

ที่ผ่านมาเหตุการณ์การเมืองแบ่งกลุ่มสูญเสีย
ออกเป็นหลายกลุ่มด้วยกัน ตามเพศ ตามพุทธิกรรม
แต่ที่นิยมนำเสนอให้เป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อกำหนดกลุ่ม¹
เป้าหมาย ก็คือ ช่วงอายุ หรือ Generation เพราะ
พุทธิกรรมของคนในแต่ละช่วงอายุมีความแตก
ต่างกัน อันมีผลมาจากการปัจจัยทางด้านการพัฒนา
สังคม สิ่งแวดล้อม การศึกษา ที่สำคัญ คือ เรื่อง
ของเทคโนโลยี

ปัจจุบันเรานิยมแบ่งกลุ่มคนออกเป็น 6 กลุ่ม²
ตามช่วงอายุดังนี้

1. Greatest Gen หรือยุคก่อนสงครามโลก (1901-1924)
2. Silent Gen หรือยุคระหว่างสงครามโลก (1924-1945)
3. Baby Boomer หรือยุคหลังสงครามโลก เศรษฐกิจเริ่มกลับมาบูรุษอีกครั้ง (1946-1964)
4. Gen X ยุคที่มีการควบคุมอัตราการเกิด (1965-1976)
5. Gen Y ยุคการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี
สมัยใหม่ (1977-1995)
6. Gen Z ยุคเติบโตมาพร้อมเทคโนโลยี
ดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ (เกิดหลังปี 1996)

Blur Generation ค่าบัญปร่วมไม่จำกัดวัย

เรื่อง/ภาพ : ภูมิกร ศินธาราทิน

แผนการสร้าง
สำนักงานห้องสมุด มหาวิทยาลัยศรีปทุม

แนะนำว่าในตลาดแม่สภาระแบ่งกลุ่มเป้าหมาย
ในลักษณะดังกล่าวซึ่งคงໄใช้ได้ผลอยู่ แต่ได้เดินนำ
ขนาดใหญ่เพิ่บกว่า ตัวมีประกาศการณ์ที่เรียกว่า ค่าบัญ
ร่วมก่อตัวเข้ามาเป็นคลื่นได้น้ำเล็กๆ ม้วนตัวไป
พร้อมกับคลื่นหนึ่งน้ำอยู่

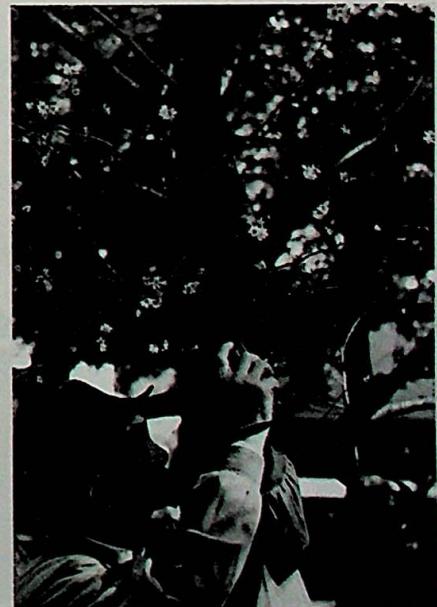
กระแสเคลื่อนแบบนี้คือน้ำท่วมไป茄จะซึมลง
ไม่ออก แต่ส่าหันறทานทะเลขีที่ข้ามจากภัยนักจะ
สังเกตเห็นก่อนใคร

โดยกับเรื่องนี้คุณโลลิเวอร์ กิตติพงษ์ วีระเดชะ
ประธานอำนวยการ VMLY&R Thailand ได้แสดงความ
คิดเห็นว่า พฤติกรรมของคนยังเปลี่ยนแปลงไป
ตามภารกิจของสังคมที่มีความสัมภัยขึ้นนี้ หมายความ
หลักเกณฑ์ทั่วไป茄ใช้ได้มีครอบคลุม

ทุกวันนี้เราขอพูดถึงคนเก่ายังไง เป็นคนแก่
ล้าหลังไม่ทันใคร ลึกลับนี้มีดีหมดเลย คนสูงอายุ
สมัยนี้ทำกำลังมองชีวิตที่ 2 ของเขามากความ
รับผิดชอบของเขาน้อยลงแต่เขาก็เงินมากลดลง
ชีวิตแนวคิดที่ต้องเก็บเงินให้สูงจนได้เริ่มเปลี่ยน
แล้วเขากำหนดที่แค่ส่งถูกเรียนจบจากนั้นต่อไปคือ
ช่วงเวลาที่เขาใช้ชีวิต ผู้เดียวที่เปลี่ยนแปลงของ
ช่องทาง

ส่วนในกลุ่มเด็กที่โภมาในสมัยนี้ไม่เหมือน
เด็กในยุคก่อน เด็กสมัยนี้ได้เรียนมาก วิธีการคิดของ
เด็กก็ใช้ชีวิต เพราะเด็กสามารถเข้าสู่ชั้นอุดมคติมาก
ขึ้นเรื่อยๆ จนทำให้เด็กกลุ่มนี้พยายามจะทำตัวเป็น³
ผู้ใหญ่ ข้อเท็จจริงในปัจจุบันตอนนี้茄จะไม่แบกใจ
ถ้าเราอยู่กับเด็กที่มีบ้านแล้วเราจะได้ชื่อคลื่นใหม่ๆ ลิ่ง
ที่เกิดขึ้นก็คือ “ผู้ใหญ่ทำตัวเด็ก” ทำตัวสูงอายุขึ้น
เราระยะลังที่นี่ที่เรียกว่า “ค่าบัญร่วม”

เมื่อเทียบดูแล้ว ของการเปลี่ยนแปลงนี้แล้ว
จึงเป็นค่าธรรมที่น่าคิดสำหรับนักสื่อสารการตลาด
อยู่ในน้อยกว่า ถึงเวลาที่จะต้องปรับเปลี่ยนวิธีการ
สื่อสารหรือยัง



จริงอยู่ว่าคนกลุ่มนี้อาจจะมีไม่นาน ก็หรือบางคนอาจจะยังคงเห็นไม่ชัดเจน แต่คนกลุ่มนี้ก็มีตัวตนและมีวิธีการใช้ชีวิตที่โดดเด่น ทั้งในชีวิตประจำวันและในสังคมออนไลน์

สมัยนี้เราจึงเห็นกลุ่มคนสูงอายุวางแผนเที่ยวต่างประเทศกับเพื่อนๆ กันเงยๆ นิดเลือกประเทศ เลือกสายการบินเอง จองที่พักเองแบบอิสระ (FIT – Foreign Individual Tourism) โดยไม่ไปแบบเชื้อทัวร์เหมือนแต่ก่อน กิโนะไห่เรื่องแฟลก

เมื่อก็อดเคลสแบบนี้เชื้อทัวร์ต้องปั๊บด้วย

หรือแม้กระทั่งรถที่คิดว่าจะ Mini ที่หมายกลับกลุ่มคนรุ่นใหม่ก็มีให้เห็นมากมาย ว่าคนที่ชื่อนั้นกล้ายเป็นกลุ่มคนสูงอายุที่มีพฤติกรรมแบบ Young At Heart

ขณะเดียวกันก็พบว่ากลุ่มคนอายุน้อยที่มีความคิดความอ่าน มีความรับผิดชอบที่เกินกว่าไปมากเข่นกัน

ทุกวันนี้ในส่วนประมวลความคิดต่างๆ เราจะเห็นໄ้อเดียดีๆ จากกลุ่มเด็ก โรงเรียนมัธยมที่สามารถเข้ารอบลึกๆ ในโครงการประมวลความคิดสร้างสรรค์จากเวทีต่างๆ เรายังเด็กที่เก่ง มีคุณภาพ มีความสามารถ กล้าแสดงออก กล้าแสดงความคิดเห็น ในเรื่องต่างๆ เพิ่มมากขึ้นอย่างขั้นจนความคิดที่แตกต่างจากกลุ่มเมນสตรีมนี่ คุณโอลิเวอร์ เรียกว่า “ค่านิยมร่วม”

“คนแก่ไม่แก่” เด็กอย่างโอลิเวอร์คิดว่ามีร่วมตรงนี้คือความคิดสร้างสรรค์ที่ถูกจริตคนยุคนี้ มาก ถ้าคุยกับคนกลุ่มนี้คุณจะได้อิเดียใหม่ๆ จากคนกลุ่มนี้มากมายนักการตลาดจะต้องเข้าใจและรับรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้

ถ้าเราเข้าใจผู้บริโภคกลุ่มนี้เราจะรู้ได้ว่าเราเป็นแบรนด์สำหรับเขา เพราะจะนั้นเรา ห้ามคิดแทนผู้บริโภค 2 กลุ่มนี้ว่าจะต้องเป็นแบบนี้ไม่จริงเลยสักขั้นการตลาดเปลี่ยนแปลงไปเร็วนักมันยังไงก่อนจะทำอะไร เราเริ่มที่ทำรากที่ทำงานวิจัยแต่หลายครั้งที่พบว่าผิด ถ้าเรอ yak จะรู้ว่าสิ่งใดสำคัญอย่างไรคุณต้องเข้าไปไม่ใช่ไปส่วนลักษณะของนั้นการทำ Focus Group คุณจะไม่มีทางรู้โดยว่าลิงจะสำคัญอย่างไรบุคคลนี้จะเป็นบุคคลที่นักการตลาดต้องเปิดใจผู้ประกอบการต้องเปิดใจ ต้องหา Balance ให้ดีแล้วเอาไปสร้าง ไปบริหาร ประสบการณ์ของลูกค้า”

ใครที่ยังคงนิยมใช้วิธีการวางแผนธุรกิจแบบเดิมๆ อยู่ คงต้องลองสังเกตบ้างแล้ว ว่ากลุ่มเป้าหมายเดิมของเรามีความเปลี่ยนอย่างที่กล่าวมาหรือไม่ @



หลายคนที่ฝ่าแนวมีความกังวลในเรื่องของ ประชากรที่เพิ่มมากขึ้นทั่วโลก ซึ่งแน่นอนว่าเมื่อ ประชากรเพิ่มการใช้ทรัพยากรต่างๆ ย่อมมีมากขึ้น โลกจึงเผชิญกับความเสี่ยงจากการใช้ทรัพยากร อย่างทุ่มเทอย่างหนาสาหัสให้ทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ ลดลงอย่างต่อเนื่อง

Circular Economy เป็นแนวคิดเศรษฐกิจ หมุนเวียนที่ถูกนำมาพูดถึงมากขึ้น เพราะหลาย ครุภัณฑ์เห็นแล้วว่าเป็นวิธีการที่จะสร้างความ ยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับธุรกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม Circular Economy ให้ความสำคัญกับการใช้ ทรัพยากรธรรมชาติให้เกิดประโยชน์สูงสุดรวมถึง การเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการของเสียที่ บริโภคแล้ว วัตถุดิบ ลินค้าที่หมดอายุ และพังงาน ให้ถูกนำกลับไปเป็นทรัพยากรที่หมุนเวียนอยู่ใน ระบบด้วยกระบวนการที่เหมาะสม

โดยมีหลักสำคัญคือ การนำเข้าสู่กระบวนการ ผลิตใหม่ (Re-process) ผ่านการออกแบบใหม่ (Re-design) การสร้างคุณค่าใหม่ (Added Value) การ สร้างวัตกรรมใหม่ (Innovation) การสร้างความ ร่วมมือ (Collaboration) เพิ่มขึ้นทั้งที่เกี่ยวข้องและ

