



# การใช้จ่ายคนสูงวัยแตะ 2.2 ล้านล้านบาท ในปี 2029 ธุรกิจต้องปรับตัวรับโครงสร้างสังคมสูงวัย

CURRENT ISSUE

Vol.30 No.3511 9 กรกฎาคม 2567

- มูลค่าการใช้จ่ายของผู้สูงอายุไทยในปี 2029 คาดว่าจะอยู่ที่ 2.2 ล้านล้านบาท โตเฉลี่ย 5.3% ต่อปี (CAGR 2024-2029) ตามจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้น
- ธุรกิจที่น่าจะได้านิสงส์ ได้แก่ ธุรกิจด้านสุขภาพ เช่น อาหารและเครื่องดื่ม และการดูแลสุขภาพ นอกจากนี้ ยังรวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้สูงอายุและอำนวยความสะดวกในชีวิตประจำวัน

วรรณวิษา ศรีรัตนะ



ผู้บริหารงานวิจัย  
wanwisa.s@kasikornresearch.com

ปิยะวดี จิระศิริสุวรรณ



เจ้าหน้าที่วิจัยอาวุโส  
piyavadee.c@kasikornresearch.com

อิสราวดี เหมะ

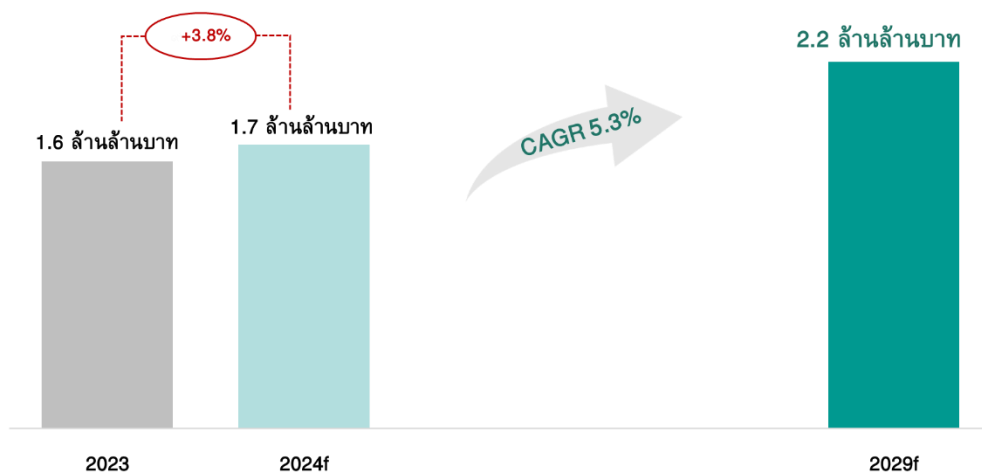


เจ้าหน้าที่วิจัย  
itsarawadee.h@kasikornresearch.com

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของไทยที่จะกลายเป็นสังคมสูงวัยขั้นสุดยอด (Super-aged Society) ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า อาจทำให้ธุรกิจสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุได้ประโยชน์ เช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ธุรกิจดูแลสุขภาพต่างๆ รวมถึงธุรกิจผลิตสินค้า/บริการที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้สูงอายุ แต่ในขณะเดียวกัน ก็มีบางธุรกิจที่จะได้รับผลกระทบเช่นกัน โดยเฉพาะธุรกิจที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น ไปจนถึงผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับตลาดสังคมสูงวัยยิ่งขึ้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า มูลค่าการใช้จ่ายของผู้สูงอายุไทยในปี 2024 จะอยู่ที่ราว 1.7 ล้านล้านบาท ขยายตัวจากปีก่อน 3.8% และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.2 ล้านล้านบาท ในปี 2029 ที่ไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยขั้นสุดยอด จากจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นจากราว 14 ล้านคนในปัจจุบันไปอยู่ที่ 18 ล้านคน หรือเติบโตเฉลี่ยปีละ 5.3% (CAGR) (รูปที่ 1)

## รูปที่ 1 แนวโน้มมูลค่าการใช้จ่ายของผู้สูงอายุไทย



หมายเหตุ:

1/ เป็นมูลค่าการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในหมวดหลัก ณ ราคาปัจจุบัน ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านสินค้าอุปโภคบริโภค สุขภาพ และการท่องเที่ยว (โรงแรมและร้านอาหาร) เป็นต้น

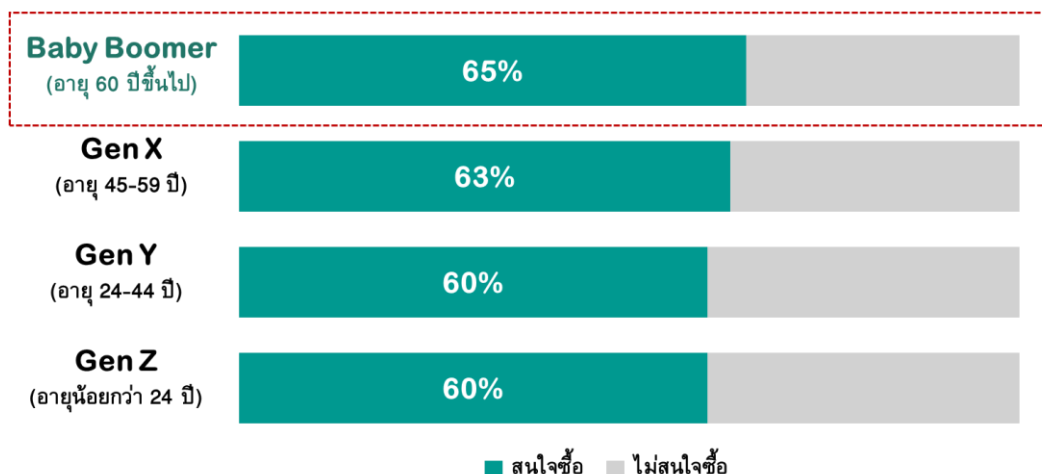
2/ มูลค่าการใช้จ่ายของผู้สูงอายุในปี 2024 ประเมินจากจำนวนผู้สูงอายุไทยราว 14 ล้านคน ขณะที่ ในปี 2029 จำนวนผู้สูงอายุไทยเพิ่มขึ้นเป็นราว 18 ล้านคน

ที่มา: NESDC, รวบรวมและประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ทั้งนี้ ธุรกิจที่คาดว่าจะได้อานิสงส์จากการขยายตัวของสังคมสูงวัย อาจแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ดังนี้

1) ธุรกิจที่เน้นด้านสุขภาพ ได้แก่ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจการดูแลสุขภาพ โดยการใช้จ่ายใน 2 หมวดนี้มีสัดส่วนรวมกันกว่า 37% ของการใช้จ่ายทั้งหมดของผู้สูงอายุ ซึ่งสูงกว่าการใช้จ่ายในหมวดเดียวกันของช่วงวัยหรือ Generation อื่นๆ ราว 3% สอดคล้องไปกับผลสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทยที่พบว่าผู้สูงอายุไทยมีความสนใจซื้อสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพมากกว่าช่วงวัยอื่นๆ โดยคิดเป็นสัดส่วนราว 65% ของผู้สูงอายุที่ตอบแบบสำรวจทั้งหมด (รูปที่ 2)

## รูปที่ 2 ความสนใจซื้อสินค้าและบริการด้านสุขภาพในแต่ละช่วงวัย



ที่มา: แบบสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายของครัวเรือนปี 2024 สํารวจในช่วงวันที่ 1-15 มิ.ย. 2024 จำนวน 933 กลุ่มตัวอย่าง โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

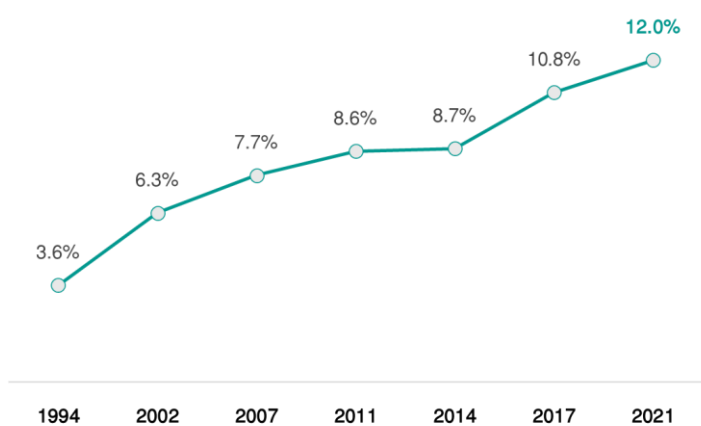
ซึ่งสินค้าและบริการที่น่าจะเป็นโอกาสในกลุ่มนี้ ได้แก่ ศูนย์โรคเฉพาะทาง ยา และเวชภัณฑ์ บริการดูแลผู้สูงอายุ (Nursing Home และ Care Giver) ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น โดยมีปัจจัยหนุนจากเทรนด์รักสุขภาพ ความเสี่ยงเจ็บป่วยต่างๆ โดยเฉพาะโรคติดต่อไม่เรื้อรังของผู้สูงอายุ สำหรับในหมวดอาหาร ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุและอาหารทางการแพทย์ แต่ทั้งนี้รูปแบบของอาหารควรเคี้ยวง่าย ย่อยง่าย มีขนาดที่พอเหมาะ และมีโภชนาการครบถ้วน

**2) ธุรกิจอื่นๆ ที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของผู้สูงอายุ คิดเป็นสัดส่วนราว 63% ของการใช้จ่ายทั้งหมดของผู้สูงอายุ** ซึ่งการใช้จ่ายต่อครั้งจะมีมูลค่าสูง แต่มีความถี่ในการใช้จ่ายน้อยกว่าการบริโภคสินค้าในกลุ่มแรก (อาหารและสุขภาพ) ไม่ว่าจะเป็น

-**ธุรกิจนวัตกรรมต่างๆ** โดยเฉพาะกลุ่ม Smart Home Devices เช่น ระบบสั่งการด้วยเสียง อุปกรณ์แจ้งเตือนเมื่อเกิดอุบัติเหตุในบ้าน กล้องติดตามการเคลื่อนไหว ซึ่งต้องมีฟังก์ชันการใช้ที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน มีจอแสดงผลที่ใหญ่เพื่อง่ายต่อการใช้งานของผู้สูงอายุ นอกจากนี้ ยังรวมถึงอุปกรณ์ช่วยเหลือในชีวิตประจำวันให้แก่ผู้สูงอายุ อาทิ ไม้เท้าอัจฉริยะ เครื่องช่วยฟัง เป็นต้น

-**ธุรกิจเกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง** จากปัจจุบันผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในบ้านเพียงลำพังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (รูปที่ 3) รวมถึงความนิยมเลี้ยงสัตว์ของผู้สูงอายุเพื่อช่วยในการบำบัดรักษา (Pet Healing) ส่งผลให้สินค้าและบริการที่น่าจะได้ประโยชน์ เช่น อาหารสัตว์เลี้ยง อุปกรณ์เกี่ยวกับสัตว์เลี้ยง และบริการดูแลสัตว์เลี้ยง

รูปที่ 3 สัดส่วนผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่บ้านเพียงลำพังเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง



ที่มา: แบบสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ, รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

-**ธุรกิจที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ** โดยผลสำรวจโครงการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ<sup>1</sup> ในปี 2023 ของ REIC พบว่ายังมีอยู่น้อย จากปัจจุบันมี 728 แห่งทั่วประเทศ รองรับผู้สูงอายุที่ได้เพียงราว 19,490 คนเท่านั้น ประกอบกับการส่งเสริม

<sup>1</sup> รวมที่อยู่อาศัยแบบ Nursing Home, มูลนิธิ/สถานสงเคราะห์, Residential, โรงพยาบาล, Daycare

ให้ชาวต่างชาติที่มีศักยภาพเข้ามาพำนักอาศัยระยะยาวในไทยอาจหนุนให้เกิด การการพัฒนาที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุมากขึ้น ขณะที่การปรับปรุงที่อยู่อาศัยเดิม ก็น่าจะเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ช่วยรองรับความต้องการของผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยได้

-**ธุรกิจบริการอื่นๆ** เช่น บริการทางการเงิน โดยเฉพาะในกลุ่มสินเชื่อเพื่อ ผู้สูงอายุ และ Reverse Mortgage สำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการเงินไว้ใช้หลังเกษียณ แต่ไม่มีลูกหลานดูแล รวมถึงบริการ Entertainment ต่างๆ สำหรับผู้สูงอายุ ทั้ง รูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ อาทิ เกมช่วยบริหารสมองและช่วยป้องกันภาวะ สมองเสื่อม (Dementia) และเกมช่วยฝึกความไวของสายตา เป็นต้น (รูปที่ 4)

#### รูปที่ 4 ธุรกิจที่ได้รับอานิสงส์จากการขยายตัวของสังคมสูงวัย

มูลค่าการใช้จ่ายของช่วงวัยต่างๆ ในปี 2024 รวม 10.6 ล้านล้านบาท\*

Baby Boomer





1.7 ล้านล้านบาท

Gen X Y Z

8.9 ล้านล้านบาท

- ปัจจัยหนุน ✓ เทรนด์รักสุขภาพ และการดูแลรักษาเชิงป้องกัน  
✓ ความเสี่ยงเจ็บป่วยต่างๆ  
✓ ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ เช่น คนโสดอยู่คนเดียว

#### สินค้าและบริการที่ได้อานิสงส์จากสังคมสูงวัย

	เน้นสุขภาพ 	ไลฟ์สไตล์ 
สินค้า 	<ul style="list-style-type: none"> <li>อาหารฟังก์ชันนอล</li> <li>อาหารทางการแพทย์</li> <li>Health Tech</li> <li>ยาและเวชภัณฑ์ต่างๆ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Smart Home Devices/ อุปกรณ์ช่วยเหลือในชีวิตประจำวัน</li> <li>อาหารและอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง</li> <li>ที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ</li> </ul>
บริการ 	<ul style="list-style-type: none"> <li>ศูนย์โรคเฉพาะทาง</li> <li>บริการดูแลผู้สูงอายุ (Nursing Home และ Care Giver)</li> <li>ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>บริการดูแลสัตว์เลี้ยง</li> <li>บริการทางการเงิน (สินเชื่อสำหรับผู้สูงอายุ และ Reverse Mortgage)</li> <li>Entertainment สำหรับผู้สูงอายุ</li> </ul>

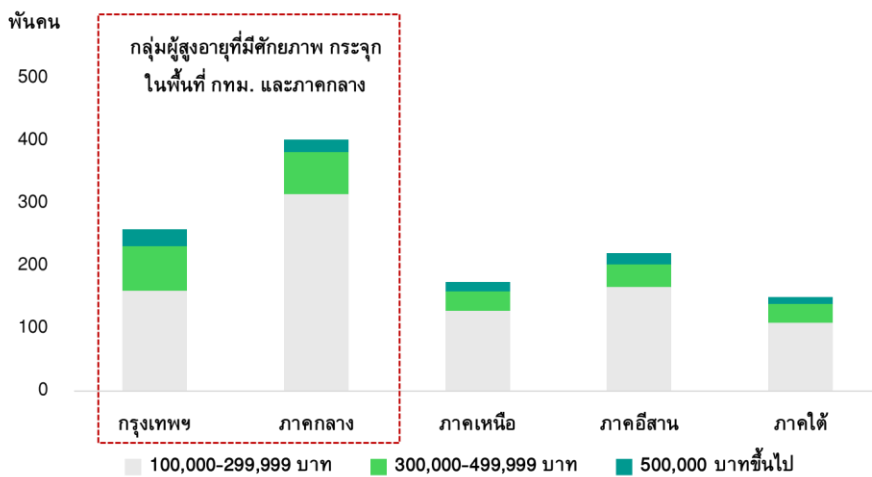
หมายเหตุ: \*อ้างอิงจากมูลค่าการบริโภคภาคเอกชนของ NESDC ณ ราคาปัจจุบัน, คาดการณ์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย  
ที่มา: รวบรวมและวิเคราะห์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า แม้อัตราของผู้สูงอายุมีแนวโน้มน่าสนใจมากขึ้น แต่ธุรกิจอาจมีความเสี่ยงจาก 2 เรื่องหลัก ได้แก่

1. ตลาดแข่งขันรุนแรง เพื่อแย่งชิงลูกค้าที่มีศักยภาพ แม้อัตราของผู้สูงอายุจะมีแนวโน้มเร่งตัวขึ้น แต่ในช่วง 2-3 ปีแรกของการเจาะตลาดผู้สูงอายุ ขนาดตลาดจะยังไม่ใหญ่มากตามจำนวนผู้สูงอายุไทยที่คาดว่าจะอยู่ที่ราว 23% ของจำนวนประชากรทั้งหมด และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อย ส่งผลต่อกำลังซื้อที่จำกัด

ขณะที่ ผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงส่วนใหญ่ พบว่ามักกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ และภาคกลาง (รูปที่ 5) ทำให้ธุรกิจที่จะเข้ามาเป็นผู้เล่นในตลาดนี้อาจต้องเผชิญการแข่งขันส่วนแบ่งตลาดที่เข้มข้นจากคู่แข่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะจากจีน และญี่ปุ่น

รูปที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อปีของกลุ่มผู้สูงอายุที่มีศักยภาพแบ่งตามพื้นที่



ที่มา: แบบสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทยปี 2021 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ, รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

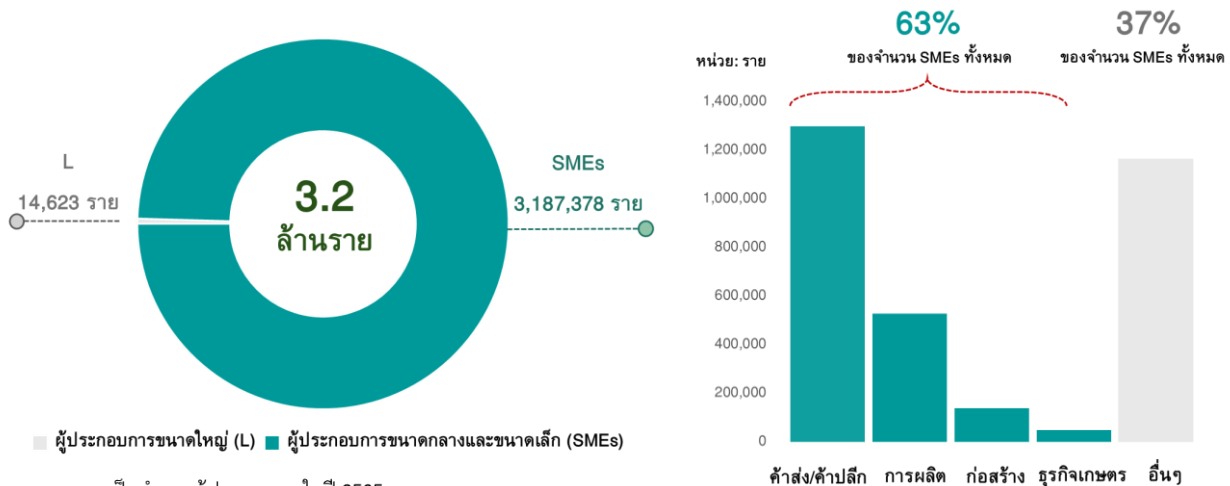
นอกจากการปรับตัวของธุรกิจเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้สูงอายุแล้ว อีกหนึ่งประเด็นที่ต้องคำนึงถึง คือ การทำกลยุทธ์การตลาด (Marketing) ไปที่ลูกหลาน ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการแทนผู้สูงอายุ โดยเน้นที่คุณภาพ/มาตรฐานของสินค้าและบริการ รวมถึงความคุ้มค่าด้านราคาเป็นหลัก

2. ธุรกิจมีต้นทุนในการปรับตัวรองรับสังคมสูงวัย นอกเหนือจากต้นทุนหลักที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยช่วงแรกของการเปลี่ยนผ่าน ธุรกิจจะมีต้นทุนส่วนเพิ่มจากการปรับไลน์การผลิต/พัฒนารูปแบบสินค้าให้ตอบโจทย์ผู้สูงอายุ เช่น สินค้ากลุ่มอาหารและเครื่องดื่มก็อาจต้องเพิ่มสารอาหารที่เหมาะสมกับวัยและโรคของผู้สูงอายุ ปรับบรรจุภัณฑ์ให้ใช้เปิด-ปิดง่าย เป็นต้น รวมถึงบางธุรกิจที่มีการใช้แรงงานเข้มข้น (Labor-intensive) ในภาคเกษตร การผลิต และการค้า ที่อาจต้องมีการนำเทคโนโลยีมาช่วยแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานที่จํานวนลดลงในระยะข้างหน้า

บริการทุกระดับประทับใจ

ซึ่งการปรับตัวดังกล่าวจะยังมีความยากลำบากสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน ทั้งนี้ ปัจจุบันไทยมีจำนวนผู้ประกอบการ SMEs ทั้งหมดราว 3.18 ล้านราย โดยธุรกิจที่มีสัดส่วน SMEs สูง ได้แก่ คำส่ง/คำปลีก การผลิต ก่อสร้าง และธุรกิจการเกษตร คิดเป็นสัดส่วนรวมกันราว 63% ของจำนวน SMEs ทั้งหมด (รูปที่ 6) ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs ในธุรกิจเหล่านี้มีแนวโน้มเผชิญแรงกดดันด้านต้นทุนเพิ่มขึ้น

รูปที่ 6 จำนวนผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละธุรกิจ



หมายเหตุ: เป็นจำนวนผู้ประกอบการในปี 2565

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย

แต่ไปข้างหน้า การปรับตัวรองรับสังคมสูงวัย โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีต่างๆ ที่แม้จะใช้เงินลงทุนสูงในช่วงแรก แต่คาดว่าจะสร้างความคุ้มค่าในระยะกลาง-ยาวจากราคาเริ่มถูกลง เช่น ราคาหุ่นยนต์ (Robot Price) ที่ใช้ในอุตสาหกรรม (Robot Arms, Industrial Robots) จะลดลงเฉลี่ยปีละ 11% (CAGR 2017-2025)<sup>2</sup> และการใช้ AI ในธุรกิจจะมีต้นทุนลดลงจากการแข่งขันกันพัฒนาโมเดล/ความสามารถใหม่ๆ โดยเฉพาะ Gen AI (ChatGPT, Gemini, Claude-3 ฯลฯ) ซึ่งจะช่วยผู้ประกอบการ SMEs ให้เข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้น

<sup>2</sup> อ้างอิงจากข้อมูลของ Statista

**Disclaimers** รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรรมไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)