

ปีที่ 31 ฉบับ 10744 วันพุธที่ 21 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2561 หน้า 24

ขนมแมงกะพรุน วิทย์ตอบเทรนด์สุขภาพ

● **บุษกร กุศล**
กรุงเทพฯธุรกิจ

ธุรกิจส่งออกแมงกะพรุนในน้ำเกลือแช่แข็ง เข้าห้องครัวความรู้นิเวศวิทยาสมัยใหม่มาขาย เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ชานรับเทรนด์ ขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ สร้างมูลค่าเพิ่ม ให้กับชิ้นส่วนของเหลือจากการส่งออกและ หลีกหนีจากวังวนสงครามการค้ากับราคาขาย ผลิตภัณฑ์แมงกะพรุนอบแห้งและ แครกเกอร์ที่ใช้เนื้อกะพรุนทดแทนแป้งสาลี มากกว่า 30% ให้เป็นขนมแผ่นบางกรอบ ไชมันต่ำ ไม่มีไขมันทรานส์ อุดมไปด้วย โปรตีนและคอลลาเจน เก็บไว้ได้นาน พกพา สะดวก เป็นอีกหนึ่งผลงานวิจัยเชิงพาณิชย์ ในโครงการ Innovative House สำนักงาน กองทุนสนับสนุนการวิจัย

Innovative House คือ ตราสัญลักษณ์ ที่รับรองคุณภาพสินค้าและเอกลักษณ์ของ สินค้าที่ผ่านกระบวนการศึกษาวิจัย จนสามารถ นำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในอุตสาหกรรม และขายได้ในเชิงพาณิชย์ นำไปสู่ระบบ การทำงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วิทยาศาสตร์มีคำตอบ

วรวิทย์ หมั่นสวัสดิ์ กรรมการผู้จัดการบริษัท ไชคดี ซี โปรดักท์ จำกัด นำโจทย์ความต้องการ เพิ่มมูลค่าให้กับเศษแมงกะพรุนที่เหลือจากการส่งออก เข้ามาปรึกษา ผศ.สุชาติ ไม้สนธิ์ อาจารย์ประจำสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร กระทั่งได้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพในรูปแบบแมงกะพรุนอบแห้งและแครกเกอร์

เริ่มจากผลิตภัณฑ์แมงกะพรุนอบแห้ง จะใช้ส่วนหนวดมาล้างเกลือออกแล้วนำมา อบแห้งด้วยตู้อบลังงานแสงอาทิตย์ สามารถ ใช้ประกอบอาหารได้หลายชนิด อาทิเช่น ยำ

สุกี้หรือเป็นส่วนประกอบในเมนูหมูกระทะ รวมถึงธุรกิจโต๊ะจีน ซึ่งเป็นตลาดขนาดใหญ่ ส่วนวิธีนำมาประกอบอาหารก็ง่ายและสะดวก เพียงฉีกถุงและแช่ในน้ำอุ่นก็จะได้วัตถุดิบ พร้อมปรุงอาหารได้หลากหลายเมนู

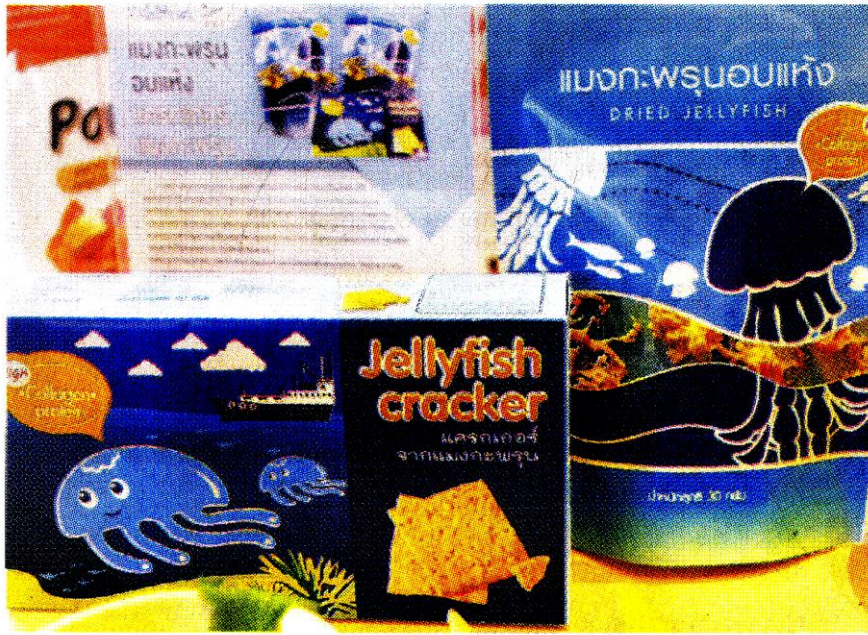
“

**วกน.เป็นแนวทาง
การพัฒนาผลิตภัณฑ์
และธุรกิจในอนาคต**

ขณะที่แครกเกอร์จะมีส่วนประกอบ จากแมงกะพรุนมากกว่า 30% จึงอุดมไปด้วยโปรตีนและคอลลาเจน มีให้เลือกหลายรสชาติ ไม่เจือสีและวัตถุกันเสีย แตกต่างจาก แครกเกอร์ในตลาดที่ส่วนใหญ่ใช้วัตถุดิบ จากผัก จึงถือเป็นทางเลือกใหม่ให้กับ ผู้บริโภค รวมทั้งผู้ที่นิยมบริโภคอาหารทะเล โดยเฉพาะชาวจีนซึ่งมีกำลังซื้อสูง

“จุดขายของผลิตภัณฑ์แมงกะพรุน คือ มีโปรตีนและคอลลาเจนสูง ตอบโจทย์ คนรักสุขภาพที่มีจำนวนเพิ่มขึ้น โดยในประเทศไทย โดยจะเริ่มกระจายสินค้าผ่านทางร้านกาแฟ ก่อนขยายไปตามโรงแรมและร้านสะดวกซื้อ ส่วนในตลาดต่างประเทศ มีตลาด และคู่ค้าในญี่ปุ่น เกาหลี ได้หวั่น เนื่องจากทำการค้าขายแมงกะพรุนต้องเค็ม ในลักษณะกึ่งแห้งมากกว่า 20 ปี ในอนาคต จะต่อยอดด้วยการพัฒนาซูบแมงกะพรุน เส้นสปาเกตตีและอื่นๆ ที่สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับแมงกะพรุนออกมาอย่างต่อเนื่อง” วรวิทย์ กล่าว

ปัจจุบันบริษัทมีรายได้หลักจาก แมงกะพรุนในน้ำเกลือปีละ 100-200 ล้านบาท แต่การแข่งขันรุนแรงขึ้นและปัจจัยที่ลูกค้า



ผลิตภัณฑ์ขนมเพื่อสุขภาพจากแมงกะพรุนจากชุดโครงการวิจัย Innovative House

ตัดสินใจเลือกชื่อคือราคาเป็นหลัก จึงมีแนวคิดที่พัฒนาต่อยอดธุรกิจด้วยการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) เข้ามาช่วยสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้กับแมงกะพรุน ซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงโดยให้อยู่ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์พร้อมรับประทานและขนมขบเคี้ยวเพื่อสุขภาพ ที่พกพาสะดวกตั้งเป้าหมายรายได้ในปีแรก 10 ล้านบาทจากสินค้ากลุ่มใหม่นี้

คิดค้นเครื่องจักรลดต้นทุน

นอกจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากงานวิจัย “วอร์ลี” ยังพัฒนาเครื่องล้างแมงกะพรุนร่วมกับทีมนักวิจัยจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) โดยใช้ทุนวิจัย 2 ล้านบาท ใช้พนักงานคุมเครื่อง 2 คนจากเดิมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากและปริมาณน้ำเยอะ แต่หลังจากใช้

เครื่องล้างแมงกะพรุนสามารถประหยัดเวลาและต้นทุน โดยค่าจ้างล้างก็โลกรัมละ 7 บาทต่อคน ขณะเครื่องล้างมีต้นทุนก็โลกรัมละ 3 บาทเท่านั้น

“วทน. ส่งผลดีต่อการทำธุรกิจอย่างมาก และกลายเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจในอนาคตได้หลากหลาย จากเดิมไม่ได้คิด หรือคิดไม่ถึงว่าจะทำได้ แต่เมื่อได้แลกเปลี่ยนความรู้และทำงานร่วมกับนักวิจัยผู้เชี่ยวชาญ ทำให้เห็นภาพรวมว่าเราสามารถพัฒนาอะไรไปต่อได้บ้าง รวมทั้งแนะนำในเรื่องอื่นที่สามารถลดต้นทุนผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้มากขึ้น” วอร์ลี กล่าว