

ปีที่ 31 ฉบับ 10756 วันจันทร์ที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2561 หน้า 24

นวัตกรรมวิจัย

● **สาธิตีย์ กับพิลา**
กรุงเทพฯธุรกิจ

สอยจากหิ้งขึ้นห้าง

กว่า 80 ปีของธุรกิจแปรรูปแป้งข้าวเจ้า เป็นเส้นหมี่ เส้นก๋วยเตี๋ยวและผลิตภัณฑ์อื่นๆ อาศัยการวิจัยวิทยาศาสตร์เป็นเครื่องมือต่อยอดธุรกิจขยับสู่ตลาดเครื่องสำอางออร์แกนิกจากแป้งข้าว ปลอดภัยกับผู้ใช้ 100% แกรมยังย่อยสลายไปตามธรรมชาติ

“ผลิตภัณฑ์จากการวิจัยและพัฒนาที่เราไม่รู้เลยว่าขายได้หรือไม่ เพราะเป็นของใหม่ในตลาด ยังไม่รู้ว่าจะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคหรือไม่ ภาคเอกชนเองก็ต้องมอง Unmet Need และสร้างผลิตภัณฑ์นวัตกรรมที่สามารถจูงใจให้เกิดความต้องการขึ้นมา” วาทีน วงศ์สุโรกร กรรมการผู้จัดการบริษัท เนอเซอร์แคร์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย แป้งข้าวแบรินด์ไรซ์แคร์ (ReisCare) และ แป้งเครื่องสำอางแบรินด์ เลดี้ ออดรีย์ (Lady Audrey) กล่าว

ใจยกจากข้าวไทย

วาทีนเป็นทายาทรุ่น 2 ของธุรกิจโรงเส้นหมี่ขอเฮง เดินหน้าแปรรูปเพิ่มมูลค่าวัตถุดิบแป้งข้าว โดยเริ่มจากเรื่องง่ายๆ สู่ขนมจีนเส้นสด สภาเกิดดีจากข้าว กระทั่งเกิดไอเดียที่จะพัฒนา แป้งฝุ่นหาตัวจากแป้งข้าวทดแทนแป้งท้าวที่มีสารอินทรีย์

มีงานวิจัยบ่งชี้ว่า สารเคมีในแป้งฝุ่นอาจเกิดสารตกค้างที่ก่อให้เกิดปัญหาต่อสุขภาพและระบบทางเดินหายใจ ในขณะที่อุตสาหกรรม แป้งท้าวในต่างประเทศมีความเปลี่ยนแปลงโดยเปลี่ยนมาใช้วัตถุดิบธรรมชาติ เช่น แป้งข้าวโพด จึงคิดว่า ข้าวไทยก็น่าจะสามารถทำได้

ผลจากการวิจัยและพัฒนาของบริษัท ทำให้ได้แป้งท้าวที่ผลิตจากแป้งข้าวเจ้า โดยมีขนาดโมเลกุลเล็กกว่าแป้งจากวัตถุดิบอื่นๆ จึงมีเนื้อเนียนละเอียด ป้องกันความเปียกชื้น และดูดซับความชื้นได้ดี ไม่เกิดการตกค้างสะสมในปอด

ผลการตอบรับของไรซ์แคร์ดีมาก กระทั่งเดินหน้าสู่ตลาดส่งออกแล้วก็พบความท้าทายใหม่นั้นคือ คนต่างประเทศใช้แป้งท้าวน้อยกว่าที่คิด แต่เจอพันธมิตรที่จุดประกายถึงตีมาตรฐานการใช้แป้งข้าวทดแทนสาร PMMA ที่นิยมใช้ลดความเหนียวเหนอะของเนื้อครีมในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางที่เป็นตลาดขนาดใหญ่

ในขณะที่เดียวกัน ทีมวิจัยของเนอเซอร์แคร์ได้ต่อยอดสินค้าสู่กลุ่มเครื่องสำอาง โดยใช้การตอบรับจากลูกค้ากลุ่มแป้งไรซ์แคร์ที่นำไปทาหน้าเพื่อลดความมัน จนบอกต่อกันแบบปากต่อปาก แต่ก็มีปัญหาคือ เนื้อสัมผัสของแป้งข้าวที่ละเอียดกว่าแป้งท้าวทั่วไปถึง 3 เท่า ทำให้มีมิติที่จะติดผิวมากกว่า จึงต้องปรับสูตรแป้ง โดยคงจุดเด่นเรื่องของการควบคุมความมันบนใบหน้า และเติมสีที่เหมาะสมกับผิวคนไทยลงไป

วาทีนแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในงานสัมมนาเรื่องงานวิจัยจากหิ้งสู่ห้าง : ความฝันสู่ความจริงภายในงาน “Agri-Tech Innovation Forum 2018 : นวัตกรรมสินค้าเกษตรไทยแห่งอนาคต” สร้างความต่างด้วยการวิจัย โดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ร่วมกับสถาบันส่งเสริมสินค้าเกษตรนวัตกรรม (สกน.)

‘บจ.สากล’ ท้าทายสินค้าไทย

เนอเซอร์แคร์เป็นผู้ประกอบการที่ตัวเองตั้งแต่ต้นจนจบ รวมถึงการวิจัยและพัฒนา ในขณะที่เดียวกัน นักวิจัยก็มองเห็นโอกาสที่จะหยิบงานวิจัยไปต่อจนถึงผู้บริโภค ด้วยโจทย์สำคัญที่ ผศ.โสภาค สอนไว อาจารย์ภาควิชาเทคโนโลยีอาหาร คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผลิตภัณฑ์แบ่งตัวจากแป้งข้าวเจ้า ผลงานรางวัลชนะเลิศนวัตกรรมแห่งชาติด้านเศรษฐกิจ

กล่าวว่า ต้องเกิดจากความสนใจของนักวิจัยเอง ผสานกับการมองความต้องการของตลาดและผู้บริโภคให้ออก

ยกตัวอย่างเรื่องไขมันทรานส์ ที่เมื่อ 10 ปีก่อนยังไม่เป็นที่พูดถึง แต่มองเห็นแนวโน้มและทำงานวิจัยหาสิ่งทดแทนไขมันทรานส์ จนถึงปัจจุบันที่กระแสโลกมุ่งให้ความสำคัญกับสุขภาพ ผลงานวิจัยเนยโกโก้เลียนแบบหรือเนยโกโก้เทียมจากน้ำมันเมล็ดมะม่วงแก้ว จึงถูกนำมาปิดฝุ่นและผลักดันเข้าสู่กระบวนการต่อ ยอดเชิงพาณิชย์ในที่สุด

เช่นเดียวกับผลงานของ ศ.พิชญ์ ศุภผล อาจารย์วิทยาลัยปิโตรเลียมและปิโตรเคมี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่หาโจทย์วิจัยจากผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายเพื่อหาข้อจำกัดจากของที่มีอยู่แล้วในตลาด มาพัฒนานวัตกรรมที่ดีกว่าและตอบโจทย์ผู้ใช้มากกว่า

“ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมส่วนใหญ่เป็นเชิงการแพทย์ ไม่ว่าจะเป็น หน้ากากอนามัย เคลือบสารสกัดเปลือกมังคุด แผ่นปิดแผล ผิวหนังเทียม ฯลฯ ในบางจุด เรายังไม่ทำของนอก แต่ในบางจุดเราก็ดีกว่า สิ่งที่สำคัญ นอกจากตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคก็คือ การทดสอบประสิทธิภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับแบรนด์” ศ.พิชญ์ กล่าว

อย่างไรก็ตาม สิ่งจำเป็นและต้องการให้เร็วที่สุดคือ หน่วยงานกลางดูแลเรื่องการทดสอบและยื่นขอมาตรฐานสากลให้กับสินค้าไทย เนื่องจากต้องใช้เงินและเวลา หากมีศูนย์ทดสอบมาตรฐานที่ช่วยอำนวยความสะดวก และมีทุนสนับสนุนในบางส่วน ก็จะเอื้อให้สินค้านวัตกรรมไทยไปได้ไกลขึ้น