

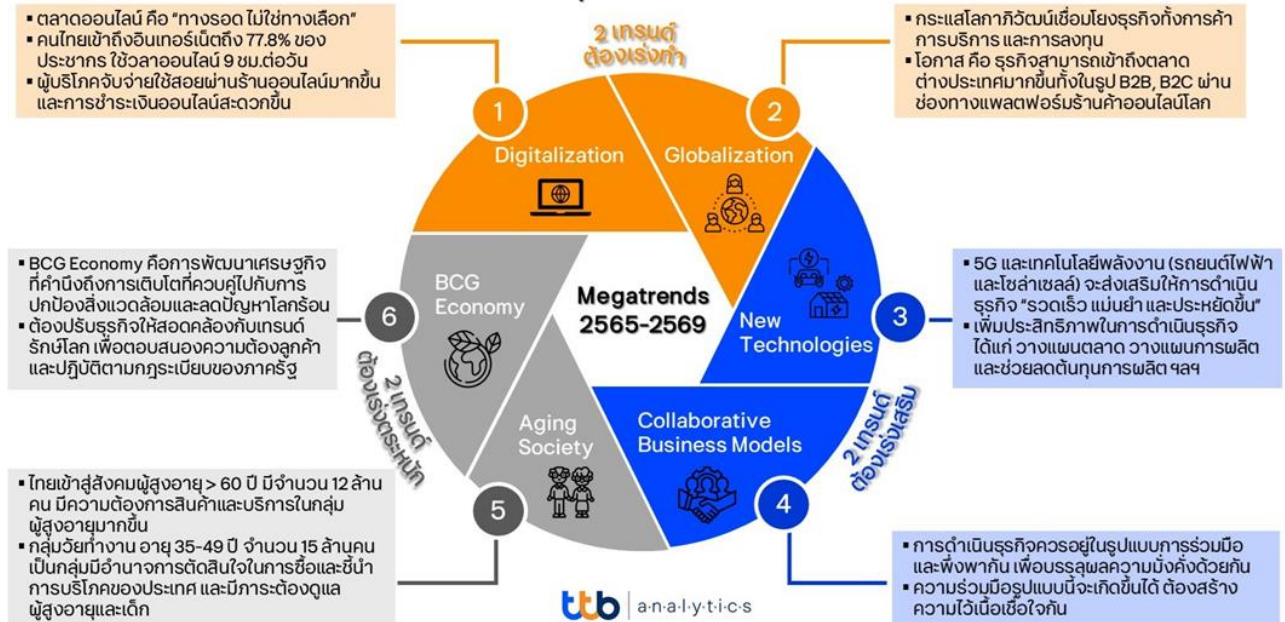
ttb analytics มอง 6 เมกะเทรนด์ เปลี่ยนจากทัศน์ธุรกิจไทยปี 2565-2569 "2 เทรนด์เร่งทำ 2 เทรนด์เร่งเสริม 2 เทรนด์เร่งตระหนัก" เพื่อสร้างโอกาสเติบโตทางธุรกิจ

ttb analytics ประเมิน 6 เมกะเทรนด์ ปี 2565-2569 แบ่งเป็น "2 เทรนด์ต้องเร่งทำ คือ Digitalization และ Globalization 2 เทรนด์ต้องเร่งเสริม คือ New Technologies และ Collaborative Business Models 2 เทรนด์ต้องเร่งตระหนัก คือ Aging Societies และ BCG Economy" เป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญและเร่งปรับตัวเพื่อสร้างโอกาสการเติบโตทางธุรกิจ

จากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ต่อเนื่องมานับตั้งแต่ปลายปี 2562 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งเป็นเวลาสองปีครึ่ง ที่ประเทศไทยได้เรียนรู้และอยู่กับการระบาดด้วยวิธีการรักษาและป้องกันในเวลาเดียวกันจนทำให้ยอดการติดเชื้อและการเสียชีวิตลดลง ทำให้ภาครัฐประกาศเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามายังประเทศได้ เพื่อหวังฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจในประเทศ อย่างไรก็ตาม ระยะเวลาสองปีที่ผ่านมาได้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทำให้แนวโน้มธุรกิจเปลี่ยนแปลงไป

ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี หรือ ttb analytics ทำการศึกษาแนวโน้มธุรกิจผ่านกรอบเมกะเทรนด์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในปี 2565-2569 ที่จะเข้ามาเปลี่ยนแปลงจากทัศน์ของธุรกิจไทยหลังจากการระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลาย และภาครัฐประกาศเป็นโรคระบาดประจำถิ่น โดย 6 เมกะเทรนด์ที่ภาคธุรกิจจะเผชิญในอีก 3 ปีข้างหน้า สามารถแบ่งออกเป็น "2 เทรนด์ต้องเร่งทำ 2 เทรนด์ต้องเร่งเสริม 2 เทรนด์ต้องเร่งตระหนัก" ดังนี้

6 เมกะเทรนด์ "2 เทรนด์เร่งทำ 2 เทรนด์เร่งเสริม 2 เทรนด์เร่งตระหนัก" ปรับจากทัศน์ธุรกิจไทยปี 2565-2569



2 เมกะเทรนด์ “ต้องเร่งทำ” เพื่อสร้างโอกาสการเติบโตทางการตลาดให้ธุรกิจ

เมกะเทรนด์ที่ 1 Digitalization ระบบเศรษฐกิจดิจิทัลเข้ามามีบทบาทในการขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ค่อนข้างมาก จากการที่ภาครัฐมีมาตรการคุมเข้มจำกัดการเดินทางของประชาชนทำให้ผู้บริโภคปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยจากร้านค้าทั่วไปมาเป็นการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มร้านค้าออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Shopee, Lazada, Facebook, Instagram, Line, Tiktok ฯลฯ รวมถึงการชำระเงินก็เป็นไปโดยง่ายผ่านแอปพลิเคชันของสถาบันการเงิน ทำให้ร้านค้าต่าง ๆ ปรับตัวเพิ่มช่องทางร้านค้าออนไลน์มากขึ้น ทำให้ช่องทางการขายออนไลน์เป็น “ทางรอด ไม่ใช่ทางเลือก” ของผู้ประกอบการ และจากการที่ผู้บริโภคเริ่มมีความคุ้นเคยกับการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ ทำให้ช่องทางการตลาดเปลี่ยนไปตามพฤติกรรมกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ ตลาดสินค้าและบริการจะเป็น “ตลาดของผู้บริโภค” ที่สามารถเลือกและสรรหาสินค้าได้เองด้วยความรวดเร็ว ส่งผลทำให้สินค้าหมุนเวียนเร็วขึ้น ดังนั้น ความสำเร็จสำคัญของการทำธุรกิจในยุคดิจิทัลนี้ นอกจากผู้ประกอบการจำเป็นต้องนำสินค้าเข้าสู่หน้าร้านออนไลน์แล้ว สินค้าจะต้องตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่รวดเร็วรวมถึงต้องรักษามาตรฐานสินค้าให้ดี เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคซื้อและบอกต่อประสบการณ์ไปยังผู้บริโภคคนอื่น ๆ ต่อไปได้

เมกะเทรนด์ที่ 2 Globalization กระแสโลกาภิวัตน์ก่อให้เกิดความเชื่อมโยงทุกสรรพสิ่งบนโลกใบนี้ในรูปแบบแนบ ซึ่งมาพร้อมกับโอกาสและความท้าทายที่ภาคธุรกิจต้องเผชิญ กล่าวคือ

- **โอกาส คือ** ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น ทำให้ธุรกิจมีโอกาสเติบโต ซึ่งการเข้าถึงตลาดต่างประเทศมีความสะดวกขึ้นทั้งในรูปแบบการค้าขายแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) และธุรกิจกับผู้บริโภค (B2C) ผ่านช่องทางแพลตฟอร์มร้านค้าออนไลน์ต่างประเทศ เช่น eBay, Amazon, Best Buy, Alibaba, AliExpress, JD Worldwide, TMall, Taobao, WalMart, FlipKart, PayPay Mall ฯลฯ ผู้ประกอบการต้องศึกษาถึงวิธีเข้าไปยังแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างประเทศเหล่านี้ เพื่อช่วงชิงโอกาสในตลาดต่างประเทศที่ยังเปิดกว้างและมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก
- **ความท้าทาย คือ** ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการปัจจัยการผลิตด้วยความระมัดระวัง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของความต้องการสินค้าและปัจจัยการผลิตในประเทศหนึ่งจะส่งผลต่ออีกหลายประเทศอย่างรวดเร็ว ทำให้ต้นทุนการผลิตมีความผันผวนและคาดการณ์ได้ยากลำบากขึ้น เช่น ศึกทางราคาวัตถุดิบต่าง ๆ ได้แก่ น้ำมัน เหล็ก ข้าวโพด ฯลฯ ปรับเพิ่มขึ้นหรือลดลง อันเกิดขึ้นกับผู้ผลิตที่คุมปัจจัยการผลิตไว้ ย่อมส่งผลกระทบต่อต้นทุนในประเทศอย่างรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างระมัดระวัง นับตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผนสต็อกวัตถุดิบ การวางแผนการผลิต การวางแผนสต็อกสินค้า และการวางแผนการขายสินค้า เพื่อบรรเทาผลกระทบจากความผันผวนเหล่านี้ลง

2 เมกะเทรนด์ “ต้องเร่งเสริม” เพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจ

เมกะเทรนด์ที่ 3 New Technologies ได้แก่ เทคโนโลยี 5G และเทคโนโลยีประหยัดพลังงาน (รถยนต์ไฟฟ้าและโซลาร์เซลล์) จะส่งเสริมให้การดำเนินธุรกิจ “รวดเร็ว แม่นยำ และประหยัดขึ้น” กล่าวคือ

- **เทคโนโลยี 5G** จะถูกนำมาใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจาก “ความเร็วของอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น” โดย 5G จะสูงกว่า 4G ถึง 20 เท่า “อัตราการตอบสนองต่อการสั่งการรวดเร็ว” 5G จะเร็วกว่า 4G ถึง 30 เท่า และ “รองรับอุปกรณ์ที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้จำนวนมาก” โดย 5G จะสามารถรองรับอุปกรณ์ Internet of Thing (IoT) ได้มากถึง 1 ล้านชิ้นต่อตารางกิโลเมตร ซึ่งมากกว่าเทคโนโลยี 4G ถึง 10 เท่า **ภาคผู้บริโภค** จะสามารถเข้าถึงการใช้งานอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงได้ในทุกที่อย่างรวดเร็ว และสามารถใช้งานได้แบบทันที ในขณะที่ **ภาคธุรกิจ** จะนำเทคโนโลยี 5G มาใช้อย่างแพร่หลายมากขึ้น เกิด “ธุรกิจรูปแบบใหม่” เช่น “ธุรกิจรถยนต์” มีการพัฒนาการผลิตรถยนต์ไร้คนขับที่ให้ความ

ปลอดภัยสูง "ธุรกิจการแพทย์" มีการพัฒนาความสามารถในวิเคราะห์โรคได้อย่างแม่นยำและใช้เวลาในการประเมินผลการเจ็บป่วยไม่นาน นอกจากนี้ยังทำให้เกิด "สมาร์กซิตี เมืองอัจฉริยะ" ซึ่งจะนำร่องในพื้นที่ EEC โดยครอบคลุมถึงการสัญจรของพาหนะ เศรษฐกิจและสังคม ที่สามารถเชื่อมต่อประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ เทคโนโลยี 5G จะถูกนำมาใช้ทางด้านการตลาด เช่น การวางแผนการผลิตและการโฆษณาสินค้าได้ตรงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เนื่องจากเทคโนโลยี 5G จะทำให้ผู้ประกอบการเห็นสภาพตลาดของสินค้าได้ทันทีในทุกช่วงสถานการณ์ด้วยต้นทุนที่ไม่สูงนัก ทำให้สามารถวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนเองได้อย่างแม่นยำ

- **เทคโนโลยีประหยัดพลังงานและรักษาสิ่งแวดล้อม** ปัญหาสิ่งแวดล้อมอันเกิดจากระบบการผลิตพลังงานดั้งเดิมจากถ่านหินและฟอสซิล พบนอกกับทิศทางราคาพลังงานที่สูงขึ้น เป็นปัจจัยท้าทายให้เกิดเทคโนโลยีด้านพลังงานใหม่ ๆ ได้แก่ รถยนต์ไฟฟ้า (xEV) และ Solar rooftop (การผลิตพลังงานไฟฟ้าด้วยพลังงานแสงอาทิตย์ โดยการติดตั้งแผงโซลาร์เซลล์บนหลังคา) ซึ่งตอบโจทย์ทั้งด้านรักษาสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน ทั้งนี้ เทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้านั้นราคาได้มีการปรับลดลงมากพอสมควร โดยในปัจจุบันราคาแบตเตอรี่รถยนต์ไฟฟ้า ลดลงกว่า 90% เมื่อเทียบกับ 10 ปีที่แล้ว ทำให้การเข้าถึงเป็นไปได้ง่ายขึ้นเมื่อเทียบกับเมื่อก่อน ในขณะที่ราคาแผงโซลาร์เซลล์ก็ลดลงเช่นกัน ทำให้มีการติดตั้ง Solar rooftop เพื่อใช้ในครัวเรือนและห้างร้านมากขึ้น ช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย ซึ่งหากผนวกกับนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐด้านพลังงานสะอาดเหล่านี้ จะทำให้เทคโนโลยีประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถูกใช้อย่างแพร่หลายในอนาคตอันใกล้

บทสรุปที่ 4 Collaborative Business Models การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต้องอยู่ในรูปแบบการร่วมมือและพึ่งพากัน จะเห็นได้ว่า การดำเนินธุรกิจในรูปแบบร่วมมือและพึ่งพากัน จะส่งเสริมให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในกลุ่มซัพพลายเชนเดียวกันได้รับผลประโยชน์ร่วมกันอย่างสูงสุดในด้านการผลิตและการตลาด โดยการร่วมมือทางธุรกิจสามารถแบ่งเป็น 4 ระดับ ดังนี้

- **ระดับที่ 1 การแชร์ข้อมูลระหว่างกัน (Sharing Information)** ข้อมูลที่จะแชร์ระหว่างกัน ได้แก่ ข้อมูลดีมานด์และซัพพลาย ยกตัวอย่าง ธุรกิจปลายน้ำ ซึ่งส่วนใหญ่คือ ผู้ขายจะทราบถึงดีมานด์ของผู้ซื้อว่า เป็นอย่างไร ดังนั้นการแชร์ข้อมูลระดับดีมานด์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นให้ธุรกิจกลางน้ำและต้นน้ำรับทราบ ทำให้ธุรกิจสามารถปรับกระบวนการผลิตได้ ในขณะที่ธุรกิจต้นน้ำจะรู้ถึงต้นทุนการผลิตว่าเป็นอย่างไร
- **ระดับที่ 2 การแลกเปลี่ยนการตัดสินใจระหว่างกลุ่มธุรกิจ (Exchanging Decision Rights)** คือ การให้อำนาจผู้ขายสามารถตัดสินใจวางแผนการบริหารจัดการสต็อกสินค้าในกลุ่มธุรกิจได้ เนื่องจากผู้ขายเป็นผู้ที่เห็นความต้องการผู้บริโภคได้เร็วที่สุด ดังนั้น การวางแผนทิศทางกลุ่มธุรกิจจะอยู่ภายใต้สถานการณ์ที่ทันเหตุการณ์ ซึ่งการบริหารจัดการสต็อกล่วงหน้าบนพื้นฐานดีมานด์จะทำให้สามารถลดต้นทุนของกลุ่มธุรกิจในซัพพลายเชน ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- **ระดับที่ 3 การแลกเปลี่ยนการทำงานระหว่างกลุ่มธุรกิจ (Exchanging Work)** ธุรกิจที่อยู่กลางน้ำและต้นน้ำ สามารถพิจารณาแลกเปลี่ยนการทำงานระหว่างกันตามลำดับความเชี่ยวชาญของตน สายการผลิตใดที่ทับซ้อนกันก็ให้ใช้สายการผลิตของผู้ประกอบการที่ผลิตได้ดีและต้นทุนต่ำกว่า ยกตัวอย่าง ผู้ประกอบการธุรกิจการผลิตเครื่องจักรที่อยู่ในซัพพลายเชนเดียวกันและเชื่อมต่อกัน สมมติว่าต่างก็มีสายการผลิตย่อยของตนเองที่มีการผลิตสายพานเป็นส่วนประกอบเหมือนกัน ผู้ประกอบการในซัพพลายเชนเดียวกันก็ต้องมาพิจารณาร่วมกันว่าการผลิตสายพานของโรงงานใดดีที่สุดและต้นทุนต่ำที่สุด และพิจารณาร่วมกันใช้สายพานของผู้ประกอบการรายนั้นเพื่อลดต้นทุนลง เป็นต้น
- **ระดับที่ 4 การแชร์ปัจจัยเสี่ยงและกำไรระหว่างกลุ่มธุรกิจร่วมกัน (Sharing Risks and Benefits)** ความร่วมมือในระดับนี้ ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจเดียวกันต่างมีความไว้วางใจใจกันแล้ว จึงสามารถรวมกลุ่มกันได้อย่างแข็งแกร่ง จนสามารถแชร์ปัจจัยเสี่ยงและผลกำไรของกิจการระหว่าง

กันเป็นกลุ่มก้อนธุรกิจ ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการที่อยู่ในชีพพลายเช่นสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการภายนอกประเทศได้ เพราะทุกกิจการเห็นความเสี่ยงและโอกาสไปในทิศทางเดียวกัน ทำให้สามารถวางแผนเชิงกลยุทธ์ของกลุ่มธุรกิจได้อย่างมีทิศทางอย่างเป็นระบบ

2 เมกะเทรนด์ “ต้องเร่งตระหนัก” เพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์ตามการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง

เมกะเทรนด์ที่ 5 Aging Society ประเทศไทยเข้าใกล้สู่สังคมผู้สูงอายุแล้ว โดยในปี 2564 มีผู้สูงอายุที่มีอายุเกินกว่า 60 ปีจำนวนกว่า 12 ล้านคน คิดเป็น 18% ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ด้วยเหตุนี้ สินค้าที่จะตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มผู้สูงอายุจะเป็นกลุ่มที่เกี่ยวกับสุขภาพ สันทนาการ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรมที่มีกิจกรรมเบา ๆ ที่กลุ่มผู้สูงอายุสามารถเข้าร่วมได้ นอกจากตลาดสินค้าและบริการจะมีทิศทางไปทางกลุ่มผู้สูงอายุแล้ว จะพบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่ชี้นำการบริโภคของตลาด คือ กลุ่มอายุตั้งแต่ 35-49 ปี มีจำนวน 15 ล้านคน คิดเป็น 22% ของจำนวนประชากรทั้งประเทศ ซึ่งอยู่ในวัยทำงานที่รายได้เริ่มมั่นคงและมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการสูง ซึ่งผู้บริโภคกลุ่มนี้อยู่ในช่วงสร้างครอบครัวและบางส่วนมีภาระต้องดูแลทั้งเด็กและผู้สูงอายุในเวลาเดียวกัน ผู้บริโภคกลุ่มนี้จึงเป็นกลุ่มที่ชี้นำทิศทางภาพรวมการบริโภคของตลาดได้ ดังนั้น นอกจากผลิตสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้สูงอายุแล้ว ภาคธุรกิจจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มอายุ 35-49 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอำนาจตัดสินใจในการซื้อ

เมกะเทรนด์ที่ 6 BCG Economy เทรนด์เศรษฐกิจใหม่ที่ภาครัฐกำหนดให้เป็นนโยบายแห่งชาติ ซึ่งมีเป้าหมายให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศควบคู่ไปกับการปกป้องสิ่งแวดล้อมและลดปัญหาโลกร้อนไปด้วยในเวลาเดียวกัน โดย BCG Economy ประกอบไปด้วย

- **เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy)** มุ่งเน้นใช้ประโยชน์จากทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่าควบคู่การรักษาสมดุลสิ่งแวดล้อม ด้วยการใช้เทคโนโลยีเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการอย่างมีนวัตกรรมและมีมูลค่าเพิ่ม
- **เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy)** มุ่งเน้นใช้ทรัพยากรให้เกิดความคุ้มค่า ใน 3 เรื่อง ได้แก่ การใช้งานผลิตภัณฑ์เดิมจนจวน (Reuse, Refurbish, Sharing) การแปรรูปเพื่อกลับมาใช้ใหม่ (Recycle, Upcycle) และการออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดของเสียน้อยที่สุด (Zero-Waste)
- **เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy)** มุ่งเน้นการลดผลกระทบต่อโลกอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะด้านสิ่งแวดล้อม

การพัฒนาเศรษฐกิจ BCG ที่มุ่งเน้นการเติบโตคู่กับการรักษาสิ่งแวดล้อมนี้ จะส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการทั้งทางตรงและทางอ้อม ทางตรงคือ ภาครัฐมีแนวโน้มที่จะส่งเสริมและสนับสนุนธุรกิจที่ปฏิบัติตามแนวทาง BCG และจะมีกฎระเบียบในการขอความร่วมมือผู้ประกอบการทั้งแบบสมัครใจและเชิงบังคับเพื่อให้ผู้ประกอบการดำเนินการตาม ส่วนทางอ้อมคือ การที่ผู้บริโภคมีความตื่นตัวเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมจะทำให้สินค้าและบริการที่ตอบโจทย์การบริโภคที่รักษาสิ่งแวดล้อมร่วมด้วยจะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบสนองกับเทรนด์ BCG นี้

กล่าวโดยสรุป 6 เมกะเทรนด์ปี 2565-2569 ได้แก่ 2 เทรนด์ต้องเร่งทำ (Digitalization, Globalization) 2 เทรนด์ต้องเร่งเสริม (New Technologies, Collaborative Business Models) และ 2 เทรนด์ต้องเร่งตระหนัก (Aging Society, BCG Economy) จะเข้ามาบทบาทในการเปลี่ยนแปลงการดำเนินธุรกิจไทยใน 3 ปีข้างหน้า เป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องตระหนักและปรับเปลี่ยนสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับเมกะเทรนด์ที่เกิดขึ้นเพื่อสร้างความเติบโตของธุรกิจต่อไป
