



5 แนวโน้มผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มปี 2020-2021 (Top Five Food & Beverage Trends in 2020-2021)

เรียบเรียงโดย
น.ส.มยุรา ปราบธนาเปลี่ยน
ฝ่ายส่งเสริมนวัตกรรม

ท่ามกลางวิกฤตโรคโควิด-19 ที่สร้างความลำบากให้กับหลายธุรกิจทั่วโลก ธุรกิจอาหารถือเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่นๆ โดยจากการสำรวจข้อมูลของ INNOVA Market insights บริษัทวิจัยตลาดอาหารและเครื่องดื่มระดับโลก พบว่า ปัจจุบันผู้บริโภคต่างหันมาให้ความสำคัญกับการรักษาสุขภาพเพิ่มมากขึ้น และมีความหวังที่จะใช้อาหารเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรงเพียงพอต่อการต่อสู้กับโรคภัยต่างๆ ที่เกิดขึ้น อย่างไรก็ตามความต้องการอาหารของผู้บริโภคก็ยังคงมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและวิถีการดำรงชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอีกด้วย ดังนั้น แนวโน้มของผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มปี 2020-2021 ที่น่าสนใจจึงประกอบด้วย

1. Plant Based Revolution : ปฏิวัติอาหารจากพืช

เดิมอาหารจากพืช เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกลุ่มผู้บริโภคเฉพาะคือ มังสวิรัติ ซึ่งมีความเชื่อในการบริโภคอาหารจากพืชด้วยศรัทธาที่จะงดเว้นการนำสัตว์หูกชนิดมาเป็นอาหาร โดยผลิตภัณฑ์อาหารส่วนใหญ่จะมีรูปร่างลักษณะและรสชาติตามธรรมชาติของวัตถุดิบ แต่เมื่อกระแสการบริโภคอาหารจากพืชส่งผลดีต่อสุขภาพในด้านต่างๆ ก็ทำให้ความนิยม

รับประทานอาหารจากพืชเพิ่มมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคอื่นๆ เช่น กลุ่มวีแกน (Vegan) และกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป แต่ผู้บริโภคเหล่านี้กลับมีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชที่แตกต่างออกไปจากกลุ่มมังสวิรัติคือ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีรูปร่างลักษณะ เนื้อสัมผัส และรสชาติเหมือนหรือใกล้เคียงกับวัตถุดิบจากเนื้อสัตว์ แต่ผลิตมาจากวัตถุดิบพืช จึงถือเป็นการปฏิวัติผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชเดิม ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น



เนื้อจากพืช (Plant Based Meat)



ครีมชีสจากพืช (Plant Based Cream Cheese)





2. Eat Pretty : กินเพื่อสวย

ผู้บริโภคยุคใหม่มีความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารที่มีส่วนช่วยเรื่องความงามของร่างกาย ผสม และผิวหนัง เพื่อการยอมรับในสังคมเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของวัตถุดิบหรือสารอาหารที่มีส่วนช่วยรักษาสุขภาพ ผสม และผิวหนังได้รับความนิยมเช่น L-carnitine ช่วยเผาผลาญพลังงาน Fiber (ใยอาหาร) ช่วยระบบขับถ่าย Protein (โปรตีน) ช่วยสร้างกล้ามเนื้อ Probiotic ช่วยปรับสมดุลร่างกายและผิว สังกะสีและธาตุเหล็ก ช่วยบำรุงเส้นผม เป็นต้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น



โปรตีนช่วยสร้างกล้ามเนื้อ



Probiotic ช่วยปรับสมดุลร่างกายและผิว

3. Macronutrient Makeover

ในอดีตความเชื่อที่ว่าการบริโภคอาหารบางชนิดเช่น ไข่มัน ซึ่งอุดมไปด้วย cholesterol จะส่งผลให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพนั้น ปัจจุบันได้ถูกลบล้างไปด้วยหลักฐานทางวิทยาศาสตร์ที่ยืนยันว่าความเชื่อดังกล่าวไม่ได้ถูกต้องทั้งหมด ทำให้ผู้บริโภคยุคใหม่เริ่มให้ความสำคัญกับการเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการตรวจวิเคราะห์หาคุณค่าทางโภชนาการของสารอาหารที่เป็นส่วนประกอบสำคัญและแสดงให้เห็นบนฉลากอย่างชัดเจน เพื่อความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้องเพิ่มมากขึ้น โดยผลิตภัณฑ์อาหารที่มีการแสดงส่วนประกอบของสารอาหารที่จำเป็นต่อร่างกายในปริมาณที่เหมาะสมอย่างชัดเจน จะได้รับความสนใจมากกว่าผลิตภัณฑ์อาหารที่ไม่ได้ระบุรายละเอียดดังกล่าว ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น



แยมสูตรน้ำตาลต่ำ



Cereal สูตรใยอาหารสูง



4. Hello Hybrids : ผลิตภัณฑ์ลูกผสม

การเติบโตของธุรกิจในปัจจุบันต้องอาศัยความร่วมมือของพันธมิตร เพื่อการขยายฐานลูกค้าและสร้างการยอมรับเพิ่มมากขึ้น จึงไม่แปลกที่จะเห็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจากการร่วมมือกันของพันธมิตรธุรกิจในการวิจัยและพัฒนา จนได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น



เครื่องดื่มโคล่าผสมแอลกอฮอล์
น้ำผลไม้ และอื่นๆ



ขนมปังกรอบเคลือบน้ำพริกเผาน้ำจิ้มไก่

5. Sustain Domain : รักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

กระแสความห่วงใยด้านสิ่งแวดล้อมของโลกได้ผลักดันให้ผู้บริโภคต่างหันมาให้ความสำคัญในการมีส่วนร่วมช่วยรักษาสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืนเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะขยะบรรจุภัณฑ์พลาสติก (plastic waste) ที่เหลือทิ้งจากการบริโภคอาหาร ซึ่งจะต้องมีการจัดการอย่างถูกวิธีรวมถึงลดปริมาณการใช้ให้เหลือเท่าที่จำเป็นหรือเลือกใช้วัสดุชนิดอื่นทดแทน รวมไปถึงการลดปริมาณขยะอาหาร (food waste) ที่หมดอายุหรือรับประทานไม่หมดของผู้บริโภค ซึ่งทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ดังกล่าวเพิ่มขึ้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น



ขวดพลาสติกน้ำดื่มที่ลดปริมาณพลาสติก



เบียร์จากขนมปังซีไอเคิล