

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Insight) ที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีผลต่อรูปแบบธุรกิจ เป็นการศึกษาถึงรูปแบบความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Insight) ซึ่งประกอบด้วยความต้องการ (Needs) รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle) พฤติกรรมการบริโภคสื่อ (Media Consumption Behavior) ที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้ (Buying and Using Behavior) ของผู้บริโภค

การศึกษารั้งนี้ เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีการวิจัยแบบ Triangular Research ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาวิจัย 3 ส่วน ส่วนแรกเป็นการศึกษาวิจัยเบื้องต้นเพื่อหาความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค โดยในส่วนนี้เป็นการหาความต้องการของผู้บริโภคด้วยข้อมูลทุติยภูมิ ส่วนที่ 2 การวิจัยด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุระหว่าง (10-29 ปี) ผลจากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นไปตามความสัมพันธ์ของกรอบการวิจัยเพียง 2 อย่างคือ ความต้องการสำหรับการใช้ออนไลน์ และ ความต้องการสำหรับการซื้อสินค้าแบรนด์เนม ซึ่งเมื่อพิจารณาความต้องการของผู้บริโภคพบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เป็นตัวแทนของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายมีความต้องการสำหรับการใช้ออนไลน์ที่หลากหลาย ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยของสถาบันเทคโนโลยีแห่งชาติ (NECTEC) และศูนย์วิจัยของธนาคารกสิกรไทย ซึ่งได้กล่าวว่าสื่อออนไลน์มีแนวโน้มที่จะขายตัวอย่างต่อเนื่องไปอีกยาวนาน ประกอบกับจะมีการลงทุนในเทคโนโลยีเพื่อช่วยให้การออนไลน์มีความรวดเร็ว และสามารถใช้ได้ ในวงกว้างขึ้น

ดังนั้นการวิจัยใน ส่วนที่ 3 ผู้วิจัยให้ความสนใจในการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นของความต้องการของกลุ่มตัวอย่างในการใช้ออนไลน์มีผลต่อรูปแบบของธุรกิจ (Business Model) โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์กลุ่ม (Focus Group) ซึ่งพบว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกันมีความต้องการรูปแบบธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการร่วมกัน และความต้องการเฉพาะของแต่ละกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งสามารถสรุปได้เป็น 6 ประเด็น ได้แก่ ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับด้านความบันเทิง ด้านการติดต่อสื่อสาร ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ด้านการซื้อสินค้าผ่านออนไลน์ และด้านการบริการเครือข่าย ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบธุรกิจที่มีความสอดคล้องกับกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายแต่ละกลุ่ม กล่าวคือ

รูปแบบธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุระหว่าง 10-14 ปี หรือกลุ่มมัธยมศึกษาตอนต้น คือ รูปแบบธุรกิจโครงข่ายสัญญาณออนไลน์ รูปแบบธุรกิจเพื่อนบันเทิง รูปแบบธุรกิจเพื่อนความงาม

รูปแบบธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุระหว่าง 15-18 ปี หรือกลุ่มมัธยมศึกษาตอนปลาย คือ รูปแบบธุรกิจโครงข่ายสัญญาณออนไลน์ รูปแบบธุรกิจเพื่อนบันเทิง รูปแบบธุรกิจเพื่อนความงาม

รูปแบบธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุระหว่าง 19-21 ปี หรือกลุ่มนักศึกษามหาวิทยาลัย คือ รูปแบบธุรกิจโครงข่ายสัญญาณออนไลน์ รูปแบบธุรกิจเพื่อนบันเทิง รูปแบบธุรกิจเพื่อนคู่คิด

รูปแบบธุรกิจที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายที่มีอายุระหว่าง 22-29 ปี หรือกลุ่มวัยทำงานตอนต้น คือ รูปแบบธุรกิจโครงข่ายสัญญาณออนไลน์ รูปแบบธุรกิจเพื่อนเดินทาง