สมาคมวิจัยการตลาดแห่งประเทศไทย
Thailand Marketing Research Society
INSIGHT love you
TMRS INSIGHTS Flash
July Issue

นวัตกรรม

สร้างสรรค์แบบไม่ทำลายล้าง

Pimpassorn Dithwatcharapaisarn (Kobb)
Founder & Researcher, Insights I Love You

ปัจจุบัน เมื่อพูดถึง
“นวัตกรรม *(Innovation)*”
ผู้คนก็มักจะเชื่อมโยงไปถึง
“การทำลายล้าง *(Disruption)*”

ซึ่งในมุมหนึ่งก็มีส่วนถูก การทำลายล้าง คือ สถานการณ์ที่นวัตกรรมได้สร้างตลาดใหม่ งานใหม่ แบบจำลองธุรกิจแบบใหม่ ซึ่งมีผลทำให้ผู้ประกอบการหรือผู้เล่นในตลาดได้รับผลกระทบในทางที่แย่ลง แต่ก็ต้องอย่าลืมว่า ในอีกมุมหนึ่ง นวัตกรรมก็สามารถสร้างสรรค์การเติบโตทางเศรษฐกิจและคุณค่าทางสังคมได้อย่างมหาศาล โดยไม่ก่อให้เกิดผลเสียแก่สังคม หรือเกิดน้อยมาก ได้เช่นกัน ซึ่งการใช้นวัตกรรมในเชิงสร้างสรรค์นี้ คือสิ่งที่เรียกว่า

“การสร้างสรรค์ที่ไม่ทำลายล้าง
(Nondisruptive creation)”

ประโยชน์ของการสร้างสรรค์ที่ไม่ทำลายล้าง
มีตั้งแต่ระดับเล็ก ๆ เช่น ความสุข สนุกสนานในครอบครัว
เช่น กรณีของนินเท็นโด Wii (Nintendo Wii)
ที่ได้มีการมองปัญหาและความท้าทายของอุตสาหกรรม
เครื่องเล่นวิดีโอเกมในแง่มุมใหม่
จากเดิมที่เป็นความท้าทายในเรื่องความเร็วของเกม
หรือความละเอียดคมชัดของภาพกราฟฟิก

Nintendo®

นินเท็นโดได้ให้ความสำคัญกับการส่งมอบ
เครื่องเล่นวิดีโอเกมที่ง่ายต่อการใช้งาน
และมีฟังก์ชันของการขยับ เคลื่อนไหวร่างกาย เป็นหนึ่งใน
กิจกรรมการเล่นเกมด้วย เพื่อทำให้สมาชิกในครอบครัว
สามารถร่วมเล่นเกมด้วยกันอย่างสนุกสนานที่บ้านได้

ด้วยเหตุนี้ นินเท็นโด จึงได้ผลิตเครื่องเล่นวิดีโอเกมที่เป็นมิตร
กับสมาชิกทุกคนในครอบครัว ไม่ว่าจะอายุเท่าไหร่ ทุกคนก็
สามารถสนุกไปด้วยกันกับเครื่องเล่นวิดีโอเกมที่เข้าใจง่าย
และใช้การเคลื่อนไหวร่างกายในการเล่น (แทนที่จะใช้ปุ่มกด)
ซึ่งนอกจากความสุขในครอบครัวแล้ว นวัตกรรมนี้ ยังถือเป็น
การรขยายขอบเขตให้กับอุตสาหกรรมเครื่องเล่นวิดีโอเกมที่
ใคร ๆ ก็สามารถนำไปต่อยอดได้อีกด้วย

**"นวัตกรรมนี้ถือเป็น
การขยายขอบเขต
ให้กับอุตสาหกรรม
เครื่องเล่นวิดีโอเกม"**

การสร้างสรรค์แบบไม่ทำลายล้าง (Nondisruptive creation) ยังสามารถสร้างประโยชน์ที่ยิ่งใหญ่ ในระดับที่ทำให้ความฝันของหลาย ๆ คนในสังคมเป็นจริงได้ด้วย

KICKSTARTER

บริษัท Kickstarter ดำเนินธุรกิจระดมทุนคราวด์ฟันดิง เพื่อช่วยสนับสนุนศิลปินที่ขาดแคลนเงินทุนในการสร้างอาชีพให้แก่ตนเอง ด้วยความที่ศิลปินส่วนใหญ่ มักจะทำงานเพื่ออุดมการณ์มากกว่าการแสวงหาผลตอบแทน

การระดมทุนแบบคราวด์ฟันดิงของบริษัท Kickstarter จึงไม่ได้เป็นการแย่งส่วนแบ่งธุรกิจ หรือรายได้จากสถาบันการเงินใด ๆ ไม่... แม้แต่จะแย่งส่วนแบ่งเล็ก ๆ น้อย ๆ จากนักลงทุนรายย่อยด้วยซ้ำ

อีกทั้งการที่ผู้สนับสนุน Kickstarter จะได้รับผลตอบแทนเป็นตัวสินค้า หรือการประกาศขอบคุณในสื่อ แต่ไม่ได้รับผลตอบแทนการสนับสนุนเป็นตัวเงิน จึงทำให้มีผู้ที่สนใจจะสนับสนุนการทำความฝันของศิลปินให้เป็นจริงจำนวนมากทีเดียว

โดยในช่วงทศวรรษแรกของบริษัท Kickstarter สามารถระดมเงินทุนได้ถึง 4.3 พันล้านดอลล่าร์สหรัฐฯ ซึ่งสามารถสนับสนุนงานสร้างสรรค์ได้มากถึง 160,000 ความคิด

โดยหากปราศจากนวัตกรรมของ Kickstarter แล้ว ความฝันอันมากมายก็ไม่สามารถเป็นจริงขึ้นมาได้ เราจะเห็นได้ว่าการทำงานของ Kickstarter ไม่ได้ทำให้ใครตกงาน ไม่มีบริษัทไหนต้องออกจากธุรกิจ ซึ่งผลกระทบในทางลบถือว่าแทบจะไม่มีเลย ตรงกันข้าม นวัตกรรมนี้กลับสร้างประโยชน์มหาศาลให้กับทุกฝ่าย

อ้างอิง:

- *W. Chan Kim and Renée Mauborgne "**Innovation Doesn't Have to Be Disruptive**" Harvard Business School Magazine, May-June 2023*
- *W. Chan Kim and Renée Mauborgne "**Nondisruptive Creation: Rethinking Innovation and Growth**" MIT Sloan Management Review Magazine, (Spring), February 2019*