



# ชาวแคนาดาประจำสัปดาห์ในแคนาดา

รวบรวมและจัดทำโดย  
สศต. โตรอนโต และ สศต. แวนคูเวอร์  
ประจำวันที่ 12-16 ก.ย. 2559

## 1) ชาวแคนาดานิยมกับพฤติกรรมการบริโภคเครื่องดื่มกาแฟ

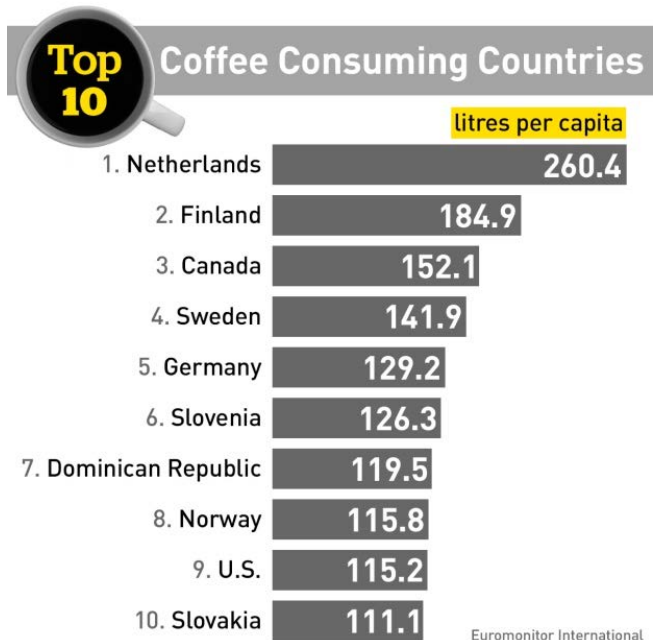
แหล่งที่มา: CBC News 15 กย 59

ร้านกาแฟ Tim Hortons เป็นหนึ่งในร้านกาแฟที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในแคนาดา ที่แต่ละวันชาวแคนาดาจะเข้าแถวซื้อตั้งแต่เวลาช่วงเช้า สาย บ่าย จนถึงค่ำเกือบที่ปัจจุบันมีกว่า 3,600 สาขาทั่วประเทศ มีลูกค้าประจำ ตั้งแต่พนักงานออฟฟิศจนถึงอาชีพคนเลี้ยงเด็กเล็ก โดยพวกเขาเหล่านี้จะรู้สึกดีถ้าได้ดื่มกาแฟ



ก่อนเริ่มงานในแต่ละวัน จากผลการสำรวจกว่า 80 ประเทศทั่วโลก ซึ่งแคนาดาถูกจัดอันดับเป็นที่หนึ่งของโลกในเรื่องของการที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเครื่องดื่มกาแฟนอกบ้าน ตามร้านกาแฟ หรือ Food Court โดยมีอัตราดื่มกาแฟสูงถึง 152 ลิตรต่อคนต่อปีแต่ถ้านับถึงประเทศที่มีการบริโภคมากที่สุดในโลก แคนาดาจะเป็นอันดับสาม รองจาก เนเธอร์แลนด์ และฟินแลนด์ โดยประเทศอย่างอิตาลีไม่ติด 1 ใน 10 ของประเทศที่มีการดื่มกาแฟมากที่สุดในโลก ทั้งนี้บริษัทวิจัย

Euromonitor ได้ทำการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคกาแฟของชาวแคนาดา เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการบริโภคซึ่งจากผลการศึกษารูปได้ว่า สภาพอากาศในแคนาดามีบทบาทสำคัญต่อการบริโภคโดยแคนาดามีอากาศหนาวเย็นตลอดเกือบปี ที่ชาวแคนาดามักมองว่าเครื่องดื่มร้อนๆ อาทิ กาแฟ ชา ร้อน โดยร้าน Tim Horton เป็นร้านกาแฟที่มีจำนวนสาขามากที่สุดในแคนาดาเมื่อเทียบกับอัตราจำนวนร้านกาแฟต่อจำนวนประชากร ก็ยังเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งประวัติของร้านกาแฟ Tim Horton มาจากชื่อนักฮ็อกกี้น้ำแข็งชาวแคนาดาคนดังในอดีต โดยเริ่มสาขาแรกในเมือง Hamilton มณฑล Ontario ในปี 1964 ซึ่งปัจจุบันร้าน Tim Horton มีเกือบทั่วหัวมุมเมือง โดยมี 1 ร้านต่อจำนวนประชากร 9,000 คน ในขณะที่ร้าน McDonald มีอัตราที่ 1 ร้านต่อประชากร 25,000 คน และ ร้านกาแฟ Starbucks มี 1 ร้านต่อ 26,000 คน อัตรา



Euromonitor International

การบริโภคเครื่องดื่มกาแฟในแคนาดา ก็เพิ่มสูงขึ้นโดยในปี 2556 แคนาดาอยู่อันดับที่ 4 และได้ขยับมาเป็นอันดับ 3 ตั้งแต่ปี 2557 ที่มีอัตราการเฉลี่ยการบริโภคกาแฟเพิ่มสูงขึ้น 3.3% ต่อปี

อย่างไรก็ตาม ด้านลบของกาแฟ ได้มีคณวิพากวิจารณ์ว่าหากดื่มกาแฟมากเกินไปจะไม่ดีต่อสุขภาพ แต่ หน่วยงาน International Agency for Research on Cancer ได้ศึกษาผลกระทบจากกาแฟ โดยระบุว่าถ้าหากกาแฟที่บริโภคนั้นมีอุณหภูมิสูงเกินไปอาจมีผลข้างเคียงต่อการก่อมะเร็ง แต่ในทางกลับกันการบริโภคกาแฟอยู่เป็นประจำจะส่งผลดีต่อสุขภาพในเรื่องของการลดความเสี่ยงของการเป็นมะเร็งลำไส้ได้

### ข้อเสนอแนะ

กาแฟกลายเป็นเครื่องดื่มสำคัญที่ได้รับความนิยมอย่างสูงในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมาทั้งในแคนาดาและทั่วโลก ชาวแคนาดาส่วนใหญ่มีพฤติกรรมดื่มกาแฟได้ทั้งวัน ตั้งแต่เช้า สาย บ่าย เย็น ก็แม้กระทั่งหลังอาหาร (แทนผลไม้ อาหารว่าง) ทุกวันนี้ชีวิตที่เร่งด่วนของชาวแคนาดาทำให้ ผู้คนส่วนใหญ่จะมาจับจ่ายซื้อเครื่องดื่มกาแฟจากร้านกาแฟมากกว่าการต้มปรุงกาแฟเองที่บ้าน ซึ่งความสะดวก (ที่มีจำนวนสาขามากมายทั่วประเทศ) และราคาที่ไม่สูงของร้านกาแฟอย่าง Tim Horton กลายเป็นปัจจัยความสำเร็จของร้าน อีกทั้งร้านกาแฟ Tim Horton ยังจำหน่ายโดนัท ขนมปัง แซนวิช ที่ควบคู่กับเครื่องดื่มกาแฟ ซึ่งไทยอาจมองหารวมถึงการพัฒนาเครื่องดื่มของไทย อาทิ ชาร้อน ชานม หรือขนมของทางเล่นที่เข้ากับวิถีชีวิตของชาวแคนาดาที่เน้นความเรียบง่าย สะดวกต่อการเตรียมปรุง มีประโยชน์ต่อสุขภาพและรสชาติที่ดี

## 2) ผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มให้พลังงานตัวใหม่ ของบริษัท Campbell

แหล่งที่มา: นิตยสาร Canadian Grocer, August 2016



บริษัท Campbell's food นั้น เป็นที่รู้จักกันดีสำหรับชาวแคนาดาในเรื่องของ ซุปร้อนๆ ในฤดูหนาว แต่นั้นเป็นเพียงภาพลักษณ์เก่าๆ ของบริษัทฯ แต่บริษัทได้เริ่มบุกตลาดกลุ่มใหม่ที่ใช้สินค้ายี่ห้อ V8+Energy จะแสดงถึงภาพพจน์ใหม่ๆ ของบริษัทที่จะเขย่าความสำเร็จในตลาดอเมริกาเหนือ นับตั้งแต่เดือนสิงหาคมปีที่แล้ว บริษัท Campbell ได้เปิดตัว ผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่เครื่องดื่มชูกำลังที่ไม่มีน้ำตาล แต่ใช้หญ้าหวานแทนสารความหวานอยู่ในรูป

ของกระป๋อง ขนาด 237 มิลลิลิตร และมีคาเฟอีน 80 มิลลิกรัมสกัดจากชาเขียว นั้นหมายความว่า ปริมาณคาเฟอีนเท่ากับ Red Bull (กระป๋องแดง) ในขนาดกระป๋องที่เท่ากัน

“หลังจากการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง 3 ปีในตลาดภูมิภาคอเมริกาเหนือ สินค้า V8+Energy พิสูจน์ให้เห็นแล้วว่า เป็นเครื่องดื่มที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าที่ดี” นาง Kristen Knox (ผู้จัดการฝ่ายอาวุโสแผนกขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่ม บริษัท Campbell ในแคนาดา) กล่าวว่า “บนความสำเร็จที่ยากลำบากในตลาดอเมริกานั้น บริษัท Campbell เล็งเห็นโอกาสในการขายเครื่องดื่มพลังงานในตลาดแคนาดา”

ตามที่ นาง Knox ได้ตัดสินใจนำเครื่องดื่มให้พลังงานดังกล่าวมาผลิตในแคนาดานั้น เพื่อเจาะตลาดแคนาดา โดยเฉพาะกลุ่ม Millennials (มิลเลนเนียล) หรือกลุ่มลูกค้าที่มีอายุระหว่าง 18-34 ปี ทั้งนี้เครื่องดื่มให้พลังงานใหม่ V8 ยังได้ใช้สโลแกน ได้แก่ Energy You Can Feel Good About ทุกวันนี้ บริษัทได้ผลิตและจำหน่าย เพียงแค่ 2 รสชาติ ได้แก่ รสผลไม้พีชผสมมะม่วง และรสบูลเบอร์รี่ผสมทับทิม ที่อยู่ในรูปแบบกระป๋องมีพลังงานเพียง 50 แคลอรี ต่อ กระป๋อง “You’ll have your energy boosted without the feeling a sense of guilt (คุณจะรู้สึกถึงพลังงานเพิ่มขึ้นโดยปราศจากความรู้สึกแยะ)”

จากโฆษณาแคมเปญที่บริษัทปล่อยออกมาทาง Knox กล่าวว่าทางบริษัท Campbell หวังว่าการริเริ่มที่ใช้การตลาดที่หลากหลายช่องทางนั้นจะเป็นตัวช่วยการโฆษณาสินค้า รวมไปถึง การสัมผัสตัวอย่างของผู้บริโภคในร้านค้า การกระจายสินค้าให้ทดลอง และรวมไปถึงการให้คูปอง เธอยังกล่าวต่อไปอีกว่า ตอนนี้บริษัทมีแผนที่จะใช้ “สื่อดิจิทัลในการเข้าสู่กลุ่ม Millennial ที่เป็นเป้าหมายหลักของบริษัท”

### ข้อเสนอแนะ

ผู้ส่งออกไทยควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดใหม่ที่ปราศจากน้ำตาล หรือให้สมุนไพรบางประเภทแทนความหวาน อย่างเช่น ในผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มชนิดใหม่ที่กำลังเกิดขึ้นในแคนาดานี้ ปราศจากน้ำตาล แต่มีการใช้หญ้าหวานแทนน้ำตาล และสารคาเฟอีนที่สกัดจากชาเขียว ผู้ส่งออกไทยเจาะตลาดกลุ่ม Millennial โดยการทำการตลาดออนไลน์ การรีวิวสินค้าออนไลน์ รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดีย ในการทำการตลาดสินค้าที่มีรูปแบบแตกต่างจากกลุ่ม GenX หรือกลุ่ม Baby Boomer

\*\*\*\*\*

สศต. โตรอนโต และ สศต. แวนคูเวอร์