

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

กิตติกรรมประกาศ

รายงานวิจัยเฉพาะบุคคล เรื่องความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Insight) ที่เป็นกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย มีผลต่อรูปแบบธุรกิจ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยการรับความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.ธัญมณีนันท์ ภาณินัก ที่ให้เกียรติเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา คอยชี้แนะ ให้คำแนะนำที่ดี อีกทั้งช่วยตรวจสอบ และแก้ไขเนื้อหารายงานวิจัยเฉพาะบุคคลนี้ออกมาได้ อย่างครบถ้วนสมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร. ศาภานุ บุญอิต และ อาจารย์ วิทยา จารุงศ์โสภณ ที่ได้กรุณาเป็นกรรมการรายงานวิจัยเฉพาะบุคคล ซึ่งกรุณาช่วยเหลือ ตรวจสอบ ชี้แนะ ในการจัดทำรายงานวิจัยเฉพาะบุคคลนี้ให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ที่ให้การสนับสนุนทางการศึกษามาโดยตลอด ขอขอบคุณแดงที่คอยช่วยเหลือเรื่องการสัมภาษณ์ และให้กำลังใจที่ดีเสมอมา ขอขอบคุณพี่แนน และพี่ป้อม มิตรสหายจากบริษัท ที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ ขอขอบคุณ ทั้งก๊วกโก้ จูน ลูกอม และ เพื่อน ๆ MBA'50 ทุกคนที่คอยช่วยเหลือทั้งเรื่องรายงาน และเรื่องส่วนตัว ขอขอบคุณพี่นุช โครงการนวัตกรรม ปี 49 ที่ช่วยให้คำปรึกษาด้วยดีตลอดมา

สุดท้ายนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ที่สอนโครงการ MBA'50 ทุกท่านที่ให้ความรู้ ถ่ายทอดประสบการณ์ต่าง ๆ ตลอดระยะเวลาการศึกษา ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการปริญญาโททุกท่านที่ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเกี่ยวกับระเบียบขั้นตอนต่าง ๆ มาโดยตลอด ขอขอบคุณ พี่นุช พี่ ๆ และน้อง ๆ ที่ให้ความช่วยเหลือในการตอบคำถาม พุดคุย ให้ความร่วมมือในการสัมภาษณ์รายบุคคล และการสัมภาษณ์เป็นกลุ่มบุคคล ที่ทำให้ข้อมูลรายงานมีความถูกต้อง ชัดเจนยิ่งขึ้น ขอขอบคุณทุก ๆ คน ที่มีส่วนทำให้รายงานวิจัยเฉพาะบุคคลนี้เสร็จสมบูรณ์

สิริตา อึ้งสกุล

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ.2552