

## Consumer Trend 2023 ยุคแห่ง CO-TOPIA จาก TCDC

Trend 2023 ในปีนี้ ถูกนิยามว่า “CO-TOPIA” หมายถึง สถานะที่วันนี้ดีกว่าเมื่อวาน เป็นการเริ่มต้นยุคแห่งการฟื้นฟู เยียวยา และรับมือกับความเปลี่ยนแปลง เพื่อสร้างวันพรุ่งนี้ที่มีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

แนวคิดหลักประจำปีของ CO-TOPIA คือการผสมผสานระหว่างโลกจริง จินตนาการ ความฝันที่เป็นไปได้ และอนาคตใหม่ที่ใคร ๆ ก็มีสิทธิ์เป็นเจ้าของได้อย่างเท่าเทียม เน้นการลงมือทำ เช่น คนรุ่นใหม่ que เริ่มเลือกทางเดินของตัวเอง เน้นความอิสระ เห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของแบรนด์เล็ก ๆ

ซึ่งเทรนด์นี้ประกอบไปด้วย 4 มิติ คือ ประชากร (Population) มุมมองทางสังคมและวัฒนธรรม (Social & Culture) นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology) สูดถ่ายเป็น นิเวศและสิ่งแวดล้อม (Environment)

**Population:** ด้วยแรงผลักดันของเทคโนโลยี ทำให้แนวโน้มประชากรในปี 2023 มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรม วิทยาศาสตร์ รวมทั้งประสาทเทคโนโลยี ที่ชัดเจนมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น การดูแลสุขภาพจิตด้วยระบบบริการแบบดิจิทัล ที่สามารถตรวจจับ ติดตาม และรักษาโรคทางจิตเวชได้ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งตอบโจทย์และแก้ปัญหาของคนในยุคนี้ได้ดียิ่งขึ้น โดยแนวโน้มตลาดการรักษาแบบดิจิทัลทั่วโลก คาดว่าจะเติบโตขึ้นจาก 2,117 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2020 เป็น 6,904 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2025 แสดงให้เห็นถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มนักลงทุนและผู้บริโภคต่อกระแสใหม่ในการดูแลสุขภาพ

**Social & Culture:** ด้วยแรงผลักดันจากนโยบายการค้าเสรี การปรับปรุงพัฒนาเทคโนโลยี และการขยายเครือข่ายแบรนด์ระดับโลก รวมถึงการผูกขาดระดับมหภาคได้ทำให้หลายประเทศและชุมชนต่าง ๆ ถูกลดทอนอัตลักษณ์ของตัวเองไป ส่งผลให้เกิดการขับเคลื่อนกระแสความเป็นท้องถิ่นภายในของแต่ละประเทศขึ้น เป็นเครื่องมือที่ทำให้แบรนด์ต้องพัฒนาสินค้าและบริการให้ตอบรับกับความต้องการของวัฒนธรรมท้องถิ่น

**Technology:** Protopia (โปรโทเปีย) คือหนึ่งคำสำคัญที่ถูกยกขึ้นมาพูดโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อวัตกรรมการให้ความหมายถึงมุมมองอนาคตซึ่งมีสถานะ ความเป็นอยู่ที่ดีกว่าเมื่อวาน สิ่งที่จะเกิดขึ้นในปี 2023 นี้ แน่แน่นอนว่านวัตกรรมและเทคโนโลยีกำลังพัฒนาขึ้นเรื่อย ๆ โดยเทคโนโลยีในยุคนี้ต้องการไปให้ถึง web 3.0 ที่ทุกคนเป็นเจ้าของพื้นที่ดิจิทัลร่วมกัน ดังนั้นทุกคนคือผู้ใช้งานนวัตกรรมและผู้กำหนดการมีอยู่จริงของโปรโทเปียในอนาคต

**Environment:** โลกยังมีปัญหาเดิม ๆ อย่างการตัดไม้ทำลายป่า มลพิษจากโรงงานอุตสาหกรรม ซึ่งในวันนี้มันไม่เพียงแต่เป็นการทำลายระบบนิเวศเท่านั้น แต่มันยังส่งผลต่อการกระจายตัวและเพิ่มแหล่งกำเนิดพวกเชื้อโรคต่าง ๆ ให้เพิ่มขึ้นอีกด้วย มีรายงานจาก Edelman Trust Barometer 2022 ระบุว่าผู้บริโภค 58%

ใน 28 ประเทศ เลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์โดยพิจารณาจากค่านิยมและความเชื่อ ในขณะที่ 52% ต้องการเห็น  
ว่าธุรกิจต่าง ๆ ลงมือทำเพื่อจัดการกับวิกฤตสภาพภูมิอากาศมากขึ้น

ทั้งหมดนี้เป็นการคาดการณ์เทรนด์ที่จะเกิดขึ้นในปี 2023 ในแต่ละประเด็นแห่งอนาคต เป็นการเจาะลึก  
ถึงแนวทางสำหรับวันพรุ่งนี้ ที่ตอบโจทย์ความเป็นไปได้ที่มากกว่า

ท่านสามารถดาวน์โหลด e-book ฉบับเต็มได้ที่ [https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33686-Trend-2023?fbclid=IwAR2IR-1rwwnMs-AV5vk1EAuqC4WY7QBrC1fqeRXm7ghkT8iG9A\\_rLKP9ePO](https://www.tcdc.or.th/th/all/service/resource-center/e-book/33686-Trend-2023?fbclid=IwAR2IR-1rwwnMs-AV5vk1EAuqC4WY7QBrC1fqeRXm7ghkT8iG9A_rLKP9ePO)

ที่มา : Thailand Creative and Design Center (TCDC)

-----

สำนักงานเลขานุการกรม สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า  
กระทรวงพาณิชย์  
2 พฤศจิกายน 2565