

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
มิถุนายน 2557

เก็บตกจากต่างแดน

สังคมผู้สูงอายุกับ โอกาสธุรกิจที่รออยู่



สังคมผู้สูงอายุเป็นประเด็นทางสังคมและเศรษฐกิจซึ่งเป็นที่สนใจในหลายประเทศ จำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มสัดส่วนขึ้นมากมีสาเหตุสำคัญมาจากคุณภาพทางการแพทย์ที่พัฒนาขึ้นจนส่งผลให้อายุขัยเฉลี่ยของประชากรยืนยาวขึ้น แต่ในทางกลับกัน อัตราการเกิดในประเทศต่าง ๆ กลับลดลง เนื่องจากคนรุ่นใหม่มีบุตรน้อยลงมากเมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อน ส่งผลให้สัดส่วนของประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ปรากฏการณ์ดังกล่าวเกิดขึ้นในเกือบทุกประเทศทั่วโลก และเป็นที่จับตามองเนื่องจากประเทศที่มีผู้สูงอายุในสัดส่วนสูงสะท้อนถึงจำนวนแรงงานที่อาจลดลง ส่งผลต่อศักยภาพการผลิตสินค้าและบริการของประเทศ อีกทั้งรัฐบาลยังมีภาระค่าใช้จ่ายด้านสวัสดิการสำหรับผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น จนอาจกระทบต่อฐานะทางการคลังของประเทศ อย่างไรก็ตาม ในมุมมองของผู้ผลิตสินค้าและบริการ สังคมผู้สูงอายุถือเป็นโอกาสที่ต้องติดตามศึกษาเพื่อพัฒนาสินค้าและบริการให้เข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคของประชากรสูงวัย ซึ่งเป็นผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่คาดว่าจะมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในระยะข้างหน้า โดยลักษณะสำคัญของสังคมผู้สูงอายุที่น่าสนใจ มีดังนี้

ระดับของสังคมผู้สูงอายุ

ก่อนอื่นต้องทำความเข้าใจก่อนว่าประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุเท่าใดจึงจะถือได้ว่าประเทศนั้นก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว ซึ่งสามารถแบ่งเป็นระดับได้ ดังนี้

- **Aging Society** : มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 7 ของประชากรทั้งประเทศ
- **Aged Society** : มีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ หรือมีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งประเทศ

ประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุ*
มากที่สุด 20 อันดับแรก

ประเทศ	สัดส่วน (ร้อยละ)
1 ญี่ปุ่น	32.0
2 อิตาลี	26.9
3 เยอรมนี	26.8
4 บัลแกเรีย	26.1
5 ฟินแลนด์	26.1
6 กรีซ	25.4
7 สวีเดน	25.2
8 โครเอเชีย	24.8
9 โปรตุเกส	24.5
10 ลัตเวีย	24.1
11 เอสโตเนีย	23.9
12 เดนมาร์ก	23.8
13 ฝรั่งเศส	23.8
14 เบลเยียม	23.8
15 ฮังการี	23.7
16 สโลวีเนีย	23.6
17 ออสเตรีย	23.5
18 สาธารณรัฐเช็ก	23.5
19 มอลตา	23.2
20 สวิตเซอร์แลนด์	23.2

หมายเหตุ : * อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป
ที่มา : World Population Aging 2013, United Nations

ประเทศที่มี Healthy Life Expectancy*
สูงที่สุด 5 อันดับแรก

ประเทศ	อายุ
1 ญี่ปุ่น	75
2 ไชล์แลนด์	73
3 สวีเดน	73
4 ออสเตรเลีย	73
5 สวิตเซอร์แลนด์	73

หมายเหตุ : * อายุคาดหวังของประชากร
ในประเทศนั้นโดยที่ยังมีสุขภาพดี
ที่มา : www.helppage.org

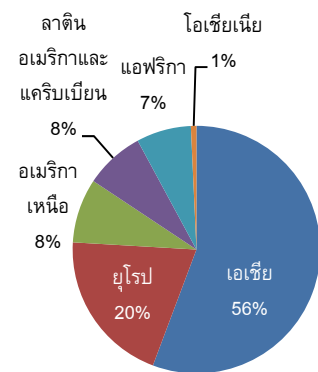
- **Super-Aged Society** : มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไป มากกว่าร้อยละ 20 ของประชากรทั้งประเทศ

ภูมิภาค/ประเทศผู้สูงอายุ

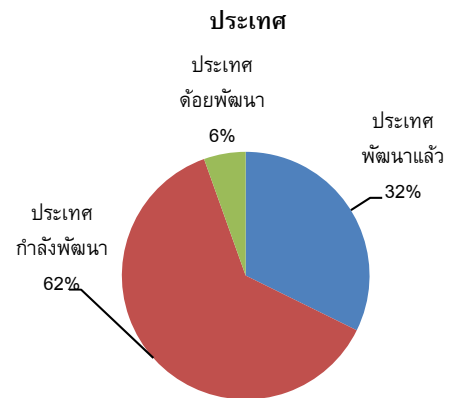
ปรากฏการณ์สังคมผู้สูงอายุเกิดขึ้นในเกือบทุกประเทศทั่วโลก โดยสัดส่วนผู้สูงอายุ (มากกว่า 60 ปีขึ้นไป) ของโลกเพิ่มจากร้อยละ 9.2 ในปี 2533 เป็นร้อยละ 11.7 ในปี 2556 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 21.1 ในปี 2593 โดยจำนวนผู้สูงอายุทั่วโลก จะเพิ่มจาก 841 ล้านคน ในปี 2556 เป็นราว 2 พันล้านคนในปี 2593 ซึ่งหากพิจารณาถึงภูมิภาคหรือประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของสินค้าผู้สูงอายุ มีดังนี้

- ภูมิภาคเอเชียมีจำนวนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก โดยมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี ถึงราว 469 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 56 ของประชากรสูงอายุทั่วโลก ในจำนวนนี้เป็นผู้สูงอายุในจีนถึงราว 230 ล้านคน และในอินเดียอีกราว 100 ล้านคน ส่วนภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีผู้สูงอายุราว 55 ล้านคน
- ญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 32 ของประชากรทั้งประเทศ จึงไม่น่าแปลกใจที่ญี่ปุ่นจะเป็นประเทศที่คนส่วนใหญ่นึกถึงเป็นอันดับแรกเมื่อพูดถึงประเทศผู้สูงอายุ
- กลุ่มประเทศในทวีปยุโรปส่วนใหญ่มีสัดส่วนผู้สูงอายุในระดับสูง สังเกตได้จากประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุมากที่สุดในโลก 20 อันดับแรก ส่วนใหญ่เป็นประเทศในทวีปยุโรป บ่งบอกถึงศักยภาพของการเป็นตลาดสินค้าผู้สูงอายุ

สัดส่วนผู้สูงอายุในแต่ละทวีป



สัดส่วนผู้สูงอายุจำแนกตามระดับการพัฒนา



ที่มา : World Population Aging 2013, United Nations

ตลาดที่มีศักยภาพของสินค้าผู้สูงอายุ

แม้ว่าจีนและอินเดียจะมีผู้สูงอายุจำนวนมาก อย่างไรก็ตามทั้งสองประเทศยังถูกมองข้ามในฐานะของตลาดศักยภาพของสินค้าผู้สูงอายุ เนื่องจากประชากรยังมีรายได้ค่อนข้างต่ำ แต่หากพิจารณาจำนวนผู้สูงอายุจำแนกจากระดับการพัฒนาประเทศ จะพบว่าผู้สูงอายุในประเทศพัฒนาแล้วมีสัดส่วนร้อยละ 32 ของผู้สูงอายุทั่วโลก ซึ่งกลุ่มผู้สูงอายุดังกล่าวต่างหากที่เป็นผู้บริโภคเป้าหมายของผู้ผลิตสินค้าผู้สูงอายุ ทั้งนี้ Euromonitor ได้ทำการศึกษาลตลาดศักยภาพของสินค้าผู้สูงอายุ โดยพิจารณาจาก

ประเทศที่มีสัดส่วนผู้สูงอายุมาก ผู้สูงอายุมีสภาพดี และผู้สูงอายุมีรายได้ในระดับค่อนข้างสูง พบว่ากลุ่มประเทศที่ถือเป็นตลาดที่มีศักยภาพของสินค้าผู้สูงอายุ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐฯ เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี ออสเตรเลีย และสเปน ขณะที่เกาหลีใต้ซึ่งมีสัดส่วนผู้สูงอายุสูงถึงราวร้อยละ 17 แต่จากการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุเกาหลีใต้กลับเป็นกลุ่มประชากรที่ค่อนข้างยากจน

สินค้าและบริการเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุ

สินค้าและบริการด้านสุขภาพเป็นตัวอย่างของสินค้าและบริการลำดับแรกเมื่อนึกถึงตลาดผู้สูงอายุ อายุที่มากขึ้นมักมาพร้อมกับความเสี่ยงจากปัญหาโรคภัยไข้เจ็บ โดยกลุ่มโรคสำคัญในผู้สูงอายุ ได้แก่ โรคหัวใจ โรคเกี่ยวกับกระดูก โรคเกี่ยวกับจิตประสาท และปัญหาในการย่อยอาหาร สินค้าและบริการด้านสุขภาพที่จำเป็นสำหรับผู้สูงอายุจึงเกี่ยวข้องกับการรักษาโรค อาทิ ยารักษาโรค และเครื่องมือทางการแพทย์ รวมไปถึงบริการด้านพยาบาล เช่น โรงพยาบาล และคลินิก เป็นต้น นอกจากนี้ผู้สูงอายุยังมีความต้องการใช้ผลิตภัณฑ์ที่บำรุงสุขภาพมากขึ้น อาทิ วิตามิน และอาหารเสริมสุขภาพ อีกทั้งยังมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมไปบริโภคสินค้าอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เช่น การรับประทานปลาแทนเนื้อสัตว์ และการเพิ่มสัดส่วนผักและผลไม้ในมื้ออาหารมากขึ้น ยิ่งไปกว่านั้น สำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูง พบว่าสินค้าเกษตรอินทรีย์เป็นสินค้าที่มีความต้องการเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้สูงอายุมักมีความกังวลถึงความปลอดภัยของอาหารค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับผู้บริโภควัยอื่น ทั้งนี้ สัดส่วนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นมากเมื่อเทียบกับประชากรทั้งประเทศ แสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุมีแนวโน้มต้องพึ่งพาตนเองสูงขึ้น สินค้าดูแลสุขภาพด้วยตนเองจึงเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้นเช่นกัน อาทิ เครื่องวัดความดัน ชดตรวจน้ำตาลในเลือด และรถเข็น เป็นต้น

สินค้าทั่วไปสามารถพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการและการใช้งานของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยส่วนใหญ่เน้นการแก้ปัญหาข้อจำกัดด้านร่างกายของผู้สูงอายุ จึงควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานง่าย เช่น เบ็ดง่ายไม่ต้องใช้แรงมาก ตัวอักษรหรือตัวเลขเห็นได้ง่าย น้ำหนักเบา และมีขั้นตอนในการใช้งานไม่ซับซ้อน เป็นต้น ตัวอย่างของกลุ่มผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เช่น โทรศัพท์เคลื่อนที่สำหรับผู้สูงอายุที่ใช้งานง่ายและตัวอักษรใหญ่ และบรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภคที่ตัวอักษรใหญ่และอาจมีหีบห่อเล็กลงเพื่อให้มีน้ำหนักเบา ขณะที่กลุ่มสินค้าอาหารก็ควรมีขั้นตอนที่ง่ายและไม่ซับซ้อนในการเตรียมเพื่อรับประทาน และมีปริมาณน้อยลงให้เหมาะสมกับความสามารถในการบริโภคที่ลดลงของผู้สูงอายุ รวมถึงควรเป็นอาหารที่มีเนื้อละเอียดและย่อยง่าย

สำหรับธุรกิจบริการสำหรับผู้สูงอายุ นอกจากบริการรักษาพยาบาลที่ได้กล่าวไปแล้ว ธุรกิจที่เกี่ยวกับการดูแลผู้สูงอายุ อาทิ ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุโดยเฉพาะ ก็มีแนวโน้มขยายตัวดีในอนาคต ตามแนวโน้มที่ผู้สูงอายุจะต้องพึ่งพาตนเองมากขึ้น รวมถึงธุรกิจด้านการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม และบริษัทนำเที่ยวสำหรับผู้สูงอายุ ก็เป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่มีโอกาสขยายตัว เนื่องจากกลุ่มผู้สูงอายุที่มีรายได้ดีใช้เวลาว่างในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้ ไทยก็ถือเป็นประเทศเป้าหมายปลายทางท่องเที่ยว

ที่สำคัญแห่งหนึ่งของโลก จึงเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการเตรียมพร้อม
รองรับนักท่องเที่ยวสูงอายุ ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวสำคัญอย่างจังหวัดเชียงใหม่
ก็กลายเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยสำคัญของกลุ่มผู้สูงอายุญี่ปุ่น ซึ่งย้ายมาไทยเพื่อลดภาระ
ค่าใช้จ่ายในญี่ปุ่นที่อยู่ในระดับสูง

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้
ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการ
ที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด