

สื่อ : MGR Online	29 กันยายน 2569
หัวข้อข่าว : 3 หุ่น ธุรกิจ Wellness โตสวนตลาด	Media Value : 120,000

MGR
ONLINE

หน้าหลัก / หุ่น / หุ่นไทยผู้จัดการ360°

3 หุ่น ธุรกิจ Wellness โตสวนตลาด

เผยแพร่: 29 ก.ย. 2569 14:11 ปรับปรุง: 29 ก.ย. 2569 14:11 โดย: ผู้จัดการออนไลน์



242



ธุรกิจ “Health & Wellness” ในไทยกำลังเติบโตสวนกระแสภาวะเศรษฐกิจ
ข้อมูลจาก Global Wellness Institute ระบุว่า ตลาดด้าน Health & Wellness ในประเทศไทยมีศักยภาพการเติบโตเป็นอันดับต้นๆ ของโลก มูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 40.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1.4 ล้านล้านบาทครอบคลุมตั้งแต่การรับประทานอาหารสุขภาพ, วิตามิน/อาหารเสริม, การฟื้นฟูเชิงป้องกัน (Longevity), การออกกำลังกายไปจนถึงสินค้าและบริการดูแลตัวเองในชีวิตประจำวัน

ปัจจัยขับเคลื่อนให้ตลาด Health & Wellness เติบโตสูง มาจากการที่ไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ (Longevity Society) ประกอบกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ Gen Y และ Gen Z ที่หันมาให้ความสำคัญกับการ “ป้องกันดีกว่าการรักษา” ยินดีจ่ายเงินเพื่อสร้างคุณภาพชีวิต สุขภาวะที่ดีขึ้นในระยะยาว
คาดการณ์ภาพรวมตลาด Wellness ในไทยยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 8.5% – 9.9% ต่อปี

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism): อัตราการเติบโตสูงที่สุด เฉลี่ยราว 12% – 16.6% ต่อปี (เติบโตตามการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยวและการเดินทางเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ)
- สปาและบริการ (Wellness Services): อัตราการเติบโตเฉลี่ย 9.8% – 10% ต่อปี
- อาหารสุขภาพ (Functional Drink / Food): อัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 6% – 8% ต่อปี

กระแสการเติบโตของ Mega Trend ดังกล่าว ถือเป็นโอกาสเติบโตทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ หลายแห่ง ที่สามารถปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน อัปเดตผลิตภัณฑ์ และบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เร่งตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้แนวโน้มผลประกอบการปีนี้มีโอกาสเติบโตอย่างแข็งแกร่งด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะ 3 บริษัทที่น่าจับตา ประกอบด้วย ได้แก่ ICHI, ONSENS และ APCO ที่มีโมเดลธุรกิจแตกต่างกัน

ICHI: Wellness in Everyday Life ผ่าน Functional Drink

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ ICHI เป็นตัวแทนของ Wellness ในรูปแบบ Everyday Consumption หรือการดูแลสุขภาพผ่านพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวันหลายปีที่ผ่านมา ICHI ได้เดินหน้าพัฒนาสินค้าในกลุ่ม functional beverage มากขึ้น

โดยใช้ความแข็งแกร่งของแบรนด์ ผนวกความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบรับเทรนด์สุขภาพ ทั้งเครื่องดื่มไม่มีน้ำตาล เครื่องดื่มวิตามิน และกลุ่ม low-calorie ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ต้องการความสะดวกควบคู่กับคุณค่าทางสุขภาพ

อีกหนึ่งจุดแข็งของ ICHI คือความสามารถในการพัฒนาสินค้าใหม่ได้อย่างรวดเร็วและตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประกอบกับเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้บริษัทสามารถผลักดันสินค้าในกลุ่ม Wellness Consumption ให้เติบโตได้ต่อเนื่อง และสร้างฐานรายได้ที่แข็งแกร่งในระยะยาว

กลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้ ยอดขายในประเทศขยายตัว 11% โดยมีแรงหนุนจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ Non-Tea และ Functional Drink ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่อง สะท้อนทิศทางการเติบโตของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในตลาดภายในประเทศ และทำให้กลุ่ม Non-Tea เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงที่เหลืของปี

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 ICHI มีรายได้จากการขายรวม 4,075.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิ 595.8 ล้านบาท แม้อลดลง 8.7% จากฐานกำไรปีก่อนที่มีรายการพิเศษจากการจำหน่ายที่ดิน แต่กำไรขั้นต้นยังเพิ่มขึ้น 1.6% อยู่ที่ 968.9 ล้านบาท

ONSENS: ยกระดับ Wellness Experience สู่ Holistic Lifestyle

บริษัท ออนเซ็น รีพรีต แอนด์ สปา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ ONSENS ผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการออนเซ็นสไตล์ญี่ปุ่นและสปาเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ Yunomori Onsen and Spa ซึ่งอยู่ในกลุ่ม Wellness Service และ Lifestyle Recovery โดยเน้นการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจผ่านประสบการณ์แบบ Holistic Wellness

สิ่งที่ทำให้ ONSENS น่าสนใจ คือ การผสมผสานออนเซ็นสไตล์ญี่ปุ่นเข้ากับบริการสปาแบบไทย และกำลังต่อยอดแนวคิดไปสู่ Everyday Wellness Destination และ Social Wellness มากขึ้น โดยแนวทางดังกล่าวเห็นได้จากการปรับโฉม Yunomori สาขาพัทยา เพื่อรองรับบริการออนเซ็นแบบ Mixed-Gender สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้เวลาร่วมกับเพื่อน ครอบครัว และคู่รัก

นอกจากนี้ยังขยายบริการใหม่เพิ่มเติม คือ Yunomori MOVE ซึ่งนำกิจกรรมด้าน Movement & Recovery เข้ามาเชื่อมโยงกับออนเซ็นและสปา ทั้ง Pilates, Barre, Strength Training และ Stretching ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะท้อนเทรนด์ Recovery ที่กำลังเติบโต โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานและคนรุ่นใหม่

การปรับโฉมและต่อยอดบริการดังกล่าว ส่งผลให้ยอดผู้ใช้บริการและยอดการใช้จ่ายต่อครั้งของสาขาทั้งกลุ่มมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น โดยคาดว่าช่วงที่เหลือของปียังมีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง จากการเข้าสู่ไฮซีซั่นของการท่องเที่ยว และความพร้อมของสาขาที่ให้บริการได้ครบวงจรมากขึ้น

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 มีรายได้รวม 142.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.13% ขณะที่กำไรสุทธิ 8.47 ล้านบาท เติบโตถึง 36.92% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนความสามารถในการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยอัตรากำไรขั้นต้นปรับเพิ่มเป็น 41.99% จาก 39.61% และอัตรากำไรสุทธิเพิ่มเป็น 5.97% จาก 4.54%

APCO: เดินหน้าสู่ธุรกิจ Longevity Wellness ดูแลสุขภาพจากภายในระดับเซลล์

บริษัท เอเชียน ไลฟ์ไคยูติคอลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO ผู้ดำเนินธุรกิจนวัตกรรมสุขภาพและความงามครบวงจร เดินหน้าขยายโอกาสในตลาด Longevity Wellness ซึ่งเติบโตตามพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน การชะลอความเสื่อมของร่างกาย และการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ

APCO ได้นำองค์ความรู้จากการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ ที่มุ่งศึกษากลไกระบบภูมิคุ้มกันและสมดุลสุขภาพระดับเซลล์ ผ่านนวัตกรรมภูมิคุ้มกันบำบัดจากมิ่งคุณเสริมฤทธิ์ มาต่อยอดเป็นนวัตกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนการดูแลสุขภาพจากภายใน ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ “mylife100” จะเป็นผลิตภัณฑ์หลักสำหรับการขยายตลาดในช่วงครึ่งปีหลัง โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการดูแลสุขภาพผู้บริโภคในหลายช่วงวัย มุ่งฟื้นฟูวัยวัยภายในร่างกาย ระบบภูมิคุ้มกัน รวมถึงสมอง ในการชะลอกระบวนการเสื่อม ตอบโจทย์ความต้องการดูแลสุขภาพในระยะยาว

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 บริษัทมีรายได้รวม 93.81 ล้านบาท กำไรสุทธิ 28.95 ล้านบาท เติบโต 10.03% พร้อมรักษาราคากำไรขั้นต้นในระดับสูงที่ 84% โดยด้านการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย ในไตรมาส 2/2569 บริษัทมีต้นทุนขายลดลง 12.18% ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง 4.80% และค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 5.24% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงศักยภาพของโมเดลธุรกิจและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน

Wellness Economy: จากทางเลือก สู่ความต้องการบริโภค

อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของธุรกิจ Wellness โดยรวมนั้น สูงกว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ของประเทศไทย และ GDP โลก ซึ่งเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2% – 3% ต่อปี สะท้อนว่าอุตสาหกรรมนี้เป็น Mega Trend สำคัญของโลก ที่เติบโตได้ต่อเนื่องแข็งแกร่ง และส่งผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

แม้ทั้ง 3 บริษัท จะดำเนินธุรกิจในคนละอุตสาหกรรม แต่ล้วนมีจุดร่วมเดียวกัน คือการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับ “คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น” สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจ Wellness ไม่ได้เป็นเพียงกระแสระยะสั้น แต่กำลังเติบโตสวนภาวะตลาด และมีศักยภาพในการต่อยอดสู่การเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจในระยะยาว

สื่อ : ibusiness	29 กันยายน 2569
หัวข้อข่าว : 3 หุ่น ธุรกิจ Wellness โตสวนตลาด	Media Value : 50,000

ibusiness

หน้าหลัก / หุ่น / หุ่นไทยผู้จัดการ360°

3 หุ่น ธุรกิจ Wellness โตสวนตลาด

เผยแพร่: 29 ก.ย. 2569 14:11 | ปรับปรุง: 29 ก.ย. 2569 14:11 | โดย: ผู้จัดการออนไลน์



242



ธุรกิจ "Health & Wellness" ในไทยกำลังเติบโตสวนกระแสภาพรวมเศรษฐกิจ

ข้อมูลจาก Global Wellness Institute ระบุว่า ตลาดด้าน Health & Wellness ในประเทศไทยมีศักยภาพการเติบโตเป็นอันดับต้นๆ ของโลก มูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 40.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1.4 ล้านล้านบาทครอบคลุมตั้งแต่การรับประทานอาหารสุขภาพ, วิตามิน/อาหารเสริม, การฟื้นฟูเชิงป้องกัน (Longevity), การออกกำลังกายไปจนถึงสินค้าและบริการดูแลตัวเองในชีวิตประจำวัน

ปัจจัยขับเคลื่อนให้ตลาด Health & Wellness เติบโตสูง มาจากการที่ไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ (Longevity Society) ประกอบกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ Gen Y และ Gen Z ที่หันมาให้ความสำคัญกับการ "ป้องกันดีกว่าการรักษา" ยินดีจ่ายเงินเพื่อสร้างคุณภาพชีวิต สุขภาวะที่ดีขึ้นในระยะยาว คาดการณ์ภาพรวมตลาด Wellness ในไทยยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 8.5% – 9.9% ต่อปี

- การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism): อัตราการเติบโตสูงสุด เฉลี่ยราว 12% – 16.6% ต่อปี (เติบโตตามการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยวและการเดินทางเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ)
- สปาและบริการ (Wellness Services): อัตราการเติบโตเฉลี่ย 9.8% – 10% ต่อปี
- อาหารสุขภาพ (Functional Drink / Food): อัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 6% – 8% ต่อปี

กระแสการเติบโตของ Mega Trend ดังกล่าว ถือเป็นโอกาสเติบโตทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ หลายแห่ง ที่สามารถปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน อัปเดตผลิตภัณฑ์ และบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เร่งตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้แนวโน้มผลประกอบการปีนี้มีโอกาสเติบโตอย่างแข็งแกร่งด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะ 3 บริษัทที่น่าจับตา ประกอบด้วย ได้แก่ ICHI ONSENS และ APCO ที่มีโมเดลธุรกิจแตกต่างกัน

ICHI: Wellness in Everyday Life ผ่าน Functional Drink

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ ICHI เป็นตัวแทนของ Wellness ในรูปแบบ Everyday Consumption หรือการดูแลสุขภาพผ่านพฤติกรรมผู้บริโภคในชีวิตประจำวันหลายปีที่ผ่านมา ICHI ได้ดำเนินพัฒนาสินค้าในกลุ่ม functional beverage มากขึ้น

โดยใช้ความแข็งแกร่งของแบรนด์ ผลานความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบรับเทรนด์สุขภาพ ทั้งเครื่องดื่มไม่มีน้ำตาล เครื่องดื่มวิตามิน และกลุ่ม low-calorie ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ ที่ต้องการความสะดวกควบคู่กับคุณค่าทางสุขภาพ

อีกหนึ่งจุดแข็งของ ICHI คือความสามารถในการพัฒนาสินค้าใหม่ได้อย่างรวดเร็วและตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประกอบกับเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้บริษัทสามารถผลักดันสินค้าในกลุ่ม Wellness Consumption ให้เติบโตได้ต่อเนื่อง และสร้างฐานรายได้ที่แข็งแกร่งในระยะยาว

กลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้ ยอดขายในประเทศขยายตัว 11% โดยมีแรงหนุนจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ Non-Tea และ Functional Drink ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่อง สะท้อนทิศทางการเติบโตของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในตลาดภายในประเทศ และทำให้กลุ่ม Non-Tea เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงที่เหลือของปี

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 ICHI มีรายได้จากการขายรวม 4,075.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิ 595.8 ล้านบาท แม้อดลง 8.7% จากฐานกำไรปีก่อนที่มีรายการพิเศษจากการจำหน่ายที่ดิน แต่กำไรขั้นต้นยังเพิ่มขึ้น 1.6% อยู่ที่ 968.9 ล้านบาท

ONSENS: ยกระดับ Wellness Experience สู่ Holistic Lifestyle

บริษัท ออนเซ็น ริทริค แอนด์ สปา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ ONSENS ผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการออนเซ็นสไตล์ญี่ปุ่นและสปาเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ Yunomori Onsen and Spa ซึ่งอยู่ในกลุ่ม Wellness Service และ Lifestyle Recovery โดยเน้นการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจผ่านประสบการณ์แบบ Holistic Wellness

สิ่งที่ทำให้ ONSENS น่าสนใจ คือ การผสมผสานออนเซ็นสไตล์ญี่ปุ่นเข้ากับบริการสปาแบบไทย และกำลังต่อยอดแนวคิดไปสู่ Everyday Wellness Destination และ Social Wellness มากขึ้น โดยแนวทางดังกล่าวเห็นได้จากการปรับโฉม Yunomori สาขาพัทยา เพื่อรองรับบริการออนเซ็นแบบ Mixed-Gender สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้เวลาร่วมกับเพื่อน ครอบครัว และคู่รัก

นอกจากนี้ยังขยายบริการใหม่เพิ่มเติม คือ Yunomori MOVE ซึ่งนำกิจกรรมด้าน Movement & Recovery เข้ามาเชื่อมโยงกับออนเซ็นและสปา ทั้ง Pilates, Barre, Strength Training และ Stretching ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะท้อนเทรนด์ Recovery ที่กำลังเติบโต โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานและคนรุ่นใหม่

การปรับโฉมและต่อยอดบริการดังกล่าว ส่งผลให้ยอดผู้ใช้บริการและยอดการใช้จ่ายต่อครั้งของสาขาทั้งกลุ่มมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น โดยคาดว่าช่วงที่เหลือของปียังมีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง จากการเข้าซื้อหุ้นของการท่องเที่ยว และความพร้อมของสาขาที่ให้บริการได้ครบวงจรมากขึ้น

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 มีรายได้รวม 142.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.13% ขณะที่กำไรสุทธิ 8.47 ล้านบาท เติบโตถึง 36.92% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนความสามารถในการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำการกำไร โดยอัตรากำไรขั้นต้นปรับเพิ่มเป็น 41.99% จาก 39.61% และอัตรากำไรสุทธิเพิ่มเป็น 5.97% จาก 4.54%

APCO: เดินหน้าสู่ธุรกิจ Longevity Wellness ดูแลสุขภาพจากภายในระดับเซลล์

บริษัท เอเชียน ไลฟ์ไคยูติคอลลส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO ผู้ดำเนินธุรกิจนวัตกรรมสุขภาพและความงามครบวงจร เดินหน้าขยายโอกาสในตลาด Longevity Wellness ซึ่งเติบโตตามพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน การชะลอความเสื่อมของร่างกาย และการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ

APCO ได้นำองค์ความรู้จากการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ ที่มุ่งศึกษากลไกระบบภูมิคุ้มกันและสมดุลสุขภาพระดับเซลล์ ผ่านนวัตกรรมภูมิคุ้มกันบำบัดจากมิ่งคุณเสริมฤทธิ์ มาต่อยอดเป็นนวัตกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนการดูแลสุขภาพจากภายใน ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ “mylife100” จะเป็นผลิตภัณฑ์หลักสำหรับการขยายตลาดในช่วงครึ่งปีหลัง โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการดูแลสุขภาพผู้บริโภคในหลายช่วงวัย มุ่งฟื้นฟูวัยวัยภายในร่างกาย ระบบภูมิคุ้มกัน รวมถึงสมอง ในการชะลอกระบวนการเสื่อม ตอบโจทย์ความต้องการดูแลสุขภาพในระยะยาว

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 บริษัทมีรายได้รวม 93.81 ล้านบาท กำไรสุทธิ 28.95 ล้านบาท เติบโต 10.03% พร้อมรักษาราคากำไรขั้นต้นในระดับสูงที่ 84% โดยด้านการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย ในไตรมาส 2/2569 บริษัทมีต้นทุนขายลดลง 12.18% ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง 4.80% และค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 5.24% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงศักยภาพของโมเดลธุรกิจและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน

Wellness Economy: จากทางเลือก สู่ความต้องการบริโภค

อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของธุรกิจ Wellness โดยรวมนั้น สูงกว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ของประเทศไทย และ GDP โลก ซึ่งเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2% – 3% ต่อปี สะท้อนว่าอุตสาหกรรมนี้เป็น Mega Trend สำคัญของโลก ที่เติบโตได้ต่อเนื่องแข็งแกร่ง และส่งผลต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

แม้ทั้ง 3 บริษัท จะดำเนินธุรกิจในคนละอุตสาหกรรม แต่ล้วนมีจุดร่วมเดียวกัน คือการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับ “คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น” สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจ Wellness ไม่ได้เป็นเพียงกระแสระยะสั้น แต่กำลังเติบโตสวนภาวะตลาด และมีศักยภาพในการต่อยอดสู่การเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจในระยะยาว

สื่อ : Efinancethai	3 ตุลาคม 2569
หัวข้อข่าว : 3 หุ้น ธุรกิจ Wellness โตสวนตลาด	Media Value : 50,000



3 หุ้น ธุรกิจ Wellness โตสวนตลาด



Share



ธุรกิจ “Health & Wellness” ในไทยกำลังเติบโตสวนกระแสภาพรวมเศรษฐกิจ

ข้อมูลจาก *Global Wellness Institute* ระบุว่า ตลาดด้าน Health & Wellness ในประเทศไทยมีศักยภาพการเติบโตเป็นอันดับต้นๆ ของโลก มูลค่าตลาดรวมอยู่ที่ 40.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือประมาณ 1.4 ล้านล้านบาท ครอบคลุมตั้งแต่การรับประทานอาหาร สุขภาพ, วิตามิน/อาหารเสริม, การฟื้นฟูเชิงป้องกัน (Longevity), การออกกำลังกาย ไปจนถึงสินค้าและบริการดูแลตัวเองในชีวิตประจำวัน

ปัจจัยขับเคลื่อนให้ตลาด Health & Wellness เติบโตสูง มาจากการที่ไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มรูปแบบ (Longevity Society) ประกอบกับพฤติกรรมของคนรุ่นใหม่ Gen Y และ Gen Z ทั่วโลกที่หันมาให้ความสำคัญกับการ “ป้องกันดีกว่าการรักษา” ยินดีจ่ายเงินเพื่อสร้างคุณภาพชีวิต สุขภาพที่ดีขึ้นในระยะยาว

คาดการณ์ภาพรวมตลาด Wellness ในไทยยังมีโอกาสเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 8.5% – 9.9% ต่อปี

- **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism):** อัตราการเติบโตสูงที่สุด เฉลี่ยราว 12% – 16.6% ต่อปี (เติบโตตามการฟื้นตัวของภาคท่องเที่ยวและการเดินทางเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ)
- **สปาและบริการ (Wellness Services):** อัตราการเติบโตเฉลี่ย 9.8% – 10% ต่อปี
- **อาหารสุขภาพ (Functional Drink / Food):** อัตราการเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 6% – 8% ต่อปี

กระแสการเติบโตของ Mega Trend ดังกล่าว ถือเป็นโอกาสเติบโตทางธุรกิจของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ฯ หลายแห่ง ที่สามารถปรับกลยุทธ์การดำเนินงาน จับเกรดผลิตภัณฑ์และบริการ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เร่งตัวขึ้นอย่างรวดเร็ว ซึ่งส่งผลให้แนวโน้มผลประกอบการปีนี้ มีโอกาสเติบโตอย่างแข็งแกร่งด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะ 3 บริษัทที่น่าจับตา ประกอบด้วย ได้แก่ ICHI, ONSENS และ APCO ที่มีโมเดลธุรกิจแตกต่างกัน

ICHI: Wellness in Everyday Life ผ่าน Functional Drink

บริษัท อิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ ICHI เป็นตัวแทนของ Wellness ในรูปแบบ Everyday Consumption หรือการดูแลสุขภาพผ่านพฤติกรรมการบริโภคในชีวิตประจำวัน หลายปีที่ผ่านมา ICHI ได้เดินทางพัฒนาสินค้าในกลุ่ม functional beverage มากขึ้น

โดยใช้ความแข็งแกร่งของแบรนด์ ผสานความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตอบรับเทรนด์สุขภาพ ทั้งเครื่องดื่มไม่มีน้ำตาล เครื่องดื่มวิตามิน และกลุ่ม low-calorie ซึ่งได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง สอดรับกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ต้องการความสะดวกควบคู่กับคุณค่าทางสุขภาพ

อีกหนึ่งจุดแข็งของ ICHI คือความสามารถในการพัฒนาสินค้าใหม่ได้อย่างรวดเร็วและตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประกอบกับเครือข่ายการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุมทั่วประเทศ ทำให้บริษัทสามารถผลักดันสินค้าในกลุ่ม Wellness Consumption ให้เติบโตต่อเนื่อง และสร้างฐานรายได้ที่แข็งแกร่งในระยะยาว

กลยุทธ์ดังกล่าวส่งผลให้ ยอดขายในประเทศขยายตัว 11% โดยมีแรงหนุนจากกลุ่มผลิตภัณฑ์ Non-Tea และ Functional Drink ที่ได้รับความนิยมต่อเนื่อง สะท้อนทิศทางการเติบโตของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในตลาดภายในประเทศ และทำให้กลุ่ม Non-Tea เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของบริษัทอย่างต่อเนื่องในช่วงที่เหลือของปีนี้

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 ICHI มีรายได้จากการขายรวม 4,075.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 1.7% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และมีกำไรสุทธิ 595.8 ล้านบาท แม้อลดลง 8.7% จากฐานกำไรปีก่อนที่มีรายการพิเศษจากการจำหน่ายที่ดิน แต่กำไรขั้นต้นยังเพิ่มขึ้น 1.6% อยู่ที่ 968.9 ล้านบาท

ONSENS: ยกระดับ Wellness Experience สู่ Holistic Lifestyle

บริษัท ออนเซ็น รีทรีต แอนด์ สปา กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ ONSENS ผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการออนเซ็นสไตล์ญี่ปุ่นและสปาเพื่อสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ Yunomori Onsen and Spa ซึ่งอยู่ในกลุ่ม Wellness Service และ Lifestyle Recovery โดยเน้นการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจผ่านประสบการณ์แบบ Holistic Wellness

สิ่งที่ทำให้ ONSENS น่าสนใจ คือ การผสานออนเซ็นสไตล์ญี่ปุ่นเข้ากับบริการสปาแบบไทย และกำลังต่อยอดแนวคิดไปสู่ Everyday Wellness Destination และ Social Wellness มากขึ้น โดยแนวทางดังกล่าวเห็นได้จากการปรับโฉม Yunomori สาขาพญาไท เพื่อรองรับบริการออนเซ็นแบบ Mixed-Gender สำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้เวลาร่วมกับเพื่อน ครอบครัว และคู่รัก

นอกจากนี้ยังขยายบริการใหม่เพิ่มเติม คือ Yunomori MOVE ซึ่งนำกิจกรรมด้าน Movement & Recovery เข้ามาเชื่อมโยงกับออนเซ็นและสปา ทั้ง Pilates, Barre, Strength Training และ Stretching ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของไลฟ์สไตล์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย สะท้อนเทรนด์ Recovery ที่กำลังเติบโต โดยเฉพาะในกลุ่มคนทำงานและคนรุ่นใหม่

การปรับโฉมและต่อยอดบริการดังกล่าว ส่งผลให้ยอดผู้ใช้บริการและยอดการใช้จ่ายต่อครั้งของสาขาทั้งกลุ่มมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น โดยคาดว่าช่วงที่เหลือของปีนี้ยังมีโอกาสเติบโตต่อเนื่อง จากการเข้าสู่ไฮซีซั่นของการท่องเที่ยว และความพร้อมของสาขาที่ให้บริการได้ครบวงจรมากขึ้น

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 มีรายได้รวม 142.05 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4.13% ขณะที่กำไรสุทธิ 8.47 ล้านบาท เติบโตถึง 36.92% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนความสามารถในการบริหารต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน โดยอัตรากำไรขั้นต้นปรับเพิ่มเป็น 41.99% จาก 39.61% และอัตรากำไรสุทธิเพิ่มเป็น 5.97% จาก 4.54%

APCO: เดินหน้าสู่ธุรกิจ Longevity Wellness ดูแลสุขภาพจากภายในระดับเซลล์

บริษัท เอเปียน ไฟฟ์ไดเซียดีเวลอปส์ จำกัด (มหาชน) หรือ APCO ผู้ดำเนินธุรกิจนวัตกรรมสุขภาพและความงามครบวงจร เดินหน้าขยายโอกาสในตลาด Longevity Wellness ซึ่งเติบโตตามพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน การชะลอความเสื่อมของร่างกาย และการมีอายุยืนอย่างมีคุณภาพ

APCO ได้นำองค์ความรู้จากการวิจัยด้านวิทยาศาสตร์สุขภาพ ที่มุ่งศึกษากลไกระบบภูมิคุ้มกันและสมดุลสุขภาพระดับเซลล์ ผ่านนวัตกรรมภูมิคุ้มกันบำบัดจากมิ่งคุณเสริมฤทธิ์ มาต่อยอดเป็นนวัตกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สนับสนุนการดูแลสุขภาพจากภายใน ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่

กลุ่มผลิตภัณฑ์ "mylife100" จะเป็นผลิตภัณฑ์หลักสำหรับการขยายตลาดในช่วงครึ่งปีหลัง โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการดูแลสุขภาพผู้บริโภคในหลายช่วงวัย มุ่งฟื้นฟูวัยชราภายในร่างกาย ระบบภูมิคุ้มกัน รวมถึงสมอง ในการชะลอกระบวนการเสื่อม ตอบโจทย์ความต้องการดูแลสุขภาพในระยะยาว

ขณะที่ผลประกอบการครึ่งปีแรก 2569 บริษัทมีรายได้รวม 93.81 ล้านบาท กำไรสุทธิ 28.95 ล้านบาท เติบโต 10.03% พร้อมรักษาอัตรากำไรขั้นต้นในระดับสูงถึง 84% โดยด้านการบริหารต้นทุนและค่าใช้จ่าย ในไตรมาส 2/2569 บริษัทมีต้นทุนขายลดลง 12.18% ค่าใช้จ่ายในการขายลดลง 4.80% และค่าใช้จ่ายในการบริหารลดลง 5.24% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน สะท้อนถึงศักยภาพของโมเดลธุรกิจและประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุน

Wellness Economy: จากทางเลือก สู่ความต้องการบริโภค

อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปีของธุรกิจ Wellness โดยรวมขึ้น สูงกว่าอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) ของประเทศไทยและ GDP โลก ซึ่งเติบโตเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 2% – 3% ต่อปี สะท้อนว่าอุตสาหกรรมนี้เป็น Mega Trend สำคัญของโลก ที่เติบโตต่อเนื่อง แข็งแกร่ง และส่งผลดีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

แม้ทั้ง 3 บริษัท จะดำเนินธุรกิจในด้านดูแลสุขภาพ แต่ล้วนมีจุดร่วมเดียวกัน คือการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ให้ความสำคัญกับ "คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น" สะท้อนให้เห็นว่า ธุรกิจ Wellness ไม่ได้เป็นเพียงกระแสระยะสั้น แต่กำลังเติบโตสวนทางตลาด และมีศักยภาพในการต่อยอดสู่การเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจในระยะยาว