



วิจัยปริทัศน์

(Research Review Article)

ฉบับที่ 6 เดือนมกราคม 2564

การปรับตัวของภาคธุรกิจไทยภายใต้สถานการณ์โควิด 19



กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร

การปรับตัวของภาคธุรกิจไทยภายใต้สถานการณ์โควิด 19

นารีลักษณ์ ศิริวรรณ*

สิริสร กระแสร์สุนทร**

จันทมร สีหาบุญลี***

บุชิตา ไวยยานนท์****

บทคัดย่อ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 ได้ทวีความรุนแรงและขยายขอบเขตไปในหลายประเทศทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกในภาพรวม สำหรับประเทศไทยได้รับผลกระทบในทุกภาคส่วนของการดำเนินธุรกิจ อาทิ ด้านการท่องเที่ยว การค้าปลีก และการอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศ โดยในส่วนของนักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการปิดประเทศและการเดินทางของนักท่องเที่ยวน้อยลง ด้านการค้าปลีกได้รับผลกระทบจากการใช้จ่ายสินค้าอุปโภคบริโภคภายในประเทศ ด้านอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบจากการลดกำลังซื้อและการผลิต ตลอดจนวัตถุดิบบางอย่างที่ต้องพึ่งพาการนำเข้าจากต่างประเทศ เกิดขาดแคลน ทำให้อุตสาหกรรมบางประเภทต้องหยุดการผลิตชั่วคราว ดังนั้น ภาคธุรกิจทั้ง 3 ประเภทดังกล่าว จำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อความอยู่รอดภายใต้สถานการณ์โควิด 19 ทั้งนี้ การท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ และกำหนดแคมเปญประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อช่องทางต่าง ๆ ด้านการค้าปลีกจำเป็นต้องปรับตัวและเร่งทำการตลาดออนไลน์ให้สามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ส่วนด้านอุตสาหกรรม ต้องเร่งสร้างผลิตภัณฑ์และสินค้าที่มีความแตกต่างและหลากหลาย สร้างมาตรฐานด้านความปลอดภัยและเน้นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์ สำหรับการปรับตัวของภาคธุรกิจในภาพรวม ทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและวิธีการบริหารธุรกิจ จึงควรเลือกแนวทางการปรับตัวที่มีความเหมาะสมกับทุกประเภทธุรกิจของตนเอง อาทิ 1) เชื่อมต่อบริการกับภาคการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเข้าถึงตลาดในอนาคต 2) พัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพ 3) ให้ความสำคัญกับทักษะด้านแรงงาน 4) ปรับตัวให้เกิดความคล่องตัวอย่างรวดเร็ว และ 5) ปรับโครงสร้างการผลิตและการค้าให้กระจายสู่ท้องถิ่น จำเป็นต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงในลักษณะพลิกโฉม (Transformative) เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ และเน้นอุตสาหกรรมเชิงสร้างสรรค์

*วิทยาการเชี่ยวชาญ กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ

**วิทยาการชำนาญการพิเศษ กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ

***วิทยาการชำนาญการพิเศษ กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ

****วิทยาการชำนาญการ กลุ่มงานวิจัยและพัฒนา สำนักวิชาการ

บทนำ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาหรือ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อความเปลี่ยนแปลงทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาด้านสุขภาพของประชากร ซึ่งการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 เกิดอย่างรวดเร็วเป็นวงกว้างในหลายภูมิภาคกว่า 200 ประเทศทั่วโลก จนทำให้มีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก โดยมีจำนวนผู้ติดเชื้อในเดือนมีนาคม 2564 จำนวนประมาณ 124 ล้านคน เสียชีวิตจำนวน 2 ล้านกว่าคน และก่อให้เกิดความผันผวนรุนแรงในตลาดการเงินโลก ทำให้เศรษฐกิจหลายประเทศหยุดชะงัก โดยการระบาดของโควิดส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง จากการที่แต่ละประเทศเริ่มทยอยปิดน่านฟ้าหรือปิดเมืองเพื่อไม่ให้คนเคลื่อนย้ายระหว่างพื้นที่ ทำให้ภาคอุตสาหกรรมชะลอการผลิต ส่งผลกระทบต่อเนื่องทำให้สภาพคล่องทางธุรกิจประสบปัญหาการผลิตและการลงทุนลดลงและส่งผลกระทบต่อภาคการจ้างงานและรายได้ของครัวเรือน ซึ่งกำลังซื้อภายในประเทศปรับตัวลดลง

สำหรับประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อในเดือนมีนาคม 2564 จำนวนประมาณ 27,876 คน เสียชีวิต จำนวน 91 คน โดยที่ผ่านมารัฐบาลได้ดำเนินนโยบายป้องกันและแก้ไขปัญหากับการแพร่ระบาดในระยะแรกได้ดี โดยรัฐบาลเร่งกำหนดมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และการปิดเมือง (Lockdown) แต่ประเทศไทยยังได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของการแพร่ระบาด โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวและการส่งออก ตลอดจนภาคการผลิตและบริการ รวมถึงภาคอุตสาหกรรมที่นำมาซึ่งปัญหาการว่างงาน โดยในปัจจุบันเป็นปัญหาวิกฤตลำดับแรกของประเทศที่รัฐบาลต้องเร่งให้ความช่วยเหลือ โดยรัฐบาลได้ออกมาตรการในการฟื้นฟูและกระตุ้นเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และผลกระทบ

ที่รุนแรงครอบคลุมไปทุกภาคส่วน ทำให้มีความจำเป็นต้องดำเนินมาตรการที่เข้มข้นกว่าปกติ ทั้งในเรื่องของการเตรียมความพร้อมด้านสาธารณสุข การเยียวยาผู้ได้รับผลกระทบ รวมทั้งการฟื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมให้เข้าสู่สภาวะปกติและสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่องภายใต้บริบทใหม่หลังจากวิกฤติการณ์โรคโควิด 19

อย่างไรก็ตาม วิกฤตจากการแพร่ระบาดของโควิดได้สร้างการเปลี่ยนแปลงสำคัญหลายประการ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว จนทำให้ธุรกิจหลายประเภทไม่สามารถแข่งขันหรืออยู่รอดได้ หากยังยึดติดกับรูปแบบธุรกิจเดิม เนื่องจากสภาวะปกติใหม่ที่มีสภาพการแข่งขันและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมาก ธุรกิจจำนวนมากไม่น้อยอาจประสบกับปัญหาชำระหนี้และปัญหาการขาดสภาพคล่อง เนื่องจากจำเป็นต้องแบกรับค่าใช้จ่าย เช่น ค่าเช่า ค่าพนักงาน เป็นต้น จึงนำไปสู่การเกิดธุรกิจแนวใหม่ที่มีการพัฒนาปรับเปลี่ยนแนวการดำเนินงานจากรูปแบบเดิมให้เหมาะสมกับสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป

ผลกระทบของสถานการณ์โควิดต่อภาคธุรกิจ

การปิดเมืองและการห้ามประกอบกิจการที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่ระบาดของโรค ส่งผลให้ธุรกิจหยุดกิจการชั่วคราวทำให้ขาดรายได้ และต้องเลิกจ้างหรือพักงานพนักงานบางส่วน ประชาชนบางส่วนมีรายได้ลดลงจากการที่ผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่ายสินค้าในโลกออนไลน์ ส่วนธุรกิจที่ยังเปิดกิจการอยู่ได้พบปัญหารายได้ที่ลดลง เกิดปัญหาสภาพคล่องทางการเงินซึ่งอาจส่งผลให้เกิดหนี้เสียและบริษัทล้มละลายจำนวนมาก ธุรกิจบางแห่งที่มีศักยภาพจะปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานโดยมีการทำงานที่บ้าน (Work From Home) มากขึ้น หรือปรับรูปแบบธุรกิจใหม่ และคาดว่าภายหลังจากการระบาดยุติลง การดำเนินธุรกิจต่าง ๆ อาจไม่กลับมาเป็นรูปแบบเดิมจากพฤติกรรมประชาชนที่เริ่มคุ้นชินกับเทคโนโลยีภาคธุรกิจจึงมีการปรับกลยุทธ์การทำงานโดยการ

ใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งทางด้านการผลิต การจำหน่าย โลจิสติกส์ ซึ่งทั้งหมดจะกลายเป็นสถานะปกติใหม่ของธุรกิจและจะเป็นปัจจัยเร่งให้ภาคธุรกิจหลายรายต้องเข้าสู่ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชัน (Digital Transformation) เร็วขึ้น และส่งผลให้ภาคธุรกิจและแรงงานต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับกระแสการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ตัวอย่างผลกระทบจากสถานการณ์โควิดต่อธุรกิจด้านการท่องเที่ยว การค้าปลีกและการอุตสาหกรรม มีดังนี้

ด้านการท่องเที่ยว จากการใช้มาตรการปิดประเทศโดยระงับการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นการชั่วคราว เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดในประเทศ และการปิดด่านชายแดนทั่วประเทศ ส่งผลให้ภาคธุรกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมที่อยู่ในห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโลก รวมไปถึงถึงภาคแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างธุรกิจสายการบินเป็นหนึ่งในธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบทำให้หลายสายการบินต้องหยุดการให้บริการเส้นทางภายในและระหว่างประเทศ เป็นการชั่วคราว และตามมาด้วยการปรับลดพนักงานลง นอกจากนี้ ยังพบว่าในหลายธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจโรงแรมและที่พักได้รับผลกระทบรุนแรงเช่นกัน โดยโรงแรมและที่พักหลายแห่งต้องปิดกิจการ รวมถึงธุรกิจนำเที่ยวผ่านช่องทางออนไลน์ ร้านค้าของที่ระลึกและร้านอาหารในสถานที่ท่องเที่ยวต่างได้รับผลกระทบอย่างหนัก โดยจากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการท่องเที่ยว พบว่า ภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบจากไวรัสโควิด 19 มากที่สุด คือ ภาคตะวันออก รองลงมา คือ ภาคใต้และภาคเหนือ ตามลำดับ ส่วนธุรกิจที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด คือ สวนสนุกและรีมปาร์ค รองลงมา คือ บริษัททัวร์นำเที่ยวและธุรกิจขนส่ง ตามลำดับ และข้อมูลของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า แรงงานในภาคการท่องเที่ยวประมาณไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน และมากกว่า 1.3 ล้านคนในภาคการผลิตที่

เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวอาจได้รับผลกระทบจากการขาดรายได้หรือลดการจ้างงาน

ด้านการค้าปลีก ธุรกิจค้าปลีกเป็นธุรกิจที่ได้รับผลกระทบค่อนข้างสูงมาก เนื่องจากมีผู้ประกอบการอยู่เป็นจำนวนมาก และมีมูลค่าทางการตลาดที่สูงกว่า 5.5 ล้านล้านบาท โดยศูนย์วิจัยธนาคารออมสินได้ประเมินถึงผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ร้านขายสินค้าเฉพาะอย่างตามแหล่งท่องเที่ยว ร้านขายอาหารนันทนาการในร้าน และร้านขายสินค้า ประกอบกับผลการคาดการณ์มูลค่าความเสียหายทางเศรษฐกิจต่อธุรกิจค้าปลีกในไทย โดยธนาคารไทยพาณิชย์ พบว่าการแพร่ระบาดของโควิด 19 จะทำให้ความเชื่อมั่นและกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าฟุ่มเฟือย รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลงมาก ส่งผลให้ธุรกิจค้าปลีกบางประเภทที่มีสัดส่วนรายได้มาจากนักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบมาก เช่น ร้านค้าปลีกประเภท Non-grocery ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าไม่จำเป็น อาทิ ร้านเสื้อผ้า ร้านสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ ร้านสินค้าความงาม รวมถึงร้านสินค้าเกี่ยวกับบ้านที่ได้รับผลกระทบจากการลดลงของกำลังซื้อของผู้บริโภค และการชะลอตัวของตลาดที่อยู่อาศัย

ด้านการอุตสาหกรรม โดยเฉพาะอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สำคัญซึ่งสร้างรายได้และการจ้างงานภายในประเทศ โดยสัดส่วนตลาดของผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมดังกล่าวเป็นตลาดต่างประเทศถึงร้อยละ 60-65 โดยที่เหลือเป็นตลาดภายในประเทศ ซึ่งเมื่อเกิดการแพร่ระบาดของโควิด 19 ทำให้หลายประเทศลดกำลังการผลิตและการผลิตลง ประเทศไทยจึงได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากทั้งด้านการผลิตและการส่งออก โดยสินค้าที่ได้รับผลกระทบมีทั้งชิ้นส่วนอุปกรณ์และสินค้าสำเร็จรูป เนื่องจากประเทศจีนซึ่งเป็นห่วงโซ่การค้าที่สำคัญของไทย ได้รับผลกระทบจาก

วิกฤติการณ์ครั้งนี้เป็นประเทศแรก ทำให้วัตถุดิบบางอย่างที่ยังต้องพึ่งพาการนำเข้าจากประเทศนี้เกิดการขาดแคลน อุตสาหกรรมบางประเภทจึงต้องหยุดการผลิตชั่วคราว อีกทั้งการส่งออกผลผลิตไปขายในต่างประเทศก็ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกันจากมาตรการต่าง ๆ ที่นำมาใช้เพื่อลดความรุนแรงของสถานการณ์ เช่น การปิดประเทศ การจำกัดการนำเข้า การปิดกิจการบางกลุ่มชั่วคราว โดยแรงงานในภาคอุตสาหกรรมมีทั้งสิ้นประมาณ 7.5 แสนคน แบ่งออกเป็นธุรกิจขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ จำนวน 1.25 1.54 และ 4.70 แสนคนตามลำดับ ซึ่งจากการคาดการณ์ พบว่ากลุ่มธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงลบมากที่สุด คือกลุ่มขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs)

ผลการสัมมนาและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของภาคธุรกิจ ในสถานการณ์โควิด

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) ได้จัดสัมมนาวิชาการ “ทิศทางเศรษฐกิจการค้าไทยในยุคโควิดภวัตัน” พบว่า แนวโน้มการค้าโลกจะมาจากคนที่มีรายได้น้อยถึงปานกลาง ซึ่งต้องการของดีที่ราคาไม่แพง การเป็นสังคมสูงวัยของประเทศไทยและโลก จะปรับเปลี่ยนแนวโน้มความต้องการสินค้าและบริการในตลาด นอกจากนี้ ปัจจัยเรื่องสิ่งแวดล้อม โรคระบาด และเทคโนโลยีจะเป็นสิ่งสำคัญในการเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ ขณะที่ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โลกจะสั้นลง มีความหลากหลาย และจะมีการปรับเปลี่ยนการผลิตภายในภูมิภาคตนเอง (Regionalization) มากขึ้น เพื่อลดความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ของโลก นอกจากนี้ ภาคบริการจะมีบทบาทและเข้าใกล้ผู้บริโภคมากขึ้น ดังนั้น ภาคธุรกิจต้องเชื่อมต่อภาคการผลิตกับภาคบริการ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดและเข้าถึงตลาดในอนาคต ซึ่งคาดการณ์ว่าไทยจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางเศรษฐกิจของภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น

การค้าไทยจะเผชิญกับความไม่แน่นอน เพราะการส่งออกสินค้าและตลาดของไทยไม่หลากหลาย รวมทั้งผู้ผลิตสินค้าที่มีศักยภาพส่งออก มีการกระจุกตัวในกลุ่มเล็ก ๆ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ ดังนั้น ต้องทำให้ธุรกิจไทยมีศักยภาพในการส่งออกมากขึ้น ด้วยการผลิตสินค้าที่หลากหลายและมีมูลค่าเพิ่มทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยการส่งเสริมให้เกิดความเชื่อมโยงทางการค้ากับประเทศในภูมิภาค ไม่ใช่มุ่งเน้นการแข่งขัน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลต่อการค้าโลก อาทิ การกระจายความเสี่ยงของการพึ่งพาสถานที่ตลาดใดตลาดหนึ่งมากเกินไป โดยให้มาสนใจการค้าภายในภูมิภาคตนเองมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีเข้ามาพัฒนาการผลิต ไม่ว่าจะปัญญาประดิษฐ์ (AI) หรือแพลตฟอร์มการค้าในรูปแบบต่าง ๆ การเข้าสู่สังคมสูงวัย การเปลี่ยนแปลงทางภูมิอากาศ และความมั่นคงทางอาหารซึ่งไทยมีศักยภาพในการพัฒนาได้

ประเทศไทยจึงควรปรับโครงสร้าง การผลิตและการค้าให้กระจายไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น พัฒนาศักยภาพให้แรงงานในภาคบริการที่ไม่สามารถกลับสู่ออาชีพเดิม ให้มีความสามารถหลากหลายในการหาเลี้ยงชีพให้เหมาะสมกับความต้องการ ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งยังต้องการแรงงานภาคบริการที่มีทักษะจากภายในประเทศ ดังนั้น จึงต้องพัฒนาประสิทธิภาพการผลิตให้สูงขึ้นทั้งภาคเกษตรและอุตสาหกรรมให้อยู่ในโลกดิจิทัล โดยเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงที่รวดเร็ว ทั้งนี้ ยังพบประเด็นหนี้ครัวเรือนและหนี้ภาคธุรกิจในระดับสูง ซึ่งปัจจัยกระทบต่อการใช้จ่ายภายในประเทศและเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก เนื่องจากธนาคารพาณิชย์มักไม่ปล่อยกู้ให้กับธุรกิจที่มีระดับหนี้สูง ดังนั้น จะทำอย่างไรให้ธุรกิจในทุกระดับสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนได้ ซึ่งอาจมีบางธุรกิจที่อยู่รอดและบางธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การทำงาน รวมทั้งการกลับสู่ท้องถิ่นเพื่อปรับโครงสร้างการผลิตและการใช้ทรัพยากรให้เหมาะสม

ธนาคารกรุงศรีอยุธยาได้ทำการวิจัยเรื่อง พลิกโฉมธุรกิจหลังวิกฤตโควิด 19 ผลการศึกษาพบว่า การใช้มาตรการล็อกดาวน์ในหลายประเทศ เพื่อยั้งการระบาดของโควิด ทำให้ผู้คนไม่สามารถดำเนินชีวิตได้ตามปกติ ก่อให้เกิดการปรับเปลี่ยนชีวิตความเป็นอยู่อย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน อีกทั้งยังสร้างความเสียหายทางเศรษฐกิจอย่างรุนแรงในระยะยาว ตลอดจนก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เรียกว่า “ภาวะปกติใหม่” จากปัจจัยแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็น Megatrends กระแสสังคม โครงสร้างพื้นฐาน ความต้องการของผู้บริโภค และวัฏจักรเศรษฐกิจ หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า วิกฤตโรคระบาดโควิด 19 เป็นตัวเร่งให้กระแสต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วเปลี่ยนแปลงเร็วมากยิ่งขึ้น

สำหรับการเปลี่ยนแปลงสำคัญเกิดขึ้นในระยะสั้นและระยะยาว จนอาจทำให้ธุรกิจหลายประเภทไม่สามารถแข่งขันหรืออยู่รอดได้ หากยึดติดกับโมเดลธุรกิจรูปแบบเดิม เพราะในภาวะปกติใหม่ที่มีสภาพการแข่งขันและความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมาก การดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจในลักษณะเดิม เช่น การทุ่มงบการตลาด การพัฒนาสินค้าและบริการ หรือกระทั่งการลดต้นทุน อาจไม่สามารถช่วยให้ธุรกิจอยู่รอดได้ ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงต้องเข้าใจบริบทของโลกใหม่เพื่อปรับตัวได้อย่างเหมาะสมในหลายกรณีธุรกิจจำเป็นต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงในลักษณะพลิกโฉม (Transformative) เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้มีความโดดเด่นและมีภูมิคุ้มกันต่อการถูกทำลาย (Disrupt)

การพลิกโฉมธุรกิจภายหลังวิกฤตโควิด 19 มี 5 ขั้นตอนสำคัญ ได้แก่ 1) ประเมินสภาพแวดล้อมของโลกใหม่ด้วยความเข้าใจ (Reassess) 2) ทบทวนศักยภาพของโมเดลธุรกิจ (Review) โดยคำนึงถึงความเสี่ยงที่ธุรกิจจะถูก Disrupt ในอนาคตด้วย 3) กำหนดทิศทางใหม่ของธุรกิจที่จะมุ่งไปในอนาคต (Redirect) โดยให้ความสำคัญกับการสร้างโมเดลธุรกิจที่เหนือกว่าคู่แข่ง นอกเหนือจากการเพิ่ม

ประสิทธิภาพการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการ 4) สร้างโมเดลธุรกิจใหม่อยู่เสมอ (Reinvent) โดยมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าที่ตอบโจทย์ของผู้บริโภคและการสร้างความได้เปรียบทางธุรกิจ และ 5) ปฏิรูปโครงสร้างองค์กร กระบวนการ และวัฒนธรรมขององค์กร (Reform) เพื่อให้สามารถสร้างนวัตกรรมได้อย่างต่อเนื่อง สู่องค์กรที่เป็นเลิศที่มีโมเดลธุรกิจเหนือคู่แข่งในการดำเนินธุรกิจต่อไป แต่มาตรการส่วนใหญ่เป็นเพียงมาตรการระยะสั้น ซึ่งผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์เพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดและสามารถแข่งขันในตลาดโลกได้

ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาค และสำนักเศรษฐกิจภูมิภาค ได้จัดสัมมนาวิชาการประจำปี 2563 เรื่อง “ชวนคุยชวนคิดปรับวิถีธุรกิจท้องถิ่นในโลกใหม่อย่างยั่งยืน” ผลการสัมมนาได้กล่าวถึง การเร่งฟื้นฟูและปรับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและประชาชน รวมทั้งการประสานนโยบายหลายเรื่องเข้าด้วยกัน ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับอุปทานมากขึ้น โดยภาคธุรกิจในโลกยุคหลังโควิดจะต้องมุ่งเน้นทักษะที่จำเป็นของแรงงาน และให้ความสำคัญกับการแข่งขันด้านคุณภาพไม่ใช่ราคาหรือปริมาณ การรักษาสภาพคล่องทางการเงิน การส่งเสริมเครือข่ายธุรกิจร่วมกันและมองทุกวิกฤตเป็นโอกาส นอกจากนี้ควรใช้จุดแข็งของธุรกิจขนาดเล็กที่มีความคล่องตัวในการปรับตัวได้เร็วกว่า เพื่อเพิ่มโอกาสการเติบโตในอนาคต โดยต้องเตรียมความพร้อมใน 3 เรื่องคือ 1) ลดค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด 2) ปรับตัวอย่างรวดเร็ว และ 3) มีความยืดหยุ่นและพร้อมเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้ ในส่วนของการจ้างแรงงาน ต้องปรับตัวให้มีทักษะด้านการจัดการข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์ในอนาคต

ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์ (ม.ป.ป.) ทำการศึกษาเรื่อง การปรับตัวของธุรกิจในสภาพสังคมปกติใหม่ (New Normal) ผลการศึกษา พบว่า จากสถานการณ์โรคระบาด COVID-19 ทำให้สังคมมีการเปลี่ยนแปลง

ไปอย่างสิ้นเชิง เกิดสภาพสังคมปกติใหม่ (New Normal) โดยเฉพาะภาคธุรกิจ โดยเป็นส่วนหนึ่งของกลไกขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับรากหญ้า ซึ่งแนวทางการปรับตัวของธุรกิจในสภาพสังคมปกติใหม่ ควรมี 3 องค์ประกอบ คือ 1) การปรับตัวของผู้ประกอบการ 2) การปรับวิธีการบริหารธุรกิจ และ 3) การสนับสนุนโดยภาครัฐ โดยผู้ประกอบการธุรกิจในสภาพสังคมปกติใหม่ จำเป็นต้องมีการปรับตัวให้สามารถประกอบธุรกิจได้อย่างมืออาชีพ ให้มีการพัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความรู้ที่สำคัญในการทำธุรกิจ การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการประกอบธุรกิจ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมปกติใหม่ การปรับวิธีการบริหารธุรกิจที่คำนึงถึงความสัมพันธ์ของคนในสังคม โดยเน้นระยะห่างทางกายภาพ ให้บริการทางธุรกิจผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และการสนับสนุนจากภาครัฐที่เน้นการส่งเสริมสนับสนุนด้านเทคโนโลยีดิจิทัลสมัยใหม่อย่างเป็นระบบ ได้แก่ การพัฒนาทักษะ การจัดหาเครื่องมือและอุปกรณ์ การสร้างศูนย์กลางการถ่ายทอดให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อธุรกิจ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ทำการศึกษา พิชชไวรัสโคโรนา (โรคโควิด 19) กระทบธุรกิจไทยอย่างไร พบว่า ผลกระทบการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ส่งผลกระทบต่ออัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการค้าปลีก การขนส่งและการบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับการบริโภคและการท่องเที่ยว อาทิ ร้านอาหาร บริษัททัวร์ และร้านขายของที่ระลึก เป็นต้น อีกทั้งสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจภายในประเทศจีนและกำลังซื้อของชาวจีน ทำให้การท่องเที่ยวทั้งห่วงโซ่อุปทานเป็นวงกว้าง นอกจากนี้ การชะลอตัวของเศรษฐกิจจีนจะส่งผลกระทบต่อไทยผ่านการส่งออก ซึ่งจีนถือว่าเป็นตลาดส่งออกหลักของไทย โดยในปี 2562 สัดส่วนของการส่งออกของสินค้าไทยไปจีน คิดเป็นประมาณร้อยละ 12 ของการ

ส่งออกทั้งหมดของไทย ตลอดจนเกิดการชะลอตัวของภาคส่งออกและภาคอุตสาหกรรมของจีนที่มีต่อความต้องการสินค้าขั้นต้นและชิ้นกลางของไทย อาทิ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ ชิ้นส่วนอุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ และผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง เป็นต้น ดังนั้น ภาคธุรกิจจำเป็นต้องปรับตัวโดยมุ่งเน้นการสร้าง ความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับมันสำปะหลังของตนเองมากขึ้น รวมถึงควรเพิ่มการเจาะกลุ่มตลาดเฉพาะ (Niche Market) อีกทั้งควรมีการขยายช่องทางการขายผ่านออนไลน์มากขึ้น ตลอดจนลดการพึ่งพาจากตลาดจีนและมองหาตลาดใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น เพื่อลดผลกระทบของเศรษฐกิจจีนต่อการส่งออกในระยะยาว

การปรับตัวของภาคธุรกิจภายใต้สถานการณ์โควิด 19

หลายประเทศมีการปรับโครงสร้างระบบเศรษฐกิจและการปรับตัวของสังคมใหม่ โดยการให้ความสำคัญกับการพึ่งพาตนเองมากขึ้น ผลักดันให้เกิดกลไกขับเคลื่อนใหม่ (Growth Engine) มีการเปลี่ยนจากอุปทานโลก (Global Supply Chain) มาสู่อุปทานภูมิภาค (Regional Supply Chain) ตลาดอสังหาริมทรัพย์หันมามุ่งเน้นลักษณะ mixed-use ที่สามารถใช้ทำงานและอยู่อาศัยได้พร้อม ๆ กันมากขึ้น มีการเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมในการท่องเที่ยวเสมือนจริงผ่านระบบออนไลน์ (Virtual Tourism) เป็นส่วนหนึ่งประกอบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ มีการทำเทคนิคบริหารงานแบบสร้างองค์กรให้มีความยืดหยุ่น (Agile Organization) และสร้างนวัตกรรมใหม่ในการทำงานและสนับสนุนการทำงานที่บ้าน ในส่วนของตลาดแรงงาน ภาครัฐมีการพัฒนาระบบประกันตลาดแรงงานที่รองรับกลุ่มตลาดแรงงานดังกล่าวได้ ประชาชนลดการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือย และให้ความสำคัญกับสินค้าและบริการที่ช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิต เศรษฐกิจชุมชนมีการเติบโต

สูงขึ้นจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลายด้าน
สู่ชนบท และการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชน
โดยภาครัฐและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องควร
ดำเนินการด้านการท่องเที่ยว การค้าปลีก และ
การอุตสาหกรรม ดังนี้

ด้านการท่องเที่ยว ต้องใช้ระยะเวลาในการ
ฟื้นฟูและการปรับเปลี่ยนนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริม
ให้มีการท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก เนื่องจาก
กำลังซื้อที่อ่อนแอของประชาชนในประเทศและ
ต่างประเทศ ประกอบกับมาตรการเว้นระยะห่าง
ทางสังคมและการรักษาสุขภาพอนามัย ทำให้
ต้นทุนของผู้ประกอบการสูงขึ้น โดยหน่วยงาน
ภาครัฐอาจพิจารณาจัดทำมาตรการกระตุ้นตลาด
ท่องเที่ยวในประเทศออกมาเป็นระยะ เพื่อ
ช่วยเหลือภาคการท่องเที่ยวในช่วงที่ตลาด
นักท่องเที่ยวยังไม่ฟื้นตัว นอกจากนี้ การจัด
แคมเปญประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านสื่อ
โฆษณาต่าง ๆ ทั้งออนไลน์และออฟไลน์หรือ
การจัดธีมงาน (Theme) เพื่อโปรโมทสถานที่
ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นรายเดือน จะช่วยกระตุ้นให้
เกิดความต้องการเดินทางที่ต่อเนื่อง นอกจากนี้
ในส่วนของภาครัฐแล้ว ในระยะสั้นภาครัฐกิจการ
ท่องเที่ยวจะต้องเตรียมความพร้อมรองรับกับ
บริบทธุรกิจที่ไม่เหมือนเดิม ท่ามกลางการปรับวิถี
การทำธุรกิจใหม่ที่จำเป็นต้องปรับรูปแบบการ
ให้บริการที่คำนึงถึงความปลอดภัยจากโควิด 19
ขณะที่การแข่งขันในธุรกิจที่สูงมาก ซึ่งภาครัฐกิจ
จะต้องคิดวิธีการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ อาทิ
การร่วมมือทางการตลาดร่วมกับพันธมิตรอย่าง
ครบวงจร ซึ่งอาจจะไม่เฉพาะแต่ผู้ประกอบการ
ในห่วงโซ่การท่องเที่ยวแต่รวมถึงผู้ประกอบการอื่น
เช่น โรงพยาบาล เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับ
นักท่องเที่ยวท่ามกลางที่ประชาชนทั่วโลกยังต้อง
เผชิญกับเรื่องโควิด 19 ตั้งแต่การออกแบบแพ็คเกจ
ท่องเที่ยวที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ใช้บริการ
การปรับผลิตภัณฑ์และบริการให้สามารถตอบ
โจทย์ผู้ใช้บริการและกลุ่มเป้าหมาย

ด้านการค้าปลีก ผู้บริโภคมีการปรับ
พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์มาก
ขึ้น โดยการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้ชัดภายหลังการ
เกิดวิกฤตโควิด 19 คือ ในแต่ละแพลตฟอร์ม
ออนไลน์สามารถตอบโจทย์สินค้าและลูกค้าที่
ชัดเจนขึ้น ทำให้เกิดแพลตฟอร์มออนไลน์ของ
โมเดิร์นเทรด ผู้ผลิตสินค้าและ Social Commerce
ที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการทดลองหรือกล้าที่จะ
ตัดสินใจซื้อสินค้ากลุ่มใหม่มากขึ้น โดยเฉพาะการ
ซื้ออาหารสด (ผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์) อาหาร
สำเร็จรูป/แปรรูป รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภค
จึงเป็นช่องทางและโอกาสใหม่ของผู้ประกอบการ
ค้าปลีกในการเร่งปรับตัวและทำการตลาดออนไลน์
โดยการบริหารจัดการต้นทุนร้าน (Fixed Asset)
ที่ผู้ประกอบการลงทุนไปก่อนหน้านี้ รวมถึง
ต้นทุนการดูแลมาตรฐานของความสะดวกและความ
ปลอดภัยที่ได้ลงทุนไปภายหลังเกิดโควิด 19
อย่างไรก็ตาม ปริมาณการซื้อสินค้าออนไลน์ที่เพิ่ม
สูงขึ้นสวนทางกับยอดขายที่ลดลงของธุรกิจค้าปลีก
ประเภทต่าง ๆ ดังนั้น ภาคธุรกิจจึงต้องเตรียม
ความพร้อมในการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบการ
สั่งซื้อออนไลน์ให้สามารถรองรับปริมาณผู้ใช้งานที่
จะเพิ่มขึ้น รวมถึงเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่ง
สินค้า ทั้งนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าออนไลน์
มากขึ้น จะเป็นโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคได้
ตลอดเวลาจากการวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค เพื่อให้
ผู้ประกอบการสามารถตอบโจทย์ความต้องการของ
ผู้บริโภคมากขึ้นจากการนำเอาเทคโนโลยี อาทิ AR
(Augmented reality) หรือ VR (Virtual reality)
มาใช้เพื่อสร้างประสบการณ์ในการซื้อสินค้าให้กับ
ผู้บริโภค

ด้านการอุตสาหกรรม ธุรกิจหลายประเภท
ได้ย้ายฐานการผลิตในภูมิภาค (Regionalization)
มากขึ้นหรือกลับไปผลิตภายในประเทศปลายทาง
(on shoring) เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด
ได้เร็วขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงในด้านนี้มีความ
สำคัญมาก เนื่องจากประเทศไทยเป็นเศรษฐกิจแบบ

เปิดที่พึ่งพาการส่งออก และภาคอุตสาหกรรมไทย เป็นส่วนหนึ่งในห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ของโลกด้วย

ภาคอุตสาหกรรมจำเป็นต้องปรับตัวและมองไปข้างหน้า โดยต้องเร่งสร้างผลิตภัณฑ์/สินค้าที่มีความแตกต่าง ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อรองรับความเปลี่ยนแปลงตาม New Normal ที่ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและความปลอดภัยมากขึ้น รวมถึงให้ความสำคัญกับการจำหน่ายสินค้าผ่านทั้ง E-Commerce และออนไลน์มากขึ้น รวมถึงการมุ่งเน้นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความสำคัญมากต่อภาคธุรกิจในปัจจุบัน เป็นการสร้างมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ใหม่และเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์เดิมให้สูงขึ้น ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายและตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค โดยนอกจากต้องมีความสวยงามสะดุดตาแล้ว ต้องคำนึงถึงเรื่องการปกป้องผลิตภัณฑ์ให้มีความปลอดภัยปลอดภัย ช่วยยืดอายุของผลิตภัณฑ์ให้นานขึ้น ป้องกันความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์ได้ดี ลดต้นทุนการผลิต มีความพร้อมในการขนส่ง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนด้วย

บทสรุป

การแพร่ระบาดของโควิด 19 ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก ทำให้เศรษฐกิจหลายประเทศ หดตัวต่อเนื่องจนเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย สำหรับประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิดที่รุนแรงมาก ส่งผลให้ภาคบริการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้รับผลกระทบจากการดำเนินมาตรการควบคุมการระบาดที่เข้มงวดและจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกัน ภาคการส่งออกยังได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญ รวมทั้งการปิดเส้นทางขนส่งในบางประเทศและการหยุดชะงักของห่วงโซ่การผลิต โดยผลกระทบจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ได้ส่งผลกระทบต่อ

ทำให้สภาพคล่องทางธุรกิจประสบปัญหา การผลิต และการลงทุนลดลง

ภาคธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวภายใต้ “สภาวะปกติใหม่” (New Normal) ทั้งในส่วนของสภาพแวดล้อม กระแสสังคม โครงสร้างพื้นฐาน ความต้องการของผู้บริโภคและวิถีการเศรษฐกิจ ซึ่งเป็นตัวเร่งให้กระแสต่าง ๆ ที่มีอยู่แล้วเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมากขึ้น โดยจะพบว่า ภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบอย่างมากด้านการท่องเที่ยว ด้านการค้าปลีก และด้านการอุตสาหกรรม ส่งผลให้ภาคธุรกิจประสบปัญหาขาดรายได้และลดการจ้างงาน ภาคธุรกิจจึงต้องเข้าใจบริบทโลกใหม่เพื่อปรับตัวได้อย่างเหมาะสม โดยการเพิ่มศักยภาพของธุรกิจให้อยู่ได้ภายใต้สภาวะการแข่งขันสูง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของผู้บริโภคด้วย การวิเคราะห์ข้อมูลทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ ดังนี้

ด้านการท่องเที่ยว จากการปิดเมืองและการสแกนบิน ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงทั้งในประเทศและต่างประเทศ จึงสูญเสียมูลค่าทางเศรษฐกิจเป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว อาทิ การบิน โรงแรม ที่พัก มัคคุเทศก์ ร้านอาหาร เป็นต้น ทั้งนี้ ผู้ประกอบการจะต้องปรับวิธีดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวใหม่ การออกแบบการท่องเที่ยวที่สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงมาตรฐานด้านความสะอาดและความปลอดภัย

ด้านการค้าปลีก พบว่า ธุรกิจการค้าปลีกไทยได้รับผลกระทบค่อนข้างสูง เนื่องจากความเชื่อมั่นและกำลังซื้อจากผู้บริโภคภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศลดลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าฟุ่มเฟือย ผู้ประกอบการจึงต้องปรับกลยุทธ์ธุรกิจค้าปลีกโดยใช้ระบบการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ให้สามารถรองรับปริมาณผู้ใช้งานที่เพิ่มขึ้น การวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภค การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้า การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ เป็นต้น

ด้านการอุตสาหกรรม เป็นภาคการผลิตของประเทศได้รับผลกระทบผ่านห่วงโซ่อุปทานจากการขาดแคลนวัตถุดิบและแรงงาน เนื่องจากประเทศผู้ผลิตวัตถุดิบไม่สามารถส่งสินค้าให้ประเทศไทยได้ ทำให้ต้องหยุดการผลิตชั่วคราวส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิตในวงกว้าง เช่น อุตสาหกรรมยานยนต์ อุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เป็นต้น เนื่องจากอุตสาหกรรมดังกล่าวต้องพึ่งพิงวัตถุดิบขั้นต้นและชั้นกลางจากหลายประเทศที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานเดียวกัน ทั้งนี้ผู้ประกอบการจึงต้องพิจารณาประเด็นห่วงโซ่การผลิต (Supply Chain) โดยการปรับเปลี่ยนฐานการผลิต การลดค่าใช้จ่ายดำเนินงานในภาคอุตสาหกรรม การสร้างผลิตภัณฑ์/สินค้าที่มีความแตกต่างตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยเฉพาะเรื่องความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะ

ภายใต้ปัจจัยแวดล้อมในภาวะปกติใหม่ (New Normal) ภาคธุรกิจควรมีการปรับตัวในภาพรวม คือ กำหนดกลยุทธ์ในการปรับตัวได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของโลกใหม่ ซึ่งธุรกิจหลายประเภทจำเป็นต้องสร้างการเปลี่ยนแปลงในลักษณะพลิกโฉม (Transformative) เพื่อเพิ่มศักยภาพของธุรกิจ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน คือ 1) ประเมินสภาพแวดล้อมของโลกใหม่ด้วยความเข้าใจ 2) ทบทวนศักยภาพของโมเดลธุรกิจ 3) กำหนดทิศทางใหม่ของธุรกิจที่มุ่งไปสู่อนาคต 4) สร้างโมเดลธุรกิจใหม่อยู่เสมอ และ 5) ปฏิรูปโครงสร้างองค์กร กระบวนการและวัฒนธรรมขององค์กร ซึ่งเป็นการปรับตัวทั้งในส่วนของผู้ประกอบการและวิธีการบริหารธุรกิจ โดยควรเลือกแนวทางการปรับตัวที่มีความเหมาะสมกับประเภทธุรกิจของตนเอง อาทิ (1) เชื่อมต่อบริการกับภาคการผลิตเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเข้าถึงตลาดในอนาคต (2) พัฒนาการผลิตให้มีประสิทธิภาพ โดย

การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการเกษตรและด้านอุตสาหกรรม (3) ให้ความสำคัญกับทักษะด้านแรงงาน และการแข่งขันด้านคุณภาพมากกว่าด้านราคา หรือปริมาณ การรักษาสภาพคล่องทางการเงิน การส่งเสริมเครือข่ายธุรกิจร่วมกัน และมองทุกวิกฤตเป็นโอกาส และ (4) ปรับตัวให้เกิดความคล่องตัวอย่างรวดเร็ว เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโตในอนาคต โดย (1) ลดค่าใช้จ่ายให้มากที่สุด (2) ปรับตัวอย่างรวดเร็ว (3) มีความยืดหยุ่นและพร้อมเปลี่ยนแปลง และ 4) ปรับโครงสร้างการผลิตและการค้าให้กระจายสู่ท้องถิ่นมากขึ้น พัฒนาทักษะด้านแรงงานในภาคบริการให้เหมาะสมกับความต้องการแรงงานทั้งภายในและภายนอกประเทศ และเพื่อเป็นการเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ภาครัฐควรต้องส่งเสริมให้ธุรกิจไทยมีศักยภาพในการส่งออกมากขึ้น ทั้งควรส่งเสริมให้ภาคธุรกิจเข้าถึงแหล่งเงินทุนที่รวดเร็วและทั่วถึง เพื่อเปิดโอกาสให้เกิดการลงทุนและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้มากขึ้น

บรรณานุกรม

กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (27 พฤษภาคม 2563).

New Normal คืออะไร. สืบค้น 23 ธันวาคม 2563

จาก www.bangkokbiznews.com/news/detail/882508

จารุภัทร ทองลงยา. (11 พฤศจิกายน 2563).

ธุรกิจท่องเที่ยว ผลกระทบใหญ่ต่อ

เศรษฐกิจไทย. สืบค้น 9 มีนาคม 2564

จาก <https://the-standard.co/tourism-business-large-impact-on-the-thai-economy/>

ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคและสำนัก
เศรษฐกิจภูมิภาค. (20 กรกฎาคม 2563).
**ชวนคุยชวนคิดปรับวิถีธุรกิจท้องถิ่นในโลก
ใหม่อย่างยั่งยืน.** สืบค้น 9 มีนาคม 2564
จาก [http://bangkokbiznews.com/
news/detail/890208](http://bangkokbiznews.com/news/detail/890208)

ธนาคารแห่งประเทศไทย. **ธุรกิจไทยปรับตัวอย่างไร
ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลก.**
สืบค้น 4 มีนาคม 2564
จาก [bot.or.th/Thai/BOTMagazine/
Pages256301Conversation.aspx](http://bot.or.th/Thai/BOTMagazine/Pages256301Conversation.aspx)

บดินทร์ ชาตะเวที. (10 มิถุนายน 2563).
พฤติกรรมกับชีวิตใหม่: New Normal.
สืบค้น 23 ธันวาคม 2563
จาก [www.ttmed.psu.au.th/blog.php?
p258](http://www.ttmed.psu.au.th/blog.php?p258)

นครินทร์ เทียนประทีป. (14 กรกฎาคม 2563).
องค์กรพร้อมเปลี่ยนยุคชีวิตวิถีใหม่. สืบค้น
21 ธันวาคม 2563 จาก
[https://www.techtalkthai.com/
yipintsoi-artcle-new-normal/](https://www.techtalkthai.com/yipintsoi-artcle-new-normal/)

Witayaporn.m. (27 พฤษภาคม 2563). **New
Normal ชีวิตวิถีใหม่.** สืบค้น 23 ธันวาคม
2563 จาก [www.dmh.go.th/sty_lib/
news/articles/view.asp?id=2288](http://www.dmh.go.th/sty_lib/news/articles/view.asp?id=2288)

ศูนย์วิจัยกสิกร. **โอกาสส่งออก SME ไทยภายใต้
โควิด 19.** สืบค้น 10 มีนาคม 2564 จาก
[kasikornbank.com/SiteCollection
Documents/business/sme/knowledge/
sme/knowledge/article/KSMEAnalysis/
smeexport_SME/smeexport_SME.pdf](http://kasikornbank.com/SiteCollection/Documents/business/sme/knowledge/sme/knowledge/article/KSMEAnalysis/smeexport_SME/smeexport_SME.pdf)

ศศิธร วชิรปัญญาพงศ์. (ม.ป.ป.) **การปรับตัวของ
ธุรกิจในสภาพสังคมปกติใหม่.** สืบค้น 22
มกราคม 2564 จาก
www.grad.mcu.ac.th

สุภาภรณ์ พรหมบุตร. (29 มิถุนายน 2536). **New
Normal กับชีวิตที่เปลี่ยนแปลง.** สืบค้น 23
ธันวาคม 2563 จาก
[www.dsp.dip.go.th/th/category/
2017-11-27-08-04-02/202-06-29-14-
39-49](http://www.dsp.dip.go.th/th/category/2017-11-27-08-04-02/202-06-29-14-39-49)

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า.
เศรษฐกิจไทยหลังโควิดได้ถ้าบริหารเป็น.
สืบค้น 9 มีนาคม 2564 จาก
[http://bangkokbiznews.com/news/
detail/895879](http://bangkokbiznews.com/news/detail/895879)

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สกวช.)
**กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม (อว.) มาตรการด้าน
การอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและ
นวัตกรรม เพื่อรองรับการฟื้นฟูและปรับ
โครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของ
ประเทศ.** สืบค้น 8 มีนาคม 2564 จาก
nxpo.or.th/มาตรการด้านการอุดมศึกษา

ภาพอ้างอิง

บริษัทหลักทรัพย์จัดการกองทุนไทยพาณิชย์ จำกัด.
(20 มกราคม 2560). **ธุรกิจต้องรู้จัก.**
สืบค้น 17 กุมภาพันธ์ 2564 จาก
[https://scbsme.scb.co.th/sme-
inspiration-detail/SCB_Cycle](https://scbsme.scb.co.th/sme-inspiration-detail/SCB_Cycle)