

## ตลาดสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพในสหราชอาณาจักร



**ข้อเท็จจริงข่าว** จากข้อมูลของ IRI ซึ่งเป็นบริษัทที่ให้บริการประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลจาก big data ที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิต และผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก พบว่า จากกระแสแนวโน้มของการทานอาหารเพื่อสุขภาพ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าเพื่อสุขภาพมากขึ้น โดยร้อยละ 72 ของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักรเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ โดยมีเกลือ น้ำตาล ไขมันหรือแคลอรี่อยู่ในระดับปริมาณที่ต่ำ

จากผลของรายงานดังกล่าว ซึ่งได้ทำการสำรวจในบรรดาผู้ซื้อ 7 ประเทศของยุโรป พบว่าร้อยละ 43 ของผู้บริโภคชาวอังกฤษเลือกซื้ออาหารออร์แกนิก นอกจากนี้ มากกว่าหนึ่งในสี่คนกล่าวว่า พวกเขามีความยินดีที่จะใช้จ่ายในการซื้ออาหารออร์แกนิกมากกว่าอาหารสุขภาพอื่น ๆ ในขณะที่มีผู้บริโภคจำนวนมากเลือกซื้ออาหารมังสวิรัตเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26 ในช่วงสามปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ ผู้บริโภคมีการเลือกซื้ออาหารที่ปราศจากส่วนผสมใดอย่างหนึ่ง ซึ่งอาจทำให้เกิดอาการแพ้ได้ หรือที่เรียกว่า free-from เพิ่มขึ้น โดยหนึ่งในสามของผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากแลคโตส ยีสต์ หรือกลูเตน

จากการสร้างความตระหนักเพิ่มขึ้นเกี่ยวกับบทบาทของอาหารเพื่อสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี รวมทั้งความปลอดภัยของห่วงโซ่อาหาร ทำให้ผู้บริโภคชาวอังกฤษให้ความสนใจกับคุณภาพอาหารที่รับประทานมากขึ้น และต้องการความมั่นใจเมื่อซื้ออาหารปลอดภัยจากสารปรุงแต่ง และหนึ่งในสามของผู้บริโภคนิยมอ่านรายชื่อส่วนผสมและฉลากข้อมูลด้านโภชนาการในผลิตภัณฑ์อาหารก่อนตัดสินใจซื้อ

นาย Livio Martucci ผู้อำนวยการ IRI และนักวิเคราะห์การสำรวจข้อมูลการใช้จ่ายซื้อสินค้า กล่าวว่า ความห่วงใยในสุขภาพ เป็นเหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ชาวยุโรปหันมาเลือกซื้ออาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอย่างมากกับคุณภาพ ความปลอดภัย และคุณประโยชน์ของอาหารที่เลือกซื้อ นอกจากนี้ ภาวะโรคอ้วนกลายเป็นความท้าทายที่สำคัญหนึ่งสำหรับสุขภาพในสหราชอาณาจักร โดยร้อยละ 20 ของผู้บริโภคชาวอังกฤษมีความต้องการที่บริโภคอาหารที่มีส่วนช่วยในการลดน้ำหนัก โดยผู้บริโภคเห็นว่าการรับประทานอาหารประเภท free-from จะส่งผลดีต่อสุขภาพ ทำให้มีการใช้จ่ายสินค้าดังกล่าวมากขึ้น

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

IRI เชื่อว่ามีโอกาสอีกมากสำหรับผู้ผลิตอาหารที่จะเน้นผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพ หรือมีการพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพ โดยมองว่า อาหารเพื่อสุขภาพ เช่น อาหารออร์แกนิก free-from และอาหารมังสวิรัต ไม่ใช่ตลาดเฉพาะ (niche market) อีกต่อไป จึงเป็นโอกาสที่ผู้ผลิตที่จะคิดค้นนวัตกรรมอาหารเพื่อสุขภาพ เพื่อรองรับการจัดสรรพื้นที่จำหน่ายสินค้าดังกล่าวมากขึ้นของร้านค้าปลีกในสหราชอาณาจักร

ที่มา: <https://www.iriworldwide.com/en-GB/insights/pressreleases>

### **ข้อคิดเห็นของ สคต.**

จากข้อมูลของ IRI สะท้อนถึงการเติบโตที่ดีของตลาดสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพในสหราชอาณาจักร ได้แก่ อาหารออร์แกนิก free-from และอาหารมังสวิรัต เนื่องจากผู้บริโภคชาวอังกฤษให้ความสำคัญและใส่ใจต่อสุขภาพ และมีการจับจ่ายเลือกซื้อสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพมากขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพประเภทต่างๆ รวมทั้งหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้มันนวัตกรรม สอดคล้องกับแนวโน้มความต้องการของตลาด รวมถึงการสร้างแบรนด์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าดังกล่าว ซึ่งจะนำไปสู่การขยายมูลค่าการส่งออกสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพของไทยมายังตลาดสหราชอาณาจักรมากขึ้น

สรุปโดย สคต. ลอนดอน