

# รายงานข่าวเด่นจากสหรัฐอเมริกา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครชิคาโก

## ตลาดสินค้าขนมขบเคี้ยวในงานแสดงสินค้า Sweets & Snacks Expo 2025



อุตสาหกรรมขนมหวาน ขนมขบเคี้ยว ขนมรับประทานเล่น และขนมลูกกวาดในสหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสหรัฐฯ โดยมียอดขายในปี 2567 มูลค่า 54.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ และมีการจ้างงานกว่า 58,000 ตำแหน่งจากโรงงานผลิตกว่า 1,600 แห่งทั่ว 50 รัฐ และเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนช่วยสนับสนุนการจ้างงานที่เกี่ยวข้องอีกจำนวนกว่า 635,000 ตำแหน่ง

โดยมีสมาคมผู้ประกอบการขนมหวานแห่งชาติ (National Confectioners Association หรือ NCA) ของสหรัฐฯ เป็นผู้จัดงาน Sweets and Snacks Expo งานแสดงสินค้านานาชาติประเภทธุรกิจพบธุรกิจ (B2B) ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคอเมริกาเหนือ และ NCA ได้กำหนดให้เดือนมิถุนายนในสหรัฐฯ เป็นเดือนขนมหวานแห่งชาติ (National Candy Month) ซึ่งเริ่มมีมาตั้งแต่ปี 2517 เพื่อเป็นการเฉลิมฉลองและส่งเสริมยอดขายสินค้าในกลุ่มขนมหวานตลอดทั้งเดือน อีกทั้งเดือนมิถุนายนในสหรัฐฯ เป็นเดือนเริ่มต้นฤดูร้อนในการทำกิจกรรมนอกบ้าน หรือการเดินทางท่องเที่ยวพักผ่อนกับครอบครัวโดยมีขนมหวาน ขนมขบเคี้ยว เป็นเพื่อนร่วมเดินทาง สินค้าในกลุ่มนี้จึงนับได้ว่าอยู่คู่กับผู้บริโภคชาวอเมริกันเกือบทุกเทศกาลสำคัญๆ และยังเป็นสินค้าที่นิยมรับประทานในทุกกลุ่มอายุ

งาน Sweets and Snacks Expo จัดขึ้นมานานร่วม 30 ปีที่นครชิคาโก รัฐ Illinois ศูนย์กลางการผลิตสินค้าลูกกวาดของโลก (Candy Capital of the World) ด้วยมีจำนวนโรงงานผลิตที่มีชื่อเสียงหลายรายตั้งอยู่ จนในปี 2567 สมาคม NCA ได้ย้ายการจัดงานไปที่เมือง Indianapolis รัฐ Indiana เป็นครั้งแรก และล่าสุดจัดขึ้นเมื่อวันที่ 13-15 พฤษภาคม 2568 ที่ผ่านมา ณ ศูนย์แสดงสินค้า Indiana Convention Center บนพื้นที่การจัดงานกว่า 250,000 ตารางฟุต ในเมือง Indianapolis และกำหนดปฏิทินการจัดงานในปีต่อไป โดยจะสลับจัดขึ้นที่เมือง Indianapolis ในปี 2570 2571 2573 2574 และที่เมือง Las Vegas รัฐ Nevada ในปี 2569 2572 และ 2575

บรรยากาศภายในงานในปีนี้มีจำนวนผู้ออกบูทกว่า 1,000 ราย ซึ่งเป็นรายใหม่มีจำนวนกว่า 300 ราย จำนวนผู้เข้าชมงานกว่า 15,000 ราย ทั้งในสหรัฐฯ และจากต่างประเทศกว่า 80 ประเทศ

ปีนี้ สินค้าที่นำมาจัดแสดงเป็นนวัตกรรมใหม่ๆ กว่า 400 รายการ โดยภาพรวมเทรนด์สินค้าประเภท

○ ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ (Functional Snacks) ผู้บริโภคในปัจจุบันมองหาขนมขเคี้ยวที่สอดคล้องกับโภชนาการและสุขภาพมากยิ่งขึ้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกระบวนการแปรรูปน้อยมีปริมาณน้ำตาลและโซเดียมน้อย โดยกลุ่มสินค้าที่ได้รับความนิยม อาทิ โยเกิร์ต ชีสธรรมชาติแบบก้อน และผลิตภัณฑ์ตัวเล็กที่มีโปรตีนสูง

○ บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุจำนวนสินค้าหลายรายการ (Multipack) ด้วยสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ทำให้ ผู้บริโภคต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย แต่มีความหลากหลายของสินค้าในบรรจุภัณฑ์ให้เลือกรับประทาน

○ ผลิตภัณฑ์ที่มีรสชาติใหม่ๆ ด้วยผู้บริโภคต้องการหาประสบการณ์ในรสชาติใหม่ๆ ที่มีการผสมผสานความแปลกใหม่ และมีเนื้อสัมผัสที่รับประทานแล้วเพลิดเพลิน

○ สินค้าที่ผลิตและวางจำหน่ายเฉพาะฤดูกาล ในโอกาสพิเศษ เป็นรุ่น limited

ในทุกๆ ปี สมาคม NCA จะมีการพิจารณาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมสินค้าและมีการมอบรางวัลโดยแยกประเภทรางวัลออกเป็น 12 กลุ่ม อาทิ สินค้าของบริษัท Belle เป็น Gourmet Popcorn Matcha Latte Popcorn ได้รับรางวัลประเภท Best in Show และของบริษัท Nomad ได้รับรางวัลประเภท Small Business Innovator ได้แก่ สินค้า Pad Thai Flavored Ready-to-eat Popcorn หรือในกลุ่มสินค้า Gummy Candy ได้แก่สินค้า Nerds Juicy Gummy Clusters – Strawberry Punch ของบริษัท Ferrara Candy Co หรือสินค้าในกลุ่ม Chocolate เป็นสินค้า Pop & Sol Coconut Flaked White Chocolate Covered Cashews ของบริษัท Kopper's Chocolate/Nuts.Co. เป็นต้น

นอกจากนี้ ภายในงานมีผู้ประกอบการจากประเทศไทยจำนวน 1 ราย ที่ออกบูทภายใต้โครงการ SMEs Pro-active โดยได้รับการสนับสนุนจากกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ คือ บริษัท Wholesome Three International Co., Ltd. ผู้ผลิตและส่งออกขนมขเคี้ยว แบรนด์เจ้าสัว (CHAO SUA) และบริษัท NORA Snacks ผู้ประกอบการไทยสินค้า Seaweed Snacks จากรัฐ California ซึ่งออกบูทด้วยตนเอง

ขนมขเคี้ยว ของรับประทานเล่นในตลาดสหรัฐฯ มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง คาดว่ายอดขายภายในปี 2572 จะมีมูลค่า 70.40 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ด้วยผู้บริโภคชาวอเมริกันร้อยละ 48.8 นิยมรับประทานขนมขเคี้ยว โดยเฉลี่ยวันละมากกว่า 3 ครั้ง และเทศกาลสำคัญๆ ที่นิยมมอบขนมเป็นของขวัญ เช่น Valentine, Easter, Mother's Day, Father's Day, Halloween, Thanksgiving, Christmas, Super Bowl, Back to School และ Teacher Appreciation Day เป็นต้น

เทรนด์ขนมขเคี้ยวเพื่อสุขภาพมีแนวโน้มเติบโตและเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคมากขึ้นตามลำดับ โอกาสของผู้ประกอบการไทยที่ต้องการขยายตลาดส่งออกในตลาดสหรัฐฯ ควรพิจารณา นวัตกรรมสินค้า มีรสชาติแปลกใหม่ การลดปริมาณน้ำตาล เกลือ ไขมัน หรือสารปรุงแต่ง รวมทั้งการศึกษาและปฏิบัติตามกฎระเบียบของ U.S. FDA สหรัฐฯ รวมทั้งกฎระเบียบการห้ามใช้สีต้องห้าม เป็นต้น

นอกจากนี้ ช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวอเมริกัน โดยร้อยละ 49.9 นิยมซื้อสินค้าขนมขเคี้ยวทางออนไลน์ และมีจำนวนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 (YOY) โดยเป็นกลุ่มประชากรที่มีอายุระหว่าง 18- 44 ปี