

อุปกรณ์การแพทย์รุกออนไลน์

โพสต์ทูเดย์ - เอ็กซ์ตรีเมตซีลิ่งคมผู้สูงอายุหนุนอุปกรณ์ทางการแพทย์แข่งดุ เล็งบุกกลุ่มโฮมแคร์ รุกตลาดอี-คอมเมิร์ซ หวังดันยอดปีนี้โต 50%

น.ส.หุ่ย ชิน หลิง ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เอ็กซ์ตรีเมต เปิดเผยว่า จากการที่ไทยเริ่มเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ปี 2557 ที่สัดส่วน 15% และจะเพิ่มเป็น 20% ในปี 2564 ส่งผลให้ธุรกิจเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์ขยายตัวต่อเนื่องกว่า 20% และทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงในตลาดจากจำนวนผู้เล่นที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันด้านราคาและโปรโมชั่น

ทั้งนี้ แผนการตลาดของบริษัทในปีนี้จะขยายฐานลูกค้าในกลุ่มศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ หรือโฮมแคร์ และเนิร์สซิงโฮมให้ขยายตัวเพิ่มขึ้น จากปัจจุบันมีสัดส่วนอยู่ที่ 30% ส่วนกลุ่มโรงพยาบาลมีสัดส่วนที่ 20% และผู้ป่วยทั่วไป 50% โดยจะเพิ่มช่องทางทั้งออฟไลน์ผ่านตัวแทนจำหน่ายทั้งในกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ขณะเดียวกันจะขยายการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าผู้ป่วยทั่วไปโดยเฉพาะในต่างจังหวัดผ่านช่องทางออนไลน์ โดยเฉพาะเว็บไซต์ ลาซาด้า อีเลฟเว่นสตรีท ซ้อปปี รวมถึงวีเลฟซ้อปปีง หลังยอดขายสินค้าผ่านออนไลน์ในปีที่ผ่านมาเติบโตต่อเนื่อง มีสัดส่วนสูงถึง 50% ของยอดขาย โดย

เฉพาะสินค้าเครื่องวัดปริมาณน้ำตาลในเลือด แผ่นรองที่นอน เครื่องวัดความดัน นอกจากนี้ จะนำผลิตภัณฑ์และแบรนด์ของบริษัทสร้างการรับรู้ผ่านงานแฟร์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจผู้สูงอายุ โดยในเดือน ก.ค.นี้ จะร่วมออกบูธในงานอินเตอร์แคร์ เอเชีย เพื่อให้ผู้บริโภครู้จักและเกิดการเจรจาจับคู่ธุรกิจ ตั้งเป้าหมายยอดขายในงานมากกว่า 10 ล้านบาท พร้อมเพิ่มศูนย์บริการหลังการขาย รองรับการขายตัวของสังคมผู้สูงอายุ

สำหรับยอดขายตลอดทั้งปีตั้งเป้าขยายตัว 40-50% เป็นตลาดในประเทศ 90% และส่งออก 10% ไปยังสิงคโปร์ มาเก๊า และสหรัฐอเมริกา ■