

ความเปลี่ยนแปลงที่เลี่ยงไม่ได้

กันยายน 2020 (เผยแพร่ใน TRIS Academy Club ฉบับ มกราคม 2018) • Innovation •

ดร.ชัยสร ลิมากรณวัฒน์ ผู้จัดการกลยุทธ์นวัตกรรม (Strategic Innovation Manager) สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ



ความเปลี่ยนแปลงที่เลี่ยงไม่ได้

“อนาคต” เป็นสิ่งที่แน่นอน มันเดินเข้าหาคุณอย่างมั่นคงและต่อเนื่อง แต่อนาคตกลับมาพร้อมกับ “ความเปลี่ยนแปลง” ด้วยเหตุนี้ความเปลี่ยนแปลงจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้ความเปลี่ยนแปลงต่างๆ เกิดขึ้นในอัตราเร่งอย่างที่ไม่เคยเป็นมาก่อน พร้อมกับการสร้างผลกระทบในวงกว้าง ธุรกิจไม่สามารถหยุดอยู่ที่ทันที และต้องเตรียมพร้อมรับมืออยู่ตลอดเวลา

สิ่งหนึ่งที่น่าประหลาดใจให้เห็นอย่างชัดเจนและส่งผลต่อธุรกิจอย่างมากคือ **ความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภค** ทั้งนี้ความเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคที่จะมีให้เห็นมากขึ้นในอนาคตอันใกล้จะเป็นไปใน 4 รูปแบบหลัก ได้แก่

รูปแบบแรก : User-generated Data เป็นลักษณะของการเข้าถึงและการสร้างข้อมูลผู้บริโภคในปัจจุบันที่เป็นไปอย่างรวดเร็ว และทันเวลา ข้อมูลจะถูกสร้างทั้งโดยอัตโนมัติและโดยความตั้งใจของผู้ใช้งาน ทั้งจากอุปกรณ์ ระบบสารสนเทศ รวมถึงตัวผู้ใช้งานเอง เกิดเป็นข้อมูลมากมายวิ่งอยู่บนระบบเครือข่าย สังคมไม่ว่าผู้สูงวัย คนทำงาน นักเรียนและนักศึกษา ต่างใช้เวลากับข้อมูลมากขึ้น และสร้างข้อมูลเข้าสู่ระบบอย่างมากมาย

ข้อมูลเหล่านี้สะท้อนให้เห็นอนาคต ทั้งปัญหา ความต้องการ และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง คนที่จับสัญญาณอนาคตได้ย่อมได้เปรียบในการแข่งขัน เราสามารถเห็นตัวอย่างได้จากเว็บไซต์ e-commerce ที่ทราบถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภค และสามารถออกแบบรูปแบบและกลยุทธ์ทางการตลาดที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค

รูปแบบที่สอง : Robosapiens Generation เป็นลักษณะของการใช้ชีวิตประจำวันร่วมกับหุ่นยนต์ ที่จะไม่ใช้เรื่องไกลตัวสำหรับมนุษย์อีกต่อไป โรงงานมีการใช้งานระบบอัตโนมัติมากขึ้น อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนมีความฉลาดสามารถตอบสนองคำสั่ง หรือรองรับการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้น หรือแม้แต่หุ่นยนต์ที่ช่วยดูแลผู้สูงอายุ ยิ่งเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ล้ำหน้าไปมากแค่ไหน ภาพที่มนุษย์อยู่อาศัยร่วมกับหุ่นยนต์ ก็จะเป็นเช่นนั้นมากขึ้น ตัวอย่างเช่น หุ่นยนต์ดูแลผู้สูงอายุ และระบบโฮมออโตเมชันต่างๆ

รูปแบบที่สาม : Personalized Medical Care เมื่อคนเริ่มมีแนวโน้มที่จะหันไปหาการแพทย์เฉพาะบุคคล แทนการรักษาโรคหรือการดูแลสุขภาพแบบมาตรฐาน ซึ่งต้องยกประโยชน์ให้กับความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล และเทคโนโลยีทางการแพทย์ ที่ทำให้การเก็บข้อมูลสุขภาพบุคคลทำได้ง่าย ละเอียดและแม่นยำ

ตัวอย่างในลักษณะนี้เช่น อุปกรณ์ Smart Watch ที่สามารถติดตามการใช้ชีวิตประจำวัน หรือวัดสัญญาณสุขภาพของผู้สวมใส่ ซึ่งนำไปสู่การพัฒนารูปแบบและบริการทางการแพทย์ใหม่ๆ รวมถึงบริการเกี่ยวเนื่อง อาทิ การประกันสุขภาพ บริการสถานออกกำลังกาย

รูปแบบสุดท้าย : Sharing Economy เศรษฐกิจแบ่งปันเป็นรูปแบบเศรษฐกิจที่ทรัพยากรน้อย ที่ถือครองโดยบุคคลทั่วไปได้ถูกนำมาแลกเปลี่ยนหรือหยิบยืมใช้งานร่วมกับผู้อื่นในวงกว้าง เกิดการสร้างมูลค่ากับทรัพยากรน้อย และเกิดการใช้ประโยชน์ทรัพยากรที่อยู่กระจายอย่างคุ้มค่า ซึ่งเป็นแนวโน้มในยุคที่แพลตฟอร์มด้านดิจิทัลได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ในฐานะเครื่องมือที่ช่วยจับคู่ความต้องการระหว่างฝั่งอุปสงค์และอุปทาน ตัวอย่างของแพลตฟอร์มบริการอย่าง Airbnb หรือ Grab

จะเห็นได้ว่าความเปลี่ยนแปลงเหล่านี้สร้างอิทธิพลที่น่าประหลาดใจให้เห็นในปัจจุบัน และกำลังขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต **ธุรกิจที่จะอยู่รอดจึงต้องเตรียมความพร้อมรับมือสำหรับมือ “ความเปลี่ยนแปลงที่เลี่ยงไม่ได้” เหล่านี้อย่างจริงจัง**