



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์จากสหรัฐอเมริกา

(Weekly News from USA)

Thai Trade Center - Miami

6100 Blue Lagoon Dr., Ste. 100, Miami FL 33126

T. 786-388-7888 F. 786-388-7999

Email: ttcmiami@gmail.com

วันที่ 6 - 10 กันยายน 2564

Impossible Foods วางตลาดนักเก็ตไก่จากพืช



เนื้อหาสาระข่าว เมื่อวันอังคารที่ 7 กันยายน 2564 บริษัท Impossible Foods ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชรายใหญ่ในสหรัฐฯ ประกาศแผนการวางตลาดสินค้านักเก็ตไก่จากพืชตามร้านอาหารและร้านซูเปอร์มาร์เก็ต โดยคาดว่าจะเริ่มวางจำหน่ายในตลาดได้ภายในสิ้นเดือนกันยายนนี้

1

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ในช่วงระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมาอาหารจากเนื้อไก่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันมากที่สุดสามารถเอาชนะอาหารจากเนื้อวัวที่เคยเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุดมาก่อนได้ จึงทำให้ผู้ประกอบการในตลาดอาหารโปรตีนจากพืชต่างพยายามพัฒนาและแข่งขันกันเพื่อแย่งชิงตลาดที่เนื้อไก่จากโปรตีนพืชซึ่งน่าจะมีโอกาสทางการตลาดอีกมากในสหรัฐฯ โดยก่อนหน้านี้ในช่วงเดือนกรกฎาคมที่ผ่านมาบริษัท Beyond Meat ผู้ประกอบการอาหารจากพืชรายใหญ่ในตลาดเพิ่งวางจำหน่ายสินค้าเนื้อไก่จากพืชชุบแป้งทอด (Chicken Tenders) เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่สนใจสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชมาแล้ว

สินค้านักเก็ตไก่จากพืชของบริษัท Impossible Foods ดังกล่าวใช้วัตถุดิบหลักในกระบวนการผลิตซึ่งคล้ายคลึงกับสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชแบรนด์อื่น ๆ ได้แก่ โปรตีนจากถั่วเหลือง แป้ง น้ำมันพืช และวิตามินเสริม (Zinc และ B12) เป็นต้น แต่มีจุดเด่นที่สำคัญคือการไม่ใช้ “Heme” ซึ่งเป็นอีสต์ที่ได้จากกระบวนการตัดต่อทางพันธุกรรมที่มีส่วนช่วยทำให้รสชาติอาหารจากพืชคล้ายกับเนื้อสัตว์เป็นวัตถุดิบในการผลิตทำให้สินค้าของบริษัทมีความแตกต่างจากสินค้าโปรตีนจากพืชชนิดอื่นในตลาด

ทั้งนี้ หากพิจารณาข้อมูลทางด้านคุณค่าทางโภชนาการของสินค้าพบว่ามีความใกล้เคียงกับสินค้าเนื้อจากสัตว์มากแต่มีปริมาณไขมันอิ่มตัวน้อยกว่า โดยปริมาณนักเก็ตไก่จากพืชจำนวน 5 ชิ้นให้พลังงานทั้งสิ้น 240 แคลอรี โปรตีน 13 กรัม ไขมันอิ่มตัว 1.5 กรัม ไฟเบอร์ 2 กรัม และโซเดียม 480 มิลลิกรัม ในขณะที่นักเก็ตไก่จากเนื้อไก่จริงจำนวน 5 ชิ้นให้พลังงานทั้งสิ้น 255 แคลอรี โปรตีน 13 กรัม ไขมันอิ่มตัว 4 กรัม ไฟเบอร์ 0 กรัม และโซเดียม 444 มิลลิกรัม

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอาหารโปรตีนจากพืชจะได้รับการรับรองจากองค์การอาหารและยาสหรัฐฯ (U.S. FDA) สำหรับการจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ แล้วก็ตาม แต่ก็มีอาหารโปรตีนจากพืชบางส่วนยังไม่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายในตลาดยุโรปและจีนเนื่องจากสินค้ามีส่วนประกอบของส่วนผสมอาหารที่มีสารโทเทเนียมไดออกไซด์ซึ่งไม่ได้รับการรับรองให้ใช้ในสินค้าอาหารในตลาดยุโรป รวมถึงประเด็นด้านความกังวลด้านสิ่งแวดล้อมจากอุตสาหกรรมซึ่งยังไม่มีความชัดเจนมากนักในปัจจุบัน

ดังนั้น บริษัท Impossible Foods จึงเลือกใช้ประเด็นด้านประโยชน์ต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคในตลาดหันมาบริโภคสินค้านักเก็ตไก่จากพืชมากขึ้น จากผลการศึกษาพบว่า สินค้านักเก็ตไก่จากพืชใช้ทรัพยากรดินและน้ำน้อยกว่าสินค้านักเก็ตไก่จากไก่ทั่วไปถึงร้อยละ 48 และร้อยละ 43 ตามลำดับ อีกทั้งยังปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกออกสู่ชั้นบรรยากาศน้อยกว่า นอกจากนี้ สินค้านักเก็ตไก่จากพืชยังมีปริมาณไขมันอิ่มตัวและโซเดียมน้อยกว่าสินค้านักเก็ตไก่ทั่วไปถึงร้อยละ 40 และร้อยละ 25 ตามลำดับอีกด้วย

ทั้งนี้ บริษัทวางแผนกระจายสินค้าไปตามร้านอาหารและซูเปอร์มาร์เก็ตประมาณ 10,000 แห่งทั่วสหรัฐฯ รวมถึงผู้จำหน่ายสินค้าปลีกรายใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้า Walmart ห้างสรรพสินค้า Kroger และ

2

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ห้างสรรพสินค้า Albertsons ภายในสิ้นเดือนกันยายนที่จะถึงนี้ โดยสินค้ามักเกิดไถ่จากพืชขนาดบรรจุ 20 ชิ้น มีราคาจำหน่ายปลีก 7.99 ดอลลาร์สหรัฐ

Dr. Patrick Brown ตำแหน่งประธานกรรมการผู้จัดการ บริษัท Impossible Foods ให้ความเห็นด้านทิศทางการตลาดอาหารแห่งอนาคตแก่ผู้เข้าร่วมประชุมงานสัมมนา Future Food Tech Alternative Proteins Conference ในช่วงเดือนมิถุนายนที่ผ่านมาว่า แม้ว่าตลาดสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชในปัจจุบันจะมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 2 ของมูลค่าตลาดอาหารจากเนื้อสัตว์ทั้งหมดแต่เขาเชื่อว่าในอีก 5 ปีข้างหน้าตลาดสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชจะขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดดโดยจะมีความหลากหลายของสินค้าโปรตีนจากพืชเข้าสู่ตลาดกระแสหลักมากขึ้น เช่น เนื้อวัวจากพืช เนื้อหมูจากพืช เนื้อไก่จากพืช อีกทั้ง ยังน่าจะมีการพัฒนารสชาติให้ความใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์มากขึ้นรวมถึงการปรับปรุงสารอาหารให้มีประโยชน์ต่อสุขภาพผู้บริโภคด้วย นอกจากนี้ ภาวะการแข่งขันในตลาดที่เปิดตัวยังน่าจะทำให้ระดับราคาสินค้าที่จำหน่ายปลีกในท้องตลาดปรับตัวลดลงซึ่งน่าจะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคด้วย

ข้อมูลจากการสำรวจตลาดสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชโดย SPINS พบว่า มูลค่าตลาดสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชในตลาดสหรัฐฯ ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมาจนถึงวันที่ 11 กรกฎาคม 2564 มีอัตราการขยายตัวทั้งสิ้นร้อยละ 13.2 เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.41 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยแบ่งสินค้าอาหารโปรตีนจากพืชประเภทแช่แข็งเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 832.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้น ร้อยละ 9.54 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันและสินค้าอาหารโปรตีนแช่เย็นเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 585.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.85 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกัน โดยกลุ่มสินค้ามักเกิดและอาหารชุบแป้งทอดประเภทแช่แข็ง (Frozen Nuggets, Strips and Cutlets) ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 และกลุ่มสินค้ามักเกิดและอาหารชุบแป้งทอดประเภทแช่เย็น (Refrigerated Nuggets, Strips and Cutlets) ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 19

บทวิเคราะห์: ในช่วงที่ผ่านมากลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มโปรตีนจากพืชได้รับความนิยมจากกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันเป็นอย่างมากโดยเฉพาะในช่วงที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาที่ผู้บริโภคในตลาดหันกลับมาใส่ใจในสุขภาพและเลือกรับประทานอาหารที่ให้ประโยชน์ต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมมากขึ้นทำให้มูลค่าตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มโปรตีนจากพืชในระหว่างปี 2561 – 2563 ขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 42.86 โดยล่าสุดในปี 2563 สินค้าอาหารและเครื่องดื่มโปรตีนจากพืชในสหรัฐฯ มีมูลค่าตลาดทั้งสิ้นประมาณ 7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐหรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา อีกทั้ง ยังคาดว่าตลาดจะยังคงมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องไปเป็นมูลค่าตลาดทั้งสิ้น 8.5 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2570 อีกด้วย

โดยกลุ่มสินค้าเครื่องดื่มนมโปรตีนจากพืชที่มีสัดส่วนตลาดสูงสุดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 2.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 35.48) สินค้าผลิตภัณฑ์นมจากพืชเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 26.96) สินค้าเนื้อสัตว์จากพืชเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 1.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 19.87) สินค้าอาหารสำเร็จรูป

3

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

จากพืชเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 520 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 7.38) และสินค้าผงและเครื่องดื่มโปรตีนจากพืชเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 292 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (ร้อยละ 4.14) ตามลำดับ นอกจากนี้ เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมา มูลค่าค้าปลีกกลุ่มสินค้าเนื้อสัตว์จากพืชในตลาดสหรัฐฯ มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 45 ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่มีมูลค่าปลีกขยายตัวสูงสุดเป็นอันดับที่สองรองจากกลุ่มสินค้าไข่จากพืชซึ่งมีอัตราการขยายตัวร้อยละ 168 ในปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ นอกจากพฤติกรรมความสนใจทดลองบริโภคสินค้าอาหารและเครื่องดื่มใหม่ ๆ ของผู้บริโภคชาวอเมริกันจะมีส่วนช่วยผลักดันให้ตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มโปรตีนจากพืชขยายตัวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าอาหารและเครื่องดื่มจากพืชของชาวอเมริกันในตลาดอีกด้วย เช่น ปัจจัยด้านรสชาติของอาหารที่ใกล้เคียงกับอาหารจากเนื้อสัตว์ ปัจจัยด้านความสะดวกสบาย ปัจจัยด้านประโยชน์ต่อสุขภาพ ปัจจัยด้านความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ปัจจัยด้านสวัสดิภาพสัตว์ ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านความสะดวกด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่สนใจทำตลาดจึงควรพิจารณาศึกษาข้อมูลดังกล่าวอย่างละเอียดเพื่อนำไปปรับใช้สำหรับการพัฒนาสินค้าเพื่อให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคซึ่งจะมีส่วนสำคัญช่วยให้สามารถเจาะตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ: แม้ว่าตลาดสินค้าอาหารเนื้อสัตว์จากโปรตีนพืชในสหรัฐฯ จะเป็นตลาดสินค้าศักยภาพที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงมากแต่ก็มีอัตราการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงเนื่องจากมีผู้ประกอบการรายใหญ่ในตลาดที่ครอบครองตลาดอยู่แล้วโดยเฉพาะกลุ่มสินค้าเนื้อวัวและเนื้อไก่จากพืช เช่น บริษัท Beyond Meat และบริษัท Impossible Foods เป็นต้น ซึ่งเป็นเรื่องที่ค่อนข้างท้าทายสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่รวมถึงผู้ประกอบการไทยรายใหม่ที่จะเข้าตลาด ดังนั้น ผู้ประกอบการที่สนใจทำตลาดอาจจะพิจารณาให้ความสำคัญในการสร้างจุดเด่นและความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ (Product Differentiation) เช่น กลุ่มสินค้าอาหารทะเลจากพืชซึ่งกำลังเริ่มเป็นที่นิยมและยังมีระดับการแข่งขันในตลาดไม่สูงมากนัก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการอาจจะพิจารณานำอาหารไทยที่เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกัน เช่น ผัดไทย แกงเขียวหวาน และแกงมัสมั่น เป็นต้น มาใช้ร่วมพัฒนาเป็นสินค้าอาหารพร้อมรับประทานรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อทำตลาดก็น่าจะสามารถช่วยให้ผลิตภัณฑ์อาหารโปรตีนจากพืชไทยสามารถเจาะตลาดผู้บริโภคชาวอเมริกันได้

นอกจากนี้ ด้วยธรรมชาติของผู้บริโภคสินค้ากลุ่มอาหารโปรตีนจากพืชมักจะให้ความสำคัญกับความสดใหม่และปราศจากสารปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ทำให้สินค้าที่ได้รับความนิยมในตลาดส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มสินค้าอาหารแช่เย็นซึ่งมีอายุการเก็บรักษาที่ค่อนข้างสั้นและเป็นอุปสรรคสำคัญในการขยายตลาดสำหรับผู้ประกอบการไทยซึ่งมีระยะทางการขนส่งที่ค่อนข้างไกล ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยจึงอาจจะพิจารณาพัฒนาสินค้าในรูปแบบแช่แข็งหรืออบแห้ง เช่น กุ้งจากพืชหมักปรุงรสแช่แข็ง และเนื้อแผ่นจากพืชอบแห้งแบบ Jerky เป็นต้น เพื่อคงคุณภาพสินค้าและยืดอายุการเก็บรักษาสินค้าให้นานขึ้น อีกทั้ง หากสามารถพัฒนาสินค้าให้มีรสชาติได้

4

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด



www.facebook.com/thaitrademiami/



[thaitrademiami33126](https://www.instagram.com/thaitrademiami33126)

ใกล้เคียงกับอาหารจากเนื้อสัตว์ รวมถึงได้รับตรารับรองสินค้าอาหารจากพืช (Certified Plant Based) โดยสมาคมอาหารจากพืช (Plant Based Foods Association) ในสหรัฐฯ ก็น่าจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นในตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคในตลาดได้

ในระยะยาวตลาดสินค้าอาหารจากพืชน่าจะขยายตัวเป็นสินค้าในตลาดกระแสหลักเช่นเดียวกับกลุ่มสินค้าอาหารเกษตรอินทรีย์ หากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสินค้าอาหารจากพืชไทยสามารถเข้าตลาดและครองตลาดได้ก่อนประเทศคู่แข่งจะช่วยให้สามารถรักษาตลาดได้ในระยะยาว ดังนั้น การพิจารณาดำเนินโครงการประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารจากพืชไทยในตลาดอย่างต่อเนื่องควบคู่กับกิจกรรมประชาสัมพันธ์อื่น ๆ เช่น กิจกรรมประชาสัมพันธ์สินค้าอาหารไทยผ่านโครงการ Thai Select และกิจกรรมประชาสัมพันธ์อาหารแห่งอนาคตไทยผ่านผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์และเซฟผู้มีชื่อเสียงในตลาดอย่างสม่ำเสมอน่าจะมีส่วนช่วยให้สินค้าอาหารจากพืชไทยสามารถเจาะตลาดและรักษาตลาดในสหรัฐฯ ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

ที่มา: สำนักข่าว CNBC และ Food Navigator - USA

เรื่อง: “Impossible Foods Launches Chicken Substitute in U.S. Restaurants” และ “Impossible Chicken Nuggets to Hit Retail and Foodservice Markets This Month as Plant-Based Chicken Category Heats Up”

โดย: Amelia Lucas และ Elaine Watson
สคต. ไมอามี /วันที่ 9 กันยายน 2564

Weekly News from Thai Trade Center-Miami

Disclaimer: ข้อมูลต่าง ๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายและการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองไมอามี จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใด ๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่บุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด

