'ตลาดออนไลน์' กับ SMEs

สืบเนื่องจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง (สจล.) เปิดตัวนวัตกรรมระบบรักษาความปลอดภัยธุรกรรมโลกไซเบอร์เมื่อเร็ว ๆ นี้ ซึ่งนอกจากเรื่องเกี่ยวกับนวัตกรรมดังกล่าวแล้ว ก็ยังมีแง่มุมเกี่ยวกับการทำ "ธุรกิจออนไลน์" ที่น่าสนใจกับ "SMEs" ด้วย ที่วันนี้ คอลัมน์นี้ มีมานำเสนอ

เกี่ยวกับเรื่องนี้ รศ.ดร.กุลกัญญา ณ ป้อมเพชร์ จากวิทยาลัยการบริหารและจัดการ สจล. ได้ระบุว่า...ปัจจุบันผู้บริโภคมีความนิยมการซื้อขายสินค้าผ่านระบบออนไลน์มากขึ้น โดยพบว่า...ผู้ใช้งานส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด และมีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาท โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมแลกเปลี่ยนข่าวสารผ่านทางเฟซบุ๊ก และจากการอ่านข้อมูลจากผู้ใช้คนอื่น ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อบนเครือข่ายสังคมออนไลน์ เกิดจากอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ ความหลากหลายของสินค้า สินค้าตรงตามความต้องการ การชำระเงินที่สะดวก และส่วนลดสินค้า เป็นต้น

สำหรับ "สินค้ายอดนิยม" ในสื่อสังคมออนไลน์ ที่กลุ่มผู้บริโภคอายุตั้งแต่ 15-10 ปีขึ้นไป ทั้งชายและหญิงนิยมซื้อผ่านสื่อสังคมออนไลน์นั้น ได้แก่ สินค้าแฟชั่น สินค้าไอที โทรศัพท์มือถือ กล้องถ่ายรูปและอุปกรณ์เสริมต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์อาหารเสริมเพื่อสุขภาพความงาม และเครื่องสำอาง เป็นต้น โดยผู้บริโภคจะใช้สื่อออนไลน์เป็น "แหล่งค้นหาข้อมูล" สำหรับการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่ทำให้เกิดการใช้บริการ หรือซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้น ได้แก่ ความหลากหลายของสินค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง, โปรโมชั่นหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ช่วยดึงดูดความสนใจผู้บริโภค, ความสะดวกสบายในการเลือกซื้อสินค้า ที่ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อได้ทุกสถานที่ทุกเวลา, บริการการส่งสินค้าที่รวดเร็วทันใจ และการชำระที่ทำได้หลากหลายช่องทาง

'SMEs ต้องปรับตัวรับตลาดออนไลน์'

ที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

ทั้งนี้ การเติบโตของ "ตลาดออนไลน์" นั้น มีปัจจัยจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร ที่ทำให้เกิดการขยายตัวของกลุ่มผู้ใช้สมาร์ทโฟนอย่างต่อเนื่อง จนวิถีชีวิตของคนในสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม รวมถึงการที่ผู้ให้บริการเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้กระจายสัญญาณในการให้บริการครอบคลุมทุกพื้นที่ ก็ยิ่งทำให้การสื่อสารเป็นเรื่องง่ายขึ้น ผู้บริโภคสามารถรับข่าวสารได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ "ผู้ประกอบการ SMEs" ส่วนใหญ่ต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมและการแข่งขันทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป โดยพยายามเพิ่มช่องทางการขายสินค้า บริการ และการสื่อสารทางการตลาดผ่าน...สื่อสังคมออนไลน์กันมากขึ้น

นี่คือสิ่งที่ "SMEs" ต้องรู้และปรับตัว.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้