

ประเด็นร้อน (Hot Issue)
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำเดือนธันวาคม 2566

ความท้าทายของตลาดอาหาร plant-based meatที่กำลังอยู่ในช่วงขาลง

ถ้าพูดถึงเทรนด์อาหารที่กำลังมาแรงในช่วงกว่า 10 ปีที่ผ่านมา อาหารกลุ่ม Plant-based meat หรือผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืชถือว่าเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีการเติบโตสูงมาก โดยมีทั้งผู้เล่นรายใหญ่ รายเล็ก และร้านค้าปลีกที่ต่างต้องการเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดโลกและแคนาดา เพราะมองเห็นถึงโอกาสสร้างรายได้จากการตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคใหม่ที่มองหาสินค้าที่ช่วยให้สุขภาพดีขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็ลดผลเสียที่เกิดกับธรรมชาติด้วยเช่นกัน

บริษัท Beyond Meat ถือเป็นบริษัทโปรตีนทางเลือกบริษัทแรกที่เข้าตลาดหุ้น NASDAQ ในสหรัฐอเมริกา เมื่อปี 2562 ซึ่งสร้างปรากฏการณ์ด้วยอัตราการพุ่งของราคาถึง 163% ในวันซื้อขายวันแรก ซึ่งถือว่าสูงที่สุดนับตั้งแต่มีการ IPO ทั่วโลกตั้งแต่ต้นปี 2562 เป็นต้นมา ซึ่งสะท้อนได้ถึงผลตอบรับที่ดีมากของตลาดการบริโภคอาหารไร้เนื้อสัตว์ และยังถือว่าอาจจะเป็นการปูทางไปสู่การเข้าตลาดหุ้นของบริษัทผลิตอาหารอื่นๆ ที่ทำลักษณะเดียวกัน



แต่ทว่ามาในปี 2566 ความนิยมของการรับประทานอาหารกลุ่ม Plant-based meat กลับลดลงอย่างมาก ล่าสุดบริษัท Beyond Meat เผยยอดขายลดลงราว 1 ใน 3 หรือประมาณ 30.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้า รวมไปถึงผู้ผลิตอาหารจากพืชรายใหญ่รายอื่น อย่าง Nestle ประกาศถอดถอนผลิตภัณฑ์กลุ่มวีแกนออกจากตลาดในสหราชอาณาจักร และผู้ผลิตอาหารเนื้อสัตว์จากพืชในแคนาดา อย่างบริษัท Merit Functional Food และ บริษัท Very Good Food Company ต้องปิดตัวลงไปตามสถานการณ์ตลาด

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่น ๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ
อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre, Vancouver
1009-1166 Alberni Street
Vancouver BC V6E 3Z3 Canada

Phone: +1 604 687 6400
Fax: +1 604 683 6775
Email: vancouver@thaitrade.ca

ประเด็นร้อน (Hot Issue)
โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำเดือนธันวาคม 2566

สำหรับการวิเคราะห์สาเหตุที่ส่งผลให้ความต้องการผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชลดลงมาจากหลายปัจจัย ทั้งในแง่ราคาสินค้าที่แพงขึ้นมาก รสชาติที่ยังไม่ถูกใจ จำนวนผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายในท้องตลาดมากกว่าดีมานด์ของผู้บริโภค รวมไปถึงความกังวลเกี่ยวกับส่วนผสมและกระบวนการในการผลิตเนื้อที่ทำจากพืชที่เชื่อว่าไม่ดีต่อสุขภาพมากนัก

นอกจากนั้น ความท้าทายด้านกลยุทธ์การตลาดยังเป็นจุดสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจ plant-based meat สามารถเติบโตไปได้หรือไม่ ซึ่ง Dana MaCauley ซีอีโอสถาบัน Canadian Food Innovation Network กล่าวว่า ผู้ผลิตอาหาร plant-based meat หลายรายมักไปเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่รับประทานเนื้อสัตว์ และให้อาหารที่ผลิตจากพืชเข้ามาเป็นทางเลือกเมื่อต้องการลดการบริโภคเนื้อลงเป็นครั้งคราว ซึ่งเห็นได้จากผลสำรวจผู้บริโภคบริษัท Impossible Foods ผู้ผลิตอาหารจากพืชรายใหญ่แห่งหนึ่ง รายงานว่า จำนวนผู้บริโภค 9 ใน 10 รายของผลิตภัณฑ์บริษัทเป็นกลุ่มผู้บริโภคทานเนื้อสัตว์อยู่แล้ว

เมื่อเป็นเช่นนั้นแล้ว คุณ Dana จึงเห็นว่าตลาดผลิตภัณฑ์อาหารสำหรับผู้รับประทานเนื้อสัตว์นั้นมีมากเกินไป ในขณะที่ตลาดอาหารสำหรับผู้เป็นมังสวิรัตินั้นยังน้อยเกินไป และโดยทั่วไปผู้รับประทานมังสวิรัติก็จะไม่เลือกเดินไปยังแผนกเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากนม แม้จะเป็นผลิตภัณฑ์ plant based ก็ตามที

อย่างไรก็ดี คุณ Dana เห็นว่า แม้ว่าตลาด plant-based meat จะแลดูยอดขายตกต่ำ แต่เชื่อกันว่าโอกาสในตลาดยังคงมีอยู่ ซึ่งหากผู้ผลิตอาหารสามารถทำความเข้าใจความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มมังสวิรัติและกลุ่มวีแกนได้อย่างตรงจุดได้

ด้าน Leslie Ewing ผู้อำนวยการระดับสูง Plants based Food ประเทศแคนาดา กล่าวว่า นวัตกรรม การพัฒนารสชาติอาหาร plant-based meat เพื่อให้ถูกปากผู้บริโภคนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะจะทำให้เกิดการกลับมาซื้ออีกครั้ง และหากผู้ผลิตสามารถนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาเพื่อลดต้นทุนการผลิตได้ก็จะทำให้ราคาของผลิตภัณฑ์ plant-based ถูกลง ก็จะช่วยดึงดูดให้คนหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์จากพืชมากขึ้นได้เช่นกัน

ข้อคิดเห็นจากสำนักงานฯ เมื่อแนวโน้มประชากรโลกกำลังเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและคาดว่าจะสูงถึง 9 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2593 ก็ย่อมเป็นปัจจัยหนุนให้ตลาดอาหารจากพืชคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดสูงถึง 2.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2578 ได้ไม่ยาก จากความตระหนักถึงความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมที่มาก

ประเด็นร้อน (Hot Issue)

โดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา
ประจำเดือนธันวาคม 2566

ขึ้น จึงมีการหาแหล่งอาหารทางเลือกเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่พุ่งสูงขึ้น โดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพที่สุด สำหรับประเทศไทยในฐานะผู้ผลิตอาหารลำดับต้นๆ ของโลก หากสามารถเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค และพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อาหารได้ตรงจุดแล้ว ก็จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชของไทยมีความโดดเด่นในตลาดโลกได้ต่อไป

ที่มาของบทความ <https://www.foodincanada.com/features/the-plant-based-movement-is-down-not-dead/>