

● สาลีณีย์ กับพาลา กรุงเทพธุรกิจ

จากพืชท้องถิ่นบนภูเขาสูงส่งถึงมือ นักวิจัยมหิดล สกัดค้นหาสารออกฤทธิ์ และพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์กันยุง ก่อนส่งต่อเอกชนรับช่วงทำตลาดภายใต้แบรนด์ "เอ็มแล็บส์" มุ่งตลาดเมส ตั้งเป้ายอดขาย 5 พันยูนิตต่อเดือน พร้อมขยายสู่จีนฮ่องกงในปีนี

ตะไคร้ภูเขาหรือตะไคร้ต้น ไม่ใช่พืชสวนครัวที่หลายคนรู้จัก แต่เป็นไม้ยืนต้นขนาดเล็กพบในพื้นที่ป่าดิบเขาที่ระดับความสูง 700-1,600 เมตรจากน้ำทะเล อาทิ เชียงราย ลำปาง เชียงใหม่และแม่ฮ่องสอน ซึ่ง "แก้วมาลา ปาละกุล" นักวิทยาศาสตร์ (ผู้อำนวยการพิเศษ) ภาควิชาชีววิทยา การแพทย์ คณะเวชศาสตร์เขตร้อน มหาวิทยาลัยมหิดล ชี้พิศว่า พบมากที่สุด

ของดีจากที่สูง

"10 ปีที่แล้ว สมเด็จพระราชินีในรัชกาลที่ 9 มีพระดำรัสให้สร้างหมู่บ้านตามชายแดน ซึ่งเจ้าหน้าที่ก็ได้ดำเนินการสร้างลานจอดเฮลิคอปเตอร์ โดยในพื้นที่นั้นมีต้นตะไคร้ภูเขาหนาแน่นมาก เจ้าหน้าที่จึงติดต่อมาที่มหาวิทยาลัยมหิดลเพื่อไปศึกษาว่า จะนำไปทำประโยชน์อะไรได้บ้าง จากการศึกษาข้อมูลรวมถึงวิจัยสารประกอบด้วยเครื่อง GCMS พบว่ามีสารออกฤทธิ์ 2-3 ตัวที่สามารถกันยุงได้ จึงพัฒนาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์ไต่ยุง ที่ผ่านมาตรฐาน มอก. และจำหน่ายในนามมหาวิทยาลัย รวมถึงต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ" แก้วมาลา กล่าว

กระทั่งในปี 2560 มีผู้ประกอบการสนใจติดต่อเข้ามาเพื่อรับถ่ายทอดเทคโนโลยีและต่อยอดสู่เชิงพาณิชย์ ด้วยจุดเด่นที่สามารถกันยุงได้ โดยไม่มีสารเคมีใดๆ อาศัยเพียงสารออกฤทธิ์จากตะไคร้ภูเขาที่เป็นส่วนผสมออร์แกนิก 100% และที่สำคัญคือเป็นผลิตภัณฑ์จากงานวิจัยที่มีผลการทดสอบวิจัยรองรับ ทำให้มีความน่าเชื่อถือ

'ตะไคร้ภูเขา'วิจัยไต่ยุงได้



นักวิจัยและผู้ประกอบการนำสินค้าร่วมจัดแสดงในงานไทยเทคเอกซ์โป

ศุภรักษ์ ศรีวิโรจ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท เอ็มเนอรัล จำกัด เจ้าของแบรนด์เอ็มแล็บส์ กล่าวว่า เดิมทีทำธุรกิจส่งออกอาหาร และเริ่มศึกษาเกี่ยวกับวัสดุธรรมชาติ กระทั่งมาพบงานวิจัยชิ้นนี้จึงสนใจ ประกอบกับมีลูกเล็กซึ่งต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีทั้งคุณภาพและความปลอดภัย

"เราเริ่มรับถ่ายทอดเทคโนโลยีในปี 2560 และ 1 ปีจากนั้นก็เดินหน้าวิจัยต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับการจำหน่ายเชิงพาณิชย์ โดยผลิตภัณฑ์นำร่องเป็นโลชั่นกันยุง ผ่านการทดสอบกับยุง 250 ตัวในห้องปฏิบัติการ พบว่าสามารถป้องกันยุงกันยุงได้นานกว่า 4 ชั่วโมง และยุงบ้านได้นาน 2-3 ชั่วโมง รวมถึงกันตัวคูนหรือแมลงร้นดำ ที่มักพบในป่าชื้นเย็น แฉมย้งช่วยบำรุงผิวเพราะใช้น้ำมันเป็นส่วนประกอบ



จากนั้นก็พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่มทั้งสเปรย์กันยุงและบาล์มอีกด้วย

บุกตลาดทั้งในและต่างประเทศ

กลุ่มเป้าหมายหลักมีตั้งแต่พ่อแม่ที่มีลูกเล็กตั้งแต่อนุบาลถึงชั้นประถมศึกษา นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อ



ตลาดยาของไทยเป็นไปในทิศทางบวก อัตราการเติบโต 15-25% มูลค่าราว 1.7 แสนล้าน สินธุ์ชัย แก้วกิตติชัย

และยังสามารถขยายไปในกลุ่มคนที่ออกค่าย
เที่ยวป่าทั้งนี้ เอ็มแอลบีเอสเริ่มทำตลาดจริงจัง
ในช่วงต้นปี 2561 ผ่านช่องทางออนไลน์
และเดินทางเข้าสู่โมเดิร์นเทรดรวมถึง
ร้านขายยาขนาดใหญ่เพื่อเข้าถึงตลาดแมสผ่าน
ทางดิสทริบิวเตอร์ ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี
ในขณะเดียวกันก็เดินทางเข้าหาลูกค้า
กลุ่มนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะกลุ่มเดินป่า
โดยอยู่ระหว่างติดต่อเพื่อวางจำหน่ายตาม
แหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะพื้นที่วนอุทยาน
ต่างๆ

ศุภรักษ์ กล่าวว่า การแข่งขันในกลุ่ม
ผลิตภัณฑ์กันยุงนั้น สูงมาก แต่ด้วยจุดแข็ง
ของเอ็มแอลบีเอสทั้งเป็นธรรมชาติ 100% ไม่มี
ผลข้างเคียงหรือสารเคมีที่จะระคายเคืองผิว
ในขณะที่ประสิทธิภาพสูงไม่ต่างกัน ที่สำคัญ
ราคาขายถูกกว่าของที่มีในท้องตลาด เพื่อให้
ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่ายโดยตั้งเป้า
ยอดขายที่ 5,000 ยูนิตต่อเดือน

นอกจากตลาดใน
ประเทศแล้วยังมองตลาด
ส่งออก นำร่องที่จีนและ
ฮ่องกง ซึ่งเป็นฐานลูกค้า
เดิมที่เคยติดต่อจาก
ธุรกิจส่งออกอาหารผ่าน
ดิสทริบิวเตอร์ คาดว่า
จะพร้อมส่งออกในปี
2561 ปัจจุบันอยู่ระหว่าง
การตกลงเรื่องราคา
และเอกสารต่างๆ ที่เป็น
รายละเอียดเชิงลึก นอกจากนี้ยังเจรจา
กับดิสทริบิวเตอร์ในอินโดนีเซียและ
สิงคโปร์ด้วย

ผลิตภัณฑ์ไต้ยุงจากสมุนไพรรวม
ออกฤทธิ์พร้อมด้วยผลิตภัณฑ์จากการ
ค้นคว้าวิจัยในงาน Thai Tech Expo 2018
จัดโดยกระทรวงวิทย์ฯ 4-8 ก.ค.นี้ ทั่วประเทศ