

บทที่ 2 รุรกิจเพื่อสุขภาพ

อาจารย์ผู้สอน อาจารย์ วราณิษฐ์ พุทธโรจน์รังษี

ความหมายของธุรกิจสุขภาพ

ธุรกิจสุขภาพ (Health & Wellness) คือ ธุรกิจที่ครอบคลุมทุกอย่างเกี่ยวกับการส่งเสริม ป้องกัน และดูแลสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งร่างกาย จิตใจ และอารมณ์ ไม่จำกัดแค่การรักษาโรค แต่เน้นการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีอย่างยั่งยืน โดยมีหลากหลายแขนง เช่น ยา เวชภัณฑ์ อุปกรณ์ทางการแพทย์ การบริการรักษาพยาบาล สปา ความงาม อาหารเสริม การออกกำลังกาย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สุขภาพจิต ไปจนถึงเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง

เป้าหมายของธุรกิจสุขภาพ

เป้าหมายหลักของธุรกิจสุขภาพคือ การส่งเสริมสุขภาพโดยรวม (ร่างกาย จิตใจ อารมณ์) ให้ยั่งยืน ไม่ใช่แค่การรักษาโรค โดยมุ่งเน้นการป้องกัน การฟื้นฟู และการสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี ผ่านบริการที่หลากหลาย เช่น การแพทย์แม่นยำ (Precision Medicine), telehealth, โภชนาการ, การออกกำลังกาย, สุขภาพจิต และการดูแลผู้สูงอายุ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น พร้อมทั้งเติบโตอย่างยั่งยืนและสร้างรายได้

ประเภทของธุรกิจเพื่อสุขภาพ

การดูแลสุขภาพและร่างกาย

สปา, ความงาม, ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว, การออกกำลังกาย, ฟิตเนส, โยคะ

โภชนาการและการลดน้ำหนัก

อาหารออร์แกนิก, อาหารเสริม, เครื่องดื่มสุขภาพ, การวางแผนโภชนาการ

ประเภทของธุรกิจเพื่อสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การเดินทางเพื่อพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพ, สถานที่พักผ่อนเชิงสุขภาพ

สุขภาพจิต

บริการให้คำปรึกษา, แอปพลิเคชันเพื่อสุขภาพจิต, การฝึกสมาธิ

ประเภทของธุรกิจเพื่อสุขภาพ

การแพทย์แผนโบราณและทางเลือก

การแพทย์แผนไทย, สมุนไพร, การฝังเข็ม, การนวดบำบัด

เทคโนโลยีสุขภาพ

แพลตฟอร์มสุขภาพดิจิทัล, Telemedicine, Wearable devices

ธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุและผู้ป่วยระยะยาว

Nursing Homes, บริการดูแลผู้ป่วยที่บ้าน

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสุขภาพเติบโต

ปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจสุขภาพเติบโต มาจากกระแสรักสุขภาพหลังโควิด-19 และ สังคมสูงวัย ทำให้ผู้คนใส่ใจการป้องกันโรคและต้องการผลิตภัณฑ์/บริการเฉพาะทางมากขึ้น โดยมีแรงขับเคลื่อนจากเทคโนโลยี, นโยบายรัฐ, และพฤติกรรมที่เปลี่ยนไป เช่น การต้องการอาหารเสริม, การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม และการแพทย์เฉพาะบุคคล

ปัจจัยด้านผู้บริโภครุคและสังคม

การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรม

ผู้บริโภครุคใหม่ใส่ใจ
สุขภาพเชิงป้องกันมาก
ขึ้นหลังโควิด-19 และ
ต้องการสินค้าจาก
ธรรมชาติ ปลอดภัย
พีช

สังคมผู้สูงอายุ

การเข้าสู่สังคมผู้สูง
วัย (Aged Society)
ทำให้ความต้องการ
บริการสุขภาพและ
ผลิตภัณฑ์บำรุง
ร่างกายเพิ่มขึ้น

โรคไม่ติดต่อเรื้อรัง

แนวโน้มการเพิ่มขึ้น
ของโรคเบาหวาน
ความดันโลหิตสูง
ทำให้คนต้องการดูแล
สุขภาพเพื่อลดภาระค่า
ใช้จ่ายระยะยาว

ปัจจัยด้านตลาดและผลิตภัณฑ์

Personalized Healthcare

การดูแลสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล เช่น อาหารเสริมตามพันธุกรรม หรือโปรแกรมออกกำลังกายที่ออกแบบมาเฉพาะรายบุคคล

อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

ความต้องการวิตามิน สมุนไพร โปรไบโอติกส์ และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกเพิ่มขึ้น

เทคโนโลยีและนวัตกรรม

การผสานเทคโนโลยีกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อสร้างบริการและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

ผลิตภัณฑ์ที่รวมคุณสมบัติหลายอย่างในหนึ่งเดียว (เช่น วิตามินบำรุงผิวและภูมิคุ้มกัน) ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์เร่งรีบ

ปัจจัยด้านโครงสร้างพื้นฐานและนโยบาย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

นโยบายสนับสนุนการ
เป็น Medical Hub
และความพร้อมของไทย
ดึงดูดผู้ป่วยต่างชาติ

การสนับสนุนจาก ภาครัฐ

นโยบายส่งเสริมการ
ลงทุน (BOI) และระบบ
หลักประกันสุขภาพ
ช่วยกระตุ้นการใช้จ่าย
ด้านสุขภาพ

ปัจจัยด้านกลยุทธ์ธุรกิจ

การสร้างเอกลักษณ์

การสร้างแบรนด์ที่โดดเด่นเพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

การใช้ข้อมูลลูกค้า

การเก็บข้อมูลเพื่อนำเสนอโปรโมชั่นและบริการที่ตรงใจลูกค้า

รูปแบบการดำเนินธุรกิจสุขภาพ

รูปแบบธุรกิจสุขภาพมีหลากหลายมาก ตั้งแต่การรักษาพยาบาลแบบดั้งเดิมไปจนถึงเทรนด์ใหม่ ๆ เน้นที่การดูแลแบบองค์รวม เช่น ฟิตเนส โภชนาการ สุขภาพจิต สปาและความงาม ไปจนถึงธุรกิจยุคใหม่ที่ใช้เทคโนโลยี เช่น Telemedicine (การแพทย์ทางไกล) และ แอปพลิเคชันสุขภาพ รวมถึงบริการเฉพาะทาง เช่น ดูแลผู้สูงอายุ (Nursing Home), การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) และ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร โดยหัวใจสำคัญคือการตอบโจทย์การมีสุขภาพดีแบบองค์รวม (ร่างกาย จิตใจ อารมณ์) และความยั่งยืน

องค์ประกอบในการบริหารธุรกิจเพื่อสุขภาพ

การบริหารธุรกิจเพื่อสุขภาพต้องประกอบด้วย

- **การวางกลยุทธ์ธุรกิจ** กำหนดกลุ่มเป้าหมาย, ออกแบบบริการ
- **การจัดการบุคลากร** มีใบอนุญาต, ฝึกอบรม
- **การบริหารการเงินและการตลาด** หาแหล่งทุน, ประชาสัมพันธ์
- **การบริหารจัดการคุณภาพและความเสี่ยง**
- **ระบบสารสนเทศและเทคโนโลยี**
- **ธรรมาภิบาล** ภาวะผู้นำ, จริยธรรม

โดยทั้งหมดต้องเน้นการมอบประสบการณ์ที่ดีและครอบคลุมสุขภาพทั้งกายและใจให้กับลูกค้า

กฎหมายหลักที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ พ.ศ. 2559 : ควบคุมธุรกิจสปา
นวดเพื่อสุขภาพ, การเสริมความงาม, กำหนดมาตรฐานสถานที่, ผู้ให้บริการและการ
ขออนุญาต

พระราชบัญญัติการสาธารณสุข พ.ศ. 2535: ควบคุมกิจการที่เป็นอันตรายต่อ
สุขภาพ โดยให้อำนาจองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นออกข้อบัญญัติควบคุม

**พระราชบัญญัติควบคุมโรคจากการประกอบอาชีพและโรคจากสิ่งแวดล้อม
พ.ศ. 2562**: เกี่ยวข้องกับโรคจากการทำงานและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง

กฎหมายหลักที่เกี่ยวข้อง

พระราชบัญญัติยา พ.ศ. 2510 : ควบคุมการผลิต นำเข้า จำหน่ายยา

พระราชบัญญัติความปลอดภัย, อาชีวอนามัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน พ.ศ. 2554: ควบคุมด้านความปลอดภัยในสถานประกอบการ

มาตรฐานและข้อบังคับสำคัญ (ออกโดยกระทรวงสาธารณสุข)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง กำหนดสถานประกอบการที่ ต้องจัดให้มีบ่อ ดักไขมัน (เกี่ยวกับกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ)

ประกาศกระทรวงสาธารณสุข เรื่อง หลักเกณฑ์ด้านสุขลักษณะและมาตรการป้องกัน ความเสี่ยงจากโควิด-19 สำหรับสถานประกอบการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ

กฎกระทรวง กำหนดมาตรฐานด้านสถานที่ ความปลอดภัย และการให้บริการใน สถานประกอบการเพื่อสุขภาพ (เช่น สปา, นวดเพื่อสุขภาพ)

ข้อควรปฏิบัติสำหรับธุรกิจสุขภาพ

การขอใบอนุญาต: ต้องขอใบอนุญาตประกอบกิจการที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ (ถ้ามี) และใบอนุญาตสำหรับสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ จากเจ้าพนักงานท้องถิ่นและ สบส.

การปฏิบัติตามมาตรฐาน: ต้องรักษามาตรฐานด้านสุขลักษณะ ความปลอดภัย และการให้บริการ ตามที่กฎหมายและประกาศกำหนด

การจัดการของเสีย: ปฏิบัติตามกฎหมายเกี่ยวกับการจัดการมูลฝอยที่เป็นพิษหรืออันตราย

การตลาดเพื่อสุขภาพ (Practical)

- STP: เจาะ niche (เช่น "stress recovery 30-45 ปี", "active aging 60+") ตำแหน่งแบรนด์ = "ปลอดภัย-เชื่อถือได้-เห็นผลสมเหตุผล"
- 7P's Services
- Product (โปรแกรมที่วัดผลได้)
- Price (แพ็คเกจ/สมาชิก)
- Place (สาขา/ออนไลน์)
- Promotion (คอนเทนต์ความรู้, เคสรีวิวอย่างรับผิดชอบ)

การตลาดเพื่อสุขภาพ (Practical)

- People (ผู้ให้บริการมีใบรับรอง)
- Process (มาตรฐานงาน)
- Physical Evidence (บรรยากาศ/ความสะอาด/ตรารับรอง)
- ดิจิทัล : คอนเทนต์ให้ความรู้, ชุมชนออนไลน์, tracking ความก้าวหน้า, CRM/รีเทนชัน
- การสื่อสารกล่าวอ้าง : อ้างอิงหลักฐาน, หลีกเลี่ยงคำว่า “รักษา/หายขาด” หากไม่ใช่บริการแพทย์ (สอดคล้อง อย./แพทยสภา)

ความท้าทายของธุรกิจเพื่อสุขภาพ

ความท้าทายของธุรกิจเพื่อสุขภาพ คือ การขาดแคลนและหมดไฟของบุคลากร, ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของข้อมูลผู้ป่วย, ต้นทุนที่สูงและการแข่งขัน, การปรับตัวให้เข้ากับเทคโนโลยี (AI/Digital), ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง (เน้นเฉพาะทาง/องค์รวม), และการเข้าถึงบริการที่เท่าเทียมกัน ซึ่งต้องอาศัยการสร้างสมดุลระหว่างนวัตกรรม, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, และการบริการที่เข้าถึงง่าย

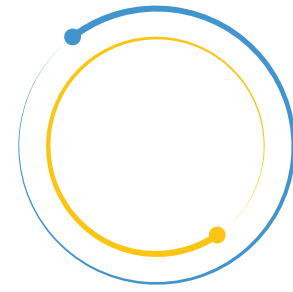
แนวโน้มอนาคตของธุรกิจสุขภาพ

แนวโน้มธุรกิจสุขภาพในอนาคตจะเน้น **เทคโนโลยี (AI, IoMT, Telehealth)**, **การแพทย์เฉพาะบุคคล (Precision Medicine)**, **บริการที่บ้าน (Home Healthcare)** และการดูแลแบบ **องค์รวม (Holistic Wellness)** โดยเฉพาะกลุ่มผู้สูงอายุ, อาหารเพื่อสุขภาพ, และ Wellness Tourism เติบโตสูง ตอบรับสังคมผู้สูงวัยและเทรนด์รักสุขภาพที่เข้มข้นขึ้น



**นำเสนอ “แผนธุรกิจเพื่อสุขภาพ”
+ สรุปบทเรียน (ทำงานกลุ่ม)**





THANK YOU