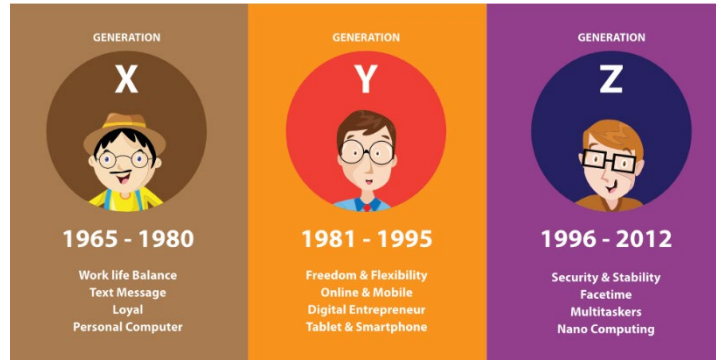




สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต  
 ชาวเด่นประจำสัปดาห์  
 ระหว่างวันที่ 28 มิถุนายน - 2 กรกฎาคม 2564

## เจาะลึกผู้บริโภคระหว่างรุ่น Gen Z และ Gen Y (Millennials) ในแคนาดา

นักการตลาดได้แบ่งผู้บริโภคตามกลุ่มอายุ โดยแต่ละกลุ่มจะมีพฤติกรรม ค่านิยมทัศนคติที่แตกต่างกันออกไปในช่วงหลายปีที่ผ่านมา คนส่วนใหญ่มุ่งให้ความสนใจกับกลุ่มคนรุ่นใหม่หรือที่เรียกกันว่า Millennial (Gen Y) ที่มีอายุระหว่าง 22-40 ปี ที่เกิดระหว่างปี 2524-2542 ที่เป็นกลุ่มที่จะมีกำลังซื้อสูงสุดในอนาคต ซึ่งมีพฤติกรรมบริโภคที่ค่อนข้างแตกต่างไปจากกลุ่มผู้บริโภครุ่นก่อน อาทิ Gen X (อายุระหว่าง 41-56 ปี) หรือกลุ่ม Baby Boomer (ที่มีอายุ 56+ ปี) อย่างไรก็ตามกลุ่ม Gen Z ได้กลายเป็นกลุ่มใหม่ที่จะมีความสำคัญเท่าเทียมกับ Gen Y ที่นักการตลาดบริษัทต่างๆ เริ่มให้ความสนใจกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุน้อยกว่า 22 ปี ซึ่งจากข้อมูลการศึกษาวิจัยสำรวจพบกว่ากลุ่ม Gen Z กับ Gen Y ที่มีความเหมือนกันในเรื่องของการคุ้นเคยกับดิจิทัล เทคโนโลยี การใช้โซเชียลมีเดีย ออนไลน์ช้อปปิ้ง ฯลฯ แต่ Gen Z ก็มีความแตกต่างไปจาก Gen Y ในเรื่องของเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้า ทัศนคติแบรนด์ที่มีต่อสินค้า พฤติกรรมการใช้เงิน เป็นต้น



Gen Z ที่ให้ความสำคัญน้อยกว่าและมองเรื่องเงิน ความประหยัดมากกว่า

**Brand Loyalty:** คนกลุ่ม Gen Z ให้ความสำคัญหรือให้ความเชื่อถือต่อแบรนด์สินค้าน้อยกว่ากลุ่ม Gen Y เนื่องจากคนกลุ่มนี้สามารถหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ทั้งในแง่บวกและ

แง่ลบบนโลกอินเทอร์เน็ตได้อย่างคล่องแคล่ว และไม่ได้เชื่อในทุกอย่างทุกอย่างที่อ่านในโลกออนไลน์ เป็นยุคที่ได้เจอกับข่าวปลอม (Fake News) มากมายที่ทำให้คนรุ่นใหม่จะไม่ได้เชื่อข้อมูลอะไรได้ง่ายๆ เหมือนคนรุ่นก่อนที่จะชอบที่จะศึกษาหาข้อมูลด้วยตนเอง ทั้งด้านบวกและลบมาโต้แย้งกัน ก่อนที่จะสรุปเป็นความเชื่อ ที่รวมถึง Product Review ที่คนกลุ่ม Gen Z จะเต็มไปด้วยข้อมูลหลายช่องทาง ที่ทำให้คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญของแบรนด์น้อยลง เมื่อเทียบกับคนรุ่นก่อน ที่อาจมองว่าแบรนด์เป็นแค่ส่วนประกอบในการเลือกซื้อสินค้าเท่านั้น

**Gen Z มีนิสัย Pragmatic (เชื่อในข้อมูลข้อเท็จจริง) VS กลุ่ม Gen Y มีนิสัย Idealistic (เชื่อในโลกอุดมคติ โลกสวย):** คนกลุ่ม Millennial (Gen Y) จะมีนิสัยค่อนข้างมองโลกในแง่ดีกว่า Gen Z ค่อนข้างไปทางโลกอุดมคติ อาทิ การรักห่วงใยสิ่งแวดล้อม การต่อต้านความไม่เท่าเทียมกันในสังคม การมองปัญหา Climate Change หรือมองหาสังคมในอุดมคติ ในขณะที่กลุ่ม Gen Z จะมองโลกตามความเป็นจริงมากกว่า เพราะคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ได้เติบโตในครอบครัวต้องเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจ ความไม่แน่นอนของสังคม ได้เห็นความยากลำบากของพ่อแม่ ความไม่มั่นคงทางการเงินของครอบครัว ในขณะที่กลุ่ม Gen Y นั้นได้เติบโตในช่วงของเศรษฐกิจที่บูม ครอบครัวส่วนใหญ่มีความมั่งคั่งแล้ว (พ่อแม่ส่วนใหญ่เป็นกลุ่ม Baby Boomer ที่เป็นช่วงเศรษฐกิจเติบโตขาขึ้น) ซึ่งปัจจัยสิ่งแวดล้อมดังกล่าวได้ส่งผลถึงแนวคิดปฏิบัติที่แตกต่างกันระหว่างคนสองกลุ่มนี้

**Customer Experience:** กลุ่ม Gen Y ให้ความสำคัญเกี่ยวกับประสบการณ์ “ร่วม” ของสินค้า/บริการ และยินดีที่จะยอมจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าว ในขณะที่ Gen Z จะระมัดระวังการใช้จ่ายเงินมากกว่า นิยมสินค้าราคาประหยัด นิยมช้อปปิ้ง “ดีล” สินค้าโปรโมชั่นทางออนไลน์ อย่างไรก็ตามคนส่วนใหญ่ชอบมองว่าคนกลุ่ม Gen Y นั้นมีนิสัยติดมือถือ ซื้อสินค้าออนไลน์ ชอบใช้โซเชียลมีเดีย ที่เหมือนกับ Gen Z แต่คนกลุ่มนี้เลือกที่จะออกไปท่องเที่ยวสถานที่ต่างๆ ยอมจ่ายจ่ายเพื่อออกไปสังสรรค์กับเพื่อนฝูงที่ร้านอาหาร ชอบทำกิจกรรมร่วมกับคนอื่น หรือทดลองสินค้า Meal Kit ที่ชอบความท้าทาย ชอบทดลองทำอาหารเอง เมื่อเทียบกับกลุ่ม

- นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

### ความเห็นสำนักงานฯ

ถึงแม้ว่า Gen Z และ Gen Y จะเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย การสื่อสารหลายช่องทาง ความคุ้นเคยการซื้อสินค้าออนไลน์ แต่ความแตกต่างกันในรายละเอียดปลีกย่อยของผู้บริโภค 2 กลุ่มนี้ เป็นสิ่งที่ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญ อาทิ คนกลุ่ม Gen Z จะให้ความสำคัญในเรื่องของมูลค่า (Value) ของสินค้า/บริการมากกว่าความสำคัญของแบรนด์ สินค้าของคนกลุ่ม Gen Y หรือผู้บริโภคในกลุ่ม Gen Y จะให้ความสำคัญของเรื่องการมีส่วนร่วม (Product Engagement) อาทิ ผู้บริโภคกลุ่มนี้ชอบที่จะทดลองสินค้าด้วยตนเอง หรือชอบประสบการณ์ที่หิ้งค้าปลีกมอบให้ อาทิ ชอบการจัดสาธิต ทดลองชิม สินค้าอาหารภายในห้าง หรือการทดลองสินค้าเครื่องสำอางภายในร้านด้วยตนเอง มากกว่ากลุ่ม Gen Z ที่ไม่ให้ความสำคัญของ “ประสบการณ์” เท่ากับ Gen Y แต่กลุ่มนี้ให้ความสำคัญของข้อมูลข้อเท็จจริง และราคาสินค้ามากกว่า หรืออาจเรียกให้ว่า Gen Z มีความอ่อนไหวต่อราคาสินค้า (Price Sensitive) มากกว่า ที่ผู้ประกอบการไทยควรศึกษาเข้าใจและปรับกลยุทธ์สินค้าให้ตรงเข้ากับกลุ่มตลาดที่แตกต่างกันออกไปของผู้บริโภค 2 กลุ่มนี้ในอนาคตที่จะกลายเป็นกลุ่มตลาดที่ใหญ่ที่สุดในแคนาดา เนื่องจากกลุ่ม Gen X (อายุระหว่าง 41-56 ปี) จะเริ่มเข้าสู่ช่วงวัยเกษียณที่กำลังซื้อจะเริ่มลดลง

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

- นโยบายภาครัฐ     เศรษฐกิจการลงทุน     แนวโน้มการตลาด     รายงานสินค้าและบริการ     อื่นๆ