



K SME Analysis

โอกาสทำเงิน เกาะกระแสอาหารสุขภาพ



โอกาสของ SME ในการดำเนินธุรกิจ เกี่ยวเนื่องกับอาหารเพื่อสุขภาพ

มูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของไทยปี 58



มีมูลค่าประมาณ 170,000 ล้านบาท
ขยายตัวเพิ่มขึ้น 42.5 % จากปี 53

ปัจจุบัน อาหารเพื่อสุขภาพ¹ ในไทยได้รับความนิยมและมีความต้องการบริโภคเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันมีสาเหตุมาจากกระแสการใส่ใจสุขภาพและความต้องการมีรูปร่างที่ดีของผู้บริโภคโดยมุ่งหวังให้อาหารมาสร้างสมดุลให้ร่างกายและช่วยลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคต่างๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการแข่งขันกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายออกมามากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคดีังกล่าว ผนวกกับการผลักดันจากภาครัฐที่มุ่งหวังให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผลิต (นโยบายไทยแลนด์ 4.0) จึงเป็นอีกแรงกระตุ้นหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น สะท้อนผ่านมูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของไทยในปี 2558 ที่มีมูลค่าประมาณ 170,000 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.5 จากปี 2553 ที่มีมูลค่าประมาณ 119,311 ล้านบาท² ดังนั้น ย่อมเป็นโอกาสทางธุรกิจอันดีสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวเนื่องกับอาหารเพื่อสุขภาพที่จะวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ

สถานการณ์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและแนวโน้มในอนาคต

ที่ผ่านมา อาหารเพื่อสุขภาพในไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแปรรูปขึ้นต้น เช่น น้ำผลไม้คั้นสด ผักผลไม้ตาก-อบแห้ง เป็นต้น หรือไม่แปรรูปเลย เช่น ผักผลไม้สดปลอดสารพิษ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ การตระหนักที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคถึงคุณค่าและโทษจากสิ่งรับประทานเข้าไป รวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการผลิตและการได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐภายใต้นโยบายพัฒนาประเทศ³ ทำให้

¹ อาหารเพื่อสุขภาพ (Health Food) ครอบคลุมอาหารฟังก์ชันนัลหรืออาหารเสริม อาหารจากธรรมชาติ อาหารเฉพาะกลุ่ม (เช่น อาหารทางการแพทย์) อาหารสำหรับผู้สูงอายุ และผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก

² ที่มา: Euromonitor

³ เช่น สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุนมีนโยบายส่งเสริมให้เกิดเมืองแห่งนวัตกรรมอาหาร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและขีดความสามารถในการแข่งขัน (ดำเนินการร่วมกับสำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ) และอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมดำเนินโครงการพัฒนาอุตสาหกรรมอาหารและเกษตรแปรรูปเพื่อให้บริการคำแนะนำ ผลักดันให้เกิดการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนส่งเสริมให้นางานวิจัยมาสู่การผลิตเชิงพาณิชย์ สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติส่งเสริมการทำธุรกิจเกษตรอินทรีย์และครัวไทยสู่ครัวโลกโดยการนำนวัตกรรมมาปรับใช้ตลอดห่วงโซ่อุปทานการผลิตเพื่อให้ไทยเป็นฐานการผลิตอาหารที่ปลอดภัย มีคุณค่าทางโภชนาการและได้รับการรับรองมาตรฐานคุณภาพในระดับสากล กรมส่งเสริมการเกษตรส่งเสริมการทำเกษตรแปลงใหญ่เพื่อรับความช่วยเหลือด้านเทคโนโลยีที่จะเกิดความคุ้มค่ามากกว่า รวมถึงส่งเสริมให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่ภาคเกษตรกรรม (Young Smart Farmer) และเกษตรกรปราดปรอง (Smart Farmer) เพื่อต่อยอดในการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจเกษตร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาส่งเสริมการผลิตและบริการสินค้าเพื่อสุขภาพที่เป็นนวัตกรรมมากขึ้น เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ยกระดับอุตสาหกรรมไทย การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาสร้างรายได้ให้ชุมชน และการปลูกพืชผักปลอดสารพิษและตรวจสอบย้อนกลับได้ เป็นต้น

ผู้ประกอบการคิดค้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลายและครอบคลุมไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้มากขึ้น เช่น สารสกัดจากสมุนไพรที่ช่วยบำรุงร่างกาย ช่วยชะลอวัย และช่วยควบคุมน้ำหนัก ธัญพืชแปรรูปที่ช่วยบำรุงผิวพรรณและช่วยสร้างกล้ามเนื้อ และอาหารเฉพาะสำหรับผู้ดูแลรูปร่าง ผู้ป่วยและผู้สูงอายุ เป็นต้น นอกจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แล้ว ผู้ประกอบการยังมีบริการจัดส่งอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อรองรับการใช้ชีวิตแบบคนเมืองที่ไม่มีเวลาปรุงอาหารแต่มีความต้องการดูแลสุขภาพ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย พร้อมทั้งได้รับสารอาหารอย่างครบถ้วนและในปริมาณที่เหมาะสม

ทั้งนี้ อาหารเพื่อสุขภาพตามที่กำลังมาข้างต้น ส่วนใหญ่เป็นความต้องการที่มาจากผู้บริโภค 3 กลุ่มหลักได้แก่ ผู้รักสุขภาพ ผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดี และผู้สูงอายุ ซึ่งผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีลักษณะและความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้



✓ **ผู้รักสุขภาพ** คือ กลุ่มคนที่หันมาใส่ใจสุขภาพด้วยการรับประทานอาหารที่เหมาะสม พอดี และมีประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาและวิถีชีวิตอันเร่งรีบของคนเมือง ทำให้คนรักสุขภาพบางส่วนไม่สามารถจัดหาอาหารที่ดีต่อสุขภาพได้ครบทุกมื้อตามที่ต้องการ ซึ่งผู้ประกอบการบางส่วนได้เล็งเห็นโอกาสและผลิตอาหารเพื่อสุขภาพในการเติมเต็มสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย โดยอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับคนรักสุขภาพมีหลากหลายประเภท อาทิ อาหารฟังก์ชันนัลหรืออาหารเสริม ได้แก่ สารสกัดจากธรรมชาติอัดเม็ดที่ช่วยบำรุงร่างกาย เช่น สารสกัดอัดเม็ด กระเทียมอัดเม็ด ผักอัดเม็ด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมที่ทำให้ระบบย่อยอาหารและการขับถ่ายทำงานดีขึ้น เช่น นมปรุงแต่ง นมเปรี้ยว โยเกิร์ต และเครื่องดื่มสมุนไพร เช่น เครื่องดื่มผสมชาเขียว เครื่องดื่มผสมเก็กฮวย เครื่องดื่มขิงผงสำเร็จรูป เป็นต้น อาหารจากธรรมชาติและอาหารออร์แกนิกที่ผลิตออกมาในรูปของอาหารทานเล่น ซึ่งทำให้ผู้บริโภคใส่ใจสุขภาพสามารถบริโภคได้ง่ายและรวดเร็ว ที่สำคัญยังให้คุณค่าทางอาหารที่ครบถ้วน เช่น ธัญพืชแปรรูปพร้อมทาน (Cereals) ธัญพืชอัดแท่ง (Cereal Bar) และมูสลี่ (Muesli)⁴ เป็นต้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การใส่ใจสุขภาพด้วยการหันมาทานอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงให้แก่ร่างกายและป้องกันการเกิดโรคจะยังคงเป็นกระแสในระยะต่อไป ดังนั้น ความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สามารถตอบโจทย์การทำให้มีสุขภาพที่ดีและสอดคล้องกับรูปแบบวิถียุคใหม่ในด้านความสะดวกสบายก็น่าจะมีการขยายตัวตาม เพื่อรองรับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว

⁴ มูสลี่ คือ ส่วนผสมของธัญพืชชนิดต่างๆ ได้แก่ ข้าวโอ๊ต จมูกข้าวสาลี ถั่ว และผลไม้แห้ง ซึ่งสามารถทานกับนม โยเกิร์ต ไอศกรีมหรือทานเล่นก็ได้

✔ **ผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดี** ในปัจจุบันผู้คนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ภายนอกมากขึ้น อย่างเช่นผู้หญิงต้องการมีรูปร่างสมส่วนและผู้ชายต้องการมีกล้ามเนื้อ ซึ่งการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต้องทำควบคู่ไปกับการกินอาหารที่ดีด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า “You are what you eat” หรือกินอย่างไรก็ได้เช่นนั้น ดังนั้น กระแสของอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและดูแลรูปร่างได้ จึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก

ทั้งนี้ อาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดีมีหลากหลายประเภท อาทิ อาหารฟังก์ชันนัล หรืออาหารเสริม ได้แก่ เครื่องดื่มผสมสารสกัดจากสมุนไพรที่ช่วยลดความอ้วน เช่น เครื่องดื่มผสมผสมส้มแขก เครื่องดื่มผสมบุกหรือวุ้น เครื่องดื่มผสมใยอาหารและแอล - คาร์นิทีน⁵ สารสกัดจากสมุนไพรอัดเม็ดที่ช่วยควบคุมน้ำหนัก เช่น ส้มแขกแคปซูล ถั่วขาวแคปซูล พริกไทยดำแคปซูล และสารสกัดจากหางนมที่ช่วยสร้างกล้ามเนื้อ (เวย์โปรตีน) เป็นต้น หรือจะเป็นอาหารจากธรรมชาติและอาหารออร์แกนิก เช่น ออกไก่สำเร็จรูปที่มีโปรตีนสูงแต่ไขมันต่ำซึ่งเหมาะสำหรับผู้ต้องการสร้างกล้ามเนื้อ ไข่ต้มสุกหรือไข่ขาวหลอดโปรตีนชั้นดีและช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อ และอาหารคลีนซึ่งเป็นอาหารที่ปรุงแต่งน้อย เน้นรสชาติเดิมจากธรรมชาติ และใช้วัตถุดิบที่มีไขมันต่ำที่จะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและมีรูปร่างที่ดี เป็นต้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการกินอาหารเพื่อสุขภาพประกอบกับการออกกำลังกาย รวมไปถึงการใช้มาตรการทางการตลาดด้วยดาราหรือผู้มีชื่อเสียงที่มีรูปลักษณ์ที่ดีของผู้ประกอบการ น่าจะไปกระตุ้นให้ผู้บริโภคเริ่มหันมาดูแลตนเองและใส่ใจรูปร่าง ดังนั้น ความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพก็น่าจะขยายตัวตามจำนวนของผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดีที่คาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นตามกระแสในระยะต่อไป

✔ **ผู้สูงอายุ** คือ กลุ่มคนที่เกษียณอายุแล้ว ทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้กำลังกายและสมองมากเท่ากับวัยอื่นๆ ส่งผลให้ความต้องการพลังงานจากอาหารของร่างกายน้อยลง ขณะที่ระบบเผาผลาญก็ทำงานลดลงด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ร่างกายก็ยังจำเป็นต้องได้รับสารอาหารอย่างครบถ้วนเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงและป้องกันโรค ดังนั้น อาหารเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุจึงต้องเป็นอาหารครบ 5 หมู่ และควบคุมปริมาณแคลอรีเพื่อป้องกันโรคอ้วนที่เกิดขึ้นได้ง่าย นอกจากนี้ ผู้สูงอายุบางรายที่เจ็บป่วยอาจไม่สามารถกินอาหารได้อย่างเพียงพอ หรืออยู่ในภาวะที่ต้องการสารอาหารบางอย่างมากน้อยเป็นพิเศษซึ่งการบริโภคอาหารทั่วไปอาจไม่เพียงพอ ทำให้มีความจำเป็นต้องทานอาหารเสริมหรืออาหารทางการแพทย์เพิ่มเติม เช่น สารสกัดจากธรรมชาติอัดเม็ดที่ช่วยบำรุงร่างกาย เครื่องดื่มผสมสำหรับผู้มีปัญหาน้ำหนักตัวลดลงเนื่องจากโรคมะเร็ง อาหารทางการแพทย์ทางสายยางสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะขาดสารอาหารรุนแรง ผู้สูงอายุที่ต้องการสารอาหารเพิ่มขึ้นหลังการผ่าตัดหรืออุบัติเหตุ เป็นต้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า อาหารเพื่อสุขภาพจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการป้องกันและช่วยรักษาโรคสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้ ในปัจจุบันไทยมีประชากรผู้สูงอายุมากกว่า 10 ล้านคนหรือร้อยละ 15 ของประชากรทั้งหมด และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมดในปี 2564 ซึ่งจะเป็นการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ย่อมส่งผลต่อเนื่องให้ความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพขยายตัวตามจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นไปด้วย

⁵ แอลคาร์นิทีน คือ สารที่เกิดจากกรดอะมิโน 2 ตัว คือ ไลซีนและเมไทโอนีน ซึ่งช่วยเพิ่มกระบวนการดึงไขมันไปใช้ ในปัจจุบันได้รับความนิยมใช้เป็นส่วนประกอบในอาหารเสริมลดน้ำหนัก โดยแหล่งของคาร์นิทีนพบมากในเนื้อแดงและผลิตภัณฑ์จากนม หรือจากแหล่งธรรมชาติ เช่น ถั่วและเมล็ดพืชต่างๆ เป็นต้น

อาหารเพื่อสุขภาพจะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นจากความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มที่ต้องการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงด้วยการมุ่งบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภสดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้สามารถรองรับกับแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ

โอกาสและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ

ความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่คาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นนั้น ได้รับแรงสนับสนุนจากความนิยมของผู้บริโภคทั้งวัยรุ่น วัยทำงาน หรือแม้แต่วัยสูงอายุที่หันมาดูแลสุขภาพและใส่ใจสุขภาพ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สถานการณ์ดังกล่าวเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญต่อผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ซึ่งผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มมีโอกาสและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

กลยุทธ์ในการทำธุรกิจ

- ผู้ผลิต** สร้างเครือข่ายเกษตรกร และทำแปลงเกษตรอินทรีย์ที่ได้มาตรฐาน
- ผู้แปรรูป** เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม
- ผู้จำหน่าย** ใช้สื่อออนไลน์ เลือกที่ตั้งร้านค้าให้เหมาะสม และมีบริการจัดส่ง
- ผู้พัฒนา App** พัฒนาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม

กลุ่ม 1 ผู้ผลิต: เกษตรอินทรีย์ คือ ระบบการผลิตทางการเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีที่อาจจะก่อให้เกิดการปนเปื้อนต่อทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงสุขภาพของมนุษย์ ซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพจะใช้สินค้าจากเกษตรอินทรีย์เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เมื่อพิจารณาความพร้อมและศักยภาพของผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ พบว่า ผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญในการปลูก โดยในปัจจุบันเกษตรกรหันมาทำการเพาะปลูกโดยไม่ใช้สารเคมีและปลูกตรงตามฤดูกาลกันมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้างต้น สะท้อนผ่านข้อมูลพื้นที่ผลิตเกษตรอินทรีย์และจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์ในช่วงปี 2555-2558 ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.5 และ 16.3 ต่อปี (CAGR) ตามลำดับ⁶ อย่างไรก็ตาม แม้พื้นที่เกษตรอินทรีย์จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ถือว่ายังน้อยอยู่มากเมื่อเทียบกับพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดของประเทศ⁷ สาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการปลูกแบบอินทรีย์มีขั้นตอนยุ่งยากและต้นทุนสูง นอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมา รัฐบาลมีการดำเนินนโยบายดูแลราคาสินค้าเกษตรหลายรายการ ทำให้เกษตรกรบางส่วนหันกลับไปผลิตแบบเคมีเพื่อเข้าร่วมโครงการรัฐที่ได้รายได้สูงกว่าแทน

⁶ ที่มา: มูลนิธิสายใยแผ่นดิน

⁷ พื้นที่เกษตรอินทรีย์คิดเป็นประมาณร้อยละ 0.16 ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมด, สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2558

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า แนวโน้มความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นเป็นโอกาสให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตแบบอินทรีย์รายเดิมขยายพื้นที่เพาะปลูกหรือการหันมาทำเกษตรอินทรีย์ของผู้ผลิตรายใหม่ ซึ่งภาครัฐเองก็พร้อมให้การสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์⁸ รวมไปถึงการปล่อยให้ราคาสินค้าเกษตรเป็นไปตามกลไกตลาดมากขึ้น ดังนั้น ด้วยความต้องการของตลาดและการผลักดันจากภาครัฐน่าจะเป็นแรงหนุนที่สำคัญให้เกษตรกรผู้ผลิตอินทรีย์เพิ่มผลผลิตออกสู่ตลาดมากขึ้นตาม โดยเกษตรกรอาจอาศัยกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

✔ **สร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกร** เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการทำเกษตรอินทรีย์ในหมู่เกษตรกร การนำต้นแบบของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จมาปรับใช้ รวมถึงเป็นแนวทางให้เกษตรกรที่สนใจเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์

✔ **รวมตัวเป็นเกษตรกรรวมแปลงใหญ่** เพื่อรับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมจากหน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน เนื่องจากการลงทุนให้เกษตรกรเพียงรายเดียวอาจจะทำได้ยากหรือไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

✔ **มุ่งเป็นแปลงเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน** เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับในสินค้าจากผู้บริโภค โดยเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์จะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานของสำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ จึงจะได้รับการรับรองจากหน่วยรับรองมาตรฐาน ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ เช่น มาตรฐาน Q (Q) เป็นต้น

✔ **ทำสัญญาการค้ากับผู้ประกอบการในห่วงโซาการผลิตต่อไป** เพื่อให้เกิดการวางแผนเพาะปลูกอย่างเป็นระบบ อีกทั้งเป็นการประกันรายได้ให้แก่เกษตรกรและผลผลิตที่เพียงพอสำหรับผู้ประกอบการ

✔ **สร้างความร่วมมือกับร้านอาหารและร้านค้า** เช่น เมนูเพื่อสุขภาพจากผักผลไม้ปลอดสารพิษจากแปลงเกษตรอินทรีย์ จัดโซนสินค้าออร์แกนิกที่รับจากสวนของเกษตรกรโดยตรง หรือโปรแกรมเยี่ยมชมแหล่งผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสการทำเกษตรอินทรีย์และมีโอกาสได้เก็บพืชผลทางการเกษตรด้วยตนเอง เป็นต้น

✔ **อาศัยสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์** เช่น Facebook Instagram หรือ Line โดยแสดงรายละเอียดของแปลงเกษตรอินทรีย์ เช่น ข้อมูลผักผลไม้ ราคาจำหน่าย และสถานที่ตั้ง เพื่อให้ผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

กลุ่ม 2 ผู้แปรรูป: ปัจจุบันผู้แปรรูปส่วนใหญ่เป็น SME ที่กระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตของวัตถุดิบและเป็นกิจการแปรรูปัญชีพีชมากที่สุด⁹ ดังนั้น จากกระแสความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า เป็นโอกาสอันดีให้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ซึ่งอาจอาศัยกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

⁸ คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติเสนอร่างยุทธศาสตร์การพัฒนากิจการเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ พ.ศ.2560 — 2564 โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มพื้นที่เกษตรอินทรีย์ ปริมาณ และมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ของประเทศ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปีและเกิดกลุ่มเกษตรอินทรีย์อย่างน้อย 760 กลุ่มทั่วประเทศ, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2559

⁹ ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

✔ **มุ่งแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและผ่านการรับรองมาตรฐาน** ในปัจจุบันผู้บริโภคใส่ใจและใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาจากฉลากอาหารที่แสดงรายละเอียดของส่วนประกอบ ปริมาณอาหารและสถานที่ผลิต ฉลากโภชนาการที่แสดงข้อมูลทางโภชนาการ ฉลากโภชนาการแบบ GDA (Guideline Daily Amount) ที่แสดงค่าพลังงานที่เหมาะสม และสัญลักษณ์โภชนาการ (Healthier Choice) ที่จะรับรองว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีการควบคุมปริมาณน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมให้เหมาะสมกับความต้องการในแต่ละวัน ตลอดจนตราสัญลักษณ์ที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ

คุณค่าทางโภชนาการต่อ ควรแบ่งกัน ครั้ง			
พลังงาน	น้ำตาล	ไขมัน	โซเดียม
กิโลแคลอรี	กรัม	กรัม	มิลลิกรัม
* %	* %	* %	* %

* คิดเป็นร้อยละของปริมาณสูงสุดที่บริโภคได้ต่อวัน

Guideline Daily Amount



✔ **เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยกลยุทธ์การตลาด** เช่น สินค้าที่มีความหลากหลาย ย่อยต่อการบริโภค และบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและทำจากวัสดุธรรมชาติ เป็นต้น เพื่อรองรับผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาจอาศัยศักยภาพของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานของรัฐที่ได้ทำการศึกษาไว้แล้วมาสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์ เพื่อเป็นการประหยัดเงินทุนและเวลาในการพัฒนาด้วยตนเอง

✔ **เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรม** ที่ผ่านมา การแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพของไทยเป็นการผลิตแบบง่าย ๆ โดยไม่ได้ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน แต่ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปประกอบกับการส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพการผลิตของหน่วยงานรัฐ จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการแปรรูปจะนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาใช้ในกระบวนการแปรรูปอาหารเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต

กลุ่ม 3 ผู้จัดจำหน่าย: อาหารเพื่อสุขภาพเป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมและมีผู้บริโภคค่อนข้างเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการจัดจำหน่ายที่จะศึกษาแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคและนำผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มมาทำการตลาด โดยอาศัยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน

✔ **อาศัยสื่อออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย** ปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับโลกออนไลน์มากขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการรายใหม่อาจเริ่มจากการอาศัยโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์ร้านค้าของตนที่แสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและบริการดูแลสุขภาพต่างๆ ให้ชัดเจน เช่น รายการอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมบริการจัดส่ง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การเปิดเพจบนสื่อออนไลน์ควรทำควบคู่กับการเปิดหน้าร้าน เนื่องจากผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุยังคงนิยมจับจ่ายสินค้าจากร้านค้าซึ่งเป็นธุรกิจแบบดั้งเดิมอยู่ (Traditional Business)

✔ **เลือกโลเกชั่นร้านค้าให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค** เช่น ร้านอาหารคลีนที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเป็นวัยทำงานก็ควรมองหาทำเลที่เป็นย่านศูนย์กลางของธุรกิจ ร้านอาหารมังสวิรัต และร้านอาหารเจที่ผู้บริโภคมักจะเป็นผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยควรตั้งใกล้สถานพยาบาลหรือใกล้แหล่งชุมชน เป็นต้น

ทั้งนี้ ร้านค้าอาจเพิ่มเติมบริการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ป่วย ผู้สูงอายุ และผู้ดูแลรูปร่างผ่านเมนูอาหารที่อยูในการควบคุมของนักโภชนาการ **พร้อมมีบริการจัดส่งอาหาร (Delivery)** ซึ่งอาจดำเนินการเองหรือจับมือกับผู้ประกอบการจัดส่ง เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่มยอดขาย

✔ **เข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า** พบปะผู้บริโภคเพื่อสอบถามความต้องการและผลตอบรับจากการบริโภคสินค้า ตลอดจนเปิดโอกาสในการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ในตลาด

✔ **สร้างกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกันในหมู่ผู้รับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ** เช่น กิจกรรมพบปะพูดคุยกับนักโภชนาการหรือผู้หายป่วยจากโรคร้ายด้วยการกินอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพระหว่างกัน ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดความต้องการบริโภคได้ทางหนึ่ง

กลุ่ม 4 ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันและระบบบริหารจัดการ: ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ต้องการได้รับความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต ผสมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าเป็นโอกาสให้แก่ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันและระบบบริหารจัดการในการสร้างสรรค์แอปพลิเคชันหรือระบบบริหารจัดการที่จะช่วยยกระดับการผลิตและการให้บริการของผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถรองรับแนวโน้มของตลาดได้โดยอาศัยกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ดังนี้

✔ **พัฒนาแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าสำหรับร้านอาหารและร้านค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสั่งอาหารหรือซื้อผลิตภัณฑ์ที่ต้องการบนสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต พร้อมบริการจัดส่งโดยอาจจัดส่งเองหรือร่วมมือกับธุรกิจจัดส่งอาหาร (เช่น แอปพลิเคชัน Foodpanda)** นอกจากนี้ ควรมีทางเลือกในการชำระค่าสินค้าที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นระบบออนไลน์ของธนาคาร บัตรเครดิต หรือเก็บเงินปลายทาง เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า

นอกจากนี้ อาจทำการพัฒนาแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าระหว่างผู้ประกอบการ เช่น แอปพลิเคชัน Freshket ที่ร้านอาหารหรือร้านค้าสามารถสั่งผักผลไม้จากแปลงเกษตรอินทรีย์บนสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตได้ เป็นต้น

✔ **พัฒนาแอปพลิเคชันดูแลสุขภาพแก่ผู้รักสุขภาพและผู้ดูแลรูปร่างสำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพหรือสถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคจะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากนักโภชนาการและเทรนเนอร์ผ่านสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตเกี่ยวกับรายการอาหารเพื่อสุขภาพควบคู่กับการออกกำลังกายที่ถูกต้องและเหมาะสม**

✔ **พัฒนาระบบบริหารจัดการฟาร์มเกษตรอินทรีย์หรือโรงงานแปรรูป เช่น การประยุกต์ระบบอัตโนมัติ (Automation System) มาใช้ในการติดตามสภาพดินฟ้าอากาศ ระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าสภาพความชื้นที่ลดลงของดินในฟาร์ม และระบบควบคุมโรงเรือนที่ตัดสินใจทำงานได้เองในช่วงเวลาที่กำหนดไว้ เป็นต้น**

✔ **พัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในแปลงเกษตรอินทรีย์ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์ และโรงงานแปรรูป สำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถตรวจสอบเส้นทางของสินค้าได้ตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทาง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของอาหารให้กับผู้บริโภค**

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ด้วยกระแสรักสุขภาพและใส่ใจในรูปร่าง ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของไทย น่าจะทำให้ความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในระยะต่อไป ซึ่งส่งผลดีให้แก่ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้ผลิตแบบอินทรีย์ ผู้ประกอบการแปรรูปอาหาร ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนนักพัฒนาแอปพลิเคชันและระบบบริหารจัดการ

อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมของผู้บริโภคย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการด้านอาหารเพื่อสุขภาพ โดยเฉพาะ SME ควรทำความเข้าใจลักษณะความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้ก้าวทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อให้สามารถตอบสนองผู้บริโภคและแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้ นอกจากนี้ ในกรณีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและสนใจขยายตลาดไปต่างประเทศ ก็จำเป็นต้องศึกษาระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศคู่ค้าเพิ่มเติม

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่

