



K SME Analysis

โอกาสธุรกิจตอบโจทย์ ไลฟ์สไตล์ผู้สูงอายุ... รองรับสังคมผู้สูงอายุของไทย



3 กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

ธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุ

- ✓ กลุ่มมีเงินออมเพียงพอสำหรับการเกษียณ
- ✓ กลุ่ม YOLD และกลุ่มวัยทำงานวางแผนเกษียณอายุล่วงหน้า
- ✓ กลุ่มผู้ดูแลผู้สูงอายุ



ธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุเป็นกลุ่มธุรกิจศักยภาพครอบคลุมจำนวนประชากรผู้สูงอายุในปัจจุบันกว่า 12 ล้านคน และมีโอกาสในการขยายตลาดเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุในอนาคตอันใกล้ โดยประเทศไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ในปี 2567 และกลายเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอดในปี 2575 ซึ่งมีสัดส่วนจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป อยู่ที่ 14% และ 20% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจประชากรสูงอายุของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า มีสัดส่วนผู้สูงอายุเพียง 15% ของผู้สูงอายุทั้งหมดเท่านั้นที่มีเงินออมตั้งแต่ 1 ล้านบาทขึ้นไป ซึ่งเป็นจำนวนเงินขั้นต่ำที่ประเมินว่าเพียงพอสำหรับการใช้ชีวิตหลังเกษียณอย่างน้อย 10 ปี ส่งผลให้ธุรกิจต้องเผชิญสภาวะการแข่งขันที่เข้มข้น ดังนั้นธุรกิจจึงจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองไขทางเศรษฐกิจและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้สูงอายุในอนาคต รวมทั้งมุ่งเน้นการขยายตลาดไปสู่กลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพเพิ่มเติม

อย่างไรก็ดี จากการศึกษาของ Nielsen ชี้ให้เห็นว่า ประชากรกลุ่ม Young Old (YOLD) ช่วงอายุ 55-59 ปี จำนวนประมาณ 5 ล้านคน ในปี 2563 จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในอนาคต เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มี Active Lifestyle ให้คุณค่ากับคุณภาพของสินค้าและบริการ ซึ่งสะท้อนถึงแนวโน้มกำลังซื้อที่น่าจะเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีโอกาสในการขยายตลาดไปยังกลุ่มวัยทำงานที่เตรียมวางแผนเกษียณล่วงหน้า อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป รวมถึงกลุ่มผู้ดูแลผู้สูงอายุ เช่น บุตรหลานที่อาศัยอยู่ร่วมกับผู้สูงอายุ แต่อาจมีเวลาน้อยที่จะดูแลด้วยตนเอง กล่าวโดยสรุป กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุ แบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก คือ 1) กลุ่มผู้สูงอายุที่มีเงินออมเพียงพอสำหรับการเกษียณ 2) กลุ่ม YOLD และกลุ่มวัยทำงานที่เตรียมวางแผนเกษียณอายุไว้ล่วงหน้า ในช่วงอายุ 45-59 ปี และ 3) กลุ่มผู้ดูแลผู้สูงอายุ บุตรหลานที่อาจมีเวลาน้อยในการดูแลด้วยตนเอง

4 ธุรกิจศักยภาพ ที่น่าจับตา

- ✓ ที่อยู่อาศัย
- ✓ อาหารและอาหารเสริม
- ✓ ของใช้ในชีวิตประจำวัน
- ✓ กิจกรรมนอกบ้าน



ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า เม็ดเงินในตลาดสินค้าและบริการของผู้สูงอายุ ครอบคลุมรายได้ของสินค้าและบริการทุกหมวด คาดว่าจะอยู่ที่ 9.2-9.3 แสนล้านบาท ในปี 2575 ที่ไทยจะเป็นสังคมผู้สูงอายุระดับสุดยอด สะท้อนถึงโอกาสของธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุ ซึ่งนอกเหนือจากธุรกิจสถานพยาบาลดูแลผู้สูงอายุและธุรกิจการแพทย์เพื่อสูงอายุแล้ว ยังมีธุรกิจศักยภาพที่อยู่ในทุกกิจกรรมชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ ตั้งแต่ที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุ ของใช้ในชีวิตประจำวันที่ส่งเสริมสุขภาพและความปลอดภัย ไปจนถึงกิจกรรมนอกร้านสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีการออกแบบเพื่อตอบโจทย์พฤติกรรมผู้สูงอายุ ภายใต้เงื่อนไขการซื้อขายและราคาที่เหมาะสม โดยธุรกิจที่น่าสนใจ ได้แก่

1) **ธุรกิจที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุ** : เนื่องจากสภาพตลาดในปัจจุบันที่อยู่อาศัยผู้สูงอายุส่วนใหญ่ยังเน้นไปที่กลุ่มผู้สูงอายุ Luxury และ Upper Class เป็นหลัก ทำให้ยังมีตัวเลือกไม่มากนักสำหรับกลุ่มที่มีเงินออมเพียงพอ แต่มีกำลังซื้อรองลงมาที่ราคาซื้อสิทธิ์เพื่อเช่าอยู่ เมื่ออายุถึงเกณฑ์ที่โครงการกำหนด ไม่เกิน 2.5 ล้านบาทต่อหน่วย ซึ่งน่าจะเน้นไปที่กลุ่มผู้สูงอายุที่เน้นการเข้าพักอาศัยหลังเกษียณ พร้อมกับบริการทางการแพทย์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแบบครบวงจร มากกว่าความเป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์ที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม เงื่อนไขสำคัญในการเลือกซื้อขึ้นอยู่กับ 2 ปัจจัย คือ

- การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้สูงอายุว่าจะได้รับบริการต่อเนื่องตามความต้องการและเงื่อนไขสุขภาพที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงอายุ (Continuing Care) เช่น กรณีที่ผู้สูงอายุเกิดเจ็บป่วยและต้องกลายเป็นผู้ป่วยติดเตียง จำเป็นต้องมีแพคเกจบริการและระบบจัดการความต้องการที่ยืดหยุ่นได้ภายใต้เงื่อนไขสัญญาที่ได้ตกลงไว้ล่วงหน้า เพื่อเป็นหลักประกันให้กับผู้สูงอายุตลอดระยะเวลาการเข้าพัก

- การปรับกลยุทธ์การตลาดและจัดหาผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่จะช่วยเพิ่มความสามารถในการซื้อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าถึงที่อยู่อาศัย โดยการขยายกลุ่มลูกค้าไปสู่กลุ่มวัยทำงานอายุ 45 ปีขึ้นไป ที่ต้องการวางแผนที่อยู่อาศัยเพื่อการเกษียณล่วงหน้า และนำเสนอรูปแบบการซื้อสิทธิ์การเข้าพักแบบผ่อนชำระจนกว่าจะเช่าอยู่เพื่อลดความเสี่ยงกรณีที่ต้องจ่ายเป็นเงินก้อนครั้งเดียว ซึ่งจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่ไปกับการมีผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่ออกแบบมาเพื่อช่วยผู้สูงอายุในการวางแผนการออมสำหรับการเข้าถึงที่อยู่อาศัยและการใช้ชีวิตหลังเกษียณได้เพียงพอ

2) **ธุรกิจอาหาร อาหารเสริม และของใช้ส่วนตัวสำหรับผู้สูงอายุ** : ผู้สูงอายุเป็นกลุ่มที่ต้องใส่ใจในการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและเป็นไปตามหลักโภชนาการแล้ว รูปแบบอาหารยังต้องมีความเฉพาะตัว เช่น ขนาดพอดีคำ มีสัมผัสอ่อนนุ่ม เคี้ยวง่ายเพื่อลดความเสี่ยงจากการสำลัก ในขณะเดียวกันกลุ่มผู้สูงอายุรุ่นใหม่หันมาเลือกซื้ออาหารเสริมและของใช้ส่วนตัวเพื่อเสริมสุขภาพ/ชะลอวัยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอาหารเสริมแบบแคปซูล ผงสำเร็จรูป ผสมเครื่องดื่มและอาหาร เครื่องสำอางที่ช่วยลดเลือนริ้วรอย รวมถึงผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวันอย่างผ้าอ้อมผู้ใหญ่ ผลิตภัณฑ์ติดและทำความสะอาดฟันปลอม นอกจากสรรพคุณและลักษณะของสินค้าแล้ว การอำนวยความสะดวกในการซื้อสินค้าแบบ Personalized ที่ยืดหยุ่นตามความต้องการเฉพาะบุคคล จะช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อได้มากขึ้น เช่น มีบริการจัดโปรแกรมอาหารที่เหมาะสมกับเงื่อนไขสุขภาพของผู้สูงอายุแต่ละคน แบ่งปริมาณอาหารให้พอดีกับมืออาหาร ง่ายต่อการหยิบใช้ พร้อมรับประทานหรือปรุงได้ง่าย ไม่ต้องผ่านขั้นตอนที่ซับซ้อน รวมถึงการให้บริการขนส่งถึงบ้านแบบ Door-to-door Delivery โดยสามารถเลือกชำระเงินออนไลน์หรือเก็บเงินปลายทางได้ มีระบบคาดการณ์การใช้สินค้าเพื่อแจ้งเตือนให้ทำการสั่งซื้อสินค้าได้ล่วงหน้า ทำให้ผู้สูงอายุไม่ต้องเดินทางออกไปซื้อสินค้าเอง และลดความเสี่ยงที่จะบาดเจ็บจากการยกของหนัก

3) **ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และของใช้ในบ้าน** : สำหรับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่คนเดียวหรือใช้ชีวิตคนเดียวในช่วงเวลาที่สมาชิกในครอบครัวต้องออกไปทำงาน การสร้างสภาพแวดล้อมภายในบ้านที่ปลอดภัยที่ช่วยให้ผู้สูงอายุดูแลตัวเองได้ ทั้งการออกแบบพื้นที่ในบ้าน ใช้ทางลาดแทนบันไดและไม่มีธรณีประตูคั่นระหว่างห้อง ควบคู่ไปกับการติดตั้งวัสดุอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น ราวจับช่วยพยุง วัสดุกันลื่น ไฟนำทางเดินตอนกลางคืน นอกจากนี้ปัจจุบันยังมีเทคโนโลยีที่จะช่วยติดตามการใช้ชีวิตของผู้สูงอายุได้แบบ real-time ผ่านการเชื่อมต่อระหว่าง Wearable device ที่ผู้สูงอายุสวมและกล้องแสดงภาพ ซึ่งการออกแบบให้ใช้งานง่ายและสอดคล้องกับวิถีชีวิตของทั้งผู้สูงอายุและสมาชิกในครอบครัวน่าจะเป็นจุดขายสำคัญของสินค้า เช่น การออกแบบวัสดุอำนวยความสะดวกภายในบ้านน่าจะเน้นไปที่ฟังก์ชันการใช้งานแบบ Mixed-use ที่สมาชิกในครอบครัวใช้งานร่วมกันได้ ตกแต่งแล้วกลมกลืนกับที่อยู่อาศัยเดิมได้ ส่วนอุปกรณ์ติดตามดูแลผู้สูงอายุจะต้องใช้งานง่าย เชื่อมต่อผ่านระบบ IoT (Internet of Things) ให้ผู้ดูแลได้รับสัญญาณเตือนเมื่อเกิดเหตุผิดปกติ

4) **ธุรกิจบริการและกิจกรรมสันทนาการสำหรับผู้สูงอายุ** : การจัดหาบริการต่างๆ แบบ Home Delivery ทั้งบริการทำความสะอาด ตัดผม สปา โปรแกรมออกกำลังกาย และตรวจสุขภาพถึงบ้าน น่าจะได้รับความนิยมมากขึ้นเนื่องจากมีความเป็นส่วนตัวและสามารถเลือกรูปแบบบริการที่ต้องการได้เฉพาะ ในช่วงเวลาที่สะดวกตามต้องการ นอกจากนี้ กิจกรรมนอกสถานที่อย่างทัวร์ผู้สูงอายุที่เหมาะสมกับกลุ่ม YOLD ซึ่งมีกำลังซื้อค่อนข้างสูง โดยรูปแบบการท่องเที่ยวอาจเน้นไปที่ทัวร์แบบ Wellness / Medical Tourism เน้นโปรแกรมการดูแลสุขภาพ หรือทัวร์แบบวัฒนธรรม Cultural Tourism เยี่ยมชมสถานที่ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตท้องถิ่น โดยปัจจัยสำคัญในการบริการจะอยู่ที่การดูแลความปลอดภัยในการเดินทางของผู้สูงอายุ ซึ่งจะต้องจัดให้มีผู้ดูแลทั่วไปอย่างทั่วถึง รวมทั้งมีผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์เดินทางไปด้วย ราคาทัวร์รวมประกันอุบัติเหตุกรณีฉุกเฉิน เพื่อสร้างความมั่นใจในการเดินทาง

