

ข้อมูลตลาดผักและผลไม้สดในสหราชอาณาจักร

1. ภาพรวมตลาด

จากข้อมูลของ Mordor Intelligence ตลาดผักและผลไม้สดของสหราชอาณาจักรในปี 2568 มีมูลค่าประมาณ 18,300 ล้านดอลลาร์สหรัฐและคาดการณ์ว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็น 19,020 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2569 โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสะสมต่อปี (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 3.95 ในช่วงปี 2569-2574 ในส่วนของการนำเข้าสินค้ากลุ่มผัก ผลไม้สดจากประเทศไทยปี 2568 พบว่ามีมูลค่ารวมสูงถึง 44.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทสำคัญของผลิตผลไทยในฐานะสินค้าพรีเมียมที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง

(ที่มา: <https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/united-kingdom-fruits-and-vegetables-market>)

การขยายตัวของตลาดผักและผลไม้สดไทยในสหราชอาณาจักรมีปัจจัยหลักมาจากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญของคุณภาพของผักและผลไม้สด โดยเฉพาะกลุ่มผลไม้เมืองร้อนและผักสดที่มีคุณลักษณะโดดเด่นทางโภชนาการ และรูปลักษณ์ที่แปลกใหม่ สวยงามกว่าผักผลไม้ท้องถิ่น เพื่อตอบสนองกระแสอาหารเพื่อสุขภาพและการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในกลุ่มคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลงสู่วิถีการกินพืชเป็นหลัก ทำให้ผู้บริโภคเน้นการบริโภคผักผลไม้สดแทนเนื้อสัตว์แปรรูป รวมถึงกระแสนิยมรสชาติอาหารพืชนั้น เป็นปัจจัยผลักดันให้ผักและผลไม้ไทยกลายเป็นวัตถุดิบทางเลือกสำคัญในครัวเรือนและธุรกิจบริการอาหาร ส่งผลให้ความต้องการสินค้าสดจากไทยขยายตัวจากการเป็นเพียงสินค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche) เข้าสู่ตลาดกระแสหลักอย่างมีนัยสำคัญในปัจจุบัน

ข้อมูลการนำเข้าผลไม้สดจากประเทศไทยที่สำคัญของสหราชอาณาจักร ปี 2568

อันดับ	รหัสศุลกากร	รายละเอียดสินค้า	มูลค่าการนำเข้า (เหรียญสหรัฐ)	ปริมาณการนำเข้า (ตัน)
1	0804	อินทผลัม, มะเดื่อ, สับปะรด, อะโวคาโด, ฝรั่ง, มะม่วง	12 ล้าน	1,700
2	0810	ทุเรียน ลำไย ลิ้นจี่ เงาะ ลำไยสด มะเฟือง ขนุน มะขาม แก้วมังกร ละมุด ทับทิม	8.4 ล้าน	1,200
3	0801	มะพร้าว	1.2 ล้าน	607

4	1211	พืชสมุนไพร (ขิง ข่า ตะไคร้ เป็นต้น)	791,000	182
5	0709	พริกสด กะเพรา โหระพา ผักชี	937,000	144

ที่มา ITC Trade Map

ตัวอย่างสินค้าประเภท ผักไทย

สินค้า	รายละเอียด	ราคา
	Fragrant Thai Herb Mix - 450 กรัม (Ginger, Coriander, Lemongrass, Garlic, Thai Basil, Chilli, Lime Leaf)	2.50 ปอนด์
	Thai Basil - 25 กรัม	1.00 ปอนด์
	Cooks' Ingredients Mixed Thai Chillies – 30 กรัม	1.40 ปอนด์
	Cooks' Ingredients Thai Herb Kit – 75 กรัม (A selection of ginger, lemongrass, chillies, coriander, Thai basil, garlic and lime leaves)	2.10 ปอนด์

ตัวอย่างสินค้าประเภท ผักผลไม้ไทย

สินค้า	รายละเอียด	ราคา
	No.1 Speciality Mango	3.75 ปอนด์
	Fresh Thai Dragon Fruit (Pitaya)	7.99 ปอนด์
	Fresh Thai Jack Fruit (Jackfruit) – 250g	6.99 ปอนด์
	Mangosteens 3 pack	5.95 ปอนด์
	Mahachanok Mango – 1.5kg	14.99 ปอนด์

2. แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

2.1 การขยายตัวของกลุ่มบริโภคพืชเป็นหลักและการดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน (Plant-based and Health-driven Consumption)

พฤติกรรมผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักรมีการปรับเปลี่ยนจากการบริโภคเนื้อสัตว์ เนื้อสัตว์จำลอง (Meat Analogs) มาเป็นการบริโภคอาหารจากพืชในรูปแบบธรรมชาติมากขึ้น ส่งผลให้ผักและผลไม้ไทยถูกยกระดับสู่การเป็น "อาหารฟังก์ชัน" (Functional Food) ที่มีสรรพคุณเฉพาะทาง ส่งเสริมสุขภาพร่างกาย หรือช่วยป้องกันโรค โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับค่าสารต้านอนุมูลอิสระและวิตามินสูง อาทิ การใช้มะละกอและสับปะรดไทยเพื่อช่วยระบบย่อยอาหารและเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน มะม่วงที่มีเบต้าแคโรทีนสูง ช่วยบำรุงสายตาและลดความเสี่ยงโรคที่เกี่ยวข้องกับสายตา และซิงก์ที่นิยมใส่ในอาหารและผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ช่วยต้านจุลินทรีย์ บรรเทาอาการหวัด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคกว่ามีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการกินเพื่อสุขภาพอย่างยั่งยืนในระยะยาว

2.2 อิทธิพลของกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่และการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์

กลุ่มคนรุ่นใหม่ เป็นปัจจัยหลักที่ขับเคลื่อนตลาดผ่านการรับซื้อและกระแสนสื่อสังคมออนไลน์ เช่น TikTok และ Instagram โดยรูปลักษณ์และสีสันที่โดดเด่นของผักและผลไม้ไทย อาทิ แก้วมังกร ทุเรียน มังคุด และเงาะ ถูกนำเสนอในแง่ของผลไม้ที่มีความแปลกใหม่ สีสันสวยงาม มีความแตกต่างชัดเจนจากผลไม้ท้องถิ่นอย่างชัดเจน ส่งผลให้ได้รับความนิยมสูงและกระตุ้นให้ผู้บริโภคอยากทดลองชิมเมื่อรับชมสื่อดังกล่าว นอกจากนี้ พฤติกรรมการบริโภคของคนรุ่นใหม่ยังมุ่งเน้นความสะดวกสบาย โดยมีความต้องการผลิตภัณฑ์ในรูปแบบพร้อมรับประทาน (Ready-to-eat) หรือหรือบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กสำหรับบริโภคคนเดียว (Single-serve) ที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตที่เร่งรีบแต่ยังต้องการประสบการณ์การบริโภคที่พรีเมียม

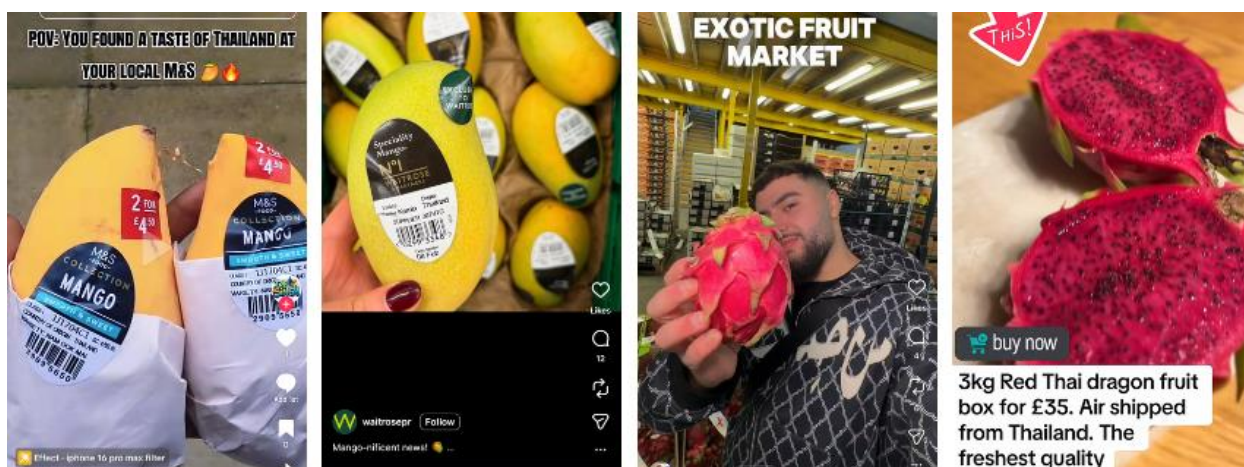


Image 1 : ผลไม้ไทยบนสื่อสังคมออนไลน์ในสหราชอาณาจักร



Image 2 : ผลไม้รูปแบบพร้อมทาน / บรรจุภัณฑ์ขนาดเล็ก

2.3 การปรับเปลี่ยนจากตลาดผักและผลไม้เฉพาะกลุ่มสู่ตลาดกระแสหลัก

แนวโน้มตลาดในปี 2569 แสดงให้เห็นว่าผักผลไม้เมืองร้อนของไทยไม่ได้ถูกจำกัดอยู่ในหมวดหมู่สินค้าแปลกใหม่ (Exotic) อีกต่อไป แต่ได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของรสชาติกระแสหลัก (Mainstream) ผ่านการผสมผสานในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มและขนมขบเคี้ยว (Hybrid Flavours) เช่น การนำเสาวรสหรือส้มจี๊ดไทยไปผสมในเครื่องดื่มเติมความสดชื่น หรือมีอกเทล ทั้งนี้ในปัจจุบัน กระเช้าผลไม้ไทยและผลไม้เมืองร้อน (Tropical Fresh Fruit Hamper) กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสหราชอาณาจักร ในฐานะทางเลือกใหม่สำหรับการมอบของขวัญระดับพรีเมียมเพื่อสุขภาพ แทนที่การมอบกระเช้าช็อกโกแลตหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์แบบดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในโอกาสวันเกิด การมอบของขวัญในนามองค์กร หรือการมอบของขวัญเพื่อเยี่ยมไข้และอวยพรให้หายจากอาการเจ็บป่วย การเพิ่มขึ้นของรสชาติผลไม้ไทยในอาหารและเครื่องดื่ม และสินค้าผลไม้ไทยสะท้อนถึงการยอมรับรสชาติไทยในวงกว้างทั่วสหราชอาณาจักร

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตลาดผลไม้ไทยและผลไม้เมืองร้อนในสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง คือการท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักรได้มีโอกาสได้รู้จักและลิ้มลองรสชาติผลไม้ไทย และสนใจเลือกซื้อผลไม้เหล่านี้หลังจากการท่องเที่ยว

ในส่วนของผักไทย ปัจจุบันผักไทยเป็นที่รู้จักในสหราชอาณาจักรมากขึ้นและได้กลายเป็นวัตถุดิบในอาหารผ่านกระแสการผสมผสานรสชาติ โดยมีการนำโหระพาไทย (Thai Basil) ไปใช้ร่วมกับวัตถุดิบอาหารตะวันตก เช่น การทำสลัดหรือพาสต้าเพื่อสร้างมิติของกลิ่นและรสชาติที่แปลกใหม่ รวมถึงกระแสความนิยมรสชาติแบบ

“Swicy” (Sweet & Spicy) ที่ส่งผลให้ความต้องการพริกสด ซึ่งของไทยเพิ่มขึ้นทั้งในอุตสาหกรรมอาหาร ขนมขบเคี้ยว และซอสปรุงรสที่มีรสชาติเผ็ดร้อนได้รับความนิยมมากขึ้น

Selection boxes and gift baskets

		
Exotic fruit selection box – deluxe £275.00 View details	Exotic fruit selection box – large £99.50 View details	Exotic fruit selection box – medium £59.50 View details
		
Exotic fruit basket – deluxe £325.00 View details	Exotic fruit basket – medium £75.00 View details	Exotic fruit basket – small £52.50 View details

Image 3 : ตัวอย่างเซตกระเช้าผลไม้ไทยและผลไม้เมืองร้อนบนเว็บไซต์ myexoticfruit.com

2.4 กระแสการบริโภคอาหารที่ไม่ผ่านการขัดสีและอาหารแปรรูปน้อย (Whole Food and Minimal Processing)

ผู้บริโภคชาวสหราชอาณาจักรมีแนวโน้มลดการบริโภคอาหารที่ผ่านการแปรรูปสูง (Ultra-processed foods) และหันมาเลือกซื้อผักสดในลักษณะ “Whole Vegetable” หรือผักที่ยังคงสภาพธรรมชาติเพื่อนำมาปรุงอาหารเองที่บ้าน เป็นปัจจัยที่ทำให้ผักสดและสมุนไพรไทย อาทิ พริกขี้หนู และตะไคร้ มียอดจำหน่ายที่มั่นคง เนื่องจากผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพและรสชาติที่แท้จริงมากกว่าสินค้ารูปแบบอบแห้งหรือผง อีกทั้งยังได้รับการยอมรับว่าเป็นวัตถุดิบสะอาด (Clean Label) ที่ปราศจากสารสารเคมีปรุงแต่ง ประกอบกับความนิยมในการประกอบอาหารไทยด้วยตนเองที่บ้านของชาวสหราชอาณาจักรที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผักสดและสมุนไพรไทยกลายเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ไม่สามารถทดแทนได้ ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยเติมเต็มรสชาติความอร่อยตามตำรับดั้งเดิม แต่ยังตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับโภชนาการและสุขภาพด้วย

3. กฎและระเบียบที่เกี่ยวข้อง

ข้อกำหนดด้านวัตถุอันตรายทางการเกษตร/สารเคมีตกค้าง (Pesticides)	การนำเข้าผักและผลไม้จากประเทศไทยเข้าสู่สหราชอาณาจักร จำเป็นต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านวัตถุอันตรายทางการเกษตรอย่างเคร่งครัด โดยมีหน่วยงาน Health and Safety Executive (HSE) เป็นผู้กำกับดูแล ซึ่งสินค้าทุกชนิดจะต้องมีปริมาณสารเคมีตกค้างไม่เกินค่า Maximum Residue Levels (MRLs) ที่กำหนดไว้ในทะเบียน <i>GB MRL Register</i> หากพบปริมาณเกินกำหนดสินค้าจะถูกปฏิเสธการนำเข้า ทำลาย หรือส่งกลับประเทศต้นทางทันที ข้อกำหนดและกฎระเบียบการใช้สารเคมี (HSE Pesticides): https://www.hse.gov.uk/pesticides/
การนำเข้า	การนำเข้าผักและผลไม้สดจากประเทศไทยเข้าสู่สหราชอาณาจักร อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของ Food Standards Agency (FSA) และ DEFRA โดยผู้นำเข้าและผู้ส่งออกต้องปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารอย่างเคร่งครัด ข้อมูลเพิ่มเติม Importing Fruit and Vegetables Guidance https://www.food.gov.uk/business-guidance/importing-fruit-and-vegetables
มาตรฐานการตลาดทั่วไป General Marketing Standard (GMS)	General Marketing Standard (GMS) หรือมาตรฐานการตลาดทั่วไป คือเกณฑ์คุณภาพขั้นพื้นฐานที่สหราชอาณาจักร บังคับใช้กับผักและผลไม้สดทุกชนิดที่นำเข้าและวางจำหน่าย หากสินค้านั้นไม่มีมาตรฐานเฉพาะ (Specific Marketing Standards - SMS) กำหนดไว้ GMS จะทำหน้าที่เป็นเกณฑ์ขั้นต่ำเพื่อรับประกันว่าสินค้ามีคุณภาพเหมาะสมแก่การบริโภค โดยกำหนดให้สินค้าต้องมีความสดใหม่ สภาพสมบูรณ์ ไม่เน่าเสีย สะอาด ปราศจากศัตรูพืช โรคพืช สารแปลกปลอม หรือกลิ่นผิดปกติ รวมถึงต้องระบุประเทศต้นทาง (Country of Origin) บนบรรจุภัณฑ์อย่างชัดเจน ข้อมูลเพิ่มเติม GOV.UK: Fresh Fruit and Vegetables Marketing Standards https://www.gov.uk/guidance/comply-with-marketing-standards-for-fresh-fruit-and-vegetables

British Retail Consortium Global Standards (BRCGS)	British Retail Consortium Global Standards (BRCGS) คือมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพอาหารในระดับสากลที่สมาคมผู้ค้าปลีกแห่งสหราชอาณาจักรกำหนดขึ้น ซึ่งเปรียบเสมือน "ใบผ่านทาง" สำคัญสำหรับผู้ส่งออกผักผลไม้ และผลิตภัณฑ์อาหารที่ต้องการนำสินค้าเข้าสู่ช่องทางห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำใน UK และยุโรป โดยมาตรฐานนี้เน้นการประเมินโรงงานและกระบวนการผลิตอย่างเข้มงวด ตั้งแต่ระบบการวิเคราะห์อันตรายและจุดควบคุมวิกฤต (HACCP) การบริหารจัดการคุณภาพ สุขอนามัยในสถานที่ผลิต การควบคุมปนเปื้อน ตลอดจนการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability) ของสินค้าเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้นำเข้าและผู้บริโภคว่าสินค้าทุกล็อตมีความปลอดภัย ปฏิบัติตามกฎหมาย และมีคุณภาพได้มาตรฐานสม่ำเสมอ ● ข้อมูลเพิ่มเติม https://www.brcgs.com/
--	---

4. งานแสดงสินค้าที่เกี่ยวข้อง

4.1 IFE (International Food & Drink Event)

เว็บไซต์ <https://www.ife.co.uk/>

4.2 Food & Drink Expo

เว็บไซต์ <https://www.foodanddrinkexpo.co.uk/>

4.3 Farm Shop & Deli Show

เว็บไซต์ <https://www.farmshopanddelishow.co.uk/>

5. ช่องทางการจำหน่ายสินค้าผักและผลไม้สด แบ่งเป็น

5.1 ผู้นำเข้าสินค้าผักและผลไม้ ได้แก่

- บริษัท Exotic Fruits - <https://exoticfruits.co.uk>
- บริษัท London Grocery - <https://londongrocery.net>
- บริษัท Fruit and Veg - <https://www.fruitandveg.co.uk/fresh-produce/fruit/exotic-fruit>
- บริษัท Minor, Weir and Willis Ltd - <https://www.mwww.co.uk>
- บริษัท Louis Konyn Ltd - <https://konyn.co.uk>
- บริษัท Wealmoor Ltd - <https://www.wealmoor.co.uk>

5.2 ตลาดค้าส่งสินค้าผักและผลไม้ (Wholesale Market) ได้แก่

- New Spitalfields Market - <https://newspitalfieldsmarket.co.uk/>
ค้นหารายชื่อบริษัทผู้นำเข้าได้จาก <https://newspitalfieldsmarket.co.uk/tenants-directory/>
- New Covent Garden Market - <https://newcoventgardenmarket.com/>
ค้นหารายชื่อบริษัทผู้นำเข้าได้จาก <https://newcoventgardenmarket.com/find-a-wholesaler>
- Western International Market- <https://westerninternational.co.uk/>
ค้นหารายชื่อบริษัทผู้นำเข้าได้จาก <https://www.londonwholesalemarkets.com/western.html>

5.3 ผู้นำเข้าสินค้าอาหาร Oriental Foods ได้แก่

- บริษัท Thai Tana - <https://thaitana.com>
- บริษัท Talard Thai - <https://talardthai.com>
- บริษัท Mr. Ince - <https://mrince.com>
- บริษัท Wing Yip - www.wingyip.com
- บริษัท Hoo Hing Ltd - <https://www.hoohing.co.uk>
- บริษัท Korea Foods UK - <https://www.koreafoods.co.uk>
- บริษัท Raya - <https://www.rayagrocery.com/>
- บริษัท Thai Fresh Direct - <https://thaifreshdirect.co.uk/>
- บริษัท Thai-Import - <http://www.thai-import.co.uk/en/>
- บริษัท Lung Wah Chong - <https://www.lungwahchong.com/thai>
- บริษัท Chatchawan UK - <https://www.chatchawan.co.uk/>

5.4 ห้างซูเปอร์มาร์เก็ต Mainstream

- Asda - <https://supplierportal.asda.uk/supplier>
- Aldi - <https://www.aldi.co.uk/corporate/suppliers/becoming-a-supplier>
- Co-op - <https://www.coop.co.uk/our-suppliers>
- Lidl - <https://corporate.lidl.co.uk/supplier-information>

- Morrisons - <https://www.morrisons-corporate.com/suppliers/supplying-morrisons/>
- Marks & Spencer - <https://corporate.marksandspencer.com/esg/suppliers>
- Ocado - <https://supplyocado.com/>
- Sainsbury's - https://help.sainsburys.co.uk/help/products/becoming_a_supplier
- Tesco - <https://www.tescopl.com/contacts/suppliers-sellers>
- Waitrose & Partners - <https://www.rangeme.com/waitrose>

หมายเหตุ ห้างซูเปอร์เก็ตจะพิจารณาสั่งซื้อสินค้าหากได้รับมาตรฐาน BRC (British Retail Consortium) certificate

6. ข้อคิดเห็นของสศต.

จากพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยผู้บริโภคหันมาเน้นการบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพเชิงป้องกัน เทรนด์อาหารแปรรูปน้อย และมองหาสินค้าที่ให้ความสะดวกสบายในการบริโภค นอกจากนี้ ผลไม้นำเข้าและผักสดไทยยังตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่ที่มาองหาประสบการณ์การบริโภคระดับพรีเมียมที่มีอัตลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านรูปลักษณ์และรสชาติ ส่งผลให้ตลาดสินค้าผักและผลไม้สดไทยในสหราชอาณาจักรมีการขยายตัวจากตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) เข้าสู่ตลาดกระแสหลักอย่างต่อเนื่อง

สศต. เห็นว่าเป็นโอกาสของผู้ส่งออกไทยในการขยายตลาดผักและผลไม้สดมายังสหราชอาณาจักร โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าผลไม้เมืองร้อนที่แตกต่างจากผลไม้ท้องถิ่น และผักสมุนไพรสดเชิงฟังก์ชันที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการประกอบอาหารเองที่บ้านอย่างไรก็ดี ผู้ประกอบการควรยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร และมาตรฐาน BRCGS รวมถึงทำการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความโปร่งใสของแหล่งกำเนิดสินค้า ซึ่งจะช่วยให้สินค้ามีความโดดเด่น และสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในตลาดสหราชอาณาจักร

Reference Link:

<https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/exotic-tropical-fruit/market-potential>

<https://oec.world/en/profile/hs/tropical-fruits?selector1013id=2024>

<https://oec.world/en/profile/bilateral-product/other-fruits/reporter/gbr?selector1151id=2024>