

# เดย์มอน เวิลด์ไวด์ เจาะใจผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียล



เดย์มอน เวิลด์ไวด์ เผยรายงาน The Next World: How Millennials Will Shape Retail ศึกษาอิทธิพลของผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียลต่อธุรกิจค้าปลีก

पोर्टो ซาลโว, โปรตุเกส-(บิสเนส ไร์)-20 มิ.ย. 2016

เดย์มอน เวิลด์ไวด์ ผู้นำธุรกิจค้าปลีกระดับโลกและผู้บุกเบิกไพรเวทแบรนด เปิดเผยรายงานการวิจัยตลาด The Next World: How Millennials Will Shape Retail ซึ่งได้สำรวจความแตกต่างและคุณค่าของผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียล เพื่อให้เกิดความเข้าใจมากขึ้นว่าผู้บริโภคกลุ่มนี้จะกำหนดอนาคตของธุรกิจค้าปลีกได้อย่างไร โครงการวิจัยระดับโลกนี้จัดทำขึ้นในเดือนเม.ย. 2016 โดยมีการสำรวจผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลและเจนเอ็กซ์มากกว่า 7,000 คน ใน 14 ประเทศ ทั่วทั้ง 5 ทวีป

วาสโก บรินก้า รองประธานของ เดย์มอน เวิลด์ไวด์ กล่าวว่า “ภายในปี 2030 ผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียลจะมีจำนวนมากกว่าคนทุกรุ่น แม้แต่กลุ่มเบบี้บูมเมอร์ ซึ่งนับเป็นปรากฏการณ์ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน คนยุคมิลเลนเนียลนั้นเติบโตมากับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การว่างงานสูง ทั้งยังอยู่กับระบบดิจิทัลตลอดเวลา การศึกษาคนยุคมิลเลนเนียลและวัฒนธรรมของพวกเขาจึงมีความจำอย่างมากในการที่จะช่วยให้เราค้นพบอิทธิพลที่ผู้บริโภคกลุ่มนี้มีต่อโลกในอนาคต”

การวิจัยของ เดย์มอน เวิลด์ไวด์ ได้ประเมินผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลใน 3 ด้านหลัก ๆ ได้แก่ ทัศนคติและความเชื่อ วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและพฤติกรรมการบริโภค และมุมมองที่มีต่อแบรนดทั่วไปและแบรนดเฉพาะ

ผลการค้นพบที่สำคัญ

วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าและพฤติกรรมการบริโภค

ผลสำรวจพบว่าผู้บริโภคยุคมิลเลนเนียลไม่มีการวางแผนการซื้อที่เป็นระบบ คนกลุ่มนี้ซื้อสินค้าบ่อยและใช้เวลานานในการเลือกซื้อสินค้า โดยการซื้อสินค้าจำพวกของชานันั้นมักเกิดจากความต้องการฉับพลัน ซึ่งต่างจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเอ็กซ์ที่ซื้อสินค้าล่วงหน้าเพื่อเก็บไว้ใช้ประมาณสองสามวัน

มุมมองที่มีต่อแบรนดทั่วไปและแบรนดเฉพาะ

ผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียลมีความภักดีต่อแบรนดน้อยกว่าผู้บริโภคกลุ่มเจนเอ็กซ์ โดยผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล 29% และผู้บริโภคกลุ่มเจนเอ็กซ์ 35% กล่าวว่า “ปกติแล้วพวกเขาจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิม แต่อาจลองซื้อสินค้ายี่ห้ออื่น

บ้างในบางโอกาส” ในขณะที่ผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล 26% กล่าวว่าพวกเขาอาจ “ซื้อสินค้าที่ห่อได้ก็ได้ที่รู้สึกชอบ ณ ขณะนั้น”

ผลการสำรวจยังเผยข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับทัศนคติและความเชื่อ พฤติกรรมออนไลน์ การเลี้ยงดูและรูปแบบครอบครัว ความสมดุลระหว่างชีวิตกับงาน ตลอดจนพฤติกรรมสุขภาพและการส่งเสริมสุขภาพของผู้บริโภคกลุ่มมิลเลนเนียล

ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับการวิจัย The Next World: How Millennials Will Shape Retail ได้ที่ <http://www.thenextworldinretail.com>

เกี่ยวกับ เดย์มอน เวิลด์ไวด์:

เดย์มอน เวิลด์ไวด์ วางแผนกลยุทธ์และให้บริการด้านการค้าปลีกทั่วโลกอย่างมืออาชีพเพื่อทำเงินให้กับบรรดาห้างร้าน เราเป็นผู้ในระดับโลกในการสร้างแบรนด์เฉพาะที่ประสบความสำเร็จ รวมทั้งนำเสนอการทำการตลาดและบริการภายในร้านค้าที่เน้นเสริมสร้างประสบการณ์แก่ผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดูข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ [www.daymon.com](http://www.daymon.com)

รับชมข่าวต้นฉบับได้ที่ [businesswire.com](http://businesswire.com):

<http://www.businesswire.com/cgi-bin/mmg.cgi?eid=51363606&lang=en>

ติดต่อ:

ตัวแทน Daymon Worldwide

Emily Roy, 212-279-3115 x232

[eroy@prosek.com](mailto:eroy@prosek.com)