

โปรตีนผงจิ้งหรีด ส่งออกทำเงินเข้าประเทศ



บริษัท โกลบอล บั๊กส์ เอเชีย จำกัด เกิดขึ้นเมื่อปี 2560 เป็นบริษัทได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (บีโอไอ) เกิดจากการร่วมทุนระหว่างไทยกับสวีเดนถือหุ้น 51:49% ดำเนินกิจการวิจัยและพัฒนาจิ้งหรีดเพื่อการส่งออกในรูปแบบของโปรตีนผง ภายใต้แบรนด์ EDIBLE CRICKET (เอ็ดดิเบิ้ล ดอท ครีกเก็ต) โปรตีนผงจิ้งหรีดจะเป็นวัตถุดิบให้กับอุตสาหกรรมต่างๆอีกทอดหนึ่ง ทั้งนำไปเป็นส่วนผสมในการประกอบอาหารและเป็นอาหารเสริม เป็นเทรนด์อุตสาหกรรมอีกตัวที่น่าจับตามองในอนาคต

“อ้อย”กณิศนันท์ รัญจิววัฒน์ กรรมการบริหาร บริษัท โกลบอลบั๊กส์ เอเชีย จำกัด กล่าวว่าธุรกิจเกิดขึ้นจากแรงบันดาลใจที่มาจากสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะลูกค้าจากต่างประเทศในแถบยุโรป ที่ต้องการหาโปรตีนมาทดแทนเนื้อสัตว์ มีความมุ่งมั่นที่จะช่วยลดภาวะโลกร้อนอย่างยั่งยืน จึงวางกลยุทธ์ในการให้ความสำคัญในการค้นคว้า วิจัยการผลิตที่มีนวัตกรรมช่วยลดภาวะเรือนกระจก และเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจคู่ขนานไปกับการพัฒนาสังคมชนบทพร้อมกับสังคมโลก



นอกจากนี้โปรตีนผงจากจิ้งหรีด ยังมีจุดเด่นที่มีการวิจัยและพัฒนาโปรตีนผงที่ได้จากแมลง เช่น จิ้งหรีด ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมนำมาทำเป็นโปรตีนผงที่ใช้ในการประกอบอาหาร เช่น เส้นพาสต้า และเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับอาหารเสริม โดยได้รับความนิยมอย่างมากในกลุ่มประเทศยุโรป นับเป็นตัวอย่างกิจการที่มีการถ่ายทอดเทคโนโลยีระหว่างกิจการไทยและต่างชาติ ซึ่งปัจจุบันปีไอไอได้ให้การส่งเสริมกิจการลักษณะนี้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกิจการที่มีการวิจัยและพัฒนา โดยมีฟาร์มและโรงงานผลิตอยู่ที่อำเภอทับใต้ จังหวัดประจวบฯ เป็นฟาร์มจิ้งหรีดครบวงจร ปัจจุบันมีกล่องที่เลี้ยงจิ้งหรีด 800 กล่อง สามารถผลิตผงจิ้งหรีด 10-12 ตันต่อปี



ปี 64 ขยายกำลังผลิต

บริษัท โกลบอล บั๊กส์ เอเชีย จำกัด ตั้งเป้าว่ากำลังผลิตจะเติบโตจาก 12 ตันต่อปีเป็น 350 ตันต่อปีภายในปี 2564 โดยจะต้องขยายฟาร์มเพิ่มภายใต้ชื่อ ENTOPARK เป็นฟาร์มและพื้นที่แปรรูปมีขนาดพื้นที่ 20 ไร่ ในจังหวัดประจวบฯ โดย 1-2 ปีแรกหรือช่วงปี 2561-2562 ยังอยู่ในช่วงวิจัยและพัฒนา และปี 2563 -2564 ทำการอัปสเกลเป็นการต่อยอดธุรกิจส่งออกไปสู่ Entopark ที่จะสามารถนำไปสู่การผลิตที่ 350 ตัน ต่อปีต่อ 1 โรงผลิต โดยจะนำไปเป็นส่วนผสมของอาหารเพื่อการส่งออก 100% ไปยังฟินแลนด์ เดนมาร์ก นอร์เวย์ และญี่ปุ่น โดยมีราคาส่งออกเป็นผงจิ้งหรีดที่ 1,800 บาทต่อกิโลกรัม

“เราเริ่มจากการเพาะไข่ 1 ตัวได้ 200-2,000 ฟอง โดยปัจจุบันมีโรงงานทดลองเป็น
ธนาคารไข่ สามารถเพาะพันธุ์เพิ่มได้โดยฟาร์ม จะมุ่งเพาะพันธุ์จิ้งหรีด จาก 10 ตันเพิ่มเป็น
350 ตันต่อ 1 ฟาร์ม ที่ผ่านมาระรับประทานสัตว์ใหญ่ ตกปลาเล็กในทะเล มาทำอาหารสัตว์
คนก็มารับประทานสัตว์ ดังนั้นในทะเลปลาหายไปหมดโดยคนใช้โปรตีน ไม่สนใจธรรมชาติ ปี
2050 คนในโลกจะเพิ่มเป็น 3,000 ล้านคนจะเกิดคำถามว่าจะเอาโปรตีนมาจากไหน ดังนั้นเราต้อง
เริ่มคิดที่จะทำอะไรออกมาก่อนที่รุ่นลูกจะมีโปรตีนไม่พอรับประทาน”



ลูกค้าต่างประเทศขานรับ

สำหรับช่องทางการจัดจำหน่าย มีการขายออนไลน์ผ่าน www.edible.cricket ผ่าน
ทางเฟซบุ๊กและลูกค้าต่างประเทศจะติดต่อเข้ามายังบริษัทโดยตรง ส่วนใหญ่จะเป็น
บริษัทผู้ผลิตอาหารเริ่มนำผงจิ้งหรีดเข้าไปทดลองทำเป็นวัตถุดิบเพื่อทดลองตลาดและเป็นตัว
เพิ่มคุณค่าทางโภชนาการในเรื่องของโปรตีน ค่าอะมิโน ซิงค์ แคลเซียม ไคติน ในขณะเดียวกัน
ก็เพื่อประกาศการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยการยับยั้งผลิตภัณฑ์ที่ไม่มี
ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทางลบดังนั้นธุรกิจที่เริ่มต้นทำจากแรงบันดาลใจที่มาจาก
สิ่งแวดล้อม เราจึงมีวิสัยทัศน์คือการส่งผ่านโลกที่ยั่งยืนให้แก่คนรุ่นต่อไป

Spinn INFO GRAPHIC

ประโยชน์จาก
โปรตีนผง
จิ้งหรีด

- โปรตีน **71%** จากน้ำหนักผงโปรตีน **1 กิโลกรัม**
- มีธาตุเหล็กมากกว่านมวัวถึง **3 เท่า**
- โรยหน้าข้าวสวย เพิ่มคุณค่าทางอาหาร
- ทำเส้นพาสต้า
- นิยมนำไปทำอูตง
- นำไปเป็นวัตถุดิบหลักสำหรับอาหารเสริม

ที่มา : บริษัท โกลบอล บิส เอเซีย จำกัด

ทั้งนี้ตามแผนธุรกิจในปี 2563 จะสามารถนำเสนอวัตถุดิบจากแมลงที่มีราคาถูกลง เนื่องจาก จะนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยลดต้นทุนในการผลิตตั้งแต่ขั้นตอนการอนุบาลจิ้งหรีดในฟาร์มที่ได้รับการควบคุมปัจจัยเสี่ยงต่างๆ จึงอยู่ระหว่างมีการจดลิขสิทธิ์และแปรรูปด้วยเครื่องจักรที่มีกำลังการผลิตสูงขึ้นเพื่อเตรียมตอบสนองความต้องการที่อุตสาหกรรมอาหารรูปแบบใหม่และผู้ผลิตไม่สามารถปฏิเสธได้ เนื่องจากผู้บริโภคจะเป็นผู้ตั้งเงื่อนไขโดยปริยาย วันนี้ผู้ผลิตรายใหญ่อาจจะปฏิเสธในการรับการเปลี่ยนแปลง เพราะโดยธรรมชาติแล้วการเปลี่ยนแปลงคือความท้าทายใหม่ๆ ความเสี่ยงใหม่ๆ แต่จะมีแบรนด์ต่างๆ ในธุรกิจที่เราจะเห็นการเข้าร่วมในธุรกิจลักษณะเดียวกันนี้สำหรับหลักในการทำธุรกิจ โดยส่วนตัว มีความเรียบง่าย มีความมุกทะลุ ต่อสู้และเอาชนะกับสิ่งที่ไม่มีความคิดว่ามันจะเป็นไปได้ และต้องการสร้างกระแสความคิดการสร้างความตื่นตัวในกลุ่มผู้บริโภคในต่างแดนก่อนที่จะสร้างในไทยผ่านบุคคลที่สามเช่นสื่อต่างๆ เพราะทราบกันดีอยู่แล้วว่ากระแสต่างประเทศจะทำให้ผู้บริโภคไทยยอมรับได้ง่ายกว่า สินค้าที่ผลิตจึงได้รับการยอมรับในต่างประเทศก่อนเราเป็นที่รู้จักในไทย ทำให้เราทำงานได้เร็วขึ้น

“วันนี้ยังไม่ได้เรียกว่าเราประสบความสำเร็จ เพราะเพิ่งเริ่มต้น หนทางแมลงยังมีการเดินทางอีกยาวไกล จากผงแมลงไปจนถึงเครื่องสำอางในอนาคต ยังต้องผ่านด่านสำคัญอีกหลายด่าน เช่น กฎหมายเรื่องการบริโภคแมลงของยุโรปที่ทำให้ต้องยกระดับมาตรฐานของอาหารปลอดภัยขั้นสูงสุดซึ่งอยู่ระหว่างการทำงาน และเราต้องการช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดบางส่วนในภูมิภาคนี้มาเป็นของประเทศไทยไม่มากก็น้อย”

ทั้งหมดคือจุดมุ่งหมายที่จะก้าวต่อไปของ “อู๋ย” ผู้สร้างแบรนด์ EDIBLE. CRICKET สร้างรายได้จากต่างแดนเข้าประเทศ

ที่มา : ฐานเศรษฐกิจ ฉบับ 3527 วันที่ 1-4 พฤศจิกายน 2562