

บิกบลูมการ์ดแล้วที่ตลาดเทคโนโลยี

เขียนโดย มั่นขวัญ กริปาลนี, บิสสิเนสวีค นิวยอร์ก

ไอบีเอ็มกลายเป็นผู้นำในการให้บริการเทคโนโลยี ทั้งในด้านการเจรจาข้อตกลงและเฟ้นหาหัวกะทิ



ไม่กี่ปีก่อนหน้านี้ ไอบีเอ็มหรือบิกบลูเป็นเพียงบริษัทหัวโบราณเมื่อเทียบกับบริษัทไฟแรงที่ให้บริการด้านไอทีในอินเดียอย่าง อินโฟซิส ไวโปรหรือทาตา คอนซัลแทนซี เซอร์วิส แต่ปัจจุบัน ไอบีเอ็มได้กลายเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมบริการเทคโนโลยีในอินเดียไปแล้ว ด้วยส่วนแบ่งตลาดในประเทศ 10% จำนวนพนักงานชาวอินเดียของไอบีเอ็มปัจจุบันมีจำนวน 53,000 คนเพิ่มขึ้นกว่า 2 เท่าในระยะเวลาเพียง 2 ปี จำนวนดังกล่าวคิดเป็น 15% ของจำนวนพนักงานไอบีเอ็มทั้งหมดทั่วโลก ขณะที่เมืองบังกอลอร์และนิวเดลีมีห้องทดลองวิจัยและพัฒนาที่ใหญ่ที่สุดของไอบีเอ็มที่อยู่นอกสหรัฐฯ อีกด้วย

ตั้งแต่ไอบีเอ็มจรดปากกาเซ็นสัญญากับผู้ให้บริการเครือข่ายโทรศัพท์มือถือชั้นนำอย่างบริษัท ภารตี แอร์เทล ในปี 2004 ด้วยมูลค่าโครงการกว่า 750 ล้านดอลลาร์สำหรับระยะเวลา 10 ปี ไอบีเอ็มได้เร่งเดินหน้าทำข้อตกลงทางธุรกิจแข่งหน้าบริษัทคู่แข่งด้านเทคโนโลยีท้องถิ่นทั้งหมด เพียงแค่ 6 เดือนแรกของปี 2007 ไอบีเอ็มได้เซ็นสัญญาระยะยาวมูลค่ารวมแล้วกว่า 1.4 พันล้านเหรียญ เจย์ เมนอน ผู้อำนวยการฝ่ายนวัตกรรมของบริษัท ภารตี (อดีตพนักงานไอบีเอ็ม) ซึ่งปัจจุบันดำรงตำแหน่งเป็นหนึ่งในคณะที่ปรึกษาของบิกบลูกล่าวว่า “อินเดียเปรียบเหมือนอัญมณีที่ประดับอยู่บนมงกุฏของเครือข่ายไอบีเอ็มทั่วโลก”

จากความสำเร็จของไอบีเอ็มส่งผลให้ แซมวอล เจ พัลมิชานโน เจ้าหน้าที่บริหารของไอบีเอ็มได้รับการโหวตจากสมาคมนาสคอมหรือสมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของอินเดียให้เป็น “ผู้นำด้านไอทีแห่งปี” ในปี 2006 อีกทั้งบริษัทขนาดยักษ์ใหญ่ในอินเดียเองก็มองว่า ไอบีเอ็มเป็นคู่แข่งที่น่ากลัว เพราะไอบีเอ็มได้เซ็นสัญญากับลูกค้าชั้นนำหลายรายด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ดีแอลเอฟ ธนาคารคานาร่า ซึ่งดำเนินการโดยรัฐบาลหรือกรมจัดเก็บภาษีของอินเดีย ด้าน กิรัน การณิก ประธานสมาคมนาสคอมกล่าวว่า “ไอบีเอ็มมีความเข้าใจอินเดียอย่างแท้จริง”

ในขณะเดียวกัน ไอบีเอ็มได้พยายามอย่างมากที่จะผสมผสานอินเดียเข้าให้กลายเป็นส่วนหนึ่งของเครือข่ายการดำเนินงานทั่วโลก ซึ่งมันส่งผลให้ไอบีเอ็มสามารถลดอัตราการจัดจ้างงาน 20,000 อัตราในตลาดที่มีค่าแรงสูงอย่างสหรัฐอเมริกา ยุโรป และญี่ปุ่นลงได้ ความสำเร็จของกลยุทธ์นี้ปรากฏให้เห็นในฤดูร้อนที่ผ่านมา เมื่อไอบีเอ็มรายงาน ว่า รายรับของบริษัทในไตรมาสที่ 2 เพิ่มขึ้น 9% เป็น 2.38 หมื่นล้านเหรียญ ส่วนหนึ่งมาจากรายรับที่เพิ่มขึ้น 10% ของกลุ่มที่ให้บริการด้านไอทีของบริษัท ซึ่งเมื่อต้นยุค 1990 ไอบีเอ็มเคยพ่ายแพ้ในตลาดส่วนนี้ให้แก่คู่แข่งชาวอินเดียอย่างเจ็บปวดมาแล้ว

ไอบีเอ็มเองไม่เคยอายุที่จะเล่าถึงการทุ่มงบประมาณจำนวนมหาศาลลงในอินเดีย แทนที่จะเริ่มสร้างกิจการเพื่อให้บริการทางเทคโนโลยีจากศูนย์ซึ่งอาจกินเวลาหลายปี ไอบีเอ็มกลับเลือกทางลัดด้วยการใช้เงิน 150 ล้านดอลลาร์ซื้อบริษัท ทักส์ ผู้ให้บริการคอลล์เซ็นเตอร์ในปี 2004 ซึ่งปัจจุบันบริษัททักส์ทำหน้าที่ดูแลการจัดการพื้นฐานเช่นเดียวกับสปรินด์และดัน แอนด์ แบรดสตรีท ตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ไอบีเอ็มใช้เงินไปกว่า 2 พันล้านเหรียญเพื่อสร้างสำนักงานแห่งใหม่และว่าจ้างพนักงานอินเดียหลายพันอัตรา

นอกจากนี้การท้าวัจก็เป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยเติมเต็มสมการนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ไอบีเอ็มสร้างศูนย์วิจัยและพัฒนา โดยจ้างวิศวกรชาวอินเดียกว่า 3,000 คน ทำให้ศูนย์แห่งนี้กลายเป็นแหล่งสร้างสรรค์นวัตกรรมทุกอย่างของไอบีเอ็ม ตั้งแต่ซอฟต์แวร์ไปจนถึงเซมิคอนดักเตอร์ หรือแม้แต่ซูเปอร์คอมพิวเตอร์ ยกตัวอย่างเช่น มีทีมหนึ่งได้ริเริ่มพัฒนาโปรแกรมสำหรับใช้บนเว็บ ซึ่งจะวิเคราะห์การออกเสียง ไวยากรณ์ คำศัพท์ โดยโปรแกรมดังกล่าวจะใช้เพื่อประเมินผู้สมัครในตำแหน่งพนักงานรับโทรศัพท์ในคอลล์เซ็นเตอร์ของไอบีเอ็ม และยังอาจจะนำไปใช้ในการทดสอบความสามารถทางด้านภาษาได้ในอนาคต

การขยายตัวอย่างรวดเร็วในอินเดียก่อให้เกิดกระแสการแข่งขันแย่งชิงแรงงานฝีมือดี ในปีที่ผ่านมา ไอบีเอ็มได้เพิ่มพนักงานชาวอินเดียอีกกว่า 10,000 คนเฉพาะในประเทศอินเดีย เมื่อเทียบกับพนักงานชาวอินเดียทั้งหมด 25,000 คนของไอบีเอ็มทั่วโลก ในเมืองปูเน่ (ใกล้ๆ เมืองมุมไบ) ซึ่งเป็นศูนย์พัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว รถตู้ไอบีเอ็มที่ติดป้ายว่า “ไอบีเอ็มกำลังต้องการพนักงาน” วิ่งเจียดประตูของบริษัทคู่แข่งในช่วงเวลาพักเที่ยง ผู้จัดการของบริษัทด้านไอทีแห่งหนึ่งได้โอตครวญกับการเสียคนไปให้กับไอบีเอ็มว่า “ไอบีเอ็มเรียกความสนใจได้ดีเป็นบ้า”

ความสำเร็จของไอบีเอ็มได้กระตุ้นให้คู่แข่งในอินเดียหันกลับมามองหาโอกาสในตลาดของตัวเองมากขึ้น หลังจากทีพุ่งเป้าไปยังตลาดต่างประเทศเป็นเวลานาน อินโฟซิสิกกล่าวว่า ตอนนี้บริษัทจะเริ่มประกวดราคาการทำธุรกิจอินเดียบ้าง หลังจากที่บริษัทไม่เคยทำมาก่อน เคาระวะ คุปตะ หัวหน้าฝ่ายธุรกิจอินเดียจากเอเวอร์เรสต์ กรุ๊ป บริษัทให้คำปรึกษาด้านเทคโนโลยีในบังกาลอร์กล่าวว่า “ไอบีเอ็มเป็นผู้สร้างตลาดขึ้นมา ตอนนี้พวกเขาจะได้เรียนรู้ว่า พวกเขาต้องแบ่งบ้าง” แต่ไอบีเอ็มก็ยังไม่หวั่น แขงการ์ อันนาสวา มี หัวหน้าธุรกิจอินเดียของไอบีเอ็มกล่าวว่า “เรายินดีต้อนรับการแข่งขัน” แล้วกล่าวทิ้งท้ายว่า “ไม่มีใครรู้เรื่องอินเดียเท่าเรา”

สถิติ

ปัจจุบันไอบีเอ็มมีพนักงาน 53,000 คน เพิ่มขึ้นจาก 23,000 คนในปี 2004 และแค่ 400 คนในปี 1995

ข้อมูล: IBM