

รายงานเชิงลึก
ไตรมาสที่ ๓
โอกาสธุรกิจบริการด้านสุขภาพของไทยในจีน



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู
มิถุนายน 2568

สารบัญ

บทที่ 1 บทนำ

- 1.1 ภาพรวมธุรกิจบริการด้านสุขภาพในจีน
- 1.2 โครงสร้างของธุรกิจบริการด้านสุขภาพในจีน
- 1.3 ทักษะและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีน
- 1.4 ความต้องการของผู้บริโภคจีนต่อธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

บทที่ 2 แผนงานนำร่องเปิดเสรีบริการสุขภาพของจีนและการเข้ามาของทุนต่างชาติ

- 2.1 แผนงานนำร่องการเปิดเสรีโรงพยาบาลเอกชนที่ต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด
- 2.2 ศักยภาพเชิงภูมิศาสตร์ของเมืองนำร่องทั้ง 9 แห่ง
- 2.3 กรณีศึกษา: Perennial General Hospital Tianjin

บทที่ 3 จุดแข็งของไทยและโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ

- 3.1 จุดแข็งของธุรกิจบริการด้านสุขภาพของไทย
- 3.2 โอกาสของธุรกิจบริการด้านสุขภาพของไทยในจีน

บทที่ 4 อุปสรรค และความท้าทาย

- 4.1 อุปสรรคทางกฎระเบียบ
- 4.2 อุปสรรคและความท้าทายในการดำเนินงาน

บทที่ 5 แนวทางการเข้าสู่ตลาดจีนของผู้ประกอบการไทย

- 5.1 กลยุทธ์การเริ่มต้นธุรกิจบริการด้านสุขภาพในจีน
- 5.2 การสร้างแบรนด์และความน่าเชื่อถือ

บทที่ 6 สรุป

แหล่งที่มาข้อมูล

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ภาพรวมธุรกิจบริการด้านสุขภาพในจีน

ธุรกิจบริการด้านสุขภาพและการแพทย์ของจีนกำลังก้าวเข้าสู่ช่วงเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ โดยมีปัจจัยหนุนจากการเติบโตอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจภายในประเทศ การขยายตัวของชนชั้นกลางและการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญของงบประมาณด้านสาธารณสุข อีกทั้ง รัฐบาลจีนได้ให้ความสำคัญต่อการยกระดับคุณภาพและประสิทธิภาพของระบบบริการสุขภาพ ด้วยการผลักดันนโยบายที่เอื้อต่อการลงทุน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในระบบการแพทย์ ตลอดจนการเปิดกว้างด้านกฎระเบียบให้ต่างชาติเข้ามามีบทบาทมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะในด้าน การแพทย์ดิจิทัล ปัญญาประดิษฐ์ เทเลเมดิซีน (Telemedicine) และการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) รวมถึงการขยายตัวของความต้องการด้านสุขภาพในประเทศ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้ภาคสุขภาพของจีนเติบโตอย่างก้าวกระโดด และสามารถเติบโตได้ในระยะยาว

ในขณะเดียวกัน การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดความต้องการด้านบริการสุขภาพที่มีคุณภาพสูง หลากหลาย และตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มมากยิ่งขึ้น เช่นกัน ทั้งในด้านการดูแลระยะยาว การฟื้นฟูสุขภาพ และการดูแลเชิงป้องกัน ซึ่งถือเป็นโอกาสสำคัญสำหรับการพัฒนาและขยายตัวของอุตสาหกรรมสุขภาพในประเทศจีนเป็นอย่างยิ่ง

1.1.1 ข้อมูลประชากรและแนวโน้มการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ

ตาราง 1-1 จำนวนประชากร ณ สิ้นปี 2567 และองค์ประกอบประชากร

ดัชนี	จำนวนประชากร ณ สิ้นปี (หน่วย: ล้านคน)	สัดส่วน (%)
ประชากรรวมทั่วประเทศ	1,408.28	100.00
พื้นที่		
เขตเมือง	943.50	67.00
เขตชนบท	464.78	33.00
เพศ		
เพศชาย	710.99	51.10
เพศหญิง	689.19	48.90
อายุ		
อายุ 0-15 ปี (รวมถึงผู้ที่อายุไม่ถึง 16 ปี)	239.99	17.10
อายุ 16-59 ปี (รวมถึงผู้ที่อายุไม่ถึง 60 ปี)	857.98	60.90
อายุ 60 ปีขึ้นไป	310.31	22.00
อายุ 65 ปีขึ้นไป	220.23	15.60

(แหล่งที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน)

จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติจีน (National Bureau of Statistics :NBS) ในตารางที่ 1-1 ระบุว่า ณ สิ้นปี 2567 ประเทศจีนมีประชากรรวมทั้งหมด 1,408 ล้านคน ลดลงจากปี 2566 จำนวน 1.39 ล้านคน เนื่องจากจำนวนผู้เสียชีวิตสูงกว่าจำนวนเกิดใหม่ โดยจากจำนวนประชากรข้างต้น สามารถแบ่งเป็นเขตเมือง 943.5 ล้านคน และเขตชนบท 464.78 ล้านคน และจากข้อมูลยังพบว่า ประชากรอายุ 60 ปี ขึ้นไปมีจำนวนสูงถึง 310.31 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 22 ของประชากรรวม (เพิ่มจากปี 2566 ประมาณ 296.97 ล้านคน) ซึ่งจากตัวเลขทางสถิตินี้ จีนจัดเป็นหนึ่งในประเทศที่มีอัตราการเข้าสู่สังคมผู้สูงวัยเร็วที่สุดในโลก โดยคาดการณ์ว่า ภายในปี 2583 สัดส่วนประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปของจีน จะสูงถึงร้อยละ 28

สำนักงานสถิติแห่งชาติจีน (NBS) ระบุว่า ประชากรรวมของจีนลดลงต่อเนื่องเป็นปีที่สาม โดยจำนวนผู้เสียชีวิตยังคงสูงกว่าจำนวนประชากรเกิดใหม่เล็กน้อย สะท้อนถึงภาวะประชากรลดลงอย่างต่อเนื่อง (Population Decline) โดยจำนวนเกิดใหม่ในปี 2567 อยู่ที่ 9.54 ล้านคน เพิ่มขึ้น 520,000 คน จากปีก่อนหน้า คิดเป็นสัดส่วน 6.77 คนต่อประชากรหนึ่งพันคน (เพิ่มจากปี 2566 ร้อยละ 6.39) และจำนวนผู้เสียชีวิตอยู่ที่ 10.93 ล้านคน โดยมีอัตราการตาย 7.76 คนต่อประชากรหนึ่งพันคน

1.1.2 ภาพรวมธุรกิจบริการด้านสุขภาพและมูลค่าตลาดบริการสุขภาพในจีน

1.1.2.1 ภาพรวมธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ด้วยแนวโน้มของสังคมผู้สูงวัยที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความต้องการของประชาชน ในการดูแลสุขภาพและการดูแลตนเองที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ธุรกิจบริการด้านสุขภาพขนาดใหญ่ (Big Health: 大健康产业) กลายเป็นธุรกิจบริการเกิดใหม่ที่มีศักยภาพทางตลาดสูงอย่างมหาศาล ซึ่งธุรกิจบริการด้านสุขภาพขนาดใหญ่นี้ ครอบคลุมหลากหลายสาขาที่เกี่ยวข้อง ทั้งผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์ ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ อาหารเสริม โภชนาการ อุปกรณ์การแพทย์ เครื่องมือเพื่อการดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย เพื่อการพักผ่อน การบริหารจัดการสุขภาพ รวมถึงการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว ในปี 2565 ขนาดตลาดธุรกิจบริการด้านสุขภาพครบวงจรของจีนมีมูลค่าถึง 12 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 60 ล้านล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20 จากปีก่อน และคาดว่าภายในปี 2568 ขนาดธุรกิจบริการด้านสุขภาพจะมีมูลค่าถึง 17.4 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 87 ล้านล้านบาท) และจะพุ่งสูงถึง 29.1 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 145.5 ล้านล้านบาท) ในปี 2573

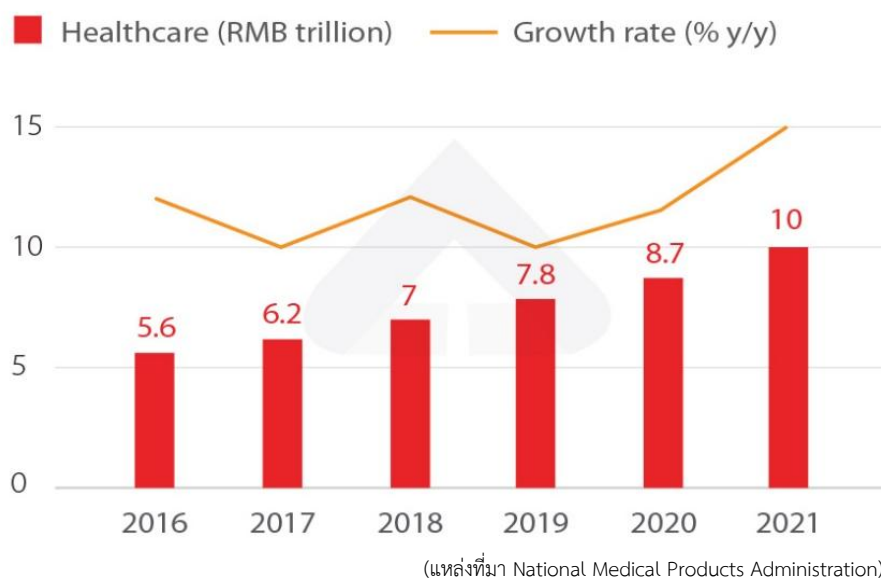
อย่างไรก็ดี ตามข้อมูลจากรายงาน Silver Economy ของจีนกับโอกาสทางธุรกิจของสำนักพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง ระบุว่า ในปี 2566 Silver Economy จีน มีมูลค่าประมาณ 7 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 35 ล้านล้านบาท) คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6 ของ GDP จีน โดยคาดการณ์ว่า ภายในปี 2578 มูลค่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 30 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 150 ล้านล้านบาท) หรือร้อยละ 10 ของ GDP จีน เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุไม่ได้มุ่งหวังเพียงแค่การยืดอายุขัย แต่ยังเน้นคุณภาพชีวิตที่ดี ซึ่งครอบคลุมทั้งสมรรถภาพทางกาย ความจำ และสุขภาพด้านการรับรู้ ทำให้ศักยภาพของตลาดผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อสุขภาพในกลุ่มนี้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้ง มีความต้องการสูงในด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ บริการฟื้นฟูสุขภาพ อุปกรณ์การดูแลสุขภาพด้วยตนเอง และอุปกรณ์ทางการแพทย์อัจฉริยะสำหรับใช้ในบ้าน ซึ่งได้ผลักดัน

ให้ตลาดสุขภาพเชิงบริโภครพัฒนาไปในทิศทางที่มีความหลากหลายและตอบโจทย์เฉพาะกลุ่มมากขึ้น

1.1.2.2 มูลค่าตลาดบริการสุขภาพในจีน

ตามข้อมูลวิจัยจากธนาคารเพื่อการลงทุน (CEC Capital) ระบุว่า ตลาดบริการสุขภาพของจีนเติบโตในอัตราเลขสองหลักอย่างต่อเนื่องตลอดทศวรรษที่ผ่านมา โดยในปี 2564 รายได้รวมของตลาดบริการสุขภาพมีมูลค่าประมาณ 10 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 50 ล้านล้านบาท) ซึ่งหนึ่งในกลุ่มตลาดหลักที่ใหญ่ที่สุดของอุตสาหกรรมบริการสุขภาพจีน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยา (รวมถึงยาชีวภาพ) อุปกรณ์และเครื่องมือทางการแพทย์และบริการด้านสุขภาพ

รูป 1-1 การเติบโตของตลาดบริการสินค้าสุขภาพ ระหว่างปี 2559 - 2564



1.2 โครงสร้างของธุรกิจบริการด้านสุขภาพในจีน

1.2.1 บริการทางการแพทย์ เป็นส่วนหลักของอุตสาหกรรมสุขภาพ อาทิ โรงพยาบาล คลินิก ศูนย์ตรวจสุขภาพ และบริการทางการแพทย์อื่น ๆ เช่น การวินิจฉัย การตรวจสอบ และการรักษา

ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติจีน (NBS) ณ สิ้นปี 2567 มีผู้มารับบริการการแพทย์ทั้งหมด 10,110 ล้านครั้ง และมีผู้เข้ารับการรักษาในโรงพยาบาล 3.1 แสนล้านครั้ง ซึ่งประเทศจีนมีสถานพยาบาลรวม 1.071 ล้านแห่ง โดยรายละเอียดดังนี้

- (1) โรงพยาบาลจำนวน 39,000 แห่ง แบ่งเป็น
 - โรงพยาบาลของรัฐ 12,000 แห่ง
 - โรงพยาบาลเอกชน 27,000 แห่ง

(2) สถานพยาบาลปฐมภูมิ 1.040 ล้านแห่ง ได้แก่

- สถานพยาบาลประจำตำบล 33,000 แห่ง
- ศูนย์/สถานีบริการสาธารณสุขชุมชน 37,000 แห่ง
- คลินิก/สถานพยาบาลเอกชน 398,000 แห่ง
- สถานีอนามัยหมู่บ้าน 571,000 แห่ง

(3) สถานพยาบาลเฉพาะทางด้านสาธารณสุข 9,217 แห่ง (ไม่รวมหน่วยตรวจสอบด้านสาธารณสุข)

- ศูนย์ควบคุมและป้องกันโรค 3,429 แห่ง

(4) จำนวนบุคลากรทางการแพทย์ทั่วประเทศ แบ่งเป็น

- แพทย์และผู้ช่วยแพทย์ที่ได้รับใบอนุญาต 5.05 ล้านคน
- พยาบาลที่จดทะเบียน 5.84 ล้านคน

(5) จำนวนเตียงในสถานพยาบาล แบ่งเป็น

- โรงพยาบาล 8.18 ล้านเตียง
- สถานพยาบาลประจำตำบล 1.51 ล้านเตียง

1.2.2 ธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุ เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของสังคมผู้สูงอายุในปัจจุบัน ธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุ จึงกลายเป็นส่วนสำคัญของการบริการด้านสุขภาพ รวมถึงบ้านพักคนชรา อะพาร์ตเมนต์สำหรับผู้สูงอายุ และ บริการดูแลผู้สูงอายุในชุมชน

1.2.3 การดูแลและการฟื้นฟู การดูแลและการฟื้นฟูสำหรับผู้ที่ต้องการการดูแลระยะยาวหรือการฟื้นฟู จะมีการจัดบริการดูแลและการฝึกฟื้นฟูโดยผู้เชี่ยวชาญอย่างมืออาชีพ

1.2.4 สุขภาพและการบำรุงสุขภาพ รวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร อาหารสุขภาพ อุปกรณ์ออกกำลังกาย บริการบำรุงสุขภาพ ฯลฯ ที่มุ่งเน้นการยกระดับสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้คน

1.3 ทัศนคติและพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีน

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา การพัฒนาในด้านคุณภาพชีวิตและการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คน รวมถึงผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ผู้คนในจีนให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ความตระหนักในเรื่องสุขภาพมีการเพิ่มสูงขึ้นในหมู่ประชากรจีน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความรู้และพร้อมลงทุนเพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้ขยายแนวทางการดูแลสุขภาพจากการรักษาโรคมะเร็งเป็นการป้องกัน การฟื้นฟูสุขภาพ และการส่งเสริมสุขภาพอย่างครบวงจร ซึ่งทำให้ตลาดสุขภาพมีความหลากหลายมากขึ้น และศักยภาพของตลาดนี้ก็ได้รับการขับเคลื่อนอย่างรวดเร็ว

ผู้บริโภคชาวจีนในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริโภคอาหาร โดยเลือกบริโภคอาหารสดและมีคุณภาพ หลีกเลี่ยงอาหารที่มีส่วนผสมไม่ดีต่อสุขภาพ และหันมามองหาผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ นอกจากนี้ พฤติกรรมด้านการออกกำลังกายและการนอนหลับก็ได้รับความสนใจมากขึ้น โดยผู้บริโภคเลือกที่จะ

ออกกำลังกายตามโปรแกรมที่เหมาะสมกับตัวเอง และให้ความสำคัญกับการนอนหลับที่มีคุณภาพเพื่อเสริมสร้างสุขภาพร่างกายและจิตใจ อีกทั้ง การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การให้ความสนใจกับอุปกรณ์และเทคโนโลยี เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต โดยผู้บริโภคในจีนส่วนมากจะใช้แหล่งข้อมูลที่หลากหลายเพื่อค้นหาข้อมูลและคำแนะนำในการดูแลสุขภาพต่าง ๆ จากข้อความบนบรรจุภัณฑ์ สื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชัน

นอกจากนี้ ตามข้อมูลจากรายงาน Silver Economy ของจีน กับโอกาสทางธุรกิจของสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ ณ กรุงปักกิ่ง ระบุว่า กลุ่มผู้สูงอายุชาวจีนยุคใหม่ที่มีฐานะทางการเงินมั่นคง จะมีทัศนคติและพฤติกรรม ดังนี้

(1) การใส่ใจความเป็นอยู่ที่ดีของตนเอง เช่น การดูแลสุขภาพและการตรวจสุขภาพเป็นประจำ การบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ การบริโภคอาหารเสริม และการดูแลรูปลักษณ์ภายนอก

(2) ความสนใจเรื่องการบริหารจัดการเรื่องการเงิน เพื่อสร้างหลักประกันและความมั่นคงทางการเงิน เพื่อชีวิตหลังเกษียณอายุ พร้อมทั้งส่งต่อความมั่งคั่งให้แก่ลูกหลาน

(3) การเลือกวิถีชีวิตที่มีความสะดวกสบายและสามารถพึ่งพาตนเอง โดยผู้สูงอายุยุคใหม่มีแนวโน้มที่จะเลือกใช้ชีวิตในศูนย์ดูแลผู้สูงอายุที่มีคุณภาพดี มากกว่าการพึ่งพาการดูแลจากลูกหลาน

การเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมผู้บริโภคและทัศนคติของผู้บริโภคชาวจีนนี้สะท้อนถึงการมุ่งมั่นในด้านสุขภาพที่ยั่งยืนและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ซึ่งเปิดโอกาสใหม่ ๆ ในตลาดสุขภาพและการแพทย์ ทั้งในแง่ของการป้องกันโรค การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน และการใช้ผลิตภัณฑ์และบริการที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงให้กับร่างกายและจิตใจ

1.4 ความต้องการของผู้บริโภคจีนต่อธุรกิจบริการด้านสุขภาพ

ความต้องการของผู้บริโภคจีนต่อการบริการสุขภาพในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีทางการแพทย์และการเข้าถึงบริการทางการแพทย์ที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะหลังการระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพ และมีแนวโน้มที่ชัดเจนในการเลือกใช้บริการที่สะดวก รวดเร็ว และมีเทคโนโลยีสนับสนุน ความต้องการของผู้บริโภคจึงมีความหลากหลายและเฉพาะบุคคล ในด้านหนึ่งผู้บริโภคมีความต้องการในเรื่องการป้องกันโรค การบริหารจัดการสุขภาพ และการดูแลโรคเรื้อรัง ขณะเดียวกัน ก็มีความต้องการเพิ่มขึ้นต่อการบริการทางการแพทย์ระดับสูง เทคโนโลยีการรักษาที่มีความเฉพาะทาง และแผนการรักษาที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล การเปลี่ยนแปลงของความต้อการนี้ส่งผลให้อุตสาหกรรมสุขภาพต้องพัฒนานวัตกรรมใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภค

นอกจากนี้ ผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่กระตุ้นความต้องการบริการสุขภาพ โดยการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนประชากรสูงอายุในจีน พร้อมทั้งทัศนคติและพฤติกรรมของผู้สูงอายุจีน เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนการเติบโตของตลาดบริการสุขภาพ ทั้งนี้ ตามข้อมูลของสำนักงานพาณิชย์ในต่างประเทศ

ณ กรุงปักกิ่ง ระบุว่า สินค้าและบริการที่มีศักยภาพใน Silver Economy ได้แก่

(1) ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ โดยมีการคาดการณ์ว่า ตลาดศูนย์ดูแลผู้สูงอายุของจีนจะมีมูลค่าสูงถึง 5.76 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 28.8 ล้านล้านบาท) ภายในปี 2569 และจะเพิ่มขึ้นเป็น 21.594 ล้านล้านหยวน (หรือประมาณ 107.97 ล้านล้านบาท) ภายในปี 2573

รูป 1-2 ศูนย์บริการดูแลผู้สูงอายุ



(แหล่งที่มา The Paper News)

(2) อุปกรณ์และเทคโนโลยีทางการแพทย์ โดยมีการคาดการณ์ว่า ภายในปี 2568 อุตสาหกรรมอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ใช้ในครัวเรือนภายในประเทศจีนจะขยายตัว โดยมีคาดการณ์มูลค่าสูงถึง 3.80 แสนล้านหยวน (หรือประมาณ 1.9 ล้านล้านบาท)

รูป 1-3 อุปกรณ์และเทคโนโลยีทางการแพทย์



(แหล่งที่มา Digi Clinicaid Ltd)

(3) ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพร่างกายและการส่งเสริมภาพลักษณ์ อาทิ อาหารที่มีโภชนาการสูง อาหารเสริม ผลิตภัณฑ์ดูแลร่างกาย

รูป 1-4 ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพร่างกาย



(แหล่งที่มา Brand Buffet)

(4) อุปกรณ์และเทคโนโลยีเพื่อการช่วยเหลือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการดำรงชีวิต อาทิ อุปกรณ์เสริมสำหรับการเคลื่อนไหว การสื่อสาร การฟัง การมองเห็น รวมทั้งระบบเครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้านอัจฉริยะต่าง ๆ

รูป 1-5 ผลิตภัณฑ์เพื่อการดูแลสุขภาพร่างกาย



(แหล่งที่มา Modernform health & care)

(5) สันทนาการและความบันเทิง อาทิ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การเข้าร่วมสมาคมหรือกิจกรรมทางสังคม

รูป 1-6 สันทนาการและความบันเทิง



(แหล่งที่มา Meiyuan Community)

บทที่ 2

แผนงานนำร่องเปิดเสรีบริการสุขภาพของจีนและการเข้ามาของทุนต่างชาติ

2.1 แผนงานนำร่องการเปิดเสรีโรงพยาบาลเอกชนที่ต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด

ตามมติของการประชุมสมัชชาใหญ่พรรคคอมมิวนิสต์จีนชุดที่ 20 (สมัยที่ 3) เกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการแพทย์ ได้อนุญาตให้จัดตั้งโรงพยาบาลที่ถือหุ้นโดยต่างชาติร้อยละ 100 ในพื้นที่นำร่อง เพื่อดึงดูดทรัพยากรทางการแพทย์ระดับสูงจากต่างประเทศ เพิ่มความหลากหลายของการให้บริการทางการแพทย์ในประเทศ ปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และมอบบริการทางการแพทย์ที่หลากหลายแก่ประชาชนและชาวต่างชาติในจีน พร้อมทั้งเสริมสร้างมาตรการป้องกันความเสี่ยง และควบคุมดูแลระหว่างและหลังการดำเนินการ เพื่อให้การดำเนินโครงการนำร่องเป็นไปอย่างเรียบร้อย โดยล่าสุด คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติของจีน (National Health Commission: NHC) ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ (Ministry of Commerce) และสำนักงานควบคุมเวชภัณฑ์แห่งชาติจีน (National Medical Products Administration: NMPA) ร่วมกันออกแผนงานนำร่องการเปิดเสรีโรงพยาบาลเอกชนที่ต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด ใน 9 เมืองหลักและทั่วเกาะไห่หนาน (ไม่รวมสถานพยาบาลแพทย์แผนจีนและการเข้าซื้อกิจการโรงพยาบาลรัฐ) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1.1 อนุญาตให้บริษัทต่างชาติที่ลงทุนในจีนสามารถดำเนินธุรกิจวิจัยและพัฒนา รวมถึงประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเซลล์ต้นกำเนิดมนุษย์ การวินิจฉัยและการรักษาด้วยยีน เพื่อการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์และการผลิตได้ในเขตทดลองการค้าเสรีจีนจำนวน 4 แห่ง ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครเซี่ยงไฮ้ มณฑลกว่างตง และเกาะไห่หนาน ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับอนุมัติให้ขึ้นทะเบียนและผลิตสามารถจำหน่ายและใช้งานได้ทั่วประเทศ

ทั้งนี้ บริษัทต่างชาติที่เข้าร่วมโครงการนำร่องต้องปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องของจีน รวมถึงข้อกำหนดด้านการจัดการทรัพยากรพันธุกรรมมนุษย์ การทดลองทางคลินิกของยา (รวมถึงการทดลองทางคลินิกร่วมกับศูนย์วิจัยระหว่างประเทศ) การขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์ การผลิตยา และการตรวจสอบจริยธรรม พร้อมทั้งต้องดำเนินการตามกระบวนการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องอย่างครบถ้วน

2.1.2 อนุญาตให้จัดตั้งโรงพยาบาลที่ถือหุ้นทั้งหมดโดยนักลงทุนต่างชาติ (ไม่รวมโรงพยาบาล แพทย์แผนจีน และไม่รวมการควบรวมหรือซื้อกิจการของโรงพยาบาลของรัฐ) ใน 9 เมือง ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครเทียนจิน นครเซี่ยงไฮ้ เมืองหนานจิง เมืองซูโจว เมืองฝูโจว นครกว่างโจว เมืองเซินเจิ้น และทั่วทั้งเกาะไห่หนาน

2.1.3 เงื่อนไขของโครงการนำร่อง

(1) เงื่อนไขของนักลงทุน

ผู้ลงทุนต่างชาติที่ประสงค์จะจัดตั้งโรงพยาบาลดังกล่าวต้องเป็นนิติบุคคลที่สามารถรับผิดชอบตามกฎหมายได้ และมีประสบการณ์ทางตรงหรือทางอ้อมในการลงทุนและบริหารจัดการสถานพยาบาล รวมถึงต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้

- สามารถนำเสนอแนวคิดการบริหารโรงพยาบาลและรูปแบบการให้บริการที่ก้าวหน้า

ระดับนานาชาติ

- สามารถจัดหาเทคโนโลยีการแพทย์และอุปกรณ์ที่มีมาตรฐานระดับสากล
- สามารถเติมเต็มหรือยกระดับศักยภาพการบริการทางการแพทย์ เทคโนโลยีและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการแพทย์ในพื้นที่

(2) เงื่อนไขในการจัดตั้งและดำเนินการ

โรงพยาบาลที่ถือหุ้นโดยต่างชาติร้อยละ 100 ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายพื้นฐานด้านการสาธารณสุขและการส่งเสริมสุขภาพ กฎหมายความปลอดภัยทางชีวภาพ กฎหมายความปลอดภัยข้อมูล ระเบียบการบริหารสถานพยาบาล ระเบียบการบริหารทรัพยากรพันธุกรรมมนุษย์ พร้อมทั้งต้องเป็นไปตามข้อกำหนด ดังนี้

- โรงพยาบาลสามารถจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเพื่อแสวงหากำไรหรือไม่แสวงหากำไรก็ได้
- ประเภทโรงพยาบาลต้องเป็นโรงพยาบาลทั่วไป (General Hospitals) โรงพยาบาลเฉพาะทาง (Specialty Hospital) หรือโรงพยาบาลฟื้นฟู (Rehabilitation hospital) ระดับ 3 หรือที่เรียกว่า ระดับตติยภูมิ **ห้าม** จัดตั้งโรงพยาบาลจิตเวช โรงพยาบาลโรคติดต่อ โรงพยาบาลโรคเลือด โรงพยาบาลแพทย์แผนจีน โรงพยาบาลผสมผสานแพทย์แผนจีน-ตะวันตก และโรงพยาบาลชนกลุ่มน้อย
- ห้ามจดทะเบียนแผนกอายุรกรรมโรคเลือด (hematology)
- ห้ามดำเนินกิจกรรมทางการแพทย์ที่มีความเสี่ยงด้านจริยธรรมและความปลอดภัยสูง เช่น การปลูกถ่ายอวัยวะ การช่วยการเจริญพันธุ์ การคัดกรองและวินิจฉัยก่อนคลอด การรักษาทดลองด้วยเซลล์มะเร็ง การรักษาผู้ป่วยจิตเวชแบบพักรักษา
- สามารถจ้างแพทย์จากต่างประเทศ รวมถึงฮ่องกง มาเก๊า และไต้หวันได้ แต่สัดส่วนของบุคลากรสัญชาติจีนแผ่นดินใหญ่ในฝ่ายบริหารและบุคลากรทางการแพทย์ต้องไม่ต่ำกว่าร้อยละ 50
- ระบบสารสนเทศของโรงพยาบาลต้องเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มกำกับดูแลในพื้นที่ และเซิร์ฟเวอร์ที่เก็บข้อมูล (เช่น เวชระเบียน อุปกรณ์การแพทย์) ต้องตั้งอยู่ในประเทศจีน
- โรงพยาบาลที่ผ่านเกณฑ์สามารถยื่นขอเข้าร่วมระบบประกันสุขภาพของจีน และสามารถรองรับประกันสุขภาพเชิงพาณิชย์ทั้งในและต่างประเทศ

2.1.4 มาตรการบริหารจัดการ

หน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ตามกฎหมายในการกำกับดูแลโรงพยาบาลเอกชนต่างชาติ ทั้งในขั้นตอนการอนุมัติตั้งโรงพยาบาลและการตรวจสอบหลังเริ่มดำเนินงาน ส่วนโรงพยาบาลเอกชนต่างชาติต้องดำเนินกิจกรรมทางการแพทย์ตามกฎหมายและเสริมสร้างระบบการบริหารจัดการตนเอง

(1) การอนุมัติการจัดตั้ง

การอนุมัติต้องผ่านการตรวจสอบเบื้องต้นโดยหน่วยงานสาธารณสุขระดับเมือง และส่งต่อให้หน่วยงานระดับมณฑลตรวจสอบและอนุมัติออกใบอนุญาตจัดตั้งและใบอนุญาตดำเนินการกิจการทางการแพทย์ โดยมีอายุ 5 ปี และสามารถขอต่ออายุก่อนหมดอายุได้ตามข้อกำหนด ในส่วนกระบวนการยื่นคำขอเอกสารประกอบ และระยะเวลาดำเนินการ ให้เป็นไปตาม “ระเบียบชั่วคราวว่าด้วยการบริหารจัดการสถานพยาบาลร่วมทุนจีน-ต่างชาติ” และ “ประกาศกระทรวงสาธารณสุขว่าด้วยการปรับเปลี่ยนอำนาจการพิจารณาอนุมัติสถานพยาบาลร่วมทุนจีน-ต่างชาติ”

(2) การกำกับดูแลการดำเนินงาน

หน่วยงานสาธารณสุขระดับจังหวัดและเมืองต้องนำโรงพยาบาลเอกชนต่างชาติเข้าสู่ระบบการกำกับดูแลคุณภาพและความปลอดภัยทางการแพทย์ ส่งเสริมให้เข้าร่วมกระบวนการประเมินมาตรฐานโรงพยาบาล โรงพยาบาลต้องปฏิบัติตามกฎหมายจีน มาตรฐานวิชาชีพ แนวทางการรักษา และหลักจริยธรรมทางการแพทย์

(3) การตรวจสอบและติดตาม

หน่วยงานระดับมณฑลและเมืองต้องดำเนินการกำกับดูแลตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

2.1.5 การดำเนินการจัดตั้ง

(1) หน่วยงานสาธารณสุขระดับมณฑลต้องร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น พาณิชย์ แพทย์แผนจีน ควบคุมโรค ฯลฯ เพื่อจัดทำแผนปฏิบัติงานและส่งให้กระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงพาณิชย์ก่อนสิ้นปี 2567

(2) หน่วยงานในพื้นที่ต้องติดตามและประเมินผลการดำเนินงาน พร้อมจัดตั้งกลไกบริหารร่วม หากมีปัญหาหรือสถานการณ์สำคัญ ต้องรายงานต่อกระทรวงสาธารณสุขและกระทรวงพาณิชย์ทันที

(3) หากข้อกำหนดเดิมที่ขัดแย้งกับแผนนี้ ให้ถือเอาข้อกำหนดในแผนนี้เป็นหลัก

2.2 ศักยภาพเชิงภูมิศาสตร์ของเมืองนำร่องทั้ง 9 แห่ง

การที่คณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติของจีน ร่วมกับกระทรวงพาณิชย์ และสำนักงานควบคุมเวชภัณฑ์แห่งชาติจีน ร่วมกันออกแผนงานนำร่องการเปิดเสรีโรงพยาบาลเอกชนที่ต่างชาติถือหุ้นทั้งหมด ใน 9 เมืองหลัก ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครเทียนจิน นครเซี่ยงไฮ้ เมืองหนานจิง เมืองซูโจว เมืองฝูโจว นครกว่างโจว เมืองเซินเจิ้น และทั่วทั้งเกาะไห่หนานนั้น มีเหตุผลหลักดังนี้

2.2.1 ต้องการบริการทางการแพทย์

โรงพยาบาลที่ใช้เงินทุนจากต่างประเทศได้รับการกำหนดบทบาทให้เป็นหนึ่งในกลไกสำคัญในการส่งเสริมการให้บริการทางการแพทย์ที่หลากหลายทั้งแก่ประชาชนชาวจีนและชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศจีน โดยมณฑลและเมืองนำร่องทั้ง 9 แห่งล้วนเป็นพื้นที่ที่มีระดับการเปิดกว้างสู่ต่างประเทศในระดับสูง มีการลงทุนจากบริษัทต่างชาติและมีชาวต่างชาติจำนวนมากอาศัยอยู่ ส่งผลให้เกิดความต้องการด้านบริการทางการแพทย์จากชาวต่างชาติในระดับสูงควบคู่กันไป การดำเนินโครงการนำร่องในพื้นที่เหล่านี้จึงไม่เพียงตอบสนองต่อความต้องการของชาวต่างชาติเท่านั้น หากยังสามารถสนองความต้องการที่หลากหลาย

และซับซ้อนของชาวจีนได้อีกด้วย

2.2.2 การบริหารจัดการด้านการแพทย์

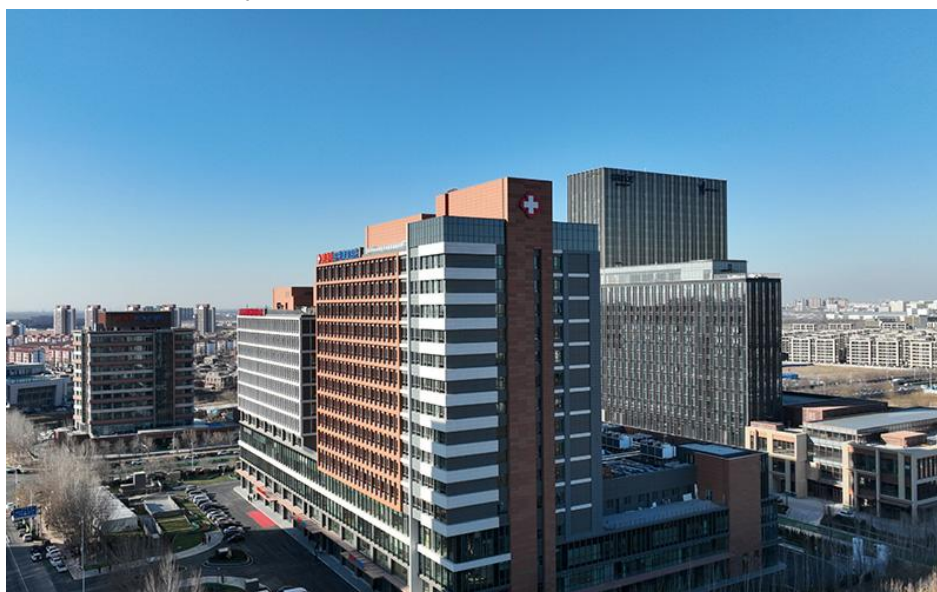
เนื่องจากกิจกรรมทางการแพทย์เกี่ยวข้องโดยตรงกับสุขภาพและความปลอดภัยของประชาชน การเปิดเสรีในภาคส่วนนี้จึงจำเป็นต้องดำเนินการอย่างรอบคอบและเป็นลำดับขั้น โดยตั้งแต่ปี 2543 ที่จีนได้ออก "ข้อกำหนดเบื้องต้นว่าด้วยการจัดตั้งสถานพยาบาลแบบร่วมทุนระหว่างจีนกับต่างประเทศ" พบว่าโรงพยาบาลร่วมทุนจำนวนมากได้ก่อตั้งใน 9 พื้นที่นี้ ซึ่งทำให้พื้นที่เหล่านี้มีประสบการณ์และความสามารถในการกำกับดูแลโรงพยาบาลต่างชาติมาอย่างต่อเนื่อง จึงเหมาะสมที่จะใช้เป็นพื้นที่ต้นแบบเพื่อนำร่องนโยบาย ตลอดจนการส่งเสริมการเรียนเพื่อการขยายผลในระยะต่อไป

2.2.3 การส่งเสริมการลงทุนจากต่างชาติ

พื้นที่นำร่องทั้ง 9 แห่งมีจำนวนประชากรสูง และมีความต้องการด้านบริการสุขภาพอย่างเข้มข้น อีกทั้งยังมีระบบสาธารณสุขปกคด้านการแพทย์ที่มีความพร้อมและสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ดี โดยพื้นที่เหล่านี้คิดเป็นสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 45 ของมูลค่าการใช้เงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI) ทั้งหมดของจีน จึงถือเป็นจุดหมายสำคัญของนักลงทุนต่างชาติ นอกจากนี้ ยังเป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของเที่ยวบินระหว่างประเทศ และการตั้งถิ่นฐานของบริษัทต่างชาติจำนวนมาก ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสนับสนุนให้การดำเนินโครงการนำร่องในพื้นที่เหล่านี้สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 กรณีศึกษา: Perennial General Hospital Tianjin

รูป 2-1 Perennial General Hospital Tianjin



(แหล่งที่มา Xinhua)

Perennial General Hospital Tianjin ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการโรงพยาบาลทั่วไประดับตติยภูมิที่ถือครองโดยต่างชาติอย่างสมบูรณ์ฉบับแรกจากทางการเมืองเทียนจินในเดือนธันวาคม ปี 2567 ที่ผ่านมา

โดยได้รับการลงทุนจากบริษัท Perennial Holdings Private Limited จากสิงคโปร์ ด้วยเงินลงทุนรวมประมาณ 1,000 ล้านหยวน (หรือประมาณ 5,000 ล้านบาท) ซึ่งโรงพยาบาลแห่งนี้ถือเป็นโรงพยาบาลทั่วไประดับตติยภูมิที่เป็นกรรมสิทธิ์ของต่างชาติแห่งแรกของจีน (จีนมีระบบจัดระดับโรงพยาบาลออกเป็น 3 ระดับ โดยโรงพยาบาลระดับตติยภูมิถือเป็นระดับสูงสุด)

โรงพยาบาลแห่งนี้มีแผนเฉพาะทาง เช่น ศัลยกรรมกระดูก จักษุวิทยา โสต คอ นาสิกวิทยา (หู คอ จมูก) โรคไตและโรคภูมิคุ้มกัน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคมะเร็ง ฯลฯ โดยภายในโรงพยาบาลมีแผนกนานาชาติ ที่มุ่งเน้นการให้บริการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันและการจัดการโรคเรื้อรังในรูปแบบเฉพาะบุคคล ปัจจุบันโรงพยาบาล Perennial General Hospital Tianjin ได้สร้างความร่วมมือกับแพทย์ผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มบริการทางการแพทย์ที่มีชื่อเสียงจำนวนมาก ตลอดจนแผนกบริการนานาชาติ

โรงพยาบาลฯ ให้บริการทางการแพทย์อย่างครอบคลุม รองรับการวินิจฉัยและรักษาทั้งโรคทั่วไปและโรคที่ซับซ้อน พร้อมทั้งมีแผนกบริการสุขภาพนานาชาติ ซึ่งนำเสนอการดูแลสุขภาพแบบเฉพาะบุคคล รวมถึงการบริหารสุขภาพและการจัดการโรคเรื้อรัง มีเตียงจำนวน 500 เตียง มีการก่อสร้างตามมาตรฐานระดับประเทศ ตั้งอยู่ในเขตซีซิงของนครเทียนจิน ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญของโครงการศูนย์สุขภาพและธุรกิจนานาชาติ Perennial บริเวณสถานีรถไฟเทียนจินใต้ ซึ่งเป็นโครงการพัฒนาพื้นที่รอบสถานีรถไฟความเร็วสูง (TOD) แบบครบวงจรแห่งแรกของจีนที่ผสมผสานการดูแลสุขภาพ บริการทางการแพทย์ และธุรกิจโรงแรมเข้าไว้ด้วยกัน

ทั้งนี้ กลุ่ม Perennial ยังมีแผนเพิ่มการลงทุนในเมืองอื่น ๆ ของจีน เช่น นครคุนหมิง นครซีอานและนครกว่างโจว โดยคาดหวังว่าการลงทุนจากต่างชาติในภาคสุขภาพจะกระตุ้นนวัตกรรมในธุรกิจบริการด้านสุขภาพ และช่วยผลักดันให้ระบบบริการสุขภาพของจีนพัฒนาไปสู่ความมีประสิทธิภาพและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เพื่อส่งเสริมการแลกเปลี่ยนและความร่วมมือระหว่างโรงพยาบาลต่างชาติและโรงพยาบาลในท้องถิ่น ตลอดจนผลักดันการนำเข้าผู้เชี่ยวชาญและเทคโนโลยีทางการแพทย์จากต่างประเทศ เพื่อเสริมระบบบริการสาธารณสุขของจีนให้ดียิ่งขึ้น

บทที่ 3

จุดแข็งของไทยและโอกาสสำหรับผู้ประกอบการ

ประเทศไทยมีระบบบริการสุขภาพที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล และมีปัจจัยหลายด้านที่เป็นจุดแข็งสามารถใช้เป็นข้อได้เปรียบในการเข้าสู่ตลาดบริการทางการแพทย์ของจีน ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพการรักษาพยาบาลที่ได้มาตรฐานโลก ความชำนาญเฉพาะด้านของบุคลากรทางการแพทย์ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แข็งแกร่ง โครงสร้างพื้นฐานโรงพยาบาลทันสมัย ราคาการรักษาที่แข่งขันได้ ตลอดจนความพร้อมในการส่งออกบริการด้านการแพทย์และเทคโนโลยีไปสู่จีน

3.1 จุดแข็งของธุรกิจบริการด้านสุขภาพของไทย

3.1.1 คุณภาพการรักษา

ระบบบริการสุขภาพของไทยมีคุณภาพสูงเป็นที่ยอมรับทั่วโลก ทั้งในด้านมาตรฐานการรักษาและความปลอดภัยของผู้ป่วย โรงพยาบาลไทยหลายแห่งได้รับการรับรองมาตรฐานระดับสากล โดย Joint Commission International (JCI) จากการศึกษาของบริษัท IQVIA ที่อ้างใน The International Trade Administration, U.S. Department of Commerce ระบุว่า เมื่อปี 2562 ประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่ผ่านการรับรอง จาก JCI ถึง 62 แห่ง มากที่สุดในอาเซียนและเป็นอันดับ 4 ของโลก ซึ่งสะท้อนถึงความเข้มงวดด้านคุณภาพการรักษาและความปลอดภัยที่เทียบเท่าระดับนานาชาติ นอกจากนี้บุคลากรทางการแพทย์ไทยจำนวนมากมีความรู้ความเชี่ยวชาญสูง

นอกจากนี้ การบริการและการดูแลเอาใจใส่ผู้ป่วยของไทยก็เป็นจุดแข็งที่โดดเด่น การบริการและความอบอุ่นแบบไทยมีส่วนช่วยให้ผู้ป่วยรู้สึกผ่อนคลายสบายใจเมื่อมารับบริการ หลายโรงพยาบาลมีศูนย์บริการผู้ป่วยต่างชาติพร้อมทีมล่ามหลากหลายภาษา จึงนับเป็นการยกระดับประสบการณ์การรักษาที่เหนือกว่าและตอบโจทย์ความต้องการของผู้ป่วยต่างชาติได้เป็นอย่างดี

3.1.2 ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของแพทย์ไทย

บุคลากรทางการแพทย์ไทยมีความเชี่ยวชาญในสาขาเฉพาะทางหลากหลายที่โดดเด่น ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจของชาวต่างชาติที่มองหาการรักษาคุณภาพสูงในต่างประเทศ อาทิ

(1) ศัลยกรรมความงาม ประเทศไทยขึ้นชื่อว่าเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้น ๆ ในการทำศัลยกรรมตกแต่งความงาม ไม่ว่าจะเป็นการทำตา จมูก เสริมหน้าอก ดูดไขมัน ไปจนถึงการผ่าตัดแปลงเพศ ทั้งนี้ ยังพบว่าตลาดศัลยกรรมตกแต่งในไทยยังมีราคาถูกกว่าประเทศอื่นๆ เช่น สหรัฐอเมริกา แคนาดา และยุโรป ประมาณร้อยละ 50-80 และยังรักษาคุณภาพไว้ไม่แพ้กลุ่มประเทศที่มีราคาแพง ซึ่งลูกค้าหลักที่เข้ามาใช้บริการศัลยกรรมในไทยคือ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น

(2) เวชศาสตร์ฟื้นฟูและกายภาพบำบัด ไทยมีความก้าวหน้าในด้านเวชศาสตร์ฟื้นฟู โดยมีโรงพยาบาล

และศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพหลายแห่งที่ได้มาตรฐาน เช่น ศูนย์ฟื้นฟูสำหรับผู้ป่วยโรคหลอดเลือดสมอง ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุหลังผ่าตัด เป็นต้น แพทย์เวชศาสตร์ฟื้นฟูและนักกายภาพบำบัดไทยได้รับการฝึกอบรมมาอย่างดี สามารถผสมผสานเทคนิคการแพทย์แผนปัจจุบันเข้ากับการแพทย์ทางเลือก (เช่น นวดแผนไทย และการฝังเข็ม) เพื่อช่วยให้ผู้ป่วยฟื้นตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความเชี่ยวชาญนี้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ป่วยชาวจีนที่อาจสนใจโปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพหรือกายภาพบำบัดหลังการรักษา

3.1.3 โครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานโรงพยาบาลของไทย

ประเทศไทยมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานทางการแพทย์สูง ทั้งโรงพยาบาลรัฐขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพ และโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำที่ทันสมัยระดับนานาชาติ อาทิ โรงพยาบาลกรุงเทพ กว่า 2 รางวัลระดับนานาชาติ ได้แก่ รางวัลสถานบริการทางการแพทย์ด้านการรักษาผู้ป่วยอุบัติเหตุฉุกเฉินชั้นนำ ในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ปี 2565 และ รางวัลสถานบริการทางการแพทย์ด้านสุขภาพจิตและบำบัดฟื้นฟูสุขภาพใจชั้นนำในภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิก ปี 2565 ตอกย้ำความเป็นผู้นำการให้บริการทางการแพทย์ โดยเฉพาะด้านการรักษาผู้ป่วยอุบัติเหตุฉุกเฉิน และสุขภาพจิต

นอกจากนี้ โรงพยาบาลไทยยังขึ้นชื่อเรื่องการบริการแบบองค์รวมและความสะดวกสบาย สำหรับผู้ป่วยต่างชาติ โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งได้รับการออกแบบให้มีสภาพแวดล้อมคล้ายโรงแรมห้าดาว มีห้องพักผู้ป่วยเดี่ยวที่สะดวกสบาย สิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ล่ามแปลภาษา บริการรับส่งสนามบิน การจัดหาที่พักให้ญาติผู้ป่วย ตลอดจนอาหารนานาชาติที่เหมาะสมกับผู้ป่วยแต่ละเชื้อชาติ ตัวอย่างเช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์มีเมนูอาหารจีนและมีล่ามภาษาจีนประจำ ช่วยให้ผู้ป่วยชาวจีนรู้สึกอุ่นใจเหมือนอยู่บ้านตนเอง การเอาใจใส่ในรายละเอียดเหล่านี้ทำให้โรงพยาบาลไทยได้รับการจัดอันดับสูงด้าน “ประสบการณ์ของผู้ป่วย” เมื่อเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาค

3.2 โอกาสของธุรกิจบริการด้านสุขภาพไทยในจีน

ตลาดบริการด้านสุขภาพของจีนมีขนาดใหญ่และขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยได้รับแรงหนุนจากปัจจัยพื้นฐานหลายประการ ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของรายได้ประชาชน การตื่นตัวเรื่องการดูแลสุขภาพและโครงสร้างประชากรที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ อีกทั้งรัฐบาลจีนเองยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสาธารณสุขอย่างจริงจังเพื่อลดช่องว่างในการเข้าถึงบริการและรองรับความต้องการที่พุ่งสูงขึ้นของประชาชน อุตสาหกรรมสุขภาพจึงกลายเป็นหนึ่งในภาคธุรกิจที่ใหญ่และเติบโตเร็วที่สุดของจีน ประเทศไทยมีโอกาสสำคัญในการขยายบริการสุขภาพสู่ตลาดจีน โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุและบริการเวชกรรมความงามแบบเบา ซึ่งกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ จีนมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 310 ล้านคน ในสิ้นปี 2567 ทำให้ตลาดบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุมีศักยภาพสูงเช่นกัน โดยสามารถสรุปโอกาสหลักของบริการสุขภาพไทยในตลาดจีน ดังนี้

3.2.1 บริการเวชกรรมความงามแบบเบา (Non-invasive Aesthetic Services)

ตลาดความงามในจีนมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะบริการที่ไม่ต้องผ่าตัด เช่น การฉีด

ฟิลเลอร์ โบท็อกซ์ เลเซอร์ และการร้อยไหม ซึ่งผู้บริโภคจีนให้ความสำคัญกับคุณภาพและความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และบริการ โดยในปี 2566 ขนาดตลาดธุรกิจอุปกรณ์เวชกรรมความงามของจีนมีมูลค่า 77,480 ล้านหยวน (หรือประมาณ 387,400 ล้านบาท) เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.5 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า และคาดว่าในปี 2568 จะเติบโตได้ถึงระดับหนึ่งแสนล้านหยวน

รูป 3-1 บริการเวชกรรมความงามแบบเบา



(แหล่งที่มา Meko Clinics)

3.2.2 การดูแลผู้สูงอายุ (Elderly Care Services)

ด้วยจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นในจีน บริการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ เช่น การฟื้นฟูสมรรถภาพ การดูแลระยะยาว และการให้คำปรึกษาด้านสุขภาพมีความต้องการสูง

รูป 3-2 การดูแลผู้สูงอายุ



(แหล่งที่มา กรมกิจการผู้สูงอายุ)

3.2.3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism)

ประเทศไทยมีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สปา การนวดแผนไทย และการฝึกโยคะ ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

รูป 3-3 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (นวดแผนไทย)



(แหล่งที่มา รัฐสภา)

ผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพสามารถเข้าไปเติมเต็มช่องว่างของตลาดนี้ ไม่ว่าจะเป็นโดยการลงทุนตั้งโรงพยาบาลเอง การเปิดคลินิกเฉพาะทาง หรือการจับมือกับพันธมิตรท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการควรเตรียมความพร้อมทั้งในด้านการให้บริการให้เหมาะสมกับตลาดจีน การปฏิบัติตามกฎระเบียบ และการสร้างความแตกต่างเพื่อแข่งขันในตลาดที่มีการแข่งขันสูงนี้

บทที่ 4

อุปสรรค และความท้าทาย

4.1 อุปสรรคทางกฎระเบียบ

ภาครัฐจีนได้ทยอยเปิดเสรีภาคการแพทย์อย่างค่อยเป็นค่อยไปในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา เดิมทีโรงพยาบาลต่างชาติไม่ได้รับอนุญาตให้จัดตั้งกิจการเองโดยอิสระในจีน แต่อนุญาตให้ลงทุนได้ในรูปแบบ กิจการร่วมทุนกับหุ้นส่วนจีนเท่านั้น โดยในช่วงปี 2540–2543 ทางการเงินเริ่มอนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นในกิจการโรงพยาบาลได้ไม่เกินร้อยละ 50 และต่อมาขยายเพดานเป็นร้อยละ 70 ภายใต้กฎระเบียบปี 2543 นโยบายดังกล่าวมีผลต่อเนื่องยาวนานกว่า 20 ปี จนกระทั่งปี 2558–2560 ที่ทางการเงินกลับกำหนดให้ธุรกิจสถานพยาบาลเป็นกิจการต้องห้ามสำหรับการลงทุนจากต่างชาติในบัญชีแนวทางการลงทุน ทำให้ในช่วงเวลาดังกล่าวรูปแบบการร่วมทุนกับผู้ร่วมทุนท้องถิ่นเป็นทางเลือกทางกฎหมายเพียงรูปแบบเดียวสำหรับบริษัทต่างชาติที่จะเข้ามาลงทุนด้านโรงพยาบาลในจีน อย่างไรก็ตาม ในระยะไม่กี่ปีมานี้ จีนได้ส่งสัญญาณผ่อนคลायข้อจำกัดและต้อนรับการลงทุนจากต่างชาติมากขึ้น ในปี 2557 รัฐบาลกลางได้ออกนโยบายให้จัดตั้งโรงพยาบาลที่ต่างชาติถือหุ้นทั้งหมดได้ในบางมณฑล/นคร เช่น เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง กวางตุ้ง เป็นต้น แต่การดำเนินการช่วงนั้นยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควรเนื่องจากปัญหาหลายด้าน ทั้งเชิงนโยบายและการปรับตัวของตลาด

กระทั่งปลายปี 2567 ทางการเงินประกาศแผนทดลองใหม่ที่อนุญาตให้ต่างชาติถือหุ้นโรงพยาบาลได้ร้อยละ 100 ใน 9 เมืองนำร่อง ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครเทียนจิน นครเซี่ยงไฮ้ เมืองหนานจิง เมืองซูโจว เมืองผู่โจว นครกว่างโจว เมืองเซินเจิ้น และทั่วทั้งเกาะไห่หนาน การเปิดเสรีนี้มุ่งดึงดูดการลงทุนต่างชาติช่วยยกระดับภาคบริการการแพทย์ของจีน โดยมีข้อยกเว้นว่าต่างชาติยังไม่ได้รับอนุญาตให้ลงทุนในโรงพยาบาลแพทย์แผนจีน และห้ามเข้าซื้อกิจการโรงพยาบาลของรัฐ ทั้งนี้โดยภาพรวม นอกเหนือพื้นที่นำร่องเหล่านี้ จีนยังคงกำหนดให้การตั้งสถานพยาบาลต้องอยู่ในรูปกิจการร่วมทุนกับหุ้นส่วนจีนตามเดิม การเปลี่ยนแปลงกฎเกณฑ์อย่างค่อยเป็นค่อยไปนี้หมายความว่าผู้ประกอบการต่างชาติจำเป็นต้องติดตามนโยบายล่าสุดอย่างใกล้ชิดและเตรียมปฏิบัติตามเงื่อนไขเฉพาะของแต่ละพื้นที่

4.2 อุปสรรคและความท้าทายในการดำเนินงาน

4.2.1 การแข่งขันและความเชื่อมั่นของผู้ป่วย ที่มีต่อโรงพยาบาลต่างชาติ โรงพยาบาลรัฐของจีนแม้แออัดแต่ครองความน่าเชื่อถือในหมู่ประชาชนมาช้านาน ประกอบกับค่ารักษาพยาบาลในโรงพยาบาลรัฐได้รับเงินอุดหนุนและประกันครอบคลุม ทำให้ผู้ป่วยส่วนใหญ่ยังเลือกใช้โรงพยาบาลภาครัฐ โรงพยาบาลเอกชนต่างชาติจึงต้องวางตำแหน่งทางการตลาดเป็นผู้ให้บริการระดับพรีเมียมแก่กลุ่มชนชั้นกลางบนหรือชาวต่างชาติเป็นหลัก ซึ่งขนาดตลาดกลุ่มนี้ยังจำกัด (เฉพาะในเมืองใหญ่) และต้องลงทุนสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์พอสมควร นอกจากนี้ การบริหารจัดการบุคลากรและความร่วมมือกับฝ่ายท้องถิ่นก็เป็นเรื่องท้าทายเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น

การสรรหาทีมแพทย์ที่สื่อสารสองภาษาและเข้าใจวัฒนธรรมจีน หรือการทำงานร่วมกับหน่วยงานรัฐ/พันธมิตรจีน ที่มีโครงสร้างการบริหารต่างกัน และเพื่อให้การดำเนินงานราบรื่น โรงพยาบาลต่างชาติยังต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบสาธารณสุขของจีนที่ซับซ้อน ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการออกใบอนุญาต ความปลอดภัยของข้อมูลผู้ป่วย มาตรฐานยาและเวชภัณฑ์ ตลอดจนมาตรการควบคุมต้องเตรียมความพร้อมรับมือและปรับตัวตามสถานการณ์อยู่เสมอ

4.2.2 การเข้าถึงฐานผู้ป่วยในวงกว้าง แม้ว่าตลาดบริการสุขภาพจีนจะมีโอกาสเติบโตสูง แต่โรงพยาบาลต่างชาติที่เข้าไปดำเนินงานยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ โดยหนึ่งในความท้าทายสำคัญคือการเข้าถึงฐานผู้ป่วยในวงกว้าง ซึ่งเชื่อมโยงกับระบบประกันสุขภาพของจีน ปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชน (รวมถึงของต่างชาติ) ในจีนยังรองรับผู้ป่วยเพียงส่วนน้อยเมื่อเทียบกับโรงพยาบาลรัฐ โดยในปี 2566 แม้โรงพยาบาลเอกชนมีจำนวนกว่า 2 ใน 3 ของโรงพยาบาลทั่วประเทศ แต่ประชาชนยังคงใช้บริการโรงพยาบาลของรัฐ ถึงร้อยละ 83.5 ของจำนวนครั้งเข้ารับบริการทั้งหมด สาเหตุหนึ่งมาจากระบบหลักประกันสุขภาพของรัฐ ที่ครอบคลุมการรักษาในโรงพยาบาลรัฐบาลเป็นหลัก ทำให้โรงพยาบาลเอกชนต้องพึ่งพาผู้ป่วยกลุ่มที่มีกำลังจ่ายหรือมีประกันสุขภาพเอกชนเท่านั้น

บทที่ 5

แนวทางการเข้าสู่ตลาดจีนของผู้ประกอบการไทย

5.1 กลยุทธ์การเริ่มต้นธุรกิจสุขภาพในจีน

(1) ศึกษาภาพรวมตลาดและเลือกโมเดลธุรกิจที่เหมาะสม โดยวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย เริ่มจากการเลือกเมืองหรือพื้นที่ที่มีศักยภาพ เช่น 9 เมืองนำร่อง ที่จีนเปิดให้ต่างชาติถือหุ้นโรงพยาบาลได้ร้อยละ 100

(2) ศึกษากฎหมายและกฎระเบียบเงินอย่างรอบด้าน

(3) หาและประเมินพันธมิตรท้องถิ่น เลือกพันธมิตรที่มีความเข้าใจตลาดจีน มีเครือข่าย และเข้าใจระบบ และพิจารณาร่วมทุนกับบริษัทที่มีสถานะทางการเงินดี พร้อมทั้งระบุขอบเขตความร่วมมืออย่างชัดเจน

(4) ปรับบริการให้สอดคล้องกับความต้องการผู้บริโภคจีน เน้นบริการที่มีความเชี่ยวชาญ ออกแบบประสบการณ์ผู้ป่วยให้สะดวก รวดเร็ว มีระบบจองออนไลน์ ภาษาและวัฒนธรรมเป็นมิตร จัดหาล่ามภาษาจีน แพทย์/พนักงานที่เข้าใจวัฒนธรรมจีน

(5) ใช้กลยุทธ์ตลาดออนไลน์และออฟไลน์ควบคู่กัน ใช้ WeChat/Xiaohongshu/Douyin (TikTok ของจีน) เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์ ทำงานร่วมกับ KOL หรืออินฟลูเอนเซอร์ด้านสุขภาพ โฆษณาผ่านแพลตฟอร์มสุขภาพออนไลน์ และร่วมออกบูธในงานแสดงสินค้าสุขภาพ เช่น China International Medical Equipment Fair (CMEF) หรืองาน China (Guangzhou) International Health Industry Expo China Health Expo (IHE China)

5.2 การสร้างแบรนด์และความน่าเชื่อถือ

ไทยเป็นที่รู้จักด้านบริการทางการแพทย์คุณภาพระดับสากลและการดูแลด้วยความใส่ใจ แต่เมื่อผู้ประกอบการไทยไปเปิดคลินิกหรือโรงพยาบาลในจีน จำเป็นต้องวางกลยุทธ์สร้างแบรนด์ให้ตรงใจผู้บริโภคจีน และสร้างความน่าเชื่อถือในตลาดท้องถิ่นที่มีการแข่งขันสูง

5.2.1 การปรับแบรนด์และภาพลักษณ์ให้ตรงกับผู้บริโภคจีน

การปรับตัวด้านแบรนด์ (brand localization) เป็นก้าวแรกที่สำคัญในการเข้าสู่ตลาดจีนอย่างประสบความสำเร็จ แบรนด์ควรนำเสนอภาพลักษณ์ที่สอดคล้องกับความคาดหวังและวัฒนธรรมของผู้บริโภคจีน โดยยังคงเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่เป็นจุดแข็งไว้ได้อย่างสมดุล

5.2.2 กลยุทธ์การใช้สื่อและแพลตฟอร์มออนไลน์ท้องถิ่นของจีน

การสื่อสารการตลาดในจีนจำเป็นต้องเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลท้องถิ่นที่ทรงอิทธิพลต่อผู้บริโภคจีน อย่างถูกต้อง เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มีประสิทธิภาพและสร้างความเชื่อมั่นต่อแบรนด์ ดังนี้

(1) WeChat เป็นแพลตฟอร์มสารพัดประโยชน์ที่ชาวจีนใช้สื่อสารและทำธุรกรรมต่าง ๆ การเปิดบัญชีทางการ (Official Account) ของคลินิก/โรงพยาบาล บน WeChat ช่วยกระจายข้อมูลข่าวสาร

โปรโมชันสุขภาพ และบทความความรู้ให้ผู้ติดตาม นอกจากนี้การพัฒนา WeChat Mini Program สำหรับคลินิก จะเป็นช่องทางให้ผู้ป่วยสามารถนัดหมายแพทย์ เช็กผลตรวจ หรือติดตามบริการหลังการรักษาได้สะดวก ในแอปเดียว

(2) Xiaohongshu แพลตฟอร์มรีวิวสินค้าและไลฟ์สไตล์ยอดนิยมที่มีกลุ่มผู้ใช้เป็นคนรุ่นใหม่ กำลังซื้อสูง คลินิกควรส่งเสริมให้ผู้ป่วยชาวจีนที่พึงพอใจเขียนรีวิวประสบการณ์การรักษาใน Xiaohongshu ซึ่งรีวิวเหล่านี้มีอิทธิพลสูงในการสร้างความน่าเชื่อถือ เพราะผู้บริโภคจีนมักศึกษาความเห็นและประสบการณ์ของผู้อื่น ก่อนตัดสินใจเลือกบริการด้านสุขภาพ

(3) Douyin แพลตฟอร์มวิดีโอสั้น (TikTok จีน) ซึ่งมีจำนวนผู้ใช้มหาศาล การทำการตลาดบน Douyin สามารถเพิ่มการรับรู้แบรนด์อย่างรวดเร็วผ่านคอนเทนต์วิดีโอที่สร้างสรรค์ และเข้าถึงอารมณ์ผู้ชม ได้ในเวลาสั้น ๆ คลินิกสามารถผลิตคลิปวิดีโอสั้น (15-60 วินาที) แนะนำบริการหรือเทคนิครักษาแบบไทย ๆ ที่โดดเด่น เปรียบเทียบก่อน-หลังรักษา หรือแชร์เรื่องราวความประทับใจของผู้ป่วย นอกจากนี้การจัดไลฟ์สด (Live) ให้แพทย์มาตอบคำถามสุขภาพแบบเรียลไทม์ก็ช่วยสร้างความใกล้ชิดกับผู้ชม และกระตุ้นให้เกิดการรับรู้แบรนด์ในวงกว้าง

5.2.3 การใช้ KOL และการตลาดแบบรีวิวออนไลน์

KOL หรือผู้มีอิทธิพลออนไลน์ เป็นกลยุทธ์สำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แบรนด์บริการสุขภาพ ในตลาดจีนยุคดิจิทัล ผู้บริโภคจีนในปัจจุบันเริ่มเบื่อหน่ายโฆษณาตรง ๆ และตระหนักว่าหลายคอนเทนต์บนโซเชียลมีเดียมีการสปอนเซอร์ แต่กระนั้นเสียงจาก KOL ที่น่าเชื่อถือยังคงส่งอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคจีน เนื่องจากคำแนะนำและรีวิวจาก KOL ถูกมองว่าเป็นกลางและจริงใจมากกว่าโฆษณาทั่วไป จึงช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจในแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5.2.4 วิธีสื่อสารคุณภาพบริการและมาตรฐานไทยให้ชาวจีนเชื่อถือ

ผู้ประกอบการควรเน้นย้ำมาตรฐานและการรับรอง หากโรงพยาบาลไทยมีการรับรองจากสถาบันสากล อย่าง JCI (Joint Commission International) หรือมาตรฐานอื่น ๆ ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลนี้ในช่องทางจีน อย่างชัดเจน เพราะผู้ป่วยจีนจำนวนมากให้ความสำคัญกับตรารับรองคุณภาพที่จะยืนยันว่าบริการนั้นปลอดภัย และมีมาตรฐานเทียบเท่าระดับโลก นอกจากนี้ควรสื่อสารถึงความเป็นเลิศด้านบุคลากรทางการแพทย์ เช่น แพทย์ผู้ชำนาญการที่ผ่านการฝึกอบรมหรือทำงานในโรงพยาบาลชั้นนำของไทย มีประสบการณ์รักษาผู้ป่วยนานาชาติจำนวนมาก

5.2.5 การมอบประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมแก่ผู้ป่วย

มอบประสบการณ์ที่ดีเยี่ยมแก่ผู้ป่วยตั้งแต่ออกหน้าเข้ารับบริการ ระหว่างการรักษา ไปจนถึงหลังรับบริการ เป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความประทับใจและความไว้วางใจต่อคลินิกในระยะยาว ผู้ป่วยจีนมีความคาดหวังสูงขึ้น ต่อบริการสุขภาพภาคเอกชน โดยพวกเขายินดีจ่ายหากได้รับบริการที่สะดวกสบายและเอาใจใส่เหนือกว่ามาตรฐานโรงพยาบาลรัฐทั่วไป ดังนั้นคลินิกไทยควรออกแบบ Patient Journey แบบครบวงจร (one-stop service)

ที่อำนวยความสะดวกในทุกขั้นตอนแก่ผู้ป่วย ซึ่งรวมถึงขั้นตอนก่อนมารับบริการ การต้อนรับและลงทะเบียน ระหว่างรับบริการทางการแพทย์ หลังรับบริการและการติดตามผล

5.2.6 การสร้างที่น่าเชื่อถือในระบบท้องถิ่น (การรับรองและความร่วมมือ)

แม้ว่าแบรนด์ไทยจะมีภาพลักษณ์ดี แต่ในการดำเนินธุรกิจการเงิน ความน่าเชื่อถือในสายตาระบบและผู้มีอำนาจเงิน เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องสร้างความคุ้นเคย ผู้บริโภคจำนวนมากยังคงเชื่อมั่นในระบบโรงพยาบาลของรัฐและหน่วยงานท้องถิ่นมากกว่าเอกชนต่างชาติ ดังนั้น ควรดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบของทางการเงินทุกประการ ทั้งใบอนุญาตประกอบสถานพยาบาล ใบอนุญาตประกอบของแพทย์ การขึ้นทะเบียนยาและเครื่องมือแพทย์ที่นำเข้า ฯลฯ พร้อมทั้ง ประชาสัมพันธ์ให้สาธารณชนรับรู้ว่าคลินิกผ่านการตรวจสอบและได้รับอนุญาตจากหน่วยงานสาธารณสุขจีน เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้เข้ารับบริการ

บทที่ 6

สรุป

ธุรกิจบริการด้านสุขภาพของจีนกำลังเข้าสู่ยุคเปลี่ยนผ่านครั้งสำคัญ จากการเติบโตของเศรษฐกิจภายในประเทศ การเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลาง พฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีนที่เปลี่ยนไป โดยให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมมากขึ้น รวมถึงการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ความต้องการบริการสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการรักษา การฟื้นฟู การดูแลระยะยาว และบริการสุขภาพเชิงป้องกัน รัฐบาลจีนจึงมีการผลักดันนโยบายและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อยกระดับคุณภาพระบบสาธารณสุข รวมถึงเปิดกว้างให้ต่างชาติเข้ามามีบทบาทมากขึ้น จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับผู้ประกอบการต่างชาติ โดยเฉพาะในภาคบริการสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพชีวิตของประชาชน

จีนได้ประกาศแผนงานนำร่องสำคัญในการเปิดเสรีธุรกิจบริการสุขภาพ โดยอนุญาตให้ต่างชาติจัดตั้งโรงพยาบาลที่ถือหุ้นร้อยละ 100 ได้ใน 9 เมืองนำร่อง ได้แก่ กรุงปักกิ่ง นครเทียนจิน นครเซี่ยงไฮ้ เมืองหนานจิง เมืองซูโจว เมืองฝูโจว นครกว่างโจว เมืองเซินเจิ้น และทั่วทั้งเกาะไห่หนาน เพื่อดึงดูดทรัพยากรทางการแพทย์ระดับสูงจากต่างประเทศ และเพิ่มความหลากหลายของระบบบริการสาธารณสุขภายในประเทศ

การเลือกเมืองนำร่องทั้ง 9 แห่งมีเหตุผลทั้งด้านความต้องการของผู้ป่วย (โดยเฉพาะชาวต่างชาติในเมืองใหญ่) ความพร้อมด้านระบบบริหารจัดการโรงพยาบาล และศักยภาพด้านเศรษฐกิจ โดยพื้นที่เหล่านี้มีประชากรหนาแน่น มีความเปิดกว้างต่อการค้าระหว่างประเทศ และเป็นจุดหมายหลักของนักลงทุนต่างชาติ แผนงานนี้จึงถือเป็นหมุดหมายสำคัญของการเปิดเสรีบริการสุขภาพของจีน ที่เปิดประตูให้ทุนต่างชาติเข้ามามีบทบาทในระบบสาธารณสุขของจีนมากขึ้น พร้อมทั้งสร้างโอกาสใหม่ ๆ สำหรับประเทศที่มีจุดแข็งด้านบริการสุขภาพ ในการเข้าสู่ตลาดสุขภาพที่ใหญ่และเติบโตเร็วที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

ประเทศไทยมีจุดแข็งด้านบริการสุขภาพที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล ทั้งคุณภาพการรักษา ความเชี่ยวชาญของบุคลากรทางการแพทย์ และมาตรฐานโรงพยาบาลที่ทันสมัย จนสามารถแข่งขันในระดับนานาชาติได้ ซึ่งจากการศึกษาของบริษัท IQVIA ที่อ้างใน The International Trade Administration, U.S. Department of Commerce ระบุว่า เมื่อปี 2562 ประเทศไทยมีโรงพยาบาลที่ผ่านการรับรอง จาก JCI ถึง 62 แห่ง มากที่สุดในอาเซียนและเป็นอันดับ 4 ของโลก

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจีนจะเริ่มเปิดเสรีภาคบริการสุขภาพมากขึ้น แต่การเข้าสู่ตลาดยังคงมีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะในด้านกฎระเบียบ การจำกัดเฉพาะพื้นที่นำร่อง 9 แห่ง และข้อจำกัดที่ต่างชาติยังไม่สามารถลงทุนในโรงพยาบาลแพทย์แผนจีนหรือเข้าซื้อโรงพยาบาลของรัฐได้ ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องติดตามนโยบายอย่างใกล้ชิดและปฏิบัติตามเงื่อนไขเฉพาะพื้นที่อย่างเคร่งครัด ในส่วนด้านการดำเนินงาน โรงพยาบาลต่างชาติต้องเผชิญกับความท้าทายจากการแข่งขันกับโรงพยาบาลรัฐที่ได้รับความไว้วางใจ

จากประชาชน และยังมีข้อได้เปรียบด้านค่ารักษาที่ได้รับการอุดหนุนและครอบคลุมด้วยประกันสุขภาพของรัฐ ขณะที่โรงพยาบาลต่างชาติต้องวางตำแหน่งตลาดเป็นบริการระดับพรีเมียมให้กลุ่มชนชั้นกลางบนหรือชาวต่างชาติ ซึ่งขนาดตลาดยังค่อนข้างจำกัด

นอกจากนี้ การเข้าถึงฐานผู้ป่วยในวงกว้างยังเป็นเรื่องที่ท้าทาย เนื่องจากระบบหลักประกันสุขภาพของจีนยังครอบคลุมโรงพยาบาลรัฐเป็นหลัก ทำให้โรงพยาบาลต่างชาติต้องพึ่งพาผู้ป่วยที่มีกำลังจ่ายเองหรือมีประกันเอกชน และต้องลงทุนในด้านการบริหารบุคลากร การสร้างความเชื่อมั่น ตลอดจนการปฏิบัติตามมาตรฐาน และระบบกำกับดูแลที่ซับซ้อนของจีนอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายธุรกิจบริการสุขภาพเข้าสู่ตลาดจีน จำเป็นต้องเตรียมกลยุทธ์รอบด้าน โดยเริ่มจากการศึกษาตลาด เลือกพื้นที่เป้าหมายที่มีศักยภาพ ศึกษากฎหมายจีนอย่างรอบคอบ และหาพันธมิตรท้องถิ่นที่มีเครือข่ายและความเข้าใจในระบบจีน พร้อมทั้ง ปรับบริการให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคจีน และสร้างความน่าเชื่อถือและการรับรู้ โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ท้องถิ่น อาทิ WeChat / Xiaohongshu และ Douyin รวมถึงการใช้ KOL อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ควรเน้นย้ำมาตรฐานระดับสากลของไทย เช่น การรับรอง JCI และความเชี่ยวชาญของบุคลากรแพทย์ไทย พร้อมทั้งสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการปฏิบัติตามกฎหมายจีน และได้รับการรับรองจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตได้อย่างมั่นคงในตลาดจีนที่มีการแข่งขันสูงและข้อกำหนดเฉพาะตัว

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเฉิงตู

มิถุนายน 2568

แหล่งที่มาข้อมูล

- <https://pin.it/6QdSRJ5Hu>
- https://www.gov.cn/zhengce/zhengceku/202409/content_6973072.htm?ddtab=true
- <https://m.jiemian.com/article/12403960.html>
- <https://www.ditp.go.th/post/201568>
- <https://world.huanqiu.com/article/4JNNpZkCQuj>
- <http://www.nhc.gov.cn/yzygj/s3578/202411/35d13cd9cc4b4613aac66de37841ab10.shtml>
- <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1827158156953783857&wfr=spider&for=pc>
- <https://www.huaon.com/channel/trend/1049958.html>
- https://www.gov.cn/zhengce/content/202503/content_7014716.htm
- https://www.gov.cn/lianbo/bumen/202504/content_7020219.htm
- <http://www.cinic.org.cn/xw/schj/1584089.html?from=singlemessage>
- <https://fdi.mofcom.gov.cn/resource/pdf/2025/01/03/8cf6b60686694bf6aef2146bccf33144.pdf>
- <https://www.bj.chinanews.com.cn/news/2024/0630/95379.html>
- https://www.gxyxh.org/News_read_id_3405.shtml
- <https://www.ihe-china.com/cn/IndustryNews/2022/07.20.html>
- <https://finance.sina.com.cn/stock/med/zbsc/2025-03-04/doc-inennncvp9971693.shtml>
- https://m.chinabgao.com/k/dajiankang/#3_1
- https://pdf.dfcfw.com/pdf/H3_AP202501161641946614_1.pdf?1737023426000.pdf
- <https://data.stats.gov.cn/easyquery.htm?cn=C01>
- <https://www.voachinese.com/a/china-s-population-falls-for-a-third-consecutive-year-20250117/7940205.html>
- <https://healthcareasiamagazine.com/healthcare/news/chinas-consumers-demand-health-and-value-money-products>
- <https://www.innovamarketinsights.com/trends/health-wellness-trends-in-china/>
- <https://www.business-sweden.com/insights/articles/chinas-growing-demand-for-healthcare-services-and-medical-devices/>
- https://www.china-briefing.com/news/understanding-chinas-rapidly-growing-healthcare-market/?utm_source=chatgpt.com
- <http://www.xinhuanet.com/fortune/20250412/e3bc61f13ff646c28d261207643e24cb/c.html>
- <https://www.china-briefing.com/news/china-industries-to-watch-in-2025/>
- <https://www.china-briefing.com/news/china-expands-access-for-wholly-foreign-owned-hospitals-in-9-cities/>
- <https://www.china-briefing.com/news/key-considerations-for-entering-chinas-healthcare-market/>
- <https://max.book118.com/html/2025/0504/5241212243012144.shtml>
- <https://baijiahao.baidu.com/s?id=1823657466940266576&wfr=spider&for=pc>
- <https://www.chinairn.com/scfx/20241105/172658340.shtml>

- <https://www.trade.gov/healthcare-resource-guide-thailand>
- <https://www.naewna.com/likesara/761140#>
- <https://www.scb.co.th/en/personal-banking/stories/business-maker/6-reasons-thailand-the-best-in-medical-tourism>
- <https://www.nationthailand.com/in-focus/30358956#>
- <https://www.bangkokpost.com/business/general/1360079/thg-gains-china-foothold-with-hospital#>
- <https://china.ahk.de/en/news/china-s-new-era-of-foreign-investment-in-hospitals>
- <https://english.news.cn/20241130/37853afd49bb4ae6815dc60d197df135/c.html>
- <https://www.ttbkbank.com/th/fin-biz/industry-expertise/other-industries/ind-healthcare-24>
- <https://media.settrade.com/settrade/Documents/2025/Feb/20250214-SCB-EIC-Hospital.pdf>
- <https://www.salika.co/2022/10/29/7-strengths-to-be-thailand-medical-hub/>
- <https://www.posttoday.com/smart-sme/710898>
- <https://www.bangkokbanksme.com/en/23-5sme1-road-to-health-wellness-hub-center-of-health-in-thailand>
- <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Surgery-IAO119-FB-2025-02-25.aspx>