

แนวโน้มความนิยม Plant-Based ในสหราชอาณาจักร



ยอดขายผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ในสหราชอาณาจักรลดลงร้อยละ 13.6 จากปี 2565 ที่ผ่านมา โดยความต้องการผลิตภัณฑ์ทดแทนเนื้อสัตว์ประเภท Vegan ในสหราชอาณาจักรหยุดชะงักลง เนื่องจากผู้บริโภคหันกลับมารับประทานเนื้อสัตว์แทน โดยแบรนด์ Beyond Meat ซึ่งเป็นแบรนด์สินค้าอาหาร Vegan ในสหราชอาณาจักรเปิดเผยว่ารายได้ของบริษัทลดลง ร้อยละ 9 ส่งผลให้บริษัทต้องลดจำนวนพนักงานถึงหนึ่งในห้า ในขณะที่ห้างซูเปอร์มาร์เก็ตรายใหญ่ เช่น Tesco, Asda, Sainsbury's และ Morrisons ได้ลดจำนวนสินค้าอาหาร Vegan ที่จำหน่ายลงร้อยละ 10 นอกจากนี้ร้าน Pret A Manger ซึ่งเป็นร้านจำหน่ายแซนด์วิชแบบสาขา ได้ปิดตัวร้านจำหน่ายแซนด์วิชแบบมั่งสวิรติลงถึงร้อยละ 75 ของจำนวนร้านทั้งหมดตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา

ในทางตรงกันข้าม เทรนด์อาหารใหม่ เช่น smashed burgers ได้ผลักดันให้การบริโภคเนื้อสัตว์ในสหราชอาณาจักรเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยร้านอาหารชื่อดัง เช่น Supernova, Bleecker Burger, Black Bear Burger และ Beefy Boys ต่างตอบรับเทรนด์นี้ และมีกลุ่มลูกค้าให้การตอบรับเป็นอย่างดี นอกจากนี้ จากการศึกษาของ Statista พบว่าชาวสหราชอาณาจักรบริโภคเนื้อสัตว์โดยเฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นเป็น 61.7 กิโลกรัมในปี 2565 จาก 55.8 กิโลกรัมในปี 2555

ผู้จัดงาน Meatopia ซึ่งเป็นงานเทศกาลเนื้อสัตว์ประจำปีเห็นว่า ขณะนี้ในสหราชอาณาจักรมีแบรนด์เบอร์เกอร์เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก โดยแบรนด์เบอร์เกอร์เหล่านี้มีแนวทางปฏิบัติเลือกเนื้อสัตว์จากฟาร์มที่ให้ความสำคัญเรื่องความยั่งยืนและจากผู้ผลิตในท้องถิ่นมากขึ้น

ที่มา: The Telegraph และ Grocery Gazette

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

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

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนพบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

สำนักงานส่งเสริมการค้าใน
ต่างประเทศ ณ กรุงลอนดอน
11 Hertford Street, Mayfair,
London W1J 7RN

Phone : +44 207 4935749

e-Mail :
info@thaitradelondon.com

ข้อมูลเพิ่มเติม/ ความเห็น สคต.

ยอดขายผลิตภัณฑ์ Vegan ลดลงในปี 2565 ที่ผ่านมา โดยผู้บริโภคหันกลับมาบริโภคเนื้อสัตว์มากขึ้น โดยวิกฤตค่าครองชีพในสหราชอาณาจักรมีผลกระทบอย่างมากต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยยอดขายที่ลดลงของผลิตภัณฑ์ Plant Based ไม่ได้เกิดจากความสนใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ Plant Based ลดลง แต่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ต้องการหาสินค้าอาหาร Plant Based ที่มีราคาพอเหมาะ หรือสินค้าอื่นที่ใช้ทดแทนเพื่อลดค่าใช้จ่าย โดย สคต. เห็นว่าสินค้าอาหาร Plant-Based ยังคงมีโอกาสในการขยายตลาดใน สหราชอาณาจักรในกลุ่มผลิตภัณฑ์นมจากพืช ซีส โยเกิร์ต อย่างไรก็ตามราคาสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเข้ามาทำตลาดในสหราชอาณาจักรในช่วงวิกฤตค่าครองชีพ ผู้ประกอบการไทยอาจพิจารณาความร่วมมือในการเข้าตลาดสหราชอาณาจักรโดยผ่านการสินค้า OEM เนื่องจากสินค้า Plant-Based ที่เป็น Own label มียอดขายสินค้าสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สรุปโดย สคต. ลอนดอน