5 แนวโน้มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่น่าจับตา

(Top 5 Trends to watch in Food & Drink)

เรียบเรียงโดย
น.ส.มยุรา ปรารถนาเปลี่ยน
ฝ่ายส่งเสริมนวัตกรรม

แม้ธุรกิจอาหารจะได้รับผลกระทบค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจบริการและการท่องเที่ยว แต่ท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรน่า 2019 ก็ได้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตของผู้คน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม ให้มีการปรับตัวตามไปด้วย โดยจากการสำรวจข้อมูลของ INNOVA Market insights บริษัทวิจัยตลาดอาหารและเครื่องดื่มระดับโลก พบว่า แนวโน้มของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่น่าสนใจประกอบด้วย

1. Plant-Forward : อาหารจากพืชยังได้รับความนิยมต่อไป

กระแสความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มจากพืช ยังคงได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ต่อไป โดยมีการขยายขอบเขตของผลิตภัณฑ์อาหารที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารพร้อมรับประทานและผลิตภัณฑ์อาหารในกลุ่มใหม่ๆ เช่น อาหารทะเลจากพืช ผลิตภัณฑ์นมจากพืช และอื่นๆ เป็นต้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น

ทูน่าจากพืช (Fish Alternative)

ชีสจากพืช (Cheeses Alternative)

2. Tailored to Fit : อาหารเฉพาะบุคคล

การรับประทานอาหารและเครื่องดื่มให้เหมาะสมกับความต้องการของร่างกายแต่ละบุคคล เป็นโจทย์ใหญ่ที่นักพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจะต้องทำให้เกิดขึ้นตามความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ โดยอาศัยหลักวิชาการและความรู้ทางการแพทย์เข้ามาช่วย ทั้งปริมาณสารอาหารที่ร่างกายของแต่ละบุคคลต้องการได้รับต่อวัน วิถีการดำเนินชีวิต (lifestyle) และกิจกรรมของแต่ละบุคคล ซึ่งสะท้อนถึงปริมาณสารอาหารที่ให้พลังงานเพียงพอกับความต้องการนั้นๆ รวมถึงสภาพร่างกายของแต่ละบุคคลที่จะมีความสามารถในการใช้พลังงานและสะสมสารอาหารต่างๆ เข้าไปในร่างกาย ทั้งนี้ แม้ปัจจุบันจะยังไม่สามารถระบุสิ่งต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้นได้อย่างชัดเจนเป็นรายบุคคล แต่ก็มีความพยายามในการนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบที่เหมาะสมของกลุ่มบุคคลเพิ่มมากขึ้น และได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น

อาหารสำหรับกลุ่มคีโต
(ผู้บริโภคไขมันสูง คาร์โบไฮเดรตน้อย)

ขนมสำหรับกลุ่มเด็กคันฟัน
(เด็ก 7 เดือนที่เริ่มมีฟันขึ้น)

3. New Omnichannel Eating : อาหารที่เข้าถึงได้หลากหลายช่องทาง

ปัจจุบันผู้บริโภคยุคใหม่เริ่มคุ้นชินกับการสั่งอาหารมารับประทานผ่านแพลตฟอร์มบริการส่งถึงที่ (Delivery) ซึ่งมีให้เลือกใช้หลากหลายค่าย โดยไม่จำเป็นต้องไปที่ร้านอาหารและซุปเปอร์มาร์เก็ตเหมือนแต่ก่อน ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารที่ผ่านการปรุงสุกและมีอายุการเก็บรักษาสั้น รวมถึงอาหารที่ต้องผ่านกระบวนการเตรียมที่ยุ่งยาก ต้องปรับรูปลักษณ์และคุณสมบัติให้สามารถเก็บรักษาได้ตามความต้องการของผู้บริโภคและพร้อมรับประทานเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่พอจะมีเวลาว่างเล็กน้อยในการเตรียมอาหารเพื่อรับประทาน หรือร้านอาหารซึ่งมีจุดขายที่ต้องการจำหน่ายสินค้าไปให้ไกลขึ้น โดยยังคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือมีอายุการเก็บรักษาได้ในระดับหนึ่ง ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น

ชุดอาหารกล่องพร้อมปรุง (Meal Kits)

มันฝรั่งอบกรอบรสนิวยอร์กพิซซ่าและรสไก่

4. In Tune with Immune : อาหารสร้างภูมิคุ้มกัน

อาหารสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการช่วยรักษาสุขภาพร่างกายให้สมบูรณ์แข็งแรง เพื่อเตรียมพร้อมในการต่อสู้กับเชื้อโรคร้ายที่แพร่ระบาดมากขึ้นได้ โดยอาหารกลุ่มที่ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกายกำลังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่สำคัญได้แก่ อาหารที่ช่วยให้ผู้บริโภคนอนหลับได้อย่างเพียงพอ อาหารที่ช่วยให้มีสุขภาพดีขึ้น และอาหารที่มีวิตามินและแร่ธาตุในปริมาณสูง เป็นต้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น

เครื่องดื่มที่ช่วยสนับสนุนภูมิคุ้มกัน

5. Transparency Triumphs : อาหารที่บอกรายละเอียดชัดเจน

ข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจนเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคยุคใหม่ให้ความสำคัญและต้องการทราบ เพื่อตรวจสอบว่าผลิตภัณฑ์อาหารที่พวกเขาจะเลือกรับประทานเข้าไปนั้น มีคุณสมบัติเหมาะสมกับความต้องการมากน้อยเพียงใด รวมไปถึงต้องการทราบกระบวนได้มาและแหล่งที่มาของส่วนประกอบของอาหารชนิดนั้นๆ ด้วย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น

แฮมจากเนื้อหมูเลี้ยงในประเทศฝรั่งเศส

โยเกิร์ตจากผลไม้ท้องถิ่นของฝรั่งเศส

นี่เป็นเพียงตัวอย่างเล็กๆ ของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่ปรับตัวและเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งเกิดขึ้นในโลกและคาดว่าจะขยายวงกว้างออกมาถึงประเทศไทยในอีกไม่ช้า ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศได้