

## คนเม็กซิกันดื่มเบียร์เพิ่มขึ้น ติดอันดับตลาดบริโภคเบียร์สูงเป็นอันดับ 4 ของโลก



เม็กซิโกเป็นตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขนาดใหญ่ลำดับต้นๆ ของโลก โดยมีเตกีล่า (Tequila) เป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยอดนิยมประจำชาติมายาวนาน อย่างไรก็ตาม เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทอื่นๆ ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งเครื่องดื่มประเภทเบียร์ซึ่งมีแนวโน้มการบริโภคเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยในปี 2023 เม็กซิโกมีปริมาณการบริโภคเบียร์สูงถึง 9,990 ล้านลิตร ขยับขึ้นเป็นอันดับ 4 ของโลก (รองจากอันดับ 1 ได้แก่ จีน ตามด้วยสหรัฐอเมริกา และบราซิล)

ล่าสุด Yougov Mexico ได้เปิดเผยผลสำรวจตลาดเบียร์ในเม็กซิโกโดยเก็บข้อมูลเกี่ยวกับการพิจารณาเลือกซื้อเบียร์ของผู้บริโภคที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไป เป็นระยะเวลา 1 ปี (ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2023 – มิถุนายน 2024) พบว่าจากจำนวนเบียร์ทั้งหมด 30 แบรินด์ แบรินด์ที่ผู้บริโภคชาวเม็กซิกันนิยมมากที่สุด 5 อันดับแรก ได้แก่ Victoria (31.8% ของกลุ่มตัวอย่างเลือกแบรนด์นี้เป็นลำดับแรก) Medelo Especial (28.6% ของกลุ่มตัวอย่างเลือกแบรนด์นี้เป็นลำดับแรก) Negra Modelo (25% ของกลุ่มตัวอย่าง) Corona Extra (23% ของกลุ่มตัวอย่าง) และ Heineken (23% ของกลุ่มตัวอย่าง) โดยในจำนวนแบรนด์ยอดนิยมเหล่านี้มี Heineken เพียงแบรนด์เดียวที่เป็นเบียร์ต่างชาติ

หากพิจารณาผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มอายุพบว่าแบรนด์ Victoria เป็นที่นิยมมากที่สุดในทุกกลุ่ม โดยได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่ม Millennial (33.8%) กลุ่ม Gen X (31.4%) กลุ่ม Gen Z (31%) และ กลุ่ม Baby Boomers (28.8%) สำหรับแบรนด์ที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับที่ 2 แตกต่างไปในแต่ละกลุ่มผู้บริโภค โดยกลุ่มที่มีอายุมากที่สุดคือกลุ่ม Baby Boomers เลือกแบรนด์ Negra Modelo กลุ่ม Gen X และ Millennial เลือกแบรนด์ Modelo Especial และกลุ่มที่อายุน้อยที่สุด คือ Gen Z เลือกแบรนด์ Dos Equis

ทั้งนี้ จะเห็นได้ว่าแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จและครองส่วนแบ่งตลาดเป็นอันดับต้นๆ ในเม็กซิโก มีกลยุทธ์ทางการตลาดที่เจาะกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการใช้สื่อโฆษณาที่น่าจดจำ มุ่งเน้นการสร้างเชื่อมโยงกับอารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคในแต่ละกลุ่มได้เป็นอย่างดี

สำหรับแนวโน้มตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ประเภทสุรากลั่น พบว่าแบรนด์ที่ได้รับความนิยมสูงสุด ได้แก่ Don Julio (เตกีล่า) Baileys (ไอริช ครีม) Johnnie Walker (วิสกี้) Buchanan's (วิสกี้) และ Jose Cuervo (เตกีล่า) ทั้งนี้ แม้ว่าเตกีล่ายังเป็นเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ยอดนิยมของคนเม็กซิกัน อย่างไรก็ตาม การที่เครื่องดื่มประเภทวิสกี้และไอริชครีม ซึ่งเป็นแบรนด์ต่างชาติเข้ามาอยู่ใน 5 อันดับแรก แสดงให้เห็นถึงความต้องการที่หลากหลายของผู้บริโภคชาวเม็กซิกัน ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีสำหรับแบรนด์ใหม่ที่ต้องการเจาะตลาดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในเม็กซิโก โดยปัจจัยที่ต้องคำนึงถึงในการเข้าสู่ตลาด ได้แก่ การกำหนดกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้ชัดเจนและนำเสนอเครื่องดื่มที่เหมาะสมกับรสนิยมและไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค รวมทั้งการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดและการโฆษณาที่เน้นการสร้างเชื่อมโยงกับผู้บริโภคเฉพาะกลุ่ม ก็จะมีโอกาสในการเติบโตและขยายส่วนแบ่งในตลาดเม็กซิโกได้

-----