

กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561
ecosystems ของ Google ต่างก็พยายามสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ภายใต้โครงสร้างและระบบที่
Google จัดไว้ให้

ขณะเดียวกันก็มีอีกหนึ่งโมเดลของ ecosystems ที่พยายามสร้างระบบนิเวศภายใต้ผลิตภัณฑ์และบริการเฉพาะของบริษัท คือกรณีของ Apple ที่ผลิตภัณฑ์และบริการต่างๆ เชื่อมโยงกัน ทำให้ผู้ใช้เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หนึ่ง ก็อยากจะใช้ผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในตระกูล Apple เพราะคุณภาพและความเชื่อมต่อระหว่างอุปกรณ์ต่างๆ แนวทางของ Apple นั่นคือพยายามสร้าง ecosystems ที่เป็นระบบปิดที่เมื่อผู้บริโภคตกเข้าไปแล้ว มีสิทธิ์ที่จะถลำลึกลงไปเรื่อยๆ

ในประเทศไทยเองเมื่อนึกถึงผู้ให้บริการด้านสื่อสารโทรคมนาคมอย่าง AIS, DTAC, หรือ True เราก็สามารถที่จะมองเห็นความพยายามที่จะสร้าง ecosystems ของตนเองด้วยรูปแบบและวิธีการที่อาจจะแตกต่างกันไป ซึ่งปัจจุบันจะเริ่มเห็นองค์กรที่ไม่ใช่บริษัทเทคโนโลยีพยายามสร้าง ecosystems ของตนเองขึ้นมาเช่นเดียวกัน กับดักที่สำคัญประการหนึ่งในมุมมองของลูกค้าหรือผู้บริโภคก็คือ การที่จะเป็น ecosystems ได้นั้นจะต้องก่อให้เกิดคุณค่าหรือ value ที่ผู้บริโภครับรู้ได้



ที่มา : <https://bit.ly/2x8l1jv>

ในกรณีของ Apple นั้นคุณค่าที่ผู้ใช้จำนวนมากยอมรับ จนตกเข้าไปอยู่ในระบบนิเวศของ Apple คือความง่ายในการใช้งานและเชื่อมต่อระหว่างแต่ละผลิตภัณฑ์และบริการของ Apple เคยมีคำถามว่าบริษัทยักษ์ใหญ่ของไทยบางบริษัทนั้นมี ecosystems หรือไม่

ตัวอย่างเช่นยักษ์ใหญ่ด้านเกษตรอุตสาหกรรมของไทยบางบริษัท ซึ่งถ้ามองในมุมมองด้านการผลิตและการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นก็ถือว่ามีการพัฒนาในระบบนิเวศของตนเองขึ้นมาอย่างชัดเจน แต่ถ้ามองในมุมมองของผู้บริโภค อาจจะยังไม่ชัดเจนถึงคุณค่าที่ผู้บริโภคจะได้รับ เช่น การซื้อไก่ของบริษัทหนึ่ง และการซื้อไข่ของ

กิจกรรมจัดทำองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจ
งานพัฒนาองค์ความรู้สำหรับ SME (Knowledge Center) ปีงบประมาณ 2561
บริษัทเดียวกัน จะก่อให้เกิดคุณค่าหรือความแตกต่างอย่างไร เมื่อเทียบกับการซื้อไก่ของบริษัท และซื้อไข่ของคู่แข่ง
แข่งขันอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีบริษัทยักษ์ใหญ่ของไทยหลายๆ แห่งพยายามสร้าง ecosystems ของตนเอง
ขึ้นมา โดยเชื่อมโยงผ่านทางระบบบัตร์สมาชิก

ยิ่งองค์กรที่มีธุรกิจหลายประเภท การทำระบบบัตร์สมาชิกหรือบัตร์สะสมแต้มหรือบัตร์ส่วนลด ฯลฯ
ที่สามารถใช้ได้ในทุกๆ ธุรกิจของตนเองกำลังเป็นที่นิยม ซึ่งนอกเหนือจากจะเป็นการทำให้ลูกค้าอยู่ในระบบ
นิเวศของตนเองเพื่อสะสมแต้มแล้ว องค์กรธุรกิจยังได้ข้อมูลสำคัญคือพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าหรือบริการของ
ลูกค้าอีกด้วย

ในการทำธุรกิจในปัจจุบันหากพิจารณาดูเรื่อง ecosystems ก็จะเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของกลยุทธ์
ขององค์กร แต่สำคัญคือภายใต้ ecosystems จะต้องก่อให้เกิดคุณค่าขึ้นมาให้ได้

ตัวอย่างการสร้างระบบนิเวศน์ทางธุรกิจ

Apple



ที่มา : <https://inotes4you.files.wordpress.com/2013/10/20131007-061044.jpg>

ในกรณีของบริษัทยักษ์ใหญ่อย่าง Apple จากการดูประวัติของ Steve Jobs เราจะพบเลยว่า Jobs มีความเชื่อในการนำเสนอสินค้าและบริการที่ครบถ้วน ครบวงจร หรือที่เขาเรียกว่า end-to-end ดังนั้นเมื่อตก
ไปในวังวนของผลิตภัณฑ์ Apple แล้ว เราก็มักจะไม่สามารถหลุดออกมาได้และมีแต่ยิ่งถลำลึกลงไปในระบบ
Ecosystem ของเขามากขึ้น

นี่ถึงภาพคนไทยวัยทำงานคนหนึ่ง เริ่มต้นจากการใช้ iPod เป็นเครื่องเล่นในการฟังเพลง เมื่อมี
iPhone ออกมาก็ขยับขึ้นมาใช้ iPhone เป็นโทรศัพท์มือถือ จากนั้นเมื่อติดใจในทั้งรูปแบบ ความง่าย ในการ

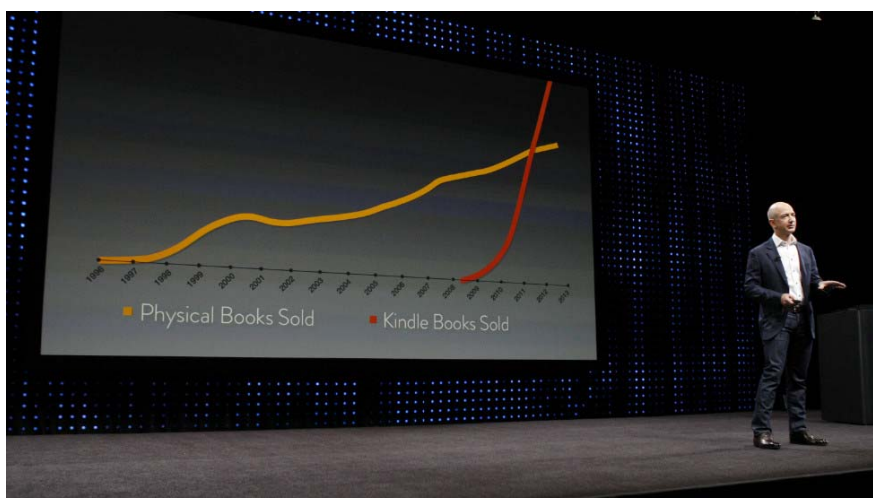
ใช้งานของผลิตภัณฑ์ Apple ก็ทำให้ต้องซื้อ iPad มาใช้งานต่อ โดยโปรแกรมต่างๆ ที่ใช้บนทั้ง iPhone และ iPad นั้นก็ซื้อหรือดาวน์โหลดผ่านทาง App Store ของ Apple รวมทั้งดูหนัง ฟังเพลงผ่านทาง iTunes จากนั้นเมื่อมีโอกาสซื้อโน้ตบุ๊กหรือเครื่องคอมพิวเตอร์ก็จะพบว่าเพื่อให้อุปกรณ์ต่างๆ เชื่อมต่อกันมากขึ้น ก็เลยซื้อ Mac Book หรือ iMac และเพื่อให้ทำงานได้สอดคล้องกันมากขึ้นก็จะใช้ซอฟต์แวร์ของ Apple

จากตัวอย่างข้างต้นจะพบว่าปัจจุบันมีคนจำนวนมากที่ตกเข้าไปอยู่ในกับดักหรือ Ecosystem ของ Apple ซึ่งประกอบด้วยทั้งส่วนที่เป็นตัวอุปกรณ์ เครื่องเล่นต่างๆ เนื้อหาหรือ Content ซอฟต์แวร์ ระบบการ จัดจำหน่ายของตนเอง หรือแม้กระทั่งอุปกรณ์เสริมหรือต่อพ่วงต่างๆ

ความสำเร็จจากกลยุทธ์ดังกล่าวถือว่าเป็นความฝันสำหรับผู้บริหารหลายๆท่าน แต่เชื่อว่าทุกองค์กรจะสามารถใช้กลยุทธ์ดังกล่าวได้ประสบความสำเร็จเหมือนกันหมด ในอดีตนั้นยักษ์ใหญ่อย่าง Sony ก็มีความพยายามในการสร้างระบบของตนเองขึ้นมา เพื่อให้อุปกรณ์ต่างๆ ของ Sony สามารถเชื่อมต่อกันได้หมดและ ทำให้ลูกค้าที่ต้องการความเชื่อมต่อและสะดวกสบายไม่สามารถหนีพ้นจากผลิตภัณฑ์ของ Sony แต่เมื่อเทียบ กันแล้วดูเหมือนกลยุทธ์ Ecosystem ของ Sony นั้นจะไม่ประสบความสำเร็จเท่ากรณีของ Apple ซึ่งก็ขวนคิด ต่อว่าสาเหตุอะไรที่ทำให้ Sony นั้นไม่สามารถประสบความสำเร็จเทียบเท่ากับ Apple

Amazon

Amazon เป็นธุรกิจที่ประสบความสำเร็จมากในต่างประเทศและเป็นผู้บุกเบิกธุรกิจหนังสือ eBook อย่าง Kindle ขึ้นมา จากภาพด้านล่างเราจะเห็นได้ว่า การเติบโตของหนังสือแบบเล่มจับต้องได้นั้น มีการเติบโตมาเรื่อยๆ ตั้งแต่ปี 1996 แต่พอหนังสือ eBook อย่าง Kindle เกิดขึ้นมานั้นกลับใช้เวลาเพียง 3 ปีที่สร้าง ยอดขายเท่ากับหนังสือเล่มเป็น 10 ปีได้



ที่มา : <https://s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/>

ซึ่งความลับของ Kindle นั้นอยู่ที่วิธีการใช้ Ecosystem Thinking ของทาง Amazon พบว่าจุดที่ทำให้ Kindle ได้เปรียบมีดังนี้

1. Amazon มีระบบที่สนับสนุนให้นักเขียนเข้ามาใช้ Platform ของเขาได้ โดยเราแต่งหนังสือแล้ว Upload ลงไปในเว็บ Kindle ของ Amazon เพียงเท่านี้เราก็สามารถมีหนังสือ eBook เป็นของตัวเองได้ ไม่ต้องนั้นจัดรูปแบบหรือรูปเล่ม
2. การออกหนังสือเล่มแต่ละครั้งมีต้นทุนที่สูงมาก แต่การออก eBook นั้น ไม่ต้องตีพิมพ์อะไร แค่อ่านในระบบ ต้นทุนจึงถูกกว่าและสามารถออกหนังสือได้รวดเร็วกว่า และนั่นทำให้นักเขียนหน้าใหม่ๆ แจ็งเกิดพร้อมสร้างรายได้กับธุรกิจทางนี้
3. Platform ของ Amazon นั้นทำให้ใครก็สามารถเข้าถึงหนังสือได้ โดยไม่ต้องผ่านไปร้านหนังสือ แค่เปิดเว็บไซต์แล้วสั่งซื้อแล้วดาวโหลดก็สามารถอ่านหนังสือที่ตัวเองต้องการได้เลยทันที หนังสือไม่มีวันหมดด้วย
4. การกระจายสินค้ามันไม่ต้องผ่านร้านหนังสือ ทำให้ Amazon สามารถสร้างผลตอบแทนให้กับนักเขียนได้ในระดับสูงและเมื่อเราขายหนังสือได้ก็จะมีแบ่งกับทาง Amazon
5. สิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือทุกอย่างทำในระบบ ซึ่ง Amazon สามารถเห็นข้อมูลทุกอย่างของผู้เขียนและผู้อ่านได้ว่า Trend ไหนจะมาและลูกค้ากำลังต้องการสินค้าและบริการอะไร ซึ่งข้อมูลที่สำคัญอย่าง Big Data นั้นสามารถทำไปพัฒนาในด้านต่างๆ ได้ในอนาคต

Amazon ทำธุรกิจในส่วนนี้ทำให้ภาพรวมของธุรกิจโตขึ้นอย่างที่เราเห็น จากการที่เอาคนเข้ามาอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่สร้างขึ้น จะเห็นได้ว่าด้วยมิติวิธีคิดใหม่ที่มีเทคโนโลยีเป็น Key ในการแข่งขันสามารถสร้างผลกระทบให้กับวงการหนังสือได้อย่างมากเลยทีเดียว คนหันมาอ่านหนังสือ Online เพราะสะดวกขึ้นนักเขียนก็ใช้ Amazon เพื่อเป็นช่องทางในการผลิตสินค้าได้เรื่อยๆ โดยไม่ต้องรอกการพิมพ์แบบเดิมและผู้อ่านก็มองว่าแค่ Search หาเรื่องที่ยากอ่านใน Amazon ก็เจอทันที โดยไม่ต้องไปถามที่ร้านหนังสือว่ามีขายไหม

นอกจาก Amazon แล้วเราจะเห็นได้ว่า หลายธุรกิจได้ใช้หลักการพัฒนาเชิง Ecosystem Thinking อื่น เช่น Facebook และการทำธุรกิจให้กลายเป็นช่องทางสื่อออนไลน์หรือ Alibaba ผู้ที่เข้ามาสร้าง Platform สำหรับ SME จะเห็นได้ว่าแม้เศรษฐกิจโลกจะไม่ดีแต่บริษัทเหล่านี้ก็ยังขยาย Ecosystem ของตัวเองได้เรื่อยๆ

แหล่งที่มา

Ecosystems กลยุทธ์การสร้างระบบนิเวศ, พสุ เดชะรินทร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯธุรกิจ,

<http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/643579>

Ecosystem Strategy อีกหนึ่งกลยุทธ์ใหม่ที่น่าจับตามอง, พสุ เดชะรินทร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, Chulalongkorn Business School

<http://library.acc.chula.ac.th/PageController.php?page=FindInformation/ArticleACC/2555/Pasu/BangkokBiznews/B1505121>

Ecosystem Thinking วิธี 'คิด' ก่อนลงทุนในยุค Digital, Tarkawin, Aom Money,

<https://aommoney.com/stories/tarkawin/ecosystem-thinking->

[%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%98%E0%B8%B5-%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%81%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%84-digital/665#jm04wi2978](https://aommoney.com/stories/tarkawin/ecosystem-thinking-%E0%B8%A7%E0%B8%B4%E0%B8%98%E0%B8%B5-%E0%B8%84%E0%B8%B4%E0%B8%94-%E0%B8%81%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%99%E0%B8%A5%E0%B8%87%E0%B8%97%E0%B8%B8%E0%B8%99%E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%A2%E0%B8%B8%E0%B8%84-digital/665#jm04wi2978)