

อาหารสำหรับผู้สูงวัยในเกาหลีใต้

เกาหลีใต้ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงวัย โดยประชาชนกลุ่ม Baby Boomer มีจำนวนมาก อีกทั้งผู้สูงอายุในเกาหลีใต้มีความมั่งคั่งสุทธิค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับครัวเรือนรวมทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าการบริโภคของกลุ่มผู้สูงอายุกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่เพียงแต่เพื่อการดำรงชีพพื้นฐานเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการขยายตัวของความต้องการซื้อสินค้าเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตอีกด้วย

□ ภาพรวมของอาหารสำหรับผู้สูงอายุในเกาหลีใต้

○ นิยามของอาหารสำหรับผู้สูงอายุ

อาหารสำหรับผู้สูงอายุ หมายถึง อาหารที่จำหน่ายให้แก่ผู้สูงอายุ ครอบคลุมตั้งแต่ขนมขบเคี้ยว ขนมปัง และด็อก ไปจนถึงอาหารประเภทอื่นๆ ซึ่งผ่านการผลิตหรือแปรรูปด้วย วิธีการปรับคุณสมบัติทางกายภาพของอาหาร แปรรูปให้ย่อยง่าย หรือปรับองค์ประกอบทางโภชนาการ เพื่อช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถบริโภคหรือย่อยอาหารนั้นได้สะดวก¹

○ อาหารสำหรับผู้สูงอายุ

นับตั้งแต่เกาหลีใต้เข้าสู่สังคมผู้สูงวัย (Aging society) ในปี พ.ศ. 2543 ผู้สูงอายุ ได้ก้าวขึ้นมาเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สำคัญ ส่งผลให้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ เพื่อเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนการเติบโตใหม่ของเศรษฐกิจของประเทศ

อาหารสำหรับผู้สูงอายุจัดอยู่ในหมวดผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ ตามคำนิยามในกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อผู้สูงอายุ ทั้งนี้ คาดว่าอุปสงค์ในกลุ่มผู้จัดจำหน่ายและผู้บริโภค (B2C) จะเพิ่มสูงขึ้นในอนาคตจากการขยายตัวของจำนวนประชากรผู้สูงอายุ

○ การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรผู้สูงอายุในเกาหลีใต้

ภาวะสังคมผู้สูงวัย หมายถึง ปรากฏการณ์ที่สัดส่วนประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากอายุคาดเฉลี่ยของประชากรที่ยืนยาวขึ้นและอัตราการเกิดที่ลดลง ทั้งนี้มีการคาดการณ์ว่า เกาหลีใต้จะเข้าสู่การเป็นสังคมสูงวัยระดับสูงสุดในปี พ.ศ. 2568 โดยประชากรผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไปจำนวน 10.5 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 20.3 ของประชากรในประเทศทั้งหมด ซึ่งเกินกว่าเกณฑ์ร้อยละ 20 และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเกินร้อยละ 25 ภายในปี พ.ศ. 2573

¹ Food Code, The Ministry of Food and Drug Safety, <https://various.foodsafetykorea.go.kr/fsd/?idx=12502#/ext/Document/FC>

○ เกณฑ์สำหรับมาตรฐานอุตสาหกรรมเกาหลี (Korean Industrial Standards: KS)

การแบ่งประเภทของคุณภาพอาหารสำหรับผู้สูงวัย แบ่งออกเป็น 3 ชั้น โดยพิจารณาจากคุณสมบัติของอาหาร เช่น ระดับคุณค่าทางอาหาร ความแข็ง และความหนืดของอาหาร โดยมีรายละเอียดโดยสังเขปดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 การแบ่งคุณภาพของอาหารสำหรับผู้สูงวัย

ประเภท	วิธีการแบ่ง		
	ชั้นที่ 1	ชั้นที่ 2	ชั้นที่ 3
			
ความแข็ง N/m^2	50,001 ~ 500,000	20,001 ~ 50,000	น้อยกว่า 20,000
ความหนืด $mPa \cdot s$	-	-	สูงกว่า 1,500
คุณสมบัติ	ผลการให้คะแนนด้านสี กลิ่น รส เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ตามเกณฑ์การให้คะแนนตามที่กำหนด จะต้องมีความเฉลี่ยตั้งแต่ 3.5 คะแนนขึ้นไป และจะต้องไม่ปรากฏรายการประเมินใดที่ได้รับคะแนนต่ำกว่า 2 คะแนน		
คุณค่าทางอาหาร	Protein	มากกว่า 6 กรัม/จากปริมาณทั้งหมด 100 กรัม	
	Vitamin A	มากกว่า 70 μg RAE/100 กรัม	
	Vitamin C	มากกว่า 10 มิลลิกรัม/100 กรัม	
	Vitamin D	มากกว่า 1.5 μg /100 กรัม	
	Vitamin B2 (Riboflavin)	มากกว่า 0.1 มิลลิกรัม/100 กรัม	
	Vitamin B3 (Niacin)	มากกว่า 1.4 มิลลิกรัม NE/100 กรัม	
	Calcium	มากกว่า 80 มิลลิกรัม/100 กรัม	
	Kalium	มากกว่า 0.35 มิลลิกรัม/100 กรัม	
	Fiber	มากกว่า 2.5 กรัม/100 กรัม	

ที่มา: Korea National Food cluster (www.foodpolis.kr)

□ อุตสาหกรรมอาหารสำหรับผู้สูงวัย

○ ระบบการรับรองอาหารสำหรับผู้สูงอายุคุณภาพยอดเยี่ยม

เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมอาหารสำหรับผู้สูงอายุให้เป็นไปตามมาตรฐานอุตสาหกรรม กระทรวงเกษตร อาหาร และกิจการชนบท (Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs) ได้แก้ไขกฎหมายว่าด้วยการส่งเสริมอุตสาหกรรมที่เป็นมิตรต่อผู้สูงวัย เพื่อขยายขอบเขตของสินค้าในอุตสาหกรรมให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ทุกประเภท และครอบคลุมถึงอาหารทั่วไปด้วย ไม่เพียงแต่อาหารสำหรับผู้สูงอายุเท่านั้น

ทั้งนี้ กระทรวงการเกษตร อาหาร และกิจการชนบท (Ministry of Agriculture, Food and Rural Affairs) ร่วมกับกระทรวงมหาสมุทรและการประมง (Ministry of Oceans and Fisheries) ได้จัดทำและ

ประกาศรายการสินค้าอาหารที่อยู่ในข่ายได้รับการรับรองเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับผู้สูงอายุ ที่มีคุณภาพยอดเยี่ยม โดยปัจจุบันสถาบันส่งเสริมคลัสเตอร์อุตสาหกรรมอาหารแห่งเกาหลีใต้ (Korea National Food Cluster) เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการระบบการรับรองอาหารสำหรับผู้สูงอายุ คุณภาพยอดเยี่ยม

ระบบการรับรองอาหารสำหรับผู้สูงอายุที่มีคุณภาพยอดเยี่ยม

เป็นระบบการรับรองและกำกับดูแลที่จำแนกสินค้าออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- 1) รับประทานได้ด้วยการเคี้ยวโดยใช้ฟัน
- 2) รับประทานได้ด้วยการบดโดยใช้เหงือก
- 3) รับประทานได้ด้วยการใช้ลิ้น

โดยพิจารณาจากค่าความแข็งและความหนืดของสินค้าแต่ละชนิด ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองจะสามารถใช้เครื่องหมาย S Mark ตามระบบมาตรฐาน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุ คุณภาพยอดเยี่ยมเท่านั้น

ภาพที่ 1 ฉลากมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุ

	ระดับ 1	ระดับ 2	ระดับ 3
ตัวอย่างฉลาก			

ที่มา: Korea National Food cluster (www.foodpolis.kr)

ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองเป็นอาหารสำหรับผู้สูงอายุคุณภาพยอดเยี่ยมในเกาหลีใต้

ประเภทผลิตภัณฑ์	ทั้งหมด	สำหรับผู้บริโภค	สำหรับการใช้เพื่อการบริโภค
HMR	73	40	33
ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์แปรรูปและเนื้อสัตว์ในบรรจุภัณฑ์	41	21	20
ผลิตภัณฑ์การเกษตรแปรรูป	27	7	20
ผลิตภัณฑ์จากไข่	11	0	11
ขนมขบเคี้ยว ขนมปัง และขนมแป้งข้าวเหนียว (ต็อก)	10	6	4
ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป	5	1	4
ผลิตภัณฑ์อาหารหมักดอง แกง หรือซูป	5	1	4
ผลิตภัณฑ์ปรุงรส	5	4	1
ผลิตภัณฑ์จากนม	1	1	0
เครื่องดื่ม	1	0	1
ผลิตภัณฑ์ทางโภชนาการพิเศษ	1	1	0
ผลิตภัณฑ์อาหารทางการแพทย์	1	1	0

ที่มา: Korea National Food cluster (www.foodpolis.kr), ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2568

○ ปริมาณการผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุ

ตามข้อมูลของสถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสุขภาพแห่งเกาหลีใต้ (Korea Health Industry

Development Institute) ในปี พ.ศ. 2567 มูลค่าการผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุรวมทั้งสิ้น 4,438 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า ในจำนวนดังกล่าว หมวดอาหารพร้อมรับประทาน (HMR: Home Meal Replacement) มีอัตราการขยายตัวสูงสุด อยู่ที่ร้อยละ 12.4

ตารางที่ 3 ปริมาณผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุในปี พ.ศ. 2564 - 2567

(หน่วย: ล้านบาท, %)

ประเภท	2564		2565		2566		2567	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
อาหาร	2,573	64.5	2,773	66.3	2,930	69.8	3,127	70.5
เครื่องดื่ม	822	20.6	923	22.1	636	15.2	666	15.0
อาหารทางเลือกและอาหารเสริม	329	13.1	426	10.2	543	12.9	544	12.3
อาหารพร้อมรับประทาน	1,512	1.8	61	1.4	89	2.1	100	2.2
รวม	3,991	100.0	4,184	100.0	4,199	100.0	4,438	100.0

ที่มา: Korea Health Industry Development Institute (www.khidi.or.kr)

* ยอดจำหน่ายคำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างดอลลาร์สหรัฐ และเงินบาทในแต่ละปี

○ ปริมาณการผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุจำแนกตามประเภทรายปีของเกาหลีใต้

ในปี พ.ศ. 2567 สัดส่วนการผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุจำแนกตามประเภท พบว่า อาหารหมักดอง (Salted & fermented foods) มีสัดส่วนที่สูงสุดร้อยละ 24.4 รองลงมาคือขนมขบเคี้ยว เช่น คุกกี้ ลูกอม และช็อกโกแลต ร้อยละ 23.3 ตามด้วยขนมปัง ร้อยละ 14.4 และเส้นก๋วยเตี๋ยวหรือบะหมี่ ร้อยละ 9.7 ของสัดส่วนการผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุทั้งหมด

ตารางที่ 4 ปริมาณการผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุจำแนกตามประเภท ตั้งแต่ พ.ศ. 2564 - 2567

(หน่วย: ล้านบาท, %)

ประเภทของผลิตภัณฑ์	2564		2565		2566		2567	
	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%	จำนวน	%
ขนมขบเคี้ยว	532	20.7	546	19.7	670	22.9	729	23.3
ขนมปัง	551	21.4	602	21.7	438	14.9	448	14.4
ขนมแป้งข้าวเหนียว (ต็อก)	154	6.0	155	5.6	154	5.2	161	5.1
เต้าหู้และวุ้น	113	4.4	133	4.8	138	4.7	151	4.8
อาหารประเภทเส้น	223	8.7	250	9.0	288	9.8	303	9.7
ซอส	192	7.5	207	7.5	173	5.9	187	6.0
เครื่องปรุงรส	205	7.9	242	8.7	245	8.4	244	7.8
เกล็ดและเครื่องหมักดอง	599	23.3	633	22.8	691	23.6	762	24.4
ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป	0	0.0	0.0	10.2	22	0.8	23	0.7
ผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแปรรูป	4	0.1	4	0.2	111	3.8	120	3.8
รวม	2,573	100.0	2,773	100.0	2,930	100.0	3,127	100.0

ที่มา: Korea Health Industry Development Institute (www.khidi.or.kr)

* ยอดจำหน่ายคำนวณจากอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างดอลลาร์สหรัฐ และเงินบาทในแต่ละปี

□ แนวโน้มการบริโภคอาหารสำหรับผู้สูงอายุ

○ สังคมสูงวัยระดับสูงสุด (Super Aged Society)

เกาหลีใต้ได้เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยประชาชนกลุ่ม Baby Boomer มีจำนวนมาก อีกทั้งผู้สูงอายุในเกาหลีใต้มีความมั่งคั่งสุทธิค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับครัวเรือนรวมทั้งหมด สะท้อนให้เห็นว่าการบริโภคของกลุ่มผู้สูงอายุกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่เพียงแต่เพื่อการดำรงชีพพื้นฐานเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการขยายตัวของความต้องการซื้อสินค้าเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตอีกด้วย

แนวโน้มดังกล่าวส่งผลให้เกิดความสนใจเพิ่มขึ้นต่ออาหารสำหรับผู้สูงอายุ อาหารเสริมเพื่อสุขภาพ ตลอดจนสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์การดูแลสุขภาพของผู้สูงอายุ สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการบริโภคกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้น แม้ว่าจำนวนประชากรผู้สูงอายุจะเป็นแรงผลักดันให้ความต้องการอาหารพร้อมทานสูงขึ้น แต่การเติบโตของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของผู้สูงอายุยังคงเติบโตอย่างช้าๆ

○ พฤติกรรมของผู้บริโภคสูงวัย

ในบรรดาอาหารสำหรับผู้สูงอายุที่มีการซื้อในปี พ.ศ. 2568 กลุ่มอาหารฟังก์ชัน และอาหารเสริม มีสัดส่วนสูงสุด คิดเป็นร้อยละ 42.2 รองลงมาคือ อาหารสูตรครบถ้วนทางโภชนาการ คิดเป็นร้อยละ 39.8 และนมถั่วเหลืองหรือนม คิดเป็นร้อยละ 36.6 และเต้าหู้หรือวุ้น คิดเป็นร้อยละ 30.4

ตารางที่ 5 อัตราส่วนรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุในเกาหลีใต้ ปี พ.ศ. 2568

(หน่วย: %)

ประเภท	อัตราส่วน
อาหารทางเลือกและอาหารเสริม	42.2
อาหารทางโภชนาการสูตรพิเศษ	39.8
นมและนมถั่วเหลือง	36.6
เต้าหู้และวุ้น	30.4
โจ๊กและข้าว	25.6
อาหารทางการแพทย์	22.0
ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนม ยกเว้นนมสด	20.4
น้ำผักและผลไม้	19.6
ขนมขบเคี้ยว	19.0
ขนมปัง	18.4

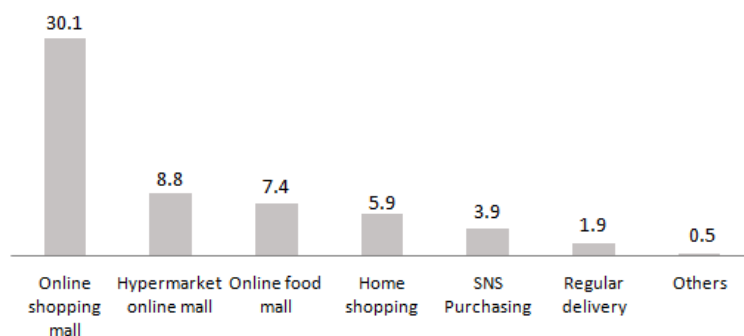
ที่มา: Food Information Statistics System, www.atfis.or.kr

○ ช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายอาหารสำหรับผู้สูงอายุในเกาหลีใต้ ได้แก่ ช่องทางออนไลน์ คิดเป็นร้อยละ 58.5 และช่องทางออฟไลน์ คิดเป็นร้อยละ 41.5 สะท้อนให้เห็นว่าอัตราการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์อยู่ในระดับสูง

แผนภูมิที่ 1 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงวัยผ่านช่องทางออนไลน์

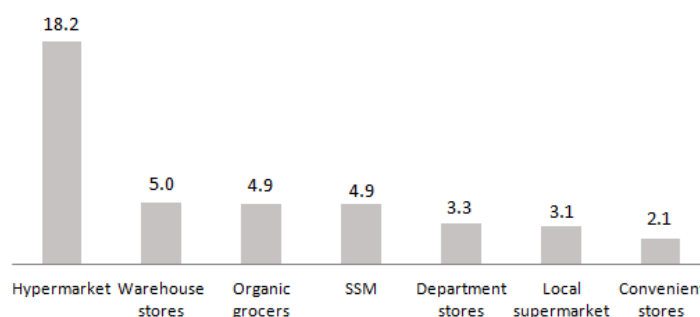
(หน่วย: %)



ที่มา: Food Information Statistics System, www.atfis.or.kr

แผนภูมิที่ 2 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงวัยผ่านช่องทางออฟไลน์

(หน่วย: %)



ที่มา: Food Information Statistics System, www.atfis.or.kr

☐ การนำเข้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุในเกาหลีใต้

☐ สถิติการนำเข้าของเกาหลีใต้

ในปัจจุบันยังไม่สามารถตรวจสอบสถิติการนำเข้าสินค้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุในเกาหลีใต้ได้ เนื่องจากอาหารสำหรับผู้สูงอายุยังไม่ถูกจำแนกไว้เป็นพิกัดศุลกากร (HS Code)

☐ ระเบียบการนำเข้าและอัตราภาษีศุลกากร

มาตรการกักกันโรคและการตรวจสอบสินค้านำเข้าของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาแห่งเกาหลี (MFDS) มีความเข้มงวดเป็นอย่างมาก โดยกรณีของอาหารสำหรับผู้สูงอายุนั้น ผู้ประกอบการจะต้องได้รับการตรวจและรับรองมาตรฐานคุณสมบัติทางกายภาพ (ค่าความแข็งและความหนืด) รวมถึงข้อกำหนดด้านโภชนาการไว้ล่วงหน้า ซึ่งสินค้าที่จะผ่านพิธีการศุลกากรได้นั้นจะต้องจัดเตรียมรายการส่วนประกอบและแผนผังกระบวนการผลิตไว้อย่างครบถ้วนเท่านั้น

ในกรณีที่วัตถุดิบที่จำเป็นสำหรับการผลิตอาหารสำหรับผู้สูงอายุมิได้มีแหล่งกำเนิดจากประเทศไทย

ผู้ประกอบการยังคงสามารถใช้สิทธิทางภาษีศุลกากรได้ โดยอาศัยหลักเกณฑ์การสะสมถิ่นกำเนิดของสินค้าระหว่างสมาชิก (Cumulative provisions) ภายใต้ความตกลงหุ้นส่วนทางเศรษฐกิจระดับภูมิภาค (RCEP) ประกอบกับการขอหนังสือรับรองถิ่นกำเนิดสินค้า (Certificate of Origin) ภายใต้ข้อตกลง RCEP ดังกล่าวด้วย

□ กลยุทธ์สำหรับผู้ส่งออกไทยในอุตสาหกรรมอาหารสำหรับผู้สูงอายุ

○ การวิเคราะห์ SWOT

การวิเคราะห์จุดแข็ง (S: Strengths) ศักยภาพในการผลิตและจัดหาวัตถุดิบในปริมาณมาก เช่น ผลไม้เมืองร้อนหลากสีส้ม ส้มุนไพร และแหล่งโปรตีนทางเลือก โครงสร้างพื้นฐาน ด้านการส่งออกที่ได้รับการยอมรับ โดยติดอันดับ 1 ใน 20 ของโลก ในด้านอาหารทางการแพทย์ และอาหารสูตรครบถ้วนทางโภชนาการ	การวิเคราะห์จุดอ่อน (W: Weakness) การรับรู้ตราสินค้าอาหารสำเร็จรูปสำหรับผู้สูงอายุจากประเทศไทยยังอยู่ในระดับต่ำในกลุ่มผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ การขาดความเข้าใจในสูตรอาหาร ท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมอาหาร ดั้งเดิม และวิธีการปรุงอาหารเกาหลี (อาหารหมัก ดอง และอาหารประเภทซูปหรือแกง)
การวิเคราะห์โอกาส (O: Opportunities) การเติบโตอย่างก้าวกระโดดของตลาดอาหารเพื่อการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งมีมูลค่าเกินกว่า 3,000 ล้านเหรียญสหรัฐ อันเป็นผลจากการที่เกาหลีใต้ก้าวเข้าสู่การเป็นสังคมผู้สูงวัยระดับสูงสุด สิทธิประโยชน์ด้านการลดอัตราภาษี ศุลกากรสำหรับการส่งออกวัตถุดิบแปรรูปและ ส่วนประกอบภายในภูมิภาคจากการมีผลบังคับใช้ของหลักเกณฑ์พหุภาคีภายใต้ข้อตกลง RCEP	การวิเคราะห์ภัยคุกคาม (T: Threats) ความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพและอำนาจทางการตลาดสำหรับสินค้าอาหารสำหรับผู้สูงอายุในระดับพรีเมียมจากประเทศญี่ปุ่น การผูกขาดในตลาดระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ (B2C) โดยกลุ่ม บริษัทขนาดใหญ่ในประเทศของเกาหลีใต้ มีเครือข่ายโลจิสติกส์ที่ครอบคลุมและศักยภาพทางการเงินที่แข็งแกร่งเป็นแรงหนุน

○ การแข่งขันของผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุในตลาดเกาหลีใต้

ประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่ผู้นำในตลาดอาหารสำหรับผู้สูงอายุ โดยครองความเป็นเจ้าตลาดในการนำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้สูงอายุในระดับพรีเมียมในเกาหลีใต้ อาศัยแนวทางการปฏิบัติและมาตรฐานที่กำหนดไว้อย่างละเอียด รัดกุม ประกอบกับความน่าเชื่อถือด้านคุณภาพในระดับสูง

กลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ในเกาหลีใต้ เช่น Hyundai Green Food, CJ Cheiljedang, Pulmuon และ Daesang ครอบส่วนแบ่งทางการตลาดในเกาหลีใต้มากกว่าร้อยละ 70 ด้วยศักยภาพด้านการเงินและเครือข่ายธุรกิจบริการอาหารระหว่างธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B)

○ การวางตำแหน่งทางการตลาดและกลยุทธ์ของผู้ส่งออกไทย

- 1) ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการผลิตสินค้าระดับโลกโดยเฉพาะการส่งออกอาหารทาง

การแพทย์และอาหารเพื่อโภชนาการเฉพาะบุคคล ทั้งนี้ ไทยจำเป็นต้องดำเนิน กลยุทธ์แบบคู่ขนาน ได้แก่ การป้อนวัตถุดิบแปรรูปที่มีมูลค่าเพิ่มสูงให้แก่ตลาดในเกาหลีใต้ ซึ่งมีความต้องการในการลดต้นทุน ด้านการนำเข้า ผ่านช่องทาง B2B ควบคู่ไปกับ การจำหน่ายสินค้าสำเร็จรูป ด้านโภชนาการเฉพาะ ทางที่ได้รับการรับรองสินค้า ฮาลาล และสินค้ามั่งสวีส ผ่านช่องทาง B2C

2) ผู้ส่งออกไทยจำเป็นต้องลงทุนด้านการวิจัยและพัฒนา (R&D) ในการคิดค้นสูตรและตำรับอาหารที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมการบริโภคอันเป็นเอกลักษณ์ของผู้สูงอายุชาวเกาหลี

3) การจัดเตรียมข้อมูลผลการทดลองทางคลินิกและคุณสมบัติของอาหาร เนื่องจาก การวินิจฉัยหรือคำแนะนำจากสถานพยาบาลเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้ การจัดเตรียมข้อมูลอัตราการดูดซึมสารอาหารและคุณสมบัติเชิงชีวภาพ ที่ผ่านการตรวจสอบรับรองจากสถานพยาบาลและสถาบันวิจัยในประเทศไทย โดยจัดทำทั้งภาษาอังกฤษและภาษาเกาหลีอย่างชัดเจน

4) การนำเข้าสู่ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ B2B เน้นการป้อนวัตถุดิบให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจ ด้านการจัดเลี้ยงและให้บริการอาหารขนาดใหญ่ เช่น CJ Freshway และ Ourhome เป็นต้น

○ งานแสดงสินค้าในเกาหลีใต้ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์อาหารในเกาหลีใต้

- 1) งานแสดงสินค้า Seoul Food 2026
 - ช่วงเวลาจัดงาน: 9 – 12 มิ.ย. 2569 (ระยะเวลาจัดงานทั้งหมด 4 วัน)
 - สถานที่จัดงาน: ศูนย์การแสดงสินค้า Kintex เมืองโกยาง สาธารณรัฐเกาหลี
 - เว็บไซต์: www.seoulfood.kotra.or.kr
- 2) งานแสดงสินค้าและนวัตกรรมเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพและคุณภาพชีวิต SENDEX 2026
 - ช่วงเวลาจัดงาน: 20 – 23 ส.ค. 2569 (ระยะเวลาจัดงานทั้งหมด 4 วัน)
 - สถานที่จัดงาน: ศูนย์การแสดงสินค้า Kintex เมืองโกยาง สาธารณรัฐเกาหลี
 - เว็บไซต์: www.dong-affairs.co.kr/sub_introduction/fair2.php?p_idx=340

ที่มา:

- (1) *2025 Elderly-friendly Foods Market Status*, 2026.03.12, Food Information Statistics System, www.atfis.or.kr
- (2) *Survey on the Status of Senior-Friendly Manufacturing and Service Industries*, 2026.05.29. Korea Health Industry Development Institute (www.khidi.or.kr)

สำนักงานผู้แทนการค้า ณ เมืองปูซาน
กรกฎาคม 2569