



“Foodtech” อนาคตของอุตสาหกรรมอาหารไทย

(“Foodtech” The future of Thai food industry)

เรียบเรียงโดย

น.ส.มยุรา ปรารธนาเปลี่ยน

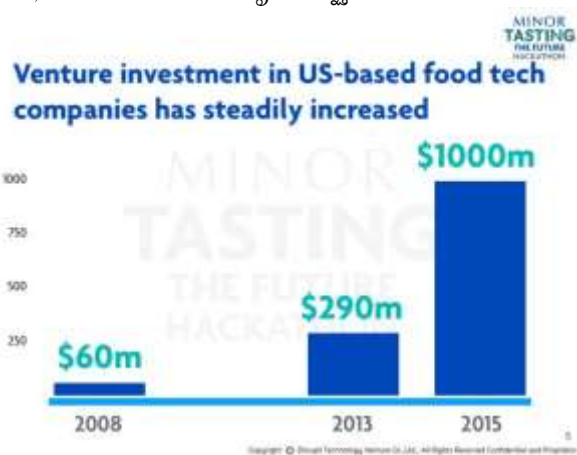
ฝ่ายส่งเสริมนวัตกรรม

โทร. 02422 8688 ต่อ 9401 Email: mayura@nfi.or.th

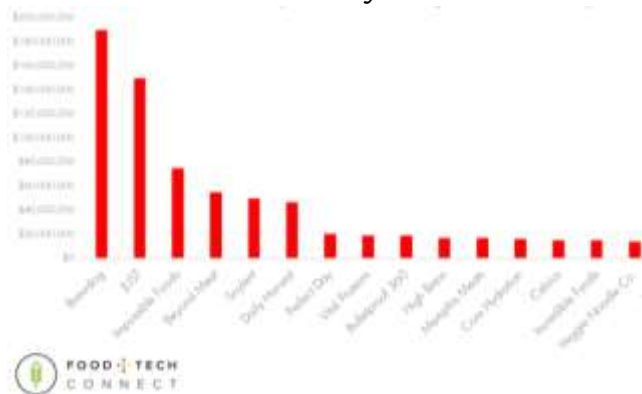
“Foodtech” อาจเป็นคำใหม่ที่หลายท่านไม่รู้จักรหัสหรือคุ้นเคย และบางท่านอาจสับสนกับคำว่า Food Technology ว่าเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร แต่หากเปรียบเทียบให้เห็นภาพในบริบทเดียวกันกับคำว่า Fintech ซึ่งหลายๆ ท่านรู้จักกันดีแล้ว ว่าหมายถึง กลุ่มธุรกิจที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้ามาทำให้เกิดการบริการที่เกี่ยวข้องกับการเงินและการลงทุนที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การทำธุรกรรมรับ-จ่าย-โอนเงินออนไลน์ของธนาคาร เป็นต้น ทุกท่านก็คงจะเข้าใจในความหมายของคำว่า Foodtech ได้โดยปริยาย

คำว่า Foodtech ในที่นี้จึงหมายถึง กลุ่มธุรกิจที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเข้ามาทำให้เกิดสินค้าหรือบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ซึ่งมีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของผู้บริโภคเพิ่มมากขึ้น โดยอาจเป็นธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำสมัยจนทำลาย (Disruption) รูปแบบของธุรกิจเดิมๆ หรือเป็นธุรกิจเดิมที่มีการปรับตัว (Transformation) ไปสู่รูปแบบของธุรกิจใหม่ก็เป็นได้ ทั้งนี้ จากข้อมูลของบริษัท Disrupt Technology Venture จำกัด และ 500 Tuktuks หรือกองทุนที่นำเงินจากนักลงทุนมาบริหารและลงทุนในสตาร์ทอัพของไทย พบว่า Foodtech เป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่มีการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยเฉพาะในสหรัฐอเมริกา ประเทศผู้นำ

ด้านเทคโนโลยี โดยมีมูลค่าการลงทุนในธุรกิจ Food Tech Startup จำนวน 60 ล้านเหรียญสหรัฐ ในปี ค.ศ. 2008 และเพิ่มขึ้นเป็น 290, 1,000 กับ 1,300 ล้านเหรียญสหรัฐ เมื่อปี ค.ศ. 2013, 2015 และ 2518 ตามลำดับ อีกทั้งยังคาดการณ์ว่า ภายในปี ค.ศ. 2022 จะมีมูลค่าการลงทุนเพิ่มสูงขึ้นถึง 250,000 ล้านเหรียญสหรัฐ



2017 Top 15 Food & Beverage VC Investments by Brand





ปัจจุบันธุรกิจ Foodtech ที่สำคัญของโลก (จัดลำดับตามสัดส่วนมูลค่าการลงทุนจากมากไปหาน้อย) ประกอบด้วย

1. Brewdog ผู้ผลิตคราฟท์เบียร์และเจ้าของธุรกิจบาร์จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์จากสกอตแลนด์ ด้วยมูลค่าการลงทุนในธุรกิจ 190 ล้านดอลลาร์สหรัฐ Brewdog เริ่มต้นธุรกิจเมื่อปี ค.ศ. 2009 และระดมทุนใน crowdfunding ในปี ค.ศ. 2011 โดยดำเนินกลยุทธ์ธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน ด้วยการจำหน่ายหุ้นในราคาถูกเพื่อให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงได้ และให้สิทธิประโยชน์ที่ดึงดูดใจเช่น การให้ส่วนลดในบาร์ และส่วนลดในการซื้อเบียร์ออนไลน์ จากบริษัทฯ โดยตรง รวมถึงให้โอกาสในการเข้าร่วมประชุมผู้ถือหุ้นประจำปี อันเป็นการเข้าถึงและครองใจลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว อีกทั้งยังสามารถรับฟังความคิดเห็นของลูกค้า เพื่อการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์และปรับเปลี่ยนสินค้ารวมถึงบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการได้อย่างตรงจุด



ผลิตภัณฑ์คราฟท์เบียร์ของ Brewdog

<https://www.brewdog.com/uk/>

2. JUST บริษัทในสหรัฐอเมริกา ผู้ผลิตวัตถุดิบอาหารจากพืชที่มีรูปลักษณะและรสชาติใกล้เคียงกับวัตถุดิบอาหารดั้งเดิม ด้วยมูลค่าการลงทุนในธุรกิจ 150 ล้านดอลลาร์สหรัฐ JUST เริ่มต้นธุรกิจเมื่อปี ค.ศ. 2011 ใน Silicon Valley ด้วยการคิดค้นสูตรการผลิตนานกว่า 6 ปี จนสามารถผลิตผลิตภัณฑ์มายองเนส แป้งคูกี้ โปรตีนอาหารเช้า ไข่ และเนื้อสัตว์ โดยไม่ใช้วัตถุดิบไข่ เนื้อสัตว์ นม และสิ่งต่างๆ ที่มาจากสัตว์เป็นส่วนประกอบได้ จัดเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคที่ไม่ต้องการบริโภคเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์อย่างกลุ่ม Vegan ซึ่งกำลังขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ทำให้บริษัทสามารถสร้างยอดขายและขยายธุรกิจออกไปทั่วโลกในปัจจุบัน



ผลิตภัณฑ์ไข่จากพืชของ JUST
เปิดตัวปี ค.ศ. 2017

3. Impossible Foods ผู้ผลิตเนื้อสัตว์จากพืช ซึ่งมีรูปลักษณะและรสชาติใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์ตามธรรมชาติ ด้วยมูลค่าการลงทุนในธุรกิจ 114 ล้านดอลลาร์สหรัฐ Impossible Foods ก่อตั้งขึ้นในรัฐแคลิฟอร์เนีย ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อปี ค.ศ. 2011 ดำเนินการคิดค้นและพัฒนาสูตรการผลิตเนื้อสัตว์จากพืชจนประสบความสำเร็จเมื่อปี ค.ศ. 2016 โดยเปิดตัว





Impossible burger และ plantbased sausage ที่มีรสชาติและคุณค่าทางโภชนาการใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดียวกัน ซึ่งทำมาจากเนื้อสัตว์เป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้บริโภคกลุ่ม Vegan และมังสวิรัติจำหน่ายให้กับร้านอาหารและซูเปอร์มาร์เก็ตทั้งในสหรัฐอเมริกาและส่งออกไปยังอีกหลายประเทศทั่วโลก



ผลิตภัณฑ์ Impossible Burger

4. Ancient Nutrition ผู้ผลิตสารอาหารจากธรรมชาติในรูปแบบที่สะดวกต่อการเตรียมเพื่อรับประทานและมีอายุการเก็บรักษานาน ด้วยมูลค่าการลงทุนในธุรกิจ 108 ล้านดอลลาร์สหรัฐ Ancient Nutrition ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 2016 ดำเนินธุรกิจผลิตสารอาหารจากธรรมชาติ เช่น ผงน้ำซุปกระดูกโปรตีน (Bone Broth Protein) และผงน้ำซุปกระดูกคอลลาเจน (Bone Broth Collagen) ซึ่งผลิตมาจากไก่ที่ผ่านการเลี้ยงด้วยระบบอินทรีย์ (organic) ปลอดจากยาปฏิชีวนะและฮอร์โมนเร่งการเจริญเติบโต, สารสกัด CBD และน้ำมันจากกัญชง ที่มีคุณสมบัติช่วยเรื่องการนอนหลับและผ่อนคลาย, โปรตีนจากพืชสูตรคีโต ซึ่งไม่มีส่วนผสมของคาร์โบไฮเดรต เป็นต้น บริษัทฯ เน้นการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีเวลาน้อยในการ

เตรียมอาหารรับประทานและต้องการสารอาหารจากธรรมชาติที่ครบหมู่ ดูดซึมเข้าสู่ร่างกายได้อย่างรวดเร็ว



ผลิตภัณฑ์ผงน้ำซุปกระดูกโปรตีนของ Ancient Nutrition

5. Vintage Wine Estates (VWE) บริษัทของกลุ่มตระกูล Vintner ผู้ผลิตไวน์รายใหญ่ในสหรัฐอเมริกาอย่างยาวนาน ด้วยมูลค่าการลงทุนในธุรกิจ 75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ Vintage Wine Estates ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 2008 ผลิตและจำหน่ายไวน์ตรงสู่ผู้บริโภค โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และทำกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจผู้บริโภคโดยตรงเช่น การจัดส่งฟรีเมื่อสั่งซื้อในปริมาณที่กำหนด และใช้ช่องทาง Online ในการทำการตลาดให้มากที่สุด ซึ่งแตกต่างจากผู้ผลิตไวน์รายอื่นๆ นอกจากนี้ ยังมีการผลิตเครื่องดื่มที่มีไวน์เป็นส่วนผสม เพื่อเป็นทางเลือกให้กับนักดื่มรุ่นใหม่ที่รักสุขภาพ



ผลิตภัณฑ์ค็อกเทลผสมไวน์ของ VWE





สำหรับประเทศไทย เริ่มมีธุรกิจ Foodtech ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ เช่น

1. Meat Avatar ผู้ผลิตเนื้อหมูสามชั้นและไข่ดาวที่ทำจากพืช ซึ่งเป็นนวัตกรรมในประเทศไทย ก่อตั้งโดยนักธุรกิจรุ่นใหม่ ที่มองเห็นโอกาสการเติบโตของลูกค้านำที่มารับประทานเนื้อสัตว์เพิ่มขึ้น โดยหมูเป็นเมนูที่คนไทยและชาวเอเชียนิยมรับประทานมากกว่าเนื้อสัตว์ชนิดอื่น จึงผลิตผลิตภัณฑ์หมูสามชั้น และไข่ดาวจากพืช เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค



ผลิตภัณฑ์เนื้อหมูสามชั้นและไข่ดาวของ Meat Avatar

2. ไข่สุก ผู้ผลิตไข่ขาวต้มพร้อมรับประทานยี่ห้อ Eighty Eight ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการเตรียมไข่ขาวเพื่อรับประทาน โดยไข่ขาวจัดเป็นอาหารโปรตีนที่ได้รับความนิยมในกลุ่มผู้รักสุขภาพและนักกีฬา



ผลิตภัณฑ์ไข่ขาวต้มพร้อมทาน

ไข่ขาวต้มพร้อมทาน จึงเป็นทางเลือกที่ดีของผู้บริโภคยุคปัจจุบัน เป็นนวัตกรรมที่สามารถนำมาปรุงเป็นเมนูได้หลากหลาย

3. Wishbeer ผู้จำหน่ายคราฟท์เบียร์นำเข้าของผู้ผลิตรายใหญ่ของโลกและคราฟท์เบียร์ที่ผลิตในประเทศไทย โดยผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ รวมถึงการเปิดร้านอาหารประเภทคราฟท์เบียร์บาร์ เพื่อเชื่อมต่อให้เป็น Omni Channel หรือ O2O ทั้งในด้านช่องทางการขายและการสร้างประสบการณ์ ที่จะทำให้บริษัทฯ มีรายได้เข้ามาทั้งสองทาง เป็นรูปแบบธุรกิจใหม่ที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมเบียร์ของไทย



ช่องทางการจำหน่ายคราฟท์เบียร์ของ Wishbeer

อุตสาหกรรมอาหาร ถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมใหญ่ที่มีผู้เกี่ยวข้องจำนวนมาก เริ่มตั้งแต่เกษตรกรต้นน้ำ ผู้แปรรูปรูปชั้นกลาง และผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ปลายทางที่กล่าวมาข้างต้นเป็นตัวอย่างเพียงเล็กน้อยที่ชี้ให้เห็นความเป็นไปของโลกปัจจุบันที่กำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่อนาคต ดังนั้น ยังมีช่องว่างทางธุรกิจอีกมากที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารของไทย จะสามารถก้าวไปสู่ธุรกิจ Foodtech ซึ่งต้องใช้ความสามารถในการมองหาโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจที่ตอบโจทย์ความต้องการและก้าวไปสู่ธุรกิจที่มีความยั่งยืนในอนาคตได้

