

นันทน์ จิตรสัมพันธ์เวช. (2564, สิงหาคม), 10 เทรนด์ผู้ประกอบการโลกหลังยุคโควิด-19 : Food Focus Thailand. 16 (185): 44-46

เปิดเผยผลการสำรวจ “10 เทรนด์ ผู้บริโภคโลกหลังยุคโควิด-19” ว่าการแพร่ระบาดของโควิด-19 เป็นตัวเร่งสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภค “New Normal” ให้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก โดยมีทิศทางพฤติกรรมผู้บริโภคที่สำคัญ 10 ด้าน ดังนี้

1. **กระแสรักสุขภาพมาแรง** ในยุคนี้มีโรคประจำตัวแม้เพียงเล็กน้อยก็มีความเสี่ยงและอาจอันตรายถึงชีวิต ธุรกิจจึงควรเน้นการมอบคุณค่าด้านสุขภาพสูงสุดต่อผู้บริโภค เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และทุกคนเข้าถึงได้
2. **ป้องกันไว้ก่อน** ต้องเน้นความปลอดภัยต่อสุขภาพ ไร้อาการสัมผัส ลดเวลาการมีปฏิสัมพันธ์
3. **กลัวที่อับ** เพราะที่อับจะมีไวรัสแพร่กระจายอยู่ได้ง่ายและรวดเร็ว
4. **สถานที่เสมือนกับโลกจริงเป็นหนึ่งเดียว** เช่น ร้านอาหารในญี่ปุ่นจัดงานเลี้ยงผ่านระบบ Zoom ที่ลูกค้าเห็นหน้ากันได้แบบ 380 องศา เป็นต้น
5. **ผู้บริโภคต้องการบริหารเวลาให้สอดคล้องกับการใช้ชีวิตให้มากที่สุดในยุคที่ต้อง Work from Home** เช่น การนำเทคโนโลยี AI มาใช้เพื่อให้ตอบโจทย์โดนใจลูกค้ามากที่สุด
6. **วิกฤตความเชื่อมั่นทางการเมืองของผู้บริโภค** ผู้คนต้องการที่จะพึ่งพาตัวเองมากกว่าเดิม โดยเฉพาะในประเทศที่ล้มเหลวต่อการบริหารจัดการ (โดยเฉพาะด้านการสาธารณสุข)
7. **เน้นความปลอดภัยและสุขอนามัย**
8. **เรียนรู้ทักษะใหม่ ๆ และออกแบบความสมดุลให้แก่ชีวิต**
9. **สภาพเศรษฐกิจที่ผันผวนส่งผลให้ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น**
10. **บริหารเวลาทำงานแต่ละวันให้เหมาะสม**

