

Value Chain ของเศรษฐกิจดิจิทัล?

สืบเนื่องจาก Fund Talk ครั้งที่แล้ว ทาง LHFUND ได้สังเกตเห็นว่าเศรษฐกิจดิจิทัลนั้นเป็นอีกแนวคิดหนึ่งที่น่าสนใจเข้าลงทุน เราจึงตัดสินใจออกกอง LHDIGITAL ซึ่งเป็นกอง Feeder Fund ที่เข้าไปลงทุนในกองทุน AXA WF Framlington Digital Economy Fund โดยปัจจุบันกองทุนจะเน้นลงทุนในบริษัทที่เกี่ยวข้องกับ Value Chain ของเศรษฐกิจดิจิทัล โดยตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุด คือ ธุรกิจ E-Commerce หรือ การซื้อขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์นั่นเอง

อ้างอิงข้อมูลจาก AXA แสดงให้เห็นว่า ยอดขายสินค้าและบริการผ่าน E-Commerce ทั่วโลกนั้นกำลังมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเมื่อเทียบกับยอดค้าปลีกทั่วโลก โดยในปี 2016 สัดส่วนยอดขาย E-Commerce ทั่วโลกนั้นอยู่ที่ 8.4% และคาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็น ประมาณ 12% ในปี 2021 หรือคิดเป็นอัตราการเติบโตเฉลี่ยถึง 14% ต่อปี ดังนั้น เราเชื่อว่าผู้ที่จะได้รับผลประโยชน์จากการเติบโตดังกล่าวนี้ จะไม่จำกัดอยู่เพียงแค่ธุรกิจ E-Commerce แต่จะรวมไปถึงธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้องด้วยทั้งนี้ AXA มองว่า Value Chain ของเศรษฐกิจดิจิทัลนั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ส่วนด้วยกัน คือ Discovery Decision Delivery และ Data & Enablers

Value Chain ของเศรษฐกิจดิจิทัล



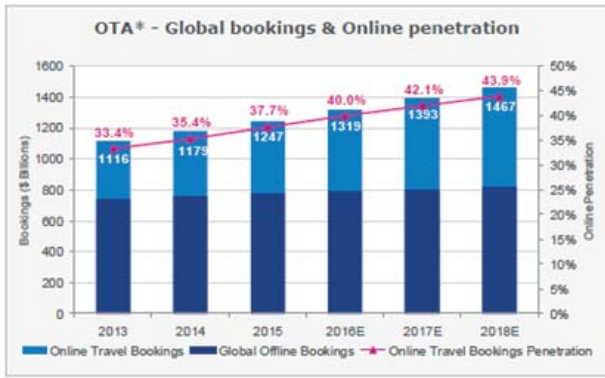
Discovery (การค้นหาสินค้าและบริการ)

เริ่มต้นกันที่ Discovery ซึ่งเป็นส่วนที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดและโฆษณาเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้สะดวกขึ้น โดยในปัจจุบันการทำการตลาดและโฆษณานั้นได้เปลี่ยนจากการตลาดแบบรวม (Mass) มาเป็นการตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม (Personalization) กันมากขึ้น การทำเนื้อหาการตลาดให้ตรงใจกลุ่มลูกค้าหลัก และเข้าถึงลูกค้ากลุ่มนั้นโดยตรง เช่น การที่ facebook มีการยิงโฆษณาไปยังกลุ่มลูกค้าที่มีความสนใจในสินค้าประเภทนั้นอยู่แล้ว จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเพิ่มยอดขายของร้านค้าให้สูงขึ้น ตัวอย่างบริษัทที่มีความเกี่ยวข้องกับการทำการตลาดและโฆษณาในยุคดิจิทัลนี้ได้แก่ Google, Facebook, Tencent (ผู้ให้บริการด้านอินเทอร์เน็ตรายใหญ่ของจีน เช่น wechat หรือ Line app ในประเทศจีน) เป็นต้น



Personalized digital marketing and advertising

Decision (การตัดสินใจ ซื้อขาย สินค้าและบริการ)



Source: AXA IM as at 30/11/2017.

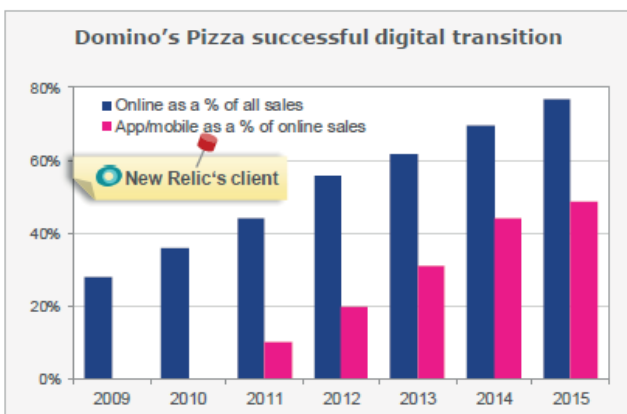
Decision หรือแพลตฟอร์มสำหรับการทำธุรกรรมการซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ หรือ ธุรกิจ E-Commerce เช่น Amazon (เว็บไซต์สำหรับซื้อขายของผ่านช่องทางออนไลน์), Priceline (เว็บไซต์สำหรับจองโรงแรม เช่น Booking.com, Agoda), Electronics Art (ผู้ผลิตและผู้พัฒนาเกมออนไลน์), Rightmove (เว็บไซต์สำหรับรวบรวมประกาศเกี่ยวกับการซื้อขายหรือให้เช่าอสังหาริมทรัพย์ในสหราชอาณาจักร) โดยในปัจจุบัน แนวโน้มที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์นั้นมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมไปถึงการจองตั๋วและที่พักผ่านช่องทางออนไลน์ด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ ความสะดวกและความง่ายในการทำธุรกรรมผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ ทำให้ผู้บริโภคหันมาใช้มือถือในการซื้อของออนไลน์มากขึ้นด้วย ทั้งนี้ เราเชื่อว่า เทคโนโลยีในการสื่อสารและจำนวนผู้ใช้สมาร์ตโฟนที่คาดว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นจะเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ในอนาคต

Delivery (การชำระเงินและการส่งมอบสินค้าและบริการ)

ในส่วนของ Delivery นั้น เราสามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเด็นด้วยกัน คือ การชำระเงิน (FinTech) และ การขนส่ง (Logistics) ทั้งนี้ การชำระเงินและขนส่งสินค้า นับได้ว่าเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ขาดไม่ได้ในยุคดิจิทัลเนื่องจาก ความต้องการของผู้บริโภคที่อยากได้ระยะเวลาในการขนส่งสินค้านั้นสั้นลง ทำให้ผู้ให้บริการจำเป็นต้องพัฒนาระบบการทำงานของคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ความง่ายและความปลอดภัยด้านการชำระเงินก็เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเช่นกัน ซึ่งเป็นประเด็นที่ผู้เชี่ยวชาญยังต้องปรับปรุงและพัฒนาระบบให้พร้อมรองรับความต้องการเหล่านี้ของผู้บริโภคต่อไป ตัวอย่างบริษัทที่เกี่ยวกับการชำระเงินที่พวกเราคุ้นเคยกันดี เช่น Paypal, Visa และ ที่เกี่ยวข้องกับระบบ Logistics เช่น KION (ผู้ให้บริการระบบอัตโนมัติในคลังสินค้า)

Data & Enablers (การเพิ่มประสิทธิภาพของการใช้ข้อมูล โดยการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ)

Data & Enablers หรือ ผู้เชี่ยวชาญที่เข้ามาช่วยผู้ประกอบการในการรวบรวม, เก็บรักษา, และวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่างๆเพื่อใช้ในการติดตามและควบคุมกิจกรรมต่างๆในธุรกิจ โดยเรื่องของการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูลนั้น จะแทรกตัวอยู่ในทุกจุดของการทำธุรกิจและทุกจุดที่ผู้บริโภคเข้าไปมีส่วนร่วมในยุคดิจิทัล ยกตัวอย่างเช่น กว่าที่ระบบของ facebook จะสามารถประมวลผลได้ว่าผู้ใช้ facebook แต่ละคน มีความชอบด้านใด ไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตเป็นแบบไหน บริษัทจะต้องมีระบบเพื่อจัดเก็บข้อมูลการใช้งานของลูกค้าอย่างละเอียด และมีการจัดการและประมวลผลข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการใช้งานได้ต่อไป หรือ บริษัท New Relic ที่เป็นผู้ให้บริการแพลตฟอร์มแบบ cloud-based ที่ช่วยองค์กรในการจัดการข้อมูล และมีส่วนช่วยทำให้ Domino Pizza สร้างยอดขายผ่านช่องทางออนไลน์และมือถือได้เพิ่มมากขึ้น



Source: *New Relic, AXA IM as at 30/11/2017.

ทั้งนี้การที่เศรษฐกิจดิจิทัลจะสามารถเติบโตต่อไปได้นั้น ผู้ประกอบการในทุกส่วนของ Value Chain เป็นส่วนประกอบสำคัญที่ขาดไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นในส่วนของ Discovery, Decision, Delivery, หรือ Data & Enablers เองก็ตาม

คำเตือน

เอกสารนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ ทั้งนี้บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ครบถ้วนหรือความสมบูรณ์ของข้อมูลดังกล่าวได้ และบริษัทฯ อาจเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้โดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังและพิจารณาในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยตนเอง ผู้ลงทุนต้องศึกษาและทำความเข้าใจลักษณะสินค้า เงื่อนไขผลตอบแทน ความเสี่ยง และขอคำแนะนำเพิ่มเติมจากผู้แนะนำการลงทุน ก่อนตัดสินใจลงทุน หรือติดต่อขอรับหนังสือชี้ชวนของกองทุนได้ที่ บลจ. แลนด์ แอนด์ เฮ้าส์ จำกัด โทร 02-286-3484 ต่อ 211-215 หรือ ตัวแทนขาย ลาดทุน มิได้เป็นสิ่งยืนยันถึงผลการดำเนินงานในอนาคต