



Voice of Thai consumers from **INTAGE (Thailand) Co., Ltd.**

Flash is INTAGE Thailand's regular publishing to our valued clients to inspire them with insightful information about the current issues or topics of interest in the market place.

New Normal Behavior but Same Old Needs



คงปฏิเสธไม่ได้ว่าคำศัพท์ยอดฮิตในช่วง COVID-19 Crisis คือคำว่า '**New Normal**' หรือแปลเป็นไทยว่า '**ความปกติใหม่**' ซึ่งรวมทั้งความคิดและ การใช้ชีวิตประจำวันของผู้คน การทำธุรกิจ การใช้เทคโนโลยี การสื่อสาร การช้อปปิ้ง การท่องเที่ยวและสันตนาการต่างๆ จนถึง **วิธีการทำงานจากที่บ้าน – Work from Home (WFH)** ซึ่งเป็นหนึ่งใน '**New Normal**' ที่มีทั้งข้อดีและข้อเสียในเวลาเดียวกัน



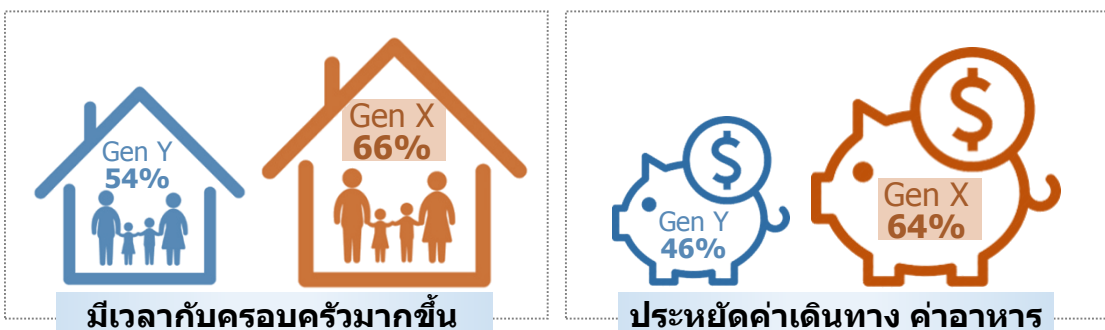
จากการสัมภาษณ์คนทำงานจำนวน 400 ตัวอย่างทาง Asia Mobile Panel ของกลุ่มบริษัทอินเทล พบว่า คนทำงานรู้สึกปลอดภัยจากเชื้อไวรัส ทำงานมีประสิทธิภาพดีขึ้น มีเวลาอยู่กับครอบครัวมากขึ้น จากการ **WFH** แต่ในขณะเดียวกันก็เกิดความรู้สึกในเชิงลบ จากการขาดปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ขาดชีวิตชีวาในการทำงาน รู้สึกเครียดและโดดเดี่ยว



โดยทั้ง Gen Y และ Gen X เห็นด้วยว่า การทำงานที่บ้านลด Waste Time ในการเดินทาง การประชุม การพบปะที่ไม่จำเป็น ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานเพิ่มขึ้น



ส่วนความคิดเห็นที่แตกต่างระหว่าง 2 Gen ชัดเจน คือเรื่อง **เวลาคุณภาพกับครอบครัว** และ **การประหยัดค่าใช้จ่าย** ซึ่งค่าตอบเป็นผลมาจาก Values of Life Stage ที่แตกต่างกัน นั่นคือ ในขณะที่ คน Gen X ส่วนใหญ่ แต่งงานมีครอบครัวแล้ว และมีค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น จากการมีครอบครัวที่ต้องดูแล คน Gen Y ส่วนใหญ่ ยังไม่ได้แต่งงาน



Every Coin Has 2 Sides

ในขณะที่มีข้อดีมากมาย แต่คนทำงานกลับมีความเครียดเพิ่มขึ้นจากการ **WFH** โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การขาดปฏิสัมพันธ์กับคนอื่นๆ ซึ่งไม่สามารถชดเชยด้วยการคุยกันผ่านมือถือหรือการประชุมผ่าน Virtual Meeting

ข้อเสียของการ WFH

- #1: ขาดการปฏิสัมพันธ์กับผู้คน
- #2: ติดขัดเรื่องกระบวนการและเทคโนโลยี
- #3: ขาดสมาธิในการทำงานเพราะคนในบ้าน

STRESSED

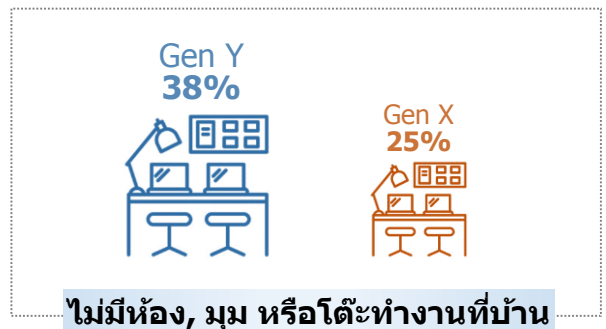
การได้พูดคุยแบบ Chit Chat กับเพื่อนร่วมงาน แม้จะไม่เกี่ยวกับเรื่องงาน แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่ช่วยให้การทำงานแต่ละวันของคนทำงานมีชีวิตชีวามากขึ้น การได้พบปะผู้คนเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ ด้วย ซึ่งทั้ง 2 Gen มีความคิดเห็นสอดคล้องกันในเรื่องนี้



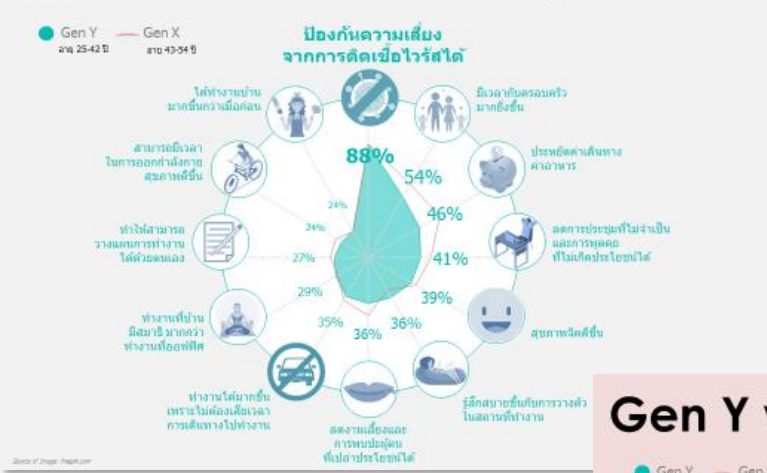
นอกจากนี้ความไม่พร้อมในระบบ และเทคโนโลยี ก็เป็นส่วนหนึ่ง ที่ทำให้คนรู้สึกเครียดกับการ **WFH**



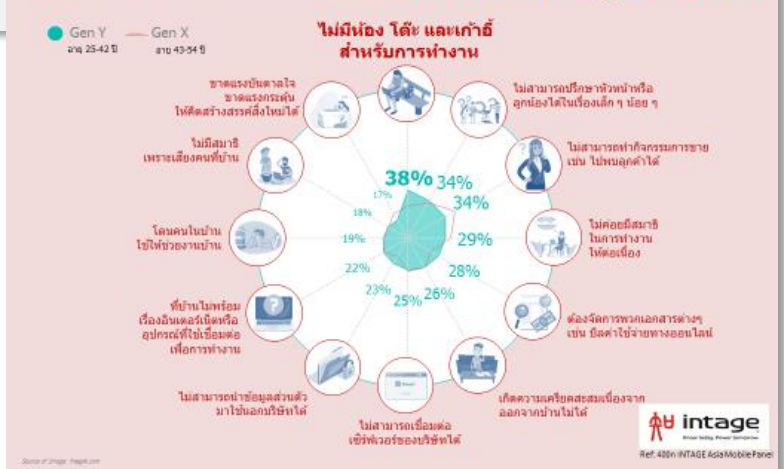
จุดแตกต่างที่น่าสนใจระหว่างคนทำงาน 2 Gen คือ เรื่องของ การมีห้อง, มุม หรือโต๊ะทำงานที่เป็นสัดส่วนที่บ้าน ซึ่งจะเป็นข้อกังวลใจสำหรับ Gen Y ที่ไม่ใช่แค่เพื่อการทำงานเท่านั้น แต่ต้องพร้อม 'ออกสื่อ' ได้ด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งเวลาที่มีการประชุมผ่าน Virtual Platform เช่น Zoom หรือ Microsoft Teams ที่ต้องเปิดให้เห็นหน้า เห็นสถานที่กัน



Gen Y vs. X Views – Advantages of WFH



Gen Y vs. X Views – Disadvantages of WFH



ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ใด เทคโนโลยีจะพัฒนาไปมากขึ้นเพียงใด หรือไม่ว่าจะอยู่ใน Generation ใด ความต้องการของคนยังประกอบไปด้วย 3 ด้านหลักๆ คือ **1. Functional Needs** **2. Emotional Needs** และ **3. Social Needs**

Functional Needs: นับว่าเป็นพื้นฐานหลักที่ต้อง Fulfill ก่อน Needs ใดๆ เสมือนเป็นปัจจัย 4 พื้นฐานที่ทุกคนต้องมี ในกรณีของ **WFH** ก็หมายถึงระบบและกระบวนการที่เอื้อต่อการทำงานที่มีประสิทธิภาพ ถ้าเป็นการตลาดก็หมายถึง Prerequisite Benefits ของสินค้าและบริการ

Emotional Needs: เป็นส่วนสำคัญที่สมองของคนจะจดจำ ดังนั้นไม่ว่าจะทำการตลาดใดๆ ถ้าเน้นแต่จะขายแค่ Product Functional Benefits ก็จะไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ โดยปราศจากประโยชน์ทางอารมณ์

Social Needs: เนื่องจากคนเป็นสัตว์สังคม การได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การได้รับการยอมรับ การชื่นชมจากผู้อื่น เป็นสิ่งสำคัญที่เติมเต็มความรู้สึก เรื่องความสำเร็จในชีวิต

การศึกษาในครั้งนี้ ตอกย้ำให้เห็นความสำคัญของ Social Needs เป็นอย่างดี เพราะไม่ว่าการ **WFH** จะมีข้อดีมากมายในแง่ Functional Needs แต่คนทำงานก็ยังโหยหาการได้กลับไปทำงานที่ออฟฟิศเพื่อที่จะได้มี **Physical Relationship** กับผู้อื่น ในทางการตลาดเราก็จะเห็นได้ชัดจากการเติบโตของการใช้ **Influencer Marketing** ที่นำ Social Needs ของผู้บริโภคที่ต้องการ **Being Right + Being Liked** มาเป็นแกน ในการโปรโมทสินค้าและบริการ