

ส่วนวิจัยธุรกิจ 1 ฝ่ายวิจัยธุรกิจ
ธันวาคม 2560

ส่องเทรนด์โลก

จุดประกายความคิด ... พิชิตใจ ผู้บริโภคกลุ่ม Gen M



ที่มา : <http://yourbrandpartner.com>

ผู้บริโภคกลุ่ม Gen M หรือกลุ่ม Millennial หมายถึงกลุ่มผู้บริโภคที่เกิดระหว่างปี 2523-2543 (ค.ศ.1980-2000) ซึ่งเป็นช่วงเปลี่ยนผ่านผ่านสหัสวรรษที่เกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันประชากรกลุ่มนี้มีอายุระหว่าง 17-37 ปี และกำลังได้รับความสนใจจากภาคธุรกิจเป็นอย่างมาก ทั้งจากจำนวนที่มีอยู่มากและพร้อมที่จะใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ล่าสุด Edelman (บริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาด) ประเมินว่าปัจจุบันผู้บริโภคกลุ่ม Gen M มีจำนวนมากถึง 1.8 พันล้านคน หรือราว 1 ใน 4 ของจำนวนประชากรโลก นอกจากนี้ Badgeville (บริษัทที่ปรึกษาด้านธุรกิจดิจิทัล) คาดว่าภายในปี 2568 จำนวนผู้บริโภคกลุ่ม Gen M โลก จะมีสัดส่วนสูงถึง 3 ใน 4 ของจำนวนประชากรวัยแรงงานของโลก ขณะเดียวกันยังมีการประเมินว่ายอดการใช้จ่ายของผู้บริโภคกลุ่มนี้จะสูงถึงปีละ 6 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะพุ่งแตะระดับ 1.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563

เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้บริโภคกลุ่ม Gen M มีพฤติกรรมและรสนิยมการบริโภคสินค้าและบริการแตกต่างจากผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ ค่อนข้างมาก ดังจะได้กล่าวถึงต่อไป ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ต้องการเจาะตลาดผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าว จึงควรทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างถ่องแท้ เพื่อตอบโจทย์ความต้องการให้ตรงใจผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้น

เกร็ดน่ารู้เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่ม Gen M

- ✚ ให้คุณค่าและความสำคัญกับการใช้จ่ายเพื่อซื้อประสบการณ์ชีวิตมากกว่าการเก็บเงินเพื่อซื้อทรัพย์สินที่มีมูลค่าสูง อย่างอสังหาริมทรัพย์ ส่วนหนึ่งเนื่องจาก ผู้บริโภค Gen M กลุ่มใหญ่ของโลก โดยเฉพาะในอินเดีย

และเงิน นิยมอาศัยอยู่กับพ่อแม่หลังจบการศึกษา จึงมีเงินเหลือพอเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับกิจกรรมที่ตนเองชื่นชอบ ทั้งนี้ กิจกรรมที่ได้รับความนิยมในกลุ่ม Gen M ทั่วโลก มีดังนี้

**ตัวอย่างเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม
ในหมู่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen M**



Liverpool
สหราชอาณาจักร



Bordeaux
ฝรั่งเศส



Düsseldorf
เยอรมนี

ที่มา : www.forbes.com

✓ **รักษาการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่** Expedia.co.th (เว็บไซต์ที่ให้บริการด้านท่องเที่ยว) เปิดเผยผลสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen M จำนวน 21,000 ราย จาก 21 ประเทศ พบว่าแรงจูงใจสำคัญที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว คือ ประสบการณ์และแรงบันดาลใจที่ได้รับจากการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทั่วโลก เรียนรู้วัฒนธรรม วิธีการดำเนินชีวิตของผู้คนในแต่ละประเทศ และที่สำคัญยังได้แชร์ประสบการณ์การเดินทางทั้งภาพหรือวิดีโอลง Social Media โดยพบว่าชาวเอเชีย โดยเฉพาะจีน อินเดีย เกาหลีใต้ มาเลเซีย และไทย เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen M ที่สำคัญของโลก ล่าสุด Brand Karma (บริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาดดิจิทัล) คาดว่ายอดใช้จ่ายเพื่อเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen M ชาวเอเชีย จะพุ่งแตะระดับ 3.4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2563 โดยจากผลการศึกษาของ Forbes (นิตยสารด้านธุรกิจชื่อดังของโลก) พบว่าเมืองท่องเที่ยวยอดเยี่ยม 3 อันดับแรกของโลกที่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen M ใฝ่ฝันที่จะเดินทางไปเยือน คือ Liverpool สหราชอาณาจักร รองลงมาคือ Bordeaux ฝรั่งเศส และ Düsseldorf เยอรมนี ขณะที่ จ.ภูเก็ต ประเทศไทย ติดอันดับ 9 จากผลสำรวจ 10 อันดับแรกของโลก

ชอบถ่ายรูปอาหาร เพื่อนร่วมโต๊ะ และบรรยากาศร้าน



ที่มา : www.weeloy.com

ตัวอย่างอาหาร Paleo



ที่มา : <http://nomnompaleo.com/paleo101>

✓ **ค้นหาร้านอาหารที่ใช้วัตถุดิบคุณภาพ อร่อย และบรรยากาศดี** ร้านอาหารที่ผู้บริโภค Gen M นิยมเลือกรับประทานจะต้องใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย ราคาเหมาะสม และที่สำคัญต้องตกแต่งร้านให้มีบรรยากาศสวยงามแปลกใหม่ เพื่อตอบใจทนายผู้บริโภคกลุ่มนี้ที่นิยมรับประทานอาหารพร้อมกับการถ่ายรูปอาหาร ร่วมกับเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวกับบรรยากาศร้านและแชร์ข้อมูลผ่าน Social Media นอกจากนี้ ผู้บริโภค Gen M ยังใส่ใจดูแลรักษาสุขภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อสุขภาพ อาทิ อาหาร Organic อาหาร Paleo (อาหารที่ไม่ผ่านหรือผ่านกระบวนการผลิตและแปรรูปน้อยที่สุด) รวมถึงอาหารที่ผ่านการปรุงโดยลดปริมาณน้ำตาล เกลือ และไขมัน มีแนวโน้มได้รับความนิยมมากขึ้นด้วย

✓ **ยินดีใช้จ่ายเพื่อซื้อตัวชมคอนเสิร์ตงานเทศกาลดนตรี หรือตัวชมภาพยนตร์** มากกว่าการเก็บออมเงินไว้สำหรับลงทุนในทรัพย์สินราคาแพง เพราะผู้บริโภค Gen M เห็นว่าประสบการณ์และความรู้สึกพิเศษที่ได้รับจากการเข้าร่วมกิจกรรมบันเทิงดังกล่าวมีคุณค่าทางจิตใจมากกว่าการครอบครองทรัพย์สิน ตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ ตัวเข้าชมคอนเสิร์ตของศิลปินชื่อดังในยุคที่ชาว Gen M ยังอยู่ในช่วงวัยรุ่น แล้วนำกลับมาแสดงอีกครั้งในปัจจุบัน มักมียอดจองหมดอย่างรวดเร็วก่อนเปิดแสดงจริงเป็นเวลานาน

✚ **ชอบสั่งซื้อสินค้าออนไลน์แต่ก็ต้องการเห็นหรือทดลองสินค้าจริงก่อนตัดสินใจซื้อ** จากผลการศึกษาของ SmarterHQ (บริษัทที่ปรึกษาด้านการค้าออนไลน์) พบว่าผู้บริโภค Gen M นิยมสั่งซื้อสินค้าหรือบริการผ่านช่องทาง

ตัวอย่างร้านเสื้อผ้าที่มีหน้าร้านให้ลูกค้าเลือก และสามารถสั่งซื้อทางออนไลน์ได้



ที่มา : www.brandbuffet.in.th

ออนไลน์ เพราะสามารถค้นหาสินค้า เปรียบเทียบคุณสมบัติ ราคา และสั่งซื้อสินค้าหรือบริการที่ต้องการได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านหน้าจอตาร์ทอัพที่มีมือถือหรือคอมพิวเตอร์พกพา อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคกลุ่มนี้กลับชอบเดินทางไปเลือกสินค้าในร้านค้าด้วยตนเอง เพราะอยากเห็น สัมผัส และทดลองสินค้าจริงก่อนตัดสินใจสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ ล่าสุด Bonobos (แบรนด์เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายสุภาพบุรุษ) มีร้าน Guideshop ให้ลูกค้าเข้ามาเลือกขนาดและลองสวมใส่ และเมื่อลูกค้าเลือกสินค้าที่ต้องการได้แล้วสามารถสั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งช่วยอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าสามารถเดินออกจากร้านตัวเปล่าและกลับไปโปรอรับสินค้าที่บ้าน เช่นเดียวกับ MM.LaFleur (แบรนด์เสื้อผ้าสุภาพสตรี) ก็มีหน้าร้านให้ลูกค้าได้เลือกชมและทดลองสินค้า ก่อนที่จะตัดสินใจสั่งซื้อทางออนไลน์

✚ เชื้อและรับฟังความคิดเห็นจากเพื่อน ครอบครัว หรือผู้ที่เคยใช้สินค้าหรือบริการ จาก Blog หรือการ Review โดยผู้มีชื่อเสียง เทียบกับข้อมูลที่ได้รับการโฆษณาของผู้ผลิตสินค้า เพราะเห็นว่าข้อมูลสินค้าที่ได้รับจากผู้ผลิตสินค้าโดยตรง มักจะไม่เปิดเผยข้อเท็จจริงทั้งหมด ทำให้ผู้บริโภค Gen M นิยมค้นหาข้อมูลและคำวิจารณ์สินค้าหรือบริการที่ตนเองสนใจตาม Blog ต่างๆ โดยตัวอย่าง Blog ที่มีชื่อเสียงของโลก อาทิ One Mile At A Time หรือ Normadic Matt ซึ่งเป็น Blog เกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว และ Naturally Ella หรือ Minimalist Baker ซึ่งเป็น Blog เกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพ เป็นต้น

✚ ช่องทางโฆษณาสินค้าและบริการที่โดนใจ ผู้บริโภค Gen M เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีสื่อสารที่ล้ำสมัยและคุ้นเคยกับการสื่อสารโดยใช้แอปพลิเคชันอย่าง LINE Twitter หรือ WhatsApp ดังนั้น การโฆษณาสินค้าผ่านแอปพลิเคชันดังกล่าวด้วยข้อความสั้นๆ กระชับ แต่ได้ใจความสำคัญ รวมถึงอาจใช้สัญลักษณ์แสดงความรู้สึก (Emoji) หรือภาพ แทนการสื่อสารด้วยข้อความเพียงอย่างเดียวจะช่วยให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มนี้ได้ดียิ่งขึ้น ล่าสุดการโฆษณาสินค้าหรือบริการด้วย Video Content บนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่มีผู้ติดตามเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะ YouTube Facebook และ Instagram อาทิ การโฆษณาผ่าน TrueView In-Stream Video Ads ใน YouTube ซึ่งมีจุดเด่นสำคัญ จากการสื่อข้อความ ภาพเคลื่อนไหว เสียง และดนตรีประกอบ ช่วยให้ผู้บริโภค Gen M เข้าถึงสิ่งที่ผู้ผลิตสินค้าและบริการต้องการจะสื่อสารได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น และส่งผลดีต่อยอดจำหน่ายสินค้าและบริการ

ตัวอย่างโฆษณา Pepsi บน YouTube



ที่มา : <https://oaksomwong.files.wordpress.com>

ท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในยุคดิจิทัล ขณะที่ผู้บริโภค Gen M มีศักยภาพสูงที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้บริโภคกลุ่มสำคัญของโลก ผู้ประกอบการไทยจึงควรเตรียมตัวให้พร้อม ด้วยการติดตามและศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่ม Gen M ให้ละเอียดลึกซึ้ง และหาทางรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นอย่างทันท่วงที ก็คาดว่าจะช่วยให้ธุรกิจของท่านเติบโตได้อย่างยั่งยืนในระยะยาว

Disclaimer : ข้อมูลต่างๆ ที่ปรากฏ เป็นข้อมูลที่ได้จากแหล่งข้อมูลที่หลากหลาย และการเผยแพร่ข้อมูลเป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์ในการให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเท่านั้น โดยธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดๆ ที่อาจเกิดขึ้นจากการที่มีบุคคลนำข้อมูลนี้ไปใช้ไม่ว่าโดยทางใด