

Discovery

พช. อุตรดิตถ์ OK นะเธอ



“

กรุงเทพฯธุรกิจ
มองมุมใหม่

• สศ.ดร. พสุ เดชะรินทร์
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
pasu@cbs.chula.ac.th

กลยุทธ์เก่าในขวดใหม่ ระบบสมาชิก



ในบรรดา Business model ใหม่ ๆ ที่กำลังได้รับความนิยมกันนั้น **Subscription model** หรือ **ระบบสมาชิก** เป็นหนึ่งใน Business model ที่เป็นที่ยอมรับและเริ่มนำไปปรับใช้กันมากขึ้น จนกระทั่ง

เริ่มเกิดแนวคิดของคำว่า **Subscription economy** ขึ้น เมื่อคิดถึงคำว่า ระบบสมาชิกนั้น จะพบว่าจริงๆ แล้วไม่ใช่เรื่องใหม่แต่ประการใด ตั้งแต่พอจำความได้ก็จะพบกับแนวคิดของระบบสมาชิกอย่างแพร่หลายอยู่แล้ว ไม่ว่าจะสมาชิกของหนังสือพิมพ์ที่ส่งมาให้ที่บ้านทุกเช้า หรือ สมาชิกของร้านขายเย็บช่อดังในอดีต หรือสมาชิกของสโมสรกีฬาใกล้บ้านจำได้ว่าในช่วงวัยรุ่นนั้นบัตรสมาชิกของร้านค้าหรือองค์กรต่างๆ มีอยู่เต็มกระเป๋าก็ทีเดียว

อย่างไรก็ดี **Subscription model** ในปัจจุบันต่างจากระบบสมาชิกที่เราคุ้นเคยกันในอดีต จาก **พัฒนาการของเทคโนโลยีและการเข้าถึงข้อมูลต่างๆ** ทำให้การเป็นสมาชิกไม่จำเป็นต้องมีบัตรไว้แสดงตัวตนอีกต่อไป ทุกอย่างจะปรากฏเป็นแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ ขณะเดียวกัน ธุรกิจที่บอกรับสมาชิกนั้น จะรู้ถึง **ข้อมูลการใช้งานพฤติกรรม** รวมทั้งข้อมูลต่างๆ อีกมากมายเกี่ยวกับสมาชิก ทำให้สามารถ **นำเสนอสินค้าหรือบริการที่ตรงตามความต้องการ** ของสมาชิกมากขึ้น

ตัวอย่างของธุรกิจที่ใช้ Subscription model ได้อย่างดีและทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างมากก็เห็นไม่พ้น Netflix (ภาพยนตร์) หรือ Spotify (เพลง) ในอดีตผู้บริโภคจะมีความสุขใจในการเก็บสะสมวีดีโอเทป หรือ ดีวีดี หรือ คาสเซ็ทเทป หรือ ซีดีเพลง และจะต้องมีการจัดเรียงไว้อย่างสวยงาม แต่เพียงแค่นี้ก็เพียงพอแล้วที่พฤติกรรมของคนเปลี่ยนไป (ประกอบกับพัฒนาการของเทคโนโลยี) ทำให้ความต้องการที่จะเป็นเจ้าของสินทรัพย์ลดน้อยลง ประกอบกับมีบริษัทที่ทำให้สามารถเข้าถึงภาพยนตร์

หรือเพลงที่ต้องการได้ ผ่านทางโทรศัพท์เครื่องเล็กๆ ธุรกิจหลายๆ แห่งกำลังเริ่มพิจารณาที่จะเปลี่ยนแปลงตนเอง จากความเป็นบริษัทที่หารายได้จากการขายสินค้าและบริการ มาเป็นบริษัทที่มีรายได้จากการเพิ่มจำนวนสมาชิกแทน **จุดเด่นที่สำคัญของระบบสมาชิกคือองค์กรจะได้ข้อมูลที่เรียกว่าเป็น insights** เกี่ยวกับพฤติกรรมและการใช้งานในด้านต่างๆ ของสมาชิก (เหมือนกับที่ Netflix และ Spotify ทราบว่าสมาชิกชอบดูภาพยนตร์เรื่องอะไร หรือ ฟังเพลงแนวไหน) ข้อดีที่สำคัญคือด้วยรูปแบบการแข่งขันแบบเดิมๆ คู่แข่งย่อมสามารถที่จะลอกเลียนแบบสินค้าหรือบริการได้ไม่ยาก แต่ถ้าด้วย **Subscription model** คู่แข่งจะไม่สามารถแย่งข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและการใช้งานของสมาชิกของท่านได้

การมีข้อมูลต่างๆ ของสมาชิกนั้น ก็ทำให้ธุรกิจสามารถที่จะตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้ายุคใหม่ได้ดีกว่า เนื่องจากลูกค้ายุคใหม่ไม่ต้องการหรือจำเป็นที่จะเป็นเจ้าของสินค้าหรือบริการ ขณะเดียวกันก็ต้องการสิ่งจำเป็นเฉพาะตัวมากกว่าสิ่งที่เป็นการมาตรฐานเหมือนๆ กันหมด และต้องการสิ่งที่มีการพัฒนาตลอดเวลาดีกว่าสิ่งที่เหมือนๆ เดิม ซึ่งทั้งหมดนี้จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อธุรกิจมีข้อมูลและ **Insights** เกี่ยวกับลูกค้า

บางท่านอาจจะเห็นว่า Subscription model นั้นเหมาะกับเฉพาะสินค้าและบริการบางประเภทเท่านั้น เลยขอแนะนำให้ลองเข้าไปดูที่ Fender Play ซึ่ง Fender เป็นบริษัทที่ขายกีตาร์ไฟฟ้า และภายหลังได้เปิดตัวระบบสมาชิกภายใต้ชื่อ Fender Play ที่เป็นระบบเรียนรู้ที่สอนให้คนเล่นกีตาร์ เมื่อคนเล่นเป็นและต้องการซื้อกีตาร์แล้ว ร้านแรกที่ต่อนักถึงย่อมจะต้องเป็น Fender หรือ Husqvarna ซึ่งเป็นผู้ผลิตและขายอุปกรณ์และเครื่องมือง่ายๆ ในการดูแลบ้านและสวน ได้เปิดบริการ Husqvarna Battery Box ซึ่งเป็นระบบที่ให้สมาชิกเข้ามายืมใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ ได้ด้วยตนเอง และเมื่อใช้เสร็จก็เพียงแต่นำกลับมาไว้ที่เดิมเท่านั้น แม้กระทั่งรถหรืออย่าง ปอร์เช่ ก็มีระบบที่เรียกว่า Porsche Passport ที่เมื่อสมัครเป็นสมาชิกแล้วสามารถที่จะเลือกรถปอร์เช่ ที่ต้องการขับในแต่ละวันได้

จริงๆ ยังมีตัวอย่างอีกมากมายของธุรกิจแบบดั้งเดิมที่เริ่มหามาสนใจ Subscription model มากขึ้น **ท่านผู้อ่านลองพิจารณาดูนะครับว่าจะนำระบบสมาชิกที่คุ้นเคยมาใช้กับธุรกิจได้อย่างไร**

”

