



สินค้าอาหารในหมวด Free-from เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ตลอดระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมา สัดส่วนผู้บริโภคที่ใส่ใจในเรื่องสุขภาพและโภชนาการ โดยตระหนักและพยายามหลีกเลี่ยงส่วนประกอบหรือสารเฉพาะเจาะจงบางชนิดในอาหารได้ขยายตัวมากขึ้น ผู้ประกอบการจึงได้นำเสนอกลุ่มสินค้าอาหารที่เรียกว่า Free-from food products ซึ่งสินค้าอาหารกลุ่มนี้เติบโตและมีความสำคัญมากขึ้นเรื่อย ๆ ในตลาดค้าปลีก

งานวิจัยของศาสตราจารย์ ดร. Holger Buxel จากมหาวิทยาลัย FH Münster ซึ่งได้สำรวจความเห็นของผู้บริโภคจำนวน 1,000 รายในเรื่องสินค้าอาหาร Free-from ได้แสดงให้เห็นว่าความสนใจในสินค้าอาหาร Free-from ของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูง โดยเกือบร้อยละ 50 ของผู้ตอบแบบสำรวจ สนใจและใส่ใจเป็นอย่างดีว่าสินค้าอาหารนั้นปราศจากสารกันบูด สารแต่งกลิ่น หรือสารปรุงแต่งรสชาติที่ไม่ได้มาจากธรรมชาติหรือไม่ และจำนวนร้อยละ 45 ของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจว่าสินค้านั้นปราศจากการตัดต่อทางพันธุกรรมหรือไม่ รวมไปถึงสนใจว่าไม่มีส่วนประกอบหรือสารเคมีใด ๆ ที่อาจมีผลต่ออาการแพ้หรือภาวะไม่สามารถทนต่อสารประเภทใดประเภทหนึ่งได้ อาทิ ร้อยละ 7 ของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจในเรื่อง lactose-free และร้อยละ 6 สนใจในเรื่อง gluten-free

ความสนใจในเรื่องอาหาร Free-from ของผู้บริโภคในระดับสูงนั้นยังได้สะท้อนถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าอีกด้วย โดยในช่วงระยะเวลาสองเดือนที่ผ่านมา ร้อยละ 28 ของผู้ตอบแบบสอบถาม (ในแต่ละกลุ่ม) ตั้งใจซื้อสินค้าอาหารที่มีตรารับรองว่าไม่มีสารกันบูด หรือไม่มีสารแต่งกลิ่นและปรุงแต่งรสชาติสำหรับอาหาร ร้อยละ 23 ซื้อสินค้าที่มีตรารับรองว่าไม่มีการตัดต่อทางพันธุกรรม ร้อยละ 21 ซื้อสินค้าที่



รับรองว่าไม่มีส่วนผสมอาหาร ร้อยละ 21 ชื่อสินค้าที่รับรองว่าไม่มีแล็กโทส และร้อยละ 6 ชื่อสินค้าที่ไม่มีกลูเต็น ดังนั้นการรับรองว่าปราศจากสารเฉพาะเจาะจงบางชนิดจึงเป็นอีกหนึ่งตัวแปรสำคัญที่ชี้วัดว่าสินค้านั้นดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและจะถูกซื้อหรือไม่

นอกจากนี้งานวิจัยยังได้สำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคว่าในอนาคตต้องการเห็นสินค้า Free-from ประเภทใดในตลาดขยายตัวมากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ ร้อยละ 47 ของผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้มีสินค้าอาหารที่ไม่มีสารแต่งกลิ่นและสารปรุงแต่งรสชาติเพิ่มมากขึ้น ร้อยละ 44 ต้องการสินค้าที่ไม่มีสารกันบูดเพิ่มขึ้น ร้อยละ 40 ต้องการสินค้าที่ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะ (สินค้าเนื้อสัตว์) ร้อยละ 38 ต้องการสินค้าที่ไม่ตัดต่อพันธุกรรม และร้อยละ 38 ต้องการสินค้าที่ไม่มีสารแต่งสี ร้อยละ 7 ต้องการสินค้าที่ไม่มีกลูเต็น และร้อยละ 7 ต้องการสินค้าที่ไม่มีแล็กโทส และร้อยละ 5 ต้องการสินค้าที่ไม่มีฟรุกโตสเพิ่มมากขึ้นในตลาด



ตัวอย่างตรารับรองสินค้า Free-from ประเภทต่าง ๆ

ที่มา: นิตยสาร Lebensmittel Praxis

www.food.r-biopharm.com

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ นครแฟรงก์เฟิร์ต จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำไปใช้ไม่ว่าทางใด