



## Dynamic Consumption Behavior

การเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภค

โดย ดร. มนัสนิ กิริติไกรนนท์ 16 มกราคม 2557

## DYNAMIC CONSUMPTION BEHAVIOR

Dynamic Consumption Behavior หรือการเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มพฤติกรรมกลุ่มผู้บริโภค ถือเป็นการพลิกฟื้นคืนชีพของธุรกิจไอซีทีที่แบบครบวงจร (ICT Ecosystem) ตั้งแต่ผู้ให้บริการ content, platform, infrastructure ไปจนถึงผู้ผลิตอุปกรณ์และชิ้นส่วน ตลอดจนผู้ให้บริการประเภท system integration และ managed services

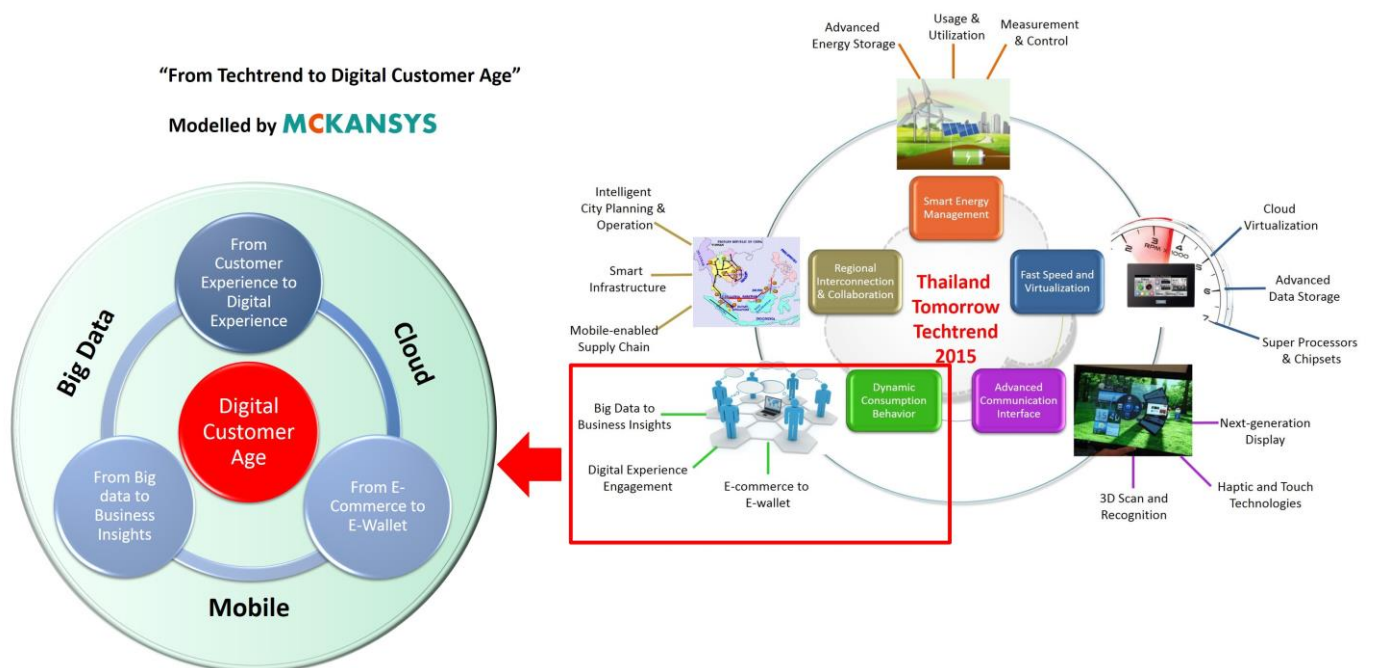
การเข้าสู่ยุคดิจิทัลแบบเต็มตัว เกิดขึ้นในหมู่ผู้บริโภค เมื่อพวกเขาให้ความสำคัญกับ smart phone และ tablet มากกว่าและแทนที่ PC และ Notebook ซึ่งสะท้อนออกมาจากยอดการเติบโตทางรายได้จากการขาย smart phone และ tablet ที่เพิ่มขึ้นหลายเท่าตัว จากตลาดที่ niche กลายเป็น mass ภายในระยะเวลาเพียง 2-3 ปี ตลอดจนการพลิกเกมส์ทางฝั่งผู้ให้บริการ ทั้ง hardware software infrastructure กลายเป็นว่า บริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Microsoft ต้องกลายเป็นรอง Google และ Apple หรือแม้กระทั่ง Facebook ในเชิงมูลค่าของ

แบรนด์ (Brand Value) ในขณะที่ Apple เองก็ค่อนข้างสั่นคลอนจากการแผ่ขยายของ Samsung ที่เน้นความหลากหลาย และตอบโจทย์ตลาด mass มากกว่า เท่านั้นไม่พอ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในระดับ mass บริษัทที่เคยเป็นเจ้าตลาดก็พยายามปรับตัวโดยมุ่งเน้นตลาดกลุ่ม Enterprise แทน แต่นั่นก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่าย สาเหตุจากแนวโน้ม BYOD (Bring Your Own Device) ที่มีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้พนักงานในบริษัท มีการนำอุปกรณ์สื่อสารส่วนตัวมาใช้งานเพื่อความสะดวก โดยบริษัทจะ reimburse ค่าใช้จ่ายบางส่วน ซึ่ง



ไม่แปลกที่อุปกรณ์ที่นำมาใช้เหล่านั้น เป็นอุปกรณ์ที่ได้รับความนิยมในตลาด Consumer Mass แทนที่จะเป็นตลาด Enterprise ดังนั้น การเติบโตในตลาด Enterprise จึงค่อนข้างมีข้อจำกัด และถูกอิทธิพลจากตลาด Consumer อย่างไม่เคยมีมาก่อนในประวัติศาสตร์ จะเกิดอะไรขึ้น เมื่อमुखของ 'Digital Age' ที่เมื่อก่อน มุ่งเน้นในเชิงการพัฒนาทางเทคโนโลยี กลับกลายเป็น 'Digital Customer Age' ซึ่งขับเคลื่อนโดยพฤติกรรมผู้บริโภค เมื่อเกมส์พลิก ผู้ที่ปรับตัวได้เร็วกว่าเท่านั้น คือผู้ชนะ

การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในด้านพฤติกรรมของผู้บริโภค ที่เรียกกันว่า “Mobile Mind Shift” นี้ เกิดจากปัจจัยด้านเทคโนโลยีหลักๆ เพียง 3 ด้าน คือ Mobile หรือ Mobility, Cloud, และ Big Data ไม่ว่าจะกี่สำนักวิจัยระดับโลก ใหญ่เล็กขนาดไหน ก็ต้องพูดถึง 3 areas นี้ที่เป็นหัวใจของวงการไอซีทีที่อยู่ในขณะนี้ แม้กระทั่งในกลยุทธ์ฝั่งผู้ให้บริการ ก็หนีไม่พ้น 3 เรื่องนี้ จากการศึกษากลยุทธ์ของบริษัทที่ให้บริการด้านไอซีทีที่แบบครบวงจร พบว่า มากกว่า 98% ของบริษัทเหล่านี้ มีการเตรียมพร้อมในกลยุทธ์ทั้ง 3 ด้าน โดยมีการวาง Roadmap ที่ค่อนข้างชัดเจน และมีการกำหนดเป้าหมายด้านรายได้ จาก 3 ด้านนี้ภายในระยะเวลา 1-3ปี



ปัจจัยทั้ง 3 ด้านนี้ ไม่ว่าจะเป็น Mobile, Cloud, หรือ Big Data มีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกัน ในการทำงาน เพื่อเข้าสู่ digital customer age อย่างสมบูรณ์แบบ เพราะการพลิกกระแส ระดับ mass เช่นนี้ ต้องได้องค์ประกอบที่เอื้อทั้งในฝั่งผู้ให้บริการ และผู้บริโภค ไปพร้อมๆกัน การเข้าสู่ยุคนี้ สามารถสะท้อนออกมาเป็นเทรนด์หลักๆ ได้แก่

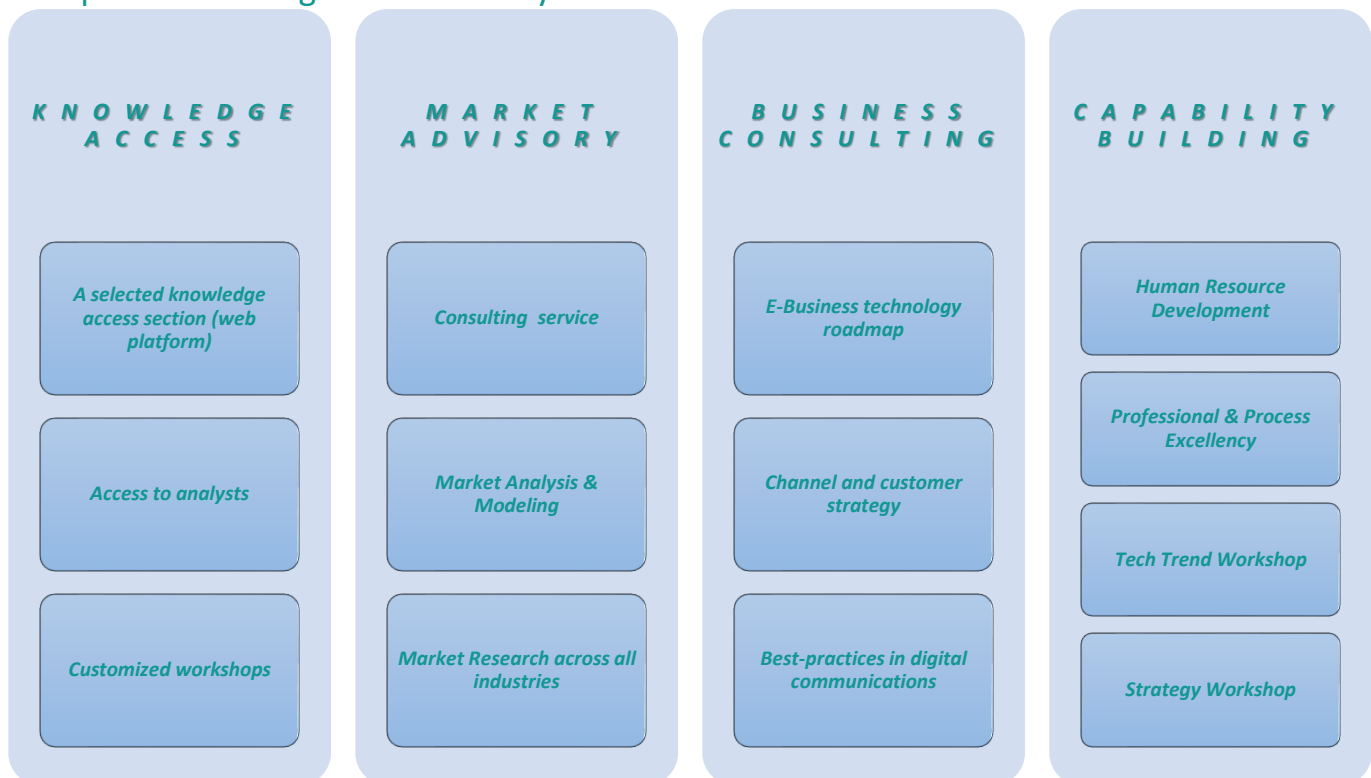
มีการใช้ Business Insight มากขึ้นทั้งในด้าน Industry ซึ่งครอบคลุมเกือบทุกประเภท ไม่เพียงแต่เฉพาะในภาคค้าปลีก และภาคบริการ แต่ยังมีการใช้ Business Insight ในภาคอุตสาหกรรมเกือบทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นการผลิต การขนส่ง และการจัดการภายใน เพื่อให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ต้องขอบคุณการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของเทคโนโลยี Big Data ที่ทำให้มีการนำ Business Insight มาใช้ไม่เฉพาะในการ drive รายได้ แต่ในด้าน การ drive เพื่อให้เกิด operation efficiency อีกด้วย

มีวิธีการที่เรียกว่า Digital Customer Engagement ซึ่งมี Customer Experience Management เป็นพ่อแม่ และมี Customer Service เป็นทายาท เปรียบเทียบเช่นนี้ เพื่อสะท้อนว่าเมื่อสิบกว่าปีที่แล้ว เรายังพูดกันในเรื่องของ Customer Service ซึ่งเป็นหัวข้อที่มีมานาน และเกิดขึ้นหลังจากยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม

# Strategies for your success

**MCKANSYS** was founded by a team of consulting and research professionals with more than 10 years of experiences in the industry. Our comprehensive service offerings have been designed specifically to help you achieve your aims, which combined rich experiences and knowledge in market intelligence services and strategy development span across vertical sectors such as ICT, Healthcare, Service, Manufacturing and also public sector.

Our unique value proposition is being “**Boutique consulting and market intelligence firm**”, focusing on cutting-edge strategic model, emerging market and technology. The following four pillars are designed to ensure your sustained success.



“WE STRONGLY PROUD TO BE A TEAM OF PROFESSIONALS AND AIM TO ACCELERATE GROWTH OF YOUR BUSINESS AND LONG-TERM MUTUALLY BENEFICIAL COOPERATION”

If you have any queries, our **MCKANSYS** Team will be pleased to help: Tel: +66 2 637 9663, E-mail: [info@mckansys.com](mailto:info@mckansys.com)

