รายงาน Global Trend Report ชี้ธุรกิจต้องปรับแนวความคิดใหม่เพื่อรับมือกับยุคเศรษฐกิจที่อิงผู้บริโภคแบบดิจิตอล

มุมไบ, อินเดีย–29 ก.ค.–พีอาร์นิวส์ไวร์/อินโฟเควสท์

ทาทา คอนซัลแทนซี เซอร์วิสเซส สนับสนุนธุรกิจต่างๆให้ปรับแนวความคิดเกี่ยวกับดิจิตอลเสียใหม่ (Digital Reimagination) ผ่านการเผยแพร่รายงาน Global Trend Report ฉบับล่าสุด

ประเด็นเด่นๆ:

– เพื่อหลีกเลี่ยงการเดินตามรอยเท้าของหลายบริษัทที่ครั้งหนึ่งเคยเป็นผู้ทรง อิทธิพล บริษัทต่างๆจะต้องเริ่มปรับเปลี่ยนแนวความคิดใหม่ที่เกี่ยวกับดิจิตอลของ บริษัท; ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจหลักๆ, ผลิตภัณฑ์และบริการ , กระบวนการทางธุรกิจ, และสถานที่ทำงาน 8% ระบุว่า ประเด็นดังกล่าวได้กลายมาเป็นกลยุทธ์ด้านดิจิตอลของบริษัทในปัจจุบันไปแล้ว ในขณะที่เกือบหนึ่งในสามระบุว่า การปรับแนวความคิดเกี่ยวกับดิจิตอลจะเป็นกลยุทธ์ของบริษัทภายในปี 2563
– ธุรกิจในอุตสาหกรรมและภูมิภาคต่างๆ กำลังลงทุนในโครงการใหม่ๆด้านดิจิตอลที่มีความสำคัญ ด้วยเม็ดเงินลงทุนเฉลี่ยที่ 113 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปีนี้ ในขณะที่ 70% มองว่าโครงการดังกล่าวมีความสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจในทศวรรษนี้
– 57% ของผู้นำด้านดิจิตอล(1) มีกลยุทธ์ดิจิตอลที่ใช้ได้กับทั้งบริษัท เพื่อใช้งานกับโครงการดิจิตอลใหม่ๆทั้งหมดขององค์กร ในขณะที่ผู้ตามด้านดิจิตอล(1) มีกลยุทธ์เช่นนี้เพียง 40%

ในขณะที่เราเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจที่อิงผู้บริโภคแบบดิจิตอล ธุรกิจต่างๆเริ่มตระหนักถึงความสำคัญของโครงการใหม่ๆด้านดิจิตอลที่มีต่อ ความสำเร็จขององค์กร ธุรกิจต่างๆได้มองเห็นผลตอบแทนที่ยิ่งใหญ่จากโครงการดิจิตอลใหม่ๆที่มีต่อ องค์กร รายงาน Global Trend Report(2) ฉบับล่าสุดของบริษัท ทาทา คอนซัลแทนซี เซอร์วิสเซส (Tata Consultancy Services) ซึ่งเป็นองค์กรชั้นนำด้านบริการไอที ที่ปรึกษา และโซลูชั่นธุรกิจ ระบุว่า ผู้นำหรือบริษัทชั้นนำ (1) มีกลยุทธ์แบบครบวงจรซึ่งเป็นแม่แบบสำหรับโครงการด้านดิจิตอลใหม่ๆทั้งหมด

รายงานในหัวข้อ “The Road to Reimagination: The State and High Stakes of Digital Initiatives” ได้ทำการสำรวจบริษัททั่วโลกกว่า 800 บริษัท(3) เกี่ยวกับการลงทุนด้านดิจิตอลจนถึงปัจจุบัน, ผลตอบแทนจากการลงทุนที่ได้รับและการคาดหวังในอนาคต ในขณะที่เราเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจอิงผู้บริโภคแบบดิจิตอล การศึกษาดังกล่าว

ค้นหาว่า บริษัทที่ได้รับการจัดอันดับใน Global 2000 นำเทคโนโลยีที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง 5 ประการมาใช้อย่างไรบ้าง เทคโนโลยีดังกล่าว ได้แก่ Big Data และการวิเคราะห์, คลาวด์คอมพิวติ้ง, อุปกรณ์พกพาและคอมพิวเตอร์ที่แพร่หลาย, โซเชียลมีเดีย, หุ่นยนต์และจักรกลอัจฉริยะ (Artificial Intelligence: AI) เพื่อก้าวไปสู่การปรับเปลี่ยนแนวความคิดเกี่ยวกับดิจิตอล, เปลี่ยนแปลงรูปแบบธุรกิจหลักขององค์กร, ผลิตภัณฑ์และบริการ, กระบวนการทางธุรกิจ และสถานที่ทำงาน

เอ็น จันทราเซการัน (จันทรา) ซีอีโอของทาทา คอนซัลแทนซี เซอร์วิสเซส แสดงความเห็นเกี่ยวกับผลการสำรวจว่า “เศรษฐกิจโลกอยู่ในช่วงกลางของการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างสถาปัตย์จากเศรษฐ กิจอินเทอร์เน็ตไปสู่เศรษฐกิจที่อิงผู้บริโภคแบบดิจิตอล เทคโนโลยีดิจิตอลที่สำคัญ 5 ประการที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลง ได้แก่ Big Data และการวิเคราะห์, คลาวด์คอมพิวติ้ง, อุปกรณ์พกพาและคอมพิวเตอร์ที่แพร่หลาย, โซเชียลมีเดีย, หุ่นยนต์และจักรกลอัจฉริยะ แต่ละเทคโนโลยีต่างก็ทรงพลังอย่างไม่ต้องสงสัย แต่เมื่อนำมารวมกันจะกลายเป็นเทคโนโลยีที่มีศักยภาพในการเปลี่ยนแปลงพื้นฐาน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าของธุรกิจในทุกๆอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญ”

แต่อย่างไรก็ดี เนื่องจากมีผลประโยชน์จำนวนมาก จึงเป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจต่างๆต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมในเรื่องเหล่า นี้ รวมทั้งตั้งเป้าวัตถุประสงค์ของธุรกิจให้ถูกต้อง เป็นที่ชัดเจนว่า แนวทางนี้เป็นวิธีที่ดีที่สุดในการเพิ่มผลตอบแทนสู่ระดับสูงสุดจากการลงทุน และถึงแม้ว่าจะเป็นเรื่องยาก แต่หลายธุรกิจที่สามารถทำได้ จะอยู่ในตำแหน่งที่ดีสำหรับการอยู่รอดและขยายตัวในยุคที่เศรษฐกิจชี้นำโดย ระบบดิจิตอล

ผลการค้นพบที่สำคัญๆของรายงานประกอบไปด้วย:

ผู้นำหรือบริษัทชั้นนำด้านดิจิตอลมีแผนการณ์สำหรับเศรษฐกิจผู้บริโภคแบบดิจิตอล

– ผู้นำจะให้ความสำคัญกับการดำเนินการด้านดิจิตอลในเรื่องของศักยภาพทางธุรกิจ ในสัดส่วนที่น้อยกว่า คิดเป็นสัดส่วน 57% ในขณะที่ผู้ตามมีความตั้งใจที่จะเพิ่มการดำเนินการน้อยกว่าจุดประสงค์ทาง ธุรกิจหลายๆประการ
– ผู้นำประสบความสำเร็จในเรื่องศักยภาพที่เหนือกว่าในการทำความเข้าใจสิ่งที่ลูกค้าต้องการใน 3 ประเด็นต่อไปนี้
– ค้นพบความต้องการของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ทั้งหมด (61% ของผู้นำต่อ 34% ของผู้ตามที่ทำในเรื่องดังกล่าว)
– ปรับปรุงการคาดการณ์เกี่ยวกับอุปสงค์ (33% ต่อ 18%)
– มอบข้อเสนอที่ตรงกับความต้องการในกลุ่มลูกค้าที่เล็กกว่าและลูกค้าที่ดีกว่า (30% ต่อ 17%)
– ผู้นำมีจำนวนเกือบสองเท่าของผู้ตามได้นำเสนอข้อเสนอเกี่ยวกับระบบดิจิตอล ใหม่ทั้งหมดออกสู่ตลาด (87% ของผู้นำที่ทำในเรื่องดังกล่าวต่อ 48% ของผู้ตาม)

การทำความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับลูกค้า คือ สิ่งสำคัญอันดับแรก

– บรรดาบริษัทชั้นนำด้านดิจิตอลมักจะทุ่มเทให้กับการใช้เทคโนโลยีดิจิตอลเพื่อ ทำความเข้าใจเชิงลึกถึงพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภค: 74% ของบริษัทชั้นนำด้านดิจิตอลมุ่งเน้นเรื่องการใช้โครงการสร้างสรรค์ที่เกี่ยว กับดิจิตอล เพื่อคาดการณ์อุปสงค์สินค้า และบริการของตนเองได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น ขณะที่ 66% ของบริษัทชั้นนำด้านดิจิตอลให้ความสำคัญกับการริเริ่มสร้างสรรค์เป็นลำดับ แรก ซึ่งจะช่วยให้บริษัทสามารถติดตามวิธีการที่ลูกค้าใช้บริการ หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้ เพื่อที่จะระบุถึงความต้องการในบริการใหม่ๆได้
– การทำความเข้าใจอย่างลึกซึ้งมากขึ้นโดยใช้ Big Data เป็นอีกหนึ่งสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับการลงทุนในกรอบที่กว้างขึ้น บริษัทต่างๆคาดว่า จะใช้งบประมาณด้านดิจิตอลกับ Big Data มากกว่าเทคโนโลยีอื่นๆ ในอีก 3 ปีข้างหน้า 28% ของการลงทุนในวงการดิจิตอลทั้งหมดจะถูกใช้ไปกับเทคโนโลยีข้อมูล Big Data ขณะที่การลงทุน 20% จะใช้ไปกับโซเชียลมีเดีย, อุปกรณ์พกพา 20%, เทคโนโลยีคลาวด์ คอมพิวติ้ง 19% และจักรกลอัจฉริยะ (AI) และวิทยาการเครื่องจักรกลอีก 13%
– ปัจจุบัน กิจการต่างๆกำลังพึ่งพาแอพพลิเคชั่นบนโทรศัพท์มือถือ และการวิเคราะห์โซเชียลมีเดียเป็นหลักในฐานะที่เป็นแหล่งข้อมูลของลูกค้าของ ตนเอง ซึ่งผู้ที่ตอบแบบสำรวจฉบับนี้ ใช้เทคโนโลยีทั้ง 2 ประเภทนี้มากถึง 50% อย่างไรก็ตาม เทคโนโลยีแบบที่มากับอุปกรณ์ประเภทสวมใส่ได้ก็คาดว่าจะกลายเป็นแหล่งข้อมูล ลูกค้าที่สำคัญ โดย 62% ของบริษัทต่างๆวางแผนที่จะรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุปกรณ์ดิจิตอลสำหรับสวมใส่ ภายในปี 2563

“Digital Reimagination” เป็นประเด็นเร่งด่วนที่สุดสำหรับบริษัทที่มีความมุ่งมั่นด้านเทคโนโลยีสูงสุด

– บริษัทผู้ให้บริการด้านสื่อและความบันเทิง, โทรคมนาคม, เทคโนโลยีขั้นสูง, การธนาคาร, ประกันภัย และการเงินต่างมีศักยภาพพอที่จะปรับเปลี่ยนบริการหลักๆ และกระบวนการทางธุรกิจ (โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาด การขาย และการจัดจำหน่าย) รวมถึงประสบการณ์ของลูกค้าของตนเองให้เป็นแบบดิจิตอลได้
– ด้วยการตระหนักถึงความเร่งด่วนที่ต้องลงทุนในด้าน Digital Reimagination บริษัทด้านโทรคมนาคม และการธนาคาร รวมถึงบริการประกันภัย และการเงิน จึงลงทุนมากที่สุดในกิจกรรมด้านดิจิตอล โดยมีสัดส่วนการลงทุน 189 ล้านดอลลาร์ และ 142 ล้านดอลลาร์ตามลำดับ

จันทรา ระบุว่า “รายงานของเราแสดงให้เห็นว่าบริษัทต่างๆตระหนักถึงความสำคัญของเทคโนโลยี ดิจิตอลใหม่ๆถึง 70% ดังจะเห็นได้จากบริษัทดิจิตอลชั้นนำที่เราพูดคุยด้วย โดยบริษัทต่างๆที่ลงทุนในกิจกรรมที่เกี่ยวกับดิจิตอลจะทุ่มเทอย่างถึงที่สุด เพื่อขับเคลื่อนกลยุทธ์ดิจิตอลไปพร้อมกับแผนธุรกิจที่เกี่ยวกับ Digital Reimagination”

1 เรากำหนดว่า ผู้นำหรือบริษัทชั้นนำหมายถึง บริษัทที่มีเทคโนโลยีใหม่ๆ ซึ่งสามารถสร้างรายได้มากกว่าโครงการเทคโนโลยีดิจิตอลของกลุ่มผู้ร่วมตอบแบบ สอบถามที่เราระบุว่าเป็นผู้ติดตามถึง 10 เท่า

2 ก่อนที่การวิจัยเริ่มขึ้นในปี 2554 ทาง TCS ได้จัดทำรายงานแนวโน้มโลกเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิตอลโดยแบ่งออกเป็น 4 รายการดังต่อไปนี้:

– สถานภาพการใช้แอพพลิเคชั่นบนระบบคลาวด์ในองค์กรขนาดใหญ่

– ผู้ใช้โทรศัพท์มือถือระบบดิจิตอลรุ่นใหม่: บริษัทขนาดใหญ่จะให้บริการตอบสนองอย่างไร

– ผลตอบแทนมหาศาลที่เกิดขึ้นเพิ่มเติมจาก Big Data

– การตรวจสอบผลตอบรับแบบดิจิตอล: บริษัทที่ทำธุรกิจผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับผู้บริโภคที่ดีที่สุดใช้งานโซเชียลมีเดียอย่างไร

###

เกี่ยวกับ ทาทา คอนซัลแทนซี เซอร์วิสเซส จำกัด (TCS)

ทาทา คอนซัลแทนซี เซอร์วิสเซส จำกัด (TCS) เป็นบริษัทผู้ให้บริการด้านไอที รวมถึงบริการโซลูชั่นธุรกิจ และให้คำปรึกษา ซึ่งให้ผลลัพธ์ตามจริงแก่กิจการทั่วโลก เน้นความแน่นอนในระดับที่หาบริษัทอื่นเทียบเคียงได้ยาก TCS นำเสนอบริการให้คำปรึกษาแบบครบวงจรในด้าน IT, BPS, ระบบพื้นฐาน, วิศวกรรม และบริการประกันภัย โดยบริษัทจะให้บริการด้วย Global Network Delivery Model(TM) ซึ่งเป็นเกณฑ์มาตรฐานระดับดีเลิศในการพัฒนาซอฟต์แวร์ TCS เป็นบริษัทในเครือของทาทา กรุ๊ป (Tata group) กลุ่มบริษัทในภาคอุตสาหกรรมที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของอินเดีย และมีเจ้าหน้าที่ผู้ให้คำปรึกษาที่ผ่านการฝึกอบรมมาอย่างดีที่สุดกว่า 305,000 คนใน 46 ประเทศทั่วโลก ณ ปีงบประมาณสิ้นสุดวันที่ 31 มีนาคม 2557 TCS มีผลประกอบการรวมทั้งสิ้น 1.34 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งชาติอินเดีย (National Stock Exchange) และตลาดหลักทรัพย์บอมแบย์ (Bombay Stock Exchange) รับชมข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ www.tcs.com