



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

CANADA

รวบรวมและจัดทำโดย
สศต. แวนคูเวอร์ และ สศต. โตรอนโต
ประจำวันที่ ๓๐ พ.ค. - ๓ มิ.ย. ๕๙

ชาวแคนาดาชื่นชอบอาหารต่างชาติ (Ethnic Foods)

ผลการวิจัยชี้... สามในสี่ของชาวแคนาดาชอบที่จะลองอาหารจากชาติต่างๆ ซึ่งเป็นผลมาจากจำนวนผู้ที่ย้ายมาตั้งรกรากในแคนาดาเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้คนแคนาดาค้นเคยต่อวัฒนธรรมต่างชาติ

งานวิจัยเรื่องอาหารต่างชาติ (Ethnic Foods) และรสชาติระบุ ๓ ใน ๔ ของประชากรชาวแคนาดาชอบที่จะเรียนรู้วัฒนธรรมต่างชาติผ่านการลิ้มรสอาหาร และกว่ากึ่งหนึ่งของชาวแคนาดาเปิดรับอาหารจากชาติอื่นๆ มากขึ้นเมื่อเทียบกับเมื่อไม่กี่ปีที่ผ่านมา

อาหารต่างชาติยอดนิยมของชาวแคนาดา ๓ อันดับแรก ได้แก่ อาหารจีน (๘๙%) อาหารอิตาเลียน (๘๔%) และอาหารลาตินอเมริกันและเม็กซิกัน (๘๒%) ทั้งนี้ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคชาวแคนาดาเริ่มที่จะมองหาอาหารต่างชาติที่ไม่เป็นที่นิยมแพร่หลายเพื่อลดความจำเจในการรับประทานอาหาร โดยร้อยละ ๒๐ ของชาวแคนาดาเคยลองรับประทานอาหารที่ได้แรงบันดาลใจมาจากอาหารแอฟริกัน และกึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจที่จะลองรับประทานอาหารแอฟริกัน ในขณะที่ ๑ ใน ๓ ของผู้บริโภคเคยรับประทานอาหารเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มาแล้ว และร้อยละ ๔๔ สนใจที่จะลองทานอาหารดังกล่าว

การที่ผู้บริโภคชาวแคนาดาเปิดรับที่จะลองอาหารของชาติต่างๆ ส่งผลต่อการประกอบอาหารในครัวเรือนด้วย โดยงานวิจัยแสดงให้เห็นว่าร้อยละ ๖๕ เปิดรับอาหารที่ได้แรงบันดาลใจมาจากอาหารต่างชาติ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคชาวแคนาดาจำนวนหนึ่งยังคงลังเลที่จะประกอบอาหารต่างชาติด้วยตนเองที่บ้าน โดยร้อยละ ๓๖ ยังคงไม่กล้าที่จะลองประกอบอาหารต่างชาติด้วยตนเอง และร้อยละ ๓๘ เห็นว่าเครื่องปรุงและส่วนผสมของอาหารต่างชาติหาได้ยากในท้องถิ่น ในขณะที่เกือบสองในสามของผู้ตอบแบบสอบถามให้ข้อมูลว่าก่อนที่จะนำอาหารต่างชาตินั้นๆ มาลองทำเองที่บ้าน ร้อยละ ๖๑ เคยรับประทานอาหารเมื่อนั้นมาแล้ว

ผู้บริโภคชาวแคนาดาไม่กล้าที่จะทดลองประกอบอาหารด้วยตนเองที่บ้าน เพราะขาดความรู้เรื่องแบรนด์สินค้าอาหารต่างชาติ Joel Gregoire ผู้เชี่ยวชาญอาวุโสด้านการวิเคราะห์อาหารและเครื่องดื่มจากบริษัท Mintel กล่าวว่าร้านโกรเซอร์ที่ขายเครื่องปรุงและส่วนผสมอาหาร ethnic foods ควรจับมือกับร้านอาหารฯ เพื่อแนะนำแบรนด์สินค้าเครื่องปรุงและส่วนผสมต่างๆ ให้แก่ลูกค้าชาวแคนาดาที่มารับประทานที่ร้าน และต้องการทดลองประกอบอาหารดังกล่าวด้วยตนเองที่บ้าน เนื่องจากผู้บริโภคมองว่าร้านอาหารเป็นผู้เชี่ยวชาญและมีความน่าเชื่อถือ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความสนใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป โดยร้อยละ ๓๗ ของผู้ตอบแบบสอบถามสนใจที่จะทดลองชิมขนมขบเคี้ยวที่ปรุงแต่งด้วยรสชาติอาหารต่างชาติ ทั้งนี้ กลุ่มผู้บริโภคอายุระหว่าง ๑๘-๓๔ปี เปิดรับที่จะลองชิมอาหาร Ethnic foods มากขึ้นเมื่อเทียบกับไม่กี่ปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ ชาวแคนาดายังสนใจอาหารแบบบรรจุสำเร็จพร้อมอุ่น ที่มีกลิ่นไอของอาหารต่างชาติ และอาหารแบบพกพาซึ่งถือเป็นเรื่องปกติสำหรับประเทศ/ภูมิภาคอื่นๆ อีกด้วย โดยร้อยละ ๔๐ ยินดีที่จะลองรับประทานอาหารที่มีรสชาติของประเทศ/ภูมิภาคอื่นๆ ผสมผสานกัน



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

CANADA

รวบรวมและจัดทำโดย

สศต. แวนคูเวอร์ และ สศต. โตรอนโต

ประจำวันที่ ๓๐ พ.ค. - ๓ มิ.ย. ๕๙

Gregoire กล่าวว่า การที่กลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นเปิดรับอาหารประเภทนี้มากขึ้นกว่าแต่ก่อน ถือเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้สินค้าอาหารประเภทพกพาและขนมขบเคี้ยวที่มีรสชาติของอาหารต่างถิ่น ผสมผสานเติบโตเพิ่มขึ้น พร้อมเสริมว่าขณะนี้แบรนด์สินค้าอาหารต่างๆ ได้มีการคิดค้นที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารแบบพกพา รวมถึงขนมขบเคี้ยวทางเลือกที่มีรสชาติต่างถิ่นผสมผสานมากขึ้นด้วย

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ มองว่าแนวโน้มผู้บริโภคชาวแคนาดาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่เปิดรับอาหารต่างถิ่นมากกว่าในอดีต ก่อให้เกิดโอกาสทางการตลาดแก่ผู้ประกอบการไทยในอันที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารทางเลือกใหม่ๆ ที่มีแรงบัลดาลใจจากอาหารไทยผสมผสานอยู่ในอาหารแบบบรรจุสำเร็จตลอดจนขนมขบเคี้ยว ตัวอย่างของอาหารที่มีกลิ่นไอของความเป็นไทยที่พบในแคนาดาได้แก่ครีมซูปรส “Spicy Thai Chicken” ที่จำหน่ายในร้านฟาสต์ฟู้ด Tim Horton ที่ใส่ซอสพริกศรีราชาเป็นส่วนผสม หรืออย่างร้านชาไข่มุกสไตล์ไต้หวันที่กำลังได้รับความนิยมสูงในมหานครแวนคูเวอร์ ปัจจุบันลูกค้าสามารถเลือกได้ว่าจะใส่นมต่างๆ รวมถึงกะทิ และหลายร้านเริ่มมีทางเลือกประเภทชามากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นชาดำ ชาเขียว รวมถึงเริ่มมีการบรรจุชาไทยไว้ในเมนูในหลายๆ ร้านแล้วเช่น

ความนิยมของอาหารมังสวิรัตินในแคนาดา โอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทย

หลายปีที่ผ่านมาประชากรที่เป็นมังสวิรัตินในแคนาดามีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เป็นเหตุให้ลูกค้าปลีกหลายรายได้หันมาจำหน่ายสินค้าอาหารแช่แข็งที่ปราศจากเนื้อสัตว์ และอาหารมังสวิรัตินมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น แสมเบอร์เกอร์เจหลากหลายยี่ห้อที่ผลิตโดยไมซ์เนื้อสัตว์ และเลียนแบบรสชาติและเนื้อสัมผัสของอาหารเหมือนกับเบอร์เกอร์ทั่วไป เจ้าของกิจการ VG Gourmet Vegetarian นาย Emmanuel Castiel กล่าวว่าตลาดมังสวิรัตินกำลังเติบโตด้านบวก และมีการตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ถึงแม้ว่าเบอร์เกอร์มังสวิรัตินจะมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคมังสวิรัตินเป็นหลัก แต่สินค้าเหล่านี้ก็ยังได้รับการนิยมจากผู้บริโภคทั่วไปที่ต้องการอาหารที่มีคุณภาพและดีต่อสุขภาพ และสามารถประกอบอาหารได้ง่าย

สินค้าอาหารมังสวิรัตินของนาย Emmanuel Castiel นอกจากจะมีการใช้วัตถุดิบคุณภาพดี อย่างเช่น วอลนัท ควินัว สมุนไพร เห็ด น้ำส้มสายชูหมักจากแอปเปิ้ล แครอท และ หัวหอมสด แล้วสินค้าเหล่านี้ยังไม่มีสารกันบูดเจือปน อีกปัจจัยสำคัญในการผลิตสินค้าอาหารมังสวิรัตินก็คือ สารอาหารที่ผู้บริโภคจะได้รับนั้นต้องครบห้าหมู่และเพียงพอสำหรับผู้บริโภค

นอกจากจำนวนประชากรมังสวิรัตินในแคนาดาที่เพิ่มขึ้นแล้ว ผู้บริโภคส่วนมากก็ยังเริ่มหันมาให้ความสนใจในอาหารมังสวิรัตินมากขึ้นและบริโภคเนื้อสัตว์น้อยลง เนื่องจากหลายๆ เหตุผล เช่น ปัญหาเรื่องสุขภาพ เนื้อสัตว์มีราคาแพง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทำให้อาหารมังสวิรัตินได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก

Disclaimer: การเผยแพร่ข้อมูลใน “ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา” มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการให้ข้อมูลแก่ผู้สนใจเท่านั้น สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ จะไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายใดๆ ที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูลนี้ไปใช้



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

CANADA

รวบรวมและจัดทำโดย

ศศต. แวนคูเวอร์ และ ศศต. โตรอนโต

ประจำวันที่ ๓๐ พ.ค. - ๓ มิ.ย. ๕๙

สมาคม Vancouver Humane ได้ทำการสำรวจข้อมูลชาวแคนาดา ๑,๕๐๗ คน ดังนี้

- ปัจจุบันร้อยละ ๓๓ ของชาวแคนาดารับประทานมังสวิรัติหรือลดการบริโภคเนื้อสัตว์ ในขณะที่มีเพียงร้อยละ ๘ ที่แสดงว่าตนรับประทานมังสวิรัติเป็นประจำ
- รัฐบริติชโคลัมเบียเป็นรัฐที่มีผู้บริโภคมังสวิรัติมากที่สุดถึงร้อยละ ๑๓ นอกจากนี้ ร้อยละ ๒๖ ของผู้บริโภคพยายามลดการรับประทานเนื้อ
- ในส่วนของรัฐออนแทรีโอ มีเพียงแค่ร้อยละ ๘ ของประชากรที่เป็นมังสวิรัติ และร้อยละ ๒๓ ที่พยายามลดการบริโภคเนื้อ
- ถึงแม้ว่ารัฐควิเบกจะมีผู้บริโภคมังสวิรัติเพียงแค่ร้อยละ ๗ แต่ร้อยละ ๓๐ ของประชากรแสดงว่าตนลดการบริโภคเนื้อลง
- ร้อยละ ๑๒ ของประชากรทั่วประเทศที่มีอายุระหว่าง ๑๘ - ๓๔ เป็นมังสวิรัติ
- เพียงแค่ร้อยละ ๕ ของประชากรที่มีอายุมากกว่า ๕๕ ขึ้นไปเป็นมังสวิรัติ

จากข้อมูลข้างต้นทำให้เห็นว่า ตลาดอาหารมังสวิรัติกำลังเป็นที่นิยมและได้รับความสนใจจากผู้บริโภคที่เป็นมังสวิรัติและผู้บริโภคทั่วไปในแคนาดา นอกจากนี้ตลาดสินค้าอาหารเจแช่แข็งหรือสำเร็จรูปในแคนาดายังมีโอกาสเติบโตเนื่องจากยังไม่มีสินค้าที่หลากหลาย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ เห็นว่าแนวโน้มตลาดอาหารมังสวิรัติถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ส่งออกไทยในการเจาะตลาดอาหารมังสวิรัติในแคนาดาได้ อย่างไรก็ตาม สิ่งที่คุณประกอบการไทยควรคำนึงถึงคือเรื่องของปริมาณ สารอาหารที่ได้รับ คุณภาพของวัตถุดิบ และรสชาติที่ถูกปากชาวแคนาดาเป็นหลัก เพื่อให้สามารถแข่งขันกับสินค้าอาหารมังสวิรัติอื่นๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จัดทำโดย ศศต. แวนคูเวอร์ และ ศศต. โตรอนโต