



สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครโทรอนโต
 ข่าวเด่นประจำสัปดาห์
 ระหว่างวันที่ 25-29 กรกฎาคม 2565

ผู้บริโภคแคนาดาตามองหาความหลากหลายของเครื่องดื่มสุขภาพมากขึ้น

ฤดูร้อนของแต่ละปีในแคนาดา (มิถุนายน-กันยายน) เป็นช่วงที่สินค้าเครื่องดื่มเกือบทุกประเภทมียอดจำหน่ายสูงเมื่อเทียบกับฤดูกาลอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ตัวเลขสถิติล่าสุดจากบริษัท Nielson IQ ที่จัดเก็บจากยอดจำหน่ายสินค้าเครื่องดื่มจากห้างค้าปลีกทั่วประเทศพบว่าสินค้าเครื่องดื่มมีการขยายตัวอย่างมีนัยสำคัญ โดยในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา ยอดจำหน่ายเครื่องดื่มในแคนาดาขยายตัวจาก 4.46 พันล้านเหรียญแคนาดา (1.24 แสนล้านบาท) เป็น 4.78 พันล้านเหรียญแคนาดา (1.33 แสนล้านบาท) มีอัตราการขยายตัว 7.17%

ทั้งนี้ กลุ่มเครื่องดื่มที่มีการขยายตัวสูงในช่วงปีที่ผ่านมา ได้แก่ เครื่องดื่ม Premium Soda เครื่องดื่ม Seltzer ที่ผลิตจากน้ำอัดแก๊สผสมกับแอลกอฮอล์พร้อมเติมกลิ่นผลไม้ รวมถึงสินค้า Functional Beverage เป็นเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของสารอาหารเสริม ไบโตามิน

ถึงแม้ว่าเครื่องดื่มใหม่ๆ ส่วนใหญ่ที่มีระดับน้ำตาลต่ำ ถูกมองว่าเป็นเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ หรือเครื่องดื่มประเภท Adaptogenic Drink ที่อ้างว่าช่วยการผ่อนคลายปรับสภาพอารมณ์ (Relaxation) เริ่มได้รับความนิยมมากขึ้นในตลาดหลัก (Mass Market) มากขึ้น แต่นักวิเคราะห์ยังคงมองว่า ปัจจัยเรื่อง “รสชาติ” (Taste Profile) ของสินค้าที่ยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด สำหรับสินค้าเครื่องดื่ม



ในปี 2564 บริษัท Canada Dry ได้ออกสินค้าใหม่ ได้แก่ Premium Light Tonic Water ที่มีปริมาณแคลอรีน้อยกว่าสินค้าปกติถึง 43% และได้รับผลตอบรับที่ดี เนื่องจากตอบใจผู้บริโภคที่มองหาทางเลือกของสินค้า ที่เน้นการใช้สารสกัดจากธรรมชาติ (Natural Ingredient) มีปริมาณน้ำตาลและแคลอรีต่ำ

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

นอกจากนี้ เครื่องดื่ม Heathy Hybrid Beverage ได้เริ่มกลายเป็นกลุ่มสินค้าใหม่ (New Product Category) โดยเป็นการผสมผสานระหว่างคุณสมบัติเรื่องสุขภาพ (Health) กับประโยชน์อื่นๆ ของสินค้า (Function) อาทิ เครื่องดื่มแบรนด์ WakeWater ซึ่งเป็นเครื่องดื่มมีส่วนผสมของสารคาเฟอีน (ช่วยทำให้กระปรี้กระเปร่า) และน้ำแร่ (Sparkling Water) โดยอ้างว่าไม่มีส่วนผสมของน้ำตาล หรือสารให้ความหวานเทียมอื่นๆ (Sweetener) ทั้งนี้ มีปริมาณสารคาเฟอีนเทียบเท่ากับเครื่องดื่มชูกำลังแบรนด์ Red Bull หรือ Monster ซึ่งสารคาเฟอีนของ WakeWater สกัดมาจากชาเขียว



ตลาดเครื่องดื่มในแคนาดามีขอบเขตที่กว้างไปกว่าน้ำอัดลม ชา กาแฟ หรือน้ำผลไม้ที่คนส่วนใหญ่คุ้นเคยในอดีต และได้มีการพัฒนาอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ ความหลากหลายของการใช้วัตถุดิบ ซึ่งผู้บริโภคทุกวันนี้เริ่มเปิดใจ ถลองรสชาติใหม่ๆ มากขึ้น อาทิ เครื่องดื่มที่ผลิตจากผักผลไม้ อาทิ หัวบีตรูท (Beet Root) ผัก Swiss Chard ชิง (Ginger) พริกฮาลาพิโน (Jalapeno) จูนิเปอร์เบอร์รี่ (Juniper Berry) ที่มีวางจำหน่ายแล้วในแคนาดา

ความคิดเห็นสำนักงาน

กลุ่มผู้บริโภค Millennial (อายุ 21-37 ปี) และกลุ่ม Gen Z (8-20 ปี) เป็นตลาดผู้บริโภคหลักของสินค้าเครื่องดื่มในแคนาดา และมีอิทธิพลต่อสภาพการแข่งขันในตลาด ส่งผลให้ผู้ผลิตต่างๆ ต้องคิดค้นนวัตกรรมรวมถึงออกผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่องเพื่อ

ตอบสนองกับความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป โดยสินค้าเครื่องดื่มที่
ออกใหม่ในทุกวันนี้ นอกจากจะต้องมี “รสชาติ” ที่ดีเป็นสำคัญแล้ว
จะต้องมีคุณสมบัติเสริมอื่นๆ อีกด้วย เช่น เพิ่มสารอาหารเพื่อสุขภาพ
วิตามิน สารสร้างภูมิคุ้มกัน มีปริมาณน้ำตาลต่ำ (รวมถึงการใช้สาร
ความหวานทดแทนสกัดจากธรรมชาติ) มีแคลอรีต่ำ รวมถึง
อรรถประโยชน์ใหม่ๆ อาทิ การช่วยปรับสภาพผู้ดื่มน้ำ สร้างความ
ผ่อนคลาย ได้กลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ของสินค้าเครื่องดื่ม ที่ไม่ใช่แค่
เพียงเพื่อดับกระหาย เท่านั้น

ปัจจุบันกระแสของตลาดสินค้าเครื่องดื่มในแคนาดาที่มีความ
หลากหลายมากขึ้น น่าจะส่งผลต่อการต่อยอดสินค้า “สมุนไพรไทย”
ในการพัฒนาสินค้าในรูปแบบเครื่องดื่ม Functional Drinks มากขึ้น
เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค เนื่องจากเครื่องดื่มเป็น
รูปแบบสินค้าที่ง่ายและสะดวกต่อการบริโภค มีศักยภาพทางการตลาด
สูง เมื่อเทียบกับสินค้าสมุนไพรไทยในรูปแบบสินค้า Processed
Food หรือยา (อาหารเสริม)

โปรดติดตามความเคลื่อนไหวในการค้าระหว่างประเทศผ่าน
ช่องทางต่างๆ ของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
www.ditp.go.th และ www.thaitrade.com หรือโทรปรึกษาเรื่อง
การค้าระหว่างประเทศที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ โทร.
1169 (หากโทรจากต่างประเทศ โปรดติดต่อที่ โทร. +66 2792 6900)

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ