

## Novel Food ... โอกาสใหม่ที่ผู้ส่งออกอาหารไทยไม่ควรมองข้าม

ความมั่นคงทางอาหาร (Food Security) เป็นประเด็นสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสนใจเป็นอย่างมาก และคาดว่าจะทวีความสำคัญขึ้นในอนาคต จากจำนวนประชากรโลกที่คาดว่าจะเพิ่มจาก 7.7 พันล้านคนในปัจจุบัน เป็น 9.7 พันล้านคนในปี 2593 ขณะที่การขยายพื้นที่เมืองไปแทนที่พื้นที่ทำการเกษตร การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ รวมทั้งการระบาดของโรคในพืชและสัตว์ที่เกิดขึ้นเป็นระยะ อาจมีผลให้ผลผลิตของพืชและเนื้อสัตว์ที่นำมาทำเป็นอาหารได้ในปัจจุบันเพิ่มขึ้นไม่ทันกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น กระแสการบริโภค " Novel Food (อาหารใหม่)" โดยเฉพาะอาหารซึ่งทำมาจากวัตถุดิบชนิดใหม่ เริ่มเป็นที่พูดถึงกันมากขึ้น เพราะไม่เพียงช่วยเพิ่มปริมาณอาหาร ยังช่วยลดปัญหาโลกร้อนอีกด้วย "ส่องเทรนด์โลก" ฉบับนี้จึงขอพาท่านไปสำรวจตัวอย่าง Novel Food ที่น่าสนใจ และอาจเป็นไอเดียนำไปต่อยอดธุรกิจ ดังนี้



### Novel Food คืออะไร ?



**Novel Food** โดยทั่วไปหมายถึงอาหารที่ถูกผลิตขึ้นจากวัตถุดิบชนิดใหม่ นอกเหนือจากพืชและสัตว์ที่มีการบริโภคกันอยู่ทั่วไป หรืออาหารที่ผลิตด้วยกรรมวิธี เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ และอาจครอบคลุมถึงอาหารที่ยังไม่เป็นที่รู้จักแพร่หลาย หรือเป็นอาหารที่เดิมการบริโภคจำกัดอยู่เพียงในบางพื้นที่



**Novel Food** ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากผู้ผลิตสินค้าอาหาร โดยเฉพาะใน EU ซึ่งได้ผ่อนคลายนโยบาย Novel Food เพื่อให้ทันกับพัฒนาการด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีของอาหาร และผู้ประกอบการนำสินค้าอาหารชนิดใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดได้สะดวกและรวดเร็วขึ้น ทำให้ในช่วงปี 2561-2563 มีผู้ยื่นขอขึ้นทะเบียนผลิตและจำหน่ายอาหารชนิดใหม่ๆ ใน EU มากถึง 156 รายการ หรือเฉลี่ยปีละ 52 รายการ เทียบกับในช่วงปี 2540-2560 ที่มีผู้ยื่นขอขึ้นทะเบียนเฉลี่ยเพียงปีละ 6.4 รายการ

#### แค็ตตาล็อก Novel Food ของ EU

ปัจจุบัน EU ได้จัดทำแค็ตตาล็อกที่รวบรวมรายชื่อ Novel Food ชนิดต่างๆ ที่ได้รับอนุญาตให้ผลิตและจำหน่ายใน EU ได้ ผ่านทางเว็บไซต์ของคณะกรรมการยุโรป (EC)



### ตัวอย่าง Novel Food ที่น่าสนใจ



อาหารจากแมลง (Edible Insects) รับประทานได้ทั้งในรูปแบบแมลงทั้งตัวซึ่งนิยมนำไปทอด/อบ และทำเป็นผงหรือแป้ง ซึ่งนำไปใช้เป็นส่วนผสมในผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มชนิดต่างๆ อาทิ ขนมขบเคี้ยว เบเกอรี่ โปรตีนบาร์ เวย์โปรตีน และเส้นพาสต้า สำหรับแมลงที่นิยมนำไปแปรรูปเป็นอาหารมากที่สุด คือ จิ้งหรีด ซึ่งปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อาหารหลากหลายที่ทำจากจิ้งหรีดและแป้งจิ้งหรีด อาทิ ใส้กรอกจิ้งหรีด และกาแฟบราซิลผสมผงจิ้งหรีด รวมถึงข้าวเกรียบจิ้งหรีดที่จุดกระแสบริโภคแมลงในญี่ปุ่น ทั้งนี้ องค์การอาหารและเกษตรแห่งสหประชาชาติ (FAO) ประเมินว่าทั่วโลกมีแมลงกว่า 1,900 สายพันธุ์ ที่นำมาบริโภคได้ ขณะเดียวกันบริษัทวิจัย Global Market Insight คาดว่าตลาดผลิตภัณฑ์อาหารจากแมลงจะเติบโตจาก 55 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2562 เป็น 710 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2569 หรือเติบโตเฉลี่ยถึงปีละ (CAGR) 43.5%





**โปรตีนจากอากาศ** หลักๆ เกิดจากการเปลี่ยนก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO<sub>2</sub>) ให้เป็นกรดอะมิโนซึ่งเป็นหน่วยย่อยที่สุดของโปรตีน แล้วนำมาแยกน้ำจนกลายเป็นผงโปรตีนก่อนจะนำไปผ่านกระบวนการขึ้นรูปพร้อมแต่งกลิ่นและรสชาติผสมเลียนแบบเนื้อสัตว์ แต่ปลอดภัยจากยาฆ่าแมลงและสารกำจัดศัตรูพืชที่อาจปนเปื้อนระหว่างการเพาะปลูกและการเลี้ยงสัตว์ ทั้งนี้ โปรตีนจากอากาศมีปริมาณโปรตีนสูง ที่สำคัญใช้เวลาผลิตเพียง 4 วัน น้อยกว่าการผลิตโปรตีนจากแหล่งอื่นๆ อาทิ ถั่วเหลืองซึ่งใช้เวลาปลูกและเก็บเกี่ยวราว 3 เดือน ไข่ใช้เวลาเลี้ยงราว 5 เดือน และวัวราว 2 ปี ทั้งนี้ ปัจจุบันยังมีบริษัทที่ผลิตผงโปรตีนจากอากาศเพียงไม่กี่ราย อาทิ Solar Foods (ฟินแลนด์) ซึ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารโดยใช้ผงโปรตีนจากอากาศมากกว่า 20 รายการ เช่น เนื้อเบอร์เกอร์และลูกชิ้นเนื้อ แต่คาดว่าจะมีผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจพัฒนาโปรตีนจากอากาศเพิ่มขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มรักสิ่งแวดล้อม เนื่องจากโปรตีนจากอากาศตอบโจทย์อาหารที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมได้ดีกว่าโปรตีนจากแหล่งอื่นๆ เพราะใช้ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ซึ่งเป็นมลพิษในอากาศมาเป็นวัตถุดิบผลิตอาหาร



**โปรตีนจากเชื้อรา (Mycoprotein)** โปรตีนที่ได้จากการหมักบ่มจุลินทรีย์จากเชื้อรา ซึ่งมีกระบวนการเปลี่ยนแป้งและน้ำตาลในพืชที่หมักให้เป็นก้อนชีวมวล (Biomass) ก่อนที่จะดึงของเหลวออกและปรับแต่งขนาดให้มีรูปทรงและเนื้อสัมผัสตามต้องการ ทั้งนี้ โปรตีนจากเชื้อรามีจุดเด่นคือไม่มีคลอเลสเตอรอล ไม่มีน้ำตาล ไขมันและคาร์โบไฮเดรตต่ำ จึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ ปัจจุบันมีอาหารที่ผลิตขึ้นโดยโปรตีนจากเชื้อราวางจำหน่ายแล้วในหลายประเทศ อาทิ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี และสหรัฐฯ และเมื่อต้นปี 2564 ร้าน KFC ในสิงคโปร์ก็ได้เปิดตัว KFC Zero Chicken Burger ซึ่งเป็นเบอร์เกอร์ที่ทำด้วยโปรตีนจากเชื้อรา ทั้งนี้ จากรายงานของ Global Market Insight ระบุว่ามูลค่าตลาดโปรตีนจากเชื้อราจะเพิ่มจาก 3.73 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2562 เป็น 6.08 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2569 หรือเติบโตเฉลี่ยปีละ (CAGR) 8.3%



**เนื้อสัตว์ปลูกหรือเนื้อเทียมจากการเพาะเลี้ยง (Cultured Meat หรือ Lab-Grown Meat)** เกิดจากการนำเซลล์ต้นกำเนิดหรือสเต็มเซลล์ (Stem Cell) ของสัตว์ต่างๆ มาเพาะเลี้ยงในห้องทดลองจนกลายเป็นชิ้นเนื้อ โดย Eat Just (สหรัฐฯ) นับเป็นบริษัทแรกที่ประสบความสำเร็จในการจำหน่ายเนื้อสัตว์ปลูกในเชิงพาณิชย์ โดยวางจำหน่ายในรูปแบบนักเก็ตไก่ปลูก และเนื้ออกไก่ปลูก ปัจจุบันมีอีกหลายบริษัทที่ให้ความสนใจพัฒนาเนื้อสัตว์ปลูกให้เป็นผลิตภัณฑ์อาหารที่หลากหลายกว่าเดิม อาทิ BlueNalu (สหรัฐฯ) อยู่ระหว่างพัฒนาอาหารทะเลที่ได้จากการเพาะเลี้ยงเซลล์ ทั้งเนื้อปลา กุ้ง และหอย เพื่อแก้ปัญหาการทำประมงเกินขนาด (Overfishing) และลดปัญหาการบริโภคสัตว์น้ำที่มีสารปนเปื้อน โดยบริษัทฯ คาดว่าผลิตภัณฑ์จะออกสู่ตลาดได้ใน 2-3 ปีจากนี้ และ Finless Foods (สหรัฐฯ) อยู่ระหว่าง



เพาะเลี้ยงเนื้อปลาทูน่าครีบน้ำเงิน (Bluefin Tuna) ซึ่งมีความเสี่ยงจะสูญพันธุ์ และไม่สามารถเลี้ยงในฟาร์มปลาทูน่าได้ รวมถึง Gourmey (ฝรั่งเศส) อยู่ระหว่างเพาะเลี้ยงเซลล์ตับของเป็ดและห่าน เพื่อนำมาใช้ทดแทน **ฟัวกราส์ (Foie Gras)** ที่ได้จากการเลี้ยงในฟาร์ม ทั้งนี้ บริษัทวิจัย Allied Market Research ประเมินว่าตลาดเนื้อสัตว์ปลูกทั่วโลกจะเติบโตจาก 1.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2564 เป็น 2.78 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2573 หรือเติบโตเฉลี่ยปีละ (CAGR) 95.8%



ขอแก้เป็น **คตมมั่นคงทางอาหาร แทน น.ฉ.**

Novel Food หลายชนิดสามารถตอบโจทย์กระแสรักสุขภาพ และใส่ใจสิ่งแวดล้อมและสวัสดิภาพของสัตว์ รวมถึงความมั่นคงทางอาหารได้พร้อมกัน จึงมีแนวโน้มสูงที่จะกลายเป็นสินค้าดาวรุ่งดวงใหม่ในตลาดโลก และเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่สนใจมองหาตลาดใหม่ๆ ที่มีแนวโน้มเติบโตดี อีกทั้งประเทศไทยก็มีศักยภาพในการผลิตวัตถุดิบสำหรับอาหาร Novel Food ได้หลายชนิด อย่างฟาร์มจิ้งหรีดระบบปิดที่ใหญ่ที่สุดในโลกก็ตั้งอยู่ในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การขึ้นทะเบียน Novel Food ในแต่ละประเทศมีระเบียบปฏิบัติแตกต่างกัน ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องศึกษากฎระเบียบอย่างรอบคอบก่อน รุกตลาด ควบคู่ไปกับการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคพร้อมกับช่องทางการทำตลาดในแต่ละประเทศด้วย

Icon made by Freepik, Muhammad Ali and Smashicons from www.flaticon.com

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏเป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลที่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยจะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด