



บริการคลาวด์โซลูชัน...แรงหนุนหลักตลาดดิจิทัล B2B ท่ามกลางวิกฤติโควิด เติบโตกว่าร้อยละ 19 ในปี 2563

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3145

วันที่ 30 กันยายน 2563

▶ ประเด็นสำคัญ

- การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้กระตุ้นให้ภาคธุรกิจต่างๆ ต้องหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ส่งผลให้ภูมิทัศน์การค้าดำเนินธุรกิจในตลาดดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจไทย (B2B) เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่มุ่งเน้นเพียงการยกระดับประสิทธิภาพและสร้างช่องทางการดำเนินธุรกิจใหม่ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่ลูกค้าองค์กรธุรกิจของตน หันมาสู่การสร้างความต้องการต่อเนื่องทางธุรกิจในทุกด้านให้แก่องค์กรธุรกิจผ่านช่องทางดิจิทัล
- นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจต่างๆ ก็มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล จากเดิมที่มักจะลงทุนและเป็นเจ้าของระบบดิจิทัลเอง มาสู่การใช้งานผ่านระบบคลาวด์โซลูชันมากขึ้น ทำให้ตลาดดิจิทัล B2B สามารถขยายฐานตลาดสู่ผู้ประกอบการรายกลางและเล็กได้กว้างขวางขึ้น จากเดิมที่มักจะกระจุกตัวอยู่แต่องค์กรธุรกิจรายใหญ่ที่มีทุนทรัพย์ ทั้งนี้ ในระยะข้างหน้าหลังเศรษฐกิจเริ่มทยอยฟื้นตัว ตลาดคลาวด์โซลูชันน่าจะยังคงเติบโตต่อเนื่อง โดยผู้ประกอบการมีแนวโน้มหันมาแนะนำเสนอบริการใหม่ที่สามารถตอบโจทย์ธุรกิจในการสร้างความแตกต่างมากขึ้น ผ่านการแนะนำบริการที่สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภครายบุคคลได้
- ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ในปี 2563 และ 2564 ตลาดบริการคลาวด์โซลูชันน่าจะขยายตัวราวร้อยละ 19.4 และ 8.2 ตามลำดับ โดยมีมูลค่าตลาดราว 15,718 ล้านบาท และ 17,003 ล้านบาท ตามลำดับ

การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เป็นตัวเร่งปฏิกิริยาให้ผู้ประกอบการภาคธุรกิจต่างๆ จำเป็นต้องปรับตัวหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลกันมากขึ้น ส่งผลให้ภูมิทัศน์การค้าดำเนินธุรกิจในตลาดดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจไทย (B2B) เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว จากเดิมที่มุ่งเน้นเพียงโจทย์การยกระดับประสิทธิภาพการทำงานภายในองค์กรธุรกิจ และการช่วยลูกค้าธุรกิจในการเพิ่มช่องทางการขายและการตลาดสู่ผู้บริโภคผ่านอินเทอร์เน็ต หันเหมาสู่การมุ่งตอบโจทย์ลูกค้าองค์กรด้านการสร้างความต่อเนื่องในการดำเนินธุรกิจ ทั้งกิจกรรมทางธุรกิจหลังบ้าน เช่น การประชุมออนไลน์ และการเข้าถึงข้อมูลภายในองค์กรจากนอกออฟฟิศ เป็นต้น และกิจกรรมทางธุรกิจหน้าบ้าน โดยช่วยองค์กรธุรกิจเพิ่มกิจกรรมการเข้าถึงผู้บริโภคอื่นๆ นอกเหนือจากการขายและโฆษณา เช่น การเคลมประกันผ่านออนไลน์ และการให้คำปรึกษาหลังการขายผ่านวีดีโอคอล เป็นต้น เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการช่องทางดิจิทัลเพื่อติดต่อกับภาคธุรกิจในกิจกรรมที่หลายหลายมากขึ้น และหลีกเลี่ยงช่องทางออฟไลน์ในช่วงการเกิดโควิด-19

นอกเหนือจากโจทย์ธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงแล้ว รูปแบบการค้าดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการดิจิทัล B2B ก็เปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน จากเดิมที่เน้นโมเดลธุรกิจในรูปแบบปรับติดตั้งโซลูชันธุรกิจแบบขายขาดโดยลูกค้าองค์กรเป็นผู้ลงทุนระบบเซิร์ฟเวอร์เอง ทำให้ตลาดในอดีตมักกระจุกตัวอยู่แต่องค์กรธุรกิจรายใหญ่ที่มีทุนทรัพย์ ในขณะที่ปัจจุบันปรับเปลี่ยนมาสู่โมเดลธุรกิจให้บริการเช่าใช้ หรือบริการคลาวด์โซลูชันมากขึ้น (Cloud Solutions) โดย

บริการทุกระดับประทับใจ

องค์กรธุรกิจไม่ต้องลงทุนระบบ IT หลังบ้านเอง และสามารถชำระค่าบริการตามปริมาณการใช้งานที่ตนต้องการได้ ส่งผลให้ตลาดดิจิทัล B2B สามารถขยายฐานตลาดสู่ผู้ประกอบการรายกลางและเล็กได้กว้างขวางขึ้น ขณะที่ในระยะหลัง องค์กรธุรกิจรายใหญ่ก็หันมานิยมโซลูชันในรูปแบบดังกล่าวมากขึ้นเช่นกัน เพราะสามารถลดภาระในการลงทุนและบำรุงรักษาระบบ IT ในระยะยาวได้

ทั้งนี้ ในช่วงที่ผ่านมาของการเกิดโควิด-19 ในไทย โดยเฉพาะในช่วงล็อกดาวน์ที่หลายองค์กรธุรกิจต้องใช้มาตรการทำงานจากที่บ้าน ทำให้การสร้างความต้องการของกิจกรรมทางธุรกิจอย่างเร่งด่วนกลายมาโจทย์สำคัญ ส่งผลให้ธุรกิจให้บริการคลาวด์โซลูชันในปีนี้มีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างก้าวกระโดด เนื่องจากสามารถลดระยะเวลาการลงทุนและติดตั้งระบบ IT ลงได้ และสอดคล้องกับสถานะเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มไม่สู้ดีนัก โดย **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า** ในปี 2563 **ตลาดบริการคลาวด์โซลูชัน** จะมีมูลค่าประมาณ 15,718 ล้านบาท เติบโตราวร้อยละ 19.4 ขยายตัวต่อเนื่องจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวราวร้อยละ 22.4 โดยการเติบโตส่วนใหญ่น่าจะได้รับแรงหนุนจากกลุ่มสถาบันการเงิน ธุรกิจพลังงาน และธุรกิจส่งอาหารออนไลน์ เป็นต้น

อย่างไรก็ดี การที่องค์กรธุรกิจมีแนวโน้มลดการลงทุนด้าน IT ด้วยตนเอง และหันมาใช้แนวทางคลาวด์โซลูชันมากขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อตลาดซอฟต์แวร์โซลูชันแบบติดตั้งเอง (On-premise) ให้มีแนวโน้มไม่สู้ดีนัก ในขณะที่ **ตลาดฮาร์ดแวร์ระบบ IT สำหรับองค์กร¹** ก็มีแนวโน้มเช่นเดียวกัน เนื่องจากการใช้งานบริการคลาวด์โซลูชันจะเปรียบเสมือนการใช้งานโครงสร้างพื้นฐานระบบ IT ร่วมกันระหว่างหลายองค์กร ทำให้ภาพรวมการลงทุนด้านฮาร์ดแวร์ระบบ IT มีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า** ในปี 2563 **ตลาดซอฟต์แวร์โซลูชันแบบติดตั้งเอง** จะมีมูลค่าประมาณ 46,808 ล้านบาท หดตัวราวร้อยละ 6.6 จากปีก่อนหน้า ในขณะที่ **ตลาดฮาร์ดแวร์ระบบ IT สำหรับองค์กร** จะมีมูลค่าประมาณ 78,847 ล้านบาท หดตัวราวร้อยละ 5.7 จากปีก่อนหน้า

ประมาณการตลาดดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจไทย (B2B)

	2562	2563f	2564f
ตลาดบริการคลาวด์โซลูชัน* (ล้านบาท)	13,166	15,718	17,003
อัตราการเติบโต (%)	22.4%	19.4%	8.2%
ตลาดซอฟต์แวร์โซลูชันแบบติดตั้งเอง (ล้านบาท)	50,116	46,808	48,915
อัตราการเติบโต (%)	12.7%	-6.6%	4.5%
ตลาดฮาร์ดแวร์ระบบ IT สำหรับองค์กร (ล้านบาท)	83,657	78,847	82,786
อัตราการเติบโต (%)	5.5%	-5.7%	5.0%
ตลาดดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจไทย (ล้านบาท)	146,939	141,373	148,704
อัตราการเติบโต (%)	1.5%	-3.8%	5.2%

ที่มา: ข้อมูลจาก DEPA, NBTC, MOC และกรมพัฒนาการค้า ประเมินการโดย KResearch

* รวมรายได้ B2B ของบริการคลาวด์ที่จดทะเบียนในไทย



เมื่อมองไปในระยะข้างหน้าหลังเศรษฐกิจฟื้นตัวจากโควิด-19 โจทย์ทางธุรกิจของผู้ประกอบการดิจิทัล B2B ก็มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปด้วยเช่นกัน **เนื่องด้วยองค์กรธุรกิจต่าง ๆ ตั้งแต่รายเล็กถึงรายใหญ่ได้ปรับเปลี่ยนมาสู่การใช้บริการคลาวด์โซลูชันมากขึ้น ทำให้ความแตกต่างด้านศักยภาพการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่เป็นคู่แข่งกันบนช่องทางดิจิทัลมีไม่มากนัก** ส่งผลให้โจทย์ระยะถัดไปของผู้ประกอบการคลาวด์โซลูชันน่าจะปรับเปลี่ยนสู่การมุ่งเน้นการมอบบริการที่สร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้บริโภคชั้นปลาย เพื่อสร้างความแตกต่างเชิงธุรกิจให้กับลูกค้าองค์กรของตน ผ่านการพัฒนาโซลูชันดิจิทัลที่สามารถเข้าใจภาพธุรกิจขององค์กร เช่น มีผู้บริโภคเป้าหมายเป็นใคร จุดเด่นของสินค้าหรือบริการ และกำลังการผลิตหรือการให้บริการของผู้ประกอบการ เป็นต้น เพื่อประกอบเข้ากับข้อมูลผู้บริโภค (Big Data) ในการมอบประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้บริโภคชั้นปลาย

¹ ฮาร์ดแวร์ระบบ IT สำหรับองค์กร เช่น เซิร์ฟเวอร์ อุปกรณ์เครือข่ายสื่อสาร และอุปกรณ์เก็บข้อมูล เป็นต้น

ยกตัวอย่างเช่น โขลุกชั้นร้านอาหารที่สามารถเรียนรู้ระยะเวลาการทำอาหารแต่ละเมนูของทางร้าน รู้ลักษณะรสชาติของแต่ละเมนู และรู้ชื่ออาหารค่างที่ควรทำในแต่ละช่วงเวลา เมื่อมีผู้บริโภคนำหนึ่งต้องการสั่งอาหารของทางร้านผ่านช่องทางออนไลน์ โขลุกชั้นร้านอาหารดังกล่าว ก็สามารถวิเคราะห์ข้อมูลผู้บริโภคนำนั้น ร่วมกับข้อมูลร้านอาหาร แล้วสามารถแจ้งระยะเวลาที่ต้องรอสำหรับอาหารที่ต้องการสั่ง หรือแม้แต่สามารถแนะนำของทานเล่นหรือเมนูอาหารอื่นที่ถูกต้อง และใช้เวลาประกอบอาหารที่สอดคล้องกับออเดอร์ค่างในขณะนั้นได้ เป็นต้น

นอกจากนี้ ในระยะข้างหน้า ผู้ประกอบการคลาวด์โซลูชันยังจำเป็นต้องพัฒนาโซลูชันสำหรับลูกค้าองค์กรที่สามารถตอบสนองความต้องการที่เพิ่มสูงขึ้นของผู้บริโภคชั้นปลายต่อบริการดิจิทัลด้วย โดยผู้บริโภคหน้าจะคาดหวังให้เกิดการเชื่อมโยงของธุรกิจต่างๆ ในลักษณะที่สามารถตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของตนแบบรายบุคคลได้มากขึ้น **ยกตัวอย่างเช่น** ผู้บริโภคที่ชอบออกกำลังกายเพื่อสร้างกล้ามเนื้ออาจต้องการบริการดิจิทัลที่เข้าใจไลฟ์สไตล์ของตนสามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากสถานบริการฟิตเนสเกี่ยวกับความคืบหน้าของกิจกรรมเพาะกล้ามเนื้อ เข้ากับโภชนาการอาหารที่ควรจะได้รับ เมื่อผู้บริโภคนำนั้นต้องการสั่งอาหารออนไลน์ ก็สามารถแนะนำเมนูอาหารที่เหมาะสมกับปริมาณสารอาหารที่ได้รับไปแล้วในวันนั้นได้ รวมถึงการเชื่อมโยงเข้ากับธุรกิจอาหารเสริม ซึ่งสามารถเสนอผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความคืบหน้าในการเพาะกล้ามเนื้อของผู้บริโภคนำนั้นได้ เป็นต้น

ภายใต้สถานการณ์ดังกล่าว ในปี 2564 **ตลาดบริการคลาวด์โซลูชัน** น่าจะยังคงมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง **ทั้งจากปัจจัยด้านการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นระหว่างองค์กรธุรกิจในยุคดิจิทัล และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ** อย่างไรก็ดี เนื่องจากในปี 2563 หลากหลายธุรกิจได้หันมาใช้งานคลาวด์โซลูชันแล้วในระดับที่ค่อนข้างสูงตั้งที่กล่าวมาข้างต้น ทำให้ความต้องการใช้งานคลาวด์โซลูชันน่าจะชะลอตัวลงในปีหน้า ทั้งนี้ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า** ในปี 2564 **ตลาดบริการคลาวด์โซลูชัน** น่าจะขยายตัวราวร้อยละ 8.2 โดยมีมูลค่าตลาดราว 17,003 ล้านบาท

กล่าวโดยสรุป การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้กระตุ้นให้ภาคธุรกิจต่างๆ ต้องหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีดิจิทัลในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น โดยมีส่วนเปลี่ยนแปลงโจทย์การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการดิจิทัล B2B จากเดิมที่มุ่งเน้นเพียงการยกระดับประสิทธิภาพและสร้างช่องทางการดำเนินธุรกิจใหม่ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลให้แก่ลูกค้าองค์กรธุรกิจของตน หันมาสู่การสร้างความต่อเนื่องทางธุรกิจในทุกด้านให้แก่องค์กรธุรกิจผ่านช่องทางดิจิทัล นอกจากนี้ องค์กรธุรกิจต่างๆ ก็มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล จากเดิมที่มักจะลงทุนและเป็นเจ้าของระบบดิจิทัลเอง มาสู่การใช้งานผ่านระบบคลาวด์โซลูชันมากขึ้น ทำให้ตลาดดิจิทัล B2B สามารถขยายฐานตลาดสู่ผู้ประกอบการรายกลางและเล็กได้กว้างขวางขึ้น อย่างไรก็ดี แม้ว่าในปี 2563 ตลาดบริการคลาวด์โซลูชันจะเติบโตดีดังกล่าวข้างต้น แต่**ตลาดดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจโดยรวมมีแนวโน้มหดตัวราวร้อยละ 3.8** เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจที่กดดันตลาดซอฟต์แวร์โซลูชันแบบติดตั้งเองและตลาดฮาร์ดแวร์ระบบ IT สำหรับองค์กร

ทั้งนี้ ในระยะข้างหน้าหลังเศรษฐกิจเริ่มทยอยฟื้นตัว คาดว่า **ตลาดดิจิทัลสำหรับภาคธุรกิจมีแนวโน้มกลับมาขยายตัวอีกครั้งราวร้อยละ 5.2 ในปี 2564** โดยได้รับแรงหนุนหลักจากตลาดคลาวด์โซลูชัน ซึ่งผู้ประกอบการน่าจะเริ่มหันมาแนะนำบริการใหม่ที่สามารถตอบโจทย์องค์กรธุรกิจในการพยายามสร้างความแตกต่างเชิงธุรกิจ โดยมุ่งเน้นการนำเสนอบริการที่สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์และมอบประสบการณ์ใหม่ให้แก่ผู้บริโภครายบุคคลได้ ดังนั้น เพื่อตอบสนองโจทย์ที่เปลี่ยนแปลงดังกล่าว ผู้ให้บริการคลาวด์โซลูชันจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาโซลูชันสำหรับองค์กรธุรกิจอยู่เสมอ เพื่อให้สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคที่มีความคาดหวังเพิ่มมากขึ้นในอนาคตได้



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสียหายทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบต่อผู้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น