

สนค. ชี้ อัฟไซเคิล (upcycle) ธุรกิจเปลี่ยนขยะให้เป็นเงิน

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) เผยธุรกิจอัฟไซเคิลเป็นโอกาสทางธุรกิจใหม่ ในการพัฒนาวัสดุหรือวัตถุดิบเหลือทิ้ง ให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยสร้างเอกลักษณ์โดดเด่น เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ และส่งเสริมความยั่งยืน

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยว่า การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้เศรษฐกิจดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เติบโตอย่างก้าวกระโดด ประกอบกับการกระตุ้นเศรษฐกิจและการลงทุนทั่วโลกที่ทำให้การบริโภคของทุกภาคส่วนขยายตัว ก่อให้เกิดปริมาณขยะจำนวนมาก ทั้งขยะมูลฝอยชุมชนและขยะพลาสติก รายงาน Global Waste Management Outlook 2024 ของโครงการสิ่งแวดล้อมแห่งสหประชาชาติ (UNEP) ระบุว่าขยะมูลฝอยชุมชนทั่วโลกมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็น 3.8 พันล้านตัน ภายในปี 2593 และทำให้ต้นทุนในการจัดการขยะทั่วโลกเพิ่มขึ้น จาก 2.5 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 เป็น 6.4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2593 สำหรับประเทศไทย ในปี 2566 มีขยะมูลฝอยชุมชน 26.95 ล้านตัน หรือเฉลี่ยประมาณ 73,840 ตัน/วัน ขยะปริมาณมหาศาลเหล่านี้ก่อให้เกิดปัญหาต่าง ๆ ตามมา ทั้งปัญหาการเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สุขอนามัยของประชาชน ตลอดจนเป็นภาระทางคลังของประเทศ

ผอ.สนค. อธิบายว่า ความท้าทายในการจัดการขยะจำนวนมาก และต้นทุนในการดำเนินการที่เพิ่มขึ้นตามปริมาณขยะ ก่อให้เกิดแนวคิดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับขยะ การอัฟไซเคิล (upcycle) ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งของเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) ที่ส่งเสริมการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยอัฟไซเคิล (upcycle) มาจากคำว่า อัฟเกรด (upgrade) ที่หมายถึง การพัฒนาให้ดีขึ้น รวมกับคำว่า รีไซเคิล (recycle) หมายถึง การนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้วมาแปรรูปเป็นวัสดุ/ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพเท่าเดิมหรือใกล้เคียงของเดิม ดังนั้น อัฟไซเคิล (upcycle) จึงหมายถึง การนำวัสดุที่ไม่ใช้แล้ว มาแปรรูป ออกแบบ ต่อยอด และพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco-Design) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ มีมูลค่ามากขึ้น และสามารถนำไปใช้งานได้จริง

ปัจจุบัน ผู้บริโภคหันมาใส่ใจกับปัญหาสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้ความต้องการสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเติบโตอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงสินค้าและบริการอัฟไซเคิลด้วย โดยบริษัทวิจัยการตลาด Grand View Research ได้รวบรวมมูลค่าตลาดอัฟไซเคิลทั่วโลก และคาดการณ์ว่า ในปี 2568 ตลาดอัฟไซเคิล จะมีมูลค่า 9.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.6 ต่อปี เป็นไปในทิศทางเดียวกับตลาดวัตถุดิบอัฟไซเคิล (upcycled ingredients) ที่คาดว่าจะมีมูลค่ามากกว่า 512 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2575 โดยเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.4 ต่อปี ทั้งนี้ ตลาดอัฟไซเคิลขยายตัวเพิ่มขึ้น เนื่องจากมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ช่วยให้กระบวนการอัฟไซเคิลมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต อาทิ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) สามารถใช้วิเคราะห์รายละเอียดวัสดุเหลือใช้ ทำให้การแยกขยะมีประสิทธิภาพแม่นยำ และรวดเร็วขึ้น ใช้วิเคราะห์และปรับปรุงกระบวนการผลิต หรือใช้วิเคราะห์ข้อมูลลูกค้า และเทคโนโลยีการพิมพ์ 3 มิติ (3D Printing) สามารถนำมาใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าอย่างยั่งยืน และออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสทางธุรกิจด้วย

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์อัฟไซเคิลที่น่าสนใจ อาทิ แบรินด์ Forust ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์และของใช้ในบ้าน ได้นำเศษชิ้นเสี้ยวที่เหลือจากอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ มาขึ้นรูปและใช้เทคโนโลยี 3D Printing ในการออกแบบชิ้นงาน ฝาไม้ และสี รวมถึงพิมพ์เป็นรูปร่างต่าง ๆ อาทิ คอนโซลรถยนต์ โคมไฟ และแจกัน แบรินด์ The R Collective ของฮ่องกง ผู้ผลิตเสื้อผ้าแฟชั่น ที่ใช้เทคโนโลยี AI วิเคราะห์เนื้อผ้าที่เหลือจากกระบวนการผลิต เพื่อคัดเลือกวัสดุคุณภาพดีที่สุดแล้วนำมาตัดเย็บเป็นชิ้นงานใหม่ และแบรินด์ Rothy's ของสหรัฐอเมริกา ที่ผลิตรองเท้า กระเป๋า และเครื่องประดับ โดยนำขวดพลาสติกมาผลิตเป็นเส้นใย

และถักทอด้วยเทคโนโลยี 3D Printing ในประเทศไทยก็มีผลิตภัณฑ์อัฟไซเคิลหลากหลายมากขึ้น และเป็นที่ยอมรับมากขึ้น อาทิ **แบรนด์ PIPATCHARA** ที่ผลิตเสื้อผ้าและเครื่องประดับจากฝาขวดพลาสติก **แบรนด์ Uptoyou** ที่ผลิตสินค้าไลฟ์สไตล์หลากหลาย และ **แบรนด์ PlanToys** ที่ผลิตของเล่นจากต้นยางพาราที่หมดอายุการให้น้ำยางวัสดุเหลือใช้จากการผลิตไม้ ชี้เลื่อย และวัสดุจากธรรมชาติที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น

ผอ.สนค. กล่าวทิ้งท้ายว่า ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้ธุรกิจอัฟไซเคิลของไทยสามารถแข่งขันและเติบโตได้ในอนาคต ได้แก่ (1) การสร้างความตระหนักรู้ถึงความสำคัญและยอมรับผลิตภัณฑ์อัฟไซเคิลให้มากขึ้น รวมถึงการกำหนดมาตรฐานและตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (2) ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในการรวบรวมและแยกขยะ ออกแบบ และผลิตสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่ช่วยลดปริมาณขยะและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ และ (3) การสนับสนุนทุกภาคส่วน อาทิ มาตรการทางการเงิน ภาษี และการลงทุนในธุรกิจหมุนเวียน การสนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง และการส่งเสริมการบริโภคผลิตภัณฑ์อัฟไซเคิล ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์เองก็มีการดำเนินโครงการและกิจกรรมหลากหลาย เพื่อสนับสนุนธุรกิจอัฟไซเคิล ได้แก่ การพัฒนาองค์ความรู้และบ่มเพาะผู้ประกอบการ การพัฒนาและสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าและธุรกิจบริการไทยด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี เพื่อตอบสนองแนวโน้มสำคัญของโลก (Megatrends) รวมถึงแนวโน้มด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างการรับรู้ ส่งเสริมภาพลักษณ์ และช่องทางการตลาด โดยการส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้เข้าร่วมงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ การประชาสัมพันธ์ และการมอบรางวัลและตราสัญลักษณ์ให้กับธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล เพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการไทยให้สามารถดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันได้

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
20 พฤศจิกายน 2567

เอกสารอ้างอิง

<https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/food/1072674>

<https://www.unep.org/news-and-stories/press-release/world-must-move-beyond-waste-era-and-turn-rubbish-resource-un-report>

<https://www.thaipbs.or.th/news/content/340722>

<https://becommon.co/life/item-upcycle-products/>

<https://thaipublica.org/2018/08/upcycling-the-ocean-fashion-sustainability-circular-economy/>

https://www.ditp.go.th/contents_attach/776371/776371.pdf

<https://www.opsmoac.go.th/dc-news-files-452791791891>

<https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-circularity>

<https://www.factmr.com/report/upcycled-ingredients-market>