

# ‘ไซรัปกล้วย’ หวานเพื่อสุขภาพ

ธุรกิจกล้วยตากของบริษัท ศิริวานิช (เอส แอนด์ ดับเบิลยู) จำกัด ซึ่งมีการตากกล้วยในโรงเรือนและจะมีน้ำหวานจากกล้วยที่หยดออกมา ระหว่างการตากทุกวันในปริมาณ ซึ่งเป็นภาระในการทำความสะดวก จึงตัดสินใจให้นักวิจัยวิเคราะห์กลายเป็น ผลิตภัณฑ์ไซรัปกล้วยตอบโจทย์คนรักสุขภาพและสร้างโอกาสใหม่ในเชิงธุรกิจ



## ของเหลือสู่สินค้านวัตกรรม



ศิริ วสุวานิช กรรมการผู้จัดการบริษัท ศิริวานิช (เอส แอนด์ ดับเบิลยู) จำกัด กล่าวว่า กระบวนการผลิตกล้วยตากจะมีน้ำหวานตามธรรมชาติจากกล้วยซึมออกมา เกิดจากจุลินทรีย์ในธรรมชาติเข้าไปเปลี่ยนแปลงในผลกล้วยให้เป็นน้ำตาล จึงนำตัวอย่างน้ำหวานนี้ไปส่งให้ ผศ.น้ำทิพย์ วงษ์ประทีป อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จ.พิษณุโลก วิเคราะห์ว่าจะนำไปใช้ประโยชน์อะไรได้บ้าง

“หลังจากการทำให้เข้มข้น และนำไปวิเคราะห์สารอาหาร พบว่า เราสามารถที่จะต่อยอดน้ำหวานกล้วยตากนี้เป็นไซรัปกล้วย ด้วยสีส้มที่เป็นสีน้ำตาลใส พร้อมกลิ่นหอมและรสชาติเฉพาะตัว มีค่าความหวานมากกว่า 70 องศาบริกซ์ ที่สามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคและแข่งขันกับไซรัปที่นิยมรับประทานกันอยู่แล้วอย่างเมเปิลไซรัปได้เช่นกัน”

ไซรัปกล้วยมีส่วนประกอบของน้ำตาลฟรุกโตสที่เป็นน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวมากกว่า 70% ทำให้เมื่อรับประทานเข้าไป ร่างกายสามารถดูดซึมเข้ากระแสเลือดได้ทันที ไม่หลงเหลือเก็บไว้ในร่างกายซึ่งมีผลให้อ้วน และยังมีผลต่อระดับน้ำตาลในเลือดน้อยกว่าน้ำตาลซูโครสหรือน้ำตาลทราย จึงมีโอกาสดำรงสุขภาพและเป็นผลิตภัณฑ์ทางเลือกสำหรับผู้ที่มีรูปร่างและผู้ป่วยโรคเบาหวาน

ปี 2554 ศิริจึงนํางานวิจัยไซรัปกล้วยเข้าไปปรึกษาสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) และได้รับทุนในโครงการ “แปลงเทคโนโลยีเป็นทุน” นำไปวิจัยต่อยอดทั้งเรื่องของการวิเคราะห์ในระดับห้องปฏิบัติการ การขอใบรับรองและมาตรฐาน และในระหว่างปี 2554-2557 เมื่อการพัฒนาต่อยอดอีกหลายส่วน

“เราศึกษาการปนเปื้อนของจุลินทรีย์ที่มีผลต่ออายุการเก็บรักษา, คุณภาพของกล้วยที่มีผลต่อน้ำหวาน, สี และความหนืดที่ต้องเสถียรในทุกรอบการผลิตรวมถึงความเสถียรของคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยรวม” เขากล่าวพร้อมชี้ว่า สิ่งเหล่านี้ ใช้เวลาและต้นทุนในการทดสอบวิจัย แต่ก็ต้องทำเมื่อต้องการพัฒนาให้เกิดธุรกิจที่ยั่งยืน เนื่องจากปัจจุบัน มีหลายรายพยายามที่จะทำไซรัปกล้วย แต่คุณภาพไม่ได้เท่ากับเรา เพราะต้องพบเจอปัญหาที่เราเคยเจอ และวิจัยแก้ได้แล้วนั่นเอง”

## บุกตลาดเพื่อสุขภาพ

อย่างไรก็ตาม ก่อนหน้านี้นี้ศิริเคยมีงานวิจัยและการผลิตไซรัปกล้วยมาแล้ว แต่กระบวนการดังกล่าวต้องใช้เอนไซม์เข้าช่วยทำปฏิกิริยา และใช้เทคโนโลยีสูง จึงทำให้มีต้นทุนการผลิตสูง ขณะที่ไซรัปกล้วย “นาส์” (NA’S) อาศัยกระบวนการอบและหมักโดยธรรมชาติเป็นหลักจึงมีต้นทุนต่ำกว่าไซรัปนำเข้าประมาณครึ่งหนึ่ง

นาส์ วางขายแล้วเมื่อปีที่ผ่านมามุ่งกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรักสุขภาพและร้านอาหารสุขภาพ ด้วยการชูจุดเด่นของน้ำตาลโมเลกุลเดี่ยวและคุณค่าทางโภชนาการที่มากกว่าน้ำเชื่อม น้ำตาลหรือแม้แต่ น้ำผึ้ง

“ช่วงแรกของการทำตลาด เราใช้สื่อออนไลน์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์นวัตกรรมมีความยากในตัวเอง ด้วยราคาที่สูง และมีข้อมูลทางวิชาการสนับสนุนที่ซับซ้อน ในขณะเดียวกันก็ติดต่อไปยังโรงงานเพื่อนำเสนอและส่งตัวอย่างให้ลองชิม”

เขายอมรับว่า ปีแรกของธุรกิจนั้นผลตอบรับยังไม่ดี ผู้บริโภคมองไม่เห็นความแตกต่างจากไซรัปอื่นๆ และมุมมองของกล้วยยังเป็นวัตถุดิบที่ราคาถูกอยู่ ต่อมาปี 2559-2560 ได้ชักชวนกลุ่มเป้าหมายไปในกลุ่มโรงแรม ร้านอาหาร และธุรกิจจัดเลี้ยง

ที่สำคัญคือ เริ่มมีร้านอาหารสุขภาพเข้ามาติดต่อซื้อ เพื่อใช้เป็นส่วนผสมของผลิตภัณฑ์อีกด้วย ทำให้คาดว่า รายได้ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2560 จะโตราว 15% จากช่วงเวลาเดียวกันในปี 2559

“เราจะเดินหน้าพัฒนาและวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่ากล้วยด้วยนวัตกรรมในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อช่วยเกษตรกร ตอบโจทย์ไทยแลนด์ 4.0 ต่อไป” ศิริกล่าว

ที่มา : กรุงเทพธุรกิจ 26 ธ.ค. 2559