

ตลาดผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรฮาลาล

ตลาดยาสมุนไพรโลก เติบโตต่อเนื่อง

ตลาดยาสมุนไพรทั่วโลกมีมูลค่า 71.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2567 และคาดการณ์ว่าจะขยายตัวไปถึง 429.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ภายในปี 2577 ด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี 19.64% ภูมิภาคอเมริกาเหนือยังคงเป็นตลาดหลัก มีส่วนแบ่งร้อยละ 46.10 มูลค่า 32.96 พันล้านดอลลาร์

การเติบโตนี้เป็นผลจากความชุกของโรคไม่ติดต่อเรื้อรังที่เพิ่มขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้สมุนไพรเป็นทางเลือกในการจัดการสุขภาพแบบธรรมชาติ

ขณะที่ตลาดเภสัชภัณฑ์ฮาลาลขยายตัวจาก 0.57 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2568 เป็น 1.02 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2573 อัตราเติบโต 12.58% ต่อปี เนื่องจากปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ กระแสนิยมที่เข้มงวด และเทคโนโลยีการผลิตที่พัฒนาขึ้น



แนวโน้มตลาดยาสมุนไพรโลก

ตลาดยาสมุนไพรทั่วโลก ในปี 2567 มีมูลค่า 71.50 พันล้าน \$US และมีแนวโน้มเติบโตอย่างแข็งแกร่งคาดการณ์ว่าจะขยายตัวไปถึง 429.5 พันล้าน \$US ภายในปี 2577 โดยประเมินว่าในช่วงคาดการณ์ตั้งแต่ปี 2568 ถึง 2577 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ 19.64% โดยมีภูมิภาคอเมริกาเหนือเป็นตลาดขนาดใหญ่ที่สุด มีส่วนแบ่งมากกว่า 46.10% และมีมูลค่าตลาด 32.96 พันล้าน \$US

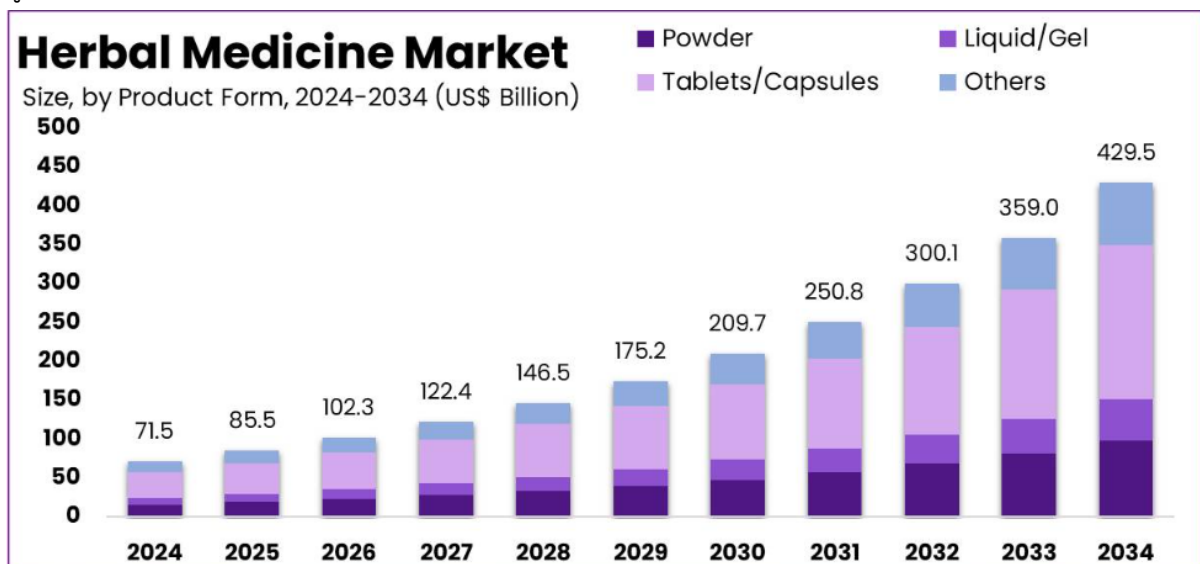
เมื่อพิจารณาจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ ยาเม็ดและแคปซูลถือเป็นกลุ่มที่ครองส่วนแบ่งการตลาดสูงสุดถึง 46.2% ซึ่งสะท้อนถึงความนิยมและความสะดวกในการบริโภคของผู้ใช้

ในด้านหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์ เกษษัตริย์สมุนไพรเป็นกลุ่มหลักที่สร้างรายได้สูงสุด โดยมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 42.8% แสดงให้เห็นถึงการยอมรับและความเชื่อมั่นในประสิทธิภาพของยาสมุนไพรในการรักษา

สำหรับแหล่งที่มาของวัตถุดิบ ส่วนรากของพืชสมุนไพรเป็นที่ต้องการมากที่สุด โดยครองส่วนแบ่งการตลาดถึง 48.07% ซึ่งเป็นผลมาจากสารสำคัญที่เข้มข้นและคุณสมบัติทางเภสัชกรรมที่มีอยู่ในส่วนนี้ของพืช

ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบการขายตรงยังคงเป็นวิธีการหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค โดยมีส่วนแบ่งการตลาดสูงถึง 55.90% ซึ่งแสดงถึงความสำคัญของการสร้างความสัมพันธ์โดยตรงกับลูกค้าและการให้คำปรึกษาเฉพาะบุคคล

ในแง่ของการกระจายตัวทางภูมิศาสตร์ อเมริกาเหนือยังคงเป็นตลาดหลักที่มีความสำคัญสูงสุด โดยครอบครองส่วนแบ่งการตลาดถึง 46.10% ซึ่งสะท้อนถึงระดับการยอมรับและการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่สูงในภูมิภาคนี้



ที่มา: Herbal Medicine Market, March 2025.

ตลาดยาสมุนไพรกำลังเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยได้รับแรงขับเคลื่อนจากการเพิ่มขึ้นของความต้องการของผู้บริโภคต่อการรักษาทางธรรมชาติและการแก้ปัญหาด้านสุขภาพโดยใช้สมุนไพร เพราะความกังวลเกี่ยวกับผลข้างเคียงของยาสังเคราะห์ ประกอบกับการตระหนักรู้ที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับระบบการแพทย์แผนโบราณ เช่น อายุรเวชและการแพทย์แผนจีน (TCM) นอกจากนี้ ความแพร่หลายของโรคเรื้อรัง เช่น เบาหวาน

และโรคหัวใจและหลอดเลือด ได้นำไปสู่การเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วในการใช้ยาสมุนไพรเพื่อการป้องกันและรักษาความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในเทคนิคการสกัดและนวัตกรรมการผลิตรวมถึงผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจากสมุนไพรและอาหารฟังก์ชัน ได้เพิ่มประสิทธิภาพและความสะดวกของผลิตภัณฑ์สมุนไพร รัฐบาลทั่วโลกยังส่งเสริมการบูรณาการยาสมุนไพรเข้าสู่ระบบการดูแลสุขภาพหลัก ด้วยนโยบายที่เอื้ออำนวยและการลงทุนในการวิจัยที่สนับสนุนการขยายตัวของตลาดเพิ่มเติม

- สถาบันสุขภาพแห่งชาติ (National Institutes of Health: NIH) ของสหรัฐอเมริกา ระบุว่าอัตราการใช้การแพทย์ทางเลือกและการแพทย์เสริม (CAM) ในหนึ่งปีของผู้สูงอายุแตกต่างกันไปตามภูมิภาค ตั้งแต่ 27% ถึง 62% ในชาวอเมริกัน 48% ในชาวเอเชีย-อเมริกันสูงถึง 76% และ ในชาวยุโรปมีสัดส่วน 33.5%
- ตามกระทรวง AYUSH ของอินเดีย ครึ่งเรือนอินเดีย 77% ใช้ผลิตภัณฑ์อายุรเวท ในปี 2566 ตลาดสหรัฐอเมริกาคิดเป็นมากกว่า 25% ของการส่งออกผลิตภัณฑ์อายุรเวทและสมุนไพรทั้งหมดของอินเดีย

ตลาดยาสมุนไพรในปัจจุบันเผชิญกับโอกาสใหม่หลากหลายด้านที่น่าสนใจ โดยเฉพาะความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นของส่วนผสมสมุนไพรในอาหารเพื่อสุขภาพและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร การขยายตัวอย่างรวดเร็วของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการตลาดในแพลตฟอร์มดิจิทัล รวมถึงการเข้ามาของการแพทย์สมุนไพรเฉพาะบุคคลผ่านการผสมสูตรที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ประเด็นความยั่งยืนและการจัดหาวัตถุดิบอย่างมีจริยธรรมได้รับความสนใจเป็นพิเศษ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับส่วนผสมออร์แกนิกที่ผลิตและเก็บเกี่ยวด้วยวิธีการที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม

อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ดูแลผิวและเครื่องสำอางสมุนไพรกำลังสร้างความหลากหลายในการนำเสนอสารสกัดจากพืชมาประยุกต์ใช้ ขณะเดียวกันบริษัทเภสัชกรรมหลายแห่งกำลังศึกษาการพัฒนาสูตรผสมแบบไฮบริดที่ผสมการรักษาด้วยสมุนไพรเข้ากับการรักษาด้วยยาสังเคราะห์

ด้วยความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง การสนับสนุนจากหน่วยงานกำกับดูแล และแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง ตลาดยาสมุนไพรจึงมีความพร้อมที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมระหว่างแนวทางการดูแลสุขภาพแบบดั้งเดิมและการแพทย์สมัยใหม่

ปัจจัยขับเคลื่อน (Drivers)

► การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคสู่การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมและจากพืช

การเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคสู่การดูแลสุขภาพแบบองค์รวมที่เพิ่มขึ้น และให้ความสนใจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของตลาดยาสมุนไพรโลก เมื่อความตระหนักรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและออร์แกนิกเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคกำลังมองหาทางเลือกแทนยาเภสัชกรรมสังเคราะห์ โดยให้ความสำคัญกับยาสมุนไพรที่ได้จากพืช ราก และแนวปฏิบัติทางการแพทย์แผนโบราณ แนวโน้มนี้ได้รับแรงหนุนจากความกังวลที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับผลข้างเคียงของยาแผนปัจจุบัน โรคที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตที่เพิ่มขึ้น และความชอบที่เพิ่มขึ้นต่อการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน

► การขยายตัวของระบบการแพทย์แผนโบราณ

ความต้องการยาสมุนไพรยังได้รับแรงขับเคลื่อนจากอิทธิพลที่ขยายตัวของระบบการแพทย์แผนโบราณ เช่น อายุรเวท การแพทย์แผนจีน (TCM) และธรรมชาติบำบัด ระบบเหล่านี้เน้นการใช้สูตรจากพืช

สำหรับความเป็นอยู่ที่ดีและการจัดการโรค ซึ่งดึงดูดผู้บริโภคที่มองหาแนวทางการรักษาแบบองค์รวม นอกจากนี้ การเพิ่มขึ้นของความนิยมในการทำงานมั่งคั่งและแนวโน้มน้ำมันฉลากสะอาดได้เพิ่มการยอมรับของผลิตภัณฑ์เสริมอาหารสมุนไพรและสารสกัดจากพืชเพิ่มเติม

นอกจากนี้ การลงทุนในการวิจัยและพัฒนาของบริษัทเภสัชกรรมและนิเวศศาสตร์เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและมาตรฐานของยาสมุนไพร ช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ และการสนับสนุนจากรัฐบาลและความก้าวหน้าด้านกฎระเบียบในภูมิภาคต่างๆ ยังช่วยส่งเสริมการเติบโตของตลาด

ข้อจำกัด (Restrictions)

► ความแปรปรวนในสูตรยาสมุนไพรและการขาดมาตรฐาน

ตลาดยาสมุนไพรโลกเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญเนื่องจากความแปรปรวนในสูตรและการขาดมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมักแสดงความไม่สอดคล้องกันในองค์ประกอบทางเคมี ซึ่งได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆ เช่น สายพันธุ์พืช แหล่งกำเนิดทางภูมิศาสตร์ วิธีการเก็บเกี่ยว และเทคนิคการแปรรูป ตัวอย่างเช่น การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เซนต์จอห์นเวิร์ต 8 ชนิดในสหรัฐอเมริกาพบว่าปริมาณไฮเพอร์ฟอรินแตกต่างกันตั้งแต่ 0.01% ถึง 1.89% โดยมีเพียง 2 ผลิตภัณฑ์ที่มีระดับเพียงพอที่จะต้องการสำหรับฤทธิ์ด้านอาการซึมเศร้า

ในทำนองเดียวกัน ปริมาณไฮเพรีซินอยู่ในช่วง 0.03% ถึง 0.29% และปริมาณไฮเพรีซินที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์หลายชนิดไม่สอดคล้องกับการอ้างอิงบนฉลาก โดยมีช่วงตั้งแต่ 57% ถึง 130% ของปริมาณที่ระบุ

การปนเปื้อนและการปลอมปนทำให้เกิดปัญหาเหล่านี้ซับซ้อนยิ่งขึ้น รายงานได้เน้นกรณีที่ผลิตภัณฑ์สมุนไพรปนเปื้อนด้วยโลหะหนัก สารกำจัดศัตรูพืช หรือปลอมปนด้วยยาแผนปัจจุบัน ตัวอย่างเช่น ยาอายุเวทบางชนิดจากอนุทวีปอินเดียพบว่ามีโลหะหนัก

อุตสาหกรรมยาสมุนไพรกำลังเผชิญกับความท้าทายสำคัญในการสร้างมาตรฐานที่เป็นสากล แม้ว่าจะมีความพยายามอย่างต่อเนื่องในการพัฒนามาตรฐานการผลิต โดยผู้ผลิตบางรายได้เริ่มผลิตสารสกัดมาตรฐานที่มีการควบคุมปริมาณสารออกฤทธิ์ให้อยู่ในระดับที่กำหนดไว้อย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม ปัญหาหลักที่ยังคงอยู่คือสมุนไพรหลายชนิดยังไม่สามารถระบุสารออกฤทธิ์หลักได้อย่างแน่ชัด ซึ่งทำให้กระบวนการสร้างมาตรฐานมีความซับซ้อนและยากต่อการดำเนินการ ความไม่แน่นอนนี้ส่งผลให้เกิดความไม่สม่ำเสมอในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่ายในตลาด

ปัญหาการขาดความสม่ำเสมอดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบหลายประการ ทั้งในด้านความเสี่ยงต่อความปลอดภัยของผู้บริโภคที่อาจได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพไม่คงที่ และการสูญเสียความเชื่อมั่นของประชาชนต่อประสิทธิภาพของยาสมุนไพรโดยรวม



โอกาส (Opportunities)

▶ นวัตกรรมในเทคโนโลยีการสกัดและการผสมสูตร

นวัตกรรมทางเทคโนโลยีในด้านการสกัดและการผสมสูตรกำลังส่งผลกระทบเชิงบวกต่อตลาดยาสมุนไพรโลกอย่างมีนัยสำคัญ โดยนำไปสู่กระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นและการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเป็นเลิศ

เทคโนโลยีการสกัดด้วยคาร์บอนไดออกไซด์เหนือวิกฤตได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก โดยมีส่วนแบ่งในตลาดถึง 35% วิธีการนี้ได้รับความนิยมขึ้นเนื่องจากสามารถผลิตสารสกัดที่มีความบริสุทธิ์สูงโดยไม่ต้องใช้ตัวทำละลายที่เป็นอันตราย ทำให้เป็นทางเลือกอย่างยั่งยืนในอุตสาหกรรมเภสัชกรรมและนิเวศวิทยา โดยเฉพาอย่างยิ่งในระบบการสกัดกัญชา ซึ่งมากกว่า 70% ของการผลิตใช้วิธีเหนือวิกฤตนี้ เนื่องจากความสามารถในการคัดเลือกรสชาติที่ต้องการได้อย่างแม่นยำและลักษณะที่ปราศจากตัวทำละลาย

การสกัดด้วยคลื่นเสียงความถี่สูงเป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมที่โดดเด่น ซึ่งครอบคลุมส่วนแบ่งการตลาดเกือบ 25% เทคโนโลยีนี้สามารถเพิ่มผลผลิตของสารประกอบที่มีฤทธิ์ทางชีวภาพได้มากกว่า 45% เมื่อเปรียบเทียบกับเทคนิคการสกัดแบบดั้งเดิม จึงได้รับการยอมรับและนำมาใช้อย่างแพร่หลายในหมู่ผู้ผลิตยาสมุนไพร

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการสกัดเท่านั้น แต่ยังตอบสนองต่อความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้บริโภคที่ใส่ใจในผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและมีความยั่งยืน

แนวโน้มใหม่ที่เกิดขึ้นอีกอย่างหนึ่งคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไฮบริดระหว่างสมุนไพรและเภสัชกรรมผสมผสานส่วนผสมสมุนไพรกับสูตรเกรดเภสัชกรรมเพื่อเพิ่มความพร้อมใช้ทางชีวภาพและประสิทธิภาพการรักษา การบรรจบกันของเทคโนโลยี ความยั่งยืน และภูมิปัญญาแบบดั้งเดิมกำลังปรับปรุงภูมิทัศน์ยาสมุนไพรเสนอแนวทางการดูแลสุขภาพธรรมชาติที่ปลอดภัยกว่า มีประสิทธิภาพมากขึ้น และมีจริยธรรมในการจัดหาแก่

ผู้บริโภค ผลที่ได้คือ อุตสาหกรรมพร้อมสำหรับการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ขับเคลื่อนโดยนวัตกรรมและความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลก

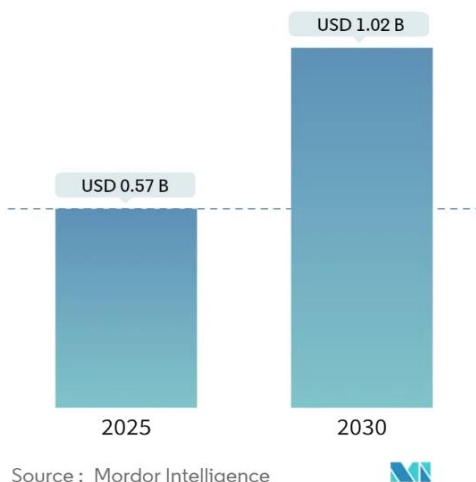
ปัจจัยขับเคลื่อนการเติบโตของตลาด

- **การใช้สมุนไพรในอุตสาหกรรมยา:** ผลิตภัณฑ์สมุนไพรคือยาที่มีส่วนผสมของสมุนไพรอย่างน้อยหนึ่ง

Halal Pharmaceuticals Market

Market Size in USD Billion

CAGR 12.58%



ชนิด หรือเป็นผลิตภัณฑ์เตรียมจากสมุนไพร หรือทั้งสองอย่างรวมกัน ตัวอย่างเช่น รายงานจาก Glanbia Nutritionals (NA) Inc. ระบุว่าตลาดอาหารเสริมสมุนไพรในสหรัฐอเมริกา มีมูลค่า 5.9 พันล้าน \$US และคาดว่าจะเติบโตด้วย CAGR 4.3% ตั้งแต่ปี 2565 ถึง 2570

- **ความชุกของโรคเรื้อรังที่เพิ่มขึ้น:** การเพิ่มขึ้นของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตของตลาด สมุนไพรถูกนำมาใช้ในการจัดการกับโรคเรื้อรัง โดยเป็นวิธีการรักษาแบบธรรมชาติที่ได้จากพืชเพื่อบรรเทาอาการและส่งเสริมสุขภาพโดยรวม องค์การอนามัยโลก (WHO) รายงานว่าในแต่ละปี มีผู้เสียชีวิตจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) ถึง 41 ล้านคนทั่วโลก ซึ่งคิดเป็น 74%

ของการเสียชีวิตทั้งหมด นอกจากนี้ รายงานจาก National Institutes of Health (NIH) คาดการณ์ว่าจำนวนผู้ที่มีอายุ 50 ปีขึ้นไปและมีภาวะเจ็บป่วยเรื้อรังอย่างน้อยหนึ่งโรคจะเพิ่มขึ้นเกือบ 100% จาก 71.522 ล้านคนในปี 2563 เป็น 142.66 ล้านคนในปี 2593

ตลาดผลิตภัณฑ์ยาฮาลาล

ตลาดเภสัชภัณฑ์ฮาลาลมีมูลค่า 0.57 พันล้าน \$US ในปี 2568 และคาดการณ์ว่าจะขยายตัวไปถึง 1.02 พันล้าน \$US ภายในปี 2573 อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ 12.58%

การเติบโตอย่างต่อเนื่องนี้เกิดจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ แรงขับเคลื่อนทางประชากรศาสตร์ ภาวะเปราะบางการรับรองที่เข้มงวดขึ้น และเทคโนโลยีการผลิตที่ช่วยให้การสร้างสูตรยาที่ปราศจากสารจากสัตว์ทำได้ง่ายขึ้น

ความต้องการที่แข็งแกร่งนี้มีรากฐานมาจากผู้บริโภคชาวมุสลิมทั่วโลกจำนวน 1.8 พันล้านคน ซึ่งเรียกร้องให้มียาที่ตอบสนองทั้งเกณฑ์การรักษาและข้อกำหนดทางศาสนาเพิ่มมากขึ้น

แบ่งตามรูปแบบของยา:

ยาเม็ดครองตลาดเภสัชภัณฑ์ฮาลาล โดยมีส่วนแบ่งรายได้ 42.85% ในปี 2567 เนื่องจากเทคโนโลยีการผลิตที่พัฒนาแล้ว ต้นทุนต่อหน่วยที่ต่ำ และผู้ป่วยมีความคุ้นเคย อย่างไรก็ตาม แคปซูลมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่า คือ CAGR 13.54%

รูปแบบน้ำเชื่อมยังคงมีความสำคัญสำหรับเด็กและผู้สูงอายุ แต่อัตราการเติบโตช้าลงเนื่องจากมีการตรวจสอบปริมาณน้ำตาลอย่างเข้มงวดและมีข้อจำกัดด้านระบบโลจิสติกส์ห่วงโซ่อุปทาน ยาผงตอบสนองความ

ต้องการที่เพิ่มขึ้นสำหรับการปรับขนาดยาเป็นรายบุคคลในรูปแบบของสำหรับการแพทย์กีฬาและโรคเกี่ยวกับเมตาบอลิซึม เจลและครีม แม้จะเป็นตลาดเฉพาะกลุ่ม แต่ได้ประโยชน์จากข้อดีของการใช้ภายนอกที่ช่วยลดความเสี่ยงปัญหาเรื่องการรับประทานได้อย่างสมบูรณ์

แบ่งตามประเภทยา:

ยาแก้ปวดมีส่วนแบ่งตลาดเภสัชภัณฑ์ฮาลาล 23.15% ในปี 2567 เนื่องจากปัญหาอาการปวดเรื้อรังแพร่หลายในกลุ่มประชากรมุสลิมที่มีอายุมากขึ้น หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาด ความตื่นตัวเรื่องความเสี่ยงจากคุณภาพอากาศผลักดันให้ยาทางเดินหายใจเติบโตด้วยอัตรา CAGR 13.95% ซึ่งเป็นอัตราสูงสุดในกลุ่มยารักษาโรคต่างๆ ยาต้านการอักเสบยังคงมีความต้องการพื้นฐานที่มั่นคง เนื่องจากการจัดการโรคข้อเข่าเสื่อมในตลาดที่รูปแบบการดำเนินชีวิตเปลี่ยนไปสู่การนั่งทำงานเป็นหลัก ยาโรคหัวใจและหลอดเลือดมีแนวโน้มการเติบโตในระยะยาว เนื่องจากประเทศในสมาคมความร่วมมือแห่งอ่าวเปอร์เซียต้องเผชิญกับอัตราโรคอ้วนที่เพิ่มสูงขึ้น ยารักษาโรคทางเดินอาหารมีการเติบโตเพิ่มเล็กน้อยในพื้นที่ที่การรับรองฮาลาลสอดคล้องกับหลักเกณฑ์อาหารที่หลีกเลี่ยงตัวทำละลายที่มีแอลกอฮอล์

จำแนกตามช่องทางการจัดจำหน่าย:

ร้านค้าปลีกครองส่วนแบ่งตลาดเภสัชภัณฑ์ฮาลาล 48.19% ในปี 2567 โดยมีจุดแข็งจากการให้คำปรึกษาของเภสัชกรและการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ทันที อย่างไรก็ตาม การค้าอิเล็กทรอนิกส์กำลังขยายตัว 14.17% ต่อปี เนื่องจากผู้บริโภคที่มีมือถือเป็นศูนย์กลางตรวจสอบผลิตภัณฑ์ที่ผ่านใบรับรองที่มีรหัสคิวอาร์ร้านขายยาในโรงพยาบาลแม้จะมีส่วนแบ่งที่เล็กกว่า แต่มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจเกี่ยวกับรายการยา โดยเริ่มบรรจุสถานะฮาลาลเข้าไปในข้อกำหนดการจัดซื้อจำนวนมากขึ้น

ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญ

- **ความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีจริยธรรมและใส่ใจสุขภาพ** ผู้บริโภคทั้งมุสลิมและไม่มุสลิมมีแนวโน้มความสนใจในผลิตภัณฑ์สุขภาพที่มีความสะอาด โปร่งใส และถูกต้องตามหลักศาสนามากขึ้น
- **นวัตกรรมทางเทคโนโลยี** การใช้เทคโนโลยีอย่าง AI ในการติดตาม ตรวจสอบแหล่งที่มา เทคโนโลยีบล็อกเชนเพื่อรับรองฮาลาล และการพัฒนาสูตรที่ใช้พืชเป็นหลัก (เหมาะสำหรับมังสวิรัต) ช่วยสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและเปิดตลาดใหม่
- **การสนับสนุนจากภาครัฐและกฎระเบียบ** หลายประเทศมีการกำหนดให้ใช้สัญลักษณ์ฮาลาลที่ชัดเจนและมีการสนับสนุนด้านการรับรอง เพื่อเพิ่มความมั่นใจแก่ผู้บริโภคและส่งออกสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลิตภัณฑ์สมุนไพร อาหารเสริมที่มีคุณสมบัติทางสุขภาพ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร และผลิตภัณฑ์เสริมสร้างภูมิคุ้มกันธรรมชาติล้วนเป็นกลุ่มสินค้าที่มีสัดส่วนการเติบโตสูง โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมกำลังสมรรถภาพ หลังวิกฤตโรคระบาด COVID-19 มีความต้องการสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด

พฤติกรรมผู้บริโภคยาสมุนไพรฮาลาล

- **การรับรองฮาลาลเป็นปัจจัยสำคัญ** ผู้บริโภคมุสลิมให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่ได้รับการรับรองฮาลาลจากองค์กรที่เชื่อถือได้ เช่น อินโดนีเซีย (MUI) ซึ่งส่งผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคสร้างความเชื่อมั่นในแบรนด์ผ่านสถานะฮาลาลของผลิตภัณฑ์
- **บทบาทของความเคร่งครัดทางศาสนา** ความเคร่งครัดในศาสนาเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโรคระบาด COVID-19 ส่งผลให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรฮาลาลมากขึ้น ทั้งเพื่อสุขภาพและประโยชน์ทางจิตวิญญาณ
- **พฤติกรรมการซื้อผ่านช่องทางดิจิทัลและสื่อสังคม** ผู้บริโภคจำนวนมากใช้ช่องทางออนไลน์ในการหาข้อมูลและซื้อสินค้า แนะนำจากครอบครัวและเพื่อนฝูงยังคงเป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้มาก พฤติกรรมดิจิทัลนี้ได้รับการเร่งเร้าหลังจากช่วงการระบาด
- **พฤติกรรมการใช้จ่ายและความถี่** ผู้บริโภคมีความเต็มใจที่จะใช้จ่ายเงินมากขึ้นในแต่ละเดือนสำหรับผลิตภัณฑ์สมุนไพรฮาลาลที่ตรงตามความต้องการของตน และมักซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องหากได้รับความมั่นใจทั้งในด้านสุขภาพและด้านศาสนา อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวต่อราคา โดยหากมีการปรับราคาสูงขึ้นเกินกว่า 5% อาจส่งผลให้ยอดขายลดลงอย่างเห็นได้ชัด

ปัจจัยชักนำการซื้อ

- **คุณภาพและชื่อเสียง** คุณค่าการใช้ (คุณภาพและประสิทธิภาพ) การรับรองฮาลาล และชื่อเสียงของบริษัทเป็นปัจจัยชักนำหลักในการเลือกซื้อยาแผนโบราณและผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
- **การรับรู้และความรู้** ความเข้าใจเกี่ยวกับความหมายของ "ฮาลาล" และประโยชน์ที่ได้รับช่วยเพิ่มความตั้งใจซื้อและความจงรักภักดีต่อแบรนด์ในกลุ่มผู้บริโภคมุสลิม
- **เทรนด์สุขภาพและความเป็นอยู่** ความต้องการเพิ่มสูงในช่วงวิกฤตสุขภาพ เช่น โรคระบาด COVID-19 โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสริมภูมิคุ้มกันหรือเสริมความสดชื่น

แหล่งข้อมูล

Herbal Medicine Market Report 2025. Researchandmarkets

Herbal Medicine Market, March 2025. สืบค้นจาก <https://market.us/report/global-herbal-medicine-market/>

Global Halal Pharmaceuticals Market Forecast 2025-2032. Marketsresearch.com

Halal Pharmaceuticals Market Size & Share Analysis - Growth Trends And Forecasts (2025 - 2030) สืบค้นจาก <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/halal-pharmaceuticals-market>