

### New Normal ออสเตรเลียหลังวิกฤตการณ์ COVID-19

ปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในออสเตรเลียอยู่ในระดับที่รัฐบาลสามารถควบคุมได้โดยอัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ติดเชื้อใหม่ลดลงอย่างมากซึ่งเป็นสาเหตุมาจากการออกมาตรการควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดต่างๆ ของรัฐสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงคนออสเตรเลียส่วนใหญ่ให้ความร่วมมือและปฏิบัติตามมาตรการต่างๆ จากภาครัฐอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ รัฐบาลออสเตรเลียได้เริ่มผ่อนปรนความเข้มงวดของมาตรการต่างๆ ลงเพื่อให้ประชาชนและภาคธุรกิจสามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ผลกระทบจากการแพร่ระบาดฯ และการดำเนินการตามมาตรการดังกล่าวอย่างยาวนานได้ส่งผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงรูปแบบพฤติกรรมกรรมการดำเนินชีวิตและแนวทางการดำเนินธุรกิจของภาคธุรกิจในออสเตรเลียเข้าสู่รูปแบบใหม่ (New Normal) ดังนี้

- ผลจากการปฏิบัติตามแนวทางการรักษาระยะห่างทางสังคม (Social Distancing) และงดการเดินทางออกจากบ้านโดยไม่จำเป็นเพื่อจำกัดการรวมกลุ่มทางสังคม ทำให้ประชาชนออสเตรเลียลดการติดต่อทางกายภาพและอาศัยช่องทางการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ดังนั้น ผู้บริโภคออสเตรเลียเริ่มให้ความสำคัญกับการเข้าชมและสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ผ่านระบบออนไลน์เป็นช่องทางหลัก เพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อจากการเดินทางออกนอกบ้าน เนื่องจากภาคธุรกิจส่วนใหญ่ยังปิดให้บริการ (ยกเว้นซูเปอร์มาร์เก็ต ธนาคาร ปั้มน้ำมัน อู่ซ่อมรถ ธุรกิจบริการขนส่งและร้านขายยา) และเลือกชำระค่าสินค้าและบริการแบบ Cashless มากขึ้น เนื่องจากการชำระสินค้าด้วยเงินสดมีความเสี่ยงจากการติดเชื้อจากธนบัตรและเหรียญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคออสเตรเลียมีความตื่นตัวและให้ความสำคัญต่อความปลอดภัยของสุขภาพและสุขอนามัยมากขึ้น อีกทั้ง ผู้บริโภคออสเตรเลียจะเริ่มให้ความสำคัญต่อการซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันมากขึ้น เพื่อลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นท่ามกลางสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ครัวเรือนที่ลดลง

- ภาคธุรกิจร้านอาหาร บาร์ และคาเฟ่ ต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจเพื่อให้สามารถเปิดกิจการได้ โดยต้องจำกัดพื้นที่ให้บริการสำหรับรักษาระยะห่าง 1.5 ตารางเมตร/คน ซึ่งจะทำให้ภาคธุรกิจสามารถให้บริการลูกค้าได้เพียงร้อยละ 25 - 50 จากพื้นที่ให้บริการปกติ และเน้นการให้บริการในพื้นที่โล่งแจ้งเป็นหลักเพื่อหลีกเลี่ยงการรวมตัวเป็นกลุ่มภายในพื้นที่ปิด รวมถึงการให้บริการแบบ Delivery และ Take away จะยังคงเป็นช่องทางการค้าหลักที่สำคัญของภาคธุรกิจนี้ไปอีกสักระยะ

- ธุรกิจค้าปลีกและร้านค้ามีแนวโน้มในการลดจำนวนสาขาและขนาดพื้นที่ลง เนื่องจากต้องจำกัดจำนวนผู้เข้ามาใช้บริการภายในร้านให้มีความเหมาะสมเพื่อปฏิบัติตามแนวทางการป้องกันการแพร่ระบาดฯ รวมถึงร้านค้าจะต้องจัดทำสัญลักษณ์บนพื้นเพื่อกำหนดระยะห่างให้กับลูกค้าอย่างเคร่งครัด เตรียมเจลล้างมือสำหรับให้บริการแก่ลูกค้าอย่างเพียงพอ นอกจากนี้ ธุรกิจค้าปลีกและร้านค้าเริ่มให้ความสำคัญในการทำตลาดออนไลน์มากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ

- ธุรกิจให้บริการออกกำลัง ต้องให้บริการในรูปแบบที่เป็นไปตามเงื่อนไขความปลอดภัยต่อสุขภาพอย่างเข้มงวดมากขึ้น อาทิ การรักษาระยะห่างระหว่างผู้เข้าใช้บริการ การทำความสะอาดเครื่องมือหรืออุปกรณ์หลังการใช้งานทุกครั้ง การยกเลิกให้บริการอาบน้ำหรือสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องใช้ร่วมกันที่มีความเสี่ยงต่อการแพร่เชื้อ นอกจากนี้ การฝึกออกกำลังกายกลางแจ้งต้องไม่เกิน 10 คน และห้ามไม่ให้มีการสอนออกกำลังภายในอาคาร
- การร่วมมือระหว่างธุรกิจเพื่อนำเสนอบริการใหม่แก่ผู้บริโภค โดยจะเห็นการพัฒนาความร่วมมือในรูปแบบใหม่ๆ ระหว่างธุรกิจ เช่น ธุรกิจเสื้อผ้าสำหรับกิจกรรมกลางแจ้ง Kathmandu ได้ร่วมมือกับ Uber ในการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วในการขนส่ง เนื่องจากความต้องการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์เพิ่มขึ้นมาก ทำให้ผู้ให้บริการขนส่ง เช่น Australia Post ไม่สามารถจัดส่งสินค้าได้ตามระยะเวลาเดิม นอกจากนี้ Supermarket รายใหญ่ (Coles และ Woolworths) ได้ใช้บริการ Uber Eats และ Uber ในการจัดส่งสินค้าเช่นกัน
- การทำความเข้าใจ Supply Chain ของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ให้ความสำคัญในการพิจารณาใช้วัตถุดิบและความสามารถทางการผลิตในประเทศ เพื่อป้องกันและลดความเสี่ยง การขาดแคลนสินค้าจำเป็นในอนาคต เช่น ผู้ผลิตเครื่องตีเมล็ดแอลกอฮอล์ ผู้ผลิตครีมบำรุงผิวและผู้ผลิตสินค้าเครื่องหอม ได้เพิ่มการผลิตเจลล้างมือและน้ำยาล้างมือ ผู้ผลิตเครื่องหนัง (R.M. Williams) ได้ใช้เครื่องจักรและแรงงานผลิตชุดทำงาน รองเท้า และหน้ากาก (Non-Surgical Mask)

### ผลกระทบต่อเศรษฐกิจออสเตรเลีย

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคในช่วงการแพร่ระบาดเชื้อไวรัส COVID-19 ได้ทำให้ภาคธุรกิจและร้านค้าออสเตรเลียปรับตัวและพัฒนาเข้าสู่ระบบบริการออนไลน์มากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น ร้านจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ และผลิตภัณฑ์ความงาม ซึ่งเป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจท่ามกลางสถานการณ์ดังกล่าวเพื่อรักษา/เพิ่มรายได้แก่ภาคธุรกิจด้วยต้นทุนต่ำซึ่งเป็นการลดภาระค่าเช่าพื้นที่ที่มีราคาสูง และค่าจ้างแรงงานเพื่อความอยู่รอด ทำให้มูลค่าตลาดค้าปลีกออนไลน์ออสเตรเลียมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นที่ร้อยละ 6.6 ของมูลค่าตลาดค้าปลีกทั้งหมด (เป็นการทำธุรกิจร้านค้าแบบ Pure-play Online ร้อยละ 2.4 และ Multi-channel Online ร้อยละ 4.2)

การสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวจะส่งผลให้ภาคธุรกิจต่างปรับกลยุทธ์มาทำการตลาดออนไลน์เป็นหลักมากขึ้น อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์จะทำให้จำนวนสาขาให้บริการภายในร้านค้าลดจำนวนลงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อตลาดแรงงานในประเทศ ซึ่งปัจจุบันจำนวนผู้ว่างงานในออสเตรเลียมีมากกว่า 1 ล้านคน โดยส่วนใหญ่เป็นผู้ว่างงานจากภาคธุรกิจด้าน Hospitality ค่าปลีกก่อสร้าง ธุรกิจด้านศิลปะและสันตนาการ และอัตราการว่างงานมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในอีก 2 ปีข้างหน้า

นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ
  อื่นๆ

ทั้งนี้ อัตราการเพิ่มขึ้นของผู้ติดเชื้อที่ลดลงอย่างต่อเนื่องทำให้รัฐบาลออสเตรเลียอยู่ระหว่างพิจารณาอนุญาตให้ภาคธุรกิจที่ไม่จำเป็นเริ่มกลับมาเปิดให้บริการได้มากขึ้น แต่ต้องปฏิบัติตาม A Comprehensive set of Health Protocol ซึ่งเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจและการปฏิบัติของบุคลากรในภาคธุรกิจ (ระเบียบปฏิบัติในการรักษาความสะอาดของสถานที่ การรักษาระยะห่าง การใช้อุปกรณ์ป้องกัน PPE) เพื่อให้ประชาชนกลับเข้าสู่ตลาดแรงงานอีกครั้ง อีกทั้งรัฐบาลได้ปรับปรุงเว็บไซต์ SafeWork Australia เพื่อให้ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติด้านความปลอดภัยที่ถูกต้องแก่ภาคธุรกิจต่างๆ อาทิ ร้านอาหาร คาเฟ่

### ผลกระทบต่อการค้าไทย

รูปแบบ New Normal ที่กำลังเกิดขึ้นในออสเตรเลียเป็นกระแสการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคและภาคธุรกิจในตลาดที่สำคัญอย่างมาก ซึ่งผู้ประกอบการส่งออกสินค้าไทยควรติดตามและศึกษาแนวโน้ม New Normal ดังกล่าว รวมถึงการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในตลาดอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมและตรงความต้องการของลูกค้ามากที่สุด โดยเฉพาะสินค้าที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน อาทิ สินค้าอาหารและเครื่องปรุง เครื่องครัวและเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าเวชภัณฑ์และสินค้าเพื่อสุขภาพ

Source : [www.7news.com.au](http://www.7news.com.au)/[www.abc.net.au](http://www.abc.net.au)/[www.smh.com.au](http://www.smh.com.au)

นโยบายภาครัฐ  เศรษฐกิจการลงทุน  แนวโน้มการตลาด  รายงานสินค้าและบริการ  อื่นๆ