

'ธุรกิจความตาย' มาแรง เล็งเจาะตลาดไทยรับ 4.0

กรุงเทพธุรกิจ ● คำพูดที่ว่า คนซื้อไม่ได้ใช้ คนใช้ไม่ได้ซื้อ จะเป็นเพียงวลีที่ค่อยๆ ลืมกันไปโดยไม่ช้านี้ เพราะวันนี้มีธุรกิจให้บริการวางแผนการตาย หรือ After Life ซึ่งเกิดขึ้นมาหลายปีแล้วในต่างประเทศ และมีลูกค้ามาใช้บริการวางแผนการจัดงานศพของตัวเองเป็นจำนวนมาก ผู้บริโภคบางคนยังหนุ่มยังสาว แต่ก็ได้เลือกวางแผนการจัดงานศพไว้ล่วงหน้าแล้ว ทั้งอาหาร เครื่องดื่ม เพลงบรรเลง เพราะมองว่าการวางแผนเรื่องนี้สำคัญสำหรับคนวัยหนุ่มสาวมากกว่าคนแก่เสียอีก เพราะเมื่อสิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น คนวัยนี้มักเป็นพวกที่ไม่ได้วางแผนเรื่องนี้เอาไว้ก่อน

สิบบงษ์ สมิตพันธ์ ผู้อำนวยการกลุ่มโครงการ บริษัท เอ็น.ซี.ซี. เอ็กซิซิชั่น ออกาไนเซอร์ จำกัด ในฐานะผู้จัดงาน InterCare Asia 2018



สิบบงษ์ สมิตพันธ์

เล่าว่า การวางแผนการตาย มิใช่มีแค่เพียงการทำพินัยกรรมเท่านั้นที่เจ้าตัว (ผู้จะตาย) สามารถเลือกและตัดสินใจได้ก่อนจะจากไป แต่เจ้าตัวจะสามารถเลือกรูปแบบการจัดงานศพ การนำเสนอ วิดีทัศน์ หรือ พิธีเซนเทชั่น ของผู้ตาย ซึ่งสามารถทำเป็นวิดีโอคลิปสั้นๆ หรือการจัดบรรยากาศที่ผู้ตายชื่นชอบ หรือแม้แต่การถ่ายทอดสดงานศพ ตลอดจนการออกแบบและผลิตของที่ระลึก ซึ่งแตกต่างจากพวงมาลัย

ยาหอม หนังสือธรรมะ ฯลฯ ที่เราเคยได้รับ รวมไปถึงพิธีกรรมต่างๆ ตามความต้องการ

เพราะเรื่องการเสียชีวิตเป็นสิ่งที่ทุกคนหลีกเลี่ยงไม่ได้และไม่สามารถรู้ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นเมื่อใด ดังนั้น ก็น่าจะวางแผนไว้ให้กับตัวเองและครอบครัว แต่สิ่งสำคัญไม่แพ้กันอีกประการก็คือยามที่ยังมีชีวิตอยู่ โดยเฉพาะผู้สูงอายุ ก็ควรจะมียุติบัตรที่ดีทั้งกายและใจ

ที่สำคัญ การดูแลสุขภาพในปัจจุบัน มิใช่มีแต่กลุ่มผู้สูงอายุเท่านั้นที่ให้ความสำคัญ โดยคนที่มีอายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไป ต่างให้ความสนใจต่อการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทั้งสุขภาพของตัวเองและผู้สูงอายุในครอบครัว เพราะคนกลุ่มนี้ เริ่มมีฐานะการเงินมั่นคงกว่าในวัยเริ่มทำงาน หรือช่วง 25-35 ปี จึงมีทุนทรัพย์ในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ นอกจากนี้คนที่มียุติบัตร 40 ขึ้นไปต่างล้วนตระหนักดีว่า อีกไม่นานพวกเขาจะเริ่มเข้าสู่วัยชรา จึงต้องมีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อรับมือกับการดูแลสุขภาพในอนาคต คนกลุ่มนี้จึงช่วยให้ธุรกิจและบริการด้านสุขภาพมีการเติบโตอย่างรวดเร็วไปด้วย