

การที่แบรนด์ดังระดับสากลทยอยเข้ามาเปิดสาขาในเมืองไทยมากขึ้น เป็นหนึ่งคำตอบที่บ่งบอกว่าพวกเขาจะปล่อยผ่านคนเมืองในประเทศไทยไปไม่ได้อีกแล้ว

คนเมืองที่ว่่านี้ ไม่ได้หมายถึงคนที่มีรายได้ระดับกลาง-สูงเท่านั้น แต่หมายถึงคนที่ชื่นชอบชีวิตรูปแบบใหม่ และมีความต้องการเป็นของตัวเองที่แตกต่าง แต่ก็ให้ความสำคัญกับการรวมกลุ่มทางสังคม โดยเฉพาะกลุ่มสังคมออนไลน์ที่ชื่นชอบอะไรคล้ายๆ กัน

การที่คอนโดมิเนียมขยายตัวขึ้น มันอาจแยกแยะว่าเรื่องของคนในหมู่บ้านมันจัดสรร ที่เคยผ่านตาทุกวันแต่กลับไม่

คืบนี้ชีวิตการเติบโตของเมือง ไม่ได้จำกัดอยู่ที่การขยายตัวของกลุ่มอสังหาริมทรัพย์เท่านั้น แต่หมายรวมถึง "ไลฟ์สไตล์" ในการดำรงชีวิตของ "คนเมือง" ที่ขยายตัวไปเรื่อยๆ และตามหัวเมืองใหญ่

# URBANY

## ตกเทรนด์นี้ ไม่มีชบวณใหม่

รู้จักกัน และเมื่อโลกได้ผันชีวิตคนเมือง ให้เข้าไปอยู่ในคอนโดมามากขึ้น ก็อาจหมายถึงการทำให้โอกาสความสัมพันธ์ของคำว่าบ้านใกล้เรือนเคียงหมดไป แต่นั่นไม่ใช่ประเด็นเดียวที่ปิดลง เพราะบางทีเธอและเขาเหล่านั้น อาจรู้จักกันในโลกออนไลน์

ความเป็นเมืองกำลังก้าวไป แม้จะไม่รวดเร็วแบบพลิกฝ่ามือ และไม่ได้ทำให้เรารู้สึกถึงความเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่ความเป็นเมือง ก็กำลังกลืนกินเราไป ดังที่เราเลิกเขียนจดหมายเลิกใช้สายมือ เลิกนั่งรถเมล์ไปสยามฯ หรือเลิกกวอดิวในธนาคารมานานแล้ว เป็นต้น

นางสาวตั้งใจวิไล อนันต์ชัย กรรมการบริหาร บริษัท รีเสิร์ช โดนามิกส์ จำกัด เปิดเผยในงานประชุมใหญ่สามัญประจำปี 2553 ของสมาคมการตลาดแห่งประเทศไทยว่า ความเป็นเมือง หรือ Urbany เป็นเทรนด์ที่กำลังเติบโตในประเทศไทย เช่นเดียวกับในต่างประเทศ ซึ่งต้องการเชื่อมโยงความเป็นเมืองขึ้นแนวหน้าเข้ากับแบรนด์ เห็นได้ชัดในวงการแฟชั่น อาทิ Prada London, Prada Newyork หรือ Prada Milan และในช่วงหลังจึงมี Prada Tokyo เกิดขึ้น ขณะที่ประเทศไทย มีตัวอย่างของความเป็นเมืองเพื่อสร้างการยอมรับ และเพิ่มมูลค่าให้กับเมืองนั้นๆ อาทิ การผลิตเสื้อยืดชื่อจังหวัด เป็นต้น

**"ความเป็นคนเมืองของประเทศไทย ขยายตัวทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด สิ่งแรกที่สังเกตได้คือ ยอดการขายของดิกแฉวที่ตกลง ขณะที่คนยอมจ่ายแพงกว่าเพื่อมาอยู่ในคอนโดมิเนียม ขณะที่ต่างจังหวัด มีรูปแบบของร้าน**



## สะดวกซื้อเกิดขึ้นอีกมาก พร้อมการขยายสาขาของห้างใหญ่”

นางสาวตั้งใจวิล กัลลาว

คนในสังคมเมือง โดยเฉพาะกรุงเทพฯ เป็นกลุ่มคนที่

มักจะได้รับผลกระทบทางสังคม โดยเฉพาะจากปัญหาทางการเมือง ดังที่เกิดขึ้นในขณะนี้ ซึ่งสิ่งที่นักการตลาดควรคำนึงคือ มองหาวิกฤติในโอกาส อาทิ ใช้ช่องว่างทางการตลาดของลูกค้าที่นิยมใช้ชีวิตภายในบ้านมากขึ้น รวมทั้งการใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์ และมีค่าใช้จ่ายในการทำตลาดที่ไม่สูงเมื่อเทียบกับสื่อทั่วไป

ในงานเดียวกัน นางสุทิพา ปัญญาหาทรัพย์ ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ลูกค้าบุคคล ธนาคารไทยพาณิชย์ กล่าวว่า พฤติกรรมการใช้จ่ายเงินของลูกค้าในปัจจุบันเริ่มเปลี่ยนไป โดยหลีกเลี่ยงการออกไปใช้จ่ายเงินนอกบ้าน ดังนั้นสินค้าทุกกลุ่มควรปรับตัวด้วยการเพิ่มช่องทางการทำตลาดผ่านเดลิเวอรี่ หรือการโทรศัพท์เพื่อสั่งซื้อสินค้าแทน เพื่อให้สินค้าส่งตรงถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วที่สุด

“เราต้องหาเทรนต์ให้เจอ เพราะถ้าหาเทรนต์ไม่เจอ ก็อาจดรอปไป และขณะนี้รูปแบบการทำตลาดมีความยากมากขึ้น ถ้าไม่เคยไปต่างประเทศ จะไม่รู้ประเทศที่พัฒนาแล้ว มีการแข่งขันที่รุนแรงมากกว่ามาก ยกตัวอย่างในญี่ปุ่น สินค้าประเภทยาสระผมมีเช็กเมนต์ที่แยกย่อยออกไป ทั้งสูตรเพื่อปลุกผมแห้งถึงโคนผมมัน ขณะที่การกอบปี้ก็ทำได้ง่ายขึ้น นักการตลาดที่ดี จึงต้องหมั่นออกเดินตลาด และต้องเดินแบบหมาดมกลิ่น คือ ต้องมีเซนส์”

อีกเทรนต์หนึ่งที่ควบคู่มาพร้อมกับเทรนต์ของความเป็นเมือง คือ ความเป็น Luxury ที่ไม่ได้หมายถึงความหรูหราเสมอไป แต่จำเป็นต้องมีความ “งามที่ไม่เหมือนใคร” และส่งถึงความภาคภูมิใจเหมือนคนที่ซื้อของคล้ายไม้ที่แสนแพงจากสนามบินเมืองไทย ตลอดจนการที่เราเดินทางไปเที่ยวพักผ่อน เพื่อใช้ซื้อของที่แพงกว่า หรือการรอกินไอศกรีมรสชาติมะม่วง ที่ขายดีในหน้าร้อน แต่หากมีการวางขายทั้งปีก็ยังไม่ได้รับความนิยมมากนัก

การหาช่องว่างทางการตลาดยังคงเป็นเรื่องที่สำคัญ ในปัจจุบันมีกระแสลดต้นทุนชีวิตของผู้บริโภคขึ้นมากมาย เป็นเทรนต์ในด้านต่างๆ ที่ตลาดหยิบจับมาใช้ได้

ขณะที่เทรนต์คนเมือง มักจะเชื่อมโยงกับความทันสมัย สะดวกสบาย และการสร้างสรรค์ที่แตกต่าง จะเป็นเรื่องที่ได้รับการกล่าวถึงมาอย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อความเป็นเมืองได้ขยายตัวสูง และปรับระดับเพิ่มขึ้นนั้นหมายถึงช่องว่างทางการตลาดที่ขยายตัวตาม และอาจจะต้องมีลักษณะพิเศษเพื่อเพิ่มความทันสมัย สะดวกสบาย และการสร้างสรรค์ในรูปแบบที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มบุคคลมากขึ้น

ที่สำคัญยิ่งคือ วิสัยทัศน์ของนักการตลาดในสภาวะวิกฤติ จึงอย่าหยุดทำตลาด แต่ทำให้ออกัสให้ทันกับหลากหลายเทรนต์ที่เกิดขึ้นบนโลกนี้