

เพราะอะไร Data ไม่ได้พาองค์กรไปสู่การเติบโต

ในยุคที่คำว่า *Data-Driven* กลายเป็นคำศักดิ์สิทธิ์ของโลกธุรกิจ ผู้บริหารจำนวนมากเชื่อว่าการตัดสินใจด้วยข้อมูลคือสัญลักษณ์ขององค์กรที่ทันสมัย ฉลาด และมีระบบ ทุกอย่างดูเหมือนจะอยู่ภายใต้การควบคุม นั้นทำให้การตัดสินใจดูมั่นใจขึ้น เพราะเหมือนมีหลักฐานรองรับอยู่ตลอดเวลา แต่ความจริงที่หลายองค์กรไม่เอายากยอมรับก็คือ ข้อมูลไม่ได้ช่วยให้ธุรกิจค้นพบสิ่งใหม่เสมอไป สิ่งที่มีข้อมูลทำได้ดีที่สุดในตอนนี้คือการช่วย “ปรับปรุงสิ่งที่อยู่แล้ว” มากกว่าการค้นหานวัตกรรมหรือโอกาสใหม่ในตลาด ลองนึกภาพการขับรถโดยดูแค่เข็มวัดความเร็ว เข็มนั้นสามารถบอกได้ว่ารถกำลังวิ่งเร็วหรือช้า แต่ไม่สามารถบอกได้ว่าควรขับไปทางไหน เช่นเดียวกับข้อมูลในองค์กร มันบอกได้ว่าเกิดอะไรขึ้น แต่ไม่ได้บอกว่าจะสร้างอะไรใหม่ต่อไป

ปัญหาของการพึ่งพาข้อมูลมากเกินไป เกิดจากข้อจำกัดพื้นฐานของข้อมูลเอง ซึ่งมีลักษณะสำคัญ 3 ประการที่ทำให้มันไม่สามารถนำพาองค์กรไปสู่การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ได้

ประการแรก ข้อมูลเกิดจากสถานการณ์ในอดีตเสมอ ตัวเลขยอดขายจากไตรมาสที่ผ่านมาอาจสะท้อนพฤติกรรมของลูกค้าในช่วงเวลานั้น แต่ไม่ได้หมายความว่าความจริงเดียวกันจะเกิดขึ้นอีกในอนาคต ความสำเร็จของสินค้าหนึ่งอาจเกิดจากปัจจัยที่องค์กรเองก็ไม่ว่างรู้ เช่น คู่แข่งอาจมีสินค้าหมดยี่ห้อหรืออาจเกิดกระแสในตลาดที่ส่งผลชั่วคราว การอ่านข้อมูลโดยไม่เข้าใจบริบทจึงอาจทำให้ผู้บริหารสรุปบทเรียนผิดจากสิ่งที่เกิดขึ้น ประการที่สอง ข้อมูลบอกสิ่งที่เกิดขึ้นแล้ว แต่ไม่สามารถบอกอนาคตได้ หลายธุรกิจมักคิดว่าหากแนวโน้มในอดีตเป็นอย่างไร อนาคตก็น่าจะเป็นเช่นนั้น แต่ความจริงตลาดไม่ได้เคลื่อนที่เป็นเส้นตรง ตัวอย่างที่ชัดเจนคือยอดขายรถยนต์ไฟฟ้าที่เคยเติบโตอย่างรวดเร็วในหลายประเทศ ก่อนจะเริ่มชะลอลดตัวอย่างชัดเจนในปี 2024

ประการที่สาม ข้อมูลบอกว่า “อะไรเกิดขึ้น” แต่ไม่เคยบอกว่า “ทำไม” หากลูกค้าไม่ได้ซื้อสินค้า ข้อมูลจะบอกเพียงว่าการซื้อไม่เกิดขึ้น แต่ไม่สามารถบอกเหตุผลที่แท้จริงได้ ลูกค้าอาจไม่ซื้อเพราะราคาแพงเกินไป ดีไซน์ไม่ถูกใจ หรืออาจเพราะเห็นวิดีโอใน Digital สิ่งเหล่านี้มักไม่ปรากฏอยู่ใน Dashboard หรือ Report ยอดขาย

ด้วยเหตุนี้ ตัวเลขจึงไม่สามารถตอบคำถามสำคัญที่สุดของธุรกิจได้ นั่นคือ “เราควรสร้างสินค้าอะไร เพื่อให้ลูกค้าอยากซื้อ” ข้อมูลสามารถช่วยปรับปรุงสินค้าเดิมให้ดีขึ้นได้ แต่ไม่สามารถนำไปสู่การคิดค้นสิ่งใหม่อย่างแท้จริง เหมือนกับการวิเคราะห์ยอดขายของเทียนไข อาจช่วยให้เทียนขายดีขึ้น แต่จะไม่ทำให้ใครคิดค้นหลอดไฟได้ ในช่วงแรกที่หลอดไฟถูกคิดค้นขึ้นมา มันมีข้อเสียมากมายเมื่อเทียบกับเทียน ทั้งราคาแพงกว่า ใช้งานยากกว่า และต้องมีระบบไฟฟ้าที่ซับซ้อน หากใช้ข้อมูลยอดขายของเทียนเป็นเกณฑ์ตัดสินใจเพียงอย่างเดียว นวัตกรรมอย่างหลอดไฟอาจไม่เคยเกิดขึ้นเลย นี่จึงเป็นเหตุผลว่าทำไมการสร้างกลยุทธ์ธุรกิจไม่สามารถเริ่มต้นจากข้อมูลเพียงอย่างเดียวได้ สิ่งที่ต้องคิดคือต้องทำคือเปลี่ยนวิธีคิดจากการวิเคราะห์แบบ “Convergent Thinking” ไปสู่ “Divergent Thinking” Convergent Thinking คือ การแก้ปัญหาตามขั้นตอนที่กำหนดไว้ล่วงหน้า เริ่มจากตั้งเป้าหมาย วิเคราะห์ข้อมูลตลาด เลือกรูปแบบเป้าหมาย และเขียนแผนกลยุทธ์ วิธีคิดแบบนี้มีประโยชน์ในการปรับปรุงสิ่งที่อยู่ แต่ไม่เหมาะกับการสร้างโอกาสใหม่

(ที่มา : MarketingOops!)

บริษัท จีทีบี จำกัด

วันที่ 24 เมษายน 2569

เรื่อง ขอเชิญประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 4/2569

เรียน ท่านผู้ถือหุ้นของบริษัท

ด้วยคณะกรรมการของบริษัทได้มีมติให้เรียกประชุมสามัญผู้ถือหุ้น ครั้งที่ 4/2569 ในวันที่ 4 พฤษภาคม 2569 เวลา 10:00 น. ณ 55/240 ซอยรามคำแหง 154 แขวงราษฎร์พัฒนา เขตสะพานสูง กรุงเทพมหานคร เพื่อพิจารณาเรื่องต่างๆ ตามระเบียบวาระดังต่อไปนี้

- พิจารณาปรับปรุงรายงานประจำปีสามัญครั้งที่ 4/2569
- พิจารณาอนุมัติงบดุลและบัญชีของบริษัท
- พิจารณาการจ้างงานผู้บริหารระดับสูงของบริษัท
- พิจารณาเรื่องการชำระบัญชีของบริษัท
- พิจารณาเรื่องอื่นๆ (ถ้ามี)

ดังนั้น จึงขอเชิญท่านผู้ถือหุ้นไปประชุมตามวัน เวลา และสถานที่ดังกล่าวข้างต้นโดยพร้อมเพรียงกันด้วย จักขอบพระคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ
(นางสาววรัชชา เกตุศิริ)
กรรมการผู้จัดการ



แบบ พ.๒

หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียน
ตามพระราชบัญญัติจดทะเบียนการพิมพ์ พุทธศักราช ๒๕๕๐

เลขทะเบียน ๙๙๙ ๕๕๕ ๒๘๖๐

หนังสือสำคัญนี้ออกให้ไว้เพื่อแสดงว่า บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด โดย นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี
เลขประจำตัวประชาชน ๓ ๑๐๐๘ ๐๐๖๖๔ ๙๓ ๖ เชื้อชาติ ไทย สัญชาติ ไทย อายุ ๓๕ ปี อาชีพ นักธุรกิจ
ถิ่นที่อยู่บ้านเลขที่ ๔๖๗/๔ หมู่ที่ - ซอย - ถนน บางแวก
แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร
เป็น เจ้าของ หนังสือพิมพ์ชื่อ Prakard365 ประกาศ365

มีวัตถุประสงค์ เพื่อเผยแพร่ข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับ ด้านเศรษฐกิจ ธุรกิจ บัญชี สังคม และลงประกาศ

ภาษาที่หนังสือพิมพ์จะออก ภาษาไทยชนิดของหนังสือพิมพ์ที่ออก เป็นแผ่นระยะเวลาที่ออกหนังสือพิมพ์ รายวันชื่อสำนักงานของหนังสือพิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อสำนักงานของผู้โฆษณา บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานครชื่อโรงพิมพ์ที่พิมพ์ บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัดตั้งอยู่ ณ ที่ - เลขที่ ๔๖๗/๑ หมู่ที่ - ซอย -
ถนน บางแวก แขวง / ตำบล บางไผ่ เขต / อำเภอ บางแค จังหวัด กรุงเทพมหานคร

หนังสือพิมพ์ฉบับนี้ นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้พิมพ์
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นผู้โฆษณา
นางสาวพรพรรณ เตชานุกัตรี เป็นบรรณาธิการ
บริษัท ชัมเมอร์บี จำกัด เป็นเจ้าของกิจการหนังสือพิมพ์

ออกให้ตั้งแต่วันที่ ๑๗ เดือน พฤษภาคม พุทธศักราช ๒๕๖๐
(ลงชื่อ)นางสาวกนกอร ศักดาเดช

ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดแห่งชาติ

พนักงานเจ้าหน้าที่จดทะเบียนการพิมพ์สำหรับจังหวัด กรุงเทพมหานคร