

เคเอฟซีบรรจุอาหาร PLANT-BASED เข้าในเมนูของร้าน



เคเอฟซี ตอบรับกระแสความนิยมอาหารเพื่อสุขภาพโดยประกาศเพิ่มอาหารที่ทำจากเนื้อไก่เทียมเข้าไปในเมนูอาหารของทางร้าน การเพิ่มเมนูครั้งนี้เกิดขึ้นจากความร่วมมือกับบริษัท บียอนด์มีท ซึ่งเป็นผู้ผลิตอาหาร plant-based รายใหญ่ในสหรัฐฯ โดยก่อนหน้านี้ทั้งเคเอฟซี และบียอนด์มีทได้มีการร่วมมือเพื่อพัฒนาและทดลองผลิตภัณฑ์เพื่อใช้ทดแทนเนื้อไก่มาเป็นเวลาหลายปีแล้ว โดยวัตถุดิบ plant-based ที่จะนำมาใช้นั้นจะให้เนื้อสัมผัสคล้ายอกไก่ มากกว่าที่จะเป็นเนื้อไก่บดอัดก้อนแบบนักเก็ต

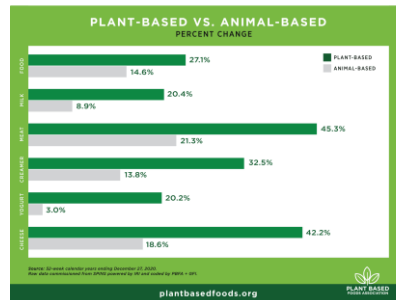
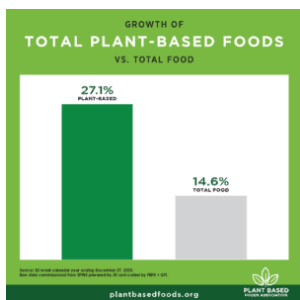
การทดลองผลิตภัณฑ์ของทั้งสองบริษัทนั้นเริ่มต้นในปี 2563 โดยเริ่มจากสาขาในเมืองแอตแลนต้า ผลปรากฏว่าสินค้าดังกล่าวขายหมดภายในเวลา 5 ชั่วโมง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่ออาหาร plant-based Kevin Hochman ประธานของเคเอฟซี เปิดเผยว่าการเพิ่มผลิตภัณฑ์ plant-based เข้าไปในเมนูของเคเอฟซีนั้นสอดคล้องกับกระแสความนิยมในช่วงเวลาขึ้นปีใหม่ที่ผู้บริโภคบางส่วนมีความตั้งใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการรับประทานอาหารของตนเอง เป็นที่น่าสังเกตว่าในปัจจุบันชาวอเมริกันหันมาให้ความสนใจกับการรับประทานอาหารแบบกึ่งมังสวิรัติ (flexitarian) ซึ่งเป็นการลดปริมาณการรับประทานเนื้อสัตว์ลงด้วยเหตุผลด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมจึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้อาหาร plant-based ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างมาก

ไม่เพียงแต่ความร่วมมือกับเคเอฟซีเท่านั้น แต่บียอนด์มีทได้ประกาศเป็นพันธมิตรกับร้านอาหารอื่นๆเมื่อปีที่ผ่านมามาเพื่อเป็นผู้จำหน่ายวัตถุดิบ plant-based เพื่อจำหน่ายในร้านต่างๆของ Yum Brand อาทิ Pizza Hut Taco Bell และ Chipotle โดยพุ่งเป้าหมายไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์ลง

ถึงแม้ว่าความร่วมมือกับร้านอาหารต่างๆในครั้งนี้จะสร้างโอกาสให้บียอนด์มีทในการขยายฐานเข้าสู่ผู้บริโภคในวงกว้าง อย่างไรก็ตามบริษัทยังคงคาดหวังว่าจะสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าจากร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดต่างๆที่มีความสนใจในอาหาร plant-based ให้ไปซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านค้าปลีกและซูเปอร์มาร์เก็ตมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการแสดงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่ออาหาร plant-based ได้อย่างชัดเจนมากขึ้น

ข้อคิดเห็นจาก สศต.

ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพในสหรัฐอเมริกามีแนวโน้มที่จะได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เห็นได้จากความต้องการอาหาร plant-based ในสหรัฐฯที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมา โดยในปี 2563 สินค้า Plant-based มีมูลค่าตลาดทั้งสิ้น 7 พันล้านดอลลาร์ หรือขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 27.0 เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดในปีที่ผ่านมาซึ่งถือว่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยอัตราการขยายตัวของตลาดสินค้าอาหารและเครื่องดื่มโดยรวมในสหรัฐฯ



หมวดหมู่อินค้าที่ครองสัดส่วนการตลาดสูงที่สุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์นมที่ทำมาจากพืช อาทิ อัลมอนด์ ข้าวโอ๊ต และ มะพร้าว โดยมียอดขายในปี 2563 มูลค่า 2.5 พันล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 35 ของตลาด plant-based ทั้งหมด รองลงมาได้แก่ ผลิตภัณฑ์เลียนแบบเนื้อสัตว์ มียอดขายในปี 2563 มูลค่า 1.4 พันล้านดอลลาร์ โดยมีอัตราการเติบโตจากปี 2562 ถึงร้อยละ 45.3 ซึ่งถือเป็นอัตราเติบโตมากที่สุด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าความนิยมอาหาร plant-based ในสหรัฐากำลังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมากในปัจจุบัน และเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ผลิตสินค้า plant-based ที่ต้องการขยายตลาดมายัง สหรัฐฯ

ที่มาของข้อมูล www.cnbc.com วันที่ 5 ม.ค. 2565

สคต. ณ นครนิวยอร์ก