

สนค. ชี้ เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มยอดนิยมแห่งปี 2568

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า สนค. ได้ติดตามสถานการณ์แนวโน้มของสินค้าอาหารและเครื่องดื่มปี 2568 เพื่อชี้ช่องทางและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป และผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดโลก

FoodNavigator สำนักข่าวออนไลน์ชั้นนำสำหรับอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม เผยแพร่บทความ เรื่อง “แนวโน้มอาหารและเครื่องดื่มแห่งปี 2568 (ค.ศ. 2025)¹” พบว่า ผู้บริโภคมีแนวคิดในการเลือกอาหารและเครื่องดื่มที่เปลี่ยนแปลงไป โดยจะผสมผสานระหว่างสุขภาพและความพึงพอใจ นอกจากนี้ยังเปิดใจรับอาหารจากแหล่งใหม่ ๆ อาหารที่ผ่านการใช้เทคโนโลยีการเกษตร (Ag-Tech) รวมถึงอาหารดัดแปรพันธุกรรม (GMOs) รวมทั้งมีความเข้าใจและยอมรับปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศเพิ่มขึ้น จึงยอมรับในวัตถุดิบและรสชาติอาหารจากแหล่งใหม่ ๆ ทั้งจากท้องถิ่นและทั่วโลก สรุปเป็น 4 เทรนด์สำคัญ ดังนี้

1) ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการ ผู้บริโภคจะคำนึงถึงประโยชน์ด้านสุขภาพและคุณค่าโภชนาการก่อนจะพิจารณาว่าอาหารดังกล่าวมีการแปรรูปมากเกินไปหรือไม่ (Ultra-processed Food) โดยคำนึงถึงสารอาหารเป็นหัวใจสำคัญ ดังนั้น ผู้ผลิตควรให้ข้อมูลโภชนาการที่เข้าใจง่ายเพื่อตอบสนองเทรนด์นี้ ตัวอย่างพฤติกรรมผู้บริโภค อาทิ ผู้บริโภคบราซิล 83% ต้องการอิมมูนเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคอินโดนีเซีย 67% ต้องการทดลองอาหารเพื่อสุขภาพเฉพาะบุคคล ผู้บริโภคจีน 64% ใช้โซเชียลมีเดียในการหาข้อมูลความรู้ด้านสุขภาพ ผู้บริโภคอินเดีย 52% ควบคุมอาหารและออกกำลังกายเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ และผู้บริโภคไทย 33% จะใช้จ่ายกับอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น

2) เน้นความพึงพอใจควบคู่กับสุขภาพที่ดี ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความหมายแตกต่างกันไปตามแต่ละบุคคล บางคนอาจหมายถึงความสะดวกสบาย การได้ลิ้มรสอาหารอร่อยทุกวัน หรือการไม่รู้สึกรบกวนการรับประทานอาหารที่ไม่ดีต่อสุขภาพ ผู้ผลิตจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคเพื่อให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด เช่น ผู้บริโภคชาวจีน 63% มองหาอาหารรสชาติใหม่ ๆ เพื่อทดลอง ผู้บริโภคสหราชอาณาจักร 58% ที่บริโภคขนมหวาน ต้องการเห็นผู้ผลิตในแบรนด์ต่าง ๆ ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ซึ่ง FoodNavigator ระบุว่า ในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า แรนด์อาหารและเครื่องดื่มจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการสำหรับผู้บริโภคที่ไม่ต้องการความสะดวกสบาย มีความยืดหยุ่นขึ้น และอ่อนคลายจากกฎเกณฑ์ ซึ่งผู้ผลิตต้องแสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคมองหาที่ออกจากรอบกฎเกณฑ์เดิม ๆ ให้เกิดความชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์

3) ให้ความสำคัญกับแหล่งที่มาของอาหาร แนวโน้มด้านแหล่งที่มาของอาหารมีการเปลี่ยนแปลงไปมาก ผู้บริโภคต้องการทราบข้อมูลแหล่งที่มาของอาหารที่แท้จริง ข้อมูลต้องโปร่งใส อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันโลกเผชิญกับปัญหาต่าง ๆ อาทิ ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์ และการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดภาวะชะงักงันของห่วงโซ่อุปทานอาหารของโลก ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มเข้าใจว่า ผู้ผลิตอาจต้องให้ความสำคัญกับความอยู่รอดของธุรกิจมากกว่าตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่เข้าใจความท้าทายดังกล่าว เช่น ผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น 65% เข้าใจถึงเหตุการณ์ความเปลี่ยนแปลงในชีวิตที่ตนเองไม่มีอำนาจควบคุม และผู้บริโภคชาวฝรั่งเศส 74% เข้าใจดีว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศจะส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสินค้าที่วางในซูเปอร์มาร์เก็ตในอนาคต

¹ <https://www.foodnavigator.com/Article/2024/10/01/The-top-food-and-drink-trends-for-2025> เผยแพร่เมื่อวันที่ 1 ตุลาคม 2567

4) คาดหวังและเต็มใจที่จะบริโภคอาหารที่ผ่านเทคโนโลยีการเกษตร (Ag-Tech) การพัฒนาเทคโนโลยีการเกษตรและอาหารสมัยใหม่ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยเป็นตัวกระตุ้นทำให้เห็นการผลิตอาหารจากระบบการทางวิทยาศาสตร์ เพื่อสร้างความมั่นคงทางอาหาร จึงทำให้ผู้บริโภคคาดหวังว่าเทคโนโลยีจะเข้ามามีบทบาทสำคัญในระบบอาหารเพิ่มขึ้น เช่น ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกา 52% ยอมรับประทานพืชผักที่ผ่านกระบวนการตัดแปรพันธุกรรม ผู้บริโภคสหราชอาณาจักร 40% ต้องการรู้ข้อมูลมากขึ้นว่าอาหารผลิตมาอย่างไร และผู้บริโภคชาวอิตาลี 23% สามารถเลือกซื้อสินค้าอาหารหรือเครื่องดื่มแม้จะระบุว่ามีการตัดแปรพันธุกรรม ดังนั้น ผู้ผลิตควรให้ความสำคัญกับการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อให้สามารถออกผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพดีขึ้น ทั้งคุณค่าทางโภชนาการ รสชาติ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

ผอ. สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า เทรนด์อาหารและเครื่องดื่มของผู้บริโภคในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น ผู้ผลิตอาหารของไทยจึงต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อผลิตอาหารที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งจะเห็นได้ว่า ผู้บริโภคยังคงให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการ รวมทั้งแหล่งที่มาของอาหารที่ต้องมีความโปร่งใส รวมทั้งเปิดกว้างต่ออาหารที่ผ่านเทคโนโลยีการเกษตร และอาหารที่มีการตัดแปรพันธุกรรมเพิ่มขึ้น จึงเป็นโอกาสที่ผู้ผลิตจะได้พัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการดังกล่าวในอนาคตได้

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

15 พฤศจิกายน 2567