

ถ้าตั้งใจพอๆ จะหาไอเดียสร้างธุรกิจ จากไหน และจากใครได้บ้าง คำตอบ คือไอเดียสร้างธุรกิจ มีอยู่ทุกหนทุกแห่ง และทุกคนที่รอบรู้ๆ ตัว ล้วนเป็นกรณีศึกษาเพื่อหาไอเดียสร้างธุรกิจได้ทั้งสิ้น

ห้องวิจัยตามสถาบันการศึกษา และสถาบันการวิจัย ก็เป็นอีกแหล่งหนึ่งที่สามารถเข้าไปหา ไอเดียสร้างธุรกิจ

ทั้งนี้ เพราะ งานวิจัยหลายชิ้นนำไปต่อยอด ในเชิงพาณิชย์ได้ และที่ผ่านมาก็มีผู้นำชิ้นงานวิจัยไปสร้างธุรกิจแล้วหลายราย

“มีโอเดีย มีโอกาส” ฉบับนี้ จึงขอจุดประกาย ไอเดียสร้างธุรกิจ ด้วยการนำเสนอเรื่องของ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพตัวหนึ่ง ซึ่งพัฒนามาจากงานวิจัย และนำออกจำหน่ายภายใต้ชื่อทางการค้าว่า **“สาหร่ายมุกหยก”**

“สาหร่ายมุกหยก” ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ คืออีกหนึ่งตัวอย่างความสำเร็จของงานวิจัย ที่วันนี้ภาคเอกชน โดย **บริษัท สยาม นอสตอค แอนด์ ไมโครแอลจี จำกัด** ได้นำไปพัฒนาต่อยอดในเชิงพาณิชย์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ชิ้นงานวิจัยดังกล่าวเป็นความสำเร็จที่เกิดจากการคิดค้นของคนไทย โดยสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (วท.) ที่ต้องการพัฒนาสายพันธุ์สาหร่ายน้ำจืด สีนํ้าเงินแกมเขียว ที่มีชื่อสากลว่า **สาหร่าย นอสตอค (Nostoc)** ให้มีลักษณะรูปร่างกลม

เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปต่อยอดการผลิตเชิงการค้า ซึ่งใช้ระยะเวลาในการวิจัยประมาณ 2 ปี สาหร่ายนอสตอคนั้นเป็นสาหร่ายที่มีอยู่ในหลายประเทศ เช่น อาซิ ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ไต้หวัน อินโดนีเซีย, มองโกเลีย, โซบีเรีย, พิจิ, โบลิเวีย, เปรู, เอกวาดอร์, เม็กซิโก เป็นต้น

‘สาหร่ายมุกหยก’ ไอเดียสร้างธุรกิจ จากงานวิจัย

ส่วนในประเทศไทย พบว่า มีการบริโภคสาหร่ายนอสตอค ในหลายพื้นที่ โดยรู้จักกันในชื่อต่างๆ เช่น คนในภาคกลางและภาคอีสาน เรียกว่า **โซฮิน, คอกหิน หรือ เห็ดสาหร่าย** ส่วนภาคเหนือรู้จักชื่อ **เห็ดหิน และ เห็ดยาคาว** ซึ่งสาหร่ายนอสตอคแต่ละสายพันธุ์จะมีลักษณะการเจริญเติบโตในธรรมชาติที่แตกต่างกัน บางชนิดเป็นแผ่นแบน และบางชนิดเป็นก้อน

แต่สาหร่ายนอสตอคที่ วว. พัฒนานี้ขึ้นเป็นสาหร่ายสายพันธุ์นอสตอค คอมมูน (Nostoc Commune) มีลักษณะรูปร่างกลม เนื้อแน่น มีสีเขียวแกมนํ้าเงิน มีประกายคล้ายไขปลา

คาร์เรียร์ ซึ่งเหมาะสมต่อการนำไปผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ “จากรูปร่างที่มีลักษณะกลม พร้อมประกายเขียวแกมนํ้าเงิน ถือเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นของสาหร่ายนอสตอคที่ไม่สามารถพบเห็นได้ในธรรมชาติ

นอกจากนี้คุณสมบัติที่ไม่มีกลิ่นและรส จึงเหมาะกับการปรุงอาหารได้ทุกประเภท ทั้งอาหารคาว-หวาน ของขบเคี้ยว และเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

ประการสำคัญ คือ เป็นที่นิยมบริโภคในหลายประเทศ ฉะนั้นจึงมองว่าเป็นอีกผลิตภัณฑ์ที่มีโอกาสทางการตลาดค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ

“บัณฑิต สายวิไล” กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยาม นอสตอค แอนด์ ไมโครแอลจี จำกัด เริ่มต้นเล่าถึงความสำเร็จในการเข้าซื้อบัตรถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสาหร่ายนอสตอค

คุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ ภายใต้ชื่อการค้า **“สาหร่ายมุกหยก”** พร้อมทั้งขยายความเพิ่มเติมว่า

“หลังจากที่บริษัทสยามนอสตอคฯ ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตสาหร่ายนอสตอคจาก วว. เมื่อกลางปี 2550 บริษัทฯ ก็ใช้ระยะเวลาในการเตรียมสถานที่เพาะเลี้ยงอยู่ 3 เดือน ใช้เงินลงทุนประมาณ 3 ล้านบาท โดยจะมีกำลังการผลิตสาหร่ายได้เดือนละ 1,000 กิโลกรัม”

ขั้นตอนในการเพาะเลี้ยงสาหร่าย เริ่มจากการนำเชื้อพันธุ์ที่ได้จาก วว. มาเพาะเลี้ยงในอาหารเหลว ภายใต้สภาพการควบคุมตั้งแต่อาหาร, ออกซิเจน, อุณหภูมิ และความสะอาด เพื่อให้ปราศจากสารปนเปื้อนต่างๆ และเชื้อจุลินทรีย์ที่ก่อให้เกิดโรค โดยจะใช้ระยะเวลาในการเพาะเลี้ยงประมาณ 45-60 วัน จึงจะได้สาหร่ายที่มีขนาด 2-4 มิลลิเมตร ซึ่งเป็นขนาดที่เหมาะสมจะนำไปรับประทาน

บัณฑิต บอกว่า บริษัทฯ สามารถผลิตสาหร่ายมุกหยกออกวางจำหน่ายในตลาดได้ ตั้งแต่ปลายเดือนตุลาคม 2550 โดยผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สาหร่ายสดบรรจุในภาชนะที่ปิดสนิท มีอายุการเก็บในตู้เย็นหรือที่อุณหภูมิ 7-10 องศาเซลเซียส ได้ประมาณ 1 เดือน แต่หากเก็บในตู้เย็นอุณหภูมิจะเก็บได้ประมาณ 2 เดือน

ปัจจุบันสินค้าจะมีวางจำหน่ายที่ร้านโดยเฉพาะ ใกล้โรงพยาบาลศิริราช, ศาลาสมนไพร, ร้านก๊วยและใจ, คลินิก บารมี และฟู้ดส์แลนด์ ราคาถถ่องละ 150 บาท น้ำหนักขนาด 200 กรัม

“ตลาดเป้าหมายจะเน้นจากกลุ่มอุตสาหกรรมอาหาร และกลุ่มคนที่รักสุขภาพเป็นหลัก ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งในระยะ 3 เดือนแรกของการทำตลาดด้วยการออกงานแสดงสินค้า 2 งาน คือ งานสัปดาห์วิทยาศาสตร์ และงานนวัตกรรมแห่งชาติ ค่อนข้างได้รับการตอบรับที่ดี

โดยตลาดในประเทศมียอดขายในเดือนธันวาคมเพิ่มขึ้นเป็น 2 เท่า จากเดือนพฤศจิกายน อยู่ที่ประมาณ 700 กิโลกรัม หรือประมาณ 4 แสนบาท ซึ่งก็ถือว่าเกินตัวเลขที่เป้าหมายไว้สำหรับการขายสินค้าใหม่ในตลาด เพราะยังอยู่ในช่วงการแนะนำสินค้าให้กับผู้บริโภค”

ส่วนตลาดในต่างประเทศกำลังอยู่ในระหว่างการเจรจา ติดต่อกับตัวแทนจำหน่ายในญี่ปุ่น นอกจากนี้ ก็ยังมีมองไปที่ตลาดเกาหลี สิงคโปร์ และอเมริกา ด้วย โดยในปีนี้เตรียมที่จะเพิ่มกำลังการผลิตให้ได้เดือนละ 5,000 กิโลกรัม โดยจะขยายสถานที่เพาะเลี้ยงสาหร่ายไปยังบางเขน เพื่อเตรียมรองรับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ

บัณฑิต ย้ำถึงโอกาสทางการตลาดของสาหร่ายมุกหยกว่า



บัณฑิต สายวิไล

เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ต่อร่างกายสูง คือ ให้โปรตีนและกรดอะมิโนที่จำเป็นต่อร่างกาย มีวิตามิน เกลือแร่ คลอโรฟิลล์ และไฟโตเคมิคัล ซึ่งเป็นสารต้านอนุมูลอิสระ ซึ่งมีคุณค่าสารอาหารมากกว่าผักบางชนิดเสียอีก

ที่สำคัญสามารถนำไปใช้เป็นส่วนประกอบในอาหารต่างๆ ได้อย่างกว้างขวาง ทั้งอาหารไทย, จีน, ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น เช่น เป็นหน้าแซนด์วิชรสชาติต่างๆ ใส่ในซูชิต่างๆ เป็นส่วนผสมในนํ้าสลัด, เป็นส่วนผสมในเครื่องดื่มต่างๆ ใช้แทนไข่กุ้ง ใช้ปลา

คาร์เรียร์ เป็นเนื้อซูชิ หรือใส่ในน้ำพริก เป็นต้น ทั้งยังเหมาะกับการเป็นอาหารว่างมีสวัสดิการอีกด้วย

ดังนั้น จาก 2 ปัจจัยข้างต้นนี้ มันจึงจะทำให้ผลิตภัณฑ์ สาหร่ายมุกหยก ได้รับการตอบรับที่ดีจากตลาด ส่วนแผนต่อไป บริษัทฯ เตรียมจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นอาหารแปรรูป เพื่อให้สะดวกต่อการรับประทานมากยิ่งขึ้น

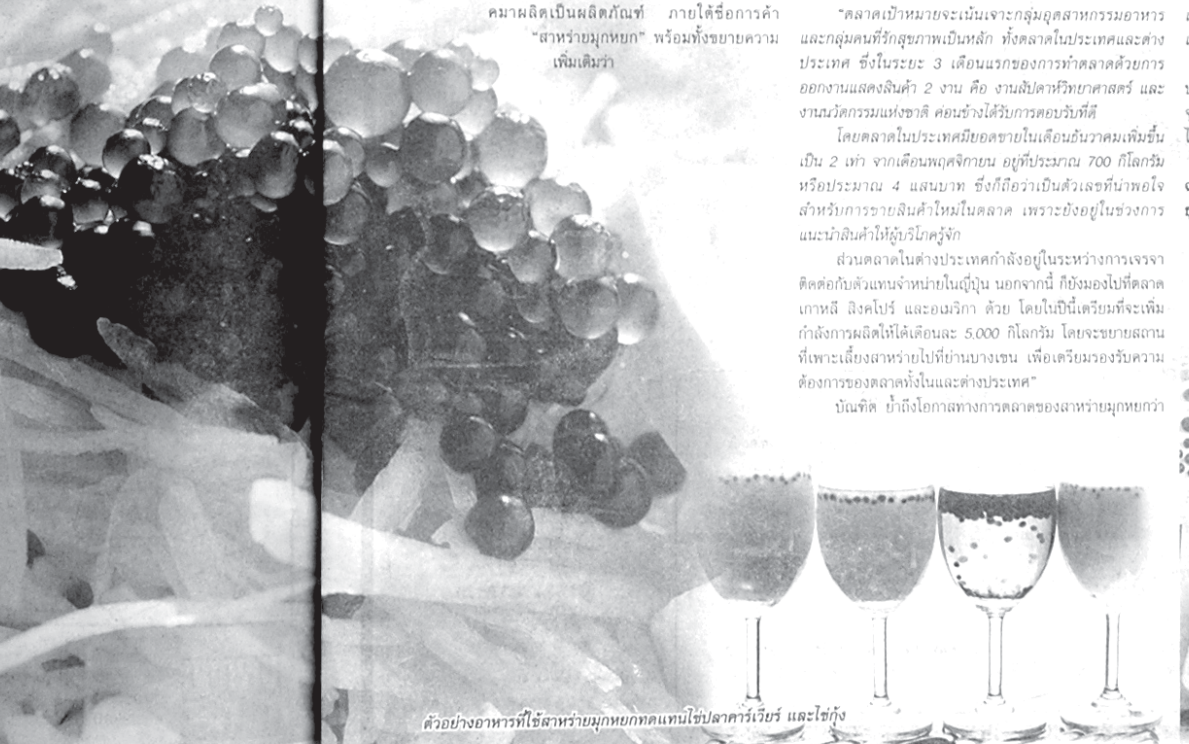
“ตอนนี้อุปสรรคสำคัญ คือ เรื่องของการผลิต เนื่องจากว่าสาหร่ายไม่ใช่อุตสาหกรรมที่จะสามารถผลิตขึ้นมาได้โดย แต่ต้องอาศัยระยะเวลาในการเพาะเลี้ยง จึงทำให้ปริมาณที่ออกสู่ตลาดในช่วงเริ่มต้นมีน้อย

ส่วนการบริโภคในตลาด ก็คืออาศัยระยะเวลาด้วยเช่นกัน เพราะที่ผ่านมาคนส่วนใหญ่ยังมองว่า การบริโภคสาหร่ายเป็นของกินเล่น หรือเป็นอาหารเสริมเท่านั้น ฉะนั้น หากเราสามารถปรับเปลี่ยนค่านิยมของผู้บริโภคให้หันมาบริโภคสาหร่ายเป็นเสมือนอาหารหลักทั่วๆ ไปได้ โดยชูจุดขายในเรื่องของอาหารเพื่อสุขภาพ ก็จะยิ่งช่วยขยายตลาดให้กว้างมากขึ้นอีก

วันนี้ แม้ยังไม่สามารถบอกได้ว่า “สาหร่ายมุกหยก” จะประสบความสำเร็จในแง่ของตลาดมากน้อยแค่ไหน แต่ก็ถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่ภาคเอกชนไทยหันมาหยิบเอาชิ้นงานวิจัยจากห้อง

ปศุสัตว์มาต่อยอดได้เป็นผลสำเร็จ

อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ครบถ้วน “มีโอเดีย มีโอกาส” ฉบับหน้า จะนำเสนอตัวอย่างความล้มเหลวของการสร้างธุรกิจจากงานวิจัยบ้าง



ตัวอย่างอาหารที่ใช้สาหร่ายมุกหยกทดแทนไข่ปลาคาร์เรียร์ และไข่กุ้ง

