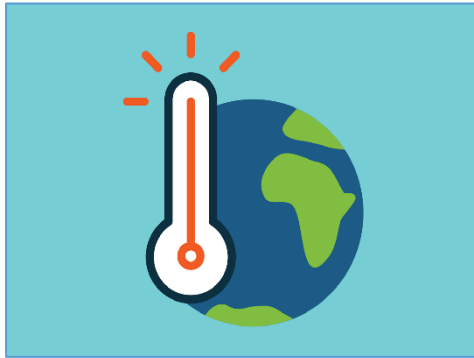




สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต
 ข่าวเด่นประจำสัปดาห์
 ระหว่างวันที่ 6-10 มีนาคม 2566

Climate Change มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในแคนาดา

ฤดูหนาวในแคนาดาปี 2565 มีอุณหภูมิเฉลี่ยสูงกว่าในช่วงหลายสิบปีที่ผ่านมา เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ทำให้ยอดจำหน่ายสินค้าไอศกรีมในช่วงฤดูหนาวที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และสร้างความประหลาดใจให้กับห้างค้าปลีกและนักวิเคราะห์ เนื่องจากกลุ่มสินค้าไอศกรีมเป็นสินค้าฤดูกาล ซึ่งภูมิอากาศมีผลต่อยอดจำหน่าย ยอดจำหน่ายของไอศกรีมจะต่ำในช่วงฤดูหนาวและสูงในฤดูร้อนของแต่ละปี ในปีนี้ไม่เพียงสินค้าไอศกรีมมียอดจำหน่ายที่ดีในช่วงฤดูหนาว สินค้าประเภทเครื่องดื่มเย็น (Cold Beverage) ก็มียอดจำหน่ายที่สูงขึ้นอีกด้วย



ในอดีต ห้างค้าปลีกส่วนใหญ่จะต้องคาดการณ์อุปสงค์ (Demand) ในอนาคตและวางแผนการสั่งสินค้าล่วงหน้าที่ปรับไปตามฤดูกาล สินค้าบางอย่างจะขายดีในฤดูร้อนและสินค้าบางชนิดจะขายดีในฤดูหนาวหรือตามเทศกาลต่างๆ ตั้งแต่ วันตรุษจีน วันชาติแคนาดา วันวาเลนไทน์ วันอีสเตอร์ เทศกาลคริสต์มาส ซึ่งในอดีต ภูมิอากาศในแต่ละฤดูกาลในแคนาดาจะค่อนข้างคาดการณ์ได้ง่าย

ภาวะโลกร้อนในแคนาดา ดูเหมือนจะส่งผลกระทบต่อสินค้ากลุ่มไอศกรีม แต่ก็มีกระทบเชิงลบกับสินค้าบางชนิดเช่นกัน สินค้าที่เคยมียอดจำหน่ายสูงหรือมีอัตราการใช้สูงในฤดูหนาว อาทิ สินค้าเกลือโรยถนน (Road Salt) เพื่อละลายหิมะบนท้องถนน ทางเดินหรือที่จอดรถ มียอดจำหน่ายในปี 2565 ลดลงถึงร้อยละ 24 เนื่องจากภูมิอากาศในฝั่งตะวันออกแคนาดามีอุณหภูมิที่อุ่นมากกว่าปีก่อนๆ และมีปริมาณหิมะตกน้อยกว่า อุณหภูมิจึงมีผลต่อการบริโภคสินค้าเหล่านี้ในแต่ละปี

เป็นรูปแบบ (Pattern) ที่คล้ายคลึงกันทุกๆ ปี แต่ปัจจุบันผลกระทบของ Climate Change ที่มีความผันผวนสูง อาทิ ฤดูหนาวแต่ไม่หนาวมากหรือเป็นสภาพอากาศที่ผิดปกติไม่ตรงตามฤดูกาล (Extreme Weather) ทำให้ห้างค้าปลีกวางแผนในการจัดสต็อกสินค้าได้ยากขึ้น โดยนับตั้งแต่ช่วงการแพร่ระบาดของโควิด พฤติกรรมและความต้องการสินค้ามีความผันผวนสูง โดยมีปัจจัยตั้งแต่ pent-up Demand ภาวะเงินเฟ้อ ค่าครองชีพสูง รวมถึงความเสี่ยงด้านภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) โดยปัจจัย Climate Change ได้กลายเป็นปัจจัยใหม่ที่นักการตลาดควรให้ความสำคัญมากขึ้นในอนาคต ที่จะส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ห้างค้าปลีกในทุกวันนี้ ต้องปรับรูปแบบสินค้าให้เร็วและตรงกับ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค และปรับตามสภาพภูมิอากาศมากขึ้น อาทิ หากอุณหภูมิมีแนวโน้มจะหนาวมากขึ้นก็จะเพิ่มจำนวนสินค้าชุปร้อนๆ มากขึ้น หรือถ้าอากาศที่อุ่นมากขึ้นจะเพิ่มจำนวนสินค้าผักสลัดมากขึ้น หรือเครื่องดื่มเย็น โดยแคมเปญการตลาดล่าสุดของบริษัท 7-Eleven Canada ร่วมกับ Mountain Dew ในการประชาสัมพันธ์เครื่องดื่มเย็น Slurpee ในช่วงฤดูหนาวที่ผ่านมา ที่ใช้สโลแกน "It's always cold at first, but then you warm up" กระตุ้นให้ผู้บริโภคหันมาบริโภค Slurpee มากขึ้นในฤดูหนาว ซึ่งเป็นแคมเปญที่ประสบความสำเร็จสูง ได้การตอบรับที่ดีจากผู้บริโภค ซึ่งเป็นแผนการตลาดของบริษัท 7-Eleven Canada ที่ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนไปในแคนาดา



ความคิดเห็นสำนักงาน

ในอดีตความเสี่ยงในธุรกิจส่วนใหญ่จะมาจากภาวะเศรษฐกิจ

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

อาทิ ภาวะเงินเฟ้อ การว่างงาน อัตราดอกเบี้ย รวมถึงความเสี่ยงใน ด้านห่วงโซ่อุปทาน ค่าขนส่งที่ผันผวนที่ส่งผลโดยตรงกับต้นทุนสินค้า แต่ปัจจุบันความเสี่ยงมาจากปัจจัยที่ไม่แน่นอน เช่น Climate Change ภัยแล้ง หรือภัยน้ำท่วมซึ่งไม่เพียงมีผลต่อฝั่งผู้ผลิตและส่งผลกระทบต่อผลผลิตการเกษตร แต่ยังมีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอีกด้วย ใน แคนาดาภาวะโลกร้อนส่งผลให้ 2565 เป็นปีที่มีอุณหภูมิสูงกว่าค่าเฉลี่ย ในรอบหลายสิบปี (เป็นปีที่มีอุณหภูมิสูงเป็นอันดับ 3 ในรอบ 75 ปี รองจากปี 2555 และปี 2541) ส่งผลให้สินค้าเคยมียอดจำหน่ายต่ำใน ฤดูหนาว ยอดจำหน่ายที่ปรับสูงขึ้น อาทิ กลุ่มสินค้าไอศกรีม และ เครื่องดื่มเย็น (Cold Beverages) โดยผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ตามสภาพอากาศ ซึ่งนักวิเคราะห์ห้มองว่า Climate Change จะมีผล ระยะยาวต่อสภาพอากาศในแคนาดา และทำให้อุณหภูมิเฉลี่ยสูงขึ้นอีก ในอนาคต โดยสินค้า Seasonal Product ที่ขายดีในฤดูร้อน ตั้งแต่ เครื่องดื่มเย็น น้ำมะพร้าว ไอศกรีม อุปกรณ์กีฬาฤดูร้อน อุปกรณ์ทำ สวน สินค้า Patio Furniture (เฟอร์นิเจอร์กลางแจ้ง) จะมีช่วงฤดูกาล จำหน่ายในแต่ละปีที่ยาวมากขึ้น ผู้ประกอบการไทยจึงควรติดตามการ เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในแคนาดาและปรับกลยุทธ์สินค้าให้ เข้ากับสภาพตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป

โปรดติดตามความเคลื่อนไหวในการค้าระหว่างประเทศ ผ่านช่องทางต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ www.ditp.go.th และ www.thaitrade.com หรือโทรปรึกษาเรื่องการค้าระหว่างประเทศที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร. 1169 (หากโทรจากต่างประเทศ โปรดติดต่อที่ โทร. +66 2792 6900)

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ