

## แนวโน้มนวัตกรรมอาหารออสเตรเลียปี 2564

Food & Nutrition Australia คาดการณ์ แนวโน้มนวัตกรรมอาหารออสเตรเลียในปี 2564 ไว้ดังนี้

1. **Native** การนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบในการทำอาหารได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากเดิม วัตถุดิบท้องถิ่นที่ได้รับความนิยม เช่น Kakadu plum, Lemon myrtle และ Quandong ขยายไปสู่ความต้องการวัตถุดิบท้องถิ่นอื่นๆ เช่น Saltbush, Mountain pepper และ River mint นับเป็นจุดเริ่มต้นการเกิดอุตสาหกรรมอาหารใหม่ในตลาดออสเตรเลีย โดยออสเตรเลียมีความพร้อมทั้งในด้านวัตถุดิบ โรงงานผลิต และเซฟที่มีประสบการณ์ในการใช้วัตถุดิบซึ่งจะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมอาหารประจำท้องถิ่นออสเตรเลียขยายตัวแพร่หลายต่อไป
2. **Clean** เนื่องจากชาวออสเตรเลียคำนึงถึงความสำคัญต่อสุขภาพมากกว่าราคาสินค้า ซึ่งเป็นโอกาสดีในการพัฒนาสินค้าอาหารเพื่อสุขภาพใหม่ๆ โดยนำเสนอคุณประโยชน์ของวัตถุดิบที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่น เห็ด อกุ่น มะเขือเทศ ไข่และปลาแซลมอนในมิติที่แปลกใหม่
3. **Insects** แปะงิ้งหรือด้วงเป็นแหล่งโปรตีนทางเลือกจากแมลงที่ได้รับความนิยม เนื่องจากเป็นโปรตีนจากธรรมชาติที่มีความยั่งยืนสูงและยังถูกเพาะเลี้ยงในท้องถิ่นด้วย ซึ่งนอกจากแปะงิ้งหรือด้วงจะเป็นโปรตีนทางเลือกที่ได้รับความนิยมสำหรับผู้บริโภคแล้ว ยังถูกนำมาผลิตเป็นอาหารสัตว์เลี้ยง เช่น อาหารสุนัขและแมว เพื่อลดการใช้โปรตีนจากเนื้อสัตว์และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ในกระบวนการผลิตลง
4. **Immunity** การผสมผสานระหว่างสุขภาพและความเป็นธรรมชาติส่งผลให้บทบาทของอาหารเปลี่ยนแปลงไปสู่รูปแบบอาหารที่ช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันให้กับร่างกายมากขึ้น โดยเฉพาะอาหารนวัตกรรมใหม่ประเภท Prebiotic ที่มีคุณประโยชน์ต่อทั้งระบบการย่อยของร่างกายและสุขภาพจิตใจ
5. **Marine** สาหร่ายเป็นวัตถุดิบที่นิยมอย่างแพร่หลายเนื่องจากมีรสชาติดี คุณค่าทางโภชนาการสูงและความยั่งยืน ผู้ผลิตออสเตรเลียได้นำสาหร่าย Algae ซึ่งเป็นแหล่ง Omega-3 Fatty acids, Fibre, Protein, Calcium, Iron, Magnesium, Potassium วิตามิน B และ A ซึ่งเป็นคุณค่าทางโภชนาการที่ร่างกายต้องการมาผสมในอาหารที่รับประทานในชีวิตประจำวัน เช่น เส้นพาสต้า โยเกิร์ต ไอศกรีม และขนมปัง โดยสารอาหารที่มีในสาหร่ายสามารถทดแทนสารอาหารที่ร่างกายต้องการในแต่ละวันได้อีกทั้ง ยังมีสรรพคุณช่วยบำรุงสายตา ลดคอเลสเตอรอลและช่วยในการลดน้ำหนัก

 นโยบายภาครัฐ

 เศรษฐกิจการลงทุน

 แนวโน้มการตลาด

 รายงานสินค้าและบริการ

 อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center  
Level 21, 56 Pitt Street,  
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075  
Fax: +66 2 9251 5981  
e-Mail: [thaitradesydney@gmail.com](mailto:thaitradesydney@gmail.com)

6. **Natural** แม้ว่าอาหารจากโปรตีนทางเลือกจะได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพและกลุ่มผู้ชื่นชอบอาหารมังสวิรัต แต่ยังมีข้อกังวลถึงกระบวนการแปรรูปอาหารจากโปรตีนทางเลือกที่สามารถคงคุณค่าของสารอาหารต่างๆไว้ได้ครบถ้วนหรือไม่ ดังนั้น การพัฒนากระบวนการแปรรูปจึงยังมีความสำคัญ ประกอบกับการเพิ่มความหลากหลายของวัตถุดิบที่นำมาแปรรูปนอกเหนือจากถั่วที่เป็นวัตถุดิบสำคัญในการทดแทนโปรตีน เช่น การหาวัตถุดิบทางเลือกสำหรับ Fibre ธาตุเหล็กและธาตุสังกะสี
7. **From the source** ปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสนใจกับการปลูกพืชผักสวนครัวไว้รับประทานเองหรือการเข้าถึงแหล่งผลิตอาหารให้มากที่สุด ทำให้เกิดการทำเกษตรในชุมชนเมืองมากขึ้น เช่น Vertical farming, Urban farming, Sustainable urban และ Rooftop food gardens เพื่อใช้ประโยชน์ด้านพื้นที่อย่างเต็มที่และลดการสูญเสียของอาหารที่เหลือใช้
8. **Local** ผลกระทบจาก COVID-19 ทำให้ชาวออสเตรเลียสนับสนุนผู้ผลิตและภาคธุรกิจในท้องถิ่นมากขึ้น ทั้งการซื้อสินค้าแบบ Online และ Offline ทำให้ผู้ผลิตและภาคธุรกิจในท้องถิ่นหันมาพัฒนาคุณภาพของสินค้า เน้นความโดดเด่นของสินค้าและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคมากขึ้น
9. **Responsibility** อุตสาหกรรมผลิตอาหารซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลสูงต่อการบริโภค กำลังเป็นผู้นำด้านการเปลี่ยนแปลงที่มุ่งเน้นความรับผิดชอบต่อสังคมสู่อนาคตที่ดีขึ้น ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่ออาหารที่ให้คุณค่ามากกว่าอาหาร “Meaningful”
10. **Circular** ความยั่งยืนยังเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคออสเตรเลียให้ความสำคัญอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากออสเตรเลียประสบกับปัญหาภัยแล้ง ไฟป่า และน้ำท่วมที่เกิดขึ้นในแต่ละปี ทำให้ชาวออสเตรเลียตระหนักถึงความสำคัญของวิธีการดำเนินชีวิตที่จะเป็นต้นเหตุของการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ (Climate change) และส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งนักวิจัย ภาคอุตสาหกรรมและสื่อต่างๆ ต่างให้ความสำคัญไปที่บทบาทของอาหาร โดยนำอาหารที่เหลือใช้กลับเข้าสู่ระบบหมุนเวียนให้มากที่สุด เพื่อลดการสูญเสียของอาหาร
11. **Private label** เริ่มเข้ามามีบทบาทสูงต่อการซื้อสินค้า Grocery ของผู้บริโภคออสเตรเลียซึ่งมีการพัฒนาทั้งในด้านคุณภาพ ความแปลกใหม่ หลากหลายและมีราคาต่ำกว่าสินค้าแบรนด์เนมซึ่งชาวออสเตรเลียร้อยละ 61 ซื้อสินค้า Private label เพื่อเป็นสินค้าทางเลือก ทำให้ Woolworths ซูเปอร์มาร์เก็ตประสบความสำเร็จในการทำตลาดสินค้าเพื่อสุขภาพแบบ Private label ดังนั้น คุณภาพและความคุ้มค่าจะเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอาหารในอนาคต

นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

### ผลต่อเศรษฐกิจออสเตรเลีย

อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มเป็นสินค้าส่งออกสำคัญตัวหนึ่งของออสเตรเลีย โดยในปี 2562 มีมูลค่าส่งออก 33 พันล้านเหรียญออสเตรเลียและสามารถสร้างมูลค่าให้เศรษฐกิจออสเตรเลียถึง 28 พันล้านเหรียญออสเตรเลีย อีกทั้งยังเป็น 1 ใน 6 สาขาภายใต้แผน Modern Manufacturing Strategy ที่มุ่งเน้นการพัฒนาตลอดห่วงโซ่อุปทานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดยยังคงจุดเด่นของสินค้าอาหารและเครื่องดื่มใน 3 ด้านคือ High quality, Clean และ Green ดังนั้น จากแนวโน้มของธุรกิจอาหารในปี 2564 จะเห็นว่า สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการยกระดับภาคการผลิต พฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านสุขภาพ และการสนับสนุนธุรกิจ Local และความได้เปรียบของตัวสินค้า ซึ่งคาดว่า จะมีสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่มีความหลากหลายเข้าสู่ตลาดมากขึ้น

### ผลต่อการค้าไทย:

แม้ว่าออสเตรเลียจะเป็นประเทศผู้ผลิตสินค้าอาหารและเครื่องดื่มเพื่อการบริโภคในประเทศและการส่งออกต่อออสเตรเลียก็มีการนำเข้าสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากต่างประเทศสูงถึง 12 พันล้านเหรียญสหรัฐต่อปี โดยนำเข้าจากนิวซีแลนด์ สหรัฐอเมริกา จีน ไทยและอิตาลีมากที่สุด ซึ่งการนำเข้าจากไทยมีมูลค่าเฉลี่ย 750 ล้านเหรียญสหรัฐต่อปี สะท้อนให้เห็นว่า สินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งออกจากไทยมายังออสเตรเลียเป็นสินค้าที่มีศักยภาพและเป็นที่ต้องการอย่างต่อเนื่องในตลาด ทั้งนี้เนื่องจากความหลากหลายของเชื้อชาติ โดยเฉพาะชาวเอเชียที่มีมากถึงร้อยละ 40 ของประชากรทั้งหมด

อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของสินค้าจะสอดคล้องกับทิศทางความต้องการของตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลง ซึ่งปัจจุบันกระแสสินค้าประเภท Natural, Clean และ Sustainable กำลังได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย

Source: นิตยสาร inside FMCG Jan 2021

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ  
563 ถนนนันทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง  
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center  
Level 21, 56 Pitt Street,  
Sydney, NSW 2000

Phone: +66 2 9241 1075  
Fax: +66 2 9251 5981  
e-Mail: [thaitradesydney@gmail.com](mailto:thaitradesydney@gmail.com)