

โควิด-19 กับผลกระทบต่อภาคบริการ

คงปฏิเสธไม่ได้ว่าโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ซึ่งถูกจัดเป็นโรคระบาดครั้งใหญ่ของโลก (Pandemic) โดยองค์การอนามัยโลก (World Health Organization - WHO) นอกจากจะส่งผลกระทบต่อด้านสุขภาพและสาธารณสุขแล้ว ยังส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อภาคเศรษฐกิจในระดับโลก ภูมิภาค และรายประเทศอีกด้วย โดยการประชุมสหประชาชาติว่าด้วยการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development - UNCTAD) เชื่อว่าเศรษฐกิจโลกในปีนี้จะมีการเติบโตต่ำกว่าร้อยละ 2 หรือจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจเป็นมูลค่ากว่า 1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ ในขณะที่สำนักข่าว Bloomberg วิเคราะห์ว่าหากสถานการณ์เลวร้ายที่สุด อาจจะไม่มีการเติบโตของเศรษฐกิจโลกเลยในปีนี้ โดยความกังวลหลักนั้นมาจากการหยุดชะงักด้านการผลิตของจีนที่เป็นพื้นที่ระบาดหลัก โดยจีนเป็นห่วงโซ่อุปทานหลัก มีผลผลิตประมาณหนึ่งในหกของผลผลิตทางเศรษฐกิจทั่วโลก

นอกจากนี้ จากการระบาดที่เพิ่มขึ้นนอกจีน โดยเฉพาะในยุโรปและสหรัฐอเมริกา ทำให้ภาครัฐต้องออกนโยบายในการจำกัดการเคลื่อนที่ของประชาชน และนโยบายเว้นระยะห่างทางสังคม (Social distancing) ส่งผลให้เกิดการลดลงของกิจกรรมทางเศรษฐกิจจากการที่ผู้บริโภคไม่ได้ออกมาจับจ่ายตามปกติ และส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก โดยเฉพาะสาขาบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เช่น สายการบิน สนามบิน โรงแรม ภัตตาคาร สถานที่ท่องเที่ยว และร้านค้าของที่ระลึก โดยสมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศ (International Air Transport Association-IATA) ได้เตือนว่าโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของภาคการบินมากกว่า 63 พันล้านเหรียญ

มาตรการการหลีกเลี่ยงสถานที่ที่มีผู้คนแออัดหนาแน่นยังส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น ห้างสรรพสินค้า โรงภาพยนตร์ การแสดงดนตรี การแข่งกีฬา โดยตลาดภาพยนตร์ต่างประเทศจะสูญเสียรายได้มากกว่า 5 พันล้านเหรียญ

ผลกระทบในภาคการผลิตและภาคบริการยังส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของนักลงทุนทั่วโลก โดยสหประชาชาติ (United Nations - UN) เชื่อว่าการลงทุนโดยตรง (Direct Investment) จะลดลงได้สูงสุดถึงร้อยละ 15 และจากความเชื่อมั่นของนักลงทุนที่ลดลงดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อดัชนีตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกอีกด้วย

ผลกระทบของโควิด-19 ต่อธุรกิจภาคบริการ

จากข้อมูลตัวชี้วัดดัชนีการค้าบริการขององค์การการค้าโลกเมื่อวันที่ 11 มีนาคม 2563 พบว่าการเติบโตการค้าบริการทั่วโลกมีการชะลอตัวอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนการระบาดของโควิด-19 โดยจากดัชนีดังกล่าวพบว่าบริการสาขาการเดินทางทางอากาศการขนส่งทางผู้คอนเทนเนอร์จะมีอัตราการเติบโตต่ำที่สุด โดยชะลอตัวมาตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 นอกจากนี้ ภาคบริการอื่นๆ ก็มีการเติบโตที่ชะลอตัวด้วยเช่นกัน อาทิ การทำธุรกรรมทางการเงินทั่วโลก และบริการสื่อสารโทรคมนาคม ทั้งนี้ ตัวเลขปริมาณการค้าบริการทั่วโลกเติบโตลดลงจากปีก่อนหน้าร้อยละ 4.7 ในช่วงไตรมาสแรกของปี 2562 และเหลือเพียงร้อยละ 2.8 ในไตรมาสที่ 3 แม้ว่าการชะลอตัวของภาคบริการจะเกิดขึ้นมาสักระยะหนึ่งแล้ว แต่คาดการณ์ได้ว่าสถานการณ์จะเลวร้ายมากยิ่งขึ้นจากผลกระทบของโควิด 19 โดยเฉพาะสาขาบริการที่มีการชะลอตัวในอัตราที่สูงอยู่แล้ว

ในสาขาการเดินทางทางอากาศ การถูกจำกัดการเดินทางของประชากรหลายประเทศ ส่งผลให้ปริมาณผู้โดยสารของสายการบินทั่วโลกลดลงเป็นอย่างมาก โดยจากข้อมูลของบริษัทคาปาแสดงให้เห็นว่า เที่ยวบินระหว่างประเทศของจีนลดลงถึงร้อยละ 80 และเที่ยวบินในประเทศลดลงถึงร้อยละ 60 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า สายการบินชั้นนำของโลกต่างจำเป็นต้องลดเที่ยวการเดินทางลง อาทิ สายการบิน Lufthansa ของเยอรมนีได้ลดเที่ยว

การเดินทางลงมากกว่าร้อยละ 90 โดย IATA ประมาณการว่าร้อยละ 75 ของสายการบินทั่วโลกเหลือเงินสดเพียงพอต่อการจ่ายค่าใช้จ่ายประจำ (fixed cost) แต่ไม่เกิน 3 เดือนเท่านั้น โดยนอกจากสายการบินแล้ว ผู้ให้บริการสนามบิน รวมถึงร้านค้าในสนามบินก็ได้รับผลกระทบจากการยกเลิกเที่ยวบินเช่นเดียวกัน

ในขณะที่ บริการขนส่งสินค้าก็ได้รับผลกระทบจากมาตรการตรวจสอบความปลอดภัยที่เข้มงวดขึ้น ในหลายประเทศ โดยการขนส่งสินค้าทางอากาศได้รับผลกระทบมากที่สุด จากการลดจำนวนของเที่ยวบินพาณิชย์ ทำให้มีความสามารถในการขนส่งสินค้า (Capacity) ลดลง โดยเฉพาะเส้นทางข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกหลังจากสหรัฐอเมริกาประกาศจำกัดการเดินทางจากยุโรป ทำให้สายการบินจำเป็นต้องดำเนินการในลักษณะเครื่องบินขนส่งสินค้า (Cargo) หรือเช่าเหมาลำ (Air charter) มากขึ้น ในขณะที่การขนส่งสินค้าทางทะเลก็มีความต้องการลดลงจากการผลิตที่ลดลงของจีน ซึ่งจีนมีส่วนแบ่งในการค้าทางทะเลระหว่างประเทศมากกว่าร้อยละ 40 ส่งผลให้เรือขนส่งสินค้าระหว่างเอเชียและยุโรป มีระวางว่างมากกว่าร้อยละ 40 ของลำเรือ

ภาคธุรกิจท่องเที่ยวและบริการที่เกี่ยวข้องก็เป็นอีกสาขาที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง โดยปัจจุบันภาคการท่องเที่ยวมีมูลค่าคิดเป็นร้อยละ 10 ของ GDP โลก โดยมีความเสี่ยงที่บุคลากรด้านการท่องเที่ยวจะตกงานมากกว่า 50 ล้านคน โดยมากกว่า 30 ล้านคนเป็นบุคลากรในภูมิภาคเอเชีย สำหรับไทยซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวจีน ในสถานการณ์ปกติจะมีนักท่องเที่ยวจีนประมาณ 11 ล้านคนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อปี แต่ผลกระทบจากโควิด-19 ส่งผลให้สาขาบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบมากที่สุด อาทิ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหารของที่ระลึกเพื่อการท่องเที่ยว รวมถึงร้านอาหารและเครื่องดื่ม โดยคิดเป็นความสูญเสียรวมกว่า 1.5-2.7 แสนล้านบาทในปีนี้ จากการสูญเสียนักท่องเที่ยวจีนเพียงตลาดเดียว

โอกาสของธุรกิจภาคบริการจาก โควิด-19

แม้ว่าโควิด-19 จะส่งผลกระทบเชิงลบต่อธุรกิจเป็นวงกว้าง แต่ก็ได้สร้างโอกาสทางธุรกิจขึ้นเช่นกัน โดยถือเป็นโอกาสสำคัญในการย้ายธุรกิจจากออฟไลน์สู่ออนไลน์ รายงานจากเว็บไซต์ JD.com เปิดเผยว่าประชาชนนิยมสั่งอาหารผ่านช่องทางออนไลน์และให้ไปส่งที่บ้านมากขึ้น (Delivery) โดยร้านค้าหลายแห่งก็ได้ปรับตัวเช่นเดียวกัน โดยนอกจากเพิ่มช่องทางในการสั่งซื้อออนไลน์แล้ว ยังขยายพื้นที่ให้บริการกว้างขึ้น สำหรับแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างๆ ก็มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด Lazada ได้เปรียบเทียบยอดขายระหว่างช่วงต้นเดือนมกราคม ที่เริ่มมีการประกาศผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในประเทศไทย กับต้นเดือนมีนาคม พบว่ายอดขายบนแพลตฟอร์มมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 20 โดยเฉพาะสินค้าด้านสุขภาพ สินค้าอาหารแห้ง ในขณะที่สินค้าแฟชั่น แกดเจ็ต และความงาม มีการเติบโตที่ลดลง อย่างไรก็ตาม Shopee อีกหนึ่งแพลตฟอร์มออนไลน์เห็นว่า การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นแค่หนึ่งในปัจจัยสนับสนุน เนื่องจากเดิมมีการคาดการณ์ว่าแนวโน้มโดยรวมของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในไทยจะเติบโตขึ้นอยู่แล้ว

ในส่วนของภาคการเงินนั้น ธนาคารกรุงศรีอยุธยาเห็นว่า การใช้บริการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e-money) มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีการขยายตัวมากกว่าร้อยละ 280 ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เชื่อว่าโควิด-19 จะช่วยผลักดันการเติบโตของการชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ จากการที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาใช้จ่ายในการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ และชำระเงินผ่านแพลตฟอร์มอิเล็กทรอนิกส์มากยิ่งขึ้น

เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นเดียวกัน อาทิ แอปพลิเคชัน Zoom ซึ่งรองรับการโทรศัพท์แบบเห็นภาพ (Video Call) พร้อมกันหลายผู้ใช้ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้งานได้หลากหลาย อาทิ การประชุมทางไกล การเรียนออนไลน์ โดย ดีแทค (dtac) เปิดเผยว่าปริมาณการใช้แอปพลิเคชัน Zoom ของลูกค้า

ดีแทค ตั้งแต่ 1 มกราคม-19 มีนาคม 2563 มีการเติบโตด้านผู้ใช้งานเพิ่มขึ้นร้อยละ 828 ในขณะที่บริการสตรีมมิ่ง วิดีโอออนไลน์ อาทิ Netflix Hulu ก็มีสมาชิกและผู้ใช้บริการมากขึ้นเช่นเดียวกัน

บทวิเคราะห์

โควิด-19 ถือเป็นความท้าทายครั้งสำคัญของระบบเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเศรษฐกิจภาคบริการที่ไม่สามารถประกอบธุรกิจได้ตามปกติ จากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคต่างๆ เช่น การเข้มงวดในการเดินทางข้ามพรมแดน การปิดห้างสรรพสินค้า การให้หลีกเลี่ยงการเดินทางออกนอกที่พำนัก การทำงานจากที่บ้าน (Work from Home) ส่งผลให้บริการต่างๆ มีผู้ใช้บริการลดลงหรืออาจจะไม่มีผู้ใช้บริการเลย เช่น สนามบิน สายการบิน โรงภาพยนตร์ และโรงแรม ซึ่งการแก้ไขปัญหานี้ในระยะสั้นอาจจำเป็นต้องหยุดการให้บริการชั่วคราวก่อน เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการให้บริการไม่คุ้มค่ากับรายได้ อย่างไรก็ตาม การแก้ไขปัญหานี้ในระยะยาวอาจจะต้องได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐ ทั้งนโยบายการเงิน เช่น การกำหนดอัตราดอกเบี้ยในระดับที่เหมาะสม และนโยบายการคลัง อาทิ นโยบายด้านภาษี ทั้งนี้ในการกำหนดกลยุทธ์เพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการฟื้นฟูภาคบริการที่ได้รับผลกระทบควรนำข้อมูล Big Data ต่างๆ มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทาง เช่น การนำข้อมูลการเข้าพักของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติในแต่ละช่วงเวลาวิเคราะห์ว่าช่วงเวลาใดจะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใดนิยมมาท่องเที่ยวบ้าง การศึกษาเส้นทางบินของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

นอกจากนี้ ในช่วงเวลาที่ผู้บริคน้อยยังเป็นโอกาสดีในการปรับรากฐานและโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ให้รองรับต่อผู้บริคนที่จะกลับคืนมาหลังจากพ้นช่วงวิกฤติ อาทิ การปรับปรุงโรงแรมให้มีความทันสมัย การนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวก รวมถึงการพัฒนาทักษะของบุคลากรที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาด้านภาษา การพัฒนาด้านเทคนิคที่เกี่ยวข้อง การพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล

ภาคบริการที่จะมีการเติบโตจากกรณีโควิด-19 คือภาคบริการที่สามารถปรับตัวและย้ายตัวเองไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ได้ โดยพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องในระยะที่ผ่านมา จะเติบโตอย่างก้าวกระโดด ประกอบกับโควิด-19 จะเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่จะช่วยให้เกิดการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ๆ ทำให้สิ่งที่คาดว่าจะเป็นไปได้ในอนาคตเป็นไปได้จริงรวดเร็วมากขึ้น ผู้ประกอบธุรกิจจึงควรใช้โอกาสนี้ในการให้บริการทางออนไลน์ในส่วนที่สามารถทำได้ โดยการปรับตัวดังกล่าวยังสามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่องแม้จะเลยช่วงของการระบาดของโรคไปแล้ว เพราะพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ที่สามารถสร้างสรรค์เทคโนโลยีใหม่ๆ มาตอบสนองผู้บริโภคได้ คือผู้ที่จะได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

สำนักเจรจาการค้าบริการและการลงทุน

กรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศ

มีนาคม 2563

บรรณานุกรม

'Worse than 9/11': Coronavirus threatens global airline industry (เข้าถึงเมื่อ 22 มีนาคม 2563)

<https://www.bangkokpost.com/world/1881190/worse-than-9-11-coronavirus-threatens-global-airline-industry>

Airlines and governments put the brakes on travel as coronavirus continues to spread (เข้าถึงเมื่อ 22 มีนาคม 2563) <https://www.weforum.org/agenda/2020/03/travel-industry-coronavirus-contagion/>

โควิด-19 ไวรัสหยุดโลก (เข้าถึงเมื่อ 22 มีนาคม 2563) <https://www.prachachat.net/columns/news-435132>

The Global Economic Impacts of COVID-19 (เข้าถึงเมื่อ 22 มีนาคม 2563)

<https://www.csis.org/analysis/global-economic-impacts-covid-19>

Services trade growth weakens as COVID-19 crisis hits global (เข้าถึงเมื่อ 21 มีนาคม 2563)

https://www.wto.org/english/news_e/news20_e/wtoi_11mar20_e.htm

Agility Global Shipping Updates: COVID-19 (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563)

<https://www.agility.com/en/pages/novel-coronavirus-covid-19-operational-update-for-air-freight/>

Virus hits shipping, spreading global economic strain (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563)

<https://www.bangkokpost.com/world/1863924/virus-hits-shipping-spreading-global-economic-strain>

This is how coronavirus could affect the travel and tourism industry (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563)

<https://www.weforum.org/agenda/2020/03/world-travel-coronavirus-covid19-jobs-pandemic-tourism-aviation/>

COVID-19 กับนัยยะด้านการท่องเที่ยวแฝง (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563)

<https://www.bangkokbiznews.com/news/detail/870494>

ธุรกิจอีคอมเมิร์ซและดิจิทัลคอนเทนต์มาแรง โควิด-19 หนุนคนใช้ออนไลน์มากขึ้น (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563)

<https://www.infoquest.co.th/2020/4936>

โคโรนาหนุน อี-เพย์เมนต์ โตพุ่ง! (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563)

<https://www.thansettakij.com/content/424725>

อีคอมเมิร์ซยอดขายโต 20% ช่วงโควิด-19 ระบาด หน้ากากอนามัย เจลล้างมือขายดี Lazada เอาจริงปิดร้านฉวยโอกาสขึ้นราคา (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563) <https://thestandard.co/lazada-mask-hand-wash-gel/>

ทำไม Zoom ถึงกลายเป็น แอปยอดฮิต ในช่วงเวลา Work from Home (เข้าถึงเมื่อ 23 มีนาคม 2563)

<https://marketeeronline.co/archives/153343>