

ปีที่ 30 ฉบับ 10322 วันจันทร์ที่ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2559 หน้า 27

# 'โซรี่ปกกล้วย'

## หวานเพื่อสุขภาพ

● สาธิตี๋ กับพิลา



น้ำหวานกล้วยเป็น 1 ในแผนงานด้านอาหารฟังก์ชันภายใต้กลุ่มธุรกิจสุขภาพที่สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติให้การสนับสนุน

ธุรกิจกล้วยตากของบริษัท ศิริวานิช (เอส แอนด์ ดับเบิลยู) จำกัด ซึ่งมีการตากกล้วยในโรงเรือนและจะมีน้ำหวานจากกล้วยที่หยดออกมาระหว่างการตากทุกวันในปริมาณ ซึ่งเป็นภาระในการทำความสะอาด ซึ่งส่งให้นักวิจัยวิเคราะห์กลายเป็นผลิตภัณฑ์โซรี่ปกกล้วยตอบโจทย์คนรักสุขภาพและสร้างโอกาสใหม่ในเชิงธุรกิจ

### ของเหลือสู่สินค้านวัตกรรม

ศิริ วนสุวรรณิช กรรมการผู้จัดการ บริษัท ศิริวานิช (เอส แอนด์ ดับเบิลยู) จำกัด กล่าวว่ กระบวนการผลิตกล้วยตากจะมีน้ำหวานตามธรรมชาติจากกล้วยซึมออกมา เกิดจากจุลินทรีย์ในธรรมชาติเข้าไปเปลี่ยนแปลงในผลกล้วยให้เป็นน้ำตาล จึงนำตัวอย่างน้ำหวานนี้ไปส่งให้ ผศ.น้ำทิพย์ วงษ์ประทีป อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จ.พิษณุโลก วิเคราะห์ว่าจะนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง

"หลังจากการทำให้เข้มข้น และนำไปวิเคราะห์สารอาหาร พบว่า เราสามารถที่จะต่อยอดน้ำหวานกล้วยตากนี้เป็นโซรี่ปกกล้วย ด้วยสีสังข์ที่เป็นสีน้ำตาลใส พร้อมกลิ่นหอมและรสชาติเฉพาะตัว มีค่าความหวานมากกว่า 70 องศาบริกซ์ ที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคและแข่งขันกับโซรี่ปกที่นิยมรับประทานกันอยู่แล้วอย่างเมเปิลโซรี่ปกได้เช่นกัน"

โซรี่ปกกล้วยมีส่วนประกอบของน้ำตาลฟรุคโตสที่เป็นน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวมากกว่า 70% ทำให้เมื่อรับประทานเข้าไปร่างกายสามารถดูดซึมเข้ากระแสเลือดได้

ทันทีไม่หลงเหลือเก็บไว้ในร่างกาย  
ซึ่งมีผลให้อ้วน และยังมีผล  
ต่อระดับน้ำตาลในเลือด  
น้อยกว่าน้ำตาลซูโครส  
หรือน้ำตาลทราย จึงมี  
โอกาสทำตลาดสุขภาพ  
และเป็นผลิตภัณฑ์  
ทางเลือกสำหรับผู้  
ดูแลรูปร่างและผู้ป่วย  
โรคเบาหวาน



ปี 2554 ศิริจึงนํางาน  
วิจัยไซรัปกล้วยเข้าไปปรึกษา  
สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การ  
มหาชน) และได้รับทุนในโครงการ แปลง  
เทคโนโลยีเป็นทุน” นำไปวิจัยต่อยอดทั้ง  
เรื่องของการวิเคราะห์ในระดับห้องปฏิบัติ  
การ การขอใบรับรองและมาตรฐาน และ  
ในระหว่างปี 2554-2557 เมื่อการพัฒนา  
ต่อยอดอีกหลายส่วน

“เราศึกษาการปนเปื้อนของจุลินทรีย์  
ที่มีผลต่ออายุการเก็บรักษา,  
คุณภาพของกล้วยที่มีผลต่อ  
น้ำหวาน, สีและความ  
หนืดที่ต้องเสถียรใน  
ทุกรอบการผลิตรวม  
ถึงความเสถียรของ  
คุณภาพผลิตภัณฑ์โดย  
รวม” เขากล่าวพร้อมชี้ว่า  
สิ่งเหล่านี้ใช้เวลาและต้นทุน  
ในการทดสอบวิจัย แต่ก็ต้อง

ทำเมื่อต้องการพัฒนาให้เกิดธุรกิจที่  
ยั่งยืนเนื่องจากปัจจุบันมีหลายรายพยายามที่  
จะทำไซรัปกล้วยแต่คุณภาพไม่ได้เท่ากับเรา  
เพราะต้องพบเจอปัญหาที่เราเคยเจอและวิจัย  
แก้ได้แล้วนั่นเอง”

อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้อิทธิเคยมี  
งานวิจัยและการผลิตไซรัปกล้วยมาแล้ว  
แต่กระบวนการดังกล่าวต้องใช้เอ็นไซม์  
เข้าช่วยทำปฏิกิริยา และใช้เทคโนโลยีสูง  
จึงทำให้มีต้นทุนการผลิตสูง ขณะที่ไซรัป  
กล้วย “นาส์” (NA's) อาศัยกระบวนการ  
อบและหมักโดยธรรมชาติเป็นหลักจึง  
มีต้นทุนต่ำกว่าไซรัปนำเข้าประมาณ  
ครึ่งหนึ่ง

## บุกตลาดเพื่อสุขภาพ

นาส วางขายแล้วเมื่อปีที่ผ่านมามุ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรักสุขภาพและโรงงานอาหารสุขภาพ ด้วยการชูจุดเด่นของน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวและคุณค่าทางโภชนาการที่มากกว่าน้ำเชื่อม น้ำตาลหรือแม้แต่แป้ง

“ช่วงแรกของการทำตลาด เราใช้สื่อออนไลน์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์นวัตกรรมมีความยากในตัวเอง ด้วยราคาที่สูง และมีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนที่ซับซ้อน ในขณะที่เดียวกันก็ดีลตรงไปยังโรงงานเพื่อนำเสนอและส่งตัวอย่างให้ลองชิม”

เขายอมรับว่า ปีแรกของธุรกิจนั้นผลตอบรับยังไม่ดี ผู้บริโภคมองไม่เห็นความแตกต่างจากไซรัปอื่นๆ และมุมมองของกล้วยยังเป็นวัตถุดิบที่ราคาถูกอยู่ ต่อมาปี 2559-2560 ได้ขยายกลุ่มเป้าหมายไปในกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง

ที่สำคัญคือ เริ่มมีโรงงานอาหารสุขภาพเข้ามาติดต่อซื้อ เพื่อใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อีกด้วย ทำให้คาดว่ารายได้ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2560 จะโตราว 15% จากช่วงเวลาเดียวกันในปี 2559

“เราจะเดินหน้าพัฒนาและวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่ากล้วยด้วยนวัตกรรมในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อช่วยเกษตรกร ตอบโจทย์ไทยแลนด์ 4.0 ต่อไป” ศิริกล่าว