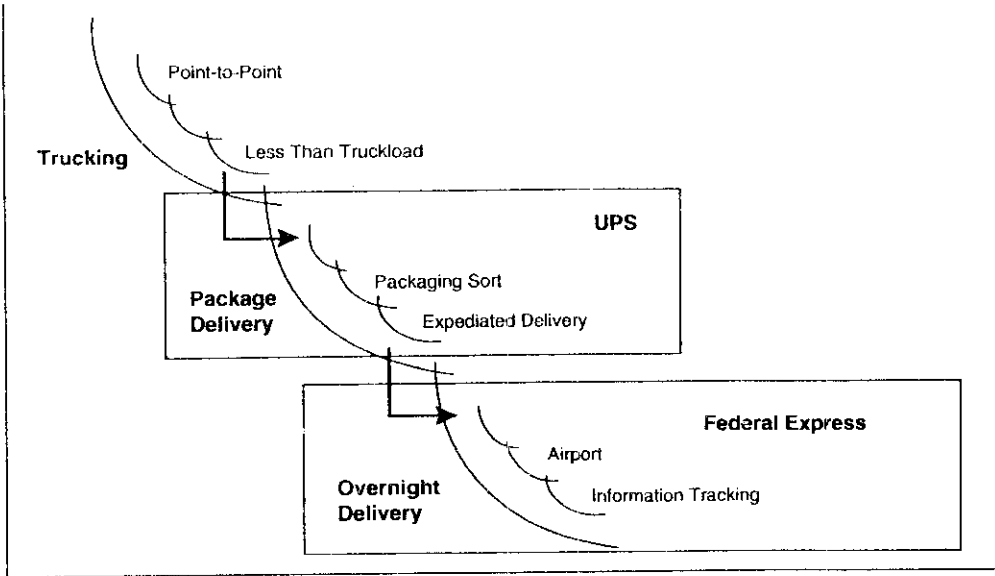


ภาคผนวก ข.
กรณีศึกษา : อุตสาหกรรมการขนส่งสินค้า (Shipping industry)
(อ้างอิง จากบทที่ 4 หัวข้อ 4.1.1)

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาเป็นเครื่องมือในการแข่งขัน ได้ทำให้มีการอธิบายถึงแนวคิดเกี่ยวกับคลื่นของการเปลี่ยนแปลง และ เส้นกราฟประสบการณ์การเรียนรู้ (แต่เดิมเส้นกราฟประสบการณ์การเรียนรู้แสดงให้เห็นว่าต้นทุนการใช้เทคโนโลยีใหม่จะลดลงเมื่อกิจการมีประสบการณ์กับเทคโนโลยีนั้นๆ เพิ่มมากขึ้น) Primozić et al ได้นำเสนอมุมมองใหม่เกี่ยวกับเส้นกราฟประสบการณ์การเรียนรู้ว่า ควรมีลักษณะเป็นกลุ่มของเส้นโค้งที่มีความต่อเนื่อง (set of connected curve) แทนที่จะเป็นเส้นโค้งต่อเนื่องเส้นเดียว (continuous curve) ดังรูป ข.1



รูป ข.1 คลื่นความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมการขนส่ง

จากรูป ข.1 แต่ละเส้นโค้งแสดงถึงเทคโนโลยีที่มีพื้นฐานแตกต่างกันไปจากเดิมซึ่งอาจเป็นตัวสินค้า และกระบวนการผลิต การเปลี่ยนจากเส้นโค้งหนึ่งไปยังอีกเส้นโค้งหนึ่งจำเป็นต้องใช้การลงทุนเป็นจำนวนมาก แต่ก็จำเป็นต้องตัดสินใจลงทุนเพราะเป็นเทคโนโลยีที่ใช้เพื่อการแข่งขัน

กิจการซึ่งสามารถกำหนดตลาดใหม่ พร้อมกับเทคโนโลยีที่นำไปใช้กับตลาดใหม่ ก็จะเปลี่ยนไป
สู่เส้นประสบการณ์เส้นใหม่ อย่างไรก็ตามในบางครั้งผู้บริหารอาจ ชี้ติดกับประสบการณ์การ
เรียนรู้เดิม โดยไม่ได้มองหาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อก้าวสู่ตลาดใหม่ ทำให้สูญเสียส่วนแบ่งการตลาด
กับคู่แข่งที่ก้าวเข้าไปสู่เส้นประสบการณ์ใหม่

จากรูป ข.1 เป็นตัวอย่างเส้นประสบการณ์การเรียนรู้ในอุตสาหกรรมการขนส่ง ซึ่งเดิม
มีการขนส่งสินค้าใน 2 รูปแบบ คือ บรรทุกเต็มพิกัดในจุดหนึ่งไปอีกจุดหนึ่ง กับ บรรทุกไม่เต็ม
พิกัด (Less than truckloads, LTL)

การขนส่งตามปริมาณภาชนะบรรจุ (Package delivery) เมื่อบริษัท United Parcel Service
(UPS) ดำเนินธุรกิจขนส่งในลักษณะบรรทุกไม่เต็มพิกัดแต่เน้นการขนส่งตามปริมาณภาชนะบรรจุ
เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดใหม่ เป็นเส้นประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ และมีผลให้อุตสาหกรรม
การขนส่งเกิดการเปลี่ยนแปลง บริษัท UPS เจริญเติบโตมีขนาดใหญ่กว่าบริษัทขนส่งเดิม เพราะ
บริษัท UPS สามารถให้บริการกับลูกค้าจำนวนมาก เทคโนโลยีที่ทำให้บริษัท UPS ประสบ
ความสำเร็จ และทำให้เกิดเส้นประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ คือ การจัดเรียงภาชนะบรรจุสินค้าตาม
ศูนย์กระจายสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ขนส่งได้ปริมาณมากที่สุดในแต่ละรอบการขนส่ง

การขนส่ง 24 ชั่วโมง (Overnight delivery) การขนส่งตามปริมาณการบรรจุของบริษัท
UPS ไม่ได้รับประกันในเรื่องระยะเวลาการขนส่ง และ การติดตามข้อมูลในการขนส่ง บริษัท
Federal Express เห็นช่องทางใน 2 ประเด็นนี้ จึงลงทุนกับเทคโนโลยีและก้าวเข้าไปสู่เส้นประส-
บการณ์การเรียนรู้ใหม่ สร้างลูกค้านุ่มใหม่กับการขนส่งข้ามคืน ในทำนองเดียวกันบริษัท Federal
Express ได้กลุ่มลูกค้าที่ใหญ่ขึ้นกว่าบริษัท UPS บริษัท UPS และบริษัทอื่นต้องก้าวเข้าสู่การ
แข่งขันนี้ โดยลงทุนกับเทคโนโลยีที่จะรับประกันการขนส่ง และระบบที่สามารถติดตามสอบถาม
ข้อมูลระหว่างการขนส่ง

บริการการจัดการสินค้าคงคลัง และระบบกระจายสินค้า บริษัท Federal Express ก้าว
เข้าสู่เส้นประสบการณ์การเรียนรู้ใหม่ โดยใช้ระบบเครือข่ายการกระจายสินค้า และระบบสารสนเทศ
ทำให้สามารถจัดการกับสินค้าคงคลังของลูกค้าซึ่งเป็นกิจการขนาดใหญ่ และรับประกันการ
ขนส่งสินค้าตลอด 24 ชั่วโมง บริษัท Federal Express สามารถให้บริการในด้านสินค้าคงคลัง
และการกระจายสินค้าให้กับผู้ขายชิ้นส่วน ผู้ผลิต และ ผู้จำหน่ายสินค้าปลีกและส่ง การหาช่อง
ทางการตลาดของการขนส่งสินค้าในรูปแบบต่างๆ ที่เกิดขึ้น มุ่งเน้นไปที่การจัดส่งสินค้าไปยังผู้
บริโภคโดยตรง ซึ่งจัดเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด