

จับโอกาสทองผู้สูงอายุ



เอ็น.ซี.ซี.ฯ ชี้
ความต้องการสินค้า
ในกลุ่มผู้สูงอายุเพิ่ม
ขึ้น แนะ 5 ธุรกิจ
ดาวรุ่งเร่งทำตลาด
ชิงกำลังซื้อ

B4

จับกลุ่มผู้สูงอายุ โอกาสทองธุรกิจ

มูลค่าตลาดกลุ่มผู้สูงอายุในไทย ไม่ต่ำกว่า 1 หมื่นล้านบาท

ธุรกิจที่จะเติบโตดี

รับอานิสงส์สังคมผู้สูงอายุ

1. ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ
2. ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์
3. ธุรกิจเกี่ยวกับความงาม
4. ธุรกิจบริการสุขภาพ
5. ธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงอายุ



กลุ่มเป้าหมายหลัก



1. กลุ่มลูกหลาน
คนรุ่นใหม่



2. กลุ่มวัย
กำลังเกษียณ



3. กลุ่มผู้ที่
เกษียณอายุ

ที่มา : โพสต์ทูเดย์ รวบรวม

บางกอกโพสต์ กราฟฟิค

| **กวดล โคมรัตน์เสถียร**

ในเวลาอีกไม่กี่ปีประเทศไทยกำลัง
เดินหน้าเต็มสูบเข้าสู่การเปลี่ยนแปลง

ของโครงสร้างประชากรของสังคม
ผู้สูงอายุ กระแสดังกล่าวส่งผลดีต่อ
ธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้เกิดการขยายตัว
อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะศูนย์ดูแล

ผู้สูงอายุ โครงการโฮมสเตย์เกี่ยวกับ
ตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และ
ธุรกิจอาหารและบริการ เบื้องต้นมูลค่า
ตลาดผู้สูงอายุของไทยสูงแตะ 1 หมื่น

ล้านบาท

อีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา อังกฤษ เดนมาร์ก ได้เป็นอย่างดี เพราะเทคโนโลยีการแพทย์ที่มีประสิทธิภาพส่งผลให้อัตราการเสียชีวิตลดลง และช่วงอายุของประชากรในประเทศเพิ่มขึ้น รวมถึงค่านิยมของลูกหลานที่ให้ความสำคัญในการดูแลผู้สูงอายุ

สืบพงษ์ สมิตกันต์ ผู้อำนวยการกลุ่มโครงการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี.เอ็กซ์บิซัน ออกกานโซเจอร์ ในฐานะผู้จัดการอินเตอร์แคร์ เอเชีย 2018 เปิดเผยว่าประเทศไทยในอีก 5 ปีจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุกว่า 25% ของจำนวนประชากร โดยในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาทิศทางของความต้องการสินค้าในกลุ่มผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นจากภาคธุรกิจที่สนใจพัฒนาสินค้าอุปโภคบริโภคเพื่อรองรับความต้องการ

สำหรับธุรกิจที่มีแนวโน้มเติบโตได้ดี รัฐบาลส่งเสริมจากการที่ไทยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุประกอบด้วย 5 ธุรกิจ ได้แก่ 1.ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ ทั้งกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มรวมถึงอาหารเสริม โดยเฉพาะอาหารที่มีไขมันต่ำ ไม่มีคอเลสเตอรอลสามารถย่อยง่าย

2.ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ วัสดุ อุปกรณ์เครื่องใช้ภายในบ้าน ที่มีการออกแบบให้เหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพ และวิถีการดำเนินชีวิต โดยผู้สูงอายุมีอำนาจในการซื้อและพร้อมจ่ายเงินหากสินค้าตรงความต้องการ

3.ธุรกิจเกี่ยวกับความงาม โดยเฉพาะเครื่องแต่งกาย เครื่องสำอางประเภทออร์แกนิกที่ผลิตจากธรรมชาติ หรือสมุนไพรที่มีสรรพคุณต่อต้านอนุมูลอิสระ

4.ธุรกิจบริการ สถานบริการที่มาดูแลกลุ่มผู้สูงอายุตามที่อยู่อาศัย โดย

จะต้องคัดกรองบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ จิตเมตตา รักในงานบริหาร รวมถึงนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่เข้ามาพัฒนาธุรกิจ

และ 5.ธุรกิจนำเที่ยวผู้สูงวัย โดยผู้สูงอายุยังต้องการพบปะเพื่อนฝูง พูดคุยสังสรรค์ การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวจะเน้นในเชิงศิลปวัฒนธรรม ทำบุญไหว้พระ ดักบาตร ฟังเทศน์ สวดมนต์

นอกจากนี้ ยังมีธุรกิจอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการไทยค้นหาช่องทางของโอกาสเพื่อต่อยอดธุรกิจ ได้แก่ ธุรกิจนิเวศน์ฟู้ดส์ หรือกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมและสมุนไพร ธุรกิจด้านบริการ เมดิคัลทัวริซึม หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และบริการที่เกี่ยวข้องโฮมแคร์ อุปกรณ์และเครื่องมือในการดูแลผู้สูงอายุ รีเอปทิเทนซ์ อุปกรณ์และเครื่องมือในการดูแลช่วยเหลือและปกป้อง

ทั้งนี้ บริษัทจึงนำแนวคิดการยกระดับความเป็นอยู่ของสังคมผู้สูงอายุตามนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนกิจการผู้สูงอายุ รวมถึงไทยมีจุดแข็งในด้านการบริการ สมุนไพร และสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย จึงเตรียมจัดงานอินเตอร์แคร์ 2018 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 ระหว่างวันที่ 12-14 ก.ค.นี้ ที่ฮอลล์ 106 ศูนย์แสดงสินค้าไบเทคบางนา โดยรวบรวมสินค้าและเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุจากผู้ประกอบการทั้งไทยและต่างชาติ โดยเฉพาะจากเกาหลี ญี่ปุ่น จีน และสิงคโปร์ มาร่วมนำเสนอสินค้าและบริการพร้อมกับการเจรจาจับคู่ธุรกิจ

ไฮไลต์ที่สำคัญ คือ การนำธุรกิจหลังความตาย (After Life) มาจัดแสดงเพื่อนำเสนอบริการวางแผนการตาย ซึ่งจะเป็นการสร้างความรู้ความเข้าใจ และการเตรียมตัวให้สงบสุข สำหรับ

กลุ่มคนที่ไม่มีลูกหลาน หรือกลุ่มต่างชาติที่ต้องการใช้บั้นปลายชีวิตในไทย

อย่างไรก็ตาม กลุ่มเป้าหมายที่สำคัญ คือ กลุ่มคนที่มีช่วงอายุ 45-60 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักในการเตรียมพร้อมตนเองก่อนเกษียณอายุการทำงาน รวมถึงกลุ่มลูกหลาน คนรุ่นใหม่ ซึ่งเป็นผู้ที่เลือกซื้อสินค้าและบริการให้กับบุพการี หรือญาติผู้ใหญ่ และกลุ่มผู้ที่เกษียณอายุการทำงาน อายุระหว่าง 60 ปีขึ้นไปที่มีความต้องการสินค้าและบริการโดยตรง และสัดส่วนลูกค้าต่างชาติที่อาศัยในไทยระยะยาวกว่า 40% โดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น สวิตเซอร์แลนด์ สแกนดิเนเวีย ตะวันออกกลาง

ด้านแผนการทำตลาดจะใช้งบประมาณ 25% ของเงินลงทุน โดยมุ่งเน้นตลาดออฟไลน์ 40% ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร และตลาดออนไลน์ 60% เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุในปัจจุบันเข้าถึงโซเชียลมีเดียมากขึ้น โดยตั้งเป้าหมายค่าที่เกิดขึ้นภายในงานครั้งนี้ไม่ต่ำกว่า 550 ล้านบาท เดิมที 10% จากปีก่อนที่ 500 ล้านบาท มีผู้ชมงานตลอดระยะเวลาการจัดงานไม่ต่ำกว่า 5,000 คน ■