

NEW TRENDS RESHAPING THE BEVERAGE INDUSTRY

เทรนด์ใหม่พลิกเกมอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

บันทึก ไซคลิสติก

BOOKETING



เทรนด์ใหม่พลิกเกมอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม
NEW TRENDS RESHAPING
THE BEVERAGE INDUSTRY

ราคา

99 บาท

จำนวนหน้า

141 หน้า

บรรณาธิการ

ภาวนา อรัญญิก

หัวหน้ากองบรรณาธิการ

บัณฑิต โชคลิทธิกร

กองบรรณาธิการ

ปรีชญ์ พันแสงระวี

ออกแบบปก

CMYK BANGKOK

ศิลปกรรม

CMYK BANGKOK

CMYK.BANGKOK@GMAIL.COM

พิสูจน์อักษร

กัลชนา ทิชากร

บจ.มาร์เก็ตอินโฟ แอนด์ คอมมิวนิเคชั่น

3769/46 เจริญราษฎร์ 7 แขวง 7-6 บางโคล่

บางคอแหลม กรุงเทพฯ 10120

โทร. 093 9415294

EMAIL>>MAGKETING.EDITOR@GMAIL.COM

คำนำ

ในช่วง 3-5 ปีข้างหน้า ตลาดเครื่องดื่มทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย กำลังจะเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่จากหลายมิติ ทั้งในเชิงพฤติกรรมผู้บริโภค เทคโนโลยี ภาวะสิ่งแวดล้อม เศรษฐกิจ ตลอดจนแนวโน้มด้านสุขภาพ ความยั่งยืน และการพัฒนาด้านนวัตกรรม โดยเทรนด์เหล่านี้จะกลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเครื่องดื่มต้องจับตามองและปรับตัวให้ทัน

CONTENT

004	คำนำ
007	Chapter 1 โลฟสไตล์ผู้บริโภคเปลี่ยน
009	- ความต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว
030	- กรณศึกษาของพลังการตลาดเชิงประสบการณ์
036	Chapter 2 กระแสดูแลตัวเองให้ดูดีทั้งภายในและภายนอก
041	- สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีแบบองค์รวม
053	- การป้องกันมากกว่าการรักษา
056	- การแพทย์เฉพาะบุคคลและโภชนาการที่ปรับตามบุคคล
062	Chapter 3 คุณค่าด้านความรู้สึกและประสบการณ์ที่น่าจดจำ
067	- ประสบการณ์เฉพาะบุคคล
069	- Case Study กลยุทธ์การสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคล

CONTENT

082	- Case Study กลยุทธ์การตลาดแบบประสบการณ์
089	- การบริโภคแบบลองก่อนซื้อ
099	Chapter 4 ใช้จ่ายแบบคุ้มค่า
103	- Case Study กลยุทธ์การใช้จ่ายแบบคุ้มค่า
113	- Case Study เครื่องดื่มที่มีประโยชน์ใช้สอยหลากหลาย
117	- แบรินด์ทางเลือกได้รับความนิยมมากขึ้น
124	Chapter 5 การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน
129	- การตระหนักถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมีมากขึ้น
135	- Case Study การบริโภคอย่างมีสำนึก
036	- การลดขยะและพลาสติกแบบใช้ครั้งเดียว



CHAPTER 1

ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคเปลี่ยน

ไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคเปลี่ยน

ในโลกยุคใหม่ที่หมุนเร็วกว่าเดิมจากแรงขับเคลื่อนของเทคโนโลยีดิจิทัล การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อม รวมถึงวิกฤตการณ์ระดับโลก เช่น โควิด-19 หรือภาวะโลกร้อน ล้วนส่งผลกระทบโดยตรงต่อพฤติกรรมและวิถีชีวิตของผู้บริโภค ไลฟ์สไตล์ของผู้คนในปัจจุบันจึงเปลี่ยนไปจากอดีตอย่างเห็นได้ชัด โดยการเปลี่ยนแปลงนี้ไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะด้านใดด้านหนึ่ง แต่มีความซับซ้อนและหลากหลายครอบคลุมทุกมิติของการดำเนินชีวิต ตั้งแต่การใช้เวลา การบริโภค การทำงาน การเลือกใช้สินค้า ไปจนถึงค่านิยมในการดำรงชีวิต

นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคต้องการความสะดวกสบายในการเข้าถึงสินค้าและบริการ ไม่ว่าจะเป็นการจัดส่งที่รวดเร็ว การชำระเงินที่หลากหลาย หรือบริการที่พร้อมให้บริการทุกที่ทุกเวลา

1.1 ความต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว

ในยุคปัจจุบันที่ทุกสิ่งขับเคลื่อนด้วยความเร็วและเทคโนโลยี ความต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วได้กลายเป็นหนึ่งในแรงผลักดันหลักที่กำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค วิถีชีวิต และการพัฒนาของสังคมโดยรวม ไม่ว่าจะเป็นในมิติส่วนตัว การทำงาน หรือแม้แต่การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ผู้คนต่างโหยหาโซลูชันที่สามารถช่วยประหยัดเวลา ลดความยุ่งยาก และมอบประสบการณ์ที่ราบรื่นไร้รอยต่อ เช่น การเลือกใช้บริการหรือสินค้าที่ตอบโจทย์ “เร็ว ง่าย ได้ทันที” เช่น อาหารพร้อมรับประทาน บริการเดลิเวอรี่

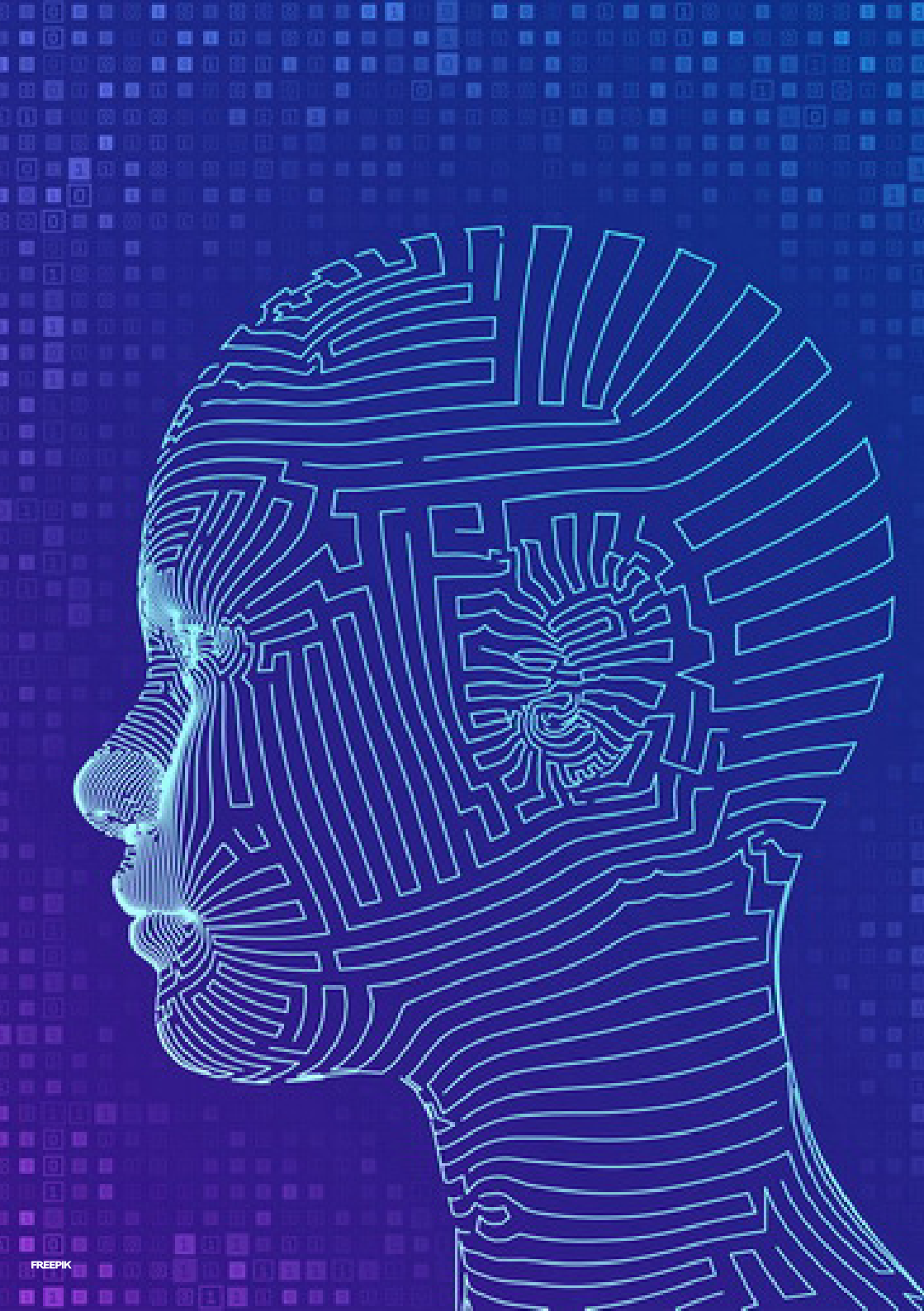
หรือกรณีบริการเรียกรถผ่านแอปพลิเคชัน การนำทางด้วย GPS ที่แม่นยำ และการขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพสูง ล้วนเกิดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการเดินทางที่รวดเร็วและสะดวกสบาย ลดเวลาที่ต้องเสียไปกับการจราจรหรือการรอคอย

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยความสะดวกสบายและรวดเร็วไม่ได้เกิดขึ้นมาลอยๆ แต่เป็นผลพวงจากการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยีที่สำคัญหลายประการ อาทิ

-ตารางเวลาที่แน่นขนัด : ในโลกที่การแข่งขันสูงขึ้น ผู้คนจำนวนมากมีตารางเวลาที่อัดแน่นไปด้วยภาระหน้าที่ ทั้งการทำงาน การเรียน การดูแลครอบครัว และกิจกรรมส่วนตัว เวลาจึงกลายเป็นทรัพยากรที่มีค่า และทุกนาทีที่ประหยัดได้มีความหมายอย่างยิ่ง

-การเข้าถึงข้อมูลและเทคโนโลยีที่ง่ายขึ้น : การแพร่หลายของอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน และแอปพลิเคชันต่างๆ ทำให้ผู้คนคุ้นชินกับการเข้าถึงข้อมูลและบริการได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส ความคาดหวังในการได้รับบริการที่รวดเร็วทันใจจึงสูงขึ้นตามไปด้วย

-วัฒนธรรม “On-Demand” : โมเดลธุรกิจที่เน้นการให้บริการตามความต้องการ (On-Demand) เช่น บริการส่งอาหาร บริการเรียกรถ หรือบริการสตรีมมิ่ง ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงทัศนคติของผู้คนให้เชื่อว่าทุกสิ่งสามารถเกิดขึ้นได้ทันทีที่ต้องการ



-การลดภาระทางปัญญาและทางกายภาพ : ผู้คนมักเลือกทางเลือกที่ต้องใช้ความคิด การตัดสินใจ หรือการลงแรงน้อยที่สุด การมีตัวเลือกที่ง่ายและรวดเร็วจึงเป็นที่นิยม เพราะช่วยลดความเหนื่อย ลำบากจิตใจและทางกายภาพ

ความต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็วได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดทิศทางของ ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ดังนี้

-การปรับตัวสู่ดิจิทัล : ธุรกิจที่ไม่ปรับตัวเข้าสู่แพลตฟอร์มดิจิทัลและนำเสนอช่องทางที่สะดวก สบายแก่ลูกค้า มักจะประสบปัญหาในการแข่งขัน

-นวัตกรรมที่เน้นผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง : การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการต้องคำนึงถึงประสบการณ์ ผู้ใช้ (User Experience – UX) เป็นหลัก โดยเน้นความง่ายในการใช้งาน ความรวดเร็ว และความ น่าเชื่อถือ

-การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการ : ธุรกิจต่างต้องหาวิธีลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ทำให้กระบวนการ ต่างๆ ภายในและภายนอกองค์กรมีความคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น เพื่อส่งมอบบริการที่ดีที่สุดแก่ ลูกค้า

-การใช้ข้อมูลและปัญญาประดิษฐ์ (AI) : เพื่อตอบสนองความต้องการส่วนบุคคลและคาดการณ์ พฤติกรรมลูกค้า ธุรกิจต่างๆ หันมาใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) และ AI เพื่อวิเคราะห์และนำ เสนอทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดในเวลาอันรวดเร็ว

แม้ความสะดวกสบายและรวดเร็วจะนำมาซึ่งประโยชน์มากมาย แต่ก็มีผลทำร้ายและข้อควร พิจารณางานประการ อาทิ

-ความคาดหวังที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง : เมื่อผู้คนเคยชินกับความสะดวกสบายระดับหนึ่งแล้ว ความ คาดหวังก็จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ทำให้ธุรกิจต้องพัฒนานวัตกรรมอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความ

ต้องการที่ไม่หยุดนิ่ง

-ผลกระทบต่อคุณภาพและความละเอียด : บางครั้งการมุ่งเน้นความเร็วมากเกินไป อาจส่งผลให้คุณภาพของสินค้าหรือบริการลดลง หรือขาดความละเอียดรอบคอบที่จำเป็น

-ความเสี่ยงด้านข้อมูลส่วนบุคคลและความปลอดภัย : การใช้เทคโนโลยีเพื่อความสะดวกรวดเร็วมักแลกมากับการแบ่งปันข้อมูลส่วนบุคคล ซึ่งนำมาซึ่งความกังวลด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยของข้อมูล

-ความแตกต่างทางดิจิทัล (Digital Divide) : การเข้าถึงเทคโนโลยีและความสะดวกรวดเร็วไม่ได้เท่าเทียมกันในทุกกลุ่มประชากร ซึ่งอาจนำไปสู่ช่องว่างทางสังคมที่กว้างขึ้น

-ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม : การจัดส่งที่รวดเร็ว การผลิตที่เร่งรีบ และการบริโภคที่เพิ่มขึ้น อาจส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ปัญหาขยะ หรือการใช้พลังงานที่เพิ่มขึ้น

โดยสรุปแล้ว “ความต้องการความสะดวกสบายและรวดเร็ว” คือปรากฏการณ์ทางสังคมที่สำคัญในยุคปัจจุบัน เป็นแรงขับเคลื่อนที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิต พฤติกรรมผู้บริโภค และทิศทางของธุรกิจทั่วโลก มันสะท้อนให้เห็นถึงความปรารถนาของผู้คนที่จะมีชีวิตที่ง่ายขึ้น มีเวลามากขึ้น และสามารถเข้าถึงทุกสิ่งที่ต้องการได้ทันทีและไร้ซึ่งอุปสรรคใดๆ อย่างไรก็ตาม การตอบสนองความต้องการนี้จำเป็นต้องคำนึงถึงผลกระทบในด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและสมดุลในระยะยาว

1.2 การจัดส่งที่รวดเร็ว การชำระเงินที่หลากหลาย

ในยุคที่การค้าออนไลน์เติบโตอย่างรวดเร็ว ความพึงพอใจของลูกค้ากลายเป็นหัวใจสำคัญของความสำเร็จทางธุรกิจ สองปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อประสบการณ์การซื้อของผู้บริโภคคือ “การจัดส่งที่รวดเร็ว” และ “การชำระเงินที่หลากหลาย” ซึ่งไม่เพียงเพิ่มความสะดวกรวดเร็ว แต่ยังสร้าง

ความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับธุรกิจ รองรับการที่เทคโนโลยีและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

การจัดส่งที่รวดเร็วเป็นเสมือนสะพานเชื่อมโยงระหว่างความต้องการของลูกค้ากับความสามารถของธุรกิจในการตอบสนองอย่างทันทีทันใด ในยุคที่ทุกวินาทีมีค่า ลูกค้าคาดหวังว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการของตนภายในระยะเวลาที่สั้นที่สุดเท่าที่เป็นไปได้ ไม่ว่าจะเป็นการสั่งซื้อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การดำเนินการจัดส่งที่รวดเร็วและแม่นยำจะช่วยลดความกังวลและเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าเห็นภาพลักษณ์ของธุรกิจที่ใส่ใจในความสะดวกสบายและความรวดเร็ว การใช้เทคโนโลยีล้ำสมัย เช่น ระบบติดตามพัสดุแบบเรียลไทม์ การจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะ หรือ การเลือกใช้บริการจัดส่งที่มีความน่าเชื่อถือที่สุด ย่อมเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถส่งมอบประสบการณ์ที่เหนือกว่าความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การจัดส่งที่รวดเร็ว (Fast Delivery) หมายถึง การส่งสินค้าหรือบริการถึงมือผู้บริโภคในเวลาอันสั้น โดยใช้กระบวนการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ ความเร็วในการจัดส่งเป็นหนึ่งในปัจจัยตัดสินใจซื้อของลูกค้า เนื่องจากผู้บริโภคในยุคดิจิทัลต้องการความสะดวกสบายและความรวดเร็ว โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าที่จำเป็นหรือสินค้าที่มีคู่แข่งสูง

การพัฒนาของเทคโนโลยีมีส่วนช่วยให้การใช้ชีวิตง่ายขึ้นและเร็วขึ้น ไม่ว่าจะเป็นอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง อุปกรณ์อัจฉริยะที่สั่งการด้วยเสียง หรือแอปพลิเคชันที่ออกแบบมาให้ใช้งานง่ายและรวดเร็ว การชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless Payment) และการยืนยันตัวตนด้วยไบโอเมตริกซ์ (Biometrics) ล้วนเป็นตัวอย่างของการตอบสนองต่อความต้องการนี้

ประโยชน์ของการจัดส่งที่รวดเร็ว

- ทำให้ลูกค้าได้รับสินค้าในเวลาที่กำหนด ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและความน่าเชื่อถือ
- เลือกใช้บริการจัดส่งด่วนหรือบริการโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ



- มีระบบติดตามพัสดุ เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบสถานะการจัดส่งได้แบบเรียลไทม์

- จัดเตรียมสินค้าพร้อมส่งและมีการบริหารคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ

กรณีศึกษาที่น่าสนใจ คือ การเติบโตของอีคอมเมิร์ซอย่างก้าวกระโดด บริการจัดส่งสินค้าถึงบ้านที่รวดเร็ว รวมถึงร้านสะดวกซื้อที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมง ล้วนสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคต้องการเข้าถึงสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลาโดยไม่ยุ่งยาก

เช่นเดียวกับการให้บริการส่งอาหารเดลิเวอรี่ ร้านอาหารจานด่วน และอาหารพร้อมรับประทาน (Ready-to-eat meals) ในซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการตอบสนองต่อความต้องการอาหารที่อร่อย รวดเร็ว และไม่ต้องใช้ความพยายามในการเตรียมมากนัก

นอกจากนี้ยังพบว่าแพลตฟอร์มการเรียนรู้ออนไลน์ที่เข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา คอร์สเรียนระยะสั้นที่เน้นการนำไปใช้งานได้จริง และสื่อการเรียนรู้ที่สรุปเนื้อหาสำคัญให้เข้าใจง่าย ล้วนเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์ผู้ที่ต้องการพัฒนาตนเองอย่างรวดเร็วและยืดหยุ่น

นอกจากความรวดเร็วในการจัดส่งแล้ว การเสนอทางเลือกในการชำระเงินที่หลากหลายยังเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่กว้างขึ้น ด้วยการให้บริการชำระเงินผ่านหลากหลายช่องทาง เช่น การชำระด้วยบัตรเครดิต บัตรเดบิต การโอนเงินผ่านธนาคาร การชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์แบบ e-wallet เช่น การใช้ Wallet แอปพลิเคชันต่าง ๆ การชำระเงินปลายทาง (COD) หรือแม้กระทั่งการใช้เทคโนโลยีการชำระเงินแบบไร้สัมผัส (NFC) ทั้งนี้เพื่อรองรับความสะดวกและความปลอดภัยของลูกค้าในทุกขั้นตอนของการซื้อขาย การมีตัวเลือกที่หลากหลายนี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดอุปสรรคในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างเชื่อมั่นและความมั่นใจในมาตรฐานความปลอดภัยของธุรกิจอีกด้วย

การชำระเงินที่หลากหลาย (Multiple Payment Methods) หมายถึง การให้ลูกค้าเลือกวิธีการชำระเงินได้หลายรูปแบบ ทั้งแบบดั้งเดิมและดิจิทัล ซึ่งช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัย



และเพิ่มอัตราการแปลงการขาย (Conversion Rate)

ประโยชน์ของการมีช่องทางการชำระเงินที่หลากหลาย

- รองรับช่องทางการชำระเงินหลายรูปแบบ เช่น บัตรเครดิต/เดบิต, พร้อมเพย์, โอนผ่านธนาคาร, e-wallets, การชำระเงินปลายทาง เป็นต้น
- ทำให้ลูกค้ามีความสะดวกและเลือกวิธีที่ตนเองถนัด
- เพิ่มความปลอดภัยในการทำธุรกรรม โดยใช้เทคโนโลยีเข้ารหัสและระบบความปลอดภัยที่เชื่อถือได้
- มีระบบยืนยันการชำระเงินที่รวดเร็วและแม่นยำ

โดยรวมแล้ว ความสามารถในการจัดส่งที่รวดเร็วและการนำเสนอตัวเลือกชำระเงินที่หลากหลายกลายเป็นกลยุทธ์ที่ทำให้ธุรกิจสามารถสร้างความแตกต่างและเหนือกว่าคู่แข่งในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นในแง่ของการเสริมสร้างความพึงพอใจในประสบการณ์ของลูกค้า การเพิ่มโอกาสในการขาย การสร้างความภักดีในระยะยาว หรือการขยายตลาดไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ การเน้นพัฒนาระบบโลจิสติกส์และการให้บริการด้านการชำระเงินที่หลากหลายจึงเป็นหัวใจสำคัญที่ไม่ว่าจะมองข้ามในยุคดิจิทัลที่เต็มไปด้วยการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วนี้

1.3 ความเป็นปัจเจกและการแสดงตัวตนที่ชัดเจน

ผู้บริโภคเน้นการเลือกสิ่งที่จะสะท้อนความเป็นตัวเอง เช่น สินค้าแบบ Personalized หรือสนับสนุนแบรนด์ที่สื่อสารตรงกับคุณค่าที่ตนยึดถือ

ในยุคที่ผู้บริโภคมีพลังมากกว่าที่เคย โลกของการตลาดได้เปลี่ยนแปลงอย่างลึกซึ้งจากการมอง