



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี. ซี.



เนื้อไก่จากพืชจะกลายเป็นเมนูหลักในอนาคตหรือไม่



เนื้อไก่จากพืชกำลังก้าวสู่เวทีใหญ่ในปี ๒๕๖๕

KFC เป็นเครือข่ายล่าสุดที่จะนำเสนอเมนูเนื้อไก่ที่เป็นมิตรกับชาวมังสวิรัต (Vegan-friendly chicken) KFC ได้ร่วมมือกับ Beyond Meat เพื่อจำหน่ายเมนู Beyond Fried Chicken โดยตั้งแต่วันที่ ๑๐ มกราคม ๒๕๖๕ เป็นต้นไป จะมีการจำหน่ายไก่ทอด Beyond Fried Chicken ในร้านไก่ทอด KFC กว่า ๔ พันแห่งทั่วสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นครั้งแรกที่ร้านอาหารประเภทจานด่วนจะมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไก่จากพืช อย่างไรก็ตาม KFC เคยมีการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์ลักษณะนี้ในสาขาของตน ๗๐ แห่ง มาแล้วในเดือนกุมภาพันธ์ ๒๕๖๔

การประกาศดังกล่าวเกิดขึ้นไม่นานหลังจากที่เบอร์เกอร์คิงออกข่าวว่า กำลังจะเปิดตัวนักเก็ตวีแกนของตนเองในสหราชอาณาจักร โดยนักเก็ตจะเป็นสินค้าใหม่ เพิ่มเติมจากแซนวิชมังสวิรัตสไตล์ไก่ (Vegan Royal Chicken-Style Sandwich) ซึ่งมีอยู่ในเมนูแล้ว การพัฒนาสินค้าใหม่เหล่านี้ทำให้คนสงสัยว่า เนื้อไก่จากพืชกำลังกลายเป็นสินค้าเบอร์เกอร์จากพืชตัวใหม่หรือไม่

ทำไมเราจึงเห็นเนื้อไก่จากพืชเพิ่มมากขึ้น

ไม่ใช่เรื่องน่าประหลาดใจที่บริษัทผู้ผลิตสินค้าจากพืชจะตั้งเป้าให้ไก่เป็นผลิตภัณฑ์หลักในอนาคต Marie Molde นักโภชนาการประจำบริษัท Datassential กล่าวว่า เนื้อไก่จากพืชมีศักยภาพมหาศาล เนื่องจากไก่เป็นโปรตีนที่ได้รับความนิยมมาก ทำอาหารได้หลากหลาย และเป็นโปรตีนที่หาได้ง่ายในอาหารของผู้บริโภค ไก่ปรากฏอยู่ทั่วไปในเมนูของร้านอาหาร โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ ๙๕ ของเมนูในสหรัฐอเมริกาในปัจจุบัน (ในขณะที่เบอร์เกอร์มีอยู่ประมาณครึ่งของเมนูต่างๆ) และยังเป็นที่ยอมรับทั่วโลกอีกด้วย

จากฐานข้อมูล FLAVOR ของ Datassential ระบุว่า ไก่เป็นที่ยอมรับมากในสหรัฐอเมริกา จนได้รับการจัดอันดับให้เป็นอาหารที่มีการบริโภคมากที่สุด และร้อยละ ๗๑ ของผู้บริโภคระบุว่า มีการรับประทานไก่เป็นประจำ

ตามรายงานของ Darren Seifer จากบริษัท The NPD Group ซึ่งจะมีการนำเสนอในการสัมมนาผ่านเว็บหรือ Webinar ของสำนักข่าว Food Institute ที่กำลังจะจัดขึ้นในวันที่ ๑๘ มกราคม ๒๕๖๕ ในหัวข้อ 2022 Outlook of Plant-Based and Next Gen Protein ได้ให้ข้อมูลว่า ควบคู่ไปกับความชื่นชอบไก่คือความต้องการตัวเลือกจากพืช และหนึ่งในห้าของผู้ใหญ่ต้องการให้มีพืชมากขึ้นในอาหารของพวกเขา

Seifer กล่าวว่า ไก่เป็นโปรตีนจากสัตว์อันดับต้นๆ ที่มักบริโภคกันในครัวเรือน แค่ขอให้เนื้อไก่จากพืชเข้าไปมีส่วนแบ่งตลาดเพียงเศษเสี้ยวในช่วงเทศกาลที่นิยมรับประทานไก่งาม อาจส่งผลให้ไก่สามารถเป็นคู่แข่งระดับเดียวกับเนื้อวัวจากพืชได้

ผู้บริโภคกำลังมองหาอะไรในผลิตภัณฑ์

Seifer และ Molde ต่างเห็นพ้องต้องกันว่า รสชาติเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะพึงพอใจ จึงเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทต่างๆ ต้องคำนึงถึงรสชาติเป็นอันดับแรกในการสร้างนวัตกรรมจากพืช ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจด้านรสชาติให้กับผู้บริโภค นอกจากรสชาติแล้ว ยังต้องมีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภคอีกด้วย แรงจูงใจโดยรวมเพื่อให้ผู้บริโภคหันมารับประทานผลิตภัณฑ์จากพืชจึงได้แก่ สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ดังนั้นผู้ผลิตจึงควรมุ่งเน้นเกี่ยวกับสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการ เช่น โปรตีน หรือสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการหลีกเลี่ยง เช่น น้ำตาล หรือไขมันอิ่มตัว การเสริมปริมาณโปรตีนเป็นกุญแจสำคัญ เช่นเดียวกับ “ฉลากสะอาด” (Clean label) ฐานผู้บริโภคที่กำลังเติบโตต้องการเห็นนวัตกรรม “ฉลากสะอาด” เมื่อพูดถึงผลิตภัณฑ์จากพืช ดังนั้น ในผลิตภัณฑ์จากพืชโดนยังมีจำนวนส่วนผสมน้อยชนิดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้นเท่าใด ก็ยิ่งดีขึ้นเท่านั้น

ที่มา: Will Plant-Based Chicken be the Next Big Menu Item?

<https://foodinstitute.com/focus/will-plant-based-chicken-be-the-next-big-menu-item/>

<https://www.livekindly.co/kfc-is-launching-vegan-beyond-fried-chicken/>

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

มกราคม ๒๕๖๕