

ปกติต่อไป Next Normal : ภาพทั่วไป

โดย Min Sen Concept 14 ตุลาคม 2563



คำว่า “ปกติ (Normal)” เป็นคำที่คุ้นเคย แสดงถึงภาวะที่เราทำเป็นประจำ แต่แล้วคำว่า “ปกติใหม่ (New Normal)” ก็ถูกนำมาใช้โดยประธานาธิบดีสีจิ้นผิง เป็นการแสดงว่าการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจีนที่เคยมีค่ามากกว่า 10 กำลังจะเปลี่ยนไป และจะกลายเป็นปกติใหม่ของเศรษฐกิจจีนต่อไป แต่แล้วคำว่า “ปกติต่อไป” หรือ “Next Normal” เป็นคำที่ถูกนำมาใช้โดย McKinsey ซึ่งจะเป็นเหตุจากผลของ COVID-19 ที่ช่วงก่อนเกิดจะเรียกว่า **New Normal** แต่หลังจาก COVID จะเรียกว่า **Next Normal** โดยเฉพาะเกี่ยวข้องกับธุรกิจต่าง ๆ ที่จะต้องมีการปรับตัวอย่างมากเพื่อที่จะทำให้ตนเองกลับมาแข็งแกร่งใหม่อีกครั้ง และสัมพันธ์กับการเปลี่ยนตนเองให้เข้าสู่ digital และ online platform และจะต้องเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม เทคโนโลยี และการสื่อสาร รวมถึงเกี่ยวข้องกับสุขภาพที่ใช้เทคโนโลยีเขามาร่วมจะมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้น

เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบ digital เป็นการก้าว
กระโดดของสังคม เป็นการใช้เครื่องมือ digital เป็นเรื่องปกติ
ในคนหมู่มาก การสื่อสารและเชื่อมโยงกันของสังคมโดยใช้
ช่องทาง online เป็นสื่อหลัก ทั้งในส่วนของ
Cloud technology มีการเติบโตอย่างมากในช่วงที่ผ่านมา และ
คาดว่าจะเติบโตต่อไปประมาณ 13-33 % ต่อปีจนถึง 2024
และวิกฤติ COVID นี้จะเป็นปัจจัยเร่งให้มีการจัดเก็บข้อมูลใน
ระบบ cloud มากยิ่งขึ้น เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานในที่ใด
ก็ได้ work from anywhere และมีประหยัดกว่า โดยมียักษ์
ใหญ่ที่สำคัญ ทั้งทางค่าย สหรัฐ ได้แก่ Google cloud,
Microsoft Azure ค่ายจีน ได้แก่ Alibaba cloud, Huawei,
Xiaomi ฯ

Social media เป็นรูปแบบที่สังคมมีการยอมรับมาแล้วระยะ
หนึ่งในการติดต่อสื่อสาร สำหรับกลุ่มเพื่อน จนขยายมาสู่การ
ทำงานเชิงพาณิชย์ และถูกนำมาเกี่ยวข้องกับ
online entertainment โดยมีรายใหญ่จากสหรัฐ ที่มีการปรับตัว
และรวมถึงการควมรวมเข้าด้วยกัน ทั้ง Youtube, Facebook,
Instagram และยังมีค่าย Line, Wechat, Financial
technology (Fin tech.) ซึ่งกำลังจะเป็นเทคโนโลยีที่เข้ามา
แทนที่ธนาคาร โดยเฉพาะเข้าสู่สังคมไร้เงินสด ที่ถูกกระตุ้น
จาก COVID ด้วยการสั่งอาหาร online การซื้อสินค้า online
และการจ่ายเงินผ่าน mobile application และเทคโนโลยี
blockchain ที่จะเข้ามาร่วมกับเทคโนโลยีการเงิน และการใช้
cryptocurrency ซึ่งปัจจุบันมีการซื้อสินค้าในญี่ปุ่น รวมถึงซื้อ
ขายคล้ายกับหุ้น

AI (Artificial Intelligence ปัญญาประดิษฐ์) เพื่อช่วยในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และช่วยในการเข้าถึงและตอบปัญหาให้แก่กลุ่มเป้าหมายซึ่งจะมาพร้อมกับการใช้หุ่นยนต์มาช่วยในการทำงานต่าง ๆ (Robotic) รวมถึงการใช้ IOT (Internet of Thing) ซึ่งเป็นการสื่อสารเพื่อช่วยให้การจัดการเป็นทั้งระบบกึ่งอัตโนมัติ และอัตโนมัติดำเนินการได้ง่ายขึ้น และประสานกับการพัฒนาเครื่องยนต์ จากงานวิจัยของ McKinsey พบว่า องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการผ่านวิกฤติ จะมีการพัฒนาและยอมรับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า การเข้าถึงนวัตกรรมใหม่ และจะยิ่งมากยิ่งขึ้นต่อไป

นอกจากนี้ยังมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมอีกค่อนข้างมาก ทั้งในส่วนของความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะในกลุ่มสตรีในที่ทำงาน ซึ่งจะถูกให้ออกจากงานก่อนเป็นกลุ่มแรก ซึ่งก่อนหน้านี้ได้รับการยอมรับมากขึ้นในส่วนของความเป็นผู้นำ การทำงานนอกพื้นที่ทำงาน ทำให้หลายองค์กรจะต้องมีการปรับเปลี่ยนทรัพยากรต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการทำงานในรูปแบบใหม่ มีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้เกิดความยั่งยืน ยืดหยุ่น ประหยัด รวมถึงอาจจะครอบคลุมถึงครอบครัวของพนักงานมากยิ่งขึ้น ทั้งในส่วนของความเครียดที่จะเกิดเพิ่มขึ้นด้วย

การเชื่อมโยงของสังคม online เป็นสื่อหลัก ส่งผลสินค้าท้องถิ่น รวมถึง brand ท้องถิ่นเหล่านี้มีการเติบโตก้าวกระโดด ในประเทศไทย brand ท้องถิ่นมีส่วนแบ่งตลาดมากกว่า 70 % เมื่อเทียบกับ Inter Brand แม้ว่า Brand

ท้องถิ่นจะเล็กกว่า แต่ก็คล่องตัว และเข้าใจผู้บริโภคมากกว่า หาก brand เหล่านี้มีการพัฒนาตนเองได้ดีด้วยการเข้าถึงเทคโนโลยีที่สะดวกและกว้างขวางมากขึ้น ทั้งเทคโนโลยีการผลิต ความคิดสร้างสรรค์ การตั้งคุณค่าของวัสดุ หรือวัตถุดิบท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่ม และยังพบอีกว่า 47% ของผู้บริโภคจะกลับไปจับจ่ายใช้สอยในร้านค้า หรือห้างสรรพสินค้าลดลง

ปรากฏการณ์ให้ความสำคัญกับวัตถุดิบ กระบวนการผลิต ซึ่งเห็นชัดในอุตสาหกรรมรถยนต์ Brand ใหญ่ ๆ เริ่มทยอยปิดโรงงานที่เป็นฐานการผลิตในต่างประเทศลง เหลือในกลุ่มที่มีฐานลูกค้าที่ชัดเจนและแข็งแกร่งเท่านั้น เพราะทิศทางการเลือกซื้อรถยนต์ของผู้บริโภคไม่ภักดีต่อ Brand ใหญ่อีกต่อไป Brand ใหม่ ๆ เข้ามาให้เลือกมากขึ้นด้วยเทคโนโลยีของรถยนต์ และการผลิตที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ตัวอย่างที่ชัด คือ Tesla

อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ทั้งในกลุ่ม IT สุขภาพ การสื่อสาร หรือสินค้าฟุ่มเฟือย สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมที่ทำผลงานได้ดีกว่า ทั้งใน S&P500, Dow Jones, Nasdaq แต่การลงทุนในกลุ่มอุตสาหกรรมเหล่านี้ด้วยระดับมูลค่าปัจจุบันที่แพงเกินไป ดูจาก P/E ที่สูงมากเมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยของดัชนี

หากสนใจเรื่องราวอื่น ๆ เพิ่มเติม

สามารถติดตามได้จาก www.minsenconcept.com

