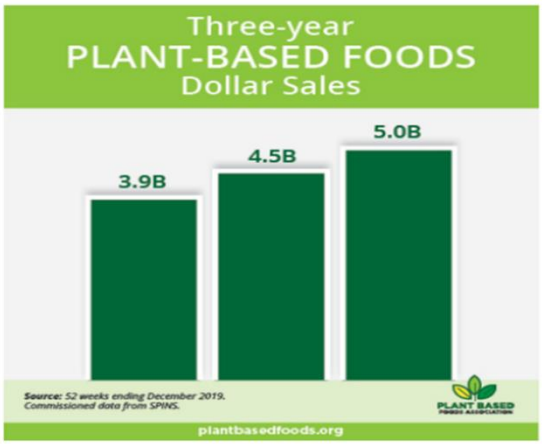
สินค้าอาหารที่ผลิตจากพืช (Plant Based Food) ในสหรัฐอเมริกา

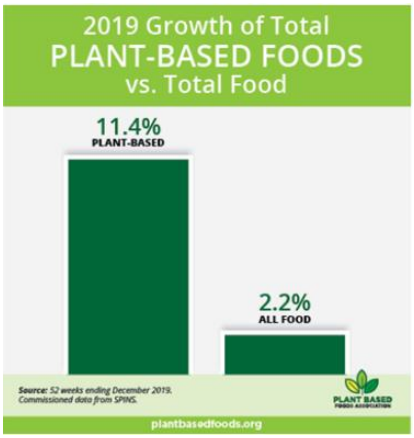
สินค้าอาหารที่ผลิตจากพืช (Plant Based Food)

สินค้าอาหารที่มาจากพืช (Plant-Based Foods) กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลายในสหรัฐฯ และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของผู้บริโภคคำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล นอกจากนี้ ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 พบว่าตลาดเนื้อสัตว์แบบดั้งเดิมในสหรัฐฯ กำลังเผชิญกับผลกระทบอย่างหนักโดยบริษัทใหญ่หลายแห่งได้หยุดการผลิต จึงทำให้ยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เทียมหรือเนื้อที่ผลิตจากพืชในร้านขายของชำเพิ่มขึ้นท่ามกลางการแพร่ระบาดดังกล่าว อนึ่ง คาดว่าความต้องการอาหารจากพืชของผู้บริโภคในสหรัฐฯ คาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกเนื่องจากการรับรู้ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคเกี่ยวกับความยั่งยืนและความปลอดภัยของอาหาร[1]

รูปที่ 1 แผนภูมิแสดงมูลค่าของยอดขายสินค้าที่มาจากพืช (Plant-Based Foods) ในช่วงระยะเวลา 3 ปี ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2560 - 2562



รูปที่ 2 แผนภูมิแสดงอัตราการเติบโตของยอดขายสินค้าที่มาจากพืช (Plant-Based Foods) เทียบกับยอดขายของสินค้าอาหารทั้งหมดของสหรัฐฯ ในปี พ.ศ. 2562



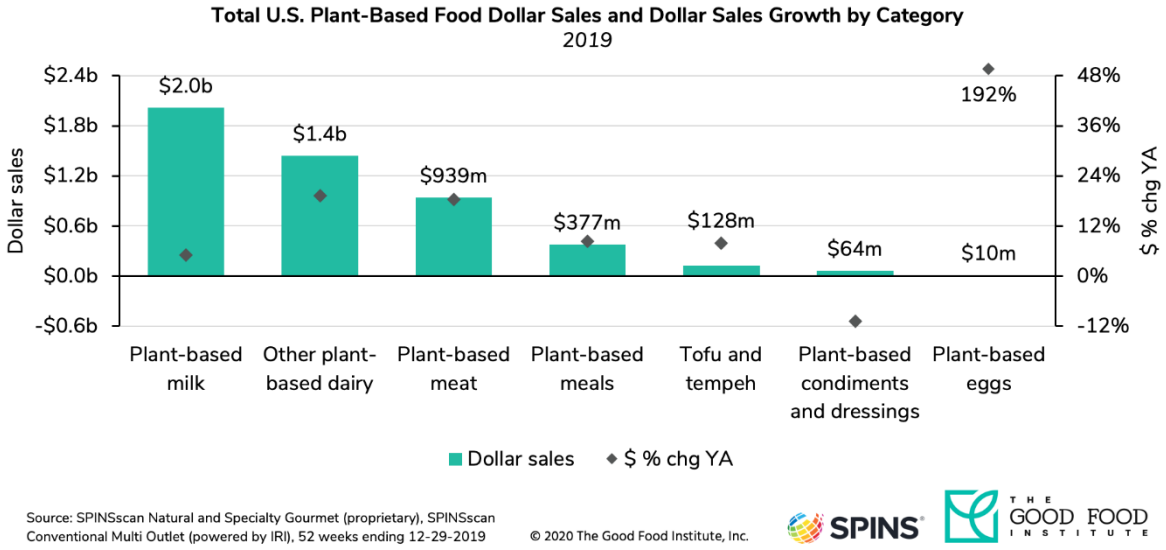
จากข้อมูลของ Plant Based Foods Association (PBFA) และ The Good Food Institute[2] พบว่าในปี 2562 ยอดขายของสินค้าที่มาจากพืช (Plant-Based Foods) ในสหรัฐฯ มีมูลค่าสูงถึง 5 พันล้านเหรียญสหรัฐ ซึ่งขับเคลื่อนด้วยยอดขายปีต่อปีที่เติบโตถึงร้อยละ 11.4 ต่อปี (รูปที่ 1) นอกจากนี้ ยังพบว่า ยอดขายอาหารที่มาจากพืช

[1] https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/plant-based-meat-market

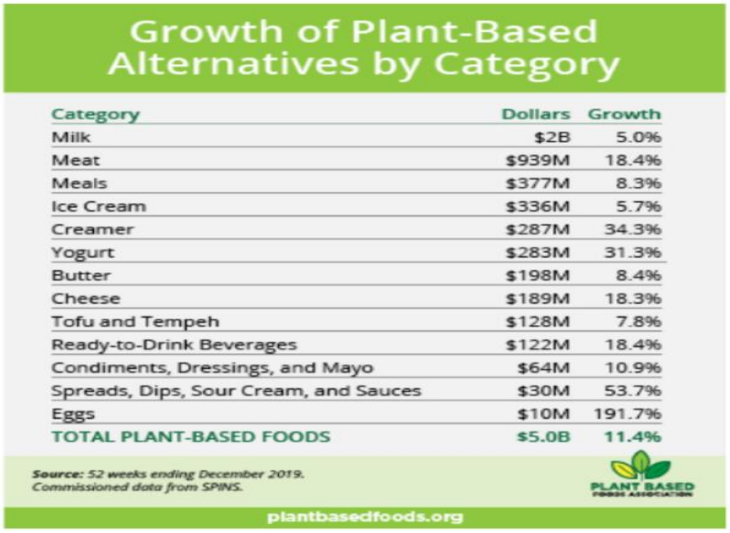
[2] https://www.supermarketnews.com/consumer-trends/plant-based-food-retail-sales-reach-5-billion

เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.4 คิดเป็นสูงกว่าถึง 5 เท่า ของยอดขายปลีกของอาหารโดยรวมของสหรัฐที่เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 2.2 (รูปที่ 2) อนึ่ง สินค้าที่มียอดขายสูงสุดในกลุ่มสินค้า Plant-Based Foods ได้แก่ นมที่ผลิตมาจากพืช สินค้าอื่นๆ ที่ผลิตจากนมที่มาจากพืช สินค้าเนื้อสัตว์ที่มาจากพืช สินค้าอาหารที่มาจากพืช เต้าหู้และเทมเป้ที่มาจากพืช เครื่องปรุงและน้ำสลัดที่มาจากพืช และ ไข่ที่มาจากพืช ตามลำดับ (รูปที่ 3 และ รูปที่ 4)

รูปที่ 3 แผนภูมิแสดงยอดขายและอัตราการเติบโตของอาหารที่มาจากพืชในหมวดต่างๆ ในปี พ.ศ. 2562



รูปที่ 4 ตารางแสดงยอดขายและอัตราการเติบโตของอาหารที่มาจากพืชในหมวดต่างๆ โดยแยกสินค้าในหมวดสินค้าอื่นๆ ที่ผลิตจากนมที่มาจากพืช (other plant based daily) โดยละเอียด ในปี พ.ศ. 2562



Growth of Plant-Based Alternatives by Category

Category	Dollars	Growth
Milk	$2B	5.0%
Meat	$939M	18.4%
Meals	$377M	8.3%
Ice Cream	$336M	5.7%
Creamer	$287M	34.3%
Yogurt	$283M	31.3%
Butter	$198M	8.4%
Cheese	$189M	18.3%
Tofu and Tempeh	$128M	7.8%
Ready-to-Drink Beverages	$122M	18.4%
Condiments, Dressings, and Mayo	$64M	10.9%
Spreads, Dips, Sour Cream, and Sauces	$30M	53.7%
Eggs	$10M	191.7%
TOTAL PLANT-BASED FOODS	$5.0B	11.4%

Source: 52 weeks ending December 2019. Commissioned data from SPINS.

PLANT BASED FOODS ASSOCIATION

plantbasedfoods.org

สินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืช (Plant Based Meat)

1) ข้อมูลสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืชหรือ Plant Based Meat ในสหรัฐอเมริกา

สินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืช (Plant Based Meat) กำลังเติบโตได้ดีในตลาดสหรัฐฯ โดยในปี พ.ศ. 2562 มีมูลค่าทางการค้าสูงถึง 939 ล้านเหรียญสหรัฐ หรือ 29,109 ล้านบาท[3] และมีการคาดการณ์ว่า จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 3,000 ล้านเหรียญสหรัฐ (9.3 หมื่นล้านบาท) ภายในปี พ.ศ. 2567 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโต ร้อยละ 48.5 ต่อปี อันเป็นการสะท้อนถึงความต้องการสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืชของผู้บริโภคที่เพิ่มมากขึ้น โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนจากผู้บริโภคในตลาดสหรัฐฯ ที่ใส่ใจสุขภาพมากยิ่งขึ้น และต้องการลดการรับประทานเนื้อสัตว์ จากรายงานหลายแหล่งบ่งชี้ถึงความเชื่อมโยงการบริโภคเนื้อสัตว์กับผลเสียต่อสุขภาพ[4] สินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืชที่อุดมไปด้วยโปรตีน และสารอาหารที่สำคัญจากธรรมชาติ จึงเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภค ประกอบกับเทคโนโลยีการผลิตเนื้อที่ทำมาจากพืชในปัจจุบันสามารถทำให้รสชาติ และความรู้สึกในการรับประทานเนื้อเทียมมีความใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์มากขึ้น รวมไปถึงความหลากหลายของรสชาติที่เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการที่แตกต่างกันได้มากขึ้น จึงทำให้ความนิยมของเนื้อที่ผลิตจากพืชเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยปัจจุบันมีบริษัทสหรัฐฯ จำหน่ายผลิตภัณฑ์ดังกล่าว อาทิ

ลำดับ	ชื่อบริษัท	ตราสินค้า	ตัวอย่างสินค้า
1	Beyond Meat, Inc.	BEYOND MEAT	
2	Impossible Food INC.	IMPOSSIBLE™	
3	Conagra Inc	CONAGRA BRANDS	
4	Kellogg Na co	Kellogg's	
5	Amy's Kitchen Inc	Amy's kitchen	

[3] อัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐ เท่ากับ 31 บาท

[4] What's the beef with red meat? Harvard Men's Health Watch (www.health.harvard.edu)

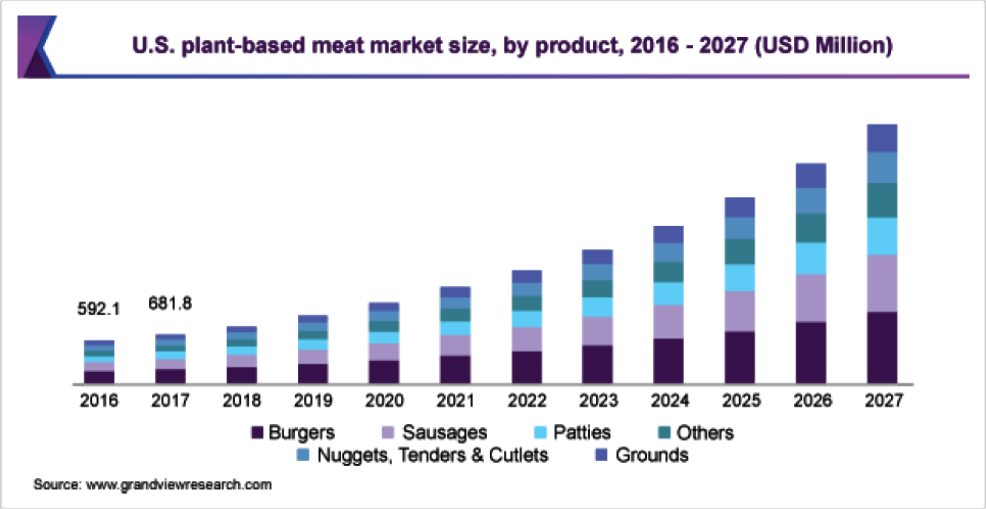
6	Tofurky		
7	S Kraft foods, inc		
8	Lightlife Foods, Inc		
9	Trader Joe's		
10	Yves Veggie Cuisine		
11	Eat JUST Inc		
12	No Evil Foods		
13	Dr. Praeger's Sensible Foods		

นอกจากนี้ ยังมีบริษัทอื่นๆ จากทั่วโลก เช่น บริษัท Maple Leaf Food (Field Roast and Maple Leaf) ของประเทศแคนาดา บริษัท Vegetarian Butcher ของอังกฤษ บริษัท Quorn ของอังกฤษ บริษัท Gold and Green Foods Ltd. ของ EU กลุ่มประเทศ Scandinavia บริษัท Sunfed Ltd. ของประเทศออสเตรเลีย บริษัท Vbites Foods Limited ของอังกฤษ บริษัท LikeMeat GmbH ของ EU

2) แนวโน้มการขยายตัวของตลาดเนื้อที่ผลิตจากพืชในสหรัฐฯ ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2570

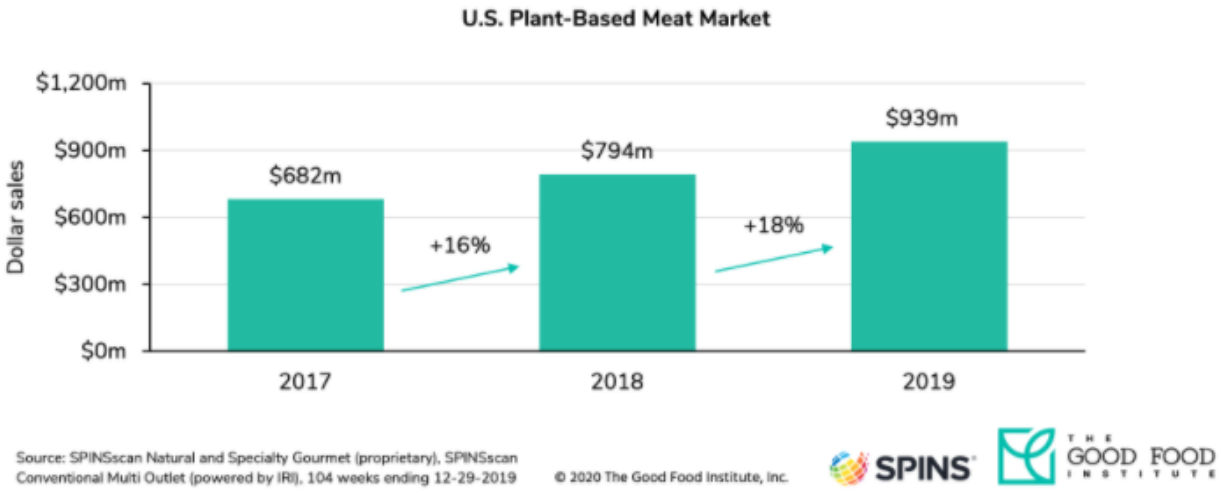
การคาดการณ์ตลาดเนื้อที่ผลิตจากพืชของสหรัฐฯ มีแนวโน้มเติบโตขึ้นในทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2560 มีมูลค่า 681.8 ล้านเหรียญสหรัฐ เติบโตจากปี พ.ศ. 2559 ถึง 89.7 ล้านเหรียญสหรัฐ และภายในปี พ.ศ. 2570 เพียงในตลาดของสหรัฐฯ ก็คาดว่าจะมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนมีมูลค่าสูงกว่า 4,150 ล้านเหรียญสหรัฐ (รูปที่ 5)

รูปที่ 5 แผนภูมิแสดงขนาดตลาดสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืชจำแนกตามผลิตภัณฑ์ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2570



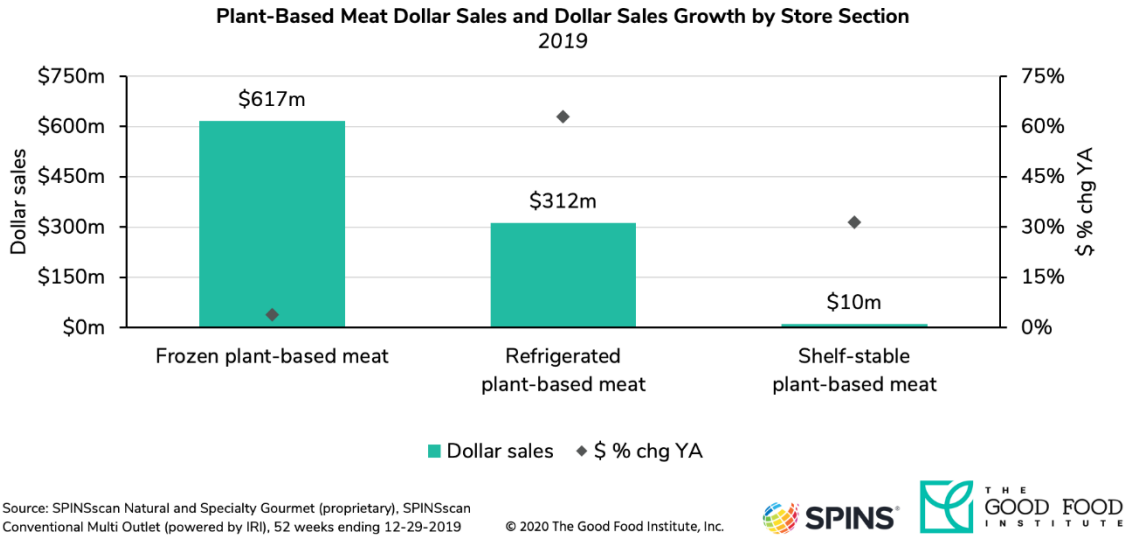
และเมื่อเปรียบเทียบข้อมูลจากเอกสาร Plant-based market overview พบว่า ระหว่างปี พ.ศ. 2560-2562 ตลาดเนื้อที่ทำมาจากพืชในสหรัฐฯ เจริญเติบโตขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 16 เป็น 794 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2561 และเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 เป็น 939 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2562 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 38 ในรอบสองปี

รูปที่ 6 แผนภูมิแสดงอัตราการเติบโตของตลาดสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืชในสหรัฐอเมริกา



และเมื่อพิจารณาตามประเภทการเก็บรักษาพบว่า เนื้อที่ทำมาจากพืชแบบแช่เยือกแข็งมียอดการจำหน่ายสูงสุดในปี พ.ศ. 2562 ด้วยมูลค่า 617 ล้านเหรียญสหรัฐ รองลงมา คือ เนื้อที่ทำมาจากพืชสำหรับแช่ในตู้เย็น (รูปที่ 7)

รูปที่ 7 แผนภูมิแสดงยอดขายและอัตราการเติบโตของเนื้อจากพืชจำแนกตามแผนกการจัดวางสินค้า



อนึ่ง สินค้าเนื้อที่ทำมาจากพืชแล้วยังมีสินค้าที่ทำมาจากพืชประเภทอื่นที่ครองตลาดสหรัฐฯ ในปัจจุบันคือ สินค้านมที่ทำมาจากพืช และสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากนมที่ทำมาจากพืช ขณะที่สินค้าเนื้อที่ทำมาจากพืชครองตลาดในอันดับที่ 3 ในตลาดสหรัฐอเมริกา

3) แนวโน้มตลาดสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืชในสหรัฐฯ

จากข้อมูลของ Plant-based Meat Market Growth and Trends Report ได้จัดลำดับความนิยมของสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืชในสหรัฐฯ ดังนี้

3.1) <u>วัตถุดิบที่ได้รับความนิยมในการทำสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืช</u> คือ ถั่วเหลือง (Soy based meat) โดยมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 48 ในปี พ.ศ. 2562 ด้วยถั่วเหลืองอุดมไปด้วยโปรตีนและกรดอะมิโนต่าง ๆ ที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงให้กับกล้ามเนื้อ นอกจากการยังช่วยลด carbon footprint ที่เกิดจากการเลี้ยงสัตว์เพื่อบริโภค ในขณะที่ผลิตภัณฑ์เนื้อที่ทำมาจากถั่วฝัก (The pea-based meat) เป็นกลุ่มสินค้าที่คาดว่าจะมีการเติบโตสูงสุดในช่วงปี 2563 – 2570 เนื่องจากถั่วฝัก (Pea) เป็นวัตถุดิบที่ปลูกง่ายและมีต้นทุนต่ำในการปลูก แต่อุดมไปด้วยโปรตีน แร่ธาตุ และวิตามินเค และซี

3.2) <u>หมวดอาหาร (Product) ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด</u> คือ สินค้ากลุ่มเบอร์เกอร์เนื้อที่ทำมาจากพืช (Plant-based burgers) คิดเป็นร้อยละ 29 ของมูลค่าตลาดสหรัฐฯ ในขณะที่สินค้ากลุ่มไส้กรอก (Plant-based sausage) เป็นสินค้าที่เป็นที่เติบโตได้เร็วและเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก โดยมีหลากหลายบริษัทผู้ผลิตกำลัง

ลงทุนเพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าในกลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งรสชาติแปลกใหม่ตามความต้องการของตลาด อาทิ ไส้กรอก hot Italian ไส้กรอก sweet Italian ไส้กรอก spinach pesto เป็นต้น

3.3) <u>ชนิด (Type) ของเนื้อที่ผลิตจากพืชที่ได้รับความนิยมมากที่สุด</u> คือ เนื้อไก่ที่ผลิตจากพืช (plant-based chicken) เป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 ของมูลค่าการขายในปี พ.ศ. 2562 โดยผลิตภัณฑ์อาหารเนื้อไก่เทียมที่ได้รับความนิยมคือ นักเกตไก่ เนื้อเบอร์เกอร์ไก่ และไก่ชิ้น (Cutlet) โดยวัตถุดิบที่เป็นที่นิยมในการนำมาผลิตเนื้อไก่ที่ทำมาจากพืช คือ ถั่วเหลือง (Soy) และข้าวสาลี (wheat)

3.4) <u>กลุ่มลูกค้า (End-user) ที่ซื้อผลิตภัณฑ์</u> คือ กลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร และคาเฟ่ (HORECA) โดยครองส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 57 ในปีพ.ศ. 2562 ทั้งนี้ ปัจจุบันพบว่า กลุ่มร้านอาหาร และ Food Chain ได้จัดทำเมนูอาหารที่ไม่มีเนื้อสัตว์ (meat free) เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับลูกค้ากลุ่มผู้ไม่บริโภคเนื้อสัตว์ และกลุ่มบริโภคเนื้อสัตว์เป็นครั้งคราว (flexitarian)

แนวโน้มตลาดช่วงสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ที่มีต่อสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืช

จากสถานการณ์ COVID-19 ส่งผลให้ชาวสหรัฐฯ กักตุนสินค้าเป็นจำนวนมาก ประกอบกับโรงงานผลิตเนื้อสัตว์หลายแห่งได้ปิดกิจการลงเป็นการชั่วคราวเนื่องจากการติดเชื้อของกลุ่มคนงาน ส่งผลกระทบตามมาในเรื่องของราคาสินค้าเนื้อสัตว์ในตลาดสหรัฐฯ ตลอดระยะเวลาในช่วงไตรมาส 2 – 3 และเป็นผลทำให้ราคาเนื้อสัตว์สูงขึ้น แต่เรื่องดังกล่าวกลับส่งผลในแง่บวกกับสินค้าเนื้อที่ผลิตจากพืช โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับสินค้าจากบริษัท Beyond Meat และ Impossible Food (ปกติราคาเนื้อประเภทนี้จะสูงกว่าราคาเนื้อสัตว์ในท้องตลาด) สภาวการณ์ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ทำให้ช่องว่างของราคานั้นแคบลง ผู้บริโภคจึงเลือกซื้อสินค้าเนื้อที่มาจากพืชเพิ่มมากขึ้น จากข้อมูลพบว่าร้านค้าปลีกในสหรัฐฯ มียอดขายสินค้ากลุ่มเนื้อที่ทำมาจากพืช เพิ่มมากขึ้นถึงร้อยละ 264 ในช่วงเดือนมีนาคม - ต้นเดือนพฤษภาคม 2563[5] เนื่องจากเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าว สะอาดกว่า และมีสารอาหารที่ดีกว่าเนื้อสัตว์ทั่วไป นอกจากนี้ บริษัท Impossible Foods ได้ประกาศเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2563 ว่า บริษัทฯ ได้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของบริษัทในร้านค้าปลีกในเครือ Kroger จำนวน 1,700 สาขา เนื่องจากความจากความต้องสินค้าของผู้บริโภคที่เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจากเดิมในต้นปี 2563 บริษัทฯ มีการวางจำหน่ายสินค้าในร้านค้าปลีกเพียง 150 แห่งเท่านั้น นอกจากนี้บริษัทฯ ก็ยังมีแผนเปิดโรงงานในเอเชียในปีนี้ เพื่อผลิตสินค้าให้กับตลาดเอเชีย เช่น ประเทศจีน ฮ่องกง สิงคโปร์ และไต้หวันอีกด้วย ขณะที่ บริษัท Beyond Meat Inc ผู้ผลิตเนื้อเทียมรายใหญ่ของสหรัฐฯ อีกรายหนึ่งได้รายงานว่า มียอดขาย

[5] Demand for meatless meat is sky rocketing during the pandemic (www.vox.com)

สินค้าของบริษัทฯ ตามร้านค้าปลีกเพิ่มขึ้นร้อยละ 233 ในช่วงเดือนมีนาคม 2563 โดยสินค้าหลักที่ขายดีคือ สินค้าเนื้อวัวที่ผลิตมาจากพืช ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นร้อยละ 93

โดยสรุปอาจกล่าวได้ว่า ตลาดเนื้อที่ผลิตจากพืช (Plant-based meat) ในสหรัฐฯ กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว และการระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคในสหรัฐฯ เปลี่ยนไป สินค้าเนื้อสัตว์ที่ราคาสูงขึ้น และขาดแคลนในตลาดส่งผลดีต่อสินค้าดังกล่าว เนื่องจากมีราคาใกล้เคียงกันมากขึ้น และผู้บริโภคเชื่อว่าสินค้ามีความสะอาด ปลอดภัยและมีคุณค่าทางอาหารที่มากกว่า สินค้าในกลุ่มนี้จึงขยายตัวได้กว่าสินค้าเนื้อสัตว์และมีการคาดการณ์ว่ายิ่งการระบาดของไวรัสกินระยะเวลายาวนานมากขึ้นเท่าไร ย่อมส่งผลดีต่อการเจาะตลาดลูกค้าใหม่ของสินค้าในกลุ่มนี้มากขึ้นเท่านั้น

กฎและระเบียบของสหรัฐฯ ที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้าสินค้าอาหารที่ผลิตจากพืช (Plant Based Food)

ผู้ส่งออกสินค้า Plant-Based Food จะต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับสินค้าอาหารขององค์การอาหารและยาแห่งสหรัฐอเมริกา (US. Food and Drug Administration: (FDA)) เช่นเดียวกับสินค้าอาหารทั่วไปทุกประการ โดยมีระเบียบและขั้นตอนสรุปได้ ดังนี้

1) ขึ้นทะเบียนสถานประกอบการอาหารกับ FDA ผู้ผลิตจะต้องขึ้นทะเบียนโรงงาน Food Facility Registration กับ FDA ก่อนที่จะส่งสินค้าเข้ามาจำหน่ายในสหรัฐฯ

2) ขึ้นทะเบียนสถานประกอบการอาหารประเภทกรด/กรดต่ำกับ FDA หากสินค้าเป็นผลิตภัณฑ์กลุ่มที่มีการปรับกรด และกรดต่ำ อาหารกระป๋องหรือ อาหารที่บรรจุในภาชนะบรรจุที่ปิดสนิทจะต้องขึ้นทะเบียนสถานที่ผลิต (Establishment Registration and Process Filing for Acidified foods: AF or low-acid canned Foods: LACF) กับหน่วยงาน FDA

3) กฎและระเบียบเกี่ยวกับฉลากสินค้า (Labelling)

3.1) ระดับรัฐบาลกลาง

- ฉลากจะต้องเป็นไปตามระเบียบข้อบังคับของ FDA โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดคือจะต้องระบุข้อความที่เป็นความจริงและไม่ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจผิด

- ปัจจุบัน FDA ยังไม่ได้มีระเบียบฉลากที่ใช้เฉพาะสินค้า Plant-Based Foods หรือ Cell-Based Meat[6] อย่างชัดเจน

[6] เนื้อสัตว์ที่ทำจากเซลล์ผลิตขึ้นโดยการเก็บตัวอย่างเซลล์สัตว์จำนวนเล็กน้อยและจำลองแบบภายนอกสัตว์ ผลิตภัณฑ์ที่ได้คือเนื้อสัตว์แท้ 100% แต่ไม่มีการปนเปื้อนของยาปฏิชีวนะ อีโคไล ซัลโมเนลลา หรือของเสียซึ่งทั้งหมดนี้เป็นมาตรฐานในการผลิตเนื้อสัตว์ทั่วไป (https://cell-basedmeat.org/)

- สินค้าที่จะระบุคำว่า milk, mayonnaise, meat, sausage, jerky, burger, or other meaty จะต้องเป็นไปตามมาตรฐานเฉพาะ (Standard of Identity) ของ FDA ถึงจะสามารถระบุถ้อยคำดังกล่าวข้างต้นลงบนฉลากได้ ซึ่งในปัจจุบัน FDA ยังไม่มีกฎและระเบียบเพื่อรองรับสินค้าที่ในกลุ่มเหล่านี้ที่ทำมาจากพืช เช่น Almond Milk, Mayonnaise ที่ทำมาจากพืชจะไม่สามารถใช้คำว่านม (Milk) หรือ มายองเนส (Mayonnaise) เนื่องจากไม่เป็นไปตาม Standard of Identity ที่ FDA กำหนด อย่างไรก็ตาม FDA มีความพยายามที่จะปรับแก้กฎระเบียบเกี่ยวกับการระบุชื่อสินค้าผลิตภัณฑ์นมที่ทำมาจากพืช โดยได้เปิดรับฟังข้อคิดเห็นจากสาธารณชนเกี่ยวกับระเบียบการใช้คำว่า ผลิตภัณฑ์นม (Dairy Food) ที่มาจากพืช ซึ่งได้ปิดรับฟังข้อคิดเห็นไปตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 แต่ปัจจุบันก็ยังไม่ได้ประกาศกฎระเบียบฉบับสมบูรณ์ของระเบียบดังกล่าวออกมาแต่อย่างใด

- การติดป้าย “Vegan” ไม่มีคำจำกัดความอย่างเป็นทางการจาก FDA, USDA หรือ FTC (Federal Trade Commission) สำหรับวัตถุประสงค์ในการติดฉลาก[7] อย่างไรก็ตาม มีองค์กรเอกชนที่ให้บริการตรวจรับรองการติดฉลาก “Vegan” เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค

3.2) ระดับมลรัฐ

เนื่องจากเนื้อจากพืชได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจึงสร้างความกังวลใจกับผู้ประกอบการกลุ่มผู้ผลิตเนื้อสัตว์เนื่องจากการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยผู้ประกอบการเนื้อสัตว์ในมลรัฐมิสซิสซิปปีและอีกเกือบ 30 มลรัฐในสหรัฐอเมริกาได้สนับสนุนกฎหมายที่จำกัดวิธีการติดฉลากเนื้อสัตว์จากพืช โดยมลรัฐที่มีการบังคับใช้กฎหมายแล้วมี ดังนี้

มลรัฐมิสซิสซิปปี เมื่อเดือนกันยายน 2562 กรมวิชาการเกษตรของรัฐมิสซิสซิปปีเสนอกฎระเบียบใหม่เพื่อบังคับใช้กฎหมายการติดฉลากของมลรัฐ ที่อนุญาตให้ใช้ข้อกำหนดของเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์บนฉลากของอาหารจากพืชภายใต้เงื่อนไขบางประการ โดยมีผลบังคับใช้ในเดือนพฤศจิกายน 2562 โดยกำหนดไว้ในกฎหมายมาตราต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ Plant-Based Foods ดังนี้

<u>ข้อกำหนดการติดฉลาก</u>

1. ฉลากผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชต้องไม่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด

2. ผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชจะต้องไม่ถูกระบุว่าเป็น "เนื้อสัตว์" (meat) หรือ "ผลิตภัณฑ์อาหารจากเนื้อสัตว์" (meat product) หากมีคำใดคำหนึ่งหรือมากกว่าต่อไปนี้ หรือคุณสมบัติที่เทียบเคียงได้แสดงไว้อย่างชัดเจนบนด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ “ปลอดเนื้อสัตว์” “ไม่มีเนื้อสัตว์” “มาจากพืช” “มาจากผัก” “ทำจากพืช” “มังสวิรัติ” หรือ “เจ” (“meat free,” “meatless,” “plant-based,” “veggie-based,” “made from plants,” “vegetarian,” or “vegan”)

[7] https://www.recipal.com/blogs/72-common-food-product-certifications-and-labeling-terms

3. ฉลากผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชที่ไม่มีข้อกำหนดอย่างน้อยหนึ่งข้อในข้อ 2. ข้างต้นหรือคุณสมบัติที่เทียบเคียงได้ อาจต้องได้รับการตรวจสอบเพิ่มเติมจากคณะกรรมการตามหลักเกณฑ์ของ Miss. Code Ann. §75-35-15(5)

<u>การดำเนินการที่ปลอดภัย</u>

สถานประกอบการอาหาร ร้านอาหารหรือร้านค้าปลีกใดๆ อาจ แต่ไม่จำเป็นต้องแยกหรือแบ่งส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารจากพืชในระยะห่างที่เหมาะสมจากผลิตภัณฑ์อาหารจากเนื้อสัตว์ โดยมีเงื่อนไขว่าผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่เนื้อสัตว์ดังกล่าวเป็นไปตามมาตรา 112.01 และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลผู้บริโภคที่เป็นเท็จหรือทำให้เข้าใจผิด สถานประกอบการอาจ แต่ไม่จำเป็นต้องแสดงป้ายโดยสมัครใจที่เคาน์เตอร์ขายเนื้อสัตว์ และหากใช้รายการอาหาร (menu) อาจแยกส่วนของเมนูตามประเภทผลิตภัณฑ์ (มีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2562)[8]

มลรัฐมิสซูรี เป็นมลรัฐแรกที่ห้ามไม่ให้ผลิตภัณฑ์จากพืชถูกระบุว่าเป็น “Meat” หรือ "เนื้อสัตว์" โดยฝ่ายนิติบัญญัติของรัฐมิสซูรีได้ผ่านร่างกฎหมายเกษตรเมื่อเดือนพฤษภาคม 2561 โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2561[9]

มลรัฐลุยเซียนา ออกกฎระเบียบเลขที่ Act No. 273 เกี่ยวกับการติดฉลากเนื้อสัตว์ เรียกว่า "Truth in Labeling of 14 Food Products Act" โดยห้ามใช้คำว่า “Meat” บนผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาจากสัตว์ เช่น ผลิตภัณฑ์ที่มาจากพืช หรือ Plant-Based Foods และ Act No.184 ห้ามติดฉลากคำว่า “milk” บนผลิตภัณฑ์ที่ใช้ดื่มที่ไม่ได้มาจากสัตว์ เช่น วัว แพะ หรือ สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมอื่น ๆ[10]

มลรัฐอาร์คันซอ ออกกฎหมาย Act 501 ปี 2562 ชื่อว่า “Truth in Food Labeling Law” เพื่อกำหนดความจริงในการติดฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร โดยมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 24 กรกฎาคม 2562 กฎหมายห้ามนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์เมื่อผลิตภัณฑ์ไม่ได้เก็บเกี่ยวโดยตรงจากปศุสัตว์ สัตว์ปีก หรือสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมตระกูลกวาง (cervid) การแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นเนื้อวัวหรือผลิตภัณฑ์จากเนื้อวัวเมื่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรไม่ได้มาจากวัว การแสดงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรเป็นเนื้อหมูหรือผลิตภัณฑ์จากเนื้อหมูเมื่อผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรไม่ได้มาจากสุกร หรือใช้คำที่เหมือนหรือคล้ายกับคำที่เคยใช้หรือกำหนดไว้ในอดีตเพื่ออ้างอิงถึงผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรที่เฉพาะเจาะจง เช่น ห้ามติดฉลากผลิตภัณฑ์จากผักโดยใช้คำว่า “bacon” หรือ “burger"[11]

มลรัฐเซาท์ดาโคตา ผ่านกฎหมาย Bill 68 เมื่อวันที่ 4 มีนาคม 2562 โดยกฎหมายสงวนคำว่า “meat” เพื่อใช้สำหรับโปรตีนที่ได้มาจากซากสัตว์เท่านั้น[12]

---

[8] http://mdac.ms.gov/departments/regulatory_services/MeatInspection/07-Meat-and-Poultry-Inspection.pdf

[9] https://www.senate.mo.gov/18info/BTS_Web/Bill.aspx?SessionType=R&BillID=69471830

[10] http://www.legis.la.gov/legis/ViewDocument.aspx?d=1144034

[11] https://senate.arkansas.gov/senate-news/posts/2019/july/truth-in-food-labeling-law-takes-effect/

[12] https://sdlegislature.gov/docs/legsession/2019/Bills/SB68SAG.pdf

3.3) ภาคเอกชน

จากปัญหาการระบุชื่อสินค้า Plant-Based Foods ทำให้สมาคมอาหารจากพืช หรือ Plant-Based Foods Association (PBFA) ของสหรัฐฯ ซึ่งเป็นสมาคมการค้าที่ประกอบด้วยผู้ผลิตสินค้า Plant-Based Foods จำนวน 160 แห่ง พัฒนาระบบการตั้งชื่อที่แนะนำสำหรับเนื้อสัตว์ทางเลือกจากพืชและมังสวิรัติที่มีอยู่ในตลาดในปัจจุบัน รวมถึงได้ออก**มาตรฐานแรกของสินค้าชนิดนี้สำหรับการติดฉลากสินค้าทางเลือกของเนื้อสัตว์ที่ได้จากพืช (Plant-Based Meat Alternatives) แบบสมัครใจ**[13] ซึ่งเป้าหมายของการกำหนดมาตรฐานเพื่อให้การติดฉลากสินค้าในหมวดเนื้อสัตว์ที่ได้จากพืชเป็นไปในทางเดียวกัน ซึ่งสาระสำคัญสรุปได้ ดังนี้

1) การอ้างอิงถึงประเภทของเนื้อสัตว์ เนื้อสัตว์ทางเลือกอาจระบุไว้บนฉลากด้วยคำที่อธิบายลักษณะของรสชาติ ลักษณะเนื้ออาหาร ลักษณะการใช้ หรือรูปแบบ ซึ่งรวมถึง แต่ไม่จำกัดเพียงคำต่างๆ เช่น "เนื้อ" "แฮมเบอร์เกอร์" “ไส้กรอก” “ไก่” “หมู” “แฮม” ฯลฯ (“meat,” “hamburger,” “sausage,” “chicken,” “pork,” “ham,” etc.) ตราบใดที่ปฏิบัติตามข้อแนะนำที่เหลือของส่วนนี้

2) รูปแบบของผลิตภัณฑ์ เนื้อสัตว์ทางเลือกอาจอธิบายได้ด้วยรูปร่างหรือรูปแบบที่ใช้ เช่น "นักเก็ต" "เทนเดอร์" "เบอร์เกอร์" "แพตที" (“nuggets,” “tenders,” “burger,” “patties”) เป็นต้น

3) คุณสมบัติ ฉลากควรระบุอย่างชัดเจนว่าผลิตภัณฑ์นั้นมาจากพืชหรือมังสวิรัติ โดยใช้คำหรือวลีหรือที่มีคุณสมบัติที่เทียบเคียงได้อย่างน้อยหนึ่งคำหรือมากกว่า ดังนี้

(ก) จากพืช (Plant-Based) ประกอบด้วยส่วนผสมที่ได้จากพืชเป็นหลักและไม่มีส่วนผสมจากสัตว์ทุกชนิด (Consists mainly of ingredients derived from plants and does not contain animal ingredients of any kind)

(ข) วีแกน (Vegan) ไม่มีส่วนผสมจากสัตว์ทุกชนิด (Does not contain animal ingredients of any kind)

(ค) ไม่มีเนื้อสัตว์ (Meatless) ไม่มีเนื้อสัตว์จากสัตว์ใดๆ (Does not contain meat from any animal)

(ง) ปราศจากเนื้อสัตว์ (Meat-Free) ไม่มีเนื้อสัตว์จากสัตว์ใดๆ (Does not contain meat from any animal)

(จ) มังสวิรัติ (Vegetarian) ประกอบด้วยส่วนผสมส่วนใหญ่ที่มาจากพืช แต่อาจมีส่วนผสมที่ได้จากสัตว์ในปริมาณเล็กน้อย เช่น ไข่หรือนม แต่ไม่มีเนื้อสัตว์จากสัตว์ใด ๆ (Consists mainly of ingredients derived from plants but may contain small amounts of animal-derived ingredients, such as eggs or milk, but does not contain meat from any animal.)

---

[13] https://plantbasedfoods.org/policy/labeling/

(ฉ) Veggie คำย่อของ "มังสวิรัติ" (Veggie: Short form of “vegetarian”)

(ช) คำที่ยอมรับได้เพิ่มเติม ได้แก่ “Made from Plants” “Veggie-based” หรือคำอื่นๆ ที่คล้ายกัน

4) คำอธิบายในข้อ 3) ข้างต้นควรปรากฏในข้อความแสดงตัวตนของสินค้า หรือในตำแหน่งที่โดดเด่นบนแผงแสดงข้อมูลหลัก

นอกจากนี้ PBFA ยังได้กำหนดมาตรฐานข้อแนะนำสำหรับฉลากนมจากพืช (Plant-Based Milk) ควรปฏิบัติ ดังนี้

1) มีส่วนประกอบหรือส่วนผสมที่มีลักษณะเฉพาะและตามด้วยคำว่านม (milk) เป็นส่วนหนึ่งของชื่อ (เช่น almond milk หรือ walnut-cashew milk) หรือ

2) ระบุให้ชัดเจนว่าเป็น “นมจากพืช” (“Plant-Based Milk”) พร้อมกับส่วนผสมหลัก

3) มีคำว่า “ปราศจากนม” หรือ “ไม่ใช่นม” (“Dairy-Free” or “Non-Dairy”) อย่างชัดเจนเนื่องจากเป็นวลีที่ได้รับความสนใจมากที่สุดจากการสำรวจผู้บริโภค

ตัวอย่างการแสดงฉลากสินค้าอาหารจากพืช Plant Based Food)

KROGER JUST LAUNCHED ITS OWN VEGAN MEAT RANGE

LIVEKINDLY.COM

ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

1. การเปลี่ยนจากอาหารประเภทเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากนมในปัจจุบัน ไปสู่อาหารที่ไม่รวมผลิตภัณฑ์จากสัตว์ มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงโดยการลดปริมาณที่ดินที่ต้องใช้ในการเลี้ยงลงร้อยละ 76 ลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกร้อยละ 49 และลดการใช้น้ำจืดลงร้อยละ 19[14] ดังนั้น ความนิยมในผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์ที่ผลิตจากพืชที่เพิ่มขึ้นจึงสะท้อนถึงความแนวความคิดของกลุ่มผู้บริโภค ที่ยินดีปรับพฤติกรรมการบริโภค เพื่อควบคุมผลกระทบการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เนื่องจากการผลิตกลุ่มสินค้าอาหารดังกล่าวสามารถช่วยลดการใช้ที่ดินและน้ำ รวมทั้งการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลงอย่างมากเมื่อเทียบกับการผลิตในแบบดั้งเดิม และแนวคิดนี้ได้กลายเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะขับเคลื่อนตลาดสินค้าอาหารที่ผลิตจากพืชให้เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ไทยจึงสามารถนำประเด็นดังกล่าวมาประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างเป็นจุดขายและยกระดับภาพลักษณ์สินค้าอาหารที่ผลิตจากพืชของไทยในกลุ่มผู้บริโภคดังกล่าวได้

2. ตลาดเนื้อสัตว์ที่ผลิตจากพืชมีศักยภาพสูงกว่านมจากพืช โดยมีโอกาสที่มูลค่าสูงถึง 1.2 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ หรืออาจมากกว่านั้นหากแนวโน้มการตลาดของการบริโภคผลิตภัณฑ์จากพืชเพิ่มขึ้น ทั้งนี้ อเมริกาเหนือครองตลาดเนื้อที่ผลิตจากพืชคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 39 ของส่วนแบ่งรายได้ทั่วโลกในปี 2562 การเติบโตของตลาดในภูมิภาคนี้ได้รับผลมาจากการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อที่ไม่ได้มาจากเนื้อสัตว์ที่เพิ่มขึ้น ควบคู่ไปกับการรับรู้ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นเกี่ยวกับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคอาหารจำพวกเนื้อสัตว์ที่ปนเปื้อน[15,16] จึงนับว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพสูงและยังคงมีช่องว่างรองรับผู้ผลิตรายใหม่และสินค้า/ผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต

3. ขณะนี้ตลาดเนื้อสัตว์แบบดั้งเดิมในสหรัฐฯ กำลังเผชิญกับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 โดยบริษัทใหญ่หลายแห่งหยุดการผลิต ส่งผลให้ยอดขายผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์เทียมในร้านขายของชำเพิ่มขึ้นท่ามกลางการแพร่ระบาด อีกทั้งความต้องการอาหารจากพืชคาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกเนื่องจากการรับรู้ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคเกี่ยวกับความยั่งยืนและความปลอดภัยของอาหาร[17] ดังนั้น ไทยจึงควรสร้างโอกาสการเข้าถึงและทำตลาดสินค้าอาหารที่ผลิตจากพืชในช่วงวิกฤตการณ์ดังกล่าวซึ่งคาดว่าจะกินระยะเวลานานอย่างน้อยจนถึงช่วงปลายปี 2564

4. วัตถุดิบที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์เนื้อจากพืชส่วนใหญ่ได้แก่ ถั่วเหลือง (Soy-Based Meat) คิดเป็นร้อยละ 48 ของผลผลิตโลก และพืชตระกูลถั่วอื่นๆ (Pea-Based Meat) อย่างไรก็ตาม หากไทยประสงค์ส่งออกเนื้อที่ผลิตจากพืชมายังตลาดสหรัฐฯ ควรพิจารณาส่งเสริมเนื้อเทียมประเภทเนื้อไก่ที่ทำมาจากพืช เช่น นักเก็ตแช่เย็น เนื้อเบอร์เกอร์ไก่

---

[14] https://www.bbc.co.uk/food/articles/vegan_vs_flexitarian

[15] http://mdac.ms.gov/departments/regulatory_services/MeatInspection/07-Meat-and-Poultry-Inspection.pdf

[16] https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/plant-based-meat-market

[17] https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/plant-based-meat-market

และไก่ชิ้น (Cutlet) และควรเจาะตลาดในกลุ่มร้านอาหารและ Food Chain เนื่องจากเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมมาก เป็นลำดับดับแรกๆ

5. พืชอาหารอื่นๆ ของไทยที่มีศักยภาพและโอกาส ได้แก่ ขนุน จะเห็นได้จากประเทศไทยมีการนำขนุนอ่อนไปทำเนื้อเจแทนเนื้อสัตว์ในช่วงเทศกาลกินเจ และอินเดียใช้เนื้อขนุนแทนเนื้อสัตว์ในผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป “Taco” ซึ่งเป็นอาหารพื้นเมืองของชาวเม็กซิกันที่วางจำหน่ายในตลาดสหรัฐฯ และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากกลุ่มผู้บริโภคมังสวิรัติ นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปผลิตจากพืชที่ไทยน่าจะมีโอกาสในตลาดสหรัฐฯ ได้แก่ นมข้นหวาน (sweetened condensed milk) ที่ทำมาจากมะพร้าว มายองเนสที่ทำมาจากพืช ผลิตภัณฑ์จากเห็ด เช่น เห็ดแดดเดียว

6. ผู้ผลิตและผู้ประกอบการส่งออกสินค้าอาหารที่ผลิตจากพืชและเนื้อที่ผลิตจากพืชซึ่งประสงค์จะส่งออกสินค้ามายังสหรัฐฯ ควรได้รับความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมโอกาสและเสริมสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลสถานการณ์ความต้องการของตลาด กฎระเบียบที่เป็นปัจจุบันและแตกต่างในแต่ละมลรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การติดฉลากและการกล่าวอ้างที่ถูกต้อง เพื่ออำนวยความสะดวกในการผลิตเพื่อส่งต่อ (OEM) ให้กับบริษัทในสหรัฐฯ รวมถึงการผลิตและจัดจำหน่ายภายใต้เครื่องหมายการค้าของตนเอง

จัดทำโดย

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดีซี

ฝ่ายเกษตร ประจำสถานกงสุลใหญ่ ณ นครลอสแอนเจลิส