



สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

Office of Agricultural Affairs - Royal Thai Embassy - Washington DC

โอกาสของกระบวนการอัพไซเคิลในอุตสาหกรรมอาหาร (Upcycling Opportunity in the Food Industry)

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี. เข้าร่วมฟังการประชุมออนไลน์ (Webinar) ในหัวข้อ **โอกาสของกระบวนการอัพไซเคิลในอุตสาหกรรมอาหาร (Upcycling Opportunity in the Food Industry)** เมื่อวันที่ ๒๗ เมษายน ๒๕๖๖ จัดโดยสื่อออนไลน์ Food Institute บรรยายโดย (๑) นาง Angie Crone ตำแหน่ง CEO องค์การ Upcycled Food Association (๒) นาย Paul Mariani ตำแหน่ง Managing Director บริษัท Mesirow Investment Banking และ (๓) นาย Eric Markin ตำแหน่ง Director บริษัท Mesirow Investment Banking

The Food Institute Webinar

Upcycling Opportunities in the Food Industry

Thursday, April 27th | 2pm - 3pm ET

sponsored by Mesirow

PANELISTS

Paul Mariani Managing Director Mesirow Investment Banking	Eric Markin Director Mesirow Investment Banking	Angie Crone CEO Upcycled Food Association
--	--	--

การประชุมดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับกระบวนการอัพไซเคิลว่าจะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าการเกษตรเหลือใช้ ให้กลายเป็นสินค้าที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค นักลงทุน และภาคธุรกิจได้อย่างไร ตลอดจนสิ่งที่ช่วยขับเคลื่อนการใช้กระบวนการอัพไซเคิล และการสร้างโอกาสของกระบวนการอัพไซเคิลต่อภาคธุรกิจและนักลงทุน สามารถรับฟังการประชุมได้ที่เว็บไซต์ https://www.bigmarker.com/the-food-institute/Upcycling-Opportunities-in-the-Food-Industry?bmid=a27f72710319&bmid_type=member รายละเอียดการประชุมสรุปได้ดังนี้



๑. การเร่งเศรษฐกิจของอาหารที่ผ่านกระบวนการอัพไซเคิล (Accelerating the Upcycled Food Economy) นาง Angie Crone กล่าวว่า ในทุกปีจะมีอาหารเหลือทิ้ง ๑.๓ พันล้านตัน หรือมูลค่าประมาณ ๑ ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจกร้อยละ ๖ - ๘ อาหารจำนวนดังกล่าวสามารถนำมาเลี้ยงประชากรโลกได้กว่า ๒ พันล้านคน ในสหรัฐอเมริกา ขยะที่มาจากอาหารมีปริมาณร้อยละ ๒๔ ถือเป็นอันดับ ๑ ของขยะที่

ปรากฏในพื้นที่ฝังกลบขยะ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาอันดับ ๓ ของก๊าซมีเทน โดยก๊าซมีเทนถูกจัดเป็นอันดับ ๒ ของก๊าซที่ก่อให้เกิดปรากฏการณ์โลกร้อนหรือเป็นก๊าซที่ทำให้โลกร้อนร้อยละ ๒๕ ดังนั้น การลดขยะที่มาจากอาหารจะเป็นวิธีการช่วยยืดระยะเวลาการเกิดโลกร้อนได้เร็วที่สุด โดยวิธีการที่ช่วยลดขยะที่มาจากอาหารที่ได้ผลที่สุดคือกระบวนการอัพไซคลิ่งพืชผลทางการเกษตรที่เหลือทิ้งตลอดห่วงโซ่อุปทาน เช่น การแปลงพืชผลทางการเกษตรที่มีรูปร่างไม่สวยงามให้เป็นสินค้าอาหารชนิดใหม่ จากการศึกษาพบว่า ในอนาคตตลาดของสินค้าที่มาจากอาหารเหลือทิ้งจะเติบโตขึ้นร้อยละ ๕ เมื่อเปรียบเทียบกับปีก่อนหน้า และมีมูลค่าสูงถึง ๘.๓ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ ภายในปี ค.ศ ๒๐๓๒ ซึ่งถือเป็นโอกาสที่ดีของสินค้าที่มาจากอาหารเหลือทิ้งประเภทใหม่ สมาคมอาหารอัพไซเคิล (Upcycled Food Association - UFA) ยกให้กระบวนการอัพไซคลิ่งเป็นวิธีการป้องกันการสูญเสียอาหารและอาหารเหลือทิ้ง และลดปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศที่ได้ผลที่สุด UFA เกิดจากการรวมตัวกันของ ๙ บริษัท ที่ให้ความสนใจในกระบวนการอัพไซคลิ่งในปี ๒๕๖๒ โดยตระหนักว่า การทำงานร่วมกันและแลกเปลี่ยนข้อมูลการศึกษาวิจัยระหว่างกัน จะช่วยให้การสร้างมาตรฐาน ความต้องการของตลาด และการเรียนรู้ภายในอุตสาหกรรมเป็นไปได้อย่างรวดเร็ว สมาคมจะช่วยขับเคลื่อนให้เกิดการลงทุน เชื่อมโยงเจ้าของพืชผลหรือวัตถุดิบเหลือทิ้งเข้ากับผู้ผลิตที่ต้องการแปลงโฉมอาหารเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้ความรู้ผู้บริโภคและร้านค้าปลีกถึงประโยชน์ของการสนับสนุนสินค้าอัพไซเคิล ปัจจุบัน สมาคมประกอบด้วยสมาชิก ๒๖๑ บริษัทและปี ๒๕๖๕ ได้สนับสนุนให้สินค้ากว่า ๓๒๔ ชนิดได้รับการรับรอง Upcycled Certified® เพิ่มขึ้นร้อยละ ๑๑๘ เมื่อเทียบกับปี ๒๕๖๔ และยอดจำหน่ายสินค้าอัพไซเคิลเติบโตขึ้นร้อยละ ๒๑ โดยสินค้าอาหารเหลือทิ้งกว่า ๑.๖ พันล้านปอนด์ได้ถูกเปลี่ยนโฉมจากอาหารเหลือทิ้งเป็นสินค้าใหม่ภายใต้ตรารับรองดังกล่าวตั้งแต่เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๔ ส่วนใหญ่จำหน่ายในซูเปอร์มาร์เก็ตชื่อ Whole Food ซึ่งนิยมจำหน่ายสินค้าออร์แกนิกและสินค้าธรรมชาติที่มีชื่อเสียงของสหรัฐอเมริกา จึงเป็นช่องทางการจำหน่ายสินค้าอัพไซเคิลที่เหมาะสม เนื่องจากเป็นศูนย์รวมของกลุ่มผู้บริโภคที่นิยมสินค้าจากธรรมชาติและยินดีที่จะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อแลกกับสินค้าธรรมชาติ

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัย Harvard Law School มหาวิทยาลัย Drexel องค์กร ReFED องค์กร WWF (World Wildlife Fund) และสภา NRDC (Natural Resources Defense Council) ได้ร่วมกันให้คำนิยามของอาหารอัพไซเคิล ว่า “อาหารอัพไซเคิลใช้วัตถุดิบที่จะไม่ถูกส่งผ่านไปเพื่อการบริโภคของมนุษย์ ถูกจัดซื้อและผลิตโดยใช้ห่วงโซ่อุปทานที่สามารถตรวจทวนสอบได้ และสร้างผลเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม”^๑ การตรวจทวนสอบวัตถุดิบถือเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้น ในปี ๒๕๖๔ ได้จัดทำโปรแกรมเพื่อสร้างมาตรฐานรับรองสินค้าอาหารอัพไซเคิล โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการยืนยันแก่ผู้บริโภคว่าสินค้าอาหารดังกล่าวมาจากกระบวนการอัพไซคลิ่งตลอดกระบวนการผลิต ตรวจสอบย้อนกลับที่มาได้ และจะสร้างผลเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคร้อยละ ๗๐ ตระหนักถึงความหมายของฉลากการรับรอง Upcycled Certified® ซึ่งทำให้มีความมั่นใจในการซื้อสินค้ากลุ่มดังกล่าว ซึ่งตอบโจทย์ความพยายามของ UFA ที่ต้องการสร้างความตระหนักในกลุ่มผู้บริโภค ผลักดันให้สินค้าอยู่ในความต้องการของตลาดและร้านค้าปลีก ลักษณะการลงทุนในอุตสาหกรรมสินค้าอาหารอัพไซเคิลมีความหลากหลาย เช่น การลงทุนระหว่างธุรกิจกับธุรกิจ หรือ B2B (Business to Business) การลงทุนระหว่างการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเจ้าของธุรกิจสู่ผู้บริโภค หรือ B2C (Business to Consumer) การลงทุนด้านเทคโนโลยีการแปรรูปอาหาร และการลงทุนกับธุรกิจตลาดจำหน่ายสินค้าออนไลน์



^๑“Upcycled foods use ingredients that otherwise would not have gone to human consumption, are procured and produced using verifiable supply chains, and have a positive impact on the environment”

(Marketplace) การลงทุนดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงโอกาสของสินค้าอาหารอพอไซเคิลที่มีเพิ่มมากขึ้นตลอดห่วงโซ่อุปทาน ในอนาคตคาดว่า อุตสาหกรรมอาหารอพอไซเคิลจะส่งผลเชิงบวกต่อ (๑) การใช้เป็นกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาอาหารเหลือทิ้งได้อย่างยั่งยืน (๒) ผู้บริโภคมีความรู้และความเข้าใจประโยชน์ของการใช้กระบวนการอพอไซเคิลในการผลิตสินค้าอาหาร (๓) การลงทุนในตลาดอาหารเหลือทิ้งถือเป็นโอกาสใหม่ของภาคธุรกิจ (๔) เปิดโอกาสให้มีการพัฒนาโภชนาการผ่านการใช้เทคโนโลยีให้ก้าวหน้ามากขึ้น (๕) ร้านค้าปลีกเริ่มแสดงความต้องการสินค้าอาหารอพอไซเคิลเพื่อวางจำหน่ายบนชั้นวางสินค้ามากขึ้น โดยสรุปกระบวนการอพอไซเคิลไม่ได้เป็นเพียงความนิยมชั่วคราว แต่เป็นกลยุทธ์แก้ไขปัญหาอาหารเหลือทิ้งที่มีประสิทธิภาพ สินค้าอยู่ในความต้องการของตลาด และส่งผลเชิงบวกต่อการชะลอการเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศของโลกได้



๒. การวิเคราะห์ภาพรวมตลาดทุน (Capital market) โดย Mesiorow บริษัทให้บริการทางการเงิน

Mesiorow เห็นว่า แนวความคิดของกระบวนการอพอไซเคิลกำลังได้รับความนิยมและเป็นวิธีการในการแก้ปัญหาอาหารเหลือทิ้งที่มีประสิทธิภาพ จากการให้คำแนะนำทางการเงินแก่ภาคธุรกิจในปัจจุบันพบว่า การลงทุนในภาคอุตสาหกรรมอพอไซเคิลมีเพิ่มมากขึ้นทั้งแบบ B2B และ B2C และเป็นอุตสาหกรรมที่มีความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะบริษัทที่ต้องการบรรลุเป้าหมายแนวคิดริเริ่มด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการปกครอง หรือ ESG (Environment, Social, and Governance Initiatives) อาหารเหลือทิ้งแสดงให้เห็นถึง



นัยสำคัญทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและเศรษฐกิจทั่วทั้งห่วงโซ่อุปทานอาหารซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไข โดยปัญหาอาหารเหลือทิ้งเกิดขึ้นทั่วทั้งโลกและในทุกระดับครัวเรือนไม่ว่าจะเป็นครัวเรือนที่มีรายได้สูง ปานกลาง หรือต่ำ ดังนั้น จึงเป็นโอกาสสำคัญของอุตสาหกรรมอาหารและธุรกิจการเกษตรที่จะเข้ามามีบทบาทในการสร้างคุณค่าและขับเคลื่อนผลเชิงบวกผ่านการลงทุนอย่างมีความรับผิดชอบ โดยเฉพาะตลาดของสินค้าอาหารอพอไซเคิลที่ในปี ๒๕๖๕ มีมูลค่า ๕.๒ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ และในปี ๒๕๗๕ มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นร้อยละ ๔.๖ หรือคิดเป็นมูลค่ากว่า ๘ หมื่นล้านเหรียญสหรัฐ การขยายตัวของตลาดสินค้าอาหารอพอไซเคิล รวมทั้งการลงทุนพัฒนา และการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า มีลักษณะคล้ายกับตลาดสินค้าออร์แกนิกและตลาดอาหารปลอดสาร (Clean label) ในตอนต้น ซึ่งปัจจุบันสินค้าประเภทดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในตลาดกระแสหลัก ภาคเอกชนที่ให้การสนับสนุนสินค้าอาหารอพอไซเคิล ได้แก่ บริษัทและองค์กรที่ทำหน้าที่รวบรวมอาหารเหลือทิ้งเพื่อนำไปแปรรูป ผลิตสินค้า ผลิตหีบห่อบรรจุภัณฑ์ บริษัทและร้านค้าปลีก เช่น PepsiCo, Whole Foods Market, Kroger, Dole, Nestle และ MOM และสถาบันการลงทุนต่าง ๆ อุตสาหกรรมอพอไซเคิลมีความคาบเกี่ยวกับการทำธุรกิจทั้งรูปแบบ B2B และ B2C มีความต้องการใช้บริการและเทคโนโลยีเข้าร่วมผลิตสินค้า จึงเป็นสิ่งดึงดูดนักลงทุนและเป็นอุตสาหกรรมที่ยังสามารถเติบโตได้ต่อไป

ปัจจุบันบริษัทที่ผลิตสินค้าในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับอุปโภคบริโภค หรือ CPGs (Consumer Packaged Goods) เริ่มเดินหน้าแก้ไขปัญหาอาหารเหลือทิ้งและเพิ่มความน่าเชื่อถือของการใช้หลักการและเป้าหมายด้าน ESG ขององค์กร ทำให้อุตสาหกรรมอพอไซเคิลได้รับความสนใจจากนักลงทุน เห็นได้จากการที่นักลงทุนได้ให้เงินลงทุนแก่บริษัทเพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจด้านสินค้าและบริการที่ส่งผลเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมกว่าพันล้านเหรียญสหรัฐ ทั้งนี้ ความท้าทายของอุตสาหกรรมอพอไซเคิล เช่น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศจะสร้างความกดดันตลอดห่วงโซ่อุปทานอาหาร การออกกฎหมายและการปรับใช้กฎหมายที่อาจไม่สอดคล้องกับหลักการและมาตรฐานที่ภาคเอกชนได้วางไว้ และตลาดทุนระหว่างประเทศให้ความสนใจกับธุรกิจที่เกิดขึ้นใหม่ ในขณะที่กลุ่มนักลงทุนประเภทที่มีการระดมทุนเพื่อเข้าลงทุนในบริษัทเอกชน (Private equity

group) จะให้ความสนใจกับธุรกิจที่มีการวางรากฐานมั่นคงและมองหาโอกาสในการควบรวมกิจการในอนาคต บริษัท CPGs ใหญ่ ๆ นิยมเชิญชวนให้ภาคธุรกิจที่เพิ่งเริ่มกิจการเข้าร่วมรับฟังวิธีการคัดเลือกสินค้าขององค์กร และสิ่งที่ยังคงให้ความสนใจที่จะนำไปสู่การส่งเสริมสิ่งแวดล้อม เช่น ร้านค้าปลีก Whole Foods Market และ MOM Organic ให้ความสำคัญกับการวางจำหน่ายสินค้าธรรมชาติบนชั้นวางสินค้า หรือร้านค้าปลีกอื่น ๆ ที่นิยมจำหน่ายสินค้าที่เป็นแบรนด์สินค้าของร้านค้าปลีกนั้น ๆ (Private Label) หรือการลงทุนผลิตแบรนด์สินค้าที่แยกย่อยจากแบรนด์หลักโดยเลือกใช้วัตถุดิบอาหารออร์แกนิกเป็นต้น ช่วง ๑๐ ปีที่ผ่านมาได้มีการลงทุนเพื่อการแก้ปัญหาอาหารเหลือทิ้งกว่า ๘.๖ พันล้านเหรียญสหรัฐ เนื่องจากภาคสังคมและบริษัทเริ่มมีความใส่ใจกับประเด็นการจัดการอาหารเหลือทิ้งอย่างจริงจัง ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนทางนวัตกรรมและแนวคิดที่จะสร้างเรื่องดังกล่าวให้เป็นธุรกิจการค้า การแข่งขันการลงทุนในอุตสาหกรรมจัดการอาหารเหลือทิ้งจึงขยายวงกว้างขึ้น โดยการลงทุนเพื่อใช้แก้ปัญหาอาหารเหลือทิ้งร้อยละ ๗๕ มาจากเงินทุนของภาคเอกชน และในปี ๒๕๖๕ ร้อยละ ๒๗ เป็นการทำข้อตกลงโดยใช้กระบวนการออร์แกนิกเพื่อแก้ปัญหาอาหารเหลือทิ้ง อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการขยายตัวและช่องทางการจำหน่ายสินค้าแบบออนไลน์อย่างเดียว (Pure play) ของตลาดสินค้าอาหารออร์แกนิกยังเติบโตไม่เต็มขั้น ดังนั้น สิ่งสำคัญของภาคธุรกิจนี้ คือ การวางกลยุทธ์ว่าจะลงทุนและควบรวมกิจการ ความสามารถในการขยายกิจการ พิจารณาถึงผลกระทบ การแข่งขัน ความเสี่ยง ความดึงดูดของสินค้า ความยั่งยืน และความสอดคล้องกับแนวคิด ESG

กลยุทธ์ด้านการลงทุนหลักที่บริษัทออร์แกนิกนิยมพิจารณา ได้แก่ (๑) ความแข็งแกร่งและความสามารถในการขยายตัวของโครงสร้างและ/หรือสินทรัพย์ (๒) สินค้าและบริการมีความแตกต่างและโดดเด่นจากสิ่งที่มีอยู่ในท้องตลาดมากเท่าใด (๓) ธุรกิจสามารถขยายได้ในอนาคตและเป็นธุรกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากเพียงใด (๔) ปรับใช้กลยุทธ์ในการสร้างป้อมปราการ (Moat) ให้กับธุรกิจอย่างครบวงจรเพื่อให้คู่แข่งเข้ามาแข่งขันด้วยยากในระยะยาว (๕) มีวิธีการจัดการความเสี่ยงของสินค้าและมีกลยุทธ์ในการกำหนดราคาสินค้า และ (๖) โอกาสที่ธุรกิจจะเติบโตในอนาคต กล่าวโดยสรุป การให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้จะช่วยให้การปรับใช้กระบวนการออร์แกนิกเชิงพาณิชย์เกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นตัวเร่งให้มีการลงทุนในภาคธุรกิจออร์แกนิก ภาคธุรกิจขนาดใหญ่และธุรกิจค้าปลีกให้ความสำคัญกับสินค้าแบรนด์ใหม่และสินค้าแบรนด์รายย่อยแยกจากแบรนด์หลัก จะเป็นหนทางให้กลยุทธ์การควบรวมธุรกิจเติบโต และอาหารเหลือทิ้งที่มีปริมาณมากจะช่วยสร้างโอกาสให้เกิดการลงทุนที่เกิดจากความมุ่งมั่นของโลกที่ต้องการจัดการกับปัญหาอาหารเหลือทิ้งอย่างจริงจัง

๓. คำถาม – คำตอบ

คำถามที่ ๑ นาง Angie Crone มีความเห็นว่า อาหารออร์แกนิกประเภทใหม่ ๆ ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคในปี ๒๕๖๖ คืออะไร

คำตอบ จากการสังเกตการขอรับรองสินค้าอาหารออร์แกนิกที่ผ่านมา พบว่า (๑) มีการขอรับรอง Upcycled Certified® มากที่สุดในสินค้าโกโก้ เนื่องจากร้อยละ ๗๐ ของฝักโกโก้จะไม่ได้ถูกนำไปใช้ประโยชน์ในการผลิตช็อคโกแลตและกลายเป็นของเหลือทิ้ง จึงมีการนำส่วนที่เหลือทิ้งไปแปรรูปเพิ่มมูลค่าเป็นสินค้าอื่น ๆ ที่มีคุณค่าทางสารอาหารสูง (๒) มีการแปรรูปกล้วยสุกที่เปลี่ยนเป็นสื่อน้ำตาล - ดา เป็นสินค้าใหม่ เช่น แป้ง กล้วยบด (Puree) และนม (๓) การใช้เทคโนโลยีในการสกัดคุณค่าประโยชน์ออกจากอาหารเหลือทิ้งและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณค่าทางสารอาหาร วิตามิน และแร่ธาตุ เช่น แป้ง และเครื่องดื่ม บริษัท Reveal ใช้เทคโนโลยีสกัดสารอาหารออกจากเมล็ดอะโวคาโดที่คนไม่นิยมบริโภค แต่เป็นส่วนของพืชที่อุดมด้วยแร่ธาตุ และได้เปลี่ยนโฉมเป็นชา (๔) สินค้าอาหารออร์แกนิกที่พบบนชั้นวางจำหน่ายมากที่สุด คือ สแน็ค เบเกอรี่ และแยม

คำถามที่ ๒ ในแง่มุมมองของการเติบโตของอุตสาหกรรมอพอไซเคิล ยิ่งไปกว่านั้นความท้าทายและอุปสรรคของอุตสาหกรรมอพอไซเคิลคืออะไร

คำตอบ นาย Eric Markin เห็นว่า ความตระหนักรู้ การยอมรับ และความเต็มใจในการซื้อสินค้าอาหารอพอไซเคิลของผู้บริโภคถือเป็นความท้าทาย แม้ปัจจุบันผู้บริโภคมีความคุ้นเคยกับสินค้าอาหารอพอไซเคิลมากขึ้น แต่ยังคงต้องมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้าดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การผลิตอาหารอพอไซเคิลไม่ได้หมายถึง กระบวนการผลิตจะมีต้นทุนน้อยกว่าสินค้าอื่น ๆ ที่สามารถใช้ทดแทนได้ จึงถือเป็นอุปสรรคสำคัญในด้านการกำหนดราคาสินค้า

นาย Paul Mariani เห็นว่า นอกจากการให้ความรู้และสร้างความตระหนักรู้แก่ผู้บริโภคแล้ว การแสดงให้เห็นถึงความเป็นสินค้าคุณภาพสูง (Premium) เป็นอีกความท้าทายหนึ่งที่ต้องก้าวข้าม ทั้งนี้ มีหลายโอกาสที่สามารถแสดงว่าสินค้ามีคุณภาพสูง โดยเฉพาะในสถานการณ์ปัจจุบันที่ผู้บริโภคมองหาเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ

นาง Angie Crone เห็นว่า การผลิตสินค้าอาหารอพอไซเคิลที่มีราคาถูกกว่าสินค้าทั่วไปเพราะใช้วัตถุดิบเหลือทิ้งในการผลิต ถือเป็นความท้าทายที่อุตสาหกรรมพยายามก้าวข้าม นอกจากนี้ ความท้าทายอื่น ๆ เช่น ความสามารถในการผลิตสินค้าอพอไซเคิลให้เป็นสินค้าคุณภาพสูง เนื่องจากการเกิดความท้าทายด้านความสามารถในการขยายขนาดการผลิต (Operational scalability) และความพร้อมที่จะปฏิบัติการของบริษัท ซึ่งส่วนใหญ่เป็นบริษัทขนาดเล็ก ดังนั้น การทำงานร่วมกับบริษัทขนาดใหญ่จะช่วยเพิ่มศักยภาพของกระบวนการผลิตและแก้ปัญหาความท้าทายดังกล่าวได้

สำนักงานที่ปรึกษาการเกษตรต่างประเทศ ประจำกรุงวอชิงตัน ดี.ซี.

พฤษภาคม ๒๕๖๖

