

**ข่าวประชาสัมพันธ์**

**กรุงไทยชี้เทรนด์อาหารจากพืชต่อยอดธุรกิจอาหารไทย**

ศูนย์วิจัยธนาคารกรุงไทย ชี้เทรนด์ผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช (Plant-based Food) โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืชที่กำลังได้รับความนิยม เป็นโอกาสของธุรกิจอาหารในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และอัตรากำไรที่ดีขึ้นให้กับธุรกิจ รองรับพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและสวัสดิภาพสัตว์ คาดมูลค่าตลาด Plant-based Food ในไทยสามารถเติบโตได้เฉลี่ยถึงปีละ 10% หรือแตะระดับ 4.5 หมื่นล้านบาทในปี 2024 แนะผู้ประกอบการบุกตลาด B2B เป็นจุดแรก

**ดร.พชรพจน์ นันทรามาศ** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS ธนาคารกรุงไทย เปิดเผยว่า ผลิตภัณฑ์อาหารจากพืช (Plant-based Food) ซึ่งเป็นอาหารกลุ่มโปรตีนทางเลือก (Alternative Protein) ที่ใช้วัตถุดิบจากพืชที่ให้โปรตีนสูง เช่น ถั่ว เห็ด สาหร่าย ข้าวโอ๊ต อัลมอนด์ กำลังเป็นที่นิยมสำหรับผู้บริโภคที่รักการดูแลสุขภาพและผู้รับประทานมังสวิรัติแบบยืดหยุ่น (Flexitarian) หรือผู้ที่ทานเนื้อสัตว์ได้เป็นครั้งคราว และนวัตกรรมด้าน FoodTech ที่ก้าวหน้าทำให้อาหารมีความหลากหลาย รวมถึง บทเรียนจากโควิด-19 ที่มีผลต่อด้าน Food Security ส่งผลให้ Plant-based Food มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมอาหารของโลกมากขึ้น โดยธุรกิจ Plant-based Food ในประเทศไทยมีโอกาสในการสร้างอัตรากำไรที่ดีขึ้นจากเดิมที่ 2-10% ไปสู่ระดับ 10-35% และคาดว่ามูลค่าตลาดอาจแตะระดับ 4.5 หมื่นล้านบาทในปี 2024 หรือเติบโตเฉลี่ยปีละ 10%

“กลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารในกลุ่ม Plant-based Food ที่มีโอกาสเติบโตในไทย คือ ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) อาหารปรุงสำเร็จจากพืช (Plant-based Meal) และไข่จากพืช (Plant-based Egg) ซึ่งเป็นทางเลือกที่น่าสนใจของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมอาหาร โดยผู้ผลิตอาหารที่น่าจะมองหาโอกาสในการต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการในธุรกิจแปรรูปเนื้อสัตว์ และผลิตภัณฑ์จากปศุสัตว์ รวมทั้งผู้ประกอบการในธุรกิจผลิตอาหารสำเร็จรูปทั้งแบบพร้อมปรุงและพร้อมทาน”

**นายอภินันทร์ สู่ประเสริฐ** นักวิเคราะห์ กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ Beyond Meat และ Impossible Foods กลายเป็นผู้พลิกเกม หรือ Game Changer ที่สร้างเทรนด์ใหม่ให้กับอาหารของโลก โดยเป็นเนื้อสัตว์ที่ทำจากพืช (Plant-based Meat) ที่มีรสชาติ สีสัน และเนื้อสัมผัสเหมือนกับเนื้อวัวอย่างมาก ซึ่งตอบโจทย์ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ เม็ดเงินลงทุนของ Startup ในต่างประเทศกลุ่ม Bio-engineered Food เติบโตอย่างก้าวกระโดดถึงกว่า 3 พันล้านดอลลาร์ฯ ในปีนี้ สะท้อนให้เห็นว่าตลาดนี้มีความน่าสนใจอย่างมาก

“ผลิตภัณฑ์ Plant-based Food ที่มีความแปลกใหม่ สามารถให้รสชาติ กลิ่นและสีสัน เหมือนกับผลิตภัณฑ์จากสัตว์มากขึ้น จะยิ่งช่วยผลักดันให้ตลาดอาหารเจในไทยเติบโตและได้รับความสนใจมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่ให้ความสำคัญกับรสชาติและความหลากหลายของอาหารเจ โดยประเมินว่าผลิตภัณฑ์ Plant-based Food ทำให้จำนวนคนไม่บริโภคเนื้อสัตว์ในประเทศไทยเพิ่มขึ้นได้อีกมากจากในปี 2017 ซึ่งอยู่ที่เพียง 7 ล้านคน หรือคิดเป็นแค่ 12% ของประชากร”

**นางสาวพิมฉัตร เอกฉันท์** นักวิเคราะห์ กล่าวเสริมว่า การทำตลาด Plant-based Food ในไทย คาดว่าจะเริ่มต้นจากตลาด B2B (Business-to-Business) ระหว่างผู้ผลิต Plant-based Food กับร้านอาหาร เพื่อนำไปประกอบอาหารเป็นเมนูทางเลือกให้กับลูกค้าที่รักสุขภาพ โดยเห็นได้ชัดในต่างประเทศ ที่ร้านอาหารประเภทจานด่วนมีเมนูเป็น Plant-based Food เพิ่มขึ้น เช่น ในสหรัฐฯ ที่สัดส่วนจำนวนเมนูที่เป็น Plant-based Food ต่อจำนวนเมนูทั้งหมด เพิ่มขึ้นจาก 1.9% ในปี 2008 เป็น 11.2% ในปี 2018 ดังนั้น จึงแนะนำให้ผู้ประกอบการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ Plant-based Food มองตลาดแบบ B2B เป็นจุดเริ่มต้นในการทำตลาดผลิตภัณฑ์

ทีม Marketing Strategy / โทร. 0-2208-4174-8 / 24 พฤศจิกายน 256