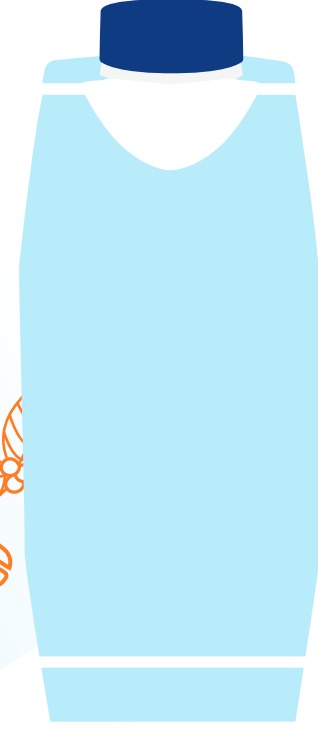


# Gen Z และ Millennials พลิกผัน การเติบโตของกาแฟพร้อมดื่ม ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

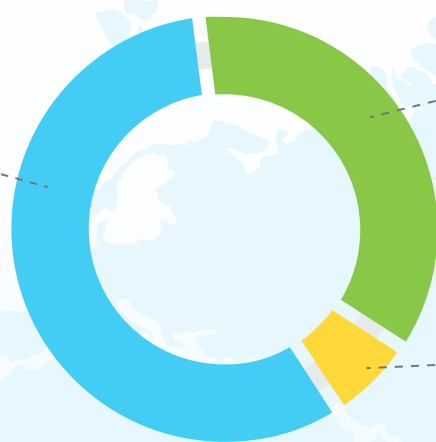
ผู้บริโภค Gen Z และ Millennial<sup>1</sup> คิดเป็น 49% ของประชากรในประเทศไทย<sup>2</sup> การทำความเข้าใจกับความคิดและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้บริโภคกลุ่มนี้เป็นกุญแจสำคัญในการปลดล็อกศักยภาพการเติบโตที่แท้จริงของกาแฟพร้อมดื่ม



เอเชียจะยังคงเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุดในโลก สำหรับเครื่องดื่มพร้อมดื่ม<sup>3</sup>

57%

ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มทั่วโลกที่คาดการณ์ไว้ของเอเชีย ในปี 2028



37%

ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่คาดการณ์ไว้ของอเมริกา ในปี 2028

6%

ส่วนแบ่งตลาดเครื่องดื่มพร้อมดื่มทั่วโลกที่คาดการณ์ไว้ของประเทศอื่นๆ ในปี 2028

Gen Z และ Millennials เป็นกำลังสำคัญของการบริโภคในประเทศไทย

48%

ของผู้บริโภคเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟในประเทศไทยคือ Gen Z และ Millennials<sup>4</sup>

## กลุ่มคนรุ่นใหม่เหล่านี้ต้องการอะไร จากกาแฟพร้อมดื่ม



งานวิจัยของเราแสดงให้เห็นว่าไลฟ์สไตล์ของกลุ่มคนรุ่นนี้มีอิทธิพลต่อสิ่งที่พวกเขาต้องการจากกาแฟพร้อมดื่ม

## ไลฟ์สไตล์ที่เน้นความสะดวกสบาย เป็นอันดับแรก

พวกเขาให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายเหนือสิ่งอื่นใด กาแฟพร้อมดื่มจึงเป็นเครื่องดื่มที่เหมาะสม เนื่องจากเทรนด์ Quick Commerce และ Hyper-convenience กำลังเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคเครื่องดื่ม<sup>5</sup>



พวกเขามองว่ากาแฟพร้อมดื่มเป็นเครื่องดื่มที่ให้ความสะดวกและช่วยให้พวกเขาเริ่มต้นวันใหม่<sup>6</sup>



## กระหายความแปลกใหม่และการดื่มด่ำ

พวกเขาให้ความสำคัญกับสุขภาพจิตและอารมณ์ รวมถึงการดูแลตัวเอง<sup>7</sup>

การแสวงหาความแปลกใหม่ยังหมายถึง Gen Z และ Millennials กว่า 75% มองหา "สิ่งที่ยอดเยี่ยมถัดไป" อยู่เสมอ<sup>8</sup> สำหรับกาแฟพร้อมดื่มในประเทศไทย สิ่งนี้หมายถึงรสชาติและประสบการณ์ใหม่ๆ



27% ของผู้บริโภคชาวไทยอายุ 18-24 ปี ยินดีจ่ายในราคาที่สูงขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ที่ทำให้พวกเขารู้สึกสนุกสนานและได้รับประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร<sup>9</sup>

## การบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ



พวกเขาให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและคาดหวังให้แบรนด์ต่างๆ ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม กว่า 60% ของผู้บริโภคชาวไทย เลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์ที่มีความยั่งยืน<sup>10</sup> 77% ของผู้บริโภคชาวไทยคาดหวังให้แบรนด์ต่างๆ เป็นผู้นำในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม<sup>11</sup>



## คนไทยนิยมดื่มกาแฟพร้อมดื่มมากที่สุดในช่วงเวลาไหน<sup>11</sup>

เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับวันใหม่



เป็นส่วนหนึ่งของกิจวัตรยามเช้า



เพื่อเพิ่มพลังงาน



## อยากรู้วิธีคว้าโอกาสเข้าสู่ตลาดกาแฟพร้อมดื่มที่มีศักยภาพนี้ใช่ไหม

อ่าน E-book "สร้างสรรคนวัตกรรมกาแฟพร้อมดื่ม" ของเรา เพื่อค้นพบกลยุทธ์ในการครองใจผู้บริโภค Gen Z และ Millennial ของคุณ



ที่มา:

- Gen Z: 12 - 27 years old (in 2024), Millennial: 28 - 43 years old (in 2024)
- Statista: Millennials and Generation Zs in Thailand - statistics & facts
- Statista: Ready-to-Drink (RTD) Coffee & Tea
- Tetra Pak: Unleashing the Power of Demand Spaces
- Tetra Pak, Trendipedia Consumer Trends 2025
- Tetra Pak: Demand Spaces - Consumer Research Report 2024
- Statista: Inside the curious culinary world of Gen Z: health vs indulgence
- Mintel: Understanding Gen Z consumers in emerging Asian markets
- Coffee broadens its appeal by blending with juice - Mintel
- First Insight: The state of consumer spending: Gen Z shoppers demand sustainable retail
- The Holistic Consumer - Global, 2024

ค้นพบวิธียกระดับกาแฟพร้อมดื่มของคุณ ให้ก้าวไปอีกระดับกับเตตรา แพ็ค

ติดต่อเรา

Tetra Pak<sup>®</sup>  
PROTECTS WHAT'S GOOD