

Case Study : ส่อง 3 Power Brand แชนร์ประสบการณ์ใช้นวัตกรรม เห็นผลจริงทางธุรกิจ
จาก <https://www.smethailandclub.com/entrepreneur/8047.html>



ปฏิเสธไม่ได้ว่าทุกวันนี้ นวัตกรรม คือ สิ่งสำคัญในการสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน แต่กลับพบว่า ผู้ประกอบการบางส่วนยังไม่สามารถเข้าถึงและใช้นวัตกรรมได้อย่างเต็มที่ ลองมาฟังบทเรียนจาก 3 Power Brand เพื่อใช้นวัตกรรมสร้างโอกาสให้ธุรกิจจากภาวะวิกฤต จากเวทีงานเปิดตัว The Founder II ซึ่งจัดขึ้นโดยสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน) หรือ NIA เพื่อนำเสนอมุมมองของบุคคลตัวอย่างที่สามารถสร้างทางรอดในวิกฤตจำนวน 25 ราย ใน 3 หัวข้อ ได้แก่ 1. Pandemic ผู้ก่อตั้งองค์กรที่สามารถปรับตัวได้ดีในช่วงวิกฤตโควิด-19 2. Climate Change ผู้ก่อตั้งองค์กรที่ตอบโต้ภัยกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโลก และ 3. Economic Crisis ผู้ก่อตั้งองค์กรที่มีแนวทางดำเนินงานสอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจโลกยุคใหม่



กลยุทธ์ : ใช้นวัตกรรมสร้างโอกาส อย่าหยุดแค่ลูกค้ากลุ่มเดิม

“อ้วยอันโอบัส เราเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายยาสมุนไพรโบราณที่ดำเนินธุรกิจมากกว่า 75 ปี โดยเริ่มต้นจากร้านขายยาจีนและยาสมุนไพรโบราณมาก่อน และพัฒนาเปิดโรงงานผลิตยาเพื่อจำหน่ายเมื่อ 36 ปีที่แล้ว ซึ่งหลักในการดำเนินธุรกิจที่เราใช้มาตลอด ก็คือ 1. การผลิตสินค้าที่ดีมีคุณภาพ โดยนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาใช้ และ 2. การสื่อสารการตลาดที่ดีเพื่อไปถึงผู้บริโภค โดยก่อนหน้านี้คนมักมองภาพว่าสมุนไพรเป็นยาของผู้ใหญ่ เราจึงได้มีการนำนวัตกรรมเข้ามาใช้เพื่อผลิตยาสมุนไพรสำหรับเด็กเพิ่มขึ้นมาด้วย ให้มีรสชาติรับประทานได้ง่ายขึ้นในรูปแบบขนมแพ็กเกจจิ้งสีสันสดใส เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเด็กได้มากขึ้น จากนั้นเราก็เริ่มต่อยอดไปยังกลุ่มใหม่ที่ไม่เคยมีใครนึกถึงมาก่อน เช่น ยาสมุนไพรสำหรับนักกีฬา

“โดยจากในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่เข้ามา ฟ้าทะลายโจรกลายเป็นสมุนไพรยอดนิยมที่ขายดีมาก และยังช่วยกระตุ้นให้สมุนไพรอื่นๆ ขายดีขึ้นด้วย หน้าที่ของเรานอกจากพยายามผลิตสินค้าที่มีคุณภาพให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคแล้ว สิ่งที่เราได้เรียนรู้เพิ่มเติมนอกจากการเจาะตลาดไปยังกลุ่มลูกค้าต่างๆ ก็คือ เราควรทำให้สมุนไพรจากที่ใช้เพื่อเป็นยารักษามาเป็นการใช้เพื่อการดูแลสุขภาพตัวเองให้มากขึ้นด้วย รวมถึงส่งเสริมให้เป็นอีกหนึ่งของดีของไทยไม่ต่างจากการนวดแผนไทย หรือสปา ทำให้เกิดมุมมองนำไปต่อยอดธุรกิจในอนาคต โดยทั้งหมดจะเกิดขึ้นได้จากการศึกษาอย่างชัดเจนจริงจัง การใช้นวัตกรรมเข้ามาช่วย และการตลาดที่ดี”

แง่คิด : “การนำนวัตกรรมมาใช้ อย่างแรก คือ ควรเข้าใจในธรรมชาติของธุรกิจตัวเองให้ท่องแท้ก่อน นำสิ่งใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ DNA ของคนรุ่นเก่ายังคงอยู่เป็นแกนกลางคุณค่าทางใจ”



บริษัท อีทราน (ไทยแลนด์) จำกัด เจ้าของผู้ผลิตรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้ารายแรกของไทย
กลยุทธ์ : นวัตกรรมจะเป็นผลสำเร็จได้ ต้องทำให้เกิดอิมแพค

“การจะสร้างนวัตกรรมขึ้นมาตัวหนึ่งจะประสบผลสำเร็จได้ ต้องเลือกทำจากสิ่งที่ทำให้เกิดอิมแพคได้มากๆ ก่อน เหมือนเช่นที่เราตัดสินใจสร้างรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าขึ้นมาเป็นเจ้าแรกในไทย แทนที่จะสร้างรถสปอร์ตหรือซึ่งมีมูลค่าสูงกว่า เพราะเรามองถึงปริมาณจำนวนการใช้งานจริง เพื่อผลิตออกมาแล้วสามารถเข้ามาช่วยแก้ปัญหาได้ทันที โดยตั้งแต่เริ่มการระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่เข้ามาเปลี่ยนชีวิตผู้คน หนึ่งในธุรกิจที่มีการเติบโตขึ้นมาก ก็คือ Food Delivery ทำให้มีไรเดอร์ขับรถรับ-ส่งของเกิดขึ้นมากมาย เราจึงมองที่กลุ่มนี้ก่อน ซึ่งหากเราผู้ผลิตรถมอเตอร์ไซค์ไฟฟ้าขึ้นมาจะสามารถสร้างอิมแพค ช่วยลดการสร้างคาร์บอนฟุตพริ้นท์ให้กับโลกได้มากกว่า และยังช่วยประหยัดพลังงาน ลดค่าใช้จ่ายให้กับผู้ใช้งานจริงได้ด้วย

“โดยการจะตัดสินใจสร้างนวัตกรรมอะไรขึ้นมาก็ตาม เราต้องตอบทั้ง 3 องค์ประกอบนี้ให้ได้ก่อน ได้แก่ 1.เป้าหมายธุรกิจ คือ เรามีความตั้งใจสร้างนวัตกรรมเพื่อช่วยลดปัญหามลภาวะให้กับโลกอยู่แล้ว 2.ตอบสนองนโยบายรัฐบาล ซึ่งปัจจุบันรัฐบาลเองก็อยากส่งเสริมธุรกิจที่นำนวัตกรรมมาใช้ขับเคลื่อนมากขึ้นอยู่แล้ว และ 3. ตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคได้ โดยรถที่เราทำออกมาไม่เพียงลดมลภาวะให้สิ่งแวดล้อม แต่ยังช่วยให้ผู้ขับขี่เองมีรถคุณภาพดีใช้ และช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานให้เขาได้ด้วย เมื่อทั้ง 3 ส่วนมีความต้องการและดำเนินไปในเส้นทางเดียวกัน โอกาสที่สินค้าจะได้รับการยอมรับและไปต่อได้ก็มีมากกว่า”

แนวคิด : “เมื่อ 10 - 20 ปีก่อน เราพูดถึงเทคโนโลยีกันมากกว่าจะมาช่วยเปลี่ยนแปลงธุรกิจให้ดีขึ้นได้ยุคต่อมา ก็คือ การเอาลูกค้านามาเป็นศูนย์กลาง แต่ผมมองว่าวันนี้ถึงยุคแล้วที่เราควรเปลี่ยนเป็นคำว่า “เอาโลกมาเป็นศูนย์กลาง” ได้แล้ว จากแต่ก่อนเราอาจเคยแก้ปัญหาให้คนสิบคน ได้เงินมาที่ระดับหนึ่ง แต่ถ้าเราสามารถแก้ปัญหาให้โลกได้ โอกาสมันเยอะมากกว่า ใหญ่กว่า และเราอาจได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ ที่ยังไม่มีการแข่งขันมากก็ได้”



บริษัท ฮิวแมนิก้า จำกัด (มหาชน)

กลยุทธ์ : แม้จะเริ่มจากธุรกิจสิ่งเล็กๆ แต่อย่าหยุดที่จะมองภาพใหญ่ด้วย

“เดิมเราก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาจาก Business Model แบบพื้นฐานเลย คือ รับจ้างบริหารทรัพยากรบุคคล คิดเงินเดือน เบี้ยเลี้ยง หักวันมาสาย วันลาของพนักงาน ทำภาษีให้กับองค์กรต่างๆ โดยเน้นไปที่องค์กรขนาดใหญ่ ซึ่งการจะรับทำสเกลที่ใหญ่ได้ ก็ต้องใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย ช่วงแรกเราก็ใช้ของต่างประเทศ จนทำมาได้ 3 ปี เราก็พัฒนาซอฟต์แวร์ของตัวเองขึ้นมา จากซอฟต์แวร์การคิดภาษี, จ่ายเงินเดือน ฯลฯ ก็ค่อยๆ ขยับมาทำซอฟต์แวร์การพัฒนาบุคคลมากขึ้น เช่น การคัดเลือกบุคลากร การวัดผลงาน วัดศักยภาพ จนถึงการทำฝึกอบรม จากเล็กๆ จนตอนนี้จัดทะเบียนเข้าตลาดหลักทรัพย์แล้ว

“โดยเรามีพันธกิจ คือ ช่วยพนักงานของลูกค้าเราให้ทำงานได้ดีขึ้น และมีชีวิตส่วนตัวที่มีความสุขมากขึ้น ซึ่งเรามีแพลตฟอร์มช่วยฝึกฝนต่างๆ จากโควิด-19 ที่เกิดขึ้น ทำให้เรามองเห็นเทรนด์ความเปลี่ยนแปลงของคนทำงานมากขึ้น องค์กรต้องมีความยืดหยุ่นมากขึ้นในรูปแบบการทำงานที่มีทางเลือกมากขึ้น การทำงานไม่ได้หมายถึงที่ออฟฟิศอย่างเดียวเสมอไป นอกจากนี้ควรมีการดูแลพนักงานแบบเฉพาะเจาะจงลงเป็นบุคคลอีก เพราะคนแต่ละเจนเนอเรชันมีความต้องการไม่เหมือนกัน ซึ่งผมมองว่าการที่จะทำให้องค์กรต่างๆ ปรับตัวโปรดได้เวลาเกิดวิกฤต สิ่งสำคัญไม่ใช่แค่การนำเทคโนโลยีมาใช้ แต่คือ Business Model Innovation การคิดหรือการแก้ไขปัญหาอย่างมีนวัตกรรม ซึ่งสามารถทำได้เร็ว และมีประสิทธิภาพที่สุด ซึ่งจะทำให้เราแตกต่าง ทำให้ได้เปรียบกว่าการแข่งขันใน

เรื่องต้นทุน ราคา และสามารถสร้างประสบการณ์และมูลค่าได้ยิ่งยไปกว่า เหมือนเช่นที่บริษัท ฮิวแมนิก้าฯ เราพยายามนำมาใช้ขับเคลื่อนองค์กรจนปัจจุบันมีผู้ใช้บริการด้าน HR Solutions มากกว่า 3,000 องค์กร ซึ่งเราเองก็เริ่มมาจากเล็กๆ จากที่ไม่มีเทคโนโลยีของตัวเองด้วยซ้ำ แต่เราก็ไม่หยุดพัฒนา โดยมองภาพใหญ่ว่าสักวันเราต้องให้บริการซอฟต์แวร์ที่มีราคาย่อมเยา แต่คุณภาพเทียบเคียงไม่แพ้บริษัทระดับโลกให้ลูกค้าได้เลือกใช้งานได้ ดังนั้นอยากฝากทุกคนว่าแม้จะเริ่มทำจากเล็กๆ แต่อย่าหยุดฝันที่จะมีภาพใหญ่ สร้างแผนของตัวเองขึ้นมา และทบทวนตัวเองตลอดเวลา นี่คือ หัวใจของการมี Business Model Innovation ที่ดี”

แง่คิด : เทคโนโลยีไม่ใช่สิ่งที่สำคัญที่สุดในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ธุรกิจ แต่ความคิดเชิงนวัตกรรม การบริหารจัดการที่ดีในการสร้างโมเดลธุรกิจต่างหาก คือ สิ่งสำคัญ
