

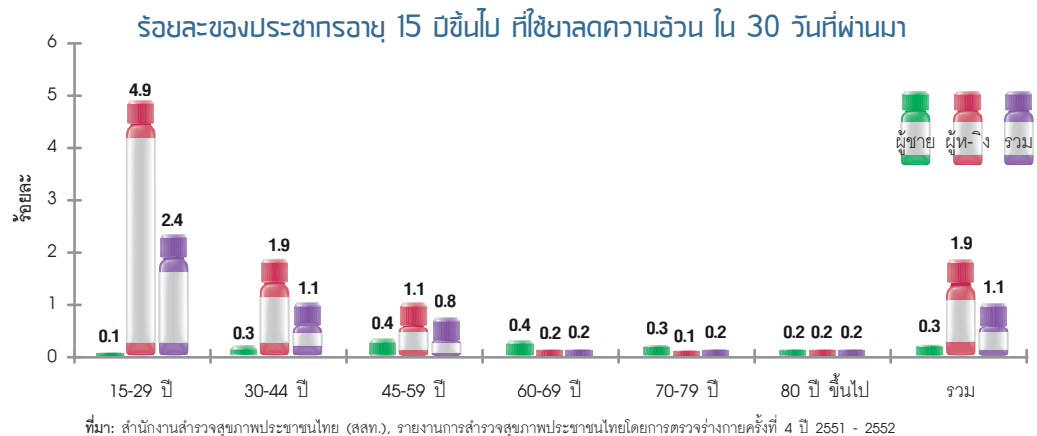
9 กลไกตลาด เจาะกลุ่ม “คนอ้วน”

“ในช่วงปี 2555-2556 อย. พบโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเกินกว่าครึ่ง ที่กระทำการฝ่าฝืนกฎหมาย”

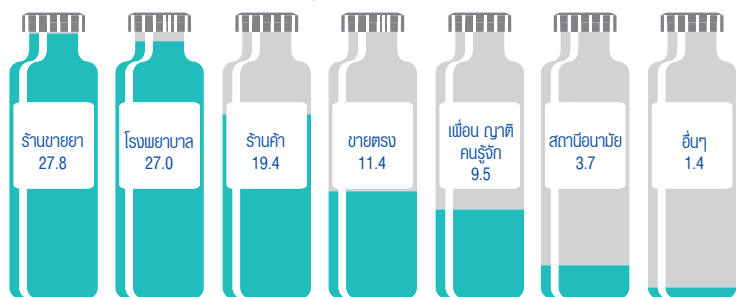
ไม่ว่าจะด้วยกระแสรักสุขภาพ หรือกระแสจากดารานักร้องนางแบบ หลายคนเริ่มให้ความสำคัญกับรูปร่างมากยิ่งขึ้น จึงเปิดช่องทางทำมาหากินให้นักธุรกิจหัวใส ที่สรรหาวิธีการลดความอ้วนใหม่ ๆ มานำเสนอให้เห็นอยู่เป็นประจำ ตั้งแต่ยาลดความอ้วนหลากหลายขนาน ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในรูปแบบต่าง ๆ เช่น กาแฟลดน้ำหนัก หรือคอร์สรีดไขมันตามสถาบันลดน้ำหนักที่มีให้เห็นทั่วไป หากผู้บริโภคไม่ใช้วิจารณญาณในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการที่อ้างสรรพคุณการลดน้ำหนัก อาจทำให้ต้องเสียทั้งเงินและสุขภาพได้ในที่สุด

สาว ๆ อายุ 15-29 ปี เป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการใช้ยาลดน้ำหนักมากที่สุดในปัจจุบัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงค่านิยมที่ต้องการมีหุ่นเพรียวบาง แต่สิ่งที่น่าเป็นห่วงคือ แหล่งที่หลายคนได้รับยาลดความอ้วน เป็นแหล่งที่

ไม่น่าเชื่อถือ เช่น จากร้านค้าทั่วไป การขายตรง จากเพื่อน ญาติ หรือคนรู้จัก ซึ่งยาลดน้ำหนักเหล่านี้อาจไม่ได้รับการรับรองจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) จึงอาจมีส่วนผสมของตัวยาที่มีอันตรายต่อสุขภาพ เช่น ไซบูทรามิน ที่เพิ่มความเสี่ยงต่อกล้ามเนื้อหัวใจ



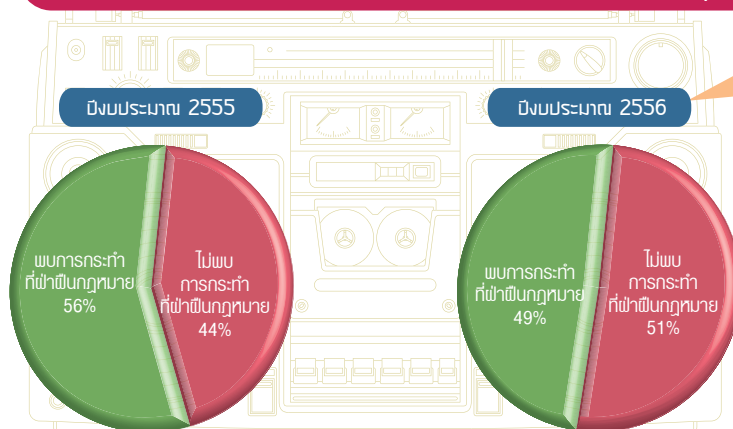
ร้อยละของประชากรไทยอายุ 15 ปีขึ้นไป ที่ได้รับยาลดความอ้วนมาจากสถานที่ต่าง ๆ (ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ)



ที่มา: สำนักงานสำรวจสุขภาพประชาชนไทย (สสท.), รายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกายครั้งที่ 4 ปี 2551 - 2552



**ผลการตรวจสอบโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร
ปีงบประมาณ 2555-2556 ของสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)**



การดำเนินคดี

- 1 จำหน่ายอาหารที่แสดงฉลากไม่ถูกต้อง มีโทษปรับไม่เกิน 30,000 บาท
- 2 จำหน่ายอาหารปลอมเนื่องจากแสดงฉลากเพื่อลวง มีโทษจำคุกตั้งแต่ 6 เดือน ถึง 10 ปี และปรับตั้งแต่ 5,000-100,000 บาท
- 3 หากผลการตรวจวิเคราะห์ พบยาลดความอ้วน ไซบูทรามิน จะจัดเป็นอาหารไม่บริสุทธิ์ มีโทษจำคุกไม่เกิน 2 ปี หรือปรับไม่เกิน 20,000 บาท

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา, 2556

ขาดเลือดและโรคหลอดเลือดสมอง ในปี 2555-2556 อย. พบโฆษณาผลิตภัณฑ์เสริมอาหารเกินกว่าครึ่ง ที่กระทำการฝ่าฝืนกฎหมาย

สถาบันลดน้ำหนักต่างแย่งชิงลูกค้าด้วยกลยุทธ์ที่ดุเดือดขึ้นทุกวัน ไม่ว่าจะเป็นโปรโมชั่นลดแลกแจกแถม การออกทริตเมนต์ใหม่ๆ การซื้ออุปกรณ์เทคโนโลยีล่าสุดมาเพื่อดึงดูดลูกค้า หรือการออกสินค้าใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกาแฟลดน้ำหนักที่กำลังเป็นกระแสตลาดในปัจจุบันอีกด้วย



ตราบดีที่ผู้บริโภคยังต้องการลดน้ำหนักด้วย “วิธีลัด” ธุรกิจเหล่านี้ก็ยังคงมีช่องทางในการทำตลาดเพื่อดึงดูดลูกค้าได้ทุกวัน ซึ่งบางครั้งเป็นการโฆษณาอวดอ้างสรรพคุณ หรือการใส่ส่วนผสมที่ไม่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคเพื่อให้เห็นผลเร็วทันใจ เนื่องจากเล็งเห็นโอกาสทำกำไรสูง แม้มีความเสี่ยงที่จะถูกจับดำเนินคดีก็ตาม

