

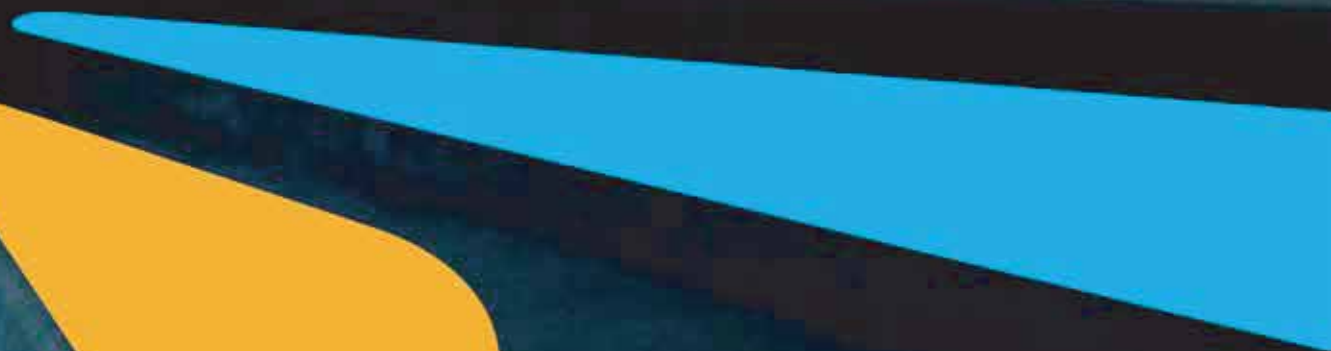
ข้อมูลเจาะลึกงานวิจัยโดย



ANALYZE
THE
FUTURE



การศึกษาความเติบโตด้านดิจิทัล ของธุรกิจ SMB ในเอเชียแปซิฟิกปี 2020



บทสรุปภาพรวม

การแข่งขันเพื่อเปลี่ยนไปสู่ดิจิทัลยังคงดำเนินไป ธุรกิจและสังคมกำลังอยู่ระหว่างการเปลี่ยนแปลงที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ซึ่งถูกเร่งให้รวดเร็วยิ่งขึ้นจากผลกระทบของ COVID-19 ซึ่งได้ผลักดันให้ตลาดไปสู่จุดผันแปร ความเร็วของการเปลี่ยนแปลง การส่งมอบ และการดำเนินงาน กำลังแยกผู้นำออกจากผู้ตาม และไม่นานวันแม้แต่ธุรกิจขนาดเล็กลงและขนาดกลาง (SMB) ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

เพื่อให้เข้าใจถึงความท้าทายและโอกาสที่ SMB ต้องเผชิญมากยิ่งขึ้น ซีเอสโอดีเอ็มบีไอ IDC ทำการวิจัยเพื่อค้นพบสถานะของเส้นทางการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลของ SMB เป็นปีที่ 2

ผลลัพธ์กำลังบอกเราว่า SMB ส่วนใหญ่ (84%) กำลังดิ้นรนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการปรับเปลี่ยนเป็นดิจิทัลโดยมีมากกว่าครึ่งที่อยู่ในขั้นที่ 2 หรือที่ IDC เรียกว่า "Digital Observers" (ผู้สังเกตการณ์ดิจิทัล) และเกือบหนึ่งในสาม (31%) ของ SMB ยังคงตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและแทบไม่ใช้ความพยายามในการแปลงด้านดิจิทัล

ประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น และนิวซีแลนด์ ยังคงเป็นผู้นำ ซึ่งไม่มีการเปลี่ยนแปลงในการจัดอันดับเมื่อเทียบกับปี 2019 อย่างไรก็ตามจีน ไต้หวันและไทยได้แซงหน้าเกาหลี ออสเตรเลียและมาเลเซียตามลำดับ ประเทศอินโดนีเซียและเวียดนามได้มีความก้าวหน้าอย่างน่าทึ่ง

ในปี 2019 SMB มีสัดส่วนใน GDP ของเอเชียแปซิฟิกคิดเป็น 52% หรือ 15.2 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ การเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของ SMB อย่างต่อเนื่องทำให้การเติบโตของ GDP

ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเพิ่มขึ้นอีก 2.6 - 3.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐหรือเพิ่มขึ้น 7.4% ของ GDP ภายในปี 2024 การวิจัยของ IDC แสดงให้เห็นว่า SMB ที่ประสบความสำเร็จในการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล (Digital Challengers) สามารถเพิ่มผลผลิตของพนักงานและยอดขายได้มากถึง 50% ในขณะที่ผู้นำ SMB (Digital Natives) สามารถเพิ่มผลประโยชน์ได้มากกว่าสองเท่า ผู้นำ SMB เหล่านี้มีความยืดหยุ่นมากกว่าผู้ที่อยู่ในช่วงเติบโตทางดิจิทัลในขั้นก่อนหน้า

การบรรลุเป้าหมายนี้จำเป็นต้องให้ SMB ทำการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ ตั้งแต่การกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมไปจนถึงการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่จำเป็น คลาวด์ซึ่งเป็นเสาหลักสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเป็นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญอันดับ 1 สำหรับ SMB ซึ่งจะช่วยให้พวกเขาสามารถจัดการด้านทรัพยากรได้อย่างรวดเร็วในขณะที่ธุรกิจกำลังเติบโต

ในขณะที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีให้บริการอย่างกว้างขวางมากขึ้นในปัจจุบันและช่วยยกระดับการดำเนินการด้านธุรกิจ แต่ด้วยขนาดของ SMB ทำให้ธุรกิจต้องเผชิญกับข้อจำกัดหลาย ๆ ด้าน ในการสำรวจล่าสุด SMB ระบุว่าความขาดแคลนทักษะและเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นความท้าทาย 2 อันดับแรกสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล ที่จริง SMB กำลังอยู่ภายใต้แรงกดดันที่เพิ่มขึ้นเพื่อให้ยังคงสามารถแข่งขันได้ พาร์ทเนอร์ที่เหมาะสมและพร้อมด้วยเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญจะช่วยให้ธุรกิจเอาชนะข้อจำกัดด้านทรัพยากรต่าง ๆ ได้

จิตวิญญาณการเป็นผู้ประกอบการของ SMB และความกระหายที่เพิ่มขึ้นด้านเทคโนโลยีที่เป็นนวัตกรรม จะช่วยให้พวกเขามั่นใจในการสร้างต่อเนื่องทางธุรกิจในปี 2020 นี้และช่วยเร่งการเติบโตในปีต่อ ๆ ไป



3.1 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ

สามารถเพิ่มเข้าไปในการเติบโตของ GDP ของเอเชียแปซิฟิกภายในปี 2024 หากธุรกิจ SMB สามารถเปลี่ยนแปลงสู่เส้นทางดิจิทัลได้มากขึ้น



2X

กลุ่มธุรกิจ SMB ชั้นนำ (อยู่ในขั้น Digital Natives) สามารถผลิตผลไปกับผลประโยชน์ที่เพิ่มขึ้นสองเท่า (ทั้งรายได้และผลผลิต) มากกว่าพวกธุรกิจที่อยู่ในขั้นของการเติบโตขั้นแรก (Digital Indifferent)



69 %

ของ SMB ในเอเชียแปซิฟิกกำลังเร่งพัฒนาอัตราการใช้ดิจิทัลของพวกเขาเพื่อต่อสู้ความท้าทายของ COVID-19



การขาดทักษะด้านดิจิทัล

และเทคโนโลยีเป็นความท้าทาย 2 อันดับแรกสำหรับ SMB ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัล



คลาวด์

เป็นการลงทุนด้านเทคโนโลยีที่สำคัญอันดับ 1 ตามด้วยระบบรักษาความปลอดภัย

เกี่ยวกับการศึกษาความเติบโตด้านดิจิทัลของธุรกิจ SMB ในเอเชียแปซิฟิกปี 2020

IDC ให้คำจำกัดความของ SMB Digital Transformation (DX) เป็นการทำให้เป็นดิจิทัลของธุรกิจ ซึ่งเป็นกลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง โดยมีเป้าหมายเพื่อเปลี่ยนการดำเนินงานภายในโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น คลาวด์ ความคล่องตัว โซเชียล ระบบเสมือนจริง Internet of Things (IoT) และการวิเคราะห์หรือปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อการมีส่วนร่วมที่ดีขึ้นกับลูกค้า คู่ค้าและพนักงาน

เพื่อให้เข้าใจสถานะหรือแต่ละขั้นของการเติบโตด้านการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลของธุรกิจ SMB, IDC ได้พัฒนากรอบการทำงานเพื่อช่วยให้ SMB ประเมินความสามารถในปัจจุบันของตนเองได้อย่างชัดเจนและกำหนดเป้าหมายที่ประสานให้เป็นที่ไปตามวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและความต้องการด้านไอที

มีการสำรวจธุรกิจ SMB มากกว่า 1,400 ราย ทั่วทุกอุตสาหกรรมต่างๆ ในช่วงต้นปี 2020 ซึ่งรวมถึงบริการด้านการเงิน การผลิต โทรคมนาคม มีเดียหรือสื่อสารมวลชน การขนส่ง การก่อสร้าง การค้าปลีกและการค้าส่ง การสำรวจติดตามผลที่ครอบคลุม SMB กว่า 400 ราย ได้เสร็จสมบูรณ์ในเดือนพฤษภาคม 2020 เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจว่า SMB ได้รับผลกระทบอย่างไรจากวิกฤต COVID-19

วัตถุประสงค์

- เพื่อตรวจสอบและทราบถึง**ความพร้อม**ของ SMB ทั่วภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในเรื่อง**การนำ DX มาใช้**
- เพื่อทำความเข้าใจผลกระทบของ **DX** (Digital Transformation) ในกลุ่มธุรกิจ SMB ที่มีผลกระทบต่อ**การขับเคลื่อนกิจกรรมทางเศรษฐกิจ**
- เพื่อทำความเข้าใจเกี่ยวกับ**ความท้าทายและโอกาส** ที่ SMB ต้องเผชิญเกี่ยวกับ DX (การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล)



ผู้ตอบแบบสอบถาม

1,424

ใน 14 ตลาด(ประเทศ):

ออสเตรเลีย

จีน

ฮ่องกง

อินเดีย

อินโดนีเซีย

ญี่ปุ่น

เกาหลี

มาเลเซีย

นิวซีแลนด์

ฟิลิปปินส์

สิงคโปร์

ไต้หวัน

ไทย

เวียดนาม



อิทธิพลด้านไอที

ผู้มีอำนาจตัดสินใจ

ในการซื้อสินค้าไอทีของบริษัท



บทบาทการทำงาน

ระดับผู้จัดการขึ้นไป เช่น
เจ้าของธุรกิจ ซีอีโอ กรรมการ
และหัวหน้าหน่วยงาน



ขนาดบริษัท

มีจำนวนพนักงาน

50 – 499 คน



ประเภทอุตสาหกรรม

การก่อสร้าง

บริการทางการเงิน

การผลิต

สื่อ

ทรัพยากร

ค้าปลีกและค้าส่ง

บริการ

โทรคมนาคม

สาธารณูปโภค





ดัชนีการเติบโตด้านดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: สัมผัส

ดัชนีการเติบโตด้านดิจิทัลของ SMB ประกอบไปด้วยสัมผัสดังนี้ ได้แก่ กลยุทธ์ด้านดิจิทัลและองค์กร กระบวนการด้านดิจิทัลและการกำกับดูแลเทคโนโลยีดิจิทัล บุคลากรและทักษะดิจิทัล แต่ละมิติ กำหนดเป้าหมายในแต่ละด้านที่สำคัญของความเชี่ยวชาญด้านดิจิทัลและความสามารถซึ่งประเมินได้อย่างอิสระต่อกัน โดยเป็นการวัดความเติบโตซึ่งมีความสัมพันธ์กับฟังก์ชันการทำงานและประสิทธิภาพทางธุรกิจที่เฉพาะเจาะจง โดยให้เป้าหมายต่าง ๆ สำหรับ SMB เพื่อให้พวกเขา กำหนดเป้าหมายประสงค์ในเส้นทางการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล



ดัชนีการเติบโตด้านดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: สี่ขั้น

ดัชนีจะแบ่งประเภทของ SMB ในสี่ขั้นของการเติบโตด้านดิจิทัล โดยเริ่มจากขั้นแรกสุดคือ ขั้น Digital Indifferent (ผู้ไม่สนใจด้านดิจิทัล) ไปจนถึงกลุ่มที่อยู่ในขั้นสูงสุด ซึ่งก็คือขั้น Digital Natives (ผู้ชำนาญด้านดิจิทัล)

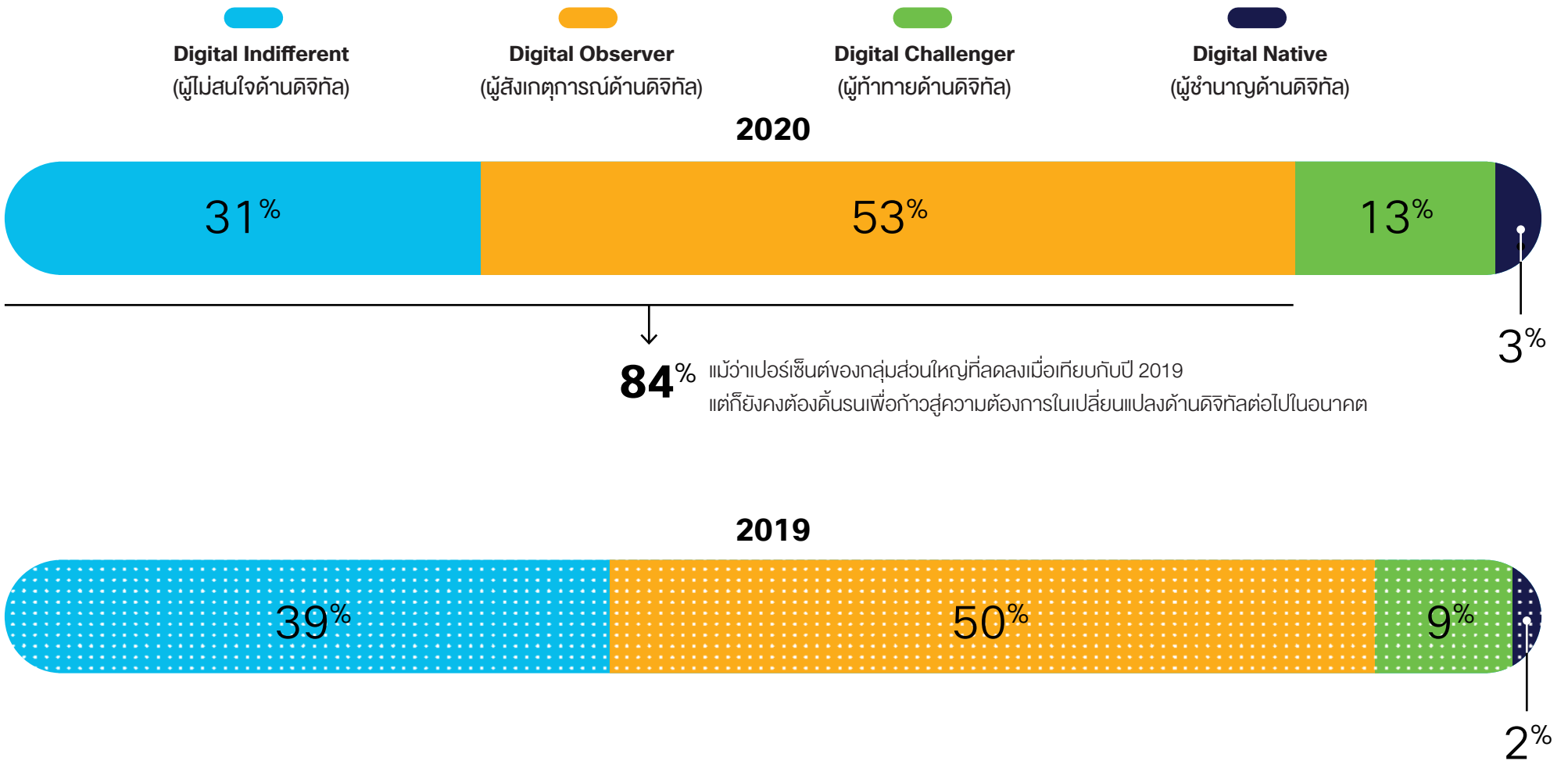
ดัชนีการเติบโตด้านดิจิทัลของ SMB	ขั้นที่ 1 DIGITAL INDIFFERENT (ผู้ไม่สนใจด้านดิจิทัล)	ขั้นที่ 2 DIGITAL OBSERVER (ผู้สังเกตการณ์ด้านดิจิทัล)	ขั้นที่ 3 DIGITAL CHALLENGER (ผู้ท้าทายด้านดิจิทัล)	ขั้นที่ 4 DIGITAL NATIVES (ผู้ชำนาญด้านดิจิทัล)
 กลยุทธ์ด้านดิจิทัลและองค์กร	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทที่มุ่งเน้นไปที่ประสิทธิภาพ ไม่มีความพยายามด้านดิจิทัลเลย หรือยังอยู่ในขั้นเริ่มต้น 	<ul style="list-style-type: none"> มีความพยายามด้านดิจิทัลที่กำลังดำเนินอยู่ แต่เป็นเพียงกลยุทธ์ เพิ่งจะเริ่มต้นที่สร้างแผนงานด้านดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> บริษัทมุ่งเน้นไปที่ความคล่องตัว มีกลยุทธ์ดิจิทัลด้านดิจิทัลที่ใช้ได้จริง แต่เน้นระยะสั้น 	<ul style="list-style-type: none"> มีกลยุทธ์แบบองค์รวมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมแบบดิจิทัล มีแผนการในเชิงรุก เพื่อเปลี่ยนแปลงตลาด และขยายการค้าดำเนินงาน และการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงประสบการณ์ลูกค้า (CX – Customer Experience)
 กระบวนการด้านดิจิทัลและการกำกับดูแล	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการทำงานส่วนใหญ่เป็นแบบ Manual 	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการหลายอย่างยังไม่เป็นอัตโนมัติ มุ่งเน้นไปที่การจัดการความไร้ประสิทธิภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> กระบวนการหลักทั้งหมดเป็นแบบอัตโนมัติและอัตราการเพิ่มผลผลิตที่ดีขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> มีกระบวนการอัตโนมัติเต็มรูปแบบ ด้วยวิธีการที่คล่องตัว ซึ่งเป็นก้าวสำคัญที่ทำให้เกิดกระบวนการเปลี่ยนแปลง
 เทคโนโลยีดิจิทัล	<ul style="list-style-type: none"> การลงทุนด้านกลยุทธ์ ไม่มีระบบคลาวด์และสเปิร์ดชิตเป็นระบบกลาง 	<ul style="list-style-type: none"> มีการใช้ทรัพยากรระบบคลาวด์บางส่วน มีการใช้การวิเคราะห์ที่จำกัดมาก มุ่งเน้นไปที่การใช้เครื่องมือการทำรายงาน 	<ul style="list-style-type: none"> มีแผนงานด้านเทคโนโลยีสำหรับการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัล บริษัทกำลังใช้ระบบคลาวด์แบบผสมผสานกับกับระบบเดิม 	<ul style="list-style-type: none"> ใช้คลาวด์เป็นระบบหลัก และมุ่งเน้นที่จะใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีการใช้ระบบการวิเคราะห์อย่างกว้างขวาง
 บุคลากรและทักษะดิจิทัล	<ul style="list-style-type: none"> ขาดทักษะด้านดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> มีการลงทุนเชิงกลยุทธ์เพื่อให้ได้มาซึ่งทักษะดิจิทัล ไม่ชอบความเสี่ยงในการเป็นผู้นำ 	<ul style="list-style-type: none"> มีการลงทุนเชิงกลยุทธ์สำหรับบุคลากรที่มีความสามารถเหมาะสม โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัล 	<ul style="list-style-type: none"> มีทักษะดิจิทัลที่เหมาะสม บุคลากรที่มีความสามารถเป็นสิ่งสำคัญสูงสุดและเป็นความแตกต่างที่จัดการแข่งขันในตลาด รวมทั้งมีวัฒนธรรมองค์กรที่คล่องตัวและปรับตัวได้



จุดเด่นของแต่ละภูมิภาคจากงานวิจัย

SMB ในเอเชียแปซิฟิกกำลังเปลี่ยนแปลงไปสู่ดิจิทัลจำนวนมากขึ้น

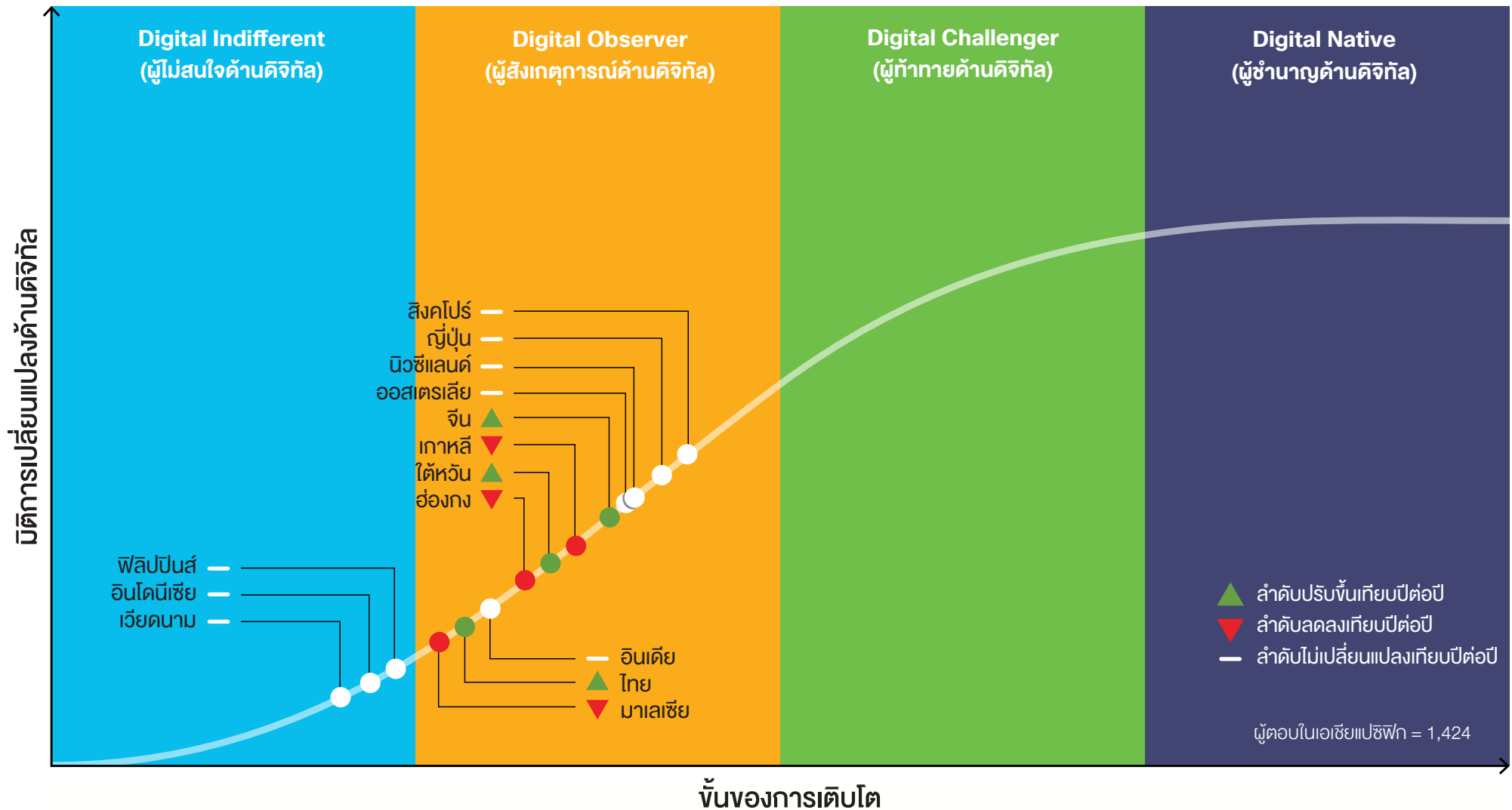
SMB ในเอเชียแปซิฟิกได้เร่งการปรับเปลี่ยนด้านดิจิทัล โดยมี 16% ของ SMB ที่สามารถเอาชนะความท้าทายต่าง ๆ ที่สำคัญ และเข้าสู่อันดับการเติบโตขั้นสูงของกลุ่ม Digital Challenger และ Digital Native เทียบกับ 11% ในปี 2019 นอกจากนี้ SMB มากกว่าครึ่งได้ยอมรับการปรับเปลี่ยนระบบดิจิทัลและกลายเป็น Digital Observers ในขณะที่ 31% ของ SMB ยังคงมีปฏิริยาต่อการเปลี่ยนแปลงของตลาดและแทบจะไม่ได้ใช้ความพยายามใด ๆ ที่จะเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล จากผลของ COVID-19 เราคาดหวังว่า SMB ในเอเชียแปซิฟิกจะเปลี่ยนเป็นดิจิทัลมากขึ้น



Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

การเติบโตด้านดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก

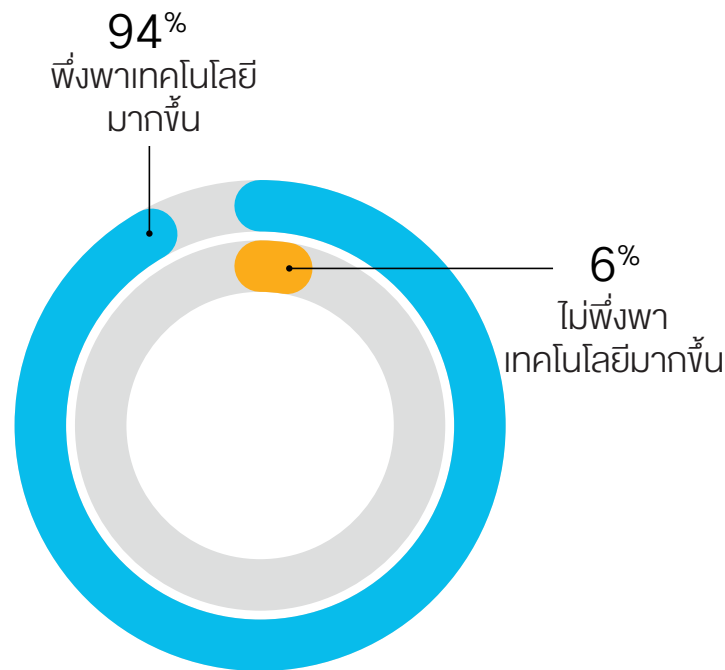
โดยรวมแล้วตลาดในเอเชียแปซิฟิกทั้งหมดมีการเติบโตด้านดิจิทัลมากขึ้น เห็นได้จากความก้าวหน้าที่โดดเด่นของอินโดนีเซียและเวียดนาม นอกจากนี้ สิงคโปร์ ญี่ปุ่นและนิวซีแลนด์ ยังคงเป็นผู้นำกลุ่ม Digital Observer โดยไม่มีการเปลี่ยนแปลงอันดับเมื่อเทียบกับปี 2019 อย่างไรก็ตามจีน ไต้หวันและไทยได้แซงหน้าเกาหลี ออสเตรเลียและมาเลเซียตามลำดับ



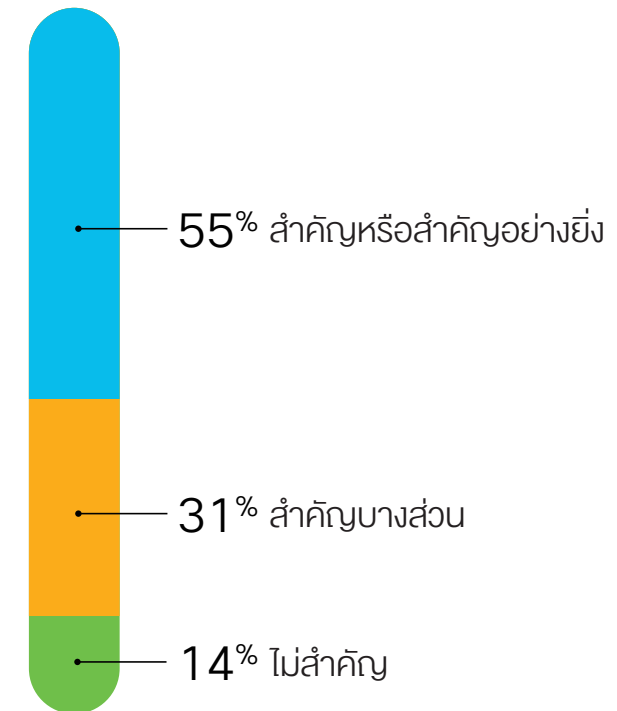
ธุรกิจ SMB อาศัยเทคโนโลยีเพื่อเปลี่ยนแปลงธุรกิจของพวกเขาสู่ดิจิทัล และให้ความยืดหยุ่น

ธุรกิจ SMB จำนวน 9 ใน 10 แห่งในเอเชียแปซิฟิกพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อดำรงรักษาธุรกิจของตนเองไว้ในช่วง COVID-19 นอกจากนี้กว่า 80% เชื่อว่าการปรับเปลี่ยนธุรกิจให้เป็นดิจิทัล จะช่วยให้พวกเขามีความยืดหยุ่นและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงของตลาดหรือวิกฤตในอนาคตได้

COVID-19 ส่งผลให้บริษัทของคุณ พึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้นหรือไม่?



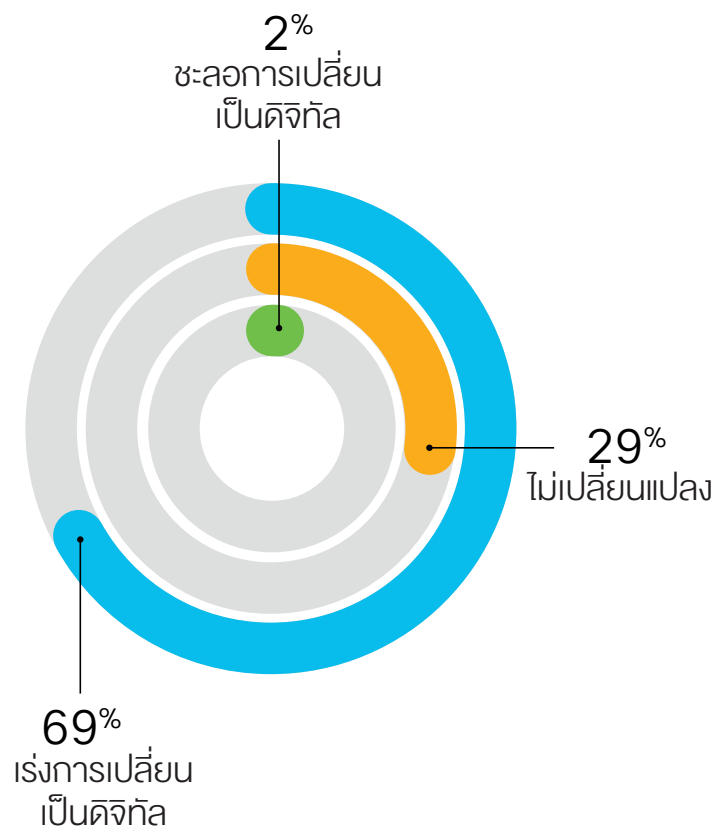
การที่ธุรกิจได้เปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลมีความสำคัญอย่างไร (การมีผลิตภัณฑ์ดิจิทัล ข้อเสนอต่างๆ การชำระเงินดิจิทัล อีคอมเมิร์ซ ฯลฯ) ในการสร้างความยืดหยุ่นและสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็วต่อเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด เช่น COVID-19?



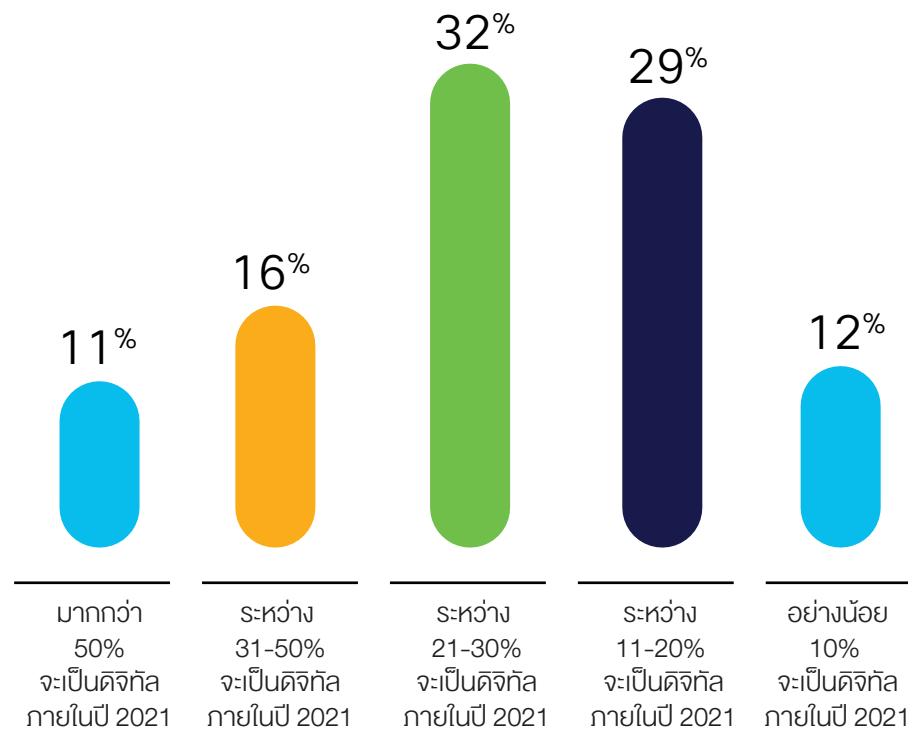
SMB กำลังเร่งการเปลี่ยนแปลงดิจิทัลเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 โดยครึ่งหนึ่งคาดว่า กว่า 1 ใน 5 ของธุรกิจของพวกเขา จะเปลี่ยนเป็นดิจิทัลภายในปี 2021

เกือบ 70% ของ SMB กำลังเร่งปรับเปลี่ยนให้เป็นดิจิทัลเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ COVID-19 โดยมากกว่าครึ่งหนึ่งของธุรกิจ SMB คาดว่าธุรกิจของพวกเขาจะมากกว่า 1 ใน 5 ส่วน จะเปลี่ยนเป็นดิจิทัลภายในปี 2021

COVID-19 จะเร่งให้ธุรกิจของคุณเป็นดิจิทัลหรือไม่?



COVID-19 จะเร่งให้ธุรกิจของคุณเป็นดิจิทัลมากแค่ไหน?

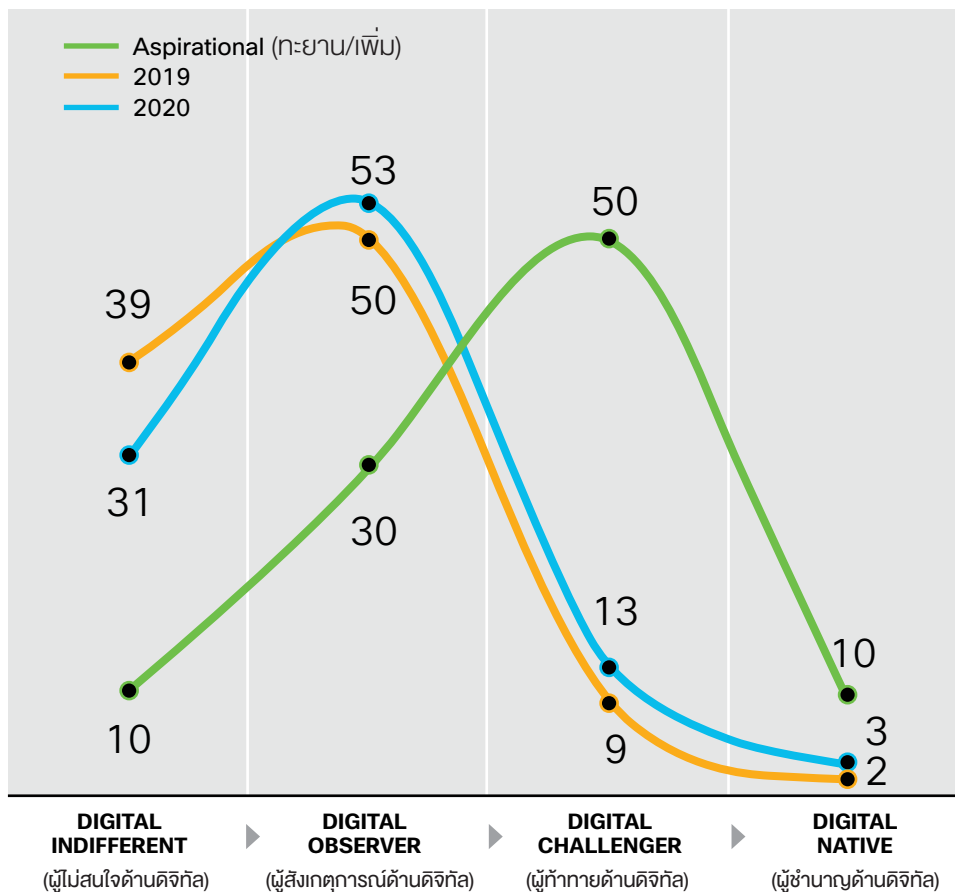


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

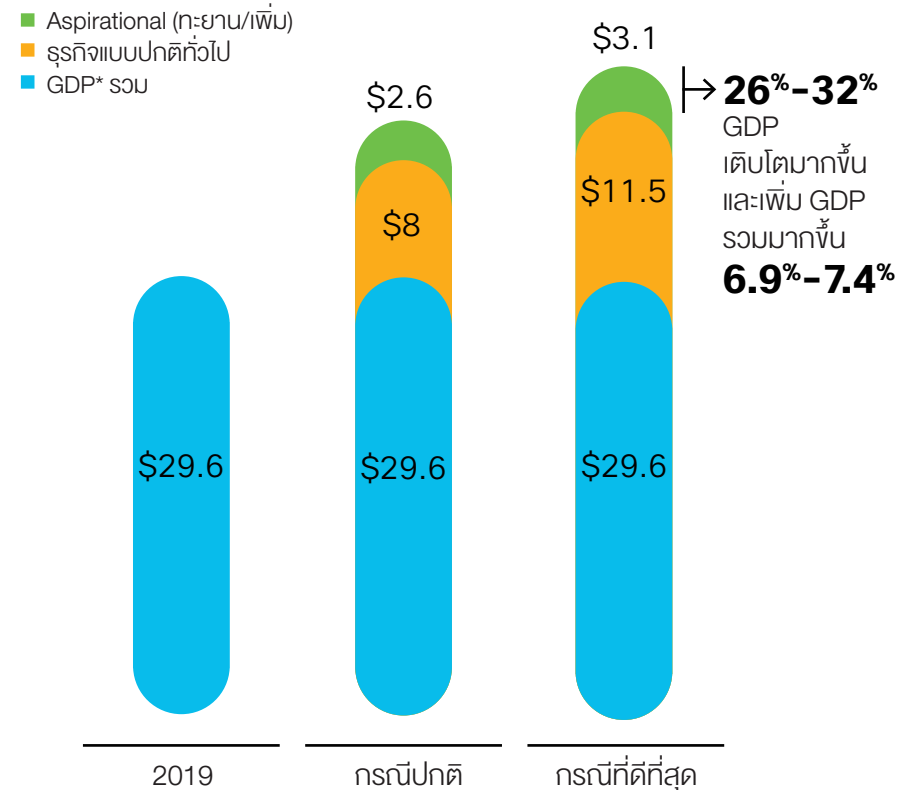
การเร่งการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลของธุรกิจ SMB สามารถเพิ่ม GDP ของเอเชียแปซิฟิกได้ถึง 3.1 ล้านล้านดอลลาร์ ภายในปี 2024

ในขณะที่ SMB ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกกำลังก้าวไปสู่การเติบโตเป็นดิจิทัล แต่ส่วนใหญ่ยังคงติดอยู่ในขั้นที่ 1 (Digital Indifferent) และขั้นที่ 2 (Digital Observer) การเร่งให้ SMB เป็นดิจิทัล โดยการก้าวไปสู่ขั้นที่ 3 (Digital Challenger) และ 4 (Digital Native) อย่างมีประสิทธิภาพสามารถเพิ่มค่า GDP ของเอเชียแปซิฟิกได้ถึง 2.6 - 3.1 ล้านล้านดอลลาร์ ภายในปี 2024 ซึ่งจะผลักดันให้เศรษฐกิจฟื้นตัวเร็วขึ้น

อัตราเปอร์เซ็นต์ของ SMB ใน 4 ขั้นของการเติบโตทางดิจิทัล



GDP สะสมจากการเปลี่ยน SMB ไปสู่ Aspirational Curve (เส้นโค้งที่พุ่งทะยาน) (US\$T)



Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study
*Source: National statistics

การส่งมอบผลิตภัณฑ์และบริการใหม่เป็นตัวผลักดันอันดับต้น ๆ สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล

เกือบสองเท่าของจำนวน SMB (62%) เมื่อเทียบกับปี 2019 (38%) แสวงหาการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเพื่อเปิดตัวผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ การก้าวนำหน้าคู่แข่งยังคงเป็นปัจจัยสำคัญอันดับสองที่ผลักดันให้เกิดความจำเป็นด้านดิจิทัลสำหรับธุรกิจ SMB

อะไรคือตัวขับเคลื่อนทางธุรกิจ / ชนวน ในการเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลของคุณ?

2019 2020



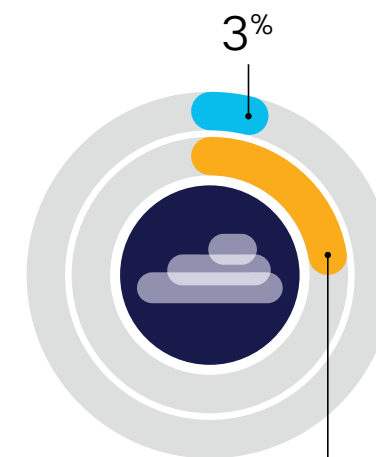
เราพยายามที่จะเปลี่ยนแปลงสู่ดิจิทัลเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ สู่ตลาด



เราตระหนักดีว่าการแข่งขันของเรากำลังเปลี่ยนแปลงและต้องตามให้ทัน



ลูกค้าของเราเรียกร้องให้เราเปลี่ยนวิธีการทำธุรกิจ

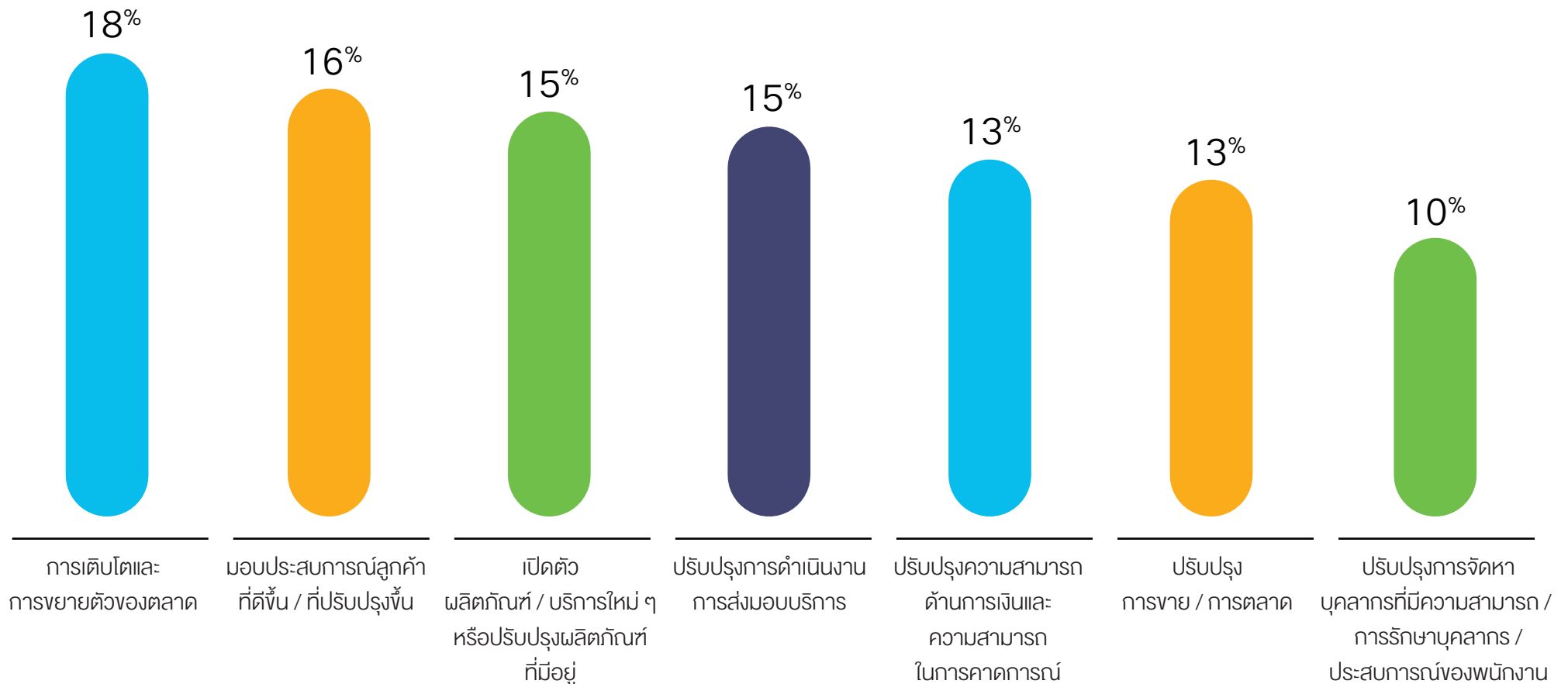


ปัจจุบันเราไม่เห็นการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเป็นกุญแจสำคัญในธุรกิจของเรา

การขับเคลื่อน การเติบโตและการปรับปรุงประสบการณ์ของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ที่ผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล

ด้วยสถานการณ์ COVID-19 และเมื่อเศรษฐกิจเปิดกว้าง ธุรกิจ SMB จึงมุ่งเน้นไปที่การนำเสนอประสบการณ์ลูกค้าที่ดีขึ้น (CX) และการเปิดตัวผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ เพื่อช่วยในการฟื้นตัวทางธุรกิจ พวกเขาต้องการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการในการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจและส่งมอบประสบการณ์ใหม่ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตวิถีใหม่ (new normal)

ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัลลำดับต้น ๆ

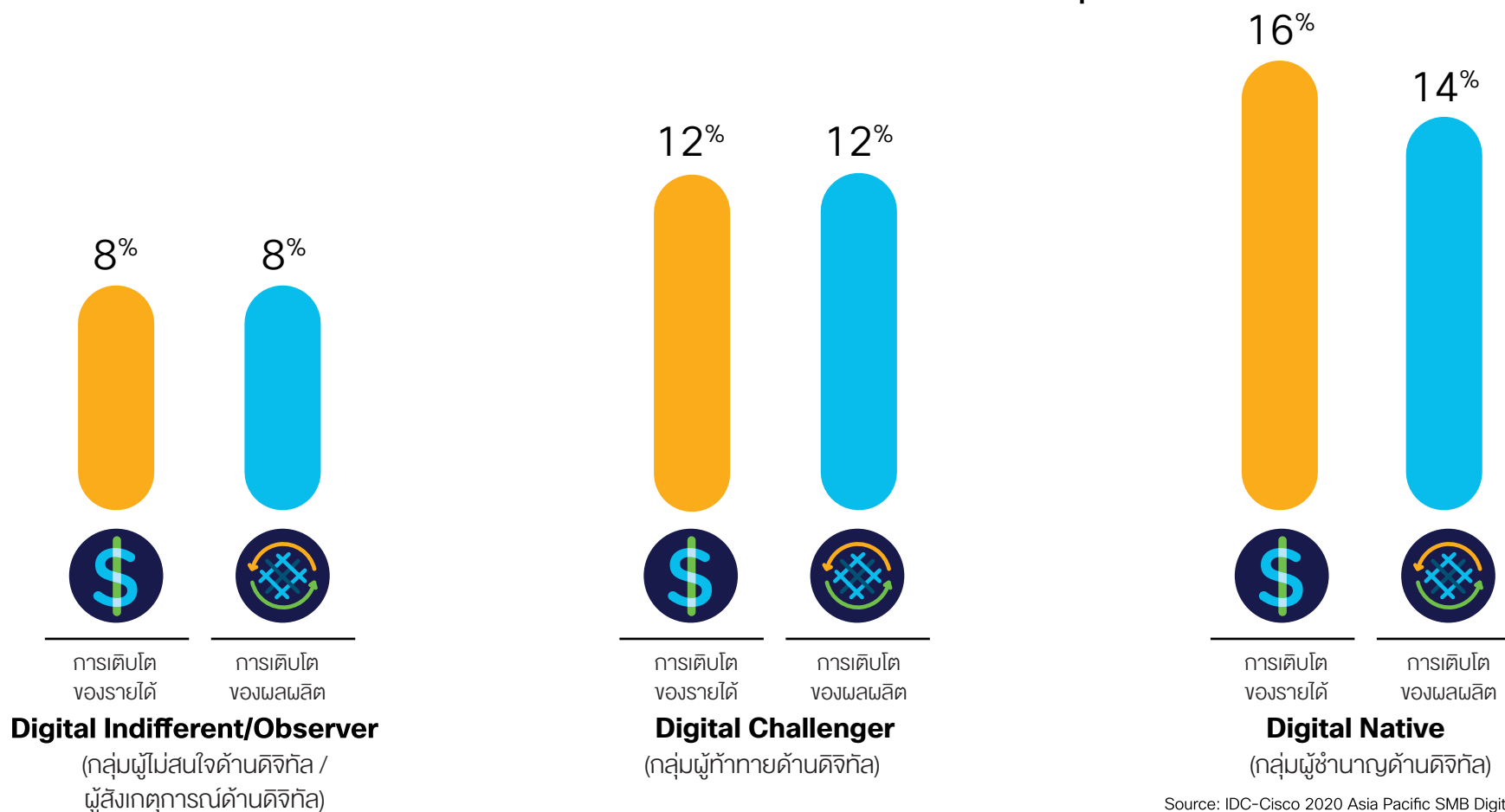


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

ผู้นำดิจิทัลมีรายได้และผลผลิตเพิ่มขึ้น 2 เท่า

ธุรกิจที่อยู่ในขั้น Digital Challenger (ผู้ท้าทายาด้านดิจิทัล) สามารถสร้างยอดขายและมีเติบโตของผลผลิตเพิ่มขึ้น 50% ในขณะที่กลุ่ม Digital Natives (ผู้ชำนาญทางด้านดิจิทัล) สามารถเพิ่มรายได้ได้เร็วกว่าธุรกิจ SMB ที่อยู่ในกลุ่มขั้นแรกของการเติบโตทางดิจิทัลได้ถึงสองเท่า

รายได้และการเติบโตของผลผลิตโดยเฉลี่ยที่เป็นผลมาจากการลงทุนด้านไอที

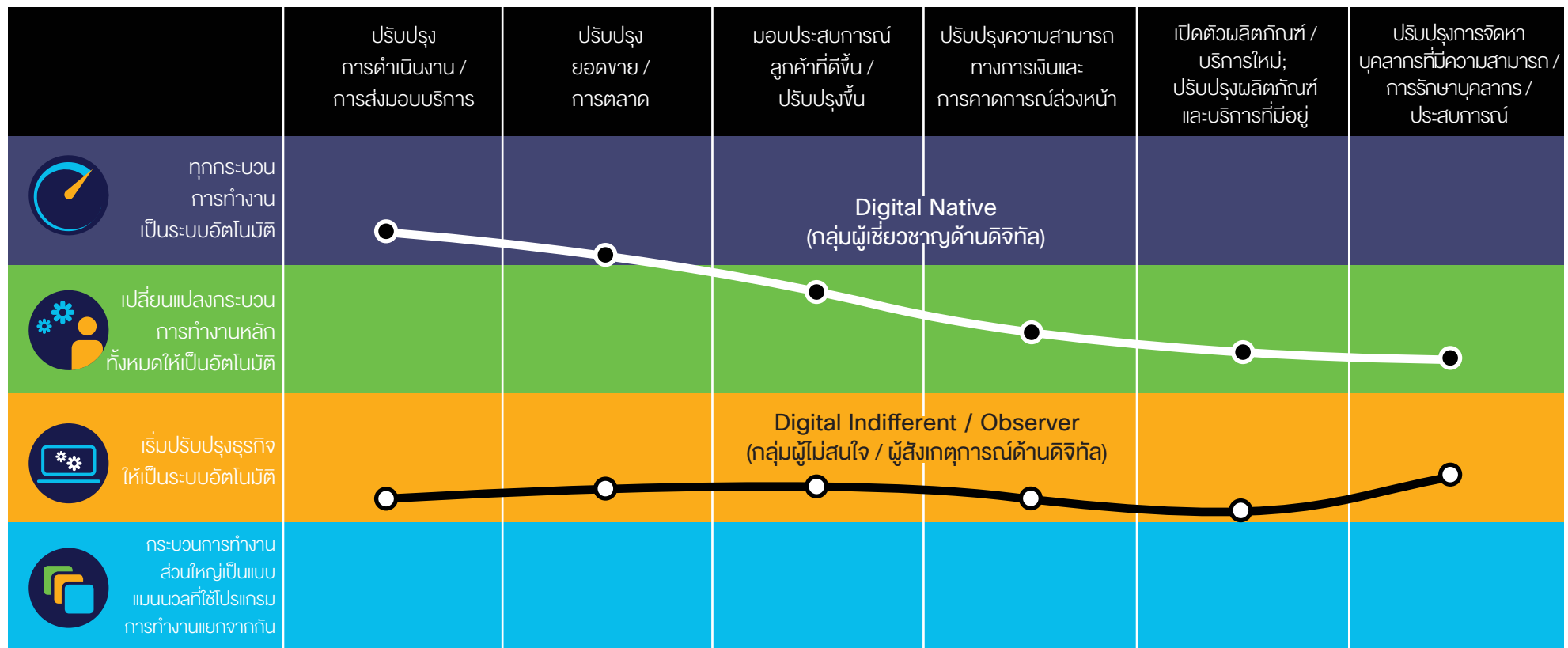


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

ระบบอัตโนมัติปลดล็อกให้เกิดผลประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล

SMB ที่เติบโตด้านดิจิทัลจะเปลี่ยนแปลงธุรกิจและการดำเนินงานของพวกเขาให้ทำงานด้วยระบบอัตโนมัติมากขึ้น เพื่อให้ได้ประโยชน์สูงสุดในการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล โดยเริ่มจากส่วนงานหน้าบ้านและการมีส่วนร่วมของลูกค้า

SMB อธิบายความคืบหน้าของบริษัทในกระบวนการทำงานอัตโนมัติอย่างไร

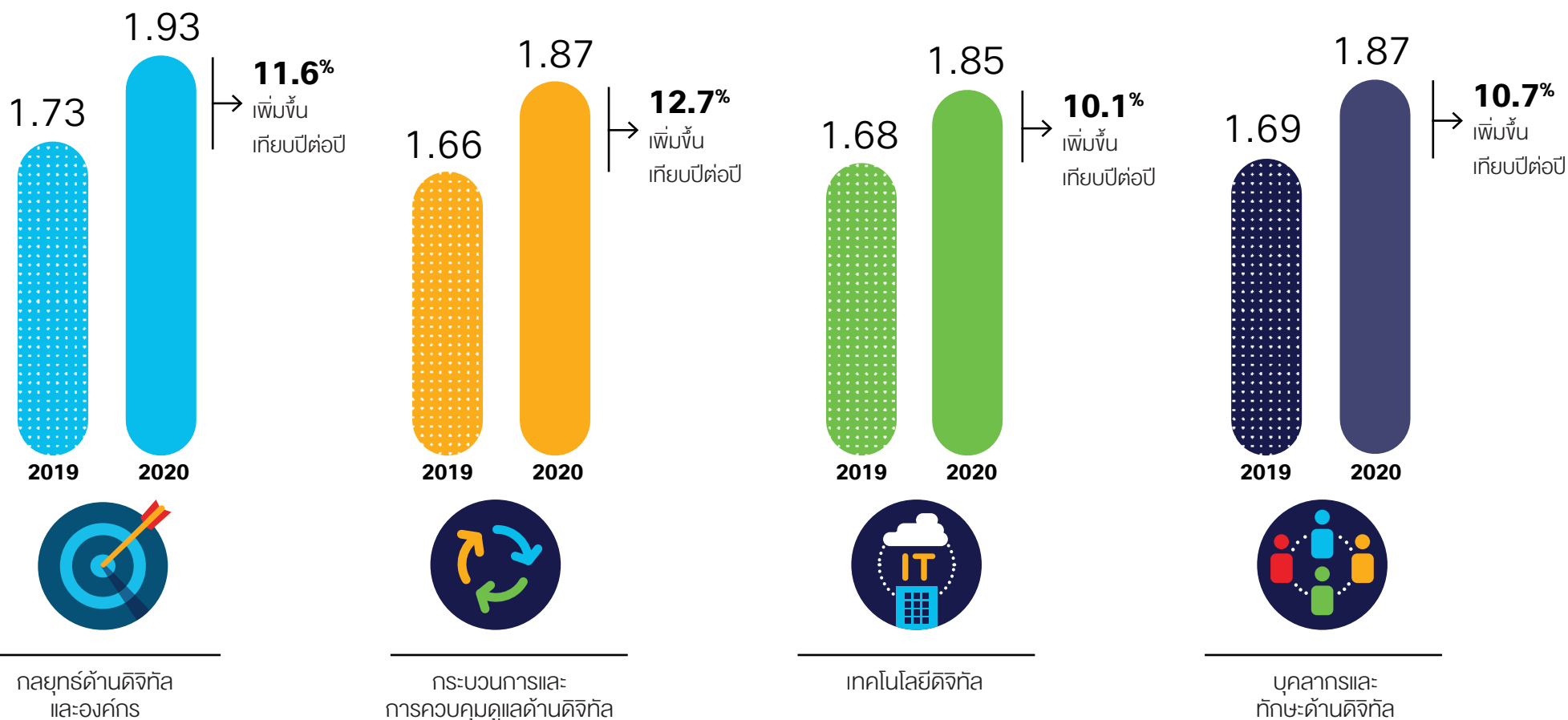


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

SMB ต้องการความช่วยเหลือในการปรับขนาดเทคโนโลยีดิจิทัล ให้เหมาะสมมากที่สุดเพื่อขับเคลื่อนการเติบโต

SMB ยังคงได้คะแนนสูงในเรื่อง "กลยุทธ์ดิจิทัลและองค์กร" ในขณะที่การนำ "เทคโนโลยีดิจิทัล" มาใช้เป็นสิ่งที่มีความท้าทายน้อยที่สุด แม้ว่าการขาดบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะ และขาดทักษะด้านดิจิทัลยังคงเป็นอุปสรรค แต่การค้นหาวารกเนอร์ที่เหมาะสมจะช่วยให้ SMB สามารถรับมือกับความท้าทายด้านเทคโนโลยีและความท้าทายด้านทักษะได้

SMB อธิบายความคืบหน้าของบริษัทในกระบวนการทำงานอัตโนมัติอย่างไร

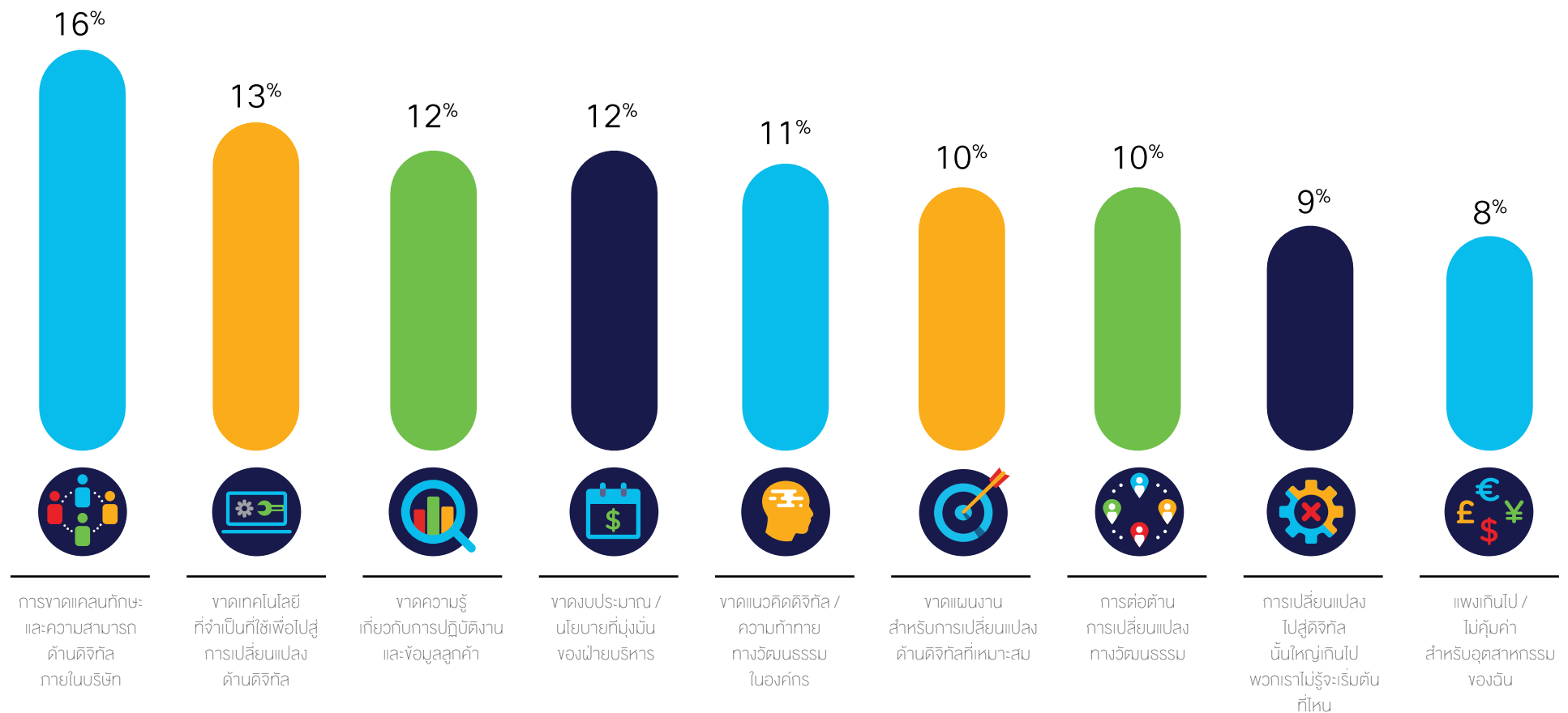


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

การขาดแคลนทักษะและเทคโนโลยีเป็นความท้าทายอันดับต้น ๆ ของการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล

การขาดแคลนทักษะและความสามารถด้านดิจิทัลยังคงเป็นความท้าทายที่สำคัญสำหรับ SMB ในเอเชียแปซิฟิก ตามมาด้วยการขาดเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการสร้างความเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล

ความท้าทายอันดับแรกของคุณในการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลคืออะไร?














Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

ความท้าทายอันดับต้น ๆ แบ่งตามขั้นของความเติบโตด้านดิจิทัล

การค้นพบเพื่อเติมเต็มช่องว่างเรื่องความสามารถบุคลากรเป็นความท้าทายสำหรับธุรกิจ SMB ทั้งหมด โดยไม่คำนึงถึงขนาดและขั้นความเติบโตด้านดิจิทัล กลุ่มผู้ตามด้านดิจิทัล SMB (Digital Indifferent และ Digital Observer) มองว่าการขาดเทคโนโลยีที่จำเป็น ขาดแนวคิดด้านดิจิทัลและขาดความมุ่งมั่นด้านงบประมาณนั้นเป็นอุปสรรคสำคัญ กลุ่มผู้นำด้านดิจิทัลก็ไม่ได้ปราศจากความท้าทายที่คล้ายคลึงกันในแง่ของการเข้าถึงเทคโนโลยีที่เหมาะสมและข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินงานและข้อมูลลูกค้า

อะไรคือความท้าทายอันดับต้น ๆ ของคุณสำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล?

อันดับ	Digital Indifferent ขั้นที่ 1	Digital Observer ขั้นที่ 2	Digital Challenger ขั้นที่ 3	Digital Native ขั้นที่ 4
1	 ขาดทักษะด้านดิจิทัลและบุคลากรที่มีความสามารถเฉพาะในบริษัท			
2	 ขาดเทคโนโลยีที่จำเป็นที่ สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล		 ขาดความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานและข้อมูลลูกค้า	
3	 ขาดแนวคิดด้านดิจิทัล / ความท้าทายทางวัฒนธรรม ในองค์กร	 ขาดงบประมาณ / นโยบายที่มุ่งมั่นจากผู้บริหาร	 ขาดเทคโนโลยีที่จำเป็นที่ สำหรับการเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัล	
4	 ขาดความรู้ เกี่ยวกับการดำเนินงาน และข้อมูลลูกค้า	 ขาดแนวคิดด้านดิจิทัล / ความท้าทายทางวัฒนธรรม ในองค์กร	 ขาดงบประมาณ / นโยบายที่มุ่งมั่น จากผู้บริหาร	 ขาดแผนงาน ในการเปลี่ยนแปลง ด้านดิจิทัลที่เหมาะสม
5	 ขาดงบประมาณ / ความมุ่งมั่นของฝ่ายบริหาร	 ขาดความรู้ เกี่ยวกับการดำเนินงาน และข้อมูลลูกค้า	 การต่อต้านทางวัฒนธรรมต่อการเปลี่ยนแปลง	

Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

คลาวด์เป็นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญอันดับต้น ๆ สำหรับธุรกิจ SMB

ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใด SMB ในเอเชียแปซิฟิกวางแผนที่จะเพิ่มความเป็นดิจิทัลให้กับธุรกิจของพวกเขาโดยการลงทุนครั้งแรกและสำคัญที่สุดคือในระบบคลาวด์ ตามด้วยการอัปเกรดระบบรักษาความปลอดภัยและโครงสร้างพื้นฐานด้านไอทีใน 18 เดือนข้างหน้า กลุ่มผู้นำให้ความสำคัญสำหรับการลงทุนในแอปพลิเคชันขององค์กรมากกว่า เพื่อปรับกระบวนการทางธุรกิจให้เป็นดิจิทัล ในขณะที่กลุ่มผู้ตามมุ่งเน้นไปที่การรักษาความปลอดภัยของระบบไอทีและเครือข่ายของตน จะเห็นได้ว่า COVID-19 ได้เพิ่มลำดับความสำคัญในการลงทุนด้านเทคโนโลยีทั้งในด้านประสบการณ์ของลูกค้า โซลูชันการประชุมทางวิดีโอและ ระบบ AI / การวิเคราะห์อัจฉริยะ

การลงทุนด้านเทคโนโลยีอันดับต้น ๆ

อันดับ	ผู้ตาม ปีที่ 1 & 2		ผู้นำ ปีที่ 3 & 4	
	ไอคอน	คำอธิบาย	ไอคอน	คำอธิบาย
1		โซลูชันระบบคลาวด์		โซลูชันระบบคลาวด์
2		ระบบรักษาความปลอดภัย		การซื้อ / อัปเดตซอฟต์แวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที
3		การซื้อ / อัปเดตซอฟต์แวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที		การซื้อ / อัปเดตฮาร์ดแวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที
4		การซื้อ / อัปเดตฮาร์ดแวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที		การซื้อ / อัปเดต แอปพลิเคชันของธุรกิจ
5		ระบบ AI / Analytics (การวิเคราะห์อัจฉริยะ)		ระบบรักษาความปลอดภัย
				ระบบ AI / Analytics (การวิเคราะห์อัจฉริยะ)

ภาพรวมทั้งหมด มกราคม 2020	ภาพรวมทั้งหมด มิถุนายน 2020
โซลูชันระบบคลาวด์	โซลูชันระบบคลาวด์
ระบบรักษาความปลอดภัย	โซลูชันด้านประสบการณ์ ลูกค้า
การซื้อ / อัปเดตฮาร์ดแวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที	โซลูชันการประชุมทางไกล (video conference)
การซื้อ / อัปเดตซอฟต์แวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที	ระบบ AI / Analytics (การวิเคราะห์อัจฉริยะ)
ระบบ AI / Analytics (การวิเคราะห์อัจฉริยะ)	การซื้อ/อัปเดต ซอฟต์แวร์และฮาร์ดแวร์ โครงสร้างพื้นฐานด้านไอที

Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

SMB แสวงหาพาร์ทเนอร์ที่เหมาะสมสำหรับการเดินทางของพวกเขา

พาร์ทเนอร์ที่เป็นที่นิยมอันดับต้น ๆ

53%

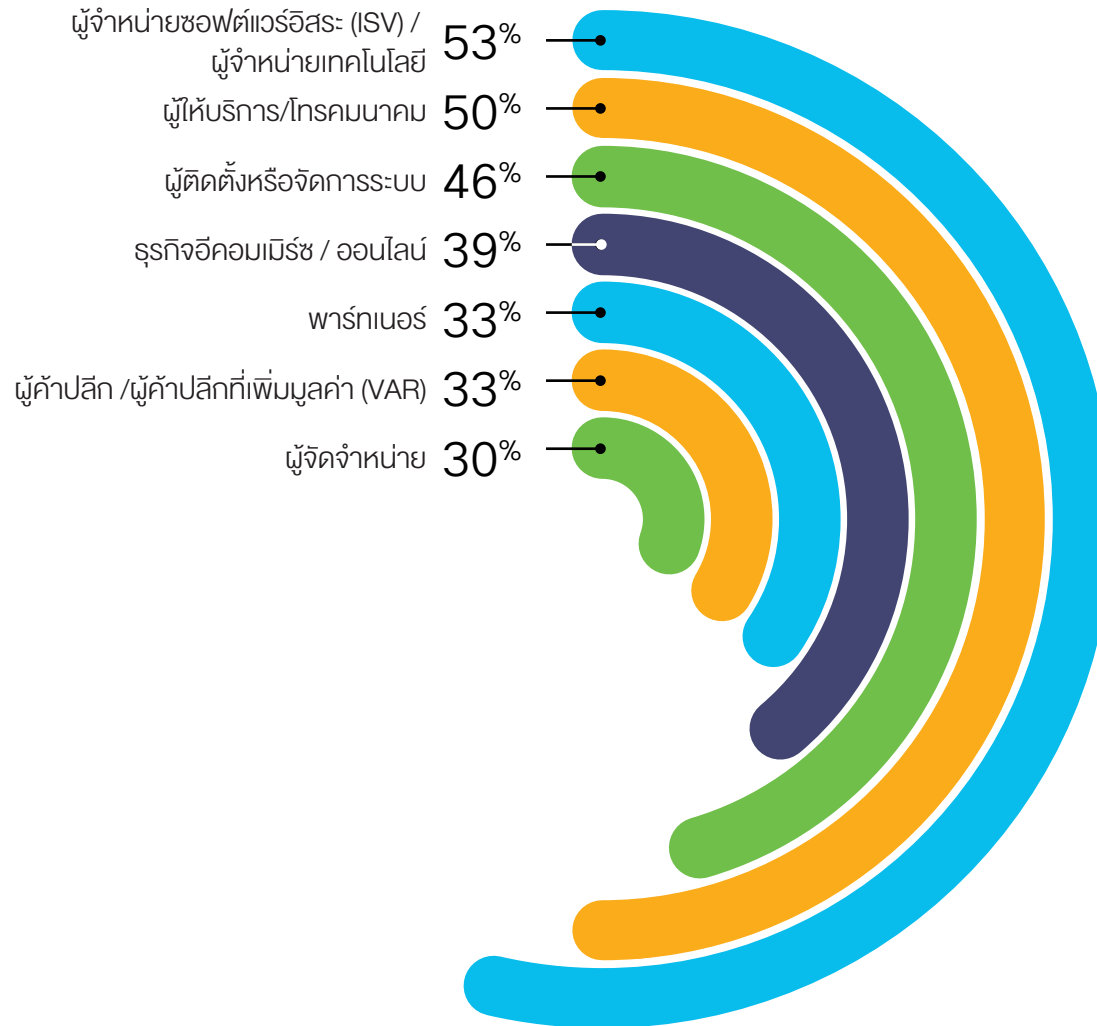
ของ SMB ในเอเชียแปซิฟิกเลือกเป็นพาร์ทเนอร์กับ ISV เมื่อมองหาโซลูชันด้านดิจิทัล และเกือบครึ่งหนึ่ง (49%) ของ SMB ชื่นชอบผู้ให้บริการ / ไตรคมนาคม และ 46% เลือกผู้ติดตั้งระบบ

แหล่งข้อมูลสำหรับการลงทุนด้านดิจิทัล

52%

ของ SMB ในเอเชียแปซิฟิกพิจารณาคำแนะนำจากที่ปรึกษาอุตสาหกรรมและบทวิเคราะห์ ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของข้อมูลที่ต้องการมากที่สุดสำหรับการลงทุนด้านเทคโนโลยี ตามด้วยการเข้าร่วมงานจัดจำหน่ายด้านเทคโนโลยี (50%)

แหล่งข้อมูลสำหรับการลงทุนด้านเทคโนโลยี



ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

เส้นทางการเปลี่ยนแปลงไปสู่ดิจิทัลสำหรับ SMB ถือเป็นเรื่องสำคัญและมีการเติบโตสูง SMB มีส่วนใน GDP ของโลกเป็นจำนวนถึงครึ่งหนึ่ง และมีจำนวนแรงงานเป็นสัดส่วนสองในสามของแรงงานทั่วโลก

อย่างไรก็ตาม ความสามารถในการแข่งขันของ SMB นั้นอยู่ภายใต้แรงกดดันที่เพิ่มขึ้นจากภาวะตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาเปลี่ยนแปลงไป โดย 86% ของ SMB เห็นด้วยอย่างยิ่งว่า “เทคโนโลยีกำลังเปลี่ยนแปลงอุตสาหกรรม” COVID-19 ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของเทคโนโลยี โดยบังคับให้เหล่าธุรกิจ SMB ตระหนักว่าการใช้ดิจิทัลไม่ใช่ทางเลือกอีกต่อไป แต่เป็นสิ่งจำเป็น และการเร่งการปรับเปลี่ยนระบบดิจิทัลกลายเป็นกุญแจสำคัญในการสร้างความยืดหยุ่นและรับประกันการเติบโตในอนาคต

คุณไม่จำเป็นต้องเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีเพื่อเปลี่ยนแปลงธุรกิจของคุณ นี่คือเจ็ดขั้นตอนที่จะนำพาคุณตลอดการเดินทางสู่การเป็น SMB ที่ยืดหยุ่นแบบดิจิทัล

เจ็ดขั้นตอนในการก้าวมาเป็นธุรกิจในกลุ่ม Digital Challenger ของ SMB



เรียนรู้เพิ่มเติม

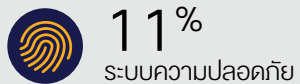
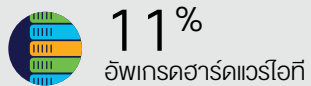


จุดเด่นของตลาด

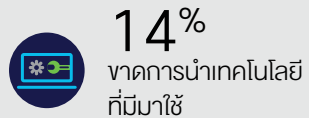
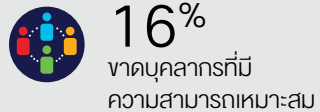
ออสเตรเลีย

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 4th

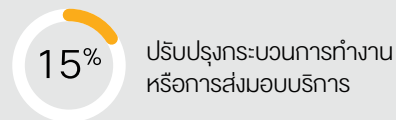
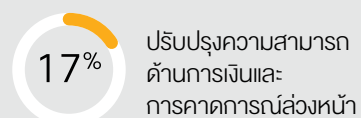
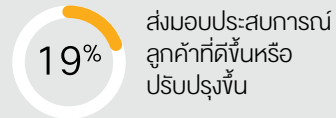
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

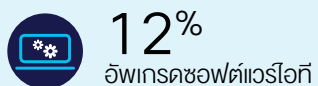
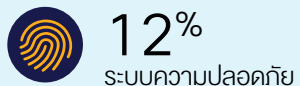


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

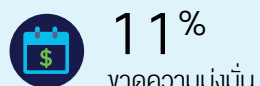
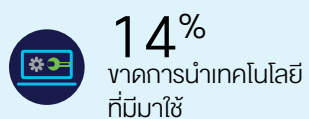
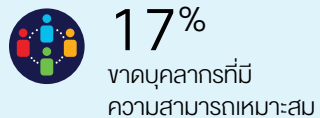


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

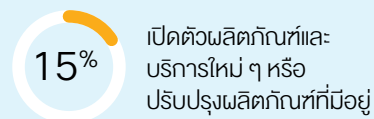
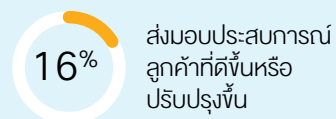
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



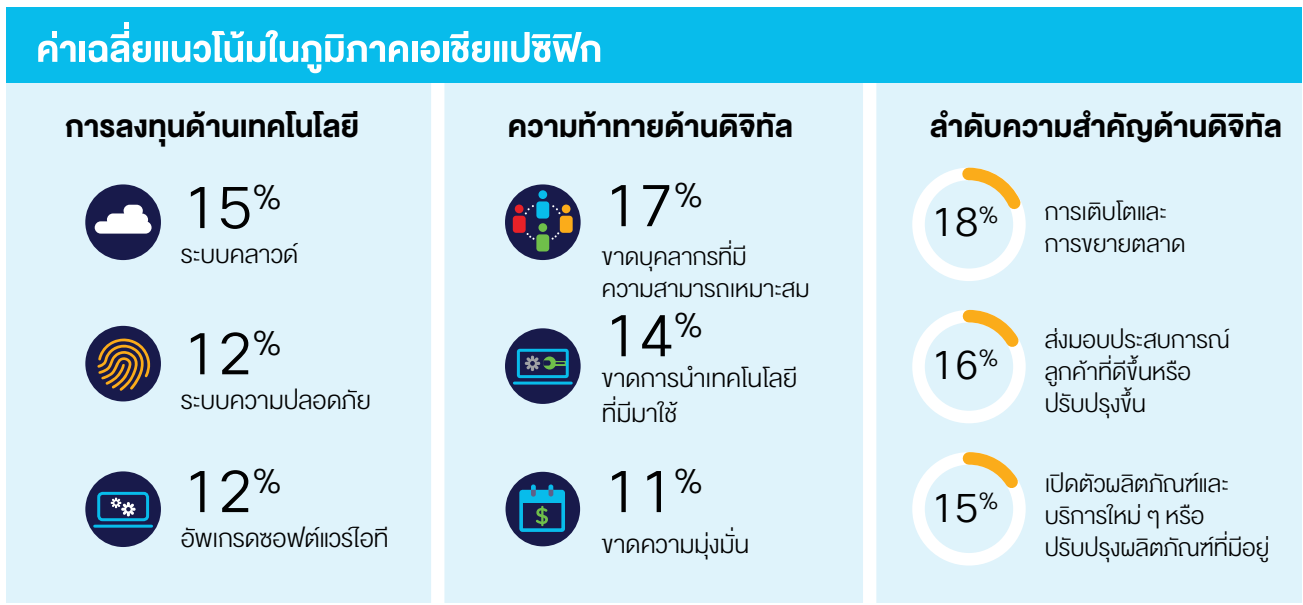
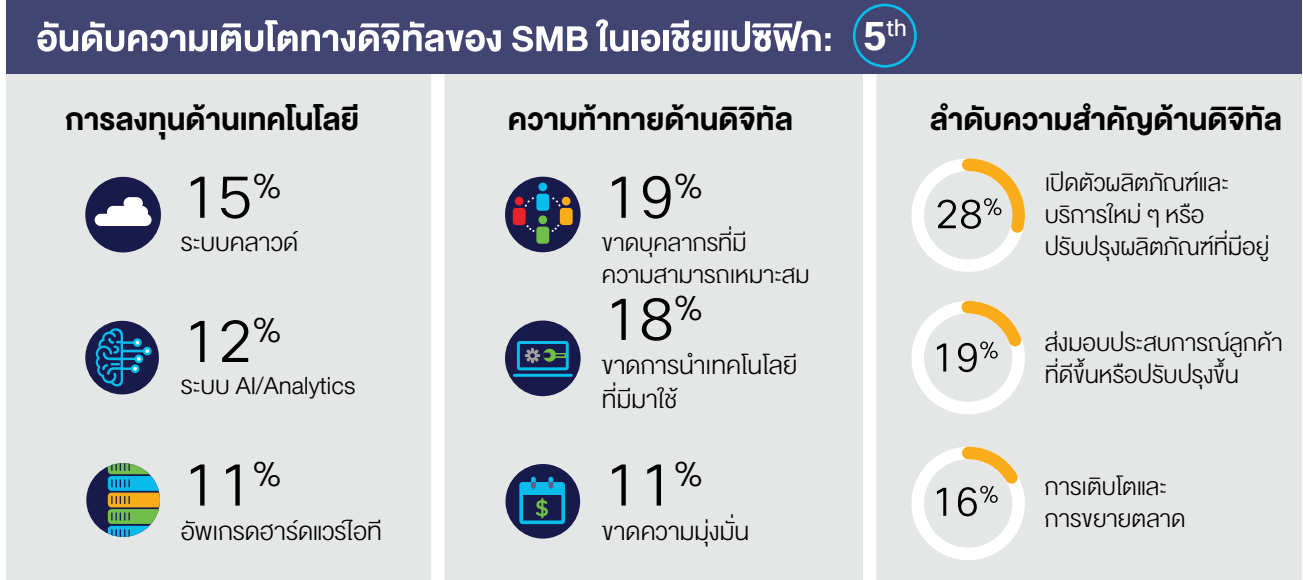
ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล



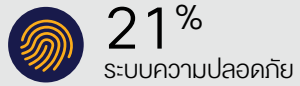
Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study



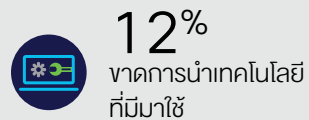
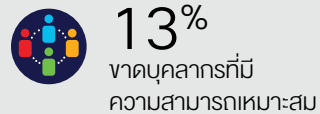
Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 8th

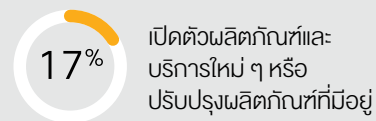
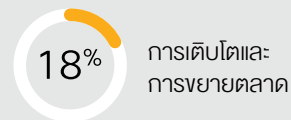
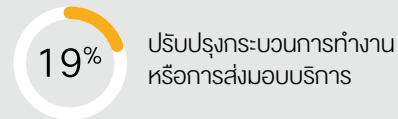
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

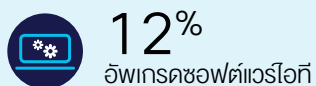
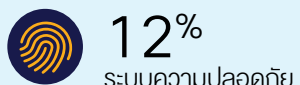


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

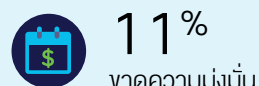
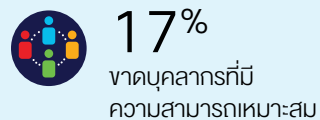


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

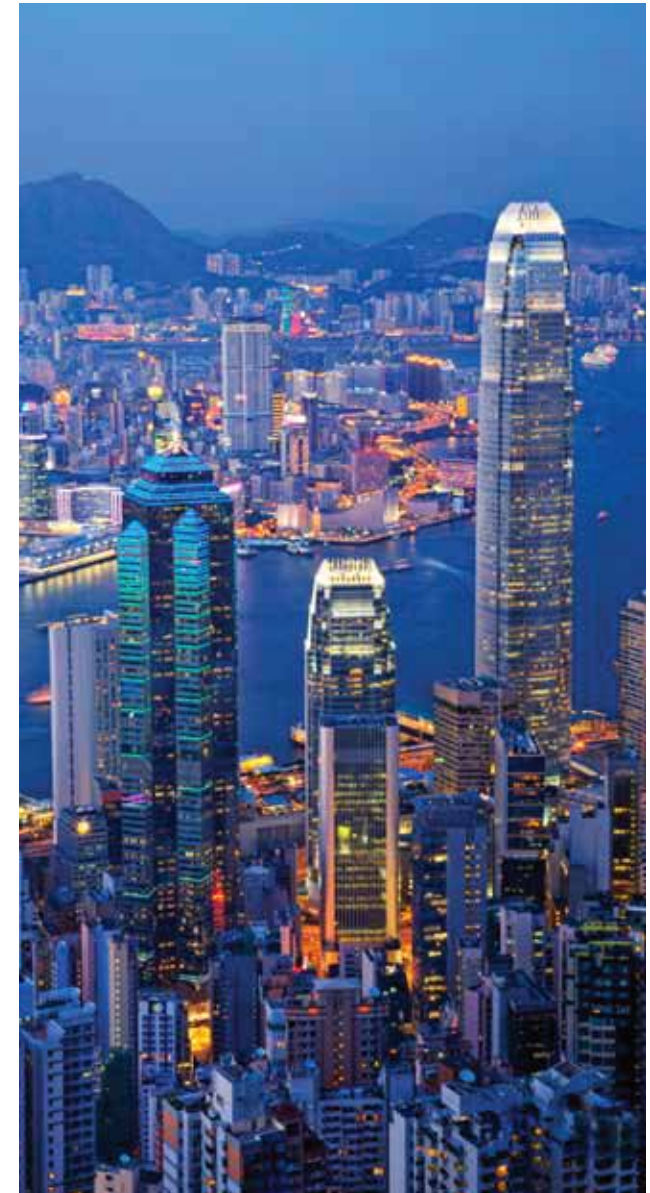
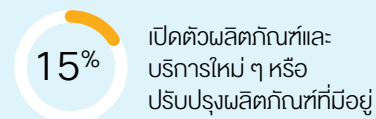
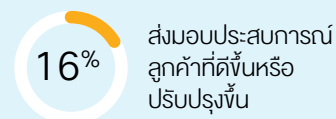
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



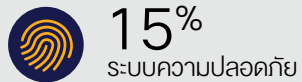
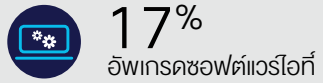
ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล



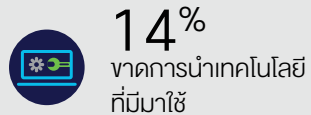
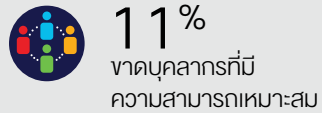
Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 2nd

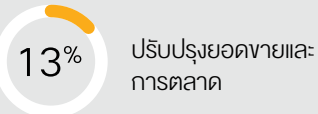
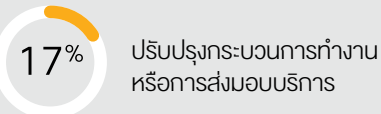
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

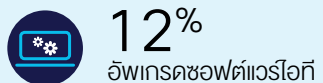
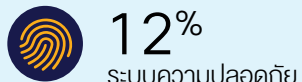


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

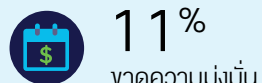
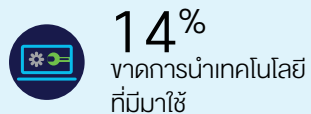
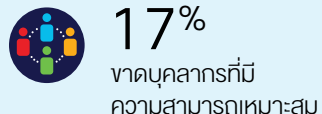


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

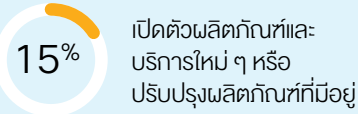
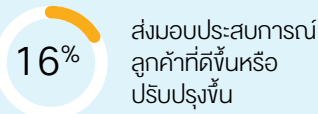
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

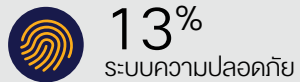


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

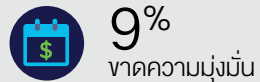
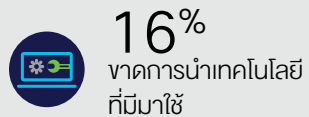
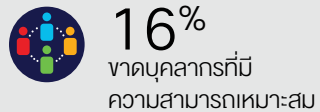
อินเดีย

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 9th

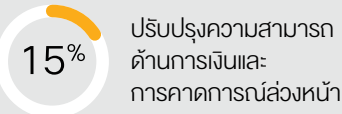
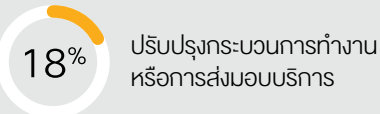
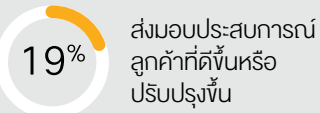
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

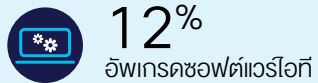
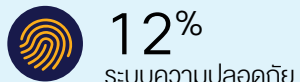


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

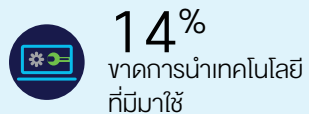
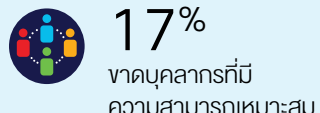


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

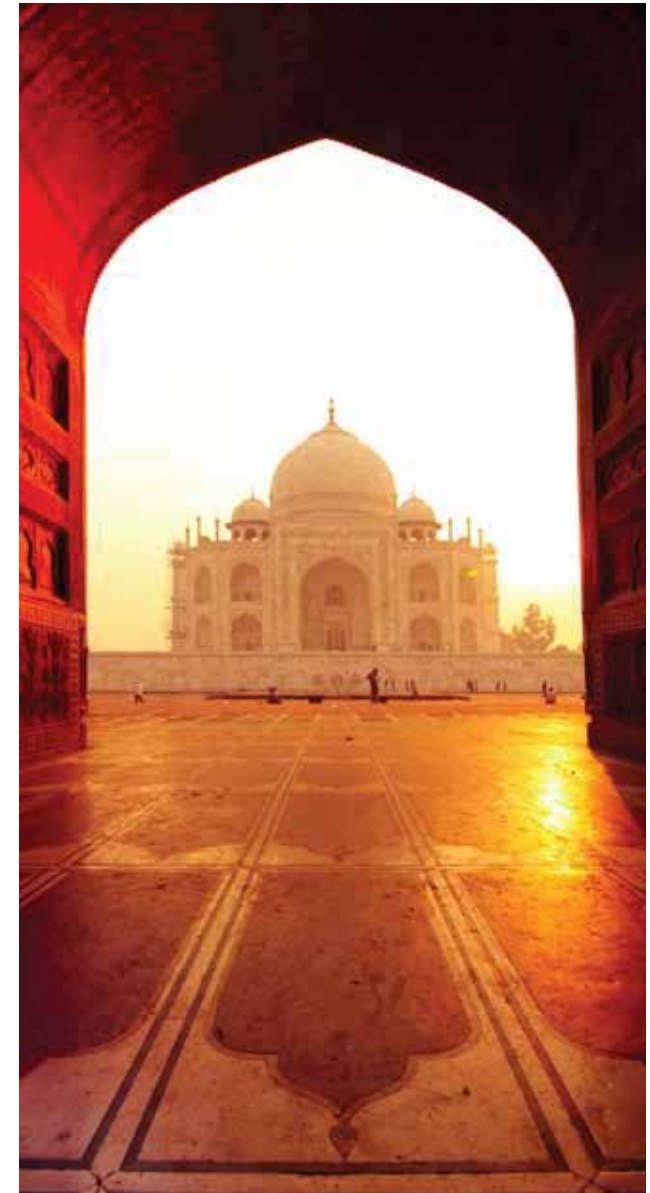
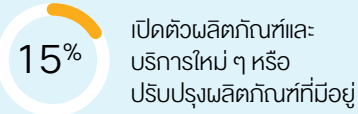
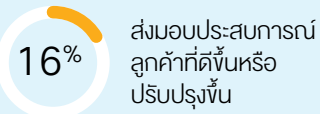
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล



Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

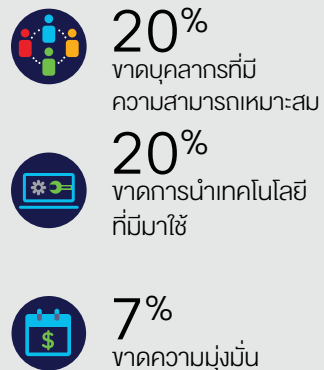
อินโดนีเซีย

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 13th

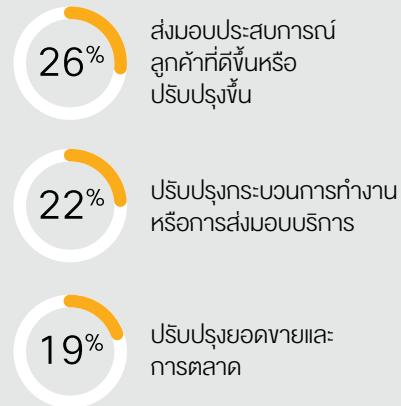
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

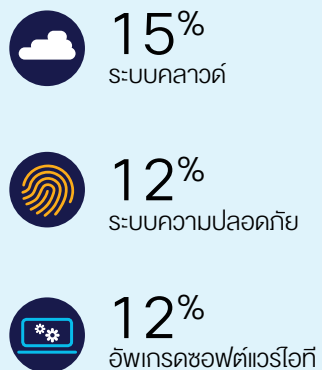


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

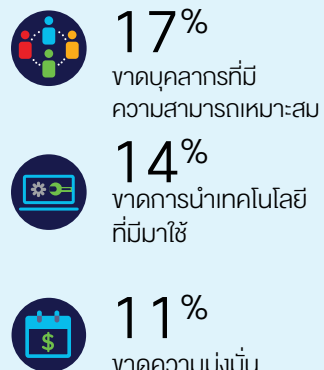


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

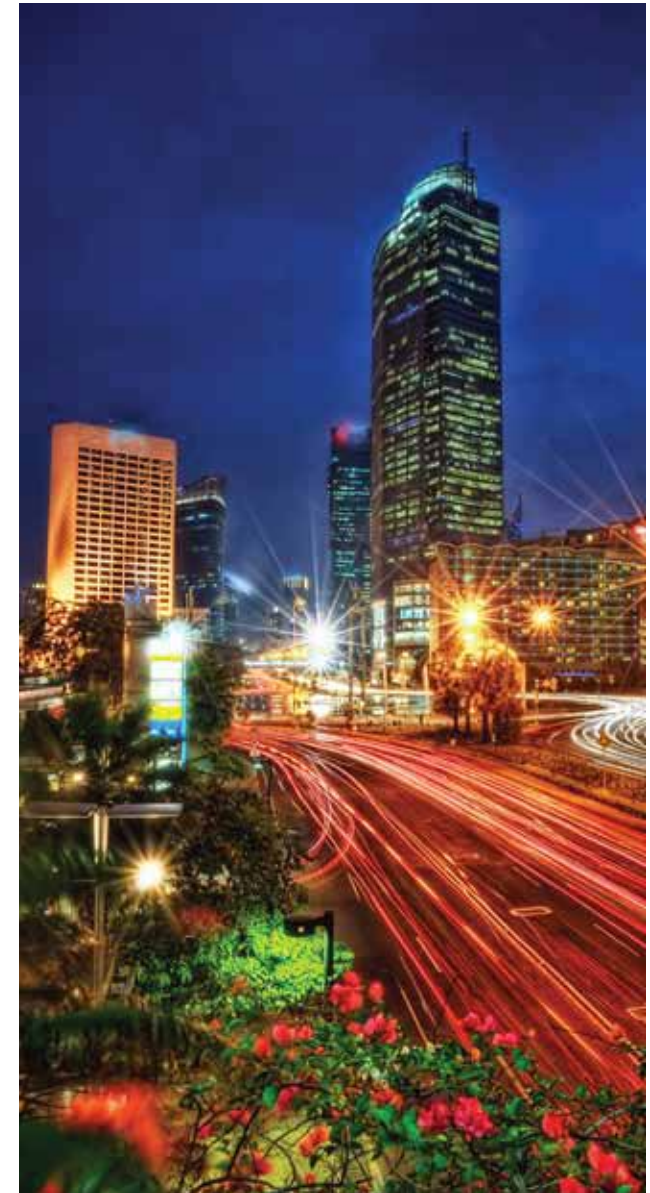
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

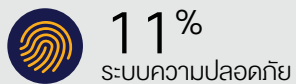
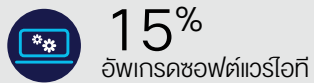
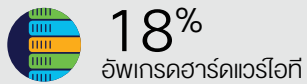


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

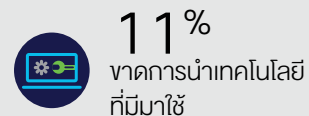
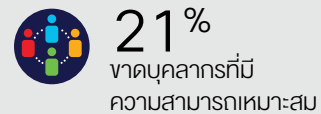
มาเลเซีย

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 11th

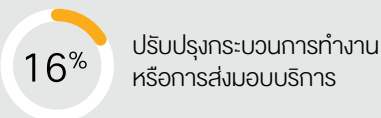
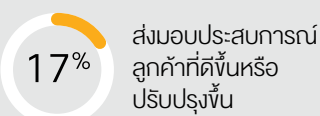
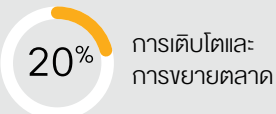
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

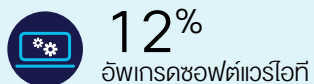
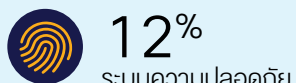


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

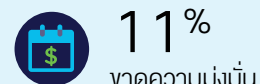
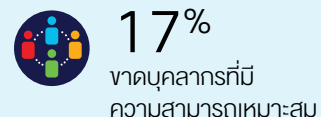


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

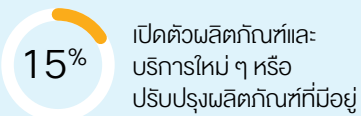
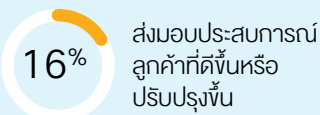
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

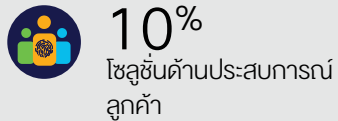
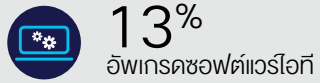


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

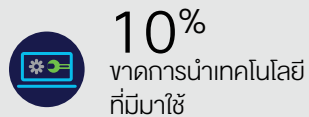
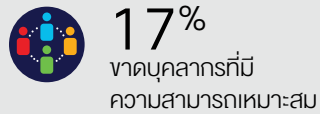
นิวซีแลนด์

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 3rd

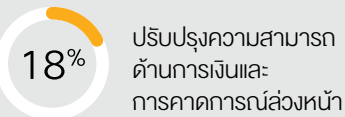
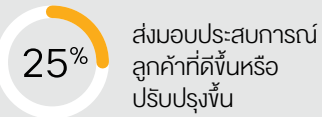
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

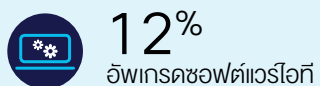
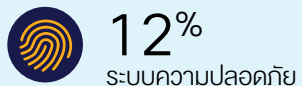


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

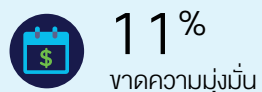
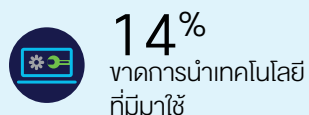
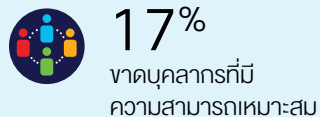


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

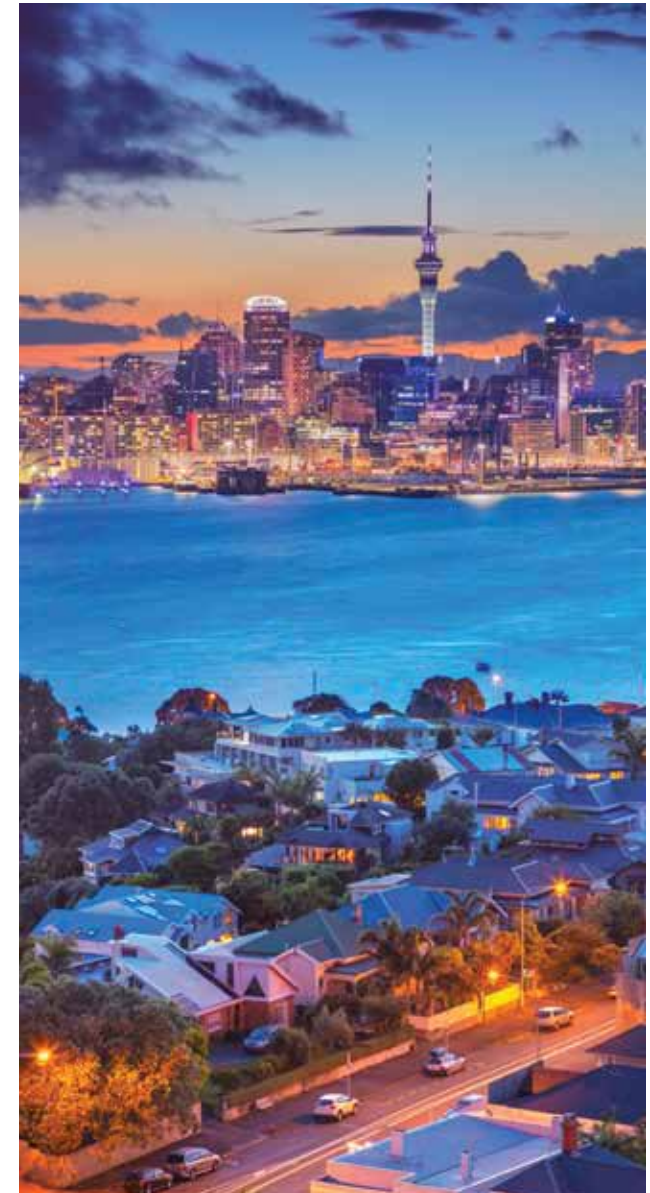
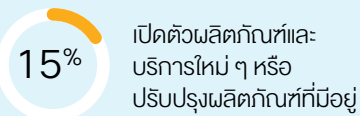
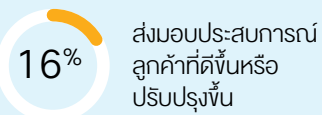
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



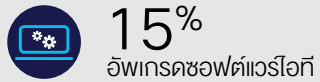
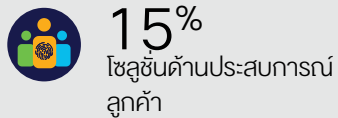
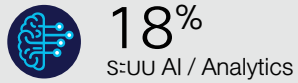
ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล



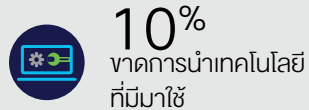
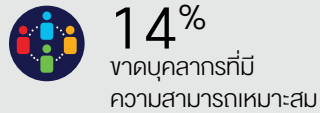
Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 12th

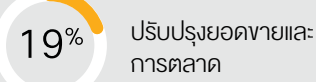
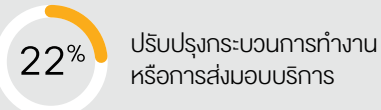
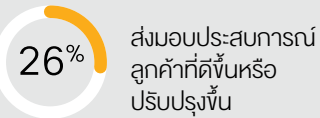
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

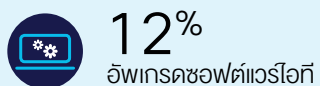
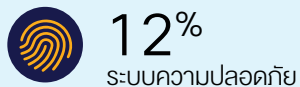


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

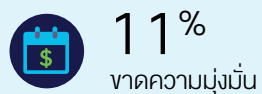
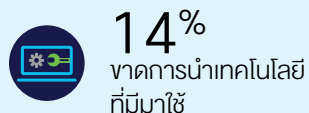
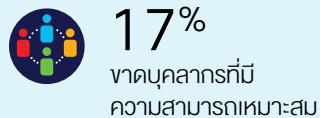


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

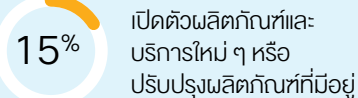
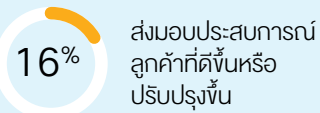
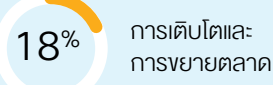
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

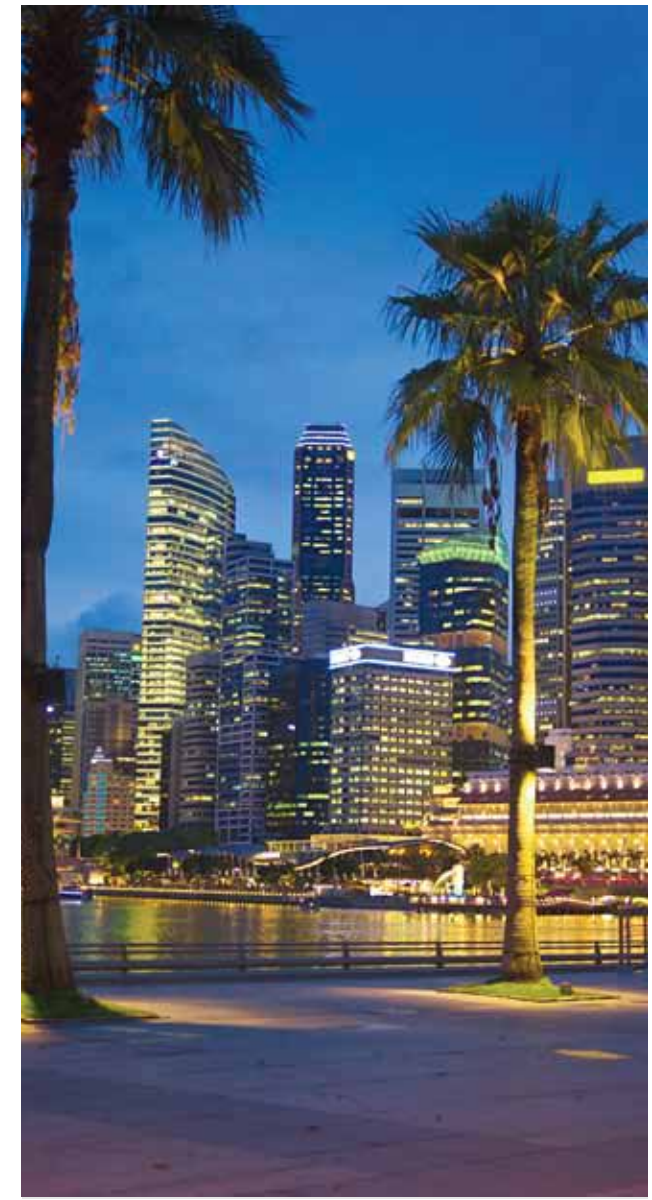
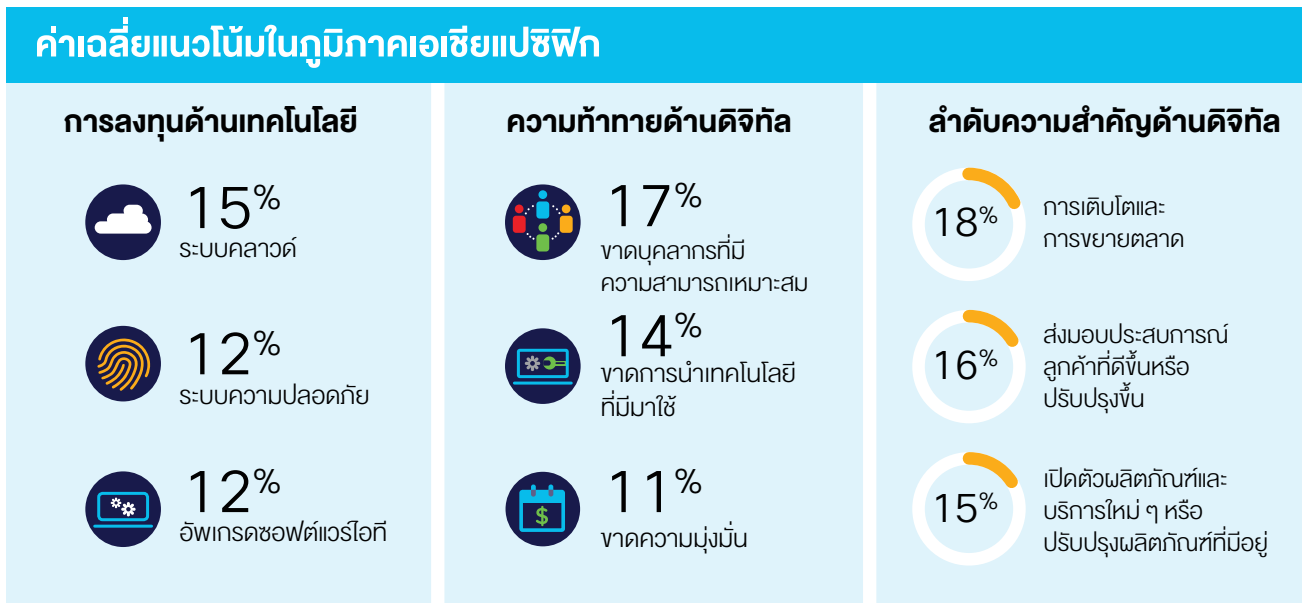
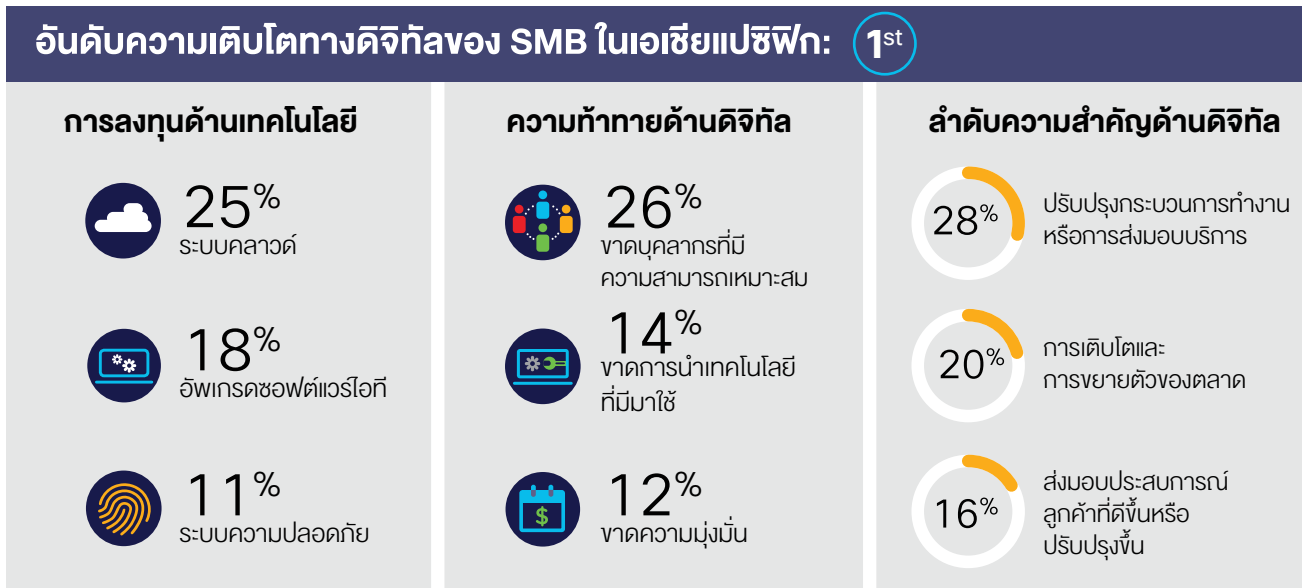


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล



Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

สิงคโปร์

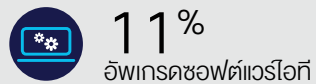


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

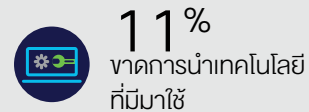
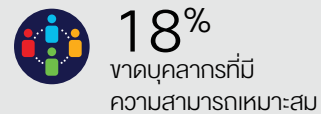
เกาหลีใต้

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 6th

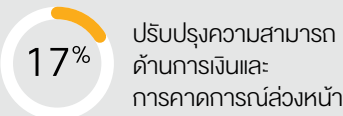
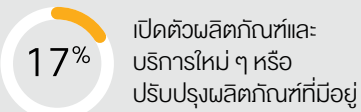
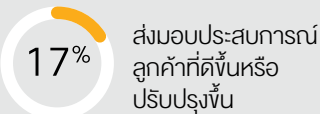
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

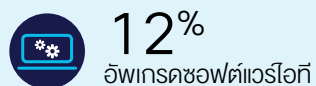
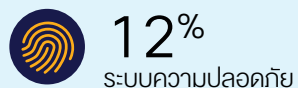


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

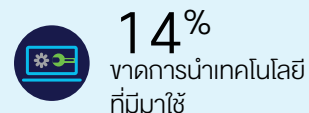
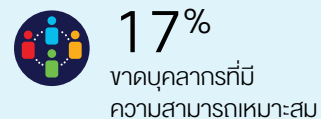


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

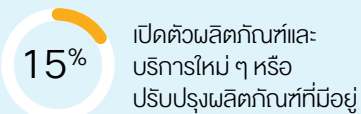
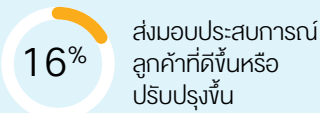
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



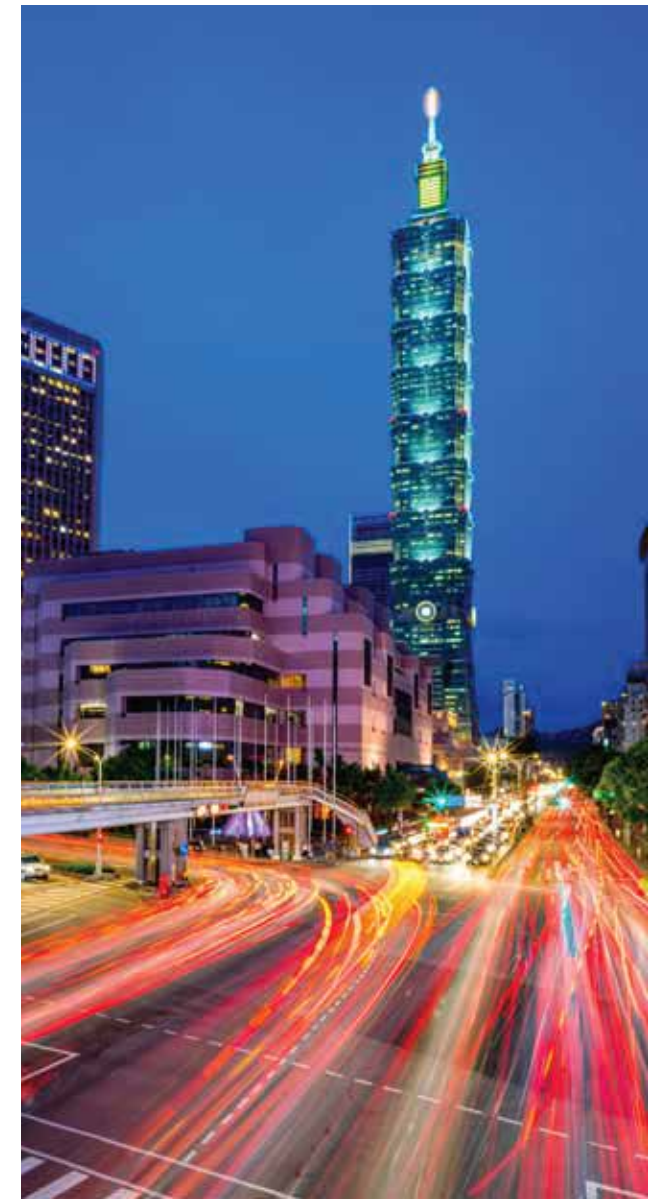
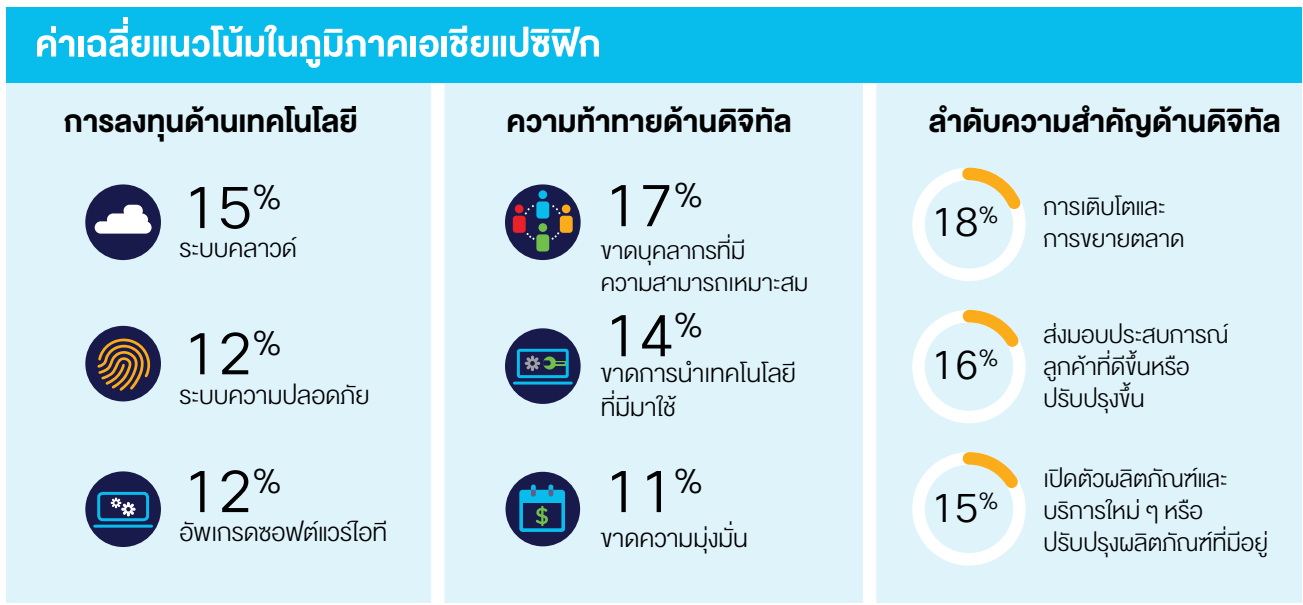
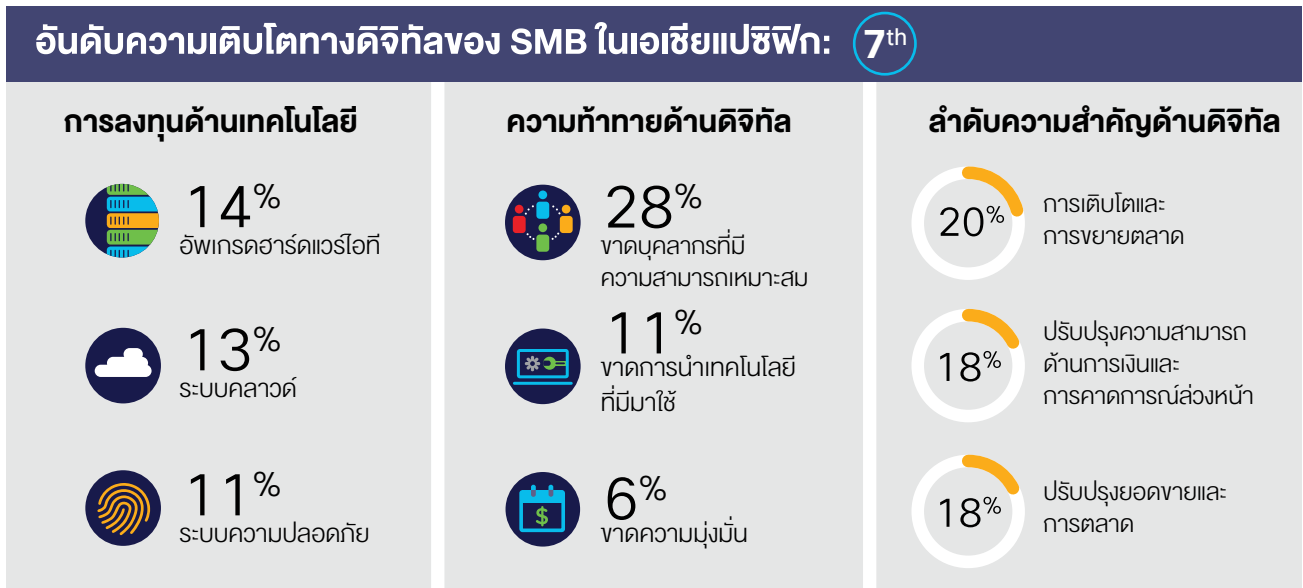
ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล



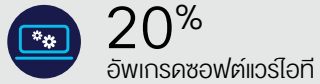
Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study



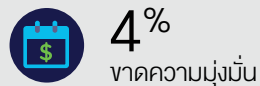
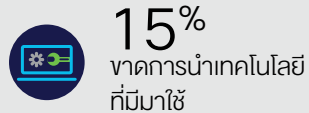
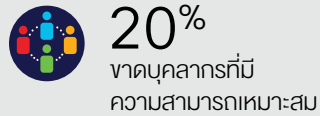
Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 10th

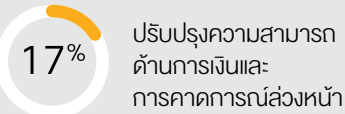
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

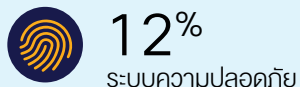


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

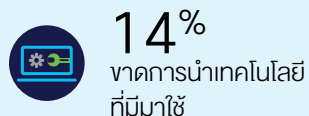
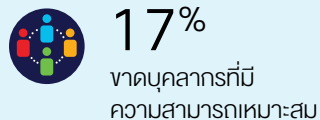


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

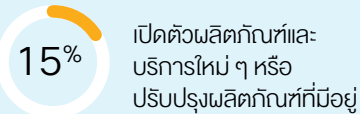
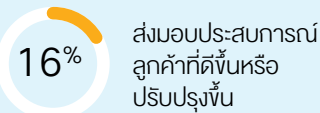
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

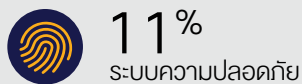
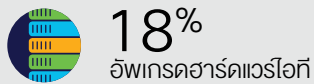


Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study

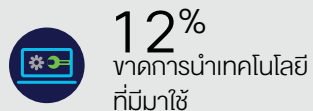
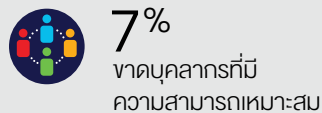
เวียดนาม

อันดับความเติบโตทางดิจิทัลของ SMB ในเอเชียแปซิฟิก: 14th

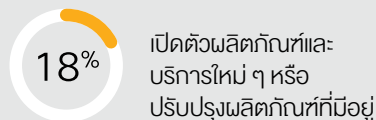
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล

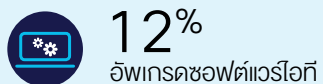
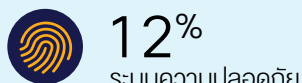


ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล

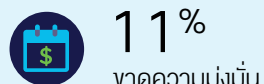
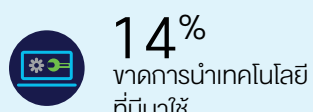
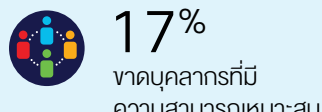


ค่าเฉลี่ยแนวโน้มในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก

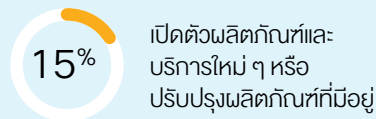
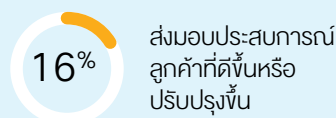
การลงทุนด้านเทคโนโลยี



ความท้าทายด้านดิจิทัล



ลำดับความสำคัญด้านดิจิทัล



Source: IDC-Cisco 2020 Asia Pacific SMB Digital Maturity Study



ซิสโก้ (NASDAQ - ซ้อนตลาดหลักทรัพย์ในเอเชีย: CSCO) เป็นผู้นำระดับโลกด้านเทคโนโลยีที่สร้างอินเทอร์เน็ตตั้งแต่ปี 1984 บุคลากร ผลิตภัณฑ์และบริการของเราช่วยให้อินเทอร์เน็ตสามารถเชื่อมต่อกันอย่างปลอดภัยและได้รับโอกาสทางดิจิทัลใหม่ๆของอนาคต ค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ www.cisco.com และติดตามเราทาง Twitter ที่ @Cisco ซิสโก้และโลโก้ซิสโก้เป็นเครื่องหมายการค้าหรือเครื่องหมายการค้าจดทะเบียนของซิสโก้และ/หรือบริษัทในเครือในประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่น ๆ รายชื่อเครื่องหมายการค้าของซิสโก้สามารถดูได้ที่ www.cisco.com/go/trademarks