

เฮอริบาไลฟ์ นิวทริชั่น เผยผลสำรวจไขเคล็ดลับการ สูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

เฮอริบาไลฟ์ นิวทริชั่น (NYSE:HLF) บริษัทโภชนาการระดับโลกที่มีความมุ่งมั่นในการทำให้ผู้คนทั่วโลกมีสุขภาพที่ดีขึ้นและมีความสุขมากขึ้น เปิดเผยผลสำรวจการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีในเอเชียแปซิฟิกประจำปี 2561 ซึ่งจัดทำขึ้นเมื่อเดือนสิงหาคมที่ผ่านมา โดยเป็นการสำรวจความคิดเห็นของผู้ใหญ่วัย 40 ปีขึ้นไป จำนวน 5,500 คน ใน 11 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮังการี อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไต้หวัน ไทย และเวียดนาม การสำรวจเผยให้เห็นถึงความหมายของการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี ความสำคัญของการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี รวมถึงปัจจัยสร้างแรงจูงใจและผู้ที่มิอิทธิพลต่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

ผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกโดยส่วนใหญ่ (66%) ให้ความหมายของการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีว่าหมายถึง “ความกระฉับกระเฉงทั้งร่างกายและจิตใจเมื่อมีอายุมากขึ้น” แม้การมีอายุมากขึ้นเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่ผู้ตอบแบบสำรวจส่วนใหญ่ (92%) ก็เชื่อว่าการเตรียมพร้อมโดยการลงมือปฏิบัติอย่างจริงจังจะช่วยให้มีสุขภาพดีเมื่อสูงวัยได้ และผู้ตอบแบบสำรวจ 76% ได้เริ่มเตรียมพร้อมเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีแล้ว อย่างไรก็ตาม มีผู้บริโภคกลุ่มเล็กมากที่เชื่อว่าควรเริ่มเตรียมตัวสู่การสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีตั้งแต่นั้นๆ โดยผู้ตอบแบบสำรวจมากกว่าครึ่งเพียงเล็กน้อย (54%) เห็นว่าอายุที่เหมาะสมในการเริ่มเตรียมตัวสู่การสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีคือช่วงอายุ 40-45 ปี

ข้อมูลจาก Asia Pacific Risk Center ระบุว่า เอเชียแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่เข้าสู่ภาวะที่มีประชากรสูงวัยเร็วที่สุดในโลก โดยคาดว่าประชากรที่เข้าสู่ช่วงสูงวัย (อายุ 65 ปีและมากกว่า) จะมีจำนวนมากกว่า 200 ล้านคนนับจากปัจจุบันนี้จนถึงปีพ.ศ.2573 คุณสตีเฟน คอนซี รองประธานอาวุโสและกรรมการผู้อำนวยการประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกของเฮอริบาไลฟ์ นิวทริชั่น กล่าวว่า “เนื่องจากประชากรสูงวัยที่มีจำนวนมากขึ้นอย่างรวดเร็ว กลายเป็นความท้าทายทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อนในภูมิภาคนี้ เราจึงเชื่อว่าผู้บริโภคควรได้รับความรู้เกี่ยวกับการเตรียมพร้อมอย่างจริงจังเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี ผ่านการเลือกรับโภชนาการที่ดีขึ้นและกิจกรรมการออกกำลังกาย ทั้งนี้ สมาชิกที่ได้รับการฝึกอบรมของเรา ประกอบกับผลิตภัณฑ์โภชนาการที่ตรงกับความต้องการด้านสุขภาพของผู้บริโภค จะทำให้ผู้บริโภคสามารถเริ่มสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีได้ตั้งแต่นั้นๆ”

“การเลือกโภชนาการที่ดีขึ้น” คือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตที่สำคัญที่สุดเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี เมื่อถามว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตที่สำคัญที่สุดเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีคืออะไร ผู้ตอบแบบสำรวจ 81% เลือก “การเลือกโภชนาการที่ดีขึ้น” มากกว่า “การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอขึ้น” (75%) และ “การทำกิจกรรมกระตุ้นสมองมากขึ้น (71%)” อย่างไรก็ตาม ผู้ตอบแบบสำรวจที่เริ่มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่สำคัญเหล่านี้

นี้อย่างจริงจังมีจำนวนน้อยกว่าผู้ตอบแบบสำรวจที่มองเห็นความสำคัญเรื่องการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตเพื่อ
การสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี ตามตารางด้านล่างนี้

สัดส่วนของผู้บริโภคที่มองว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตมีความสำคัญต่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

สัดส่วนของผู้บริโภคที่เริ่มปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

81%

เลือกโภชนาการที่ดีขึ้น

74%

75%

การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอมากขึ้น

73%

71%

ทำกิจกรรมกระตุ้นสมองมากขึ้น

59%

53%

ตรวจสุขภาพประจำปีสม่ำเสมอขึ้น

61%

47%

รับประทานอาหารเสริมที่ช่วยให้สูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

52%

โปรดินถูกมองข้ามทั้งที่มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

ในส่วนของอาหารเสริมที่ผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกรับประทานอยู่นั้น ผลสำรวจพบว่าส่วนใหญ่บริโภควิตามินรวม
(75%) และแคลเซียม (53%) โดยมีผู้บริโภคเพียง 3 ใน 10 รายที่บริโภคโปรดินเป็นอาหารเสริมเพื่อการสูงวัยอย่าง
มีสุขภาพดี ทั้งนี้โปรดินเป็นสารอาหารสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างการพัฒนากล้ามเนื้อเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี
(รวมกับการใช้ชีวิตอย่างกระฉับกระเฉง) ผลสำรวจนี้จึงแสดงให้เห็นว่าบทบาทของโปรดินในการส่งเสริมการสูงวัย
อย่างมีสุขภาพดีได้ถูกมองข้ามไป

การรับประทานอาหารเสริมของผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

75%

วิตามินรวม

53%

แคลเซียม

43%

สารต้านอนุมูลอิสระ

42%

น้ำมันปลา

38%

ไฟเบอร์

30%

โปรตีน

ปัจจัยสร้างแรงจูงใจและผู้ที่มียุทธศาสตร์ต่อการเลือกโภชนาการที่ดีขึ้น

ผลสำรวจได้ค้นพบปัจจัยจูงใจที่สำคัญ 3 ประการที่ส่งเสริมให้ผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกเลือกโภชนาการที่ดีขึ้นเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี ซึ่งประกอบด้วย

การมีความเข้าใจมากขึ้นถึงบทบาทของโภชนาการที่ดีในการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี (66%)

ความสะดวกในการเข้าถึงอาหารและผลิตภัณฑ์เพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี (46%)

การมีเพื่อนและคนในครอบครัวที่สูงวัยอย่างมีสุขภาพดีไปพร้อมกัน (35%)

ครอบครัวมียุทธศาสตร์มากที่สุดในเรื่องของการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

สัดส่วนของผู้บริโภคที่มองว่าคุณค่าเหล่านี้มียุทธศาสตร์เชิงบวกต่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

สมาชิกในครอบครัว

69%

เพื่อน

47%

แพทย์

45%

ครอบครัวและเพื่อนเป็นช่องทางหลักที่ผู้บริโภคในเอเชียแปซิฟิกได้รับเคล็ดลับการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี โดยผู้

บริโภค 51% ขอคำแนะนำจากคนในครอบครัวและเพื่อน ซึ่งมากกว่าสื่อออนไลน์ (49%) และโทรทัศน์ (43%)

เฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น เอเชียแปซิฟิกเวลเนสทัวร์

เฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น เตรียมจัดกิจกรรมเอเชียแปซิฟิกเวลเนสทัวร์ครั้งที่ 10 ซึ่งประกอบด้วยการประชุมสัมมนา

ด้านการแพทย์และโภชนาการ ในระหว่างเดือนกันยายน-ตุลาคม ตามเมืองต่างๆในฮ่องกง อินโดนีเซีย มาเก๊า

มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ใต้หวัน และไทย บรรดาผู้เชี่ยวชาญด้านโภชนาการและคณะกรรมการที่ปรึกษาด้าน

โภชนาการ (NAB) ของเฮอรับาไลฟ์ จะมาแบ่งปันความเชี่ยวชาญในเรื่องต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ พร้อมให้ความ

รู้แก่สาธารณชนเรื่องความสำคัญของการเตรียมพร้อมอย่างจริงจังเพื่อการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดี

เกี่ยวกับเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น

เฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น เป็นบริษัทโภชนาการระดับโลกที่มีความมุ่งมั่นในการทำให้ผู้คนทั่วโลกมีสุขภาพที่ดีขึ้นและ

มีความสุขมากขึ้น บริษัทก่อตั้งขึ้นด้วยพันธกิจด้านโภชนาการ เพื่อช่วยเปลี่ยนแปลงชีวิตผู้คนด้วยโภชนาการและ

แผนการจัดการโภชนาการตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 บริษัทร่วมกับผู้จำหน่ายอิสระเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น มีพันธะสัญญาใน

การนำเสนอทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค เพื่อต่อสู้กับปัญหาที่ผู้คนทั่วโลกกำลังเผชิญ ได้แก่ ภาวะการได้รับสารอาหารที่

ไม่ครบถ้วน สภาวะน้ำหนักเกิน การเพิ่มขึ้นของกลุ่มประชากรผู้สูงวัย ค่าใช้จ่ายการดูแลสุขภาพของภาครัฐที่

พุ่งสูงขึ้น และการเติบโตของธุรกิจผู้ประกอบการในทุกช่วงวัย ด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์คุณภาพสูงที่ผ่านการ

รับรองทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งส่วนใหญ่ผลิตในโรงงานของเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น พร้อมคำแนะนำเฉพาะบุคคลจากผู้

จำหน่ายอิสระ รวมถึงแนวทางในการสนับสนุนชุมชน ที่เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้บริโภคได้ใช้ชีวิตอย่างมีสุขภาพดีและ

มีวิถีชีวิตที่กระฉับกระเฉงยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ของเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น ครอบคลุมตั้งแต่ผลิตภัณฑ์โภชนาการเฉพาะ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อการจัดการน้ำหนัก ผลิตภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างพลังงานและเพื่อการกีฬา ผลิตภัณฑ์ดูแลผิวพรรณและเส้นผม ซึ่งจัดจำหน่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคส่วนตัวของผู้จำหน่ายอิสระของเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น และผ่านผู้จำหน่ายอิสระไปยังผู้บริโภคในกว่า 90 ประเทศทั่วโลก

สำหรับกิจกรรมเพื่อสังคม บริษัทได้ให้การสนับสนุน เฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น ฟาวเดชั่น (Herbalife Nutrition Foundation: HNF) และโครงการคาซ่า เฮอรับาไลฟ์ เพื่อนำพาโภชนาการที่ดีไปสู่เด็ก ๆ ที่ขาดแคลน อีกทั้งยังให้การสนับสนุนนักกีฬา สโมสรกีฬา รวมถึงการจัดการแข่งขันระดับโลกรวมกว่า 190 ราย อาทิ คริสเตียโน โรนัลโด ทีมฟุตบอลแอลเอ กาแล็กซี่ และทีมกีฬาระดับโอลิมปิกประเภทต่างๆ

ปัจจุบัน เฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น มีพนักงานทั่วโลกกว่า 8,300 คน และหุ้นของเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น ทำการซื้อขายในตลาดหลักทรัพย์ของนิวยอร์ก (NYSE:HLF) โดยมียอดขายสุทธิ 4,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2560 ที่ผ่านมา รายละเอียดเพิ่มเติม สามารถคลิกดูได้ที่เว็บไซต์ Herbalife.co.th หรือ IAmHerbalife.com เฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น แนะนำให้นักลงทุนเยี่ยมชมเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับนักลงทุนได้ที่ ir.herbalife.com เพื่อติดตามข้อมูลสำคัญด้านการเงินและอื่น ๆ ที่มีการอัปเดตข้อมูลให้เป็นปัจจุบันและมีข้อมูลใหม่ ๆ เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลา

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

Daliea Mohamad-Liauw

รองประธานฝ่ายสื่อสารองค์กรประจำภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกของเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น

โทร. +852 3589 2643

อีเมล: dalieal@herbalife.com

รูปภาพ - <https://photos.prnasia.com/prnh/20181011/2265000-1>

คำบรรยายภาพ - ข้อมูลสำคัญจากผลสำรวจการสูงวัยอย่างมีสุขภาพดีในเอเชียแปซิฟิกประจำปี 2561 ของเฮอรับาไลฟ์ นิวทริชั่น