

کسب و کار شما آماده پیرشدن جمعیت هست؟



رشد | استراتژی‌های کسب‌وکار | شهریورماه ۱۴۰۴

محتوایی که خواهیم خواند:

پیر شدن جمعیت | توسعه کسب‌وکار | مشتریان سالخورده

زمان مطالعه: ۵ دقیقه

کسب و کار شما آماده پیرشدن جمعیت هست؟

در ۲۵ کشور از آن‌ها، نیمی از جمعیت بالای ۴۵ سال خواهند داشت. از بسیاری جهات ممکن است آینده را نامشخص بدانیم؛ اما برخلاف تحولات فناورانه، سیاسی یا اقتصادی، روندهای جمعیتی بسیار قابل پیش‌بینی‌اند. پیر شدن جمعیت تقریباً اجتناب‌ناپذیر است و تأثیری چشمگیر بر نیروی کار جهانی، بازارها و آینده اشتغال خواهد گذاشت. این واقعیت برای رهبران کسب‌وکار پیامدهای مهمی دارد.

بر اساس آخرین گزارش‌های سازمان ملل، دو سوم جمعیت جهان در کشورهای زندگی می‌کنند که نرخ باروری آن‌ها پایین‌تر از نرخ جایگزینی است، در حالی که میانگین طول عمر افراد همچنان رو به افزایش است. این به آن معناست که بسیاری از افراد به سرعت در حال پیر شدن هستند و به‌زودی شروع به کوچک شدن خواهند کرد. در آغاز این قرن، ۳۲ کشور دارای میانگین سنی بالای ۳۵ سال بودند. تا پایان این دهه، این رقم بیش از دو برابر خواهد شد.

”

پیر شدن جمعیت تقریباً اجتناب‌ناپذیر است و تأثیری چشمگیر بر نیروی کار جهانی، بازارها و آینده اشتغال خواهد گذاشت. این واقعیت برای رهبران کسب‌وکار پیامدهای مهمی دارد.

“

۱. نیروی کار سالخورده

به دلیل کاهش نرخ باروری، کشورهای مانند چین، کانادا، ایتالیا و بسیاری دیگر هر سال با ورود تعداد کمتری از افراد جوان به نیروی کار مواجه هستند. در نتیجه، شرکت‌ها بیش از پیش از کارکنان مسن می‌خواهند مدت بیشتری در کار بمانند. این امر مستلزم سرمایه‌گذاری فزاینده در آموزش و توسعه مهارت‌های جدید برای این کارکنان و همچنین اقدامات ایمنی و دسترس‌پذیری است؛ برای نمونه، استفاده از اسکلت‌های بیرونی پوشیدنی که امکان بلند کردن ایمن بارهای سنگین را در مزارع و کارخانه‌ها برای کارگران مسن فراهم می‌کند.

علاوه بر این، با سخت‌تر شدن یافتن استعدادهای جوان‌تر، بسیاری از شرکت‌ها برای جایگزینی یا تقویت برخی از نقش‌ها به سمت اتوماسیون روی آورده‌اند. شماری از شرکت‌ها شروع به توسعه ابزارهای «نیروی کار دیجیتال» کرده‌اند که فروشندگان مجازی، نمایندگان خدمات مشتری و حتی همراهانی برای افراد مسن را ارائه می‌دهند. با توجه به رشد قابلیت‌های هوش مصنوعی و تغییرات روندهای جمعیتی، این فناوری‌های جدید پتانسیل تبدیل شدن به بخش فزاینده‌ای از نیروی کار مدرن را دارند.



طی دهه گذشته، جمعیت بالای ۷۰ سال جهان ۶۲۷ میلیون نفر افزایش یافته و از ۵٪ از کل جمعیت به ۱۲٪ رسیده است. در یک دهه آینده، حدود ۱/۳ میلیارد نفر روی زمین بیش از ۷۰ سال خواهند داشت. این به معنای فرصت‌های بی‌نظیری برای محصولات و خدماتی است که به این جمعیت سالخورده خدمت‌رسانی می‌کنند. شرکت‌های آینده‌نگر می‌توانند از این فرصت فراتر از یک موقعیت تجاری جذاب بهره ببرند. سالمندان در سال‌های پیش رو، قرار است بازارهای مصرف و سرمایه را شکل دهند. بر اساس گزارش‌ها بنظر

می‌رسد جمعیت بالای ۶۰ سال، که یکی از معدود موتورهای رشد اقتصادی جهانی است، در مسیر تولید نیمی از کل رشد مصرف شهری بین سال‌های ۲۰۱۵ تا ۲۰۳۰ قرار دارد. آشکارترین بخش برای رشد، مراقبت‌های سلامتی است، جایی که تقاضا برای داروهای سالمندی، مراقبت‌های اولیه و تخصصی، و محصولات مرتبط مانند دستگاه‌های اندازه‌گیری قند خون یا الکتروکاردیوگرام‌های پوشیدنی، به رشد خود ادامه خواهد داد. در حالی که امید به زندگی افزایش یافته، در بسیاری از نقاط امید به زندگی سالم عقب افتاده است، به

این معنی که یافتن راه‌هایی برای حمایت از سلامت و رفاه این جمعیت رو به رشد فقط یک فرصت تجاری نیست، بلکه برای سیاست‌گذاران و رهبران دولتی نیز حیاتی خواهد بود.

تحقیقات نشان می‌دهد که سالمندان در ۱۱۹ از ۱۲۳ دسته کالاهای مصرفی بسته‌بندی‌شده، بیشترین سهم را در هزینه‌کرد دارند، بیشتر از هر گروه سنی دیگری در فروشگاه‌های مواد غذایی هزینه می‌کنند، خودروهای نو بیشتری می‌خرند و ۸۰ درصد از سفرهای لوکس را به خود اختصاص می‌دهند. این گروه جمعیتی مشتاق به هزینه کردن برای حمل‌ونقل، سرگرمی، غذا و نوشیدنی است و یک بازار هدف عظیم برای ایده‌ها و نوآوری‌های تازه محسوب می‌شود. فراتر از مراقبت‌های سلامتی و کسب‌وکارهایی که تمرکز خاصی بر سالمندان دارند، پیر شدن مشتریان ممکن است پیامدهایی برای طیف گسترده‌ای از صنایع نیز داشته باشند. به عنوان مثال، در حوزه املاک و مستغلات،

صاحب‌خانه‌های سالخورده ممکن است به دنبال کوچک کردن خانه خود باشند، یا فرزندان بزرگسال ممکن است به دنبال خرید خانه‌هایی با فضای کافی برای نگهداری والدین سالخورده باشند. برای اطلاعات بیشتر در زمینه [سرمایه‌گذاری خصوصی و آینده مسکن سالمندان](#)، این وبلاگ را مطالعه فرمایید.

صنعت خدمات مالی همیشه به افراد مسن، به‌ویژه کسانی که برای بازنشستگی برنامه‌ریزی می‌کنند، خدمات ارائه داده است. با آماده شدن مشتریان برای زندگی‌های طولانی‌تر، بازنشستگی همچنان یک محرک قوی برای رشد باقی می‌ماند. اما بازار مالی برای کارگران و کارآفرینان مسن نیز به سرعت در حال گسترش است. این بخش از بازار طول عمر، که توسط دارایی‌های مالی تحت کنترل سرمایه‌گذاران مسن هدایت می‌شود، به سادگی قابل چشم‌پوشی نیست. افراد ۶۰ سال به بالا بیشترین ثروت را در سراسر جهان در اختیار دارند.



۳. تغییر هنجارهای بازنشستگی

در زمینه بازنشستگی، انتظارات از مدت کار الزماً با طول عمر هم‌خوانی ندارد. مثلاً ژاپن از نظر سنی «مسن‌ترین» کشور جهان است (حدود ۳۷ میلیون نفر از ۱۲۳ میلیون نفر جمعیت ژاپن)، در حالی که در فرانسه فقط ۲۲٪ جمعیت بالای ۶۵ سال‌اند. انتظار می‌رود نسبت بیشتری از جمعیت ژاپن در دوران بازنشستگی باشند، اما در واقع، ترکیبی از تفاوت‌ها در فرهنگ‌های کاری، قراردادهای اجتماعی بین دولت‌ها و شهروندان، و مجموعه‌ای از قوانین و سیاست‌ها به این معنی است که میانگین سن بازنشستگی در فرانسه ۱۰ سال کمتر از ژاپن است: ۶۱ سال در مقابل ۷۱ سال. در نتیجه، حدود ۲۹٪ از نیروی کار فرانسه

به طور مؤثر بازنشسته شده‌اند، در حالی که این رقم در ژاپن تنها ۲۴٪ است. بسیاری از سالمندانی که هنوز آماده بازنشستگی نیستند، به «نیمه‌بازنشستگی» علاقه نشان داده‌اند. در یک نظرسنجی از نسل بیبی‌بومرهای شاغل، اکثریت خواهان شکلی از نیمه‌بازنشستگی بودند: ۷۹٪ علاقه‌مند به برنامه کاری منعطف، ۶۶٪ مایل به نقش مشاوره‌ای و ۵۹٪ خواهان ساعات کاری کمتر. اما تنها یک‌پنجم گفتند کارفرمایان چنین گزینه‌هایی را ارائه می‌دهد. این شکاف نشانگر فرصتی بزرگ برای کارفرمایان است تا با مسیرهای شغلی غیرسنتی در جذب استعداد تمایز ایجاد کنند.

۴. جابه‌جایی بازارهای جهانی

در نهایت، باید دانست بسیاری از تصورات ما در مورد ترکیب جمعیتی کشورهای مختلف ممکن است قدیمی شده باشند. در آغاز قرن، ژاپن، ایتالیا و آلمان از مسن‌ترین کشورها بودند؛ امروز تایلند و کوبا نیز به همان اندازه پیر هستند و ایران، کویت، ویتنام و شیلی نیز به سرعت به آن‌ها نزدیک می‌شوند. در یک دهه آینده، ورود گروه‌های کوچک‌تر جوانان به بازار کار و مصرف، میانگین سنی این کشورها را باز هم افزایش خواهد داد.

این ملاحظات هنگام شناسایی بازارهای جدید برای سرمایه‌گذاری حیاتی هستند. واکنش کشورها به این تغییرات متفاوت خواهد بود و مدیران کسب‌وکار باید علاوه بر روند جمعیتی، واکنش احتمالی دولت‌ها را نیز بسنجند. رویکرد یک کشور

برای مدیریت جمعیت سالخورده خود می‌تواند بر ظرفیت آن به‌عنوان منبع استعداد یا بازار مصرف اثر چشمگیر و ظریف بگذارد.

برای بیشتر شرکت‌ها، بازاریابی طول عمر هنوز در مراحل اولیه خود است. شما به یک استراتژی برای مصرف‌کنندگان مسن نیاز دارید و شناسایی فرصت‌ها و بازارهای جدید فقط اولین قدم است. شما و کارمندانان همچنین باید دانسته‌های خود را درباره این جمعیت دوباره بررسی کنید تا از پیام‌های کلیشه‌ای و قدیمی پرهیز شود. برای بهره‌مندی از تجربه و درک آنها، کارمندان مسن را در برنامه‌ریزی محصول، طراحی و ارتباطات دخیل کنید. برای آزمایش محصولات و خدمات قبل از ورود به بازار، از گروه‌های متمرکز (Focus groups) که شامل شرکت‌کنندگان مسن هستند، استفاده کنید.

”

رویکرد یک کشور برای مدیریت جمعیت
سالخورده خود می‌تواند بر ظرفیت
آن به‌عنوان منبع استعداد یا بازار
مصرف اثر چشمگیر و ظریف بگذارد.

“



آینده روشن است

رهبران کسب‌وکار و سیاست‌گذاران امروز با بی‌شمار عامل عدم قطعیت روبه‌رویند؛ اما واقعیت پیر شدن جمعیت جهان هم‌اکنون آشکار است؛ زمانی که نرخ باروری به زیر سطح جایگزینی (میانگین دو فرزند برای هر زن) برسد، معمولاً در همان سطح باقی می‌ماند. شرکت‌ها در حین توسعه و اجرای استراتژی‌های طول عمر، باید نه تنها به نحوه طراحی محصولات و خدمات خود، بلکه به نحوه تبلیغ آنها نیز توجه کنند. قدرت رسانه و تبلیغات باید برای انعکاس تصاویر

واقع‌بینانه از سالمندان به جای کلیشه‌ها به کار گرفته شود. مصرف‌کنندگان مسن نمی‌خواهند با آنها از موضع بالا رفتار شود، اما می‌خواهند نیازهایشان مورد توجه قرار گیرد، و شرکت‌ها می‌توانند این کار را ضمن تأکید بر جنبه‌های مثبت و واقعی پیری انجام دهند.

ما هنوز در مراحل اولیه درک نیازهای مصرف‌کنندگان مسن و نحوه رسیدگی به آنها هستیم. جمعیت سالمند متنوع است و پاسخ‌ها ساده نیستند؛ یک

خواهد کرد، و شرکت‌هایی که اکنون به آن پاسخ می‌دهند، می‌توانند سود قابل توجهی به دست آورند. این یک فرصت بزرگ است، فرصتی که هم برای سودآوری آنها و هم برای جامعه منافع بسیاری خواهد داشت.

نسخه واحد قطعاً برای همه مناسب نیست. اما ما می‌دانیم که تقاضای واضحی برای محصولات و خدماتی وجود دارد که می‌تواند به افراد کمک کند زندگی‌های طولانی‌تر، راحت‌تر و معنادارتری داشته باشند این تقاضا در دهه‌های آینده به سرعت رشد



منابع مورد استفاده برای این محتوا:

Harvard Business Review

mine

تماس با ما

| ۰۹۹۰۲۲۱۱۴۱۲ | www.mineteams.com | info@mineteams.com | [@mineteams](https://www.instagram.com/mineteams) |