

ยุคทองของสินค้าอาหารกลุ่ม “free form” ผู้บริโภคนิยมสินค้า “ปราศจากน้ำตาล และน้ำมันปาล์ม”

สินค้าอาหารปราศจากสารกันบูด ไม่แต่งสี มีไขมันต่ำ ปลอดภัย GMO ปราศจากน้ำตาล และปราศจากน้ำมันปาล์ม ผู้เชี่ยวชาญเรียกสินค้าเหล่านี้ว่า อาหารกลุ่ม “free form” หรือสินค้าที่ระบุผลลออกอย่างชัดเจนว่า ปราศจากสารปรุงแต่งต่างๆ หรือการเพิ่มสารอาหาร ซึ่งขณะนี้มียานวนเกือบร้อยละ ๑๙ ของสินค้าทั้งหมด มีประเภทผลลออกอย่างน้อย ๑๓ ประเภท ในสินค้า ๖๗๐๐ รายการ และเพียงไม่กี่ปี สามารถทำมูลค่า การซื้อขายได้ถึงร้อยละ ๒๘.๔ ของสินค้าอาหารในอิตาลี



จากการศึกษาและวิจัยด้านการตลาด Osservatorio Immagino ของบริษัท Nielsen GS1 Italy เกี่ยวกับปรากฏการณ์ของการบริโภค ซึ่งได้วิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ผลลออกและบรรจุภัณฑ์สินค้า “free form” จำนวน ๓๖,๐๐๐ รายการ ที่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตและไฮเปอร์ มาร์เก็ตทั่วอิตาลี (ยกเว้นน้ำดื่มและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์) พบว่า ปัจจุบัน สินค้ากลุ่ม “free form” ได้รับความนิยมมากขึ้นและเป็นกลุ่มสินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว กลายเป็นสินค้าในกระแสหลักและไม่นับว่าเป็นสินค้า ในตลาดสินค้าเฉพาะกลุ่ม (niche-market) สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเล็กที่มีความต้องการเฉพาะ อีกต่อไป นอกจากนี้ สินค้า “free form” ยังเป็นหนึ่งในสินค้าที่มีผลประกอบการดีที่สุดในกลุ่มสินค้าอาหาร โดยมีมูลค่าการจำหน่ายที่ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งสินค้าปราศจากน้ำตาล และปราศจากน้ำมันปาล์ม โดยในปี ๒๕๕๙ สินค้า ๖๗๑๑ รายการมีมูลค่าการจำหน่ายกว่า ๖ พันล้านยูโร เติบโตขึ้นร้อยละ ๒.๓ หรือกว่าร้อยละ ๒๘ ของผลประกอบการ สินค้าอาหารในอิตาลีมาจากกลุ่มสินค้า “free form”

นอกจากนี้การศึกษา Osservatorio Immagino ได้จำแนกประเภทการระบุผลลออก นับตั้งแต่ “ปราศจาก สารกันบูด” ไปจนถึง “ปลอดภัย GMO” จาก “ปราศจากไขมันอิ่มตัว” ไปจนถึง “แคลอรีต่ำ” ซึ่งพฤติกรรม การบริโภคและการเลือกซื้อสินค้า ก่อให้เกิดการเติบโตของกลุ่มสินค้าใหม่ที่นอกเหนือไปจากประเภทสินค้าแบบดั้งเดิม ซึ่งสินค้ากลุ่ม “free form” เป็นตัวอย่างหนึ่ง ที่เกิดขึ้นจากสินค้าไม่กี่ประเภท ทำขึ้นเพื่อเป้าหมายกลุ่มเล็ก และ ต่อมาได้ขยายและสร้างกลุ่มสินค้าใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการและแนวโน้มสินค้าเพื่อสุขภาพสำหรับผู้บริโภค

การระบุผลลออกที่มีมากที่สุดในบรรดาสินค้า “free form” คือ “ปราศจากสารกันบูด” ซึ่งมีจำนวนร้อยละ ๘.๕ ของสินค้าอาหารจำนวน ๓๖,๐๐๐ รายการ หรือเท่ากับร้อยละ ๑๒.๗ ของมูลค่าการซื้อขายทั้งหมด ขณะเดียวกัน มีการเพิ่มประเภท ได้แก่ ปราศจากการปรุงแต่งสี (ร้อยละ ๔.๕ ของสินค้า) ปลอดภัย GMO (ร้อยละ ๑.๙) ปราศจากไขมันอิ่มตัว (ร้อยละ ๑.๗) และปราศจากสารให้ความหวาน (ร้อยละ ๐.๑) อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่า สันเกตว่า มูลค่าการขายสินค้าที่ติดผลลออกเหล่านี้ลดลง ขณะที่ ประเภทอื่นๆ ที่สะท้อนให้เห็นถึงความรู้สึกของ

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

ผู้บริโภคเติบโตขึ้น อาทิ ปราศจากสารเติมแต่ง (หรือเท่ากับร้อยละ ๑.๙ ของสินค้าอาหารทั้งหมด) มีการจำหน่ายเติบโตขึ้นร้อยละ ๓.๘ เช่นเดียวกับ สินค้าปราศจากไขมัน น้ำตาล และน้ำมันปาล์ม ที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยสินค้าปราศจากเกลือ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๕.๒ ปราศจากน้ำมันปาล์ม เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๓.๕ ปราศจากน้ำตาลเพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๐.๕ ปราศจากไขมันอิ่มตัว เพิ่มขึ้นร้อยละ ๖.๙ แคลอรีน้อย เพิ่มขึ้นร้อยละ ๓.๓ ไม่มีไขมันหรือไขมันต่ำ เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒.๒ และน้ำตาลน้อย เพิ่มขึ้นร้อยละ ๒.๑ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง กรณีของสินค้าระบุฉลาก “ปราศจากน้ำมันปาล์ม” ที่เติบโตขึ้นมากในเวลาสั้น เนื่องจากการณรงค์ต่อต้านการใช้ไขมันปาล์ม ส่งผลให้น้ำมันปาล์มเป็นส่วนประกอบที่ถูกกำจัดออกจากสินค้าอาหารมากที่สุด ซึ่งในระยะเวลา ๑๒ เดือน การจำหน่ายสินค้าปราศจากน้ำมันปาล์ม เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๓.๕ และมีส่วนแบ่งตลาดอยู่ที่ร้อยละ ๕.๗

ที่มา: www.helpconsumatore.it วันที่ ๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๐

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองมิลาน

กรกฎาคม ๒๕๖๐

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ