



เอกสารวิชาการ

Academic Focus

เรียนรู้ความสำเร็จระดับโลกจากอีคอมเมิร์ซจีน

“Alibaba” : แนวคิดสู่ความมั่งคั่งของ SMEs

สำนักวิชาการ
สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร
ISBN 2287-0520

ดาวน์โหลดเอกสารได้จาก <http://www.parliament.go.th/library>



Academic Focus
มีนาคม 2559

เรียนรู้ความสำเร็จระดับโลกจากอีคอมเมิร์ซจีน “Alibaba”: แนวคิดสู่ความมั่งคั่ง SMEs

สารบัญ

บทนำ

| | | |
|---|----|---|
| บทนำ | 1 | ท่ามกลางยุคแห่งเทคโนโลยีปัจจุบันน้อยคนนักที่จะไม่รู้จัก แจ็ค หม่า ผู้ก่อตั้ง Alibaba กลุ่มธุรกิจอีคอมเมิร์ซ อันทรงพลัง |
| จุดเริ่มต้นของ “Alibaba” | 2 | ของจีน ปัจจุบันเขาได้กลายเป็นมหาเศรษฐีอันดับหนึ่งของจีน |
| ความสำเร็จในวันนี้ของแจ็ค หม่า กับธุรกิจ Alibaba | 3 | ไปเป็นที่เรียบร้อยแล้วด้วยทรัพย์สินมูลค่า 21.8 พันล้านเหรียญ อีกทั้งยัง ถูกยกให้เป็นบุคคลที่ทรงอิทธิพลอันดับ 22 ของโลกจากการประเมิน |
| ปัจจัยสู่ความสำเร็จของมหาเศรษฐี จีน “แจ็ค หม่า” | 4 | ของ Forbes (2015) บุคคลยอดเยี่ยมแห่งปี 2013 จาก Financial Times รวมถึงนักธุรกิจแห่ง ค.ศ. 2007 จาก BusinessWeek (Jim Erickson, 2013) โดยหลังจากที่ “อาลีบาบา กรุ๊ป” บริษัทอีคอมเมิร์ซที่ใหญ่ |
| ความสำเร็จของหม่ากับแนวทางการปฏิรูปเศรษฐกิจไทยใน ผู้ประกอบการขนาดกลางและ ขนาดย่อม | 8 | ที่สุดในจีนเข้าจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์กเมื่อเดือน กันยายน 2557 ที่ผ่านมา และทำสถิติการขายหุ้นให้กับนักลงทุน เป็นครั้งแรก (ไอพีโอ) โดยมีมูลค่าสูงที่สุดในตลาดหุ้นนิวยอร์ก |
| บทสรุปและข้อเสนอแนะ จากผู้ศึกษา | 10 | ด้วยมูลค่ามากกว่า 25,000 ล้านดอลลาร์ หรือประมาณ 800,000 ล้านบาท (ไทยรัฐ, 2559) นับว่าสูงที่สุดในวงการไอทีและสูงกว่า ยอดมูลค่าตลาดรวมกันของ Google, Facebook และ Twitter |
| เอกสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ | | ด้วยซ้ำไป หม่าได้ขึ้นเป็นเศรษฐีลำดับที่ 18 ของโลกจากการจัดอันดับ โดยนิตยสาร Forbes ขณะที่อาลีบาบากลายเป็นธุรกิจยักษ์ระดับโลก |
| สำนักวิชาการ | | และการผงาดเข้าตลาดสหรัฐฯ ด้วยการระดมทุนในตลาดหุ้นนิวยอร์ก |
| สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร | | ครั้งนี้เองนับว่าเป็นการประกาศความสำเร็จอันยิ่งใหญ่ของเว็บไซต์ |
| http://www.parliament.go.th/library | | อีคอมเมิร์ซจีนอย่างอาลีบาบา(www.alibaba.com) ในการลดทอน |
| | | อำนาจผูกขาดบนเวทีค้าขายสินค้าออนไลน์ระดับโลกที่มีอีคอมเมิร์ซ |
| | | สัญชาติอเมริกันอย่าง อเมซอน (Amazon) และ อีเบย์ (eBay) ที่เป็นผู้ |
| | | กุมบทบาทสำคัญตลอดช่วงที่ผ่านมา |

ขณะที่รายได้ของ Alibaba โตขึ้นกว่าเท่าตัวในรอบสองปีที่ผ่านมาเป็น 1.23 หมื่นล้านเหรียญ และกำไรสุทธิโตถึงเกือบสามเท่าเป็น 3.9 พันล้าน (Forbe Thailand, 2559) ซึ่งนับว่าเป็นการเติบโตอย่างก้าวกระโดดและเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก บทความนี้จะนำเสนอเรื่องราวความสำเร็จของแจ็ค หม่า ในการบริหารธุรกิจที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของเขา ซึ่งผู้ประกอบการโดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจเอสเอ็มอี สามารถนำไปปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจของตน เพื่อเป็นหนทางไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป



แจ็ค หม่า กับบรรยากาศแห่งชัยชนะในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก

ที่มา: http://dealbook.nytimes.com/2014/09/19/live-blog-tracking-the-giant-alibaba-i-p-o/?_r=0

จุดเริ่มต้นของ“Alibaba”

จากครูสอนภาษาอังกฤษในห้างโจวที่มีรายได้เพียงเดือนละไม่กี่ร้อยบาท กระทั่งมาเริ่มธุรกิจรับจ้างแปล และเป็นล่าม จนทำให้เขาได้มีโอกาสเดินทางไปสหรัฐอเมริกาในฐานะล่ามให้กับบริษัทของจีนที่ไปเจรจาธุรกิจ และนั่นเป็นครั้งแรกที่หม่าได้สัมผัสคอมพิวเตอร์และรู้จักอินเทอร์เน็ตเป็นครั้งแรก โดยหม่าได้ลองใช้อินเทอร์เน็ตค้นหาคำว่า “เบียร์” (Beer) แล้วพบว่าไม่มีผลการค้นหาใด ๆ ที่มาจากจีนเลย ดังนั้น พอได้กลับบ้าน เขาจึงเริ่มก่อตั้งเว็บไซต์ร่วมกับเพื่อน ๆ โดยสร้างธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่ห้องพักเล็ก ๆ ของตัวเอง (เดลินิวส์, 2557) โดยใน ค.ศ. 1995 เขาได้ก่อตั้งบริษัทไชน่าเวิลด์เพจเจส ซึ่งเชื่อว่าน่าจะเป็นบริษัทอินเทอร์เน็ตรายแรกในประเทศจีน หลังจากนั้น ค.ศ. 1999 เขาได้ก่อตั้งบริษัท Alibaba ด้วยวิสัยทัศน์ด้านอีคอมเมิร์ซต่อมาได้ขยายเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องออกไปเรื่อย ๆ โดยหนึ่งในนั้นที่คนไทยรู้จักกันดีคือ Taobao.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ลักษณะที่ให้คนทั่วไปมาลงขายสินค้าได้ นอกจากนี้ยังมีบริษัทย่อยเด่น ๆ อีกเช่น Tmall, Aliexpress, Alipay, Juhuasuan, 1688.com, eTao, Alibaba Cloud Computing และใน ค.ศ. 2012 ได้มีธุรกรรมซื้อขายผ่าน Alibaba รวมทั้งสิ้น 1 ล้านล้านหยวน (ประมาณ 5 ล้านล้านบาท) โดยแจ็ค หม่า ได้นำบริษัท Alibaba เข้าไปจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์นิวยอร์ก และทำสถิติ ไอพีโอ (Initial Public Offering) ที่ระดมเงินได้สูงสุดในประวัติการณ์ของตลาดหุ้นสหรัฐโดยในวันแรก

ที่ซื้อขายมูลค่าบริษัท Alibaba พุ่งสูงถึงกว่า 200 พันล้านเหรียญ (6 ล้านล้านบาท) แซงหน้ายักษ์ใหญ่อย่าง Amazon และ eBay ส่งผลให้เขากลายเป็นเศรษฐีอันดับหนึ่งคนใหม่ของประเทศจีนในทันที อย่างไรก็ตาม สาเหตุที่ทำให้เขาประสบความสำเร็จจากกล่าวได้ว่าเป็นเพราะตลาดผู้บริโภคจีนค่อนข้างมีเอกลักษณ์เฉพาะ จึงทำให้หลายบริษัทจากต่างประเทศที่เข้ามาทำธุรกิจต้องปรับตัวกันเป็นอย่างมาก บางรายถอนตัวกลับบ้านเลยก็มี ดังนั้นโอกาสจึงตกเป็นของ แจ็ค หม่า เข้ากับทำนองที่ว่า “คนจีนเข้าใจคนจีน” โดยบริษัท Alibaba Group มี 3 เว็บไซต์ คือ alibaba.com ที่มีลักษณะธุรกิจแบบขายส่งระหว่างบริษัท (B2B) taobao.com ที่มีลักษณะธุรกิจแบบขายปลีกระหว่างลูกค้าและ tmall.com ที่มีลักษณะธุรกิจที่ให้แบรนด์สินค้าต่าง ๆ มาเปิดร้านบนเว็บไซต์ (mthai.com, 2558)

อย่างไรก็ดี การตัดสินใจเปิดเว็บอีคอมเมิร์ซ alibaba.com ของหม่า นั้น ก็เพื่อให้ผู้คนได้นำสินค้ามาขายแบบไม่ต้องมีหน้าร้าน เป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการรายย่อยในการทำการตลาดโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายมากมาย ด้วยความเชื่อที่ว่าธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจประเทศ ดังนั้นเขาจึงอยากช่วยผู้ประกอบการให้สามารถขายสินค้าไปทั่วโลกเพื่อเดินตามความฝันของเขา นั่นก็คือการเปิดบริษัทอีคอมเมิร์ซเพื่อสร้างงานให้กับคนนับล้าน ๆ คน และเพื่อพัฒนาสภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจและสังคมของจีนให้ดีขึ้น และหากเป็นไปได้ก็อยากทำให้เว็บไซต์นี้เป็นตลาดออนไลน์ที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยที่หลายคนอาจจะสงสัยว่า ทำไมต้อง “อาลีบาบา” โดยหม่าได้ให้เหตุผลในการเลือกชื่อนี้ว่า เมื่อคราวที่เขานั่งจิบกาแฟที่ร้านกาแฟแห่งหนึ่งในซานฟรานซิสโก เขาถามพนักงานเสิร์ฟว่ารู้จักอาลีบาบาไหม คำตอบคือรู้จัก นอกจากนั้นเขายังเดินไปตามถนนและลองสุ่มถามผู้คนกว่า 30 คน ซึ่งมาจากหลากหลายที่ของโลก ต่างก็เคยได้ยินชื่อของตัวละครดังในนิทานอาหรับเรื่อง “อาลีบาบากับ 40 จอมโจร” ซึ่งอีคอมเมิร์ซสำหรับหม่า นั้นเป็นเรื่องสากล ดังนั้น จึงอยากได้ชื่อที่เป็นที่รู้จักระดับโลก ซึ่งนอกจากเป็นชื่อที่ต้องออกเสียงง่ายสำหรับทุกชนชาติแล้ว อาลีบาบายังทำให้นึกถึง “open sesame” คำคาถาที่เปิดไปสู่ขุมทรัพย์ในถ้ำ ซึ่งเว็บอาลีบาบา ก็เปรียบดังประตูการตลาดที่นำผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไปพบกับความมั่งคั่ง (SME Thailand Club, 2557)

ความสำเร็จในวันนี้ของแจ็ค หม่า กับธุรกิจ Alibaba

ปัจจุบัน อาลีบาบา กรุ๊ป มีสำนักงานใน 70 ประเทศทั่วโลก พนักงานกว่า 20,000 คน มีบริษัทในเครือ 9 แห่ง ครอบคลุมทุกบริการที่เกี่ยวข้องกับการค้าผ่านอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ในเครืออาลีบาบาให้บริการสมาชิกกว่า 240 ประเทศทั่วโลก ยอดขายผ่านเว็บไซต์มูลค่า 240,000 ล้านเหรียญต่อปี หรือมากกว่าอเมซอน (Amazon) และอีเบย์ (eBay) 2 และ 3 เท่าตามลำดับ ซึ่งเฉพาะในจีน เว็บไซต์สังกัดอาลีบาบามีผู้ใช้มากกว่า 200 ล้านคน ครอบตลาดอีคอมเมิร์ซจีนร้อยละ 80 โดยนักวิเคราะห์ห่มองว่าตลาดออนไลน์จีนยังคงโตได้อีก เนื่องจากมีชาวจีนอีกหลายร้อยล้านคนยังไม่เคยซื้อของผ่านอินเทอร์เน็ต อีกทั้งมีการประเมินอีก 5 ปีนับจากนี้ว่า ตลาดอีคอมเมิร์ซของจีนจะมีขนาดใหญ่กว่าตลาดอีคอมเมิร์ซของสหรัฐฯ อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และญี่ปุ่นรวมกัน จึงไม่แปลกที่หม่าจะกลายเป็นนักธุรกิจดาวรุ่ง ได้รับตำแหน่งมากมาย และเป็นชาวจีนคนแรกที่ได้ขึ้นปกนิตยสาร Forbes (SME Thailand Club, 2557)

อย่างไรก็ดี “แจ็ก หม่า” กลับมองว่าตัวเองและอาลีบาบา กรุ๊ป นั้นไม่ได้เป็นบริษัทอีคอมเมิร์ซ ขณะที่สิ่งที่ อเมซอน (Amazon) ทำต่างหากที่เรียกว่าบริษัทอีคอมเมิร์ซ เนื่องจากอาลีบาบา กรุ๊ป ไม่มีโกดัง ไม่มีคนบรรจุหีบห่อ ไม่มีรถขนส่งใด ๆ เหมือนอเมซอน (Amazon) เป็นเพียงแค่แพลตฟอร์มที่ให้ผู้ขายและผู้ซื้อมาเจอกัน ดังนั้นในมุมมองของหม่าแล้วสิ่งที่อเมซอน (Amazon) กำลังทำถือเป็นการทำธุรกิจยุคเก่า ที่มีแต่ต้องทุ่มทุนจ้างคน เพิ่มคลังสินค้า ขณะที่สิ่งที่อาลีบาบาทำคือ การสร้างแพลตฟอร์ม ให้ผู้ซื้อและผู้ขายมาเจอกัน สร้างเว็บ-แอปฯ ให้คนมาซื้อขายของ พุดคุย จ่ายเงินออนไลน์ ฯลฯ โดย 3 แพลตฟอร์มหลักประกอบด้วย 1) Taobao (ธุรกิจแบบขายปลีกระหว่างลูกค้า) 2) Tmall (ธุรกิจระหว่างผู้ค้าโดยตรงถึงลูกค้า) และ 3) Alibaba.com (การทำธุรกิจระหว่างบริษัท)

จากข้างต้น อาจกล่าวได้ว่าสิ่งที่ “อาลีบาบา” เชี่ยวชาญที่สุดคือ การสร้างเทคโนโลยีให้คนทำธุรกิจใช้งานนั่นเอง จนในที่สุดก็กลายเป็นการสร้างงานให้กับทุกคนในสังคม และเมื่อวันนี้โลกอินเทอร์เน็ตได้หันมาให้ความสำคัญกับหน้าจอเล็ก ๆ อย่าง “โทรศัพท์มือถือ” อาลีบาบาก็ไม่รีรอที่จะก้าวตามให้ทัน อีกทั้งสามารถตั้งรับได้เป็นอย่างดีด้วยการวางรากฐานเพื่อการเป็นผู้นำเทรนด์ในโลก การซื้อขายบนมือถือ (M-Commerce) ได้อย่างเต็มตัว ไม่ว่าจะเป็นการสร้างระบบปฏิบัติการด้วยเทคโนโลยีคลาวด์คอมพิวติ้ง (Cloud Computing) ของตัวเองในนาม “อาลีฮุน (Aliyun)” ที่ใช้กับมือถือ แท็บเล็ต และสมาร์ททีวีในขณะนี้ และล่าสุดก็ได้เปิดตัวค่ายมือถือด้วยเครือข่ายโทรคมนาคมเสมือนจริง (MVNO) ในนาม “อาลีชิน (Aliqin)” เป็นที่เรียบร้อยแล้ว (positioning, 2557)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของมหาเศรษฐีจีน “แจ็ก หม่า”

สำหรับกรณีความสำเร็จของหม่า นั้น แน่นนอนว่าย่อมมีความน่าสนใจและแตกต่างไปจากเศรษฐีวงการไอทียักษ์ใหญ่ของสหรัฐอเมริกาไม่ว่าจะเป็น มาร์ค ซัคเคอร์เบอร์ก แห่ง Facebook สตีฟจ๊อบส์ แห่ง Apple หรือบิล เกตส์ แห่ง Microsoft ขณะที่หม่า ในวัย 50 ปี กลับไม่มีความรู้พื้นฐานในเรื่องของคำฉนวนการเขียนโปรแกรมหรือความรู้ในเรื่องเทคโนโลยีเลย แตกต่างกับผู้ประสบความสำเร็จทั้งหลายในสหรัฐอเมริกาอย่างสิ้นเชิงโดยเฉพาะอาชีพเริ่มแรกของเขาซึ่งก็คือครูสอนภาษาอังกฤษ ซึ่งดูแล้วไม่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับธุรกิจของเขาเลย อาจกล่าวได้ว่านวัตกรรมที่เขาสร้างขึ้นในอาลีบาบานั้นจึงไม่ใช่ในด้านเทคนิค แต่เป็นด้านกลยุทธ์และไหวพริบชั้นเชิงมากกว่า โดยเขาจะเป็นคนที่มีความสามารถในการปลุกเร้ากระตุ้นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ร่วมงานและเจ้าหน้าที่บริษัทได้อย่างดีเยี่ยม บวกกับความมุ่งมั่น และวิสัยทัศน์กว้างไกล จึงไม่น่าแปลกใจที่ แจ็ก หม่า กลายเป็นตำนานแห่งความสำเร็จระดับโลกของจีน (เดลินิวส์, 2557) ดังนั้น เพื่อให้ผู้อ่านหรือผู้ประกอบการได้มีแนวคิดที่หลากหลาย มาปรับใช้ในการบริหารธุรกิจ ผู้เขียนจึงได้รวบรวมและสรุปปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของแจ็ก หม่า ที่น่าสนใจไว้ 12 ข้อด้วยกัน ประกอบด้วย

1. คิดล่วงหน้าและมีแนวคิดแก่นแกนของธุรกิจ

ความสำเร็จของอาลีบาบาในวันนี้ไม่ใช่เพราะว่าทำงานได้ยอดเยี่ยม แต่เริ่มมาจากการที่หม่า มีความฝันและคิดล่วงหน้าที่จะทำมาตั้งแต่ 15 ปี ที่แล้ว (Jack Linshi, 2014) ขณะเดียวกันก็มีแก่นแกนธุรกิจ

ที่เป็นแนวคิดสำคัญ ซึ่งก็คือการเชื่อมโยงผู้ซื้อให้ได้พบผู้ขายทางออนไลน์ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วเจ้าของกิจการมักจะมีค่านิยมหลัก มีความฝัน และมีความทะเยอทะยาน รวมถึงความกล้า แต่มักจะขาดแนวคิดที่เป็นแก่นแกนสำหรับทำธุรกิจ ซึ่งนับว่าเป็นกุญแจสำคัญในการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจเป็นอย่างมาก เพราะหากพลาดไปแล้วก็ยากที่จะย้อนกลับมาแก้ไขได้ (ธนธรณ ศิลอยู่ แปลจาก Porter Erisman, 2558)

2. หาเป้าหมายที่เหมาะสม

หมา เคยกล่าวไว้เมื่อ พ.ศ. 2542 กับพนักงานของเขาว่า เป้าหมายของอาลีบาบาคือการแข่งขันกับบริษัทในซิลิคอนวัลเลย์ อาลีบาบาจะต้องแข่งขันกับบริษัทในระดับโลกให้ได้ไม่ใช่แค่ในประเทศจีน พนักงานจำเป็นต้องพัฒนาตนเองด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ และเทียบเท่าพนักงานในบริษัทไอทีของซิลิคอนวัลเลย์ ส่วนคู่แข่งด้านอีคอมเมิร์ซอย่างอีเบย์ (eBay) นั้นเปรียบเป็นฉลาม ส่วนอาลีบาบาเปรียบเป็นจระเข้ ซึ่งสัตว์ทั้ง 2 ประเภทมีถิ่นฐานที่อาศัยแตกต่างกัน นั่นจึงสื่อได้ถึงความถนัดและตลาดที่แตกต่างกันของทั้ง 2 บริษัท ซึ่งจากแนวคิดนี้เองส่งผลให้อาลีบาบาประสบความสำเร็จในการขาย IPO อย่างท่วมท้น โดยมีมูลค่าบริษัทหรือ market capitalization ราว 2.19 แสนล้านเหรียญสหรัฐ (ข้อมูลจากบริษัท FactSet) ซึ่งมูลค่าตลาดนี้ถือว่าสูงกว่าบริษัทไอทีที่มีชื่อเสียงในสหรัฐฯ ทั้งเฟซบุ๊ก (Facebook) อีเบย์ (eBay) หรือแม้แต่แอมซอน (Amazon) (ผู้จัดการออนไลน์, 2557)

3. ดีที่สุดสำคัญเป็นอันดับแรก

โดยทั่วไปแล้วเจ้าของธุรกิจเวลามีแนวคิดที่จะทำธุรกิจผุดขึ้นมา ก็มักจะรู้สึกใจฝ่อ เมื่อรู้ว่ามีคนทำแล้ว แต่การทำเป็นคนแรกนั้นไม่ได้สำคัญเสมอไป การเป็นเจ้าของแรกในตลาดไม่สำคัญเท่ากับเป็นเจ้าของที่ดีที่สุด อย่างอีเบย์ (eBay) เป็นเจ้าแรกในตลาดจีน และผู้บริหารของอีเบย์ (eBay) ก็ได้สรุปว่าข้อได้เปรียบของการเป็นเจ้าของธุรกิจในตลาดรายแรกจะนำไปสู่ชัยชนะ แต่อาลีบาบาก็กลับสร้างผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่าและเหนือชั้นกว่าได้ยาวนาน (ธนธรณ ศิลอยู่ แปลจาก Porter Erisman, 2558)

4. ไม่ประเมินคู่แข่งสูงเกินไป

ในขณะที่หมาเริ่มทำธุรกิจในช่วงแรก ๆ นั้นอีเบย์ (eBay) ซึ่งเป็นผู้นำตลาด อีกทั้งยังเป็นที่รักของสื่อมวลชน บวกกับทรัพยากรที่มีมากกว่า และดูเหมือนว่าจะเป็นคู่แข่งที่ทรงพลังและข่มขวัญคู่ต่อสู้ผู้นั้น แต่ที่จริงแล้วบริษัทใหญ่ที่มักจะแสดงภาพพจน์ว่าแข็งแกร่งและอยู่เหนือใคร เนื้อแท้ข้างในแล้วมักจะอ่อนแอกว่าภาพที่เราเห็น ดังนั้น เราจึงไม่ควรประเมินตัวเองต่ำเกินไป ขณะเดียวกันก็ไม่ควรประเมินคู่แข่งสูงเกินไป ด้วยเช่นกัน (ธนธรณ ศิลอยู่ แปลจาก Porter Erisman, 2558)

5. ผู้นำที่ดีและมีวิสัยทัศน์ในการบริหารย่อมส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กร

ที่ผ่านมาหมา นับได้ว่าเป็นผู้นำองค์กรที่น่าเอาเยี่ยงอย่าง นอกจากจะเป็นคนที่มีวิสัยทัศน์ในการบริหารงาน มีความสามารถในการให้แรงบันดาลใจกับพนักงานแล้ว เขายังสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน ทำให้พนักงานรู้สึกเสมือนว่าพวกเขาเป็นครอบครัวเดียวกัน ส่งผลให้ทั้งผู้บริหารและพนักงานในบริษัทมีความภักดีต่อองค์กร ขยันขันแข็ง และมีการทำงานเป็นทีมที่ดี เหล่านี้ นับว่าเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้นำองค์กรหรือผู้ประกอบการจำเป็นต้องตระหนัก และให้ความสำคัญในการสร้างแบรนด์ไปพร้อม ๆ กับการสร้างวัฒนธรรม โดยไม่ทำให้ให้พวกเขามีความรู้สึกตึงเครียดจนเกินไป หมาได้ใช้เวลาหลายปีในการศึกษาวัฒนธรรมตะวันตก

ในเรื่องของการบริหารจัดการ แนวคิด หนทางสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจ ขณะเดียวกันเขาก็ไม่ทิ้งวัฒนธรรมบ้านเกิด หรือวัฒนธรรมจีนเลย โดยได้มีการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมจีนกับนิสัยการบริโภค เพื่อที่จะสร้างเทคโนโลยีให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งนับว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำบริษัทไปสู่แบรนด์จีนที่มีความเป็นสากลอย่างแท้จริง และในที่สุดเขาก็สามารถพิสูจน์ได้ว่าการบริหารงานอย่างมีสไตล์เป็นเอกลักษณ์ของเขาโดยเฉพาะในรูปแบบของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออกนั้น ส่งผลให้ธุรกิจของเขาประสบความสำเร็จอย่างก้าวกระโดด (Michael Zakkour, 2014)

6. การจะก้าวไปสู่ความสำเร็จไม่จำเป็นต้องใช้ความสัมพันธ์ แต่ต้องใส่ใจลูกค้าให้มาก

การก้าวมาสู่จุดนี้ได้ ไม่ได้เป็นเพราะหมามีพ่อที่ร่ำรวย หรือมีญาติพี่น้องที่มีอิทธิพล แต่เพราะมีแค่ลูกค้าที่ให้การสนับสนุนมาโดยตลอด (Jack Linshi, 2014) โดยบทบัญญัติของอาลีบาบากล่าวไว้เสมอว่า ลูกค้าคืออันดับแรก พนักงานอันดับสอง และผู้ลงทุนคืออันดับสามและสิ่งสำคัญกว่าคือการสร้างสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ ดีกว่าจะมาคอยหาแพะชั้นการลงทุนใหม่ล่าสุดที่นิยมกันในหมู่นักลงทุน หากทำได้ในสิ่งที่ใช้สำหรับลูกค้าและพนักงานได้แล้ว ผู้ลงทุนย่อมได้รางวัลในตอนท้ายแน่นอน (ธนธรณ ศิลอยู่ แปลจาก Porter Erisman, 2558) อีกหนึ่งตัวอย่างที่สะท้อนถึงความสำคัญของลูกค้าที่หมามีให้คือการที่หมำให้ทีมลูกค้าทั้งแปดคนเป็นตัวแทนอาลีบาบาเปิดการซื้อขายในตลาดหุ้นนิวยอร์กเมื่อกันยายน 2557 โดยทางอาลีบาบาได้กล่าวว่านี้เป็นการแสดงให้เห็นว่า “ลูกค้ามาก่อนเสมอ” (William Alden, 2014)



ทีมลูกค้าซึ่งเป็นตัวแทนเปิดการซื้อขายในนามอาลีบาบาที่ตลาดหุ้นนิวยอร์ก

ที่มา: <http://offbeatchina.com/who-rang-alibabas-ipo-opening-bell>

7. เรียนรู้และต่อยอดนวัตกรรมจากบ่าคนดั่ง

หมำมีความเข้าใจมาโดยตลอดว่า นวัตกรรมนั้นไม่จำเป็นจะต้องสอดคล้องกันกับการประดิษฐ์คิดค้นสิ่งใหม่ ๆ เสมอไป เช่นเดียวกับ สตีฟ จ๊อบส์ ซึ่งไม่เคยเป็นผู้ที่ประดิษฐ์คิดค้นเครื่องเล่นมิวสิคดิจิตอล และ บิล เกตส์ ผู้ซึ่งไม่ได้สร้างระบบการจัดการคอมพิวเตอร์เช่นกัน แต่หมำกลับสร้างสิ่งใหม่ขึ้นมาบนพื้นฐานของสิ่งที่มีอยู่ก่อนแล้ว ซึ่งนับว่าประสบความสำเร็จมากที่สุด ตัวอย่างเช่น อีเบย์ (eBay) ได้สร้างเว็บไซต์อีคอมเมิร์ซในรูปแบบของการค้าระหว่างผู้บริโภคด้วยกัน (Consumer to Consumer) ที่ใหญ่ที่สุดและประสบความสำเร็จมากที่สุด ในขณะที่เมื่อหมำได้สร้างเว็บ Taobao ขึ้น หมำก็ได้นำแนวคิดดังกล่าวมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม

กับที่ประเทศจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้และเข้าถึง วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ปรัชญาการใช้ชีวิต เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมาก ที่จะนำพาธุรกิจไปสู่ความสำเร็จในทางปฏิบัติ นั่นคือเหตุผลว่าทำไมมาถึงได้ สร้างระบบพุดคุยแบบเรียลไทม์ (Real Time) ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย เหล่านี้ก็เพื่อให้ทั้งสองฝ่ายได้สร้างความสัมพันธ์ และความไว้วางใจกัน รวมถึงการเจรจาต่อรองทางการค้าต่าง ๆ (Michael Zakkour, 2014)

8. รูปแบบธุรกิจที่ครบวงจร

อีกหนึ่งเหตุผลที่นักลงทุนนั้นสนใจซื้อหุ้นอาลีบาบาอย่างถล่มทลายก็เพราะรูปแบบธุรกิจที่ครบวงจรของอาลีบาบา ซึ่งสามารถครองความนิยมในจีนได้เหนียวแน่นหลายตลาด ต่างจากบริษัทในสหรัฐฯ ที่มักครองแชมป์รูปแบบธุรกิจเฉพาะทางกระจายกันไป โดย อาลีบาบา เป็นเจ้าของเว็บไซต์อย่าง Tmall และ Taobao ที่มีแนวคิดให้บริการคล้าย Amazon.com และ eBay ตามลำดับ นอกจากนี้ อาลีบาบา ยังมีรายรับจากการรับส่งเงินในบริการ Alipay ซึ่งถอดแบบการทำงานมาจาก PayPal ทั้ง 3 ธุรกิจนี้เองที่สร้างรายได้ให้อาลีบาบาแบบครบวงจร (ผู้จัดการออนไลน์, 2557)

9. การบริหารแบรนด์ ต้องมีชื่อที่คนทั้งโลกจดจำได้

การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น จะมองข้ามเรื่องของการสร้างแบรนด์ไปไม่ได้ เนื่องจากว่า ยิ่งคนจดจำแบรนด์เราได้ขึ้นใจเท่าไรธุรกิจของเราก็ยิ่งได้เปรียบมากขึ้นเท่านั้น เชื่อกันว่าหากกิจการใดครอบครองตราสินค้าที่มีชื่อเสียงติดตลาดเป็นที่รู้จักกึกก้องของผู้บริโภคแล้ว โอกาสที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จก็มีมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างลักษณะเด่นให้กับแบรนด์เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำเพื่อช่วยลดระยะเวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อจากตัวเลือกที่มีอยู่ในตลาดอย่างมากมาย ทั้งนี้หากได้มองเห็นถึงความสำคัญของการสร้างแบรนด์ โดยครั้งหนึ่งหมาได้กล่าวไว้ในรายการ “ชีวิตมั่งคั่ง” สถานีโทรทัศน์เคเบิลไฮไฟ พ.ศ. 2546 ว่า “การที่เลือกซื้ออาลีบาบา เพราะตอนนั้นตั้งใจจะก่อตั้งบริษัทให้อยู่ได้ 80 ปี หวังจะเป็นเว็บไซต์หนึ่งในสิบของโลกและหวังว่าพ่อค้าทั่วโลกจะใช้บริการเรา และเมื่อคิดเช่นนั้น คุณต้องมีแบรนด์ที่ดี และชื่อที่ดีให้คนทั้งโลกจดจำได้ เราไม่ได้คิดจะทำเว็บไซต์แค่ในประเทศจีน แต่คิดจะทำเว็บไซต์ระดับโลก ซึ่งตอนนั้นใช้เวลาคิดอยู่หลายวัน สุดท้ายรู้สึกว่าการซื้ออาลีบาบา น่าจะดีประการแรกคือทุกคนจำได้ง่าย และทั่วโลกออกเสียงเหมือนกันหมด” (ชาญ ชนประกอบ แปลจาก จ้าวเหว่ย, 2558)

10. ของฟรีก็เป็นรูปแบบธุรกิจอย่างหนึ่ง

ตอนที่เถาเป่า (Taobao) ประกาศตัวให้บริการฟรี อีเบย์ (eBay) ได้ตอบโต้อย่างทันควันด้วยการให้เหตุผลต่อสาธารณะว่า ของฟรีไม่ใช่รูปแบบธุรกิจ แต่ในความเป็นจริง บางครั้งมันก็เป็นสิ่งสำคัญลำดับแรกที่ต้องให้บริการฟรีเสียก่อนโดยเฉพาะในโลกอินเทอร์เน็ต ซึ่งวิธีนี้จะเอื้อให้ธุรกิจสร้างลูกค้าได้จำนวนมากขณะที่ ทีมบริการของบริษัทที่เป็นสปอนเซอร์ก็ได้เรียนรู้จากลูกค้าและปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเมื่อเอ่ยถึงบริษัทอินเทอร์เน็ตที่มีชื่อเสียงปัจจุบัน อย่าง Google หรือ Facebook ก็ให้เห็นได้ว่า การค้นหาข้อมูลฟรี โดยที่ 2 บริษัทนี้ก็ยังคงยืนยันที่จะให้บริการฟรี (ธนธรณ ศิลอยู่ แปลจาก Porter Erisman, 2558)

11. ทีมเวิร์คที่แข็งแกร่งเป็นเรื่องสำคัญมากกว่าประวัติที่เลิศหรู

ใน ค.ศ. 2000 ช่วงการเตรียมงานเพื่อเปิดไอทีโอให้ได้นั้น อาลีบาบาตอคอม ได้รวบรวมผู้บริหารที่มีปริญญาระดับสูง และจากบริษัทที่ปรึกษากับบริษัทข้ามชาติชั้นนำ ประวัติผลงานของพวกเขาที่ส่งให้บริษัทดูเลิศหรู ขณะที่บุคลิกส่วนตัวของแต่ละคนทำงานเข้ากันไม่ได้ ความถือดีในตัวตนหรืออีโก้ของพวกเขาเป็นอุปสรรคขัดขวาง และไม่นานบริษัทก็เคว้งคว้างเดินไปอย่างไร้จุดหมายใกล้ล้มละลาย ซึ่งเมื่อชุดคริมทีมได้ถูกปลดออกไป การบริหารงานก็เปลี่ยนมือกลับมาที่ผู้ก่อตั้งบริษัทชุดเดิม ถึงแม้จะไม่มีดาวเด่นในทีมงาน แต่พวกเขากลับทำงานเข้าหากันด้วยดี บรรลุผลสำเร็จได้มากกว่าที่บางคนจะคาดการณ์ได้จากประวัติผลงานของเขาเสียอีก

ซึ่งจากข้อนี้จะเห็นได้ว่า การจ้างคนมาทำงานในอาลีบาบานั้น ความเข้ากันได้กับทีมและองค์กรควรจะเป็นอันดับแรกผู้สมัครงานที่มีประวัติสุดแสนจะเพียบพร้อม เลิศหรูแค่ไหน แต่หากไม่มีความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับทีมแล้ว อาจจะทำให้ทีมล่มจมหรือบริษัทล้มละลายได้ การจ้างคนเก่งนับว่าเป็นสิ่งสำคัญก็จริง แต่ท้ายที่สุดแล้ว ทีมที่ดีย่อมมีค่ามากกว่าคนเก่งเพียงคนเดียว และเมื่อมันเป็นเรื่องของธุรกิจ มันหมายถึงความอยู่รอด (ธนธรณ ศิลอยู่ แปลจาก Porter Erisman, 2558.)

12. กระจายความร่ำรวย

หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่แยกอาลีบาบาให้แตกต่างจากบริษัทเกิดใหม่ทั้งหลายคือ หม่าเป็นคนใจกว้าง แบ่งปันความเป็นเจ้าของอาลีบาบาให้แก่พนักงานด้วยการให้กรรมสิทธิ์การเป็นหุ้นส่วนบริษัทและสิทธิการเลือกซื้อหุ้นของบริษัทสำหรับพนักงาน หลังจากประสบความสำเร็จอย่างท่วมท้น ส่งผลให้พนักงานมีความรู้สึกว่าเป็นเสมือนส่วนหนึ่งขององค์กร นอกจากนั้น หม่ายังได้ทำประโยชน์ต่อสังคมในภาพรวมแทนการทำกำไรให้ธุรกิจแต่เพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะปัญหาลมภาวะและสิ่งแวดล้อม ซึ่งถือเป็นปัญหาใหญ่อย่างหนึ่งของจีน ส่งผลให้หม่าและบริษัทได้รับการยอมรับและมีภาพลักษณ์ที่ดีจนถึงวันนี้ (ชาญ ธนประกอบ แปลจาก จ้าวเหว่ย, 2558)

ความสำเร็จของหม่ากับแนวทางการปฏิรูปเศรษฐกิจไทยในผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม

จากเบื้องหลังความสำเร็จข้างต้นนั้นจะเห็นได้ว่า แจ็ค หม่า เป็นตัวอย่างของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จอย่างเห็นได้ชัด อีกทั้งยังเป็นแรงบันดาลใจสำคัญให้กับผู้ประกอบการทั่วโลก แม้ว่าธุรกิจของเขาจะเป็นธุรกิจสัญชาติจีนแต่ชื่อเสียงและความโด่งดังกับผงดไปทั่วโลก จนได้รับการกล่าวขานว่าเป็นผู้ประกอบการที่สร้างสรรค์และเป็นสากล อีกทั้งยังมีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมเพื่อรองรับความสำเร็จในระดับสากลอย่างยั่งยืน สอดคล้องกับแนวทางปฏิรูปเศรษฐกิจของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ ที่มีความมุ่งมั่นที่จะผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เข้มแข็งและยั่งยืน โดยเฉพาะการเพิ่มขีดความสามารถในส่วนของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดเล็ (SMEs) ซึ่งนับว่าเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งเน้นไปที่นวัตกรรมและการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการพัฒนา ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับแนวทางการปฏิรูปดังกล่าวนับว่าเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการไทยที่จะเรียนรู้เรื่องราวความสำเร็จของหม่าข้างต้น ว่าเหตุใดแบรนด์อาลีบาบาถึงได้ก้าวกระโดด

จากแบรนด์เล็ก ๆ ในประเทศมาสู่การเป็นแบรนด์ระดับโลกได้ขนาดนี้ ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถนำแนวคิดการบริหารดังกล่าวมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทธุรกิจของตนเพื่อสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจและสามารถก้าวสู่การเป็นแบรนด์ระดับโลกประเทศรองรับตลาดอาเซียนและภูมิภาคอื่น ๆ ได้อย่างยั่งยืน ทั้งนี้แนวคิดการบริหารสไตล์หมาที่น่าสนใจและสอดคล้องกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบ้านเรา สรุปได้ดังนี้ (ชาวยุ ธนประกอบ แปลจาก จ้าวเห่วย, 2558)

การบริหารแบรนด์ที่ทำให้คนทั้งโลกจดจำได้

สำหรับแนวทางการบริหารแบรนด์ระดับโลกที่มีชื่อที่คนทั่วโลกจดจำได้ของหมานั้น นับว่าเป็นอีกหนึ่งความสำเร็จที่ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการทั่วโลกเป็นอย่างมาก เพียงแค่ธุรกิจอินเทอร์เน็ตขนาดเล็กในจีน เหตุใดถึงสามารถเติบโตและกลับกลายเป็นธุรกิจพันล้านที่มีชื่อเสียงระดับโลกได้ คำถามนี้คงเป็นคำถามที่หลายคนคงอยากทราบคำตอบว่าเทคนิคการบริหารแบรนด์สไตล์หมานั้นเป็นอย่างไร ก่อนอื่นต้องมีเป้าหมายก่อนว่าอาลีบาบาจะต้องเป็นบริษัทระดับโลก ดังนั้นชื่อของแบรนด์จึงจะต้องทำให้โด่งดังและมีความเป็นสากล อย่างเช่น อาลีบาบานั้น เป็นชื่อที่คนทั่วโลกรู้จัก ฟังแล้วเข้าใจ ไม่ว่าจะฟังในเรื่องของการออกเสียงที่ทุกชนชาติสามารถออกเสียงได้อย่างง่ายดาย หรือที่มาของความหมายที่มีนัยแนวคิดธุรกิจแฝงสามารถเข้าใจได้ไม่ยาก อาจกล่าวได้ว่า การเริ่มต้นที่ดีก็เหมือนสำเร็จไปครึ่งหนึ่ง แม้ว่าชื่อของบริษัทจะไม่ได้สร้างมูลค่าโดยตรงแต่หากชื่อเรียกง่าย ฟังง่ายและมีนัยของแนวคิดธุรกิจแฝงอยู่มูลค่าทางอ้อมที่จะตามมาอาจมากกว่าทุนทางกายภาพด้วยซ้ำไป

ต่อมาในส่วนของการบริหารแบรนด์นั้น หม่าได้กล่าวไว้ว่าแบรนด์คือสิ่งที่ลูกค้าพูดและคนส่วนมากบอกว่าดี อีกทั้งแบรนด์มีวัฒนธรรมและจิตวิญญาณ ซึ่งประเด็นที่หม่าพูดถึงแบรนด์ว่าเป็นที่คนส่วนมากบอกว่าดีนั้น ความจริงแล้วก็คือการขายแบบปากต่อปากนั่นเอง หรือเรียกอีกอย่างว่าการขายแบบไวรัลในยุคอินเทอร์เน็ต โดยหัวใจสำคัญที่ทำให้ลูกค้าบอกต่อและโฆษณาแบรนด์อาลีบาบาก็คือ การยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อให้ลูกค้าพอใจ โดยที่หม่าให้ความสำคัญกับความรู้สึกของร้านค้าเสมอ ซึ่งในมุมมองของหม่า สิ่งที่จะทำให้ลูกค้ารู้สึกดีและดึงดูดพวกเขาเหล่านั้นไว้ได้คือ "การบริการ" การบริการที่ดีมีคุณภาพคือสินค้าที่มีราคาแพงที่สุดและจะนำมาซึ่งผลทางบวกและความได้เปรียบที่จะอยู่ในใจลูกค้าอย่างยั่งยืน สำหรับหม่าแล้ว อาจกล่าวได้ว่าบริการคือตัวตัดสินความสำเร็จหรือล้มเหลวของเว็บไซต์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการขายสินค้าจำเป็นที่จะต้องมีการบริการที่ดีเป็นองค์ประกอบสำคัญ สินค้าอาจเลียนแบบกันได้ แข่งหน้ากันได้ แต่บริการเลียนแบบไม่ได้ เพราะบริการคือการแสดงออกถึงความจริงใจของธุรกิจที่มีต่อลูกค้า อย่างไรก็ตามไม่ว่าใครก็ตามที่ผ่านมามากคนส่วนมากมักเข้าใจผิดว่าการโฆษณาก็คือแบรนด์ แต่สำหรับหม่าแล้ว การโฆษณาทำให้ต้นทุนสูงขึ้น ขณะที่การขายวัฒนธรรมและจิตวิญญาณผ่านบริการนั้นเป็นสิ่งที่ดึงดูดลูกค้าไว้ได้มากที่สุด เช่นเดียวกับสตาร์บัค ที่มีได้มั่งคั่งที่กาแฟ แต่พวกเขาตั้งอกตั้งใจการถ่ายทอดความคิด วัฒนธรรม จิตวิญญาณการบริการของพวกเขาผ่านกาแฟ ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงพึงตระหนักไว้ว่า การที่แบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งสามารถครองตลาดอย่างเพียงพอไม่ได้ขึ้นอยู่กับว่าแบรนด์นั้นใหญ่แค่ไหน หรือแบรนด์นั้นมีชื่อเสียงมากเพียงใด หากอยู่ที่ว่าแบรนด์นั้นดึงดูดลูกค้าไว้ได้หรือไม่

การบริหารนวัตกรรมให้เรื่องที่ไม่ได้เปรียบโดดเด่นออกมา

สำหรับแนวทางการบริหารนวัตกรรมให้เรื่องที่ไม่ได้เปรียบโดดเด่นออกมานั้น จะเห็นได้ชัดจากการที่หมาเองนั้นไม่ได้มีความรู้และไม่ได้อยู่ในวงการไอทีเลย แต่กลับประสบความสำเร็จในการบริหารธุรกิจอาลีบาบา ซึ่งเป็นธุรกิจอีคอมเมิร์ซที่หมาไม่ได้มีความรู้มาก่อน โดยหมามีความเชื่อที่ว่า สิ่งที่สำคัญกว่าเทคโนโลยีก็คือความคิด คุณต้องรู้ว่าคุณต้องการอะไรแล้วผู้เชี่ยวชาญทั่วโลกยอมทำอย่างที่เราคิด และจากการที่หมาไม่ได้มีความรู้ความเชี่ยวชาญในด้านนี้เลยซึ่งดูเหมือนจะเป็นข้อด้อยของผู้บริหารในสายตาคนทั่วไป แต่หมาไม่เคยคิดว่ามันเป็นข้อด้อยเลย ซ้ำยังขยายแนวคิดที่ว่า เพราะเขาไม่รู้เรื่องเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ถ้าเช่นนั้นลูกค้าจำนวนมากก็ต้องเหมือนกับเขา ดังนั้นทุกครั้งที่มีการคิดค้นซอฟต์แวร์ใหม่ ๆ หมาจะขอเป็นผู้ทดสอบคนแรก ถ้าเขาใช้แล้วรู้สึกสะดวก ใช้งานง่าย ผลลัพธ์ที่ดีนั้นก็จะได้รับการปล่อยออกสู่ตลาด ขณะเดียวกัน เมื่อโลกแห่งอินเทอร์เน็ตได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วมาก ดังนั้นธุรกิจจำเป็นต้องมีการกำหนดจุดยืนของตนให้ชัดเจน รู้ว่ากำลังเผชิญกับอะไร จึงจะมีโอกาสรอด มีโอกาสเติบโตและพัฒนา ซึ่งในการกำหนดจุดยืนนี้เองต้องไม่ลอกเลียนจากโมเดลธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ ไม่ลอกเลียนจากตำรา โดยที่หมาได้คิดวิธีบริหารที่เหมาะสมแต่สำหรับธุรกิจอาลีบาบาเท่านั้น โดยการนำโมเดลธุรกิจจากต่างประเทศมาใช้ในการแข่งขันนั้นไม่ใช่ตัวทำให้เกิดความสำเร็จเสมอไป ตรงกันข้ามการปรับโมเดลทางธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมประเทศจีนต่างหากที่เป็นสิ่งที่พึงทำ ด้วยเหตุนี้หมาจึงได้มุ่งมั่นพัฒนาเว็บไซต์อาลีบาบาให้เหมาะสมกับความต้องการของคนจีนในยุคนั้น โดยมีการสร้างนวัตกรรมครั้งยิ่งใหญ่ด้วยการแตกบริษัทย่อยออกมาเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงสิ่งใหม่ ๆ เนื่องจากในโลกเทคโนโลยีปัจจุบันไม่ได้มีเพียงแค่อินเทอร์เน็ต แต่เป็นการผนึกกำลังของทั้งอินเทอร์เน็ต (Internet) เทคโนโลยีคลาวด์ (Cloud) และบิ๊กดาต้า (Big Data) ดังนั้น เพื่อรับมือกับการแข่งขันที่สูงขึ้นและก้าวเข้าสู่โลกยุคใหม่อาลีบาบาจำเป็นต้องมีการเปลี่ยนแปลงเพื่อให้ทันคู่แข่ง

บทสรุปและข้อเสนอแนะจากนักศึกษา

จากเรื่องราวความสำเร็จของแจ็ค หม่า ที่กล่าวมานั้น ทำให้เราเห็นว่าการทำงานที่ผู้ประกอบการจะประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้นั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเริ่มจากการมีความฝันและกล้าที่จะเดินตามความฝันของตัวเองโดยไม่ประเมินคู่แข่งสูงไปและไม่ประเมินตัวเองต่ำไป อีกทั้งยังต้องมีการวางแผนที่ดีก่อนที่จะลงมือทำ โดยเฉพาะในเรื่องของการวิเคราะห์ตลาด จะเห็นได้ว่าเมื่อหมาต้องการจะบุกตลาดจีนหมาได้นำแนวคิด ปรัชญา และวัฒนธรรมของประเทศจีนมาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจอย่างแนบเนียนไร้ที่ติจนสามารถตีตลาดจีนได้โดยที่คู่แข่งยักษ์ใหญ่ที่มีอยู่อย่างไม่เห็นฝุ่น ขณะเดียวกันในเรื่องของการสร้างแบรนด์ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ต้องเริ่มต้นทำธุรกิจจะมองข้ามไปไม่ได้ เนื่องจากยิ่งคนจดจำแบรนด์เราได้ขึ้นใจเท่าใดธุรกิจของเราก็ยิ่งได้เปรียบมากขึ้นเท่านั้น เชื่อกันว่า หากกิจการใดครอบครองตราสินค้าที่มีชื่อเสียงติดตลาด โดยเฉพาะตลาดระดับสากล และเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคแล้ว โอกาสที่จะนำมาซึ่งความสำเร็จก็มีมากขึ้นตามไปด้วย อย่างที่มาของชื่อ “Alibaba” ที่หมาพยายามทำให้คนทุกเชื้อชาติออกเสียง และจดจำให้ได้มากที่สุดนั้น ก็เพื่อที่จะได้ง่ายต่อการทำการตลาดในขั้นต่อไป และเมื่อธุรกิจเริ่มเดินหน้าแล้ว สิ่งหนึ่งที่หมา

ไม่เคยลืมคือ การใส่ใจลูกค้า และรักษาลูกค้าให้อยู่กับอาลีบาบาให้นานที่สุด โดยหม่อมองว่าลูกค้าต้องมีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งเนื่องจากความสำเร็จของหมาในวันนี้ มาจากการสนับสนุนมาโดยตลอดของลูกค้า จึงไม่น่าแปลกใจที่วันนี้ วันที่หมาประสบความสำเร็จ และมีพร้อมทุกอย่าง หม่ายังคงมีลูกค้าที่รักอาลีบาบาอย่างเหนียวแน่น รวมไปถึงพนักงาน ลูกจ้าง หรือแม้แต่ผู้บริหารของบริษัท ที่หมาไม่เคยทิ้งพวกเขาไว้ข้างหลัง และยังคงให้ความสำคัญกับพวกเขาเสมอ

จัดทำโดย

นางรติมา คชนันท์

วิทยากรชำนาญการ

กลุ่มงานบริการวิชาการ 2 สำนักวิชาการ

โทร. 0 2244 2065

โทรสาร. 0 2244 2058

ภาษาต่างประเทศ

Jack Linshi. (Sept. 23, 2014). **5 Life Lessons from Alibaba Founder Jack Ma**. Retrieved 30 January 2016 from <http://time.com/3423708/5-life-lessons-jack-ma-alibaba/>

Retrieved 23 กุมภาพันธ์ 2559 from จาก <http://www.forbes.com/search/?q=jack+ma>

Jim Erickson. (2013, December 13). **Financial Times**. Names Jack Ma as its 2013 Person of the Year. Retrieved 30 January 2016 from <http://www2.alizila.com/financial-times-names-jack-ma-its-2013-person-year>

Michael Zakkour. (2014, September). **How Jack Ma's 'Crazy' Management Style Built a Technology Empire**. Retrieved 30 January 2016 from <http://www.entrepreneur.com/article/237881>

William Alden. (2014, September 19). **Alibaba's Shares Close Up 38% on First Day of Trading**. Retrieved 20 February 2016 from http://dealbook.nytimes.com/2014/09/19/live-blog-tracking-the-giant-alibaba-ipo/?_r=0

รูปภาพ

Todd Heisler. (2014) **The New York Times**. Retrieved Feb 10, 2016 from http://dealbook.nytimes.com/2014/09/19/live-blog-tracking-the-giant-alibaba-ipo/?_r=0

The 8-person team that rang the bell. (September 22nd, 2014). Retrieved Feb 10, 2016 from <http://offbeatchina.com/who-rang-alibabas-ipo-opening-bell>