

ISSUE 20
FEBRUARY - APRIL 2022

ข้าวบาน



HEART



HEALTH



HOME

เมล็ดพันธุ์แห่งความยั่งยืน

'Future Food' เทรนด์อาหารแห่งอนาคตสร้างความยั่งยืน



SUSTAINABLE DEVELOPMENT

SD Story : มงมุดใหม่นวัตกรรมด้านอาหารอนาคต (Future Food) จากเหล่าผู้เชี่ยวชาญ

ดร.อัครวิทย์ กาญจนโอภาส, ดร.สมหมาย เตชะศิริบุญกุล, ดร.ลลانا ธีระนุสรณ์กิจ

SD Talk : เปิดมุมมองคนรุ่นใหม่ กับนวัตกรรมอาหารตอบโจทย์โลกในอนาคต!

สันติ อากาทศ - TasteBud Lab
กาญจน์ บุลสุวรรณ เชฟเทเบีย Blackitch Artisan Kitchen

Catch up : จับกระแสแลน แรมิตเมมูมห้จจรรยออย่างยั่งยืน

“Future Food เทรนด์อาหารแห่งอนาคตสร้างความยั่งยืน”

ว่ากันว่า... โลกกำลังเข้าสู่ภาวะขาดแคลนอาหาร!

ประชากรโลกกำลังประสบปัญหาข้าวยากหมากแพง!

จริงหรือไม่ที่อีกไม่นานประชากรจะล้นโลก! เพราะข้อมูลจากรายงาน The World Population Prospects 2019 ของฝ่ายเศรษฐกิจและกิจการสังคมของสหประชาชาติ (UN) คาดการณ์ว่า จำนวนประชากรโลกจะเพิ่มสูงขึ้นถึง 9.7 พันล้านคน ภายในปี ค.ศ. 2050

ปัจจุบันมี 2 แนวคิด แนวคิดแรก อาหารจะไม่พอกับจำนวนคนที่เพิ่มขึ้น กับแนวคิดที่สอง เทคโนโลยีจะผลิตอาหารได้จำนวนมากด้วยระบบอัตโนมัติจนเกินความต้องการของคนบนโลก แต่พอเกิดสถานการณ์โควิด-19 ก็เกิดแนวคิดใหม่ว่า อาหารพอหรือไม่นั้นเป็นเรื่องหนึ่ง แต่อาหารที่มีอยู่จะกินอย่างไรให้สุขภาพแข็งแรง กินแล้วไม่ป่วย เป็นโจทย์ใหม่ของอาหารแห่งอนาคตที่ชวนให้หาคำตอบ และความกังวลใจนี้ล้วนมาจากสัญญาณอันตรายที่สะท้อนมาจากทั่วทุกมุมโลก ทั้งผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ที่ทำให้เศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก เกิดภาวะเงินเฟ้อ ซึ่งย่อมส่งผลกระทบต่อการปรับตัวขึ้นของราคาอาหารและสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลก

รวมทั้งปัญหาสภาพโลกร้อนและสภาพอากาศแปรปรวนที่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการผลิตอาหารที่มีจำนวนน้อยลงสวนทางกับจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้น นี่ยังไม่นับรวมปัญหาพื้นที่เพาะปลูกซึ่งนับวันจะร่อยหรอลง อีกทั้งยังมีการบริโภคแบบเหลือทิ้ง ค่าขนส่งที่แพงขึ้นจากราคาน้ำมัน ปัญหาขาดแคลนแรงงาน วิธีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคยุคใหม่ต้องการอาหารที่รับประทานสะดวก รวดเร็ว โดยหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยไปพร้อมๆ กัน

ปัญหาและปัจจัยต่างๆ เหล่านี้เป็นอีกเมกะเทรนด์หนึ่งของโลกที่จะส่งผลกระทบต่อแนวคิดการสร้างความยั่งยืนด้านอาหารของโลก โดยได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมอาหารตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ

‘อาหารอนาคต’ หรือ ‘Future Food’ จึงเป็นอีกหนึ่งเทรนด์สำคัญที่กำลังมาแรงในระดับโลก เป็น ‘ทางเลือกใหม่’ ที่เข้ามาตอบโจทย์ปัญหาด้านความมั่นคงทางอาหารในอนาคต เนื่องจากได้มีการนำนวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาวัตถุดิบเพื่อช่วยตอบโจทย์ความต้องการและลดผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นกับสภาพแวดล้อม ในขณะที่ในการผลิตอาหารก็ยังคงให้ความสำคัญกับรสชาติอาหารที่อร่อย ถูกปากผู้บริโภค และมีประโยชน์ต่อสุขภาพควบคู่กันไปด้วย

วารสารบัวบานฉบับนี้จึงนำเสนอเรื่องราวของ ‘Future Food เทรนด์อาหารแห่งอนาคตสร้างความยั่งยืน’ เพื่อพาทุกคนไปทำความรู้จักและมองมุมใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมด้านอาหารอนาคต เริ่มจาก SD Story โดย ดร.อัครวิทย์ กาญจนนอภาฯ ผู้ช่วยผู้อำนวยการ สวทช. ที่มาอัพเดทเทรนด์อาหารแห่งอนาคต และฉายมุมมองด้านสถานการณ์ความยั่งยืนของอาหารทั้งในระดับโลกและในเมืองไทย นอกจากนี้ ดร.สมหมาย เตชเชรีนกุล และ ดร.ลลนา ธีระนุสรณ์กิจ ผู้แทนจากศูนย์วิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซีพีเอฟ ยังได้มาร่วมแบ่งปันมุมมองความมุ่งมั่นในการค้นคว้าวิจัยอาหารและนวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ความมั่นคงและยั่งยืนด้านอาหารของโลก รวมทั้งสาระดีๆ จากคอลัมน์ SD TALK ที่ชวนเชฟแป๊กและคุณสันติ ผู้ก่อตั้ง TasteBud Lab 2 ตัวแทนคนรุ่นใหม่มาเปิดมุมมองด้านการสร้างนวัตกรรมอาหารรับเทรนด์ผู้บริโภคในอนาคต!

นอกจากนี้ ไม่อยากให้เราพลาดคอลัมน์ Think Forward ที่จะช่วยให้เราเข้าใจความหมายของอาหารแห่งอนาคตที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความยั่งยืน Creating a Better Life จับตาดูเทรนด์ Future Food ว่าจะกลายมาเป็นทางรอดของเกษตรกร ผู้ประกอบการ และโลกใบนี้ได้อย่างไร และยังได้พาพวกเราไป Catch up ท่องโลกดูองค์กรต่างๆ ที่ร่วมกันคิดค้นนวัตกรรมเมนูสุขภาพตอบโจทย์ความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภค ปิดท้ายด้วย SD LIFE มองเทรนด์อาหารแห่งอนาคตผ่านความบันเทิง

ทั้งหมดนี้เป็นการเปิดโลกด้านนวัตกรรมอาหารที่ก้าวหน้าไปอย่างมาก จึงไม่น่าแปลกใจเลยว่าทำไม Future Food จึงได้กลายมาเป็นเทรนด์แห่งความหวังของมวลมนุษยชาติที่จะเข้ามาช่วยแก้ Pain Point ทุกด้านเกี่ยวกับความมั่นคงทางด้านอาหารตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำ อีกทั้งยังเป็นตัวช่วยในการดูแลสุขภาพของผู้คนให้มีความสุขที่ตีและยืนยาวยิ่งขึ้น และยังนำไปสู่การแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนอีกด้วย

อย่างไรก็ตาม การสร้างความยั่งยืนทางด้านอาหารเป็นอีกโจทย์ใหญ่ที่กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอาหารและกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs จะต้องปรับตัวในการพัฒนาสร้างสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม ในขณะที่เดียวกันก็ต้องหันมาพึ่งพาวัตถุดิบในประเทศเป็นหลัก เพื่อสร้างความยั่งยืนและตอบโจทย์เรื่องความมั่นคงทางอาหารให้แก่ผู้บริโภค

“อาหารในยุคต่อไป จะเป็นอาหารที่เป็นยา กินแล้วไม่เจ็บไม่ป่วย จะเป็นอาหารที่ถูกต้องกับดีเอ็นเอ เฉพาะบุคคล เป็นอาหารที่ไม่สร้างขยะกับโลก สามารถตรวจสอบย้อนกลับได้ว่าไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม สิ่งเหล่านี้คือความท้าทายงานค้นคว้าวิจัยและนวัตกรรมของมนุษยชาติในยุคปัจจุบัน เพราะเราคือคนกำหนดอนาคตในยุคต่อไป”

ดร.ธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ
บรรณาธิการบริหาร



เมล็ดพันธุ์แห่งความยั่งยืน

โลกจะยั่งยืนได้ ต้องอาศัยความร่วมมือในการขับเคลื่อน ภายใต้กรอบ

3Hs HEART - HEALTH - HOME

HEART มุ่งมั่น...ทำธุรกิจด้วยใจที่ยั่งยืน

HEALTH มุ่งมั่น...สร้างสังคมยั่งยืน

HOME มุ่งมั่น...เพื่อสิ่งแวดล้อมยั่งยืน

บรรณาธิการบริหาร :

ดร.ธีระพล ถนอมศักดิ์ยุทธ

คณะบรรณาธิการ : สำนักยุทธศาสตร์

ข้อมูลและการสื่อสาร เครือเจริญ
โภคภัณฑ์

เจ้าของ : สำนักยุทธศาสตร์ข้อมูลและ

การสื่อสาร

บริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด

อาคารทรูทาวเวอร์ ชั้น 27 เลขที่ 18

ถนนรัชดาภิเษก แขวงห้วยขวาง

เขตห้วยขวาง กรุงเทพฯ 10310

โทรศัพท์ : 0-2858-6286, 0-2858-6254

อีเมล : prcpgroup@cp.co.th

จัดพิมพ์โดย : บริษัท พรินท์ ซีดี จำกัด

29/45-46 ซอยวัดสามง่าม ถนนพระราม

ที่ 1 แขวงรองเมือง เขตปทุมวัน

กรุงเทพฯ 10330

ร่วมสร้างสรรค์เนื้อหาและศิลปกรรมโดย :

บริษัท เปเปอร์คอร์ปัส จำกัด

โทรศัพท์ : 0-2887-4830

โทรสาร : 0-2887-0486

อีเมล : paperchorus@hotmail.com



1777-73851277-73851278-VCU-009

เครือเจริญโภคภัณฑ์มีความตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม จึงเลือกผลิตวารสารเล่มนี้ผ่าน ‘นวัตกรรม การพิมพ์สีเขียว’ ที่มีส่วนช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก จากกระบวนการผลิต เทียบเท่าการปิดหลอดไฟ 1 ชั่วโมง ในการผลิตครั้งตลอดจำนวน 4,678 ดวง ต่ovarสาร 5,000 เล่ม และในส่วนที่ไม่สามารถลดปริมาณก๊าซเรือนกระจก ได้จัดทำคาร์บอนเครดิต มาชดเชยเท่ากับศูนย์ จากปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั้งหมด 1.03 ตัน เพื่อให้ได้หนังสือคุณภาพดี และเป็นส่วนหนึ่งในการทำให้โลกยั่งยืน



นวัตกรรมอาหารแห่งอนาคต มากกว่าความอร่อยคือความยั่งยืน



● ด้วยจำนวนประชากรซึ่งเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กอปรกับความขัดแย้งทางการเมือง ผลกระทบทางเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศอย่างรุนแรง มีความเชื่อมโยงอย่างมากต่อภาคการเกษตรในหลากหลายบริบท ซึ่งก่อให้เกิดการสูญเสียความหลากหลายทางชีวภาพและความเสื่อมโทรมของดิน ส่งผลกระทบต่อการผลิตอาหารในระดับต้นของห่วงโซ่อุปทาน นวัตกรรมด้านอาหารของโลกจึงเป็นสิ่งที่ได้รับความสนใจมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

“การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบอาหารอันยั่งยืน อาจเป็นการตอบสนองต่อความท้าทายเหล่านี้ อย่างเพียงพอ การบรรลุวัตถุประสงค์ด้านการพัฒนาอันยั่งยืน รวมถึงเป้าหมายจำกัดความอดอยากยังคงเป็นไปได้ แต่จะต้องมีความพยายามอย่างเร่งด่วนและร่วมมือกัน มีฉันทมติเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ว่าการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบอาหารอันยั่งยืนเป็นสิ่งสำคัญยิ่งและต้องอาศัยนวัตกรรมเป็นตัวขับเคลื่อน”

โซลตัน คาลมาน (Zoltán Kálmán) ประธานคณะกรรมการบริหารโครงการอาหารโลก ประจำปี พ.ศ. 2561 กล่าวไว้ใน ReliefWeb หน่วยงานบริการข้อมูลของสำนักงานเพื่อการประสานงานด้านมนุษยธรรมแห่งสหประชาชาติ (OCHA) พร้อมกันนี้เขายังขยายความเพิ่มเติมว่า ในทางเกษตรกรรม นวัตกรรมถือเป็นสิ่งจำเป็น จึงควรตรวจสอบให้แน่ใจว่านวัตกรรมต่างๆ พร้อมใช้งาน เข้าถึงได้ และมีราคาไม่สูงเกินไป ในพื้นที่ห่างไกลควรให้ความสำคัญกับนวัตกรรมที่เน้นความต้องการขั้นพื้นฐาน รวมถึงโอกาสการจ้างงานทางเลือกในฟาร์ม และนอกภาคเกษตร การผสมผสานความรู้ดั้งเดิมและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ไปจนถึงการใช้โดรน ดาวเทียม สมาร์ทโฟน ตลอดจนเทคโนโลยีอื่นๆ ในการสนับสนุนงานเกษตรกรรม การจัดการแหล่งน้ำ การต่อสู้ศัตรูพืชและโรคต่างๆ

ในขณะเดียวกัน Doxee บริษัทสัญชาติอิตาลีซึ่งเชี่ยวชาญด้านการสร้างความสัมพันธ์

กับลูกค้าผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กล่าวถึง ‘นวัตกรรมอาหาร’ ไว้ว่าเป็นคำที่กว้างอย่างไม่น่าเชื่อ แต่หากจะนิยามคำจำกัดความให้เข้าใจง่าย นวัตกรรมอาหารก็คือสิ่งใหม่ที่เกิดจากการนำองค์ความรู้ งานวิจัย เทคโนโลยี และแนวคิดสร้างสรรค์มาปรับปรุงหรือคิดค้นจนได้อาหารใหม่ซึ่งสามารถจำหน่ายได้ในเชิงพาณิชย์ หรือพูดอีกนัยหนึ่งก็คือการพัฒนาอาหารให้ทั้งอร่อย ถูกหลักอนามัยและโภชนาการ เก็บไว้ได้นาน และไม่สร้างพิษภัยต่อโลกใบนี้ ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวยังตอบโจทย์บริบทด้านความมั่นคงทางอาหารได้เป็นอย่างดี

เทคโนโลยีอาหาร (Food Technology หรือ Food Tech) จึงเป็นสิ่งใหม่ในอุตสาหกรรมอาหารซึ่งเข้ามาช่วยเติมเต็มให้ทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค และสิ่งแวดล้อมในคราวเดียวกัน โดยโปรตีนทางเลือกซึ่งมาจากพืช สาหร่าย เชื้อรา แมลง และการเพาะเลี้ยงในห้องทดลอง อันมีเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ เข้ามามีส่วนในการจัดเรียงเส้นใยกล้ามเนื้อ ไขมัน และหลอดเลือดให้เป็นไปตามโครงสร้างของเนื้อสัตว์เพื่อเพิ่มความเหมือนจริงทางรสสัมผัส นับเป็นเทรนด์ที่น่าสนใจและกำลังมาแรงมากในขณะนี้

เหตุผลสำคัญที่ทำให้โปรตีนทางเลือกได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ ในตลาดทั่วโลกนั้นมีหลายประการ เช่น ช่วยลดปริมาณทรัพยากรและของเสียจากการเลี้ยงสัตว์อย่างสุกร ไก่ วัว ฯลฯ อีกทั้งลดการบริโภคสัตว์ทะเลเพื่อการประมงยั่งยืน นอกจากนี้ยังถือเป็นอาหารซึ่งเป็นมิตรต่อสุขภาพเพราะปราศจากสารเร่งเนื้อแดง ฮอโมนเร่งการเจริญเติบโต รวมถึงสารตกค้างจากยาปฏิชีวนะด้วย

เหตุนี้ นวัตกรรมอาหารจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้แก่ห่วงโซ่อุปทาน โดยรวมแบบตอบโจทย์ครบถ้วนในทุกมิติอย่างสมบูรณ์แบบจริงๆ

ที่มา : <https://reliefweb.int> <https://www.doxee.com> <https://www.resilience.org> <https://www.bangkokbanksme.com>



Future Food เทรนด์อาหารแห่งอนาคตสร้างความยั่งยืน

- ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เกิดภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อเนื่องถึงภาวะเงินเฟ้อ
- อัตราเงินเฟ้อส่งผลต่อราคาอาหารและสินค้าโภคภัณฑ์ทั่วโลกปรับตัวสูงขึ้น โดย FAO ระบุว่า ดัชนีราคาอาหารทั่วโลกปรับเพิ่มขึ้นสูงสุดในรอบ 10 ปี และมีแนวโน้มว่าจะยาวไปอีกระยะหนึ่งอาจถึงสิ้นปี พ.ศ. 2565
- มีผู้ได้รับผลกระทบจากวิกฤติอาหารแพงและการขาดแคลนอาหารมากถึง 1,800 ล้านคน

รายงานจากองค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ระบุข้อมูลชวนกังวล ล้วนนำไปสู่คำถามตามมาว่า โลกกำลังเข้าสู่ภาวะขาดแคลนอาหารจริงหรือ คำตอบอาจยังไม่สามารถฟันธงได้ชัดเจน แต่สิ่งที่เกิดขึ้นแล้วแน่นอนคือผลกระทบต่อความยั่งยืนทางด้านอาหารของโลก และเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ Future Food หรือ ‘อาหารแห่งอนาคต’ เป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทุกขณะ เนื่องจากเป็นกระบวนการผลิตอาหารที่เน้นสร้างความยั่งยืน ปลอดภัย และเป็นมิตรต่อโลก

วารสารบัวบานฉบับนี้นำเสนอเรื่องของ ‘Future Food เทรนด์อาหารแห่งอนาคตสร้างความยั่งยืน’ ชวนให้ทุกคนทำความรู้จักและมองมุมใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมด้านอาหารอนาคตที่ถือเป็นเทรนด์แห่งความหวังของมวลมนุษยชาติที่จะนำไปสู่การแก้ปัญหาข้าวยากหมากแพง การขาดแคลนอาหาร พร้อมด้วยตัวอย่างการคิดค้นนวัตกรรมอาหารที่จะเข้ามาเป็นตัวช่วยในการดูแลสุขภาพของผู้คนให้มีสุขภาพที่ดีและยืนยาวยิ่งขึ้น ขณะเดียวกันก็ยังเป็นอีกหนึ่งทางออกช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจ เยียวยาทั้งต้นน้ำไปถึงปลายน้ำของกระบวนการผลิต อันนำไปสู่ความมั่นคงและยั่งยืนทางอาหาร

“Future Food ตอบโจทย์ผู้บริโภค เป็นเทรนด์ของธุรกิจในอนาคตแน่นอน” ดร.อัศวิน ฤกษ์ กาญจนโอภาส



ภาพ : ธีรพัฒน์

ร่วมอัปเดตเทรนด์อาหารแห่งอนาคต (Future Food) และฉายมุมมองด้านสถานการณ์ความยั่งยืนของอาหารทั้งในระดับโลกและในเมืองไทย โดย ดร.อัศวิน ฤกษ์ กาญจนโอภาส ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ และ CEO โครงการเมืองนวัตกรรมอาหาร

โลกจะเผชิญภาวะขาดแคลนอาหารจริงหรือ?

- ภัยธรรมชาติ ไม่ว่าจะเป็นฝนตก น้ำท่วม พายุหิมะ ภัยแล้ง การระบาดของโรค แมลงศัตรูพืชหรือในสัตว์ จะเริ่มส่งผลกระทบต่อการผลิตอาหารอย่างที่เกิดในหลายประเทศผู้ผลิตอาหารของโลก หากแต่ผลกระทบในการขาดแคลนอาหารคงใช้เวลาหลังจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศโลกมาถึงภาวะวิกฤติระยะหนึ่งแล้ว

“มีการคาดการณ์กันแล้วว่าจริงๆ แล้วในอีก 30 ปีข้างหน้า ประชากรโลกอาจแตะหมีพันล้านคน ซึ่งแน่นอนความต้องการอาหารก็จะเพิ่มมากขึ้นประมาณ 60% จากการประมาณการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คำถามก็คือหากเราต้องผลิตอาหารเพิ่มขึ้น เราจะทำได้หรือไม่ เมื่омองจากปัจจัยการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ การขยายตัวของเมือง พื้นที่ทำเกษตรกรรมลดลง

เกษตรกรในหลายประเทศที่เป็นผู้ผลิตอาหาร ก็มีอายุที่มากขึ้น กำลังในการผลิตอาจไม่เพียงพอ ขยายตัวรับกับความต้องการ แต่ว่าถ้ากลับมามองสถิติอื่นหนึ่งก็พบว่า เรามีประชากรโลกที่ขาดแคลนอาหารจริงๆ ถึงขั้นขาดสารอาหารประมาณ 800 ล้านคนทั่วโลก ในขณะที่เรามีคนที่เป็นโรคอ้วน หรือโรคต่างๆ เกี่ยวกับโภชนาการมากเกินไปถึง 2,000 ล้านคน เพราะฉะนั้นปัจจุบันในภาพรวมของโลกจึงยังไม่ถึงกับเป็นการขาดแคลนในขั้นวิกฤติ แต่เป็นปัญหาด้านการกระจายอาหาร การเข้าถึงอาหารที่มีอยู่มากกว่า

“อีกเรื่องคืออาหารที่เราผลิตขึ้นในโลกประมาณ 1 ใน 3 ต้องสูญเสียไปตั้งแต่ฟาร์ม จนมาถึงการผลิตแปรรูปในครัวเรือน ถ้าเราป้องกันการเน่าเสียหรือเสื่อมสภาพของอาหารที่มีอยู่สูงให้ลดลงได้ อาหารที่เราผลิตก็ยังไม่เพียงพอ ตัวช่วยที่สำคัญอันหนึ่งก็คือในเรื่องของเทคโนโลยีและนวัตกรรม ทำให้เรามีอาหารโดยไม่ต้องอาศัยสภาพภูมิอากาศได้ รวมถึงการปรับปรุงพันธุ์ การได้มาซึ่งอาหารด้วยวิธีการนวัตกรรมต่างๆ ที่ทำให้เราสามารถผลิตอาหารได้อย่างเพียงพอ

“ทีนี้ในส่วนของ Food Security หรือความมั่นคงของอาหาร คงต้องไปดูในเชิงคุณภาพด้วยว่าอาหารที่เราบริโภคกันอยู่ทุกวันนี้ให้สุขภาพที่ดีหรือเปล่า เพราะการมีอาหารบริโภคไม่ได้แปลว่าเราจะมีสุขภาพดี สุขภาพดี ถ้าเราบริโภคมากเกินไป บริโภคไม่ครบถ้วนตามสิ่งที่ร่างกายต้องการ ในแง่ของคุณภาพ ต่อให้มีอาหารบริโภคแต่ก็อาจจะขาดความมั่นคงทางอาหาร หรือไม่ปลอดภัย อย่างนี้เราก็ไม่ถือว่าเป็นความมั่นคงทางอาหารที่ดี”

Climate Change ตัวเร่งให้เกิด Future Food

สำหรับสถานการณ์เทรนด์โลกด้าน Future Food ดร.อัศวินวิทย์เปิดเผยว่า เทรนด์แรกมาจากความกังวลจากวิกฤติการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก หรือ Climate Change ที่ส่งผลต่อเนื่องไปถึงเรื่องของอาหารและความยั่งยืน ทำให้ผู้บริโภคเริ่มมองหาทางเลือกของแหล่งโปรตีนที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น เช่น โปรตีนจากพืช แมลง ทดแทนเนื้อสัตว์ในอุตสาหกรรมปศุสัตว์ที่ปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกค่อนข้างมาก ถือเป็นเทรนด์แรกที่เกิดจากวิกฤติ Climate Change

ขณะเดียวกันยังพบว่าประชากรมีอายุเฉลี่ย



นวัตกรรมอาหาร
ที่จะเข้ามาเป็นตัวช่วย
ในการดูแลสุขภาพ
ของผู้คนให้มีสุขภาพที่ดี
และยืนยาวยิ่งขึ้น
ขณะเดียวกันก็ยังเป็น
อีกหนึ่งทางออกเพื่อช่วย
ฟื้นฟูธุรกิจด้านอาหาร
และเกษตรกรผู้เป็นต้นน้ำ
ของกระบวนการผลิต
อาหาร รวมไปถึง
การสร้างความมั่นคง
ทางอาหารและ
สิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน



เพิ่มขึ้น มีแนวโน้มก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุมากขึ้น เพราะฉะนั้นความต้องการอาหารของกลุ่มพิเศษ โดยเฉพาะอาหารสำหรับผู้สูงอายุ จะเป็นแนวโน้มที่ค่อนข้างสำคัญมากสำหรับอาหารอนาคต ส่วนเทรนด์ที่ 3 เกิดจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ซึ่งปัจจุบันคนกลับมาให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น รวมถึงอาหารที่มีส่วนช่วยในการเสริมภูมิคุ้มกัน หรือทำให้ร่างกายมีสุขภาพที่แข็งแรงขึ้น

“Future Food ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในอนาคต อย่างที่เราทราบกันดีว่า นอกจากอาหารจะมีหน้าที่เป็นแหล่งพลังงานเป็นแหล่งของสารอาหารต่างๆ ที่จำเป็นต่อร่างกายแล้ว เรายังพบว่าแนวโน้มหรือทิศทางของอาหารในอนาคต หรือ Future Food จะให้คุณค่าอย่างอื่นนอกเหนือจากการเป็นสารอาหารและพลังงาน เพราะมนุษย์มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปจากเดิม ยกตัวอย่าง Future Food ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตก็อาจเป็นอาหารที่มีคุณสมบัติเสริมสมรรถภาพของร่างกาย หรือตอบสนองความต้องการของบุคคล รวมไปถึงกระบวนการได้มาซึ่งอาหารในอนาคตที่มีความยั่งยืน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น มีกระบวนการผลิตที่มีความยั่งยืนและส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิตและแปรรูปอาหารให้ตอบสนองกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากประชากรโลกที่เพิ่มขึ้นครับ

“ตัวอย่าง Future Food เช่น ถ้าเปลี่ยนมาเป็นโปรตีนทางเลือกไม่ว่าจะเป็นแมลงหรือพืช เราสามารถที่จะผลิตโปรตีนโดยใช้พื้นที่ไม่มาก



แต่ได้ปริมาณโปรตีนเท่ากับการเลี้ยงสัตว์ในพื้นที่ที่กว้างใหญ่ และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อสัตว์ อย่างที่เคยได้ยิน การเพาะเลี้ยงเซลล์ ก็อาจจะทำให้เราก้าวข้ามวิกฤติอาหารที่ขาดแคลนหมู่นึงก็คือโปรตีนได้ รวมถึงกระบวนการที่มองไปถึงแหล่งอาหารที่มีอยู่ในชุมชนพื้นที่ที่เรียกว่าพืชสมุนไพรหรือผักสมุนไพรบางชนิดที่สามารถเป็นแหล่งอาหารเชิงฟังก์ชัน เพราะฉะนั้น Future Food ผมเข้าใจว่าจะเป็นเรื่องของ การทำขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ความยั่งยืน ความมั่นคงทางอาหาร และเรื่องการผลิตอาหารโดยเฉพาะเลยครับ”

Future Food เทรนด์ธุรกิจในอนาคต

“Future Food เป็นเทรนด์ของธุรกิจในอนาคตแน่นอนอยู่แล้วครับ ไม่ว่าจะเป็น Plant-based เป็นโปรตีนทางเลือกทั้งหลาย เพราะมันเป็นเมกะเทรนด์ไปแล้ว ถูกขับเคลื่อนด้วยตลาดโลก ซึ่งอาจจะล้ำหน้ากว่าประเทศไทยไปอีกด้วยซ้ำในเรื่องของการเปลี่ยนทัศนคติหรือการยอมรับแหล่งโปรตีนจากแมลงหรือจากพืช และเกิดขึ้นแน่ๆ กับประเทศไทยเพราะเรามีบทบาทหน้าที่ที่สำคัญในระบบอาหารของโลก หนึ่งคือเป็นผู้ผลิตและส่งออกอาหารไปยังตลาดโลก ก็เริ่มพบเห็นว่ามีผู้ผลิตอาหารของไทยพยายามตอบโจทย์พฤติกรรมทางอาหารของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป เห็นความตื่นตัวที่เริ่มผลิตโปรตีนจากแมลงหรือจากพืชส่งออกไปตลาดโลกเพิ่มมากขึ้น

ส่วนตลาดภายในประเทศที่เราบริโภคกัน ก็ให้ความสนใจอาหารฟังก์ชัน อาหารสุขภาพ เพิ่มมากขึ้นจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 รวมถึงมองความปลอดภัยของอาหารว่ายังมีการปนเปื้อนของสารเจือปนหรือสิ่งที่เป็นอันตรายในอาหาร ซึ่งผู้บริโภคให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นและทันเหตุการณ์อยู่พอสมควรจากการเข้าถึงสื่อทางโซเชียลเน็ตเวิร์กต่างๆ เพราะฉะนั้นเรื่อง Future Food ในประเทศไทย ผมเชื่อว่าเราไม่ตกเทรนด์แน่นอนครับ ทั้งในฐานะผู้ผลิตและผู้บริโภค

“สำหรับ Future Food ที่เราจะเห็นในอนาคตอันใกล้หรือระยะกลางภายใน 5-10 ปี ข้างหน้าจริงๆ แล้วอาจจะไม่ได้เปลี่ยนรูปปลั๊กอินไปจากเดิมมาก ยกตัวอย่าง ขนมไทย เราก็คงอยากให้เห็นทองหยิบทองหยอดมีรูปร่างลักษณะเหมือนเดิม เพียงแต่อาจจะผลิตต่อสุขภาพมากขึ้น ลดน้ำตาลลงแต่ยังได้รสชาติที่อร่อยแล้วก็ใกล้เคียงกับทองหยิบทองหยอดแบบเดิม ซึ่งแสดงให้เห็นว่า รูปปลั๊กอินไม่ได้เปลี่ยน แต่มีสิ่งที่มีคุณค่าทางอาหารเพิ่มขึ้นหรือปราศจากสารเคมีต่างๆ ที่คนไม่อยากจะให้ลดน้อยลง ยกตัวอย่างเช่นการแพ้ส่วนประกอบต่างๆ ในอาหาร อาจเป็นโปรตีนจากถั่ว ถั่วเลนทูล ในข้าวสาลี รวมถึงสารกันเสีย สารกันบูด สารเติมแต่งที่ไม่ได้มาจากธรรมชาติ เหล่านี้ก็จะมาเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญ

“จริงๆ วงการอุตสาหกรรมอาหารและภาคการเกษตรก็เริ่มมีการปรับตัวกันบ้างแล้ว โดยเฉพาะรายที่มีศักยภาพ มีความพร้อม อย่างเช่นในฟาร์มต้องปรับเปลี่ยนไปเป็นการใช้เทคโนโลยี

ทันสมัย โดยข้อมูลต่างๆ เช่น ดิน ฟ้า อากาศ น้ำ ระบบการให้ปุ๋ย การใช้ตัวตรวจวัดเพื่อควบคุมปัจจัยการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ หรือมีการเตือนล่วงหน้าเพื่อลดความสูญเสียในกระบวนการผลิตขั้นต้น แต่ผมคิดว่าส่วนใหญ่รายที่เป็น SMEs อาจจะต้องปรับตัวได้ไม่ตีพอง เราจำเป็นต้องให้ความรู้ ความตระหนักรวมถึงการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้เกษตรกรของเราเข้าถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสม เป็นอีกความท้าทายของประเทศที่จะต้องร่วมกันระหว่างภาครัฐกับภาคเอกชนมาเสริมสร้างขีดความสามารถให้ภาคเอกชนที่เป็น SMEs ขนาดกลางหรือขนาดเล็กให้สามารถที่จะปรับตัวและแข่งขันได้ เป็นทิศทางที่ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องต้องให้ความสำคัญมากขึ้น”

BCG โมเดลกับนวัตกรรม Future Food ของไทย

ประเทศไทยเดินหน้าด้วยเรื่องของเศรษฐกิจ BCG หรือ Bio Circular Green Economy โดยสภาพัฒน์ได้ให้ความเห็นชอบ ผลักดันสู่แผนยุทธศาสตร์ระดับ 3 ของประเทศ ซึ่งรวมถึงเรื่องของเกษตรอาหาร เพราะฉะนั้น สวทช. จึงมีบทบาทสำคัญในการช่วยจัดทำแผนขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ BCG ผ่านกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) พร้อมขับเคลื่อนกระบวนการที่จะทำให้เกิด Future Food หรืออุตสาหกรรมอาหารอื่นๆ ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

“ข้อดีคือเรามีกฎหมายฉบับใหม่พระราชบัญญัติส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัย ซึ่งผ่านการเห็นชอบของสภาฯ มาแล้ว มีผลบังคับใช้อย่างเต็มรูปแบบในเดือนเมษายน พ.ศ. 2565 โดยหน่วยงานภาครัฐสามารถให้ทุนสนับสนุนแก่ภาคเอกชนได้ด้วย เพื่อเร่งส่งเสริมให้มีการสร้างนวัตกรรมอาหารในประเทศ เราต้องเริ่มเดินหน้ากันอย่างจริงจังในเรื่องของการผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารที่เป็นกรีน ซึ่งตอบโจทย์เป้าหมายของ Circular Economy สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเรื่องของ Bioeconomy รวมถึงผลักดันให้อุตสาหกรรมอาหารหันกลับมามองเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่น Street Food Local Ingredient ที่ใช้ในการสร้างมูลค่าในประเทศและสร้างการยอมรับในตลาดต่างประเทศด้วย

“ขณะเดียวกันยังมีแพลตฟอร์มเมื่อนวัตกรรมอาหารที่สร้างขึ้นมาตอบโจทย์การเชื่อมโยงบริการและทรัพยากรต่างๆ ที่มีใน



ภาครัฐ เพื่อสนับสนุนขีดความสามารถในการแข่งขันของภาคเอกชน ด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีรวมถึงนวัตกรรมต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาองค์ความรู้ การส่งผู้เชี่ยวชาญ การให้ภาคเอกชนเข้ามาใช้ องค์ความรู้พื้นฐาน ไม่ว่าจะป็นห้องแล็บ โรงแรมต้นแบบ หรือ Future Food Lab ในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือกรรมวิธีต่างๆ เสริมด้วยการให้ความรู้เรื่องของการส่งเสริมทางการตลาด สินค้า นวัตกรรมอาหารสำหรับผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ”

ภาพสำเร็จด้านอาหารที่ผ่นออกให้เกิดขึ้นกับเมืองไทย

“ผมอยากเห็นประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้เล่นสำคัญในเวทีโลกอย่างที่เราเป็นมา แต่เราอาจจะต้องเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าอาหารของประเทศไทยให้ไปได้มากกว่านี้ เพราะเราจะมีคนที่เข้ามาสู่กระบวนการผลิตน้อยลง เพราะฉะนั้นเราจึงจะต้องสร้างมูลค่า และประเทศไทยเองกำลังจะเข้าสู่ช่วงสังคมผู้สูงอายุ ดังนั้นรัฐเองจะต้องพึ่งพารายได้จากภาษีต่างๆ มาดูแลสังคมผู้สูงอายุ และผมก็หวังว่าประเทศไทยจะเป็นหนึ่งในผู้เล่นที่สำคัญในกระบวนการของการผลิตนวัตกรรมอาหารของโลก อีกทั้งผมยังอยากเห็นประเทศไทยเป็นศูนย์กลางแห่งหนึ่งของนวัตกรรมอาหารโลก เป็นอย่างหนึ่งที่เรายกให้ประเทศไทยก้าวไปถึงจุดนั้นให้ได้” 🌱



ความพยายามระดับโลกกับการเสิร์ฟอาหารเพื่ออนาคต

รุก R&D ตอบโจทย์อาหารแห่งอนาคต

ในปีที่แล้วยอดขายของเนสท์เล่เติบโตขึ้นกว่า 3% ซึ่งหนึ่งในปัจจัยขับเคลื่อนที่ใหญ่ที่สุดคือกลุ่มผลิตภัณฑ์จากพืช โดยเนสท์เล่เข้าซื้อกิจการ Sweet Earth ซึ่งเป็นผู้ผลิตเนื้อสัตว์จากพืชมาตั้งแต่ พ.ศ. 2560 ส่งผลให้สินค้าภายใต้แบรนด์ดังกล่าวมีความหลากหลายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นพืชขาหน้าต่างๆ เบอร์เกอร์กิมจิมะม่วงหิมพานต์ เบอร์เกอร์ถั่วดำ ข้าวหน้าหมูบูลอกิกแบบเกาหลี ข้าวราดไก่ผัดเนย สไลด์อินเดีย ลาซานญา และอื่นๆ อีกมากมาย

นอกจากนี้ ยังมี Natural Bliss ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์นมและครีมเทียมจากพืชที่มาจากอัลมอนต์ คริมมะพร้าว วานิลลาธรรมชาติ ข้าวโอ๊ต น้ำตาลอ้อย เฮเซลนัต พักทอง รวมถึงเครื่องเทศอย่าง อบเชย ฯลฯ เพื่อเพิ่มทางเลือกอันหลากหลายสำหรับผู้บริโภค ด้าน Garden of Eatin’ เป็นเนื้อจากพืชพร้อมปรุง เช่น เนื้อบด ลูกชิ้น ไส้กรอก นักเก็ตไก่ และปลาซุซเบ็ตต์ขนมปัง เป็นต้น ล่าสุดคือ Vuna แบรินด์ทูน่าแซลมอนที่เปิดตัวเมื่อ พ.ศ. 2563 ผลิตจากถั่วลันเตาและวัตถุดิบจากพืชอีก 5 ชนิด ปราศจากสีเทียมและสารกันบูด

ปัจจุบันเนสท์เล่ยังคงเดินหน้ากับการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในกลุ่มนี้ต่อไป โดยมีเจ้าหน้าที่ประมาณ 10% ของแผนกวิจัยพัฒนาทุ่มเทให้แก่งานนี้เป็นหลัก

สร้างแบรนด์ด้วยโปรตีนจากพืช

หลังจากทุ่มเทวิจัยสร้างผลิตภัณฑ์เลียนแบบเนื้อไก่อยู่หลายปี ในที่สุดเคเอฟซีก็เปิดตัว Beyond Fried Chicken นักเก็ตไก่ทอดจากพืช ใน 4,000 สาขาทั่วสหรัฐอเมริกา โดยใช้เนื้อของแบรนด์ Beyond Meat บริษัทผลิตเนื้อเทียมซึ่งก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2552 ณ รัฐแคลิฟอร์เนีย

ความพิเศษของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวคือการพัฒนาขึ้นเนื้อขึ้นมาจากพืชโดยเฉพาะและเป็นกรรมสิทธิ์ของเคเอฟซีแต่เพียงผู้เดียว โดยมีการใส่รายละเอียดต่างๆ เช่น รสชาติสมุนไพรและเครื่องเทศ 11 ชนิด ไปจนถึงการออกแบบโปรตีนที่เมื่อฉีกลงไปถึงชั้นเนื้อจะเห็นเนื้อเยื่อของไก่เป็นเส้นๆ แบบเหมือนจริงด้วย

เคเอฟซีเปิดเผยว่าความท้าทายไม่ได้อยู่ที่การจัดหาส่วนผสมเพียงอย่างเดียว แต่ต้องมีการปรับปรุงมาตรฐานต่างๆ ให้ทันสมัยและปลอดภัยในช่วงการระบาดใหญ่ของโควิด-19 ด้วย ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวผนวกกับช่วงเวลาของปีใหม่ที่หลายคนกำลังปรับวิถีชีวิตเกี่ยวกับนิสัยการกิน เคเอฟซีจึงหวังว่าการเปิดตัว Beyond Chicken จะทำให้แบรนด์ดูทันสมัยมากขึ้น

สงครามเบอร์เกอร์สร้างผู้นำตลาด

แดเนียล คลีน (Daniel Kline) บรรณาธิการบริหารของ The Street เว็บไซต์ข่าวสุขภาพอเมริกัน วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบรนด์เบอร์เกอร์ระดับโลกเอาไว้ว่า ถึงแม้แมคโดนัลด์จะมี McPlant ซึ่งเป็นเบอร์เกอร์ที่เสิร์ฟด้วยเนื้อจากพืช แต่เบอร์เกอร์คิงก็มี Impossible Whopper ที่ไม่ด้อยหน้ากัน แต่ที่เหนือกว่าก็คือเบอร์เกอร์คิงได้เข้าสู่ตลาดเนื้อจากพืชอย่างจริงจังด้วยการเปิดตัวสาขาในลอนดอนที่เสิร์ฟเมนูมังสวิรัติแบบ 100% เป็นเวลา 1 เดือน ด้านองค์กรพิทักษ์สัตว์ PETA เองก็ได้ออกมายกย่องเบอร์เกอร์คิงในการขิมกลางเปิดสาขาดังกล่าวด้วย

คลีนเพิ่มเติมว่า แมคโดนัลด์มีปัญหาค่าบริการลูกค้าที่ไม่รับประกันเนื้อสัตว์มาโดยตลอด เนื่องจากใช้ไขมันวัวในการผลิตของทอด อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์จากนมเป็นส่วนประกอบในสินค้าบางเมนู แมคโดนัลด์ในสหรัฐอเมริกาไม่นับเป็นอาหารจากพืชได้ 100% เพราะมีชีสและมายองเนสเป็นส่วนผสม นอกจากนี้ยังไม่ได้ปรุงสุกในพื้นที่จำกัดซึ่งไม่สามารถหลีกเลี่ยงการปนเปื้อนได้อย่างเต็มที่ ส่วนเบอร์เกอร์คิงทำได้ดีกว่าเล็กน้อย เนื่องจาก Impossible Whopper นั้นไม่ใส่มายองเนส และมันฝรั่งทอดแบบคลาสสิกของเบอร์เกอร์คิงก็ใช้น้ำมันพืชเป็นหลัก

ที่มา : <https://www.nestleusa.com/media/pressreleases/natural-bliss-plant-based-non-dairy-natural-creamers-oat-almond-coconut-milk> <https://www.greenqueen.com.hk/nestle-plant-based-food-2021/> <https://www.thansettakij.com/world/447787>
<https://www.nestle.com/media/news/plant-based-seafood-alternatives-vegan-tuna>
 ที่มา : <https://www.brandbuffet.in.th/2022/01/kfc-plant-base-meat-will-sold-over-usa/> <https://thestandard.co/kfc-plant-based-fried-chicken-nuggets/>
 ที่มา : <https://www.newfoodmagazine.com/news/162720/burger-king-opens-first-plant-based-branch-in-london-s-leicester-square/> <https://www.thestreet.com/investing/burger-king-does-something-mcdonalds-has-never-done-vegan-vegetarian>

“อาหารแห่งอนาคตถูกพัฒนาเพื่อตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการผู้บริโภค”

วารสารฉบับนี้ ชวน 2 ผู้เชี่ยวชาญจาก บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ CPF มาร่วมแบ่งปันมุมมองเกี่ยวกับอาหารและนวัตกรรมอันเกี่ยวเนื่องโดยตรงกับ Future Food ซึ่งถือเป็นหนึ่งเทรนด์แห่งความหวังในด้านความมั่นคงและยั่งยืนด้านอาหารของมวลมนุษยชาติ



ภาพจาก CPF

ดร.สมหมาย เตชะศิริกุล รองกรรมการผู้จัดการบริหาร ด้านวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ ดร.ลลانا ธีระนุสรณ์กิจ รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ด้านนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือ CPF

จริงหรือไม่ที่ประเทศไทยเข้าใกล้วิกฤติการณ์ขาดแคลนอาหาร

● ดร.สมหมายให้ความเห็นว่า การขาดแคลนอาหารในประเทศไทยเองน่าจะไม่มีเกิดขึ้น เพราะไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม (Agriculture Country) และด้วยเทคโนโลยีการเกษตรที่ได้รับพัฒนาทางด้านสายพันธุ์ (Genetic) ทั้งพืชและทั้งสัตว์ทำให้ระยะเวลาผลิตสั้นลง อย่างสมัยก่อนการเลี้ยงไก่ต้องใช้เวลานานถึง 7-8 สัปดาห์จึงจะได้น้ำหนักประมาณ 1.8-2 กิโลกรัม แต่ปัจจุบันด้วยวัตถุดิบที่เท่าๆ กัน ใช้อาหารที่น้อยลงทำให้เราได้ผลิตผลที่มากกว่าเดิมในระยะสั้นกว่าเดิม “เพียงแต่อาจจะมีการเปลี่ยนเทรนด์ผู้บริโภคอาจเปลี่ยนแนวคิดที่จะรักษาโลกเราอย่างไรหรือเปลี่ยนไปเป็นการมองหาโปรตีนทางเลือกใหม่ๆ” ซึ่งเรื่องนี้สอดคล้องกับมุมมองของ ดร.ลลانا “บ้านเรามี 37 ล้านคน ที่ทำงานอยู่ในภาคเกษตรกรรม นอกจากผลิตอาหารในประเทศแล้ว เรายังส่งออกอาหารเป็นจำนวนมาก

เป็น Global Player ในตลาดอาหารของโลก และเดี๋ยวนี้ประเทศไทยเรายังมีเกษตรกรรุ่นใหม่ที่เกิดมาจากเมืองนอกมากขึ้น นำความรู้ใหม่ๆ มาใช้ นำเทคโนโลยี เช่น AI มาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการเพาะปลูก ก็ทำให้เกิดการพัฒนาผลผลิตเพิ่ม ฉะนั้นคงไม่ขาดแคลนในด้านปริมาณ แต่ในบางพื้นที่อาจจะขาดแคลนอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ (Nutrition Food) อาจเข้าถึงไม่ได้ด้วยราคาหรือด้วยสภาพแวดล้อม”

Future Food ตอบโจทย์ปัญหาด้านอาหารอย่างยั่งยืน

Future Food ได้เข้ามาเป็นส่วนเติมเต็มเทคโนโลยีของอาหารหรือการวิจัยอาหารให้ก้าวไปอีกระดับหนึ่ง ดร.สมหมายกล่าวพร้อมขยายความเพิ่มเติม “คนยุคใหม่อยากให้โลกไม่สูญเสียสมดุลของธรรมชาติ ก็จะใส่ใจอยู่ 2-3 เรื่อง คือการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่จะ

ทำให้สภาพแวดล้อมของอากาศเปลี่ยนแปลงไปแล้วก็เรื่องสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) เห็นว่าการกินเนื้อสัตว์มากๆ เป็นการทำลายชีวิต อากาศจะมีอะไรที่มาทดแทน ก็จะหาแหล่งโปรตีนที่มาจากพืชหรือจากสิ่งที่ไม่ทำร้ายสัตว์ และทำให้บรรยากาศของโลกดีขึ้น คนที่สนใจเรื่อง Health & Wellness เพื่อให้อายุยืนขึ้นก็จะมาสนใจเรื่องโปรไบโอติก (Probiotic) เรื่องแหล่งโปรตีนทางเลือก นอกจาก Plant-based ก็มี Cell-based แผลง มัยคอโปรตีน (Mycoprotein) เป็น Personal Diet อย่างเช่นการจัดโภชนาการเฉพาะบุคคล (Precision Diet) ที่จะทำให้อาหารเหมาะสมกับคนนี้ไปเจาะเลือดแล้วเข้าเครื่องโปรแกรม AI ก็จะตอบเลยว่า คุณต้องเติมอะไร ควรจะดื่มน้ำเท่าไหร่ ให้เหมาะสม”

ขณะที่ ดร.ลลاناเสริมว่า “นวัตกรรมเกิดขึ้นจาก Pain Point อาหารแห่งอนาคตก็เช่นกัน เพราะถูกพัฒนาเพื่อจะตอบโจทย์ปัญหา

ที่ผู้บริโภคมีอยู่หรือมีความต้องการ เรามีอาหารที่เพียงพอ แต่ในปี พ.ศ. 2573 เราคาดว่าประชากรในประเทศไทยจะมี 70 ล้านคน ซึ่งเรามีผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้นทุกปี และเนื่องจาก CP เป็นเมนทูตซ์ฟพลายเออร์ของประเทศ ก็จะต้องมอง Future Food ของผู้สูงอายุ ตอนนี้ 17% ของคนไทยมีอายุมากกว่า 60 ปี ซึ่งเท่ากับประมาณ 11 ล้านคน เลยทีเดียว เพราะฉะนั้นอาหารสำหรับผู้สูงอายุก็มีขนาดของตลาดที่น่าสนใจ จะต้องมองหาอาหารเสริมสุขภาพทำอย่างไรให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี มีความสุข มีสุขภาพที่ดี

“ขณะที่ปัญหาทรัพยากรค่อนข้างจำกัด นวัตกรรมก็จะเกิดขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์การใช้ทรัพยากรของประเทศหรือของโลกให้ลดลง อีกหนึ่ง Pain Point คือช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาทั่วโลกถูกระทบจากโควิด-19 ทำให้เรารู้สึกว่าสุขภาพสำคัญ ทำอย่างไรที่จะเพิ่มภูมิคุ้มกันหมู่ กินอาหารที่ทำให้แข็งแรงมีสุขภาพดี ซึ่งทางศูนย์วิจัยเราก็พัฒนาในส่วนของ BiFiO Probiotic สามารถทำให้ภูมิคุ้มกันดีขึ้น ลดความเสี่ยงต่อการเป็นโรคติดต่อไม่เรื้อรัง (Non-Communicable Diseases: NCDs) ที่ทำให้คนจำนวนมากป่วยติดเตียงหรือเสียชีวิต ซึ่งป้องกันได้จากการใช้ชีวิตและกินอาหารที่ดี มีประโยชน์ ไม่มีเกลือสูง น้ำตาลสูง ไขมันสูง จึงกลับมาถึงตัว Future Food ที่ทุกวันนี้แต่ละองค์กร รวมถึงผู้ประกอบการก็ต้องเน้นพัฒนาสินค้า ทำอาหารให้มีคุณค่าทางโภชนาการที่ดีขึ้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีอายุยืนยาวสามารถใช้ชีวิตอย่างแข็งแรงมีความสุขสุขภาพดี โดย Sustainability และ Health เป็นสองคีย์เวิร์ดที่ทำให้ Future Food เกิดขึ้นมาเพื่อตอบโจทย์ Pain Point เหล่านี้”

นโยบายของ CPF องค์กรด้านอุตสาหกรรมอาหารกับ Future Food

จากวิสัยทัศน์ ของ ประธานเครือซีพี ที่ต้องการให้ CPF เป็นครัวของโลก เริ่มตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ จากฟาร์มจนถึงเทเบิลหน่วยงาน R&D ถือเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายในการเติมเต็มภารกิจดังกล่าว โดยมี ดร.ลลانا อธิบายหน้าที่รับผิดชอบหลักของหน่วยงาน “จริงๆ แล้วเราอยากจะเป็นลีดเดอร์ของโกลบอลเทรนด์ด้วยซ้ำ เพราะฉะนั้นเราจะต้องแฉีกที่พมากในการนำนวัตกรรมมาใช้วิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเรา ซึ่งศูนย์วิจัยของเราที่วังน้อยก็ทำงานด้วยการใช้ Open Innovation เข้าถึงระบบนิเวศของนวัตกรรม ทำงานร่วมกับบริษัทที่จะเป็นคู่ค้า เป็นซัพพลายเออร์ นอกจากนี้ยังทำงานกับสถาบันวิจัย กับ



ภาพจาก meazero

มหาวิทยาลัย สตาร์ทอัพ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพราะเราพบว่าสตาร์ทอัพเป็นปลาเร็วสำหรับเทคโนโลยีใหม่ๆ จึงอยากร่วมมือเพื่อที่จะนำเทคโนโลยีนั้นออกมาใช้ในการค้าได้ ถ้าเราทำงานร่วมกัน เอาเทคโนโลยี องค์ความรู้ แล้วก็นวัตกรรมพวกนี้ออกสู่ตลาดให้ผู้บริโภคเราได้ เขาจะได้มีความสุขในการกินอาหารของ CPF

“สำหรับผลงานที่ภูมิใจคือแพลนต์เบสต์มีต ของ CPF แบรินด์ Meat Zero ที่ออกวางตลาดในประเทศไทยเมื่อกลางปีที่แล้ว การตอบรับดีมาก ด้วยความอร่อยและคุณค่าทางโภชนาการของสินค้า ในช่วงแรกมีไบโณนา นักเก็ต หมูกรอบ เบอร์เกอร์ เรตมีล์ต่างๆ และช่วงปลายปีที่แล้วได้ขยายตลาดในเอเชียไปที่สิงคโปร์ ฮ่องกง ก็ตอบรับดีมากเช่นกัน ทำให้เรามีความมั่นใจว่าแพลนต์เบสต์ของเราโดนใจผู้บริโภคทั้งความอร่อย แล้วก็ตอบโจทย์ทั้งด้านความยั่งยืน และในปีนี้ก็จะมีส่งออกไปยังยุโรป อเมริกา ประเทศอื่นๆ ในเอเชีย รวมถึงออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ภายในอีก 2 ปี เราหวังว่าจะเป็นหนึ่งในเอเชีย และเป็นอันดับ 1-3 ของโลก ในการจำหน่ายโปรตีนดีแพลนต์เบสต์ให้แก่ผู้บริโภค

“เราคิดว่าแพลนต์เบสต์เป็นเทรนด์อาหารแห่งอนาคตที่กำลังมา ตอบโจทย์ทั้งด้านความยั่งยืนและความต้องการด้านโภชนาการของผู้บริโภค เพราะเมื่อไรที่เทรนด์เปลี่ยนไป คนอาจไม่ได้นิยมโปรตีนจากเนื้อสัตว์แล้ว เราก็อยากมอบโปรตีนจากแพลนต์เบสต์ให้แก่ผู้บริโภคของเราทั้งในประเทศไทยและทั่วโลก ในการเข้ามาทำแพลนต์เบสต์ต้องศึกษาหลายอย่าง แหล่งที่มาโปรตีนจะต้องใช้อะไรที่มีประโยชน์ที่สุด ทำหน้าที่ได้ดีที่สุด รวมถึงในส่วนของคุณภาพ เนื้อสัมผัส ต้องมีหน้าตาหรือสีกลิ่นเหมือนเนื้อสัตว์มากที่สุด ต้องมาคิดว่าไขมันพืชตัวไหนให้เนื้อสัมผัสที่ดี ให้ความฉ่ำน้ำ ขณะเดียวกันก็มีประโยชน์ ไม่ก่ออันตรายด้านสุขภาพ อีกความท้าทายหนึ่งคือส่วนของ

Binding เพราะโปรตีนจากพืชค่อนข้างมีเท็กซ์เจอร์ที่หยาบ ต้องใช้ส่วนผสมอื่นๆ ที่จะช่วยมัดทำให้เนื้อสัมผัสมีความเหนียว แน่น โดยยังคงมีคุณค่าทางโภชนาการที่ดี มีฉลากอาหารสะอาด (Clean Labeling) พยายามใช้วัตถุเจือปน (E-number) สารปรุงแต่งให้น้อยที่สุด ไม่ใช่สารกันบูดด้วย เพราะคนที่กินแพลนต์เบสต์ก็หวังว่าจะได้รับทั้งโปรตีน วิตามิน เกลือแร่ต่างๆ เช่น ธาตุเหล็ก ให้เหมือนกับเนื้อจริง ดังนั้นจึงมีความท้าทายมากในการพัฒนาให้แพลนต์เบสต์มีคุณค่าทางโภชนาการเทียบเท่าหรือเหนือกว่าอาหารที่มาจากสัตว์”

เป้าหมายความสำเร็จ

ในท้ายที่สุด รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ด้านนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แห่ง CPF ได้เปิดเผยถึงเป้าหมายความสำเร็จที่อยากเห็น นั่นคือความสามารถในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่สู่ตลาดแล้วได้รับการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค

“นั่นแสดงให้เห็นว่าเราได้พัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในหลายๆ ด้าน ทั้งด้านรสชาติ ความอร่อย ลักษณะสัมผัส ด้านโภชนาการ รวมถึงความหลากหลายของสินค้าที่มีหลายสูตรให้เลือก นอกจากนี้ ศูนย์วิจัยของ CPF ยังโฟกัสไปที่อาหารเพื่อสุขภาพ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือพวกอาหารเสริมโปรไบโอติกอาหารที่มีโปรตีนสูง และอาหารสำหรับผู้สูงอายุ ซึ่งเราพัฒนาในเชิงลึกทั้งทางด้านคุณค่าทางโภชนาการครบถ้วนสำหรับผู้สูงอายุต้องการ ในด้านเท็กซ์เจอร์หรือการรับประทาน ซึ่งต้องสามารถกลืนง่าย ย่อยง่ายและเร็ว เพื่อให้ผู้บริโภคจะได้มีสุขภาพที่ดี แข็งแรง ผู้สูงอายุจะได้ไม่เปลี่ยนไปเป็นผู้ป่วย”



เปิดมุมมองคนรุ่นใหม่กับการสร้างนวัตกรรมอาหารตอบโจทย์โลกในอนาคต!

วารสาร 'บัวบาน' ฉบับนี้ ชวน 2 ตัวแทนคนรุ่นใหม่ที่มีมองเห็นเทรนด์และความสำคัญของอาหารแห่งอนาคตมาแบ่งปันความรู้ แนวคิด และแลกเปลี่ยนมุมมองที่ตอกย้ำว่า Future Food เป็นแนวโน้มที่นับวันยิ่งทวีความสำคัญต่อชีวิตของผู้คนทุกองคาพยพในอุตสาหกรรมอาหารตั้งแต่ต้นน้ำสู่ปลายน้ำล้วนต้องปรับตัวเพื่อตอบโจทย์ความมั่นคงและความยั่งยืนของโลกในอนาคต



ภาพจาก Chef Pichit

ภาณุคน บุลสุวรรณ

เชฟและเจ้าของร้าน Blackitch Artisan Kitchen

● เชฟเทเบิลผู้เริ่มต้นนำวัตถุดิบจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมารังสรรค์เมนูอร่อยเสิร์ฟลูกค้า เพื่อรสชาติที่ถูกปาก ผสานเรื่องราวที่มาของเมนู ควบคู่ไปกับความรับผิดชอบต่อค่านึงถึงความยั่งยืนตลอดกระบวนการผลิต อีกทั้งยังไม่ปิดกั้นแนวคิดในการสร้างสรรค์เมนูแปลกใหม่ โดยล่าสุดเชฟแบล็ก-ภาณุคน ได้ทดลองนำเนื้อสัตว์จากพืชมาผสมผสานกับเมนูท้องถิ่นเป็นเมนูใหม่น่าลิ้มลอง

ความเข้าใจผิดๆ เกี่ยวกับ Plant-based ที่คนเป็นเชฟอยากบอก

“ในปัจจุบันคำว่าแพลนต์เบสต์มีดี ผมว่ามันไปไกลกว่าโปรตีนเกษตรหลายเท่ามาก อย่างผมเองที่เสิร์ฟอาหารที่เป็นคอร์สแบบเชฟเทเบิล ถ้าคนบอกว่ากินแพลนต์เบสต์ เราเองก็ต้องมานั่งคิดแล้วว่าผสมผสานยังไงให้รู้สึกว่าการกินแพลนต์เบสต์ไม่ได้น่าเบื่อเสมอไป ไม่ใช่แค่เต้าหู้ เห็ด หรือโปรเซสฟู้ด แต่ทำให้เกิดสุนทรีย์ได้ เพราะมนุษย์ติดสุนทรีย์ะ รูป รส กลิ่น เสียง สัมผัส และยังถ้าดีต่อสุขภาพโดยไม่ต้องใช้สารใดๆ พวกโซเดียม สารกันบูด ผมว่าใครๆ ก็อยากลอง หลากๆ คนมองเรื่องของกรลดการใช้เนื้อสัตว์ ลดคาร์บอน แต่ต้องมองกลับไปว่าแล้วตัวแพลนต์เบสต์นั้นผลิตจากอะไร กระบวนการแปรรูปอาหารมันเทียบเคียงกับเนื้อสัตว์ยังไง เพราะ

ตัวแพลนต์เบสต์ เราทำเองไม่ได้ ต้องผ่านเทคโนโลยีซึ่งค่อนข้างซับซ้อน ผมไม่รู้ว่าจะเบิกกราวจริงๆ แล้วมันมีผลกระทบต่ออะไรหรือเปล่า ถ้าหาเมนูโกกรีนมาขายได้ มันจะชนะทุกสิ่งเลยในอนาคต”

Plant-based ผสาน Local Food ตอกย้ำความยั่งยืน

เพราะเชื่อว่าเป็นเชฟต้องพร้อมเรียนรู้และทดลองสิ่งใหม่ๆ อย่างไม่ปิดกั้น ก่อนหน้านี้จึงร่วมกับมูลนิธิเชฟแคร์ส (Chef Cares) สร้างสรรค์เมนูใหม่เพื่อนำรายได้คืนสู่สังคม โดยการนำนวัตกรรม ‘เนื้อสัตว์จากพืชแบรนด์ Meat Zero’ มาเป็นวัตถุดิบหลักในการปรุงเมนู ‘น้ำพริกอ่อน 2022’ ซึ่งเป็นน้ำพริกชิกเนเจอร์ภาคเหนือให้อร่อยลงตัว เสิร์ฟพร้อมผักลวกและข้าวเหนียว นับเป็นการนำนวัตกรรมแพลนต์เบสต์มาผสมผสานกับอาหารพื้นถิ่นอย่างลงตัว

“ผมว่าสิ่งที่สำคัญอันดับแรกคือต้องทำความเข้าใจอาหารพื้นถิ่นก่อนว่าคือแบบไหน ของหรือวัตถุดิบต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่จะทำให้อยู่อย่างยั่งยืนได้ อันดับแรกคุณต้องรู้จักก่อน รู้จักกิน รู้จักใช้ รู้จักบริโภคและสร้างสรรค์ให้หลากหลาย แล้วก็ทำให้คนรู้สึกว่ามีตัวตนและไม่น่ากลัว เพราะเมื่อไรก็ตามที่เราเริ่มทางเลือก ทำให้คนเลือกกินได้มากขึ้น คนก็จะเลือกกินบางอย่างที่ชอบ แต่ของพื้นถิ่นบางอย่างก็กินยาก ขม รสชาติไม่ค่อยเป็นมิตรเท่าไร สิ่งสำคัญที่จะทำให้ยั่งยืนได้คือเราต้องทำให้ทุกอย่างทุกอย่างที่เป็นของพื้นถิ่นเป็นเรื่องปกติธรรมดา แม้แต่กระถิน ชะอม หรือผักบ้านๆ ต่างๆ ควรถูกยกระดับให้เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันให้ได้ เพราะถ้าเลือกกินสิ่งที่ชอบมากจนเกินไป พืชผักต่างๆ ของที่ควรอยู่ในชุมชนท้องถิ่นจะหายไปเรื่อยๆ เราต้องปรับสัดส่วนของปริมาณให้มันสมดุลให้ได้ เพราะถ้าเมื่อไรไม่สมดุลมันก็จะไม่ยั่งยืน

“หรือแม้แต่แพลนต์เบสต์ ถ้ามีแค่เมนูเดียวที่ทำหมูปด หมูกรอบ มันก็ไม่ยั่งยืน เราต้องทำให้หลากหลาย ทำให้สามารถไปเล่นดัดกับของชมของพื้นถิ่น หรืออาจจะไปอยู่กับเทคนิคการทำอาหารของญี่ปุ่น แบบฝรั่ง จีน หรือแบบไหนก็ได้ สุดท้ายอนาคตของอาหารมันต้องไม่มีกำแพงเรื่องของ Cuisine) แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดถ้าไฟกัสเรื่องโลกคอล คุณจะใช้เทคนิคไหนในการทำอาหารก็ได้ ไม่จำเป็นต้องทำแกง น้ำพริก ถ้าสามารถเอาใบชีเหล็กไปทำเหมือนผักโขมอบชีสได้ ก็ดีจะตาย

“สิ่งที่สำคัญคือต้องมีความหลากหลายถึงจะสมดุล ถ้าไม่สมดุล ก็ไม่มีสิทธิ์จะยั่งยืนได้เลย เลือกใช้วัตถุดิบโลกคอลให้กลายเป็นแมสได้มัย หรือถ้าคนที่กุมเรื่องของระบบทุนนิยมหรือความเป็นแมสไม่ได้คอนเจิร์นเรื่องของระบบนิเวศ สุดท้ายก็ไม่มีที่ยั่งยืน และผมคิดว่ามันเป็นสิ่งที่ที่องค์กรเจ้าใหญ่ เริ่มหันมามองเรื่องของระบบนิเวศ ความสมดุล การใช้ชีวิต เอลท์ที่มากขึ้น ถึงแม้ว่ามันจะเป็นเทรนด์ก็ตาม แต่ผมเชื่อว่าเป็นเทรนด์ที่ดี อยากให้ทุกคนเข้าเทรนด์เพื่อคนที่อยู่ในพื้นที่นั้นจะมีชีวิตที่ดีขึ้น คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การกิน ความเป็นอยู่ การพัฒนาต่อยอดเรื่องของระบบเทคโนโลยี เรื่องของเทคนิคในการทำอาหารจะดีขึ้น ถ้าทุกคนมีพื้นฐานขององค์ความรู้ที่มากขึ้น หรือเท่าเทียมกันแล้วจะทำให้ทุกคนหันมามองโลกคอลเป็นเรื่องปกติ พอราคาถูกลง เข้าถึงง่าย ก็ดีขึ้น” 🌱



ภาพทิว TasteBud

สันติ อากาก

Co-founder & CEO แห่ง TasteBud Lab

● ด้วยเป้าหมายต้องการความมั่นคงทางอาหาร ความยั่งยืน ควบคู่กับการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค TasteBud Lab จึงถือเป็นการบุกเบิกใหม่ที่มีบทบาทโดดเด่นด้านอาหารอนาคตและนวัตกรรมด้านอาหารแห่งอนาคต (Future of Food) จากความพยายามขับเคลื่อนของคุณยี่-สันติ และหุ้นส่วนผู้ร่วมก่อตั้ง ในการสร้าง ‘แพลตฟอร์มด้านอาหารอนาคต’ (Future Food Platform) ที่ครอบคลุมและตอบโจทย์ผู้มีส่วนได้เสียในระบบนิเวศทางอาหารตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ เพื่อช่วยแก้ปัญหาด้านอาหาร

อัปเดตสถานการณ์ Future Food ในเมืองไทย

“Future Food ถือว่าเป็นเรื่องใหม่ แต่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคถามหาอยากมีส่วนร่วมในการสนับสนุนครั้งนี้ แต่ในมุมมองหนึ่งผู้บริโภคก็ยังมีคำถามว่า แล้วการเข้าถึงล่ะ ทำไม่แพลตฟอร์มเบสท์หาซื้อยากจัง ทำไมต้องราคาสูงด้วย ตกลงมันดีต่อสุขภาพจริงมั๊ย ยังยืนยันจริงมั๊ย จนตอนนี้มีหลายๆ บริษัทเริ่มทำราคาดีต่อใจมากขึ้น จับต้องได้มากขึ้น เริ่มปรับสูตร เริ่มพูดถึงมิติดีต่อสุขภาพเพิ่มมากขึ้น เพราะสิ่งที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคตอนนี้ไปจนถึงอนาคต มีข้อมูลเกิดขึ้นแล้ว เราเริ่มต้นทุนทางสาธารณสุข มีคนที่ป่วยเป็นโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) จากการกิน ซึ่งสะท้อนเรื่องของความมั่นคงทางอาหารว่าในอนาคตสุขภาพคนในประเทศอาจไม่ได้ดีไปเรื่อยๆ ทั้งที่ดูเหมือนเราอุดมสมบูรณ์ สามารถส่งออกอาหารได้ แต่ในด้านสุขภาพกลับไม่ตอบโจทย์

“ในส่วนของผมเองก็มีกลุ่มที่ชื่อว่า Future Food Network รวมเครือข่ายคนที่สนใจด้าน Future Food ซึ่งเราจะพูดเรื่องนี้นักเรื่อยๆ ในหลายกิจกรรมที่เราจัด ดังนั้นตอนนี้คนสนใจแล้ว แต่คนไหนจะทำเรื่องอะไรตอบโจทย์จุดแข็งจุดยืนของตัวเองที่มีอยู่ แล้วไปไหนทางไหน”

3D นิยามของอาหารแห่งอนาคต

“ในมุมมองผมมองอาหารอนาคตต้องสามารถตอบโจทย์ที่เราเรียกว่า 3D ประกอบด้วย D1 ดีต่อใจ หรือ Happiness คืออาหารต้องอยู่ในจุดที่ตอบโจทย์ดีต่อใจ ยังต้องดูมีหน้าตาที่เราคุ้นชิน ดูดี ดูอร่อย ถ่ายรูปสวย ราคาหาซื้อได้ไม่ยาก D2 ดีต่อสุขภาพ หรือ Health เทคโนโลยีในด้านโภชนาการหรือทางการแพทย์จะบอกเราว่าควรต้องการอะไรที่แตกต่างกัน

กันไปเฉพาะกลุ่ม กินแล้วดีต่อสุขภาพเรามากขึ้น ดีกับช่วงอายุ ชนชาติ ชีวิตประจำวันไลฟ์สไตล์ หรือแล้วแต่ช่วงเวลาในชีวิตจะมีการกินในรูปแบบที่แตกต่างกันไป

“D3 ดีต่อโลก หรือ Harmony คือการผลิต การได้มาซึ่งอาหาร การกระจาย การจัดการอาหารหลังจากการบริโภค ผลทั้งหมดจะต้องตอบโจทย์ดีต่อโลก ดีต่อชุมชน ดีต่อสังคม ซึ่งเชื่อมกับแนวคิด Sustainable Development ที่ประกอบไปด้วย 3P คือ People, Planet และ Profit

“ฉะนั้นนิยามอาหารในอนาคต มองว่าต้องทำแล้วมีความมั่นคงทางอาหาร ตอบโจทย์ระบบอาหารที่ยั่งยืน มั่นคง ยืดหยุ่นมากยิ่งขึ้น ไม่ใช่แค่ทำอาหารอะไรก็ได้ คุณบอกว่าทำโปรตีนจากแมลง ทำแพลนต์เบสดี แต่ท้ายที่สุดแล้ว คุณไปสร้างภาวะให้ชุมชน สังคม ในระบบการเลี้ยง การได้มาของโปรตีนจากพืชขึ้นไปทำลายป่า หรือทำให้เกิดคาร์บอนเยอะมาก ท้ายที่สุดแล้วเขาจะไม่ได้รับการยอมรับว่าเป็นฟิวเจอร์ฟู้ด เพราะไม่ได้สร้างสิ่งที่ดีจริงๆ

“ฉะนั้นผมว่าคนที่จะมาทำด้านฟิวเจอร์ฟู้ดจะต้องยึดมายด์เซตนี้แล้ว ก็พยายามที่จะผลักดันตัวเองไปในการจะสร้างกฎเกณฑ์ของระบบความมั่นคงและยั่งยืนทางอาหาร ต้องทำให้เห็นว่า คุณจะสร้างอนาคตให้อาหารที่คุณทำอยู่ แล้วมันจะสร้างโอกาสให้หลายๆ ธุรกิจอย่างมหาศาล”

ภารกิจพิชิตระบบอาหารเพื่ออนาคตของ TasteBud

“เราเริ่มต้นทำด้านฟิวเจอร์ฟู้ดให้เกิดการร่วมลงทุน ระดมทุน เพราะเห็นโอกาสของสตาร์ทอัพในมุมมองของตัวเลขตลาดมหาศาลในเรื่องที่ต่างประเทศสนใจ

“ภาพฝันใหญ่คือทุกคนจะมีโมเดลในการมาทำงานร่วมกันแล้วสามารถบิลด์ความคิดริเริ่มหรือโปรดักต์ที่จะไปตอบโจทย์เรื่องอาหารในอนาคตได้ ตามที่เราได้ศึกษา เชื่อ และริเริ่มแนวคิดการพัฒนากรอบอาหารแห่งอนาคต หรือ Future Food System Framework ขึ้นมา โดยวาง 6 เสาหลักเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนของห่วงโซ่อาหารแห่งอนาคตเป็นโมเดล เกื้อกูลกันให้เกิดการทำงานร่วมกัน (Synergies) เรื่องอาหารในอนาคต ประกอบด้วย สตาร์ทอัพหรือนักวิจัยพัฒนาระบบการผลิตแปรรูป สตาร์ทอัพหรือนักวิจัยด้านระบบผลิตวัตถุดิบต้นน้ำ ผู้บุกเบิกสนับสนุนระบบการผลิตอาหาร องค์กรแปรรูปอาหาร ผู้ส่งเสริมการบริโภคที่ยั่งยืน และองค์กรผู้สนับสนุนการเข้าถึง เกื้อกูลและส่งเสริมการพัฒนาแหล่งอาหารอย่างยั่งยืน แต่การที่จะไปถึงตรงนั้นได้เราต้องเริ่มสร้างความตื่นตัว ให้ข้อมูลความรู้ แล้วก็พัฒนาผู้ประกอบการ พยายามลดช่องว่าง จับมือกับสตาร์ทอัพเจ้าหนึ่ง จับมือกับหน่วยงานหนึ่ง เริ่มการต่อภาพจากหน่วยเล็กๆ ไปสู่ภาพใหญ่ โดยเราเป็นบัตต์ดี เป็นกลไกหนึ่งที่กำลังทำให้ไปอยู่ตรงนั้น”

ฝันใหญ่เมืองไทยกับนวัตกรรมอาหาร

“ผมอยากเห็นประเทศไทยเราเป็นประเทศที่เป็นกรณีศึกษาของโลก น่าครับ ผมชอบเล่าเกณฑ์มาตรฐาน (Benchmark) ของเนเธอร์แลนด์ สิงคโปร์ พวกนี้เป็นตัวอย่างที่ดีที่เราทำก่อน แต่ท้ายที่สุดแล้วผมว่าเรามีความสามารถเป็นอย่างดีที่จะเป็นต้นแบบให้โลกได้ในรูปแบบการทำระบบอาหารในอนาคตที่มีความยั่งยืน เราสามารถเป็นผู้สร้างอิมแพกต์ สร้างกรณีศึกษา สร้างอาหารแล้วก็ส่งอาหารนั้นออกไปเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ทั่วโลกทั้งในมุมมองเทคโนโลยีและมุมมองของอาหาร ทำให้คนที่อยากจะลุกขึ้นมาเป็นสตาร์ทอัพหรือคนที่เป็ภาคเกษตรจะถูกขับเคลื่อนไปโดยปริยายเลยว่าถ้าต่อไปฉันจะทำเกษตร ฉันจะทำอาหารขึ้นมาเป็นโอท็อป หรือ SMEs จะถูกปลุกฝังแนวคิดของฟิวเจอร์ฟู้ดและความยั่งยืนไปโดยปริยาย แล้วเราก็จะเทิร์นเรื่องนี้ไปเป็นประเทศที่มีความยั่งยืนอย่างมาก จะเริ่มเห็นถึงอนาคตของอาหารให้โลกได้จริงๆ” 🌱



เปิดเทรนด์ Future Food ทางรอดของเกษตรกร ผู้ประกอบการ และโลกใบนี้



ไม่มีอุตสาหกรรมใดในโลกที่ใหญ่กว่าอาหารและเกษตรกรรม ธนาคารโลกประมาณการว่าอาหารและเกษตรกรรมกินสัดส่วนประมาณ 10% ของ GDP โลก ถึงแม้จะมีฐานลูกค้าที่แข็งแกร่ง แต่อุตสาหกรรมอาหารกำลังเผชิญกับความท้าทายที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน ทั้งในด้านการผลิต ความต้องการ และกฎระเบียบ อันเนื่องมาจากแนวโน้มของผู้บริโภคซึ่งให้ความสำคัญกับความยั่งยืน สุขภาพ และความสดใหม่ ก่อให้เกิดแรงกดดันต่ออุตสาหกรรมอาหารในการสร้างสรรคนวัตกรรมเป็นอย่างมาก

● หลังจากชุดทำอาหารซึ่งวางจำหน่ายตามซูเปอร์มาร์เก็ตสำหรับให้ลูกค้านำไปประกอบอาหารเองที่บ้านไม่ได้รับผลตอบแทนที่คาดหวัง บรรดานักลงทุนจึงเริ่มระมัดระวังความท้าทายต่างๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ เช่น ความสามารถในการขยายธุรกิจเพื่อรองรับอุปสงค์ของตลาด ข้อจำกัดในการจดสิทธิบัตรด้านอาหารบางประการ ไปจนถึงความกังวลเรื่องการเน่าเสีย

และการปนเปื้อนในห่วงโซ่อุปทาน

อุปสรรคเหล่านี้ทำให้นักลงทุนจำนวนมากหันมาสนใจเทคโนโลยีด้านอาหารแนวใหม่เพิ่มขึ้น โดย อินกริด ฟัง (Ingrid Fung) ผู้อำนวยการด้านการลงทุนของ ฟินิสเทียร์ เวนเจอร์ (Finistere Ventures) บริษัทร่วมทุนภาคเกษตรกรรมสัญชาติอเมริกันซึ่งมีเครือข่ายพันธมิตรทั่วโลกเปิดเผยว่า มี 3 ประเด็นหลัก

ที่อุตสาหกรรมอาหารกำลังเสนอแนวทางใหม่ตลอดห่วงโซ่คุณค่าเพื่อจัดการกับจุดบอดอันร้ายแรงที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ได้แก่ เทคโนโลยีอาหารสำหรับผู้บริโภค เทคโนโลยีอุตสาหกรรมอาหาร และห่วงโซ่อุปทานและการจัดซื้อ

เทคโนโลยีอาหารสำหรับผู้บริโภค คือการลงทุนที่เน้นการพัฒนาเทคโนโลยีซึ่งเกี่ยวกับผู้บริโภคเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นเนื้อสัตว์จากพืช

ระบบจำหน่ายแบบใหม่ หรือเทคโนโลยีที่เน้นโภชนาการ ซึ่งเมื่อกระแสด้านอาหารออร์แกนิกเติบโตถึงจุดสูงสุดและเริ่มกลายเป็นสินค้าธรรมดาทั่วไป เทรนด์อาหารอื่นก็เข้ามาแทนที่

ทางเลือกของผู้ประกอบการ

อินกริด ฟิง เพิ่มเติมว่า เบอร์เกอร์คิงและแมคโดนัลด์เพิ่มเบอร์เกอร์แบบไม่มีเนื้อสัตว์ลงในเมนูเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่ ๆ เช่นเดียวกับร้านคัพปลิกยักษ์ใหญ่อย่างอิกิเยาที่พัฒนามีตบอลอันเลื่องชื่อในเวอร์ชันมังสวิรัต ในขณะที่ คลาราฟู้ดส์ (Clara Foods) บริษัทเทคโนโลยีชีวภาพสัญชาติอเมริกัน ได้ริเริ่มการพัฒนาไส้เพื่อเปลี่ยนน้ำตาลให้เป็นโปรตีนซึ่งคล้ายกับที่พบในผลิตภัณฑ์จากสัตว์มานานกว่า 6 ปีแล้ว

ด้าน จอห์น แมคคีย์ (John MacKey) ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร โฮล ฟู้ดส์ มาร์เก็ต (Whole Foods Market) เครือข่ายซูเปอร์มาร์เก็ตสัญชาติอเมริกันซึ่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ปราศจากไขมัน ไฮโดรเจน สารกันบูด สารปรุงแต่งสีและรสชาติ ให้ความเห็นว่าคนที่หลายคนเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพืชหรือ Plant-based นั้นก็เพื่อเปลี่ยนผ่านไปสู่การลดปริมาณการรับประทานเนื้อสัตว์ หรือเป็นความพยายามขั้นต้นของการผันตัวเองสู่วงการมังสวิรัต เพราะเนื้อ Plant-based ผ่านการแปรรูปและปรุงแต่งเพื่อให้การกินผักน่าอภิรมย์มากขึ้น

ทางฝั่งของ ยูโรมอนิเตอร์ (Euromonitor) บริษัทสำรวจข้อมูลทางการตลาดระดับโลก คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2566 ตลาดโปรตีนจากพืชทั่วโลกจะมีมูลค่าแตะ 2.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือ 8.2 หมื่นล้านบาท ซึ่งความสำเร็จของวิกเก็ต คิทเชน (Wicked Kitchen) แปรนตีอาหาร Plant-based ที่ได้รับความนิยมมากในประเทศอังกฤษและกำลังขยายไปสู่ตลาดมังสวิรัตของอเมริกา นับเป็นตัวอย่างที่ชี้ให้เห็นว่าตัวเลขดังกล่าวเป็นเรื่องที่ไม่เกินจริง ทั้งนี้ วิกเก็ต คิทเชน มีผลิตภัณฑ์หลากหลายตั้งแต่ชุดอาหารเช้าและชุดอาหารกลางวัน ทั้งที่เป็นแบบพร้อมรับประทานและแบบแช่แข็ง อีกทั้งยังมีการผลิตของสดต่างๆ รวมถึงน้ำสลัดให้เลือกอีกมากมาย ซึ่งเป็นการการันตีว่าหากผู้ประกอบการสร้างสรรค์เมนูให้หลากหลายและถูกปาก ผู้บริโภคย่อมเปิดรับอาหารแห่งอนาคตได้ไม่ยาก

สำหรับประเทศไทยเองก็มี บริษัท แอดวานซ์ กรีนฟาร์ม จำกัด ผู้ผลิตผ้า หรือโซ่น้ำ (Wolffia Globosa) ซึ่งเป็นพืชหายากที่ให้โปรตีนสูงและแคลอรีต่ำ เพื่อจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ โดยมีนักลงทุนจากประเทศเยอรมนี และอาจารย์



จากมหาวิทยาลัยมหิดลเป็นหนึ่งในทีมวิจัย โดยจะต่อยอดสู่ตลาดต่างประเทศต่อไป

ทางออกของเกษตรกร

ตัวอย่างข้างต้นชี้ให้เห็นว่า นอกจากอาหารจากพืชจะได้รับความนิยมทั้งจากบรรดาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค นักวิจัย และนักลงทุนแล้ว อนาคตของผู้ที่อยู่ในภาคเกษตรกรรมเองก็นับเป็นหนึ่งในหัวข้อที่นักวิชาการ สื่อมวลชน และนักธุรกิจให้ความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน

ถึงแม้อนาคตที่เน้นพืชเป็นหลักจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม แต่ก็ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในภาคเศรษฐกิจ ซึ่งอาจนำไปสู่ความคลาดเคลื่อนและความวุ่นวายต่อเกษตรกร รวมถึงคนงานที่ทำมาหากินจากการเลี้ยงและฆ่าสัตว์ บทความล่าสุดจากสถาบันเบรกทรู (Breakthrough Institute) ซึ่งเป็นองค์กรไม่แสวงหากำไรที่สนับสนุนการแก้ปัญหาสิ่งแวดล้อมโดยใช้เทคโนโลยี สำรวจความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 37 ราย เกี่ยวกับความท้าทายสำหรับอนาคตที่ปลูกพืชเพื่อแปรรูปเป็นอาหาร Plant-based พบว่ามีคน 3 ประเภท ที่มีความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมากที่สุด ได้แก่ กลีกรผู้ปลูกถั่วเหลืองและข้าวโพดเป็นอาหารสัตว์ เกษตรกรผู้รับจ้างเลี้ยงหมูหรือสัตว์ปีกให้แก่บริษัทขนาดใหญ่ และคนงานในโรงงานแปรรูปเนื้อสัตว์

แม้ว่าบุคลากรในสายงานดังกล่าวจะยังพอมีเวลาในการปรับตัวและเปลี่ยนผ่านไปสู่การเพาะปลูกพืชที่มีอนาคต แต่ก็ปฏิเสธได้ยากว่าจะไม่มีการพลัดถิ่นและความวุ่นวายตามมา ปัจจุบันในประเทศที่พัฒนาแล้วบางแห่ง เช่น สวีเดน สหรัฐอเมริกา และสหราชอาณาจักร จึงมีการทดลองหลายโครงการซึ่งอยู่ระหว่างดำเนินการเพื่อช่วยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์เปลี่ยนผ่านไปสู่การผลิตพืชผล จนถึงตอนนี้ผลลัพธ์ก็หลากหลาย ตั้งแต่ไม่มีเส้นทางที่ชัดเจนสู่ความอยู่รอดทางการเงิน ไปจนถึง

โอกาสที่ร่อยุ่ข้างหน้า ประเด็นดังกล่าวจึงควรระบอบอยู่ในวาระการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ ซึ่งต้องการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมการบริโภคอย่างยั่งยืน

ความยั่งยืนในบริบทแวดล้อม

นอกเหนือจากการมุ่งเน้นพัฒนาที่ตัวอาหารโดยตรงแล้ว ยังมีผู้ประกอบการอีกจำนวนมากที่กำลังศึกษาวิธีการแปรรูป บรรจุ หีบห่อ และจัดจำหน่ายนวัตกรรมแห่งอาหารอันยั่งยืน ดีต่อสุขภาพ และสร้างสรรค์เทคโนโลยีด้านอาหารเชิงอุตสาหกรรมจึงเป็นการทำงานที่เน้นการปรับปรุงลักษณะทางโภชนาการ การติดฉลาก และการกำหนดสูตรอาหารเป็นสำคัญ รวมถึงเป็นอีกหนึ่งประเด็นหลักที่อุตสาหกรรมอาหารกำลังเสนอแนวทางใหม่เพื่อจัดการกับจุดบอดซึ่งอาจเกิดขึ้นในอนาคต

อะพีล ไซเอนซ์ (Apeel Sciences) บริษัทพัฒนาผลิตภัณฑ์สารเคลือบผักผลไม้แบบรับประทานได้สัญชาติอเมริกัน คือตัวอย่างผู้ประกอบการซึ่งได้รับการกล่าวถึงในระดับสากลเป็นวงกว้าง เพราะนวัตกรรมดังกล่าวช่วยให้สินค้าคงความสดใหม่ได้นานขึ้นถึง 2 เท่า ไปพร้อมๆ กับลดการสูญเสียสารต้านอนุมูลอิสระด้วย ส่วน พีแอนด์พี ออปติกา (P&P Optica) คือบริษัทสตาร์ทอัพด้านการตรวจสอบอาหารซึ่งคิดค้นเทคโนโลยีไฮเปอร์สเปกตรัมเพื่อตรวจจับวัตถุแปลกปลอมที่ปนเปื้อนมากับอาหาร ซึ่งช่วยให้มั่นใจว่าอาหารที่ผู้บริโภครับประทานนั้นปลอดภัยและมีคุณภาพสูงสุด

ห่วงโซ่อุปทานและการจัดซื้อ คือประเด็นหลักอีกหนึ่งข้อที่ อินกริด ฟิง กล่าวถึง โดยเน้นย้ำเกี่ยวกับความสำคัญของการทำการค้ารูปแบบใหม่ในการติดตามแหล่งที่มาของอาหาร ผู้สร้างนวัตกรรมในกลุ่มนี้มุ่งเน้นไปที่ความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับความยั่งยืน และการกำจัดเศษอาหารเป็นสำคัญ

เทรนด์อาหารอนาคต (Future Food) ซึ่งเป็นประตูด่านใหม่ในวงการอุตสาหกรรมอาหารจึงรอให้ผู้ผลิตในทุกภาคส่วนเปิดเข้ามาสัมผัสเพื่อเลือกแนวทางอันเหมาะสมในการปรับตัว รวมถึงแสวงหาทางออกที่เป็นไปได้ร่วมกัน เพื่อเปลี่ยนแปลงแนวทางการบริโภคอันจะส่งผลดีต่อโลกใบนี้เป็นอย่างยั่งยืน 🌱

ที่มา : <https://techcrunch.com> <https://www.futurefoodfinance.com> <https://techsauce.co> <https://m.mgronline.com> <https://www.vox.com> <https://civileats.com>



จับกระแสโลก นมมีตเมนูมหัศจรรย์อย่างยั่งยืน



นวัตกรรมนับเป็นส่วนสำคัญของอุตสาหกรรมอาหาร อีกทั้งยังมีบทบาทต่อการสร้างผลกำไรและความอยู่รอด อุปทานรวมถึงความคาดหวังของผู้บริโภคมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้ค้าปลีกจึงต้องมองหาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ผู้ประกอบการซึ่งมีความเข้าใจตลาดชัดเจนจะสามารถสร้างธุรกิจที่เข้มแข็งและยั่งยืนได้

ความอร่อยแนวใหม่จากวัตถุดิบสุดว้าว

● โปรตีนทางเลือก (Alternative Protein) คือแหล่งสารอาหารที่ผู้บริโภคกำลังให้ความสนใจ โดยสามารถจำแนกได้อีกหลายประเภท คือ

โปรตีนจากพืช (Plant-based Protein) ถือเป็นพระเอกหลัก ด้วยวิธีการผลิตที่นำพืชมาผ่านกระบวนการแปรรูปจนมีสีและรสสัมผัสไม่ต่างจากเนื้อสัตว์จริงๆ อีกทั้งยังลดความเสี่ยงจากสารเร่งฮอร์โมนและแบคทีเรียปนเปื้อนจากโรงฆ่าสัตว์ด้วย บริษัทโกรทเวลล์ ฟู้ดส์ (Growthwell Foods) สตาร์ทอัพของสิงคโปร์ คือตัวอย่างผู้ประกอบการในประเทศเพื่อนบ้านซึ่งผลิตโปรตีนจากพืชแบบอัดโนมิติเต็มรูปแบบแห่งแรกของสิงคโปร์ โดยสามารถผลิตสินค้า เช่น ปลาแซลมอนจากบุก และนักเก็ตไก่ จากถั่วลูกไก่ ได้ 4,000 เมตริกตันต่อปี

ทั้งนี้ เครื่องพิมพ์ 3 มิติ นับเป็นอีกหนึ่งตัวช่วยในการจัดเรียงเส้นใยกล้ามเนื้อ เส้นใยไขมัน และเส้นใยหลอดเลือด ให้เป็นไปตามโครงสร้างของเนื้อสัตว์ที่ต้องการ เพื่อเพิ่มความเหมือนจริงทางกายภาพและรสสัมผัสยิ่งขึ้น โดยบริษัทสตาร์ทอัพของอิสราเอลอย่าง รีดีไฟน์ มีต (Redefine Meat) เปิดเผยว่า เครื่องพิมพ์ 3 มิติ ที่พวกเขาผลิตขึ้นสามารถพิมพ์อาหาร Plant-based ได้ 20 กิโลกรัมต่อชั่วโมง นอกจากนี้ยังมีรายงานว่า บริษัทโนวามีต (Novameat) จากสเปน ก็กำลังพัฒนาเครื่องพิมพ์ 3 มิติ สำหรับสร้างอาหาร Plant-based อยู่ด้วยเช่นกัน โดยพิมพ์เนื้อหมูแบบทั้งตัวขึ้นมาหลังจากที่เกิดเหตุการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ส่งผลกระทบต่ออุปทานของเนื้อหมูในตลาด

ตลาดโปรตีนจากพืชไม่ได้จบอยู่แค่เนื้อสัตว์เท่านั้น เพราะหนึ่งในแหล่งสารอาหารที่สำคัญคือ นม ซึ่งผลิตภัณฑ์นมทางเลือกมีจำหน่ายอยู่ในท้องตลาดมานานแล้ว แต่ผู้ประกอบการที่พยายามพัฒนารสชาติให้มันจากพืชมีความหอมมันใกล้เคียงกับนมโค้นั้นยังมีน้อย อีคลิปส์ ฟู้ดส์ (Eclipse Foods) บริษัทสัญชาติอเมริกันจึงใช้ความร้อนและแรงดันจากเครื่องตีส่วนผสมบวกกับกรดเล็กน้อยเพื่อแยกส่วนที่เป็นลิ้มในนมซึ่งมีความเข้มข้นออกจากหางนมที่เจือจางแล้วนำนมส่วนดังกล่าวไปเป็นวัตถุดิบตั้งต้นสำหรับการผลิตไอศกรีมรสชาติต่างๆ ต่อไป

โปรตีนจากสาหร่าย (Algae-based Protein) ลืมชีวิตซึ่งไม่ได้จัดอยู่ในอาณาจักรพืชหรือสัตว์นี้เป็นอีกหนึ่งกระแสของอาหารเสริมยอดนิยมสำหรับคนรักสุขภาพ ด้วยเหตุผลที่เป็นมิตร

ต่อสิ่งแวดล้อม เติบโตอย่างรวดเร็ว และมีสารอาหารมากมาย ที่นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยฟลินเดอร์ส (Flinders University) ประเทศออสเตรเลีย คือหนึ่งในกลุ่มบุคลากรที่ประสบความสำเร็จจากการใช้สาหร่ายขนาดเล็กซึ่งเพาะเลี้ยงในห้องทดลองเป็นวัตถุดิบในการผลิตเนื้อสัตว์ คาวีเยร์ เยลลี่ แยม และสเปรดสำหรับทาขนมปัง แม้ผลผลิตขั้นต้นจะมีรสชาติเหมือนสาหร่าย แต่ทางคณะนักวิจัยก็สามารถปรับเปลี่ยนรสชาติและเพิ่มสารอาหารเพื่อให้ดีต่อสุขภาพของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

โปรตีนจากเชื้อรา (Mycoprotein) คือโปรตีนซึ่งได้จากการหมักบ่มจุลินทรีย์สายพันธุ์ที่กินได้หรือจุลินทรีย์เกรดอาหาร โดยใช้เทคโนโลยีชีวภาพในการเพาะเลี้ยงให้ได้เส้นใยที่มีลักษณะคล้ายกล้ามเนื้อของสัตว์ แอตลาสฟู้ด (Atlast Food) และ มีตตี้ ฟู้ดส์ (Meati Foods) คือ 2 สตาร์ทอัพสัญชาติอเมริกันที่เข้ามาจับธุรกิจการสังเคราะห์โปรตีนประเภทนี้อย่างจริงจังด้วยเม็ดเงินระดมทุนนับพันล้านบาท ซึ่งให้เห็นถึงทิศทางของการเติบโตที่สดใสในอนาคต

โปรตีนจากแมลง (Insect-based Protein) แม้จะเป็นสิ่งมีชีวิตที่จัดอยู่ในอาณาจักรสัตว์ แต่แมลงไม่ได้เป็นแหล่งอาหารปกติของคนทั่วไปเหมือนหมู วัว ไก่ เป็ด กุ้ง หอย ปู ปลา ทว่าเมื่อปลายปีที่แล้ว ตักแตนกลายเป็นอาหารของชาวโลกอย่างเป็นทางการ เมื่อองค์การความปลอดภัยของอาหารแห่งสหภาพยุโรป (European Food Safety Authority หรือ EFSA) ขึ้นทะเบียนให้เป็นอาหารชนิดใหม่ ซึ่งผ่านการรับรองความปลอดภัยสำหรับการบริโภคและเตรียมพิจารณาจัดหัตถการแดงลายหรือจิ้งหรีดขาวเพื่อขึ้นทะเบียนเป็นรายการต่อไป ในประเทศไทยเองมีฟาร์มจิ้งหรีดกว่า 23,000 ฟาร์ม ซึ่งถือว่ามากที่สุดในโลก ถึงแม้แมลงจะมอบโปรตีนที่มีคุณภาพด้วยต้นทุนต่ำ แต่ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในระยะเริ่มต้นขณะนี้เพียงบางประเทศเท่านั้นที่เปิดกว้างและยอมรับแหล่งอาหารทางเลือกดังกล่าว

โฮปเพ็ต ฟู้ดส์ (HOPE Pet Foods) สตาร์ทอัพด้านอาหารสัตว์ เลี้ยงสุนัขและแมว มองเห็นช่องว่างในตลาด จึงเข้าสู่อุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์อาหารสุนัขจากแมลงเมื่อปลายปีที่แล้ว โดยสินค้าสุดค่างของน้องหมาคือขนมบิสกิตซึ่งมีส่วนผสมหลักจากตัวอ่อนแมลงวันลาย แครนเบอร์รี่ น้ำเชื่อมเมเปิล อีกทั้งแบ่งจากข้าวบาร์เลย์ ข้าวโอ๊ต ฟักทอง สาหร่ายทะเล



และน้ำส้มสายชูแอปเปิ้ลไซเดอร์ เป็นส่วนประกอบเสริม ที่สำคัญคือธุรกิจดังกล่าวปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยลง 70% ใช้น้ำและที่ดินน้อยลง 90% เมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงที่ใช้เนื้อสัตว์แบบดั้งเดิม

โปรตีนจากการเพาะเลี้ยงในห้องทดลอง (Lab-grown หรือ Cultured Protein) คือเนื้อที่ถูกพัฒนาขึ้นจากเซลล์ของสัตว์จริงๆ ด้วยกระบวนการผลิตจากการเพาะเซลล์ให้โตขึ้นมาภายในห้องปฏิบัติการ กลายมาเป็นเนื้อที่ประกอบไปด้วยไขมัน กล้ามเนื้อ และเนื้อแดงของสัตว์ที่เกิดจากการเพาะเลี้ยงเซลล์ที่สามารถนำมาปรุงอาหารรับประทานได้ ผลลัพธ์คือเนื้อสัตว์ที่เหมือนเนื้อสัตว์จริงแต่ไม่ได้มาจากการเลี้ยงและฆ่าสัตว์ เมื่อไม่นานมานี้ นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยโอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น ใช้การพิมพ์ 3 มิติ ผลิตเนื้อวากิวลายหินอ่อนได้สำเร็จผ่านการใช้สเต็มเซลล์ 2 ชนิด จากเนื้อวากิวที่เรียกว่า โบไวน์ แซเทลไลต์ (Bovine Satellite Cell) และ อดิพอส-ดีโรฟ (Adipose-derived Stem Cell) เพื่อทำให้เซลล์ต้นกำเนิดสามารถเปลี่ยนเป็นเซลล์ชนิดต่างๆ ที่ต้องการสำหรับการผลิตเนื้อวากิวได้

ตรวจละเอียดก่อนละเลียดความอร่อย

สำหรับผู้ที่ใส่ใจการรับประทานอาหารจำกัดซึ่งอาจเกิดจากปัญหาสุขภาพหรือแม้แต่ความต้องการส่วนตัว การบริโภคในแต่ละมื้อย่อมมีข้อจำกัดมากมาย แนวคิดโภชนาการเฉพาะบุคคล (Personalized Food) จึงเป็นทางออกที่อุตสาหกรรมอาหารเริ่มให้ความสนใจมากขึ้นเรื่อยๆ LOEWI บริษัทสัญชาติเยอรมันซึ่งแยกออกมาจากมหาวิทยาลัยเทคนิคแห่งมิวนิก เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยี

การตรวจเลือด การวินิจฉัยอาการแพ้ ยาที่รับประทาน และการเจ็บป่วย ในการวางแผนโภชนาการที่สามารถลดความจำเป็นในการแทรกแซงด้านสุขภาพได้ ด้วยวิสัยทัศน์ที่ว่าโภชนาการเฉพาะบุคคลไม่ควรสงวนไว้สำหรับนักกีฬาชั้นนำเท่านั้น แต่ควรมีให้สำหรับทุกคนที่มุ่งมั่นเพื่อสุขภาพที่ดีที่สุดผ่านการผสมผสานที่ลงตัวของวิทยาศาสตร์กับเทคโนโลยี เพื่อให้ทุกคนสามารถเข้าถึงโภชนาการส่วนบุคคลได้

คงความสาวคู่ความสวยด้วยธรรมชาติ

โดยปกติร่างกายของมนุษย์จะสร้างอนุมูลอิสระจากการเผาผลาญในแต่ละวัน อีกทั้งยังมีมลภาวะทางอากาศ สิ่งแวดล้อม ความเครียดเป็นปัจจัยกระตุ้น จึงก่อให้เกิดการอักเสบระดับเซลล์ในระยะยาว อาหารเพื่อการชะลอวัย (Anti-aging Food) จึงได้รับความสนใจในวงกว้าง เพราะมีความเชื่อมโยงกับการป้องกันโรคและการต้านอนุมูลอิสระ นักการตลาดมักจะโน้มน้าวว่าเครื่องดื่มและอาหารต่างๆ ที่วางจำหน่ายมีคุณสมบัติดังกล่าว อย่างไรก็ตามสารต้านอนุมูลอิสระมีความซับซ้อนมากและงานวิจัยหลายฉบับเปิดเผยว่าอาจก่อให้เกิดอันตรายมากกว่าผลดี เพราะฉะนั้นการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพจึงเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุดในการรับสารต้านอนุมูลอิสระที่ร่างกายต้องการ 🍏

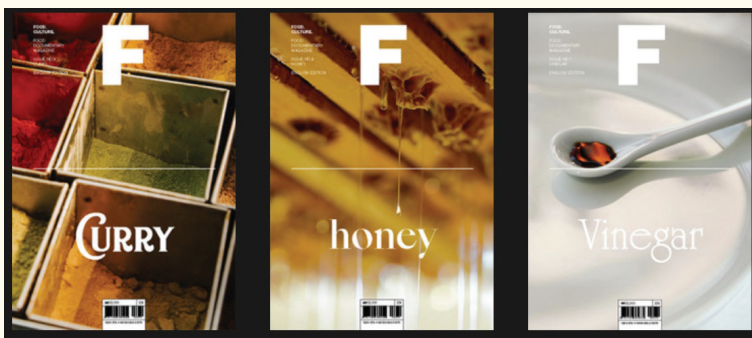
ที่มา : <https://safefood360.com> <https://www.beartai.com> <http://nuclear.mutphysics.com> <https://www.bangkokbiznews.com> <https://www.truedigital.com> <https://www.vegetariantimes.com> <https://brandinside.asia> <https://www.marketingoops.com> <https://www.eitfood.eu> <https://www.nutraceuticalsworld.com> <https://theconversation.com> <https://sciplanet.org> <https://mgonline.com> <https://www.peffoodprocessing.net> <https://www.xinhua.com>



Future Food มองเทรนด์อาหารแห่งอนาคตผ่านความบันเทิง

เมื่ออาหารไม่ได้มีความหมายแค่รสชาติและความอิ่มท้องอีกต่อไป แต่มีตัวของอาหารถูกแปรเปลี่ยนและพัฒนา เพื่อเป็นตัวช่วยในการดูแลสุขภาพของผู้คนให้มีสุขภาพดีขึ้น อายุยืนยาวขึ้น รวมไปถึงขับเคลื่อนเศรษฐกิจตั้งแต่เกษตรกรผู้เป็นต้นน้ำของกระบวนการผลิต วารสารนิวบานฉบับนี้ขอชวนคุณมาทำความรู้จักและมองมุมใหม่เกี่ยวกับนวัตกรรมด้านอาหารอนาคต (Future Food)

BOOK



Magazine F บอกเล่าวัฒนธรรมอาหารผ่านภาพและตัวหนังสือ

● นิตยสารรุ่นน้องของ Magazine B นิตยสารสัญชาติเกาหลีที่บอกเล่าเรื่องราวของแบรนด์ดังทั่วโลก (จุดเด่นของ Magazine B คือ ทั้งเล่มจะเล่าเรื่องเจาะลึกของแบรนด์นั้นๆ หลากแง่มุม) เช่นกันสำหรับ Magazine F นิตยสารสารคดีด้านอาหารที่บอกเล่าประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ของอาหารแต่ละประเภทได้อย่างน่าสนใจ (F มาจากคำว่า Food) แต่ละเล่มจะมุ่งเน้นบอกเล่าตั้งแต่ ‘ราก’ ของวัตถุดิบของอาหาร เปิดด้วยฉบับแรก Salt ตามด้วย Cheese, Chicken, Tomato, Rice, Chocolate ไปจนถึงวัตถุดิบท้องถิ่นอย่าง Kimchi, Curry ซึ่งปัจจุบันคลอตมาแล้ว 18 ฉบับ

เนื้อหาในเล่ม คล้ายกับคุณกำลังชม

สารคดีของวัตถุดิบเหล่านั้น โดย Salt เกือบถูกหือขยงมาบอกเล่าเป็นเรื่องแรก จากประวัติศาสตร์ด้านอาหาร มนุษยชาติเติบโตใกล้กับทะเล เกือบทะเลจึงถูกเปรียบเป็นสิ่งที่ค่าแลกเปลี่ยนกันมาช้านาน นิตยสารพาเราไปรู้จักกับแหล่งที่มาของเม็ดเกลือ และทุกๆ ครัวย่อมมีเกลือเป็นสมาชิกในบ้านอย่างเต็ม Cheese ก็พาคนอ่านไปรู้จักการผลิตชีสแบบดั้งเดิมไปจนถึงแบบทันสมัยเล่ม Chocolate ก็พาคนอ่านไปดูตั้งแต่แหล่งเพาะปลูกเมล็ดโกโก้ ก่อนจะส่งไปยังร้านช็อกโกแลตหรูในฝรั่งเศส ซึ่งผู้ก่อตั้งนิตยสารหัวนี้บอกว่า อยากให้นิตยสารหัวนี้เป็นผู้บันทึกวัฒนธรรมทางอาหารแห่งยุคสมัยเอาไว้และเชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติกับมนุษย์เข้าไว้ด้วยกัน 🌱

สนใจฉบับไหน ลองคลิกไปชมได้ที่ <http://magazine-b.com/en/category/issues>

APPLICATION



Yindii แอปพลิเคชันส่งอาหาร กับกล่องสุ่ม

● ขยะอาหารทั้งหมดคิดเป็นสัดส่วนถึง 10% ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก และในแต่ละวันมีผู้ละทิ้งอาหารเหล่านี้มากเท่าไร (ไม่ยากคิด) เพราะอยากแก้ปัญหานี้ แอปพลิเคชัน Yindii (อินดี) แอปฯ จัดส่ง ‘อาหารจำหน่ายไม่หมด’ จากร้านอาหาร คาเฟ่ ซูเปอร์มาร์เก็ต ไปจนถึงโรงแรมห้าดาว สร้างโอกาส วิน-วิน ในสังคม ร้านอาหารก็ได้รับรายได้ ไม่ต้องมีอาหารเหลือทิ้ง ผู้บริโภคก็ได้รับประทานอาหารในราคาที่ย่อมเยาเลย ทั้งหมดมาในรูปแบบกล่องสุ่ม โดยสนนราคาลด 50% วิธีการใช้งานคือจองอาหารจากร้านที่เราสนใจตั้งแต่กลางวัน อาหารจะเดลิเวอรี่มาให้คุณช่วงเย็น เพราะเป็นเวลาใกล้ปิดร้าน คุณจะไม่มีทางรู้ว่าจะได้รับเมนูลดราคาอะไร จนกว่าจะได้เปิดกล่อง

(รีวิวจากผู้ใช้งานจริง มีความเห็นว่าร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการยังจำกัดเฉพาะโซนไชนทาวน์ และระบบแอปฯ ยังไม่เสถียรนัก แต่นับเป็นก้าวสำคัญในบ้านเราที่มีอีกหนึ่งบริการช่วยให้ปัญหาอาหารเหลือทิ้งลดลงจากเดิม) 🌱

ที่มา : www.yindii.co

COMMUNITY



TasteBud แล็บพัฒนาอาหารแห่งอนาคต

- จากจุดเริ่มต้นว่า ‘อาหารจะเพียงพอบนโลกใบนี้ไหม’ ‘การทำเกษตรของผู้ผลิตจะอยู่รอดได้หรือเปล่า’ นี่จึงเป็นจุดเริ่มต้น



ของ เทสบัด (TasteBud) องค์กรสัญชาติไทย ที่มุ่งหวังจะขับเคลื่อนเรื่องนวัตกรรมอาหารที่เทสบัดมีครัวแล็บสำหรับทดสอบ เป็นเมนเทอร์บ่มเพาะทำงานร่วมกับนักวิจัยสตาร์ทอัพ เอสเอ็มอี กลุ่มฟู้ดเทค (FoodTech) และไบโอเทค (BioTech) เพื่อผลิตอาหารแห่งอนาคต (แน่นอนว่าไม่ใช่อาหารแคปซูลในภาพยนตร์ไซไฟอย่างที่เราคิดจินตนาการ) พวกเขาเชื่อว่าอาหารแห่งอนาคตคืออาหารที่ตอบโจทย์ด้านความยั่งยืน แก้ปัญหาด้านกำลังผลิต เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม แต่ขณะ

เดียวกันผู้คนยังมีสุนทรียะกับการรับประทานอาหารอยู่ ตัวอย่างของวัตถุดิบที่เทสบัดพัฒนา คือขนุนอ่อนที่มีรสชาติเป็นกลาง มีเนื้อสัมผัสคล้ายเนื้อสัตว์ หรือสาหร่ายสไปรูลินา ซึ่งเป็นซูเปอร์ฟู้ดเพาะปลูกได้ง่าย และเร็วๆ นี้ เทสบัดได้จัดงาน Future Food Tasting Experience and Ideation ที่งาน ‘บ้านและสวนแฟร์ 2565’ ซิมคอร์สอาหารอนาคต 12 เมนู พร้อมรับกล่องสุ่ม Future Food Box มีตัวอย่างเมนูแห่งอนาคต ได้แก่ Protanica โปรตีนอนาคตจากจิ้งหรีด หมูปั้นแพลนต์เบสดี จากเห็ดแครง เส้นโปรตีนสุขภาพจากไข่ขาว ทั้งหมดเกิดขึ้นด้วยเป้าหมายที่สอดคล้องกัน คืออาหารแห่งอนาคตที่ดีต่อใจ ดีต่อสุขภาพ และดีต่อโลก 🌱

ที่มา : <https://www.facebook.com/TasteBudLab>
<https://www.tastebudlab.com/>

ONLINE CLASS



ChefSteps คลาสเรียนเมนูสุดล้ำ

- ถ้าคุณคือคนที่สนใจใคร่รู้ด้านอาหาร ลองคลิกไปที่เว็บไซต์ www.chefsteps.com แล้วคุณจะพบว่าโลกแห่งการทำอาหารมันช่างกว้างใหญ่ ไม่สิ้นสุด ไม่รู้จบ มีเทคนิคใหม่ๆ มาเรื่อยๆ ตั้งแต่เหล่ากรรมวิธีสร้างสรรค์เมนูจากหม้อทอดน้ำมัน

ปรุงอาหารแบบซู-วี (Sous Vide) ให้นุ่ม (ซู-วี เป็นวิธีการปรุงอาหารโดยนำวัตถุดิบใส่ถุงสุญญากาศ ไปผ่านความร้อนในอ่างน้ำหรืออุปกรณ์ไอน้ำที่อุณหภูมิคงที่จนกว่าจะสุก) เทคนิคการทำชาดองโซยุให้ถึงรส หมักชาคอมบูชา (Kombucha) จากผลไม้ใกล้ตัว นี่คือเว็บไซต์ออนไลน์คลาสที่เต็มไปด้วยความรู้



ใหม่ๆ เสริมพลังผู้อ่านเสมอ (และเราสังเกตว่าเชฟรุ่นใหม่ๆ จะมองหาเทรนด์ทางอาหารใหม่ๆ จากแหล่งความรู้เหล่านั้นกัน) มีหลายคลาสไปให้ลองเรียน ลองเป็นทั้งนักเรียนและนักทดลองก็สนุกดีนะ 🌱

ที่มา : <https://www.chefsteps.com/>
www.facebook.com/ChefSteps



เครือซีพีได้รับเลือกเป็นหนึ่งในบริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลกต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 จาก Ethisphere

● Ethisphere สถาบันชั้นนำระดับโลกด้านการวัดและประเมินมาตรฐานจริยธรรมในการดำเนินธุรกิจ ประกาศผลการพิจารณา 'บริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลกประจำปี 2565' (The 2022 World's Most Ethical Companies) ซึ่งในปีนี้มีบริษัทชั้นนำจาก 22 ประเทศทั่วโลก ผ่านการคัดเลือกรวมทั้งสิ้น 135 บริษัท โดยบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด หรือเครือซีพี จากประเทศไทย ได้รับการพิจารณาคัดเลือกให้เป็นบริษัทที่มีจริยธรรมมากที่สุดในโลกประจำปี 2565 ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 อยู่ในหมวดกลุ่มอุตสาหกรรม

อาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งในปีนี้มีบริษัทชั้นนำระดับโลกรวม 7 ราย ได้รับการคัดเลือก ประกอบด้วย Kellogg's, PepsiCo, illycaffè s.p.s, Grupo Bimbo, Archer-Daniels-Midland Company และ Brown-Forman

ซีพีเปิดแคมเปญ 'Let's DO RIAN' ระดมสมองคนรุ่นใหม่ แก้ปัญหาทุเรียน ช่วยเกษตรกร

● นางสาวณัชชาชนก ณ ตะกั่วทุ่ง สปอนเซอร์โครงการผักผลไม้ภายใต้โครงการพัฒนาพิเศษ เครือเจริญโภคภัณฑ์ เปิดเผยว่าจากกรณีปัญหาการส่งออกทุเรียนไทยไปยังตลาดต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศจีน เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่นั้น ทีมผู้นำรุ่นใหม่ หรือเหล่าทีมผักผลไม้จากสถาบันผู้นำเครือซีพี ได้ระดมความคิดวางแผนช่วยเหลือกระจายผลผลิตทุเรียนเพื่อการบริโภคภายในประเทศผ่านช่องทางค้าปลีกของเครือซีพี และเพื่อให้สอดคล้องกับนโยบาย



แพลตฟอร์มแห่งโอกาส จึงเปิดโครงการ 'Let's DO RIAN' โดยการจัดทำร้านขายทุเรียนจำนวนกว่า 500 จุด ตั้งอยู่บริเวณหน้าร้านค้าปลีกค้าส่งในเครือซีพีทั่วประเทศ ได้แก่ ห้างโลตัส โลตัส โกเฟรช ซีพี เฟรชมาร์ท และร้านเซเว่น อีเลฟเว่น พร้อมกับประกาศรับสมัครพ่อค้าแม่ค้าประจำทุกจุดขายเพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ ในช่วงฤดูการทุเรียนที่มีระยะเวลาประมาณ 100 วัน ด้วยเงินลงทุนเริ่มต้นที่ 20,000 บาท และคาดว่าจะสามารถคืนทุนได้ตั้งแต่เดือนแรกของการขาย ทั้งนี้เครือซีพีจะเป็นฝ่ายรับซื้อทุเรียนคุณภาพโดยตรงจากกลุ่มเกษตรกรในภูมิภาคต่างๆ ทั่วประเทศ ส่งต่อไปยังร้านค้า Let's DO RIAN เพื่อจำหน่ายให้ผู้บริโภคทั่วประเทศ ซึ่งจะเริ่มทยอยเปิดร้านค้าตั้งแต่วันที่ 28 เมษายน พ.ศ. 2565 เป็นต้นไป



กระทรวงการพัฒนาสังคมฯ ยกเครือซีพี เป็นองค์กรเครือข่ายตัวอย่างด้านการส่งเสริมความเท่าเทียมระหว่างเพศ

● นายจตุติ ไกรฤกษ์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ (พม.) มอบประกาศเกียรติคุณยกย่องบริษัท เครือเจริญโภคภัณฑ์ จำกัด (CP) เป็น 1 ใน 17 องค์กรภาคเอกชน 'องค์กรเครือข่ายตัวอย่างด้านการส่งเสริมความเท่าเทียมระหว่างเพศ' จัดโดย กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ในงานสานพลังเครือข่ายร่วมจัดการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศ : Gender Fair เพื่อรณรงค์สร้างความรู้ความเข้าใจในการส่งเสริมความเสมอภาคและขจัดการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมระหว่างเพศและกระตุ้นให้เครือข่ายมีส่วนร่วมขับเคลื่อนความเท่าเทียมระหว่างเพศในสังคม

โดยมีคุณพิมพ์ฉัตร วัฒนาวิจิตรกุล ประธานผู้บริหารทรัพยากรบุคคล เครือเจริญโภคภัณฑ์ เป็นตัวแทนรับมอบ พร้อมกันนี้เครือฯ ได้ร่วมจัดนิทรรศการนำเสนอแนวนโยบายในการดำเนินการส่งเสริมความหลากหลายและป้องกันการเลือกปฏิบัติ รวมถึงการดำเนินงานด้านสิทธิมนุษยชนขององค์กร เพื่อเป็นต้นแบบและร่วมสร้างความตระหนักรู้แก่สังคม

“

We need to start thinking about the Future
of Food if we are going to feed
9 billion people in a way that does not
destroy our environment.

”

Bill Gates
Co-chair, Bill and Melinda Gates Foundation

“

เราจำเป็นต้องเริ่มคิดถึง
‘อาหารแห่งอนาคต’
ถ้าเรากำลังจะต้องเลี้ยงคนถึง 9 พันล้านคน
บนหนทางที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

”

บิลล์ เกตส์
ผู้ร่วมก่อตั้งมูลนิธิบิลและเมลินดาเกตส์



2021 WORLD'S MOST
**ETHICAL
COMPANIES**TM
WWW.ETHISPHERE.COM
2-TIME HONOREE

เครื่องซีพี

คว้ารางวัลจาก Ethisphere 2 ปีซ้อน

ย้ำความมุ่งมั่นการดำเนินธุรกิจด้วยจริยธรรม
ในฐานะบริษัทไทยบนเวทีโลก

