

แนวโน้มธุรกิจบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก

Industry Analysis and Outlook

No.41 14 กรกฎาคม 2568

Updated Edition

- ตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของไทยในปี 2568 คาดมีมูลค่าราว 6.1 พันล้านบาท ขยายตัว 3.1% จากความต้องการใช้บริการที่ยังเพิ่มขึ้นทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติสอดคล้องไปกับเทรนด์โลก แต่ชะลอลงจากปีก่อนที่โต 4.3% ตามจำนวนผู้มารับบริการต่างชาติที่โตช้าลง รวมถึงมีปัจจัยกดดันจากภาวะเศรษฐกิจกำลังซื้อที่ลดลงของคนในประเทศ
- ในปี 2568 มูลค่าตลาดผู้รับบริการชาวไทย คาดว่าจะขยายตัว 2.8% จากค่านิยมมีบุตรช้าลง และปัญหาด้านการเจริญพันธุ์ที่มีความซับซ้อนและมีสาเหตุมาจากเพศชายมากขึ้น ทำให้ต้องพึ่งพาวิธีการรักษาที่มีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ขณะที่ มูลค่าตลาดผู้รับบริการชาวต่างชาติ คาดว่าจะขยายตัว 3.5% โดยมีแรงหนุนจากราคาและคุณภาพบริการที่ยังโดดเด่น รวมถึงการขยายตลาดใหม่ของธุรกิจ



อิสราวดี เหมะ

เจ้าหน้าที่วิจัย

itsarawadee.h@KasikornResearch.com

ห่วงโซ่อุปทานการบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก

ไทยถือเป็นประเทศหนึ่งที่มีความโดดเด่นในการให้บริการรักษาภาวะมีบุตรยากจากอัตราความสำเร็จในการมีลูก (Success Rate) ที่สูงถึงราว 40-70% โดยมีผู้ให้บริการแบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) กลุ่ม Treatment เช่น โรงพยาบาลรัฐและเอกชน และคลินิก ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการบริการแบบครบวงจรตั้งแต่การให้คำปรึกษา การบริการรักษาด้วยเทคโนโลยีช่วยเจริญพันธุ์ และการแช่แข็ง/ฝากไข่หรือสเปิร์ม 2) กลุ่ม Testing ที่ให้บริการคัดกรองความผิดปกติทางพันธุกรรม ทั้งนี้ มูลค่าตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของไทยแบ่งเป็น การใช้บริการของชาวไทย 55% ของมูลค่าตลาดทั้งหมด ส่วนอีก 45% เป็นชาวต่างชาติ

รูปที่ 1 โครงสร้างการให้บริการรักษาภาวะมีบุตรยากของไทย



หมายเหตุ: *กลุ่มที่ให้บริการรักษาบางราย เช่น โรงพยาบาล และคลินิกขนาดใหญ่ อาจมีการให้บริการตรวจคัดกรองความผิดปกติทางพันธุกรรมร่วมด้วย

ซึ่งอาจเป็นการลงทุนสร้างห้อง Lab เอง หรือผ่านความร่วมมือทางธุรกิจกับศูนย์คัดกรองความผิดปกติทางพันธุกรรม

** เฉพาะจำนวนผู้ให้บริการที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการใช้เทคโนโลยีช่วยเจริญพันธุ์ทางการแพทย์ (ณ เดือนพ.ค. 2568)

*** การวิเคราะห์ในบทความนี้จะครอบคลุมเฉพาะผู้ให้บริการรักษา (Treatment) เท่านั้น

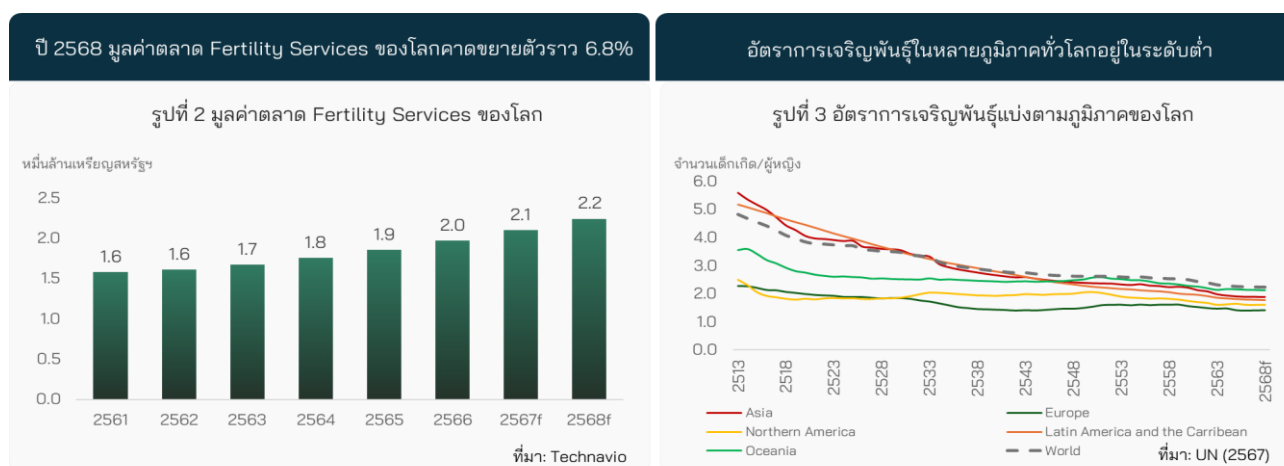
ที่มา: รวบรวมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

บริการทุกระดับประทับใจ

แนวโน้มตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของโลก

ปี 2568 คาดตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของโลก มีมูลค่ากว่า 2.2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐฯ ขยายตัว 6.8% จากปีก่อน (รูปที่ 2)

มูลค่าตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของโลกยังมีทิศทางเติบโต นำโดยการบริการรักษาด้วยวิธีทำเด็กหลอดแก้ว (In Vitro Fertility: IVF) ที่มีสัดส่วนมากกว่า 80% ของมูลค่าตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของโลก โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่คาดว่าจะส่วนแบ่งตลาดการรักษาดังกล่าว IVF จะเพิ่มขึ้นจาก 22% ในปี 2563 ไปเป็น 26% ในปี 2573 จากหลายประเทศเข้าสู่ภาวะสังคมสูงวัยในระดับที่รุนแรงขึ้น



อัตราการเจริญพันธุ์ที่ลดลง ประกอบกับปัญหาด้านการเจริญพันธุ์ เป็นปัจจัยหนุนหลักที่ทำให้ตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของโลกยังมีทิศทางขยายตัว

อัตราการเจริญพันธุ์ของโลกมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่อง จากในปี 2513 ที่ผู้หญิง 1 คนมีบุตรจำนวน 4.8 คน เหลือเพียง 2.2 คน ในปี 2568 (รูปที่ 3) รวมถึงค่านิยมในการมีบุตรที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้คู่สมรสทั่วโลกมีบุตรช้าลง สะท้อนจากอายุเฉลี่ยในการคลอดบุตรคนแรกทยอยปรับเพิ่มขึ้นจนปัจจุบันอยู่ที่ราว 28 ปี เทรนด์ดังกล่าวส่งผลให้ตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น

นอกจากนี้ จากปัญหาด้านการเจริญพันธุ์ที่พบบ่อยขึ้นทั่วโลก ยังหนุนการเดินทางออกไปรับบริการรักษาภาวะมีบุตรยากในต่างประเทศ (Fertility Tourism) ที่มีส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับ 3 หรือราว 14% ของมูลค่าตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโลก¹ ให้ยังขยายตัว ทั้งนี้ การเติบโตของตลาด Fertility Tourism ของโลก ส่งผลให้ไทยน่าจะได้รับอานิสงส์จากการเดินทางเข้ามาใช้บริการรักษาภาวะมีบุตรยากของชาวต่างชาติมากขึ้น

แนวโน้มตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของไทย

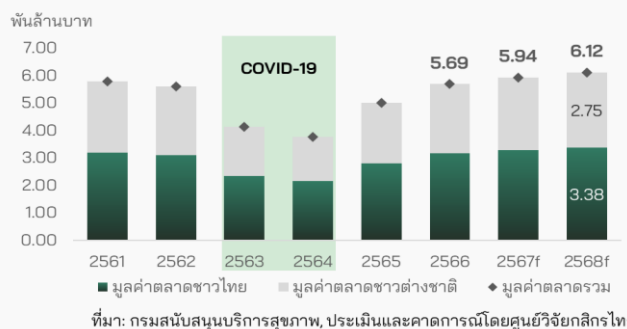
ปี 2568 คาดตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของไทย² มีมูลค่าราว 6.1 พันล้านบาท เติบโต 3.1% ชะลอลงจากปี 2567 ที่โต 4.3% (รูปที่ 4) โดยตลาดแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มหลัก ได้แก่ ลูกค้าชาวไทย มีสัดส่วน 70% ของผู้มาใช้บริการทั้งหมด และลูกค้าชาวต่างชาติอีก 30%

¹ อ้างอิงจากรายงาน Global Medical Tourism Market ปี 2567-2571 ของ Technavio ทั้งนี้ ตลาดท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางเข้ามาเพื่อรับบริการรักษาพยาบาลเป็นหลัก ไม่รวมการนวด การทำสปา และอาหารเพื่อสุขภาพ ฯลฯ

² ประเมินมูลค่าตลาดจากการบริการรักษาด้วยเทคโนโลยีช่วยเจริญพันธุ์ 3 วิธี ได้แก่ การผสมเทียมด้วยการฉีดอสุจิเข้าโพรงมดลูก (Intrauterine Insemination: IUI) การทำเด็กหลอดแก้ว (In Vitro Fertility: IVF) และการทำเด็กหลอดแก้วจากการคัดเลือกอสุจิที่แข็งแรงที่สุด 1 ตัว (Intracytoplasmic Sperm Injection: ICSI)

ปี 2568 มูลค่าตลาด Fertility Services ของไทยคาดว่าจะเติบโตรวดเร็ว 3.1%

รูปที่ 4 มูลค่าตลาด Fertility Services ของไทย



มูลค่าตลาดรวมในปี 2568 คาดว่าจะเติบโตชะลอตัวลงจากปีที่ผ่านมา โดยเป็นผลมาจากการเดินทางเข้ามาใช้บริการของชาวต่างชาติที่โตช้าลง ตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว สอดคล้องไปกับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยที่มีทิศทางหดตัวจากปีก่อน ขณะที่ ตลาดชาวไทย ยังมีแรงกดดันจากภาวะเศรษฐกิจกำลังซื้อที่ลดลง ทำให้บางส่วนอาจตัดสินใจเลื่อนแผนการมีบุตรออกไป

ส่วนรายได้ของธุรกิจผู้ให้บริการรักษาภาวะมีบุตรยากในปีนี้ คาดว่าอัตราการเติบโตจะลดลง ตามจำนวนผู้มารับบริการ/รอบการเก็บไข่ที่ไม่ได้เร่งตัวเหมือนปีก่อนหน้า โดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 1 ที่ยังมีผลของค่านิยมคลอดบุตรในปีมังกร ขณะเดียวกัน ธุรกิจยังมีปัจจัยกดดันจากต้นทุนการดำเนินงานที่สูง อาทิ การลงทุนขยายสาขาหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ค่าทำการตลาด รวมถึงค่าตอบแทนบุคลากรที่มีสัดส่วนราว 30%-40% ของต้นทุนรวม ส่งผลให้อัตรากำไรมีแนวโน้มลดลง

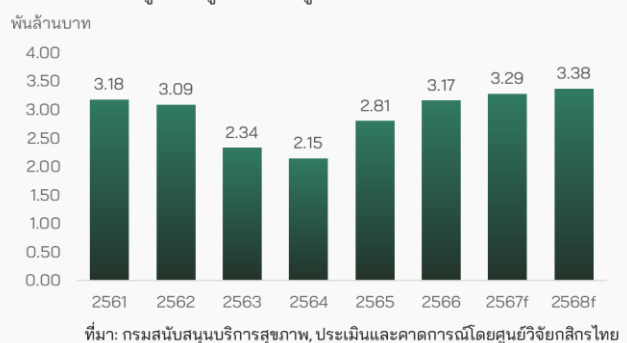
ตลาดผู้ให้บริการรักษาภาวะมีบุตรยากชาวไทย

มูลค่าตลาดชาวไทยที่มารับบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก คาดอยู่ที่ 3.38 พันล้านบาท ขยายตัว 2.8% ในปี 2568 (รูปที่ 5) จากค่านิยมมีบุตรช้าลง และปัญหาด้านการเจริญพันธุ์

มูลค่าตลาดชาวไทยที่มีสัดส่วนกว่า 55% ของมูลค่าตลาดทั้งหมด ยังเติบโตได้ตามสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ส่งผลให้คู่สมรสชาวไทยนิยมมีบุตรช้าลง สะท้อนจากสัดส่วนการคลอดของหญิงไทยที่มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากเดิมที่เคยมีสัดส่วนราว 35% ในปี 2555 คาดว่า จะขยับมาเป็น 46% ในปี 2568 (รูปที่ 6) รวมถึงหลายคู่ประสบภาวะมีบุตรยากจากปัญหาสุขภาพ เช่น ความไม่สมบูรณ์ของฮอร์โมน โรคอ้วน และโรคเครียดจากการทำงาน เป็นต้น

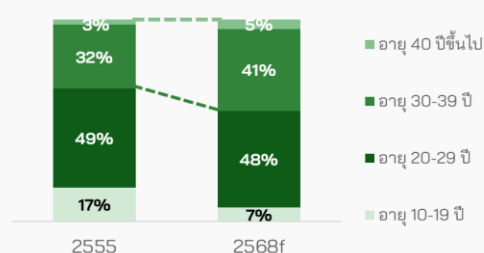
ปี 2568 คาดมูลค่าตลาดผู้ให้บริการชาวไทย ขยายตัว 2.8%

รูปที่ 5 มูลค่าตลาดผู้ให้บริการชาวไทย



สัดส่วนการคลอดของหญิงไทยอายุ 30 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

รูปที่ 6 สัดส่วนการคลอดของหญิงไทยแบ่งตามช่วงอายุ



บริการทุกระดับประทับใจ

การรักษาด้วยวิธีเด็กหลอดแก้วแบบ ICSI ที่มีค่าใช้จ่ายสูง ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในกลุ่มผู้รับบริการชาวไทย จากสาเหตุการมีบุตรยากมีความซับซ้อนและเกิดจากเพศชายมากขึ้น

อีกหนึ่งปัจจัยหนุนมูลค่าตลาดชาวไทย มาจากการรักษาภาวะมีบุตรยากด้วยวิธีผสมเทียม (IUI) เริ่มได้รับความนิยมน้อยลง สะท้อนจากช่วงหลังโควิดจำนวนรอบการรักษาด้วยวิธี IUI มีสัดส่วนลดลงจาก 31% ในปี 2565 คาดว่าจะเหลือเพียง 28% ในปี 2568 เช่นเดียวกับการทำเด็กหลอดแก้วแบบปกติ (IVF) ที่อัตราการเติบโตของรอบการรักษาเพิ่มขึ้นเฉลี่ยเพียง 1.2% ต่อปี ขณะที่ การรักษาด้วยการทำเด็กหลอดแก้วแบบเฉพาะเจาะจง (ICSI) มีอัตราการเติบโตเฉลี่ย 7.2% ต่อปี (CAGR ปี 2565-2568)

แนวโน้มการรักษาด้วย ICSI ที่โตขึ้นดังกล่าว สอดคล้องไปกับผู้ประกอบการในธุรกิจที่ระบุว่าจะระยะหลังภาวะมีบุตรยากที่พบในคู่สมรสชาวไทยมีความซับซ้อน และพบว่าเกิดในฝั่งเพศชายมากขึ้นจากความไม่สมบูรณ์ของน้ำเชื้ออสุจิตามพฤติกรรมเสี่ยง เช่น การสูบบุหรี่ ดื่มแอลกอฮอล์ และความผิดปกติที่เกิดจากการใช้ยารักษาโรคบางชนิด เป็นต้น ซึ่งการรักษาด้วย ICSI ที่เป็นนวัตกรรมใหม่จะให้อัตราความสำเร็จที่สูงกว่าวิธีอื่น ๆ หากผู้รักษามีภาวะข้างต้น

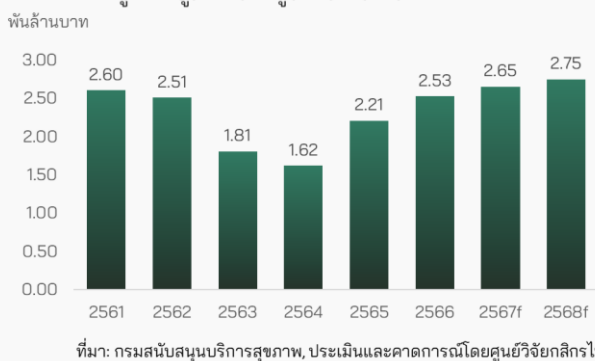
ตลาดผู้รับบริการรักษาภาวะมีบุตรยากชาวต่างชาติ

มูลค่าตลาดต่างชาติที่เดินทางมารับบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก คาดอยู่ที่ 2.75 พันล้านบาท ขยายตัว 3.5% ในปี 2568 (รูปที่ 7) จากไทยยังมีจุดเด่นด้านราคาและคุณภาพการบริการ

มูลค่าตลาดต่างชาติที่มีสัดส่วนกว่า 45% ของมูลค่าตลาดทั้งหมด ยังเติบโต จากผู้รับบริการในกลุ่มประเทศจีน อินเดีย และอาเซียน ที่นิยมเดินทางเข้ามารักษาภาวะมีบุตรยากในไทยต่อเนื่อง แม้ปีนี้ลูกค้าหลักอย่างชาวจีนอาจชะลอลง ตามภาวะเศรษฐกิจจีนที่ยังเผชิญหลายปัจจัยเสี่ยง แต่ภาพรวมไทยยังเป็นหนึ่งในจุดหมายหลักของการเดินทางมารับบริการ จาก Fertility Tourism ที่โดดเด่น ไม่ว่าจะเป็น

ปี 2568 คาดมูลค่าตลาดผู้รับบริการชาวต่างชาติ ขยายตัว 3.5%

รูปที่ 7 มูลค่าตลาดผู้รับบริการชาวต่างชาติ



การรักษาภาวะมีบุตรยากในไทย มีความโดดเด่นด้านราคาและคุณภาพ

รูปที่ 8 ค่ารักษาพยาบาลเฉลี่ยด้วยวิธี IVF และจำนวนโรงพยาบาลที่ได้รับมาตรฐาน JCI เทียบคู่แข่ง



- ค่ารักษาพยาบาลยังต่ำกว่าคู่แข่ง การรักษาด้วยวิธี IVF ในไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ราว 6,000 เหรียญสหรัฐ ต่ำกว่าประเทศคู่แข่งสำคัญอย่างสิงคโปร์และมาเลเซีย รวมถึง จำนวนสถานพยาบาลไทยที่ได้มาตรฐาน Joint Commission International (JCI) มากกว่าหลายประเทศ (รูปที่ 8)

- ความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์ให้แก่ชาวต่างชาติ นอกเหนือจากการรักษา เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร ศูนย์การค้า รวมถึงการออก Medical Treatment Visa ให้แก่ผู้มารับบริการชาวต่างชาติที่ต้องพำนักรับในประเทศไทยเพื่อติดตามผลการรักษา

บริการทุกระดับประทับใจ

กลุ่มผู้รับบริการชาวต่างชาติยังเป็นตลาดศักยภาพ สะท้อนจากธุรกิจเน้นทำการตลาด เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มนี้ให้มาใช้บริการเพิ่มขึ้น

จำนวนผู้รับบริการชาวต่างชาติที่ยังโต ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจบริการรักษาภาวะมีบุตรยากในไทยเน้นทำการตลาดผ่านช่องทางทั้งออฟไลน์และออนไลน์ รวมถึงตัวแทน (Agent) เพื่อดึงดูดชาวต่างชาติให้มารับบริการในไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ซึ่งค่าใช้จ่ายในการรักษาภาวะมีบุตรยากของชาวต่างชาติสูงกว่าชาวไทยราว 1 เท่าตัว จากต้องมีบริการเสริมอื่น ๆ เพิ่มเติมในแพ็คเกจการรักษา (ลأمารถรับส่ง ค่า Commission ฯลฯ) ดังนั้น การขยายตลาดศักยภาพใหม่ ๆ เช่น สหภาพยุโรป และตะวันออกกลาง จึงสะท้อนโอกาสสร้างรายได้ส่วนเพิ่มของธุรกิจ โดยเฉพาะกลุ่มโรงพยาบาลเอกชนที่มีสัดส่วนรายได้จากชาวต่างชาติราว 20%-30% ของรายได้รวม

โอกาสของธุรกิจบริการรักษาภาวะมีบุตรยากในระยะข้างหน้า

- **นโยบายสนับสนุนการมีบุตรของรัฐบาลจีน** เช่น การผ่อนปรนให้มีบุตรคนที่ 3 และล่าสุดยังให้เงินช่วยเหลือการเลี้ยงบุตรสำหรับเด็กเกิดใหม่ปีละ 3,600 หยวนต่อเด็ก 1 คนจนอายุ 3 ขวบ เพื่อจูงใจให้คนมีบุตร ท่ามกลางวิกฤติประชากรจีนที่ลดลงต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2565 ทำให้คาดว่ารัฐบาลจีนจะยังใช้นโยบายเหล่านี้ในระยะกลาง-ยาว ส่งผลให้ไทยที่เป็นหนึ่งในจุดหมายหลักของการเดินทางมารับบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของชาวจีน น่าจะได้านิสงค์จากการบริการภายในประเทศจีนที่ยังไม่เพียงพอ
- **การบังคับใช้ พ.ร.บ. สมรสเท่าเทียม** ทำให้ต้องมีการปรับแก้กฎหมายลูกต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับกฎหมายสมรสเท่าเทียม โดยเฉพาะการยอมให้คู่สมรสเพศเดียวกันมีบุตรได้ผ่านการใช้เทคโนโลยีช่วยเจริญพันธุ์ ซึ่งน่าจะส่งผลดีต่อตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยากของไทยให้เปิดกว้างมากขึ้น ครอบคลุมไปถึงกลุ่มความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) ที่ปัจจุบันในไทยมีอยู่ราว 5.9 ล้านคน³ หรือคิดเป็น 9% ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด และคาดว่าจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในระยะข้างหน้า
- **การเตรียมปรับกฎหมายอัมบุญของไทย** โดยเฉพาะการยอมให้คู่สมรสเพศเดียวกัน และชาวต่างชาติสามารถใช้บริการอัมบุญได้ หากมีการปรับแก้สำเร็จ คาดว่าจะมีส่วนหนุนให้การบริการรักษาภาวะมีบุตรยากด้วยเทคโนโลยีช่วยเจริญพันธุ์ของไทยเติบโตได้เพิ่มมากขึ้น แต่ทั้งนี้ยังคงต้องติดตามรายละเอียดของการปรับกฎหมายดังกล่าว ซึ่งปัจจุบันอยู่ระหว่างการเตรียมเสนอ ครม. พิจารณา
- **เทรนด์มีลูกเมื่อพร้อม หนุนบริการแช่แข็ง/ฝากไข่โตทั่วโลก** สะท้อนจากมูลค่าตลาดบริการแช่แข็ง/ฝากไข่ของโลกที่คาดว่าจะโตเฉลี่ยปีละ 8% (CAGR 2566-2571) สูงกว่าอัตราการเติบโตของบริการอื่น ๆ ในตลาดบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก ทำให้ไทยอาจแข่งขันในตลาด Fertility Tourism ได้มากขึ้น จากกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องเข้มงวดน้อยกว่าบางคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์มีการกำหนดช่วงอายุสตรีที่รับบริการได้อยู่ระหว่าง 21-37 ปี และมาเลเซียกำหนดให้สตรีโสดที่จะแช่แข็ง/ฝากไข่ได้ต้องไม่ใช่ชาวมุสลิม เป็นต้น

ความเสี่ยงของธุรกิจบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก

- **การแข่งขันมีแนวโน้มรุนแรงมากขึ้นในพื้นที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล** จากเป็นที่ตั้งของสถานพยาบาลมากกว่า 70% ของผู้ให้บริการทั้งหมด รวมถึงสถานพยาบาลจากประเทศเพื่อนบ้าน ที่เริ่มเข้ามารุกตลาดในไทยมากขึ้นในลักษณะการร่วมลงทุนกับสถานพยาบาลในไทยที่มีความพร้อมทั้งด้าน

³ อ้างอิงจากรายงาน LGBTQ+ : หลากหลายที่ไม่แตกต่าง เพื่อเปิดกว้างสู่ความเสมอภาคทางเพศ ของสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

เทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญ อย่างไรก็ตาม รายได้ของธุรกิจนี้ยังขึ้นอยู่กับมาตรฐานและอัตราความสำเร็จ เป็นสำคัญ ส่งผลให้ธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพการบริการ และต้องมีการลงทุนในเทคโนโลยีใหม่ที่จะช่วยเพิ่มอัตราความสำเร็จ เพื่อรักษารายได้และอัตรากำไรในระยะยาว

- **จำนวนบุคลากรที่มีความชำนาญเฉพาะด้านการรักษาภาวะมีบุตรยากมีจำกัด** โดยเฉพาะนักวิทยาศาสตร์การเพาะเลี้ยงตัวอ่อน จากยังไม่มีหลักสูตรอุดมศึกษาในไทยที่เปิดสอนด้านนี้โดยตรง ส่งผลให้ธุรกิจต้องมีการวางแผนกำลังคน จัดฝึกอบรมนักวิทยาศาสตร์การแพทย์ และกำหนดนโยบายค่าตอบแทนที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงจากการขาดแคลนย้ายงานของบุคลากรดังกล่าวในอนาคต
- **การเปลี่ยนแปลงมาตรการอุดหนุนการรักษาภาวะมีบุตรยากในประเทศของคนใช้ต่างชาติ** เช่น ภายในปี 2568 รัฐบาลจีนจะขยายการอุดหนุนการรักษาภาวะมีบุตรยากด้วยเทคโนโลยีช่วยเจริญพันธุ์ (ART services) ผ่านระบบประกันสุขภาพพื้นฐานครอบคลุม 31 มณฑล ปัจจุบันดังกล่าวอาจส่งผลต่อการตัดสินใจมารับบริการในไทยของคนใช้ชาวจีนบางกลุ่ม นอกจากนี้ ธุรกิจยังมีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงในเทคโนโลยีที่อาจส่งผลต่ออัตราความสำเร็จและความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ เช่น การใช้ AI คัดเลือกตัวอ่อน และเทคโนโลยี In Vitro Gametogenesis (IVG) เป็นต้น

ภาคผนวก: ภาพแสดงผู้ประกอบการในห่วงโซ่ธุรกิจบริการรักษาภาวะมีบุตรยากที่อยู่ในตลาดหลักทรัพย์

ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชน
(มีแผนให้บริการรักษาภาวะมีบุตรยาก)

คลินิกบริการรักษาภาวะมีบุตรยาก
(กลุ่มบริการรักษา และกลุ่มตรวจคัดกรอง
ความผิดปกติทางพันธุกรรม)



BDMS BCH BH CHG EKH
KDH LPH M-CHAI NEW NTV
PHG PR9 PRINC RAM RJH
RPH SKR THG VIBHA VIH NKT



SAFE GFC IVF BKGI

ภาพรวมผลประกอบการ**			
ปี 2567	Sales (%YoY)	221,176 ลบ. (5%)	1,539 ลบ. (6%)
	Operating Profit (%YoY)	39,460 ลบ. (-3%)	364 ลบ. (-6%)
	Net Income (%YoY)	29,586 ลบ. (-3%)	288 ลบ. (-7%)
	ROE	12%	10%
ไตรมาส 1 ปี 2568	Sales (%YoY)	56,532 ลบ. (3%)	362 ลบ. (-16%)
	Operating Profit (%YoY)	10,733 ลบ. (-3%)	55 ลบ. (-58%)
	Net Income (%YoY)	8,141 ลบ. (-3%)	43 ลบ. (-59%)
	ROE	3%	1%

** ภาพรวมผลประกอบการอาจจะไม่มีความสัมพันธ์โดยตรงกับธุรกิจรักษาภาวะมีบุตรยาก โดยเฉพาะกลุ่มโรงพยาบาลเอกชน เนื่องจากผู้ประกอบการในห่วงโซ่คุณค่ามีทั้งที่ดำเนินธุรกิจและมีผลิตภัณฑ์การบริการหลายประเภท

ที่มา: SETSMART

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละขณะเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน 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)

บริการทุกระดับประทับใจ