

อาหารฟังก์ชัน **ทรนด์ใหม่** ของผู้บริโภคที่รักสุขภาพ



เรียบเรียงโดย **ซุนนุรอัยน์ ซีเด**
Compiled by Zunnur-I Seede

ปฏิเสธไม่ได้เลยว่า การระบาดของโรคโควิด-19 นั้น ถือเป็นตัวกระตุ้นสำคัญของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคอาหาร ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้ต้องการอาหารเพียงแค่มีสรสชาติดี รูปลักษณะดึงดูด แต่ผู้บริโภคหันมาใส่ใจกับการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพที่เสริมสร้างภูมิคุ้มกันและคำนึงถึงโภชนาการมากขึ้น

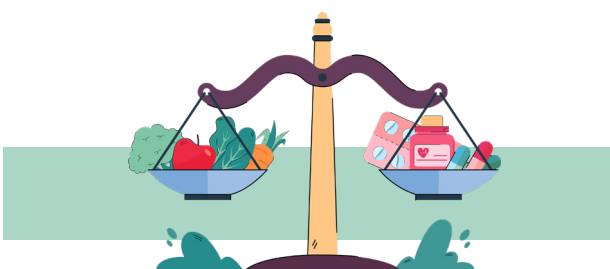


อาหารฟังก์ชันหรืออาหารเชิงหน้าที่ คือ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพที่มีการเติมส่วนผสมใหม่หรือเพิ่มส่วนผสมที่มีอยู่แล้วเพิ่มลงไป วัตถุประสงค์เพื่อเพิ่มความสามารถของกลไกร่างกายในการดูแลและป้องกันโรค[1] อาหารหรือเครื่องดื่มฟังก์ชันอาจเป็นอาหารที่ได้มาจากวัตถุดิบจากธรรมชาติ ไม่ได้มีลักษณะรูปแบบเหมือนยาหรืออาหารเสริม โดยสามารถบริโภคพร้อมกับอาหารหรือเป็นส่วนหนึ่งของอาหารมื้อหลักนั้นได้ ซึ่งกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฟังก์ชันในตลาดที่ผู้บริโภคนิยมบริโภคส่วนใหญ่ ได้แก่ กลุ่มอาหารหรือเครื่องดื่มที่ช่วยในการนอนหลับ กลุ่มอาหารหรือเครื่องดื่มที่ช่วยเสริมสุขภาพ กลุ่มอาหารหรือเครื่องดื่มที่ช่วยลดความเครียดและกลุ่มอาหารหรือเครื่องดื่มที่ช่วยระบบย่อยอาหาร เป็นต้น [2] การบริโภคอาหารฟังก์ชันนั้น นอกจากจะช่วยให้ประโยชน์แก่ผู้บริโภคแล้ว ยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วย

ตลาดอาหารฟังก์ชันในประเทศไทยในปี 2562 ที่ผ่านมา มีมูลค่ากว่า 69,000 กว่าล้านบาท โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมามีการเติบโตโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.5 ต่อปี ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จำพวกโยเกิร์ต นม ชนมหวานปราศจากน้ำตาล ซีเรียลนมผงสำหรับเด็ก ขนมปัง บิสกิตและสแน็คบาร์ เป็นต้น [3] อย่างไรก็ตาม การบริโภคอาหารฟังก์ชันนั้น แม้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจ แต่ก็ยังถือได้ว่าเป็นผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม และตลาดรองรับยังไม่มาก แต่ทั้งนี้ทางภาครัฐยังส่งเสริมให้ผู้ประกอบการรายเล็ก (SMEs) สร้างผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มตลาดให้แก่ผู้บริโภคกลุ่มนี้และผู้ที่ยังหันมาลองบริโภคอาหารประเภทนี้อีกด้วย

References

- [1] วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี (2564). อาหารฟังก์ชัน สืบค้น 30 ธันวาคม 2564 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/อาหารฟังก์ชัน>
- [2] กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2561). รายงานสินค้าอาหารและเครื่องดื่มฟังก์ชันในตลาดสหรัฐอเมริกา สืบค้น 30 ธันวาคม 2564 จาก https://www.ditp.go.th/contents_attach/580175/580175.pdf
- [3] ศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร (2563). อาหารฟังก์ชัน (functional Food) ในประเทศไทย สืบค้น 30 ธันวาคม 2564 จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=292#>





Functional Food: New Trend of Health-Conscious Consumers

It is undeniable that the COVID-19 outbreak is an important stimulus for consumers to be more mindful in choosing food. Most consumers do not just want food that tastes good and looks attractive but they pay more attention to healthy foods that could boost immunity and are more conscious about food nutrition.

Functional food is food product for health that new ingredients or existing ingredients are added into it. The objective of this is to enhance the body's ability in maintaining itself and preventing diseases. [1] Functional foods or beverages may derive from natural ingredients. They do not look like pills of drugs or dietary supplements. They can be consumed with food or become part of the main meal. Types of functional food and beverage products in the market that are popular among consumers are foods or beverages that help going to sleep fast, foods and beverages that enhance health, foods and beverages that reduce stress, and foods and beverages that improve the digestive system, etc. [2] In addition to providing benefits to consumers, functional food is environment-friendly.

The value of the functional food market in Thailand during 2019 was more than 69,000 million baht. In the past 5 years, it grew at the average of 5.5 percent per year. The products that have been popular in the past 5 years are such as yogurt, milk, sugar-free desserts, cereals, infant milk, bread, biscuits, and snack bars. [3] Although most consumers are interested in consuming functional food, it is still considered a niche market. However, the government continues to encourage small entrepreneurs (SMEs) to produce this kind of food and beverage products, including continuous product research and development, to increase the market for this group of consumers and those who have just turned to try this type of food as well.

