



Top 10 Texture Trends (ตอนที่ 2)

เรียบเรียงโดย

น.ส.นารีรัตน์ อรรถเมธี

ฝ่ายส่งเสริมนวัตกรรม

Email: nareerat@nfi.or.th โทร 024228688 ต่อ 9403

CP Kelco Company หนึ่งในผู้ผลิตและจำหน่าย Food Ingredient รายใหญ่ของโลก เผยผลการสำรวจและจัดอันดับแนวโน้ม Texture 10 อันดับ ไว้ที่น่าสนใจ ซึ่งทาง NFI Food Innovation Issue ได้นำเสนอ Texture Trend อันดับที่ 1- 5 ไปแล้วในฉบับที่ผ่านมา ซึ่งประกอบไปด้วย

1. Texture ที่ใช้ ต้องไม่มีน้ำตาล
2. ความหนา-บางในรสชาติ
3. นมจากพืช ความท้าทายของการสร้าง Texture ที่ดี
4. ความต้องการโปรตีนจากพืชเพิ่มมากขึ้น
5. ผลิตภัณฑ์อายุการเก็บรักษายาวนาน

06 ต้นทุนของ Texture กับการใช้ประโยชน์ Texture เป็นอีกหนึ่งนวัตกรรมที่ช่วยต่อชีวิตของผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้ปรับตัวเข้าสู่ตลาดใหม่ และสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น แต่ปัจจัยสำคัญยังคงอยู่ที่เรื่องของความสะดวกสบายและความคุ้มค่าที่ผู้บริโภคคาดหวังว่าจะได้รับจากการซื้อสินค้าเหล่านั้น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น

EMEA

ต้นทุนและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป ทำให้ผลิตภัณฑ์มีการปรับตัวมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม confectionery และ dairy

Asia Pacific

ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มให้พลังงานพัฒนาไปสู่รูปแบบเข้มข้น (concentrated) และเจลแบบดื่มได้ ในอินเดียเพิ่ม Texture ในผลิตภัณฑ์น้ำผลไม้เพื่อลดปริมาณเนื้อผลไม้ ลดต้นทุน

North America

ผลิตภัณฑ์บรรจุถุงพาสช์ (pouch) เพิ่มขึ้นทั้งกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม เช่น โยเกิร์ตสำหรับเด็ก สมูทตี้ผลไม้ ซุปสำหรับผู้ใหญ่ เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ที่สร้างความสะดวกสบาย เป็นปัจจัยกระตุ้นการพัฒนาและปรับตัวของผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม





07

Texture แสดงให้เห็นความรักในการผจญภัย ปัจจุบันผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ เพื่อลิ้มลองรสชาติใหม่ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการผลิตที่พิเศษและพิถีพิถันมากกว่าปกติ ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น



EUROPE
ฟอง (bubble) และ โฟม (foam) ได้รับความสนใจมาก เช่น ผลิตภัณฑ์โยเกิร์ตที่มีการแทรกชั้นผลไม้กับโยเกิร์ต ก่อนรับประทานจะเขย่าให้เกิดฟองลอยอยู่ด้านบนโยเกิร์ต

Asia Pacific
ผู้บริโภคชื่นชอบรสชาติใหม่ๆ เช่น เครื่องดื่มที่สามารถเคี้ยวได้ หรือ ลูกอม ก็มี วิแกนธรรมชาติ เช่น มะพร้าว กุหลาบ เป็นต้น

08

Texture นำไปสู่ความชื่นชอบใหม่ด้วยรสชาติแบบดั้งเดิม อาหารถูกฝังอยู่ในทุกวัฒนธรรม ผู้บริโภคมักจะเชื่อมโยงกับประเพณีและความชื่นชอบ ขณะเดียวกันก็ต้องการความสะดวกสบายและทันสมัย ซึ่ง Texture ช่วยให้ความต้องการ 2 ด้านนั้นเป็นเรื่องง่าย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น

North America
ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนา Texture มากขึ้น ได้แก่ อาหารมังสวิรัต โดยเฉพาะในกลุ่มอาหารแช่แข็ง

MIDDLE EAST
ใน ตะวันออกกลาง มีแนวโน้มจะลดการบริโภคไขมันจากครีมในอาหาร ซึ่งครีมส่งผลต่อรสชาติและเนื้อสัมผัสของผลิตภัณฑ์ จึงต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์คล้ายกับสูตรดั้งเดิม

Asia Pacific
ในอินเดียพัฒนาบัตเตอร์มิลค์พร้อมดื่มรสเผ็ดและเติมเกลือเพื่อยืดอายุการใช้งานให้นานขึ้น ญี่ปุ่น พัฒนาชานมไข่มุกให้มีอายุยาวขึ้น เพื่อกระจายไปยังร้านสะดวกซื้อ

09

SUSPENSION SYSTEMS ในอาหารและเครื่องดื่ม การใช้สารแขวนลอยในอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มนั้นครอบคลุมผลิตภัณฑ์จำนวนมาก เช่น สารแต่งกลิ่นในนม น้ำผลไม้ผสมเนื้อผลไม้ และน้ำสลัดผสมสมุนไพร เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นมี Texture ที่ดี ตัวอย่างผลิตภัณฑ์เช่น

Asia Pacific
เครื่องดื่มต้องให้ mouthfeel บางเบาและสดชื่น ในขณะที่ต้องมีเนื้อแขวนลอย อย่างขึ้นผลไม้ รวมถึงธัญพืช คิวโนว หรือพวกที่เคี้ยวหนึบเช่น บุก หรือขึ้นเจल्ली

EUROPE
ในยุโรป เครื่องดื่มโปรตีนที่มีรสเปรี้ยวและเครื่องดื่มรสผลไม้ สร้างความแตกต่างด้วยการเพิ่มขึ้นผลไม้หรือธัญพืชเข้าไปในเครื่องดื่มด้วย


Latin America
เครื่องดื่มว่านหางจระเข้และเครื่องดื่มเมล็ดเจียผสมผลไม้ โดยใช้สารแขวนลอยให้ช่วยกระจายอยู่อย่างสวยงามในผลิตภัณฑ์





10

Texture สำหรับขนมและของหวาน หลายภูมิภาคทั่วโลกที่ธุรกิจสแน็คและของหวาน (dessert) มีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อย่างเช่น ไอศกรีมโปรตีนสูง น้ำตาลต่ำ แบรินด์พรีเมียมของสหรัฐอเมริกาที่มียอดขายเติบโตอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา และจากผลสำรวจพบว่า นวัตกรรมขนมและของหวานนั้นส่วนใหญ่เกิดขึ้นในทวีปเอเชีย ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ เช่น

	<p style="text-align: center;">Asia Pacific</p> <p>ขนมหวานเย็น มักมีส่วนของไข่ มุก จาก แป้งมันสำปะหลัง ถั่ว มันเทศ ฯลฯ แนวโน้มผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ นมพร้อมดื่มที่เก็บได้ในอุณหภูมิห้องหรือแช่แข็ง</p>	<p style="text-align: center;">EMEA</p> <p>แนวโน้มของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของหวานจากนม คือ ความพรีเมียม ความเพลิตเพลิน และใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติเป็นต้น โดยใช้นวัตกรรม special textures, layered desserts, การใช้ส่วนผสมคุณภาพสูง และการปรับรูปลักษณ์ให้ต่างจากรูปแบบดั้งเดิม</p>
---	--	---

นอกจากนี้ CP Kelco Company ยังได้คาดการณ์นวัตกรรม Texture ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตท่ามกลางกลยุทธ์การลดต้นทุนการผลิต เพื่อเข้าถึงลูกค้าได้มาก เช่น การเพิ่ม Texture แบบโฟมหรือการตีฟองอากาศเพิ่มเข้าไปในผลิตภัณฑ์ หรือการลดต้นทุนด้วยการลดส่วนผสม ลดการสูญเสียจากกระบวนการผลิต และยืดอายุการเก็บรักษา เป็นต้น

ความไร้พรมแดนของเทคโนโลยีและโซเชี่ยลมีเดียที่เชื่อมต่อโลกเอาไว้ด้วยกัน ทำให้ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภคที่เรียกตัวเองว่า นักสำรวจอาหาร (food explorers) ซึ่งหลงใหลการลิ้มลองอาหารใหม่ๆ สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำ เป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม

ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

- รายงานเรื่อง **Unlocking Nature- Powered Success** โดย CP Kelco Company

