



มากกว่าข่าว ทุกเรื่องราวก่อนคุณมีส่วนร่วม

27 กุมภาพันธ์ 2557

แหล่งที่มา: เว็บไซต์ โพสต์ทูเดย์

<http://bit.ly/GHCb2n>

แนะธุรกิจปรับกลยุทธ์เข้ากับโลกยุคดิจิทัล



กูรู ธุรกิจไทยเสริมแกร่งด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม และทันกระแสสังคมออนไลน์ที่เป็นช่องทางสื่อสารถึงผู้บริโภคที่สำคัญ

นายธีระ อินทรกำารชัย ประธานกรรมการบริหาร บริษัท PwC ประเทศไทย (ไพร์ชวอเตอร์เฮาส์กรุ๊ปเปอร์ส) กล่าวว่า กระแสหลักของโลก (เมกะเทรนด์) ที่ส่งผลกระทบต่อแต่ละประเทศและแต่ละสังคมของโลกที่ธุรกิจไทยต้องจับตาเพื่อปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้ทัน ซึ่งหนึ่งในเทรนด์ที่ต้องจับตา คือ ความก้าวหน้าในการพัฒนาเทคโนโลยี (Technological breakthroughs)

ทั้งนี้ พัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีที่นอกจากจะรวดเร็วไปเรื่อยๆ แล้ว ยังสามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น แพร่หลายกว้างขวางมากขึ้น ด้วยราคาที่ถูกลงเรื่อยๆ คงปฏิเสธไม่ได้ว่าในช่วงระยะเวลาสิบปีที่ผ่านมา เทคโนโลยีช่วยทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายๆด้าน และยังมีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน การพัฒนาสังคมและธุรกิจ นอกจากนี้การพัฒนาด้านเทคโนโลยียังก่อให้เกิดนวัตกรรมและแนวคิดด้านการประกอบอุตสาหกรรมใหม่ๆซึ่งส่งผลอย่างมากต่อ ขนาด และรูปแบบของอุตสาหกรรมการผลิตของโลก รวมทั้งงานวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ที่ก่อให้เกิดสินค้าและบริการในด้านต่างๆ

“เมื่อผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้รวดเร็วขึ้น ก็ย่อมจะสามารถแชร์ข้อมูล หรือให้ฟีดแบ็คต่อสินค้าและบริการที่ได้รับได้อย่างรวดเร็วมากขึ้นผ่านช่องทางสังคมออนไลน์ หรือ โซเชียลมีเดีย ซึ่งหากไปดูสถิติจำนวนผู้ใช้งานเฟซบุ๊กในโลกในปัจจุบัน เราจะเห็นว่ามียอดถึง 1.19 พันล้านคน เกือบเท่าจำนวนประชากรของอินเดียทั้งประเทศ” นายศิระ กล่าว

นายศิระ กล่าวว่า การนำโซเชียลมีเดียมาประยุกต์ใช้จะช่วยย่นระยะทางการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคให้ใกล้กันมากขึ้น เข้าใจกันมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็นำมาซึ่งความเสี่ยงจากการจารกรรมปลอดภัยข้อมูลสารสนเทศ และส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และชื่อเสียงขององค์กรแบบ Real time หากฟีดแบ็คต่อสินค้าและบริการเป็นไปในทางลบ ดังนั้น ภาครัฐจึงต้องมีแผนรองรับความเสี่ยง รวมทั้งจัดตั้งศูนย์บริการ ข้อมูลลูกค้าแบบเรียลไทม์เมื่อยามที่เกิดปัญหาต่างๆขึ้น

“ผู้บริโภคในโลกยุคดิจิทัล มีพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน คนเหล่านี้ต้องการที่จะเข้าถึงข้อมูลได้อย่างสะดวกผ่านการใช้อุปกรณ์สื่อสารที่หลากหลาย ต้องการสินค้าและบริการที่ customise ได้ คัดสรรขึ้นมาสำหรับผู้บริโภคเฉพาะราย และต้องการที่จะได้รับการบริการและประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร โลกในระยะต่อไปข้างหน้าจะเต็มไปด้วยคนที่เราเรียกว่า ‘ดิจิทัลเนทีฟ’ (Digital Natives) คือพวกที่ต้องเชื่อมต่อกับสังคมออนไลน์ และใช้เทคโนโลยีเพื่อตอบสนองความต้องการชีวิตประจำวัน และใช้เครื่องมือสื่อสารที่หลากหลาย ซึ่งเรามองว่า การขยายตัวของลูกค้ากลุ่มนี้จะยังเติบโตใน 5-10 ปีข้างหน้า” นายศิระ กล่าว

นอกจากนี้ กระแสของการนำกลุ่มเทคโนโลยีสารสนเทศ 4 ประเภท ได้แก่ Social, Mobility, Analytics และ คลาวด์คอมพิวติ้ง ได้เข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจและขับเคลื่อนองค์กรทั่วโลก ส่งผลให้ภาครัฐของไทยต้องเร่งปรับตัวและเสริมองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคและการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

รายงานยังระบุว่า อัตราการใช้อุปกรณ์สื่อสาร สมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตมีแนวโน้มที่จะเพิ่มสูงขึ้นในระยะข้างหน้า โดยจำนวนเครื่องมือสื่อสาร (Connected devices) ในโลกคาดจะเพิ่มขึ้น 2.5 หมื่นล้านเครื่องในปี 2558 โดยมีมากกว่าประชากรโลก (World population) ที่ 7.2 พันล้านคน หรือคิดเป็นกว่า 3 เท่าของประชากรในโลกทั้งหมด

“ความก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยียังส่งผลกระทบต่อรูปแบบการจ้างงานองค์กรในอนาคต คือมีทั้งผลดีและผลเสีย โดยหากมองในแง่บวก จะทำให้ธุรกิจมีช่องทางที่หลากหลายขึ้นในการเฟ้นหา Talent ผ่านทาง Digital platform ต่างๆ แต่ขณะเดียวกันก็ทำให้เกิดการแข่งขันในการเฟ้นหาคนที่ใช่ของนายจ้าง ส่งผลให้เกิด ‘Talent war’ ตามมา นอกจากนี้ ความกังวลเรื่องปัญหาสมองไหลและค่าแรงที่สูงขึ้นของตลาดประเทศที่มีการเติบโตสูงยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงกีดกันการดำเนินธุรกิจในระยะข้างหน้า” นายศิระ กล่าว