

เปิดผลสำรวจชาว Gen Z แคนาดาต้องการอาหาร เพื่อสุขภาพที่ดีขึ้น

นิตยสาร Canadian Grocer รายงานว่า PwC แคนาดาได้เผยแพร่ผลสำรวจเสียงของผู้บริโภค (Voice of the Consumer Report) ประจำปี 2568 ซึ่งได้วิเคราะห์ผลการสำรวจจากผู้บริโภคกว่า 21,000 คน ใน 28 ประเทศ รวมถึงผู้บริโภคชาวแคนาดา 1,020 คน พบว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ในแคนาดา กำลังสนใจเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น โดยให้ความสำคัญกับอาหารที่ปลอดสารเคมี อาหารจากพืช หรืออาหารที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพกายและใจ เช่น อาหารฟังก์ชัน โดยจะยอมจ่ายเงินเพื่ออาหารคุณภาพดี



ซึ่งรายงานผลสำรวจพบว่า ชาวแคนาดา กลุ่ม Gen Z ร้อยละ 20 รับประทานอาหารมังสวิรัตหรือวีแกน เมื่อเทียบกับร้อยละ 12 ของประชากรทั้งหมด นอกจากนั้น ชาวแคนาดา กลุ่ม Gen Z ร้อยละ 22 รับประทานอาหารเนื้อสัตว์ทางเลือกมากกว่า เมื่อเทียบกับร้อยละ 13 ของประชากรทั้งหมด และชาวแคนาดา กลุ่ม Gen Z เกือบร้อยละ 48 กำลังลดการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ เมื่อ

<https://www.newfoodmagazine.com/>

เทียบกับร้อยละ 43 ของประชากรทั้งหมด

จากข้อมูลข้างต้น นายเซบาสเตียน ดอยอน หัวหน้าและหัวหน้าฝ่ายปฏิบัติการเชิงกลยุทธ์ของ PwC แคนาดา กล่าวว่า เมื่อชาว Gen Z กลายเป็นหัวหน้าครอบครัวต่อไป จะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการบริโภคในระยะข้างหน้า ดังนั้น ธุรกิจร้านค้าและผู้ผลิตอาหารต่างๆ อาจต้องมองหาแนวทางในการปรับเปลี่ยนหรือประยุกต์รูปแบบการให้บริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและประสบการณ์ของลูกค้ายุคใหม่ได้ดีขึ้น

☐ นโยบายภาครัฐ ☐ เศรษฐกิจการลงทุน ☐ แนวโน้มการตลาด ☒ รายงานสินค้าและบริการ ☐ อื่นๆ

ยิ่งไปกว่านั้น นายเซบาสเตียน แนะนำ พฤติกรรมของคนรุ่น Gen Z จะพร้อมทำและพร้อมลดการใช้จ่ายเพื่อให้ ความสำคัญกับการกินอาหารที่ดีต่อสุขภาพมากกว่าคนรุ่นก่อนๆ ดังนั้น เพื่อตอบสนองกับพฤติกรรมนี้ ร้านค้าและ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอาหารจะต้องให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น ซึ่งรวมถึงการตรวจสอบย้อนกลับ ที่มาอาหาร ข้อมูลส่วนผสมและคุณค่าทางโภชนาการที่ชัดเจน และรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่และวิธีการปลูก อาหาร เป็นต้น

อย่างไรก็ดี จากความตึงเครียดทางการค้าระหว่างแคนาดากับสหรัฐอเมริกาที่ยังคงดำเนินอยู่ขณะนี้ จนเกิดเป็น กระแสแรงคืให้ชาวแคนาดา “ซื้อสินค้าท้องถิ่น” ตามมานั้น แต่ทว่าในความเป็นจริง แม้ทุกคนอยากสนับสนุนซื้อ อาหารท้องถิ่นมากขึ้น แต่ก็ยังไม่พร้อมที่จะซื้อในราคาที่สูงกว่า โดยมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่พร้อมจะจ่ายเงินเพิ่ม ซึ่งในรายงานระบุว่า ชาวแคนาดาร้อยละ 75 ระบุว่ายินดีจ่ายเงินเพิ่มสำหรับอาหารที่ผลิตในท้องถิ่น แต่ร้อยละ 62 กล่าวว่า ยังคงเลือกซื้อสินค้านำเข้าราคาถูกกว่าสินค้าที่ผลิตในประเทศที่มีราคาแพงกว่า โดยมองที่ความคุ้มค่าของ เงินที่ต้องจ่ายเป็นสำคัญ

ความเห็นสรุป. การบริโภคของ Gen Z ถือเป็นกำลังซื้อสำคัญที่จะมากำหนดทิศทางการตลาดสินค้าอุปโภคบริโภคใน อนาคต โดยเฉพาะกลุ่มอาหาร สุขภาพ และความงาม จึงถือเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่น่าสนใจสำหรับภาคธุรกิจ ซึ่งเมื่อ พิจารณาพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่จะให้ความสำคัญกับประสบการณ์และประโยชน์ตนเองเป็นลำดับต้นๆ ในการ นี้ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมข้างต้นจึงควรติดตามแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ในการปรับเปลี่ยน รูปแบบสินค้าและบริการ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์และเข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้โดยตรงจุด และ ควรเตรียมพร้อมรับมือไว้ล่วงหน้า เนื่องจากหลายเรื่องจำเป็นต้องใช้เวลาในการปรับตัว เพราะหากธุรกิจมีการ วางแผนที่ดีนั้น จะสามารถช่วยให้เปลี่ยนผ่านได้อย่างมีทิศทาง และรับมือกับความท้าทายได้ดีขึ้น

ที่มา <https://canadiangrocer.com/generation-z-canada-driving-demand-healthier-food-choices>