

แนวโน้มสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม ในปี 2561



ข้อเท็จจริงข่าว Mintel ซึ่งเป็นหน่วยงานวิเคราะห์ข้อมูลด้านการตลาด ได้ประกาศ 5 แนวโน้มสำคัญที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อตลาดอาหารและเครื่องดื่มของโลกในปี 2561 ซึ่งรวมถึงการให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพของตนและการมีสุขภาพที่ดี ซึ่งสรุปได้ดังนี้

1. การเปิดเผยข้อมูลอย่างเต็มรูปแบบ

ผู้บริโภคมีความต้องการให้บริษัทอาหารและเครื่องดื่มเปิดเผยข้อมูลที่มีความโปร่งใสและรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานของตนผ่านฉลากที่ติดบนสินค้า เพื่อสร้างความมั่นใจเกี่ยวกับความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือของอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งปัจจุบันได้มีการกล่าวอ้างถึงส่วนผสมที่มาจากธรรมชาติ การผลิตที่คำนึงด้านจริยธรรมและสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้นในการเปิดตัวอาหารและเครื่องดื่มในระดับโลก

2. อาหารและเครื่องดื่มที่สร้างความสมดุล

Mintel ได้ให้ข้อเสนอแนะว่าในขณะที่ผู้บริโภคเผชิญกับภาวะความเครียดในการใช้ชีวิตสมัยใหม่ อาหารที่มีความสะดวกและสร้างความสมดุลจะกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของกิจวัตรประจำวันของผู้บริโภค ซึ่งให้ความสำคัญกับการดูแลตนเอง ดังนั้น ผู้ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ควรศึกษาและเข้าใจในเรื่องส่วนผสมผลิตภัณฑ์และการผสมผสานของอาหารและเครื่องดื่มที่ให้ประโยชน์ทางโภชนาการแก่ร่างกายหรืออารมณ์ โดยตัวอย่างหนึ่งของแบรนด์ที่ใช้ประโยชน์จากแนวโน้มดังกล่าว คือ บริษัทอังกฤษภายใต้แบรนด์ Innocent ได้เปิดตัวเครื่องดื่มน้ำผลไม้ที่มีส่วนผสมของราสเบอร์รี่ เชอร์รี่และแอปเปิ้ล ซึ่งอ้างว่ามีส่วนช่วยลดความเมื่อยล้าและความเครียด

3. ประสบการณ์/ความรู้สึกใหม่ ๆ

ผู้บริโภคยังคงแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ในขณะที่เดียวกันก็เป็นโอกาสสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในการพัฒนาอาหารและเครื่องดื่มรูปแบบใหม่ๆ ที่มีนวัตกรรม เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะวัยรุ่นและเยาวชน (iGeneration) เช่น เครื่องดื่มที่คืบเคี้ยวได้ ไอศกรีมที่มีชั้นกรอบ เป็นต้น

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

4. การให้การดูแลที่พิเศษ

จากการขยายตัวของ การซื้อปิ้งอาหารบนมือถือและทางออนไลน์ เช่น การจัดส่งอาหาร (delivery) การสั่งซื้อตามแอป โดย Mintel ได้ระบุว่า เป็นยุคใหม่ในการปรับเปลี่ยนสินค้าตามพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละราย (personalization) โดยบริษัท และร้านค้าปลีกจะใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อสร้างประสิทธิภาพในการพัฒนาสินค้า เช่น การให้คำแนะนำแก่ลูกค้าที่แตกต่างกันไปตามพฤติกรรมของลูกค้าแต่ละราย การจับคู่สินค้าข้ามหมวดหมู่ และการหาแนวทางแก้ปัญหาที่จะช่วยประหยัดเวลาและความพยายามของลูกค้า อย่างไรก็ตาม กลยุทธ์ดังกล่าวอาจส่งผลให้ลูกค้าเห็นประโยชน์ในเรื่อง เช่น ความสะดวก ราคา และเวลา มากกว่าแบรนด์ ซึ่งสร้างความเสี่ยงต่อความภักดีต่อแบรนด์

5. การนำวิศวกรรมทางวิทยาศาสตร์มาพัฒนาสินค้า

Mintel คาดการณ์ว่าเทคโนโลยี จะทำให้การผลิตอาหารแบบดั้งเดิมเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการนำวิศวกรรมทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับอาหาร เพื่อให้มีคุณค่าทางโภชนาการ และส่วนผสมของอาหารที่มีความเที่ยงตรงและสะอาดมากยิ่งขึ้น

ที่มา: <https://www.welltodoglobal.com/top-five-food-drink-trends-2018-according-mintel/>

ข้อคิดเห็นของ สคต.

ในภาพรวม Mintel ได้คาดการณ์ว่า ในปี 2561 ถือเป็นโอกาสสำหรับผู้ผลิตและผู้ประกอบการร้านค้าปลีกในการทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจในอาหารและเครื่องดื่ม โดยการให้ข้อมูลที่โปร่งใสของสินค้า และสามารถตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการด้านโภชนาการทางร่างกายและอารมณ์ รวมถึงสร้างประสบการณ์การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่น่าประทับใจ นอกจากนี้ เทคโนโลยียังมีบทบาทใหม่ที่จะช่วยให้แบรนด์ต่างๆ และผู้ประกอบการร้านค้าปลีกสามารถเชื่อมโยงกับผู้ซื้อมากขึ้น ผ่านข้อเสนอแนะ ข้อเสนอพิเศษ และการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนตามพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละราย ในขณะที่หลายบริษัทมีการใช้วิศวกรรมทางวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างอาหารและเครื่องดื่มในรูปแบบใหม่ๆ ที่น่าสนใจ ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาและใช้ประโยชน์จากแนวโน้มดังกล่าวในการพัฒนาอาหารและเครื่องดื่ม เพื่อให้สอดคล้องกับต้องการของตลาด ตลอดจนเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอาหารและเครื่องดื่มของไทย

สรุปโดย สคต. ลอนดอน