

รูปแบบการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ

โดย Min Sen Finance 1 ตุลาคม 2563

คนที่เคยผ่านวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจมาแล้ว คงจะคุ้นเคยกับ คำว่า V-Shape ที่หลายคนคาดหวังให้เป็น คือ การตกลงของเศรษฐกิจ และอยู่ในระดับต่ำช่วงสั้น และกลับมาฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็ว การฟื้นตัวแบบ U-shape เป็นสถานะที่การหดตัวค่อนข้างนาน การฟื้นตัวจะช้า อันส่งผลจากความเชื่อมั่นของนักลงทุนและผู้บริโภคยังไม่กลับมา กำลังซื้อหายไปมาก รูปแบบ W-Shape เป็นการฟื้นตัวเร็ว แต่มีการดิ่งลงในรอบสอง ซึ่งคล้ายกับหลายประเทศในขณะนี้ ที่มีการระบาดระลอกสอง ทำให้ภาครัฐต้องกลับมาใช้มาตรการล็อกดาวน์ รูปแบบสุดท้าย คือ L-Shape เป็นการหดตัวยาวนาน ไร้สัญญาณการฟื้นตัว คล้ายกับ Great Depression ในปี 1928 ที่ใช้เวลาไปกว่า 10 ปีในการฟื้นตัวสู่ระดับเดิม แต่สำหรับรูปแบบใหม่ที่มีการพูดถึง คือ Tick Shape ซึ่งเป็นลักษณะคล้ายเครื่องหมาย Nike คือ ลื่นไถลลงเร็ว และค่อย ๆ ฟื้นตัว ซึ่งช่วงแรกหลายคนคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะไปในลักษณะนี้ เพราะต้องทยอยผ่อนคลายมาตรการล็อกดาวน์ และการฟื้นตัวจริงจะมาจากความสามารถในการผลิตวัคซีน ล่าสุด มีการกล่าวถึงรูปแบบการฟื้นตัวแบบใหม่ คือ K-Shape เป็นการฟื้นตัวที่ไม่สมดุล คือกลุ่มหนึ่งจะเป็นทิศทางในทางที่ดีขึ้น กลับมาทำสถิติอีกครั้ง ได้แก่หุ้น เช่น Apple ที่เป็นบริษัทแรกที่มีมูลค่าสูงถึง 2 ล้านล้านดอลลาร์ และค่า P/E สูงกว่า 37 เท่า นั้นหมายความว่า รายได้ปี 2020 มีค่าน้อยกว่า 3 % ของมูลค่าตลาด และหุ้นทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้ง Tesla ที่มีราคาสูงขึ้นทำลายสถิติ แต่ก็ไม่ปลอดภัย เพราะฟองสบู่ของราคาสินทรัพย์ที่สูง ทำให้เพิ่มความเสี่ยงนักลงทุนหน้าใหม่ที่ต้องจ่ายแพงเกินพื้นฐาน แต่อีกส่วนหนึ่งก็มีทิศทางที่แยกลง ได้แก่ บอนด์ยีลด์ระยะยาว ที่มีราคาต่ำอย่างมากทำลายสถิติเช่นกัน หรือ กิจการเศรษฐกิจแบบเก่า ได้แก่

ExxonMobil ที่เคยเป็นอันดับหนึ่ง ได้ถูกถอดออกจากตลาด Dow Jones

สำหรับประเทศไทย การฟื้นตัวคงไม่แตกต่างกับสหรัฐ ฯ และในโลก คือ การฟื้นตัวรูป K-Shape โดยกลุ่มที่จะมีการฟื้นตัวได้เร็ว เป็นผลจากการปรับตัว หรือธุรกิจในทิศทางนี้ให้การสนับสนุน เช่น สินค้าอุปโภค บริโภค ธุรกิจอาหารที่เกี่ยวข้องกับออนไลน์ ธุรกิจจัดส่งอาหาร การขายอะไหล่จักรยานยนต์ (จากการมีการใช้งานอย่างมาก) ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ เช่น การตรวจวิเคราะห์ การป้องกัน เช่น ถุงมือยาง ชุด PPE หน้ากากอนามัย ธุรกิจเกี่ยวกับอิเล็กทรอนิกส์ และ Social Media เช่น ซื้อขายสินค้าผ่าน social media และที่น่าสนใจคือ ธุรกิจเกี่ยวกับศรัทธาและความเชื่อ เช่น Amulet หรือ เครื่องราง ของขลัง เป็นที่นิยมของคนไทย และต่างชาติ ธุรกิจที่อยู่ในทิศทางขาลง ได้แก่ ธุรกิจการบิน และการท่องเที่ยว อสังหาริมทรัพย์ และรถยนต์ ร้านอาหารขนาดใหญ่ที่อยู่ในห้าง หรือคอมโมดิตี้มอลล์ ร้านค้าที่เป็น Mall หรือ retail ขนาดใหญ่ ธุรกิจเช่ารถยนต์ โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การจัดการกับธุรกิจของตน คือ ถ้าไม่รอด ต้องรีบปิดกิจการ เพื่อรักษาเงินทุนไว้ เพื่อเตรียมนํากลับมาเริ่มต้นใหม่ในภายหลัง หรือวิเคราะห์ว่าส่วนใดที่ไม่สามารถจัดการได้ดี อาจจะต้องตัดออก และนำสรรพกำลังมาดูแลขยายส่วนที่ดี เพื่อให้มีรายได้กลับเข้ามา รวมถึงดูแลพนักงานที่ดี และการมองหาช่องทางใหม่ในการปรับตัวเข้ากับพฤติกรรมผู้บริโภคต่อไป

สิ่งที่ต้องพิจารณาต่อไป คือ ขณะนี้เรากำลังอยู่ในภาวะกำลังซื้อของคนหดหายไป ทั้งในด้านส่วนตัว จากการตกงาน หรือรายได้จากการท่องเที่ยวลดลง แต่เรากำลังจะเข้าสู่วิกฤติอีกรูปหนึ่ง คือ การที่กำลังผลิตล้นตลาด อันเป็นผลจาก

ความต้องการลดลงเป็นเวลานาน และสินค้าที่ไม่สัมพันธ์กับ
ความต้องการที่แท้จริง จะถูกทำให้หายไป และคนจะตงงาน
มากยิ่งขึ้น การถูกแทนที่งานด้วยเครื่องจักรกล โดยเฉพาะใน
ลักษณะงานที่มีความซ้ำซาก และไม่ซับซ้อน