

แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจที่สำคัญทั่วโลกและไทยในอนาคต The changing of world business megatrends and Thailand in the future

นรุตม์ โตโพธิ์ไทย*

บทคัดย่อ

ในยุคปัจจุบันนี้เราไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าเศรษฐกิจนั้นเป็นกำลังหลักที่สำคัญในการขับเคลื่อนความเป็นอยู่ของทุกคนบนโลก ไม่ว่าจะเป็นภาพรวมใหญ่ของเศรษฐกิจโลกหรือจะเป็นเศรษฐกิจของแต่ละประเทศต่างๆ เพราะเศรษฐกิจของโลกนั้นส่งผลกระทบทางตรงมายังเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ เช่น ประเทศไทย เป็นต้น เศรษฐกิจที่ดีของแต่ละประเทศนั้นยังส่งผลต่อสภาพความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน การผลิตสินค้าและบริการต่างๆ จึงต้องคำนึงถึงความต้องการและการได้รับความนิยมนิยมของประชาชนเพื่อตอบสนองความต้องการทางเศรษฐกิจ ซึ่งในสังคมทุกรูปแบบนั้นต่างก็มีความต้องการและความชอบที่แตกต่างกันไป ยิ่งสังคมที่มีความเจริญก้าวหน้ามากเพียงไหนก็จะส่งผลให้เกิดความต้องการใหม่ๆ มากขึ้นเท่านั้น แต่ความต้องการต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้นมักจะมีจุดอิ่มตัวเสมอ นักวิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจ จำเป็นต้องมีวิเคราะห์ ให้รายละเอียดข้อมูลเพื่อเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและเอกชนในทางธุรกิจ จึงเป็นเหตุให้มีการสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต อันส่งผลต่อการพัฒนา ปรับปรุง หรือคิดค้นสิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการกับทุกคน ข้อมูลเหล่านี้เองจึงเป็นประโยชน์ทางตรงต่อภาคธุรกิจในการมองหาพัฒนา หรือริเริ่มแนวโน้มของเทรนด์ธุรกิจที่สำคัญหรือธุรกิจที่จะเกิดขึ้นใหม่ในอนาคต

คำสำคัญ: แนวโน้มของเทรนด์ธุรกิจ, ธุรกิจ, โลก, ประเทศไทย

*อาจารย์ประจำหลักสูตร สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Abstract

Nowadays, we can not deny that the economy is a major force in running the well-being of everyone in the world, not only the global economy, but also the economy in each country. The global economy give the directly impact on the economies of every countries such as Thailand. The strongly economy in each country give effect to the living conditions of the people.

The production of goods and service have to concern on demand and popularity of the public needs. In each social has different needs and demand of the target. Furthermore, civilize social has more advance in new demands and needs, because needs is something that is always happen to the saturation point. Thus, analysts economic data must be analyze and provide the clearly business detail and information to benefit the public and private sectors in the business. Therefore, it become very important to survey and analyze data on customer needs now and in the future. The result give the data of needs of everyone that can be improve and innovate to meet the need of everyone. These can give a direct benefit to businesses to develop and initiate key business trends of the business that are emerging in the future.

Keywords: megatrends, business, world, Thailand

1. บทนำ

Mega Trend หรือแนวโน้มสำคัญของธุรกิจ หมายถึง ความเปลี่ยนแปลงสำคัญที่จะเติบโตขึ้นในอนาคต และแผ่ขยายเป็นวงกว้างออกไป ผลกระทบเหล่านี้มันเกิดขึ้นครอบคลุมหลากหลายระดับและหลากหลายมิติ ตั้งแต่การดำเนินชีวิตของประชากรไปจนถึงภาพรวมในระดับประเทศ แนวโน้มของสิ่งเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่เกิดเพียงแค่ชั่วคราว แต่ยังคงปรากฏต่อเนื่องไปในระยะเวลายาวนานอีกหลายปี (ฤทัยชนก จริ่งจิตร, 2554) การมองหา mega trend นั้น สามารถพิจารณาได้จากโครงสร้างของประชากรเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นตัวกำหนดซึ่งพฤติกรรมการใช้จ่ายของคนในสังคมอนาคต การใช้ตัวโครงสร้างประชากรเป็นตัวกำหนดเป็นการวิเคราะห์ที่มีความแม่นยำสูงเพราะช่วงอายุของคนนั้นเดินตามเวลาที่แน่นอน เช่นเวลาผ่านไป 5 ปี คนเราก็จะมีอายุแก่เพิ่มขึ้น 5 ปี ข้อมูลเหล่านี้จึงเป็นตัวบอกในเรื่องของด้านการใช้จ่ายในช่วงอายุคน เทคโนโลยีก็เช่นกันที่เป็นสิ่งที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มต่างๆ แต่การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีนั้นมักเกิดขึ้นเป็นยุคๆ และกินระยะเวลายาวนาน ถ้าจะอธิบายให้เป็นภาพชัดเจนก็คือ โลกของเราเริ่มตั้งแต่ยุคเฟื่องฟูเกษตรกรรม ยุคอุตสาหกรรม ยุคบริการ และปัจจุบันคือยุคของข้อมูลข่าวสาร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทั้งหมดเหล่านี้ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านสังคมโดยเฉพาะอย่างยิ่ง การมาถึงในยุคโลกาภิวัตน์ (Globalization) ซึ่งโลกกลายเป็นสังคมที่คนคิดอะไรหรือทำอะไรเหมือนกัน

2. วัตถุประสงค์ของบทความ

บทความวิชาการ เรื่อง แนวโน้มของเทรนด์ธุรกิจความเปลี่ยนแปลงที่สำคัญทั่วโลก และไทยในอนาคต (The changing of world business megatrends and Thailand in the future) มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อ่านได้ทราบและเข้าใจทิศทางการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มเทรนด์ธุรกิจที่สำคัญทั่วโลกและประเทศไทยอันนำไปสู่การต่อยอดแนวคิดในการประกอบธุรกิจทั้งภาครัฐและเอกชน ส่งผลให้เกิดการพัฒนา ปรับปรุง และริเริ่มสิ่งใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของทุกคนทั้งในปัจจุบันและอนาคต

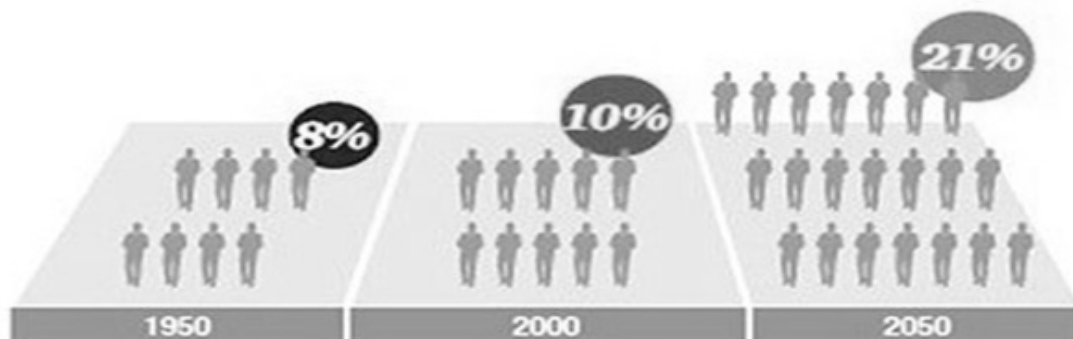
3. เนื้อหาของบทความ

จากรายงานการวิเคราะห์ข้อมูลของการสัมภาษณ์ผู้บริหารระดับสูง 5 ท่าน ของ Price Waterhouse Cooper (PwC) บริษัทที่ปรึกษาทางธุรกิจชั้นนำระดับโลกเกี่ยวกับมุมมองของ Mega Trends ทั้ง 5 แบบ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคตข้างหน้า และดูเหมือนว่าแนวโน้มดังกล่าวจะเกิดขึ้นในระยะยาว บางประเด็นเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นและแสดงให้เห็นถึงผลกระทบบ้างแล้วในปัจจุบัน ซึ่งได้แก่

3.1 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร (Demographic Shifts)

หลังจากสิ้นสุดยุค Baby Boom (1965 - 1970) วิทยาการทางการแพทย์ได้มีการพัฒนาอย่างมากส่งผลให้ประชากรมีอายุยืนยาวขึ้นมากกว่าเดิม อีกทั้งโครงสร้างทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากข้อจำกัดทางเศรษฐกิจส่งผลให้ผลขนาดของครอบครัวเปลี่ยนจากขนาดใหญ่ไปสู่ครอบครัวเด็วมากขึ้น รวมถึงแนวโน้มการมีบุตรหลังการแต่งงานลดลง ทำให้สัดส่วนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างมาก ผลที่ตามมาคือ ประชากรวัยแรงงานเริ่มลดลงตาม ทำให้ส่งผลต่อเนื่องถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางเศรษฐกิจในเรื่องของการผลิตและบริโภค (Winkeljohann, 2014) คาดว่าในปี 2050 สัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 60 ปี จะเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 21 ของประชากรโลก ซึ่งสูงกว่าปัจจุบันที่มีสัดส่วนราวร้อยละ 10 ของประชากรโลก หากมองถึงธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ได้แก่ บริการดูแลผู้สูงอายุ โรงพยาบาล อาหารเพื่อสุขภาพ/อาหารสำหรับผู้สูงอายุ การจัดการที่อยู่อาศัยสำหรับผู้สูงอายุ เครื่องจักร/หุ่นยนต์ที่ใช้ในภาคอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนแรงงาน

Proportion of the world population aged 60 years or more

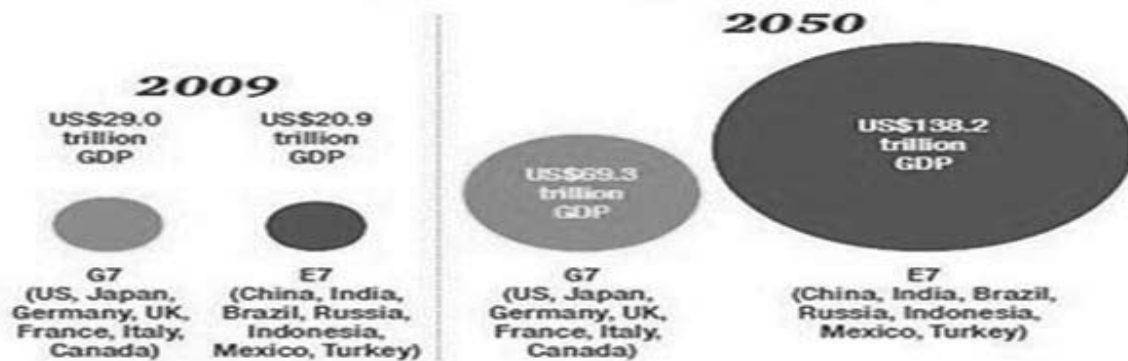


แผนภาพที่ 1 สัดส่วนประชากรโลกที่มีอายุมากกว่า 60 ปี ในรอบ 50 ปี และการพยากรณ์ในอนาคต

3.2 การเปลี่ยนขั้วอำนาจเศรษฐกิจโลก (Shift in Global Economic Power)

เศรษฐกิจโลกในยุคแรกเริ่มนั้นขับเคลื่อนโดยกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยเฉพาะกลุ่ม G7 (สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เยอรมนี สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี และแคนาดา) แต่ในปัจจุบันเศรษฐกิจของโลกกำลังเปลี่ยนผ่านไปสู่ขั้วอำนาจประเทศตลาดเกิดใหม่ (Yang, 2014) ได้แก่ กลุ่มประเทศ E7 (จีน อินเดีย บราซิล รัสเซีย อินโดนีเซีย เม็กซิโก และตุรกี) ซึ่งประเทศเหล่านี้กำลังเป็นกลุ่มผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของโลกให้เติบโตไปอย่างรวดเร็ว เนื่องจากความได้เปรียบของทรัพยากรที่สมบูรณ์ภายในประเทศ และโอกาสในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ ทั้งการค้าการลงทุน จวบจนถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อีกทั้งจำนวนประชากรที่มีมหาศาล และมีระดับรายได้สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันส่งผลให้เกิดความต้องการสินค้าใหม่ๆ ในปี 2009 ค่า GDP ของกลุ่มประเทศ E7 มีขนาดราวสองในสามของ GDP ของกลุ่มประเทศ G7 และ คาดว่าในปี 2050 ค่า GDP ของกลุ่มประเทศ E7 จะเพิ่มขึ้นจนมีขนาดใหญ่เป็นสองเท่า ของ GDP กลุ่ม G7 ทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศตลาดเกิดใหม่เปลี่ยนไปจากเดิม ที่เป็นการผลิตและแหล่งแรงงานราคาถูก ก้าวไปสู่การเป็นตลาดบริโภคแห่งใหม่ของโลก หากมองถึงธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ได้แก่ ธุรกิจส่งออกที่มีการปรับสินค้าให้เข้ากับ รสนิยมความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในตลาดของประเทศเกิดใหม่ โดยเฉพาะกลุ่ม E7 เนื่องจากแต่ละประเทศมีวัฒนธรรมและรสนิยมของการบริโภคที่แตกต่างกัน รวมถึงการขยายตัว เติบโตทางเศรษฐกิจ เช่น สินค้าฟุ่มเฟือย บริการสุขภาพ และสิ่งอำนวยความสะดวกในชีวิต ประจำวันต่างๆ

GDP of G7 and E7 countries at US\$ PPP



แผนภาพที่ 2 การพยากรณ์อัตราการเติบโตของกลุ่มประเทศ E7

3.3 การเติบโตของสังคมเมือง (Rapid Urbanization)

หากเรามองย้อนกลับไปในอดีตตั้งแต่ปี 1950 นั้น จะพบว่ามีเพียงร้อยละ 30 ของประชากรโลกที่อาศัยอยู่ในเมือง แต่ในปัจจุบันจำนวนเกือบครึ่งหนึ่งของประชากรโลกอาศัยอยู่ในเมือง เนื่องด้วยความเจริญก้าวหน้าและการพัฒนาของเทคโนโลยีต่างๆ อันส่งผลให้ชีวิตความเป็นอยู่ในเมืองนั้นสะดวกสบายยิ่งขึ้น เช่น ระบบสาธารณูปโภค อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย ไปจนถึงระบบคมนาคมขนส่ง ประชากรที่อาศัยอยู่นอกเมืองก็ทยอยกันอพยพเข้ามาในเมือง เพื่อแสวงหารายได้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แต่ในขณะเดียวกันหลายประเทศก็ยังเกิดนโยบายมุ่งกระจายรายได้และการพัฒนาไปสู่ชนบทมากขึ้น เพื่อเป็นการยกระดับพัฒนาคุณภาพชีวิตและสังคมชนบทไปสู่สังคมเมือง (Powell, 2014) คาดว่าในปี 2050 จำนวนสัดส่วนของประชากรจะเพิ่มขึ้นจนถึงร้อยละ 72 โดยเฉพาะในภูมิภาคแอฟริกาตอนเหนือ (Sub-Saharan Africa) และเอเชีย ที่สังคมเมืองมีแนวโน้มพัฒนาและเติบโตอย่างรวดเร็ว หากมองถึงธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ได้แก่ สิ่งก่อสร้าง สิ่งปลูกสร้าง อาหารสำเร็จรูป เสื้อผ้า เครื่องประดับ รถยนต์ โทรคมนาคม อินเทอร์เน็ต

World urban population



The world urban population is expected to increase by 72% by 2050

แผนภาพที่ 3 การพยากรณ์อัตราการเติบโตของสังคมเมือง

3.4 การลดลงของทรัพยากรและการเปลี่ยนแปลงสภาวะอากาศ (Climate Change and Scarcity)

จากการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรส่งผลกระทบให้เกิดการบริโภครทรัพยากรที่เพิ่มขึ้นตามไปด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของพลังงานตั้งแต่ถ่านหิน น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติ ตลอดจนถึงการบริโภคน้ำและอาหาร ที่มีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่องในทุกๆ วัน อัตราการบริโภครทรัพยากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วอันส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น มลภาวะจากการผลิตของโรงงานอุตสาหกรรม อันได้แก่ขยะของเหลือใช้ที่ไม่ได้ถูกนำไปรีไซเคิลหรือทำการกำจัดย่อยสลายอย่างถูกต้อง และการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากรถยนต์ หากการบริโภครทรัพยากรยังเป็นเหมือนเช่นปัจจุบัน ก็จะส่งผลกระทบต่อบรรยากาศของโลกทำให้อุณหภูมิโลกเพิ่มสูงขึ้น 0.5-1.5 องศาเซลเซียสในอีก 20 ปีข้างหน้า (Nally, 2014) และยังคงส่งผลกระทบถึงการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศ เช่น ฝนแล้ง น้ำท่วม หิมะละลาย และการเปลี่ยนแปลงของระดับความเข้มข้นในน้ำทะเล อันส่งผลกระทบทางตรงไปสู่ภาคการเกษตรและการผลิตอาหารของโลก ดังนั้น ทวีโลกจึงควรหันมาใส่ใจและให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสีงแวดล้อมมากขึ้น และภาคธุรกิจควรหันมามองหาปรับปรุงกระบวนการผลิตตลอดจนวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเพื่อเป็นการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หากมองถึงธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับประโยชน์ ได้แก่ ธุรกิจสีเขียว (ธุรกิจที่มีกระบวนการผลิตคำนึงถึงผลกระทบและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม) ภาชนะบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ พลังงานทางเลือก การรีไซเคิลขยะและคัดแยกของเสีย เกษตรอินทรีย์ การบริการวิศวกรรมสิ่งแวดล้อม และที่ปรึกษาออกแบบจัดการโรงงานโดยคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

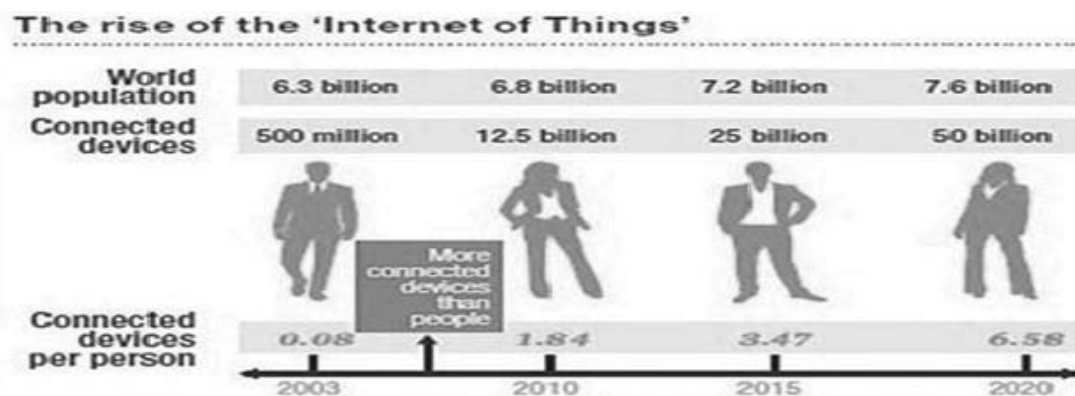
With a population of 8.3 billion people by 2030, we'll need:



แผนภาพที่ 4 การพยากรณ์ทรัพยากรที่เป็นที่ต้องการในปี ค.ศ. 2030

3.5 ความก้าวหน้าในการพัฒนาเทคโนโลยี (Technological Breakthroughs)

การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีได้เปลี่ยนแปลงโลกเป็นอย่างมากจากที่เป็นมาในอดีต ทั้งในรูปแบบวิถีชีวิต การพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจ จนถึงการเปลี่ยนแปลงในภาคธุรกิจ อันได้แก่ การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในกระบวนการผลิต การตลาด และการบริหารจัดการภายใน ส่งผลให้เกิดธุรกิจใหม่ๆ ภายในระยะเวลาเพียงข้ามคืน มีการอาศัยประโยชน์จากการพัฒนาเทคโนโลยีสื่อสารโดยการสร้างสื่อสังคมออนไลน์ (Social Network) อันแพร่หลายดังเช่นทุกวันนี้ ช่วยให้เกิดประโยชน์จากการลดข้อจำกัดทางระยะทางสามารถทำการตลาดติดต่อกันอย่างไร้ขอบเขต ปัจจุบันประชากรทั่วโลกมีอุปกรณ์สื่อสารกันมากกว่า 1.84 เครื่องต่อคน (Moritz, 2014) เพิ่มขึ้นจาก 0.08 เครื่องต่อคนในปี 2003 และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 3.47 และ 6.58 เครื่องต่อคน ในปี 2015 และปี 2020 ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการที่เทคโนโลยีได้ก้าวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตของมนุษย์ ในอนาคตข้างหน้าธุรกิจจึงควรให้ความสำคัญในการไขว่คว้าหาโอกาสที่จะนำไปสู่ความสำเร็จจากความสำเร็จของเทคโนโลยีดังกล่าว มีการติดตามทิศทางของเทคโนโลยีตลอดจนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านทางเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในทุกๆ วัน หากมองถึงธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับความนิยม ได้แก่ ธุรกิจออนไลน์ (ธุรกิจที่มีการทำการตลาดให้และบริการผ่านอินเทอร์เน็ตหรือสังคมออนไลน์) อุปกรณ์สื่อสาร โทรคมนาคม บริการคอนเทนต์ออนไลน์ พัฒนาซอฟต์แวร์และแอปพลิเคชันต่างๆ



แผนภาพที่ 5 ทิศทางของเทคโนโลยีตลอดจนถึงพฤติกรรมผู้บริโภค
ผ่านทางเทคโนโลยีการสื่อสารต่างๆ

สำหรับประเทศไทยนั้น แนวโน้มของธุรกิจคงไม่ต่างไปจากประเทศหลักทั่วโลกอื่นๆ สิ่งที่สามารถเห็นได้อย่างชัดเจนคือ แนวโน้มที่คนไทยมีอายุมากขึ้นและมีการเกิดใหม่น้อยลง ทำให้อายุเฉลี่ยของคนจะสูงขึ้น ก่อให้เกิดความต้องการในเรื่องของการดูแลสุขภาพและการรักษาพยาบาลที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจโรงพยาบาลและฟิตเนส มีจำนวนเพิ่มมากขึ้น พร้อมขยายตัวเพิ่มขึ้นอีกอย่างต่อเนื่อง ข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้วิเคราะห์ถึงการขยายตัวเพิ่มขึ้นของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ที่มีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 10.0-15.0 หรือคิดเป็นรายได้ไม่ต่ำกว่า 1.07 แสนล้านบาท (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2558) การขยายเติบโตของโรงพยาบาลเอกชน เพิ่มขึ้นทั้งในกรุงเทพฯ และพื้นที่ในต่างจังหวัดที่มีศักยภาพ เพื่อการรองรับกลุ่มคนใช้ทั้งไทยและต่างชาติที่เข้ามาทำงานในเมืองไทย (Expatriate) หรือเรียกสั้นๆ ว่า EXPAT โดยคาดว่าหลังจากการเปิดเขตการค้าเสรีอาเซียนนั้นคนใช้กลุ่มนี้จะเข้ามามีบทบาทมากขึ้น และหนุนให้ธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนเติบโตอย่างต่อเนื่อง

หลังจากที่คนไทยเริ่มมีอายุสูงขึ้น สิ่งที่เคยเติบโตสอดคล้องกัน คือรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น มีการใช้จ่ายและจัดเก็บเงินเพื่อนำไปใช้วันข้างหน้าหรือยามเกษียณ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงินจึงเข้ามามีบทบาทในการให้คำปรึกษา แนะนำบริการการลงทุนเพื่อการเติบโตขึ้นในอนาคต อันเห็นได้จากการเกิดขึ้นของกองทุนต่างๆ มากมาย ที่เป็นตัวเลือกให้กับเราได้ร่วมลงทุน อาทิเช่น กองทุนรวมหุ้นระยะยาว กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ เป็นต้น อีกทั้งยังมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการให้กู้ยืมเงิน และบริการทางการเงินส่วนบุคคลทั้งหลาย

การที่คนไทยมีจำนวนอัตราการเกิดใหม่น้อยลง อันเนื่องมาจาก ความนิยมมีบุตรในคู่แต่งงานน้อยลง และรูปแบบของครอบครัวเปลี่ยนจากการอยู่ร่วมกันด้วยจำนวนหลายคนในครอบครัวใหญ่ กลับกลายเป็นการดำรงชีวิตอยู่แบบครอบครัวเล็กๆ ธุรกิจที่ให้บริการแบบด่วนสะดวกประเภท “สำเร็จรูป” จึงได้รับความนิยมมากขึ้น เช่น อาหารสำเร็จรูปที่มีขายตามร้านสะดวกซื้อ จากข้อมูลของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมปี 2556 (วรรณ วิจักขณ์, 2557) แสดงให้เห็นถึงการค้าปลีกของอาหารสำเร็จรูปที่มีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นในปี 2557 ร้อยละ 5.5 เมื่อเทียบกับปีก่อน หรือประมาณ 3.4 แสนล้านบาท อีกทั้งภัตตาคาร และธุรกิจอาหารจานด่วนก็มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ อันเนื่องมาจากความไม่คุ้มค่าของการทำอาหารกินเอง หากเปรียบเทียบกับจำนวนผู้อยู่อาศัยภายในครอบครัวกับราคาค่าต้นทุนของวัตถุดิบที่นำมาประกอบอาหาร นอกจากนี้บ้านที่อยู่อาศัยก็ยังมีแนวโน้มที่จะมีขนาดเล็กลงอีกด้วย

ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีไม่ว่าจะเป็นอุปกรณ์การสื่อสาร (โทรศัพท์) อุปกรณ์ไอที อุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านคอมพิวเตอร์นั้นเกิดการแข่งขันที่สูงขึ้นของผู้ผลิต และส่งผลให้ราคาลดถูกลงเมื่อเทียบกับที่ผ่านมาและมีแนวโน้มของการใช้ไอทีที่สูงขึ้นเรื่อยๆ ในประเทศไทย ดังเห็นได้ว่าการใช้ชีวิตประจำวันนี้ไม่สามารถเลี่ยงการใช้คอมพิวเตอร์ไอทีสมัยใหม่ได้เลย ทำให้การเกิดปัญหาของการขาดคอมพิวเตอร์เป็นไปได้

ยากขึ้นทุกที ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตนั้นสามารถเติบโตไปได้
อีกในระยะเวลาไม่นาน

จากการที่เศรษฐกิจต่างๆ ทั่วโลกได้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมายาวนาน ประกอบกับการลดลงของระยะเวลาและค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังที่ต่างๆ ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยวและเป็นอีกหนึ่งแนวโน้มธุรกิจ (mega trend) ที่เห็นได้ชัดเจน
จุดแข็งของประเทศไทย คือเป็นประเทศที่มีความเก่าแก่ของวัฒนธรรมที่น่าสนใจ และมีสถานที่
ท่องเที่ยวที่สวยงามต่างๆ มากมายจนเป็นที่ได้รับความสนใจจากคนทั่วโลก ส่งผลให้ภาคธุรกิจ
การท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรม ได้รับผลดีและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องไม่หยุด
ในระยะเวลาอีกยาวนาน อันเห็นได้จากรายงานกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ปี 2558
(รัฐบาลไทย, 2558) แสดงตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยววันที่ 1-25 พฤษภาคม 2558 มีจำนวน
1,790,958 คน ขยายตัวร้อยละ 28.5 และรายได้จากการท่องเที่ยว นับตั้งแต่เดือนตุลาคม
2557 จนถึงปัจจุบัน (25 พฤษภาคม 2558) มีรายได้จากการท่องเที่ยวแล้ว 9.44 แสนล้านบาท
ขยายตัวร้อยละ 18.83 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ข้อมูลเหล่านี้เองเป็นสิ่งที่ต้องย้ำ
ให้เห็นถึงความเจริญเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างชัดเจน

การที่คนไทยเองมีรายได้เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ประกอบกับเศรษฐกิจที่ยังคงเติบโตไปอย่าง
ต่อเนื่องๆ ส่งผลให้เกิดความต้องการที่เกี่ยวกับความบันเทิง อาทิเช่น ภาพยนตร์ เพลง หนังสือ
ต่างๆ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับความบันเทิงจึงได้รับความนิยมและเติบโตเพิ่มขึ้น และส่งผลต่อ
ความต้องการในสินค้าอุปโภคบริโภคที่อันเนื่องมาจากพฤติกรรมเลียนแบบการใช้ของดารา
และผู้ที่ได้รับการนิยมอย่างมากในสังคม สินค้าอุปโภคบริโภคที่มีราคาสูงจึงได้รับสัดส่วน
ของการใช้จ่ายมากขึ้นแม้ว่าจะไม่โตเร็วนักก็ตาม ในขณะเดียวกันพฤติกรรมการจับจ่ายสินค้า
ก็ยังมีแนวโน้มที่เกิดความเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือผู้บริโภคต้องเลือกซื้อสินค้า
จากร้านที่มีการรวมสินค้าต่างๆ ไว้มากมายในที่เดียวกัน หรือเรียกว่า One Stop Service
อันเป็นพฤติกรรมของคนส่วนใหญ่ที่ต้องการความสะดวกสบายและลดระยะเวลาในการเดินทาง
ธุรกิจที่ได้รับประโยชน์จากพฤติกรรมเหล่านี้ จึงได้แก่ ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ทั้งหลาย ไม่ว่าจะเป็น
ห้างสรรพสินค้าหรือร้านสะดวกซื้อต่างๆ

4. บทสรุป

ทั้งหมดนี้เป็นเพียงการนำเสนอถึงแนวโน้มธุรกิจของโลกและแนวโน้มของธุรกิจ
ในเมืองไทย ซึ่งมีทั้งธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกันอันเนื่องมาจากความเกี่ยวพันต่อกันทั่วโลก และยังมี
ธุรกิจที่มีความแตกต่างกัน อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมการบริโภคของคนไทยที่แตกต่าง
กับชาติอื่น แนวโน้มธุรกิจอาจเป็นเพียงแค่การพยากรณ์เพื่อมองอนาคตของธุรกิจ หากแต่
เราต้องการประสบความสำเร็จนั้น เราควรต้องมีการพัฒนาทักษะต่างๆ ที่จำเป็นและสำคัญ

ในอนาคต อาทิเช่น ทักษะความสามารถในการสร้างสรรค์นวัตกรรม หรือการบริหารการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์ฉุกเฉิน พร้อมทั้งการฝึกกระบวนการความคิดการทำงานท่ามกลางกระแสโลกยุคโลกาภิวัตน์ อันได้แก่ ความฉลาดทางสังคมที่เป็นส่วนเพิ่มเติมจากความฉลาดทางปัญญาและความฉลาดทางอารมณ์ โดยความฉลาดทางสังคมนั้น จะช่วยให้เราสามารถปรับตัวได้อย่างลงตัวเหมาะสมเพื่อเข้ากับการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างมีความสุข และฝึกรับมือกับความต้องการที่แตกต่างอันหลากหลายของบุคคลรอบตัวเรา สิ่งสุดท้ายคือการฝึกรับรู้และเรียนรู้ด้วยภาพมากกว่าเพียงแค่ตัวอักษรหรือตัวเลข อันเป็นสิ่งที่มาพร้อมกับคนและผู้บริโภคในยุคใหม่อีกด้วย

เอกสารอ้างอิง

- วรรณ วิจักขณ์. (2557, มีนาคม-เมษายน). แนวโน้มอุตสาหกรรมไทยปี 2557. **อุตสาหกรรมสาร**, 2(56), 5-7.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2558). โรงพยาบาลเอกชนปี' 58 มูลค่าตลาดทะลุแสนล้านบาท จับตา Medical Tourism & EXPAT มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น. **Econ Analysis**, 21(2587), 1-5.
- ฤทัยชนก จริ่งจิตร. (2554). แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกและผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจ. ค้นเมื่อ 18 กรกฎาคม 2558 จาก <http://library.dip.go.th/elib/cgi-bin/opacexe.exe?op=dig&lang=0&db=Main&pat=%BE.%C3.%BA.&cat=sub&skin=u&lpp=32&catop=&scid=zzz&sid=&ref=S:@206046&nx=1>
- รัฐบาลไทย. (2558). **สถานการณ์ท่องเที่ยวและกีฬา**. ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2558 จาก http://www.thaigov.go.th/index.php?option=com_k2&view=item&id=92317:%E0%B8%AA%E0%B8%96%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B9%8C%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B5%E0%B8%AC%E0%B8%B2&Itemid=246&lang=th
- Moritz, B. (2014). **Technology breakthroughs by Bob Moritz, PwC US senior partner**. Retrieved July 19, 2015, from <http://www.pwc.com/gx/en/issues/megatrends/technological-breakthroughs-bob-moritz.jhtml>

- Nally, D. (2014). **Climate change and resources scarcity by Dennis Nally, Chairman of PwC International Limited.** Retrieved July 19, 2015, from <http://www.pwc.com/gx/en/issues/megatrends/climate-change-and-resource-scarcity-dennis-nally.jhtml>
- Powell, I. (2014). **Rapid urbainsation by Ian Powell, PwC UK senior partner.** Retrieved July 18, 2015, from <http://www.pwc.com/gx/en/issues/megatrends/rapid-urbanisation-ian-powell.jhtml>
- Winkeljohann, N. (2014). **Demographic and social change by Norbert Winkeljohann, PwC Germany senior partner.** Retrieved July 19, 2015, from <http://www.pwc.com/gx/en/issues/megatrends/demographic-and-social-change-norbert-winkeljohann.jhtml>
- Yang, S. (2014). **Shift in global economic power by Silas Yang, PwC China senior partner.** Retrieved July 19, 2015, from <http://www.pwc.com/gx/en/issues/megatrends/shift-in-global-economic-power-silas-yang.jhtml>