

ปีที่ 27 ฉบับที่ 9230 วันจันทร์ที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2556 หน้า 9



ทางเลือกของคนติดหวาน

• บุขจร กุศล

เมื่อสารให้ความหวานจากหญ้าหวาน ถูกนำมาใช้ในน้ำอัดลมยี่ห้อดัง แทนน้ำตาลเทียม จึงกลายเป็น "โอกาส" ให้สารสกัดจากหญ้าหวาน ก้าวเข้ามาทดแทนน้ำตาลและสารให้ความหวานประเภทอื่นมากขึ้น โดยเฉพาะตลาดอาหารและเครื่องดื่มที่มีมูลค่ามหาศาล

ความพิเศษของหญ้าหวาน คือ ส่วนของใบให้ความหวานมากกว่าน้ำตาลถึง 10-15 เท่า แต่ความหวานนี้ไม่ก่อให้เกิดพลังงาน นอกจากนี้ยังมีสารสกัดที่เกิดจากหญ้าหวานชื่อว่า สตีวิโอไซด์ (stevioside)

เป็นสารที่ให้ความหวานมากกว่า 200-300 เท่าของน้ำตาล ด้วยคุณสมบัติดังกล่าวหญ้าหวานจึงเป็นพืชที่ได้รับความสนใจทั้งด้านอุตสาหกรรม การแพทย์ ยาสมุนไพร และ เครื่องดื่มอย่างต่อเนื่อง

และบรรจุเป็นขนาดกิโลกรัมสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

" ระยะเวลาใช้วิธีการจ้างผลิตเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนที่จะเปิดไลน์การผลิตในโรงงานอย่างเป็นทางการกลางปี 2557 ต้องยอมรับว่าแม้ว่า คนทั่วไปจะรู้จักหญ้าหวาน แต่ความที่เป็นตลาดใหม่คงต้องใช้เวลาในการให้ความรู้ผู้บริโภคเกี่ยวกับประโยชน์หญ้าหวานที่มีต่อสุขภาพ รวมทั้งเรื่องจังหวะเวลาที่เข้าไปมีส่วนร่วมในการผลิตอาหารและเครื่องดื่มกับผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะกลุ่มคนรักสุขภาพ หรือคนที่มีปัญหาเรื่องสุขภาพ"

กสิภา ผู้จัดการฝ่ายผลิตภัณฑ์ Sugavia กล่าวว่า สารสกัดจากใบหญ้าหวาน มีรสหวาน ไม่เหมือนกับน้ำตาลทราย จะออกรสหวานช้ากว่าน้ำตาลทราย แต่รสหวานจะจางหายไปช้ากว่าน้ำตาล มีแคลอรีต่ำ เนื่องจากไม่ถูกย่อยให้เกิดพลังงานในร่างกาย รวมทั้งยังเป็นสารที่มีพิษต่ำต้องรับประทานมากถึง 15 กิโลกรัมถึงเกิดพิษ จึงมีความปลอดภัยสูง เมื่อเทียบกับน้ำตาลทราย และน้ำตาลสดเทียม

การสกัดสารหวานให้ได้ปริมาณเพิ่มขึ้น จากเดิมหญ้าหวานแห้ง 100 กิโลกรัม สกัดได้สารหวานราว 700-800 กรัมเท่านั้น ปัจจุบันหญ้าหวานสดตากคราก กิโลกรัมละ 20-30 บาท หากตากแห้งมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็นกิโลกรัมละ 200-400 บาท

"ขณะนี้มีการนำมาใช้เป็นสารที่ให้ความ

หวานสำหรับอาหารและเครื่องดื่ม

บางประเภทในตลาด โดยใช้แทน

น้ำตาลทรายบางส่วนหรือทั้งหมด ซึ่ง

วัตถุประสงค์สำคัญคือ ลดปริมาณ

แคลอรีในอาหารและเครื่องดื่มสำหรับ

ผู้ที่ต้องการลดความอ้วนหรือผู้ป่วย

ที่เป็นโรคเบาหวาน เพราะไม่สามารถ



iSnap

บริโภคน้ำตาลในปริมาณมาก นอกจากนั้นในหลายประเทศมีการยอมรับหญ้าหวานอย่างเป็นทางการ เช่น ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ บราซิลและปารากวัย ซึ่งชาวปารากวัยและบราซิลก็ยังมีการบริโภคหญ้าหวานมาเป็นระยะเวลานาน จึงถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพการทำตลาดสูง"

กสิภา สะท้อนให้เห็นภาพของช่องทางในตลาด ว่า กลุ่มเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ให้ความหวานจากหญ้าหวาน เป็นโรงงานอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่ม ผู้ที่ต้องการควบคุมน้ำหนัก ผู้ป่วยเบาหวาน รวมทั้งคนทั่วไปที่ใส่ใจสุขภาพเนื่องจากสารหวานจากหญ้าหวานปราศจากแคลอรี และคอเลสเตอรอล

นอกจากนี้ ยังเป็นการลดต้นทุนหรือลดการนำเข้าสารหวานสังเคราะห์จากต่างประเทศอีกด้วย ในอนาคตหลังเปิดตัวโรงงานอย่างเป็นทางการแล้ว ทางบริษัทจะนำพันธุ์หญ้าหวานที่พัฒนากระจายให้เกษตรกรในชุมชนใกล้เคียงปลูกเพื่อขยายกำลังผลิต สร้างอาชีพและรายได้ให้แก่คนในชุมชน ต่อจากนั้นขยายตลาดออกไปต่างประเทศ เนื่องจาก ในต่างประเทศให้ความสนใจหญ้าหวาน เช่น ประเทศญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ บราซิล และปารากวัยที่นิยมบริโภคหญ้าหวาน

innovation

