



K SME Analysis

ยกระดับ SME คำปลีกออนไลน์ ด้วย Big Data



ประเด็นสำคัญ

- ภายใต้การดำเนินธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคมีความต้องการที่ซับซ้อนขึ้น การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึกผ่านการรวบรวมและวิเคราะห์บิ๊กดาต้า เพื่อสกัดเอาองค์ความรู้ หรือความหมายที่ซ่อนอยู่ ย่อมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน โดยประโยชน์ของเทคโนโลยีบิ๊กดาต้าที่สำคัญ เช่น ช่วยให้ผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์สามารถติดต่อสื่อสารและสร้างประสบการณ์หรือข้อเสนอที่เหมาะสมกับลูกค้าแบบรายบุคคลได้ และช่วยในการพัฒนารวมถึงสร้างโอกาสธุรกิจใหม่ เป็นต้น
- การใช้งานบิ๊กดาต้าต้องมีการลงทุนทั้งในส่วนของระบบการเก็บรวบรวมข้อมูล และระบบการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงมาก อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน ผู้ประกอบการ SME ยังคงมีทางเลือกที่จะเข้าถึงการใช้งานบิ๊กดาต้าในแบบที่มีต้นทุนย่อมเยาอยู่ 3 แนวทาง ได้แก่ เครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าบนหน้าร้านออนไลน์ ระบบบิ๊กดาต้าของแพลตฟอร์ม e-Marketplace และระบบคลาวด์คอมพิวติ้งบิ๊กดาต้า
- การนำเทคโนโลยีบิ๊กดาต้ามาใช้งาน ในระยะแรก ผู้ประกอบการ SME อาจเริ่มจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานก่อน เช่น ข้อมูลลูกค้า และประวัติการซื้อสินค้า เป็นต้น แล้วดูผลจากการใช้งาน หากได้ผลลัพธ์ที่ดี ก็อาจขยายขอบเขตการใช้งานสู่ด้านอื่นๆ มากขึ้น

ความสำคัญและประโยชน์ของบิ๊กดาต้าในธุรกิจค้าปลีกออนไลน์



5 ประโยชน์ Big Data

- ✓ สร้างประสบการณ์แบบเฉพาะกับลูกค้า
- ✓ เปลี่ยนผู้เยี่ยมชมเป็นลูกค้า
- ✓ ช่วยพัฒนาและสร้างธุรกิจใหม่
- ✓ ช่วยบริหารสต็อกอย่างเหมาะสม
- ✓ ช่วยตั้งราคาอย่างมีประสิทธิภาพ

“ข้อมูล” นับได้ว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจแทบทุกภาคส่วน ท่ามกลางสภาวะแวดล้อมของธุรกิจที่มีแนวโน้มการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้น และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว การปรับตัวของผู้ประกอบการ SME ให้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ย่อมเป็นสิ่งสำคัญ และความสามารถที่จะปรับตัวให้เท่าทันอย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น จำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์ข้อมูลเพื่อวิเคราะห์และวางแผนได้อย่างถูกต้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบันที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคไทยที่หันมาทำกิจกรรมต่างๆ บนออนไลน์มากขึ้น ทำให้เกิดข้อมูลปริมาณมหาศาลในรูปแบบดิจิทัล หรือที่เรียกว่า **บิ๊กดาต้า (Big Data)** ซึ่งอาจเป็นได้ทั้งข้อมูลตัวเลข ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ หรือแม้แต่ข้อมูลในรูปแบบอื่นๆ

ที่สะท้อนถึงกิจกรรมต่างๆ ที่ผู้บริโภคทำบนออนไลน์ เช่น พฤติกรรมการเปิด/ปิด และเลื่อนหน้าเว็บไซต์ เป็นต้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่สามารถรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านี้เพื่อสกัดเอาองค์ความรู้ หรือความหมายที่ซ่อนอยู่ อันสะท้อนถึงความต้องการของผู้บริโภค ย่อมสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันมากขึ้น

ธุรกิจค้าปลีกออนไลน์ (E-Commerce) นับได้ว่าเป็นรูปแบบธุรกิจในยุคดิจิทัลที่มีสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการรวบรวมและใช้ประโยชน์จากบิ๊กดาต้า เนื่องจากข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจะเกิดขึ้นบนออนไลน์ และอยู่ในรูปแบบดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลลูกค้าและการซื้อสินค้า ข้อมูลการชำระเงินและส่งสินค้า หรือแม้แต่ข้อมูลการรับเรื่องร้องเรียนจากลูกค้า ข้อมูลต่างๆ เหล่านี้สามารถถูกนำมาวิเคราะห์เชิงลึกเพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการ SME สามารถคาดการณ์ ตัดสินใจ และวางแผนเรื่องต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจได้ โดยประโยชน์ของบิ๊กดาต้าสำหรับผู้ประกอบการ SME ค้าปลีกออนไลน์สามารถสรุปได้ดังนี้

1) สร้างประสบการณ์แบบเฉพาะเจาะจงกับลูกค้ารายบุคคล

บิ๊กดาต้าช่วยให้ผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์สามารถติดต่อสื่อสารและสร้างประสบการณ์หรือข้อเสนอที่เหมาะสมกับลูกค้าแบบรายบุคคลได้ โดยการติดตามเก็บข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าแล้วนำมาวิเคราะห์หาจุดเชื่อมโยงก็จะทำให้เห็นภาพว่าการปฏิสัมพันธ์ หรือเข้าหาลูกค้าแบบใดที่ถูกที่ ถูกเวลา และตรงใจ ซึ่งจะช่วยให้เปลี่ยนลูกค้าที่อาจเข้ามาซื้อแค่ครั้งเดียวให้กลับมาซื้อซ้ำอีกได้ ตลอดจนช่วยในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าที่สร้างกำไรให้กับผู้ประกอบการ เช่น จากข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าในการซื้อและค้นหาสินค้า ผู้ประกอบการสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์และโปรโมชั่นที่ตรงใจลูกค้าแต่ละรายบนหน้าร้านค้าออนไลน์ หรือสื่อสารข้อมูลต่างๆ ดังกล่าวให้ลูกค้าผ่านช่องทางสื่อสารที่ลูกค้ามักใช้อย่างเครือข่ายสังคมออนไลน์ เป็นต้น

2) เปลี่ยนผู้เยี่ยมชมให้มาเป็นลูกค้า

ผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์สามารถใช้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้เข้ามาเยี่ยมชมหน้าร้านออนไลน์ แต่ยังไม่ได้ออเดอร์สินค้า เช่น หน้าเพจและระยะเวลาที่เข้าเยี่ยมชม ลิงค์สินค้าที่คลิกดูข้อมูล และสินค้าที่เลือกเข้าตะกร้าสินค้าออนไลน์แล้วแต่ถูกยกเลิกภายหลัง เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุที่ผู้เยี่ยมชมไม่ซื้อสินค้า และปัจจัยที่ทำให้เกิดการซื้อสินค้า ด้วยผลของการวิเคราะห์บิ๊กดาต้าดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์สามารถปรับปรุงหน้าร้านค้าออนไลน์ บริการ และการทำโปรโมชั่น เพื่อเปลี่ยนผู้เยี่ยมชมให้กลายเป็นลูกค้าในท้ายที่สุด

3) ช่วยในการพัฒนาและสร้างโอกาสธุรกิจใหม่

บิ๊กดาต้าช่วยให้ผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์สามารถเข้าใจเบื้องลึกทางความคิด และความต้องการของลูกค้า ซึ่งจะช่วยในการจัดหาหรือพัฒนาสินค้าและบริการ ตลอดจนสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ๆ เช่น ตรวจสอบพบว่าลูกค้าเริ่มเข้ามาซื้อผ้าอ้อมเด็กบ่อยครั้งขึ้น ทำให้คาดได้ว่าลูกค้าอาจเพิ่งมีเด็กทารก ผู้ประกอบการก็สามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจใหม่ โดยนำเสนอผลิตภัณฑ์เด็กทารกอื่นให้แก่ลูกค้าพิจารณา และพอเวลาผ่านไปก็อาจนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ อย่างอาหารเสริมตามวัยที่เด็กเติบโตขึ้น เป็นต้น

4) ช่วยการบริหารปริมาณสต็อกสินค้าที่เหมาะสม

การเก็บข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับกรซื้อและบริโภคสินค้าของลูกค้า เช่น ลักษณะลูกค้าที่ซื้อไป จำนวนที่ขาย และช่วงเวลาที่ยาวไป เป็นต้น ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถคาดการณ์ได้ว่าช่วงเวลาไหน สินค้าอะไรจะขายดี ซึ่งทำให้สามารถสต็อกสินค้าได้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ช่วยลดการเสียโอกาสในการขาย

¹ Muslim population.com

5) ช่วยในการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ

บิกดาต้าช่วยให้ผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์สามารถตั้งราคาสินค้าให้เหมาะสมกับลูกค้าแต่ละกลุ่มตามลักษณะลูกค้า พฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้า สต็อกสินค้า และต้นทุนการดำเนินงาน ซึ่งข้อมูลต่างๆดังกล่าว จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถจับตาการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทานสินค้าในตลาดเพื่อตั้งราคาที่ลูกค้าเต็มใจจ่าย และสามารถทำยอดขายและกำไรให้ผู้ประกอบการสูงสุด

แนวทางการนำบิกดาต้ามาใช้งานสำหรับผู้ประกอบการ SME ค้าปลีกออนไลน์

การใช้งานบิกดาต้าต้องมีการลงทุนทั้งในส่วนของระบบการเก็บรวบรวมข้อมูล และระบบการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงมาก และนับได้ว่าเป็นอุปสรรคสำคัญสำหรับผู้ประกอบการ SME ค้าปลีกออนไลน์ซึ่งมีเงินลงทุนจำกัด รวมไปถึงการขาดผู้เชี่ยวชาญภายในบริษัทที่สามารถใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความหมายเชิงธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบัน ผู้ประกอบการ SME ยังคงมีทางเลือกที่จะเข้าถึงการใช้งานบิกดาต้าในแบบที่มีต้นทุนย่อมเยาอยู่ 3 แนวทาง ดังนี้

3 ทางเลือก SME เข้าถึง Big Data ต้นทุนต่ำ

- ✓ เครื่องมือฟรี วิเคราะห์ลูกค้าบนออนไลน์
- ✓ บิกดาต้าของ e-Marketplace
- ✓ คลาวด์คอมพิวเตอร์ตั้งบิกดาต้า

แนวทางที่ 1: เครื่องมือวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าบนหน้าร้านออนไลน์ ผู้ประกอบการที่เปิดหน้าร้านออนไลน์บนเว็บไซต์ของตนเอง สามารถใช้เครื่องมือที่ไม่มีค่าใช้จ่ายอย่าง Google Analytics ในเวอร์ชันพื้นฐานที่สามารถรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์สถิติเส้นทางการเดินทาง (Customer Journey) และพฤติกรรมของลูกค้าบนหน้าร้านออนไลน์ โดยช่วยนับจำนวนผู้เข้ามาเยี่ยมชม เลือกชมสินค้าใด ใช้เวลาอยู่บนแต่ละเว็บเพจนานเท่าไร ซื้อสินค้าอะไรไป รวมไปถึงการวัดประสิทธิภาพการทำแคมเปญโฆษณา เป็นต้น นอกจากนี้ สำหรับผู้ประกอบการที่เปิดหน้าร้านบนเครือข่ายสังคมออนไลน์อย่าง Facebook ก็มีเครื่องมือหลากหลายที่ให้บริการฟรีสำหรับเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลบน Facebook ซึ่งมีลักษณะเดียวกันกับ Google Analytics

ทั้งนี้ ข้อจำกัดของแนวทางนี้ คือ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลยังคงเป็นลักษณะภาพรวมของธุรกิจและพฤติกรรมผู้บริโภคแบบทั่วไป เพื่อใช้ในการปรับปรุงและเพิ่มประสิทธิภาพการทำกิจกรรมทางการตลาด และสร้างหน้าร้านออนไลน์ที่ตรงใจผู้บริโภคโดยรวม หากผู้ประกอบการต้องการผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคเป็นรายบุคคล ผู้ประกอบการยังคงมีความจำเป็นต้องดำเนินการจัดเก็บข้อมูลลูกค้ารายบุคคลเอง ตั้งแต่ข้อมูลส่วนตัวไปจนถึงประวัติการซื้อสินค้า ไม่ว่าจะเป็นประเภทสินค้า ราคา ความถี่ในการซื้อสินค้าของลูกค้าแต่ละราย เป็นต้น และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเหล่านั้นเพื่อทำการตลาดรายบุคคลเอง

แนวทางที่ 2: ระบบบิกดาต้าของแพลตฟอร์ม e-Marketplace ซึ่งมักมีระบบบริหารจัดการข้อมูลธุรกิจต่างๆ ตั้งแต่ข้อมูลสินค้า ลูกค้า การซื้อขาย ไปจนถึงการทำการตลาดอย่างครบวงจรเพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจบน e-Marketplace นอกจากนี้ ยังมีบริการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในลักษณะโซลูชันเชิงธุรกิจเพื่อเสริมศักยภาพทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ เช่น การบริหารสินค้าคงคลัง การทำการตลาดกับลูกค้าเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ และการตั้งราคาให้มีประสิทธิภาพ เป็นต้น โดยปัจจุบันแพลตฟอร์มส่วนใหญ่ยังไม่คิดค่าบริการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล เนื่องจากต้องการดึงดูดผู้ประกอบการค้าปลีกให้มาเปิดหน้าร้านบนแพลตฟอร์มของตน อย่างไรก็ตาม ในอนาคตราว 2-3 ปีข้างหน้า เจ้าของแพลตฟอร์ม e-Marketplace อาจเริ่มเก็บค่าบริการหากผู้ประกอบการค้าปลีกมีความต้องการใช้งานบริการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกแบบครบวงจรมากขึ้น

ทั้งนี้ ผลกระทบเชิงลบของแนวทางนี้ คือ ข้อมูลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของผู้ประกอบการจะถูกจัดเก็บที่เจ้าของแพลตฟอร์ม e-Marketplace และมักถูกตั้งเงื่อนไขการใช้บริการโดยให้เจ้าของแพลตฟอร์มมีสิทธิในการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ได้ ทำให้เกิดประเด็นความกังวลเรื่องการนำข้อมูลเหล่านั้นไปใช้

แนวทางที่ 3: ผ่านระบบคลาวด์คอมพิวติ้งบิกดาต้า ซึ่งเป็นบริการระบบสำหรับการจัดการทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต ครอบคลุมตั้งแต่การจัดเก็บข้อมูลไปจนถึงการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก โดยมักอยู่ในรูปแบบการเช่าใช้บริการ ทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องมีภาระค่าใช้จ่ายในการลงทุนวางระบบไอทีทั้งระบบ โดยสามารถลดต้นทุนทางด้านระบบไอทีได้มากกว่าร้อยละ 45 เมื่อเทียบกับการลงทุนระบบดังกล่าวเอง ซึ่งประกอบไปด้วยการลงทุนซื้อคอมพิวเตอร์ฮาร์ดแวร์หรือเซิร์ฟเวอร์ การจ้างบุคลากรทางด้านไอที รวมถึงค่าลิขสิทธิ์ซอฟต์แวร์จัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล เป็นต้น โดยภาระค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับลักษณะและปริมาณข้อมูลที่ต้องการเก็บรวบรวมและผลของการวิเคราะห์ข้อมูลที่ต้องการ ซึ่งมีค่าใช้จ่ายโดยรวมระดับล้านบาทต่อปี นอกจากนี้ ข้อดีอีกประการของแนวทางนี้ คือ สามารถใช้ได้ทั้งผู้ประกอบการค้าปลีกออนไลน์บนเว็บไซต์ เครือข่ายสังคมออนไลน์ และ e-Marketplace

ทั้งนี้ ผลกระทบเชิงลบของแนวทางนี้ ก็เป็นไปในลักษณะเดียวกับแนวทางที่ 2 คือ ข้อมูลทั้งหมดจะถูกจัดเก็บที่ผู้ให้บริการระบบคลาวด์คอมพิวติ้ง ทำให้เกิดประเด็นความกังวลเรื่องการควบคุมการเข้าถึงข้อมูล ดังนั้น หากผู้ประกอบการเลือกใช้แนวทางนี้ ความน่าเชื่อถือของผู้ให้บริการระบบจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องพิจารณา

การนำเทคโนโลยีบิกดาต้ามาใช้งาน ในระยะแรก ผู้ประกอบการ SME อาจเริ่มจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นพื้นฐานก่อน เช่น ข้อมูลลูกค้า และประวัติการซื้อขาย เป็นต้น แล้วดูผลจากการใช้งาน หากได้ผลลัพธ์ที่ดีและการดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็อาจขยายขอบเขตการใช้งานให้มากขึ้น เช่น ขยายผลถึงการคาดการณ์ความต้องการสินค้าและการจัดการสินค้าคงคลัง หรือแม้แต่การวิเคราะห์เชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมและรสนิยมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เพื่อทำการนำเสนอสินค้าและบริการที่ถูกต้อง ถูกเวลา และตรงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากขึ้น เป็นต้น นอกจากนี้ ในการใช้งานเทคโนโลยีบิกดาต้า ผู้ประกอบการควรต้องคำนึงถึงและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลลูกค้า และจำเป็นที่ต้องศึกษากฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการจัดเก็บและเปิดเผยข้อมูลลูกค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์ของตน

³ กรมโรงงานอุตสาหกรรม

ทั้งนี้ ภายใต้การดำเนินธุรกิจในยุคที่ผู้บริโภคมีความต้องการและกระบวนการตัดสินใจที่ซับซ้อนขึ้น การทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในเชิงลึกจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง หากผู้ประกอบการ SME ไม่ปรับตัวมาใช้ เทคโนโลยีที่ก้าวล้ำ อาจส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องเผชิญกับข้อจำกัดทางการแข่งขันในระยะข้างหน้า โดยเฉพาะการแข่งขันกับคู่แข่งรายใหญ่ที่มีเงินทุนหนาและพร้อมลงทุนทางด้านเทคโนโลยี

ดังนั้น การดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิมอาจไม่เพียงพอต่อการอยู่รอดของธุรกิจได้ในระยะยาว กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ SME จำเป็นต้องมีการติดตามเทรนด์การพัฒนาและเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีต่างๆ โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่ก้าวล้ำอยู่เสมอ เพื่อที่จะศึกษาและนำเทคโนโลยีเหล่านั้นมาปรับใช้ในการดำเนินธุรกิจของตนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งจะเป็นส่วนสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการให้เหนือกว่าคู่แข่ง หรืออย่างน้อยก็สามารถรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันให้ทัดเทียมกับคู่แข่งในตลาดได้

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่

