

SELECTION DINING

ผู้เขียน : สุกัญญา ต๊ะพันธ์

GO GREEN, GO EAT

ส่งทรนค์อิมแบบกรีน ๆ

010164

The
Story of
PERFECTLY
IMPERFECT



“

Ugly Food
คือการหยิบเอา
ผักผลไม้ที่ผิดรูปทรง
เหล่านั้นมาบริโภค
เพราะแม้จะเป็น
ผลผลิตที่หน้าตา
ไม่สวย แต่สารอาหาร
ยังอยู่ครบถ้วน
ไม่แพ้กัน

GREYHOUND
CAFÉ



เมื่อว่ากันด้วยการรักโลก อาหารการกินก็เป็นส่วนหนึ่งของโลกเช่นกัน นอกจากร้านอาหารที่มีแนวคิดในการดำเนินการและให้บริการที่ดีต่อสิ่งแวดล้อมแล้ว Selection Dining ก็ขอเสนอเทรนด์การกินที่รักโลกบ้าง แม้ว่าเทรนด์การกินแบบรักโลกส่วนใหญ่จะมีจุดเริ่มต้นมาจากต่างประเทศ แต่บ้านเราเองก็เริ่มมีแบรนด์ดังให้ความสนใจและพัฒนาตัวเอง เพื่อตอบโจทย์ผู้บริโภคและเทรนด์อาหารตามวาระสำคัญนี้เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ แล้ว

UGLY FOOD

ปกติเมื่อเราซื้อผักผลไม้ แน่นอนว่าต้องเลือกที่รูปทรงสวยงามไม่คดงอมีรูปลูก ซึ่งทำให้ผลผลิตทางการเกษตรต้องคัดผักผลไม้ที่บิดเบี้ยวมีรูปลูกทิ้งไป เป็นการสิ้นเปลืองทรัพยากรอีกต่างหาก Ugly Food คือการหยิบเอาผักผลไม้ที่มีรูปลูกเหล่านั้นมาบริโภค เพราะแม้จะเป็นผลผลิตที่หน้าตาไม่สวย แต่สารอาหารยังอยู่ครบถ้วนไม่แพ้กัน

สำหรับบ้านเราเองก็มีคนนำเทรนด์ Ugly Food แล้วเช่นกัน ในปีที่ผ่านมา Grayhound ได้นำร่องแคมเปญ *Perfectly Imperfect* ด้วยการนำเอาผักโครงการหลวง เช่น เบบี้แครอทที่รูปร่างไม่สวยงาม มะเขือเทศเชอร์รี่ที่ไม่แดงสด หรือทุเรียนที่คดงอไม่ได้สัดส่วน มารังสรรค์ให้เกิดเมนูแสนอร่อย เพื่อตอกย้ำให้เราทราบว่าบางครั้งผักก็คุณภาพ อาจจะไม่ต้องหน้าตาดีเสมอไป



โดยโครงการนี้สามารถลดจำนวน Food Waste และพัฒนาคุณภาพชีวิตของเกษตรกรให้ดีขึ้นได้ด้วย เพราะหากเป็นเนื้อก่อนพืชผักที่ไม่สวยงามจะถูกคัดทิ้งหรือให้เป็นอาหารสัตว์ แต่ปริมาณก็มีมากถึงราว 30% ของผลผลิต การสนับสนุนพืชผักที่แคระพวงไม่สวย จึงถือว่าสามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้เพิ่มขึ้นอีกเยอะเลยทีเดียว

MEATLESS MEAT

การนำเอาโปรตีนเกษตรมาแปรรูปเป็นเนื้อสัตว์ โดยดัดแปลงให้รูปลักษณ์ กลิ่น และรสชาติใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์มากที่สุด ซึ่งเนื้อสัตว์โปรตีนเกษตรนี้เป็นทางเลือกสำหรับการลดก๊าซเรือนกระจกที่ถูกปล่อยออกมาจากการทำปศุสัตว์ ซึ่งเป็นสาเหตุให้เกิดภาวะโลกร้อนสูงถึง 18%

ร้านอาหารร้านแรกในประเทศไทยที่ลุกขึ้นมาจำหน่ายอาหารวีแกนอย่างจริงจัง เป็นใครไปไม่ได้นอกจาก Sizzler ที่เปิดตัวเมนู *Plant-Based Meat* ตอบรับเทรนด์รักสุขภาพให้กับลูกค้า

และอีกแบรนด์หนึ่งที่ผลิตเนื้อจากพืชผักซึ่งใช้วัตถุดิบในประเทศไทยก็คือ *Meat Avatar* ที่มีผลิตภัณฑ์เอาใจชาวเอเชีย ด้วยการผลิตหมูกรอบ หมูสับ และไขดาวที่ทำจากพืชผัก โดยอีกเหตุผลที่ Meat Avatar เริ่มคิดค้น วิจัย และพัฒนา Plant-Based Meat เพราะเนื้อโปรตีนเกษตรนำเข้าจากต่างประเทศมีราคาสูง การผลิตเองในเวอร์ชันคนไทยจะสามารถทำให้ราคาจับต้องได้มากกว่า วัตถุดิบก็ถูกกว่า และที่สำคัญคือไม่ต้องเสียภาษีนำเข้า

ยังมีการบริโภคแบบอิมพอร์ตอีกหลายเส้นทางที่เกิดขึ้น และทำให้ผู้บริโภคอิมพอร์ตไปด้วย ไม่ทำร้ายทรัพยากรโลกไปด้วย จึงเป็นที่จับตามองว่าร้านอาหารใดจะมีโปรเจกต์ตอบโจทย์การกินแบบรักโลกเพิ่มขึ้นอีก เพราะไม่ว่าเมื่อไหร่ ธุรกิจที่ทำให้ผู้บริโภคสบายใจได้มากกว่า ก็มักทำกำไรได้มากกว่าเสมอ **B+**

Business+



arip
www.arip.co.th

TREND

Delivery 4.0

'หุ่นยนต์' ยิ่งใกล้คนมากขึ้น

VISION

BCG Model นำ 'มทร.ธัญบุรี'

สู่เส้นทาง Happy University

GOVERNANCE

BANK on BANK

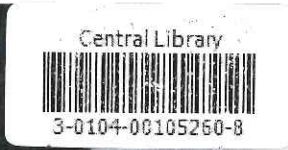
อีกหนึ่งต้นแบบ CSR ของ ธอส.

LEADERSHIP

9 บุคคลสำคัญ

RUN วงการสายการบิน

NO. 372
FEBRUARY 2020



ไทย
B06
ยืมได้

.. ค้นหาตัวเล่ม ..
คลิก !!

Green
or **Gone!**

ฝ่าวิกฤตโลก

ตอบโจทย์ความ**ยั่งยืน**

