



โอกาสผลิตภัณฑ์แมลงของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

สหรัฐฯ จัดได้ว่าเป็นตลาดที่นิยมบริโภคแมลงสูงเป็นอันดับที่ 7 ของโลก การบริโภคแมลงในสหรัฐฯ เริ่มเป็นรู้จักแพร่หลายในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา การบริโภคแพร่หลายรวดเร็วด้วยเหตุด้านโภชนาการต่อสุขภาพ ตลาดมีอัตราการขยายตัวโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10 และคาดว่าจะมีมูลค่าตลาดเพิ่มเป็นประมาณ 50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2020

*“องค์การอาหารและการเกษตร
องค์การสหประชาชาติชี้ว่าแมลงกินได้
สามารถช่วยรักษาแหล่งอาหารทั่วโลก
ต่อสู้กับความหิวโหยของโลก และช่วย
ลดก๊าซเรือนกระจก”*

ปัจจุบัน มีผู้ประกอบการธุรกิจแมลงประมาณ 100 รายในสหรัฐฯ ประกอบด้วย ฟาร์มเลี้ยงแมลง โรงงานแปรรูปอาหาร ร้านค้าปลีกจำหน่ายแมลง ผู้ประกอบการขายแมลงทางออนไลน์ และผู้ประกอบการธุรกิจแมลงนำเข้า โดย North American Edible Insect Coalition กำลังล็อบบี้ให้ US FDA บรรจุแมลงและผลิตภัณฑ์ เข้าในฐานข้อมูลอาหารของหน่วยงาน และยอมรับว่าเป็นอาหารที่ปลอดภัยในการรับประทาน

ผู้บริโภคแมลงในสหรัฐฯ

ผู้บริโภคทั่วไป

- คนวัยทำงาน 35%
- คนหนุ่มสาว 25%
- กลุ่ม Ethnic 25%
- ผู้รักษาสุขภาพ 10%
- เด็กวัยรุ่น 5%

ธุรกิจ

- ร้านอาหาร 70%
- ผู้ผลิตอาหารและขนม 30%

แมลงที่ได้รับความนิยมบริโภค



รูปแบบผลิตภัณฑ์แมลงที่เหมาะสมสำหรับตลาดสหรัฐฯ

- ♦ แมลงสดแช่แข็ง (Frozen Raw Insect) นำไปใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหาร
- ♦ แมลงทอดหรืออบ (Cooked Insect) นำไปใช้เป็นวัตถุดิบประกอบอาหาร หรือ ทานเป็นของกินเล่น
- ♦ ผงโปรตีนแมลง (Protein) ส่วนผสมอาหารหรือขนม
- ♦ อาหารสำเร็จรูปมีส่วนผสมเป็นแมลง (Meal with Insect) ใช้แมลงแทนเนื้อสัตว์





US FDA กับ การบริโภคแมลง

US FDA กล่าวว่าแมลงสามารถนำมาเป็นอาหารได้ หรือใช้เป็นส่วนประกอบของอาหารได้ โดยต้องได้มาตรฐานในด้านความสะอาด การติดฉลากแจ้งสรรพและส่วนผสม เป็นต้น จึงเห็นได้ว่า FDA ไม่มีข้อห้ามเพียงแต่ขอให้ปฏิบัติให้ถูกต้องตามระเบียบสินค้าอาหารทั่วไปที่กำหนดไว้ US FDA อนุญาตให้เฉพาะแมลงที่ได้มาจากการเลี้ยง ห้ามนำแมลงจากจับตามป่าตามทุ่งมารับประทานเพราะเกรงว่าจะปนเปื้อนยากำจัดศัตรูพืช

ช่องทางและโอกาสผลิตภัณฑ์แมลงของไทยในสหรัฐฯ

จากการหารือผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์แมลงรายสำคัญในนครชิคาโก แจ้งว่า ได้นำเข้าผลิตภัณฑ์แมลงนำเข้าจากไทย ได้แก่ แมลงอบแห้งชนิดต่างๆ และ ชาแมลง มาจำหน่ายเป็นเวลา 3 ปีแล้ว และสินค้าได้รับความนิยมพอสมควร โดยส่วนใหญ่จำหน่ายให้แก่ร้านอาหารอเมริกันและร้านเม็กซิกันในนครชิคาโกและเมืองใกล้เคียง

ผู้นำเข้าให้ข้อคิดเห็นว่า แมลงเป็นอาหารที่มีประโยชน์ ควรได้รับการพัฒนาในด้านการผลิตให้เกิดความหลากหลายในรูปแบบเป็นสินค้าอาหาร เช่น การนำเสนอเป็นอาหารสำเร็จรูป เป็น Snack อีกทั้งแนะนำให้เลี่ยงการทอดแมลง แต่หันไปใช้วิธี Dehydration รวมไปถึงการพิจารณาใช้บรรจุภัณฑ์โดยควรเน้นการใส่ซอง/ถุง และมีรูปสวยงาม หรือ ใส่ขวดแก้ว/ขวดพลาสติก อีกทั้งให้พิจารณาผลิตแมลงแช่แข็ง ซึ่งจะขยายอายุของสินค้าให้นานออกไป

ช่องทางธุรกิจบริการอาหาร (ร้านอาหาร) จะเป็นช่องทางที่สำคัญของการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แมลง เพราะผู้ใช้คือภัตตาคาร/ร้านอาหาร จะนำไปใช้ประกอบอาหาร แต่ด้วยปริมาณความต้องการอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้น การสั่งซื้อจะน้อยแต่ต่อเนื่อง ผู้นำเข้าไม่ต้องการสั่งซื้อเต็มตู้ ผู้ส่งออกไทยควรพิจารณาในเรื่องการขยายแบบรวมตู้ไปกับสินค้าอาหารชนิดอื่นๆ

นอกจากนั้นแล้ว ช่องทางอื่นที่ควรพิจารณา คือ การขายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ เช่น amazon.com หรือ ebay จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการนำเสนอสินค้าตรงให้แก่ผู้บริโภค และการจำหน่ายเข้าตลาดผู้บริโภคฮิสแปนิก โดยเฉพาะชาวเม็กซิกันนิยมบริโภคแมลงเป็นอาหาร

อุปสรรคของการขยายตลาดประการหนึ่งคือ การบริโภคแมลงมีใช้วัฒนธรรมการบริโภคอาหารของสหรัฐฯ ผู้บริโภคสหรัฐฯ ส่วนใหญ่จึงยังไม่ยอมรับว่า แมลงเป็นส่วนหนึ่งของอาหารประจำวัน แต่จะบริโภคเป็นบางครั้งบางคราวหรือบริโภคเพื่อสนุกสนาน ซึ่งจะมีผลกระทบต่อความยั่งยืนของอัตราการขยายตัวของตลาด

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก

16 กุมภาพันธ์ 2561