

บทที่ 7

ทิศทางเศรษฐกิจตามวิถี Next Normal



SPOTLIGHT

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตและรวดเร็วใน 6 ประเทศ ที่มีความโดดเด่นทางเศรษฐกิจ



สหรัฐอเมริกา

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว

- การผลิตซอฟต์แวร์
- การบริการข้อมูลอื่นๆ (Other information services)*
- การขุดเจาะน้ำมันและก๊าซ
- การออกแบบระบบคอมพิวเตอร์และบริการที่เกี่ยวข้อง
- ศูนย์บริการสุขภาพผู้ป่วยนอก

อุตสาหกรรมที่รวดเร็ว

- การผลิตยาสูบ
- การผลิตและแปรรูปอะลูมินาและอะลูมิเนียม
- บริการไปรษณีย์
- โรงผลิตสิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
- การบริโภคนวัตกรรมยานยนต์ในการป้องกันประเทศ



สาธารณรัฐประชาชนจีน

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว

- การแพทย์
- ประกันภัย
- สินค้าฟุ่มเฟือย
- สื่อสารโทรคมนาคม
- การค้าปลีกออนไลน์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมที่รวดเร็ว

- จำหน่ายเสื้อผ้าแบบมีหน้าร้าน
- ผลิตชิ้นส่วนและเครื่องจักร
- จำหน่ายกล่องแบบมีหน้าร้าน
- จำหน่ายรองเท้าแบบมีหน้าร้าน
- ผลิตชิ้นส่วนพลาสติก



สาธารณรัฐอินเดีย

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว

- เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร
- เคมีภัณฑ์
- ยานยนต์
- อิเล็กทรอนิกส์
- สุขภาพ

อุตสาหกรรมที่หดตัวเร็ว

- การเกษตร
- โรงแรมและร้านอาหาร
- อสังหาริมทรัพย์
- ผลิตภัณฑ์ด้านไม้ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมันปิโตรเลียม และเชื้อเพลิงปรมาณู
- การทำเหมืองแร่ เหมืองหิน



สาธารณรัฐไอร์แลนด์

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว

- เทคโนโลยีทางการแพทย์
- เครื่องมือแพทย์
- ยาชีวเภสัชภัณฑ์และเคมีภัณฑ์
- เทคโนโลยี ICT และดิจิทัล
- บริการทางการเงินและเทคโนโลยีทางการเงิน

อุตสาหกรรมที่หดตัวเร็ว

- ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม
- สื่อสิ่งพิมพ์
- เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ ยกเว้นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์
- การธนาคารเพื่อธุรกิจรายย่อยและการจัดการการลงทุน



สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว

- ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบโทรศัพท์
- การค้าปลีกออนไลน์และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- การแพทย์
- สื่อสารโทรคมนาคม
- เครื่องจักรและอุปกรณ์

อุตสาหกรรมที่หดตัวเร็ว

- เหมืองแร่และเหมืองหิน
- การค้าปลีกและค้าส่งแบบดั้งเดิม
- ยานยนต์
- น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ
- ถ่านหิน



สาธารณรัฐจีน

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว

- เกษตรกรรม
- เหมืองแร่
- การบริการ
- การผลิต

อุตสาหกรรมที่หดตัวเร็ว

- การขนส่ง
- การก่อสร้าง
- การบริหารราชการ
- สาธารณูปโภค

ทิศทางเศรษฐกิจตามวิถี Next Normal

การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ที่ทั่วโลกกำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบัน ก่อให้เกิดผลกระทบต่อรอบด้านทั้งการเมือง เศรษฐกิจและวิถีการดำรงชีวิตของคนในสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับชีวอนามัยและความปลอดภัยของบุคคล และการพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินชีวิตที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม การดำเนินชีวิตของคนในสังคมโลกหลังวิกฤตครั้งนี้จะเปลี่ยนไปในทิศทางใด บรรทัดฐานจะต่างไปจากวิถีความปกติใหม่มากน้อยเพียงใด การคาดการณ์ก้าวต่อไปของวิถีความปกติใหม่ หรือ Next Normal นี้จะช่วยสะท้อนถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนไป ซึ่งมีผลต่อการประกอบธุรกิจของผู้ประกอบการและโอกาสทางธุรกิจที่จะเกิดขึ้น อีกทั้งจะเป็นแนวทางการจัดทำนโยบายเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการที่ภาครัฐจะต้องจับทิศทางเพื่อรับมือกับบริบทที่ปรับเปลี่ยนไป

ขอบเขตและนิยามของ Next Normal

แนวคิด Next Normal เกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2552 ในช่วงวิกฤตการณ์การเงิน (Financial crisis) ของสหรัฐอเมริกา โดยบริษัท McKinsey & Company และได้กลับมาเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายอีกครั้งหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ในปี 2563 โดยได้ให้คำจำกัดความของ Next Normal ว่าหมายถึง “ความปกติใหม่ (New Normal) ที่ธุรกิจต้องปรับตัวในยุคหลังการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Resolve) 2) การปรับธุรกิจให้มีความยืดหยุ่นทันต่อสถานการณ์ (Resilience) 3) การกลับไปดำเนินธุรกิจตามปกติอีกครั้ง (Return) 4) การคิดใหม่ (Reimagination) และ 5) การปฏิรูปเพื่อก้าวสู่นาคตที่ดีกว่า (Reform)” ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา แนวคิด Next Normal ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางทั้งในกลุ่มนักวิชาการและนักธุรกิจ แต่ยังไม่มียุทธศาสตร์ ความหมาย หรือคำจำกัดความที่ชัดเจน ทำให้แนวคิด Next Normal ถูกเรียกในหลากหลายชื่อ ได้แก่ New Normal, Never Normal และ The Post-pandemic New Normal ดังแสดงในตารางที่ 7.1

ตารางที่ 7.1 ความหมายของ Next Normal

นักวิจัย	ความหมาย	คำพ้องความหมาย
McKinsey & Company (2020)	ความปกติใหม่ (New Normal) ที่ธุรกิจต้องปรับตัวในยุคหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า (Resolve) 2) การปรับธุรกิจให้มีความยืดหยุ่นทันต่อสถานการณ์ (Resilience) 3) การกลับไปดำเนินธุรกิจตามปกติอีกครั้ง (Return) 4) การคิดใหม่ (Reimagination) และ 5) การปฏิรูปเพื่อก้าวสู่นาคตที่ดีกว่า (Reform)	Next Normal
ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563)	พฤติกรรม ทักษะ และรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนทั่วโลกที่เปลี่ยนไปหลังวิกฤตสถานการณ์โควิด 19	Next Normal
Deloitte (2021)	การเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของผู้คน และการดำเนินงานขององค์กรใน 4 มิติ ภายหลังจากการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ได้แก่ มิติด้านสังคม (Society) มิติด้านธุรกิจ (Business) มิติด้านเศรษฐกิจ (Economy) และมิติด้านการเมือง (Politics)	Next Normal
Alraouf (2021)	การเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตของผู้คนทั่วโลก เนื่องจากผลกระทบของสถานการณ์โควิด 19	New Normal
Putsanra (2020) และ Winata et al. (2020)	การปรับเปลี่ยนนิสัยหรือพฤติกรรมเพื่อให้สามารถทำกิจกรรมต่างๆ ได้เป็นปกติ โดยมีการปรับใช้ข้อปฏิบัติด้านสุขภาพเพื่อป้องกันการแพร่กระจายของเชื้อไวรัส เช่น การรักษาระยะห่าง การสวมหน้ากากอนามัย การล้างมืออย่างสม่ำเสมอ และการหลีกเลี่ยงพื้นที่ที่มีความแออัดของผู้คน	New Normal
Accenture (2020)	การเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจในการวิจัยและพัฒนา (Research & development) เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) โดยคำนึงถึง 3 เรื่อง ได้แก่ 1) Stretch หมายถึง การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านการเปลี่ยนแปลงของตลาดอุปสงค์และขีดความสามารถขององค์กร 2) Speed หมายถึง การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และ 3) Scale หมายถึง การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ด้วยมีโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีและทรัพยากรที่เหมาะสม	Never Normal
Krungsri Research (2020)	การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ	The Post-pandemic New Normal

จากตารางที่ 7.1 แสดงให้เห็นว่ามีผู้ให้คำนิยามคำว่า Next Normal ไว้หลากหลาย ซึ่งสามารถสรุปคุณลักษณะที่สำคัญของ Next Normal ได้ ดังนี้

- เป็นการปรับเปลี่ยนทัศนคติ นิสัย พฤติกรรม หรือรูปแบบการดำเนินชีวิตหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)
- เป็นการปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินงานขององค์กร เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)
- การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นเกี่ยวข้องในหลายมิติ เช่น มิติด้านสังคม มิติด้านธุรกิจ มิติด้านเศรษฐกิจและมิติด้านการเมือง

ดังนั้นขอบเขตและนิยามของ Next Normal ในการศึกษาครั้งนี้จึงหมายถึง “การปรับเปลี่ยนทัศนคติ พฤติกรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต หรือวิธีการดำเนินงานขององค์กร เพื่อรับมือต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านสังคม ด้านธุรกิจ ด้านเศรษฐกิจและด้านการเมือง ภายหลังการระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19)” โดยยกกรณีศึกษาจากประเทศที่มีความโดดเด่นทางเศรษฐกิจจำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สาธารณรัฐประชาชนจีน สาธารณรัฐอินเดีย สาธารณรัฐไอร์แลนด์ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม สาธารณรัฐจีน

สหรัฐอเมริกา

สหรัฐอเมริกาคือเป็นประเทศที่ทรงอิทธิพลมากที่สุดในโลก ทั้งยังเป็นประเทศที่มีมูลค่าการค้าและมูลค่าการลงทุนจากต่างประเทศสูงที่สุดในโลก มีขนาดเศรษฐกิจที่ใหญ่เป็นอันดับสองของโลกและมีความสามารถในการแข่งขันทางดิจิทัลที่สูงที่สุดในโลกอีกด้วย อย่างไรก็ตาม แม้สหรัฐฯ จะมีศักยภาพทางการเมือง เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีที่สูง แต่ก็มีปัญหาในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมอยู่ไม่น้อย หนึ่งในสหรัฐฯ เป็นประเทศที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุดในโลกเป็นอันดับสองของโลก มีปัญหาเกี่ยวกับการเข้าถึงบริการสุขภาพ อัตราอาชญากรรม และความเหลื่อมล้ำทางสังคม ยิ่งไปกว่านั้น ประชากร 330 ล้านคนของสหรัฐฯ ประกอบไปด้วยกลุ่มชนหลากหลายชาติพันธุ์และเชื้อชาติ และสหรัฐฯ ยังคงมีปัญหาด้านการเหยียดผิวเชิงโครงสร้าง (Structural racism) โดยชาวอเมริกันผิวขาว ซึ่งเป็นชนกลุ่มใหญ่ทางชาติพันธุ์ มีโอกาสทางเศรษฐกิจและสังคมมากกว่าชาวอเมริกันกลุ่มอื่นๆ ที่เป็นชนกลุ่มน้อยทางชาติพันธุ์ ทั้งนี้ความเหลื่อมล้ำทางชาติพันธุ์ดังกล่าวยังพบเห็นได้ในกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมอีกด้วย

สถานการณ์ Next Normal ในระดับมหภาค (Macro Analysis)

โครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีดิจิทัล

สถานการณ์โควิด 19 ได้กระตุ้นให้รัฐบาลสหรัฐฯ เล็งเห็นความจำเป็นในการฟื้นฟูโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลของประเทศ พร้อมทั้งส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเทคโนโลยีดิจิทัลมีความสำคัญอย่างมากสำหรับการปรับตัวในยุคสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งมีประชากรจำนวนมากที่ต้องทำงานและทำการเรียนการสอนทางไกล ซึ่งในแผนการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐาน American Jobs Plan ที่ประธานาธิบดีโจ ไบเดน เสนอ ได้มีแผนที่จะลงทุน 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ เพื่อติดตั้งบรอดแบนด์ความเร็วสูงทั่วประเทศเพื่อให้ครอบคลุมประชากรทุกคน เนื่องจากยังมี

ชาวอเมริกันกว่า 30 ล้านคนที่ยังเข้าไม่ถึงโครงสร้าง broadband ความเร็วสูง นอกจากนี้ ยังมีแผนที่จะลงทุน 5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐเพื่อก่อตั้งคณะกรรมการเทคโนโลยีสำหรับการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่สำคัญต่างๆ เช่น เซมิคอนดักเตอร์ เทคโนโลยีการสื่อสารขั้นสูง และจะลงทุนอีก 5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐในการวิจัยและผลิตเซมิคอนดักเตอร์โดยเฉพาะ ซึ่งการลงทุนเหล่านี้ล้วนแต่จะช่วยให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในสหรัฐฯ อย่างรวดเร็วขึ้น

ดิจิทัลดอลลาร์ (Digital dollar)

สหรัฐฯ กำลังพิจารณาความเป็นไปได้ที่จะให้ธนาคารกลางของประเทศใช้ “ดิจิทัลดอลลาร์” ในอนาคต ซึ่งการรับมือกับสถานการณ์โควิด 19 ได้ก่อให้เกิดความตระหนักว่า การใช้ดิจิทัลดอลลาร์จะช่วยให้รัฐบาลกระจายเงินช่วยเหลือแก่ประชาชนได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพกว่าเดิมมาก ซึ่งนอกจากจะช่วยให้ส่งรับเงินได้อย่างรวดเร็วและหลีกเลี่ยงการสัมผัสแล้ว ดิจิทัลดอลลาร์ยังจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมได้อีกด้วย เนื่องจากจะช่วยให้ผู้ที่ไม่มีบัญชีธนาคารสามารถรับและจ่ายเงินผ่านระบบดิจิทัลได้ ทั้งนี้ องค์กรต่างๆ รวมทั้ง Digital Dollar Foundation และ Federal Reserve Bank of Boston ที่กำลังวิจัย พัฒนา และทดลองใช้ดิจิทัลดอลลาร์ของธนาคารกลางสหรัฐฯ อยู่ ณ ขณะนี้ ซึ่งแม้ว่าการใช้งานจริงของดิจิทัลดอลลาร์น่าจะยังต้องใช้เวลาอีกนานหลายปี แต่การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก็มีแนวโน้มที่จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกอย่างมาก เนื่องจากดอลลาร์สหรัฐฯยังคงเป็นสกุลเงินหลักของโลกที่ใช้เป็นทุนสำรองระหว่างประเทศ

สงครามไซเบอร์

เมื่อการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว และข้อมูลกลายเป็นสินทรัพย์ที่มีมูลค่ามหาศาล ความกังวลด้านสงครามไซเบอร์ (cyber warfare) และความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ (cybersecurity) ก็ทวีคูณตามไปด้วย ซึ่งในปัจจุบันสหรัฐฯ ก็กำลังรับมือกับวิกฤตความปลอดภัยในโลกไซเบอร์อยู่หลายเหตุการณ์ เช่น กรณีแฮกข้อมูล SolarWinds และกรณีแฮกระบบท่อส่งน้ำมันของ Colonial Pipeline และก่อนหน้านี้กระทรวงยุติธรรมได้ฟ้องร้องคดีขโมยข้อมูลครั้งใหญ่ที่มีข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยวัคซีนสำหรับโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) ทั้งนี้รัฐบาลในปัจจุบันกำลังพยายามที่จะเสริมสร้างความแข็งแกร่งของความปลอดภัยในโลกไซเบอร์อย่างจริงจัง โดยมีการสนับสนุนกองทุน Technology Modernization เพื่อปรับปรุงระบบไอทีของรัฐบาลอีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงของเมือง

เทรนด์การทำงานทางไกลที่เกิดขึ้นภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ได้ส่งผลกระทบต่อการใช้ถิ่นฐาน อัตราค่าเช่า และการพัฒนาเมืองในสหรัฐฯ ทั้งนี้ ในปี 2563 พื้นที่เมืองขนาดใหญ่ เช่น มหานครนิวยอร์ก บริเวณชานฟรานซิสโก เบย์ วอชิงตัน ดี.ซี. และบอสตัน มีอัตราส่วนการย้ายเข้า-ออกของผู้อยู่อาศัยลดต่ำสุดในประเทศ ในขณะที่เมืองขนาดเล็ก เช่น แมดิสัน แจ็กสันวิลล์ และซอลต์เลกซิตีที่มีการเติบโตสูงสุด นอกจากนี้ ค่าเช่าที่อยู่อาศัยในเมืองใหญ่ก็ลดต่ำลง ในขณะที่ค่าเช่าในเมืองเล็กเพิ่มสูงขึ้น อีกทั้งอัตราค่าเช่าออฟฟิศในสหรัฐฯ ก็ได้หดตัวลงร้อยละ 10.4 โดยเฉลี่ย ในปี 2563 โดยค่าเช่าออฟฟิศในเมืองใหญ่หดตัวลงอย่างมากเป็นพิเศษ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ทำให้เกิดผลกระทบอีกทอดหนึ่งต่อการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น บริการขนส่งสาธารณะ และธุรกิจต่างๆ ในพื้นที่เมือง เช่น ร้านอาหาร ร้านค้า และธุรกิจอื่นๆ ที่ให้บริการพนักงานออฟฟิศเป็นหลัก ซึ่งสถิติการจ้างงานในภาพรวมได้ชี้ให้เห็นว่า MSME ที่อยู่ในพื้นที่เมืองได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ที่รุนแรงกว่า MSME ที่อยู่นอกพื้นที่เมือง แม้ขณะนี้จะยังไม่เป็นที่แน่ชัดว่าการหดตัวของเมืองใหญ่และการเติบโตของเมืองเล็กจะเป็นการเปลี่ยนแปลงอย่างถาวร แต่ก็เป็นที่ประจักษ์ว่าชุมชนเมืองในสหรัฐฯ มีความเป็นไปได้ที่จะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ

เศรษฐกิจใส่ใจ (Care economy)

สถานการณ์โควิด 19 ได้ทำให้ภาครัฐและภาคประชาชนของสหรัฐฯ เล็งเห็นถึงความสำคัญในการพัฒนาระบบบริการทางด้านสุขภาพของประเทศให้ดีขึ้น ซึ่งรัฐบาลในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาภาคบริการการดูแลเป็นพิเศษ ทั้งนี้ก่อนที่จะสถานการณ์โควิด 19 จะเกิดขึ้น สหรัฐฯ เองได้เผชิญวิกฤตในภาคบริการการดูแลในระดับหนึ่ง เนื่องจากประชากรจำนวนมากยังเข้าไม่ถึงบริการที่ดีแม้จะอยู่ในระบบประกันสุขภาพ (Medicaid) อีกทั้งผู้ประกอบอาชีพให้การดูแล (caregivers) ในสหรัฐฯ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นสตรีชนกลุ่มน้อยที่ได้รับค่าตอบแทนที่ต่ำมาก ดังนั้น American Jobs Plan จึงมีแผนที่จะลงทุน 4 แสนล้านเหรียญสหรัฐในโครงสร้างพื้นฐานของเศรษฐกิจใส่ใจ (care economy) เพื่อขยายการเข้าถึงบริการให้การดูแลผู้สูงอายุและผู้พิการที่บ้านและในชุมชน และบริการการดูแลระยะยาวภายใต้ระบบประกันสุขภาพ อีกทั้งจะเพิ่มอัตราค่าจ้างและสวัสดิการให้แก่ผู้ประกอบอาชีพให้การดูแลอีกด้วย จึงมีแนวโน้มที่อุตสาหกรรมดังกล่าวจะเติบโตขึ้นอย่างมากในอนาคต

พลังงานสะอาด

ในฐานะประเทศที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับสูง สหรัฐฯ ได้เล็งเห็นศักยภาพในการพลิกวิกฤตสถานการณ์โควิด 19 ให้เป็นโอกาส โดยมีนโยบาย “Build Back Better” เพื่อฟื้นฟูประเทศให้มีความยั่งยืน ทั้งนี้รัฐบาลได้ประกาศเป้าหมายที่จะลดการปล่อยคาร์บอนจากภาคพลังงานเป็นศูนย์ ภายในปี 2578 และลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิจนเป็นศูนย์ (net zero emissions) ภายในปี 2593 อีกทั้ง American Jobs Plan มีแผนที่จะลงทุน 1 แสนล้านเหรียญสหรัฐในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานของประเทศให้เปลี่ยนไปใช้พลังงานสะอาด ลงทุน 3.5 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐในการอุดหนุนงานวิจัยด้านเทคโนโลยีพลังงานสะอาด และลงทุนถึง 1.74 แสนล้านเหรียญสหรัฐในตลาดรถยนต์ไฟฟ้า (EV) เพื่อให้อุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าของสหรัฐฯ แข่งขันกับต่างชาติได้ นอกจากนี้ประธานาธิบดีไบเดนยังได้เสนอแผนปฏิรูปภาษี Made in America Tax Plan ที่จำกัดสิทธิพิเศษทางภาษีของอุตสาหกรรมเชื้อเพลิงฟอสซิลทั้งหมด และเสนอให้ธุรกิจที่สร้างมลพิษต้องจ่ายภาษีเข้ากองทุนของสำนักงานปกป้องสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยออกค่าใช้จ่ายในการขจัดมลพิษ และในด้านการค้ากับต่างประเทศ สหรัฐฯ มีนโยบายที่จะบังคับใช้มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อให้ประเทศคู่ค้าส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนและร่วมกันแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศอีกด้วย

ทุนนิยมเพื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

สถานการณ์โควิด 19 ทำให้รัฐบาลและประชารัฐสหรัฐฯ มีความตื่นตัวมากขึ้นในการผลักดันให้ประเทศเปลี่ยนผ่านจากระบบ “ทุนนิยมที่คำนึงถึงผู้ถือหุ้น” เป็นระบบ “ทุนนิยมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในระบบเศรษฐกิจ” (Stakeholder capitalism) ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ ได้ประกาศแผนที่จะอัปเดตแนวทางปฏิบัติสำหรับบริษัทในสหรัฐฯ ในการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้ให้ความเห็นว่าสหรัฐฯ มีโอกาสที่จะปรับเข้าสู่ระบบ “ทุนนิยมที่คำนึงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกกลุ่มในระบบเศรษฐกิจ” ได้รวดเร็วขึ้นภายใต้การบริหารของประธานาธิบดีไบเดน อย่างไรก็ตาม ผู้เชี่ยวชาญบางท่านได้โต้แย้งว่านโยบายดังกล่าวยังไม่เพียงพอที่จะเปลี่ยนสหรัฐฯ แบบเต็มตัวได้ เนื่องจากเป็นนโยบายที่เน้นให้ภาคธุรกิจเปิดเผยข้อมูลสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เท่านั้น แต่ไม่ได้มีการปฏิรูปกฎหมายเกี่ยวกับบรรษัทภิบาล

กระแสชาตินิยม

กระแสชาตินิยม (Nationalism) ในสหรัฐฯ ได้ก่อตัวรุนแรงขึ้นภายใต้สถานการณ์โควิด 19 และการบริหารประเทศของอดีตประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ซึ่งแม้ทรัมป์จะลงจากตำแหน่งผู้นำประเทศแล้ว แต่นโยบายของรัฐบาลในปัจจุบัน

ก็ยังมี การสนับสนุนกระแสชาตินิยมอยู่ ทั้งนี้ รัฐบาลของประธานาธิบดีไบเดนได้ประกาศความตั้งใจที่จะให้ความสำคัญกับนโยบายทางการค้าที่เอื้อประโยชน์ให้คนอเมริกันเป็นหลัก ยิ่งไปกว่านั้น American Jobs Plan และ Made in America Tax Plan ก็มีการผนวกแนวคิดแบบชาตินิยมอยู่ด้วย ซึ่งทั้งสองแผนเน้นการรักษาประโยชน์ของชาวอเมริกันและการพัฒนาศักยภาพของสหรัฐฯ ในการแข่งขันกับประเทศจีน โดยมีแผนที่จะลงทุนเพื่อปรับปรุงและฟื้นฟูอุตสาหกรรมการผลิตภายในประเทศ มีการเสนอให้สภาเพิ่มบทบัญญัติ Buy American (ซื้อของอเมริกัน) และ Ship American (ส่งโดยอเมริกัน) สำหรับการลงทุนของรัฐบาลกลาง และมีการเสนอให้ปฏิรูปภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ ผ่านมาตรการต่างๆ เช่น เพิ่มภาษีนิติบุคคลขั้นต่ำเป็นร้อยละ 21 เก็บภาษีส่วนเพิ่มจากกำไรในต่างประเทศ เพิ่มสิทธิประโยชน์การลงทุนภายในประเทศ และยกเลิกกฎยกเว้นภาษีรายได้ร้อยละ 10 แรกที่เกิดจากการลงทุนในต่างประเทศ ทั้งยังมีนโยบายที่จะเจรจาต่อรองให้ประเทศอื่นๆ หันมากำหนดภาษีนิติบุคคลขั้นต่ำในระดับที่สูงเท่าๆ กัน เพื่อป้องกันมิให้บริษัทข้ามชาติเลี่ยงภาษีโดยการลงทุนในต่างแดน ซึ่งนโยบายที่ส่งเสริมการผลิตและการจ้างงานภายในประเทศเหล่านี้ก็มีโอกาสที่จะทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญต่อห่วงโซ่อุปทานระดับโลก

สถานการณ์ Next Normal ในระดับจุลภาค (Micro Analysis)

1) แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

การซื้อขายและบริการออนไลน์

แม้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะไม่ใช่อะไรใหม่ แต่สถานการณ์โควิด 19 ก็ได้ทำให้พฤติกรรมการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ปรับตัวสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด ซึ่งอัตราการซื้อของออนไลน์ในสหรัฐฯ ได้ปรับตัวสูงขึ้นในหมวดการค้าปลีกทุกประเภทในปี 2563 โดยมูลค่าการซื้อขายผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตลอดปีอยู่ที่ 7.9 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ เติบโตขึ้นร้อยละ 32.4 จากปี 2562 และคิดเป็นร้อยละ 14 ของมูลค่าการขายปลีกทั้งหมด เป็นที่น่าสังเกตว่าพฤติกรรมการซื้อขายออนไลน์ในสหรัฐฯ มีแนวโน้มที่จะกลายเป็น Next Normal มากกว่าในประเทศแถบยุโรป เนื่องจากสหรัฐฯ มีโครงสร้างพื้นฐานด้านการส่งสินค้าที่ดีกว่า โดยผลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคจากทั้ง McKinsey & Company และ The Economist Intelligence Unit ต่างพบว่าชาวอเมริกันส่วนใหญ่ตั้งใจที่จะดำเนินพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์ต่อไป แม้สถานการณ์โควิด 19 จะจบลง โดยพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะดำเนินต่อไปในระดับสูง ได้แก่ การซื้อเสื้อผ้า หนังสือ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอุปกรณ์สำหรับสัตว์เลี้ยง ผ่านช่องทางออนไลน์ และการรับอาหารกลับบ้านหลังสั่งผ่านระบบออนไลน์ โดยผู้บริโภคในกลุ่ม Millennial มีแนวโน้มสูงสุดที่จะใช้จ่ายออนไลน์ต่อไปเมื่อเทียบกับกลุ่มอายุอื่น

การดูแลสุขภาพจากบ้าน

สถานการณ์โควิด 19 ทำให้ชาวอเมริกันหันมาสนใจการดูแลสุขภาพตัวเองมากขึ้น พร้อมทั้งปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้บริการด้านสุขภาพไปจากเดิม ซึ่งเทรนด์ด้านสุขภาพที่โดดเด่นเป็นพิเศษ คือ การพบแพทย์และเภสัชกรผ่านช่องทางออนไลน์ โดยมีอัตราเติบโตขึ้นถึง 2 - 3 เท่าในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทั้งนี้ บริษัท PwC รายงานว่าร้อยละ 88 ของผู้บริโภคในสหรัฐฯ ที่ได้ลองใช้บริการสุขภาพทางไกลเต็มใจจะใช้บริการดังกล่าวต่อไปในอนาคต และร้อยละ 53 ของผู้ที่ยังไม่เคยใช้บริการมาก่อนก็เต็มใจที่จะลองใช้บริการในอนาคตเช่นเดียวกัน ขณะที่ McKinsey & Company รายงานว่ามีผู้บริโภคประมาณร้อยละ 40 - 60 ที่ตั้งใจจะใช้บริการด้านสุขภาพผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อไปหลังสถานการณ์โควิด 19 จบลง นอกจากนี้ บริการด้านสุขภาพจิตทางไกล (mental telehealth) ได้เป็นหนึ่งในบริการสุขภาพออนไลน์ที่เป็นที่นิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภคอายุ 18 - 24 ปี ซึ่งมีแนวโน้มที่จะใช้เครื่องมือออนไลน์เพื่อส่งเสริมสุขภาพจิตของตนมากกว่ากลุ่มอายุอื่นๆ โดยเฉลี่ยถึงสามเท่า

นอกจากการพบแพทย์และเภสัชกรทางไกลแล้ว การใช้แอปพลิเคชันมือถือที่เกี่ยวกับการดูแลสุขภาพก็กลายเป็นที่นิยมมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะดำเนินต่อไปหลังสถานการณ์โควิด 19 เช่นเดียวกัน ยิ่งไปกว่านั้น การสำรวจโดย Global Consumer Trends พบว่ามีผู้บริโภคชาวอเมริกันประมาณร้อยละ 38 ยินดีจะซื้อเทคโนโลยีที่สวมใส่ได้ในราคาสูงหากเทคโนโลยีดังกล่าวสามารถตรวจจับปัญหาทางสุขภาพของตนได้

ความเปลี่ยนแปลงด้านสุขภาพอีกประการหนึ่ง คือ การให้บุคลากรทางการแพทย์มาพบผู้ป่วยที่บ้าน ซึ่งแม้ว่าพฤติกรรมดังกล่าวจะเป็นเทรนด์เกิดใหม่ที่ยังไม่แพร่หลายนัก (ณ ไตรมาสที่สามของปี 2563 มีผู้บริโภคเพียงร้อยละ 4 ในสหรัฐฯ ที่เคยให้บุคลากรทางการแพทย์มาพบที่บ้าน) แต่ได้มีผู้บริโภคถึงสามในสี่คนที่ระบุว่าตนสนใจจะรับบริการในรูปแบบดังกล่าวในอนาคต

การสั่นคลอนของความภักดีต่อแบรนด์

หนึ่งในผลข้างเคียงของเทรนด์การอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ที่สูงขึ้น คือ เทรนด์ความภักดีต่อแบรนด์ที่ลดลง เนื่องจากผู้บริโภคสามารถค้นหาสินค้าและบริการได้ง่ายขึ้น และสามารถเข้าถึงแบรนด์ใหม่ๆ และเปรียบเทียบแบรนด์ต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้การสำรวจโดย PwC พบว่ามีผู้บริโภคในสหรัฐฯ ถึงร้อยละ 50 ที่ทดลองซื้อแบรนด์หรือสินค้าใหม่ที่ไม่เคยซื้อมาก่อนในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ในขณะที่การสำรวจโดย McKinsey & Company พบว่าร้อยละ 39 ของชาวอเมริกันที่เปลี่ยนพฤติกรรมการซื้อของในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ได้เปลี่ยนแบรนด์ที่ตนซื้อเป็นประจำ ซึ่งอัตราการเปลี่ยนแบรนด์ในปี 2563 ได้เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าเมื่อเทียบกับปี 2562 โดยผู้บริโภคในกลุ่ม Gen Z และ Millennial (ร้อยละ 44) มีสัดส่วนที่ได้ลองซื้อจากแบรนด์ใหม่ๆ มากกว่าผู้บริโภคในรุ่นอายุมากกว่า

ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

สิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญในการเลือกสินค้าและแบรนด์เปลี่ยนไปเช่นกัน เนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคตระหนักถึงความสำคัญของความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทั้งนี้ ร้อยละ 43 ของผู้บริโภคอเมริกันที่เปลี่ยนแบรนด์ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ได้ระบุสาเหตุการเปลี่ยนแบรนด์ที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายหรือความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (purpose driven) โดยผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z และ Millennial (ร้อยละ 42) มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแบรนด์ด้วยสาเหตุนี้มากกว่ากลุ่มอายุที่มากกว่า

ทั้งนี้ การเลือกซื้อรถยนต์พลังงานไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ได้เป็นหนึ่งในพฤติกรรมที่มีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นในสหรัฐฯ ภายใต้ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมที่สูงขึ้น ซึ่งรายงานการสำรวจผู้บริโภคทั่วโลกในปี 2563 พบว่า ร้อยละ 65 ของผู้บริโภคในทวีปอเมริกาเหนือมีความสนใจจะซื้อ EV เพิ่มขึ้นหลังเกิดสถานการณ์โควิด 19 โดยสาเหตุหลักของความสนใจดังกล่าวมาจากความกังวลด้านความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อมและคุณภาพอากาศที่ดีขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ในทวีปอเมริกาเหนือที่สนใจจะซื้อ EV ยังระบุว่า กระบวนการผลิตที่มีอัตราปล่อยก๊าซเรือนกระจกในระดับต่ำ (ร้อยละ 62) และการใช้วัสดุในการผลิตที่ยั่งยืน (ร้อยละ 50) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการเลือกซื้อ

2) แนวโน้มธุรกิจ

การเร่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

สถานการณ์โควิด 19 ได้ทำให้ธุรกิจตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลมากยิ่งขึ้น จึงมีธุรกิจมากมายที่ตัดสินใจลงทุนเพื่อเร่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล ซึ่งการสำรวจของ KPMG พบว่ามีบริษัทในสหรัฐฯ ประมาณร้อยละ 75 ที่เร่งการสร้างประสบการณ์ไร้รอยต่อให้ลูกค้าด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ร้อยละ 74 เร่งการเปลี่ยนระบบการดำเนินงานเป็นระบบดิจิทัล ร้อยละ 70 เร่งการสร้างโมเดลธุรกิจและรูปแบบการสร้างรายได้แบบดิจิทัล และร้อยละ 66 เร่งการสร้าง

โมเดลแรงงานใหม่โดยมีการใช้ระบบอัตโนมัติและปัญญาประดิษฐ์เข้ามาช่วย นอกจากนี้ การสำรวจของ PwC ยังพบว่าผู้บริหารระดับสูงร้อยละ 78 ในสหรัฐฯ วางแผนจะเพิ่มงบประมาณการลงทุนในด้านความปลอดภัยในโลกไซเบอร์ในปีนี้อีกด้วย

การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเหล่านี้ได้นำไปสู่ทรนด้อยๆ มากมายในแต่ละภาคอุตสาหกรรมของสหรัฐฯ ตัวอย่างเช่น ในภาคการค้าปลีก การรับชำระเงินแบบไร้สัมผัสที่แพร่หลายมากขึ้น การขายและการตลาดในรูปแบบ omni-channel ที่ผสมผสานช่องทางออฟไลน์กับออนไลน์มากขึ้น การเปลี่ยนไปใช้โมเดลธุรกิจรูปแบบที่เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง (Direct-to-consumer: D2C) มากขึ้น และมีแนวโน้มที่ธุรกิจจะปิดหน้าร้านลงเรื่อยๆ เพื่อไปเน้นการขายผ่านช่องทางออนไลน์แทน ส่วนในภาคการบริการสุขภาพก็ได้สะท้อนเทรนด์การให้บริการทางไกลที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ซึ่งมีศูนย์บริการสุขภาพถึงร้อยละ 95 ที่ให้บริการสุขภาพทางไกลในปี 2563 จากเดิมที่มีอยู่เพียงร้อยละ 43 ในปี 2562

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลต่างๆ ในภาคธุรกิจจะมีผลกระทบต่อประเด็นด้านแรงงานที่ตามมา เช่น การแทนที่คนงานด้วยระบบอัตโนมัติ และความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนทักษะแรงงาน ซึ่งแรงงานในกลุ่มรายได้ต่ำ กลุ่มสตรี และชนกลุ่มน้อยล้วนมีแนวโน้มที่จะได้รับผลกระทบที่รุนแรงกว่ากลุ่มอื่นๆ

การทำงานแบบผสม (Hybrid Work)

สถานการณ์โควิด 19 และการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในภาคธุรกิจทำให้มีประชาชนที่ทำงานจากที่บ้านมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งในกลุ่มคนทำงานในสหรัฐฯ ซึ่งประกอบอาชีพที่สามารถปฏิบัติงานจากบ้านได้ มีสัดส่วนผู้ที่ทำงานจากบ้านเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 20 ในช่วงก่อนสถานการณ์โควิด 19 เป็นร้อยละ 71 ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 และร้อยละ 54 ของคนกลุ่มนี้ก็ระบุว่าตนต้องการจะทำงานจากบ้านต่อไปแม้ว่าสถานการณ์โควิด 19 จะคลี่คลายลง ทั้งนี้ Upwork ได้คาดการณ์ไว้ว่าจะมีคนอเมริกันจำนวน 36.2 ล้านคนที่ทำงานทางไกลแบบเต็มตัว ภายในปี 2568 เติบโตจาก 16.8 ล้านคนในช่วงก่อนสถานการณ์โควิด 19 อย่างไรก็ตาม ทัศนคติในการทำงานทางไกลจะแตกต่างกันออกไปในแต่ละสายอาชีพและรูปแบบการทำงาน ซึ่งคนทำงานส่วนใหญ่ในสหรัฐฯ (ร้อยละ 61) ไม่สามารถทำงานจากที่บ้านได้ โดยมีช่องว่างทางชนชั้นและระดับการศึกษาอย่างชัดเจนระหว่างผู้ที่สามารถและผู้ที่ไม่สามารถทำงานทางไกลได้

เนื่องจากธุรกิจส่วนมากมีส่วนที่สามารถให้พนักงานทำงานจากบ้านได้และส่วนที่ทำได้ บริษัทส่วนใหญ่จึงมีแนวโน้มที่จะใช้ระบบการทำงานแบบไฮบริด ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างการทำงานทางไกลและการทำงานในสถานที่ทำงาน ทั้งนี้การสำรวจของ McKinsey & Company ในเดือนสิงหาคม 2563 พบว่า ร้อยละ 72 ของผู้บริหารธุรกิจ ในสหรัฐฯ ได้เริ่มใช้ระบบการทำงานทางไกลกับพนักงานบางส่วนอย่างถาวรแล้ว ดังนั้นเทรนด์ในการทำงานแบบไฮบริดจึงมีแนวโน้มสูงที่จะดำเนินต่อไปแม้สถานการณ์โควิด 19 จะทุเลาลง

การขายตัวของเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม

สถานการณ์โควิด 19 ได้ทำให้ธุรกิจแพลตฟอร์มบางประเภทเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด โดยเฉพาะอย่างยิ่งแพลตฟอร์มสำหรับการส่งอาหารและสินค้าอุปโภคบริโภคไปส่งที่บ้าน ทั้งนี้แพลตฟอร์มเป็นตลาดออนไลน์แบบครบวงจร บริษัทแพลตฟอร์มจึงได้เปรียบอย่างมากเมื่อผู้บริโภคหันมาใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น นอกจากนี้ ในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการที่ไม่มีกำลังทรัพย์สำหรับลงทุนในเทคโนโลยีมักสามารถเปลี่ยนมาใช้แพลตฟอร์มเป็นช่องทางในการเข้าถึงลูกค้าได้ ในขณะที่เดียวกันคนงานที่ได้รับผลกระทบทางลบจากสถานการณ์โควิด 19 ได้เริ่มไปทำงานแบบฟรีแลนซ์ (gig work) ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นจำนวนมาก และมีการพึ่งพาแพลตฟอร์มเป็นรายได้หลัก/รายได้สำคัญมากขึ้น ทั้งนี้ การเติบโตของเศรษฐกิจแพลตฟอร์มมีแนวโน้มที่จะส่งผลให้แรงงานออกจากระบบการจ้างงานแบบดั้งเดิมไปอยู่ในระบบการจ้างงานแบบ gig หรือฟรีแลนซ์ ผ่านแพลตฟอร์มมากขึ้น ผลการศึกษา Freelance Forwards Trends Report พบว่าร้อยละ 36 ของแรงงานอเมริกันเป็นบุคคลที่ทำงานฟรีแลนซ์ และร้อยละ 36 ของ

คนทำงานฟรีแลนซ์ก็ทำงานฟรีแลนซ์แบบเต็มเวลา ดังนั้น ประเด็นด้านสวัสดิการ ระบบบำนาญ และการพัฒนาความก้าวหน้าในสายอาชีพ จะเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาหากแรงงานไปทำงานนอกระบบมากขึ้นเรื่อยๆ

การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทาน

มาตรการปิดเมืองในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ได้ทำให้ธุรกิจจำนวนมากตระหนักถึงความเปราะบางของห่วงโซ่อุปทานของตน ซึ่ง 8 ใน 10 บริษัทในภาคค้าปลีก และ 9 ใน 10 บริษัทในภาคอุปโภคบริโภคมีแผนที่จะลงทุนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทานในปี 2564 โดยหนึ่งในกลยุทธ์ที่บริษัทข้ามชาติเลือกใช้เพื่อเสริมสร้างความยืดหยุ่นของห่วงโซ่อุปทาน คือ การเปลี่ยนมาผลิตและใช้ซัพพลายเออร์ภายในประเทศมากยิ่งขึ้น ซึ่งแม้ว่ามีใช้ทุกบริษัทข้ามชาติจะเลือกใช้กลยุทธ์ดังกล่าว แต่ก็มีแนวโน้มที่ห่วงโซ่อุปทานโลกจะเปลี่ยนแปลงไปในระยะยาว โดยเฉพาะเมื่อคำนึงถึงกระแสชาตินิยมและการส่งเสริมการลงทุนและการผลิตภายในประเทศของรัฐบาลในปัจจุบัน

การให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

สถานการณ์โควิด 19 และนโยบายของภาครัฐในปัจจุบันได้ตอกย้ำให้ธุรกิจในสหรัฐฯ เปลี่ยนมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance Prioritization: ESG) มากขึ้น ซึ่งการสำรวจความคิดเห็น ในปี 2563 พบว่านักลงทุนร้อยละ 88 เชื่อว่าบริษัทที่ให้ความสำคัญกับ ESG มีโอกาสจะได้ผลกำไรในระยะยาวที่ดีกว่าบริษัทที่ไม่สนใจ ESG อีกทั้งผู้นำธุรกิจภาคอุปโภคบริโภคประมาณ 3 ใน 5 คนอยู่ในระหว่างลงทุนเพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจของตนให้มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ทั้งนี้ ในช่วงหนึ่งปีที่ผ่านมาหลายบริษัทที่มีชื่อเสียงได้แสดงเจตนาารมณ์ในการใส่ใจต่อ ESG เช่น Walmart ประกาศในเดือนพฤศจิกายน ปี 2563 ว่าจะเปลี่ยนแปลงตัวเองให้เป็นธุรกิจที่ช่วยฟื้นฟูโลก (regenerative business) โดยตั้งเป้าลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกเป็นศูนย์ภายในปี 2583 และ Elon Musk ประกาศในเดือนพฤษภาคม 2564 ว่าบริษัท Tesla จะยกเลิกการรับ Bitcoin โดยให้เหตุผลว่า Bitcoin เป็นภัยต่อสิ่งแวดล้อม

สหรัฐอเมริกา

สถานการณ์ระดับมหภาค	สถานการณ์ระดับจุลภาค
<ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างพื้นฐานและเทคโนโลยีดิจิทัล • ดิจิทัลดอลลาร์ • สงครามไซเบอร์ • การเปลี่ยนแปลงของเมือง • เศรษฐกิจใใใจ • พลังงานสะอาด • ทุนนิยมเพื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย • กระแสชาตินิยม 	<p>แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> • การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ • การดูแลสุขภาพจากบ้าน • การขาดความภักดีต่อแบรนด์ • ความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม <p>แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> • การเร่งกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล • การทำงานแบบผสม • การขยายตัวของเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม • การปรับเปลี่ยนห่วงโซ่อุปทาน • สิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัว

สำนักงานสถิติแรงงานของสหรัฐฯ (US Bureau of Labor Statistics) คาดการณ์อัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยของแต่ละอุตสาหกรรมในสหรัฐฯ ในระยะเวลา 10 ปี จากปี 2562 - 2572 ซึ่งเป็นการคาดการณ์ก่อนการเสนอ American Jobs Plan และเป้าหมายลดก๊าซเรือนกระจกของรัฐบาลประธานาธิบดีไบเดน จึงอาจมีการเปลี่ยนแปลงของตัวเลขในภาคอุตสาหกรรมบางประเภท เช่น ภาคพลังงาน ฯลฯ แต่กระนั้น ผลของการคาดการณ์นี้แสดงให้เห็นว่าภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์มีแนวโน้มที่จะเติบโตรวดเร็วที่สุด เมื่อพิจารณาจากมูลค่าทางเศรษฐกิจในช่วง 10 ปีข้างหน้า อุตสาหกรรมบริการด้านสุขภาพมีแนวโน้มที่จะเติบโตเร็วที่สุดเมื่อพิจารณาจากการจ้างงาน ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตมีแนวโน้มจะทรุดตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งในด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจและการจ้างงาน ทั้งนี้ เศรษฐกิจของสหรัฐฯ เป็นเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคการบริการมากกว่าภาคการผลิตเป็นอย่างมาก โดยมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจากการบริการในภาคเอกชนคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 70 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศทั้งหมด

ตารางที่ 7.2 อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัวในสหรัฐอเมริกา

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว	อุตสาหกรรมที่ทรุดตัวเร็ว
<ul style="list-style-type: none"> • การผลิตซอฟต์แวร์ • การบริการข้อมูลอื่นๆ (Other information services)* • การขุดเจาะน้ำมันและก๊าซ • การออกแบบระบบคอมพิวเตอร์และบริการที่เกี่ยวข้อง • ศูนย์บริการสุขภาพผู้ป่วยนอก 	<ul style="list-style-type: none"> • การผลิตยาสูบ • การผลิตและแปรรูปอะลูมิเนียมและอะลูมิเนียม • บริการไปรษณีย์ • โรงผลิตสิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ • การบริโภคสินทรัพย์ถาวรในการป้องกันประเทศ

แหล่งที่มา : BLS, 2020a

*อุตสาหกรรมบริการข้อมูลอื่นๆ (Other information services) ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้ข้อมูล การจัดเก็บและจัดการเข้าถึงข้อมูล การค้นหาและเรียกเก็บข้อมูล และการดำเนินการเว็บไซต์ที่ใช้โปรแกรมค้นหาข้อมูล หรือการตีพิมพ์และเผยแพร่ข้อมูลบนอินเทอร์เน็ต

สาธารณรัฐประชาชนจีน

สาธารณรัฐประชาชนจีนถือเป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 2 ของโลก เมื่อพิจารณาจากขนาดผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ หรือประมาณ 14.72 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 17 ของเศรษฐกิจโลก ในช่วงระยะเวลากว่า 30 ปีที่ผ่านมา จีนมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาคและระดับโลกด้วยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 ต่อปีจนถึงปี 2558 แม้ว่าหลังจากนั้นจีนจะมีแนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดลง อันเนื่องมาจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐฯ แต่จีนยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้ารายใหญ่ที่สุดของโลก โดยได้รับการขนานนามว่า “โรงงานของโลก” และเป็นผู้นำเข้าสินค้ารายใหญ่เป็นอันดับที่สอง รวมถึงเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตของตลาดผู้บริโภคสูงที่สุดในโลก ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมารัฐบาลกลางของจีนได้พยายามออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและสร้างเสถียรภาพทางการค้า รวมถึงการลงทุนจากต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปี 2564 จีนประสบความสำเร็จก้าวขึ้นมาเป็น

ประเทศที่มีปริมาณการลงทุนจากต่างประเทศมากเป็นอันดับหนึ่งของโลก ทำให้ในปีเดียวกันจีนได้กลายเป็นประเทศเศรษฐกิจใหญ่เพียงรายเดียวที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เป็นบวกในอัตราร้อยละ 2.3 ในขณะที่เศรษฐกิจโลกมีอัตราการหดตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.5 นอกจากนี้ กองทุนการเงินระหว่างประเทศยังได้คาดการณ์ว่า ในสิ้นปี 2564 เศรษฐกิจของจีนจะมีการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 8.2 แม้ว่าจะต้องเผชิญกับความท้าทายอย่างหนักจากสถานการณ์โควิด 19

สถานการณ์ Next Normal ในระดับมหภาค (Macro Analysis)

โครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล

การเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนในอดีตมีพื้นฐานมาจากการผลิตและส่งออกสินค้าที่มีต้นทุนการผลิตต่ำ ที่เน้นการนำปัจจัยทุนผสมผสานกับแรงงานคนจำนวนมาก ขณะที่ปัจจุบันจีนกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ มีอัตราการเกิดของประชากรที่ลดลง และอัตราค่าแรงงานที่เพิ่มสูงขึ้น ประกอบกับการผลิตในภาคอุตสาหกรรมก่อให้เกิดมลภาวะที่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลือง ดังนั้น รัฐบาลจีนจึงได้ประกาศยุทธศาสตร์ “Made in China 2025” ที่มุ่งปฏิรูปภาคการผลิต โดยเปลี่ยนรูปแบบการผลิตจากการเน้นปริมาณสู่การเน้นคุณภาพที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงในการผลิต เพื่อมุ่งพัฒนาประเทศจีนให้ก้าวสู่การเป็นผู้นำด้านการผลิตที่แข็งแกร่งของโลก ซึ่งในการบรรลุเป้าหมายดังกล่าว รัฐบาลจีนได้มุ่งเน้นการลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล ได้แก่ เทคโนโลยี 5G เทคโนโลยี Internet of Things (IoT) ระบบอินเทอร์เน็ตดาวเทียม เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ระบบ Cloud Computing และ Blockchain รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานด้านศูนย์ประมวลผลข้อมูล เช่น Big Data Center ซึ่งการเกิดขึ้นของสถานการณ์โควิด 19 ได้กลายมาเป็นแรงกระตุ้นสำคัญที่ทำให้รัฐบาลเร่งรัดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลร่วมกับภาคเอกชนเพื่อรับมือกับภาวะวิกฤตที่เกิดขึ้น เช่น การร่วมมือกับ Alibaba ในการใช้งานระบบประมวลผล AI เพื่อวินิจฉัยการติดเชื้อโควิด 19 การคัดกรองโปรตีน และการพัฒนารักษาโรค การร่วมมือกับ WeChat สร้างคิวอาร์โค้ดต่อต้านไวรัส โดยใช้แสดงค่าความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด 19 ของผู้ใช้โทรศัพท์มือถือเวลาเดินทางไปพื้นที่สาธารณะ การร่วมมือกับ Tencent เพื่อใช้งานระบบ Supercomputing ให้นักวิจัยสามารถคิดค้นวิธีการรักษาโรค ตลอดจนการพัฒนาแพลตฟอร์ม “Shanzong” โดยใช้เทคโนโลยี Blockchain สร้างช่องทางให้บุคลากรทางการแพทย์ได้รับบริจาคหน้ากากอนามัย เครื่องมือทางการแพทย์และเงินบริจาคเพื่อนำไปใช้ในการดำเนินงานต่อสู้กับไวรัสโคโรนา 2019 ผลจากการมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลในอดีต ประกอบกับการเร่งพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อใช้รับมือกับสถานการณ์โควิด 19 ได้กลายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเร่งการเปลี่ยนถ่ายสังคมของจีนให้ก้าวสู่สังคมดิจิทัลได้อย่างรวดเร็ว

เศรษฐกิจเพื่อสิ่งแวดล้อม

จากการเผชิญกับปัญหาภาวะที่เป็นพิษ รวมถึงปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมจากการใช้ทรัพยากรอย่างสิ้นเปลืองมาอย่างต่อเนื่อง ทำให้จีนกลายเป็นประเทศที่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากที่สุดของโลก ประกอบกับการแข่งขันระหว่างประเทศเพื่อพิชิตเป้าหมาย “Net-zero Carbon Emission” โดยจีนต้องการลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ให้ได้ร้อยละ 65 ภายในปี 2573 และเป็นประเทศปลอดคาร์บอนภายในปี 2603 รวมถึงต้องการผลักดันเป้าหมายใหม่ในการผลิตพลังงานหมุนเวียนเพื่อใช้ภายในประเทศให้ได้ในระยะยาว เพื่อลดปัญหาโลกร้อนตามข้อตกลงปารีส รัฐบาลจีนจึงได้ออกนโยบายด้านเศรษฐกิจสีเขียวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 (China’s 14th Five-Year Plan 2021-2025) โดยมุ่งส่งเสริมให้เกิดการลงทุนในอุตสาหกรรมพลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียน ได้แก่

พลังงานลม พลังงานน้ำ และพลังงานแสงอาทิตย์ ซึ่งอุตสาหกรรมดังกล่าวเคยมีสถานะเป็นเพียงพลังงานสำรองในอดีต แต่ปัจจุบันกำลังกลายเป็นพลังงานหลักที่จะเข้ามาทดแทนพลังงานฟอสซิลแบบดั้งเดิมที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และจะกลายเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจีนในอนาคต

โดยจากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติจีน (National Bureau of Statistics of China) และ JP Morgan ระบุว่าสัดส่วนการใช้พลังงานสะอาดของจีนเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 13.4 ในปี 2554 เป็นร้อยละ 23.4 ในปี 2562 จากนั้นเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 24.3 ในปี 2563 ทำให้ในปีเดียวกันนั้นจีนได้ก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำด้านอุตสาหกรรมพลังงานลมของโลก โดยมีสัดส่วนกำลังการผลิตสูงที่สุด จำนวน 52 กิกะวัตต์ เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจากปี 2563 และมากกว่ากำลังการผลิตของยุโรป แอฟริกา ตะวันออกกลาง และละตินอเมริการวมกัน นอกจากนี้ผลกระทบจากสถานการณ์โควิด 19 ที่จำกัดการเดินทางของคนในสังคมยังทำให้รูปแบบการใช้พลังงานเปลี่ยนไป โดยการใช้เชื้อเพลิงน้ำมันจากฟอสซิลในภาคขนส่งทั้งทางบกและทางอากาศมีแนวโน้มลดลง และถูกทดแทนด้วยการใช้พลังงานไฟฟ้าที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจของจีนหลังจากสถานการณ์โควิด 19 จะอยู่บนพื้นฐานของการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้นทั้งภาคการผลิตและการดำเนินชีวิตของผู้คน

การส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ

เศรษฐกิจจีนเผชิญกับแรงกดดันและความเสี่ยงจากหลายปัจจัยทั้งปัญหาเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว สงครามการค้า และความตึงเครียดจากการแข่งขันด้านเทคโนโลยีกับสหรัฐฯ ประกอบกับผลกระทบจากวิกฤตสถานการณ์โควิด 19 ที่เป็นปัจจัยเน้นย้ำให้เห็นว่าภาคการส่งออกของจีนกำลังตกต่ำลง ทำให้รัฐบาลจีนเร่งดำเนินนโยบายปฏิรูปเศรษฐกิจผ่านยุทธศาสตร์วงจรรคู่ขนาน (Dual Circulation) ซึ่งถือเป็นนโยบายการเติบโตทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่ (New Growth Model) ที่ลดการพึ่งพาการส่งออกและเทคโนโลยีของต่างชาติ ไปสู่การพึ่งพาตนเองโดยมุ่งส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ ผ่านนโยบายการเพิ่มรายได้และสวัสดิการทางสังคม การยกระดับความเป็นสังคมเมือง และการยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการในประเทศให้เป็นทางเลือกของผู้บริโภคชาวจีนมากยิ่งขึ้น เพื่อแข่งขันกับแบรนด์สินค้าจากต่างชาติ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้นการเติบโตของเศรษฐกิจจีนในระยะถัดไปหลังการระบาดของโควิด 19 มีแนวโน้มถูกขับเคลื่อนจากปัจจัยภายในประเทศมากขึ้น ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวจะส่งผลกระทบเป็นลูกโซ่ต่อประเทศอื่นๆ ทั่วโลก เนื่องจากจีนมีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของโลก

การขยายตัวของสังคมเมือง

ภายหลังการประกาศนโยบายการดำเนินงานในปี 2557 ของอดีตนายกรัฐมนตรีหลี่ เค่อเฉียง มาตรการความเป็นเมืองผ่านการปฏิรูประบบทะเบียนบ้านหรือหูโขว่ (Hukou) ได้กลายมาเป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของรัฐบาลที่มุ่งส่งเสริมให้เกิดการกระจายตัวของสังคมเมืองในประเทศจีน เพื่อกระตุ้นการลงทุนทางเศรษฐกิจ นำไปสู่การจ้างงานที่เพิ่มขึ้นตามแรงจูงใจของค่าจ้างที่มากกว่าในชนบท ซึ่งจะช่วยให้รายได้ต่อหัวของประชากร ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยสนับสนุนการบริโภคได้อีกทางหนึ่ง โดยระบบหูโขว่ในอดีตใช้ในการจำแนกประชากรของจีนออกเป็นกลุ่มชนบทและไม่ใช่นคร การปฏิรูปครั้งนี้ได้ผลักดันให้เกิดระบบลงทะเบียนผู้อยู่อาศัยเป็นระบบเดียวกันทั้งประเทศ โดยการยึดถือตามที่อยู่จริงแทนการยึดถือตามเมืองที่เกิดของบุคคล ผลจากการปฏิรูปประกอบกับการเติบโตของชนชั้นกลางและความพยายามของทางการจีนในการพัฒนาหัวเมืองตอนกลางและทางตะวันตกของประเทศผ่านนโยบาย “Go West

Policy” ทำให้อัตราการขยายตัวของสังคมเมืองในจีนเพิ่มสูงขึ้น โดยจากสถิติของ World Bank (2019) พบว่า จีนมีอัตราการขยายตัวของสังคมเมืองอย่างต่อเนื่องจากร้อยละ 16.7 ในปี 2504 เป็นร้อยละ 60.3 ในปี 2562 อย่างไรก็ตาม การขยายตัวดังกล่าวยังถือว่าเป็นระดับที่ต่ำกว่าประเทศเศรษฐกิจหลักอื่นๆ เช่น สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และสหภาพยุโรป ซึ่งสะท้อนถึงโอกาสในการพัฒนาได้อีกมากในอนาคต นอกจากนี้ในปี 2563 การระบาดของโควิด 19 ได้กลายมาเป็นตัวเร่งสำคัญที่ทำให้เกิดการขยายตัวของเมืองในชนบทของจีนเพิ่มขึ้น เนื่องจากผู้คนต้องการใช้ชีวิตการทำงานที่หลีกเลี่ยงความแออัดในสังคมเมือง นอกจากนี้ยังมีการคาดการณ์ไว้ว่าเมื่อสถานการณ์โควิด 19 ผ่านพ้นไป จะมีผู้คนย้ายออกจากเมืองใหญ่สู่ชนบทเพิ่มขึ้นในอนาคต

การเข้าสู่สังคมไร้เงินสด

ผลจากการพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัลทำให้จีนเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งการเกิดขึ้นของสถานการณ์โควิด 19 นับเป็นปัจจัยเร่งที่ทำให้ผู้คนลดการใช้เงินสดลงเนื่องจากเป็นแหล่งแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส อีกทั้งจากมาตรการปิดเมืองและกระแส “Work-From-Home” ที่ผู้คนหันมานิยมซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์จากที่บ้าน ทำให้การชำระเงินผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดด ประกอบกับสมาคมด้านการชำระเงินและหักบัญชีเงิน (Payment and Clearing Association of China) ได้ออกนโยบายกระตุ้นให้ประชาชนใช้จ่ายผ่าน Online Payment, Mobile Payment และ QR Payment ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 เพื่อเลี่ยงการสัมผัสกับเชื้อโรค ซึ่งเป็นผลให้จีนกำลังจะกลายเป็นประเทศแรกในโลกที่เข้าสู่สังคมไร้เงินสดอย่างเต็มรูปแบบ จากภาพที่ 7.1 จะเห็นว่า จำนวนผู้ใช้งาน Online Payment ในประเทศจีนเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องจากราว 94 ล้านคนในปี 2552 เป็นราว 854 ล้านคนในปี 2563

ภาพที่ 7.1 จำนวนผู้ใช้งาน Online Payment ในประเทศจีน



สถานการณ์ Next Normal ในระดับจุลภาค (Micro Analysis)

1) แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

การเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคชนชั้นกลาง

การขยายตัวของสังคมเมืองส่งผลให้ชนชั้นกลางของจีนมีอัตราเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นพลังหลักสำคัญที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของจีนทั้งในปัจจุบันและอนาคต รายงานของ Alibaba ระบุว่าจำนวนครัวเรือนชนชั้นกลางมีอัตราเพิ่มขึ้นถึง 10 เท่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเพิ่มเป็น 180 ล้านครัวเรือนในปี 2562 และจากรายงานของ The Economist Intelligence Unit (2016) ได้คาดการณ์ว่า ในปี 2573 กลุ่มผู้บริโภคชนชั้นกลางในจีนจะมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีสัดส่วนสูงถึง 1 ใน 3 ของประชากรทั้งหมดในประเทศ ทั้งนี้ การเพิ่มขึ้นของชนชั้นกลางดังกล่าวนำมาสู่พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น โดยผู้บริโภคกลุ่มนี้จะให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ อีกทั้งจากการระบาดของโควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้หันมาให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพและความปลอดภัยมากยิ่งขึ้น

การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม

การระบาดของโควิด 19 ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและค่านิยมของผู้บริโภคในประเทศจีนที่หันมาใส่ใจเรื่องสุขภาพแบบองค์รวมมากยิ่งขึ้น โดยจากผลการสำรวจของ GlobalData พบว่า ผู้บริโภคชาวจีนมากกว่าร้อยละ 61 เริ่มให้ความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และชาวจีนมากกว่าร้อยละ 40 หันมาซื้อสินค้าประเภทอาหารเสริมและวิตามินมากขึ้นกว่าทุกครั้ง สอดคล้องกับผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคของชาวจีนในช่วงเทศกาลซื้อสินค้าออนไลน์เดือนมิถุนายน ปี 2563 ซึ่งพบว่า สินค้าหมวดที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ กลุ่มสินค้าหมวดสุขภาพ เช่น อาหารเสริม วิตามิน โดยมียอดขายเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 128 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ ยอดขายบริการด้านสุขภาพยังมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย เช่น แพคเกจด้านบริการสุขภาพ มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 126 บริการผดุงครรภ์ อาหารเสริม และวิตามิน มีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 135

การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์

การระบาดของโควิด 19 ช่วยเร่งการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวจีนให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น เช่น การเปลี่ยนพฤติกรรมจากการซื้อสินค้าออฟไลน์มาสู่ออนไลน์ในช่วงล็อกดาวน์ โดยจากรายงานของ World Economic Forum (2020) ระบุว่า แม้ว่ายอดค้าปลีกในสินค้าโภคภัณฑ์จะหดตัวลงเหลือร้อยละ 16.2 ใน 4 เดือนแรกของปี 2563 แต่ยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์กลับเติบโตขึ้นร้อยละ 8.6 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน หรือแม้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจของจีนจะเริ่มเติบโตช้าลง แต่กำลังซื้อของผู้บริโภคในช่วงหลังสถานการณ์โควิด 19 ผ่านช่องทางออนไลน์กลับฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว โดยอ้างอิงจากข้อมูลการซื้อสินค้าออนไลน์ในเทศกาลลดสินค้าครั้งใหญ่กลางปีของเว็บไซต์ JD.com ที่พบว่าปริมาณคำสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ในวันแรกเติบโตสูงกว่าปี 2562 ถึงร้อยละ 74 โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอาหารสดที่ผู้บริโภคมีปริมาณคำสั่งซื้อในหลายเมืองของจีนรวมกันสูงกว่าปีที่แล้วถึง 1 เท่าตัว หลังสถานการณ์โควิด 19 ผู้บริโภคชาวจีนเริ่มมีความคุ้นเคยในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ พฤติกรรมผู้บริโภครุ่นดังกล่าวจึงได้กลายมาเป็นความปกติใหม่ของชาวจีนที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องแม้ผ่านพ้นช่วงสถานการณ์โควิด 19 ไปแล้ว

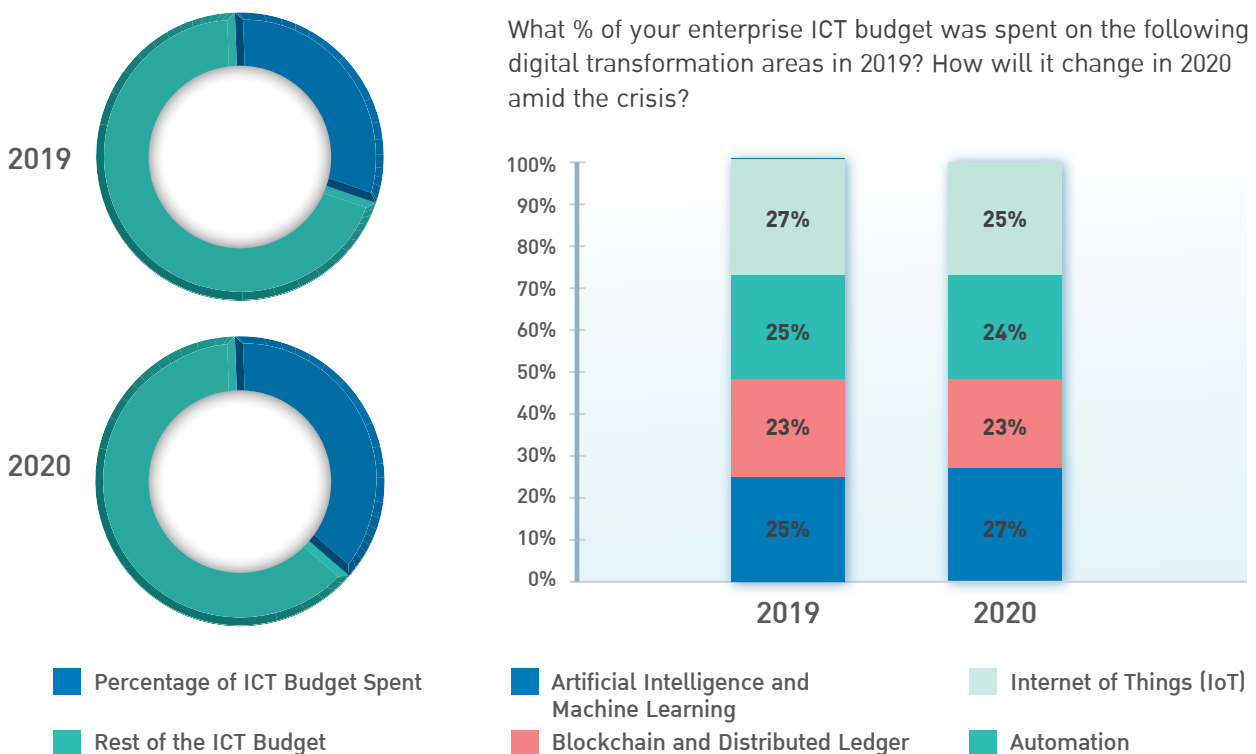
2) แนวโน้มธุรกิจ (Industrial Trends)

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในธุรกิจ

แม้ว่าก่อนการระบาดของโควิด 19 จีนจะได้ขึ้นชื่อว่าเป็นผู้นำอันดับสองของโลกด้านเศรษฐกิจดิจิทัล แต่การระบาดที่รุนแรงของโควิด 19 ได้ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจของจีนอย่างรุนแรง โดยเป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้เกิดการเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานธุรกิจใหม่โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลด้านต่างๆ (Digital Transformation) เช่น เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เทคโนโลยีมาตรฐานระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงและความเสมือนจริงเข้าด้วยกัน (Augmented Reality: AR) และการจำลองภาพให้เสมือนจริงแบบ 360 องศา (Virtual Reality: VR) มาปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์มากยิ่งขึ้น โดยธุรกิจที่มีการเปลี่ยนรูปแบบเป็นดิจิทัลมากที่สุด คือ ธุรกิจที่มีลักษณะเป็น Business-to-consumer (B2C) โดยได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในหลายส่วน เช่น การขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ การทำการตลาดผ่านแอปพลิเคชัน WeChat การทำ Live-streaming บนแอปพลิเคชัน TikTok และ Alibaba’s Tmall การทำโชว์รูมเสมือนจริง (Virtual Showrooms) ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ การพัฒนาแพลตฟอร์มเพื่อให้คำปรึกษาทางการแพทย์แบบออนไลน์ นอกจากนี้จากผลการสำรวจของ GlobalData (2020b) ยังพบว่า ในช่วงการระบาดของโควิด 19 ในปี 2563 องค์กรธุรกิจในจีนมีแผนการนำงบประมาณการใช้จ่ายด้าน ICT ร้อยละ 37 มาใช้ในการทำ Digital Transformation ซึ่งเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้นกว่าปี 2562 ร้อยละ 6 โดยเทคโนโลยีที่ภาคธุรกิจจีนสนใจจะลงทุนมากที่สุด คือ เทคโนโลยี AI และ Machine Learning (ดังแสดงในภาพที่ 7.2) จะเห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันของจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะวิกฤต และคาดว่าจะมีบทบาทและมีความสำคัญมากขึ้นอีกในอนาคต

ภาพที่ 7.2 แผนการนำงบประมาณด้าน ICT มาลงทุนใน Digital Transformation

Enterprises in Chain set to increase ICT budget on digital transformation



แหล่งที่มา : GlobalData (2020b)

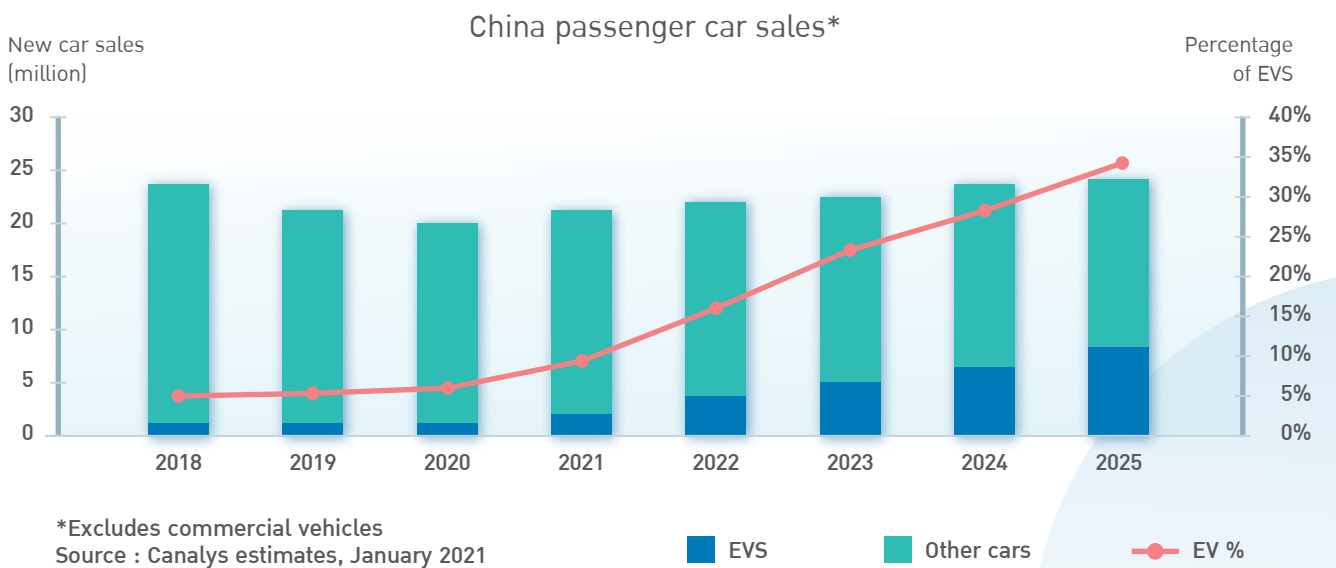
การปรับเปลี่ยนของห่วงโซ่อุปทาน

ปัญหาการหยุดชะงักของการผลิต (Supply Disruption) จากการปิดโรงงานในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ของจีน ส่งผลให้ห่วงโซ่อุปทานโลกที่มีส่วนการผลิตในประเทศจีนหยุดชะงักตาม โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมฮาร์ดแวร์เนื่องจาก โรงงานหลักที่ผลิตชิ้นส่วนสำคัญตั้งอยู่ในเมืองที่มีการระบาด โดยเฉพาะเมืองอู่ฮั่นที่เป็นฐานการผลิตของฮาร์ดแวร์หลายส่วน ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าหลังจากสถานการณ์โควิด 19 สิ้นสุดลง ผู้ผลิตและซัพพลายเออร์ต่างชาติมีแนวโน้มจะลดการพึ่งพาจากจีน โดยย้ายฐานการผลิตกระจายความเสี่ยงไปยังประเทศของตนหรือประเทศอื่น เช่น อินเดีย หรือประเทศในแถบเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ จากผลการวิจัยของ Bank of America ระบุว่า แนวโน้มการย้ายฐานการผลิตออกจากจีน ดังกล่าวเกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่อง จากปัญหาข้อพิพาททางการค้ากับสหรัฐฯ ตลอดจนความกังวลเรื่องความมั่นคงของประเทศ การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และการเติบโตของระบบอัตโนมัติ อย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดการระบาด ทำให้ภาคส่วนต่างๆ ของโลกประมาณร้อยละ 80 ได้รับผลกระทบและความเสียหายจากการหยุดชะงักของการผลิต ซึ่งเป็นตัวเร่งให้บริษัทต่างๆ มากกว่าร้อยละ 75 ต้องย้ายฐานการผลิตกลับประเทศ

การเติบโตของธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้า

จากนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสีเขียวภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 ที่มุ่งส่งเสริมเรื่องพลังงานสะอาดและพลังงานหมุนเวียนทำให้อุตสาหกรรมพลังงานลม พลังงานน้ำ และพลังงานแสงอาทิตย์กลายมาเป็นอุตสาหกรรมแห่งอนาคตของจีน โดยธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์จากนโยบายดังกล่าวและมีแนวโน้มเติบโตมากที่สุดทั้งก่อนและหลังการระบาดของโควิด 19 คือ ธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้า โดยมีปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ 1) ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Y และ Gen Z ที่มีค่านิยมด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม 2) การพัฒนาเทคโนโลยีแบตเตอรี่ที่คืบหน้าไปอย่างรวดเร็ว 3) มาตรการให้เงินอุดหนุนสำหรับซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle: EV) ของรัฐบาลจีน 4) อุตสาหกรรมผลิต EV ได้อานิสงส์จากสถานการณ์โควิด 19 เนื่องจากเป็นช่วงที่จีนอยู่ในระหว่างการหาจุดขายใหม่ที่จะช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ และ 5) ประเทศจีนเป็นแหล่งผลิตชิ้นส่วนที่สำคัญของรถยนต์ไฟฟ้าที่ครอบคลุมห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำไปจนถึงปลายน้ำ โดยยอดจำหน่าย EV ของจีนในปีที่ผ่านมา มีจำนวนทั้งสิ้น 1.3 ล้านคัน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ของยอดจำหน่าย EV ทั้งหมด และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2568 คาดการณ์ว่า ยอดจำหน่าย EV จะเพิ่มขึ้นเป็น 1 ใน 3 ของยอดจำหน่ายรถยนต์ทั้งหมดในประเทศจีน ดังแสดงในภาพที่ 7.3 นับเป็นสัญญาณของอุตสาหกรรมยานยนต์ที่น่าจับตามอง

ภาพที่ 7.3 แนวโน้มสัดส่วนยอดจำหน่าย EV ของประเทศจีนต่อยอดจำหน่าย EV รวมทั่วโลก



แหล่งที่มา : Canalis (2021)

การเติบโตของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

แม้ว่าการระบาดของโควิด 19 จะส่งผลกระทบต่อหลายอุตสาหกรรม แต่สวนทางกับธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีอัตราการเติบโตอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากจีนมีโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลที่แข็งแกร่งและผู้บริโภคชาวจีนหันมาซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้มูลค่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2563 ยอดค้าปลีกสินค้าออนไลน์มีมูลค่ากว่า 9.8 ล้านล้านหยวน เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.8 จากปีก่อนหน้า ทำให้จีนยังคงตำแหน่งตลาดค้าปลีกสินค้าออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดของโลกต่อเนื่องกันเป็นปีที่ 8 และมีการคาดการณ์ว่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของจีนจะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องแม้ว่าจะผ่านพ้นสถานการณ์โควิด 19 ไปแล้ว

สาธารณรัฐประชาชนจีน

สถานการณ์ระดับมหภาค	สถานการณ์ระดับจุลภาค
<ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล • เศรษฐกิจสีเขียว • การส่งเสริมการบริโภคภายในประเทศ • การขยายตัวของสังคมเมือง • สังคมไร้เงินสด 	<p>แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> • การเติบโตของผู้บริโภคชนชั้นกลาง • การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม • การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ <p>แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> • การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในธุรกิจ • การปรับเปลี่ยนของห่วงโซ่อุปทาน • การเติบโตของธุรกิจยานยนต์ไฟฟ้า • พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัว

ตารางที่ 7.3 แสดงอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มจะเติบโต/ทรุดตัวเร็วที่สุดในประเทศจีน โดยอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตเป็นอุตสาหกรรมที่ได้รับประโยชน์จากยุทธศาสตร์คู่ขนาน (Dual Circulation) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 5 ปี ฉบับที่ 14 รวมถึงเป็นอุตสาหกรรมที่รองรับต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งก่อนและหลังการระบาดของโควิด 19 ในส่วนของอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มทรุดตัวเร็ว พิจารณาจากอัตราการเติบโตของรายได้ที่เริ่มถดถอยลงอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 7.3 อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัวในประเทศจีน

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว	อุตสาหกรรมที่ทรุดตัวเร็ว
<ul style="list-style-type: none"> • การแพทย์ • ประกันภัย • สินค้าฟุ่มเฟือย • สื่อสารโทรคมนาคม • การค้าปลีกออนไลน์ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 	<ul style="list-style-type: none"> • จำหน่ายเสื้อผ้าแบบมีหน้าร้าน • ผลิตชิ้นส่วนและเครื่องจักร • จำหน่ายกล่องแบบมีหน้าร้าน • จำหน่ายรองเท้าแบบมีหน้าร้าน • ผลิตชิ้นส่วนพลาสติก

สาธารณรัฐอินเดีย

สาธารณรัฐอินเดียนับเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) ที่มีการขยายตัวของประชากรและเมืองอย่างต่อเนื่อง ประเทศอินเดียได้รับผลกระทบอย่างมากในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของอินเดียทรุดลงร้อยละ 8 ในปีงบประมาณ 2563 และหลังจากที่มีการประกาศล็อกดาวน์ในช่วงเดือนมีนาคม 2563 อัตราการว่างงานปรับตัวขึ้นไปอยู่ที่ร้อยละ 23.52 ในเดือนเมษายน 2563 อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังคงแสดงปัจจัยเชิงบวกของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจหลังสถานการณ์โควิด 19 ศักยภาพของประเทศอินเดียที่มีแนวโน้มการขยายตัวของขนาดเศรษฐกิจมากขึ้นหลังสถานการณ์โควิด 19 จนมีมูลค่าคาดการณ์สูงถึง 5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2568 รวมถึงการมีโครงสร้างประชากรที่มีประชากรวัยทำงานค่อนข้างมาก และการพึ่งพิงของวัยสูงอายุต่อวัยทำงานอยู่ในระดับต่ำ กอปรกับการที่ประเทศอินเดียมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ เพื่อหนุนการส่งออก และลดการพึ่งพิงการนำเข้าจากจีน ทำให้ประเทศอินเดียเป็นประเทศที่น่าจับตามอง

สถานการณ์ Next Normal ในระดับมหภาค (Macro Analysis)

การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน

เพื่อกระตุ้นการลงทุนในภาคเอกชนให้ฟื้นฟูจากสถานการณ์โควิด 19 รัฐบาลอินเดียได้มุ่งความสนใจไปยังแผนการลงทุน 111 ล้านล้านรูปี ในโครงสร้างพื้นฐานภายใต้โครงการ National Infrastructure Pipeline (NIP) สำหรับปี 2563 - 2568 ซึ่งคณะกรรมการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน (Public Private Partnership Appraisal Committee: PPPAC) ได้ให้การอนุมัติโครงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายใต้ NIP แล้ว 7 โครงการ สำหรับปี 2563 - 2564 ประกอบด้วยการพัฒนาโครงสร้างโทรคมนาคม การพัฒนาระบบราง การผลิตและวิศวกรรม และการพัฒนาการท่า ทั้งนี้รัฐบาลอินเดียคาดการณ์ว่าเศรษฐกิจของประเทศอินเดียจะขยายตัวจนมีมูลค่าถึง 5 ล้านล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2568 และคาดการณ์การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน รวมทั้งในภาคพลังงาน โครงข่ายถนน โครงสร้างเมือง และระบบรางรถไฟ จะเป็นหัวใจสำคัญในการพลิกโฉมเศรษฐกิจของประเทศ

การเร่งกระบวนการปรับตัวทางดิจิทัล

สถานการณ์โควิด 19 ได้เร่งให้เกิดการปรับตัวทางดิจิทัลในประเทศอินเดียอย่างเห็นได้ชัด โดยมีการเติบโตของจำนวนประชากรที่ติดต่อกับรัฐบาลผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น และรัฐบาลส่วนท้องถิ่นก็มีการใช้เครื่องมือทางดิจิทัล เช่น video conferencing ระบบร้องเรียนผ่านช่องทางออนไลน์อย่างแพร่หลายกว่าเดิม อีกทั้งยังมีประชากรที่ใช้ Aadhar (เลขประจำตัวดิจิทัลสำหรับการรับสวัสดิการจากรัฐ) และพวง Aadhar กับบัญชีธนาคารและโทรศัพท์มือถือมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้มีการประเมินว่า การเปลี่ยนไปใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแจกจ่ายเงินช่วยเหลือประชาชนแทนการจ่ายแบบออฟไลน์ได้ช่วยให้รัฐบาลรักษาเงินเอาไว้ได้ถึง 23,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ จากการช่วยป้องกันการแจกจ่ายที่ผิดพลาดและล่าช้า

การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ได้อานิสงส์มาจากการลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานก่อนการเกิดสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งมูลค่าการลงทุนในการพัฒนาการโทรคมนาคมในช่วงปี 2558 - 2563 มีการเติบโตถึงร้อยละ 200 โดยการพัฒนาการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตและโครงสร้างพื้นฐานเป็นส่วนหนึ่งของแผน “Digital India” ที่ตั้งเป้าให้ทุกครัวเรือนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ อย่างไรก็ตาม ในปี 2563 ยังมีครัวเรือนเพียงร้อยละ 20.4 ในอินเดียเท่านั้นที่สามารถเข้าถึง

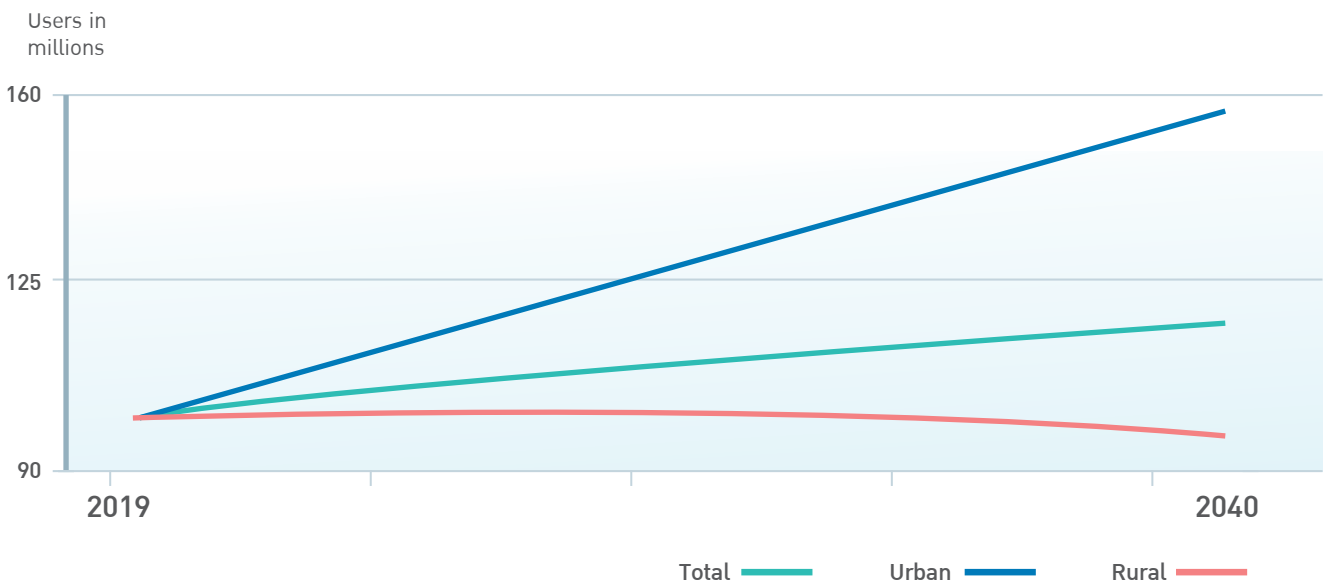
บรอดแบนด์ได้ และการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตในสังคมชนบทยังมีความจำกัดมาก แม้กระนั้น อินเดียก็มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากเป็นอันดับสองของโลกรองจากจีน และคาดว่าภายในปี 2575 ประเทศอินเดียจะมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตถึง 1,210 ล้านคน โดยคิดเป็นร้อยละ 83 ของประชากรทั้งหมด

การขยายตัวของเมือง

ประเทศอินเดียมีแนวโน้มที่จะกลายเป็นประเทศที่มีประชากรมากที่สุดในโลกภายในปี 2569 ซึ่งท่ามกลางการเติบโตของประชากรดังกล่าวก็จะมี การขยายตัวของเมืองเกิดขึ้นตามไปด้วย ทั้งนี้เป็นที่น่าสังเกตว่า สถานการณ์โควิด 19 ได้ทำให้เกิดเทรนด์การย้ายออกจากเมืองในหลายประเทศ แต่ในประเทศอินเดียนั้น สถานการณ์โควิด 19 ไม่ได้ทำให้เทรนด์การย้ายถิ่นฐานจากชนบทเข้าไปในเมืองหยุดลงแต่อย่างใด เนื่องจากการเติบโตของงานส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่เมือง และมีแรงงานประมาณร้อยละ 79 ที่ไม่สามารถทำงานทางไกลได้ อนึ่งร้อยละ 55 ของแรงงานชาวอินเดียทำอาชีพที่มีลักษณะการทำงานกลางแจ้ง เช่น งานก่อสร้าง เกษตรกรรม ฯลฯ แต่คาดว่าโอกาสทางด้าน การจ้างงานจะทำให้มีการขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงปี 2562 - 2583 ดังแผนภาพที่ 7.4 ที่แสดงการคาดการณ์การเติบโตของประชากรในพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบท

ภาพที่ 7.4 การเติบโตของประชากรในพื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบท ปี 2562 - 2583

Growth Index of Urban and Rural Population: 2019 - 2040



แหล่งที่มา : Euromonitor International (2020)

อย่างไรก็ดี การขยายตัวของสังคมเมืองจะทำให้ความต้องการทางด้านสาธารณสุขและการศึกษาเพิ่มขึ้น อีกทั้งอาจทำให้เกิดชุมชนแออัดเพิ่มขึ้น ทางรัฐบาลจึงมีโครงการ “Pradhan Mantri Awas Yojana” ที่เริ่มมาตั้งแต่ปี 2558 เพื่อหาบ้านให้คนอินเดียกว่า 10 ล้านคนภายในปี 2565 ในขณะเดียวกัน โครงการพัฒนา “Smart City 2.0 Mission” ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยรองรับการเติบโตของชุมชนเมือง ซึ่งทางรัฐบาลมีแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อทำเมืองอัจฉริยะ (Smart City) กว่า 4,000 ชุมชนในเมือง ภายในปี 2566 เพื่อเพิ่มศักยภาพเมืองให้สามารถรองรับบริษัทเกี่ยวกับเทคโนโลยีได้ และโครงข่าย 5G ก็เป็นหนึ่งในแผนของโครงการนี้

การส่งเสริมอุตสาหกรรมผลิต

อีกหนึ่งความพยายามของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจภายใต้สถานการณ์โควิด 19 คือ การริเริ่มและขยายโครงการ Production Linked Incentive (PLI) ในปี 2563 โดยพุ่งเป้าที่จะกระตุ้นการผลิตในประเทศสำหรับ 10 อุตสาหกรรม ซึ่งอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์จะได้รับประโยชน์สูงสุด (ราว 5.7 แสนล้านบาท) ตามมาด้วยอุตสาหกรรมโทรศัพท์มือถือ (ราว 4.1 แสนล้านบาท) นอกจากนี้ อุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ ได้แก่ เซลล์ไฟฟ้าเคมี สินค้าเทคโนโลยี อิเล็กทรอนิกส์ ยา โครงข่ายโทรคมนาคม สิ่งทอ อาหาร แผลงผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ สินค้าครัวเรือน และเหล็กชนิดพิเศษ จะได้รับประโยชน์จากโครงการนี้เช่นกัน ทั้งนี้ โครงการดังกล่าวได้ถูกพัฒนาขึ้นมาเพื่อกระตุ้นให้เกิดการผลิตในประเทศ การจ้างงานที่เพิ่มขึ้น และลดการพึ่งพิงการนำเข้าจากประเทศจีน ในขณะที่เดียวกันประเทศอินเดียได้มุ่งที่จะพัฒนาตัวเลขการส่งออกโดยการพัฒนาการขนส่ง ภาษีข้อบังคับ และโครงสร้างพื้นฐานให้เอื้อต่อการส่งออกมากขึ้น

วิทยาการหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ

ภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ซึ่งต้องหลีกเลี่ยงการสัมผัสระหว่างมนุษย์ รัฐบาลระดับรัฐในอินเดียได้พึ่งพาวิทยาการหุ่นยนต์ (robotics) และระบบอัตโนมัติ (automation) เพิ่มขึ้นอย่างมาก ซึ่งรวมถึงการใช้ในการฆ่าเชื้อ ดูแลผู้ป่วย สำรวจพื้นที่ ออกประกาศสาธารณะ และทำความสะอาดท่อระบายน้ำ นอกจากนี้หน่วยงานรัฐจำนวนหนึ่งอยู่ในระหว่างการหารือเพื่อปรับเปลี่ยนนโยบายการใช้วิทยาการหุ่นยนต์และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ ที่ผ่านม้อัตราการยอมรับหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติในประเทศอินเดียถือว่าเติบโตค่อนข้างช้า เนื่องจากยังไม่ได้มีการสร้างมาตรฐานสำหรับกระบวนการในบริษัท มีภาชีนำเข้าเทคโนโลยีสูง และมีความกังวลว่าจะเป็นการแย่งงานของมนุษย์ แต่กระนั้นการใช้หุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติก็มีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ ภายหลังจากสถานการณ์โควิด 19 ทั้งนี้ สถานการณ์โควิด 19 ได้เร่งให้เกิดการใช้ระบบอัตโนมัติมากขึ้น ตัวเลขคาดการณ์จำนวนคนงานในอินเดียที่จะถูกแทนที่ด้วยระบบอัตโนมัติภายในปี 2573 จึงปรับตัวขึ้นจาก 48.3 ล้านคน เป็น 51.5 ล้านคน

สถานการณ์ Next Normal ในระดับจุลภาค (Micro Analysis)

แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

ธุรกรรมดิจิทัล

สถานการณ์โควิด 19 ประกอบกับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในระดับมหภาคได้ส่งผลให้ผู้บริโภคในอินเดียมีการทำธุรกรรมผ่านช่องทางดิจิทัลเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การทำธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งนี้ ยอดการชำระเงินผ่านระบบออนไลน์ Unified Payments Interface (UPI) ของอินเดีย เติบโตขึ้นร้อยละ 102 ระหว่างเดือนมีนาคมถึงเดือนธันวาคม 2563 Reserve Bank of India (RBI) คาดว่า การชำระเงินผ่านช่องทางดิจิทัล (รวมธุรกรรมผ่านบัตรเครดิตและเดบิต) จะเติบโตขึ้นไปอยู่ที่อัตรา 1,500 ล้านธุรกรรมต่อวัน ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 15 ล้านล้านบาท ภายในปี 2568 จากปัจจุบันที่มียอดธุรกรรมดิจิทัลเฉลี่ยวันละ 100 ล้านครั้ง โดยคิดเป็นมูลค่า 5 ล้านล้านบาท

บริการส่งอาหารและของชำผ่านช่องทางออนไลน์

ส่วนหนึ่งของการเติบโตของธุรกรรมดิจิทัลเกิดขึ้นจากการใช้บริการส่งอาหารและของชำผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เพิ่มมากขึ้น โดยยอดผู้ใช้งานธุรกิจส่งอาหาร Zomato ในอินเดียเติบโตขึ้นถึง 13.2 เท่าในปีงบประมาณ 2563 เมื่อเทียบกับปีงบประมาณ 2561 และร้อยละ 99.3 ของการสั่งอาหารในเดือนเมษายนถึงธันวาคม 2563 เป็นการสั่งผ่าน

แอปพลิเคชันมือถือ ในขณะที่คู่แข่ง Swiggy รายงานว่า มูลค่าการสั่งอาหารต่อยอดเพิ่มขึ้นร้อยละ 30-40 ในช่วงเดือนมีนาคมถึงเดือนกันยายน 2563 ขณะที่ยอดผู้ใช้งานเฉลี่ยต่อวันของร้านขายของชำออนไลน์ BigBasket เพิ่มขึ้นร้อยละ 44 ระหว่างไตรมาสที่หนึ่งกับไตรมาสที่สอง ปี 2563 โดยกลุ่มอายุที่มีการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์มากที่สุดคือกลุ่มอายุ 18 - 34 ปี

ความสนใจด้านสุขภาพและการใช้บริการสุขภาพทางไกล

สถานการณ์โควิด 19 ได้กระตุ้นให้ประชากรสนใจการดูแลสุขภาพเพิ่มขึ้น รวมทั้งเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมารับบริการด้านสุขภาพ ทั้งนี้งานวิจัยของ Indian Consumer 2021 ในปี 2563 พบว่า เป้าหมายสำคัญในช่วง 3 ปีข้างหน้าที่ผู้บริโภคอินเดียสนใจมากที่สุด (ร้อยละ 81) คือการดูแลสุขภาพตัวเองให้ดีขึ้น (healthier lifestyle) นอกจากนี้ยังมีการใช้บริการสุขภาพทางไกล (telehealth) มากขึ้น ทั้งนี้ การพบแพทย์ผ่านช่องทางออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มของบริษัท Practo ซึ่งให้บริการสุขภาพทางไกล เติบโตขึ้นถึง 10 เท่าระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนพฤศจิกายนในปี 2563 และมีการใช้แอปพลิเคชันมือถือ เช่น แอปพลิเคชันสำหรับการออกกำลังกายเพื่อส่งเสริมสุขภาพมากขึ้น

การให้ความสำคัญแก่คุณค่า (Value Prioritization)

สถานการณ์โควิด 19 ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคลดลงอย่างมาก ในระยะยาวผู้บริโภคในอินเดียจะเน้นการจับจ่ายที่ช่วยทำให้เกิดความรู้สึกที่เติมเต็มมากยิ่งขึ้น โดยผู้บริโภคจะให้ความสำคัญกับคุณค่า (value) ของสินค้าและบริการมากขึ้น กล่าวคือ ให้ความสำคัญไปยังผลประโยชน์ที่จับต้องได้ที่จะได้มาจากการลงทุน รวมทั้งการยกระดับสินค้า (premiumization) ความสะดวกสบาย และคุณภาพ

แนวโน้มธุรกิจ (Industrial Trends)

การเคลื่อนย้ายของแรงงานออกจากภาคเกษตรกรรม

ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ในระดับมหภาค รวมทั้งการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การขยายตัวของเมือง และโครงการ Production Linked Incentive (PLI) ของรัฐบาล เป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลให้แรงงานในอินเดียเคลื่อนย้ายจากภาคเกษตรกรรมไปสู่ภาคอุตสาหกรรมการผลิตและบริการมากขึ้นเรื่อยๆ โดยคาดว่าแรงงานกว่า 20 ล้านคนจะย้ายออกจากภาคเกษตรกรรมในช่วงปี 2564 - 2573 อีกทั้งเทรนด์ดังกล่าวจะทำให้อินเดียมีการเติบโตของงานในกลุ่มรายได้ปานกลาง อย่างไรก็ตามอินเดียยังคงมีแนวโน้มที่จะเห็นการเติบโตของงานในกลุ่มรายได้สูง โดยคาดว่าจะมีการเติบโตของการจ้างงานในกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีกว่า 5 ล้านงานในช่วงสิบปีข้างหน้า อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

การเร่งการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล

ภาคเอกชนได้ให้ความสนใจกับการลงทุนในโครงสร้างดิจิทัลของอินเดียเป็นอย่างมาก เนื่องจากอินเดียเป็นตลาดใหญ่ที่ยังมีศักยภาพในการเติบโตสูง และประชากรอินเดียมีการอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้นภายใต้สถานการณ์โควิด 19 โดยบริษัท Google ได้ประกาศในปี 2563 ว่ามีแผนที่จะลงทุน 1 หมื่นล้านเหรียญสหรัฐในอินเดียในระยะเวลา 5 - 7 ปีข้างหน้า เพื่อเร่งการใช้บริการทางดิจิทัลให้เร็วยิ่งขึ้น โดยเน้นการลงทุนเพื่อ 1) ขยายการเข้าถึงข้อมูลในภาษาท้องถิ่น 2) สร้างผลิตภัณฑ์และบริการดิจิทัลใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการในประเทศ 3) เสริมความแข็งแกร่งให้แก่ธุรกิจ ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล และ 4) ใช้เทคโนโลยีเพื่อสินค้าสังคม เช่น บริการสุขภาพ การศึกษา และการเกษตร

นอกจากนี้ ความร่วมมือของบริษัทสื่อสารมวลชนขนาดใหญ่ของอินเดีย Reliance Jio กับบริษัท Facebook ในเดือนเมษายน ปี 2563 จะช่วยเร่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตของชาวอินเดีย

โดยมุ่งเน้นไปที่กลุ่ม MSME กว่า 60 ล้านกิจการ ชาวนากว่า 120 ล้านคน และผู้ค้ารายย่อยอีก 30 ล้านราย ซึ่งรวมถึงผู้ค้ารายย่อยที่อยู่นอกระบบอีกด้วย

อุตสาหกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การเติบโตขึ้นของธุรกรรมดิจิทัลและการใช้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เพิ่มขึ้นในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทำให้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เติบโตขึ้น โดยในปี 2563 มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในภาคค้าปลีกของอินเดียเติบโตขึ้นร้อยละ 2.1 ซึ่งถือว่าสถานการณ์โควิด 19 ได้เร่งการเติบโตขึ้นอย่างมาก เนื่องจากการเติบโตเฉลี่ยต่อปีในช่วงปี 2558 - 2562 อยู่ที่ร้อยละ 0.7 เท่านั้น ทั้งนี้ มูลค่าตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของอินเดียในปีงบประมาณ 2563 อยู่ที่ 25,700 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และคาดว่าจะเติบโตถึง 99,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2567 โดยสินค้าประเภทเฟอร์นิเจอร์เป็นสินค้ากลุ่มหนึ่งที่แสดงการเติบโตในการซื้อขายออนไลน์อย่างชัดเจน ถึงแม้ว่าขณะนี้การซื้อขายเฟอร์นิเจอร์เพียงร้อยละ 3 เป็นการซื้อขายออนไลน์ แต่การเติบโตของการซื้อขายนี้ในช่วงห้าปีที่ผ่านมาได้ปรับตัวสูงขึ้นถึงร้อยละ 30 - 40 ต่อปี นอกจากนี้ผู้เล่นรายหลักในตลาดยังมีการลงทุนหรือเปิดแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อเตรียมพร้อมการขยายฐานการซื้อเฟอร์นิเจอร์ออนไลน์ และยังมีการขายที่ล้ำสมัยขึ้นโดยใช้เครื่องมือต่างๆ เช่น แอปพลิเคชัน เทคโนโลยีมาหาสานระหว่างโลกแห่งความเป็นจริงกับความเสมือนจริงเข้าด้วยกัน (Augmented reality: AR) และการจำลองภาพให้เสมือนจริงแบบ 360 องศา (Virtual reality: VR) เพื่อให้ลูกค้าได้สัมผัสประสบการณ์ของการจับจ่ายเสมือนจริง

การดำเนินธุรกิจแบบเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง

ธุรกิจ แบรินต์สินค้าและบริการต่างๆ หันมาใช้โมเดลการค้าขายแบบเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง (Direct-to-consumer: D2C) มากขึ้น ซึ่งการดำเนินธุรกิจแบบ D2C มีแนวโน้มในการพลิกโฉมห่วงโซ่อุปทาน โดยการเติบโตของแพลตฟอร์ม พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์การซื้อขายออนไลน์ และระบบขนส่งภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ล้วนมีส่วนในการกระตุ้นการใช้โมเดลธุรกิจดังกล่าว เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ และทำยอดขายได้อย่างก้าวกระโดดเมื่อเทียบกับแบรินต์ใหญ่ๆ ที่ไม่ได้เน้นกลยุทธ์นี้

เศรษฐกิจแบบ Gig (Gig economy)

สถานการณ์โควิด 19 ได้เร่งการเติบโตของเศรษฐกิจแบบ Gig (Gig economy) เนื่องจากบริษัทต่างๆ ได้จ้างคนงานแบบ Gig เพิ่มมากขึ้นเพื่อประหยัดค่าใช้จ่ายในการจ้างงาน และในขณะเดียวกัน การสูญเสียงานหรือการหดตัวของรายได้ในสถานการณ์โควิด 19 ได้ทำให้คนทำงานต้องพึ่งพางานแบบ Gig เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน โดยคาดว่า Gig economy ของอินเดียจะเติบโตขึ้นถึงสามเท่าภายในระยะเวลา 3 - 4 ปีข้างหน้า โดยจะมีจำนวนงานประเภท Gig ที่ไม่ได้อยู่ในภาคเกษตรกรรมราว 24 ล้านงานในอินเดีย ทั้งยังมีแนวโน้มจะเติบโตขึ้นเป็น 90 ล้านงานภายในสิบปีอีกด้วย

ทั้งนี้ การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจแพลตฟอร์มมีความสัมพันธ์โดยตรงกับการเปลี่ยนแปลงของ Gig economy เนื่องจากการทำงานประเภท Gig ในปัจจุบันเป็นการทำงานผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ในสัดส่วนที่สูง ทั้งนี้ สถานการณ์โควิด 19 ก็มีผลกระทบทั้งแง่บวกและแง่ลบต่อเศรษฐกิจแพลตฟอร์ม ดังที่กล่าวมาข้างต้น สถานการณ์โควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคใช้บริการแพลตฟอร์มส่งอาหารและของชำมากขึ้น ซึ่งทำให้ธุรกิจแพลตฟอร์มมีรายได้เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน แต่ในช่วงที่ยอดผู้ติดเชื้อพุ่งขึ้นสูงและรัฐบาลใช้มาตรการปิดเมือง รายได้ของธุรกิจแพลตฟอร์มก็ลดลงตามไปด้วย และเมื่อรายได้ของบริษัทแพลตฟอร์มตกต่ำลง หลายบริษัท อาทิ Zomato, Swiggy, Ola, Uber และ Airbnb ได้ปลดคนทำงานบนแพลตฟอร์มลงร้อยละ 13 - 25 ของจำนวนคนทำงาน ซึ่งแน่นอนว่าลักษณะการทำงานแบบ Gig ทำให้การลดจำนวนคนทำงานสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว เนื่องจากเป็นการทำงานที่ไม่มีกฎหมายด้านการจ้างงานและสวัสดิการคุ้มครองอย่างชัดเจน

บทบาทของสตาร์ทอัพ

สตาร์ทอัพมีบทบาทที่สำคัญขึ้นเป็นอย่างมากในสังคมอินเดียภายใต้สถานการณ์โควิด 19 เนื่องจากภาครัฐเองมีศักยภาพจำกัดในการรับมือกับการระบาด สตาร์ทอัพจึงมีส่วนช่วยในการจัดหาวัคซีนและเครื่องมือเพื่อต่อสู้กับสถานการณ์การแพร่เชื้อ ทั้งนี้ นอกจากสตาร์ทอัพในกลุ่มเทคโนโลยีด้านสุขภาพจะช่วยสนับสนุนนวัตกรรมสำหรับให้บริการด้านสุขภาพแล้ว สตาร์ทอัพกลุ่มอื่นๆ ก็เข้ามาช่วยในด้านการระดมทุนและการดำเนินงานส่งอุปกรณ์ที่จำเป็นต่างๆ อีกด้วย

อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร

อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารเป็นอีกหนึ่งอุตสาหกรรมที่น่าจับตามอง เพราะมีแนวโน้มเติบโตโดยเฉพาะช่วงหลังจากสถานการณ์โควิด 19 โดยคาดว่าจะมูลค่าตลาดอาหารแปรรูปจะเติบโตจาก 2.63 แสนล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2563 เป็น 5.35 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2568 เนื่องจากค่านิยมเรื่องการระมัดระวังในความสะดวก และการพัฒนาของเทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการแปรรูปอาหารที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะสินค้านวัตกรรมที่เน้นเรื่องชีวิตที่มีสุขภาพดีและอาหารเสริมจะขยายตัวอย่างมากในตลาดภายในประเทศ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่ประเทศอินเดียจะเป็นผู้ส่งออกอาหารแปรรูปรายใหญ่ระดับโลกได้ด้วย โดยสตาร์ทอัพในกลุ่มเทคโนโลยีเริ่มเข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมนี้มากขึ้น เช่น บริษัท Our Food ได้ทำบันทึกความเข้าใจกับรัฐบาลเพื่อทำให้เครื่องมือในการแปรรูปอาหารเข้าถึงได้โดยผู้ประกอบการในชนบท ซึ่งนอกจากจะเป็นการช่วยผู้ประกอบการในชนบทและชาวนาแล้ว ยังเป็นการเพิ่มการจ้างงานให้คนในพื้นที่ด้วย

सारारणरुीरुीदैय

สถานการณ์ระดับมหภาค	สถานการณ์ระดับจุลภาค
<ul style="list-style-type: none"> การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การเร่งกระบวนการปรับตัวทางดิจิทัล การขยายตัวของเมือง การส่งเสริมอุตสาหกรรมการผลิต วิทยาการหุ่นยนต์และระบบอัตโนมัติ 	<p>แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> ธุรกรรมดิจิทัล บริการส่งอาหารและของชำผ่านช่องทางออนไลน์ ความสนใจด้านสุขภาพและการใช้บริการสุขภาพทางไกล การให้ความสำคัญแก่คุณค่า <p>แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> การเคลื่อนย้ายของแรงงานออกจากภาคเกษตร การเร่งเครื่องการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การดำเนินธุรกิจแบบเข้าถึงผู้บริโภคโดยตรง Gig economy บทบาทของสตาร์ทอัพ อุตสาหกรรมการแปรรูปอาหาร

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัวในประเทศอินเดีย

ตารางที่ 7.4 แสดงรายชื่ออุตสาหกรรมในอินเดียที่มีแนวโน้มจะเติบโต/ทรุดตัวอย่างรวดเร็วในอนาคต โดยการประมวลผลข้อมูลจากการวิเคราะห์และคาดการณ์อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มจะเติบโตโดย India in 2025 ข้อมูลของ McKinsey Global Institute และซีไอโอของสถาบันคลังสมองของรัฐบาลอินเดีย (NITI Aayog) ซึ่งพบว่า อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วคือ อุตสาหกรรมด้านเทคโนโลยีและการสื่อสาร เคมีภัณฑ์ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเพื่อสุขภาพ ในขณะที่รายชื่ออุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มในการทรุดตัวเป็นผลของการประเมินสถิติอัตราการเติบโตของแต่ละอุตสาหกรรมในอดีตควบคู่กับการพิจารณาโครงการ Production Linked Incentive (PLI) ของรัฐบาลในปัจจุบัน และการวิเคราะห์ของข้อมูลจาก India in 2025 ข้อมูลของ McKinsey Global Institute เช่นกัน ผลการวิเคราะห์พบว่า อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มทรุดตัว คือ อุตสาหกรรมด้านการเกษตร โรงแรมและร้านอาหาร อสังหาริมทรัพย์ ผลิตภัณฑ์ถ่าน ปิโตรเลียม และเชื้อเพลิง รวมทั้งอุตสาหกรรมการทำเหมืองแร่และหิน

ตารางที่ 7.4 อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัวในประเทศอินเดีย

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว	อุตสาหกรรมที่ทรุดตัวเร็ว
<ul style="list-style-type: none"> เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เคมีภัณฑ์ ยานยนต์ อิเล็กทรอนิกส์ สุขภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> การเกษตร โรงแรมและร้านอาหาร อสังหาริมทรัพย์ ผลิตภัณฑ์ถ่านโค้ก ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นน้ำมัน ปิโตรเลียม และเชื้อเพลิงปรมาณู การทำเหมืองแร่ เหมืองหิน

แหล่งที่มา : รวบรวมและวิเคราะห์โดยทีมที่ปรึกษามูลนิธิสถาบันแห่งเอเชีย (2564)

สาธารณรัฐไอร์แลนด์

ไอร์แลนด์ถูกจัดลำดับเป็นประเทศที่มีเสรีทางการค้าการลงทุนสูงที่สุดอันดับ 5 ของโลก เศรษฐกิจของไอร์แลนด์เปิดกว้างต่อการลงทุนจากต่างประเทศ โดยในปี 2562 มีมูลค่าการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ ในลำดับ 5 ของโลก และถือเป็นหนึ่งในประเทศที่สามารถดึงดูดการลงทุนมูลค่าสูงได้มาก (High-value FDI) มีการประเมินว่ากว่าร้อยละ 20 ของการจ้างงานภาคเอกชนเป็นผลมาจากการลงทุนทางตรงจากต่างประเทศ การที่ไอร์แลนด์มีอัตราภาษีนิติบุคคลที่น่าดึงดูด และมีแรงงานที่มีการศึกษาสูงทำให้สามารถดึงดูดบริษัทชั้นนำและสตาร์ทอัพทางด้านเทคโนโลยีให้มาลงทุนในไอร์แลนด์ได้เป็นจำนวนมาก โดย 9 ใน 10 บริษัทซอฟต์แวร์ชั้นนำของโลก 9 ใน 10 บริษัทเทคโนโลยีชั้นนำของสหรัฐฯ และทั้ง 10 บริษัทชั้นนำที่เติบโตจากผลของอินเทอร์เน็ต เลือกที่จะตั้งฐานที่มั่นในไอร์แลนด์ โดยกรุงดับลิน เมืองหลวงของไอร์แลนด์เป็น 1 ใน 40 เมืองชั้นนำของโลกที่มีสภาพแวดล้อมที่ส่งเสริมสตาร์ทอัพ อาจกล่าวได้ว่าไอร์แลนด์กำลังก้าวสู่การเป็นเมืองเทคโนโลยีแห่งยุโรป (Silicon Valley of Europe) ทั้งนี้โดยรวมแล้วไอร์แลนด์เป็นประเทศเศรษฐกิจฐานความรู้ ที่มีความโดดเด่นในภาคบริการ เทคโนโลยี วิทยาศาสตร์ชีวภาพ และการบริการภาคการเงิน

สถานการณ์ Next Normal ในระดับมหภาค (Macro Analysis)

เทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัล

ไอร์แลนด์ได้ดำเนินแผนยุทธศาสตร์ Project Ireland 2040 มาตั้งแต่ปี 2561 โดยมีกรอบการดำเนินงานที่มุ่งพัฒนาการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อธุรกิจโดยเฉพาะ แผนพัฒนาแห่งชาติภายใต้ Project Ireland 2040 มีการจัดสรรกองทุน เพื่อให้ทุนด้านวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีที่สร้างการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตและธุรกิจในระดับสูง เช่น เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สุขภาพ อาหาร พลังงาน การสร้างความยั่งยืนของสภาพภูมิอากาศ และธุรกิจภาคบริการ โดยมีสาขาหลักที่ให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น คือ ทุนยนต์ ปัญญาประดิษฐ์ ระบบการผลิตอัจฉริยะ (Smart manufacturing) และกระบวนการผลิตอาหารอัจฉริยะและยั่งยืน นอกจากนี้ไอร์แลนด์มียุทธศาสตร์ด้านดิจิทัลซึ่งดำเนินการมาตั้งแต่ปี 2556 และกำลังเข้าสู่ระยะที่ 2 ซึ่งรัฐบาลได้ทบทวนแผนเพื่อพิจารณาจากบริบทของสถานการณ์โควิด 19

อย่างไรก็ตาม ไอร์แลนด์มีการใช้เทคโนโลยีและดิจิทัลในกลุ่มธุรกิจ MSME ไม่สูงนักเมื่อเทียบกับประเทศอื่นที่เป็นสมาชิกสหภาพยุโรป รัฐบาลจึงมีการผลักดันการใช้เทคโนโลยีโดยเฉพาะเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านโครงการต่างๆ มาตลอด โดยตัวอย่างโครงการที่เกี่ยวข้องเนื่องจากสถานการณ์โควิด 19 เช่น โครงการ Trading Online Voucher ที่ได้รับการขยายต่อ และจัดสรรงบประมาณเพิ่มอีก 3.3 ล้านยูโร เพื่อเป็นทุนพัฒนาและอบรม MSME ให้เข้าสู่ตลาดออนไลน์ได้

การทำงานจากระยะไกล (Remote Work)

ไอร์แลนด์มีความต้องการแรงงานทักษะสูงจำนวนมาก และหนึ่งในกลยุทธ์ที่รัฐบาลใช้ดึงดูดแรงงานเหล่านี้ คือ การให้ความยืดหยุ่นในการทำงาน รวมไปถึงการทำงานจากสถานที่ใดก็ได้ ซึ่งนอกจากคาดหวังว่าจะดึงดูดแรงงานทักษะสูง ยังช่วยสนับสนุนแนวทางสร้างผลกระทบด้านความยั่งยืน ลดปัญหาสิ่งแวดล้อม และเพิ่มการมีส่วนร่วมทางเศรษฐกิจในกลุ่มสตรี ผู้สูงอายุ และผู้พิการได้อีกด้วย ทั้งนี้จากการสำรวจของสำนักงานสถิติ เทรนด์การทำงานจากระยะไกลในประเทศอยู่แล้วโดยเฉพาะในภาคเอกชน ซึ่งมีการทำงานจากระยะไกลเป็นประจำทุกสัปดาห์สูงถึงร้อยละ 64.6 ในกลุ่มผู้ทำงานในภาคการเงิน ประกันภัย และอสังหาริมทรัพย์ ส่วนผู้ที่ทำงานระยะไกลทุกวัน มีถึงร้อยละ 60 ในกลุ่มวิชาชีพไอที และอาชีพด้านงานเทคนิคและวิทยาศาสตร์

สถานการณ์โควิด 19 นั้นทำให้การทำงานระยะไกลเกิดขึ้นได้เร็วและกว้างขึ้น รัฐบาลได้ดำเนินการเพื่อผลักดันความเปลี่ยนแปลงนี้ต่อไปโดยผลักดันแผนยุทธศาสตร์การทำงานระยะไกลแห่งชาติ ‘Making Remote Work’ is Ireland’s National Remote Work Strategy แผนฉบับนี้ให้แนวทางที่ลูกจ้างสามารถยื่นขอทำงานจากระยะไกลได้ และสามารถเข้าชั้นตอนอุทธรณ์ได้หากถูกปฏิเสธ ซึ่งนโยบายสำคัญที่จะออกมาในไตรมาสแรกนี้คือ หลักจริยธรรมในด้านสิทธิที่จะไม่ติดต่อกัน (Code of practice on the right to disconnect) รวมทั้งนโยบายเร่งรัดโครงสร้างพื้นฐานบรอดแบนด์ (National Broadband Plan)

การลดการปล่อยคาร์บอน

การลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์เป็นหนึ่งในนโยบายด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อมที่ Project Ireland 2040 ให้ความสำคัญ โดยมีแผน National Climate Policy Position ที่มีเป้าประสงค์เพื่อเปลี่ยนไอร์แลนด์เป็นประเทศที่มีความสามารถในการแข่งขัน มีความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม เป็นประเทศที่ปล่อยคาร์บอนต่ำและสามารถรับมือผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านภูมิอากาศภายในปี 2593

จากสถานการณ์โควิด 19 ทำให้ไอร์แลนด์ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ร้อยละ 6 ซึ่งเป็นอัตราต่ำที่สุดนับตั้งแต่ครั้งวิกฤตเศรษฐกิจโลกในปี 2551 โดยเฉพาะภาคการขนส่ง (ลดลงร้อยละ 17) และภาคพลังงาน (ลดลงร้อยละ 14) โดยนักวิชาการและภาคประชาสังคมแสดงความหวังว่ารัฐบาลจะใช้โอกาสนี้ออกมาตรการทั้งด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อรักษาอัตราการปล่อยคาร์บอนให้ต่ำต่อไป

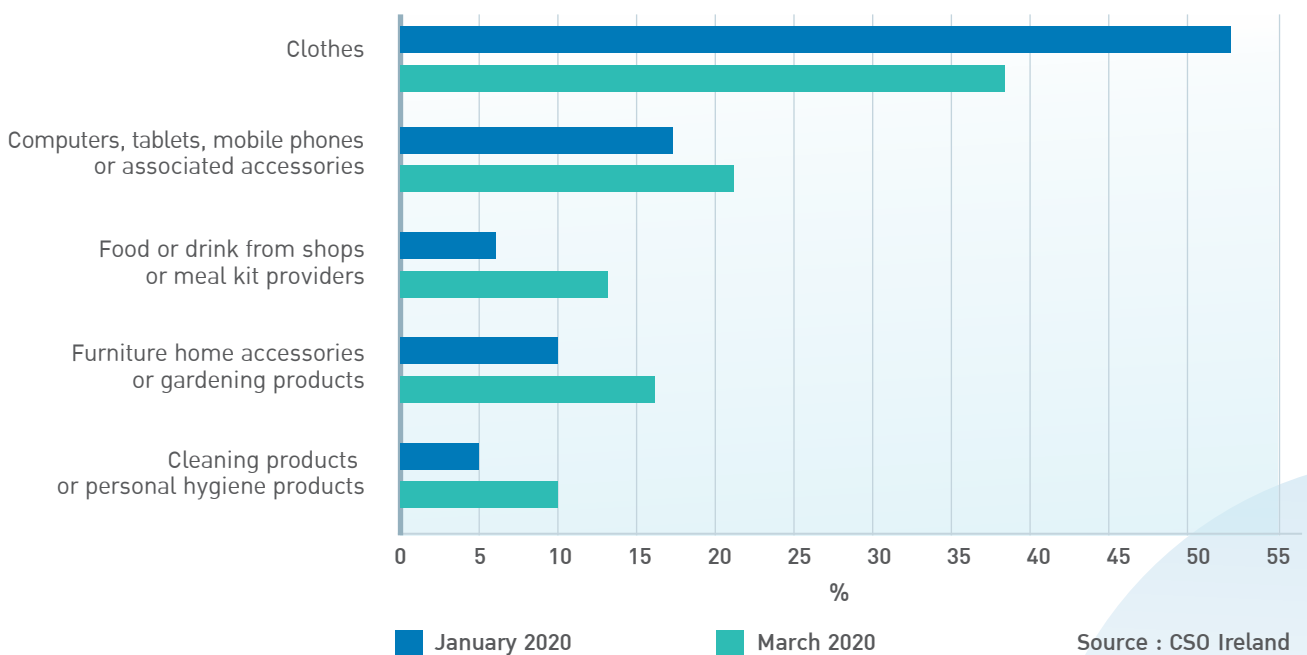
สถานการณ์ Next Normal ในระดับจุลภาค (Micro Analysis)

1) แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

การซื้อขายและชำระเงินออนไลน์

ในระหว่างการระบาดของโควิด 19 และการที่รัฐบาลใช้มาตรการจำกัดการเคลื่อนย้ายประชากรและปิดร้านค้าบางส่วน ทำให้ผู้บริโภคต้องหันมาซื้อสินค้าจำเป็นผ่านอินเทอร์เน็ต เมื่อมีการประกาศมาตรการฉุกเฉินในช่วงต้นเดือนมีนาคม 2563 พบว่าการซื้อออนไลน์ในหมวดสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าอิเล็กทรอนิกส์มีสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคร้อยละ 13 ซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 6 ในไตรมาสก่อน) และผู้บริโภคร้อยละ 10 ซื้อสินค้าเพื่อการดูแลสุขภาพส่วนบุคคลและความสะอาด (เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 5) ในขณะที่การซื้อเสื้อผ้าออนไลน์กลับลดลงจากร้อยละ 52 เป็นร้อยละ 38 ดังในภาพที่ 7.5 การซื้อของออนไลน์ในไอร์แลนด์เติบโตได้ไม่เร็วมากนักก่อนสถานการณ์โควิด 19 เพราะเหตุผลหลายประการรวมถึงความไม่มั่นใจ แต่ยอดค้าปลีกออนไลน์ในช่วง 6 เดือนแรกของการระบาดนั้น มากเป็นสองเท่าของยอดรวมตลอด 20 ปี

ภาพที่ 7.5 ร้อยละของผู้ใช้อินเทอร์เน็ตจำแนกตามประเภทสินค้าที่ซื้อภายใน 3 เดือน



ผู้บริโภคมีแนวโน้มเชื่อมั่นในการใช้แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น โดยกว่าร้อยละ 85 ของผู้บริโภคมีความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล โดยเฉพาะผู้ที่มีฐานะทางสังคมและผู้ที่อยู่อาศัยในเขตเมือง ผู้บริโภคเกือบครึ่งบอกว่าจะลดการใช้เงินสดและยังคงใช้การชำระเงินออนไลน์ต่อไป และผู้บริโภคกลุ่ม Young millennials ระบุว่าจะใช้การชำระเงินออนไลน์แต่เพียงอย่างเดียว ตามมาด้วยกลุ่มที่มีอายุ 66 ปีขึ้นไป ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าปริมาณการใช้เทคโนโลยีเพื่อการซื้อขายออนไลน์มีแนวโน้มไม่ต่างจากกลุ่มที่อายุน้อยกว่า โดยการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมกรรมการซื้อสินค้านี้มีแนวโน้มจะดำเนินต่อไปในระยะยาวหลังสถานการณ์โควิด 19

การใส่ใจสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี

การระบาดของโควิด 19 ทำให้ผู้บริโภคเพิ่มความสนใจในการรักษาสุขภาพ การมีสุขภาพ และความเป็นอยู่ที่ดี ทั้งทางร่างกายและจิตใจ โดยมีการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการรักษาสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี โดยใช้บริการแพลตฟอร์มสตรีมมิ่ง (Streaming services) แพลตฟอร์มตรวจเช็คสุขภาพ (Fitness tracking) และแพลตฟอร์มสุขภาพจิต (Mental health) เพิ่มขึ้นอย่างสูง ผู้บริโภคมีความกังวลด้านสุขภาพและตั้งใจเปลี่ยนพฤติกรรมบางอย่างที่ช่วยรักษาสุขภาพและลดการระบาด โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้บริโภคถึงร้อยละ 93 จะใส่ใจกับการล้างมือแม้เมื่อสถานการณ์โควิด 19 ผ่านไปแล้ว และกว่าร้อยละ 88 ใส่ใจกับความเป็นอยู่ที่ดีมากขึ้น

ชีวิตมีเป้าหมายเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

ความใส่ใจชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม เป็นเทรนด์ที่มีมาก่อนการระบาด แต่สถานการณ์โควิด 19 ได้ช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภครับรู้ประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้เทรนด์นี้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้จากการสำรวจโดย Irish Examiner (2020) พบว่า ผู้บริโภคจะค้นหาข้อมูลออนไลน์เพื่อประเมินแบรนด์ด้านความยั่งยืน ผู้บริโภคจะไม่ซื้อสินค้าจากแบรนด์แฟชั่นที่บรรจุกฎที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และผู้บริโภคจะซื้อซ้ำแบรนด์ที่ได้การรับรองด้านความยั่งยืนในกลุ่มคนรุ่นใหม่ นั่น สถานการณ์โควิด 19 ทำให้พวกเขาเห็นความหมายของชีวิตมากขึ้น รู้สึกใกล้ชิดกันในกลุ่มคน รวมทั้งมีพฤติกรรมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การเลือกซื้อสินค้าจากธุรกิจในกลุ่มคนเป็นเทรนด์ที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญอย่างมาก โดยผู้บริโภคกว่าร้อยละ 60 มีแนวโน้มจะเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตในประเทศหรือในภูมิภาคที่ตัวเองอาศัย

นอกจากนี้ การสำรวจเทรนด์ผู้บริโภคของบริษัทที่ปรึกษา KPMG รายงานว่า ผู้บริโภคร้อยละ 86 ให้ความสำคัญกับความโปร่งใสและความจริงใจของบริษัท ซึ่งตอกย้ำแนวโน้มที่มีมาก่อนหน้านี้ว่าผู้บริโภคมองหาผู้ประกอบการที่มีจริยธรรมและแบรนด์ที่คืนกำไรสู่สังคม อาจกล่าวได้ว่าผู้บริโภคไม่ได้ต้องการเพียงการบริการที่ดีและความใส่ใจในตัวลูกค้าจากแบรนด์เท่านั้น แต่ต้องใส่ใจในโลกด้วย ซึ่งผู้บริโภคคาดหวังให้ความโปร่งใสของธุรกิจและความยั่งยืน มาพร้อมกับความสะดวกสบายในประสบการณ์การชื้อขาย

ออมเงินเพื่ออนาคต

ถึงแม้ผู้บริโภคชาวไอริชส่วนใหญ่จะไม่ได้รับผลกระทบมากนักจากสถานการณ์โควิด 19 เนื่องจากได้รับความช่วยเหลือจากมาตรการของรัฐที่มีปริมาณมากและครอบคลุมในวงกว้าง และมีถึงร้อยละ 30 ที่รายงานว่าไม่มีความลำบากด้านการเงินเลย แต่ความไม่แน่นอนด้านรายได้ก็ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานอายุระหว่าง 25 – 34 ปี ที่รับรู้ถึงผลกระทบด้านการเงินมากกว่าผู้บริโภควัยเกษียณ ในช่วงปิดเมืองพบว่าปริมาณเงินฝากครัวเรือนเพิ่มสูงจากปีก่อนอย่างมาก อันเป็นผลจากการใช้จ่ายที่น้อยลง อย่างไรก็ตาม ในระยะยาวผู้บริโภคมีแนวโน้มระมัดระวังการใช้จ่าย โดยเริ่มเก็บออมในระหว่างปิดเมือง และให้ความสำคัญกับการเงินในอนาคตมากขึ้น

2) แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม

การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

การเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลถูกผลักดันผ่านแผนยุทธศาสตร์ National Digital Strategy ซึ่งมุ่งผลักดันให้ประชาชนมีส่วนร่วมและใช้ประโยชน์จากดิจิทัลมากขึ้น รวมถึงองค์กรธุรกิจในการค้าออนไลน์มากขึ้นมาตั้งแต่ปี 2556 อย่างไรก็ตาม ความท้าทายด้านการใช้ดิจิทัลในการทำธุรกิจยังคงมีอยู่ เนื่องจากการนำดิจิทัลมาใช้นั้นไม่สามารถเป็นไปได้ในทุกกระบวนการของธุรกิจ หากแต่มีกลุ่มเน้นที่ส่วนงาน โดยร้อยละ 74 ขององค์กรในไอร์แลนด์มีการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลในงานด้าน IT และ Cybersecurity ร้อยละ 59 ในงานด้านการเงินและบัญชี และร้อยละ 56 ในงานด้านการผลิตและห่วงโซ่อุปทาน นอกจากนี้ กลุ่ม MSME มีการลงทุนด้านดิจิทัลที่น้อยกว่าบริษัทขนาดใหญ่ และน้อยกว่าประเทศอื่นในสหภาพยุโรปอย่างมีนัยสำคัญ ด้วยอุปสรรคด้านเงินทุน ซัพพลายเออร์ที่ให้บริการ การเชื่อมต่อเข้ากับระบบเดิม และทักษะดิจิทัลขององค์กร

ด้วยสภาพปัจจุบันที่ยังมีช่องว่างด้านดิจิทัลดังกล่าว การดำเนินธุรกิจในระยะหลังสถานการณ์โควิด 19 มีแนวโน้มที่ผู้นำองค์กรจะเร่งการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัล โดยองค์กรที่มีการลงทุนในดิจิทัลแล้วก็มีการลงทุนในเทคโนโลยีเพิ่มมากขึ้นอีกกว่าเท่าตัว ในขณะที่องค์กรอื่นที่ยังขาดการลงทุนในเทคโนโลยีต้องเร่งดำเนินการ เพื่อให้องค์กรสามารถประกอบธุรกิจได้อย่างคล่องแคล่วและยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ (Agile and resilient) หรือมองถึงการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเพื่อให้ยังสามารถตอบสนองต่อตลาดได้

การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในระดับมหภาคส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมและบริษัทในหลายมิติ โดยห่วงโซ่อุปทานของธุรกิจไอร์แลนด์เป็นส่วนที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง เช่น การเพิ่มขึ้นของความขาดนิยมทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์กับจีน ประเด็นความกังวลด้านความยั่งยืนและสิ่งแวดล้อม ความไม่เท่าเทียมในสังคม การออกจากสหภาพยุโรปของสหราชอาณาจักร และที่สำคัญผลกระทบของโรคระบาดโควิด 19 ต่อเศรษฐกิจในประเทศและต่อเศรษฐกิจโลก ถึงแม้ไอร์แลนด์และคู่ค้าในหลายประเทศจะเริ่มฟื้นตัว แต่ในหลายอุตสาหกรรมได้มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของการทำธุรกิจ เช่น การเปลี่ยนมาใช้รูปแบบ D2C (Direct-to-consumer) ของหลายธุรกิจในอุตสาหกรรมอาหาร บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องประเมินรูปแบบธุรกิจและอุปสงค์อุปทานเพื่อการวางแผนห่วงโซ่อุปทานท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้แนวโน้มด้านการปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานของบริษัทจะไปในทางเดียวกันกับการเติบโตของการเปลี่ยนผ่านองค์กรสู่ดิจิทัลที่สามารถวางแผนห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพมากกว่า

การเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัลและการแพทย์

แผนการดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศของไอร์แลนด์ในช่วง 10 ปีหลังทำให้ภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศเติบโตเป็นอย่างมาก โดยไอร์แลนด์เป็นประเทศที่ดึงดูดบริษัทไอทีและอินเทอร์เน็ตชั้นนำของโลก ซึ่งไอร์แลนด์ถือเป็นฐานของอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศในยุโรปที่มีการจ้างงานกว่า 37,000 คน และสร้างรายได้ในการส่งออกกว่า 3,500 ล้านยูโรต่อปี

ไอร์แลนด์ยังได้เติบโตเป็นฐานการผลิตวัตถุดิบของอุตสาหกรรมยาชีวเภสัชภัณฑ์ เคมีภัณฑ์ และมีความแข็งแกร่งในการผลิตและพัฒนาในระดับโมเลกุล และยังเป็นหนึ่งในห้าศูนย์กลางด้านเทคโนโลยีทางการแพทย์ของโลกเนื่องจากสภาพแวดล้อมที่สามารถสร้างความร่วมมือระหว่างบริษัทเทคโนโลยีการแพทย์กับเภสัชภัณฑ์ขนาดใหญ่ สตาร์ทอัพที่มีนวัตกรรม และ MSME

สาธารณรัฐไอร์แลนด์

สถานการณ์ระดับมหภาค	สถานการณ์ระดับจุลภาค
<ul style="list-style-type: none"> เทคโนโลยีและการใช้ดิจิทัล การทำงานจากระยะไกล การลดการปล่อยคาร์บอน 	<p>แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> การซื้อขายและชำระเงินออนไลน์เติบโต สุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี ชีวิตมีเป้าหมายเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม การออมเงินเพื่ออนาคต <p>แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล การปรับปรุงห่วงโซ่อุปทาน การเติบโตของอุตสาหกรรมดิจิทัลและการแพทย์

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัว

ตารางที่ 7.5 แสดงรายชื่ออุตสาหกรรมในไอร์แลนด์ที่มีแนวโน้มจะเติบโต/ทรุดตัวอย่างรวดเร็วในอนาคต โดยภาพรวมอุตสาหกรรมอนาคตของไอร์แลนด์คือ กลุ่มเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสาร การแพทย์ และบริการทางการเงิน ในขณะที่ธุรกิจที่มีแนวโน้มถดถอยส่วนใหญ่คือ ธุรกิจดั้งเดิมที่เริ่มได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

ตารางที่ 7.5 อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มจะเติบโต/ทรุดตัวในประเทศไอร์แลนด์

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว	อุตสาหกรรมที่ทรุดตัวเร็ว
<ul style="list-style-type: none"> เทคโนโลยีทางการแพทย์ เครื่องมือแพทย์ ยาชีวเภสัชภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์ เทคโนโลยี ICT และดิจิทัล บริการทางการเงินและเทคโนโลยีทางการเงิน 	<ul style="list-style-type: none"> ร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม สื่อสิ่งพิมพ์ เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ ยกเว้นอุปกรณ์คอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ การธนาคารเพื่อธุรกิจรายย่อย และการจัดการการลงทุน

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามนับเป็นตลาดเกิดใหม่ (Emerging market) ที่จัดอยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนาทางเศรษฐกิจที่มีการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็วและมีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูงในระดับภูมิภาค ส่งผลให้เวียดนามเป็นประเทศเป้าหมายของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ การปฏิรูปทางเศรษฐกิจครั้งใหญ่จากการเริ่มใช้นโยบาย “โด่ยเหม่ย” (Đổi Mới) ในปี 2529 นี้ส่งผลให้มีการพัฒนาประเทศ การปฏิรูปทางเศรษฐกิจ และการบริหารจัดการเชิงบูรณาการอย่างเห็นได้ชัด การปฏิรูปนี้มีส่วนช่วยลดการผูกขาดของภาครัฐ เพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี การบริหารรายจ่ายของภาครัฐ นอกจากนี้เวียดนามได้ทำการตกลงเขตการค้าเสรีในหลายกรอบความร่วมมือ อาทิ การเข้าร่วมข้อตกลงความครอบคลุมและความก้าวหน้าเพื่อหุ้นส่วนทางการค้าภาคพื้นเอเชียแปซิฟิก (Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership - CPTPP) และข้อตกลงทางการค้าเสรีระหว่างเวียดนามกับสหภาพยุโรป (EU-Vietnam FTA - EUVFTA) ที่นับเป็นข้อได้เปรียบกว่าหลายๆ ประเทศในภูมิภาคเดียวกัน อีกทั้งมีนโยบายสนับสนุนการลงทุนเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติในหลายๆ ด้าน ทั้งการผ่อนคลายนโยบายการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษี การทำข้อตกลงเพื่อปรับลดภาษี และการยกเว้นภาษีซ้อน โดยรายงานผลการจัดอันดับความยากง่ายในการประกอบธุรกิจในปี 2563 จัดให้เวียดนามอยู่ในอันดับที่ 70 จาก 190 ประเทศทั่วโลก

สถานการณ์ Next Normal ในระดับมหภาค (Macro Analysis)

โครงสร้างพื้นฐานและการปรับเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล

กระทรวงการวางแผนและการลงทุนของเวียดนาม (Ministry of Planning and Investment – MPI) ได้ประกาศความร่วมมือเพื่อเสริมศักยภาพให้ MSME เจริญเติบโตอย่างยั่งยืน โดยการร่างยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจสำหรับปี 2564 - 2573 และแผนการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ ระยะห้าปี โดยเน้นด้านการหาแนวทางและปรับนโยบายให้สอดคล้องกับการปรับตัวในสถานการณ์โควิด 19 ตามสถานการณ์ปัจจุบันและอนาคต ผ่านการอบรมด้านการส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการให้ความรู้ด้านการปรับโอกาสทางการแข่งขันให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล รวมไปถึงการเสริมสร้างทักษะที่สำคัญให้แก่ผู้ประกอบการและแรงงานในอุตสาหกรรมต่างๆ

ความเป็นเมืองและเทคโนโลยีนวัตกรรม

การขยายตัวของความเป็นเมืองและการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีนวัตกรรม ถือเป็นแรงผลักดันหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาคของเวียดนาม โดยรัฐบาลได้ตระหนักถึงการส่งเสริมนโยบายที่ให้ความสำคัญกับพลังงานในอนาคต เน้นการลงทุนจากต่างประเทศที่นำการใช้ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เข้ามาปรับโฉมรูปแบบการใช้พลังงาน การบริหารจัดการการผลิต และการให้ความรู้แก่ MSME ในด้านการสร้างความมั่นคงเชิงพลังงานจากพลังงานทดแทน การปรับโครงสร้างระบบอุตสาหกรรม การขยายเมืองให้เป็นเมืองอัจฉริยะ การเพิ่มประสิทธิภาพพลังงานโดยเน้นการใช้พลังงานอย่างสมดุล และการลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม ขณะนี้เวียดนามอยู่ในระยะที่ 2 ตามแผนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ (Smart City Plan 2021 – 2025) ซึ่งมีมูลค่าการลงทุนประมาณ 116 ล้านเหรียญสหรัฐ

เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมแห่งอนาคต

การเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นของประชากรชาวเวียดนาม ถือเป็น การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญต่อการเข้าถึงสินค้าของผู้บริโภคจำนวนมาก ในปี 2555 มีประชากรเวียดนามเพียงร้อยละ 37 ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต และเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 68.7 ในปี 2562 รายงาน Vietnam Digital Readiness Report เผยผลสำรวจความพร้อมด้านดิจิทัลของชาวเวียดนามประจำปี 2564 พบว่า เวียดนามยังคงประสบปัญหาที่ต้องเร่งพัฒนาช่องว่างของทักษะดิจิทัล โดยร้อยละ 84 ระบุถึงความจำเป็นในการสร้างกรอบทักษะการพัฒนาความสามารถเพื่อเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่อุตสาหกรรม 4.0 ตามนโยบายของรัฐบาล นอกจากนี้ ร้อยละ 90 คิดว่าเทคโนโลยีจะส่งผลกระทบต่อการทำงานในระยะกลาง (6-10 ปี) ขณะที่ร้อยละ 83 คิดว่าเทคโนโลยีจะส่งผลกระทบต่อการทำงานในระยะสั้น (3 - 5 ปี) และร้อยละ 89 คิดว่าการนำระบบอัตโนมัติหรือเทคโนโลยีอัตโนมัติเข้ามาใช้จะช่วยสร้างโอกาสมากกว่าความเสี่ยง ผลสำรวจนี้ชี้ให้เห็นถึงการสนับสนุนให้ธุรกิจนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดการระบบโครงสร้างการทำงาน เช่น ระบบการบริหารทรัพยากรขององค์กร (Enterprise Resource Planning) การนำกระบวนการทำงานแบบอัตโนมัติมาใช้เพื่อเสริมสร้างผลิตภาพแรงงาน การสร้างสมดุลระหว่างการวางระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรม และการปรับนโยบายให้ MSME สามารถเข้าถึงสิทธิ์ด้านการช่วยเหลือและสนับสนุนภายใต้มาตรการการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตและการเสริมสร้างทักษะทางดิจิทัลที่เน้นการลดปัญหาช่องว่างของทักษะ (Skill gap) และการเตรียมความพร้อมสู่การเป็นแรงงานแห่งอนาคต โดยมีนโยบายที่สำคัญ อาทิ นโยบายการปฏิวัติอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (National Strategy on Industry 4.0: Revolution Toward the Year 2030) การพัฒนาระบบ E-government การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อปรับกระบวนการทำงานขององค์กร (National Programme for Digital Transformation by 2025) เป็นต้น

การปฏิรูปสำคัญ 3Es (Priority reforms: E-learning, E-payment and E-government)

กระทรวงวางแผนและการลงทุนของเวียดนามได้ร่างแผนยุทธศาสตร์แห่งชาติด้านอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อกำหนดนโยบายการปฏิวัติอุตสาหกรรมสู่อนาคต โดยเน้นการดำเนินการขยายเครือข่าย 5G ให้ครอบคลุมทั่วประเทศ การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบ E-payment การสร้างระบบ E-government ให้อยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของอาเซียน เพิ่มความปลอดภัยด้านไซเบอร์ และพัฒนาผลิตภาพแรงงานให้สูงขึ้นร้อยละ 7.5 ต่อปี รัฐบาลเวียดนามตั้งเป้าว่ายุทธศาสตร์นี้จะช่วยเร่งพัฒนาระบบการทำงานในองค์กรในอนาคต สนับสนุนการพัฒนาภาคอุตสาหกรรมไปสู่การเป็นอุตสาหกรรม 4.0 และการรองรับนโยบายที่ยั่งยืนสู่การทำงานในอนาคต ซึ่งจะส่งผลให้มีการเชื่อมโยงสู่โลกแห่งเทคโนโลยีในทุกด้าน เพิ่มประสิทธิภาพการทำงานด้วยไอโอที ปฏิรูปโครงสร้างเศรษฐกิจไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม พร้อมกับสร้างความมั่นใจให้แก่แรงงานในด้านความมั่นคงในงาน

การจัดตั้งอุทยานนวัตกรรม

ด้วยเหตุที่ระบบเศรษฐกิจของเวียดนามมีการพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว รัฐบาลเวียดนามจึงหันมาให้ความสำคัญต่อการจัดตั้งอุทยานและศูนย์นวัตกรรมในหลายพื้นที่ เช่น ศูนย์นวัตกรรมในไซ่ง่อน (Saigon Hi-Tech Park - SHTP) อุทยานนวัตกรรมแห่งเวียดนาม (Vietnam Innovation Parks - VNIP) และเขตอุตสาหกรรมเวียดนาม-สิงคโปร์ (Vietnam-Singapore Industrial Park - VSIP) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทุนทางปัญญาและโอกาสทางเทคโนโลยี โดยตั้งเป้าให้เขตอุตสาหกรรมเหล่านี้เป็นศูนย์กลางการขับเคลื่อนนวัตกรรมแห่งชาติและการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อเปิดโอกาสให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามามีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนนวัตกรรมในเขตอุตสาหกรรมของเวียดนามในอนาคต

สภาวะแวดล้อมทางธรรมชาติ

การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรเวียดนาม การเติบโตทางเศรษฐกิจในภาคอุตสาหกรรมและก่อสร้าง รวมทั้งการพัฒนาเมืองและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องนับเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้เวียดนามประสบปัญหาการขาดแคลนสาธารณูปโภคที่สำคัญ เช่น ไฟฟ้าและโทรคมนาคม ระบบประปา และคุณภาพของน้ำ ฯลฯ ถึงแม้ว่าเวียดนามจะสามารถยกระดับการเข้าถึงไฟฟ้าของประชากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีกำลังการผลิตไฟฟ้าติดตั้งเพิ่มขึ้นจาก 5 กิกะวัตต์ ในปี 2543 เป็น 58 กิกะวัตต์ ในปี 2563 ทว่า กำลังผลิตไฟฟ้าในปัจจุบันยังไม่เพียงพอต่อความต้องการที่เพิ่มขึ้น

การปรับเข้าสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนและพลังงานสะอาด

จากปัญหาการขาดแคลนพลังงานไฟฟ้า ผลกระทบจากภาวะโลกร้อน การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ และปัญหาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ทำให้รัฐบาลเวียดนามหันมาให้ความสำคัญกับการปรับนโยบายตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและเพิ่มสัดส่วนของพลังงาน เช่น พลังงานน้ำ พลังงานลม และพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อขยายโครงข่ายไฟฟ้าของประเทศและตอบสนองความต้องการพลังงานไฟฟ้าที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ ประเด็นเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของการที่รัฐบาลเวียดนามออกมาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจอย่างยั่งยืนและเริ่มใช้แผนส่งเสริมเศรษฐกิจที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ไม่ว่าจะเป็นการยกระดับมาตรฐานในการทำธุรกิจที่ต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม หรือการกำหนดนโยบายที่ให้ความสำคัญแก่ความยั่งยืน ภายใต้เป้าหมายของการพัฒนาที่ยั่งยืนแห่งปี 2564 (Sustainable Development 2021) ซึ่งได้กำหนดแนวทางของโครงการจัดการสิ่งแวดล้อมและบูรณาการทรัพยากรธรรมชาติหลายโครงการ โดยมุ่งเน้นที่การเสริมสร้างขีดความสามารถ การให้ความช่วยเหลือทางเทคนิคและการเงิน และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากทุกภาคส่วน

การผลิตและการบริโภคแบบยั่งยืน

โครงการเหล่านี้มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า โดยเริ่มจากการปลูกจิตสำนึกในสังคม เพื่อเพิ่มความรับผิดชอบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และการกำหนดประเภทกิจกรรมที่ให้ความสำคัญแก่การผลิตและการบริโภคแบบยั่งยืน โดยเวียดนามได้รับการสนับสนุนจากธนาคารโลกหลายโครงการ โดยเฉพาะโครงการพลังงานสะอาดที่นำนวัตกรรมขั้นสูงมาใช้ในการบริหารจัดการโครงการให้มีประสิทธิภาพตามแนวปฏิบัติที่ดีระดับโลก อาทิ โครงการโรงไฟฟ้าพลังน้ำ (Trung Son Hydropower) โครงการจัดการมลพิษและปัญหาการบำบัดน้ำทิ้งจากอุตสาหกรรม (The Vietnam industrial Pollution Management) เป็นต้น

สถานการณ์ Next Normal ในระดับจุลภาค (Micro Analysis)

การปรับตัวของธุรกิจและผู้บริโภค

หากมองในส่วนของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นหลังการระบาดของโควิด 19 ทั้งการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากมาตรการทางสาธารณสุขเพื่อป้องกันและควบคุมโรคระบาด และการเปลี่ยนแปลงด้านการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อผู้บริโภค เช่น ผลกระทบจากการปิดเมือง มาตรการการเว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงมาตรการสร้างแรงจูงใจ (Incentive schemes) แผนกระตุ้นเศรษฐกิจ (Economic stimulus measures) และการลดหย่อนภาษีต่างๆ ส่งผล

ให้มีการพัฒนาช่องทางการค้าใหม่ๆ รวมไปถึงช่องทางการเข้าสู่ตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคตามวิถีชีวิตที่กำลังเข้าสู่ความปกติใหม่ เช่น การเข้าถึงสินค้าและบริการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต การเพิ่มอำนาจต่อรอง การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ รวมทั้งการทำงานและเรียนรู้แบบใหม่ เป็นต้น รัฐบาลเวียดนามได้ออกมาตรการส่งเสริมด้านตลาดใหม่ผ่านนโยบายและกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อส่งเสริมให้ MSME ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการทำงาน การเข้าถึงตลาดใหม่และการสร้างช่องทางทางการขายและให้บริการ ตัวอย่างกลยุทธ์ที่สำคัญ ได้แก่ การปรับโครงสร้างทางธุรกิจ การมองหาตลาดใหม่โดยเน้นการให้บริการที่คล้ายคลึงกับธุรกิจแขนงเดิม การเพิ่มศักยภาพทางการตลาด การปรับวิธีการทำงานและเสริมสร้างทักษะใหม่แก่พนักงาน และการใช้แอปพลิเคชันและพัฒนาโปรแกรมประยุกต์สำหรับอุปกรณ์สื่อสารเคลื่อนที่ โดยเน้นทั้งการให้บริการของภาครัฐและเอกชน เช่น NCOVI app และ Bluezone app สำหรับการติดตามผู้สัมผัส (Contact tracing)

บทบาทของเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการศึกษา

กระทรวงศึกษาธิการและการฝึกอบรม (Ministry of Education and Training – MOET) ได้ออกแนวทางการเรียนการสอนแบบออนไลน์และอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้ทั้งภาครัฐและเอกชนเข้าสู่ตลาดใหม่จากการเพิ่มบทบาทของเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการศึกษา เช่น การพัฒนาการเรียนการสอนออนไลน์ผ่านระบบ VNPT E-Learning ของบริษัท VNPT ซึ่งมีผู้ใช้งานเพิ่มขึ้น 4 เท่า การเปิดฐานข้อมูลทางการศึกษาชื่อ ViettelStudy ของบริษัท Viettel ส่งผลให้มีผู้ใช้งานในตลาดใหม่มากถึง 41 ล้านคน นอกจากการเรียนการสอนออนไลน์ทั่วไปแล้ว การสอนทำอาหารออนไลน์และการสร้างสังคมออนไลน์เกี่ยวกับการทำอาหารที่บ้านเป็นที่นิยมมากในสังคมเวียดนาม เช่น กลุ่ม Facebook ชื่อ “Yeu bep” และ “Ghet bep, khong nghien nha” ที่มีสมาชิกเข้าร่วมจำนวนมากในช่วงสถานการณ์โควิด 19

การซื้อขายและบริการออนไลน์

แม้ว่าพฤติกรรมของผู้บริโภคชาวเวียดนามในด้านการซื้อขายและบริการออนไลน์จะเริ่มเปลี่ยนตั้งแต่ก่อนสถานการณ์โควิด 19 ผลสำรวจพบว่า ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 50 ลดการออกไปซื้อสินค้าตามร้านค้าทั่วไปในช่วงการระบาดร้อยละ 80 หันมาทำกิจกรรมที่บ้านมากขึ้น และร้อยละ 39 ซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์บ่อยขึ้น พฤติกรรมที่มีแนวโน้มที่จะคงอยู่ต่อไป ได้แก่ การซื้อหนังสือออนไลน์ สินค้าอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์มือถือที่รองรับระบบ 5G และการสั่งอาหารมาส่งที่บ้าน การเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อการบริโภคในเวียดนามในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ในปี 2563 พบว่าผู้บริโภคซื้อสินค้าบนระบบออนไลน์ และใช้บริการการจัดส่งของและอาหารมากขึ้นถึงร้อยละ 20 เมื่อเทียบกับปี 2562 ด้านพฤติกรรมการซื้ออาหารของชาวเวียดนามพบว่า ยอดขายของอาหารสะดวกซื้อและอุปกรณ์ทำอาหาร (Convenience foods and cooking aids) เพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะอาหารแช่แข็ง อาหารกระป๋อง และขนมปังสำเร็จรูป เนื่องด้วยพฤติกรรมการรับประทานอาหารที่เปลี่ยนไปในสถานการณ์โควิด 19 จากการแวะซื้อมาเป็นการรับประทานอาหารที่บ้านเพื่อความปลอดภัย (“On-the-go” to “Safe-in-home” consumption) ในภาคธุรกิจ Shopee รายงานว่าชาวเวียดนามซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ขณะที่ Grab ได้สร้างระบบร้านขายของชำผ่านแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ชื่อ GrabMart ในช่วงเริ่มต้นของสถานการณ์โควิด 19 ส่งผลให้มีการเข้าใช้เพิ่มขึ้นร้อยละ 91 ภายในหนึ่งสัปดาห์

การใช้นวัตกรรมทางการเงิน

จากการที่รัฐบาลเวียดนามได้ปฏิรูปโครงสร้างการทำงานของภาครัฐ ออกแผนการสนับสนุน MSME ด้านการขยายธุรกิจและสร้างฐานลูกค้าเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงสถานการณ์โควิด 19 เพื่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัล และส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลของเวียดนาม ส่งผลให้ภาคเอกชนและผู้ประกอบการ MSME หันมาใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ มากขึ้น และปรับกระบวนการทำงานสู่ระบบดิจิทัล ผู้ประกอบการ MSME หันมาจัดระเบียบเทคโนโลยีขั้นพื้นฐานใหม่ เพื่อเตรียมพร้อมรับมือในสถานการณ์โควิด 19 ที่อาจรุนแรงขึ้น ธุรกิจและผู้บริโภคทำธุรกรรมทางการเงินผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะเป็นความปกติใหม่ในอนาคต โดยเฉพาะในส่วนของ การใช้ระบบการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การจัดโครงสร้างพื้นฐานในห่วงโซ่คุณค่าของระบบโลจิสติกส์และดิจิทัล และการให้บริการเทคโนโลยีทางการเงินผ่านระบบ FinTech ทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชนเพื่อสร้างนวัตกรรมใหม่ด้านการเงิน

แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม

การเปลี่ยนแปลงจากการระบาดของโควิด 19 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรง ภาคอุตสาหกรรมหันมาเพิ่มการผลิต ในอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในช่วงสถานการณ์โควิด 19 ทั้งในส่วนของตลาดเป้าหมาย ความต้องการของผลิตภัณฑ์ และการส่งเสริมการตลาด เช่น อุตสาหกรรมการแพทย์ การผลิตถุงมือยาง เกสซ์ภัณฑ์ และเคมีภัณฑ์ การให้บริการด้านการแพทย์ผ่านระบบดิจิทัล อุตสาหกรรมดิจิทัล ธุรกิจพัฒนาซอฟต์แวร์ การป้องกันอันตรายในโลกออนไลน์ และการบริการเกี่ยวกับการจัดเก็บข้อมูล (Cloud computing)

เวียดนามเป็นประเทศหนึ่งที่กำลังมุ่งมั่นปรับแผนยุทธศาสตร์ทางสังคมและเศรษฐกิจเพื่อรองรับการก้าวเข้าสู่ความปกติใหม่ รัฐบาลเวียดนามได้ออกนโยบายการส่งเสริมนวัตกรรมและการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในภาคการผลิตของอุตสาหกรรมที่สำคัญต่างๆ เช่น อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมยานยนต์ รวมไปถึงอุตสาหกรรมในระดับตติยภูมิ (Tertiary industry) ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับโครงสร้างห่วงโซ่มูลค่าการผลิตและเน้นอุตสาหกรรมสนับสนุนเป็นหลัก ส่งผลให้มีการผลิตในประเทศที่เพิ่มมากขึ้นแทนการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับการผลิตและการบริโภค ผู้ให้บริการระบบขนส่งโลจิสติกส์เน้นการปรับระบบการขนส่งให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดต้นทุนรวมและเข้าถึงกลุ่มธุรกิจที่ทำหน้าที่กระจายตัวสินค้า โดยมีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการพัฒนาการขนส่งเพิ่มมากขึ้น และมีการพัฒนาการจัดระเบียบสินค้าและบริการรูปแบบใหม่ รวมไปถึงการกระจายสินค้า และการจำแนกแจกจ่ายผลิตภัณฑ์สู่ผู้บริโภค

สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

สถานการณ์ระดับมหภาค	สถานการณ์ระดับจุลภาค
<ul style="list-style-type: none"> • โครงสร้างพื้นฐานและการปรับเข้าสู่ยุคเทคโนโลยีดิจิทัล • ความเป็นเมืองและเทคโนโลยีนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมแห่งอนาคต • การปฏิรูปสำคัญ 3Es (Priority reforms: E-learning, E-payment and E-government) • ศูนย์นวัตกรรม • การรักษาส่งแวดล้อม • การปรับเข้าสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนและพลังงานสะอาด • การผลิตและการบริโภคแบบยั่งยืน 	<p>แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> • สภาวะแวดล้อมของผู้บริโภค • การปรับตัวของธุรกิจและผู้บริโภค • บทบาทของเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อการศึกษา • การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ • การใช้นวัตกรรมด้านการเงิน <p>แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> • นวัตกรรมและการนำเทคโนโลยีในการผลิตและโลจิสติกส์

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัว

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโตเป็นอุตสาหกรรมที่ได้อันานิสงส์จากนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐ ได้แก่ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระยะ 5 ปี (2021 - 2025) แผนยุทธศาสตร์แห่งชาติด้านอุตสาหกรรม 4.0 เพื่อก้าวสู่ปี 2030 (National Strategy on Fourth Industrial Revolution toward the Year 2030) และแผนการพัฒนาเมืองอัจฉริยะ ระยะ 5 ปี (2021 - 2025) รวมถึงเป็นอุตสาหกรรมที่รองรับกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งก่อนและหลังการระบาดของโควิด 19 โดยมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากทั้งข้อมูลในอดีตและแนวโน้มการเติบโตในอนาคต ในส่วนของอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มทรุดตัวเร็วที่สุดนั้น พิจารณาจากอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนนโยบายของภาครัฐ รวมถึงมีอัตราการเติบโตที่เริ่มถดถอยลงอย่างต่อเนื่องทั้งก่อนและหลังการระบาดของโควิด 19 โดยมีรายละเอียดตามตารางที่ 7.6 ซึ่งแสดงรายชื่ออุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มจะเติบโต/ทรุดตัวเร็วที่สุดในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม

ตารางที่ 7.6 อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัวในประเทศเวียดนาม

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว	อุตสาหกรรมที่ทรุดตัวเร็ว
<ul style="list-style-type: none"> • ผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบโทรศัพท์ • การค้าปลีกออนไลน์ และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ • การแพทย์ • สื่อสารโทรคมนาคม • เครื่องจักรและอุปกรณ์ 	<ul style="list-style-type: none"> • เหมืองแร่และเหมืองหิน • การค้าปลีกและค้าส่งแบบดั้งเดิม • ยานยนต์ • น้ำมันดิบและก๊าซธรรมชาติ • ถ่านหิน

สาธารณรัฐจีน

สาธารณรัฐจีน (Republic of China) หรือจีนไทเป (Chinese Taipei) มีอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์เป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเป็นผู้ผลิตรายใหญ่อันดับที่ 4 ของโลก และเป็นผู้นำราย Semiconductor รายใหญ่ที่สุดในโลก ระบบเศรษฐกิจถูกขับเคลื่อนด้วยการส่งออกและระบบอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่ปี 2553 จีนไทเปต้องเผชิญกับกับสถานะผันผวนทางเศรษฐกิจมาโดยตลอด โดยเฉพาะอย่างยิ่งความผันผวนในธุรกิจที่มีการดำเนินกิจการในประเทศจีนอันเนื่องมาจากกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจและข้อกำหนดด้านการจ้างแรงงานที่เปลี่ยนแปลงไป และในปี 2562 จีนไทเปต้องเผชิญกับภาวะผันผวนที่สำคัญอีกครั้ง เนื่องจากปัญหาสงครามการค้า ก่อให้เกิดความตึงเครียดทางเศรษฐกิจระหว่างอเมริกากับจีนที่เป็นประเทศคู่ค้าที่สำคัญ โดยทำให้อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจลดลงร้อยละ 3 อย่างไรก็ตาม เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด 19 ในปี 2563 ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าจะส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงทางเศรษฐกิจจีนไทเป กลับพบว่า เศรษฐกิจมีการเติบโตอย่างรวดเร็วในทิศทางตรงกันข้าม โดยพบว่ามีอัตราการเติบโตของ GDP ร้อยละ 2.98 ซึ่งสูงกว่าประเทศจีนในรอบ 30 ปี ในขณะที่อัตราการเติบโตของ GDP ของจีนเท่ากับร้อยละ 2.33 ซึ่งอุตสาหกรรมสำคัญที่มีมูลค่าการเติบโตสูงสุดได้แก่ อุตสาหกรรม Semiconductor โดยสถานการณ์โควิด 19 ก่อให้เกิดความต้องการสินค้าในกลุ่มนี้มากขึ้นในขณะที่มีข้อจำกัดในการขนส่งและความสามารถในการผลิต จึงทำให้เกิดการขาดแคลนสินค้าในระดับโลก เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ราคาสินค้าสูงขึ้น ยังผลให้จีนไทเปซึ่งเป็นผู้ผลิตรายใหญ่ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยตรง

สถานการณ์ Next Normal ในระดับมหภาค (Macro Analysis)

การเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นดิจิทัล

แม้ว่าจีนไทเปจะเป็นประเทศผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์รายใหญ่ และมีเทคโนโลยีก้าวหน้า อีกทั้งความสามารถในการรับมือกับสถานการณ์โควิด 19 อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ชาวจีนไทเปไม่เห็นความสำคัญหรือความเร่งด่วนในการปรับเปลี่ยนการใช้ชีวิตและการดำเนินกิจการต่างๆ สู่การเป็นดิจิทัล แต่ในขณะที่สถานการณ์โควิด 19 ยังไม่สิ้นสุด และโดยเฉพาะอย่างยิ่งความรุนแรงและจำนวนผู้ป่วยที่เพิ่มขึ้นในปี 2564 จึงปฏิเสธไม่ได้ว่าจีนไทเปจะต้องกำหนดให้การปรับเปลี่ยนประเทศสู่การเป็นสังคมดิจิทัลเป็นประเด็นเร่งด่วนอีกประเด็นหนึ่ง โดยรัฐบาลได้ประกาศแผนปฏิบัติการสำหรับการเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นดิจิทัลจำนวน 15 แผนงาน เพื่อการเป็นอุตสาหกรรมดิจิทัลและการก่อสร้างเมืองอัจฉริยะ โดยประกอบด้วย 5 ประเด็น ได้แก่ ระบบโครงสร้างพื้นฐานแบบดิจิทัล การพัฒนาผู้เชี่ยวชาญด้านดิจิทัล ระบบการช่วยเหลือเพื่อการเปลี่ยนผ่านธุรกิจสู่ดิจิทัล การพัฒนาระบบเศรษฐกิจแบบอยู่กับบ้าน (Stay-at-home economy) และการบริการแบบไร้สัมผัส

สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง

สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วอันเนื่องมาจากการขึ้นลงของน้ำทะเล และอุณหภูมิที่สูงขึ้นเรื่อยๆ เป็นความท้าทายที่สำคัญของจีนไทเปซึ่งมีภูมิประเทศเป็นเกาะ ปัญหาภัยแล้งและการขาดแคลนน้ำในจีนไทเปมีแนวโน้มที่จะทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งส่งผลโดยตรงต่ออุตสาหกรรม Semiconductor เนื่องจากกิจกรรมการผลิตและการขนส่งของจีนไทเปต้องพึ่งพาระบบน้ำและการขนส่งทางน้ำ และยังส่งผลต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนอีกด้วย นอกจากนี้

จีนไทเปเป็นประเทศที่มีการผลิตก๊าซเรือนกระจกสูงขึ้นบรรยากาศโลกกว่าร้อยละ 0.8 ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหาโลกร้อน แม้ว่าที่ผ่านมาจีนไทเปจะไม่ได้มีกฎระเบียบควบคุมอย่างจริงจังเกี่ยวกับการจัดการในเรื่องนี้ นอกจากนี้ กรีนพีซได้เรียกร้องให้อุตสาหกรรมเทคโนโลยีของจีนไทเปให้ความสำคัญกับการมีมาตรการด้านสภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลงอย่างจริงจัง โดยรัฐบาลได้ประกาศและปรับใช้มาตรการเพื่อลดการผลิตก๊าซเรือนกระจกสู่ปริมาณศูนย์ (Set Zero) ภายในปี ค.ศ. 2050 ตัวอย่างมาตรการประกอบด้วย การรับมือและการป้องกันผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศ และการปรับตัวของภาคอุตสาหกรรมเป็นอุตสาหกรรมสีเขียวเพื่อลดการผลิตก๊าซเรือนกระจก เป็นต้น

ส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ

เศรษฐกิจของจีนไทเปเป็นเศรษฐกิจที่เน้นการส่งออกเป็นหลักทำให้เศรษฐกิจของประเทศได้รับผลกระทบโดยตรงเมื่อเกิดสถานการณ์โควิด 19 ซึ่งการขนส่งและการเดินทางถูกระงับหรือชะลอตัวลงจากสถานการณ์ปิดเมืองทั่วโลก อีกทั้งการมีฐานการผลิตส่วนใหญ่อยู่ในประเทศจีน และการชะลอตัวเพราะได้รับผลกระทบโดยตรงจากสงครามการค้าของจีนกับอเมริกา ตลอดจนความผันผวนในด้านกฎระเบียบการค้าการลงทุนในจีน ส่งผลให้เกิดความไม่สมดุลของความต้องการสินค้าและความสามารถในการผลิต การส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศจึงเป็นแนวทางการวางระบบเศรษฐกิจของจีนไทเป ต่อจากนี้ โดยมุ่งสร้างนิเวศธุรกิจและห่วงโซ่เชิงนวัตกรรมภายในประเทศ เพื่อลดความเสี่ยงจากการพึ่งพาประเทศใดประเทศหนึ่งมากเกินไป และประกอบไปด้วยองค์ประกอบอย่างครอบคลุมในระบบห่วงโซ่อุปทาน เพื่อป้องกันปัญหาการขาดสมดุลระหว่างความสามารถในการผลิตกับความต้องการสินค้า โดยใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นตัวเชื่อมโยงหน่วยธุรกิจที่อยู่ในห่วงโซ่ทั้งหมด

สถานการณ์ Next Normal ในระดับจุลภาค (Micro Analysis)

1) แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค

การระบาดของโควิด 19 ส่งผลให้ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (Private Consumption Index) ของจีนไทเป ลดลงร้อยละ 1.15 โดยดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนต่างประเทศลดลงมากถึงร้อยละ 93.35 ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2563 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า เนื่องจากมีการกำหนดมาตรการควบคุมบริเวณชายแดนทำให้อัตราการซื้อขายในบริเวณดังกล่าวลดลงเป็นอย่างมาก แม้ว่ารัฐบาลจะออกนโยบายกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายภายในประเทศในสาขาค้าปลีก และธุรกิจบริการอาหารก็ตาม อย่างไรก็ตาม การที่ประชาชนไม่สามารถเดินทางไปต่างประเทศได้ ได้ส่งผลให้ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนภายในประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.09 ในช่วงเวลาเดียวกัน ด้านดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคนั้น หลังจากมีการปรับลดลงในช่วงปีแรกของการระบาด พบว่าในปี 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในจีนไทเปเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมกราคม 2564 โดยเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 77.28 ในเดือนเมษายน ซึ่งเป็นค่าดัชนีที่สูงที่สุด ตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 นอกจากนี้ วิกฤตการณ์ระบาดของโควิด 19 ยังได้ส่งผลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ดังนี้

การซื้อขายออนไลน์

แม้สถานการณ์โควิด 19 ในจีนไทเปจะไม่ได้มีความรุนแรงนักเมื่อเทียบกับทั่วโลก แต่ประชาชนก็ให้ความสำคัญกับการหลีกเลี่ยงการสัมผัสซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการติดเชื้อ ส่งผลให้เกิดพฤติกรรมการซื้อของออนไลน์มากขึ้น ประชาชนจีนไทเปหันมาใช้ระบบดิจิทัลซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มยังได้พัฒนาฟังก์ชันต่างๆ เพิ่มเข้ามาอยู่ในแพลตฟอร์ม อาทิ การจ่ายเงินออนไลน์ โปรโมชันและข้อเสนอพิเศษ เกมส์

ระบบข้อความอัตโนมัติ วิดีโอสั้น และการถ่ายทอดสดของผู้ที่มีชื่อเสียง ส่วนการจ่ายเงินออนไลน์ก็เป็นอีกพฤติกรรมที่ผู้บริโภคนิยมใช้เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสเงินสด ทำให้เกิดการแข่งขันกันในกลุ่มผู้บริการแอปพลิเคชันเพื่อพัฒนาระบบการจ่ายเงินออนไลน์ของตนเอง เช่น LINE Pay และ PX Pay เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ลูกค้า ทางฝ่ายรัฐบาลได้มีการส่งเสริมการใช้จ่ายออนไลน์นับตั้งแต่ปี 2561 โดยกระทรวงการคลังจีนไทเปได้เปิดตัวแอปพลิเคชัน“Taiwan Pay” สำหรับการจ่ายเงินผ่านสมาร์ตโฟน และตั้งเป้าให้ประชาชนเปลี่ยนไปใช้การจ่ายเงินออนไลน์ผ่านระบบดังกล่าวมากถึงร้อยละ 90 ภายในปี 2567 นอกจากนี้ในช่วงปีแรกของการระบาดของโควิด 19 รัฐบาลโดยได้เปิดใช้ระบบสื่อสารไร้สาย 5G ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกให้กับวิถีชีวิตดิจิทัลของประชาชนได้เป็นอย่างดีอีกด้วย

การบริโภคแบบใส่ใจสุขภาพ

กระแสความนิยมในการดูแลสุขภาพและความพิถีพิถันในการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพของผู้บริโภคมีส่วนสำคัญในการเติบโตสูงชันของตลาดค้าปลีกจีนไทเป โดยผู้บริโภคชาวจีนไทเปยอมจ่ายเงินให้กับสินค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่มีประโยชน์ คุณภาพดี และสอดคล้องกับวิถีชีวิต ซึ่งรวมถึงการลดอาหารที่มีรสหวานหรือปรุงรสหวานด้วยสารแทนความหวาน นอกจากนี้แนวคิดและความเชื่อส่วนบุคคลยังส่งผลต่อเทรนด์การบริโภคที่หลากหลาย รวมถึงการบริโภคอาหารมังสวิรัต การเลือกบริโภคเนื้อสัตว์บางชนิด หรือการบริโภคอาหารจากธรรมชาติที่มีกระบวนการผลิตที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ค่านิยมการบริโภคดังกล่าวยังคงอยู่เมื่อเกิดสถานการณ์โควิด 19 และคาดการณ์ว่าจะยังคงอยู่แม้สถานการณ์ของโรคคลี่คลายลง เนื่องจากประชาชนตระหนักถึงความรุนแรงของการติดโควิด 19 ในกลุ่มคนที่มีโรคประจำตัว จึงให้ความสำคัญกับการบริโภคอาหารที่ลดความเสี่ยงต่อการเจ็บป่วยด้วยโรคดังกล่าว ขณะเดียวกันก็ได้เพิ่มความพิถีพิถันในการเลือกบริโภคสินค้าที่มีการบรรจุในหีบห่อที่มีความปลอดภัยและมีลูกเล่นสอดคล้องกับวิถีชีวิตด้วย

2) แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม

ธุรกิจที่มีความสามารถในการรับมือและฟื้นตัวจากภาวะวิกฤต

สถานการณ์โควิด 19 ทำให้ทราบว่า กว่าร้อยละ 60 ของ MSME ในจีนไทเปมีทักษะการบริหารจัดการความเสี่ยงไม่ดีนัก ทำให้ไม่สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนหรือวิกฤตในการดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่งสำคัญต่อการรับมือกับภาวะดังกล่าวคือ การวางแผนธุรกิจที่มีความยืดหยุ่น โดยมีการวางแผนการรับมือในกรณีที่เกิดปัญหาทางธุรกิจ รวมถึงแนวทางการปรับตัวและฟื้นฟูธุรกิจให้กลับสู่ภาวะปกติ ดังนั้นการเรียนรู้ทักษะดังกล่าวเพื่อให้สามารถดำเนินธุรกิจในยุคหลังสถานการณ์โควิด 19 ต่อไปได้ จะเป็นเทรนด์ในอนาคตของการประกอบธุรกิจของ MSME ในประเทศ

ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยดิจิทัล

ความพร้อมด้านเทคโนโลยีที่เชี่ยวชาญและก้าวหน้าทำให้จีนไทเปใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดตามการเดินทางและการจัดการข้อมูล Big data ในการควบคุมการระบาดของโควิด 19 ในปีแรกได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จที่เพิ่มขึ้นจากการระบาดของโควิด 19 การถูกจำกัดด้านการคมนาคม และการขาดแคลนอุปทานในห่วงโซ่คุณค่าทำให้ธุรกิจของผู้ประกอบการไม่ว่ารายใหญ่หรือรายย่อยขาดความต่อเนื่องในการดำเนินงาน การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาปรับใช้ในการสร้างความเชื่อมโยงและต่อเนื่องของห่วงโซ่คุณค่าจะเป็นแนวทางการรับมือและฟื้นตัวจากภาวะวิกฤตได้ นอกจากนี้ แนวคิดการปรับธุรกิจให้เป็น “Agile organization” หรือองค์กรที่มีความคล่องตัวกับการเปลี่ยนแปลงที่จะช่วยให้สามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วเพื่อปรับเปลี่ยนการทำงานให้ทันกับเทรนด์การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยี เพื่อให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จ รัฐบาลจะต้องส่งเสริมให้มีการขับเคลื่อนในทิศทางดังกล่าวอย่างครอบคลุมทั้งในธุรกิจขนาดใหญ่และกลุ่ม MSME นอกจากนี้ยังต้องสร้างความเชื่อมั่นในสังคมเกี่ยวกับศักยภาพและความปลอดภัยของระบบดิจิทัลอีกด้วย

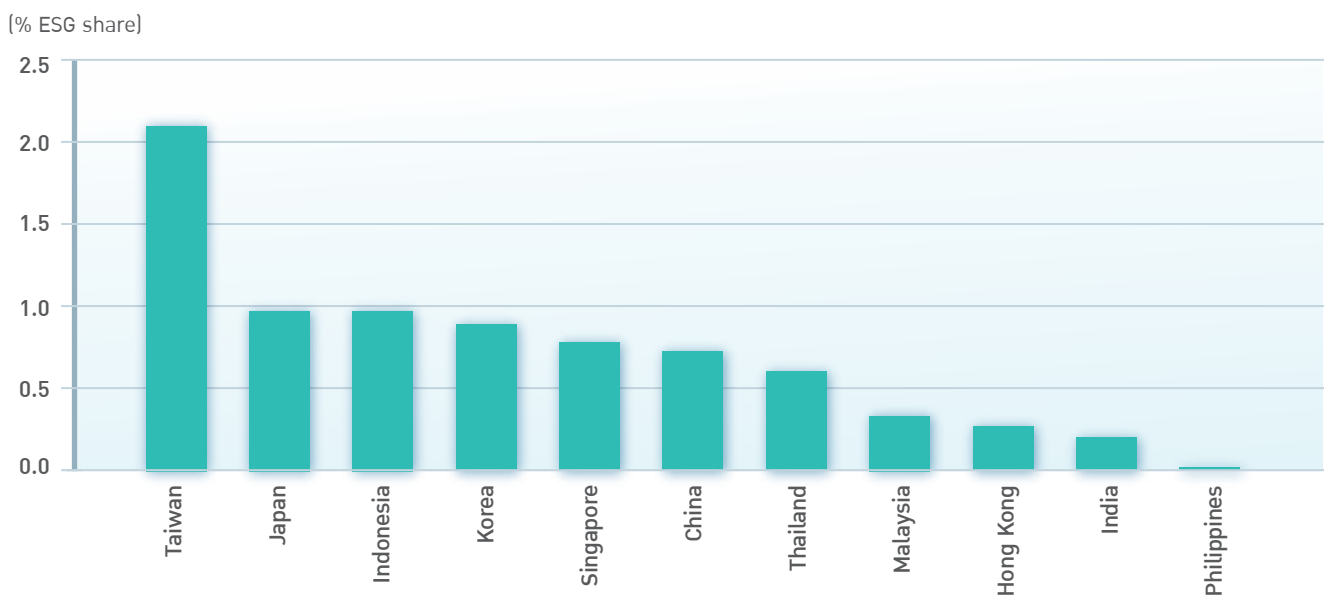
ค้าปลีกออนไลน์

พฤติกรรมการณ์ซื้อสินค้าออนไลน์ที่สูงขึ้นของผู้บริโภคส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์เติบโตขึ้น มูลค่าของการค้าปลีกออนไลน์ในจีนไทเป ระหว่างปี 2561 - 2562 มีมูลค่าประมาณ 6,300 และ 6,900 ล้านเหรียญสหรัฐตามลำดับ และมีมูลค่าเพิ่มขึ้นถึง 8,300 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2563 ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดสถานการณ์โควิด 19 โดยสินค้าที่มีการซื้อผ่านระบบออนไลน์มากที่สุด 3 อันดับ ได้แก่ เสื้อผ้าและรองเท้า เครื่องใช้อิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์เสริมความงามและดูแลสุขภาพ ขณะเดียวกันกลุ่มสินค้าอาหารและเครื่องดื่มมีการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในช่วงสถานการณ์โควิด 19 โดยผู้บริโภคเกือบครึ่งหนึ่งมีการซื้ออาหารและเครื่องดื่มเป็นประจำทุกเดือน ธุรกิจที่หันมาทำการค้าปลีกออนไลน์ประกอบด้วยผู้ประกอบการ MSME และร้านค้าที่มีแพลตฟอร์มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่แล้ว ที่นำสินค้ามาลดราคาเพื่อให้แพลตฟอร์มยังคงมีการเคลื่อนไหว อย่างไรก็ตาม กลุ่มร้านค้าขนาดเล็กยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายในด้านการขนส่ง เนื่องจากมีการจัดการขนส่งเอง ซึ่งทำให้มีความสามารถในการแข่งขันน้อยกว่าผู้ลงทุนรายใหญ่ที่ได้มีการลงทุนสร้างระบบห่วงโซ่อุปทานการค้าปลีกออนไลน์อย่างครบวงจร

ธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล

สืบเนื่องจากการหันมาให้ความสำคัญในการจัดการสภาพการเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศจากปัญหาสิ่งแวดล้อมและสภาพอากาศที่แปรปรวนทั่วโลกนั้น ธุรกิจภายในจีนไทเปเองก็ได้เริ่มให้ความสำคัญกับการทำธุรกิจเชิงยั่งยืน และโดยให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล หรือ ESG มากขึ้น แม้ว่าเมื่อเทียบกับการลงทุนแบบดั้งเดิม สัดส่วนของการลงทุนใน ESG ในประเทศจะมีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น แต่เมื่อพิจารณาสัดส่วนกับประเทศในภูมิภาคเดียวกัน จะพบว่าในเดือนกันยายน 2563 จีนไทเปมีสัดส่วนการลงทุนใน ESG สูงที่สุดในภูมิภาคเอเชีย (ภาพที่ 7.6) โดยจากการสำรวจพบว่าผู้บริหารบริษัทในจีนไทเปร้อยละ 90 ได้เริ่มหรือมีแผนที่จะเริ่มปรับธุรกิจให้มีรูปแบบความยั่งยืนของ ESG โดยเชื่อมั่นว่าจะเป็นสิ่งที่ช่วยดึงดูดการลงทุนและเพิ่มอำนาจการแข่งขันให้แก่ธุรกิจ เนื่องจากเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากนักลงทุนทั่วโลก นอกจากนี้ รัฐบาลโดยคณะกรรมการกำกับดูแลทางการเงินได้เสนอแผนการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Three-Year “Corporate Governance 3.0 - Sustainable Development Roadmap”) เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเร่งพัฒนาธุรกิจในประเทศที่มีการดำเนินกิจการเชิงยั่งยืนตามแนวทาง ESG ให้หน่วยธุรกิจมีความพร้อมและแผนการรับมือและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในภาวะวิกฤตในปี 2563 อีกด้วย

ภาพที่ 7.6 สัดส่วนการลงทุนใน ESG ในภูมิภาคเอเชีย



ที่มา: Fitch Ratings, Lipper for Investment Management (2020)

สาธารณรัฐจีน	
สถานการณ์ระดับมหภาค	สถานการณ์ระดับจุลภาค
<ul style="list-style-type: none"> • การเปลี่ยนผ่านสู่ความเป็นดิจิทัล • สภาพอากาศที่เปลี่ยนแปลง • ส่งเสริมการลงทุนภายในประเทศ 	<p>แนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภค</p> <ul style="list-style-type: none"> • การซื้อสินค้าออนไลน์ • การบริโภคแบบใส่ใจสุขภาพ <p>แนวโน้มธุรกิจและอุตสาหกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> • ธุรกิจที่มีความสามารถในการรับมือและฟื้นตัวจากภาวะวิกฤต • ธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยดิจิทัล • การค้าปลีกออนไลน์ • สิ่งแวดล้อม สังคมและธรรมาภิบาล

อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัว

เมื่อพิจารณาจากอัตราการเติบโตของธุรกิจรายสาขา ในปี 2563 พบว่า สาขาเกษตรกรรม เหมืองแร่ การบริการ มีแนวโน้มเติบโตขึ้น และการผลิต โดยมีมูลค่าทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.27, 0.24, 0.09 และ 0.01 ตามลำดับ ในขณะที่สาขาการขนส่ง การก่อสร้าง การบริหารราชการ และสาธารณูปโภค มีมูลค่าทางเศรษฐกิจลดลงร้อยละ 0.88, 0.14, 0.06 และ 0.04 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมที่มีภาวะถดถอยส่วนใหญ่เป็นอุตสาหกรรมดั้งเดิมที่ไม่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ไม่ว่าจะเป็นสาขาการผลิตเหล็กและผลิตภัณฑ์จากเหล็ก พลาสติกและยาง เครื่องจักรกล สาขาปิโตรเคมี สิ่งทอ และสาขาบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริการโรงแรมและอาหาร โดยแม้ว่าจะมีระดับอัตราการจ้างงานสูงชันเป็นร้อยละ 3.77 ก็ไม่ได้สะท้อนถึงทิศทางการเติบโตที่ดีขึ้น เนื่องจากแรงงานส่วนใหญ่เป็นแรงงานในอุตสาหกรรมดั้งเดิมเหล่านี้ และมีแรงงานจำนวนมากที่ถูกพักงานโดยไม่ได้รับค่าจ้างนั่นเอง จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปอุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มจะเติบโต/ทรุดตัวเร็วที่สุดเมื่อพิจารณาจากมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ ดังแสดงในตารางที่ 7.7

ตารางที่ 7.7 อุตสาหกรรมที่มีแนวโน้มเติบโต/ทรุดตัวในจีนไทเป

อุตสาหกรรมที่เติบโตเร็ว	อุตสาหกรรมที่ทรุดตัวเร็ว
<ul style="list-style-type: none"> • เกษตรกรรม • เหมืองแร่ • การบริการ • การผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> • การขนส่ง • การก่อสร้าง • การบริหารราชการ • สาธารณูปโภค