

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ  
ธันวาคม 2559

เก็บตกจากต่างแดน

## World Children Population ... กลุ่มผู้บริโภค สำคัญของโลกที่ไม่ควรมองข้าม



### คาดการณ์ประชากรโลก

หน่วย : ล้านคน



ประชากรโลก



ประชากรวัยเด็ก  
(อายุ 0-14 ปี)



ประชากรสูงอายุ  
(อายุ >60 ปี)

	2558	2563	2568
ประชากรโลก	7,349.5	7,758.2 (5.6%)	8,141.7 (4.9%)
ประชากรวัยเด็ก (อายุ 0-14 ปี)	1,915.8	1,976.5 (3.2%)	2,006.8 (1.5%)
ประชากรสูงอายุ (อายุ >60 ปี)	900.9	1,045.9 (16.1%)	1,216.4 (16.3%)

หมายเหตุ : ตัวเลขในวงเล็บ คืออัตราการขยายตัวของประชากร  
เทียบกับช่วงก่อนหน้า

ที่มา : Department of Economic and Social Affairs,  
United Nations

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา หลายท่านคงเคยได้ยินเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมครั้งสำคัญของประชากรโลกในคริสต์ทศวรรษที่ 21 ซึ่งประชากรในหลายประเทศกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไป) หรือ Aging Society ทั้งนี้ ข้อมูลล่าสุดขององค์การสหประชาชาติ (United Nations : UN) พบว่าแม้จำนวนประชากรผู้สูงอายุโลกจะมีอัตราขยายตัวสูง เทียบกับอัตราขยายตัวของประชากรโลกอย่างไรก็ตาม ยังมีกลุ่มผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งที่มีความน่าสนใจไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากันคือประชากรวัยเด็กโลก (อายุระหว่าง 0-14 ปี) เพราะมีจำนวนสูงถึงราว 1.92 พันล้านคน ในปี 2558 คิดเป็นสัดส่วนสูงถึง 1 ใน 4 ของประชากรโลก หรือมากกว่าประชากรผู้สูงอายุกว่า 2 เท่าตัว และคาดว่าจะมีแนวโน้มเพิ่มเป็น 1.98 พันล้านคน ในปี 2563 และพุ่งแตะระดับ 2.01 พันล้านคน ในปี 2568 ขณะเดียวกันหลายประเทศเริ่มหันมาใส่ใจเพิ่มจำนวนประชากรในประเทศของตนมากขึ้น เพราะกังวลว่าโครงสร้างประชากรที่เปลี่ยนแปลงไป อาจเกิดปัญหาขาดแคลนแรงงานหรือมีภาระค่าใช้จ่ายดูแลผู้สูงอายุมากขึ้นในอนาคต ล่าสุด จีน (ประเทศที่มีประชากรวัยเด็กสูงเป็นอันดับ 2 ของโลก) ประกาศยกเลิกนโยบายลูกคนเดียว (One Child Policy) หลังบังคับใช้มาตั้งแต่ปี 2522 และอนุญาตให้ทุกครอบครัวสามารถมีลูกคนที่สองได้ นโยบายดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้ภาพรวมจำนวนประชากรวัยเด็กของจีนและของโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

“เก็บตกจากต่างแดน” ฉบับนี้จึงขอนำท่านผู้อ่านมาทำความรู้จักกับ **World Children Population** หรือประชากรวัยเด็กโลก ซึ่งเป็นกลุ่มผู้บริโภคสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งที่มีศักยภาพขับเคลื่อนตลาดสินค้าและบริการของโลกในระยะถัดไป

## เกร็ดน่ารู้เกี่ยวกับตลาดสินค้าและบริการสำหรับเด็ก

ประเทศที่มีประชากรวัยเด็กจำนวนมาก

10 อันดับแรกของโลก ปี 2568

ประเทศ	จำนวน (ล้านคน)
1. อินเดีย	367.8
2. จีน	230.1
3. ไนจีเรีย	98.2
4. ปากีสถาน	74.6
4. อินโดนีเซีย	71.6
6. สหรัฐฯ	63.0
7. สาธารณรัฐประชาธิปไตยคองโก	45.6
8. เอธิโอเปีย	45.5
9. บังกลาเทศ	44.5
10. บราซิล	43.5

ที่มา : Department of Economic and Social Affairs, United Nations

❖ โฉมหน้าผู้บริโภควัยเด็กของโลกกระจุกตัวอยู่ใน 10 ประเทศ โดย United Nations คาดว่าประชากรวัยเด็กของโลกปี 2568 จะมีจำนวนราว 2.01 พันล้านคน หรือคิดเป็น 1 ใน 4 ของจำนวนประชากรทั้งโลก โดยพบว่าประชากรเด็กทารก (อายุ 0-4 ปี) มีจำนวนมากที่สุดราว 673 ล้านคน หรือราวร้อยละ 34 ของจำนวนประชากรวัยเด็กของโลก ขณะที่หากแยกเป็นรายประเทศแล้วพบว่าประเทศที่มีประชากรวัยเด็กสูงสุด 10 อันดับแรกของโลก มีจำนวนประชากรวัยเด็กรวมกันมากกว่าร้อยละ 54 ของจำนวนประชากรวัยเด็กของโลก โดยอินเดียเป็นประเทศที่มีประชากรวัยเด็กสูงสุดของโลก ราว 367.8 ล้านคน รองลงมา คือ จีน (230.1 ล้านคน) และไนจีเรีย (98.2 ล้านคน) ทำให้กลุ่มประเทศดังกล่าวเป็นตลาดสินค้าและบริการสำหรับเด็กขนาดใหญ่ของโลก

❖ สินค้าและบริการสำหรับเด็กที่มีศักยภาพในการขยายตัว

✓ อาหารสำหรับเด็ก โดยเฉพาะอาหารสำหรับเด็กทารก (อายุ 0-4 ปี)

ล่าสุด Allied Market Research คาดว่าตลาดอาหารสำหรับเด็กทารก (นมผงสำหรับเด็กทารก อาหาร และขนมพร้อมรับประทานสำหรับเด็กทารก) จะมีมูลค่าราว 7.3 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2563 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี (CAGR) ในช่วงปี 2558-2563 โดยจีน อินเดีย และอินโดนีเซีย เป็นตลาดที่มีแนวโน้มขยายตัว และพบว่านมผงสำหรับเด็กทารกครองส่วนแบ่งสูงสุดถึง 2 ใน 3 ของมูลค่าตลาดอาหารสำหรับเด็กทารกทั้งหมด เนื่องจากคุณแม่ยุคใหม่มักต้องรับหน้าที่เลี้ยงดูบุตรไปพร้อมๆ กับทำงานนอกบ้านเพื่อหารายได้ ทำให้ไม่มีเวลาให้นมบุตรได้เพียงพอ ทั้งนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าแม่ในช่วงเศรษฐกิจชะลอตัว พ่อแม่มักยินดีที่จะจ่ายเงินซื้ออาหารราคาสูงขึ้น หากมั่นใจว่าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพปลอดภัยและมีประโยชน์ต่อเด็ก อาหารสำหรับเด็กทารกจึงเป็นอีกตลาดหนึ่งที่มีผู้ส่งออกไทยไม่ควรมองข้าม ทั้งนี้ ด้วยศักยภาพของตลาดอาหารสำหรับเด็กทารก ทำให้ผู้ผลิตอาหารรายใหญ่ของโลกพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการมากขึ้น โดยเฉพาะนมผงสำหรับเด็กที่มี **ส่วนผสมพิเศษ** เช่น วิตามิน A วิตามิน B วิตามิน D ธาตุเหล็ก และ Alpha Lactalbumin เพื่อให้เด็กมีร่างกายแข็งแรง และช่วยเสริมพัฒนาการระบบประสาทและสมอง ขณะเดียวกันวิถีการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบ พ่อแม่จึงไม่ค่อยมีเวลาเตรียมอาหารให้ลูก ทำให้ความต้องการอาหารพร้อมรับประทานสำหรับเด็กทารกเพิ่มขึ้น เช่น พักทองผสมข้าวโพด หรือมันฝรั่งบด ข้าวโพดผสมเนื้อไก่บดที่ละลายทันทีเมื่อเข้าปาก จึงเหมาะสำหรับเด็กทารกที่เพิ่งเริ่มรับประทานอาหาร และสะดวกในการนำไปประกอบอาหารให้เด็ก ขณะพาเด็กออกไปทำกิจกรรมนอกบ้าน

ตัวอย่างนมผงและอาหารพร้อมรับประทานสำหรับเด็กทารก



ที่มา : www.s-momclub.com และ www.wcf.co.th

ตัวอย่างร้านจำหน่ายเสื้อผ้าเด็ก  
ของแบรนด์ดังระดับโลก



ที่มา : [www.tommy-hilfger-sales.com](http://www.tommy-hilfger-sales.com)

ตัวอย่างของเล่นทำด้วยไม้ยางพารา

ม้าโยก

กล่องสำหรับใส่รูปทรงเรขาคณิต



ช่วยเสริมความแข็งแรง  
ให้กล้ามเนื้อ

ช่วยเสริมความคิด  
และสติปัญญา

ที่มา : [www.ruunlamalila.com](http://www.ruunlamalila.com) และ [www.tarad.com](http://www.tarad.com)

SHANGHAI DISNEY RESORT



ที่มา : [www.shanghaidisneyresort.com](http://www.shanghaidisneyresort.com)

- ✓ **เสื้อผ้าสำหรับเด็ก** ประชากรวัยเด็กเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่ขนาดร่างกายเติบโตอย่างรวดเร็ว เทียบกับผู้บริโภควัยอื่นๆ ทำให้ต้องเปลี่ยนเสื้อผ้าใหม่แทบทุกปี ขณะเดียวกันการขยายตัวของชนชั้นกลางในหลายประเทศทำให้พ่อแม่ยุคใหม่ที่มีกำลังซื้อสูงขึ้นนิยมเลือกซื้อเสื้อผ้าสำหรับเด็กตามกระแสแฟชั่นโลกมากขึ้น ทั้งนี้ Fashionbi คาดว่าตลาดเสื้อผ้าสำหรับเด็กของโลกจะมีมูลค่า 1.74 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2560 ด้วยศักยภาพและขนาดของตลาดส่งผลให้ผู้ผลิตเสื้อผ้าแบรนด์ชั้นนำของโลกหลายรายหันมาเพิ่ม Segment เสื้อผ้าเจาะกลุ่มลูกค้าวัยเด็กมากขึ้น ขณะที่บางแบรนด์แยกจำหน่ายเสื้อผ้าสำหรับเด็กโดยเฉพาะเพื่อจูงใจและอำนวยความสะดวกให้พ่อแม่เข้ามาเลือกซื้อเสื้อผ้าให้เด็ก ปัจจุบัน **เสื้อผ้าสำหรับเด็กที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติ โดยเฉพาะฝ้าย** ได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะเนื้อผ้านุ่ม สีสบาย คล่องตัว และดูดซับเหงื่อได้ดี
- ✓ **ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันและของเล่นเด็ก** ปัจจุบันพ่อแม่ที่มีกำลังซื้อสูงนิยมเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันสำหรับเด็กที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ โดยเฉพาะ **ผลิตภัณฑ์ Organic สำหรับเด็ก** อาทิ ครีมอาบน้ำ แชมพู ครีมบำรุงผิว เป็นต้น เพราะอ่อนโยนต่อผิวของเด็กที่มีกระคายเคืองง่ายเมื่อถูกสารเคมี ขณะเดียวกันของเล่นเด็กที่มีส่วนช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ ทักษะการเรียนรู้และช่วยกระตุ้นพัฒนาการทางสมองยังเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ต้องการสูงขึ้น ทั้งนี้ แนวโน้มของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวคาดว่าจะสร้างโอกาสให้กับผู้ผลิตและส่งออกของไทยได้รับคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ **ของเล่นเด็กผลิตจากไม้ยางพารา** ที่ไทยมีจุดแข็งจากการใช้วัตถุดิบในประเทศ รวมทั้งสามารถผลิตและออกแบบของเล่นได้หลากหลายที่เหมาะสมกับเด็กในช่วงอายุต่างๆ
- ✓ **ธุรกิจบริการสำหรับเด็ก** ประชากรวัยเด็กของโลกที่เพิ่มขึ้น นอกจากจะส่งผลให้ความต้องการใช้บริการพื้นฐานสำหรับเด็กเพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็น **สถานรับเลี้ยงเด็ก โรงพยาบาล สถานศึกษา โรงเรียนสอนพิเศษ เพื่อเสริมทักษะด้านต่าง ๆ** เช่น ดนตรี กีฬา ทักษะการฝึกคิด เป็นต้น แล้วการที่พ่อแม่นิยมหาวันหยุดเพื่อพาลูกไปเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยไปมาก่อน เพื่อเปิดโลกกว้างในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ รอบตัวมากขึ้น และมีส่วนช่วยเสริมพัฒนาการด้านต่างๆ ของเด็กให้ดียิ่งขึ้น คาดว่า จะเปิดโอกาสให้กับธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะ **สวนสนุก** อาทิ Walt Disney เพิ่งเปิด SHANGHAI DISNEY RESORT ในจีนเพื่อเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าเด็กที่มีจำนวนมาก รวมถึง **สวนสัตว์** และ **พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ**

ตัวอย่างเว็บไซต์สินค้าสำหรับเด็ก  
ที่ได้รับความนิยมในจีนและอินโดนีเซีย

จีน



อินโดนีเซีย



ที่มา : รวบรวมโดยฝ่ายวิจัยธุรกิจ ธสน.

❖ **E-Commerce** สร้างโอกาสในการเจาะตลาดสินค้าสำหรับเด็ก ปัจจุบันช่องทางการค้าผ่านระบบออนไลน์ หรือ E-Commerce มีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าและบริการสำหรับเด็ก เนื่องจากคุณแม่ที่ต้องการเลือกซื้อสินค้าให้บุตรด้วยตัวเอง แต่ไม่มีเวลามากพอไปเลือกซื้อสินค้าในศูนย์การค้าหรือห้างสรรพสินค้า เพราะต้องใช้เวลาส่วนใหญ่ในที่ทำงานหรือบางรายที่มีเด็กทารกต้องใช้เวลาดูแลเด็กอย่างใกล้ชิด ทำให้การเลือกซื้อสินค้าสำหรับเด็กผ่าน E-Commerce ได้รับความนิยมในหลายประเทศ โดยเฉพาะจีน ที่พบว่ายอดขายสั่งซื้อสินค้าเกี่ยวกับแม่และเด็กผ่านช่องทางออนไลน์สูงถึงร้อยละ 55 ของมูลค่าตลาดสินค้าแม่และเด็กทั้งหมดของจีน เว็บไซต์ที่ชาวจีนนิยมเลือกซื้อสินค้า อาทิ yhd.com และ mia.com ขณะเดียวกัน อินโดนีเซียเป็นประเทศที่มีประชากรวัยเด็กมากที่สุด ในอาเซียน นิยมสั่งซื้อผ้าอ้อมสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดเด็กผ่านทางเว็บไซต์ อาทิ lazada.co.id และ bhinneka.com ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่เห็นโอกาสการค้าเกี่ยวกับสินค้าสำหรับเด็ก อาจใช้ช่องทาง E-Commerce ประชาสัมพันธ์สินค้าหรือวางจำหน่ายสินค้า เพราะเป็นช่องทางการตลาดที่ใช้เงินลงทุนไม่มากนัก แต่มีโอกาสเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายได้อย่างแพร่หลาย

**Disclaimer :** ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด