

โอกาสไทยในการต่อยอดสู่อาหารทางการแพทย์และอาหารเฉพาะบุคคล

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เปิดเผยว่า สินค้าอาหารทางการแพทย์และอาหารเฉพาะบุคคล (Medical and Personalized Food) เป็นอีกหนึ่งสินค้าศักยภาพของไทย แม้ปัจจุบัน ไทยยังมีการส่งออกในมูลค่าไม่สูงนัก แต่เป็นสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูงและสอดคล้องกับเทรนด์ดูแลสุขภาพ ซึ่งยังมีโอกาสเติบโตอีกมากในอนาคต

จากข้อมูลของ Presedence Research ผู้ให้บริการด้านข้อมูลตลาดเชิงลึก ระบุว่า

- ขนาดตลาดอาหารทางการแพทย์ (Medical Food Market Size) ของโลก ในปี 2568 คาดว่าอยู่ที่ 26.1 พันล้านเหรียญสหรัฐ และจะเติบโตถึง 40.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2577 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 5.1 ระหว่างปี 2568 ถึง 2577
- ขนาดตลาดโภชนาการเฉพาะบุคคล (Personalized Nutrition Market Size) ของโลก ในปี 2568 คาดว่าอยู่ที่ 17.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ และจะเติบโตถึง 60.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี 2577 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 14.6 ระหว่างปี 2568 ถึง 2577

ในปี 2567 ไทยส่งออกอาหารทางการแพทย์และอาหารเฉพาะบุคคล เป็นมูลค่า 7,018.2 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.7 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สินค้าส่งออกสำคัญของไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) อาหารปรุงแต่งสำหรับทารกหรือเด็กเล็ก (พิกัดศุลกากร 190110) มูลค่า 4,153.2 ล้านบาท (2) ซูปและซูปชั้นที่มีเนื้อสัตว์ (พิกัดศุลกากร 210410) เช่น ซูปน้ำสำหรับเด็กและผู้สูงอายุ มูลค่า 2,023.1 ล้านบาท (3) อาหารปรุงแต่งที่มีส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกันที่มีเนื้อสัตว์ (พิกัดศุลกากร 210420) เช่น ซูปละเอียด มูลค่า 275.2 ล้านบาท เฉพาะการส่งออกอาหารปรุงแต่งสำหรับทารก มีสัดส่วนร้อยละ 59.2 รองลงมา คือ อาหารจำพวกซูป มีสัดส่วนร้อยละ 32.7 รวมกันมีสัดส่วนถึงร้อยละ 91.9 ของมูลค่าการส่งออกสินค้ากลุ่มอาหารทางการแพทย์ฯ ของไทย สำหรับตลาดส่งออกสำคัญของไทย ได้แก่ มาเลเซีย สเปน ลาว เมียนมา กัมพูชา และออสเตรเลีย มีสัดส่วนร้อยละ 33.6 14.2 13.6 8.9 และ 6.2 ตามลำดับ

สำหรับในช่วง 2 เดือนแรกของปี 2568 ไทยส่งออกอาหารทางการแพทย์และอาหารเฉพาะบุคคล เป็นมูลค่า 1,254.5 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 17.8 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สินค้าที่ขยายตัวสูง อาทิ (1) อาหารปรุงแต่งสำหรับทารกหรือเด็กเล็กซึ่งพ่นหรือขาดน้ำย่อยแลคเตส (พิกัดศุลกากร 21069081) (2) อาหารเสริม (พิกัดศุลกากร 21069072) และ (3) อาหารที่ใช้ในทางการแพทย์ (พิกัดศุลกากร 21069096) ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 162.7 66.9 และ 45.7 ตามลำดับ (ที่มา: คัดค้า.com)

นายพูนพงษ์ฯ กล่าวเพิ่มเติมว่า หากพิจารณาการส่งออกและการนำเข้าของโลกสำหรับสินค้ากลุ่มอาหารทางการแพทย์และอาหารเฉพาะบุคคลที่ไทยมีมูลค่าการส่งออกสูงสุด 3 อันดับแรก ได้แก่ (1) อาหารปรุงแต่งสำหรับทารกหรือเด็กเล็ก (2) ซูปและซูปชั้นที่มีเนื้อสัตว์ และ (3) อาหารปรุงแต่งที่มีส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกันที่มีเนื้อสัตว์ จะเห็นสถานะการส่งออกของไทยเปรียบเทียบกับโลก ซึ่งไทยยังมีช่องว่างที่จะพัฒนาอันดับให้สูงขึ้นได้อีกมาก และมีโอกาสที่จะส่งออกไปยังตลาดใหม่ ๆ ที่มีความต้องการสูงสำหรับสินค้ากลุ่มนี้ ดังนี้ (ที่มา: Trademap.org)

(1) **อาหารปรุงแต่งสำหรับทารกและเด็กเล็ก:** ในปี 2566 โลกส่งออกสินค้าอาหารปรุงแต่งสำหรับทารกและเด็กเล็กเป็นมูลค่า 10,464.6 ล้านเหรียญสหรัฐ ประเทศผู้ส่งออกอันดับ 1 ของโลก ได้แก่ เนเธอร์แลนด์ (สัดส่วนร้อยละ 23.0 ของมูลค่าการส่งออกโลก) รองลงมา คือ ฝรั่งเศส (ร้อยละ 10.9) นิวซีแลนด์ (ร้อยละ 10.3)

เยอรมนี (ร้อยละ 10.1) และไอร์แลนด์ (ร้อยละ 8.6) สำหรับไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 18 ของโลก มีสัดส่วนร้อยละ 1.1 ของมูลค่าการส่งออกโลก

หากพิจารณาด้านการนำเข้าของโลก พบว่าประเทศผู้นำเข้าสินค้าอาหารปรุงแต่งสำหรับทารกและเด็กเล็ก อันดับ 1 ของโลก ได้แก่ จีน (สัดส่วนร้อยละ 36.2 ของมูลค่าการนำเข้าโลก) รองลงมา คือ ซาอุดีอาระเบีย (ร้อยละ 5.2) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 3.0) แคนาดา (ร้อยละ 2.4) และมาเลเซีย (ร้อยละ 2.4)

(2) ชุปและชุบชั้นที่มีเนื้อสัตว์: ในปี 2566 โลกส่งออกสินค้าชุบและชุบชั้นที่มีเนื้อสัตว์เป็นมูลค่า 3,441.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ประเทศผู้ส่งออกอันดับ 1 ของโลก ได้แก่ สหรัฐอเมริกา (สัดส่วนร้อยละ 23.7 ของมูลค่าการส่งออกโลก) รองลงมา คือ แคนาดา (ร้อยละ 5.6) สเปน (ร้อยละ 5.5) เยอรมนี (ร้อยละ 5.1) และเซเนกัล (ร้อยละ 4.3) สำหรับไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 22 ของโลก มีสัดส่วนร้อยละ 1.5 ของมูลค่าการส่งออกโลก

หากพิจารณาด้านการนำเข้าของโลก พบว่าประเทศผู้นำเข้าสินค้าชุบและชุบชั้นที่มีเนื้อสัตว์อันดับ 1 ของโลก ได้แก่ สหรัฐฯ (สัดส่วนร้อยละ 14.5 ของมูลค่าการนำเข้าโลก) รองลงมา คือ เม็กซิโก (ร้อยละ 11.5) แคนาดา (ร้อยละ 8.4) เยอรมนี (ร้อยละ 4.7) และเนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 4.4)

(3) อาหารปรุงแต่งที่มีส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกันที่มีเนื้อสัตว์: ในปี 2566 โลกส่งออกสินค้าอาหารปรุงแต่งที่มีส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกันที่มีเนื้อสัตว์ เป็นมูลค่า 703.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศผู้ส่งออกอันดับ 1 ของโลก ได้แก่ เยอรมนี (สัดส่วนร้อยละ 11.4 ของมูลค่าการส่งออกโลก) สโลวาเกีย (ร้อยละ 8.3) โปแลนด์ (ร้อยละ 8.2) ฝรั่งเศส (ร้อยละ 7.9) และสเปน (ร้อยละ 7.5) สำหรับไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับ 19 ของโลก มีสัดส่วนร้อยละ 1.2 ของมูลค่าการส่งออก

หากพิจารณาด้านการนำเข้าของโลก พบว่าประเทศผู้นำเข้าสินค้าอาหารปรุงแต่งที่มีส่วนผสมเป็นเนื้อเดียวกันที่มีเนื้อสัตว์อันดับ 1 ของโลก ได้แก่ เยอรมนี (สัดส่วนร้อยละ 11.6 ของมูลค่าการนำเข้าโลก) รองลงมา คือ สหรัฐฯ (ร้อยละ 9.7) ซาอุดีอาระเบีย (ร้อยละ 9.6) สหราชอาณาจักร (ร้อยละ 9.4) และเนเธอร์แลนด์ (ร้อยละ 8.9)

นายพูนพงษ์ฯ กล่าวทิ้งท้ายว่า ประเทศไทยมีศักยภาพและเป็นผู้ดำเนินการส่งออกสินค้าอาหารของโลก สามารถต่อยอดสร้างมูลค่าเพิ่มสู่อาหารทางการแพทย์และอาหารเฉพาะบุคคล โดยต้องให้ความสำคัญกับการลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของตลาด ศึกษากระบวนการแปรรูปและมาตรฐานการนำเข้าของประเทศคู่ค้า ซึ่งประเทศไทยมีโอกาที่จะพัฒนาไปได้อีกไกล นอกจากนี้ การพัฒนาอาหารทางการแพทย์ฯ ยังสอดคล้องกับสังคมผู้สูงอายุของไทย และช่วยลดการนำเข้าจากต่างประเทศอีกด้วย

ที่ผ่านมา สมาคมการค้าอาหารอนาคตไทย คณะกรรมการอาหารแปรรูปและอาหารแห่งอนาคต หอการค้าไทย สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ รวมถึง สนค. และอีกหลายหน่วยงานพันธมิตร ร่วมกันกำหนดค่านิยามอาหารอนาคต จัดกลุ่มสินค้า และวางเป้าหมายการส่งออก เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันและมีเป้าหมายเดียวกัน ปัจจุบันแบ่งอาหารอนาคตออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ (1) อาหารเครื่องดื่ມเพื่อสุขภาพและสารประกอบเชิงฟังก์ชัน (2) อาหารทางการแพทย์และอาหารเฉพาะบุคคล (3) ผลิตภัณฑ์อินทรีย์และอาหารไม่ปรุงแต่ง และ (4) โปรตีนทางเลือก สำหรับภาพรวมการส่งออกอาหารอนาคตของไทย ในปี 2567 มีมูลค่าการส่งออก 26,655.4 ล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 9.4 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า