

โสัด เกย์ มีฐานะ



เลขตัวเดียวเศรษฐกิจไทยปลายปี 2557 นี้ ยังคงสะวังกันตามข้อมูล ฟังกลุ่มอสังหาริมทรัพย์ กับกลุ่มค้าปลีก โดยเฉพาะประเภทสินค้าหรู ประมาณการแบบบวกๆ เชื่อมั่นเรื่องฟื้นตัว แต่หากโฟกัสที่กลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวและกลุ่มเศรษฐกิจภูมิภาค ชวนา รากหญ้า เป็นเหรียญอีกด้าน เพราะยังมีปัญหาด้านกำลังซื้อ

กรุงเทพโพลล์ออกสำรวจความเห็นประชาชนสัปดาห์ที่ผ่านมา แบบ “วัดความเครียดคนไทย หลังรัฐบาลคืนความสุขให้ประชาชน” พบว่า เรื่องเครียดมากที่สุด คือ ข้าวของราคาแพง ค่าครองชีพสูง รองลงมา เรื่องราคาสินค้าเกษตรตกต่ำ ส่วนเรื่องเครียดจากความแตกแยกทางสังคมและขัดแย้งทางการเมืองลดอยู่ในท้ายตาราง

เมื่อสถานการณ์เศรษฐกิจเรียกร้องให้ภาคธุรกิจต้องปรับตัว เดินหน้าขายสินค้า ผลิตรถยนต์ ฝากการตลาดก็ต้องมาปรับแผน ช่วงชิงขายของกัน โดยเฉพาะปลายปีที่หวังผลเรื่องกำลังซื้อ

ว่ากันว่ากลุ่มเป้าหมายที่บรรดานักการตลาดกำลังให้ความสนใจ ขยายฐานเป็นกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่รายใหม่ ในอนาคตแบบมีแววสดใส คือกลุ่ม “ลูกค้าคนโสด” และกลุ่ม “ลูกค้าเพศที่สาม”

เฉพาะในเอเชียวัดความโสดพบว่าสาวโสดไทยอยู่ในระดับสูงของทวีป ขึ้นมาแข่งกับสาวญี่ปุ่นลูลี สาวไทยครองโสด 33% ส่วนสาวญี่ปุ่น 35%

ธุรกิจสินค้าเลยสนใจเจาะกลุ่มสาวโสดที่มีกำลังซื้อ สินค้าแฟชั่น ความงาม สุขภาพ และอาหารดีใจทยอยเข้ามาขายลูกค้านี้ รวมถึงกลุ่มชายโสดที่เป็นเพศที่สามด้วย แม้ปัจจุบันอาจจะวัดกลุ่มประชากรเกย์ได้ยากว่าใครเข้าชายหรือไม่เข้าชาย เพราะอาจกำลังซึ้งใจ!?

กระนั้นพอจะมีข้อมูลที่ใกล้เคียง โดย Zocial, inc. บริษัทรวบรวมข้อมูลและบริการวิเคราะห์ข้อมูลบนโลกออนไลน์ ได้หยิบประเด็นวิเคราะห์กลุ่มลูกค้านี้เป้าหมายที่นำเสนอมาสำรวจ เพื่อนำไปประยุกต์ นั่นคือ กลุ่มเกย์บนโลกโซเชียลมีเดีย

ผลคือ มีประชากรเกย์ทั้งโลกในเฟซบุ๊กรวมกันทั้งหมด 15.4 ล้านคน

ประเทศที่มีประชากรเกย์บนเฟซบุ๊กมากที่สุด คือ อินเดีย (3 ล้านคน) รองลงมา สหรัฐอเมริกา (760,000 คน) และอันดับสาม อียิปต์ (640,000 คน)

โดยทวีปที่ถูกระบุว่ามีประชากรเกย์บนเฟซบุ๊กมากที่สุด

คือ เอเชีย รองลงมา ยุโรป ตามด้วยแอฟริกา

เมื่อเจาะไปดูเฉพาะทวีป ส่องดูทวีปเอเชีย พบว่าประเทศไทยติดอันดับ 8 มีประชากรเกย์บนเฟซบุ๊ก จำนวน 340,000 คน จากจำนวนประชากรไทยที่มีล็อกอินเฟซบุ๊ก ราว 28 ล้านคน

ข้อมูลนี้ทาง Zocial, inc. ใช้วิธีประมาณการเข้าถึงของเฟซบุ๊กจนถึงช่วงเดือนสิงหาคม ปี 2557 ที่เพศเดียวกันสนใจเพศเดียวกันและประกอบด้วยข้อมูลอื่นๆ อาทิ มาจากการกรอกข้อมูลส่วนตัวของผู้ใช้งานเอง เช่น เพศ อายุ หรือสิ่งที่สนใจ

ดังนั้น แม้จะดูเป็นเหมือน “ข้อมูลเสมือน” บนโลกเฟซบุ๊ก และบางครั้งก็มีช่องโหว่ที่ไม่อาจสะท้อนได้จริงทั้งหมด เนื่องจากอุปนิสัยบนโลกโซเชียลมีเดียของหลายคนก็อาจไม่ยอมกรอกข้อมูลแท้จริงทั้งหมดซะทีเดียว ทำให้อาจมีวงกลมกันไป แต่ก็พอให้เห็นเทรนด์อะไรอยู่บ้าง

เพราะทุกวันนี้การทำตลาดผ่านเฟซบุ๊กถือว่าอยู่ในยุคสู้กันดุเดือด จัดกันทุกกลยุทธ์

การเจาะจงข้อมูลได้ว่าเป็นโสด เกย์ ก็เป็นอีกช่องทางขายของยุค พ.ศ.2557 นี้