

ปรับธุรกิจเพื่อรองรับอนาคตด้วย Digital Refinement



การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลระยะต่อไปจากนี้ คือใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จอย่างงดงาม

เรดแฮทได้จัดทำแบบสำรวจเกี่ยวกับการคาดการณ์ด้านเทคโนโลยีจากลูกค้าของเรดแฮททั่วโลกประจำปี 2562 (Red Hat Global Customer Tech Outlook 2019) พบว่าประมาณ 9 ใน 10 ขององค์กรที่ตอบแบบสอบถามตระหนักถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนสู่องค์กรดิจิทัล และองค์กรที่ยังไม่ได้เปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลก็มีแผนที่จะดำเนินการดังกล่าวภายในสองปีข้างหน้า

ปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ประกอบด้วย การเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และการเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า เช่น โครงการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลของสายการบินคาเธ่ย์แปซิฟิก (Cathay Pacific) ของฮ่องกง มีการนำโซลูชันโอเพ่นซอร์สระดับองค์กรไปใช้ในการพัฒนาแพลตฟอร์มคลาวด์ ซึ่งช่วยให้สายการบินสามารถกำหนดมาตรฐานและรวมศูนย์การจัดการ ควบคู่กับการปรับใช้แอปพลิเคชันต่างๆ อย่างรวดเร็ว เพื่อรองรับกลยุทธ์ทางธุรกิจโดยรวมได้ดียิ่งขึ้น และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

อย่างไรก็ดี โครงการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลที่ดำเนินการเพียงครั้งเดียวไม่อาจช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จได้ในยุคดิจิทัล เพราะสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นองค์กรต่างๆ จึงจำเป็นที่จะต้องปรับใช้แนวทาง Digital Refinement ซึ่งคือการยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จอย่างงดงามด้วยเทคโนโลยี โดยจะต้องประเมินกลยุทธ์การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์เหล่านั้นมีความเหมาะสมท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ข้อมูลจากไอดีซี (IDC) ระบุว่า กระบวนการ Digital Refinement นี้เป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้องค์กรอย่างน้อย 55 เปอร์เซ็นต์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลได้อย่างชัดเจนภายในปี 2563 โดยองค์กรเหล่านี้จะสร้างความเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ต่อตลาด ด้วยการนำเสนอโมเดลธุรกิจที่แปลกใหม่ รวมถึงผลิตภัณฑ์และบริการที่ได้รับการปรับปรุงโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

องค์กรในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก สามารถนำ Digital Refinement ไปใช้เพื่อคาดการณ์เชิงรุกเกี่ยวกับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และนำเสนอบริการที่ตอบสนองความเปลี่ยนแปลงนั้นได้อย่างทันท่วงที ด้วยการดำเนินการสามด้านดังนี้

1. การวิเคราะห์ห่วงโซ่ที่แสดงการเชื่อมโยงขั้นตอนในการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าและบริการตั้งแต่ต้นจนถึงมือผู้

บริโภค (Value Chain)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเปรียบเสมือนดาบสองคม กล่าวคือ เทคโนโลยีช่วยเพิ่มความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค แต่ขณะเดียวกันก็กระตุ้นให้ลูกค้ามีความต้องการและพฤติกรรมใหม่ๆ ส่งผลให้องค์กรธุรกิจจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนการดำเนินงานและการให้บริการเพื่อรองรับความต้องการและพฤติกรรมดังกล่าว

ด้วยเหตุนี้ บริษัทต่างๆ จึงต้องวิเคราะห์ Value Chain โดยการศึกษาสถานะของตนเองในตลาด หากจุดอ่อนในการแข่งขันให้พบ ปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการที่นำเสนอแก่ลูกค้า ตัวอย่างเช่นธนาคารแอมแบงก์ (AmBank Group) ของมาเลเซีย เมื่อได้ใช้กระบวนการวิเคราะห์ Value Chain ดังกล่าวแล้ว สามารถค้นหาวิธีการที่จะนำเสนอบริการ โฆษณาแอมแบงก์ก็งที่ราบรื่นสะดวกสบายมากขึ้น และเป็นการสร้างช่องทางรายได้ใหม่ๆ ให้แก่ธนาคาร

2. ให้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นหัวใจในการทำงานขององค์กร

แม้ว่าเทคโนโลยีจะมีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล แต่การมีวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีดิจิทัลก็อาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล บริษัทที่มีวัฒนธรรมองค์กรที่ให้ความสำคัญกับเทคโนโลยีดิจิทัลจะสามารถปรับเปลี่ยนบุคลากร กระบวนการ และโครงสร้างให้ใช้เทคโนโลยีอย่างสอดคล้องกัน เพื่อเป้าหมายในการเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ

อย่างไรก็ตาม สิ่งที่บริษัทจะต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษ คือ การพัฒนาทักษะของบุคลากรให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยจะต้องมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการทางความคิด (Mindset) ควบคู่กันไป นอกจากนี้ จะต้องค้นหาปัญหาช่องว่างทางด้านทักษะให้พบ และจัดการฝึกอบรมที่จำเป็น เพื่อให้แน่ใจว่าพนักงานทุกคนสามารถที่จะก้าวตามได้ทันและมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล

ตัวอย่างเช่น สายการบินสิงคโปร์แอร์ไลน์ (Singapore Airlines) ได้ดำเนินการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล โดยทำการปรับปรุงระบบต่างๆ ให้ทันสมัย ควบคู่กับการยกระดับทักษะและความเชี่ยวชาญของทีมงานฝ่ายแอปพลิเคชันและโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานบนแพลตฟอร์มใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้สายการบินสามารถตอบสนองความต้องการทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสม ด้วยการอัปเดตโปรแกรมทางธุรกิจบ่อยครั้งมากขึ้น

3. เลือกพันธมิตรทางเทคโนโลยีที่เหมาะสม

เนื่องจากการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลมีความซับซ้อนมาก ดังนั้นบริษัทต่างๆ จึงต้องเลือกสรรพันธมิตรที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถตอบสนองต่อโอกาสและความท้าทายในโลกดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่มีบริษัทใดเพียงบริษัทเดียวที่มีทรัพยากรทั้งหมดที่จำเป็นในการพัฒนาระบบทางด้านเทคโนโลยีที่แข็งแกร่ง และการพยายามทำเช่นนั้นโดยลำพังก็เป็นเรื่องยากและต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก ดังนั้นขั้นตอนถัดไปที่บริษัทจะต้องดำเนินการก็คือ การตัดสินใจว่าจะสร้างหรือซื้อเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญที่จำเป็น

ตัวอย่างเช่น ธนาคารบีอาร์ไอ (Bank BRI) ของอินโดนีเซียร่วมมือกับเร็ดแฮท คอนซัลติ้ง (Red Hat Consulting) ในการพัฒนาแพลตฟอร์มไฮบริดคลาวด์ และหลีกเลี่ยงความซับซ้อนในการโยกย้ายระบบไปยังคลาวด์ นอกจากนี้ การโยกย้ายดังกล่าวยังช่วยให้ทีมงานฝ่ายไอทีของธนาคารมีความรู้และประสบการณ์ในการใช้โซลูชันของเร็ดแฮทเพื่อจัดการระบบไฮบริดคลาวด์ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด รวมทั้งสร้างและติดตั้งแอปพลิเคชันอย่างรวดเร็วเพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง

ในเรื่องของการเลือกพันธมิตรที่เหมาะสม องค์กรต่างๆ ควรมองหาพันธมิตรที่มีประวัติการทำงานที่ดีในด้านสำคัญๆ เช่น การบริหารโครงการ และการจัดการความร่วมมือ และมีความคาดหวังในลักษณะเดียวกันกับองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของคุณภาพและการนำโซลูชันต่างๆ มาใช้ การมีพันธมิตรที่ดีและมีแนวทางที่สอดคล้องกันในเรื่องของการดำเนินธุรกิจจะช่วยเพิ่มคุณประโยชน์ให้แก่องค์กรในระยะยาว และเมื่อความร่วมมือขยายขอบเขตกว้างขวางมากขึ้น พันธมิตรก็จะมีใจเกี่ยวกับธุรกิจขององค์กรเพิ่มมากขึ้น และจะมีบทบาทสำคัญในด้านต่างๆ มากขึ้น เช่น การแจ้งเตือนเกี่ยวกับปัญหาหรือความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น หรือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ

ปรับปรุงธุรกิจเพื่อรองรับอนาคตด้วย Digital Refinement

ความสำเร็จในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยการสร้างสรรค์นวัตกรรมอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน แทนที่จะสร้างสิ่งใหม่ๆ ในลักษณะเฉพาะกิจเพียงชั่วคราว เนื่องจากแนวทาง Digital Refinement จะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างสรรค์นวัตกรรมในลักษณะเชิงรุกได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นองค์กรที่ปรับใช้แนวทางนี้จะสามารถหลีกเลี่ยงปัญหาธุรกิจหยุดชะงัก ทั้งยังเสริมสร้างรายได้เปรียบด้านการแข่งขัน และไขว่คว้าโอกาสใหม่ๆ ได้ก่อนคู่แข่ง