

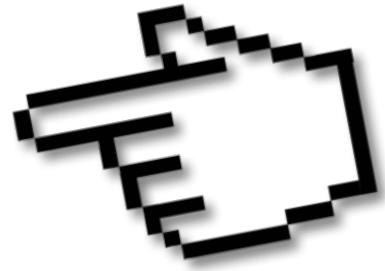
ประจักษ์ เอ็ดดิม

Web Based Business Development Department

# พัฒนารธุรกิจด้วย เว็บเทคโนโลยี

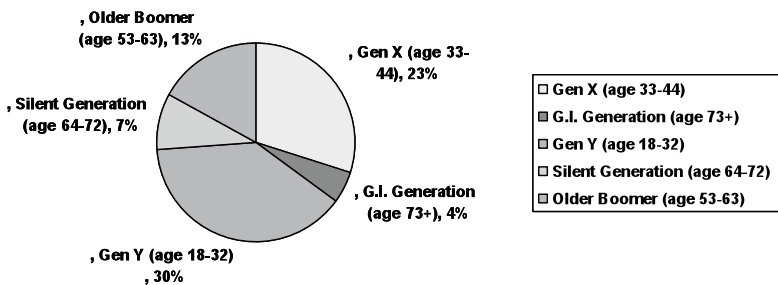
## ตอน ฝ่าวิกฤตด้วย E-commerce

ต่อจากฉบับที่แล้ว



ฉบับนี้ มาต่อกับเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ หรือยุคผสมผสานระหว่างออนไลน์และออฟไลน์ จากสถิติของผู้บริโภคที่เปลี่ยนจำนวนไปตามยุคสมัย ดังภาพประกอบด้านล่าง

(Does not include teens)



ที่มา: E. Kroski (2009), Generations Online in 2009, Available at: <http://oedb.org/blogs/librarian/2009/generations-online-in-2009>

สัดส่วนของประชากรกลุ่มใหม่กลายเป็นกลุ่มคนที่ใหญ่ที่สุดที่นักบริหารต้องพิจารณาถึงกลยุทธ์ออนไลน์ที่จะต้องเข้าถึง ถึงแม้ว่าในประเทศไทยยังไม่มีสถิติแบบนี้แต่ก็มีการสำรวจด้านพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้ตามตารางด้านล่าง

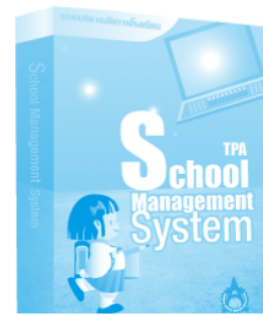
ความคิดเห็นและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของเยาวชนไทย (อายุ 15-24)

บล็อก หรือไดอารี่ เช่น MSN Space, Exteen	42.7%
สารานุกรมออนไลน์ เช่น Wikipedia	38.3%
การรวบรวมภาพและแลกเปลี่ยนภาพ เช่น Flickr	28.2%
การรวบรวมวิดีโอ และแลกเปลี่ยนวิดีโอ เช่น You Tube	27.7%
ดาวน์โหลดแบบ P2P เช่น Bittorrent, Kazaa, LimeWire	23.9%

ที่มา: [http://www.abacpoll.au.edu/BestResults/results\\_real-time.html](http://www.abacpoll.au.edu/BestResults/results_real-time.html)

ดังนั้นการใช้สื่อทางการตลาดกับผู้บริโภคยุคใหม่ ต้องใช้เทคโนโลยีที่จะต้องคำนึงถึงพฤติกรรมของผู้ใช้และผ่านช่องทางที่ผู้ใช้เป็นประจำอยู่แล้ว มิฉะนั้น การลงทุนด้านการตลาดออนไลน์จะไม่ประสบความสำเร็จได้เลย

อ้างอิงจาก หนังสือการตลาดกลุ่มผสม



ระบบบริหารจัดการโรงเรียนอย่างครบวงจร



ระบบทดสอบออนไลน์ รองรับทั้ง Internet และ Intranet ใช้ในการวัดระดับขีดความสามารถของบุคลากร

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ ฝ่ายพัฒนารธุรกิจและเทคโนโลยีเว็บ ส.ส.ท. เราอาจจะมี Solution หรือบริการตามที่คุณวางแผนไว้อยู่แล้วก็ได้ โทรศัพท์ 0 2717 3000 ต่อ 524 หรือ [www.tpa.or.th](http://www.tpa.or.th), [www.ThaiJapanMarket.com](http://www.ThaiJapanMarket.com), [www.tpa.or.th/industry](http://www.tpa.or.th/industry)

อ่านต่อฉบับหน้า