



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต  
 ชาวเด่นประจำสัปดาห์  
 ระหว่างวันที่ 29 พฤษภาคม – 2 มิถุนายน 2566

### สัญญาณผู้บริโภคแคนาดาจ่ายสินค้าอาหารลดลง ท่ามกลางภาวะเงินเฟ้อ

ตัวเลขล่าสุดจากหน่วยงานสถิติแคนาดาได้สะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคชาวแคนาดา ที่มีการจ่ายสินค้าอาหารลดลง ท่ามกลางภาวะเงินเฟ้อ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาจากตัวเลขสถิติมูลค่าการจ่ายสินค้าอาหารต่อหัว (Food Spending per capita) ของชาวแคนาดา เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงก่อนโควิด โดยในเดือนมีนาคมปี 2562 มีการจ่ายเฉลี่ยมูลค่า 256 เหรียญแคนาดา/คน/เดือน (6,656 บาท/คน/เดือน)



ต่อมาในเดือนมีนาคม 2563 มูลค่าได้เพิ่มขึ้นที่ระดับ 309 เหรียญแคนาดา (8,034 บาท) ในช่วงโควิดนั้น คนส่วนใหญ่ล็อกดาวน์ กักตัวอยู่บ้าน ทำให้เป็นช่วงพีคของยอดจำหน่ายสินค้าอาหารผ่านช่องทางค้าปลีก หลังจากนั้นมูลค่าเริ่มลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในเดือนมีนาคม 2564 อยู่ที่ระดับ 277 เหรียญแคนาดา (7,202 บาท) และในเดือนมีนาคม 2565 ลดลงอยู่ที่ระดับ 256 เหรียญแคนาดา (6,656 บาท) โดยตัวเลขล่าสุดในเดือนมีนาคม 2566 ลดลงมาที่ระดับ 237 เหรียญแคนาดา (6,162 บาท) ซึ่งเป็นตัวเลขการจ่ายสินค้าอาหารที่ต่ำกว่าช่วงก่อนโควิดเสียอีก นอกจากนี้ ตัวเลขสถิติจากบริษัท NIQ ที่มีการจัดเก็บตัวเลขข้อมูลจากห้างค้าปลีกทั่วประเทศในแคนาดาเห็นถึงยอดจำหน่ายสินค้าอาหารในเชิงปริมาณที่ได้ลดลงร้อยละ 2 ในปีที่ผ่านมาตอกย้ำถึงแนวโน้มยอดจำหน่ายและการบริโภคที่เริ่มลดลง

นักวิเคราะห์มองว่าเทรนด์ของยอดจำหน่ายสินค้าในห้างค้าปลีกที่ลดลงนั้น อาจมาจากหลายปัจจัย ตั้งแต่ทางเลือกของการบริโภคอาหารที่มากขึ้น ที่มาจากธุรกิจรับส่งอาหาร (Food Delivery & Takeout) คนรุ่นใหม่ใช้เวลาไปกับกิจกรรมอื่นๆ มากกว่าการปรุงอาหารที่บ้าน ที่เน้นซื้ออาหารมารับประทานที่บ้าน รวมถึงพฤติกรรมที่คนประหยัดมากขึ้น ลดปริมาณการบริโภค (ร้อยละ 62) หันไปจ่ายสินค้า Private Label มากขึ้น (ร้อยละ 46) ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ (ร้อยละ 35) หรือลดการบริโภคผักผลไม้ที่มีราคาแพง (ร้อยละ 21) ที่ทำให้ยอดจำหน่ายของห้างค้าปลีกอาหารในภาพรวมลดลง ถึงแม้ว่า

รายได้ของห้าง Loblaws ซึ่งเป็นห้างค้าปลีกอาหารใหญ่อันดับ 1 ของแคนาดา มียอดจำหน่ายเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.1 ในไตรมาสแรกของปี 2566 แต่ก็เป็นตัวเลขที่ต่ำกว่าอัตราเงินเฟ้อของราคาอาหารที่ระดับร้อยละ 9.1 ในช่วงไตรมาสเดียวกัน ปัญหาในปัจจุบันที่ชาวแคนาดาต้องเผชิญมาจากความสามารถในการจ่ายสินค้าอาหาร (Food Affordability) ที่ภาวะเงินเฟ้อที่ได้ส่งผลให้ค่าครองชีพสูงขึ้น โดยค่าใช้จ่ายของผู้คนส่วนใหญ่ในแต่ละเดือน

จะหมดไปกับค่าอาหาร (Food Cost) และค่าที่พัก (Shelter Cost) เป็นหลัก ในขณะที่รายได้ของผู้คนส่วนใหญ่ไม่ได้ปรับเพิ่มขึ้นตามอัตราเงินเฟ้อในปัจจุบัน ทำให้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้า ซึ่งรวมถึงการลดการบริโภคและการจ่ายสินค้าอาหาร ทั้งในเชิงมูลค่าและปริมาณ



- นโยบายภาครัฐ   
  เศรษฐกิจการลงทุน   
  แนวโน้มการตลาด   
  รายงานสินค้าและบริการ   
  อื่นๆ

**ความเห็นของ สคต.**

สถานการณ์เงินเพื่อล่าสุดในแคนาดาในเดือนเมษายน 2566 (ประกาศเดือนพฤษภาคม 2566) อยู่ที่ระดับ 4.4 ขยับเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 4.3 ในเดือนมีนาคม 2566 โดยเป็นการปรับเพิ่มขึ้นครั้งแรกหลังจากที่ทยอยปรับลดติดต่อกัน 9 เดือน (อัตราเงินเฟ้อเคยอยู่ในระดับสูงสุดในเดือนมิถุนายน 2565 ที่ระดับร้อยละ 8.1) โดยตัวเลขเงินเพื่อล่าสุดในเดือนเมษายน 2566 เพิ่มขึ้นมาจากค่าใช้จ่าย ค่าที่พัก (Shelter Cost) อาทิ ค่าเช่าหรือค่าผ่อนบ้านที่สูงขึ้น และราคาพลังงานที่ได้เริ่มปรับสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม อัตราเงินเฟ้อจากราคาสินค้าอาหารเริ่มชะลอตัวที่ระดับร้อยละ 9.1 ในเดือนเมษายน 2566 ลดลงจาก 9.7 ในเดือนมีนาคม 2566 แต่ก็ยังคงอยู่ในระดับสูง ผลกระทบของเงินเฟ้อได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภคสินค้าอาหาร ที่เริ่มส่งผลให้ยอดจำหน่ายเริ่มชะลอตัวและอาจมีการปรับลดลงอย่างมีนัยสำคัญมากขึ้นในอนาคต ที่อาจส่งผลกระทบต่อการนำเข้าและส่งออกสินค้าอาหารจากไทย ที่ผู้คนที่ต้องหันมารัดเข็มขัดมากขึ้น ท่ามกลางสถานการณ์ที่ค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นแต่รายได้ไม่ได้ปรับเพิ่มขึ้นตามสัดส่วนของค่าใช้จ่ายที่เพิ่ม

สินค้า Private Label เป็นหนึ่งในกลุ่มสินค้าที่เงินเฟ้อผลักดันให้ผู้บริโภคหันมาจับจ่ายกับสินค้าดังกล่าวเพิ่มมากขึ้น หรือพฤติกรรม Brand Switching ที่ผู้บริโภคมองหาแบรนด์สินค้าราคาประหยัดมากขึ้น ที่อาจเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในเจาะกลุ่มสินค้าใหม่ๆ ในแคนาดา

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

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ