



ฉบับที่ 526 24 – 28 เมษายน 2566

ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสคต. ณ นครนิวยอร์ก

(Weekly News from NEW YORK)

**ภาพรวมตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กในสหรัฐอเมริกา**

ในปี 2565 ตลาดอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กในสหรัฐอเมริกามีมูลค่าประมาณ 3.4 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และทั่วโลกมีมูลค่ากว่า 1.2 แสนล้านเหรียญ โดยคาดว่าภายในปี 2573 ตลาดอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กทั่วโลกจะมีมูลค่าสูงถึง 2.1 แสนล้านเหรียญสหรัฐ อัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปีที่ร้อยละ 6.8 (ปี 2565 ถึง 2573)

ในช่วงหลังการระบาดของโควิด-19 ภาพรวมอุตสาหกรรมสินค้าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กมีการเปลี่ยนแปลงไป ตลาดยังมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ภาคอุตสาหกรรมมีการเร่งพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งในภาพรวมผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่ทั้งดีต่อสุขภาพและรสชาติอร่อย

สินค้าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กกำลังเติบโตทั้งในแง่ของอุปสงค์และอุปทาน โดยแนวโน้มตลาดที่สำคัญ มีดังนี้

1) ผู้ปกครองหันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพมากขึ้น ส่งผลให้มีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงสุดสำหรับเด็ก ที่มีส่วนผสมของ โปรไบโอติกส์ วิตามิน ไฟเบอร์ และโปรตีน และผ่านกรรมวิธีน้อยที่สุด ซึ่งแนวโน้มนี้ส่งผลให้ยอดขายอาหารเด็กประเภทเครื่องดื่มที่มีน้ำตาล ขนมหวาน และมันฝรั่งทอดมียอดขายลดลง

2) วิถีชีวิตของพ่อแม่ที่ทำงานนอกบ้าน ไม่มีเวลาทำอาหารเอง พ่อแม่กลุ่มนี้จึงมีความต้องการอาหารที่สะดวกและพร้อมในการรับประทานสำหรับเด็กมากขึ้น

3) กระแสความนิยมของอาหารว่างที่ดีต่อสุขภาพ นำไปสู่ความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารว่างที่เป็นออร์แกนิกเพิ่มขึ้นในตลาดกลุ่มนี้ นอกจากนี้ พ่อแม่ยังต้องการผลิตภัณฑ์อาหารว่างที่ให้สารอาหารจำเป็นแก่บุตรหลาน โดยไม่สูญเสียรสชาติ

\*\*\*\*\*  
รูปประกอบข่าว  
\*\*\*\*\*



แนวโน้มความนิยมเหล่านี้ ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กต่างกำลังคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ พัฒนาการรสชาติและส่วนผสมที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของตลาดมากที่สุด นอกจากนี้ แคมเปญทางโซเชียลมีเดียที่ส่งเสริมพฤติกรรมกินเพื่อสุขภาพของเด็กยังช่วยกระตุ้นความต้องการผลิตภัณฑ์ออร์แกนิกอีกด้วย

ความต้องการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สินค้าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กกลายเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร สำหรับแนวโน้มความนิยมอาหารของเด็กๆ ชาวอเมริกันในปี 2566 มีดังนี้

1) ความหลากหลายทางวัฒนธรรม เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีผู้อพยพเข้ามาอยู่ตลอดเวลา ส่งผลให้เด็กชาวอเมริกันมีแนวโน้มที่ชื่นชอบและกล้าทดลองอาหารจากหลากหลายเชื้อชาติ และจากวัฒนธรรมอาหารมีแตกต่างกันมากขึ้น

2) อาหารและเครื่องดื่มที่ช่วยบำรุงสมองที่มีพืชผักและผลไม้เป็นส่วนผสมหลักได้รับความนิยมมากขึ้น ซึ่งพบว่านักเรียน 1 ใน 3 จัดอันดับว่าอาหารมังสวิรัตมีความสำคัญต่อพวกเขา หากต้องเลือกรับประทานอาหารกลางวันที่โรงเรียน

3) อาหารรสจัด กำลังได้รับความนิยมจากนักเรียนและนักศึกษาในมหาวิทยาลัยมากขึ้น ส่งผลให้สถานศึกษา มีการเพิ่มเมนูอาหารที่มีรสจัดและมีส่วนผสมจากเครื่องเทศและสมุนไพรมากขึ้น

4) อาหารที่มีส่วนผสมจากผลิตภัณฑ์ปลูกในท้องถิ่น หรือแม้กระทั่งอาหารที่นำส่วนผสมมาจากการเพาะปลูกภายในสถานศึกษากำลังเป็นที่นิยมมากขึ้น

5) อาหารแบบ grab and go เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน เนื่องจากวิถีชีวิตของเด็กที่เร่งรีบมากขึ้นไม่ต่างจากพ่อแม่ผู้ปกครอง พวกเขาเหล่านั้นจึงมีการมองหาอาหารสำเร็จรูป หรือ แบบ grab and go มากขึ้น

ผู้เชี่ยวชาญคาดการณ์ว่า ในอนาคต อุตสาหกรรมสินค้าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กจะมีการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพิ่มมากขึ้น อาทิเช่น ของว่างเพื่อสุขภาพ น้ำผลไม้และสมูทตี้ที่มีคุณค่าทางโภชนาการ หรืออาหารเข้าที่บรรจุในชามพร้อมรับประทาน เป็นต้น

นาย Anurag Sharma นักวิเคราะห์อาวุโส จากบริษัท Market.us บริษัทที่ให้บริการลูกค้าเกี่ยวกับการวิจัยการตลาดในสหรัฐฯ กล่าวว่า “ปัจจุบันพ่อแม่ต้องการให้ลูกได้บริโภคอาหารที่ชื่นชอบ แต่ต้องประกอบไปด้วยคุณค่าทางโภชนาการและให้ความสำคัญกับวิธีการผลิตแบบออร์แกนิก ซึ่งเรียกว่าทั้งดีต่อสุขภาพและมีรสชาติอร่อย โดยผลิตภัณฑ์ที่พ่อแม่มีความต้องการให้ผลิตมาโดยเฉพาะสำหรับเด็ก ได้แก่ ขนมขบเคี้ยว ซีเรียล น้ำผลไม้ และมิลค์เชค”

**บริษัทคู่แข่งที่สำคัญในตลาดโลก** ได้แก่ บริษัท Atkins Nutritionals Inc. บริษัท Britvic Plc บริษัท Brothers International Food Corp บริษัท Campbell Soup Company บริษัท Conagra Brands Inc บริษัท Elevation Brands LLC บริษัท General Mills Inc บริษัท GlaxoSmithKline Consumer Healthcare Ltd. บริษัท GlaxoSmithKline Plc บริษัท Kellogg Company บริษัท Lifeway Foods Inc. บริษัท McKee Foods Corporation บริษัท Mondelez International บริษัท Nestlé S.A. บริษัท PepsiCo Inc บริษัท The Kraft Heinz Company บริษัท Tipco Foods Public Company Limited และบริษัท Want Want China Holdings Ltd





ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพของเด็กที่จำหน่ายในสหรัฐฯ

### ความคิดเห็นของ สดต. นิวยอร์ก

สหรัฐอเมริกา ถือว่าเป็นตลาดศักยภาพสำหรับการจำหน่ายสินค้าอาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กทั้งในแง่ของมูลค่าและปริมาณ ซึ่งผลิตภัณฑ์สำหรับเด็ก โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพมีโอกาสเติบโตอย่างมากในอนาคต ส่งผลให้บริษัทผู้ผลิตและจำหน่ายต่างคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้ตรงกับความต้องการและเทรนด์การบริโภคของลูกค้านำในปัจจุบัน กล่าวได้ว่า แนวโน้มความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นเรื่องและผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายสินค้าอาหารในสหรัฐฯ ให้ความสำคัญและใช้เป็นแนวทางพัฒนาสินค้าของตนเองอยู่เสมอ สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มสำหรับเด็กของไทย ยังมีช่องทางในการเติบโตในสหรัฐฯ ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยติดตามเทรนด์ตลาดและนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้สามารถเข้าสู่ตลาดสหรัฐฯ และเพิ่มยอดขายได้เป็นอย่างดี

แหล่งที่มาของข้อมูล:1) <https://sports.yahoo.com/global-kids-food-beverages-market-112800652.html>  
 2) <https://www.linkedin.com/pulse/kids-food-beverages-market-size-share-growth-future-trends-miller> 3) [https://www.reportlinker.com/p05864286/Global-Kids-Food-and-Beverages-Industry.html?utm\\_source=GNW](https://www.reportlinker.com/p05864286/Global-Kids-Food-and-Beverages-Industry.html?utm_source=GNW) และ สดต. นิวยอร์ก

25 เมษายน 2566