

อนาคตของโภชนาการสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

WHERE ARE WE NOW?

การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ในช่วงปี 2563 และ 2564 ส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจของผู้บริโภค ส่งผลให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพ

- ในเดือน ธันวาคม ปี 2564 80% ของผู้บริโภคชาวอิตาลีเห็นแผนที่จะสร้างระบบภูมิคุ้มกันที่ดีผ่านการควบคุมอาหาร

IN THE NEXT 2 YEARS

1. สุขภาพลำไส้ไม่ใช่แค่การย่อยอาหารอีกต่อไป

นอกเหนือจากความผิดปกติของระบบย่อยอาหารแบบ 'ในทันที' เช่น อาการเสบริ้อนบริเวณหน้าอกและลำไส้ มีการวิจัยเน้นถึงความเชื่อมโยงระหว่างไมโครไบโอมในลำไส้และสุขภาพในหลายด้าน ตั้งแต่สุขภาพจิต สุขภาพผิว และแม้กระทั่งโรคอ้วน ความสนใจที่มีต่อไมโครไบโอมในลำไส้สร้างโอกาสสำหรับวัตถุดิบที่ช่วยเสริมสร้างลำไส้ที่แข็งแรง เช่น เป็นพรีไบโอติก เป็นต้น

- 79% ของผู้บริโภคชาวสเปน ต้องการคำแนะนำด้านการควบคุมอาหารที่ช่วยเสริมสร้างสุขภาพลำไส้ที่ดี

ตัวอย่างสินค้า

- สุขภาพลำไส้ + การนอนหลับ : Troo Quick Porridge+ Sleepytime มีส่วนผสมของคาโมมายล์ และขิง เพื่อสุขภาพลำไส้ที่ดีและแข็งแรง



- สุขภาพลำไส้ + สุขภาพสมอง : Appalachia Organic Sparkling Raspberry Lime Apple Cider Vinegar Drink. มีส่วนผสมของพรีไบโอติกและโพรไบโอติกที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงให้สมองและลำไส้



- สุขภาพลำไส้ + ระบบภูมิคุ้มกัน : B Active Milk Based Drink with Cinnamon. บำรุงจุลินทรีย์ในลำไส้ มีส่วนผสมของไฟเบอร์สูงจากกาแลคโตลิโกแซ็กคาไรด์ (GOS) หรือไฟเบอร์ที่ย่อยไม่ได้ ซึ่งจุลินทรีย์ในลำไส้ใช้เป็นอาหาร



2. ใช้ประโยชน์จากวัตถุดิบธรรมชาติเพื่อช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกดีอย่างมีความสุข
ความสนใจของผู้บริโภคในการรักษาสุขภาพให้ดียิ่งขึ้นไปอีกในปีต่อ ๆ ไป สร้างโอกาสให้กับแบรนด์ต่าง ๆ ได้ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกดีมีความสุขแข็งแรงด้วยส่วนผสมจากธรรมชาติ พร้อมด้วยคุณประโยชน์ช่วยดูแลด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับวัย เช่น ดวงตา ผิวหนัง และสุขภาพข้อต่อ ซึ่งมีโอกาสเติบโตได้สูง
- 71% ของผู้บริโภครู้สึกพอใจกับอาหารที่มีส่วนผสมของธรรมชาติ ช่วยบำรุงสุขภาพ เช่น ชิงชี่มัน

ตัวอย่างสินค้า

- ป้องกันแสงสีฟ้าด้วยสารต้านอนุมูลอิสระจากข้าวสาลี ข้าวบาร์เลย์ และแตง



- ป้องกันดวงตาด้วยผลิตภัณฑ์เสริมอาหารแอสตาแซนธิน วิตามินซี



- Sujahta Meiraku นมถั่วเหลืองออร์แกนิกสกัดหรือองุ่นสีเขียว มีส่วนผสมของกรดไฮยาลูโรนิก และวิตามินซี



3. พัฒนาอาหารสุขภาพเพื่อป้องกันโรค

วัตถุดิบจากพืชและไฟเบอร์สูงมีบทบาทสำคัญในการดูแลสุขภาพ การป้องกันโรคต่าง ๆ เช่น โรคอ้วน นอกจากนี้ ยังมีหน่วยงานด้านสุขภาพกดดันอุตสาหกรรมอาหารในการเปิดตัวอาหารที่ดีต่อสุขภาพ ด้วยมาตรการต่าง ๆ เช่น 'ภาษีน้ำตาล' ฉลากด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ (เช่น Nutri-Score) และ กฎหมาย HFSS อย่างต่อเนื่อง

- ในประเทศบราซิล, 50% ของผู้บริโภครับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพเพื่อป้องกันโรคหรืออาการเจ็บป่วย
- ในสหรัฐฯ , 51% ของผู้บริโภคมองหาผลิตภัณฑ์ที่ช่วยเรื่องการจัดการน้ำหนัก

ตัวอย่างสินค้า

- ผลไม้เป็นแหล่งโพแทสเซียม ช่วยในการไหลเวียนของเลือด

Kresto Dried Apple Chips ผลิตภัณฑ์จากประเทศโปแลนด์ ทำมาจากแอปเปิ้ล 1000 กรัม ต่อผลิตภัณฑ์ 100 กรัม เป็นแหล่งโพแทสเซียมที่มีส่วนช่วยในการไหลเวียนของเลือด



- เมล็ดพืชสำหรับไฟเบอร์และกรดไขมันโอเมก้า

Light Meal Chia Choco Pudding ผลิตภัณฑ์จากประเทศอินโดนีเซีย มีแคลอรีต่ำ โปรตีนและไฟเบอร์สูง มีส่วนผสมของสารต้านอนุมูลอิสระและกรดไขมันโอเมก้า-3 เหมาะสำหรับลดหรือการควบคุมน้ำหนักและการรักษาระดับน้ำตาล



- สารสกัดจากใบหม่อนสำหรับควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด สำหรับผู้ป่วยที่มีภาวะก่อนเบาหวาน



IN THE NEXT 5 YEARS

- **โปรตีนเซลล์เดียวให้สารอาหารที่ยั่งยืน**
โปรตีนเซลล์เดียว (เช่น จากเชื้อรา) เสริมเป็นทางเลือกโปรตีนจากพืชหรือโปรตีนที่ปลูกในห้องปฏิบัติการ มุ่งเป็นสารอาหารที่ยั่งยืน เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
 - 60% ของผู้บริโภคชาวเยอรมันใช้ผลิตภัณฑ์จากนมทางเลือกแทนผลิตภัณฑ์นมเพื่อช่วยสิ่งแวดล้อม
- **การหมักช่วยในการผลิตวัตถุดิบรักษโลก**
การค้าพืชผลเช่นเมล็ดโกโก้หรือน้ำมันปาล์มได้รับการวิพากษ์วิจารณ์มาอย่างยาวนานเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการตัดไม้ทำลายป่าและการค้าที่ไม่เป็นธรรมหรือการปฏิบัติด้านแรงงานที่ผิดจรรยาบรรณ จึงอาจมีการนำการหมัก หรือวิธีผลิตวัตถุดิบอาหารแบบดั้งเดิมกลับมาใช้ร่วมกับเทคโนโลยีในปัจจุบัน
 - 51% ของผู้บริโภคชาวอิตาลีเห็นด้วยที่สื่อเกี่ยวกับปัญหาสิ่งแวดล้อมกระตุ้นให้พวกเขาซื้ออาหารและเครื่องดื่มที่มีจริยธรรม
- **ชุดทดสอบแบบเฉพาะสามารถแก้ไขปัญห สุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการคุมอาหารได้**
ชุดทดสอบที่บ้านจะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าอาหารหรือผลิตภัณฑ์โภชนาการใดเหมาะสมในการรักษาสุขภาพของพวกเขาได้ดีที่สุด
 - 41% ของผู้บริโภคชาวจีนสนใจคำแนะนำด้านโภชนาการจากการทดสอบทางพันธุกรรม

คำแนะนำ

ผู้ประกอบการควรพัฒนาสินค้าโดยให้ความสำคัญเรื่องการเสริมสร้างสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดีของผู้บริโภคเป็นหลัก ควรมีการใช้วัตถุดิบธรรมชาติ เช่น ขมิ้น ขิง ที่มีส่วนช่วยในการเสริมสร้างระบบภูมิคุ้มกันของร่างกาย เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและช่วยให้ผู้บริโภคสูงวัยอย่างมีความสุขที่ดี

สำนักงานเลขานุการกรม สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

กระทรวงพาณิชย์

12 กรกฎาคม 2565