

Only-One Business

พ.อ.รับสรณ์ เลิศในสัตย์

คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น
orbusiness@hotmail.com



ONE DAY ONLY!

ใน ประเทศญี่ปุ่น มีธุรกิจเล็กๆ จำนวนมาก ที่เรียกว่า **เล็กๆ แต่ใหม่** หรือที่เรียกว่า **Only-One Business** ในวันนี้ จะขอแนะนำ สัก 2 บริษัทที่มีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิง

บริษัทแรก ชื่อ MUJIN เป็นบริษัทหุ่นยนต์อุตสาหกรรม พัฒนาหุ่นยนต์ที่มีมันสมอง ซึ่งเป็นประโยชน์ในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตที่หน้างานหรือโลจิสติกส์ ตัวอย่างในบริษัทโลจิสติกส์ เซ็นเตอร์ ที่มีสินค้ามากมาย ไม่ว่าจะสินค้าอุปโภคหรือบริโภค ไม่ต่ำกว่า 1,000 ชนิด ขนาดกล่องก็มีแตกต่างกัน โดยหุ่นยนต์นี้สามารถที่จะหยิบได้ 1 ชั่วโมงไม่ต่ำกว่า 500 ชิ้น พร้อมกับบรรจุในกล่องให้เสร็จเรียบร้อย หุ่นยนต์เหล่านี้พัฒนาขึ้นมาโดยบริษัท MUJIN แนวคิดก็คือ ดูด้วยตัวเอง คิดด้วยตัวเอง แล้วทำงานด้วยตัวเอง ซึ่งเป็นเรื่องปกติสำหรับคน แต่สามารถให้หุ่นยนต์ทำแทนได้

หุ่นยนต์นั้น ในโรงงานหน้างานการผลิตก็มีการสอนไว้ล่วงหน้าว่าให้หุ่นยนต์ทำอะไร ซึ่งทำให้สามารถทำอะไรได้ในงานที่ทำด้วยมือแทนคนได้อย่างมาก แต่ในทางตรงกันข้าม นอกเหนือจากสิ่งที่สอนแล้วจะทำไม่ได้ ดังนั้น จึงได้เสริมโดยสอนการเคลื่อนไหวให้เพิ่มขึ้น ซึ่งแต่เดิมนั้น พนักงานที่เชี่ยวชาญจะใช้ประสบการณ์หรือไหวพริบ โดยนำเอาสิ่งเหล่านี้ทำเป็นโปรแกรมใส่เข้าไป เป็นต้นว่า ที่กล่องมีตะปูจำนวนมากใส่ไว้อย่างไรระเบียบ ให้หุ่นยนต์หยิบขึ้นมา 1 ชิ้นเรื่องแบบนี้ ถ้าเป็นมนุษย์ เด็กเล็กๆ ก็ยังทำได้ แต่หุ่นยนต์นั้นทำไม่ได้ เพราะว่าจะตะปุนกลับหัวกลับหาง หรือไปขัดกันเอง มีลักษณะต่างๆ อย่างมาก ถ้าหากว่าต้องจินตนาการกรณีทั้งหมดเข้าไปแล้ว ทำให้สามารถเคลื่อนไหวได้ คงต้องมีโปรแกรมที่มหาศาล ซึ่งงานนี้ ถ้าหากว่าต้องใส่โปรแกรมเข้าไป ก็คงต้องใช้เวลหลายเดือนทีเดียว ดังนั้น Controller ของ MUJI จะไม่สอนความเคลื่อนไหวไว้ล่วงหน้า แต่กำหนดอัตโนมัติให้เคลื่อนไหวได้อย่างเหมาะสมที่สุด

ตามแต่ละกรณี ประเด็นปัญหาของวิธีการนี้ก็คือ จะต้องมีการคำนวณปริมาณมหาศาล และซับซ้อนเพื่อให้หุ่นยนต์นั้นรับรู้รูปทรง และตำแหน่งของสิ่งที่เป็นเป้าหมาย แต่สิ่งที่ทำให้วิธีการนี้เป็นไปได้คือ Algorithm สำหรับคำนวณที่ได้รับการพัฒนาร่วมกับสถาบันหุ่นยนต์ของมหาวิทยาลัยของสหรัฐอเมริกา

นั่นคือการทำให้ปริมาณการคำนวณนั้นลดลงอย่างมาก บ่มเพาะโปรแกรมการเคลื่อนไหวที่เหมาะสมที่สุดในเวลาพิเศษ แต่แน่นอน เพียง Algorithm อย่างเดียวไม่สามารถทำให้หุ่นยนต์มีสติสัมปชัญญะได้ เพราะว่ายังมีเงื่อนไขที่ต้องการที่หน้างาน เช่น การหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นอุปสรรคหรือการไม่ทำให้ข้อต่อของหุ่นยนต์องมากเกินไป ในการเคลื่อนย้ายชิ้นงานต่างๆ เหล่านี้ที่ละเอียดอย่างๆ MUJIN ได้ศึกษาจากมหาวิทยาลัยหรือสถาบันวิจัย เพื่อสร้างหุ่นยนต์ที่มีสมองให้ได้ ที่บริษัท MUJIN นี้ มีพนักงานประมาณ 30 ปี โดยร้อยละ 60 เป็นผู้ที่มาจากต่างประเทศ เช่น จีน ยุโรป แนนอน บริษัทยักษ์ใหญ่



อย่าง FAUNC ก็แรงที่จะพัฒนาหุ่นยนต์มีสมองที่ทำงานได้ด้วยตัวเอง เช่นเดียวกัน แต่ Controller ของ MUJIN ได้ทำให้เป็นสินค้าได้แล้ว จึงมีความแข็งแกร่งมากกว่าที่อื่น ทำให้นำหน้าไปเร็วกว่าบริษัทใหญ่ อย่าง เดนโซ่ ยาสุกาว่า หรือมิตซูบิชิ

ประธานบริษัทได้เน้นว่า ใครๆ ก็อยากจะทำสร้างโลก โดยใช้หุ่นยนต์มีสมองได้ง่ายๆ บริษัทไม่ได้ต้องการให้เกิดเหตุการณ์ซ้ำสอง เหมือนกับธุรกิจมือถือ เพราะแต่เดิมมือถือเป็นอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น แต่บริษัท IT ของอเมริกา ได้นำเอาซอฟต์แวร์เข้ามาในมือถือ แล้วปรับแนวคิดของมือถือ เป็นสมาร์ทโฟน กูเกิ้ลก็ใช้ระบบแอนดรอยด์ สร้างธุรกิจให้แข็งแรง ตอนนีญี่ปุ่นเอง เป็นผู้นำเรื่องหุ่นยนต์ จะต้องไม่เป็นเหมือนมือถือ MUJIN จึงต้องป้องกันอย่างถึงที่สุด ในปัจจุบัน ได้เป็นผู้ขายหุ่นยนต์ให้แก่ยักษ์ใหญ่ออย่งนิสสัน ฮอนด้า โคมัทสุ รวมทั้ง แคนนอน อยู่ด้วย และได้ติด Logo ไว้ในตัวหุ่นว่า MUJIN Inside. บริษัทตั้งมาได้เพียง 7 ปี เป็นที่น่าสนใจว่าจะรักษาบทบาทการเป็นผู้นำของตนเองได้หรือไม่ คาดคะเนยอดขายได้ปี 2019 ที่ประมาณ 3,000 ล้านเยน หลังจากผ่านมาเพียง 6 ปี

อีกบริษัทหนึ่ง ชื่อบริษัท Cleaning ที่ดูแลการซักแห้งเสื้อผ้าของลูกค้าอย่างดีที่สุด ไม่ว่าจะชุดสูทหรือโค้ทนั้น ใช้ซักด้วยน้ำ โดยทั่วไปการซักสูทหรือโค้ทนั้นมักจะเป็นการซักแห้ง แต่กลับได้นำมาซักด้วยน้ำ เป็นการใช้วิธีการซัก หรือการใช้น้ำจากการพัฒนาของตัวเอง โดยคิดราคาค่าซักมากกว่าแบบซักแห้ง ถึง 5 เท่า จึงเป็นการสร้างตลาดใหม่ขึ้นมา

ที่ร้านซักแห้งนี้ มีชุดโค้ทที่เป็นแบรนด์ระดับสูงและราคาแพง เช่น พรานดา กูชชี หรือ อีฟแซงรอลแลง แขนงอยู่เต็มไปหมด ร้าน Natural Clean นี้ ทำไมจึงเอาชุดสูทหรือโค้ท มาซักด้วยน้ำแทนซักแห้ง ซึ่งการซักแห้งนั้นก็คือการซักที่ไม่ใช้น้ำ ก็ใช้สารเคมีมาทำการกำจัดฝุ่นหรือเปื้อนน้ำมัน เพราะว่าถ้าใช้น้ำแล้วผ้าจะหด หรือหืนตก ซึ่งไม่มีเรื่องดีเลยถ้าใช้น้ำ

ร้านซักแห้ง มีไอเดีย 3 อย่าง เพื่อให้เสื้อตากหรือเสียรูปทรงน้อยที่สุด **ประการแรก** คือ เรืองน้ำ น้ำนั้นใช้น้ำบาดาลที่เอามาจากที่อยู่ใต้ดินลงไป 400 เมตร แล้วพัฒนาด้วยตัวเองเป็น Crystal water ที่มีอนุละเอียดเล็กกว่าน้ำประปา จึงทำให้เกิดผลต่อผ้าน้อย แต่สามารถซึมเข้าไปในเส้นใย แล้วกำจัดสิ่งสกปรกที่ละเอียดในเส้นใยนั้นได้ **ประการที่ 2** คือ ผงซักฟอก ใช้ผงซักฟอกที่ใช้สำหรับผ้าชั้นสูงมาจากอเมริกาชื่อ แรนเลส ได้มีการทดลองใช้ผงซักฟอกในอุตสาหกรรมมากกว่า 30 ชนิด ได้เลือกชนิดที่ว่า ใช้ซักด้วยน้ำแล้วถึงแม้จะเสียดสีไม่ได้ แต่ก็ทำให้มีน้อยที่สุด ดังนั้น จึงใช้ผงซักฟอกที่ละเอียดแยกตามสีหรือวัสดุของเสื้อผ้าได้ **ประการที่ 3** คือ ตอนรีดนั้นคือการฟื้นฟูสภาพชุด จึงมีการใช้วิธีการรีดที่แตกต่างกันตามแต่ละชนิดของเสื้อผ้า



ถ้าเป็นเสื้อเจ็ต ก็จะใช้เครื่องจักรรีดตามตำแหน่ง เช่น ไหล่ ด้านหน้า ด้านหลัง แล้วช่วงต่อกันใช้เตารีดรีดเพิ่ม ในการรีดนั้น เสื้อแจ็กเก็ตหรือเสื้อตัว จะต้องใช้เวลาประมาณ 1 ชั่วโมง ถ้าหากว่ามีสีติดก็จะต้องเพิ่มสีเข้าไป มีรอยที่ไม่หาย ก็ต้องใช้วิธีการปกปิด เพื่อกลับมาสู่สภาพที่สมบูรณ์ที่สุด ซึ่งเป็นจุดที่แข็งแกร่งที่สุดของร้าน

เมื่อเปรียบเทียบราคากับร้านซักแห้งทั่วไป ราคาจะแพงกว่า 5 เท่า เช่น ชุดสูท ราคา 6,000 เยน (ทั่วไป 1,000-1,500 เยน) ใช้เวลาจาก 3 วัน เป็นประมาณ 1 สัปดาห์ แต่ลูกค้ากลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งปกติแล้ว ถ้าราคาสูงย่อมทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดต่ำลง เคยนำเสนอว่า ราคาซักด้วยน้ำ หากว่าเท่ากับราคาซักแห้ง จะทำให้ราคาเสียได้ คุณนาคาตะ ได้เข้ารับช่วงบริหาร ก็ได้แนะนำเสนอแนวใหม่ว่าเป็น Total care นั่นคือ วิธีการซัก และดูแลให้เหมาะสมกับเสื้อผ้า ใช้การเพรส เพื่อฟื้นฟูสภาพเสื้อผ้าด้วย และสามารถตอบสนองพิเศษแล้วแต่กรณี ในปัจจุบัน อัตราส่วนของซักด้วยน้ำกับซักแห้ง ประมาณ 6 ต่อ 4 แม้แต่แบบซักแห้ง รอบๆ คอหรือรักแร้ก็ได้ใช้ไอน้ำกำจัดเหงื่อ หรือใช้เครื่องซักผ้าซักบางตำแหน่ง

จากนั้นเพียง 2 ปี ได้รับการติดต่อจากห้างสรรพสินค้าไอเซตันที่ชินจูกุ ไปตั้งร้านในห้าง เพื่อเป็นการบริการให้แก่ลูกค้าของห้าง หลังจากนั้นได้ไปเปิดที่ร้านมิตซูโคชิ ที่นิฮองบาชิ และอิวาตะยาที่ฟูกูโอกะจำนวนการให้บริการชุดสูท มีปีละถึง 8,000 ชุด ซึ่งราคาสูทนั้นส่วนใหญ่ระดับสูงที่ 1 แสน ถึง 8 แสนเยน รวมทั้งบางรายส่งชุดโค้ทราคา 10 ล้านเยนมาใช้บริการก็เคยมี

ในปี 2015 ได้ 74 ล้านเยน ตั้งเป้าหมายรายได้ของร้านในปี 2020 คาดว่าจะได้ถึง 100 ล้านเยน เป้าหมายของร้านนั้น ไม่ใช่ต้องการสร้างให้มีขนาดใหญ่ แต่ต้องการให้ลูกค้าทิ้งเงินบริการ

ทั้งสองบริษัทนี้ ต้องการจะแสดงให้เห็นว่า แม้เป็นบริษัทเล็กๆ แต่ถ้ามีเทคโนโลยี และจิตใจบริการ (Omotenashi) แล้วย่อมจะทำได้แบบที่มีคนเลียนแบบได้ยาก นี่คือนโยบายของ Only-One Business