

ขนมรักษ์โลกแค่บรรจุภัณฑ์ไม่พอ?

แบรนด์ขนมขบเคี้ยวต้องมองให้ไกลมากกว่าการใช้บรรจุภัณฑ์ที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม โดยการใช้วัตถุดิบที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น หรือ นำวัสดุ/วัตถุดิบที่จะต้องทิ้ง กลับมาใช้ใหม่ ทำใหม่ เปลี่ยนให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์รักษ์โลกที่มีคุณค่า

- ผู้บริโภคจำนวนมากตระหนักถึงวิกฤตปัญหาสิ่งแวดล้อม
 - 65% ของผู้บริโภคในแคนาดาคิดว่าพฤติกรรมของพวกเขาสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกให้กับสิ่งแวดล้อมได้
 - 49% ของผู้บริโภคในบราซิลกล่าวว่าปัญหาโลกร้อนเป็นปัญหาที่ต้องให้ความสำคัญมากที่สุด
 - 46% ของผู้บริโภคในสหรัฐฯกล่าวว่าการเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจะสร้างความเปลี่ยนแปลงเชิงบวกต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างไร จะเป็นแรงผลักดันให้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น
- ผู้บริโภคต้องการผู้ประกอบการที่จะช่วยนำและส่งเสริมนิสัยการบริโภคสินค้าที่ดีต่อสิ่งแวดล้อม :
 - 50% ของผู้บริโภคชาวไทยกล่าวว่าฉลากสินค้าที่แสดงปริมาณผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น จำนวนน้ำที่ใช้ผลิต แบบเข้าใจง่ายเป็นแรงผลักดันให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่างสินค้า



- Good Goût zero-waste cookies สินค้าจากประเทศฝรั่งเศส ภายใต้คอนเซ็ปต์นำวัตถุดิบเหลือทิ้งมาปรับเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตขึ้นจากขนมปังออร์แกนิกและดาร์กช็อกโกแลตชิป 18% (upcycled organic bread) ผู้ผลิตกล่าวว่าการรีไซเคิลขนมปังในครั้งนี้ ช่วยให้ไม่ต้องทิ้งบาเกตต์หรือขนมปังยาวของฝรั่งเศส 4000 ชิ้นต่อการผลิต 5 ตัน
 - 60% ของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร กล่าวว่า การซื้อสินค้าที่มีจริยธรรมทำให้พวกเขารู้สึกดี

- แบรินด์ขนมต้องพัฒนาสินค้าไปให้ไกลกว่าบรรจุภัณฑ์รักษ์โลก
 - 45% ของผู้บริโภคในสหราชอาณาจักร และ 44% ของผู้บริโภคชาวเยอรมันรู้สึกว่าการลดปริมาณอาหารเหลือทิ้งสำคัญกว่าการลดปริมาณบรรจุภัณฑ์
 - ในปี 2564 การเปิดตัวขนมรสเค็มเพียง 18% มีข้อเรียกร้องด้านจริยธรรมและสิ่งแวดล้อม และส่วนใหญ่เป็นเรื่องบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - 58% ของผู้บริโภคชาวอิตาลี 55% ของผู้บริโภคชาวฝรั่งเศส และ 39% ของผู้บริโภคชาวเยอรมันชอบที่จะลองของขบเคี้ยวใหม่ ๆ ทำมาจากวัตถุดิบเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก

ตัวอย่างสินค้า



- Teriyaki Ginger Mushroom Jerky จากบริษัท Eat the change ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นผลิตภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวทำจากพืช ที่สนับสนุนความหลากหลายทางชีวภาพและการนำผลผลิตที่ไม่สมบูรณ์มาปรับเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Upcycles)



- Vegan Ranch Pea Nots จากบริษัท Lesser Evil ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นผลิตภัณฑ์นึ่งจากพืชอัดแน่นด้วยโปรตีนจากถั่วเม็ดกลมออร์แกนิกซึ่งอ้างว่าใช้น้ำน้อยกว่าพืชตระกูลถั่วทั่วไปถึงเจ็ดเท่า มีไขมันดีจากน้ำมันอโวคาโด และโปรตีนจากพืช



- Sea Salt Puffed Kelp Chips จากบริษัท 12 Tides ประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นขนมที่เต็มไปด้วยโภชนาการทำจากสาหร่ายเคลป์แท้ ปกุกในฟาร์มทะเลทางตอนเหนือของอเมริกาที่ช่วยดูดซับคาร์บอนในทะเล และสนับสนุนความหลากหลายทางชีวภาพ ไม่ใช่ยาฆ่าแมลงหรือปุ๋ย

➤ แม้ว่าในปัจจุบันการนำวัสดุเหลือทิ้งหรือผลผลิตที่ไม่สมบูรณ์มาปรับเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Upcycling) ยังคงเป็นสินค้าในตลาดเฉพาะ แต่ตัวสินค้ามีศักยภาพสูงมาก

- ผลิตภัณฑ์ขนมอู่ไซเคิลมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากแบรนด์ตระหนักถึงศักยภาพในการใช้วัสดุเหลือทิ้งและเพื่อตอบสนองต่อความกังวลเรื่องปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ
- อ้างอิงจาก United Nation's Food and Agriculture Organization การอู่ไซเคิลสามารถลดเศษอาหารที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อเศรษฐกิจโลกได้ราว 940 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อปี

ตัวอย่างสินค้า



- Sea Salt Root Vegetable Chips จากบริษัท Svenska LantChips ประเทศสวีเดน ทำจากบิทูท แครอท หัวผักกาดเหลือทิ้ง นอกจากนี้ แบนด์ก็กล่าวว่าจะเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติเรื่องเศษอาหารเหลือทิ้งด้วย



- Mediterranean Crunchies Snack จากบริษัท Upfood ประเทศเดนมาร์ก เป็นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและอาหารที่ปราศจากเนื้อสัตว์ 100% ช่วยลดขยะจากอาหาร เนื่องจากผู้ผลิตอัพไซเคิลผลผลิตส่วนเกินของชาวบ้านในท้องถิ่น นอกจากนี้ ตัวสินค้ายังผลิตขึ้นด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ มีการใช้คาร์บอนไดออกไซด์น้อยกว่าวิธีการผลิตอื่น ๆ ถึง 70%



- Sweet Chilli Tortilla Crisps จากบริษัท Dörrwerk ประเทศเยอรมนี เป็นอาหารที่ปราศจากเนื้อสัตว์ 100% ทำมาจากคอร์ติญาหรือแผ่นขนมปังเหลือทิ้ง



- Inventive Jalapeno Chutney Flavoured Grain Crisps จากบริษัท Southern Oil ประเทศแอฟริกาใต้ เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกากมอลต์ หรือ กากเบียร์สด

ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการขนมขบเคี้ยวต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ ๆ มากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การอัพไซเคิล (Upcycle/Upcycling) หรือการนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วหรือของที่จะถูกทิ้งเป็นขยะจากสินค้าประเภทอื่น ๆ ดัดแปลงให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีคุณภาพที่ดีขึ้นและกลับมาใช้ประโยชน์เป็นโอกาสที่น่าสนใจ ที่นอกจากจะส่งผลเชิงบวกให้กับตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยวแล้วยังอาจจะส่งผลเชิงบวกให้กับสินค้าอีกหลายประเภทด้วย