

ปรับตัวอย่างไร ในวันที่ประเทศไทยกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุ อีกหนึ่งทัศนะจาก “เอสซีจี” ใช้เทคโนโลยีเสริมกำลังคน-พัฒนาสินค้าบริการตอบโจทย์ตลาด

หนึ่งเทรนด์สำคัญของโลกคงหนีไม่พ้นประเด็นการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลก เช่นเดียวกับในประเทศไทย ที่ข้อมูลของคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ (กผส.) ระบุว่า ในปี 2560 ไทยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป 11.3 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 17.1 ของจำนวนประชากรทั้งหมด และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว โดยคาดว่าในปี 2564 ไทยจะกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์ ซึ่งจะมีสัดส่วนผู้สูงอายุร้อยละ 20 ของจำนวนประชากรทั้งหมด

สอดคล้องกับข้อมูลจาก สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) ที่ระบุว่า คนไทยมีอายุขัยคาดการณ์ตามช่วงเวลาเพิ่มขึ้น 4.4 เดือนต่อปี และด้วยการพัฒนาทางเทคโนโลยี ทำให้มีความเป็นไปได้ว่าคนไทยที่เกิดในปี 2559 เป็นต้นไป จะมีอายุยืนเฉลี่ยถึง 80-98 ปี หรือเกือบ 100 ปี

ด้วยจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังมีอายุยืนขึ้น แต่อัตราการเกิดลดลงนี้ ส่งผลให้ประชากรวัยทำงานลดลง ผลผลิตภาพแรงงานต่ำลง อีกทั้งยังทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างประชากรอีกด้วย ทุกภาคส่วนจึงต้องเร่งตระหนักและเตรียมการรับมือ โดยเฉพาะภาคเอกชนที่จะได้รับผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม คือ จำนวนแรงงานที่ลดลง และสินค้าและบริการที่ต้องเปลี่ยนไปเพื่อตอบสนองของสังคมผู้สูงวัยมากขึ้น

“เอสซีจี” เป็นหนึ่งองค์กรที่เล็งเห็นถึงทิศทางที่จะเกิดขึ้นในอนาคตนี้ จึงได้เตรียมพร้อม ทั้งการนำเทคโนโลยีมาช่วยเสริมประสิทธิภาพการดำเนินธุรกิจ ตลอดจนการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ โดยเฉพาะด้านที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงวัยอย่างครบวงจร เพื่อตอบรับเทรนด์โลกที่คำนึงถึงความต้องการของลูกค้ายุคสูงวัย (Global Ageless Society)

ล่าสุดในงานสัมมนา “TDRI Annual Public Conference 2019” ภายใต้หัวข้อ “สังคมอายุยืน: แข่งขันได้ และอยู่ดี มีสุข ได้อย่างไร” “รุ่งโรจน์ รังสิโยภาส” กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจี ได้ร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนแนวคิดเรื่อง “การแข่งขันและเติบโตทางเศรษฐกิจได้อย่างไรในสังคมอายุยืน”

โดย “รุ่งโรจน์” เริ่มต้นแล้วว่า ด้วยโครงสร้างประชากรทั่วโลกที่กำลังเข้าสู่สังคมสูงวัย และมีอายุขัยที่ยาวขึ้น ทำให้การวัดอายุของคนตามปีปฏิทิน อาจเป็นวิธีที่ไม่เหมาะสมอีกต่อไป เพราะความมั่งคั่งในหลายมิติมากขึ้น ทั้งการวัดตามความรู้สึก บรรทัดฐานสังคม สภาพร่างกาย หรือความต้องการที่แตกต่างกัน ที่สำคัญคือ เรื่องของผู้สูงวัยจะ เกี่ยวข้องกับทุกคนในสังคม ไม่เฉพาะใครคนใดคนหนึ่งเท่านั้น

ใช้เทคโนโลยี-ออโตเมชันรับมือตลาดแรงงานที่เปลี่ยนไป

รุ่งโรจน์ กล่าวต่อไปถึงสภาวะสังคมทั้งสูงวัยและอายุยืนว่า “ตรงนี้เป็นโอกาสและความท้าทายที่เอสซีจีต้องเตรียมรับมือ เพราะจำนวนแรงงานและผลผลิตภาพแรงงานจะลดลง ทำให้การรักษาการเติบโตของธุรกิจให้ต่อเนื่องต้องนำเทคโนโลยี หุ่นยนต์ หรือออโตเมชัน (Automation) เข้ามาทดแทนแรงงานที่หายไป ซึ่งถ้าเราปรับตัวได้เร็วจะยิ่งดี เนื่องจากเทคโนโลยี หุ่นยนต์ หรือออโตเมชัน มีประโยชน์อย่างมาก ทั้งช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น เร็วขึ้น ปลอดภัยขึ้น ที่สำคัญคือช่วยปรับแต่งสินค้าและบริการได้ตามความต้องการของลูกค้า เช่น การใช้ “หุ่นยนต์ไซบอท (CiBot)” ของธุรกิจเคมีคอลส์ ที่นอกจากจะช่วยให้กระบวนการวางแผนซ่อมบำรุงในโรงงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ได้ข้อมูลที่จะละเอียดแม่นยำ และรวดเร็วกว่าเดิมถึง 7 เท่า ยังสามารถทำงานได้ 24 ชั่วโมง และทำให้มีความปลอดภัยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4-5 ต่อปี”

ขณะที่โรงงานสุกัณฑ์ ซึ่งจะมีสุกัณฑ์แต่ละชิ้นที่น้ำหนักมาก ทำให้การเคลื่อนย้ายแต่ละครั้งยากลำบาก และหาคนทำงานได้ยากเพราะต้องใช้คนที่มีประสบการณ์อย่างน้อย 3-5 ปีขึ้นไป แต่เมื่อนำระบบอัตโนมัติเข้ามาใช้ นอกจากจะช่วยให้เรื่องการขาดแคลนแรงงานได้แล้ว ยังช่วยเพิ่มความเร็ว เพิ่มทักษะให้คนทำงานได้เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ตลอดจนวิธีใหม่ ๆ ในการแก้ไขปัญหา และสามารถปรับแต่งผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้นด้วย

รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาช่วยจัดการคลังสินค้าอัตโนมัติ (Automated Warehouse) เช่น คลังเก็บม้วนกระดาษของธุรกิจแพคเกจจิ้ง ที่ช่วยทำให้การเคลื่อนย้ายสินค้ามีความปลอดภัย การบริหารพื้นที่คลังดีขึ้น ใช้พื้นที่ลดลง 3.5 เท่า และใช้คนดูแลเพียงร้อยละ 20 นอกจากนี้ ยังช่วยลดเวลา ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานได้

“การจะนำเทคโนโลยี หุ่นยนต์ หรืออัตโนมัติ เข้ามาใช้ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพนั้น สิ่งสำคัญที่สุด คือ “คนในองค์กร” ต้องรู้จักปรับตัวและเรียนรู้สิ่งใหม่เสมอ เอสซีจีจึงมีการฝึกอบรมทักษะและความรู้ที่ทันสมัยให้พนักงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เขาสามารถทำงานใหม่ๆ และตอบโจทย์ธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปได้เป็นอย่างดี ไม่ว่าจะเป็นการให้ทุนการศึกษาต่อในต่างประเทศ ตลอดจนการสนับสนุนเยาวชนที่เข้าแข่งขันฝีมือแรงงานนานาชาติ (World Skills) ในสาขา Health and Social Care เพื่อส่งเสริมทักษะฝีมือแรงงานซึ่งจะเป็นบุคลากรในอนาคตที่มีคุณภาพในสาขาวิชาที่มีความต้องการมากขึ้น โดยมีพี่ เอสซีจีคอยให้คำแนะนำ” กรรมการผู้จัดการใหญ่ เอสซีจีกล่าว

พัฒนาสินค้า-บริการด้วยนวัตกรรมตอบโจทย์สังคมสูงวัย

นอกจากนี้ หากมองถึงโอกาสและความท้าทายในสังคมอายุยืนนั้น “รุ่งโรจน์” บอกว่า การเข้าใจตลาดแบบเชิงลึกเป็นเรื่องสำคัญในภาวะที่โครงสร้างสังคมเปลี่ยนไป เพราะเมื่ออัตราการเกิดน้อยลง สวนทางกับจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น อัตราการพึ่งพิง (Dependency Ratio) ที่เป็นสัดส่วนผู้สูงอายุต่อจำนวนคนทำงานจึงเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ โดยปัจจุบันคนวัยทำงาน 3 คน จะดูแลผู้สูงอายุได้ 1 คน แต่ในอนาคตเมื่อคนทำงานลดลงเรื่อยๆ จะทำให้ค่าใช้จ่ายในการดูแลสุขภาพของคนสูงวัยมีอัตราสูงขึ้นตามไปด้วย

“ตรงนี้เป็นโจทย์สำคัญของเอสซีจีที่จะทำอย่างไรให้มีสินค้าและบริการที่เข้าถึงกลุ่มคนเหล่านี้ได้มากขึ้น เราจึงคิดค้นนวัตกรรมที่ช่วยดูแลผู้สูงอายุแบบที่เขาสามารถดูแลตัวเองได้ โดยคำนึงถึงพฤติกรรมและความต้องการที่หลากหลาย ตลอดจนความสามารถในการจ่าย เช่น “SCG Eldercare Solution” ที่มีสินค้าและบริการครบวงจรสำหรับห้องนอนหรือห้องน้ำของผู้สูงอายุ เช่น สุขภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย พื้นลดแรงกระแทก ราวจับทางเดิน หรือไฟอัตโนมัติที่ขอบเตียง ที่ช่วยป้องกันอุบัติเหตุการลื่นล้มได้อีกด้วย

รวมถึง “DoCare Protect” ซึ่งเป็นโซลูชันที่ช่วยดูแลความปลอดภัยของผู้สูงอายุ ด้วยการเตือนเมื่อเกิดความผิดปกติในห้องน้ำหรือการกดปุ่มขอความช่วยเหลือ อีกทั้งยังช่วยเก็บข้อมูลสุขภาพ ทำให้ผู้สูงอายุดูแลตัวเองในเชิงป้องกัน ทั้งยังปรึกษากับแพทย์จากที่บ้านในเบื้องต้น ทำให้ลดต้นทุนการเดินทางไปโรงพยาบาลได้”

ท้ายที่สุด “รุ่งโรจน์” ย้ำว่า ประเทศไทยจะสามารถแข่งขันและเติบโตทางเศรษฐกิจได้ในสังคมอายุยืน หากทุกคนช่วยกันพัฒนาสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ ตอบโจทย์โครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ที่สำคัญต้องทำให้คนส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงสินค้าและบริการเหล่านี้ได้ในราคาเหมาะสม

เอสซีจีพร้อมที่จะเป็นส่วนหนึ่งในการช่วยให้ผู้สูงอายุในสังคมไทยมีคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ภายใต้ความร่วมมือกับทุกภาคส่วนผู้เกี่ยวข้อง เพื่อให้การดูแลผู้สูงวัย มีความสะดวกสบาย และสามารถเข้าถึงได้ทุกคน ตามแนวคิด “SCG Make Eldercare Affordable and Convenient for Everyone”