



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

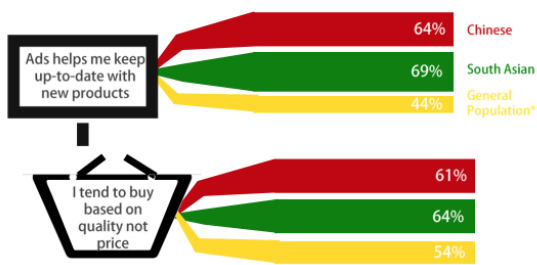
CANADA



รวบรวมและจัดทำโดย
สคร. แวนคูเวอร์ และ สคร. โตรอนโต
ประจำวันที่ ๒๑-๒๕ มีนาคม ๒๕๕๙

ทัศนคติในการบริโภคสื่อของกลุ่มชาติพันธุ์ชาวจีนและเอเชียใต้ในแคนาดา

ที่มา: <http://www.marketingmag.ca/brands/south-asian-chinese-canadians-more-brand-loyal-study-169696>



ปี 2559 IPG Mediabrand ทำการสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมการติดตามสื่อโฆษณาของ 2 กลุ่มชาติพันธุ์คือชาวจีนและเอเชียใต้จำนวน 1,250 คน ในนครโตรอนโตและแวนคูเวอร์ ประเทศแคนาดา จากที่ได้เคยสำรวจครั้งแรกเมื่อ

ปี 2555 ทั้งนี้ สถิติแคนาดาคาดการณ์ว่าใน อีก 12 ปีข้างหน้า (ปี 2574) ประเทศแคนาดาจะมีจำนวนประชากรชาวจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 80 และชาวเอเชียใต้เพิ่มขึ้นร้อยละ 131

- ชาวจีนร้อยละ 64 และชาวเอเชียใต้ร้อยละ 69 ในแคนาดาเชื่อว่าโฆษณาช่วยให้พวกเขาทันกับข่าวสารและผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เมื่อเทียบกับร้อยละ 44 ของประชากรทั่วไป
- ชาวจีนร้อยละ 61 และชาวเอเชียใต้ร้อยละ 64 มีแนวโน้มที่ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าที่คุณภาพไม่ใช่ราคา เมื่อเทียบกับร้อยละ 54 ของประชากรทั่วไป
- ชาวจีน (ร้อยละ 52) และชาวเอเชียใต้ (ร้อยละ 58) มีความภักดีต่อยี่ห้อสินค้ามากกว่า เมื่อเทียบกับประชากรทั่วไป (ร้อยละ 44)
- ร้อยละ 51 ของผู้ตอบแบบสอบถามชาวจีนมักจะยึดติดกับยี่ห้อสินค้าที่ตนคุ้นเคยจากประเทศบ้านเกิด และร้อยละ 46 ให้ความสำคัญกับการโฆษณาที่เป็นภาษาประจำชาติของตนเอง

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



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

CANADA



รวบรวมและจัดทำโดย
สคร. แวนคูเวอร์ และ สคร. โตรอนโต
ประจำวันที่ ๒๑-๒๕ มีนาคม ๒๕๕๙

ความแตกต่างในการบริโภคสื่อ

- ผู้บริโภคชาวจีนจะมีความรู้สึกที่ดีกับบริษัทที่ลงโฆษณาภาษาจีนถึงร้อยละ 45 มากกว่าชาวเอเชียใต้ (ร้อยละ 39)
- ร้อยละ 45 ของผู้บริโภคชาวจีนยอมรับว่าพวกเขาจะมี "ความผูกพัน" กับยี่ห้อสินค้าที่โฆษณาภาษาจีนเมื่อเทียบกับ ร้อยละ 36 ของผู้บริโภคชาวเอเชียใต้

แม้ว่ากฎระเบียบการนำเข้าของประเทศแคนาดาในปัจจุบัน กำหนดให้ต้องติดฉลากบรรจุภัณฑ์ 2 ภาษาคืออังกฤษและฝรั่งเศส แต่สำหรับผู้ส่งออกไทยที่ต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายชาติพันธุ์ชาวจีนนั้น ควรพิจารณาการใส่ภาษาจีนไว้บนฉลากด้วย ซึ่งจะทำให้ชาวจีนเกิดความรู้สึกและทัศนคติที่ดีต่อยี่ห้อสินค้าดังกล่าว ทั้งนี้ สำหรับยี่ห้อสินค้า Ethnic Foods ของไทยที่ขายดีในตลาดจีนจะมีโอกาสมากกว่าในการเข้าสู่ตลาดกลุ่มชาติพันธุ์ชาวจีนในประเทศแคนาดา

มุมมองของห้างค้าปลีกระดับหรูต่อนักช้อปกลุ่มมิลเลนเนียลในแคนาดา

ที่มา: http://www.thestar.com/business/personal_finance/spending_saving/2016/03/11/high-end-retailers-try-to-unravel-millennials-idea-of-luxury.html

ห้างสรรพสินค้าชั้นนำจากสหรัฐอเมริกา อย่างเช่น Saks Fifth Avenue และ Nordstrom ที่ได้ทำการเปิดตัวใน ประเทศแคนาดาเมื่อไม่นานมานี้ ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับผู้บริโภคแคนาดาว่าเป็นกลุ่มที่มีความต้องการบริโภคสินค้าระดับไฮ-เอน ในขณะที่ผู้เชี่ยวชาญด้านการขายและนักวิเคราะห์อย่าง Doug Stephens กลับมองว่าขึ้นอยู่กับกลุ่มผู้บริโภคแต่ละกลุ่ม ยกตัวอย่างเช่นกลุ่มมิลเลนเนียล

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



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

CANADA



รวบรวมและจัดทำโดย
สคร. แวนคูเวอร์ และ สคร. โตรอนโต
ประจำวันที่ ๒๑-๒๕ มีนาคม ๒๕๕๙

(Millennials) ซึ่งเกิดระหว่างปีพ.ศ.2523 - 2543 จัดเป็นกลุ่มที่เข้าถึงยากเพราะคนกลุ่มนี้จะตีความคำว่าสินค้าไฮ-เอน ที่แตกต่างจากความหมายของรุ่นพ่อแม่

ในอดีต คำว่าสินค้าไฮ-เอน หมายถึงสินค้าระดับหรูราคาแพง อย่างเช่นแว่นตากันแดดของ Prada หรือกระเป๋าถือของ Louis Vuitton แต่สำหรับกลุ่ม Millennials แล้ว สินค้าที่มีราคาถูกแต่หวายาก มีจำนวนจำกัด หรือ Limited Edition ก็นับเป็นสินค้าไฮ-เอนได้เช่นกัน

กลุ่มผู้บริโภค Millennials มีมุมมองที่แตกต่างจากกลุ่มผู้บริโภคอื่นๆ คนกลุ่มนี้ต้องการสิ่งที่ต่างออกไปจากสินค้าทั่วไป หรือไม่ก็ประสบการณ์ที่จะได้รับจากการซื้อผลิตภัณฑ์และจะแชร์ประสบการณ์

ดังกล่าวกับเพื่อนฝูงและคนรู้จัก นอกจากนี้ ก็ยังให้ความสำคัญกับขั้นตอนการผลิตสินค้าด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะงานฝีมือ ดังนั้น การแยกแยะสินค้าไฮ-เอน สำหรับคนกลุ่มนี้จึงไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ด้วย เพราะสำหรับคนกลุ่มนี้ การซื้อสินค้าก็เหมือนกับการลงทุน

แม้ว่ากลุ่ม Millennials นั้นจะมีอำนาจซื้อหรือมีรายได้น้อยกว่ากลุ่มอื่น แต่ผู้ค้าปลีกจำนวนมากก็ยังคงให้ความสำคัญ เพราะมองว่าในอนาคต คนกลุ่มนี้จะกลายเป็นกลุ่มที่มีขนาดใหญ่และมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก

จากข้อมูลข้างต้น สำนักส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครแวนคูเวอร์ พิจารณาเห็นแม่ไทยจะไม่ได้มีชื่อเสียงในด้านการผลิตสินค้าแบรนด์หรูระดับโลก แต่จากทัศนคติของกลุ่มมิลเลนเนียล แสดงให้เห็นถึงโอกาสและช่องทางการตลาดของสินค้าไทย โดยสินค้าไทยที่มีศักยภาพในการเจาะกลุ่ม Niche Market นี้ ได้แก่ สินค้าผลิตภัณฑ์แนวดีไซน์ ที่ให้ความสำคัญทางงานฝีมือ และหรือนวัตกรรมที่มี

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



ข่าวเด่นประจำสัปดาห์ในแคนาดา

CANADA



รวบรวมและจัดทำโดย
สคร. แวนคูเวอร์ และ สคร. โตรอนโต
ประจำวันที่ ๒๑-๒๕ มีนาคม ๒๕๕๙

เอกลักษณ์ สร้างความโดดเด่นที่แตกต่างจากสินค้าทั่วไป และยากต่อการเลียนแบบ และเนื่องจากคนกลุ่มนี้ มีความเคยชินกับโซเชียลมีเดีย และสื่อออนไลน์ต่างๆ ดังนั้น ช่องทางที่มีประสิทธิภาพในการเข้าถึงคนกลุ่มนี้จึงเป็นสื่อประเภทโซเชียลมีเดีย และสื่อออนไลน์ต่างๆ นั่นเอง

จัดทำโดย สคร. แวนคูเวอร์ และ สคร. โตรอนโต

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