

ตลาดเนื้อสัตว์เทียม หรือแพลนต์เบสท์ (Plant Based) ซึ่งเป็นเทรนด์อาหารสุขภาพที่มาแรงในขณะนี้ เป็นทางเลือกสำหรับคนรักสุขภาพหรือคนที่ต้องการลดการรับประทานเนื้อ เนื่องจากวัตถุดิบที่ผลิตมาจากพืช 100% แต่มีรสชาติคล้ายเนื้อสัตว์

บรรดาผู้ประกอบการกระโดดลุยตลาดกันอย่างลึกลับทั้งรายเล็ก รายใหญ่ที่พัฒนาสินค้าหลากหลายรูปแบบ หารับประทานได้ง่ายแม้กระทั่งอาหารฟาสต์ฟู้ดไปจนอาหารที่ดูดีเพียงแต่นำมาอุ่นก็รับประทานได้ทันที

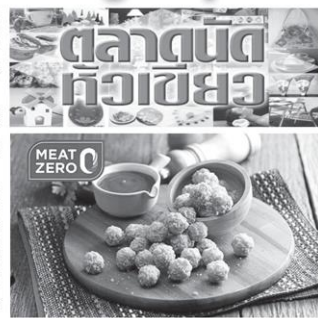
จุดเด่นที่ผู้ประกอบการที่หลายที่นำมาเสนออีกทีไม่แพ้เทคโนโลยีและรสชาติที่พยายามให้ใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์ ลงความอร่อยเป็นเมนูที่น่าชวนรับประทาน

บริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน) หรือซีพีเอฟ ยักษ์ใหญ่ในอุตสาหกรรมของไทย หลังจากประสบความสำเร็จในการบุกตลาดแพลนต์เบสท์ที่ได้รับการตอบรับอย่างจากผู้ประกอบการร้านอาหารและผู้บริโภค ภายใต้แบรนด์ Meat Zero ใช้เทคโนโลยี Plant-Tec จากวัตถุดิบพืชในระดับอุตสาหกรรม โดยแก้ไข Pain Point ทุกข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ดังกล่าวนี้ ได้เปิดเผยที่มาของนวัตกรรมนี้

ดร.ลลนาภีธีระนุสรณ์กิจ รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส ด้านนวัตกรรมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซีพีเอฟ กล่าวไว้ว่า ซีพีเอฟ ให้ความสำคัญกับการวิจัยพัฒนาในทุกขั้นตอนตลอดห่วงโซ่การผลิตโดยใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีอาหารแทรกอยู่ในกระบวนการทำงานทุกขั้นตอน สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบโจทย์เทรนด์อาหารโลก ผ่านศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหาร

หรือ CPF RD Center เพื่อสร้างสรรค์นวัตกรรมอาหารให้ตรงตามความต้องการของ

# เมื่อผู้นำธุรกิจอาหารรุกตลาดแพลนต์เบสท์



ของไทยอย่างจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสมบูรณ์แบบที่ลักษณะ รสชาติ กลิ่นและเนื้อสัมผัสแบบที่ผู้บริโภคได้รับประทานแล้วแทบไม่รู้สึก

ว่ากำลังทานพืชผักอยู่ ขณะเดียวกัน ซีพีเอฟยังแก้ไขข้อจำกัดในด้านระดับราคาให้ลงมาอยู่ในระดับเดียวกับเนื้อปกติ และวางจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อไอทีโอ ทั่วประเทศเข้าถึงได้ง่าย

ล่าสุด ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารของซีพีเอฟกำลังต่อยอดศึกษาวิจัยนวัตกรรมอาหารขั้นสูง ซึ่งเป็นอีกเทรนด์ความต้องการของ Food Valley ประเทศเนเธอร์แลนด์ ซึ่งเป็นศูนย์รวมบุคลากรที่มีความสามารถด้านนวัตกรรมอาหารนับหมื่นคน รวมทั้งเข้า

ผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม โดยการวิจัยพัฒนานั้นต้องตอบโจทย์ได้จริง สำหรับความสำเร็จที่ผลักดันแบรนด์ Meat Zero นั้นเกิดจากความร่วมมือระหว่าง CPF RD Center กับบริษัทแพลนต์เบสท์ระดับโลกจากหลายประเทศ อาทิ ผู้ในสหรัฐฯ และสิงคโปร์ รวมถึงสถาบันการศึกษา

Agri-Food Innovation Summit ประเทศสิงคโปร์ ขณะเดียวกัน ยังให้การสนับสนุน ProVeg Food Innovation Challenge ซึ่งเป็นการแข่งขันด้านนวัตกรรมอาหารในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น เหล่านี้ทำให้ได้มาซึ่งความคิดสร้างสรรค์ในวงการนวัตกรรมอาหาร

“ซีพีเอฟไม่หยุดพัฒนาเพียงเนื่องจากพืชและอาหารเพื่อสุขภาพมากมายสำหรับผู้บริโภค แต่จะต่อยอดศึกษาวิจัยนวัตกรรมอาหารตามเทรนด์ความต้องการของโลก เพราะการวิจัยไม่มีที่สิ้นสุดมีแต่ต้องพัฒนาให้ดีขึ้นเรื่อยๆ โดยเราเปิดกว้างในการร่วมมือกับทุกภาคส่วนตามแนวคิด Open Innovation ซึ่งเชื่อว่าจะนำไปสู่นวัตกรรมอาหารใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วและยั่งยืน”

ดร.ลลนาภีธีระนุสรณ์กิจ กล่าว สำหรับอีกความเคลื่อนไหวของ บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือทียูหนึ่ง ผู้นำอุตสาหกรรมอาหารทะเลของโลกที่เดินนำลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารและสัตว์ตัดอวัยวะอย่างต่อเนื่อง ได้รุกตลาดแพลนต์เบสท์ เปิดตัวแบรนด์ OMG Meat ทัั้งเนื้อสัตว์และอาหารทะเลที่ผลิตจากพืชล่าสุดได้ใช้เงินกว่า 3,000 ล้านบาท ลงทุนซื้ออาคารซื้อพื้นที่จำนวน 10x ในบริษัท อาร์ แอนด์ บี ฟู้ด ซัพพลาย จำกัด (มหาชน) หรืออาร์บีเอฟ เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านวัตถุดิบที่ใช้เป็นส่วนผสมในอาหาร เช่น วัตถุแต่งรส (Flavor) และวัตถุแต่งกลิ่น (Fragrance) พร้อมกับธุรกิจแพลนต์เบสท์และธุรกิจกัญชงในอนาคต เป็นการลงทุนเชิงกลยุทธ์ที่จะมาต่อยอดธุรกิจแพลนต์เบสท์ครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ

เมื่อผู้นำในตลาดอาหารขับเคลื่อนด้วยเทรนด์อาหารสุขภาพทั่วโลก เน้นอนาคตตลาดภายในประเทศอีกต่อไป จึงต้องลงทุนด้านนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาด้านนี้ให้มีคุณภาพเทียบเคียงระดับโลกได้



วานิช หนุ่ม  
wanich@thairath.co.th