

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
 ประจำวันที่ 24-30 ตุลาคม 2563

ซูเปอร์มาร์เก็ต Whole Food เผยเทรนด์อาหารปี 2021

Whole Foods เซนซูเปอร์มาร์เก็ตพรีเมียมที่เน้นขายสินค้าออร์แกนิก ซึ่งมีสาขามากถึงกว่า 500 สาขาในสหรัฐและแคนาดา ได้เปิดเผยประเภทอาหารที่คาดว่าจะได้รับความนิยมในปี 2021 โดยอิงข้อมูลฝ่ายจัดซื้อสินค้าที่มาจากท้องถิ่นและต่างประเทศ ตลอดจนทีมงานด้านอาหารของบริษัทกว่า 50 ราย โดยเชื่อว่า ในปี 2021 มีแนวโน้มอย่างมากที่เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มเปลี่ยนไปโดยเฉพาะเทียบกับช่วงก่อน COVID - 19 อาทิ พฤติกรรมผู้บริโภคนิยมปรุงอาหารเองมากขึ้น จับจ่ายสินค้าเพื่อการดูแลสุขภาพมากขึ้น และรับประทานอาหารมีออแกนิกมากขึ้น เป็นต้น โดย 10 เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มที่น่าสนใจต่อไปนี้



<https://www.realsimple.com/>

1. ซูเปอร์ฟู้ดยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ด้วยเทคโนโลยีปัจจุบันทำให้การผลิตอาหารเหล่านี้ถูกแปรรูปให้ทานง่ายขึ้นและคงคุณค่าสารอาหารไว้ เพื่อให้เข้ากับวิถีการใช้ชีวิตคนยุคใหม่ที่ต้องการสุขภาพที่ดีบนความรีบเร่งในชีวิตประจำวัน จึงส่งให้อาหารกลุ่มที่อุดมไปด้วยโภชนาการระดับสูง อัดแน่นด้วยวิตามินสำคัญ ๆ เช่น กลุ่มฟังก์ชันนัลฟู้ด โปรไบโอติกส์ ฯลฯ ยังขยายตัวเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการดูแลสุขภาพและปรับเปลี่ยนโภชนาการให้เหมาะกับวัย

2. อาหารเข้าที่ไม่จำเจในแต่ละวัน ในช่วง COVID-19 เมื่อชาวแคนาดาต้องทำงานจากบ้านหรือใช้ชีวิตอยู่บ้านกันมากขึ้น อาหารเข้าภายในบ้านจึงกลายเป็นมื้ออาหารที่ให้ความใส่ใจมากขึ้น แทนที่จะเป็นเพียงอาหารเข้าแบบเร่งด่วน แต่จะกลายเป็นเมนูที่มีความหลากหลายและลูกเล่นมากขึ้น อาทิ แพนเค้กสูตรคีโต ไข่ที่ผลิตจากถั่วเขียว แต่รสชาติยังเหมือนไข่ ไข่กรอบที่ผลิตจากพืช เป็นต้น และที่สำคัญต้องดีกับสุขภาพในยุคสมัยนี้

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่น ๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
 563 ถนนหนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
 อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
 1009-1166 Alberni Street
 Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Phone: +1 604 687 6400
 Fax: +1 604 683 6775
 Email: vancouver@thaitrade.ca

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
 ประจำวันที่ 24-30 ตุลาคม 2563

3. อาหารเบสิกประจำบ้านที่มีสีสันขึ้น เมื่อชาวแคนาดาเข้าครัวปรุงอาหารมากขึ้น อาหารเบสิกที่ปรุงได้ง่าย เช่น พาสต้า ซุป ซอสต่าง ๆ ยังเป็นที่ต้องการ โดยเทรนด์ที่กำลังเป็นที่นิยมคือ การเพิ่มรสชาติและสีสันให้กับอาหารง่าย ๆ แต่ยังมีรสชาติที่แตกต่างออกไปจากความจำเจที่คุ้นเคย

4. กาแฟไม่ใช่เป็นจำเป็นต้องเสิร์ฟในแก้วเสมอไป กาแฟถือเป็นเครื่องดื่มที่ชาวแคนาดาวัยผู้ใหญ่มีการบริโภคมากที่สุด ดังนั้นแล้ว ผู้ประกอบการอาหารจึงพยายามคิดค้นอาหารที่มีส่วนประกอบจากกาแฟมากขึ้น โดยปัจจุบันเมื่อมองไปในซูเปอร์มาร์เก็ตจะพบความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่มีกาแฟเป็นส่วนประกอบ อาทิ เครื่องดื่มปั่นสมุนไพรผสมกาแฟ โยเกิร์ตรสกาแฟ กาโนล่าบาร์รสกาแฟ เป็นต้น

5. ความหลากหลายและคุณค่าทางโภชนาการของอาหารเสริมสำหรับเด็ก โภชนาการสำหรับเด็กนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ดังนั้นผู้ผลิตอาหารสำเร็จรูปสำหรับเด็กจึงหันมานำวัตถุดิบใหม่ ๆ ที่เชื่อว่าดีต่อเด็ก เช่น แครอทม่วง โอเมก้า 3 เมล็ดแฟล็กซ์ มาใช้เป็นส่วนประกอบ เพิ่มความหลากหลายให้กับผู้ปกครองได้เลือกซื้อสำหรับเด็กในวัยกำลังพัฒนาร่างกาย สมองและจิตใจ

6. ไอเดียผลิตภัณฑ์แนวคิด Upcycle (Upgrade + Recycle) ขณะนี้ถือว่ากำลังได้รับความสนใจจากทั่วโลก โดยหลักการคือ การหาวิธีใช้วัตถุดิบในอาหารให้คุ้มค่าและเหลือเป็นขยะให้น้อยที่สุด ซึ่งปัจจุบันพบว่า บริษัทอาหารต่าง ๆ พยายามใช้นวัตกรรมและหาไอเดียเพื่อสร้างสรรค์วัตถุดิบอาหารเหลือทิ้งให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารประเภทใหม่ ๆ และดูเหมือนว่าชาวแคนาดาก็ให้ความรู้สึกดีกับค่านิยมกับการกำจัดขยะและรักษาสิ่งแวดล้อม เราจึงเห็นการขยายตัวของเทรนด์อาหารกลุ่มนี้อย่างต่อเนื่อง

7. ทางเลือกของน้ำมันประกอบอาหารชนิดใหม่ ๆ เมื่อผู้บริโภคเห็นว่า น้ำมันมะกอกเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมานานและเกิดความเบื่อหน่าย จึงอยากลองผลิตภัณฑ์น้ำมันประกอบอาหารใหม่บ้าง ในกรณีนี้ ทางซูเปอร์มาร์เก็ต Whole Foods เผยว่า ยอดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์น้ำมันประกอบอาหารที่ผลิตจากพืชผลอื่น ๆ อาทิ น้ำมันจากผลวอลนัท น้ำมันเมล็ดฟักทอง และน้ำมันจากเมล็ดทานตะวัน สามารถขยายตัวอย่างต่อเนื่องและน่าจะได้รับความนิยมไปอีกสักพัก

8. เครื่องดื่มแอลกอฮอล์คอมบูชามาแรง คอมบูชา (Kombucha) เป็นเครื่องดื่มที่สายสุขภาพนิยมมาพักแล้ว และดูเหมือนว่ายังเป็นเทรนด์ที่ยังคงแรงต่อไป เพราะรสชาติของชาหมักที่เปรี้ยวซ่าและอัดแน่นไปด้วยคุณสมบัติประโยชน์ต่อร่างกาย โดยเมื่อไม่นานมานี้ ได้มีผู้ผลิตเครื่องดื่มคอมบูชาสามารถคิดค้นต่อยอดให้เครื่องดื่มคอมบูชาธรรมดา (ซึ่งมีปริมาณแอลกอฮอล์น้อยกว่า 0.5% ABV) กลายเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ได้ที่เรียกว่า “Hard Kombucha” ซึ่งจะมีระดับแอลกอฮอล์อยู่ 4.5-7% ABV เทียบเท่าใกล้เคียงกับเบียร์ ในขณะที่สามารถตอบโจทย์นักดื่มที่ต้องการเครื่องดื่มแบบปราศจากกลูเตน รสชาติซ่า และอุดมไปด้วยจุลินทรีย์หรือแบคทีเรียกับยีสต์ที่ดีเป็นประโยชน์ต่อร่างกาย

ข่าวเด่นรายสัปดาห์

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
 ประจำวันที่ 24-30 ตุลาคม 2563

9. โปรตีนเกษตรจากถั่วลูกไก่ (chickpea) ซูเปอร์มาร์เก็ต Whole Foods เชื่อว่า เทรนด์อาหารจากถั่วลูกไก่จะได้รับความนิยมเหมือนที่ดอกกะหล่ำเคยได้รับมาแล้ว โดยเฉพาะเมื่อผู้บริโภคปัจจุบันมองหาทางเลือกใหม่ของแหล่งโปรตีนที่ไม่ใช่เนื้อสัตว์มากขึ้น เมนูอาหารที่นอกเหนือจากแฮมและฟาริเฟลที่เป็นที่นิยมอยู่แล้ว ผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ จากถั่วลูกไก่ อาทิ เต้าหู้ถั่วลูกไก่ แป้งจากถั่วลูกไก่ หรือ ซีเรียลจากถั่วลูกไก่ เป็นต้น น่าจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าจับตามองในปีถัดไป

10. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์เจอร์กี้ที่ทำจากพืช จากเจอร์กี้ (Jerky) ที่พัฒนาครั้งแรกจากเนื้อวัวเพื่อการถนอมอาหาร จนกลายเป็นขนมขบเคี้ยวที่ได้รับความนิยม มาในวันนี้ที่เทรนด์ผู้บริโภคมีความต้องการลดการรับประทานเนื้อสัตว์บ้าง ประกอบกับเทคโนโลยีอาหารที่ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เจอร์กี้สามารถทำมาจากเห็ดหรือขนุน โดยยังคงความสดใหม่ คงคุณค่าสารอาหารและรสชาติได้อย่างดีเยี่ยม เพื่อตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการขนมขบเคี้ยว และยังดีต่อสุขภาพควบคู่กันไป

ที่มา: <https://www.canadiangrocer.com/top-stories/whole-foods-predicts-top-product-trends-for-2021-98319#3473-whole-foods-top-food-trends-for-2021>

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ จะเห็นได้ว่ารูปแบบอาหารในปีถัดไปยังหนีไม่พ้นกลุ่มอาหารเพื่อสุขภาพ ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ และแนวความคิดอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ในขณะที่เดียวกันจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID -19 ที่ส่งผลให้ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับประทานอาหารและการใช้จ่ายซื้อสินค้าอาหารด้วยเช่นกัน โดยหันมาปรุงอาหารมากขึ้นและต้องการอาหารที่ลดการสัมผัสจากคนและสัตว์ เพื่อลดการปนเชื้อโรค ปัจจุบันเหล่านี้นส่งผลให้ผู้ผลิตอาหารต่างต้องปรับตัวให้ทันกับความต้องการและมาตรฐานการผลิต โดยเชื่อว่าในอนาคตความปลอดภัยของอาหารจะเข้มงวดมากขึ้น ต้องสามารถตรวจสอบย้อนกลับที่มีของอาหารได้ ในการนี้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของไทยถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่แข็งแกร่งและได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐ โดยต้องยอมรับว่าสินค้าอาหารของไทยเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคด้วยวัตถุดิบที่หลากหลายและคุณภาพในการผลิตที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นแล้ว การติดตามสถานการณ์เทรนด์อาหารจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ผู้ผลิตหาโอกาสในการส่งออก และการทำธุรกิจในตลาดต่าง ๆ ได้อย่างต่อเนื่อง