



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต
 ข่าวเด่นประจำสัปดาห์
 ระหว่างวันที่ 2-6 มกราคม 2565

ชาวแคนาดาจับจ่ายสินค้าเบเกอรี่มากขึ้นแม้ยุคเงินเฟ้อสูง

จากผลการสำรวจล่าสุด บริษัท Mintel พบว่านับตั้งแต่วิกฤตโควิดจนถึงปัจจุบัน ชาวแคนาดามีการบริโภคสินค้าขนมปังเบเกอรี่มากขึ้น โดยประชากรกว่าร้อยละ 98 มีการรับประทานสินค้าเบเกอรี่เป็นประจำ โดยกว่าร้อยละ 91 ยอมรับว่ามีการบริโภคบ่อยครั้งขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา แม้ว่าผู้บริโภคชาวแคนาดาเผชิญกับภาวะ



กระแสของสินค้าขนมปังเบเกอรี่ที่มาแรงโดยเฉพาะกับคนรุ่นใหม่ในทุกวันนี้ ส่วนหนึ่งมาจากการเพิ่มจำนวนของผู้บริโภคกลุ่มวีแกน (Vegan) ที่มองหาสารอาหารโปรตีนจากพวกขนมปังมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีนวัตกรรมใหม่ๆ อาทิ ขนมปังที่มีส่วนผสมไข่เทียม (Egg Replacement) ที่เรียกว่า Aquafaba (ผลิตจากถั่ว

ปัญหาเงินเฟ้อก็ตาม ราคาอาหารและค่าครองชีพที่สูงขึ้น โดยเฉพาะราคาอาหารเนื้อสัตว์และอาหารทะเลที่สูงขึ้น คนส่วนใหญ่จึงเปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภค อาทิ เปลี่ยนจากเนื้อวัวไปเป็นเนื้อไก่ หรือลดปริมาณการบริโภค แต่จากผลการสำรวจพบว่าผู้บริโภคก็ยังยินดีจับจ่ายกับกลุ่มสินค้าขนมปังเบเกอรี่มากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเบเกอรี่ที่ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพสูง ใช้แป้งข้าวสาลีหรือซ็อกโกแลตเกรดที่มีคุณภาพดี ซึ่งทุกวันนี้ผู้บริโภคอาจออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านน้อยลง โดยหันมาปรุงอาหารเองที่บ้านมากขึ้นและใช้ของดีมีคุณภาพมากขึ้น ซึ่งหนึ่งในพฤติกรรมที่เปลี่ยนคือ มีการซื้อสินค้าเบเกอรี่คุณภาพสูงมารับประทานที่บ้านมากขึ้น นักวิเคราะห์จาก Nourish Food Marketing มีความเห็นว่าถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะหันมาซื้อสินค้าเบเกอรี่เกรดที่ดีขึ้น แต่ราคาสินค้าก็ไม่ได้เพิ่มสูงมากนัก เมื่อเทียบกับราคาของเนื้อสัตว์สำหรับเกรดธรรมดา กับเนื้อสัตว์เกรดคุณภาพสูง ที่ค่อนข้างแตกต่างกันมาก

ถึงแม้ว่าชาวแคนาดาส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรมการบริโภคสินค้าขนมปังเบเกอรี่มากขึ้นในช่วงที่ผ่านมา แต่ก็ให้ความสำคัญในเรื่องสุขภาพมากขึ้นเช่นกัน อาทิ สินค้าเบเกอรี่ที่มีกากใยสูง (Hi-fiber) หรือขนมปังเบเกอรี่ที่มีปริมาณสารอาหาร วิตามินสูง รวมถึงการใช้สารทดแทนที่มีสารคาร์โบไฮเดรตที่ต่ำกว่า อาทิ Rye Bread (ธัญพืชไรย์ ที่มีสารโปรตีนสูง) Opsi Bread (วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ไข่ ซีสและเกลือเจาะกลุ่ม Keto) หรือ Ezekiel Bread (วัตถุดิบถั่ว Legume, Millet, Barley, Spelt, lentils เป็นทางเลือกของแป้งข้าวสาลี) โดยเทรนด์ที่สำคัญคือ Low Carb (ปริมาณสารคาร์โบไฮเดรตที่ต่ำ) และ Low Sugar (ปริมาณน้ำตาลต่ำ)

Chickpeas ที่มีลักษณะเป็นของเหลวที่ข้น) รวมถึงการใช้น้ำตาลเทียมที่ผลิตจากสารธรรมชาติ

แคนาดาเป็นหนึ่งในประเทศที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ที่เป็นผลมาจากนโยบาย Immigration ที่เปิดรับคนต่างชาติสามารถย้ายถิ่นฐานมาแคนาดา โดยคนกลุ่มนี้มาจากหลายประเทศทั่วโลก ที่ทำให้มีสินค้าประเภทเบเกอรี่ที่หลากหลายมากขึ้น อาทิ Flatbread Injera จากประเทศเอธิโอเปีย ที่เป็นขนมปังแผ่นบางที่มีความนุ่ม ผลิตจากแป้งจากถั่ว Teff Flour หรือ Nan Bread จากอินเดีย (มีลักษณะคล้ายแผ่นโรตีส แต่มีความหนานุ่มมากกว่า) ซึ่งแม้แต่ห้างค้าปลีกระดับประเทศอย่าง Costco ก็ได้มีการวางจำหน่าย Nan Bread ทั่วประเทศ



สินค้า Par-Baked Bread ที่วางจำหน่ายในร้านเบเกอรี่และห้างค้าปลีกในแคนาดา

นวัตกรรมของสินค้าเบเกอรี่ที่น่าจะมาแรงอีกประเภทได้แก่สินค้า Par-Baked Bread ที่นิยมใช้กับขนมปังครัวซองต์ หรือโดนัทคุกกี้ โดยเป็นเทคนิคการทำขนมปังด้วยการอบให้สุกในระดับประมาณร้อยละ 95 ในครั้งแรก ก่อนนำขนมปังเข้าไปแช่แข็งที่อุณหภูมิติดลบ 40 องศาเซลเซียส เพื่อป้องกันไม่ให้น้ำมันแข็งสูญเสียความชื้นระหว่างแช่

- นโยบายภาครัฐ
- เศรษฐกิจการลงทุน
- แนวโน้มการตลาด
- รายงานสินค้าและบริการ
- อื่นๆ

แข็ง คงไว้ซึ่งคุณภาพและรสชาติที่ดี เมื่อถึงคราวเสิร์ฟ ผู้บริโภคก็นำสินค้า Par-baked มาอบหรืออุ่นด้วยเตาอุณหภูมิที่เหมาะสม จะได้สินค้าที่เหมือนกับที่เพิ่งออกจากเตาที่ร้านเบเกอรี่ แต่สามารถทำเองได้ที่บ้าน เป็นนวัตกรรมที่ทำให้ผู้ผลิตสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพสินค้าและผู้บริโภคได้ประสบการณ์เหมือนกับรับประทานขนมปังที่เพิ่งอบสดใหม่ออกจากเตา ซึ่งเทคนิคของ Par-Baked นี้ใช้กันแพร่หลายในร้านโดนัทหรือร้านขนมปังเบเกอรี่ในธุรกิจ Food Service แต่ปัจจุบันได้มีการพัฒนาเป็นสินค้า Consumer Product มากขึ้น

ความคิดเห็นสำนักงาน

ภาวะเงินเฟ้อ ค่าครองชีพที่สูงขึ้น ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคในแคนาดาในการระมัดระวังการใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม จากผลการสำรวจล่าสุดพบว่า ผู้บริโภคในแคนาดาเพิ่มความนิยมการบริโภคกลุ่มสินค้าประเภทเบเกอรี่มากขึ้นนับตั้งแต่ช่วงโควิด ซึ่งภาวะเงินเฟ้อไม่ได้ส่งผลกระทบต่อยอดขายสินค้าในกลุ่มนี้มากนัก แต่กลับได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะสินค้าเบเกอรี่ประเภทพรีเมียม (Gourmet Bakery) เพราะผู้บริโภคให้ความสำคัญกับวัตถุดิบ รสชาติ และคุณภาพของสินค้ากลุ่มนี้ โดยเทรนด์ที่สำคัญคือ “Low Carb” และ “Low Sugar” ที่แม้ว่าสินค้ากลุ่มนี้จะมีพลังงานแคลอรีที่สูง แต่ผู้บริโภคต้องการสินค้าที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น โดยมองหาสินค้าที่มีการใช้วัตถุดิบทดแทนแป้งสาลี ซึ่งอาจใช้ธัญพืชที่มีสารอาหารโปรตีนสูง ธัญพืชที่มีกากใยมากขึ้น และการใช้สารแทนความหวานจากแหล่งธรรมชาติมาทดแทนน้ำตาล ปัจจัยที่ส่งเสริมเทรนด์ดังกล่าวมาจากคนรุ่นใหม่ได้หันมาเป็นชาววีแกนมากขึ้นลดการบริโภคเนื้อสัตว์และผลิตภัณฑ์จากเนื้อสัตว์ และกระแสของ Plant-Based Meat ที่ทุกวันนี้ไม่ได้เป็นแค่เพียงตลาดเฉพาะ (Niche Market) อีกต่อไป ห้างค้าปลีกรายใหญ่ล้วนมีวางจำหน่ายสินค้าดังกล่าว ร้านอาหารส่วนใหญ่จะต้องมีเมนูที่เป็นอาหารมังสวิรัตมากขึ้น ตามกระแสที่เปลี่ยนไปในแคนาดา

โปรดติดตามความเคลื่อนไหวในการค้าระหว่างประเทศผ่านช่องทางต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ www.ditp.go.th และ www.thaitrade.com หรือโทรปรึกษาเรื่องการการค้าระหว่างประเทศที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร. 1169 (หากโทรจากต่างประเทศ โปรดติดต่อที่ โทร. +66 2792 6900)

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Centre - TORONTO
31 Gloucester Street,
Toronto, ON M4Y 1L8
CANADA

Tel: +1 416 921 5400
Fax: +1 416 921 7545
Email: toronto@thaitrade.ca