

ถอดรหัสอินไซต์ข้ามรุ่น เมื่ออายุเป็นเพียงตัวเลข กับปรากฏการณ์ “Generational Style Swap” เทรนด์ใหม่ที่นักการตลาดไม่ควรหลงทาง

ในวันที่ผู้บริโภคไม่ได้ถูกนิยามด้วย “อายุ” เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป การทำความเข้าใจแต่ละ Generation จึงกลายเป็นเรื่องที่ซับซ้อนกว่าการแบ่งกลุ่มแบบ Demographic ที่นักการตลาดคุ้นเคย เพราะแม้จะอยู่คนละวัย หลายคนกลับมี Mindset หรือ Pain Point ร่วมกัน ขณะที่คนอายุใกล้เคียงกันกลับมีวิถีคิดและมุมมองต่อชีวิตแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง Wisersight Research ได้วิเคราะห์บทสนทนาบนโซเชียลมีเดีย ภายใต้บริการ Topic Analysis ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2569 เพื่อสำรวจว่า ผู้บริโภคแต่ละ Generation กำลังพูดถึงอะไรให้คุณค่ากับเรื่องไหน และกำลังสะท้อนความรู้สึกอะไรผ่านคอนเทนต์ที่เลือกเสพและแชร์ในแต่ละวัน

ปรากฏการณ์ “Generational Style Swap” ผลการวิเคราะห์พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันเริ่มขยับจาก “ความชอบตามวัย” ไปสู่การแสดงออกผ่าน “ตัวตน” มากขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะในประเด็นเรื่องสุขภาพ การทำงาน การเงิน ความสัมพันธ์ และการใช้ชีวิต พร้อมกันนั้น ยังเกิดปรากฏการณ์ใหม่ที่น่าจับตาอย่าง “Generational Style Swap” หรือการที่คนแต่ละวัยเริ่มหยิบวัฒนธรรมไลฟ์สไตล์ และวิถีสื่อสารของอีก Generation มาปรับใช้กับตัวเองมากขึ้น สิ่งเหล่านี้กำลังสะท้อนว่า “Generation” ในวันนี้ ไม่ได้เป็นเพียงเรื่องของช่วงอายุอีกต่อไป แต่คือความแตกต่างด้านวิถีคิด ความคาดหวัง และความหมายของการใช้ชีวิตในแต่ละช่วงเวลา

Gen Z: ย้อนอดีตในโลกใหม่ พร้อมให้คุณค่ากับสุขภาพใจ จากการวิเคราะห์พบว่า หนึ่งในพฤติกรรมที่โดดเด่นของ Gen Z คือการหยิบ “สิ่งดั้งเดิม” มาตีความใหม่ให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของ Lifestyle และ Identity บนโลกออนไลน์ หนึ่งในตัวอย่างที่เห็นชัดคือกระแส

“Retro-Health” ไม่ว่าจะเป็นการชวนกันไป “เดินแอโรบิคหน้าสวนลุม” ที่ถูกมองทั้งในฐานะกิจกรรมสุขภาพ และ Lifestyle Content หรือการนำกิจกรรมไทยดั้งเดิมอย่าง “พับดอกบัว” มาสร้างเป็น Short-form Content บนแพลตฟอร์มวิดีโอสั้น ขณะเดียวกัน ประเด็นเรื่อง “Healthy Workplace” ก็กลายเป็นหัวข้อที่ถูกพูดถึงอย่างต่อเนื่อง โดย Gen Z ให้ความสำคัญกับ Work-life Balance, สุขภาพจิต และวัฒนธรรมองค์กร มากกว่าเรื่องราวได้เพียงอย่างเดียว สิ่งที่เกิดขึ้นสะท้อนว่า Gen Z ไม่ได้มองแบรนด์แค่ในฐานะสินค้า แต่กำลังมองหาแบรนด์ที่เข้าใจวิถีชีวิตและคุณค่าที่พวกเขาให้ความสำคัญ

Gen Y: จากการทดลองชีวิต ผู้การสร้างความมั่นคงระยะยาว ในขณะที่ Gen Z กำลังค้นหา “ตัวตน” Gen Y กลับเริ่มโฟกัสกับการ “จัดระเบียบชีวิต” มากขึ้นอย่างชัดเจน ข้อมูลแสดงผลว่า บทสนทนาของ Gen Y ในช่วง 3 เดือนแรกของปี เต็มไปด้วยเรื่องของการวางแผนอนาคต ทั้งการเงิน บ้าน การลงทุน และคุณภาพชีวิตระยะยาว หนึ่งในหัวข้อที่ถูกพูดถึงมากที่สุดคือ “Experiential Travel” หรือการท่องเที่ยวเพื่อเก็บเกี่ยวประสบการณ์ หลังผ่านช่วงเวลาการทำงานหนักต่อเนื่องมาหลายปี นอกจากนี้ ยังเริ่มเห็นการแชร์ประสบการณ์การเลี้ยงดูลูก Gen Alpha มากขึ้นบนโซเชียล โดยให้ความสำคัญกับทั้งการใช้เทคโนโลยี การเรียนรู้แบบเปิดกว้าง และการพัฒนา EQ ควบคู่กับทักษะทางวิชาการ ภาพรวมสะท้อนว่า Gen Y กำลังมองหาความมั่นคงที่ไม่ได้มีแค่เรื่องการเงิน แต่รวมถึงความมั่นคงทางอารมณ์และคุณภาพชีวิตด้วยเช่นกัน

(ที่มา : MarketingOops!)

ประกาศเลิกบริษัท

บริษัท เอ็มวาย999 จำกัด
ทะเบียนเลขที่ 0425564000648

ขอประกาศให้ทราบโดยทั่วกันว่าที่ประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 1/2569 ของ บริษัท เอ็มวาย999 จำกัด ได้มีมติให้เลิกบริษัทฯ นี้ ตั้งแต่วันที่ 31 พฤษภาคม 2569 เป็นต้นไป

จึงประกาศให้บรรดาลูกหนี้และเจ้าหนี้ทั้งหลายของบริษัทฯ นี้ ได้โปรดติดต่อชำระหนี้หรือยื่นคำทวงหนี้ต่อข้าพเจ้า ณ สำนักงานของผู้ชำระบัญชีเลขที่ 399 หมู่ที่ 8 ต.นาแรม อ.เมือง จ.เลย ภายในกำหนด 7 วัน นับแต่วันประกาศเป็นต้นไป

ประกาศ ณ วันที่ 04 มิถุนายน 2569

(นาย จิรันธนิน สุจริตชินศรี)
ผู้ชำระบัญชี

บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด

วันที่ 4 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2569

เรื่อง ขอเชิญประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 22569

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท

ตามที่คณะกรรมการของบริษัทมีมติให้เรียกประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 22569 ในวันที่ 12 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 10.00 น. ณ สำนักงานของบริษัท เลขที่ 21 ซอยประจักษ์มนตร์ 5 เขต 4 จ. บางเขน อ.เมืองนนทบุรี 9 นนทบุรี เพื่อพิจารณาเรื่องต่าง ๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

- วาระที่ 1 พิจารณาการขอออกของกรรมการ
- วาระที่ 2 พิจารณาแต่งตั้งกรรมการใหม่แทนตำแหน่งที่ว่าง
- วาระที่ 3 พิจารณาเปลี่ยนแปลงกรรมการเข้า - ออก และอำนาจกรรมการ
- วาระที่ 3 พิจารณาเรื่องอื่น ๆ (ถ้ามี)

ดังนั้น จึงขอเรียนเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้นโดยพร้อมเพรียงกันด้วย จากของถูกต้องจริง

ขอแสดงความนับถือ
มนุชชา ชัมเมอร์บี
กรรมการผู้ถือหุ้นของชัมเมอร์บี



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร