

## ผลิตภัณฑ์คีโต และการปรับตัวให้เข้ากับ 3 เทรนด์สุขภาพ

### 1. สุขภาพลำไส้ที่ดี

ผู้บริโภคจำนวนมากประสบปัญหาสุขภาพทางเดินอาหาร โดยเฉพาะอาหารคีโต ซึ่งอาจส่งผลเสียต่อสุขภาพของลำไส้ได้หากได้รับปริมาณไฟเบอร์ไม่เพียงพอ ผลิตภัณฑ์ขนมคีโตและเบเกอรี่ควรเพิ่มไฟเบอร์หรือเพิ่มส่วนผสมพรีไบโอติก/โพรไบโอติกเพื่อช่วยให้ผู้บริโภคมีการย่อยอาหารที่ดี

- 36% ของวัยรุ่นในสหรัฐฯ กำลังรับประทานผลิตภัณฑ์หรือเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของพรีไบโอติก/โพรไบโอติก

#### ตัวอย่าง



Know Brainer Burnt Caramel Marshmallows เป็นผลิตภัณฑ์จากสหรัฐอเมริกา มาร์ชแมลโลว์ที่มีส่วนผสมของพรีไบโอติกไฟเบอร์



Fatt Caramel + Sea Salt Keto Nut Bar ผลิตภัณฑ์จากสหราชอาณาจักร มีไฟเบอร์สูง และมีส่วนผสมของพรีไบโอติก

### 2. ภูมิคุ้มกันที่ดี

โควิด-19 ทำให้ผู้บริโภคเห็นความสำคัญของระบบภูมิคุ้มกันมากขึ้น จากการศึกษาพบว่าการรับประทานอาหารคีโตสามารถเพิ่มภูมิคุ้มกันได้ สามารถเน้นการเชื่อมโยงเรื่องภูมิคุ้มกัน หรือเพิ่มส่วนผสมที่กระตุ้นภูมิคุ้มกันมากขึ้นในผลิตภัณฑ์

- 47% ของผู้บริโภคชาวอินเดียสนใจขนมปังที่มีคุณสมบัติเพิ่มภูมิคุ้มกัน

ตัวอย่าง



Naturya Chocolate Keto Porridge ผลิตภัณฑ์จากสหราชอาณาจักร มีส่วนผสมของเมล็ดชุปเปอร์ฟู้ด ผงโกโก้ ได้รับการกล่าวขานว่าดีต่อระบบภูมิคุ้มกัน ให้สารอาหารที่ดี และช่วยบำรุงร่างกายด้วยโอเมก้า 3 แมงกานีส และแมกนีเซียมที่สูง



Monsieur Luxe Defense Snack Mix ผลิตภัณฑ์จากเวียดนาม ทำมาจากพืชที่ช่วยเสริมสร้างไมโครไบโอมในลำไส้และสนับสนุนระบบภูมิคุ้มกัน

### 3. อาหารที่ทำจากพืช

ผู้บริโภคจำนวนมากหันมารับประทานอาหารที่มีพืชเป็นหลักเนื่องจากความกังวลเรื่องสิ่งแวดล้อม ผลิตภัณฑ์คีโตที่ทำจากพืชจะได้รับประโยชน์จากเทรนด์นี้ รวมถึงผลิตภัณฑ์คีโตที่ทำจากโปรตีนจากพืชยังสามารถเน้นเรื่องไฟเบอร์ซึ่งมักขาดในอาหารคีโตทั่วไปได้อีกด้วย

- 34% ของผู้บริโภคชาวแคนาดารับประทานอาหารและเครื่องดื่มที่ทำจากพืช เนื่องจากเหตุผลด้านสิ่งแวดล้อม

ตัวอย่าง



Branch Out Chili Lime Avocado Chips ผลิตภัณฑ์จากสหรัฐอเมริกาที่มีไฟเบอร์สูง และมีส่วนผสมของไขมันดี



Pulsin Plant Based Keto Bar ผลิตภัณฑ์จากเนเธอร์แลนด์ มีส่วนประกอบหลักคือ ถั่วลิสงและโปรตีนถั่ว

### ข้อเสนอแนะ

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์คีโตควรปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์แนวโน้มด้านสุขภาพต่าง ๆ โดยการเพิ่มไฟเบอร์หรือเสนอประโยชน์ด้านอื่นเพิ่มเติมในผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมและให้ความสำคัญเรื่องภูมิคุ้มกัน เนื่องจากความกังวลเรื่องสภาพอากาศยังคงเพิ่มขึ้น รวมถึงพัฒนาสินค้าด้วยการจับคู่ผลิตภัณฑ์คีโตและอาหารที่ทำจากพืช เกิดเป็นนวัตกรรมคีโตจากพืช เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

-----  
สำนักงานเลขานุการกรม สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

11 ตุลาคม 2565