

บทที่ 2

อาหารเสริมสุขภาพและตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทย

อาหารเสริม

“อาหารเสริม” ไม่ใช่สิ่งแปลกใหม่สำหรับคนไทย โดยเฉพาะคนในสังคมเมืองด้วยแล้ว มักเคยได้สัมผัสและรับประทานด้วยตนเอง อย่างไรก็ตามการรู้จักอาหารเสริมของคนไทยบางส่วน ยังคงผูกติดอยู่กับความเข้าใจผิด ๆ ว่า อาหารเสริมเป็นอาหารที่สามารถรับประทานทดแทนอาหารมื้อหลัก ๆ ได้ ความจริงแล้ว อาหารหลัก 5 หมู่ ซึ่งประกอบด้วย คาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน วิตามิน แร่ธาตุ มีความจำเป็นต้องรับประทานให้ครบถ้วนเพื่อร่างกายจะได้นำสารอาหารไปใช้ให้ดำรงชีพอยู่ได้ ส่วนอาหารเสริมเป็นเพียงอาหารที่ใช้รับประทานเสริมการรับประทานอาหารหลักประจำวันและไม่สามารถแทนอาหารหลักได้

ที่สำคัญคืออาหารเสริมมิได้มีเพียงแค่วิตามินที่เป็นเม็ด ๆ ที่ได้จากการสังเคราะห์หรือสกัดเท่านั้น แต่ยังรวมถึงอาหารที่ได้จากธรรมชาติบางชนิดด้วย เช่น พืชผักผลไม้ ชุปที่ได้จากการต้มตุ๋นเนื้อสัตว์ต่าง ๆ เป็นต้น¹

แนวความคิดเรื่องอาหารเสริมสุขภาพ

แนวความคิดในเรื่องของอาหารเสริมสุขภาพเริ่มขึ้นก่อนในสหรัฐอเมริกา อันเนื่องมาจากปัญหาผลข้างเคียงจากการบริโภคสิ่งปรุงแต่งทางเคมี ทำให้คนหันเข้าหาธรรมชาติกันมากขึ้น ประกอบกับการเผยแพร่ความรู้ในการป้องกันโรคร้ายไข้เจ็บด้วยสมุนไพรจากทางตะวันออก โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้าสู่สหรัฐอเมริกา โลกตะวันตกจึงหันมาวิจัยค้นคว้าในเรื่องพืชผักสมุนไพรและสัตว์เพื่อผลิตเป็นอาหารเสริมกันอย่างแพร่หลาย ทั้งในลักษณะที่แปรรูปเป็นเม็ด เป็นแคปซูล และอาหารจานพิเศษที่สามารถรับประทานได้ในร้านอาหารเฉพาะ หลังจากนั้นมีการวิวัฒนาการมาเป็นยาที่มีคุณสมบัติป้องกันการเกิดโรค ได้รับความนิยมนามากจนกระทั่งจะมีการเปิดร้านสำหรับจำหน่ายสินค้าประเภทนี้โดยเฉพาะ แนวคิดต่าง ๆ เหล่านี้แพร่เข้ามาในประเทศไทยด้วย จนถึงจังหวะเหมาะสมในปี 2529 ที่ภาวะเศรษฐกิจเริ่มดีขึ้น คนที่มีฐานะพอสมควรจึงเริ่มหันมาห่วงสุขภาพของตนเอง จึงทำให้อาหารเสริมสุขภาพประเภทต่าง ๆ เริ่มแพร่หลายเข้าสู่ตลาดในประเทศไทยมากยิ่งขึ้น²

¹ ศาสตราจารย์นายแพทย์ จอมจักร จันทรสกุล, เสริมอาหารอย่างรู้คุณค่า, โกลด์หมอบ, กรกฎาคม 2541, หน้า 53.

² ธนาคารกสิกรไทย, อาหารเสริมสุขภาพ/ธนาคารกสิกรไทย, กรุงเทพฯ : ธนาคาร, หน้า 2.

ความหมายของอาหารเสริม

“อาหารเสริม” คือผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานเพื่อเสริมอาหารหลัก ไม่ได้มีสรรพคุณในการรักษาอาการเจ็บป่วย แต่มีจุดมุ่งหมายเพื่อป้องกันการเกิดโรคในคนที่มีสุขภาพปกติ ซึ่งอาจอยู่ในรูปเม็ด กะลีส ผง แคปซูล ของเหลว หรือในลักษณะอื่น ๆ ที่รับประทานได้โดยตรง

โดยในสหรัฐอเมริกาได้ให้คำจำกัดความของอาหารเสริมว่า “ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีสารอาหารอย่างน้อย 1 อย่าง เช่น วิตามิน เกลือแร่ สมองไพโร กรดอะมิโน สารสกัด หรือส่วนผสมของสารอาหารดังกล่าว ”³

นอกจากนี้ ทางสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา ได้กำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาเกี่ยวกับอาหารเสริมไว้เบื้องต้น ดังนี้ คือ

1. อาหารเสริมประเภทที่เป็นวิตามินและแร่ธาตุต่างๆ
2. อาหารเสริมที่อยู่ในรูปของสารผสมระหว่างสารอาหารต่างๆที่มีสูตรแตกต่างกันออกไป เช่น ประกอบด้วยโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน เกลือแร่ และวิตามิน สำหรับผู้ป่วยที่ขาดสารอาหาร หรือเป็นเครื่องดื่มนเสริมคุณค่าอาหารเป็นต้น
3. อาหารประเภทที่ได้จากธรรมชาติ มีสารอาหารบางอย่างสูงเป็นพิเศษตามธรรมชาติ ตัวอย่างอาหารดังกล่าวเช่น สาหร่ายครอโรลล่า เกสรผึ้ง รอยัลเยลลี่ เป็นต้น
4. อาหารเสริมประเภทที่ได้จากการนำเอาอาหารที่มีสารอาหารบางอย่างจากธรรมชาติหลายชนิดผสมกัน⁴

ตาราง 2.1 รายการตัวอย่างของอาหารเสริมสุขภาพที่พบได้ในท้องตลาด

1. ชุปไก่สกัด	9. กากใยธรรมชาติ
2. วิตามินต่างๆ	10. สาหร่ายต่างๆ
3. กระเทียมสกัด	11. กรดอะมิโน
4. นมผึ้งและผลิตภัณฑ์จากผึ้ง	12. โสม
5. เกลือแร่ต่างๆ	13. ว่านหางจระเข้
6. เลซิทิน	14. แครอทสกัด (เบต้าแคโรทีน)
7. น้ำมันปลา	15. อื่น ๆ ⁵
8. น้ำมันตับปลา	

³ศาสตราจารย์นายแพทย์ จอมจักร จันทรสกุล, เสริมอาหาร อาหารเสริม, โกลด์หมอ, ปีที่ 22 ฉบับวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2541, หน้า 53..

⁴สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, อาหารเสริมสุขภาพ, หน้า 2-3.

ความจำเป็นของอาหารเสริมต่อร่างกาย

เนื่องจากอาหารเสริมไม่ใช่อาหารหลักและไม่สามารถทดแทนอาหารหลักได้ ดังนั้นหากมีวินัยในการใช้ชีวิตที่ดี คือรับประทานอาหารเช้าครบมื้อ ครบหมวดหมู่ มีการออกกำลังกายสม่ำเสมอ มีการพักผ่อนเพียงพอ รวมทั้งรู้จักที่จะทำจิตใจให้ร่าเริง แจ่มใสเสมอ อาหารเสริมก็ไม่มี ความจำเป็น⁶

บุคคลที่ต้องการอาหารเสริม

อาหารเสริมเหมาะสำหรับกลุ่มคนที่จำเป็นต้องใช้สารอาหารหรือพลังงานมากกว่าปกติ เช่น ผู้ป่วยระยะพักฟื้น ผู้สูงอายุที่เบื่ออาหาร ผู้ที่ต้องรับประทานยาบางชนิด ผู้ป่วยที่มีโรคเรื้อรังบางชนิด เด็กที่กำลังเจริญเติบโต หญิงตั้งครรภ์ หญิงให้นมบุตร เป็นต้น⁷

อย่างไรก็ดี การรับประทานอาหารเสริมให้ได้ผลดีควรเลือกให้ถูกชนิดและเหมาะสมแก่อายุ สภาพร่างกาย สภาพแวดล้อมและการดำเนินชีวิต และก่อนซื้ออาหารเสริมมารับประทานควรศึกษาข้อมูลให้ละเอียดก่อน และหากปรึกษาแพทย์ นักโภชนาการหรือเภสัชกรก่อนก็จะเป็นการดี และแม้ว่าจะรับประทานอาหารเสริมแล้ว อาหารหลักในแต่ละมื้อก็ยังคงต้องรับประทานให้ครบหมวดหมู่เช่นเดิม รวมทั้งต้องออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ นอนหลับพักผ่อนอย่างเพียงพอ ละเว้นความเครียด ทำจิตใจให้เบิกบาน เพราะอาหารเสริมมิใช่ยาวิเศษที่บรรเทาให้ปลอดจากโรคร้ายทั้งปวงได้ การมีสุขภาพกายแข็งแรงและสุขภาพจิตที่ดีต่างหากที่จะช่วยให้ชีวิตยืนยาวได้อย่างมีคุณภาพ⁸

การควบคุมอาหารเสริมสุขภาพโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา

ปัจจุบัน สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้บัญญัติคำเฉพาะสำหรับอาหารเสริมสุขภาพว่า “ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” โดยแปลมาจากภาษาอังกฤษคำว่า “Dietary Supplement Products” โดยที่สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเล็งไม่แปลว่าอาหารเสริม ก็เพราะไม่ต้องการให้เข้าใจว่าสินค้าเหล่านั้นมีคุณค่าเทียบเท่าอาหารหรือให้ความรู้สึที่ดีเกินความเป็นจริง⁹

⁶นางสาวกันยารัตน์ คัจฉวาริ และคณะ, ปริญญาานิพนธ์เรื่องผลของการโฆษณาต่อการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพ, คณะเภสัชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, หน้า 62.

⁷ศาสตราจารย์นายแพทย์ จอมจักร จันทรสกุล, เสริมอาหาร อาหารเสริม, อังแล้ว, หน้า 53.

⁸ศาสตราจารย์นายแพทย์ จอมจักร จันทรสกุล, เสริมอาหารอย่างรู้คุณค่า, โกลด์หมอบ, ปีที่ 22 ฉบับวัน 7 กรกฎาคม 2541, หน้า 53.

⁹ศาสตราจารย์นายแพทย์ จอมจักร จันทรสกุล, เสริมอาหาร อาหารเสริม, อังแล้ว, หน้า 54.

⁹ผู้ชูกของ...ของตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, นิตยสารคู่แข่ง, กันยายน 2540, หน้า 34.

ความหมายของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

“ผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร” หรือ “Dietary Supplement Products” หมายความว่า ผลิตภัณฑ์ที่ใช้รับประทานโดยตรง นอกเหนือจากการรับประทานอาหารหลักตามปกติ ซึ่งมักอยู่ในรูปลักษณะเป็นเม็ด แคปซูล ผง เกลลี่ ของเหลว หรือลักษณะอื่น และมีจุดมุ่งหมายสำหรับบุคคลทั่วไปที่มีสุขภาพปกติ(มิใช่สำหรับผู้ป่วย) เช่น น้ำมันปลาแคปซูล โยอาหารเม็ด โยอาหารผง สำหรับชงหรือโรยอาหาร เป็นต้น

(หมายเหตุ : สำหรับของเหลวซึ่งอาจจัดเป็นเครื่องดื่มได้นั้น พิจารณาดังนี้คือ

- หากบริโภคโดยมีวัตถุประสงค์หรือมีลักษณะเพื่อให้รสชาติ กลิ่น รส จัดเป็นเครื่องดื่ม
- หากเป็นของเหลวที่บริโภคโดยไม่มุ่งหมายเพื่อให้รสชาติ หรือบริโภคในลักษณะต่างจากเครื่องดื่มทั่วไป (เช่น ครั้งละ 10 มิลลิลิตร) หรือเป็นของเหลวชั้นสำหรับหยดใส่น้ำหรือน้ำผลไม้ เพื่อมุ่งหมายในการให้สารบางอย่าง จัดเป็นผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร)

การขออนุญาตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร

เนื่องจากในขณะนี้ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจัดอยู่ในกลุ่มอาหารที่มีวัตถุประสงค์พิเศษ ตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข ฉบับที่ 90(พ.ศ.2528) ซึ่งยังมีได้มอบอำนาจให้จังหวัดดำเนินการได้ ดังนั้น คำขออนุญาตจึงจะต้องได้รับการพิจารณาและอนุญาตโดยสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาเสียก่อน จึงจะดำเนินการผลิต นำหรือส่งอาหารเข้ามาในราชอาณาจักรได้

การพิจารณาอนุญาต

เมื่อสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้รับเอกสารคำขอแล้ว ในขั้นแรกต้องพิจารณาในประเด็นว่าอาหารเสริมสุขภาพนั้นจัดเป็นอาหารหรือเป็นยา¹⁰ เนื่องจากอาหารเสริมสุขภาพมักมีปัญหาในเรื่องความคลุมเครือระหว่างการจัดเป็นอาหารหรือเป็นยา ตัวอย่างเช่นกรณีของ โสม กรณีที่โสมเป็นส่วนผสมอยู่ในลูกอมหรือเครื่องดื่มก็จัดว่าเป็นอาหารทั่วไป ส่วนที่เป็นโสมสกัดมีส่วนประกอบของตัวยาก็อาจขึ้นทะเบียนเป็นยาแผนปัจจุบัน ส่วนที่เป็นโสมแบบรากหรือผงอาจขึ้นทะเบียนเป็นยาแผนโบราณได้¹¹ ซึ่งในการพิจารณาประเด็นนี้ จะพิจารณาโดยอาศัยขั้นตอนสำหรับพิจารณาคัดสินการจัดเป็นอาหาร (ซึ่งกองควบคุมอาหารจัดทำขึ้นเป็น Decision tree) ช่วยในการจำแนก นอกจากนี้จะพิจารณาอนุญาตโดยอาศัยแนวทางสำคัญ ๆ คือ

-เรื่องความปลอดภัยซึ่งเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์ เช่น วัตถุพิษ กรรมวิธีผลิต คุณภาพหรือมาตรฐาน เป็นต้น

¹⁰ กองควบคุมอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, คำชี้แจงในการขออนุญาตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, กุมภาพันธ์ 2539, หน้า 1-2.

¹¹ ผู้ศอกของ...ของตลาดผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, นิเทศสารรุ่งแจ้ง, อ้างแล้ว, หน้า 33.

-เรื่องความปลอดภัยในการบริโภค ได้แก่ วิธีและปริมาณการรับประทาน ผลข้างเคียง ตลอดจนข้อมูลคำเตือนต่าง ๆ เพื่อป้องกันความเสี่ยงอันตรายที่อาจเกิดขึ้นเนื่องจากความรู้เท่าไม่ถึงการณ์

-เรื่องความสมประโยชน์

-เรื่องรูปแบบการนำเสนอและข้อมูลที่แสดงบนฉลาก ซึ่งรวมถึงข้อควรระวังต่าง ๆ ซึ่งจะต้องถูกต้องตรงความเป็นจริงและเป็นไปตามหลักเกณฑ์โดยไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดในสาระสำคัญ หากอยู่ในข่ายที่จะอนุญาตได้ ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารนั้นจะได้รับอนุมัติใบสำคัญการใช้ฉลากอาหารโดยใช้อักษรย่อ ฉผส. สำหรับฉลากผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ผลิตในประเทศ หรือ ฉสผส. สำหรับผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่นำหรือสั่งเข้ามาในราชอาณาจักร¹²

ตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทย

สำหรับตลาดในประเทศไทย อาหารเสริมสุขภาพประเภทต่างๆ กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก จากการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้าเฉพาะประเภทของคนกรุงเทพฯ ที่มีอายุระหว่าง 18-50 ปี พบว่าในปัจจุบันให้ความสนใจซื้อสินค้าประเภทอาหารเสริมสุขภาพมากถึงร้อยละ 52 โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้หญิงให้ความสนใจซื้อสินค้าประเภทดังกล่าวสูงกว่าเพศชาย ตลาดอาหารเสริมสุขภาพมีการขยายตัวสูงมากในกรุงเทพฯ เนื่องจากตลาดนี้มีฐานะทางเศรษฐกิจค่อนข้างดีและยอมรับสินค้าประเภทนี้ง่ายกว่าตลาดในต่างจังหวัด¹³

ในปัจจุบันผู้ผลิตและผู้นำเข้าอาหารเสริมสุขภาพต่างคำนึงกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อขยายฐานลูกค้าให้กว้างขวางขึ้น โดยส่วนใหญ่จะใช้กลยุทธ์การขายโดยตรงเพราะราคาอาหารเสริมสุขภาพอยู่ในเกณฑ์สูงและเป็นธุรกิจที่ผู้บริโภคจะต้องมีความเชื่อถือในประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการเข้าถึงผู้บริโภคโดยอาศัยกลยุทธ์การขายโดยตรงจะช่วยให้พนักงานขายสามารถให้การศึกษากับผู้บริโภคถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ แต่บางผลิตภัณฑ์ก็ใช้การขายผ่านเคาน์เตอร์(ตลาดค้าปลีก) และประสบความสำเร็จอย่างมาก เช่น ชุปไก่สกัดและรังนก ซึ่งต้องอาศัยการส่งเสริมทางการตลาดค่อนข้างมาก

ในขณะเดียวกันมีผู้ประกอบการอาหารเสริมสุขภาพหลายรายเริ่มสนใจในตลาดต่างจังหวัดมากขึ้น ทั้งนี้ เนื่องจากการทยอยเข้าตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ส่งผลให้การแข่งขันเริ่มรุนแรงขึ้น การขยายตลาดโดยเฉพาะในเขตจังหวัดใหญ่ๆ เพื่อขยายฐานของลูกค้า เป็นการหากลุ่มลูกค้า

¹² กองควบคุมอาหาร สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, คำชี้แจงในการขออนุญาตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, อ้างแล้ว, หน้า 2.

¹³ ธนาคารกสิกรไทย, อาหารเสริมสุขภาพ/ธนาคารกสิกรไทย, อ้างแล้ว, หน้า 3.

ค้าใหม่ นับเป็นช่องทางหนึ่งที่จะเพิ่มยอดขายของบริษัทฯ ซึ่งหมายถึง โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในสภาวะการแข่งขันที่เริ่มทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น¹⁴

ประวัติของอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทย

วิวัฒนาการของอาหารเสริมสุขภาพมีมานานแล้ว แต่ละประเภทมีตำนานที่เล่าขานกันสืบมา สำหรับประเทศไทย ตำนานการใช้ยาหรืออาหารประเภทอายุวัฒนะได้วิวัฒนาการมาจากการใช้สมุนไพร ซึ่งได้มาจากการทดลองแบบลองผิดลองถูกของคนในสมัยก่อน นอกจากนั้น คำรับตำราบางอย่างยังได้รับอิทธิพลจากประเทศอื่นๆ ด้วย ไม่ว่าจะเป็นอินเดีย จีน รวมทั้งการแพทย์ตะวันตก เมื่อบ้านเมืองเจริญขึ้น ประเทศพัฒนาจากสังคมชนบทเป็นสังคมเมือง ชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนเริ่มเปลี่ยนแปลงไป วิวัฒนาการยาและอาหารจึงเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว สมุนไพรรักษาโรคจึงแตกคำรับตำราออกมาเป็น เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการเสริมพลังกำลังให้มีกำลังวังชา กระชุ่มกระชวย เป็นอาหารหรืออายุวัฒนะ ที่มักจะเรียกกันทั่วไปว่า “ยาโป๊ว” ในส่วนที่เป็นคำรับสมุนไพรของไทยที่เป็นยาอายุวัฒนะดูเหมือนจะไม่ได้รับความนิยมเท่าใดนัก สมุนไพรไทยที่จัดว่าเป็นยาชูกำลัง คั้นแล้วกระชุ่มกระชวย ที่ได้รับความนิยมในขณะนี้เหลือเพียงประเภทเห็ดยาคองเห็ดที่ยาโป๊วแบบไทยๆ ไม่ค่อยจะเฟื่องฟูเท่าใดนัก เนื่องจากอิทธิพลของอาหารและยาประเภทนี้ของจีนได้รับความนิยมมากกว่า ด้วยเชื่อกันว่าจีนเป็นประเทศที่มีความเชี่ยวชาญในเรื่องสมุนไพรประเภทนี้จนเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก

สมุนไพรประเภทยาโป๊วที่ได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวางมีทั้งที่ทำจากพืชและสัตว์ ได้แก่ โสม เขากวางอ่อน กระเพาะปลา ปลิงทะเล รังนกนางแอ่น ตลอดจนอวัยวะของสัตว์หายากบางชนิด เช่น ม้ามเสือ อุ้งเท้าหมี ตีหมี เอ็นกวาง อสุจิปลาวาฬ ซึ่งภาษานักนิยมยาโป๊วเรียกว่า “อำพันทอง” อสุจิเสือ หรือนิยมเรียกกันว่า “นมเสือ” เป็นต้น สมุนไพรหรือยาโป๊วประเภทนี้แต่ละอย่างมีราคาตั้งแต่หลายพันบาท ไปจนถึงหลายหมื่นบาท

ปัจจุบันอาหารและยาโป๊วเหล่านี้ค่อยๆ เปลี่ยนรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มีรับประทานได้อย่างสะดวกสบาย ทั้งในรูปแบบเม็ดและแคปซูลคล้ายยา ตลอดจนในรูปแบบของเหลวหรือครีมบรรจุขวดหรือภาชนะอื่นๆ

ส่วนแนวคิดเรื่องของอาหารเสริมสุขภาพสมัยใหม่นั้นเริ่มขึ้นก่อนในสหรัฐอเมริกา และได้แพร่หลายเข้ามาในประเทศไทยด้วย¹⁵ โดยอาหารเสริมสุขภาพสมัยใหม่ชนิดแรกที่เข้าสู่ตลาดเมืองไทยคือผลิตภัณฑ์จากกระเทียม แต่ไม่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเท่าที่ควร ต่อมาจึงมีการนำอาหารเสริมสุขภาพประเภทอื่นจากต่างประเทศเข้ามาสู่ตลาดเช่น นมผึ้ง เกสรดอกไม้วานหางจรเข้

¹⁴ “สมุนไพร” ค้นคว้าอาหารเสริม, คู่แข่งรายสัปดาห์, วันที่ 17-23 สิงหาคม พ.ศ.2541, หน้า 8.

¹⁵ ธนาคารกสิกรไทย, อาหารเสริมสุขภาพ/ธนาคารกสิกรไทย, อ้างแล้ว, หน้า1-3.

คลอเรลล่าหรือสาหร่ายเซลล์เดียว เป็นต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพได้รับความสนใจจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น¹⁶

พฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพของคนไทย

สำหรับพฤติกรรมกรรมการบริโภคอาหารเสริมสุขภาพของคนไทยนั้น ทางบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ได้สำรวจพฤติกรรมกรรมการบริโภคของคนกรุงเทพฯ จากกลุ่มตัวอย่าง 1,444 คน โดยแยกเป็นผู้ที่เคยบริโภคอาหารเสริมสุขภาพจำนวน 565 คนและไม่เคยบริโภคจำนวน 579 คน

โดยกลุ่มที่เคยบริโภคอาหารเสริมสุขภาพนั้น เป็นหญิง 53.2 % ชาย 46.8% อยู่ในอายุระหว่าง 26-45 ปี รายได้ประมาณ 3,001-10,000 บาท มีอัตราการบริโภคสูงสุด 46.1% โดยผลิตภัณฑ์ที่บริโภคมากที่สุดคือ ซุปไก่สกัด 33.4% รองลงมาเป็นวิตามินต่างๆ 22.5% และรังนก 19.2%

ส่วนสาเหตุในการเลือกรับประทานอาหารเสริมสุขภาพครั้งแรก มาจากการอยากทดลอง 36.1 % ฟันจากป่วยไข้ 22.3 % และเห็นโฆษณา 18.2 % แต่การรับประทานในครั้งต่อไปพบว่า 68.3 % เห็นว่าอาหารเสริมสุขภาพนั้นมีประโยชน์ และ 23.1 % เห็นว่าได้ผลจึงรับประทานต่อ

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่มีอิทธิพลกับคนกรุงเทพฯ มากที่สุดในการรับประทานอาหารเสริมสุขภาพ คือ โฆษณา 37.9 % ชื่อเสียงของบริษัท 18.8 % ความน่าเชื่อถือของคนขาย 10.9 % และอื่นๆ 32.5 % โดยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการรับประทานอาหารเสริมสุขภาพแต่ละสัปดาห์ ประมาณ 100-500 บาทและส่วนใหญ่รับประทานสัปดาห์ละครั้ง

ส่วนผู้ที่ไม่เคยรับประทานอาหารเสริมสุขภาพนั้น ปัจจัยหลักมาจากราคาแพงถึง 43.3 % เป็นสินค้าที่เหมาะสมกับผู้ป่วยหรือคนอ่อนแอ 21.9 % และไม่ต้องการบำรุง 19.8 % แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนี้มีความเห็นว่า ผู้ที่ร่างกายแข็งแรงนั้น รับประทานอาหารครบตามหลักโภชนาการก็น่าจะเพียงพอแล้ว

นอกจากนี้ สิ่งที่กลุ่มตัวอย่างทั้งสองกลุ่มมีความเห็นตรงกัน คือ คุณค่าทางโภชนาการของอาหารเสริมบางประเภทมีน้อยกว่าที่โฆษณาไว้ เท่ากับว่าอาหารเสริมสุขภาพประเภทนั้นมีราคาแพงกว่าที่ควรจะเป็น¹⁷

สภาพตลาดปัจจุบันของอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทย

จากข้อมูลของสมาคมอาหารเสริมสุขภาพแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหน่วยงานที่คอยประสานงานระหว่างผู้ประกอบการและหน่วยงานราชการ รายงานว่าปัจจุบันมูลค่าการตลาดของผลิตภัณฑ์อาหารเสริม ไม่สามารถวัดเป็นตัวเลขที่แน่นอนได้ เนื่องจากไม่มีการสำรวจอย่างเป็นทางการ

¹⁶ -สมุนไพรร" ต้นตำรับอาหารเสริม, คู่แข่งรายสัปดาห์, วันที่ 17-23 สิงหาคม พ.ศ.2541, หน้า 8.

¹⁷ โฉมทัศน์คนไทยสมัยใหม่สนอาหารเสริมแต่คิดที่ราคาแพง, กรุงเทพธุรกิจ, วันที่ 29 ตุลาคม พ.ศ.2541, หน้า 5.

การ อีกทั้งในตลาดยังมีสินค้าอกระบบอยู่อีกเป็นจำนวนมาก¹⁸ แต่ในปี 2541 ที่ผ่านมา ประมาณการกันว่าตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทยมีมูลค่าการตลาดมากกว่า 2500 ล้านบาท มีอัตราการเจริญเติบโตปีละกว่า 30 เปอร์เซ็นต์¹⁹ มีผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจผลิตภัณฑ์เสริมอาหารจำนวนมากรายทั้งที่ผลิตในประเทศและนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ โดยสินค้านำเข้ามีสัดส่วนมากถึง 80 เปอร์เซ็นต์²⁰ มีการขยายกลุ่มเป้าหมายไปสู่กลุ่มวัยรุ่นและคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจสุขภาพ กลุ่มคนทำงานที่ไม่มีเวลาพักผ่อน กลุ่มนักกีฬาที่ต้องการการบำรุงร่างกาย และกลุ่มผู้ใส่ใจสุขภาพทั่วไป นอกเหนือจากเดิมที่มุ่งเจาะตลาดผู้ป่วยหรือผู้ที่อยู่ในระยะพักฟื้น และคนสูงอายุ เท่านั้น²¹

ปัจจุบัน ตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทยพอจะแบ่งประเภทได้เป็น 3 ประเภทคือ

1.ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วน ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์จะมีลักษณะเป็นอาหารทานลดน้ำหนักหรือช่วยลดน้ำหนัก ทานเข้าไปแล้วจะอึดท้อง มีทั้งชนิดเม็ดและชนิดผง ชงดื่ม

2.อาหารเสริมประเภทบำรุง เป็นตลาดที่ใหญ่มีสินค้ามากมายหลายตัวเช่น นมผง โสม ชุปไก่สกัด วิตามินต่างๆ เป็นต้น

3.อาหารเสริมที่เป็นผลิตภัณฑ์หวังผลเฉพาะทาง คำว่าผลิตภัณฑ์หวังผลเฉพาะทางนั้นยกตัวอย่างเช่นเรารับประทานกระเทียมสกัดหวังว่าจะช่วยลดคอเลสเตอรอล เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ที่เด่นก็เช่น กระเทียม สาหร่ายเกลียวทอง สาหร่ายคลอเรลล่า เลซิทิน น้ำมันปลา เป็นต้น

ซึ่งในทั้งสามตลาดนี้ ผลิตภัณฑ์ลดความอ้วนจะเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด ส่วนอาหารประเภทบำรุงและผลิตภัณฑ์หวังผลเฉพาะทาง เป็นตลาดที่เติบโตใกล้เคียงกัน มีการแบ่งช่องทางการจัดจำหน่ายออกเป็น 2 ช่องทางคือ ตลาดขายผ่านแคาน์เตอร์(ตลาดค้าปลีก)ซึ่งเน้นไปที่ร้านขายยา โรงพยาบาล สถานออกกำลังกาย รวมถึงซูเปอร์มาร์เก็ตและตลาดการขายโดยตรง ซึ่งตลาดที่ขายผ่านช่องทางการขายโดยตรงนั้นเป็นตลาดที่ใหญ่กว่าตลาดขายผ่านแคาน์เตอร์(ตลาดค้าปลีก)มาก²² โดยตลาดการขายโดยตรงมีสัดส่วนถึง 70 เปอร์เซ็นต์ของมูลค่าการตลาดรวม เนื่องจากราคาอาหารเสริมสุขภาพอยู่ในเกณฑ์สูงและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะต้องได้รับความรู้ ความเข้าใจถึงคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี จึงจะเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า²³

¹⁸ “ชีวิต” ซอนี่ค้นชีวิตตลาดอาหารสุขภาพ, คู่แข่งรายตีปดาห์, วันที่ 17-23 สิงหาคม พ.ศ.2541, หน้า 8.

¹⁹ สถิติหน้า 1: ไร่แล้วก.ม.พิน โฆษณา ออ.เล็งอาหารเสริม, ไทยรัฐ, วันที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2542, หน้า 1, 5.

²⁰ ผู้ชกทอง...ของผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, นิตยสารคู่แข่ง, อ่างแล้ว, หน้า 33.

²¹ “สมุนไพรร” ค้นคว้ารับอาหารเสริม, คู่แข่งรายตีปดาห์, วันที่ 17-23 สิงหาคม พ.ศ.2541, หน้า 8.

²² อาหารเสริม... โดแบบค่อยเป็นค่อยไป, นิตยสารคู่แข่ง, กันยายน 2539, หน้า 102.

²³ สถิติหน้า 1: ไร่แล้วก.ม.พิน โฆษณา ออ.เล็งอาหารเสริม, ไทยรัฐ, อ่างแล้ว, หน้า 1, 5.

อนาคตของตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทย

อนาคตของตลาดอาหารเสริมสุขภาพในประเทศไทยนั้น จะยังคงเติบโตต่อไป โดยน่าจะขยายตัวต่อไปได้ในอัตราไม่ต่ำกว่าร้อยละ 30-40 ต่อปี²⁴ เพราะธรรมชาติของตลาดอาหารเสริมสุขภาพนั้น ผู้ประกอบการจะพยายามขยายตลาดโดยการเปิดตัวสินค้าใหม่ไปเรื่อยๆ พอสินค้าตัวใหม่ได้รับความนิยม ตลาดก็จะโตไปได้ระยะหนึ่งก่อนที่จะคงตัว ถ้าสินค้าดีผู้บริโภคก็ยังคงใช้ต่อเนื่อง ทางผู้ประกอบการก็จะมีการนำสินค้าตัวใหม่มาบูมตลาดเป็นวัฏจักรแบบนี้เรื่อยไป²⁵ โดยนักการตลาดเชื่อมั่นว่า โอกาสที่สมุนไพรไทยจะถูกปลูกให้ตื่นเพื่อก้าวมาจับบทบาทในวงการผลิตภัณฑ์เสริมอาหารมีความเป็นไปได้สูง แทนที่จะต้องพึ่งสมุนไพรจากต่างประเทศเกือบร้อยเปอร์เซ็นต์ดังเช่นทุกวันนี้²⁶

ปัจจัยที่ทำให้ตลาดอาหารเสริมสุขภาพขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีมูลเหตุที่สำคัญ คือ

1. สภาวะทางเศรษฐกิจ ซึ่งการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจส่งผลให้ประชาชนมีรายได้สูงขึ้นชนชั้นกลางที่มีรายได้ปานกลางขึ้นไปมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นและส่วนใหญ่มีการศึกษาสูง คนกลุ่มนี้มีความตื่นตัวในเรื่องของการรักษาสุขภาพร่างกายให้แข็งแรง ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายที่สำคัญของผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพ เนื่องจากอยู่ในฐานะที่สามารถใช้จ่ายหาสิ่งบำรุงดูแลรักษาร่างกายได้
2. การเติบโตของร้านขายยาในรูปแบบเชนสโตร์หรือร้านขายยาสมัยใหม่ที่มีรูปแบบมาจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญเพราะมีกลุ่มเป้าหมายเป็นลูกค้าระดับเดียวกันคือฐานะปานกลางขึ้นไป ร้านขายยาเหล่านี้นอกจากจะจำหน่ายเวชภัณฑ์และสินค้าเพื่อสุขภาพแล้วยังมีการจัดรูปแบบและคัดเลือกผลิตภัณฑ์ตามกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าเป้าหมายโดยตรง จึงสามารถจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้มากกว่าการวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้าทั่วไป
3. ปัญหาสิ่งแวดล้อม ผลกระทบจากความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อมที่เพิ่มสูงขึ้นส่งผลต่อสุขภาพของประชาชน ซึ่งเป็นจุดหนึ่งที่บริษัทผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพได้เสนอขึ้นมาเป็นหัวข้อสำคัญในการโฆษณา เพื่อให้ประชาชนตระหนักถึงสุขภาพและหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์อาหารเสริมบำรุงสุขภาพมากยิ่งขึ้น
4. การสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ แต่เดิมประเทศไทยไม่มีกฎหมายหรือระเบียบที่จะใช้บังคับโดยตรงกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ เนื่องจากเป็นเรื่องใหม่และเป็นผลิตภัณฑ์นำเข้าเป็นส่วน

²⁴ ธนาคารกสิกรไทย, อาหารเสริมสุขภาพ/ธนาคารกสิกรไทย, อ้างแล้ว, หน้า 4-5.

²⁵ อาหารเสริม... โดแบบค่อยเป็นค่อยไป, นิตยสารคู่แข่ง, อ้างแล้ว, หน้า 101-103.

²⁶ ผู้ถูกของ... ของตลาดอาหารผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, นิตยสารคู่แข่ง, อ้างแล้ว, หน้า 36.

ใหญ่ ปัจจุบันสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยาได้กำหนดระเบียบสำหรับการขออนุญาตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารเสริมสุขภาพไว้โดยเฉพาะ ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพได้รับความเชื่อถือจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น²⁷

ส่วนแนวโน้มใหม่ของตลาดอาหารเสริมสุขภาพนั้น จะเป็นเรื่องของช่องทางการจัดจำหน่าย มีการจัดตั้งคลินิกหรือร้านค้าเพื่อจำหน่ายอาหารเสริมสุขภาพโดยเฉพาะ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์แบบเดียวกับที่มีขายในท้องตลาด แต่เนื่องจากผู้บริโภคส่วนมากยังใช้ประโยชน์จากอาหารเสริมสุขภาพเหล่านี้ไม่เป็น คลินิกหรือร้านค้าอาหารเพื่อสุขภาพจึงเกิดขึ้นมาเพื่อให้คำแนะนำในการใช้ที่ถูกต้องแก่ลูกค้า ทั้งในด้านการใช้ถูกต้องกับโรคและสัดส่วนการใช้ที่เหมาะสม กลุ่มเป้าหมายหลักยังเป็นลูกค้าที่มีระดับฐานะดี เนื่องจากราคาของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่จำหน่ายมีราคาสูงและต้องรับประทานพร้อมๆ กันหลายผลิตภัณฑ์²⁸

สำหรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้นในอนาคตนั้น จะเกิดขึ้นในสองลักษณะคือ แข่งขันกันในเชิงคุณภาพ โดยนำเสนอสินค้าที่ดีมีประโยชน์ เน้นหนักในการให้ความรู้ อ้างอิงเอกสารทางวิชาการที่เชื่อถือได้ ในขณะที่จะมีผู้ประกอบการอีกกลุ่มหนึ่งแข่งขันกันหันราคาแต่เพียงอย่างเดียวโดยไม่ลงทุนสร้างความเข้าใจให้แก่ผู้บริโภค อันเป็นสภาพการแข่งขันที่เกิดขึ้นจริงในปัจจุบันกับสินค้าบางตัวที่ค่อนข้างแพร่หลายเป็นที่รู้จักกันอยู่แล้ว²⁹

²⁷ “ชีวิต” ชื่อนี้กินชีวิตตลาดอาหารสุขภาพ, คู่แข่งรายลับคาเฟ่, วันที่ 17-23 สิงหาคม พ.ศ.2541, หน้า 8.

²⁸ ธนาคารกสิกรไทย, อาหารเสริมสุขภาพ/ธนาคารกสิกรไทย, อ้างแล้ว, หน้า 4-5.

²⁹ ผู้ผูกทอง... ของตลาดอาหารผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร, นิตยสารคู่แข่ง, อ้างแล้ว, หน้า 36.