



Sarinporn Jivanun  
MD at Enviro (Thailand)

## CONSUMER PAPARAZZI : เมื่อนักการตลาดต้องประชันกับพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ ใครจะชนะ?



คงคุ้นหูกับคำว่าคนไทยอ่านหนังสือวันละ แปดบรรทัดกันดีนะคะ เป็นคำประชดประชันว่าคนไทยไม่ค่อยเสพอะไรที่เป็นสาระ โดยมีการใช้เวลาอ่านหนังสือเฉลี่ย 66 นาที หรือ 1 ชั่วโมงต่อวัน จากสถิติปี 2558 ถึงแม้ในปี 2561 จะเพิ่มมาเป็น 80 นาทีต่อวัน ก็ยังเทียบไม่ได้เลยกับการใช้เวลาอยู่กับ Social Media 3 ชั่วโมง 11 นาทีต่อวัน และใช้เวลาดู Online Streaming หรือ Video On Demand 3 ชั่วโมง 44 นาทีต่อวัน คนไทยเราติดอันดับการใช้เวลาบนโลกออนไลน์เป็นอันดับสี่ของโลกเลยทีเดียวนะคะ ไม่เพียงเท่านั้น คนไทยถึงขั้นติดอันดับการโพสต์บน โซเชียลมีเดีย มากเป็นอันดับหนึ่งของโลก เป็นเรื่องที่น่าคิดมากสำหรับสังคมไทย ว่าคนไทยไม่อ่านหนังสือแต่กลับอ่านเรื่องราวบนสังคมออนไลน์ อ่านข่าวดราม่า มากกว่าข่าวที่ให้สาระ ทำให้สังคมไทยดราม่ามากขึ้นทุก ๆ วัน ข่าวอะไรที่เป็นสาระกลับไม่ดัง แต่ข่าวที่เป็นเรื่องดราม่า เรื่องฉาวนี่ดังมาก ๆ

**“อ่านเรื่องราวบนสังคมออนไลน์ อ่านข่าวดราม่า มากกว่าข่าวที่ให้สาระ ทำให้สังคมไทยดราม่ามากขึ้นทุก ๆ วัน ”**



อ่านหนังสือ  
80 นาที  
ต่อวัน

Social Media  
3 ชั่วโมง  
11 นาที  
ต่อวัน

Online  
Streaming  
3 ชั่วโมง  
44 นาที  
ต่อวัน

ใช้เวลาบนโลก  
ออนไลน์  
อันดับ 4  
ของโลก

โพสต์บน  
โซเชียลมีเดีย  
อันดับ 1  
ของโลก



## การขายของก็เริ่มเปลี่ยนจากมือนักการตลาดไปสู่พ่อค้าแม่ขายที่มีสารพัดเทคนิคในการขายของบนโลกออนไลน์มากขึ้น

เมื่อคนไทยมัวเมาอยู่กับการอยู่บนโลกโซเชียล ดูรูป ดูวิดีโอ การขายของก็เริ่มเปลี่ยนจากมือนักการตลาดไปสู่พ่อค้าแม่ขายที่มีสารพัดเทคนิคในการขายของบนโลกออนไลน์มากขึ้น บางคนต้องโชว์เนื้อหนังถึงจะขายได้ โดยไม่สนใจบริบทใด ๆ ของสังคม ซึ่งเป็นสิ่งที่ควบคุมยากมาก ๆ ไม่ว่าจะเป็นเนื้อหา หรือจรรยาบรรณ เนื้อหาบนโลกออนไลน์ไม่มีกฎหมายควบคุมอย่างจริงจัง ทำให้นักการตลาดเสียเปรียบในการแข่งขัน และยากที่จะบริหารจัดการ เพราะพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์จะใช้กลยุทธ์ใดก็ได้ ขอให้มียอดวิวเยอะ ๆ ขณะที่นักการตลาดไม่สามารถทำได้ ด้วยความเหมาะสมของเนื้อหาโฆษณาที่ต้องมีหน่วยงานคอยกำกับดูแล (ต้องมีจรรยาบรรณ)

ที่สำคัญการขายของออนไลน์ก็ไม่ได้จำกัดรูปแบบ ดิสเพลย์ เหมือนการขายของในห้างอีกต่อไป สามารถกำหนด บรรยากาศ และอารมณ์ ทำให้คนมีความอยากซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า เช่น คุณจะขายหมวกสาน ก็ไม่ใช่หมวกที่ตั้งอยู่บนชั้นวางสินค้าแห้ง ๆ นึกภาพไม่ออกว่าจะใช้อย่างไร เมื่อไร อีกต่อไป เพราะพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์ที่มีเทคนิคในการขายขั้นเทพ จะนั่งใส่หมวกสานใบนั้น นั่งทำแดดสวย ๆ อยู่ริมทะเล ด้วยชุดว่ายน้ำสุดแสนเซ็กซี่ เพื่อยั่วให้คนอยากได้ (ขายอารมณ์) และเรียยกอดวิว (ซึ่งแน่นอน นักการตลาดหมดสิทธิ์ทำแบบนั้น) และ เพื่อทำให้คนซื้อนึกภาพออกว่า ใช้หมวกใบนั้นให้เป็นประโยชน์ในการบังแดดได้แค่ไหน อย่างไร เมื่อคนนึกภาพออกโอกาสในการขายมีสูงมาก

**“งานวิจัยพบว่า สมอง  
ประมวลภาพเร็วกว่าตัว  
อักษรถึง 80%  
เมื่อคนนึกภาพออก  
โอกาสในการขาย  
ก็มีสูงมาก”**



## คำถามที่โปรยไว้ว่าใครจะชนะ ระหว่าง นักการตลาด และ พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์?



งานวิจัยพบว่า สมองประมวลภาพเร็วกว่าตัวอักษรถึง 80% การขายด้วยภาพ ในจังหวะเวลาที่คนจะซื้อสินค้า เป็นการขายที่ทรงประสิทธิภาพที่สุด ในกรณีตัวอย่างนี้ นอกจากนักการตลาดจะสู้เรื่องการเรียกยอดวิวยาก (ว่าด้วยเรื่องจรรยาบรรณ) ยังไม่สามารถ ขายด้วยภาพเข้ายวนให้อยากซื้อ ได้ดีเท่า พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์อีกด้วย (นึกถึงภาพคนยื่นเลือกสินค้าหน้าชั้นวางแห่ง ๆ กับ คนที่ซื้อออนไลน์ที่เห็นรูปภาพพร้อมองค์ประกอบที่ยั่วยวน)

คำถามที่โปรยไว้ว่าใครจะชนะ ระหว่าง นักการตลาด และ พ่อค้าแม่ค้าออนไลน์?

เรื่องยอดขายคงตอบยาก แต่ถ้าอยากชนะใจผู้บริโภคระยะยาว งานวิจัยของเอ็นไวโร ไทยแลนด์พบว่า คนรุ่นใหม่เริ่มสนใจ **social enterprise** หรือ **กิจการที่มีรายได้จากการผลิตหรือจัดจำหน่ายสินค้าหรือบริการ โดยมีเป้าหมายในการแก้ไขปัญหา พัฒนาชุมชน สังคม หรือสิ่งแวดล้อม มากกว่าการสร้างกำไรเพียงเท่านั้น** (ในราคาที่จับต้องได้)

แน่นอน เนื้อหาที่ควบคุมไม่ได้บนโลกออนไลน์ส่งเสริมให้คนไทยมีความดราม่า มากขึ้น น่ากลัวจนใกล้จะถึงจุดพลิก ที่ผู้บริโภคไม่อยากให้สังคมไทยพลิกลงสู่จุดต่ำ และรู้สึกเป็นภัย ทั้งต่อตนเองและลูกหลาน ผู้บริโภคจะไม่อยากสนับสนุนสินค้าที่ไม่จริงใจ ถ้านักการตลาดเห็นเทรนด์นี้และเริ่มใส่ใจบริบทของสังคม ไม่เพียงแต่สินค้าจะขายได้อย่างยั่งยืน แต่ สังคม และ ประเทศ จะดีขึ้นไปด้วยนะคะ

“งานวิจัยของ  
เอ็นไวโร ไทยแลนด์พบว่า  
ถ้าอยากชนะใจ  
ผู้บริโภคระยะยาว  
ให้เริ่มสนใจ **SOCIAL  
ENTERPRISE**”

