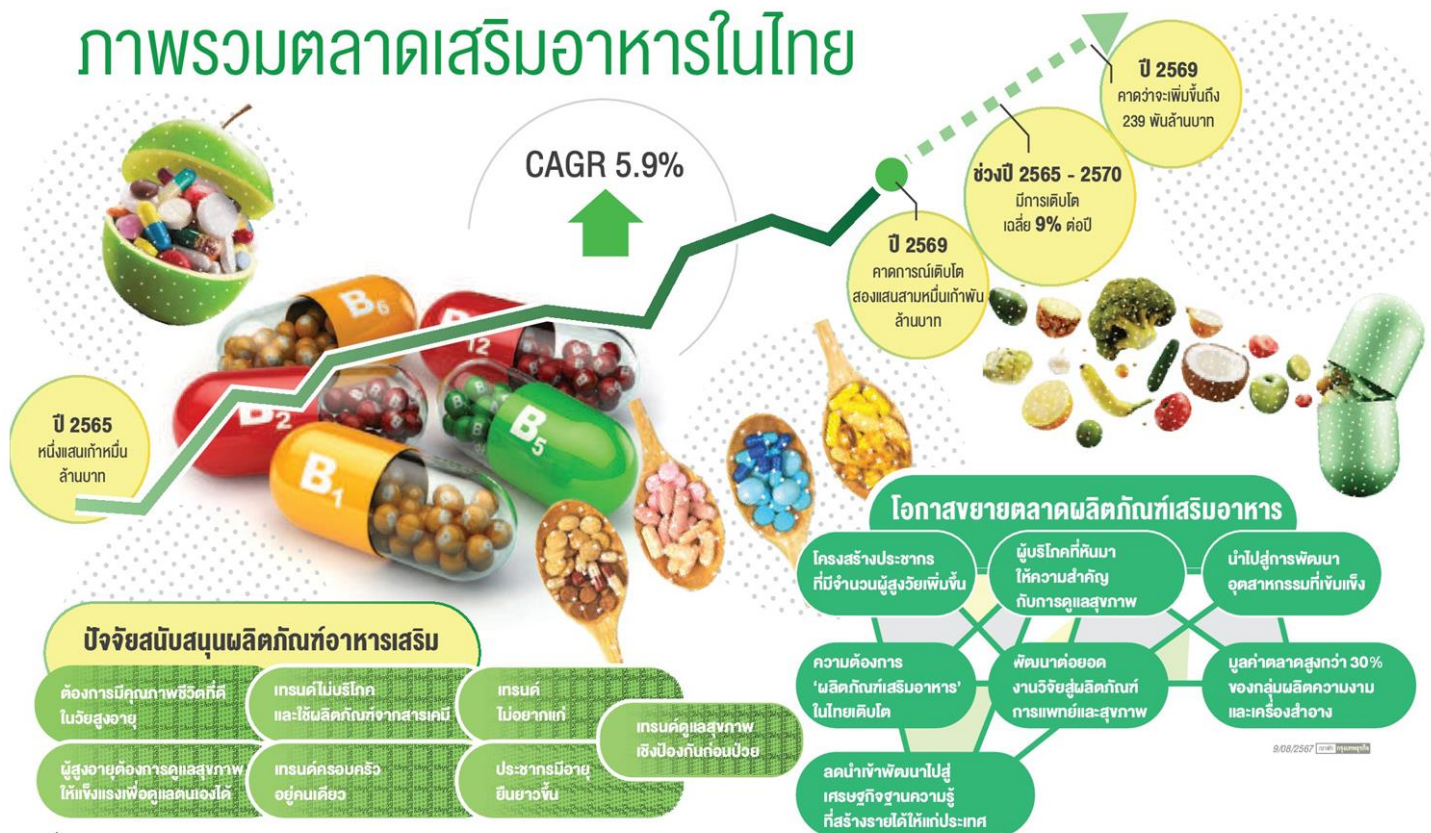


เทรนด์สุขภาพ 'เสริมอาหาร' มาแรง
ดันตลาดโต 239 พันล้านบาท ปี 69
> 11



เทรนด์สุขภาพ 'เสริมอาหาร' มาแรง ดันตลาดโต '239 พันล้านบาท' ปี 69 ภาพรวมตลาดเสริมอาหารในไทย



ที่มา : Euromonitor International, ส.อ.น., Forbes Thailand

● ทีมข่าว Health&Wellness

qualitylife4444@gmail.com

กรุงเทพธุรกิจ ● ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการค้าและการคมนาคมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทำให้การจัดงานแสดงสินค้าสามารถเข้าถึงผู้เข้าร่วมงานจากหลายประเทศในภูมิภาคได้ง่าย มีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมในการจัดงานขนาดใหญ่ มีสถานที่จัดงานที่ทันสมัยและมีระบบขนส่งที่ดีเยี่ยม และเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักธุรกิจที่เดินทางมาเจรจาธุรกิจและพักผ่อนท่องเที่ยว

เป็นหนึ่งในตลาดเสริมอาหารที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ตามรายงานของ Euromonitor โดยตลาดผลิตเสริมอาหารของประเทศไทยมีมูลค่ามากกว่าหนึ่งแสนเก้าหมื่นล้านบาท ในปี 2565 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นถึง 239 พันล้านบาท ในปี 2569 จากรายงานวิจัยตลาดเสริมอาหารในประเทศไทยคาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ย 9% ต่อปี ในช่วงปี 2565-2570 จาก COVID-19 ได้ทำให้แนวโน้มการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีเชิงรุกเป็นจุดสนใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น ผู้บริโภคในประเทศไทยและภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีความสนใจและลงทุนใน

สุขภาพของตนมากขึ้น "รุ่งเพชร ชิตานันต์วัตร" ผู้อำนวยการกลุ่มโครงการภูมิภาคอาเซียน อินฟอร์มา มาร์เก็ตส์ เปิดเผยว่า อุตสาหกรรมเสริมอาหารและสารสกัดกำลังเติบโตอย่างมากในตลาดเอเชีย โดยมีประเทศไทยเป็นหนึ่งในตลาดที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก อ้างอิงรายงานจาก Euromonitor International ตลาดสารสกัดและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร (Nutraceuticals) ของประเทศไทยมีมูลค่าหนึ่งแสนเก้าหมื่นล้านบาท ในปี 2565 และคาดว่าจะเติบโตเป็น 239 พันล้านบาท ในปี 2569

โดยกระแสความคึกคักของตลาดที่เกิดขึ้นนั้นมาจากผู้ผลิตที่คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง และการตอบรับของผู้บริโภคที่ใส่ใจดูแลสุขภาพมากขึ้น นอกจากนี้ตลาดในประเทศไทยยังเป็นที่สนใจของนักลงทุนเป็นอย่างมาก ทั้งจากผู้ประกอบการรายเดิม และผู้ประกอบการจากอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เริ่มขยายงานเข้าสู่ตลาดเสริมอาหารมากขึ้น

ดังนั้นการจัดงาน “ไวต้าฟู้ดเอเชีย 2024” (Vitafoods Asia 2024) ระหว่างวันที่ 18-20 ก.ย. 2567 ฮอลล์ 1-3 ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ ซึ่งมีผู้ร่วมออกงานกว่า 10,000 ราย จึงมุ่งตอบโจทย์ความต้องการที่รอบด้าน ทั้งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมฯ และผู้บริโภคที่ใส่ใจดูแลสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องไปกับผลการสำรวจไลฟ์สไตล์ของ Euromonitor ที่ผู้บริโภคชาวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มากกว่าครึ่งหนึ่งเชื่อว่าจะมีสุขภาพที่ดีขึ้นในอีก 5 ปีข้างหน้า และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะส่งผลกระทบต่อพวกเขา มากขึ้นอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นผลมาจากการรับประทานอาหารที่ดีเพื่อการมีสุขภาพที่ดีขึ้นในอนาคต

เป็นงานที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการได้ใช้พื้นที่ของการจัดงานสำหรับการเรียนรู้ และสร้างความร่วมมือในระยะยาว รวมทั้งใช้โอกาสนี้ในการจัดหาส่วนผสมและผลิตภัณฑ์คุณภาพจากบรรดาผู้ผลิตและเจ้าของนวัตกรรม และพบปะผู้เชี่ยวชาญด้านเทคนิคและแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับเจ้าของธุรกิจและซัพพลายเออร์คุณภาพสูงมากกว่า 600 แปรนต์ที่ร่วมออกบูธแสดงสินค้าและนวัตกรรม จาก 70 ประเทศมาร่วมจัดแสดง

โดยแบ่งเป็นโซลูชันหลากหลายประเภท ได้แก่ ส่วนผสมและวัตถุดิบ (Ingredients & Raw Materials), การผลิตตามสัญญาและฉลากส่วนตัว (Contract Manufacturer & Private Label), ผลิตภัณฑ์ที่มีตราสินค้าและผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (Branded Finished Product), ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, วิตามิน, ส่วนผสมจากธรรมชาติ, สารสกัดสมุนไพร, ผลิตภัณฑ์ทางโภชนาการ, บรรจุภัณฑ์ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้อง



จัดแสดงนวัตกรรม อาทิ หัวข้อสัมมนาเสริมโน้ตฮาร์ดแวร์แบบครบครัน ไม่ว่าจะเป็นแนวโน้มจากเด็บบีโตนและโอกาสธุรกิจเสริมอาหารในเอเชียและออสเตรเลีย การขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์สมุนไพร การทำฉลากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเพื่อผู้สูงอายุ กลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสำหรับสัตว์เลี้ยง รวมถึงการอัปเดตงานวิจัยเรื่อง Pre-Pro-Biotics, Collagen Peptides หรือสารสกัดที่กำลังมาแรงเช่น Ashwagandha และสารสกัดจากเห็ด เป็นต้น

รวมทั้งพื้นที่การจัดแสดงวัตถุดิบและสินค้าเสริมอาหารจากหน่วยงานภาครัฐและมหาวิทยาลัย (Academic to Commercial), พื้นที่จัดกิจกรรมทานอาหารตามธาตุเจ้าเรือน (Lift Elements activity) และอีกหนึ่งกิจกรรมที่น่าจับตามองเป็นการเสนอเทรนด์ในอุตสาหกรรมเสริมอาหาร (Innovative Health Hub) รวมทั้งกิจกรรมเพื่อส่งเสริมความยั่งยืน (Sustainability Square) และเวทีสัมมนาใหญ่จำนวน 2 เวทีเพื่อการถ่ายทอดประสบการณ์ที่น่าสนใจและข้อมูลเชิงลึกจากผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม

“การจัดงานครั้งนี้เป็นการสนับสนุนอุตสาหกรรมเสริมอาหารไทย เพิ่มมูลค่าวัตถุดิบด้านการเกษตร ขยายโอกาสธุรกิจและผลักดันอุตสาหกรรมเสริมอาหารไทยเติบโตในตลาดโลกพร้อมเปิดเวทีให้ผู้ประกอบการผลักดันโอกาสทางธุรกิจ

ของผู้ประกอบการธุรกิจไทยให้มากขึ้น เพื่อให้ประเทศไทยเป็นฮับของการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารในภูมิภาคเอเชีย”

ดร.ภก.ณัฐพศุทธิ์ ภัทธีราสินศิริ ประธานกลุ่มเทคโนโลยีชีวภาพ สมาคมอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) กล่าวว่า ประเทศไทยมีข้อได้เปรียบสำหรับเทคโนโลยีทางการแพทย์และสุขภาพในหลายด้าน ทั้งความเข้มแข็งด้านการศึกษาและการวิจัยด้านชีวภาพทางการแพทย์ (Biomedical Science) ประกอบกับประเทศไทยเป็นแหล่งสำคัญด้านความหลากหลายทางชีวภาพ จึงเป็นจุดแข็งในการพัฒนาต่อยอดงานวิจัยให้ไปสู่ผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพ

ทั้งผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร Functional Foods ชีวเวชภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ Active Pharmaceutical Ingredients (APIs) เพื่อนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์และสุขภาพที่เข้มแข็ง ซึ่งนอกจากเป็นการลดการนำเข้าของผลิตภัณฑ์ด้านการแพทย์และสุขภาพแล้ว ยังเป็นการพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจฐานความรู้ที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศได้

เชื่อว่าตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและสมุนไพรในประเทศไทยมีโอกาสขยายตัวอีกมากจากปัจจัยโครงสร้างประชากรที่มีจำนวนผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น และผู้บริโภค

ที่หันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพ ส่งผลให้ความต้องการ “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” ในไทยเติบโต โดยมีมูลค่าตลาดเป็นสัดส่วนสูงกว่า 30% ของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

เปิดโอกาสใหม่ๆ ให้กับธุรกิจ และ

กระตุ้นอุตสาหกรรมเสริมอาหารและสารสกัดของไทยให้เติบโตมากขึ้นกว่าเดิม ซึ่งผู้ที่สนใจในนวัตกรรมส่วนผสมอาหาร และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ จะได้เข้าถึงนวัตกรรมใหม่ และพบปะผู้เชี่ยวชาญในอุตสาหกรรม นวัตกรรมส่วนผสมสำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

อย.คุมเข้ม 'ผลิตภัณฑ์สุขภาพ'

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ประกาศใช้หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Good Complaint Handling Practice : GCHP) เป็นหน่วยงานแรกของประเทศไทย เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการด้านการจัดการเรื่องร้องเรียนให้มีประสิทธิภาพ พร้อมผลักดันให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั่วประเทศมีความเป็นเลิศด้านการจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ ภายในปี 2569

นพ.ณรงค์ อภิกุลวณิช เลขาธิการคณะกรรมการอาหารและยาเปิดเผยว่า รัฐบาลและกระทรวงสาธารณสุขให้ความสำคัญกับการรับเรื่องร้องเรียนของพี่น้องประชาชนมาโดยตลอด สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ในฐานะหน่วยงานที่มีภารกิจในการปกป้องและคุ้มครองสุขภาพของประชาชนจากการบริโภคผลิตภัณฑ์สุขภาพ จึงให้ความสำคัญกับการพัฒนางานบริการรับเรื่องร้องเรียนที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพให้มีความรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

จึงได้ประกาศใช้หลักเกณฑ์และวิธีการที่ดีในการจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Good Complaint Handling Practice : GCHP) เป็นหน่วยงานแรกของประเทศไทย และถ่ายทอดหลักเกณฑ์ดังกล่าวให้หน่วยงาน

ในระดับภูมิภาคใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงาน โดยขณะนี้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด 16 จังหวัด ครอบคลุม 12 เขตสุขภาพทั่วประเทศ ผ่านเกณฑ์การประเมินได้แก่ จ.เชียงใหม่ อุดรธานี พิษณุโลก นครสวรรค์ นครนายก สุพรรณบุรี สมุทรปราการ ขอนแก่น ร้อยเอ็ด นครพนม ชัยภูมิ นครราชสีมา อุบลราชธานี ศรีสะเกษ นครศรีธรรมราช และ พัทลุง

ทั้งนี้ ในอนาคตจะผลักดันให้สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดทั้ง 76 จังหวัด เป็นหน่วยงานที่เป็นเลิศด้านการจัดการเรื่องร้องเรียนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สุขภาพ (GCHP) ภายในปี 2569 เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการด้านการจัดการเรื่องร้องเรียนให้สามารถดำเนินงานได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ สร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ นำไปสู่กลไกที่ชัดเจนในการจัดการปัญหาโฆษณาและการขายผลิตภัณฑ์สุขภาพที่ผิดกฎหมายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สามารถลดปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพของประชาชน เกิดประโยชน์สูงสุดต่อระบบคุ้มครองผู้บริโภคด้านผลิตภัณฑ์สุขภาพของประเทศไทย ตามเป้าหมาย “ผู้บริโภคปลอดภัย ผู้ประกอบการพัฒนาไปไกล ระบบคุ้มครองสุขภาพไทยยั่งยืน

แนะรัฐสนับสนุน'เอสเอ็มอี' สมุนไพรเข้าถึงแหล่งเงินทุน

'สิทธิชัย แดงประเสริฐ' ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมสมุนไพร ในสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) กล่าวว่า ตลาดสมุนไพรโลกกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว คาดการณ์ปี 2573 ทะลุ 2.7 ล้านล้านบาท เป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอาง สมุนไพรที่ได้รับความนิยม ชิง กระเทียม โสม และคาโมมายล์

ในส่วนของประเทศไทยมูลค่าการส่งออกสมุนไพรยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สมุนไพรที่มีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดได้แก่ พริกไทยและส่วนของพริกไทย จากคาดการณ์ตลาดสมุนไพรในประเทศ ในปี 2570 มีมูลค่า 100,000 ล้านบาท กลุ่มผลิตภัณฑ์ ยาอาหารเสริมสุขภาพ เครื่องสำอางเครื่องสำอางสมุนไพร ที่ได้รับความนิยม ชม้นชัน กระชายขาว ตะไคร้หอม บัวบก

ขณะเดียวกันต้องมีการส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์สมุนไพรมูลค่าสูง อาทิ สารสกัด สมุนไพรแปรรูป ยาและอาหารเสริม ไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะภูมิภาคที่มีความต้องการสูงในการบริโภคสมุนไพร อย่าง ตลาดอาเซียน และ CLMV ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงต้องสนับสนุนให้ผู้ประกอบการ เข้าถึงการวิจัยและพัฒนาในห้องแล็บที่มีคุณภาพได้มาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างมาตรฐานรองรับสินค้า

"จำเป็นต้องมีการสร้างแบรนด์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรให้เป็นที่ยอมรับในตลาดทั่วโลก ไปพร้อมกับการสื่อสารเรื่องราวและคุณค่าเพื่อดึงดูดและเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการโปรโมตเข้าถึงผู้บริโภคและการเก็บฐานข้อมูลไว้ต่อยอดในการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรไทยได้แม่นยำมากขึ้น โดยเชื่อมโยงความร่วมมือความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม ตลอดจนห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมสมุนไพร"

การนำ 'Economy Sharing' ให้ภาครัฐ-เอกชน ใช้ทรัพยากรร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูง เช่น การสนับสนุนผู้ประกอบการรายเล็กเข้าถึงการวิจัยร่วมกับสถาบันการศึกษา และสร้างพันธมิตรเพื่อรวมกลุ่มเข้าถึงโรงงานการผลิตขนาดใหญ่ได้มาตรฐานสากล เนื่องจากปัจจุบันการส่งออกสมุนไพรไทยยังมีข้อจำกัดจากบางประเทศที่ไม่สามารถส่งออกได้

ปัจจุบันมีความร่วมมือภาครัฐและเอกชนเช่น ศูนย์ความเป็นเลิศด้านชีววิทยาศาสตร์ (องค์การมหาชน) หรือ ทีเซลส์ (TCELS) ร่วมกับสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ศูนย์สัตว์ทดลองแห่งชาติ และเครือข่าย TOPT เพื่อพัฒนาแผนปัจจุบันและยาสมุนไพรไทยให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล ส่งเสริมให้เกิดการเข้าถึงการผลิตในโรงงานที่ได้มาตรฐานด้วยการใช้ทรัพยากรร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

อย่างไรก็ตามการยกระดับสมุนไพรไทยไปสู่ตลาดโลกยังต้องการให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนการพัฒนาสมุนไพรไทยให้ตอบโจทย์ตลาด สร้างความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการด้านสมุนไพรไทยในการช่วยกันสร้างผลิตภัณฑ์ ช่องทางการสร้างมูลค่าในตลาด และผลักดันเรื่อง Soft Power ในด้านแพทย์แผนไทยสมุนไพรไทย อย่างเป็นรูปธรรม รวมทั้งสนับสนุนแหล่งเงินทุน เนื่องจากโรงงานยาสมุนไพรส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่ยังเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ยาก