

ตลาดเบียร์เนเธอร์แลนด์เปลี่ยนผ่านสู่ยุคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ



ตลาดเครื่องดื่มของประเทศเนเธอร์แลนด์กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จากเดิมที่ขับเคลื่อนด้วยการบริโภคเบียร์แบบดั้งเดิม สู่ตลาดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสุขภาพ คุณภาพชีวิต และการบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบมากขึ้น ส่งผลให้เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ โดยเฉพาะเบียร์ไร้แอลกอฮอล์ (Alcohol-Free Beer) กลายเป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าที่เติบโตโดดเด่นที่สุดในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ขณะที่ยอดจำหน่ายเบียร์แบบดั้งเดิมเริ่มชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง

ข้อมูลจากสมาคมผู้ผลิตเบียร์เนเธอร์แลนด์ (Nederlandse Brouwers) ระบุว่า ในปี 2568 ยอดจำหน่ายเบียร์ลาเกอร์ซึ่งเป็นเบียร์ประเภทหลักของตลาดเนเธอร์แลนด์ ลดลงร้อยละ 4.7 ขณะที่ยอดจำหน่ายเบียร์ไร้แอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 สะท้อนการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างชัดเจน ปัจจุบันเบียร์ไร้แอลกอฮอล์และเบียร์แอลกอฮอล์ต่ำมีส่วนรวมประมาณร้อยละ 8 - 9 ของตลาดเบียร์ทั้งหมดในประเทศใกล้เคียงกับเป้าหมายของอุตสาหกรรมที่ต้องการให้เครื่องดื่มกลุ่มดังกล่าวมีส่วนรวมร้อยละ 10 ภายในปี 2573 โดยสมาคมผู้ผลิตเบียร์เนเธอร์แลนด์ระบุว่า แนวโน้มการเติบโตในปัจจุบันอาจทำให้บรรลุเป้าหมายดังกล่าวได้เร็วกว่าที่กำหนดไว้เดิม

การเติบโตดังกล่าวไม่ได้จำกัดอยู่เพียงเบียร์ไร้แอลกอฮอล์ประเภทลาเกอร์ ซึ่งมียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เท่านั้น แต่ยังรวมถึงเบียร์ไร้แอลกอฮอล์ประเภทพิเศษ (Specialty Beer) ที่เติบโตสูงถึงร้อยละ 27 สะท้อนว่า ผู้บริโภคไม่ได้ต้องการเพียงทางเลือกทดแทนเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ แต่ยังให้ความสำคัญกับรสชาติ ความหลากหลาย และประสบการณ์การดื่มใกล้เคียงกับเบียร์ทั่วไป

ความนิยมที่เพิ่มขึ้นของเบียร์ไร้แอลกอฮอล์เป็นผลมาจากการพัฒนาคุณภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง ทั้งด้านรสชาติ กระบวนการผลิต และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ผลสำรวจ National Beer Survey 2025 พบว่า ประมาณสองในสามของผู้บริโภคชาวดัชต์มองว่าเบียร์ไร้แอลกอฮอล์ในปัจจุบันสามารถทดแทนเบียร์ทั่วไปได้เป็นอย่างดี ขณะที่เหตุผลสำคัญในการเลือกบริโภค คือ คุณภาพรสชาติที่ดีขึ้นและมีตัวเลือกสินค้าเพิ่มขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับในอดีต

ผู้เชี่ยวชาญจากสถาบัน Trimbos ซึ่งเป็นองค์กรด้านการวิจัยสุขภาพและพฤติกรรมการบริโภคของเนเธอร์แลนด์ ระบุว่า แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับกระแส "Mindful Drinking" หรือการดื่มอย่างมีสติ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมในหมู่ผู้บริโภครุ่นใหม่และวัยทำงาน ผู้บริโภคจำนวนมากเลือกดื่มเบียร์ไร้แอลกอฮอล์เมื่อต้องขับรถ ต้องการควบคุมปริมาณแอลกอฮอล์ หรือมุ่งดูแลสุขภาพในระยะยาว ขณะเดียวกัน ภาคธุรกิจและองค์กรต่าง ๆ ในเนเธอร์แลนด์เริ่มจัดเตรียมเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เป็นทางเลือกในการจัดกิจกรรมสังสรรค์มากขึ้น สะท้อนว่าการบริโภคเครื่องดื่มไร้แอลกอฮอล์กำลังกลายเป็นเรื่องปกติในสังคมดัตช์

นอกจากนี้ ข้อมูลด้านสาธารณสุขพบว่า ปริมาณการบริโภคแอลกอฮอล์บริสุทธิ์ต่อประชากรของเนเธอร์แลนด์ในปี 2567 ลดลงร้อยละ 11.2 เมื่อเทียบกับปี 2557 และหากพิจารณาเฉพาะประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป การบริโภคลดลงถึงร้อยละ 13 แสดงให้เห็นว่าการลดการดื่มแอลกอฮอล์กำลังกลายเป็นพฤติกรรมระยะยาวของผู้บริโภค มากกว่าจะเป็นเพียงกระแสชั่วคราว

ในภาพรวม เนเธอร์แลนด์ถือเป็นหนึ่งในตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์และแอลกอฮอล์ต่ำ (No Alcohol and Low Alcohol: NoLo) ที่เติบโตเร็วที่สุดในยุโรป โดยข้อมูลจาก Euromonitor International ระบุว่า เบียร์ไร้แอลกอฮอล์มีส่วนร้อยละ 7.2 ของปริมาณการบริโภคเบียร์ทั้งหมดในปี 2568 เพิ่มขึ้นจากเพียงร้อยละ 2.8 เมื่อสิบปีก่อน หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 2.5 เท่า สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของตลาดเครื่องดื่มในประเทศอย่างชัดเจน

นอกจากการเปลี่ยนแปลงด้านอุปสงค์และพฤติกรรมผู้บริโภคแล้ว อุตสาหกรรมเบียร์ของเนเธอร์แลนด์กำลังเผชิญแรงกดดันจากหลายปัจจัย ทั้งต้นทุนพลังงาน วัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และค่าขนส่งที่เพิ่มสูงขึ้น รวมถึงการปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ส่งผลให้ยอดขายเบียร์โดยรวมลดลงร้อยละ 3.4 ในปี 2567 และกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ผลิตรายขนาดเล็ก ซึ่งข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งเนเธอร์แลนด์ (CBS) ระบุว่า ณ วันที่ 1 มกราคม 2568 ประเทศเนเธอร์แลนด์มีโรงเบียร์ 740 แห่ง ลดลงจาก 780 แห่งในปีก่อนหน้า นับเป็นการลดลงครั้งแรกในรอบ 15 ปี การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนว่าอุตสาหกรรมกำลังเข้าสู่ช่วงปรับโครงสร้างและการแข่งขันที่เข้มข้นมากขึ้น

ดังนั้น เพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาด ผู้ผลิตเบียร์รายใหญ่หลายรายจึงเริ่มปรับบทบาทจากการเป็นผู้ผลิตเบียร์ไปสู่การเป็นผู้ผลิตเครื่องดื่มที่หลากหลายมากขึ้น โดยขยายการลงทุนไปยังกลุ่มเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ น้ำอัดลมพรีเมียม เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ และคราฟต์เบียร์ไร้แอลกอฮอล์ เพื่อลดการพึ่งพารายได้จากตลาดเบียร์แบบดั้งเดิม แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนว่าอุตสาหกรรมเครื่องดื่มกำลังเปลี่ยนจากการแข่งขันด้านปริมาณการบริโภค ไปสู่การแข่งขันด้านนวัตกรรม สุขภาพ และไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคมากขึ้น

บทวิเคราะห์และความเห็น สคต.

ตลาดเครื่องดื่มของเนเธอร์แลนด์กำลังเปลี่ยนผ่านจากยุคที่ขับเคลื่อนด้วยการบริโภคเบียร์แบบดั้งเดิม ไปสู่ยุคของเครื่องดื่มทางเลือกที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพ โดยกำลังเปลี่ยนผ่านใน 3 มิติสำคัญ ได้แก่ จำนวนผู้ผลิตเบียร์เริ่มลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 15 ปี การบริโภคเบียร์แบบดั้งเดิมลดลงต่อเนื่อง และเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การเติบโตของตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ในเนเธอร์แลนด์ สะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของพฤติกรรมผู้บริโภคยุโรป ซึ่งให้ความสำคัญกับสุขภาพ ความยั่งยืน และ คุณภาพชีวิตมากขึ้น

แม้ตลาดเบียร์แบบดั้งเดิมจะชะลอตัวลง แต่ตลาดเครื่องดื่มโดยรวมไม่ได้หดตัว แต่กำลังเปลี่ยนไปสู่สินค้า ที่มีมูลค่าเพิ่มสูงกว่าและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ยุคใหม่มากกว่าเดิม ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เครื่องดื่มสมุนไพรไทย น้ำมะพร้าว เครื่องดื่มจากผลไม้เขตร้อน รวมถึงเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ที่มีเอกลักษณ์ด้านรสชาติและวัตถุดิบธรรมชาติ เพื่อตอบสนองความต้องการของ ผู้บริโภคยุโรปที่กำลังมองหาทางเลือกใหม่ที่ดีต่อสุขภาพและมีความแตกต่างมากขึ้น โดยเฉพาะในตลาด เนเธอร์แลนด์ซึ่งถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการยอมรับและเปิดรับนวัตกรรมด้านอาหารและเครื่องดื่ม

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงเฮก
มิถุนายน 2569