

<b>MATCHON INFORMATION CENTER</b>		<b>Subject Heading :</b>
<b>Source :</b>	โพลสตัญญูเคย	
<b>Date :</b>	<b>Page :</b>	<b>No :</b>
19 ส.ค. 2554	B1	54448072

ภาพความยิ่งใหญ่ของบริษัท ไอทีระดับโลกของไมโครซอฟท์ ทำให้ทุกอย่างก้าวกลายเป็นที่จับตามองว่า จะเกิดนวัตกรรมอะไรใหม่ขึ้นให้กับตลาดบ้างสำหรับประเทศไทย ด้วยความที่ตั้งแต่ต้นปีที่ผ่านมาไมโครซอฟท์ค่อนข้างเงียบ เพราะอยู่ในช่วงปรับเปลี่ยนหัวเรือใหญ่ และเมื่อเวลาผ่านไป 4-5 เดือนแล้ว ก็ได้เวลาที่จะเห็นการปรับองคาพยพเพื่อรุกตลาดเต็มที่

พีรชน เกษมศรี ณ อยู่ชยา กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไมโครซอฟท์ (ประเทศไทย) เปิดเผยว่า ไมโครซอฟท์เห็นว่าประเทศไทยมีศักยภาพในการเติบโตที่ดีมาก จึงมีการลงทุนอย่างต่อเนื่อง ทั้งเรื่องคน เรื่องเงิน และเรื่องของเทคโนโลยี เพื่อช่วยให้เกิดการพัฒนา

“ช่วงที่ผ่านมาเดินทางตลอดเพื่อไปดูว่าประเทศที่มีลักษณะเหมือนไทย เช่น แอฟริกาใต้ แต่มีการเติบโตมากกว่า 2 เท่า เพื่อเรียนรู้และนำมาประยุกต์ใช้ในการผลักดันให้ไมโครซอฟท์

# นายใหม่ไมโครซอฟท์ ปรับทัพลุยตลาดไทย

ประเทศไทยเติบโต 2 เท่า หรือ 100% ภายในเวลา 3 ปีนับจากนี้” พีรชน กล่าว

กลยุทธ์หลักสำคัญ 3 ส่วน ที่จะใช้ในการกระตุ้นตลาด ส่วนแรก ไมโครซอฟท์จะร่วมมือกับองค์กรภาครัฐมากขึ้นกว่าเดิม เพราะรัฐถือเป็นหน่วยงานสำคัญที่จะผลักดันให้เกิดการใช้งานไอทีอย่างมีประสิทธิภาพกับประเทศและประชาชน โดยที่ผ่านมาเคยทำงานร่วมกับหลายส่วน เช่น กระทรวงแรงงาน กระทรวงศึกษาธิการ ซึ่งต้องสร้างความเข้าใจในสินค้าและบริการของไมโครซอฟท์ให้มากขึ้น

สำหรับโครงการหลักที่ไมโครซอฟท์จะเข้าไปมีส่วนร่วมแน่นอน คือ โครงการแท็บเล็ตสำหรับเด็ก ป.1 ที่ไม่ใช่เรื่องของ

ฮาร์ดแวร์ แต่ต้องมีซอฟต์แวร์ที่รองรับการเรียนรู้อย่างแท้จริง และช่วยพัฒนาทรัพยากรบุคคลของประเทศได้ ซึ่งมั่นใจว่าซอฟต์แวร์ที่มีอยู่ของบริษัทสนับสนุนการทำงานดังกล่าวได้ และยังทำงานได้ดีกับทุกๆ ฮาร์ดแวร์ด้วย โดยพร้อมเข้าไพบารือกับทั้งภาครัฐและผู้ผลิต

อีกโครงการหนึ่ง คือ โครงการเขตการค้าเสรีอาเซียน ที่จะเริ่มในปี 2558 รัฐต้องเร่งนำระบบไอทีเข้าไปสนับสนุนให้ไทยแข็งแกร่งเพื่อรับการแข่งขันที่จะเกิดขึ้น อาทิ การเตรียมโครงการระบบคลาวด์แห่งชาติ หรือเนชั่นแนลคลาวด์ ซึ่งในต่างประเทศ เช่น สิงคโปร์และมาเลเซีย ได้กำหนดเป็นวาระแห่งชาติแล้ว

กลยุทธ์ที่ 2 คือ การพัฒนา

## กลยุทธ์ใหม่ไมโครซอฟท์รุกตลาดไทย

สร้างความเข้าใจบุกตลาดภาครัฐ จับคู่  
โครงการสร้างการเติบโต เช่น โครงการ  
แท็บเล็ตเด็ก ป.1, โครงการ  
รับมือเปิดเสรีการค้าอาเซียน

สร้างบุคลากรและทีมงานใหม่ ปรับ  
โครงสร้างองค์กร ตั้งหน่วยธุรกิจตลาด  
คอนซูเมอร์โดยเฉพาะ ดึงผู้เชี่ยวชาญ  
ต่างประเทศพัฒนาบุคลากรไทย

จับคู่โครงการตามนโยบายของรัฐบาลใหม่  
ดึงเงินลงทุนจากบริษัทแม่ ขยายตลาด  
ทั่วประเทศ

เป้าหมาย



สร้างความแตกต่าง  
ในทุกธุรกิจ

ปรับโครงสร้างสู่การทำตลาด  
ทั้งตลาดองค์กรและตลาดทั่วไป

สร้างการเติบโต  
2 เท่าใน 3 ปี

บุคลากรและทีมงาน ทางไมโครซอฟท์ได้มีการปรับโครงสร้างครั้งใหญ่ทั่วโลก โดยเพิ่มหน่วยธุรกิจที่ดูแลสินค้าและบริการกลุ่มลูกค้าคอนซูเมอร์ เพื่อเจาะตลาดค้าปลีกและผู้ใช้ทั่วไป โดยไทยเป็นประเทศเดียวในเอเชียที่เพิ่มกำลังคน โดยสินค้าหลักคือ ซอฟต์แวร์สำหรับผู้ใช้ทั่วไป เอกซ์บ็อกซ์ คอนเนค วินโดวส์โฟน และมีแผนตั้งเป็นซ็อบเช่นเดียวกับในสหรัฐที่มีไมโครซอฟท์สโตร์

อีกทั้งจะมีการดึงผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ จากต่างประเทศเข้ามาพัฒนาบุคลากรของไมโครซอฟท์ไทย โดยล่าสุดมีผู้บริหารฝ่ายทรัพยากรบุคคลจากเกาหลีที่ได้รับรางวัลระดับโลก รวมถึงผู้บริหารจากอังกฤษเข้ามาพัฒนาทักษะแสดงให้เห็นว่าไมโครซอฟท์เห็นว่าไทยเป็นตลาดที่มีโอกาสดี

สำหรับกลยุทธ์ที่ 3 คือ การดึงเงินลงทุนจากบริษัทแม่ในต่างประเทศมาลงทุนในไทย โดยไมโครซอฟท์มีโครงการเนชั่นแนลแพลน ซึ่งจะพิจารณาว่ามีโครงการใดของรัฐบาลที่สอดคล้องกับ

โครงการของไมโครซอฟท์ เพื่อของบประมาณเสริมจากบริษัทแม่มาช่วยลงทุนพัฒนา

อย่างไรก็ตาม ช่วงแรกต้องรอดูว่ารัฐบาลใหม่จะมีแนวทางอย่างไร ซึ่งจะทำให้ควบคู่ไปกับการขยายตลาดสู่ต่างจังหวัด ให้ตลาดไอทีไปสู่นอกเมืองใหญ่ โดยร่วมกับพันธมิตร ปัจจุบันสัดส่วนตลาดกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอยู่ที่ 80/20 แต่ต้องเพิ่มสัดส่วนในต่างจังหวัดให้มากขึ้น

ขณะที่ไอทีซี คาดการณ์ว่าตลาดไอทีประเทศไทยจะเติบโต 10.1% ในปีนี้ และจะเติบโตเพิ่มขึ้นเป็น 12.4% ในปี 2555 ถือเป็นสัญญาณดีที่สะท้อนให้เห็นภาพในเชิงบวก และไมโครซอฟท์ต้องทำให้ได้ดียิ่งกว่า เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย!!! ○