

ประจำสัปดาห์ระหว่างวันที่ 11 – 15 พฤษภาคม 2563

DITP Overseas Report

พฤติกรรมผู้บริโภคอาหารว่างของผู้บริโภคออสเตรเลีย

ประเทศออสเตรเลีย สดต.นครซิดนีย์

ปัจจุบันผู้บริโภคออสเตรเลียตื่นตัวกับกระแสการรักษาสุขภาพมากที่สุดประเทศหนึ่งของโลก โดยจะพิจารณาเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณค่าทางโภชนาการและประโยชน์ต่อร่างกายเน้นอาหารที่ปลอดไขมัน (Zero-fat) และมีส่วนผสมของน้ำตาลหรือคาร์โบไฮเดรตในปริมาณที่ต่ำ ประกอบกับสถานการณ์และผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ได้กระตุ้นให้ผู้บริโภคออสเตรเลียต้องเพิ่มความใส่ใจในการเลือกซื้อสินค้าอาหารที่มีประโยชน์มากขึ้นอีกเพื่อเป็นการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและความแข็งแรงให้มีความพร้อมต่อสถานการณ์ในปัจจุบัน

ดังนั้น จากปัจจัยต่าง ๆ ข้างต้น ส่งผลให้ผู้ผลิตสินค้าอาหารว่างในออสเตรเลียมีการปรับตัวทางธุรกิจปรับเปลี่ยนรูปแบบการผลิตสินค้า และพัฒนาสินค้านวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสพฤติกรรมของผู้บริโภคออสเตรเลีย โดยแนวโน้มสินค้าอาหารว่างในตลาดออสเตรเลียที่สำคัญมีดังนี้

(1) โปรตีนจากพืช เน้นผลิตสินค้าอาหารว่างแบบ Plant-Based และ Plant-protein product มากขึ้น เพื่อรองรับกระแสนิยมอาหารกลุ่มมังสวิรัตที่เพิ่มขึ้นในปัจจุบัน

(2) ความแตกต่างเฉพาะกลุ่ม เน้นผลิตสินค้าอาหารว่างที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่มมากขึ้น (Personalisation & Differentiation) เนื่องจากพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันออกไปตามรูปแบบการดำเนินชีวิตของแต่ละบุคคล

(3) ความสะดวก เนื่องจากคนออสเตรเลียส่วนใหญ่มีชีวิตประจำวันที่วุ่นวายจากการเดินทางและการทำงานในแต่ละวัน จึงทำให้ผู้ผลิตสินค้าอาหารว่างปรับปรุงและพัฒนา รูปแบบของสินค้าให้มีความสะดวกในการพกพาและบริโภคมากขึ้น โดยยังคงให้ความสำคัญในการใช้วัตถุดิบที่มีความสดใหม่และเป็นธรรมชาติในการผลิตเป็นหลัก

(4) บรรจุภัณฑ์รักษ์สิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ของสินค้าอาหารว่างในปัจจุบันได้ถูกออกแบบและพัฒนาให้มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสรักษ์สิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคออสเตรเลีย โดยผู้บริโภคจะคำนึงถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ รวมถึงความปลอดภัยในการบริโภค

(5) ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย นอกเหนือจากการพัฒนาสินค้าและบรรจุภัณฑ์แล้ว การพัฒนาช่องทางการเข้าถึงสินค้าให้มีความสะดวกมากขึ้นเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้ามเช่นกัน โดยผู้ผลิตสินค้าอาหารว่างในปัจจุบัน ธุรกิจ Start up (Grabox) ได้พัฒนา รูปแบบบริการส่งซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ และการติดตั้ง Vending machines จำหน่ายสินค้าอาหารว่างในบริเวณระหว่างคนขับกับผู้โดยสาร ซึ่งเป็นการทำตลาดในรูปแบบของ Car commerce ครั้งแรกที่อนุญาตให้ผู้บริโภคทานอาหารว่างได้ในขณะใช้บริการรถสาธารณะ รวมถึงการเปิดให้บริการ Couchfood ของร้านสะดวกซื้อที่เสนอบริการจัดส่งสินค้าดังกล่าวถึงบ้าน