

## เนื้อสัตว์จากพืชอินเดียนโตเร็วตามกระแสโลก โอกาสของไทยในการขยายตลาดไปยังแดนภารตะ

รายงาน UN Live Stock Long Shadow คาดการณ์ว่าเกษตรกรรมปศุสัตว์เชิงอุตสาหกรรมจะปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่าร้อยละ 14 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมดทั่วโลก ซึ่งมากกว่าภาคการคมนาคมโดยรวม ทั้งนี้ พื้นที่อุตสาหกรรมทั่วโลกมากกว่าร้อยละ 75 เป็นพื้นที่สำหรับการเลี้ยงปศุสัตว์ แต่สามารถผลิตโปรตีนได้เพียง 1 ใน 3 ของโปรตีนทั่วโลก เฉพาะในสหรัฐอเมริกา ปศุสัตว์บริโภคยาปฏิชีวนะมากกว่ามนุษย์ถึง 2 เท่าตัว หากเป็นเช่นนี้ต่อไป ผู้เชี่ยวชาญด้านการแพทย์คาดว่าปศุสัตว์จะเสียชีวิตจากการดื้อยาเกินกว่า 10 ล้านตัวต่อปีภายในปี 2593 หรือ 14 เท่าของอัตราการตายในปัจจุบัน เป็นอีกหนึ่งสาเหตุที่ทั่วโลกต้องสรรหาแหล่งโปรตีนทางเลือกแทนการบริโภคเนื้อสัตว์เพียงอย่างเดียว

ในปัจจุบัน ตลาดเนื้อสัตว์ทางเลือกทั่วโลกกำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว และคาดว่าจะมีมูลค่าถึง 350-400 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ภายในปี 2578 ส่วนในอินเดีย คาดว่าจะมีมูลค่าถึง 650-700 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทั้งยังมี การสำรวจพบว่าผู้บริโภคอินเดียร้อยละ 54 มีความคุ้นเคยกับเนื้อสัตว์จากพืช และเกือบร้อยละ 80 พร้อมทั้งจะลองตลาดเนื้อสัตว์ทางเลือกขยายตัวอย่างมากในปี 63 โดยมีสตาร์ทอัพด้านเนื้อสัตว์ทางเลือกกว่า 8 บริษัท จากทั้งหมด 21 บริษัท เปิดตัวในอินเดียในปี 2562-63 และมีผู้เล่นรายใหญ่ทั้งระดับนานาชาติและในประเทศทยอยตบเท้าเข้าสู่อุตสาหกรรมนี้ในปี 2563-64

ผู้เชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมของอินเดียกล่าวว่า ในจำนวนทั้งหมด 1.3 พันล้านคน ชาวอินเดียราวร้อยละ 71 เรียกตัวเองว่าเป็นผู้บริโภคเนื้อสัตว์ ซึ่งตรงข้ามกับความเชื่อที่ว่าชาวอินเดียส่วนใหญ่เป็นมังสวิรัต แต่ผู้บริโภคเนื้อสัตว์กลุ่มนี้บางคนมีความรู้สึกผิดและเลือกที่จะหลีกเลี่ยงการบริโภคเนื้อสัตว์ในวันสำคัญทางศาสนา นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยด้านรายได้ที่มีส่วนทำให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคอย่างอื่นแทนเนื้อสัตว์ จึงกล่าวได้ว่าตลาดเนื้อสัตว์ทางเลือกในอินเดียเริ่มเติบโตแล้วหลังจากใช้เวลาในการสร้างโอโคซิสเต็มมาหลายปี ตลาด “โปรตีนอัจฉริยะ” จะเปิดประตูให้แก่ธุรกิจนานาชาติจำนวนมากที่เห็นโอกาสในอินเดีย ซึ่งตลาดโปรตีนอัจฉริยะสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่ เนื้อสัตว์จากพืช เนื้อสัตว์การหมักดอง และเนื้อสัตว์เพาะเลี้ยง

อินเดียมีฐานผู้บริโภคขนาดใหญ่และกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านของกลุ่มผู้มีรายได้ ความเป็นเมือง และการใช้อินเทอร์เน็ต มีการคาดการณ์ว่าผู้บริโภคอินเดียจะใช้จ่ายไปกับอาหารสุขภาพราว 1.6 ล้านล้านเหรียญสหรัฐฯ ต่อปีภายในปี 2573 โดยมีปัจจัยเสริม ได้แก่ การขาดแคลนโปรตีนในครัวเรือน ความกังวลต่อภาวะโลกร้อน และผลกระทบต่อด้านห่วงโซ่อุปทาน

อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญกล่าวว่าอาหารมื้อหลักโดยทั่วไปของชาวอินเดียยังคงเป็นอาหารมังสวิรัต และคำจำกัดความของคำว่า “flexitarian” ของอินเดียต่างกับที่อื่น คือหมายถึงผู้ที่รับประทานเนื้อสัตว์บ้างเล็กน้อย ไม่ได้หมายถึงผู้รับประทานเนื้อสัตว์ทุกรูปแบบเหมือนในประเทศตะวันตกหรือจีน ทั้งยังมีส่วนเกี่ยวข้องกับระดับ

รายได้ ตลาดเนื้อสัตว์จากพืชจึงไม่ใช่ตลาดสำหรับผู้มีรายได้ต่ำสุด 1 พันล้านคนสุดท้าย ซึ่งรับประทานมังสวิรัตอยู่แล้ว แต่คือตลาดสำหรับกลุ่ม upwardly mobile หรือชนชั้นกลางที่วาดฝันสถานะทางสังคมที่สูงขึ้น

## ข้อมูลเพิ่มเติมและข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการไทย

Research and Markets คาดการณ์ว่าตลาดอาหารทดแทนเนื้อสัตว์ในอินเดียจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 7.48 ต่อปี จนมีมูลค่า 47.57 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2569 เนื้อสัตว์ทางเลือกในอินเดียส่วนใหญ่ทำมาจากการแปรรูปและผสมโปรตีนพืช เช่น ถั่วเหลือง ข้าวสาลี มันฝรั่ง ขนุน และถั่วพัลส์ เป็นต้น เข้ากับน้ำมันพืช แป้ง สารสกัดจากพืช และเครื่องปรุง เพื่อเลียนแบบเนื้อสัตว์ให้มากที่สุด ซึ่งรัฐบาลอินเดียก็พร้อมสนับสนุนอีโคซิสเต็มของธุรกิจเนื้อสัตว์ทางเลือกโดยการส่งเสริมการวิจัยในสถาบันวิจัยเนื้อสัตว์ 2 แห่ง ในเมืองมุมไบและไฮเดอราบัด ด้านผู้บริโภคอินเดียเองแม้จะบริโภคอาหารมังสวิรัตเป็นหลัก แต่ก็ให้ความสนใจเนื้อสัตว์จากพืชเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่เป็นผลมาจากประโยชน์ด้านสุขภาพ การป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรังต่างๆ รวมถึง COVID-19 ก็มีส่วนช่วยให้ชาวอินเดียหันมารับประทานเนื้อสัตว์ทางเลือกมากขึ้น เนื่องจากมองว่าอาหารเหล่านี้สามารถช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันได้

ในปัจจุบัน เนื้อสัตว์จากพืชในอินเดียกระจายอยู่ตามร้านค้าปลีก ร้านอาหาร โรงแรม และเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซต่างๆ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญมองว่าตลาดจะยังเติบโตได้ในระยะยาว เนื่องจากการขยายตัวของครัวกลาง (cloud kitchen) และแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร รวมถึงการผลักดันโดยบรรดาคงบอลลีวูด โดยกลุ่มผู้บริโภคที่คาดว่าจะส่งผลให้ตลาดเนื้อสัตว์ทางเลือกเติบโตต่อไป ได้แก่ กลุ่มมังสวิรัตและ flexitarian กลุ่มมิลเลนเนียลและผู้บริโภคอายุน้อย กลุ่มชนชั้นกลางในเขตเมือง กลุ่มผู้รักสุขภาพ กลุ่มผู้ขาดโปรตีน และกลุ่มผู้รับประทานเนื้อสัตว์ที่รู้สึกผิดต่อการบริโภคเนื้อสัตว์

สำหรับความท้าทายในการเข้าไปเจาะตลาดเนื้อสัตว์จากพืชในอินเดีย นั้น พบว่าราคาเนื้อสัตว์จากพืชยังคงมีราคาแพงกว่าเนื้อสัตว์ทั่วไป ผู้แปรรูปใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในการผลิต ภาชนะบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างสูง ห่วงโซ่อุปทานที่ยืดยาวและกระจัดกระจายที่ทำให้อาหารเน่าเสีย ผู้บริโภคบางส่วนขาดความตระหนักในสินค้าเนื้อสัตว์จากพืช และบางส่วนอาจไม่ยอมรับอาหารแปรรูปเท่าที่ควรเนื่องจากเชื่อว่าอาหารสดดีกว่า ผู้ประกอบการไทยด้านเนื้อสัตว์จากพืชที่ต้องการขยายตลาดไปยังอินเดียจึงต้องศึกษาเพิ่มเติมถึงพื้นที่ที่มีโอกาส พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มที่ต้องการและการประชาสัมพันธ์เพื่อให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างและสามารถแข่งขันกับผู้เล่นในประเทศได้

### อ้างอิง:

- CNBC TV 18, October 6, 2021. Global surge in plant-based, cultivated meat; Indian market sees substantial growth.
- USDA, May 7, 2021. India Emerges as a Burgeoning Market for Plant-based Meat Substitutes.



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

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงนิวเดลี | Thai Trade Center-New Delhi  
78 [Ground Floor], Paschimi Marg, Vasant Vihar, New Delhi, India 110057  
☎ : +91 1143268888 ✉ : thaitcnewdelhi@gmail.com 📱 : @thaitcnewdelhi