

เกษตรแปรรูปกับเทรนด์รักสุขภาพ ตลาดแนวใหม่ที่ต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภค



ที่มา : <https://www.honestdocs.co/>

ปัจจุบันอาหารเพื่อสุขภาพ ในไทยได้รับความนิยมและมีความต้องการบริโภคเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันมีสาเหตุมาจากกระแสการใส่ใจสุขภาพและความต้องการมีรูปร่างที่ดีของผู้บริโภคโดยมุ่งหวังให้อาหารมาสร้างสมดุลให้ร่างกายและช่วยลดความเสี่ยงจากการเป็นโรคต่างๆ ส่งผลให้ผู้ประกอบการแข่งขันกันสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายออกมามากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคดีดังกล่าว ผนวกกับการผลักดันจากภาครัฐที่มุ่งหวังให้ผู้ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาปรับใช้ในการผลิต (นโยบายไทยแลนด์ 4.0) จึงเป็นอีกแรงกระตุ้นหนึ่งที่ทำให้ผู้ประกอบการผลิตสินค้าเพื่อสุขภาพที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์สมัยใหม่ออกสู่ตลาดเพิ่มมากขึ้น สะท้อนผ่านมูลค่าตลาดอาหารเพื่อสุขภาพของไทยในปี 2558 ที่มีมูลค่าประมาณ 170,000 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 42.5 จากปี 2553 ที่มีมูลค่าประมาณ 119,311 ล้านบาท ดังนั้นย่อมเป็นโอกาสทางธุรกิจอันดีสำหรับผู้ประกอบการเกี่ยวเนื่องกับอาหารเพื่อสุขภาพที่จะวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตน เพื่อรองรับแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ

สถานการณ์การบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพและแนวโน้มในอนาคต



ที่มา : <http://www.traave.com/>

ที่ผ่านมาอาหารเพื่อสุขภาพในไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีการแปรรูปขั้นต้น เช่น น้ำผลไม้คั้นสด ผักผลไม้ตาก อบแห้ง เป็นต้น หรือไม่แปรรูปเลย เช่น ผักผลไม้สดปลอดสารพิษ เป็นต้น แต่ในปัจจุบันด้วยรูปแบบการใช้ชีวิตที่เร่งรีบ การตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นของผู้บริโภคถึงคุณและโทษจากสิ่งที่รับประทานเข้าไป รวมถึงความก้าวหน้าของเทคโนโลยีในการผลิตและการได้รับความสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐภายใต้นโยบายพัฒนาประเทศทำให้ผู้ประกอบการคิดค้นและนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สินค้ามีความหลากหลายและครอบคลุมไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคได้มากขึ้น เช่น สารสกัดจากสมุนไพรมันช่วยบำรุงร่างกาย ช่วยชะลอวัย และช่วยควบคุมน้ำหนัก ธัญพืชแปรรูปที่ช่วยบำรุงผิวพรรณและช่วยสร้างกล้ามเนื้อ และอาหารเฉพาะสำหรับผู้ดูแลรูปร่าง ผู้ป่วยและผู้สูงอายุ เป็นต้น นอกจากการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แล้ว ผู้ประกอบการยังมีบริการจัดส่งอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อรองรับการใช้ชีวิตแบบคนเมืองที่ไม่มีเวลาปรุงอาหารแต่มีความต้องการดูแลสุขภาพ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภคได้รับความสะดวกสบาย พร้อมทั้งได้รับสารอาหารอย่างครบถ้วนและในปริมาณที่เหมาะสม ทั้งนี้อาหารเพื่อสุขภาพตามทีกล่าวมาข้างต้น ส่วนใหญ่เป็นความต้องการที่มาจากผู้บริโภค 3 กลุ่มหลักได้แก่ ผู้รักสุขภาพ ผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดี และผู้สูงอายุ ซึ่งผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมีลักษณะและความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพที่แตกต่างกัน โดยมีรายละเอียดดังนี้



ที่มา : http://www.thaihealth.or.th/data/content/2014/07/25049/cms/e_cegkswxzy279.jpg

1. ผู้รักสุขภาพ คือ กลุ่มคนที่หันมาใส่ใจสุขภาพด้วยการรับประทานอาหารที่เหมาะสม พอดีและมีประโยชน์ต่อร่างกาย แต่ด้วยข้อจำกัดของเวลาและวิถีชีวิตอันเร่งรีบของคนเมือง ทำให้คนรักสุขภาพบางส่วนไม่สามารถจัดหาอาหารที่ดีต่อสุขภาพได้ครบทุกมื้อตามที่ต้องการ ซึ่งผู้ประกอบการบางส่วนได้เล็งเห็นโอกาสและผลิตอาหารเพื่อสุขภาพในการเติมเต็มสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกาย โดยอาหารเพื่อสุขภาพสำหรับคนรักสุขภาพมีหลากหลายประเภท อาทิ อาหารฟังก์ชันนัลหรืออาหารเสริม ได้แก่ สารสกัดจากธรรมชาติอัดเม็ดที่ช่วยบำรุงร่างกาย เช่น สาหร่ายอัดเม็ด กระเทียมอัดเม็ด ผักอัดเม็ด ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากนมที่ทำให้ระบบย่อยอาหารและการขับถ่ายทำงานดีขึ้น เช่น นมปรุงแต่ง นมเปรี้ยว โยเกิร์ต และเครื่องดื่มสมูทไฟร เช่น เครื่องดื่มผสมชาเขียว เครื่องดื่มผสมเก๊กฮวย เครื่องดื่มขิงผงสำเร็จรูป เป็นต้น อาหารจากธรรมชาติและอาหารออร์แกนิกที่ผลิตออกมาในรูปแบบของอาหารทานเล่น ซึ่งทำให้ผู้ใส่ใจสุขภาพสามารถบริโภคได้ง่ายและรวดเร็ว ที่สำคัญยังให้คุณค่าทางอาหารที่ครบถ้วน เช่น ธัญพืชแปรรูปพร้อมทาน (Cereals) ธัญพืชอัดแท่ง (Cereal Bar) และมูสลี่ (Muesli) เป็นต้น ทางด้านศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้มองว่า การใส่ใจสุขภาพด้วยการหันมาทานอาหารเพื่อสุขภาพเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงให้แก่ร่างกายและป้องกันการเกิดโรคจะยังคงเป็นกระแสในระยะต่อไป ดังนั้น ความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สามารถตอบโจทย์การทำให้มีสุขภาพที่ดีและสอดคล้องกับรูปแบบชีวิตยุคใหม่ในด้านความสะดวกสบาย คาดว่าจะมีการขยายตัวตามเพื่อรองรับแนวโน้มความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว



ที่มา : <http://www.healthandtrend.com/wp-content/uploads/2017/06/body-weight.jpg>

2. ผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดี ในปัจจุบันผู้คนให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ภายนอกมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ผู้หญิงต้องการมีรูปร่างสมส่วนและผู้ชายต้องการมีกล้ามเนื้อ ซึ่งการออกกำลังกายเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ จึงจะต้องทำควบคู่ไปกับการกินอาหารที่ดีด้วย ดังคำกล่าวที่ว่า “You are what you eat” หรือกินอย่างไรก็ได้เช่นนั้น ดังนั้นกระแสของอาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกายและดูแลรูปร่างได้ จึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นอย่างมาก ทั้งนี้อาหารเพื่อสุขภาพสำหรับผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดีมีหลากหลายประเภท อาทิ อาหารฟังก์ชันนัลหรืออาหารเสริม ได้แก่ เครื่องดื่มผสมสารสกัดจากสมุนไพรมันช่วยลดความอ้วน เช่น เครื่องดื่มผสมส้มแขก เครื่องดื่มผสมบุกหรือวุ้น เครื่องดื่มผสมใยอาหารและแอล-คาร์นิทีน สารสกัดจากสมุนไพรรัดเม็ดที่ช่วยควบคุมน้ำหนัก เช่น ส้มแขกแคปซูล ถั่วขาวแคปซูล พริกไทยดำ แคปซูล และสารสกัดจากหางนมที่ช่วยสร้างกล้ามเนื้อ (เวย์โปรตีน) เป็นต้น หรือจะเป็นอาหารจากธรรมชาติและอาหารออร์แกนิก เช่น ออกไก่สำเร็จรูปที่มีโปรตีนสูงแต่ไขมันต่ำ ซึ่งเหมาะสำหรับผู้ต้องการสร้างกล้ามเนื้อ ไข่ต้มสุกหรือไข่ขาว หลอดโปรตีนชั้นดีและช่วยเสริมสร้างกล้ามเนื้อและอาหารคลีนซึ่งเป็นอาหารที่ปรุงแต่งน้อย เน้นรสชาติเดิมจากธรรมชาติ และใช้วัตถุดิบที่มีไขมันต่ำที่จะช่วยให้ร่างกายแข็งแรงและมีรูปร่างที่ดี เป็นต้น ทางศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้มองว่า ผลลัพธ์ที่ได้รับจากการกินอาหารเพื่อสุขภาพประกอบกับการออกกำลังกายรวมถึงการใช้มาตรการทางการตลาดด้วยดาราหรือผู้มีชื่อเสียงที่มีรูปลักษณ์ที่ดีของผู้ประกอบการจะไปกระตุ้นให้ผู้บริโภคเริ่มหันมาดูแลตนเองและใส่ใจรูปร่าง ดังนั้นความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพก็น่าจะขยายตัวตามจำนวนของผู้ต้องการมีรูปร่างที่ดีที่คาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นตามกระแสในระยะต่อไป



ที่มา : https://cms.kapook.com/uploads/tag/41/ID_39893_595b4ac0b6298.jpg

3. ผู้สูงอายุ คือ กลุ่มคนที่เกษียณอายุแล้วทำให้ไม่จำเป็นต้องใช้กำลังกายและสมองมากเท่ากับวัยอื่นๆ ส่งผลให้ความต้องการพลังงานจากอาหารของร่างกายน้อยลงขณะที่ระบบเผาผลาญก็ทำงานลดลงด้วยเช่นกัน อย่างไรก็ตามร่างกายก็ยังจำเป็นต้องได้รับสารอาหารอย่างครบถ้วนเพื่อเสริมสร้างความแข็งแรงและป้องกันโรค ดังนั้นอาหารเพื่อสุขภาพที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุจึงต้องเป็นอาหารครบ 5 หมู่และควบคุมปริมาณแคลลอรี่เพื่อป้องกันโรคอ้วนที่เกิดขึ้นได้ง่าย นอกจากนี้ ผู้สูงอายุบางรายที่เจ็บป่วยอาจไม่สามารถกินอาหารได้อย่างเพียงพอหรืออยู่ในภาวะที่ต้องการสารอาหารบางอย่างมากน้อยเป็นพิเศษซึ่งการบริโภคอาหารทั่วไปอาจไม่เพียงพอ ทำให้มีความจำเป็นต้องทานอาหารเสริมหรืออาหารทางการแพทย์เพิ่มเติม เช่น สารสกัดจากธรรมชาติอัดเม็ดที่ช่วยบำรุงร่างกาย เครื่องดื่มผงสำหรับผู้มีปัญหาน้ำหนักตัวลดลงเนื่องจากโรคมะเร็ง อาหารทางการแพทย์ ทางสายยางสำหรับผู้สูงอายุที่มีภาวะขาดสารอาหารรุนแรง ผู้สูงอายุที่ต้องการสารอาหารเพิ่มขึ้นหลังการผ่าตัดหรืออุบัติเหตุ เป็นต้น อาหารเพื่อสุขภาพจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในการป้องกันและช่วยรักษาโรคสำหรับผู้สูงอายุ ทั้งนี้ในปัจจุบันไทยมีประชากรผู้สูงอายุมากกว่า 10 ล้านคนหรือร้อยละ 15 ของประชากรทั้งหมดและคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมดในปี 2564 ซึ่งจะเป็นการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) ย่อมส่งผลต่อเนื่องให้ความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพขยายตัวตามจำนวนผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นไปด้วย

อาหารเพื่อสุขภาพจะยิ่งทวีความสำคัญมากขึ้นจากความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มที่ต้องการมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงด้วยการมุ่งบริโภคอาหารที่มีประโยชน์ ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและติดตามพฤติกรรมของผู้บริโภครดังกล่าวข้างต้น เพื่อให้สามารถรองรับกับแนวโน้มการเติบโตของตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ

โอกาสและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ

ความต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่คาดว่าจะเพิ่มมากขึ้นนั้น ได้รับแรงสนับสนุนจากความนิยมของผู้บริโภคทั้งวัยรุ่น วัยทำงานหรือแม้แต่ผู้สูงอายุที่หันมาดูแลตนเองและใส่ใจสุขภาพ สถานการณ์ดังกล่าวเป็นโอกาสทางธุรกิจที่สำคัญต่อผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SME) ซึ่งผู้ประกอบการในแต่ละกลุ่มมีโอกาสและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจดังนี้



ที่มา : <https://www.chiangmainews.co.th/page/wp-content/uploads/2018/01/b.7-8.jpg>

กลุ่มที่ 1 ผู้ผลิต: เกษตรอินทรีย์ คือ ระบบการผลิตทางการเกษตรที่ไม่ใช้สารเคมีที่อาจจะก่อให้เกิดการปนเปื้อนต่อทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงสุขภาพของมนุษย์ ซึ่งอาหารเพื่อสุขภาพจะใช้สินค้าจากเกษตรอินทรีย์เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต เมื่อพิจารณาความพร้อมและศักยภาพของผู้ผลิตเกษตรอินทรีย์ พบว่าผู้ผลิตส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรรายย่อยที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญในการปลูก โดยในปัจจุบันเกษตรกรหันมาทำ การเพาะปลูกโดยไม่ใช้สารเคมีและปลูกตรงตามฤดูกาลกันมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคข้างต้น สะท้อนผ่านข้อมูลพื้นที่ผลิตเกษตรอินทรีย์และจำนวนฟาร์มเกษตรอินทรีย์ในช่วงปี 2555-2558 ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 8.5 และ 16.3 ต่อปี (CAGR) ตามลำดับ อย่างไรก็ตามแม้พื้นที่เกษตรอินทรีย์จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องแต่ถือว่ายังน้อยอยู่มากเมื่อเทียบกับพื้นที่ทำการเกษตรทั้งหมดของประเทศสาเหตุส่วนหนึ่งน่าจะมาจากการปลูกแบบอินทรีย์มีขั้นตอนยุ่งยากและต้นทุนสูง นอกจากนี้ในช่วงที่ผ่านมารัฐบาลมีการดำเนินนโยบายดูแลราคาสินค้าเกษตรหลายรายการ ทำให้เกษตรกรบางส่วนหันกลับไป

กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561
ผลิตแบบเคมีเพื่อเข้าร่วมโครงการรัฐที่ได้รายได้สูงกว่าแทน แนวโน้มความต้องการสินค้าเพื่อสุขภาพของ
ผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้นเป็นโอกาสให้แก่เกษตรกรผู้ผลิตแบบอินทรีย์รายเดิมขยายพื้นที่เพาะปลูกหรือการหันมา
ทำ เกษตรอินทรีย์ของผู้ผลิตรายใหม่ ซึ่งภาครัฐเองก็พร้อมให้การสนับสนุนการทำเกษตรอินทรีย์รวมถึงการ
ปล่อยให้ราคาสินค้าเกษตรเป็นไปตามกลไกตลาดมากขึ้น ดังนั้น ด้วยความต้องการของตลาดและการผลักดัน
จากภาครัฐน่าจะเป็นแรงหนุนที่สำคัญให้เกษตรกรผู้ผลิตอินทรีย์เพิ่มผลผลิตออกสู่ตลาดมากขึ้นตาม โดย
เกษตรกรอาจอาศัยกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจดังนี้

- การสร้างเครือข่ายระหว่างเกษตรกร เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลการทำเกษตรอินทรีย์ในหมู่
เกษตรกร การนำต้นแบบของเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จมาปรับใช้ รวมถึงเป็นแนวทางให้
เกษตรกรที่สนใจเข้าสู่ตลาดสินค้าเกษตรอินทรีย์
- การรวมตัวเป็นเกษตรกรรวมแปลงใหญ่ เพื่อรับการสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมจาก
หน่วยงานรัฐหรือภาคเอกชน เนื่องจากการลงทุนให้เกษตรกรเพียงรายเดียวอาจทำได้ยากหรือไม่
คุ้มค่ากับการลงทุน
- การมุ่งเป็นแปลงเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและการยอมรับใน
สินค้าจากผู้บริโภค โดยเกษตรกรที่ทำ เกษตรอินทรีย์เชิงพาณิชย์จะต้องปฏิบัติตามมาตรฐานของ
สำนักงานมาตรฐานสินค้าเกษตรและอาหารแห่งชาติ จึงจะได้รับการรับรองจากหน่วยรับรอง
มาตรฐาน ได้แก่ สำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ทำสัญญาการค้ากับผู้ประกอบการในห่วงโซ่การ
ผลิตถัดไป เพื่อให้เกิดการวางแผนเพาะปลูกอย่างเป็นระบบ อีกทั้งเป็นการประกันรายได้ให้แก่
เกษตรกรและผลผลิตที่เพียงพอสำหรับผู้ประกอบการ
- สร้างความร่วมมือกับร้านอาหารและร้านค้า เช่น เมนูเพื่อสุขภาพจากผักผลไม้ปลอดสารพิษจากแปลง
เกษตรอินทรีย์ จัดโซนสินค้าออร์แกนิกที่รับจากสวนของเกษตรกรโดยตรงหรือโปรแกรมเยี่ยมชม
แหล่งผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคได้สัมผัสการทำเกษตรอินทรีย์และมีโอกาสได้เก็บพืชผลทางการเกษตรด้วย
ตนเองเป็นต้น
- อาศัยสื่อออนไลน์เพื่อการประชาสัมพันธ์ เช่น Facebook Instagram หรือ Line โดยแสดง
รายละเอียดของแปลงเกษตรอินทรีย์ เช่น ข้อมูลผักผลไม้ ราคาจำหน่าย และสถานที่ตั้ง เพื่อให้
ผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มเข้าถึงได้ง่ายขึ้น



ที่มา : <https://www.eeco.or.th/sites/default/files/1-3.jpg>

กลุ่มที่ 2 ผู้แปรรูป: ปัจจุบันผู้แปรรูปส่วนใหญ่เป็น SME ที่กระจายตัวอยู่ตามพื้นที่ที่เป็นแหล่งผลิตของวัตถุดิบและเป็นกิจการแปรรูปธัญพืชมากที่สุดตั้งนั้น จากกระแสความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า เป็นโอกาสอันดีให้แก่ผู้ประกอบการแปรรูปที่จะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในรูปแบบใหม่ๆ เพื่อรองรับความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ซึ่งอาจอาศัยกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจดังนี้

- มุ่งแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและผ่านการรับรองมาตรฐาน ในปัจจุบันผู้บริโภคใส่ใจและใช้เวลาในการเลือกซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น โดยพิจารณาจากฉลากอาหารที่แสดงรายละเอียดของส่วนประกอบ ปริมาณอาหารและสถานที่ผลิต ฉลากโภชนาการที่แสดงข้อมูลทางโภชนาการ ฉลากโภชนาการแบบ GDA (Guideline Daily Amount) ที่แสดงค่าพลังงานที่เหมาะสม และสัญลักษณ์โภชนาการ (Healthier Choice) ที่จะรับรองว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีการควบคุมปริมาณน้ำตาล ไขมัน และโซเดียมให้เหมาะสมกับความต้องการในแต่ละวัน ตลอดจนตราสัญลักษณ์ที่ผ่านการรับรองจากหน่วยงานที่รับผิดชอบ
- เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยกลยุทธ์การตลาด เช่น สินค้าที่มีความหลากหลาย ง่ายต่อการบริโภคและบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นและทำ จากวัสดุธรรมชาติ เป็นต้น เพื่อรองรับผู้บริโภคที่มีไลฟ์สไตล์ที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการอาจอาศัยคลังความรู้ของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานของรัฐที่ได้ทำ การศึกษาไว้แล้วมาสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์ เพื่อเป็นการประหยัดเงินทุนและเวลาในการพัฒนาด้วยตนเอง
- เพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ผ่านมา การแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพของไทยเป็นการผลิตแบบง่ายๆ โดยไม่ได้ใช้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน แต่ด้วยพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคที่

กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561
เปลี่ยนแปลงไปประกอบกับการส่งเสริมการเพิ่มศักยภาพการผลิตของหน่วยงานรัฐ จึงเป็นโอกาสที่
ผู้ประกอบการแปรรูปจะนำ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาใช้ในกระบวนการแปรรูปอาหารเพื่อเพิ่ม
ประสิทธิภาพในการผลิต



ที่มา : <https://zebrapack.hu/wp-content/uploads/2016/11/business-341508.jpg>

กลุ่มที่ 3 ผู้จัดจำหน่าย: อาหารเพื่อสุขภาพเป็นสินค้าที่กำลังได้รับความนิยมและมีผู้บริโภคค่อนข้าง
เฉพาะกลุ่ม (Niche Market) จึงเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการจัดจำหน่ายที่จะศึกษาแนวโน้มความ
ต้องการของผู้บริโภคและนำผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มมาทำ การตลาด โดยอาจ
อาศัยกลยุทธ์ดังต่อไปนี้ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน

- การอาศัยสื่อออนไลน์เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย ปัจจุบันผู้บริโภคมีพฤติกรรมเกี่ยวข้องกับโลก
ออนไลน์มากขึ้น ดังนั้นผู้ประกอบการรายใหม่อาจเริ่มจากการอาศัยโซเชียลมีเดียในการ
ประชาสัมพันธ์ร้านค้าของตนที่แสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและบริการดูแลสุขภาพ
ต่างๆให้ชัดเจน เช่นรายการอาหารเพื่อสุขภาพพร้อมบริการจัดส่ง เป็นต้น อย่างไรก็ตามการเปิดเพจ
บนสื่อออนไลน์ควรทำความเข้าใจกับการเปิดหน้าร้านเนื่องจากผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุยังคงนิยมจับจ่าย
สินค้าจากร้านค้าซึ่งเป็นธุรกิจแบบดั้งเดิมอยู่ (Traditional Business)
- การเลือกโลเคชั่นร้านค้าให้สอดคล้องกับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภค เช่น ร้านอาหารคลีนที่
ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะเป็นวัยทำงานก็ควรมองหาทำเลที่เป็นย่านศูนย์กลางของธุรกิจ ร้านอาหาร
มังสวิรัตและร้านอาหารเจที่ผู้บริโภคมักจะเป็นผู้สูงอายุหรือผู้ป่วยควรตั้งใกล้สถานพยาบาลหรือใกล้
แหล่งชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้ร้านค้าอาจเพิ่มเติมบริการดูแลสุขภาพสำหรับผู้ป่วย ผู้สูงอายุและผู้ดูแล
รูปร่างผ่านเมนูอาหารที่อยู่ในการควบคุมของนักโภชนาการ พร้อมมีบริการจัดส่งอาหาร (Delivery)

ซึ่งอาจดำเนินการเองหรือจับมือกับผู้ประกอบการจัดส่ง เพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกและเพิ่ม
ยอดขาย

- การเข้าร่วมงานแสดงสินค้าเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้า พบปะผู้บริโภคเพื่อสอบถามความต้องการและ
ผลตอบรับจากการบริโภคสินค้า ตลอดจนเปิดโอกาสในการสร้างเครือข่ายกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ
ในตลาด
- การสร้างกลุ่มทำกิจกรรมร่วมกันในหมู่ผู้รับประทานอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ เช่น กิจกรรมพบปะพูดคุยกับ
นักโภชนาการหรือผู้หายป่วยจากโรคร้ายด้วยการกินอาหารเช้าเพื่อสุขภาพ เป็นต้น เพื่อให้เกิดการ
แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพระหว่างกัน ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดความ
ต้องการบริโภคได้อีกทางหนึ่ง



ที่มา : https://cdn-images-1.medium.com/max/1200/1*gTdjksZBziF4FmQyJkQVg.jpeg

กลุ่มที่ 4 ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันและระบบบริหารจัดการ: ด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคสมัยใหม่ที่ต้องการ
ได้รับความสะดวกสบายในการใช้ชีวิต ผนวกกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย
มองว่าเป็นโอกาสให้แก่ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันและระบบบริหารจัดการในการสร้างสรรค์แอปพลิเคชันหรือ
ระบบบริหารจัดการที่จะช่วยยกระดับการผลิตและการให้บริการของผู้ประกอบการ เพื่อให้สามารถรองรับ
แนวโน้มของตลาดได้โดยอาศัยกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจดังนี้

- การพัฒนาแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าสำหรับร้านอาหารและร้านค้าเพื่อให้ผู้บริโภคสั่งอาหารหรือซื้อ
ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการบนสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ต พร้อมบริการจัดส่งโดยอาจจัดส่งเองหรือร่วมมือกับ

กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561
ธุรกิจจัดส่งอาหาร (เช่น แอปพลิเคชัน Foodpanda) นอกจากนี้ควรมีทางเลือกในการชำระค่าสินค้า
ที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นระบบออนไลน์ของธนาคาร บัตรเครดิต หรือเก็บเงินปลายทางเป็นต้น เพื่อ
อำนวยความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้า นอกจากนี้ อาจทำการพัฒนาแอปพลิเคชันสั่งซื้อสินค้าระหว่าง
ผู้ประกอบการ เช่น แอปพลิเคชัน Freshket ที่ร้านอาหารหรือร้านค้าสามารถส่งผักผลไม้จากแปลง
เกษตรอินทรีย์บนสมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตได้เป็นต้น

- การพัฒนาแอปพลิเคชันดูแลสุขภาพแก่ผู้รักสุขภาพและดูแลรูปร่างสำหรับร้านอาหารเพื่อสุขภาพหรือ
สถานออกกำลังกายที่ผู้บริโภคจะได้รับการดูแลอย่างใกล้ชิดจากนักโภชนาการและเทรนเนอร์ผ่าน
สมาร์ตโฟนหรือแท็บเล็ตเกี่ยวกับรายการอาหารเพื่อสุขภาพควบคู่กับการออกกำลังกายที่ถูกต้องและ
เหมาะสม
- การพัฒนาระบบบริหารจัดการฟาร์มเกษตรอินทรีย์หรือโรงงานแปรรูป เช่น การประยุกต์ระบบ
อัตโนมัติ (Automation System) มาใช้ในการติดตามสภาพดินฟ้าอากาศ ระบบแจ้งเตือนล่วงหน้า
สภาพความชื้นที่ลดลงของดินในฟาร์ม และระบบควบคุมโรงเรือนที่ตัดสินใจทำงานได้เองในช่วงเวลา
ที่กำหนดไว้ เป็นต้น
- การพัฒนาระบบตรวจสอบย้อนกลับของผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพในแปลงเกษตรอินทรีย์ ฟาร์มเลี้ยงสัตว์
และโรงงานแปรรูป สำหรับผู้ผลิตและผู้บริโภคสามารถตรวจสอบเส้นทางของสินค้าได้ตั้งแต่ต้นทาง
จนถึงปลายทาง เพื่อสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของอาหารให้กับผู้บริโภค

ด้วยกระแสรักสุขภาพและใส่ใจในรูปร่าง ประกอบกับการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของไทย จะทำให้ความ
ต้องการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพยังคงได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องในระยะต่อไป ซึ่งส่งผลดีให้แก่
ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับอาหารเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นเกษตรกรผู้ผลิตแบบอินทรีย์ ผู้ประกอบการแปรร
รูปอาหาร ผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ตลอดจนนักพัฒนาแอปพลิเคชันและระบบบริหารจัดการ

อย่างไรก็ตามพฤติกรรมของผู้บริโภคย่อมมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ผู้ประกอบการด้านอาหารเพื่อ
สุขภาพ โดยเฉพาะ SME ควรทำความเข้าใจลักษณะความต้องการอาหารเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมทั้ง
พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้ก้าวทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพื่อให้สามารถตอบสนองผู้บริโภค
และแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ได้ นอกจากนี้ในกรณีผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและสนใจขยายตลาด
ไปต่างประเทศ ก็จำเป็นต้องศึกษาระเบียบข้อบังคับและมาตรฐานการผลิตอาหารเพื่อสุขภาพของประเทศคู่ค้า
เพิ่มเติม

ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูปได้รับแรงหนุนจากความต้องการบริโภคและกระแสสุขภาพของผู้บริโภค

น้ำผลไม้เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ที่คนไทยนิยมมากที่สุดเนื่องจากรูปแบบการใช้ชีวิตที่ไม่อำนวยให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานผลไม้สดได้ตามต้องการ รวมถึงผลของฤดูกาลที่ทำให้ผลไม้สดไม่สามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างสม่ำเสมอ ผลไม้แปรรูปจึงเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับผู้บริโภค นอกจากนี้ยังมีกระแสสุขภาพที่ผู้บริโภคหันมารับประทานผลไม้มากขึ้น ส่วนการส่งออกผลไม้แปรรูป พบว่า ผลไม้กระป๋องเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด คิดเป็นประมาณร้อยละ 36.1 ของมูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์จากผลไม้ทั้งหมด ที่ประมาณ 81,749.3 ล้านบาทในปี2559 มีการขยายตัวที่ร้อยละ 15.2 จากปี 2558 โดยมีสหรัฐอเมริกาและสหภาพยุโรปเป็นตลาดส่งออกหลักของผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป

แม้สังคมไทยยังคงนิยมรับประทานผลไม้สดมากกว่าผลไม้แปรรูป แต่ด้วยวิถีชีวิตที่วุ่นวายและการพร้อมเปิดรับสินค้าใหม่ของผู้บริโภคสมัยใหม่ ประกอบกับการดำเนินกลยุทธ์ของผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายใหม่ด้วยการคิดค้นผลิตภัณฑ์แปลกใหม่และสร้างความแตกต่าง ทำให้ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ มากมาย เช่น เยลลี่ผลไม้ผลไม้เคลือบช็อคโกแลต ทอฟฟี่ผลไม้ นอกจากจะตอบโจทย์ผู้บริโภคทั่วไปแล้ว ยังเป็นการขยายตลาดไปสู่ผู้บริโภควัยเด็กที่มักรับประทานผลไม้ในปริมาณน้อย



ที่มา : <https://www.touronthai.com/gallery/photo/10000009/raikamnanchul34.jpg>

นอกจากนี้ยังมีแรงหนุนจากผู้รักสุขภาพและต้องการดูแลรูปร่างที่มองหาของว่างระหว่างมื้อจากผลไม้แท้เพื่อมาทดแทนขนมขบเคี้ยวที่มีกอยู่ในของทอดและมีรสเค็ม รวมไปถึงความชื่นชอบรสชาติผลไม้ไทยของผู้บริโภคต่างชาติน่าจะช่วยผลักดันให้ความต้องการบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผลไม้ของไทยยังคงมีแนวโน้ม

กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561
สดใสในระยะถัดไป โดยมีผลไม้เมืองร้อนอบแห้งในลักษณะขนมขบเคี้ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าจับตามอง ซึ่งได้รับ
ความนิยมจากผู้บริโภคสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาเป็นอย่างมาก อย่างไรก็ตามลำไยอบแห้งก็เป็นอีก
ผลิตภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม แม้ในปัจจุบันจะมีผู้ประกอบการในตลาดจำนวนมาก แต่จากความ
ต้องการบริโภคจำนวนมากของชาวจีนอันมีแรงหนุนจากความเชื่อว่าลำไยเป็นผลไม้มงคลและมีสรรพคุณในการ
บำรุงร่างกายและรักษาโรค ดังนั้นผู้ประกอบการอาจต้องสร้างความหลากหลายหรือยกระดับเป็นสินค้า
พรีเมียมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาด เช่น เครื่องดื่มสุขภาพพร้อมชง/
พร้อมทาน ผลิตภัณฑ์เสริมสารอาหาร เป็นต้น

แหล่งที่มา

โอกาสทำเงินเกาะกระแสอาหารสุขภาพ, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, กุมภาพันธ์ 2560
<https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/HealthyFoodBusinessGrowth.pdf>

ไลฟ์สไตล์คนเมืองและกระแสสุขภาพมาแรง ดันแปรรูปเกษตรโต, ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, ตุลาคม 2560
https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Urban-Lifestyle_Healthy-Trend_Agricultural-Processing.pdf