

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
พฤศจิกายน 2558

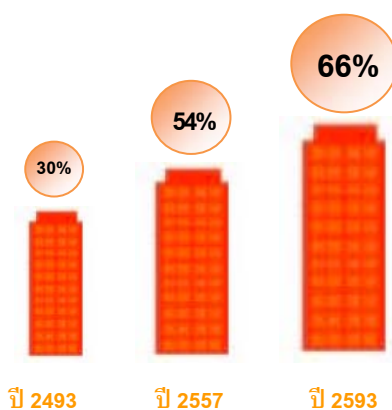
เก็บตกจากต่างแดน

รู้เท่าทันเทรนด์ Urbanization โลก ... โอกาส ต่อยอดในหลากหลายธุรกิจ



ที่มา : www.kriengsak.com/Urban%20World

สัดส่วนประชากรโลกที่อาศัยในเขตเมือง



ที่มา : World Urbanization Prospects The 2014 Revision

“เก็บตกจากต่างแดน” ฉบับนี้จะขอนำท่านผู้อ่านมาทำความรู้จักกับเทรนด์ **Urbanization** หรือ **สังคมเมือง** ซึ่งเป็นหนึ่งใน Mega Trends สำคัญของโลก ที่เกิดจากการรวมตัวของผู้คนจำนวนมากจนกลายเป็นชุมชนเมืองขนาดใหญ่หรือเกิดจากการกระจายความเจริญของเมืองจากเมืองศูนย์กลางออกไปยังเมืองอื่นๆ

ล่าสุดรายงาน World Urbanization Prospects The 2014 Revision ระบุว่า ปัจจุบันประชากรราวครึ่งหนึ่งของประชากรโลกอาศัยอยู่ในเขตเมือง และคาดว่าจะมีส่วนดังกล่าวจะสูงถึงร้อยละ 66 ในปี 2593 เทียบกับเมื่อราว 70 ปีก่อนที่ประชากรโลกอาศัยอยู่ในชุมชนเมืองเพียงร้อยละ 30 ทั้งนี้ ภูมิภาคที่มีแนวโน้มการขยายตัวของเมืองสูงสุด คือ เอเชีย และแอฟริกา สาเหตุสำคัญที่ทำให้สังคมเมืองขยายตัว ส่วนหนึ่งเกิดจากประชากรอพยพมาอาศัยในเมืองมากขึ้นเพราะต้องการแสวงหารายได้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในอีกแง่หนึ่งเกิดจากนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจของหลายประเทศที่มุ่งเน้นกระจายความเจริญสู่ชนบท อาทิ รัฐบาลจีนใช้นโยบาย Go West Policy ซึ่งเน้นพัฒนาเมืองที่ตั้งอยู่ทางฝั่งตะวันตกของประเทศ ส่งผลให้มีชุมชนเมืองใหม่ๆ เกิดขึ้นจากเดิมที่ชุมชนเมืองในจีนกระจุกตัวอยู่เฉพาะทางฝั่งตะวันออกของประเทศเป็นหลัก

ทั้งนี้ อิทธิพลของเทรนด์ Urbanization มีแนวโน้มที่จะทำให้เกิดรูปแบบของการใช้ชีวิต พฤติกรรมการบริโภคสินค้าและบริการ แตกต่างจากรูปแบบเดิมๆ ที่เน้นเพื่อการยังชีพและอาจจะส่งผลกระทบต่อสภาพสังคมและเศรษฐกิจโลกในระยะข้างหน้า ดังนั้น การรู้เท่าทันเทรนด์ Urbanization ซึ่งปัจจุบันเริ่มปรากฏชัดขึ้น และเห็นการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นบ้างแล้วจะมีส่วนช่วยผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs ในการเตรียมรับมือและปรับตัวไปพร้อมๆ กับการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น

10 เมืองที่คาดว่าจะมีประชากร
อาศัยหนาแน่น* ในปี 2573

เมือง*	ประเทศ	ประชากร ปี 2573 (พันคน)
1. Tokyo	ญี่ปุ่น	37,190
2. Delhi	อินเดีย	36,060
3. Shanghai	จีน	30,751
4. Mumbai	อินเดีย	27,797
5. Beijing	จีน	27,706
6. Dhaka	บังกลาเทศ	27,374
7. Karachi	ปากีสถาน	24,838
8. Cairo	อียิปต์	24,502
9. Lagos	ไนจีเรีย	24,239
10. Mexico City	เม็กซิโก	23,865

หมายเหตุ : *เมืองที่มีประชากรมากกว่า 5 ล้านคน
ที่มา : World Urbanization Prospects The 2014 Revision

โฉมหน้าผู้บริโภคนในเมืองใหญ่ของโลก ... กระจุกตัวในอินเดียและจีน

ในช่วงปี 2557-2593 คาดว่าอินเดียจะเป็นประเทศที่มีประชากรอาศัยในเขตเมืองเพิ่มขึ้นมากที่สุดของโลกถึง 404 ล้านคน รองลงมา คือ จีน 292 ล้านคน และไนจีเรีย 212 ล้านคน ขณะที่หากพิจารณาแยกเป็นรายประเทศพบว่า ในปี 2573 จีนเป็นประเทศซึ่งมีเมืองขนาดใหญ่ที่มีประชากรมากกว่า 5 ล้านคนถึง 17 เมือง อาทิ Shanghai, Beijing, Chongqing, Guangzhou และ Tianjin เป็นต้น และอินเดียมี 9 เมือง อาทิ Delhi, Mumbai, Kolkata, Bangalore, Chennai เป็นต้น ดังนั้น การผลิตสินค้าและบริการเพื่อเน้นส่งออกไปยังเมืองและประเทศกลุ่มดังกล่าว คาดว่าจะช่วยกระตุ้นมูลค่าการค้าให้เพิ่มขึ้น

3 Lifestyles สังคมเมือง ... โอกาสต่อยอดในหลากหลายธุรกิจ

เพื่อให้เห็นภาพชัดขึ้นและจุดประกายความคิดให้ผู้ประกอบการสามารถนำไปวางแผนการผลิตและการตลาดได้อย่างเหมาะสมต่อไป จะขอยกตัวอย่าง Lifestyles สำคัญ 3 ประการของสังคมเมือง ตลอดจนธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหรือบริการที่กำลังได้รับความนิยม ดังนี้

- ❖ **กระแสวิถีชีวิตที่เร่งรีบ** ผู้บริโภคที่อาศัยในเมืองใหญ่ของโลกต้องปรับตัวให้เข้ากับการใช้ชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ ทั้งการทำงานที่ต้องแข่งกับเวลา รวมถึงหลายประเทศยังต้องเผชิญกับปัญหาจราจรติดขัด ดังนั้น การเลือกซื้อ**อาหารพร้อมรับประทาน (Ready to Eat) และอาหารพร้อมปรุง (Ready to Cook)** แทนการซื้ออาหารสดกลับไปประกอบเองที่บ้านจึงตอบโจทย์ผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ดี โดยเฉพาะในแง่ของความสะดวกและสามารถอุ่นรับประทานได้ทันที อีกทั้งปัจจุบันอาหารประเภทดังกล่าวยังมีให้เลือกหลากหลาย ทั้งอาหารคาวและอาหารหวาน จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดผู้ประกอบการไทยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ข้าวปรุงสุกบรรจุซองที่สามารถรับประทานได้ทันที โดยไม่ต้องอุ่น มีหลายเมนูให้เลือก เช่น ข้าวผัด ข้าวพะแนง ซึ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในเมืองได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ การที่ผู้บริโภคในเมืองใหญ่ของโลกนิยมนัดเจรจาธุรกิจ และสังสรรค์กับเพื่อน ในระหว่างพักจากการทำงาน หรือรับประทานอาหารกับครอบครัวในวันหยุด ส่งผลให้**ธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร** มีแนวโน้มขยายตัวดีเช่นกัน

โอกาสทางธุรกิจ : **สินค้าอาหารและขนมหวานไทยบรรจุกล่องหรือถุงพร้อมรับประทาน** ขณะที่**ธุรกิจภัตตาคาร ร้านอาหารไทย และโรงเรียนสอนทำอาหารไทย** มีโอกาสขยายตัวตามความนิยมบริโภคอาหารไทยในกลุ่มผู้บริโภคนานาชาติ

ลักษณะอาหารประเภท Clean Food



ที่มา : <http://www.bkkmenu.com/uploads/content/img/gallery/1100x755/-Cleanfood-24.jpg>

❖ **กระแสใส่ใจดูแลสุขภาพและคำนึงถึงภาพลักษณ์** สภาพการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันที่เร่งรีบ ทำให้พบว่าบ่อยครั้งผู้บริโภคนิยมรับประทานอาหารประเภท Fast Food ระหว่างพักทำงาน ซึ่งเป็นอาหารที่มีแป้ง น้ำตาล และไขมันเป็นส่วนประกอบสูง เมื่อประกอบกับขาดการพักผ่อนและการออกกำลังกายอย่างเหมาะสม โรคต่างๆ จึงเกิดขึ้นตามมา โดยเฉพาะโรคในกลุ่ม Non-Communicable Diseases หรือ NCDs ทั้งโรคเบาหวาน โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคมะเร็ง สภาพการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ปัจจุบันประชากรในเมืองใหญ่หันมาใส่ใจดูแลสุขภาพของตนเองมากขึ้น โดยหันมาเลือกรับประทานอาหาร **Clean Food** (อาหารที่ไม่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งด้วยสารเคมี หรือผ่านกระบวนการแปรรูปน้อยที่สุด เพื่อรักษาสารอาหารสำคัญทั้งวิตามินและเกลือแร่ที่จำเป็นต่อร่างกายไว้) อีกทั้งปัจจุบันพบว่าสุขภาพบุรุษที่อาศัยในเมืองใหญ่ของโลกหันมาดูแลสุขภาพลักษณะของตนเองมากขึ้น จากเดิมที่ลักษณะดังกล่าวมักพบเฉพาะในสุภาพสตรีเท่านั้น ทำให้เกิดกลุ่มผู้บริโภคที่มีศักยภาพกลุ่มใหม่คือ **“Metrosexual”** ซึ่งเป็นลักษณะของสุขภาพบุรุษที่ใส่ใจดูแลรูปร่าง ใบหน้า และผิวพรรณให้ดูดีอยู่เสมอ ทำให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เสริมความงามแบรนด์ดังของโลก หันมาเน้นทำตลาดกับบุรุษกลุ่มนี้มากขึ้น อาทิ น้ำหอม โฟมล้างหน้า ครีมกันแดด ครีมบำรุงผิวที่เข้ากับสภาพผิวของสุขภาพบุรุษโดยเฉพาะ และด้วยศักยภาพของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว ล่าสุดผู้ประกอบการไทยออกผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าที่มีส่วนช่วยดูดซับความมันบนใบหน้าของสุขภาพบุรุษเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าสุขภาพบุรุษโดยเฉพาะ

โอกาสทางธุรกิจ : ธุรกิจโรงพยาบาล คลินิกเสริมความงาม คลินิกลดน้ำหนัก สถานออกกำลังกาย สินค้าเพื่อสุขภาพที่มีศักยภาพในการขยายตัว อาทิ วิตามิน อาหารเสริม อาหารว่าง (Snack Bar) ที่มีัญพืชเป็นส่วนประกอบสำคัญ เครื่องดื่ม Functional Drink อาทิ ประเภทที่มีส่วนผสมของ Collagen ซึ่งมีสรรพคุณช่วยบำรุงผิวจากภายใน เครื่องดื่ม Energy Drink เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์บำรุงผิว

บรรยากาศใน Cat Café



ที่มา : http://odni.condenast.co.uk/810x540k_n/Katy-perry_glamour_24feb14_wenn_b_810x540.jpg

❖ **กระแสนิยมเลี้ยงสัตว์เป็นเพื่อนคลายเหงา** โดยเฉพาะสุนัข แมว และปลาสวยงาม ล่าสุด Euromonitor เปิดเผยว่าชาวอเมริกันซึ่งประชากรส่วนใหญ่อาศัยในเขตเมืองนิยมเลี้ยงแมวเป็นสัตว์เลี้ยงสูงถึงร้อยละ 33 รองลงมาเป็นสุนัข และปลา ด้วยสัดส่วนร้อยละ 32 และร้อยละ 26 ตามลำดับ ส่วนหนึ่งเป็นเพราะผู้บริโภคที่อาศัยในเมือง นิยมแยกออกมาเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น ขาดการพบปะพูดคุยกับคนรอบข้าง ทำให้การเลี้ยงสัตว์ไว้เป็นเพื่อนเป็นทางเลือกที่เหมาะสมกับคนเมืองเป็นอย่างดี ทั้งนี้ ธุรกิจ **Cat Café** เป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ในเมืองใหญ่ของโลก อาทิ นิวยอร์ก ลอนดอน และสิงคโปร์ เพื่อเอาใจกลุ่มผู้ชื่นชอบแมวเป็นพิเศษ โดยผู้ใช้บริการ **Cat Café** สามารถเข้ามานั่งรับประทานหรือเครื่องดื่มไปพร้อมกับเล่นกับแมวภายในร้านและยังเป็นสถานที่ที่คนรักแมวนิยมมาแลกเปลี่ยนประสบการณ์การเลี้ยงแมวอีกด้วย

**โอกาสทางธุรกิจ : ธุรกิจโรงพยาบาลสัตว์ ฟาร์มเพาะพันธุ์สัตว์ สถานที่ฝึก
สัตว์เลี้ยง และร้านตัดแต่งขนสัตว์ รวมถึงสินค้าอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง
เสื้อผ้า และเครื่องประดับสำหรับสัตว์เลี้ยง**

ผู้ประกอบการที่สนใจจะผลิตและจำหน่ายสินค้าเพื่อเจาะลูกค้า
กลุ่ม Urbanization ควรเรียนรู้ช่องทางการประสัมพันธ์สินค้าที่เข้ากับการ
ดำเนินชีวิตของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว โดยเฉพาะสื่อ Social Media ซึ่งเป็น
ช่องทางของผู้บริโภคยุคใหม่ควบคู่ไปกับการทำความเข้าใจวัฒนธรรม
ประเพณี และความเชื่อของแต่ละประเทศ ซึ่งจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือก
ซื้อสินค้าของแต่ละประเทศที่แตกต่างกันออกไปด้วย

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้
ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจาก
การที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด