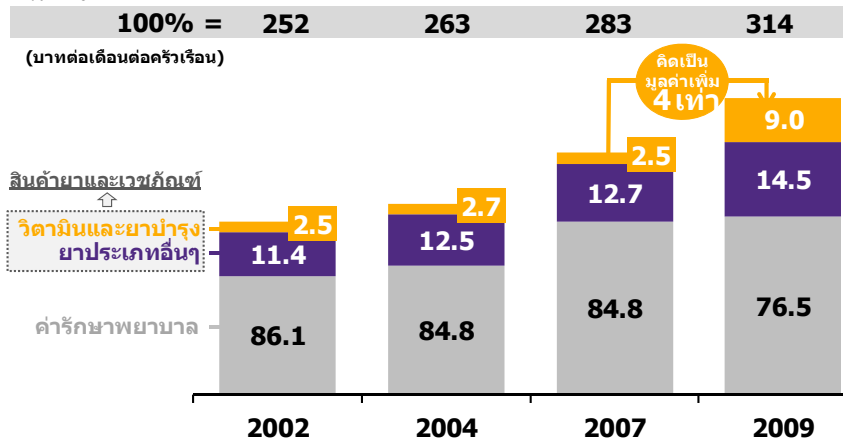
Implication

- การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยเน้นเพิ่มคุณค่าทางอาหารและการบำรุงสุขภาพ ยังคงอีกเป็นทางเลือกสำหรับการขยายตลาดจากพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบัน อีกทางเลือกหนึ่งสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางอาหารที่สอดคล้องไปกับพฤติกรรมผู้บริโภค คือ การนำเอาคุณสมบัติที่ดีต่อสุขภาพมาเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้ผักออร์แกนิก หรือวัตถุดิบปลอดสารพิษในการผลิต การเพิ่มคุณค่าทางอาหารด้วยธัญพืชต่างๆ หรือการเน้น จุดยาด้วยผลิตภัณฑ์ไขมันต่ำ เป็นต้น
- นอกจากการขยายตลาดจากพฤติกรรมรักษาสุขภาพ ธุรกิจสามารถหาโอกาส เพิ่มอีกได้จากกลุ่มผู้บริโภคหลักในอนาคตอันใกล้ พฤติกรรมรักษาสุขภาพเป็นเพียง ลักษณะหนึ่งของผู้บริโภคทั่วไปในปัจจุบันเท่านั้น แต่ในอนาคตอันใกล้จะมีผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ที่เป็นกำลังซื้อสำคัญ และจะมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประกอบด้วย ผู้สูงวัย ผู้มีรายได้ระดับปานกลางขึ้นไป และครัวเรือนขนาดเล็ก (อ่านรายละเอียดเพิ่มเติมได้ใน **Insight – Retail landscape change: โอกาสค้าปลีกไทยในบริบทใหม่**) ทั้ง 3 กลุ่มจะมีพฤติกรรมใช้จ่าย ที่แตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคอื่นๆ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถศึกษาลักษณะการใช้จ่ายเฉพาะกลุ่ม เพื่อวางแผนพัฒนารูปร่างต่อเนื่องไปในอนาคต

รูปที่ 1: มูลค่าการใช้จ่ายวิตามินและยาบำรุงเพิ่มขึ้นถึงเกือบ 4 เท่า

สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการตรวจรักษาพยาบาลและซื้อยาต่างๆ ต่อเดือนต่อครัวเรือน

หน่วย: %

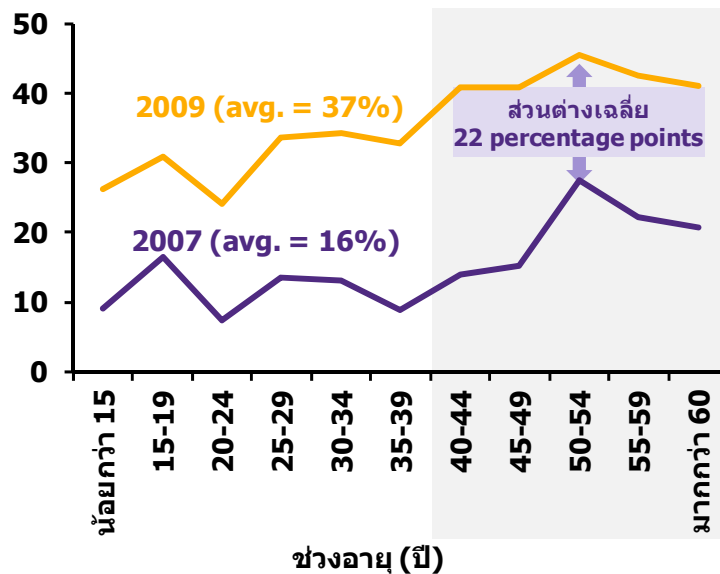


หมายเหตุ: ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในช่วงปี 2002-2007 เลือกเฉพาะปี 2002 2004 2007 และ 2009 เท่านั้น
ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Household Socio-Economic Survey ปี 2002 2004 2007 และ 2009 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

รูปที่ 2: การซื้อวิตามินและยาบำรุงมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นในทุกช่วงอายุโดยเฉพาะวัยทำงาน
ตอนปลายและผู้เกษียณอายุ

สัดส่วนการใช้จ่ายวิตามินและยาบำรุงต่อการใช้จ่ายยาและเวชภัณฑ์ต่อคนจำแนกรายอายุ

หน่วย: %

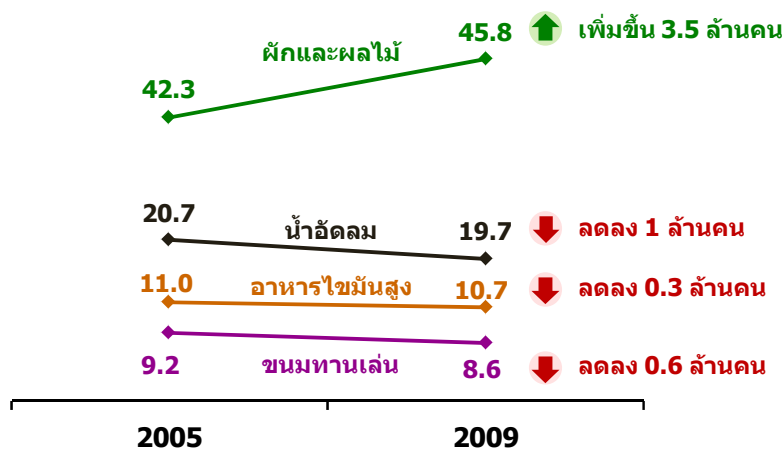


ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Household Socio-Economic Survey 2007 และ 2009 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

รูปที่ 3: คนไทยบริโภคอาหารอย่างถูกสุขลักษณะมากขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะจำนวนผู้ที่ทานผักผลไม้เกินกว่า 5 วันต่อสัปดาห์เพิ่มขึ้นถึงเกือบ 3.5 ล้านคน

จำนวนผู้รับประทานอาหารแต่ละประเภทมากกว่า 5 วันต่อสัปดาห์ ปี 2005 และ 2009

หน่วย: ล้านคน



ที่มา: การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของสำรวจพฤติกรรมกรรมการรับประทานอาหารของคนไทย ปี 2004 และ 2009 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

โดย : เอกสิทธิ์ กาญจนานิพนธ์กุล (ekasit.kanchanapinyokul@scb.co.th)

EIC | Economic Intelligence Center