



ภาคผนวก

สำนักหอสมุด

การชงกาแฟ

การชงกาแฟมีหลายแบบ (กาแฟสำเร็จรูปประเภท "เติมน้ำร้อน ช้อนคน" นี้ไม่นับนะครับ) แต่ละแบบจะให้รสชาติและกลิ่นจากน้ำมันในเมล็ดกาแฟที่ต่างๆ กันไป โดยทั่วไป การชงกาแฟมีหลักพื้นฐานอยู่ 4 อย่างที่ควรระวัง คือ ปริมาณของกาแฟกับน้ำ การความละเอียดของกาแฟบด น้ำ และความสดของกาแฟ

การชงกาแฟที่ใช้กันทั่วไปคือกาแฟบดสองช้อนโต๊ะ (~10 - 14 กรัม) ต่อน้ำ 6 ออนซ์ (180 cc) อาจจะมีมากหรือน้อยกว่านี้ได้ถ้ารู้สึกว่าการกาแฟเข้มข้นหรือจืดเกินไป ความละเอียดของกาแฟก็เป็นสิ่งสำคัญที่เป็นตัวกำหนดรสชาติ กาแฟที่บดละเอียดมากๆ จะขมกว่ากาแฟที่บดหยาบ เพราะน้ำซึมผ่านช้ากว่า ได้สัมผัสและมีโอกาสดูดซับรสกาแฟได้นานกว่าอย่างไรก็ตาม ความละเอียดของกาแฟควรจะเลือกให้เหมาะกับวิธีการชงด้วยเพื่อให้ได้ความเข้มข้นที่พอดี น้ำถือเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะกาแฟหนึ่งถ้วยมีน้ำอยู่ 97-98% กาแฟที่ดีควรชงจากน้ำสะอาดบริสุทธิ์ ใช้น้ำเย็นต้มให้เดือดแล้วพักไว้ซักพักแล้วค่อยเอามาชง อุณหภูมิที่เหมาะสมสำหรับชงกาแฟคือ 90-96°C ถ้าน้ำไม่ร้อนพอจะทำให้ดึงรสชาติกาแฟออกมาได้น้อย

วิธีที่แรกนิยมใช้กันทั่วๆ ไปในการชงกาแฟ ก็คือการหยดน้ำร้อนผ่านกาแฟบด (Drip) วิธีนี้เป็นวิธีที่เครื่องต้มกาแฟ (Drip maker, Coffee maker) ที่มีขายทั่วไปใช้กัน การชงแบบหยดน้ำร้อนนี้จะให้รสชาติและกลิ่นของกาแฟได้พอสมควร แต่รสจะไม่จัด เพราะจะมีกระดาษกรองกากกาแฟ ทำให้มีโอกาสที่รสของกาแฟจะหายไปบ้าง แต่เป็นวิธีที่ง่าย ใส่กระดาษกรอง ใส่กาแฟบด เติมน้ำ เปิดสวิตช์ ก็ได้กาแฟร้อนๆ หอมๆ ต้มแล้วสดชื่น กาแฟที่ใช้การหยดน้ำนี้ควรดื่มใน 20 นาที

วิธีที่สองหลายคนคงเคยได้ยิน แต่อาจจะไม่รู้จักเท่าไรนัก นั่นก็คือ เอสเปรสโซ (Espresso) ที่จริงเอสเปรสโซไม่ใช่ชื่อของพันธุ์กาแฟ หรือสูตรกาแฟ แต่เป็นวิธีการชงกาแฟครับ และเครื่องต้มที่ได้จากการชงแบบนี้จะเรียกว่า "กาแฟเอสเปรสโซ" การชงแบบเอสเปรสโซต้องใช้เครื่องชงเอสเปรสโซ (Espresso Machine) ในการทำ หลักการทำงานของเครื่องชงเอสเปรสโซก็คือ จะใช้แรงดันอัดน้ำร้อนให้ผ่านไปในกาแฟบดละเอียด ซึ่งจะให้รสชาติกาแฟออกมาเต็มที่มากกว่า การหยดน้ำร้อนผ่านกาแฟ คำว่า Espresso ก็มาจากภาษาลาติน Espressere ซึ่งแปลว่า กด หรือ ดัน วิธีนี้ว่ากันว่าเป็นการชงที่เข้าถึงหัวใจของเมล็ดกาแฟได้เต็มที่ การอัดน้ำให้ผ่านกาแฟบดจะใช้แรงดันราวๆ 9 เท่าของแรงดันบรรยากาศ ใช้เวลาประมาณ 18-23 วินาทีก็เสร็จ เอสเปรสโซจะทำด้วยถ้วยตวงๆ ไม่มีการทำค้างไว้เหมือนการชงแบบหยด เวลาเสิร์ฟจะใส่แก้วเล็กๆ ประมาณออนซ์เดียว แล้วต้องดื่มทีเดียวให้หมด ใครสั่งเอสเปรสโซมานั่งจิบชมวิวทำห่าห่าแสดงว่าดื่มไม่เป็น เอสเปรสโซแท้ๆ จะขมมาก เพราะกาแฟบดที่ใช้กับเอสเปรสโซจะผ่านการคั่วจนจนสีเข้ม เรียกว่า Dark roasted เมล็ดกาแฟที่ใช้อาจจะมาจากกาแฟพันธุ์แท้ หรืออาจจะเป็นกาแฟเบลนด์ที่แต่ละร้านทำขึ้นเอง ดังนั้นรสชาติและกลิ่นอาจจะต่างกันได้ แม้ว่าจะสั่งเอสเปรสโซเหมือนกัน

วิธีที่สามอาจจะแปลกเล็กน้อยสำหรับคอกาแฟ คือการชงโดยใช้เพอร์โคเลเตอร์ (Percolator) เพอร์โคเลเตอร์มีลักษณะเหมือนเหยือกเก็บความร้อนทั่วๆ ไป หลักการชงกาแฟของเพอร์โคเลเตอร์คือเอากาแฟต้มแล้ว ผ่านกาแฟบด ช้ำๆ หลายๆ รอบ ที่บอกว่าแปลก เพราะการชงโดยเพอร์โคเลเตอร์ละเมิดกฎการชงกาแฟที่สำคัญสองข้อคือ 1. การชงกาแฟต้องไม่ดึงรสหรือกลิ่นของกาแฟมากเกินไป กาแฟบดจึงนำมาต้มหรือชงเพียงรอบเดียวเท่านั้น ถึงแม้ว่ากากจะเหลือรสกาแฟค้างอยู่ก็ตาม และข้อ 2. คือ กาแฟต้มแล้วต้องเอามาต้มเลย ห้ามปล่อยให้เย็น ถ้ากาแฟเย็นลงจะไม่นำมาต้มหรืออุ่นซ้ำ เพราะรสและกลิ่นจะผิดจากเดิม กฎสองข้อนี้ถือว่าสำคัญสำหรับนักดื่มกาแฟ และเป็นกฎที่ร้านกาแฟทั่วไปจะทำตามเสมอ การชงกาแฟโดยเพอร์โคเลเตอร์ทำให้ได้กาแฟที่ขมมาก กลิ่นหอมรุนแรง เพราะรสและกลิ่นน้ำมันหอมจากกาแฟจะถูกสกัดออกมาจนเกลี้ยงกว่าวิธีอื่น ซึ่งคอกาแฟที่อนุรักษ์นิยมจะไม่ค่อยชอบ

วิธีที่สี่การชงที่ถือว่าให้รสชาติและความหอมของกาแฟได้ดีที่สุดคือการชงแบบเฟรนช์เพรส (French Press) หรือ โบดัม (Bodum) วิธีชงต้องใช้อุปกรณ์ที่เรียกว่า plunger pot ต้องใช้กาแฟชั้นดีบดหยาบที่สุด ก่อนชงต้อง preheat โดยใช้ น้ำร้อนเทลงไปใน plunger ก่อน ใส่กาแฟบด 2 ช้อนโต๊ะต่อกาแฟ 1 ถ้วย (6 ออนซ์) เทน้ำที่เพิ่งเดือดลงให้ท่วมกาแฟ ให้แน่ใจว่าเม็ดกาแฟโดนน้ำร้อนทุกเม็ด ปิดฝา plunger พักไว้ 4 นาที แล้วถึงกด plunger บีบให้กาแฟผ่านตะแกรง กาแฟที่ชงด้วยวิธีเฟรนช์เพรสควรถิมภายใน 20 นาที

การเก็บรักษากาแฟ

การเก็บรักษากาแฟที่ดีจะทำให้กาแฟยังคงสดใหม่ และช่วยคงรสชาติและความหอมของกาแฟไว้ได้นาน การเก็บรักษากาแฟมีข้อควรคำนึงถึงอยู่ 4 อย่างคือ อากาศ ความชื้น แสง และความร้อน เพราะเป็นตัวเปลี่ยนรสชาติและความหอมของกาแฟ การเก็บรักษาจึงควรหลีกเลี่ยงทั้ง 4 อย่างนี้..คำแนะนำทั่วๆ ไปในการเก็บรักษามีดังนี้

ควรเก็บกาแฟไว้ในขวดแก้วปิดสนิท เพราะแก้วไม่ทำให้อากาศและกลิ่นกาแฟโดนเจือปน

ควรวางขวดไว้ในที่เย็นและไม่โดนแดดเพราะเชื่อกันว่าแสงอาทิตย์ทำให้กลิ่นระเหยเร็วและความสดหายไป

ไม่ควรนำกาแฟเก็บในตู้เย็น แม้ว่ากาแฟหลายยี่ห้อจะแนะนำให้แช่เย็นก็ตาม เพราะความเย็นทำให้อาหารเสีย และเมื่อเอาขวดออกจากตู้เย็นจะทำให้เกิดกลิ่นในขวดได้ ถ้าเป็นไปได้ ควรซื้อเมล็ดกาแฟคั่วที่ยังไม่ได้บด เพราะมีพื้นผิวสัมผัสอากาศน้อยกว่ากาแฟที่บดแล้ว จึงเก็บรักษาได้นานกว่า ได้รสชาติและกลิ่นที่หอมกว่า

เมล็ดกาแฟควรนำมาบดเมื่อต้องการจะชง ในปริมาณที่ต้องการดื่ม ไม่ควรบดทิ้งไว้ล่วงหน้านานๆ เพราะถ้าทิ้งกาแฟไว้นานจะถูกออกซิเดชันมากเกินไป ทำให้กาแฟไม่สด

หากไม่มีเครื่องบดกาแฟ ควรจะซื้อเป็นเมล็ดกาแฟแล้วให้ร้านคั่วบดให้ ปริมาณที่ซื้อจะให้พอดีที่จะดื่มในหนึ่งสัปดาห์ เพื่อให้มั่นใจว่าได้ดื่มกาแฟที่สดเสมอ

คำแนะนำพวกนี้ ร้านกาแฟดีๆ จะค่อนข้างเคร่งครัด เพราะหมายถึงคุณภาพที่ดี รสชาติของกาแฟที่อร่อย กลิ่นที่หอมหวาน ใช้เป็นการดึงดูดลูกค้าไปในตัวด้วย

ข้อเท็จจริงเกี่ยวกับการดื่มกาแฟ

ปัจจุบันการดื่มกาแฟเป็นที่นิยมการอย่างแพร่หลายตามปั้มน้ำมัน ตามห้างสรรพสินค้ามีการขายอย่างมากมาย จะเห็นได้ว่ากาแฟเป็นส่วนหนึ่งหรือบางคนอาจจะเป็นส่วนสองส่วนสามของชีวิตประจำวัน ส่วนประกอบที่สำคัญของกาแฟคือ Caffeine หรือมีชื่อทางเคมีว่า 1,3,7-trimethylxanthine ซึ่งเป็นอนุพันธ์ของยาขยายหลอดลม theophylline

คาเฟอีน สามารถพบได้ในหลายชนิดได้แก่ เมล็ดชา เมล็ดกาแฟ ใบชา โคลา Caffeine ถูกผสมลงในน้ำอัดลม ยาแก้หวัดบางชนิด ยาแก้ปวด ยาลดน้ำหนัก

กาแฟจะถูกดูดซึมอย่างรวดเร็วหลังจากที่เราดื่มกาแฟและจะถูกขับออกไปครึ่งหนึ่งในเวลาประมาณ 4 ชั่วโมงกาแฟจะไม่สะสมในร่างกายโดยจะถูกทำลายและขับออกหมด ผู้ที่สูบบุหรี่จะมีการขับถ่ายกาแฟมากกว่าผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ดังนั้นคนที่สูบบุหรี่หากต้องการการกระตุ้นของกาแฟจะต้องดื่มกาแฟน้อยกว่าคนที่ไม่สูบบุหรี่ คนท้องและผู้ที่ยินยาคุมกำเนิดจะมีการขับกาแฟน้อยกว่าคนทั่วไป กาแฟจะออกฤทธิ์โดยการกระตุ้นสมองทำให้รู้สึกสดชื่นและมีสมาธิ

ปริมาณ caffeine ที่มีในเครื่องดื่มแต่ละชนิดขึ้นกับความเข้มข้น ตารางข้างล่างเป็นตัวอย่างปริมาณกาแฟ

Milligrams of Caffeine

ชนิดของเครื่องดื่ม	ปริมาณ	Range*
Coffee (150ml cup)		
ดื่ม, drip method	115	60-180
เครื่องดื่มกาแฟ	80	40-170
กาแฟสำเร็จ	65	30-120
Decaffeinated	3	2-5
Espresso (30ml cup)	40	30-50

นักวิทยาศาสตร์ประมาณว่าวันหนึ่งเราจะรับสาร caffeine ประมาณ 250-600 มก.ซึ่งไม่เกิดผลข้างเคียงต่อร่างกาย

กาแฟจะกระตุ้นระบบประสาทส่วนกลางทำให้ไม่ง่วง สมาธิในการทำงานดีขึ้น ผู้ที่ดื่มกาแฟจะทำให้ไม่ง่วงนอน มีสมาธิในการทำงาน และยังทำให้ความสามารถในการทำงานดีขึ้น และยังลดอาการปวดเมื่อยเนื่องจากไขหวัด

ผลต่อสมรรถภาพของร่างกายดีขึ้น เช่น การชั่งจักรยาน การว่ายน้ำ เล่นกีฬาได้นานขึ้น ผลดีของกาแฟจะทำให้ไม่ง่วงนอนโดยเฉพาะผู้ที่ทำงานเป็นกะ และช่วยลดอุบัติเหตุขณะขับรถ

กระตุ้นอวัยวะของร่างกายและเพิ่มการเผาผลาญไขมันและช่วยลดน้ำหนักได้ด้วย กาแฟจะมีฤทธิ์ขับปัสสาวะอ่อนๆ ดังนั้นขณะออกกำลังกายหรือหลังออกกำลังกายไม่ควรรับเครื่องดื่มที่มีส่วนผสมของกาแฟเพราะจะทำให้ร่างกายขาดน้ำ

องค์การอนามัยโลกกล่าวว่าไม่มีหลักฐานว่ากาแฟจะเป็นสารซึ่งหากดื่มนานๆแล้วจะเสพติด การดื่มกาแฟจะเป็นนิสัยมากกว่าเสพติดเนื่องจากไม่จำเป็นต้องเพิ่มปริมาณของกาแฟ และเมื่อหยุดกาแฟบางคนก็เกิดอาการปวดหรือมีนิ่วในกระเพาะเพียงเล็กน้อย

ทั้งหมดนี้นับเป็นก้าวสำคัญที่จะทำให้ เบอร์ดีพร้อมที่จะก้าวเดินไปข้างหน้าอย่างแข็งแกร่งยิ่งขึ้น โดยมุ่งมั่นที่จะครองความเป็นผู้นำในตลาดกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มต่อไป

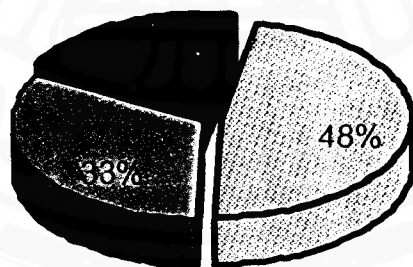
ตลาดโดยรวมของกาแฟในประเทศไทย

ปัจจุบัน นับว่าตลาดกาแฟมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องอย่างเห็นได้ชัด จะเห็นได้ว่า ในปี 2546 นี้ ตลาดกาแฟโดยรวมมีมูลค่าเกือบ 13,000 ล้านบาท โดยมีสัดส่วนของตลาดกาแฟผงคิดเป็น 33% หรือมีมูลค่า 4,200 ล้านบาท สำหรับกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง (3 in 1) มีมูลค่าประมาณ 2,500 ล้านบาท หรือคิดเป็นกว่า 20% ของตลาดรวม และในส่วนของกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม (กาแฟกระป๋อง) ในปีนี้มีมูลค่าถึง 6,000 ล้านบาท โดยคิดเป็นสัดส่วน 48% ของตลาดกาแฟโดยรวม

จะเห็นได้ว่า ในส่วนของตลาดกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง และกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มนั้น มีความเคลื่อนไหวอย่างเห็นได้ชัด โดยในปีนี้ กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง 3 in 1 มีอัตราการเติบโตในระดับ 25-30% ส่วนกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มมีอัตราการเติบโตในระดับ 15-20% และยังมีแนวโน้มว่าจะเติบโตขึ้นอีกเรื่อยๆ ในขณะที่ตลาดกาแฟผงไม่มีอัตราเติบโต

สภาพตลาดกาแฟโดยรวม ปี 2546 (~ 12,600 ล้านบาท)

2,500 กาแฟ 3 in 1



4,200 กาแฟผง

6,000 กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

คำกล่าว

คุณพีเชียร คูสมิทธิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ เซลล์ (ประเทศไทย) จำกัด

สวัสดีครับท่านสื่อมวลชนและแขกผู้มีเกียรติทุกท่าน ผมรู้สึกยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ทุกท่านได้ให้เกียรติมาร่วมงานในวันนี้

ก่อนที่เราจะคุยกันถึงเรื่องของ “กาแพกระป๋อง เบอร์ดี รีโอ” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ล่าสุดของทางอายิโนะโมะโต๊ะ ผมอยากจะกล่าวถึงภาพรวมของอุตสาหกรรมกาแพในประเทศไทยก่อนว่า ในปัจจุบันตลาดกาแพของไทยมีมูลค่ารวมเกือบ 13,000 ล้านบาท แบ่งออกได้เป็น 3 Segment ใหญ่ ประกอบด้วยกาแพปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม กาแพ 3 in 1 และกาแพผงสำเร็จรูป โดยที่ตลาดของกาแพปรุงสำเร็จพร้อมดื่มหรือกาแพกระป๋องนั้น เป็นตลาดที่มีการขยายตัวมากที่สุดและมีสัดส่วนมูลค่าในตลาดสูงที่สุด คือประมาณ 6,000 ล้านบาท และยังคงมีแนวโน้มที่จะเติบโตต่อไป โดยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ประมาณ 15% ต่อปี ในขณะที่กาแพ 3 in 1 มีสัดส่วนการตลาดอยู่ที่ 2,500 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตประมาณ 25 – 30 % ต่อปี ในขณะที่ตลาดรวมของกาแพผงสำเร็จรูปกลับหดตัวลง

การที่ตลาดกาแพกระป๋องและกาแพ 3 in 1 มีอัตราการเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากพฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป โดยหันมาใช้ชีวิตที่ต้องการความสะดวกและรวดเร็วมากขึ้นในทุกด้าน ซึ่งผลิตภัณฑ์ของเบอร์ดี ทั้งในส่วนของกาแพกระป๋อง และ เบอร์ดี 3 in 1 สามารถตอบสนองความต้องการในส่วนนี้ได้เป็นอย่างดี

ตลอด 10 ปีที่ผ่านมา “เบอร์ดี” ได้พัฒนาและสร้างสรรค์รสชาติของ กาแพกระป๋องมาโดยตลอด จนขณะนี้มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย และในวันนี้ผมมีความภูมิใจที่จะเสนอทางเลือกใหม่สำหรับคอกาแพ ด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้ชื่อ “เบอร์ดี รีโอ” ซึ่งเป็นกาแพคั่วบดในรูปแบบกระป๋องรายแรกในตลาดเมืองไทย เป็นกาแพกระป๋องที่มีรสชาติเข้มข้นกลมกล่อม และความหอม ในแบบของกาแพคั่วบดแท้ มุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ของเราจะครองใจผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

ปัจจุบันนี้ “เบอร์ดี” ซึ่งเป็นผู้บุกเบิกและผู้นำในตลาดกาแพกระป๋องมีส่วนแบ่งตลาด ประมาณ 67% ของตลาดกาแพกระป๋อง ในขณะที่เดียวกันอายิโนะโมะโต๊ะยังมีผลิตภัณฑ์กาแพภายใต้ชื่อ เบอร์ดีอีก 2 ชนิดคือ เบอร์ดี 3 in 1 และลูกอมกาแพเบอร์ดี

ซึ่งบริษัทฯ คาดว่าผลิตภัณฑ์ใหม่ของเราจะได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากผู้บริโภค อีกทั้งจะมี ส่วนช่วยให้แบรนด์ เบอร์ดี้ เป็นที่รู้จักและยอมรับมากขึ้นในผู้บริโภคกลุ่มใหม่ๆ อันจะช่วยทำให้ สัดส่วนทางการตลาดของเบอร์ดี้เพิ่มขึ้นไปจากเดิม ซึ่งในลำดับต่อไปทุกท่านคงจะทราบว่าทำไม เราถึงมั่นใจเช่นนั้น

ขอบคุณครับ



ชำนาญกหอสมุด

ตัวอย่างการทำการประชาสัมพันธ์

ข่าวประชาสัมพันธ์

“เบอร์ดี” เปิดไลน์สินค้าใหม่ กาแฟคั่วบดในรูปแบบกระป๋อง “เบอร์ดี รีโอ” หวังขยายกลุ่มเป้าหมายสู่ตลาดกาแฟพรีเมียมที่โตขึ้นอย่างต่อเนื่อง พร้อมก้าวขึ้นสู่ผู้นำตลาดกาแฟครบวงจร

นายพีเชียร คุณสมิทธิ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายกาแฟกระป๋อง “เบอร์ดี” เปิดเผยว่า บริษัทฯ ได้แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ “เบอร์ดี รีโอ” เข้าสู่ตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นอีกทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่นิยมดื่มกาแฟคั่วบด นอกจากนี้ยังเป็นการขยายไลน์สินค้าเข้าสู่ตลาดกาแฟในระดับพรีเมียม เนื่องจาก “เบอร์ดี รีโอ” เป็นกาแฟกระป๋อง ซึ่งให้รสชาติ กลิ่นหอม และเข้มข้นในแบบฉบับของกาแฟคั่วบดแท้ๆ ในราคาเพียงกระป๋องละ 15 บาท ทั้งนี้คาดว่า “เบอร์ดี รีโอ” จะได้รับความนิยมจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนรุ่นใหม่เป็นอย่างดี

“เราได้มีการศึกษาตลาดและพบว่าตลาดกาแฟพรีเมียมมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และ บริษัทฯ มีความมั่นใจว่า ด้วยรสชาติของ เบอร์ดี รีโอ และความสะดวกสบายในการบริโภค ประกอบกับช่องทางการจัดจำหน่ายของเรามีครอบคลุมอยู่ทั่วประเทศ จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดกาแฟกระป๋องของเบอร์ดี เพิ่มขึ้นอย่างแน่นอน”

ในช่วงแรกของการแนะนำสินค้า “เบอร์ดี” ได้จัดเตรียมงบประมาณสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายไว้ประมาณ 30 ล้านบาท โดยจะจัดทำภาพยนตร์โฆษณาที่มีความยาว 15 วินาที ภายใต้คอนเซ็ปต์ “เบอร์ดี รีโอ รสชาติแท้กาแฟคั่วบด” ซึ่งจะออกอากาศในวันที่ 21 พฤศจิกายน ศกนี้ พร้อมทั้งมีสื่อสนับสนุนอื่นๆ อาทิ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสาร วิทยุ และสื่อกลางแจ้ง นอกจากนี้ยังได้มีผลิตภัณฑ์ตัวอย่างแจกให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ทดลองชิม ภายใต้แนวคิด “Coffee Corner Road Show” ตามอาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ สนามกอล์ฟ และมหาวิทยาลัยทั่วกรุงเทพฯ ด้วย

ปัจจุบันนี้ตลาดกาแฟโดยรวมมีมูลค่าประมาณ 13,000 ล้านบาท โดยแบ่งเป็น 3 Segments ใหญ่ ซึ่งประกอบไปด้วย

1. ตลาดกาแฟกระป๋องมีมูลค่าตลาดประมาณ 6,000 ล้านบาท ซึ่งเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด และมีอัตราการเติบโตที่ 15% โดยมี “เบอร์ดี” ครองส่วนแบ่งทางการตลาด มากเป็นอันดับหนึ่งถึง 67%

2. ตลาดกาแฟ 3 in 1 มีมูลค่าประมาณ 2,500 ล้านบาท ที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้นประมาณ 25 – 30% ต่อปี
3. ตลาดกาแฟผง มีมูลค่าตลาดประมาณ 4,200 ล้านบาท โดยไม่มีอัตราการเติบโต

ดังนั้น “เบอร์ดี” ในฐานะผู้นำในตลาดกาแฟกระป๋อง และมีผลิตภัณฑ์เบอร์ดี 3 in 1 จัดจำหน่ายอยู่ในตลาด ประกอบกับการขยายฐานตลาดกาแฟกระป๋องไปสู่กลุ่มเป้าหมายระดับพรีเมียม จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับแบรนด์ “เบอร์ดี” นอกจากนี้ยังมั่นใจว่าจะสามารถเพิ่มสัดส่วนการตลาดในตลาดกาแฟโดยรวมได้อย่างแน่นอน

ชำนาญกหอสมุด



เพิ่มข่าวงานเปิดตัวกาแฟกระป๋อง “เบอร์ดี รีโอ”

สำนักหอสมุด

กาแฟกระป๋อง “เบอร์ดี รีโอ”

“เบอร์ดี” เจ้าตลาดกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม

เบอร์ดี ได้ผงาดขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม ตั้งแต่ บริษัทอายโนะโมะ โตะ ได้ทำการวางตลาดและจัดจำหน่ายกาแฟกระป๋อง “เบอร์ดี ไอซ์คอฟฟี่” เมื่อ 10 ปีที่แล้ว ด้วยความกล้าที่จะท้าทายกับสิ่งใหม่ และพร้อมจะเป็นผู้นำ ประกอบกับมีการทำตลาดอย่างต่อเนื่อง ทำให้เบอร์ดียังคงรักษาความเป็นผู้นำได้กระทั่งทุกวันนี้ จะเห็นได้จาก การมีส่วนแบ่งทางการตลาดกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มที่มีมูลค่าถึง 6,000 ล้านบาท โดยเบอร์ดีมีส่วนแบ่งในการครองตลาดในระดับแซร์ถึง 67% ด้วยความหลากหลายของรสชาติ ประกอบกับการกระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้กาแฟกระป๋องเบอร์ดียังคงครองใจผู้บริโภคชาวไทยได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านคุณภาพของสินค้า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และ ความครอบคลุมในด้านช่องทางจำหน่าย

และจากความสำเร็จในการเป็นผู้นำตลาดกาแฟกระป๋อง ทำให้เบอร์ดีไม่หยุดยั้งที่จะก้าวไปข้างหน้า โดยมีเป้าหมายที่จะเข้ามาเป็นผู้นำในตลาดกาแฟทั้งหมด โดยจะเห็นได้จากการขยายไลน์สินค้าไปสู่ตลาดกาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง 3 in 1 ที่มีอัตราการเติบโตถึงปีละ 20-30% ต่อเนื่องกันมา 4-5 ปีแล้ว โดยเบอร์ดีได้รุกตลาดกาแฟนี้ด้วยการออกสินค้า กาแฟปรุงสำเร็จชนิดผง เบอร์ดี 3 in 1 เพื่อเป็นทางเลือกใหม่สำหรับผู้บริโภค พร้อมๆ กับออกผลิตภัณฑ์ลูกอม กาแฟ เบอร์ดี เพื่อขยายฐานตลาดกาแฟให้มากขึ้น และในปีนี้อีก เพื่อต่อยอดการที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำตลาดกาแฟ เบอร์ดีพร้อมที่จะเริ่มก้าวใหม่ ด้วยการออกผลิตภัณฑ์ กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม “เบอร์ดี รีโอ”

ผลิตภัณฑ์ใหม่กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม “เบอร์ดี รีโอ”

เนื่องจากในปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสนใจ และนิยมในรสชาติของกาแฟคั่วบดมากขึ้น และตลาดกาแฟพรีเมียมก็มีการเติบโตขึ้นอย่างเห็นได้ชัด เบอร์ดีจึงเล็งเห็นช่องทางใหม่ที่จะช่วยขยายฐานตลาดกาแฟให้กว้างขึ้น จึงเป็นที่มาของ “เบอร์ดี รีโอ” ผลิตภัณฑ์กาแฟคั่วบดปรุงสำเร็จพร้อมดื่มใหม่ ที่ให้รสชาติ และความหอมของกาแฟคั่วบด และนับเป็นปรากฏการณ์ใหม่อีกครั้ง ในฐานะที่เป็นผู้ผลิตกาแฟคั่วบดกระป๋องรายแรกที่ทำตลาดอย่างจริงจังในประเทศไทย

ที่มาของคำว่า “รีโอ” ถือกำเนิดจากคำ 3 คำ คือ

“R” คือ Rich = มากด้วยคุณภาพของเมล็ดกาแฟพันธุ์พิเศษที่ผ่านการคัดสรร อย่างพิถีพิถัน

“I” คือ Intense = รสชาติที่เข้มข้นในแบบฉบับของกาแฟคั่วบดแท้ๆ

“O” คือ Origin = ผู้บุกเบิกกาแฟคั่วบดในรูปแบบกระป๋อง

ดังนั้นความโดดเด่นของ “เบอร์ดี รีโอ” จึงเป็นเรื่องของรสชาติที่ผ่านการค้นคว้าวิจัย และพัฒนาจากแผนก R & D ของอายิโนะโมะโต๊ะ รวมไปถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่คัดสรรมาอย่างดีและเทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย

ผู้นิยมรสชาติของกาแฟคั่วบด สามารถพบกับ “เบอร์ดี รีโอ” กาแฟคั่วบดในรูปแบบกระป๋อง จำหน่ายในราคา กระป๋องละ 15 บาท ที่พร้อมวางตลาดแล้วทั่วประเทศ

เป้าหมายทางการตลาดของกาแฟ “เบอร์ดี รีโอ”

ด้วยทางอายิโนะโมะโต๊ะเล็งเห็นว่าทั้งตลาดกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มและกาแฟ 3 in 1 มีแนวโน้มที่จะเติบโตเพิ่มขึ้นอีก โดยเฉพาะในปี 2547 ที่มีการคาดการณ์ว่าตลาดกาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่มจะมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นมากกว่า 50% ของตลาดกาแฟโดยรวมทั้งหมด ในขณะที่กาแฟ 3 in 1 จะมีส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 21% เมื่อรวมทั้ง 2 ส่วนนี้เข้าด้วยกันแล้ว ทำให้มูลค่าทางการตลาดของทั้งกาแฟกระป๋อง และกาแฟ 3 in 1 มีมากกว่ากาแฟผงอยู่มาก ดังนั้น อายิโนะโมะโต๊ะฯ ที่มีความต้องการจะรุกตลาดกาแฟพร้อมดื่มอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในตลาดกาแฟกระป๋อง ซึ่งเบอร์ดียังคงครองความเป็นผู้นำตลาดอยู่ในปัจจุบัน ทำให้ การออกสินค้าใหม่ “เบอร์ดี รีโอ” เป็นอีกหนึ่งยุทธวิธี ที่จะช่วยสร้างความแข็งแกร่ง ให้กับแบรนด์เบอร์ดี โดยจะเป็นสิ่งที่จะช่วยกระตุ้นตลาดรวมและเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดของเบอร์ดีให้มากยิ่งขึ้น

กลยุทธ์ทางการตลาดของกาแฟกระป๋อง “รีโอ”

“เบอร์ดี รีโอ” นับเป็นจักรกลสำคัญสำหรับอายิโนะโมะโต๊ะในการที่จะช่วยให้เบอร์ดีขยายฐานตลาดกาแฟให้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเป้าหมายระดับพรีเมียม ทางอายิโนะโมะโต๊ะได้วางกลยุทธ์สำหรับ เบอร์ดี รีโอ โดยเน้นการทำตลาดแบบครบวงจรทั้งโฆษณาทางโทรทัศน์ และสื่ออื่นๆ โดยในช่วงระยะ 3 เดือนแรก อายิโนะโมะโต๊ะได้ทุ่มงบประมาณถึงกว่า 30 ล้านบาท ในการทำตลาดสินค้า “เบอร์ดี รีโอ” โดยได้เตรียมภาพยนตร์โฆษณาที่มีความยาว 15 วินาที โดยเน้นถึงความเป็นกาแฟคั่วบดในรูปแบบกระป๋อง ภายใต้สโลแกน “รีโอ รสชาติแท้ กาแฟคั่วบด” โดยจะออกอากาศในวันที่ 21 พฤศจิกายนนี้

นอกจากนี้ ยังมีโฆษณาตามสื่ออื่นๆ อีก ทั้ง วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ นิตยสารและสื่อกลางแจ้งอื่นๆ ภายใต้สโลแกนเดียวกัน นอกจากนี้เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้สัมผัสกับรสชาติของกาแฟคั่วบดในรูปแบบกาแฟกระป๋อง ที่เพิ่มความสะดวกให้ผู้บริโภคที่นิยมกาแฟคั่วบดยิ่งขึ้น ทาง อายิโนะโมะโต๊ะ ได้มีโครงการที่จะแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้กับกลุ่มเป้าหมาย ภายใต้แนวคิด “Coffee Corner Road Show” ตามอาคารสำนักงาน สนามกอล์ฟ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ ด้วย

คำกล่าว
คุณอรชย์ อัจฉรานุกูล
ผู้จัดการฝ่ายการตลาด 1

สวัสดีครับทุกท่าน ดังที่คุณพิเชียรได้กล่าวถึงตลาดกาแฟกระป๋องว่ามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด “เบอร์ดี” ในฐานะผู้บุกเบิกตลาดกาแฟกระป๋องในประเทศไทย จึงต้องการที่จะเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่รักการดื่มกาแฟด้วยผลิตภัณฑ์ใหม่ ในขณะที่เดียวกันยังเป็นการต่อยอดแบรนด์ “เบอร์ดี” ในฐานะผู้นำตลาดกาแฟกระป๋องด้วย

“เบอร์ดี รีโอ” นับเป็นอีกหนึ่งปรากฏการณ์ใหม่ล่าสุดของตลาดกาแฟกระป๋อง เพราะเป็นกาแฟคั่วบดพร้อมดื่มบรรจุกระป๋องที่วางตลาดเป็นรายแรกในประเทศไทย โดยมุ่งเจาะตลาดพรีเมียมและกลุ่มเป้าหมายที่ชื่นชอบในรสชาติความหอมอร่อยและความเข้มข้นของกาแฟคั่วบดโดยเฉพาะ

ซึ่งก่อนหน้านี้นั้นบริษัทฯ ได้มีการศึกษาดตลาดกาแฟโดยรวมและพบว่าตลาดกาแฟระดับพรีเมียมมีอัตราการขยายตัวเร็วมากในช่วง 2 – 3 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ยังพบว่าพฤติกรรมการดื่มของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป โดยหันมานิยมดื่มกาแฟสดคั่วบด มากขึ้น แม้ว่าจะมีราคาขายที่ค่อนข้างสูง เมื่อเทียบกับกาแฟพร้อมดื่มสำเร็จรูปต่างๆ ไป

“เบอร์ดี รีโอ” จึงถือกำเนิดขึ้น จากคำ 3 คำ คือ

- Rich = มากด้วยคุณภาพของเมล็ดกาแฟพันธุ์พิเศษที่ผ่านการคัดสรรอย่างพิถีพิถัน
- Intense = รสชาติที่เข้มข้นในแบบฉบับของกาแฟคั่วบดแท้ๆ
- Origin = ผู้บุกเบิกกาแฟคั่วบดในรูปแบบกระป๋อง

ความโดดเด่นของ “เบอร์ดี รีโอ” คือเรื่องของรสชาติที่ผ่านการค้นคว้าวิจัยและพัฒนาจากแผนก R & D ของอายิโนะโมะโต๊ะ รวมทั้งคุณภาพของวัตถุดิบและเทคโนโลยีในการผลิต

ทำให้บริษัทฯ มั่นใจว่า “เบอร์ดี รีโอ” จะได้รับการตอบรับจากกลุ่มเป้าหมายเป็นอย่างดี ทั้งนี้บริษัทตั้งเป้าหมายการขาย “เบอร์ดี รีโอ” ไว้ที่ 150 ล้านบาท สำหรับเป้าหมายการขายใน 1 ปีแรก และจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดให้กับแบรนด์เบอร์ดี ได้ประมาณ 2 – 3%

ในส่วนของการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ทางบริษัทฯ ได้เตรียมงบประมาณเพื่อสนับสนุนการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ในช่วง 3 เดือนแรกไว้กว่า 30 ล้านบาท ซึ่งจะมีโฆษณาทาง

โทรทัศน์ วิทยุ สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อกลางแจ้งอื่นๆ โดยนำเสนอภายใต้สโลแกนว่า “รีโอ รสชาติแท้ กาแฟคั่วบด”

นอกจากนี้บริษัทฯ ยังมีโครงการที่จะแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่างให้กับกลุ่มเป้าหมายภายใต้แนวคิด “Coffee Corner Road Show” ตามอาคารสำนักงาน สนามกอล์ฟ ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วประเทศ

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณทุกท่านที่สละเวลามาร่วมงานและหวังว่าทุกท่านจะช่วยเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ให้กับเบอร์ดีต์ตลอดไป ขอขอบคุณครับ

ชำนาญ หอสมุด

อายิโนะโมะโต๊ะเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ “เบอร์ดี รีโอ”

นายพิเชียร คุสมิทธิ กรรมการผู้จัดการ และนายอรัชย์ อัจฉรานุกูล ผู้จัดการฝ่ายการตลาด 1 บริษัท อายิโนะโมะโต๊ะ เซลส์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายกาแฟกระป๋องเบอร์ดี เปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ กาแฟปรุงสำเร็จพร้อมดื่ม “เบอร์ดี รีโอ” กาแฟคั่วบดในรูปแบบกระป๋อง ราคา 15 บาท เพื่อหวังขยายฐานตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม โดยทุ่มงบถึง 30 ล้านบาท เพื่อทำตลาดใน 3 เดือนแรก พร้อมเตรียมแจกผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง ภายใต้แนวคิด “Coffee Corner Road Show” ตามอาคารสำนักงาน ห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และมหาวิทยาลัยต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ

ข้อมูลเพิ่มเติมกรุณาติดต่อ

ฝ่ายประชาสัมพันธ์

บริษัท เดนทัส (ประเทศไทย) จำกัด

โทร. 0-2234-6022 ต่อ 1406 – 1412

กำหนดการ

- 10.30 น. ลงทะเบียนรับประทานอาหารว่าง
- 11.00 น. พิธีกรกล่าวต้อนรับ และแนะนำผู้บริหาร
- 11.10 น. คุณพิเชียร กล่าว
หัวข้อ : -ตลาดโดยรวมของธุรกิจกาแฟในประเทศไทย
- เป้าหมายของอายิโนะโมะโต๊ะ ในตลาดกาแฟ
- 11.20 น. คุณ อรชัย กล่าว
หัวข้อ : แนะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ “เบอร์ดี รีโอ”
- 11.30 น. ภาพยนตร์โฆษณา “เบอร์ดี รีโอ”
- 11.35 น. ถาม – ตอบ
- 11.55 น. ถ่ายรูปผู้บริหาร
- 12.00 น. รับประทานอาหารกลางวัน

ผู้อำนวยการหอสมุด

รายงานประจำวันสำหรับการจัดกิจกรรม

Daily Report

Rio Coffee Canned Road Show

Date _____ Timing _____

Venues _____ Location _____

1. No. of Distributed Samples (Cups)

Plan Reach	Actual	% Actual per Plan

2. Sales Volume

Single Can			Pack 3		
No. Of Can	Price/Unit	Total (Baht)	No. Of Pack	Price/Unit	Total(Baht)

3. "Rio Boosterr" Sales Volume

Whip O'Rio	Rio Mocha	Sena Rio	#of Boosters Sold (Cups)	Price/Unit	Total (Baht)

4. No. of Premium (Coffee Glasses) : _____ pcs.

5. คะแนนความสนใจของลูกค้าที่มีต่อกิจกรรมแต่ละชนิดที่บูธ (5= มากที่สุด, 1= น้อยที่สุด)

_____ การเสิร์ฟ Rio Wet Sampling โดย PGs และ PBs _____ การเล่นเกม (Coffee Cup)
 _____ การขาย Rio กระป๋องแพ็ค 3 แกมแก้ว Paint _____ การขาย Rio แยกกระป๋อง
 _____ Rio Boosters (และสูตรที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ _____ การ Paint แก้ว Premium
 _____)
 _____ การเข้ามานั่งพักผ่อนที่ด้านในบูธ _____ การรับแจก Leaflet

รายงานบรรยากาศโดยรวม: _____

ปัญหา: _____

แบบสอบถามที่ใช้ในงาน Coffee Corner Road Show

แบบสอบถาม กาแฟกระป๋อง Rio

1. ปกติแล้วคุณดื่มกาแฟกระป๋องหรือไม่?

_____ ดื่ม (ไปข้อ 2.)

_____ ไม่ดื่ม (กล่าวขอบคุณ และจบการสอบถาม)

2. ยี่ห้ออะไร?

_____ เบอร์ดี

_____ เนสกาแฟ

_____ AHA

_____ ฉลาม

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

3. เคยดื่มกาแฟกระป๋องรีโอหรือไม่?

_____ เคย (ไปข้อ 4.)

_____ ไม่เคย (ไปข้อ 7.)

4. เพราะเหตุใดจึงดื่มรีโอ

_____ สะดวก และหาซื้อง่าย

_____ รสชาติอร่อยกลมกล่อม

_____ ราคาไม่แพง

_____ ดื่มเป็นประจำ

_____ แก้ง่วง

_____ ดูจากสื่อโฆษณาต่างๆ

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

5. ความคิดเห็นเกี่ยวกับรสชาติของรีโอ

_____ อร่อยกลมกล่อม

_____ ขมไป

_____ หวานไป

_____ จืดไป

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

6. ซื้อกาแฟกระป๋องรีโอจากที่ใด

_____ ห้างสรรพสินค้า

_____ ร้านสะดวกซื้อ เช่น 7-11

_____ ร้านมินิมาร์ทตามปั๊ม

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

จบคำถามสำหรับผู้ที่เคยดื่มรีโอ "กล่าวขอบคุณ"

.....

7. อยากทดลองดื่มบ้างหรือไม่ เพราะเหตุใด

_____ อยาก

เพราะ

_____ อยากทดลองสินค้าใหม่ๆ

_____ สินค้ามีชื่อเสียง

_____ คิดว่ารสชาติน่าจะอร่อย

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

_____ ไม่อยาก

เพราะ

_____ ไม่อยากทดลองสินค้าใหม่ๆ

_____ ไม่รู้จัก

_____ คิดว่ารสชาติไม่อร่อย

_____ อื่นๆ (โปรดระบุ _____)

จบคำถามสำหรับผู้ที่ไม่เคยดื่มรีโอ "กล่าวขอบคุณ"