



College of Management
Mahidol University

LAZY CONSUMER

เจาะลึกอินไซต์...
พีชิตใจคนขี้เกียจ





College of Management
Mahidol University

ดร.บุญยิ่ง คงอาชาภัทร
ผู้ช่วยคณบดีด้านสื่อสารองค์กร
และหัวหน้าสาขาการตลาด



AGENDA

- 01 ● กระแสความช้เกียจในระดับโลก
- 02 ● เอะล็กอินไซต์มบุษยช้เกียจ
- 03 ● เผยกลยุทธ์ทางการตลาดที่โดนใจ
Lazy Consumer
- 04 ● Break 15 Mins
- 05 ● พบกับกูรูการตลาดจาก Startup ชื่อดัง

ความชิวเกีย เกิดจากอะไร?



ความขี้เกียจไม่ใช่แค่ นิสัย แต่มันลงลึกถึงระดับยีน



“ Couch Potato ”

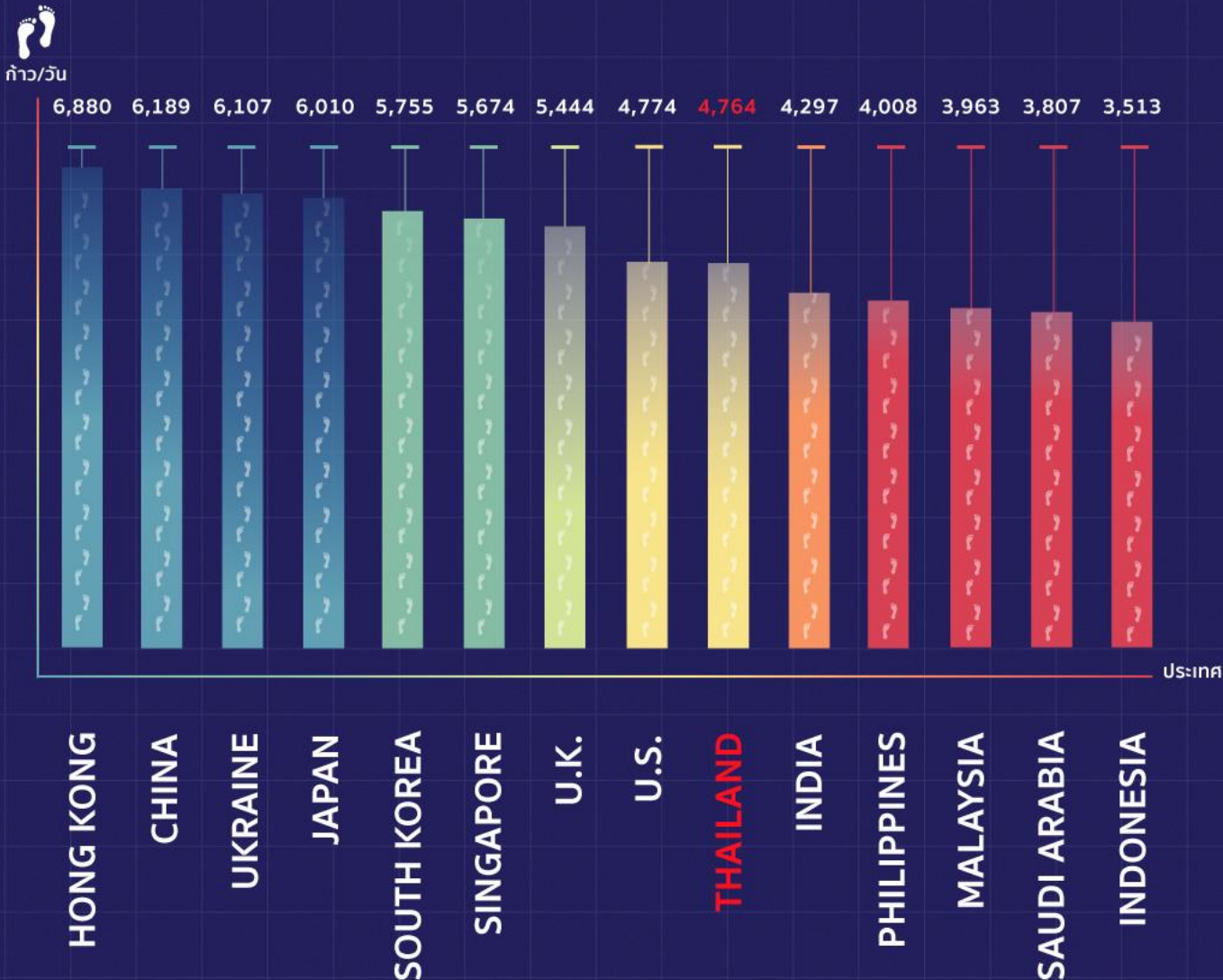
คนที่ใช้เวลาในแต่ละวันส่วนใหญ่ไปกับ
การนั่ง ๆ นอน ๆ ดูทีวี ไม่ทำอะไรเลย

“ I choose a **lazy person** to do a hard job. Because a lazy person **will find an easy way to do it.**”

- **Bill Gates** -



ค่าเฉลี่ยจำนวนก้าวเดินต่อวัน ของแต่ละประเทศ



การวัดความขี้เกียจเดิน ในระดับโลก

ประเทศที่ขี้เกียจเดินมากที่สุด คือ..

อินโดนีเซีย

ไทยติดอยู่ที่อันดับที่ 31 ของโลก
ที่ 4,764 ก้าวต่อวัน

เทรนด์ของ ความซึ่เก็ยจ ในระดับโลก



กระแส นักชื้อปที่ชื้อเกียจ ในตลาดจีน

รายงานแนวโน้มผู้บริโภคของผู้ใช้บริการ **เว็บไซต์ Taobao** เว็บไซต์ค้าปลีกอันดับ 1 ของประเทศจีนที่กล่าวว่่า กลุ่มตลาดเทาเป่าพบว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ของจีนยอมจ่ายเมินเพื่อชื้องานที่นำเบื้อหน้ายและต้องเสียเวลานาน ซึ่งเรียกผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่่า **กลุ่มรักสบาย จ่ายหนัก**

淘宝网
Taobao.com

2018

สินค้าที่ช่วยเรื่องความ
สะดวกสบายขยดีขึ้น

70%

ผู้บริโภคใช้เมินชื้อสินค้า
เหล่านี้ไปถึง

2.31

(พันล้านเหรียญสหรัฐ)

เป็นนักชื้อปรุ่นใหม่
ที่เกิดหลัปี

1995

ผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมสูงสุดใน Taobao

1

อายแชโดว์แบบปาดครึ่งเดียวจบ



อยากสวยแต่ไม่มีเวลา

ผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมสูงสุดใน Taobao

2

หม้อร้อนอเนกประสงค์



อยากทำอาหารแต่ขี้เกียจเก็บล้าง

ผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมสูงสุดใน Taobao

3

เก้าอี้เล่นเกมปรับนอนได้



อยากนั่งเฉยๆไม่อยากลุกไปไหน

ผลิตภัณฑ์ที่มีความนิยมสูงสุดใน Taobao

4

เครื่องใช้ภายในบ้านอัจฉริยะ



อยากให้บ้านสะอาด แต่ขี้เกียจทำ

กระแส นักช้อปที่ซึ่เกี่ยจ ในตลาดจีน

รายงานแนวโน้มผู้บริโภคของผู้ใช้บริการ **เว็บไซต์ Taobao** เว็บไซต์ค้าปลีกอันดับ 1 ของประเทศจีนที่กล่าวว่า กลุ่มตลาดเก่าพบว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ของจีนยอมจ่ายเงินเพื่อช้จ้จงานที่น่าเบื้อหน้ายและต้องเสียเวลานาน ซึ่งเรียก ผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่า **กลุ่มรักสบาย จ่ายหนัก**

淘宝网
Taobao.com

2018

สินค้าที่ช่วยเรื่องความ
สะดวกสบายขยดีขึ้น

70%

ผู้บริโภคใช้เงินซื้อสินค้า
เหล่านี้ไปถึง

2.31

(พันล้านเหรียญสหรัฐ)

เป็นนักช้อปรุ่นใหม่
ที่เกิดหลังปี

1995

กระแส นักชื้อปที่ชื้อเกียจ ในตลาดจีน

รายงานแนวโน้มผู้บริโภคของผู้ใช้บริการ **เว็บไซต์ Taobao** เว็บไซต์ค้าปลีกอันดับ 1 ของประเทศจีนที่กล่าวว่่า กลุ่มตลาดเทาเป่าพบว่าผู้บริโภครุ่นใหม่ของจีนยอมจ่ายเมินเพื่อชื้อจางานที่นำเบื้อหน้ายและต้องเสียเวลานาน ซึ่งเรียกผู้บริโภคกลุ่มนี้ว่่า **กลุ่มรักสบาย จ่ายหนัก**

淘宝网
Taobao.com

2018

สินค้าที่ช่วยเรื่องความ
สะดวกสบายขยดีขึ้น

70%

ผู้บริโภคใช้เมินชื้อสินค้า
เหล่านี้ไปถึ

2.31

(พันล้านเหรียญสหรัฐ)

เป็นนักชื้อป
รุ่นใหม่ที่เกิดหลังปี

1995

ความขี้เกียจของ ผู้บริโภคในปัจจุบัน
ทำให้เกิดเป็นยุคที่เรียกว่า...

LAZY ECONOMY

Lazy Economy ยุคเศรษฐกิจรูปแบบใหม่

มาแรง เติบโตเร็ว...

จากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความต้องการความสะดวกสบายขั้นสุด ทำให้ธุรกิจรูปแบบใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการนี้ได้รับความนิยมสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

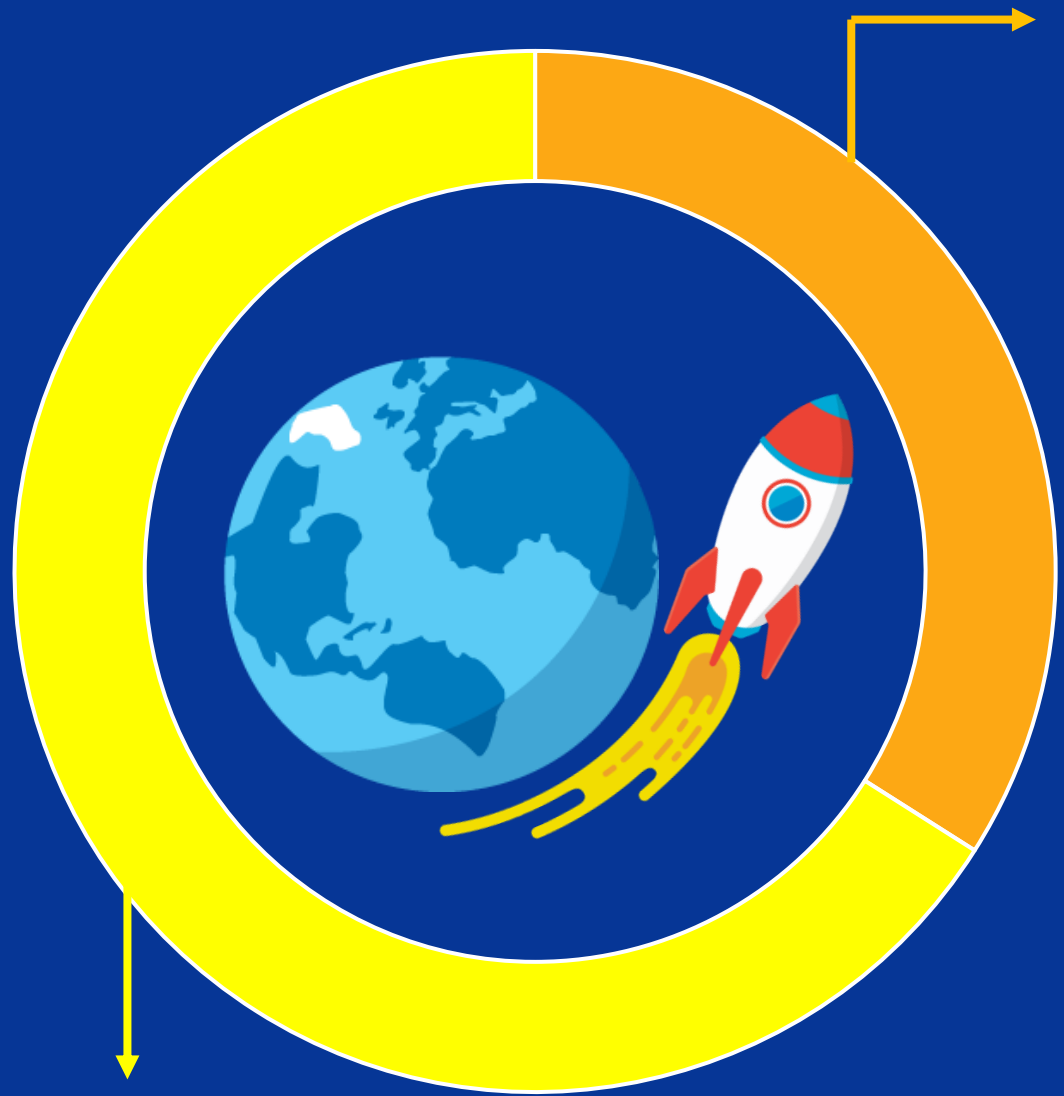
โทรส่งกาแฟเมื่อ
ตรวจพบว่าคุณกำลัง
รู้สึกเหนื่อย

อาหารส่งเข้าตู้เย็น
เมื่อคุณออกไปข้างนอก

บริการส่งน้ำมันให้คุณ
เติมน้ำมันรถได้ทุกที่

Startup มาใหม่

เอาใจ “คนชื้อเกี่ยจ”



34% ตอบโจทย์ความซึ่เกี่ยจ

100 Top Rank Startup Worldwide

66% ตอบโจทย์ความซึ่เกี่ยจ

ที่มา startupranking.com ณ วันที่ 21 ก.ค. 62

A woman with long brown hair, wearing a black dress, is standing in a well-lit closet. She is holding two hangers with clothes. The closet shelves are filled with various items, including handbags and shoes. The background is slightly blurred, focusing on the woman and the clothes she is holding.

เคยไหม “**ซื้อเก๋ๆ**” เลือกชุดไปงานต่างๆ
เพราะไม่รู้จะใส่อะไรที่มีเต็มตู้ก็ยังไม่ใช้

STITCH FIX



STITCH FIX





เคยไหม “**ขี้เกียจ**” ทำอาหาร
เพราะไม่มีเวลาไปซื้อของจะกินอะไร
วันนี้ยังไม่รู้เลย !!

BLUE APRON



Hello, Bay Area!

Get delicious Blue Apron recipes for 2 delivered to your door as quickly as tonight.
Available in select zip codes for a \$5.99 flat shipping fee.



นวัตกรรมใหม่

โดนใจ “คนซื้เกี่ยจ”

ที่มา CES2019 (Consumer Electronics Show)



“ช้เก็ยจ” พับฉ้

เพราะฉ้เยอะเกินไป



A close-up photograph of a young child with light-colored hair, wearing a blue shirt, brushing their teeth with a white and blue toothbrush. The image is dimly lit, with a dark overlay. Large, bold, yellow Thai text is superimposed over the child's face.

“ขี้เกียจ” แปรงฟัน

เพราะรู้สึกเสียเวลา เอาเวลาไปทำอย่างอื่นดีกว่า



Y-BRUSH



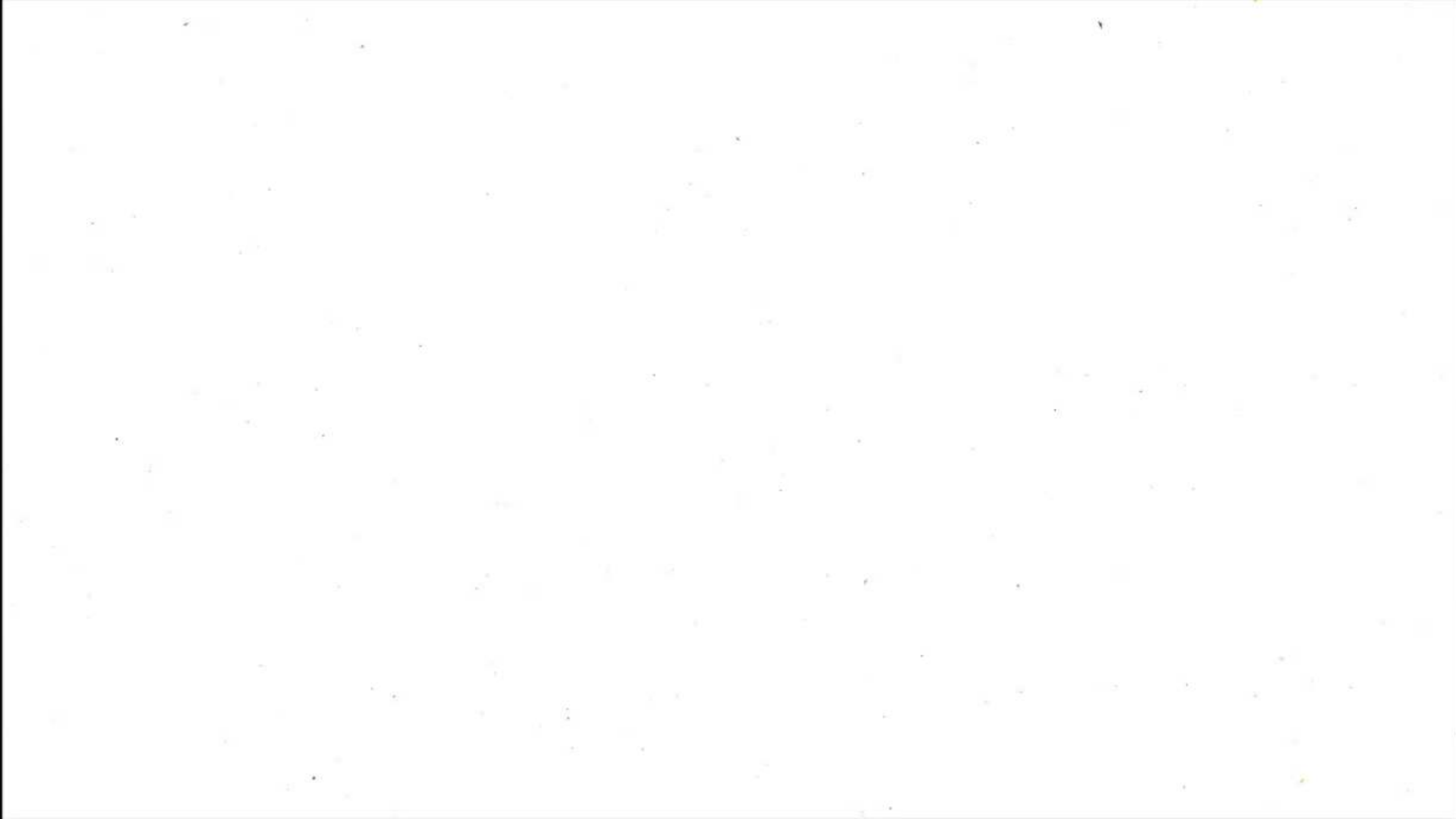


MULTI-COOKING POT

Compact design, replacing multiple appliances



ใครกันคือ “มนุษย์ซีเกีย”





College of Management
Mahidol University

LAZY CONSUMER

เจาะลึกอินไซต์...
พีชิตใจคนขี้เกียจ



**Research
Design**

QUALITATIVE

(In-Depth Interview)

QUANTITATIVE

(Questionnaire)

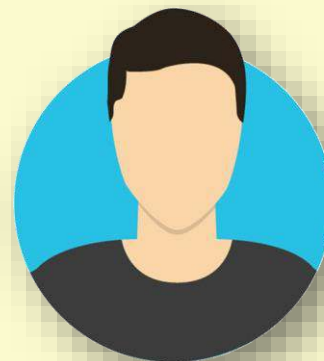
กลุ่มตัวอย่าง

Questionnaire



1,200 คน

Male



346 คน

Female



854 คน

Baby Boomers

X

Y

Z

55-73 ปี

40-54 ปี

23-39 ปี

<23 ปี



109 คน



319 คน



510 คน



262 คน

10 อันดับที่คุณคนไทยขี้เกียจมากที่สุด



5 กิจกรรมสุดชื้อเกียจ แบ่งตามเพศ





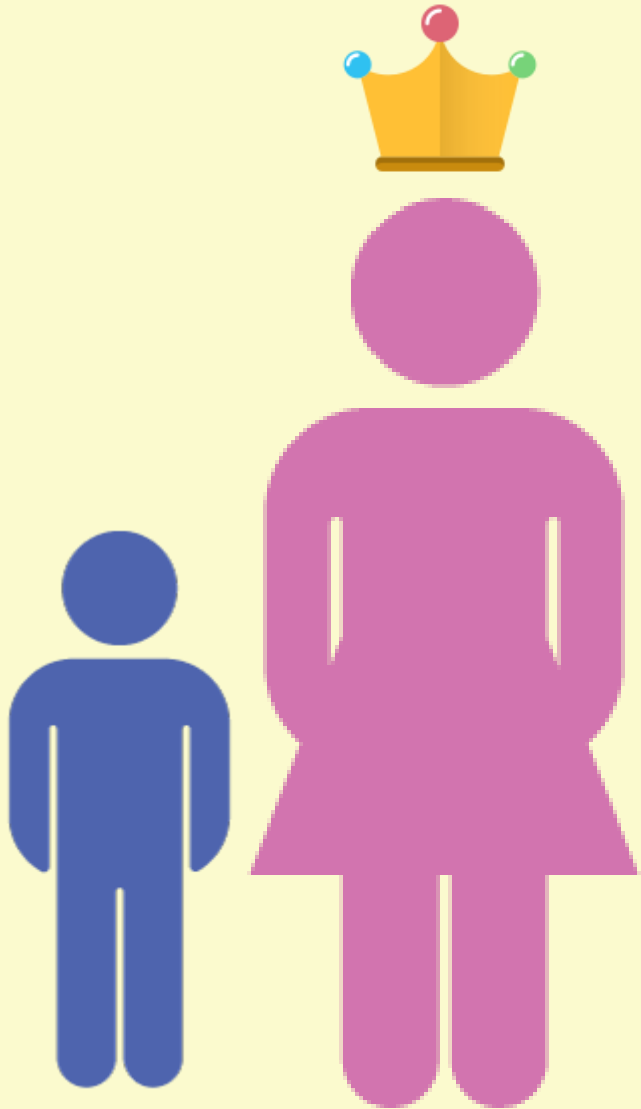
5

**LAZY
CONSUMERS**

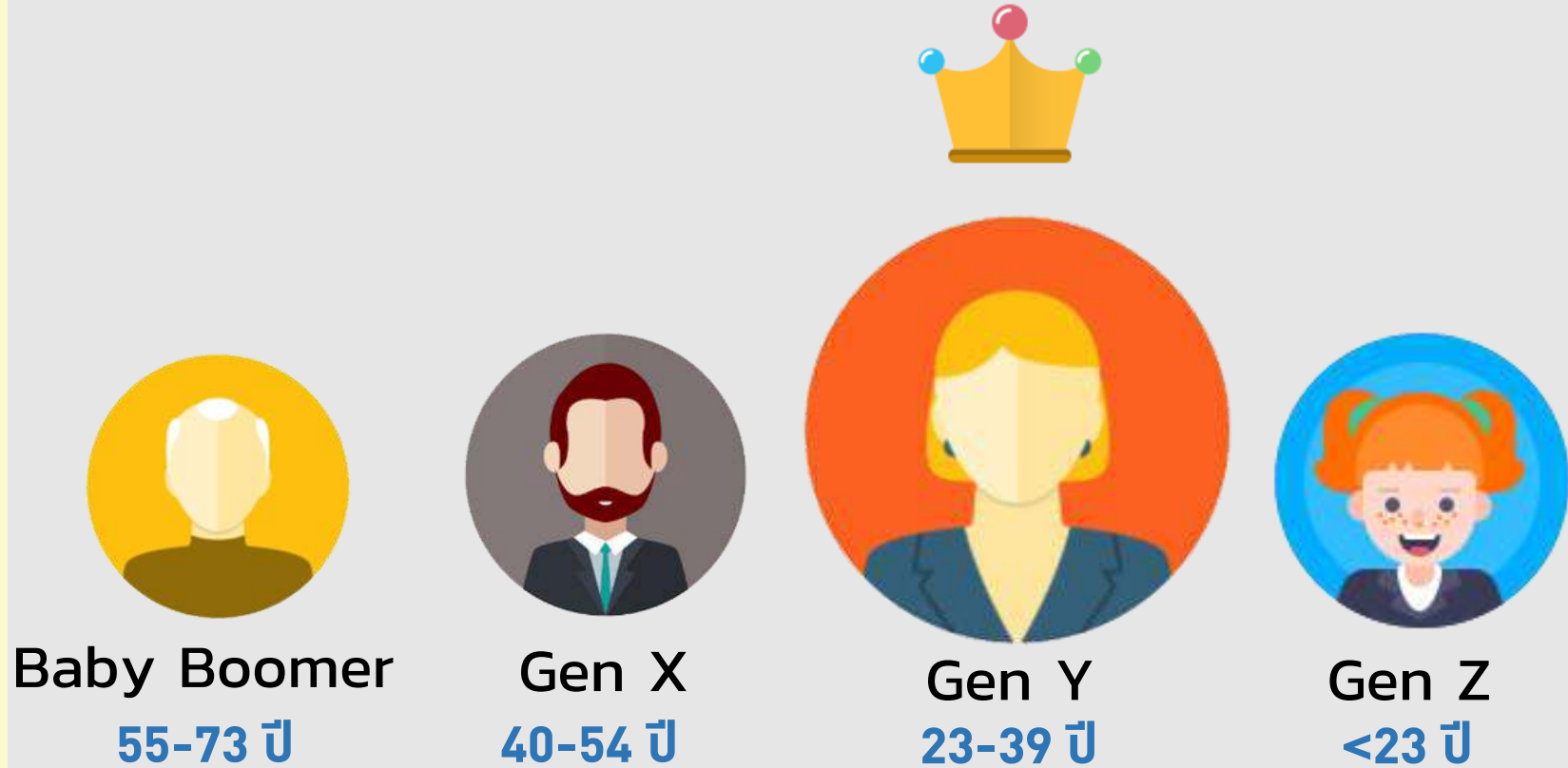
มนุษย์ขี้เกียจ

ใครกันคือ “มนุษย์ซีเกียจ”

แบ่งตามเพศ



แบ่งตามGEN



Baby Boomer
55-73 ปี

Gen X
40-54 ปี

Gen Y
23-39 ปี

Gen Z
<23 ปี

ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ

A man in a blue t-shirt and black shorts is lying on his back on a black rubber gym floor, appearing exhausted. He is wearing black wristbands and has his hands clasped near his head. A barbell with black weights is lying on the floor next to him, and a kettlebell is visible in the background. The scene is set in a gym with other people and equipment visible in the distance.

“มनुษย๋อยากดู่ดี แต่ไม่มีแรง”

1

มनुषย์อยากดูดีแต่ไม่มีแรง



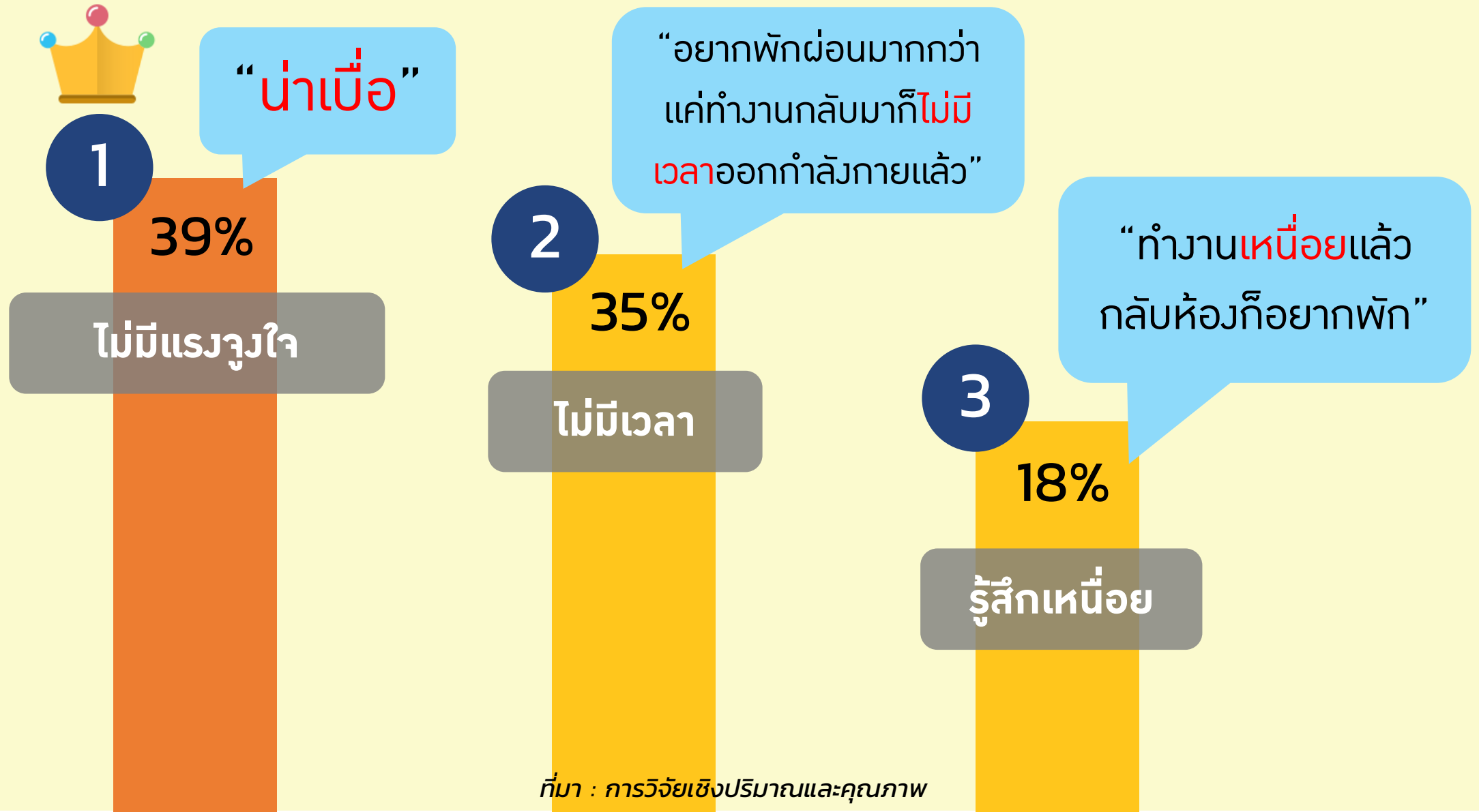
เทียบกับประชากรไทย
66.41 ล้านคน

“ซื้อเก็ยจออกกำลังกาย”

84%

55
ล้านคน

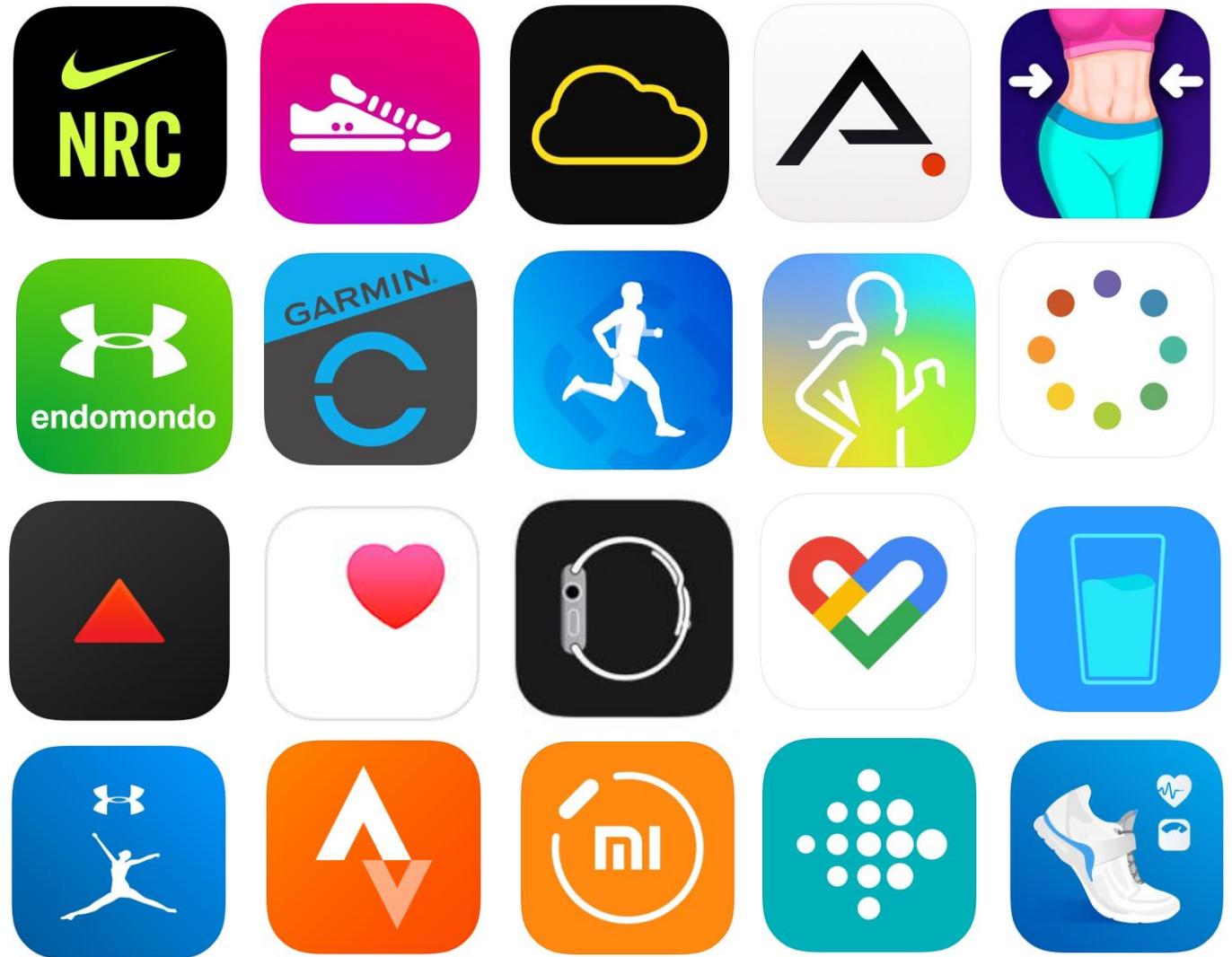
INSIGHT มนุษย์อยากดูดีแต่ไม่มีแรง



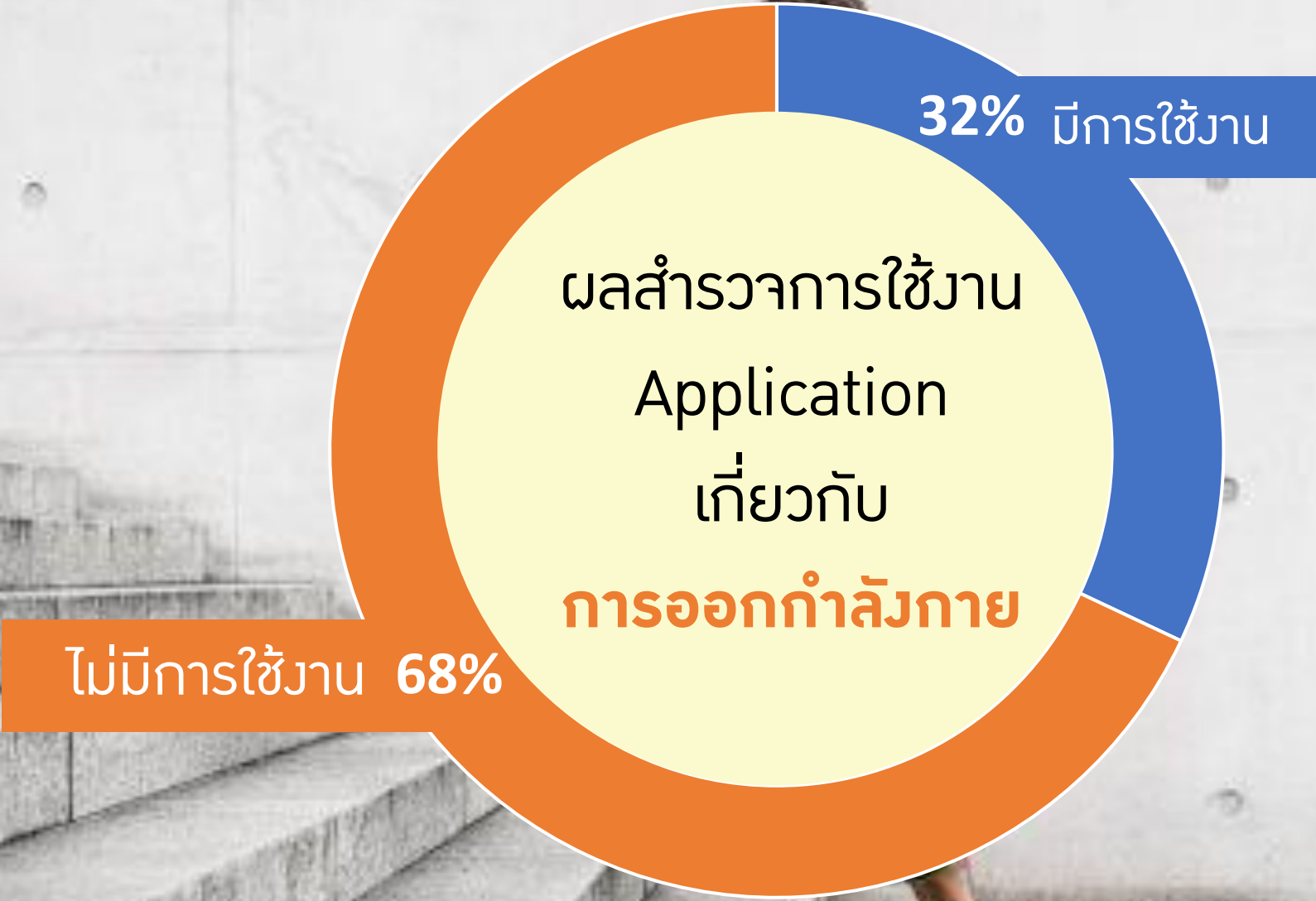
ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ



Health & Fitness Application



ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ



32% มีการใช้งาน

ผลสำรวจการใช้งาน
Application
เกี่ยวกับ
การออกกำลังกาย

ไม่มีการใช้งาน 68%



มุษย์ชอบซื้อแต่ไม่ชอบรอ

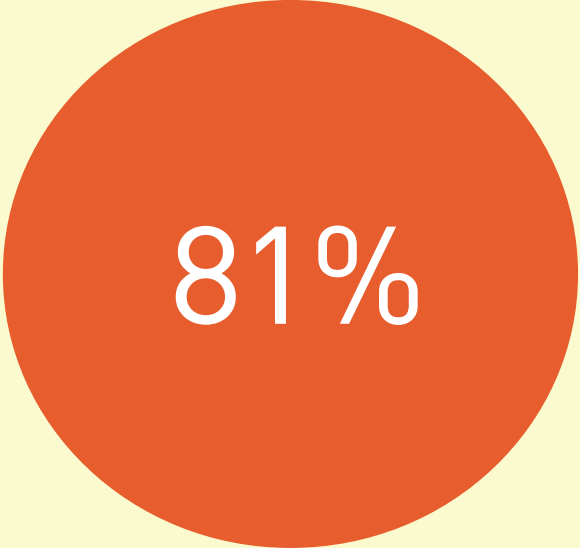
2

มุษย์ชอบซื้อแต่ไม่ชอบรอ



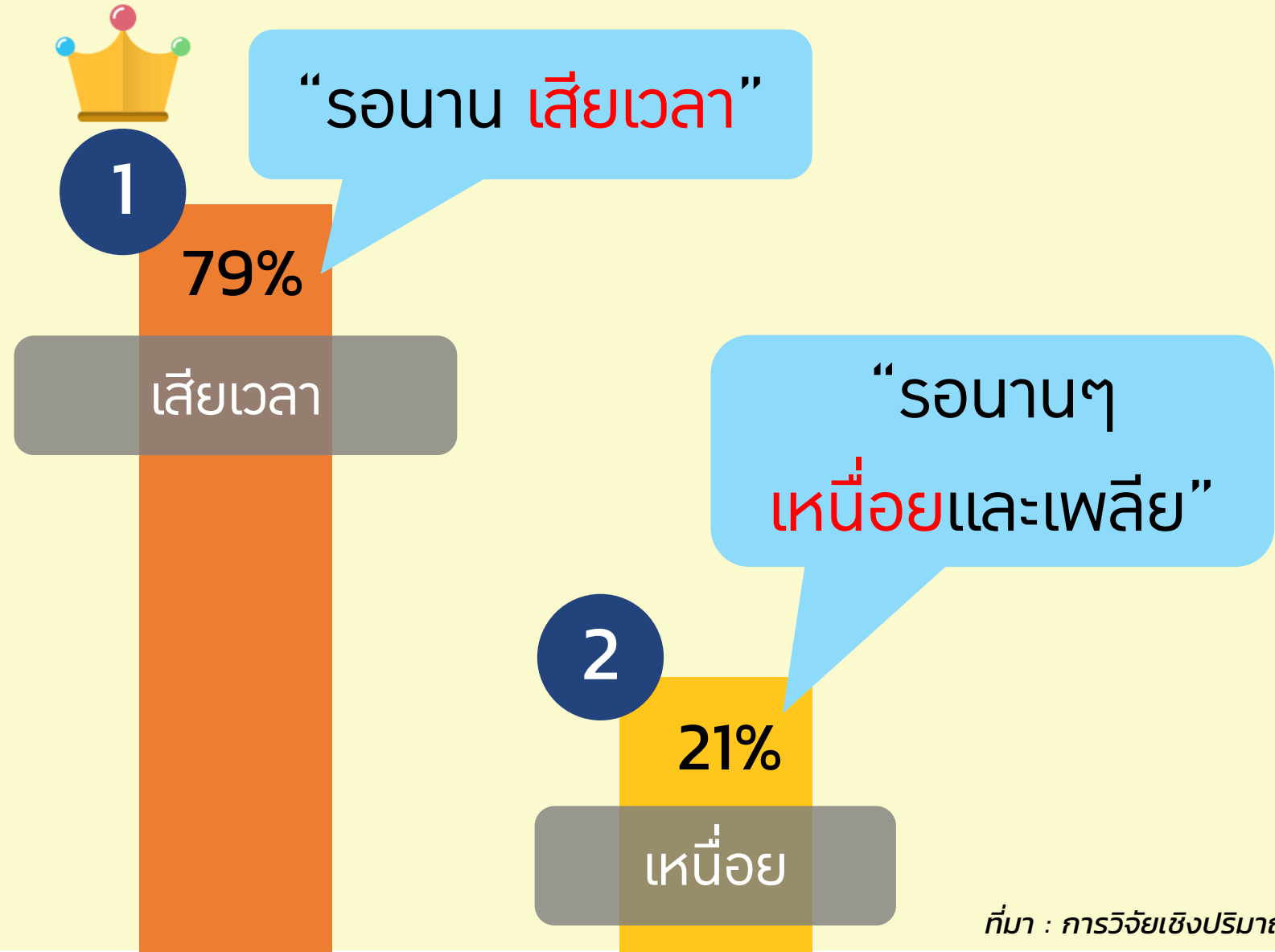
เทียบกับประชากรไทย 66.41 ล้านคน

“ซื้อเก็ยรอค้วซื้อของ”

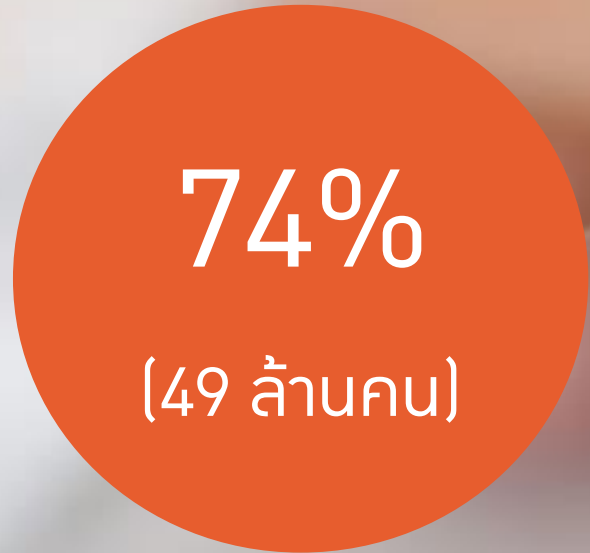


ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ

INSIGHT มนุษย์ชอบซื้อ แต่ไม่ชอบรอ



พบคนไทยมีสถิติการเข้าใช้งาน Mobile Banking สูงสุดในโลก





ONLINE SHOPPING

Click

Click here for more information

QUEQ





“รับจ้างต่อคิว”

**อาชีพที่ใช้ “เวลา” เป็นต้นทุน
เพื่อ “แลกเงิน”**

มนุษย์อยากดูดีแต่ไม่มีแรง



มนุษย์ชอบซื้อแต่ไม่ชอบรอ





มनुษย์บ้านรก สกปรกค้่อยทำ



3 มนุษย์บ้านรถสกปรกค์อยทำ



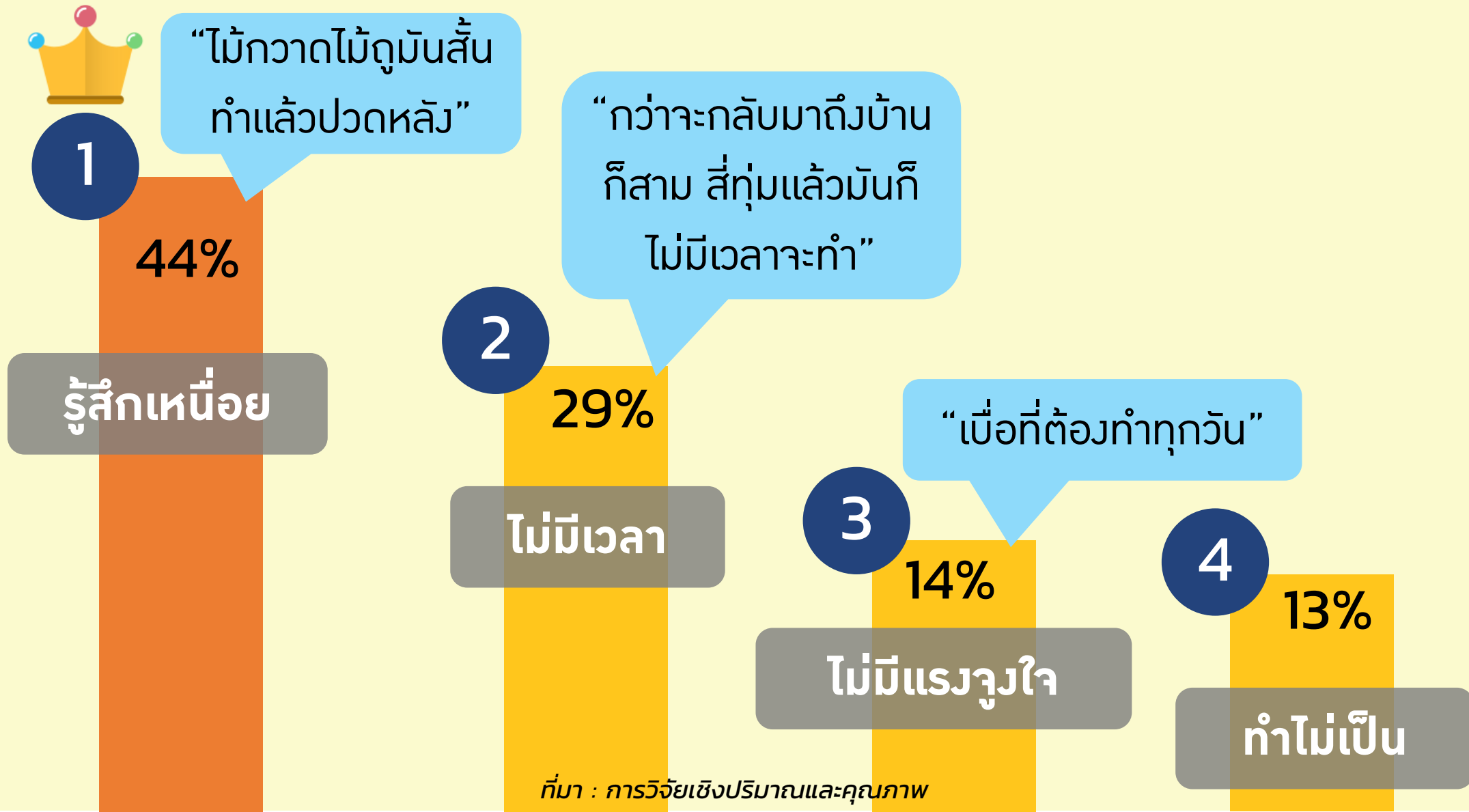
เทียบกับประชากรไทย
66.41 ล้านคน

“ซื้อเก็ยจทำควมสะอาดบ้าน”

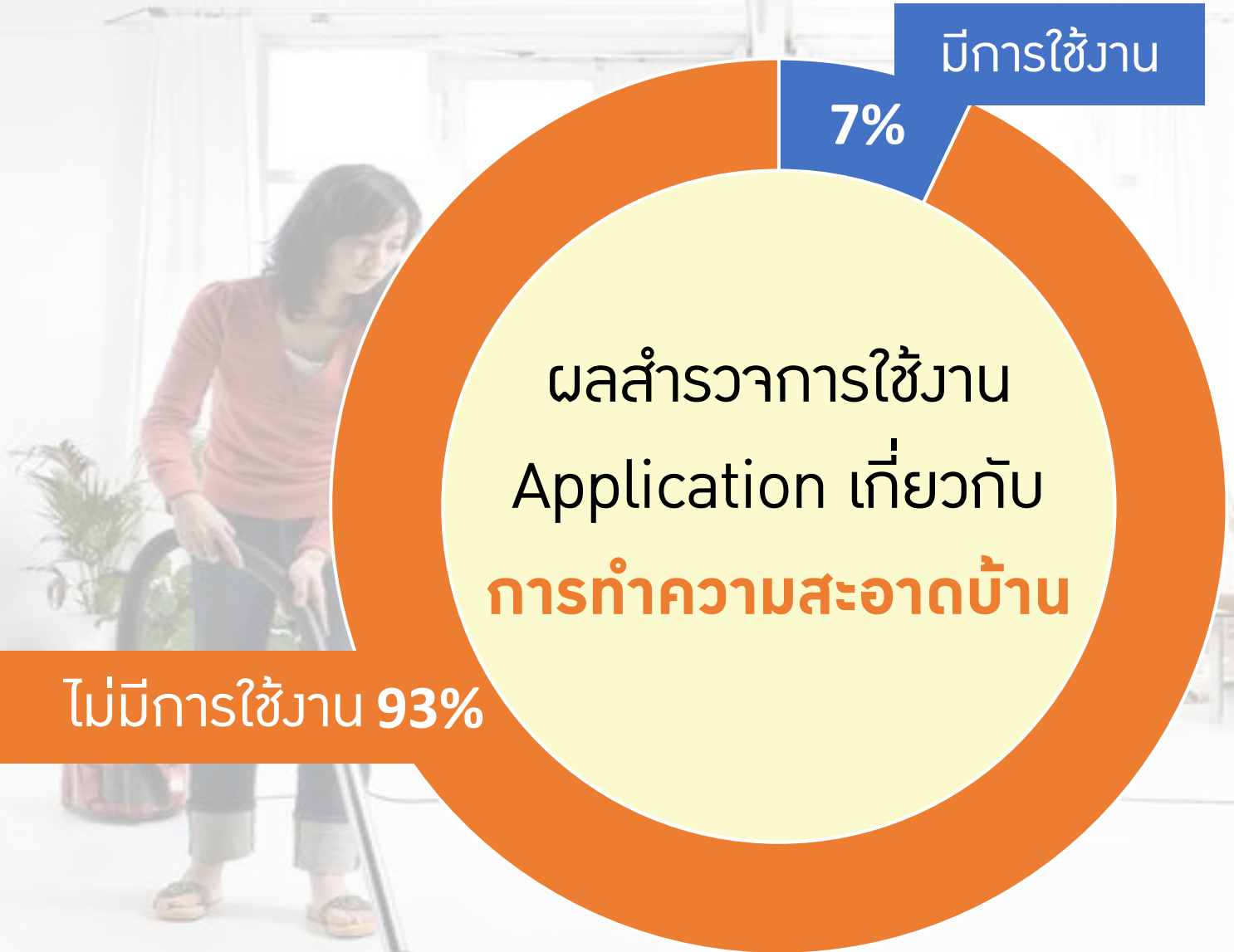
77%

51
ล้านคน

INSIGHT มนุษย์บ้านรถสกปรกค่อมง่าย



ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ



มนุษย์ไม่ชอบอ่าน แค่ผ่านๆ ก็พอ

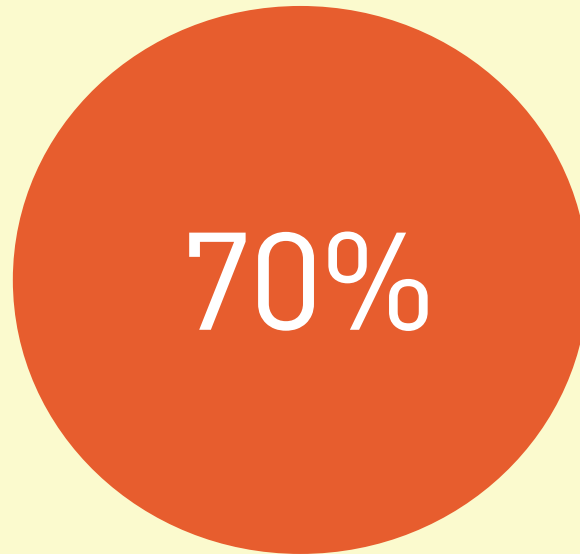


4 มนุษย์ไม่ชอบอ่าน แค่ผ่านๆก็พอ

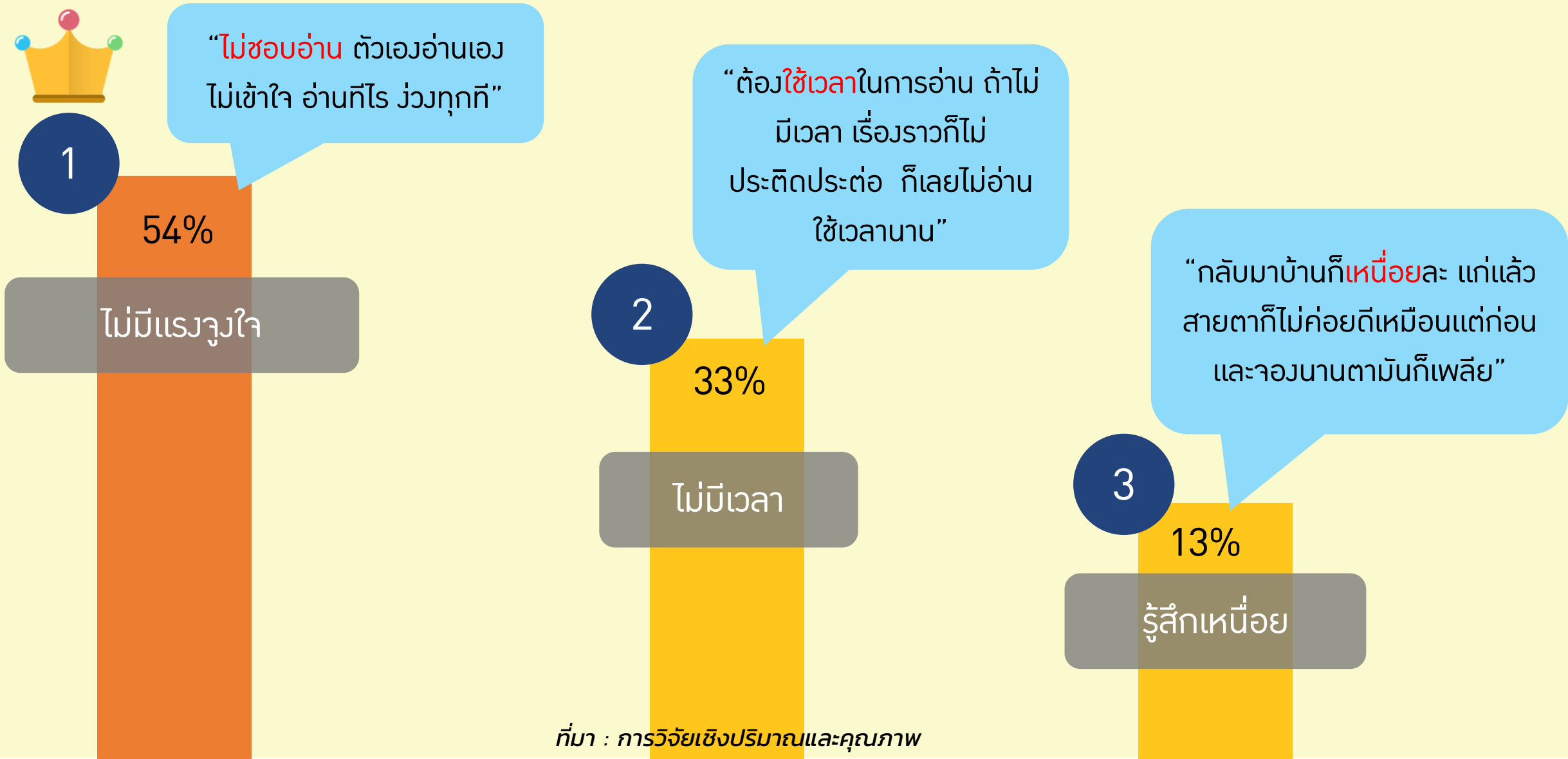


เทียบกับประชากรไทย
66.41 ล้านคน

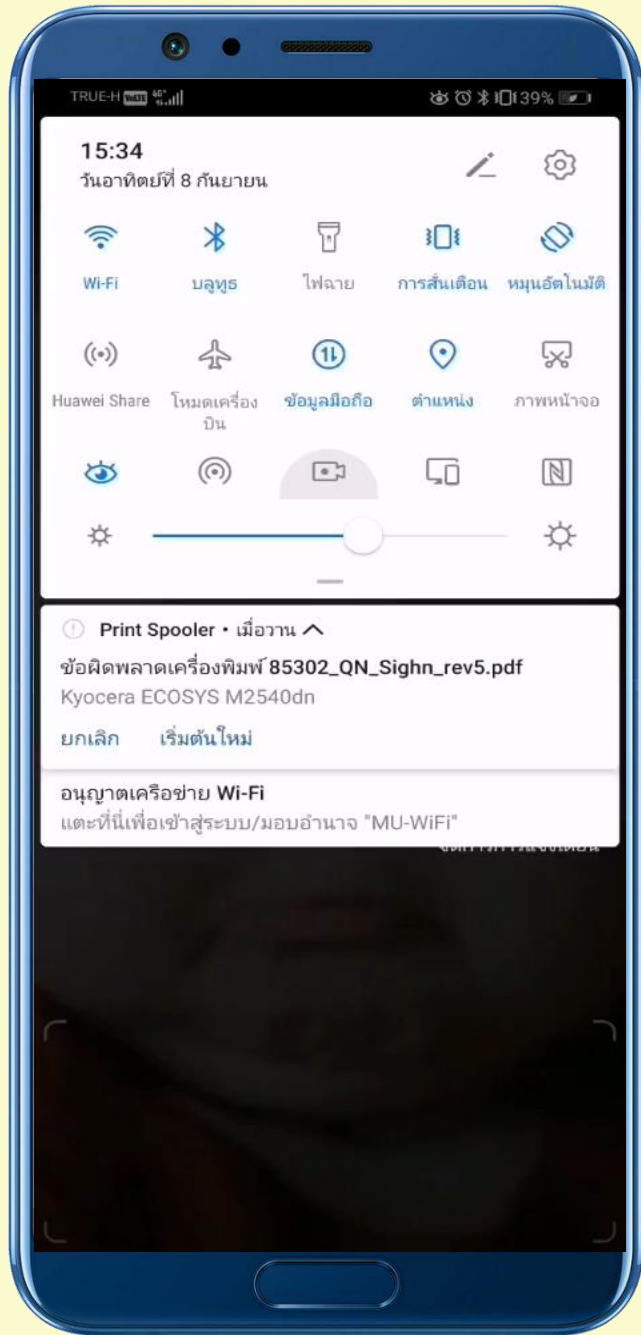
“ซื้อเก็ยอ่านหนังสือ”



INSIGHT มนุษย์ชอบอ่าน แค่ผ่านๆก็พอ



ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ



Joylada

Joylada



นิตยสารแซทเท์แห่งแรกของไทย
รูปแบบการอ่านแบบใหม่ในยุคดิจิทัล

สมาชิก
มากกว่า
1 ล้านคน

นิตยสาร
มากกว่า
1 ล้านตอน

คนเข้าใช้งาน
เดือนละ
1 ล้านคน

A woman with long brown hair, wearing a white long-sleeved shirt and a bright red apron, is laughing heartily with her head tilted back and eyes closed. She is standing in a kitchen with dark brown cabinets and a white range hood. In the foreground, a white plate holds fresh vegetables including broccoli, yellow and red bell peppers, and cherry tomatoes. A wooden cutting board with more vegetables is also visible. A yellow banner with black Thai text is overlaid across the middle of the image.

มนุษย์ชอบกิน แต่ไม่อินทำอาหาร

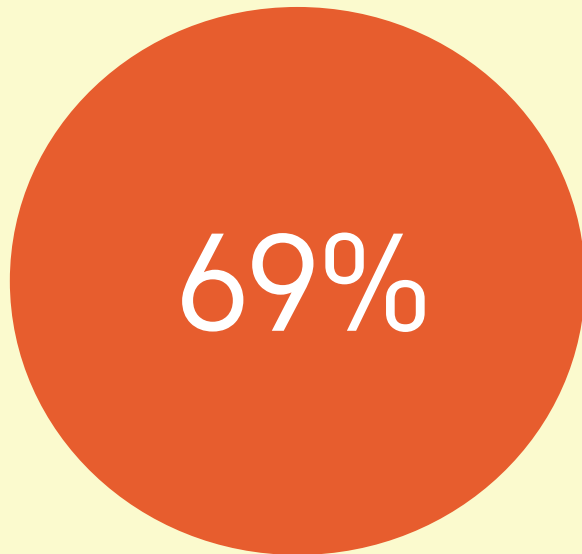
5

มุษย์ชอบกิน แต่ไม่อินทำอาหาร

“ซ้เก็ยทำอาหาร”

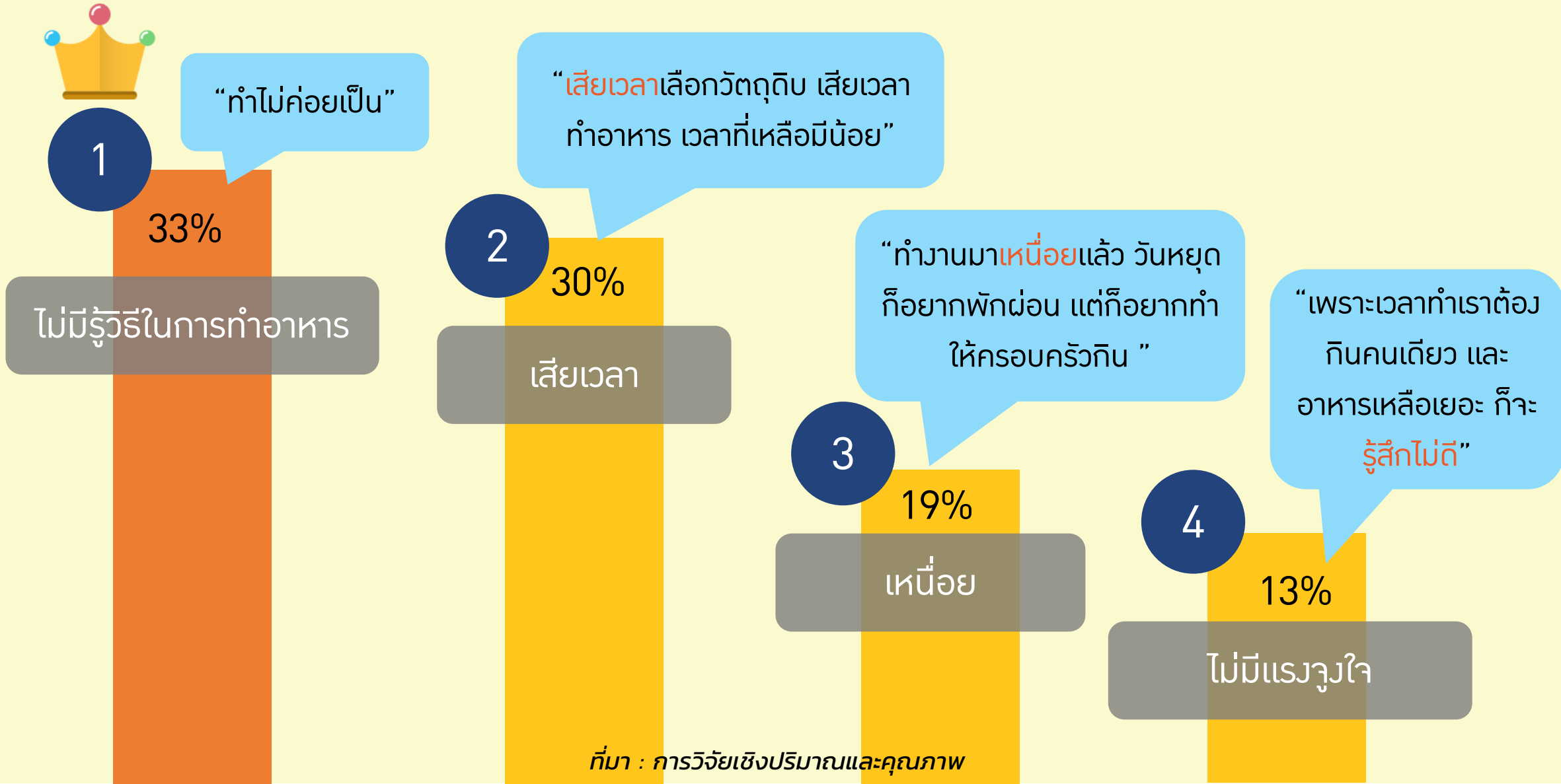


เทียบกับประชากรไทย
66.41 ล้านคน



ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ

INSIGHT มนุษย์ชอบกิน ไม่อินทำอาหาร



ที่มา : การวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ

FOOD DELIVERY ดูเด็ด!





5

LAZY CONSUMERS

มุษย์อยากดูดี
แต่ไม่มีแรง

มุษย์ชอบซื้อ
แต่ไม่ชอบรอ

มุษย์บ้านรก
สกปรกค้อยทำ

มุษย์ไม่ชอบอ่าน
แค่ผ่านๆก็พอ

มุษย์ชอบกิน
แต่ไม่อินทำอาหาร

5 โฉมเดียวทางธุรกิจ

พีชิตใจ

มุมมองยักษ์เล็ก



“ไม่ใช่แอปฯ แต่ทำแทนได้นะ”

On Demand Service

Local
favorites,
delivered
faster



Food Delivery

มนุษย์ชอบกิน
แต่ไม่อินทำอาหาร



Home Service

มนุษย์บ้านรก
สกปรกค่อยทำ



Grocery Delivery

มนุษย์ชอบซื้อ
แต่ไม่ชอบรอ



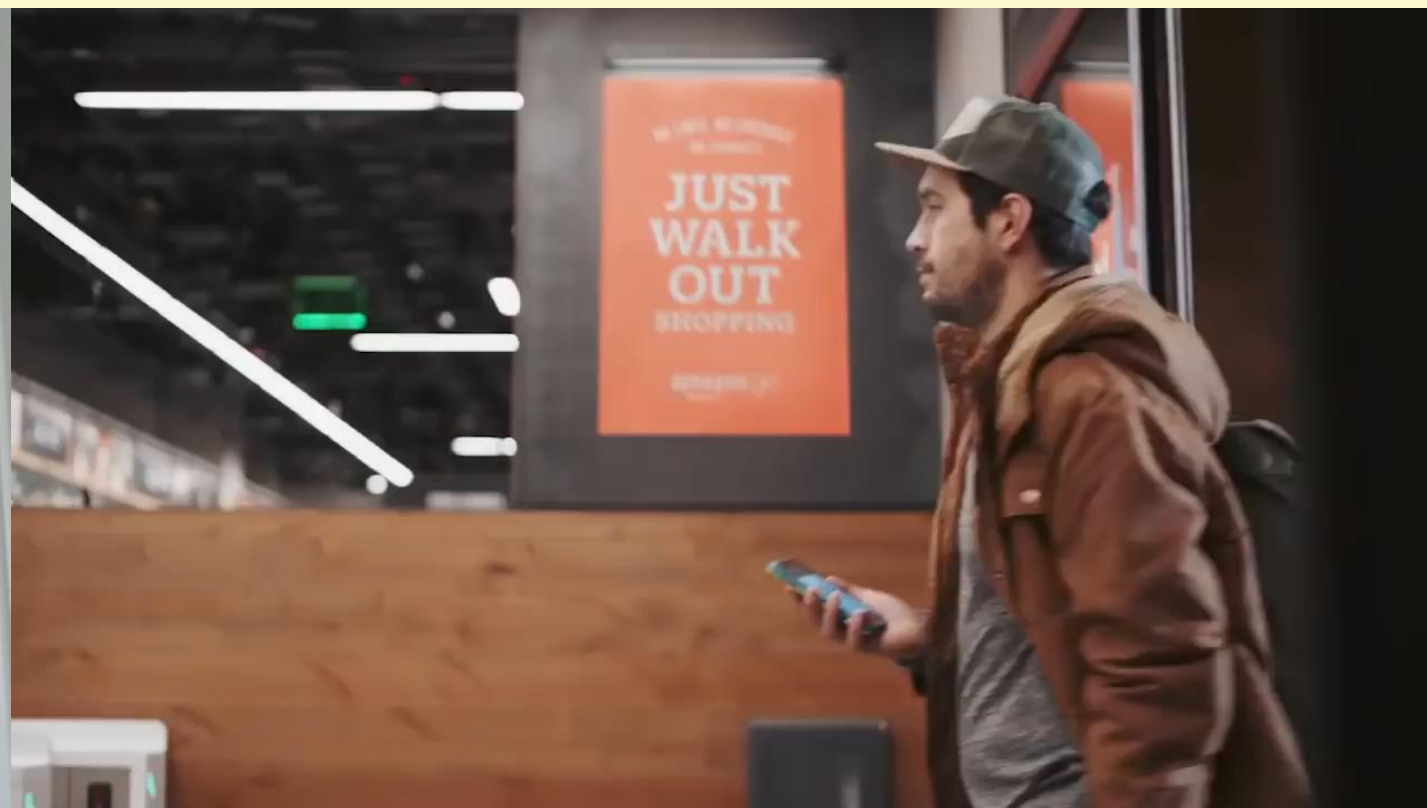
“ไม่ต้องขยับ ไม่ต้องจับ ไม่ต้องถือ”

Automation & Hands-free

Automation



Cleaning Robot



Automated Store

Hands-free



Lazy Holder



Lazy Prism Glasses

Hands-free



Fan Hand-free



Cap Hand-free



“พร้อมเสมอ ถ้าเธอต้องการ”

Ready to ...

Ready to...

COOK

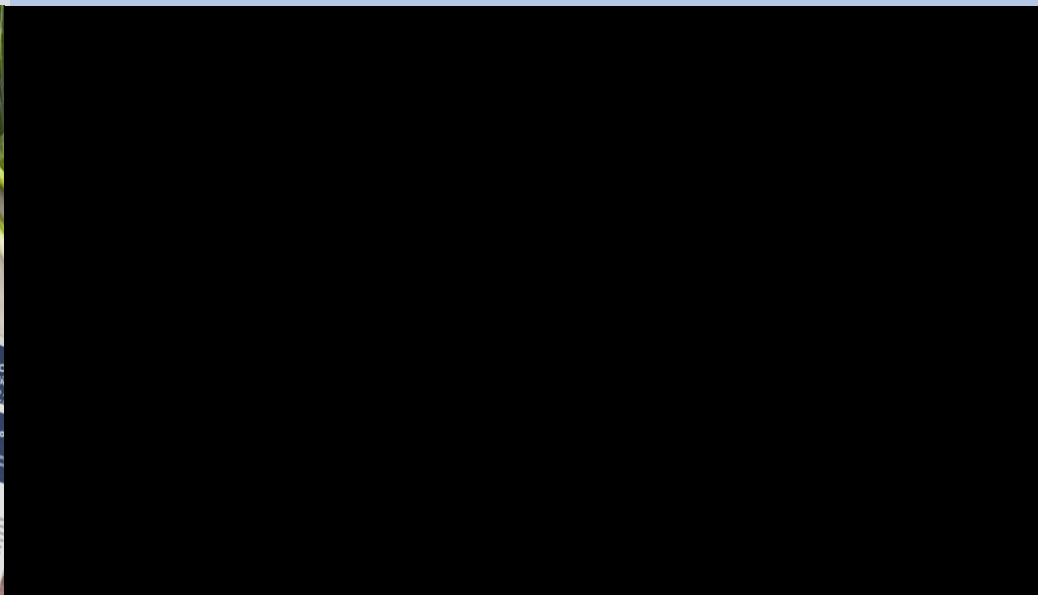
พร้อมปรุง



Ready to...

EAT

พร้อมกิน



Ready to...

USE

พร้อมใช้



A photograph of four young women of diverse backgrounds laughing and hugging each other on a hillside. They are wearing casual clothing, including yellow and teal shirts. The background shows a scenic view of a valley with hills under a bright sky. A blue banner with white text is overlaid at the top, and a yellow banner with blue text is overlaid in the middle.

“BETTER TOGETHER”

Community

COMMUNITY

ปีนี้เราจะหุ่่นดีไปด้วย
กัน

Public group

About

Discussion

Members

Events

Videos

Photos

Files

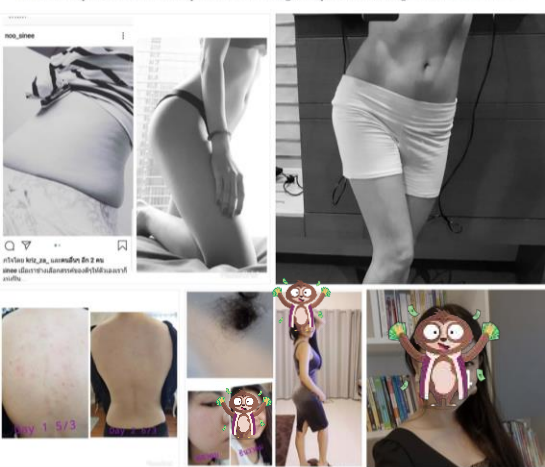
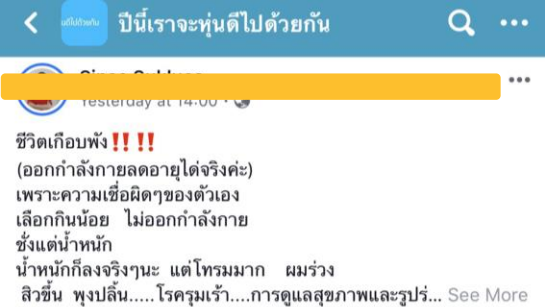
#ปีนี้เราจะหุ่่นดีไปด้วยกัน

ตอบโจทย์มนุษย์อยากดูดี แต่ไม่มีแรง

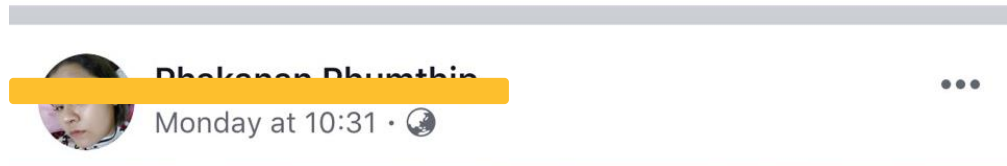
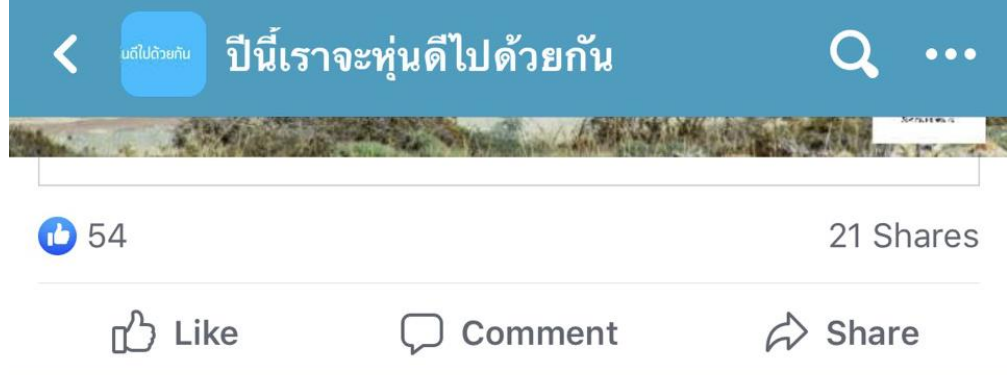
Motivation

Inspiration

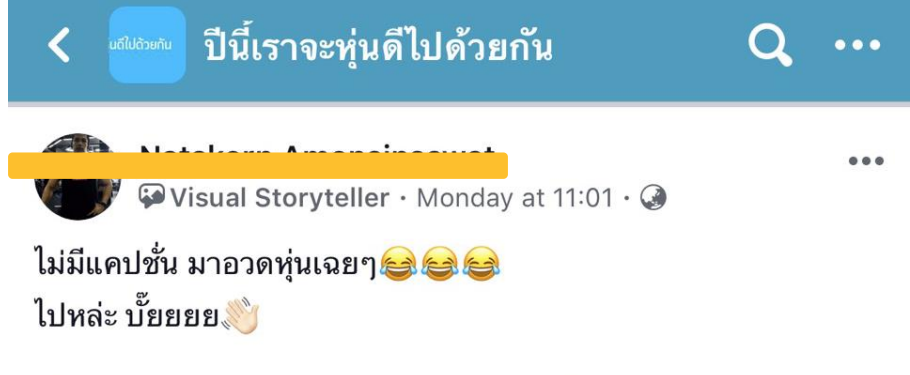
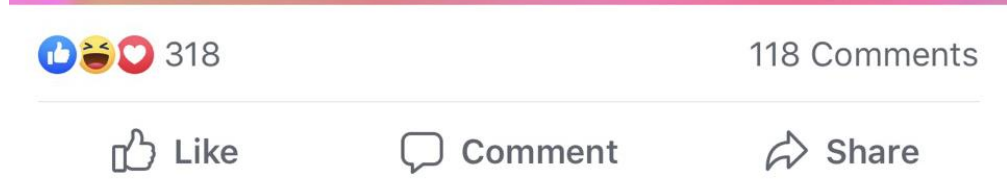
Knowledge



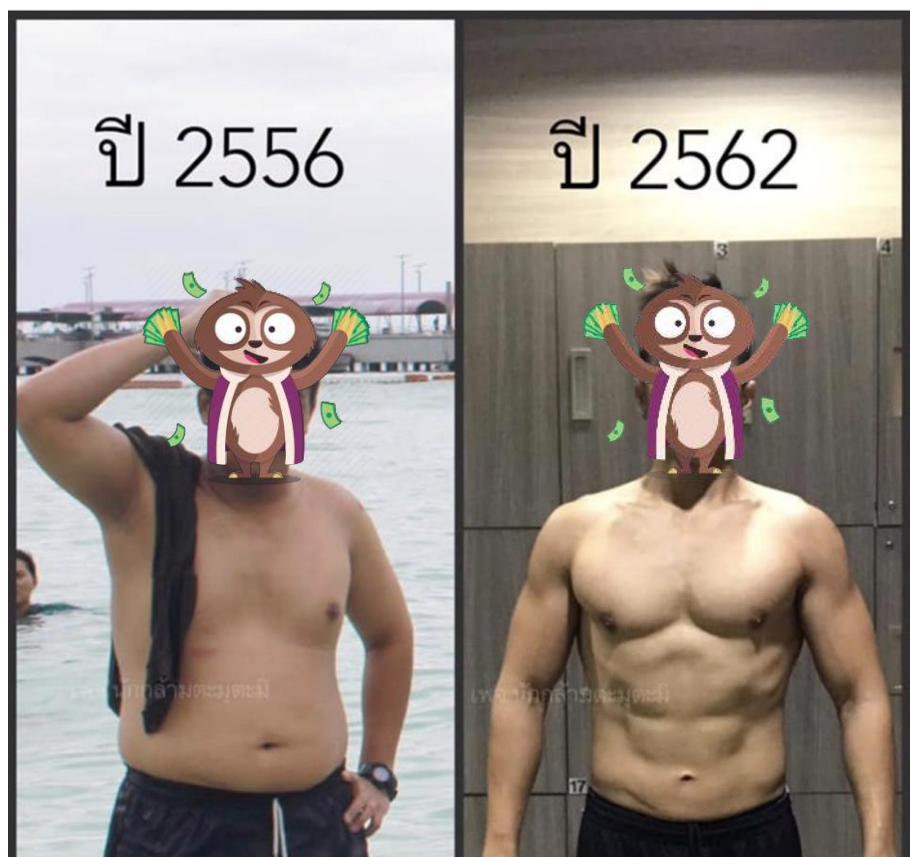
- ช่วงที่อยากกินน้ำหวานมากๆ เราสามารถกินอะไรแทนได้บ้างคะ
- แต่ทานน้ำแดงไม่ป็นค่ะไม่ใส่น้ำตาลเลยคัพ
- ขอบคุณนะคะ กำลังพยายามเลิกน้ำหวาน
- แต่บ่นบักทานทุกวันค่ะ ถ้าอยากหวานมากๆ ก็แดง ไม่ป็นใส่น้ำมะพร้าวค่ะ น้ำตาลตัวร้ายขยที่สุดค่ะ



มีใครลดน้ำหนักแต่กินผักไม่
เป็นบ้างคะ ส่วนมากกินอะไร
กันในการคุมน้ำหนักคะ
เพราะไม่กินผักเลยพอจะมี
อะไรแนะนำไหมคะ



หยอกๆ น้าา อย่าหมั่นไส้กันน้าา จะลดน้ำหนัก ลดไขมัน มั่น
ต้องใจเย็น ให้เวลากับมัน อ้วนมานาน จะมาผอมใน 1 เดือน 2 เดือน
งี้ก็ได้หรอออ ?



“ฟังเพลินๆ ได้ Learn แบบไม่ต้องอ่าน”

Read Less Listen MORE



PODCAST



SHORT CONTENT



VDO CONTENT

STRATEGY



กลยุทธ์พีชิตใจคนซ้เกี่ยจ

S L O T H

Enjoy

สนุก เร้าใจ

E
N
J

Convenient

สะดวก รักสบาย

C
O
N
V
E
N
I
E
N
T

Speed

รวดเร็ว ไม่ต้องรอ

P
E
E
D

E
A
N

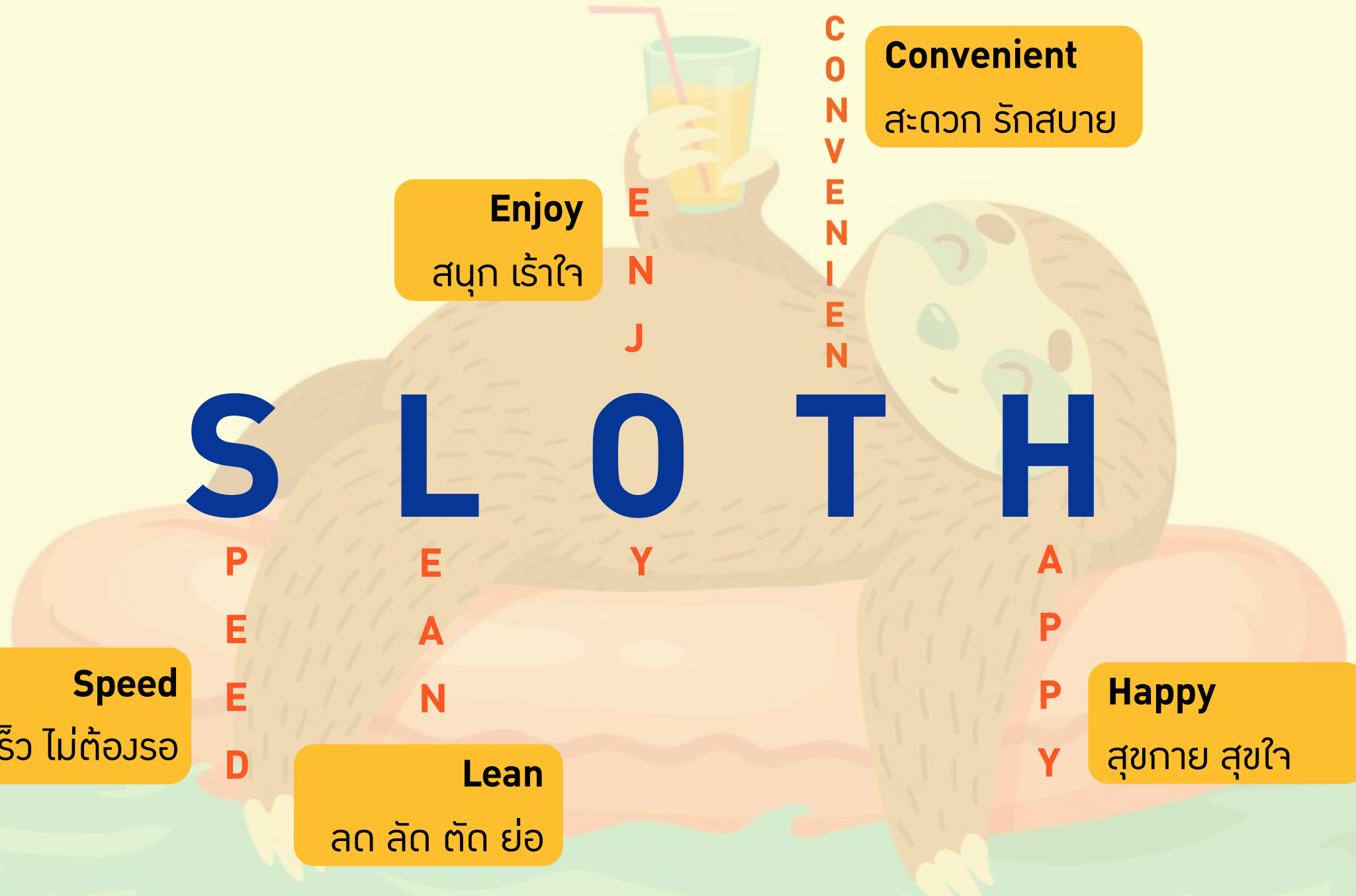
Lean


ลด ลัด ตัด ย่อ

Happy

สุขกาย สุขใจ

A
P
P
Y





**“ เร็ว กระชับ สมบูรณ์ สะดวก แฮปปี้
ความสุขของลูกค้า ก็คือ ความสุขของเรา ”**



College of Management
Mahidol University

LAZY CONSUMER

เจาะลึกอินไซต์...
พีชิตใจคนขี้เกียจ



GUEST SPEAKERS

Lazy Consumer เจาะลึกอินไซต์ พิชิตใจคนขี้เกียจ





สร้างบุญ แสงมณี

ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด



วงศ์ทิพพา วิเศษเกษม

ผู้อำนวยการธุรกิจ GET FOOD



อภิเชษฐ ฤาษีบุตร

ผู้จัดการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ



College of Management
Mahidol University

LAZY CONSUMER

เจาะลึกอินไซต์...
พีชิตใจคนขี้เกียจ



