

แนวโน้มตลาด กับสังคมผู้สูงอายุ

ปัจจุบัน หลายประเทศทั่วโลกได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วส่วนใหญ่ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุตั้งแต่เมื่อ 50 ปีที่แล้ว ส่วนกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา มีการเพิ่มของประชากรสูงอายุในอัตราที่รวดเร็ว และเริ่มทยอยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ในขณะที่กลุ่มประเทศพัฒนาน้อยที่สุด (Least developed country; LDC) ยังมีเวลาเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมสูงอายุอีกประมาณ 30-40 ปี โดยสังคมผู้สูงอายุนั้นเป็นผลมาจาก เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่มีความก้าวหน้ามากขึ้น ประชาชนหันมาสนใจสุขภาพมากขึ้น ทำให้อัตราการเสียชีวิตลดลง อีกทั้งประชากรส่วนใหญ่แต่งงานช้าลง มีการวางแผนครอบครัวกันมากขึ้น และความรู้ และเทคโนโลยี ในเรื่องการคุมกำเนิดที่แพร่หลายและก้าวหน้ามากขึ้น ภาวะเจริญพันธุ์หรืออัตราการเกิดจึงลดลง

ประเทศไทยมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี เกินกว่าร้อยละ 10 หรือมีประชากรอายุมากกว่า 65 ปี เกินกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไทยได้เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วง 3 - 4 ทศวรรษที่ผ่านมา ทำให้ประเทศเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงวัย ตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ. 2543 - 2544 และจะเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Completed Aged Society) ภายในปี พ.ศ. 2573 เนื่องจากมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี เกินกว่าร้อยละ 20 หรือมีประชากรอายุ 65 ปี เกินกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ สำหรับประเทศในอาเซียนที่ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ได้แก่ สิงคโปร์ และไทย ส่วนประเทศอื่นๆ ยังมีประชากรวัยเด็ก และวัยแรงงานในสัดส่วนที่สูง¹

การเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ รัฐบาลจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในเชิงนโยบายเพื่อรองรับการเติบโตของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยเฉพาะในด้านสวัสดิการสังคม เช่น การรักษาพยาบาล การดูแลผู้สูงอายุ ระบบบำนาญ โครงสร้างพื้นฐานและระบบบริการสาธารณะต่างๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศ

ในส่วนของภาคเอกชนต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับทิศทางการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร ด้วยการพัฒนาสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้สูงอายุให้มากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าขนาดตลาดสินค้าสำหรับกลุ่มผู้สูงอายุในหลายประเทศยังไม่ใหญ่มากนัก แต่ก็มีแนวโน้มการเติบโตสูงในอนาคต ซึ่งประเทศไทยถือว่ามีข้อได้เปรียบในหลายด้าน อาทิ การบริการด้านสุขภาพ ความงาม การท่องเที่ยว และไลฟ์สไตล์ หรือแม้แต่ปัจจัยพื้นฐานอย่างสภาพอากาศ ในขณะที่ด้านอุตสาหกรรมการผลิตที่จะต้องเตรียมความพร้อมเพื่อเข้าสู่ตลาด อาทิ อาหารเพื่อสุขภาพ เครื่องสำอางจากสมุนไพร เครื่องมือแพทย์ เฟอร์นิเจอร์ และวัสดุก่อสร้างสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการตอบสนองลูกค้าในกลุ่มนี้ โดยคุณลักษณะของสินค้าจะต้องออกแบบให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการและข้อจำกัดของผู้สูงอายุ อาทิ เน้นคุณภาพมากกว่าราคา มีความ

¹ Older population and health system: A profile of Thailand. (n.d.). Retrieved October 15, 2015 from World Health Organization: http://www.who.int/ageing/projects/intra/phase_one/alc_intra1_cp_thailand.pdf

ปลอดภัยสูง และต้องใส่ใจเรื่องสุขภาพ รวมถึงการใช้งานที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ไม่ซับซ้อน เช่น ระบบควบคุมที่มี หน้าจอขนาดใหญ่ สามารถอ่านได้ง่าย เป็นต้น

สำหรับในประเทศไทย เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะ กระทรวงพาณิชย์ ได้ดำเนินโครงการ เช่น โครงการ 60+ ซึ่งเป็นโครงการตลาดสินค้าผู้สูงอายุ เพื่อสร้างโอกาสใน แก่ผู้ประกอบการไทยในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศอย่างเบ็ดเสร็จครบวงจร ซึ่งขนาดของตลาดผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ในประเทศพัฒนาแล้วนั้น มีการประมาณการณว่า ขนาดของเม็ดเงินที่ผู้สูงอายุใช้จ่ายนั้น มีมูลค่าประมาณ 1.1 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2013 และคาดว่าจะขยายตัวเป็น 1.7 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2020 คิดเป็น อัตราการเติบโตกว่าร้อยละ 6 ต่อปี หรือคิดเป็นกว่าร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของโลก² ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรจะต้องเร่งพัฒนานวัตกรรมหรือโมเดลธุรกิจใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนอง Megatrend ดังกล่าวจึงจะได้รับประโยชน์จากตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นอย่างเต็มที่

*บทความนี้ตีพิมพ์ในนิตยสาร SME Thailand เรียบเรียงโดยนายณัฐรัฐ อังศุรารักษ์ และคณะ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของคณะทำงาน โครงการการจัดทำยุทธศาสตร์สร้างความเข้มแข็งทางการค้า แผนงานจัดทำยุทธศาสตร์การค้าสินค้าเกษตร อุตสาหกรรม และ บริการ โดยสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ ร่วมกับศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษา สถาบันบัณฑิตฯ ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หรือ Sasin Management Consulting (SMC)

² Siam Commercial Bank. (2014, June 16). EIC Analysis/Interesting Topics. Economic Intelligence Center.