

ตลาดเครื่องดื่มน้ำผลไม้ในสหราชอาณาจักร

1. ภาพรวมตลาด

- จากการสำรวจของ Mintel บริษัทผู้จัดทำข้อมูลด้านการตลาดชั้นนำของโลก พบว่า ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ชาวอังกฤษมีแนวโน้มให้ความสำคัญกับอาหารธรรมชาติ (natural) อาหารเพื่อสุขภาพ (healthy) ที่มีคุณภาพสูง (high quality) เพิ่มขึ้นมาก ส่งผลให้ตลาดเครื่องดื่มน้ำผลไม้ (fruit juice) มีการขยายตัวสูงมาก โดยมีมูลค่าประมาณ 3 พันล้านปอนด์ในปี 2009 นอกจากนี้ รสนิยมของชาวอังกฤษเปลี่ยนแปลงไปโดยชมชอบรสชาติอาหารที่มีความแปลกใหม่แบบ exotic มากขึ้น จากเดิมที่ดื่มน้ำส้ม grape fruit และน้ำมะเขือเทศเป็น starter เป็นหลัก ปัจจุบัน น้ำส้ม (orange juice) และน้ำแอปเปิ้ล ได้รับความนิยมมากที่สุด ส่วนน้ำผลไม้ประเภท exotic fruit juice อื่นๆ ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นมาก

- อนึ่ง ก่อนที่สหราชอาณาจักรจะเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปี 2009 ชาวอังกฤษที่บริโภคน้ำผลไม้แบบ 100% มีประมาณร้อยละ 26 โดยผู้บริโภคเหล่านี้ไม่ค่อยเกี่ยงเรื่องราคา แต่ให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการมากกว่า ประมาณร้อยละ 21 ดื่มน้ำผลไม้ในช่วงอาหารเช้า และส่วนใหญ่ดื่มน้ำผลไม้ในช่วงอาหารเย็นแม้กระทั่งดื่มเป็น mixer ของเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ทั้งนี้ ผลของเศรษฐกิจตกต่ำทำให้ผู้บริโภคลดการซื้อสินค้าที่ไม่จำเป็นลงและให้ความสำคัญกับราคามากขึ้น และหันไปซื้อน้ำผลไม้ประเภท juice drinks ที่มีราคาถูกกว่ามากขึ้น สำหรับปี 2010-2014 คาดว่า ตลาดเครื่องดื่มน้ำผลไม้และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจะมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างต่ำ โดยในปี 2010 คาดว่าจะหดตัวเล็กน้อย และกลับมาขยายตัวในปี 2011 เมื่อสถานการณ์เศรษฐกิจดีขึ้น และในปี 2012 ซึ่งสหราชอาณาจักรจะเป็นเจ้าภาพเกมส์โอลิมปิก คาดว่า ตลาดและอุตสาหกรรมน้ำผลไม้จะมีการขยายตัวสูง

- ปัจจุบัน ในสหราชอาณาจักร มีการเปิดร้านขายผลไม้ประเภท juice bar จำนวนมาก ที่ประสบความสำเร็จมาก คือ ร้าน Crussh Juice Bars (www.crussh.com) มีสาขาถึง 23 แห่ง ตั้งอยู่ในลอนดอนทั้งหมด (ยกเว้น 1 สาขาใน Kent) โดยมีการเลือกสถานที่ตั้งได้ตรงกับลูกค้า มีทั้งที่เป็นร้านแบบ stand alone ในย่านที่มีนักท่องเที่ยว ถิ่นคนทำงานระดับบนจำนวนมาก ย่าน High Street (ได้แก่ Oxford Street; Notting Hill; Mayfair; Soho; High Street Kensington เป็นต้น) รวมทั้งในห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงลอนดอน เช่น West Field และศูนย์แสดงสินค้าในลอนดอนด้วย ทั้งนี้ ร้าน Crussh มีขายทั้งน้ำผลไม้ผสมปั่นแบบ smoothies และน้ำผลไม้คั้น นอกจากนี้ ยังขายเครื่องดื่มชา กาแฟ และอาหารเพื่อสุขภาพแบบง่ายๆ เช่น ซุป salad แซนวิช sushi ขนม และ snacks เป็นต้น

2. การนำเข้า

2.1 การนำเข้าผลไม้จากทั่วโลก

-สถิติการนำเข้าผลไม้สดของสหราชอาณาจักรจากทั่วโลก สะท้อนให้เห็นความนิยมผลไม้ประเภทต่างๆในสหราชอาณาจักร โดยผลไม้ที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ กลิ้วย ทั้งนี้ ผลไม้ 4 ชนิด คือ กลิ้วย องุ่น ส้ม และแอปเปิ้ล รวมกันมีส่วนแบ่งตลาดประมาณร้อยละ 50 ส่วนผลไม้ประเภท exotic ที่ได้รับความนิยมสูงสุด คือ กลิ้วย สับปะรด มะม่วง/มังคุด/ฝรั่ง และแตงโม

ตาราง 1 : มูลค่าการนำเข้าผลไม้จากทั่วโลกแยกตามประเภทผลไม้ หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ

ประเภทผลไม้	ปี 2552	ปี 2552 (ม.ค.-มิ.ย.)	ปี 2553 (ม.ค.-มิ.ย.)	% change
1. กลิ้วย	731.47	348.11	378.22	+8.65
2. องุ่น	559.01	253.44	307.30	+21.25
3. ส้ม	499.73	256.28	279.57	+9.08
4. แอปเปิ้ล	498.48	302.22	269.38	-10.86
5. สตรอเบอร์รี่	153.16	103.17	96.31	-6.65
6. ลูกแพร์	154.91	98.17	80.32	-18.19
7. สับปะรด	135.93	66.72	77.11	+15.58
8. Cran-Blueberry	78.36	46.11	67.96	+47.39
9. Melon	140.86	64.95	67.75	+4.3
10. ลูกพีช	90.89	40.75	46.13	+13.20
11. มะม่วง/มังคุด/ฝรั่ง	76.92	38.60	41.75	+8.15
12. เชอร์รี่	69.55	34.81	33.62	-3.42
13. อาโวคาโด	64.05	30.37	29.77	-1.95
14. nectarines	73.23	20.94	23.81	+13.71
15. กีวี	43.60	28.46	20.50	-27.95
16. แตงโม	35.92	17.68	20.48	+15.84
17. เกรปฟรุ้ต	30.25	16.01	17.92	+11.89
รวม	4,632.60	2,288.65	2,478.61	+8.30

แหล่งที่มา : World Trade Atlas

สหราชอาณาจักรเป็นประเทศผู้นำเข้าผลไม้สุก โดยในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2553 สหราชอาณาจักรนำเข้าผลไม้จากทั่วโลกมูลค่ารวมทั้งสิ้น 2,478.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.30 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า ในขณะที่มีการส่งออกผลไม้มูลค่าเพียง 128.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

2.2 การนำเข้าผลไม้ของสหราชอาณาจักรจากทั่วโลก

หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเภท	ปี 2552 (มค.-มิย.)	ปี 2553 (มค.-มิย.)	% change
1. น้ำส้มที่ไม่ใช่แบบแช่แข็ง	191.03	169.37	-11.34
2. น้ำผลไม้ผสม (mix)	55.16	67.28	+21.99
- น้ำผลไม้ผสมระหว่างน้ำส้ม citrus กับ tropical juices	19.63	19.13	-2.54
- น้ำผลไม้ผสมระหว่างน้ำส้ม citrus กับน้ำสับปะรด	8.48	13.26	+56.40
3. น้ำแอปเปิ้ล	68.13	64.00	-6.07
4. น้ำผลไม้อื่นๆที่ไม่ใช่ผลไม้รวม เช่น น้ำ tropical fruit น้ำเชอร์รี่ น้ำลูกแพร์	46.13	44.70	-3.09
- น้ำ tropical fruit	9.82	11.22	+14.25
5. น้ำส้มแบบแช่แข็ง	27.29	24.97	-8.50
6. น้ำสับปะรด	12.42	15.79	+27.13
7. น้ำองุ่น	12.53	14.07	+12.29
8. น้ำ grapefruit	8.81	10.05	+14.07
รวม	441.75	427.89	-3.14

แหล่งที่มา : World Trade Atlas

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2553 สหราชอาณาจักรนำเข้าผลไม้จากทั่วโลกมูลค่า 427.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 3.14 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยน้ำส้มมีสัดส่วนการนำเข้าสูงสุด ตามด้วยน้ำผลไม้รวม และน้ำแอปเปิ้ล ในส่วนของแหล่งนำเข้า อันดับ 1 คือ เบลเยียม (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 23.51) ตามด้วย สเปน (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22.82) เนเธอร์แลนด์ (ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.55) เยอรมัน บราซิล ออสเตรเลีย ตามลำดับ การนำเข้าจากไทยอยู่ในอันดับที่ 21 ด้วยส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 0.21

2.3 การนำเข้าผลไม้จากไทย

สหราชอาณาจักรนำเข้าผลไม้สดจากไทยมูลค่า 1.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2553 ลดลงร้อยละ 17.09 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยผลไม้สดนำเข้าในอันดับ 1 คือ ผลไม้ในกลุ่มมะขามสด/ลิ้นจี่/ขนุน/เสาวรส/มะเฟือง/แก้วมังกร ตามด้วยมะม่วง/มังคุด/ฝรั่ง มะละกอ กัลฉ่าย และทุเรียน ตามลำดับ

ผลไม้กระป๋องนำเข้าจากไทยมีมูลค่า 15.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.71 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยสับปะรดกระป๋องมีมูลค่าการนำเข้าในอันดับ 1 ที่ 8.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.37 ไทยครองส่วนแบ่งตลาดในอันดับ 1 ตามด้วยฟิลิปปินส์

2.4 การนำเข้าผลไม้จากไทย

ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2553 สหราชอาณาจักรมีการนำเข้าผลไม้จากไทยเพียง 0.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 117.48 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยร้อยละ 88 ของน้ำผลไม้นำเข้าเป็นน้ำสับปะรด ด้วยมูลค่าการนำเข้า 0.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 600 ทั้งนี้ แหล่งนำเข้าน้ำสับปะรดของสหราชอาณาจักรในอันดับ 1 คือ เนเธอร์แลนด์ ตามด้วยไทย ไอร์แลนด์ และออสเตรเลีย

3 ช่องทางการจำหน่าย

-ซูเปอร์มาร์เก็ตยังคงเป็นช่องทางจำหน่ายหลักของน้ำผลไม้ อย่างไรก็ตาม การขายน้ำผลไม้ในผับ และร้านอาหารมีอัตราการขยายตัวสูงจากการที่ผู้บริโภคมีแนวโน้มให้ความสนใจกับสุขภาพมากขึ้น ซึ่งกระแสความนิยมดังกล่าว ทำให้ตลาดน้ำผลไม้มีศักยภาพในการขยายตัวเพิ่มขึ้น และส่งผลให้มีการเปิดร้านขายน้ำผลไม้ประเภท juice bar เป็นจำนวนมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา

-น้ำผลไม้ที่ขายในห้างซูเปอร์มาร์เก็ต ส่วนใหญ่จะอยู่ภายใต้เครื่องหมายการค้า Tropicana (ถูกซื้อกิจการไปโดย Pepsi) ซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้าชั้นนำที่ผู้บริโภคให้การยอมรับในคุณภาพที่สูงระดับ premium และอีกส่วนหนึ่งจะเป็น in house brand ของห้างนั้นๆ ในราคาที่ถูกลงกว่า นอกจากนี้ ก็จะมีน้ำผลไม้ประเภท smoothies ซึ่งมีเครื่องหมายการค้า Innocent (ถูกซื้อหุ้นข้างมากไปโดย Coca Cola) ทั้งนี้ การที่ Tropicana เป็นผู้นำตลาดน้ำผลไม้ระดับ premium ในสหราชอาณาจักร เป็นเหตุผลหนึ่งที่อธิบายสัดส่วนสูงสุดของการนำเข้าผลไม้จากเบลเยียม เนื่องจากโรงงานผลิตกล่อง (packaging) ของ Tropicana ในยุโรปนั้น ตั้งอยู่ที่เบลเยียม ซึ่งจะมีการนำเข้าผลไม้ Tropicana จากสหรัฐฯและบราซิลมาบรรจุเพื่อจัดจำหน่ายไปทั่วยุโรป

4 ข้อสังเกต/ข้อคิดเห็นของสำนักงานฯ

แม้ว่า สถิติการนำเข้าผลไม้ที่เป็น tropical fruit ของสหราชอาณาจักรจากทั่วโลก ทั้งที่เป็นน้ำผลไม้แบบผสม (mix) และน้ำผลไม้แบบไม่ผสม (not mixed) มีการขยายตัวสูง โดยเฉพาะน้ำสับปะรด ซึ่งใช้เป็นส่วนผสมกับน้ำผลไม้อื่น และเป็นน้ำสับปะรดอย่างเดียว โดยสะท้อนรสนิยมของชาวอังกฤษที่มีแนวโน้มชอบรสชาติผลไม้ exotic มากขึ้น และเปิดกว้างสำหรับรสชาติใหม่ๆ แต่การนำเข้าผลไม้จากประเทศไทยยังมีสัดส่วนน้อยมากเทียบกับการนำเข้าผลไม้จากทั่วโลก ช่องทางสำคัญในการจำหน่ายน้ำผลไม้ไทย คือ ร้านอาหารไทยที่มีกว่า 1,500 ร้านในสหราชอาณาจักร ผับอังกฤษซึ่งมักมีเมนูอาหารไทยเสิร์ฟพิเศษ ทั้งนี้ การจำหน่ายผ่านซูเปอร์มาร์เก็ต และ juice bar ยังมีจำกัด

5 กิจกรรมส่งเสริมการขายผลไม้สดของ สคร. ณ กรุงลอนดอน

ในปี 2553 สคร. ณ กรุงลอนดอน ได้ดำเนินกิจกรรมส่งเสริมการขาย (in store promotion) สินค้าอาหาร/ผักและผลไม้สดของไทยร่วมกับห้างซูเปอร์มาร์เก็ต และห้างสรรพสินค้าชั้นนำในสหราชอาณาจักร 3 แห่งด้วยกัน คือ ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Whole Food Markets ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Tesco และห้างสรรพสินค้า Harrods โดยผลไม้ไทยที่ขายดีที่สุดในกิจกรรมทั้ง 3 แห่ง คือ มะม่วง มังคุด และแก้วมังกร โดย สคร. ได้มีการจัดทำ information leaflet เกี่ยวกับคุณประโยชน์ทางโภชนาการ และวิธีการรับประทานของผลไม้ไทย รวมทั้งตำราสูตรการทำเครื่องดื่มสุขภาพจากผลไม้ไทยแจกให้แก่ลูกค้า รวมทั้งให้มีการชิมผลไม้ ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์ผลไม้ไทยให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภคอังกฤษโดยตรง โดยเฉพาะการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับคุณค่าโภชนาการ และวิธีการรับประทาน ส่งผลเป็นการส่งเสริมการขายตลาดสินค้าผลไม้ของไทยเข้าสู่ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Mainstream ในสหราชอาณาจักร

6. งานแฟร์ที่เกี่ยวข้อง

งาน Natural & Organic Products Europe จัดเป็นประจำทุกปี โดยในปี 2554 จะจัดระหว่างวันที่ 3-4 เมษายน 2554 ณ ศูนย์แสดงสินค้า Olympia กรุงลอนดอน

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน

กันยายน 2553