

เคนยาติดอันดับโลกด้านสุขภาพจิตเยาวชน ขณะที่แอฟริกาตอนใต้ซ้าฮาราโดดเด่นเหนือประเทศร่ำรวย



ที่มา : เว็บไซต์ <https://businesstoday.co.ke/kenya-among-top-global-performers-as-african-youth-lead-mind-health-rankings/>

ผลการสำรวจระดับโลกของ Sapient Labs ระบุว่า เยาวชนในภูมิภาคแอฟริกาตอนใต้ซ้าฮารา มีผลลัพธ์ด้านสุขภาพทางจิต (mind health) ดีกว่าเยาวชนในประเทศรายได้สูงหลายประเทศ ขณะที่แนวโน้มการเสื่อมถอยด้านสุขภาพจิตของคนรุ่นใหม่ทั่วโลกยังคงทวีความรุนแรง

KENYA

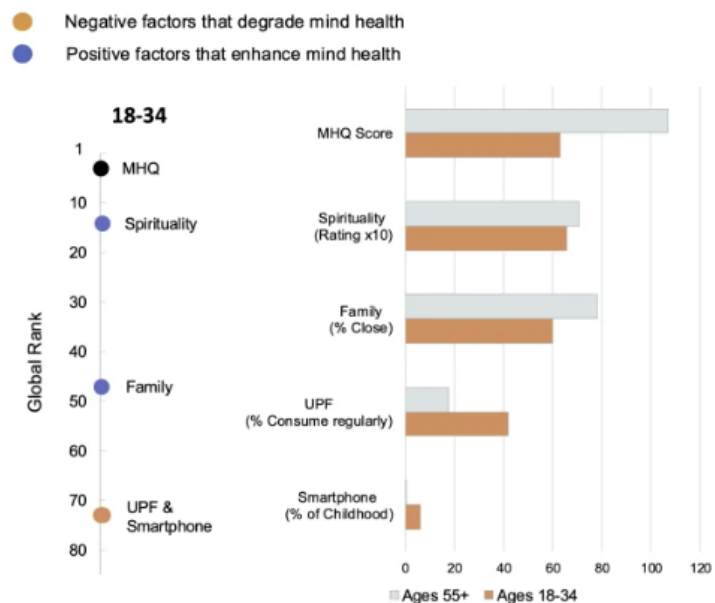
Young adults aged 18-34 in Kenya have an MHQ of 63 which puts them at a rank of 3 out of 84 countries. Older adults ranked at 25 compared to their global counterparts but with a higher MHQ score of 107.

Those 18-24 had a relatively high age of smartphone in childhood (16.9 years), ranking at 73 for a younger age of smartphone.

The percent of individuals regularly consuming UPF was in the bottom third for both age groups (a rank of 73 for those 18-34 and 62 for those 55+).

There was a decline in family closeness in the younger age group – 78% for those 55+ (a rank of 28) versus 60% for those 18-34 (a rank of 47).

Spirituality scores were high for both age groups with a rank of 14 for those 18-34 and a rank of 9 for those 55+.



รายงาน Global Mind Health Report 2025 ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามออนไลน์เกือบ 1 ล้านคน ใน 84 ประเทศ พบว่า ร้อยละ 41 ของประชากรวัย 18-34 ปี ที่ใช้อินเทอร์เน็ต อยู่ในภาวะที่นักวิจัยเรียกว่า “วิกฤตสุขภาพจิต” ซึ่งมีลักษณะความบกพร่องด้านการทำงานของสมอง อารมณ์ สังกะยม และร่างกาย

แอฟริกาครองอันดับสูงสุดด้านสุขภาพจิตของเยาวชน

ผลการจัดอันดับรายประเทศพบความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยประเทศในแอฟริกาตอนใต้ซาราราคองอันดับต้นของโลก ได้แก่

- อันดับ 1 กานา
- อันดับ 2 ไนจีเรีย
- อันดับ 3 Kenya
- อันดับ 4 ซิมบับเว
- อันดับ 5 แทนซาเนีย

ขณะที่ประเทศรายได้สูง เช่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และฟินแลนด์ อยู่ในกลุ่มอันดับท้ายของการจัดอันดับ

ช่องว่างระหว่างวัยเพิ่มสูงขึ้น

ดัชนี Mind Health Quotient (MHQ) ของ Sapient Labs ระบุว่า โครงสร้างสุขภาพจิตของคนรุ่นใหม่กลับตาลปัตรจากช่วงต้นทศวรรษ 2000 ซึ่งในขณะนั้นคนวัยหนุ่มสาวมีระดับสุขภาพจิตที่ดีที่สุดในทุกช่วงอายุ แต่ปัจจุบันกลับมีแนวโน้มเผชิญปัญหาสุขภาพจิตรุนแรงมากกว่ากลุ่มอายุเกิน 55 ปีถึง 4 เท่า

รายงานระบุว่า ช่องว่างดังกล่าวขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญในช่วงการระบาดของโควิด-19 และยังคงต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ปัจจัยเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อสุขภาพจิต

รายงานชี้ว่า การเสื่อมถอยของสุขภาพจิตในเยาวชนมีความเชื่อมโยงกับหลายปัจจัย ได้แก่

- การเข้าถึงสมาร์ทโฟนตั้งแต่อายุยังน้อย
- การบริโภคอาหารแปรรูปสูง
- ความสัมพันธ์ในครอบครัวที่อ่อนแอลง
- ระดับความเครียดและจิตวิญญาณที่ลดลง

ในขณะเดียวกัน ประเทศในแอฟริกาตอนใต้ซารารามีลักษณะตรงข้าม เช่น การเข้าถึงสมาร์ทโฟนที่ช้ากว่า ความสัมพันธ์ครอบครัวที่เข้มแข็ง และระดับความเครียดทางจิตวิญญาณที่สูงกว่า โดยเฉพาะแทนซาเนีย ซึ่งถูกจัดอันดับสูงสุดของโลกด้านระดับจิตวิญญาณ และมีอายุเฉลี่ยในการเริ่มใช้สมาร์ทโฟนสูงที่สุด

ความท้าทายเชิงนโยบายของประเทศพัฒนาแล้ว

รายงานระบุว่า แม้ประเทศตะวันตก เช่น สหรัฐอเมริกา จะเพิ่มงบประมาณด้านสุขภาพจิตอย่างต่อเนื่อง แต่ผลลัพธ์ด้านสุขภาวะยังไม่ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ผู้จัดทำรายงานเสนอให้มีมาตรการเชิงนโยบายเพิ่มเติม เช่น

- การห้ามใช้สมาร์ทโฟนในเวลาเรียน
- การกำหนดอายุขั้นต่ำสำหรับการใช้โซเชียลมีเดีย
- การกำกับดูแลสารเติมแต่งในอาหารอย่างเข้มงวดมากขึ้น

ความเสี่ยงเชิงเศรษฐกิจในระยะยาว

รายงานเตือนว่า แนวโน้มดังกล่าวอาจสะท้อนความสัมพันธ์เชิงลบระหว่างระดับความมั่งคั่งของประเทศกับสุขภาพจิตของเยาวชน โดยอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพแรงงานในอนาคต เนื่องจากแรงงานรุ่นใหม่จำนวนมากเข้าสู่ตลาดแรงงานพร้อมข้อจำกัดด้านความสามารถในการคิด อารมณ์ และการทำงานร่วมกับผู้อื่นอย่างมีประสิทธิภาพ

ความคิดเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงไนโรบี

ในบริบทของเคนยา การที่เยาวชนถูกจัดอันดับอยู่ในกลุ่มบนของโลกด้านสุขภาวะจิต ไม่ได้หมายถึงความสมบูรณ์ของระบบสุขภาพจิตในเชิงสาธารณสุข แต่สะท้อนโครงสร้างสังคมที่ยังคงมีความเป็น “ชุมชน” สูง ความสัมพันธ์ในครอบครัวและศาสนายังคงมีบทบาทสำคัญ ขณะที่การเข้าสู่โลกดิจิทัลยังอยู่ในช่วงที่ไม่ได้ถูกรองรับโดยสมาร์ทโฟนและโซเชียลมีเดียอย่างเข้มข้นเท่าประเทศพัฒนาแล้ว ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เกิดพฤติกรรมของผู้บริโภครุ่นใหม่ในเคนยายังมีความยึดหยุ่นทางอารมณ์สูง มีความผูกพันกับกิจกรรมทางสังคมจริง และมีแนวโน้มตอบสนองต่อแบรนด์ที่สร้าง “ความหมาย” มากกว่าการสื่อสารเชิงโฆษณาเพียงอย่างเดียว ดังนั้น ในเชิงเศรษฐกิจและการค้า สิ่งนี้มีผลต่อสินค้าไทยที่พึ่งพาการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น สินค้าอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าไลฟ์สไตล์ และสินค้าอุปโภคบริโภค ซึ่งมักใช้ social media เป็นช่องทางหลักในการเข้าถึงตลาด การที่ผู้บริโภคเคนยายังไม่ได้อยู่ในภาวะ “digital fatigue” ในระดับเดียวกับประเทศพัฒนาแล้ว ทำให้การสื่อสารแบรนด์สามารถยังคงใช้ความ “สดใหม่ สนุก และมีความเป็นชุมชน” ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่าแนวโน้มตลาดตะวันตกที่เริ่มตอบสนองต่อคอนเทนต์เชิงลึกหรือแนว mental wellness มากขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงไม่ควรมองเคนยาเพียงในฐานะตลาดกำลังขึ้นระดับกลาง แต่ควรมองเป็นตลาดที่กำลังสร้าง “นิยามใหม่ของผู้บริโภครุ่นใหม่” ที่ยังผูกโยงกับครอบครัว ชุมชน และศาสนา ซึ่งทำให้การสื่อสารสินค้าไม่ควรเน้นเพียงฟังก์ชันหรือราคาต่อหน่วย แต่ควรเชื่อมโยงกับคุณค่าทางสังคม เช่น การแบ่งปัน ความอบอุ่น และการใช้ชีวิตอย่างสมดุล ซึ่งสอดคล้องกับสินค้าหลายประเภทของไทย เช่น อาหารพร้อมทาน เครื่องดื่มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และสินค้าไลฟ์สไตล์ที่มี story เชิงวัฒนธรรม

หากผู้ประกอบการไทยสามารถออกแบบสินค้าและการสื่อสารให้สอดคล้องกับโครงสร้างสังคมที่ยังให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ ความศรัทธา และชีวิตที่ไม่เร่งรีบมากเกินไป ก็จะสามารถสร้างความแตกต่างในตลาดเคนยาได้อย่างยั่งยืน มากกว่าการแข่งขันด้วยราคาเพียงอย่างเดียว

แหล่งที่มา : <https://businesstoday.co.ke/kenya-among-top-global-performers-as-african-youth-lead-mind-health-rankings/>
จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงไนโรบี
6 พฤษภาคม 2569