

ปีที่ 30 ฉบับที่ 10480 วันศุกร์ที่ 2 มิถุนายน พ.ศ. 2560 หน้า 27

# 'แมงกะพรุน'

## ความต่างในสกินแคร์

• บุษกร ภูใส



นักวิจัย วว. สกัดสารสำคัญจากแมงกะพรุนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วว.) ร่วมกับผู้ผลิตเครื่องสำอางแบรนด์เจลลิโน (Jellino) สกัดคอลลาเจนจากแมงกะพรุนใช้เป็นสารประกอบในผลิตภัณฑ์สกินแคร์ เสริมความเชื่อมั่นด้านความประสิทธิภาพและความปลอดภัยด้วยผลการทดสอบในแล็บหวังสร้างความแตกต่างในตลาดทั้งแก้ปัญหาแมงกะพรุนราคาตกได้ด้วย

“จากปัญหาแมงกะพรุนราคาตกในช่วงสิ้นตลาดจากกิโลกรัมละ 90 บาท ลดลง 10% ทำให้ขาดทุนเฉลี่ย 1 แสนบาทจากการจำหน่ายแมงกะพรุน 1 ตู้คอนเทนเนอร์ จึงเกิดแนวคิดที่จะนำมาแปรรูปเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการดึงจุดเด่นของแมงกะพรุนมาใช้ประโยชน์ ซึ่งก็คือ คอลลาเจน วัตถุประสงค์มาแรงในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง จึงนำโจทย์นี้เข้าหือนักวิจัย วว.” กฤษณ์พัฐ พันธุ์อนชาติ กรรมการผู้จัดการบริษัท อติญามาร์เก็ตติ้ง จำกัด กล่าวถึงที่มาของแนวคิด

### คอลลาเจนจากทะเล

อุบล ฤกษ์อำ นักวิจัยจากศูนย์ความเชี่ยวชาญนวัตกรรมผลิตภัณฑ์สมุนไพร วว. กล่าวว่า จากการสกัดและพิสูจน์โครงสร้างของตัวแมงกะพรุน ประกอบด้วย เจลาติน

คอลลาเจนและโปรตีนที่รับประทานได้ และจากผลการทดสอบสารสกัดคอลลาเจนจากแมงกะพรุนลดช่อง พบมีองค์ประกอบของกรดอะมิโนแอซิดหลายชนิดที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย

เมื่อนำสารสกัดคอลลาเจนที่ได้ไปทำการทดสอบฤทธิ์ทางชีวภาพ พบว่ามีคุณสมบัติด้านอนุมูลอิสระ ยับยั้งเอนไซม์ไทโรซิเนส กระตุ้นการสร้างคอลลาเจนใต้ผิวหนัง และสารสกัดแมงกะพรุนที่เลือกนี้ไม่มีความเป็นพิษต่อเซลล์ ไม่ก่อให้เกิดการระคายเคืองที่ผิวหนัง และไม่มีความเป็นพิษเมื่อนำไปทำการทดสอบในสัตว์ทดลองโดยการกิน จากนั้นได้นำสารสกัดที่ได้มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์บำรุงผิว ทั้ง ครีม โลชั่น โฟม และเจลล้างหน้า

“งานวิจัยพบว่า แมงกะพรุนมีคอลลาเจนสูงซึ่งนิยมใช้ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง อาหาร และอาหารเสริม เริ่มแรกได้หาหรือที่จะนำมาปั่นเป็นผงเพื่อทำเป็นเครื่องสำอางแต่จากการศึกษาตลาดของผู้ประกอบการพบว่า มีการแข่งขันสูง จึงเปลี่ยนมาเล่นในตลาดเครื่องสำอาง เราใช้เวลาศึกษาวิจัย 1 ปี จึงได้เป็นครีมสกัดแมงกะพรุน ขณะนี้กำลังเริ่มทดลองทำตลาด” นักวิจัยกล่าว



## วิสัยสร้างความเชื่อมั่น

“ผลการทดลองใช้เซรามิกผงกะพรุนใน  
อาสาสมัครที่เป็นผ้าและรีวรอยบนใบหน้า  
ทำให้เกิดการบอกรู้ในกลุ่มผู้บริโภค ซึ่ง  
ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงอายุ 30 ปีขึ้นไปที่เริ่ม  
มีความกังวลรีวรอย ต้องการผลิตภัณฑ์  
ที่มีคุณสมบัติต้านอนุมูลอิสระ ลดรีวรอย  
บนใบหน้าจากผ้า” กฤษณ์พัชร์ กล่าว

สำหรับแนวทางการตลาดพยายาม  
สื่อสารกลุ่มผู้บริโภคผ่านโซเชียลมีเดีย  
และกลยุทธ์การบอกรู้ในกลุ่มผู้ใช้ เพื่อ  
สร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าใหม่ที่สนใจ  
โดยนำเสนอถึงผลงานวิจัยที่เข้าสนับสนุน  
รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความ  
ปลอดภัยจากการทดสอบของ วว. ซึ่งถือเป็น  
จุดแข็งที่สร้างความมั่นใจแก่กลุ่มเป้าหมาย  
รวมถึงการใช้วัตถุดิบจากเมืองไทยคือ  
ผงกะพรุนหลอดช่องและผงกะพรุนหนัง  
ซึ่งรับประทานเป็นอาหารได้

ปัจจุบันช่องทางจำหน่ายหลักจะเข้าไป  
ตามคลินิกและร้านขายยา โดยผ่านตัวแทน  
จำหน่ายที่มีเครือข่ายในการกระจายสินค้า

รวมถึงการขายผ่านออนไลน์ ในอนาคต  
มีแผนที่จะส่งขายประเทศเพื่อนบ้านที่มี  
แนวโน้มเศรษฐกิจโตต่อเนื่อง รวมทั้งประเทศ  
จีน ซึ่งคุ้นเคยกับการบริโภคผงกะพรุน  
อีกทั้งจะขยายไลน์ผลิตภัณฑ์แคตที่มีส่วนผสม  
ของคอลลาเจนผงกะพรุนและไซมูคจาก  
สตูล มาเป็นจุดขายที่สร้างความแตกต่าง  
จากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด

ฉะนั้น การนำเสนอผลิตภัณฑ์บำรุง  
ผิวที่มาจากคอลลาเจนผงกะพรุน จึงไม่ใช่  
เรื่องยากเมื่อเทียบกับประเทศแถบยุโรป  
และสหรัฐที่อาจมีความกังวลในเรื่องของ  
พิษผงกะพรุนในอนาคต

“สินค้านวัตกรรมต้องใช้เงินและเวลา  
ในการพัฒนามากกว่าจะได้คุณสมบัติที่ตอบโจทย์  
ของกลุ่มเป้าหมายและมีความปลอดภัย  
ยกตัวอย่าง เซรามิกจากผงกะพรุนใช้เวลา  
3 ปีแต่ก็คุ้มค่าเพราะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว  
และมีงานวิจัยมารองรับ ทำให้ยากต่อการ  
ลอกเลียนแบบ” กฤษณ์พัชร์ กล่าว