



อิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ประเภท อาหารเสริมออนไลน์ของวัยรุ่นไทย: 2021

ดร.ภัทรภณ ศิลารักษ์
มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่*

บทคัดย่อ

สังคมในยุค 2021 ดิจิทัลมีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับ การเปลี่ยนแปลงในอดีตที่ผ่านมาซึ่งมีผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิต ยุคของอิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวข้องกับ เทคโนโลยีที่มีความรวดเร็วในการสื่อสารการส่งผ่านข้อมูลความรู้ต่างๆ ที่มีอยู่ในสังคมไม่ว่าจะเป็น ข่าวสาร ภาพหรือวิดีโอที่ทุกคนสามารถเข้าถึงได้อย่างรวดเร็วทุกที่ และทุกเวลา พัฒนาการจากยุค อุตสาหกรรมมาสู่ยุคดิจิทัลในปัจจุบันจะเห็นได้ว่ามีความแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัดเจนโดยเฉพาะใน ปัจจุบันนี้นับได้ว่าเป็นยุคของข้อมูลข่าวสาร และอินเทอร์เน็ต ซึ่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีนี้เองที่ทำให้ องค์กรต่างๆ ภาคธุรกิจ สถาบันการศึกษา ครู อาจารย์และนักเรียนของสถานศึกษา และประชาชน ทั่วไป สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลความรู้ได้โดยไม่มีข้อจำกัดในเรื่องเวลาหรือแม้แต่สถานที่ คุณลักษณะ ดิจิทัลในยุค 2021 มี 3 ประการ ดังนี้

1. ความรวดเร็วในการสื่อสารไม่ว่าจะเป็นการจัดเก็บ หรือการเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร ความรู้ต่างๆ ของผู้ใช้
2. การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารที่ไม่มีขอบเขตหรือข้อจำกัดในเรื่องเวลาหรือสถานที่ ทำให้ สามารถเข้าถึง รับรู้ และ เรียนรู้ได้ทุกที่ และทุกเวลา
3. การใช้เทคโนโลยีมาบูรณาการเชื่อมโยงเครือข่าย ทุกคนสามารถจัดเก็บ เข้าถึง ใช้พัฒนา ความรู้ เผยแพร่ และแบ่งปันความรู้ได้อย่างทั่วถึง

การบริหารจัดการด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายผ่านระบบออนไลน์ การบริหารงาน บุคคล การบริหารธุรกิจ งานธุรการ งานอาคารสถานที่ และสภาพแวดล้อมตลอดจนงานความสัมพันธ์ กับลูกค้า เหล่านี้จะต้องสร้างระบบฐานข้อมูลเพื่อการบริหารต้องนำเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ และ เครือข่าย มาใช้ในการบริหารจัดการทำธุรกิจออนไลน์อย่างคุ้มค่ากับผู้บริหารควรตระหนักถึงการ พิจารณาเลือกรูปแบบการสื่อสารออนไลน์ที่เหมาะสมกับประเภทธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสื่อสาร ออนไลน์ผ่านช่องทาง Instagram นับเป็นเครื่องมือการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ การใช้แอปพลิเคชัน Instagram ในการสื่อสารกับผู้บริโภคด้วยการนำเสนอสินค้า ตรายาค้า ตรายาค้า และคำวิจารณ์ของ ลูกค้าที่เคยใช้สินค้าหรือบริการอย่างสม่ำเสมอ โดยใช้รูปภาพในการสื่อสารช่วยดึงดูดความสนใจ และ รักษาฐานลูกค้า

คำสำคัญ: อิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์, อาหารเสริมออนไลน์ของวัยรุ่น.

* มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่ วิทยาลัยนานาชาติ.



Influences affecting the decision to buy dietary supplements online among Thai teenagers: 2021

Dr. Phattharaphon Silarak
North-Chiang Mai University *

Abstract

Society in the digital 2021 era was experiencing a rapid rate of change compared to the changes in the past that have had an impact on lifestyles. The electronic era is associated with technology that is very fast to communicate the transmission of information. That exists in the society, whether it is news images or videos that can be quickly accessed by anyone, anywhere and at any time. The development of the industrial age to the digital age today can be seen that there is a significant difference, especially in today's age of information and the internet. It is the advancement of technology that makes organizations, businesses, educational institutions, teachers, teachers and students alike and the general public, access to knowledge resources without any restrictions on time or even place. There are three digital attributes in 2021:

1. The speed of communication, whether it is stored or access to information sources, information and knowledge of users.
2. The use of communication technology that has no boundaries or restrictions on time or place. Make it accessible, aware, and learn anywhere and at any time.
3. Using technology to integrate into the network Everyone can collect, access, use, develop knowledge, disseminate and share knowledge universally.

Management in various areas, whether it's online purchasing or sales personnel management, business administration, administrative work, building and environment, as well as customer relationship. These will have to create a database system for administration to bring computer technology and networks to be used in the management of doing business online with a cost-effectiveness for consumers should be aware of considering choosing a form of online communication that is suitable for their type of business. Most importantly, online communication through Instagram is a powerful communication tool. Use of the Instagram app to communicate with consumers by presenting products, brands, atmospheres and opinions of customers who have used the product or service on a regular basis. Using images to communicate in order to capture attention. It's about maintaining a client base.

Keywords: Influences on product purchase decision, Online supplement among teenagers.

* North-Chiang Mai University International College.



บทนำ

เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์นั้นมีมานานหลายทศวรรษแล้ว แต่แนวคิดของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลนั้นค่อนข้างใหม่ โดยในปี 1990 มีการเปิดตัวอินเทอร์เน็ตจนแพร่หลาย ตั้งแต่นั้นมาความสามารถในการแปลงสื่อรูปแบบดั้งเดิม (เช่น เอกสารและภาพถ่าย) ไปเป็นข้อมูลฐานสองนั้นมีความสำคัญเกี่ยวกับสิ่งที่เทคโนโลยีดิจิทัลนำมาสู่สังคม วันนี้ ระบบดิจิทัลเกี่ยวข้องกับทุกส่วนของชีวิตเรา ส่งผลกระทบต่อวิธีการทำงาน ร้านค้า การท่องเที่ยว การศึกษา การปกครอง และการใช้ชีวิตมีการใช้การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลในบริบทของธุรกิจ การแนะนำเทคโนโลยีดิจิทัลได้จุดประกายการสร้างรูปแบบธุรกิจและวิธีสร้างรายได้ใหม่ เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่เช่นปัญญาประดิษฐ์ (AI), cloud computing และ Internet of Things (IoT) เร่งการเปลี่ยนแปลงไป ในขณะที่เทคโนโลยีพื้นฐาน เช่น การจัดการข้อมูล และการวิเคราะห์ มีความจำเป็นในการวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากที่เกิดจากการแปลงดิจิทัล

พฤติกรรมของผู้บริโภคทั่วโลกที่เห็นการเติบโตของการช้อปปิ้งออนไลน์เร่งตัวขึ้นในช่วงโควิด-2019 สำหรับสินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อออนไลน์เป็นอันดับต้นๆ ได้แก่ สินค้าแฟชั่น ผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงาม และสินค้าประเภททำได้ด้วยตัวเอง (Do it Yourself: DIY) และการปรับปรุงบ้าน (Home Improvement) โดยอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ หรือแอปฯ ที่ใช้งานง่าย ความรวดเร็วในการขนส่ง และการบริการที่น่าเชื่อถือ รวมถึงรีวิวจากลูกค้าท่านอื่น ล้วนเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคชาวไทยใช้พิจารณาประกอบการตัดสินใจเมื่อซื้อสินค้าออนไลน์ จะเห็นได้ว่าการแพร่ระบาดของโควิด-2019 ทำให้ผู้บริโภคไทยปรับตัวไปสู่ดิจิทัลมากขึ้นภายในเวลาชั่วพริบตา ดังนั้นธุรกิจที่มีช่องทางการขายเป็นหน้าร้านเพียงช่องทางเดียวต้องเร่งปรับตัวเพื่อไม่ให้เสียโอกาสทางธุรกิจ และควรขยายช่องทางการจำหน่ายเพื่อรองรับลูกค้าที่หันมาซื้อสินค้าออนไลน์มากขึ้น แม้ในอนาคตรัฐบาลโควิด-2019 จะผ่านพ้นไปแล้วก็ตาม ความต้องการที่เปลี่ยนไป ในขณะที่ความต้องการ และความคาดหวังของพนักงานเปลี่ยนไปตามสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-2019 องค์กรจะต้องกลับไปทบทวนคุณค่าที่ส่งมอบให้กับพนักงานด้วยว่า วันนี้อะไรจะเป็นสิ่งที่ดึงดูดและรักษาพนักงานให้ยังอยู่กับองค์กร โดยผู้บริหารจะต้องกำจัดข้อปฏิบัติแบบเดิมที่ล้าสมัย และหันมาสร้างความยืดหยุ่น พร้อมทั้งสร้างบรรยากาศในการทำงาน และประสบการณ์ที่ดีให้กับพนักงาน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันขององค์กร

วัยรุ่นเป็นวัยที่อิสระ และต้องการพื้นที่ความเป็นส่วนตัว กลุ่มวัยรุ่นนี้เป็นวัยที่มีโอกาสเสี่ยงต่อการแพร่กระจายของเชื้อโรคได้ง่าย เนื่องจากมีความอิสระในการสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นอยู่เสมอ ปัจจุบันมีสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงขอความร่วมมือจากกลุ่มวัยรุ่นควรงดกิจกรรมรวมกลุ่มต่างๆ ในช่วงนี้และให้อยู่ที่พักเดิมของตัวเอง จนกว่าสถานการณ์ต่างๆ จะดีขึ้น ดังนั้นเพื่อป้องกันตนเอง และลดความเสี่ยงในการสัมผัสโรค ในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) (กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. <https://covid19.anamai.moph.go.th/>) โดยมีคำแนะนำ ดังนี้

1. ควรตื่นนอนตามเวลา อาบน้ำทำความสะอาดร่างกาย
2. เลือกกิน/ซื้ออาหารปรุงสุกใหม่และกินให้ครบ 5 หมู่ ผักผลไม้ 5 สี (ลดหวาน มัน เค็ม)

แยกกินอาหารชุดของตัวเอง ไม่ใช่ภาชนะร่วมกัน



3. ทำความสะอาดของใช้และพื้นที่ส่วนตัวด้วยน้ำยาทำความสะอาด หมั่นเปิดหน้าต่างระบายอากาศอย่างสม่ำเสมอ และล้างมือด้วยสบู่ และน้ำบ่อยๆ หรือเจลแอลกอฮอล์ก่อนรับประทานอาหาร หลังใช้ส้วม

4. ควรวางแผนทำกิจกรรมในช่วงที่ต้องหยุดเรียน เพื่อให้มีความสมดุล ทั้งกิจกรรมที่ตนเองถนัด และเรียนรู้เพิ่มเติม เช่น ดูหนัง ฟังเพลง เล่นดนตรี วาดภาพ ประดิษฐ์สิ่งของต่างๆ อ่านหนังสือ ออกกำลังกาย

ทำจิตใจให้สงบตามวิถีศาสนา เป็นต้น และพัฒนาตนเองโดยการหาความรู้เพิ่มเติมผ่านระบบการเรียนออนไลน์ทั้งนี้ควรเปลี่ยนอิริยาบถทุกๆ 1-2 ชั่วโมง เพื่อลดพฤติกรรมเนือยนิ่ง

5. กรณีต้องออกนอกบ้าน ควรหลีกเลี่ยงการเข้าไปในพื้นที่ที่มีผู้คนหนาแน่น หากจำเป็นควรสวมหน้ากาก และรักษาระยะห่างอย่างน้อย 1-2 เมตร หลีกเลี่ยงการใช้มือสัมผัส ใบหน้า ตา ปาก จมูกโดยไม่จำเป็น

6. เมื่อกลับบ้าน รีบล้างมือด้วยสบู่ ทำความสะอาดเครื่องใช้ส่วนตัว (โทรศัพท์มือถือ ถังคอมพิวเตอร์พกพา เป็นต้น) และทำความสะอาดร่างกายทุกครั้ง เพื่อช่วยลดโอกาสการติดเชื้อได้

7. หยุดกิจกรรมทางสังคม (วันเกิด ปาร์ตี้ สังสรรค์) เปลี่ยนการนัดพบเพื่อนนอกบ้านมาคุยผ่านวิดีโอคอล เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ไลน์ เป็นต้น

8. กรณีที่เดินทางจากพื้นที่ที่มีการระบาดหรือต่างประเทศ ควรมีการแยกตนเองเพื่อสังเกตอาการและหลีกเลี่ยงการใกล้ชิดกับบุคคลในครอบครัวที่เป็นกลุ่มเสี่ยง เช่น ผู้สูงอายุ หรือผู้ป่วย โรคเรื้อรัง เป็นต้น

9. ออกกำลังกาย/เล่นกีฬาที่ถนัดอยู่ที่บ้าน อย่างน้อยวันละ 60 นาที เพื่อสุขภาพร่างกายที่ดี

10. นอนหลับให้เพียงพอวันละ 8-10 ชั่วโมง

ชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) เป็นแนวทางที่หลายๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรมในช่วงไวรัสตัวนี้ออกมาระบาดแล้วเปลี่ยนชีวิตเราไปอีกนาน ทำให้เราต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลก จากที่เราเคยออกจากบ้าน เพื่อไปทำงาน ไปโรงเรียน เราต้องหันมาทำทุกอย่างที่บ้าน หากมีความจำเป็นต้องออกจากบ้านไปซื้อของ หรือแม้กระทั่งไปพบแพทย์ เราต้องใส่หน้ากากเพื่อป้องกันโรค ต้องเว้นระยะห่างสำหรับบุคคล ล้างมือบ่อยๆ นาน 20 วินาที เช็ดมือด้วยแอลกอฮอล์ วมถึงการปรับเปลี่ยนทางด้านธุรกิจและบริการต่างๆ ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน จึงต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การเปิดระบบลงทะเบียนออนไลน์ การใช้ระบบซื้อขายและบริการทางออนไลน์ สิ่งนี้ เกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคม

การดำเนินการทางธุรกิจออนไลน์ Online Business ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง จนส่งผลทำให้ระบบการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ระบบการขนส่งระยะสั้นและการจัดส่งแบบรวดเร็ว จะเป็นที่ต้องการ และความสำคัญมากยิ่งขึ้น ซึ่งหลังจากนี้ การขอรับบริการจากผู้บริโภค จะเริ่มหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพมากยิ่งขึ้น ระบบบริการต้องสร้างความมั่นใจมากขึ้นว่าสินค้าหรือบริการจะต้องมีมาตรฐาน ปลอดภัย และมีความสะอาด คาดว่า เราน่าจะเห็นการเปลี่ยนแปลงในเรื่องของการลงทุนของภาคเอกชน ห้างร้านต่างๆ หันมาจริงจังกับการทำธุรกิจ online กันมากขึ้น



(กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. <https://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/new-normal>)

เทรนด์สุขภาพและความปลอดภัยมาแรง

มาตรการด้านสุขภาพ และความปลอดภัยที่เข้มงวดขึ้นในช่วงการแพร่ระบาด เช่น การจำกัดจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการภายในร้าน การทำความสะอาดฆ่าเชื้อเป็นประจำ หรือจุดบริการเจลล้างมือ กลายเป็นปัจจัยที่ผู้บริโภคชาวไทยให้ความสำคัญที่สุดเมื่อต้องซื้อสินค้าจากร้าน โดยผลสำรวจระบุว่า 29% (Please see www.pwc.com/structure for further details) ของผู้บริโภคคำนึงถึงการปฏิบัติตามมาตรการในการป้องกันโควิด-2019 ของร้านค้าเป็นสำคัญ นอกจากนี้การชำระเงินแบบไร้สัมผัส (Contactless) ก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการพิจารณาซื้อสินค้าหน้าร้านด้วย การที่ผู้บริโภคชาวไทยให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัย เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสกับเงินสดซึ่งอาจเป็นแหล่งของเชื้อโรค ฉะนั้น บริษัทและธุรกิจค้าปลีกต่างๆ ยิ่งจำเป็นต้องสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นกับลูกค้า โดยเพิ่มความเข้มงวดด้านมาตรการความปลอดภัยและเพิ่มช่องทางการชำระผ่านดิจิทัลเพย์เมนต์เพื่ออำนวยความสะดวก ตลอดจนสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภค

ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การระบาดระลอกใหม่ทำให้คนไทยทั่วประเทศระมัดระวังเรื่องการใช้จ่ายมากขึ้น ผลสำรวจเผยว่า ผู้บริโภคชาวไทยกว่าครึ่ง (57%) มีแนวโน้มที่จะลดค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารที่ร้านในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ในขณะที่เกือบ 1 ใน 2 ของผู้บริโภค (47%) มีแนวโน้มที่จะซื้ออาหารแบบกลับบ้าน (Takeaway Food) เพิ่มขึ้นเพราะยังกังวลเรื่องสุขภาพและความปลอดภัย เช่นเดียวกับกับการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นด้านอื่นๆ โดย 44% ของผู้บริโภคจะลดการจับจ่ายใช้สอยด้านกิจกรรมเกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม และกีฬา และ 41% ตั้งใจจะลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว วันนี้จึงยากจะปฏิเสธได้ว่ารูปแบบพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปกระทบกับภาคธุรกิจไม่น้อย การสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคจึงกลายเป็นสิ่งสำคัญมาก รวมไปถึงการนำเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ที่ตอบโจทย์วิถีชีวิตในยุคโควิด-2019 จะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ผู้ประกอบการที่ปรับตัวได้เร็วมีความได้เปรียบในภาวะที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังควบคุมการใช้จ่าย

ภาคธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง องค์กรที่เป็นธุรกิจส่วนตัว (Private Business) และธุรกิจครอบครัว (Family Business) จะต้องปรับตัวเพื่อตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ให้ทัน และรักษาขีดความสามารถในการแข่งขัน หากเรามาพิจารณาจุดแข็งของธุรกิจสองประเภทนี้จะพบว่า ทั้งธุรกิจส่วนตัว และธุรกิจครอบครัวส่วนใหญ่มักจะได้รับความจงรักภักดีจากพนักงาน สะท้อนให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการสร้างความไว้วางใจให้เกิดขึ้นระหว่างผู้บริหาร และพนักงานที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น แต่การเปลี่ยนเข้าสู่โลกของการทำงานในรูปแบบใหม่ให้ประสบความสำเร็จ ถือเป็นเรื่องที่ต้องวางแผนให้ดีตั้งแต่วันนี้ เพื่อให้มั่นใจได้ว่า แรงงานที่มีอยู่จะมีความสามารถในการก้าวไปข้างหน้าพร้อมๆ กับองค์กรของตน

มจร



เทรนด์ความยั่งยืนยิ่งมาแรง

ในช่วงสองถึงสามปีที่ผ่านมา ทั่วโลกต้องเผชิญกับความท้าทายในด้านต่างๆ ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและรูปแบบการทำงานของผู้คนไปอย่างสิ้นเชิงไม่ว่าจะเป็น ความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม การเข้ามาของเทคโนโลยี แรงกดดันด้านประชากรศาสตร์ที่อาจนำไปสู่การว่างงาน หรือการต้องพัฒนาทักษะใหม่ๆ ความแบ่งแยกทางความคิด รวมไปถึงจนถึงการสร้างเชื่อมั่นให้เกิดขึ้นในสังคม ซึ่ง PwC เรียกความท้าทายทั้งหมดนี้ว่า “ADAPT” โดยผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-2019 ยังเป็นตัวเร่งให้การเปลี่ยนแปลงยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น การหันมาใส่ใจเรื่องของความยั่งยืนและความรู้สึกถึงหน้าที่ความรับผิดชอบของผู้บริโภคชาวไทยในฐานะพลเมืองของสังคมปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงการแพร่ระบาด โดย 79% ของผู้บริโภคที่ถูกสำรวจเลือกซื้อเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ขณะที่ 77% ต้องการซื้อสินค้าที่ระบุแหล่งที่มาอย่างชัดเจน และสามารถตรวจสอบได้ นอกจากนี้เกือบ 3 ใน 4 ของผู้บริโภคยังระบุว่า พวกเขาต้องการซื้อสินค้าที่มีบรรทัดฐานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม หรือใช้บรรทัดฐานน้อยที่สุด ซึ่งถึงแม้ว่าเราจะเห็นแนวโน้มของพฤติกรรมด้านความยั่งยืนมาสักระยะหนึ่งแล้ว แต่การแพร่ระบาดครั้งนี้ยิ่งกระตุ้นให้ผู้บริโภคชาวไทยหันมาให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อม รวมทั้งต้องการความโปร่งใสและความยั่งยืนมากขึ้น สอดคล้องกับเทรนด์ของผู้บริโภคทั่วโลก ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับ “แนวคิดการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน” (Environmental, Social, Governance: ESG) และผนวกเข้ากับกลยุทธ์ทางธุรกิจขององค์กร เพื่อตอบรับกับเทรนด์ของผู้บริโภคที่หันมาใส่ใจในเรื่องนี้มากขึ้น ปรากฏการณ์การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภคในยุคโควิด-2019 จนนำไปสู่ภาวะปกติแบบใหม่หรือนิวนอร์มัลที่ กล่าวมาข้างต้น ทำให้เห็นว่าหากผู้ประกอบการไม่เร่งปรับเกมธุรกิจ และนำนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้กับสินค้าและบริการเพื่อตอบโจทย์วิถีชีวิตใหม่ของผู้บริโภคในยุคนี้ จะต้องเผชิญกับความยากลำบากในการฟื้นฟูธุรกิจให้กลับมาได้อย่างรวดเร็วเมื่อสถานการณ์เข้าสู่ภาวะปกติ เพราะวิกฤตครั้งนี้ตอกย้ำให้เห็นชัดว่า เราไม่สามารถเดินเกมแบบเดิมที่เคยทำให้เราชนะในวันที่โลกเปลี่ยนไปแล้วอย่างสิ้นเชิงได้

เทรนด์ธุรกิจโลกหลังยุคโควิดในมุมมองของผู้บริหาร

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิดในช่วงที่ผ่านมา นับเป็นหนึ่งในบทพิสูจน์ที่สำคัญสำหรับการบริหารความยืดหยุ่นขององค์กรในการรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างไม่คาดฝัน ผลสำรวจ Great expectations: Global executives respond to business disruption โดย Strategy& ของ PwC (ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, www.pwc.com/structure for further details) ได้เปิดเผยถึงมุมมองของผู้บริหารระดับโลกต่อแนวโน้มการเติบโตขององค์กรและแผนการฟื้นฟูธุรกิจหลังวิกฤตโควิด

ผลกระทบของโควิดเป็นตัวเร่งให้องค์กรต้องหันมาเพิ่มศักยภาพด้านดิจิทัลขึ้นไปอีกขั้น โดยผลสำรวจพบว่า การลงทุนเพื่อขยายขีดความสามารถด้านไอทีและดิจิทัล ถือเป็นการลงทุนที่ผู้บริหารให้การพิจารณามากที่สุด เปรียบเทียบกับการลงทุนในด้านอื่นๆ โดยยินดีที่จะลงทุนเพิ่มถึง 15% ทั้งนี้ผู้บริหารที่ต้องการลงทุนส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ รวมถึงโซลูชันแพลตฟอร์มเพื่อต่อยอดรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ เช่น โรงพยาบาลหรือคลินิกที่ให้บริการปรึกษา



แพทย์ออนไลน์ (Telemedicine) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ป่วยไม่ต้องเดินทางมาพบแพทย์ เป็นต้น นอกจากนี้ผลจากการสำรวจยังพบว่า ผู้บริหารองค์กรมีการทบทวนกลยุทธ์ทางธุรกิจของตนโดยมุ่งเน้นไปที่การสร้างคุณค่าที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันมากขึ้น เทรนด์การทำธุรกิจที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environment, Social and Governance: ESG) จะยิ่งทวีความสำคัญในยุคหลังโควิด โดยผลจากการสำรวจพบว่า 17% ของผู้บริหารที่ถูกสำรวจมีการผนวกแนวคิด ESG เข้ากับกลยุทธ์ขององค์กร เพื่อฟื้นฟูธุรกิจและเติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคต เนื่องจากโควิดได้ตอกย้ำความคาดหวังของสังคมต่อบทบาทขององค์กร ควบคู่ไปกับกระแสการลงทุนที่คำนึงถึงปัจจัยด้าน ESG ที่กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ดังนั้น องค์กรที่จะสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนจะต้องให้ความสำคัญกับแนวคิดการดำเนินธุรกิจที่ไม่แสวงหาผลตอบแทนแค่กำไรเพียงอย่างเดียว แต่ต้องตระหนักถึงผลกระทบต่อความยั่งยืนในระยะยาวของสังคมโดยรวมด้วย

ปัจจุบันองค์กรไทยส่วนใหญ่จะยังไม่ตื่นตัวกับการนำ ESG มาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจ มากเท่ากับบริษัทในต่างประเทศหรือบริษัทจดทะเบียนขนาดใหญ่ แต่ด้วยความนิยมของการลงทุนอย่างรับผิดชอบที่เพิ่มขึ้น รวมถึงเทรนด์ของผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจมิติด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแล น่าจะเป็นแรงผลักดันให้องค์กรไทยทั้งขนาดเล็ก และใหญ่ เร่งนำ ESG มาผนวกเป็นกลยุทธ์สำคัญขององค์กรในระยะเวลาอันใกล้นี้อย่างแน่นอน ผลสำรวจพบว่า 41% ขององค์กรที่คาดการณ์รายได้เชิงบวกคาดว่าธุรกิจจะสามารถเติบโตได้ในขณะที่มีการลดจำนวนพนักงาน (Headcount) ขณะที่ 96% (Great expectations: Global executives, <https://www.strategyand.pwc.com>) กำลังพิจารณาการเปลี่ยนแรงงานสู่ดิจิทัล โดยนำระบบอัตโนมัติมาใช้กับสถานที่ทำงานในอนาคต (Office of The Future) เพื่อพัฒนารูปแบบการทำงานที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น โดยไม่จำเป็นต้องจ้างพนักงานประจำมากเท่าเดิม ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนในการบริหารทรัพยากรขององค์กรไปได้มาก ผู้บริหารต้องการสร้างสมดุลระหว่างการลดต้นทุนและการบริหารทรัพยากรบุคคล เพราะเราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า “บุคลากร” ยังคงเป็นหัวใจสำคัญขององค์กร และการเพิ่มพูนทักษะทางด้านดิจิทัลให้กับพนักงานถือเป็นสิ่งที่จำเป็นเพื่อให้พวกเขามีความพร้อมรับมือกับกระแสการเปลี่ยนแปลงในอนาคต ทั้งนี้เพื่อสร้างแรงงานที่มีทักษะที่จำเป็นต่อการทำงานร่วมกับเทคโนโลยีได้อย่างไร้รอยต่อ ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยขับเคลื่อนองค์กรในยุคดิจิทัล จะเห็นว่าธุรกิจที่จะสามารถฝ่ากระแสคลื่นดิสรัปชันที่เข้ามากระทบธุรกิจได้ต้องอาศัยกลยุทธ์ธุรกิจที่มีความยืดหยุ่น และพร้อมที่จะถูกปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็วเพื่อให้ทันกับสถานการณ์ ผมหวังเป็นอย่างยิ่งว่า 4 เทรนด์อนาคตโลกธุรกิจหลังโควิดข้างต้นนี้ จะช่วยจุดประกายการกำหนดกลยุทธ์ให้แก่ผู้นำองค์กรทุกๆ ท่านได้ไม่มากก็น้อย แม้ว่าในเวลานี้ทุกธุรกิจจะยังไม่เห็นแสงสว่างที่ปลายอุโมงค์ แต่ผมเชื่อว่าในทุกวิกฤตย่อมมีโอกาส หากเรามีการวางแผนการรับมือที่ดี ควบคู่ไปกับการหมั่นทบทวนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ

ความหมายของดิจิทัล แนวคิด และวิวัฒนาการ

การปฏิบัติงานจากที่บ้าน (Work from home) กลายเป็นเรื่องปกติขององค์กรแทบทุกแห่งในวันนี้ แต่ผู้บริหารจะต้องพิจารณาต่อไปอีกว่า การกำหนดรูปแบบการทำงานที่เหมาะสมกับการทำธุรกิจของตนควรเป็นรูปแบบใดในระยะยาว เช่น ควรเป็นการทำงานทางไกลโดยสิ้นเชิง หรือควร



ผสมผสานการทำงานทางไกลและการทำงาน ณ สถานที่ทำงาน (Hybrid work) ซึ่งองค์กรจะต้องมีความเข้าใจ และมีการวางแผนรูปแบบการทำงานแบบใหม่ รวมถึงมีความเข้าใจว่า บทบาทหน้าที่ใดควรทำงานที่ไหนจึงจะเกิดประสิทธิภาพสูงสุด แต่ไม่ว่าองค์กรจะเลือกรูปแบบการทำงานแบบใด ควรให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นก่อนตัดสินใจและกำหนดเป็นนโยบายของบริษัทด้วย มีหลายแนวทางด้วยกันที่องค์กรจะต้องให้ความสำคัญในการวางแผนแรงงานในอนาคต ซึ่งผู้บริหารจะต้องไม่มองข้ามเพื่อยกระดับทักษะที่จำเป็นให้กับพนักงาน รวมทั้งปรับรูปแบบการทำงานที่เหมาะสมกับองค์กรในระยะยาว แม้ว่าการวางแผนแรงงานขององค์กรจะไม่มีรูปแบบตายตัว แต่ก็ถือเป็นภารกิจที่ผู้บริหารต้องให้ความสำคัญไปพร้อมๆ กับการสร้างรายได้ เพราะการสนับสนุนและส่งเสริมให้พนักงานได้มองเห็นเส้นทางในการพัฒนาทักษะและความสามารถในการทำงานจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้องค์กรดึงดูดและรักษาบุคลากรมากความสามารถให้เติบโต และมีความพร้อมที่จะก้าวไปข้างหน้าร่วมกับองค์กร

ดิจิทัล (digital) (วิกิพีเดีย, <https://th.wikipedia.org>) เฉพาะชื่อเฉพาะอาจสะกดเป็น ดิจิตอล หรือ ดิจิตอล หรือในศัพท์บัญญัติว่า เซิงเลข ในทฤษฎีข้อมูลหรือระบบข้อมูล เป็นวิธีแทนความหมายของข้อมูลหรือชิ้นงานต่างๆ ในรูปแบบของตัวเลข โดยเฉพาะเลขฐานสอง ที่ไม่ต่อเนื่องกัน ซึ่งต่างจากระบบแอนะล็อกที่ใช้ค่าต่อเนื่องหรือสัญญาณแอนะล็อกซึ่งเป็นค่าต่อเนื่อง หรือแทนความหมายของข้อมูลโดยใช้ฟังก์ชันที่ต่อเนื่อง คำว่าดิจิทัลที่มาจากแหล่งเดียวกันกับคำว่า digit และ digitus (ภาษาละตินแปลว่านิ้ว) เพราะนิ้วมีม้มักจะใช้สำหรับการนับที่ไม่ต่อเนื่อง นักคณิตศาสตร์ จอร์จ CStibitz ของห้องปฏิบัติการโทรศัพท์เบลล์ ใช้คำว่าดิจิทัลในการอ้างอิงถึงพัลส์ไฟฟ้าเร็วที่ปล่อยออกมาจากอุปกรณ์ที่ออกแบบเพื่อเล็งและยิงปืนต่อต้านอากาศยานในปี 1942 มันเป็นที่นิยมใช้มากที่สุดในการระบบคำนวณและระบบอิเล็กทรอนิกส์โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อข้อมูลในโลกแห่งความเป็นจริงจะถูกแปลงเป็นรูปแบบตัวเลขฐานสองเช่นในเสียงออติโอดิจิทัลและการถ่ายภาพดิจิทัล

ความหมายของเทคโนโลยีสารสนเทศ เทคโนโลยีดิจิทัล และไอซีที (<https://sites.google.com>)

เทคโนโลยี (Technology) หมายถึง สิ่งที่มนุษย์พัฒนาขึ้น เพื่อช่วยในการทำงานหรือแก้ปัญหาต่างๆ และเป็นการประยุกต์ นำเอาความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ และก่อให้เกิดประโยชน์ในทางปฏิบัติ แก่มวลมนุษย์กล่าวคือเทคโนโลยีเป็นการนำเอาความรู้ ทางวิทยาศาสตร์มาใช้ในการประดิษฐ์สิ่งของต่าง ๆ ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

สารสนเทศ (Information) หมายถึง ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ มนุษย์แต่ละคนตั้งแต่เกิดมาได้เรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก เรียนรู้สภาพสังคมความเป็นอยู่ กฎเกณฑ์และวิชาการ

เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology : IT) หมายถึง เทคโนโลยีที่มีความเกี่ยวข้องกับการเก็บวิเคราะห์ข้อมูล และประมวลผลสารสนเทศ ทำให้สารสนเทศนั้นมีประโยชน์และสามารถใช้งานได้หลากหลายมากขึ้น

เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital Economy หรือ DE) หมายถึง เศรษฐกิจและสังคมที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (หรือเรียกว่าเทคโนโลยีดิจิทัล) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนการปฏิรูปกระบวนการผลิตการดำเนินธุรกิจ การค้า การบริการ การศึกษา การสาธารณสุข การบริหาร



ราชการแผ่นดิน รวมทั้งกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมอื่นๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคม และการจ้างงานที่เพิ่มขึ้น

บทบาทของการพัฒนาเทคโนโลยีรวดเร็วขึ้น เมื่อมีการพัฒนาอุปกรณ์ทางด้านคอมพิวเตอร์ และส่วนประกอบ จะเห็นได้ว่าในช่วงสี่ห้าปีที่ผ่านมาจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งมีคอมพิวเตอร์เข้าไปเกี่ยวข้องให้เห็นอยู่ตลอดเวลาสังคมจึงเป็นสังคมเมืองที่มีอุตสาหกรรมเข้ามาเกี่ยวข้อง แต่หลังจากปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา ระบบสื่อสารโทรคมนาคม และคอมพิวเตอร์ก้าวหน้ามาก ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคสังคมสารสนเทศ ชีวิตความเป็นอยู่เกี่ยวข้องกับข้อมูลข่าวสารจำนวนมาก การสื่อสารโทรคมนาคมกระจายทั่วถึง ทำให้ข่าวสารแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว สังคมในปัจจุบันเป็นสังคมไร้พรมแดนเพราะเรื่องราวของประเทศหนึ่งสามารถกระจายแพร่ออกไปยังประเทศต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็ว ความก้าวหน้าทางด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ทำให้มีการพัฒนาคิดค้นสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่อการดำเนินชีวิตเป็นอันมาก เทคโนโลยีได้เข้ามาเสริมปัจจัยพื้นฐานการดำรงชีวิตได้เป็นอย่างดี เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์มากขึ้น เทคโนโลยีทำให้ระบบการผลิตสามารถผลิตสินค้าได้เป็นจำนวนมากมีราคาถูกลง สินค้าได้คุณภาพ เทคโนโลยีทำให้มีการติดต่อสื่อสารกันได้สะดวก การเดินทางเชื่อมโยงถึงกันทำให้ประชากรในโลกติดต่อรับฟังข่าวสารกันได้ตลอดเวลา

เทคโนโลยีสารสนเทศช่วยให้ความเป็นอยู่ของมนุษย์ดีขึ้น ช่วยส่งเสริมให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน ทำให้มนุษย์มีเวลาว่างเพื่อใช้ ในทางที่เกิดประโยชน์มากขึ้น มีเครื่องมือสื่อสารโทรคมนาคม สมัยใหม่ให้ติดต่อกันได้สะดวก มีระบบคมนาคมขนส่งที่ รวดเร็วสามารถใช้โทรศัพท์ในขณะที่เดินทางไปมาอย่างต่างๆ มีอุปกรณ์ช่วยอำนวยความสะดวก สะดวกที่ควบคุมด้วยคอมพิวเตอร์ เช่น ลิฟต์ เครื่องซักผ้า เครื่องปรับอากาศ เครื่องช่วย ให้เกิดการพักผ่อนหย่อนใจ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ มีรายการให้เลือกชมได้มากมาย มีการ แพร่กระจายสัญญาณ โทรทัศน์ผ่านดาวเทียมทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้ข่าวสารต่างๆ จากทั่วทุกมุมโลกได้อย่างรวดเร็วเหมือนอยู่ในเหตุการณ์

สรุป

“คนรุ่นใหม่” มักถูกมองว่ามีความเป็นชาวดิจิทัล (Digital Natives) สูง ขณะที่บางส่วนเรียก iGen เนื่องจากเป็นกลุ่มที่เกิด เติบโต และคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยี แล้วชาวดิจิทัลไทยมีความเป็นคนรุ่นใหม่แค่ไหน? คนรุ่นใหม่เป็นอย่างไร?... นี่อาจเป็นคำถามสำคัญสำหรับประเทศไทยที่กำลังอยู่ในช่วงแห่งการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) เป้าหมายสำคัญคือ การมุ่งสู่ความ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ซึ่งมีนโยบายสำคัญในปัจจุบันคือ “ไทยแลนด์ 4.0” โดยมุ่งพัฒนา “คน” ทุกช่วงวัยให้มีคุณภาพ เป็นคนไทย 4.0 (<http://khonthai4-0.net>) ความคาดหวังของสังคมต่อการพัฒนาประเทศจึงมุ่งสู่กลุ่ม “คนรุ่นใหม่” ว่าพวกเขาจะมีบทบาทในการขับเคลื่อนสังคมและประเทศให้ไปในทิศทางใด ความเป็นคนรุ่นใหม่ของชาวดิจิทัลไทยจะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีโดยตรง ทั้งด้านการเรียนรู้ ทักษะการใช้งาน และผลกระทบจากการใช้เทคโนโลยี ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแสดงให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของทักษะ การเรียนรู้ การใช้งานเทคโนโลยี รวมถึงความเกี่ยวโยงความเป็นคนรุ่นใหม่กับทักษะการรู้เท่าทันสื่อและเทคโนโลยี (Media Literacy) ที่เป็นตัวชี้วัดลักษณะรุ่นได้ชัดเจน ดังประโยคที่ว่า “คนรุ่นใหม่เกิดมาพร้อมกับเทคโนโลยี” หรือ “คนรุ่นใหม่ต้องรู้เท่าทันเทคโนโลยี” สิ่งเหล่านี้ได้สร้างภาพประทับความเป็นคนรุ่นใหม่ผ่านกระบวนการมีทักษะและการเรียนรู้เทคโนโลยีที่มาก



กว่าเดิม ทั้งในแง่ความเก่ง ความคล่องตัวในการใช้งาน และทันสมัยต่อเทคโนโลยีใหม่ ความเป็นคนรุ่นใหม่จึงถูกมองว่ามีความเป็น “ชาวดิจิทัล (Digital Natives)” สูง บางส่วนเรียกว่าเป็น iGen เพราะเกิดเติบโต และคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีมากกว่าเจเนอเรชันที่เกิดมาก่อนนี้ นำมาสู่กระบวนการสร้างความคาดหวังต่อเรื่องวิถีเทคโนโลยี โดยคนแต่ละรุ่นจะคาดหวังว่าคนอื่นจะต้องชำนาญในวิถีเทคโนโลยี และความคาดหวังจะเข้มข้นมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับคนรุ่นก่อนหรือถัดๆ ไป

คนรุ่นใหม่ “ต้องเก่งและรู้ทันเทคโนโลยีมากกว่าคนรุ่นก่อนหน้า” ความคาดหวังเรื่องความรู้ ทักษะ ความเท่าทันในวิถีเทคโนโลยีนี้ ยังมีต่อคนรุ่นเดียวกัน และคนรุ่นก่อนหน้าด้วย เพราะอิทธิพลของเทคโนโลยีที่มีต่อวิถีชีวิตประจำวัน ทำให้ทุกคนเกิดความคาดหวังว่า ไม่ว่าจะเป็นคนรุ่นใดก็ต้องปรับตัว เรียนรู้และเท่าทันการใช้เทคโนโลยีให้ได้ อັตลักษณ์ของชาวดิจิทัลสากล จากการนิยาม “ความเป็นคนรุ่นใหม่” ตามมุมมองของชาวดิจิทัลไทยข้างต้น จะเห็นได้ว่า ทุกคนล้วนมีความเป็นคนรุ่นใหม่ (และรุ่นเก่า) ได้ในหลากหลายมิติ ทั้งในแง่อายุ และวัย รูปแบบความคิด วิธีการดำเนินชีวิต รวมถึงวิถีเทคโนโลยี ขึ้นอยู่กับว่าคุณจะนิยามตนเองอย่างไรเพื่อสร้างความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะบุคคล (Individual Identity) การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล คือกระบวนการ และกลยุทธ์ในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินธุรกิจ และการให้บริการลูกค้าไปอย่างมาก ขั้นตอนนี้แพร่หลายในยุคของการแปลงเป็นดิจิทัล นั่นเป็นเพราะองค์กรทุกขนาดและทุกอุตสาหกรรมจะต้องอาศัยข้อมูล และเทคโนโลยีมากขึ้นในการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และบริการลูกค้าให้ดี

เอกสารอ้างอิง

เกรียงไกร ภูวนิชย์, ประสงค์ ปราณีตพลกรัง และ กุลธร เกษมสันต์ (ผู้ปาฐกถา). (2-3 กรกฎาคม 2558). การสำรวจและวิเคราะห์เชิงประจักษ์ด้านความเหลื่อมล้ำของสมรรถนะบุคลากรทางด้านไอซีทีในหน่วยงานภาครัฐสำหรับสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจดิจิทัล. ในการประชุมวิชาการระดับชาติด้านคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ ครั้งที่ 11. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือและมหาวิทยาลัยศรีอยุธยา.

ชัยอนันต์ สมุทวณิช. (2540). **วัฒนธรรมคือทุน**. กรุงเทพมหานคร : บริษัทสุขุมและบุตร จำกัด.

กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2021). เข้าถึงจาก <https://covid19.anamai.moph.go.th/>.

กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2021). เข้าถึงจาก <https://www.tosh.or.th/covid-19/index.php/new-normal>.

ชาญชัย ชัยประสิทธิ์, www.pwc.com/structure for further details. เข้าถึงเมื่อ 1 เมษายน 2564.

วิกิพีเดีย, <https://th.wikipedia.org>. เข้าถึงเมื่อ 26 มีนาคม 2564.

Great expectations: Global executives, <https://www.strategyand.pwc.com>. 29 มีนาคม 2564.

<https://sites.google.com>. เข้าถึงเมื่อ 7 เมษายน 2564.

<http://khonthai4-0.net>. เข้าถึงเมื่อ 8 เมษายน 2564.