

คำนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ เพราะ SMEs ทำให้เกิดการจ้างงานและการขยายตัวของภาคการผลิตสินค้าและอุตสาหกรรมบริการ SMEs ที่ได้รับการพัฒนาทักษะและรูปแบบการบริหารจัดการที่ดี จะทำให้ SMEs มีประสิทธิภาพส่งผลให้ธุรกิจมั่นคงและขยายเติบโต เป็นฐานไปสู่ธุรกิจขนาดใหญ่ช่วยในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม อีกทั้งการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ได้สร้างความตื่นตัวให้กับผู้ประกอบการไทยเพื่อเข้าสู่การแข่งขันทางการค้าในตลาดต่างประเทศที่มีฐานลูกค้าใหญ่ขึ้น เป็นการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีศักยภาพและความพร้อมได้มีโอกาสเติบโตในตลาดโลก

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) โดยฝ่ายส่งเสริมธุรกิจ SMEs (ฟสส.อก.) ซึ่งเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทหน้าที่ ช่วยเหลือ ส่งเสริม และสนับสนุนผู้ประกอบการ SMEs ได้เล็งเห็นความสำคัญของ SMEs จึงได้ดำเนินงานพัฒนาองค์ความรู้ จัดทำบทความองค์ความรู้ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุน SMEs ในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อเป็นศูนย์กลางองค์ความรู้และข้อมูลข่าวสารในด้านต่างๆ ที่ทันสมัยและทันต่อสถานการณ์ ครอบคลุมภาคธุรกิจทุกระบบ อาทิ ภาคการผลิต ภาคการค้า ภาคการบริการและภาคการเกษตร รวมถึงต้องครอบคลุมการประกอบธุรกิจทุกด้านไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาด การเงิน การลงทุน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การบริหารทรัพยากรบุคคล เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการและบุคคลทั่วไปที่สนใจได้ศึกษาและนำความรู้ไปพัฒนาศักยภาพให้สามารถแข่งขันในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศได้

สารบัญ

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

- N & B พืชชำแรม “ความสุข ความอร่อย แบ่งกันได้” 1
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 4
- ทำไมใครๆ ก็อยากเปิดร้านกาแฟ 7
- ธุรกิจขายอาหารเดลิเวอรี่ 11
- ธุรกิจกาแฟแมว 14
- รวยด้วยธุรกิจอาหารแต่ต้องจัดการให้เป็น 17
- Food Truck ไม่ต้องมีหน้าร้านก็มีลูกค้าประจำได้ 20
- ลูกค้าคือพระเจ้า แต่พนักงานสำคัญที่สุด 23
- กลยุทธ์ร้านอาหารขนาดเล็ก 26
- ธุรกิจอาหารแปรรูป 29
- ชองเดอร์ ไทยออร์แกนิกฟูด เต็มเต็มสุขภาพ ไร้สารพิษ 32
- หัวหิน ถิ่นนี้มีแต่ SMEs น่ากิน 35
- ธุรกิจขายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ 38
- แพรนไชส์ธุรกิจอาหารน่าสนใจ 41

ธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่น

- คัพเวอร์แนนท์ “นวัตกรรม” สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า 44
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่น เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 47
- เพิ่มยอดขายสินค้าแฟชั่นด้วยการตลาดออนไลน์ 50
- ธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสอง 53

ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้

- บริษัท ดีไซน์ ออลเทอร์เนทีฟ จำกัด “TURN KEY SOLUTION” 56
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 59
- การออกแบบและพัฒนาในรูปแบบสินค้าเฟอร์นิเจอร์ 62

ธุรกิจหัตถกรรม

- กกพันเกลียวหนึ่งเดียว ในสินค้า OTOP สู่ความยั่งยืน 65
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจหัตถกรรมเมื่อไทยเข้าสู่ AEC 69

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

- ภูเก็ต เพิร์ล อัญมณีที่ออกแบบได้ 72
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเมื่อไทยเข้าสู่ AEC 77
- การพัฒนารูปแบบในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ 80

ธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์

- Global Seal กับแนวคิดธุรกิจ สู่เส้นทางความสำเร็จ 83
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 88
- แนวคิดธุรกิจสู่ความสำเร็จของ บริษัท ทีมพลาส เคมีคอลจำกัด 91

ธุรกิจพลาสติกและยาง

- พลกระทบของ AEC ในอุตสาหกรรมยาง 96
- พลกระทบของ AEC ในอุตสาหกรรมพลาสติก 99

ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์

- จี.ไอ.เอฟ. เอ็นจิเนียริง 102
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 105

ธุรกิจสิ่งพิมพ์

- บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด ปรับตัวตามตลาดและรักษาคุณภาพ 108
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจสิ่งพิมพ์เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 111

ธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

- Electon ปลั๊กไฟฟ้าอัจฉริยะ 114
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 117

ธุรกิจเซรามิก

- เครื่องเบญจรงค์บ้านดอนไถ่ดี ของดีที่ต้องอนุรักษ์ 120
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเซรามิก เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 123
- จุดแข็งและจุดขาย ของธุรกิจเซรามิกขนาดเล็ก 126

ธุรกิจค้าปลีก

- อุดมระจกรถยนต์ บริการด้วยใจ คือหัวใจของธุรกิจ 129
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจค้าปลีกเมื่อไทยเข้าสู่ AEC 133
- เทคนิคการปรับปรุงร้านค้าปลีก 136
- แพรนิโซส อีกทางเลือกของการเริ่มต้น SMEs 139

ธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

- บริษัท ที-เน็ต จำกัด องค์กรแห่งการเรียนรู้ไม่มีที่สิ้นสุด 142
- เปลี่ยนขยะให้เป็นเงินล้าน 147
- กระจาดมูลสัตว์ 150
- Green Business 153

ธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยวและภัตตาคาร

- เรื่องเกี่ยวต่อนักถึงเรา หม่อมสาวท้าว 157
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยวและภัตตาคาร เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 162
- ทิศทางของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก 166
- Travel Trend 2016 169
- ว่าด้วยเรื่องของโรงแรมแบบต่างๆ 172
- Nan Boutique Hotel 176
- อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) 181
- ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ 185
- ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 189
- Online Travel Agency 193
- การท่องเที่ยวแนวพวงกุญ 197

ธุรกิจงานสร้างสรรค์และออกแบบ

- NOSTRA Navigator ของคนไทย เพื่อคนไทย 200
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจงานสร้างสรรค์และออกแบบ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 205
- Value of Design 209

ธุรกิจโลจิสติกส์

- ไวส์เฟรทเซอร์วิสเอส สร้างคุณค่าให้กับบริการ 213
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจโลจิสติกส์ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 218

ธุรกิจเพื่อสุขภาพ

- บริษัท เอ็ม วาย อาร์ คอสเมติกโซลูชั่น จำกัด “รักในสิ่งที่ทำ ทำในสิ่งที่รัก” 222
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเพื่อสุขภาพ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 225
- สปา ธุรกิจดาวรุ่งในกระแสคนดูแลสุขภาพ 228
- ธุรกิจนวดแผนโบราณ 231
- โอกาสของธุรกิจบริการสุขภาพ 234
- มวยไทยมาเนีย ออกกำลังกายแบบไทยสไตล์ 237
- ธุรกิจขายเสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬา กับเทรนรักสุขภาพ 240

ธุรกิจก่อสร้าง

- อสังหาริมทรัพย์ฟารวอย 243
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจก่อสร้าง เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 246

ธุรกิจซ่อมบำรุง

- ดริมคาร์เซ็นเตอร์ ศูนย์บริการที่เป็นมากกว่าศูนย์บริการ 249
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจซ่อมบำรุง เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 252

ธุรกิจการเกษตร

- วิ แอนด์ พี เพร็ชฟู๊ดส์ คุณภาพเหนือคุณภาพ 255
- โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจการเกษตร เมื่อไทยเข้าสู่ AEC 258
- การเพิ่มมูลค่าสินค้าการเกษตร 261
- วิถีเกษตรรุ่นใหม่ ทำธุรกิจอย่างไรให้รวย 264
- ธุรกิจต้นไม้ทำเงิน 267
- ตลาดโดนด ของดีเมืองเพชร 270

บทความองค์ความรู้เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจในด้านต่างๆ

- กลยุทธ์ครองใจลูกน้อง 273
- 10 สิ่งที่ผู้บริหารไม่ควรทำ 276
- ผู้บริหารในยุคดิจิทัลต้องปรับตัวอย่างไร 279
- บทบาทของผู้บริหารในภาวะวิกฤต 282
- แหล่งเงินทุนของ SMEs 285
- ข้อควรระวังในการเขียนแผนธุรกิจ 288
- เขียนแผนธุรกิจอย่างไรให้โดน 291
- แบนค์อย่ารู้อะไรในแผนธุรกิจของคุณ 294

▪ สาเหตุอะไรที่สถาบันการเงินไม่ปล่อยกู้	297
▪ 10 สิ่งที่ไม่ควรทำในการเริ่มต้นธุรกิจ	300
▪ ก้าวแรกขอการเริ่มต้นธุรกิจ ไปทางไหนไม่ให้หลงทาง	304
▪ การสร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นธุรกิจ	307
▪ คู่มือเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มต้นธุรกิจ	310
▪ เริ่มต้นธุรกิจ ตามแนวความคิดของคนยุคดิจิทัล	313
▪ SMEs ยุคใหม่ต้องใส่ใจการตลาดออนไลน์	316
▪ โซเชียล มีเดียมาร์เก็ตติ้ง การตลาดที่ไม่ควรละเลย	319
▪ เทคนิคการเผยแพร่กิจกรรมทางการตลาดสู่โลกโซเชียลมีเดีย	322
▪ การสร้างจุดเด่นให้สินค้า	325
▪ กลยุทธ์การสร้างความประทับใจให้แบรนด์สินค้า	328
▪ คัมภีร์รีแบรนด์ดีจิง Rebranding Strategy	331
▪ SMEs กับ CSR	334
▪ เคล็ด (ไม่) ลับ การหาลูกค้าใหม่	337
▪ เคล็ด (ไม่) ลับ ในการมัดใจลูกค้า	340
▪ กลยุทธ์พิชิตใจลูกค้า	343
▪ กลยุทธ์สร้างแบรนด์ของ SMEs	346
▪ การตลาดตามเทศกาล วางแผนดีไม่มีเอาท์	349
▪ จัดโปรโมชั่นยังไงให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย	352
▪ เทคนิคการตั้งราคา	356
▪ สโลแกน นั้นสำคัญไฉน	359
▪ ความภักดีในตราสินค้า สร้างได้อย่างไร	362
▪ SWOT จุดเริ่มต้นของยุทธศาสตร์การตลาด	365
▪ พฤติกรรมผู้บริโภค	368
▪ Packaging ออกแบบดี มีแต่กำไร	372
▪ ภาษีที่ SMEs ควรรู้	376
▪ กฎหมายที่ SMEs ควรรู้	379
▪ ยิ่งลดภาษีได้ ยิ่งทำกำไรให้ธุรกิจ	382
▪ การวางแผนการลงทุนเพื่อขยายกิจการ	385
▪ การสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร	388
▪ องค์กรแห่งการเรียนรู้	391
▪ คู่มือการสร้างนวัตกรรม	394
▪ SMEs กับภูมิคุ้มกันภาวะวิกฤต	397
▪ Teamwork หัวใจหลักขององค์กรที่แข็งแกร่ง	400

▪ บริหารคน = บริหารธุรกิจ	403
▪ ความเสี่ยงในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ HR ต้องรู้	406
▪ HR ยุคดิจิทัลต้องปรับตัวอย่างไร	409
▪ การสร้างวัฒนธรรมองค์กร	412
▪ วิธีรับมือความเสี่ยง	415
▪ หุ่นส่วนแบบไหนที่ควรเซย์โน	418
▪ จัดออฟฟิศอย่างไรให้รวย	421
▪ เงินสดหมุนเวียน หัวใจของธุรกิจ SMEs	424
▪ บริหารจัดการองค์กรใหม่ด้วยแนวคิด Smart Office	427
▪ การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน	430
▪ การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์	433
▪ จุดบอดที่ขัดขวางการเพิ่มผลผลิตของโรงงาน	436
▪ การจัดการผลลัพธ์ทางธุรกิจ	439
▪ นิสัยที่ควรหลีกเลี่ยงหากอยากเป็นเจ้าแก่งเงินล้าน	442
▪ ผลกระทบของ AEC กับ SMEs ไทย	446
▪ SMEs ไทยได้ประโยชน์ในการเข้าสู่ AEC	449
▪ การออกบูทแสดงสินค้าต้องเตรียมตัวอย่างไร	453
▪ รวมงานแสดงสินค้าที่น่าสนใจ	456
▪ SMEs กับการเริ่มต้นธุรกิจการส่งออก	460
▪ โอกาสและความเสี่ยงของ SMEs ไทยกับตลาดจีน	463
▪ กลุ่มธุรกิจเด่นในปี 2559	466
▪ กลุ่มธุรกิจที่ต้องระวังปี 2559	469
▪ 5 ธุรกิจดาวรุ่ง ที่เริ่มต้นด้วยเงินทุนหลักหมื่น	472
▪ ยุทธศาสตร์ในน่านน้ำทะเลสีฟ้า	475
▪ Red Ocean โอกาสที่ยังมีในน่านน้ำสีแดง	478
▪ การบริหารธุรกิจของครอบครัว	481
▪ บันได 5 ขั้นสู่การเป็นเจ้าของร้านค้าออนไลน์	484
▪ การดำเนินการธุรกิจ SMEs บนพื้นฐานความพอเพียง	487
▪ องค์ประกอบของความศรัทธาของลูกค้าในตัวสินค้าและบริการในธุรกิจ SMEs	485
▪ ไอเดียทำเงิน บนเส้นทาง E-Commerce	493
▪ การดำเนินธุรกิจ SMEs ในแนวคิด GREEN SMEs	496
▪ ร้านอาหารเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไทยสู่ SMEs แบบยั่งยืน	499

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม



N&B พิชซ่าเครป “ความสุข ความอร่อย แบ่งปันได้”

ช่วงวิกฤตเศรษฐกิจปี 40 เมื่อมนุษย์เงินเดือนถูกลดเงินเดือนลง เลยทำให้เกิดความคิดในการเริ่มทำธุรกิจของตัวเอง ซึ่งธุรกิจอาหารเป็นตัวเลือกแรกที่มาเพราะมองว่าอาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ แม้เศรษฐกิจไม่ดีแต่อาหารที่มีราคาไม่สูงนักก็น่าจะขายได้ และช่วงนั้นเอง “เครป” กำลังเป็นของวางที่เป็นที่นิยม เครปจึงเป็นตัวเลือกแรกๆ ที่ผู้ชายซึ่งความคิดไม่เคยหยุดนิ่งเลือกทำเป็นธุรกิจแรก

รายได้เสริมต้องสูงกว่าเงินเดือนสองเท่า จึงจะลาออกจากงานประจำ นี่เป็นความคิดของคุณบุญประเสริฐ ผู้พันธ์ ผู้ก่อตั้ง บริษัท เอ็น แอนด์ บี พิชซ่า เครป จำกัด หลังจากนั้นเขาจึงเริ่มทำธุรกิจเล็กๆ ของตัวเองคือขายเครป วันแรกยอดขาย 53 ชิ้น... ตีใจมาก นับเงินแล้วนับเงินอีก ยอด 1,060 บาท แต่เชื่อมันว่านับไปยิ้มไป รู้สึกภูมิใจกว่าตอนรับเงินเดือนเสียอีก ช่วงแรกๆเหนื่อยมากแทบไม่ได้นอนเพราะทำควบคู่ไปกับงานประจำ คือเราตั้งใจไว้แล้วว่า จะลองทำธุรกิจและที่สำคัญหากรายได้ไม่เกินสองเท่าของเงินเดือน ก็จะไม่ลาออกจากงานประจำ เป็นอย่างนี้อยู่ประมาณ 3-4 เดือน รายได้ค่อยๆโตขึ้นจากหลักพัน จนในที่สุดก็สูงกว่าเงินเดือนตามที่ตั้งเป้าหมายไว้ จึงตัดสินใจลาออก

ช่วงแรกที่ก้าวมาทำธุรกิจของตัวเองเต็มตัว ยอดขายปีแรกแค่ 8 ล้าน ซึ่งจริงๆก็ค่อนข้างพอใจสำหรับคนที่เพิ่งเริ่มจับธุรกิจ ในใจยังไม่ไฟฟักสัก Product เดียวเพราะจริงๆจบเคมีมา ยังอยากหาอย่างอื่นที่คิดว่าตัวเองน่าจะชอบ แต่มีอยู่วันหนึ่งเห็นโดนักยี่ห้อดังร้านข้างๆ เจ้าครบรอบ 50 ปี แล้วตลอด 50 ปีเจ้าก็ขายแต่โดนัก เลยได้แรงบันดาลใจว่าเจ้าทำธุรกิจเดียวจนเชี่ยวชาญมา 50 ปี และขยายสาขาไปทั่วโลกในปัจจุบัน เราจึงเอาจุดนี้มาเริ่มคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของเราบ้าง หลังจากเรากลับมาไฟฟักผลิตภัณฑ์ของเรา พัฒนาสูตรอบรมพนักงาน และพัฒนาตนเอง ยอดขายก็ก้าวกระโดดไปปีละ 100 ล้าน

ถ้าเรามีความศรัทธาและไฟฟักในสิ่งที่ทำเราจะไปได้ หลังจากยอดขายโตอย่างน่าพอใจจึงกลับมาเน้นการพัฒนาสูตรเครปและแพนเค้กให้มีรสชาติที่แตกต่างจากคู่แข่ง โดยกลยุทธ์ทางการตลาดของ N&B สิ่งแรกเลยคือรสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เราพัฒนาแป้งเครปสูตรพิเศษที่มีความหอมหวาน เนื้อบางเบา กรอบ อร่อย ส่วนแพนเค้กก็จะนุ่ม หอม และมีไส้ ซึ่งแพนเค้กปกติจะไม่ไส้ ของเราราคาไม่แพง ทานเป็นของว่างก็ดีสิ่งสำหรับเป็นเบรคในการประชุมก็ดี อีกอย่างหนึ่งคือแพนเค้กซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ออกมาทีหลัง ถูกทำขึ้นเพื่อลบลจุดด้อยของเครป คือหากลูกค้าสั่งเครปนั้นต้อง

ทำสด อย่างน้อยๆต้องใช้เวลารอบประมาณ 5 นาที จึงทำแพนเค้กที่บรรจุในกล่องพร้อมรับประทาน เป็นแพนเค้กบ็อกซ์สะดวกกับการซื้อกลับ หากลูกค้าไม่ต้องการรอก็อาจเลือกเป็นชื่อแพนเค้กแทน หรือในขณะรอใครก็อาจหยิบติดไม้ติดมือเป็นเพิ่มไปได้อีกด้วย แพนเค้กนี้เองทำให้ยอดขายโตขึ้นอีก 3 เท่าตัวเลยทีเดียว ตอนนี้อามีผลิตภัณฑ์ใหม่ คือน้ำมะนาวผสมน้ำผึ้ง ที่น่าจะได้รับคามนิยามไม่แพ้กัน จากนั้นเราร่วมยอดขายโดยการชักจูงลูกค้าไปอีกในลักษณะแพรนไชส์ เพื่อที่เราจะไม่ต้องปวดหัวเรื่องคนหรือเพิ่มจำนวนพนักงานอีกเป็นพันๆ แพรนไชส์ของเรามีหลายขนาดให้เลือกตามความเหมาะสมของพื้นที่

เราคิดเสมอว่าสาขาแพรนไชส์เปรียบเสมือนสาขาของเราเอง การดูแลและให้คำปรึกษาทุกอย่าง เราทำอย่างเต็มที่และใส่ใจในทุกๆเรื่องเหมือนเป็นพนักงานของเรา มีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อการส่งเสริมให้สาขาแพรนไชส์ได้รับการช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่นระบบการขายออนไลน์ ระบบความช่วยเหลือออนไลน์ตลอดช่วงเปิดร้าน ระบบกล้องวงจรปิด ทั้งนี้เพื่อให้สาขาแพรนไชส์ทุกสาขาได้มาตรฐานและคุณภาพเดียวกัน เพราะหากสาขาใดสาขาหนึ่งมีปัญหา นั่นหมายถึงชื่อเสียงของ N&B ทั้งหมดต้องเสียหายไปด้วย สำหรับคนที่ซื้อสาขาแพรนไชส์กับเราเองก็ต้องกลัวว่าเราจะละเลย เรามีเทรนพนักงาน เทรนการขาย การทำแคร์ปีให้จนเชี่ยวชาญ และหากเกิดปัญหา เราก็พร้อมจะช่วยเหลือตลอดไม่ทอดทิ้ง

จุดแข็งของสินค้าเราคือสดใหม่ ผลิตและขายวันต่อวัน เพื่อการรักษาคุณภาพและรสชาติ หากเหลือเราจะทิ้งทุกวันนี้เพื่อให้ลูกค้าได้บริโภคของที่สดใหม่ รสชาติดี อีกทั้งวัตถุดิบเราเป็นวัตถุดิบที่มาจากในประเทศทั้งหมด จึงไม่มีปัญหาด้านการขาดแคลนวัตถุดิบ จุดแข็งอีกอย่างคือ การผลิตของเราส่วนใหญ่ทำสดหน้าร้านเป็นการผลิตขึ้นต่อขึ้นตาม order ลูกค้าสามารถเลือกใส่ที่หลายหลายได้ตามชอบทั้งแพนเค้กและเครป และเครปเองก็มีจุดขายในตัวที่เรียกลูกค้าได้ดีคือตอนหมุนแป้ง กลิ่นหอมๆจะเชิญเต็มไปหมดเพื่อเรียกลูกค้าอื่นมาด้วย แต่การทำแบบนี้ เราเองต้องมีการเทรนพนักงานอย่างดีเพื่อรักษารสชาติ ปริมาณ และคุณภาพ

แผนการขยายในอนาคต นอกจากเราจะขยายธุรกิจไปในรูปแบบการขายสาขาแพรนไชส์แล้ว เรายังมีแผนขยายตลาดสู่ AEC และประเทศเพื่อนบ้าน ณ ปัจจุบันนี้เรามีสาขาแรกที่ประเทศลาว ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดี แผนต่อไปเราจะขยายไปยัง พม่า เกาหลี และญี่ปุ่น ซึ่งกำลังอยู่ในระหว่างเจรจาซึ่งใช้เวลาค่อนข้างนาน อย่างลาวกว่าจะสำเร็จก็เป็นปี เพราะธุรกิจอาหารมีขั้นตอนค่อนข้างมากและแตกต่างกันในแต่ละประเทศจึงทำให้ใช้เวลานาน และอีกสิ่งที่สำคัญในการขยายสาขาแพรนไชส์ คือเราต้องดูคู่ค้าให้ดีด้วยว่าเค้ามีความตั้งใจจริงที่จะทำ และมั่นใจได้ว่าเค้าจะทำได้ เพราะมันคือชื่อเสียงของแบรนด์ จึงต้องมีการติดต่อกันกันไปมาอยู่หลายเดือนกว่าจะแน่ใจได้ว่าเค้าจะสามารถช่วยเราขยายธุรกิจได้อย่างดี



ความเชื่อ ความศรัทธา และการหาความรู้ คือเคล็ดลับความสำเร็จอย่างยั่งยืนของ N&B อย่างแรกคือความเชื่อและความศรัทธาในสิ่งที่ทำให้เรามุ่งมั่นทำให้ได้ตามเป้าหมายในการทำงาน แต่เชื่ออย่างเดียวยังไม่พอต้องมีความรู้ด้วย เราต้องหมั่นฝึกฝนตัวเอง หาความรู้ ทั้งตัวผู้บริหารเองและพนักงาน และที่สำคัญคือเราต้องประกอบธุรกิจด้วยหลักธรรมาภิบาล ต้องซื่อสัตย์กับลูกค้า ทีมงาน และตัวเราเอง โดยเฉพาะในการบริหารงานบุคคลเรามีคุณธรรมอยู่ว่าความซื่อสัตย์ต้องมาก่อน และตอนนี้เรามีโครงการเก้าอี้ใหม่ คือเปิดโอกาสให้พนักงานเป็นเจ้าของกิจการ เป็นเจ้าของสาขาเอง โดยพนักงานที่มีอายุงานเกิน 2 ปี จะได้รับโอกาสนี้ เค้าจะมีคามภูมิใจและกระตือรือร้นในการเป็นเจ้าของสาขา อีกทั้งไม่ต้อง

จ่ายเงินก้อนเหมือนการซื้อแฟรนไชส์ สามารถแบ่งจ่ายเป็นงวดๆได้ จากโครงการนี้เราจะหวังว่าจะเป็นการหยิบยื่นโอกาสให้พนักงานที่เป็นเหมือนคนในครอบครัวของเรา และได้สาขาแฟรนไชส์ที่มั่นคงได้มาจากคนที่รักในงานนี้จริงๆ ในส่วนกิจกรรมระหว่างพนักงาน นอกจากจะจัดการเทรนนิ่งเป็นประจำแล้ว เรายังจะจัดกิจกรรมเพิ่มคุณธรรมและความสุขให้แก่พนักงานเสมอๆ เพราะเราเชื่อว่า หากพนักงานมีความสุข การทำงานก็จะดีตามและจะทำให้องค์กรเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด



ของฟรีของดียังมีอยู่ในโลก ที่ว่ามานี้คือการเข้าเป็นสมาชิกของภาครัฐในโครงการต่างๆ การที่ N&B ได้เข้ามาเป็นสมาชิกโครงการต่างๆของภาครัฐ เช่น สสว. เป็นการเพิ่ม

ช่องทางให้เราหาความรู้มากมายแบบไม่มีค่าใช้จ่าย เราต้องเข้าใจว่าโลกทุกวันนี้เปลี่ยนเร็ว ดังนั้นเราต้องไม่หยุดนิ่งที่จะเรียนรู้ให้กับตัวเอง ให้กับองค์กร เพื่อเสริมความแข็งแกร่งและเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน นอกจากนี้เรายังจะมีเพื่อนสมาชิกที่จะคอยบอกข่าวและอัปเดตสิ่งใหม่ๆ ที่จะทำให้รู้เท่าทันโลกธุรกิจอีกด้วย SMEs รายใหม่ๆอาจจะมี ความกลัว กลัวที่จะใช้ระบบ หรืออะไรก็ตาม แต่อยากแนะนำว่าเราควรทำให้ถูกต้องทั้งภาษีและการจัดการทุกอย่าง หากเราทำธุรกิจอย่างโปร่งใสแล้วก็ไม่ต้องกลัวจะถูกตรวจสอบ ภาครัฐก็มีแต่จะ

ช่วยเหลือและหาโอกาสใหม่ๆมาให้เราเสมอ ทั้งโอกาสในตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ

ในส่วนของรางวัล SMEs ดีเด่น
จากการประกวด SMEs National Awards ครั้งที่ 7 นับเป็นความภูมิใจขององค์กรเป็นอย่างมาก ซึ่งรางวัลนี้เราเคยส่งเข้าประกวดมาแล้ว 4 ปี ปีแรกได้ดาวรุ่ง ปีที่สองไม่ได้ ปีที่สี่ได้ดาวรุ่งอีกครั้ง จนมาในปีนี้ได้รางวัล SMEs ดีเด่น เป็นรางวัลที่นำมาซึ่งความภูมิใจขององค์กรเพราะเค้าใช้มาตรฐานในการประกวดที่สูง เรายังหวังว่านอกจากได้รางวัล

แล้วยังทำให้องค์กรของเราได้มีการตรวจเช็คตัวเอง กระตือรือร้นในการพัฒนาตัวเอง และทั้งหมดก็เกิดจากที่พนักงานทุกคนร่วมมือกัน จึงทำให้เราได้รางวัลนี้มา



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเมื่อไทยเข้าสู่ AEC

เมื่อไทยเราก้าวเข้าสู่ AEC ไม่ว่าจะภาคธุรกิจใดในสาขาไหนก็ตามก็ต้องมีการปรับตัวทั้งสิ้น จะมากน้อยก็ต่างกันไป แต่สิ่งหนึ่งที่เราจะสังเกตได้เลยก็คือ การปรับตัวของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องพื้นฐานของมนุษย์ไม่ว่าใคร ชาติภาษาใดก็ต้องกินต้องดื่มทั้งสิ้น การก้าวเข้าสู่ AEC อย่างเต็มตัว จะเพิ่มโอกาสหรือเพิ่มความเสี่ยงให้กับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอย่างไร บทความนี้จะพาท่านไปวิเคราะห์กัน ไปเริ่มกันเลย

จากรายงานที่ผ่านๆ มา ในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนานั้นผู้บริโภคให้ความสำคัญและเทน้ำหนักกับการบริโภคอาหารมากกว่าการอุปโภคสิ่งของเครื่องใช้เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ซึ่งการบริโภคอาหารจะเปลี่ยนแปลงไปเมื่อระดับ

รายได้สูงขึ้น ซึ่งเมื่อทราบดังนี้แล้ว เราก็หันกลับมามองบ้านเรา อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในบ้านเรา จัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงทีเดียว เพราะประเทศไทยเรามีความอุดมสมบูรณ์ และพื้นฐานของประเทศเรานั้นเป็นประเทศเกษตรกรรม ข้าวปลาอาหารจึงมีกินได้ตลอดปี และนอกจากที่พอกินเองแล้ว ยังสามารถนำมาแปรรูปเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมอาหารได้อีกด้วย ซึ่งเราเองก็ไม่หยุดพัฒนาต่างหากเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยเสริมความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมอาหาร และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอาหารที่แปรรูปออกมาแล้วอีกด้วย ตรงนี้จึงทำให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและวางนโยบายที่จะนำครัวไทยสู่ครัวโลก คือพยายามพุ่งเป้าสู่ตลาดอาเซียนเป็นอันดับแรก โดยความคาดหวังก็คือ การเป็นผู้นำในด้านอุตสาหกรรมอาหารและธุรกิจอาหาร

ก๊นึซำมมำดูฟ้งธุรกิจเครื่องดื่มกัันบ้ำง ธุรกิจเครื่องดื่มของประเทศไทย มีจำนวนผู้ประกอบการไม่น้อยทีเดียว และเป็นรายใหญ่ก็มาก รายย่อยที่ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไปก็ยังมีอีกไม่น้อย แต่ที่สามารรถดัดลัดทั่วประเทศไทยได้ก็มีเพียงยักษ์ใหญ่ไม่กี่ราย เนื่องจากการครองตลาดของบริษัทใหญ่ ทำให้โอกาสที่จะเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่นั้นไม่่ง่ายนัก ซึ่งถ้าจะลงชิงพื้นที่ส่วนแบ่งของตลาดก็ต้องใช้ทุนสูงมาก ต้องมีช่องทางในการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้บริษัทยักษ์ใหญ่ทำได้ครอบคลุมทั้งหมดแล้ว แต่ด้วยมูลค่าทางตลาดของเครื่องดื่มนั้นมีมูลค่าสูง จึงเป็นสิ่งที่จูงใจให้ผู้ประกอบการใหม่ ๆ มีความต้องการที่จะกระโดดเข้ามาสู่ตลาดธุรกิจเครื่องดื่บบ้าง และตลาดเครื่องดื่มที่มีความตื่นตัวและแข่งขันกันสูงมาก ก็จะมี น้ำอัดลัม ซำฟร้อมดื่ม เครื่องดื่มชูกำลัง ซึ่งในทุกวันนี้บริษัทที่ถือครองตลาดส่วนนี้อยู่ก็จะมีการวางแผนงานแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็นหลายระดับ มีการวางตลาดทั้งระดับบน ระดับกลางและระดับล่าง เพื่อต้องการให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งมีกำลังซื้อแตกต่างกันไป จึงทำให้เราพบว่าทุกกลุ่มลูกค้าที่เป็นหมายต่างมีตลาดของตัวเองเกิดขึ้นแล้วอย่างชัดเจน เรียกได้ว่า ตลาดธุรกิจเครื่องดื่มเป็นอะไรที่แข่งขันสูงมากทีเดียว

แล้วความเสี่ยงล่ะ มีมากน้อยแค่ไหน ลองมาดูธุรกิจอาหารกันก่อน ความเสี่ยงของธุรกิจอาหารนั้นจะอยู่ที่เรื่องของราคาต้นทุน เพราะเมื่อไทยก้าวเข้าสู่ AEC เราก็จะต้องพบกับอุปสรรคด้านการแข่งขันผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะจังกัันตามจริงแล้ว ยากทีเดียวที่จะเข้าแข่งขันในด้านผลผลิตทางการเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากการเกษตรของประเทศไทยมีต้นทุนการผลิตต่อไร่ค่อนข้างสูง อีกทั้งผลผลิตต่อไร้กัันมีจำนวนน้อยกว่า วิธีการเพาะปลูกรวมถึงวิธีการจัดการก็มีความแตกต่างกัน เกษตรกรไทยมัก จ้างคนงานทำมี การใช้ปุ๋ยเคมี สารกำจัดวัชพืช การใช้สารเร่งผลผลิต ซึ่งสารต่าง ๆ เหล่านี้มีราคาค่อนข้างสูง จึงทำให้เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนไปด้วย ส่วนประเทศในอาเซียนหลาย ๆ ประเทศ ทำการเพาะปลูกเอง ไม่มีการว่าจ้างใด ๆ ใช้สารอินทรีย์เป็นส่วนใหญ่ และใช้แรงงานจากสัตว์ ซึ่งเป็นการลดต้นทุน จึงทำให้ผลผลิตทางการอาหารของหลาย ๆ ประเทศ ถูกกว่าประเทศไทย และบางทีอาจจะมีคุณภาพมากกว่าด้วยซ้ำ ซึ่งตรงจุดนี้เองที่ผู้ประกอบการอาหารจะต้องระมัดระวังและตระหนักให้ดี และอีกประการปัจจุบันนี้ผู้คนทั่วโลกมีความตื่นตัวในด้านสุขภาพ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปมีความใส่ใจและดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น กลุ่ม

ธุรกิจร้านอาหารจากธรรมชาติและอาหารจำพวกออร์แกนิก เช่น Whole Food Market กลุ่มเหล่านี้เข้าถึงผู้บริโภคจึงประสบความสำเร็จได้ในเวลาไม่นาน แต่นั่นเองก็เป็นความเสี่ยงของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหลาย ๆ ราย หากวัตถุดิบมีการปนเปื้อนสารเคมีมาตั้งแต่การปลูก ก็อาจจะทำให้เสียฐานลูกค้าไปได้เหมือนกัน เพราะคนจะพิถีพิถันในการกินมากขึ้น อาหารถ้าไม่สะอาดและถูกสุขลักษณะ กรรมวิธีการปรุงไม่สะอาด ก็ล้วนเป็นความเสี่ยงที่จะทำให้ธุรกิจไปไม่รอดเหมือนกัน ธุรกิจเครื่องดื่มก็ไม่ต่างกัน เดิมปัญหาในเรื่องพื้นที่ของตลาดก็เป็นปัญหาใหญ่อยู่แล้ว ยิ่งพอมำโดนเรื่องแนวโน้มของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอีกด้วย ก็ทำให้ความเสี่ยงมีมากขึ้นทีเดียว

“เมื่อเห็นโอกาสและเข้าใจความเสี่ยงกัันไปแล้ว หากคุณคิดที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหรือเครื่องดื่ม คุณต้องรู้จักปรับตัว”

เมื่อเห็นโอกาสและเข้าใจความเสี่ยงกัันไปแล้ว หากคุณคิดที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหรือเครื่องดื่ม คุณก็ต้องรู้จักปรับตัว ซึ่งคุณจะต้องเข้าใจแนวโน้มของผู้บริโภค คุณจึงจะจับตลาดได้ถูกต้อง และลดความเสี่ยงในธุรกิจประเภทนี้ลงได้ ซึ่งสิ่งที่ผู้ประกอบการทั้งหลายจะต้องทำเลยก็คือ เข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้นอันเป็นวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ ขนาดครอบครัวที่เล็กลง และแนวโน้มสังคมที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายอย่างเต็มตัว ถ้าคุณเข้าใจสิ่งเหล่านี้อย่างถ่องแท้คุณก็จะปรับตัวและปรับธุรกิจอาหารของคุณให้รองรับกับความเปลี่ยนแปลงไปได้โดยไม่ยากนัก ไม่ว่าจะเป็อาหารหรือเครื่องดื่มผู้ประกอบการจะต้องมีการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มเพื่อตอบโจทยความต้องการใหม่ ๆ ที่ไม่หยุดนิ่งของผู้บริโภคได้ การปรับธุรกิจให้เข้าสู่ ร้านสะดวกซื้อ และ Supermarket ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่น่าสนใจ แม้จะมีความยากอยู่กัันตาม แต่ถ้าทำได้ก็จะเจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

อีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจก็คือ พฤติกรรมการบริโภคของคนในภูมิภาค ปัจจุบันประชาชนในภูมิภาคอาเซียน เลียนแบบพฤติกรรมการกินจากฝั่งตะวันตกเพิ่มขึ้น ของขบเคี้ยว น้ำอัดลม หรือน้ำหวานเจือสี จึงเป็นอะไรที่มีช่องว่างทางตลาดอยู่บ้าง อีกส่วนที่ผู้ประกอบการจะมองข้ามไปไม่ได้เลยก็คือ ในอาเซียนมีประชากรมากกว่า 40% นับถือศาสนาอิสลาม การปรับตัวและลงเข้าสู่ตลาดอาหารฮาลาลก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจไม่น้อย



หลายๆ ประการที่กำลังเปลี่ยนแปลง ทำให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของอาเซียนดึงดูดความสนใจจากนักธุรกิจและนักลงทุนได้ นั่นหมายความว่า เมื่อเข้าสู่อาเซียนตลาดอาหารและเครื่องดื่มก็มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โอกาสทางธุรกิจก็มากขึ้นมูลค่าที่สูงขึ้นด้วย แต่คู่แข่งและความเสี่ยงก็มีไม่น้อยด้วยเช่นกัน การดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของผู้ประกอบการรุ่นใหม่จึงต้องรอบคอบมากกว่าที่เคย การหาพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการท้องถิ่น ก็น่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดี ที่จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นไปได้ราบรื่น ส่วนหนึ่งทางภาครัฐก็พยายามที่จะสนับสนุนในภาคธุรกิจทั้ง 2 ส่วน อยู่แล้ว แต่การแข่งขันที่สูง และต้นทุนที่ทางภาครัฐยังหาทางแก้ไขไม่ได้ก็เป็นปัญหาที่เราต้องคอย ๆ ปรับตัวไปทีละน้อย ตลาดอาหารหรือเครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุ ตลาดอาหารฮาลาล ทั้งหมดนี้น่าจะเป็นทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งที่ลืมไปไม่ได้เลยก็คือ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จะตอบโจทย์จะต้องเน้นเรื่องความสะดวกสบายและประหยัดเวลาด้วย ซึ่งถ้าผู้ประกอบการสามารถตีโจทย์ตรงนี้ได้ก็จะทำให้สามารถปรับธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดี

กล่าวโดยสรุปก็คือ โอกาสของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หลังจากไทยเข้าสู่ AEC แล้วจะเติบโตอย่างโดดเด่น ความคุ้มค่าจะกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้น้ำหนักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจะต้องเลือกนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบการจัดโปรโมชั่นการรับส่วนลด เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่า ทั้งคุณค่าทางอาหาร ความสะดวกรวดเร็วและราคาที่เหมาะสม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีทางเลือกในการนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบอื่นๆ ได้ผ่านการให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ เช่น รสชาติอาหาร ความหลากหลายและความแตกต่างของอาหาร การให้บริการ การตกแต่งร้านหรือทั้งหมดรวมกัน แล้วสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุ้มค่าได้ในธุรกิจเครื่องดื่มก็อาจจะใช้วิธีคล้าย ๆ กัน มีการจัดโปรโมชั่นการรับส่วนลด และมีการส่งชิงรางวัล สิ่งเหล่านี้อาจทำให้เกิดกระแสของผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ซึ่งย่อมส่งผลดีต่อการทำธุรกิจที่มีคู่แข่งเยอะ มีพื้นที่ตลาดน้อย และที่จะขาดไปไม่ได้ ทั้งธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มต้องให้ความสำคัญกับการกระตุ้นให้ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารหรือดื่มเครื่องดื่มต่อคนต่อครั้งสูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าของเราและเพิ่มพื้นที่ในส่วนของตลาดให้กับธุรกิจเราได้ รวมถึงดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำควบคู่กันไป สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้ธุรกิจของเรายืนหยัดได้หลังจากเข้าสู่ AEC



ทำไมใครๆก็อยากเปิดร้านกาแฟ

หากถามว่าคุณอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเองไหม?

หลายๆคนคงจะตอบเป็นเสียงเดียวกันว่าอยาก ในบรรดาธุรกิจที่ใครต่อใครมองหา แน่ใจว่าธุรกิจร้านกาแฟเป็นหนึ่งในคำตอบ หรือแทบจะเรียกได้ว่า เป็นธุรกิจอินฟินและเป็นธุรกิจยอดนิยมนี่ เป็นตัวเลือกต้นๆที่น่าสนใจ ที่สามารถเริ่มต้นลงทุนได้ด้วยเงินหลักหมื่น เรียกได้ว่ากาแฟเป็นเครื่องดื่มนิยมชนิดหนึ่งที่ผู้คนซื้อดื่มได้ไม่จำกัดประเภทลูกค้าไม่ว่าเพศหรืออาชีพ ซึ่งมีตั้งแต่นักศึกษาผู้ที่ต้องคร่ำเคร่งกับตำราเรียน บุคคลคนทั่วไปทุกสาขาอาชีพ พนักงานบริษัทยันผู้บริหารก็ต่างหันมานิยมดื่มกาแฟกันมากขึ้น กาแฟสดถือเป็นเครื่องดื่มที่นิยมขึ้นชอบมากที่สุดสำหรับผู้บริโภค จึงไม่น่าแปลกใจว่าด้วยความต้องการทางตลาดที่ยังมีมากขึ้นเรื่อยๆ อีกทั้งขั้นตอนในการเปิดก็ไม่ยุ่งยากมากจนเกินไป รวมไปถึงการตอบโจทย์เกี่ยวกับ life style ที่เข้ากับโลกในยุคโซเชียลมีเดีย ธุรกิจร้านกาแฟจึงเป็นธุรกิจที่ใครๆก็ใฝ่ฝันอยากมีเป็นของตัวเอง ก่อนอื่นเรามา

ทำความรู้จักธุรกิจร้านกาแฟกันเถอะว่า ธุรกิจนี้น่าสนใจอย่างไรทำไมใครๆถึงอยากเปิด

การลงทุนเปิดร้านกาแฟในแบบต่างๆเป็นอย่างไรบ้าง

ประเภทของร้านกาแฟจะแบ่งได้เป็น 2 ประเภท **ประเภทมีโต๊ะนั่ง** อย่างเช่น ร้านขายกาแฟอย่างเดียว ร้านกาแฟที่มีทั้งเบเกอรี่รวมถึงอาหารมือเบาๆหรืออาหารที่วอล์ป ร้านขายหนังสือที่มีเคาน์เตอร์กาแฟ เป็นต้น **และประเภทไม่มีโต๊ะนั่ง** อย่างเช่น ชุมกาแฟเล็กๆ (ค็อส) กาแฟรถเข็น เป็นต้น ซึ่งสามารถแยกออกเป็นรูปแบบ (Stand Alone) คือร้านกาแฟที่มีพื้นที่เป็นของตัวเองมีบรรยากาศสงบเป็นเอกเทศแยกออกจากตัวอาคาร อื่นๆไม่มีช่วงเวลาจำกัดในการเปิดหรือปิด ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ขายเอง หรืออีกรูปแบบหนึ่งคือร้านกาแฟเป็น Shop อย่างในห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล อาคารสำนักงานต่างๆ ที่ต้องอาศัยเวลาเปิดปิดหน้าร้านตามอาคารนั้นๆกำหนด

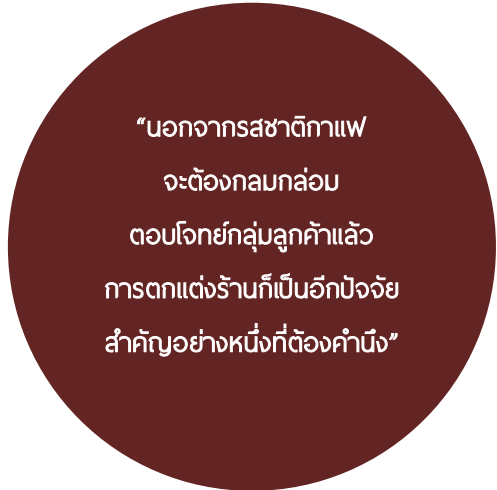
เป็นต้น งบประมาณในการลงทุนกาเพนั้นมีรูปแบบ
ตัวเลือกดังต่อไปนี้ แบบที่

1. เปิดเองซึ่งประโยชน์ของการเปิดด้วยตัวเองคือ
สามารถสร้างแบรนด์เป็นของตัวเอง ที่สามารถใส่ความคิด
ไอเดียต่างๆของผู้เป็นเจ้าของ การคิดค้นสูตรชงกาแฟที่เป็น
เอกลักษณ์ เลือกวัตถุดิบอย่างเมล็ดกาแฟชนิดต่างได้อย่าง
อิสระ รวมไปถึงการวางคอนเซ็ปต์ร้านการเลือกอุปกรณ์
เฟอร์นิเจอร์ กำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าว่าต้องการเน้นไปที่
กลุ่มไหนเป็นพิเศษ ทำเลที่ต้องการเปิด ออกแบบตกแต่งเอง
ทั้งหมด เรียกว่าต้องดูแลทุกอย่างด้วยตัวเองตั้งแต่ต้นจนจบ
สามารถสร้างเอกลักษณ์ สร้างจุดเด่นเฉพาะตัวได้ไม่เหมือนใคร
แต่ข้อจำกัดคือจะควบคุมค่าใช้จ่ายได้ยากหากไม่คำนวณให้
รอบคอบทั้งนี้ต้องไม่ลืมคำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่ไม่ควรมองข้าม
เบื้องต้นดังนี้ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการชงกาแฟ เช่น
เครื่องชงและเครื่องบดกาแฟ มีให้เลือกตั้งแต่หลักหมื่นจนถึง
หลักแสน ทั้งนี้ควรเลือกให้เหมาะสมกับการใช้งานและปริมาณที่
ตั้งเป้าหมายที่จะขาย เป็นต้น วัตถุดิบ เช่นราคาเมล็ดกาแฟและ
ส่วนผสมอื่นๆ ค่าเช่าสถานที่ในกรณีที่ต้องเช่าพื้นที่ตั้งของร้าน
กาแฟ ค่ามัดจำและเงื่อนไขค่าใช้จ่ายอื่นๆตามสัญญา ค่า
ก่อสร้างร้านกาแฟในกรณีที่มีสถานที่อยู่แล้ว ค่าใช้จ่ายในการ
ออกแบบตกแต่งสถานที่ ค่าน้ำค่าไฟ ค่าจ้างพนักงาน และเงิน
ทุนหมุนเวียน

รูปแบบที่ 2 การเปิดแบบแฟรนไชส์ซึ่งเป็นที่นิยม
มากในยุคนี้ การเปิดร้านกาแฟแฟรนไชส์มีแบรนด์ให้เลือก
มากมายในท้องตลาด งบประมาณที่ต้องใช้มีตั้งแต่ต้นทุนต่ำ
เพียงแค่หลักพันไปจนถึงหลักแสนเช่นกาแฟแบรนด์พรีเมียมห
หลายแบรนด์ตามแต่แพ็คเกจที่ต้องการ ประโยชน์ของการเปิด
ร้านกาแฟแบบแฟรนไชส์คือจะสะดวกสบายสำหรับผู้เริ่มต้นทำ
ธุรกิจใหม่ๆ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้อยู่ในงบประมาณที่
ต้องการได้ ไม่ต้องคิดค้นสูตรเอง รวมถึงการเลือกซื้ออุปกรณ์
การเตรียมวัตถุดิบหรือการออกแบบตกแต่งร้านเพราะทาง
เจ้าของแบรนด์จะจัดเตรียมไว้ให้ตามแพ็คเกจที่เลือก ทั้งนี้ร้าน
กาแฟแฟรนไชส์มักจะมีชื่อเสียงอยู่ในระดับหนึ่ง ไม่ต้องเสียเวลา
ในการสร้างลูกค้าเอง มีการฝึกอบรมการชงและการขาย เป็น
ต้น แต่ในขณะเดียวกันก็มีข้อจำกัด เช่น อาจจะต้องแบ่งผล
กำไรส่วนหนึ่งให้กับเจ้าของแบรนด์หรือในบางแฟรนไชส์อาจมี

ค่าใช้จ่ายเพิ่มได้แก่ค่าธรรมเนียมทางการตลาดที่ใช้สำหรับการ
ส่งเสริมทางการตลาดหรือค่าโฆษณา เป็นต้น

เนื่องจากธุรกิจกาแฟกำลังมาแรง การแข่งขันทาง
การตลาดจึงรุนแรงไม่ต่างกัน ผู้สนใจเปิดธุรกิจร้านกาแฟจึง
ต้องเตรียมตัววางแผนการตลาดและปรับกลยุทธ์ให้ทันต่อ
สถานการณ์ด้วยเช่นกัน เพราะในการทำธุรกิจไม่ว่าจะสาขา
อาชีพใดก็ตาม การตลาดและมิกซ์กลยุทธ์ทางธุรกิจนั้นนับเป็น
หัวใจหลักอย่างหนึ่งที่ไม่ควรมองข้าม นักลงทุนที่สนใจธุรกิจนี้
นอกจากจะต้องใส่ใจในรสชาติแล้ว ควรจะมีการปรับปรุงรสชาติให้
มีความกลมกล่อม มีกลิ่นหอมเพื่อดึงดูดลูกค้าอยู่เสมอ ลอง
มาดูตัวอย่างการตลาดและกลยุทธ์ที่เราไล่สดมามาคร่าวๆกันว่ามี
อะไรบ้าง



การคิดค้นสูตรชงกาแฟใหม่ๆอยู่ตลอดเวลา การ
คิดค้นสร้างสรรค์เมนูใหม่ๆ ไม่ให้ซ้ำกับที่อื่น

การออกโปรโมชั่นต่างๆเพื่อเพิ่มยอดขายให้พุ่ง
กระชูดแข่งหน้าคู่แข่ง เช่นโปรโมชั่นลดราคาสำหรับสมาชิก
โปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 หรือลด 50% สำหรับลูกค้าในเดือนเกิด
 เป็นต้น

นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าร้านกาแฟทุกวันนี้ไม่เพียงแต่
ขายกาแฟ แต่มีทั้งการขายเบเกอรี่ ขายอาหาร หรือแม้กระทั่ง
ขายหนังสือพวงไปด้วย ซึ่งสามารถดึงดูดกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น
การเพิ่มไอเดียต่างๆเข้าไปให้ธุรกิจร้านกาแฟเป็นมากกว่าร้าน
กาแฟเพื่อตอบโจทย์เรื่อง Life Style ของผู้บริโภคกลุ่มอื่นๆ ก็

สามารถทำให้ธุรกิจมีจุดเด่นมากขึ้นได้เช่นกัน เช่น ร้านกาแฟที่เพิ่มมุมสำหรับคนรักสัตว์ไม่ว่าจะเป็นร้านกาแฟสำหรับคนรักสุนัข ร้านกาแฟสำหรับคนรักแมว ที่สามารถเพิ่มยอดขายทั้งกาแฟและยังต่อยอดธุรกิจให้มีความหลากหลายมากขึ้นเพราะสามารถขายอาหารสำหรับสัตว์พ่วงไปด้วยในที่สุด ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีทางเลือกในการใช้ชีวิตและสามารถทำกิจกรรมกับสัตว์เลี้ยงในวันหยุดพักผ่อนด้วยในตัว

การออกแบบแพคเกจจิ้ง หากแพคเกจจิ้งมีความน่าสนใจ มีรูปแบบที่มีเสน่ห์มีเอกลักษณ์ก็เป็นอีกหนึ่งทางดึงดูดใจลูกค้าได้เช่นกัน



นอกจากนี้ในยุคที่สื่อโซเชียลมีเดียมีผลต่อการดำเนินชีวิตของผู้คนในแต่ละวัน การใช้สื่อออนไลน์เพื่อทำการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคทุกวัยก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ การใช้สื่อออนไลน์เพื่อสื่อสาร เพื่อโปรโมทแบรนด์สินค้าอยู่เสมอ เพราะการใช้สื่อออนไลน์เป็นการทำตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และยังใช้งบประมาณที่ไม่มากนักแต่ได้ประสิทธิภาพสูง

การบริการที่ดี ปฏิเสธไม่ได้ว่าต่อให้รสชาติกาแฟของคุณดีเลิศแค่ไหน แต่หากลิ้มใส่ใจในการบริการที่ดีแล้วยากที่จะทำให้อูกค้า loyalty ต่อแบรนด์สินค้าของคุณ เพราะฉะนั้นควรเน้นให้ความสำคัญในการบริการที่ดีต่อลูกค้าสม่ำเสมอให้เป็นมาตรฐาน การตกแต่งร้าน นอกจากรสชาติกาแฟจะต้องกลมกล่อมตอบใจยกกลุ่มลูกค้าแล้ว การตกแต่งร้านเป็นอีกปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งที่ต้องคำนึง จะสังเกตได้ว่าทุกวันนี้ผู้บริโภคให้

ความสนใจกับบรรยากาศในร้านไม่น้อยไปกว่ารสชาติ ร้านกาแฟ การตกแต่งได้ดีมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองมักจะได้เปรียบคู่แข่งในตลาด เพราะสามารถดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาในร้านได้มากกว่า ยิ่งในยุคโซเชียลมีเดียแล้ว Life Style ของผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับบรรยากาศภายในร้านกาแฟมากขึ้น เพราะร้านกาแฟจึงเป็นมากกว่าการซื้อแล้วจากไป แต่กลับกลายเป็นสถานที่พบปะสังสรรค์ พูดคุย หรือแม้กระทั่งการประชุมเล็กๆอย่างไม่เป็นทางการได้เช่นกัน ดังนั้นผู้ที่สนใจธุรกิจด้านนี้ควรจะมีการวางแผนการตลาด การออกแบบตกแต่งเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น เพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งอื่นๆ

โอกาสในการขยายธุรกิจ เนื่องจากความนิยมชมชอบในรสชาติและความหอมหวานของกาแฟสดทำให้กาแฟอย่างพนักงานออฟฟิศและคนรุ่นใหม่เริ่มมีการเปลี่ยนพฤติกรรมหันมาบริโภคกาแฟสดกันมากขึ้นและธุรกิจการผลิตกาแฟยังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ตลาดสำหรับธุรกิจร้านกาแฟจึงยังสามารถขยายไปได้โอกาสในการขยายธุรกิจยังมีอนาคตที่สดใสพอสมควร

แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตามผู้ที่สนใจเปิดร้านกาแฟควรจะศึกษาข้อมูลให้รอบคอบ เพราะทุกการลงทุนมีความเสี่ยงไม่มากก็น้อยเสมอ มีไม่น้อยเช่นกันที่ผู้ลงทุนกระโจนเข้าไปในตลาดโดยปราศจากการศึกษาข้อมูลให้รอบด้านจึงไม่ประสบความสำเร็จต้องปิดตัวลงในที่สุด โดยมีหลากหลายสาเหตุ เช่น สูตรการชงไม่ได้รับรสชาติที่กลมกล่อม การเลือกเมล็ดกาแฟหรือส่วนผสมที่ไม่ได้มาตรฐาน ทำเลที่ตั้งไม่อยู่ในจุดยุทธศาสตร์

ที่ดีพอ หรือมีคู่แข่งใกล้เคียงจะจนเกินไปและที่สำคัญไม่ศึกษา
กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน ท้ายที่สุดแล้วธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่
น่าสนใจแค่ไหนก็ตาม หากไม่คำนึงถึงสิ่งต่างๆที่กล่าวมาข้างต้น
ก็อาจจะทำให้ผู้ลงทุนเพลี่ยงพล้ำในการดำเนินธุรกิจได้เช่นกัน
เพราะฉะนั้นหากใครสนใจเปิดร้านกาแฟ นอกจากต้องดู

งบประมาณไม่ให้เป็นปลายเกินความจำเป็นแล้ว ควรให้ความใส่ใจ
ใจกับทุกปัจจัยเสี่ยง ต้องปรับตัวให้ทันตามสถานการณ์ทาง
ตลาด ต้องมีกลยุทธ์เพื่อรับมือกับคู่แข่งและที่สำคัญต้องใส่ใจ
ลูกค้าสม่ำเสมอ เพราะลูกค้าคือหัวใจหลักสำคัญที่ขับเคลื่อน
ธุรกิจของคุณ



ธุรกิจขายอาหารเดลิเวอรี่

อาหารหนึ่งในปัจจัย 4 ของคนเราก็เป็นสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้ในชีวิตประจำวัน แต่ในยุคที่ทุกอย่างต้องเร่งรีบแข่งกับเวลา การเตรียมอาหารเพื่อรับประทานเองกลับกลายเป็นสิ่งที่ยุ่งยากต้องใช้เวลานาน การต้องฟาร์กติดเพื่อไปรอคิวอันยาวเหยียดในช่วงเวลาอาหารมื้อหลักตามร้านอาหารต่างๆ ต้องวนหาที่จอดรถที่แน่นขนัด อาจทำให้ใครหลายคนมองหาอาหารเดลิเวอรี่รับประทานแทน ถือว่าเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไป เพราะว่าการเติบโตของวิถีชีวิตคนเมืองที่เปลี่ยนการใช้ชีวิตมาเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น การใช้ชีวิตตามคอนโดมิเนียมที่พุดขึ้นแทบทุกมุมเมือง อาหารสำเร็จรูปเดลิเวอรี่หรือธุรกิจขายอาหารบริการส่งถึงบ้านและตามสถานที่อื่นๆ ตามที่ลูกค้าต้องการ จึงเป็นธุรกิจที่มาแรงและน่าจับตามองเป็นอย่างยิ่ง ไม่เพียงแต่อาหารพาสตาดูเท่านั้นที่เป็นที่นิยม ร้านอาหารอื่นๆ เช่นอาหารทะเล อาหารตามสั่งทั่วไปก็ได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน ธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่จึงเกิดขึ้นตามอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน หากใครที่กำลังสนใจธุรกิจด้านนี้อยู่ ลองมาทำความรู้จักธุรกิจขายอาหารให้ดีขึ้นดีกว่าว่าธุรกิจนี้มีความน่าสนใจอย่างไรบ้าง

รูปแบบธุรกิจขายอาหารเดลิเวอรี่หลักๆ จะมีด้วยกันสองแบบ คือแบบที่เป็นบริการส่งวัตถุดิบพร้อมปรุงกับแบบที่เป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน แบบที่เป็นบริการส่งวัตถุดิบ ซึ่งสามารถรวบรวมบริการส่งวัตถุดิบพร้อมปรุงทุกชนิด หรือผักสด ผลไม้สด วัตถุดิบอาหารญี่ปุ่น อาหารชาติต่างๆ เป็นต้น และแบบที่เป็นบริการส่งอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทาน ทุกวันนี้มีบริการส่งอาหารพร้อมรับประทานหลากหลายรูปแบบ ในท้องตลาดมีประเภทอาหารให้เลือกมากขึ้น ผู้บริโภคจึงไม่เกิดความจำใจในการเลือก

ในการคำนวณต้นทุนการทำธุรกิจนั้น ไม่ว่าจะเป็นเป็นการเดลิเวอรี่วัตถุดิบหรืออาหารสำเร็จรูปแล้ว สามารถแบ่งการคำนวณต้นทุนหลักๆ ไม่ต่างกันมากดังนี้ ต้นทุนอาหาร ต้นทุนค่าส่งและต้นทุนพนักงาน ในรูปแบบการเดลิเวอรี่วัตถุดิบ จุดเด่นของสินค้าคือต้องสดยังถ้ามีแหล่งวัตถุดิบจากผู้ผลิตโดยตรงก็จะสามารถมั่นใจในระดับหนึ่งว่าวัตถุดิบจะต้องสดใหม่ มีคุณภาพสูงแต่ราคาถูก นอกจากอาหารสดแล้ว อาหารแห้ง อาหารแช่แข็งก็สามารถเดลิเวอรี่ได้เหมือนกัน ฐานลูกค้าของ

การขายอาหารประเภทนี้มักจะเป็นผู้ประกอบการร้านอาหาร
ภัตตาคารโรงแรม รีสอร์ท โรงเรียน โรงพยาบาลเป็นต้น

มาถึงอาหารสำเร็จรูปกันบ้าง ทุกวันนี้อาหาร
สำเร็จรูปเดลิเวอรี่ได้รับความนิยมเป็นวงกว้าง จากที่เมื่อก่อน
จะมีเพียงแค่อาหารฟาสต์ฟู้ด แต่เดี๋ยวนี้มีประเภทอาหารให้เลือก
หลากหลาย อย่างเช่น อาหารญี่ปุ่น อาหารไทย หรือแม้กระทั่ง
อาหารคลีนเอาใจกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพ ลูกค้าจึงมีความ
หลากหลายในการเลือกรับประทาน โดยปกติแล้วในการทำ
ธุรกิจขายอาหารหลายคนอาจจะคิดว่าต้องใช้ต้นทุนสูงแน่ๆ
เพราะจะต้องมีหน้าร้าน ไหนจะค่าเช่า ค่าตกแต่งสถานที่ ค่าซื้อ
อุปกรณ์เครื่องครัว และอีกอีกมาก แต่สำหรับการขายอาหาร
แบบเดลิเวอรี่นั้นมีความแตกต่างและมีจุดเด่นคือผู้ลงทุนไม่
จำเป็นต้องมีหน้าร้านก็ได้ เพียงแค่เป็นคนมีฝีมือในการทำ
อาหารแล้วให้อยู่ในเกณฑ์ที่อร่อยแล้ว ก็สามารถเริ่มลงมือได้
ง่ายๆได้ที่บ้าน โดยไม่ต้องจ้อสถานที่ภายนอกเพื่อเปิดหน้าร้าน
ใดๆ เพราะในบ้านก็มีครัว อุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องมือ
เพียบพร้อมอยู่แล้ว เพียงแค่ลงทุนในด้านวัตถุดิบและภาชนะ
สำหรับใส่อาหารอย่างกล่องหรือถุงเป็นต้น หรืออีกทางหนึ่งที่
น่าสนใจคือหากไม่มั่นใจในฝีมือตัวเอง การจ้างพ่อครัวหรือแม่
ครัวคนสองคน หรือการติดต่อร้านอาหารใกล้บ้านด้วยการ
เสนอตัวเป็นสื่อกลางระหว่างร้านอาหารกับลูกค้าด้วยการนำ
บริการเดลิเวอรี่เข้าไปเสนอ เพราะทางร้านไม่จำเป็นต้องรอให้
ลูกค้าเข้ามาหาเพียงช่องทางเดียว การเข้าไปหาลูกค้าเองก็
สามารถตอบใจกลุ่มลูกค้าที่รักความสะดวกสบายได้ สิ่ง
ที่ต้องทำเพียงแค่อาหารลูกค้าใหม่ๆเพิ่ม

» **ต้นทุนการจัดส่ง** ในการขายอาหารเดลิเวอรี่สิ่งที่
ต้องคำนึงถึงและเป็นหัวใจหลักที่ขาดไม่ได้คือการ
บริการจัดส่ง ต้องมีการกำหนดพื้นที่จัดส่งให้ชัดเจน
อย่างเช่น ค่าบริการจัดส่งในรัศมีที่กำหนดเริ่มต้นที่
เท่าไร หากเกินรัศมีที่กำหนดไว้จะเพิ่มกิโลเมตรละที่
บาท และที่สำคัญต้องมีการกำหนดช่วงเวลาในการ
จัดส่งว่าเป็นอาหารมื้อไหน เช้า กลางวัน เย็น เป็น
ต้น เพื่อให้มีช่วงเวลาในการจัดเตรียมอาหาร

» **ต้นทุนพนักงาน** ในช่วงเริ่มต้นการจ้างพนักงานอาจ
ไม่จำเป็นมากนัก แต่ไม่ว่าอย่างไรก็ตามเมื่อกิจการ
เริ่มเติบโต เริ่มเป็นที่ยอมรับ ความจำเป็นในการมี
พนักงานไว้รับออเดอร์อาหาร พ่อครัว แม่ครัว
พนักงานจัดส่งอาหารก็เป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้
ดังนั้นผู้ที่สนใจในธุรกิจประเภทนี้จึงจำเป็นต้อง
คำนึงถึงค่าใช้จ่ายในส่วนนี้ไว้ด้วยเช่นกัน

ในทุกธุรกิจค้าขายไม่ว่าธุรกิจประเภทใดก็ตามจะต้อง
มีลูกค้าคู่กันเป็นเรื่องธรรมดาอยู่แล้ว แต่จะทำอย่างไรให้ลูกค้า
รู้จักสินค้าและบริการของเราได้มากขึ้นนั้น การรอให้ลูกค้าเดิน
เข้ามาหาอย่างเดียวย่อมอาจจะไม่เพียงพอแล้ว ยิ่งในยุคที่โซเชียล
มีเดียกำลังมีบทบาทต่อชีวิตประจำวันของผู้คน ปฏิเสธไม่ได้ว่า
ในธุรกิจขายอาหารเดลิเวอรี่ก็เช่นกันเพราะเป็นสื่อกลางที่
สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย ทุกที่ทุกเวลา ใช้งาน
ง่ายต้นทุนไม่สูงอีกทั้งยังประหยัดเวลาได้มากแต่ได้ประสิทธิภาพ
สูงสุด ไม่ว่าจะเป็นช่องทาง เฟสบุ๊ค ไลน์ หรืออินสตาแกรม ซึ่ง
นับเป็นสื่อออนไลน์ที่ให้ประสิทธิภาพสูงเป็นอันดับต้นๆที่ผู้คน
นิยมใช้กันในชีวิตประจำวัน ซึ่งเข้ากับ Life Style ของคนรุ่นใหม่
มากที่สุด ยกตัวอย่างร้านขายอาหารทะเลร้านหนึ่งที่ใช้เฟสบุ๊ค
เป็นสื่อกลางระหว่างร้านกับลูกค้า ด้วยการกดไลค์และแชร์ต่อกัน
ไปจนมีลูกค้ารู้จักร้านมากขึ้นแบบก้าวกระโดด จนสามารถ
ทำรายได้เดือนหนึ่งไม่ต่ำกว่าสิบล้านบาท! นี่เป็นเพียงแค่
ตัวอย่างการขายอาหารเดลิเวอรี่ที่ประสบความสำเร็จจากการ
ใช้สื่อออนไลน์ในการบุกตลาด ซึ่งได้ผลกลับคืนมาได้อย่างไม่น่า
เชื่อ

ในรูปแบบของการใช้สื่อออนไลน์มาทำการตลาด
เพื่อให้นักลูกค้าต่างๆได้รู้จักธุรกิจอาหารนั้น การถ่ายรูป
อาหารถือเป็นหัวใจหลักที่จำเป็นต้องใช้รูปเพื่อโปรโมทสินค้าจึง
ต้องมีความใส่ใจในจุดนี้ให้มาก เพราะต้องไม่ลืมว่าลูกค้าไม่ได้
เห็นหน้าตาไม่ได้กลิ่นหอมหวานของอาหารจริงๆ มีเพียงรูปที่เป็น
สื่อกลาง เพราะฉะนั้นไม่ควรละเลยในจุดนี้เพื่อดึงดูดใจให้ดีมาก
ที่สุดในการใช้สื่อออนไลน์ในการขายอาหารออนไลน์นั้น ลูกค้า
อาจจะยังไม่แน่ใจในเรื่องรสชาติ ต้องอาศัยเวลาในการสร้างความ
น่าเชื่อถือและต้องอาศัยการบอกต่อ การรีวิวจากลูกค้า
บ้าง ประโยชน์อีกอย่างหนึ่งของการใช้สื่อออนไลน์คือ
ผู้ประกอบการสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารและ

สร้างสายสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้ เมื่อเกิดสายสัมพันธ์ที่ดีแล้ว การบอกต่อผ่านการรีวิวของลูกค้าจะสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้ารายใหม่ให้มาสนใจอาหารเดลิเวอรี่ได้มากยิ่งขึ้น

ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือการตอบคำถามลูกค้าอย่างรวดเร็วทันเวลาก็เป็นอีกหนึ่งเทคนิคเจ๋งๆ ลองคิดว่าในช่วงเวลาที่ลูกค้าติดต่อสอบถามรายละเอียดอาหารเข้ามา แต่ทางร้านไม่ตอบกลับทันทีทันใด โอกาสที่ลูกค้าจะอยู่รอแทบจะไม่มี เพราะลูกค้าไม่มีเวลารอมากพอในการสั่งอาหาร หากติดต่อไม่ได้ลูกค้าก็จะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่นแทน เพราะฉะนั้นทางผู้ให้บริการต้องมีความพร้อมในเรื่องบริการสอบถามด้วย ในการใช้สื่อออนไลน์นั้นมีทั้งในรูปแบบของการใช้งานฟรีเพื่อประหยัดต้นทุนและมีทั้งรูปแบบเสียเงินโฆษณา เช่นในเฟซบุ๊กจะมีแพ็คเกจให้เลือกหลากหลายตามแต่งงบประมาณ ทั้งนี้ทั้งนั้นควรพิจารณาการใช้งานให้ตรงตามความต้องการของแต่ละคน

ดังนั้นหากใครก็ตามที่สนใจธุรกิจด้านนี้ ก่อนอื่นเลยจะต้องกำหนดเป้าหมายของตัวเองให้ชัดเจนก่อนว่า คุณต้องการทำขายอาหารเดลิเวอรี่รูปแบบไหน งบประมาณที่มีความถนัดในอาหารประเภทใด ที่สำคัญต้องศึกษาตลาดและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ต้องกำหนดเวลาในการสั่ง ช่วงเวลาในการส่งให้ชัดเจน ระยะเวลาในการส่งให้ถึงมือลูกค้าตามระยะเวลาที่กำหนด ก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง หากส่งช้า ก็จะสร้างความไม่น่าเชื่อถือแก่ลูกค้าในที่สุด รสชาติอาหารต้องมีมาตรฐาน ต้องสะอาดถูกสุขอนามัย มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า และไม่ลืมใส่ใจในการบริการ รวมทั้งไม่ลืมใส่ใจความต้องการของลูกค้า เช่นบางคนไม่ทานเค็ม บางคนทานเผ็ดไม่ได้ บางคนแพ้ส่วนผสมบางอย่างอะไรเป็นต้น โดยเฉพาะพนักงานรับออเดอร์และ



พนักงานจัดส่งอาหารจะต้องได้รับการอบรมเรื่องบริการที่ดี เพราะต้องไม่ลืมว่าสองส่วนนี้จะต้องเป็นส่วนที่ติดต่อกับลูกค้าโดยตรง หากพนักงานไม่ได้รับการอบรมมาก่อน ก็อาจทำให้ลูกค้าไม่ประทับใจได้

และอย่างที่กล่าวมาแล้วว่าการเติบโตทางตลาดของขายอาหารเดลิเวอรี่ยังมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องเพราะสามารถตอบรับกับความต้องการของผู้บริโภคได้ โดยเฉพาะอาหารเพื่อสุขภาพที่มาแรงแข่งโถงอาหารชนิดอื่นๆ แต่อย่างไรก็ตามพึงระลึกไว้เสมอว่า ไม่ว่าอาหารของเราจะมีรสชาติดีเยี่ยมแค่ไหน แต่หากไม่มีความหลากหลายรองรับความต้องการของลูกค้าแล้ว นานวันเข้าลูกค้าก็เบื่อได้เพราะฉะนั้นผู้ที่สนใจทำธุรกิจด้านนี้ต้องมีกลยุทธ์มีความพลิกแพลงหรือปรับเปลี่ยนเมนูให้เข้าอยู่เสมอ เพื่อรับมือกับความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา



ธุรกิจคาเฟ่แมว

ในระยะ 2 - 3 ปีมานี้ใครที่ชื่นชอบแมว เรียกได้ว่า เป็นทาสแมว คงจะคุ้นหูกับธุรกิจคาเฟ่แมว บางท่านอาจจะเคย ไปลองสัมผัสกับธุรกิจนี้มาแล้วด้วยซ้ำ ธุรกิจที่อยู่ๆ ก็ถูกจุด ตัดขึ้นมาง่าย ๆ และก็ลุกลามไปแบบไม่รู้ตัว กลายเป็นเทรนด์ใหม่ใน การทำธุรกิจของคนรุ่นใหม่ไปเลย ยิ่งโดยเฉพาะในกรุงเทพฯ มี คาเฟ่แมวทั้งร้านใหญ่และเล็กพุดขึ้นมามากมาย อีกทั้งคนใน วงการบันเทิงก็มาช่วยกระพือกระแสความร้อนแรงของธุรกิจนี้ จึงทำให้ช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมาธุรกิจนี้ฮอตจริงๆ แม้ว่าทุกวันนี้ จะมีแพรวๆ ลงไปบ้าง เพราะหลายคนมองว่าเป็นธุรกิจตาม กระแส แต่ผู้ที่เริ่มทำธุรกิจนี้เป็นอันดับแรกๆ ก็ยังคงยืนหยัดอยู่ ได้ เรามาดูกันว่าที่มาที่ไปและวิธีการบริหารจัดการของธุรกิจนี้ จะเป็นอย่างไรกันบ้างมาติดตามกันดีกว่า

จุดเริ่มต้นของธุรกิจสัตว์เลี้ยงแมวใหม่เกิดขึ้นจากไหน

ในอดีตการทำธุรกิจคาเฟ่แมวนั้นเริ่มมาจากที่ทาง ใต้หวัน มีลักษณะการใช้ชีวิตอยู่ในอพาร์ทเมนต์เป็นส่วนมาก ไม่สามารถที่จะเลี้ยงสัตว์เลี้ยงได้ และด้วยสังคมโลกที่บีบรัดให้มี

การแข่งขันที่มากขึ้นหน้าที่การทำงานมากขึ้นความรับผิดชอบ ที่มากขึ้น แต่ส่วนทางกับเวลานี้น้อยลง คนยุคใหม่จึงรู้สึกเหงา และโดดเดี่ยวมากขึ้น การมีสัตว์เลี้ยงตัวใหญ่น่ารักๆ ซื่ออ่อน อย่างแมว เข้ามาเป็นสมาชิกในบ้านและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต ก็ จะทำให้ช่วยเติมเต็มสิ่งที่ขาดหายไปของชีวิตได้ แต่ก็ย้อนกลับที่ ที่จุดเริ่มต้นคือ สถานที่พักไม่เอื้ออำนวยต่อการเลี้ยงสัตว์ ธุรกิจที่ตอบสนองสิ่งที่ขาดหายไปของมนุษย์จึงเริ่มต้นขึ้น ณ จุดนี้ นั่นคือ คาเฟ่แมว

ธุรกิจที่เกิดขึ้นจากการดึงเอาความไม่สมบูรณ์ของ ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่มาใช้ให้เป็นประโยชน์ ดึงเอาความเหงาและ ความรู้สึกของมนุษย์มาสร้างธุรกิจแนวใหม่ ซึ่งเป็นการ พผสมผสานระหว่างธุรกิจอาหารกับธุรกิจสัตว์เลี้ยงเข้าด้วยกัน แนวคิดธุรกิจนี้ยังไม่เติบโตได้หัวในในตอนแรก แต่แนวคิดนี้ก็ไป โดนใจคนญี่ปุ่นเข้า จึงมีคนเอาแนวความคิดนี้มาใช้ที่ญี่ปุ่นใน ที่สุดก็ฮอตจริงๆ ซึ่งสาเหตุที่คนญี่ปุ่นชอบร้านลักษณะนี้ ก็ เพราะคนญี่ปุ่นส่วนใหญ่อาศัยอยู่ในที่พักเล็กๆ และไม่สามารถมี

สัตว์เลี้ยงได้ จึงเลยต้องออกมาเติมเต็มความต้องการที่ร้านคาเฟ่แมวนั้นเอง พอตั้งเปรี๊ยะปรางในตู้ปุ๊บแล้ว จึงเกิดกระแสขึ้นมากลับไปดังที่ด้หว้นฮักรอบและคราวนี้จึงกลายเป็นกระแสทั่วไป

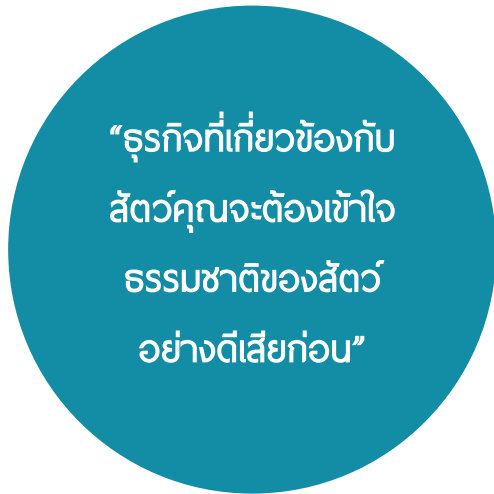
ทำไมธุรกิจนี้จึงน่าสนใจ

ธุรกิจใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในยุคนี้ประการสำคัญนั้นจะต้องเกิดขึ้นเพื่อสนองความต้องการที่ขาดหายไปของคนยุคนี้จริงๆ สังเกตได้ง่ายๆ ว่าอะไรที่มีอยู่แล้วมักจะไม่ค่อยดัง อะไรที่จะเกิดกระแสได้จะต้องเป็นสิ่งใหม่ที่ไม่เคยเกิดขึ้น หรือเป็นสิ่งที่เก่าที่เคยมีแล้วเกิดขึ้นแล้วแต่เลิกฮิตไปแล้ว และมีการนำมาปรับปรุงใหม่ นำกลับมาใช้ใหม่ และอาศัยการโปรโมท สิ่งเหล่านี้ก็จะดังกลายเป็นกระแสขึ้นมา ธุรกิจคาเฟ่แมวนั้นอาศัยความเข้าใจตรงจุดนี้ รู้ว่ามนุษย์ต้องการอะไร และขาดอะไรไป จึงตั้งร้านกาแฟที่เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นที่นิยมในคนยุคปัจจุบันมาเติมเต็มด้วยความน่ารักของน้องเหมียวจึงกลายเป็นการผสมผสานที่ลงตัวเกิดเป็นธุรกิจใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของคนในยุคปัจจุบัน ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ธุรกิจคาเฟ่แมวจึงเกิดและเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

หลักการบริหารที่น่าสนใจของธุรกิจคาเฟ่แมว

สิ่งแรกก็คือไอเดียที่บรรเจิดตั้งแต่การเริ่มต้นธุรกิจแนวนี้ ซึ่งเรียกกันว่า Creative Economy หรือแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นความกล้าหาญของคนรุ่นใหม่ที่กำลังจะลองตลาดกับการแข่งขันที่สูงในปัจจุบัน ใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถยิงเข้าไปที่หัวใจของคนเอาสิ่งที่ขาดหายไปของมนุษย์มาทำไปธุรกิจได้ ประการต่อมาคือ การเปลี่ยนบทบาทตัวชูโรงของธุรกิจจากกาแฟหอมๆ เครื่องดื่มนุ่มๆ หรืออาหารรสชาติเยี่ยม มาเป็นน้องเหมียวผู้แสนน่ารักมุ้งมิ้ง ให้นุ่มนวลที่ขี้เหงา และกำลังเบื้อหน้ากับสถานที่เดิมๆ หรืองานเดิมๆ ได้มีที่พ่อนคลายตัวเอง โดยการเข้ามาเล่นกับน้องแมวเหมียวผู้แสนน่ารัก หลากหลายสีหลากหลายพันธุ์ ซึ่งจะช่วยให้อารมณ์ที่ตึงเครียดพ่อนคลายเบาบางลง สามารถหลีกเลี่ยงความวุ่นวายในชีวิตได้สักพัก ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะไม่จำกัดเวลา สามารถนั่งเล่นกับน้องแมวเหมียวได้นานตามเท่าที่คุณต้องการ โดยที่ลูกค้าที่เข้าร้านมาส่วนใหญ่ก็ต้องการมาหาหมุ่พักผ่อนสบายๆ อยู่แล้ว การมีอาหารรสชาติดีๆ และเครื่องดื่มที่ละมุนลิ้นตบท้ายตามไปด้วย ก็จะทำให้ได้บรรยากาศชิลๆ ที่เพิ่มขึ้น การบริหารงานแบบเน้นการบริการที่เบาๆ ไม่เน้นขายของแบบนี้ทำให้ลูกค้า รู้สึกเป็นกันเองมากขึ้น การเข้ามาในร้าน

ก็จะทำให้รู้สึกเหมือนเข้ามาพักผ่อนในบ้านของตนเอง ซึ่งหลักการบริหารแบบนี้เป็นการเน้นกลุ่มเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม ซึ่งเมื่อกลุ่มเป้าหมายเล็กและชัดเจนแบบนี้ จึงทำให้โอกาสของธุรกิจนี้มีแนวโน้มที่ดี คือบริหารแบบไม่ใหญ่แต่ชัดเจน



ต้นแบบธุรกิจคาเฟ่แมวที่ประสบความสำเร็จ

Cat Cafe Healthy Juice คาเฟ่แมวเล็กๆ ไม่ใหญ่โต แต่ก็ทรูราระดับหนึ่ง ซึ่ง 2 ปีที่ผ่านมาได้รับการตอบรับจากกลุ่มนักเรียน นักศึกษาในย่านเมืองเอกและรังสิตเป็นอย่างดี กระทั่งทุกวันนี้กระแสการตอบรับก็ยังคงดีอยู่ เดิมทีเจ้าของร้านตั้งใจจะเปิดร้านขายน้ำพอกและผลไม้เพื่อสุขภาพ แต่พอเฝ้านว่าตนเองก็เป็นคนรักแบบเลี้ยงแมวไว้มาก กลัวว่าเวลาจะไม่แบ่งไปทำทั้งสองสิ่งจึงนำมารวมกันซะเลย จึงเกิดคาเฟ่แมวอย่างรังสิตขึ้นมา และที่โมธรรมดาขึ้นทำเลก็อยู่ที่ย่านมหาวิทยาลัย ซึ่งแน่นอนธุรกิจนี้สอดคล้องกับคนรุ่นใหม่จึงมีโอกาสดีได้อย่างที่เห็นๆ กัน คาเฟ่แมวแห่งนี้เล็กๆ มีน้องแมวราวๆ สิบกว่าตัว ซึ่งน้องแมวทุกตัวก็หน้าใสแว้วพร้อมต้อนรับลูกค้าอยู่เสมอ

ด้วยความน่ารักขี้เล่นและขี้้ออนนี่เองจึงเปรียบเสมือนสิ่งที่ดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการอีก ใช้ความผูกพันระหว่างคนกับแมวให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการธุรกิจ แต่ถึงอย่างไรก็ตี้นอกจากพระเอกของงานแล้ว พระรองอย่างเครื่องดื่มหรืออาหาร ทางร้านก็ไม่ได้ละเลย ยังคงให้ความสำคัญในเรื่องรสชาติที่ไม่เป็นรองและความสะอาดที่มั่นใจได้อยู่เสมอ และที่สำคัญเคล็ดลับความสำเร็จนั้นไม่ได้อยู่ที่นอกแมวเพียงอย่างเดียว เหล่าพนักงานที่เป็นคนก็ถือว่า

ความสำคัญไม่แพ้กัน เพราะเหล่าพนักงานมนุษย์ทั้งหลาย นอกจากจะต้องคอยบริการในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มแล้วยังต้องคอยดูแลและสังเกตว่ามีแมวตัวไหนป่วยบ้าง มีอาการผิดปกติหรือไม่ พร้อมทั้งคอยให้คำแนะนำในการเล่นกับเด็ก ๆ อย่างถูกวิธีอีกด้วย ซึ่งตามปกติแล้วคาเฟ่ทุกที่จะมีกฎระเบียบในการเข้าใช้บริการแจ้งไว้อย่างชัดเจนตั้งแต่ประตูทางเข้าอยู่แล้ว ซึ่งความเข้มงวดของกฎระเบียบนี้เองที่ทำให้ร้านยืนหยัดอยู่ได้ ทุกวันนี้ คุณภาพยังคงอยู่ได้ถ้าระเบียบวินัยถูกใส่ใจและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด



คำแนะนำจากเจ้าธุรกิจคาเฟ่แมวสำหรับผู้ที่กำลังต้องการจะเข้ามาในธุรกิจนี้

คำแนะนำจากเจ้าธุรกิจแนวนี้ส่วนใหญ่ก็จะให้ทัศนะที่คล้ายๆ กันว่า ก่อนจะหันมาทำธุรกิจนี้จะต้องศึกษาเยอะและเตรียมเยอะพร้อมพอสมควร อย่าเห็นว่าเป็นธุรกิจเล็กๆ ธุรกิจคาเฟ่แมว จัดว่าเป็นธุรกิจที่มีรายละเอียดมากทีเดียว เรื่องจุกจิกปัญหาเล็กๆ เยอะมาก แต่ถ้ามองข้ามไป ก็ส่งผลต่อธุรกิจได้ทันทีเช่นกัน ดังนั้นทุกเรื่องที่เป็นเรื่องเล็กๆ จะมองข้ามไปไม่ได้เลย อย่าลืมนะว่าธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ไม่ได้มีแค่คนหรือสัตว์อย่างเดียว แต่เป็นธุรกิจที่ต้องทำงานกับคนและสัตว์ไปพร้อมๆ กัน ซึ่งการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสัตว์คุณจะต้องเข้าใจธรรมชาติของสัตว์อย่างดีเสียก่อน ต้องรู้ว่ามันกินอะไร กิน

ยังใจ ปริมาณเท่าไร ชอบพักผ่อนตรงไหน ชับถ่ายตรงไหนอย่างไร และในธรรมชาติของมันคุณเข้าใจแค่ไหน รวมถึงพนักงานในร้านเข้าใจแค่ไหนและรับได้หรือไม่ สิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องที่คนที่จะก้าวเข้ามาสู่ธุรกิจนี้มองข้ามไปไม่ได้เลย สำคัญพอๆ กับเงินทุนและทำเลเลยก็ด้วย หลังจากจัดการเรื่องสัตว์และคนลงตัวแล้ว เมนูอาหารและราคาก็ต้องเข้ากับสภาพชุมชนทำเลในท้องที่นั้นด้วย คืออาหารก็ต้องเข้ากับสภาพแวดล้อมด้วยคือ บางครั้งเครื่องดื่มบางอย่างก็ไม่ได้เข้ากับสถานที่หรือชุมชนนานๆ ก็จะมีคนเข้าร้านมาสั่งเครื่องดื่มสักที แบบนี้ธุรกิจก็มีปัญหาแน่ ราคาก็ต้องพอเหมาะ ไม่ใช่การคิดราคาสูงไว้ก่อนสิ่งที่เราต้องขายก็คือ การตอบสนองความต้องการที่หายไปซึ่งสิ่งเหล่านี้อย่าให้คนรู้สึกว่าคุณต้องเอาเงินเข้ามา เพราะถ้าเงินเขาไม่พร้อมเขาก็จะไม่เข้าร้าน ต้องให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนบ้านที่เขามาได้ทุกวัน แบบนี้จึงจะทำให้ธุรกิจนี้ไปรอดได้

นี่คือหนึ่งธุรกิจของคนรุ่นใหม่ที่น่าสนใจไม่น้อย ซึ่งหวังว่าผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ๆ จะมีไอเดียที่สร้างสรรค์และคิดต่างออกไปอีก ต่อยอดธุรกิจแนวนี้ให้เติบโตต่อไปในอนาคต



รวยด้วยธุรกิจอาหาร แต่ต้องจัดการให้เป็น

ในยุคปัจจุบันนี้หลายคนคงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่า ธุรกิจอาหารเป็นสิ่งที่ได้รับความนิยมสูงเป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทยเลยทีเดียว ธุรกิจประเภทนี้สามารถตอบโจทย์ของลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัยและหลายวัตถุประสงค์ อาทิเช่น กลุ่มคนที่รักความสะดวกรวดเร็วในการรับประทาน อาหาร กลุ่มคนที่ต้องการสถานที่พบปะสังสรรค์ กลุ่มคนที่ต้องการสถานที่ประชุมในรูปแบบที่แตกต่างออกไป กลุ่มคนที่ต้องการจัดกิจกรรมต่างๆโดยมีอาหารบริการตลอดงาน เป็นต้น เราสามารถที่จะมองหาร้านอาหารที่ดีได้โดยใกล้ตัวเราเพราะเนื่องจากปัจจุบันนี้มีจำนวนร้านอาหารมากมายให้เลือกและยังคงเพิ่มขึ้นอยู่เรื่อยๆ สาเหตุหลักของจำนวนร้านอาหารที่เพิ่มขึ้นเกิดจากความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้นด้วยนั่นเอง ซึ่งธุรกิจประเภทนี้ไม่เพียงแต่ได้รับความนิยมแค่ลูกค้าภายในประเทศ ลูกค้าชาวต่างชาติต่างก็อยากที่จะมาลิ้มลองอาหารไทยคงเนื่องมาจากรสชาติที่ถูกปาก กลมกล่อม จัดจ้าน และรสชาติผสมผสาน เมนูที่ขึ้นชื่อก็คงหนีไม่พ้น ส้มตำและต้มยำกุ้งนั่นเอง ทั้งนี้ในส่วนในรูปแบบธุรกิจร้านอาหารนั้นมี

มากมายหลายรูปแบบขึ้นอยู่กับความถนัดและความต้องการของผู้ที่ทำธุรกิจประเภทนี้ โดยที่สามารถเริ่มต้นด้วยขนาดย่อมเยาไปจนถึงขนาดใหญ่โตหรรษา ซึ่งในบทความนี้จะกล่าวถึงรูปแบบร้านอาหารต่างๆไปจนถึงการจัดการสิ่งที่จำเป็นสำหรับการทำธุรกิจร้านอาหาร

การทำธุรกิจร้านอาหารนั้นไม่ว่าคนที่ต้องการจะเปิดร้านอาหารแต่มีฝีมือการทำอาหารที่อร่อยเท่านั้น ยังต้องมีการจัดการที่ดีไม่ว่าจะเป็นเรื่อง รูปแบบของประเภทร้านอาหาร คุณภาพของอาหาร บรรยากาศของร้าน พนักงาน กลยุทธ์ และโปรโมชั่นต่างๆ

รูปแบบของร้านอาหารนั้นไม่มีรูปแบบที่ตายตัวซึ่งมักจะขึ้นอยู่กับเจ้าของธุรกิจอาหารนั้นๆว่ามีความต้องการที่จะเปิดในรูปแบบใด ซึ่งเราสามารถแบ่งรูปแบบของร้านอาหารออกหลักๆได้ 6 ประเภทด้วยกัน เริ่มจากรูปแบบที่หนึ่งคือร้านอาหารประเภทบุฟเฟ่ต์ ร้านอาหารประเภทนี้จะเน้นไปที่การทำกิจการแบบครบวงจร ทำกันเองมาเป็นเวลานานและ

มักจะมีเอกลักษณ์เฉพาะโดดเด่นไม่ซ้ำใคร ซึ่งสามารถดึงดูดใจได้ถึงลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ทำเลที่ตั้งไม่จำเป็นต้องอยู่ในสถานที่สะดวกมากนักหากเพียงแค่ว่าสามารถจอดรถได้สักนิดหน่อยก็เพียงพอแล้ว แต่ข้อดีของร้านอาหารประเภทนี้คือ ยากในการทำการตลาดเรื่องจากไม่สามารถที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบร้านอาหารได้ตามยุคสมัยมากนักเพราะเนื่องจากต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เอาไว้วันนั้นเอง

รูปแบบที่สองคือร้านอาหารเฉพาะ ร้านอาหารประเภทนี้จะเน้นไปที่อาหารเฉพาะทาง อาทิเช่น สุกี้ยากี้ ชาบู บาร์บีคิว เป็นต้น ร้านอาหารประเภทนี้จะเน้นไปที่เฉพาะกลุ่มของลูกค้าที่ต้องการจะมาใช้บริการ เพิ่มความหลากหลายแปลกใหม่ให้กับลูกค้า ซึ่งมักจะมีค่านิยมที่แตกต่างกันไปตามประเภทของอาหารนั้นๆ จุดเด่นของร้านอาหารประเภทนี้คือมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว การจัดการไม่ยุ่งยากซับซ้อน และมีรูปแบบที่ตายตัว แต่จุดดีของร้านอาหารประเภทนี้คือความจำกัดในกลุ่มลูกค้าและเมนูอาหาร ซึ่งลูกค้าไม่สามารถที่จะรับประทานได้ในทุกวันทุกมื้อเหมือนอาหารทั่วไป เนื่องจากเมนูอาหารมีให้เลือกไม่หลากหลายนั่นเอง

รูปแบบที่สามคือร้านอาหารประเภทแบ่งตามสัญชาติ ร้านอาหารประเภทนี้มักจะเน้นไปที่ภาพลักษณ์และความพิเศษเฉพาะของชาตินั้นๆไป อาทิเช่นร้านอาหารอิตาเลียน ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านอาหารจีนและร้านอาหารเวียดนาม เป็นต้น ร้านอาหารประเภทนี้จะแตกต่างกันอย่างชัดเจนกับรูปแบบอื่นๆ โดยเริ่มจาก รูปแบบการตกแต่งร้านที่แปลกใหม่ อุปกรณ์ภาชนะของอาหาร การบริการและเครื่องแต่งการของพนักงาน เมนูอาหารที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาตินั้นๆไป ซึ่งจุดเด่นของร้านอาหารประเภทนี้คือ ความแปลกใหม่แตกต่างในรูปแบบอาหาร สามารถขายในราคาที่สูงกว่าอาหารรูปแบบอื่นๆเพราะมีต้นทุนที่สูงอยู่แล้วเดิมนั้น ทั้งนี้ก็ยังมีจุดดีในเรื่องของข้อจำกัดของกลุ่มลูกค้า ซึ่งเป็นปัญหาหลักของร้านอาหารประเภทนี้ และมีต้นทุนการทำธุรกิจค่อนข้างสูง

รูปแบบที่สี่คือร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์ ร้านอาหารประเภทนี้จะเน้นไปที่อาหารประเภทสะดวกซื้อ ราคาขยับเยาถึงปานกลางซึ่งสามารถซื้อกันได้ทุกเพศทุกวัย เช่น โก๋ทอด โดนัท พิซซ่า เป็นต้น ร้านอาหารประเภทนี้มีเจ้าของกิจการมาช่วยวางระบบ การจัดการต่างๆ จุดเด่นที่ชัดเจนของอาหารประเภทนี้คือสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย ลูกค้ารู้จักร้านเป็นอย่างดีเพราะมีสาขามากมาย สะดวกในการจัดการดูแลร้านอย่างยิ่ง จุดดีของร้านอาหารประเภทนี้คือการแข่งขันที่สูงซึ่งมักแข่งขันกันเองในแต่ละแฟรนไชส์ รูปแบบที่ห้าคือร้านอาหารประเภทสวัสดิการ ร้านอาหารประเภทนี้จะเน้นไปเปิดกิจการตาม

สถานที่สวัสดิการต่างๆ อาทิเช่น ร้านอาหารภายในโรงเรียน ร้านอาหารในมหาวิทยาลัย ร้านอาหารในสำนักงานออฟฟิศ เป็นต้น ร้านอาหารประเภทนี้จะมีต้นทุนค่อนข้างต่ำซึ่งในทางกลับกันก็จะไม่สามารถตั้งราคาขายได้สูงเช่นกัน จุดเด่นของร้านอาหารประเภทนี้คือ ได้ลูกค้ารายวันเป็นจำนวนมาก ไม่จำเป็นต้องใช้การจัดการอะไรมากนัก ขายในเมนูที่จำกัดได้ ซึ่งข้อดีของร้านประเภทนี้คือ จำกัดในส่วนของวันเวลาของลูกค้า โดยเฉพาะวันเสาร์หรือวันอาทิตย์ ช่วงวันปิดเทอม เป็นต้น ร้านอาหารประเภทที่หกคือร้านอาหารชัม ร้านอาหารประเภทนี้มักจะเปิดเป็นชัมเล็กๆตามห้างสรรพสินค้า โรงพยาบาล หรือสถานที่จำกัด ซึ่งสามารถเปิดได้แบบไม่มีที่นั่งและแบบมีโต๊ะนั่ง จุดเด่นของร้านอาหารประเภทนี้คือใช้ต้นทุนต่ำไม่ว่าจะเป็นเรื่องเครื่องมือ อุปกรณ์ วัตถุดิบรวมไปถึงค่าใช้จ่ายด้านบุคลากร แต่ก็มีจุดด้อยไม่คือคู่แข่งที่มาก และไม่สามารถทำรายได้ได้สูงมากนัก ที่สำคัญที่ตั้งของร้านจะต้องเป็นที่ที่โดดเด่นเห็นได้ชัด

“การทำธุรกิจร้านอาหารนั้น
ไม่ใช่ค่าคนที่ต้องการจะ
เปิดร้านอาหารแต่มีฝีมือ
การทำอาหารที่อร่อยเท่านั้น
แต่ต้องมีการจัดการที่ดีด้วย”

หลังจากที่เราสามารถเลือกรูปแบบของประเภทร้านอาหารได้แล้ว สิ่งที่สำคัญเป็นลำดับต่อมาคือ กลยุทธ์และโปรโมชันเพื่อดึงดูดลูกค้าให้มาเลือกใช้บริการร้านอาหารของเรานั้นเอง เราสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 แบบหลักคือ ขายตรง สื่อออนไลน์และ ป้ายโฆษณาใบปลิว เรื่องของการขายตรงรูปแบบนี้จะเป็นการที่ทีมฝ่ายขายซึ่งสามารถที่จะเป็นใครก็ได้ เข้าไปเสนอโปรโมชันพิเศษกับร่วมกับทางร้าน เช่น ไปเสนอส่วนลดพิเศษให้สำหรับทุกคนที่เป็นพนักงานของบริษัทนั้นๆ อาจจะเริ่มจากบริษัทที่อยู่ใกล้ตัวเราหรือบริษัทฝ่ายลูกค้ากับเรานั้นเอง ใน

ด้านสื่อออนไลน์ถือเป็นกลยุทธ์ที่มีความจำเป็นและสำคัญมาก ในทุกวันนี้ เนื่องจากเป็นสื่อที่เข้าถึงลูกค้าได้ง่ายและรวดเร็ว ที่สุดในเวลา นี้ เราสามารถที่จะไปเลือกไปลงบนโฆษณาหรือ สร้างขึ้นมาเองขึ้นอยู่กับงบประมาณในการดำเนินการ

ทางด้านของโปรโมชั่นนั้นก็เป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเนื่องจากว่าสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นในท้องตลาด โปรโมชั่นก็สามารถปรับเปลี่ยนได้หลายรูปแบบตลอดเวลาขึ้นอยู่กับ ณ เวลานั้น เช่น ถ้าหากเราต้องการเพิ่มจำนวนลูกค้าให้มากขึ้น เราอาจจะเล่นโปรโมชั่น มา 4 จ่าย 3 หรือหากว่าเราต้องการที่จะระบายอาหารออกจากทางร้าน โปรโมชั่นก็ควรจะเป็นแบบ ซื้อ 1 แถม 1 หรือหากว่าเราต้องการโปรโมชั่นที่เข้าใจง่ายและเข้าถึงได้ทุกคน เราควรที่จะเลือกใช้เป็นส่วนลดเป็น เปอร์เซ็นต์โดยตรงไปเลย เป็นต้น



ในส่วนต่อมาเราจะพูดถึงการควบคุมคุณภาพของอาหารว่ามันสำคัญกับการทำธุรกิจของร้านอาหารอย่างไร คุณภาพอาหารถือว่าเป็นส่วนที่สำคัญมากส่วนหนึ่งพอๆกับรสชาติของอาหารเลยก็ว่าได้ ซึ่งมันเป็นส่วนที่ลูกค้าสามารถรับรู้ได้ทันทีหากว่าคุณภาพอาหารต่ำกว่ามาตรฐาน ซึ่งหากเกิดสถานการณ์แบบนี้ขึ้นมันสามารถที่จะทำให้เราเสียลูกค้าไปเป็นจำนวนมากทันที ทั้งนี้เราควรที่จะควบคุมคุณภาพอาหารให้

อยู่ในสภาพที่ได้อยู่ตลอดเวลาโดยคำนึงถึงหัวข้อหลักๆดังนี้ การเก็บกักอาหาร เราควรที่จะเก็บอาหารในปริมาณที่พอเหมาะกับการทำอาหารในแต่ละวัน โดยเริ่มจากคำนวณจำนวนลูกค้าในแต่ละวัน ประมาณการทำอาหารคร่าวๆในแต่ละวัน ซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาหลายสัปดาห์จนถึงเป็นเดือนๆ เพราะในแต่ละวันจะมีเหตุการณ์พิเศษที่ต่างกันออกไป หลังจากที่เราสามารถประมาณจำนวนวัตถุดิบได้แล้ว ขั้นตอนต่อมาก็คือระยะเวลาของการเก็บอาหารแต่ละชนิด เช่น พริกสดสามารถเก็บได้ 1-3 วัน เนื้อสัตว์สามารถเก็บได้ 3-5 หรืออาหารแช่แข็งสามารถเก็บได้เป็นสัปดาห์ ซึ่งเราควรจะต้องแยกเป็นรายการออกไปในการดูแลวัตถุดิบ หากวัตถุดิบชนิดไหนใกล้จะหมดสภาพ เราควรที่จะทำเมนูที่ใช้วัตถุดิบพวกนั้นออกมาเป็นรายการอาหารพิเศษประจำวันนั้นก็ได้

ขั้นตอนสุดท้ายที่เป็นหัวใจในการทำธุรกิจร้านอาหาร นั่นก็คือการบริการ การบริการถือว่าเป็นสิ่งสำคัญต่อจากการควบคุมคุณภาพอาหารซึ่งการบริการที่ดีจะขึ้นอยู่กับพนักงานที่ดี พนักงานที่ดีก็ย่อมเกิดจากการอบรมที่ดีและมีใจในการบริการเป็นสิ่งสำคัญ ดังนั้นเราควรที่จะคัดเลือกพนักงานที่ดีมาเป็นคนคอยบริการลูกค้าซึ่งเราสามารถดูได้จากบุคลิกภายนอกคร่าวๆได้ว่าเป็นคนสุภาพ อ่อนน้อม มีใจในการบริการ ยิ้มแย้มแจ่มใส เป็นต้น หลังจากที่เราสามารถเลือกพนักงานได้แล้ว เราควรที่จะดูแลเค้าอย่างใกล้ชิด เพราะปัญหาที่เกิดจากพนักงานนั้นมีมากมาย อาทิเช่น อัตราการลาออกสูง ไม่ขยัน ไม่อดทนเวลาทำงาน ลักเล็กขโมยน้อย เป็นต้น

จากข้อมูลที่กำลังกล่าวมาทั้งหมด จะเป็นขั้นตอนคร่าวๆในการทำธุรกิจร้านอาหารที่จะทำให้ประสบความสำเร็จ ซึ่งเราควรที่จะเลือกรูปแบบร้านอาหารที่เหมาะสมกับตัวเราเอง และประเมินงบประมาณในการทำการค้า วางแผนการทำรูปแบบธุรกิจโดยสามารถจำลองสถานการณ์การเปิดร้าน โดยร่างรายละเอียดตามหัวข้อที่กำลังกล่าวมาทั้งหมด เช่น รูปแบบโปรโมชั่น การควบคุมคุณภาพอาหาร เป็นต้น เราควรที่จะเริ่มจากธุรกิจร้านอาหารเล็กๆก่อน จากนั้นค่อยขยายออกไปโดยอาจจะไปขยายขนาดร้านไปจนถึงเพิ่มสาขาออกไป ทั้งนี้หากว่าเราสามารถที่จะร่างรายละเอียดทุกอย่างได้ครบถ้วน มันก็จะทำให้เราสามารถรับมือได้ดีกับทุกสถานการณ์ ดังนั้นเราไม่ควรรอช้า รีบไปทำธุรกิจร้านอาหารกัน



Food Truck ไม่ต้องมีหน้าร้านก็มีลูกค้าประจำได้

หากเราจะพูดถึงธุรกิจอาหารนั้น มันเป็นเรื่องที่ขาดไม่ได้ในสังคมยุคทุกยุคสมัย มันเพราะอะไรนั่นหรือ ก็เพราะว่าอาหารเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์เรานั่นเอง แต่คนเราก็สามารถทำอาหารรับประทานอยู่ที่บ้านเองได้เหมือนกัน ถูกต้องครับเราสามารถทำอาหารกินเองได้แต่มันไม่สามารถเติมเต็มความต้องการของเราได้เพราะในทุกวันนี้ อาหารแต่ละชนิดที่มีออกมาขายกันก็ได้ปรับเปลี่ยนรายละเอียดไปเรื่อยๆตามไลฟ์สไตล์ ตามความนิยมหรือตามความต้องการของลูกค้าเพราะฉะนั้น ธุรกิจร้านอาหารที่ขาดความแปลกใหม่ก็ไม่สามารถที่จะไปแข่งขันกับร้านอื่นๆได้ถึงแม้ว่าเราจะคงความเป็นเอกลักษณ์ที่ดีเยี่ยมไว้ก็ตาม พูดถึงเรื่องความแปลกใหม่ Food Truck หรือที่เราเรียกกันว่าร้านอาหารบนรถ ก็ได้เข้ามามามีบทบาทในทุกวันนี้ โดยที่เราอาจจะไม่ได้สังเกตเลยก็ได้

Food Truck เป็นร้านอาหารบนรถที่มีจุดเด่นมากมายหลายอย่าง ซึ่งร้านอาหารประเภทนี้สามารถตอบโจทย์ความต้องการของใครหลายๆคนได้ ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าทั่วไปหรือแม้กระทั่งเจ้าของร้านอาหารที่มีหน้าร้านทั่วไป ซึ่งธุรกิจ Food

Truck เดิมรูปแบบนี้ในประเทศไทยเราก็คือว่ายังใหม่หากเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านที่เขาทำมานานแล้ว ส่วนมากเขาจะนิยมเปิดร้านประเภทนี้ตามถนนหนทาง ไปเปิดร้านตามงานอีเว้นท์ต่างๆ หรือไปบริการตามกองถ่ายทำละคร แต่ก็ไม่ใช่ว่าประเทศไทยเราไม่เคยมีร้านประเภทนี้มาก่อน เรามีกินมานานแล้วเหมือนกันแต่เป็นแบบที่ยุ่งมากกว่า ก็คือบ้านเราจะมี Food Truck อยู่ 2 ประเภทคือ ประเภทที่เน้นขายเฉพาะวัตถุดิบหลักๆ ไม่ว่าจะเป็น พริก พลัม หน่อหมู ปลา ไก่ หรือแม้กระทั่งเครื่องเทศต่างๆ จะขายกันตั้งแต่เช้ายันเย็นเลย อีกประเภทหนึ่งก็คือ ประเภทที่ขายอาหารปรุงสุกแล้ว ส่วนมากจะเป็นแบบอาหารจำพวกแกงกุ่ม ซึ่งจะตะเวนขายไปเรื่อยๆหรืออาจจะไปหยุดอยู่ตามหน้าตลาดนัดทั่วไปนั่นเอง

กลับเข้ามาขยายในรายละเอียดของ Food Truck อีกครั้ง จุดเด่นที่ชัดเจนของเจ้า Food Truck นี้เราสามารถแบ่งได้เป็น 4 อย่างหลักๆด้วยกัน จุดเด่นแรกก็คือ สะดวกรวดเร็ว ในความหมายนี้หมายถึง อาหารส่วนมากจะเน้นเป็นแบบใช้เวลาทำค่อนข้างไวเพราะร้านประเภทนี้จะเน้นไปที่ปริมาณในการขาย

ในแต่ละชั่วโมงมากกว่าเน้นราคา เป็นอีกเพราะว่าหากเราใช้เวลาทำอาหารนานๆ เราจะเสียลูกค้าไปเป็นจำนวนมากเนื่องจากเราไม่มีพื้นที่ให้ลูกค้าไว้นั่งคอยหรือสิ่งเครื่องดีมารถได้เหมือนร้านอาหารทั่วไป แน่นอนว่ายังสามารถตอบใจกัยชีวิตคนเมืองที่รีบเร่งได้อย่างดีเลยก็เดี๋ย จุดเด่นที่สองคือ สามารถเคลื่อนย้ายได้ง่าย ซึ่งจุดเด่นนี้มีข้อได้เปรียบมากมายที่ทำให้ร้านอาหารประเภทนี้ประสบความสำเร็จ เพราะว่า เราสามารถเข้าไปขายได้ทุกที่ ทุกตรอกซอกซอย เปิดทำการได้ในพื้นที่แคบๆ ซึ่งมันทำให้เราสามารถเข้าถึงลูกค้าได้รวดเร็วนั่นเอง เพราะปกติธุรกิจร้านอาหารนั้นจะเป็นฝ่ายที่รอลูกค้าเข้ามาใช้บริการ เราสามารถเข้าไปตั้งรถนอกเรียนนักศึกษาที่เลิกเรียน ตอนกลางวัน บริเวณตึกสำนักงาน หรือแม้กระทั่งตอนเย็นหน้าตลาดนัด

จุดเด่นที่ขาดไม่ได้คือ ต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งถามว่าเราใช้เงินในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้เยอะมั้ยบอกได้เลยว่าน้อยมากหากเปรียบเทียบกับ การเปิดร้านอาหารสักหนึ่งร้าน เพราะองค์ประกอบทางการลงทุนก็มีอยู่แค่ไม่กี่อย่างเท่านั้น คือ รถ ซึ่งบางคนอาจจะไม่มีรถกระบะอยู่แล้ว ก็แค่นำมาดัดแปลงให้สามารถวางของหรือปรุงอาหารได้แค่นี้ก็ได้แล้ว ต่อไปก็คือเครื่องมือต่างๆในการทำอาหาร อันนี้จะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับประเภทของอาหาร หากน้อยมากเลยคงหนีไม่พ้นการขายไอศกรีมหรือขนมหวาน เพราะมีแค่ตู้แช่กับอุปกรณ์เพียงเล็กน้อยเท่านั้น และที่สำคัญเราไม่จำเป็นต้องเสียเงินลงทุนไปกับค่าเช่าสถานที่ทำร้านอาหารนั่นเอง

เพียงแค่นี้เราก็สามารถธุรกิจร้านอาหารเล็กๆของเราได้แล้ว จุดเด่นสุดท้ายคือ อิสระและความแปลกใหม่ สิ่งนี้เป็นอีกหนึ่งเหตุผลที่ทำให้ Food Truck ประสบความสำเร็จ เพราะว่าแน่นอนเจ้าธุรกิจนี้จะได้ประโยชน์จากความแปลกใหม่เป็นทุนเดิมอยู่แล้ว หากไปตั้งร้านที่ไหนก็ตาม ลูกค้าหลายๆคนต้องสงสัยว่าเค้าขายอะไรกันตรงนั้น ลองไปดูกันดีกว่าแน่นอนหลังจากนั้นก็เป็นเรื่องที่คนทำอาหารต้องใช้ทักษะในการขายว่าเราจะขายอะไรให้ตอบใจกัยยั้งเอง ซึ่งมันถือว่าอิสระเลยที่ว่าเราจะขายอาหารอะไรก็ได้ อาหารไทย อาหารต่างชาติ ไอศกรีม ของกินเล่นทั่วไป แฮมเบอร์เกอร์ และเยอะเยอะมากมาย

เราจะเห็นได้ว่าธุรกิจประเภทนี้สามารถที่จะเปิดบริการได้ในบ้านเราได้ แต่มันก็ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยในอีกหลายๆด้าน ไม่ใช่ที่เราอยากจะทำเปิดใจก็สำเร็จแน่นอน อันที่จริงก่อนที่เราจะเปิดทำธุรกิจร้านประเภทนี้ เราจะต้องมีการศึกษาให้รอบคอบในทุกกระบวนการของธุรกิจเสียก่อน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องประเภทอาหารที่เราจะขาย การทำการตลาดและการเข้าถึง

ลูกค้าว่าควรจะทำอย่างไร ประเมินต้นทุนการทำธุรกิจ กลยุทธ์การทำธุรกิจ เป็นต้น

รูปแบบขายอาหาร แนนอนมันจัดเป็นสิ่งที่สำคัญอันดับแรกเลยที่เราต้องการที่จะขายอาหารประเภทอะไร เราจะต้องดูองค์ประกอบหลักๆของเราที่ก่อน เช่นอาหารที่เรามีความชำนาญในการทำ กลุ่มลูกค้าที่เราต้องการไปขาย หากเป็นนักเรียนคงต้องหารูปแบบอาหารที่ทานได้ทั้งเด็กและผู้ใหญ่ กลุ่มลูกค้าพนักงานออฟฟิศ เราต้องทำอาหารประเภทกินง่ายสะดวก รวมทั้งต้องมีภาชนะด้วย มีเช่นนั้นเราอาจจะไปแข่งขันกับอาหารสำเร็จรูปเจ้าอื่นไม่ได้ ที่สำคัญเราจะต้องควบคุมคุณภาพอาหารที่ดีไว้ตลอด การควบคุมคุณภาพอาหารที่ดีนั้น ก็จะมาจากการเลือกวัตถุดิบที่สดใหม่อยู่เสมอ เราจึงต้องคำนวณปริมาณการใช้วัตถุดิบให้มีประสิทธิภาพในแต่ละวัน

“จุดเด่นของ Food Truck คือ สะดวกรวดเร็ว เคลื่อนย้ายได้ง่าย และความแปลกใหม่”

การทำการตลาดหรือเข้าถึงลูกค้าก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มยอดขายและสร้างแบรนด์ของร้านอาหารเราด้วย ซึ่งการทำการตลาดในทุกวันนี้คงหนีไม่พ้นสื่อออนไลน์ต่างๆ โดยที่เราสามารถจะทำมันขึ้นมาเองโดยไม่มีค่าใช้จ่ายแต่อาจต้องใช้เวลานานพอสมควรหรือเราจะลงทุนให้เจ้าเจ้าของสื่อเพื่อที่จะให้ลูกค้าได้เห็นเราบ่อยขึ้นๆ ก็ขึ้นอยู่กับงบประมาณของเจ้าของธุรกิจนั้น อีกทั้งเรายังสามารถหาลูกค้าประจำได้ง่ายโดยไม่ต้องมีหน้าร้านทางสื่อออนไลน์นี้ และแน่นอนเราจะแนะนำว่าหากมีเงินทุนที่ควรที่จะลงเงินสักเล็กน้อยเพื่อนำมาคู่แข่งอื่นๆอยู่หนึ่งก้าว

ในด้านของการทำการตลาดจำพวกแฟนพัน ในปลิว นั้น ส่วนตัวคิดว่าไม่ตอบใจกัยธุรกิจประเภทนี้เท่าไร เพราะว่าเราไม่มีหน้าร้านที่สามารถคอยลูกค้าอยู่ตลอดเวลาเพราะเรา



จะต้องเคลื่อนไปยังจุดต่างๆ สู้ไปเปิดเพลงหรือประกาศโปรโมชันตามสถานที่ของเราน่าจะดีกว่าและประหยัดเงินทุนอีกด้วย

ในด้านของเงินทุนก็ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งในการทำธุรกิจทุกประเภท เพราะมันจะเป็นตัวบ่งชี้ขนาดของธุรกิจเราตั้งแต่ตอนเริ่มต้นไปจนถึงระยะเวลาของการขยายกิจการ หากเรามีเงินทุกจำกัดซึ่งแน่นอนว่าเราควรจะเปิดร้านขนาดเล็กไปก่อน เพราะเราจะได้ไม่ต้องแบกรับความเสี่ยงมากเกินไป หากผิดพลาดเราก็ยังสามารถปรับเปลี่ยนค่อยๆ แก้ไขไป โดยไม่ใช้เงินลงทุนที่สูง หากว่าเราพอมีเงินลงทุนมากพอสมควรเราก็ยังคงแนะนำให้เริ่มจากร้านขนาดเล็กเช่นกันแต่จะให้เน้นไปลงทุนอุปกรณ์เสริมหรือสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ให้แก่ลูกค้าแทน เช่น โต๊ะหรือเก้าอี้ พัดลมไปน้ำหรือเครื่องปรับอากาศ เพราะเนื่องจากประเทศเรานี้มีอากาศที่ร้อน อุปกรณ์กระจายเสียงต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกในการปรุงอาหารที่ทันสมัย และประหยัดเวลา เป็นต้น

สุดท้ายคือการปรับใช้กลยุทธ์ที่ดีในทุกสถานการณ์ เราจะต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการขายอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ตอบสนองทุกความต้องการของลูกค้า ซึ่งแต่ละกลุ่มเราอาจได้ใช้กลยุทธ์ที่เหมือนหรือแตกต่างกันไป ยกตัวอย่างเช่น ขายตามตลาดนัด อันนี้เราจะต้องเน้นไปที่ราคา เพราะคู่แข่งใน

ตลาดนัดราคาจะค่อนข้างต่ำ แต่ถ้าเราขายตามโรงเรียน เราอาจจะมีสินค้าเป็นสมนาคุณให้เด็กๆ แต่ถ้าหากเราไปขายตามอาคารสำนักงานเราต้องเน้นไปที่ซื้อมากลดมาก เพราะว่าพนักงานออฟฟิศส่วนมากจะชอบกินเป็นกลุ่ม หากเราไปจัดตามงานอีเว้นท์ แน่แน่นอนว่าเราต้องทำตัวให้เด่นไม่ซ้ำใคร อาจจะต้องถึงขนาดมีการปรับเปลี่ยนตัวรถ Food Truck เพื่อให้เป็นจุดสังเกตเตะตากันเลยทีเดียว

บทสรุปของธุรกิจ Food truck นี้ จะเห็นได้ว่าธุรกิจประเภทนี้เป็นธุรกิจที่ใหม่ ซึ่งมีกระแสตอบรับที่ดีสามารถไปเปิดร้านขายอาหารได้ทุกที่ทุกเวลาหรือออกไปอีกนัยหนึ่งว่า ยังมีโอกาสในการทำธุรกิจประเภทนี้อยู่มาก แต่หากว่าเราต้องการที่จะประสบความสำเร็จ เราจะต้องวางแผนธุรกิจให้รอบคอบรัดกุมเสียก่อนที่จะลงทุนเปิดทำธุรกิจทันทีเพียงเพราะเห็นว่าการตอบรับดี การวางแผนที่ดีมันจะสามารถทำให้เราทำธุรกิจประเภทนี้ได้มันคงต่อไปอีกหลายปี ซึ่งแน่นอนว่าเราจะต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆ ให้เหมาะสมกับสถานที่ขาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือตามกาลเวลา เราไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านเราก็ยังสามารถมีลูกค้าประจำได้หากเรามีการสื่อสารกับลูกค้าอยู่ตลอดเวลา เพียงเท่านั้นความสำเร็จของธุรกิจ Food Truck ก็ไม่ไกลเกินเอื้อม



ลูกค้ายคือพระเจ้า แต่พนักงานสำคัญที่สุด

เมื่อดำเนินกิจการร้านอาหารมาได้อย่างราบรื่น และมีแนวโน้มที่จะเป็นได้สวย คุณก็ต้องไม่ลืมที่จะมองคนเบื้องหลังความสำเร็จในครั้งนี้ด้วย ซึ่งการประกอบกิจการร้านอาหารให้ประสบความสำเร็จ ปัจจัยสำคัญไม่ได้อยู่ที่ลูกค้าเพียงอย่างเดียว คุณต้องไม่ลืมพนักงานในร้านของคุณทุกคนทุกฝ่ายทุกแผนกด้วย เพราะพวกเขาเหล่านั้นเป็นส่วนหนึ่งซึ่งเป็นแกนกลางที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจของคุณให้เดินหน้ามาจนถึงระดับที่คุณพอใจ ธุรกิจเดินหน้าได้ คุณก็ต้องไม่ลืมว่าพนักงานของคุณสามารถทำให้ธุรกิจรุ่งหรือร่วงก็ได้เช่นกัน เรามาดูกันสิว่าระหว่างลูกค้ากับพนักงานใครสำคัญกว่าใคร

ในการทำธุรกิจการค้า ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจประเภทใดก็ตาม คำกล่าวที่ว่า “ลูกค้าคือพระเจ้า” นั้นยังคงเป็นคำพูดที่ถูกต้องอยู่เสมอ แต่ในปัจจุบันน้ำหนักของความถูกต้องในคำนี้ลดลงไป “ลูกค้าคือพระเจ้าจริง แต่ลูกค้าไม่ได้ถูกต้องเสมอ” นี้คือนิยามหรือความเข้าใจใหม่ในการทำธุรกิจทุกวันนี้ คือลูกค้ายังมีความสำคัญอยู่ แต่ทุกสิ่งทุกอย่างไม่ใช่ลูกค้าเป็นผู้กำหนด

อีกต่อไป ผู้ประกอบการมากมายในปัจจุบันที่มีความคิดเช่นนี้ โดยเฉพาะผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร ที่นี้ข้ามมาดูฝั่งพนักงานกันบ้าง การทำงานในยุคสมัยก่อน คือยุคเจเนเรชั่นก่อนนั้นเป็นยุคอุตสาหกรรมเพื่อผู้ ทุกอย่างจะต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่อุตสาหกรรมอย่างรวดเร็ว การแข่งขันจึงสูงแบบใครดีใครได้ พนักงานทุกคนจำเป็นที่จะต้องจงรักภักดีต่อองค์กรไม่ว่าจะเต็มใจหรือไม่ก็ตาม เพราะคนในยุคนี้ไม่มีตัวเลือก แต่ปัจจุบันทุกสิ่งทุกอย่างเปลี่ยนไปอิสรภาพของผู้คนมากขึ้น ทุกคนมีสิทธิ์คิดมีสิทธิ์ที่จะฟันและมีสิทธิ์ที่จะทำตามฝัน สังคมเปิดโอกาสมากขึ้น คนยุคใหม่จึงคิดว่าไม่จำเป็นอีกต่อไปที่จะต้องจงรักภักดีต่อองค์กร เมื่อถึงเวลาที่พวกเขาขึ้นได้พวกเขาก็จะไปเดินตามเส้นทางของตนเอง เมื่อคนยุคใหม่มีความคิดแบบนี้ ที่ต้องหนักใจก็กลายเป็นกลุ่มผู้ประกอบการทันที

เรากล่าวได้ว่าพนักงานในสมัยนี้ไม่ได้จ้องร้านจ้ององค์กรอีกต่อไป ถ้าคุณเป็นผู้ประกอบการที่ยังคิดแบบเดิมๆ อยู่ คือ ยึดลูกค้าเป็นพระเจ้าอยู่เสมอ ดังนั้นลูกค้าคือจึงถูกที่สุด

โดยที่คุณแทบจะไม่ได้มองพนักงานของคุณเลย ก็บอกได้เลยว่า โอกาสที่ธุรกิจร้านอาหารของคุณจะต้องสะดุดก็มีสูงทีเดียว การทำธุรกิจร้านอาหารหรือบริการด้านอาหาร สิ่งที่ผู้ประกอบการในยุคนี้ต้องตระหนักเลยก็คือ หนึ่งลูกค้า สองพนักงาน ความสำคัญของลูกค้าไม่ได้ลดลง แต่คุณจะต้องให้ความสำคัญกับพนักงานเพิ่มขึ้น คุณจะต้องทำความเข้าใจว่า ถ้าพนักงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ พวกเขา ก็มักจะทำงานได้ดีและอยู่กับองค์กรได้นานขึ้น

สิ่งที่ผู้ประกอบการร้านอาหารยุคใหม่ต้องทำก็คือ ดูแลและเอาใจใส่พนักงานทุกคนไม่ต่างจากการดูแลลูกค้า สร้างความอุ่นใจและความมั่นใจในการทำงานให้กับพวกเขา คุณถึงจะมั่นใจได้ว่าพนักงานแต่ละคนเข้าใจความสำคัญในหน้าที่ของตนเองและของคนอื่น คุณจะต้องรู้จักการผสมผสานประสบการณ์ในทีมงาน แบ่งสัดส่วนระหว่างการเรียนรู้งานและการปฏิบัติงานจริง การบริหารจัดการการทำงานให้เหมาะสม และทำให้พนักงานมีความรู้สึกเป็นเจ้าของในตำแหน่งงานของตนนั้น จะต้องสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนในหน้าที่ ในแต่ละหน้าที่ แต่ละบทบาทของแต่ละคน กำหนดเวลางานและปริมาณเวลาที่ต้องใช้ในการทำงานให้กับพวกเขา นอกจากนี้คุณยังควรกำหนดผลตอบแทนของการทำงานให้ชัดเจนและวางแผนสำหรับการฝึกฝนพนักงานเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มทักษะและความก้าวหน้าให้กับพนักงานในช่วงเวลาที่พวกเขาว่าง และมีความพร้อมที่จะเรียนรู้

สิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการร้านอาหารทุกคนควรรู้จักคือ ธุรกิจร้านอาหารจำเป็นที่จะต้องใช้ การขายเชิงรุก ซึ่งผู้ที่ จะดำเนินการตรงจุดนี้ให้กับร้านได้ดีก็คือพนักงานนั่นเอง ดังนั้นคุณจะต้องมีการฝึกอบรมิให้พนักงานของคุณรู้จักสินค้าและผลิตภัณฑ์ในร้านอย่างละเอียด คิดไปได้เลยว่า อะไหล่ในร้านที่คุณรู้พนักงานก็ต้องรู้ด้วยหนึ่งเพื่อรักษาคุณภาพมาตรฐานของร้านไว้ สองรักษาฐานลูกค้าเอาไว้ ฝึกพวกเขาให้มีมนุษยสัมพันธ์ดี มีความกล้าที่จะคิดและตัดสินใจ เพราะพนักงานจะเสมือนเพื่อนตัวน้อยๆ หลายๆ ตัวที่ช่วยผลักดันให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างไม่สะดุด ถ้าเกิดเพื่อนใหญ่อย่างคุณไม่พร้อมจริงๆ คุณอาจจะเป็นคนเก่ง ก็กิจการในร้านดำเนินไปได้เพราะคุณร้านอาหารเป็นชื่อของคุณแบรนด์ของคุณ อาหารคุณก็เป็นคนปรุง มีพนักงานคอยช่วยบริการเสิร์ฟอาหาร เสิร์ฟน้ำ และคอยเก็บเงินเท่านั้น ก็กิจการอาจจะดำเนินต่อไปได้ไม่มีปัญหาอะไร แต่ถ้าเมื่อไหร่พนักงานเกิดเป็นสาเหตุให้ลูกค้าไม่พอใจขึ้นมาสิ่งเหล่านี้จะเป็นสถานการณ์วิกฤตของคุณทันที ถ้าคุณเข้าข้างฝ่ายใด

ฝ่ายหนึ่งหรือโทษฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง คุณก็ต้องเสียอะไรไปสักอย่างแน่นอน สิ่งที่คุณควรทำ ณ ตอนนั้นคือ คุณรับผิดชอบดูแลลูกค้าให้ดีเหมือนเดิม แต่อย่าได้ต่อว่าพนักงานทันที เอาไว้มีโอกาสค่อยคุยกันถ้าพนักงานของเราผิดจริง เราควรสั่งสอนและแนะนำให้เขาปรับปรุงตัว อย่าใช้วิธีลงโทษ คุณจะต้องวางตัวให้เหมือนเดิมอย่าให้เขาต้องรู้สึกอึดอัดเหมือนโดนจับผิด อย่าลืมว่าพวกเขาพร้อมจะไปจากร้านของคุณทุกเมื่อ คุณต้องเข้าใจเสมอว่าคนเราทุกคนมีผิดพลาดกันได้ ควรจะให้โอกาสเขาได้แก้ตัว สิ่งเหล่านี้เป็นการปรับสมดุลระหว่างลูกค้ากับพนักงาน ลูกค้ายังคือพระเจ้าสำหรับธุรกิจของเราเหมือนเดิม แต่เพิ่มเติมคือความสำคัญของพนักงาน

“สิ่งที่ผู้ประกอบการ
ร้านอาหารยุคใหม่ต้อง
ทำก็คือ ดูแลและเอาใจใส่
พนักงานทุกคนไม่ต่าง
จากการดูแลลูกค้า”

ประการหนึ่งที่จะลดความผิดพลาดและไม่ทำให้เกิดสถานการณ์วิกฤตดังกล่าวขึ้นก็คือ การให้ความสำคัญกับพนักงานให้มากขึ้น อย่างที่เรียนให้ทราบไปแล้ว คุณรู้หรือไม่ว่าพนักงานต้องรู้ด้วยอย่าคิดว่า เรื่องนี้พนักงานไม่จำเป็นต้องรู้ เพราะไม่ใช่หน้าที่ ถ้าคุณคือโปรตัวจริง พนักงานของคุณก็ต้องเป็นมือโปรด้วย พนักงานบริการที่เข้าชั้นมืออาชีพนั้น เวลาจะเสิร์ฟอาหารจะไม่ถามแขกว่าอาหารจานนี้เป็นของลูกค้าน่ากินใด แต่จะจดจำให้ได้ว่าใครสั่งอะไร และสามารถเสิร์ฟได้อย่างแม่นยำไม่มีผิดพลาด แต่จำได้โดยไม่ต้องจำลูกค้าแต่ละคน จำเมนูที่สั่งได้ด้วย สิ่งเหล่านี้ก่อนที่คุณจะฝึกฝนพวกเขา คุณต้องกลับไปพิจารณาตัวเองด้วยว่า มีความสามารถในเรื่องนี้มากน้อยแค่ไหน ถ้าคุณทำไม่ได้ คุณก็ไม่มีสิทธิ์ที่จะไปตำหนิพนักงานของคุณเมื่อเขาไม่สามารถเสิร์ฟอาหารได้ถูกโต๊ะทุกคน



คุณต้องกลับมาวางแผนผังการจัดโต๊ะให้ดี จัดตำแหน่งที่นั่งวางเป็นแพนฟังก์ และคุณก็จดจำและลองใช้จริง ๆ เมื่อใช้กันอย่างชำนาญ ก็ลองนำเทคนิคนี้อธิบายให้พนักงานได้เรียนรู้และทำความเข้าใจ หรืออีกกรณีหนึ่ง ควรฝึกให้พนักงาน บอกชื่ออาหารหรือทวนชื่ออาหารก่อนเสิร์ฟทุกครั้งด้วย บ่อยครั้งในร้านอาหารที่พนักงานบริการไม่ได้บอกชื่ออาหารกับลูกค้าก่อนลงอาหาร จนบางครั้งผิดพลาดลงอาหารผิดโต๊ะ คือลูกค้าเองก็อาจจะไม่รู้ว่าเป็นอาหารที่เอามาลงนั้นใช่ที่ตนสั่งหรือไม่ พอลูกค้ารับประทานหมดมาดูบิลตอนชำระเงินจึงมีการท้วงว่า “เมนูนี้ไม่ได้สั่ง” นี่จึงเป็นความผิดพลาดที่น่าจะเกิดขึ้น ส่งผลให้เสียเวลา เสียต้นทุน เสียความรู้สึกทั้งลูกค้าและพนักงาน ปัญหาจะไม่เกิดขึ้นเลยเพียงแค่คุณฝึกพนักงานด้วยเคล็ดลับง่ายๆ เพียงแค่ให้เขามองชื่ออาหารก่อนลงอาหารที่โต๊ะ ความผิดพลาดทั้งหลายก็จะหมดไป วิธีเหล่านี้ร้านอาหารแบบภัตตาคารหรือโรงแรมมักจะใช้กันเป็นประจำ คือมีระบบที่ดี จึงสามารถฝึกพนักงานให้กลายเป็นมืออาชีพได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้นอกจากจะไม่ผิดพลาดแล้วยังสามารถสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าด้วย

ดังนั้นคุณจะเห็นว่าการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในยุคสมัยใหม่นั้นนอกจากจะต้องแข่งขันให้ความสำคัญกับลูกค้าเหมือนเดิมแล้ว การใส่ใจและให้ความสำคัญกับพนักงานก็มีความสำคัญไม่แพ้กัน ซึ่งเป็นหนึ่งสิ่งที่คุณประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องมีระบบบริหารจัดการที่ดี และต้องมีกลยุทธ์ที่จะเข้าถึงพวกเขา ฝึกฝนให้พวกเขาเชี่ยวชาญและผูกใจพวกเขาให้เป็นหนึ่งเดียวกับร้าน นี่คือการแข่งขันรูปแบบใหม่ของธุรกิจร้านอาหารทุกวันนี้ มาตรฐานของรสชาติอาหารคุณอาจจะมีอยู่แล้ว แต่คุณมีมาตรฐานในการบริการหรือไม่ และคุณสามารถรักษามาตรฐานของรสชาติ ความสะอาด และการบริการที่ดีไว้ได้นานแค่ไหน อันนี้คือคำถามที่เป็นการบ้านอย่างดีที่ท้าทายผู้ประกอบการธุรกิจอาหารรุ่นใหม่ต้องตอบให้ได้ จำไว้ว่าเราไม่ลดความสำคัญของลูกค้าลง แต่ลูกค้าไม่ได้ถูกต้องเสมอไป เราจึงต้องกลับมาใส่ใจเพิ่มสำคัญให้กับพนักงานของเราด้วย ถ้าพนักงานของเราดีมีคุณภาพและมีมาตรฐานสูงแน่นอน พนักงานจะเป็นเครื่องจักรจูงลูกค้าให้เดินเข้าร้านเราเอง ทั้งหมดนี้คือการจัดสมดุลระหว่างลูกค้ากับพนักงานเท่านั้นเอง นักธุรกิจอาหารรุ่นใหม่อย่าได้มองข้ามไปเสียวนะ ถ้าต้องการให้ธุรกิจประสบความสำเร็จเคล็ดลับเล็กน้อยแบบนี้ก็เปลี่ยนแปลงธุรกิจคุณได้ เมื่อเชื่อคุณลองนำไปทำดูสิ



กลยุทธ์ร้านอาหารขนาดเล็ก

หากเราจะพูดถึงเรื่องการลงทุนเชื่อว่าเป็นเรื่องที่ใครหลายคนสนใจ โดยเฉพาะการลงทุนที่ใช้เงินน้อยค่อยๆประสบความสำเร็จซึ่งเหมาะสำหรับคนที่ต้องการจะเริ่มลงทุน การลงทุนธุรกิจหลายรูปแบบมีทั้งแบบใช้เงินประมาณที่น้อยไปจนถึงใช้เงินประมาณที่มาก ทั้งหมดก็จะขึ้นอยู่กับขนาดและประเภทของธุรกิจที่จะลงทุนนั่นเอง แต่ถ้าเรามาดูเจาะลึกถึงการลงทุนขนาดเล็ก ที่ใช้เงินประมาณน้อย อีกทั้งยังสามารถเป็นจุดเริ่มต้นธุรกิจขนาดเล็กได้นั้น ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กก็เป็นการลงทุนที่น่าสนใจมากเลยทีเดียวเหตุผลหลักที่ทำให้อุรกิจร้านอาหารเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการลงทุนก็เพราะว่า อาหารเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ อีกทั้งร้านอาหารยังสามารถเป็นสถานที่ที่ไว้สำหรับพบปะ สังสรรค์ เป็นสถานที่ประชุม เป็นสถานที่สร้างความบันเทิงหรือจัดงานอีเวนต์ต่างๆได้ในทุกโอกาส ซึ่งส่วนมากธุรกิจร้านอาหารที่ประสบความสำเร็จจำเป็นที่จะต้องเป็นร้านอาหารที่มากกว่าร้านอาหารนั่นเอง แต่สำหรับผู้ที่ต้องการจะเริ่มลงทุนธุรกิจร้านอาหารนั้นควรที่จะเริ่มจากร้านอาหารขนาดเล็กก่อนเพราะง่ายต่อการปรับเปลี่ยนได้ตลอดเวลา

ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กนั้น แน่นอนว่าเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับบุคคลที่ต้องการจะเริ่มลงทุนเปิดร้านอาหาร เพราะสาเหตุหลักๆมาจาก เหตุผลแรกคือสามารถลงทุนได้ด้วยงบที่น้อยกว่าร้านอาหารใหญ่ เพราะว่าร้านอาหารขนาดเล็กจำนวนอุปกรณ์ต่างๆ อาทิเช่น โต๊ะ ภาชนะ เครื่องมือในการทำอาหาร ปริมาณวัตถุดิบที่ต้องซื้อในแต่ละวัน จำนวนพนักงาน ค่าเช่าสถานที่หรือแม้กระทั่งค่าดูแลรักษาในส่วนอื่นย่อมต้องใช้งบประมาณที่ต่ำกว่าร้านอาหารใหญ่ๆทั่วไป ซึ่งผู้ลงทุนสามารถเริ่มลงทุนโดยใช้เงินเพียงหลักหมื่นก็สามารถเริ่มการลงทุนได้แล้ว เหตุผลที่สองคือร้านอาหารขนาดเล็กจะมีความยืดหยุ่นสูงในการปรับเปลี่ยนแก้ไขปัญหาต่างๆได้ดีในทุกสถานการณ์ อีกทั้งการใช้เงินประมาณในการเปลี่ยนและระยะเวลาจะใช้น้อยกว่าร้านอาหารทั่วไปอย่างมาก โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เราขาดทุนเพราะแน่นอนว่าผู้ที่เริ่มต้นธุรกิจหากไม่มีการวางแผนที่ดีก็พร้อมที่จะขาดทุนได้ตลอดเวลา ในรูปแบบร้านอาหารที่เล็กจึงง่ายต่อการปรับเปลี่ยนแก้ไขได้เช่นเดียวกัน เหตุผลที่สามคือไม่ยุ่งยากการเปิดร้านเพราะเนื่องจากเราสามารถใช้พื้นที่เพียงไม่กี่ตารางเมตรก็สามารถที่จะเปิดร้านอาหารได้แล้ว ซึ่งมัน

เหมาะกับสถานการณ์การแข่งขันที่สูงบวกกับการจำกัดของสถานที่เปิดร้านในทำเลทอง ยกตัวอย่างเช่น สีส้ม แนนอนว่าบริเวณสีส้มมีความหนาแน่นของลูกค้าบริเวณนั้นสูงมากในทุกวันแทบจะทั้งวันเลยก็ว่าได้ มีทั้งลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติสัญจรไปมาอยู่ตลอด ซึ่งถ้าหากว่าเราสามารถไปขายอาหารแถวนั้นได้ รายได้ในแต่ละวันที่เราจะทำได้คงสูงอยู่พอตัว แต่ก็มีปัญหาที่ตามมาคือพื้นที่เช่าย่านนั้นราคาต่อเดือนสูงมากอีกทั้งยากแก่การหาที่เช่าหากว่าเราต้องการใช้พื้นที่ที่สูง แต่มีไม่เป็นที่ปัญหาสำหรับร้านอาหารขนาดเล็กเพราะว่าเพียงแค่เราเช่าพื้นที่หนึ่งคูหาเราก็สามารถเปิดร้านอาหารขนาดเล็กบริเวณนั้นได้ แต่ถ้าเราต้องการที่จะเช่าในพื้นที่ที่ราคาต่อเดือนสูงมาก เราจะต้องมีการวางแผนธุรกิจที่ดีเสียก่อน ถึงอาจจะต้องคำนวณรายได้ว่าเราจะสามารถเปิดบริการย่านนั้นได้หรือไม่เลยทีเดียว แต่ก่อนที่เราจะเปิดร้านอาหารขนาดเล็ก เราจะต้องตัดสินใจก่อนว่าเราจะเปิดร้านอาหารในรูปแบบใด กลยุทธ์การตลาด และการจัดการดูแลธุรกิจร้านอาหารของเราก่อนทุกครั้งที่เราจะลงทุน

รูปแบบของร้านอาหารนั้นจัดว่าเป็นสิ่งสำคัญลำดับต้นๆเลยของการทำธุรกิจร้านอาหาร เพราะมันคือเป้าหมายในการขายของเรา ซึ่งจะทำให้เราไปต่อยอดได้ว่า ใครคือกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านอาหารของเรา สื่อการตลาดที่เราจะต้องทำ รวมไปถึงการเตรียมความพร้อมเรียบร้อยของร้านอาหารเรา อาทิเช่น การตกแต่งร้านอาหาร จำนวนพนักงาน การสั่งและกักเก็บสินค้าต่างๆ เป็นต้น รูปแบบของร้านอาหารเราสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลักๆคือ ประเภทหนึ่งคือ Franchise ธุรกิจประเภทนี้จะสะดวกที่สุดในการลงทุนเพราะว่าเจ้าของธุรกิจจะเตรียมทุกอย่างไว้ให้เราเลย เริ่มจากการสั่งซื้อวัตถุดิบ การปรุงอาหาร การขาย การอบรมพนักงาน เป็นต้น ประเภทนี้จะเหมาะสำหรับผู้ที่ต้องการการลงทุนที่มีความเสี่ยงน้อยเพราะเนื่องจากแบรนด์ที่แข็งของ Franchise นั้นๆ แนนอนว่าต้องแลกมากับราคาต้นทุนการลงทุนที่สูง

ทั้งนี้ Franchise ร้านอาหารก็มีแบบต้นทุนที่ราคาหลักแสนเช่นเดียวกัน ส่วนมากจะเป็นแบรนด์ที่ก่อตั้งทั่วไป เช่น ร้านก๋วยเตี๋ยว หรือร้านข้าวมันไก่ เป็นต้น ประเภทที่สองคือธุรกิจร้านอาหารทั่วไป ประเภทนี้จะขึ้นอยู่กับความถนัดและความชอบของผู้เริ่มธุรกิจเองล้วนๆ ซึ่งเราสามารถที่จะขายอาหารชนิดใดก็ได้ ไม่ว่าจะเป็น อาหารไทย อาหารนานาชาติ ก๋วยเตี๋ยว หรืออาหารอีสาน เป็นต้น รูปแบบนี้จะมีความเสี่ยงที่สูงกว่ารูปแบบแรกเพราะเราจะต้องสร้างทุกอย่างขึ้นมาเองเลยทั้งหมด เตรียมการด้วยตัวเองทั้งหมด แต่หากเรามีผู้เชี่ยวชาญแนะนำหรือมีประสบการณ์อยู่แล้วบ้าง จะทำให้เรา

สามารถเริ่มต้นการทำธุรกิจได้ดีเลยก็เลย เพราะต้นทุนการทำธุรกิจจะน้อยกว่ารูปแบบที่หนึ่งอยู่มากพอสมควร

หลังจากที่เราสามารถเลือกรูปแบบของร้านอาหารได้แล้วนั้นกลยุทธ์ทางการตลาดก็เป็นสิ่งสำคัญในลำดับต่อมา เพราะว่าเราจำเป็นที่จะต้องทำการตลาดให้ดีเพื่อที่จะสามารถเรียกลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการที่ร้านเราเป็นประจำทั้งลูกค้าเก่าและใหม่ การตลาดที่ดียังช่วยให้เราสามารถต่อสู้กับสภาวะการแข่งขันที่สูงได้ในทุกวันนี้ เราสามารถแบ่งรูปแบบของสื่อทางการตลาดออกเป็น 2 แบบหลักๆคือ สื่อการตลาดแบบทั่วไปและการตลาดโดยสื่อออนไลน์ การตลาดแบบรูปแบบทั่วไปก็คือ เราจะทำการตลาดโดยผ่านทางอุปกรณ์ต่างๆ เช่น ป้ายโฆษณา แผ่นพับ ใบปลิว รถแห่ หรือแม้กระทั่งการเดิน Road show เป็นต้น รูปแบบที่สองคือสื่อการตลาดโดยผ่านทางสื่อออนไลน์ สื่อออนไลน์เป็นการตลาดรูปแบบใหม่ที่มีประสิทธิภาพมาก เพราะว่าสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยง่ายโดยผ่านทาง social network ซึ่งจัดว่าเป็นสื่อที่พัฒนามาเพื่ออนาคต สื่อชนิดนี้จะช่วยให้เราเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายเพราะว่าลูกค้าส่วนมากนิยมเสพย์สื่อผ่านทางระบบออนไลน์เป็นจำนวนมากในแต่ละวัน วิธีการก็ไม่ยากเพียงเราแค่ติดต่อไปยัง group social network ที่เราต้องการ เราสามารถสมัครใช้บริการแบบฟรี หรือแบบเสียค่าบริการ หากผู้ลงทุนมีงบประมาณในส่วนนี้ เราจะแนะนำให้ใช้แบบเสียค่าบริการไปเพื่อความรวดเร็วในการโฆษณา แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นเราควรที่จะใช้สื่อทั้ง 2 ประเภทในการทำการของธุรกิจเรา เพราะว่า กลุ่มลูกค้าบางกลุ่มอาจจะไม่นิยมสื่อออนไลน์ในขณะที่บางกลุ่มก็ไม่นิยมสื่อพวกใบปลิวแผ่นพับ

กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในขณะนี้คงหนีไม่พ้นโปรโมชันดึงดูดใจลูกค้านั่นเอง เพราะถ้าหากเรามีโปรโมชันที่ดีมันจะช่วยให้เราตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ดี เราอาจจะเริ่มโปรโมชันแบบมาตรฐานทั่วไปเช่น ส่วนลดเป็นเปอร์เซ็นต์ตรงๆไปเลย หรือจะเป็นแบบมา 4 จ่าย 3 หรือลดราคาพิเศษในวันที่เราไม่ค่อยมีลูกค้า หรือผู้โปรโมชันส่วนลดกับบัตรเครดิตไว้ เป็นต้น ทั้งนี้ก่อนที่เราจะตัดสินใจเรื่องโปรโมชัน เราจะต้องมาดูสถานการณ์ร้านของเราก่อนว่าจำเป็นที่จะต้องลงโปรพิเศษต่างๆมั้ย วัตถุประสงค์หลักของการลงโปรโมชันคือ เราต้องการกระตุ้นยอดขาย ต้องการเพิ่มจำนวนลูกค้าในแต่ละวัน ต้องการที่จะระบายวัตถุดิบที่จะหมดอายุของไป ดังนั้นเราต้องเลือกโปรโมชัน ที่ถูกกับสถานการณ์ของร้านเราให้ดีเพราะบางทีหากลูกค้ามาพร้อมกันเป็นจำนวนมากซึ่งกำลังการทำอาหารของเราก็ไม่สามารถรองรับกับปริมาณลูกค้าได้ มันก็อาจทำให้เราเสียลูกค้าไปทันที ซึ่งมันก็เปรียบเสมือนดาบสองคมนั่นเอง



หลังจากที่เราหากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมกับธุรกิจร้านอาหารของเราได้แล้ว สิ่งที่เราไม่ได้คิดถึงอีกหนึ่งสิ่ง นั่นก็คือคุณภาพอาหารและการตั้งราคาที่เหมาะสมกับชนิดอาหารของเราเอง คุณภาพและรสชาติของอาหารเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่งในการทำธุรกิจร้านอาหาร วัตถุประสงค์ที่เราเลือกมาทำเป็นอาหารจะต้องสะอาด สดอยู่เสมอ เทคนิคในการควบคุมอาหารให้สดอยู่เสมอก็คือ เราจะต้องมีการวางแผนซื้อวัตถุดิบที่ดี ซึ่งหมายถึงจัดเก็บอาหารให้เหมาะสมกับวันหมดอายุ อย่างถึงค้ำไว้จนจนวัตถุดิบขาดความสด ใหม่ เราควรจะมีการวางแผนสั่งซื้อที่ให้อายุคล้อยกับปริมาณที่ต้องใช้ในแต่ละวัน หากเราไม่สามารถใช้ได้หมดเราควรจะต้องมีโปรโมชันเมนูอาหารที่ใช้ส่วนประกอบชนิดนั้นออกไปทางด้านราคาเราควรจะต้องจัดตามประเภทและกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและค่าต้นทุนทางการทำเมนูอาหารของเราเอง หากธุรกิจเราอยู่ในขั้นตอนเริ่มต้น เราก็ไม่ควรตั้งราคาให้แพงกว่าคู่แข่งมากนักเพราะเราเป็นเจ้าใหม่เพิ่งเข้ามาสู่ตลาด เราควรจะเน้นให้ลูกค้าเข้ามาทดลองกันเยอะดีกว่า

ท้ายที่สุดนี้การทำธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กนั้นไม่ได้ยากเหมือนที่ใครหลายคนคิด แต่ที่จริงแล้วหากเราต้องการทำให้ร้านของเราประสบความสำเร็จ เราก็ควรที่จะมีการวางแผนธุรกิจที่ดี โดยสามารถเริ่มได้จากเลือกรูปแบบของร้านอาหาร ช่องทางในการทำการตลาด จัดการกระบวนการร้านอาหารให้ดี ปรับเปลี่ยนและปรับปรุงแก้ไข ปัญหาต่างๆที่พร้อมจะเกิดขึ้นเสมอ เพียงเท่านี้ความฝันที่อยากจะมีร้านอาหารเป็นธุรกิจเล็กๆก็ไม่ไกลเกินเอื้อม



ธุรกิจอาหารแปรรูป

ปัจจุบันด้วยโลกเปลี่ยนแปลงสู่ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสื่อสารเป็นแบบแคปหลายนิวส์มีส จึงทำให้การทำธุรกิจกลายเป็นเรื่องไร้พรมแดนไปด้วย ยิ่งโดยเฉพาะไทยเราก้าวเข้าสู่การเป็นส่วนหนึ่งของ AEC นโยบายต่างๆ จากทางภาครัฐก็พยายามอย่างยิ่งที่จะผลักดันให้ภาคธุรกิจต่างๆ สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงนี้ เรื่องของอาหารก็เป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนเพื่อเปลี่ยนแปลงไปสู่การแข่งขันในอาเซียนอย่างเต็มตัว สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่กำลังจะพัฒนาเองเข้าสู่อุตสาหกรรมอาหารแปรรูป หรือธุรกิจอาหารแปรรูป อาจจะยังไม่มั่นใจและไม่รู้ว่าตนเองจะพร้อมหรือไม่วันนี้เรามีข้อมูลดีๆ มานำเสนอ เพื่อเป็นเครื่องที่จะช่วยให้คุณตัดสินใจได้ง่ายขึ้น และจะได้เป็นการเพิ่มความเชื่อมั่นในการดำเนินธุรกิจของคุณ

ไทยกับศักยภาพด้านธุรกิจอาหาร

ให้ผู้ประกอบการทุกท่านย้อนกลับมามองตัว ดูที่รากฐานของประเทศเราจะเห็นว่าแต่ดั้งเดิมมาประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก มีรากฐานเศรษฐกิจมาจากภาคการเกษตรเป็นระยะเวลายาวนาน มีผลผลิตทางการเกษตรที่เพียงพอจะเลี้ยงคนได้ทั้งประเทศและยังมีเหลือพอที่จะส่งออกไปนอกประเทศด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้จึงเป็นเครื่องยืนยันถึงศักยภาพของเราในด้านอาหาร เราจึงพร้อมที่จะเข้าสู่ธุรกิจอาหารแปรรูปเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว ธุรกิจอาหารแปรรูป เป็นธุรกิจที่พึ่งพิงวัตถุดิบต่างประเทศน้อย สร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าเกษตรได้มาก ส่งผลต่อคนจำนวนมากในประเทศตั้งแต่เกษตรกร ผู้ส่งมอบสินค้า ผู้ผลิต คนกลาง ผู้ส่งสินค้าออก ผู้จำหน่ายวัสดุต่างๆ ในกระบวนการตั้งแต่เพาะปลูก จนกระทั่งถึงผู้บริโภค ยิ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีในกระบวนการผลิตมีความก้าวหน้ามากขึ้น จึงทำให้การเข้าสู่ธุรกิจอาหารแปรรูปในบ้านเป็นเรื่องที่เป็นไปได้และมีโอกาสที่จะประสบความสำเร็จสูง

แนวโน้มของธุรกิจอาหารแปรรูป

อย่างที่ทราบกันแล้วว่าการผลิตอาหารของไทยพึ่งพาแหล่งวัตถุดิบจากผลผลิตทางการเกษตรเป็นหลักและมีการนำเข้าบางส่วน สำหรับผลผลิตทางการเกษตรที่สำคัญคือ กลุ่มธัญพืชและพืชที่เป็นอาหาร ได้แก่ อ้อย ข้าว มันสำปะหลัง รองลงมาเป็นกลุ่มไม้ผล ได้แก่ สับปะรด มะม่วง กลุ่มพืชผัก ได้แก่ มันฝรั่ง กระเทียม หอมแดง หอมหัวใหญ่ กลุ่มปศุสัตว์ ได้แก่ ไข่ไก่ เนื้อหมู และกลุ่มประมง ได้แก่ กุ้ง ชาวแวนนาโม ซึ่งผลผลิตเหล่านี้ในปีหนึ่งๆ เราสามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและมีเหลือพอที่จะเข้าสู่กระบวนการแปรรูป เมื่อมีการแปรรูปแล้ว ก็จะมีการส่งไปจำหน่ายทั้งในและส่งออกต่างประเทศ จากนั้นผลผลิตจากอาหารแปรรูปเหล่านี้ก็จะไปอยู่ที่ร้านอาหาร ภัตตาคารและโรงแรมต่างๆ ซึ่งทำให้เรามองเห็นภาพได้ว่า ธุรกิจอาหารแปรรูปไม่มีทางที่จะเติบโตได้ง่ายๆ ที่สำคัญแนวโน้มกลับจะมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นด้วย

ตลาดอาหารแปรรูปเป็นอย่างไรบ้าง

มูลค่าตลาดอาหารในประเทศไทยในปี 2558 ขยายตัวอยู่ในช่วงร้อยละ 3.0-5.0 ต่อปี หรือคิดเป็นมูลค่า 1.49 ล้านล้านบาท ซึ่งนับว่าเป็นสัญญาณที่ดี ตลาดมีแนวโน้มว่าจะขยายขึ้นอีก ซึ่งที่แนวโน้มส่งสัญญาณบวกเช่นนี้เนื่องจากการขยายตัวของความเป็นเมือง ไลฟ์สไตล์ของผู้คนเปลี่ยนไป ทุกคนต้องเร่งรีบและต้องการอาหารที่ง่าย ๆ รับประทานสะดวกและรวดเร็ว เป็นผลทำให้ราคาสินค้าอาหารบางชนิดที่เพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายเป็นค่าอาหารที่เพิ่มมากขึ้น รวมถึงการขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกจำพวกสินค้าอุปโภคบริโภค และธุรกิจบริการร้านอาหาร แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ค่อนข้างซบเซา จึงกระทบกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่พอสมควร ผลผลิตทางการเกษตรตกต่ำ รายได้ของเกษตรกรก็ลดลง จึงทำให้การกระจายตลาดอาหารแปรรูปในประเทศสะดุดลงไปบ้าง ส่วนในด้านส่งออกนั้นผลพวงจากผลกระทบด้านการเมือง ทำให้อาหารแปรรูปต่าง ๆ ต้องซบเซาตามลงไปด้วยเช่นกัน

คู่แข่งสำคัญในภูมิภาค

เมื่อไทยก้าวเข้าสู่อาเซียน แน่นอ่อนย่อมมีทั้งผลดีและเสีย ในด้านที่เราต้องหนักใจก็คือ การมีคู่แข่งที่น่ากลัวเพิ่มขึ้น คู่แข่งสำคัญของเรานี้ในอุตสาหกรรมอาหารก็คือ เวียดนาม ซึ่งปัจจุบันหลังจาก เข้าสู่อาเซียนอย่างเต็มตัวเวียดนาม

กลายเป็นประเทศที่ดึงดูดเงินลงทุนจากต่างชาติด้วยอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่องที่น่าสนใจก็คือเวียดนาม มีทรัพยากรธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ ซึ่งอาจจะมากกว่าเราด้วยซ้ำ และทรัพยากรที่มีนั้นทุกอย่างใกล้เคียงกับประเทศเรากิ่งสิ้น ผลผลิตทางการเกษตรของเวียดนามส่วนใหญ่ก็คล้ายคลึงกับไทย เรียกว่าคุณภาพแทบไม่ต่างกัน และในขณะนี้ความต้องการสินค้าอาหารแปรรูปในเวียดนามเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากเวียดนามประชากรมีจำนวนมากขึ้นราว 90 ล้านคน และทางเวียดนามเองให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของอาหารเป็นอย่างมาก ประกอบกับประเทศเวียดนามกำลังมีแนวโน้มจะพัฒนาเป็นศูนย์กลางการลงทุนในอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในอนาคต จึงทำให้เวียดนามเป็นคู่แข่งที่สำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ประกอบการไทยควรจะต้องเอาใจใส่ เพื่อหาช่องทางใหม่ๆ ในการเข้าแข่งขันในตลาดนี้

“ธุรกิจอาหารแปรรูปนี้ก็ต้องดูช่วงจังหวะเวลาให้ดี และต้องคิดต่าง สรรหาสิ่งแปลกใหม่ให้ได้ เพราะเรามีคู่แข่งระดับภูมิภาคที่น่ากลัว”

การจะเริ่มต้นในธุรกิจอาหารแปรรูปนี้ก็ต้องดูช่วงจังหวะเวลาให้ดีด้วย และต้องคิดต่าง สรรหาสิ่งแปลกใหม่ให้ได้ เพราะเรามีคู่แข่งระดับภูมิภาคที่น่ากลัว แต่ที่เราวางใจได้ประการหนึ่งก็คือ ในเรื่องนี้ในภาครัฐมีการให้การสนับสนุนอยู่ ถ้าผลิตกันได้มาตรฐานโอกาสที่จะอยู่รอดในธุรกิจนี้ก็มีสูง แต่จะสดใสหรือไม่ก็ต้องขึ้นอยู่กับอีกหลายปัจจัยด้วยกัน ซึ่งสิ่งที่ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ควรทำก็คือ การเกาะกลุ่มกันไว้จากกลุ่มย่อยๆ หลายกลุ่มพยายามรวมตัวกัน ก็จะทำให้เกิดกลุ่มก้อนที่เข้มแข็ง และภาครัฐก็จะสามารถบริหารจัดการไปในทิศทางเดียวกันได้อย่างไม่ยากเย็น ก็จะทำให้เกิดความเข้มแข็งและศักยภาพที่มากพอจะแข่งขันในตลาดระดับภูมิภาคได้ เมื่อมีความแข็งแกร่งขึ้นแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการที่ผู้ประกอบการ



ของไทยจะละเอียดไปไม่ได้เลยก็คือ การต่อยอดธุรกิจ ให้ธุรกิจมีการพัฒนาออกไปอย่างยั่งยืน ตัวอย่าง การต่อยอดสินค้าอาหารแปรรูปก็สามารถทำได้หลายอย่าง กรณีที่เป็นเครื่องดื่มอย่างชาไทยแท้จากแม่ฮ่องสอนที่ถูกอกถูกใจชาวพม่า ต่อไปเราอาจมีการผสมชากับน้ำผลไม้บางชนิดเพื่อเพิ่มคุณประโยชน์ในด้านโภชนาการลงไปก็ได้ แต่อาจจะมีการปรับแต่งรสชาติให้

พอเหมาะพอดีสักหน่อย หรือผลไม้บดที่เป็นสแน็กถูกใจคนฟิลิปปินส์ ก็อาจมีการพัฒนาเพิ่มรสชาติที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น หรือเพิ่มชนิดของผลไม้แปลกๆ ลงไปบ้างก็ได้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นไปได้แค่ไหนก็ต้องฝากให้ผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ที่สนใจในด้านธุรกิจอาหารแปรรูปลองดำเนินการคิดต่อยอดต่อไป

ถ้าเราจะกล่าวสรุปว่าเส้นทางของการทำธุรกิจอาหารแปรรูปนั้นมีทางค่อนข้างสดใสเราก็คงจะกล่าวไว้ไม่ผิดนัก เพราะถึงอย่างไรอาหารก็เป็นปัจจัยพื้นฐานของมนุษย์อยู่แล้ว คือ ทุกคนต้องกิน ดังนั้น ถ้าเราสร้างรูปแบบใหม่ในการกินได้เราก็จะโปรดในธุรกิจนี้ หรือ ไม่คิดไม่แต่ต้องสอดคล้องกับวิถีการใช้ชีวิตก็ถือว่าเป็นเรื่องที่ได้รับดี เพราะด้วยเหตุผลเท่านั้นก็มากพอที่จะทำให้คุณโปรดธุรกิจนี้แล้ว แต่อย่าลืมว่าการเข้าสู่ธุรกิจอาหารแปรรูปคือการก้าวเข้าสู่อุตสาหกรรมอาหารแปรรูปด้วย ดังนั้น เราจะหลีกเลี่ยงคู่แข่งจากตลาดต่างประเทศได้ยาก ยิ่งเป็นประเทศในภูมิภาคที่มีวัตถุดิบคล้ายๆ กันกับเรา ยิ่งทำให้เราหาความแตกต่างได้ยากขึ้น สิ่งที่เราต้องปรับเพื่อเพิ่มอำนาจในการแข่งขันให้เหนือกว่าก็คือ คุณภาพ และราคา ซึ่งอาจจะไม่จำเป็นต้องถูกกว่าแต่ต้องทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่ากว่า ตรงจุดนี้จึงน่าจะเป็นจุดเปลี่ยนได้ เราจึงต้องเปิดกว้างตลาดแบบนี้เข้าไว้ เพราะสินค้าที่ผ่านเข้ามามากขึ้นก็เป็นโอกาสใหม่ๆ ให้เราได้เช่นกัน และอาจจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสองตลาดให้เราด้วย ยุคนี้เป็นยุคที่จะต้องแข่งขันด้วยไอเดียจริงๆ เพราะเราไม่มีความต่างๆ เรื่องวัตถุดิบแล้ว เราคงต้องเอาความได้เปรียบอื่นๆ มาช่วยทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป



ซองเดอร์ ไทยออร์แกนิกฟู้ด เต็มเต็มสุขภาพ ไร้สารพิษ

บริษัท ซองเดอร์ ไทยออร์แกนิกฟู้ด จำกัด เริ่มดำเนินการก่อตั้งแต่ปี พ.ศ.2543 โดยมีการตั้งกลุ่มเพื่อพัฒนาชุมชนในท้องถิ่นเพื่อเพิ่มศักยภาพและการสร้างงานผลิตพืชอินทรีย์ชุมชนเข้มแข็ง โดยโรงงานแปรรูปเกษตรโรสารพิษอยู่ในพื้นที่ที่ได้รับตรารับรองเกษตรอินทรีย์ Organic IFOAM, Organic EU ตั้งอยู่ในอำเภออุทอง จังหวัดสุพรรณบุรี ivot วัตุดิบ จากเครือข่ายเกษตรกรโรสารพิษ (คกร.) และมี Contact Farm ในจังหวัดสุพรรณบุรี และภาคตะวันออก เจียงเหนือได้รับการรับรองมาตรฐาน GMP, HACCP, HALAL และอื่นๆ จากกระทรวงสาธารณสุข พึ่งพาตัวเองตั้งแต่ผลิตเครื่องจักรและพัฒนาคิดค้นเทคโนโลยีตลอดจนสูตรอาหารเพื่อสุขภาพและผนวกกับเทคโนโลยีอันทันสมัย พร้อมทั้งได้รับคำปรึกษาจากหลายหน่วยงาน รวมถึงสถาบันการศึกษา

จุดเริ่มต้นของธุรกิจ

ภญ.ภาคินี จิววัฒนโฬกุล ผู้จัดการฝ่ายการตลาด บริษัท ซองเดอร์ ไทยออร์แกนิกฟู้ด จำกัด เล่าให้ฟังว่า “ซองเดอร์ไทยเริ่มจากธุรกิจของร้านขายยา ที่ได้เริ่มมีการปรับเปลี่ยนธุรกิจเนื่องจากในปัจจุบัน มีคนป่วย เป็นโรค ไม่ว่าจะเป็นโรคเบาหวาน ความดัน หรือโรคที่เกี่ยวข้องกับไขมันต่างๆ ซึ่งโรคเหล่านี้เกิดมาจากพฤติกรรมของการรับประทานอาหาร โดยทั่วไปที่ไม่ได้มีการเลือก เพราะฉะนั้นเราจึงมีความคิดที่จะทำ

ธุรกิจเพื่อสุขภาพ โดยเป็นการกินเพื่อการป้องกัน ไม่ใช่กินเพื่อการรักษา ดังนั้นเมื่อมีแนวคิดที่จะผลิตอาหารเพื่อสุขภาพ จึงได้ทำการค้นคว้าว่าสินค้าอะไรจึงจะเหมาะสมสำหรับคนไทย และเห็นว่าเมืองไทยเรานั้นมีธัญพืชค่อนข้างเยอะ เลยได้นำธัญพืช และข้าวต่างๆ มาแปรรูปเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีมูลค่า คือ เริ่มต้นจากการที่ไม่รู้เลย แล้วนำมาปรับ ด้วยความตั้งใจและความต้องการที่จะรับประทานเองด้วย และต้องการผลิตมาเพื่อให้คนที่เรารักรับประทานด้วย”

ผลิตภัณฑ์ของซองเดอร์ไทย

ภญ.ภาคินี เล่าให้ฟังต่อว่า “ผลิตภัณฑ์ตัวแรกของซองเดอร์ไทย เป็นเครื่องดื่มธัญญาหารรสวานิลลาที่สามารถเติมน้ำร้อนแล้วรับประทานได้เลย เนื่องจากเห็นว่าในประเทศไทยนั้นมีการนำเข้ามาสินค้าประเภทนี้ค่อนข้างเยอะจึงอยากที่จะผลิตสินค้าซึ่งใช้วัตถุดิบในประเทศไทย ใช้เทคโนโลยีของคนไทย และเป็นของคนไทยทำเอง จึงได้เริ่มต้นผลิตภัณฑ์นี้ขึ้นมา”

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของซองเดอร์ไทยนั้น มีทั้งหมด 23 ชนิด โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ 1. ประเภทเครื่องดื่มชงเพื่อสุขภาพที่เพียงแค่น้ำร้อนก็สามารถรับประทานได้เลย 2. ประเภทสแน็ค ที่ไม่ผ่านการทอดและหวานน้อยซึ่งเป็นคอนเซ็ปต์ของผลิตภัณฑ์ 3. จิกข้าวกล้อง ซึ่งสามารถเติมน้ำร้อนแล้ว

รับประทานได้เลย และกลุ่มที่ 4. อาหารเด็ก สำหรับ 6 เดือน ขึ้นไป ซึ่งเป็นอาหารอแกนิกสำหรับเด็กเพื่อสุขภาพ

วัตถุดิบที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของช่องเดอริไทยนั้น เป็นผลิตภัณฑ์อแกนิก และเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของเกษตรอินทรีย์ โดยวัตถุดิบที่นำมาแปรรูปนั้นเป็นวัตถุดิบที่มาจากเกษตรกรโดยตรง ในลักษณะสัญญาแบบ Contract farming โดยวัตถุดิบนั้นจะค่อนข้างมีราคาที่สูงกว่าท้องตลาดเนื่องจากการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์ โดยทางบริษัทฯ ได้มีการร่วมมือกับเกษตรกรในเรื่องของการให้ความรู้ในเรื่องของการปลูกพืชอแกนิก เนื่องจากการปลูกพืชอแกนิกนั้นมีความยากกว่าการปลูกพืชทั่วไปที่เกษตรกรจะต้องมีความอดทน มีความละเอียด ในเรื่องของการดูแลและการบำรุง อีกทั้งเมื่อผลผลิตออกมาแล้ว ก็จะมีจำนวนไม่เยอะ แต่ในด้านของผลกำไรนั้น จะได้ผลกำไรมากกว่า โดยวัตถุดิบที่ทางบริษัทฯ นำมาใช้เป็นวัตถุดิบที่ได้รับมาตรฐาน ตราเกษตรอินทรีย์สากล (IFOAM Global Organic Mark) ทั้งสิ้น ส่วนเมื่อรับซื้อวัตถุดิบมาแล้วก็นำมาแปรรูปโดยโรงงานแปรรูปของบริษัทฯ เอง

กลยุทธ์การตลาด และแนวคิดการบริหารธุรกิจ

ในช่วงแรกนั้นเป็นการลองผิดลองถูก โดยในช่วงแรกนั้นเป็นการทดลองผลิตสินค้าตามความต้องการของบริษัทฯ เอง ซึ่งทำให้ผู้บริโภครวมทั้งตลาดไม่ตอบรับเท่าที่ควร จึงใช้ประสบการณ์จากการออกงานหรือออกร้านเก็บเกี่ยวประสบการณ์จากลูกค้า และคู่ค้าเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยพิจารณาจากจุดแข็งของบริษัทฯ และสิ่งที่ถนัดเพื่อต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ด้วยความที่ ช่องเดอริไทย เป็นบริษัท SMEs เล็กๆ จึงค่อยๆ เติบโต โดยมีการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา และได้มีการนำปวงขายและจัดจำหน่ายตามต่างๆ รวมไปถึงการลงโฆษณาตามหนังสือ โดยในการออกร้านก็จะมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับลูกค้า โดยมีการวางแนวทางให้เหมาะกับองค์กร ทำให้พนักงานขององค์กรทำงานอย่างมีความสุข ประกอบกับลูกค้าก็ต้องมีความพึงพอใจกับสินค้าของทางบริษัทฯ ด้วย คือมีการพัฒนาสินค้าให้สามารถขายได้ด้วยตัวเอง เนื่องจากหากลูกค้ามีความพึงพอใจก็จะเกิดการบอกต่อโดยอัตโนมัติ

ส่วนแนวคิดในการบริหารธุรกิจนั้น ช่องเดอริไทย ได้น้อมนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากธุรกิจนั้นดำเนินมาจากธุรกิจเล็กๆ คือ OTOP การดำเนินธุรกิจจึงมีความค่อยเป็นค่อยไปเพื่อก้าวไปสู่ความยั่งยืนและมั่นคง



การบริหารทรัพยากรบุคคล

ช่องเดอริไทย มีความพยายามในการสร้างทรัพยากรบุคคลให้มีความคุณภาพมากที่สุด เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันนั้นบริษัทฯ จะต้องมีความก้าวหน้าและการเจริญเติบโตไปด้วยตัวเอง ที่ถึงแม้ว่าช่องเดอริไทย จะเป็นองค์กรขนาดเล็ก แต่ก็มีข้อดี คือ ทำให้องค์กรสามารถขยายและปรับเปลี่ยนได้อย่างรวดเร็ว แต่ข้อด้อยก็คือองค์กรมีบุคลากรที่มีคุณภาพสูงเป็นจำนวนไม่มากเท่าที่ควร เพราะฉะนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ให้มีความสามารถ และกระตุ้นให้มีความต้องการเรียนรู้ตลอดเวลา องค์กรจึงจะสามารถเจริญเติบโตไปได้ ซึ่งก็เป็นสิ่งที่ต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไป

ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข

ก่อนหน้านี้บริษัทฯ เคยรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์อาหารเด็กให้กับแบรนด์หนึ่งในประเทศไทย ที่เมื่อราคาวัตถุดิบสูงขึ้นบริษัทฯ ก็มีความจำเป็นในเรื่องของการปรับราคา จนทำให้บริษัทฯ ผู้ว่าจ้างมองว่าราคาสูงเกินไป ทางช่องเดอริไทย จึงพยายามที่จะรักษาระดับที่ราคาเดิม แต่ในที่สุดก็พบว่าบริษัทฯ ผู้ว่าจ้างได้มีการใส่สินค้าของแบรนด์อื่นเข้าไปร่วมด้วยกับผลิตภัณฑ์ของทางช่องเดอริไทย จึงทำให้บริษัทฯ ตระหนักว่า

บริษัทฯ ควรมีการประกอบกิจการด้วยตนเอง ไม่ควรจะเป็น การรับผลิตให้กับบริษัทอื่น บริษัทฯ จึงมีการปรับตัวโดยการ ผลิตสินค้า คือ ผลิตภัณฑอาหารเด็กของตัวเอง คือแบรนด์ ซองเดอร์ เบบี้ ตั้งแต่ตอนนั้นเป็นต้นมา



การเตรียมพร้อมเข้าสู่ AEC

ปัจจุบันซองเดอร์ไทย มีการส่งออกอยู่แล้วบางส่วน และหลังจากศึกษาข้อมูลในเรื่องของ AEC แล้วก็เห็นว่าในบาง ประเทศนั้นสามารถเข้าไปทำตลาดในเชิงรุกได้ แต่ในบางประเทศ ยังไม่ถึงเวลา ดังนั้นบริษัทฯ จึงมองว่าประเทศไหนที่เป็นเวลาที่ เหมาะสมของสินค้าประเภทนี้บริษัทฯ ก็จะทำการตลาดในเชิงรุก มากขึ้น เพราะว่าในประเทศเหล่านั้นบริษัทจะมีการกระจายสินค้า อยู่แล้ว เพราะฉะนั้นก็ไปสู่ขั้นตอนของการวางแผนร่วมกับ บริษัทฯ ที่ทำหน้าที่กระจายสินค้าในประเทศนั้นๆ ว่าจะมีการ พัฒนาในเรื่องของการกระจายสินค้านั้นๆ อย่างไร รวมไปถึง

การสร้างแบรนด์ และการหาพันธมิตร (Partner) ในประเทศ นั้นๆ ที่มีการนำสินค้าของประเทศไทยไปจำหน่ายให้พ่อค้า สินค้า ของทางซองเดอร์ไทย ไปด้วยเนื่องจากบริษัทฯ ไม่มีความสามารถในการที่จะกระจายสินค้าหรือจัดจำหน่ายสินค้า ด้วยตัวเองหมดทุกที่ เนื่องจากจุดแข็งของบริษัทฯ นั้นเป็นเรื่อง ของโรงงานผลิตและการพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑใหม่ๆ โดย มุ่งแข่งขันกับตลาดภายในประเทศ ส่วนตลาดต่างประเทศก็ จะต้องใช้พันธมิตรเข้ามาช่วย

การเข้าประกวดรางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ

ในการเข้าประกวดรางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ ของ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ทำให้ซองเดอร์ไทย ทราบว่าบริษัทฯ ต้องมีการพัฒนา ในส่วนใดเพิ่มเติมขึ้นบ้าง และส่วนใดที่บริษัทฯ ยังขาด ไม่ว่าจะ เป็นเรื่องของการบริหารบุคลากร การตั้งเป้าหมายระยะสั้น ระยะ กลาง และเป้าหมายในอนาคตของบริษัท ทำให้บริษัทฯ มีการ วางแผนงานการบริหารธุรกิจในอนาคตมากขึ้น รวมถึงการมี แผนสำรองเพื่อให้ธุรกิจสามารถเจริญก้าวหน้าไปได้อย่างยั่งยืน

สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังพัฒนาตัวเองเพื่อก้าว ไปสู่ SMEs นั้น อยากให้พิจารณาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน และ โอกาสที่จะพัฒนาธุรกิจของตนเอง เพราะหากผู้ประกอบการรู้ ตนเองแล้วนั้น รับรองได้ว่าการที่จะก้าวอย่างเติบโตเป็น SMEs ที่ แข็งแรงและยั่งยืนนั้นไม่ไกลเกินเอื้อมอย่างแน่นอน



หัวหิน ถิ่นนี้มีแต่ SMEs น่ากิน

อีกหนึ่งอำเภอสำคัญที่เป็นที่รู้จักกันดีในจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ก็คือ อำเภอหัวหิน ที่สำคัญก็เพราะมีประวัติศาสตร์ประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับพระมหากษัตริย์ไทยและพระบรมวงศานุวงศ์ อีกทั้งลักษณะพื้นที่ที่ติดทะเลจึงกลายเป็นทำเลทองที่เหมาะสมในการพัฒนาให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว จากจุดนั้นเองในเวลาต่อมาชาวบ้านจึงได้มีการพัฒนาชุมชนให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว และสร้างที่พัก โรงแรม รีสอร์ท ในหัวหินขึ้นมากมาย จนธุรกิจโรงแรมและห้องพักริมหัวหินเฟื่องฟูขึ้นและกลายเป็นเพียงสำคัญตัวหนึ่งในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยให้เดินหน้า แต่จะไม่กล่าวถึงเลยไม่ได้ก็คือ ธุรกิจอาหาร ซึ่งที่หัวหินนี้มี SMEs ในธุรกิจอาหารไม่น้อย บางรายขายมานานตั้งแต่รุ่นคุณปู่คุณย่า นำเอาของเดิมมาต่อยอดด้วยไอเดียของคนรุ่นใหม่ จนเกิดเป็นความแปลกใหม่ที่ดึงดูดใจผู้คนให้ไปท่องเที่ยว สร้างรายได้หมุนเวียนให้กับประเทศ เรามาดูกันว่าแต่ละร้านมีไอเดียอะไรบ้างที่น่าสนใจเพื่อเราจะเอาไปปรับใช้ได้น้าง

ดื่มตำร่รสชาติอาหารแบบโรแมนติค

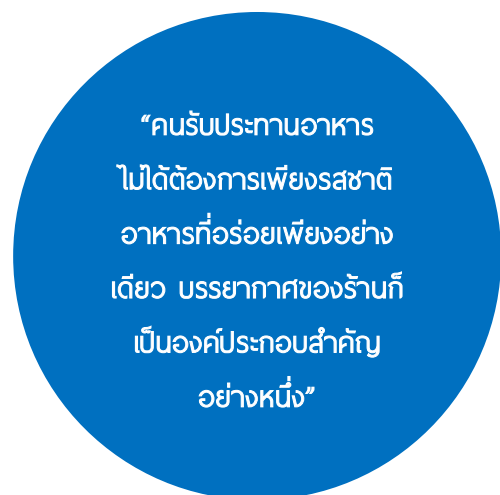
บางคนรับประทานอาหารไม่ได้ต้องการเพียงรสชาติอาหารที่อร่อยเพียงอย่างเดียว บรรยากาศของร้านก็เป็นองค์ประกอบสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้จะตัดสินใจกลับไปรับประทานอาหารที่ร้านแห่งนั้นอีกหรือไม่ บางคนก็ต้องการสวิตช์คู่รักในบรรยากาศที่สุดโรแมนติกไปพร้อมๆ กับอาหารที่อร่อย ซึ่งจะสร้างความทรงจำที่ประทับใจให้กับคนที่เรารักได้ Living Room Bistro (ไลฟ์วู้ง รูม บิสโตร) ร้านอาหารสุดเลิศแห่งหัวหินร้านนี้เองที่เข้าใจความต้องการตรงจุดนี้ดี จึงแรมيتدบ้านไม้เก้าอี้ชาวสองชั้นที่แสนจะโรแมนติก มาใส่ไอเดียแห่งความหวานที่ทรูหรา ดึงเอาความได้เปรียบของทำเลที่อยู่ติดทะเลมาใช้ จนกลายเป็นร้านอาหารที่ทรูเลิศบรรยากาศดีอีกหนึ่งแห่งของหัวหินที่รับรองใครได้ไป แค่นั่งชมบรรยากาศก็จะเป็นหลงใหลไม่ยากกลับในทันที จุดขายของที่นี่ก็คือเป็นร้านอาหารที่ขายบรรยากาศสบายๆ ฟ่อนคลายท่ามกลางธรรมชาติและสายลม ซึ่งพาให้เพลิดเพลินใจ ชวนอารมณ์ให้ล่องลอยไปกับ

บรรยากาศที่แสนสบายเสียจริงๆ ร้านมีหลากหลายมุม สำหรับให้ลูกค้าได้นั่งรับประทานอาหารจะนั่งโต๊ะก็ได้ นั่งพื้นก็ได้ แล้วแต่ความชอบส่วนบุคคล โดยในส่วนของลูกค้าที่อยากนั่ง พื้นทางร้านจะมีมุมหนึ่งจัดโต๊ะอาหารเอาไว้ โดยจัดเป็นโต๊ะเดี่ยว มีหมอนไปใหญ่ประกอบเพื่อเป็นที่นั่งของลูกค้า เป็นอีกหนึ่งมุมของร้านที่เก๋ไก๋ไม่เบา และที่เด็ดไม่แพ้กัน เป็นไอเดียที่พยายามจัดสรรพื้นที่ทุกส่วนให้เกิดประโยชน์สร้างมุมพิเศษๆ ให้กับลูกค้า นั่นคือ ที่ด้านบนของบ้านไม้สีขาวหลังนั้น ถูกจัดให้เป็นส่วนของ Art Gallery ให้ผู้ที่หลงใหลงานศิลปะหรือผู้สนใจงานศิลปะสามารถขึ้นไปเยี่ยมชมได้แบบเพลินๆ ถ้าสนใจจะซื้อหากลับไปที่ มีบริการซื้อขายด้วยเช่นกัน เรียกว่า เป็นไอเดียที่ไม่ธรรมดาจริงๆ แหม่ มาร้านอาหารทั้งทีจะไม่กล่าวถึงอาหารเลยก็ดูแปลก ๆ อาหารของที่นี่มีทั้งอาหารอิตาเลียน อาหารฝรั่งเศส อาหารไทย อาหารทะเล บอกได้เลยว่าหลากหลายตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าอย่างแน่นอน ด้วยการตั้งชัยภูมิที่เป็นต่อนำมาใส่ไอเดีย บอกกับรสชาติอาหารที่เป็นเอกลักษณ์จึงทำให้ร้านแห่งนี้เป็นหนึ่งในร้านอาหารในหัวหินที่ไม่ธรรมดา ไอเดียใช้ได้ บรรยากาศก็ดี รสชาติอาหารก็เยี่ยม จึงได้ครองใจลูกค้า นักท่องเที่ยวให้แวะเวียนมาอุดหนุนได้อย่างไม่ขาดสาย จะมาเลี้ยงสังสรรค์กับเพื่อนฝูง หรือครอบครัว รวมไปถึงคู่รักก็สามารถพากันมากินอาหารที่นี่ได้อย่างลงตัว ยิ่งคู่รักคุณจะได้บรรยากาศที่โรแมนติกไปอีกแบบ นี่จึงเป็นจุดขายของการทำธุรกิจอาหารของคนรุ่นใหม่ที่คุณสามารถนำไปปรับใช้ได้ หากคุณมีข้อได้เปรียบในเรื่องของทำเลของร้าน

อาหารคาวหวานที่สดใหม่และความใส่ใจของทำเล

บางครั้งทำเลที่ตั้งในการตั้งร้านอาหารสักร้านหนึ่ง อาจไม่จำเป็นเสมอไปที่จะต้องอยู่ในถนนสายหลัก อยู่ในเส้นทางที่มีผู้คนพลุกพล่าน บางทีการเข้าไปอยู่ในมุมที่เงียบสงบของเมืองใหญ่หรือเมืองท่องเที่ยวก็กลับกลายเป็นจุดแข็งได้เหมือนกัน อย่างร้าน “ลาแม” หรือ La mer สุดยอดร้านอาหารบรรยากาศดีชื่อดัง ที่อยู่บริเวณเขาตะเกียบ ที่ทำได้เยี่ยมจนเป็นร้านอาหารที่ไม่ธรรมดาอีกหนึ่งร้าน เจ้าของร้านคือคุณพ่อและคุณลูกตระกูล “พรหมเกียรติคุณ” ผู้ผันตัวเองจากธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ มาจับธุรกิจอาหารในเมืองหัวหิน ซึ่งก็ทำได้ดีจนอยู่มาเป็นสิบกว่าปีแล้ว ด้วยเงินลงทุนเบื้องต้นประมาณ 10 ล้านกว่าๆ เป็นค่าเช่าสถานที่ ปรับภูมิทัศน์ และตกแต่งร้าน ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นที่ทำให้ธุรกิจอยู่ยืนยาวมาได้เป็นสิบปี แต่ถ้าจะให้ดี คงต้องเครดิตอันนี้ให้กับไอเดียและวิสัยทัศน์ที่ยาวไกลของคุณพ่อ ถ้าใครเคยไปหัวหิน ตรงเขาตะเกียบ ก็รู้ว่าบริเวณนั้น จะ

ค่อนข้างเงียบ แม้จะเป็นแหล่งท่องเที่ยว แต่จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ค่อนข้างสงบ ไม่ครึกครื้นเหมือนตัวเมืองหัวหิน ดังนั้น ตรงเขาตะเกียบจึงไม่ใช่เส้นทางสายหลักที่ผู้คนจะผ่าน จะต้องเป็นคนที่ตั้งใจจะไปเท่านั้น แน่แน่นอน เชื่อว่าหลายๆ คนคงไม่เลือกทำเลแบบนี้ในการทำธุรกิจแน่ๆ แต่คุณไพบูลย์สมบัติผู้เป็นพ่อ มองต่างออกไป เขามองไปไกลกว่านั้น ซึ่งเขาอยู่แล้วว่าเมืองหัวหินเป็นเมืองท่องเที่ยว เขาตะเกียบก็เป็นอีกสถานที่หนึ่งที่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งธรรมชาติของเขาตะเกียบจะมีความสงบอยู่แล้ว สถานที่ท่องเที่ยวควรมีความหลากหลาย



ร้านอาหารก็ควรมีความหลากหลายด้วยเช่นกัน เมื่อร้านอาหารในที่ที่มีผู้คนมากมายมีเยอะแล้ว ลองทำร้านอาหารที่ยังไม่มีบ้างก็ดี นี่จึงเป็นจุดเริ่มต้นของการก่อตั้ง “ลาแม” ขึ้นมา ด้วยความเข้าใจธรรมชาติของทำเลอย่างถ่องแท้ มองเห็นจุดดีในจุดด้อยจึงทำให้ “ลาแม” มีทุกวันนี้ ด้วยจุดเด่นร้านอาหารที่มีอาหารทะเลที่สดจริงๆ แบบรสชาติเยี่ยม กับบรรยากาศแบบริมทะเลอันเงียบสงบ จึงทำให้กลายเป็นเสน่ห์เฉพาะตัว และกลายเป็นเรื่องปากต่อปากจากความประทับใจในอาหารและบรรยากาศของลูกค้าที่ได้ไปสัมผัสมา เพราะร้านไม่ได้อยู่บนถนนสายหลักคนจะไปปรับปรนอาหารร้านนี้จึงต้องตั้งใจไปจริงๆ นั่นหมายความว่าคุณภาพอาหารและบรรยากาศจะต้องดีจริงๆ ถึงกลายเป็นเรื่องปากต่อปากและส่งผลให้ร้านเติบโตมาจนกระทั่งปัจจุบัน

คำว่า “ลาแม” ที่เอามาใช้เป็นชื่อร้าน มาจากภาษาฝรั่งเศส มีความหมายว่า “ท้องทะเล” เริ่มต้นในช่วงแรกมีเพียง 30 โต๊ะ แต่ในปัจจุบันมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 100 โต๊ะ สามารถ



รองรับลูกค้าได้หลักพันคน เมฆอาหารเน้นประเภทอาหารทะเล มีให้เลือกนับ100 รายการ ระดับราคาอาหารก็จัดอยู่ในระดับปานกลาง ใกล้เคียงกับร้านอื่นๆ ในหัวหิน ซึ่งถ้าเทียบกลยุทธ์แล้วร้านนี้ก็จะใช้กลยุทธ์คล้ายๆ กับร้านอาหารชื่อดังหลายๆ แห่งในย่านสุขุมวิทกรุงเทพฯ ซึ่งบางร้านต้องเข้าซอยไปลึกพอสมควร คือแม้จะอยู่ในย่านดังแต่ร้านก็ไม่ได้ติดถนนใหญ่ ซึ่งลูกค้าที่จะเข้าไปถึงร้านก็ต้องตั้งใจที่จะไปจริงๆ และสิ่งที่เจ้าของร้านใช้เป็นเทคนิคประจำตัวอยู่เสมอเลยก็คือ ดูแลบัญชีรายรับรายจ่ายด้วยตัวเอง รวมถึงไปจ่ายตลาดซื้อวัตถุดิบของสดด้วยตัวเอง จะได้บริหารจัดการหลายๆ อย่างเองได้และตรวจนับ สต็อกสินค้าวันต่อวัน เพื่อให้วัตถุดิบสดใหม่อยู่เสมอ ซึ่งเทคนิคการดูแลเรื่องวัตถุดิบด้วยตัวเองนี้ทำให้ วัตถุดิบมี

คุณภาพอยู่ตลอดจนกลายเป็นจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ของร้านขึ้นมา และที่สำคัญร้านใหญ่ขนาดนี้พนักงานของร้านก็ต้องมากยุทธวิธีในการดูแลพนักงานของร้านนี้ก็ไม่ยาก ดูแลกันเหมือนพี่น้องและคนในครอบครัว ซึ่งร้านนี้พนักงานส่วนใหญ่จะเป็นวัยรุ่น แน่นนอนว่าวัยรุ่นก็ต้องมีความอยากกินอยากเที่ยวเป็นธรรมดา แต่ร้านไม่ได้อยู่ในแหล่งกินแหล่งเที่ยว ก็มีหลายครั้งหลายคนที่รู้สึกเบื่อหน่ายกับงานในร้าน เจ้าของร้านก็จะใช้วิธีการสร้างแรงจูงใจต่างๆ ให้กับพนักงาน ทั้งค่าตอบแทนที่สมเหตุสมผล และข้อบังคับที่ไม่ถึงเกินไป พยายามเข้าใจความรู้สึกของพนักงานทุกคน จึงทำให้ร้านนี้อยู่มายาวนานจนกลายเป็นอีกหนึ่งร้านที่ประสบความสำเร็จ

สิ่งหนึ่งที่คนจะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องเข้าใจคือ รายละเอียดของธุรกิจไม่ว่ารายละเอียดยิ่งๆ หรือรายละเอียดเล็กๆ จุกจิกๆ ผู้ประกอบการจะต้องรู้และลงมากลุดคลีกับปัญหาด้วยตัวเอง จึงจะเข้าใจและมองออกว่า ร้านของคุณมีจุดเด่นอะไร และมีสิ่งใดบ้างที่จะเป็นตัวช่วยทำให้เกิดความแตกต่างในร้านของคุณ เรื่องเหล่านี้คนจะเป็นผู้ประกอบการจะมองข้ามไปไม่ได้จริงๆ เทคนิคการทำธุรกิจอาหารที่เราแนะนำไปวันนี้ หวังว่าคงจะเป็นประโยชน์ต่อทุกคนไม่มากก็น้อยลองไปปรับใช้ดู คุณอาจจะประสบความสำเร็จกับธุรกิจของคุณก็ได้



ธุรกิจขายเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ

น่าสนใจไหมถ้าวันนี้มีธุรกิจที่ลงทุนน้อยแต่สร้างรายได้ดีแทนสุขภาพที่ดีให้อีกต่างหากมาแนะนำ เชื่อว่าผู้คนยุคนี้พ.ศ.นี้เรื่องเทรนรักสุขภาพคงจะเป็นเทรนที่มาแรงที่สุดจนจุดไม่อยู่ ไมใช่แค่อาหารเท่านั้นที่ได้รับความสนใจ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพก็มาแรงไม่แพ้กัน ไม่ว่าจะป็นน้ำสมุนไพร น้ำนม หรือน้ำผลไม้ก็ตาม ก่อนอื่นต้องมาทำความรู้จักกับเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพกันก่อนดีกว่า ในบรรดาเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในท้องตลาดมีทั้งเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพด้านความสวยงามกับเครื่องดื่มสุขภาพที่มาจากธรรมชาติ อย่างที่ทราบกันดีว่าเครื่องดื่มเพื่อความสวยงามนั้นมืออยู่ตลาดประกอบด้วยคู่แข่งค่อนข้างเยอะ ที่สำคัญมีลูกค้าเฉพาะกลุ่มที่เน้นไปทางหญิงสาวมากกว่าผู้ชาย แต่ในขณะที่เดียวกัน เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่ทำมาจากธรรมชาติสามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ทั้งเพศหญิงและชาย เด็กผู้ใหญ่ผู้สูงอายุ เรียกได้ว่าสามารถเจาะกลุ่มลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย ทุกGeneration และทุกสาขาอาชีพ ตั้งแต่

คนทำงานเดินถนนทั่วไปยันพนักงานออฟฟิศเลยทีเดียว แถมใช้เงินลงทุนไม่สูงมาก คู่แข่งยังมีน้อย ส่วนแบ่งในตลาดสูง และยังมีช่องว่างให้แทรกได้อีกเยอะ

เงินหลักพันก็สามารถสร้างธุรกิจเป็นของตัวเองได้ เพราะการลงทุนสำหรับธุรกิจนี้ไม่ต้องใช้เยอะอย่างที่คิด อุปกรณ์ที่ใช้ก็แสนจะธรรมดาหาได้ง่ายตามท้องตลาดทั่วไป และด้านวัตถุดิบก็เป็นที่ทราบกันแล้วว่าประเทศไทยมีความอุดมสมบูรณ์ทางด้านพืชพันธุ์นานาชนิด สมุนไพรไทยก็ดี ผลไม้สดก็ดี หรือแม้กระทั่งพืชผักบางชนิดก็สามารถแปรรูปเป็นเครื่องดื่มได้อย่างเช่นน้ำนมจากถั่วเหลือง น้ำนมจากข้าวโพด ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้หาได้เกือบทุกที่ ทำให้การลงทุนเป็นเรื่องง่ายอย่างไม่น่าเชื่อ

มาถึงเรื่องของต้นทุนของธุรกิจชนิดนี้จำแนกออกเป็น ต้นทุนด้านวัตถุดิบ อย่างสมุนไพรเช่น ตะไคร้ ใบมะกรูด กล้วยน้ำว้า มะม่วง ดอกคำฝอย น้ำกระเจียว น้ำขิง น้ำผลไม้ที่นิยมทำเป็นเครื่องดื่มเช่น ส้ม มะนาว องุ่น แอปเปิล สัปรด มะม่วง ส่วนน้ำนมจากพืชนอกจากนมถั่วเหลืองและข้าวโพดแล้วยังมี น้ำนมจากเมล็ดงา น้ำนมจากข้าวไรซ์เบอร์รี่ น้ำนมจากข้าวกล้องงอก เป็นต้น ที่หาได้ง่ายมากตามท้องตลาดซึ่งมีอยู่แทบทุกฤดูกาลสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันไป ลำดับต่อมาคือต้นทุนด้านส่วนผสมอื่น ๆ เช่นน้ำตาล น้ำเชื่อม เกลือ และอื่นๆตามแต่ละสูตร ต้นทุนด้านอุปกรณ์ โดยแบ่งออกเป็นตามชนิดของเครื่องดื่มดังนี้

- ▶ ต้นทุนอุปกรณ์สำหรับน้ำสมุนไพรและน้ำนมจากพืช ได้แก่ เต้าแก๊ส หม้อต้มที่ปราศจากสารตะกั่ว ครกสำหรับทุบหรือตำสมุนไพรบางชนิด กะทะ กัฟฟ์ ฟ้าขาวบางสำหรับกรอง กรวยสำหรับกรอง ขวดหรือแก้วสำหรับบรรจุ และอุปกรณ์ในครัวอื่นๆ
- ▶ ต้นทุนอุปกรณ์สำหรับน้ำผลไม้ ได้แก่ เครื่องปั่นประสิทธิภาพสูงเพื่อการปั่นที่ยาวนาน คอกกน หรือเครื่องแยกน้ำแยกกาก ที่สามารถแยกเชื้อหรือเชื้อเครื่องที่สามารถทำได้ทุกอย่างตั้งแต่ปั่นแยกน้ำแยกกากและทำน้ำเต้าหู้ได้ในเครื่องเดียว ราคาเริ่มต้นที่หลักพันจนถึงหลักหมื่น สามารถเลือกให้เหมาะสมกับการใช้งาน นอกจากนี้อุปกรณ์อื่นๆ เช่น มีด เขียง โหลแก้ว ชุดภาชนะสำหรับตวง กรวยสำหรับกรอง หลอด แก้วหรือขวดสำหรับบรรจุ เป็นต้น
- ▶ เงินทุนหมุนเวียนภายในร้าน อย่างน้อยๆต้องมีเงินทุนหมุนเวียน อย่างเช่นสำหรับหน้าร้านในตลาดนัดควรมีไม่น้อยกว่า 300 -1,500 บาท เป็นต้น

ส่วนช่องทางในการจัดจำหน่าย การขายธุรกิจน้ำดื่มเพื่อสุขภาพแบ่งออกเป็นสองแบบหลักๆคือ การขายแบบมีหน้าร้าน ซึ่งสามารถแยกย่อยลงไปคือ การเปิดบูธในห้างสรรพสินค้า อาคารสำนักงาน หรือหน้าร้านแบบในตลาดนัด อีกแบบคือการผลิตบรรจุขวดฟากขายตามห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต ร้านกาแฟและเบเกอรี่ การแบ่งกลุ่มลูกค้าที่จะขายก็สำคัญต่อการลงทุน เพราะจะทำให้การคำนวณต้นทุนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

สอดคล้องกับรายได้ ยกตัวอย่างเช่น หากต้องการขายในตลาดนัดแนวทางของร้านควรเน้นความสะดวก และราคาเครื่องดื่มย่อมเยา แพ็คเกจจึงจับต้องได้ เน้นความสะดวกรวดเร็ว ลูกค้าสามารถเดินดื่มเพื่อดับกระหายไปซื้อป๊อปปี้ไป จึงเหมาะกับเครื่องดื่มแบบแก้วและบรรจุขวดพร้อมดื่ม เช่นน้ำสมุนไพรเย็นๆ น้ำผักผลไม้ปั่น น้ำนมข้าวโพด เป็นต้น สำหรับร้านในอาคารสำนักงานที่มีพนักงานออฟฟิศพลุกพล่านห้างสรรพสินค้า อาจจะเน้นไปทางเครื่องดื่มสนุกดี Mock tail เป็นต้น เพิ่มต้นทุนด้วยการตกแต่งร้านด้วยเฟอร์นิเจอร์ที่ราคาไม่แพงแต่ให้ความรู้สึกดูดี และแพ็คเกจต่างๆควรเลือกให้เหมาะกับลูกค้ากลุ่มนี้

และรู้ไหมว่านอกจากเครื่องดื่มที่รสชาติดีแล้ว สำหรับการนำสินค้าไปฟากขายในห้างสรรพสินค้าต่างๆนั้น เรื่องแพ็คเกจจึงเป็นสิ่งจำเป็นมาก เรากำลังพูดถึงการสร้างแบรนด์เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพสำหรับตลาดบน กลุ่มลูกค้า (Hi-End) เพราะในการเจาะกลุ่มลูกค้าระดับบนต่อให้เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพจะอร่อยและมีประโยชน์มากแค่ไหนก็ตาม หากแพ็คเกจจึงไม่สวยงามน่าดึงดูดใจก็ยากที่จะสามารถเข้าไปอยู่ในชั้นวางของห้างสรรพสินค้าได้ โอกาสที่จะดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าหันมาพิจารณาก็คงเป็นเรื่องยาก เพราะฉะนั้นสำหรับผู้ที่มีงบประมาณลงทุนที่มากพอ จึงเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งเพื่อขยายตลาดได้ และที่สำคัญจะสังเกตได้ว่ายังไม่มีแบรนด์ใดในหมวดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพครองตลาดได้อย่างชัดเจนมากนัก เพราะฉะนั้นนักลงทุนหน้าใหม่ยังสามารถเบียดเข้าไปทำตลาดสู้กันได้โดยไม่ต้องแย่งกันเกินไป

อีกช่องทางในการจัดจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็วและอำนวยความสะดวกสบายให้ลูกค้าคือการจำหน่าย การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ไม่ว่าจะเป็นทางเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือแอปพลิเคชันไลน์ ก็เป็นอีกเครื่องมือหนึ่งที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดการกระตุณยอดขายได้ด้วยการใช้ ต้นทุนในการโฆษณาที่น้อยหากเทียบกับสื่ออื่นๆ แถมยังประหยัดเวลาอีกด้วย และนอกจากนี้หากมีบริการจัดส่งให้ถึงมือลูกค้าตามสถานที่ต่างๆที่ลูกค้าต้องการ ยังสามารถเพิ่มช่องทางการขายให้มีผลกำไรได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย ลูกค้าที่รักความสะดวกสบายจะได้มีทางเลือกมากขึ้น

โอกาสในการเติบโตของธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ นั้น จากผลการสำรวจของหลายภาคส่วนทั้งมหาวิทยาลัยและการวิจัยของธนาคารที่ผ่านมาเมื่อเร็ว ๆ นี้คาดการณ์ว่าธุรกิจเครื่องดื่มสุขภาพจะมาแรงและมีศักยภาพเติบโตอย่างต่อเนื่องทั่วโลก เช่นในจีน อเมริกา บราซิลและรวมถึงประเทศไทย ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเพื่อสุขภาพได้รับการจัดให้เป็นธุรกิจดาวรุ่งอันดับหนึ่ง ไม่เพียงแต่ทางด้านอาหารเท่านั้นที่ได้รับกระแสความสนใจจนเกิดเป็นกระแสฮิตในหมู่คนรุ่นใหม่ เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพก็สามารถขยายตลาดได้ไม่น้อยหน้าด้วยเช่นกัน ยิ่งได้ขึ้นชื่อว่าเครื่องดื่มนับเป็นอะไรที่ยังไงก็ขายได้ ลงทุนน้อยแต่ได้กำไรเยอะแถม เริ่มต้นได้ง่ายไม่ซับซ้อน โดยเฉพาะอย่างยิ่งอากาศร้อนๆของเมืองไทยเครื่องดื่มเย็นๆจึงเป็นที่คู่กันมาช้านาน เรียกว่าอากาศร้อนเมื่อไหร่ก็ถึงเครื่องดื่มเย็นๆเมื่อนั้น เป็นอะไรที่ขายได้ทุกที่ทุกเวลาไม่มีตกกระแสไม่มีหลุดเทรนด์ แต่จะร้อนฝนจะตก อากาศจะเปลี่ยนไปแค่ไหน ทุกคนก็ยังต้องการเครื่องดื่มกันทั้งนั้น ยิ่งเป็นเครื่องดื่มที่ได้สุขภาพที่ดีและมีประโยชน์ต่อร่างกายด้วย และที่สำคัญยังมีสรรพคุณในการป้องกันและบำบัดโรคบางชนิดได้ แพงแคโทนคนก็ยอมจ่ายเงินซื้ออยู่ดี เพราะฉะนั้นการลงทุนในธุรกิจประเภทจึงมีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง



แต่อย่างไรก็ตามก่อนการลงทุนไม่ว่าในธุรกิจใดๆ ผู้ลงทุนควรศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมสม่ำเสมอ ในธุรกิจเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพก็เช่นกัน การที่จะทำให้เครื่องดื่มไม่ว่าจะเป็นน้ำสมุนไพร น้ำผลไม้หรือนมจากพืชต่างๆ ต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเรื่องกรรมวิธีการผลิตเพื่อคงคุณค่าทางสารอาหารให้เครื่องดื่มมีคุณค่าทางโภชนาการสูงสุด ซึ่งต้องใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิต สูตรที่ดีสามารถทำให้รสชาติเครื่องดื่มมีกลิ่นหอมเป็นเอกลักษณ์และคงคุณค่าทางสารอาหารไว้ครบ

ครบ เพราะจุดเด่นสำคัญของเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพที่มาจากธรรมชาติไม่เพียงจะมีรสชาติหอมอร่อยได้คุณค่าเท่านั้น แต่ยังมีสรรพคุณที่เป็นเอกลักษณ์ตามแต่นิดของสมุนไพร น้ำผลไม้ และนม ที่ช่วยในการดื่มเพื่อบำบัดรักษาโรคได้ เช่น แก้กกระหาย คลายร้อน ช่วยให้ระบบย่อยทำงานได้ดีขึ้น ช่วยเจริญอาหาร บำรุงสายตา แก้กท้องอืด ท้องเฟ้อ ช่วยขับลม บำรุงผิวพรรณ ให้เปล่งปลั่งจากภายในสู่ภายนอก และอีกสารพัดคุณประโยชน์ที่สาธยายไม่หมด ในการผลิต เครื่องดื่มประเภทนี้จึงไม่ควรมึรสหวานจัด ควรมีความหวานเพียงเล็กน้อยเพื่อลดความฟาดเฟือนของสมุนไพรต่างๆ และคงสรรพคุณต่างๆไว้ได้อย่างครบถ้วน ส่วนในน้ำผลไม้ก็มีน้ำตาลจากธรรมชาติอยู่แล้ว การเพิ่มน้ำตาล หรือน้ำเชื่อมมากจนเกินความจำเป็นจึงไม่แนะนำ เพราะนอกจากจะทำให้ได้ประโยชน์น้อยลงแล้ว รังแต่จะเพิ่มโรคให้แก่ผู้บริโภคในระยะยาวได้มากขึ้น อีกทั้งยังก่อให้เกิดต้นทุนที่สูงขึ้นไปอีก

อีกประเด็นหนึ่งจลลาคสินค้าและข้อมูลทางโภชนาการ ก็เป็นสิ่งสำคัญที่ไม่ควรมองข้าม ในกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพนั้น การได้รับข้อมูลทางโภชนาการในอาหารหรือเครื่องดื่มทุกชนิดอย่างถูกต้อง จะทำให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นว่าเครื่องดื่มที่เลือกนั้น ให้ประโยชน์แก่ร่างกายมากน้อยแค่ไหน เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าว่าเครื่องดื่มของเรามีประโยชน์ จะยิ่งเพิ่มข้อได้เปรียบให้กับผู้ลงทุนที่มีความได้เปรียบคู่แข่ง หากใครที่มองหาช่องทางในการทำธุรกิจอยู่ละก็เครื่องดื่มเพื่อสุขภาพน่าจะเป็นตัวเลือกต้นๆที่สามารถริเริ่มได้ ลงทุนน้อยความเสี่ยงน้อย แต่ทำไรเยอะ และเป็นธุรกิจที่ให้ความสุขทั้งผู้ชายและผู้หญิงที่มอบสิ่งดีให้แก่กันผ่านเครื่องดื่มนั่นเอง



แฟรนไชส์ธุรกิจอาหารน่าสนใจ

การทำธุรกิจที่เป็นแฟรนไชส์ เรียกว่าเป็นที่นิยมมากในบ้านเรา ด้วยความนิยมนี้เองทำให้มีชื่อเสียงดังไปในภูมิภาค เช่นกัน และธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีการพูดถึงกันมากที่สุดก็คงจะหนีไม่พ้นธุรกิจอาหาร เพราะประเทศเรามีจุดแข็งอยู่ที่ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรและการเป็นประเทศเกษตรกรรมจึงมีความหลากหลายในเรื่องอาหารอย่างมาก โดยเฉพาะหนึ่งในจุดเด่นที่สุดก็คงเป็นเรื่องของอาหารว่างหรือที่เราเรียกแบบง่ายๆ ว่าของว่างที่มีให้เลือกมากมายและมีกลุ่มตลาดผู้บริโภคที่กว้าง อีกทั้งมีกำลังซื้ออย่างต่อเนื่องอยู่ตลอด อาหารว่างหรือของว่างจึงเป็นมากกว่าปัจจัยหลัก เพราะได้ถูกพัฒนา กลายเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมการรับประทานของคนไทยไปแล้ว ซึ่งเราสามารถสังเกตได้ ในแต่ละวันผู้คนมักจะจ่ายเงินใน ส่วนของค่าอาหารไปมากกว่าครึ่งของจำนวนเงิน ที่ใช้จ่ายไป โดยจำนวนเงินส่วนหนึ่งถูกกันออกมาและแบ่งไปใช้จ่ายให้กับ ค่าอาหารว่างแทบทั้งสิ้น แต่อาหารหลักผู้คนก็ยังให้ความสำคัญอยู่เช่นเดิม วันนี้เราจึงจะพามาดูธุรกิจแฟรนไชส์ อาหารและขนมของว่างที่น่าสนใจ เพื่อใครกำลังคิดว่าจะลงทุน

ซื้อแฟรนไชส์อยู่จะได้นำไปเป็นข้อมูลในการตัดสินใจ จะมีอะไรบ้างไปดูกัน

มาดูแฟรนไชส์อาหารง่ายๆ กันก่อนอย่าง “แฟรนไชส์ ก๋วยเตี๋ยวกालะมัง” ด้วยสูตรที่คิดค้นอย่างพิถีพิถันจากการสั่งสมประสบการณ์อันเป็นเวลายาวนาน รสชาติอันอร่อย เป็นตำนานจึงถือกำเนิดขึ้น ก๋วยเตี๋ยวกालะมังเป็นรูปแบบก๋วยเตี๋ยวลูกชิ้นหมูตุ๋นและเนื้อตุ๋น ด้วยกลยุทธ์การขายที่โดดเด่นที่ทักษะที่ใส่ก๋วยเตี๋ยวจามก๋วยเตี๋ยวโปและรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ด้วยน้ำซุ้สูตรพิเศษพร้อมเครื่องเทศยาจีน จึงเป็นแฟรนไชส์อาหารที่น่าสนใจ ซึ่งปัจจุบันก๋วยเตี๋ยวกालะมังมีเครดิตชื่อเสียงในระดับหนึ่งมีเครื่องหมายแนะนำความอร่อยจากทั้งหนังสือพิมพ์, นิตยสารแนะนำอาชีพ และรายการโทรทัศน์ รวมหลายแห่ง ซึ่งการันตีคุณภาพได้เป็นอย่างดี อีกทั้งป้ายร้านน่าสนใจ ชื่อแปลก มีเซลล์ชวนชิมด้วย รูปแบบการลงทุนสำหรับผู้ที่สนใจเริ่มต้นก็จะอยู่ที่ 65,000-150,000 บาท ใครสนใจก็ลองติดต่อดูได้ แต่บอกได้เลยว่าปกติขายก๋วยเตี๋ยวก

ได้ทำโรอยู่แล้ว ชายกวัยเดียวเป็นอะไรก็ได้ทำไรง่ายคั้นกุนง่ายกว่าชายอาหารอย่างอื่น

เรามาต่อกันที่ “แพรนิชส์ แจ็ค ลูกชิ้นปลาระเบิด”

ธุรกิจอาหารว่างที่ได้รับความนิยมไม่น้อย เพราะโดยทั่วไปแล้ว ลูกชิ้นทอดก็เป็นอาหารว่างที่ผู้คนนิยมรับประทานกันอยู่แล้ว และถ้าเราจะกล่าวถึงแพรนิชส์ลูกชิ้นทอดที่ประสบความสำเร็จ จะไม่กล่าวถึง แจ็ค ลูกชิ้นปลาระเบิด ก็คงไม่ได้ จุดเด่นของแพรนิชส์ลูกชิ้นทอดเจ้านี้ก็คือ ขนาดของลูกชิ้นที่ใหญ่โต เรียกว่าใหญ่กว่าเจ้าอื่นๆ ก็คงจะไม่ผิดนักแถมยังเด่นที่ความกรอบนอก และนุ่มในขณะที่ยังอุ่นๆ ไม่มี และน้ำจิ้มที่เด็ดไม่แพ้ใคร จึงเป็นธุรกิจแพรนิชส์ที่สามารถคั้นกุนได้รวดเร็วสำหรับผู้สนใจสมัครแพรนิชส์ทุกคนจะได้รับอุปกรณ์ขายครบชุดอีกทั้งยังได้รับการอบรมวิธีการทอดและเคล็ดลับการขายเป็นอย่างดี ค่าแพรนิชส์อยู่ที่ 39,000 บาท ราคาขายส่งต่อหน่วยอยู่ที่ 80 บาท /5 กิโลกรัม ราคาขายปลีกต่อหน่วย 20 บาท/ 10 ลูก ระยะเวลาคั้นกุนก็จะอยู่ที่ 1- 2 เดือน นับว่าเร็วทีเดียวเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ต้องบอกว่าไม่ยุ่งยากและน่าสนใจไม่น้อยถ้าใครกำลังคิดจะลงทุนเปิดร้านสักร้าน

อีกหนึ่งแพรนิชส์ที่น่าสนใจไม่แพ้กันนั่นก็คือ “แพรนิชส์ เจาก๊วยเฮฮา” ด้วยความที่บ้านเราเป็นเมืองร้อน ของหวานที่รับประทานดับร้อนจึงเป็นธรรมดาที่จะขายดี เจาก๊วยเป็นของหวานที่ได้รับความนิยมอย่างมากในบ้านเราไม่ว่าจะเป็นยุคสมัยใดและในชวงเวลาใด แต่ก็เป็นที่น่าแปลกใจว่าการขายเจาก๊วยนั้นยังไม่ถือเป็นธุรกิจที่เป็นรูปเป็นร่างหรือเป็นแพรนิชส์นั้นเรียกว่าน้อยทีเดียว นี่จึงเป็นจุดเด่นของแพรนิชส์ขนมหวานรับประทานดับร้อนอย่างเจาก๊วย เกล็ดเด่นอันโดดเด่นของแพรนิชส์ เจาก๊วยเฮฮา ก็คือ เนื้อเจาก๊วยมีความเหนียวนุ่มมากบวกกับน้ำเชื่อมสูตรเฉพาะที่เจ้าของคิดค้นเองแล้วมาโรยหน้าด้วยเครื่องตามแต่ที่ลูกค้าต้องการ แต่ธุรกิจตัวนี้จะติดนิคหน่อยในเรื่องของน้ำแข็ง ผู้ประกอบการทำนิตที่คิดจะลงมาลุยกับธุรกิจแพรนิชส์เจาก๊วยหรือน้ำแข็งใสจะต้องระวังและให้ความสำคัญกับเรื่องของบริษัทส่งน้ำแข็ง เพราะบางทีน้ำแข็งไม่ได้ขนาด มีลักษณะใหญ่เกินไป บางครั้งก็มีกลิ่นซึ่งมีผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ของเราอย่างแน่นอน ดังนั้นก่อนจะเลือกก็ต้องเข้าใจปัญหาเล็กๆ น้อยๆ ตรงจุดนี้ด้วย แพรนิชส์ เจาก๊วยเฮฮา ค่าแพรนิชส์จะอยู่ที่ 15,000 บาท ราคาขายส่งต่อหน่วยแล้วแต่ตกลงกับทางเจ้าของ ราคาขายปลีกต่อหน่วย ตั้งแต่ 20 บาทขึ้นไป ระยะเวลาคั้นกุนก็จะอยู่ที่ 1 - 3 เดือน ก็เรียกว่าไม่ช้าไม่เร็ว

มาดูอีกหนึ่งธุรกิจที่เป็นของหนักๆ กันสักหน่อย นั่นก็คือ “แพรนิชส์ หมูย่างเฉพาะกิจ” ซึ่งถือเป็นแพรนิชส์แห่งแรกที่จับเอาธุรกิจหมูบึ่งพร้อมข้าวเหนียวที่จำหน่ายทั่วๆ ไปในตอนเช้ามาพัฒนาต่อยอดเป็นธุรกิจแบบบอกรับสมาชิก ด้วยเป็นธุรกิจที่ตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนในยุคปัจจุบันที่เร่งรีบและต้องการอาหารหนักๆ แบบง่ายๆ ที่มีประโยชน์ในตอนเช้า จึงทำให้เป็นอีกหนึ่งธุรกิจแพรนิชส์ที่น่าจะประสบความสำเร็จและเติบโตได้อีกในอนาคต ซึ่งทางบริษัทมีการคัดสรรและเลือกใช้วัตถุดิบอย่างดีทั้งเนื้อหมูและเครื่องเทศผสมผสานกลายเป็นสูตรลับเฉพาะในการหมักหมูที่ใช้เวลานานร่วม 16 ชั่วโมงจึงได้รสชาติที่เข้มข้นมากเป็นพิเศษ ตรงจุดนี้จึงกลายเป็นจุดเด่นของธุรกิจแพรนิชส์นี้ คือเรื่องของรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ กลยุทธ์ที่แพรนิชส์นี้ใช้ก็คือความหลากหลายของรสชาติ ซึ่งปกติข้าวเหนียวหมูบึ่งทั่วไปก็จะมีรสชาติมากมายให้เลือกแต่ แพรนิชส์นี้มีรสชาติให้เลือกถึง 6 แบบด้วยกัน ค่าแพรนิชส์จะอยู่ที่ 29,000 บาท ราคาขายส่งต่อหน่วยอยู่ที่ 7 บาท ราคาขายปลีกต่อหน่วย 10บาท ระยะเวลาคั้นกุนก็จะอยู่ที่ 3 เดือน

“การทำธุรกิจแพรนิชส์ก็เหมือนการทำธุรกิจอื่นๆ คือ ต้องศึกษาให้ดี ต้องมีความพร้อม”

ปิดท้ายกันด้วยธุรกิจแพรนิชส์หวานๆ เย็นๆ แบบเบาๆ กันบ้างกับ “แพรนิชส์มหาชัยไอศกรีม” แพรนิชส์นี้คงเป็นที่คุ้นหูคุ้นตาและคุ้นรสชาติกันดี เชื่อว่าหลายๆ คนได้เคยลิ้มลองกันมาแล้ว มหาชัยไอศกรีมเป็นต้นตำรับของไอศกรีมกะทิของไทยแท้ๆ ที่ขึ้นชื่อในเรื่องความอร่อยมาอย่างยาวนานอย่างที่เราทราบกันดีว่าเมืองไทยเมืองร้อน ของเย็นๆ ดับร้อนจึงเป็นอะไรที่นิยมได้ง่ายและมีแนวโน้มว่าจะขายดีตลอด ยิ่งแต่ละปีอากาศยิ่งร้อนขึ้นเท่าไร ของหวานและของทานเล่นเหล่านี้ไม่มีทางที่จะดับต้นได้เลยยังงี้ก็ต้องมีคนซื้อแน่นอน



จุดเด่นของมหาชัยไอศกรีมก็คือ เรื่องของรสชาติ ความอร่อยของไอศกรีมกะทิต้นตำหรับผสมเข้ากับเครื่องโรยหน้าที่มีให้เลือกมากมายไม่ว่าจะเป็น ลูกบัว พุทราจีน ถั่วลิสง ถั่ว เมล็ด ข้าวโพด แห้ว วุ้นมะพร้าว ฟักทอง ลูกชิด ข้าวเหนียว และอื่นๆ ซึ่งเป็นจุดเด่นและจุดขายหลักของไอศกรีมสัญชาติไทย กลยุทธ์ที่แฟรนไชส์นี้นำมาใช้ก็คือความหลากหลายของเครื่องโรยหน้า ดังนั้นคุณจะได้กำไรดี การจัดวางหน้าร้านให้ลูกค้าเห็นเครื่องโรยหน้าก็ทำให้เกิดจุดเด่นได้เหมือนกัน ค่าแฟรนไชส์จะอยู่ที่ 14,000 บาท ราคาขายส่งต่อหน่วยอยู่ที่ 850 บาท ต่อถัง ราคาขายปลีกต่อหน่วย 15-25 บาท ต่อ ถ้วยระยะเวลาคืนทุนก็จะอยู่ที่ 3-4 เดือน

วันนี้เรานำธุรกิจแฟรนไชส์อาหารที่น่าสนใจมาแนะนำคุณไปแล้ว คุณลองนำไปพิจารณาดูว่า มีธุรกิจแฟรนไชส์ไหนบ้างที่น่าสนใจและน่าลองสำหรับคุณ แต่ที่แน่ๆ ก่อนที่จะลงมือคุณต้องถามตัวเองก่อนว่าพร้อมหรือไม่ เพราะการทำธุรกิจไม่มีอะไรที่ไม่เหน็ดเหนื่อย จะใหญ่จะเล็กล้วนต้องลงทุนลงแรงทั้งสิ้น คุณมีการเตรียมพร้อมทั้งด้านเงินทุน แรงงานและทำเลพร้อมแล้วหรือไม่ ถ้าไม่พร้อมก็ถอยกลับไปตั้งหลักก่อนก็ไม่สาย การทำธุรกิจแฟรนไชส์ก็เหมือนการทำธุรกิจอื่นๆ คือต้องศึกษา ต้องมีความพร้อม ธุรกิจแฟรนไชส์บางตัวอาจจะดี มีคนทำแล้วประสบความสำเร็จมาก แต่พอคุณเข้าไปจับคุณอาจไม่ประสบความสำเร็จแบบนั้นก็ได้ ทั้งหมดก็อยู่ที่ตัวคุณและความพร้อมของคุณด้วย ฉะนั้นเตรียมตัวให้พร้อมทุกๆ ด้านก่อนศึกษาถึงแฟรนไชส์ที่คุณต้องการจะทำให้ดี คุณจะไม่ได้พลาดเสียเงินและเสียเวลาไปพร้อมๆ กัน

ธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่น



คัพเวอร์เนนท์ “นวัตกรรม” สร้างความแตกต่างให้กับสินค้า

คัพเวอร์เนนท์ ก่อตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2544 เป็นบริษัทที่เริ่มต้นด้วยทุนเพียง 2 ล้านบาทมีออฟฟิศเป็นตึกแถวห้องเดียว เริ่มธุรกิจจากโรงงานปักผ้า ทอปก แต่ปัจจุบันกลายเป็นบริษัทผลิตเสื้อผ้าแบบครบวงจร นับเป็นบริษัทดาวรุ่งที่เติบโตอย่างก้าวกระโดดจากแนวคิดในการสร้างนวัตกรรมที่แตกต่างของนักธุรกิจหนุ่มไฟแรงที่ชื่อ วัศลัย วนะศักดิ์ศรีกุล

คัพเวอร์เนนท์ เริ่มธุรกิจจากการเช่าตึกแถวห้องเดียวเป็นทั้งโรงงานและออฟฟิศ บนแนวคิดที่ว่าธุรกิจสิ่งทอเป็นธุรกิจที่น่าสนใจเพราะสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มเป็นสิ่งจำเป็นตอนแรกยังต้องซื้อวัตถุดิบพวกเส้นด้ายมาจ้างทอ จ้างย้อม และส่งออกไปที่ฮ่องกง ใให้กับ U2, G2000 ส่วนวัตถุดิบที่เหลือก็เอามาผลิตเป็นเสื้อ Uniform และด้วยกระแส Dress Down หรือการแต่งตัวไปทำงานแบบไม่ต้องใส่สูทผูกไทด์กำลังเป็นที่นิยม โดยเฉพาะช่วงที่ประชาชนนิยมสวมใส่เสื้อสีเหลืองเพื่อถวายความจงรักภักดีต่อในหลวง ยิ่งทำให้หน่วยราชการและ

เอกชนหันมาใส่เสื้อ Uniform หรือเสื้อคอโปโลกันมากขึ้น เราได้โอกาสอาศัยช่องทางของตลาดนี้เพิ่มช่องทางธุรกิจใหม่

Hydro-Tech นวัตกรรมที่สร้างความแตกต่างให้คัพเวอร์เนนท์ Hydro-Tech เป็นเทคโนโลยีเฉพาะที่คัพเวอร์เนนท์คิดค้นขึ้นมา ทำให้เนื้อผ้าระบายอากาศได้ดี สามารถดูดซับเหงื่อได้ง่าย แห้งเร็ว และป้องกันรังสี UV นอกจากนี้จะสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์แล้ว ยังทำให้เราไม่มีคู่แข่งทางตรงเพราะคนทำธุรกิจสิ่งทอส่วนใหญ่เน้นขายถูก ขายเอาปริมาณมาก ทำให้ใช้เวลาในการผลิตนาน แต่คัพเวอร์เนนท์เน้นผลิตภัณฑ์ที่สร้างจากนวัตกรรม คุณภาพดี สามารถรับออเดอร์ในปริมาณน้อย และผลิตได้เร็ว ทั้งสามข้อจึงนับว่าเป็น Key Success 3 อย่างทำให้ธุรกิจเติบโต

ธุรกิจสิ่งทอเป็นผู้ขายในสายตาของแบงค์ ช่วงเริ่มต้นเราประสบปัญหาการเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพราะเงินทุนและกระแสเงินสดเป็นสิ่งจำเป็นในการขยายธุรกิจ เพราะไม่ว่าคุณจะเก่งแค่ไหน คุณต้องมีการจัดการการเงินที่ดี โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นธุรกิจสามปีแรกซึ่งเป็นช่วงที่สำคัญมาก และสำหรับธุรกิจสิ่งทอแบงค์จะปล่อยกู้ค่อนข้างยากแต่หากผู้ประกอบการมีการเตรียมแผนธุรกิจมาดีก็ไม่น่าห่วง อย่างเราก็อธิบายไปว่าเราไม่เหมือนกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่มีจะรับผลิตหรือ OEM อย่างเดียว แต่เรามีแบรนด์เป็นของตัวเองด้วย คือ Warrix ที่ผลิตเสื้อผ้ากีฬาขายตรงสู่ผู้บริโภค และจีวรกันยูงเมตตาคุณที่นำน้ำมันสกัดจากสมุนไพรไทย 100% มาฝังลงบนใยผ้า และการมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์ของเราเองทำให้เราเติบโตมาอย่างต่อเนื่อง

อุปสรรคในช่วงสามปีแรกเป็นเรื่องของเงินทุน ส่วนต่อมาเป็นเรื่องของสภาพแวดล้อมและปัจจัยภายนอก ทั้งสภาพเศรษฐกิจ ภัยธรรมชาติ เราต้องปรับตัวตามให้ได้ เป็นอุปสรรคและปัญหาที่แท้จริงเมื่อเข้าสู่ตลาด เราต้องเตรียมพร้อมรับมือกับความเสียหายในรูปแบบต่างๆ อาจเป็นการลดต้นทุนในช่วงเศรษฐกิจซบเซา หรือพัฒนาสินค้าใหม่ที่สามารถเพิ่มกำไรได้ การวางแผนสำรองกรณีเกิดภัยธรรมชาติอย่างช่วงน้ำท่วม และนโยบายรัฐเรื่องการขึ้นค่าแรง เราก็พัฒนาฝีมือแรงงาน นำเครื่องจักรมาช่วยเพื่อให้ได้การผลิตที่มากขึ้น แต่จำนวนคนเท่าเดิม เป็นต้น

กลยุทธ์ทางการตลาดของคัพเวอร์เนอท์เน้น Niche Market คือการมุ่งเน้นตลาดเฉพาะกลุ่ม โดยเราไม่จำเป็นต้องผลิตเป็นจำนวนมาก แต่เน้นคุณภาพ ราคาสมเหตุผล ทำให้เราไม่จำเป็นต้องผลิตเป็นจำนวนมากหรือใช้เวลานานในการผลิตนาน ก็สามารถขายได้ดีเท่ากับคนที่ขายปริมาณมาก และปัจจุบันเราเริ่มเจาะกลุ่มไปที่เสื้อผ้ากีฬา เพราะคุณสมบัติเนื้อผ้า Hydro-Tech ของเราเหมาะสมกับการออกกำลังกาย จึงเป็นการเปิดตลาดใหม่สู่ผู้บริโภคโดยตรง

เริ่มการผลิตจากปลายน้ำแล้วค่อยๆ กอয়หลังขึ้นมาจนถึงต้นทาง ข้อได้เปรียบอีกอย่างของคัพเวอร์เนอท์คือ เรามีระบบการผลิตแบบครบวงจรในทีเดียวเริ่มตั้งแต่การทอผ้า ปักหรือพิมพ์ และตัดเย็บ ขาดเพียงขั้นตอนเดียวคือย้อมผ้า ที่

เหลือครบวงจรหมด สิ่งที่เป็นอุปสรรคหรือคอขวดในอุตสาหกรรมสิ่งทอนี้คือ การต้องพึ่งพาโรงงานก่อนหน้า หากโรงงานก่อนหน้าเกิดปัญหาไม่สามารถผลิตของได้จะทำให้สายการผลิตเกิดปัญหาตามไปด้วย แต่ของเราค่อยๆ เริ่มจากปลายน้ำจนถึงต้นน้ำทำให้เราตัดปัญหาและอุปสรรคในเรื่องนี้ไปได้การผลิตของเรามี Concept คือ Speed & Quality โดยดัดแปลงเทคนิคจากอุตสาหกรรมรถยนต์ คือเน้นให้ช่างแต่ละคนหรือแต่ละทีมเกิดความชำนาญเฉพาะด้าน เช่นช่างคนไหนเย็บแขนเสื้อ ก็จะเย็บแต่แขนเสื้อ ทำให้ได้งานคุณภาพที่เกิดจากความชำนาญเฉพาะด้านและทำให้การทำงานรวดเร็ว



เรายังมุ่งเน้นการพัฒนาเครื่องจักรที่มีความทันสมัย เพื่อให้ได้คุณภาพงานที่ดีและผลิตชิ้นงานได้มากขึ้นในเวลาเท่าเดิม เพราะแม้ว่าปัจจุบันเรามีกำลังการผลิตที่มากแล้วแต่การขายของเราโตไวกว่า เราจึงมีการวิจัยร่วมกับบริษัทในประเทศอิตาลีที่มีความชำนาญด้านสิ่งทอ เราจึงมีเครื่องจักรที่ทันสมัยและผลิตชิ้นงานดีเรามีการเตรียมตัวเข้าสู่ AEC มาแล้ว ไม่ใช่แค่ส่งออกแต่เป็นในแง่การผลิต คือมีการนำเข้าวัตถุดิบเส้นด้ายจากเวียดนามและจ้างผลิตจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีมาตรฐานการผลิตที่เป็นสากล เช่น รองเท้ากีฬา ทั้งนี้เพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ครบไลน์

ทุกฝ่ายต้องเรียนรู้การทำงานร่วมกันและกัน ที่คัพเวอร์เนอท์เรามีพนักงานเกือบ 600 คน การบริหารของเรานั้นการพัฒนาทรัพยากรบุคคลมาก โดยเฉพาะการสร้างบุคลากรที่จะขึ้นมาเป็นระดับผู้จัดการหรือหัวหน้างาน เราจะมี

งบประมาณส่วนหนึ่งสำหรับการพัฒนาบุคลากรโดยเฉพาะ ทั้งในรูปแบบของการอบรมภายในองค์กรและอบรมนอกองค์กร โดยเฉพาะการอบรมเรื่องเฉพาะทางที่จำเป็นในการพัฒนาธุรกิจ เพราะเราเชื่อว่าหากธุรกิจจะเติบโตอย่างยั่งยืนได้ต้องอาศัยความรู้ และที่นี้เราให้แต่ละฝ่ายศึกษาระบบการทำงานของทุกแผนกด้วย เช่น คนที่อยู่ฝ่ายขายต้องรู้จักขั้นตอนการผลิตหรือคนที่อยู่ฝ่ายผลิตต้องรู้จักขั้นตอนการทำงานของฝ่ายบริหาร เพื่อให้ทุกคนทำงานร่วมกันด้วยความเข้าใจและมีความสุข



ปัญหาเรื่องคนเป็นปัญหาที่ทุกองค์กรต้องเจอ และเป็นปัญหาที่ละเอียดอ่อน ซึ่งผู้บริหารนั้นต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ สิ่งที่คุณวิศัลย์ทำ คือไม่ได้เป็นการแก้ปัญหาคนเดียว จะให้พนักงานทุกคนเป็นเจ้าของร่วมกัน ช่วยกันดูแลซึ่งกันและกัน แก้ปัญหาไปด้วยกัน เมื่อบริษัทเติบโตขึ้นก็ไม่ต้องรอเจ้าของตัดสินใจคนเดียว ทุกคนต้องแก้ปัญหาร่วมกัน เพราะเราสร้างแนวคิดที่ว่า “ทุกคนเป็นเจ้าของร่วมกัน”

เคล็ดลับความสำเร็จอย่างยั่งยืนของคัฟเวอร์เนนท์ ก็คือ การที่เรามองว่าพนักงานหรือทรัพยากรบุคคลของเรามีความสำคัญเป็นอันดับแรก ถ้าเราสร้างคนดี มีแม่ทัพดี องค์กรก็จะเติบโตได้โดยไม่ผูกกับเจ้าของคนเดียว เราสอนพนักงานเสมอว่า “คนที่หิวเงินจะไม่มีวันมี” แม้ว่าเงินจะเป็น

สิ่งจำเป็น แต่ถ้าเราเอาเงินเป็นที่ตั้งในการทำงานจะทำให้เรายึดติดและทำให้มุมมองให้การทำธุรกิจแคบลง การตอบแทนลูกค้าก็จะแคบลงตามไปด้วย อีกอย่างที่สำคัญคือการหาตลาดที่เป็น Niche Market หากเราเริ่มจากเงินทุนน้อยๆ เรามองหาช่องทางเติบโตด้วยตลาดนี้ จะทำให้เราจะทำให้เราไม่ต้องไปแย่งชิงแข่งขันกับพวกที่มีเงินทุนหนา หากมองตลาดได้แม่นยำจะสามารถเติบโตได้แบบก้าวกระโดดแต่ยั่งยืน และที่ขาดไม่ได้สำหรับคัฟเวอร์เนนท์ คือการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เราไม่เคยหยุดนิ่งในการมองหาวัตกรรมการใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้กับผลิตภัณฑ์ของเรา เพื่อนำนวัตกรรมมาสร้างจุดเด่นและความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์



รางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ มีหลายคนถามว่าทำไมคัฟเวอร์เนนท์ไม่ไปขอ ISO หรืออะไรที่เป็นมาตรฐานสากล แต่เรามองว่ามันเป็นเรื่องของกาสทางเศรษฐกิจ เมื่อไหร่ที่เราเข้าไป apply กับเค้า ใช้กฎเกณฑ์ของเค้า เค้าก็จะมักตีคาใหม่ๆ ออกมาบังคับเรา แต่คัฟเวอร์เนนท์ต้องการพัฒนาอย่างยั่งยืน เราพบว่าในเมืองไทยมีรางวัลอยู่รางวัลหนึ่งคือ SMEs National Awards ซึ่งรางวัลนี้ใช้เกณฑ์ TQA. เป็นเกณฑ์ในการตัดสิน จึงตัดสินใจเข้าประกวด ตั้งแต่ครั้งที่ 2 จนถึงครั้งที่ 7 ได้รางวัลตั้งแต่ รางวัล SMEs ดีเด่น และ รางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ เรามองว่าการเข้าร่วมการประกวดเหมือนเป็นการตรวจสอบสุขภาพองค์กรประจำปี ทำให้เราสามารถวัดผลองค์กรของเราว่าแต่ละปีมีคุณภาพเป็นอย่างไร และยังสามารถนำรางวัลไปใช้ในการประชาสัมพันธ์องค์กรได้อีกด้วย



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่น เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

เราคงต้องยอมรับว่าการเข้าสู่อาเซียนมีทั้งข้อดีและข้อเสีย เรามีส่วนทั้งได้ประโยชน์และเสียประโยชน์ ในธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่นอันเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับ 7 ของการส่งออกทั้งหมดก็ได้รับผลกระทบจากการเปิด AEC อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา ภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มของไทยกำลังอยู่ในช่วงลงอย่างต่อเนื่อง ตามสภาพเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว และยังเปิด AEC สถานการณ์ในด้านหนึ่งดูว่าจะมีที่ท่าว่าจะดีขึ้น แต่อีกด้านหนึ่งก็มีคู่แข่งที่นำกล้าวมากขึ้นด้วย บทความนี้จึงขอนำเสนอให้ผู้อ่านทุกท่านทราบว่า แนวโน้มของธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่นหลังจากเปิด AEC แล้ว จะมีทิศทางไปอย่างไรบ้าง

ขณะนี้ประเทศเพื่อนบ้านในอาเซียนที่นำเข้าวัตถุดิบ เช่น ผ้าฝ้ายเข้าไปใช้ในกระบวนการผลิตเพื่อส่งออกอีกทอดหนึ่งเป็นการต่อยอดสินค้าจากเดิมให้เกิดนวัตกรรมใหม่ๆ และส่วนหนึ่งเป็นผู้ประกอบการไทยที่ขยายฐานการผลิตไปประเทศเพื่อนบ้าน และขณะนี้ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านไม่ได้แข่งขัน

ด้านราคาอีกต่อไป แต่แข่งขันด้วยเรื่องของคุณภาพสินค้า เห็นได้จากผ้าฝ้ายที่ส่งออกมีการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพดีขึ้นสามารถขายได้ราคาดีขึ้นด้วย แต่อย่างที่เรียนให้ทราบเราไม่ได้วัดกันด้วยราคาเราวัดกันด้วยคุณภาพ ไทยเรายังไม่เกิดการสร้างสรรค์งานใหม่ๆ ขึ้นมาแม้ว่าจะมีงานที่มีราคาสูงขึ้นแต่ด้านคุณภาพเรายังไม่สูงขึ้นตาม จึงทำให้เป็นสาเหตุส่วนหนึ่งที่ทำให้ภาพรวมของธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่นของไทยเราหดตัวมาตลอด 2-3 ปีที่ผ่านมา ทว่าในปี 2559 ผู้ประกอบการส่งออกสิ่งทอมั่นใจว่า การส่งออกสิ่งทอและแฟชั่นของไทยจะพลิกกลับมาฟื้นตัวเป็นบวกได้ออย่างน้อย 2% เพราะเข้าใจว่าสถานการณ์ส่งออกของสิ่งทอและแฟชั่นไม่น่าจะติดลบมากไปกว่านี้แล้ว เพราะที่ผ่านมาก็ถือว่าหดตัวลงไปถึงจุดต่ำสุดแล้ว ทีนี้เรามามองโอกาสของธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่นของไทยในการเข้าสู่อาเซียนกันบ้าง หลังจากเข้าสู่อาเซียน ผู้ประกอบการไทยจะมีต้นทุนการผลิตลดลง ผลจากการนำเข้าเส้นใยจากอินโดนีเซีย ซึ่งต้องยอมรับเลยว่ามีราคาถูก สามารถส่งออกผ้าฝ้าย

รวมทั้งสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไปประเทศในกลุ่มอาเซียนเพิ่มขึ้น สามารถขยายฐานการผลิตเข้าไปในกลุ่มประเทศที่มีแรงงานมาก แต่มีค่าแรงต่ำได้ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนง่ายขึ้น และได้รับประโยชน์จากอุปสงค์ต่อเนื่องจากการเปิดเสรีทางด้านบริการ เรามีโอกาสที่จะเพิ่มผลผลิตได้มากขึ้นด้วยเทคโนโลยีและระบบบริหารจัดการ อีกทั้งทางภาครัฐก็ให้การสนับสนุนมีนโยบายที่จะพัฒนาผู้ประกอบการค้าแฟชั่นไทย ตลาดในประเทศ จะได้รับผลดีจากการเข้ามาช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศของรัฐบาลโดยการวางนโยบายต่างๆ นอกจากนี้ประเทศที่เรามองว่าจะเป็นคู่แข่งสำคัญอย่างเวียดนาม ในประเทศเวียดนามเองก็ยังมีปัญหาเรื่องของการผลิตวัตถุดิบต้นน้ำเองอยู่ จึงทำให้ต้องมีการนำเข้าวัตถุดิบต้นน้ำจากไทย และเชื่อว่าในภูมิภาคเอเชียก็ยังมีความต้องการสิ่งทออยู่มาก รวมถึงในกลุ่มการเมนต์ที่เข้ามาลงทุน ในไทย ส่วนใหญ่ก็เป็นกลุ่มทุน ขนาดกลางและใหญ่ จึงยังคงรักษาฐานการผลิตในไทยไว้ และเชื่อว่าปีนี้กำลังซื้อน่าจะกลับมาเพิ่มขึ้นจากปีก่อน

เราเห็นโอกาสเติบโตแล้วลองมามองความเสี่ยงกันบ้าง ปัจจัยเสี่ยงที่อาจทำให้ภาพรวมการส่งออกสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไม่ไปถึงฝัน ในระยะสั้น 1-2 ปีนี้ มองว่าน่าจะเป็นเรื่องที่ไทยยังไม่มีท่าทีที่ชัดเจนในการเข้าร่วมเป็นสมาชิก หุ่นส่วนยุทธศาสตร์การค้าเอเชียแปซิฟิก หรือ ทีพีพี และข้อตกลงเขตการค้าเสรีไทย-สหภาพยุโรป หรือเอฟทีเอไทย-อียู ขณะที่เวียดนามได้เข้าร่วมทีพีพีและทำเอฟทีเอกับอียูไปแล้ว อีกทั้งยังได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี หรือจีเอสพี จากประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ทำให้คู่ค้าต้องหันไปสั่งซื้อจากเวียดนามแทน เพื่อให้สามารถแข่งขันได้เช่นกัน ไทยต้องยอมรับว่ารัฐบาลเวียดนามพยายามส่งเสริมอุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มอย่างจริงจังกว่ารัฐบาลไทย นอกจากนั้นก็ยังมีความเสี่ยงในด้านอัตราแลกเปลี่ยนที่จะส่งผลกระทบต่อปรับตัวด้านต้นทุนการผลิต ปัจจุบันไทยเริ่มเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้นแล้ว ผู้ผลิตบางรายเริ่มย้ายฐานการผลิตไปยังประเทศใกล้เคียงทำให้ประเทศเหล่านี้กลายเป็นคู่แข่งสำคัญของไทยทำให้เราต้องหันมามองและพิจารณาตนเองว่าอุตสาหกรรมต้นน้ำถึงปลายน้ำในไทยมีหมดแล้วแต่จะทำอย่างไรถึงจะสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานได้ทั้งหมดอันนี้ยังเป็นเรื่องที่ต้องดูในภาพรวมกันต่อไป

ในเรื่องของการปรับตัว เราสามารถทำได้ ประการสำคัญคือเราจะต้องดูแนวโน้มของตลาดโลกด้วย ตลาดอุตสาหกรรมสิ่งทอ และแฟชั่นทั่วโลกมีความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยการผลิตสินค้าเพื่อ

ตอบโจทย์ตลาดให้ได้ จำเป็นต้องมีนวัตกรรมและการออกแบบที่ทันสมัย และที่สำคัญต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม ถ้าไทยเราพยายามค้นหาและพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่งเราอาจมีนวัตกรรมสิ่งทอและแฟชั่นที่ตอบโจทย์ในเรื่องนี้ได้ ซึ่งถ้าทำได้ก็เรียกได้ว่าตอบโจทย์ตลาดในระดับโลกได้เลยทีเดียว นี่คือวิธีการปรับตัวให้สอดคล้องกับการเข้าสู่ AEC ที่ผู้ประกอบการด้านสิ่งทอและแฟชั่นของไทยควรทำ ศึกษาแนวโน้มของนวัตกรรม สองพัฒนาเส้นใยธรรมชาติเพื่อส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น หรืออาจจะทำวิจัยและพัฒนาวัตถุดิบเหลือทิ้งจากภาคการเกษตรก็น่าจะเป็นไอเดียที่ไม่เลวเหมือนกัน เพราะสิ่งเหล่านี้ อยู่ในหลักพื้นฐานการมองแบบองค์รวมเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจทั้งประเทศ การเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ด้านอุตสาหกรรม จำเป็นต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับศักยภาพพื้นฐานภายในประเทศตั้งแต่เรื่องของอุตสาหกรรมอาหารหรือผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูป อุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูงรวมไปถึงอุตสาหกรรมที่ใช้ในเรื่องการออกแบบและสร้างสรรค์ ทุกด้านมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกันหมดการปรับตัวจึงจำเป็นที่จะต้องปรับทุกด้านไปพร้อมๆ กัน

“เทคโนโลยี และความคิดสร้างสรรค์ จะเป็นการพัฒนาความสามารถในการตอบสนองความต้องการของตลาด”

ในส่วนของนโยบายจากทางภาครัฐก็มีการออกแผนยุทธศาสตร์ขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสิ่งทอระยะ 15 ปี (2559-2573) ออกมา ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ระยะ ระยะที่ 1 ปี 2559 ดำเนินการให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคด้านการค้าดูแลการจัดหาสิ่งทอแฟชั่น (Sourcing and Trade from Thailand) เป็นการขยายขอบเขตอุตสาหกรรมสู่ผู้ประกอบการระดับภูมิภาค เพื่อลดอุปสรรคทางการค้าให้เป็นศูนย์กลางการทำธุรกิจของอาเซียน ระยะที่ 2 ปี 2564 จัดตั้งให้ไทยเป็นศูนย์

รวมการออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ระดับโลก เนื่องจากเราพอมีความพร้อมในด้านสาธารณูปโภคและบุคลากรที่จัดว่าอยู่ในระดับที่เหมาะสม ในการตั้งเป็นสำนักงานใหญ่และสำนักงานภูมิภาค ตลอดจนมีการจัดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ฟ้าไปไทยไปยังภูมิภาคเอเชีย อาเซียน และเอเชียใต้ ระยะที่ 3 ปี 2573 พลักดันให้ไทยเป็นผู้นำวัฒนธรรมแฟชั่นและการออกแบบสิ่งทอของโลก โดยการนำทุนที่เรียกว่าวัฒนธรรมร่วมสมัยที่แต่เดิมเรามีความเข้มแข็งอยู่แล้วมาบูรณาการร่วมกับอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง และนี่คือแนวนโยบายที่ทางภาครัฐได้วางแผนเอาไว้



แม้สถานการณ์ของธุรกิจสิ่งทอและแฟชั่นของไทยจะยังไม่ได้เป็นต่อใครในตอนนี้ก็ตาม การทรงตัวให้อยู่ในระดับนี้ให้ได้ก็ยังถือว่าส่งสัญญาณที่ดีมากขึ้นแล้วถ้าจะให้มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นจนถึงขั้นกลายเป็นผู้นำได้ ไทยคงต้องทำการบ้านอีกเยอะทีเดียว ซึ่งภาครัฐจะยังอยู่อย่างนี้ไม่ได้ต้องมีส่วนเข้ามาช่วยสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้เข้มแข็งและยั่งยืน ยกกระดับห่วงโซ่อุปทานสู่การออกแบบ ด้วยเทคโนโลยีและความคิดสร้างสรรค์ทั้งระบบ พัฒนาความสามารถในการตอบสนองตลาด ขับเคลื่อนด้วยองค์ ความรู้และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ใช้ประโยชน์ทางด้านวิชาการนำการค้าการลงทุนเพื่อผลักดันมาตรฐานผลิตภัณฑ์สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มไทยให้สามารถเป็นมาตรฐานอ้างอิงระดับภูมิภาคได้ บูรณาการเรื่องของทุน วัฒนธรรมร่วมสมัยด้านแฟชั่นและสิ่งทอ กับผลิตภัณฑ์และบริการเข้าเป็นหนึ่งเดียวกันให้ได้ ซึ่งทั้งหมดนี้จุดเริ่มต้นที่สำคัญที่สุดมีเพียงจุดเริ่มต้นเดียวเท่านั้นที่ต้องทำเป็นอันดับแรกเลย ก็คือ พัฒนาคนให้ได้ ให้คนมีทักษะหลายๆ ด้านและมีความคิดที่สร้างสรรค์ เพียงแค่พัฒนาคน คนก็จะต่อยอดความคิดนำไปสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ๆ จากนั้นการสนับสนุนต้องมีต่อ การพัฒนาสิ่งทอและแฟชั่นจึงจะยั่งยืน



เพิ่มยอดขายสินค้าแฟชั่นด้วยการตลาดออนไลน์

การขายสินค้าแฟชั่นเป็นอีกหนึ่งในธุรกิจที่มีตลาดกว้างขวางมากที่สุดในแวดวงธุรกิจต่างๆทั่วโลก ไม่มีประเทศไหนไม่มีสินค้าแฟชั่นขาย ถ้าถามว่าสินค้าแฟชั่นคืออะไร หลายคนอาจจะรู้จักแต่อาจจะไม่ที่คนที่เข้าใจความหมายที่แท้จริง สินค้าแฟชั่นคือ สินค้าที่อยู่ในกระแส ทำให้ผู้คนเกิดการทำตาม บริโภคตามและไปในทิศทางที่ผู้คนส่วนใหญ่ให้การยอมรับ อย่างเช่นเสื้อผ้าแฟชั่น เครื่องประดับแฟชั่น กระเป๋า รองเท้า เป็นต้น สำหรับคนที่อยากลุยในธุรกิจขายสินค้าแฟชั่น การเข้าใจความหมายในสิ่งที่ตัวเองจะทำได้ดี มีส่วนที่จะทำได้เปรียบคู่แข่งได้มากยิ่งขึ้น แต่อย่างที่เราทราบกันดีแล้วว่าตลาดแฟชั่นเป็นตลาดที่มีการแข่งขันกันดุเดือด แข่งขันกันสูงมีคู่แข่งเยอะมากมาย การบุกเบิกตลาดเพื่อให้ยืนหยัดเคียงบ่าเคียงไหล่ในตลาดกับคู่แข่งอื่นว่ายากแล้ว การรักษายอดขายไม่ให้เกิดและการเพิ่มยอดขายนั้นยากยิ่งกว่า แต่ไม่ใช่จะทำไม่ได้ซะทีเดียว เพราะในยุคที่โซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนจนแทบจะกลายเป็นปัจจัยที่ห้าของคนเรา การทำตลาดเพื่อเพิ่มยอดขายของสินค้าแฟชั่นจึงมีช่องทางให้เข้าถึง

ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและมีค่าใช้จ่ายน้อยเมื่อเทียบกับสื่ออื่นๆ เพราะฉะนั้นการเรียนรู้เพื่อเพิ่มยอดขายให้สินค้ามีความสามารถในการแข่งขันกับคู่แข่งจึงต้องมีกลยุทธ์เพื่อรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ

สื่อออนไลน์สามารถทำอะไรได้บ้าง อันดับแรกเพื่อการโปรโมทสินค้าหรือเรียกง่ายๆคือการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์นั่นเอง ซึ่งมีทั้งแบบฟรีและเสียเงิน อย่างเช่นการเปิดบัญชีผู้ใช้ฟรี ผ่านเฟซบุ๊กและอินสตาแกรม หรือการลงโฆษณาผ่านเว็บไซต์เสิร์ชเอนจิน (search engine) ต่างๆ เป็นต้น ในธุรกิจการขายสินค้าแฟชั่นเนื่องจากสินค้าแฟชั่นเป็นสินค้าที่ค่อนข้างมาเร็วไปเร็ว เพราะฉะนั้นการนำสินค้าให้ออกสู่สายตาลูกค้าได้เร็วเท่าไร ยิ่งมีโอกาสในการทำยอดขายได้มากขึ้นเท่านั้น เพราะกระแสของสินค้าแฟชั่นนั้นๆจะเป็นส่วนช่วยดันยอดขายให้กระเตื้องขึ้นได้อย่างต่อเนื่องและเป็นไปในแบบก้าวกระโดดด้วยการบอกต่อการแชร์ข้อมูลจากเครือข่ายผู้ใช้ จึงต้องมีการเลือกช่วงเวลาในการโปรโมทสินค้าสู่สายตาลูกค้าให้

เหมาะสม จากผลการสำรวจจากปี 2558 พบว่า คนไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตกันมากขึ้นแบ่งตาม Generation X (อายุ 35-50) GEN Y (อายุ 15-34) GEN Z (น้อยกว่า 15) โดย GEN Y มีอัตราการเข้าใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยวันละเกือบ 8 ชั่วโมงนับว่าสูงมาก และสินค้าออนไลน์ยอดนิยมของคน GEN X และ GEN Y คือสินค้าแฟชั่นที่ได้รับความนิยมเป็นลำดับต้นๆ ช่วงเวลาเข้าใช้อินเทอร์เน็ตสำหรับคนวัยดังกล่าวนี้ที่มีการเข้าใช้สูงสุดคือช่วงเวลา 22:00 - 24:00 น. รองลงมาคือ 16:00 - 20:00 น. จะเห็นได้ว่าหากมีการทำการตลาด การโปรโมทสินค้าในช่วงเวลาที่เหมาะสม โอกาสที่สินค้าจะได้รับความสนใจจากลูกค้าจะมีโอกาสสูงไปด้วยเช่นกัน ดังนั้นการเลือกจังหวะดีมีชัยไปกว่าครึ่งเพราะจะได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าได้มากที่สุด

อันดับต่อมาใช้เป็นช่องทางในการสร้างสายสัมพันธ์กับกลุ่มลูกค้า อย่ามัวแต่ขายสินค้าจนลืมทำความเข้าใจลูกค้าตัวเอง รู้หรือไม่ว่าการสื่อสารกับลูกค้าด้วยการใช้สื่อออนไลน์เป็นการสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีและให้ความรู้สึกเป็นกันเองกับลูกค้าได้ การสร้างสายสัมพันธ์ที่ดีเป็นไปในรูปแบบของการให้ความรู้ การแนะนำที่มีประโยชน์ เช่นหากสินค้าที่เราขายเป็นสินค้าที่เกี่ยวกับแฟชั่นเสื้อผ้า การนำบทความเกี่ยวกับเรื่องการเลือกเสื้อผ้าที่เหมาะสมกับรูปร่างของแต่ละคนมาแนะนำหรือเทคนิคการ mix and match เสื้อผ้า เป็นต้น เมื่อลูกค้าเห็นบทความที่มีประโยชน์เหล่านี้ก็จะเกิดการบอกต่อไปยังเพื่อนในเครือข่าย เป็นการแชร์ข้อมูลออกไปเรื่อยๆอย่างไม่มีที่สิ้นสุดทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยทางอ้อมและเป็นที่มาในการสร้างยอดขายได้ในอนาคต นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ๆได้อีกด้วย

ต่อมาคือ ใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์มากขึ้นด้วยการใช้เป็นช่องทางในการตอบคำถามจากลูกค้า การตอบคำถามลูกค้าเกี่ยวกับสินค้าได้อย่างรวดเร็วทันใจเป็นข้อได้เปรียบเป็นอย่างมาก ยิ่งตอบเร็วเท่าไรโอกาสที่จะได้รับออเดอร์ก็มากขึ้นเท่านั้น เพราะอย่าลืมนึกว่าคู่แข่งของตลาดสินค้าแฟชั่นมีเยอะมาก เมื่อลูกค้าสนใจสินค้าและสอบถามเข้ามา แต่ร้านค้าตอบคำถามช้า ลูกค้าก็เปลี่ยนใจไปดูสินค้าจากร้านอื่นแทน หากไม่อยากเสียโอกาสตรงนี้ ผู้ขายควรมีทีมงานคอยดูแลส่วนงานด้านนี้ไว้ตลอดเวลาเพื่อป้องกันการเสียโอกาสทางธุรกิจ

การจัดโปรโมชั่นลดแลกแจกแถมยังใช้ได้เสมอในธุรกิจค้าขายทุกวงการไม่เว้นแม้แต่สินค้าแฟชั่น การจัดโปรโมชั่นผ่านสื่อออนไลน์นอกจากจะดึงความสนใจจากลูกค้าในโซเชียลเน็ตเวิร์กให้เข้ามามีส่วนร่วมได้แล้ว ยังก่อให้เกิดความรู้สึกสนุกสนานเป็นกันเอง เช่นการจัดให้มีการเล่นเกมชิงของรางวัลต่างๆ ทำให้ลูกค้ารู้สึกลดความกังวลและรู้สึกใกล้ชิด

เป็นกันเองกับร้าน เป็นอีกช่องทางให้ลูกค้าเกิดความไว้วางใจจนเข้ามาเลือกซื้อสินค้าได้ในที่สุด นอกจากนี้เมื่อลูกค้าเกิดความไว้วางใจแล้ว การสั่งซื้อสินค้าเข้ามาจำหน่ายจนกลายเป็นลูกค้าประจำและเมื่อมีลูกค้าประจำ การบอกต่อกันไปรวมถึงการรีวิวทั้งสินค้าและบริการก็จะเกิดตาม เป็นการสร้างวงจรความน่าเชื่อถือให้ลูกค้าหน้าใหม่เข้ามาอีกเรื่อยๆไม่รู้จักกลยุทธหนึ่งเกี่ยวกับการลดราคาที่มีภักจะใช้ได้ผลเสมอคือการจัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าประจำเดือนหรือประจำปี จะกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความกระตือรือร้นในการจับจ่ายสินค้าได้มากขึ้น ซึ่งทุกกลยุทธที่กล่าวมาข้างต้นสามารถทำได้ง่ายและได้ผลมากที่สุดผ่านสื่อออนไลน์นี้แหละ



นอกจากนี้ต้องมีความสม่ำเสมอในการใช้สื่อออนไลน์ อย่าหายไปจากสื่อนานเกินไปเพราะความไม่ต่อเนื่องจะเป็นสาเหตุให้ลูกค้าเกิดอาการลืมสินค้าของเราไปในที่สุด เพราะฉะนั้นเจ้าของธุรกิจต้องใส่ใจและอัปเดตข้อมูลให้ลูกค้าอยู่เรื่อยๆ สินค้าแฟชั่นมาเร็วไวเร็ว ความสนใจของลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ก็ไม่ต่างกัน จะเห็นได้ว่าหากร้านไหนมีความสม่ำเสมอในการอัปเดตข้อมูลกลุ่มลูกค้าจะให้ความสนใจต่อเนื่อง ระดับการรักษายอดขายก็จะไม่หายไปไหนเช่นกัน

สิ่งที่ขาดไม่ได้เลยในการสร้างยอดขายผ่านสื่อออนไลน์คือการถ่ายรูปสินค้า เนื่องจากลูกค้าไม่สามารถมองเห็นสินค้าตัวจริงได้ รูปถ่ายจึงเปรียบเสมือนหน้าต่างบานแรกที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตัวสินค้า ผู้ขายต้องพิถีพิถันทั้งตัวสินค้า ฟรีเซนต์เตอร์ แสงสีและมุมกล้องที่เป็นธรรมชาติแต่ดึงดูดสายตาจนก่อให้เกิดความรู้สึกอยากซื้อสินค้าได้โดยไม่ต้องเห็นสินค้าจริงๆ แต่การถ่ายรูปสินค้าให้นำเสนอนั้นต้องคำนึงถึงเป็นจริงด้วย หากถ่ายรูปสินค้าออกมา

ดีเลิศแต่สินค้าจริงไม่สวยเหมือนในรูป เมื่อผู้บริโภคได้รับสินค้าจริง จะเกิดความรู้สึกเหมือนโดนหลอกหลวง เพราะฉะนั้นผู้ขายต้องอธิบายให้ลูกค้าทราบรายละเอียดสินค้าชัดเจนว่าทำมาจากวัสดุอะไร ขนาดเท่าไร สีที่แท้จริงเป็นอย่างไร และที่ลืมไม่ได้คือ ต้องระบุไว้เสมอว่าแสงและสีอาจมีความผิดเพี้ยนบ้างเล็กน้อย ขึ้นอยู่กับการตั้งค่าหน้าจอคอมพิวเตอร์หรือสมาร์ทโฟนแต่ละเครื่อง



การบริการที่ดี ด้วยช่องทางที่มีการติดต่อสื่อสารกันอย่างรวดเร็วในโลกโซเชียลมีเดีย นอกจากการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างรวดเร็วแล้วจะต้องพ่วงการบริการที่ดีจากใจให้ลูกค้าเสมอ เมื่อลูกค้าให้ความสนใจสินค้าของเรามาก คำถามที่มีเข้ามาก็มีมากตามขึ้นไปด้วยเช่นกัน การบริการที่ดีจึงต้องมี service mind ลูกค้าแต่ละคนมีความ

ต้องการไม่เหมือนกัน ผู้ขายต้องมีความอดทนต่อคำถามซ้ำๆ เดิมๆ ให้ได้ การสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์จะไม่เหมือนการเผชิญหน้าลักษณะคำพูดที่สื่อออกมาจะต้องมีความชัดเจนแต่นุ่มนวลไม่แข็งกระด้าง บริการที่ต้นนอกจากจะช่วยสร้างยอดขายแล้วสิ่งสำคัญคือลูกค้าจะเกิดการซื้อซ้ำบ่อยเพราะชื่นชอบในการใส่ใจของร้านค้าสามารถมัดใจลูกค้าให้อยู่หมัดได้ในที่สุด เมื่อลูกค้าชอบการรีวิวก่อนต่อกันไปเป็นทวีคูณ

ตั้งที่กล่าวมาแล้วนั้นจะเห็นได้ว่าสื่อออนไลน์สามารถทำให้ยอดขายพุ่งทะลุแบบก้าวกระโดดได้ ธุรกิจเติบโตได้ต่อเนื่องหากผู้ขายใช้สื่อให้ถูกต้องถูกเวลาและมีการอัปเดตสินค้าและข้อมูลการให้บริการที่ต่อเนื่องและชัดเจน การมีความอดทนต่อความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า ใส่ใจในการบริการเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อร้านค้าได้ และที่ขาดไม่ได้คือความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ถึงแม้ว่าวงการสินค้าแฟชั่นจะแข่งขันกันรุนแรงแค่ไหนก็ตาม หากสามารถหากกลยุทธ์ใหม่ๆ เข้ามาสู่อินสนามการ แข่งขันแล้ว โอกาสสนใจลูกค้าก็อยู่ไม่ไกล และที่สำคัญยังใช้ต้นทุนที่ไม่สูงมากแต่ได้ประสิทธิภาพสูงสุดอีกด้วย

อย่างไรก็ตามการใช้สื่อออนไลน์นั้นผู้ใช้งานในฐานะผู้ขายต้องมีมาตรฐานในการจัดการบริการที่ดี อย่างเช่นการสื่อสารที่ชัดเจนตรงไปตรงมากับลูกค้า เพราะโดยส่วนใหญ่แล้ว จะเน้นการสื่อสารผ่านตัวอักษรหากไม่มีความชัดเจนอาจทำให้เกิดการเข้าใจผิดได้ จะเห็นได้ว่าทุกวันนี้ผู้ซื้อและผู้ขายมีความเข้าใจผิดกันได้ง่ายมากเพียงแค่การสื่อสารไม่ตรงกับจนเกิดการทะเลาะกัน ซึ่งจุดนี้ก่อให้เกิดผลเสียกับทางร้านเป็นอย่างมาก เพราะลูกค้าจะเกิดการบอกต่อกันในโลกออนไลน์จนทำให้ร้านได้รับความเสียหายเนื่องจากข่าวจะถูกกระจายอย่างรวดเร็วจนควบคุมไม่อยู่กว่าผู้ให้บริการจะได้ทันชี้แจง ลูกค้าก็เชื่อข่าวไปแล้ว เสียภาพลักษณ์ทำให้ไม่มีความน่าเชื่อถือจนอาจทำให้ยอดขายตกได้



ธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสอง

ปัจจุบันกระแสคนไทยหันมานิยมใช้สินค้าแฟชั่นมือสองนั้นมีมากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะคุณภาพของสินค้าก็เรียกได้ว่าใช้ได้และราคาก็ถูกกว่าของมือหนึ่งเยอะทีเดียวหากเลือกเก่งสักหน่อย อาจได้ของดียี่ห้อดังติดไม้ติดมือมาในราคาสบายกระเป๋า เราต้องยอมรับว่าพฤติกรรมผู้บริโภคของมนุษย์เปลี่ยนแปลงไปได้ตามสภาพเศรษฐกิจที่ผันแปรไป ใช้น่าเศรษฐกิจซบเซาจะทำให้คนแต่งเนื้อแต่งตัวน้อยลง คนก็ยังเป็นคนใช้ชีวิตตามปกติแต่ก็อาศัยการปรับเปลี่ยนการใช้สินค้าเอา จากสินค้าที่เคยเป็นมือหนึ่งก็หันมาใช้เป็นมือสองเกรดเอแทน อย่างเสื้อผ้าบางคนก็หันมาซื้อเสื้อผ้ามือสองใส่แทน คุณภาพความสวยงามของเสื้อผ้าไม่ได้ต่างจากเสื้อผ้ามือหนึ่งเท่าไรนัก เมื่อคนปรับตัวกันเช่นนี้จึงทำให้ตลาดสินค้าแฟชั่นมือสองเติบโตได้เรื่อยๆ โดยเฉพาะเสื้อผ้ามือสอง และรองเท้ามือสองที่มีความต่างกับเสื้อผ้ารองเท้ามือหนึ่งตรงที่มีความเป็นเอกลักษณ์แบบชิ้นเดียวในตัวมันเองมีแค่ตัวเดียวแบบเดียวหมดแล้วหมดเลย และนี่ก็คือเสน่ห์อีกแบบของเสื้อผ้ามือสองและรองเท้ามือสองแต่ถ้าเปรียบเทียบกับเสื้อผ้ามือหนึ่งและรองเท้ามือหนึ่งก็จะเห็นความแตกต่างได้

อย่างชัดเจนตรงมือหนึ่งที่มีการอัพเดทกันกระแสน้อยตลอดเวลา แต่ก็ต้องแลกมากับการขายให้กับกระแสเทรนด์ เสื้อผ้าขายไม่ทันก็ต้องเอามาลดราคาเข้าเนื้อ

เมื่อเราเห็นโอกาสของธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสองกำลังเติบโตขนาดนี้ หลาย ๆ คนก็อาจจะต้องการเข้าสู่ธุรกิจตัวนี้บ้าง จุดเริ่มต้นก็ไม่ยากแต่ต้องพร้อมจริง ๆ เท่านั้น มาดูกันว่าจะเริ่มต้นกันอย่างไรดี

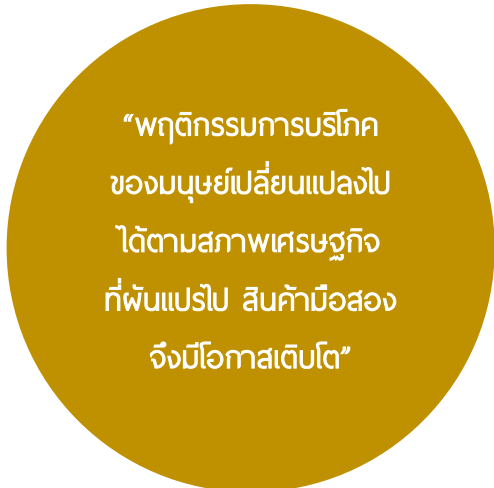
- » **การลงทุน** หลายคนพอคิดถึงเรื่องสินค้าแฟชั่นมือสองอาจจะมองว่าใช้ทุนไม่มาก เรื่องทุนเป็นเรื่องเล็กก็อาจจะใช้สำหรับคนที่มีความรู้เฉพาะจริงๆ คนที่มีทุนไม่มากนัก ก็เป็นเรื่องใหญ่ทีเดียว สิ่งแรกที่คุณต้องทำก็คือ การสำรวจคุณในกระเป๋าของตนเองก่อนว่ามีพอและพร้อมมากน้อยแค่ไหน สามารถที่จะยื่นมัดไปได้นานมากหรือไม่ สมมุติว่าคุณมีเงินอยู่จำนวนหนึ่งคุณนำมาลงทุนแปรสภาพเงินเป็นสินค้าแฟชั่นมือสอง เสื้อผ้าหรือรองเท้ามากระสอบหนึ่ง เมื่อคุณ

ได้ตัวสินค้าหลักมาแล้วเงินยังเหลือพอสำหรับบริหารจัดการเครื่องไม้เครื่องมืออื่นๆ หรือไม่เหลือมากพอแค่นั้น อย่างเสื้อผ้า อุปกรณ์ที่คุณต้องซื้อเพิ่มเติมคือ พวงซีกพอก น้ำยาปรับผ้านุ่ม ราวแขวนผ้า ไม้แขวนเสื้อ หรืออาจจะมีอื่นๆ อีก ส่วนรองเท้าหรือกระเป๋า คุณต้องดูเรื่องกาวหรือเครื่องหนัง พื้นยางที่จะมาใช้ซ่อมแซมส่วนที่พังไปเล็กน้อย ซึ่งทั้งหมดเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นและอยู่ในทุนที่คุณต้องจ่ายไปในช่วงแรกทั้งสิ้น พิจารณาให้ได้ว่าพร้อมไหม

» **เรื่องเป็นเวลา** คุณต้องสำรวจเวลาของตนเองด้วย หลายท่านอาจจะทำเป็นอาชีพเสริม คือ ขายเฉพาะเสาร์อาทิตย์ บางคนอาจจะขายหลังเลิกงาน ในกรณีที่ทำเป็นอาชีพเสริมแบบนี้สิ่งที่คุณต้องคิดให้หนักหน่อยก็คือคุณจะจบหรือไม่ เพราะระยะเวลาที่ทุนของคุณจะต้องขยายออกไปนานมาก สมมุติว่าคุณลงทุนไป 10,000 บาทแต่คุณขายได้เพียงละ 8 วันต่อเดือน คือเฉพาะทุกเสาร์อาทิตย์ อันนี้ก็อาจจะยังพอถูกใจ แต่ถ้าคุณมีเวลาลดลงมาครึ่งหนึ่งคือขายได้ 4 วันต่อเดือน เพราะบางคนต้องทำงานวันเสาร์ อันนี้ก็อาจจะต้องคิดหนักหน่อย ซึ่งเวลาที่มีเท่านี้ อาจทำให้ทุนจมไปก็ได้ ดังนั้นเรื่องของเวลาก็เป็นเรื่องที่ต้องขำไปไม่ได้

2 ข้อหลัก ๆ ที่คุณต้องสำรวจตัวเองก่อนที่จะเริ่มต้นธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสอง ดูว่าคุณจะผ่านไปได้อย่างไร ถ้าคุณคิดว่าบริหารจัดการได้ไม่มีปัญหา ทีนี้ก็มาดูเรื่องถัดไป จะรับสินค้ามาขายได้จากที่ไหน ? แนนอนแหล่งใหญ่ก็น่าจะไม่พิน ตลาดโรงเกลือ กาญจนบุรี แต่ปัญหาไม่ได้อยู่ที่จะรับสินค้ามาจากที่ไหนเพียงอย่างเดียว ธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสองมีปัญหาที่เป็นเรื่องสำคัญอยู่เรื่องหนึ่งก็คือ รายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ของสินค้า เป็นรายละเอียดเล็กน้อยที่ไม่เล็กน้อยอย่างที่คาด การซื้อของมาเป็นกระสอบๆ แล้วไม่มีโอกาสได้แกะกระสอบดู ตรงนี้ต้องอาศัยความเชื่อใจกันพอสมควร และค้าขายกันมานานเท่านั้น คนที่อยากจะเข้าสู่ธุรกิจนี้หรือกำลังจะเข้าสู่การเป็นมือใหม่ จึงไม่แนะนำให้ไปแหกกระสอบมาแบบไม่ตรวจไม่เลือก เพราะถ้ากลับถึงบ้าน เปิดกระสอบดู แล้วได้เสื้อผ้าเน่าๆ เก่าๆ กลับมา รับรองต้องนอนกุมขมับแน่ๆ หากคุณคิดจะเริ่มต้น คุณต้องศึกษาถึงสินค้าที่คุณต้องการขายให้รู้ลึกและรู้จริง ช่วงแรกคุณต้องลงไปคลุกคลีอยู่กับสินค้าทุกชิ้นด้วยตัวคุณเอง คุณต้องรู้ก่อนว่าคุณจะขายอะไร และขายให้

ใครผู้ชายหรือผู้หญิง ถ้าเป็นเสื้อผ้ามือสองของผู้ชายก็จะออกแนวยุโรป จะมีพวกเสื้อเชิ้ตลายสก๊อต เสื้อยีนส์ เท่ๆ กางเกงยีนส์ ส่วนแนวเสื้อผ้าของสุภาพสตรี ก็เป็นแนวเกาหลี ญี่ปุ่น จีน รองเท้าของผู้ชายก็เน้นแนวสปอร์ต ของผู้หญิงก็เน้นแนวใส่สบายแต่ต้องมีลวดลายประดับ สิ่งที่ต้องเหนื่อยสักหน่อยก็อาจจะเป็นเรื่องการชুবชีวิตสินค้าให้กลับมาดูดีอีกครั้ง ไม่ว่าจะ เป็นเสื้อผ้าที่ต้องซักหรืออย่างพิถีพิถัน รองเท้าหรือกระเป๋าที่ จะต้องซ่อมติดกาว ประรอยฉีกขาดที่มีตำหนิ ซึ่งทุกๆ รายละเอียดของสินค้าเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้จะเข้าสู่ธุรกิจนี้ต้องเตรียมรับมือไว้ได้เลย



สิ่งสำคัญอีกเรื่องก็คือ เมื่อทุกอย่างพร้อมแล้ว ทำไรให้ขายได้ ? แนนอนเลยละ ต้องมีกลยุทธ์ในการขายและการเปิดตลาดที่ดี เพราะถ้าสินค้าแฟชั่นมือสองของเรา ไม่ใช่ของมีแบรนด์ที่เป็นของทั่วๆ ไปคุณก็ต้องใช้องค์ประกอบรอบข้างทั้งหมดมาเป็นกลยุทธ์ของคุณ ทั้งการจัดโปรโมชั่น การลดราคา การซื้อ 10 แดมหนึ่ง การให้ลูกค้าที่ซื้อไปแล้วสามารถนำมาเปลี่ยนได้ในกรณีที่ใส่ไม่ได้จริงๆ การจัดส่งแก่ร้านให้ดูสะอาดตา หรือการเรียกลูกค้าด้วยวิธีเฉพาะตัว หรือบางทีคุณอาจจะเพิ่มช่องทางการขายให้กระจายออกไปเป็นวงกว้างด้วยการขายผ่านออนไลน์ ซึ่งกลยุทธ์ที่น่าสนใจไม่ใช่เพียงแค่ นำสินค้ามาวางขายผ่านหน้าเว็บไซต์หรือโซเชียลมีเดียแบบธรรมดาทั่วไปเท่านั้น คุณอาจจะใช้วิธีการประมูลสินค้าเอาทีได้ อาจจะนำสินค้าที่น่าสนใจขึ้นมาสักชิ้น ถ้าเป็นของมีแบรนด์ล่ะก็ ให้เลือกสินค้าชิ้นนั้นขึ้นมา และลองเปิดประมูลเริ่มต้นในราคาต่ำๆ ดูอาจจะมีการประมูลลงไปอีกหน่อยก็ได้ ก็จะทำให้ การซื้อขายสินค้ามือสองแบบธรรมดา กลายเป็นเรื่องที่ไม่



ธรรมดาขึ้นมา ความสนุกสนานในการช้อปปิ้งของลูกค้าก็มีเพิ่มขึ้นทันที โอกาสที่คุณจะดำเนินธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสองก็น่าจะสดใสมากขึ้น

สิ่งหนึ่งที่คุณขาดไปไม่ได้เลยในการทำธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสอง นั่นก็คือ การอัพเดทข่าวสารวงการแฟชั่น คุณจะต้องรู้ว่าตอนนี้แฟชั่นอะไรกำลังมา เทรนด์ไหนกำลังฮิต เพราะเวลาที่คุณไปเลือกสินค้ายังแหล่งรับสินค้า คุณจะได้เลือกได้ถูกต้องว่า เสื้อผ้า รองเท้าหรือ กระเป๋าแนวไหนที่กำลังฮิตเป็นกระแส อะไรที่ไม่ใช่กระแส แต่ขายได้เรื่อย ๆ อะไรที่เคยนิยมแต่ปัจจุบันไม่นิยมแล้ว ซึ่งถ้าคุณรู้คุณก็จะได้เปรียบเพราะไม่ต้องหมดทุนไปกับการรับสินค้าที่ขายไม่ได้มา เรื่องเหล่านี้บางคนคิดว่า ขายเพียงสัปดาห์ละ 1-2 วัน ไม่ต้องจริงจังก็ได้ ถ้าคุณคิดแบบนั้น นั่นเท่ากับว่าคุณยังไม่พร้อมที่จะลงมาสู่ธุรกิจนี้ คุณกำลังพลาด แม้ว่าคุณจะไม่ลงมาเต็มตัว แต่การที่จะประสบความสำเร็จหรือการทำอาชีพนี้ให้ได้กำไร คุณจะต้องใส่ใจเรื่องเหล่านี้ด้วย เพราะไม่เช่นนั้นร้านของคุณก็จะมีแต่สินค้าที่คนเขาไม่ต้องการ คุณจะต้องเสียทั้งเงินและเวลาไปฟรี ๆ

ธุรกิจสินค้าแฟชั่นมือสองเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่บอกได้เลยว่า โอกาสที่จะเติบโตนั้นมีน้อย เพราะมนุษย์เรายังคงไม่หยุดนิ่งเปลี่ยนแปลงไปตามกระแสอยู่ตลอดเวลา ดังนั้น โอกาสที่ธุรกิจนี้จะเติบโตไปข้างหน้าอีก ยังมีทางอีกมากมาย แต่สิ่งสำคัญก็คือ เมื่อยิ่งโตคู่แข่งก็ยิ่งมาก ใครเข้ามาก่อนก็ย่อมได้เปรียบ ถ้าคุณมีความคิดว่าอยากลองเข้ามาจับธุรกิจแนวนี้ดูบ้างก็สำรวจความพร้อมตัวเองให้ดี ศึกษาให้หนักเพื่อให้พร้อมจริง ๆ ก่อนแล้วค่อยลงมาก็ได้ เพราะโอกาสธุรกิจนี้ยังมีช่องทางไว้รองรับคุณเสมอ เพียงแต่คุณต้องหาจุดต่างที่ลงตัวให้ได้เท่านั้นเอง

ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้



บริษัท ทีซีน ออลเทอร์เนทีฟ จำกัด “TURN KEY SOLUTION”

เรียนจบจากสาขาช่างไม้ครุภัณฑ์ ตั้งใจว่าจะเป็นช่างไม้ช่างเฟอร์นิเจอร์ที่ดี สร้างสรรค์งานคุณภาพ ทั้งในด้านดีไซน์และความทนทาน ที่สำคัญคือเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หลังจากเรียนจบจึงได้ไปทำงานกับบริษัททำเฟอร์นิเจอร์ส่งออก เป็นเฟอร์นิเจอร์สำหรับที่พักอาศัยทั้ง Indoor และ Outdoor และในระหว่างทำงานก็ได้รับโอกาสสมัครไปดูงานในต่างประเทศบ่อยครั้ง แต่มีอยู่ครั้งหนึ่งได้ไปเห็นเฟอร์นิเจอร์ที่ออกแบบสำหรับห้องปฏิบัติการโดยเฉพาะ ราคาชุดเดียวหลายแสนไปจนถึงเป็นล้านก็มี เลยทำให้เกิดความสนใจขึ้นมาทันที นี่เป็นจุดเริ่มต้นของเก้าอี้ร้อยล้าน ดร.สมศักดิ์ วาทินชัย กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทีซีน ออลเทอร์เนทีฟ จำกัด

เริ่มจากจุดนั้น เราเดินเข้าไปถามเค้าว่าอะไรที่ทำให้ราคาเฟอร์นิเจอร์พวกนี้สูงกว่าเฟอร์นิเจอร์อื่นๆ ลองมาคิดดูว่าเราส่งออกเป็นคอนเทนเนอร์ทั้งตู้ มูลค่าแค่สี่ห้าแสน ของเค้าแค่ชุดเดียวราคาเกินของเราไปแล้ว ได้คำตอบว่าเฟอร์นิเจอร์พวกนี้ออกแบบขึ้นมาเพื่อใช้งานเฉพาะอย่าง และที่สำคัญเป็นสินค้าที่ผลิตตามมาตรฐาน British Standard (BS) 3202 จึงกลับมาคิดว่าเราทำเฟอร์นิเจอร์มาตั้งนาน ได้แต่ทำตามใจตามมาตรฐานที่ลูกค้าเป็นคนกำหนด เลยได้แรงบันดาลใจจากตรงจุดนี้ที่จะเริ่มต้นธุรกิจของตัวเอง หลังจากนั้นใช้เวลาศึกษา

หนึ่งปีจึงลาออกจากการเรียนรายเงินจากคุณแม่จากญาติๆ มาเริ่มต้นธุรกิจด้วยเงินทุนจดทะเบียน 1 ล้านบาท ในปี 2542 จนปัจจุบันมียอดขายสูงกว่า 500 ล้านบาท

ความท้าทายบนเส้นทางธุรกิจที่แตกต่าง ที่ตัดสินใจปลิ้นตัวเองมาทำธุรกิจนี้เพราะเห็นว่ามันเป็นความท้าทาย และมีคนทำน้อยมากในเมืองไทย และในส่วนน้อยนั้นก็ยังไม่มีการที่ทำได้ถูกต้องตามมาตรฐานสากล ทั้งเรื่องของมาตรฐานความปลอดภัย สุขภาพ และการรักษาสิ่งแวดล้อม ถ้าเราเลือกทำธุรกิจนั้นนอกจากจะเป็น Niche Market แล้ว ยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเป็นประโยชน์กับนักวิทยาศาสตร์ไทย ทำให้ลดความเสี่ยงในการเป็นมะเร็ง

ภายใต้แบรนด์ Prolab® เราออกแบบและผลิตเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงระบบบำบัดสารพิษ ก่อนจะถูกปล่อยออกสู่ภายนอก เราเริ่มต้นจากการออกแบบฟรีให้กับลูกค้า เพื่อที่ลูกค้าจะได้แบบที่ตรงกับความต้องการและเหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด และเราพยายามเสนอจุดเด่นให้ลูกค้าเห็นว่าคุณภาพของสินค้าเราได้มาตรฐานที่เป็นสากลซึ่งเป็นมาตรฐานสำหรับห้องปฏิบัติการโดยเฉพาะ ต่างจากผู้ผลิตเฟอร์นิเจอร์รายอื่นๆ อีกทั้งยังรักษาสิ่งแวดล้อม รักษา

สุขภาพคนใช้งาน จึงทำให้สิ่งนี้กลายเป็นจุดเด่นของเรา ภายใต้แนวคิด “สุขภาพ ความปลอดภัย สิ่งแวดล้อม”

Turn Key Solution กลยุทธ์ของเราคือ เรายุทธการแบบ Turn Key Solution เริ่มตั้งแต่การออกแบบเพอร์นิเจอร์ทุกชิ้น รูปแบบการจัดวาง อุปกรณ์ต่อพ่วง ระบบระบายอากาศ ไฟฟ้า ออกแบบตกแต่งภายในตามขนาดและความต้องการ ลูกค้าที่มาหาเราจึงจบงานได้ทันทีด้วยแบบครบวงจร ผลตอบรับในช่วงแรกดีมาก ยิ่งลูกค้าที่ใช้งานไปนานๆเค้าจะรู้ถึงความแตกต่าง ความทนทาน และความปลอดภัย เพอร์นิเจอร์ของเรามีกระบวนการออกแบบที่ซับซ้อน ต่างจากเพอร์นิเจอร์ทั่วไปซึ่งจะเน้นความสวยงามเป็นหลัก แต่การออกแบบของเราจะต้องได้มาตรฐานและคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้ใช้งานเป็นที่ตั้ง เช่นตุ้กดูดควันไอกรด ต้องเป็นระบบที่ทำงานได้สมบูรณ์เพื่อความปลอดภัยของผู้ใช้งาน เพอร์นิเจอร์ทุกชิ้นจะต้องไม่ลามไฟ ต้องทนต่อกรดหรือสารเคมี และไม่จบแค่นั้นห้องปฏิบัติการเท่านั้น เราดูแลทั้งระบบที่จะถูกปล่อยออกไปภายนอก คือเมื่อสารเคมีต่างๆถูกปล่อยออกไปสู่ภายนอกต้องผ่านระบบบำบัดเสียก่อน รวมไปถึงระบบไฟฟ้าที่ใช้ก็ต้องเสถียรด้วย

“กลยุทธ์ของเรา คือ
เราบริการแบบ
Turn Key Solution
ลูกค้ามาหาเราทีเดียว

การขยายตลาดนั้น จริงๆเราขยายออกไป AEC มาเป็น 10 กว่าปีแล้ว เราส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้าน ลาว พม่า มานานแล้ว ตอนนี้อะไรๆมันให้ครอบคลุมทั่วเอเชีย เช่น อินเดีย บังคลาเทศ ต่อไปเราตั้งเป้าว่าจะเป็นยุโรปและอเมริกา

เราจึงไม่เคยหยุดนิ่งที่จะนำเทคโนโลยีใหม่ๆเข้ามาช่วยเสมอ เพื่อให้เราได้รับการยอมรับในระดับสากล

เราเชื่อว่าทุกอย่างต้องขับเคลื่อนด้วยมนุษย์ เราให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลมาเป็นหนึ่ง เพราะเราเชื่อว่าทุกอย่างต้องขับเคลื่อนด้วยมนุษย์ เราให้พนักงานทุกคนที่เป็นระดับผู้บริหารเขียนคัมภีร์ขึ้นมาละเรื่อง เกี่ยวกับงานที่ตัวเองทำและรับผิดชอบ เพื่อสร้าง Data Base ของบริษัทไว้เป็นการสอนพี่สู่น้อง เพื่อให้องค์กรได้มีการเรียนรู้และเติบโต เพื่อที่ทุกคนในองค์กรจะได้สร้างคุณค่าของตัวเอง เราเชื่อว่าถ้าคนทำงานเป็นคนที่มีคุณภาพ เค้าก็จะสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพ และมอบสิ่งดีๆให้กับลูกค้าทุกราย เราจึงมีการสนับสนุนให้พนักงานเรียนรู้อยู่ตลอดเวลาทั้งการอบรมแบบภายในกันเอง หรือให้คนนอกมาอบรมเพิ่มความรู้และทักษะที่จำเป็นกับการทำงาน

เคล็ดลับการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืนของเราคือ การให้ความสำคัญกับทรัพยากรมนุษย์ เพราะอย่างที่กล่าวมาแล้วว่ามนุษย์เป็นตัวขับเคลื่อนทุกอย่าง แม้เราจะมีเครื่องจักรที่ดี มีคอมพิวเตอร์ วัตถุดีดีแค่ไหน แต่หากเราขาดพนักงานที่ดีที่จะมาสร้างสรรค์ชิ้นงานคุณภาพ ธุรกิจของเรา ก็ไม่อาจเติบโตได้อย่างยั่งยืน เค้าจะสร้างชิ้นงานดีๆให้กับลูกค้า หากลูกค้าพอใจเค้าก็จะเป็นลูกค้าที่ดี Royalty กับเรา สองสิ่งที่สำคัญนี่จะเป็นปัจจัยทำให้ธุรกิจเติบโตอย่างแน่นอน

ผู้นำต้องมองปัญหาให้ออกก่อน ธุรกิจทุกธุรกิจย่อมต้องเจอกับปัญหาแต่ผู้บริหารต้องมองปัญหาให้ออกก่อนที่มันจะเกิด โดยเฉพาะปัญหาที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจของเราทั้งจากปัจจัยภายในและภายนอก เราต้องวางแผนในการแก้ปัญหาเพื่อลดความเสี่ยง เช่น ปัญหาความชำนาญของบุคลากร เนื่องจากเราเป็นเพอร์นิเจอร์เฉพาะทาง ที่ต้องใช้ความชำนาญและปรารถเป็นพิเศในการผลิต เราแก้ปัญหาการขาดบุคลากรโดยการเปิดโรงเรียนสร้างคนของเราเอง โดยการติดต่อประสานกับมหาวิทยาลัยต่างๆรับนักศึกษาฝึกงานเข้ามา ให้เค้ามาฝึกทักษะกับเราสี่เดือน หากฝีมือดีก็จะจ้างเค้าหลังจากเรียนจบ เป็นต้น แม้แต่เรื่องเงิน เราก็ต้องบริหารหนี้แบบจ้อย่างตรงเวลา จ่ายเงินซัพพลายเออร์ ชื้อสต็อกกับลูกค้า

ความดีที่เราทำธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาลนี้ ก็จะทำให้เราชนะทุกสิ่ง

ปัญหาหลักๆของธุรกิจเราคือ ลูกค้าในเมืองไทยบางคนยังไม่รู้จักมาตรฐานของห้องปฏิบัติการคืออะไร เพราะประเทศไทยไม่มีการเรียนการสอนเรื่องการออกแบบอาคารห้องปฏิบัติการ ให้มีมาตรฐานสากลที่รับรองเรื่องความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม เราแก้ปัญหาโดยการจัดสัมมนาให้ความรู้กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจว่ามาตรฐานของเพอร์นิเจอร์ ความปลอดภัยของผู้ใช้งาน และสิ่งแวดล้อมสำคัญแค่ไหน เมื่อเค้านำและเล็งเห็นความสำคัญตรงจุดนี้ ก็



จะทำให้มีส่วนในการตัดสินใจใช้บริการและผลิตภัณฑ์ของเรา ส่วนในต่างประเทศเราเคยเจอปัญหาการกีดกันสินค้า เราจึงได้พัฒนาตัวเองจนเราได้รับรองมาตรฐาน British Standard (BS) 3202 :1991 และ การรักษาระบบมาตรฐานสากลด้านอาชีวอนามัยและความปลอดภัย OHSAS 18001:2007 และ TIS 18001 : 2554 ทั้งตัวสินค้าและการออกแบบระบบ ซึ่งเราก็เอาชนะปัญหานี้มาได้

รางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ 5 ปีซ้อน จากการประกวด SMEs National Awards เป็นรางวัลที่ทำให้เรามองเห็นตัวเองได้ชัดเจนขึ้น บางครั้งเราอาจมองตัวเองไม่ออกหรือคิดว่ายอดขายเราดีแล้วถือว่าเราประสบความสำเร็จแล้ว แต่จริงๆอาจไม่ใช่เช่นนั้น การเข้าประกวด SMEs National Awards ทำให้เราได้มีโอกาสเข้าตรวจสุขภาพองค์กร และมีภาครัฐเข้ามาช่วยตรวจอีกแรง จะมีที่ปรึกษามาช่วย comment ช่วยมองจุดอ่อนของเราที่เราอาจจะมองไม่เห็น และช่วยเสริมจุดแข็ง จนเรารุ้กับพนักงานไว้ว่าขอให้ทุกคนทำให้เต็มที่พร้อมสำหรับการตรวจเช็คองค์กรทุกปี เพื่อเข้าประกวด

อย่างต่อเนื่องทุกปี เพราะเราเชื่อว่าไม่มีธุรกิจไหนที่เมื่อเติบโตแล้วอยู่เฉยๆ หรือไม่ปรับตัว เพราะหากเราต้องการให้ธุรกิจเราก้าวไปข้างหน้า เติบโตอย่างต่อเนื่อง เราต้องตามโลกให้ทันพัฒนาตัวเองให้ทันกระแสโลก เพราะโลกมีแต่จะเดินไปข้างหน้า ไม่มีถอยหลัง



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน(AEC)อย่างเป็นทางการ สร้างความเปลี่ยนแปลงในหลายด้านให้เกิดขึ้น อะไรที่หนึ่งมานานก็ต้องมีการปรับตัวกันทั้งหมด นี่จึงกลายเป็นยุคของการแข่งขันเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของจริงของแท้ “ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้” ก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของไทยที่ใช้ “ดีไซน์” เป็นตัวขับเคลื่อน ในปี 2558 ที่ผ่านมา ภาคการส่งออกอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไทยมีมูลค่าราว 1,050 ล้านเหรียญสหรัฐ ติดลบกว่า 10% เทียบกับปี 2557 จากปัจจัยเศรษฐกิจโลกชะลอตัว เรียกว่า ภาพรวมของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ไม้ไทยใน วันนี้นี้คือ เรากำลังตกอันดับจากตำแหน่งต้นๆ ของภูมิภาค คือเราวิ่งตามหลังเวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย อยู่หลายเท่าเหมือนกัน ที่เป็นเช่นนั้นเพราะไทยเรามีต้นทุนวัตถุดิบที่แพง ค่าแรงการผลิตสูง กฎระเบียบเรื่องการควบคุมป่าและไม้แปรรูปต่างๆ ก็มากกว่าประเทศอื่น ปัจจัย

ทั้งหลายเหล่านี้ส่งผลให้ยอดขายเฟอร์นิเจอร์ไทยตกต่ำลงเรื่อยๆ แคมเปญทางที่ธุรกิจจะเดินต่อไปในเชิง Mass Production ก็แทบเป็นไปได้ จุดแข็งและที่เหลืออยู่ของประเทศไทยขณะนี้เพียงสองอย่างเท่านั้น คือ ดีไซน์ และ เรื่องของการตลาด

เมื่อสถานการณ์ภาพรวมเป็นเช่นนี้ ก็ไม่ได้หมายความว่าทุกอย่างจะแย่ไปเสียหมด ในวิกฤตก็ยังมีโอกาสเสมอ แต่จริงๆ แล้วสถานการณ์ของธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ของไทยก็ใช้ว่าจะถึงขั้นวิกฤตขนาดนั้น โอกาสจึงยังพอมืออยู่เสมอ สำคัญที่เจ้าของธุรกิจต้องรู้จักใช้ ข่าวดสาร ข้อมูลความเคลื่อนไหวที่เปลี่ยนแปลงตลอดนี้มาใช้เพื่อพลิกโฉมอุตสาหกรรมและธุรกิจของตน การเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่ง มาลี โชคล้ำเลิศ อธิบดีกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ให้ความเห็นที่สินค้าเฟอร์นิเจอร์ไทยจะยังมีโอกาสขยายตัวเพิ่มขึ้นได้ในปีนี้ราว

10% จากปัจจัยบวกการเข้าสู่ตลาดอาเซียนที่เริ่มต้นแล้ว จึงกล่าวได้ว่า ปี 2559 นี้ ผู้ประกอบการเพอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ของไทยควรใช้โอกาสจากการเข้าสู่อาเซียน เพื่อขยายการค้าตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน อย่าง กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม และถ้าจะเน้นต้องเข้าไปที่เมียนมา เพราะสถานการณ์ตอนนี้เมียนมามีที่ท่าว่าเริ่มมีความต้องการในกลุ่มสินค้าเพอร์นิเจอร์สูงชันอย่างมาก อันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองของเมียนมาเองด้วย จึงส่งผลให้อัตราการขยายตัวในภาคอสังหาริมทรัพย์ประเภทต่างๆ ทั้งที่อยู่อาศัย ที่พักโรงแรม อาคารสำนักงานธุรกิจต่างๆ มีมากขึ้น เห็นได้จากกรณีที่ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพอร์นิเจอร์ไทยรายใหญ่ ที่มีแบรนด์ อาทิ เอสบี เพอร์นิเจอร์ ร็อกเวธ ได้เข้าไปทำการค้าในประเทศดังกล่าวแล้ว ก็มีการรุดหน้าไปเป็นระยะๆ

เรามองเห็นโอกาสแล้ว แต่เรื่องความเสี่ยงล่ะเป็นอย่างไร แน่นอนว่าโอกาสมากขึ้นความเสี่ยงก็ไม่ได้ลดลง เกมยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอีกด้วย สิ่งที่เราต้องระวังอย่างมากเลยก็คือ คู่แข่งที่น่ากลัว จะมีสินค้าประเภทเพอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้มากมายทะลักเข้าสู่ตลาด ทั้งจากฝั่งมาเลเซีย เวียดนาม จีน เพราะเราต้องไม่ลืมว่า เราได้ทำข้อตกลง MOU อาเซียนกับทางประเทศจีนด้วย และจะมีการแข่งขันที่จริงจังมากขึ้นภายในประเทศเราเอง การมองในมุมเดียวที่ว่า เมื่อเปิดอาเซียนแล้วเราจะส่งของไปขายให้กับประเทศอาเซียนอื่นๆ อยู่เพียงฝ่ายเดียวทุกอย่างคงไม่ได้ง่ายอย่างนั้น อย่างลืมนะ เรามีอุปสรรคทางด้านภาษาและพื้นที่ ที่ขัดขวางเราอยู่จึงไม่ง่ายที่เราจะทำการส่งออกได้อย่างสะดวก ถ้าลองเปรียบเทียบกับอินโดนีเซีย มาเลเซีย บรูไน หรือฟิลิปปินส์ เราก็จะมองเห็นภาพที่ชัดเจนขึ้นพวกนี้เขามีพื้นฐานการค้าระหว่างกันอยู่แล้ว ยิ่งสิงคโปร์นี่คือศูนย์กลางการค้าระดับอินเตอร์เลยก็ว่าได้ เขามีความพร้อมในทุกด้านทั้งเงิน ข้อมูล และการเตรียมตัวที่ดี เป็นการยากมากที่ไทยเราจะตามเขาได้ทัน เมื่อเขาขยับเราจึงเขยิบได้ลำบากเต็มที

เมื่อสถานการณ์เป็นเช่นนี้เราจะต้องปรับตัวอย่างไร ? อย่างที่กล่าวไว้ตอนต้น การจะปรับเพื่อให้มีความสามารถในการแข่งขันจะต้องปรับเรื่องดีไซน์ดีไซน์เป็นตัวตั้ง ยุคนี้ต้องสู้กันด้วยความคิดที่สร้างสรรค์จริงๆ เพราะทุกสิ่งตอนนี้สามารถตามกันกันได้หมด ยกเว้นเรื่องความคิด ถ้าใครคิดได้ก่อนก็ย่อมคว้าชัยไปครอง ผู้ประกอบการธุรกิจเพอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ของไทยต้องหันมาเน้นเรื่องดีไซน์ที่

แตกต่างและตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์สมัยใหม่เป็นหลัก และจะต้องพร้อมสามารถสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่มีศักยภาพ เข้าใจตลาดเป้าหมายได้อย่างถ่องแท้ถึงจะพอสู้กับหลายๆ ประเทศได้ ถึงแม้เราจะปรับแล้วก็ตามก็เชื่อว่าจะได้ผลเสมอไป เพราะอย่าลืมนะว่าต้องสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ณ ตอนนั้นด้วย แต่ในเบื้องต้นควรมุ่งให้ความสำคัญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มากขึ้น เพื่อหนีการแข่งขันด้านราคา อันนี้ต้องเริ่มทำให้ได้ก่อน และปัญหาต่อไปก็จะเบาบางลง



ส่วนกลยุทธ์ที่เราจะนำไปใช้ในการเข้าสู่ตลาดอาเซียน ก็ต้องเกิดความร่วมมือกันก่อน เราต้องเข้าใจก่อนว่า ภาพลักษณ์ความเป็นแบรนด์ไทย ถ้าไปเรื่อยๆ ยากเหมือนกันที่จะสู้แบรนด์ยักษ์ใหญ่ได้ ในช่วงเริ่มต้นผู้ประกอบการธุรกิจไทยควรใช้วิธีการทำธุรกิจผ่านพันธมิตรท้องถิ่นเพื่อเป็นผู้นำตลาดด้วยจะมีความชำนาญและเชี่ยวชาญด้านกฎหมายและวัฒนธรรมผู้บริโภคในแต่ละประเทศดีกว่า และเมื่อธุรกิจมีการเติบโตก็สามารถขยายไปสู่การร่วมทุนทางธุรกิจ หากเรารวมกลุ่มแบรนด์ระดับกลางๆ หลายๆ แบรนด์เข้าด้วยกัน นำหนักในการถ่วงดุลและความน่าเชื่อถือก็จะมีมากขึ้น นี่เป็นกลยุทธ์ส่วนแรกที่จะต้องทำและนำไปใช้

ส่วนที่สองต้องดำเนินกลยุทธ์ทางการตลาด ปัจจุบันตลาดเบอร์หนึ่งของเรายังคงเป็นอเมริกาอยู่ เบอร์สองคือญี่ปุ่น และเบอร์สามคือยุโรป ซึ่งถ้าเราดูสถานการณ์แล้วในอเมริกาและยุโรปยังประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจอยู่ ก็เลยทำให้ดูว่าทางตลาดอื่นเหลือเกิน วิธีการที่จะแก้ปัญหาดังกล่าวก็ต้องหาตลาดใหม่ เรื่องมาร์เก็ตติ้งกลับมาเป็นเรื่องสำคัญอีกครั้ง คุณต้องบุกตลาดใหม่จึงจะเห็นโอกาสและทางรอด ตอนนี้การออกงานแสดง

สินค้ากลายเป็นเรื่องพื้นฐานด้านมาร์เก็ตติ้งไปแล้ว แต่ถ้าใครยังไม่เคยออกงานแสดงสินค้า ก็ต้องพิจารณาได้แล้วว่าคุณกำลังหยุดนิ่งมานานเกินไป ต้องปรับตัวได้แล้ว เพราะไม่อย่างนั้นการดำเนินธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ของคุณก็จะถอยลงเรื่อยๆ



มาถึงตรงนี้เราก็พบว่าจุดเด่นของเรายังพอที่จะใช้สู้กับคู่แข่งอื่น ๆ ได้ก็คือ ดีไซน์ ประสิทธิภาพออกสุดท้ายที่จะช่วยผู้ประกอบการไทยไปให้ถึงฝั่งฝัน จุดแข็งเดียวที่เรายังเหลืออยู่ก็คือดีไซน์และการตลาด เราต้องกลับไปพัฒนาตรงนั้นให้ดีที่สุด เราอาจจะหวั่นจับความเป็นไทยหรือรากเหง้าของเราขึ้นมาเป็นตัวตั้งและสร้างเป็นเทรนด์ใหม่ขึ้นมาก็ได้ และพยายามสร้างเป็นธีมหลัก อาจมีผู้ประกอบการรายอื่นๆ พบเห็นและนำไปต่อยอดอีก ก็จะทำให้เข้มแข็งขึ้น คือ เราต้องคว้าสิ่งที่ใกล้ตัวมาใช้ก่อน เพราะเป็นวัตถุดิบที่มีประโยชน์และมีคุณค่าในตัวเองที่ไม่ต้องใช้ต้นทุนอะไรมาก บางทีการดึงเอาคอนเซ็ปต์รักโลกมาใช้ก็อาจจะกว้างและไกลตัวไปสักหน่อยก็ได้ ซึ่งเราอาจจะทำได้ไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดนัก แต่ถ้าเราย้อนกลับมาที่รากเหง้าของเราที่อาจจะเพียงพอที่จะตอบโจทย์ตลาดในภูมิภาคได้ เพราะเราต้องไม่ลืมว่า ภูมิภาคความเป็นไทยก็เป็นวิถีรักโลกอีกวิถีหนึ่งเช่นกัน

ดังนั้น ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ของผู้ประกอบการไทยในยุคเข้าสู่อาเซียนแบบเต็มตัวนี้ จะอยู่อย่างไรได้ยาวไม่ได้อีกต่อไปแล้ว ต้องหันหน้าเข้าหากันพนักกำลังและสร้างความแข็งแกร่งไปพร้อมๆ กัน ที่สำคัญต้องไม่หยุดคิด เพราะดีไซน์กลายเป็นอาวุธเดียวที่เรายังเหลือ และใช้เป็นไม้เด็ดในการที่จะต่อสู้ในตลาดระดับภูมิภาค และจะต้องขยันที่จะส่งเสริมการทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง เราถึงจะพอมีโอกาสที่จะสู้กับนานาชาติได้ไหว ที่สำคัญต้องไม่ถอดใจไปเสียก่อน เพราะเรื่องเหล่านี้ก็ต้องใช้เวลาอยู่เหมือนกัน กว่าจะทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เข้าใจและเห็นตรงไปในทิศทางเดียวกัน ถ้าทำได้โอกาสในการแข่งขันและเติบโตก็ยังมี



การออกแบบและพัฒนารูปแบบสินค้าเฟอร์นิเจอร์

เฟอร์นิเจอร์ดูเหมือนจะเป็นที่สิ่งจำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ไม่ว่าจะเป็นในระดับครัวเรือนที่พักอาศัย โรงเรียน สำนักงาน โรงพยาบาลต่างก็ต้องมีเฟอร์นิเจอร์เป็นของใช้หรืออาจเป็นของประดับตกแต่งแล้วแต่ความจำเป็นและความชอบของผู้ที่เลือกใช้ ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์นับเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจเนื่องจากที่อยู่อาศัยของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง บ้านจัดสรร คอนโดมิเนียม พุดโครงการใหม่ๆขึ้นทุกที่ โดยเฉพาะนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมให้ประชาชนซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้นและจะสามารถลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้ ที่อยู่อาศัยตามแนวรถไฟฟ้ายังคงขยายตัวต่อไปเรื่อยๆจนถึงปี 2570

จากการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่สนับสนุนโดยภาครัฐนั้นเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ยังมีู่ทางแจ่มใส โดยคาดการณ์กันว่าปี 2559 สินค้า

เฟอร์นิเจอร์ก็ยังขยายตัวได้ สังเกตได้จากผู้ประกอบการรายใหญ่แบรนด์ดังๆในธุรกิจนี้ยังมีการขยายสาขากันได้ ถึงแม้จะผ่านช่วงเศรษฐกิจซบเซาไปบ้างแต่ก็ยังไม่น่าเป็นห่วงมากนัก ส่งผลพลอยดีให้ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์มีความคึกคักตามไปด้วย เนื่องจากเมื่อมีที่อยู่อาศัย ผู้บริโภคก็จำเป็นต้องซื้อเฟอร์นิเจอร์ตามไปด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ยังเป็นธุรกิจส่งออกที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยไม่น้อย อีกทั้งการบริโภคภายในประเทศก็ยังมีความต้องการต่อเนื่องอีกด้วย สิ่งจำเป็นเหล่านี้จะส่งผลให้การออกแบบและพัฒนารูปแบบสินค้าเฟอร์นิเจอร์ต้องมีการตื่นตัวและปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคเช่นกัน

การออกแบบเฟอร์นิเจอร์ คืออะไร การออกแบบเฟอร์นิเจอร์หมายถึงการจัดองค์ประกอบ โดยใช้ศิลปะและความคิดสร้างสรรค์ในการวางแผนกำหนดรูปแบบเฟอร์นิเจอร์

ที่เราต้องการเพื่อจุดประสงค์ในการใช้สอยให้เกิดประโยชน์และความสะดวกสบายมากขึ้น เป็นการเพิ่มความสวยงามอย่างมีศิลปะด้วยการเลือกพื้นวัสดุอุปกรณ์ในการใช้งานให้ตรงความต้องการตามวัตถุประสงค์

การออกแบบพัฒนารูปแบบเฟอร์นิเจอร์นับเป็นเรื่องที่จำเป็นอย่างมากในธุรกิจเฟอร์นิเจอร์เพราะนอกจากเฟอร์นิเจอร์จะเป็นเครื่องใช้ไม้สอยภายในบ้านแล้ว ยังสามารถใช้เป็นเครื่องประดับตกแต่งบ้านเพื่อความสวยงาม สามารถบ่งบอกถึงรสนิยม ความชอบ ตัวตนและ lifestyle ของผู้ใช้งานได้ จะเห็นได้ว่าในห้างสรรพสินค้า ไซว์รูม และตามโรงแรมต่างๆ นอกจากจะวางเฟอร์นิเจอร์ให้แขกหรือลูกค้าได้นั่งแล้ว รูปแบบของโซฟาหรือเฟอร์นิเจอร์ชนิดอื่นๆ เช่นม้านั่งในแต่ละที่จะมีคอนเซ็ปต์ที่แตกต่างกันไปตามแต่สถานที่นั้นๆจะกำหนด อย่างเช่นโรงแรมรีสอร์ทบางที่จะกำหนดสไตล์การตกแต่งเน้นสีส้ม ก็จะเลือกสีเฟอร์นิเจอร์ให้เข้ากับคอนเซ็ปต์ที่วางไว้ เฟอร์นิเจอร์ที่จะใช้จึงต้องเป็นสีแดง สีดํา หรือสีส้มสดใสเป็นต้น หรือบางโรงแรมอาจออกแบบการตกแต่งเป็นแนวคอนเทมโพรารี เฟอร์นิเจอร์ที่จะใช้ก็เป็นแนวคอนเทมโพรารีเช่นกัน และนอกจากนี้สมัยนี้การตกแต่งบ้านพักหรือคอนโดมิเนียมก็มีการตกแต่งทั้งในสไตล์โมเดิร์นบ้าง ลอฟท์บ้างหรือวินเทจบ้าง เฟอร์นิเจอร์ซึ่งเป็นส่วนหรือองค์ประกอบหลักในการตกแต่งอย่างหนึ่งจึงจำเป็นต้องออกแบบให้มีความสอดคล้องกับสไตล์ตกแต่งบ้านแบบต่างๆด้วยเช่นกัน

การออกแบบที่ดีควรเป็นอย่างไร? การออกแบบที่ดีนั้นผู้ออกแบบจะต้องศึกษาและสังเกตความต้องการของตลาดที่นับวันจะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว นักออกแบบจึงต้องหมั่นเรียนรู้ศึกษาและพัฒนา รูปแบบของเฟอร์นิเจอร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าให้ทันให้ได้ ซึ่งการออกแบบจะสามารถอิงกับการรูปแบบของที่พักอาศัยในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เพื่อตอบโจทย์ลูกค้าในแง่ของรูปแบบและสไตล์ของบ้านหรือคอนโดมิเนียมที่สร้างขึ้น เช่นบ้านจัดสรรหลายโครงการเน้นการก่อสร้างบ้านสไตล์โมเดิร์น ความต้องการเฟอร์นิเจอร์สไตล์โมเดิร์นจึงเป็นที่ต้องการของลูกค้าเพื่อตกแต่งบ้านให้เข้ากับสไตล์บ้านที่มีอยู่ ผู้ประกอบการเฟอร์นิเจอร์จึงต้องเน้นการออกแบบเฟอร์นิเจอร์ให้มีความเป็นสไตล์โมเดิร์นด้วยเช่นกัน

การเลือกวัสดุที่จะใช้ในการออกแบบ สมัยนี้เฟอร์นิเจอร์มีรูปแบบให้เลือกหลากหลาย เฟอร์นิเจอร์จึงมีวัสดุที่ใช้แตกต่างกันออกไป เช่นเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่นจากไม้ก็แบ่งเป็นไม้เนื้อแข็ง ไม้ฉัด ไม้ยางพาราซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในวงกว้างเนื่องจากไม่แพง จากวัสดุที่เป็นหวาย จากไม้ไฟ

และไม้ MDF หรือไม้พาทิคีลบอร์ดเป็นประเภทหนึ่งของไม้ฉัดที่ทำมาจากไม้ยางพาราที่มีการอัดละเอียดและมีความทนทานมากกว่าไม้ฉัดอื่นๆ นอกจากนี้ยังมีเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้วัสดุธรรมชาติอย่างอื่นเช่นจากหิน เช่นหินอ่อนและอื่นๆ เฟอร์นิเจอร์ที่มักเห็นได้ง่ายคือ ม้านั่งหินอ่อนในสนามหญ้าเป็นต้น ตลอดจนเฟอร์นิเจอร์ที่ใช้วัสดุอื่นที่ไม่ใช่วัสดุจากธรรมชาติ เช่น เหล็กและพลาสติกเป็นต้น ทั้งนี้ควรเลือกวัสดุให้สอดคล้องกับการใช้งานในรูปแบบต่างๆ เช่นหากเป็นบ้านเรือนที่อยู่อาศัยรวมไปถึงโรงแรมรีสอร์ททั่วไปก็จะเป็นวัสดุจากธรรมชาติ เช่นไม้เนื้อแข็ง ไม้ยางพารา ไม้ฉัด particle board หวาย ไม้ไฟเป็นต้น ถ้าเป็นโรงงานก็เน้นวัสดุที่คงทนอย่างเหล็ก หรืออาจเน้นที่ราคาไม่สูงมากไม่เน้นตีไซน์แต่เน้นรูปแบบการใช้สอยอย่างพลาสติกเป็นต้น



การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าที่ออกแบบ การสร้างเรื่องราวให้สินค้าเฟอร์นิเจอร์เป็นอีกหนึ่งวิธีที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆในหลายๆธุรกิจ การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าเป็นการสร้างอารมณ์และความรู้สึกให้กับลูกค้าเป็นการกระตุ้นอารมณ์ของลูกค้าให้มีความรู้สึกที่สินค้านั้นๆเกิดความพิเศษและแตกต่างจากสินค้าอื่นทั่วไป ทำให้สินค้านั้นสามารถเพิ่มมูลค่าและคุณค่าได้ การสร้างเรื่องราวจึงเป็นเหมือนที่มาของความพิเศษของสินค้านั้นที่ไม่เหมือนใคร เช่นเฟอร์นิเจอร์ยี่ห้อดังแบรนด์หนึ่งซึ่งกำลังเข้ามาเป็นผู้นำที่แตกต่างจากเฟอร์นิเจอร์แบรนด์อื่น ด้วยการเน้นความแตกต่างในเรื่องของการให้ผู้ใช้เป็นผู้ประกอบสินค้าเอง ซึ่งถามว่าแตกต่างอย่างไร นั่นเป็นเพราะในเมื่อไทยการประกอบเฟอร์นิเจอร์จะเป็นหน้าที่ของผู้ขายแต่เฟอร์นิเจอร์แบรนด์นี้กลับใช้กลยุทธ์เรื่องราวที่ว่า การประกอบเฟอร์นิเจอร์เป็นหน้าที่ของผู้ใช้จะเป็นการช่วยอำนวยความสะดวกในเรื่องการจัดวาง



ออกแบบให้เข้ากับรูปทรงบ้านแต่ละหลังได้ไม่ให้เกิดขัดแย้งกันไปถึงขีดขวางการเปิดปิดประตูเป็นต้น การสร้างเรื่องราวจึงเป็นเหมือนการบอกเล่าความพิเศษของตัวสินค้าของเราให้มีความแตกต่างจากคนอื่น เช่นยกตัวอย่างง่าย ๆ ว่า เฟอร์นิเจอร์ของเราทำมาจากไม้ แต่ไม่ใช่เป็นไม้ธรรมดา เป็นไม้ที่ปลูกในพื้นที่ห่างไกลและอุดมสมบูรณ์มากจึงทำให้ไม้ที่เป็นวัสดุหลักชิ้นนี้มีความแข็งแรงมากกว่าไม้ชนิดอื่น หนึ่งปีสามารถผลิตได้แค่จำนวนจำกัดเท่านั้น หรือทำจากวัสดุไม้ไฟสายพันธ์ที่แข็งแรงมีปลูกแค่ที่เดียวในโลก เป็นต้น

นี่เป็นเพียงตัวอย่างการสร้างเรื่องราวให้แก่สินค้า เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างอารมณ์ร่วมให้ลูกค้ามองหาและตัดสินใจเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์กับเราไปในที่สุด เนื่องจากอารมณ์ที่ลูกค้าได้รับการกระตุ้นให้รู้สึกที่สินค้าชิ้นนี้มีความพิเศษมีที่มาที่ไป การสร้างเรื่องราวจึงเปรียบเสมือนการบอกเล่าที่มาที่ไปของแรงบันดาลใจในการออกแบบ ในการผลิตชิ้นงานให้เป็นไปตามคอนเซ็ปต์ที่วางไว้จากผู้ผลิตสู่ลูกค้านั่นเอง พอลอยได้ของการบอกเล่าเรื่องราวจึงเป็นเรื่องราคาที่มีความพิเศษขึ้นเช่นกัน เป็นเทคนิคการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าโดยที่แทบจะไม่ต้องลงทุนด้านการเงินเพิ่ม แต่เป็นการลงทุนในแง่ของจินตนาการและความคิดสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดจินตนาการในการนำไปใช้ ให้แก่ลูกค้าว่า หากได้สินค้าชิ้นนี้ไปแล้วจะนำไปใช้อย่างไร วางโชว์ตรงไหนบอกที่มาที่ไปของสินค้าชิ้นนี้ได้ดีเป็นอย่างดี

ทุกวันนี้การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าในประเทศไทยยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐมากเท่าที่ควรเนื่องจากยังเป็นของใหม่ที่คนไทยยังไม่คุ้น แต่ในขณะที่ประเทศอื่นๆ เช่น ญี่ปุ่นสามารถใช้เรื่องราวเป็นการเพิ่มมูลค่าให้สินค้ากันมานานแล้ว เช่นการเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ของญี่ปุ่นจะมีสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ตามท้องที่นั้นๆ และสามารถซื้อหาได้เฉพาะที่นั่นเท่านั้น เพื่อเป็นการบอกเล่านักท่องเที่ยวว่า หากต้องการสินค้าใดต้องซื้อจากที่นั่นๆ เพราะความพิเศษของชิ้นงาน หรือชมก็ตามแต่มีวัตถุดิบที่ผลิตได้แค่ที่เดียว ไม่สามารถส่งวัตถุดิบไปที่อื่น เพราะอาจจะไม่สามารถคงความเฉพาะตัวของสินค้าได้เป็นต้น ซึ่งเป็นการบอกเล่าผ่านชิ้นงานว่าสินค้าของเขา

มีความพิเศษและแตกต่างจากคนอื่นอย่างไร ทำใ้ทุกคนถึงต้องอยากมาซื้อเพราะมันมีพิเศษแค่ที่เดียวเท่านั้น มูลค่าสินค้าจึงเพิ่มขึ้นได้ตามที่ผู้ผลิตต้องการ

ในแวดวงธุรกิจเฟอร์นิเจอร์เช่นกัน การออกแบบพัฒนาสินค้าถือเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ต้องตามเทรนด์ความต้องการของลูกค้า ให้ได้ว่าตอนนี้ลูกค้ากำลังให้ความสนใจกับเฟอร์นิเจอร์รูปแบบใดเป็นพิเศษ รวมถึงการศึกษาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ควบคู่ไปด้วย เนื่องจากการขยายตัวของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเป็นดัชนีบอกว่าธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ก็จะขยายตัวควบคู่กันไป และที่สำคัญคือจะต้องถ่ายทอดเรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจแต่ไม่หลอกลวง สร้างเรื่องราวให้กับเฟอร์นิเจอร์ให้มีความแตกต่างและโดดเด่นจากที่อื่นจะเป็นตัวช่วยให้สินค้าสามารถมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้นได้ เป็นเทคนิคที่ต่ออย่างหนึ่งที่ภาครัฐควรมีส่วนช่วยส่งเสริมให้มีการสร้างเรื่องราวให้เป็นรูปธรรม และนอกจากนี้ไม่ว่าจะเป็น การออกแบบหรือพัฒนาเฟอร์นิเจอร์ในรูปแบบใดก็ตาม อย่าลืมนำไปใส่ใจในมาตรฐานการผลิตให้เป็นไปตามที่กำหนด และมีความทนทานควบคู่ไปกับการใช้สอยให้เกิดประโยชน์ในด้านความสะดวกรบายและสวยงามสำหรับลูกค้าเสมอ

ธุรกิจหักถกรรสม



กกพันเกลียวหนึ่งเดียว ในสินค้า OTOP สู่ความยั่งยืน

ปัจจุบันการผลิตสินค้า Hand made จัดว่าเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม ทั้งจากชาวไทยและชาวต่างชาติ เพราะสินค้าประเภทนี้เป็นสินค้าที่ผู้ผลิตได้ทำด้วยตัวเอง มีการออกแบบโดยการนำความคิดสร้างสรรค์ของตัวเองที่มีมาใส่ลงไปในตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจและเป็นสินค้าที่ไม่เหมือนใคร เช่นเดียวกับที่ วิศวกรรมชุมชนทุ่งวัง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่ผลิตเสื้อกกพันเกลียวที่มีความแปลก ความสร้างสรรค์ มีความเป็นตัวเองและเป็นทีเดียวนในประเทศไทยที่มีการสานเสื่อด้วยการนำกกมาผสมกับฟ้าย เป็นภูมิปัญญาที่ช่วยในเรื่องของการป้องกันเชื้อราและเพื่อให้เกิดความสวยงาม มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง สามารถจำหน่ายออกไปทั่ว ซึ่งการทำผลิตภัณฑ์ hand Made แต่ละชนิด เราจะสังเกตว่าจะมีกลุ่มผู้นิยมใช้สินค้าประเภทนี้เป็นจำนวนมาก เนื่องจากเป็นสินค้าหายากและไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ บางอย่างเป็นสินค้าที่เกิดภูมิปัญญาของชาวบ้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จากต้นกกที่มีการดัดแปลงให้เป็นสินค้าและของใช้ประเภทอื่นๆ เช่น กระเป๋า หมวก ที่รองจาน สินค้าเหล่านี้จะเป็นสินค้าไอเดียที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยม เพราะไม่สามารถหาซื้อได้ในประเทศตัวเอง ช่วยสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนได้ค่อนข้างมาก

เสื้อกกโดยดั้งเดิมแล้วเป็นภูมิปัญญาของคนไทย ที่นำต้นกกบริเวณบ้านมาดัดแปลงเป็นเสื่อเพื่อใช้ปูนั่งหรือนอน ที่บ้าน สามารถใช้ปูรองพื้นในงานพิธีกรรมทางศาสนาต่างๆ ได้อีกด้วย เช่น พิธีบายศรีสู่ขวัญ พิธีรับขวัญ เป็นต้น ซึ่งวัตถุดิบต้นกกนั้นเรียกได้ว่าเป็นวัสดุหลักในการผลิตเสื่อสมัยก่อนชาวบ้านสามารถที่จะหาวัสดุตัวนี้ได้จากบริเวณบ้าน เนื่องจากต้นกกเป็นพืชที่ขึ้นอยู่ทั่วประเทศไทยสามารถหาได้ง่าย ดังนั้นทำให้ทุกภูมิภาคของไทยเรามีผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกกกระจายอยู่หลายพื้นที่ แต่มีความต่างกันที่สายและลักษณะการผลิต ที่แต่ละพื้นที่ผลิตออกมาต่างกันรวมถึงการออกแบบที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่นของตำบลทุ่งวัง จังหวัดบุรีรัมย์ ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในเรื่องของการทำเสื้อกกแบบพันเกลียว ตัวเสื่อจะมีความเหนียว คงทนมากกว่าแบบทั่วไป มีการนำฟ้ายมาเป็นส่วนหนึ่งในการผลิตเพื่อให้มีความแปลกตาและน่าสนใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เมื่อนำไปดัดแปลงเป็นของใช้ประเภทอื่นจะสามารถตัดเย็บได้ง่ายขึ้น

กลุ่มวิศวกรรมชุมชนของตำบลทุ่งวังเริ่มก่อตั้งมาตั้งแต่ พ.ศ. 2529 ผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าจากต้นกกและส่งออกขายยัง

การติดต่อผ่านเครือข่ายชุมชน กลุ่มแม่บ้านจังหวัดอื่นที่ผลิตเสื้อจากต้นกกเช่นเดียวกัน เพื่อขอซื้อวัตถุดิบเพื่อมาใช้ในการผลิต ทำให้มีกกที่เพียงพอต่อการทำสินค้าเพื่อวางจำหน่าย นอกจากนี้ก่อนที่จะมีผลิตภัณฑ์กกพื้นเกลียวที่สวยงามและมีชื่อเสียง การคิดลาย การปัก ทอเสื้อกกไม่ใช่เรื่องง่าย ตัวแทนแม่บ้านได้เล่าว่าในช่วงแรกที่เขาเริ่มทำนั้นค่อนข้างยาก เพราะกากเสื้อหนึ่งผืนค่อนข้างใช้เวลานาน และเมื่อทำออกมาไม่สวยก็ไม่สามารถนำไปบางครั้งทำสินค้าออกมาไม่ได้ขนาดก็ขายไม่ได้จำเป็นต้องทิ้ง และในขณะนั้นยังไม่มีหน่วยงานจากที่ไหนเข้ามาสนับสนุนในการผลิตสินค้า ทำให้ต้องใช้งบส่วนตัวที่มีมาซื้อวัสดุใช้ในการผลิต เพื่อจะได้ทดลองผลิตสินค้า จนออกมาด้วยความสวยงาม และสามารถวางจำหน่ายได้จนถึงปัจจุบัน

หลักการดำเนินงานของชุมชนมีการวางแผนการทำงานที่ดี มีการวางระบบงานที่เป็นสัดส่วนเริ่มต้นด้วยการมีฝ่ายจัดหาวัสดุเพื่อมาใช้ในการผลิตที่ช่วงแรกหาจากบริเวณหมู่บ้านแต่ในช่วงหลังต้นกกเริ่มหายากขึ้นจึงต้องซื้อจากที่อื่นๆ แล้วนำมาส่งต่อกับฝ่ายที่คัดแยก ฝ่ายคัดแยกจะคัดขนาดต้นกกเพื่อนำไปใช้ในการทอเสื้อเนื่องจากแต่ละเส้นมีขนาดที่ต่างกัน ดังนั้นการใช้กกที่มีขนาดใกล้เคียงกันมาผลิตจะทำให้เสื้อออกมามีความสวยงาม เมื่อได้ขนาดที่ต้องการแล้วจะต้องส่งต่อไปให้ฝ่ายย้อมสีและทำให้ต้นกกแห้งพอที่สามารถนำมาผลิตเสื้อได้ โดยตัวเส้นจะต้องแห้งสนิทเพื่อป้องกันปัญหาเชื้อรา จากนั้นเส้นกกที่ย้อมสีและตากจนแห้งแล้วก็จะถูกส่งต่อไปทำเป็นเกลียวด้วยมือและทอเป็นเสื้อต่อไป ซึ่งลายที่ทำนั้นจะมีการออกแบบมาแล้วอย่างเป็นระบบ การทำงานที่มีระบบแบบนี้จะช่วยให้งานออกมามีคุณภาพและเสร็จอย่างรวดเร็ว และเมื่อนำมาทำเป็นสินค้าก็จะทำได้ตามที่ตลาดต้องการ ซึ่งอย่างที่รู้กันว่าการทำงานของชุมชนหากไม่มีการวางระบบงาน แบ่งหน้าที่กันทำให้ชัดเจนอาจจะเกิดปัญหาได้ เช่น งานไม่เป็นระบบแต่ละคนจะไม่ว่างหน้าทีหลักของตัวเอง ต้องทำอะไรก่อน ต้องทำอะไรหลังทำให้เกิดการทำงานซ้อนกัน บางครั้งจำนวนงานกับจำนวนคนก็ไม่มีความสมดุลกันเลย ทำให้ทางแม่บ้านสหกิจชุมชน ต้องมีการจัดประชุม เพื่อวางแผนระบบการทำงานที่ดี ให้สามารถทำงานออกมาอย่างมีประสิทธิภาพได้และกลายเป็นชุมชนตัวอย่าง ที่ส่งเสริมอาชีพในท้องถิ่นตัวเอง

สินค้าผลิตออกมาเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทางสหกิจชุมชนจะมีการนำสินค้าไปวางจำหน่ายตามที่ต่างๆ ตามแผนการตลาดนั้นจะขายสินค้าตามปฏิทินชุมชน เช่น ขายตามงานเทศกาลที่จัดขึ้นที่ชุมชน เพื่อนำสินค้าที่มีออกไปแสดงและ

จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวและคนชุมชนที่มาเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการส่งสินค้าออกไปจำหน่ายตามงาน OTOP และที่อื่นๆ ทั่วประเทศ ทางวิสาหกิจชุมชนจะทำสินค้าตามช่วงเทศกาลเหล่านี้ เพื่อไม่ให้มีสินค้ามากหรือน้อยจนเกินไป ส่งผลให้มีอาชีพที่ยั่งยืน มีการวางแผนทางการตลาดที่ดีเพื่อให้สินค้าสามารถขายได้ตลอดทั้งปี เช่น ทำเป็นสินค้าส่งออก กระจายสินค้าไปตามห้างร้าน สถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ตัวสินค้าเป็นที่รู้จัก ซึ่งสินค้าที่ขายดีที่สุดจะเป็นชุดรองจานจากต้นกก เนื่องจากมีความจำเป็นที่ต้องใช้ ตามโรงแรม ร้านอาหาร รองลงมาคือเสื้อและผลิตภัณฑ์อื่นๆ โดยการดำเนินงานทั้งหมดนี้มีหน่วยงานจาก สสว. มาเป็นผู้ช่วย ในการกระจายสินค้าออกไป ช่วยคิดแบบและแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้น่าสนใจมากขึ้น ช่วยให้ชุมชนมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น

เพราะหากสินค้าถูกจำหน่ายด้วยชุมชนเพียงอย่างเดียว ก็จะทำให้เกิดความไม่สมดุลขึ้นได้ ตัวอย่างเช่น ในกรณีที่มีผู้ผลิตสินค้าเป็นจำนวนมาก แต่มีกลุ่มผู้ซื้อค่อนข้างน้อยเพราะช่องทางในการจัดจำหน่ายมีน้อย ทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาต้องค้างสต็อกและเกิดการเสื่อมคุณภาพ บางครั้งก็ต้องนำไปทิ้งเกิดความสิ้นเปลืองได้ ดังนั้นเมื่อทาง สสว. ได้เข้ามาช่วยพัฒนาในการกระจายสินค้า กลุ่มแม่บ้านก็จะกระจายสินค้าได้เรื่อยๆ รับประทานได้มากยิ่งขึ้นโดยเฉพาะการผลิตสินค้าตามเทศกาลที่ถือว่าเป็นเรื่องดีเพราะทุกช่วงเทศกาล หากชุมชนมีการจัดงานประจำปี งานรื่นเริง จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเป็นจำนวนมาก โอกาสที่จะโฆษณาสินค้า และจำหน่ายก็มากยิ่งขึ้น สินค้าจะเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับในวงกว้าง

กลุ่มสหกิจชุมชนทุ่งวัง จังหวัดบุรีรัมย์ มีการพัฒนาความรู้ตัวเองอยู่ตลอดเวลา ด้วยการไปฝึกอบรม เรียนรู้เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นเอกลักษณ์เฉพาะที่มีในตัวเองแล้วนำมาผลิตสินค้าเพื่อจำหน่าย สร้างความหลากหลายแก่สินค้าได้ดี เช่น จากเดิมเคยผลิตสินค้าเฉพาะเสื้อจากต้นกก ทำให้สินค้าที่ผลิตขายได้ไม่มากนัก แต่หลังจากมีการอบรม พัฒนารูปแบบการผลิตอยู่เรื่อยๆ ทำให้เสื้อจากต้นกกมีลายที่สวยงามขึ้น และสามารถดัดแปลงเป็นอย่างอื่นได้มากมาย โดยทางสหกิจจะส่งตัวแทนเพื่อเข้ารับการอบรมอยู่เป็นประจำ จากนั้นจะมีการนำความรู้ที่ได้ออกมาเพื่อทำให้สมาชิกได้ทราบข้อมูลอย่างทั่วถึง มีการดูงานและนำไอเดียความคิดแปลกใหม่ที่ทางสหกิจชุมชนของจังหวัดอื่นๆ มาแบ่งปันข้อมูลแล้วสามารถพัฒนารักให้ยั่งยืนต่อไป เพราะสินค้าประเภทนี้หากทำแบบเดียวตลอดโอกาสที่จะ

หายไปก็มีมาก เนื่องจากปัจจุบันมีการใช้วัสดุแทนก ก เช่น พลาสติกเส้น การใช้เส้นน้ำมันมาแทนที่วัสดุจากธรรมชาติ การปูพรม เป็นต้น หากชุมชนไม่มีการเปลี่ยนแปลงก็จะไม่สามารถขายสินค้าได้อีก ดังนั้นการอบรมและเพิ่มความรู้จึงเป็นสิ่งที่ดีกว่า นอกจากนี้การให้ทางภาครัฐหรือเอกชนเข้ามามีส่วนร่วม ก็จะช่วยส่งเสริมการขายให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น มีการหาแหล่งเงินทุนที่มีราคาถูกมาให้ เพื่อสามารถนำเงินที่ได้ไปพัฒนาอาชีพต่อไป อย่างเช่นที่สหกิจทุ่งวังได้นำกลุ่มเข้าสู่ธุรกิจ SME เพื่อให้มีเงินทุนที่มากขึ้น โอกาสที่จะขยายธุรกิจให้เป็นที่รู้จักก็มากขึ้นเช่นกัน

การทอเสื่อกกในปัจจุบันเรียกได้ว่ามีน้อยลง เนื่องจากต้นกกที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติถูกเปลี่ยนเป็นพื้นที่เกษตรกรรมอื่นๆ หรือเปลี่ยนเป็นสิ่งปลูกสร้าง เช่น บ้านจัดสรร ตึก อาคาร และไม่ค่อยมีใครสนใจที่จะปลูกพืชชนิดนี้มากนัก ทำให้กลายเป็นพืชหายากในชุมชน แต่ยังสามารถหาได้อยู่บ้างตามพื้นที่ชนบทที่ยังได้รับการพัฒนาไปไม่เท่าไรนัก เสื่อกกต้นกกนั้นเรียกได้ว่าเป็นมรดกทางภูมิปัญญา เพราะมีรูปแบบการทำเสื่อกกมาเป็นเวลานานจนในปัจจุบันมีการพัฒนาให้กลายเป็นสินค้าที่มีราคาสูงขึ้น และน่าสนใจสำหรับชาวต่างชาติ แต่ที่น่าเสียดายเนื่องจากคนยุคใหม่ไม่ค่อยให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้มากนัก เพราะไม่ค่อยเห็นความสำคัญเนื่องจากเป็นสิ่งที่ไม่เห็นมาตั้งแต่เด็กๆ แต่หารู้ไม่ว่าหากมีการพัฒนาให้ดีขึ้น เหมือนที่ชุมชน ทุ่งวังกำลังทำอยู่ ในอนาคตอาจจะมีการขยายตัวทางธุรกิจที่ดีขึ้นได้ เช่น มีการทำนกก เพื่อนำมาเป็นวัสดุที่ใช้ในการผลิตเสื่อและผลิตภัณฑ์อื่นๆ เป็นการส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชน ทุกคนจะมีอาชีพและสร้างรายได้เลี้ยงครอบครัวตัวเองได้

การรวมตัวเพื่อทำผลิตภัณฑ์ชุมชน ถือว่ามีประโยชน์ต่อชุมชนเป็นอย่างยิ่ง ที่นอกจากการสร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่นแล้ว คนในชุมชนยังมีความรัก และความสามัคคีที่ดีกันอีกด้วย เมื่อทุกคนมาทำงานร่วมกัน ต่างคนต่างร่วมกัน แสดงความคิดเห็นและวางแผนระบบการทำงาน เช่น การคิดค้นลายเสื่อกกแบบต้นกกที่ทางชุมชนทุ่งวังคิดขึ้นมา ลายนี้จัดว่าเป็นลายโบราณที่ค่อนข้างทำยากและส่วนใหญ่เราจะรู้จักลายต้นกกที่อยู่ในผ้าฝ้าย แต่ทางชุมชนได้ประยุกต์นำลายนี้มาใส่ลงไปที่เสื่อ เพิ่มมูลค่าให้สินค้ามีราคาที่สูงขึ้น เมื่อชุมชนมีรายได้ทุกคนก็จะสามารถเลี้ยงชีพได้โดยไม่ต้องออกไปทำงานที่ต่างจังหวัด ความสัมพันธ์ในครอบครัวและชุมชนก็จะดีมาก

ยิ่งขึ้น ลูกหลานมีความรักแลความห่วงหาชุ่มชื่น และอยากจะกลับมาพัฒนาหมู่บ้านตัวเองให้ดีขึ้นไปในอนาคต

ผลิตภัณฑ์จากต้นกกในอนาคคนั้น ถือว่ามีแนวโน้มทางการตลาดที่ดี เพราะเป็นสินค้าทางภูมิปัญญาและอาจจะหาได้ยากขึ้นในอนาคตเนื่องจากเป็นสิ่งที่จะต้องใช้เวลาประณีตในการทำ เป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้เป็นอย่างดี ยิ่งได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นการส่งออกและจัดจำหน่ายไว้ตามสถานที่ต่างๆ เช่น สนามบิน ดิวตี้ฟรี โอกาสที่สินค้าเหล่านี้จะเป็นที่รู้จักก็มากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ อย่างที่ทราบกันอยู่แล้วว่าผลิตภัณฑ์จากต้นกกของสหกิจตำบลทุ่งวัง มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร เมื่อนำออกมาจำหน่ายก็จะได้รับความสนใจเป็นพิเศษ ทั้งนี้ในกลุ่มแม่บ้านที่มีการพัฒนาระบบการทำงาน พัฒนาคุณภาพสินค้าอยู่ตลอดเวลา ทำให้สามารถผลิตสินค้าออกมาจำหน่ายตามความนิยมได้ เป็นการส่งเสริมการขายที่ดี และเพิ่มโอกาสเติบโตทางเศรษฐกิจ ช่วยให้ทุกครัวเรือนมีรายได้ สามารถเลี้ยงตัวเองและครอบครัวได้ จัดว่าเป็นกลุ่มสหกิจต้นแบบที่ควรเอาเป็นแบบอย่างในการพัฒนาอาชีพต่อไป และเปิดโอกาสให้คนได้รู้จักในผลิตภัณฑ์ดีๆ ของไทยได้มากขึ้นอีกด้วย



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจหัตถกรรมเมื่อไทยเข้าสู่ AEC

หลายคนคงจะคุ้นหูกับคำว่า AEC กันมาชักระยะหนึ่งแล้ว แต่จะมีสักกี่คนเข้าใจความหมายและความสำคัญของคำๆ นี้ AEC ย่อมาจากอะไร และมีความหมายอย่างไร? เชื่อว่าหลายคนอาจจะตอบได้ว่า AEC คือ Asian Economic Community แต่อาจจะยังไม่เข้าใจแจ่มชัดว่ามันมีความสำคัญอย่างไร AEC เป็นความร่วมมือและรวมตัวกันทางด้านเศรษฐกิจของชาติในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว เมียนมาร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม และไทย เพื่อให้มีอำนาจการต่อรองกับประเทศคู่ค้าในภูมิภาคอื่นได้มากขึ้นโดยมุ่งเน้นการเปิดเสรีด้านการค้าและมุ่งหวังในเรื่องการผลิตให้เป็นฐานการผลิตเดียวกัน การนำเข้าและส่งออกใน 10 กลุ่มประเทศนี้จึงเปิดเสรี ยกเว้นสินค้าบางประเทศที่มีความอ่อนไหวเฉพาะตัวเท่านั้นที่ไม่เข้าข่ายในการเข้าสู่ AEC ส่งผลทางทั้งทางด้านบวกและด้านลบแก่อุตสาหกรรมหลายประเภท หนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบคือ ธุรกิจหัตถกรรม

ธุรกิจหัตถกรรมเป็นธุรกิจเกี่ยวกับการสร้างสรรค์สินค้าต่างๆ จากสิ่งต่างๆ ที่อยู่ใกล้ตัวหรือจากธรรมชาติและของเหลือใช้ต่างๆ ด้วยฝีมือและแรงงานมนุษย์เป็นหลัก ในประเทศไทยมีหลากหลายธุรกิจ อย่างเช่น หัตถกรรมเกี่ยวกับไม้ ฟ้าทอ แกะสลัก เย็บปักถักร้อย การปั้นและการหล่อ เป็นต้น ในอดีตที่ผ่านมาจนถึงยุคปัจจุบันธุรกิจหัตถกรรมมีรูปแบบและแนวทางทางตลาดที่มีรูปแบบมากขึ้น จนเป็นที่รู้จักและสร้างชื่อเสียงให้แก่ประเทศจนเป็นที่ยอมรับกันในวงกว้าง การก้าวเข้าสู่ AEC นับเป็นโอกาสอย่างหนึ่งที่จะทำให้ธุรกิจสาขานี้มีการเปลี่ยนแปลงและสามารถปรับตัวเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งอย่างประเทศเพื่อนบ้านได้ ในเรื่องผลกระทบในทางธุรกิจจึงมีทั้งปัจจัยที่เป็นด้านบวกและด้านลบ ลองมาดูผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นและก่อให้เกิดโอกาสและแนวทางในการปรับตัวเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอดท่ามกลางการแข่งขันที่สูงขึ้นว่ามีอะไรบ้าง

ผลกระทบในทางบวกและโอกาสของงานธุรกิจ หัตถกรรม ประเทศไทยจะมีโอกาสในการขยายฐานลูกค้าให้เป็นที่ รู้จักมากขึ้นทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยการแข่งขันที่ สูงขึ้นทำให้เกิดการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการออกแบบสินค้าให้มีความหลากหลายและมีรูปแบบที่ทันสมัยและได้มาตรฐานเป็นที่ ยอมรับในระดับสากลมากขึ้น แต่ยังคงเน้นความเป็นเอกลักษณ์ ที่เป็นไทยซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีประเทศใดในโลกนี้เลียนแบบได้ นอกจากนี้ด้วยกระแสความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่หันมาให้ความสนใจกับสินค้าที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติ สินค้าที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และมีความเป็นมิตรกับ สิ่งแวดล้อมมากขึ้น ทำให้สินค้าหัตถกรรมซึ่งเป็นสินค้าที่ สร้างสรรค์ขึ้นจากวัสดุเหลือใช้หรือวัสดุจากธรรมชาติเกือบ ร้อยเปอร์เซ็นต์เป็นที่ตอบใจของกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งในประเทศและ ต่างประเทศได้ต่อเนื่อง

ยิ่งไปกว่านั้นสินค้าหัตถกรรมโดยส่วนใหญ่จะมีที่มาที่ ไปจากวัฒนธรรมของท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ จึงมีรูปแบบที่ เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นไม่เหมือนใคร การรวมตัวกันในกลุ่ม อาเซียนซึ่งมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นคล้ายคลึงกัน จึงเป็นจุดเด่นที่แข็งแกร่ง ด้วยความโดดเด่นนี้เองก่อให้เกิด คุณค่าในหมู่พนักงานที่ต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยว ของที่ระลึกจึงเป็นแนวทางหลักในตลาดที่ยังก่อให้เกิดรายได้ให้กับ ประเทศและเกิดความร่วมมือในระดับภูมิภาคเกิดการแลกเปลี่ยน วัฒนธรรมและกรรมวิธีในการผลิตให้มีประสิทธิภาพ ยิ่งเมื่อ ประเทศไทยเข้าสู่เขตเศรษฐกิจเสรี ACE อย่างเป็นทางการแล้ว นอกจากประเทศไทยจะกลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวใน ภูมิภาคเอเชียแล้ว ยังได้เปรียบในส่วนที่ประเทศไทยอยู่ตรงกลาง ของกลุ่มประเทศอาเซียน นักท่องเที่ยวทั้งในภูมิภาคและจากทั่ว โลกก็จะมีการเดินทางเข้ามามากยิ่งขึ้น โอกาสในการกระจาย สินค้าหัตถกรรมสู่สายตาระดับสากลจึงมีมากขึ้นแน่นอน

ผลกระทบในด้านลบ ในการเปิดเขตเศรษฐกิจเสรี ทำให้ มีผลกระทบจากการแข่งขันจากคู่แข่งในเรื่องคุณภาพสินค้าได้ เนื่องจากโดยปกติแล้วสินค้าหัตถกรรมเป็นสินค้าที่ต้องอาศัย ฝีมือแรงงานในการผลิตเป็นหลัก ขึ้นตอนในการผลิตจึงมีความ ล่าช้า เพราะต้องใช้ความประณีตและพิถีพิถัน การแข่งขันที่ สูงขึ้นจะทำให้สินค้าจากประเทศอื่นที่มีต้นทุนในแง่ต้นทุนทาง วัตถุดิบและต้นทุนทางแรงงานที่ต่ำกว่า ก่อให้เกิดสินค้าทดแทน ราคาถูกกว่าเข้ามาบุกตลาดได้ ผู้บริโภคโดยเฉพาะตลาด ภายนอกประเทศจึงมีทางเลือกในการเลือกสินค้าที่หลากหลายมาก ขึ้นและมีอำนาจในการต่อรองที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน ทำให้สินค้า ประเภทหัตถกรรมอาจได้รับผลกระทบได้

นอกจากนี้แรงงานในการผลิตของไทยยังเป็นอีก สาเหตุที่จะได้รับผลกระทบเนื่องจากแรงงานไทยที่มีฝีมือยังคง ขาดแคลน และยังมีต้นทุนในการจ้างสูงกว่าประเทศเพื่อนบ้าน การเปิดโซนเศรษฐกิจเสรีขึ้น จะทำให้แรงงานต่างชาติไหลเข้ามา อย่างเสรีมากเช่นกัน จึงอาจก่อให้เกิดการแข่งขันกันเอง ภายในภูมิภาคเป็นต้น การปรับตัวของธุรกิจหัตถกรรมจึงต้อง อาศัยการสนับสนุนจากทางภาครัฐและภาคเอกชนให้มากขึ้น เช่นการส่งเสริมให้มีการอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงานให้ แพร่หลาย เพื่อเป็นการสนับสนุนให้เกิดการแข่งขันกันเอง ภายในประเทศและถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากรุ่นสู่รุ่น

“สินค้าหัตถกรรมโดยส่วนใหญ่ จะมีที่มาจากวัฒนธรรม ของท้องถิ่นแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ จึงมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ โดดเด่นไม่เหมือนใคร”

มากไปกว่านั้นการพัฒนาในรูปแบบสินค้าให้เข้ากับยุค สมัยก็เป็นเรื่องสำคัญ เนื่องจากรูปแบบสินค้างานหัตถกรรมใน อดีตที่ผ่านมามักจะค่อนข้างล้าสมัย จนไม่ได้รับความสนใจจากคน รุ่นใหม่โดยเฉพาะในตลาดภายในประเทศที่ยังสามารถเติบโตได้อีก เยอะหากมีการพัฒนาในรูปแบบสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้เข้าตลาด แพลตฟอร์มมากขึ้น เช่นสนับสนุนให้มีการทำวิจัยเพื่อพัฒนาแบบ สินค้าให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การใช้งาน ให้เหมาะสมกับ วิถีชีวิตของผู้บริโภค เนื่องจากส่วนใหญ่แล้วสินค้าหัตถกรรม บางประเภทได้รับการผลิตขึ้นมาเพื่อความสวยงามเป็นหลัก แต่ ยังขาดประสิทธิภาพในการใช้งานได้จริง สินค้าจึงขาดมิติในแง่ ของประโยชน์ใช้สอย ทำให้ไม่ได้รับความสนใจจากลูกค้าที่ ต้องการใช้งานจากสินค้าได้จริงเท่าที่ควร

เพื่อเจาะตลาดกลุ่มคนรุ่นใหม่ๆให้หันมาสนใจงาน ฝีมือให้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเหมือนเดิม ในธุรกิจนี้การยกมาตรฐานการผลิตและการ สร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในระดับสากลก็เป็นสิ่งสำคัญไม่ควร มองข้าม เนื่องจากวงการงานหัตถกรรมยังไม่มีรูปแบบที่เป็น

รูปธรรมอย่างชัดเจน ด้วยสาเหตุมาจากขาดการรวมตัวกัน อย่างเป็นกลุ่มก้อน ยังไม่มีสมาคมผู้ผลิตที่รวมตัวได้อย่าง แข็งแกร่งเป็นเอกภาพอย่างเต็มรูปแบบ การสร้างแบรนด์ให้เป็น ที่รู้จักในระดับประเทศและภูมิภาคจึงยังไม่ประสบความสำเร็จ มากนัก ทั้งที่กลุ่มผู้ผลิตมีศักยภาพมากพอที่จะสร้างสรรค์งาน ทัศนคติให้เป็นที่รู้จักที่มีเอกลักษณ์ให้ผู้บริโภคถึง แต่ยัง ขาดการส่งเสริมที่มากพอจากทั้งภาครัฐและเอกชน ดังนั้นทุก ภาคส่วนจึงจำเป็นต้องจะมีการปรับเปลี่ยนและให้ความร่วมมือ ที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น เพื่อกระจายองค์ความรู้สู่ท้องถิ่นให้มาก ขึ้นกว่าเดิม จะได้มีอำนาจในการต่อรองทางการค้าได้มากขึ้น นั้นเอง

การใช้สื่อออนไลน์ช่วยเป็นสื่อกลางในการทำตลาด เพื่อให้สินค้ากระจายและเข้าถึงผู้บริโภคไม่ว่าจะอยู่ในภูมิภาคใดใน โลกได้ง่ายและสะดวกมากขึ้น ในยุคที่อินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่ห้า ของคนเรา เครื่องมือของโซเชียลมีเดียเป็นช่องทางให้ธุรกิจงาน ทัศนคติสามารถก้าวเข้าสู่ความเป็นสากล ที่ไม่เพียงแค่ออให้ นักท่องเที่ยวเดินเข้ามาหาเพียงอย่างเดียว แต่สามารถนำ สินค้าไปสู่สายตาให้ผู้บริโภคได้อย่างง่ายดาย ไม่ว่าจะอยู่ส่วนใดใน โลก สามารถเห็นและดึงดูดความสนใจของลูกค้าจากทุกที่ ทำ ให้สินค้าเป็นที่รู้จักและสามารถเพิ่มมูลค่าไปในตัวได้อีกด้วย เนื่องจากการเข้าสู่ AEC นั้นธุรกิจการขนส่งจะมีช่องทางที่ หลากหลายเปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือที่เป็นปัจจัยสนับสนุนให้ งานทัศนคติสามารถเดินทางไปหาผู้บริโภคได้โดยผ่านช่อง

ทางการขนส่งที่ดีได้ง่ายและรวดเร็ว เพื่อยกระดับความ มาตรฐานในการขาย

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเข้าสู่เขต เศรษฐกิจการค้าเสรีหรือ AEC ทำให้ธุรกิจทัศนคติจะได้รับ การกระตุ้นให้มีการปรับตัวเพื่อให้มีศักยภาพในการแข่งขันที่ สูงขึ้น และเกิดการรวมตัวเพื่อพัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความ แข็งแกร่งมากขึ้น ทั้งนี้นอกจากจะขยายตลาดไปสู่ระดับโลกแล้ว ต้องไม่ลืมการรุดตลาดภายในประเทศที่ไม่ควรมองข้ามเนื่องจาก กลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศก็มีกำลังในการซื้อสูงไม่ต่างกัน เพียงแต่ต้องอาศัยการพัฒนาในรูปแบบสินค้าให้ตรงกับกลุ่ม ผู้บริโภคเท่านั้นเอง โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่หันมาให้ความ สนใจกับสินค้าที่ทำมาจากธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การออกแบบสินค้าเพื่อให้ออกแบบที่เน้นประโยชน์ใช้สอยควบคู่ ไปด้วยกับความสวยงามที่โดดเด่นของงานทัศนคติที่ งาน ทัศนคติด้านอื่นไม่ลอกเลียนแบบได้ ดังนั้นต้องอาศัยการ ร่วมมือของภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมให้ผู้ประกอบการมี การยกระดับการผลิตให้มีมาตรฐาน การส่งเสริมให้มีการ รวมกลุ่ม การพัฒนาฝีมือแรงงานอย่างเป็นรูปธรรมและเป็น จริงเป็นจึงให้มากกว่าเดิม เพื่อรองรับการแข่งขันทางด้าน ตลาดแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีอัตราค่าแรงถูกกว่า อีกทั้งต้องอาศัยการส่งเสริมเพื่อรวมกลุ่มภายในกลุ่มอาเซียน ให้มีความเข้มแข็งและแข็งแกร่งเพื่อให้มีอำนาจต่อรองที่สูงขึ้น จากประเทศคู่ค้าอื่น เพื่อให้ธุรกิจทัศนคติเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอีกธุรกิจหนึ่งในอนาคต

ธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ



ภูเก็ต เพ็รล ัญมณัที่ออกแบบไต้

ไข่มุก เป็นอัญมณี มีสีขาว เงินยวง ชมพูและสีทอง โดยนำมาจากสัตว์จำพวกหอยนางรม อาจจะมีได้ว่าเป็นอัญมณีชนิดเดียวในโลกที่เกิดมาจากสัตว์ ไข่มุกสามารถนำมาทำเป็นเครื่องประดับ หรือนำมาบดในการใช้เป็นเครื่องสำอาง ความเชื่อของไข่มุก เป็นอัญมณีแห่งสายน้ำ เสริมสง่าราศีให้กับเพศหญิงก่อให้เกิดความนุ่มนวล อ่อนหวาน แก้ปัญหาทางด้านอารมณ์

มนุษย์เรารู้จักมุกมานานนับพันปี โดยใช้เป็นเครื่องประดับที่มีค่า สมัยก่อนเป็นเรื่องที่ลึกลับมาก บ้างเชื่อว่าเป็นหยดน้ำตาของนางเงือก บ้างก็ว่าเป็นสิ่งที่พระเจ้าประทานให้จากพายุไฟ จนกระทั่งไม่กี่ศตวรรษมานี้ ได้มีผู้สังเกตว่า มุกที่พบมีสีเหมือนเปลือกหอย โดยสันนิษฐานว่าหอยสร้างมุกขึ้นมาจากการหลั่งสารออกมาเคลือบสิ่งแปลกปลอมเพื่อป้องกันการระคายเคือง จนทำให้สิ่งแปลกปลอมนั้นมีผิวเรียบและใส เช่นเดียวกับที่มันสร้างเปลือกหอย มนุษย์จึงพยายามศึกษา

กระบวนการเกี่ยวกับการเกิดมุกจากหอยมุกได้นำกระบวนการเกิดมุกในตัวหอยมาทำการเพาะเลี้ยงมุกขึ้น จึงเกิดเป็นอุตสาหกรรมมุกจนถึงปัจจุบัน

ไข่มุกที่คุณภาพดีนั้น ควรมีอายุการเลี้ยงอยู่ที่ 8 เดือน ถึง 2 ปี ยิ่งเลี้ยงไว้นาน ความสวยงามแวววาวยิ่งมีมากขึ้น แต่ส่วนมากที่พบในตลาดไข่มุกนั้น จะมีอายุการเลี้ยงอยู่ที่ 2-5 ปี แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ขึ้นอยู่กับสภาพแวดล้อมด้วย เช่นมลภาวะทางน้ำ อุณหภูมิ และความอุดมสมบูรณ์ของทะเล

จังหวัดภูเก็ต ได้ชื่อว่าเป็น สวรรค์แห่งไข่มุก ที่เป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเกาะภูเก็ตตั้งอยู่ท่ามกลางพื้นที่ที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี เยี่ยม เหมาะแก่การเพาะ ปลูก และการพัฒนาคุณภาพของไข่มุก บริษัท ภูเก็ต เพ็รล อินดัสทรี เป็นบริษัทที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับมุกโดยตรง ซึ่งที่นี่มีสินค้ามากมายหลายดีไซน์ รวมถึงเครื่องประดับตกแต่งที่เป็นมุก ทั้งสร้อยคอ แหวน และต่างหู

ของประดับอื่นๆ หรือแบบครบชุด สินค้าแต่ละชิ้นผลิตโดยช่างผู้มีประสบการณ์ และมีฝีมือ ผลิตขึ้นจาก มุกอโกยา มุกชีก และมุกเซาก์ ซึ่ ซึ่งรับรองว่าลูกค้ายจะได้รับความสะดวกสบายเมื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของทาง ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี ไปอย่างแน่นอน

จุดเริ่มต้นของธุรกิจ

คุณจิตติ อินทรเจริญ เป็นกรรมการผู้จัดการบริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี จำกัด เล่าให้ฟังว่า บจก.ภูเก็ต เพิร์ล ได้มีการเริ่มต้นธุรกิจมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2510 ซึ่งเป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจการต่อเนื่องกันมาถึง 3 รุ่นอายุ ตั้งแต่รุ่นของคุณตา คุณยาย ซึ่งเป็นฟาร์มของคนไทยรายแรกๆ ที่มีการผลิตไข่มุกด้วยภูมิปัญญาของคนไทยเอง ต่อมาในรุ่นที่ 2 ก็คือรุ่นของคุณพ่อ คุณแม่ ก็ได้มีการทดลองในการเพาะเลี้ยงหอยมุกด้วยวิธีการที่ทัดเทียมกับนานาชาติโดยได้มีการรวบรวมพันธุ์หอยจากจังหวัดอื่นๆ และได้มีการผลิตหอยมุกออกมาหลากหลายประเภท ต่อมาในรุ่นที่ 3 คือ รุ่นลูกภายใต้การนำของ คุณอมร อินทรเจริญ ทำให้ธุรกิจการเพาะเลี้ยงหอยมุกของบริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี เป็นธุรกิจผู้ผลิตไข่มุกที่ครบวงจรของประเทศไทย โดยตั้งแต่ในปี พ.ศ. 2536 บริษัทฯ ได้ฟื้นฟูฟาร์มเพาะเลี้ยงไข่มุก ที่ไม่เพียงเป็นการขยายวัตถุดิบเท่านั้น แต่เป็นการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไข่มุกที่เป็นผลผลิตจากฟาร์มที่ครบวงจร เพื่อมาจำหน่ายเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยเริ่มมีการออกแบบตัวเรือนและผลิตตัวเรือนเอง

ทำให้เริ่มมองเห็นว่านักท่องเที่ยวในเซเชนยุโรปที่เป็นลูกค้ากลุ่มหลักนั้น ถึงแม้ว่าทางยุโรปเองจะมีความโดดเด่นในเรื่องของงานจิวเวลรี่ (Jewelry) เป็นอย่างมาก แต่ก็ยังสามารถขายสินค้าให้กับลูกค้ากลุ่มนี้ได้ นั่นหมายถึงว่าทางบริษัทฯ ของเรามีเอกลักษณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product) ให้มีความแตกต่างจากการออกแบบของตลาดในยุโรปทำให้ลูกค้ามีความชื่นชอบและกล้าที่จะซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปยังต่างประเทศเพื่อโชว์ว่าเป็นเอกลักษณ์ของไข่มุกจากประเทศไทย บริษัทฯ จึงเริ่มต้นการพัฒนาฟาร์มจากอุตสาหกรรมในครัวเรือนมาเป็นอุตสาหกรรมแบบครบวงจร โดยทำการศึกษาและวิจัยร่วมกับสถาบันต่างๆ ของรัฐ

บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี เป็นการประกอบกรแบบครบวงจร ทั้งการทำฟาร์มเลี้ยงมุก โรงงานแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ ขึ้นตัวเรือน ไปจนถึงโชว์รูมแสดงสินค้าโดยเฉพาะงานที่เป็น Luxury นั้นส่วนใหญ่จะเป็นงานแฮนด์เมดที่ทำด้วยมือเกือบทั้งหมด แต่สำหรับงานที่เป็น Mass Product มีการออกแบบต้นแบบแล้วส่งให้โรงงานที่เป็น Outsource ผลิตเข้ามา

ผลิตภัณฑ์

บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี เลี้ยงมุกกลมและมุกชีก มีพันธุ์หอยมุกที่เพาะเลี้ยง 3 พันธุ์ คือ มุกชีก หรือมุกที่ญี่ปุ่นเรียกมุกมาเบิ ส่วนคนไทยเรียกมุกกัลปิงหา มุกกวาง ไข่มุกเวลาเลี้ยงประมาณ 14 เดือน ส่วนมุกอโกยา หรือหอยมุกแกลบ หอยมุกกะฉิ หอยมุกกระแจะ ซึ่งเป็นมุกกลมขนาด 2-10 มิลลิเมตร ใช้เวลาเลี้ยง 8-24 เดือน นอกจากนั้น ยังมีมุกเซาก์ ซึ่ เป็นมุกกลมขนาด 11 มิลลิเมตรขึ้นไป มีทั้งสีขาว สีครีมและสีดำ เป็นมุกที่มีราคาสูง เกิดจากหอยใหญ่ที่เรียกว่ามุกจาน เป็นมุกที่หายากมากในธรรมชาติ โดยบริษัทฯ เพิ่งประสบผลสำเร็จในการคิดค้นเพาะและขยายพันธุ์ โดยมุกจานอายุ 2 ปี จะถูกผ่าตัดใส่แกนมุก และเลี้ยงในน้ำทะเลอีก 1.5 - 2 ปีจึงจะเก็บผลผลิต

Product หรือผลิตภัณฑ์ของ บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี นั้นจะแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่ม Original Brand กับกลุ่มที่เป็น Luxury Brand ในส่วนของ Luxury Brand ก็คือแบรนด์อมร ที่ผลิตขึ้นมา ซึ่งมีเป้าหมายก็คือต้องการให้ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของเราไปได้ผลิตภัณฑ์ที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลกและเป็นเจ้าของแบบนั้นแต่เพียงผู้เดียว ส่วน Original Brand นั้นเป็นคอนเซ็ปต์ของเมื่อลูกค้านึกถึงไข่มุกทาง ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี จะมีทุกอย่างเกี่ยวกับไข่มุกที่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทั้งหมด ตั้งแต่ราคาหลักร้อยบาทไปจนถึงราคาหลักล้าน

แนวคิดในการพัฒนาธุรกิจ

ด้วยแนวความคิดที่ว่าหาก ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี ยังเป็นเฉพาะผู้ผลิตและขายเฉพาะวัตถุดิบอยู่ไม่มีทางที่บริษัทจะสามารถควบคุมในเรื่องของราคาของวัตถุดิบได้เลยตามหลักอุปสงค์อุปทาน หรือที่เรียกว่า Demand และ Supply ของตลาดได้ จึงต้องเริ่มที่จะมีการแปรรูปเพื่อให้สามารถสร้าง

มูลค่าเพิ่มของผลผลิตได้ เนื่องจากใช้บุกเป็นการผลิตใน Open System ที่เรียกว่าระบบเปิด ที่เมื่อผลิตวัตถุดิบได้ คู่แข่งจากทั่วโลกในแถบเส้นศูนย์สูตรก็มีความสามารถในการผลิตได้เช่นกัน เพราะฉะนั้นเมื่อบริษัทฯ เปลี่ยนการดำเนินงานธุรกิจมาเป็นแบบครบวงจรแล้วรอโอกาสที่จะปล่อยผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับแฟชั่นและความนิยมของตลาดในแต่ละช่วงเวลาจะทำให้บริษัทฯ สามารถควบคุมราคาขายผลิตภัณฑ์เองได้ เมื่อเปรียบเทียบกับในอดีตในส่วนของการซื้อวัตถุดิบนั้น เมื่อมีการซื้อวัตถุดิบจากต่างประเทศเข้ามาเช่น เมื่อประเทศฟิลิปปินส์ผลิตวัตถุดิบได้เยอะและมีการนำเข้ามาส่วนของราคาของวัตถุดิบก็ต้องมีการปรับลงมาให้เท่ากับราคาวัตถุดิบในตลาด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริษัทฯ ไม่มีทางที่จะเข้าไปควบคุมราคาของวัตถุดิบได้เลย ซึ่งเมื่อมาถึงการดำเนินงานธุรกิจรุ่นที่ 3 ของภูเก็ต เพิร์ล อินด์สทรี ทำให้สามารถที่จะควบคุมราคาของผลผลิตตามช่วงระยะเวลาจังหวะแฟชั่น และตามจังหวะราคาได้ ซึ่งสามารถเรียกว่าสามารถควบคุมกลไกตลาดได้ด้วยตัวเองในระดับนี้

การเจริญเติบโตและความก้าวหน้าของธุรกิจ

ธุรกิจของ บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินด์สทรี นั้นมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องขึ้นทุกปี ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจของโลกจะตกต่ำ เนื่องจากบริษัทมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ไม่ว่าจะเป็นการขยายในส่วนของแบรนด์ที่เกิดขึ้นมาเพื่อรองรับกับคอนเซ็ปต์ใหม่ของบริษัทฯ ซึ่งแบรนด์ก่อนหน้านั้น ถือเป็นแบรนด์ในระดับ Luxury ซึ่งจะมีแบรนด์อินทรีกซ์ ซึ่งเป็นแบรนด์ที่เกิดขึ้นมาใหม่เพื่อเป็นสาขาที่ขยายเพิ่มเติมซึ่งจะมีความใกล้ชิดกับลูกค้ามากยิ่งขึ้น เพื่อจัดคอนเซ็ปต์ให้มีความลงตัวในแต่ละช่วงและสถานการณ์ของตลาด

ความสำเร็จในผลงานชิ้นล่าสุดของ บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินด์สทรี จำกัด เป็นคุณสมบัติที่โดดเด่นและไม่เหมือนกับบุกทั่วไป เป็นการผสมผสานของบุกเซาท์ ซี และบุกมาเบ้ ซึ่งเป็นการใช้คุณสมบัติเหล่านี้ในการออกแบบและคิดค้นบุกทองคำ ที่มีลักษณะค่อนข้างกลม ที่มีราคาที่สูง ซึ่งแนวคิดนี้เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2541 และสินค้าดังกล่าวกลายมาเป็น สินค้าสัญลักษณ์ ของบริษัท ประจำปี 2545 และบริษัทได้ จัดเป็นสิทธิบัตรในปีต่อมาขึ้นทะเบียนในชื่อของ “บุก เกือบกลม” ซึ่งจดภายใต้ชื่อ ของ บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินด์สทรี จำกัด

ในด้านการขยายฐานลูกค้า บริษัท ก็มีแนวคิดที่จะขยายฐานลูกค้าเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเล็งเห็นว่า กลุ่มวัยรุ่นก็เป็นกลุ่มที่เริ่มมีการบริโภค และซื้อหาใช้บุก โดยที่บุกไม่ได้ถูกตีกรอบเฉพาะกลุ่มลูกค้าในระดับกลางและระดับสูงอีกต่อไป ซึ่งได้เริ่มมีกลุ่มวัยรุ่นที่ชื่นชอบบุกที่มีการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบเม็ดเดี่ยวเด่นๆ ในลักษณะเก๋ๆ และราคาที่ยืดหยุ่นสามารถซื้อได้ บริษัท จึงได้เริ่มมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะและดีไซน์แบบนี้ออกมาเพื่อตอบโจทย์ให้กับกลุ่มลูกค้าวัยรุ่น

มาตรฐานและคุณภาพ

ปี พ.ศ. 2546 บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินด์สทรี ประสบความสำเร็จในการทดลองผลิตบุกเกือบกลม (Rather Round Pearl) R.R.P. ขึ้นจดทะเบียนกับทางกรมทรัพย์สินทางปัญญา เป็นความลับทางการค้า

ปี พ.ศ. 2547 บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินด์สทรี ได้ก้าวเข้าสู่มาตรฐานสากลของโลกโดยได้รับการรับรองเป็นรายแรกของประเทศไทยในอุตสาหกรรมใช้บุกภายใต้มาตรฐาน ISO 9001-2000

ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินธุรกิจ

บริษัทฯ ได้ผ่านช่วงวิกฤตมาหลายช่วง เมื่อ ปี พ.ศ. 2547 ที่เกิดเหตุการณ์สึนามิ ธุรกิจเลี้ยงบุกครบวงจรบริษัทฯ กำลังรุ่งเรืองและเพิ่งลงทุนไปกว่า 10 ล้านบาท โดยพื้นที่ที่เพาะเลี้ยงบุกกลางทะเลอันดามันของเขากินอาณาบริเวณกว่า 5 ไร่ หน้าเกาะมะพร้าว ต.เกาะแก้ว อ.เมืองภูเก็ต ซึ่งก่อนหน้านี้บุกที่เลี้ยงมีรอบการเก็บเกี่ยวขึ้นทุกๆ ละไม่ต่ำกว่า 2,000 ตัว บุกที่นำขึ้นมาจะถูกคัดแยกเกรด แปรรูป และถ้าขึ้นวงเป็นตัวเรือนแหวน ราคาไม่ต่ำกว่า 10,000 บาท/วง ไปจนถึงราคาสูงสูดนับล้านบาทขึ้นอยู่กับคุณภาพของบุกและตัวเรือน แต่หลังจากที่คลื่นสึนามิสงบพาร์มเลี้ยงบุกของบริษัทฯ เรียกได้ว่าไม่เหลือสภาพ และสามารถตั้งกระชังเลี้ยงบุกกลับคืนมาได้ไม่ถึง 10% ขณะที่หอยบุกกว่า 100,000 ตัวที่เพาะเลี้ยงหายเกลี้ยงไปกับคลื่นยักษ์สึนามิ แต่บริษัทฯ ก็ยังสามารถต่อสู้และฟันฝ่าจนสามารถผ่านวิกฤตการณ์ในช่วงนั้นมาได้



ปัจจุบัน เมื่อเกิดวิกฤติการณ์ปัญหาด้านเศรษฐกิจจากทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นในสหรัฐอเมริกา ยุโรป ซึ่งเป็นกลุ่มยักษ์ใหญ่ที่เป็นลูกค้าของบริษัทฯ มีปัญหาในเรื่องของเศรษฐกิจทั้งหมด บริษัทก็ต้องมีการปรับตัวในการสร้างผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องในแต่ละสถานการณ์และช่วงเวลา ซึ่งต้องตระหนักว่าเราจะขายเฉพาะสิ่งที่เราอยากขายอย่างเดียวไม่ได้ แต่เราต้องขายในสิ่งที่ลูกค้าอยากได้ในแต่ละช่วงเวลา มากกว่า บริษัทฯ จึงต้องมีการปรับตัวอยู่ตลอด เนื่องจากยังไม่ทราบว่าเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันจะมีการขยับตัวขึ้นอีกเมื่อไหร่ แต่จะเห็นได้ว่ายอดขายของบริษัทฯ นั้นมีการเติบโตขึ้นทุกปี เนื่องจากการปรับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละช่วงเวลา

การเตรียมตัวเพื่อก้าวสู่ AEC

การเตรียมตัวเพื่อเข้าสู่ AEC หรือประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนนั้นเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งรวมถึงการเตรียมตัวรับมือกับการแข่งขันในอนาคต ที่วันนี้บริษัทฯ เริ่มมองเห็นว่าด้วยภาวะของนโยบายภายในประเทศที่ไม่ชัดเจนในเรื่องของการสนับสนุนให้ภาคเอกชนมีศักยภาพในการเข้าไปแข่งขันกับคู่แข่งในต่างประเทศ ที่ประเทศไทยนั้นส่วนใหญ่จะเน้นในเรื่องของการอบรมและสัมมนาเป็นหลัก แต่สำหรับในต่างประเทศ ตัวอย่างเช่น มหาวิทยาลัยของประเทศอินโดนีเซียที่มีการทำในเรื่องของเครื่องประดับได้เริ่มมีการเข้ามาสำรวจ (Survey) ตลาดผู้ประกอบการจิวเวลรี่ (Jewelry) ในจังหวัดภูเก็ต ของประเทศไทย ซึ่งเห็นได้ชัดว่าประเทศอินโดนีเซียซึ่งเป็นคู่แข่งสำคัญในด้านของจิวเวลรี่ มีความเคลื่อนไหวที่จะเข้ามาแข่งขันในประเทศไทยเมื่อก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในขณะที่ประเทศไทยเองยังเน้นในเรื่องของการให้ความรู้เรื่อง AEC เสียเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งความจริงแล้วผู้ประกอบการจำนวน

มากต้องการการส่งเสริมในลักษณะในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวกับเชิงรุกมากกว่า ทำให้ภาคของผู้ประกอบการด้วยกันเองเริ่มที่จะขยับตัวในเรื่องของผลิตภัณฑ์เพื่อเตรียมตัวสำหรับการแข่งขัน และเพื่อให้มีความพร้อมสำหรับการเข้ามาของประเทศไทยในกลุ่มอาเซียน ที่ส่วนใหญ่เป็นการเข้ามาด้วยเงินทุนของรัฐบาลในประเทศ ทำให้ผู้ประกอบการต้องเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการแข่งขันที่กลับมาถึงในไม่ช้านี้ ไม่เช่นนั้นแล้วผู้ประกอบการในจังหวัดภูเก็ตจากเดิมที่มองว่าเป็นผู้ประกอบการที่มีความเข้มแข็งและเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ จะกลายเป็นเพียงแค่ผู้ประกอบการรายเล็กรายหนึ่งในอาเซียนเท่านั้น

แต่ถึงอย่างไรก็ตามตอนนี้บริษัทฯ ก็กำลังอยู่ในระหว่างการเตรียมความพร้อมที่จะขยายการลงทุนไปยังอาเซียนอื่น ๆ ด้วย อีกทั้งบริษัทยังได้เร่งจดทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของตัวเอง คือ การสะท้อนแสงเป็นสีรุ้งที่มาจากภูมิภาคอื่นไม่สามารถทำได้ ซึ่งจะทำให้สร้างมูลค่าเพิ่มทางการค้าจากปัจจุบันในแต่ละปีตลาดมีการขยายตัวร้อยละ 30 ต่อปี เพราะเป็นวัตถุดิบที่หายาก

การร่วมมือกับภาครัฐ

บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี มีความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ โดยเฉพาะ สสว. (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) ในหลายๆ ส่วน โดยในทุกปีบริษัทฯ จะมีเรื่องของการพัฒนาองค์กรในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมโครงการที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โครงการเกี่ยวกับการพัฒนาองค์กร บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี จะมีการเข้าร่วมกับหน่วยงานภาครัฐอยู่เสมอ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่หน่วยงานภาครัฐจะสามารถช่วยองค์กรและบริษัทเล็กๆ ได้ ในการสร้างความรู้ในเรื่องการพัฒนาการออกแบบและผลิตภัณฑ์ ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่เข้ามาช่วยเหลือได้โดยใช้ต้นทุนต่ำที่สุด

รางวัลการันตีคุณภาพ

ปี พ.ศ. 2551 บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วม 1 ใน 4 ของประเทศไทยในงาน GITGEM & JEWELRY DESIGN AWARD 2008 ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์กรมหาชน)

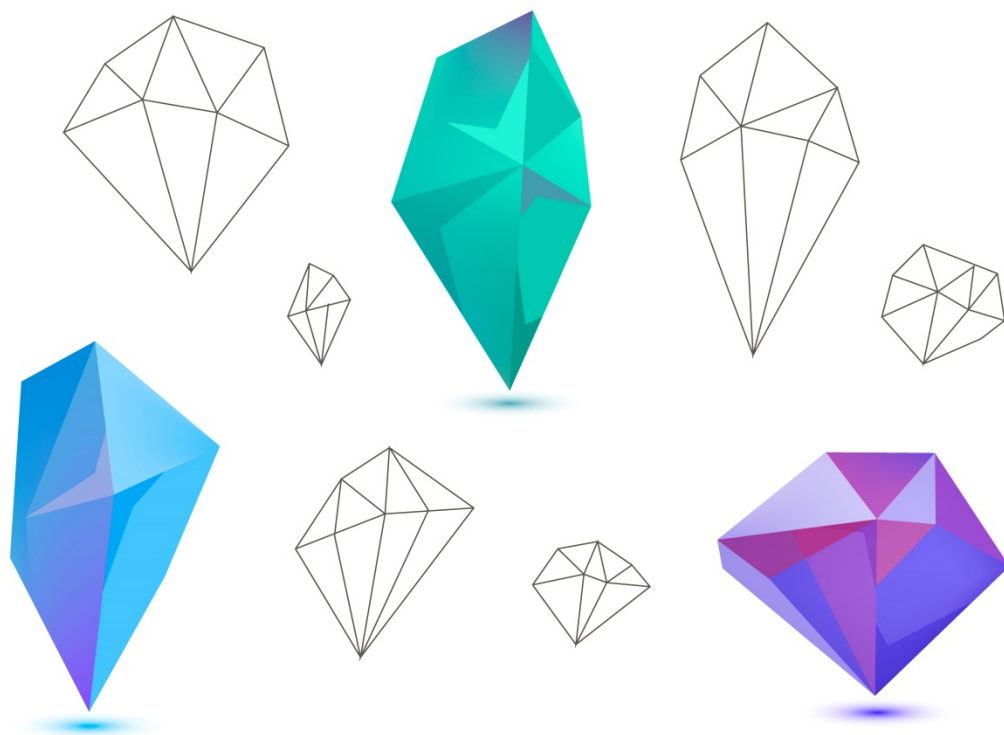
ปี พ.ศ. 2552 บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี จำกัด ได้รับการคัดเลือกติด 1 ใน 3 ของประเทศไทยงาน GIT GEM & JEWELRY DESIGN AWARD 2009 ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ภายใต้แนวความคิด “Thai Explosion-Passion of Thai Design” และได้รับรางวัลสุดยอด SMEs ดีเด่นแห่งชาติ ครั้งที่ 2 ในกลุ่มอัญมณีและเครื่องประดับ

ปี พ.ศ. 2554 บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี ได้รับรางวัลระดับประเทศมากมายหลากหลายรางวัล ได้แก่ รางวัลอุตสาหกรรมดีเด่นแห่งชาติ รับรางวัล สุดยอด SMEs เป็นครั้งที่ 2 ได้รับคัดเลือกในรอบ 1 ใน 3 ของประเทศไทยงาน GIT GEM & JEWELRY DESIGN AWARD 2011 ของสถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน) ภายใต้แนวความคิด “The Mega Project – Jewelry Design Inspired by Architectural Concept

ปี พ.ศ. 2555 บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี จำกัดคว้ารางวัล อุตสาหกรรมดีเด่นแห่งชาติ ประเภทการบริหาร อุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อม จัดขึ้นโดยกระทรวงอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมของประเทศโดยมุ่งหวังให้เกิดการพัฒนามาตรฐานการประกอบการในด้านต่าง ๆ

อย่างมีคุณภาพมีการบริหารจัดการที่ดีและมีคุณภาพมาตรฐานการผลิตเป็นที่ยอมรับ มีความปลอดภัยมีการประหยัดพลังงาน และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมโดยดีให้ความสำคัญกับกิจการ การดำเนินงานกับกลุ่มอุตสาหกรรมขนาดกลางและขนาดย่อมในภูมิภาคต่าง ๆ

ปี พ.ศ. 2557 บริษัท ภูเก็ต เพิร์ล อินดัสทรี ได้รับเกียรติจากกองประกวด มีสีไทยแลนด์เวิร์ล 2014 ให้ออกแบบและผลิตมงกุฎมุกประดับเพชร ภายใต้คอนเซ็ปต์ ราชนีแห่ง 7 คาบสมุทร โดยจากความผูกพัน แห่งทะเลอันดามัน ส่งต่อการเดินทางที่กว้างใหญ่ เลียบฝั่งยังแหล่งกำเนิดอารยธรรมบนคาบสมุทรทั้ง 7 จุดเริ่มต้นของแนวคิดมงกุฎ มีสีไทยแลนด์เวิร์ล 2014 เป็น 7 ยอด หมายถึง 7 คาบสมุทรตามด้วยลวดลายต่างหมายถึงอารยธรรมที่เกิดขึ้น สีสันของพลอยสีฟ้า เพื่อเล่าถึงท้องทะเลบนคาบสมุทรอันระยิบระยับด้วยแสงสะท้อนของเพชรเหมือน การเคลื่อนไหวของเกลียวคลื่นและสิ่งที่ยาตราไม่ได้เลยคืออัญมณีแห่งท้องทะเลที่อยู่บนยอด และใช้มุก Blue Oceanมุกที่พัฒนาให้เกิดโทนสีน้ำเงินอมฟ้าทำให้เกิดลักษณะเด่นเฉพาะ เพื่อคัดเลือกมาประดับลงบนมงกุฎมีสีไทยแลนด์เวิร์ล 2014 เพื่อบอกเล่าเรื่องราวความงดงามอันเป็นนิรันดร์ที่เป็นไปและคงอยู่บนแผ่นดิน seven seas



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

เมื่อปลายปีพ.ศ. 2558 ที่ผ่านมากฎีภาคอาเซียนได้ก้าวเข้าสู่ความเป็นหนึ่งเดียวกันทางด้านเศรษฐกิจหรือ AEC เรียกว่าเป็นอีกบันทึกหน้าหนึ่งทางประวัติศาสตร์ที่สำคัญของภูมิภาคนี้ ก่อนอื่นมาทำความเข้าใจความหมายของ AEC กันก่อนว่าเป็นอะไร AEC ย่อมาจาก Asian Economic Community เป็นความร่วมมือทางเศรษฐกิจของ 10 ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อันได้แก่ ไทย ลาว เวียดนาม มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ บรูไน ฟิลิปปินส์ และกัมพูชา ซึ่งเป็นการเปิดเสรีทางการค้าและการผลิต งดเว้นภาษีนำเข้าซึ่งกันและกันแต่ก็มีสินค้าบางประเภทที่มีความจำเพาะพิเศษของแต่ละประเทศที่ยังคงมีการเก็บภาษีนำเข้าอยู่เหมือนเดิม หรือให้เข้าใจง่าย ๆ ว่าเป็นการรวมตัวกันคล้ายๆกับกลุ่มประเทศในยุโรปหรือยุโรปโซนนั่นเอง ทั้งนี้ทั้งนั้นเพื่อทำให้ประเทศในกลุ่มเหล่านี้มีอำนาจต่อรองกับคู่ค้าใน

ภูมิภาคอื่นมากขึ้น จากการคาดการณ์กันนั้นในการก้าวเข้าสู่ AEC ย่อมมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมภายในประเทศของไทยหลายอุตสาหกรรม หนึ่งในนั้นคืออุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับ

อุตสาหกรรมการผลิตอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในตลาดโลกมาช้านานและเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมส่งออกที่สามารถสร้างเม็ดเงินให้กับประเทศเป็นอันดับต้นๆเลยก็ว่าได้ และเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ที่ก่อให้เกิดการจ้างงานในอัตราสูงเนื่องจากในธุรกิจนี้จำเป็นต้องใช้แรงงานที่มีฝีมือและมีความละเอียดสูงในการผลิต ประเทศไทยได้ชื่อว่าเป็นผู้ผลิตและจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับที่มีฝีมือปราณีต โดยแบ่งลักษณะของผู้ประกอบการออกเป็นสัดส่วนใน 3 รูปแบบ เป็นผู้ประกอบการ SMEs ร้อยละ 70 ผู้ประกอบการ

ขนาดกลาง มีอัตราส่วนร้อยละ 25 ซึ่งสองส่วนนี้เป็นผู้ผลิต และจำหน่ายอัญมณีและเครื่องประดับให้แก่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่อีกทอดหนึ่งซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 5 จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กราย SMEs ครองอัตราส่วนในตลาดมากที่สุด และก็มีควมอ่อนไหวทางตลาดมากที่สุดเช่นกัน ยิ่งเมื่อประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเต็มตัวทำให้ประเทศต้องเผชิญกับการแข่งขันลงทุนอย่างเสรีจากประเทศในกลุ่มอาเซียนเอง แต่อย่างไรก็ดีสำหรับประเทศไทยแล้วถึงแม้ธุรกิจนี้จะได้รับผลกระทบ แต่ก็เรียกได้ว่าเป็นผลกระทบที่มีทั้งทางบวกที่ทำให้มีโอกาสมากขึ้น และผลกระทบในทางลบก่อให้เกิดความเสี่ยงตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผลกระทบในทางบวก ในกลุ่ม 10 ประเทศอาเซียนไทยยังได้เปรียบประเทศอื่นๆในด้านนี้ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีความสามารถในการแข่งขันสูงมากที่สุด กราบหรือไม่ว่าประเทศไทยนอกจากจะเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบพลอยสีติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลกแล้วยังเป็นเพียงรายเดียวในโลกที่สามารถหุงหรือเผาพลอยได้โดยใช้เทคนิคและเทคโนโลยีที่มีการลงทุนน้อยโดยมีผู้ประกอบการรายย่อยระดับครัวเรือนเป็นกำลังสำคัญ ซึ่งการหุงพลอยหรือเผาพลอยนั้นคือการใช้ความร้อนทำให้อัญมณีเปลี่ยนสีเป็นสีที่สวยงามเข้มขึ้นหรือเปลี่ยนสีไปเป็นอีกสีหนึ่งจึงได้เรียกง่าย ๆ ว่าเป็นกรรมวิธีที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่อัญมณีมีสีตรงตามคุณสมบัติอย่างเช่น ทับทิม ไพลินและบุษราคัม นอกจากนี้ยังทำให้ได้อัญมณีมีสีที่ความหลากหลายมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามแม้แต่ผู้ที่อยู่ในวงการธุรกิจนี้มาช้านานแทบจะไม่มีใครรู้ว่าการหุงหรือเผาพลอยมีกรรมวิธีเคล็ดลับอย่างไรเพราะเทคนิคและความรู้พัฒนามาจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่เป็นความลับและจะถ่ายทอดให้แก่ทายาทในตระกูลรุ่นต่อรุ่นเท่านั้น ไม่ได้เปิดเผยมากนัก จึงทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงและยังไม่มีประเทศใดแม้แต่กระทั่งในกลุ่มอาเซียนจะแย่งธุรกิจนี้ไปครองได้ง่ายๆ ด้วยชื่อเสียงที่มีความพิเศษจนเป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก ประเทศไทยจึงเป็นศูนย์กลางในการแปรรูปอัญมณีที่มีหลายประเทศส่งอัญมณีประเภทพลอยสีเข้ามาเผาในประเทศอีกด้วย

ในด้านฝีมือแรงงาน ประเทศไทยยังคงมีจุดแข็งที่ประเทศในกลุ่มอาเซียนยังสู้ไม่ได้เพราะแรงงานไทยมีฝีมือปรานีดี มีความเชี่ยวชาญเฉพาะตัวและมีชื่อเสียงในด้านการหุงหรือเผา และเจริญในอัญมณีมากที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียนและในตลาดโลก เรียกได้ว่าศักยภาพทางด้านแรงงานมีฝีมือของประเทศไทยยังคงได้เปรียบเพื่อนบ้านมากที่สุดนั่นเอง

ในเรื่องวัตถุดิบ เนื่องจากประเทศไทยเริ่มขาดแคลนวัตถุดิบอย่างพลอย หรือแม้กระทั่งไทยไม่มีแหล่งผลิตเพชรและทองคำหรืออัญมณีอื่นๆ ประเทศไทยจึงต้องพึ่งการนำเข้า

วัตถุดิบจากประเทศอื่นๆจากเพื่อนบ้าน ดังนั้นเมื่อมีการเปิดการค้าเสรีเกิดขึ้น ประเทศไทยจึงสามารถนำเข้าวัตถุดิบจากต้นกำเนิดที่มีทรัพยากรมหาศาลอย่างประเทศเมียนมาร์และกัมพูชาได้โดยเสรีและง่ายมากขึ้น โอกาสในการเติบโตจึงยังไม่ถึงทางตัน



ผลกระทบในทางลบ การขาดแคลนแรงงาน เนื่องจากประเทศไทยจะได้เปรียบในเรื่องแรงงานมีฝีมือก็จริง แต่ก็ยังขาดแคลนและมีค่าแรงในการจ้างอยู่อัตราสูงเมื่อเทียบกับเพื่อนบ้าน ประกอบกับคนรุ่นใหม่เริ่มหันไปสนใจธุรกิจอื่นมากขึ้น ทำให้อัตราการแข่งขันในด้านนี้มีข้อจำกัดที่ต้องได้รับการส่งเสริมอย่างเร่งด่วน ผลกระทบที่จะเกิดตามมาคือแรงงานในกลุ่มอาเซียนมีการเปิดเสรี มีความเป็นไปได้ว่าแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้านสามารถเรียนรู้และพัฒนาตัวเองให้มีศักยภาพมากพอที่จะแย่งงานภายในประเทศของธุรกิจได้ นอกจากนี้ประเทศไทยยังไม่มีเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงเมื่อเทียบกับประเทศสิงคโปร์หรือมาเลเซีย หากประเทศเหล่านี้เล็งเห็นลู่ทางในธุรกิจ อาจทำให้มีการลงทุนมากขึ้นจนทำให้ธุรกิจขนาดเล็กราย SMEs สิ้นสະเทือนได้เพราะมีคู่แข่งที่มีศักยภาพในการลงทุนด้านเทคโนโลยีสูงกว่า จนอาจเป็นสาเหตุให้ธุรกิจขนาดเล็กต้องเจอผลกระทบอย่างรุนแรงได้ในอนาคต หากไม่มีการปรับตัว ดังนั้นจึงต้องมีการปรับตัวในด้านของตลาดแรงงานด้วยการพัฒนาฝีมือแรงงานให้มากขึ้น และพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่ยังเป็นจุดอ่อนให้มีความเข้มแข็งมากขึ้น และต้องคำนึงถึงการย้ายฐานการผลิตและการลงทุนไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่มีความได้เปรียบเรื่องวัตถุดิบและแรงงานราคาถูกอีกด้วย เนื่องจาก AEC เอื้อประโยชน์ในเรื่องนี้อยู่แล้ว



นโยบายและการปรับตัว เนื่องจากผลกระทบในด้านลบอาจจะกระทบในส่วนของธุรกิจขนาดเล็กอย่าง SMEs และขนาดกลาง จนส่งผลกระทบต่อเมืองไปยังธุรกิจขนาดใหญ่ การปรับตัวเพื่อเปิดประตูความเสี่ยงจึงต้องพิจารณาในเรื่องของปัญหาเรื่องการขาดแคลนแรงงานฝีมือเป็นอันดับแรก ทั้งภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือกันเพื่อสนับสนุนส่งเสริมคนรุ่นใหม่ให้หันมาสนใจในธุรกิจนี้ให้มากขึ้น จัดอบรมและพัฒนาฝีมือแรงงานอยู่เสมอ นอกจากนี้สนับสนุนธุรกิจในระดับครัวเรือนให้มีความเข้มแข็งเพราะธุรกิจนี้ครัวเรือนเหล่านี้เป็นรากฐานที่สำคัญในห่วงโซ่ของธุรกิจขนาดใหญ่ระดับประเทศ

นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้การหุงหรือเผาพลอยเป็นหลักสูตรวิชาชีพเฉพาะ เนื่องจากปัจจุบันนี้การหุงหรือเผาพลอยมีการสืบทอดผ่านทายากรุ่นสู่รุ่น เทคนิคและกรรมวิธีการแปรรูปพลอยดิบให้มีมูลค่าสูงขึ้นยังเป็นศาสตร์ลับที่ยังไม่มีหลักสูตรใดรองรับอย่างเป็นทางการ อาจทำให้เกิดการสูญหายของเทคนิคและภูมิปัญญาชาวบ้านไปที่สุด ซึ่งเป็นที่น่า

เสียดายเนื่องจากประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตและแปรรูปที่มีฝีมือมากที่สุดในโลกที่ยังไม่มีประเทศไหนสู้ได้ แต่หากสูญหายไปความสามารถในการแข่งขันก็จะลดลงไปมากที่สุด

แต่อย่างไรก็ตามแนวโน้มในการเติบโตของธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของไทยก็ยังมีขีดความสามารถในการเติบโตได้ดีและต่อเนื่อง ถึงแม้สถานการณ์เศรษฐกิจจะเปราะบาง แต่การเปิด AEC สามารถทำให้ตลาดภายในประเทศและส่งออกยังคงคึกคักได้ เพราะประเทศไทยจะกลายมาเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มอาเซียนและประเทศอื่นๆ โอกาสในการทำตลาดภายในประเทศจึงมีความเป็นไปได้มากขึ้นโดยเฉพาะการออกแบบดีไซน์เครื่องประดับให้มีความหลากหลายเจาะฐานลูกค้าระดับกลางและระดับสูงที่กำลังกำลังในการซื้อที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้การขยายฐานลูกค้าใหม่ๆอย่าง สิงคโปร์ มาเลเซีย บรูไนและอินโดนีเซียก็เป็นกลุ่มประเทศเป้าหมายที่ให้ความสนใจธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับของไทย จึงสามารถขยายตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ให้มากขึ้น ถึงแม้ไทยจะมีจุดแข็งในเรื่องของการเจริญเติบโตและเงินก็ตาม แต่ก็ยังมีจุดอ่อนในเรื่องของการเจริญเติบโตและผลิตภัณฑที่เกี่ยวข้องกับยังมีข้อจำกัดเนื่องจากยังไม่มีแหล่งวัตถุดิบและโรงงานผลิตภายในประเทศมากพอต้องพึ่งการนำเข้าเป็นหลัก จะเห็นได้ชัดเจนว่าการพัฒนาในธุรกิจนี้ยังเป็นการพัฒนาในรูปแบบของต่างคนต่างทำ โดยเฉพาะในส่วนของ SMEs ยังไม่ได้รับการส่งเสริมให้มีการพัฒนาการด้านการจัดการที่เป็นระบบมาตรฐานมากพอและยังต้องพัฒนาความสามารถในการทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มให้มากขึ้น ทั้งนี้ถึงแม้ว่าแรงงานฝีมือไทยจะมีความประณีตและมีเอกลักษณ์ก็ตามแต่ยังขาดทักษะในการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการในตลาด อีกทั้งยังไม่มี การส่งเสริมให้เอกลักษณ์ที่สวยงามให้เป็นจุดเด่นของเครื่องประดับที่มากพอ ดังนั้นไม่ว่าทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและผู้ประกอบการจึงต้องเตรียมตัวรับมือกับความเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจให้ทันต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วนเพื่อให้ธุรกิจนี้ยังคงอยู่และมีศักยภาพในการแข่งขันในการเป็นผู้นำต่อไป



การพัฒนารูปแบบในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพทางด้านการผลิตและเป็นผู้นำในธุรกิจอัญมณีและเครื่องประดับเทียบเท่าและเป็นที่ยอมรับในระดับโลกมาช้านาน เพราะฝีมือในการเจียรไนอัญมณีและการขึ้นรูปตัวเรือนเครื่องประดับที่มีความประณีตและมีความเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องความสวยงามที่ไม่แพ้ชาติใดในโลก และนอกจากนี้ยังเป็น 1 ใน 5 ประเทศที่มีแหล่งพลอยสีตามธรรมชาติที่มากที่สุดในโลกอีกด้วย ถึงแม้ในปัจจุบันวัตถุดิบจะร่อยหรอลงไปแต่ในเรื่องการผลิตและเจียรไนอัญมณีและเครื่องประดับชนิดอื่น อย่างเช่น เพชรและทองคำยังโดดเด่นเป็นหนึ่งในผู้นำอยู่ดี แต่การที่จะทำให้สินค้าประเภทนี้ได้รับความนิยมไปสู่ระดับโลกนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะต้องมีการออกแบบและพัฒนารูปแบบอัญมณีและเครื่องประดับให้มีความสวยงาม เข้ากับยุคเข้ากับสมัยอย่างต่อเนื่อง การออกแบบเครื่องประดับจึงเป็นศาสตร์และศิลป์อย่างหนึ่งที่ขาดไม่ได้ในวงการธุรกิจประเภทนี้ เปรียบเสมือนเป็นเครื่องมือหลักในการเปิดใจและดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาสนใจสินค้าได้ในที่สุดผู้ประกอบการในแวดวงธุรกิจประเภทนี้ จึงต้องมีการพัฒนาและออกแบบสินค้าให้โดนใจลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

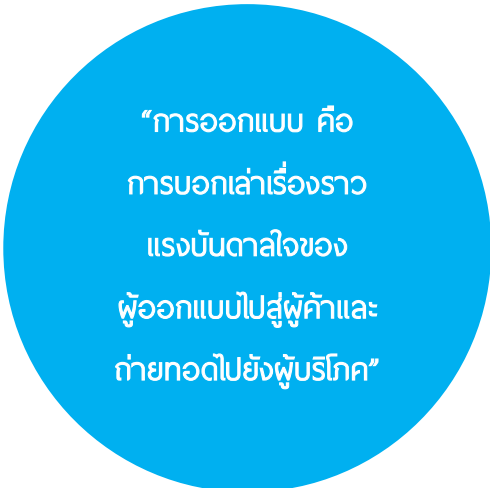
การออกแบบมีความสำคัญกับธุรกิจเครื่องประดับและอัญมณีเป็นอันดับต้นๆที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเรียนรู้และให้ความสำคัญ เนื่องจากการออกแบบ และการเลือกวัตถุดิบให้เข้ากับรูปแบบที่ต้นสามารถสร้างมูลค่าให้กับสินค้าประเภทนี้ได้ อย่างประเมินค่ามิได้ เคยมีคำกล่าวจาก Ruth Nivola ศิลปินและนักออกแบบเครื่องประดับชาวเยอรมันชื่อดัง กล่าวไว้ว่า *“การออกแบบเครื่องประดับ เป็นการทำให้สวยงามด้วยตนเอง แม้จะทำจากวัสดุที่ไม่มีราคา ยิ่งดีกว่าเพชรที่ออกแบบอย่างมีรสนิยมต่ำ”* จะเห็นได้ว่าพลังแห่งการออกแบบนั้นมีความสำคัญมากแค่ไหน แต่เครื่องประดับทั่วไปหากสามารถออกแบบให้ดูมีค่าแล้วสามารถเพิ่มมูลค่าให้ตัวสินค้าได้ นับประสาอะไรกับเพชรที่ได้ชื่อว่าเป็นราชินีแห่งอัญมณีที่ไม่ควรละเลยเช่นกัน ว่ากันว่าในการตัดสินใจซื้ออัญมณีหรือเครื่องประดับแล้วโดยเฉพาะในกลุ่มลูกค้าผู้หญิง เป็นการตัดสินใจซื้อด้วยอารมณ์ความพึงพอใจเป็นหลัก โดยไม่จำเป็นต้องมีเหตุผลด้านอื่นใดมาสนับสนุน แต่จะอย่างไรให้สินค้าเป็นที่ถูกอกถูกใจ จนสื่อให้เกิดความต้องการอยากได้ อยากซื้อโดยไม่มีเหตุผล ก็ต้องอาศัยการออกแบบที่สวยงามโดนใจมาก่อนเป็นอันดับแรก การออกแบบจึงได้กลายมาเป็นหลักสูตรหนึ่งในการเรียนระดับมหาวิทยาลัยในสมัยปัจจุบัน

การออกแบบที่ดีควรเป็นอย่างไร ในการออกแบบเครื่องประดับไม่ว่าจะเป็นชนิดใดก็ตาม มีสิ่งที่ต้องคำนึงถึงไม่แตกต่างกันมีดังนี้ ความสวยงามทางศิลปะ ความเรียบง่ายของสินค้าที่ต้องมีความสมบูรณ์แบบในตัวเอง มีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและการเลือกใช้วัสดุให้เหมาะสมกับชิ้นงาน เทคนิคการผลิตที่มีเอกลักษณ์และไม่ผลิตชิ้นงานซ้ำกับของเดิมหรือของใคร และที่ขาดไม่ได้จะต้องคงลักษณะเด่นของวัตถุดิบนั้นๆไว้ให้ได้มากที่สุด เพราะแต่ละวัสดุที่ใช้จะมีความโดดเด่นในตัวเอง ในวงการธุรกิจนี้การพัฒนาและการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับจำเป็นต้องมีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

เนื่องจากในปี 2557-2558 ที่ผ่านมากการออกแบบเครื่องประดับมาที่จุดอิมิตัว จึงเป็นที่มาที่ทำให้หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องต้องมีการจัดประกวดการออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับเป็นประจำทุกๆปี โดยมีธีมที่แตกต่างกันออกไปตามแต่ละหน่วยงาน เพื่อให้ได้นักออกแบบที่มีความคิดสร้างสรรค์ กล้าคิดกล้าแตกต่าง เพื่อเป็นการสนับสนุนให้มีการพัฒนาและออกแบบเครื่องประดับเป็นไปอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เพื่อดึงดูดความสนใจของเยาวชน คนรุ่นใหม่ และคนทั่วไปให้หันมาเห็นความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศอันดับต้นๆแล้ว ก่อให้เกิดความมีมาตรฐานที่มีประสิทธิภาพและส่งเสริมบุคลากรให้มีความสามารถได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล ทั้งนี้ทั้งนั้นจำเป็นต้องพัฒนาควบคู่ไปกับทางด้านเทคโนโลยีที่ประเทศไทยยังมีศักยภาพในการใช้เทคโนโลยีเกี่ยวกับอัญมณีอยู่ในวงจำกัดยังเป็นรองประเทศคู่แข่งอื่นอย่างเช่นจีนและอินเดีย

การส่งเสริมทั้งโดยภาครัฐและเอกชน เกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับมีความจำเป็นเร่งด่วนอย่างหนึ่งสำหรับประเทศไทยในขณะนี้เนื่องจากประเทศกำลังเข้าสู่ AEC Asian Economic Community) ตลอดเวลาที่ผ่านมาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ยังไม่ได้เจาะตลาดในกลุ่มอาเซียนมากนักเนื่องจากมูลค่าในการส่งออกยังไม่เทียบเท่ากับกลุ่มประเทศในอเมริกา ยุโรป แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มประเทศในอาเซียนยังมีมูลค่าสำคัญที่มีศักยภาพในการซื้อและอยู่ในเกณฑ์ที่สูงไม่น้อย โดยเฉพาะสิงคโปร์ กัมพูชาและอินโดนีเซีย การพัฒนาและออกแบบเครื่องประดับที่มีความหลากหลายตอบสนองกระแสแฟชั่นให้มากขึ้นจึงไม่ควรมองข้ามเพื่อเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค และที่สำคัญยิ่งหย่อนไปกว่าคือการเจาะตลาดกลุ่มใหม่ๆภายในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคระดับกลางและระดับบนที่มีอำนาจในการซื้อมากที่สุด จากที่

ผ่านมาอัญมณีและเครื่องประดับเป็นที่นิยมขึ้นโดยเฉพาะกลุ่มเท่านั้นเนื่องจากขาดความหลากหลายของชิ้นงาน รูปแบบยังไม่เข้ากับกระแสแฟชั่นมากนัก การใช้งานยังไม่สามารถหยิบใช้ได้ทุกโอกาส จึงจำเป็นจะต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีความเรียบหรูดูดีแต่ราคาไม่สูงมากนักให้สอดคล้องไปตามความต้องการของตลาดในยุคที่เศรษฐกิจซบเซา เพื่อให้มีการใช้งานได้ในหลายโอกาสใช้ได้น้อยในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้การทำตลาดผ่านสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น รวมถึงการสร้างแบรนด์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความพิเศษและเข้ากับยุคเข้ากับสมัยมากขึ้น เพื่อให้ทันกับความต้องการของผู้บริโภคเอง จะสามารถขยายฐานลูกค้าภายในประเทศได้



นอกจากนี้การสร้างเรื่องราวผ่านการออกแบบก็เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น อย่างเช่น การตั้งชื่อ collection ของชิ้นงานให้มีความหมายหรือการสร้างธีมเพื่อบอกที่มาที่ไปของแรงบันดาลใจผ่านชิ้นงาน จะทำให้อัญมณีหรือเครื่องประดับนั้นๆมีความน่าสนใจและดึงดูดใจผู้บริโภคได้มากกว่า โดยเน้นไปที่การบอกเล่าเรื่องราวแรงบันดาลใจของผู้ออกแบบไปสู่ผู้ค้าและถ่ายทอดไปยังผู้บริโภคได้ เช่น ออกแบบอัญมณีหรือเครื่องประดับจากตำนานลึกลับ เป็นการผสมผสานความเชื่อผ่านการบอกเล่าที่มาของเครื่องประดับนั้นๆเพื่อยกระดับสินค้าและเพิ่มมูลค่าให้มีความโดดเด่นแตกต่างจากสินค้าชนิดอื่นๆ ยกตัวอย่าง นักธุรกิจไทยรายหนึ่งได้ออกแบบเครื่องประดับเงินโดยใช้แรงบันดาลใจจากส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์อังกฤษในยุคมีดมาออกแบบเครื่องประดับ โดยเน้นธีมสีดำเป็นตัวแทนของความเชื่อ ศาสนา ที่มีอิทธิพลต่อมนุษย์ในด้านต่างๆ เป็นต้น หรือการใช้แรงบันดาลใจจาก

อิทธิพลของสื่อที่มีผลต่อความเชื่อของมนุษย์มาเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างเรื่องราวให้เครื่องประดับเหล่านั้นมีเรื่องราวที่น่าสนใจแตกต่างจากเครื่องประดับชิ้นอื่นที่มีอยู่โดยทั่วไปได้ เป็นการเพิ่มมูลค่าให้สินค้าด้วยวิธีง่ายๆ การสร้างเรื่องราวให้กับสินค้าจึงเป็นเรื่องใหม่ที่นานาประเทศให้ความสนใจโดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่นเป็นหนึ่งในประเทศที่ขายสินค้าโดยการสร้างเรื่องราวให้สินค้านี้มีความน่าสนใจมากขึ้นเป็นต้น



จะเห็นได้ว่านอกจากตลาดการส่งออกแล้ว การขยายตลาดภายในประเทศก็ยังเป็นสิ่งจำเป็นโดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าคนรุ่นใหม่ เนื่องจากดีไซน์ที่ยังไม่มีความหลากหลาย จึงจำเป็นต้องปรับรูปแบบ ดังนั้นการพัฒนาและการออกแบบอัญมณีเครื่องประดับจำเป็นจะต้องทำอย่างครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ทั้งการส่งเสริมบุคลากรตลอดจนเทคโนโลยีในการผลิตที่มีประสิทธิภาพให้มีมาตรฐานเทียบเท่าสากล พร้อมทั้งส่งเสริมให้มีการลงทุนทางด้านการศึกษาเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคว่ามีแนวโน้มและความชอบเครื่องประดับแบบใด

การสร้างสรรค์ผลงานใหม่ๆของนักออกแบบให้มีความแตกต่างและหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะกลุ่มคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้การใช้สื่อออนไลน์เป็นสื่อกลางในการเชื่อมต่อกับลูกค้าให้มีความสะดวกสบายในการจับจ่ายใช้สอย รวมไปถึงการสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล และมากกว่านั้นคือการสร้างเรื่องราวผ่านการออกแบบโดยใช้แรงบันดาลใจเพื่อเป็นบันไดในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้สนใจในสินค้าให้มากขึ้น

และที่สำคัญต้องไม่ลืมคู่ค้าสำคัญในตลาดอาเซียนโดยการใช้ประโยชน์จากการเข้าสู่ AEC เนื่องจากประเทศไทยมีข้อได้เปรียบในด้านอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับมากกว่ากลุ่มประเทศเพื่อนบ้านและตลาดในการค้าขายยังมีขนาดตลาดสเปกเหมาะสมควรและยังได้เปรียบจากการเปิดเขตเศรษฐกิจเสรีในเรื่องการเข้าถึงวัตถุดิบที่ไทยกำลังขาดแคลนอย่าง เพชรและพลอยจากประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เมียนมาร์ที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์มากกว่า ทั้งนี้ทั้งนั้นความร่วมมือพัฒนาในการออกแบบจะต้องอาศัยความร่วมมือจากทั้งภาครัฐเช่นการจัดงานแสดงสินค้าเพื่อเป็นจุดศูนย์กลางการพบเจอระหว่างผู้ค้าและลูกค้าให้มีการสร้างสายสัมพันธ์ที่มีความแน่นแฟ้นและไว้วางใจซึ่งกันและกัน ความร่วมมือจากทางภาคเอกชนเช่นการจัดประกวด

ออกแบบอัญมณีและเครื่องประดับเป็นประจำทุกปีเพื่อคัดสรรบุคลากรที่มีคุณภาพให้เทียบเท่าตลาดโลกและส่งเสริมให้ความคิดสร้างสรรค์คิดนอกกรอบ อีกทั้งป้องกันการผลิตลอกเลียนแบบเครื่องประดับจากจากภายนอกประเทศ ในส่วนของผู้ประกอบการต้องมีการตื่นตัวรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและสภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาอยู่ในขณะนี้ รวมถึงการถ่ายทอดภูมิปัญญาในเรื่องการแปรรูปพลอยที่มีมาช้านานให้เป็นที่แพร่หลายมากขึ้นป้องกันการสูญหายขององค์ความรู้ที่ปัจจุบันยังเป็นความลับภายในครอบครัว

ธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์



Global Seal กับแนวคิดธุรกิจ สู่เส้นทางความสำเร็จ

Global seal จัดว่าเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มี**ผลกระทบที่ดี**และมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่เป็นตัวอย่างได้ดีสำหรับผู้ที่ต้องการเริ่มต้นธุรกิจเป็นของตัวเอง เพราะแนวทางการดำเนินธุรกิจของที่นี่จะเป็นแบบการทำธุรกิจที่มีการเรียนรู้ มีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้เข้ากับยุคสมัยได้ดีและเป็นตัวอย่างธุรกิจที่ควรศึกษา เพื่อนำไปเป็นแบบแผนในการดำเนินธุรกิจต่อไปได้ ซึ่งบริษัทแห่งนี้เริ่มต้นการทำงานด้วยการมีทีมงานเพียงไม่กี่คน และเริ่มพัฒนาขยายบริษัทให้มีขนาดที่ใหญ่ขึ้นซึ่งในปัจจุบันพนักงานที่เข้ามาทำงานที่นี่ได้เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ด้วยหลักการบริหารที่เน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้ที่เข้ามาทำงานได้มีการพัฒนาตัวเองเพิ่มศักยภาพการทำงาน และเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงความก้าวหน้าของการดำเนินธุรกิจที่เติบโตไปได้ด้วยดี และมีแนวโน้มที่จะดีขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งการที่นิคมอุตสาหกรรมในอุตสาหกรรมหนึ่งจะเติบโตได้ดีขนาดนี้ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารจัดการที่เป็นมาตรฐาน และมีการวางแผนการตลาดที่เฉียบแหลม เพื่อธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน ซึ่ง Global Seal ได้เล็งเห็นในจุดนั้นแล้วนำ

กลับมาพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นมาดูกันว่าความน่าสนใจที่ควรเอาเป็นแบบอย่างนั้นมีอะไรบ้าง

» จุดเริ่มต้นธุรกิจ

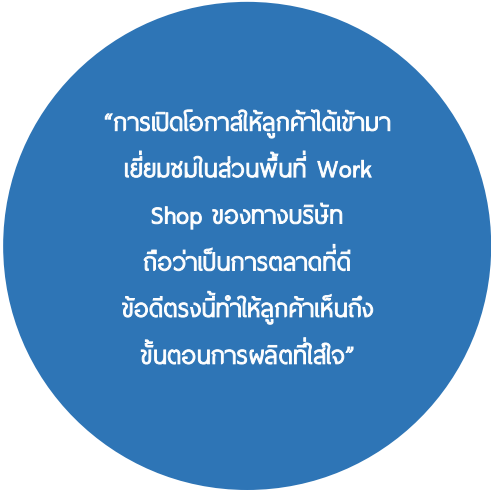
คุณ ชาลิตดี กุลฐิติกิจ กรรมการผู้จัดการบริษัท Global Seal ได้เล่าจุดเริ่มต้นบริษัทว่าเมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้ว บริษัท Global Seal เคยเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท TC Group ในฐานะบริษัทลูก ซึ่งแบ่งหน้าที่กันทำงานที่เกี่ยวกับการดูแลการจำหน่าย Icymax ซึ่งช่วงนั้นผลประโยชน์ที่ได้รับถือว่าดีมาก ทำให้ทาง Icymax ได้ขอซื้อปั๊มอีกหนึ่งตัวเพื่อมาจำหน่ายที่บริษัทคือ ปั๊ม Sundyne โดยปั๊มชนิดนี้จะเป็นปั๊มที่ถูกระบุเอาไว้ว่า เป็นปั๊มที่ใช้สำหรับอุตสาหกรรมปิโตรเคมีที่มีความสำคัญมากทุกโรงงานจำเป็นต้องใช้ปั๊มตัวนี้เพื่อช่วยในการทำงาน ทางบริษัทได้มองว่าหากได้เป็นตัวแทนจำหน่ายปั๊มชนิดนี้ก็จะมีโอกาสในธุรกิจ โอกาสที่จะเติบโตและขยายสายงานธุรกิจจะมีมากขึ้น จึงหาช่องทางเพื่อเข้าไปเป็นตัวแทนจำหน่ายในที่สุดโดยมีกลุ่มลูกค้าหลักจะเป็นบริษัทน้ำมัน ปตท. โดยทั้งหมด ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหญ่ ทำให้เกิดการสร้าง

Work Shop สำหรับงานนี้ขึ้นมาเพื่อเรียนรู้และทำงานออกมาให้มีคุณภาพ โดยมีโครงสร้างโปรแกรมและอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับงานซ่อมเดียวกันกับที่โรงงานในประเทศอเมริกา ทำให้ทางบริษัทสามารถขยายกิจการให้มีขนาดใหญ่ขึ้นได้ภายในช่วงเวลาไม่นาน เนื่องจากสามารถรับงานซ่อมได้ด้วย โดยทางบริษัทก็มีงานวิศวกรที่มีความสามารถที่สามารถดูแลและเข้าใจในตัวอุปกรณ์เหล่านี้เป็นอย่างดีทำให้เกิดความน่าเชื่อถือและมีกลุ่มลูกค้าให้ความไว้วางใจ เช่น ในโรงงานอุตสาหกรรมส่วนใหญ่ในแถบจังหวัดระยอง อุปกรณ์ ปีม สุม เครื่องจักรต่างๆ ที่มีอยู่เป็นเครื่องจักรที่ค่อนข้างเก่า มีการใช้งานมาเป็นเวลากว่า 10 ปี ก็เริ่มมีการทดกล่อน การเสื่อมสภาพ ซึ่งในตอนนั้นก็มึนวัฒนธรรมชนิดหนึ่งเรียกว่างานเคลือบผิว เป็นลักษณะการใช้สารเคลือบผิวที่ตัวเครื่องจักร เพื่อให้เครื่องจักรที่ใช้ไม่ถูกทดกล่อน มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น ทางบริษัทเห็นข้อดีจึงได้นำวัฒนธรรมนั้นมาใช้ในอุตสาหกรรมการผลิตของตน ผลปรากฏว่าได้รับการตอบรับจากกลุ่มลูกค้าเป็นอย่างดี เพราะช่วยให้เครื่องจักรที่ใช้งานอยู่ทุกวันมีอายุการใช้งานที่นานขึ้น เช่น จาก 20 ปี เพิ่มขึ้นเป็น 30 ปี ช่วยประหยัดต้นทุนการผลิตได้เป็นอย่างดี ต่อมาทางบริษัทได้มองว่าหากทำงานเกี่ยวกับอุตสาหกรรมเครื่องปืมเพียงอย่างเดียว ในด้านความมั่นคงทางเศรษฐกิจอาจจะมึน้อย เพราะคู่แข่งมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ความเสี่ยงเรื่องเศรษฐกิจมีสูง จึงได้คิดและวางแผนที่จะนำตัวระบบกระบอกไฮโดรริกมาซ่อม และจัดจำหน่ายด้วยในคราวเดียวกัน เพราะในกลุ่มอุตสาหกรรมพื้นที่จังหวัดระยองส่วนใหญ่จะใช้ตัวไฮโดรริกเป็นตัวที่ช่วยทุ่นแรงในการทำงานเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นหากนำอุปกรณ์ตัวนี้มาวางจำหน่าย โอกาสที่จะเติบโตทางธุรกิจมีสูงมาก และในอนาคตอาจจะมีการขยายตัวไปถึงต่างประเทศเกี่ยวกับงานสร้าง งานซ่อมไฮโดรริก ทำให้ทางบริษัทมีการศึกษาและเรียนรู้ก่อนที่จะนำไฮโดรริกมาจำหน่าย และเมื่อวางจำหน่ายจริงๆ ก็ได้รับผลตอบรับที่ดี

» **หลักการบริหารธุรกิจ**

คุณชาลิตดี กุลจิตติกิจ ได้บอกว่าทางบริษัทจะเน้นเกี่ยวกับการปลูกฝังคุณธรรมความคิด การสร้างจิตสำนึกที่ดี เน้นความจริงใจ เนื่องจากสิ่งเหล่านี้เป็นพื้นฐานของงานขาย เพราะหากเราไม่จริงใจ ลูกค้าจะไม่รู้สึกเชื่อมั่นและไม่ให้ความไว้วางใจกับทางบริษัท ซึ่งทางบริษัทได้มองว่าการให้ความสำคัญกับคนเป็นสิ่งที่สำคัญมากกว่าสิ่งอื่นใด เพราะมองว่าเมื่อคนทำงานได้ดีแล้วเรื่องอื่นๆ จะตามมาทีหลังไม่ว่าจะเป็นเรื่องการผลิต การบริหาร การขาย ดังนั้นทางบริษัทมีการ

เพิ่มศักยภาพของพนักงานอยู่เสมอเพื่อให้พนักงานทุกคนที่ทำงานที่นี้เป็นพนักงานที่มีคุณภาพ เช่น มีการอบรมอยู่เสมอเพื่อให้เกิดความ



เชี่ยวชาญในงานด้านต่างๆ ที่ตัวเองทำ มีการฝึกอบรม การทดสอบ เพื่อให้เป็นระดับมาตรฐานเดียวกัน ส่วนด้านคู่แข่งนั้นทางบริษัทมองว่าคู่แข่งคือพันธมิตรที่ดีมากกว่าการมองว่าเขาเป็นคู่แข่งทางธุรกิจเพราะจะสามารถให้ความช่วยเหลือกันได้ในอนาคต เช่น หากใครมีงานมากเกินไปก็สามารถที่จะส่งต่อให้กับอีกบริษัทหนึ่งช่วยรับงานต่อได้เป็นการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ที่ดีต่อกัน ซึ่งจะดีกว่าการเป็นคู่แข่งทางการค้าที่อาจจะไม่เกิดประโยชน์ นอกจากนี้การเป็นพันธมิตรที่ดีจะส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพการทำงานของทั้งสองฝ่ายให้ดีขึ้นอีกด้วย ในด้านการแข่งขันทางเศรษฐกิจนั้นทาง Global Seal ได้มองว่าการเน้นเรื่องคุณภาพของสินค้าจะเป็นสิ่งที่ดีกว่าเรื่องอื่นๆ เพราะหากสินค้าเป็นสินค้าที่มีคุณภาพดี ตัวสินค้านั้นจะเป็นตัวเรียกลูกค้าให้กับทางบริษัทมากกว่า ซึ่งหลักการคิดนี้ทำให้การเติบโตของบริษัทมีการเติบโตและเป็นที่ยอมรับมากขึ้น

» **ด้านการตลาด**

ทางบริษัทได้เน้นในเรื่องการรู้ตัวเอง คือการรู้จุดเด่น จุดด้อยของบริษัทว่าเป็นอย่างไร และสิ่งไหนที่เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการเพื่อนำจุดนั้นมาพัฒนาและจัดการต่อไป เช่น การรู้ว่ามีจุดด้อยในเรื่องของทรัพยากรบุคคลที่มีจำนวนน้อยอาจจะมี การปรับปรุงด้วยการเพิ่มค่าจ้าง เพิ่มการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มบุคลากรที่มีคุณภาพมาร่วมงาน การรู้จุดเด่นของตัวเองเมื่อทราบแล้วก็ต้องทำจุดเด่นที่มีให้ชัดเจน เพื่อให้เขารู้ว่า

จุดเด่นหลักที่ดีของเราคืออะไร เช่น การที่ Global seal เป็นเรื่อง One Stop Service ที่ลูกค้าสามารถมาใช้บริการแบบครบวงจรได้จากที่นี่ ดังนั้นก็ต้องทำจุดเด่นตรงนั้นให้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น อาจจะเพิ่มศักยภาพการทำงานของบุคลากรส่งเสริมการตลาดให้มากขึ้น เป็นต้น หลักการตลาดที่ดีของทางบริษัทยังเน้นเรื่องของการมอง สถานการณ์ว่าสถานการณ์เศรษฐกิจช่วงไหนดีที่สุด ดูวิกฤติที่อาจจะเกิดขึ้นสังเกตก็ในการทำงาน ความเคลือบผิวของบริษักรว่าขณะนี้บริษัทของเราอยู่ในระดับไหน จากนั้นจึงค่อยมาบริหารความเสี่ยงว่าการทำแบบนี้เป็นสิ่งที่ดีหรือไม่ดีหรือไม่ดีต่อบริษัท โอกาสในการทำกำไรมีมากน้อยแค่ไหน ซึ่งแบ่งฝ่ายการตลาดออกเป็น 2 ฝ่ายคือ

ดูผลงานด้าน Exhibition ทำหน้าที่โฆษณารับใช้โดยใช้กลยุทธ์อะไรก็ได้เพื่อให้คนรู้จักบริษัทมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้สื่อโฆษณา การออกงานสังคม การช่วยเหลือสังคมเป็นต้นตามที่ฝ่ายการตลาดเห็นสมควร จากนั้นก็มาติดตามผลว่าสิ่งที่ทำไปนั้นเป็นอย่างไร

ฝ่ายเก็บสถิติ เป็นฝ่ายที่ทำหน้าที่เก็บข้อมูลว่าสิ่งที่ทำลงไปนั้น ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการขาย เก็บข้อมูลลูกค้า ความคุ้มหรือไม่คุ้ม ควรลงทุนเพิ่มหรือไม่ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาเข้าที่ประชุม เพื่อจัดการและปรับปรุงต่อไป

ซึ่งจากหลักการตลาดที่ว่ามานี้ จากเดิมที่ทางบริษัทเคยเดินเข้าหาลูกค้า แต่ในปัจจุบันลูกค้าเป็นผู้เดินเข้ามาหาบริษัทเองมากกว่า เพราะในปัจจุบันมีการพัฒนาบริษัทให้อยู่ในรูปแบบ One Stop Service ที่ลูกค้าสามารถมาที่นี่ที่เดียวก็สามารถรับบริการได้ครบวงจร ไม่ว่าจะเป็นปรึกษา อบรม ซื้อสินค้า และซ่อมสินค้า ก็สามารถทำได้จากที่นี่ นอกจากนี้ทางบริษัทยังมีการจัดประชุมสัมมนาให้แก่ลูกค้าเกี่ยวกับระบบปฏิบัติงาน ไฮโดรริกเป็นการให้ความรู้ในการใช้เครื่องจักร การซ่อม เพื่อให้สิ่งของใช้งานได้นานที่สุด การสอนจะใช้วิศวกรในโรงงานมาเป็นคนคอยให้ความช่วยเหลือ เนื่องจากวิศวกรที่อยู่ในบริษัทเป็นผู้ที่มีความสามารถและเก่งไม่แพ้ต่างชาตินี้ เพราะการจ้างชาวต่างชาติมาให้ความรู้แก่ลูกค้ามันบางครั้งอาจจะประสบปัญหาเรื่องการสื่อสาร ทำให้ลูกค้าเข้าใจไม่ละเอียดและเกิดความสับสนได้ง่าย การใช้วิศวกรในโรงงานจะดีกว่าเพราะเป็นผู้ที่คุ้นเคยกับเครื่องจักรอยู่แล้วเป็นอย่างดี ทำให้รู้ข้อมูลละเอียดและเมื่อใครสงสัยก็สามารถอธิบายให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น ในจุดนี้ทำให้มีลูกค้าให้ความสนใจและเข้าร่วมสัมมนาเป็นจำนวน

มาก ทำให้มีการพัฒนาในด้านการตลาดอย่างต่อเนื่องเป็นที่พอใจของลูกค้า ซึ่งที่อื่นไม่ค่อยทำ

» การวิจัยและพัฒนา

ในสมัยก่อนในการผลิตอุปกรณ์แต่ละตัวของทางบริษัทจะจ้างให้ทางบริษัทนอกเป็นผู้ช่วยทำ ไม่ว่าจะเป็นการ hard chrome การชุบแข็ง งานเครื่องจักร ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ตอบโจทย์ให้กับทางบริษัทนักเนื่องจากงานที่ได้เกิดปัญหาไม่ว่าจะเป็นความล่าช้า ของไม่ได้คุณภาพ ทำให้ทางบริษัทได้มีการปรับปรุงเปลี่ยนมาเป็นการทำงานที่ครบวงจรทั้งงานออกแบบ ประกอบผลิตและตรวจสอบ ซึ่งเปลี่ยนมาทำเองโดยทั้งหมด โดยการส่งทีมงานออกไปศึกษาแล้วนำความรู้มาใช้ และเมื่อลูกค้าส่งงานมากทางบริษัทก็จะมีการจัดทำแต่ละครั้งทางบริษัทจะจัด workshop ขึ้นและทำเองโดยทั้งหมดเพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าวสามารถส่งของได้ทันเวลา ควบคุมคุณภาพได้ดี ส่งผลให้ช่างในบริษัทมีการพัฒนาวิธีการแก้ปัญหาและสามารถพัฒนาให้ก้าวหน้าต่อไปได้เรียกว่าเป็นงานครบวงจร ที่ทำออกมาให้บริษัทมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น เป็นจุดขายที่ดีให้กับบริษัท ซึ่งเป็นสิ่งที่ภาคภูมิใจของทุกคน ทำให้ลูกค้าเข้ามาเยี่ยมใน workshop มากขึ้น สร้างความประทับใจที่ลูกค้าสามารถดูได้ทุกกระบวนการผลิต งานออกมามีคุณภาพ เมื่อลูกค้ามาที่บริษัทก็จะมีตารางแผนร่วมกันระหว่างช่างกับลูกค้า ว่างานซ่อมแต่ละชิ้นจะซ่อมด้วยเวลาเท่าไร งบเท่าไร งานของลูกค้าจะไม่ชะงัก



» ความภาคภูมิใจของพนักงานที่ได้ร่วมงานกับทางบริษัท

คุณ วนันต์ภักธ วิจารณ์านท์ senior Admin เธอได้เล่าประสบการณ์ในการร่วมงานกับทางบริษัทว่า เธอมีความประทับใจเป็นอย่างมากเธอได้เข้ามาทำงานที่นี่เป็นเวลา 7 ปีแล้ว

เริ่มต้นจากการมีพนักงานร่วมแผนกไม่ที่คนจนปัจจุบันมีมากขึ้น การทำงานที่มีโอกาสเติบโตสูง มีความก้าวหน้าในหน้าที่ความสัมพันธในการทำงานจะอยู่ในรูปแบบพี่น้อง มีการให้คำแนะนำกัน เพื่อช่วยให้งานที่ทำนั้นออกมามีประสิทธิภาพมากขึ้น เธอมองว่าการทำงานที่มีความสุข เพราะตั้งแต่มาทำงานที่นี้ยังไม่รู้สึกเบื่อ และอยากที่จะออกไปไหน

คุณ วรวิญญ เกิดสว่าง Assistant Manager ได้เล่าความประทับใจในการทำงานว่า ความเติบโตในบริษัทนั้นมีแนวโน้มเติบโตเรื่อยๆ สิ่งอำนวยความสะดวกมีพร้อม เครื่องมือและอุปกรณ์ในการทำงานที่พร้อม ช่วยให้การดำเนินงานง่ายขึ้น เครื่องจักรและอุปกรณ์มีการเพิ่มจำนวนขึ้นมาเพื่อสนับสนุนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น มีการอบรมการเรียนรู้ ซึ่งเขาเองก็รู้สึกพอใจกับการทำงานที่นี้ และคิดว่ามีโอกาที่จะเติบโตในสายงานนี้ได้ในอนาคต

จุดเด่นของบริษัท global seal ที่ทำให้บริษัทมีแนวโน้มความก้าวหน้ามากขึ้น ขึ้นอยู่ที่การบริการที่สร้างความประทับใจให้กับลูกค้า การเน้นคุณภาพสินค้ามากกว่าเรื่องอื่นๆ และการจัดอบรมสัมมนาให้แก่ลูกค้า ที่หาได้ค่อนข้างยากส่วนใหญ่หากใครที่ต้องการฝึกอบรมในเรื่องเครื่องจักร การซ่อม จะต้องหาเรียนรู้จากช่างนอกแต่ที่มีบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกมากที่สุด ซึ่งข้อนี้เรียกว่าเป็นหัวใจสำคัญอย่างยิ่งในการทำธุรกิจ น้อยนักที่จะมีบริษัทที่ผลิตเกี่ยวกับเครื่องจักรกลที่จะเปิดให้บริการในลักษณะนี้ แต่ที่นี้เล็งเห็นความสำคัญเพราะการฝึกอบรมให้กับลูกค้าเพื่อให้ทราบวิธีการใช้ ซ่อมและการแก้ปัญหาเบื้องต้น จะเป็นสิ่งที่ช่วยให้เขาสามารถใช้สินค้าได้ยาวนานขึ้น โดยไม่ต้องนำมาให้ทางบริษัทซ่อมไม่เสียเวลาและไม่เกิดการหยุดชะงักในการทำงาน เพราะสามารถแก้ปัญหาเบื้องต้นด้วยตัวเองก่อน และหากสินค้าเสียหรือมีปัญหาขัดข้อง เขาก็จะสามารถแก้ปัญหาเหล่านั้นด้วยตัวเองก่อนได้ เช่น ปัญหาเล็กๆ น้อยๆ หากรอช่างจากบริษัทก็อาจจะรู้สึกช้าและการทำงานอาจเกิดการขาดตอนได้ ที่สำคัญหมดปัญหาสิ้นเปลือง ทั้งนี้ในเรื่องของการบริการที่ทาง Global Seal ได้ปรับปรุงบริษัทและมีแผนก One stop Service ถือว่าเป็นสิ่งที่สร้างความพอใจให้กับลูกค้าเป็นอย่างยิ่ง เพราะว่าลูกค้าจะได้ไม่ต้องเสียเวลาในการนำเครื่องจักรของตัวเองไปซ่อมในหลายๆที่และเสียเวลา โดยวิธีการของทางบริษัทนั้น จะเป็นการพูดคุยถึงปัญหากับลูกค้าว่าสาเหตุที่เกิดขึ้นคืออะไรและร่วมกันแก้ปัญหา เช่น กรณีที่บริษัทนั้นมีวิศวกรเพียง 1 ตัว ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการใช้งานเมื่อต้องนำมาซ่อมก็ทำให้

ขาดอุปกรณ์ในการทำงานไป 1 ชิ้น ส่งผลกระทบต่อการทำงานเป็นอย่างยิ่ง ทาง global seal ก็จะช่วยแก้ปัญหาด้วยการให้เครื่องสำรองไปใช้งานก่อนหรืออาจจะเร่งซ่อมให้เสร็จเร็วขึ้นตามที่ลูกค้าต้องการเพื่อให้ลูกค้าได้นำเครื่องจักรไปทำงานต่อได้เร็วที่สุด

การที่ทาง global seal เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้เข้ามาเยี่ยมชมในส่วนพื้นที่ Work Shop ของทางบริษัท ถือว่าเป็นการตลาดที่ดี เพราะน้อยนักที่จะมีบริษัทหรือโรงงานผลิตสินค้าที่จะเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้เข้ามาเยี่ยมชม ข้อดีตรงนี้ทำให้ลูกค้าเห็นถึงขั้นตอนการผลิต การทำงานที่ใส่ใจ วิธีการทำงานว่าทางบริษัทมีการทำงานเป็นอย่างไร มีระบบการวางแผนงานอย่างไร มีโอกาสได้เห็นถึงศักยภาพการทำงานของทีมงานและสามารถวิพากษ์ที่จะสั่งผลิตสินค้ากับทางบริษัทได้ ส่วนในทางกลับกันทางบริษัทก็จะได้โฆษณาทำการตลาดไปในตัว โดยไม่ต้องเดินทางไปหาลูกค้าเหมือนในสมัยก่อน ไม่ต้องเสียเวลาสามารถแสดงฝีมือให้ลูกค้าได้เห็นอย่างเต็มที่ และไม่ต้องใช้สื่อโฆษณาให้ยุ่งยาก

จากที่เราได้ศึกษาถึงความเป็นมาของบริษัทจะพบว่าปัจจุบันบริษัทประสบความสำเร็จในระดับที่สูงมาก ด้วยหัวใจสำคัญที่สุดที่มีคือเรื่องความจริงใจที่มีต่อลูกค้าและพนักงาน เน้นพัฒนาคุณภาพบุคลากรมากกว่าจะพัฒนาเทคโนโลยี เข้าถึงบุคลากร เพราะบริษัทมองว่าบุคลากรเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่จะพาบริษัทให้ก้าวหน้าต่อไปได้ ซึ่งลักษณะในการพัฒนามีการจัดอบรม การฝึกฝนการปฏิบัติงาน การทดสอบเป็นประจำเพื่อให้พนักงานมีการตื่นตัวและมีคุณภาพอยู่เสมอ มีทีมวิศวกรที่เก่งๆ มาให้การอบรม ซึ่งทีมงานจะมีโอกาสพัฒนาตนเองได้มากขึ้นและมีความสามารถที่เทียบเท่ากับต่างชาติ เมื่อบุคลากรมีการพัฒนาไปเรื่อยๆ แล้วสิ่งที่จะตามมาคือเรื่องของคุณภาพ เพราะเมื่อคนมีคุณภาพ การผลิตสินค้าก็ย่อมมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น สามารถสังเกตได้ง่ายจากยอดขายที่มีแนวโน้มที่สูงขึ้นทุกปี เป็นตัวการันตีว่าคุณภาพสินค้าที่ทาง Global seal เป็นผู้ผลิตนั้นมีคุณภาพดี มีการรับรองและสามารถใช้งานได้ยาวนานได้อย่างทนทาน เป็นที่ประทับใจของลูกค้าตลอดมา

Global Seal มีโอกาสพัฒนา และเติบโตได้อีกในระดับอุตสาหกรรมสากล เพราะทางบริษัทมีแนวทางการตลาดที่เฉียบแหลม และมีการพัฒนาระบบอย่างต่อเนื่อง ในอนาคตอาจจะมีการเพิ่มการผลิตอุปกรณ์เครื่องจักรชนิดอื่นเพิ่มขึ้น

และอาจจะเป็นนิคมอุตสาหกรรมตัวอย่างที่ควรเอาเป็นแบบอย่างในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะเรื่องการจัด workshop การเปิดอบรมเรียนรู้การทำงาน ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ดีเป็นอย่างยิ่ง ส่งผลให้บริษัทเป็นที่รู้จักของคนภายนอกมากยิ่งขึ้น เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่จะมาเลือกใช้บริการกับ Global Seal ซึ่งถือว่าทางบริษัทมีแผนการธุรกิจที่แตกต่างและมีความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

จากการเข้าสู่ AEC เมื่อปลายปี 2558 ที่ผ่านมายของกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 10 ประเทศอันได้แก่ ลาว กัมพูชา เมียนมาร์ เวียดนาม ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน และสิงคโปร์ ทำให้เกิดกระแสตื่นตัวเพื่อเตรียมรับมือกับผลกระทบที่อาจจะเกิดขึ้นในวงการธุรกิจหลายธุรกิจไม่เว้นแม้กระทั่งธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ ซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบที่มีทั้งทางบวกและทางลบ ทำให้เกิดทั้งโอกาสและความเสี่ยงที่ให้กับผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจนี้ ต้องเตรียมตัวรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้น ทั้งนี้ทั้งนั้นผลกระทบที่เกิดขึ้น เป็นโอกาสอันดีที่จะทำให้กลุ่มผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์สถานการณ์ วิเคราะห์คู่แข่งว่าคู่แข่งแต่ละประเทศมีความน่ากลัวอย่างไรบ้าง บทความนี้จะกล่าวถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้เกิดการรู้เขารู้เรา จะทำให้ผู้ประกอบการเตรียมพร้อมรับมือได้อย่างดียิ่งขึ้น

การเข้าสู่ AEC หรือ Asian Economic Community นั้นเป็นการรวมกลุ่มเพื่อมุ่งหวังผลทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกในกลุ่มอาเซียนให้เป็นเขตการค้าเสรีมุ่งหวังให้เกิดเป็นฐานการผลิตเดียวกันเพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับประเทศอื่นๆได้มาก

ยิ่งขึ้น ทำให้เกิดข้อดีในการเข้าถึงวัตถุดิบซึ่งเป็นพื้นฐานในการผลิตภายในนานาประเทศได้ง่ายมากยิ่งขึ้น ปลอดภัยนำเข้าระหว่างกัน ธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐานที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนประเทศและเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานเกี่ยวข้องต่อเนื่องไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆอีกมากมาย ซึ่งผลกระทบที่ได้รับจากการเข้าสู่ AEC นั้นมีดังต่อไปนี้

- » **ผลกระทบต่อด้านบวก** ประเทศไทยมีเครื่องจักรกลและอุปกรณ์พื้นฐานที่มีครบทั้งอุตสาหกรรมต้นน้ำ คือ เหล็ก อุตสาหกรรมกลางน้ำคือชิ้นส่วนเครื่องจักร และอุตสาหกรรมปลายน้ำคือเครื่องจักรกลทางการเกษตร เครื่องจักรอุตสาหกรรม และเครื่องกลครบถ้วนและสามารถส่งออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มสมาชิกได้เป็นความได้เปรียบในแง่ที่สามารถส่งออกเครื่องจักรกลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตรที่มีความเป็นไปได้ในการสร้างรายได้จากทั้งภาคการส่งออกและกิจการภายในประเทศ

เนื่องจากภาคการเกษตรจะมีการขยายตัวอย่าง ต่อเนื่องทั้งภายในประเทศและภายในกลุ่มอาเซียน

➤ **ผลกระทบด้านลบ** ถึงแม้การเข้าสู่เขตการค้าเสรี AEC จะทำให้มีมาตรการปลอดภาษีขึ้น แต่ในด้านอุตสาหกรรมต้นน้ำที่เป็นหลักก็ยังมีราคาต้นทุนที่ยัง สูงอยู่ดีทำให้ไทยยังมีอุปสรรคในเรื่องต้นทุน และ นอกจากนี้คู่แข่งอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์มี ศักยภาพในการลงทุนเรื่องเครื่องจักรกลและ อุปกรณ์ที่ดีพร้อมกว่าไทย จึงอาจทำให้ เครื่องจักรกลและอุปกรณ์ที่มาจากมาเลเซียและ สิงคโปร์มีราคาถูกกว่า สามารถเข้ามาตีตลาด ภายในประเทศและทำการตลาดแย่งส่วนแบ่งภายใน กลุ่มอาเซียนได้ ซึ่งนับเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวที่ไม่ควร มองข้าม

โอกาสและการปรับตัวจากการเข้าสู่ AEC ทำให้ ประเทศไทยมีโอกาสเข้าไปทำตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV คือ ประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม เนื่องจากกลุ่ม ประเทศเหล่านี้อยู่ในช่วงที่กำลังขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงจาก การเข้าสู่ AEC จึงทำให้อุตสาหกรรมพื้นฐานอย่าง เครื่องจักรกลการเกษตร รถแทรกเตอร์เป็นที่ต้องการของ ผู้บริโภคในประเทศนั้นๆสูงด้วยเช่นกัน เมื่อภาคการเกษตรมีการ ขยายตัวสูงทำให้ความต้องการที่เกี่ยวกับประเภท เกษตรและ เกษตรแปรรูป เครื่องจักรประเภทเครื่องจักรปิดผนึกและเครื่อง แปะฉลากเป็นที่ต้องการเกี่ยวข้องเป็นวงจรร นับเป็นโอกาสที่ดีที่ ประเทศไทยจะสามารถสร้างรายได้โดยอาศัยโอกาสนี้ได้เต็มที่ โดยรายได้ที่ส่งออกไปยังประเทศในกลุ่มอาเซียนคิดเป็นร้อยละ 57 โดยเฉพาะประเทศกัมพูชาและลาว เพราะฉะนั้นลองมาดู ภาพรวมของประเทศที่มีแนวโน้มนำเข้าเครื่องจักรกลและ อุปกรณ์กันบ้างว่ามีสถานการณ์ที่น่าสนใจอย่างไร

ประเทศลาวเป็นประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ เกี่ยวกับทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะมีพื้นที่ในการทำ การเกษตรรองรับการเพาะปลูกจึงเหมาะที่จะทำให้ผู้ประกอบการ เกี่ยวกับเครื่องจักรกลโดยเฉพาะเครื่องจักรกลเกี่ยวกับการ เกษตรเข้าไปลงทุน และทราบหรือไม่ว่าประเทศลาวมีอัตราการ ขยายตัวมากที่สุดในอาเซียนและยังต้องการสินค้าอุปโภค บริโภคจากประเทศไทยอีกเยอะแยะมากมายเนื่องจากสินค้าบาง

ประเภทประเทศลาวยังไม่สามารถผลิตเองได้ ไทยจึงได้เปรียบใน การขยายตลาดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมพื้นฐานทั้งเครื่องจักรกล การเกษตรและอุปกรณ์ที่ต้องใช้เพื่อการเกษตรแปรรูป โดย ภาพรวมลาวยังต้องพึ่งประเทศไทยในการขยายตัวทาง เศรษฐกิจประมาณร้อยละ 70 ซึ่งนับเป็นโอกาสที่ดีที่ประเทศไทย จะขยายฐานลูกค้าเพื่อสร้างจุดเด่นและครองตลาดในลาวให้ได้ เนื่องจากไทยได้เปรียบตรงที่มีพรมแดนติดกัน การเดินทางไปมา หาซื้อจึงสะดวกสบาย เช่นเดียวกับกัมพูชา เวียดนาม และเมียน มาร์ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยเฉพาะภาคการเกษตรและ เกษตรแปรรูปที่ยังต้องพึ่งความช่วยเหลือจากประเทศไทยเป็น ส่วนใหญ่ ถึงแม้จะมีประเทศอื่นที่มีการเริ่มเข้ามาลงทุนมากขึ้น แต่ประเทศไทยก็ถือว่ายังได้เปรียบในกลุ่มประเทศ CLMV นี้อยู่ใน เกณฑ์สูง โอกาสของธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์จึงยังเป็น สิ่งที่กลุ่มประเทศเหล่านี้ต้องการอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ธุรกิจกลุ่ม นี้ยังต้องมีปรับตัวอยู่ต้องหมั่นศึกษาตลาดที่มีความเป็นไปได้ใน การขยายตลาดเข้าไปในกลุ่มอาเซียนอย่างระมัดระวัง เนื่องจาก ในแต่ละประเทศที่จะเข้าไปลงทุนได้นั้นมีกฎหมายข้อบังคับที่เป็นข้อ ห้ามอยู่บ้าง ไม่ได้หมายถึงว่าเปิดเขตการค้าเสรีแล้วทุกอย่างจะ เสรีและง่ายไปหมด บางประเทศมีกฎข้อยกเว้นเฉพาะที่ไม่ อนุญาตให้นักลงทุนต่างชาติทำการที่เป็นธุรกิจเฉพาะของแต่ละ ประเทศนั้นๆ

ความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในกลุ่มธุรกิจเครื่องจักรกล และอุปกรณ์คือแนวโน้มภาคการเกษตรจะต้องเจอกับภัยแล้ง ที่มาเร็วกว่ากำหนดและมีที่ท่าจะยาวนานรุนแรงกว่าทุกปีและ ทำให้เกิดการชะลอตัว เมื่อการเกษตรชะลอตัว เครื่องจักรกล และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องเป็นพื้นฐานหลักในการทำเกษตรก็ ได้รับความกระทบไปด้วยเกี่ยวข้องจนเป็นห่วงโซ่ จาก การคาดการณ์ต่างๆคาดการณ์ว่ากลุ่มธุรกิจนี้ยังคงต้องเผชิญกับ ความยากลำบากต่อไป นอกจากนี้ถึงแม้ว่าประเทศไทยจะ สามารถผลิตเครื่องจักรกลบางอย่างและส่งออกได้แต่เป็นเพียง แคเครื่องจักรกลพื้นฐาน ในขณะที่เดียวกันเครื่องจักรกลที่มี เทคโนโลยีขั้นสูงส่วนใหญ่ยังคงต้องพึ่งการนำเข้า แต่อย่างไรก็ ตามเมื่อพิจารณาจากข้อมูลการอุตสาหกรรมส่งออกเมื่อปี 2558 แล้วเครื่องจักรกลและอุปกรณ์เป็นสินค้าส่งออกไปยัง ต่างประเทศติดอันดับ 1 ใน 10 ยังเป็นสัญญาณที่ดีว่าสินค้าใน กลุ่มธุรกิจนี้ยังสามารถทรงตัวอยู่ได้ไม่แย่มากนัก



นโยบายและการสนับสนุน อันเนื่องมาจากอุตสาหกรรมต้นน้ำของเครื่องจักรกลและอุปกรณ์คือเหล็กซึ่งทุกวันนี้ประเทศไทยยังคงเผชิญกับการนำเข้าเหล็กจากจีนที่มีมากจนล้นตลาดแต่ในขณะเดียวกันการผลิตเพื่อใช้เองภายในประเทศยังไม่มากส่งผลให้เกิดการขาดดุลทางการค้า และทำให้เหล็กซึ่งเป็นวัตถุดิบหลักของธุรกิจเครื่องจักรและอุปกรณ์ยังมีราคาผันผวนต่อเนื่อง จึงต้องอาศัยความช่วยเหลือจากภาครัฐช่วยส่งเสริมให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมเหล็กให้มากขึ้นเพื่อผลิตและใช้เองภายในประเทศลดการนำเข้าและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าประเภทนี้ได้ ถ้าหากเราสามารถแก้ปัญหาเรื่องเหล็กได้แล้ว โอกาสในการขยายตัวของอุตสาหกรรมเครื่องจักรกลและอุปกรณ์คงสดใสขึ้นไม่น้อย

บทสรุปโดยภาพรวมธุรกิจเครื่องจักรกลและอุปกรณ์เมื่อเข้าสู่ AEC ยังมีหนทางสดใส เนื่องจากจะมีการขยายตัวในภาคการเกษตรและต้องอาศัยเครื่องจักรกลและอุปกรณ์การเกษตรเข้ามาเป็นตัวช่วยหลัก รวมถึงการแปรรูปทางการเกษตรที่ต้องใช้เครื่องจักรต่างๆ เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น เข้ามาเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก แต่สำหรับสถานการณ์ภายในประเทศเกี่ยวกับเรื่องภัยแล้งอาจทำให้การเติบโตและความต้องการภายในประเทศยังอยู่ในช่วงชะลอตัว การเติบโตอยู่ในแวดวงจำกัด แต่อย่างไรก็ตามตลาดสำหรับการส่งออกเครื่องจักรกลไปยังกลุ่มประเทศอาเซียนโดยเฉพาะกลุ่มประเทศ CLMV ยังมีการขยายตัวอย่างน่าสนใจเนื่องจากสี่ประเทศเหล่านี้ยังต้องอาศัยเครื่องจักรกลทางการเกษตรและอุปกรณ์สำหรับการเกษตรแปรรูปไปใช้อีกมาก โดยเฉพาะประเทศลาวที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงสุดในกลุ่มสมาชิกอาเซียน

มีพื้นที่ทางการเกษตรอีกมากที่ยังต้องอาศัยการลงทุนจากไทย รวมถึงประเทศกัมพูชา เวียดนามและเมียนมาร์เช่นกัน ทั้งนี้สิ่งที่ประเทศไทยยังต้องการสนับสนุนจากทางรัฐคือการลงทุนเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมเหล็กซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นฐานในการผลิตเครื่องจักรกลต่างๆ เพื่อลดการพึ่งพาเหล็กจากต่างประเทศให้น้อยลงโดยเฉพาะประเทศจีนซึ่งเป็นผู้ผลิตเหล็กรายใหญ่ที่กำลังเผชิญภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวเช่นกันจึงทำให้เหล็กล้นตลาด เพื่อลดการขาดดุลทางการค้า และพึ่งพาตัวเองจากการผลิตเครื่องจักรที่ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูงให้มากขึ้น ซึ่งปัจจุบันนี้ประเทศไทยยังไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะผลิตซึ่งในการนำเข้าเครื่องจักรประเทศไทยยังต้องเผชิญกับการกีดกันนำเข้าอยู่ที่ 5-10 % ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่ต้องอาศัยภาครัฐเร่งแก้ปัญหา

โดยรวมแล้วถึงแม้ว่าธุรกิจนี้จะมีคู่แข่งในการขยายตัวเข้าไปในกลุ่มอาเซียนเพื่อเจาะตลาดได้อยู่ก็จริง แต่ต้องไม่ลืมว่าประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียต่างก็เป็นคู่แข่งที่น่ากลัวไม่น้อย เนื่องจากสองประเทศนี้มีความพร้อมในเรื่องการลงทุนและมีเทคโนโลยีล้ำหน้ากว่าไทยในอุตสาหกรรมเครื่องจักร และมีเงินลงทุนมากพอตลอดจนระบบโลจิสติกส์ที่ดี ที่จะสามารถเจาะกลุ่มตลาดเป็นคู่แข่งแย่งส่วนแบ่งในการตลาดไปได้ รวมไปถึงประเทศจีนที่เข้ามาลงทุนในกลุ่มประเทศเหล่านี้บางประเทศในบางอุตสาหกรรมเช่นจีนเสนอการลงทุนในอุตสาหกรรมขั้นพื้นฐานให้ลาวฟรีๆ เป็นต้น แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังถือว่าได้เปรียบเรื่องระบบคมนาคมขนส่งและการเดินทางไปมาหาสู่ประเทศเหล่านี้ได้ง่ายได้กว่าเนื่องจากมีพรมแดนที่ติดต่อกันนั่นเอง



แนวคิดธุรกิจสู่ความสำเร็จของ บริษัท ทีมพลาสติก เคมีคอล จำกัด

ธุรกิจพลาสติกรีไซเคิล เป็นธุรกิจที่เข้ามาจับมากในในประเทศไทยมาเป็นเวลาหลายปี เนื่องจากพลาสติกเป็นวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้และมีการย่อยสลายยาก ดังนั้นหากทิ้งให้ย่อยสลายเองตามธรรมชาติอาจจะต้องใช้เวลานานเป็นหลายร้อยปี และยังส่งผลกระทบต่อภาวะโลกร้อน ดังนั้นการนำกลับมาใช้ใหม่จึงเป็นการแก้ปัญหายยะและโลกร้อนได้ดี ซึ่งพลาสติกเหล่านี้สามารถนำมาผลิตอุปกรณ์เครื่องใช้ได้หลายประเภท เช่น เป็นชิ้นส่วนยานยนต์ อุปกรณ์เครื่องใช้ไฟฟ้ารวมไปถึงหลายๆ อย่างที่อยู่รอบตัวเรา บริษัท ทีมพลาสติก เคมีคอล จำกัด เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมผลิตพลาสติกที่มีชื่อเสียงติดอันดับภูมิภาคเอเชีย มีการนำพลาสติกที่เหลือใช้มารีไซเคิลแล้วหลอมใหม่เป็นวัสดุพลาสติกที่ใช้ในการผลิตอุปกรณ์ต่างๆ ส่งออกไปยังโรงงานต่างๆ ทั่วภูมิภาคเอเชียโดยมีหลักการคิดและบริหารอย่างมีแบบแผน เปลี่ยนจากการทำธุรกิจผลิตเชือกเกลียวมาเป็นการผลิตพลาสติกจนเป็นที่ยอมรับและมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่กว้างขึ้น

จุดเริ่มต้นธุรกิจ

คุณสุรพงษ์ อดิชาตศรีสกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัทได้เล่าว่า เริ่มแรกการทำธุรกิจนั้นเป็นธุรกิจของครอบครัว บริหารงานและดูแลกันเองซึ่งเป็นของคุณพ่อ เป็นโรงงานผลิตเชือกเกลียวที่ไม่ใหญ่มาก ซึ่งการผลิตเชือกเกลียวนั้นค่อนข้างมีขั้นตอนที่ซับซ้อนมากมาย เครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตก็มีเป็นจำนวนมาก มีต้นทุนการผลิตที่สูงแต่ผลผลิตที่ได้ค่อนข้างต่ำในหนึ่งวันผลผลิตที่ได้ค่อนข้างน้อย เมื่อขึ้นตอนจากผลิตช้าไม่คุ้มค่ากับเวลาที่เสียไปเท่าไรนักในการวางจำหน่ายก็จะเป็นการจำหน่ายอยู่ในวงแคบจะจัดจำหน่ายให้กับเกษตรกร ชาวประมงเป็นส่วนมาก โดยการซื้อไปใช้ครั้งหนึ่งก็ค่อนข้างทิ้งช่วงเป็นเวลานานซึ่งรายได้ที่ได้นั้นไม่สมดุลกับรายจ่ายที่เกิดขึ้น ทำให้คุณสุรพงษ์เกิดความคิดขึ้นมาว่าควรที่จะผลิตอะไรที่สามารถผลิตได้เร็วขึ้น มีต้นทุนต่ำและขายได้ทุกวงการ จึงเกิดแรงบันดาลใจให้เปลี่ยนจากการทำธุรกิจผลิตเชือกเกลียวมาเปิดเป็นโรงงานพลาสติกที่นำพลาสติกเก่าๆ หรือพลาสติกเหลือใช้มารีไซเคิลเป็นพลาสติกที่เป็นวัสดุในการผลิตเครื่องใช้ในชีวิตประจำวันต่างๆ

การผลิตเกี่ยวกับวัตถุดิบพลาสติกนี้จะมีต้นทุนต่ำเพราะสามารถหาซื้อวัตถุดิบได้จากทั่วไปและสามารถต่อยอดไปเป็นธุรกิจอื่นๆ ได้อีกมีโอกาสเติบโตได้ค่อนข้างสูงโดยในช่วงแรกคุณสุรพงษ์ บอกว่าจุดเริ่มต้นของการทำธุรกิจนั้นค่อนข้างยาก เพราะไม่มีความพร้อมใดๆเลย ไม่ว่าจะเป็นด้านความรู้ ด้านเงินทุน ด้านเครื่องมือที่ใช้ในการผลิต แต่ที่สามารถผ่านมาได้เนื่องจากทุกคนในครอบครัวมีความพยายามและคิดริเริ่ม ดิหน้อยที่ครอบครัวมีความรู้พื้นฐานเรื่องการการผลิตเชือกเกลียวอยู่แล้วจึงสามารถต่อยอดการผลิตต่อไปได้ ส่วนทางคุณพ่อของคุณสุรพงษ์เองก็เป็นวิศวกรอยู่แล้ว ท่านมีความรู้เรื่องเครื่องจักรเป็นอย่างดี รู้เรื่องการทำพลาสติกพอสมควร ทำให้รู้ว่าอะไรเหมาะสมหรือไม่เหมาะสม เรื่องการใช้เครื่องจักรแต่ละตัวในการผลิต รู้ต้นทุนทราบเรื่องวัตถุดิบว่าต้องทำอะไรให้มีต้นทุนต่ำที่สุดแต่มีคุณภาพที่สูงที่สุด รวมถึงการศึกษาเรื่องการผลิตพลาสติก รีไซเคิลจากประสบการณ์และการอบรม ทำให้บริษัทเติบโตขึ้นมาได้จนถึงทุกวันนี้

แผนการตลาด

เรื่องการขายโดยเริ่มต้น คุณสุรพงษ์ ได้เล่าว่าเขา นั้นมีพื้นฐานด้านการขายมาก่อน โดยในสมัยก่อนนั้นที่เขาทำ เชือกเกลียว รูปแบบการขายจะเป็นลักษณะของการขายตรง หรือที่เรียกว่า Direct sales ที่ผู้ขายจะต้องเดินเข้าหาลูกค้า นำสินค้าที่มีไปเสนอตามร้านค้าต่างๆ ทำให้เขารู้ว่าควรขาย สินค้าอย่างไรให้แก่ลูกค้า มีลักษณะการพูดเชิญชวนอย่างไร ลูกค้าพูดแบบนี้ต้องการซื้อหรือไม่ซื้อ ซึ่งพื้นฐานที่มีตรงนี้ ถือว่าดีมากสำหรับการนำมาต่อยอดธุรกิจ สามารถที่จะใช้ เทคนิคนี้ในการเจรจาซื้อขายสินค้ากับต่างชาติได้เป็นอย่างดี ส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจที่มีการผลิตสินค้าเน้นที่คุณภาพดี เพื่อให้ขายได้ ผลิตได้มากยิ่งขึ้น เพิ่มโอกาสให้ธุรกิจก้าวหน้ามากกว่าเดิม

ในปัจจุบันการตลาดของทางบริษัทจะเน้นการสร้าง ความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าเป็นหลัก ซึ่งเป็นเรื่องที่สำคัญ เนื่องจากการสร้างความเชื่อมั่นค่อนข้างยาก หากลูกค้าไม่ มั่นใจในสินค้าโอกาสเติบโตก็มีน้อย ทำให้ทางบริษัทเน้นในจุดนี้ มากกว่าเรื่องอื่นๆ โดยการสร้างความเชื่อมั่นให้เขามีใจในตัว

ของสินค้าและมาซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้น ก็จะต้องมีอะไร แลกเปลี่ยนเกิดขึ้น คือการที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบ คุณภาพสินค้าได้ทุกย่างซึ่งการตรวจสอบ เช่น จุดโฟดุม เพื่อดูว่าพลาสติกใช้เชื้ออะไรในการผลิต มีความเหนียว ความชื้นมากแค่ไหน ซึ่งนี่คือการตรวจสอบในชั้นเบื้องต้นที่สามารถทำได้ ต่อมาบริษัทได้มีเครื่องมือที่สามารถตรวจสอบ คุณภาพที่มีรายละเอียดและความชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยทาง บริษัทจะมีแลปที่ลูกค้าสามารถตรวจสอบได้ ข้อมูลที่แสดงจะ เห็นเป็นตัวเลขอย่างชัดเจน ซึ่งทางบริษัทได้ลงทุนซื้อ



เครื่องตรวจสอบเหล่านี้มาเพื่อให้ลูกค้าได้เห็นและรู้คุณภาพ ของสินค้าที่ขายไป ซึ่งเครื่องมือที่ใช้กันค่อนข้างมีราคาสูงแต่ เพื่อความเชื่อมั่นทางบริษัทจำเป็นต้องซื้อมาเพื่อลูกค้าจะสามารถตรวจสอบคุณภาพของสินค้าเพื่อใช้ในการตัดสินใจ ได้ โดยทางบริษัทจะทยอยซื้อเครื่องมือเหล่านี้มาเรื่อยๆ จนใน ปัจจุบันมีเครื่องมือค่อนข้างครบ และได้ได้รับความไว้วางใจจาก แแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าหลายแบรนด์ ก้าวไปถึงอุตสาหกรรม ยานรถยนต์ มอเตอร์ไซด์ และอีกมากมาย ซึ่งกว่าที่บริษัท จะมาถึงจุดนี้ได้ต้องอดทนมาก เพราะการทดสอบจากลูกค้า ก่อนที่เขาจะตัดสินใจซื้อ เขาจะส่งตัวแทนมาดู มาทดสอบ จากนั้นก็นำข้อมูลที่ได้กลับไปส่งให้กับทางบริษัทซึ่งค่อนข้างใช้ เวลาาน ส่วนใหญ่จะกินเวลานาน 8 เดือน กว่าจะตัดสินใจ เลือกลูกค้าผลิตภัณฑ์ของบริษัท ในปัจจุบันมีกลุ่มลูกค้าที่ให้ความ สนใจจากหลายประเทศ ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลี ที่มาซื้อ วัตถุดิบจากทางบริษัท เรียกได้ว่าเป็นการรอคอยที่คุ้มค่ามาก

และบริษัทลูกค้าเหล่านี้ก็สั่งซื้อสินค้าจากทาง ทีมพลัส อยู่
เรื่อยมา

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์

ด้านการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท
ถือว่ามีการพัฒนาที่ไม่หยุดยั้ง มีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับ
กลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าหากเลือก
ทีมพลัส จะได้สินค้าที่มีคุณภาพดีอย่างแน่นอน ซึ่งการ
พัฒนาที่ไม่หยุดยั้งนี้ทำให้อุตสาหกรรมการนำพลาสติกรีไซเคิลมา
เปลี่ยนเป็นวัตถุดิบพลาสติกที่มีมูลค่าสูง กลายเป็นบริษัทที่มี
ความน่าเชื่อถือและมีชื่อเสียงติดอันดับในเอเชีย ซึ่งเป็น
ตัวอย่างของโรงงานที่นำพลาสติกมารีไซเคิลให้มีคุณภาพที่ดี
ที่สุดอีกแห่งหนึ่ง ทั้งนี้ในขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอน เมื่อ
ส่งออกไปแล้วลูกค้าสามารถที่จะตรวจสอบวัตถุดิบได้อย่าง
ละเอียด เนื่องจากมีการนำ QR Code มาติดไว้ที่เครื่องจักร
ลูกค้าสามารถใช้เครื่องสแกนเพื่อตรวจสอบได้ทันที ลูกค้าจะ
ทราบว่าขั้นตอนที่มาเป็นอย่างไร รู้ว่าสินค้าตัวนี้มาจากที่ไหน
ผลิตเมื่อไหร่ ซึ่ง QR Code จะติดอยู่ที่ตัวสินค้าทุกชิ้น
สามารถตรวจสอบได้เพียงใช้เวลา 1 นาทีเท่านั้น การพัฒนา
ระบบการทำงานของทางบริษัทในขณะนี้ จะเห็นว่าการ
ขยายตัวและพัฒนาอยู่ตลอดเวลา มีระบบซัพพลายเออร์
คอยช่วยเหลือในเรื่องการผลิตและหาวัตถุดิบ ที่สำคัญได้รับความ
ร่วมมือจากชุมชนจากการขอรับซื้อถ้วยชามกะละมังที่
แตกแล้ว เพื่อนำกลับมารีไซเคิลใหม่ทำให้มีคุณภาพที่ดี
กว่าเดิม เป็นการช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้เป็นอย่างดี
โดยการซื้อวัตถุดิบจากชาวบ้านนั้นจะเน้นการซื้อด้วยเงินสด
ทำให้ชาวบ้านให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี นำวัตถุดิบมาขาย
ให้กับทางโรงงานเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าในครั้งต่อไป

คุณสุวรรณ รักษานนท์ ได้เล่าว่า ทางบริษัทได้มีการ
พัฒนาอยู่ไม่หยุดยั้งและจะพัฒนาไปเรื่อยๆ ซึ่งจาก
เดิมเคยใช้เครื่องจักรในการผลิตแบบธรรมดาที่มีอัตราการ
ผลิตไม่ค่อยเท่าไร แต่ปัจจุบันมีการนำเครื่องจักรจาก
ต่างประเทศมาใช้งานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและปริมาณงานให้
มากขึ้น ทุกวันนี้สามารถผลิตได้ 24 ตัน ต่อวัน ถือว่าเป็น
ผลผลิตที่น่าพอใจเป็นอย่างยิ่ง

การพัฒนาบุคลากร

ของบริษัทถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะบุคลากรคือตัว
ขับเคลื่อนการผลิต มีการควบคุม การดูแล ดังนั้นทางบริษัท
จึงได้เน้นในเรื่องของ 3 M เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนา
ดังนี้

1. **Machine** คือการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัย
เครื่องจักรที่นำมาใช้ในการผลิตจะเป็นเครื่องจักรที่
สามารถผลิตสินค้าออกมาให้มีคุณภาพ
เครื่องจักรที่ใช้ในการทำงานนั้นจะต้องมีสภาพที่ดี
เสมอเพื่อให้สินค้าผลิตออกมาได้ทันเวลา ซึ่งใน
ปัจจุบันทางบริษัทได้นำเครื่องจักรที่มีความทันสมัย
ที่สุดในโลกมาใช้ในการผลิต ซึ่งมีข้อดีค่อนข้างมาก
เพราะสามารถช่วยทุ่นแรงการทำงานของบุคลากร
ได้ดี ผลิตสินค้าได้เร็วและมีปริมาณที่มากขึ้น
2. **Man** คือบุคลากรที่ทำงานจะต้องมีคุณภาพ ซึ่งเป็น
สิ่งที่สำคัญที่สุดของบริษัท เพราะหากบุคลากรไม่
เก่ง ไม่มีความสามารถ โอกาสที่จะพัฒนาและ
ความก้าวหน้าของธุรกิจก็มีน้อยลง นโยบายการ
ทำงานของบริษัทจะมีการควบคุมการทำงานของ
พนักงานไม่ให้มากเกินไปคือวัน 1 สัปดาห์จะทำงาน
ไม่เกิน 60 ชั่วโมง ซึ่งถือว่าเป็นเวลาที่เหมาะสมของ
การทำงาน เพราะหากทำมากกว่านี้อาจจะส่งผล
กระทบด้านสุขภาพได้ นอกจากนี้ยังมีสวัสดิการ
ต่างๆ เพื่อช่วยเหลือพนักงานให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี
โดยมีสวัสดิการทั่วไปและสวัสดิการพิเศษจากทาง
บริษัท เช่น มีโรงพยาบาลไว้สำหรับพนักงานที่
เจ็บป่วยได้มาขอคำปรึกษาและนอนพัก ห้อง
สำหรับพักผ่อนระหว่างช่วงพักเบรก เพื่อให้รู้สึก
ผ่อนคลาย มีการฝึกอบรมเพื่อเพิ่มพูนความรู้อยู่
สม่ำเสมอ มีการพาไปดูงานต่างประเทศเพื่อเปิด
ทัศนคติให้กว้างขึ้น และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อนำ
กลับมาใช้ในการทำงานของตัวเองได้ มีการอบรม
ภาษา ได้แก่ ญี่ปุ่น อังกฤษ เพราะลูกค้าส่วนใหญ่
ของทางบริษัทจะเป็นต่างชาติ ดังนั้นหากบุคลากร
สามารถที่จะสื่อสารและอธิบายได้ก็จะเป็นผลดี
เพราะสามารถอธิบายให้ลูกค้าได้เข้าใจโดยละเอียด

รวมไปถึงการมีที่ปรึกษาในเรื่องสำคัญๆ ที่เกี่ยวกับการผลิต เป็นเทคนิคโคเซ็นจากญี่ปุ่น เพื่อช่วยลดปัญหาการทำงาน และทำให้งานออกมามีคุณภาพที่ดีขึ้น

3. **Method** เป็นวิธีการผลิต ที่ทางโรงงานได้เน้นการผลิตที่ไม่ต้องมีขั้นตอนที่ซับซ้อน มีการลำดับขั้นตอนที่ดี ทุกคนสามารถทำได้ และทำให้งานนั้นออกมาดี ซึ่งวิธีการนี้จะมีการอบรม ทดสอบ อยู่เสมอ บุคลากรทุกคนจะเรียนรู้วิธีการทำงานได้ตามลำดับขั้นตอน

และนอกจากหลักการ 3 M ที่ทางบริษัทได้นำมาใช้ในการทำงานแล้ว ทางบริษัทได้นำหลัก 5 ส. มาใช้ในการพัฒนาอีกด้วย คือ สะสาง สะดวก สะอาด สุขลักษณะ และการสร้างนิสัย เพื่อให้การทำงานนั้นมีผลเป็นไปได้อย่างราบรื่น ทุกคนสามารถทำงานร่วมกันให้ออกมาดี ไม่มีปัญหา และทำงานออกมาเป็นระบบมากยิ่งขึ้น



ปัญหาและอุปสรรค

เป็นสิ่งที่ทุกสถานที่มีก็จะเกิดขึ้นได้เสมอและถึงแม้ว่าบริษัท ทีมพลัส จะเป็นบริษัทยักษ์ใหญ่ก็ย่อมเกิดปัญหาได้เช่นกัน ซึ่งแบ่งปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นออกเป็น 2 ประเภท คือ ปัญหาภายในและปัญหาภายนอก ดังนี้

ภายใน คือ เครื่องจักร คน ปัญหาการผลิต สินค้าที่ผลิตออกมาแล้วได้คุณภาพตามที่ต้องการหรือไม่ ซึ่งวิธีแก้คือต้องหาจุดอ่อนแล้วแก้ปัญหาให้ได้ดีด้วยการทำความเข้าใจปัญหา ทางบริษัทมองว่าบางครั้งปัญหาเหล่านี้บริษัทอาจจะมองเองไม่เห็น จึงใช้หลักกระจกเงาคือ การขอ

คำแนะนำจากลูกค้า ส่วนใหญ่จะเป็นจากลูกค้าญี่ปุ่น ที่เมื่อเห็นความผิดพลาดหรือบางอย่างที่บริษัทกำลังทำอยู่ไม่ดีเท่าที่ควร ลูกค้าจะเขียนข้อแนะนำนั้นออกมาให้เห็นอย่างชัดเจน ซึ่งบริษัทจะต้องหาวิธีแก้ไข แล้วก็แก้เพื่อไม่ให้ปัญหาเกิดขึ้นอีก ตัวอย่างปัญหาที่เคยเกิดก่อนหน้านี้ในเรื่องของแรงงานที่ขาดแคลน ทำให้การผลิตมีการชะงักตัว เครื่องจักรต้องหยุดทำงาน เกิดความเสียหายเป็นอย่างยิ่ง ทางบริษัทได้มองว่าปัญหานี้อาจเกิดจากค่าแรงที่ถูกเกินไปทำให้มีผู้มาร่วมงานน้อย ดังนั้นการแก้ปัญหาคือการเพิ่มค่าแรงให้กับพนักงาน เพื่อเป็นแรงจูงใจและเมื่อมีผู้มาทำงานเครื่องจักรจะได้มีการทำงานต่อไปได้ เพิ่มยอดการผลิต การส่งออกได้ตามต้องการ ถึงแม้ว่าทำไรที่ได้อาจจะลดลงเพราะการเพิ่มค่าแรง แต่ทางบริษัทมองว่าดีกว่าปล่อยให้เครื่องจักรต้องหยุดทำงานไปโดยเปล่าประโยชน์ ทำให้เสียลูกค้า สูญเสียรายได้เป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นวิธีการแก้ปัญหาจากการเรียนรู้ปัญหา ศึกษาและมีการแก้ปัญหามีระบบ โดยมีการตรวจสอบทุกครั้ง เพื่อให้เกิดความแม่นยำที่มากขึ้น

ปัญหาภายนอก คุณสุรพงษ์ เล่าว่า ปัญหาลักษณะนี้เป็นปัญหาที่เกินความสามารถ เช่น ปัญหาเศรษฐกิจบ้านเมือง โดยได้ยกกรณีตัวอย่างของบริษัท มามา ในช่วงที่ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจย่ำแย่ แต่มามาเป็นรายเดียวที่มียอดขายที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีราคาถูกทุกคนสามารถซื้อมารับประทานได้ ทำให้ทางบริษัทได้นำเคสนั้นมาเป็นตัวอย่างในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งธุรกิจพลาสติกนั้นจะต้องเกี่ยวข้องกับเรื่องสิ่งแวดล้อม การมีต้นทุนที่ต่ำ หากทางบริษัทสามารถทำได้แบบนี้ โอกาสที่จะขยายธุรกิจได้ก็จะมีแนวโน้มที่ดีมากยิ่งขึ้น ซึ่งสมัยนี้ที่เศรษฐกิจโลกค่อนข้างตกต่ำ กลุ่มธุรกิจรถยนต์ และเครื่องใช้ไฟฟ้าจะต้องใช้ วัตถุดิบรีไซเคิลเป็นวัสดุในการผลิตถึง 30 % เพื่อลดต้นทุนการผลิต ซึ่งนั่นถือเป็นโอกาสที่ดีของทางบริษัท ที่จะขยายโอกาสทางการค้าให้กว้างขึ้น

SMEs ฝู AEC

การขยายตัวทางเศรษฐกิจสู่ตลาด AEC ของทางบริษัทถือเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งการทำงานของบริษัท ทีมพลัส นั้นจะมีลักษณะการทำงานคือ การซื้อวัตถุดิบที่นำมาใช้

การผลิตนั้น บริษัทจะซื้อด้วยเงินสดมากกว่าการซื้อด้วยเครดิต เพราะส่วนใหญ่ผู้ที่นำมาขายจะเป็นชาวบ้านและการรับซื้อจากร้านของเก่ามากกว่าการซื้อจากโรงงานใหญ่ๆ การที่นำสินค้าจากทางโรงงานไปขายให้กับลูกค้า ทางบริษัทจะจำหน่ายในรูปแบบของเครดิตส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 30-60 วัน จึงจะได้เงิน บางครั้งอาจจะประสบปัญหาด้านกระแสเงินสดได้ ซึ่งในอนาคตอาจจะมีการนำบริษัทเข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์ เพื่อเป็นการระดมทุนให้มากขึ้น และแก้ปัญหาเหล่านี้

ในการจำหน่ายสินค้านั้นทางบริษัทได้มองว่าสินค้าจะต้องเป็นที่ยอมรับ มีการสร้างแบรนด์ให้นำเชื่อถือเป็นที่รู้จักในวงกว้างและเป็นที่ยอมรับของประเทศญี่ปุ่น เพราะเป็นประเทศที่เป็นลูกค้ารายใหญ่ของบริษัท เกรดของสินค้าแต่ละเกรดที่ผลิตไปนั้นจะเป็นเกรดที่ลูกค้ารู้จักเป็นอย่างดี และสามารถซื้อสินค้าไปผลิตได้ ในปัจจุบันมีการเปิดตลาดสินค้าไปสู่ประเทศอินโดนีเซีย ซึ่งเป็นประเทศที่มีประชากรมากติดอันดับของโลก ดังนั้นความต้องการในตัวสินค้าจึงมีมาก ส่งผลให้การผลิตมีอัตราที่สูงขึ้น ซึ่งมีหลายแบรนด์ของสินค้าที่สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ของทางบริษัท ไม่ว่าจะเป็นโรงงานผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้าและรถยนต์ ทำให้มีแนวโน้มที่ทางบริษัทจะมีการขยายสาขาไปเปิดบริษัทที่ประเทศอินโดนีเซีย เพื่อลดต้นทุนการผลิตและขยายการส่งออกได้มากยิ่งขึ้น

จากการทำงานที่ผ่านมา ทางบริษัทมีการเติบโตที่ค่อนข้างสูง และได้รับรางวัล SMEs ดีเด่น ซึ่งทำให้เห็นว่า

หลักการบริหารงาน การสร้างแบรนด์ และการสร้างคุณภาพสินค้าของที่นี่ มีความน่าเชื่อถือเป็นอย่างมาก โดยมองว่าในอนาคต อาจจะมีการขยายตัวและก้าวหน้ามากกว่านี้ เพราะธุรกิจรีไซเคิลในบ้านเรานั้นยังมีไม่มาก และการนำวัสดุเหลือใช้มาแปรรูปให้สามารถนำกลับไปใช้ได้ใหม่อีกครั้ง จะเป็นการช่วยลดปัญหามลพิษ สิ่งแวดล้อม และเป็นการส่งเสริมอาชีพ มีการกระจายรายได้ที่ดีให้กับชุมชนอย่างเช่นที่บริษัทได้ทำอยู่ ซึ่งการทำงานที่ผ่านมาทางบริษัทได้รับการสนับสนุนที่ดีจาก สสว. ทำให้มีระบบงานที่ดีและมีแผนการตลาดที่ชัดเจน บริษัทเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น

คุณ สุรพงษ์ อติชาตศรีสกุล ได้ฝากแนวคิดในการทำธุรกิจเป็นการปิดท้ายว่า “แตกต่าง ไม่ตามกระแส” ซึ่งแนวคิดนี้ ที่เขาได้นำมาใช้ในการสร้างโรงงานผลิตพลาสติกรีไซเคิลขนาดใหญ่ ที่ติดอันดับของเอเชีย และได้รับรางวัลมากมาย เนื่องจากความคิดริเริ่มที่ต้องการเปลี่ยนจากอุตสาหกรรมการทำเชือกเกลียว เปลี่ยนมาเป็นการผลิตวัตถุดิบที่สามารถใช้งานได้ทุกวงการ ซึ่งความคิดที่แตกต่างในวันนั้น สู่เส้นทางความสำเร็จในวันนี้ ถือว่าเป็นตัวอย่างที่ดีอย่างยิ่ง สำหรับผู้ที่คิดริเริ่มต้องการ เริ่มต้นธุรกิจ สามารถนำความคิดนี้ไปเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อสร้างโอกาสให้กับตัวเองได้เป็นอย่างดี

ธุรกิจพลาสติกและยาง



ผลกระทบของ AEC ในอุตสาหกรรมยาง

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ของกลุ่มประเทศ 10 ประเทศในกลุ่มอาเซียนเมื่อปลายปี 2558 ทำให้อุตสาหกรรมหลายอย่างของไทยหลายได้รับผลกระทบ ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมอาหาร พลาสติก อัญมณีและเครื่องประดับ และหนึ่งในนั้นคืออุตสาหกรรมยาง การเปิดเขตการค้าเสรีและการผลิตส่งผลให้อุตสาหกรรมแต่ละประเภทเกิดการตื่นตัวเพื่อตั้งรับกับการเปลี่ยนแปลงที่มีทั้งผลด้านบวกและด้านลบ AEC ส่งผลกระทบอย่างไรบ้างในอุตสาหกรรมยางที่กำลังเผชิญกับภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว

เป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศไทยเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการส่งออกยางดิบและแปรรูปรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของโลก ผลิตภัณฑ์ยางที่ไทยเป็นหนึ่งในผู้นำสำหรับส่งออกมีดังนี้ ยางแผ่น ยางแท่ง น้ำยางข้น กลุ่มยางพาหนะเช่น ยางล้อ ยางนอกรถยนต์นั่ง รถกระบะ ยางนอกยางในรถจักรยานยนต์ รถยนต์ ยางรถบรรทุกต่างๆ ยางรถแทรกเตอร์ ยางล้อดอกกึ่งมือยางและกึ่งมือตรวจภายใน แต่จากสภาวะเศรษฐกิจโลก

ซบเซาในปี 2558 ที่ผ่านมากำให้การส่งออกยางและผลิตภัณฑ์ยางปรับตัวลดลงเนื่องจากประเทศผู้บริโภคน้อยกว่ามากที่สุดในโลก อย่างประเทศจีนอยู่ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวเช่นกัน จึงส่งผลกระทบต่อให้การส่งออกของประเทศไทยและกลุ่มอาเซียนส่งออกลดลงอย่างเห็นได้ชัด กระทบถึงระบบของอุตสาหกรรมนี้ตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำยันปลายน้ำ รวมไปถึงกระทบกับทั้งรายได้มวลรวมภายในประเทศและรายได้ระดับครัวเรือน ส่งผลให้ภาคครัวเรือนมีหนี้สินเพิ่มขึ้น แต่อย่างไรก็ตามการเข้าสู่ AEC ก็ส่งผลมีทั้งแง่ดีและไม่ดีเช่นกัน

ผลกระทบในด้านบวก โอกาสจากการเข้าสู่ AEC ประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศเป็นผู้นำที่มีการผลิตยางธรรมชาติมากที่สุดในโลก ไม่ว่าจะเป็นไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย เวียดนาม ฟิลิปปินส์ เมียนมาร์ การรวมตัวกันในด้านเศรษฐกิจเพื่อผลักดันให้มีการส่งเสริมเพื่อการแปรรูปทั้งเพื่อการผลิตเพื่อใช้ภายในประเทศและส่งออก ซึ่งจะช่วยให้กลุ่มอาเซียนมีความเข้มแข็งมีอำนาจในการต่อรองกับประเทศที่มี

การบริโภคผลิตภัณฑ์ทางสูงอย่างจีน เพื่อเพิ่มบทบาทในการกำหนดราคาและทิศทางของยางเองได้ ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยความร่วมมือเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในทุกด้าน ทั้งด้านความรู้ในการแปรรูปยาง ด้านเทคโนโลยี และรวมถึงเงินทุนที่กลุ่มสมาชิกในอาเซียนจะต้องร่วมมือกันอย่างแข็งขันและใช้ประโยชน์จากการยกเว้นภาษีนำเข้าระหว่างกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ผลกระทบในด้านลบ เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวนี้เองที่ทำให้อุตสาหกรรมยางยังชะลอตัวต่อเนื่องตั้งแต่ปลายปี 2558 และแนวโน้มของปี 2559 ก็ยังไม่กระเตื้องมากนัก และถึงแม้ว่าประเทศไทยจะเป็นผู้ผลิตและส่งออกยางรายใหญ่ที่สุดของโลกก็ตาม ผลกระทบในอุตสาหกรรมยางจึงค่อนข้างน่าเป็นห่วง ตลอดจนภาวะรายได้ที่ลดลงเป็นอย่างมาก ทำให้แรงงานมีการเปลี่ยนอาชีพไปทำอาชีพอื่นจนเป็นสาเหตุให้อุตสาหกรรมการผลิตยางขาดแคลนไปในที่สุด และมีคู่แข่งที่น่ากลัวในอาเซียนอย่างอินโดนีเซียที่มีพื้นที่ปลูกยางและมีค่าแรงที่ถูกกว่า มาเลเซียที่มีการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงในการผลิต เวียดนามที่มีค่าแรงถูกและยังได้เปรียบในแง่จุดยุทธศาสตร์เพราะอยู่ใกล้ประเทศจีนและญี่ปุ่นซึ่งเป็นตลาดส่งออก

ความเสี่ยงของประเทศไทยคือยังขาดการวิจัย เพื่อพัฒนาการส่งเสริมในการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพสูงในการผลิต ขาดการส่งเสริมให้มีการผลิตเพื่อบริโภคภายในประเทศ เพื่อลดการนำเข้ายางแปรรูปจากนอกประเทศ ประเทศไทยสามารถผลิตและส่งออกยางมากที่สุดของโลก แต่เป็นการส่งออกน้ำยางดิบมากถึง 86% แต่มีการแปรรูปเพื่อจำหน่ายเพียงแค่ 14% เท่านั้น นั่นเป็นเพราะว่าประเทศไทยยังขาดเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพเพื่อการแปรรูปและยังขาดสนับสนุนจากทางภาครัฐในการส่งเสริม ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นเพียงผู้ส่งออกรายสุดท้ายไปยังประเทศผู้บริโภคอื่นเพื่อแปรรูปเป็นชิ้นงานและส่งกลับมาขายประเทศไทยในราคาที่สูงลิ่ว โดยเฉพาะยางรถยนต์ที่ไทยยังไม่มีศักยภาพมากพอที่จะไปแข่งขันกับประเทศอื่น ถึงแม้ไทยจะเป็นผู้ผลิตยางรถยนต์ได้แต่ก็เป็นการผลิตของต่างประเทศ เป็นแบรนด์สินค้าต่างประเทศทั้งสิ้น แต่อย่างไรก็ตามไทยยังมีศักยภาพในการผลิตยางรถบรรทุกและยางรถจักรยานยนต์ใช้เองและเป็นผู้ส่งออกได้ นับว่ายังไม่เสียเปรียบทีเดียว

การปรับตัวของอุตสาหกรรมยางในสภาวะเศรษฐกิจชะลอและมีคู่แข่งสำคัญภายในกลุ่ม AEC เอง จึงต้องอาศัยการสนับสนุนจากทางภาครัฐเพื่อให้มีการวิจัยและพัฒนาการแปรรูปยางดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูปพร้อมใช้งาน เพื่อลดการพึ่งพาจากผู้บริโภคภายนอกประเทศและหันมาใช้ประโยชน์จากการแปรรูป

รูปเพื่อการบริโภคภายในประเทศให้มากขึ้นแทน เนื่องจากผลิตภัณฑ์สำหรับการใช้งานภายในประเทศยังเป็นที่ต้องการสูง แต่ยังมีผู้ผลิตจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการ จากการสำรวจพบว่ามีโรงงานผลิตและแปรรูปสินค้าเกี่ยวกับยางเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยน้อยมากเมื่อเทียบกับความต้องการภายในประเทศ เมื่อเร็ว ๆ นี้เนื่องจากสภาวะการขาดทุนอย่างหนักจากสภาวะน้ำยางดิบราคาตกต่ำทำให้เกษตรกรกลุ่มหนึ่งในจังหวัดพิจิตรได้มีการรวมตัวกันผลิตหมอนยางพาราเพื่อสุขภาพ เพื่อแก้ไขปัญหาราคายางตกต่ำกันเอง ผลปรากฏว่า



สินค้าที่แปรรูปออกมาขายดีมากโดยสามารถเพิ่มมูลค่าเพิ่มขึ้นจนผลิตออกมาแทบไม่ทัน อันเนื่องมาจากเทรนด์การบริโภคของคนภายในประเทศที่หันมาให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากธรรมชาติและเน้นสุขภาพมากขึ้นนั่นเอง จึงมีส่วนช่วยให้สินค้ากลุ่มนี้จึงได้รับความนิยมมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีกลุ่มสหกรณ์ส่วนย่อยจากภาคใต้ของไทยในจังหวัดสตูล หนึ่งในกลุ่มเกษตรกรที่หันมาพึ่งพาตนเองด้วยการกู้เงินมาลงทุนในด้านเทคโนโลยีเครื่องจักรแปรรูปเพื่อแปรรูปยางดิบเป็นแผ่นยางปูพื้นสนามฟุตบอล เพียงแค่การเริ่มต้นก็สามารถสร้างตลาดได้อย่างรวดเร็วจนผลิตไม่ทันต่อความต้องการเนื่องจากมีศักยภาพในการผลิตที่ยังน้อย ซึ่งผลิตได้เพียงแค่ 50 ตารางเมตรต่อวันเท่านั้น แต่ความต้องการของตลาดจากทางภาครัฐและเอกชนมีมากกว่ากำลังการผลิต ทั้งนี้แผ่นยางปูพื้นไม่เพียงแต่เหมาะสำหรับปูพื้นสนามฟุตบอลเท่านั้นแต่ยังสามารถใช้ปูพื้นในโรงพยาบาลและสนามเด็กเล่นเพื่อลดอุบัติเหตุ หรือแม้กระทั่งที่นอนยางพาราเองก็ตามเป็นสินค้าที่มีคุณภาพสูงและดีต่อสุขภาพแต่กลับมีโรงงานผู้ผลิตยางแปรรูปน้อยมากอยู่ดี จึงทำให้มีราคาสูง ซึ่งจุดนี้ชี้ให้เห็นได้ว่าการบริโภคภายในประเทศยังมีความต้องการที่อยู่ในเกณฑ์สูงเพียงแค่นี้ยังไม่มีความสามารถ

เพียงพอความต้องการของผู้บริโภค การสนับสนุนเพื่อให้มีพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ทำจากยางพาราจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่จะทำให้ไทยกลายเป็นผู้นำในการส่งออกทั้งยางดิบและสินค้าสำเร็จรูปอย่างครบวงจรและจะทำให้ได้เปรียบคู่แข่งในกลุ่มอาเซียนได้อย่างแท้จริง



นโยบาย ภาครัฐควรมีนโยบายในการส่งเสริมให้มีการผลิตและแปรรูปยางดิบให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น ทั้งในรูปแบบการส่งเสริมให้มีการวิจัยทั้งในเรื่องความต้องการทางตลาด การวิจัยทางเคมีที่เป็นส่วนสำคัญที่จะใช้ในการแปรรูปยาง ควบคู่ไปกับการส่งเสริมเพื่อการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อการผลิตและแปรรูปยางให้เป็นรูปร่าง ถึงแม้จะมีการพยายามผลักดันเพื่อให้เกิดผลเป็นรูปธรรมมาหลายครั้งหลายรัฐบาลแล้ว แต่ก็ยังขาดการสนับสนุนในแง่นโยบายที่ชัดเจน จึงทำให้การผลิตและแปรรูปเพื่อบริโภคภายในประเทศยังไม่ประสบผลสำเร็จ มากไปกว่านี้ภาครัฐและเอกชนควรสนับสนุนในเรื่องเครื่องจักรที่มีประสิทธิภาพสูงที่ยังมีไม่เพียงพอในแง่ของกำลังการผลิตแก่กลุ่มสหกรณ์การเกษตรต่างๆให้มากขึ้น ตลอดจนสนับสนุนด้านเงินลงทุนและเงินหมุนเวียน นอกจากนี้ภาครัฐควร

สนับสนุนการจ้างงานในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้หรือลูกหลานเกษตรกรให้กลับมาพัฒนาาร่วมกันกับเกษตรกรคนรุ่นเก่าที่ยังขาดความรู้ในด้านต่างๆ เช่นด้านเทคโนโลยียางและพอลิเมอร์ การทำตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าภายในประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ก็ต้องมีการร่วมมือการแบบบูรณาการทั้งระบบทั้งภาครัฐ

เอกชนและเกษตรกร รวมถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ให้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมยางที่กำลังเผชิญกับการเติบโตในช่วงขาลง

จากที่กล่าวมาดังข้างต้น การเข้าสู่ AEC กระตุ้นให้เกิดสภาวะการตื่นตัวในภาวะที่เศรษฐกิจโลกซบเซาและชะลอตัวได้ เป็นการร่วมมือกันระหว่าง 10 ประเทศสมาชิกเพื่อกำหนดทิศทางของเศรษฐกิจภายในกลุ่มอาเซียนเพื่อให้มีอำนาจต่อรองกับคู่ค้าจากนานาประเทศได้มากขึ้นและมีความเข้มแข็งในระดับภูมิภาคมากขึ้น เนื่องจากประเทศใน

กลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศมีความพร้อมในแง่ของทรัพยากรธรรมชาติ วัตถุดิบอย่างครบครันและเป็นผู้ผลิตยางรายใหญ่ที่สุดในโลกที่รวมตัวกันอยู่แล้ว ดังนั้นการร่วมมือกันจึงส่งผลให้แต่ละประเทศเกิดการพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันและเติบโตไปด้วยกันอย่างมั่นคง ทั้งนี้มาตรการลดการส่งออกและสนับสนุนให้มีการแปรรูปเพื่อบริโภคภายในประเทศก็ยังคงเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ไทยต้องเร่งส่งเสริมและผลักดันให้เกิดผลเป็นรูปธรรมโดยเร็ว เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าแปรรูป ซึ่งปัจจุบันยังเป็นที่ต้องการทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ผลที่จะเกิดตามมาจึงเป็นการสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมยางรวมถึงการกระตุ้นให้ประเทศเป็นทั้งผู้ผลิตและแปรรูปสินค้ายางอย่างครบวงจร ตลอดจนช่วยแก้ปัญหาคาความเป็นที่อยู่ของเกษตรกรให้ดีขึ้น



ผลกระทบของ AEC ในอุตสาหกรรมพลาสติก

Asian Economic Community หรือเรียกสั้นๆว่า AEC หมายถึงการรวมตัวทางเศรษฐกิจเพื่อมุ่งหวังให้เกิดเขตการค้าเสรีและมีฐานการผลิตเดียวกันภายในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนทั้งหมด 10 ประเทศอันได้แก่ ลาว เวียดนาม เมียนมาร์ บรูไน อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์และไทย การเข้าสู่ AEC ได้เริ่มขึ้นแล้วอย่างเป็นทางการเมื่อ วันที่ 31 ธันวาคม 2558 ที่ผ่านมา การรวมกันทางด้านเศรษฐกิจนี้ส่งผลกระทบต่อหลายอุตสาหกรรมในประเทศไทยเกิดการตื่นตัวและต้องปรับตัวเพื่อกำหนดแนวทางของอุตสาหกรรมตัวเองเพื่อรับมือกับสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งนี้อุตสาหกรรมพลาสติกหนึ่งในอุตสาหกรรมส่งออกหลักของไทยก็ได้รับผลกระทบเช่นกัน แต่ผลกระทบที่ว่าเป็นได้ทั้งในด้านบวกที่จะก่อให้เกิดผลดีตามมา รวมทั้งผลกระทบในด้านลบที่จะต้องมีการปรับตัวเพื่อปรับกลยุทธ์ให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้ ลองมาดูภาพรวมผลกระทบจากอุตสาหกรรมนี้กันบ้างว่าจะได้รับผลกระทบในรูปแบบใด มีโอกาส ความเสี่ยง และต้องมีนโยบายไปในทิศทางไหนบ้าง

ผลกระทบเชิงบวก อุตสาหกรรมพลาสติกไทยนับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญมากอย่างหนึ่งเพราะเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำรงชีวิตประจำวันของมนุษย์ที่จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยในการดำเนินชีวิตประจำวัน เช่น กุญแจพลาสติก กล่อง จาน เฟอร์นิเจอร์ ซ้อนพลาสติก แก้วน้ำพลาสติก เป็นต้น นอกจากนี้ทราบหรือไม่ว่าผลิตภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกนั้นมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมอื่นๆอย่างเช่น อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ในอุตสาหกรรมอาหาร เป็นวัตถุดิบในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นวัตถุดิบในการผลิตอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ และเป็นวัตถุดิบสำคัญในอุตสาหกรรมก่อสร้าง ซึ่งล้วนแต่ต้องอาศัยพลาสติกเป็นส่วนประกอบหรือเป็นวัตถุดิบหลักทั้งนั้น จึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมพลาสติกเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำที่มีอิทธิพลและสำคัญเป็นอันดับต้นๆของหลายอุตสาหกรรมหลักของไทย จากการที่ประเทศก้าวเข้าสู่เขตการค้าเสรีของกลุ่มประเทศอาเซียนหรือ AEC นั้น อุตสาหกรรมพลาสติกของไทยนับได้ว่ามีจุดแข็งและได้เปรียบ

กลุ่มประเทศอาเซียนอื่นมากพอสมควร เนื่องจากจากไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกและเม็ดพลาสติกรายใหญ่อันดับหนึ่งของภูมิภาคนี้อยู่แล้ว จึงมีศักยภาพมากพอในการแข่งขันและสามารถก้าวเป็นผู้นำของอุตสาหกรรมนี้ได้ เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถพึ่งพาตัวเองได้โดยมีแหล่งวัตถุดิบภายในประเทศสมบูรณ์พร้อม ยิ่งไปกว่านั้นจากการเข้าสู่ AEC จะก่อให้เกิดการขยายตัวในด้านที่อยู่อาศัยเพิ่มขึ้น เพราะโดยเฉพาะในบริเวณเขตชายแดนระหว่างประเทศกับประเทศเพื่อนบ้าน ไม่ว่าจะเป็นทางภาคเหนือภาคอีสานและภาคใต้ เป็นต้น ซึ่งต้องอาศัยพลาสติกเป็นวัตถุดิบส่วนหนึ่งในอุตสาหกรรมก่อสร้าง เฟอร์นิเจอร์เครื่องใช้ในบ้านต่างๆ บรรจุภัณฑ์บรรจุเครื่องดื่มและอาหาร เป็นต้น จะส่งผลให้เกิดการเติบโตในอุตสาหกรรมพลาสติกได้มากขึ้นอย่างชัดเจน หรือแม้กระทั่งภาคการส่งออกก็ยังสามารถขยายตัวได้ดีเนื่องจากไทยจะสามารถส่งออกพลาสติกต่างๆไปยังประเทศในกลุ่ม CLMV ได้มากขึ้น อันได้แก่ ประเทศกัมพูชา ลาว เมียนมาร์และเวียดนาม ซึ่งประเทศเหล่านี้มีแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจจากการเข้าสู่ AEC อย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังมีความพร้อมในด้านทรัพยากรธรรมชาติค่อนข้างสมบูรณ์

ประเทศไทยจึงมีคู่แข่งในการเข้าไปลงทุนด้านอุตสาหกรรมพลาสติกได้เพราะภูมิภาคนี้ชายแดนติดกันจึงทำให้ไทยได้เปรียบในเรื่องภูมิประเทศในเรื่องการเดินทางและการขนส่งที่มากกว่าคู่แข่งอื่น นอกจากนี้การส่งออกไปยังกลุ่มอาเซียน เช่นกลุ่มประเทศ CLMV กับสิงคโปร์และประเทศคู่ค้าอื่นๆทั่วโลกเช่น อเมริกา จีน ญี่ปุ่น จะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแล้ว การบริโภคภายในประเทศก็ยังยังเติบโตได้ดี ทั้งจากการส่งเสริมของภาครัฐเกี่ยวกับการกระตุ้นเศรษฐกิจในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ซึ่งต้องอาศัยพลาสติกเป็นวัตถุดิบ เป็นการเชื่อมโยงระหว่างอุตสาหกรรมต่างๆให้เข้าถึงกัน ประเทศไทยกำลังเผชิญภัยแล้งอย่างรุนแรงจึงอาจทำให้พลาสติกที่สำคัญใช้ในภาคการเกษตรเป็นที่ต้องการมากขึ้น เช่นท่อน้ำจะช่วยให้เกษตรกรประหยัดน้ำและปลูกพืชโดยใช้ให้น้ำน้อยได้ พลาสติกคลุมโรงเรือน พลาสติกปูพื้นสำหรับการขุดบ่อน้ำเพื่อสำรองไว้ใช้สำหรับหน้าแล้ง เป็นต้น

ผลกระทบในทางลบ จะเกิดการแข่งขันกันรุนแรงในกลุ่มอาเซียนด้วยกันเองโดยเฉพาะในกลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติกที่มีมาเลเซียเป็นคู่แข่งซึ่งมีจุดแข็งในเรื่องของเทคโนโลยี ด้านโลจิสติกส์และการเชื่อมโยงของอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันมากกว่าไทยเนื่องจากมาเลเซียได้พัฒนาการเชื่อมโยงด้าน

อุตสาหกรรมได้สำเร็จแล้ว และที่สำคัญยังมีแรงงานที่ราคาถูกกว่า นอกจากนี้ไทยยังเผชิญมาตรการกีดกันทางการค้าจากอินโดนีเซียในเรื่องเม็ดพลาสติกที่ผลิตจากปิโตรเคมี (Polyethylene Terephthalate: PET) จึงจำเป็นต้องเร่งดำเนินการจัดการเพื่อที่จะเข้าไปทำตลาดในประเทศนี้ได้ นอกจากนี้ผลกระทบในด้านลบที่ไทยต้องเผชิญและเป็นปัญหาหลักของทุกอุตสาหกรรมอยู่ในขณะนี้มาจากปัญหาการขาดแคลนแรงงานในอุตสาหกรรมพลาสติกที่เช่นกันที่ได้รับผลกระทบตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำยันปลายน้ำ ที่ยังขาดแคลนแรงงานและบุคลากรที่มีฝีมือและความเชี่ยวชาญในด้านการวิจัยเพื่อพัฒนา เช่นวิศวกรเคมี ช่างคุมเครื่องจักร ช่างขึ้นรูปพลาสติก ทั้งนี้อาจจะต้องเผชิญภาวะสมองไหลเนื่องจากแรงงานที่มีความสามารถและเชี่ยวชาญมีการย้ายสถานที่ทำงานที่สามารถย้ายได้อย่างเสรีมากขึ้นไปยังประเทศอื่นที่มีค่าตอบแทนที่สูงกว่า แต่อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมเม็ดพลาสติกของไทยก็ยังคงมีจุดแข็งที่จะสามารถก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้นำในอาเซียนด้านการผลิตและส่งออกได้มากกว่าประเทศอื่นในอาเซียนได้อย่างดี จึงไม่ใช่เรื่องที่น่ากังวลมากนัก

ความเสี่ยงและนโยบายส่งเสริม จากการเข้าสู่ AEC

ไทยอาจต้องเผชิญกับการแย่งตลาดจากคู่แข่งอื่นทั้งจากทางอาเซียนเองอย่างมาเลเซียซึ่งเป็นผู้แข่งที่น่ากลัวและมาตรการกีดกันทางการค้าของอินโดนีเซีย ตลอดจนการโดนแย่งส่วนแบ่งในตลาดจากสินค้าประเทศอื่นที่มีต้นทุนและสินค้าที่มีมาตรฐานต่ำกว่า ได้ และการแข่งขันที่ดุเดือดเพื่อแย่งกันเป็นผู้นำในด้านต่างๆในกลุ่มอาเซียน จึงต้องอาศัยนโยบายสนับสนุนจากทางภาครัฐและเอกชนในการแก้ปัญหาแรงงานและการผลักดันโครงการ Clusters ให้สำเร็จเป็นรูปธรรมมากขึ้น โครงการ Clusters คือการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดและต้องอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกันตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือเหมือนกันให้มีการสนับสนุนซึ่งกันและกันในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันอย่างครบวงจร เรียกว่าการเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical Linkage) และ การเชื่อมโยงที่ให้การสนับสนุนด้านอื่นๆอย่างธุรกิจบริการ สถาบันการวิจัยต่างๆ เข้าด้วยกันเรียกว่าการเชื่อมโยงในแนวนอน (Horizontal Linkage) ให้สำเร็จเป็นรูปธรรม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพในการแข่งขันสู้กับคู่แข่งในอาเซียนให้ได้ เนื่องจากคู่แข่งอย่างมาเลเซียมีการเชื่อมโยงที่ครบวงจรกว่า ทำให้มาเลเซียมีจุดแข็งกว่า หากไทยทำโครงการนี้ได้สำเร็จความได้เปรียบการก้าวขึ้นเป็นผู้นำที่เข้มแข็งได้แน่นอน



นอกจากนี้ภาครัฐควรมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่อง เพื่อยกระดับอุตสาหกรรมและผู้ประกอบการให้มีขนาดใหญ่ขึ้นเพื่อไต่ระดับการแข่งขันจากระดับภูมิภาคไปสู่ระดับโลก ทั้งนี้ควรส่งเสริมให้มีการวิจัยเพื่อพัฒนาพลาสติกชีวภาพให้เพิ่มมากขึ้น รวมถึงพลาสติกชีวภาพ พลาสติกชีวภาพคืออะไรหลายคนอาจจะยังไม่คุ้นแต่อาจเคยใช้มาแล้ว พลาสติกชีวภาพคือพลาสติกที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่สามารถย่อยสลายเองตามธรรมชาติและสามารถปลูกหมุนเวียนทดแทนได้มาทำการผลิต เพื่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เนื่องจากพลาสติกที่ผลิตอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นพลาสติกที่ผลิตจากปิโตรเคมีเป็นหลักซึ่งบ้างก็ย่อยสลายเองได้ บ้างก็ไม่สามารถย่อยสลายได้เอง การกำจัดด้วยการเผาก็จะกลายเป็นมลพิษทางอากาศ การฝังกลบก็ส่งผลไม่ดีต่อดินมีผลต่อภาคการเกษตร ไทยจึงควรส่งเสริมการผลิตพลาสติกชีวภาพให้มากขึ้นเพราะไทยมีศักยภาพในการผลิตโดยใช้มันสำปะหลังอ้อย และข้าวโพดเป็นวัตถุดิบหลัก เนื่องจากพืชทั้งสองชนิดเป็นพืชเศรษฐกิจที่ไทยมีผลผลิตล้นตลาดอยู่แล้ว แต่อย่างไรก็ตามในด้านการผลิตพลาสติก

ชีวภาพยังไม่เพียงพอเนื่องจากต้นทุนการนำเข้าเม็ดพลาสติกชีวภาพมีราคาสูงกว่าเม็ดพลาสติกปิโตรเคมี ดังนั้นภาครัฐและเอกชนจึงควรร่วมมือกันเพื่อผลักดันให้มีการเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบราคาถูก นั้นหมายถึงสนับสนุนในด้านการวิจัยทั้งทางด้านความรู้และเทคโนโลยีการผลิตเม็ดพลาสติกชีวภาพด้วยตัวเอง ทั้งนี้ประเทศไทยมีศักยภาพในการผลิตในการอุตสาหกรรมนี้เพราะไทยมีแหล่งวัตถุดิบสำปะหลัง อ้อย และข้าวโพดซึ่งเป็นวัตถุดิบพื้นฐานในการผลิตพลาสติกชีวภาพมากพอ แต่อย่างไรก็ตามยังขาดเทคโนโลยีและเงินทุนเนื่องจากต้องใช้เม็ดเงินลงทุนสูง

จะเห็นได้จากการเข้าสู่เขตเศรษฐกิจการค้าเสรีภายในกลุ่มอาเซียนหรือ AEC ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและตื่นตัวในอุตสาหกรรมพลาสติกและแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในอุตสาหกรรมพลาสติกของประเทศไทยว่ายังมีจุดแข็งและความพร้อมหลายด้านไม่ว่าจะเป็นกำลังการผลิตที่เพียงพอทั้งบริโภคภายในประเทศและเป็นสินค้าส่งออกต่างประเทศทั้งวัตถุดิบพื้นฐานอย่างเม็ดพลาสติกให้แก่ประเทศคู่ค้าอื่น รวมถึงผลิตภัณฑ์พลาสติกไปยังประเทศอาเซียนในกลุ่ม CLMV ที่ยังมีความต้องการสูงเพื่อใช้ในการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่กำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง ไทยจึงสามารถก้าวเข้าสู่ความเป็นผู้นำในอาเซียนในด้านการผลิตและส่งออกได้ แต่อย่างไรก็ตามไทยยังคงต้องการการสนับสนุนในด้านเงินทุนเพื่อวิจัยและพัฒนาในด้านพลาสติกชีวภาพที่ยังเป็นที่ต้องการของทั้งตลาดภายในประเทศและตลาดโลกเนื่องจากจะช่วยให้เรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมเพราะสามารถย่อยสลายได้เองตามธรรมชาติ ซึ่งปัจจุบันไทยยังไม่มีความพร้อมในด้านนี้

ธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์



จี.ไอ.เอฟ. เอ็นจีเนียริ่ง

เริ่มจากธุรกิจครอบครัวเล็กๆ ที่คุณพ่อเป็นเจ้าของ โรงหล่อ มีพี่ชายอีกสองคนช่วยทำ เรียกว่าทำกับเองแบบธุรกิจครอบครัว พอทำไปซักพักเรามองการผลิตชิ้นส่วนเป็นโอกาสที่ดีในการเติบโต เลยเริ่มหันมาผลิตชิ้นส่วนไฟฟ้า ต่อมาก็ชิ้นส่วนยานยนต์ การเกษตร ตลอดจนชิ้นส่วนโลหะทั้งหมด นี่เป็นที่มาของบริษัท จี.ไอ.เอฟ. เอ็นจีเนียริ่ง จำกัด จากคำบอกเล่าของคุณประสาน บุณาทาร์ณ

จากจุดเริ่มต้นเล็กๆ ที่เล็งเห็นช่องทางการเติบโตของธุรกิจแต่อุปสรรคในการเริ่มต้นก็มีมากมาย โรงงานที่เริ่มจากคนงานประมาณ 20 คน อีกทั้งมีความกดดันแต่การใช้เครื่องจักร คือยังไม่มีความชำนาญในการขึ้นรูปหรือทำแบบ ช่วงแรกนั้นเรียกว่าต้องทำเองทุกอย่างทั้งงานขาย งานโรงงาน รวมถึงบัญชีด้วย ตอนเริ่มต้นนั้นแม้แต่ Software บัญชีก็ยังไม่ใช้ ทำให้ไม่เป็นระบบ ขนาดล้มเก็บเงินลูกค้าก็มี พอเรารู้ว่ามันคือจุดอ่อน เราจึงเริ่มหา Software มาช่วยจัดการ ทำให้เราค่อยๆ เรียนรู้การจัดการปัญหาและนำธุรกิจเข้าสู่ระบบอย่างจริงจัง ส่วนเรื่องคน ตอนแรกเราขาดทรัพยากรบุคคลแม้แต่วิศวกรที่จำเป็นกับธุรกิจนี้มากเราก็ไม่มี เราจึงแก้ปัญหาโดย

การรับคนเข้ามา พสมกับช่างที่มีประสบการณ์ในการใช้เครื่องจักรอยู่แล้ว เพื่อแลกเปลี่ยนความชำนาญกัน จนปัจจุบันเรามีวิศวกรอยู่ 20 คน

ในตอนแรกกลยุทธ์ทางการตลาดแทบไม่มีเลย แม้แต่เซลล์ก็ไม่มีวิ่งขายเองทำเองทุกอย่าง แต่ที่มีฐานลูกค้าได้เพราะเราอาศัยงานคุณภาพ ที่ลูกค้ารู้ว่างานที่ผลิตจากเราเป็นงานที่มีคุณภาพ ซึ่งเราใส่ใจกับการผลิตชิ้นงานมาก ลูกค้าจึงบอกต่อกันปากต่อปากจึงทำให้ช่วยยอดขายในช่วงแรกได้ดี หลังจากนั้นเราเริ่มเซลล์เข้ามาเพื่อหาลูกค้าใหม่และรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม ปัจจุบันจุดเด่นของเราคือการผลิตได้ครบวงจร ตั้งแต่ทำแม่พิมพ์ ขึ้นรูปผลิต ครอบคลุม ทำให้เราเพิ่มขีดความสามารถในการทำชิ้นส่วนโลหะที่หลากหลายได้ เพื่อรองรับกับธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อไม่เป็นการผูกขาดตลาดอย่างใดอย่างหนึ่งเพียงอย่างเดียว เพราะเมื่อวิกฤตเศรษฐกิจปี 40 สินค้ายานยนต์ถูกผลกระทบจากพิษเศรษฐกิจ เราจึงมองทางช่องทางการตลาดอื่นๆ แต่ยังคงเป็นการผลิตที่ใช้ความชำนาญที่มีอยู่เดิม เราเริ่มเข้าเป็นสมาชิกของภาครัฐ และสมาคมต่างๆ เพื่อเป็นช่องทางรับข้อมูลข่าวสารจาก

เพื่อนร่วมธุรกิจ ทำให้ได้เห็นมุมมองทางธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์เป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ สามารถนำเข้าเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมาก และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศได้อย่างมหาศาล ธุรกิจของเรานั้นเป็นอุตสาหกรรมกลางน้ำ คือ เป็นผู้ผลิตชิ้นส่วนย่อยหรือระบบย่อย การผลิตเพื่อป้อนโรงงานประกอบรถยนต์ แม้อุตสาหกรรมยานยนต์จะได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอยู่เสมอเพราะเป็นตัวขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ แต่ปัจจุบันเราจึงไม่ได้ผูกขาดตลาดกับธุรกิจยานยนต์เพียงอย่างเดียว เราขยายการผลิตออกสู่การผลิตชิ้นส่วนหลากหลายตลาดมากขึ้น

ต่อมากจนถึงการต่อยอดผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์สำหรับเครื่องสำอาง เพราะเป็นตลาดที่น่าสนใจและมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แม้ในสภาวะเศรษฐกิจไม่ดีเครื่องสำอางก็ยังขายได้ ธุรกิจเครื่องสำอางและความงามเป็นธุรกิจที่มีอัตราการเจริญเติบโตและขยายอย่างต่อเนื่องทุกปี การบริโภคเครื่องสำอางในปัจจุบันคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพราะคนในยุคปัจจุบันทั้งเพศชาย เพศหญิง และทุกๆ ช่วงวัย ต่างให้ความสนใจใส่ใจเกี่ยวกับสุขภาพ ความงามและผิวพรรณ รวมทั้งหันมาดูแลตัวเองมากขึ้น มีความต้องการอยากให้ตัวเองดูดีขึ้น นั่นเป็นเหตุผลให้ธุรกิจด้านความงาม เครื่องสำอางเกิดขึ้นมากมายเพื่อรองรับกับความต้องการที่สูงขึ้นทุกปี เราจึงมองว่าตลาดนี้จะสามารถเติบโตได้ในอนาคต โดยการผลิตนั้นเรายังคงใช้ทักษะการผลิตของช่างที่มีความชำนาญอยู่เดิม ตั้งแต่เทคนิคการผลิตขึ้นรูป จนถึงผลิตชิ้นงาน

นอกจากการขายไปตลาดอื่นๆแล้ว และยังขยายการผลิตไปเป็นการผลิตแบบปลายน้ำ คือการผลิตเพื่อขายปลีก เราเริ่มมีสินค้าที่เป็นแบรนด์ของตัวเอง เป็นสุภักดิ์ที่ Stainless จริงๆแล้วช่องทางนี้อัตราการเติบโตอาจจะไม่หวือหวาเหมือนบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางหรือชิ้นส่วนยานยนต์ แต่ก็เป็นทางเลือกหนึ่งที่ทำให้ช่างได้ฝึกทักษะฝีมือ เพื่อกรณีตลาดยานยนต์ซบเซา เรายังคงมีรายได้จากส่วนนี้มากทดแทน และใน

อนาคตเราอาจเพิ่มการผลิตเพื่อขายปลีกหรือขายตรงถึงผู้บริโภคเองมากขึ้น

แต่โดยภาพรวมแล้วจะเห็นว่าเรามุ่งเน้นใน Core Business เดียว คือทำในสิ่งที่เรากัดและมีทุนเดิมอยู่แล้วคือ งานช่าง งานขึ้นรูป แต่ต้องมีการพัฒนาทักษะและนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ชิ้นงานที่มีคุณภาพระดับสากล จนเราได้รับการรับรองมาตรฐาน ISO 9001:2000 และ ISO/TS 16949 และอาจต่อยอดจากสิ่งที่กััดนี้ไปผลิตสินค้าที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นการกระจายความเสี่ยงทางธุรกิจตรงนี้เองที่เป็นเคล็ดลับในการประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนของเรา เราเชื่อว่าคนจะทำธุรกิจสามารถขยายได้ เติบโตได้ แต่ต้องมี Core Business หรือเป้าหมายที่ชัดเจนไม่ไขว่เขวไปทำในสิ่งที่ไม่ชำนาญ เคยมีอยู่ช่วงที่วิกฤตเศรษฐกิจปี 40 เศรษฐกิจซบเซาตลาดยานยนต์ก็แย่ตามไปด้วย เราเกือบไปทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จากคำชักชวนของเพื่อนๆ แต่โชคดีที่เรากลับมาพิจารณาตัวเองและยังเชื่อมั่นในความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านของเรา จึงยังคงประคับประคองบริษัทให้รอดจากวิกฤตมาได้



การมุ่งเน้นและให้ความสำคัญกับทรัพยากรบุคคลก็สำคัญไม่แพ้กัน โดยเฉพาะถ้าเราเป็นบริษัทเล็กๆ มีบุคคลากรน้อย เราต้องคอยหาวิธีพัฒนาให้เค้าเก่งมากขึ้น มีความชำนาญและฝึกทักษะอยู่เสมอ เพื่อให้เค้าพัฒนาไปพร้อมๆกัน “เติบโตไปด้วยกัน” พนักงานหรือทรัพยากรบุคคลจึงสำคัญที่สุด เพราะเรามองว่าเครื่องจักรและเทคโนโลยีหาเงินทุนก็ซื้อ

ได้หมด แต่บุคคลากรแม้เราจะมีเงินจ้างแต่บริหารคนไม่เป็นก็ไม่มีประโยชน์ เราจึงมีแนวคิดในการพัฒนาคนที่มืออยู่ให้ดีที่สุด แม้แต่ผู้บริหารเองก็ต้องไปทราบการใช้เครื่องจักรเพื่อกรณีมีปัญหาจะได้จัดการปัญหาได้อย่างถูกต้อง คนทำงานในจี.ไอ.เอฟ. จะแบ่งเป็นสองสายหลักๆ เราเรียกว่าสายช่าง กับสายบริหาร สายช่างนับว่าเป็นกำลังสำคัญ ส่วนใหญ่จะจบกันแค่ ปวช. ปวส. เค้าน่าจะมองว่าความก้าวหน้าในหน้าที่การทำงานจะไม่เท่าสายบริหารหรือพวกวิศวกร แต่เราพยายามปรับเปลี่ยนความคิดเค้าน่า เพราะเราให้ความสำคัญกับทุกคนเท่าๆกัน แม้คุณจบแค่ปวช. แต่คุณตั้งใจทำงานและพยายามเรียนรู้สิ่งใหม่ๆเสมอ คุณก็มีโอกาสได้ทำอยู่กับจี.ไอ.เอฟ.



ในการเตรียมความพร้อมสู่ AEC บางคนอาจจะกลัวที่จะแข่งขันบนเวทีโลก แต่เรามองว่ามันเป็นการเปิดตลาดที่ใหญ่ขึ้น ลูกค้าน่าจะมากขึ้น จากหนึ่งล้านคนกลายเป็นสิบล้านคน ถ้าเราเตรียมตัวให้พร้อมเราจะสู้กับเพื่อนบ้านได้ ตอนนี้ลูกค้าเราก็มีการเปิดตลาดออกไป AEC กันมากแล้วทำให้ยอดขายของเราเองเติบโตตามไปด้วย แต่ในเรื่องต้นทุนแรงงานแน่นอนว่าค่าแรงของประเทศเพื่อนบ้านย่อมได้เปรียบเราอยู่แล้ว เราปรับตัวเองโดย

การนำเครื่องจักรและคอมพิวเตอร์มาควบคุมการผลิต เพื่อให้ได้ชิ้นงานที่ละเอียดและมีคุณภาพ ตอนนี้เราสามารถทำแม่พิมพ์เองได้ ผลิตเองได้ครบวงจรแล้ว การเข้าโครงการภาครัฐก็มีส่วนช่วยตรงนี้มาก เพราะพาเราไปสู่ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆเช่นพวกเครื่องจักร เรามีที่ปรึกษาเฉพาะด้านจากต่างประเทศที่มาจากการแนะนำของภาครัฐ และยังช่วยสนับสนุนค่าใช้จ่ายให้เราในบางส่วนด้วย เราจึงกล้าที่จะเปลี่ยน

รางวัล SMEs ดีเด่นจากการประกวด SMEs National Awards ครั้งที่ 7 เป็นความภาคภูมิใจของเราเป็นอย่างมาก เพราะรางวัลนี้เป็นรางวัลที่มีมาตรฐานการประกวดแบบสากลและมีกฎเกณฑ์การตัดสินที่เข้มงวด มันทำให้พนักงานทุกคนมีความภูมิใจที่การทำงานและระบบการทำงานของเรามีมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับ อยากให้ SMEs หรือผู้ประกอบการท่านอื่นๆหันมาเป็นสมาชิกของภาครัฐ หรือหน่วยงานต่างๆที่เค้าพร้อมจะช่วยเหลือ SMEs ทั้งที่อยู่ในช่วงเกิดใหม่หรือที่กำลังอยู่ในช่วงขยายธุรกิจ เพื่อนำให้เรามีเพื่อนคู่คิด ไม่อยากให้เกิดว่าเราเป็นคู่แข่งกัน ถ้าเราคิดแบบนั้นจะเป็นการปิดกั้นตัวเอง ปิดโอกาสการเติบโต เพราะเราควรมองว่าตอนนี้คนไทยไม่ได้เป็นคู่แข่งกันเอง แต่เราต้องร่วมมือกันแข่งขันกับต่างชาติ แข่งขันกับตัวเอง เราเคยแลกเปลี่ยนกันชมโรงงานเพื่อแลกเปลี่ยนแชร์ความรู้ใหม่ๆให้กัน เพื่อร่วมกันพัฒนาธุรกิจให้ก้าวไปข้างหน้าพร้อมๆกัน และนี่อาจเป็นแค่จุดเริ่มต้นที่จะทำให้เรารักมาตราฐานของเราไว้ เพราะในอนาคตเราต้องต่อยอดและเอาชนะตัวเองให้ได้ บนแนวความคิดที่ว่า ทำงานบนพื้นฐานความรู้ ทำงานอย่างมีความสุข ปลอดภัย และมีประสิทธิภาพ



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

หากนี้เชื่อได้ว่าคงไม่มีใครไม่รู้จักคำว่า AEC หรือชื่อเต็มๆว่า Asian Economic Community แน่นนอน ซึ่งความหมายและความสำคัญของการเข้าสู่ AEC เป็นการรวมกลุ่มเพื่อมุ่งหวังผลในด้านเศรษฐกิจให้มีเขตการค้าเสรีลดภาษีนำเข้าระหว่างกันภายในกลุ่มประเทศสมาชิกให้เป็นศูนย์ และมุ่งส่งเสริมให้มีฐานการผลิตเดียวกันเพื่อให้มีผลเกี่ยวกับอำนาจการต่อรองจากประเทศคู่ค้าอื่นได้มากขึ้นและมีความเข้มแข็งเป็นหนึ่งเดียว ซึ่งจะทำให้ประเทศในกลุ่มอาเซียนมีความเข้มแข็งและแข็งแกร่งทางเศรษฐกิจมากขึ้นกว่าเดิมสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้อย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งประเทศสมาชิกในกลุ่มมีศรีลังกาหลายคนคงรู้อยู่แล้วว่ามี ลาว เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์ บรูไน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์และไทย การเข้าสู่ AEC เริ่มต้นขึ้นอย่างเป็นทางการแล้วเมื่อปลายปี 2558 เมื่อวันที่ 31 ธันวาคมที่ผ่านมาเอง แน่นนอนว่าการเข้าสู่

เขตการค้าเสรีภายในกลุ่มอาเซียนย่อมส่งผลกระทบต่อธุรกิจหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ อุตสาหกรรมยาง อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมท่องเที่ยว อุตสาหกรรมอาหารและอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ ซึ่งบทความนี้จะกล่าวถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในธุรกิจชิ้นส่วนยานยนต์ว่าจะได้ผลกระทบอะไรบ้าง จะทำให้มีโอกาและความเสี่ยงอย่างไร และมีนโยบายไปในทางแนวไหน

ผลกระทบต่อต้นบวก เป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของโลก แบนด์รถยนต์ต่างๆให้การไว้วางใจในด้านฝีมือและก่อให้เกิดการลงทุนเพื่อพัฒนาในด้านเทคนิคและนวัตกรรมที่ก้าวหน้าอยู่เสมอมาช้านาน ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แบ่งออกเป็นสองประเภท คือชิ้นส่วนสำหรับส่งเข้าประกอบรถยนต์เรียกว่า Original Equipment Manufacturer หรือเรีย

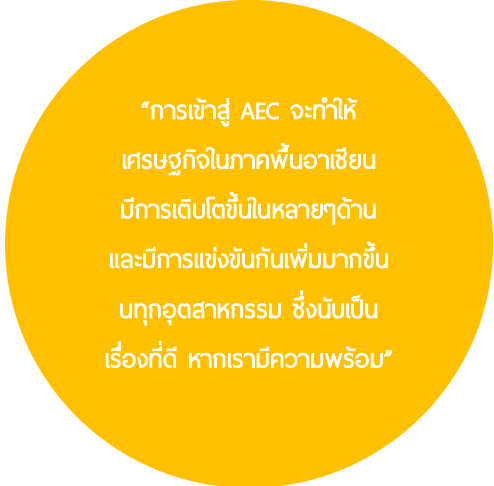
กันสั้นๆว่า ชิ้นส่วน OEM กับชิ้นส่วนอะไหล่ เรียกว่า Replacement Equipment Manufacturer หรือเรียกสั้นๆว่า REM โดยมีตลาดส่งออกไปยังหลายประเทศทั่วโลกประมาณ 130 ประเทศ เช่นบราซิล อินเดียเซีย และกัมพูชา จากการเข้าสู่ AEC ทำให้ประเทศในกลุ่มอาเซียนต่างปรับตัวเพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจทำให้ประเทศไทยหนึ่งในประเทศสมาชิก ได้รับผลกระทบด้วยเช่นกันทั้งผลกระทบทางบวกและผลกระทบทางลบ ดังต่อไปนี้

อย่างที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์รายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของโลก จัดเป็นเสาหลักแห่งวงการธุรกิจนี้ได้เปรียบในทางอุตสาหกรรม การคมนาคมขนส่ง และมีการส่งเสริมเพื่อพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง ทำให้ประเทศไทยมีโรงงานประกอบรถยนต์ภายในประเทศจากนโยบายการส่งเสริมของภาครัฐตั้งแต่ปี 2504 ทำให้อุตสาหกรรมการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์เติบโตอย่างต่อเนื่องมีผู้ผลิตที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก และในช่วงหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมรถยนต์ต่างเติบโตส่งผลให้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์อยู่ในยุคเฟื่องฟู ซึ่งมีทั้งอัตราบริโภคภายในประเทศร้อยละ 40-45 ในขณะที่อัตราส่งออกไปยังประเทศคู่ค้าอื่นอยู่ที่ร้อยละ 50-55 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตควบคู่กันไปโดยส่งออกไปยังประเทศบราซิล อินเดีย มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ที่ยังขยายตัวได้ดี นอกจากนี้กระแสความนิยมและต้องการรถประหยัดพลังงานหรือ ไฮบริด กำลังเป็นกระแสมาแรงตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการใช้รถที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดยมีความต้องการทางตลาดภายในประเทศมากขึ้นส่งผลให้มีความต้องการใช้ชิ้นส่วนยานยนต์สำหรับรถยนต์ไฮบริดเป็นที่ต้องการเพิ่มขึ้นตามลำดับ

นอกจากนี้กลุ่มประเทศในกลุ่ม CLMV ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม กำลังเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายสูงทางเศรษฐกิจสูงจากการเข้าสู่ AEC ความต้องการในด้านการคมนาคมขนส่งเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของการต้องการรถบรรทุก เพื่อใช้ขนส่งสินค้าเขตชายแดนระหว่างประเทศเพื่อขนย้ายสินค้าจะเพิ่มขึ้นและยังเป็นที่ต้องการอย่างต่อเนื่องจึงทำให้ชิ้นส่วนยานยนต์ประเภท ERM จะมีทิศทางการส่งออกไปยังกลุ่มประเทศเหล่านี้ได้มากขึ้น เพราะมีเพียงแค่ประเทศเวียดนามเท่านั้นที่เป็นผู้ผลิตรถยนต์ภายในประเทศอย่างจริงจัง แต่ในขณะที่ประเทศที่เหลือในกลุ่มนี้ยังไม่มีกรอบการผลิตรถยนต์อย่างเป็นทางการผลิตรถยนต์อย่างเป็นทางการ จึงเป็นโอกาสให้ไทยซึ่งมีเขตประเทศติดต่อกันได้เปรียบในเรื่องการคมนาคมขนส่งสามารถหลั่งไหลเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศเหล่านี้ได้ นักลงทุน

จากไทยจึงควรศึกษาความเป็นไปได้และใช้ประโยชน์จากการเข้าสู่เขตการค้าเสรีนี้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด

วางระบอบในด้าน คาดการณ์ว่าแนวโน้มปี 2559 นี้ประเทศอินเดียซึ่งเป็นตลาดส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์ที่สำคัญรายหนึ่งของไทยมีการเติบโตด้านความต้องการใช้รถยนต์ลดลง อาจจะทำให้ยอดการส่งออกไปยังประเทศนี้จะสร้างผลกระทบต่อไทยยอดการส่งออกของไทยลดลงเช่นกัน ประกอบกับประเทศต่างๆเริ่มพิจารณาที่จะหันไปลงทุนเรื่องอุตสาหกรรมยานยนต์ที่ประเทศอินเดียเพิ่มขึ้นไม่ว่าจะเป็นญี่ปุ่น อเมริกา และประเทศจากยุโรป เนื่องจากประเทศอินเดียมีอัตราการขยายตัวและต้องการรถยนต์เพิ่มขึ้นรวดเร็วที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียน นอกจากนี้ยังได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากนโยบายของรัฐบาลภายในประเทศเกี่ยวกับรถยนต์ประหยัดพลังงานที่เรียกว่า Low cost green car ไม่ต่างไปจากไทยตลอดจนได้เปรียบในเรื่องอัตราค่าจ้างแรงงานที่ถูกกว่า และมีจำนวนแรงงานมากกว่า



ทำให้อินเดียกลายเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของไทยมากที่สุดในกลุ่ม AEC และที่สำคัญจากการได้เปรียบเรื่องแรงงานซึ่งเป็นปัญหาหลักของประเทศในทุกอุตสาหกรรมซึ่งตอนนี้ไทยต้องเผชิญปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง และแรงงานมีฝีมือนี้เองอาจเป็นสาเหตุที่นักลงทุนจากต่างประเทศย้ายฐานการผลิตไปที่อินเดียแทนก็เป็นได้ นอกจากนี้เวียดนามซึ่งเป็นประเทศที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็วจนเป็นที่น่าจับตามองเช่นเดียวกัน และยังได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลในประเทศที่ส่งเสริมธุรกิจนี้อย่างจริงจังเปิดโอกาสและเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะทำให้ผู้ลงทุนสามารถย้ายฐานการลงทุนไปยังประเทศนี้แทน จึงเป็นเรื่องน่ากังวลพอสมควร แต่อย่างไรก็ดีประเทศอื่นอย่างฟิลิปปินส์และมาเลเซีย ยังไม่ใช่คู่แข่งที่น่ากลัวอะไรมากนักเนื่องจากเรื่องการค้าคมนาคมขนส่งในฟิลิปปินส์ยังไม่ดีเท่าที่ควรประกอบกับปัญหา

การเบื้องต้นที่ยังไม่มีเสถียรภาพมากพอ ธุรกิจยานยนต์จึงยังไม่มี การเติบโตเท่าไรนัก จึงเป็นผลดีให้แก่ประเทศไทย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังต้องระวังการแข่งขันจากชิ้นส่วนยานยนต์ คุณภาพต่ำและราคาถูกจากประเทศจีนที่จะเข้ามาตีตลาดใน กลุ่มประเทศ CLMV อาจทำให้ประเทศจีนเข้ามาแย่งส่วนแบ่ง ภายใตตลาดได้เนื่องจากประเทศเหล่านี้ยังมีรายได้ไม่สูงมากเมื่อ มีสินค้าราคาถูกกว่าเข้ามาเป็นทางเลือกก็อาจจะทำให้เกิดการ เปรียบเทียบราคาเกิดขึ้นได้



นโยบายและการส่งเสริมจากทางภาครัฐ เป็นเรื่องที่น่าดีใจว่าภาครัฐบาลของประเทศไทยกำลังส่งเสริมให้มีการใช้ รถยนต์ที่ประหยัดพลังงานและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จึงทำให้โครงการรถไฮบริดพีเอสแรกที่เปิดตัวไปเมื่อสองสามปี ก่อนนี้ได้รับกระแสตอบรับเป็นอย่างดี และยังเป็นความต้องการ ต่อเนื่องในโครงการพีเอสสอง ทำให้ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ ได้รับความดีไปด้วยเนื่องจากจะเกิดความต้องการชิ้นส่วนรถไฮบริด เพิ่มขึ้น นอกเหนือจากนี้ยังมีนโยบายปรับโครงสร้างภาษี สรรพสามิตที่จะปรับลดสำหรับรถไฮบริด จะทำให้รถดังกล่าว

เป็นทางเลือกหนึ่งที่ผู้บริโภคหันมาเลือกใช้รถให้ตรงกับ การวัตถุประสงค์การใช้งานของตัวเองได้มากขึ้น ดังนั้นเมื่อความ ต้องการรถเป็นที่เพิ่มขึ้น ชิ้นส่วนยานยนต์ทั้งชิ้นส่วน OEM และ ERM จะเป็นที่ต้องการมากขึ้นตามมาเช่นกัน นอกจากนี้ทั้ง ภาครัฐและเอกชนจะต้องร่วมมือกันการส่งเสริมการพัฒนา มือแรงงานให้มากขึ้นตามความต้องการของตลาด หรืออีก

ทางหนึ่งคือการพัฒนาเรื่องเทคโนโลยีเครื่องจักรเพื่อเข้ามา ช่วยในอุตสาหกรรมผลิตยานยนต์เพื่อทดแทนปัญหาขาดแคลน แรงงาน ซึ่งจะช่วยให้เกิดผลดีต่อธุรกิจในระยะยาวเป็นต้น แต่ อย่างไรก็ตามความต้องการแรงงานฝีมือเพื่อมาควบคุมเครื่อง จักก็ยังคงเป็นที่ต้องการอยู่ดี

กลยุทธ์และการปรับตัวของธุรกิจ เราควรควบคุม ต้นทุนให้ไม่ให้สูงเกินไปจนทำให้ราคาชิ้นส่วนยานยนต์สูงตามและ เปิดโอกาสให้คู่แข่งที่มีราคาถูกกว่าเข้ามาตีตลาดได้ และพัฒนา เรื่องการใช้เทคโนโลยีขั้นสูง มาแก้ปัญหาแรงงานไร้ฝีมือ ราคาถูกเนื่องจากมีนโยบาย ลดภาษีการนำเข้าเครื่องจักร จากทางรัฐบาลอยู่แล้ว เป็น การใช้มาตรการลดภาษีให้ เกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ควรเน้นการพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีความสามารถเพิ่มขึ้นและมี ความเชี่ยวชาญในทักษะ

ต่างๆหลากหลายมากขึ้น โดยเน้นการพัฒนาฝีมือให้ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับและการออกไปประกาศนียบัตรรองรับเพื่อเป็น ใบเบิกทางให้แรงงานและเป็นแรงจูงใจให้แรงงานเห็นคุณค่าของ งานที่ทำ รวมถึงการปรับทัศนคติแรงงานให้รู้สึกกว้างขวางที่กำลัง ทำเป็นงานที่ต้องความสามารถเชี่ยวชาญสูงไม่ใช่ใครก็ทำได้ ไม่ใช่เพียงแค่งานทำงานอย่างเดียว ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับ แรงงานให้มีความรู้สึกรักและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นนั่นเอง

การเข้าสู่ AEC จะทำให้เศรษฐกิจในภาคพื้นอาเซียนมี การเติบโตขึ้นในหลายๆด้าน และมีการแข่งขันกันเพิ่มมากขึ้นใน ทุกอุตสาหกรรม ธุรกิจผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ก็เช่นกัน ผลกระทบในด้านบวกจะทำให้ผู้ประกอบการมีโอกาสขยาย ขยายกิจการในขณะเดียวกันการแข่งขันด้านลบจะก่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงและทำให้เกิดการตื่นตัว แต่ละผู้ประกอบการจะ ได้เตรียมกลยุทธ์ในการรับมือ การศึกษาประเทศคู่แข่งบ้างเพื่อให้รู้ เขารู้เราจะได้ทำให้เราในฐานะผู้ผลิตรายใหญ่จะยังคงเป็นผู้นำใน การผลิตนี้ต่อไปอย่างเข้มแข็งและแข็งแกร่งอย่างยิ่ง

ธุรกิจสิ่งพิมพ์



บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด ปรับตัวตามตลาดและรักษาคุณภาพ

บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด (S.ASIA PRESS (1989) CO.,LTD.) เริ่มก่อตั้งขึ้นเมื่อ 50 ปี มาแล้ว ณ ท่าเลย่านหัวลำโพง ต่อมาย้ายไปอยู่สุขุมวิท จนกระทั่งปี พ.ศ. 2532 บริษัทฯ ได้เล็งเห็นถึงความจำเป็นในการขยายกิจการและกำลังการผลิต จึงได้ย้ายมายัง ถนนรามคำแหง ซอย 42 ซึ่งเป็นทำเลที่ดี มีถนนตัดผ่านหลายทางใกล้ถนนวงแหวนรอบนอก ปัจจุบันบริษัทฯ มีโรงงาน และสำนักงาน เป็นอาคาร 3 ชั้น 2 อาคาร บนเนื้อที่ 3 ไร่เศษ มีเครื่องจักรต่างๆ ในการผลิตอย่างครบครันทันสมัย มีบุคลากรผู้ดูแลงานด้านต่างๆ มากกว่า 150 คน ด้วยนโยบายบริษัทที่มุ่งผลิตงานที่ดีมีคุณภาพ ราคามาตรฐาน สามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อลูกค้า ด้วยชื่อเสียงและผลงานตลอด 50 ปีที่ผ่านมา แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการทำงาน และเป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จของธุรกิจชั้นนำไม่ว่าจะเป็นจากองค์กรภาครัฐ เอกชน และสถาบันการเงินต่างๆ

ด้วยการวางระบบของบริษัทฯ ที่มีเจ้าหน้าที่ประสานงานลูกค้า ติดต่อบริการละเอียดจากลูกค้านำมาพิจารณาประเมินราคาพร้อมทั้งให้คำปรึกษา แนะนำสิ่งที่เหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน และงบประมาณของลูกค้า ที่งานช่างศิลป์ซึ่งมีความสามารถในการสร้างสรรค์ ออกแบบโฆษณา ถ่ายภาพ จนถึงขั้นตอนของการทำ Digital Proof เพื่อให้ลูกค้าตรวจสอบพิจารณาความถูกต้องเหมาะสมก่อนพิมพ์งานจริงด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ทันสมัย พร้อมให้บริการในราคาย่อมเยา พร้อมทั้งเลือกใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยจากประเทศเยอรมนี ซึ่งเป็นต้นตำรับผู้ผลิตและเป็นผู้นำทางเทคโนโลยีเครื่องพิมพ์ที่ดีที่สุดในโลก โดยเลือกใช้เครื่องพิมพ์ออฟเซต (offset) ไฮเดนเบิร์ก (Heidelberg) และโรแลนด์ (Roland) ระบบ 5 สี, 4 สี, 2 สี, 1 สี ทั้งขนาดตัด 2, ตัด 4, เครื่องตัด เครื่องไสกาว เครื่องพับเข้าเล่มอัตโนมัติ ซึ่งสามารถผลิตสิ่งพิมพ์ได้อย่างครบวงจรและรวดเร็ว สิ่งสิ่งพิมพ์ของบริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด ได้แก่ นิตยสาร พ็อกเก็ตบุ๊ค ตำรา-คู่มือต่างๆ แคตตาล็อก โบรชัวร์ คู่มือจดหมายและอื่นๆ

การเตรียมความพร้อมของธุรกิจสู่การเปลี่ยนแปลง

อาจารย์ทวิศ รุ่งเรืองพล หนึ่งในที่ปรึกษาโครงการ K SMEs Academy เล่าให้ฟังถึงการเตรียมพร้อมธุรกิจสำหรับการเปลี่ยนแปลงของ บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทฯ SMEs ที่อยู่ในกลุ่มธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ให้ฟังว่า “เนื่องจากในปัจจุบันโลกดิจิทัลในส่วนของจอแสดงผลนั้นเป็นสิ่งที่มาแรงมาก และแมกกาซีนก็เริ่มที่จะมีการปรับตัวมาวางขายบนสื่อดิจิทัล ไม่ว่าจะเป็นการเปิดให้ดาวน์โหลดบน iPad หรือ iPhone ให้อ่านกันตามหน้าเว็บไซต์ อีกทั้งยังมีแนวโน้มของหนังสือและแมกกาซีนที่จะให้เป็นการดาวน์โหลดผ่าน E-book Reader หรือ iPad มากขึ้น ซึ่งอาจจะเรียกได้ว่า จะเป็นการคุกคามในธุรกิจของ บริษัท ส.เอเชียเพรส ซึ่งเป็นธุรกิจสื่อสิ่งพิมพ์ที่ตั้งมายาวนานเป็นระยะเวลาประมาณ 50 ปี เนื่องจากสภาพแวดล้อมของธุรกิจนั้นเปลี่ยนไป เพราะฉะนั้นจึงจะต้องมีการปรับตัวเนื่องจากสื่อสิ่งพิมพ์จะยังไม่หายไปจากวงการธุรกิจแต่จะโตในอัตราที่ช้าลงหรืออาจจะเป็นการชะลอการเติบโต ซึ่ง บริษัท ส.เอเชียเพรส คงจะต้องกลับมาดูว่า ลูกค้ายุคไหนที่ยังคงจะเป็นลูกค้าในระยะยาว ที่ถึงจะเป็นยุคดิจิทัลลูกค้าก็ยังมีบริการอยู่ ตัวอย่างเช่น กลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการงานพิมพ์กล่องบรรจุภัณฑ์, หนังสือในลักษณะของพีเอกเจตึกที่น่าจะยังคงไปได้แต่จะเริ่มมีถึงฉบับที่เป็นงานพิมพ์และฉบับดิจิทัล, แบบเรียน หนังสือเรียน ที่เริ่มจะมีการทำเป็น E-book และ E-text book ที่นักศึกษาเริ่มมีการใช้ iPad ในการเรียนการสอน อีกทั้งยังเป็นการลดค่าใช้จ่ายในส่วนของการพิมพ์หนังสือที่มีราคาค่อนข้างจะแพง อีกทั้งยังมีกระแสในเรื่องของการลดใช้กระดาษเพื่อเป็นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงอุปกรณ์สื่อดิจิทัลอย่างเช่น iPad ก็มีราคาถูกลงเรื่อยๆ อีกทั้งยังมีหน่วยความจำที่เพิ่มมากขึ้น”

การวางแผนรับมือสำหรับสภาพแวดล้อมของธุรกิจที่เปลี่ยนแปลง

คุณสุวัฒน์ ปิยะธนาพงษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด เล่าให้ฟังว่า “เนื่องจากบริษัทฯ ได้เข้าร่วมการอบรม K SMEs Academy จึงทำให้ได้ความรู้ในเรื่องของการรับมือกับสื่อดิจิทัลโดยเริ่มแรกก็ต้องมาดูจุดยืนของธุรกิจก่อนว่าจะมีผลกระทบจากสื่อดิจิทัลอย่างไร โดยพิจารณาในส่วนของโรงพิมพ์ของ ส.เอเชียเพรส ซึ่งเป็นโรงพิมพ์ขนาดกลางที่มีความยืดหยุ่นสูงที่ถือเป็นข้อได้เปรียบ เนื่องจากการแข่งขันในเรื่องของธุรกิจสิ่งพิมพ์นั้น

ค่อนข้างสูง โดยขนาดของโรงพิมพ์นั้น จะเป็นโรงพิมพ์ขนาดใหญ่ไปเลย และขนาดเล็กไปเลย ซึ่งบางคนอาจจะมองว่าโรงพิมพ์ขนาดกลางนั้นจะสามารถแข่งขันได้ลำบาก แต่ตัวเองกลับมองว่าเมื่อมีสื่อดิจิทัลเข้ามาบริษัทฯ ก็ยังสามารถรับมือได้ เพราะมองว่าดิจิทัลนั้นจะต้องควบคู่กับงานสิ่งพิมพ์ ที่ถึงแม้ว่าสิ่งพิมพ์จะลดลงแต่ก็ไม่ได้หมายความว่าทั้งหมดไป รวมถึงยังมองว่าหนังสือและพีเอกเจตึกซึ่งเป็นกระดาษที่หยิบมาอ่านได้นั้นยังมีเสน่ห์ มีคุณค่าอยู่ และให้อารมณ์ในการอ่านมากกว่าการเปิด iPad ที่ทำให้เสน่ห์บางอย่างหายไป”

“ปัจจุบันความรู้สมัยใหม่
นั้นเป็นเรื่องสำคัญ
เพราะการทำธุรกิจรอบคอบ
โดยใช้การตัดสินใจแบบเดิม
อาจเป็นอุปสรรคที่ทำให้
ธุรกิจผ่านวิกฤตได้”

อาจารย์ทวิศ กล่าวเสริมว่า “ความจริงแล้วยังไม่แน่ว่าการที่สื่อสิ่งพิมพ์จะเปลี่ยนเป็นสื่อดิจิทัลนั้น ยังไม่ทราบว่าจะเร็ว ช้าแค่ไหน อาจจะใช้เวลาเป็น 10 ปี 5 ปีหรือเร็วกว่านั้นก็อาจจะเป็นไปได้ แต่สิ่งหนึ่งที่ไม่ค่อยเป็นห่วง เนื่องจาก บริษัท ส.เอเชียเพรส นั้น มีการปรับตัว ตั้งแต่รุ่นแรก เข้ามาสู่รุ่นที่ 2 ซึ่งมีความทันสมัยมากขึ้น รวมถึงมีการเปลี่ยนจากธุรกิจครอบครัวเป็นธุรกิจสมัยใหม่ และเริ่มมีการวางแผนธุรกิจ ซึ่งถือว่าเป็นเรื่องสำคัญมาก ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนของบริษัท การอ่านงบการเงิน รวมถึงการวิเคราะห์ฐานลูกค้าในแต่ละกลุ่ม ว่ากลุ่มไหนทำกำไรให้บริษัทฯ มากน้อย กลุ่มไหนมีการขยายตัว และกลุ่มไหนมีการหดตัว ซึ่งการจัดทำแผนธุรกิจในทุกปีนั้นมีความสำคัญมาก”

ข้อคิดสำหรับ SMEs ซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัว

อาจารย์ทวิศ ให้ข้อคิดสำหรับ SMEs ซึ่งเป็นธุรกิจครอบครัวว่า “ปัจจุบันความรู้เรื่องการสมัยใหม่นั้นเป็นเรื่องสำคัญเพราะการทำธุรกิจครอบครัวโดยใช้การตัดสินใจแบบเดิม

นั้นเป็นอุปสรรคที่ทำให้ผ่านวิกฤต รวมถึงผ่านความเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้ยาก และแนะนำว่าผู้ประกอบการที่เป็นลักษณะของธุรกิจครอบครัว ต้องเตรียมพร้อมสำหรับการเปลี่ยนแปลง ศึกษาหาความรู้ และอย่าแก้ปัญหาให้ผ่านไปวันละวัน แต่ต้องเริ่มทำแผนประจำปี รวมถึงการวางแผนในอนาคต แล้วค่อยๆ วางแผนการดำเนินงาน กำหนดเป้าหมาย กำหนดตัวชี้วัดในการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ โดยใช้ศาสตร์การจัดการสมัยใหม่เข้ามาช่วย”



พลตอบรับที่ได้จากการเข้าร่วมฝึกอบรม K SMEs Academy

คุณสุวัฒน์ กล่าวว่า “ก่อนที่จะเข้ารับการอบรมนั้น ส.เอเชียเพรส ก็ไม่มีแบบแผนมากเท่าไรนัก เมื่อได้เข้ารับการอบรมหลักสูตรที่เรียกว่าครบเครื่องในเรื่องของการทำธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น Business Plan หรือโมเดลในการวิเคราะห์ SWOT จุดอ่อน จุดด้อย จุดแข็ง โอกาส ซึ่งสามารถนำมาปรับใช้กับธุรกิจได้หมด ซึ่งอย่าง ส.เอเชียเพรส ที่ในอดีตองค์กรนั้นเป็นระบบครอบครัว ดังนั้นในการประชุมนั้น จึงเป็นการคุยแบบเปิดกว้าง และเป็นการใช้ความรู้สึกลงในการคุยเสียมาก แต่ในตอนนี้หลังจากที่ได้เข้าร่วมอบรมก็ได้มีการวางระเบียบที่เป็นแบบแผนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์แผนการเงิน การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ จุดคุ้มทุน จุดอ่อน จุดแข็ง การประเมินความสามารถในการประกอบการ รวมถึงกลยุทธ์ในการแข่งขันแล้วได้มีการวางแผนงานในอนาคต โดยมีการทำเป็น Work

Sheet แจกในที่ประชุมเพื่อให้มีหลักการมากขึ้น และเพื่อให้ทุกคนมองเห็นคอนเซ็ปต์และกลยุทธ์ในเรื่องเดียวกัน รวมถึงหากมีข้อสงสัยและประเด็นที่ต้องมาพิจารณา ก็สามารถแสดงความคิดเห็นร่วมกันได้ เพื่อให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน”

การวางแผนการดำเนินงานของบริษัท

หลังจากที่ได้เข้าร่วมอบรม บริษัท ส.เอเชียเพรส (1989) จำกัด ก็ได้มีการวางแผนการดำเนินงานมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการลดต้นทุน โดยลดความเสียหายให้เกิดขึ้นน้อยที่สุด และการควบคุมความผิดพลาดเพื่อลดต้นทุน เนื่องจากงานพิมพ์นั้น ความผิดพลาดถือเป็นต้นทุนส่วนหนึ่งที่ความเสียหายเกิดจากการผลิต จึงมีการจัดการแบ่งการควบคุมออกเป็นส่วนๆ เพื่อให้เข้าถึงงานส่วนต่างๆ ได้เป็นอย่างดี โดยมีหัวหน้างานดูแลรับผิดชอบในเรื่องของการควบคุมแต่ละส่วน รวมถึงมีการตรวจลำดับหน้าของสื่อสิ่งพิมพ์ทุกเล่มให้สมบูรณ์ถึง 100% ที่ต้องผ่านการตรวจสอบโดยละเอียด โดยหลังจากที่เข้ารับการอบรมนั้นความเสียหายของสื่อสิ่งพิมพ์ลดลงโดยเฉลี่ยประมาณ 2% จากเดิมที่มีความเสียหายเกิดขึ้นประมาณ 5% เนื่องจากมีการวางแผนและพูดคุยกันมากขึ้น

ส่วนแนวโน้มตลาดของหนังสือพ็อกเก็ตบุ๊กนั้น คิดว่าหนังสือนั้นจะยังคงอยู่และกระแสการเปลี่ยนแปลงจะเป็นไปอย่างช้าๆ ซึ่งทาง ส.เอเชียเพรส จะคอยปรับเปลี่ยนตลอดเวลา



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจสิ่งพิมพ์ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

AEC ย่อมาจาก Asian Economic Community เป็นการรวมตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประชาคมอาเซียนในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีสมาชิกทั้งหมด 10 ประเทศ ได้แก่ ลาว เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์ ไทย อินโดนีเซีย มาเลเซีย บรูไนและสิงคโปร์ การรวมตัวทางเศรษฐกิจนี้จะทำให้เกิดเขตการค้าเสรีที่ปลอดอัตราภาษีนำเข้าระหว่างกัน ซึ่งทำให้เกิดผลดีต่อกลุ่มประเทศสมาชิกที่สามารถเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบที่ประเทศตัวเองขาดแคลนได้ง่ายขึ้น ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนหมุนเวียนทางเศรษฐกิจและส่งเสริมให้ประเทศกลุ่มสมาชิกได้รับประโยชน์ซึ่งกันและกันคล้ายๆการรวมตัวกันในแถบยุโรป นอกจากนี้สามารถทำให้กลุ่มอาเซียนมีอำนาจต่อรองในการเจรจากับสมาคมโลกได้และเข้มแข็งขึ้น ธุรกิจหลายๆธุรกิจก็จะได้รับผลกระทบไปด้วย บางครั้งก็ก่อให้เกิดผลกระทบในด้านบวกมากกว่าด้านลบ ซึ่งจะช่วยขยายฐานเศรษฐกิจภายในประเทศให้เติบโตอย่างต่อเนื่องเป็นโอกาสในการก้าวไปสู่ความเป็นผู้นำด้านเศรษฐกิจแต่ละแขนงในระดับสากล แต่ใน

ขณะเดียวกันเหรียญมักมีสองด้านเมื่อมีด้านบวกก็ต้องมีด้านลบเสมอ ผลกระทบในด้านลบอาจทำให้เป็นโอกาสเพียงพล้าในสนามแข่งขันจนต้องปิดตัวลงไปก็เป็นได้ แต่อย่างไรก็ตามการปรับตัวเพื่อเตรียมรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นจึงเป็นสิ่งที่ดี ในบรรดาธุรกิจที่คาดการณ์ว่าจะได้รับผลกระทบนั้นมีหลายอุตสาหกรรมหนึ่งในธุรกิจที่ได้ผลกระทบจากการเปิดเขตการค้าเสรีนั้นคือธุรกิจสิ่งพิมพ์ บทความนี้จะขอกล่าวถึงผลกระทบด้านบวกและด้านลบ โอกาสและความเสี่ยงของการเข้าสู่ AEC ที่มีต่อธุรกิจนี้ เพื่อให้รัฐเรารับมือความเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันทั่วทั้งบทความนี้จะอธิบายผลกระทบต่างๆที่อาจเกิดขึ้น การปรับตัวกลยุทธ์การรับมือต่างๆ ดังต่อไปนี้

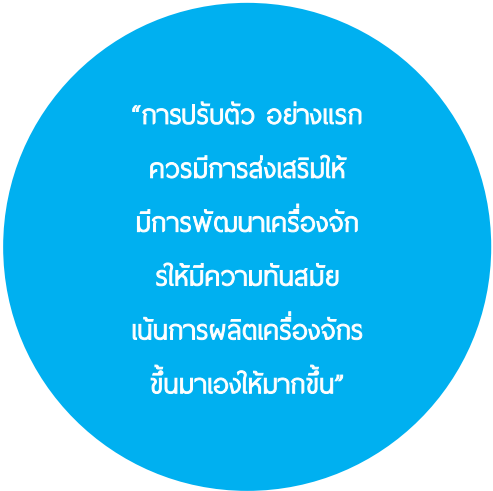
ผลกระทบต่อธุรกิจสิ่งพิมพ์ เป็นที่น่ายินดีอย่างหนึ่งว่าไทยเป็นผู้นำในธุรกิจสิ่งพิมพ์ในอาเซียน โดยมีรายได้จากการส่งออกสิ่งพิมพ์ไปยังต่างประเทศสูงถึง 100,000 ล้านบาททั้งที่ตั้งเป้าไว้แค่ 30,000 ล้านบาท (ข้อมูลปี 2558) โดยประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกอันดับหนึ่งในอาเซียนเชิง

สิงคโปร์มานานหลายปีแล้ว อันเนื่องจากไทยมีความพร้อมในอุตสาหกรรมต้นน้ำวัตถุดิบอย่างไม้ยูคาลิปตัสที่นำมาผลิตเยื่อกระดาษ มีอุตสาหกรรมกลางน้ำอย่างอุตสาหกรรมการพิมพ์เครื่องจักร และอุตสาหกรรมปลายน้ำคือผู้จำหน่ายทั้งภายในและส่งออกประเทศ ทั้งนี้ต้องยกความดีความชอบให้กับการโครงการเชื่อมต่อ Cluster ของเครือข่ายรัฐวิสาหกิจที่ร่วมกันผลักดันร่วมกับภาครัฐได้จนเป็นผลสำเร็จ

สำหรับโครงการ Clusters คือการเชื่อมโยงอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดและต้องอาศัยพึ่งพาซึ่งกันและกันตั้งแต่อุตสาหกรรมต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ ที่อยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงกันหรือเหมือนกันให้มีการสนับสนุนซึ่งกันและกันในกลุ่มอุตสาหกรรมเดียวกันอย่างครบวงจร เรียกว่าการเชื่อมโยงในแนวตั้ง (Vertical Linkage) และการเชื่อมโยงที่ให้การสนับสนุนด้านอื่นๆอย่างธุรกิจบริการ สถาบันการวิจัยต่างๆ เข้าด้วยกันเรียกว่าการเชื่อมโยงในแนวนอน(Horizontal Linkage ธุรกิจสิ่งพิมพ์ของประเทศไทยเป็นธุรกิจที่ได้เปรียบในเรื่องนี้เนื่องจากโครงการ cluster สำหรับธุรกิจสาขานี้ได้รับการผลักดันให้เกิดผลสำเร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ประเทศไทยจึงมีความได้เปรียบทั้งในด้านวัตถุดิบ การผลิตที่มีคุณภาพสูง รวมถึงนักออกแบบที่มีความเชี่ยวชาญและค่อนข้างประสบความสำเร็จในอาชีพและมีรางวัลการันตี ดังนั้นธุรกิจสิ่งพิมพ์ของไทยค่อนข้างมีแนวโน้มและอนาคตที่สดใสกว่าสมาชิกในกลุ่มประเทศอาเซียน และมีศักยภาพเพียงพอพร้อมสำหรับความเป็นผู้นำ

ผลกระทบด้านลบ เมื่อมีผลกระทบด้านบวกก็ย่อมมีผลกระทบในด้านลบด้วยเช่นกัน ถึงแม้ประเทศไทยจะได้เปรียบในเรื่องวัตถุดิบก็ตามแต่สิ่งหนึ่งที่ไทยยังขาดแคลนและเป็นหัวใจหลักที่ขาดไม่ได้ในอุตสาหกรรมการพิมพ์คือ ไทยต้องนำเข้าเครื่องจักรจากต่างประเทศซึ่งมีราคาสูงทำให้ต้นทุนในการผลิตสูงขึ้น นอกจากนี้ต้นทุนในระบบโลจิสติกส์และการขนส่งภายในประเทศสูง การส่งไปจัดจำหน่ายในต่างจังหวัดก็ยังไม่แพร่หลายทั่วถึง ทำให้โอกาสในการทำตลาดภายในประเทศมีน้อยและไม่ครอบคลุมถึงผู้บริโภคเต็มที่ทั้งที่มีความต้องการบริโภคสูง นอกจากนี้ไทยยังขาดความเป็นผู้นำในด้านการผลิตสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมาก เนื่องจากประเทศไทยยังมีจุดอ่อนในด้านภาษาอังกฤษมากที่สุดที่อาเซียน ทำให้เสียโอกาสในการผลิตสิ่งพิมพ์ด้านนี้เห็นได้ชัด ทั้งทักษะในการแปลภาษาทั่วไปและภาษาทางเทคนิค รวมไปถึงการใช้ภาษาในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าโดยตรง โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก SMEs ที่ยังขาดทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อสื่อสาร ตลอดจนเกิดปัญหาด้านการ

ละเมิดลิขสิทธิ์ที่เกิดขึ้นกับทุกสาขาอาชีพในประเทศไม่เว้นแม้กระทั่งในธุรกิจสิ่งพิมพ์ที่ยังไม่ได้รับการแก้ไข ซึ่งเป็นสาเหตุผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากเรื่องนี้เป็นอย่างมาก และเกิดความไม่ไว้วางใจ จนทำให้การผลิตสิ่งพิมพ์เกิดการชะลอตัวได้ในช่วงจังหวะ



การปรับตัว อย่างแรกควรมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนาเครื่องจักรให้มีความทันสมัยเน้นการผลิตเครื่องจักรขึ้นมาเองให้มากขึ้น ซึ่งทั้งนี้ทั้งนั้นต้องอาศัยการลงทุนจากนักลงทุนเนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ผลิตขนาดกลางและขนาดเล็ก ทั้งนี้เพื่อลดการนำเข้าจากต่างประเทศเป็นการลดต้นทุนการผลิต นอกจากนี้ยังต้องพัฒนาการขนส่งให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อลดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง สามารถขยายฐานการตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ห่างไกลให้เข้าถึงสิ่งพิมพ์ได้ครอบคลุมถึงได้มากยิ่งขึ้น และที่ขาดไม่ได้เลยคือไทยจะต้องพัฒนาศักยภาพในการใช้ภาษาอังกฤษให้ทัดเทียมนานาประเทศเนื่องจากจุดนี้เป็นจุดที่ทำให้ประเทศเสียเปรียบในการติดต่อเจรจาซื้อขาย รวมถึงการผลิตสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศให้มากขึ้นกว่าเดิม

กลยุทธ์การรุกสิ่งพิมพ์ดิจิทัล เนื่องจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์กำลังจะเข้ามาจับบทบาทและแทนที่สิ่งพิมพ์ที่มาจากรกระดาษ ผู้ประกอบการจึงต้องเร่งการพัฒนาสื่อดิจิทัลให้ควบคู่ไปกับการสิ่งพิมพ์อื่นๆไปด้วยเพื่อรองรับความต้องการและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ได้ เนื่องจากวิถีชีวิตของผู้คนเปลี่ยนไปแล้วนั่นเองผู้ประกอบการจำเป็นต้องขยายตลาดไปยังต่างประเทศให้มากขึ้น ซึ่งตลาดส่งออกที่สำคัญของไทยสำหรับกระดาษคือ ออสเตรเลีย เวียดนาม อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ จีน ญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ ซึ่งการขยายตลาดได้นั้นจำเป็นต้องอาศัยภาษาในการเชื่อมต่อซึ่งผู้ประกอบการ และแรงงานไทยยังไม่

ประสบผลสำเร็จในด้านนี้เท่าที่ควร จึงทำให้เกิดการเสียโอกาสได้มากที่สุด ในขณะที่สิงคโปร์ซึ่งเป็นคู่แข่งได้เปรียบในเรื่องนี้ที่สุด



กลยุทธ์ปรับลดภาษีเครื่องจักร ถึงแม้ว่าการเข้าสู่เขตการค้าเสรีหรือ AEC แล้วภาษีระหว่างการค้านำเข้าเครื่องพิมพ์ วัสดุพิมพ์ต่างๆเป็นศูนย์แล้วก็จริง แต่ต้องไม่ลืมว่าไทยยังต้องนำเข้าเครื่องจักรที่จำเป็นในการระบบการผลิตอยู่ ซึ่งภาษีสำหรับสำหรับนำเข้าเครื่องจักรยังอยู่ที่ 5-10 % ซึ่งเป็นเรื่องที่ภาครัฐต้องเข้ามามีส่วนร่วมสนับสนุนและแก้ปัญหาโดยเร็วที่สุด

เน้นการผลิตสิ่งพิมพ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เนื่องจากกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเป็นกระแสที่ผู้บริโภคให้ความสนใจ หลายผู้ประกอบการจึงต้องหันมาฟังความต้องการของผู้บริโภคด้วยการมุ่งเน้นการผลิตกระดาษและสิ่งพิมพ์อื่น ๆ โดยใช้การวัตถุดิบที่ใช้เยื่อกระดาษในการผลิตให้น้อยลงเพื่อลดการใช้ต้นไม้ในการผลิต นอกจากนี้ยังต้องเน้น

การผลิตที่สามารถใช้วัตถุดิบที่ย่อยสลายง่ายอย่างพืช เศรษฐกิจของไทยอย่างเช่น อ้อย มันสำปะหลัง กากกล้วย ใบ สับประรด เศษผ้า ฟาง ปอ หนุ่ย ไม้ ไม้ไผ่ และชานอ้อย เป็นต้น ซึ่งมีผลผลิตล้นตลาดอยู่แล้วและบางชนิดเป็นวัสดุเหลือใช้หาได้ง่ายบางชนิดมีค่าใช้จ่ายน้อยมาก อีกทั้งยังสามารถช่วยลดต้นทุนการผลิตของเกษตรกรได้ทางอ้อมได้อีกด้วย โดยรวมถึงการผลิตที่เน้นการประหยัดพลังงาน และนอกจากนี้เน้นการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษเพื่อใช้ในอุตสาหกรรมอื่นเช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับอุตสาหกรรมอาหาร เครื่องดื่มเช่นบรรจุภัณฑ์สำหรับ เหล้า เบียร์ ไวน์ รวมถึงแพ็คเกจจิ้งเครื่องสำอาง เช่นกล่องสำหรับใส่เครื่องสำอาง อุตสาหกรรมยา และอื่นๆอีกมากมาย ลดการใช้พลาสติกและมีความสวยงามรวมถึงช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้อีกด้วย

บทสรุป ในวงการธุรกิจสิ่งพิมพ์สำหรับประเทศไทยนั้นโดยรวมแล้วถือว่าได้เปรียบและมีแนวโน้มขยายตัวได้ดี และต่อเนื่องในอนาคต ไทยมีความพร้อมและมีศักยภาพในฐานะผู้ผลิตและจำหน่ายนำหน้าคู่แข่งก้าวขึ้นเป็นผู้นำที่ยังไม่มีใครเทียบได้ในกลุ่มประเทศอาเซียน โดยเฉพาะสิงคโปร์ที่เคยเป็นคู่แข่งแต่ตอนนี้ไทยสามารถแข่งขันได้มาหลายปีแล้ว และนอกจากนี้ยังสามารถสร้างมูลค่าจากการส่งออกสิ่งพิมพ์ได้มากกว่าที่ตั้งเป้าไว้ด้วย ดังนั้นจากการเข้าสู่ AEC ทำให้ประเทศไทยได้รับผลกระทบในด้านบวกมากกว่ามีข้อได้เปรียบมากกว่า แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงต้องเร่งปรับปรุงจุดอ่อนที่ยังไม่สามารถกับตัวเองขึ้นมาได้คือความสามารถทางภาษาอังกฤษ นับตั้งแต่ผู้ประกอบการขนาดเล็ก SMEs ผู้ประกอบการขนาดกลาง และผู้ประกอบการใหญ่ตลอดจนรวมไปถึงแรงงาน เรียกได้ว่าต้องปฏิรูปความสามารถทางภาษาทั้งระบบ เพื่อสามารถแข่งขันและขยายตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าต่างประเทศเกี่ยวกับด้านสิ่งพิมพ์ภาษาต่างประเทศให้ได้ และนอกจากนี้ยังต้องเร่งแก้ปัญหาภาษีนำเข้าเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิตสิ่งพิมพ์ที่ยังมีอัตราภาษีนำเข้าที่ยังสูงอยู่ที่ 5-10% เพื่อลดต้นทุนในการผลิตและสามารถขยายฐานลูกค้าและขนส่งสินค้าไปยังกลุ่มผู้บริโภคภายในประเทศให้สามารถเข้าถึงสิ่งพิมพ์ราคาไม่แพงได้ ตลอดจนการพัฒนากระบวนการขนส่งและโลจิสติกส์ให้ดีขึ้น เพื่อลดต้นทุนการขนส่งจะได้สามารถสร้างรายได้ภายในประเทศให้มากขึ้น

ธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์



Electon ปลั๊กไฟฟ้าอัจฉริยะ

เมื่อปลายปีที่ผ่านมามาประเทศไทยเราได้ก้าวเข้าสู่การเป็นส่วนหนึ่งของสมาคมอาเซียนหรือ AEC แล้ว และมีแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่ดี เนื่องจากในกลุ่มสมาชิก AEC ที่มีการค้าขายระหว่างกันนี้ จะมีความได้เปรียบในเรื่องของการค้าขาย เพราะจะได้ถูกยกเว้นทางด้านภาษี มีการค้าขายที่เปิดกว้างและเป็นเสรี ทำให้มีธุรกิจใหม่ๆ เกิดขึ้นหลายตัว ที่มีทั้งประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ แต่ผู้ที่สามารถผ่านวิกฤตินี้มาได้ เรียกว่า จะมีโอกาสในด้านการค้าที่มากกว่าผู้อื่น ซึ่งธุรกิจที่มาแรงในสมัยนี้ได้แก่ ธุรกิจที่ขายสินค้าออนไลน์ ความงาม และด้านสุขภาพเนื่องจากคนรักในความสะอาดสวยงามมากขึ้น หากมีสินค้าหรือบริการอะไรที่สามารถคอยช่วยอำนวยความสะดวกได้ ก็จะเป็นสิ่งที่ดี ส่วนธุรกิจอื่นๆ ก็จะต้องมีการปรับตัวเพื่อพาตัวเองให้อยู่รอด และสามารถดำเนินธุรกิจต่อไป

มีตัวอย่างธุรกิจร้อยล้านที่เรียกได้ว่าการปรับตัว และสามารถทำให้ธุรกิจของตัวเอง เป็นที่ยอมรับและสามารถอยู่รอดไปได้ด้วยดีในยุคเศรษฐกิจตกต่ำ คือ แบรนด์ Electon บริษัท อิเล็กตรอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด ของคุณโชติชนินทร์

อรุณคงสวัสดิ์ เป็นธุรกิจเกี่ยวกับปลั๊กไฟฟ้า ที่ตอนนี้มียอดขายกว่า 200 ล้านบาท มีการจัดและวางจำหน่ายอยู่ทั่วประเทศพื้นที่กว่า 1,500 ร้านค้า ทั้งในและนอกประเทศ และยังเป็นสินค้าประเภทอุปกรณ์ไฟฟ้าที่ถูกลำไปขายใน IKEA กลุ่มแรกๆ เป็นกลุ่มสินค้าที่มีการส่งออกไปขายใน AEC และมีการส่งออกจำหน่ายในประเทศยุโรป จุดประสงค์ในการจัดทำปลั๊กไฟ เนื่องจากทาง คุณโชติชนินทร์ เจ้าของแบรนด์ได้เห็นว่าเป็นในสมัยนี้ปลั๊กพ่วงเป็นสิ่งสำคัญของทุกบ้าน การมีปลั๊กพ่วงที่ดีก็จะเป็นการช่วยป้องกันปัญหาเกี่ยวกับเรื่องไฟฟ้าได้เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นป้องกันไฟฟ้าจากข้างนอกบ้านในช่วงฝนตกและเกิดฟ้าผ่าหรือกรณีปัญหาไฟกระชาก หากสามารถป้องกันปัญหานี้ได้ เครื่องใช้ไฟฟ้า และระบบไฟฟ้าในบ้านอื่นๆ ก็จะไม่พังเร็วเกินไป ซึ่งลักษณะการทำธุรกิจของแบรนด์ Electon ก็มีอุปสรรคค่อนข้างมาก แต่เขาก็มีหลักการและวิธีคิดที่ดี ที่สามารถช่วยให้เขาสามารถผ่านวิกฤตินั้นไปได้

ช่วงเริ่มต้นธุรกิจ

คุณโชติชนินทร์ เล่าว่าในสมัยเด็กๆ นั้นครอบครัวค่อนข้างลำบาก การที่จะมีของเล่นสักชิ้นหนึ่งมาเล่นเป็นเรื่องที่ยุ่งยากและตอนนั้นเขาอยากได้หุ่นยนต์มาเล่นสักตัวหนึ่ง แต่ก็ไม่สามารถซื้อได้ ซึ่งขณะนั้นมีพี่ชายที่เรียนช่างอยู่พี่ชายเลยซื้อแพลงวงจรถวาย เป็นชุดคิดมาฝึกต่อเล่นกับคุณโชติชนินทร์ ซึ่งคุณโชติชนินทร์ เองมองว่าเป็นเรื่องสนุก เพราะในชุดคิด 1 อัน เมื่อต่อออกมาเดินรื้อแล้วบางไลน์เป็นแสงไฟ บางไลน์มีเสียงจึงเกิดความรู้สึกชอบ เมื่อโตขึ้นอยู่ในช่วงเศรษฐกิจไม่ดี เพราะเป็นยุคที่มีคนตกงานค่อนข้างมาก ทำให้คุณโชติต้องเลือกเรียนบัญชี เมื่อเรียนจบมาแล้วรู้สึกไม่ชอบ เลยปรึกษากับพี่ชายเพื่อที่จะเปิดบริษัทประกอบแพลงวงจรถวายอิเล็กทรอนิกส์ที่มีพนักไม่มาก ซึ่งขณะนั้นเริ่มต้นทำธุรกิจด้วยการลงทุนและทำด้วยตัวเองทุกอย่าง ทั้งซื้อและผลิตสินค้าออกมาสำเร็จ แต่ในการผลิตสินค้านั้นจะต้องใช้ความละเอียด และค่อนข้างเสียเวลาในการผลิตมาก เพราะเจ้าของต้องมานั่งทำเอง เนื่องจากสินค้าจะต้องมีการควบคุมมาตรฐานเมื่อถึงช่วงวางจำหน่าย ก็เป็นช่วงเวลาเดียวกันกับที่ทางประเทศจีน มีการส่งสินค้าเข้ามาไทยเป็นจำนวนมาก ทำให้สินค้าของคุณโชติชนินทร์ ขายไม่ได้ เขาเล่าว่าเขาทำธุรกิจนี้อยู่ 3 ปี จนกลายเป็นหนี้ถึง 20 ล้านบาท จนเขาได้ตัดสินใจบวชเพื่อมีเวลาคิดทบทวนสิ่งที่ผ่านมา จากนั้นเมื่อสึกออกมาที่แรกก็ไปคือออฟฟิศ เขากลับไปเพื่อจะไปดูแต่บังเอิญว่าวันนั้น พนักงานคนหนึ่งวิ่งเข้ามาหาแล้วบอกว่าคอมพิวเตอร์เสีย คุณโชติก็เลยเข้าไปดู ปรากฏว่าปัญหาไม่ได้อยู่ที่คอมพิวเตอร์ แต่อยู่ที่ปลั๊กไฟ เนื่องจากปลั๊กไฟมันเสีย ในวันนั้นจึงเป็นจุดเริ่มต้นไอเดียที่จะทำธุรกิจปลั๊กไฟ เพราะมองว่าเป็นสิ่งที่จำเป็นและสามารถที่จะเติบโตได้ในอนาคต

ไอเดียทำธุรกิจ

การคิดไอเดียนี้ขึ้นมาโดยเขาคิดว่าปลั๊กไฟเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครัวเรือน ที่ทุกบ้านจำเป็นต้องมี ดังนั้นเขาจึงวางแผนออกแบบปลั๊กไฟ โดยเน้นในเรื่องของการใช้ประโยชน์และความปลอดภัย สินค้าทุกตัวที่ทาง บริษัท อิเล็กทรอนิกส์เนชั่นแนล จำกัด ผลิตขึ้นมาเป็นสินค้าที่คุณโชติชนินทร์ ออกแบบและทดลองใช้เองโดยทั้งหมด เพื่อควบคุมคุณภาพมีระดับการป้องกันสูง โดยมีการเปรียบเทียบกับดีฮวัน ที่ช่วงนั้นเป็นประเทศที่เป็นผู้นำด้านไฟฟ้า และต่อมาได้มีการพัฒนาให้สินค้ามีคุณภาพเทียบเท่ากับสินค้าของประเทศเยอรมัน ตัวอย่างสินค้าที่น่าสนใจ เช่น I Rock ที่

มีเรื่องความปลอดภัยสูง โดยเฉพาะเวลาที่เกิดฟ้าผ่าที่ช่วยไม่ให้กระแสไฟฟ้าไหลเข้ามามากเกินไป ตัวปลั๊กไฟมีระบบอัจฉริยะที่จะช่วยป้องกันเรื่องความปลอดภัยได้ดี เช่น เมื่อปิดทีวี ตัวปลั๊กไฟก็จะหยุดทำงานโดยอัตโนมัติ โดยที่เจ้าของไม่ต้องกังวลเรื่องนี้เลย ต่อมา Energy meter เป็นปลั๊กอัจฉริยะที่สามารถวัดปริมาณไฟฟ้า ปริมาณก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ที่เป็นมลพิษอันตรายต่อมนุษย์ และสามารถบอกค่าไฟได้ด้วยผู้ที่ใช้ก็จะรู้ว่าเครื่องใช้ไฟฟ้าชนิดนี้ใช้ไฟในปริมาณที่เท่าไร มีค่าใช้จ่ายที่เท่าไร และอีกอันคือปลั๊กแวนดิง หรือ Apollo ที่ปลั๊กสามารถรองรับการเสียบปลั๊กได้ถึง 8 ตัว โดยที่ไม่เกาะกะ และสามารถเสียบปลั๊ก USB มือถือและแท็บเล็ตได้หลายตัว ช่วยประหยัดพื้นที่ใช้สอยได้ค่อนข้างมาก

“ปลั๊กไฟเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับครัวเรือน ที่ทุกบ้านจำเป็นต้องมี เราจึงออกแบบปลั๊กไฟให้มีความแตกต่าง เพื่อเป็นจุดขาย”

แนวคิดสู่ความสำเร็จ

คุณโชติชนินทร์ได้บอกว่า แรงบันดาลใจและความมุ่งมั่นที่จะทำให้เขาสำเร็จ ธุรกิจเริ่มเป็นที่รู้จักหลังจากเริ่มไปแล้วหกเดือน โดยช่วงแรกยังไม่มีใครซื้อสินค้าเพราะปลั๊กไฟมีตัวเลือกค่อนข้างมาก ซึ่งของคุณโชติเอง ราคาที่ขายค่อนข้างสูง อยู่ที่ 200-300 บาท ในช่วงแรกแทบจะขายไม่ได้ แต่มีจุดเปลี่ยนในช่วงหกเดือนไปแล้วที่มีชาวต่างชาติเข้ามาที่ร้าน สนใจซื้อปลั๊กไฟ คุณโชติชนินทร์ก็ใช้วิธีการนำเสนอสินค้ากับเขาจนเขาซื้อ จากนั้นก็มีการสั่งซื้อต่อมาเรื่อยๆ และมีการบอกต่อและมีการสั่งซื้อต่อไปเรื่อยๆ ซึ่งปัจจุบันมีการส่งออกไปทั่วประเทศและต่างประเทศ

ถือว่าการทำธุรกิจของคุณโชติชนินทร์กับเจ้าของธุรกิจปลั๊กไฟอัจฉริยะ Electron ที่ประสบความสำเร็จค่อนข้างสูง โดยที่เขาไม่มีการคิด และการทำงานที่ใช้เน้นเรื่องความ

ปลอดภัย โดยเชื่อว่าตัวเองสามารถผ่านอุปสรรคไปได้ และทำอย่างตั้งใจ โดยการทำงานของเขาจะเป็นการทำงานที่ไม่เกิดความสามารถ และสามารถที่จะทำได้ นำความล้มเหลวในอดีตมาเป็นประสบการณ์เพื่อที่จะเปลี่ยน และพาตัวเองออกจากกฎเกณฑ์เดิมๆ จนตอนนี้ปลั๊กไฟ Electon ได้ถูกวางจำหน่ายไปแล้ว 1,500 แห่ง และมีแนวโน้มว่าจะมีการขยายตัวขึ้นอีกเรื่อยๆ ถือเป็นความสำเร็จที่น่าชื่นชมเป็นอย่างยิ่ง



การมองหาแนวทางการทำธุรกิจแต่ละตัวในสมัยนี้ ทุกคนสามารถเริ่มต้นได้ แต่น้อยคนนักที่จะทำให้อุทยานนั้นอยู่รอดได้ตลอดไป ซึ่งต้องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของเจ้าของธุรกิจ ที่จะต้องมีการปรับตัว และพร้อมที่จะยอมรับการเปลี่ยนแปลงไปเรื่อยๆ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้า

อิเล็กทรอนิกส์ ที่ในสมัยนี้มีการแข่งขันสูง อุปกรณ์เครื่องใช้หลายอย่างมีความทันสมัย และความแปลกใหม่ขึ้นเรื่อยๆ หากผู้ผลิตไม่มีการคิดอะไรใหม่ๆ ขึ้นมาก็อาจจะต้องปิดตัวลงไป เช่น การทำธุรกิจปลั๊กไฟอัจฉริยะ ของคุณใช้ดีไซน์เนอร์ ที่นำเอาเป็นตัวอย่างที่ปลั๊กไฟแต่ละตัวของเขานอกจากจะเน้นเรื่องคุณภาพ แล้ว ยังเน้นความทันสมัย และสามารถใช้ได้ทุกคน ซึ่งจากที่กล่าวมาเชื่อว่า การเริ่มต้นธุรกิจของเขาจะสำเร็จได้ภายในไม่กี่วัน เพราะปลั๊กในตลาดโดยทั่วไปมีราคาถูกกว่าของคุณใช้ดีไซน์เนอร์มาก การทำให้กลุ่มลูกค้าเกิดการยอมรับและตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้งาน จึงเป็นเรื่องที่เขาใส่ใจจนกลายมาเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุดในที่สุด

การเริ่มต้นธุรกิจของตัวเองแต่ละครั้งจำเป็นต้องคิด เห็นให้ต่างจากผู้อื่น เพื่อที่จะได้มีความแปลก และสามารถพาตัวเองไปสู่ความสำเร็จได้ซึ่งตัวอย่างของคุณใช้ดีไซน์เนอร์ ผู้บริหาร บริษัท อิเล็กตรอน อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด เป็นตัวอย่างที่ดี และยิ่งประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ AEC การสร้างเอกลักษณ์ทางธุรกิจก็เป็นสิ่งหนึ่งที่หลายคนต้องทำ เพื่อเป็นการขยายโอกาสด้านการค้าและสามารถอยู่รอดได้ต่อไป



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ ASEAN Economic Community (AEC) เป็นโครงการที่มุ่งเน้นไปที่การกระตุ้นเศรษฐกิจใน 10 ประเทศซึ่งประกอบไปด้วย ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ บรูไน อินโดนีเซีย สิงคโปร์ สมาคมนี้จะเป็นการเน้นการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจในกลุ่มเป็นหลักซึ่งได้มีการเตรียมตัวตั้งแต่ พ.ศ. 2556 และเปิดใช้อย่างเป็นทางการเมื่อวันที่ 31 ธันวาคม พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมานี้เอง โดยประโยชน์ที่เห็นได้ชัดจากสมาคมนี้คือการงดเก็บภาษีระหว่างเป็นเทคโนโลยีในสามคมเพื่อเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับทุกประเทศในภูมิภาคในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพื่อต้องการเพิ่มดุลการค้ากับประเทศในภูมิภาคอื่นๆ ลักษณะแบบนี้จะคล้ายคลึงกับการก่อตั้งประเทศคู่ค้าในสมาคมยุโรป หรือ Europe (EU) ซึ่งจะเป็นการรวบรวมประเทศในแถบทวีปยุโรปนั่นเอง ซึ่งข้อดีที่เห็นได้ชัดชัดเจนของการปลอดภาษี

ระหว่างประเทศคู่ค้าเราสามารถที่จะเพิ่มกำลังการผลิตได้ทีละมากๆและสามารถกระจายสินค้าไปยังประเทศในสมาคมได้ง่าย เราสามารถได้รับผลประโยชน์ได้เต็มที่ ซึ่งมันจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในประเทศได้ดี ซึ่งประเทศอื่นๆก็สามารถทำได้เหมือนกัน และมันจึงเป็นที่มาของการแข่งขันที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายย่อยที่ยังไม่พร้อมหรือขาดประสบการณ์ก็อาจจะนำพามาซึ่งการขาดทุน ฉะนั้นเราควรจะต้องมีการเตรียมตัวและวางแผนธุรกิจให้ดีกว่าก่อนและหลังจากประเทศไทยเข้าสู่ยุคของ AEC นั่นเอง

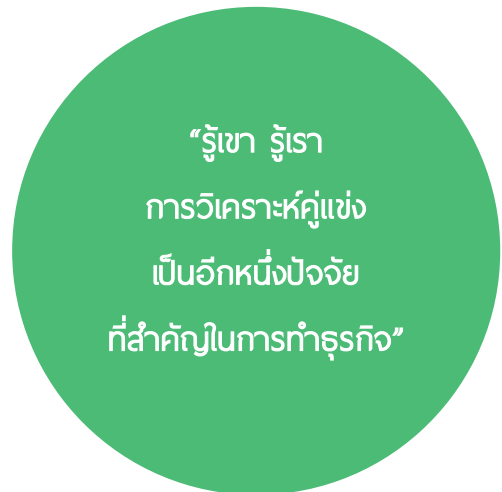
แน่นอนว่าเมื่อประเทศเราเข้าสู่ยุค AEC ก็จะทำให้เรามีเสรีทางการค้าและการผลิตสินค้าที่มากขึ้น ซึ่งมันสามารถนำมาซึ่งโอกาสในธุรกิจและการลงทุนต่างๆซึ่งเป็นตัวช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ดี โดยเฉพาะหากเราสามารถคว้าโอกาสมาลงทุนได้แล้วนั้นก็ทำให้เราสามารถทำเงินได้เป็นกอบเป็นกำ แต่

แน่นอนว่าทุกประเทศก็มีเสรีภาพในการลงทุนทำธุรกิจแบบเดียวกัน ซึ่งมันก็นำพามาซึ่งความเสี่ยงไม่น้อยเพราะหากว่าเราไม่สามารถทำธุรกิจต่อกันกับคู่แข่งอื่นในประเทศเพื่อนบ้านก็จะทำให้เราขาดทุนได้เหมือนกัน เพราะฉะนั้นหากเราต้องการดำรงอยู่ในสถานการณ์ที่มีโอกาสและความเสี่ยงแบบนี้ เราก็ควรที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาวะการแข่งขันที่สูงแบบนี้ ซึ่งแน่นอนว่าเราจะต้องมีการเตรียมตัวและการวางแผนที่ดีในการประกอบธุรกิจ และรัฐเราควรที่จะลงทุนในธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งและที่สำคัญนโยบายที่สำคัญก็เป็นสิ่งที่ช่วยผู้ประกอบการง่ายต่อการลงทุนทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับภาครัฐว่าจะเน้นที่ธุรกิจประเภทใดเป็นพิเศษ

ในทั้ง 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนก็จะมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกันออกไปซึ่งขึ้นอยู่กับภูมิประเทศทรัพยากรและความถนัดของแต่ละประเทศนั้นๆ ตัวอย่างเช่นประเทศเวียดนามกว่า 80% ประกอบอาชีพเกษตรกรรม สินค้าที่ส่งออกหลักของประเทศจึงเป็นพวก ข้าว ยางพาราและกาแฟ เป็นต้น หากเราจะพูดถึงธุรกิจที่คาดว่าจะเกิดทั้งโอกาสและความเสี่ยงหลังจากที่เข้าสู่ AEC คงหนีไม่พ้นธุรกิจประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์นั่นเอง ธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นสำหรับทุกประเทศทั่วโลกมาอย่างยาวนาน ซึ่งในหลายประเทศมียอดการนำเข้าและส่งออกธุรกิจประเภทนี้อยู่มาก หมายความว่านี่เป็นสินค้าที่มีความต้องการสูง หากเราสามารถพัฒนาธุรกิจประเภทนี้ได้ดีโดยเริ่มจากส่งออกไปยังประเทศในสมาคมอาเซียนได้ มันจะเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้าไปในตัวและพร้อมที่จะต่อยอดไปยังประเทศอื่นๆออกไปได้ อาทิเช่น ประเทศในสมาคมยุโรป อเมริกา และเอเชีย ซึ่งหลายประเทศในสมาคมอาเซียนก็มีแบรนด์สินค้าจำพวกนี้อยู่แล้ว โดยที่มีการส่งออกนำเข้ามาสักระยะหนึ่งแล้ว อย่างเช่น สินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้ายี่ห้อหนึ่งจากประเทศมาเลเซียก็ได้มีการเริ่มวางขายในประเทศไทยมาแล้วกว่า 1-2 ปีที่ผ่านมาแต่ยังไม่ได้เป็นที่นิยมมากนัก แต่นั่นก็ถือเป็นก้าวแรกที่สำคัญในขณะที่ประเทศอื่นยังไม่ได้เริ่มต้น ประเทศที่มีสินค้าจำพวกไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ได้แก่ประเทศ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์และอินโดนีเซีย ซึ่งทั้ง 3 ประเทศนี้ต่างมีแบรนด์สินค้าของตัวเองและได้มีการส่งออกไปยังประเทศต่างๆอยู่เรื่อยๆ ซึ่งประเทศเหล่านี้มีประสบการณ์ในทางส่งออกสินค้าประเภทนี้อยู่แล้ว ซึ่งจะทำให้เป็นความเสี่ยงสำหรับผู้เริ่มประกอบธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เจ้าใหม่ที่กำลังจะเข้าสู่ตลาดยุค AEC

ทั้งหมดที่กล่าวมาจะเป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์เมื่อเข้าสู่ยุค AEC ว่ามันยังคงมีทั้งโอกาสและความเสี่ยงในการลงทุนธุรกิจประเภทนี้อยู่

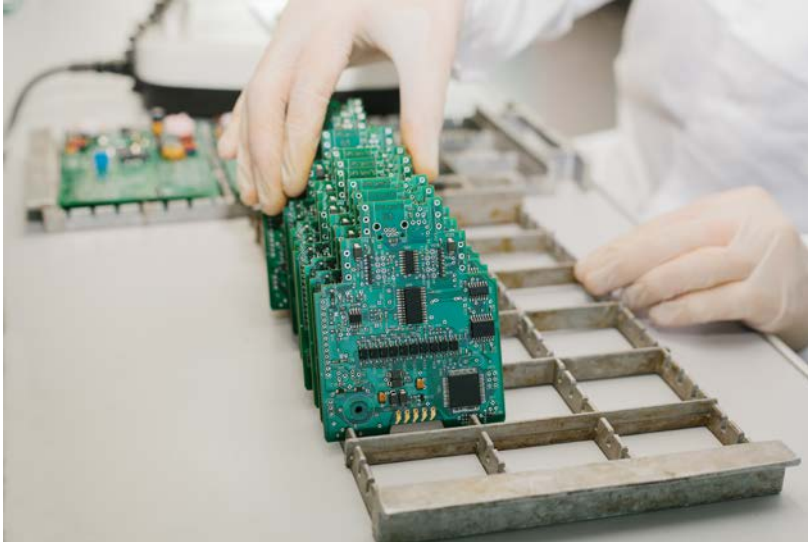
ซึ่งแน่นอนว่าถ้าหากเราต้องการที่จะคว้าโอกาสในการลงทุนครั้งนี้มาได้ เราจะต้องมีกลยุทธ์และการปรับตัวที่ดีในการดำเนินธุรกิจนั่นเอง เราสามารถแบ่งการดำเนินธุรกิจที่ดีออกเป็น 3 สิ่งหลักๆคือ กลยุทธ์ที่ดีในการดำเนินธุรกิจ การวิเคราะห์คู่แข่ง การปรับตัวกับยุคสมัยที่เปลี่ยนแปลง



กลยุทธ์ที่ดีที่เหมาะสมในการทำธุรกิจยุค AEC นั้น เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งเพราะว่าจะเป็นตัวชี้วัดผลกำไรขาดทุนของการทำธุรกิจ ซึ่งเราควรหากกลยุทธ์ที่เหมาะสมซึ่งใช้ได้กับทุกสถานการณ์และควรจะเป็นกลยุทธ์ที่สามารถใช้ได้กับประเทศเพื่อนบ้าน เราควรที่จะมุ่งเน้นไปที่การส่งออกสินค้าให้มากขึ้นกว่ากลยุทธ์ที่ใช้ภายในประเทศเท่านั้น เราสามารถที่จะเริ่มวางแผนกลยุทธ์ใหม่ได้จากการศึกษานโยบายที่สนับสนุนแผนการดำเนินธุรกิจประเภทไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ก่อนเป็นขั้นตอนแรก หลังจากนั้นเราก็เริ่มสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเราโดยเริ่มจากทดลองใช้ในประเทศของเราเอง

หลังจากที่เราคิดว่าธุรกิจของเราแข็งแกร่งเพียงพอที่จะสามารถจะแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านได้ เราจึงเริ่มขยายกิจการไปยังประเทศที่ขาดธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์นั่นเอง แล้วจึงค่อยขยายไปยังประเทศที่เหลือจนครบนั่นเอง ซึ่งปัจจัยที่สามารถทำให้อุตสาหกรรมของเราแข็งแกร่งจนสามารถแข่งขันกับรายอื่นได้นั้นคือ เราต้องรักษามาตรฐานของสินค้าเราให้ดีและต้องควบคุมต้นทุนการผลิตให้เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าเพิ่มสามารถขายได้ในราคาที่เหมาะสม ผลถ้าเราสามารถควบคุม 2 สิ่งนี้ได้เราก็จะสามารถสร้างความแข็งแกร่งของธุรกิจเราได้แน่นอนว่าหากเราเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่ถูกต้อง ไม่เหมาะสมกับสถานการณ์อาจนำมาซึ่งความเสี่ยงต่อการขาดทุนนั่นเอง

การวิเคราะห์คู่แข่งก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญในการทำธุรกิจ หากเราสามารถรู้ได้ว่าคู่แข่งหลักของเราคือใครจะทำให้เราสามารถคิดวิเคราะห์แนวทางการแข่งขันกับคู่แข่งรายนั้นได้ดี การวิเคราะห์คู่แข่งนั้นทำได้ไม่ยาก เพียงแค่เราจะต้องศึกษาและวิเคราะห์หลักในการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ที่ใช้ โดยเฉพาะมาตราฐานการผลิตและรวมไปถึงความสามารถใน



การผลิต ตัวอย่างเช่น ประเทศมาเลเซียส่งออกสินค้าประเภทไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์แบรนด์ของประเทศตัวเองเข้ามาขายในประเทศไทยในราคาที่ถูกและมาตรฐานของสินค้าถือว่าปานกลางเพื่อที่ความต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าระดับปานกลางจนถึงระดับล่าง เมื่อเราทราบข้อมูลของคู่แข่งหลักได้แล้ว เราควรจะดูลูกค้าใช้กลยุทธ์ที่ดีเพื่อให้ลูกค้าสนับสนุนการเลือกใช้สินค้าของเรานั้นเอง เชื่อว่าเจ้าของธุรกิจหลายคนสามารถรับมือกับแบรนด์ต่างชาติที่เข้ามาขายในประเทศไทยได้ แต่สิ่งที่ยากก็คือการทำธุรกิจขึ้นมาเพื่อที่ส่งออกเท่านั้น หากเราทำธุรกิจเพื่อวัตถุประสงค์แค่ต้องการส่งออกนั้นบอกได้เลยว่ามีความเสี่ยงมากเพราะการที่เราจะเข้าไปเจาะกลุ่มลูกค้าต่างประเทศนั้นมันไม่ง่ายเลย ดังนั้นเราควรจะต้องกระจายความเสี่ยงให้ดีและเลือกประเทศลงทุนที่ขาดของจำพวกไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ก่อน

หลังจากที่เราเลือกกลยุทธ์ในการทำธุรกิจและวิเคราะห์คู่แข่งรวมถึงถึงสถานการณ์ต่างๆได้แล้วนั้น สิ่งต่อมาที่ต้องคำนึงถึงก็คือการปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจได้ตลอดเวลา ฉะนั้นเราจะต้องปรับตัวด้วยวิธีการคิดแบบ Innovative thinking คิดในสิ่งที่ตอบสนองความต้องการในอนาคต พยายามคิดสิ่งใหม่ๆนอกกรอบเพื่อให้คู่แข่งคาดเดาได้ยาก

ฉะนั้นเราจะเห็นได้ว่าการเข้าสู่เขตการค้าเสรีของสมาคมอาเซียนนั้นมีทั้งข้อดีข้อเสีย มีโอกาสใหม่ๆที่เราสามารถคว้ามาเพื่อความสำเร็จทางธุรกิจในทุกชนิด แต่แน่นอนว่าโอกาสที่ดีก็มาพร้อมกับความเสี่ยงด้วยเช่นกัน เราจึงควรมีการวางแผนรับมือที่ดีไม่ว่าจะเป็น หลักในการดำเนินธุรกิจ กลยุทธ์ที่ดีในสถานการณ์การแข่งขันที่อิสระทางการค้า คู่แข่งที่

พร้อมจะเกิดมาเสมอโดยที่เราควรคิดหาวิธีรับมือให้ได้และพร้อมที่จะปรับเปลี่ยนยอมรับในสิ่งใหม่ๆเพื่อการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงถึงคิดวิเคราะห์ในสิ่งใหม่ๆเพื่อที่พร้อมพัฒนาธุรกิจให้ยั่งยืนต่อไป แต่ทั้งหมดที่กล่าวมาจะประสบความสำเร็จได้ง่ายขึ้นหากรัฐบาลมีการสนับสนุนธุรกิจประเภทนี้อยู่แล้ว และเราสามารถนำประโยชน์ของนโยบายเหล่านั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด แน่แน่นอนว่านโยบายที่ดีก็ถือเป็นโอกาสที่ทำให้ธุรกิจไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีการแข่งขันที่สูงสามารถดำเนินต่อไปได้อีกหลายปี

ธุรกิจค้าเซรามิค



เครื่องเบญจรงค์บ้านดอนไถ่ดี ของดีที่ต้องอนุรักษ์

เครื่องเบญจรงค์เป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนบ้านดอนไถ่ดี ในชุมชนบ้านดอนไถ่ดีใน จังหวัดสมุทรสาคร โดยหมู่บ้านนี้ได้รับการขนานนามว่า หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ดี ซึ่งเป็นหมู่บ้านต้นแบบที่มีการทำเครื่องเบญจรงค์มาเป็นระยะเวลานานกว่า 40 ปี

หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ดี ตั้งอยู่ในอำเภอกระทุ่มแบน ซึ่งชุมชนบ้านดอนไถ่ดีเป็นหมู่บ้านที่สืบทอดการผลิตเครื่องเบญจรงค์กันมาหลายชั่วอายุคน จนปัจจุบันนับเป็นผลงาน OTOP ระดับ 5 ดาว ที่มีมาตรฐานสากลมีการพัฒนาด้านลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์ของไทยด้วยสี 5 สี และยังมี การใช้สีที่สวยงามยิ่งขึ้น อย่างเช่น ลายน้ำทอง ซึ่งมีสีทองช่วยเสริมความสวยงามและโดดเด่นของลวดลาย รวมถึงการพัฒนางานเบญจรงค์เพ่อออกไปอย่างกว้างขวาง จากถ้วยโอโหมขามก็มีภาชนะอื่นๆ มากขึ้นนอกจากนี้ยังมีการเปิดโฮมสเตย์เป็นที่พักพ่อนักท่องเที่ยวที่สนใจงานเบญจรงค์เข้าไปศึกษาวิถีชีวิตและเรียนรู้กระบวนการผลิตของหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ดี

เอกลักษณ์อันโดดเด่นของลวดลายที่ปรากฏอยู่บนเครื่องเบญจรงค์ของหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ดี กลายมาเป็น

จุดดึงดูดที่น่าสนใจ เพราะเสนอเรื่องราววิถีชีวิตไทยพาไปไว้บนเครื่องเบญจรงค์ซึ่งเป็น เอกลักษณ์ที่ไม่ซ้ำใคร ผ่านฝีมือช่างที่ถ่ายทอดกันมานานนับสิบปีจากช่างฝีมือในบ้านดอนไถ่ดีที่ถ่ายทอดวิชาความรู้สู่รุ่นลูกรุ่นหลาน

จุดเริ่มต้นของการทำเครื่องเบญจรงค์

คุณอุไร แดงเอี่ยม ประธานกลุ่มหมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ดี และเจ้าของอุไร เบญจรงค์ เล่าให้ฟังว่า “ แต่เดิมนั้น คนในหมู่บ้านทำงานในโรงงานเครื่องเบญจรงค์ จนมาวันหนึ่งที่โรงงานเลิกกิจการ คนในหมู่บ้านจึงได้นำงานมาทำที่บ้านและเนื่องจากคนในหมู่บ้านนั้นเป็นพี่น้องกันและมีการทำเครื่องเบญจรงค์เหมือนกันทั้งหมด จึงมีการจัดตั้งขึ้นเป็นกลุ่มหมู่บ้านเบญจรงค์ และด้วยการรวมกลุ่มกันนั้นทำให้ลูกค้าที่มีความสนใจที่เมื่อมาแล้วสามารถดูสินค้าและการทำเบญจรงค์ได้ในหลายหลังคาเรือนทำให้หมู่บ้านกลายเป็นหมู่บ้านเบญจรงค์ที่ดังที่สุด เนื่องจากลูกค้าได้ดูตั้งแต่กระบวนการผลิต ได้ศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้มาเดินเที่ยวในหมู่บ้าน รวมถึงหมู่บ้านยังเป็นหมู่บ้านที่อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม มีความร่มรื่น มีโฮมสเตย์

ให้บริการสำหรับผู้ที่เข้ามาดูงาน และเข้ามาติดต่อหาข้อมูล ความรู้ที่สามารถเข้ามาพักที่นี้ได้”

กระบวนการผลิตเครื่องเบญจรงค์

กระบวนการผลิตเครื่องเบญจรงค์นั้นเริ่มตั้งแต่การขึ้นแบบที่เป็นดิน เขียนลาย ลงสี วาดทอง และขั้นตอนการอบ โดยเมื่อโรงงานเลิกการผลิตแล้วการทำเครื่องเบญจรงค์ของหมู่บ้านได้กลายเป็นอุตสาหกรรมในครัวเรือน โดยคนในชุมชนได้มารวมตัวกันเป็นกลุ่มในการทำเบญจรงค์ ซึ่งงานแต่ละชิ้นที่เริ่มต้นด้วยการขึ้นแบบและการเขียนลายนั้นก็จะไม่ซ้ำกันและมีแบบที่มากมายและหลากหลายมาก โดยในหมู่บ้านนั้นมีสมาชิกที่มาร่วมทำเบญจรงค์ประมาณ 100 คน

กระบวนการเริ่มต้นของการทำเครื่องเบญจรงค์นั้นคือ การหล่อแบบโดยทำการหยอดดินที่มาจากภาคใต้และภาคเหนือ โดยขั้นตอนแรกต้องกวนน้ำดินเพื่อให้เหนียวก่อนทำการหยอดลงไปบนแบบเพื่อทำการหล่อ โดยแบบที่ทำการหล่อนั้นจะมีมากมายหลายแบบ ได้แก่ แบบฟักทอง โถโพธิ์ โถมะยม และแบบอื่นๆ ตามที่ลูกค้าต้องการซึ่งส่วนใหญ่สินค้าจะเป็นจำพวกของชำร่วย โดยในแต่ละวันมีกำลังการผลิตในการหล่อแบบประมาณ 200 ชิ้น โดยเมื่อหล่อแบบเสร็จก็ต้องทิ้งแบบที่หล่อไว้ให้แห้งประมาณครึ่งวัน และแกะแบบออกมา หลังจากนั้นก็เป็นขั้นตอนของการเผาเพื่อให้ชิ้นงานมีความแข็งที่อุณหภูมิ 780 องศา เมื่อเผาเสร็จก็จะเป็นขั้นตอนของการชุบเคลือบ และนำไปเผาอีกรอบด้วยอุณหภูมิ 1280 องศา เพื่อให้ดินกลายเป็นกระเบื้อง และเมื่อดินกลายเป็นกระเบื้องเรียบร้อยแล้วจึงส่งไปยังแผนกเขียนลาย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นการเขียนลายตามที่ลูกค้าออเดอร์ซึ่งในการเขียนลายนั้นต้องอาศัยความชำนาญเป็นอย่างมาก ซึ่งลายที่เขียนยากที่สุดก็คือลายไทย ซึ่งต้องใช้เวลานานในการเขียนลายค่อนข้างนาน โดยใน 1 วันนั้นจะสามารถเขียนลายได้ประมาณ 3-10 ชิ้นเท่านั้น แต่หากออเดอร์ของลูกค้าเยอะก็สามารถระดมสมาชิกมาช่วยทำงานเพื่อให้ทันตามกำหนดที่ลูกค้าต้องการ โดยเมื่อวาดลายเสร็จแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็คือการลงสีซึ่งลายไทย รวมถึงลายประเพณี การละเล่นจะเป็นลายที่มีการลงสียากที่สุดและจะมีราคาค่อนข้างสูง โดยก่อนจะมีการเผาขั้นตอนนี้จะเป็นขั้นตอนของการรองทองหรือทาทอง และเผาอีก 1 ครั้ง จึงเป็นอันเสร็จขั้นตอนพร้อมจำหน่าย ซึ่งนอกจากงานหล่อแล้วก็ยังมีส่วนของงานปั้นมือที่มีราคาค่อนข้างสูง อีกด้วย

โดยในหมู่บ้านจะมีโชว์รูมที่ใช้โชว์เครื่องเบญจรงค์ ซึ่งได้แก่ภาชนะต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นโกชั้น เข็กอาหาร ดินเนอร์เข็ก เข็กอ่องเต้ ซึ่งในส่วนของเบญจรงค์ซึ่งเป็นสีน้ำมันและมีการเผาหลายครั้งจะมีราคาแพง โดยชิ้นงานที่แพงที่สุดในหมู่บ้านจะมีราคาประมาณ 280,000 บาท



รางวัลที่ได้รับ

หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไก่อีดี เป็นหมู่บ้านที่ได้รับรางวัล OTOP ตั้งแต่ พ.ศ. 2547 ที่เรียกได้ว่าตั้งแต่เริ่มการประกวด OTOP ซึ่งยังคงได้รับรางวัลอย่างต่อเนื่องมาตลอดเป็นระยะเวลาติดต่อกันถึง 10 ปี เนื่องจากหมู่บ้าน รวมถึงอุไรเบญจรงค์นั้นมีประสบการณ์ในเรื่องของเบญจรงค์ที่ยาวนานมาเป็นระยะเวลาประมาณ 40 ปี ซึ่งในการประดิษฐ์เครื่องเบญจรงค์แต่ละชิ้นออกมานั้นเป็นการทำด้วยความตั้งใจและความสร้างสรรค์ในการทำงานแต่ละชิ้นเพื่อเป็นการถ่ายทอดเรื่องราวบนเครื่องเบญจรงค์ ว่ามีเรื่องราวและประวัติความเป็นมาอย่างไร โดยเฉพาะลายของเรื่องราวโบราณอีกทั้งยังมีลายของเรื่องราวสมัยใหม่ เพื่อต้องการให้ลูกค้าสามารถซื้อไปแล้ววางเครื่องเบญจรงค์ไว้ได้อย่างอย่างมีเรื่องราว

ปัจจุบันเครื่องเบญจรงค์บ้านดอนไก่อีดีเป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น และสามารถกระจายขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศได้อย่างสวยงาม โดยลายที่มีชื่อเสียงของหมู่บ้านมีทั้ง ลวดลายวิถีไทย, ลายประเพณีสงกรานต์และลายตลาดน้ำ จนสร้างชื่อเสียงเรื่องลายให้เป็นที่รู้จักกัน โดยราคาของสินค้าจะขึ้นอยู่กับลวดลายในการเขียน, ความประณีตของงาน, ชนิดของวัสดุที่ใช้และปริมาณของวัสดุที่ใช้ ส่วนชิ้นงานที่ได้รับรางวัล อาทิ เครื่องเบญจรงค์ชุดกาแพ, ชุดแจกัน, ชุดโถ ประเภทรางวัลพวกเครื่องใช้ เช่นชุดพริกไทย, ชุดโถใส่อาหารแบบ



ไทยๆ สำหรับใครสนใจซื้อหาไว้ประดับบ้าน หรือให้ผู้ใหญ่ผู้ใหญ่
ในช่วงเทศกาลปีใหม่

ผลประโยชน์ของหมู่บ้าน

ผลประโยชน์ในกลุ่มของหมู่บ้านนั้นเดือนหนึ่งมีผลประโยชน์เป็นหลักล้านบาท และในช่วงเทศกาลจะเป็นช่วงที่ผลประโยชน์ดีมาก แต่อย่างไรก็ตามรายได้และผลประโยชน์ของหมู่บ้านก็ขึ้นกับภาวะของเศรษฐกิจด้วย โดยเดือนที่มียอดขายสูงที่สุดจะเป็นเดือนตุลาคม พฤศจิกายน และ

ธันวาคมซึ่งเป็นช่วงเทศกาลปีใหม่ จะเป็นช่วงที่เครื่องเบญจรงค์ขายดีที่สุด

เชิญชวนสำหรับคนที่สนใจเครื่องเบญจรงค์

หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ดี นั้นเป็นชุมชนที่เปิดให้คนทั่วไปสามารถเข้ามาทำกิจกรรมได้ และตอนนี้หมู่บ้านได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งจะมีชาวต่างชาติเข้ามาสัมผัสงานเบญจรงค์ รวมถึงกิจกรรมในการทำเครื่องเบญจรงค์ ไม่ว่าจะเป็นการลงสี หรือกิจกรรมต่างๆ หรือหากเป็นคนที่ต้องการเรียนรู้การทำเบญจรงค์จริงๆ ก็จะมีคอร์สที่เปิดสอนซึ่งเปิดให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้ามาเรียนรู้ได้

หมู่บ้านเบญจรงค์ดอนไถ่ดี เป็น 1 ในหมู่บ้านท่องเที่ยว OTOP เป็นกลุ่มอาชีพที่ทำเครื่องเบญจรงค์คุณภาพดีในปี 2558 โดยทาง ททท.ได้ลงมาดูแลโปรโมทด้วยตัวเอง ซึ่งการท่องเที่ยวในหมู่บ้านสามารถเดินชมได้ทั้งหมดทุกร้านค้า โดยบ้านแต่ละหลังจะมีการตกแต่งบ้านอย่างสวยงาม และพร้อมเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชมผลิตภัณฑ์



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเซรามิก เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

หลังจากที่ไทยเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) อย่างเป็นทางการ หลายภาคส่วนก็ต้องมีปรับตัวกันอย่างมากมาย ถึงแม้ว่าเราจะมีการประกาศให้เตรียมตัวกันก่อนหน้ามาหลายปีก็ตาม แต่ในความเป็นจริงแล้ว คนไทยเรายังไม่ค่อยตื่นตัวกันในเรื่องนี้จึงทำให้หลายภาคส่วนธุรกิจยังคงไม่เตรียมพร้อม พอเข้าอาเซียนกันอย่างเป็นทางการการปรับตัวจึงยากมากขึ้นกว่าเดิม ธุรกิจเซรามิก ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ดูเหมือนจะดูหยุดนิ่งมานานเลยต้องมีการปรับตัวกันขนานใหญ่หลายๆ แล้วจังหวัดลำปางเป็นแหล่งใหญ่ของอุตสาหกรรมด้านเซรามิก ปัจจุบันผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิกในประเทศไทยมีจำนวนกว่า 739 ราย ซึ่งนอกจากจังหวัดลำปางจะเป็นฐานการผลิตหลักแล้วยังมีจังหวัดราชบุรี สระบุรี เชียงใหม่ สมุทรสาคร และสุโขทัย ด้วย เรามาดูกันว่าเข้าสู่อาเซียน ธุรกิจเซรามิกจะมีแนวโน้มเป็นอย่างไรกันบ้าง

เราย้อนกลับไปดูสถานการณ์ของธุรกิจเซรามิกในปี 2558 เราจะพบว่าการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกลดลงตามภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจในประเทศ และภาวะเศรษฐกิจโลกอีกทั้งโครงการลงทุนพื้นฐานของรัฐบาลยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ความชัดเจนยังมีค่อนข้างน้อย ทำให้ภาคเอกชนก็ต้องยังใจชะลอการลงทุนในธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ เพื่อรอความชัดเจนที่มากขึ้นของโครงการดังกล่าว โดยการผลิตกระเบื้องปูพื้น บุพบัง มีประมาณ 158.87 ล้านตารางเมตร และการผลิตเครื่องสุขภัณฑ์ มีประมาณ 7.27 ล้านชิ้น เมื่อเทียบกับปี 2557 การผลิตกระเบื้องปูพื้น บุพบัง และเครื่องสุขภัณฑ์ลดลงร้อยละ 0.72 และ 2.55 ตามลำดับ แต่ในด้านการส่งออกผลิตภัณฑ์ในธุรกิจเซรามิกสามารถขยายตัวได้ดีจากผลิตภัณฑ์กระเบื้องปูพื้น บุพบัง เครื่องสุขภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เซรามิกอื่นๆ รายได้หลักมาจากประเทศสหรัฐอเมริกา รองลงมาคือยุโรป ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ และอีกส่วนหนึ่งรายได้ก็มา

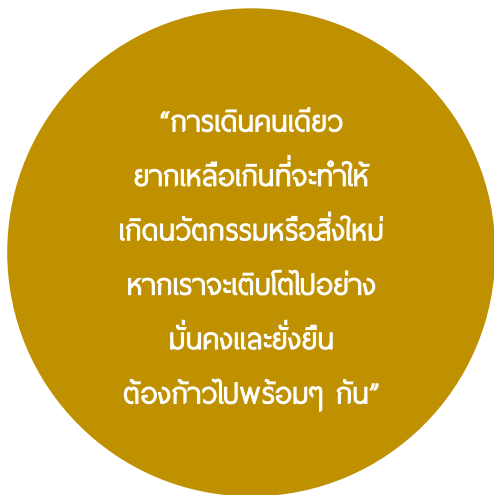
จากกลุ่มประเทศในอาเซียน ในปี 2559 ยังมีแนวโน้มการเติบโตที่
ดีอยู่ในด้านการส่งออก

มาดูในเรื่องโอกาสกันบ้างซึ่งจากนโยบายของ
ทางภาครัฐที่จะมีการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยการเข้าไปสนับสนุน
และจัดการเรื่องอสังหาริมทรัพย์ การลดค่าธรรมเนียมในการ
จดจำนองและการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ ซึ่งจะเป็น
เหตุผลให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาขยายการลงทุนเพิ่มมากขึ้น
ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้ทำให้มีแนวโน้มความต้องการภาค
อสังหาริมทรัพย์เพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้อุตสาหกรรมเซรามิก
ขยายตัวไปในทิศทางเดียวกัน คือจะส่งผลให้อุตสาหกรรมการ
ผลิตและจำหน่ายเซรามิกมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น สำหรับการ
ส่งออกมีแนวโน้มเติบโตเพิ่มขึ้นตามเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว
โดยเฉพาะอเมริกาซึ่งเป็นตลาดหลักสำคัญในการส่งออกของ
ประเทศไทย และการเข้าสู่อาเซียนก็จะกระตุ้นตลาดธุรกิจ
เซรามิกให้มีการขยายตัวมากขึ้น

พอเห็นโอกาสกันคร่าว ๆ แล้ว ทีนี้มาดูความเสี่ยงกัน
บ้าง ปัจจุบันยังไม่มีปัญหาในเรื่องขาดแคลนปริมาณเนื่องจากมี
แหล่งผลิตหลายแห่งที่ยังมีปริมาณมากพอใช้ได้อีกนานความ
เสี่ยงในเรื่องนี้จึงตัดไปได้ ซึ่งปัจจัยข้อนี้ก็มีผลต่อด้านราคาซึ่ง
แน่นอนว่าเมื่อไม่ขาดแคลน เรื่องราคาที่ต้องปรับเพิ่มจึงหมด
ปัญหาไปอีกอย่าง เพราะไม่จำเป็นต้องปรับเพิ่ม แต่ความเสี่ยง
ของธุรกิจนี้จะไปอยู่ที่ความผันผวนของราคาวัตถุดิบนำเข้าซึ่ง
ณ ปัจจุบันยังคงผันผวนสูงอยู่ เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลง
ทางเศรษฐกิจ และภัยทางธรรมชาติ นอกจากนี้ก็ยังมี ความ
เสี่ยงจากราคาดันทุนพลังงาน การที่ก๊าซธรรมชาติซึ่งเป็น
เชื้อเพลิงหลักในการผลิตกระเบื้องเซรามิกมีความผันผวนตาม
ราคาน้ำมันเตา ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าเบี่ยงเบนจากที่
ประมาณการไว้ ความไม่นิ่งของราคาดันทุนด้านพลังงานยัง
ส่งผลให้เกิดความเสี่ยงในเรื่องต้นทุนค่าขนส่งด้วย

เมื่อเราพอมองสถานการณ์ภาพรวมไว้แล้ว
มองเห็นโอกาสและความเสี่ยงแล้ว ผู้ประกอบการที่อยู่ในธุรกิจ
เซรามิกนี้ก็ต้องมีการปรับตัวกันนำดูทีเดียว ซึ่งสิ่งที่ต้องทำเป็น
อันดับแรกๆ เลยก็คือส่งเสริมและสนับสนุนแนวทางในการ
ปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิตที่ลดการพึ่งพา พลังงานจากก๊าซ
หุงต้ม และหันมาใช้พลังงานจากก๊าซชีวภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่ง
นับเป็นอีกหนทางเลือกที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดต้นทุน
ในการ ผลิตไปได้มากยิ่งขึ้น จากนั้นผู้ประกอบการระดับกลาง
จะต้องผนึกกำลังร่วมมือกันรวมกันเป็นกลุ่มอุตสาหกรรม เพื่อ

สร้างอำนาจการต่อรองทางการลงทุนและการจับคู่ทางธุรกิจใน
การขยายตลาดการส่งออกเซรามิกให้กับผู้ประกอบการเซรามิก
ในประเทศอาเซียน ซึ่งปัจจุบัน กัมพูชา ลาว พม่า มาเลเซีย
และอินโดนีเซีย มีการสั่งซื้อจากเราเพิ่มมากขึ้นโดยเฉพาะสินค้า
กลุ่มสุขภัณฑ์และกระเบื้องเซรามิก การทำธุรกิจในยุคที่เข้าสู่
อาเซียนอย่างเต็มตัวแล้วนี้ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจว่าจะมา
เรื่อยๆ เหมือนเดิมไม่ได้แล้วเพราะก็จะอยู่ลำบากมากขึ้น
อำนาจการต่อรองทางตลาดเราก็มีน้อยลง ดังนั้นทางเลือก
เดียวรวมตัวกันไว้ และช่วยกันผลักดันให้มีการปรับปรุง
เทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจเซรามิก ซึ่งนั่นจะส่งผลดีต่อภาค
ธุรกิจทั้งหมดมากกว่า



ในส่วนนโยบายภาครัฐที่มีประกาศแนวทาง
ออกมาว่าจะสนับสนุนอะไรบ้างตอนนี้ก็เห็นว่ามีการประกาศ
ยุทธศาสตร์ ปี 2560 ในการสร้างและพัฒนาธุรกิจ
อุตสาหกรรมให้เติบโตและสามารถแข่งขันได้ มีแผนการยกระดับ
ขีดความสามารถทางอุตสาหกรรมแก่ผู้ประกอบการเซรามิก
โดยผ่านโครงการกว่า 40 โครงการหลักของกรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม และยังตั้งเป้าว่าจะให้ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้า
เซรามิกและหัตถอุตสาหกรรม จังหวัดลำปาง เป็นแหล่ง
ศูนย์กลางการพัฒนาเซรามิกที่ครบครันและสมบูรณ์แบบที่สุด
ในประชาคม เศรษฐกิจอาเซียน ซึ่งถ้าเป็นไปได้นอกจากจะส่งผล
ดีต่ออุตสาหกรรมเซรามิกในบ้านเราแล้ว ภาพรวมของธุรกิจ
หลาย ๆ ด้านในบ้านเราก็จะดีขึ้นด้วย เพราะเราอย่าลืมว่า
อุตสาหกรรมเซรามิกเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่เชื่อมโยง
อุตสาหกรรมอื่นให้มีการซื้อขายกัน เช่น เชื่อมโยงกับธุรกิจการ
ก่อสร้าง นี่จึงเป็นอีกภาคธุรกิจที่จะมองข้ามไปไม่ได้เหมือนกัน



หากเป็นไปได้ดังนี้ การแข่งขันในธุรกิจ
เซรามิกนี้ก็จะฟื้นตัวได้เร็วกว่าที่เรา
คาดไว้อย่างแน่นอน

ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นธุรกิจ
เซรามิกหรือภาคธุรกิจใดก็ตาม สิ่ง
สำคัญหลัก ๆ มีอยู่ 2 ประการง่าย ๆ
คือ อย่าทำคนเดียวโดดๆ จง
รวมกลุ่มกันเพื่อผลักดันไปสู่สิ่งที่
ดีกว่า และประการต่อมา เมื่อ
รวมกันแล้วก็ต้องช่วยกันสร้างสรรค์
สิ่งใหม่ เพราะนี่เรียกว่าเป็นทางออก

สิ่งสำคัญอีกประการก็คือกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ในการ
พัฒนาธุรกิจเซรามิกให้เติบโตต่อไป ยุคนี้เป็นยุคที่จะต้องวัดกัน
ด้วยพลังทางความคิด เป็นยุคแห่งนวัตกรรม ใครสามารถคิด
ได้ก่อน ทำได้ก่อนย่อมได้เปรียบมีอำนาจการต่อรองที่มากขึ้น
เราจึงต้องส่งเสริมผู้ประกอบการในบ้านเราให้มีการสร้าง
นวัตกรรมใหม่ๆ ออกมาให้ได้ สนับสนุนและค้นหาองค์ความรู้ที่
เป็นประโยชน์ใหม่ๆ รวมถึงสนับสนุนด้านเทคโนโลยีให้กับ
ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเซรามิก ในการควบคุมการผลิต
และการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จนทำให้ผู้ประกอบการมีฐาน
กำลังที่แข็งแกร่งพร้อมที่จะต่อยอดจนเกิดนวัตกรรมใหม่ๆ ขึ้นมา

เดียวที่จะทำให้ธุรกิจภาพรวมของประเทศก้าวเดินไปข้างหน้า
อย่างมั่นคงได้ การเดินคนเดียวยากเหลือเกินที่จะทำให้เกิด
นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ๆ ขึ้น เพราะขาดแรงสนับสนุนแน่นอน
หากเราจะเติบโตไปอย่างมั่นคงและยั่งยืนต้องก้าวไปพร้อมๆ กัน
อย่างมองเพียงประเทศในอาเซียนเพียงมิติเดียวว่าจะเป็นการตลาด
ส่งออกของเรา จงมองว่าในอนาคตข้างหน้าอีกไม่กี่ปีข้างหน้าก็จะ
กลายมาเป็นคู่แข่งที่สำคัญของเรา ถ้าในวันนี้เรายังไม่ลงมือทำ
อะไรที่เป็นชิ้นเป็นอันก็รับรองได้เลยว่า โอกาสที่ธุรกิจเซรามิกจะ
เติบโตก็ยากเต็มที การเปิดอาเซียนมีทั้งผลดีและผลเสีย การ
ปรับตัวจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องตระหนัก เริ่มปรับตัวเสียตั้งแต่
ตอนนี้ก่อนที่ทุกอย่างจะเปลี่ยนไปจนเราไม่สามารถปรับตัวได้



จุดแข็งและจุดขาย ของธุรกิจเซรามิคขนาดเล็ก

จริง ๆ แล้วการเริ่มต้นสร้างธุรกิจให้แข็งแกร่งและมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ก็ไม่จำเป็นที่จะต้องใช้ทุนมหาศาลเสมอไป การใช้ทักษะต้นทุนทางด้านฝีมือและความชื่นชอบส่วนตัว ก็สามารถที่จะทำให้ธุรกิจมั่นคงได้เหมือนกัน แต่ก็ต้องบอกว่าคุณต้องเข้มแข็งพอๆ เพราะแม้ว่าจะมีโอกาสเป็นไปได้แต่ก็ไม่ง่ายเลย เพราะเมื่อเรามองภาพใหญ่ของธุรกิจประเภทนี้ ก็ค่อนข้างสั้นคลอนไม่น้อย แต่นั่นก็เป็นมุมมองภาพกว้างเท่านั้น ถ้าเรามองลงมาในมุมเล็กๆ ธุรกิจเซรามิคขนาดเล็ก ก็พอที่จะมีทางที่จะเติบโตได้อยู่บ้าง สิ่งสำคัญก็คือ คุณจะต้องมองจุดแข็งและจุดขายของตนเองให้ออก และนำสิ่งนั้นมาใช้ให้ได้ ธุรกิจเล็กๆ ก็เติบโตมันคงได้

ปัญหาของผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิคขนาดเล็กส่วนมากก็คือ กลัวองค์กรขนาดใหญ่ที่สามารถใช้ราคาเป็นตัวแข่งขัน พอมองไปถึงภาพรวมระดับประเทศเราก็จะเห็นแนวโน้มที่ไม่ค่อยสวยหรู ก็ยิ่งทำให้หดหู่หนักเข้าไปอีก ดังนั้น เราตัดภาพใหญ่ของธุรกิจนี้ไปให้ได้ สลัดออกไปให้หมดแล้วลองมาเริ่มต้นใหม่อีกครั้งกับสิ่งที่ตนเองมี ลองค้นหาคำว่าผลิตภัณฑ์ของเรามีความแตกต่างอะไรและตรงไหนที่จะเป็นจุดเด่นและจุดแข็งได้บ้าง โดยส่วนมากธุรกิจเซรามิคขนาดเล็กจะเน้นความต่างเรื่องการทำมือ เป็นงานที่มีเอกลักษณ์แบบชิ้นต่อชิ้น อาศัย

ความละเอียดอ่อนในการสร้างสรรค์ผลงาน อาจจะซื้ซัดไปที่รูปทรงของผลิตภัณฑ์หรือไม่เช่นนั้นก็สีหรือลวดลายก็ได้ สีเคลือบที่มีความหวานสดใสเป็นเอกลักษณ์ หรือลวดลายที่แปลกตาไม่เหมือนใคร ตรงนี้ผู้ประกอบการธุรกิจเซรามิคขนาดเล็กไม่น้อยที่ใช้จุดนี้เป็นจุดแข็งของตนเอง และอีกส่วนหนึ่งที่หลายคนมองไม่ออกก็คือ จำนวนของการผลิต ส่วนใหญ่ธุรกิจประเภทนี้เจ้าใหญ่มักจะไม่รับผลิตจำนวนน้อยๆ เราก็ควรจะอาศัยช่องว่างตรงนี้ของเราให้เป็นประโยชน์รับผลิตแต่จำนวนน้อยๆ แต่จำนวนมากถ้ามีเราก็ยังต้องรับอยู่ เพียงแต่ชิงช่องว่างตรงนี้อาไว้เน้นรับผลิตจำนวนน้อยแต่เน้นความโดดเด่นเป็นหลัก ซึ่งตรงนี้เป็นจุดแข็งที่จะทำให้ธุรกิจเล็กสามารถอยู่ได้มีความมั่นคงและมีโอกาสที่จะเติบโต

การสร้างงานที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเน้นคุณค่าและความหมายต่อชิ้นนับเป็นจุดเด่นเฉพาะที่ธุรกิจเซรามิคขนาดเล็กควรนำมาใช้ อย่างการสร้างสรรค์ชุดเซรามิคบนโต๊ะในร้านอาหารขนาดเล็ก ของชำร่วยสำหรับงานแต่งงาน ของที่ระลึกสำหรับบริษัท ของเหล่านี้จำนวนไม่ต้องการมาก แต่เป็นของที่เน้นคุณค่าและความหมายซึ่งถ้าผู้ประกอบการสามารถสร้างไอเดียที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้รับรองเลยว่าธุรกิจของคุณจะรอดแน่ๆ แต่ความสำคัญไม่ได้อยู่เพียงแค่ออเดียที่สร้างสรรค์หรือ

จำนวนตัวเลขปริมาณสินค้าเท่านั้น การต่อยอดสิ่งที่มีอยู่ให้ก้าวต่อไปในอนาคตก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน ซึ่งผู้ประกอบการควรมีการกำหนดทิศทางในอนาคตด้วย ความชัดเจนของบริษัทหรือกลุ่มของตนเองก็จะชัดเจนขึ้นตลาดก็จะชัดเจนขึ้นด้วย เมื่อเราจะเปลี่ยนแปลงเราก็จะรู้ว่าตลาดก็ควรจะเปลี่ยนไปในทางไหนด้วย สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการขนาดเล็กก็ควรจะคิดเอาไว้เพื่อสร้างเป็นจุดแข็งในลำดับต่อไปของธุรกิจเรา

อีกส่วนหนึ่งที่สำคัญไม่แพ้กันก็คือผู้ประกอบการต้องไม่หยุดที่จะพัฒนาตนเอง ถ้าเป็นไปได้เมื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ ก็ควรจะมีการจัดองค์ความรู้ให้เป็นระบบสร้างแบบแผนที่เป็นเอกลักษณ์ขึ้นมา สิ่งเหล่านี้อาจจะดูยุ่งยากในวันนี้แต่ต่อไปวันข้างหน้าจะมีประโยชน์มากทีเดียว เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยต่อยอดสิ่งที่คุณสร้างขึ้นวันนี้ให้กระจายออกไปและอยู่อย่างยั่งยืน สิ่งที่คนไทยมักจะขาดไปก็คือ การจัดระบบองค์ความรู้ ภูมิปัญญาอันมีค่ามากมายในอดีตๆ ที่บรรเจิดไม่มีการถูกบันทึกหรือจัดเก็บอย่างเป็นระบบ เมื่อมีการจัดเก็บและจัดระบบจึงเป็นงานที่มีเอกลักษณ์เฉพาะบุคคล และมีค่าแค่ช่วงเวลาหนึ่งๆ เท่านั้น ซึ่งส่วนมากของจะมีคุณค่าก็ต่อเมื่อคนคิดไม่อยู่แล้วหลายๆ อย่างจึงน่าจะเสียดายมาก ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กก็สามารถที่จะสร้างงานที่มีคุณค่าแบบนี้ได้ อย่างชุดเซรามิกบนโต๊ะอาหาร หากเราใส่เอกลักษณ์ที่โดดเด่นลงไป เพิ่มเรื่องราวลงไปอีกสักหน่อยไม่แน่อาจจะเกิดเป็นกระแสหรือสร้างวัฒนธรรมบนโต๊ะอาหารแบบใหม่ๆ ขึ้นมาก็เป็นไปได้ ดูอย่างชามตราไก่ ที่จุดกำเนิดเริ่มต้นจากจีน อยู่ๆ ก็กลายเป็นเอกลักษณ์ของชามถ้วยเดียวและกลายเป็นงานเซรามิกขึ้นชื่อของจังหวัดลำปาง ถ้าเราสามารถสร้างจุดเล็กๆ ให้กลายเป็นเป็นสิ่งที่คุณจดจำแบบนี้ได้ ธุรกิจเล็กๆ ก็อยู่ได้อย่างยั่งยืนแน่นอน และที่สำคัญทิศทางของอนาคตก็จะสดใสตามไปด้วยเช่นกัน

ถึงอย่างไรในทุกวันนี้งานจะดีแค่ไหนหากไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ดี การจะกระจายผลงานไปสู่ตลาดก็ยากยิ่ง ซึ่งผู้ประกอบการก็ไม่ต้องทุ่มงบประมาณในการโฆษณาแบบรายใหญ่ เราอาจนำสิ่งที่ใกล้ตัวเรามาใช้ไปก่อนเช่น โซเชียลมีเดียหรือเว็บไซต์ ถ้าจะให้เข้าถึงผู้คนหรือกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายก็ลองใช้โซเชียลมีเดีย แต่ถ้าคุณต้องการให้ดูน่าเชื่อถือด้วยก็ต้องมีเว็บไซต์ประกอบด้วยอีกหนึ่งอย่าง ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่ดีมากในยุคนี้เพราะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็ว ซึ่งในการจัดทำคุณจะต้องให้ความสำคัญมากๆ กับการถ่ายภาพผลงานเพื่อให้คนที่ไปสัมผัสได้ว่าเมื่อ

ขึ้นไปอยู่ที่บ้านของตัวเองจะให้ความรู้สึกอย่างไร นอกจากนั้นลองเปิดตัวเองบ้าง ลองไปจัดแสดงผลงานตามงานแฟร์หรืองานอีเวนต์ต่างๆ ประมาณเดือนละ 1-2 ครั้ง โดยเลือกงานที่สอดคล้องกับรูปแบบของธุรกิจที่ตนเองทำอยู่ ซึ่งการออกงานนี้ไม่ใช่การโชว์ผลงานของเราเท่านั้นแต่เราสามารถเรียนรู้ความต้องการที่แท้จริงจากการพูดคุยกับลูกค้าโดยตรงจากการออกงานเหล่านี้



สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดเล็กจะหลีกเลี่ยงไม่ได้เลยก็คือปัญหาด้านพลังงาน ซึ่งผลกระทบต่อพลังงานไม่ได้เกิดขึ้นเฉพาะกับภาคอุตสาหกรรมขนาดใหญ่เท่านั้น แม้แต่ผู้ผลิตงาน Handmade ธุรกิจขนาดเล็กก็ยังได้รับผลกระทบด้วยเช่นกัน เมื่อเรื่องของพลังงานเราพบว่าจะมีน้อยลงเรื่อยๆ ในทุกๆ วันคือหมดไปเรื่อยๆ ตรงข้ามกับราคาที่ส่วนทางแพงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เรื่องนี้ต้องบอกว่าไม่ว่ารายใหญ่รายเล็กได้รับผลกระทบกับต้นทุนผู้ประกอบการใดที่เร่งปรับตัวได้เร็วก็มีโอกาสจะอยู่รอดมากขึ้น รายใหญ่ก็จะโชคดีตรงที่ว่าอาจขอล้างสนับสนุนให้ภาครัฐช่วยในเรื่องนี้ ซึ่งอาจจะมีการหน่วยงานลงมาช่วยให้คำปรึกษาให้คำแนะนำเรื่องการพัฒนาเตาเผาเซรามิกให้ใช้พลังงานได้ไม่สิ้นเปลือง แต่ตรงนี้รายเล็กๆ ก็อาจจะต้องรอไปก่อน แต่ทางที่ดีถ้าเรามีศักยภาพมากพอก็อาจจะค้นหาและทดลองสร้างนวัตกรรมใหม่ ที่เป็นประโยชน์ต่อวงการจากจุดนี้ได้ จะเป็นการดีมากกว่าทีเดียวถ้าทำได้ แต่นั่นก็เป็นเพียงไอเดียเท่านั้น จะเป็นจริงได้เพียงไหนก็ต้องอยู่ที่ปัจจัยแวดล้อมอีกหลายอย่างทีเดียว



ธุรกิจเซรามิคในบ้านเราค่อนข้างซบเซาในช่วงหลัง ๆ
ดังนั้นผู้ประกอบการขนาดเล็กจะต้องดึงจุดแข็งคือไอเดียที่
สร้างสรรค์ออกมาตบใจความต้องการของตลาดให้ได้ และ
พยายามอย่ามุ่งเน้นเรื่องกำไรเป็นหลัก ให้อึดหลักเศรษฐกิจ
พอเพียงเข้าไว้ เพราะเรามีน้อยก็ทำน้อย ทำเล็กๆ แต่พออยู่ได้
อย่าให้เป็นตัวเล็กแต่คิดการใหญ่ เพราะถ้าเจ็บตัวมาจะไม่คุ้ม
เพราะขนาดรายใหญ่หน่วยงานมากมายยังโอบอุ้มไม่ไหว ราย
เล็กก็คงไม่ต้องพูดถึง เศรษฐกิจโลกที่ซบเซาเป็นผลอย่างมาก
ต่อภาคธุรกิจเซรามิค ดังนั้นถ้าจะยืนระยะได้นานจะต้องทำ
อย่างค่อยเป็นค่อยไป ใส่ใจในทุกรายละเอียดที่ทำ นำจุดแข็งมา
พัฒนาต่อยอด นั่นจึงจะเป็นทางออกของการสร้างธุรกิจขนาด
เล็กให้เกิดความยั่งยืน ธุรกิจเซรามิคขนาดเล็กยังมีโอกาสที่จะ
เดินต่อไปได้อยู่ขอเพียงใจสู้และไม่ท้อคุณก็จะอยู่บนถนนเส้นนี้ได้
อย่างมั่นคงแน่นอน

ธุรกิจค้าปลีก



อุตรระจกรถยนต์ บริการด้วยใจ คือหัวใจของธุรกิจ

หากพูดถึงบริษัทอุตรระจกรถยนต์ในภาคอีสานคงจะไม่มีใครไม่รู้จัก อุตรระจกรถยนต์ พี่ใหญ่ที่คร่ำหวอดอยู่ในธุรกิจอุตรระจกรถยนต์มากกว่า 20 ปี ความเป็นมาของธุรกิจที่ไม่ได้คาดคิดจะทำกลับกลายเป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับรถยนต์ที่เข้มแข็งอีกธุรกิจหนึ่งจุดเริ่มต้นธุรกิจ คุณสมน ชคิตธาตาดากุล กรรมการผู้จัดการ บริษัทอุตรระจกรถยนต์ จำกัด เล่าให้ฟังอย่างอารมณ์ดีว่า เริ่มต้นเลยก็คือจริง ๆ เธอไม่ใช่คนอุตรธานีแต่มาทำธุรกิจหมู่บ้านจัดสรรขายก่อน โดยเริ่มต้นขึ้นเมื่อปี 2538 ต้องบอกว่าตอนนั้นเป็นยุคที่ Real Estate กำลังบูมมากๆ คุณพ่อของคุณ สมน มองว่าจังหวัดอุตรธานีน่าจะเป็นเวียงจันทน์ในอนาคตอย่างแน่นอน คุณพ่อมองอย่างนั้นก็เลยชวนให้มาอยู่ด้วยกันที่จังหวัดอุตรธานีและเริ่มต้นด้วยการทำธุรกิจโครงการหมู่บ้านจัดสรรขายประมาณ 3 โครงการ แต่เมื่อปี 2540 เจอพิษเศรษฐกิจพองสบู่เข้าไปทำให้มีเงินเหลือติดตัวอยู่ก้อนหนึ่ง ก็ปรึกษากันว่าเราจะทำอย่างไรกันต่อไปดี

ความคิดที่จะหอบเงินก้อนสุดท้ายที่ได้จากการลงทุนโครงการบ้านจัดสรรกลับมาตั้งรกรากกลับกรุงเทพฯ ก็เกิดขึ้น แต่บังเอิญว่าพี่สาวของคุณสมน ได้เปิดโรงงานอุตรระจกรถยนต์อยู่แล้วก็เลยขอให้คุณสมน ช่วยเรื่องการขยายตลาดอุตร

ระจกรถยนต์ให้ทั้งครอบคลุมทั้งภาคอีสานจึงกลายเป็นที่มาของบริษัท อุตรระจกรถยนต์ ซึ่งตั้งรกรากอยู่ที่จังหวัดอุตรธานีมากกว่า 20 ปี เธอเล่าว่าในตอนนั้นยอดจำหน่ายอุตรระจกรถยนต์เดือนหนึ่งตกเดือนละแค่ไม่กี่แสนบาทเมื่อ 20 ปีที่แล้วถามว่าพอใจไหมเธอก็ฟังพอใจแล้วกับยอดขาย ณ ตอนนั้นตอนที่เธออายุแค่นั้นบอกได้เลยว่าไม่เคยคิดว่าเธอจะพาธุรกิจมาโตไกลขนาดนี้ คำว่าค่อยๆ เติบโตโดยที่เธอไม่รู้ว่ามีโอกาสมันมีความเป็นไปได้อยู่แต่อาศัยว่าเธอต้องเรียนรู้ learning by doing ทำให้เรียนรู้ไปมาโดยตลอด

ปัจจุบันนี้เธอก็ยังไม่รู้ว่าตลาดที่อยู่ตรงนี้น่าจะมีโอกาสอีกมากแค่ไหน การเรียนรู้โดย learning by doing จึงยังมีอยู่ตลอดเวลา เมื่อเปิดร้านอุตรระจกรถยนต์ ก็จะมีการขายส่งไปภาคอีสานทั้งภาค จึงมีเรื่องการให้บริการด้านการติดตั้งด้วย ปรากฏว่าวันหนึ่งขณะที่เราทำเรื่องการติดตั้งอุตรระจกรถยนต์อยู่ ลูกค้าก็เดินเข้ามาตั้งคำถามว่าทำไมคุณไม่ติดตั้งฟิล์มกรองแสงด้วยการที่ลูกค้าเข้ามาจะได้เป็น one stop service จะไม่ต้องไปร้านติดฟิล์มกรองแสงต่อให้เสียเวลาดังนั้นสิ่งที่ตามมาคือการให้บริการติดตั้งฟิล์มกรองแสงให้แก่ลูกค้าไปด้วยในตัว หลังจากที่ทำไปชกระยะหนึ่งลูกค้าที่เป็น

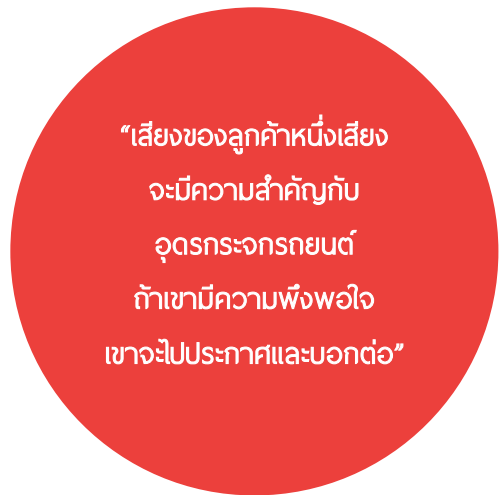
ลูกค้าชายส่งเข้ามาซื้อกระจกกับอุดรกระจกรถยนต์อยู่อย่างสม่ำเสมอ ก็ได้ตั้งคำถามถามเรื่องกาติดตั้งกระจกรถยนต์ว่าเราใช้กาอะไร ทำไมบริษัทกระจกอุดรรถยนต์ไม่เคยมีปัญหาเรื่องรื้อซึม ซึ่งตรงนี้ก็เป็นที่อีกจุดหนึ่งซึ่งมอบโอกาสให้อุดรกระจกรถยนต์ครองใจลูกค้าในเรื่องคุณภาพของสินค้ามาโดยตลอด

จุดแข็งของบริษัท อุดรกระจกรถยนต์ ที่นี้แน่นอนจะต้องมีคือ 1. โลเคชั่นที่ดี มีการบริการที่ดี มีสถานที่ที่เอื้อให้ลูกค้านั่งดื่มเครื่องดื่มระหว่างให้บริการอย่างมีความสุข มีอินเทอร์เน็ต มี WIFI ให้ เรียกง่าย ๆ ว่าคือมีมูลค่าเพิ่มมากกว่าสิ่งที่ลูกค้าคาดหวัง คุณสมบัตินี้ กล่าวต่อไปว่า แน่แน่นอนเลยว่าการบริการที่จะประสบความสำเร็จได้ คือจะต้องมีเรื่องของบุคลากร บุคลากรคือหัวใจที่จะทำให้การบริการนั้นสำเร็จ บุคลากรที่ถูกบ่มเพาะโดยอุดรกระจกรถยนต์ จะต้องมีการมีวินัย และที่แน่ๆ คือมี service mind ที่จะพร้อมให้บริการถึงแม้บางครั้งจะหลุดบ้างอะไรบ้างซึ่งเป็นเรื่องธรรมดาในทุกธุรกิจที่จะต้องเจอ แต่ทางอุดรกระจกรถยนต์ก็พยายามที่จะอบรมและฝึกพัฒนาให้แก่พนักงานเสมอ เล่าให้ฟังและถ่ายทอดออกมาให้เห็นภาพ เช่น หากเกิดอะไรขึ้นก็จะชี้ให้เห็นว่านี่ยังไม่ใช่อบริการที่ดีที่สุด ก็คือมีการพัฒนาอยู่ตลอดเวลา เราจะไม่ปล่อยลูกน้องต้องคอยหมั่นเติมกำลังใจให้เขา ให้เขาเห็นว่า service mind เป็นอย่างไร สำคัญอย่างไร ซึ่งต้องคอยทบทวนเพื่อให้เกิดความเข้าใจกันอยู่อย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญต้องหมั่นเติมกำลังใจให้ลูกน้องอยู่เสมอ เพื่อที่จะทำผลงานออกมาให้มีประสิทธิภาพเกิดประสิทธิผลที่สุด

หลักการบริหารธุรกิจ คุณ สมทนกล่าวว่า เธอเป็นคนที่รักเสียงเพลง รักการท่องเที่ยว และรักผู้คน และเป็นคนที่มีความสุข 360 องศา อะไรที่อยู่รอบตัวเธอ เธอก็จะพยายามทำให้คนที่อยู่รอบตัวมีความสุขไปด้วย ดูแลลูกน้องให้เหมือนกับที่เธอดูแลและน้องของเธอเอง คอยดูแลลูกค้าให้ลูกค้าได้รับสิ่งที่ประทับใจที่สุด พึงพอใจสูงสุด เป็นไปแบบสบายๆ แต่ขอให้นักงงานทุกคนอยู่ในระเบียบวินัย รับผิดชอบงานของตัวเองให้ดีที่สุด โดยการทำตามบทบาทและหน้าที่ของคนนั้นให้เคร่งครัด ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็จะทำให้ทุกคนมีความสุขอยู่ตลอดเวลา

อีกประการหนึ่งที่อุดรกระจกรถยนต์ต้องยึดมั่นถือมั่น คือทำอย่างไรจึงจะทำให้บริการของที่นี่ดีที่สุด ดังนั้นในการสร้างวิสัยทัศน์พันธกิจและค่านิยมจะต้องตอบสนองและสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันในทุกๆ เช้าพนักงานบริษัทอุดรรถยนต์จะขึ้นมาเข้าแถว เพื่อให้ทุกคนท่องวิสัยทัศน์ของบริษัท

โดยมีใจความว่า “เราจะรักษาการเป็นผู้นำตลาดด้านกระจกรถยนต์อันดับหนึ่งของภาคอีสาน” สโลแกนของเราคือ “บริการที่คุณได้รับเหนือกว่าและคุ้มค่าคุ้มราคามากกว่า” เป็นการสร้างความรู้สึกนี้ให้กับลูกค้าได้รับรู้ได้ว่าเมื่อเข้ามาแล้วเขาจะได้รับการที่ดี ราคาไม่แพง ตรงส่วนเป็นการบอกลูกค้า แต่ส่วนการบอกลูกน้อง จะมีการเดินเซียร์เพลง “จีเมใจได้” หนอนขอใบชาตอนเช้า มีเนื้อร้องว่า “จีเมใจได้ หนอนขอใบชาแต่เช้าขอใจ”



นั่นเป็นเหมือนการปลูกฝังพนักงานว่า ก่อนที่คุณจะขอใจใคร คุณต้องทำอะไรให้เขาประทับใจบ้าง เขาถึงจะอยากจะทำอะไรคืนกลับมาให้แก่คุณและจะทำให้คุณมีความมั่นคงปลอดภัยในชีวิต ซึ่งนั่นก็คือคุณจะต้องมีการบริการอย่างมืออาชีพ มีความสุภาพอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่ใช้แค่เข้าแถวทักเขา ท่องแล้วแต่จำมัน เรียกได้ว่าระหว่างทางเดินนี้เกิดปัญหาอะไรขึ้นก็หยิบยกเอาปัญหามาพูดคุยกัน ให้เป็นไปตามที่ท่องกันทุกวัน ขอให้ทุกคนปรับเพื่อที่จะให้ตรงนี้เพื่อความยั่งยืนตลอดไป ที่อุดรกระจกรถยนต์ ในแต่ละเดือนจะมีการประชุมย่อยเยอะมาก เรียกได้ว่าเกิดปัญหาขึ้นเมื่อไหร่ก็จะเรียกประชุมทันที หรือถ้าไม่เกิดอะไรขึ้นก็จะมีการคุยเรื่องยอด โดยในระยะเวลาหนึ่งเดือนจะมีการประชุม 4 ครั้งเป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว แต่ในส่วนของคุณๆ รายละเอียดก็ต้องมีการพูดคุยกันอยู่แล้วทุกวัน

ในเรื่องของนวัตกรรมและการพัฒนาบุคลากร คุณ สมทน กล่าวว่า เรื่องของกระจกรถยนต์เป็นเรื่องที่ไม่ได้มีนวัตกรรมอะไรซ้ำซ้อน เป็นเรื่องที่มีกันมานานแล้ว ถึงแม้จะมีเทคโนโลยีใหม่ๆ เข้ามาก็ตามแต่ในวงการกระจกรถยนต์ก็ยังไม่มีการทดแทนความเชี่ยวชาญของช่างในแบบเดิมๆ ได้ซึ่งบุคคลเหล่านี้ทำงานได้ประณีตที่สุดอยู่แล้วได้ ต้องบอกว่าเป็นเรื่องของ

เครื่องมือถอดหรือติดตั้งกระจกนั้น คุณสมบ มองว่า นวัตกรรมที่ค่อยๆ เข้ามาก็จะค่อยนำมาเรียนรู้ว่าจะสามารถ ปรับใช้ให้เข้ากับช่างของอุตสาหกรรมรถยนต์ได้หรือไม่ถ้า นวัตกรรมนั้นดีเราก็รับและเอามาพัฒนาองค์การและต่อยอดแต่ สิ่งที่ต้องพัฒนาและต่อยอดอยู่เสมอคือเรื่องของฝีมือช่างซึ่ง ตรงนี้เราจึงได้มีการเทรน กล่าวคือเราจะมีหัวหน้าช่างคนหนึ่ง มาเทรนคนที่เป็นพนักงานใหม่หรือพนักงานที่อยู่มาก่อนหน้านี้ แล้วก็ตาม ให้เกิดการเทรนอยู่ตลอดเวลา ไม่เพียงแค่นั้นสำหรับ บางคนที่จะต้องไปติดต่อกับลูกค้า เช่นบริษัท วิศว ที่เข้ามาเปิดให้เราเป็น Dealer ให้คนของเราไปเรียนติดตั้งฟิล์มจาก เขา ซึ่งปกติเขาก็จะมีครูผู้สอนที่มาจากต่างประเทศ ซึ่งอย่างที่ บอกไปแล้วว่าฝีมือช่างของอุตสาหกรรมรถยนต์ค่อนข้างเป็น specialist ทางด้านนี้อยู่แล้วเพียงแต่จะทำอย่างไรให้ช่างยังคง อยู่กับเราไปอย่างยาวนาน และก็สามารถบอกต่อรุ่นสู่รุ่นไปยัง รุ่นหลังที่เพิ่งเข้ามาใหม่ได้ หรือที่เรียกว่าระบบพี่เลี้ยง ดังนั้นเรา จึงมีคู่มือให้ช่างมีระบบให้ดู มีวิดีโอให้ชม มีภาพให้ดูมีเรื่องราว ต่างๆ อยากให้เขาศึกษาเพื่อที่เขาจะทำงานได้เร็วขึ้น ทั้งนี้ เรื่องของแผนระยะสั้นคือการอบรมในทุกตำแหน่ง ในทุก segment ขององค์กร เช่น ฝ่ายโลจิสติกส์หรือส่วนขายส่ง เป็นต้น จะมีแผนระยะสั้นตลอดเวลาอยู่แล้ว อาทิเช่น อาทิเช่น อบรมช่างฟิล์ม อาทิเช่น อบรมช่างกระจกเพื่อเป็นการ พัฒนาบุคลากรของเราอยู่เสมอให้เขามีความกระตือรือร้น อย่างที่บอกคนของเรามีความเป็น specialist มาก ก็คือมีความเป็นมืออาชีพในเรื่องกระจกรถยนต์ การที่เขาอยู่กับเรามา ตั้งแต่เขาอายุ 20 ปีจนถึงเขาอายุ 40 ปี แล้ว ทางอุตสาหกรรม รถยนต์จึงจำเป็นต้องมอบหมายให้คนที่ เป็น specialist นั้นๆ ไป คุมแต่ละสาขาซึ่งไม่ใช่แค่คุมอย่างเดียวแต่จะมีส่วนแบ่งหรือการ ให้อะไรแต่ละคนนั้นๆ เป็นหุ้นส่วนกันกับบริษัท ส่วนแผนระยะยาว ของที่นี้คือการเปิดสาขา ซึ่งอุตสาหกรรมรถยนต์ตั้งเป้าเอาไว้ว่า ภายในสองปีต่อจากนี้ จะต้องมีสาขาให้ครบ 10 สาขา ซึ่ง ณ ปัจจุบันเรามีแล้ว 5 สาขา คือ จังหวัดอุดรธานี เลย สกลนครอุบลราชธานี ขอนแก่น และก็กำลังจะเปิดสาขาที่ 6 เร็วๆ นี้คือ สุรินทร์

ถ้าเราจะเตรียมตัวเพื่อรับ AEC นั่นคือการเปิดสาขา รอร์บิวิไลซ์ อุตสาหกรรมรถยนต์จึงได้เตรียมพร้อมทั้งทางด้านที่ หนึ่งคือพนักงานที่ให้เราเข้ามาเป็นหุ้นส่วนกับบริษัท สองจะด้ ทั้งในเรื่องของการตลาดที่พร้อมสำหรับตลาด AEC และ สุดท้ายเมื่อทุกคนหรือทุกสาขาที่มีความพร้อมและความสุข

ร่วมกันแล้ว โอกาสที่จะทำให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน ก็จะเป็นไปตามนั้น

คุณอังคณา ไชยสังข์ หนึ่งในพนักงานฝ่าย การตลาดได้กล่าวไว้ว่า “ได้เรียนรู้หลายๆอย่างมาจากพี่แทน เพราะพี่เขาเป็นคนที่มีความสามารถในทุกๆด้านไม่ว่าจะเป็นเรื่อง ของงานสังคม หรือการบริหารงานในบริษัท การรักลูกน้องที่ มักจะคอยปลุกปล้ำลูกน้องให้มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ รักลูกน้อง ให้เหมือนลูกและน้อง และในส่วนของเรื่องการทำงานต่างๆก็ จะคอยสอนอยู่เสมอว่าทำอะไรอย่างไร ควรจะวางตัวแบบไหน ให้ดูน่ารักและเป็นที่รักของผู้ใหญ่”

หลักการตลาดของอุตสาหกรรมรถยนต์ สิ่งหนึ่งที่อุตสาหกรรมรถยนต์มาได้ถึง ณ วันนี้เป็นเรื่องของการบริการ ถ้า สมมุติการบริการแล้วลูกค้าไม่ประทับใจหนึ่งเสียงจะไปเป็น word of mouth ไปยังลูกค้าคนอื่น ๆ อีกเยอะมากซึ่งตรงนี้จะทำให้ ธุรกิจของเราซึ่งเป็น Core Business ที่เกี่ยวกับเรื่องของการ บริการค่อยๆ ถดถอยลงไป เพราะฉะนั้นเสียงของลูกค้าหนึ่ง เสียงจะมีความสำคัญกับอุตสาหกรรมรถยนต์ ถ้าเขามีความพึง พอใจ เขาจะไปประกาศหรือเขาไปบอกต่อ นั่นคือเป็นการทำ การตลาดวิธีที่ถูกต้องที่สุด ดังนั้นเราจึงให้ความสำคัญกับการ โตรสอบถามความพึงพอใจของลูกค้าอยู่เสมอทุกครั้ง เพราะ การโทรสอบถามจะเป็นเสียงสะท้อนกลับมาว่าเราต้องพัฒนา อะไรเราจะได้พัฒนาได้ถูกต้องตรงจุด ถ้าเราทำ Marketing เพื่อเน้นยอดขายอย่างเดียว แต่ไม่สนใจความพึงพอใจลูกค้า เพราะถ้าเราไม่ใส่ใจกับความสนใจกับตัวเงินวันนี้เราอาจจะได้เงิน แต่เราจะไม่ได้ความยั่งยืนเลย แม้กระทั่งลูกค้า เราก็ให้ความสำคัญของการเป็นลูกค้าด้วยเช่นกัน เช่นเราก็จะมีการเช็ค ความพึงพอใจกับการที่เขาเป็นลูกค้าของเราหรือไม่ มีอะไรที่เรา ต้องปรับปรุงหรือมีอะไรที่เราจะต้องดูแลซึ่งกันและกันและสุดท้าย ในเรื่องของพนักงานเราเองไม่ได้ดูแลเพียงแค่นี้ทางคุณสมบ จะ มีการดูแลลูกน้องอย่างหนึ่งซึ่งภาษาอีสานเขาจะเรียกว่า ปีน้อย คือการที่ให้น้องๆ หรือเด็กๆ เขียนปีนน้อยมาถึงตัวเธอเองว่า อยากบอกอะไรกับเธอบ้าง เช่น พนักงานจะบอกว่าผมร้อน ผมอยากได้พัดลมไอเย็น เขาอาจจะมืออะไรที่เขาอยากจะได้เพิ่มขึ้น อะไรที่เราจัดให้ได้เราก็ควรที่จะดูแล เมื่อลูกน้องมีความสุขและ ทำงานด้วยความเต็มใจ ลูกน้องเกิดความประทับใจ ลูกค้าส่ง สินค้าให้เราทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง แน่แน่นอนว่าองค์กร จะต้องยั่งยืนในที่สุด

คุณชาญชัย มุงธิสาร หัวหน้าฝ่ายรับประกันสินค้า และฝ่ายบริการหน้าร้านของอุตสาหกรรมรถยนต์ได้กล่าวเพิ่มเติมด้วยสีหน้ายิ้มแย้มว่า “มีความสุขทุกวันกับการได้ทำงานที่นี้ครับ โดยส่วนตัวของผมผมเต็มทีกับงานทุกสิ่งทุกอย่างที่ได้ทำและมีความสุขกับมันตลอด”

ทางด้านความรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) อุตสาหกรรมรถยนต์เราเป็นที่รู้จักได้ในทุกวันนี้เนื่องจากเราไปช่วยเหลือสังคมโดยที่เราไม่รู้ตัวว่านั่นเรียกว่า CSR เวลาที่เราไปเราแค่อยากช่วยเหลือสังคม เราก็เข้าไปร่วมกับองค์กรต่างๆ เพื่อที่จะไปช่วยเหลือเขาในการเข้าร่วมกับองค์กรต่างๆ มีทั้งเรื่องการให้เป็นเงิน และมีเรื่องที่จะต้องไปทำด้วยแรงของเรา เช่น ไปโรงเรียนเพื่อมอบขนม มอบน้ำดื่ม หรือไปบ้านเด็กกำพร้า สิ่งเหล่านี้เมื่อ 20 ปีก่อนซึ่งเรายังไม่รู้จักรหัสว่า CSR แต่เรากำมานานแล้ว ทำให้เรามีความสุขและทำให้คนอื่นสองร้อยคนมีความสุข เพราะฉะนั้นอะไรที่เราตอบแทนกลับคืนสู่จังหวัดอุดรธานีได้เราก็จะทำ คุณสมทนกล่าวอย่างจริงจัง

ในส่วนของปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข ปัญหาที่ทุกวันจะเรียกได้ว่าปัญหามีเกือบทุกนาทีด้วยซ้ำไป แต่วิธีการแก้ปัญหาต่างหากที่เขาเรียกว่าหัวใจในการดำเนินธุรกิจ เราจะใช้วิธีการแก้ปัญหา เช่น ในกรณีที่พนักงานทำกระจกแตกหักเสียหาย ถามว่าทำไมถึงแตกหักเสียหายได้ พนักงานก็จะบอกว่าต้องระวังในการขนย้ายสินค้ามันเดินไกลมากและสินค้าชิ้นนั้นมันหนัก เราก็จะแก้ปัญหาด้วยการหารถเข็นให้เขาเอาสินค้าใส่รถเข็นแทนเพื่อทุ่นแรงและทุ่นระยะเวลาในการเดิน ทำให้ลูกน้องทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น มองให้ปัญหาไม่ใช่ปัญหา เธอเชื่อเสมอว่าใครมองตรงนี้ได้แต่ใครรู้ตรงนี้ได้เร็วคนนั้นจะครองใจลูกน้องได้ บางครั้งเงินไม่ใช่คำตอบสุดท้ายของลูกน้องว่าจะต้องเยอะกว่าใคร แต่อยู่แล้วสบายใจ อยู่

ด้วยกันแล้วมีความสุข อยู่แล้วมีความรู้สึกว่ามีคุณค่า นั่นคือคำตอบที่แท้จริงมากกว่าคำว่าเงินเดือน เขาเรียกว่าหัวใจในการครองใจคน ให้คนอยู่กับเราอย่างยาวนาน หน้าทีของเราคือสร้างเสริมกำลังใจให้พนักงานรู้สึกว่าเขามีความสุขในทุกๆ เวลาในการทำงานและเขาจะรับรู้ได้ว่าเราดูแลเขาเราเป็นห่วงเขาเหมือนพ่อแม่ดูแลลูก ดูแลซึ่งกันและกัน

คุณชาญชัย มุงธิสาร หัวหน้าฝ่ายรับประกันสินค้า และฝ่ายบริการหน้าร้าน ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “พี่เขาเป็นกันเองกับลูกน้อง รักลูกน้อง ทำอะไรจะนึกถึงลูกน้องมาก่อนให้ลูกน้องก่อนก่อนที่จะนึกถึงตัวเอง

SMEs ไทยสู่ AEC โอกาสของ AEC คุณสมทนกล่าวว่ายังไม่รู้ว่าจะมองเห็นอะไรชัดเจนเป็นรูปธรรม ยังมองไม่เห็นแต่สิ่งที่คาดการณ์ไว้ว่าเมื่อประเทศเปิด เมื่อเข้าสู่ AEC หลายเชื้อชาติ หลายชนชาติจะเข้ามาในประเทศไทย แน่แน่นอนว่าเมื่อคนมากขึ้น กำลังซื้อก็มากขึ้นนั่นคือโอกาสทำให้เราจะต้องปรับตัวเพื่อรองรับโอกาสนั้น จะทำอย่างไรที่จะรองรับคนที่เข้ามาอย่างหลากหลายได้ สิ่งสำคัญนั่นคือการเปิดสาขารับบริการให้บริการอยู่แล้ว แน่แน่นอน AEC จะต้องมาพร้อมกับอุปสรรคอาจจะมีคนที่ยิ่งใหญ่กว่าเราหรืออาจจะป็นร้านเล็กกว่าเราเปิดข้างๆบริษัทอุตสาหกรรมรถยนต์ก็ได้ อาจจะขายสินค้าจากต่างประเทศที่มีราคาถูกมากและไม่ได้เน้นเรื่องค่าบริการในเรื่องของราคาถูกเราอาจจะสู้เขาไม่ได้แต่เราจะสู้ได้ในเรื่องของคุณภาพสินค้าและการบริการที่เป็นมืออาชีพได้ สิ่งเหล่านี้จึงมีทั้งสองด้านมีทั้งโอกาสและอุปสรรคที่จะตามมา อะไรก็แล้วแต่เราจะเตรียมพร้อมเพื่อปรับตัวอย่างเข้มแข็ง เพื่อที่มีอะไรมากระทบเราจะสามารถต่อสู้ได้วันนี้ยังมีเวลาเหลืออีกเราต้องรีบทำให้ตัวเองเข้มแข็งให้ได้



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจค้าปลีก เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

ธุรกิจการค้าปลีกในปัจจุบันมีอัตราการเติบโตที่สูงมากที่สุดก็ต่อเพราะในแต่ละวัน ผู้คนจำเป็นต้องจับจ่ายใช้สอยและบริโภคสินค้าอยู่เสมอ ทำให้ผู้ประกอบการจำนวนมากต้องการนำเงินมาลงทุนทำธุรกิจชนิดนี้ เนื่องจากได้ผลกำไรตอบแทนที่คุ้มค่า หากร้านค้ามีจุดขายที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์มากเพียงพอ และเมื่อประเทศไทยของเราก้าวอย่างเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community) หรือ AEC อย่างเต็มตัวแล้ว ก็ทำให้ธุรกิจการค้าปลีกมีโอกาสในการขยายตลาดการค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้การแข่งขันกันระหว่างธุรกิจมีอัตราที่เพิ่มสูงขึ้น แต่ถ้าหากธุรกิจร้านค้าของเรามีจุดยืนที่ไม่เด่นชัดและแข็งแรงมากพอ ธุรกิจก็อาจพังไม่เป็นท่าได้

ดังนั้นผู้ประกอบการร้านค้าปลีกทุกคนจึงจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาศักยภาพของตนตามการเปลี่ยนแปลงของโลกที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วเพื่อให้อยู่รอดภายใต้ตลาดที่มีการแข่งขันทางการค้าเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ และเพื่อเป็นการสร้างโอกาสกับลดปัจจัยความเสี่ยงให้กับธุรกิจของตนเอง หากคุณเป็นอีกคนหนึ่งที่มีธุรกิจร้านค้าปลีกเป็นของตนเอง เราขอแนะนำให้คุณอ่านบทความนี้เพื่อเรียนรู้ถึงโอกาสในการสร้างรายได้ ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้จากหลากหลายปัจจัยและการปรับตัวเมื่อ

ต้องเผชิญหน้ากับปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพเพื่อต่อยอดธุรกิจนี้ต่อไปในอนาคต

หลังจากที่ประเทศไทยได้เข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียนอย่างเต็มตัวแล้ว ผู้ประกอบการค้าปลีกในไทยก็มีความตื่นตัวมากขึ้น เนื่องจากกลุ่มประชาคมอาเซียนมีการเปิดเสรีด้านการค้าสินค้า การบริการ และการลงทุน เวลานี้จึงถือเป็นโอกาสที่ดีในการขยายตลาดการค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะจากประเทศแถบอาเซียน ถือเป็นตลาดที่สำคัญสำหรับธุรกิจการค้าปลีกมากมายทีเดียว เพราะเมื่อนักท่องเที่ยวจากประเทศแถบอาเซียนเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น เศรษฐกิจของไทยก็จะมี การเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้นด้วย ซึ่งธุรกิจการค้าปลีกที่น่าจะมีความโดดเด่นมากที่สุด คงไม่พ้นธุรกิจขายสินค้าประเภทของที่ระลึกที่ชาวต่างชาติมักจะให้ความสนใจอยู่เสมอ

ในด้านการตลาด ผู้ประกอบการที่มีจุดขายที่โดดเด่นและน่าดึงดูดใจมากพอ ก็สามารถสร้างกำไรให้กับธุรกิจของตนเพิ่มขึ้นได้ นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มว่าประชากรในแต่ละประเทศจะมีกำลังซื้อและรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการขยายตัวของเมืองที่เพิ่มสูงขึ้นและเปลี่ยนจากสังคมชนบทสู่สังคมเมือง เมื่อมีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น นิัยการบริโภคของประชากรก็อาจจะเปลี่ยนแปลงไป ยกตัวอย่างเช่นอาจมีการ

เลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและราคาสูงมากขึ้น ซึ่งสิ่งนี้จะช่วยขยายเศรษฐกิจการค้าในประเทศอาเซียนให้เพิ่มสูงขึ้นได้เป็นอย่างดี หากธุรกิจการค้าปลีกโตที่ใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ด้วยการขายสินค้าของตนเองผ่านทางออนไลน์และจัดส่งสินค้าแบบเว็ลด์ไวด์ก็มีแนวโน้มที่จะสามารถทำได้มากกว่าธุรกิจที่ไม่ได้ขายสินค้าทางออนไลน์ควบคู่กับการค้าตามหน้าร้านไปด้วย เนื่องจากผู้บริโภคชาวต่างชาติสามารถเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์โดยไม่ต้องเดินทางเข้ามาในประเทศเพื่อซื้อสินค้านั้นๆ นอกจากนี้ผู้ประกอบการชาวไทยยังสามารถขยายธุรกิจของตนเองด้วยการไปลงทุนทำธุรกิจหรือเปิดแฟรนไชส์ในประเทศอาเซียนที่มีศักยภาพทางการตลาดได้อีกด้วย แต่ก่อนจะลงทุนและเข้าไปเจาะตลาด เราควรจะศึกษาให้ดีกว่าสินค้าชนิดใดที่กำลังเป็นที่ต้องการในประเทศเป้าหมายของเราและผู้บริโภคนั้นมีกำลังซื้ออย่างน้อยแค่ไหน เพราะถ้าหากไม่ทำการศึกษาให้ดีเสียก่อน เราก็มีโอกาสขาดทุนได้

นอกจากโอกาสแล้ว การทำธุรกิจก็ยังมีความเสี่ยงอีกด้วย เนื่องจากธุรกิจการค้าปลีกมีอัตราการเติบโตที่สูงมาก ทำให้การแข่งขันระหว่างร้านค้าเพิ่มตามขึ้นไปด้วย ธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิม อย่างเช่นร้านโชห่วยต่างๆ ก็อาจถูกแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดโดยเหล่าธุรกิจการค้าปลีกสมัยใหม่อย่างร้านสะดวกซื้อเช่น เซเว่นอีเลฟเว่น แพนมีลี มาร์เก็ต เทสโก้ โลตัส อีเก็ทเพรส หรือห้างสรรพสินค้าต่างๆ หากธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมไม่สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็วได้ ธุรกิจก็อาจจะต้องปิดตัวลง แต่อย่างไรก็ตาม ใช่ว่าจะมีเพียงแค่ธุรกิจการค้าปลีกแบบดั้งเดิมเท่านั้นที่ต้องปรับตัว เพราะบรรดาธุรกิจการค้าปลีกแบบใหม่เองก็ต้องปรับตัวเช่นกัน เนื่องจากในสมัยนี้มีธุรกิจเกิดใหม่มากมาย หากเราไม่รู้จักปรับตัวและสร้างจุดขายที่โดดเด่นให้กับร้านค้าของเรา เราเองก็มีโอกาสที่จะขาดทุนได้เช่นเดียวกัน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ย่อมอยากที่จะซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ดูโดดเด่นและน่าสนใจ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรหาจุดยืนที่เด่นชัดให้กับร้านค้าของตน ตกแต่งร้านค้าให้สวยงาม จัดโปรโมชั่นที่น่าดึงดูดใจ และดูแลเอาใจใส่กับให้บริการที่ดีแก่ลูกค้าที่เข้ามาซื้อสินค้า เพราะการบริการที่มีประสิทธิภาพนั้นจะทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการอีกอย่างแน่นอน นอกจากนี้ผู้ที่ต้องการลงทุนทำธุรกิจทั้งภายในและภายนอกประเทศจะต้องศึกษาให้ดีกว่าสินค้าใดที่กำลังเป็นที่ต้องการของคนในชนชาตินั้น กำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และดูว่ากลุ่มเป้าหมายของเรานั้นมีกำลังซื้อสินค้าที่มากเพียงพอหรือเปล่า เพราะถ้าหากเราเข้าไปลงทุนโดยไม่มีวางแผนเอาไว้ล่วงหน้าก่อน เราก็มีสิทธิ์ที่จะ

ขาดทุนจนต้องปิดตัวธุรกิจไปเลยก็ได้ ซึ่งสิ่งนี้จะทำให้เราเสียทั้งทรัพย์สินและเวลาอีกด้วย



เมื่อเราได้เรียนรู้ถึงโอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจการค้าปลีกเมื่อไทยเข้าสู่ AEC แล้ว เราก็จำเป็นต้องพัฒนาศักยภาพและปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในครั้งนี เพื่อลดความเสี่ยงและเพิ่มโอกาสทางการค้าให้กับธุรกิจ

อย่างแรกที่เราต้องปรับคือเรื่องของภาษา เนื่องจากประชาคมอาเซียนของเรามีความหลากหลายทางด้านเชื้อชาติ วัฒนธรรมและการใช้ภาษา เราจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาหลักอย่างภาษาอังกฤษเป็นตัวกลางในการสื่อสารและทำธุรกิจการค้าระหว่างประเทศ ดังนั้นผู้ประกอบการและพนักงานจึงจำเป็นต้องพัฒนาเรื่องภาษาอังกฤษให้ดี รวมทั้งอาจเรียนรู้ภาษาอาเซียนอื่นๆ เอาไว้ประดับเป็นความรู้ เพราะยิ่งรู้ภาษามากก็ยิ่งมีโอกาสในการทำธุรกิจด้านการค้ามากขึ้น

อย่างที่ 2 คือการปรับปรุงร้านค้าของเรามีเอกลักษณ์เฉพาะ มีความแปลกใหม่ ดูน่าสนใจ และมีจุดขายที่เด่นชัด ใช้กลยุทธ์วิธีทางการตลาดและโปรโมชั่นที่น่าดึงดูดใจเพื่อเชิญชวนให้ลูกค้าทั้งไทยและเทศอยากเข้ามาใช้บริการและซื้อสินค้าภายในร้าน อีกทั้งเราควรที่จะพัฒนาด้านการบริการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ด้วยการให้บริการที่ดูอบอุ่น จริงใจ และเป็นมิตร เพราะการบริการถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ทำให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อร้านค้าและอยากกลับมาใช้บริการอีก

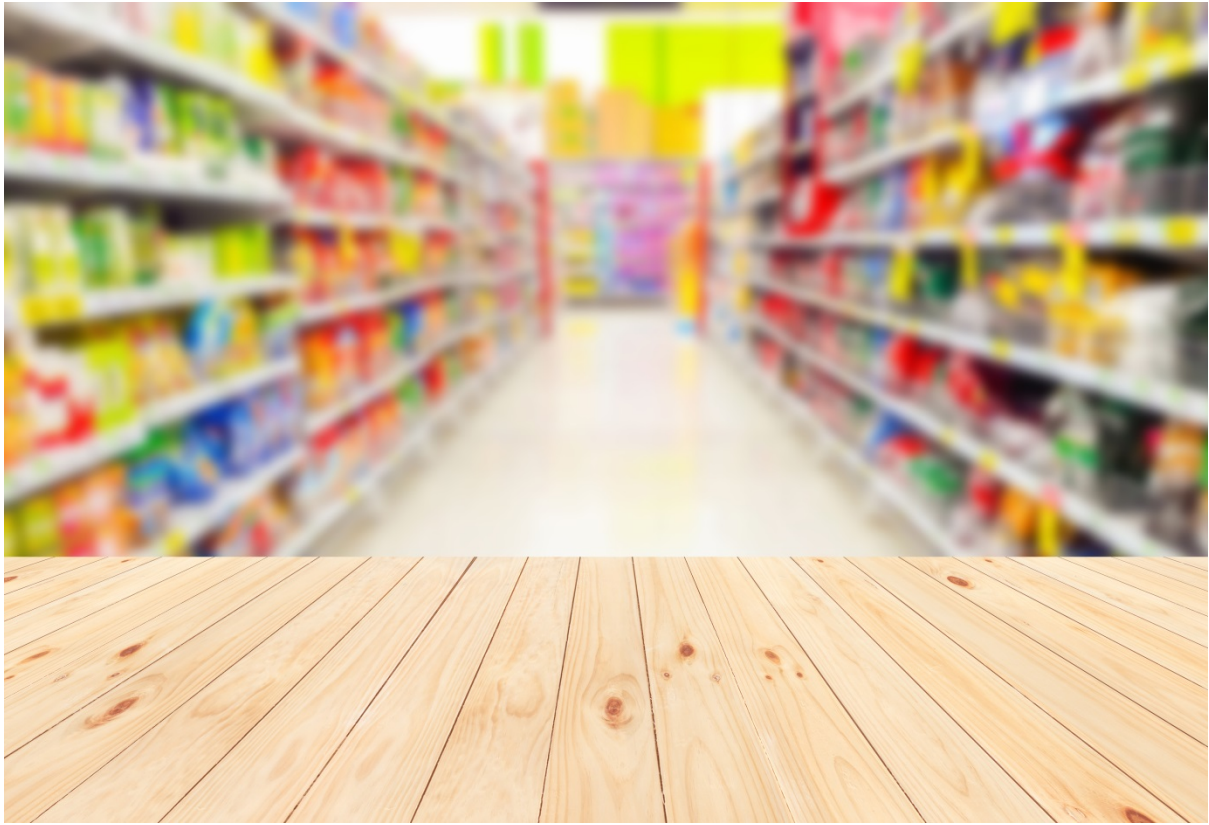


ตัวอย่างที่ 3 คือการศึกษาตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในประเทศอาเซียน ผู้ประกอบการควรหมั่นศึกษาหาความรู้อยู่เสมอ หากเราอยากให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหันมาซื้อสินค้าจากร้านของเรามากขึ้น เราก็ควรที่จะทราบว่าคุณค่าแบบไหนที่กำลังเป็นที่ต้องการภายในตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชอบสินค้าประเภทไหนและแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในอนาคตว่าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด ตัวอย่างเช่น สินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่ซ้ำใคร ย่อมเป็นที่ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวมากกว่าสินค้าที่หาได้ตามดินทั่วๆ ไป หรือถ้าหากเราอยากจะทำไปลงทุนในประเทศอาเซียน เราก็ต้องวางแผนให้ดีก่อน อย่างการกำหนด

กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ดูว่าธุรกิจของเรามีข้อได้เปรียบหรือข้อเสียเปรียบในด้านใด และดูว่าสินค้าประเภทใดที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาดในประเทศนั้นๆ

ตัวอย่างที่ 4 คือการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อกิจการ ร้านค้าอาจจัดทำเว็บไซต์ทางออนไลน์เพื่อให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถเลือกซื้อสินค้าได้สะดวกขึ้นโดยไม่ต้องเดินทางไปซื้อที่ร้านค้าโดยตรง ซึ่งการทำแบบนี้ถือเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการช่วยเพิ่มกำไรและสร้างฐานลูกค้าที่ดีมากที่สุดทีเดียว

เมื่อประเทศไทยเข้าสู่การเป็นประชาคมอาเซียน ที่มีการเปิดเสรีทางการค้า การบริการและการลงทุน ผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าปลีกจึงย่อมมองหาช่องทางและโอกาสในการขยายและพัฒนาร้านค้าของตนให้ดีและมั่นคงยิ่งขึ้น แต่อย่างไรก็ตาม การทำธุรกิจใดๆ ย่อมมีความเสี่ยง หากเราไม่สามารถปรับตัวตามสถานการณ์เศรษฐกิจที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ธุรกิจของเราก็จะไม่สามารถอยู่รอดในตลาดการค้าที่มีอัตราการแข่งขันที่สูงได้ แต่ถ้าหากเราสามารถพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส ด้วยการรู้จักวางแผน ปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่กำลังดำเนินไป ไม่ย่อท้อและแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างเหมาะสม ใช้เทคโนโลยีให้เป็นประโยชน์ รวมทั้งหมั่นเรียนรู้และพัฒนาศักยภาพของเราให้ดียิ่งขึ้น ธุรกิจการค้าปลีกของเราก็ย่อมสามารถเติบโตไปได้ไกลอย่างแน่นอน



เทคนิคการปรับปรุงร้านค้าปลีก

ธุรกิจร้านค้าปลีกเป็นอีกธุรกิจหนึ่งที่ผู้คนต่างก็ให้ความสนใจไม่น้อย เนื่องจากมีความสะดวกต่อผู้บริโภคที่ไม่ต้องการเดินทางไกลถึงห้างสรรพสินค้า แต่มีความจำเป็นที่จะต้องออกมาจับจ่ายใช้สอยอยู่ในทุกๆ วัน ทำให้ธุรกิจนี้มีรายได้ที่ค่อนข้างดี สามารถรักษาฐานลูกค้าเก่าและดึงดูดใจลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการได้ในเวลาเดียวกัน อีกทั้งยังประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วด้วย แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับการบริหารและการวางแผนพัฒนาธุรกิจที่มีประสิทธิภาพของเจ้าของร้านค้า เจ้าของร้านค้าจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ในยุคปัจจุบันที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ต้องคอยอัปเดตข่าวสารเพื่อให้รู้ว่าสินค้าชนิดใดกำลังเป็นที่ต้องการในตลาดและต้องคอยปรับปรุงร้านค้าให้โดดเด่นสะดุดตา มีความทันสมัยและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอยู่เสมอ เพราะในปัจจุบัน นอกจากการแย่งชิงผู้บริโภคระหว่างร้านค้าปลีกด้วยกันแล้ว ร้านค้าปลีกยังต้องแข่งขันกับร้านสะดวกซื้อและห้างสรรพสินค้าที่เกิดขึ้นมามากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิในการเลือกซื้อมากขึ้น ดังนั้นร้านค้าปลีกจึงต้องพยายามหากลยุทธ์

และวิธีการเพื่อรับมือกับปัญหาที่กำลังเกิดและจะเกิดตามมาในอนาคต ซึ่งวันนี้เราก็มียุทธศาสตร์เกี่ยวกับการปรับปรุงร้านค้าให้ประสบความสำเร็จมาฝากกัน เพราะถ้าเรา เริ่มต้นดี ก็ถือว่ามียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนแล้ว

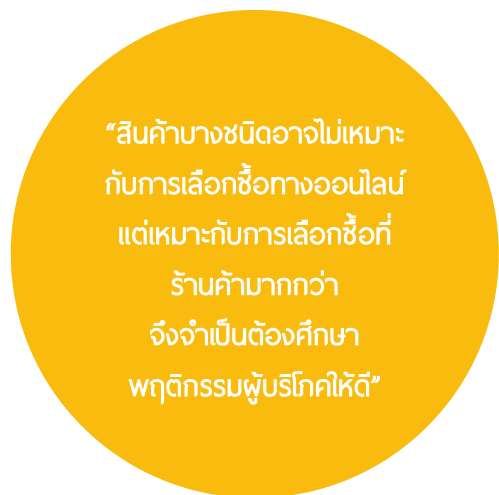
เทคนิคแรกก็คือการตกแต่งร้าน ลูกค้าไม่ว่าใครๆ ก็มักจะชอบร้านที่มีเอกลักษณ์และรูปแบบเฉพาะเป็นของตนเอง มีบรรยากาศที่ดี ดูมีความแปลกใหม่ เป็นระเบียบ และมีชีวิตชีวา ซึ่งสิ่งหนึ่งที่จะช่วยทำให้ร้านดูแตกต่างและไม่เหมือนใครก็คือป้ายชื่อ ป้ายชื่อร้านควรมีความโดดเด่นและควรติดเอาไว้ตรงบริเวณที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน เป็นชื่อเฉพาะที่ไม่ยาวหรือไม่สั้นเกินไป เพื่อช่วยให้ลูกค้าจดจำได้ง่ายขึ้น เสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้า และสื่อให้ลูกค้ารู้ได้ทันทีว่าร้านของเราค้าขายอะไร นอกจากนี้บรรยากาศในร้านควรจะต้องดูโปร่งโล่ง มีแสงสว่างมากเพียงพอ ไม่มีมุมอับ มีอากาศถ่ายเทสะดวก ไม่ดูแออัดหรือทึบจนเกินไป อีกทั้งยังควรทำความสะอาดร้านอยู่เป็นประจำเพื่อสุขอนามัยที่ดีและไม่มียุงเห็บหมัด

ไม่พึงประสงค์ สุดท้ายคือการตกแต่งผนังภายในร้านให้ดูเชิญชวน สบายตา และตรงกับกลุ่มเป้าหมาย ควรเลือกใช้สีที่อบอุ่น ดูเป็นมิตร และช่วยขับเน้นให้สินค้าดูโดดเด่นมากขึ้น อย่างเช่น สีโทนอ่อนๆ สีครีม สีขาว หรือสีพาสเทล

เทคนิคที่สองคือการจัดวางสินค้า เราควรจำแนกสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ ของประเภทเดียวกันควรจัดวางให้อยู่ใกล้ๆ กัน ส่วนอาหารก็ควรแยกกับของใช้ ติดป้ายราคารายละเอียดของยี่ห้อและวันหมดอายุให้ชัดเจน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายและตัดสินใจได้ง่ายขึ้น สินค้าควรจัดเรียงลำดับตามวันหมดอายุ หากหมดอายุก่อนก็นำมาไว้ด้านหน้าสุด ไล่ตามลำดับลงไปเรื่อยๆ เพื่อป้องกันการค้างสต็อกของสินค้าที่หมดอายุ นอกจากนี้สินค้าที่เรานำมาขาย ควรตรงความต้องการของผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายที่เรากำหนดเอาไว้ เราควรจัดวางสินค้าที่ขายดี และต้องการส่งเสริมการขายไว้หน้าร้านหรือในบริเวณที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ในทันที ส่วนสินค้าชนิดใดที่ไม่สามารถตอบสนองความต้องการต่อผู้บริโภคได้ เราก็ควรนำออกจากชั้นวางเสียเพื่อไม่ให้เป็นภาระเปลืองพื้นที่และนำสินค้าชนิดอื่นมาขายแทน เจ้าของร้านควรอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคด้วยการจัดพื้นที่ทางเดินให้โล่งกว้าง เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างสะดวกที่สุด และจัดหาตะกร้าหรือรถเข็นสำหรับลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าในปริมาณมาก รวมถึงเปลี่ยนแปลงการจัดวางสินค้าในรูปแบบใหม่อยู่เสมอเพื่อไม่ให้เกิดความซ้ำซากจำเจและช่วยดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้าร้านมาใช้บริการ

เทคนิคที่สามคือบริการ ไม่ว่าใครก็ชอบคนที่ยิ้มแย้มแจ่มใสอยู่เสมอ ลูกค้าก็เช่นเดียวกัน ดังนั้นเราจึงควรต้อนรับลูกค้าด้วยความเป็นมิตร อบอุ่นและเป็นกันเอง ทักทายอย่างร่าเริงแจ่มใส พูดจาไพเราะ เพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ให้กลายเป็นลูกค้าประจำในอนาคต นอกจากนี้เราก็ควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าเดิมด้วยยกตัวอย่างเช่น หากมีลูกค้าเดิมที่เข้ามาใช้บริการเป็นประจำ เราก็ควรจดจำรายละเอียดของลูกค้าคนนั้นๆ ทั้งชื่อของลูกค้าและสินค้าที่ลูกค้ามาซื้ออยู่เป็นประจำ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนเป็นคนสำคัญ อีกทั้งเรายังควรมีความรู้ในเรื่องของสินค้า สามารถให้ข้อมูลและแนะนำสินค้าให้กับลูกค้าได้ คอยให้บริการและดูแลเอาใจใส่อยู่เสมอ เมื่อลูกค้ากำลังจะเดินออกจากร้านก็ควรกล่าวคำขอบคุณ เพื่อให้ลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีต่อร้านค้าและอยากกลับมาใช้บริการอีก

เทคนิคที่สี่คือการตลาดที่ดึงดูดใจลูกค้า ผู้คนส่วนใหญ่มักจะชอบโปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ดังนั้นเราจึงควรคิดหากกลยุทธ์วิธีการส่งเสริมการขายเพื่อเชิญชวนลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการในร้านของเรามากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น โปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 หรือลดราคาสินค้า 50% นอกจากนี้เราก็ควรติดป้ายโปรโมชั่นที่มีความโดดเด่นและมีสีสันสะดุดตาไว้หน้าร้านและจัดวางสินค้าที่ต้องการส่งเสริมการขายไว้ในจุดที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจนที่สุด กลยุทธ์อีกอย่างหนึ่งที่อาจช่วยให้ลูกค้าอยากเข้ามาซื้อของในร้านของเราเพิ่มขึ้นคือกลยุทธ์ในด้านราคา เราอาจตั้งราคาสินค้าบางชนิดให้ถูกกว่าร้านค้าอื่นๆ เล็กน้อย เพื่อทำให้ลูกค้าเล็งเห็นถึงความคุ้มค่า เพราะถึงแม้ว่าจะถูกกว่าเพียงเล็กน้อยแต่ถ้าหากซื้อสินค้าในปริมาณมากและซื้อบ่อยก็จะช่วยทำให้ลูกค้าประหยัดเงินไปได้มากทีเดียว อีกทั้งกลยุทธ์นี้ยังช่วยสร้างฐานลูกค้าเพิ่มอีกด้วยเนื่องจากร้านค้าของเรามีจุดเด่นในเรื่องของการขายสินค้าคุณภาพในราคาที่ถูกลง



เทคนิคที่ห้าคือกลยุทธ์ในการเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้าปลีก การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านค้านั้นถือเป็นเรื่องที่มีความสำคัญมากที่สุดเพราะทำเลดี ในสมัยนี้มีราคาแพง หากยากและต่างก็เป็นที่ต้องการของนักลงทุนมากมาย แต่ถ้าหากใครได้ทำเลที่ดี ก็ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่าเพราะมันจะช่วยส่งเสริมกิจการการค้าให้รุ่งเรืองและได้รับผลตอบแทนในปริมาณที่สูง ดังนั้นเมื่อเราคิดจะลงทุนทำธุรกิจร้านค้าปลีก เราจึงควรวางแผนในเรื่องนี้เป็นอย่างแรก ซึ่งกลยุทธ์ในการพิจารณาเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมมีรายละเอียดดังต่อไปนี้



- » เลือกลงทุนในแหล่งชุมชน โรงเรียน มหาวิทยาลัย เป็นย่านที่อยู่อาศัยหรือใจกลางเมืองที่มีการจราจรสะดวก เพราะลูกค้าส่วนใหญ่ชอบความสะดวกสบายและร้านค้าที่เข้าถึงได้ง่าย
- » ควรพิจารณาถึงความเหมาะสมของราคาที่ดินว่าถ้าหากลงทุนหรือถ้าหากเช่าไปแล้ว ผลกำไรตอบแทนในอนาคตจะคุ้มหรือไม่
- » ควรเลือกทำเลที่สามารถประกอบกิจการได้ในระยะยาว เพื่อความสะดวกของผู้อยู่ลงทุน
- » คำนึงถึงทำเลที่มีสภาพแวดล้อมที่ดี ปลอดภัย อยู่ใกล้ชุมชนและไม่เปลี่ยว เพื่อความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สินของลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการ รวมทั้งเจ้าของร้าน พนักงานและทรัพย์สินในร้านค้า
- » ควรตั้งอยู่ในแหล่งที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจ ยกตัวอย่างเช่น โรงภาพยนตร์ ธนาคาร ร้านอาหาร เป็นต้น

เทคนิคที่หกคือการพัฒนาศักยภาพ เจ้าของธุรกิจจะต้องหมั่นเรียนรู้ ศึกษาค้นคว้า และพัฒนาตนเองอยู่ตลอดเวลาเพื่อให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว เจ้าของร้านต้องหมั่นวิเคราะห์ถึงความต้องการของตลาดและผู้บริโภค เพื่อให้ทราบว่ามีสินค้าชนิดใดที่กำลังเป็นที่ต้องการ หรือกลุ่มเป้าหมายกำลังมองหาสินค้าประเภทใดและแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคตว่าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด วิเคราะห์เกี่ยวกับกลยุทธ์ในการเชิญชวนลูกค้า จุดเด่นและจุดด้อยของคู่แข่ง เพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาร้านค้าต่อไป นอกจากนี้ร้านค้ายังควรนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เป็นประโยชน์ ยกตัวอย่างเช่นการจัดทำเว็บไซต์ออนไลน์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าที่ไม่มีเวลาเดินทางมาที่ร้านหรือลูกค้าที่ต้องการซื้อของผ่านทางออนไลน์

แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับประเภทของสินค้าด้วยว่าเหมาะสมต่อการนำมาซื้อขายผ่านทางออนไลน์หรือไม่ หากเป็นสินค้าประเภทข้าวของเครื่องใช้ ก็เหมาะสมต่อการทำเว็บไซต์ขายสินค้าทางออนไลน์เพราะสามารถเก็บได้ในระยะเวลาอันนาน นอกจากนี้ลูกค้าก็ยังสามารถเปรียบเทียบราคาและคุณภาพของสินค้าก่อนที่จะเลือกซื้อได้ แต่ถ้าหากเป็นสินค้าประเภทอาหารเครื่องดื่ม ก็อาจต้องพิจารณาเป็นรายสินค้าไป เพราะสินค้าบางชนิดก็อาจไม่เหมาะกับการเลือกซื้อทางออนไลน์แต่เหมาะกับการเลือกซื้อที่ร้านค้ามากกว่า หรือเราอาจนำเทคโนโลยีมาช่วยในการศึกษาหาข้อมูลได้อีกด้วย อีกทั้งเจ้าของร้านจะต้องคอยปรับปรุงร้านค้าและการบริการให้มีความทันสมัยและมีประสิทธิภาพอยู่เสมอ เพื่อดึงดูดใจลูกค้าทั้งใหม่และเก่าให้อยากเข้ามาใช้บริการในร้านค้าของเรา

ธุรกิจร้านค้าปลีกเป็นธุรกิจที่มีอัตราเติบโตเร็วก็จริง แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการจัดสรรและดูแลตกแต่งร้านค้าให้มีความทันสมัย และมีบรรยากาศที่น่าดึงดูดใจ การจัดวางสินค้าภายในร้านให้เข้าถึงง่าย เป็นระเบียบและตรงความต้องการของผู้บริโภค การให้บริการที่เป็นมิตร อบอุ่นและเป็นกันเอง ที่ช่วยทำให้ลูกค้ารู้สึกสบายใจทุกครั้งที่มาซื้อของ การตลาดที่โดดเด่นและไม่เหมือนใคร ช่วยเหลือลูกค้าตัดสินใจซื้อของได้ง่ายขึ้น การเลือกทำเลที่ตั้งที่เป็นหัวใจสำคัญของธุรกิจ รวมถึงการอัปเดตข้อมูลข่าวสารและนำเทคโนโลยีมาปรับใช้เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพของธุรกิจให้เจริญเติบโตและทันต่อความเปลี่ยนแปลงที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว



แฟรนไชส์ อีกทางเลือกของการเริ่มต้น SMEs

ในสมัยปัจจุบันนี้ ธุรกิจที่กำลังมาแรงแข่งทางโค้งและ ไม่อาจกล่าวถึงไม่ได้ ก็คือธุรกิจระบบแฟรนไชส์ “แฟรนไชส์” คำๆ นี้คงคุ้นหูคนไทยเป็นอย่างดี เพราะภายในประเทศของเรา นั้น มีธุรกิจค้าปลีกมากมายที่ใช้กลยุทธ์ในการทำระบบแฟรนไชส์เพื่อกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดให้มากขึ้น ระบบแฟรนไชส์นั้น ประกอบด้วยสิ่งที่สำคัญ 3 ประการ

เจ้าของสิทธิ์ (Franchisor) ซึ่งเป็นผู้ที่ให้สิทธิ์ในการประกอบธุรกิจ

ผู้รับสิทธิ์ (Franchisee) ซึ่งเป็นผู้รับสิทธิ์ในการประกอบธุรกิจ

ค่าสิทธิ์ (Royalty Fee) ซึ่งก็คือค่าตอบแทนที่ผู้รับสิทธิ์ต้องจ่ายให้กับเจ้าของสิทธิ์

แล้วทำไมธุรกิจระบบแฟรนไชส์ถึงได้เป็นที่นิยมแก่ผู้ที่ต้องการลงทุนการค้าปลีกล่ะ? นั่นก็เป็นเพราะว่าธุรกิจแฟรนไชส์มีโอกาสประสบความสำเร็จได้มากกว่าและมีความเสี่ยงน้อยกว่าการเริ่มต้นธุรกิจใหม่ เพราะเจ้าของแฟรนไชส์นั้น ได้พัฒนาและทำการตลาดจนสินค้าและแบรนด์ของตนกลายเป็นที่

รู้จักเรียบร้อยแล้ว นักลงทุนหน้าใหม่จึงไม่จำเป็นต้องปวดหัวกับการคิดหากลยุทธ์เพื่อตีตลาดอีกต่อไป นอกจากนี้นักลงทุนยังจะได้เรียนรู้วิธีการบริหารธุรกิจ และการวางแผนที่มีประสิทธิภาพ โดยที่ได้รับความรู้ที่คุ้มค่าไปพร้อมๆ กันอีกด้วย หากคุณเป็นคนที่กำลังคิดอยากจะซื้อธุรกิจแฟรนไชส์อยู่ล่ะก็ คุณไม่ควรพลาดบทความดีๆ แบบนี้โดยเด็ดขาด

ก่อนที่คุณจะตัดสินใจเริ่มต้นธุรกิจระบบแฟรนไชส์นั้น คุณควรประเมินเกี่ยวกับธุรกิจนั้นๆ ให้ดีเสียก่อน เพื่อที่จะได้เข้าใจในธุรกิจที่กำลังจะทำการลงทุนและเพื่อไม่เป็นการเสียผลประโยชน์ของตัวเอง สิ่งที่คุณควรพิจารณาอันมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

» คุณควรตัดสินใจก่อนว่าคุณชอบธุรกิจประเภทใดและธุรกิจประเภทไหนที่กำลังเป็นที่ต้องการของตลาด ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงเรียนกวดวิชา ร้านอาหารฟาสต์ฟู้ด บริการอาหารว่าง เบเกอรี่ เครื่องดื่มต่างๆ ความสวยความงาม การดูแลสุขภาพ และอื่นๆ อีกมากมาย

- » เมื่อเลือกได้แล้วเราก็ควรศึกษาถึงข้อมูลและภูมิหลังของบริษัทนั้นว่ามีความน่าเชื่อถือมากน้อยเพียงใด เป็นบริษัทที่มีความมั่นคงทางด้านการเงินและมีภาพลักษณ์ที่ดีหรือไม่ และเป็นธุรกิจที่ได้มาตรฐานหรือเปล่า ซึ่งเราอาจลองไปใช้บริการร้านค้าที่เราต้องการซื้อแฟรนไชส์ดูเพื่อประเมินถึงเรื่องนี้
- » นอกจากนี้เรายังควรพิจารณาเงินทุนของเราด้วยว่าพอที่จะสามารถนำไปซื้อแฟรนไชส์และซื้อทำเลที่ต้องการได้หรือไม่
- » เลือกทำเลให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและธุรกิจที่เราต้องการจะทำ หากกลุ่มเป้าหมายของเราเป็นกลุ่มเด็กนักเรียนและนักศึกษา เราก็ควรที่จะเลือกทำเลที่ใกล้กับสถาบันการศึกษา หรือถ้าหากเป็นกลุ่มวัยทำงาน เราก็ควรไปตั้งให้อยู่ใกล้กับแหล่งที่เป็นศูนย์รวมของบริษัทต่างๆ
- » เริ่มติดต่อกับบริษัทแฟรนไชส์ที่ต้องการเพื่อติดต่อขอข้อมูลเพิ่มเติม อย่างรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจและการลงทุน รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจ โดยที่เราอาจสอบถามข้อมูลจากหลายๆ บริษัทเพื่อนำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลกัน
- » เมื่อเลือกแฟรนไชส์ได้แล้ว ก็ให้ทำการศึกษาขั้นตอนการดำเนินงานของธุรกิจอย่างลึกซึ้ง และดูว่าเป็นไปตามที่เราต้องการและเราสามารถทำได้หรือไม่
- » ถ้าทุกอย่างลงตัวเรียบร้อย ก็เตรียมดำเนินการเพื่อเริ่มเปิดกิจการธุรกิจได้ทันที

หากคุณยังไม่ทราบว่าตนเองต้องการดำเนินธุรกิจแฟรนไชส์ประเภทใดและจากบริษัทไหน เราขอเสนอธุรกิจแฟรนไชส์ทั้ง 6 อันดับที่กำลังเป็นที่นิยมในขณะนี้

- » ธุรกิจแฟรนไชส์ที่มาแรงเป็นอันดับ 1 และมีมากที่สุดในประเทศไทยคือธุรกิจด้านอาหารว่างและเบเกอรี่ คนไทยให้ความสำคัญกับอาหารมาช้านาน เมื่อเจอคนรู้จักก็มักจะทักทายกันด้วยการถามว่า “ทานข้าวหรือยัง” อยู่เสมอ ธุรกิจทางด้านอาหารว่างที่กำลังเป็นที่นิยมมีดังนี้ Ayo Chips (มันฝรั่งทอดเกลียวเสียบไม้) แจ็คลูกชิ้นปลาระเบิด หมูย่างเฉพาะกิจ ตำนานฝรั่งแซ่บวัย 50 ปี ปังสด (ขนมปัง-นมสด) มหาชัยไอศกรีม เอ็นแอนด์บีเครป เดอะวอฟเฟิล เจากิวเฮฮา ชายสี่-หมื่นเกี่ยว เจียงลูกชิ้นปลา และอื่นๆ อีกมากมาย
- » เนื่องจากประเทศเราเป็นเมืองร้อน ดังนั้นธุรกิจประเภทเครื่องดื่มที่ดื่มแล้วเย็นชื่นใจ จึงขายดีเป็นเทน้ำเทท่า ซึ่งก็คงไม่อาจกล่าวถึงธุรกิจชาไข่มุกและกาแฟไปไม่ได้ ธุรกิจเครื่องดื่มที่กำลังมาแรงในขณะนี้ได้แก่ คาเฟ่

- ชอน (Café Amazon) กาแฟสดชาวดอย (Chaodoi Coffee) โอชายะ (Ochaya Tea) คุมะชะชาไข่มุก (Kumaa Cha) โมชิ ชาไข่มุก (Mochi Milk Tea) คอฟฟี่ทูเดย์ (Coffee Today) ฮักเฮง กาแฟโบราณ (HugHang Coffee) เป็นต้น
- » ธุรกิจแฟรนไชส์ทางการศึกษาเองก็กำลังได้รับความนิยมอย่างมากเช่นกัน เพราะพ่อแม่ผู้ปกครองส่วนใหญ่มักมีความต้องการที่จะให้บุตรหลานได้เข้าเรียนต่อยังสถานศึกษาที่ดี ดังนั้นที่เรียนพิเศษจึงเปรียบเสมือนกับบ้านหลังที่ 3 ที่คอยช่วยกวดขันวิชาต่างๆ ให้เด็กนักเรียนเหล่านั้น ธุรกิจแฟรนไชส์ทางการศึกษาที่น่าสนใจ ได้แก่ สถาบันสมาร์ทเบรน คุมอง ศูนย์ศิลปะ 3 มิติ เคลย์เวิร์คส อิงลิชคอนเนอร์ สถาบันพัฒนาทักษะคณิตศาสตร์คิงแมกส์ ซีเอ็ดเลิร์นนิ่งเซ็นเตอร์ เป็นต้น
- » สมัยนี้ไม่ว่าจะหันมองไปทางไหนก็มักจะได้เห็นแต่คนที่ดูดีอยู่เสมอ เพราะทั้งผู้หญิงและผู้ชายต่างก็หันมาดูแลตัวเองกันมากขึ้น ดังนั้นก็คงจะขาดธุรกิจแฟรนไชส์ด้านความงามและด้านการดูแลสุขภาพไปไม่ได้เลย กลุ่มเป้าหมายของแฟรนไชส์นี้คือผู้ที่กำลังในการจ่ายสูง ถ้าหากผลิตภัณฑ์นั้นมีประสิทธิภาพที่ดี พวกเขา ก็ยอมจ่ายโดยไม่สนใจเรื่องราคามากนัก ซึ่งแฟรนไชส์ที่กำลังเป็นที่นิยมได้แก่ วุฒิศักดิ์คลินิก บิวตี้ เอ็กซ์เพรส ไซท์ ฮอก สปา ศูนย์ความงามการแพทย์ตะวันออก โคเคท บิวตี้เนลชาลอนด์แอนด์สปา ไบโอ 2000 เจลลี่เบิร์ด เฮลตี้โซน และอื่นๆ อีกมากมาย
- » ธุรกิจด้านการบริการที่เน้นเรื่องการมอบความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าและมีความหลากหลาย ก็กำลังเป็นที่นิยมเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นบริการรับชำระค่าบริการส่งไปรษณีย์ บริการจองตั๋วเดินทาง บริการถ่ายเอกสาร ส่งแฟกซ์ บริการดูแลรถ และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งธุรกิจที่ให้บริการหลากหลายด้านและมีความครบครัน อาทิเช่น มายเปย์ ตู้ชำระค่าบริการ ควิก เซอร์วิส วัน เซ็นต์ เซ็นเตอร์เซอร์วิส โมลี่ คาร์แคร์ เป็นต้น
- » ธุรกิจอีกประเภทที่กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก และมีผู้คนให้ความสนใจมากมายคือ ธุรกิจการค้าปลีก อาทิเช่น ร้านสะดวกซื้อต่างๆ ซึ่งเป็นร้านค้าที่อยู่คู่กับคนไทยมาช้านาน รับรองได้ว่าเมื่อเปิดให้บริการแล้ว ลูกค้าจะต้องเข้ามาจับจ่ายใช้สอยอย่างแน่นอน ตัวอย่างแฟรนไชส์ร้านค้าปลีก ได้แก่ เซเว่นอีเลฟเว่น เพชรมาร์เก็ต มินิมาร์ท 108 ซุป แพนซีมาร์เก็ต รวมทั้งร้านที่มียอดขายเรื่องราคาระดับสูงอย่าง ไตโซ นพรัตน์ 20 เป็นต้น



เมื่อเราคิดจะเริ่มตั้งธุรกิจแฟรนไชส์ สิ่งสำคัญที่เราควรให้ความสนใจมากๆ ก็คือกลยุทธ์การตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้คนเข้ามาใช้บริการ เราควรจัดเตรียมแผนการที่มีประสิทธิภาพเอาไว้ล่วงหน้า เพื่อป้องกันการขาดทุน สร้างกำไรและส่งเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้าของเรา

- » **สิ่งสำคัญอย่างแรกคือ** คุณภาพสินค้าของเราต้องดีและได้มาตรฐาน ถึงแม้ว่าเราจะได้รับสินค้าที่ส่งตรงมาจากร้านใหญ่เหมือนกัน แต่เราก็ควรเก็บรักษาสินค้านั้นให้เหมาะสมและถูกสุขอนามัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าประเภทอาหารว่างและเครื่องดื่ม อีกทั้งเรายังควรดูแลร้านค้าของเราให้สะอาดอยู่เสมอ เพื่อให้ผู้ที่เข้ามาใช้บริการเกิดความประทับใจและอยากกลับมาอีก
- » **สิ่งสำคัญอย่างที่สองคือ** การบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ เราควรให้บริการลูกค้าทุกคนอย่างอบอุ่นเป็นมิตร จริงใจและเท่าเทียม เพราะไม่ว่าใครก็ย่อมอยากได้รับการบริการที่ดีกันทั้งนั้น เมื่อลูกค้าเดินเข้ามาในร้าน

เราก็ควรทักทายด้วยหน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส พูดยาให้ไพเราะ และกล่าวขอบคุณเมื่อลูกค้าเดินออกจากร้าน นอกจากนี้เรายังควรมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เราขาย เพื่อที่จะได้สามารถแนะนำข้อมูลให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- » **สิ่งสำคัญอย่างที่สามคือ** การส่งเสริมการขาย หากร้านของเราเพิ่งเปิดใหม่ เราอาจจัดโปรโมชั่นที่โดดเด่นและน่าสนใจเพื่อดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการ อีกทั้งเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่เพื่อให้กลายเป็นลูกค้าประจำในอนาคตอีกด้วย อาทิเช่น โปรโมชั่น ลด แลก แจก แถม ต่างๆ โปรโมชั่นเครื่องดื่มทาน 1 แก้ว ฟรี 1 แก้ว เป็นต้น
- » **สิ่งสำคัญอย่างที่สี่คือ** การประชาสัมพันธ์ เราสามารถประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับร้านค้าของเราผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ อาทิเช่น เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม ทวิตเตอร์ และสื่ออื่นๆ อีกมากมาย เพื่อให้ลูกค้ารับทราบถึงข้อมูลของร้านค้าเรา และเกิดความสนใจอยากที่จะเข้ามาใช้บริการ
- » **สิ่งสำคัญที่สุดก่อนที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจใดๆ** คือการศึกษาหาข้อมูลและตรวจสอบรายละเอียดให้ครบถ้วนเสียก่อน เพื่อที่เราจะได้รู้ถึงข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบของธุรกิจประเภทนั้นๆ อีกทั้งยังควรวางแผนการดำเนินธุรกิจเอาไว้ล่วงหน้า ไม่ว่าจะเป็นแผนตกแต่งร้าน ส่งเสริมการขาย กลุ่มเป้าหมาย การบริการที่มีประสิทธิภาพและกลยุทธ์ต่างๆ ที่จะช่วยให้ร้านของเราเป็นนิยมและมีภาพลักษณ์ที่ดี เพราะถึงแม้เราจะทำธุรกิจแฟรนไชส์ที่มีชื่อเสียงอยู่แล้ว แต่ถ้าหากเราไม่เตรียมวางแผนและหาวิธีป้องกันปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นเอาไว้ล่วงหน้า ธุรกิจของเราที่อาจอยู่ได้ไม่ยาวนานและไม่เป็นที่นิยมเพียงพอนอาจจะต้องยุติกิจการไปก็เป็นได้

ธุรกิจเพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม



บริษัท ที-เน็ต จำกัด องค์กรแห่งการเรียนรู้ไม่มีที่สิ้นสุด

“เราฟอร์มทีมกันขึ้นมาเพื่อตั้งศูนย์ประสานงานการรักษาความปลอดภัยคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทยที่เรียกว่า Thai CERT หรือ Thai Computer Emergency Response Team”

ดร.โกเมน พิบูลย์โรจน์ ผู้ก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการ บริษัท ที-เน็ต จำกัด ได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของบริษัท ที-เน็ต จำกัด ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงและปลอดภัยทางด้านสารสนเทศในระดับประเทศ ดร. โกเมน เล่าต่อถึงความเป็นมาว่า แต่เดิมเราเป็นกลุ่มนักวิจัยที่ทำโครงการเกี่ยวกับเรื่องการรักษาความมั่นคงปลอดภัยสารสนเทศที่อยู่ในศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ เราฟอร์มทีมกันขึ้นมาเพื่อตั้งศูนย์ประสานงานการรักษาความปลอดภัยคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทยที่เรียกว่า Thai CERT หรือ Thai Computer Emergency Response Team เมื่อประมาณ 10 กว่าปีที่แล้ว

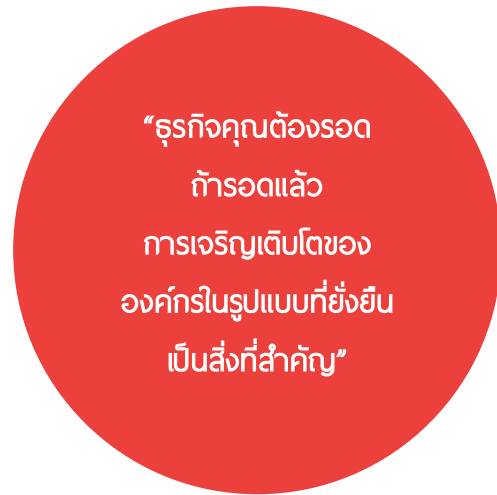
เราก็ผลักดันให้ Thai CERT เข้าเป็นสมาชิกอยู่ในอาเซียนและเข้าไปเป็นสมาชิกของศูนย์ประสานงานการรักษาความปลอดภัยคอมพิวเตอร์ในระดับโลก

หลังจากโครงการนั้นไปได้ประมาณ 7 ปี เรื่องทางด้าน IT security ในเมืองไทยเริ่มบูมและเป็นที่รู้จักมากขึ้น และก็มีภารกิจขอให้เข้าไปทำงานตามที่ต่างๆ มากพอสมควรในส่วนของทีมงานเองเราก็เริ่มถูกบริษัทต่างชาติพยายามซื้อตัวหรือแม้กระทั่งซื้อยกทีมเลยเราก็เลยเข้าไปคุยกับทางทีมผู้บริหารของสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ หรือที่รู้จักกันในนาม สวทช. ว่าควรจะมียุทธวิธีใหม่ที่จะเก็บรักษาทีมงานและก็ได้ทำงานเพื่อประโยชน์ของประเทศชาติต่อไป ทางผู้บริหารก็เลยบอกว่าถ้าอย่างนั้นเราควรจะตั้งเป็นบริษัทแยกตัวออกมาเลยได้ตั้งเป็น บริษัทที-เน็ต จำกัด ขึ้นมา ถึงแม้ว่าการตั้งบริษัทก็จะมีเรื่องความเสี่ยงเรื่องความไม่มั่นคงในหน้าที่การงานก็ตามแต่ แต่ก็ต้องบอกว่าทุกคนก็มีแนวทางในการดำรงชีวิตและการทำงานของแต่ละคนอยู่แล้ว ดังนั้นการที่เรามาตั้งบริษัทนี้ขึ้นมา สิ่งที่เราให้ความสำคัญกับมันมากที่สุดก็คือ

ว่า เราจะทำอย่างไรที่จะสามารถรักษาทีมผู้เชี่ยวชาญให้อยู่กับเราให้ได้ อย่างที่สองเรามองถึงเรื่องการพัฒนาวิศาสตร์เทคโนโลยีของประเทศ หรือแม้กระทั่งความจำเป็นของประเทศ ไทยจำเป็นต้องมีกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้าน IT Security ให้คงอยู่ เพราะว่า IT Security เราก็ไม่แน่ใจเหมือนกันว่าวันหนึ่งเกิดเหตุการณ์อะไรที่มันร้ายแรงขึ้นมากับประเทศไหนสักประเทศหนึ่งเราก็จะต้องมีความจำเป็นระดมทีมผู้เชี่ยวชาญและเอาผู้เชี่ยวชาญที่ไว้ใจได้เชื่อถือได้ ที่ผ่านการเทรนและมีประสบการณ์ เราก็พร้อมที่จะรับพันธมิตรหรือการกิจตรงนั้นให้ได้

แนวทางในการการดำเนินงานธุรกิจ

บริษัท ที-เน็ต จำกัด เองมีงานที่ทำอยู่แล้วมาคืองานเป็นที่ปรึกษาทางด้าน Technology IT security Consult ที่เกี่ยวกับด้าน IT Security อย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งเป็นการทำเกี่ยวกับมาตรฐานการรักษาความมั่นคงปลอดภัยหรือกระบวนการ ISO27001 ISO20000 ISO2031 นอกจากนี้ยังมีโครงการก่อนที่ บริษัท ที-เน็ต จำกัด จะแยกตัวออกก็คือเราได้ทำเรื่องเครื่องรับสัญญาณโทรศัพท์มือถือให้กับกองทัพบกนำไปใช้ในพื้นที่ภาคใต้ ประมาณ 88 เครื่อง หลังจากนั้นพอดีบริษัทที-เน็ต ขึ้นมาแล้วก็เราเอาพื้นฐานความรู้ทางวิทยทางด้านที่เคยทำเกี่ยวกับเครื่องส่งสัญญาณโทรศัพท์มาทำเครื่องตัดสัญญาณรีโมท ก็เลยได้มีการผลิตเครื่องตัดสัญญาณรีโมทและก็นำไปใช้ตามศูนย์สอบต่างๆ และก็เปิดเป็นธุรกิจให้บริการเข้าเครื่องตัดสัญญาณรีโมทเพื่อป้องกันการทุจริตในการทำการสอบแข่งขัน โดยมีการส่งเจ้าหน้าที่ของเราพร้อมเครื่องตัดสัญญาณรีโมทและเปิดเครื่องตัดสัญญาณในบริเวณสนามสอบ ซึ่งจะทำให้พวกอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีการแอบนำเข้าไปเพื่อทุจริต ไม่สามารถใช้งานได้ จึงทำให้การสอบเข้าไปในหลายๆแห่งเกิดความยุติธรรมมากขึ้น ตัวอย่างที่เราเข้าไป เช่น การสอบ ก.พ. ทั่วประเทศเลย การสอบเข้าบรรจุเป็นข้าราชการพนักงานตำรวจแห่งชาติ และการสอบเข้าธนาคารต่างๆ เราติดต่อกับกับศูนย์สอบธรรมศาสตร์รังสิตในการนำเครื่องส่งสัญญาณไปใช้ โดยมีทีมผู้เชี่ยวชาญของเราไปดูแลให้ด้วย นอกจากนี้ บริษัท ที-เน็ต จำกัดได้รับการส่งเสริมการลงทุนจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน หรือ BOI ทางด้าน IT security ในด้าน R&D คงจะพูดได้ว่าน่าจะเป็นบริษัทเดียวในประเทศไทยที่ได้รับการส่งเสริมการลงทุนจาก BOI ทางด้านนี้



ส่วนในด้านการพัฒนาบุคลากร

ที-เน็ต ปลุกฝังเสมอให้มีการสร้างวัฒนธรรมในองค์กรของเราให้เป็นศูนย์การเรียนรู้พนักงานรุ่นใหม่ที่เราเข้ามาเราก็จะมอบสิ่งที่เรียกว่า Mission ให้เลยว่านอกจากคุณต้องทำงานให้มีประสิทธิภาพแล้วเราจะมอบใจยกยให้เลยว่าถ้าคุณทำงานด้าน IT Security คุณจะต้องสอบได้ Certificate เบื้องต้นทาง Security ที่กำหนดไว้ให้ผ่านให้ได้ ถ้าสมมติสอบได้เราก็จะรับคุณเป็นพนักงานประจำ เมื่อคุณสามารถสอบได้ Certificate ต่างๆ ที-เน็ต จะต้องมีผลประโยชน์ให้ในส่วนที่เป็นความรู้ความสามารถของคุณอย่างแน่นอน ในส่วนด้านการฝึกอบรม เราจะจัดให้รุ่นพี่รุ่นน้องมีการ Training ภายในหรือแม้กระทั่งในการติดต่อกันภายในก็ตาม ให้รุ่นน้องติดตามรุ่นพี่ไปด้วยเสมอ หรือหากรุ่นพี่มีความรู้ทางด้านไหนเราก็มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ภายในทีมให้กันเป็นประจำอยู่แล้ว เรียกได้ว่าวงการของธุรกิจนี้เป็นธุรกิจเฉพาะหรือ Niche Market มันก็เลยมีผู้เล่นในตลาดนี้น้อยลงไปด้วย

หลักการบริหารธุรกิจของ

ที-เน็ต การทำงานด้านความมั่นคง ดร. โทแมน กล่าวว่า มันจะต้องมีเรื่องความมั่นคงใจความเชื่อมั่นเข้ามาเกี่ยวข้อง ต้องบอกว่า ที- เน็ต เป็นกลุ่มนักวิจัยที่ทำเรื่องนี้มานานเป็นสิบๆ ปีและเราก็อยู่ในสังกัดของหน่วยงาน สวทช. แล้วบริษัท ที-เน็ต เองก็ถือหุ้นโดย สวทช. 49% พนักงานทุกคนของบริษัท ที-เน็ต จะต้องผ่านการฝึกอบรมในด้าน Non-Disclosure Agreement ซึ่งก็คือสัญญาการปกปิดข้อมูลเพื่อที่จะทำให้อุบัติการณ์ทุกคนของบริษัท ที-เน็ต เกิดความมั่นใจว่าข้อมูลของคุณที่อยู่กับทีมงานเราจะไม่รั่วไหลแน่นอน และเราก็

มั่นใจว่าการจัดตั้งบริษัทนี้ขึ้นมาโอกาสที่จะจึงของธุรกิจนี้คงเป็นไปดียาก ธุรกิจนี้ที่ผ่านการดำเนินงานมาตลอดระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมามีสามารถอยู่ได้และสร้างผลกำไรได้ทุกปี

นอกจากนี้ที่-เน็ต ได้มีการให้สวัสดิการพนักงานโดยการกระจายหุ้นบริษัทให้กับพนักงานเพื่อให้พนักงานได้มีส่วนร่วมในการเป็นเจ้าของบริษัท ดร.โกเมนเชื่อมั่นว่า เมื่อไหร่ที่คุณมีความเป็นเจ้าของบริษัทปุ๊บ แน่แน่นอนคุณจะให้ค่าสำคัญกับเรื่องข้อมูลว่ามันจะหายไปหรือไม่เมื่อมีความเป็นเจ้าของแล้ว มันก็เป็นบริษัทของคุณเองแล้ว มันก็จะทำให้ทุกคนเกิดระแวงระวังเรื่องพวกนี้มากขึ้นในฐานะที่ตัวเองเป็นเจ้าของบริษัทเอง ส่วนในเรื่องของพนักงานใหม่ที่เพิ่งเข้ามาที่อาจจะออกนอกกลุ่มออกไปบ้าง ทางที่-เน็ต ก็พยายามให้คำแนะนำเขาเพื่อให้พนักงานใหม่เหล่านั้นสามารถที่จะทำงานได้อย่างถูกต้อง เป็นไปในทิศทางที่ดีและเหมาะสมได้

หลักการบริหารธุรกิจของ

ที่-เน็ตอยู่ในบริษัทที่เกี่ยวกับเทคโนโลยีเราก็มีหน้าที่ตามเทคโนโลยีแล้วก็ถ้าเป็นไปได้ก็ต้องเป็นผู้นำร่องอะไรก่อนคนอื่นในเรื่องที่จะรู้ว่าตอนนี้มีความเสี่ยงอะไรบ้าง เพื่อที่เอาไปให้คำปรึกษากับลูกค้าของเรา ให้มองดูว่า ที่-เน็ต เป็นนักวิจัยที่จะเอาผลงานที่เราได้ทำในห้องวิจัยและขยายผลออกไปเพื่อให้เกิดประโยชน์ให้แก่สังคม นอกจากนี้ในส่วนของการที่ปรึกษา ที่-เน็ต ก็จะมีรูปแบบของงานที่ต้องทำออกมาจะมีวิธีการเข้าไปอย่างไรให้ลูกค้าสบายใจ ทำงานอย่างไรให้เป็นมืออาชีพ และทำงานอย่างไรเพื่อให้คุ้มค่ากับเวลาให้ได้มากที่สุด โปรเจกต์ไหนที่เรียกว่าใช้เวลาเยอะทางบริษัทก็พยายามลดให้ได้มากที่สุดเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุด หรือเอากลับมาทำที่ออฟฟิศแทน เพราะว่าการทำงานของเรามันเป็นค่าใช้จ่ายที่ลูกค้าต้องรับผิดชอบทั้งนั้น โดยรูปแบบของ Business ที่-เน็ต เองเป็นธุรกิจคนไทยความแตกต่างที่ไม่เหมือนกับบริษัทต่างชาติตรงที่เข้าไปเป็นที่ปรึกษาแล้วทำงานตั้งแต่ 8 โมง - 5 โมงเย็น ถึงเวลาเขาก็กลับเพราะเขาจะมีเวลาอยู่แค่นั้น แต่การที่เราที่เป็นบริษัทคนไทยเข้าไปทำงานให้แก่ลูกค้า ทางไหนที่เราทำได้บริษัทจะพยายามอะลุ่มอล่วยให้ได้มากที่สุด ในการที่ลูกค้าอาจจะขอเพิ่มบ้างหรืออะไรพวกนี้ถ้าอันไหนที่มันไม่เหลือบ่ากว่าแรงมากทางบริษัทก็ที่ยินดีทำให้ แต่อย่างไรก็ตามต้องบอกได้เลยว่าเรื่องพวกนี้เป็นเรื่องที่ต้องทำความเข้าใจกับลูกค้าของ ที่-เน็ต ซึ่งต้องบอกว่าเป็นประเด็นที่ยากที่สุดที่จะต้องทำความเข้าใจกับลูกค้าให้ได้

กลยุทธ์การตลาด

ที่-เน็ต นั้นอย่างที่ได้ออกแล้วว่า ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจเฉพาะ ลูกค้าที่มีจึงมีแค่ว่ากลุ่มไม่ก็แห่ง เพราะฉะนั้นการแข่งขันมันยากที่จะหาลูกค้า แต่สิ่งที่สำคัญที่สุดคือทำอย่างไรที่จะไปค้นหาลูกค้ากลุ่มนี้ให้เจอให้ได้ ซึ่งในปัจจุบันเราจะเห็นเลยว่าภัยทางด้าน IT Security มีมากขึ้น คุณจะเห็นเลยว่าเดี๋ยวนี้จะมีอะไรคุณก็จะโพสต์รูปขึ้น จะด่ากัน ผ่าน Facebook ตลอดเวลาใครก็จะเจาะระบบเข้ามาหาคุณได้ง่ายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเรื่องเกี่ยวกับการโกงบัตรเครดิตหรือแม้กระทั่งทำเครื่อง Skimmer ของตู้ ATM ซึ่งเหล่านี้เราก็มีความเชี่ยวชาญที่จะทำการป้องกันหรือให้คำแนะนำเกี่ยวกับลูกค้าของเรา หรือแม้กระทั่งในระบบ IT ใหญ่ๆ ของหลายๆ องค์กรต้องบอกว่าปัจจุบันข้อมูลคุณอยู่ในระบบสารสนเทศหมด มีอะไรก็จะอยู่ในระบบออนไลน์ ถ้าเกิดข้อมูลคุณสูญหายขึ้นมาหรือมีการขโมยจากระบบ นั้นก็แสดงว่าข้อมูลคุณหมดแล้วหายไปหมดแล้ว เราก็ต้องคิดหาวิธีการที่จะเข้าไปทดสอบระบบและป้องกัน หากระบวนการวิธีป้องกันหรือแม้กระทั่งทำ Performance ของระบบให้สามารถที่จะใช้งานได้ในช่วงระยะเวลาที่มีคนใช้งานเยอะๆ ได้พร้อมๆ กัน

เป็นการวิจัยและพัฒนาธุรกิจ เราก็จะมีกลุ่มที่ทำการวิจัยและติดตามเกี่ยวกับเรื่องมาตรฐานใหม่ๆ ที่เกี่ยวกับเรื่องภัยทางด้านเทคโนโลยีระบบใหม่ๆ ทุกรุ่นที่มีเหตุการณ์ที่มันเป็นข่าวหรือว่าเป็น Case Study ต่างๆ ที่เกิดขึ้น เราก็มักมีทีมที่จะ Monitor หรือติดตามให้สังคมเกิดการตื่นตัว ยกตัวอย่างเช่นเราดูว่าเคสนี้เกิดขึ้นเพราะอะไรแล้วสามารถแจ้งเตือนสังคมได้โดยที่ไม่ส่งผลกระทบต่อผู้ให้บริการ ยกตัวอย่างเช่นในอดีตเราได้มีการแจ้งเตือนภาคเอกชนเกี่ยวกับเรื่องการโกงผ่านตู้ ATM โดยใช้เครื่อง Skimmer ด้วยวิธีต่างๆ การโกงบัตรเครดิตหรือแม้กระทั่งการโอนเงินผ่าน E-banking เราก็พยายามอธิบายนอกจากนี้ ที่-เน็ต ยังคงมีความสัมพันธ์อันดีกับสื่อมวลชนทั้งทางสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ในการที่จะเผยแพร่ข้อมูลนี้นำไปเสนอให้กับสาธารณะเพื่อที่จะไม่ให้เกิดอันตรายที่ทั่วปดเป็นเหยื่อมิจฉาชีพ

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

ดร.โกเมน กล่าวถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ ที่-เน็ต ว่าสิ่งที่เราทำก็คือต้องทำตัว Product ที่เรียกว่าสามารถใช้งานได้ง่ายขึ้นสำหรับลูกค้า เพื่อให้การทำงานได้ง่ายขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เครื่องตัดสัญญาณรีโมท เครื่องตัดสัญญาณ

โทรศัพท์ เราก็พัฒนาและสามารถยกไปตั้ง และมีการ Set up โดยใช้เวลาน้อยกว่า จากเดิมเราใช้เครื่องหนึ่ง จะต้องใช้พนักงานมากถึงสองสามคนในการที่จะไปดูแล ปัจจุบันเราก็สามารถใช้เพียงแค่นคนเดียวก็พอแล้ว และเราสามารถขยายจำนวนได้มากขึ้น

ความร่วมมือระหว่างประเทศและองค์กรต่างๆ



ที-เน็ต เคยทำศูนย์ประสานงานการรักษาความปลอดภัยทางคอมพิวเตอร์แห่งประเทศไทย ในอดีตทางองค์กรได้มีการร่วมมือกับต่างประเทศอยู่แล้ว หน่วยงานต่างประเทศก็มีการส่งข้อมูลที่มีประโยชน์มาเป็นเรื่องปกติอยู่แล้ว เพราะฉะนั้นความสัมพันธ์ที่ดีในระดับต่างประเทศเรามีอยู่แล้ว และเราก็ทำธุรกิจกันมานานต่างประเทศก็มีความเชื่อมั่นในองค์กรของเรา ส่วนที่สองในการทำธุรกิจภายในประเทศเอง เราก็มีความสัมพันธ์อันดีกับหน่วยงานความมั่นคงต่างๆ เช่น หน่วยงานทหาร ตำรวจ ต้องบอกว่าแม้กระทั่งบางครั้งเราจะรับพนักงานเข้ามาเราก็อาจจะดูว่าเขามีประวัติอาชญากรรมที่เกี่ยวกับเคยไปโจรกรรมใครมาบ้างหรือเปล่า มีประวัติที่ไม่ดีมาบ้างหรือไม่ หรืออะไรก็ตามที่เราจะต้องดูแล ซึ่งทางบริษัทอาจจะต้องส่งตัวพนักงานไปให้ทางเจ้าหน้าที่ตำรวจหรือ DSI นี้ช่วย scan บุคลากรนั้นให้ก่อนว่าเขาเป็นพนักงานที่ไว้วางใจได้หรือไม่

ดร. โกเมน ผู้บริหารของ ที-เน็ต บอกเล่าถึงการประสบความสำเร็จในปี 2548 เขาได้รับเลือกให้เป็น The Most Outstanding Chief Security Officer ของ Asian ซึ่งเป็นผลดีต่อการตลาดในต่างประเทศของ ที-เน็ต เพราะความสำเร็จในจุดนี้ทำให้บริษัทหรือแม้กระทั่งตัวเขาเองได้มีโอกาสที่จะให้ความร่วมมือกับต่างประเทศในระดับ Asian และใน

ระดับภูมิภาคที่เพิ่มขึ้น ซึ่งมีหลายๆบริษัทเหมือนกันที่พยายามติดต่อเข้ามาว่าทาง ที-เน็ต มีความพร้อมมากน้อยแค่ไหน ถ้าหากว่ามีความพร้อมก็จะให้บริษัทเข้าไปทำงานที่ประเทศเพื่อนบ้าน ซึ่งปัจจุบันนี้ก็มีการคุยกันว่าจะมีโอกาสเป็นได้มากน้อยแค่ไหน ซึ่งของพวกนี้มันต้องใช้เวลา ในทีมของ ที-เน็ต เองก็พยายามพัฒนาพื้นฐานทางด้านภาษาอังกฤษของพนักงาน เพื่อให้มีความรู้ความสามารถที่จะคุยกับลูกค้าต่างชาติได้ เพื่อให้พนักงานขององค์กรมีการเตรียมการต้อนรับสถานการณ์สำหรับตลาดต่างประเทศ นอกจากนั้นงานวิจัยพวกนี้เราก็พร้อมที่จะทำความร่วมมือกับต่างประเทศในระดับหนึ่ง หรือแม้กระทั่งในหลักสูตรหลายๆ หลักสูตรที่ทางองค์กรได้เข้าไปมีส่วนร่วม ที-เน็ต พยายามที่จะนำเอาแนวความคิด Business Model ที่เรากำลังทำขึ้นและประสบความสำเร็จในระดับหนึ่งไปอธิบายให้กับหน่วยงานที่เราสนใจได้

การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ AEC

โดยส่วนตัว ดร. โกเมนมองเห็นว่า ธุรกิจทางด้านนี้ในเมืองไทยเป็นธุรกิจเฉพาะและก็ยังไม่มีผู้เล่นมากนักหรือแม้กระทั่งในระดับ AEC ก็ต้องบอกว่ามีผู้เล่นไม่เยอะ ดีไม่ดีอาจจะเป็นโอกาสของทางบริษัทในแง่บวกด้วยซ้ำว่าเราสามารถที่จะไปบุกตลาดในประเทศเพื่อนบ้านได้ ธุรกิจบางประเภทมันเป็นเรื่องของความเชื่อมั่นความมั่นคง โดยเฉพาะธุรกิจของ ที-เน็ตเอง เพราะฉะนั้นเราคงไม่กังวลว่าคนอื่นเขาเข้ามาแล้วลูกค้าจะไปเลือกผู้ให้บริการรายอื่นที่เป็นบริษัทต่างประเทศ เพราะอย่างไรก็ตามลูกค้าก็คงกลัวว่าใครก็ไม่รู้ที่เข้ามาเขาจะมาทำงานให้ ทำเสร็จแล้วข้อมูลที่เป็นความลับจะไปอยู่ต่างประเทศกับผู้ให้บริการด้วย ซึ่งมันก็จะประเด็นปัญหาตรงนี้ที่จะต้องมี และอีกประเด็นหนึ่งเป็นปัญหาที่คิดว่าน่าจะเป็นโอกาสของเราก็คือการเป็นทีมงานที่ปรึกษา หรืองานที่ทำระบบ Document อะไรต่างๆ

ดร.โกเมน ชี้ให้เห็นอีกประเด็นหนึ่งที่คาดว่าจะมีปัญหาและน่าจะเป็นโอกาสของ ที-เน็ต คือการเป็นงานที่ปรึกษาหรืองานที่ทำระบบ Document อะไรต่างๆ เหล่านี้คนไทยยังสบายใจที่ได้รับรีพอร์ตเข้ามาเป็นภาษาไทย เพราะฉะนั้นในฐานะที่เป็นหน่วยงานทางด้านที่ปรึกษาได้ สิ่งสำคัญคือ คุณจะต้องคุยกับลูกค้าคุณต้องไปอยู่กับลูกค้า และที่สำคัญคุณจะต้องไปช่วยลูกค้าทำงานให้เป็นไปด้วยความราบรื่นและทำให้ลูกค้าเกิดความอุ่นใจสบายใจที่จะทำงานไปด้วยกันกับเรา ข้อดีอีกประการหนึ่งของการที่ปรึกษาในด้านนี้ ความเป็นคนไทยด้วยกัน มันจะช่วยให้เราทำงานกับลูกค้าได้อย่างสนิทสนม

คุณเคยได้มากกว่าที่ต่างชาติจะเข้ามาตั้งนั้นจุดนี้เลยเป็นโอกาสของเรา

ความสำเร็จที่น่าภาคภูมิใจที่ ที-เน็ต ที่สำคัญคือบริษัท ที-เน็ต จำกัด ได้รับรางวัล SMEs National Awards 2014 ดร.โกเมน กล่าวอย่างขี้มยิ้มว่า การส่งเข้าไปประกวดรางวัล SMEs Awards ต้องบอกอย่างแรกเลยที่เราเป็น SMEs และต้องมองว่า SMEs อย่างเราที่ทำธุรกิจที่ปรึกษาแล้วทำประโยชน์ต่อสังคมไม่ค่อยเยอะ การที่คุณทำธุรกิจเกี่ยวกับเรื่องไอเทค ทำงานวิจัยและคุณสามารถที่จะเข้าไปช่วยเหลือสังคม อธิบายให้ประชาชนเข้าใจว่าอะไรที่มีความเสี่ยง เช่น ถ้ามี Skimmer ไปดักไว้ที่ตู้ ATM คุณทำอย่างไรเมื่อการโกงบัตรเครดิตคุณทำอย่างไร การโกง e-banking คุณทำอย่างไร การแฮกอีเมลทำกันอย่างไร ยิ่งเรากระจายความรู้ความเข้าใจตรงนี้ออกไปยิ่งเยอะเท่าไร ประชาชนยิ่งรู้และถูกโดนโกงน้อยลงมันทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมเป็นอย่างมาก เรายังน่าจะมีโอกาสเข้าไปประกวด SMEs National Awards ทางด้านสาขาสังคม เพราะเราเชื่อมั่นว่าธุรกิจแบบนี้ที่เราสามารถช่วยเหลือสังคมได้ โดยใช้ Research and Development (R&D) การได้รางวัลนี้ถือเป็นความภาคภูมิใจขององค์กร นอกเหนือจากความภูมิใจก็คือมันเปิดโอกาสให้เราได้พัฒนาตัวเอง โดยมีผู้เชี่ยวชาญเข้ามา comment เข้ามาแนะนำว่าธุรกิจคุณยังมีข้อบกพร่องอะไร หากเราจะทำไปอย่างเดียวแต่การบริหารจัดการที่ไม่พร้อมเราก็ไม่สามารถทำให้องค์กรของเรามีการเจริญเติบโตที่จะก้าวไปข้างหน้าได้อย่างยั่งยืน เพราะฉะนั้น ดร.โกเมนได้ฝากถึงท้ายข้อคิดในการบริหารธุรกิจดี ๆ ไว้ว่า

“ธุรกิจคุณต้องรอด ถ้ารอดแล้ว การเจริญเติบโตขององค์กรในรูปแบบที่ยั่งยืนเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะฉะนั้นถ้ามีโอกาสการลองเข้าไปประกวดรางวัล SMEs National Awards คุณจะได้อะไรมากกว่าที่คิดแน่นอน”



เปลี่ยนขยะให้เป็นเงินล้าน

ใครจะรู้ว่าขยะที่เราเห็นคนทิ้งเกลื่อนเต็มไปหมดนั้น จะสามารถสร้างรายได้มากมายมหาศาลให้กับเจ้าของธุรกิจขยะรีไซเคิล ขณะที่คนส่วนใหญ่มองว่าขยะเป็นสิ่งสกปรก น่ารังเกียจและไม่เป็นที่ต้องการ แต่มีคนจำนวนไม่น้อยที่เดียวที่มองเห็นลู่ทางและสามารถเปลี่ยนขยะให้กลายเป็นเงินล้านได้ ในปัจจุบัน ธุรกิจการรีไซเคิลขยะ อย่างเช่นธุรกิจค้าของเก่าหรือรับซื้อของเก่า ถือเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ผู้ประกอบการให้ความสนใจเป็นอย่างมาก เนื่องจากมีการใช้เงินลงทุนที่ไม่สูง มีขั้นตอนการทำที่ไม่ยุ่งยากมากนัก และมีอัตราเสี่ยงน้อยกว่าธุรกิจด้านอื่นๆ รวมทั้งยังเป็นธุรกิจที่ช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และช่วยลดปัญหาขยะล้นเมืองอีกด้วย นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังมีโอกาสที่ดีในการขยายธุรกิจเดิมให้กลายเป็นธุรกิจ SMEs ขนาดใหญ่ที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้นอีกด้วย

ในปัจจุบันมีขยะอยู่หลักๆ ทั้งหมด 6 ประเภทด้วยกัน ที่สามารถนำมารีไซเคิลและนำกลับมาใช้ต่อได้ ได้แก่ กระดาษ พลาสติก เหล็กหรือโลหะ แก้ว อลูมิเนียม และยาง ซึ่ง

ผู้ประกอบการในบางธุรกิจก็อาจจะรับซื้อประเภทของขยะแค่เพียงประเภทใดประเภทหนึ่งหรืออาจจะมากกว่านั้นก็ได้ แต่จากการสำรวจพบว่าขยะที่ถูกนำมาแปรรูปเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ได้น้อยที่สุดก็คือขยะแบบพลาสติก เนื่องจากการแปรรูปที่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งสวนทางกับความต้องการของผู้บริโภคและร้านค้าต่างๆ ที่นิยมนำพลาสติกมาใช้ในชีวิตประจำวัน ดังนั้นจึงเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการที่จะพัฒนาศักยภาพในการแปรรูปพลาสติกให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ธุรกิจขยะรีไซเคิลก็ยังมิให้เลือกทำอยู่หลากหลายประเภทด้วยกัน ซึ่งสามารถแบ่งแยกย่อยออกได้ดังนี้

- » ธุรกิจรับซื้อของเก่าหรือขยะรีไซเคิล เป็นธุรกิจที่รับซื้อสินค้าจากผู้บริโภคโดยตรงและไม่ต้องใช้เงินลงทุนมาก ขอแค่เพียงมีพื้นที่ในการจัดเก็บขยะที่รับซื้อมา และหลังจากที่นำขยะมาแยกประเภทและทำความสะอาดเรียบร้อยแล้ว ก็สามารถนำไปขายให้กับโรงงานที่รับซื้อในราคาที่สูงขึ้นได้อีก

ด้วย ถือเป็น การสร้างกำไรและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ดู เหมือนไร้ค่าแต่ไม่ไร้ประโยชน์เหล่านี้

- » ธุรกิจแบบ SMEs เต็มตัว ยกตัวอย่างเช่น ธุรกิจรับย่อย ชยะพลาสติก ธุรกิจหลอม ริดและตัดเม็ดพลาสติก ธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์พลาสติกรีไซเคิล ธุรกิจหลอมเหล็ก และ ธุรกิจอัดกระดาษ เป็นต้น ซึ่งธุรกิจเหล่านี้มีระบบการจัดการที่ชัดเจนและมีการลงทุนในปัจจัยการประกอบการ ต่างๆ ที่ต้องใช้เงินทุนค่อนข้างสูงมากทีเดียว การจะทำ ธุรกิจนี้ เราจำเป็นต้องเลือกทำเลที่ตั้งของโรงงานให้ เหมาะสมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เลือกเครื่องจักรที่ เหมาะกับการนำมาใช้แปรรูปขยะรีไซเคิลแต่ละประเภท และ ว่าจ้างพนักงานที่มีศักยภาพมากเพียงพอ

ดังที่กล่าวไปแล้วว่าธุรกิจขยะรีไซเคิลนั้นเป็นธุรกิจที่ สามารถประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็ว เพราะมีอัตราเสี่ยง ที่น้อยกว่าธุรกิจแบบอื่นๆ รวมทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมและช่วยลดปริมาณขยะที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกๆ วันให้ ลดลงได้อีกด้วย ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่จึงให้ ความสนใจอยากทำธุรกิจประเภทนี้กันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจ ประเภทนี้มีอัตราการแข่งขันที่สูงมาก ดังนั้นผู้ที่สนใจอยากจะทำ จึงควรวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างรากฐาน ของธุรกิจให้มั่นคง และเพื่อเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันกับ ผู้ประกอบการรายอื่นอีกด้วย รายละเอียดของกลยุทธ์ในการ ลงทุนทำธุรกิจมีดังต่อไปนี้

- » **อย่างแรกที่ผู้ลงทุนควรจะทำคือเลือกที่เราต้องการ ประกอบธุรกิจแบบไหน**และเหมาะที่จะทำธุรกิจประเภทใด หากเรายังมีเงินลงทุนที่ไม่มากพอเราก็อาจจะเริ่มจาก ธุรกิจที่ไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูง อย่างธุรกิจรับซื้อของเก่า หรือขยะรีไซเคิลก่อนและเมื่อมีเงินทุนมากพอแล้ว เราก็ ค่อยๆ ขยับขยายธุรกิจของเราให้กลายเป็นธุรกิจแบบ SMEs เต็มตัว นอกจากนี้เราจะต้องเลือกด้วยว่าเรา ต้องการรับซื้อขยะประเภทใดและต้องการรับซื้อทั้งหมดที่ ประเภท
- » **อย่างที่ 2 คือ หาพื้นที่ในการจัดเก็บขยะ** หากเราทำธุรกิจ ประเภทแรก เราก็ควรที่จะหาพื้นที่ในการเก็บขยะที่เหมาะสม ซึ่งอาจจะเป็นโกดังที่อยู่ใกล้บ้านหรือพื้นที่ภายในบ้านเอง เพื่อให้เกิดความสะดวกต่อการนำไปขายต่อ อีกทั้งสถานที่ ในการรับซื้อขยะรีไซเคิลจากลูกค้าก็ควรตั้งอยู่บริเวณที่มี ถนนตัดผ่านและเดินทางเข้ามาได้อย่างสะดวก แต่ถ้าหาก ทำธุรกิจแบบที่ 2 เราก็ควรจะหาทำเลที่ตั้งสำหรับโรงงาน ที่เหมาะสมและห่างไกลจากชุมชนเพื่อป้องกันการสร้าง มลภาวะและความสกปรกต่อสิ่งแวดล้อม หากเราเลือก

ทำเลได้ดีก็ยิ่งเพิ่มโอกาสที่จะช่วยให้การลงทุนประสบ ความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน

- » **อย่างที่ 3 คือ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย** ผู้ประกอบการควรกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ต้องการ ทำธุรกิจด้วยให้ชัดเจน รวมทั้งต้องสัมพันธ์กับธุรกิจด้วย เพื่อให้ตรงตามความต้องการของทั้งลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และผู้ประกอบการธุรกิจเอง
- » **อย่างที่ 4 คือ การคัดแยกขยะและการทำความสะอาด อย่างมีประสิทธิภาพ** หลังจากที่เรารับซื้อของเก่าและขยะรี ไซเคิลเข้ามาแล้ว เราก็ควรจะเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าเหล่านี้ ด้วยการคัดแยกประเภทของขยะแต่ละชนิดและนำไปทำ ความสะอาดให้ดูใหม่หมดจด ก่อนที่จะนำไปขายต่อให้กับ โรงงานกลุ่มเป้าหมายที่รับซื้อ



- » **อย่างที่ 5 คือ การจัดสรรทรัพยากรบุคคล** สำหรับธุรกิจ แบบ SMEs ที่มีโรงงานเป็นของตนเองนั้น แน่นนอนว่า ผู้ประกอบการจำเป็นที่จะต้องว่าจ้างพนักงานเพื่อมาช่วย ดูแลและบริหารงานแต่ละส่วนในโรงงาน ซึ่งหนึ่งในปัจจัยที่ จะช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้นั้น ก็คือทรัพยากร บุคคลที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรจัด ฝึกอบรมและสัมมนาอยู่เสมอเพื่อให้พนักงานเข้าใจถึง ขั้นตอนการดำเนินงานได้เป็นอย่างดี
- » **อย่างที่ 6 คือ ผู้ประกอบการควรติดตามสภาวะ เศรษฐกิจที่ส่งผลต่อราคาของขยะอยู่เสมอ** เพื่อวางแผน กลยุทธ์ในการซื้อและขายสินค้ารีไซเคิลเหล่านี้เพื่อให้ได้กำไร สูงสุด เนื่องจากราคาของขยะรีไซเคิลมีการเปลี่ยนแปลง อยู่ตลอดเวลา
- » **อย่างที่ 7 คือ การสร้างพันธมิตรทางธุรกิจการค้า** เจ้าของธุรกิจควรประกอบการค้าอย่างสุจริต จริงใจและ ซื่อสัตย์เพื่อให้เกิดความสัมพันธ์ที่ดีต่อคู่ค้า นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังควรสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อคู่ค้าเอาไว้

หลายๆ ราย เพื่อกระจายความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ
ในกรณีที่สินค้าขาดตลาด

- » **อย่างที่ 8 คือ การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม**
กับการดำเนินธุรกิจ อย่างเช่นการจัดซื้อเครื่องจักรที่ช่วย
ในการจัดเก็บและขนส่งขยะรีไซเคิลได้อย่างสะดวกและ
รวดเร็ว เพื่อประหยัดเวลาและก่อให้เกิดประสิทธิภาพ
สูงสุด

สิ่งที่สำคัญที่สุดในการทำธุรกิจขยะรีไซเคิลคือการ
วางแผนกลยุทธ์ที่ดีและมีประสิทธิภาพ อีกทั้งเรายังควรเลือก
ธุรกิจที่เหมาะสมกับตัวเรามากที่สุดด้วย นอกจากการวางแผน
เพื่อพัฒนาให้ธุรกิจขยายตัวและได้ผลกำไรสูงสุดแล้ว เรายัง
ควรแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมในสังคม
และชุมชนที่เรอาศัยอยู่ อีกทั้งเรายังควรประกอบธุรกิจด้วยความ
ซื่อสัตย์ จริงใจ คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและไม่ทำให้ประชาชน
ที่อาศัยอยู่ในบริเวณใกล้เคียงโรงงานต้องเดือดร้อน เพื่อช่วยให้เรา
สามารถดำเนินธุรกิจนี้ได้อย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต





กระดาษมูลสัตว์

ใครหลายคนอาจเคยได้ยินหรือได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากกระดาษมูลสัตว์กันบ้างแล้ว แต่อีกหลายคนที่ยังไม่เคยเห็นคงนึกสงสัยว่า “กระดาษมูลสัตว์” นั้นมันเป็นยังไงกันนะ แล้วเขามีวิธีการแปรรูปมูลสัตว์ให้กลายเป็นกระดาษได้อย่างไร เพราะปกติมูลสัตว์นั้นเรามักจะนำไปทำเป็นปุ๋ยคอกใส่ต้นไม้เพื่อช่วยบำรุงให้เจริญงอกงามเพียงเท่านั้น แต่ใครจะรู้ว่าประโยชน์ของมันบวกกับความคิดที่สร้างสรรค์จะสามารถแปรรูปมูลสัตว์ให้กลายเป็นกระดาษที่แสนสวยงามได้ ธุรกิจกระดาษมูลสัตว์ คือธุรกิจสีเขียวหรือธุรกิจรักโลกแนวใหม่ที่นอกจากจะสามารถนำสิ่งเหลือใช้ของมูลสัตว์ต่างๆ มารีไซเคิลให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นแล้ว ยังเป็นการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และเป็นการนำทรัพยากรกลับมาใช้ให้เป็นประโยชน์อีกด้วย รูปแบบการผลิตกระดาษมูลสัตว์นั้นก็มีความคล้ายคลึงกับกระดาษสา แต่ด้วยความซับซ้อนมากกว่า เนื่องจากต้องนำมูลสัตว์ไปทำความสะอาดและกำจัดกลิ่นให้หมดไปเสียก่อน จึงจะนำมาแปรรูปเป็นสินค้าชนิดต่างๆ ต่อไปได้

แนวคิดของผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจกระดาษมูลสัตว์ส่วนใหญ่ มีจุดประสงค์เพื่อช่วยลดภาวะโลกร้อนและลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างสิ้นเปลือง เนื่องจากกระบวนการผลิตกระดาษ 1 ตัน ต้องใช้ต้นไม้มากถึง 17 ตัน และยังต้องใช้พลังงานน้ำกับไฟฟ้าในการผลิตที่สูงมาก ขณะที่คนไทยใช้กระดาษโดยเฉลี่ยถึง 3.9 ตันต่อปี ดังนั้นต้นไม้ก็จะถูกตัดมากถึง 66.3 ล้านต้นต่อปีเลยทีเดียว จากผลสำรวจพบว่าปริมาณขยะที่พบได้มากที่สุดก็คือกระดาษนี้เอง รองลงมาเป็นพลาสติก แก้วและโลหะต่างๆ นอกจากการนำกระดาษที่ไม่ใช้แล้วมารีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ประโยชน์ใหม่ กระดาษมูลสัตว์ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่เราจะสามารถช่วยลดการตัดไม้ทำลายป่าลงได้ อีกทั้งยังเป็นการช่วยอนุรักษ์ที่อยู่ของสัตว์ป่ามากมายอีกด้วย

ตัวอย่างของผู้ประกอบการธุรกิจกระดาษมูลสัตว์ที่มีชื่อเสียงและมีแนวคิดสร้างสรรค์ รวมทั้งให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมคงจะเป็นใครไปไม่ได้นอกเสียจาก คุณจัตฐิมา ปิงพยอม เจ้าของห้างหุ้นส่วนจี้ ครีเอท เธอเริ่มต้นการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจประเภทนี้ด้วยการไปรับมูลสัตว์จากสวนสัตว์เชียงใหม่ ในท่งซาฟารี มาแปรรูปเป็นกระดาษ โดยที่เธอนั้นได้จดลิขสิทธิ์การผลิตกระดาษจากมูลสัตว์ไว้แล้วทั้งหมด 4 ชนิดด้วยกัน นั่นก็คือ ฮิปโปโปเตมัส บ้าแคะ แรดและกระทิง ซึ่งเป็นมูลของสัตว์ป่าที่หายากและหายากชนิดอื่น ๆ นอกจากนี้เธอยังได้รับการยอมรับว่าเป็นผู้ผลิตกระดาษที่มีคุณภาพสูงที่สุดกว่าสัตว์ชนิดอื่นๆ นอกจากการนำมูลสัตว์มาแปรรูปเป็นสินค้าจะเป็นการช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายในการนำมูลสัตว์ไปบำบัดให้แก่สวนสัตว์แล้ว กรรมวิธีในการผลิตมูลสัตว์นั้น ยังใช้วัตถุดิบและสารทุกชนิดที่เป็นมิตรและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม เพราะมีการใช้ไฟฟอสเฟตไฮดรอกไซด์ซึ่งไม่ก่อให้เกิดมลพิษในน้ำ มาใช้ในการฟอกขาวแทนโซดาไฟหรือโซเดียมไฮดรอกไซด์ที่เป็นตัวอันตรายและทำให้น้ำเน่าเสีย นอกจากนี้เมื่อใช้ไฟฟอสเฟตไฮดรอกไซด์ในกระบวนการผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้ว เรายังสามารถนำไปบำบัดและส่งต่อให้กับโรงงานผลิตปุ๋ยได้อีกด้วย คุณจัตฐิมาเชื่อด้วยว่า ถ้าหากผู้บริโภคได้รู้ถึงความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และกรรมวิธีการผลิตที่ห่วงใยสิ่งแวดล้อมแล้วละก็ พวกเขาจะต้องอยากซื้อกลับไปใช้อย่างแน่นอน

ก่อนที่เราจะเริ่มลงทุนทำธุรกิจกระดาษมูลสัตว์ เรามาลองดูจุดเด่นและข้อดีเปรียบของธุรกิจประเภทนี้กันก่อนดีกว่าว่ามีอะไรบ้าง

- » **อย่างแรก คือ** ธุรกิจประเภทนี้สามารถหาวัสดุที่นำมาใช้ในการผลิตได้ง่าย โดยที่วัสดุส่วนใหญ่เป็นได้มาจากธรรมชาติที่สามารถนำมาแปรรูปให้เกิดประโยชน์ได้สูงสุด ซึ่งก็คือมูลจากสัตว์ชนิดต่างๆ โดยที่สัตว์แต่ละตัวก็มีมูลสัตว์ที่มีขนาดและปริมาณของเส้นใยแตกต่างกันไป ดังนั้นเราจึงควรเลือกและพิจารณาให้เหมาะสม
- » **อย่างที่สอง คือ** ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจสีเขียว หรือ ธุรกิจ Eco ที่มีจุดขายที่ค่อนข้างเด่นชัด ซึ่งก็คือการขายสินค้าเหลือใช้ที่ถูกล้างทำความสะอาดเพื่อเอากลับมาใช้ใหม่ได้อย่างเป็นประโยชน์ อีกทั้งยังเป็นการช่วยอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและลดภาวะโลกร้อนได้ดีทีเดียว
- » **อย่างที่สาม คือ** กระแสเทรนด์สินค้ารักษ์โลกกำลังมาแรง และกำลังเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนั้นสินค้าชนิดนี้จึงมีกลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลาย เพราะนอกจากจะเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคที่สนับสนุนสินค้าที่อนุรักษ์ทรัพยากร

และสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายอย่างวัยรุ่นและวัยทำงานที่ชอบสินค้าตามเทรนด์ได้อีกด้วย อีกทั้งสินค้าชนิดนี้ ยังได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติอีกด้วยเนื่องจากมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่ซ้ำใคร



นอกจากจุดเด่นหรือข้อดีเปรียบแล้วแน่นอนว่าธุรกิจนี้ย่อมมีอุปสรรคและปัญหาเช่นเดียวกัน ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- » **อุปสรรคแรก คือ** คู่แข่งทางการค้า ธุรกิจสีเขียวหรือธุรกิจ Eco กำลังได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการจำนวนมาก ซึ่งนอกจากธุรกิจกระดาษมูลสัตว์แล้ว ก็ยังมีธุรกิจแนวรักษ์โลกอีกหลากหลายประเภทที่มีการนำสิ่งของที่เหลือใช้มารีไซเคิล ทำให้เราต้องพยายามหาข้อได้เปรียบกับข้อเสียเปรียบของธุรกิจเราและจุดเด่นกับจุดด้อยของคู่แข่งเรา เพื่อนำมาปรับใช้และเพื่อสร้างกลยุทธ์พัฒนาธุรกิจต่อไปในอนาคต
- » **อุปสรรคที่สอง คือ** กระบวนการผลิตกระดาษมูลสัตว์นั้นต้องใช้ความพิถีพิถันอย่างมากจนบางครั้งอาจก่อให้เกิดความยุ่งยากในการผลิต ทั้งการนำมูลสัตว์มาทำความสะอาด กำจัดกลิ่น ฟอกสี และอื่นๆ อีกมากมาย ซึ่งถ้าหากเราไม่ใส่ใจในรายละเอียดการทำ ผลิตภัณฑ์กระดาษมูลสัตว์ก็อาจจะประสบความสำเร็จได้ยากมากทีเดียว ดังนั้นเราจึงควรศึกษาเพื่อให้เข้าใจถึงวิธีการทำอย่างถ่องแท้เสียก่อน
- » **อุปสรรคที่สาม คือ** ความไม่เข้าใจของผู้บริโภค เนื่องจากกระดาษชนิดนี้ทำมาจากมูลสัตว์ ทำให้ผู้บริโภคบางรายอาจไม่เข้าใจและมองผลิตภัณฑ์นั้นในแง่ลบได้ ดังนั้นเราจึงควรจะประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้เข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ของ

เราได้อย่างไร และพยายามดึงจุดเด่นที่ดีของธุรกิจนี้ออกมาขาย ยกตัวอย่างเช่น เป็นกระดาษที่ทำขึ้นเพื่อช่วยลดโลกร้อนและลดการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่สิ้นเปลือง หรือ พยายามทำให้ผู้บริโภคได้รู้สึกว่าคุณมีส่วนร่วมในการช่วยอนุรักษ์โลกด้วยการใช้กระดาษมูลสัตว์ เป็นต้น นอกจากนี้เรายังควรทำสินค้าให้มีความน่าดึงดูดใจและโดดเด่น อย่างการตกแต่งด้วยสีสันทันสมัย สวยงาม ประดับหรือตกแต่งด้วยการวาดตัวการ์ตูนรูปสัตว์ที่น่ารักช่วยดึงดูดความสนใจผู้บริโภค และอื่นๆ อีกมากมาย

ช่องทางการตลาดสำหรับธุรกิจประเภทนี้สามารถทำได้หลายช่องทางด้วยกัน แต่เราควรเลือกช่องทางที่เราสามารถบริหารและจัดการได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะขอยกตัวอย่างทั้งหมด 3 ช่องทางด้วยกัน

- » **ช่องทางที่ 1** คือการวางขายสินค้าหน้าร้าน เราอาจเปิดกิจการธุรกิจแบบค้าปลีก โดยนำสินค้าที่ทำจากกระดาษมูลสัตว์มาวางขาย โดยที่เราควรที่จะเลือกทำเลที่ตั้งที่มีคนพลุกพล่าน ตกแต่งร้านค้าให้มีสีสันทันสมัย น่าดึงดูดใจ และให้บริการที่ดีแก่ลูกค้า รวมทั้งให้ข้อมูลเรื่องการคัดสรรวัตถุดิบไปจนถึงกระบวนการผลิตจนออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ลูกค้ารับทราบถึงจุดยืนของสินค้าภายในร้าน
- » **ช่องทางที่ 2** คือการค้าขายสินค้าทางออนไลน์ โดยเราอาจขายผ่านทางเว็บไซต์ ทางเฟซบุ๊ก หรืออินสตาแกรมก็ได้ ซึ่งการขายของบนสื่อออนไลน์เหล่านี้ เป็นการช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างกำไรให้กับธุรกิจของเรา อีกทั้งเรายังสามารถเจาะตลาดต่างประเทศโดยลงขายบนเว็บไซต์ขายของออนไลน์ของต่างประเทศได้อีกด้วย
- » **ช่องทางที่ 3** คือการฝากสินค้าเข้าไปขายตามร้านค้าต่างๆ โดยที่เราควรที่จะเลือกร้านที่เหมาะสมกับสินค้าของเรา และเป็นร้านที่มีลูกค้าเข้าไปใช้บริการพลุกพล่าน เพื่อเพิ่มโอกาสในการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดให้มากขึ้น



ไม่ว่าธุรกิจใดๆ ก็ตามมักจะมีจุดเด่นและจุดด้อยที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งกระดาษมูลสัตว์ก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจสีเขียวที่มีจุดยืนที่เด่นชัดและโดดเด่นในเรื่องของการเป็นสินค้าที่สนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและช่วยลดภาวะโลกร้อน รวมถึงยังผลิตจากวัตถุดิบที่หาได้ง่าย แต่ก็อาจมีอุปสรรคในเรื่องของกระบวนการผลิตที่อาจจะต้องใช้ความพิถีพิถันอย่างมาก อีกทั้งยังมีคู่แข่งทางการค้าที่สูงอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการทุกคนก็ไม่ควรย่อท้อเมื่อเกิดปัญหาและอุปสรรคขึ้น รวมถึงยังควรหมั่นศึกษาหาความรู้เพื่อพัฒนาศักยภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้น



ธุรกิจสีเขียว (Green Business)

ธุรกิจสีเขียว (Green Business) หมายถึงการใช้การบริหารทุกทรัพยากรให้ถูกใช้ไปอย่างคุ้มค่า เคียงคู่ไปกับการพยายามรักษาสิ่งแวดล้อมซึ่งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจด้วย มีภาพพจน์ที่เป็นมิตรที่ต่อสังคม ชุมชน ที่ควรพึงได้รับการจัดการที่ดีขึ้น ควบคู่กันไป กล่าวคือการดำเนินการธุรกิจใดๆ นั้นของบริษัทหรือองค์กรโดยไม่ควรที่จะทำให้เกิดผลกระทบในทางลบใดๆ ต่อสภาวะแวดล้อมโลก หรือแม้แต่สภาพแวดล้อมของประเทศ ชุมชน หรือท้องถิ่นก็ตาม Green Business ให้ความสำคัญต่อผลลัพธ์ทางธุรกิจ 3 ด้านหลักที่สำคัญ (Triple Bottom) คือ

People คือ ผลลัพธ์ที่จะเกิดต่อมนุษยโลกที่เกี่ยวข้อง

Planet คือ ผลกระทบที่จะต้องเกิดต่อสิ่งแวดล้อม สภาวะทางอากาศ และการเปลี่ยนแปลงต่อธรรมชาติของโลกใบนี้นั่นเอง

Profit คือ ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการทำธุรกิจที่ปรารถนาให้ประสบความสำเร็จ

ในปัจจุบันนี้เนื่องจากว่าสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติได้ถูกทำลายลงไปมากจนเรียกได้ว่ามีความเสียหายที่เกิดขึ้นอย่างมหาศาล มลภาวะทางอากาศของโลกร้อนขึ้น ซึ่งสาเหตุหนึ่งคือ การกระทำของมนุษย์ที่มีอิทธิพลที่สำคัญที่สุด นั่นคือเริ่มมาตั้งแต่ยุคอุตสาหกรรมร่วมกว่าเกือบ 50-60 ปีที่ผ่านมา การจัดกิจกรรมทางการดำเนินธุรกิจโดยเฉพาะในภาคอุตสาหกรรมทำให้ความเข้มข้นของแก๊สเรือนกระจกในบรรยากาศเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จากเมื่อประมาณไม่ถึง 10 ปีก่อนหน้านี้ อุณหภูมิร้อนที่สุดเฉลี่ย 33 องศาเซลเซียส และในปัจจุบันกลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ จนถึงในอนาคต ผลจากความร้อนที่เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ นี้กระทบต่อทุกภาคส่วนบนโลกใบนี้ รัฐบาลของประเทศต่างๆ เริ่มตื่นตัวและรับทราบถึงผลกระทบที่เกิดขึ้น อีกทั้งยังพร้อมเพรียงกันในการร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการที่จะมีมาตรฐานการทั่วทั้งโลกว่าควรมีมาตรฐานการจัดการกันอย่างไรให้เหมาะสม

ในทางเศรษฐกิจมีส่วนได้รับผลกระทบกับการเปลี่ยนแปลงภูมิอากาศนี้ด้วยเช่นกัน ดังนั้นจึงควรมีการจัดการที่มีมาตรฐาน การดำเนินการของภาคเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับ

ธุรกิจให้กลายเป็น ธุรกิจสีเขียว (Green Business) ให้ได้โดยมี การวางกลยุทธ์และทิศทางให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ในบาง แห่งอาจใช้ชื่อเรียกต่างกันออกไป ซึ่งแนวทางหลักอยู่ 3 ประการที่ภาคธุรกิจไม่ว่าบริษัท หรือ ภาคอุตสาหกรรมต่างๆ ควรคำนึงถึงและยึดเป็นหลักการในการดำเนินการธุรกิจของ ตนเอง



1 การลดการใช้ของสิ้นเปลืองลง หรือ การใช้ให้น้อยลง (Reduce) คือการลดการใช้ทรัพยากรต่างๆภายในองค์กร โดยการใช้ทรัพยากรให้เกิดคุณค่าและใช้อย่างคุ้มค่ากับราคาให้มากที่สุดก่อน ตัวอย่างการลดการใช้ เช่น ลดและหลีกเลี่ยงการเก็บเอกสารหรือวัสดุอื่นใดที่ไม่จำเป็นต้องใช้งานในห้องที่มีเครื่องปรับอากาศ เพื่อลดการสูญเสียและใช้พลังงานในการปรับอากาศ หรือใช้มู่ลี่กันแสงแดดส่องกระทบตัวอาคาร และบดบวมกันความร้อนตามหลังคาและฟาพนัง เพื่อไม่ให้เครื่องปรับอากาศทำงานหนักจนเกินไป, ในสำนักงานให้ปิดไฟ ปิดเครื่องปรับอากาศ อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ไม่จำเป็นในช่วงเวลา 12.00-13.00 น. จะสามารถประหยัดค่าไฟฟ้าได้อย่างมาก,อย่าใช้กระดาษหน้าเดียวแล้วทิ้งให้นักเสมอว่า

กระดาษแต่ละแผ่นย่อมหมายถึงต้นไม้ต้นหนึ่งที่ต้องถูกตัดไป , การใช้การส่งเอกสารต่อๆ กันแทนการสำเนาเอกสารเพื่อความสะดวกสบายเพียงอย่างเดียวหลายๆ ชุด ,ลดการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ใช้แล้วทิ้งเลยเพราะสิ้นเปลืองทรัพยากรในการผลิตและเป็นการเพิ่มปริมาณขยะ เปลืองพลังงานในการกำจัดขยะด้วยอีกทางหนึ่ง

2. การนำกลับมาใช้ใหม่ (Reuse) และการนำไปใช้งานด้านอื่นที่ผ่านกระบวนการจัดการใหม่ก่อนนำไปใช้งาน (Recycle) มีความสำคัญที่คนที่เป็นผู้บริหารควรส่งเสริมธุรกิจประเภทนี้ และแนวโน้มในการให้การส่งเสริมในปัจจุบันก็เป็นไปได้สูงมากเพราะผู้คนเริ่มตระหนักถึงแล้วว่า ทรัพยากรสำคัญๆหลายอย่างถูกทำลายและต้องช่วยกันคนละไม้คนละมือในการอนุรักษ์ที่มีอยู่ และฟื้นฟูที่เสียไป ตัวอย่างธุรกิจประเภทนี้ เช่น การทำรายการส่งเสริมการขายของห้างสรรพสินค้ามีการสนับสนุนให้ใช้ถุงผ้า หรือถุงพลาสติกเดิม มาใส่สินค้าโดยการเพิ่มส่วนลด แลก แจก แกมให้กับลูกค้า ,ในธุรกิจโรงแรมเริ่มหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ หรือ ภาชนะสำหรับใส่ยาสระผม สบู่เหลว หรือโลชั่น ที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก ,การเลือกใช้อุปกรณ์สำนักงานอย่างเช่น โຕี๋ะ ตูเก็บเอกสาร ชั้นวางของ เก้าอี้ จากเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากเศษวัสดุเหลือใช้ที่ผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นวัสดุชิ้นใหม่ อย่าง กากกาแฟ เปลือกไข่ หรือ เศษกระดาษเหลือใช้ เป็นต้น และกระบวนการของการ Reuse หรือ Recycle นั้น ควรมีควบคู่ไปกับการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างจริงจัง (Rethink) คือการที่มีส่วนร่วมกันรับผิดชอบต่อสังคมอย่างจริงจังต่อสังคม ปรับเปลี่ยนวิถีคิดและปฏิบัติของบุคลากรในองค์กรธุรกิจต่างๆ ให้มีอุปนิสัย สีเขียว ตามหลักการด้วยการคิดก่อนใช้ทรัพยากรภายในองค์กรสำนักงานอย่างคุ้มค่า เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด



3. การทำให้ทรัพยากรมีใช้อย่างเพียงพอ ด้วยการฟื้นฟู หรือการหาทางเลือกใหม่ที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม หรือ มีผลกระทบต่อให้น้อยที่สุด ลงกว่าเดิมที่เคยเป็นมา (Replenish) ตัวอย่างเช่น มีโครงการฟื้นฟูและปรับปรุงแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่มีการนำมาใช้งาน เห็นได้ชัดมากคือ กลุ่มธุรกิจการทำกระดาษ คือ เมื่อมีการตัดต้นไม้แล้วก็จะมีการปลูกทดแทนโดยการปลูกคืนนั้นควรเพิ่มปริมาณให้มากขึ้นกว่าที่เสียไป ,การหาแหล่งพลังงานและวัตถุดิบทดแทน โดยเน้นแหล่งทรัพยากรหมุนเวียนที่ไม่หมดไป หรือที่สามารถฟื้นฟูมาได้ใหม่ในเวลาอันสั้น

การพัฒนาเพื่อให้ธุรกิจก้าวไปสู่ธุรกิจสีเขียว (Green Business) หรือเป็นธุรกิจเชิงอนุรักษ์ธรรมชาตินั้น ต้องอาศัยทักษะ: ความรู้ ทรัพยากร เทคโนโลยีที่มีอยู่แล้ว นำมาผสมผสานอย่างสร้างสรรค์กับการอนุรักษ์ด้วยแนวทางที่มีอยู่แล้วเข้ากับแนวทางของกลุ่มองค์กรธุรกิจนั้นๆ เอง ให้เกิดเป็นทิศทางเฉพาะของธุรกิจหนึ่งๆ โดยปกติการทำธุรกิจสีเขียว (Green Business) ได้สร้างผลประโยชน์โดยตรงแก่ธุรกิจอยู่แล้วในการลดต้นทุนการผลิต ผลิตภัณฑ์ และบริการ และเมื่อธุรกิจได้สร้างแบรนด์สีเขียวขึ้นมาแล้วนั้นมีการประกาศให้ทราบเป็นการทั่วไปเพื่อให้สาธารณชนได้มีส่วนร่วมผลักดันโครงการ Green Business กับทางธุรกิจด้วยแล้ว อันจะทำให้เป็นที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคตสิ่งที่ตัวองค์กรจะได้กลับมาเป็นคือ การยอมรับ และการสรรเสริญจากสังคม และจะทำให้มาตรฐานของผลผลิตได้ถูกเผยแพร่ไปสู่กระแสสังคม ไม่ว่าจะเป็นทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ สื่อสิ่งพิมพ์ทางการตลาด บุกสินค้า หน้าร้านค้า และบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นผลดีกับองค์กรธุรกิจเป็นอย่างมาก กล่าวคือ

- » เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ในทางบวก เพราะการอนุรักษ์ต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน สังคม
- » ทำให้องค์กรธุรกิจมีชื่อเสียง ซึ่งจะทำให้กลุ่มลูกค้าใหม่เกิดความศรัทธา ส่วนกลุ่มลูกค้าเดิมก็จะมีความภักดีต่อผลิตภัณฑ์ และบริการ
- » ทำให้เป็นวิธีการดึงดูดกลุ่มลูกค้าให้มีจำนวนเพิ่มขึ้นในกลุ่มที่มีความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม
- » สร้างความโดดเด่น เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจคู่แข่งที่ไม่ได้การรับรองการเป็นธุรกิจสีเขียว

สำหรับสินค้าและบริการจากองค์กรธุรกิจที่เข้าร่วมธุรกิจสีเขียว (Green Business) ที่ประชาชนทั่วไปสามารถสัมผัสได้เป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นสินค้าและบริการที่เอื้อประโยชน์ให้กับสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างสินค้าและบริการ ที่เน้นการประหยัดน้ำ อย่างเช่น เครื่องซักผ้า เครื่องสุขภัณฑ์ ที่มีการออกแบบเพื่อการประหยัดน้ำ, ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุจากธรรมชาติ เช่น กล่องใส่อาหารที่ทำจากวัสดุจากธรรมชาติ แทนการใช้กล่องอาหารที่ทำมาจากโฟม ,ผักผลไม้อินทรีย์ ปลอดภัยปราศจากการใช้สารเคมี ,ธุรกิจการให้บริการโรงแรม ที่ลดปัญหาการทำให้เกิดแก๊สเรือนกระจกโดยการนำผลิตภัณฑ์สมุนไพร ยาสมุนไพร น้ำยาทำความสะอาดที่ผลิตมาจากสมุนไพรธรรมชาติ เพื่อลดการใช้สารเคมี และลดปัญหามลพิษทางน้ำ ,การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco - tourism) ที่กำลังเป็นที่นิยมไปทั่วโลก และเป็นตัวอย่างที่ดีหากมีการทำกันอย่างจริงจัง ที่การท่องเที่ยวมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปด้วย เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมไปมากกว่าที่เป็นอยู่ หรือให้มีน้อยที่สุด หรือ ช่วยฟื้นฟูร่วมกันไปด้วยก็ดีเป็นอย่างยิ่ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีอีกในหลายๆองค์กรธุรกิจที่ได้ตระหนักถึง

ความสำคัญและกำลังหันตัวเข้าร่วมโครงการ สีเขียว ซึ่งเป็นที่
ควรส่งเสริมและสรรเสริญ

การทำให้ธุรกิจในปัจจุบันนี้ เข้าสู่ ธุรกิจสีเขียว
(Green Business) นั้น การทำธุรกิจจะต้องคำนึงถึงความ
รับผิดชอบต่อสังคมเป็นหลัก ไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนมาก
จนเกินไปนัก เพราะการดูแลสังคมร่วมกับผลกำไรที่ได้รับ ก็จะเป็น
ผลกำไรและผลประโยชน์ที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคตด้วยเช่นกัน
เพราะผู้ที่เข้ามาส่งเสริมในสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่างๆ นั้นก็คือ
คนในสังคม ซึ่งความรับผิดชอบต่อว่านี่ทั้งภายในและภายนอก
องค์กรด้วย ความรับผิดชอบต่อทุกภาคส่วนในองค์กรธุรกิจ
หนึ่งๆ จะเป็นเรื่องที่สำคัญมากในการผลักดันให้เป็นธุรกิจสีเขียว
จริงจัง ตั้งแต่การบริหาร ,ความเสี่ยง ,ความพร้อม,การเพิ่ม
คุณภาพ ,การลดต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ,การลดของเสียที่มีผล
ต่อสิ่งแวดล้อม และอีกทั้งต้องคำนึงถึงตัวบทกฎหมายที่
เกี่ยวข้องกับกำดำเนินการของธุรกิจ อย่าเพิกเฉยหรืออาศัย
ช่องโหว่กระทำการใดๆ ที่เป็นผลเสียต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
และต้องทำควบคู่ไปกับการตอบสนองความต้องการและความ
พึงพอใจของลูกค้าด้วย รวมถึงคำนึงถึงภาพพจน์ที่ดีของ
ธุรกิจของตนด้วย ซึ่งอาจเรียกว่าความสำเร็จสีเขียวนั่นเอง

ธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยวและภัตตาคาร



เรื่องเที่ยวต้องนึกถึงเรา กลุ่มสาวทัวร์

กลุ่มสาวทัวร์ บริษัทนำเที่ยวชื่อไทยๆ ย้อนสมัยนิดๆ อาจไม่เป็นที่คุ้นหูหรือรู้จักกันมากนักในกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ แต่เป็นบริษัททัวร์ที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยมาอย่างยาวนาน หากเทียบเป็นอายุคนก็คงจะอยู่ในวัยหนุ่มฉกรรจ์ ที่โสดแล้วอยู่ในวงการท่องเที่ยวจนเป็นกูรูด้านการท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศชนิดหาตัวจับยาก ความเป็นมาที่ยาวนานของ กลุ่มสาวทัวร์เป็นมาอย่างไร หลายคนคงอยากจจะรู้ วันนี้เราจะนำท่านไปทำความรู้จักกับ บริษัททัวร์ชื่อไทยแต่แฝงกลิ่นอายของความคลาสสิก ความเก๋า ความแน่นในเรื่องของคุณภาพและบริการที่กันยุคทันสมัยอย่างครบเครื่อง

จุดเริ่มต้นของธุรกิจด้านการนำเที่ยวในรูปแบบของกลุ่มสาวทัวร์เริ่มขึ้นได้อย่างไร คุณโชติช่วง ศุรางกูร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท กลุ่มสาวทัวร์ จำกัด ผู้บริหารรุ่นใหม่ไฟแรงเล่าถึงความเป็นมาผ่านรูปแบบการพูดคุยสบายๆ ว่า

ปี 2559 นี้ กลุ่มสาวทัวร์ได้ย่างเข้าสู่ปีที่ 36 เราจึงมีประวัติความเป็นมาที่ค่อนข้างยาวนาน จากจุดเริ่มต้นในวันนั้น เริ่มต้นเลยมาจากการที่คุณพ่ออยู่ในชมรมของทางมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และมีกลุ่มเพื่อนๆ ที่ชื่นชอบการ

ท่องเที่ยวที่รวมกัน คุณพ่อก็เลยมีความคิดที่จะจัดการท่องเที่ยวในกลุ่มเพื่อน พอไปเที่ยวด้วยกันก็เกิดความสนุก จากความสนุกในวันนั้นก็เลยเริ่มจับเป็นกลุ่มธุรกิจเล็กๆ ขึ้นมาก่อน เริ่มต้นก็มีการเก็บค่าใช้จ่ายนิดๆ หน่อยๆ เช่น ค่าเดินทาง ค่าโรงแรม ค่าอาหารอะไรพวกนี้แค่นั้น แต่พอทำไปสักระยะหนึ่งก็เริ่มรู้สึกว่ามันเป็นแนวที่ใช้ คุณพ่อจึงเริ่มตั้งบริษัทขึ้นมา จึงเป็นจุดเริ่มต้นของกลุ่มคนที่จริงจังในด้านการท่องเที่ยว ที่มีกลุ่มเพื่อนอีกประมาณ 4-5 คน สร้างกลุ่มสาวทัวร์ ขึ้นมาค่อยๆ เติบโตขึ้นเรื่อยๆ ตอนแรกๆ เป็นแค่ทัวร์ในประเทศก่อน หลังจากนั้นเราก็เริ่มทำทัวร์ต่างประเทศทัวร์ Inbound ที่เอาคนต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศ และค่อยๆ เริ่มแตกแขนงไปยังโรงแรม Camping Equipment การแนะแนวศึกษาต่อต่างประเทศและก็มีบริษัทรถเช่า

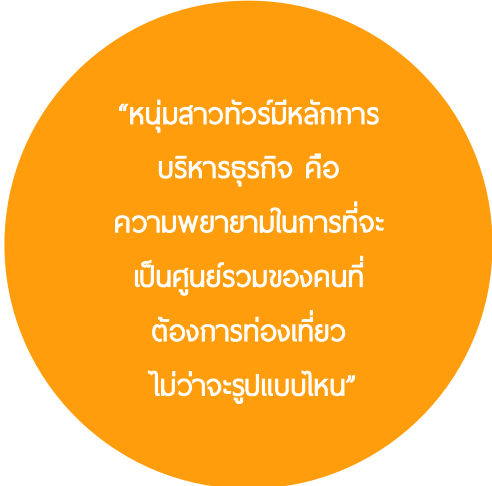
กลุ่มสาวทัวร์มีหลักการบริหารธุรกิจที่น่าสนใจ คือ ความพยายามในการที่จะเป็นศูนย์รวมของคนที่ต้องการการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะคนที่ไปท่องเที่ยวจะต้องมีการท่องเที่ยวในรูปแบบไหนก็ตามที่มีหลากหลาย จะต้องคิดถึงกลุ่มสาวทัวร์มาก่อนเป็นอันดับแรก นั่นคือเป้าหมายของที่นี่ กลุ่มสาวทัวร์เราเป็นแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักมานาน คนอายุน้อยๆ หน่อยจะไม่ค่อย

รู้จักแล้ว เพราะสมัยนี้คนอายุน้อยเขาจะอยากไปเที่ยวเอง เดินทางด้วยตัวเอง กลุ่มสาวทัวร์ก็จะพยายามตอบใจภ้ย segment ของลูกค้ากลุ่มนี้ให้ได้ด้วยการพยายามแก้ใจภ้ยและ แยก segment ความต้องการของลูกค้าออกมาให้ได้ เช่น ลูกค้าที่ต้องการบริการแบบทัวร์ full of service เป็นแพ็คเกจ หรือแบบฉบับ Free Independent Traveller (F.I.T.) คือพวก ทัวร์อิสระ ที่ลูกค้าต้องการเดินทางเองแบบคนสองคนสามคน หรือต้องการตัวเครื่องบินกับโรงแรม ต้องการ JR pass ที่จะเป็น pass สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเอง หรือ rail pass ใน ยุโรป หรือ Pocket Wifi สำหรับคนที่ต้องการ stay connect อยู่ตลอดเวลา กลุ่มสาวทัวร์ก็จะมีบริการปลีกย่อยพวกนี้ให้ ลูกค้าด้วยเพื่อตอบใจภ้ยลูกค้าให้ได้ เป็นธุรกิจในรูปแบบของการตอบใจภ้ยในทุก segment แบ่งฝ่ายการทำงาน

กลุ่มสาวทัวร์มีพนักงานประมาณ 100 คน เราแบ่ง ฝ่ายออกเป็น 15 ฝ่าย เราจะมีฝ่ายที่เชี่ยวชาญด้านการขาย เฉพาะ segment และฝ่าย operation business center อย่างบริษัททัวร์หลายๆ ที่และเขาจะมีคนเดียวที่ทำทุกอย่างทั้ง operation และการขาย ของเราจะแตกต่างกันคนเก่งชายก็ขาย ไป คนเก่ง operation ก็เก่ง operation คนเก่งชายของเราจะมีหลายแบบที่แยกออกมาเลย เซลของเราจะมีประมาณ 6 ที่ เซลหน้าร้านที่มีการ Set โปรแกรมตามระยะเวลาอยู่แล้ว เช่น วันสงกรานต์ วันแรงงาน หรือช่วงเดือนไหนที่ เดือนไหนเป็น ช่วงวันหยุดพักผ่อนสำหรับท่องเที่ยว ในส่วนนี้จะเป็ทีมหน้าร้าน

นอกจากนั้นกลุ่มสาวทัวร์ก็จะมีทีมที่เป็นทีม F.I.T. สำหรับลูกค้าที่ต้องการท่องเที่ยวอิสระ เช่นต้องการไป สวิสเซอร์แลนด์ 5 วัน 4 คืน 6 วัน 4 คืน อะไรก็แล้วแต่ เขา ต้องการให้กลุ่มสาวทัวร์ช่วยจองโรงแรม หรือเขาต้องการซื้อตั๋ว ซื้บัตรเข้าชมการแสดงล่องหน้า เขาก็จะซื้อกับเราได้ก่อน ก็เป็นอีกทางเลือกหนึ่งให้แก่ลูกค้า เพราะทีม F.I.T. ต้องเป็นทีม ที่รู้มากกว่าลูกค้า เนื่องจากลูกค้าเดี๋ยวนี้นี้เก่งขึ้นเรื่อยๆมีการ search ข้อมูลหรือแม้กระทั่งการเข้าเว็บไซต์อย่าง www.pantip.com เข้าอินเทอร์เน็ต ซึ่งข้อมูลเหล่านี้บางครั้งมัน มาเร็วกว่าเข้าถึงได้ง่ายกว่า ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าอยากไป ญี่ปุ่นเขาจะรู้เลยว่าร้านไหนเขาต้องไปทานข้าว เพราะฉะนั้น จุดเด่นของกลุ่มสาวทัวร์คือ เราต้องเหนือกว่าลูกค้าในการ เตรียมความพร้อมด้านนี้ ถ้าสมมติเราไม่สามารถให้บริการ ข้อมูลแก่ลูกค้าได้ลูกค้าก็มีคำถามว่า เอ๊ะแล้วเราจะมาติดต่อ

ทัวร์มาทำไม? บางคนโทรมาเพราะว่าเขาต้องการข้อมูลแต่ไม่ จองก็มี หรือลูกค้าบางคนติดต่อเข้ามาโดยที่จองตัวเองอะไร ทุกอย่างเรียบร้อยหมดแล้วเพียงแต่ต้องการข้อมูลก็มี



ณ จุดนั้นพนักงานของกลุ่มสาวทัวร์จะไม่วางสาย ลูกค้า เราให้ข้อมูลลูกค้าครั้งหนึ่ง ไม่แน่ว่าครั้งหน้าเขาอาจจะ มาใช้บริการเราก็ได้ นี่คื้จุดเด่นที่กลุ่มสาวทัวร์ยังครองใจ ลูกค้ามาอย่างเหนียวแน่น นอกจากนี้ก็ยังมีทีมเซลอีกสอง สามทีม คื้ ทีม MICE หรือทีม corporate เป็นทีมเชิงรุก อีก ทีมเราเรียกว่าทีม Incentive เป็นลูกค้า Group เหมือนกันแต่ เป็นทีมตั้งรับ เพราะกลุ่มสาวทัวร์เรามีแบรนด์ awareness อยู่ แล้วในตลาดจะมีลูกค้าโทรเข้าเรื่อยๆ ว่าต้องการจัดกิจกรรม ต่าง เช่น ต้องการไปทีม Building ไป Incentive เป็นต้น พอ ลูกค้าโทรเข้ามาปุ๊บก็จะมีอีกทีมหนึ่งรับ

ส่วนอีกทีมหนึ่งรุกก็จะออกไปหาลูกค้า ส่วนในอีกทีม หนึ่งจะเป็นในส่วนของทีม Outbound ลูกค้าหลายคนอาจจะ สงสัยว่า กลุ่มสาวทัวร์มีทำ Outbound ด้วยหรือ อันที่จริง แล้ว กลุ่มสาวทัวร์ทำ Outbound มาประมาณ 30 ปีแล้ว แต่ เราทำรูปแบบที่ค่อนข้างจับจ่าย ที่บอกว่าจับจ่ายคือเราไม่ได้ทำ เฉพาะที่ใดที่หนึ่ง หรือประเทศใดประเทศหนึ่ง หลายเอเจนซี่เขาจะ ทำธุรกิจก็จะทำธุรกิจอย่างเดียว บางคนทำสวิสเซอร์แลนด์ก็จะทำ สวิสเซอร์แลนด์อย่างเดียว ดังนั้นเขาจะเป็น Specialist ทางด้านนั้นๆ แต่เราจะยึดหลักเป็น One Stop Service เรา พยายามที่จะไปให้ทั่ว เพราะหลักการของเราคือเป็นแหล่งรวม ข้อมูลความรู้ เราไม่ใช่เป็น Expert ทางด้านหนึ่งแต่เราจะ พยายามเป็น Expert ในทุกๆด้าน

ด้านความหลากหลายในการจัดการลูกค้าเรื่องของการจัดการภายใน เรามี Data Base เป็นของตัวเอง ลูกค้าทั้งหมดที่เราได้เก็บ Record ไว้ เพราะฉะนั้น กลุ่มสาวท้าวจะมีการส่งหนังสือประจำปีให้กับลูกค้าสม่ำเสมอ ต้องบอกว่าลูกค้าเรามีเกือบแสนราย โลกสมัยใหม่มันส่งทาง E-Mail ได้หมดแล้ว ยิ่งหลังๆ ลูกค้าเริ่ม ให้ Line Account มาเพิ่มขึ้นเราก็ต้องทำช่องทางเพิ่มเติมในหน้าเว็บไซต์ ให้มีเป็น Line Account เอาไว้สำหรับลูกค้าในฝั่ง Retail เป็นฝั่งรายบุคคลลูกค้าที่เป็น Corporate เราก็จะมี data base อีกอันที่เราเขียนขึ้นมาเอง ยกตัวอย่างเช่นสมมติเราไปหาลูกค้าปูนซีเมนต์ไทยเราก็จะมีระบบที่ใส่เข้าไปว่า คนติดต่อเป็นใคร สาขาไหนและเรื่องของ Contact Detail เป็นอย่างไรบ้าง ตัวนี้จะเป็นศูนย์กลางความรู้ของเรา เพื่อสมมติเขาลาออกไปหรือพนักงานคนไหนลาออกไป ข้อมูลและลูกค้าจะหายไปไหนตามเขาไปด้วย เพราะทุกอย่างที่มันเข้ามาเป็นข้อมูลขององค์กร ถ้าเป็นสมัยก่อนพอเขาลาออกไปปุ๊บลูกค้าจะตามเขาออกไปด้วยข้อมูลทุกอย่างจะอยู่ในนั้นหมด เพราะฉะนั้นใน Data base ของกลุ่มสาวท้าวจึงบันทึกกระทั่งคนที่ติดต่อเป็นผู้หญิงหรือผู้ชายชอบให้เสนองานแบบไหน ชอบเป็น Event หรือชอบอะไรที่เป็นธรรมชาติๆ หรือชอบอะไรที่ Fancy หน่อยมันก็จะมีการเก็บข้อมูลเหล่านั้นบอกหมด ข้อมูลเหล่านี้ไม่เพียงแค่อกรายละเอียดแต่บอกถึง Lifestyle Preference พฤติกรรมของลูกค้าด้วย นอกจากนี้กลุ่มสาวท้าวอยากให้มีเซลล์สลับสับเปลี่ยนหน้าที่การทำงานคือการพยายามสนับสนุนการ Rotate งานเพื่อไม่ให้เกิดความจำเจเป็นการสร้างศักยภาพให้ครบรอบด้านให้แก่พนักงานมากกว่า

หลักการตลาดที่น่าสนใจของกลุ่มสาวท้าว เมื่อประมาณปีมีการ survey ของ KTC เมื่อ 4 ปีที่แล้วว่าแบรนด์ที่คนรู้จักในเรื่องของการท่องเที่ยวเป็นที่ไหนบ้างปรากฏว่ากลุ่มสาวท้าว เป็นที่รู้จักของลูกค้าประมาณ 70 กว่าเปอร์เซ็นต์ นำโด่งที่สองที่สามประมาณ 40 % ซึ่งแปลว่าคนยังมี Brand Awareness ตรงนี้อยู่ตรงนี้ เราก็พยายามผลักดันแบรนด์ของเราให้มากขึ้น แบรนด์ที่เราทำพยายามแตกแขนงออกไปเรื่อยๆ เพราะคนรุ่นใหม่อย่างที่เขาอาจจะไม่ค่อยรู้จักกลุ่มสาวท้าว คำว่ากลุ่มสาวท้าวมันดูเป็นไทยๆ มากพอสมควร พอมีความเป็นไทยลูกค้าบางกลุ่มจะรู้สึกว่ามันไม่ Premium ทางเราก็เลยแตกแขนงออกมาเป็น World Collection Travel อีกบริษัทหนึ่ง ที่เพิ่งสร้างมาเมื่อสองปีที่แล้ว กล่าวคือกลุ่มสาวท้าวปกติคือจะเป็นท้าวที่ขายตราหมีห้อยแต่ไม่ได้เพิ่มราคา ตราหมีห้อยนี้เป็น

ตัวบอกว่า Positioning และคุณภาพของกลุ่มสาวท้าวเหมือนเราซื้อ Smart phone มาเรารู้อยู่แล้วว่ามันเป็นแบบไหนตามชื่อแบรนด์มันมีบอกอยู่คุณภาพก็ประมาณเดียวกัน เราพยายามยึดมั่นคุณภาพตรงนี้มากกว่า

คุณใช้ช่องทาง ผู้บริหารรุ่นใหม่ กล่าวไว้ในธุรกิจตัวนี้ถ้าเขาจำตัวเลขไม่ผิดในส่วนของการเป็นผู้ประกอบการในด้านการท่องเที่ยวมีประมาณ 14,000 ราย ประมาณอีก 10,000 กว่ารายที่ไม่ได้จดทะเบียนก็มี เพราะฉะนั้นคู่แข่งค่อนข้างที่จะเยอะความหลากหลายค่อนข้างจะเยอะการแข่งขันกันสูงมาก ถ้าเราไม่แตกต่างจากคนอื่นมันก็จะอยู่ยาก



ดังนั้นในเรื่องการพัฒนาบุคลากร กลุ่มสาวท้าวจะมีการเทรนพนักงานเรื่อยๆ พยายามสนับสนุนให้มีการประชุมประจำเดือนในแต่ละทีม เพราะว่าความหลากหลายมีค่อนข้างเยอะ ลูกค้าคนนี้มีความต้องการแบบไหนบ้าง มีปัญหาแบบไหนบ้าง ก็มาประชุมกันเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้กันภายในทีมด้วยกัน เดี่ยวนี้เราจะเข้าไปหาลูกค้าเปล่าๆ ไม่ได้แล้วจะเข้าไปเพียงเพื่อถามว่าลูกค้าต้องการอะไรมันไม่ได้ เราต้องเข้าไปมี option ให้ลูกค้าเลือก ทั้งนี้ทั้งนั้นเราพยายามให้พนักงานสัมผัสประสบการณ์จริงมากกว่า คือพยายามพาพนักงานไปดูเส้นทางทางการท่องเที่ยวเรื่อยๆ เพราะการออกไปดูเส้นทางมันไม่ใช่การออกไปดู Product อย่างเดียวแต่การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเพื่อนร่วมเดินทางด้วยกัน เพราะเพื่อนร่วมทางก็เป็นเอเจนซีด้วยกันทั้งนั้น

Direction ของกลุ่มสาวทัวร์ที่วางไว้ในอนาคต
ต้องการให้ กลุ่มสาวทัวร์เป็นจุดแรกในการนึกถึง ใครก็ตามที่นึกถึงการท่องเที่ยวจะนึกถึงกลุ่มสาวทัวร์เป็นอันดับแรก มันเป็นภาพที่เริ่มปรากฏขึ้นมาบ้างแล้วแต่ยังไม่เห็นชัด ดังนั้นการพยายามเป็นหน้าด่านให้กับลูกค้า ไม่ว่าจะลูกค้าจะใช้บริการเราหรือไม่ใช้บริการเราก็ตาม เราพยายามสร้างแบรนด์ Awareness มาให้ได้ ให้เหมือนกับ Search Engine เช่น บางอันคนนึกอะไรไม่ออกก็เข้า Google อย่างเดียว ซึ่งต่อไปเราก็อยากให้กลุ่มสาวทัวร์ตอบใจโดยตรงนี้ด้วย

คุณโชติช่วง ศูรางกูร มองว่าธุรกิจในรูปแบบใหม่ๆ ไม่สามารถโตได้ด้วยตัวเอง จะต้องมีการจับมือไปกับเพื่อน โดยที่กลุ่มสาวทัวร์ได้ร่วมกับ True KTC ธนชาติ รวมถึงหลายๆ ผู้ประกอบการขึ้นช่วยกันทำ Branding ขึ้นมาและก็จับมือและโตไปด้วยกัน

คุณจรัสรัตน์ ศรีบัวพันธุ์ ผู้จัดการฝ่ายขายอาวุโส บริษัท กลุ่มสาวทัวร์ จำกัด เล่าเสริมว่า “เราทำธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อต้องการให้ทุกคนมีเวลามาพักผ่อนในวันหยุดเดี๋ยวนี้นักทัวร์มันมีมากมายเยอะแยะ แต่ทำไมลูกค้าจึงมาเลือกเกี่ยวกับกลุ่มสาวทัวร์ เพราะฉะนั้นผู้บริหารที่นี้จะเน้นลงมาว่าบริการที่ดีเพื่อให้ลูกค้ามีรอยยิ้มที่มีความสุข นี่คือการบริการของทางกลุ่มสาวทัวร์ ทำอะไรก็ได้ที่ลูกค้าไปเกี่ยวกับเรามาแล้ว happy และพอใจ”

กลุ่มสาวทัวร์ ค่อนข้างให้ความสำคัญของตลาดภายในประเทศ จุดแข็งของกลุ่มสาวทัวร์คือตลาดภายในประเทศคือฐานลูกค้าภายในประเทศ คุณโชติช่วงกล่าวว่า บางที่เขาไม่อยากจะทำเพราะว่าทำไรน้อย บริษัททัวร์ใหม่ๆ เขาจะทำเป็น Outbound หมดเพราะราคาต่อหัวมันหลายพันคุ้มค่าเหนื่อยที่จะทำเพราะมันได้ Margin ค่อนข้างสูง แต่ของกลุ่มสาวทัวร์เราจะยึดฐานภายในประเทศมาตั้งแต่ต้นอยู่แล้ว ฐานลูกค้า Domestic เป็นฐานลูกค้าที่แข็งแกร่งที่สุด ความอ่อนไหวหรือ Sensitive น้อยที่สุด มีปัญหาการเมืองขึ้นมาเมื่อปีที่แล้วสองปีที่แล้ว Inbound มีปัญหาเยอะมาก หลายบริษัทปิดตัวลงและปรับตัวเป็น Outbound บ้าง หลายบริษัท Outbound ปิดตัวลงเพราะลูกค้าไทยไม่ค่อยเที่ยวต่างประเทศ ลูกค้าต้องการเก็บเงินไว้ แต่อย่างไรก็ดีฐานลูกค้าภายในประเทศก็ยังเที่ยวภายในประเทศอยู่เรื่อยๆ จึงเป็นข้อดีในข้อที่ว่ามีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ที่ค่อนข้างน้อยกว่า ไม่ว่าจะมีโอกาสอะไรก็ตามเขาก็ยังเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งตรงนี้เป็นฐานหลักของกลุ่ม

สาวทัวร์ เมื่อมีฐานหลักแล้ว เมื่อไหร่ที่ลูกค้าจะไปต่างประเทศเขาก็จะนึกถึงเรามาก่อน บางครั้งเราอาจจะหลุดไปบ้างในเรื่องของการแข่งขันราคา ยกตัวอย่างเช่น ญู่ปุ่ในช่วงนี้เขาจะมีการแข่งขันราคาค่อนข้างสูงมันจะคล้ายจีนสมัยก่อนที่ไป ปักกิ่งแค่ 5,000 บาท ไปเกาหลีไม่ถึง 10,000 ก็ไปได้แล้ว ซึ่งเป็นรูปแบบที่เขาแข่งขันในด้านราคา แต่ก็ต้องแลกกันมาในเรื่องของคุณภาพในการให้บริการ เรื่องของคุณภาพอาหาร คุณภาพโรงแรมเป็นการพาลูกค้าเข้าร้าน shopping บ่อยๆ ซึ่งตรงนั้นเป็นสิ่งที่กลุ่มสาวทัวร์ไม่ได้ทำ เพราะเราพยายามมีมาตรฐานของเราอยู่ เพราะฉะนั้นเรื่องร้าน shop เหล่านี้เราไม่ได้ทำ ราคาเราสูงกว่าคนอื่นก็จริงและคุณภาพของเรายังค้ำประกัน เป็นการตอกย้ำว่านี่คือจุดยืนของเรา ลูกค้าที่มาเกี่ยวกับกลุ่มสาวทัวร์นี่คือสิ่งที่คุณจะได้รับ ซึ่งนี่เองเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้เราประสบความสำเร็จที่มากขึ้นด้วย

ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข บริษัทที่อยู่มานานอย่างนี้ พอเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง พนักงานบางคนจะเข้าใจแต่บางคนก็ไม่เข้าใจ พนักงานของที่นี่อยู่กับเรามาก่อนข้างที่จะยาวนานยี่สิบสามสิบปี เขามีประสบการณ์ที่ค่อนข้างดีเราก็ต้องพยายามที่จะจูนเข้าหากันให้ได้ ซึ่งสมัยใหม่เราก็จะมีช่องทางใหม่ๆ มากขึ้นเราใช้ช่องทางออนไลน์มากขึ้น Line บ้าง Facebook บ้าง Twitter บ้าง Youtube บ้างเว็บไซต์บ้าง ซึ่งเป็นรูปแบบใหม่ๆ ซึ่งพนักงานที่อยู่มาก่อนหน้านั้นอาจจะไม่ค่อยคล่อง เช่นใช้ E-Mail บางคนอาจจะไม่ค่อยคล่อง การทำ Excel Sheet บางอย่างเขาอาจจะไม่ค่อยคล่อง แต่รูปแบบใหม่ที่เราต้องการทำเราจะทำเป็นองค์กรแชร์ไฟล์เข้าไปทั้งหมด เพราะฉะนั้นทุกฝ่ายก็จะเห็นได้มันก็จะอยู่ในรูปแบบของ filing ดังนั้นมันจึงเป็นเรื่องของการเปลี่ยนแปลง บางอย่างพวกนี้พนักงานของที่นี่จึงก็ต้องเรียนรู้ ปรับขึ้นมาเพื่อให้ทันกับสถานการณ์ คุณโชติช่วงเชื่อมั่นว่ามันถึงเวลาที่กลุ่มสาวทัวร์จะต้องปรับเปลี่ยนเรื่อยๆ ไม่ว่าจะอยากทำหรือไม่ก็ตามแต่สถานการณ์จะบังคับเราให้เปลี่ยนแปลง ลูกค้าทำให้เราเปลี่ยนแปลงเพื่อให้บริการที่เหมาะสมที่สุด จึงเป็นนโยบายบริษัทที่ส่งผ่านไปยังคนของกลุ่มสาวทัวร์นี้เอง

คุณ วัฒนยุทธ อารีเลิศรัตน์ เจ้าหน้าที่ฝ่าย Product & Brand Marketing เล่าให้ฟังอย่างตื่นเต้นว่า “ก่อนที่จะมาทำงานที่นี่ ตรงส่วนนี้ไม่เคยทำด้านการท่องเที่ยวมาก่อน ที่มาทำเพราะเพื่อนชวนเข้ามาทำและก็เห็นว่ามันน่าจะสนุก เพราะปกติเราก็ชอบเที่ยวอยู่แล้ว ก็เลยเข้ามาลองดู ถามว่าอยากไหม? ก็ต้องบอกว่าอยากนะครับ เพราะจริงๆ แล้วเทรดด์

ของคนมันเปลี่ยนกันตลอดจับยากมาก ตอนนี่ทำงานมาแค่ปีเดียว ก็จะผ่านช่วง Peak ช่วง Low แค่อบเดียว ก็ยังไม่ค่อยทราบเท่าไรว่าเทรนด์ส่วนใหญ่จะเป็นอย่างไร

คุณโชติช่วง ศูรางกูร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท หมู่นสาวท้าว จำกัด กล่าวต่อว่า เราต้อง Active มากขึ้นจะนั่งเฉยๆ รอลูกค้าเข้ามาแล้วเราก็ตอบสนองลูกค้าไม่ได้ นี่คือจุดที่เราต้องการปลูกฝัง อีกอย่างหนึ่งคือวัฒนธรรมในองค์กร ของที่นี่เป็นเรื่องสำคัญเพราะทุกคนที่สมัครงานเข้ามา เขาจะเป็นผู้สัมภาษณ์เองหมดเพื่อให้รู้ว่าแต่ละคนที่เข้ามาเป็นอย่างไร ถ้าเกิดคนที่ไม่ได้ไม่ใช้ว่าไม่ดีไม่เก่ง แต่คุณโชติช่วงจะดูว่ามันเป็น direction ที่เขาจะร่วมเดินทางไปกับเราได้หรือเปล่า นั่นคือเป็นจุดที่เราพยายามสร้างสรรค์ เราพยายามทำให้บรรยากาศในการทำงานสนุกมากกว่าที่จะทำงานแล้วได้ผลงานอย่างเดียว พยายามให้พนักงานสนุกไประหว่างวันด้วย ไม่ใช่มาทำงานเย็นกลับตื่นมาต้องทำงานอีกแล้ว ให้ความรู้สึกว่าเขาอยากทำงานมากกว่า พยายามให้สวัสดิการต่างๆ ให้กับพนักงานที่ดีมาโดยตลอด



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจโรงแรม ท่องเที่ยวและภัตตาคาร เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

การรวมกลุ่มประชาคมอาเซียน (ASEAN Economic Community) หรือ AEC ซึ่งเป็นการเปิดเสรีด้านการค้า และการผลิตมีจุดมุ่งหมายทางด้านเศรษฐกิจเป็นหลัก และธุรกิจการโรงแรม และการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจทางด้านการให้บริการประเภทหนึ่งที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย เพราะเนื่องจากว่าสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยเราเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นโดยตลอด ธุรกิจการโรงแรมและการท่องเที่ยวมักเป็นธุรกิจที่เดินมาควบคู่กันเสมอ ซึ่งเป็นการส่งผลที่เอื้อประโยชน์ให้แก่กันตลอดมา อีกทั้งยังครอบคลุมถึงธุรกิจด้านบริการร้านอาหารและภัตตาคารอีกด้วย นอกจากนี้แล้วธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว และการโรงแรมนั้นยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิต และการที่สามารถนำทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น และยังสามารถ

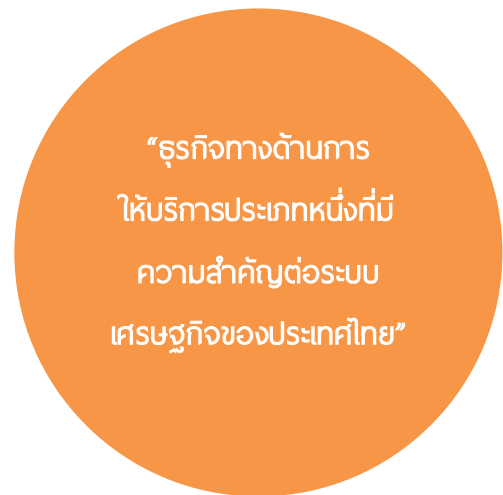
เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้เพิ่มขึ้นในประเทศไทยอีกด้วย อีกทั้งเป็นการส่งเสริมให้เกิดความต่อเนื่องของธุรกิจอื่นๆ อีกหลายอย่างตามมา อย่างเช่นธุรกิจการท่องเที่ยวมักมีการค้าเกี่ยวกับของฝากของที่ระลึก การขนส่ง หรือการก่อเกิดบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ธุรกิจด้านโรงแรมก็มักจะควบคู่ไปกับการทำธุรกิจภัตตาคารและร้านอาหาร และที่ขาดไม่ได้เลยก็คือก่อเกิดของธุรกิจการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพื่อความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตามสกุลต่างประเทศให้เป็นสกุลเงินบาทไทย

แต่ก็ดูเหมือนว่าทุกสิ่งทุกอย่างไม่ได้เดินทางไปเหมือนทางที่โรยด้วยกลีบดอกกุหลาบเสียทุกอย่าง บรรดาธุรกิจการโรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีการขยายตัวในปลายปี พ.ศ. 2558 ที่ผ่านมานั้น เพราะการเดินทางเข้าออกประเทศต่างๆ

ของกลุ่มสมาชิก AEC และต่างชาติมีเพิ่มมากขึ้นและการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยก็สะดวกขึ้น ทำให้การขยายตัวของธุรกิจการท่องเที่ยว การโรงแรมก็เติบโตตามขึ้นไปด้วย แต่นั่นหมายถึงการแข่งขันกันอย่างเอาเป็นเอาตายก็เพิ่มขึ้นด้วย เช่นกันได้มีการคาดการณ์และวิเคราะห์ว่า อย่างไรก็ตามจากการรวมตัวเป็นกลุ่มประเทศอาเซียน (ASEAN) หรือการเป็นพลเมืองของอาเซียนภายใต้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ (AEC) นั้นประเทศไทยจะต้องได้รับผลดีมากกว่าผลกระทบในทางลบ เพราะประเทศไทยเรามีทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และค่อนข้างมีความสมบูรณ์กว่าจึงทำให้น่าจะเป็นการได้เปรียบประเทศในกลุ่มสมาชิก ด้วยเหตุนี้ทำให้ประเทศไทยน่าจะเป็นศูนย์กลางของกลุ่มประเทศอาเซียนได้ไม่ยาก ภาพรวมจริงๆ แล้วก็เป็นอย่างนั้นเพราะต่างประเทศมักมองว่าประเทศไทยเป็นสวรรค์แห่งการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับบรรดาประเทศกลุ่มสมาชิกประเทศอื่นๆ ทั้ง 10 ประเทศอาเซียน เนื่องจากปัจจัยหลายอย่างดังนี้

- » เส้นทางการบิน ซึ่งของประเทศไทยเป็น GATE WAY เข้าสู่ AEC และสามารถกระจายไปสู่ประเทศอื่นๆได้เป็นอย่างดี การเดินทางสะดวกทั้งทางทะเลและทางบก
- » ลักษณะภูมิอากาศดี เหมาะแก่การท่องเที่ยวทั้งปี เหมาะแก่การท่องเที่ยวตากอากาศ ทั้งภูเขาและทะเล ถึงแม้ว่าจะเป็นฤดูมรสุม แต่ว่าเมื่อเทียบกับประเทศอื่นแล้วไม่มีความรุนแรงและได้รับผลกระทบน้อยที่สุด เหมาะแก่การพักผ่อนตากอากาศ และการอาบแดดเป็นอย่างมาก
- » คนไทยมีอัธยาศัยดี ต้อนรับขับสู้ผู้มาเยือนด้วยรอยยิ้ม จนมีฉายาว่า สยามเมืองยิ้มแต่ไหนแต่ไรมาแล้ว อีกทั้งยังมีวัฒนธรรมที่น่าสนใจหลากหลายตามท้องถิ่นต่างๆ อย่างเป็นเอกลักษณ์จึงทำให้ไม่ซ้ำซากจำเจ
- » การเข้าพักในโรงแรม โรงแรมของประเทศไทยมีคุณภาพดี ได้มาตรฐาน และมีอัตราค่าบริการไม่สูงมากจนเกินไปเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆใน AEC คุ่มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับบริการที่ได้รับกลับมา
- » ด้านศาสนา พลเมืองของประเทศไทยที่นับถือศาสนาต่างๆ ที่หลากหลาย ไม่มีข้อจำกัดทางด้านศาสนา ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวมากนัก เพราะว่าในบางประเทศนั้นมีข้อจำกัดทางศาสนาที่เคร่งครัดที่ไม่สามารถเอื้อประโยชน์ให้กับการท่องเที่ยวได้มากเท่าที่ควร

แต่ทั้งนี้ธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรม รวมถึงร้านอาหารและภัตตาคารของไทยนั้นต้องเตรียมตัวเตรียมความพร้อมเพื่อรับมือกับการก้าวสู่ AEC อย่างเต็มตัวไว้ด้วยความรอบคอบ ไม่ประมาทคู่แข่ง เพราะถึงแม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบในหลายด้านก็ตาม แต่ประเทศอื่นๆในอาเซียนเองก็ต้องมีการตื่นตัวเตรียมพร้อมรับมืออยู่เช่นกัน และสิ่งที่ควรคำนึงถึงซึ่งหลักเสี่ยงไม่ได้เลยที่ต้องเจอก็คือ



- » การสื่อสารในการตลาด ซึ่งภาษากลางของกลุ่ม AEC คือ ภาษาอังกฤษ แต่ประเทศไทยกลับเป็นประเทศที่มีทักษะทางภาษาอังกฤษค่อนข้างรั้งท้ายเพื่อนสมาชิกในกลุ่มเสียทีเดียว
- » กลุ่มลงทุนจากต่างชาติ ทั้งในกลุ่ม AEC เองและภายนอกกลุ่มก็ตามเข้ามาลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวและการโรงแรมในประเทศไทยมากขึ้น เนื่องจากเล็งเห็นผลกำไรที่ได้เป็นหลักสำคัญ
- » การแข่งขันของตลาดการท่องเที่ยว การโรงแรมและร้านอาหารภัตตาคารของท้องถิ่นต่างๆเพิ่มมากขึ้น ต้องมีการจัดการบริการที่ดี เพราะถ้าหากขาดเอกลักษณ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวแล้วอาจทำให้ธุรกิจของตนเองเสียเปรียบคู่แข่ง
- » ปริมาณนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากมีความสะดวกในการขอวีซ่าสำหรับพลเมืองใน AEC และการนำมาซึ่งการท่องเที่ยวซ่า ดังนั้นจึงไม่มี

ความต้องการผู้นำเที่ยวอีก นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

- » ปัญหาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คือ การเคลื่อนย้ายแรงงานในหลายๆอาชีพในภูมิภาคได้อย่างเสรีที่จะส่งผลกระทบต่อแรงงานไทยเป็นจำนวนมาก เนื่องจากแรงงานจากประเทศอื่นในกลุ่ม AEC นั้นมีอัตราค่าแรงงานซึ่งเจ้าของธุรกิจต้องจ่ายถูกกว่าค่าแรงงานของไทย ดังนั้นกลุ่มแรงงานไทยเองต้องปรับปรุงประสิทธิภาพแรงงาน ทั้งเรื่องทักษะฝีมือ เพื่อให้เหนือกว่าประเทศอื่น

ในประเทศไทยภาครัฐก็ไม่ได้นิ่งนอนใจ ทางด้านกระทรวงการท่องเที่ยวก็มีนโยบายเร่งพัฒนามาตรฐานทางด้านวิชาชีพ เพื่อพัฒนาบุคลากรทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ เป็นที่ยอมรับในระดับสากล เนื่องจากว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างมาก มีผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทุกปีถึงนักท่องเที่ยวใน



กลุ่ม AEC และนักท่องเที่ยวนอกกลุ่ม AEC เองก็ตาม ในส่วนของธุรกิจโรงแรม ภัตตาคารนั้น ไทยควรใช้โอกาสในการเปิดเสรีการลงทุนธุรกิจโรงแรม เพื่อยกระดับให้เป็นผู้นำในระดับภูมิภาค เพื่อให้มีเครือข่ายกิจการโรงแรมและรวมถึงการบริการด้านอาหารและภัตตาคารที่เกี่ยวข้องเนื่องมากับกิจการโรงแรมนั้นให้ครอบคลุมตลาดที่มีศักยภาพ และสร้างให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น เพราะว่าเป็นประเทศสมาชิกอื่นๆ ก็มีการเติบโตทางด้านธุรกิจ

โรงแรม อย่างเช่น อินโดนีเซียมีการสร้างการขยายตัวของเมืองและเพิ่มปริมาณทางการเดินทาง การติดต่อทางธุรกิจส่งผลให้กิจการโรงแรมห้องพักเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย และในประเทศอื่นๆ ก็มีแนวทางที่แตกต่างกันไป

อย่างไรก็ตาม ในช่วงของการนับถอยหลังสู่การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปลายปี 2558 จะมีนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางสัญชาติอาเซียนเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงยังเอื้ออำนวยให้การลงทุนธุรกิจโรงแรมโดยผู้ลงทุนจากประเทศสมาชิกอาเซียนเป็นไปได้สะดวกขึ้น ในขณะที่ประเทศไทยยังคงเป็นเป้าหมายในการลงทุนธุรกิจโรงแรมที่สำคัญของภูมิภาค และสำหรับรายได้จากการเข้าพักจากนักท่องเที่ยวคนไทยในปี 2558 นั้น ก็พบว่าการประกาศใช้มาตรการให้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถนำรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและสัมมนาหักลดหย่อนภาษีได้ จะเป็นหนึ่งในตัวช่วยที่กระตุ้นตลาดธุรกิจโรงแรมในปี 2558 ได้ ในปี 2558 ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องระมัดระวังความเสี่ยงจากการประกอบธุรกิจที่มีการพึ่งพาดตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติประเทศ

ใดประเทศหนึ่งมากเกินไป ที่อาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้ประกอบการในกรณีที่จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักลดลง โดยผู้ประกอบการสามารถลดความเสี่ยงผ่านการขยายตลาดไปยังนักท่องเที่ยวและผู้เดินทางระหว่างประเทศ สัญชาติอาเซียนที่มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น รวมถึงอาจให้ความสำคัญกับการเพิ่มรายได้จากตลาดภายในประเทศ อีกทั้ง

ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องระมัดระวังภาวะการแข่งขันทางด้านราคา โดยอาจกำหนดตำแหน่งการแข่งขันในด้านบริการตอบเจ็ลล์สไลด์ของนักท่องเที่ยว ที่จะส่งผลให้สามารถสร้างความแตกต่างจากโรงแรมทั่วไป ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมต้องชูจุดขายผ่านการนำเสนอกิจกรรมที่สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ซึ่งจะเป็นการสร้าง ความแตกต่างจากการเข้าพักในคอนโดมิเนียม บ้านพัก

และเซอร์วิสอพาร์ทเมนต์ ที่ไม่มีการนำเสนอกิจกรรมในระหว่าง
เข้าพัก

**ดังนั้นในการก้าวเข้าสู่ AECอย่างเต็มตัวประเทศไทย
ต้องจริงจังกับการปรับตัว** และพัฒนาในการทำธุรกิจที่
เกี่ยวเนื่องกับการโรงแรม การท่องเที่ยวและร้านอาหาร
ภัตตาคาร รวมไปถึงร้านขายของที่ระลึกต่างๆ ทั้งการพัฒนา
ฝีมือแรงงาน เพิ่มทักษะให้เกิดความชำนาญในการให้บริการกับ
นักท่องเที่ยว เพราะว่า ธุรกิจโรงแรมทั้งต่างประเทศและใน
ประเทศจะต้องมีการแข่งขันกันในด้านของการบริการและการ
บริหารงาน ดังนั้นธุรกิจโรงแรมแต่ละสถานที่จึงจะต้องรู้จักใช้
หลักการที่ถูกต้องและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ประเทศไทย
ต้องดึงจุดแข็งที่ได้เปรียบคู่แข่งมาเป็นตัวดึงดูดลูกค้าให้
ได้มากที่สุดลูกค้าได้รับความประทับใจมากที่สุด และควร
ปรับปรุงในเรื่องที่เป็นจุดอ่อน อย่างภาษาอังกฤษให้กลายเป็น
จุดแข็งให้ได้เพราะการสื่อสารสำคัญมาก แค่นั้นก็จะทำให้ธุรกิจ
ของโรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินกิจการไปได้
ด้วยดีในการรวมตัวของอาเซียนครั้งนี้และการก้าวสู่การเป็น
ผู้นำในกลุ่มอาเซียนของประเทศไทยเป็นไปได้โดยไมยาก อีกทั้ง
ประเทศไทยจะเป็นประเทศแรกที่อยู่ในใจของนักท่องเที่ยวในการ
เข้ามาในประเทศกลุ่มอาเซียน เพราะถ้าหากเราสามารถทำได้
จริงตามหลักการที่มีก็สามารถสร้างความประทับใจให้กับ
นักท่องเที่ยวได้และนักท่องเที่ยวเองก็อยากกลับมาเที่ยวที่
ประเทศไทยอีกอย่างแน่นอน



ทิศทางของธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก

ในภาพรวมธุรกิจโรงแรมในประเทศไทยนั้นมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้น แต่การแข่งขันก็รุนแรงมากขึ้นด้วยเช่นกันจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มมีกลยุทธ์ที่แตกต่างกัน โดยธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ได้มีการขยายธุรกิจไปในประเทศทั้งกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดรวมถึงการขยายฐานธุรกิจไปในต่างประเทศ แต่ในส่วนธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก ก็จะใช้การสร้างเอกลักษณ์เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ในขณะที่ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กที่เจาะนักท่องเที่ยวทั่วไป ก็ใช้การสร้างคุณค่าที่ยั่งยืน ในระดับราคาไม่สูงนัก ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็กมีความหลากหลายมากขึ้น

ในส่วนของการโรงแรมของไทย มองภาพรวมแล้ว ยังคงมีศักยภาพที่สอดคล้องกับทิศทางการเติบโตของภาคการ

ท่องเที่ยวที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นกัน ธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทขนาดกลางและขนาดเล็กซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมาก ยังคงต้องมีความสามารถในการปรับกลยุทธ์การดำเนินงานธุรกิจรองรับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนไปดึงเอาจุดแข็งของตนมาแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมในเครือจากต่างประเทศ ทั้งนี้เพื่อรับมือกับสภาวะการแข่งขันและทิศทางตลาดได้

จากการที่กรุงเทพฯ นั้นเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ส่งผลให้ในช่วงที่ผ่านมาผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ให้ความสำคัญกับการขยายการลงทุนธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพฯ ที่มีส่วนทำให้กรุงเทพฯ เป็นพื้นที่ที่มีจำนวนห้องพักมากที่สุดคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 18 ของจำนวนห้องพักในประเทศไทยโดยรวม รวมถึงในปีที่ผ่านมา กรุงเทพฯ ยังมีบทบาทผลักดันให้อัตราการเติบโตของค่าห้องพักเฉลี่ยที่ขยายได้จริงในภาคกลางเพิ่มสูงขึ้นอย่างโดดเด่น

รวมถึงผลักดันให้อุตสาหกรรมเข้าพิกในภาคกลางสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ ด้วยเช่นกันโดยเฉพาะในส่วนของโรงแรมในจังหวัดที่อยู่ใกล้หรือติดกับกรุงเทพฯ อย่างเช่น นนทบุรี ปทุมธานี นครปฐม ออยุธยา เป็นต้น อย่างไรก็ตามการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพฯ นั้นเป็นไปได้อย่างจำกัด ทิศทางของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ที่มีการขยายธุรกิจไปยังต่างจังหวัดมากขึ้น ทั้งการก่อสร้างโรงแรมใหม่ รวมถึงการเข้าซื้อธุรกิจโรงแรมรายเดิมในพื้นที่ ส่งผลให้การลงทุนธุรกิจโรงแรมในต่างจังหวัดขยายตัว แต่ก็เผชิญความท้าทายในการเพิ่มอัตราการเข้าพักและราคาห้องพัก จากจำนวนนักท่องเที่ยวและราคาห้องพักในต่างจังหวัดที่ยังไม่สูงนัก เมื่อเปรียบเทียบกับในกรุงเทพฯ และในจังหวัดใหญ่ๆ รวมถึงการกระจายตัวนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดขนาดเล็ก อาจส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดขนาดใหญ่มีแนวโน้มลดลง ซึ่งอาจส่งผลให้รายได้ค่าห้องพักต่อจำนวนห้องพักที่อยู่ของธุรกิจโรงแรมที่ขยายธุรกิจไปยังต่างจังหวัดลดลง หรือเติบโตอย่างชะลอตัวลงได้ในภาพรวม ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก คือ

คู่แข่งชั้นรายเดิม ในปัจจุบันนี้ธุรกิจโรงแรมต่างนำกลยุทธ์ในการทำการตลาดมาใช้ในการส่งเสริมการขายกันค่อนข้างมาก เช่น การจัดทำในเรื่องของส่วนลด หรือการจัดทำโปรโมชั่นต่างๆ ให้กับลูกค้าซึ่งคู่แข่งในตอนนี้ย่อมมีผลกระทบต่อกันและกัน

คู่แข่งชั้นรายใหม่ เนื่องจากการเข้ามาในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและโรงแรม ต้องใช้เงินลงทุนที่ค่อนข้างสูง จึงทำให้การเข้ามาของรายใหม่ ดูจะไม่ค่อยทำให้นำกำไรและมีผลกระทบต่อค่อนข้างน้อย

อำนาจต่อรองของลูกค้า เนื่องจากในปัจจุบันจำนวนโรงแรมมีค่อนข้างมาก ทำให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองค่อนข้างมากในธุรกิจโรงแรม ลูกค้าสามารถตัดสินใจใช้บริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ลูกค้ามีสิทธิในการเลือกใช้บริการ ทำให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองกับธุรกิจ

สินค้าและบริการทดแทน มีผลกระทบต่อธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและขนาดเล็ก เพราะว่าทดแทนกันได้

อย่างเช่น อพาร์ทเม้น บ้านเช่า แต่ทั้งนี้ก็ยังเปรียบเทียบกับความสะดวกสบายของโรงแรมไม่ได้ ดังนั้นโรงแรมควรเพิ่มความประทับใจในด้านการบริการ

การวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคที่มีต่อธุรกิจโรงแรม หรือ SWOTหลักการวิเคราะห์โดยตรวจสอบตนเองเปรียบเทียบกับสภาวะแวดล้อมภายนอก ซึ่งสภาวะแวดล้อมภายนอก หมายถึง สภาพแวดล้อมที่ไม่สามารถควบคุมได้ หรือไม่ได้เกิดจากตัวองค์กรธุรกิจโรงแรมเอง



S strength เรามีจุดแข็งอะไรบ้างในองค์กร เช่น พนักงานมีประสิทธิภาพ อายุงานของพนักงานมากและสามารถพัฒนาได้ง่าย เช่น มีห้องพักจำนวนมาก สะดวกสบายด้วยเครื่องอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ออกแบบตกแต่งอย่างลงตัว หรูหรา มีระดับ มีเอกลักษณ์

W weak เรามีจุดอ่อนอะไรบ้างในองค์กร เช่น การส่งมอบล่าช้ากว่าคู่แข่ง การประสานงานไม่ดี การบริการไม่ดี มีฝุ่นในห้องพัก ฝ้าขุ่นหรือฝ้าเซ็ดตัวไม่สะอาด หรือห้องน้ำไม่สะอาด

O opportunity จากสภาพแวดล้อมภายนอกอะไรบ้าง ที่เอื้อประโยชน์ให้องค์กรเรา เช่น ในโรงแรมที่มีอาหารเข้าครบเครื่อง ดีเลิศ รสชาติเยี่ยม มีวิวทะเลหรือธรรมชาติสวยงาม โรงแรมมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นซึ่งเป็นการดึงดูดเด่นของท้องถิ่นนั้นๆ ออกมาแสดงให้เห็นลูกค้าได้สัมผัส เพื่อเพิ่มความประทับใจ

T threat จากสภาพแวดล้อมภายนอกอะไรบ้าง ที่เป็นอุปสรรคต่อองค์กร เช่น ในธุรกิจขนส่ง ถ้าน้ำมันขึ้นราคาถือว่าเป็นอุปสรรคต่อองค์กร เพราะจะทำให้ผลกำไรลดลง เช่น

ในส่วนของพนักงานที่ไม่ค่อยดูแลด้านความสะอาด ต้องปรับเปลี่ยนให้ดูแลลูกค้าให้ทัดเทียมกับโรงแรมขนาดใหญ่ หรืออาจจะเป็นในส่วนของมีลูกค้าเยอะเกินไปจนถึงขั้นแออัด พนักงานดูแลได้ไม่ทั่วถึง เป็นต้น



ส่วนใหญ่ถ้าเราให้หัวหน้างานหรือผู้บริหารระดับต้น และกลางทำวิเคราะห์ SWOT องค์กรที่ไร จะเห็นว่าผลสรุปจะออกมาว่ามีปัญหาความไม่ชัดเจนของทิศทางองค์กร ขาดทรัพยากรสนับสนุน แต่ถ้าเป็น SWOT ที่ให้ระดับผู้บริหารระดับสูงทำการวิเคราะห์เอง จะเห็นผลการวิเคราะห์อีกแบบหนึ่ง เช่น การประสานงานไม่ดี ขาดระเบียบวินัย ซึ่งสำคัญมากเพราะถ้าหากขาดระเบียบวินัยแล้วการ SWOT ย่อมไม่ได้ผลเท่าที่ควร

ดังนั้น การทำ SWOT ถึงแม้จะเป็นธุรกิจโรงแรมขนาดกลางถึงเล็กก็ตามควรใช้ทีมงานทุกแผนกและอาจใช้หัวหน้างาน ผู้บริหารระดับต้น ระดับกลาง และระดับสูงมาทำร่วมกัน และรวบรวมจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคทั้งหมดมารวมกัน และต้องเปิดโอกาสให้ผู้เสนอ SWOT ให้เหตุผลและอธิบายสาเหตุว่าทำไมจึงให้หัวข้อนี้เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส หรืออุปสรรค จากนั้นให้ที่ประชุมซักถามและออกความเห็น แล้วใช้มติที่ประชุมเป็นการชี้ขาดว่าเห็นชอบหรือไม่ หรือจะเปลี่ยนเป็นประเภทอื่น

ปัจจัยเสริมที่ทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย ซึ่งการเกิดของแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ มากขึ้นในแต่ละท้องถิ่นซึ่งมีการกระจายตัวตามแต่ละภูมิภาคต่างๆ ทั้งทางธรรมชาติและที่เกิดจากการสร้างขึ้นของมนุษย์ก็ตาม โดยสาเหตุมาจากความสะดวกในการเดินทาง อย่างเช่นรถ ถนนหนทาง เมื่อมีแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น ก็เกิดการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมเพิ่มขึ้นด้วยนั่นเอง จึงทำให้เป็นสิ่งที่ควรคำนึงถึงเพื่อพร้อมรับในการเข้าสู่การแข่งขันใน AEC ทั้งกลยุทธ์ต่างๆ อย่างเช่น การกระตุ้นยอดจอง โดยการประชาสัมพันธ์จุดเด่น

ของธุรกิจโรงแรมตามแต่ละท้องถิ่น โชว์ความเป็นไทยในลักษณะของภูมิภาคของตนออกมาเพื่อยึดถือเป็นความได้เปรียบกว่าประเทศอื่นใน AEC ต้องมีการพัฒนา ด้านไอที เพื่อสอดรับลูกค้าของธุรกิจโรงแรม พร้อมกับสร้างภาพลักษณ์ที่ดี เพื่อช่วยในด้านส่งเสริมการขายเช่นการดูแลลูกค้าอย่างอบอุ่นด้วยรอยยิ้มเห็นลูกค้าเหมือนคนในครอบครัว ทั้งก่อน ระหว่างและหลังการให้บริการเพื่อสร้างความประทับใจให้ลูกค้า นอกจากนี้ยังจะทำให้ลูกค้าเกิดการปรารถนาที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ และอีกสิ่งหนึ่งซึ่งสำคัญและขาดหรือด้อยกว่าประเทศอื่นใน AEC ไม่ได้เลยก็คือการพัฒนาภาษาอังกฤษในส่วนพนักงาน เพื่อให้พร้อมต่อการบริการที่ประทับใจและเข้าใจตรงกันระหว่างผู้ให้บริการและตัวลูกค้าเองอีกด้วย เพราะเท่าที่เห็นทักษะทางภาษาอังกฤษที่เป็นภาษากลางของอาเซียน (ASEAN) นั้นประเทศไทยเรายังไม่เล็งเห็นความสำคัญกันอย่างจริงจัง

AEC จุดเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของประเทศไทยในครั้งนี้ ได้ส่งผลต่อธุรกิจหลายๆ ประเภท รวมถึงธุรกิจโรงแรมให้ผู้ประกอบการได้มีโอกาสสัมผัสกับแนวโน้มที่เห็นตัวเลขของรายได้และผลกำไรที่เพิ่มขึ้นอยู่ไม่ไกล เจ้าของธุรกิจโรงแรมหน้าใหม่จึงต้องศึกษาหาความรู้อย่างหนักและมีความรอบคอบก่อนการตัดสินใจรวมถึงเจ้าของธุรกิจโรงแรมเดิมเองก็ต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การบริหารธุรกิจโรงแรมให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของการตลาด เพื่อเตรียมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด ในปัจจุบันการดำเนินธุรกิจโรงแรมไม่ได้มีรูปแบบหรือกฎตายตัวเท่าไรนัก ขึ้นอยู่กับการตัดสินใจของเจ้าของธุรกิจในการเลือกรูปแบบหรือวิธีการให้บริการโรงแรมแก่ลูกค้าตามความเหมาะสมของตัวเอง ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบในการทำธุรกิจโรงแรมครั้งนั้น

ซึ่งนอกจากทำเล พนักงาน สิ่งอำนวยความสะดวก การให้บริการต่างๆ แล้วยังรวมถึงวิถีทัศนหรือทัศนคติในการดำเนินธุรกิจของผู้เป็นใหญ่ในธุรกิจดังกล่าวร่วมด้วย ดังนั้นรูปแบบของการดำเนินธุรกิจโรงแรมในยุค AEC จึงค่อนข้างมีความหลากหลายและแตกต่างกันออกไป แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นแล้ว อย่าลืมเอกลักษณ์ของความเป็นไทยเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด ซึ่งสร้างมาตั้งแต่บรรพบุรุษของเรา ไม่ควรตามแบบอย่างตะวันตกมากเกินไป เพราะความเป็นไทยจะสามารถทำให้ธุรกิจทุกอย่างจะเกิดความโดดเด่นด้วยตัวของมันเอง

ซึ่งเป็นการสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ไม่ยากเย็นนัก อย่าลืมว่าจุดขายของประเทศไทยต่อชาวต่างชาติ แต่ไหนแต่ไรมานั้นคือ เมืองไทยเมืองยิ้ม การต้อนรับอบอุ่นใส่ใจดุจญาติมิตร



Travel Trend 2016

การท่องเที่ยวของประเทศไทยเดินมาถูกทิศถูกทางแล้วหรือไม่และจะสามารถเติบโตอย่างยั่งยืนได้อย่างไร ซึ่งที่ผ่านมามีประเทศไทยจะประสบกับภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของประเทศ แต่เมื่อผ่านพ้นวิกฤตไปแล้วนักท่องเที่ยวก็ยังคงกลับมาเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แสดงถึงความเชื่อมั่นที่นักท่องเที่ยวมีต่อประเทศไทย ในขณะที่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวราคาถูก การท่องเที่ยวไทยยังมีปัญหาสะสมมา อย่างยาวนานที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาความสัมพันธ์ของแหล่งท่องเที่ยวการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวความไม่พร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก ปัญหาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ทักษะและองค์ความรู้ของบุคลากรท่องเที่ยว ขีดความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาการบริหารจัดการของภาครัฐและการบูรณาการ

เพื่อการขับเคลื่อนแผนยุทธศาสตร์ความล้ำสมัยของกฎหมาย และการบังคับใช้กฎหมาย เป็นต้น ดังนั้นหากประเทศไทยยังจำเป็นต้องอาศัยรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นฐานเศรษฐกิจหลักให้กับประเทศ รวมถึงเป็นแหล่งกระจายรายได้ และการจ้างงานเพื่อช่วยเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับชุมชนท้องถิ่นและสังคมไทยแล้วควรจะมีการทบทวนทิศทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับสภาพข้อเท็จจริงศักยภาพและโอกาสที่จะเกิดขึ้นและเพื่อเป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพอย่างยั่งยืน

ว่าด้วยเรื่องของแนวโน้มการท่องเที่ยว (travel trend) ในปี 2016 นั้นรูปแบบการท่องเที่ยว การเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการ ปรับกลยุทธ์เพื่อเตรียมรับมือกับกลุ่มนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยว

ของประเทศในระยะต่อไป จะไม่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวแต่จะให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น ทั้งในเรื่องการเพิ่มระยะเวลาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวต่อครั้ง การพัฒนาในระดับท้องถิ่น หรือระดับชุมชน การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายในกลุ่มท่องเที่ยว และระหว่างกลุ่มท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้ไปสู่ท้องถิ่นมากขึ้น คำนึงถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นต่อชุมชน สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างให้เกิดความสมดุลและการพัฒนาที่ยั่งยืน

ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติเที่ยวไทยในปี 2559 ยังเป็นความหวังในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย ภายใต้แรงหนุนที่จะช่วยขับเคลื่อนตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2559 มาจากบรรยากาศทั้งในประเทศและต่างประเทศที่ยังเอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยว ประกอบกับแรงหนุนจากการทำกิจกรรมการตลาดอย่างต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐ รวมถึงการที่รัฐบาลได้วางยุทธศาสตร์ให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางน้ำ หรือ Marina Hub ของภูมิภาคอาเซียน

โดยตลาดภูมิภาคเอเชียตะวันออกยังเป็นตลาดหลักในการผลักดันการเติบโตของตลาดท่องเที่ยวไทย ซึ่งตลาดนักท่องเที่ยวจีนที่ยังเติบโต เป็นผลมาจากการทำการตลาดทั้งจากฝั่งผู้ประกอบการในประเทศจีนและชาวจีนที่เข้ามาทำธุรกิจไมไทย ทำให้นักท่องเที่ยวจีนยังขยายตัว อีกทั้งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งอย่างประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ประเทศไทยน่าจะยังเป็นปลายทางท่องเที่ยวอันดับ 1 ของนักท่องเที่ยวจีนในปี 2559 (2016) ด้วยสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยที่มีจำนวนสูงกว่าเท่าตัวในปีที่ผ่านมา ขณะที่ตลาดนักท่องเที่ยวหลักอื่นๆ อาทิ นักท่องเที่ยวมาเลเซียที่คาดว่าจะยังคงขยายตัวได้ แต่ยังคงต้องติดตามพัฒนาการด้านเศรษฐกิจของมาเลเซียที่อาจจะกระทบบรรยากาศการใช้จ่ายของผู้คน

นอกจากนี้ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปน่าจะดีขึ้นต่อเนื่องและคาดว่าภาพรวมในปี 2559 ตลาดนักท่องเที่ยวยุโรปจะสามารถกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้ที่ประมาณร้อยละ 3.0 จากที่หดตัวประมาณร้อยละ 8.7 ในปี 2558 ที่ผ่านมา โดยตลาดที่คาดว่าจะยังคงเติบโตในกลุ่มนี้น่าจะเป็นนักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรปใต้ เช่น สเปน อิตาลีและฝรั่งเศส เป็นต้น เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรปตะวันตก เช่น เยอรมนีและอังกฤษ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ทัศนคติทางตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ในปี 2559 ยังคงอยู่ท่ามกลางปัจจัยเสี่ยงที่อาจมีผลต่อการเติบโต และมีนัยสำคัญต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและเกี่ยวเนื่องในประเทศ ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเศรษฐกิจในประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของไทย ปัจจัยด้านภูมิรัฐศาสตร์ ปัญหาภัยก่อการร้าย รวมถึงการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งปัจจุบันการท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่รัฐบาลแต่ละประเทศให้ความสำคัญในการที่จะใช้เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาจได้รับผลกระทบจาก



ความเสี่ยงดังกล่าว อาทิ นักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันออกและรัสเซียซึ่งน่าจะยังไม่สามารถกลับมาฟื้นตัวได้ในปีนี้ ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลาง คงต้องติดตามสถานการณ์ราคาน้ำมันที่จะกระทบความมั่นคงทางเศรษฐกิจและปัญหาความไม่สงบทั้งในและระหว่างประเทศ Travel Trend 2016 นั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะเข้ามาในไทยนั้นอยู่ที่ประมาณ 32 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวไทยท่องเที่ยวภายในประเทศ 140 ล้านคน-ครั้ง โดยเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวของไทย ในปี 2559 กำหนดไว้ที่ 2.4 ล้านล้านบาท สำหรับปัจจัยที่ส่งเสริมการขยายตัว ได้แก่ สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในปี 2559 ที่คาดว่า จะยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่องในระดับร้อยละ 3-4 ราคาน้ำมันในตลาดโลกยังคงอยู่ในระดับต่ำการเมืองภายในประเทศยังคงมี เสถียรภาพ และการขยายเส้นทางการบินมายังประเทศไทยของสายการบินต่างๆ ทั้งจากยุโรป จีน และเวียดนาม ตลอดจนการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาด ที่ต่อยอดความสำเร็จจากปีที่ผ่านมา สำหรับปัจจัยที่มีผลด้านลบต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานการณ์การก่อการร้าย สงครามในตะวันออกกลางที่ยังไม่มีท่าทีว่าจะสงบลง และการแย่งชิงนักท่องเที่ยวจีนในตลาดโลก

โครงการ 12 เมืองต้องห้าม...พลาดในยุค Travel Trend 2016 และการเข้าสู่ AEC อย่างเต็มตัว เป็นโครงการที่มุ่งเน้นสร้างการรับรู้ทางด้านการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์จังหวัดที่เป็นเมืองรอง แต่โดยแท้จริงแล้วเป็นเมืองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว มีเรื่องราวที่น่าสนใจ และมีของดีซ่อนอยู่เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ไม่กระจุกตัวในจังหวัดที่เป็นเมืองหลัก และเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเมืองดังกล่าวแล้วเกิดความประทับใจ ก็จะบอกต่อกันไปในสื่อต่างๆ รวมทั้งสื่อในสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดการกระจายการท่องเที่ยว ที่กระจุกตัวอยู่ตามเมืองท่องเที่ยวหลัก ไปยังเมืองท่องเที่ยวรองรองใกล้เคียง การดำเนินการในปีที่ผ่านมาสามารถดึงดูดให้มีผู้ไปเยือน 19.78 ล้านคน และสร้างรายได้แก่จังหวัดต่างๆ กว่า 66,987 ล้านบาท โดย ธรรมชาติ และ นครศรีธรรมราช เป็นจังหวัด ที่มีรายได้จากผู้ไปเยือนมากที่สุด นอกจากนี้



โดยภาพรวมพบว่าแหล่งท่องเที่ยว ต่างๆ ในทั้ง 12 จังหวัดเป็นที่รู้จักและมีผู้มาเยือนและเข้าพักเพิ่มขึ้นจากเดิมที่เป็นเพียงจุดแวะพักหรือทางผ่านสู่จังหวัดท่องเที่ยวหลัก นอกจากนี้การเติบโตของนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างต่อเนื่องทั้งในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว ส่งผลให้เศรษฐกิจและการลงทุนภาค การท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องขยายตัว ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงผลสำเร็จของโครงการ อย่างไรก็ตาม การเติบโตของภาค การท่องเที่ยวดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อวิถีชุมชน การใช้ประโยชน์ที่ดินและปัญหาจราจรในบางพื้นที่ ดังนั้น

ผลสำเร็จและผลกระทบจากโครงการดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ให้แก่หน่วยงานและภาคส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งในระดับส่วนกลางและระดับท้องถิ่นในการนำไปขยายผล ตามโครงการ 12 เมือง ต้องห้าม...พลาด ประกอบด้วย ลำพูน พิษณุโลก แพร่ สุรินทร์ ชัยภูมิ นครปฐม สุพรรณบุรี ระยอง สระแก้ว สตูล ระนอง พัทลุง เพื่อกระตุ้นภาคการท่องเที่ยว และกระจายประโยชน์ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น

พอสรุปแนวโน้มที่จะเป็นการท่องเที่ยวในปี 2559

หรือ Travel Trend 2016 นั้นคือ การมองหาประสบการณ์ใหม่ๆของนักท่องเที่ยว,การคุ้มค่ากับการใช้จ่าย แม้ว่าจะต้องมีการใช้จ่ายมากขึ้นก็ตามทั่วโลกนักท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี 2559 นี้มากกว่าที่ผ่านมา,ข้อเสนอที่พิเศษมากขึ้นที่จะเลือกในการเดินทาง และการเลือกจุดหมาย เพราะเหตุที่มีข้อเสนอพิเศษต่างๆมากมายหลากหลายจากสถานที่นั้นๆ , ความสะดวกสบายและการเชื่อมต่อในบรรดาสิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวจะมองหาเมื่อพวกเขาจองห้องพักในโรงแรม เช่น เครื่องปรับอากาศที่มีคุณภาพ มี WiFi เป็นต้น ราคาห้องพักที่หลายๆคนได้วางแผนว่าอัตราค่าห้องพักของผู้ประกอบการจะทำการเพิ่มขึ้นในปี 2559 (2016) และชื่อเสียงของผู้ประกอบการ ดำเนินการการท่องเที่ยว และการโรงแรม จะอยู่ใกล้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้นบนเว็บไซต์



ว่าด้วยเรื่องของโรงแรมแบบต่างๆ

ปัจจุบันมีโรงแรมหลายรูปแบบให้ผู้บริโภคเลือกพัก ผู้ที่คิดจะเริ่มต้นธุรกิจโรงแรมหรือที่พักก็เช่นกัน มีธุรกิจที่พักให้เลือกเริ่มต้นมากมายขนาดทั้งการลงทุนก็แตกต่างกันไป การจัดแบ่งประเภทของที่พักแรมแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดประเภทซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักอาศัยของแขก การบริหารงาน การจัดบริการแก่ลูกค้า หรือขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ดังนั้นการจัดแบ่งประเภทของที่พักโรงแรมจึงไม่มีข้อยุติแน่นอน คำว่า“โรงแรม” หากกล่าวโดยความหมายอย่างกว้างคือในลักษณะที่เป็นที่พักที่เปิดให้คนเข้าไปเข้าพักเป็นการชั่วคราวแล้วก็มืออยู่หลายประเภทด้วยกัน ตั้งแต่แบบเกสต์เฮาส์ (Guest house) โรงแรมขนาดเล็กขนาดกลางขนาดใหญ่โรงแรมสำหรับผู้เดินทางโดยรถยนต์ (motel) และโรงแรมประจำท่าอากาศยาน (Airport hotel) เป็นต้น

ในภาพรวมของธุรกิจโรงแรมที่มีอยู่อย่างหลากหลายในปัจจุบัน หากพิจารณาจากรูปแบบวิธีการจัดการแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบใหญ่

ระบบอิสระ (Independents System) คือโรงแรมที่ไม่ได้เข้าร่วมกับองค์การธุรกิจใดๆ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่งไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโรงแรมต่างแพรนิซส์ หรือบริษัทรับบริหารจัดการในธุรกิจโรงแรมใดๆ ทั้งสิ้น เป็นโรงแรมที่เจ้าของบริหารงานเอง ซึ่งในบางแห่งเป็นลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว ส่วนใหญ่ จะเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองเล็กๆ และในชุมชนรีสอร์ทตามฤดูกาล แขกหรือผู้มาใช้บริการในโรงแรมอิสระมัก นิยมบริการที่เป็นส่วนตัว และนิยมโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้อาจจะเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องสถานที่ตั้ง การบริการ การออกแบบ และ/หรือ วิธีการจัดการทรัพย์สินก็ได้

ระบบเครือข่าย (Chain System) คือการบริหารงานในลักษณะของการรวมกลุ่มกันของโรงแรม ต่างๆ โดยมีความเป็นเจ้าของ และ/หรือ การควบคุมการบริหารและการควบคุมดูแลที่เหมือนกันหรืออยู่ใน ระบบเดียวกัน โรงแรมในกลุ่มจะดำเนินการทางธุรกิจโดยใช้ชื่อประกอบการร่วมกัน และ/หรืออยู่ภายใต้ระบบบริหารเดียวกันที่มาจากส่วนกลาง การเติบโตเป็นกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผลจากการขยายกิจการของโรงแรมที่ ประสบความสำเร็จ มีความรอบรู้และชำนาญในการบริหาร จนเป็นที่รู้จักในตลาดจึงใช้ชื่อประกอบการเดิมเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกันที่ยังคงนโยบายและแนวทางการดำเนินงานเหมือนกัน

อย่างไรก็ตามการขยายกิจการที่ต้องอาศัยเงินทุนที่มีจำกัดเพียงแหล่งเดียวทำให้สูญเสียโอกาสการทำรายได้ในสถานการณ์ตลาดที่ยังมีความต้องการที่พักอีกมาก ขณะเดียวกันก็มีผู้สนใจที่ต้องการเข้ามาลงทุน ประกอบธุรกิจโรงแรม แต่ขาดความรู้ความชำนาญ ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาการจัดการธุรกิจที่อำนวยความสะดวกต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของกลุ่มที่มีความสามารถในวิชาชีพซึ่งจนกลายเป็นรูปแบบการจัดการโรงแรมที่ได้รับความนิยมเพราะสอดคล้องกับความต้องการทั้งสองฝ่าย คือ รูปแบบการจัดการภายใต้สัญญาว่าจ้างบริหารหรือสัญญาจัดการ (Management Contract) และการจัดการในระบบธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ซึ่งเป็นวิธีสำคัญที่ช่วยให้การขยายกิจการโรงแรมในกลุ่มเพิ่มจำนวนได้เร็วในตลาด

ไม่ใช่แค่เพียงความมหัศจรรย์ของสถานที่เท่านั้นที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เลือกเดินทางไปเปิดประสบการณ์ ที่ต่างๆ ได้แต่ความแปลกตาตื่นใจของสิ่งก่อสร้างและสถานที่พักโรงแรมที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใครก็เป็นแม่เหล็กพลังมหาศาสตร์ที่นำพาให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปในสถานที่นั้นๆ และในการวางกลยุทธ์ต่างๆ อย่างเหมาะสมเพื่อการดึงดูดลูกค้า การวางรูปแบบของธุรกิจโรงแรม ควรคำนึงถึงในประเด็นต่อไปนี้เพื่อเป็นการสร้างจุดเด่นที่แตกต่างจากคู่แข่งอย่างสอดคล้องและลงตัวในแต่ละแห่งซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง

1. กลยุทธ์ด้านราคา (Price Strategy) มีความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ พอๆ กับกลยุทธ์ด้านการบริการ ซึ่งในส่วนของราคาจะผันแปรตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลท่องเที่ยว ค่าเช่าของโรงแรมนั้นๆ และคุณภาพของการบริการ โดยก่อนการลงทุน ควรศึกษาอัตราค่าเช่าพักในย่านนั้นๆ ก่อน จึงจะนำมาเป็นแนวทางให้การออกแบบและกำหนดราคาเช่าพัก ซึ่งถ้ามีการบริการที่ดี อยู่ในทำเลที่ดีแล้ว มีโอกาสที่อัตราค่าเช่าพักจะสูงกว่าคู่แข่งในย่านเดียวกันได้

2. กลยุทธ์ด้านทำเล (Place Strategy) ควรอยู่ใกล้ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในท้องถิ่นนั้นๆ ใกล้ตลาด ใกล้แหล่งอำนวยความสะดวก โดยข้อดีของการสร้างโรงแรมอยู่ในย่านแหล่งท่องเที่ยว แม้จะมีคู่แข่งจำนวนมาก แต่ก็ทำให้ผู้เข้าพักเข้าถึงได้ง่าย ซึ่งหากแข่งขันในด้านทำเลได้แล้ว ถ้าพัฒนาด้านคุณภาพในการบริการให้ดีกว่าคู่แข่ง ย่อมมีโอกาสที่ดีกว่าทั้งในด้านอัตราค่าเช่าพัก และจำนวนผู้เข้าพัก

3. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) หมายถึงการทำตลาดเพื่อเจาะเข้าถึงกลุ่มลูกค้า โดยในธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยวนี้ สัดส่วนมากกว่า 95% พึ่งพาสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ดังนั้น ควรศึกษาการใช้สื่ออินเทอร์เน็ตทุกรูปแบบให้เป็นประโยชน์ เริ่มจาก ควรมีเว็บไซต์เป็นของตัวเอง มีสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram เพื่อกระจายไปยังกลุ่มเป้าหมาย เรียนรู้การใช้เว็บไซต์เกี่ยวกับการจองห้องพัก รวมถึง เว็บไซต์จองที่พักในเปรียบเทียบ ข้อดี ข้อเสียของเว็บไซต์เหล่านี้ และเลือกให้เหมาะสมกับโรงแรมของตัวเอง

4. กลยุทธ์ด้านพนักงาน (People Strategy) เป็นอีกหนึ่งหัวใจสำคัญเช่นกันของธุรกิจโรงแรม โดยไม่ว่าจะเป็นโรงแรมขนาดเล็ก หรือขนาดใหญ่ ต้องมีพนักงานที่มีหัวใจในการให้บริการ หรือที่เรียกว่า “เซอร์วิส มายด์” (Service Mind) ฝึกฝนอบรมพนักงานอย่างหนักให้มีเซอร์วิสมายด์ ยิ้มแย้ม ทักทาย พูดยจาสุภาพ แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ สร้างความพึงพอใจให้ผู้เข้าพักสูงสุด ซึ่งธุรกิจโรงแรมมีความแปลกที่นำเสนอใจ คือ ผู้เข้าพักจะยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น เพื่อได้



คุณภาพการบริการที่ดีกว่า โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีจำนวนโรงแรมค่อนข้างมาก สิ่งที่จะชนะคู่แข่งได้ ไม่ใช่เรื่องอัตราค่าเข้าพักเพียงอย่างเดียว แต่ต้องเป็นเรื่อง คุณภาพการบริการจากพนักงานด้วย

5. กลยุทธ์ด้านกระบวนการให้บริการ (Process Strategy) เป็นการส่งมอบคุณภาพในการให้บริการกับลูกค้าได้รวดเร็วและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะเชื่อมโยงกับกลยุทธ์ด้านพนักงาน กระบวนการในการส่งมอบบริการจะครอบคลุมตั้งแต่ขั้นตอนการจองห้องพักทั้งผ่านระบบอินเทอร์เน็ต และจองตรงกับทางโรงแรมผ่านทางโทรศัพท์ การให้ข้อมูล จนเมื่อถึงวันเข้าพัก กระบวนการในการเช็คอินต้องรวดเร็ว การจัดส่งกระเป๋าถึงห้องพัก บริการประสานงานกับแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหาร บริการรถขับส่ง เป็นต้น

6. กลยุทธ์ด้านกายภาพ (Physical evidence and presentation Strategy) สำหรับธุรกิจบริการแล้ว ลักษณะทางกายภาพ อาจกล่าวได้ว่าเป็นสิ่งที่สร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ปัจจัยด้านความสะอาดความสะอาด หรือผลประโยชน์อื่นๆ ซึ่งธุรกิจโรงแรมขนาดเล็กจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับเรื่องนี้ไม่แพ้ปัจจัยอื่นๆ เพราะลักษณะทางกายภาพ มีส่วนที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจ บรรยากาศของโรงแรม สิ่งแวดล้อมบริเวณรอบข้าง มีความปลอดภัยหรือไม่ บรรยากาศห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีให้บริการฟรี บริการด้านอาหารเช้า

ระบบรักษาความปลอดภัย มีความจูงใจให้เกิดความอยากเข้าพัก

ในประเทศไทยนั้นการวางมาตรฐานของคุณภาพของโรงแรมนั้นจะครอบคลุมในด้านการก่อสร้าง การบำรุงรักษา สิ่งอำนวยความสะดวก และคุณภาพในการบริการ โดยการให้การยกระดับในการให้ดาว ตั้งแต่ 1 ดาวไปจนถึง ระดับ 5 ดาว เพื่อแยกออกตามมาตรฐานที่ได้กำหนดไว้ และยังเป็นกำหนัด

ในเรื่องราคาห้องพัก และการบริการอีกด้วย ซึ่งในการแยกเช่นนี้ก็เพราะว่าเป็นกลยุทธ์ที่แตกต่างอย่างหนึ่งที่วัดความพึงพอใจของลูกค้า และยังสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าได้อีกด้วย

กลุ่มดาวเดียว หมายถึงโรงแรมซึ่งมีขนาดเล็ก ๆ ที่สิ่งอำนวยความสะดวกและเฟอร์นิเจอร์แบบง่าย ๆ และพอใช้ได้ห้องพักทุกห้องมีน้ำร้อนและน้ำเย็นพร้อม มีห้องอาบน้ำ และ ห้องส้วมพอเพียง เป็นแบบที่แขกหลายห้องใช้ มีบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับผู้มาพัก แต่อาจไม่บริการ แก่บุคคลภายนอกโรงแรมกลุ่มนี้จะมีบรรยากาศเป็นกันเองและส่วนมาก เจ้าของโรงแรมจะเป็นผู้ดูแลบริหารงานเอง

กลุ่มสองดาว ได้แก่โรงแรมที่มีมาตรฐานด้านห้องพักสูงกว่า ดาวเดียว มีห้องพักมีห้อง อาบน้ำ ในตัวอยู่ภายในห้องพักอาจมีโทรศัพท์โต๊ะโทรทัศน์ให้ด้วย มีอาหารให้เลือกมากกว่า แต่ก็อาจไม่ให้บริการแก่บุคคลนอกเช่นเดียวกับกลุ่มดาวเดียว

กลุ่มสามดาว ได้แก่โรงแรมที่ตกแต่งดีห้องพักกว้างขวางกว่าและมีสิ่งอำนวยความสะดวก ต่าง ๆ มากขึ้น ส่วนใหญ่จะมีห้องน้ำ ในตัวโดยมีอ่างอาบน้ำด้วย มีบริการด้านอาหารครบเครื่องมากขึ้นแต่อาจไม่เปิดจำหน่ายแก่บุคคลภายนอก อาหารหลากหลายกว่าแบบหนึ่งหรือสองดาว การบริการจากพนักงานมีการต้อนรับและบริการที่ครอบคลุมกว่ามาก

กลุ่มสี่ดาว โดยทั่วไปจะเป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่ ตกแต่งดีเป็นพิเศษ มีมาตรฐานสูง ในด้านบริการและความ สะดวกสบาย อาจมีห้องอาหารมากกว่า 1 ห้อง หรืออาจรวม ไปถึงห้องประชุม ห้องจัดเลี้ยงสำหรับลูกค้าที่ต้องการใช้เป็น สถานที่ประชุมและจัดเลี้ยงขององค์กรต่างๆทั้งภาครัฐบาลและ เอกชน แต่ก็ยังไม่ได้เน้นความหรูหรามากนัก

กลุ่มห้าดาว โรงแรมใหญ่ประเภทหรูหรามี มาตรฐานสากลระดับสูงสุดในทุกด้านคือ ห้องพัก อาหารและ

สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ครบครันเพื่อความประทับใจ ของลูกค้าที่มีกำลังซื้อบริการสูง

ในปัจจุบันนี้ทางด้านการบริการโรงแรมในแบบต่างๆ ของประเทศไทยเราก็คงไม่ได้ด้อยไปกว่าต่างประเทศก็ยังมี กำลังในการส่งเสริมธุรกิจโรงแรมในแบบต่างๆให้ทัดเทียมในระดับ สากลมีทั้งระดับ ห้าดาวและระดับธรรมดาหนึ่งหรือสองดาว เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากภาคการท่องเที่ยวและยัง ครอบคลุมนักท่องเที่ยวในทุกระดับทุกราชาคที่นักท่องเที่ยวมี กำลังซื้อ



Nan Boutique Hotel

จังหวัดน่าน เป็นจังหวัดซึ่งอยู่ทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญต่างๆ มากมายทั้งสถานที่ทางประวัติศาสตร์โบราณคดีแหล่งอารยธรรมโบราณ โบราณสถาน โดยเฉพาะวัดเก่าแก่ที่มีให้เห็นแทบทุกอำเภอ ได้แก่ วัดพระธาตุแช่แห้ง พระธาตุคู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดน่าน วัดภูมินทร์ หอคำ วัดหนองบัว วัดบุญยืน โดยเฉพาะวัดพระธาตุช้างค้ำวรวิหาร วัดที่มีลักษณะสถาปัตยกรรมที่สะท้อนให้เห็นอิทธิพลของศิลปะสุโขทัย อาทิ เจดีย์ทรงลังกา รอบฐานองค์พระเจดีย์ก่ออิฐถือปูนและปั้นเป็นรูปช้างครึ่งตัว ด้านละ 5 เชือก และที่มุมทั้งสี่อีก 4 เชือก ลักษณะคล้ายจะเอาหลังหนุน หรือ "ค้ำ" องค์เจดีย์ไว้ ภายในวิหารประดิษฐานพระพุทธรูปสำริดยืนปางประทานอภัยอายุราวครึ่งหลังพุทธศตวรรษที่ 19 ตรงกับสมัยสุโขทัยตอนปลายพระประธานเป็นปูนปั้นขนาดใหญ่ศิลปะเชียงแสนฝีมือสกุลช่างน่านที่มีพุทธลักษณะงดงามยิ่งของเมืองน่าน ซึ่งแต่ละวัดที่กล่าวมานั้นล้วนเป็นวัดที่มีอายุนับร้อยๆ ปี และมีภาพจิตรกรรมฝาผนังภายในที่สวยงามและเป็นเอกลักษณ์ที่มีชื่อเสียงเป็นอย่างมากของจังหวัดน่านแห่งนี้

สำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดน่านสามารถท่องเที่ยวได้ทั่วทุกอำเภอ ด้วยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรมอยู่แล้วนอกจากนี้ยังมีงานบุญประเพณีที่สำคัญ เช่น งานแข่งเรือ งานไหว้พระธาตุ ส่วนผู้ที่ชื่นชอบศิลปะการแสดงก็สามารถชมการแสดงนาฏศิลป์ที่งดงามรวมทั้งดนตรีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เช่น ดนตรีวงปี่จุม จ้อยชอ ฟ้อนเงิน เป็นต้น

อีกทั้งยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีความหลากหลาย เช่น อุทยานแห่งชาติขุนน่าน อันเป็นต้นกำเนิดของแม่น้ำน่านอยู่ในเขตป่าสงวนแห่งชาติดอยภูคาและป่าผาแดง ซึ่งมีสภาพป่าอันอุดมสมบูรณ์ มีน้ำตกหลายแห่งและมีจุดเด่นที่สวยงาม ได้แก่ น้ำตกสะปัน, น้ำตกห้วยตี๋, น้ำตกบ้านเด่น, น้ำตกห้วยห้า มีน้ำไหลตลอดทั้งปีเป็นน้ำตกที่มีความงามตามธรรมชาติอย่างยิ่ง เส้นทางชมธรรมชาติหมู่บ้านมณีพุกษ์ ในอำเภอกู่ช้าง อุทยานแห่งชาติหลายแห่ง และเสาดินที่อำเภอนาน้อย บ่อเกลือโบราณในอำเภอบ่อเกลือ หรือการล่องแก่งน้ำว้า ที่มีทัศนียภาพสวยงามตลอดเส้นทางอีกด้วย

จุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ น่านบูติกโฮเทล

คุณจันจิรา ชินสุขเสริม ผู้จัดการ น่านบูติกโฮเทล เล่าให้ฟังว่า จุดเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ น่านบูติกโฮเทล นั้น ความจริงแล้วแต่เดิมนั้นอาชีพหลักของครอบครัวคือเปิดร้านขายวัสดุก่อสร้าง ซึ่งพื้นที่ที่เป็นโรงแรม น่านบูติก โฮเทล ในปัจจุบันนั้น เดิมเป็นพื้นที่ที่รกร้างแต่ตั้งอยู่ใจกลางเมืองซึ่งไม่ได้มีการพัฒนาพื้นที่ และด้วยความที่ชุมชนและประชาชนแถวนั้นอยากที่จะให้มีการพัฒนาพื้นที่ประกอบกับทางครอบครัวซึ่งชอบในเรื่องของการท่องเที่ยวที่ได้ประสบการณ์และความประทับใจจากสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้มีโอกาสไปเยือนตามสถานที่ต่างๆ แล้วจึงอยากที่จะให้คนที่มาเที่ยวที่ จ.น่าน เกิดความประทับใจขึ้นเช่นกัน จึงได้มีความคิดริเริ่มที่จะทำธุรกิจโรงแรมเกิดขึ้น โดยในช่วงแรกนั้นเป็นเรื่องของการวางแผนในเรื่องของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ว่าโรงแรมที่กำลังจะสร้างนั้นลูกค้าเป้าหมายเป็นกลุ่มลูกค้าประเภทไหน และเป็นกลุ่มลูกค้าในระดับใด เพื่อสร้างคอนเซ็ปต์ให้กับโรงแรมของตัวเอง จนได้แนวคิดที่ต้องการให้คนที่มาเที่ยวได้บรรยากาศการพักผ่อนสไตล์ของครอบครัวที่สัมผัสกับธรรมชาติ จึงทำให้เกิดแนวทางการตกแต่งของในแนวบูติกขึ้นมา ซึ่งการออกแบบและตกแต่งส่วนใหญ่มักจะเป็นแนวคิดและไอเดียของคุณจันจิราเอง ที่ใช้การจดจำมาจากในหนังสือบ้าง หรือประสบการณ์จากการไปเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ก็ได้มีการนำเอามาผสมผสาน แต่ยังคงความเป็นล้านนาอยู่

ห้องพัก และสิ่งอำนวยความสะดวก

น่านบูติกโฮเทล มีห้องพักทั้งหมด 32 ห้อง แบ่งเป็นห้อง 3 ประเภท คือ ห้อง Deluxe มีด้วยกันทั้งหมด 4 ห้อง ห้องนอนขนาดกว้างขวางพร้อมเตียงขนาดใหญ่กว่าห้องอื่นๆ ที่มาพร้อมวิวสวนสวย และดอกไม้ ให้อารมณ์ที่โปร่ง โล่งสบาย พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ห้อง Superior มีด้วยกันทั้งหมด 4 ห้อง มีระเบียงชมวิวทิวทัศน์ ห้องนอนขนาดกว้างขวางพร้อมเตียงขนาดใหญ่ หรือเตียงคู่ที่ออกแบบโดยไม่ซ้ำกัน โดยในส่วนของห้อง Deluxe และ Superior นั้นจะมีบริการของ Free mini Bar บริการให้ลูกค้า โดยไม่มีการคิดค่าใช้จ่ายเพิ่ม และนอกนั้นจะเป็นห้อง Standard ขนาดกะทัดรัด สไตล์โมเดิร์น ที่มีความสะดวกสบายพอฟๆ กับ

แต่สิ่งอำนวยความสะดวกอาจจะน้อยกว่าส่วนของห้อง Deluxe และ Superior เล็กน้อย นอกจากนี้ที่พักของโรงแรมแล้วก็มีบริการเสริมอื่นของโรงแรมเนื่องจากทางโรงแรมคิดว่าลูกค้าที่เข้ามาพักน่าจะมีความต้องการการบริการที่หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นส่วนของร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ห้องสมุด และห้องสปา สำหรับกิจกรรมที่ลูกค้าต้องการพักผ่อนใต้ในโซนของโรงแรม ด้วยความต้องการให้ผู้ที่เข้ามาพักมีความประทับใจในเรื่องของที่พักรั้งแต่ก้าวแรกที่เข้ามาในโรงแรมในพื้นที่ของ น่านบูติก โฮเทล ซึ่งประกอบด้วยเนื้อที่ 3 ไร่ ซึ่งตั้งอยู่ในใจกลางเมืองจึงอยากสร้างบรรยากาศให้โรงแรมแห่งนี้เต็มไปด้วยต้นไม้ และความร่มรื่นเปรียบเสมือนป่าที่อยู่ใจกลางเมืองที่อบอุ่น มีที่พักผ่อนหย่อนใจและสามารถที่จะทำกิจกรรม ซึ่งเกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้ด้วยตนเอง โดยทางโรงแรมได้มีการจรรยาวัควิเคราะห์ให้นักท่องเที่ยวและลูกค้าที่มาพักในโรงแรมสามารถจะไปตลาดในตอนเช้า หรือสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งอยู่รอบเมืองได้เนื่องจากทางโรงแรมต้องการสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

“Feel at Home คือ
เมื่อลูกค้ามาพักที่นี่
จะได้บรรยากาศ
และความสบายเหมือน
เข้ามาอยู่ในบ้าน”

หลักการบริหารธุรกิจและการตลาด

หลักการบริหารธุรกิจของ น่านบูติกโฮเทล นั้น คุณจันจิราเล่าว่า ในเรื่องของการท่องเที่ยว นั้น สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน คือส่วนของที่พักรวมถึงเรื่องกิน และเรื่องของการท่องเที่ยว ซึ่งมองว่าการจะทำให้เรื่องของการท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์นั้นในเรื่องของที่พักเป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก

ปัจจุบัน น่านบูติก โฮเทล เปิดให้บริการมาเป็นระยะเวลา 7 ปีแล้ว ซึ่งช่วงแรกของการริเริ่มธุรกิจโรงแรมแห่งนี้ เป็นช่วงระยะเวลาที่พอดีกับทาง ททท. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) เข้ามาส่งเสริมในเรื่องของการท่องเที่ยวในช่วงที่กำลังมีการสร้างโรงแรม และอยู่ในช่วงศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าที่ทำให้พบว่าลูกค้าส่วนใหญ่มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของการท่องเที่ยวมาเป็นการเดินทางด้วยตัวเองมากกว่าการอาศัยทัวร์อย่างเช่นในอดีต ทางโรงแรมจึงได้มีการทำการตลาดทั้งในส่วนของสื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของการเดินทาง การจองที่พัก ผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เข้ากับรูปแบบการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่



การทำตลาดนั้นต้องเริ่มจากความเข้าใจธรรมชาติของนักท่องเที่ยวก่อน โดยต้องศึกษาความชื่นชอบของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างเช่น หากเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จะต้องทราบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยชอบสไตล์แบบไหน และโรงแรมต้องดูแลกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้แบบไหน ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติก็ต้องเข้าใจธรรมชาติของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เช่นกัน อย่างเช่นกลุ่มของนักท่องเที่ยวจีนซึ่งบางโรงแรมจะปฏิเสธนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้แต่ น่านบูติก โฮเทล ให้การต้อนรับแต่ทางโรงแรมก็ต้องมีการตั้งกฎระเบียบให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ปฏิบัติตาม คือ แจกกฎต่างๆ ของโรงแรมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทราบล่วงหน้า อย่างเช่นเรื่องของการห้ามสูบบุหรี่ในห้องพัก ซึ่งหากทางโรงแรมมีการแจ้งเรื่องระเบียบในการเข้าพักให้นักท่องเที่ยวทราบล่วงหน้าก็จะสามารถทำให้อยู่ร่วมกันได้และสามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้โดยไม่มีปัญหา

จุดแข็งของ น่านบูติก โฮเทล

เมื่อน่านบูติก โฮเทล เปิดให้บริการมาสักระยะ ก็เกิดคำถามที่ว่าโรงแรมเริ่มเก่าพร้อมทั้งมีโรงแรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นมาอย่างมากมายซึ่งมีคำถามที่ว่า น่านบูติก โฮเทล มีจุดแข็งอะไรที่ทำให้สู้กับคู่แข่ง หรือโรงแรมอื่นๆ ที่เกิดขึ้นมาใหม่ได้ ซึ่งทางโรงแรมมองว่าความเก่ากับความเก่านั้นเป็นของคู่กัน และทางโรงแรมจึงได้พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการรับรองคุณภาพจากสถาบันต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น สสว. (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) เพื่อรับรองมาตรฐานและคุณภาพ การส่งผลงานและบริการของโรงแรมเข้าประกวดในโครงการประกวดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ของ ททท. (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) ซึ่งหากเข้าประกวดแล้วได้รับรางวัลตรงนั้นมาก็เหมือนเป็นการยกระดับคุณภาพให้ทางโรงแรมไปในตัวเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะมาเลือกพักในโรงแรมก็ต้องพิจารณาถึงองค์ประกอบหลายอย่างในการที่จะเลือกโรงแรมเพื่อเข้าพัก ซึ่งรางวัลต่างๆ ก็จะเป็นสิ่งที่ช่วยการันตีคุณภาพและการบริการของโรงแรมได้เป็นอย่างดี

การจัดการองค์ความรู้และการพัฒนาบุคลากร

คุณจันจิรา กล่าวว่าโดยส่วนตัวนั้น ไม่ได้เรียนทางด้านของโรงแรมมาโดยตรงแต่ด้วยความรักในด้านของงานบริการจึงพยายามที่จะหาความรู้เพิ่มเติมอยู่ตลอดเวลาไม่ว่าจะเป็นการอบรมในเรื่องของการบริหารจัดการโรงแรม และแนวโน้มในปัจจุบันที่ส่วนใหญ่จะออกมาเป็นในเรื่องของโรงแรมสีเขียว ซึ่งเป็นลักษณะของโรงแรมที่มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางโรงแรมก็ได้เข้าไปมีส่วนร่วมกับองค์กรอย่างเช่น อพท. (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน) ซึ่งได้มีการร่วมโครงการต่างๆ มากมายอย่างเช่น หากเข้ามาพักในโรงแรม 2 คืนโดยไม่เปลี่ยนผ้าปูที่นอนก็จะได้รับส่วนลดในการใช้บริการต่างๆ ภายในโรงแรมอย่างเช่น ร้านค้าหรือร้านอาหารของที่ระลึก โครงการที่ร่วมกับทาง ททท. ในส่วนของการอบรมภาษาอังกฤษให้กับพนักงานต้อนรับ การอบรมความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อบรมความรู้เกี่ยวกับมัคคุเทศก์ เป็นต้น นอกจากนี้ก็มีวิทยาลัยชุมชน จังหวัดน่าน ที่เข้ามาอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาจีน ภาษาอังกฤษ

วิทยาลัยสารพัดช่างน่าน และเทคนิคน่าน ก็มีการเข้ามาอบรมในเรื่องของแม่บ้าน กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน เข้ามาอบรมการทำงานของพนักงานแต่ละแผนก ซึ่งทางโรงแรมได้มีการรวมกลุ่มเป็นชมรมที่พัก จังหวัดน่าน ทำให้เกิดการรวมกลุ่มให้หน่วยงานต่างๆ เข้ามาช่วยทำการอบรมและให้ความรู้เพื่อพัฒนาบุคลากรให้กับทางโรงแรมโดยพนักงานส่วนใหญ่ของโรงแรมจะเน้นเป็นการจ้างงานคนท้องถิ่นถึง 90% ไม่ว่าจะเป็นแม่บ้าน ซึ่ง น่านบูติก โฮเต็ล จะเน้นการจ้างงานคนสูงวัยเนื่องจากเน้นในเรื่องของความรับผิดชอบ อีกทั้งเน้นการจ้างงานคนที่มีพื้นเพดั้งเดิมอยู่ในพื้นที่จังหวัด เนื่องจากทำให้ลูกค้าที่รับบริการนั้นได้บรรยากาศของการบริการแบบคนท้องถิ่น และพนักงานเหล่านั้นมีความรู้เรื่องของสถานที่ท่องเที่ยว อีกทั้งศิลปวัฒนธรรมของเมืองน่านที่สามารถอธิบายให้นักท่องเที่ยวที่มาเข้าพักในโรงแรมฟังได้ เนื่องจากเป็นคนท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งการจ้างพนักงานที่เป็นคนท้องถิ่นถือเป็นหัวใจหลักในการบริการของ น่านบูติก โฮเต็ล แห่งนี้

กลยุทธ์ความสำเร็จ

เคล็ดลับสู่ความสำเร็จของ น่านบูติก โฮเทล คือ การใช้ใจในการบริหารพนักงานทุกคนที่ทำหน้าที่บริการในโรงแรม โดยให้ความสำคัญและใส่ใจกับพนักงานแต่ละคนในเรื่องของศักยภาพการทำงาน เพื่อจะได้ใช้ความสามารถของพนักงานแต่ละคนได้อย่างถูกต้อง อย่างเช่น จากแม่บ้านธรรมดาในท้องถิ่นที่เคยทำสวน ไร่ นา เมื่อเข้ามาทำงานให้บริการในโรงแรมก็ต้องดูว่าธรรมชาติของพนักงานคนนั้นเป็นอย่างไร และควรใช้ให้ทำงานตรงไหนจึงจะเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเมื่อพนักงานได้ทำงานที่ตนเองชอบหรือที่ตนเองถนัดก็จะทำให้สามารถทำงานนั้นๆ ได้ดีโดยไม่ต้องมีการบังคับ และพนักงานก็จะทำงานออกมาได้ดีด้วยความตั้งใจอย่างแท้จริง

การเตรียมตัวก้าวสู่ AEC

การพัฒนาเพื่อรองรับสู่ AEC หรือ ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน นั้นเป็นกระแสที่กำลังมาแรงมาก จึงได้มีหน่วยงานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกรมพัฒนาและส่งเสริมสิ่งแวดล้อม และอีกหลายหน่วยงานที่เข้ามาช่วยเหลือในการพัฒนา ซึ่งในส่วนของการพัฒนาและส่งเสริมสิ่งแวดล้อมก็จะเน้นในเรื่องของ Green Hotel ซึ่ง ของ น่านบูติก โฮเต็ล ก็เคย

ได้รับรางวัล Green Hotel ซึ่งรางวัลนี้จะมีการประเมินและประกาศรางวัลทุก 2 ปี โดยจะเน้นในเรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อม อย่างเช่นในเรื่องของขยะ อย่างเช่น ขยะที่เป็นไปไม่ทางโรงแรมก็จะเก็บมาทำการหมักเพื่อทำเป็นปุ๋ยกลับมาใช้บำรุงต้นไม้ภายในโรงแรมเอง การใช้น้ำที่ทางโรงแรมจะมีป้ายติดเพื่อการรณรงค์ให้ประหยัดน้ำ เป็นต้น ซึ่งเหล่านี้จะเป็นมาตรฐานเบื้องต้นของการบริหารจัดการเพื่อก้าวไปสู่การยอมรับอย่างเป็นทางการว่าทางโรงแรมได้มีการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อม นอกจากเรื่องของการรักษาสิ่งแวดล้อมแล้วก็จะเป็นเรื่องของการพัฒนาบุคลากรในด้านของการฝึกอบรมในเรื่องของภาษาและบริการที่ น่านบูติก โฮเต็ลให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

ปัญหาอุปสรรคและแนวทางแก้ไข

ปัญหาในด้านการบริหารจัดการของ น่านบูติก โฮเทล นั้น คุณจันจิรา กล่าวว่ามีน้อยมา และส่วนใหญ่ปัญหาของทางโรงแรมนั้นจะเป็นเรื่องของสภาวะอากาศ ตัวอย่างเช่น หน้าร้อนลูกค้าของทางโรงแรมจะน้อยเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะหันไปเที่ยวทะเลมากกว่าการท่องเที่ยวทางเหนือ แต่ทางโรงแรมก็มีวิธีทำการตลาดโดยการให้ราคาพิเศษและจัดโปรโมชั่นในช่วงนี้หากมีการเข้าพักเป็นแพคเกจครบครัน แต่ในเรื่องของปัญหาส่วนอื่นโดยเฉพาะในเรื่องของการบริหารจัดการนั้น แทบจะไม่มีปัญหาเลย เนื่องจากการทำงานจะเน้นการทำงานในลักษณะของการอยู่ร่วมกันเป็นครอบครัว และในทุก 1 เดือนก็จะมีการพูดคุยแลกเปลี่ยนถึงปัญหา และความต้องการ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของ Feedback การตอบรับของลูกค้าที่พนักงานแต่ละคนได้รับมาก็จะมีการนำมาแลกเปลี่ยนเพื่อปรับปรุงและต่อยอดพัฒนาการให้บริการของโรงแรม และแก้ไขปัญหากที่เกิดขึ้นให้ดีที่สุด

รางวัลการันตีคุณภาพการให้บริการ

น่านบูติก โฮเทล ได้รับรางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ จากการเข้าร่วมประกวดกับทาง สสว. (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม) ซึ่งจากการเข้าร่วมประกวดครั้งนี้ทำให้เกิดข้อดีต่างๆ ขึ้นมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการเรียนรู้ระบบการบริหารจัดการที่ถูกต้องตามมาตรฐานที่เป็นสากลเพื่อนำมาปรับใช้อย่างถูกต้อง ทำให้โรงแรมมีการประเมินว่าในปัจจุบันมาตรฐานของโรงแรมอยู่ในระดับไหน และควรจะ

พัฒนาไปข้างหน้าอย่างไร ทำให้โรงแรมคิดวิธีการนำเสนอผลงานเพื่อเข้าร่วมประกวดตามเกณฑ์ครั้งนี้ ซึ่งในการเข้าประกวดครั้งนี้ ถือเป็นเวทีที่ทำให้ น่านบูติก โฮเต็ล ได้รับความรู้ ไม่ว่าจะเป็นจากสภาหอการค้า และ สสว. ที่ทำให้โรงแรมได้แนวคิดในการนำความรู้เหล่านี้มาพัฒนามาตรฐานการให้บริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสิ่งที่ทำให้ น่านบูติก โฮเต็ล ได้รับความรางวัลในครั้งนี้ ก็เนื่องมาจากคอนเซ็ปต์ของโรงแรมที่ว่า “Feel at Home” ก็คือ เมื่อลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเข้ามาในโรงแรม น่านบูติก โฮเต็ล แห่งนี้จะได้รับบรรยากาศเหมือนเข้ามาอยู่ในบ้าน และทุกอย่างภายในโรงแรมจะเป็นบรรยากาศของการรักโลก อีกทั้งในเรื่องของการใช้คนท้องถิ่นในการให้บริการ การประชาสัมพันธ์นักท่องเที่ยวที่เข้ามาพักให้ความเอาใจใส่ในเรื่องของการประหยัดน้ำ ประหยัดไฟ ซึ่งเป็นจุดเด่นของโรงแรมที่ได้รับการพิจารณาให้ได้รับรางวัลในครั้งนี้



ข้อคิดถึงผู้ประกอบการ

การบริหารจัดการที่ดีนั้นทุกอย่างต้องมาจากข้างใน คือ จะต้องมีความตั้งใจในการให้บริการก่อนแล้วผลกำไรจะเป็นสิ่งที่ตามมาในภายหลังซึ่งนั่นไม่ได้หมายความว่า น่านบูติก โฮเต็ล นี้ไม่ต้องการผลกำไรแต่ให้เปรียบว่าถ้าเราให้ความพึงพอใจแก่ลูกค้าหรือผู้ที่มาใช้บริการมากเท่าไรก็จะได้รับกำไร และมีกำลังใจในการทำงานมากขึ้นไม่ใช่เป็นการประกอบกิจการเพื่อแสวงหาผลประโยชน์แต่เพียงอย่างเดียว

รายละเอียดเพิ่มเติม น่านบูติก โฮเทล

น่านบูติก โฮเทล ตั้งอยู่บนถนนข้าหลวง ซึ่งเป็นถนนที่อยู่ใจกลางเมือง จังหวัดน่าน สามารถเดินทางไปไหนมาไหนได้สะดวกอยู่ใกล้ตลาดสด วัด และร้านค้าสะดวกซื้อ ห้องพักมีขนาดกว้างขวาง มีสวนหย่อมและต้นไม้ ให้บรรยากาศที่ดูร่มรื่น ในส่วนของห้องพักนั้นเป็นการให้บริการพร้อมอาหารเช้าแบบสากลและแบบพื้นเมือง ไม่ว่าจะเป็นขนมจีนน้ำเงี้ยว ข้าวต้มซี่โครงหมู และข้างเหนียวต่างๆ อัตราค่าห้องพักเริ่มต้นที่ 1,000 บาท มีบริการ Wifi และจักรยานให้ยืมที่ท่องเที่ยวในบริเวณใกล้เคียงได้ฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่าย

การเดินทางมาจังหวัดน่าน

เนื่องด้วยภูมิศาสตร์ของจังหวัดน่านมีพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดอื่นๆ ไม่มาก และเป็นจังหวัดชายแดนติดกับประเทศลาว ดังนั้นการเดินทางมาจังหวัดน่านจึงมีเส้นทางที่จำกัด ไม่มีทางรถไฟ แต่ก็มีท่าอากาศยานน่าน รวมถึงมีถนนสายหลักที่ตัดผ่านตลอดความยาวตั้งแต่เหนือลงมาและมีสภาพผิวถนนที่ดี สามารถใช้งานได้ดีตลอดปี



อุตสาหกรรมไมซ์ (MICE)

คำว่า **MICE** ย่อมาจาก **Meeting, Incentive Travel, Conventions, Exhibitions** อุตสาหกรรมไมซ์ จึงหมายถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการจัดประชุมบริษัทข้ามชาติ การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล การประชุมนานาชาติและการจัดนิทรรศการโมชใช้เป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สามารถทำรายได้ให้ประเทศ แต่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วไปคือ จุดประสงค์ในการเดินทาง ดังนั้นในการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องก็ต้องมีการวางแผนกลยุทธ์ที่แตกต่าง เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล

ไมซ์ (MICE) คือ อุตสาหกรรมการจัดประชุม (Meeting) เป็นการจัดประชุมของบริษัทหรือองค์กรต่างๆ โดยอาจจะมีผู้เข้าร่วมประชุม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentives) หมายถึง การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะโดยเป็นบริษัทหรือองค์กรเป็นผู้จ่ายเงินให้ เพื่อเป็นรางวัลแก่บุคลากรในบริษัทหรือองค์กร เพื่อสร้างแรงจูงใจให้แก่บุคลากร

อุตสาหกรรมการจัดประชุมนานาชาติ (Conventions) หมายถึง งานประชุมที่มีผู้เข้าร่วมจากหลากหลายประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นงานประชุมของกลุ่มคนที่มีความสนใจในเรื่องเดียวกัน เช่น งานประชุมของสมาคมการแพทย์นานาชาติ เป็นต้น

อุตสาหกรรมจัดงานแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibitions) หมายถึง การจัดงานแสดงสินค้าในประเทศไทย โดยผู้จัดอาจจะเป็นผู้จัดงานชาวไทย หรือผู้จัดงานจากต่างประเทศก็ได้

ในประเทศไทยนั้นอุตสาหกรรม MICE ในด้านสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน) หรือ สสปน. (TCEB) ได้รับ การก่อตั้งในปี 2547 เพื่อเป็นหน่วยงานหลักในการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดให้แก่อุตสาหกรรมไมซ์และสร้าง รายได้เข้าประเทศจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง ที่ผ่านมา การดำเนินต่างๆ มุ่งเสริมสร้างภาพลักษณ์พร้อมกับ ขยายตลาดไมซ์ให้กว้างขวางมากขึ้น โดยมีเป้าหมายสำคัญในการผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางของการจัดประชุม และการจัดนิทรรศการในภูมิภาคนี้ขณะที่ บทบาทของ สสปน. มุ่งไปสู่การเป็น One Stop Service สำหรับไมซ์โดย เป็นศูนย์กลางการประสานงานแบบเบ็ดเสร็จทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ไม่ว่าจะเป็น กรมศุลกากร การท่าอากาศยานฯ ททท. ผู้ประกอบการ ฯลฯ เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งในส่วนของผู้เข้าประชุม จัดแสดงสินค้า/ นิทรรศการ รวมทั้งสนับสนุนการเข้าประชุมงานในต่างประเทศ อาทิ ด้านงบประมาณ หรือการจัดงานเพื่อเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ เป็นต้น

การพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมไมซ์ควรที่จะคำนึงถึงในหลายด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย การถ่ายทอดความรู้สู่คนรุ่นใหม่ซึ่งเป็นอนาคตของชาติ (extend), การยกระดับของศักยภาพด้วยการพัฒนาองค์ความรู้ แบ่งปันข้อมูล ระบบเครือข่ายโปรโมชันและกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (elevate), การขยายฐานการสนับสนุนไปยังพันธมิตรทางการค้าทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ (expend) และการปรับปรุงคุณภาพการดำเนินงานและบริการไปสู่ระดับมาตรฐานสากล (enhance) และถึง แม้ว่าในปัจจุบัน ประเทศไทยจะมีขีดความสามารถในการรองรับการจัดงานในกลุ่มไมซ์อย่างเพียงพอ แต่การเพิ่มขึ้นของจำนวนการจัดงานและจำนวนนักเดินทางชาวต่างชาติในอนาคต ประกอบกับผลจากการรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่จะนำมาซึ่งโอกาสของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางหรือเป็นเจ้าภาพการจัดงานในกลุ่มไมซ์ของภูมิภาค อาจส่งผลให้ประเทศไทยเผชิญปัญหาความไม่เพียงพอของโครงสร้างพื้นฐานและบุคลากร นอกจากนี้ การรวมตัวเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ยังก่อให้เกิดโอกาสสำหรับพื้นที่ต่างๆที่เป็นเมืองเศรษฐกิจและเมือง

ท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี ภูเก็ต ในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไมซ์ จากเดิมที่การจัดงานมักกระจุกตัวอยู่ในเมืองหลวงอย่างกรุงเทพฯ สถานการณ์ดังกล่าว นำมาซึ่งความจำเป็นในการเตรียมพร้อมทั้งในเชิงรุกและเชิงรับของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ ที่ต้องมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและยกระดับการให้บริการด้านต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่จัดประชุม พื้นที่การจัดแสดงสินค้า เส้นทางคมนาคมขนส่ง ระบบสื่อสารและโทรคมนาคม บริการด้านโรงแรมและที่พัก รวมถึงการเพิ่มจำนวนบุคลากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการบริหารจัดการธุรกิจไมซ์ และมีทัศนคติ ให้มีจำนวนที่เพียงพอและมีคุณภาพ ตลอดจนการพัฒนาทักษะทางด้านภาษาต่างชาติสำหรับบุคลากรที่เกี่ยวข้องในการให้บริการ เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจไมซ์ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในจังหวัดที่มีศักยภาพในการเป็นสถานที่จัดงานในกลุ่มไมซ์ ให้สามารถรองรับการจัดงานขนาดใหญ่หรืองานในระดับนานาชาติได้



แต่ถึงอย่างไรก็ตามไทยก็ได้พยายามยกระดับมาตรฐานของประเทศไทยเองเพื่อที่จะเสนอตัวเป็นเจ้าภาพในการจัดงานกิจกรรมที่สำคัญ ๆ ในภูมิภาค ทำให้การจัดประชุมในภูมิภาคเอเชียเป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับ ในอดีตที่ผ่านมา เนื่องจากประเทศต่างๆในภูมิภาคเอเชียต่างตระหนักถึง ความสำคัญ และประโยชน์ของการส่งเสริมการจัดประชุม และพยายาม พัฒนาสถานที่จัดงานประชุม เพื่อเป็นจุดหมายของการจัดงานประชุมนานาชาติที่มี



ชื่อเสียงจากทวีปยุโรป อเมริกาและประเทศ อุตสาหกรรมใหม่ ในอนาคตมีการคาดการณ์ไว้ว่าธุรกิจไมซ์จะเจริญเติบโตมากขึ้น เนื่องจากเล็งเห็นว่า สามารถที่จะสร้างประโยชน์และรายได้ให้กับประเทศอย่างมากมาย ดังนั้นรัฐบาลของแต่ละประเทศจึงมีนโยบายให้กระทรวงการต่างประเทศช่วยเผยแพร่เกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมในการจัดการประชุมหรืองานแสดงสินค้า เพื่อให้มีการจัดประชุมหรืองานนานาชาติในประเทศให้ได้มากที่สุด

โมชันเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แต่มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวหรืออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทั่วไป คือ

- » นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่ เฉพาะเจาะจง เกี่ยวเนื่องกับการเดินทางเพื่อร่วมประชุม บริษัท การท่องเที่ยวจากรางวัลที่ได้รับ การเข้าร่วม ประชุมนานาชาติ หรือการเข้าร่วมแสดงสินค้าหรือนิทรรศการนานาชาติ
- » นักท่องเที่ยวกลุ่มไมซ์สามารถนำนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศที่มีคุณภาพ (Quality Visitors) เข้ามาท่องเที่ยว ภายในประเทศ และมีระดับการใช้จ่ายสูงกว่า นักท่องเที่ยวทั่วไปถึง 3-4 เท่า
- » นอกจากรายได้ที่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องจะได้รับจากการเข้ามาจัด กิจกรรมธุรกิจไมซ์แล้ว ผลประโยชน์ที่ประเทศได้รับ ทางอ้อมคือ กิจกรรมไมซ์ต่างเหล่านี้ ล้วนก่อให้เกิดการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือการถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อพัฒนา ทรัพยากรบุคคลของประเทศอีกด้วย

ถ้าหากว่าประเทศไทยเราสามารถทำการต้อนรับกลุ่ม ลูกค้าเหล่านี้ได้อย่างมีมาตรฐาน จะสามารถทำให้ธุรกิจที่ เกี่ยวเนื่องกันจาก กลุ่มอุตสาหกรรมไมซ์ ได้มีโอกาสที่จะ เจริญเติบโตตามไปด้วยซึ่งส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจในภาพรวม ก่อให้เกิดรายได้โดยตรงจากการจัดงาน และอีกหลากหลาย ธุรกิจอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่ เกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว, อาหารและที่พัก, งาน ฝีมือและเครื่องประดับ, เพอร์นิเจอร์, เครื่องแต่งกาย, ยานตรก รมยานยนต์, ของใช้ไฮเทคในไลฟ์, และการศึกษา เป็นต้น ทำให้ ทุกภาคส่วนควรที่จะใส่ใจกับธุรกิจไมซ์ และสร้างจุดแข็งเพื่อ รองรับลูกค้าได้ ซึ่งประเทศไทยมีความสามารถในการสร้างจุด แข็งให้กับประเทศเองให้เหนือกว่าอย่างน้อยก็ประเทศในกลุ่ม AEC ได้โดยไม่ยาก

จุดแข็งของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย เนื่องด้วยการท่องเที่ยวในลักษณะของไมซ์นั้นเป็นการท่องเที่ยวในรูปแบบของการเดินทางมาเพื่อให้ความรู้ หรือได้รับความบันเทิงอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งสองอย่างผสมผสานกันทำให้การจัดการท่องเที่ยวได้เปรียบจากการที่มีสาธารณูปโภค และสถานที่จัด กิจกรรมไมซ์(MICE) ที่มีมาตรฐานและมีอยู่อย่างพอเพียง ประกอบกับมีแหล่งท่องเที่ยวที่เอื้ออำนวยต่อการจัดกิจกรรมไมซ์ รวมทั้งจำนวนประชากรที่มีมากถึง 68 ล้านคน ที่เป็นฐาน การดำเนินงานกิจกรรมไมซ์ จากความพร้อมทางด้านสถานที่ จัดงาน โรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การ ติดต่อสื่อสาร เทคโนโลยีสารสนเทศ การคมนาคมที่ทันสมัย รวมทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ทั้งแหล่งท่องเที่ยวด้าน วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในประเทศไทยมี

จุดเด่นมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียนด้วยกัน แต่ถึงแม้ว่าประเทศไทยเราจะมีจุดแข็งหรือจุดที่ได้เปรียบประเทศอื่นในอาเซียนที่เข้าร่วมสมาชิก AEC ก็ตามแต่ก็ไม่ควรมองข้ามทุกประเทศในกลุ่ม เพราะว่าในประเทศไทยเรา

จุดอ่อนของธุรกิจไมซ์ในประเทศไทย สามารถสรุปได้ดังนี้ นั่นคือ บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในลักษณะไมซ์ไม่ว่าจะเป็นระดับบริการและปฏิบัติการ ยังมีจำนวนไม่เพียงพอเมื่อเปรียบเทียบกับโอกาสการเจริญเติบโตของตลาดธุรกิจไมซ์ของประเทศไทย ในอนาคตทำให้ประเทศไทยสูญเสียโอกาสในการประจวบเหมาะในกลุ่มตลาดการประชุมเฉพาะด้าน เนื่องจากทุกประเภทธุรกิจอุตสาหกรรมหรือองค์กรต่างๆ ย่อมมีความต้องการใช้บริการธุรกิจไมซ์ทั้งสิ้น แต่การเตรียมการรองรับด้านการจัดฝึกอบรมผู้ให้บริการที่มีหน้าที่อำนวยความสะดวกในการประชุมที่จัดโดยภาครัฐและเอกชนยังขาดมาตรฐานในการบริการ สำหรับการให้บริการงานประชุมระดับนานาชาติมีความเข้มข้นน้อยเกินไปเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้าน อีกทั้ง การตลาดสำหรับผู้ประกอบการที่ให้บริการด้านสถานที่จัดงานไมซ์และ

เองก็ยังมีจุดอ่อนที่ควรจะต้องคำนึงถึงอยู่หลายจุด เพื่อเร่งดำเนินการแก้ไขและปรับปรุงให้ดีขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อการเพิ่มศักยภาพให้กลายเป็นความได้เปรียบช่วยเสริมจุดแข็งที่มีอยู่แล้วนั่นเอง สำหรับจุดอ่อนที่ควรได้รับการปรับปรุงพิจารณาได้ดังนี้ ผู้ประกอบการที่เป็นให้บริการ ตัวแทนการจัดงานยังมีการวางแผนการตลาดไม่ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน รวมถึง ศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ของประเทศไทยที่สามารถรองรับการประชุมระดับนานาชาติยังมีอยู่เพียงเพียง 4 แห่งเท่านั้นนอกจากนั้นศูนย์การประชุมทั้ง 4 แห่งยังอยู่ในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ไม่กระจายตัวไปตามจังหวัดใหญ่ๆ ในแต่ละภาค และศูนย์การประชุมขนาดเล็กในประเทศไทยจำนวนมากยังขาดความพร้อมในการจัดประชุมในระดับใหญ่ๆ เนื่องจากยังขาดสาธารณูปโภคทางด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

เมื่อประเทศไทยสามารถพัฒนาด้านจุดแข็งที่มีไปได้เรื่อยๆและปรับปรุงจุดอ่อนให้กลายเป็นจุดแข็งรับรองได้เสียว่าจะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมไมซ์ (MICE) ในภูมิภาคได้โดยไม่ง่าย



ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ

การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ กำลังเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจะเกี่ยวเนื่องไปถึงธรรมชาติและระบบนิเวศ ดังนั้นต้องอาศัยความรู้ความเข้าใจและการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องก็ควรมีความรู้พื้นฐานในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เพื่อสร้างจุดขายและทำให้เป็นการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน การท่องเที่ยวในเส้นทางเชิงธรรมชาตินั้นหมายถึง เส้นทางที่กำหนดไว้หรือแนะนำให้นักท่องเที่ยวเดินชมสภาพธรรมชาติของพื้นที่แห่งหนึ่งแห่งใด เช่น บริเวณป่าไม้ในอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนพฤกษศาสตร์ เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่า ป่าชายเลน ป่าพรุ ทั้งนี้เพื่อให้มีให้นักท่องเที่ยวหลง

แนะนำชื่อพรรณไม้ต่างๆ และสิ่งที่น่าสนใจควรทราบในสถานที่นั้น มีการทำเส้นทางให้เดินได้อย่างสะดวกสบาย หรือเพื่อไม่ให้เกิดการเดินสะเปะสะปะไปเหยียบย่ำทำลายพืชพรรณไม้ หรือได้รับอันตรายจากอุบัติเหตุตามเส้นทางเดิน จะมีเครื่องหมายบอกทางรวมทั้งมีป้ายพอสมควรและไม่เกิดอันตราย

ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวเชิงนิเวศนั้น เป็นการท่องเที่ยวที่เน้นในด้านสิ่งแวดล้อม อันเป็นที่อยู่อาศัยของสิ่งมีชีวิตต่างๆ ทั้งพืช สัตว์ และมนุษย์เองอีกด้วย หรืออาจทำความเข้าใจง่าย ๆ ก็คือการท่องเที่ยวสีเขียว (GREEN TOURISM) ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวสถานที่ทางธรรมชาติโดยที่ สีเขียวเป็นสัญลักษณ์ของความ

อุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติในช่วงที่กระแสของการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้แพร่ขยายไปทั่วโลก ในประเทศไทยเองก็ไม่ได้ข้อยกเว้นเพราะเริ่มมีการตื่นตัวในการให้ความใส่ใจกับ โครงการการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้คนไทยทุกคนตระหนักถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับธรรมชาติ ไม่ทำลายธรรมชาติไปมากกว่าที่เป็นอยู่ทุกวันนี้ นอกจากนี้แล้วการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ต้องรับผิดชอบต่อธรรมชาติแล้วยังต้องการความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละท้องถิ่น โดยให้แต่ละท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทและมีส่วนร่วมในการดำเนินการ เพื่อมุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาระบบนิเวศทางธรรมชาติอย่างยั่งยืนอีกด้วย

ปัจจัยในการที่เราจะนำมาประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและยังต้องควบคู่ไปกับการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมนั้นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญก็คือ

นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความสำคัญอย่างมากในธุรกิจการท่องเที่ยวในฐานะผู้บริโภคทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว คือสิ่งแวดล้อมต่างๆทั้งที่เป็นสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นเองทางธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น เช่น ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีชีวิตต่างๆที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่น

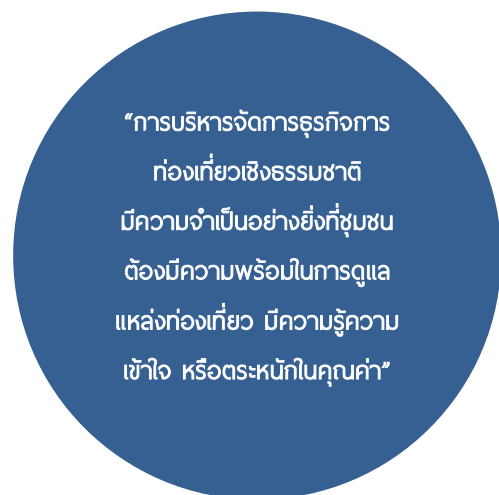
สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว ซึ่งก็คือสิ่งที่สามารถดึงดูดหรือโน้มน้าวใจให้เกิดความสนใจปรารถนาที่จะไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

สิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยวที่ธรรมชาติให้มา นั่นก็คือความงดงามตามธรรมชาติที่สามารถดึงดูดให้คนไปท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น เช่น สภาพป่า ชีวิตสัตว์ป่า ความงดงามของภูเขาและหุบเขาของทะเล เป็นต้น

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ต้องเป็นสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น แล้วสามารถดึงดูดใจให้อยากไปสัมผัสหรือท่องเที่ยว เช่นวิถีชีวิตในสมัยของบรรพบุรุษแต่โบราณ การสร้างวัด วัง หรือเมืองโบราณ

สิ่งอำนวยความสะดวก นั้นหมายถึงสิ่งต่างๆที่มารองรับการเดินทางท่องเที่ยวให้เป็นไปด้วยความสะดวกสบาย เช่นสถานที่พักแรม รีสอร์ท โรงแรม บังกะโล เกสเฮาส์ การบริการร้านอาหารที่มารับบริการแก่นักท่องเที่ยว ข่าวสาร ข้อมูลเพื่อความสะดวกในการเดินทาง

การเข้าถึงได้ คือการไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆได้ด้วย การคมนาคมขนส่งที่นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งในการตัดสินใจเลือกสถานที่สำหรับของนักท่องเที่ยวแต่ละคนตามความพึงพอใจเพราะนักท่องเที่ยวบางรายก็มีความต้องการความสะดวกสบายในเรื่องของการเดินทาง



กิจกรรมการศึกษาธรรมชาติ (nature education) เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ส่งเสริมและสนับสนุนทั้งการตลาดและยังมีการให้ความรู้เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติอีกด้วย ดังนั้นทำให้การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติจึงมีวัตถุประสงค์เพื่อการเรียนรู้และทำความเข้าใจกับการพัฒนาทางวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อม ด้วยไม่ให้เกิดหรือการเกิดความเสียหายต่อระบบนิเวศทางธรรมชาติน้อยที่สุดและในขณะเดียวกันนั้น ก็เป็นการช่วยสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจ เพื่อช่วยเหลือประชาชนที่อาศัยอยู่ในท้องถิ่น เพื่อให้ได้รับประโยชน์โดยตรงจากการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นนโยบายที่เกิดจากแนวคิดขององค์การการท่องเที่ยวระดับสากลอย่าง WTO ว่าการท่องเที่ยวที่จะรักษาระบบนิเวศทางธรรมชาตินั้นคือการท่องเที่ยวที่กระตุ้นให้เกิดจิตสำนึกที่ดีด้านการอนุรักษ์

สิ่งแวดล้อมและคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อธรรมชาติ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น การให้ความรู้ และการสื่อความหมายผ่านกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเพื่อก่อประโยชน์ให้แก่ท้องถิ่นนั้นๆ ก็เป็นสิ่งสำคัญมากที่ควรมีร่วมกันไปอย่างสมดุล สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แสวงหากิจกรรมและประสบการณ์ที่หลากหลาย และเลือกกิจกรรมที่มีความรับผิดชอบต่อธรรมชาติ ถือเป็น การสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับตนเองด้วย แต่ในการทำการท่องเที่ยวที่เที่ยงชองทางธุรกิจนั้นยังต้องมีสิ่งที่ควรคำนึงถึงอย่างหลีกเลี่ยงได้ยาก เพราะถ้าหากว่าไม่มีการให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้แล้วนั้นอาจทำให้เกิดความเสียหายทั้งต่อธุรกิจท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติเองและเกิดความเสียหายแก่ธรรมชาติอีกด้วยคือ

- » แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ขาดการจัดการอย่างเหมาะสมได้สูญเสียสภาพการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติไป
- » หน่วยงานราชการมองการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เป็นเรื่องของการหารายได้
- » ชาวบ้านขาดอำนาจต่อรองในเรื่องของรูปแบบและการจัดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสร้างรายได้
- » กฎหมายอุทยานแห่งชาติ ไม่เปิดช่องทางให้ชุมชนสามารถเข้าไปดำเนินการจัดการท่องเที่ยว ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตดังกล่าว
- » การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบางแห่ง ได้เกิดการแย่งชิงทรัพยากรและที่ดินทำกินของคนใน ชุมชน เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการท่องเที่ยว และในทางกลับกัน บางแห่งชาวบ้านและนายทุนต่างถิ่นสามารถเข้าครอบครองพื้นที่สาธารณะของชุมชนเพื่อประโยชน์ส่วนตัว
- » ชุมชนไม่รู้จักรากกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และกฎหมายที่มีอยู่ก็ไม่เอื้อต่อการดำเนินงานของชุมชน เช่น บัตรไกด์ ที่จะรับรองคุณวุฒิทางการศึกษามากกว่าความรู้จริงในพื้นที่หรือชุมชน
- » การสร้างโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนบ้านพักรับรองนักท่องเที่ยวที่ผ่าน ไม่ได้คำนึงถึงความต้องการของชุมชน ไม่สอดคล้องกับสภาพทางระบบนิเวศ เช่น ห้องพักมีเครื่องปรับอากาศอย่างดึกกลางป่า มีถนนคอนกรีตตัดผ่านชุมชน ฯลฯ

- » นักท่องเที่ยวมาจากวัฒนธรรมที่หลากหลายส่วนหนึ่งไม่เคารพต่อวิถีชีวิตดั้งเดิมของชุมชนบางแห่งเยาวชนในชุมชนเลียนแบบวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว
- » เมื่อมีนักท่องเที่ยวมากขึ้นจึงเกิดปัญหาขยะ แหล่งเสื่อมโทรม รวมถึงสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้นเช่นกัน
- » เกิดความขัดแย้งในผลประโยชน์ในชุมชน เนื่องจากมนุษย์มีความอยาก มีความโลภ บางแห่งอาจจะเปลี่ยนสภาพจาก “ธุรกิจ



จากสาเหตุและปัญหาดังกล่าวทำให้เกิดผลกระทบทางด้านลบต่อชุมชนผู้เป็นเจ้าของแหล่งธรรมชาติ โดยรวมผลกระทบจากการท่องเที่ยวคือ กระแสเงินตราและค่านิยมที่ผิดๆ จากการท่องเที่ยว ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งเพื่อเป็นรากฐานสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเป็นเกราะป้องกันกระแสความยั่วยวน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลประโยชน์ในรูปแบบของเงินตราที่มากับการท่องเที่ยวเราเห็นตัวอย่างเรื่องการพัฒนาของประเทศมามาก ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาในด้านใดก็ตาม พลัฟร์สุดท้ายในด้านลบมักจะตกอยู่กับชุมชนท้องถิ่น แต่ด้านบวกซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของรัฐบาล กลับถึงมือชุมชนชนบท ซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ของประเทศค่อนข้างจำกัด เพราะกระบวนการของการพัฒนาเหล่านั้น ให้ความสำคัญหรือนำหนักกับการเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมน้อยมาก และบางกรณีการมีส่วนร่วมที่เปิดให้ก็มีมักจะเป็นช่วงปลายของโครงการหรือใกล้จบโครงการแล้ว จนชุมชนไม่อาจจะเตรียมตัวเตรียมใจรับสถานการณ์ได้ทัน เพราะ

เนื่องมาจากขาดองค์ความรู้ ข้อมูล และทักษะ ที่พร้อมจะรับ ผลพวงอันเกิดจากการพัฒนาได้ แทนที่การพัฒนาจะเป็น ประโยชน์ แต่กลับเป็นผลเสียแก่คนหมู่มากในชุมชน ซึ่งถือว่าเป็น การพัฒนาแบบไม่ยั่งยืน ทั้งนี้ที่ธรรมชาตินั้นมักเกิดมาจาก ชุมชนเป็นส่วนใหญ่ การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติก็ควรจะมี ผลประโยชน์ถึงเจ้าของธุรกิจและกลุ่มคนในชุมชน และชุมชนโดย ก้าวไปพร้อมกัน ผลประโยชน์ไม่ควรตกอยู่กับฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง เพียงกลุ่มเดียว

ดังนั้น การบริหารจัดการเกี่ยวกับธุรกิจการ ท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ชุมชนต้องม ีความพร้อมในการดูแลแหล่งท่องเที่ยว มีความรู้ความเข้าใจ หรือตระหนักในคุณค่าของสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติทางของ ท้องถิ่น ให้มีการพัฒนาอย่างมีทิศทางและเท่ากันกระแสนุ ญะเสรีการท่องเที่ยวจากภายนอก ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิง

ธรรมชาติ เป็นการบริหารจัดการที่ต้องการความยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางแผนทั้งในระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว ที่เป็นระบบเช่นเดียวกับการบริหารงานอื่นๆ ไม่ว่าจะโดยชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น หรือองค์กรราชการส่วนกลาง ร่วมกันกับองค์กรเอกชนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการท่องเที่ยว แต่ละพื้นที่ โดยอยู่บนพื้นฐานข้อมูลที่ถูกต้องร่วมกัน มีการบูร ณาการความคิดเห็นร่วมกัน เพราะนอกจากประชาชนแล้ว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบัน มีบทบาทนำที่สำคัญ มาก ดังนั้นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องมีความรู้ความ เข้าใจเกี่ยวกับการบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น ไม่ปล่อยให้มีการก่อสร้างบดบังภูมิทัศน์ ตลอดจนการบุกรุกที่ สาธารณะหรือพื้นที่ป่าไม้ เป็นต้น สำหรับการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศนี้อาจจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือ องค์กรบริหารส่วนท้องถิ่นที่มีพื้นที่แหล่งทรัพยากร ต่อเนื่องกัน เช่น พื้นที่ป่าไม้ การสร้างถนน คูคลอง เป็นต้น



ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

การท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่สามารถทำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ โดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจของประเทศ แต่ทั้งนี้เมื่อการก้าวเข้าสู่ AEC การแข่งขันด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็จะมีสูงขึ้นตามไปด้วยเช่นกัน ทำให้ประเทศไทยต้องปรับทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยต้องมีการชูความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศให้มากขึ้น เพราะจะทำให้เกิดความแตกต่างและเป็นเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนประเทศใดและไม่มีประเทศใดสามารถเหมือนได้ นั่นก็คือการแสดงออกทางด้านวัฒนธรรมที่เป็นแบบอย่างเฉพาะของประเทศไทย จึงได้มีการเสนอแนวคิดในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมขึ้นมา ซึ่งเป็นการสอดคล้องกับสังคมในปัจจุบันที่ตระหนักถึงความสำคัญของวัฒนธรรม มรดกทางวัฒนธรรม ที่มีแตกต่างกันไปตามแต่ละท้องถิ่น ตามแต่ละภาคของประเทศไทย

เป็นมรดกที่ส่งผ่านจากบรรพบุรุษมาเป็นระยะเวลาอันยาวนาน อีกทั้งยังแฝงภูมิปัญญาความรู้ของชาวบ้านในแต่ละท้องถิ่นเอาไว้ด้วย

การท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมไม่เพียงแต่ประเทศไทยเท่านั้นที่มีความตื่นตัว แต่เป็นความตื่นตัวที่มีอยู่ทั่วโลก สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เป็นการสร้างการกระจายรายได้ไปยังทุกพื้นที่ เกิดการจ้างงานมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประเทศไทยควรมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศ เพื่อการสร้างให้เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน โดยแสดงให้เห็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศ ต้องมีการคำนึงถึงชนบทชนบทยุคใหม่อันดั้งเดิม เพื่อให้อยู่คู่ประเทศไทยต่อไปได้อย่างยั่งยืน

ธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้น นักท่องเที่ยวจะเป็นที่จะมาศึกษาหาความรู้ในบริเวณพื้นที่ที่มีคุณลักษณะที่สำคัญทางวัฒนธรรม เพราะในแต่ละท้องถิ่นจะมีในบริเวณพื้นที่ที่มีลักษณะที่สำคัญทางวัฒนธรรม เพราะในแต่ละท้องถิ่นจะมีการบอกเล่าเรื่องราวและวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ของท้องถิ่นนั้นๆ องค์ความรู้ที่มีคุณค่าเช่นนี้จะสามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนแต่ละยุคสมัยได้เป็นอย่างดีผ่านทางสภาพสังคม เศรษฐกิจ หรือขนบธรรมเนียมประเพณี อย่างเช่น เทศกาลฉลองต่างๆ สินค้าพื้นเมืองในพื้นที่ต่างๆ ประเพณี อย่างเช่น ประเพณีวันสารทเดือนสิบของจังหวัด นครศรีธรรมราชซึ่งเป็นการทำเทศกาลงานบุญ และทำบุญให้กับบรรพบุรุษผู้ล่วงลับเพื่อแสดงถึงความกตัญญู และยังหมายถึงการแสดงความกตัญญูต่อพระแม่โพสพผู้ทำหน้าที่ช่วยรักษาข้าวในนาให้เจริญงอกงาม

เนื่องจากสังคมไทยเป็นสังคมเกษตรกรรม ประเพณียี่เป็งที่เชียงใหม่ หรือก็คือประเพณีลอยกระทงซึ่งเป็นอีกหนึ่งประเพณีในการมีส่วนร่วมช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างมาก ซึ่งเทศบาลนครเชียงใหม่จะให้ความสำคัญในการจัดงานทุกๆ ปี เพื่อใช้วัฒนธรรมประเพณีที่ดั้งเดิมเป็นตัวดึงดูดนักท่องเที่ยว ในงานจะมีทั้งการประกวดขบวนแห่กระทงและนางนพมาศ ไคมลอย ยังรวมถึงการแสดงศิลปวัฒนธรรมทางล้านนาให้นักท่องเที่ยวได้เห็นได้ชมรวมถึงการได้เรียนรู้ทางด้านวัฒนธรรมทางล้านนาไทยอีกด้วย

งานเทศกาลยิ่งใหญ่ของจังหวัดนครพนมอย่างประเพณีไหลเรือไฟและงานกาชาดที่จัดขึ้นบริเวณริมฝั่งแม่น้ำซึ่งประเพณีไหลเรือไฟ เป็นประเพณีของชาวอีสาน ภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “เฮือไฟ” จัดขึ้นในช่วงเทศกาลออกพรรษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อบูชารอยพระพุทธบาทของพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ณ ริมฝั่งแม่น้ำนันทคามหาคี โดยมีประวัติความเป็นมาดังนี้ กล่าวคือพระพุทธเจ้าเสด็จไปฝั่งแม่น้ำนันทคามหาคี ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของพญานาค พระพุทธองค์ได้แสดงธรรมเทศนาโปรดพญานาคที่เมืองบาดาล และพญานาคได้ทูลขอพระพุทธองค์ประทับรอบพระบาทไว้ ณ ริมฝั่งแม่น้ำนันทคามหาคี ต่อมาบรรดาเทวดา มนุษย์ ตลอดจนสัตว์ทั้งหลายได้มาสักการบูชา รอยพระพุทธบาท นอกจากนี้ประเพณีไหลเรือไฟยังจัดขึ้นเพื่อขอขมาลาโทษแม่น้ำที่ได้ทิ้งสิ่งปฏิกูล และเป็น

การเอาไฟเผาความทุกข์ให้ลอยไปกับสายน้ำ ทำให้เรือไฟมักทำเป็นรูปพญานาค นักท่องเที่ยวก็จะได้เรียนรู้เรื่องพุทธศาสนา และประเพณีอันดีงามนี้ว่าทำไมต้องมีการจัดงานนี้ขึ้นอีกด้วย นอกจากนี้ยังมีอีกหลากหลายประเพณีที่ผู้ความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยสู่สายตานักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ซึ่งกลายเป็นจุดขายหนึ่งของการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รู้จักกับชุมชนในระดับที่ลึกกว่าการท่องเที่ยวทั่วไปในรูปแบบที่เคยชิน”

ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีทั้งประโยชน์ทางสังคมวัฒนธรรมและประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจ เพราะการท่องเที่ยวจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ของท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และนอกจากนี้ยังนำมาซึ่งประโยชน์ต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เพราะการท่องเที่ยวจะช่วยเผยแพร่เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางขึ้นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ และนอกจากนี้ ยังนำมาซึ่งประโยชน์ต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจของชาติอย่างมาก นำเงินตราเข้าประเทศมากที่สุด ทำให้ประเทศไทยต้องมีการวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นต่างๆ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพราะว่าความเข้มแข็งของวัฒนธรรมและการจัดการวัฒนธรรม จะสามารถเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญของความยั่งยืนของการพัฒนาประเทศ โดยการนำเอาการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรมที่มีความคิดสร้างสรรค์นำมาจัดการให้เกิดความสนใจสอดคล้องตามคุณค่าของชุมชนหรือท้องถิ่น ส่วนแบบไหนที่ถือว่าเป็นการท่องเที่ยวในเชิงวัฒนธรรม ควรจะครอบคลุมถึงเรื่องอะไรบ้าง การท่องเที่ยวที่

เน้นในเรื่องวัฒนธรรมประกอบไปด้วยประเพณีและวัฒนธรรมพื้นบ้าน เทศกาลต่างๆ ที่เกี่ยวกับประวัติศาสตร์และร่องรอยทางประวัติศาสตร์ ศาสนา รวมถึงพิธีกรรมทางศาสนา ภาษา และวรรณกรรม ดนตรีการแสดง โบราณคดีและพิพิธภัณฑ์ งานสถาปัตยกรรมเก่าแก่ดั้งเดิมอีกทั้งงานศิลปะ หัตถกรรมต่างๆ ภาพวาดวิถีชีวิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายอาหาร และลักษณะทางภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำมาใช้



ปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จึงทำให้ทางด้านวัฒนธรรมนำมาใช้เป็นกลยุทธ์หนึ่งของการสร้างรายได้ให้กับประเทศ การจัดการการท่องเที่ยวที่ปรับเข้าสู่การท่องเที่ยวสร้างสรรค์นั้น ต้องอาศัยความเข้มแข็งของชุมชน โดยชุมชนจะมุ่งเน้นนำเสนอรูปแบบของกิจกรรม (Cultural Activity) ที่มีความหลากหลาย เช่น การชมการละเล่น การร้องเพลง การฟังดนตรีพื้นเมือง การชมภาพเขียน จิตรกรรม การนำชมพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่น นำชมโบราณสถาน หรือการเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมประเพณี พิธีกรรมพื้นบ้าน ซึ่งในแต่ละภาคของประเทศนั้นมีเอกลักษณ์ ที่นำเสนอออกมาได้แตกต่างกันตามความแตกต่างของวัฒนธรรมพื้นบ้าน คติความเชื่อ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น ประเพณีแต่งงาน ประเพณีบุญทางศาสนา

ดังนั้นการอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่ให้สูญหายหรือถูกกลืนเลือนไป จึงเป็นการก้าวไปข้างหน้า และเป็นก้าวที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องด้วยเพราะประเทศไทยมีความเป็นอัตลักษณ์สูง (Authenticity) และนี่คือสินค้าชิ้นสำคัญทางการท่องเที่ยว ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศจำนวนมากให้ความสนใจกับการท่องเที่ยว

เพื่อการเรียนรู้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการได้รู้จักกับชุมชนในระดับที่ลึกกว่าการท่องเที่ยวทั่วไปในรูปแบบที่เคยชิน โดยให้ความสนใจกับสินค้าทางวัฒนธรรม เพื่อให้ตนเองได้รับประสบการณ์ (Experience) ที่แปลกใหม่ทั้งประสบการณ์ตรงที่สามารถจับต้องได้และประสบการณ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้แต่ไม่สามารถจับต้องได้ ฉะนั้น การจัดการวัฒนธรรมจึงเป็นอีกหนึ่งเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งนับเป็นส่วนสำคัญและเป็นปัจจัยหนึ่งของความสำเร็จในการสร้างคุณค่า ความทรงจำ สำหรับทั้งนักท่องเที่ยวและชุมชนเอง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีรูปแบบการจัดการที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวประเภทอื่น เพราะมีความสัมพันธ์กับวิถีชีวิตและความเชื่อถ้าจะพูดถึง

กระบวนการในการวางแผนและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมก็จะประกอบด้วยองค์ประกอบเชิงหลักการ ดังต่อไปนี้

- » การกำหนดมาตรการและนโยบายเพื่อการวางแผนและการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
- » กำหนดขอบเขตพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และสิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมโดยให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและขณะเดียวกันควรมีการกำหนดเกณฑ์การธำรงรักษาอย่างมีความสมดุลระหว่างชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว
- » ดำเนินการวางแผน วางระบบการบริหารจัดการตามข้อกำหนดและแนวทางปฏิบัติ และเทคนิควิธีการที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรม
- » วางระบบการอำนวยความสะดวกในการมาเยือนของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาคารสถานที่ทางวัฒนธรรม การแสดงกิจกรรมทางศิลปวัฒนธรรม ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และเส้นทางเชื่อมโยงแต่ละกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยว
- » ดำเนินการตามกลไกบริหารจัดการ โดยควบคุมแต่ละกลุ่มกิจกรรมท่องเที่ยวให้เกิดความต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบริหารจัดการที่บ่งชี้การธำรงรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่นให้มีความต่อเนื่อง โดยการ

สร้างกระบวนการแลกเปลี่ยนการเรียนรู้ เพื่อให้ชุมชนท้องถิ่น
และนักท้องถิ่นที่มีความตระหนักรู้ในคุณค่าความงดงาม
ของวัฒนธรรม

ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการจัดการ
มรดกทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่จะต้องพิจารณาควบคู่กันซึ่งการ
รักษามรดกวัฒนธรรมเป็นประโยชน์ด้านองค์ความรู้และการให้
คุณค่าแก่สังคม ในขณะที่การพัฒนาการท่องเที่ยวนำไปสู่การ
เติบโตทางเศรษฐกิจและรายได้ของชุมชน การจัดหาแนว
ทางการจัดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นเรื่องสำคัญ

ทั้งนี้แนวคิดหลักเพื่อใช้ในการจัดการมรดกทาง
วัฒนธรรมประกอบด้วยแนวคิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่าง
ยั่งยืนและแนวคิดเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ซึ่ง
แต่ละแนวคิดจะประกอบด้วยกลยุทธ์และแนวทางสนับสนุนที่จะ
นำไปสู่การจัดการมรดกวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวเชิงมรดก
วัฒนธรรมเป็นอย่างดีเหมาะสม ซึ่งถ้าหากว่าประเทศไทยมีการ
จัดการที่ดีเป็นระบบแบบแผนโดยคำนึงถึงประเทศชาติเป็นหลัก
ไม่ใช่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตนเป็นสำคัญกว่าท้องถิ่นและ
ประเทศชาติการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจควบคู่กับการรักษา
วัฒนธรรมของชาติสามารถทำให้เกิดความผลประโยชน์ทาง
เศรษฐกิจบนพื้นฐานของความยั่งยืนของวัฒนธรรมอันดีงาม
ได้อย่างแน่นอน



Online Travel Agency

เนื่องจากในโลกแห่งเทคโนโลยีอย่างเช่นในปัจจุบันนี้คงปฏิเสธไม่ได้ว่าผู้คนจำนวนมากนิยมทำธุรกรรมต่างๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ต หรือ ที่เรียกว่า Online เพราะมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว และทำได้แทบจะทุกที่ เพียงแค่มีคอมพิวเตอร์ สัญญาณอินเทอร์เน็ต หรือทำผ่านโทรศัพท์มือถือและหนึ่งในธุรกรรมที่สำคัญที่มีการทำผ่าน Online ก็คือการสำรองห้องพักผ่านทางเว็บไซต์ ในส่วนนี้เองทำให้เกิดตัวแทนรับจองขึ้นมามากมาย คนส่วนใหญ่นิยมเรียกว่า Online Travel Agency หรือที่รู้จักกันอย่างย่อว่า OTA เป็นตัวกลางในการให้บริการให้สมาชิกได้เจอกับผู้ให้บริการที่พัก ตัวเครื่องบิน บริการท่องเที่ยวต่างๆ และจัดแจงจองที่พักตัวโรงแรมให้โดยนำเสนอสิทธิพิเศษ และราคาสุดพิเศษให้กับสมาชิกเว็บไซต์เหล่านี้ตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่หาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อและเปรียบเทียบหาข้อมูลราคาเพื่อให้ได้ราคาที่ดีที่สุดในที่สามารถจ่ายได้ OTA ถือว่าเป็นตัวกลางที่มีบทบาทในธุรกิจการท่องเที่ยวยุคใหม่ เพราะไม่เพียงช่วยยี้ลูกค้าสมาชิกได้ใช้บริการได้อย่างสะดวกสบายแล้ว ที่สำคัญยัง

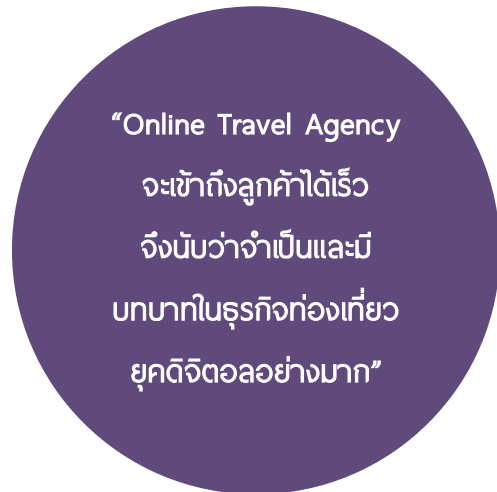
ช่วยกระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวให้เกิดการจับจ่ายเม็ดเงินออกมา ได้ฐานลูกค้าและขยายตลาดใหม่ๆ ได้ทั่วโลกจากประโยชน์ของอินเทอร์เน็ตเพราะทุกวันนี้ OTA เสมือนเป็น Search Engine ในวงการท่องเที่ยวสำหรับผู้ใช้เลยก็ว่าได้อยากได้ที่พัก ที่เที่ยวบิน ราคาสุดพิเศษก็ต้องเข้าไปค้นหาเว็บไซต์ที่ต่างเป็นสมาชิกทุกครั้งไม่เพียงสะดวกคุ้มค่าเท่านั้น ยังเต็มไปด้วยว่า Online Travel Agency คือผู้ให้บริการด้านการจองที่พัก โรงแรมรวมถึงบริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ โดยทำหน้าที่คำแนะนำที่เชื่อถือได้จำนวนมากด้วย

เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวความจำเป็นในเรื่องความต้องการด้านพาหนะเพื่อ การ เดินทาง ที่พัก อาหารการกิน ของที่ระลึก ความบันเทิงรื่นรมย์ จึงเกิดขึ้นธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหลายจึงเกิดขึ้นเพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจบริการอาหารและบันเทิง ธุรกิจสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ธุรกิจใดๆ ก็ตามที่ใช้เป็นฐานรองรับกิจกรรม การเดินทางท่องเที่ยว จะเรียกโดยรวมว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ธุรกิจใจ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการผลิตในหลายสาขา สินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวบริโภคอาจเป็นทั้งสินค้าหรือบริการเพื่อตอบสนองความต้องการทั้งของนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นหรืออาจเป็นสินค้าหรือบริการเฉพาะที่ผลิตขึ้นมาเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวเป็นหลักก็ได้ โดยธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ธุรกิจนำเที่ยว ,ธุรกิจที่พักแรม , ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม, ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก ,ธุรกิจคมนาคมขนส่ง, ธุรกิจนันทนาการ และธุรกิจเพื่อความบันเทิง ในส่วนประเภทของธุรกิจบริษัทนำเที่ยวที่พบอยู่มากในลักษณะต่างๆ ดังนี้

- » บริษัทนำเที่ยวที่เน้นบริการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tours) เป็นบริษัทที่มักมี บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการรับจองที่พัก ร้านอาหาร ตัวเครื่องบิน สถานที่ เข้าชม ยานพาหนะ ฯลฯ บริษัทนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายจะนำบริการเหล่านี้มารวมเป็นราคาเบ็ดเสร็จ เพื่อเสนอขาย
- » บริษัทนำเที่ยวที่มีความชำนาญพิเศษเฉพาะด้าน จะมีขอบเขตการจัดนำเที่ยวแคบ กว่าประเภทแรก โดยมากจะจัดนำเที่ยวในประเทศ และอาจจัดนำเที่ยวเป็นครั้งคราวหรือตามความต้องการของลูกค้า เช่น การจัดทัวร์แบบพวงเวียนในรูปแบบต่าง ๆ ตัวอย่างเช่นการล่องแก่ง การปีนเขา การดำน้ำลึก การปีนหน้าผา เป็นต้น ในบางกรณีอาจจัดนำเที่ยวไปยังต่างประเทศ เช่น การจัดนำเที่ยวไปชมการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ หรือจัดนำเที่ยวไปตามเทศกาลสำคัญๆ ในต่างประเทศ เช่น เทศกาลดอกซากุระบานที่ประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น
- » บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ จะดำเนินการจัดนำเที่ยวไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศ โดยการขายบริการนำเที่ยวจะเป็นการขายตรง หรืออาจขายผ่านบริษัทตัวแทนก็ได้
- » บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการเฉพาะชาวต่างประเทศ ซึ่งเดินทางเข้ามา บริษัทเหล่านี้ มักจะต้องอาศัยตัวแทนของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วก็จะทำหน้าที่รับช่วงต่อในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวระหว่างพักอยู่ในประเทศ โดยมากเป็นบริษัท ซึ่งมีที่ตั้ง สำนักงานสาขาในประเทศต่าง ๆ หรือเป็นบริษัทใหญ่ ๆ ในประเทศไทย ที่ดำเนินการรับช่วงต่อ โดยรับ

ดำเนินการบริการนักท่องเที่ยวจากหลายๆ บริษัททัวร์ใหญ่ในต่างประเทศที่มีการทำสัญญากัน เช่น บริษัททูริสไมไทย ที่เป็นตัวแทนบริการนักท่องเที่ยวของบริษัทเจ็ททัวร์จากฝรั่งเศส (Jet Tour) เป็นต้น



การดำเนินงานของธุรกิจตัวแทนการเดินทางที่สำคัญมีอยู่ 2 หน้าที คือ

เป็นตัวแทนขายบริการนำเที่ยว ทำหน้าที่เป็นผู้หาลูกค้าให้กับผู้ประกอบการผลิตบริการนำเที่ยว โดยธุรกิจบริการนำเที่ยวเหล่านั้นจะจ่ายค่านายหน้าการขายให้กับบริษัทตัวแทนการเดินทางในการขายแต่ละครั้ง ส่วนค่านายหน้าการขายที่บริษัทตัวแทนการเดินทางจะได้รับขึ้นอยู่กับข้อตกลงของแต่ละธุรกิจ ซึ่งผู้ประกอบการตัวแทนการเดินทางนี้มีความสำคัญกับบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ (wholesaler) เพราะจะทำหน้าที่เป็นผู้ขายโปรแกรมท่องเที่ยวต่างๆ ของธุรกิจนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยได้ค่านายหน้าการขายในแต่ละครั้ง อาจกล่าวได้ว่า บริษัทตัวแทนการเดินทาง (retailer) จะทำหน้าที่ขายปลีกให้กับลูกค้า

เป็นผู้จัดนำเที่ยวให้แก่ลูกค้าโดยตรง สำหรับบริษัทตัวแทนการเดินทางในลักษณะนี้จะมีแผนกจัดนำเที่ยว ซึ่งจะรับผิดชอบจัดนำเที่ยวให้กับลูกค้าที่ทั่วไปหรือองค์กรหน่วยงานต่างๆ ที่มาติดต่อโดยตรงให้จัดนำเที่ยวให้ ซึ่งมีความแน่นอนในการเดินทาง ร้อยเปอร์เซ็นต์จึงมีโอกาสเสี่ยงน้อยมาก ซึ่งมีวิธีการจัดนำเที่ยวของบริษัทตัวแทนการเดินทางอยู่ 3 วิธี คือ

ติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวที่ทำหน้าที่ขายส่ง (Whole Sale Tour Operator) โดยลูกค้าซึ่งอาจจะเป็นบุคคลทั่วไปหรือกลุ่มบุคคลที่เป็นองค์กรหรือหน่วยงานมาติดต่อบริษัทตัวแทนการเดินทางเพื่อให้จัดนำเที่ยว และบริษัทตัวแทนการเดินทางจะติดต่อบริษัทนำเที่ยวแบบขายส่ง (wholesaler) เพื่อให้บริษัทนำเที่ยวจัดรายการนำเที่ยว และติดต่อธุรกิจผลิตบริการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องโดยบริษัทตัวแทนการเดินทางไม่สามารถคิดค่านายหน้าขายจากบริษัทนำเที่ยวได้ แต่จะสามารถคิดค่าทำได้โดยการบวกราคาต้นทุนที่เป็นส่วนค่าใช้จ่ายและกำไรเพิ่มจากราคาที่บริษัทนำเที่ยวระบุไว้

ติดต่อโดยตรงกับบริษัทนำเที่ยวของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางให้เป็นผู้จัดการเดินทางให้ ในกรณีของลูกค้าต้องการเดินทางออกนอกประเทศ (Outbound Tour) ซึ่งบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจะเป็นผู้จัดรายการนำเที่ยวและติดต่อธุรกิจผลิตบริการท่องเที่ยวของประเทศนั้นๆ ให้ (Land Arrangement หรือ Ground Operator หรือ Inbound Operator) แล้วบริษัทตัวแทนการเดินทางทำการบวกราคาเพิ่มจากที่บริษัทนำเที่ยวต่างประเทศระบุไว้

ติดต่อกับธุรกิจผลิตบริการท่องเที่ยวโดยตรง โดยไม่ผ่านบริษัทนำเที่ยวและจัดรายการนำเที่ยวเอง การจัดนำเที่ยวในลักษณะนี้จะทำให้ไม่ต้องเสียเงินผ่านบริษัทนำเที่ยว แต่ราคาอาจจะแพงกว่าติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยว เพราะปริมาณการซื้อน้อย และในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวอาจจะไม่ได้รับความสะดวก เพราะไม่ได้รับบริการเป็นประจำ

สำหรับธุรกิจตัวแทนการเดินทางที่ดีนั้นควรมีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

- » มีความรู้ความชำนาญในเรื่องของการเดินทางท่องเที่ยวเป็นอย่างดี
- » รู้ถึงข้อดีเปรียบเสียเปรียบของการเดินทางในรูปแบบต่างๆ เช่น จะไปเส้นทางไหน ด้วยพาหนะอะไร จึงจะเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า แต่มีความสะดวกกว่า เป็นต้น
- » มีความรู้เรื่องภูมิศาสตร์เป็นอย่างดีและต้องคอยติดตามแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ๆ ว่าอยู่ที่ไหนบ้าง
- » มีความสามารถในการจัดบริการเดินทางท่องเที่ยวให้เหมาะกับลูกค้าแต่ละคน

- » ต้องตื่นตัวในเรื่องกฎระเบียบต่างๆ ของทางราชการทั้งประเทศตนเอง และประเทศที่จะจัดทัวร์ไป เช่น ค่าภาษีสนามบิน ภาษีเดินทาง การป้องกันโรคติดต่อ ระเบียบศุลกากร เป็นต้น
- » เป็นที่ปรึกษาส่วนตัวของลูกค้าที่รู้แง่มุมต่างๆ ของการเดินทางท่องเที่ยว
- » เป็นนักขายมืออาชีพ



ประโยชน์และความสำคัญของการวางแผนจัดนำเที่ยว

- » เป็นการเตรียมการเพื่อจองสถานประกอบการต่างๆ เพื่อลดความเสี่ยงที่จะไม่ได้ห้อง ร้านอาหาร เข้าชม รถเที่ยวบิน โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเทศกาลท่องเที่ยว
- » เป็นการจัดเตรียมการ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่มัคคุเทศก์ (guide) จะได้ไม่ต้องประสบปัญหา และสามารถนำเที่ยวได้อย่างราบรื่น
- » เป็นเครื่องชี้ให้เห็นถึงความรับผิดชอบในการจัดนำเที่ยวอย่างเป็นระบบ สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ใช้บริการ
- » สามารถปรับตัว รู้เท่าทัน วางแผนนำเที่ยวให้เหนือกว่าบริษัทคู่แข่ง เป็นการช่วงชิงโอกาส
- » สามารถประมาณการค่าใช้จ่ายได้ถูกต้องชัดเจนใกล้ความเป็นจริงมากที่สุด
- » ได้รู้ถึงสภาพทั่วไปในเรื่องต่างๆ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเสนอการขาย

- » เป็นการสร้างสัมพันธ์โดยตรงที่ดีให้เกิดขึ้นกับสถานประกอบการต่างๆ จากการสำรวจเส้นทาง และได้เอื้อประโยชน์ทางธุรกิจซึ่งกันและกัน
- » เป็นกระบวนการให้ทุกฝ่ายทราบถึงทิศทาง แนวทางในการปฏิบัติ วางแผนจัดนำเที่ยว และร่วมมือกันประสานงานเป็นทีมอย่างเป็นระบบ
- » สามารถตรวจสอบความถูกต้องของนโยบายแนวปฏิบัติของแต่ละฝ่ายได้จากการทำงานหลังจากจัดนำเที่ยวสิ้นสุด
- » เป็นการป้องกัน หรือลดความเสี่ยงไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นต่อการทำงาน
- » การวางแผนทำให้เกิดการประหยัด เพราะได้เลือกวิธีการปฏิบัติที่เหมาะสมที่สุดแล้ว
- » ผู้จัดนำเที่ยวมีโอกาสได้เลือกสถานประกอบการที่ดีที่สุด มีเวลาเหลือสำหรับการแก้ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ทันทั่วทั้ง

จะเห็นว่าธุรกิจผลิตรายการนำเที่ยวจะทำการซื้อบริการต่างๆ จากธุรกิจบริการท่องเที่ยวในราคาตามสัญญา เพื่อนำไปจัดรายการนำเที่ยวแล้วขายให้นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือให้ธุรกิจตัวแทนการเดินทางนำไปขายให้แก่นักท่องเที่ยวอีกต่อหนึ่งธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทุกชนิดกับธุรกิจบริการท่องเที่ยวเพื่อนำมาผลิตรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย แล้วขายให้นักท่องเที่ยวโดยตรง หรือขายผ่านธุรกิจตัวแทนการเดินทาง เมื่อการเดินทางท่องเที่ยวผ่าน Online Travel Agency หรือ OTA ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง การบริการจองที่พักหรือ โรงแรม รถเช่า ตั๋วเครื่องบิน รวมถึงบริการท่องเที่ยวต่างๆ สามารถเข้าถึงลูกค้าผู้ใช้บริการได้รวดเร็วขึ้น OTA จึงนับว่าจำเป็นและมีบทบาทในธุรกิจการเดินทางท่องเที่ยวยุคดิจิทัลอย่างมาก ผู้ประกอบการน่าจะได้นำมาพิจารณาและศึกษาหาช่องทางเพื่อให้ธุรกิจสามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายมากยิ่งขึ้น



การท่องเที่ยวแนวพญูกัย

เมื่อพูดถึงการท่องเที่ยวแนวพญูกัย ใครหลายคนอาจรู้สึกว่ามันเป็นกิจกรรมที่เสี่ยงอันตรายเกินไปหรือคงจะดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เฉพาะคนบางกลุ่มเท่านั้น แต่หารู้ว่าการท่องเที่ยวแนวพญูกัยนั้น นอกจากจะสนุกแล้ว ยังช่วยให้เราได้พบกับความสวยงามของธรรมชาติใกล้ชิดธรรมชาติมากขึ้น ได้มองโลกในมุมมองที่ต่างออกไปจากเดิม ได้ทำอะไรที่แปลกใหม่ ทำกายความสามารถอย่างที่ไม่เคยได้ทำมาก่อน ทำให้เราได้เรียนรู้ทักษะและเทคนิคต่างๆ ได้พบกับเพื่อนใหม่ๆ รวมทั้งเป็นการปลูกจิตวิญญาณของการเป็นนักพญูกัยให้ฟื้นคืนชีพขึ้นมาอีกด้วย แล้วการท่องเที่ยวแนวพญูกัยนั้นมีความจำเป็นอย่างไร การท่องเที่ยวแนวพญูกัยช่วยทำให้คนในครอบครัวได้ทำกิจกรรมใหม่ๆ ร่วมกันก่อให้เกิดความสามัคคีและรักใคร่กลมเกลียวกันในหมู่คณะถือเป็นช่วงเวลาแห่งความทรงจำที่ประเมินค่าไม่ได้

กิจกรรมการท่องเที่ยวแนวพญูกัยมีให้เลือกมากมายหลากหลายรูปแบบ นักท่องเที่ยวจึงสามารถเลือกท่องเที่ยวได้ในแบบที่ตนเองต้องการบางคนอาจไม่ชอบการท่องเที่ยวแนวพญูกัยที่โลดโผนเกินไปก็สามารถทำกิจกรรมที่สามารถสนุกได้ถึงครอบครัวและเพิ่มพูนความรู้และทักษะอย่าง การขี่ม้า การขี่ช้าง เดินป่าศึกษาธรรมชาติ การส่องนก เดินสำรวจถ้ำ เดินขึ้นเขา การปีนผาจำลอง การเล่นฟันกับบอล การยิงธนู การยิงปืน พายเรือคายัค ล่องเรือแคนูชมวิว การดำน้ำแบบตื้น เป็นต้น สำหรับคนที่ชอบความท้าทายและความโลดโผนขึ้นมาหน่อยก็สามารถเลือกทำกิจกรรมได้หลากหลาย อาทิเช่น การล่องแก่ง การดำน้ำแบบตื้นและแบบลึก การปีนหน้าผา การปีนตาราย การโหนสลิงชมธรรมชาติ บันจี้จัมพ์ การกระโดดร่ม การขับเครื่องบินเล็ก การขึ้นบอลลูนยักษ์ และอื่นๆ อีกมากมาย

ปัจจุบันนี้กิจกรรมการท่องเที่ยวแนวผจญภัยได้รับความนิยมมากขึ้นเพราะผู้คนส่วนใหญ่ต้องการหากิจกรรมที่ไม่ซ้ำซากจำเจ มีความท้าทายและความตื่นเต้น รวมทั้งสามารถผจญภัยกันได้ทั้งครอบครัวหรือจะเป็นกลุ่มเพื่อนเพื่อก่อให้เกิดความรักใคร่และความสามัคคีมากยิ่งขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่กำลังสนใจการท่องเที่ยวประเภทนี้ก็ไม่ต้องเดินทางไปไหนไกลให้ลำบากเพราะกิจกรรมที่กล่าวไปในข้างต้นนั้นสามารถพบได้แทบทุกมุมของประเทศไทย ดังนั้นผู้ประกอบการมากมายจึงเริ่มหันมาให้ความสนใจกับธุรกิจท่องเที่ยวแนวผจญภัยกันมากขึ้นเพราะถ้าสามารถสร้างฐานลูกค้าให้รู้สึกไวใจและมั่นใจในความปลอดภัยรวมทั้งสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ที่ทำให้ลูกค้าประทับใจได้ก็จะสร้างผลตอบแทนที่สูงมากทีเดียว นอกจากนี้ยังช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เข้ามาเที่ยวมากขึ้นอีกด้วย ใครที่กำลังสนใจอยากประกอบธุรกิจประเภทนี้ควรตั้งกลุ่มเป้าหมายเอาไว้ก่อนว่าเป็นใคร หากต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัวก็ควรเลือกกิจกรรมที่เน้นการร่วมกันไม่ต้องโหลดโพนมากและเน้นให้ความรู้ เป็นต้น สำหรับคนที่ต้องการประกอบกิจการแต่ยังไม่รู้ว่าควรจะเริ่มอย่างไร สามารถศึกษาจากธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและมีชื่อเสียงได้ดังต่อไปนี้

ทรี ท็อป แอดเวนเจอร์ พาร์ค (Tree Top Adventure Park)

เป็นธุรกิจของคุณนับทพล ไซมุกต์ ที่กระจายตัวไปตามจังหวัดท่องเที่ยวต่างๆ อันได้แก่ เกาะช้าง พักยา กระบี่ ภูเก็ต เป็นกิจกรรมที่พาดกลางแจ้งสำหรับคนรักธรรมชาติและความท้าทายที่อยากขึ้นไปสัมผัสมุมมองใหม่ๆ ในการเที่ยวชมธรรมชาติที่ความสูงเหนือยอดไม้ รวมทั้งมีเกมสนุกๆ ให้ประลองความกล้าอีกด้วย กิจกรรมหลักๆ ของสถานที่นี้ได้แก่การใช้ต้นไม้เป็นฐาน มีการสร้างหิ้งหรือฐานบนต้นไม้ จากต้นหนึ่งไปยังอีกต้นหนึ่ง แล้วเพิ่มความสุขด้วยการเพิ่มเกม อาทิ เช่น การโหนสลิง การปีนป่าย การใช้จักรยานลอยฟ้า เซิร์ฟบอร์ดและบันไดลิ่ง เป็นต้น สิ่งที่คุณนับทพลให้ความสำคัญมากที่สุดคือเรื่องของความปลอดภัยเพื่อทำให้ลูกค้ารู้สึกเชื่อมั่น ดังนั้นก่อนที่นักท่องเที่ยวจะเริ่มเล่นได้จะต้องมีการเทรนนิ่งจากผู้ดูแลมืออาชีพเพื่อทำความรู้จักกับอุปกรณ์เซฟตี้และเทคนิคต่างๆ ในการปีนไต่ห้อยโหนเส้นสลิงและเชือกที่ถูกขึงตึงเอาไว้ตามต้นไม้ต่างๆ อีกทั้งคุณนับทพลยังเน้นย้ำด้วยว่าเป็นธุรกิจที่

ไม่มีการตัดต้นไม้ทำลายป่า รวมทั้งยังร่วมอนุรักษ์ธรรมชาติอีกด้วย



เอ็กซ์ตรีม แอดเวนเจอร์ ภูเก็ต (Xtream Adventures Phuket)

ที่นี่มีฐานผจญภัยมากถึง 72 ฐาน ซึ่งเป็นการรวบรวมกิจกรรมเอ็กซ์ตรีมที่หลากหลายไว้ในสถานที่เดียวกัน อาทิเช่น การปีนต้นไม้และไต่กำแพง การทรงตัวบนเชือกเส้นเดียว การใช้กำลังแขนในการโหนบาร์ข้ามระหว่างฐาน การห้อยสลิงข้ามต้นไม้ การเดินบนตาข่ายลอยฟ้า ปีนต้นไม้ใหญ่ที่สูงถึง 25 เมตร เพื่อขึ้นไปชมวิวทะเลอ่าวฉลองอันงดงาม เป็นต้น ที่นี่คำนึงเรื่องความปลอดภัยของลูกค้าเป็นสำคัญ อีกทั้งยังมีเจ้าหน้าที่ผู้มีประสบการณ์คอยตามดูแลอยู่ตลอดทำให้มั่นใจในความปลอดภัยได้ นอกจากนี้ที่นี่ยังมีส่วนของเด็กๆ อีกด้วย ทำให้พ่อแม่ผู้ปกครองสามารถพาลูกหลานมาเล่นสนุกพร้อมเรียนรู้การผจญภัยได้อย่างปลอดภัยโดยไม่ต้องกังวล

เบิร์ด พาราไดส์ รีสอร์ท สกานค (Bird's Paradise Extreme Resort)

เบิร์ด พาราไดส์ เอ็กซ์ตรีม รีสอร์ทมีสนามบินส่วนตัวเอาไว้รองรับกิจกรรมทางอากาศทุกประเภท เช่น กีฬากระโดดร่ม การขับเครื่องบินเล็ก เครื่องบินโมโครไลท์ เครื่องบินอัลตราไลท์ ร่มบินพาราโอมอเตอร์ มีครูฝึกสำหรับสอนกีฬาการบินทุกประเภทสำหรับผู้สนใจฝึกอย่างจริงจังและผู้ที่มาทำ

กิจกรรม เพื่อสัมผัสกับประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตที่ไม่สามารถหาจากที่ไหนได้ เบิร์ด พาราไดส์ เอ็กซ์ตรีม รีสอร์ท ได้รับการรับรองจากกรมการบันพลาเรือ สยามคกัฟ้าการบันแห่งประเทศไทย และสยามคกัฟ้าการะโถดร์มแห่งสหรัฐอเมริกา ดังนั้นจึงสามารถมั่นใจในมาตรฐานความปลอดภัยของที่นี่ได้



เลค เฮฟเว่น รีสอร์ท แอนด์ พาร์ค (Lake Heaven Resort & Park)

ตั้งอยู่บริเวณเขื่อนศรีนครินทร์ ที่จังหวัดกาญจนบุรี เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแนวผจญภัยที่ได้รับการขนานนามว่า มัลดีฟส์แห่งเมืองไทย เหมาะสำหรับผู้ที่ชื่นชอบการใช้ชีวิตกลางแจ้ง ใกล้ชิดกับธรรมชาติและสนุกสนานกับกิจกรรมทางน้ำนานาชนิด ทั้ง พายเรือคายัค เจ็ตสกี นั้งเรือยอร์ชชมวิวลูกบอลน้ำขนาดใหญ่ สไลเดอร์ จักรยานน้ำ บ้าโยกน้ำและเครื่องเล่นทางน้ำอีกหลากหลายชนิด เหมาะสำหรับมาพักผ่อนเป็นครอบครัว นอกจากนี้ยังให้บริการที่พักแบบเรือนแพและกิจกรรมผจญภัยบนบกอีกหลายรายการ

เอ็กซ์ เซ็นเตอร์ เชียงใหม่ (Chiang Mai X-Centre)

เป็นแหล่งรวมกิจกรรมพาดโพน ท้าทายความกล้าของคุณในทุกรูปแบบแห่งแรกของจังหวัดเชียงใหม่ที่รวมเอา กีฬาเอ็กซ์ตรีมมันส์ๆ ไว้มากมาย ทั้งบันจีจัมพ์ ออฟโรด บักกีเพ้นท์บอล มอเตอร์ไซค์วิบาก ดริฟต์คาร์ท โทคาร์ท ซอร์บบอล เหมาะสำหรับครอบครัวหรือแก๊งค์เพื่อนที่ชอบความเรื่อ

ต้องการความท้าทายและต้องการทำกิจกรรมร่วมกัน โดยสถานที่แห่งนี้จะมีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญคอยให้คำแนะนำและดูแลอยู่ตลอดเวลา

สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้อุรกิจท่องเที่ยวแนวผจญภัยประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้ประกอบจะต้องมีความรู้และความเชี่ยวชาญในกิจกรรมไลฟ์สไตล์ประเภทนั้นๆ หรือศึกษาอย่างละเอียดรอบคอบเสียก่อน รวมทั้งเจาะจงและหาจุดยืนว่าต้องการทำธุรกิจแนวผจญภัยรูปแบบไหน จะเป็นทางน้ำ ทางบก ทางอากาศหรือหลากหลายรูปแบบรวมกันเพื่อที่จะได้มองหากำไรที่ตั้งได้อย่างเหมาะสมกับธุรกิจของเรา อย่างถ้าจะเน้นทำกิจกรรมทางน้ำก็ควรเลือกสถานที่ที่ติดกับทะเล แม่น้ำหรือเขื่อน หากเป็นทางบกก็อาจเลือกสถานที่ธรรมชาติอย่างป่าหรือภูเขา เป็นต้น อีกทั้งควรกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนว่าต้องการให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับใคร ครอบครัว เพื่อนฝูง คู่รักหรือนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดที่ผู้ประกอบทุกคนให้ความสำคัญก็คือความปลอดภัย นอกจากมอบความสนุกสนานให้กับผู้ที่มาใช้บริการแล้ว ผู้ประกอบการที่ดีจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของลูกค้าเป็นสำคัญ ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและเชื่อมั่นว่าพวกเขาจะเล่นได้โดยไม่ต้องเป็นกังวล รวมทั้งควรจัดหาเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญมาคอยให้คำแนะนำและดูแลลูกค้าอยู่เสมอ เพราะการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ลูกค้าจะช่วยให้อพวกเขาอยากกลับมาใช้บริการอีกหรืออาจแนะนำให้คนรู้จักมาใช้บริการต่อไป ทำให้เราสามารถรักษาฐานลูกค้าเก่าไว้ได้รวมทั้งเป็นการเพิ่มฐานลูกค้าใหม่ผ่านการบอกกันปากต่อปากอีกด้วย สุดท้ายสิ่งที่สำคัญอีกหนึ่งประการคือผู้ประกอบการจะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ อย่าหวังแต่กอบโกยกำไรและผลประโยชน์จนลืมดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมเพราะหากทะเลและขาดความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ธุรกิจของคุณก็จะอยู่ได้แต่เพียงเวลาไม่นาน ดังนั้นผู้ประกอบการที่ต้องการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนจึงควรคำนึงถึงทั้งความปลอดภัยของลูกค้าและการรักษาทรัพยากรธรรมชาติเป็นสำคัญ

ธุรกิจงานสร้างสรรค์และออกแบบ



NOSTRA Navigator ของคนไทย เพื่อคนไทย

การบริหารทรัพยากรบุคคลไม่ได้เป็นเพียงแค่กฎแฉะแห่งความสำเร็จเท่านั้นแต่ต้องเป็นการทำควบคู่ไปกับการนำเทคโนโลยีมาปรับใช้ด้วยซึ่งวันนี้เราจะพาไปรู้จักกับธุรกิจกลุ่มของการสร้างสรรค์และการออกแบบซึ่งได้รับรางวัล SMEs ดีเด่นจากการประกวด SMEs National Award ครั้งที่ 7 นั่นก็คือ บริษัท โกลบเทค จำกัด

บริษัท โกลบเทค จำกัด ก่อตั้งขึ้นในปี พ.ศ. 2551 เป็นผู้ให้บริการระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ หรือ GIS มา มากกว่า 20 ปี ด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะพัฒนาการให้บริการด้านข้อมูลแผนที่ดิจิทัลที่มีความละเอียด ถูกต้อง และทันสมัยที่สุด ตลอดจนบริการข้อมูล พิกัดตำแหน่งครบทุกรูปแบบ โกลบเทค มีวิสัยทัศน์ในการเป็นผู้นำการให้บริการโซลูชันด้านข้อมูลแผนที่และคอนเทนต์ (Location Content Service Provider) ใน ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยผลิตภัณฑ์ และโซลูชันแผนที่ของโกลบเทคอยู่ภายใต้แบรนด์ นอสตรา (NOSTRA)

NOSTRA เป็นหนึ่งในแบรนด์ของบริษัท โกลบเทค ที่ ได้ทำการผลิตแผนที่ดิจิทัลที่ใช้เวลามากกว่า 10 ปี ในการ

พัฒนาเทคโนโลยีต่างๆ เหล่านี้ให้สามารถใช้งานได้หลากหลายและครอบคลุมทุกรูปแบบ

นับเป็นเวลากว่า 20 ปี ที่ทีมงาน NOSTRA ได้สั่งสม ความรู้และประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีการสำรวจและผลิต ข้อมูลแผนที่ ด้วยความชำนาญในการจัดเก็บข้อมูลใน สภาพแวดล้อมท้องถิ่น โดยเฉพาะในประเทศไทยที่มีรูปแบบ ความซับซ้อนที่ไม่เหมือนประเทศอื่น และทีมสำรวจภาคสนามที่ ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ทำงานเก็บข้อมูลในทุกๆ วัน เพื่อ อัปเดตข้อมูลให้มีความถูกต้องแม่นยำ เชื่อถือได้ จนปัจจุบันได้ พัฒนาศักยภาพการบริการแผนที่ไทยและแผนที่อาเซียน ให้ ครอบคลุมทุกด้านในหลายเทคโนโลยี และมีพันธมิตรทางธุรกิจ หลากหลาย เพื่อเสนอผลิตภัณฑ์ และบริการสำหรับองค์กรและ ประชาชนทั่วไป

บริษัท โกลบเทค จำกัดและทีมงาน NOSTRA ทำงานภายใต้การบริหารงานของคุณวิชัย แสงหิรัญวัฒนา ผู้จัดการทั่วไป ร่วมกับบุคลากรและผู้เชี่ยวชาญในด้านต่างๆ อาทิ วิศวกรสำรวจ วิศวกรคอมพิวเตอร์ โปรแกรมเมอร์ นักพัฒนาธุรกิจ นักการตลาด ฯลฯ และทีมงานกว่า 40 คน

ที่ทำหน้าที่พัฒนาผลิตภัณฑ์และโซลูชัน ตลอดจนให้บริการทั้ง ก่อนและหลังการขายให้แก่ลูกค้าของบริษัท

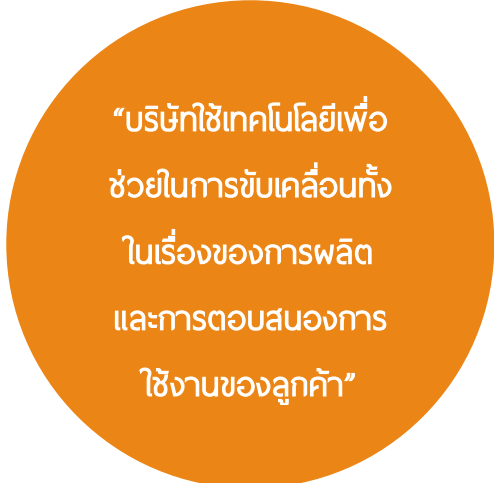
ความเป็นมาของ บริษัท โกลบเทค จำกัด

คุณวิชัย แสงหริธัญวัฒนา ผู้จัดการทั่วไป บริษัท โกลบเทค จำกัด ได้เล่าถึงความเป็นมาของบริษัทโกลบเทค ว่า “โกลบเทค นั้นเป็นบริษัทไอที ที่เป็นผู้ผลิตข้อมูล (Data) หรือ คอนเทนต์ (Content) ทางด้านแผนที่ซึ่งเป็นดิจิทัลแมพ (Digital Map) ซึ่งจะมีความเชื่อมโยงกับการใช้งานของข้อมูล ที่เรียกว่าระบบสารสนเทศทางภูมิศาสตร์ที่เริ่มเข้ามาและเป็นที่ยอมรับกันเมื่อ 30 ปีที่ผ่านมา หรือที่เรียกว่าระบบข้อมูลแผนที่ดิจิทัล ซึ่งได้นำมาใช้ในการบริหารและจัดการในด้านต่างๆ ซึ่งก่อนหน้านี้ซอฟต์แวร์ต่างๆ ที่ใช้ในเรื่องเหล่านี้เป็นซอฟต์แวร์ที่มีการนำเข้ามาจากต่างประเทศตั้งแต่เมื่อ 20-30 ปีตามที่ได้กล่าวไปแล้ว แต่การที่จะสามารถใช้งานซอฟต์แวร์เหล่านั้นได้ จะต้องต้องมีข้อมูลในส่วนของแผนที่ซึ่งเป็นข้อมูลฐานที่ในการจะใช้ซอฟต์แวร์นั้น หากไม่มีในส่วนของข้อมูลแผนที่แล้วจะทำให้ซอฟต์แวร์ใช้งานไม่ได้เลย เนื่องจากการใช้ซอฟต์แวร์นั้นต้องเริ่มจากการมีข้อมูลแผนที่เสียก่อน เพราะหากนำซอฟต์แวร์เหล่านั้นเข้ามาแต่ไม่มีข้อมูลแผนที่ก็ทุกอย่างก็ไม่สามารถที่จะขายได้อยู่ดี นั่นเป็นจุดเริ่มต้นของการเริ่มทำข้อมูลแผนที่ให้กับหน่วยงานต่างๆ เพื่อนำไปใช้งาน”

ปัญหาและอุปสรรคในช่วงแรกของการก่อตั้งบริษัทฯ

คุณวิชัย ได้เล่าให้ฟังต่อถึงปัญหาและอุปสรรคในช่วงแรกของการก่อตั้งบริษัท โกลบเทค จำกัด ว่า “ในช่วงแรกของการเริ่มทำข้อมูลนั้น แน่นอนว่าจะต้องมีอุปสรรคและปัญหา ซึ่งประการแรกเลย ก็คือ เนื่องจากเทคโนโลยีนี้เป็นเทคโนโลยีที่ใหม่มากซึ่งจะต้องใช้การสำรวจ เนื่องจากการทำแผนที่นั้นเรียกว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ ศาสตร์ ก็คือจะต้องมีทั้งเทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูล ที่ในยุคแรกหรือในสมัยก่อนนั้นจะต้องเป็นการเอาเครื่องบินไปบินถ่ายภาพ และนำกลับมาใช้คอมพิวเตอร์ในการวาดซึ่งคอมพิวเตอร์ในยุคนั้นระบบประมวลผลยังช้ามาก อีกทั้งยังมีราคาแพงอีกด้วยเมื่อเทียบกับในปัจจุบันที่เพียงแค่สมาร์ตโฟนตัวเดียวที่ทั้งราคาถูกลงและสามารถทำอะไรได้มากกว่า ซึ่งนั่นก็คือข้อจำกัดของเทคโนโลยี

ในอดีตซึ่งทำให้เราไม่สามารถเก็บข้อมูลได้เร็วเท่าที่ควร ประการที่ 2 ก็คือในแง่ของค่าใช้จ่ายเองซึ่งในช่วงแรกยังไม่มีผู้ใช้งานมากที่ควร ซึ่งความจริงแล้วนั้นความต้องการของผู้ใช้นั้นมีความต้องการเยอะ แต่ด้วยในเรื่องของความคุ้มค่าในการลงทุนของลูกค้า เนื่องจากต้นทุนของการผลิตแอปพลิเคชันแผนที่นั้นในสมัยก่อนมีราคาแพงมาก คนที่จะนำไปใช้ส่วนใหญ่จึงเป็นส่วน



ของภาคราชการที่มีเงินในการลงทุนเป็นหลักล้านบาท ซึ่งภาคธุรกิจต่างๆ ส่วนใหญ่แล้วไม่มีความสามารถที่จะใช้แผนที่ดิจิทัลได้ ซึ่งแม้แต่คนทั่วไปก็ไม่ได้มีความสะดวกและไม่ได้มีความง่ายในการใช้งานเหมือนอย่างเช่นในปัจจุบัน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็เป็นปัจจัยที่เป็นอุปสรรคที่ทำให้การนำข้อมูลในอดีตนั้นไม่มีความรวดเร็วเท่าที่ควร แต่หากจะถามว่าข้อมูลเหล่านี้มีความต้องการในการใช้งานไหม คำตอบก็คือ มี เพราะหน่วยงานราชการไม่เฉพาะแต่ในประเทศไทยเท่านั้น แต่หน่วยงานราชการในทุกประเทศมีความจำเป็นในการใช้ข้อมูลแผนที่ในการพัฒนาประเทศ อย่างเช่น ในการวางผังเมือง เรื่องของที่ดิน โครงการคมนาคมขนส่ง หรือแม้กระทั่งการไฟฟ้าก็มีความต้องการในการใช้แผนที่ในเรื่องตำแหน่งของการปักเสาพาดสาย เพราะฉะนั้นในเรื่องของความต่อนั้นจะไม่ได้เป็นข้อจำกัดมาก เนื่องจากมีกลุ่มคนที่มีความต้องการใช้งานอยู่แล้ว แต่ข้อจำกัดนั้นจะเป็นในเรื่องของเทคโนโลยี และเรื่องของบุคลากรที่ในสมัยก่อนนั้นถือว่าเป็นเรื่องใหม่ซึ่งหากเทียบกับในปัจจุบันที่เทคโนโลยีมีความรวดเร็วขึ้น และคนส่วนใหญ่มีความรู้

มากขึ้นอีกทั้งมีเทคโนโลยีที่เป็นตัวช่วยในการผลิตแอปพลิเคชันมากขึ้น”

กลยุทธ์การตลาดของบริษัทในช่วงแรกของการก่อตั้ง

ในช่วงนั้นที่ บริษัท โกลบเทค มีการเริ่มต้นขึ้น ถือว่าเราเป็นเอกชนรายแรกที่มีการทำระบบ GIS ด้วยระบบข้อมูลแผนที่ และเนื่องจากเป็นเทคโนโลยีที่ใหม่และต้องการบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถ เพราะฉะนั้นผู้ที่มาร่วมงานส่วนใหญ่จะเป็นวิศวกรในเชิงของการสำรวจ และเชิงของคอมพิวเตอร์เป็นหลักที่จะต้องมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีเหล่านี้ และในเรื่องของการลงทุนนั้น บริษัทต้องมีการลงทุนในเรื่องของการเก็บข้อมูลไปก่อนแล้วจึงจะสามารถนำเอาไปใช้งานได้ ดังนั้นจึงทำให้มีข้อจำกัดในเรื่องของเทคโนโลยีกับในเรื่องของการลงทุน จึงยังไม่ค่อยได้มีการลงทุนในเรื่องของกลยุทธ์การตลาดเท่าที่ควร” คุณวิชัยกล่าว



การบริหารทรัพยากรบุคคลของบริษัท

ในเรื่องของการบริหารทรัพยากรบุคคลนั้น คุณวิชัยกล่าวว่า ทางบริษัท โกลบเทค ได้มี Development Plan ซึ่งก็คือโปรแกรมการพัฒนาบุคลากรของบริษัทที่เรียกว่า IDP หรือ Individual Development Plan โดยในช่วงต้นปีบริษัทก็จะต้องมีการวางแผนกันว่าในปีนี้นักบริษัทจะต้องมีการวางแผนกันว่าในปีนี้นักบริษัทจะมีการพัฒนา Product หรือผลิตภัณฑ์ของเราไปทางไหน หลังจากนั้นเราก็มาดูความสอดคล้องของ Skill ความเชี่ยวชาญหรือความชำนาญของพนักงานกับความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทว่ามีอะไรที่จะต้องมีการพัฒนาอะไรบ้างแล้วจึงเริ่มมีการวางแผนในการพัฒนาบุคลากรทั้งปี โดยจะมีการประเมินโดยตั้งเป็น KPI ว่าพนักงานแต่ละคนจะต้องมีการพัฒนาในด้านไหน

บ้าง ตั้งแต่ระดับองค์กร ลงมาในระดับแผนก จนถึงระดับบุคคล ซึ่งจะมีการกำหนดเป็น KPI ที่เป็นระดับลงมาเรื่อยๆ และมีการประเมินเป็นจำนวน 2 ครั้งใน 1 ปี โดยเป็นการประเมินกลางปี 1 ครั้ง และปลายปีอีก 1 ครั้ง ถ้าหากว่ากลางปีมีการประเมินแล้วพนักงานไม่ผ่านการประเมินไม่ว่าด้วยสาเหตุใดก็ตาม ทางบริษัทก็จะมาพิจารณาว่าสาเหตุที่พนักงานไม่ผ่านการประเมินเกิดมาจากสาเหตุอะไร เกิดจากตัวพนักงานเองหรือในแง่ของการพัฒนาบุคลากรของบริษัทที่ยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ทางบริษัทก็ต้องมีกระบวนการในการปรับ แล้วช่วงของปลายปีก็จะมีการประเมินอีกครั้งโดยเป็นการประเมินในเรื่องของผลงานที่เกี่ยวข้องกับการให้ผลตอบแทนที่เรียกว่า Incentive ทั้งหลาย

นอกจากนี้บริษัทยังมีการพัฒนาบุคลากรในด้านของการอบรมหลากหลายรูปแบบทั้งในส่วนของ Class Room Training หรือที่เรียกว่าการอบรมในห้องเรียน, on the job

training การอบรมโดยให้บุคลากรเรียนรู้การปฏิบัติงานจากหน้างานจริง, การมีโค้ชในการสอนพนักงาน และการทำ Workshop ต่างๆ เรียกได้ว่าบริษัทมีการจัดอบรมและให้ความรู้แก่พนักงานในทุกรูปแบบก็ว่าได้

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัท

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของบริษัทโกลบเทค จำกัด นั้นสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ๆ ดังนี้

- » กลุ่มลูกค้าซึ่งเป็นผู้ที่ใช้งานในองค์กรทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน สำหรับภาคเอกชนโดยการนำเอาข้อมูลแผนที่ไปใช้ในการวางแผน ไม่ว่าจะเป็นการวางแผนการตลาด วางแผนการขยายสาขา เป็นต้น ส่วนสำหรับภาครัฐนั้นก็เป็น การนำเอาไปใช้ในการวางโครงการใน เรื่องของสาธารณูปโภคที่นำไปสู่การพัฒนาประเทศ ซึ่งมีความจำเป็นอย่างมากที่ต้องใช้แผนที่

- » กลุ่มลูกค้าเอกชนที่ใช้แผนที่เป็นส่วนหนึ่งของการให้บริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวสินค้า ตัวอย่างเช่น บริษัทรถยนต์ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องมี GPS และ Navigator ซึ่งเป็นหน้าจอที่มีระบบนำทางติดมากับรถยนต์ที่แน่นอนว่าภายใต้ระบบนำทางนั้นๆ จะต้องมีข้อมูลแผนที่เป็นข้อมูลพื้นฐาน
- » กลุ่มของโทรศัพท์มือถือที่แน่นอนว่าโทรศัพท์มือถือก็ต้องมีแผนที่ซึ่งเป็นตัวช่วยในระบบนำทาง และเพื่อช่วยในการค้นหาสถานที่ต่างๆ

โมเดลธุรกิจของบริษัทโกลบเทค จำกัดนั้น จะเป็นลักษณะของธุรกิจที่เรียกว่า B2B หรือ Business to Business ซึ่งเป็นการจำหน่ายสินค้าและบริการให้กับภาคธุรกิจด้วยกันเอง มากกว่าเป็นธุรกิจแบบ B2C หรือ Business to Customer ซึ่งเป็นการขายโดยตรงจากบริษัทไปยังลูกค้า แต่เน้นในเรื่องของการขายไปยังบริษัทอื่นเพื่อใช้แผนที่ในการวางแผน ไม่ว่าจะเป็นค่ารถยนต์ หรือบริษัทที่เกี่ยวข้องกับระบบ Navigator หรือระบบนำทาง เพื่อนำไปเป็นส่วนประกอบในผลิตภัณฑ์เพื่อขายให้กับลูกค้าอีกต่อหนึ่ง

ปัญหาและอุปสรรคของบริษัทฯ ในปัจจุบัน

อุปสรรคส่วนใหญ่ของบริษัทฯ นั้นไม่ได้เกิดจากคู่แข่งภายในประเทศเนื่องจากบริษัท โกลบเทค นั้นเป็นบริษัทผู้ผลิตแผนที่รายใหญ่ของประเทศไทย แต่อุปสรรคที่เจอนั้น จะเป็นในส่วนของผู้แข่งจากต่างประเทศที่มีความพร้อมทั้งในเรื่องของเงินทุนและเทคโนโลยี แต่ทางบริษัทโกลบเทค ก็ได้อาศัยความแข็งแกร่งจากภายในเรื่องข้อมูลเพื่อสร้างโอกาสในการขยายธุรกิจออกไปยังต่างประเทศแทน

แนวทางของบริษัทในอนาคต

ด้วยเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ถึงแม้ว่าในขณะที่เทคโนโลยีของบริษัทจะเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า แต่ในอนาคตนั้นบริษัทต้องคอยติดตามความก้าวหน้าในเรื่องของเทคโนโลยีอย่างใกล้ชิด โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

- » ส่วนที่ลูกค้ามีการนำไปใช้งาน ด้วยเทคโนโลยีที่ทำให้ลูกค้ามีความต้องการในการใช้งานมากขึ้น ทำให้บริษัทต้อง

การเก็บข้อมูลที่มีความละเอียด รวมถึงข้อมูลที่มีความหลากหลายมากขึ้น

- » เทคโนโลยีในแง่ของการผลิต ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ที่ในแต่ละวันก็มีเทคโนโลยีใหม่ๆ เกิดขึ้นเพื่อช่วยในเรื่องของการผลิต ที่บริษัทจะต้องคอยติดตามอัปเดตความก้าวหน้าต่างๆ ดังกล่าวของเทคโนโลยีเหล่านี้

แนวทางของบริษัทนั้นต้องอาศัยความก้าวหน้าในส่วนและเทคโนโลยีเพื่อช่วยในการขับเคลื่อนทั้งในเรื่องของการผลิต และการตอบสนองการใช้งานของลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อตัวของเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าขึ้นเปรียบเทียบให้เห็นภาพได้ว่าสมัยก่อนแผนที่นั้นเป็นการวาดในลักษณะของลายเส้นลักษณะของแผนที่ในกระดาษ แต่เมื่อก้าวเข้ามาในยุคของดิจิทัล แผนที่ลายเส้นอย่างเดียวย่อมไม่เพียงพอ แต่แผนที่ต้องสามารถเจาะลึกลงไปในส่วนข้อมูลได้มากกว่านั้น ตัวอย่างเช่น แผนที่ของถนนต้องสามารถเข้าไปดูรายละเอียดได้ว่าถนนมีความกว้างเท่าไร มีที่เลนส์ เพราะฉะนั้นบริษัทต้องมีการพัฒนาในเรื่องของความรู้ คือ รู้ว่าจะต้องเก็บข้อมูลอะไรเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า รวมทั้งมีเทคโนโลยีเพื่อช่วยในเรื่องของการเก็บข้อมูล ซึ่งในปัจจุบันก็มีเทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูลที่มีการปรับปรุงขึ้นมาเรื่อยๆ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่บริษัทจะต้องคอยติดตามในเรื่องของเทคโนโลยี รวมถึงการทำ R&D (Research and Development) ว่าในการผลิตแผนที่ของบริษัทนั้นควรมีการใช้เทคโนโลยีไหนจึงจะเหมาะสม บริษัทจึงได้มีการจัดตั้งแผนที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยและพัฒนา (R&D) ขึ้นมาซึ่งไม่ได้เป็นเรื่องของการวิจัยและพัฒนาในเรื่องของตัวผลิตภัณฑ์แต่เพียงอย่างเดียว แต่เป็นการวิจัยและพัฒนาในเรื่องของการผลิตอีกด้วย

ปัจจุบันบริษัท โกลบเทค จำกัด สามารถพัฒนาศักยภาพการบริการให้แข็งแกร่งครอบคลุมการบริการทุกด้าน เพื่อตอบสนองเทคโนโลยีและความต้องการใช้งานที่หลากหลาย ใน 7 รูปแบบ ได้แก่

- » แผนที่สำหรับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (Geographic Information System: GIS) เป็นข้อมูลแผนที่ฐานความละเอียดสูงแบบลายเส้น หรือที่เรียกว่า Vector Data เป็น

- ข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับใช้งานร่วมกับระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ หรือ จีไอเอส (GIS: Geographic Information System) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีด้านการจัดการทางด้านพื้นที่ที่ต้องอาศัยข้อมูลแผนที่เป็นส่วนประกอบสำคัญ NOSTRA แผนที่ดิจิทัลแบบลายเส้นมีความถูกต้องและแม่นยำสูง เป็นแผนที่ GIS ที่เหมาะสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลที่ซับซ้อนระดับมืออาชีพเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในการวางแผนและบริหารจัดการทางธุรกิจ ตลอดจนกลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การวางแผนตั้งสาขาใหม่ การวิเคราะห์ขอบเขตการให้บริการ การวิเคราะห์คู่แข่ง การบริหารจัดการเส้นทาง การจัดส่งสินค้า การประเมินราคาที่ดินหรือสินทรัพย์ เป็นต้น
- » แผนที่ออนไลน์ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (NOSTRA Map Service) เป็นบริการข้อมูลแผนที่บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เป็นบริการ ข้อมูลแผนที่ฐาน (Base map) เพื่อการอ้างอิงพิกัดตำแหน่ง ด้วย Web Map API ของ NOSTRA ผู้ใช้งานสามารถเรียกใช้บริการข้อมูลแผนที่ออนไลน์ NOSTRA Map Service บนแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นเอง หรือสามารถใช้บริการเสริมในการพัฒนาแอปพลิเคชันจากบริษัทภายนอก ได้
 - » ระบบบริหารจัดการและติดตามยานพาหนะแบบเรียลไทม์ (Fleet management & GPS Tracking) ระบบบริหารจัดการและติดตามยานพาหนะแบบเรียลไทม์ ที่พัฒนาสำหรับธุรกิจที่มีการกึ่งด้านการขนส่งโดยเฉพาะ ผู้ใช้งานสามารถตรวจสอบและเข้าดูข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลา ด้วยโปรแกรมระบบ NOSTRA Logistics ในรูปแบบ Web-based application ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตบนเครื่องคอมพิวเตอร์หรือ Mobile Application สำหรับ Smartphone และ Tablet และสามารถเลือกฟังก์ชันการใช้งานระบบตามที่ต้องการได้ เช่น วางแผนบริหารจัดการเส้นทางขนส่ง ติดตามและบันทึกเส้นทางเดินรถ ควบคุมการเดินรถด้วยระบบแจ้งเตือนและเซนเซอร์ควบคุมการทำงานของส่วนต่างๆ เพื่อสนับสนุนการวางแผนและการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยธุรกิจลดต้นทุน การขนส่ง เพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และเสริมสร้างความปลอดภัยต่อทรัพย์สิน
 - » แผนที่สำหรับอุปกรณ์นำทางจีพีเอส ข้อมูลของระบบนำทางแผนที่ GPS แบบ 3 มิติอย่างสมจริง ไม่ว่าจะเป็นส่วนของอาคาร 3 มิติ ข้อมูลแสดงป้ายถนนและภาพทางแยกเสมือนจริงพร้อมลูกศรแสดงช่องทางที่ถูกต้อง
 - » แผนที่สำหรับระบบนำทางที่ติดตั้งในรถยนต์ แผนที่นำทาง GPS NOSTRA ได้รับการยอมรับและเชื่อมั่นในตลาดอุปกรณ์ GPS นำทางรถยนต์มากกว่า 10 ปี ด้วยคุณสมบัติของแผนที่นำทาง GPS ที่มีความละเอียดแม่นยำสูงสุดเป็นอันดับ 1 ของประเทศไทย
 - » แผนที่สำหรับแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนและแท็บเล็ต แผนที่ประเทศไทยที่ดีที่สุด อันดับ 1 ในตลาดแผนที่ระบบเวทเตอร์ ฟังก์ชันการใช้งานที่ใหม่ พร้อมข้อมูลอัปเดตที่มีความละเอียด แม่นยำสูงสุด ด้วยตำแหน่งสถานที่มากกว่า 1,300,000 จุด ทั่วประเทศ ที่สามารถช่วยแนะนำร้านอาหาร ที่เที่ยว ที่ช้อปปิ้งได้ทั่วยุโรป พร้อมช่วยค้นหาสถานที่ เส้นทางการเดินทาง และสามารถแชร์ตำแหน่งสถานที่ให้เพื่อนๆ ได้อย่างง่ายดาย
 - » แผนที่สำหรับงานสิ่งพิมพ์ ข้อมูลแผนที่สำหรับงานสิ่งพิมพ์ หากคุณกำลังมองหาแผนที่กรุงเทพฯ, แผนที่ท่องเที่ยวประเทศไทย, แผนที่ทางหลวงประเทศไทยที่ครอบคลุม 77 จังหวัดทั่วประเทศ และปรับปรุงใหม่อย่างต่อเนื่องพร้อมบริการข้อมูลแผนที่ในรูปแบบงานสิ่งพิมพ์ ทั้งแผ่นพับ หนังสือ แผ่นภาพ ไปสเตอร์ ไม่ว่าจะสำหรับใช้งานภายในองค์กร จัดทำเป็นของพรีเมียมขององค์กร หรือเป็นสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจงานสร้างสรรค์และออกแบบ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

การรวมกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ASEAN Economic Community หรือ AEC ซึ่งเป็นการเปิดการค้าเสรีและการผลิต อันมีจุดมุ่งหมายด้านเศรษฐกิจเป็นหลักโดยการเข้าสู่ AEC จะมีทั้งผลดีและผลกระทบ ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถของมนุษย์ในอันที่จะคิดแก้ปัญหาและพัฒนาจนสามารถประดิษฐ์ ผลิตผลใหม่ๆ เพื่อสนองความต้องการของตนเอง สังคม ดังนั้นการสร้างสรรค์จึงเป็นการกระทำที่ดีขึ้น ความคิดสร้างสรรค์สร้างสรรค์แบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

» **ความคิดสร้างสรรค์ทางความคิด Creative in Thinking** ความคิดสร้างสรรค์ทางความคิด หมายถึง การคิดแสวงหาแนวทางแก้ปัญหาและพัฒนางาน หรือการบริหาร งานให้ประสบความสำเร็จ และเจริญก้าวหน้า รู้จักการศึกษาวิเคราะห์ปัญหาสาเหตุของปัญหาและ

แนวทางแก้ปัญหา เพื่อนำมาวางแผนงานต่อไป เช่น การประชุมสัมมนาระดมสมองในการพัฒนางาน

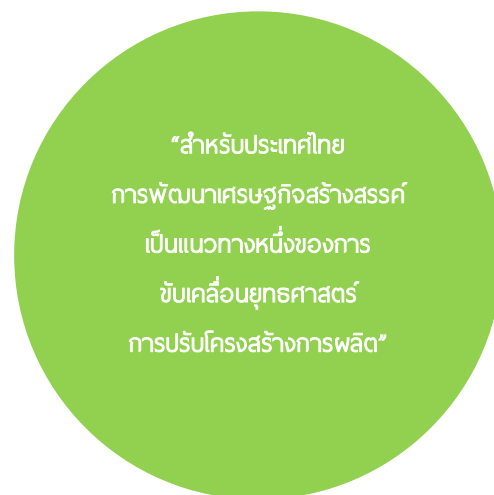
» **ความคิดสร้างสรรค์ทางความงาม Creative in Beauty** ความคิดสร้างสรรค์ทางความงาม หมายถึง การสร้างสรรค์ความงามที่แปลกใหม่ให้งดงามและมีคุณค่า ยิ่งขึ้นซึ่งเป็นความคิดสร้างสรรค์ในทางปฏิบัติ เช่น การสร้างสรรค์งานศิลปะ การออกแบบสีเส้นและลวดลายเสื้อผ้า การตกแต่งห้องเรียน บ้าน สำนักงาน ให้มีความงามและแปลกใหม่เป็นต้น

» **ความคิดสร้างสรรค์ทางประโยชน์ใช้สอย Creative in Function** ความคิดสร้างสรรค์ทางประโยชน์ใช้สอย หมายถึงการสร้างสรรค์ดัดแปลงสิ่งต่างๆ ให้มีคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย เช่น งานสิ่งประดิษฐ์ งานศิลปะที่น่าวิเศษต่างๆมาผลิตขึ้นให้เกิดประโยชน์ใช้สอยเป็นต้น

เศรษฐกิจสร้างสรรค์มีองค์ประกอบร่วมในการขับเคลื่อน เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจหลายประการ อาทิการใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ นอกจากนี้การพัฒนาทางเศรษฐกิจ ของแต่ละประเทศจะสามารถขับเคลื่อนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สูงสุดตามหลัก เศรษฐศาสตร์ภายใต้แนวคิดสร้างสรรค์ได้นั้นต้อง มุ่งเน้นการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจหลักที่สำคัญ

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยอยู่ในระยะเริ่มต้นยังไม่มีการกำหนดนิยามและขอบเขตของการพัฒนาที่ชัดเจนตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมาพบว่า ประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการผสมผสานระหว่าง วัฒนธรรม ประเพณีและภูมิปัญญาเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบันได้ มีการนำ เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการสร้าง มูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงภาคการผลิตและการบริการต่างๆ ให้มี ประสิทธิภาพมากขึ้น อาทิอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรม ดิจิทัลคอนเทนต์ อุตสาหกรรมออกแบบ และเครือข่ายวิสาหกิจ สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อการส่งออก เป็นต้น ดังนั้นเพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยสามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรมและสามารถพัฒนาแบบยั่งยืนภายใต้ความร่วมมือของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ร่วมกับศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (ศสม.) ภายใต้ สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (สบร.) ได้กำหนด ยุทธศาสตร์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย คือ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสภาพแวดล้อมภายในประเทศ เพื่อให้เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น ภาครัฐต้องให้ความสำคัญสำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการสื่อสารและการคมนาคม การส่งเสริมการลงทุนทางด้าน วิจัยและพัฒนา การจัดหาแหล่งเงินทุนการพัฒนาการศึกษาอย่างเป็นระบบและครบวงจรให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสร้างบุคลากรที่มีความคิดสร้างสรรค์การพัฒนาการตลาด สนิมใหม่และการบังคับใช้กฎหมาย โดยเฉพาะกฎหมายด้าน ทรัพย์สินทางปัญญา มีการศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มาจาก กฎหมายและกฎระเบียบเพื่อนำ ไปสู่การ

ปรับปรุงและแก้ไขต่อไป , การบูรณาการและการดำเนินงานของหน่วยงาน การ พัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีกรอบการดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนจำนวนมากการดำเนินงานขับเคลื่อน การพัฒนาในระดับปฏิบัติ จำเป็นต้องมีหน่วยงานที่ต้องรับผิดชอบหลัก และมีกรอบนโยบายและกลไกการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ที่ชัดเจนรวมทั้งมีการจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์และจัดทำแผนที่นำทางการพัฒนา (Roadmap) ขึ้นมาให้ชัดเจนเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลตามความต้องการ และการสร้างความตระหนักและสร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการ การกล่าวคือ ภาครัฐควรมีการผลักดันและสนับสนุนผู้ประกอบการ ของไทย ให้ได้รับการพัฒนาทักษะและองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ สินค้าและบริการรูปแบบใหม่ที่มีจุดเด่นและสามารถต่อยอดความคิดและนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและก้าว ทันต่อกระแสการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลก



สำหรับจุดแข็งของเศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้นมีส่วนส่งเสริม และสนับสนุนให้ประเทศไทยมีขีดความสามารถในการแข่งขันใน ตลาดโลกได้เป็นอย่างดีดังนี้

- » มีประวัติศาสตร์และมรดกทางวัฒนธรรมที่สามารถ สืบ กอดจนเป็นมรดกโลกที่สำคัญ
- » มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียม ประเพณีที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคนไทย

- » มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามและหลากหลาย ทั้งทางทะเลและป่าไม้
- » มีความประณีตละเอียดในการสร้างสรรค์ผลงานที่ใช้ ฝีมือ ผ่านการถ่ายทอดสู่ภูมิปัญญาไทย จนเป็นที่ยอมรับและมีชื่อเสียงในระดับโลก
- » มีภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความหลากหลาย ตลอดจนสามารถถ่ายทอดและรักษาไว้ได้เป็นจำนวนมาก ต้นทุนและค่าครองชีพที่ต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับหลายประเทศในระดับเดียวกันทำให้สามารถใช้เวลา ใช้ทรัพยากร ได้อย่างคุ้มค่ากว่า



ทางด้านจุดอ่อนหรือโอกาสเสี่ยงของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยนั้นมี หลายด้านที่ควรปรับปรุงอย่างเร่งด่วน เพื่อก่อให้เกิดประสิทธิภาพ สูงสุดทางเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญ ดังนี้

- » ระบบข้อมูลและการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติและการ จำแนกประเภททางอุตสาหกรรมของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังไม่มีความชัดเจน
- » ขาดการบูรณาการและความต่อเนื่องของนโยบายการพัฒนา ตลอดจนกลไกการขับเคลื่อนและการประสานงานของ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพ

- » การสนับสนุนทางการเงินของสถาบันทางการเงินของไทย ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ยังคงอยู่ในวงจำกัดทั้งในเรื่อง การ ผลิตและการวิจัยพัฒนา
- » ปัญหาการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญายังเป็นปัญหาสำคัญ โดยเฉพาะการบังคับใช้กฎหมายให้เด็ดขาดและมีประสิทธิภาพ
- » การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความรู้ในกระบวนการที่ต้องใช้ระยะเวลา ซึ่งประเทศไทยยังไม่มีแนวทางการถ่ายทอด และจัดเก็บอย่างมีระบบและมีประสิทธิภาพ
- » โครงสร้างพื้นฐานและศูนย์รวมอุตสาหกรรมแต่ละกลุ่ม ยังอยู่ในระดับที่ต้องการพัฒนาอีกมาก อีกทั้งระบบมาตรฐานต่างๆ ทั้งเรื่องบริการ การผลิต สุขอนามัย และสิ่งแวดล้อม ยังต้องได้รับการพัฒนาและปรับปรุงอีก

อย่างไรก็ดี ในทุกวิกฤติที่เข้ามาย่อมมีโอกาสแฝงมา ด้วยเสมอ สำคัญที่เจ้าของธุรกิจต้องรู้จักใช้ข้อมูลความเคลื่อนไหวอย่างรวดเร็วเพื่อพลิกโฉมอุตสาหกรรมและธุรกิจของตน การเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC นั้น จะนำพาประเทศสมาชิกทั้งหมดไปสู่การเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน ซึ่งอีกไม่นานในอนาคตสินค้าและบริการ เงินลงทุน รวมทั้งแรงงานฝีมือในอาเซียน ก็จะถูกเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี ความเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญนี้ถือเป็นได้ทั้งวิกฤตและโอกาสของอุตสาหกรรมไทย ขึ้นอยู่กับความพร้อมด้านข้อมูลและการวางกลยุทธ์ที่เฉียบคมของผู้ประกอบการเท่านั้น สำหรับประเทศไทยการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นแนวทางหนึ่งของการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การปรับโครงสร้างการผลิต ให้สมดุลและยั่งยืนภายใต้แผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติซึ่งมีหลักการสำคัญคือการเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการ (Value Creation) โดยใช้องค์ความรู้และนวัตกรรม อีกทั้งความหลากหลายของทรัพยากรธรรมชาติวัฒนธรรม และวิถีชีวิตความเป็นไทยซึ่งจะทำให้การพัฒนาประเทศไทยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับกระแสการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศพัฒนา แล้วที่ได้้นำกระบวนการความคิดอย่างสร้างสรรค์บนแรงบันดาลใจ จากพื้นฐานทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่สั่งสมมายาวนานของสังคม เพื่อสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจและเชื่อมโยงไปสู่คุณค่าทางสังคมจนกลายเป็นธุรกิจงานสร้างสรรค์และออกแบบกระบวนการพัฒนา “ความคิดสร้างสรรค์”

ดำเนินไปอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น ทางภาครัฐได้แบ่งกรอบนโยบายออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. วางโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาผลงานสร้างสรรค์ เช่น ปรับปรุงกฎหมายคุ้มครองสิทธิทางปัญญา เข้มงวดในการจับ-ปรับ อันเป็นการคุ้มครองสิทธิของผู้ผลิต

2. ส่งเสริมการสร้างคนและกระบวนการเรียนรู้ที่สร้างสรรค์ โดยจะทำการปรับปรุงระบบการเรียนรู้อื่นๆ พร้อมทั้งสนับสนุนให้มีแหล่งเรียนรู้นอกโรงเรียนเพิ่มมากขึ้น เช่น พิพิธภัณฑ์ ห้องสมุด ฯลฯ

3. สร้างบรรยากาศการค้าที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจสร้างสรรค์ เช่น จัดตั้งกองทุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และมีมาตรการช่วยเหลือด้านภาษี เพื่อเป็นแรงจูงใจให้ผู้ประกอบการหันมาทำธุรกิจในกลุ่มนี้กันมากขึ้น

4. ส่งเสริมให้คนทั่วไปตระหนักถึงความสำคัญของบุคลากรในแวดวงสร้างสรรค์ ภาครัฐมีโครงการที่จะเพิ่มพื้นที่ให้ 'เด็กมีของ' ได้มาปล่อยของและระลองความคิดกันมากขึ้น ยกตัวอย่างเช่น 'เทศกาลปล่อยแสง' ของทาง TCDC เป็นต้น ซึ่งถือเป็นการให้โอกาสไปพร้อมกับเลือกสรรเยาวชนรุ่นใหม่ที่จะมาสร้างสรรค์ผลงานแบบผู้ใหญ่เพื่อพัฒนาประเทศในอนาคต

วิถีทางการผลิตทางเศรษฐกิจของแต่ละประเทศต้องขับเคลื่อนการพัฒนาทางเศรษฐกิจอย่างเร่งด่วน มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการนำเสนอความแปลกใหม่ในตัวสินค้า มุ่งเน้นการผลิตที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของทรัพยากรมนุษย์ ภายใต้การใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การ ส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ยึดหลักการพัฒนาที่มีการอนุรักษ์ธรรมชาติและห่วงใยในสิ่งแวดล้อมเป็นสำคัญ จะเป็นการสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจการออกแบบสร้างสรรค์เป็นอย่างมาก และยังทำให้คนรุ่นใหม่กล้าเผยอไอเดียที่สร้างสรรค์ของตนเองเพิ่มขึ้นเพราะคิดว่ามองเห็นช่องทางในการก้าวเข้ามาจับบทบาทในการเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศได้ อีกทั้งยังหมายถึงชื่อเสียงและรายได้ และเมื่อการออกแบบในสินค้าและบริการแบบสร้างสรรค์มีหลากหลายมากขึ้นก็จะทำให้ประเทศไทยจะมีฐานลูกค้าเพิ่มขึ้นทั้งในกลุ่ม AEC ด้วยกันเอง และยังหมายถึงประเทศนอกกลุ่มอื่นๆด้วยทั้ง ในภูมิภาคเอเชียด้วยกันเอง และทางฝั่งยุโรป และอเมริกาอีกด้วย



Value of Design

หลักการตลาดที่มีส่วนช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงตัวสินค้าได้ง่าย และกลายเป็นลูกค้าประจำที่มีความภักดีต่อตราสินค้าได้ในที่สุดก็คือตราสินค้า ที่ผ่านการออกแบบมาเพื่อให้สะดุดตาผู้มีคุณค่าและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว จดจำง่าย เมื่อมองแล้วรู้ได้ทันทีว่าเป็นสินค้าใด การออกแบบที่ดีนั้นต้องผ่านกระบวนการกลั่นกรองที่ดีเพื่อให้ตราสินค้า ที่หมายรวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ด้วยนั้นเป็นที่รู้จักได้ในเวลาอันรวดเร็ว เมื่อลองพิจารณาหลักการออกแบบที่ถูกต่อนั้นมีกระบวนการต่างๆ ดังนี้

การตีปัญหา (Problem Identification) การออกแบบทุกอย่างเกิดจากรากฐานอันเดียวกัน คือ ความต้องการของมนุษย์ (Needs) โดยนักออกแบบฯ ต้องรู้ปัญหาซึ่งชัดเจนไปได้อย่างแจ่มแจ้งถึง ความต้องการและประโยชน์ใช้สอย (Needs & Function) โดยมีลักษณะดังนี้

การตีปัญหาเรื่อง ความต้องการสำหรับการออกแบบ (Design Need) ซึ่งต้องพิจารณาองค์ประกอบย่อย

ต่อไปนี้ร่วมด้วย คือ กรรมวิธีการผลิต,เทคนิคการผลิต, เทคนิคกลไก,เครื่องจักร Machine,อิเล็กทรอนิกส์ รวมไปถึงถึงประโยชน์ใช้สอยด้วย

การตีปัญหาเรื่อง หลักการ กฎเกณฑ์ บรรทัดฐานสำหรับการออกแบบ (Design Criteria) การตีประเด็นในเรื่องนี้ต้องพิจารณาส่วนประกอบในเรื่องรายได้ กำลังซื้อ เพศ อายุ ความรู้ รสนิยม ประเพณี ความเชื่อ พฤติกรรมการใช้ ที่ยังต้องพิจารณาเรื่องรูปร่าง สัดส่วน ความปลอดภัย ลักษณะเด่นหรือด้อยร่วมด้วย

การวิเคราะห์และสรุปข้อมูล (Analysis & Report) การนำข้อมูลจากขั้นตอนการตีปัญหา โดยการสำรวจ จัดเก็บ ข้อมูลเบื้องต้นและเชิงลึก นำมาวิจัย วิเคราะห์ และ ประเมินผล โดยวิธีการทางสถิติ และทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อหาข้อสรุปของข้อมูล ผลิตภัณฑ์ที่ได้นำมาสู่การสร้าง “แนวคิดในการออกแบบ Concept of Design” เป็นการสรุปแนวทางและขอบเขตในกระบวนการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสรุปแนวคิดในการออกแบบสร้างสรรค์ ผลงานผลิตภัณฑ์ที่มี

ความเหมาะสมในช่วง เวลานั้นๆ และตรงกับความต้องการของตลาด

แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ Design & Development การใช้หลัก Scamper Model เป็นคำย่อของคำต่างๆ ดังนี้ **S-Substitute**-การทดแทน **C-Combine**-การผสมผสาน **A-Adapt**-การปรับรับสิ่งอื่นมาใช้ **M-Modify**-การปรับปรุง **P-Put to other uses**-การประยุกต์ใช้กับสิ่งอื่น **E-Eliminate**-การตัดออก **R-Reverse**-การย้อนกลับ

ข้อมูลที่ต้องมีเพื่อใช้อ้างอิงในการออกแบบผลิตภัณฑ์

ข้อมูลการตลาด

- กลุ่มเป้าหมาย เพศ อายุ วัย ความจำเป็น และความต้องการสินค้าในตลาด

- คู่แข่ง สินค้าที่ใกล้เคียงกัน

- ราคาที่เหมาะสม

- สถานที่ โอกาส ฤดูกาล เทศกาล ที่สอดคล้องกับ

ความต้องการของผู้บริโภค

- ช่องทางการส่งเสริมการขาย Promotion

วัตถุดิบ

- แหล่งวัตถุดิบ ต้นทุน ราคา และการขนส่ง

- คุณภาพ และการนำไปใช้งาน

กระบวนการผลิต

- ง่ายต่อการผลิต ไม่ซับซ้อน

- สามารถผลิตได้จริง

- มีรูปแบบเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

- ทอด ประกอบ ติดตั้งใช้งานได้ง่าย

- สะดวก ปลอดภัย ใต้คุณภาพ

การทำแผนที่ความคิดผลิตภัณฑ์ My Mapping Products คือการเชื่อมโยงข้อมูลพื้นฐานที่มีทั้งหมดเข้าด้วยกัน ทำให้เห็นภาพรวมความต้องการและทิศทางรูปแบบผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนการดำเนินงานออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบด้วยความคิดริเริ่มเบื้องต้น Idea Sketch แน่่อนว่าการออกแบบแต่ละครั้งนั้นอาจเกิดไอเดียความคิดที่หลากหลายรูปแบบ ซึ่งแต่ละรูปแบบก็จะมีจุดเด่นจุดด้อยที่แตกต่างกัน ดังนั้นเมื่อเกิดความคิดใดขึ้นมา ก็ควรระดมภาพรวมของบรรจุดูกนั้นหรือนี้จุดเด่นไว้ก่อน

การออกแบบภาพร่างแนวคิดในการออกแบบ

Sketch Design หลังจากเกิดไอเดียขึ้นมาแล้วเพื่อป้องกันไอเดียเหล่านั้นจะสูญหายไปจึงควรมีการร่างภาพคร่าวๆ เก็บไว้เลือกในภายหลังต่อไป

การทำภาพเหมือนจริง Rendering ในขั้นตอนนี้จะมีการเพิ่มรายละเอียดมากขึ้นรูปแบบของที่มีนั้นจะมีความสมจริงมากขึ้นเพื่อให้พร้อมในการนำไปใช้ในการสร้างจริงต่อไป



การนำเสนอรายละเอียด Detail จุดเด่นที่น่าสนใจ

บรรจุดูกนั้นที่ดีควรมีจุดเด่นที่เป็นจุดที่น่าสนใจและดึงดูดสายตา ผู้มองในขั้นตอนการออกแบบนั้นควรให้ความสำคัญกับขั้นตอนนี้เช่นกันว่ามีจุดใดเป็นเอกลักษณ์ของการออกแบบชุดนี้เพื่อใช้ในการเลือกรูปแบบที่ดีที่สุดไปทำจริงได้

การแยกรายละเอียดชิ้นส่วน เมื่อได้ทำการเลือกแบบที่ถูกต้องแล้วก่อนการนำไปใช้ในการสร้างจริงในขั้นตอนต่อไปนั้น ควรมีการจำแนกรายละเอียดของบรรจุดูกนั้นหรือตราสัญลักษณ์ที่ได้เลือกแล้วนั้น ให้มีความชัดเจนถึงส่วนประกอบแต่ละส่วนว่ามีลักษณะอย่างไร ต้องการใช้วัสดุใดเป็นส่วนประกอบ ใช้สีใด เพื่อให้การสร้างจริงนั้นไม่เกิดความผิดพลาด ซึ่งในการสร้างจริงนั้นมิงบประมาณในการทำมากกว่าจึงควรออกแบบให้มันใจเสียก่อนไม่เช่นนั้นอาจเกิดปัญหาเรื่องงบประมาณที่เพิ่มขึ้นตามมาทีหลังได้

การนำเสนอผลงานการออกแบบ Presentation

หากบรรจุกัณฑ์นั้นถูกออกแบบมาสำหรับสินค้าในบริษัท ห้างร้านที่ต้องผ่านการเห็นชอบจากคณะกรรมการก่อนนั้น ขั้นตอนนี้สำคัญอย่างมากสำหรับการออกแบบเนื่องจากการนำเสนอไอเดียของผู้ออกแบบให้ผู้อื่นเข้าใจ รับทราบได้ตรงกันนั้นทำได้ยากมากเช่นกัน หากมั่นใจว่าการออกแบบเบื้องต้นนั้นสามารถบรรยายได้ด้วยรูปภาพ ในขั้นตอนนี้ก็จะเป็นการนำเสนอด้วยโปรแกรมนำเสนอที่ทั่วๆ ไปได้แต่หากไม่มีเงินว่าผู้ที่รับฟังอยู่นั้นจะมีความเข้าใจตรงกันกับผู้ออกแบบหรือไม่ก็ควรมีการสร้างโมเดลขึ้นมาเพื่อประกอบการอธิบายด้วย

การจัดทำต้นแบบ Makeup Model เพื่อศึกษารูปร่าง รูปทรงภายนอก shape & form รูปแบบเสมือนจริงแต่ไม่สามารถใช้งานได้จริงเป็นขั้นตอนที่ใช้ประกอบการบรรยายนำเสนอรูปแบบของชิ้นงานเพื่อให้ผู้ฟังได้เป็นลักษณะของบรรจุกัณฑ์นั้นอย่างเป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น



การจัดทำต้นแบบจริง Prototype Model รูปแบบเสมือนจริง สามารถ ใช้งานได้จริงเป็นผลงานต้นแบบที่ทดลองสร้างขึ้นมาเพื่อเตรียมสร้างผลงานจริง ในขั้นตอนนี้อาจมีการทดสอบบรรจุกัณฑ์ก่อนว่ามีความสะดวกในการใช้งานหรือไม่ หากพบปัญหาใดสามารถที่ทำการปรับแก้เบื้องต้นก่อนสร้างผลงานจริงได้ เช่น อาจมีการออกแบบบรรจุกัณฑ์ที่สามารถพับเก็บได้ ซึ่งบรรจุกัณฑ์แบบนี้มักได้รับความนิยมจากลูกค้ามากเพราะสามารถเก็บได้นานและอาจนำไปใช้ประโยชน์อื่นต่อไปได้ แต่บรรจุกัณฑ์ชนิดนี้ควรมีการออกแบบให้มีความสะดวกในการใช้ ทั้งการเก็บก็ง่าย และที่สำคัญง่ายต่อการทำความเข้าใจในการใช้งาน ซึ่งหาก 3 ประการนี้ทำได้ดี บรรจุกัณฑ์นี้จะได้รับความนิยมอย่างแน่นอน

การเขียนแบบเพื่อการผลิตจริง Working Drawing

เมื่อผ่านการแก้ปัญหาเบื้องต้นมาแล้วก็มาถึงขั้นตอนในการผลิตจริงในขั้นตอนนี้อาจมีการกำหนดปริมาณเบื้องต้นมาก่อนว่าจะใช้บรรจุกัณฑ์นี้ในปริมาณเท่าใดในการทดสอบตลาด ซึ่งหากได้รับความนิยมก็อาจมีการผลิตเพิ่มในภายหลังได้จะช่วยให้ประหยัดงบประมาณได้อีกทางหนึ่งด้วย

การนำเสนอเพื่อทดลองตลาดจริง Present of Test Marketing

เป็นขั้นที่สำคัญมากที่จะได้ทราบว่าบรรจุกัณฑ์หรือตราสินค้าที่ได้ผ่านการออกแบบมานั้นได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้าหรือไม่ หากเป็นที่นิยมก็สามารถใช้รูปแบบบรรจุกัณฑ์นั้นในกรณีเป็นตัวแทนสินค้าได้ใช้ระยะเวลาอีกช่วงเวลาหนึ่งก็อาจทำให้สินค้านั้นกลายเป็นสินค้าในดวงใจได้แน่นอนว่าการจะไปถึงระดับที่ลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้านั้นจะต้องรักษามาตรฐานของสินค้าควบคู่กันไปด้วย แต่หากไม่ได้รับความนิยมก็สามารถวางแผนในการปรับเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุกัณฑ์หรือตราสินค้าให้เหมาะสมและเป็นที่รู้จักต่อไปในภายหลังได้

กระแสนิยมในปัจจุบันมีแนวโน้มให้ความสนใจในเรื่องของสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ซึ่งหากทางผู้ประกอบการเล็งเห็นความสำคัญในเรื่องนี้ร่วมด้วยก็จะช่วยให้แนวความคิดในเรื่องการออกแบบนั้นกลายเป็นจุดขายได้รูปแบบดังกล่าวคือ การออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ หรือ Eco Design (Economic & Ecological Design) ซึ่งเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการผลิตสินค้าโดยเป็นกระบวนการที่ผนวกแนวคิดด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ซึ่งรวมถึงการวิเคราะห์ผสมรรถนะทางด้านสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์ การจัดการซากที่หมดอายุ การลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในทุกช่วงของวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ โดยควบคู่กับการวิเคราะห์ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ต้นทุน กระบวนการผลิต การควบคุมคุณภาพ และการตลาด เป็นต้น หลักการพื้นฐานของการทำ Eco Design คือ การนำหลัก 4R ได้แก่ การลด (Reduce) การใช้ซ้ำ (Reuse) การนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) และการซ่อมบำรุง (Repair) มาประยุกต์ใช้ในทุกช่วงของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ คือตั้งแต่การวางแผนผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การผลิต การนำไปใช้ และการทำลายหลังการใช้เสร็จ ความสำคัญของ Eco Design มิใช่เป็นเพียงแค่แนวทางในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมเท่านั้น หากยังมีความสำคัญต่อการค้าและการส่งออกอีกด้วย

เนื่องจากในปัจจุบันประเทศในกลุ่มพัฒนาแล้ว ไม่ว่าจะเป็น สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา หรือญี่ปุ่น ต่างให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมกันมากขึ้น

Eco Design เป็นแนวทางหนึ่งในการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม นอกเหนือจากแนวทางอื่นๆ ที่เป็นที่ยอมรับกันดี ไม่ว่าจะเป็น เทคโนโลยีสะอาด (Cleaner Technology; CT) หรือวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ (Life Cycle Assessment; LCA) ซึ่งในประเทศไทยพบว่า ปัจจุบันมีหน่วยงานของรัฐ องค์กรอิสระ และสถาบันการศึกษาหลายแห่งที่มีโครงการศึกษาและการเรียนการสอนเพื่อพัฒนา องค์ความรู้ด้าน Eco Design มากขึ้น ตลอดจนการเผยแพร่ความรู้และสนับสนุนให้ภาคอุตสาหกรรมสามารถนำ Eco Design มาผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม (Eco Product) อย่างไรก็ตามประเทศไทยได้จัดทำโครงการ “ฉลากเขียว” (Green label หรือ Eco-label) มาตั้งแต่ปีพ.ศ. 2536 ซึ่งถือได้

ว่าเป็นการกระตุ้นและส่งเสริมให้เกิดการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมในเมืองไทยโดยฉลากดังกล่าวเป็นฉลากที่ให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยกว่า เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ที่ทำหน้าที่อย่างเดียวกันซึ่งการออกฉลากเขียวนี้นี้ไม่มีกฎหมายบังคับแต่ขึ้นอยู่กับความสมัครใจของผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย หรือผู้ให้บริการที่ต้องการแสดงความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมโดยปัจจุบันมีข้อกำหนดฉลากเขียวสำหรับผลิตภัณฑ์แล้ว 39 ประเภท แม้ปัจจุบันประเทศไทยจะยังไม่มีมาตรการหรือข้อกฎหมายบังคับในการผลิตสินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน

แต่จากสภาวะโลกร้อนที่ทุกคนสัมผัสได้บวกกับ มาตรการการค้าระหว่างประเทศที่เข้มงวดขึ้น จะเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ประกอบการได้หันมาใส่ใจกับแนวทาง Eco design กันมากขึ้นอย่างแน่นอน

ธุรกิจโลจิสติกส์



ไอสเฟรทเซอร์วีสเซส สร้งคุณค่าให้กับบรการ

บจก.ไอสเฟรทเซอร์วีสเซส ด้เริ่มก่อตั้งขึ้นมาเมื่อปี พ.ศ. 2536 ซึ่งบจก.ไอสเฟรทเซอร์วีสเซส นั้นเป็นลักษณะของ บรชักร่วมทุน หรือที่เรียกว่า Joint Venture กับบาง ไอส กรุ๊ป (WICE Group) ของประเทศอองกง ไอส กรุ๊ป (WICE Group) เป็นบรชักรโลจิสติกส์ที่เชียวชาญในด้านการบริการการ ขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ เน้นเส้นทางการค้าไทย-อเมริกา ซึ่ง ภายหลัง WICE ด้ขยายตลาดจากตลาดหลักในประเทศ สหรัฐอเมริกา ไปยังทวีปเอเชีย โอเชียเนีย ทวีปยุโรป และเมดิ เตอร์เรเนียนและในอีกหลายประเทศ เพื่อให้ครอบคลุมทุก ปลายทางทั่วโลก และจากการด้รับความร่วมมือเป็นอย่างดี จากพันธมิตรของ WICE เช่น สายการเดินเรือต่างๆ ทำให้ ปัจจุบัน WICE สามารถให้บริการทางด้านบริการขนส่งสินค้าที่ หลากหลาย ทั้งการขนส่งสินค้านำเข้าและส่งออก ทั้งทางเรือ อากาศ รถ แบบเต็มตู้, LCL และเปิดตู้คอนโซล รวมทั้ง ใ้บริการการจัดการด้านพิธีการศุลกากรสามารถตอบสนองด้ ทุความต้องการของลูกค้า

คุณอารยา คงสุนทร กรรมการและประธาน เจ้าหน้าที่บริหาร บจก.ไอสเฟรทเซอร์วีสเซส ด้เล่าให้ฟังว่า ก่อนที่จะมาจัดตั้ง บจก.ไอสเฟรทเซอร์วีสเซส นั้นตนเองด้มี ประสบการณ์การทำงานในด้านของสายการเดินเรือหลังจากที่ จบการศึกษามาถึง 3 ที่ ซึ่งเป็นการทำงานร่วมกับสายเรือชั้น นำระดับโลก ไม่ว่าจะเป็นบรชักรสายเรือชื่อดังของยุโรป สิงคโปร์ และสายเรือของประเทศไทยซึ่งเป็นบรชักรของญี่ปุ่น และด้วยการ สัมผัสประสบการณ์การทำงานนี้จึงทำให้คุณอารยา เห็นโอกาส ที่จะออกมาทำธุรกิจของตัวเองและเป็นช่วงโอกาสเดียวกับที่ ทางไอส กรุ๊ป (WICE Group) กำลังมองหาพาร์ทเนอร์ใน ประเทศเพื่อที่จะมาจัดตั้งสำนักงานในไทย จึงด้มีการจัดตั้ง บจก.ไอสเฟรทเซอร์วีสเซส ซึ่งเป็นบรชักร่วมทุนกับบางไอส กรุ๊ป ขึ้นมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 นั้นเอง

คุณอารยา กล่าวว่า “ในช่วงปีแรกของการจัดตั้งบริษัท ในด้านของการแข่งขันในอดีตนั้นมีความแตกต่างกับในปัจจุบันเป็นอย่างมากเพราะในช่วงนั้นยังมีคู่แข่งไม่เยอะ และการจัดตั้งสำนักงานของ บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิสเชส เป็นลักษณะของออฟฟิสเล็กๆ ที่มีพนักงานเพียงแค่ 3-4 คน เท่านั้นเอง และงานส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ต้องประสานโดยตรงกับทางสำนักงานใหญ่ทางของทางไวส์ กรุ๊ป ของประเทศฮ่องกง โดยจะเน้นการทำงานในด้านของการขนส่งระหว่างประเทศเป็นหลัก”

บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิสเชส ถือเป็นบริษัทที่มีความแข็งแกร่งมาก เนื่องจากได้มีการร่วมทุนกับทางไวส์ กรุ๊ป ของทางฮ่องกง ที่มีการก่อตั้งมาอย่างยาวนานในปีแรกของการก่อตั้ง บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิสเชส ในประเทศไทยนั้น นับเป็นปีที่ 25 ของการก่อตั้ง ไวส์ กรุ๊ปของทางฮ่องกงแล้ว อีกทั้งยังมีสาขาของสำนักงานทั่วทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกา สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮ่องกง อินโดนีเซีย และออสเตรเลีย ซึ่งถือว่าเป็นเครือข่ายที่มีความแข็งแกร่ง และแข็งแกร่งเป็นอย่างมาก

การก้าวมาเป็นเจ้าของธุรกิจ

คุณอารยาได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์ความแตกต่างของการเป็นพนักงานประจำกับการมาเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตัวเองว่ามีความแตกต่างกันเป็นอย่างมาก เนื่องจากตอนที่เป็นลูกจ้างหรือพนักงานประจำนั้นขอบเขตของงานที่ได้รับมอบหมายจะเป็นแค่ Sale หรือพนักงานขายเท่านั้นซึ่งมีหน้าที่เพียงแค่ขายของตามที่บริษัทกำหนดเป้าหมายมาให้เท่านั้นในขณะที่ความจริงแล้วตัวเองมีความกระตือรือร้นในการทำงานมากกว่านั้น ซึ่งเมื่อมีโอกาสในการเข้ามาเป็นเจ้าของธุรกิจด้วยตัวเอง คือ การที่ต้องเข้ามาควบคุมดูแลในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นเป็นด้านการขาย ระบบปฏิบัติการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นงานบัญชี การทำธุรกรรมกับต่างประเทศ ก็เป็นเรื่องที่ต้องดูแลรับผิดชอบทั้งหมด ที่ในปีแรกของการเริ่มก่อตั้งธุรกิจนั้นเรียกได้ว่าเป็นการศึกษา เรียนรู้และทดลองทำด้วยตัวเองทั้งหมด แล้วจึงเริ่มทำการแบ่งสัดส่วนงาน และจัดโครงสร้างขององค์กร แต่เนื่องจาก บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิสเชส นั้นเป็นการทำงานร่วมกับบริษัทแม่ ซึ่งคือ บริษัทไวส์ กรุ๊ป ทำให้มีทิศทางของการทำงานที่สามารถดูตัวอย่างของบริษัทแม่เพื่อเป็นแนวทางและทิศทางในการทำงานและการบริหารงานได้ ซึ่งในช่วงหลังเมื่อบริษัทต้องแยกออกมาบริหารงานด้วยตัวเองทำให้บริษัทต้องมา

วางแผนการตลาด ไม่ว่าจะเป็นการทำ Service Contract กับสายการบินเรือต่างๆ ที่ในสมัยก่อนตอนที่อยู่กับบริษัทแม่คือ ไวส์ กรุ๊ปนั้น จะมีการทำสัญญาในลักษณะของ Global Contract ซึ่งสัญญาที่ทำจะเป็นสเกลขนาดใหญ่คือเป็นดับบลิว สิ้นค้าหลักหมื่นตู้ต่อปี แต่เมื่อแยกบริษัทออกมาจะต้องมีการทำสัญญาและกำกับเองทั้งหมด ซึ่งเป็นสัญญานับเล็กลงจากหลักหมื่นเหลือเป็นหลักพัน เพราะเป็นการขนส่งที่สามารถทำได้เฉพาะที่มีการขนส่งออกจากประเทศไทยเท่านั้น จากเดิมที่เป็นสัญญาของการขนส่งแบบ Global หรือทั่วโลก จึงทำให้ความสามารถในการแข่งขันของบริษัทเมื่อต้องแยกออกมาบริษัทก็ต้องมีการปรับตัวเองในเรื่องของการปรับรูปแบบการให้บริการมาเป็นในด้านของ Freight และ Logistic ให้กับลูกค้าแทน ซึ่งในส่วนของโลจิสติกส์นั้นจะมี 2 ด้าน ในเรื่องของ การขนส่งระหว่างประเทศ และเรื่องของ Custom Clearance, การขนส่งด้วยรถบรรทุก ที่ทางบริษัทมีการให้บริการกับลูกค้าทั้งในส่วนของการปลายทางที่เมื่อมีการขนส่งสินค้าไปยังลูกค้าก็จะมีบริการ Custom Clearance และขนส่งสินค้าด้วยรถบรรทุกไปให้ลูกค้ายังหน้างาน พุดง่าย ๆ ก็คือเป็นการเปลี่ยนการให้บริการจากเดิมที่เคยเน้นในส่วนของการ Freight มาเน้นในเรื่องการบริการโลจิสติกส์มากขึ้น

“กลยุทธ์ คือ การให้บริการ
ด้านโลจิสติกส์อย่าง
ครบวงจรของ โดยเป็นการ
ให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึง
ปลายทางในทุกๆ กิจกรรม”

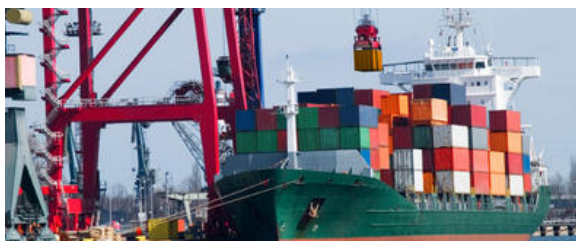
แนวทางการประกอบกิจการของบริษัทฯ

ปัจจุบัน บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิสเชส มีสำนักงานตั้งอยู่ 3 แห่งในประเทศไทย โดยสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ที่มีชื่อว่า "WICE Place" ลักษณะตึกโดดเด่น มีการออกแบบที่ทันสมัย ไม่ซ้ำใคร และสำนักงานแห่งที่สองตั้งอยู่ที่

แหลมฉบัง จ.ชลบุรี และสำนักงานแห่งตั้งอยู่ภายในสนามบินสุวรรณภูมิ

การทำงานของบริษัทนั้นเน้นในเรื่องความสำคัญของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การทำงานเป็นทีม การฝึกอบรมและการพัฒนาเพื่อให้พนักงานเติบโตไปพร้อมๆ กับองค์กร เนื่องจากบริษัทฯ เชื่อว่าการบริการจะมีคุณภาพที่ดีขึ้นต้องมาจากคุณภาพที่ดีของพนักงานนั่นเอง

บจก.ไอสเฟรทเซอร์วิส เซส มุ่งสู่การเป็น Logistics Service Provider (LSP) ในระดับแนวหน้า เชี่ยวชาญการจัดการโลจิสติกส์ ด้านการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมุ่งให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิภาพสูงสุด โดยคำนึงถึงความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าเป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นการให้บริการเป็นเลิศ ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้า เพิ่มศักยภาพและความพร้อมขององค์กรให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า สร้างความน่าเชื่อถือและจงรักภักดีของลูกค้าต่อองค์กร เป็นคู่ค้าทางธุรกิจกับลูกค้าตลอดไป พัฒนาธุรกิจและความสัมพันธ์กับพันธมิตรต่างๆ ขององค์กร เช่น Shipping Lines, Oversea Agents, Co-loaders แบบระยะยาว เพิ่มการเจริญเติบโตและสร้างผลกำไรอย่างต่อเนื่องในระยะยาว โดยมีวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งเน้นการบริการที่ทำให้ลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้องพึงพอใจ มีจุดมุ่งหมายและเป้าหมายเดียวกันในทีม ทำงานอย่างมืออาชีพ ทั้งการบริการขนส่งสินค้าและด้านโลจิสติกส์ พัฒนาอย่างต่อเนื่องโดยแผนการ Plan Do Check Act (P/D/C/A) และมีการแบ่งปันและใส่ใจสังคมควบคู่ไปด้วย



การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า

ในการทำงานกับลูกค้า บจก.ไอสเฟรทเซอร์วิส เซส จะมีการทำงานด้วยกัน 2 แบบ อย่างแรกคือการทำ Business Relationship กับลูกค้า หมายถึงงานของบริษัทต้องสามารถสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าได้ และต้องเป็นบริการที่ลูกค้า

ต้องการ จึงจะทำให้ลูกค้าอยู่กับบริษัทต่อไปได้ ซึ่งในขณะเดียวกันก็ต้องมีการสร้าง Personal Relationship กับลูกค้าด้วยโดยเฉพาะการทำ CRM (Customer Relationship Management) กับลูกค้าก็เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นมาก เพราะหากว่าเรารู้จักลูกค้ามากขึ้น เราก็จะเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะได้ปรับการทำงานให้ตรงตามลูกค้าต้องการ

กลยุทธ์ของบริษัทฯ

บจก.ไอสเฟรทเซอร์วิส เซส วางจุดยืนในการเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ ให้บริการแบบครบวงจรแก่ลูกค้า รวมถึงเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำด้านโลจิสติกส์ สามารถให้ข้อมูลในทุกด้านที่เกี่ยวข้องพร้อมร่วมวางแผน ดูแลจัดการทั้งกระบวนการแล้วคิดสรรและนำเสนอบริการที่สอดคล้องกับธุรกิจของลูกค้าได้อย่างลงตัว นับว่า WICE Freight ได้สร้าง Power of Choices ด้านโลจิสติกส์ที่ลูกค้าสามารถเลือกสรรรูปแบบการให้บริการที่หลากหลายให้ตรงกับความต้องการมากที่สุดโดยคำนึงถึงบริการที่มีคุณภาพภายใต้ข้อเสนอที่เหมาะสม พร้อมมั่นใจได้รับบริการจากพนักงานที่ได้รับการอบรมมาเป็นอย่างดี

กลยุทธ์ของบจก.ไอสเฟรทเซอร์วิส เซส คือ การให้บริการด้านโลจิสติกส์อย่างครบวงจรของ โดยเป็นการให้บริการตั้งแต่ต้นทางจนถึงปลายทางในทุกๆ กิจกรรมตลอดกระบวนการตั้งแต่ต้นจนจบ ไม่ว่าจะเป็นเกี่ยวกับการเคลื่อนย้าย การจัดเก็บ การรวบรวม การกระจาย รวมด้านเอกสาร พิธีการศุลกากร ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ผ่านระบบการติดต่อสื่อสารอย่างทันสมัยซึ่งลูกค้าจะได้รับความสะดวกสบายเป็นอย่างมากเพราะทางบริษัทฯ สามารถดูแลให้ถึงหมดอย่างปลอดภัยด้วยระบบการทำงานที่มีรูปแบบการจัดการและการควบคุมอย่างถูกวิธี ด้วยความเอาใจใส่ในการให้บริการลูกค้า ทำให้บริษัทฯ มีฐานลูกค้าประจำมีลูกค้าที่ใช้บริการกันมานานกว่า 10 ปีหลายราย ที่น่าประทับใจก็คือลูกค้ามีการแนะนำบอกต่อ ทำให้บริษัทฯ ยังต้องพัฒนาคุณภาพให้มากยิ่งขึ้นเพื่อรักษาลูกค้าที่ดีที่พร้อมเจริญเติบโตไปด้วยกัน และเพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่ซึ่งสามารถทำได้ไม่ยาก เพราะเราสร้างทุกอย่างและทำทุกอย่างก็เพื่อลูกค้าอยู่ตลอดเวลา

ซึ่งปัจจุบันลูกค้าได้เปิดโอกาสให้บริษัทฯ มีการนำเสนอบริการ ทำให้ทีมงานสามารถเข้าไปทำงานเชิงลึกกับลูกค้าได้มากขึ้น สามารถมองเห็นสิ่งที่จะปรับปรุงได้ ซึ่งมุมมองที่ทางบริษัทฯ เข้าไปนำเสนอให้กับลูกค้านั้นจะต้องช่วยลดต้นทุนโดยรวม มีวิธีการทำอย่างเป็นระบบ ทำให้ลูกค้าตัดปัญหาที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ไปได้เลย อีกทั้งยังมีการพูดคุย

แลกเปลี่ยนทัศนะจนทำให้ทราบถึงปัญหาของลูกค้า และได้มีการนำเสนอวิธีจัดการปัญหาที่เกิดขึ้นให้แก่ลูกค้าได้ ทำให้ลูกค้าสนิทกันที่ อาจเป็นเพราะมุมมองของบริษัท ที่มองในมุมต่าง โดยมองเข้าไปคนละจุดทำให้สามารถเห็นในสิ่งที่แตกต่างแต่กลับแก้ปัญหาลูกค้าได้ บริษัทฯ มีความพยายามคิดและนำเสนอโซลูชันให้ลูกค้าอย่างเป็นระบบ เพราะระบบที่ดีจะมีความชัดเจน ตรวจสอบได้ ช่วยให้ลูกค้าทำงานได้สะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ซึ่งความสะดวกสบายแบบลดต้นทุนนี้แหละเป็นสิ่งที่ลูกค้ามองหาได้จาก บจก.โวลส์เฟรทเซอร์วิส

กลยุทธ์ธุรกิจสมัยใหม่ส่วนใหญ่เน้นการหันมาใช้บริการด้านโลจิสติกส์จากผู้เชี่ยวชาญภายนอกหรือ Logistics Outsource มากขึ้น เพื่อเป็นการลดขั้นตอนที่ซับซ้อน ลดปัญหาค่าใช้จ่ายที่ควบคุมไม่ได้ สามารถรู้ต้นทุนที่แน่นอนได้ ประหยัดเวลา เมื่อไม่ต้องลงทุนในเรื่องกำลังคนเองก็ลดภาระได้ไม่น้อย ลดความกดดันในงานโดยไม่จำเป็นลงได้ การเพิ่มประสิทธิภาพ ด้วยการดำเนินงานที่ทีมงานที่เชี่ยวชาญและเข้าใจงานเป็นอย่างดี ย่อมได้ผลดีกว่าการดำเนินการเอง ทำให้มีต้นทุนที่ต่ำกว่า เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน การมีเอาท์ซอร์สที่ดีก็เหมือนมีกำลังสนับสนุนที่ได้เปรียบกว่าคู่แข่ง ผู้ประกอบการสามารถทุ่มเทเวลาเพื่อพัฒนาธุรกิจหลัก (Core Business) ของตนเองได้อย่างเต็มที่

ผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจและการแข่งขัน

จากวิกฤตเศรษฐกิจและแนวโน้มการแข่งขันของธุรกิจให้บริการรับจัดการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ ที่ทวีความรุนแรงและเข้มข้นทุกขณะ ส่งผลให้ให้บริการต้องเร่งพัฒนาคุณภาพและบริการ เพื่อรักษาส่วนแบ่งทางการตลาดและขยายฐานลูกค้าให้เพิ่มมากขึ้น ทำให้ บจก.โวลส์เฟรทเซอร์วิส ในฐานะเดิมเป็นให้บริการ Freight Forwarder ระดับแนวหน้าของเมืองไทย ได้ประกาศปรับกลยุทธ์ครั้งใหญ่ ขยับบทบาทจากผู้ให้บริการ Freight Forwarder มุ่งสู่การเป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ครบวงจร (Logistics Service Provider: LSPs) โดยวางจุดยืนเป็นผู้เชี่ยวชาญ LSPs ที่มุ่งเน้นลูกค้าและพัฒนากิจการอย่างต่อเนื่อง สามารถตอบโจทยทุกความต้องการของลูกค้า ภายใต้มาตรฐานการให้บริการในระดับสากล อีกทั้งยังมีแผนรองรับที่จะขยายเครือข่ายให้ครอบคลุมทั่วโลกอีก

ด้วยจุดแข็งที่มากด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญในการให้บริการมากกว่า 20 ปี ที่เป็นเครื่องประกันคุณภาพมาตรฐาน ทีมงานที่ทบทวนความต้องการของลูกค้าและออกแบบการบริการให้เหมาะสม การพัฒนาบริการที่เพิ่มมูลค่าให้กับลูกค้าอยู่เสมอ มีการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์แก่ลูกค้า ให้การอบรมบุคลากรพร้อมเสริมความรู้ความสามารถให้เหมาะสมกับงาน พนักงานไม่เพียงทำงานในหน้าที่ของตัวเองได้ดียังสามารถทำงานแทนกันได้เป็นอย่างดีเป็นระบบ และระบบภายในได้ถูกพัฒนาให้ทันสมัยการดำเนินงานอยู่เสมอมีการนำระบบคุณภาพสากลมาใช้ เน้นบริหารต้นทุนของบริษัทฯ ให้มีประสิทธิภาพเพื่อให้ลูกค้าสามารถแข่งขันในตลาดของลูกค้าได้ ในด้านการขยายเครือข่ายก็บรรลุเป้าหมายเพื่อให้ครอบคลุมทุกทวีปสามารถดูแลลูกค้าได้อย่างครบถ้วนทุกพื้นที่ด้านการเงินก็สามารถสร้างความน่าเชื่อถือได้เป็นอย่างดีในหมู่ลูกค้าด้วยกันและเพื่อนในวงการ ปัจจัยทั้งหลายเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งสำคัญและเป็นจุดแข็งทำให้บริษัทฯ มีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และทำให้ บจก.โวลส์เฟรทเซอร์วิส ยืนหยัดมาฝ่าวิกฤตทางด้านเศรษฐกิจ และฝ่าฟันอุปสรรคของคู่แข่งที่รุนแรงขึ้นมาได้จนถึงทุกวันนี้

ความสำเร็จและจุดแข็งขององค์กร

จากการพัฒนาคุณภาพอย่างไม่หยุดนิ่ง ทำให้ บจก.โวลส์เฟรทเซอร์วิส ขึ้นแท่นเป็นผู้นำด้านโลจิสติกส์ได้ไม่ยาก โดยที่ผ่านมามีการขยายตัวในอัตราเฉลี่ยเป็นตัวเลขที่น่าพอใจอย่างต่อเนื่อง และคาดว่าจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องขึ้นเรื่อยๆ ต่อไปข้างหน้า ทั้งนี้บริษัทฯ ได้วางแผนเพื่อเตรียมพร้อมในการทำงาน มีดัชนีชี้วัดที่ชัดเจน รวมทั้งมีการรวบรวมสิ่งต่างๆ ที่เป็นข้อเสนอจากลูกค้าและเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ โดยนำมาปรับเพื่อวางแผนในการทำงาน โดยได้มีการพัฒนาเครื่องมือต่างๆ ขึ้นมาใช้เอง เพื่อให้ตรงกับสิ่งที่ลูกค้าต้องการและเกิดความพึงพอใจสูงสุด

บริษัทฯ ได้มีการศึกษาความเป็นไปได้ของตลาดเพื่อการพัฒนาต่อยอดทางธุรกิจ หลังจากมีการเตรียมความพร้อมในเรื่องของความต้องการของลูกค้า ศักยภาพของบริษัทและเครือข่ายในต่างประเทศ อีกทั้งมีการเปิดบริการใหม่ โดยเป็นการขยายการเปิดตู้คอนโซลขาออกจากประเทศไทยไปเส้นทางเอเชีย ญี่ปุ่น เซี่ยงไฮ้ จากฐานเดิมที่มีการเปิดตู้อเมริกาที่เป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีตั้งแต่เปิดทำการ

นอกจากนี้ยังมีการขยายงานในส่วนตู้คอนโซลขาเข้ามาประเทศไทยด้วย จากกลุ่มประเทศในเอเชียซึ่งถือว่าเป็นตลาดใหญ่ที่ผู้นำเข้าในประเทศไทยสั่งซื้อเข้ามาในปริมาณมาก ซึ่งจะมีให้บริการสม่ำเสมอทุกสัปดาห์ ข้อดีของการใช้บริการตู้คอนโซลที่ตอนนี้มีความต้องการสินค้าครั้งละไม่มาก บรรลุได้ไม่เต็มตู้ และต้องการเป็นประจำทุกสัปดาห์ สามารถกำหนดวันนำเข้าได้อย่างชัดเจน เพราะตารางตู้คอนโซลของ บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิส สามารถนำไปวางแผนการนำวัตถุดิบเข้าสายการผลิตได้เลย นอกจากนี้ลูกค้าเองก็ต้องจ่ายเงินล่วงหน้าเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบคราวละมากๆ ก็จะช่วยประหยัดต้นทุนได้บ้าง และด้วยทำเลที่ตั้งของบริษัทฯ ซึ่งตั้งอยู่บนถนนนกรี ไกลท่าเรือคลองเตยเพียง 10 นาทีเท่านั้น ลูกค้าจึงได้รับความสะดวกรวดเร็วในการติดต่ออีกด้วย

ตั้งแต่ปี 2553 ที่ผ่านมา บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิส ได้ขยายตลาดไปยังพื้นที่ในภาคตะวันออก และได้เปิดที่ทำการอย่างเป็นทางการที่แหลมฉบัง ซึ่งเป็นผลมาจากการมุ่งเน้นลูกค้าและขยายพื้นที่ให้บริการเพื่อรองรับลูกค้าในแถบอีสเทิร์นซีบอร์ด และลูกค้าที่อยู่ในนิคมอุตสาหกรรมต่างๆ เพื่อให้ลูกค้าจะได้รับความสะดวกมากขึ้น ได้รับบริการที่เร็วขึ้น จึงทำให้ได้รับเสียงตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี และคาดว่าแนวโน้มจะเป็นอีกตลาดที่เติบโตอีกมาก

คุณอารยา ยังได้สะท้อนมุมมองเกี่ยวกับหัวใจสำคัญที่จะสนับสนุนการพัฒนาาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทยว่า ควรมีการยกระดับธุรกิจโลจิสติกส์ให้เป็นวิชาชีพแขนงหนึ่ง เพราะงานด้านโลจิสติกส์เป็นงานด้านวิชาชีพที่ต้องเรียน ต้องมี

ความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง ไม่เช่นนั้นจะไม่สามารถให้บริการที่ดีกับลูกค้าได้ ดังนั้น ควรตั้งสภาวิชาชีพธุรกิจโลจิสติกส์ขึ้น ให้ผู้ที่เข้ามาประกอบธุรกิจโลจิสติกส์ต้องมีใบประกอบวิชาชีพจึงจะสามารถประกอบธุรกิจได้ หากทำเช่นนี้มั่นใจว่าจะส่งผลดีต่อธุรกิจไทยและเป็นการยกระดับผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทยมีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

รางวัลแห่งความภาคภูมิใจของบริษัทฯ

บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิส ได้รับรองมาตรฐาน ISO 9001: 2000 ในปี พ.ศ.2550 และ ISO 9001: 2008 ในปี พ.ศ.2553 จาก สถาบันTUV NORD และได้รับรางวัลชมเชยสุดยอด SMEs ในงาน SMEs แห่งชาติครั้งที่ 3 ในปี พ.ศ.2554 ซึ่งจากรางวัลชมเชยนี้ทำให้บริษัทฯได้มองเห็นสิ่งที่ต้องปรับปรุงและพัฒนาเพื่อให้บริการเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดได้มากขึ้น รวมถึงทำให้มีความเกิดการกระตุ้นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งถือว่า มีประโยชน์มากสำหรับบริษัท อีกทั้งรางวัลที่ได้มายังเป็นการกระตุ้นความน่าเชื่อถือของบริษัทให้แก่ลูกค้าอีกด้วย

บจก.ไวส์เฟรทเซอร์วิส นับเป็นตัวอย่างที่ดีของผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย ที่มีการพัฒนาคุณภาพการให้บริการมาโดยตลอด จนเป็นที่ยอมรับทั้งจากลูกค้าผู้ใช้บริการ รวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเชื่อว่าหากผู้ประกอบการไทยเร่งยกระดับพัฒนาตนเอง ธุรกิจโลจิสติกส์คงไม่ถูกกลืนจากผู้ให้บริการยักษ์ใหญ่ต่างชาติอย่างแน่นอน



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจโลจิสติกส์ เมื่อไทยเข้าสู่ AEC

โลจิสติกส์ (Logistics) ตามความหมายดั้งเดิมมีความหมายว่า “การส่งกำลังบำรุง” หรือ “พลานุการ” สำหรับ Supply Chain หมายถึง “โซ่อุปทาน” ปัจจุบันทั้ง 2 คำนี้ยังไม่มีคำบัญญัติศัพท์เป็นภาษาไทย ครอบคลุมความหมายที่ชัดเจน การทำความเข้าใจจะต้องเข้าใจความหมายของทั้ง Logistics และ Supply Chain ในลักษณะที่เป็นองค์รวม (Holistic) เนื่องจากหน้าที่ (Function) จะมีลักษณะที่สัมพันธ์และเกี่ยวเนื่องกัน ในความหมายของคำนี้แล้วมักใช้ในยุคของสงครามกับเสียมากกว่าเพื่อใช้เป็นคำที่บ่งบอกถึงการลำเลียงยุทโธปกรณ์ รวมไปถึงเสบียงต่างๆ ให้กับกองทัพเพื่อเป็นการแย่งชิงความได้เปรียบเหนือคู่ต่อสู้ เข้าตำราที่ว่า “กองทัพเดินด้วยท้อง” ทำให้ความหมายของคำคำนี้ชัดเจนอยู่ในตัวของมันเองอยู่แล้ว

คำนิยามของ Logistics ตาม Council of Logistics Management (CLM) ในปี ค.ศ. 1998 กล่าวไว้ว่า “Logistics management is that part of the supply

chain process that plans, implements ,and controls the efficient , effective flow and storage of goods , services , and related information from the “point - of - origin to the point - of - consumption” in order to meet customers requirement”

อธิบายได้ใจความรวมๆว่า เป็นการจัดการเกี่ยวกับการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกๆ ด้านทั้งสินค้าและบริการ เพื่อให้การดำเนินงาน กิจกรรมต่างๆ นั้นเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด กระบวนการต่างๆ ของ Logistics จะเน้นที่การปฏิสัมพันธ์ในแบบที่เป็นองค์รวมหรือบูรณาการ (Integration) หมายถึง กระบวนการในการจัดการให้วัตถุดิบ (Raw Material) , สินค้า (Goods) และบริการ (Service) เคลื่อนย้ายจากต้นทาง (Source of Origin) ไปยังผู้บริโภคปลายทาง (Consumers Origin) ได้อย่างทันเวลา (Just In Time) และมีประสิทธิภาพ โดย Logistics จะมีความหมายซึ่งเน้นไปในกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้า (Cargoes Moving) ซึ่ง

มีความหมายรวมถึงการขนส่งสินค้า (Cargoes Carriage) , การเก็บรักษาสินค้า (Warehousing) และการกระจายสินค้า (Cargoes Distribution) กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการจัดซื้อ (Procurement) และกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการคาดคะเนของตลาด (Market Predict) ทั้งนี้อาจให้ความหมายที่ชัดเจนและถือเป็นภาระกิจหลักของลอจิสติกส์ได้ว่า “ลอจิสติกส์ หมายถึง การจัดการเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ ข้อมูล ข่าวสารและการเงินระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค (ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจ)”

เป้าหมายที่สำคัญของ Logistics

- ความเร็วในการส่งมอบสินค้า (Speed Delivery)
- การไหลเวียนของสินค้า (Physical Flow)
- การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (Information Flow)
- การสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความต้องการของตลาด (Market Demand)
- ลดต้นทุนในส่วนที่เกี่ยวกับการดำเนินการเกี่ยวกับสินค้าและการดูแลและขนส่งสินค้า (Cargoes Handling & Carriage Cost)
- เพิ่มศักยภาพและประสิทธิภาพของการแข่งขัน (Core Competitiveness)

เมื่อพิจารณาจากวัตถุประสงค์ของลอจิสติกส์แล้วจะพบว่าเมื่อไทยเข้าสู่ยุคสมัยของ AEC วัตถุประสงค์ทั้ง 6 ข้อดังกล่าวจะสามารถสัมฤทธิ์ผลได้อย่างครบถ้วน เนื่องจากเมื่อเกิดการรวมกลุ่มของประเทศสมาชิกในกลุ่ม AEC แล้วจะทำให้พรมแดนการค้า การสื่อสาร การเดินทางที่เคยมีนั้น ลดเลือนไปจนเกิดความเป็นอิสระในหลายๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการค้า ด้านเศรษฐกิจ ด้านภาษา และที่สำคัญที่สุดก็คือด้านการคมนาคม ประเทศที่เคยปิดกั้นไม่ให้ต่างชาติเข้าไปแสวงหาผลกำไรก็จะเปิดกว้างมากขึ้น บรรดาสินค้า บริการต่างๆ ก็จะมีการไหลถ่ายเทจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง เปรียบเสมือนน้ำที่ไหลหลายๆ สีมารวมกันในขวดน้ำสีเหล่านั้นก็จะเกิดการแพร่จากจุดที่มีความเข้มข้นสูงไปยังจุดที่มีความเข้มข้นต่ำ จนกระทั่งเกิดความสมดุลกันของความเข้มข้นนั้น ซึ่งหากเป็นในระบบมหภาคนั้นก็สินค้าและบริการจะขยายจากจุดหนึ่งไปอีกจุดๆ หนึ่งจนกระทั่งอ้อมตัวก็กินเวลานับสิบปีเลยทีเดียว ซึ่งเมื่อถึงเวลานั้นก็มีการวางแผนที่จะขยายฐานการค้าให้กว้างขึ้นอยู่แล้ว คือวางแผนที่จะรวมเอาประเทศคู่ค้าอื่นเข้ารวมกลุ่มเพิ่มขึ้นเพื่อผลประโยชน์ที่มากขึ้นนั่นเอง แน่แน่นอนว่าทุกประเทศต่างเล็งเห็นโอกาสของเช่นนี้ต่างวางแผนเป็นผู้นำทางด้านลอจิสติกส์กันในแต่ละด้าน ใครที่ช่วงชิงโอกาสนี้ได้ก่อนก็ติดลมบนได้ไม่ยากเย็น

ถือเป็นการลงทุนที่คุ้มค่ามากเนื่องจากเมื่อเปิดพรมแดนการค้าแล้วภาษีต่างๆ ก็จะลดต่ำลง ต้นทุนที่เคยสูงลิบลิ่วก็จะต่ำลงอย่างรวดเร็ว ก็ขึ้นอยู่กับว่าเจ้าของธุรกิจจะมีการวางช่องทางการทำกิจการกันอย่างไรซึ่งกิจกรรมของลอจิสติกส์ประกอบด้วย

- » การขนส่งและการเคลื่อนย้ายสินค้า (Transportation & Moving) รวมทั้งที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ (Packaging)
- » ตัวแทนการบริหารการจัดส่งและขนส่ง ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ (Domestic & International Transportation)
- » กระบวนการ Clearing สินค้า และพิธีการทางศุลกากร (Customs Broker)
- » การบริหารจัดการคลังสินค้าภายใน (Inventory Management) และงานที่เกี่ยวข้องกับ Flow ของสินค้า, แรงงานและให้บริการอุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นในการเก็บรักษาสินค้า
- » การบริการคลังสินค้าสาธารณะ (Public Warehouse Provider) และ การกระจายสินค้า (Distribution Center)
- » การบริหารท่าเรือ , การจัดการสถานีบรรจุสินค้า , การจัดการสถานีขนส่ง ICD , การได้สัมปทานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง
- » กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับลูกค้า (Market Value Added) ได้แก่ การส่งเสริมการตลาด , การเป็นตัวแทนในการจัดจำหน่าย , การกำหนดความต้องการของตลาดและจัดการคำสั่งซื้อ (Market Ordering) การให้ข้อมูลเพื่อคาดคะเนและพยากรณ์การขาย (Sale Forecasting) , การแบ่งบรรจุสินค้าและ Packaging, การจัดเรียงสินค้าในห้างสรรพสินค้า ฯลฯ
- » การประสานงานกับฝ่ายผลิต (Cooperate with Production) เพื่อประโยชน์ในการจัดการระบบลอจิสติกส์ของกระบวนการผลิตสินค้า หรืองานสนับสนุนการผลิตอื่นๆ เช่น การป้องกันวัตถุดิบ , การบริการงานเกี่ยวกับการควบคุมคุณภาพสินค้าหรือ QC ฯลฯ
- » การจัดการข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ Logistics ได้เป็นที่แพร่หลายและเป็นกระแสในปัจจุบัน ก็เนื่องจากกาลการค้าโลกได้มีการเปลี่ยนแปลง โลกตกอยู่ภายใต้การครอบงำของ Globalization ไม่ว่าจะเป็น WTO การทำ Free Trade Area และการทำการค้าแบบทวิภาคี ทำให้การค้าในปัจจุบันเป็นการค้าแบบไร้พรมแดน การแข่งขันจึงมีความเข้มข้นและเป็นการแข่งขันกันในระดับโลก พบกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศ

เป็นตัวกระตุ้นให้มีการเชื่อมต่อทั้งด้านข้อมูลข่าวสารและการเคลื่อนย้ายสินค้าที่รวดเร็ว โดยไม่มีอุปสรรคทางด้านการขนส่งและภาษี จึงทำให้ต้องมีการกำหนดยุทธศาสตร์เกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายสินค้าไปอย่างมีระบบ ซึ่งเป็นที่มาของ Logistics

ต้นทุน Logistics ของโลก จะอยู่ที่ประมาณ USD 3.5 Trillion โดยตัวเลขที่คิดเป็นเปอร์เซ็นต์ต่อ GDP ของประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศในยุโรปจะอยู่ที่ 7% , อเมริกาเหนือ 7-10% , เอเชียแปซิฟิก 11.6% สำหรับประเทศไทยตัวเลขยังไม่ชัดเจน น่าจะอยู่ที่ประมาณ 25-30% ของ GDP (ที่มา : สภาพัฒนาเศรษฐกิจ) ซึ่งในปี 2004 คาดว่า ต้นทุน Logistics ของไทยก็จะเป็น 1.6-1.8 ล้านล้านบาท ทั้งนี้การขนส่งภายในประเทศไทย 86% จะเป็นการขนส่งทางบก โดย 2% จะเป็นการขนส่งโดยทางรถไฟ และน้อยกว่า 2% เป็นการขนส่งทางอากาศ จะเห็นได้ว่าต้นทุนด้าน Logistics ของไทยจะสูงมากเมื่อเทียบกับประเทศที่เจริญแล้วกว่าเท่าตัว จะเป็นผลที่สำคัญซึ่งทำให้ไทยมีความเสียเปรียบในการแข่งขัน จากตัวเลขต้นทุนของ Logistics ที่เทียบกับ GDP จะพบว่าเป็นมูลค่าที่สูงโดยประเทศที่พัฒนาแล้วจะให้ความสำคัญกับ Logistics มากกว่าประเทศที่กำลังพัฒนา จากนิยามและเป้าหมายของ Logistics จะเห็นได้ว่า Logistics นั้นไม่ใช่จะมีแต่เฉพาะภาคธุรกิจ แต่จะมีบทบาทครอบคลุมไปทุกส่วนของสังคม



กิจการที่ธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่น่าลงทุน แต่ในทางปฏิบัติจริงๆแล้ว เป็นธุรกิจที่เรียกว่าเกือบผูกขาดเหมือนกันเนื่องจากกลุ่มเจ้าของธุรกิจเหล่านี้จะรวมตัวกัน และพยายามกีดกันนักลงทุนใหม่ๆไม่ให้เข้ามามีส่วนร่วมแบ่งการตลาดจากส่วนนี้ แต่ถ้ามองระบบใหญ่แล้วก็เป็นไปได้ที่จะเกิดนักลงทุนหน้าใหม่ๆ เมื่อมีการเปิดพรมแดนกันแล้ว ไทยเองก็มีข้อดีที่อีกหลายประเทศไม่สามารถจะเข้ามาเป็นคู่แข่งได้ก็คือในเรื่องระบบคมนาคมทางถนนเพราะด้วยภูมิรัฐศาสตร์ที่ตั้งของไทยอยู่ตรงกลางของ

ภูมิภาคที่เป็นแผ่นดินใหญ่ของอาเซียน ประกอบด้วยพม่า ไทย ลาว เวียดนาม กัมพูชา มาเลเซีย และสิงคโปร์มีสะพานข้ามแม่น้ำโขง 4 แห่งเชื่อมโยงกับ สปป.ลาว ขณะเดียวกันยังมีถนนเอเชียไฮเวย์เชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงประเทศจีนตอนใต้ และเส้นทางหมายเลข 12 เชื่อมโยงนครพนม - คำม่วน - เมืองวิงซ์ รวมถึงเส้นทางหมายเลข 9 เชื่อมโยงจังหวัดมุกดาหาร - สะหวันเขต - ลาวบั้ง ซึ่งมีจุดตัดที่จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งทำให้การขนส่งสินค้าทางถนนของภูมิภาคล้วนจะต้องผ่านประเทศไทยทั้งสิ้น

ข้อจำกัดอีกหลายอย่างของไทย ทำให้การพัฒนาในด้านอาจไม่ได้เป็นดังที่คาดหวังไว้อย่างรวดเร็วเนื่องจากผู้ให้บริการโลจิสติกส์ไทย (LSP) ของคนไทยส่วนใหญ่เป็น SMEs จึงขาดขีดความสามารถในการแข่งขันกับระบบเศรษฐกิจที่ใหญ่กว่า มั่นคง และน้ำเสียงที่มากกว่า ซึ่งหากต้องการให้ไทยเป็นศูนย์กลางหลักจริงๆ จะต้องมีพัฒนาขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมจริงจังและต่อเนื่องโดยเฉพาะรายย่อยและ SMEs ให้มีศักยภาพและมีเครือข่ายบริการครอบคลุมพื้นที่ในเชิงกว้าง มีการสร้างเครือข่ายทั้งในประเทศและระหว่างประเทศอาเซียน รวมถึงนอกภูมิภาค โดยการยกระดับผู้ประกอบการไทยให้เป็นมืออาชีพสามารถให้บริการแบบครบวงจร สามารถแข่งขันกับต่างชาติได้ ทั้งในเชิงประสิทธิภาพในงานบริการและในเชิงต้นทุน ผู้ประกอบการของไทยเป็นประเภท one man show คือไม่มี

เครือข่ายในแต่ละประเทศ ความรวดเร็วในการดำเนินการจึงมีประสิทธิภาพต่ำ เนื่องจากไม่มีศักยภาพในการกระจายสินค้าและบริการที่หลากหลาย จึงควรมีเครือข่ายให้มากขึ้นเพื่อใช้เป็นจุด

พักเพื่อรอการกระจายสินค้าและบริการ นอกจากนั้นผู้ประกอบการของไทย ส่วนใหญ่ดำเนินธุรกิจเป็นหลักขงที่แยกส่วน กล่าวคือประกอบธุรกิจเฉพาะในด้านใดด้านหนึ่งของโลจิสติกส์ เช่น ให้บริการขนส่งสินค้า คลังสินค้า ตัวแทนออกของหรือตัวแทนขนส่ง คือยังไม่มีการให้บริการที่เป็นแบบครบวงจรในงานให้บริการโลจิสติกส์ทำให้ขาดศักยภาพและประสิทธิภาพต่อการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จ

โดยรวมแล้วก็คือผู้ประกอบการของไทยส่วนมาก หรืออาจจะทั้งหมดยังขาดประสบการณ์ในระดับสากลทั้งวิธีการ และมาตรฐาน จึงทำให้เกิดจุดอ่อนที่ส่วนมากแล้วจะทำให้เกิด ความไม่น่าเชื่อถือ ซึ่งเป็นผลที่น่ากังวลในอนาคตหากยังไม่มี

การแก้ไขผู้ประกอบการอื่นที่มีประสบการณ์จะเข้ามาจับบทบาท และเกิดการเปรียบเทียบกับผู้ประกอบการเดิมในจุดที่เราเองเชื่อ ว่าเป็นจุดที่ดีที่สุดและได้เปรียบที่สุดสำหรับไทย

ธุรกิจเพื่อสุขภาพ



บริษัท เอ็ม วาย อาร์ คอสเมติกโซลูชั่น จำกัด “รักในสิ่งที่ทำ ทำในสิ่งที่รัก”

เริ่มจากการเข้าไปทำงานในโรงงานผลิตเครื่องสำอาง พอทำได้ซักพักเราก็คิดว่าควรถึงเวลาที่เราจะมึธุรกิจเป็นของตัวเองได้แล้ว เลยตัดสินใจลาออกมาทำธุรกิจของตัวเอง ตอนแรกก็เป็นแค่การซื้อมาขายไป จุดเปลี่ยนอยู่ที่พอเราค้นหาตัวเองเจอ ว่าเราชอบที่จะทำอะไร สนใจอะไร เราจึงลุยกับมันเต็มที่ จนปัจจุบันบริษัท เอ็ม วาย อาร์ คอสเมติกโซลูชั่น จำกัด กลายเป็นโรงงานรับผลิตที่มีกำลังการผลิตมากกว่า 4 ร้อยล้านต้นต่อปี นี่คือคำบอกเล่าจากนักธุรกิจไฟแรงที่ไม่เคยหยุดที่จะเรียนรู้ คุณกฤษณ์ แจ้จรัส กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็ม วาย อาร์ คอสเมติกโซลูชั่น จำกัด

ความชอบและการเรียนรู้จะทำให้ธุรกิจเติบโต
หลังจากการเริ่มธุรกิจสักพักก็เริ่มหาตัวเองเจอว่ามีความชอบ

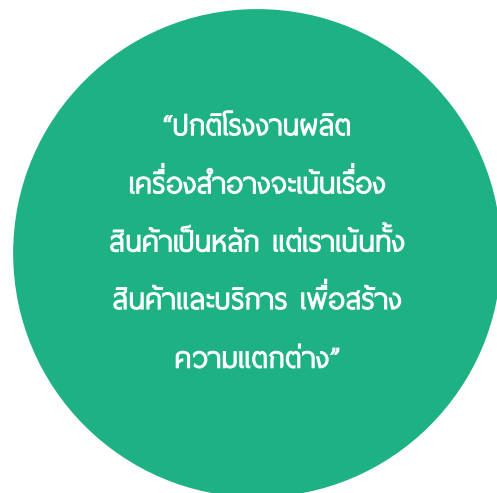
ในผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง และวิทยาศาสตร์ นับว่าเป็นจุดเปลี่ยนที่ทำให้ตัดสินใจเปิดโรงงานผลิตเองเลยก็เดียว เราโชคดีที่ค้นหาตัวเองเจอเพราะเชื่อว่าแม่จะเรียนสายอะไรมา จบมาแล้วน้อยคนที่จะรู้ว่าสิ่งที่ตัวเองชอบจริงๆคืออะไร แต่ถ้าเรามีความกระตือรือร้น หมั่นหาความรู้และเรียนรู้สิ่งใหม่ๆที่เข้ามาเสมอ เราก็มีโอกาสที่จะเลือกทำในสิ่งที่เราชอบจริงๆแล้วคุณกฤษณ์ จบปริญญาตรีด้านการตลาด พอเริ่มสนใจธุรกิจด้านนี้เลยไปหาความรู้เพิ่มเติมและเลือกเรียนปริญญาโทด้าน Cosmetic Science เพื่อนำความรู้เฉพาะทางมาใช้ในการบริหารและพัฒนาธุรกิจ ช่วงแรกเริ่มจากเงินทุนไม่กั้งแสน มีลูกน้องไม่กี่คนแต่โชคดีที่ช่วงเริ่มต้นเป็นช่วงที่ธุรกิจเครื่องสำอางกำลังเป็นธุรกิจ New High Wave ใครที่อยากมีธุรกิจเครื่องสำอาง ธุรกิจเครื่องสำอางในเมืองไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง รวดเร็ว

ได้รับความสนใจจากสาว ๆ กลุ่มที่รักในการดูแลตัวเอง จึงไม่แปลกที่ธุรกิจนี้จะกลายเป็นอาชีพในฝันของหลายคน เป็นปัจจัยทำให้เราเติบโตในธุรกิจนี้ได้อย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ของเราคือการสร้างความแตกต่าง ปกติโรงงานเครื่องสำอางจะเน้นเรื่องสินค้าเป็นหลัก แต่เราเน้นทั้งสินค้าและบริการ คือจะมีคนเข้ามาเกี่ยวข้องในเรื่องของการดูแลลูกค้า เป็นการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เรากำหนดกลยุทธ์ภายใต้แนวคิดใหม่ ในการเป็นผู้ผลิตและทำแบรนด์เครื่องสำอางให้แตกต่างกัน จึงนำมาสู่การผลิตเครื่องสำอางที่มีคุณภาพและเห็นผลจริง ภายใต้อายุศาสตร์ 4 วิชา แพทย์ศาสตร์ วิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง วิศวกรรมศาสตร์ การตลาด นอกจากนี้เรายังมุ่งเน้นการตลาดแบบดิจิทัล และ Social Media เราเลือกช่องทางการตลาดเหล่านี้ไว้ทำการตลาดและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เรามีทั้ง MYR. YouTube Channel , @Line และ Facebook Fanpage เรายังวางกลยุทธ์ไปถึงทิศทางตลาดดิจิทัลในอนาคตด้วยการขยายตลาดตาม Digital Trend เช่นการขยายไปยังเว็บไซต์ที่เป็นที่นิยมในระดับสากลเช่น Alibaba, eBay เพื่อให้สอดคล้องกับกระแสโลกและนโยบายของรัฐบาลที่สนับสนุน Digital Economy ตอนนี้เรากำลังพัฒนา Application เพื่อเป็นช่องทางให้ลูกค้าติดต่อเราได้สะดวก สั่งซื้อสินค้าได้สะดวก เพราะเราต้องตามให้ทันว่าทุกวันนี้โลกมันเปลี่ยนไป การใช้ชีวิตของคนก็เปลี่ยนไป เราต้องตามลูกค้าให้ทัน อ่านใจเค้าให้ออก เทรนด์ของโลกก็ต้องตามต้องอัปเดตกันทุกๆเดือนเพื่อนำมาวางแผน วิเคราะห์ปัญหา วิเคราะห์ SWOT ว่าจุดอ่อนจุดแข็งกับภายนอกเราเป็นอย่างไร เพื่อทำ Business Plan ปีต่อไป หากเราปรับตัวได้แบบนี้กลยุทธ์ของเราทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย การเข้าถึงลูกค้าก็จะปรับไปตามกระแสโลกกระแสลูกค้า

การผลิตของเราเป็นแบบครบวงจร ไม่ใช่แค่ OEM แต่เป็นทั้ง OEM และ ODM คือ สินค้าที่บริษัททำไว้ให้ลูกค้าพร้อมขายได้ทันที เรามีให้เลือกเกือบ 200 สูตร และยังขยายไป OBM ด้วยจุดเด่นของเรา อยู่ที่ความหลากหลายของการบริการที่ครอบคลุมทุกขั้นตอนแล้ว ลูกค้าที่มีงบในการลงทุนที่จำกัดไม่ต้องกังวลใจใดๆ เพราะทางบริษัทรับผลิตปกติ เพราะมีโรงงานเป็นของตัวเอง ลูกค้าสามารถสั่งจำนวนการผลิตได้

ตั้งแต่ 100-100,000 ชิ้น กำลังการผลิตของเราอยู่ที่ 4 ร้อย ล้านต้นต่อปี หรือ 2.8 ล้านชิ้นต่อปี นี่คือการดำเนินงานแค่คนเดียว ดังนั้นคนและเครื่องจักรของเรายังมีความพร้อมสำหรับการขยายกำลังการผลิตได้อีก นอกจากนี้เรายังคงมองถึงการนำเทคโนโลยีใหม่ๆมาใช้กับเครื่องจักรเพื่อที่จะควบคุมการผลิตให้มีประสิทธิภาพโดยใช้จำนวนคนเท่าเดิม เพื่อรองรับกับการขยายตลาดสู่อาเซียน เพราะเรามองภาพกว้างกว่า AEC. เรามองไปถึงอาเซียน +8 ที่เป็นภาพของฐานลูกค้ามากกว่า 600 ล้านคน ทั้งจีน เกาหลี ญี่ปุ่น เพราะเราเชื่อว่าด้วยศักยภาพของเราศักยภาพของสมุนไพรไทยที่เราทำกำลังทำวิจัย เรายังมีโอกาสเติบโตในตลาดโลกอีกมากเพราะไทยเราขึ้นชื่อด้านนี้



ในส่วนของการวิจัยสมุนไพรไทยเพื่อนำมาผลิตสินค้าเครื่องสำอาง เมื่อก่อนเราต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ แต่พอเราลองกลับมาคิดว่าสมุนไพรไทยของเราเองก็มีดีไม่น้อย เลยเลือกที่จะใช้สมุนไพรไทยในการทำวิจัย ตอนนี้เรามีการวิจัยสมุนไพรไทยเพื่อนำมาใช้กับเครื่องสำอางกว่า 10 ชนิดแล้ว และคาดว่าในอนาคต เราจะลดการนำเข้าและส่งเสริมสมุนไพรไทย เพื่อให้คนไทยได้ประโยชน์ทั้งหมดตั้งแต่เกษตรกร คนงาน และเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม เราจึงให้ความสำคัญกับงานวิจัยมากเพราะเชื่อว่าการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้เกิดนวัตกรรม เป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจเครื่องสำอางประสบความสำเร็จได้

อุปสรรคของเราหรืออุปสรรคของธุรกิจเครื่องสำอาง หลักๆแล้วน่าจะเป็นอุปสรรคและเงื่อนไขในการส่งออก เพราะข้อจำกัดในการส่งออกของแต่ละประเทศไม่เหมือนกัน หากเราจะเปิดตลาดต่างประเทศเราต้องทำการบ้านให้ดี และจะมีเรื่องเอกสารเข้ามาเพิ่มความยุ่งยากอีกนิดหน่อย อย่างกรณีการส่งสินค้าเครื่องสำอางออกไปประเทศจีนต้องใช้เวลาในการขึ้นทะเบียนยาไม่น้อยกว่า 1 ปี หรือบางกรณีอาจมากกว่า ไม่เหมือนในไทยที่ค่อนข้างสะดวกคือประมาณเดือน



เดียวก็ได้แล้ว แต่แม้มันจะยุ่งยากเราก็ต้องทำเพราะมันคือโอกาสเติบโตในตลาดที่ใหญ่ขึ้น

SMEs ต้องหาจุดแข็งของตัวเองให้เจอ การทำธุรกิจนั้นย่อมมีความเสี่ยงเสมอ ทั้งความเสี่ยงจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่เราไม่สามารถคาดเดาได้ ไม่ว่าจะเป็นเศรษฐกิจโลก การเมือง ภัยธรรมชาติ ดังนั้นเราต้องหาจุดแข็งของตัวเองให้เจอและนำมาใช้นอกมาใช้ให้เป็นประโยชน์ จะทำให้เราสามารถกระจายความเสี่ยงของธุรกิจ จุดแข็งของเราคือ R&D การวิจัยและพัฒนา เรามีทีมวิจัยที่เข้มแข็งเราจึงมีการมุ่งเน้นค้นคว้าทำวิจัยเพื่อหาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาด โดยที่เราไม่จำเป็นต้องผูกตัวเองอยู่กับการขายสินค้าชนิดเดียว และการทำวิจัยสมุนไพรก็เพื่อมุ่งเน้นตลาดต่างประเทศ เพื่อกรณีเศรษฐกิจในประเทศซบเซา หรือมีปัญหาการเมือง เรายังมีตลาดอีกตลาดรองรับอยู่

การมีลูกน้องที่ดี มีทีมที่ดี จะทำให้ธุรกิจเติบโต การจะประสบความสำเร็จทางธุรกิจนั้น เราเก่งคนเดียวไม่ได้ ต้องมีทีมงานที่ดีและพนักงานที่ดีด้วย เพราะแม้เราจะเก่งแค่ไหน แต่

เราไม่ได้เก่งทุกด้าน บริษัทเรามีพนักงานแค่ 70 กว่าคนแต่แบ่งเป็น 13 แผนก ทามว่าทำไมต้องแบ่งมากแผนก นั่นก็เพราะเราต้องแบ่งให้ชัดว่าแต่ละแผนกมีหน้าที่อะไร แต่ละคนรับผิดชอบอะไร ซึ่งพอรู้หน้าที่ของตัวเองทุกคนก็ควรจะทำให้ดีที่สุด ฝึกฝนตัวเองให้มากที่สุดเพื่อให้เชี่ยวชาญในหน้าที่ เราให้ความสำคัญกับการเรียนรู้และวิจัยมาก เราจัดงบประมาณส่วนหนึ่งไว้เพื่อให้ส่งพนักงานไปเรียนต่อปริญญาโทในสายที่เกี่ยวข้องโดยเฉพาะ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาพัฒนาบริษัท แม้บริษัทเราจะไม่ใหญ่โตแต่มี R&D ถึง 8 คน เพราะนั่นคือจุดแข็งของเรา

รักในสิ่งที่ทำ ทำในสิ่งที่รัก นี่คือการเคล็ดลับการประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนของคุณกฤษฎณ์ เพราะมันจะทำให้เรามีความกระตือรือร้น อยากจะทำงาน อยากเห็นมันเติบโต ถ้าเรามองแค่เบ็ดเงินหรือผลประโยชน์อย่างเดียวมันจะทำให้เราเติบโตได้ไม่เต็มที่ ทั้งนี้ต้องตั้งอยู่บนพื้นฐานของความรู้ เพราะความรู้จะทำให้เราค้นพบสิ่งใหม่ๆ อาจไม่ได้ใหม่บนโลกนี้แต่ใหม่ในธุรกิจของเรา ทั้งสองสิ่งนี้ทั้งความรักและความรู้ จะทำให้เราประสบความสำเร็จและเติบโตอย่างยั่งยืน

รางวัล SMEs ดีเด่น จากการประกวด SMEs National Awards ครั้งที่ 6 และครั้งที่ 7 เป็นรางวัลที่เราทุกคนภาคภูมิใจเพราะมันคือการตรวจสอบองค์กรว่าเรามีมาตรฐานแค่ไหน และมันทำให้เรามองเห็นว่าภาครัฐพร้อมจะช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs เสมอ อยู่ที่คนจะไขว่คว้าโอกาสนั้นหรือเปล่า อยากฝากถึง SMEs ท่านอื่นๆ ว่าการเข้าร่วมกับภาครัฐหรือหน่วยงานต่างๆ ที่เค้าพร้อมช่วยเหลือ SMEs จะมีแต่สิ่งที่เป็นประโยชน์กับเรา เราไม่ต้องกลัวว่าเค้าจะมาตรวจสอบหรือจับผิดอะไรเราหรือเปล่า เพราะหากคิดแบบนั้นจะเป็นการปิดกั้นตัวเอง เพราะเชื่อเถอะว่าคุณจะได้รับผลประโยชน์จากตรงนี้มากมาย และจะมีเพื่อนๆ ที่ทำธุรกิจเดียวกันที่พร้อมจะแลกเปลี่ยนช่วยเหลือกันอีกมากมาย โดยเฉพาะการเข้าร่วมการประกวด SMEs National Awards เป็นแรงผลักดันให้เรากบทวนตัวเอง รักษาคุณภาพการทำงาน และเมื่อได้รางวัลก็เมื่อเป็นกำลังใจผลักดันให้เราพัฒนาตัวเองไปอีกก้าวหนึ่ง



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจเพื่อสุขภาพเมื่อไทยเข้าสู่ AEC

หากนี้คงไม่มีใครไม่รู้จัก AEC (Asian Economic Community) หรือ การรวมตัวทางเศรษฐกิจของประเทศสมาชิกในอาเซียนเพื่อมุ่งเน้นการเปิดเสรีทางการค้าและเป็นฐานการผลิตให้เป็นหนึ่งเดียวกันของประเทศสมาชิกทั้ง 10 ประเทศ อันได้แก่ สิงคโปร์ เวียดนาม เมียนมาร์ ลาว บรูไนดารุสซาลาม มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ติมูซุ และไทย ซึ่งได้เริ่มต้นขึ้นเมื่อปลายเดือนธันวาคมปี 2558 ที่ผ่านนี้เอง เมื่อประเทศไทยได้เข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนอย่างเป็นทางการนั้น แน่นอนว่าย่อมต้องมีทั้งโอกาสในการพัฒนาและการขยายตัว และแข่งขันทางเศรษฐกิจมากขึ้น เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการทั้งรายเล็กและรายใหญ่ได้มีโอกาสขยายธุรกิจไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายมากขึ้น ที่สำคัญยังปลดภาษีนำเข้าของสินค้าในแต่ละชนิดจะนำมาซึ่งการลดภาระต้นทุนได้ยิ่งไปกว่านั้นการเข้าถึงทรัพยากรธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ของประเทศเพื่อนบ้านบางประเทศก็สามารถทำได้ง่ายดวยมากยิ่งขึ้น แต่เหรียญย่อมมีสองด้านเสมอ เมื่อมีผลกระทบในด้านบวกแล้วย่อมมีผลกระทบในด้านลบด้วยเช่นกันอันได้แก่ทั้งนั้น การเรียนรู้จะนำมาซึ่งโอกาส

และเปิดประตูความเสี่ยงได้ไม่มากก็น้อย หลายธุรกิจของไทยที่ได้รับผลกระทบเมื่อประเทศเข้าสู่ AEC อย่างเต็มตัวที่มีทั้งดีและไม่ดี เช่นอุตสาหกรรมการผลิตและส่งออกด้านต่างๆ ซึ่งธุรกิจเพื่อสุขภาพก็เป็นหนึ่งในนั้น บทความนี้จึงต้องการรวบรวมภาพรวมของธุรกิจโอกาสและความเสี่ยงรวมถึงการปรับตัวของธุรกิจเพื่อสุขภาพให้เท่าทันสถานการณ์ให้แก่ผู้ประกอบการให้เกิดการตื่นตัวและเตรียมพร้อมรับมือความเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันก่วงที

ในบรรดาธุรกิจด้านต่างๆในประเทศไทย ธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพและเสริมความงามนับเป็นธุรกิจที่มาแรงเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งได้รับการจัดลำดับธุรกิจดาวรุ่งของปี 2559 จากหลากหลายหน่วยงาน อาทิเช่น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต มหวิทยาลัยหอการค้าไทย เอ็กซิมแบงค์ และทริส เรทติ้ง ต่างได้จัดลำดับให้ธุรกิจเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่มาแรง ทั้งนี้อันเป็นผลมาจากเทรนรักสุขภาพของคนรุ่นใหม่สำหรับตลาดภายในประเทศที่หันมาใส่ใจ

สุขภาพกันมากขึ้น ประกอบกับค่ารักษาพยาบาลที่ปรับตัวสูงขึ้นส่งผลให้การดูแลเอาใจใส่สุขภาพตัวเองด้วยอาหารการกิน อาหารเสริม ตลอดจนการออกกำลังกายจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นเป็นเงาตามตัว เพื่อหลีกเลี่ยงโรคภัยไข้เจ็บให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้และจ่ายค่ารักษาพยาบาลให้น้อยลงนั่นเอง อีกทั้งความนิยมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้ชีวิตบนปลายปีในประเทศไทยเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ส่งผลให้การให้บริการในสถานพยาบาลไม่จำเป็นจะเป็นการเข้ารับการรักษายาบาล ตรวจสุขภาพทั่วไป ด้านทันตกรรมและธุรกิจเสริมความงามก็เติบโตขึ้นด้วยเช่นกัน

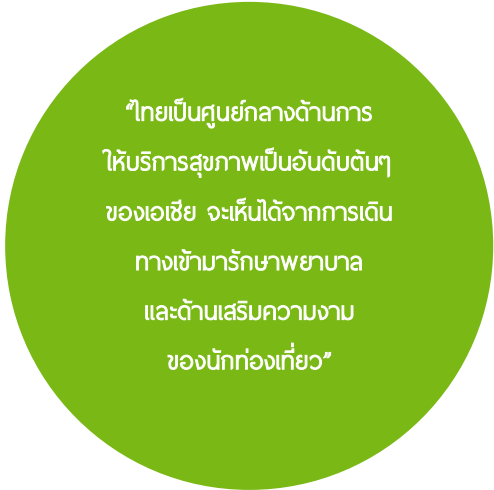
ผลกระทบในแง่บวกเมื่อไทยเข้าสู่ AEC อย่างแรกก็เห็นได้ชัดคือภาครัฐได้ผลักดันให้ประเทศกลายเป็นศูนย์กลางในการให้บริการเพื่อสุขภาพ หรือ Medical Hub ตลอดเวลาที่ผ่านมามีประเทศไทยเป็นศูนย์กลางด้านการให้บริการสุขภาพเป็นอันดับต้นๆ ของเอเชียอันจะเห็นได้จากการเดินทางเข้ามารักษาพยาบาล และด้านเสริมความงามของนักท่องเที่ยวต่างชาติปีหนึ่งเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 1 ล้านคน สืบเนื่องจากการบริการที่ดีเยี่ยมของสถานให้บริการและค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่าและคุ้มค่าในแง่ของคุณภาพไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าประเทศที่พัฒนาแล้วนั่นเอง

นอกจากนี้ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาตลอดระยะเวลาหลายปีเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวแบบ Long Stay ก็ยังเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติทั้งเอเชียและแถบยุโรป ดังนั้นการเข้ารับบริการด้านการรักษาสุขภาพจึงขยายตัวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ยิ่งไปกว่านั้นประเทศไทยยังได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้านในด้านสาธารณสุข อุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ครบครัน ตลอดจนบุคลากรทางการแพทย์และผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านต่างๆ ครอบคลุมไปถึงธุรกิจเสริมความงาม โดยเฉพาะตามจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ อาทิเช่น เชียงใหม่ พัทธยา ภูเก็ต และเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ส่งผลให้ธุรกิจทางการแพทย์มีการขยายตัวมากขึ้นไปด้วยเช่นกัน

ทั้งนี้ในแง่ของสถานรักษายาบาลนั้นมีการขยายตัวมาก่อนหน้านั้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเข้ามารับบริการในสถานพยาบาล โดยหลักๆ เป็นด้านการตรวจสุขภาพหรือลงมาเป็นด้านเสริมความงาม ซึ่งจะก่อให้เกิดการขยายตัวของโรงพยาบาลโดยเฉพาะเอกชน ส่งผลให้มีความต้องการบุคลากรทางการแพทย์มากขึ้น แพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่ประจำอยู่ในต่างประเทศบางส่วนก็เริ่มกลับมาประจำในประเทศไทยในที่สุด แต่อย่างไรก็ตามเนื่องจากจรรยาบรรณที่ยึดถือกันมานานในหมู่บุคลากรทางการแพทย์ที่มุ่งเน้นการทำงานเพื่อรับ

ใช้ชาติตัวเอง ก็ไม่ได้ทำให้เกิดการโยกย้ายไปประจำประเทศอื่นมากนัก ถึงแม้ประเทศจะเข้าสู่ AEC ก็ตามถือเป็นข้อดีที่ได้เปรียบในธุรกิจสถานพยาบาลของไทยนั่นเอง

โอกาสในการขยายตัว ศูนย์วิจัยกสิกรไทยได้คาดการณ์ไว้ว่าแนวโน้มธุรกิจเพื่อสุขภาพของไทยจะมีโอกาสขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติหันมาเดินทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยกันมากขึ้น โดยเฉพาะผู้สูงอายุจากประเทศอื่นๆ ได้เดินทางเข้ามาพักแบบ Long stay เพื่อใช้ชีวิตบนปลายปีในประเทศกันมากขึ้นเป็นต้น



นอกจากนี้สภาวะการแข่งขันทางธุรกิจสินค้าสูงชัน ส่งผลให้ผู้คนต้องเผชิญการแข่งขันกันสูงก่อให้เกิดความเครียดมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมองหาการผ่อนคลายความเครียดด้วยการออกกำลังกาย หรือการกินอาหารที่ดีต่อสุขภาพอย่าง Clean Food หรืออาหารที่ผ่านกรรมวิธีในการปรุงน้อยที่สุดเพื่อคงคุณค่าและรสชาติทางโภชนาการให้สูงสุดไว้ รวมไปถึงอาหารเสริมเพื่อสุขภาพต่างๆ ด้วยเช่นกัน ทำให้ธุรกิจด้านอาหารเพื่อสุขภาพ ธุรกิจเสื้อผ้ากีฬาจึงเติบโตอย่างรวดเร็ว ส่งผลดีต่อภาพรวมของธุรกิจเพื่อสุขภาพ

ยิ่งไปกว่านั้นประเทศไทยยังได้เปรียบทางด้านทำเลที่ตั้ง เรียกได้ว่าเป็นศูนย์กลางทางด้านคมนาคมที่หลายประเทศจำเป็นต้องอาศัยเดินทางสัญจรไปมา การเดินทางเข้ามาเพื่อใช้บริการด้านสุขภาพและตรวจสุขภาพก็สามารถทำได้ง่ายดาย

ความเสี่ยงของธุรกิจเพื่อสุขภาพ ถึงแม้ประเทศไทยจะดีเปรียบในแง่ของความพร้อมของบุคลากรที่เชี่ยวชาญด้าน

สาขาต่างๆ และในแง่จุดยุทธศาสตร์ก็ตามแต่ก็ยังเป็นรองประเทศสิงคโปร์ที่ยังครองส่วนแบ่งในตลาดด้านนี้เป็นอันดับหนึ่ง ทั้งนี้ประเทศไทยยังมีข้อจำกัดในด้านภาษาทำให้การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษยังไม่สามารถทัดเทียมประเทศเพื่อนบ้านได้ นอกจากนี้สถานการณ์ทางการเมืองที่ยังคุกรุ่นอยู่เป็นระยะส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามีความไม่มั่นใจในเรื่องความปลอดภัยได้เช่นกัน และยังมีข้อด้อยที่เสียเปรียบเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซียในแง่ของศาสนาและวัฒนธรรมด้านอาหารเช่นอาหารฮาลาล เนื่องจากข้อจำกัดนี้เองที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจไปใช้บริการเพื่อสุขภาพในประเทศเพื่อนบ้านดังที่กล่าวมาแล้วเบื้องต้นได้เช่นกัน

การปรับตัว ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญและ



ปรับปรุงข้อด้อยทางด้านภาษาเพื่อการติดต่อที่ราบรื่นมากขึ้น และยังสามารถเพิ่มโอกาสและต่อยอดการขยายธุรกิจไปลงทุกยังประเทศเพื่อนบ้านอื่นได้ รวมถึงนโยบายความมั่นคงทางการเมืองตลอดจนในด้านความปลอดภัย ที่จำเป็นต้องอาศัยภาครัฐเข้ามามีบทบาทในการเฟื่องฟูการก่อการร้ายที่อาจก่อให้เกิดความไม่มั่นใจต่อการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ในเรื่องการส่งเสริมให้มีศูนย์อาหารฮาลาลตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญและที่พักโรงแรม ให้กระจายทั่วถึงมากกว่านี้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวมุสลิมให้เข้ามาท่องเที่ยวและเพิ่มความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้มากยิ่งขึ้น

นโยบาย เนื่องจากภาครัฐเล็งเห็นความสำคัญและโอกาสในธุรกิจนี้จึงได้มีการผลักดันนโยบายให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางการให้บริการด้านสุขภาพ (Medical Hub) และยังคงส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism) ส่งเสริมให้ธุรกิจเพื่อสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นอาหารเพื่อสุขภาพ อาหารเสริม ธุรกิจเสริมความงาม การบริการทางการแพทย์ขยายตัวอย่างต่อเนื่องและได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากวิถีชีวิตที่เคร่งเครียดในสภาวะเศรษฐกิจที่มีการแข่งขันกันสูง ทิศทางของธุรกิจเพื่อสุขภาพจึงค่อนข้างแจ่มใสและไปได้ดี แต่อย่างไรก็ตามภาครัฐไม่ควรมองข้ามนโยบายเรื่องความปลอดภัยเนื่องจากสถานการณ์ความไม่สงบและการก่อการร้ายรวมถึงความไม่มั่นคงทางการเมือง ย่อมส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจในความปลอดภัย จนอาจจะหันไปใช้บริการเพื่อสุขภาพจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียได้

จะเห็นว่าธุรกิจเพื่อสุขภาพยังมีช่องทางที่ค่อนข้างแจ่มใสและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมในด้านการท่องเที่ยวและการให้บริการด้านสุขภาพที่ดีได้มาตรฐานระดับโลกไม่แพ้ประเทศที่พัฒนาแล้ว ยิ่งไปกว่านั้นราคายังต่ำกว่าประเทศอื่นในเอเชีย ก่อให้เกิดความคุ้มค่าในการเข้ารับบริการ ที่สำคัญความเป็นเลิศในการให้บริการ (Service Mind) ประเทศไทยถือเป็นข้อได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้านที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาใช้บริการซ้ำอย่างต่อเนื่องด้วย แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นก็ไม่ควรประมาทเนื่องจากประเทศคู่แข่งสำคัญอย่างสิงคโปร์ มาเลเซีย และอินโดนีเซียก็กำลังส่งเสริมการให้บริการที่ดีเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวไปยังประเทศตัวเองมากขึ้นเช่นกัน

ถึงแม้ธุรกิจเพื่อสุขภาพจะมีแนวโน้มแจ่มใสก็ตาม แต่ผู้ประกอบการไม่ควรนิ่งนอนใจควรมีการปรับปรุงและพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้มีความเข้มแข็งมากขึ้นหากเป็นไปได้ ควรส่งเสริมบุคลากรให้มีความมั่นใจในการสื่อสารภาษาอังกฤษ เนื่องจากบุคลากรไทยยังมีข้อจำกัดด้านภาษามาโดยตลอดเป็นข้อด้อยที่จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขและปรับปรุงโดยเร็วที่สุดเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจนี้



สปา ธุรกิจดาวรุ่งในกระแสคนดูแลสุขภาพ

ในยุคที่กระแสสุขภาพกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ธุรกิจสปา นับได้ว่าเป็นธุรกิจดาวรุ่งที่มาแรงถือเป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพอีกแขนงหนึ่งที่ได้รับคามนิยมมาอย่างต่อเนื่อง ยิ่งกระแสสุขภาพกำลังเป็นหนึ่งในความสนใจของคนรุ่นใหม่ ความนิยมขึ้นชออบในการใช้บริการสปาไม่เพียงแต่ตอบสนองความต้องการของคนภายในประเทศเท่านั้น แต่ยังคงรวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หลงใหลในการผ่อนคลายด้วยสปาอีกด้วย

หากไม่พูดถึงที่มาที่ไปของธุรกิจสาขานี้คงไม่ได้ สปา ถือกำเนิดขึ้นในประเทศแถบยุโรปซึ่งคำว่าสปา มีรากศัพท์มาจากภาษาละติน *Sanus Per Acqua* หมายถึงการบำบัดเพื่อความผ่อนคลายด้วยน้ำ แต่ในประเทศไทยสปาไม่ได้หมายถึงการบำบัดด้วยน้ำเพียงอย่างเดียว แต่เป็นศาสตร์การบำบัดที่รวมถึงการนวดโดยน้ำมันสมุนไพรและน้ำมันสกัดหอมระเหยเข้ามาเป็นส่วนประกอบหลักเพื่อเพิ่มกลิ่นในการผ่อนคลายเข้าไปด้วย และนอกจากนี้ยังมีสปาที่เกี่ยวข้องกับการเสริมความงาม

อีกศาสตร์หนึ่งด้วย จึงเป็นที่มาที่นักท่องเที่ยวหลงใหลมาใช้บริการกันอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ธุรกิจสปาเติบโตอย่างรวดเร็วตามไปด้วย สำหรับใครที่กำลังมองหาธุรกิจเพื่อการลงทุนสปานับเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจไม่น้อยทีเดียว แต่หากไม่รู้จะเริ่มต้นอย่างไรดี บทความนี้จะขอรวบรวมแนวทางในการเริ่มต้นธุรกิจให้แก่ผู้ลงทุนที่สนใจเพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้น

การเริ่มต้นธุรกิจสปาต้องทำยังไง ก่อนอื่นผู้ที่สนใจลงทุนในธุรกิจสปาจะต้องทราบก่อนว่า ต้องการเปิดสปาประเภทใด ซึ่งประเภทของสปาสามารถแบ่งได้เป็น 7 ประเภทดังนี้

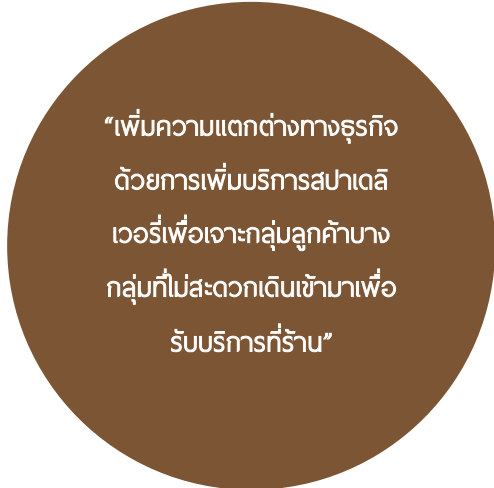
- » Destination Spa คือสถานให้บริการสปาที่มีห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกอย่างครบวงจร
- » Hotel / Resort Spa ที่พักที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามแวดล้อมด้วยธรรมชาติรอบที่พักรวมสปาไว้เพื่อเป็นทางเลือกผ่อนคลายให้แต่ละลูกค้า

- » Day Spa หรือเรียกอีกแบบว่า City Spa เป็นสถานให้บริการสปาที่ไม่จำเป็นต้องมีที่พักให้แก่ลูกค้า เน้นความสะดวกสบายสามารถใช้บริการได้ทั้งวัน ส่วนใหญ่นิยมตั้งอยู่ในทำเลที่เป็นย่านธุรกิจที่มีผู้คนสัญจรไปมาพลุกพล่าน ตามสถานที่ท่องเที่ยวในเมือง ซึ่งเน้นการใช้บริการที่รวดเร็วเรียบง่ายสำหรับลูกค้าเป็นหลัก
- » Medical Spa เน้นการบริการที่มีการรักษาทางการแพทย์หรือเครื่องมือแพทย์ควบคู่กับการบริการสปาเพื่อการรักษาเป็นหลัก
- » Mineral Spring Spa สปาที่เปิดให้บริการตามแหล่งน้ำแร่และน้ำพุร้อนต่างๆ เน้นการบำบัดผ่อนคลายด้วยน้ำเป็นหลัก
- » Club Spa สถานที่ออกกำลังกายที่มีสปารองรับเพื่อความผ่อนคลายหลังการออกกำลังกาย
- » Cruise Ship Spa สปาที่เปิดให้บริการตามเรือสำราญต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ามีแหล่งออกกำลังกายควบคู่กับการทำสปาเพื่อให้เกิดความเพลิดเพลินระหว่างเดินทางไปในตัว

นอกจากนี้ยังแบ่งย่อยลงไปอีกว่าจะเป็นการบริการสปาแบบไหน เช่น สปาเพื่อสุขภาพที่เน้นความผ่อนคลายควบคู่ไปกับการรักษาทางการแพทย์ การนวดเพื่อสุขภาพโดยเน้นการนวดแผนไทยหรือนวดแผนโบราณเข้ามาผสมผสานกับการใช้น้ำมันหอมระเหยเพิ่มความผ่อนคลายและดึงดูดใจลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น และสปาเพื่อความงามที่มุ่งเน้นการบำรุงผิวพรรณควบคู่กับการนวดบำรุง เมื่อเรารู้ประเภทของสปาและรูปแบบแล้วสามารถทำให้เราประเมินและวิเคราะห์ธุรกิจที่เราต้องการลงทุนได้ง่ายขึ้น เช่น ต้องการลงทุนธุรกิจสปาประเภท Day Spa ที่ไม่จำเป็นต้องมีห้องพักให้แก่ลูกค้าแต่เน้นความสะดวกสบายในการใช้บริการและตั้งอยู่ในทำเลย่านธุรกิจสำคัญโดยเน้นการนวดเพื่อสุขภาพหรือเป็นสปาเพื่อความงามเป็นต้น

การทำธุรกิจใดก็ตามจำเป็นต้องมีแผนธุรกิจเสมอ ธุรกิจสปาที่เช่นกันผู้ลงทุนต้องมีแผนธุรกิจที่รัดกุมว่าแผนธุรกิจที่ต้องทำอะไร ต้องมีรูปแบบธุรกิจว่าจะทำสปาแบบไหน เพื่อสุขภาพ เน้นการนวดหรือเพื่อความงาม นอกจากนี้กลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนสำคัญที่เราจำเป็นต้องศึกษาถึงในเรื่องของอุปกรณ์เครื่องมือที่จำเป็นต่อธุรกิจสาขานี้ มีผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเช่นสารสกัดน้ำมันหอมระเหยที่มาจากธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์ เป็นต้น ที่สำคัญต้องศึกษาลูกค้ากลุ่มเป้าหมายว่าต้องการกลุ่มเป้าหมายกลุ่มไหน อาทิเช่น ลูกค้าทั่วไปอย่างพนักงานออฟฟิศ กลุ่มคนที่รักสุขภาพ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยว

ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ในรูปแบบของการให้บริการว่าเปิดบริการสปาอย่างเดียวหรือมีบริการเสริมอื่นๆควบคู่ไปด้วย หรือมีบริการทั้งสปาควบคู่ไปกับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้านสปาให้แก่ลูกค้าไปในตัว เพื่อต่อยอดธุรกิจให้ครบวงจรมากยิ่งขึ้น เป็นต้น การวางแผนธุรกิจจึงครอบคลุมถึงการตั้งงบประมาณ การเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ตรงจุดมากที่สุด ตลอดจนการวางแผนการตลาด



เคล็ดลับในการประกอบธุรกิจสปาให้ประสบความสำเร็จ ทำได้ไม่ยากหากผู้ประกอบการมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

- » **ใส่ใจในการให้บริการ** การมุ่งเน้นบริการที่เป็นเลิศเป็นคุณสมบัติเด่นขั้นพื้นฐานที่ขาดไม่ได้เลยในทุกธุรกิจ ยิ่งในธุรกิจสปาแล้วยิ่งเป็นสิ่งจำเป็นอันดับหนึ่งเลยก็ว่าได้ เพราะลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการส่วนใหญ่แล้วเพื่อความผ่อนคลายเป็นหลัก พนักงานจึงจำเป็นต้องได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดีเพื่อดูแลลูกค้า การพูดคุยกับลูกค้าด้วยโทนเสียงนุ่มๆ ระดับน้ำเสียงไม่ดังจนเกินไป และสอบถามลูกค้าถึงน้ำหนักมือหนักเบาอยู่เป็นระยะเพื่อวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าระหว่างที่ให้บริการ การเอาใจใส่ทุกรายละเอียด ดูเป็นธรรมชาติไม่เสแสร้ง จะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าตั้งแต่เดินเข้ามาจนเดินออกไปจนเกิดความประทับใจและกลับมาใช้บริการซ้ำแล้วซ้ำอีกเป็นลูกค้าประจำ นอกจากนี้ลูกค้าประจำจะช่วยดึงดูดลูกค้าใหม่ๆ ให้เข้ามาหาเราเพิ่มขึ้นได้อีกเรื่อยๆ

- » **ผลิตภัณฑ์ต้องเด่น** นอกจากการบริการที่ดีเยี่ยมแล้ว ผลิตภัณฑ์ในร้านจะต้องมีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งอื่น เช่น น้ำหอมระเหยที่ใช้มาจากธรรมชาติร้อยเปอร์เซ็นต์ อาทิเช่นผลิตภัณฑ์ออร์แกนิก เป็นต้น ความโดดเด่นไม่จำเป็นต้องมีราคาแพงเสมอไปหากเราสามารถติดต่อกับผู้ผลิตโดยตรงซึ่งจะเป็นข้อได้เปรียบในเรื่องการประหยัดต้นทุนได้ ซึ่งปัจจุบันนี้มีผู้ผลิตเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สปามากมายเป็นทางเลือก จะสามารถทำให้ต้นทุนไม่สูงมากนัก



- » **เพิ่มสปาเดลิเวอรี่สร้างความแตกต่างให้โดดเด่นจากคู่แข่ง** นอกจากการใส่ใจในการให้บริการแล้ว การทำธุรกิจเดิมๆ ด้วยการรอให้ลูกค้าเดินมาหาอาจจะไม่เพียงพอ จะดีกว่าหากเราสามารถเพิ่มความแตกต่างทางธุรกิจด้วยการเพิ่มบริการสปาเดลิเวอรี่เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าบางกลุ่มที่ไม่สะดวกเดินเข้ามาเพื่อรับบริการที่ร้าน อาทิเช่น กลุ่มลูกค้าแม่บ้าน ผู้สูงอายุ เป็นต้น หากผู้ประกอบการเพิ่มช่องทางการให้บริการด้วยสปาเดลิเวอรี่ได้ก็สามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ๆให้แก่อธุรกิจได้ เป็นการสร้างความแตกต่างที่ไม่เหมือนใครและสามารถขยายฐานลูกค้าได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น
- » **ลงทุนด้านบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญ** จริงๆแล้วการทำธุรกิจสปาพนักงานมีส่วนสำคัญสำคัญที่สุดที่ช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้สามารถเดินหน้าไปได้ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นไปที่การตกแต่งสถานที่ใหญ่โตดูหรูหราเสียมากกว่า โดยลืมให้ความสำคัญกับพนักงานในองค์กรไม่ว่าจะเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะทางหรือความสามารถทางภาษา จำเป็นจะต้องฝึกอบรมให้แก่พนักงานอยู่อย่าง

สม่ำเสมอ เพราะฉะนั้นการลงทุนกับพนักงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ไม่ควรมองข้าม

ทิศทางการตลาดและโอกาสทางธุรกิจ อย่างที่ทราบกันแล้วว่าเทรนด์สุขภาพกำลังมาแรงแข่งโค้งทุกธุรกิจสำหรับปี 2559 นี้ ธุรกิจสปาซึ่งเป็นหนึ่งในธุรกิจเพื่อสุขภาพจึงได้รับผลกระทบในแง่บวกไปด้วย จากแนวโน้มการตื่นตัวทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ภาครัฐให้การสนับสนุนเพื่อผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางเพื่อสุขภาพ หรือ Medical Hub นั้น ก่อให้เกิดการตื่นตัวในหมู่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาและใช้บริการเพื่อสุขภาพในแขนงต่างๆกันมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจสปาที่มีมูลค่าทางตลาดเพิ่มมากขึ้น โดยคาดการณ์ว่าจะเติบโตไม่น้อยกว่า 15% ยิ่งไปกว่านั้นสมาคมสปาแห่งประเทศไทยได้มีการผนึกความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อจัดงานแสดงสินค้าเกี่ยวกับสุขภาพและความงามสปาโลกขึ้นที่อิมแพ็คเมืองทองธานี ช่วงระหว่างวันที่ 22-24 กันยายน 2559 ซึ่งจะก่อให้เกิดกระแสเงินสะพัดภายในงานนี้ และสร้างความคึกคักให้แก่ผู้ประกอบการไทยที่คาดว่าจะเข้าร่วมงานไม่ต่ำกว่า 150 ราย ทั้งนี้ผู้ประกอบการหรือผู้สนใจลงทุนไม่ควรพลาดเป็นอย่างยิ่งเพื่อดูทิศทางการตลาดก่อนเริ่มลงทุนจริง

ดังที่ได้กล่าวมาแล้วนั้นธุรกิจสปานับได้ว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ถือเป็นธุรกิจที่มาแรงที่น่าลงทุน เพราะธุรกิจเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่คาดการณ์จากหลากหลายสถาบันว่าเป็นธุรกิจดาวรุ่ง ทั้งนี้ประเทศไทยค่อนข้างมีความพร้อมในแง่ของศาสตร์การนวดเพื่อสุขภาพที่มีเอกลักษณ์ซึ่งเป็นที่ยอมรับในหมู่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทั่วโลกเป็นทุนเดิมอยู่แล้วด้วย การเริ่มต้นศึกษาเพื่อลงทุนในธุรกิจสปาจึงเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับนักลงทุนหน้าใหม่ๆ แต่อย่างไรก็ตามการลงทุนต้องมีการวางแผนทางธุรกิจที่ดี ต้องทราบประเภทของการลงทุนที่เหมาะสมกับตัวเอง รูปแบบที่ต้องการตลอดจนการกำหนดกลุ่มเป้าหมายเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างตรงจุด และที่ขาดไม่ได้คือเมื่อประเทศเข้าสู่ AEC อย่างเต็มตัวแล้วการเปิดเสรีทางการค้าและบริการก็สามารถทำได้ง่าย การขยายธุรกิจไปยังประเทศเพื่อนบ้านก็ไม่ใช่ว่าเรื่องยุ่งยากอีกต่อไป นับเป็นโอกาสที่ดีของนักลงทุนที่สามารถทำตลาดทั้งภายในประเทศและในต่างประเทศ



ธุรกิจนวดแผนโบราณ

สำหรับคนไทยแล้วคงไม่มีใครไม่รู้จักการนวดแผนไทย หรือนวดแผนโบราณ เพราะอาชีพนี้เป็นอาชีพที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาอย่างช้านานหลายยุคหลายสมัย ไม่เพียงแค่นั้นยังโด่งดังมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับสากลในอีกหลากหลายประเทศทั่วโลก อาทิเช่น อเมริกา ยุโรป และในเอเชียอย่าง ญี่ปุ่นและจีน เป็นต้น ธุรกิจนวดแผนโบราณนับเป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพอีกแขนงหนึ่งซึ่งสามารถทำควบคู่กันไปกับธุรกิจสปาได้ หรือจะทำเดี่ยวๆ ก็ได้ยิ่งในยุคที่ผู้คนเริ่มหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น การนวดเพื่อสุขภาพผ่อนคลายร่างกายหลังการทำงาน หลังการออกกำลังกายจึงเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมอย่างล้นหลามจนขาดแคลนผู้เชี่ยวชาญทางด้านการนวดอยู่อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ค่าตอบแทนของการทำธุรกิจนี้ก็ยิ่งน่าสนใจ ไมใช่น้อยเนื่องจากความต้องการทางตลาดที่ยังคงมีมาก แต่ผู้ให้บริการยังมีน้อยจึงทำให้ผู้ที่สนใจและมองหาโอกาสในการประกอบธุรกิจมีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มมากขึ้น ถือเป็นธุรกิจที่ไม่ควรพลาดเป็นอย่างยิ่งแต่หากยังไม่รู้จะเริ่มยังไงบทความนี้จะมาไขข้อข้องใจให้กับผู้สนใจได้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางต่อไป

ธุรกิจนวดแผนโบราณนับเป็นธุรกิจที่แทบจะไม่ต้องลงทุนด้านเครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์หรือสถานที่มากนัก เพราะว่าการนวดแผนโบราณเป็นศาสตร์ทางการแพทย์โบราณแขนงหนึ่งที่ต้องอาศัยการเรียนรู้ในด้านสรีระทางร่างกาย เน้นการกดจุด ยืดเส้นตามจุดต่างๆ ในร่างกายเพื่อให้เกิดความผ่อนคลายหายปวดเมื่อยหรือแม้แต่การรักษาโรคภัยบางชนิดได้อีกด้วย เราสามารถแบ่งการนวดออกเป็น 7 ประเภท คือการนวดคลายเส้น นวดผ่อนคลาย นวดประคบด้วยสมุนไพร นวดฝ่าเท้า นวดสลายไขมันหรือนวดอโรมา นวดสปอร์ต และนวดลดอาการปวดไมเกรน

การเริ่มต้นสำหรับผู้สนใจและยังไม่เคยมีพื้นฐานมาก่อนสามารถเข้าฝึกอบรมจากในสถาบันที่เปิดสอนทั้งมีค่าใช้จ่ายและเปิดสอนฟรี ซึ่งในสถานที่ที่เปิดสอนฟรีนั้นบางสถานที่จะมีเงื่อนไขว่าเมื่อจบหลักสูตร ได้รับใบรับรองแล้ว ผู้ที่ได้รับการฝึกอบรมจะต้องทำงานให้แก่สถานที่นั้นๆ ก่อนเป็นระยะเวลาหนึ่งจึงจะสามารถออกไปประกอบอาชีพได้ ซึ่งสถานที่

เปิดอบรมนั้นก็มีอยู่มากมายเช่น กรมฝีมือแรงงานที่มีหลักสูตร การนวด ศูนย์ฝึกอบรมวัดโพธิ์ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ประจำจังหวัด เป็นต้น

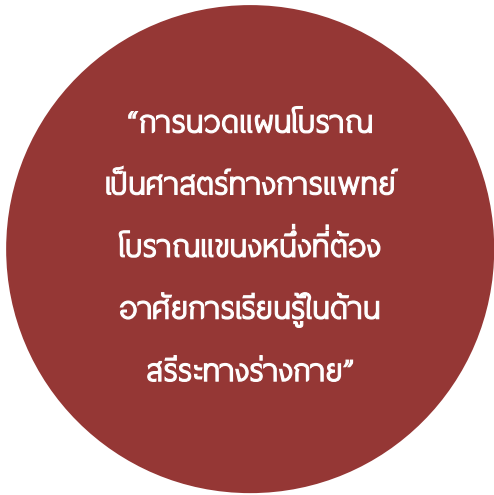
สำหรับแพนธุรกิจ ความไปได้เปรียบของธุรกิจนวด แพนโบราณน่าจะเป็นมาจากกลุ่มลูกค้าทุกเพศทุกวัย ดังนั้น กลุ่มลูกค้าจึงมีหลากหลาย ไม่ได้จำกัดอยู่ที่กลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง แต่อย่างไรก็ตามเราจะต้องมีคนชอบใช้ของตัวเอง เพราะการนวด มีหลายแขนงหลายหลักสูตร เช่นนวดทั้งตัว แต่เราอาจจะเน้น นวดหลังหรือเท้าเป็นพิเศษ หรือเน้นการบำบัดอาการเกี่ยวกับ ออฟฟิศซินโดรมที่มีคู่แข่งน้อย ทั้งนี้การเลือกทำเลจึงสำคัญ มาก นอกจากนี้การทำให้ปลิวแพนพับแจกตามกลุ่มเป้าหมาย เช่น ตามออฟฟิศตามย่านธุรกิจเพื่อเจาะกลุ่มเป้าหมายอย่าง พนักงานออฟฟิศเป็นการตลาดแบบ proactive marketing และนอกจากนี้ในยุคที่สื่อออนไลน์มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคการทำ การตลาดผ่านสื่อออนไลน์ เช่น Facebook Instagram หรือ Line application จะช่วยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น สามารถใช้ได้ทั้งการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ และเป็นช่องทางไว้ สื่อสารกับลูกค้าได้อีกด้วย การจัดโปรโมชั่นก็สำคัญไม่แพ้กัน เช่น มีโปรโมชั่นมาสองแถมหนึ่ง หรือนวดสะสมครบ 10 ชั่วโมง ฟรี 1 ชั่วโมง เป็นต้น

เคล็ดลับความสำเร็จ หัวใจหลักของธุรกิจนวดแพน โบราณคือการนวดที่ดีซึ่งจำเป็นต้องมีการพัฒนาฝีมือการ นวดอย่างสม่ำเสมอการจะประกอบธุรกิจนี้จึงต้องพิถีพิถันยัง การพัฒนาฝีมือการนวดอยู่อย่างต่อเนื่อง อย่างที่กล่าว มาแล้วการนวดยังเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เป็นจำนวนมาก ยิ่งมีฝีมือในการนวดดีเท่าไร ลูกค้าก็จะติดใจและมีมากขึ้น เท่านั้น เพราะมีการบอกปากต่อปากกันไปซึ่งส่วนใหญ่แล้วการ นวดมักจะมีค่านวดเป็นรายชั่วโมงต่อคน อย่างเช่นหากเราเป็น หมอนวดที่รับนวดให้แก่ลูกค้าถึงบ้าน แน่นอนว่าสมาชิกในบ้าน ไม่ได้มีแค่คนเดียว การที่เรานวดให้คนหนึ่งคนที่อยู่ในบ้าน ย่อมจะเห็นถึงความพอใจของคนที่นวดอยู่ก่อนแล้ว ดังนั้นการ ที่จะได้ลูกค้าเพิ่มในการไปนวดแต่ละครั้งจึงไม่ใช่เรื่องยาก และ เมื่อครั้งแรกประทับใจแล้ว โอกาสในการนวดครั้งต่อไปก็มืออย่าง แน่นนอน ส่วนใหญ่เมื่อลูกค้าติดใจแล้วจะเกิดการใช้บริการซ้ำ แล้วซ้ำอีกเรื่อยๆ เพราะฉะนั้นการปรับปรุงฝีมือ การพัฒนาวิธี นวดอยู่อย่างสม่ำเสมอเป็นเรื่องที่ดีที่ผู้ประกอบการจะต้อง ให้ความสำคัญมาเป็นอันดับแรกเสมอ

อีกประการหนึ่งที่สำคัญคือการบริการ ไม่ว่าเราเป็น ผู้นวดให้แก่ลูกค้าเองหรือจ้างพนักงานมานวดนั้น การใส่ใจใน บริการเป็นเรื่องสำคัญมาก เพราะถ้าเราไม่รักในการบริการแล้ว คงจะประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้ยาก บริการที่ดีย่อมเป็นสิ่ง

ลูกค้าต้องการเสมอ การทักทายอย่างยิ้มแย้มแจ่มใสการใส่ใจ เรื่องเล็กๆ น้อยๆ ของลูกค้ามักจะทำให้ลูกค้าเกิดความ ประทับใจได้ เมื่อประทับใจลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการอีกจนเป็น ลูกค้าประจำสร้างรายได้ให้ธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เมื่อลูกค้าเก่า ประทับใจแน่นอนว่าจะต้องมีการบอกต่อช่วยประชาสัมพันธ์ให้ เราไปในตัว เป็นการขยายฐานลูกค้าออกไปโดยมีลูกค้าประจำ เป็นสะพานเชื่อมให้แก่ธุรกิจ

อีกเรื่องที่ขาดไม่ได้คือความซื่อสัตย์จริงใจต่อลูกค้า เนื่องจากธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่ต้องอยู่กับลูกค้าตลอดเวลาในช่วง ที่ให้บริการ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องสร้างความไว้วางใจให้ แก่ลูกค้า รวมถึงต้องอบรมและปลูกฝังพนักงานให้มีความ ซื่อสัตย์ ห้ามหยิ่งเลินขโมยน้อยเพราะในระหว่างที่ลูกค้ากำลัง เพลิดเพลินอยู่กับการนวด อาจจะต้องวางสิ่งของมีค่าไว้ หาก เราไม่มีความซื่อสัตย์นอกจากจะลูกค้าจะไม่ไว้วางใจแล้ว โอกาสที่ ธุรกิจจะไปไม่รอดก็มีสูง โดยเฉพาะอย่างยิ่งพนักงานนวดที่ต้อง ไปบริการให้ตามสถานที่ของลูกค้า เช่นที่บ้านหรือที่พักต่างๆ หากไม่มีความซื่อสัตย์อนาคตในสายงานนี้ไม่รุ่งแน่นอน



ความจำเป็นอีกประการหนึ่งที่ขาดไม่ได้เลยคือ การ ฝึกฝนเรื่องภาษาเนื่องจากแรงงานไทยยังมีข้อจำกัดทางภาษา อาจทำให้ไม่สามารถติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ได้ดีมากนัก จึงจำเป็นต้องมีการฝึกฝนเพิ่มเติมอย่างเร่งด่วน โดยเฉพาะเมื่อประเทศเข้าสู่ AEC อย่างสมบูรณ์เมื่อปลายปี 2558 ที่ผ่านมามากแรงงานยังไม่มีความพร้อมเรื่องภาษาอาจ ทำให้ได้รับผลกระทบได้ ทำให้เสียโอกาสในการขยายฐานลูกค้า และธุรกิจไปอย่างน่าเสียดาย



ทิศทางการตลาดและโอกาสในธุรกิจ แนวโน้มของตลาดนวดแผนโบราณซึ่งเป็นธุรกิจเพื่อสุขภาพ ที่หลายสถาบันไม่ว่าจะเป็นศูนย์วิจัยกสิกรไทย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ต่างจัดให้เป็นธุรกิจดาวรุ่งแห่งปี 2559 และที่สำคัญการนวดแผนโบราณยังเป็นที่ต้องการของตลาดอีกมากทั้งตลาดภายในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะเมื่อมีการรวมตัวทางเศรษฐกิจเพื่อให้เป็นฐานการผลิตเดียวกันของ 10 ประเทศในอาเซียนหรือ AEC แล้ว ธุรกิจบริการจึงมีการเปิดการค้าเสรีกันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจนวดแผนโบราณซึ่งเป็นการนวดที่เป็นเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครลอกเลียนแบบได้ง่ายๆ จึงเป็นที่ต้องการทางตลาดเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ที่สำคัญภาครัฐได้ส่งเสริมและให้การสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ หรือ Medical Hub ของเอเชีย ประกอบกับการนวดแผนโบราณเป็นที่ชื่นชอบและยอมรับของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วโลกมาช้านาน ทำให้โอกาสของธุรกิจเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะการนวดแผนโบราณจึงยิ่งสดใส ถือเป็นปีแห่งโอกาสของธุรกิจนี้เลยก็ว่าได้ หากใครที่ต้องการลงทุนในธุรกิจนี้ถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง

จะเห็นได้ว่าธุรกิจเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่กำลังมาแรง เพราะกระแสรักสุขภาพของผู้คนสมัยนี้ที่หันมาใส่ใจในสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวกับสุขภาพแขนงต่างๆได้รับผลกระทบในแง่บวกไปด้วย โดยเฉพาะธุรกิจนวดแผนโบราณที่ยังเป็นที่ต้องการของตลาดและยังมีทิศทางการตลาดที่สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ที่สนใจลงทุนมีช่องทางในการแบ่งส่วนแบ่งในตลาดได้ ที่สำคัญผู้ประกอบการทั้งรายย่อยและรายใหญ่ยังสามารถทำตลาดในธุรกิจนี้ต่อไปได้อีกเรื่อยๆ เพราะการแข่งขันยังไม่สูงมากนัก แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นการที่จะประกอบธุรกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องนั้นจำเป็นต้องหมั่นฝึกฝน เรียนรู้เพิ่มเติมและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพราะว่าธุรกิจนวดแผนโบราณเป็นธุรกิจที่ขับเคลื่อนด้วยแรงงานของบุคลากรที่มีฝีมือเป็นหลักแทบจะไม่ต้องอาศัยอุปกรณ์เสริมใดๆ แต่จำเป็นต้องอาศัยการทุ่มเทฝึกฝนฝีมือแทน รวมถึงการบริการซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญไม่น้อยไปกว่าการฝึกฝนเรื่องฝีมือ การบริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใสของไทยนับเป็นที่ประทับใจของนักท่องเที่ยวทั่วโลกอยู่แล้ว หากมีการปลูกฝังให้พนักงานรักในการบริการได้ย่อมเป็นข้อได้เปรียบที่สามารถดึงดูดให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำแล้วซ้ำอีก นอกจากนี้การวางแผนธุรกิจ การคิดคอนเซ็ปต์ ตลอดจนการทำตลาดด้วยสื่อออนไลน์จะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น รวมถึงการใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการสื่อสารและประชาสัมพันธ์กับลูกค้าซึ่งสามารถใช้ได้กับลูกค้าภายในประเทศและต่างประเทศได้อีกด้วย รวมถึงการฝึกฝนเรื่องภาษาเพิ่มเติมด้วยเช่นกัน



โอกาสของธุรกิจบริการสุขภาพ

ในทุกธุรกิจย่อมมีช่วงรุ่งเรืองและตกต่ำ ปี 2559 นี้หลายสถาบันโดยเฉพาะศูนย์วิจัยกสิกรไทย เอ็กซิมแบงก์ และอื่นๆ อีกมากมายได้ประเมินไว้ว่าแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจของไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ทั้งจากปัจจัยด้านลบภายในประเทศ เช่นไทยต้องเผชิญกับภาวะภัยแล้งรุนแรงติดต่อกันยาวนานและสภาวะทางการเมืองที่ยังไม่นิ่ง และปัจจัยนอกประเทศจากสภาวะเศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวต่อเนื่องและความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศที่ยังคงมีอยู่เป็นระยะ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับเศรษฐกิจไทย และแน่นอนว่าจะธุรกิจด้านต่างๆ จะได้รับผลกระทบตามๆ กันไปด้วยเช่นกัน จึงได้มีการคาดการณ์เพื่อจัดลำดับว่าจะมีธุรกิจใดบ้างที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งบทความนี้จะเผยแพร่ผลกระทบในแง่บวกของธุรกิจ ซึ่งจะมีการเติบโตที่ดีของปีนี้ หนึ่งในธุรกิจดาวรุ่งที่มาแรงของปีนี้แน่นอนว่าธุรกิจเพื่อสุขภาพได้รับการจัดลำดับให้เป็นธุรกิจดาวรุ่งมาแรงเป็นอันดับต้นๆ เนื่องจากกระแสการรัก

สุขภาพได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจบริการเกี่ยวกับด้านสุขภาพแขนงต่างๆได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ธุรกิจบริการด้านสุขภาพอะไรบ้างที่มีแนวโน้มเป็นไปในทางที่ดี ซึ่งบทความนี้จะรวบรวมมาให้ดังต่อไปนี้

ธุรกิจสปา เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมมาอย่างแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ โดยเฉพาะตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆในประเทศไทย เช่นเมืองท่องเที่ยวอย่างเชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต และสมุยเป็นต้น เป็นสปารูปแบบ Spa resort and hotel ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างที่พักและบริการสปาควบคู่ไปด้วย เพื่อเพิ่มความผ่อนคลายให้แก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ทั้งนี้ยังรวมไปถึงตามย่านธุรกิจที่สำคัญในกรุงเทพ ซึ่งเป็น City Spa หรือ Day Spa ที่สามารถเปิดเพื่อรองรับการใช้บริการของลูกค้าในระหว่างวันโดยไม่จำเป็นต้องเปิดเป็นรูปแบบห้องพัก

แบบค้างคืนใดๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่สามารถใช้บริการเวลาใดก็ได้ตามความสะดวก

ธุรกิจนวดไทยโบราณ หนึ่งในธุรกิจที่ได้รับความนิยมมาอย่างยาวนานในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ด้วยเอกลักษณ์การนวดของไทยที่มีทั้งการนวดแบบกดจุด นวดคลายเส้นยืดเส้น เป็นการผ่อนคลายความปวดเมื่อยเนื้อตัวให้แก่ผู้ที่เหน็ดเหนื่อยมาจากการเดินทางไกล ซึ่งธุรกิจนี้ยังเป็นธุรกิจบริการที่ยังขาดแคลนอยู่ในท้องตลาดขณะนี้ เนื่องจากแรงงานที่มีฝีมือซึ่งเป็นตัวหลักในการขับเคลื่อนธุรกิจยังมีน้อย การฝึกอบรมศาสตร์แขนงนี้ใช้เวลาในการฝึกนานพอสมควรกว่าจะได้ฝีมือที่ดีพอ การลงทุนในธุรกิจจึงยังมีช่องว่างและส่วนแบ่งทางการตลาดอีกมาก

ธุรกิจดูแลความงาม ธุรกิจเพื่อสุขภาพที่มาแรงไม่แพ้ธุรกิจแขนงอื่น จะเห็นได้จากวิถีชีวิตที่ต้องใช้หน้าตาและบุคลิกเป็นใบเบิกทางในการทำธุรกิจด้านอื่นๆ รวมถึงการหันมาดูแลสุขภาพ หน้าตาและผิวพรรณของคนสมัยนี้ ไม่ว่าจะเป็นผู้หญิงหรือแม้กระทั่งผู้ชายก็หันมาให้ความสำคัญกับหน้าตาของตัวเองกันมากขึ้น ทำให้ธุรกิจให้บริการเสริมความงามตั้งแต่เส้นผมจรดปลายเท้าเติบโตอย่างรวดเร็ว อาทิเช่น ร้านทำผม คลินิกเสริมความงามดูแลผิวพรรณ นวดบำรุงผิวทั้งใบหน้าและเรื้อรัง ทำเล็บ สปาผิว มีครบครันและยังเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง โอกาสในการเติบโตเพื่อแย่งส่วนแบ่งในตลาดก็ยังมีอีกเยอะเพราะสามารถเปิดได้ทั่วไปทุกที่ที่มีแหล่งชุมชนเลยทีเดียว

ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ การดูแลสุขภาพด้วยอาหารการกินไม่ใช่ข้อย่อยเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วและมีการแข่งขันกันค่อนข้างดุเดือดเนื่องจากกระแสการรักสุขภาพที่เป็นเรื่องการกินและออกกำลังกายเพื่อลดน้ำหนักนั้นทำให้ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพอย่าง Clean Food (อาหารที่มีไขมันน้อยและผ่านการปรุงแต่งน้อยที่สุด) ได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง ดังจะเห็นได้จากธุรกิจอาหารคลีนเดลิเวอรี่ที่มีบริการกระจายอยู่โดยทั่วไปในกรุงเทพฯขณะนี้ ตลอดจนร้านอาหารที่เน้นสุขภาพของลูกค้าเป็นหลักโดยใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติอย่าง ผักออร์แกนิก ผักปลอดสารพิษมาเป็นส่วนผสมมากขึ้นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่รักสุขภาพให้หันมาใช้

บริการได้อย่างสะดวกสบาย ส่งผลไปยังธุรกิจปลูกผักปลอดสารพิษได้รับความนิยมขึ้นมาด้วยเช่นกัน



ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ เนื่องสังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว ทำให้อัตราการขยายตัวของผู้สูงอายุมีมากขึ้น ธุรกิจบริการดูแลผู้สูงอายุจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน จริงอยู่แม้สังคมไทยจะปลูกฝังให้ลูกหลานกตัญญูรู้คุณผู้สูงวัยด้วยการดูแลยามแก่เฒ่า แต่ด้วยวิถีชีวิตที่ต้องแข่งขันการทำงานอย่างหนักทำให้วัยทำงานต้องทำงานและไม่มีเวลาในการดูแลผู้สูงอายุในบ้าน จึงจำเป็นต้องใช้บริการดูแลผู้สูงอายุที่เปิดให้บริการส่งผลให้ธุรกิจนี้ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วซึ่งโดยปกติแล้วจะมีรูปแบบการให้บริการแบบระยะสั้นและระยะยาว โดยระยะสั้นก็จะเน้นการดูแลที่ผู้สูงอายุได้มีโอกาสมาใช้เวลาระหว่างวันที่ลูกหลานต้องออกไปทำงานได้มาเจอเพื่อนฝูงวัยเดียวกันและได้ทำกิจกรรมร่วมกัน โดยที่มีผู้ดูแลและทีมแพทย์ดูแลและตรวจสุขภาพให้ด้วย และสำหรับระยะยาวที่มุ่งเน้นการดูแลผู้สูงอายุตัวคนเดียวไว้ญาติดูแลหรือผู้ยากจนเป็นต้น ซึ่งเป็นในรูปแบบของบ้านพักระยะยาว ซึ่งทั้งนี้ไม่เพียงแต่ผู้สูงอายุภายในประเทศเท่านั้นที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเพื่อมาใช้ชีวิตบั้นปลายในประเทศไทยก็มากขึ้นตามไปด้วยโดยเฉพาะชาวยุโรปและเอเชีย อย่างประเทศญี่ปุ่นก็เดินทางเข้ามาใช้ชีวิตบั้นปลายกันมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจดูแลผู้สูงอายุได้รับผลกระทบในแง่ดีไปด้วย

นวัตกรรมเพื่อสุขภาพ เป็นการปรับปรุงสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีและมีประโยชน์มากขึ้น เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและเพิ่มคุณค่าให้แก่สิ่งนั้นๆ เมื่อมีการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆขึ้นมา ก็จะสามารถมีโอกาสขยายเป็นธุรกิจต่อยอดได้ด้วยเช่นกัน เพราะผู้คนให้ความสนใจในการดูแลสุขภาพกันมากขึ้น เช่น เครื่องดูดฝุ่นไร้สายที่ออกแบบต่อยอดมาเพื่อการใช้งานที่สะดวกสบายโดยเฉพาะเพื่อป้องกันการเกิดภูมิแพ้ สติ๊กเกอร์ป้องกันยุงและแมลง ผลิตภัณฑ์เสริมอาหารที่ออกแบบมาเพื่อการเติมสารอาหารที่จำเป็นให้แก่ร่างกาย เป็นต้น

กลยุทธ์ในการปรับตัวเพื่อขยายธุรกิจรับมือกับทิศทางของธุรกิจ ธุรกิจเพื่อสุขภาพเป็นธุรกิจที่มาแรง การแข่งขันที่สูงขึ้นจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการในแต่ละแขนงธุรกิจจำเป็นต้องมีการวางแผนกลยุทธ์เพื่อต่อสู้ในสนามแข่งขันให้ได้ เช่นการจัดทำโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นลูกค้าให้หันมาสนใจบริการของตัวเอง การทำการตลาดผ่านโซเชียลเน็ตเวิร์ก การใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเพื่อให้มีความใกล้ชิดกับลูกค้า และเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจผ่านการแชร์ข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ การโฆษณาผ่านสื่อต่างๆที่ไม่ต้องใช้ค่าใช้จ่ายเยอะแต่ได้ประโยชน์สูง และที่สำคัญที่ขาดไม่ได้คือการมุ่งเน้นเรื่องบริการ เนื่องจากธุรกิจนี้การขายสินค้าเพื่อทำการตลาดอย่างเดียวยังคงไม่พอ จะต้องเน้นการเอาใจใส่ลูกค้า และมีการบริการที่ดีมี Service mind สูงจะสามารถดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำแล้วซ้ำอีก ซึ่งไม่เพียงแต่ลูกค้าภายในประเทศเท่านั้นแต่ยังรวมถึงลูกค้าที่เดินทางมาจากต่างประเทศด้วย การฝึกฝนเรื่องภาษาเพิ่มเติมก็จะยิ่งส่งผลดีให้ผู้ประกอบการสามารถอยู่เหนือคู่แข่งได้

ความได้เปรียบอีกประการหนึ่งของธุรกิจเพื่อสุขภาพ ทุกธุรกิจต่างได้รับผลกระทบในแง่บวกเป็นการส่งเสริมต่อยอดกันไปเรื่อยๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อประเทศได้เข้าสู่ AEC เป็นการรวมตัวทางเศรษฐกิจเพื่อมุ่งเน้นการค้าเสรีและเป็นฐานการผลิตเดียวกันของประชาคมอาเซียน 10 ประเทศอันได้แก่ ไทย

มาเลเซีย เวียดนาม เมียนมาร์ กัมพูชา ลาว อินโดนีเซีย สิงคโปร์ และบรูไน และฟิลิปปินส์ การเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นเนื่องประเทศไทยได้เปรียบในแง่จุดยุทธศาสตร์และการท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับมาอย่างยาวนาน และภาครัฐได้มีนโยบายส่งเสริมให้ประเทศไทยกลายเป็นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการเดินทางเพื่อชื่นชมความสวยงามตามธรรมชาติไปด้วยและแบ่งเวลามาทำกิจกรรมเพื่อสุขภาพไปด้วย ทั้งนี้ยังมีนโยบายส่งเสริมและผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์แห่งเอเชีย (Medical Hub of Asia) อีกด้วย ทั้งนี้ธุรกิจเพื่อสุขภาพจึงได้รับข้อได้เปรียบไปอย่างเต็มที่ เนื่องจากจะมีกำไรหลังไหลของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเข้ามาอย่างมากมาย เพราะค่าครองชีพและค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าประเทศอื่นแต่ได้มาตรฐานสากล คุ่มค่าและราคาต่อการจับจ่ายใช้สอย

ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องมีกลยุทธ์เพื่อเตรียมรับมือการแข่งขันที่จะเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆด้วยเช่นกัน การทำธุรกิจจำเป็นจะต้องมีการวางแผน การทำการตลาดและการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กเพื่อเป็นการลดค่าใช้จ่ายให้น้อยที่สุด รวมถึงการพัฒนาสินค้าและฝีมือแรงงานอยู่เสมอเพื่อตอบโจทยความต้องการของลูกค้า และที่สำคัญต้องมีบริการที่ดีด้วย เพื่อดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการอีกเป็นลูกค้าประจำและลูกค้าประจำเป็นใบเบิกทางไปยังกลุ่มลูกค้าใหม่ด้วยการแนะนำปากต่อปาก

ดังนั้นธุรกิจเพื่อสุขภาพถือได้ว่าเป็นยุครุ่งเรืองที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องเร่งฉกฉวยโอกาสเพื่อขยายธุรกิจให้มีความมั่นคง และสร้างฐานลูกค้าประจำ และที่สำคัญต้องไม่ลืมฝึกฝนเรื่องภาษาให้มีความทัดเทียมคู่แข่งจากประเทศเพื่อนบ้านด้วย และสามารถเพิ่มโอกาสในการทำการตลาดและขยายตลาดใครมีความพร้อมมากกว่าก็ยิ่งได้เปรียบและนำคู่แข่งได้ก่อนเสมอเช่นกัน



มวยไทยมาเนีย ออกกำลังกายแบบไทยสไตล์

มวยไทยถือเป็นศิลปะป้องกันตัวแขนงหนึ่งของคนไทย มาตั้งแต่สมัยยุคโบราณที่มีจุดประสงค์เพื่อเป็นศิลปะป้องกันซึ่งใช้ในยามสงครามเป็นหลัก แต่ปัจจุบันนี้ได้กลายมาเป็นกีฬาชนิดหนึ่งที่ได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะในหมู่นักกอล์ฟที่ชาวต่างชาติที่ชื่นชอบหลงใหลกีฬาชนิดนี้มาก ถึงขนาดเดินทางมาเรียนอย่างจริงจังและเข้าสู่สังเวียนชกมวยอย่างเป็นทางการเป็นเรื่องเป็นราว นอกจากนี้กีฬามวยไทยได้พัฒนาไปอีกขั้น โดยการชกมวยเพื่อจุดประสงค์ในการลดน้ำหนัก ไข้แล้วเรากำลังจะกล่าวถึง มวยไทยมาเนีย ศิลปะการป้องกันตัวที่มาพร้อมการฝึกเพื่อลดน้ำหนักไปด้วยในตัว นับเป็นธุรกิจใหม่ที่ดึงดูดความสนใจจากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ต้องการเรียนรู้ศิลปะมวยไทยและเพื่อการลดน้ำหนัก ทำให้กีฬาชกมวยเป็นกีฬาที่ไม่จำกัดอยู่แค่เพศชายแต่สามารถเข้าถึงกลุ่มหญิงสาวที่ต้องการลดน้ำหนักและที่สำคัญยังเพิ่มทักษะการชกมวยเพื่อใช้ในการป้องกันตัวเองได้อีกด้วย มวยไทยมาเนียคือ

อะไร? หลายคนอาจจะไม่ค่อยคุ้นหูนัก บทความนี้จึงขอรวบรวมรายละเอียดที่น่าสนใจของกีฬาชนิดนี้มาให้ศึกษากัน

มวยไทยมาเนียคืออะไร? มวยไทยมาเนียเป็นกีฬาชกมวยที่มีจุดประสงค์เพื่อการลดน้ำหนัก เพื่อตอบโจทย์คนรุ่นใหม่ที่ต้องการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพสามารถลดน้ำหนักได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงแต่ในขณะเดียวกันสามารถเรียนรู้ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทยแท้ที่มีการสืบทอดกันมาอย่างยาวนานไปด้วยในตัว จึงเกิดเป็นโรงเรียนสอนชกมวยเพื่อการลดน้ำหนักขึ้นภายใต้ชื่อ มวยไทยมาเนีย อคาเดมี (Muaythai Mania Academy) หรือเรียกสั้นๆว่า MTM ของ 3 นักธุรกิจไทยเป็นผู้ริเริ่มก่อตั้งขึ้น

มวยไทยมาเนียเกิดขึ้นได้จากคอนเซ็ปต์ที่ต้องการเปิดสอนมวยไทยเพื่อการลดน้ำหนัก เนื่องจากความต้องการของคนที่ต้องการชกมวยโดยเฉพาะในกลุ่มหญิงสาว ที่ส่วนใหญ่

มุ่งเน้นการออกกำลังกายเพื่อสุขภาพและได้ลดน้ำหนักไปในตัวด้วย มวยไทยมาเนียจึงได้ถือกำเนิดขึ้นจากความต้องการของตลาดเพื่อตอบโจทยความต้องการของคนรุ่นใหม่ได้อย่างตรงจุด จากการสำรวจทางด้านการตลาดของคุณ สุพจน์ ลีลาพิสุทธ์ เจ้าของโรงเรียนมวยไทยมาเนียแห่งแรกในประเทศไทย ที่ได้ศึกษาพบว่า 90 เปอร์เซ็นต์ของคนที่ต้องการชกมวยไทยก็เพื่อลดน้ำหนัก มีเพียงแค่ 10 เปอร์เซ็นต์ ที่ต้องการเรียนรู้เพื่อชกมวยไทยอย่างจริงจัง จึงได้เกิดเป็นหลักสูตรศาสตร์มวยไทยเพื่อการลดน้ำหนักแห่งแรกของประเทศไทย โดยนำวิทยาศาสตร์การกีฬาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกีฬาชกมวยที่ยังคงเอกลักษณ์ของมวยไทยเอาไว้อย่างกลมกลืน ซึ่งได้รับการสนับสนุนจากค่ายมวยชื่อดังของเมืองไทยซึ่งเป็นกูรูทางด้านกีฬาชกมวยมาให้ความรู้อย่างถูกต้อง ทั้งนี้หลักสูตรของที่นี่นอกจากจะสอนมวยไทยอย่างถูกต้องแล้ว ยังเน้นการลดน้ำหนักที่ได้ผลจริงอีกด้วย

จุดเด่นของมวยไทยมาเนีย ที่มวยไทยมาเนีย อคาเดมี่ จะมีหลักสูตรมวยไทยมาเนียเพื่อการลดน้ำหนัก แบ่งออกเป็นทั้งหมด 3 class มี 3 คลาส หลักๆคือ

- » General Class คือการสอนมวยไทยพื้นฐาน มี 8 รอบต่อวัน โดยรับคลาสละไม่เกิน 15 คนโดยเน้นสอนมวยไทยขั้นพื้นฐานและความสนุกสนานในการเรียนรู้
- » มาเนียคลาส เป็นที่เจาะลึกขึ้นมาอีกระดับหนึ่ง ในหนึ่งคลาสจะรับนักเรียนเพียงแค่ 5 คน สอนมวยไทยตั้งแต่ level 1 จนถึง 5 เป็นเทคนิคการชกมวยขั้นสูง
- » Private 1 ต่อ 1 สำหรับคนที่ต้องการความเป็นส่วนตัวที่ต้องการการดูแลอย่างใกล้ชิด ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้มีชื่อเสียง อย่างดารา นักแสดง หรือแม้กระทั่งเจ้าของกิจการต่างๆเป็นต้น

สำหรับมวยไทยมาเนีย ที่นี้ไม่เพียงแต่ตอบโจทยเรื่องการลดน้ำหนักเท่านั้น แต่จำเป็นต้องเรียนรู้การชกมวยไทยอย่างถูกต้องควบคู่ไปด้วย เรียกได้ว่าเป็นจุดเด่นที่สำคัญที่ทางโรงเรียนเลยก็ด้วย

จุดเด่นที่สำคัญของมวยไทยมาเนียอีกประการหนึ่งคือ การใช้วิทยาศาสตร์การกีฬาเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการชกมวย นั่นคือ การใช้รูปแบบของ Circuit Training ที่เป็นการ

ออกกำลังกายอย่างครบวงจรที่เน้นการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องทุกส่วนและความกระชับของกล้ามเนื้อไปด้วย ควบคู่ผสมผสานไปกับ HIIT Training หรือชื่อเต็มๆว่า High-Intensity Interval Training ที่เน้นการออกกำลังกายหนักและเบาสลับกันแต่ต่อเนื่องโดยใช้เวลาไม่นานเช่น 20-25 นาทีแต่สามารถเผาผลาญพลังงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ซึ่งรูปแบบการออกกำลังกายประเภทนี้ที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายคือ T25 นั่นเอง

เคล็ดลับความสำเร็จที่น่าสนใจของมวยไทยมาเนียคือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ถูกต้อง เนื่องจากโรงเรียนแห่งนี้ก่อตั้งมาเพื่อสอนมวยไทยในการลดน้ำหนักเป็นสำคัญ ดังนั้นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็จะเป็นกลุ่มคนที่ต้องการลดน้ำหนักและสนใจศิลปะการป้องกันตัวไปด้วย กลยุทธ์ที่สำคัญของที่นี่คือการทำการตลาดแบบ IMC (Integrated Marketing Communication) ซึ่งเป็นเครื่องมือทำการตลาดเพื่อการสื่อสารถึงกลุ่มผู้บริโภคอย่างครบวงจร โดยมวยไทยมาเนียเองจะเน้นการทำการตลาดผ่านสื่อออนไลน์เป็นหลักร่วมกับการทำโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดใจลูกค้า และนอกเหนือจากนี้ก็ยังใช้กลยุทธ์การเป็นสปอนเซอร์ให้กับเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการลดน้ำหนัก บุคคลที่มีชื่อเสียงที่สามารถเป็น Idol หรือเป็นแรงบันดาลใจ (Inspiration) ให้กับคนอื่น ๆ อยู่แล้ว หรือแม้กระทั่งรายการที่เกี่ยวข้องกับการลดน้ำหนักและรายการเพื่อสุขภาพเป็นต้น โดยเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในสุขภาพ ไม่ว่าจะเป็นพนักงานออฟฟิศ ทั้งผู้หญิงผู้ชาย ดารา นางแบบ นักร้อง บุคคลทั่วไป

ปัญหาและอุปสรรค ธุรกิจนี้ถือเป็นธุรกิจบริการที่ต้องข้องเกี่ยวกับการคนอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นปัญหาหลักๆ จึงมาจากการทำงานกับคน ทำอย่างไรจึงจะทำให้พนักงานซึ่งเป็นบุคลากรที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจทำงานอย่างมีความสุขได้ เมื่อพนักงานทำงานอย่างมีความสุขแล้ว การดูแลเอาใจใส่ลูกค้าก็จะทำได้ดีและสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ เมื่อลูกค้าพอใจและประสบผลสำเร็จในการลดน้ำหนักได้ เมื่อนั้นลูกค้าก็จะไม่หายไปไหน เกิดเป็นลูกค้าประจำที่มาใช้บริการอย่างต่อเนื่องและอาจเป็นส่วนสำคัญในการดึงลูกค้าใหม่ๆ ให้หันมาสนใจการออกกำลังกายแบบใหม่ได้อีกด้วย เพราะฉะนั้นอุปสรรคของธุรกิจนี้จึงแก้ไขได้ไม่ยากเย็นอะไรหากผู้บริหารใส่ใจทั้งคนในองค์กรและนอกองค์กรนั่นก็คือลูกค้าเป็นอย่างดีนั่นเอง



เป้าหมายของโรงเรียนมวยไทยมาเนียบในอนาคตคือ การขยายสาขาให้ครบ 5 สาขาภายใน 3 ปี โดยมีกลยุทธ์ที่สำคัญคือการทำการตลาดอย่างชัดเจน มุ่งเน้นการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยไม่ลืมใส่ใจเรื่องบริการที่ตอบโจทย์ลูกค้าได้อย่างตรงจุดเสมอด้วยหลักสูตรที่มีการศึกษาคิดค้นอย่างจริงจัง นอกเหนือจากนี้ยังเน้นการดูแลลูกค้าอย่างใกล้ชิดและนำเสนอโปรโมชั่นใหม่ๆ ที่ดึงดูดใจ ตลอดจนการพัฒนาและฝึกอบรมครูมวยให้มีความรู้ความเข้าใจในวิทยาศาสตร์การกีฬาอยู่อย่างสม่ำเสมอ และที่สำคัญคือมุ่งเน้นการออกแบบหลักสูตรใหม่ๆ และดัดแปลงหลักสูตรให้เหมาะสมมากขึ้นเรียกได้ว่ามีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและไม่หยุดนิ่งเลยทีเดียว

ความน่าสนใจของโรงเรียนสอนชกมวยเพื่อลดน้ำหนักอย่างมวยไทยมาเนียบ อคาเดมี คือที่นี่มีการใส่ใจพนักงานเป็นอย่างดี เพื่อปรับทัศนคติของพนักงานโดยเฉพาะครูมวยที่ต้องเป็นคนสอนลูกค้า โดยให้ความรู้ความเข้าใจ

ทิศทางของโรงเรียนว่าต้องการให้ออกมาในรูปแบบไหน และมุ่งเน้นให้พนักงานมีความสุขในการทำงานด้วยการฝึกอบรมและสอบถามถึงปัญหาที่ครูมวยจะต้องพบเจอเพื่อจะให้ได้ช่วยกันแก้ปัญหา เพราะเมื่อไหร่ที่พนักงานมีความสุขแล้วการบริการที่ออกมาจากใจจะทำให้ลูกค้ามีความสุขและอยากกลับมาเรียนซ้ำเรื่อยๆ นับเป็นแนวคิดที่น่าสนใจเลยทีเดียว

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ Key success factor ของมวยไทยมาเนียบ คือ ต้องรู้จักความต้องการของลูกค้าเป็นอย่างดี เพราะเมื่อไหร่ที่ลูกค้าได้รับความพึงพอใจว่าจะเป็นเรื่องความประสบความสำเร็จในการลดน้ำหนักหรือบริการแล้วลูกค้าจะเป็นคนที่ทำให้ธุรกิจดำเนินต่อไปได้อย่างยั่งยืน และที่สำคัญคือต้องไม่ลืมพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่อง ตลาดผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาเมื่อไหร่ที่ธุรกิจหยุดพัฒนานั้นหมายถึงเราไม่สามารถทันต่อความต้องการของลูกค้าได้เลย

จะเห็นได้ว่ามวยไทยมาเนียบ เป็นอีกหนึ่งรูปแบบธุรกิจหนึ่งที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจในสุขภาพได้อย่างไม่น่าเชื่อ เนื่องจากกีฬาชนิดนี้นอกจากจะทำให้ผู้ที่รับการฝึกจะได้ศิลปะการชกมวยไทยอย่างถูกต้องโดยครูมวยที่มีความเชี่ยวชาญตัวจริงที่คลุกคลีอยู่ในวงการมวยมาอย่างโชกโชกแล้ว ยังสามารถลดน้ำหนักได้อย่างเห็นผลได้จริงในระยะเวลาที่รวดเร็วอีกด้วย เนื่องจากการผสมผสานรูปแบบการชกมวยเข้ากับวิทยาศาสตร์การกีฬาที่มุ่งเน้นการออกกำลังกายอย่างครบวงจร อย่าง Circuit Training และ HIIT หรือ High-Intensity Interval Training ที่มุ่งเน้นทั้งการกระชับสัดส่วนและเผาผลาญพลังงานได้อย่างรวดเร็ว นับเป็นศาสตร์การกีฬารูปแบบใหม่ที่ทั้งได้ความสนุกในการชกมวยได้ศิลปะการป้องกันตัวแล้วยังได้ลดน้ำหนักไปในตัวได้อีกด้วย เรียกได้ว่าได้ครบทั้งสุขภาพและความตื่นเต้นแถมยังอุ่นใจได้ว่าหากมีเหตุร้ายเกิดขึ้นเราจะสามารถนำวิชาความรู้เหล่านี้มาป้องกันตัวเองเบื้องต้นได้อีกด้วยหากใครที่กำลังมองหาการออกกำลังกายรูปแบบใหม่ ๆ มวยไทยมาเนียบน่าจะเป็นกีฬาที่ตอบโจทย์การรักสุขภาพได้อย่างไม่ยาก



ธุรกิจขายเสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬาที่เข้ากับเทรนด์รักสุขภาพ

หากเราจะพูดถึงเทรนด์รักสุขภาพนั้น มันสามารถอธิบายได้มากมายหลากหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็น การควบคุมอาหาร การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมและการออกกำลังกาย การรักษาสุขภาพโดยการควบคุมอาหารนั้นคือการที่เราเลือกรับประทานแต่อาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย อาทิเช่น รับประทานอาหารจำพวกผักสด ผลไม้สดตามฤดูกาล งดแป้ง ของหวาน ของมัน อาหารรสจัด เพื่อที่ร่างกายของเราจะได้ไม่ทำงานหนักเกินไปในการย่อยหรือการแยกสารอาหารต่างๆ นั่นเองการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมต่างๆ ก็เป็นสิ่งสำคัญเช่นกัน อาทิเช่น การกิน การพักผ่อนหรือการใช้ร่างกาย สิ่งต่างๆ ที่กล่าวมานี้จะมีความสอดคล้องกัน ซึ่งจะมีผลโดยตรงกับสุขภาพของคนคนนั้น แต่หากอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญและง่ายต่อการดูแลสุขภาพที่ดีก็คือการออกกำลังกายนั่นเอง เราจะไม่น่าอาจปฏิเสธได้ว่าเทรนด์รักสุขภาพโดยการออกกำลังกาย ณ ตอนนี้มีกระแสที่แรงมาก ในที่นี้หมายถึงคนทุกเพศทุกวัยสามารถเลือกประเภทของกีฬาที่หลากหลายในการออกกำลังกายได้ไม่ว่าจะเป็นการปั่นจักรยาน วิ่ง กอล์ฟ แบดมินตัน เทนนิส ฟุตบอล วอลเลย์บอล ชกมวยหรือแม้กระทั่งกีฬาในร่มอย่าง ฟิตเนส เป็นต้น

การที่หากผู้คนหันมากำลังกายกันมากขึ้นก็จะส่งผลโดยตรงต่อการค้าขายเสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬาเพิ่มขึ้นด้วย เพราะจะก่อให้เกิดโอกาสและช่องทางในธุรกิจให้เพิ่มขึ้นตามไปด้วย นั่นเพราะว่าถ้าเป็นเมื่อก่อนเราจะเห็นได้ว่ามากกว่า 90% จะเป็นผู้ชายที่สนใจออกกำลังกายเสียเป็นส่วนใหญ่ในขณะที่ผู้หญิงจะมีน้อย แต่เดี๋ยวนี้ผู้หญิงเป็นจำนวนมากที่หันมาออกกำลังกายกันมากขึ้น และแน่นอนว่าเสื้อผ้า รองเท้าและอุปกรณ์กีฬาต่างๆ ก็จะสามารถเพิ่มยอดขายขึ้นไปด้วยเป็นเงาตามตัว

แต่มันก็ไม่ได้ง่ายเสมอไปในการที่เราจะขายสินค้าได้ดีในช่วงเวลาเฉพาะที่มีกระแส เพราะว่าเมื่อมีกระแสเกิดขึ้นแข่งขันก็จะสูงขึ้นตามไปด้วย ไม่ว่าจะเป็นรายเก่าที่ขายกันมาอย่างยาวนานหรือแม้กระทั่งธุรกิจรายใหม่ก็พร้อมที่จะออกมาแข่งขันทางธุรกิจกันมากขึ้น ดังนั้นหากเราต้องการที่จะอยู่รอดและทำยอดขายได้ดีแล้วนั้น เราจะต้องการมีวางแผนการทำธุรกิจเป็นอย่างดีให้รัดกุมก่อนที่จะสายเกินไปซึ่งการวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ในการดำเนินงานนั้นก็ไม่ได้ยากอะไร เราสามารถจำแนกออกได้เป็น 4 หลักสำคัญๆ คือ สินค้า การทำการตลาด

กลุ่มเป้าหมายและการบริการ ทั้ง 4 ปัจจัยที่กล่าวมานี้ล้วนมีความสัมพันธ์กัน โดยที่เราไม่สามารถขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งออกไปได้เลย

ปัจจัยแรก คือ สินค้า สินค้าในที่นี้คือคุณภาพของสินค้านั้นเอง ปัจจัยนี้สำคัญมากเพราะจะเป็นตัวช่วยบ่งชี้ว่าทิศทางในการดำเนินการของเราจะมุ่งเน้นไปที่ราคาและกลุ่มเป้าหมายไหน ตัวอย่างเช่นหากเราต้องการที่จะเจาะกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียม เราจะต้องผลิตสินค้าให้มีคุณภาพและมีความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งกลุ่มสินค้าประเภทนี้จะมีต้นทุนทางการผลิตของเราสูงขึ้น แต่มันก็สามารถแลกมากับราคาขายที่สูงขึ้นได้ด้วยเช่นกัน แต่ถ้าเราต้องการเจาะกลุ่มลูกค้าระดับกลางถึงล่างก็จะตรงกันข้ามกันโดยการลดต้นทุนและคุณภาพของสินค้าลงไปและราคาก็จะผันแปรไปตามต้นทุนและคุณภาพนั้นๆ แต่ไม่ว่าเราจะเจาะกลุ่มลูกค้าระดับไหนก็ตาม เราจะต้องคงความเป็นเอกลักษณ์เอาไว้ หลักๆ ก็คือหากเป็นเสื้อผ้าก็ต้องเป็นเนื้อผ้าที่ดี นุ่มสบาย ระบายความร้อนได้ดี ส่วนรองเท้าก็ต้องรองรับน้ำหนัก การกระแทกและการเสียดทานได้ดี ส่วนสินค้าจำพวกอุปกรณ์กีฬา เราสามารถที่จะผลิตออกมาเองหรือจะเป็นการนำเข้ามาจากประเทศเพื่อนบ้านต่างๆ เช่น ประเทศจีน ประเทศเวียดนาม ซึ่งมันขึ้นอยู่กับว่าเราต้องการที่จะเน้นขายกีฬาชนิดเดียวไปเลยหรือจะเป็นศิลปะกีฬาทั่วไปก็ขึ้นอยู่กับความถนัดและความพอใจของผู้ขายสินค้า

ปัจจัยที่สอง คือ การตลาด การทำการตลาดนั้นเป็นสิ่งสำคัญมากเพราะจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักมากขึ้น และยังสามารถช่วยยกระดับยอดขายได้อีกด้วย การที่เราจะนำสินค้าให้เป็นที่รู้จักนั้นแน่นอนว่าตอนนี้ต้องมุ่งเน้นไปที่สื่อออนไลน์ต่างๆ เพราะว่าสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยง่าย รวดเร็วและประหยัดต้นทุนในการโปรโมทสินค้า แต่เราก็ต้องคำนึงถึงว่าเราควรที่จะลงในสื่อโฆษณาต่างๆ ควบคู่กันไปด้วยเพราะว่าไม่ใช่ลูกค้าทุกคนที่จะเสพยาออนไลน์เพียงอย่างเดียว ดังนั้นจำพวกสื่อสิ่งตีพิมพ์ การออกบูทหรืออีเวนท์งานต่างๆ ก็เป็นการช่วยสร้างแบรนด์สินค้าของเราให้เป็นที่รู้จักได้เช่นเดียวกัน โดยหลังจากที่เราเลือกสื่อในการทำการตลาดของสินค้าได้แล้วเราก็จำเป็นต้องคิดโปรโมชันหรือกิจกรรมต่างๆ เพื่อที่จะใช้เป็นการกระตุ้นยอดขายด้วยนั่นเอง อาจจะเป็นโปรโมชันส่วนลดหรือซื้อหนึ่งแถมหนึ่งเป็นต้น

หลังจากที่เราสามารถเลือกทั้งสินค้าและการทำการตลาดที่เราจะขายได้แล้ว ปัจจัยต่อไปที่หนีไม่พ้นก็คือการเลือกกลุ่มเป้าหมายนั่นเอง การเลือกกลุ่มเป้าหมายนั้นมีความสำคัญอย่างยิ่งไม่แพ้กับปัจจัยอื่นๆ เพราะว่ามันจะเป็นเครื่องมือที่ชี้วัดว่าธุรกิจของเรานั้นจะมุ่งเน้นไปที่กลุ่มลูกค้า

ระดับไหน ก็พาประเภทอะไร ยกตัวอย่างเช่น หากเราต้องการที่จะขายรองเท้ากีฬาไม่ใช่ว่าเราทำรองเท้ากีฬาแบบเดียวจะสามารถใช้ได้กับทุกกีฬา ทุกเพศทุกวัย เพราะว่าประเภทของกีฬา อายุและสรีระของนักกีฬาย่อมมีผลต่อการเลือกซื้อสินค้านั้นเอง ตัวอย่างเช่น รองเท้าวิ่งก็จะเน้นไปที่รองรับการกระแทกซึ่งมีผลทำให้ข้อต่อต่างๆ ของร่างกายไม่อักเสบ รองเท้าฟุตบอลก็ต้องเน้นไปที่การเกาะสนามไม่ลื่นระหว่างวิ่ง เป็นต้น อีกทั้งหากเราเลือกกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน มันก็จะง่ายต่อการทำการตลาด วางแผนกลยุทธ์ การควบคุมรายจ่ายระหว่างการผลิตต่างๆ ได้อย่างดีมีประสิทธิภาพอีกด้วย



ปัจจัยสุดท้าย คือ การบริการ การบริการนี้ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญลำดับต้นๆ ของการทำธุรกิจค้าขายเลยก็ว่าได้ เพราะจะต้องติดต่อกับลูกค้าโดยตรงเพราะว่าเสื้อผ้า รองเท้า และอุปกรณ์กีฬาต่างๆ นั้นจะต้องมีการทดลองก่อนที่ลูกค้าจะตัดสินใจซื้อเพราะว่าเนื่องจากมีคู่แข่งรายอื่นให้ลูกค้าซื้อ และต้องดูว่าอุปกรณ์สินค้าที่เราจะมีจะเหมาะสมกับลูกค้าคนคนนั้นหรือไม่ด้วย การบริการจะมาช่วยเชื่อมต่อระหว่างความพึงพอใจของลูกค้ากับสินค้าของเรา และยังช่วยเพิ่มความเข้าใจในสินค้าของเราเพื่อช่วยในการตัดสินใจได้อีกด้วย ตัวอย่างเช่น หากลูกค้าไม่สามารถที่จะเลือกสินค้าของเราได้ไม่ว่าด้วยเหตุผลอะไรก็ตาม การบริการที่ดีอาจจะช่วยทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้านั้นของเราได้ง่ายขึ้น หรือแม้กระทั่งสามารถแนะนำลูกค้าคนอื่นมาซื้อสินค้าของเราด้วยก็เป็นได้ อีกตัวอย่างหนึ่งที่เห็นได้ชัดคือหากว่าลูกค้าสนใจซื้อรองเท้าเพราะว่าสวยงามแต่ไม่มีขนาดที่พอดีกับลูกค้า เราอาจจะสามารถแนะนำสินค้าทางเลือกหรือสินค้าที่เหมาะสมกับสรีระของลูกค้าคนนั้นก็เป็นได้ ดังนั้นการบริการก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้สำหรับการขายสินค้าและอุปกรณ์กีฬาต่างๆ



ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งในการทำธุรกิจเกี่ยวกับกีฬาทุกประเภทโดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นธุรกิจที่ตามเทรนด์ ณ เวลานั้นๆ ซึ่งจะเต็มไปด้วยความท้าทายคู่แข่งทั้งหน้าเก่าและหน้าใหม่ที่พร้อมจะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด หากเราต้องการอยู่รอดในสถานการณ์ลักษณะแบบนี้แล้ว เราจะต้องนำทุกๆ ปัจจัยที่กล่าวมาคิดวิเคราะห์ให้อย่างละเอียดถี่ถ้วนเพื่อที่จะสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างมี

ประสิทธิภาพนั่นเอง ทั้งนี้หากคุณต้องการที่จะทำธุรกิจประเภทนี้แต่ยังไม่รู้ว่าจะเริ่มจากอะไรดี เพราะอุปกรณ์แต่ละชิ้น แต่ละกีฬามีรายละเอียดปลีกย่อยไม่ซ้ำกันซึ่งยากสำหรับมือใหม่ ดังนั้นเราขอแนะนำว่าให้เริ่มจากสินค้าที่ทำไต่ไม่ยาก นั่นก็คือพวกเสื้อผ้า ทางเกงกีฬา เพราะว่าสินค้าชนิดนี้ไม่ได้มีความต้องการพิเศษและยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกกีฬา เพียงแค่เราต้องทำคุณภาพออกมาได้ดีในระดับหนึ่ง อาทิเช่น เนื้อผ้าที่มีใส่สบายไม่อึดอัด อีกทั้งยังสามารถซับเหงื่อและระบายความร้อนได้ดี เพียงแค่เราสามารถรักษาคุณสมบัติแบบนี้ได้ มันก็ไม่ยากที่จะนำไปต่อยอดสินค้าต่อไปได้

ในท้ายที่สุดหากเราต้องการที่จะทำธุรกิจเกี่ยวกับกีฬาเพื่อที่จะตอบรับเทรนด์ดูแลสุขภาพ หรือเราต้องการที่จะทำธุรกิจตามกระแส ณ เวลานั้นให้ประสบความสำเร็จแล้วเราจำเป็นต้องใส่ใจในทุกรายละเอียดของการดำเนินงานในธุรกิจทุกขั้นตอนตั้งแต่เลือกประเภทของสินค้าที่เราจะนำมาขาย ประเภทของกีฬาที่เราจะนำมาเป็นจุดขายของเรา การทำการตลาดทั้งระยะสั้นและยาวเพื่อธุรกิจที่ยั่งยืน การเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไม่ว่าจะเป็น เพศ อายุและกลุ่มจำแนกตามรายได้ รวมไปถึงการมีบริการที่ดีเพื่อที่จะสามารถมัดใจลูกค้าให้ซื้อสินค้าของเรา รวมไปถึงบอกต่อหากเราสามารถวางแผนการดำเนินธุรกิจได้รัดกุมและครบถ้วนทั้งหมดตามที่ได้กล่าวมาข้างต้นนี้แล้ว ธุรกิจที่เราเลือกที่จะลงทุนทำก็จะสามารถดำเนินต่อไปได้อย่างมั่นคง ยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะอยู่ในสถานการณ์ปกติและธุรกิจตามกระแสต่างๆ รวมไปถึงสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงก็เช่นเดียวกัน

ธุรกิจก่อสร้าง



อสังหาริมทรัพย์พาววย

ช่วงไม่กี่สัปดาห์ที่ผ่านมาการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ มีผู้ประกอบการหลายเจ้าที่เข้ามาลงทุนและประสบความสำเร็จค่อนข้างมาก เพราะถือว่าเป็นการลงทุนที่ได้รับผลตอบแทนที่คุ้มค่า ในปัจจุบันประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่ AEC ซึ่งถือว่าเป็นพลวัติต่อการทำธุรกิจค่อนข้างมาก เพราะหลายธุรกิจที่มีการส่งสินค้าออกต่างประเทศได้รับการยกเว้นภาษี ทำให้เจ้าของกิจการได้รับผลกำไรมากขึ้นและสามารถที่จะขยายฐานเศรษฐกิจให้เติบโตได้ต่อไปอีก ซึ่งอุตสาหกรรมก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์ก็เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมทำเงินที่ได้รับผลดีจากการก้าวเข้าสู่ AEC ของประเทศไทย เนื่องจากมีความเสถียรด้านแรงงานมากยิ่งขึ้น จากเดิมที่ค่อนข้างมีปัญหาเรื่องของแรงงานก็สามารถรับแรงงานชาวต่างชาติมาทำงานได้อย่างถูกกฎหมาย เพิ่มปริมาณงานได้มากขึ้น และเป็น การขยายการก่อสร้างออกไปได้ในขอบเขตที่ใหญ่ขึ้น นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมให้เกิดอาชีพอื่นอีกหลายอาชีพ เช่น อาชีพ จัดหาแรงงาน อาชีพขนส่งสินค้า และอื่นๆ ถือเป็นกระจาย รายได้และสร้างอาชีพได้มากมายอีกด้วย

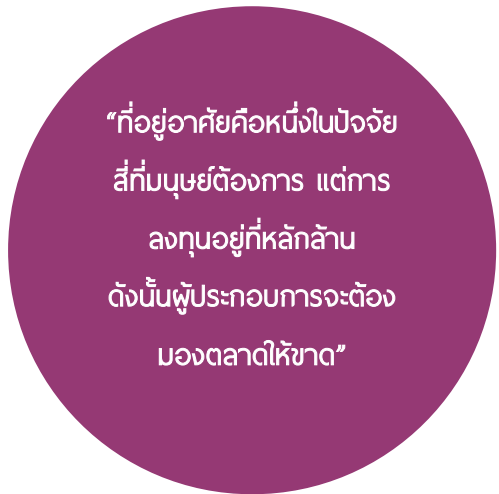
ในปัจจุบันการทำธุรกิจอสังหาริมทรัพย์จะเป็นธุรกิจหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้อย่างงามให้กับผู้ประกอบการ เนื่องจากเรื่องที่อยู่อาศัยคือหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์ต้องการ ดังนั้นการสร้างที่พักอาศัยเพื่อจำหน่ายหรือให้เช่าจึงเป็นหนึ่งในธุรกิจที่น่าลงทุน โดยจากผลการสำรวจในประเทศไทยในปี 2556 พบว่า อัตราการสร้างที่พักประเภทคอนโดมิเนียมจะอยู่ที่ 47 % ต่อปี บ้านเดี่ยว 30 % บ้านเดี่ยว 10% และทาวเฮาส์ 11 % ต่อปี นั้นหมายความว่าอัตราความต้องการจะมีที่อยู่ค่อนข้างมาก ผู้ที่ต้องการที่อยู่อาศัยค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ที่มีความแออัดค่อนข้างสูง เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น การเลือกที่อยู่อาศัยประเภท อพาร์ทเมนต์ คอนโดก็จะมีสูง ทำให้ใครที่เป็นเจ้าของธุรกิจประเภทนี้ก็จะ มีโอกาสประสบความสำเร็จไปด้วยเช่นกัน ซึ่งกรณีศึกษาผู้ที่ ประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจประเภทอสังหาริมทรัพย์ คุณ สุวิจักขณ์ ศรีอารีย์ ที่เริ่มต้นจากคนที่ไม่มั่งคั่งจนปัจจุบันเป็นหนึ่งในนักธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ที่ประสบความสำเร็จมียาได้สูง ต่อปี

หลายคนคิดว่าการทำธุรกิจก่อสร้างประเภท อสังหาริมทรัพย์จะมีการเริ่มต้นที่ค่อนข้างสูง เพราะการ ก่อสร้างค่อนข้างแพง แต่สำหรับคุณสุวิจักขณ์ สามารถ เริ่มต้นจากศูนย์ จนในปัจจุบันมีรายได้กว่าร้อยล้านบาทต่อปี ปัจจุบันดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการบริษัท แอสซิสเอนส์ จำกัด บริษัทรับสร้างบ้านที่มีชื่อเสียงติดอันดับประเทศไทย เขา เล่าว่าเริ่มแรกตัวเองเริ่มจากคนที่ไม่มีอะไรเลย สมัยเด็กๆ พ่อ แม่แยกทางกันตัวเองต้องอยู่กับแม่ที่มีอาชีพเป็นกรรมกร และ ได้รับการเลี้ยงดูจากยาย เขาเกือบที่จะไม่ได้เรียนหนังสือเพราะ แม่ไม่มีเงิน แต่ด้วยความมุ่งมั่นทำให้เขาสามารถส่งตัวเอง เรียนจนจบได้ เมื่อเรียนจบทำงานก็มีคนรู้จักได้สร้างแรงบันดาลใจให้กับตัวเองด้วยการอ่านหนังสือ “พ่อรวยสอนลูก” จนเกิด แรงบันดาลใจ เริ่มแรกเขากลับไปอยู่ที่บ้านจังหวัดนครสวรรค์ จากนั้นก็หางานทำแล้วเก็บข้อมูล ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจไปเรื่อยๆ แล้วก้าวเข้ามาเริ่มทำธุรกิจตัวแรกด้วยการอยากเป็นนายหน้า ขายรถและบ้านด้วยการชวนเพื่อนมาลงทุน แต่เพื่อนไม่เห็น ด้วยเพราะกลัวความไม่แน่นอนจากนั้นเขาก็ค่อยๆ เริ่ม ดำเนินการด้วยตัวเองซึ่งก้าวแรกในการทำงานคือ เขาเริ่ม โครงการสร้างบ้านหลังแรกเพื่อที่จะขาย ขณะนั้นก็ยังไม่มี เงินทุนเพียงพอในการก่อสร้างจึงยื่นเรื่องกู้กับธนาคารแต่ก็ไม่ ผ่านเนื่องจาก Statement ไม่เป็นไปตามที่ธนาคารกำหนดทำให้ เขาต้องกลับมายื่นเรื่องใหม่อีกครั้งจนสำเร็จ และรีบดำเนินการ สร้างบ้านหลังแรกให้เสร็จด้วยเงินลงทุนไปที่ประมาณ 1,500,000 บาท และเขาขายในราคา 1,900,000 บาท ถือว่า เป็นการเริ่มต้นได้ดีด้วยดี จากนั้นทำให้มีโครงการอื่นๆ พุดขึ้นมา เรื่อยๆ มีลูกค้าเสนองานมาให้ไปสร้างบ้านอยู่หลายเจ้าถือว่า ธุรกิจกำลังดำเนินไปได้ได้อย่างสวยงาม

แต่ปัญหาในการทำธุรกิจเริ่มเกิดขึ้น คือ เจ้าของบ้าน ไม่จ่ายค่าสร้างบ้านในบางส่วน ทำให้เกิดปัญหาเรื่องสภาพ คล่อง จนเขาเกิดความเครียดและไม่สามารถทำอะไรต่อได้และ เป็นช่วงเวลาพอดีกับที่ชีวิตครอบครัวเริ่มมีปัญหาเพราะคุณ พ่อเสียชีวิต ทำให้ทางคุณสุวิจักขณ์ เครียดมากกว่าเดิม จน ต้องพักและตั้งสติ จากนั้นเมื่อรู้สึกดีขึ้นเขาก็เริ่มมีงานเข้ามาอีก แล้วก็ค่อยๆ มาเรื่อยๆ จนดีขึ้นโดยในการทำงานของเขานั้นจะ ยึดหลักว่า หากต้องทำงานสิ่งใดสิ่งหนึ่งเขาเองจะต้องรู้ในสิ่งที่ ทำก่อน ซึ่งองค์ความรู้ที่ต่องมีนั้นจะต้องเพียงพอ สามารถที่ จะตอบคำถามของตัวเองและผู้อื่นได้ ประสบการณ์ในการ

ทำงานก็เช่นกันที่สำคัญ เขาจึงค่อยๆ เริ่มต้นใหม่และทำได้ เรื่อยมา แล้วเรื่องที่เคยประสบปัญหาที่จะค่อยๆ คลี่คลายขึ้น เรื่อยๆ ชีวิตเขาก็เริ่มดีขึ้นเรื่อยๆ จนถึงทุกวันนี้ที่ธุรกิจของ เด็บโตไปได้ไกลจากคนที่มือเงินรอนวันนี้ที่เขาประสบความสำเร็จ และได้รับการยอมรับ

ในเรื่องของการทำธุรกิจก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ นั้นถือว่าเป็นการทำธุรกิจที่มีผลประโยชน์ที่ดี และมีความ น่าสนใจซึ่งกว่าที่คุณสุวิจักขณ์ จะทำและประสบความสำเร็จมา ได้ นั้น เส้นทางของเขาไม่ง่ายเลย เขาได้เล่าว่าเรื่องพลังผลักดัน ที่ทำให้เขามีแรงคือหลักการคิดที่ไม่ว่าจะคิดหรือทำอะไรต้องคิด ใหญ่ใหญ่ไปเลย เพื่อที่จะได้กล้าทำและทำให้ประสบความสำเร็จเขา มีความเชื่อในตัวเองว่าเขานั้นสามารถที่จะทำให้ตัวเองเป็นหนึ่งใน ผู้ที่ประสบความสำเร็จได้แล้วเขาค่อยๆ ที่จะออกแบบการ ทำงานค่อยๆ ทำให้มันเป็นจริงขึ้นมาได้ จากประสบการณ์ที่เล่า เขาสามารถประสบความสำเร็จได้ภายใน 5 ปี ถือว่าเป็น ระยะเวลาที่ค่อนข้างสั้น สำหรับผู้ที่ประกอบอาชีพประเภทนี้



และจากความสำเร็จของคุณสุวิจักขณ์ สิ่งหนึ่งที่ทำให้เราได้ข้อคิดในเรื่องการทำธุรกิจประเภทนี้คือ การเริ่มต้นนั้นไม่ จำเป็นที่จะต้องเงินทุนมากเสมอแต่เมื่อกล้าที่จะทำคุณก็จะทำมัน ออกมาได้และได้ดี ยิ่งตอนนี้ที่ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ AEC การ ขยายตัวของธุรกิจนี้มีแนวโน้มไปได้ไกล หากบริษัทไหนทำให้งาน ออกมาดีและมีคุณภาพก็จะมีงานเข้ามาเรื่อยๆ เพราะในสมัยนี้ ผู้คนจะนิยมแต่งบ้าน ปรับปรุงบ้านอยู่เสมอ การรับออกแบบ ตกแต่งภายใน การต่อเติม หรือสร้าง จึงมีแนวโน้มเติบโตไปได้

อีก ทั้งนี้หากมีการขยายเครือข่ายงานก็สามารถที่จะขยาย ตลาดออกไปสู่ประเทศ AEC ได้อีกด้วย เป็นการเพิ่มช่องทางที่ดี ให้กับเจ้าของได้และที่น่าสนใจคือในช่วงนี้ที่ทางรัฐบาลที่มี นโยบายในการสร้างที่อยู่อาศัยในราคาที่ถูกลง ก็จะเป็นผลดีต่อ ธุรกิจนี้ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการก่อสร้าง การต่อเติม ที่เจ้าของ บ้านจะต้องใช้บริการเพื่อที่จะช่วยให้บ้านนั้นดูน่าอยู่มากยิ่งขึ้น



แนวโน้มในการทำธุรกิจลักษณะนี้ โอกาสที่จะเป็นไปได้ จะมีน้อยเพราะหลายคนมองว่า การทำอสังหาริมทรัพย์จะต้อง มีงบลงทุนอย่างน้อยคือหลักล้านบาท แต่เมื่อเริ่มทำน้อยๆ ก็สามารถที่จะเริ่มต้นทำได้ดังตัวอย่างที่กล่าวมา เพราะคุณสุ วิจักขณ์ ใช้เงินลงทุนก้อนแรกไปไม่มาก แต่สามารถสร้างความสำเร็จได้อย่างยั่งยืน ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีเพราะในอนาคต

เรื่องของการก่อสร้างไม่ว่าจะเป็นบ้านที่อยู่อาศัย หรือคอนโด โรงแรม และสิ่งก่อสร้างอื่น จะมีความต้องการมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในหัวเมืองใหญ่ๆ เพราะว่ามีอัตราการย้ายเข้ามา ทำงานของคนเป็นจำนวนมาก ความต้องการในด้านที่อยู่ อาศัยก็จะเพิ่มขึ้น ยิ่งในปัจจุบันที่คนในสมัยนี้นิยมอยู่อาศัยกัน แบบครอบครัวเล็กๆ ทำให้อสังหาริมทรัพย์ประเภท คอนโดมีเนียมมีความต้องการสูง เมื่อซื้อมาแล้วส่วนใหญ่อะไรก็ การขอตกแต่งห้องเพิ่มก็สามารถใช้บริการเจ้าของโครงการได้ โอกาสที่จะเติบโตและขยายออกไปได้ก็มีมาก

สมัยนี้การทำธุรกิจอะไรก็ตามหากเจ้าของธุรกิจมีความคิดที่ดี และมีความคิดริเริ่ม ทุกอย่างก็จะมีโอกาสประสบความสำเร็จได้แต่หากเพียงแค่คิดก็อาจจะไม่สำเร็จดังที่คุณ สุ วิจักขณ์ บอกไว้ว่า เขาเริ่มคิดใหญ่ๆแล้วค่อยๆ ทำให้เป็นจริงทีละstep จนกระทั่งมีวันนี้ ที่สำคัญพวกธุรกิจก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ที่เราเห็นในทุกวันนี้ ถือว่าค่อนข้างไปได้ดีเพราะ ที่อยู่อาศัยจะต้องมีการสร้าง ปรับปรุง ต่อเติมไปเรื่อยๆ ไม่ว่าจะในอนาคตข้างหน้า คุณสุวิจักขณ์ อาจจะมีการขยายการ ก่อสร้างออกไปยังประเทศเพื่อนบ้านและอาจมีการขยายงาน ก่อสร้างไปให้กว้างขึ้นไปอีก เช่น การสร้างห้างสรรพสินค้า สร้างโรงแรม ร้านอาหาร เป็นต้น เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ใครๆ ก็ สามารถทำได้และมีโอกาสเติบโตได้อย่างแน่นอน



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจก่อสร้างเมื่อไทยเข้าสู่ AEC

จากการที่ประเทศในกลุ่มอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ อันได้แก่ ไทย เวียดนาม กัมพูชา เมียนมาร์ ลาว อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไน และมาเลเซีย ได้ก้าวเข้าสู่ Asian Economy Community หรือ AEC อย่างเต็มตัวเมื่อปลายปี 2558 ที่ผ่านมาซึ่งเป็นการรวมตัวกันทางเศรษฐกิจเพื่อจุดประสงค์อันเป็นหนึ่งเดียวกันทางด้านการผลิตและเปิดเสรีทางการค้าการบริการและการเคลื่อนย้ายแรงงานฝีมืออย่างเสรีอย่างเต็มตัว ก่อให้เกิดผลกระทบต่อธุรกิจด้านต่างๆ ของไทยอย่างมากมายทั้งในแง่บวกและลบหลายอุตสาหกรรมได้รับผลกระทบในด้านลบที่ต้องเตรียมพร้อมรับมือปรับกลยุทธ์เพื่อเอาตัวรอดให้ทันวันแม้กระทั่งธุรกิจก่อสร้างที่ได้รับผลกระทบไปด้วยเช่นกันแต่จะเป็นผลกระทบในแง่บวกที่มาพร้อมโอกาสในการเติบโตและขยายตัวต่อไปได้

อุตสาหกรรมก่อสร้างนับเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญของนานาประเทศเนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมพื้นฐานที่จะขับเคลื่อนประเทศให้มีการพัฒนาก้าวล้ำไปตามยุคสมัยก่อให้เกิดความเจริญก้าวหน้าและเกิดการเชื่อมโยงให้อุตสาหกรรมอื่นๆ ให้เกิดการจ้างงานในหลายๆ อุตสาหกรรมเช่น การขนส่ง การผลิต การเงินการธนาคาร เป็นการกระจายรายได้ที่เชื่อมโยงอย่างเป็นวงจร

โอกาสของธุรกิจก่อสร้างเมื่อประเทศเข้าสู่ AEC นับเป็นโอกาสที่ดีของธุรกิจนี้ที่ได้รับผลกระทบในแง่บวกในการขยายฐานธุรกิจไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้านได้โดยง่ายจากการเปิดเสรีทางการค้าและการลงทุนตลอดจนการบริการเนื่องจาก

ประเทศในกลุ่ม CLMV อันได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์และเวียดนามต่างเป็นประเทศที่กำลังเร่งพัฒนาเพื่อเติบโต และกำลังต้องการขยายสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นอีกเป็นจำนวนมากอีกทั้งกลุ่มประเทศทั้ง 4 นี้ยังเปิดเสรีในเรื่องการลงทุนในธุรกิจก่อสร้างให้นักลงทุนชาวต่างชาติในกลุ่มอาเซียนเข้าไปถือหุ้นในบริษัทได้ 100 เปอร์เซ็นต์อีกด้วยนับเป็นโอกาสทองของนักธุรกิจไทยที่มีความพร้อมในการขยายตลาดเข้าไปลงทุนในธุรกิจนี้ได้อย่างไร้ข้อจำกัดเนื่องจากการเปิดเสรีในการเคลื่อนย้ายแรงงานมีฝีมือรวมถึงแรงงานที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ โดยเฉพาะ อาทิเช่น วิศวกรสาขาต่างๆ สถาปนิก นักออกแบบและตกแต่งภายในและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมากมายได้โดยง่าย

จากการสำรวจจากหลายสถาบันไม่ว่าจะเป็นเอ็กซิม แบงก์ธนาการเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหนึ่งในสถาบันที่ได้ศึกษาวิจัยและคาดการณ์แนวโน้มการเติบโตธุรกิจของปี 2559 ไว้ว่า การขยายตัวของเศรษฐกิจในกลุ่ม CLMV เติบโตและขยายตัวได้อย่างแข็งแกร่งเมื่อเทียบกับเศรษฐกิจของเอเชียและกลุ่มประเทศอาเซียนโดยรวมเนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจภายในประเทศเป็นไปในทางที่ดีจึงก่อให้เกิดความต้องการขยายตัวขึ้นพื้นฐานอย่างเช่นการก่อสร้างอาคารบ้านเรือนที่พักอาศัย โรงแรม รีสอร์ท การสร้างและปรับปรุงถนนหนทางสายต่างๆ ให้มีความสะดวกสบายได้มาตรฐานเพิ่มมากขึ้นรวมถึงการก่อสร้างโรงงานอุตสาหกรรมเพิ่มเติมเพื่อรองรับการลงทุนและผลิตจากนักลงทุนทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ทำเรื่อน้ำลึกเพื่อเชื่อม

การขนส่งทางเรือและด้านโลจิสติกส์กับประเทศเพื่อนบ้านอย่าง ทำเรือโครงการต่างๆ ตลอดจนการก่อสร้างสนามบินแห่งใหม่ เป็นต้น ทำให้ธุรกิจก่อสร้างมีความคึกคักเป็นอย่างมาก

ความได้เปรียบในแง่จุดยุทธศาสตร์ เนื่องจากทำเลที่ตั้งของประเทศไทยตั้งอยู่ใกล้กับประเทศในกลุ่ม CLMV เป็น กุณเดิมอยู่แล้วทำให้ได้เปรียบในเรื่องของการคมนาคมขนส่ง การขนย้ายเครื่องมืออุปกรณ์ เครื่องจักรการผลิตที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการเดินทางไปมาของแรงงานฝีมือให้สามารถเดินทางไปมาหาสู่กันได้โดยง่าย ซึ่งแน่นอนว่าจะได้เปรียบคู่แข่งอื่นที่เดินทางเข้ามาลำบากกว่าและต้องใช้ในการดำเนินงาน เปิดโอกาสให้นักธุรกิจไทยสามารถขยายฐานธุรกิจและลูกค้าเข้าไปประมูลงานได้อย่างง่ายดายถือเป็นข้อได้เปรียบที่ประเทศคู่แข่งไม่ว่าจะเป็นจีนหรือญี่ปุ่นไม่สามารถทำได้โดยง่ายนัก

ความได้เปรียบในแง่ของเทคโนโลยีและความพร้อมของแรงงานวิชาชีพประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพในการเข้าไปลงทุนในธุรกิจก่อสร้างในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งยังเป็นที่ต้องการอีกมากด้วยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้ากว่าแรงงานมีฝีมือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญวิชาชีพด้านต่างๆ ซึ่งเทคโนโลยีที่ทันสมัยจะทำให้ธุรกิจเป็นไปอย่างรวดเร็วและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้การขยายตัวในธุรกิจก่อสร้างนี้ยังส่งผลกระทบต่อด้านบวกเชื่อมโยงไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมอื่นให้มีความตื่นตัวและศึกษาค้นคว้าไปด้วย อย่างเช่นธุรกิจการผลิต การส่งออกเหล็กและวัสดุอุปกรณ์ก่อสร้างอื่นๆ เช่น สายเคเบิล ปูนซีเมนต์ เป็นต้น ธุรกิจการขนส่งที่จำเป็นต้องอาศัยการขนส่งเคลื่อนย้ายอุปกรณ์และแรงงานไปมาระหว่างกลุ่มประเทศเหล่านี้ซึ่งมีความได้เปรียบเหนือคู่แข่งจากประเทศอื่นๆ เป็นกุณเดิมอยู่แล้ว โดยรวมแล้วโอกาสเติบโตและขยายตัวจากการคาดการณ์ของศูนย์วิจัยกลสิกรไทยคาดการณ์ไว้ว่าจะเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 10 ทั้งนี้ยังก่อให้เกิดการจ้างงานในแต่ละธุรกิจให้มีการจ้างงานเพิ่มมากขึ้นเป็นเงาตามตัว

ความเสี่ยงในธุรกิจก่อสร้างเมื่อเข้าสู่ ACE อย่างไรก็ตามถึงแม้ธุรกิจจากประเทศไทยจะเปรียบในเรื่องของหลายปัจจัยที่กล่าวมาแล้วเบื้องต้นแต่เป็นที่ทราบกันอยู่แล้วว่าประเทศไทยยังเสียเปรียบกลุ่มประเทศอาเซียนในเรื่องของภาษา โดยเฉพาะแรงงานไทยยังมีข้อจำกัดในการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ เพราะภาษาอังกฤษถือเป็นภาษามาตรฐานเป็นภาษากลางที่จำเป็นต้องใช้สื่อสารกันเองของชาติอาเซียน ทั้งนี้กลุ่มประชากรภายในประเทศยังไม่ค่อยตื่นตัวในเรื่องการปรับปรุงทางด้านภาษามากนักจึงค่อนข้างได้รับการพัฒนาช้า

หากเทียบกับกลุ่มประเทศอื่นๆ ซึ่งอาจทำให้ธุรกิจก่อสร้างได้รับผลกระทบไปด้วยเพราะจะทำให้การสื่อสารเป็นไปได้ไม่สะดวกลำบากและเป็นอุปสรรคในการเข้าไปประมูลงานการทำงานด้วยกันอีกด้วย นอกจากนี้ในเรื่องของต้นทุนค่าจ้างแรงงานที่ยังคงปรับตัวสูงเหนือกว่าแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน รวมถึงค่าวัสดุอุปกรณ์และค่าขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน แต่อย่างไรก็ดีต้นทุนต่างๆ ของไทยก็ยังได้เปรียบประเทศคู่แข่งอื่นอยู่ดีจึงยังไม่ค่อยน่าเป็นห่วงมากนัก



การปรับตัวที่สำคัญของธุรกิจก่อสร้าง โดยเฉพาะนักธุรกิจในกลุ่ม SMEs ที่จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อเอาตัวรอดในสถานการณ์ที่มีคู่แข่งมากขึ้นถึงแม้ธุรกิจก่อสร้างจะมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีทั้งปัจจัยการสนับสนุนจากภาครัฐภายในประเทศเรื่องการกระตุ้นเศรษฐกิจเรื่องที่พักอาศัยราคาถูกสำหรับผู้มีรายได้อ่อนกลางที่กำลังมองหาที่อยู่อาศัยก็ตามซึ่งจะก่อให้เกิดการก่อสร้างอาคารบ้านเรือนเพิ่มมากขึ้นซึ่งนับเป็นโอกาสอันดีในการเข้าไปมีส่วนแบ่งทางตลาดของผู้ประกอบการขนาดเล็กและขนาดใหญ แต่อย่างไรก็ตามในการแข่งขันเพื่อไปลงทุนในต่างประเทศอย่างประเทศกลุ่ม CLMV นั้นจำเป็นต้องฝึกฝนเพิ่มพูนความรู้เรื่องภาษาเพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารและเพื่อประมูลงานแข่งกับคู่แข่งอื่นได้อย่างเต็มศักยภาพเพราะอย่างที่ทราบกันอยู่แล้วว่าประเทศไทยยังมีจุดอ่อนเรื่องภาษาค่อนข้างมาก

นโยบายจากภาครัฐ ที่ให้การสนับสนุนในเรื่องของการกระตุ้นเศรษฐกิจเพื่อก่อสร้างที่อยู่อาศัยราคาถูกให้แก่ประชาชนภายในประเทศทำให้องค์กรธุรกิจก่อสร้างได้รับผลกระทบในแง่บวกไปด้วย ทั้งนี้ในแง่ของนโยบายการส่งเสริมความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านในเรื่องการขนส่งระบบโลจิสติกส์การออกใบรับรองต่างๆ ที่เกี่ยวข้องการดำเนินการขอ

ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องให้เป็นอย่างสะดวกและรวดเร็วผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์และระบบกรมศุลกากรที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อความ สะดวกสบายในการเคลื่อนย้ายวัสดุอุปกรณ์เครื่องจักรให้เป็นไป อย่างราบรื่นและรวดเร็วมากยิ่งขึ้นจึงจำเป็นต้องอาศัยภาครัฐ เร่งส่งเสริมให้เกิดการปฏิบัติงานที่เป็นรูปธรรมและมีการปรับปรุง เพื่อลดขั้นตอนต่อไปอีกในอนาคตเพื่อเพิ่มศักยภาพในการ ขนส่งและการเดินทางให้สะดวกสบายแก่นักธุรกิจและผู้ลงทุน ได้มากยิ่งขึ้น

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจก่อสร้าง ก่อนข้างได้รับผลกระทบในแง่บวกจากการที่ประเทศเข้าสู่การ รวมตัวทางเศรษฐกิจในกลุ่มประชาคมอาเซียนเพื่อมุ่งเน้นใน เรื่องการเป็นตลาดการผลิตอันเดียวกัน เพื่อก่อให้เกิดความ เข้มแข็งในการรวมตัวกันเพื่อมีอำนาจในการเจรจาต่อรองทาง การค้ากับนานาประเทศได้มากยิ่งขึ้น เมื่อประชาคมอาเซียนได้ รวมตัวกันอย่างเป็นทางการก่อให้เกิดการขยายตัวเพื่อตอบรับ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจกันมากขึ้นโดยเฉพาะในกลุ่ม ประเทศ CLMV ที่มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างดีและ ขยายตัวอย่างคึกคักโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการขยายตัว ทางด้านปัจจัยพื้นฐานอย่างการก่อสร้างอาคารบ้านเรือน ที่ อยู่อาศัย โรงแรมที่พัก รีสอร์ทสำหรับนักท่องเที่ยวและนัก

ลงทุนจากนานาประเทศ รวมไปถึงการปรับปรุงถนนหนทาง การก่อสร้างถนนเพิ่มเติมเพื่อให้เกิดการคมนาคมเป็นไปอย่าง สะดวกสบาย ตลอดจนการก่อสร้างท่าเรือน้ำลึกเพื่อให้เป็น ศูนย์กลางในการขนส่งและระบบโลจิสติกส์ไปยังประเทศเพื่อน บ้านและกลุ่มประเทศคู่ค้าอื่นอีกด้วย ไม่เว้นแม้กระทั่งการ ก่อสร้างสนามบินใหญ่ๆ เพิ่มเติมนับเป็นโอกาสอันดีของนัก ธุรกิจไทยที่จะเข้าไปลงทุนเพื่อขยายฐานธุรกิจให้เติบโตยิ่งขึ้น เพราะประเทศไทยได้เปรียบในเรื่องของทำเลที่ตั้งของประเทศที่มี พรหมแดนเชื่อมถึงกันทำให้การเดินทางและการขนส่งวัสดุ อุปกรณ์เป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว นำหน้าคู่แข่งอย่าง ประเทศจีนและญี่ปุ่นและยังเปรียบพร้อมไปด้วยเทคโนโลยีรวมถึง ผู้เชี่ยวชาญในสาขาวิชาชีพต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามนักธุรกิจ และแรงงานไทยจำเป็นที่จะต้องปรับปรุงและพัฒนา ความสามารถทางภาษาอย่างเร่งด่วนเพื่อให้มีความราบรื่นใน การติดต่อสื่อสารและการดำเนินงาน เพราะคนไทยยัง เสียเปรียบประเทศเพื่อนบ้านอื่นในเรื่องนี้เห็นได้ชัดหาก เมื่อไหร่มีความพร้อมเรื่องภาษาแล้วการเข้าไปลงทุนยังประเทศ กลุ่มต่างๆก็จะได้เปรียบตามไปด้วยในที่สุด ทั้งนี้ทั้งนั้นค่อนข้าง โชคดีที่ภาครัฐยังให้การสนับสนุนภาคเอกชนให้เข้าไปลงทุน

ธุรกิจซ่อมบำรุง



ดริมคาร์เซ็นเตอร์ ศูนย์บริการที่เป็นมากกว่าศูนย์บริการ

บริษัท ดริมคาร์เซ็นเตอร์ จำกัด เป็น SMEs ในกลุ่มธุรกิจซ่อมบำรุง ซึ่งได้รับรางวัล SMEs ดีเด่นจากการประกวด SMEs National Award ครั้งที่ 7 โดยเป็นบริษัทที่เริ่มต้นจากธุรกิจการจำหน่าย บำรุง และตรวจสภาพรถยนต์ทุกชนิด จนกระทั่ง พ.ศ. 2545 ได้เป็นตัวแทนจำหน่ายรถยนต์มาสด้า และเป็นศูนย์บริการบำรุงแบบครบวงจร

ความเป็นมาของธุรกิจ

คุณณัฐินี กิติไพจิตร รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ดริมคาร์เซ็นเตอร์ จำกัด เล่าความเป็นมาของบริษัทฯ ซึ่งเป็นศูนย์มาสด้าที่แรกและที่เดียวของจังหวัดระยองให้ฟังว่า “เนื่องจากทางครอบครัวได้มีความชื่นชอบในเรื่องของรถ และมีความชอบสะสมรถเก่า จึงมองเห็นว่าในตลาดระยองนั้น มีความต้องการในเรื่องของรถอยู่ และมองเห็นว่าความต้องการนี้จะเติบโตในระยะยาว ทางครอบครัวจึงมองว่าเหมาะกับการลงทุนในอนาคต เลยเข้ามาทำธุรกิจ และสาเหตุที่เป็นมาสด้าเนื่องจากมีความมั่นใจ เนื่องจากมาสด้ามีการลงทุนในเรื่องของ

ผลิตภัณฑ์เยอะมาก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสมรรถนะ เทคโนโลยี และในเรื่องการบริการหลังการขาย”

ปัญหาและอุปสรรคในช่วงของการเริ่มต้นธุรกิจ

คุณณัฐินี เล่าให้ฟังต่อว่า “ในช่วงแรกนั้น ครอบครัวจะต้องทุ่มเท อดทน ใส่ใจและเรียนรู้ในทุกรายละเอียด โดยจะต้องเรียนรู้ขั้นตอนการทำงานของพนักงานในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการประชุม หรือออกบูท ผู้บริหารก็ต้องลงไปร่วมด้วยกับพนักงาน ซึ่งเมื่อทุ่มเท ใส่ใจ และรู้วิธีการในการดำเนินงานในทุกขั้นตอน พนักงานก็จะเกิดความเชื่อมั่นในตัวของผู้บริหารและพร้อมที่จะสู้เพื่อช่วยให้ธุรกิจดำเนินไปได้และประสบความสำเร็จ ส่วนปัญหาหลักนั้นจะเป็นเรื่องของคนที่ต้องหาคนที่ต้องมาร่วมกันช่วยสู้ เพื่อที่จะดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จไปด้วยกัน ซึ่งบริษัทฯ ให้ความสำคัญในเรื่องของบุคลากรที่ร่วมก่อตั้งมาด้วยกับบริษัทฯ เป็นอย่างมาก ถึงบางคนที่ย้ายถิ่นแล้วก็ยังมีการว่าจ้างให้ทำงานต่อกับบริษัท

ฯ ในตำแหน่งที่เหมาะสม โดย ณ ปัจจุบันนั้นบริษัทฯ มีพนักงานทั้งสิ้นประมาณ 60 คน ใน 2 สาขา”

กลยุทธ์การตลาด

เริ่มจากในเรื่องของราคา (Price) บริษัทฯ จะไม่เน้นในเรื่องของการตัดราคา หรือลด แลก แจก แถม โดยจะขายตามราคามาตรฐานที่ทางมาสด้าสำนักงานใหญ่ตั้งมาให้แต่จะเพิ่มมูลค่าให้ลูกค้าด้วยการบริการทั้งระหว่างการขายและหลังการขายเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุ้มค่าได้รับความเชื่อมั่นจนเกิดการบอกต่อและต้องการที่จะซื้อซ้ำ อีกทั้งยังเป็นการสร้างชื่อเสียงที่ดีให้กับบริษัทฯ อีกด้วย ตามมาในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ที่จะเน้นความต้องการของลูกค้าเป็นหลักและต้องทราบว่าความต้องการของลูกค้าไม่เหมือนกัน ก็ต้องบริการลูกค้าไม่เหมือนกันแตกต่างกันไปในแต่ละอำเภอและตำบลที่ต้องดูกำลังซื้อของลูกค้า เช่น อ.แก่ง จะมีชาวสวนเยอะก็ต้องนำรถกระบะไปออกตลาดและต้องออกแคมเปญให้เหมาะกับลูกค้ากลุ่มนี้ ส่วนถ้าเป็นลูกค้าในตัวเมืองก็ต้องไปออกบูทตามห้าง เป็นต้น

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ (Product) นั้น บริษัทฯ มีความมั่นใจในยี่ห้อของมาสด้าอยู่แล้ว รวมถึงการที่มีโปรดักส์ไลน์ ของรถรุ่นใหม่ออกมาเรื่อยๆ เป็นการช่วยเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับทางบริษัทฯ ในส่วนของเตรียมการเองจึงเน้นในเรื่องของการบริการเป็นหลัก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของพนักงานและการบริการหลังการขาย เมื่อลูกค้านำรถมาซ่อมทางบริษัทฯ ก็ดูแลอย่างดีทำให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจและอยากจะทำซ้ำ และสุดท้ายเรื่องของโปรโมชั่น (Promotion) บริษัทฯ จะมีการทำกลยุทธ์การตลาดที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับความต้องการของลูกค้า ตัวอย่างเช่น โปรโมชั่นแคมเปญร่วมกับการจับฉลากชิงรางวัลไอโฟน 6 ซึ่งลูกค้าชื่นชอบและให้การตอบรับดีมาก, การจัดกิจกรรมทดลองขับที่เชิญลูกค้าเข้ามาทดลองขับและขายให้โอกาสให้ลองละ 1 บาท ซึ่งโดนใจคนท้องถิ่นเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ก็ยังมีส่วนของช่องทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นเฟซบุ๊ก แพนเพจ, ไลน์ เพื่อสื่อสารโปรโมชั่นและข่าวประชาสัมพันธ์ อีกทั้งนิตยสารประจำจังหวัด นิตยสารแจกฟรี หนังสือพิมพ์ประจำจังหวัด และรถแห่เพื่อช่วยในเรื่องของการประชาสัมพันธ์การตลาด

กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเตรียมการ คือลูกค้าในจังหวัดระยองเนื่องจากบริษัทฯ เป็นตัวแทนจำหน่ายมาตรฐานของมาสด้าประจำจังหวัดระยอง ส่วนเป้าหมายของมาสด้านั้นก็คือ คนที่ชอบขับรถที่ขับสนุก เน้นในเรื่องของสมรรถนะไม่ได้อบอวารถเป็นแค่ยานพาหนะเท่านั้นและได้แบ่งเป้าหมายใน

จังหวัดออกเป็นกลุ่มๆ ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรในจังหวัดก็มารถกระบะซึ่งสามารถตอบโจทย์ความต้องการได้, กลุ่มพนักงานโรงงาน ก็มีรถขนาดเล็ก คือ รถมาสด้า 2 กลุ่มที่ชื่นชอบความหรูหรา และพรีเมียม ก็มีรถ มาสด้า CX 5 ซึ่งเป็นรถ SUV ส่วนสำหรับกลุ่มวัยรุ่นและคนเมืองก็มีรถ CX 3 และมาสด้า 3 เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้า เหล่านี้เป็นต้น



แนวทางในการบริหารธุรกิจและทรัพยากรบุคคล

สิ่งแรกที่บริษัทฯ ให้ความสำคัญก็คือเรื่องของเป้าหมายที่บริษัทฯ ต้องมีเป้าหมายกับพนักงานทุกคน โดยจะมี KPI ตั้งแต่ปีรายปี รายไตรมาส รายเดือน รายสัปดาห์ อีกทั้งยังมีเป้าหมายบุคคลที่แยกย่อยออกไป รวมถึงมีการประชุม และการวัดผล KPI และมีการแจ้งผลให้พนักงานทราบว่าพนักงานแต่ละคนได้ KPI เท่าไหร่ และสามารถทำได้ถึงเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ รวมถึงการให้ความสำคัญกับขั้นตอนการดำเนินงานในแต่ละตำแหน่งหน้าที่ ไม่ว่าจะเป็นการเทรนนิ่ง อบรมขั้นตอนการดำเนินงานทั้งจากเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชาในสายงานนั้นๆ เพื่อให้พนักงานทราบขั้นตอนและวิธีการดำเนินงานก่อนการปฏิบัติงานจริงและสิ่งสำคัญที่บริษัทเตรียมการให้ความสำคัญและเน้นเป็นอย่างมาก คือ เรื่องของพนักงานที่ต้องการให้พนักงานมีความสุขกับการทำงาน เพราะบริษัทฯ เชื่อว่าเมื่อไหร่ที่พนักงานมีความสุขในการทำงานก็ส่งผลไปถึงการบริการลูกค้าให้ลูกค้าสามารถมีความสุขได้ เมื่อลูกค้ามีความสุขก็จะเกิดการบอกต่อและมีการมาซื้อซ้ำ เกิดเป็นชื่อเสียงที่ดีแก่บริษัทฯ นอกจากนี้ในเรื่องการทำงานแล้วบริษัทฯ ก็ยังมีการจัดกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ การทำ Team Building, การท่องเที่ยวประจำปี, สวัสดิการ, ประกันอุบัติเหตุ, เบี้ยขยัน และโบนัส ให้กับพนักงาน รวมถึงเปิดโอกาสให้พนักงานมีส่วนร่วม

ในการแสดงความคิดเห็นในการประชุมให้มีการนำเสนอความคิดเห็นในการแก้ปัญหาต่างๆ โดยไม่ได้เป็นความเห็นหรือคำสั่งที่มาจากผู้บริหารแต่เพียงอย่างเดียว

แนวคิดเรื่องการประหยัดพลังงานขององค์กร

ดริมคาร์เซ็นเตอร์ให้ความสำคัญในเรื่องของสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานเป็นอย่างมาก โดยผู้บริหารได้นำบริษัทฯ ดริมคาร์เซ็นเตอร์ ไปเป็นต้นแบบของการอนุรักษ์พลังงานที่จัดโดยกระทรวงพลังงาน ซึ่งเมื่อมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทำให้บริษัทฯ สามารถลดค่าใช้จ่ายได้จำนวนหลายแสนบาท และยังช่วยในเรื่องของสิ่งแวดล้อมให้กับจังหวัดระยองอีกด้วย รวมถึงการให้ความสำคัญในเรื่องของ CRM (Customer Relationship Management) คือการดูแลลูกค้าหลังการขาย ที่จะมีการจัดกิจกรรมให้ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมการสอนแต่งหน้ามืออาชีพ โดยเชิญลูกค้าที่เป็น VIP เข้าร่วมกิจกรรม, การ SMS และการโทรศัพท์ทอวยพรวันเกิดลูกค้าโดยมีแผนกลูกค้าสัมพันธ์ที่คอยดูแลลูกค้าหลังการขายโดยตรง โดยบริษัทฯ จะมีการเก็บข้อมูลของลูกค้าเพื่อให้สามารถดูแลลูกค้าได้อย่างใกล้ชิด

กิจกรรม CSR

ในส่วนของ CSR นั้น ดริมคาร์เซ็นเตอร์มีการจัดกิจกรรมบริจาคสิ่งของ เลี้ยงอาหารเด็กกำพร้า มีการจัดพื้นที่เดินแอโรบิกที่สนามกีฬาประจำจังหวัดระยอง, กิจกรรมทำดีเพื่อแม่ที่ร่วมกับ อสมท., กิจกรรมวันพ่อ, กิจกรรมวันเด็ก ที่แสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและธรรมาภิบาลของบริษัทฯ

ปัญหาและอุปสรรคในระหว่างการทำธุรกิจ

เนื่องจากจังหวัดระยองนั้นเป็นจังหวัดอุตสาหกรรม เพราะฉะนั้นในเรื่องของค่าครองชีพหรือรายได้ รวมถึงสวัสดิการในจังหวัดจะมีอัตราที่ค่อนข้างสูง เพราะฉะนั้นบริษัทฯ จึงต้องมีการปรับตามเพื่อให้สามารถสู้กับการว่างจ้างแรงงานของบริษัทอื่นๆ ในจังหวัดระยองได้ นอกจากนี้เรื่องแรงงานนั้นแน่นอนว่าในการขายสินค้าหรือบริการนั้นย่อมที่จะมีปัญหาในเรื่องของลูกค้าที่ย่อมจะต้องมีการดูแลโดยแผนกลูกค้าสัมพันธ์ แผนกศูนย์บริการ และแผนกขาย ที่ดูแลในแต่ละด้าน โดยพนักงานจะมีการสอบถามความต้องการและความสนใจของลูกค้าเริ่มตั้งแต่ลูกค้าเดินเข้ามายังโชว์รูม สอบถามความพึง

พอใจหลังจากที่ลูกค้าได้ทำการจองรถ สอบถามความพึงพอใจหลังจากที่ลูกค้าออกรถ เพื่อจะได้ทราบว่าที่ปรึกษาการขาย หรือพนักงานได้ดูแลลูกค้าอย่างดีหรือไม่ ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการมีความต้องการในส่วนไหนเพิ่มเติมบ้าง และหากมีกรณีของการที่ลูกค้าร้องเรียนพนักงานจะต้องมีการทำรายงานมาหาทางผู้บริหารทราบ รวมถึงหาแนวทางในการแก้ปัญหาให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจอย่างสูงสุด

การวางแผนธุรกิจในอนาคต

เป้าหมายของ บริษัท ดริมคาร์เซ็นเตอร์ จำกัด ในระยะยาวนั้น คือต้องการเป็นผู้ให้บริการอย่างครบวงจรที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ ที่ทุกวันนี้บริษัทฯ ได้มีการขยายศูนย์ซ่อมสีและตัวถังที่เป็นแห่งแรกในภาคตะวันออก รวมถึงมีการวางแผนในการขยายธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการล้างรถ เคลือบสี ตกแต่ง รวมถึงขยายสาขาให้ไปถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากยิ่งขึ้น ไปยัง อำเภอปลวกแดง รวมถึงขยายสาขาไปยังอำเภออื่น เพื่อให้สามารถรองรับลูกค้าได้มากขึ้น

เคล็ดลับในการบริหารธุรกิจอย่างยั่งยืน

เคล็ดลับในการบริหารธุรกิจของบริษัทฯ คือ “Everything is possible” คือ “ทุกสิ่งเป็นไปได้” แต่ทั้งนี้แล้วก็ต้องมีการพัฒนาตัวเองอยู่ตลอดเวลา โดยเน้นการรับฟังความคิดเห็นจากทุกคนและทุกฝ่าย ไม่ว่าจะเป็นพนักงาน ลูกค้า รวมถึงผู้ร่วมงานทุกคนเพื่อเก็บเอามาพัฒนาบริษัทฯ ให้ดียิ่งขึ้น รวมถึงความ Flexible คือ ความยืดหยุ่น ที่ต้องสามารถในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้แม้จะมีการวางแผนมาแล้ว ให้เป็นไปตามสถานการณ์ได้ และที่สำคัญที่สุดคือ เรื่องของความซื่อสัตย์ไม่ว่าจะเป็นกับพนักงาน ลูกค้า คู่ค้า และทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการทำงาน เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จ

รางวัล SMEs ดีเด่นจากการประกวด SMEs National Award

ตั้งแต่บริษัทฯ ได้ตัดสินใจในการเข้าร่วมการประกวด SMEs ดีเด่นครั้งนี้ ทำให้พนักงานทุกคนมีการตื่นตัว และมีความพร้อมที่จะทำให้เต็มที่ต่างๆ นั้นประสบความสำเร็จ และหลังจากที่ได้รับรางวัลมารางวัลนี้ก็เหมือนรางวัลของทีมงานทุกคนทั้งบริษัทฯ ที่คอยช่วยเหลือกันจนทำให้บริษัทฯ ประสบความสำเร็จและได้รับรางวัลเพื่อเป็นผลงานความตั้งใจของพนักงานในบริษัทฯ ทุกคน



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจซ่อมบำรุงเมื่อไทยเข้าสู่ AEC

เมื่อกล่าวถึง AEC หรือ Asian Economic Community หลายคนคงจะพอลุ้นอยู่กับคำนี้กันมาบ้างแล้ว ความหมายและความสำคัญของ AEC คือเป็นการเปิดเสรีทางการค้าและบริการรวมถึงการมุ่งรวมตัวเพื่อเป็นฐานการผลิตเดียวกันของ 10 ชาติในกลุ่มประชาคมอาเซียน อันได้แก่ ไทย ลาว กัมพูชา เวียดนาม เมียนมาร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และบรูไน การรวมตัวอย่างเป็นทางการนี้ได้เกิดขึ้นเมื่อช่วงเดือนธันวาคม 2558 ที่ผ่านมา ซึ่งแน่นอนว่าการเปิดการค้าเสรีจะนำมาซึ่งโอกาสในการแข่งขันทั้งภายในประเทศและต่างประเทศแต่ในขณะเดียวกันเมื่อมีการแข่งขันกันสูงมากขึ้นก็จะก่อให้เกิดความเสี่ยงที่เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน หลายธุรกิจจึงจำเป็นต้องศึกษาทางหนีทีไล่เพื่อเป็นแนวทางในการปรับตัวและรู้เท่าทันสถานการณ์เพื่อความอยู่รอดและในขณะเดียวกันก็เพื่อมองหาลู่ทางความเป็นไปได้ในการขยายธุรกิจออกไปได้ด้วยเช่นกัน หากจะกล่าวถึงธุรกิจที่ได้รับผลกระทบจากการเข้าสู่ AEC นั้นมีหลากหลายธุรกิจซึ่งธุรกิจซ่อมบำรุงก็เป็นหนึ่งในนั้นที่ได้รับผลกระทบไปด้วย

ธุรกิจซ่อมบำรุงเป็นธุรกิจขั้นพื้นฐานที่สามารถกระจายตัวต่อยอดเพื่อเป็นส่วนหนึ่งของหลายอุตสาหกรรม เช่น ธุรกิจซ่อมบำรุงในอุตสาหกรรมการผลิต อาทิ การดูแลซ่อมบำรุงเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต ธุรกิจซ่อมบำรุงในอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น นับเป็นธุรกิจที่จำเป็นและขาดไม่ได้เป็นอย่างยิ่งเพราะไม่ว่าในสาขาใดก็จำเป็นต้องอาศัยการดูแลรักษาเครื่องมือเครื่องใช้อุปกรณ์เครื่องจักรด้วยกันทั้งนั้น ดังนั้นหากจะพูดถึงผลกระทบในธุรกิจสาขานี้น่าจะเป็นผลกระทบในแง่บวกรวมทั้งโอกาสในการขยายธุรกิจซึ่งจะแบ่งได้เป็น โอกาสของธุรกิจซ่อมบำรุงภายในประเทศและโอกาสของธุรกิจซ่อมบำรุงในต่างประเทศโดยมีรายละเอียดดังนี้

โอกาสของธุรกิจซ่อมบำรุงภายในประเทศ ประเทศไทยได้ชื่อเป็นเมืองเศรษฐกิจเมืองหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีอัตราการเจริญเติบโตด้านอุตสาหกรรมด้านต่างๆ อย่างรวดเร็ว อาทิเช่น อุตสาหกรรมการผลิตอาหารเครื่องดื่ม อุตสาหกรรมพลาสติก อุตสาหกรรมยานยนต์ และอื่นๆ อีกมากมายซึ่งจำเป็นต้องมีการดูแลบำรุงรักษาเครื่องจักรให้มี

ความพร้อมต่อการใช้งานอยู่ทุกสถานการณ์ เพื่อให้ทันต่อความต้องการทั้งเพื่อการบริโภคภายในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ดังนั้นธุรกิจซ่อมบำรุงที่ต้องอาศัยความเชี่ยวชาญของช่างทางเทคนิคเพื่อเข้ามาดูแลรักษาเครื่องจักรเหล่านี้จำเป็นต้องมี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมอากาศยานที่เป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศอีกสาขาหนึ่ง ที่จำเป็นต้องพึ่งพาอาศัยช่างซ่อมอากาศยานเป็นจำนวนมาก แต่ ณ ปัจจุบันนี้ยังเป็นอาชีพที่มีความขาดแคลนอย่างหนักทั้งภายในประเทศไทยและทั่วโลก อันเนื่องมาจากการเติบโตของธุรกิจการบินที่มีสายการบิน Low cost เกิดขึ้นมากมาย ในแต่ละวันมีเที่ยวบินที่บิน ขึ้น-ลง ที่สนามบินสุวรรณภูมิ และดอนเมืองโดยประมาณมากกว่า 2,000 เที่ยวบินต่อวัน เมื่อประเทศเข้าสู่ AEC แล้วจำนวนนักท่องเที่ยวและเดินทางก็เพิ่มมากขึ้นไปด้วย นับเป็นตัวเลขที่สูงมาก ซึ่งทุกเที่ยวบินจำเป็นต้องมีการตรวจสอบและดูแลสภาพเครื่องบินให้พร้อมสำหรับการบินในแต่ละเที่ยวบินเสมอ แต่ตัวเลขของช่างซ่อมอากาศยานกลับสวนทางกับจำนวนเครื่องบินที่ต้องดูแล เนื่องจากอาชีพนี้ยังเป็นอาชีพเฉพาะทางที่ขาดแคลน โดยเฉพาะประเทศไทยไม่ได้มีการเตรียมการเพื่อรองรับธุรกิจประเภทนี้มาก่อนนั่นเองแต่ในขณะเดียวกัน เรามีเครื่องบินเก่าสำหรับสายการบิน Low cost อยู่เป็นจำนวนมากที่จำเป็นต้องมีการดูแลรักษา จึงต้องพึ่งบริการจากประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซียที่มีความพร้อมทางด้านนี้มากกว่าแทน ประเทศไทยจึงได้ตั้งเป้าเพื่อจะเป็นศูนย์กลางซ่อมบำรุงอากาศยานของภูมิภาคให้ได้

ทั้งนี้ในอุตสาหกรรมยานยนต์ก็เป็นอีกอุตสาหกรรมหนึ่งที่น่าจับตามอง เนื่องจากหลายปีที่ผ่านมาธุรกิจยานยนต์ได้มีการขยายตัวจากการสนับสนุนของภาครัฐเกี่ยวกับนโยบายลดภาษีรถยนต์คันแรก ซึ่งเมื่อมีการใช้งานมาสักระยะรถยนต์เหล่านั้นจะต้องมีการซ่อมบำรุงตามสภาพอายุการใช้งาน หรือจากอุบัติเหตุทางรถยนต์ที่มีมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ธุรกิจซ่อมบำรุงยานยนต์จึงเติบโตตามความต้องการของตลาดด้วย หรือแม้กระทั่งการขยายเส้นทางของรถไฟฟ้าภายในเขตกรุงเทพฯ ที่ขยายเพื่อเชื่อมต่อแนวรถไฟฟ้าเพื่อความสะดวกรวดเร็วต่อการเดินทางของประชาชนก็ตามธุรกิจซ่อมบำรุงรถไฟฟ้าก็เป็นอีกสาขาอาชีพเฉพาะทางที่เป็นที่ต้องการของตลาด

โอกาสของธุรกิจซ่อมบำรุงในต่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศในกลุ่ม CLMV อันได้แก่ ประเทศ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ซึ่งมีอัตราการเติบโตและขยายตัวทางเศรษฐกิจที่มาแรงมากกว่าประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประชาคมอาเซียน เมื่อมีการเติบโตทางเศรษฐกิจความต้องการทางด้าน

ปัจจัยขั้นพื้นฐาน ทั้งในอุตสาหกรรมการผลิต การคมนาคมขนส่งยานยนต์ โดยเฉพาะในประเทศเวียดนามซึ่งนับเป็นโอกาสทางธุรกิจซ่อมบำรุงที่น่าจับตามอง เนื่องจากประเทศเวียดนามที่ประชาชนในประเทศมีการใช้รถจักรยานยนต์มากเป็นอันดับต้นๆ ในภูมิภาคดังนั้นความต้องการทางด้านธุรกิจซ่อมบำรุงจึงเป็นที่ต้องการมากขึ้นเช่นกัน โดยเฉพาะการซ่อมบำรุงรถแต่ง ดูแลรถจักรยานยนต์ที่มีการใช้กันอย่างแพร่หลายอย่างเมืองโฮจิมินห์ที่มีรถจักรยานยนต์มากถึง 4 ล้านคัน แต่ในขณะเดียวกันธุรกิจบริการเพื่อซ่อมบำรุง ดูแลรักษายังมีน้อยและยังไม่ได้มาตรฐานซึ่งส่วนใหญ่เป็นธุรกิจท้องถิ่น นับเป็นโอกาสอันดีของนักธุรกิจจากประเทศไทยจะเข้าไปขยายธุรกิจบริการรับซ่อมแซมเกี่ยวกับรถจักรยานยนต์และรถยนต์ที่ได้มาตรฐานในเวียดนาม



โอกาสในธุรกิจซ่อมบำรุงท่าอากาศยานของกลุ่มประเทศ CLMV เนื่องจากสี่ประเทศนี้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การขยายตัวของสนามบินจะเติบโตเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวและนักลงทุนจากนานาประเทศก็จะเพิ่มขึ้น ธุรกิจซ่อมบำรุงอากาศยานที่ยังขาดแคลนก็จะเป็นที่ต้องการในกลุ่มประเทศเหล่านี้ ถ้าหากประเทศไทยสามารถก้าวขึ้นมาเป็นศูนย์กลางการซ่อมบำรุงอากาศยานของภูมิภาคนี้ได้ ประเทศไทยก็จะได้เปรียบและสร้างรายได้ให้แก่ประเทศอีกทางหนึ่ง เนื่องจากความได้เปรียบในเรื่องทำเลที่ตั้งของประเทศที่มีพรมแดนติดกับกลุ่มประเทศ CLMV ที่สามารถเดินทางไปมากันสะดวกมากกว่าคู่แข่งอย่างสิงคโปร์และมาเลเซีย

ความเสี่ยงในธุรกิจซ่อมบำรุง หลักๆแล้วแบ่งได้ดังต่อไปนี้

- » **ขาดช่างผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง** โดยเฉพาะในสาขาช่างซ่อมบำรุงอากาศยานที่ยังขาดแคลนไม่ต่างกับอาชีพนักบินเนื่องจากการเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำที่มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แต่ในขณะที่ยวกันประเทศไม่ได้มีธุรกิจบริการประเภทนี้รองรับ จึงต้องอาศัยประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ทำให้เงินรั่วไหลออกนอกประเทศทั้งที่มีโอกาสเติบโตเพื่อครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้อีกมหาศาล



- » **ความสามารถทางภาษา** เนื่องจากแรงงานไทยยังไม่สามารถพัฒนาภาษาอังกฤษให้เทียบเท่าเพื่อนบ้าน การเข้าไปลงทุนธุรกิจในประเทศต่างๆ อาจต้องเผชิญกับอุปสรรคด้านการสื่อสารได้
- » **ภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้น** เมื่อมีการเปิด AEC ย่อมมีการแข่งขันทางการตลาดสูงขึ้นรวมทั้งมีคู่แข่งรายชื่อบริษัทในต่างประเทศที่ไม่เหมือนกัน ดังนั้นผู้ลงทุนจำเป็นต้องศึกษาการเปรียบเทียบของแต่ละประเทศให้ดีก่อนเข้าไปลงทุน
- » **การปรับตัว** ดังที่ได้กล่าวมาแล้วถึงความเสี่ยงที่นักลงทุนอาจต้องเผชิญการปรับตัวของนักลงทุนหรือธุรกิจ SMEs จะต้องมีความพร้อมและตั้งใจในเรื่องของการพัฒนาด้านภาษาซึ่งเป็นเรื่องจำเป็นเร่งด่วน เนื่องจากหากไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้แล้ว โอกาสเติบโตคงเป็นไปได้ยากรวมถึงการแข่งขันที่จะเพิ่มมากขึ้นผู้ประกอบการ

จำเป็นต้องเตรียมความพร้อมศึกษาการเปรียบเทียบข้อบังคับของแต่ละประเทศที่จะเข้าไปลงทุนให้รอบคอบ ปรับปรุงการบริการให้ได้มาตรฐานและพัฒนาฝีมือแรงงานให้มีความรู้ความชำนาญอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งใส่ใจในการให้บริการที่ไม่ควรมองข้าม การจะทำกำไรในแต่ละธุรกิจได้ ต้องอาศัยลูกค้า เพราะฉะนั้นเมื่อต้องการให้ลูกค้ามาใช้บริการอย่างสม่ำเสมอไม่หนีไปไหนก็ต้องใส่ใจบริการเขาดีๆ เมื่อเขาชอบติดใจลูกค้าก็จะกลับมาใช้บริการเราต่อเท่านั้น

- » **นโยบาย** เนื่องจากภาครัฐและภาคเอกชนเล็งเห็นโอกาสของธุรกิจซ่อมบำรุงที่สามารถเติบโตได้อีกมากในอนาคต โดยเฉพาะในธุรกิจซ่อมแซมอากาศยานที่ยังขาดแคลนอีกเป็นจำนวนมากทั้งที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดอีกมหาศาล โดยธุรกิจนี้มีมูลค่าทางการตลาดมากกว่า 63,000 ล้านบาท แต่ประเทศไทยมีส่วนแบ่งในตลาดเพียงแค่มไม่ถึง 1% ของธุรกิจนี้ เป็นผลมาจากการขาดความพร้อมในด้านการซ่อมแซมอากาศยาน ประเทศไทยจึงได้ตั้งเป้าที่จะผลิตบุคลากรทางด้านช่างซ่อมอากาศยานให้ทัดเทียมประเทศมาเลเซียภายใน 5 ปี โดยการเปิดหลักสูตรช่างซ่อมบำรุงอากาศยานซึ่งปัจจุบันมีแล้ว 7 แห่งโดยคาดการณ์จะผลิตบุคลากรให้ได้ 300-400 คนต่อปี ซึ่งก็ยังไม่เพียงพอต่อความต้องการ ถึงแม้ประเทศไทยจะมีช่างซ่อมบำรุงอากาศยานอยู่แล้วจำนวนหนึ่ง แต่มีเพียงไม่กี่รายที่มีใบอนุญาตทำงานสากล ส่วนใหญ่เป็นแค่ใบอนุญาตที่ออกโดยประเทศไทยเอง ซึ่งยังไม่สามารถไปปฏิบัติงานร่วมกับนานาชาติได้ หากประเทศไทยสามารถผลิตบุคลากรช่างซ่อมบำรุงให้เพิ่มขึ้นได้เป้า การผลักดันการซ่อมบำรุงอากาศยานให้เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคคงไม่ไกลเกินเอื้อม

จะเห็นได้ว่าโอกาสในธุรกิจซ่อมบำรุงไม่ว่าจะเป็นในสาขาใดของภาคอุตสาหกรรมมีความเป็นไปได้ที่จะเติบโตได้อีกมาก เนื่องจากมีโอกาสในการทำธุรกิจทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอย่างกลุ่มประเทศ CLMV ที่ยังต้องการช่างซ่อมบำรุงสาขาต่างๆ ซึ่งยังขาดแคลนทั้งนี้ประเทศไทยยังได้เปรียบประเทศคู่แข่งอย่างมาเลเซียและสิงคโปร์ในแง่ของทำเลที่ตั้งของประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้มากกว่า ทั้งนี้ต้องไม่ลืมพัฒนาฝีมือแรงงานอยู่อย่างสม่ำเสมอรวมทั้งการพัฒนาทางด้านภาษาเพื่อเพิ่มโอกาสในการสื่อสารกันได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

ธุรกิจการเกษตร



วี แอนด์ พี เฟรชฟู้ดส์ คุณภาพเหนือคุณภาพ

บริษัท วี แอนด์ พี เฟรชฟู้ดส์ จำกัด (V&P FRESHFOODS COMPANY LIMITED) หรือ VPF นั้น เป็น SMEs ในกลุ่มธุรกิจเกษตรที่ได้รับรางวัล SMEs ดีเด่น จากการประกวด SMEs National Award ครั้งที่ 7 ซึ่งเป็น บริษัทที่ประกอบกิจการโรงฆ่าและสุกร รวมไปถึงผลิตชิ้นเนื้อสุกรแช่แข็งที่มีการจำหน่ายทั้งในและต่างประเทศ มีเครื่องจักรที่ได้รับมาตรฐานจากประเทศเยอรมนี อีกทั้งผลิตภัณฑ์แปรรูปอีกมากมาย

ความเป็นมาของบริษัท

คุณยุทธพงศ์ จีระประภาพงศ์ ประธานกรรมการ และผู้บริหารระดับสูงบริษัท วี แอนด์ พี เฟรชฟู้ดส์ จำกัด เล่าให้ฟังว่า ก่อนที่ บริษัท วี แอนด์ พี เฟรชฟู้ดส์ จะมีโรงฆ่าและนั่นเดิมจะเป็นการเลี้ยงไก่ไข่ตั้งแต่สมัยที่คุณยุทธพงศ์ยังเรียนหนังสือ ที่เมื่อได้ไปเห็นบ้านของเพื่อนมีการเลี้ยงไก่ไข่พื้นเมือง ก็อยากจะทำบ้างเพราะสมัยก่อนบ้านของคุณยุทธพงศ์นั้นมีธุรกิจร้านของชำอยู่ในตลาด ที่จังหวัดเชียงใหม่ และ

พอจะมีพื้นที่อยู่ที่บ้าน จึงได้ลองซื้อไก่พันธุ์พื้นเมืองมาเลี้ยง และอีกไม่นานเพื่อนบ้านใกล้เคียงก็ได้มีการซื้อไก่พันธุ์มาเลี้ยงด้วยความที่เป็นคนสนใจคุณยุทธพงศ์จึงได้ศึกษาและเริ่มที่จะเห็นแนวทางที่น่าจะเป็นอนาคตในการประกอบธุรกิจได้ จึงลองคุยกับคุณแม่ว่ามีความสนใจที่จะลองเลี้ยงไก่ไข่สัก 100 ตัว จนเรียนจบ มศ. 3 สมัยนั้น จึงคิดว่าจะไม่เรียนต่อและมาเลี้ยงไก่ไข่ โดยทยอยเพิ่มจำนวนขึ้นมาเรื่อยๆ จนมาถึงในปี พ.ศ.2516 คุณยุทธพงศ์ก็ได้ไปดูฟาร์มของเพื่อนที่เลี้ยงหมูด้วยความที่เพื่อนไม่มีความมุ่งมั่นใจการเลี้ยงก็เลยไม่ประสบความสำเร็จและเลิกกิจการไป คุณยุทธพงศ์ เลยขอซื้อหมูของเพื่อนมาเลี้ยงซึ่งเริ่มต้นโดยการเลี้ยงหมูทั้งหมด 4 ตัว และเริ่มมีการขยายและเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ จนคุณยุทธพงศ์แต่งงาน ก็มองเห็นว่าครอบครัวต้องมีการขยายธุรกิจ จึงได้มีการขยายฟาร์มหมูไปที่อำเภอแม่ริม โดยเริ่มเลี้ยงหมูเป็นจำนวนมาก คือจำนวนร้อยกว่าตัวซึ่งเป็นแม่พันธุ์แล้วก็มีการพัฒนามาโดยตลอดและมีความคิดที่ว่าในการประกอบธุรกิจการเกษตรนั้นต้องเป็นการประกอบธุรกิจที่ครบวงจร คือทั้งต้นน้ำ กลางน้ำ

และปลายน้ำให้ได้ จึงได้เข้าไปคุยกับบริษัทเงินทุนเพื่อที่จะขยาย
สายงาน คือ โรงงานอาหารสัตว์ และโรงงานชำแหละแปรรูป
เพิ่ม รวมถึงการขยายฟาร์มเพิ่ม โดยปรับรูปแบบของฟาร์มที่
แม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นฟาร์มแม่พันธุ์ และโรงงานที่ลำพูน
เป็นฟาร์มหมูขุน และที่สารภีเป็นโรงชำแหละแยกกัน ตั้งแต่ปี
พ.ศ. 2535 จนถึงปัจจุบันตั้งแต่มีการก่อตั้งบริษัทมาก็เป็น
ระยะเวลาประมาณ 40 ปี และเริ่มมีโรงชำแหละมาแล้วประมาณ
25 ปี

กลยุทธ์การตลาดและการวางแผนพัฒนาธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจนั้น เราต้องพิจารณาว่าต้นน้ำที่
เรามีก็คือแม่พันธุ์สายพันธุ์ เราก็ต้องเลี้ยงหมูขุน มีโรงอาหาร
สัตว์ โรงชำแหละและแปรรูปเพื่อออกสู่ตลาด เพื่อเป็นการ
ดำเนินธุรกิจที่ครบวงจรของบริษัท วิ แอนด์ พี เพร็ชฟู้ด
จำกัด ขึ้นมา

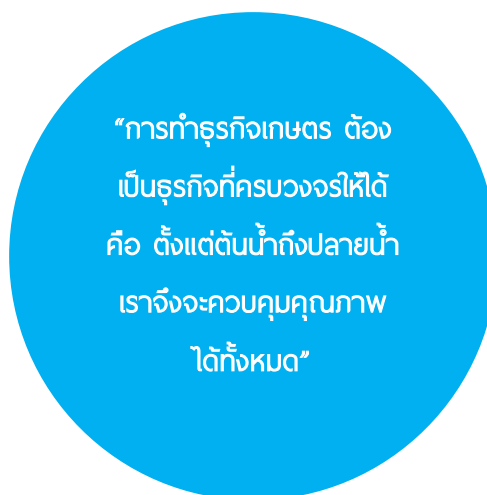
ส่วนของกลยุทธ์การตลาด บริษัทฯ ก็ได้มีการ
พิจารณาว่าในประเทศไทย หรือเชียงใหม่เริ่มมีเทรนด์ความ
เปลี่ยนแปลงในเรื่องของการบริโภค ไม่ว่าจะเป็นด้วยการเข้ามา
ของห้างโมเดิร์นเทรด รีเทล เช่น หรือสตรีที่เริ่มเข้ามาเป็น
ส่วนมาก บริษัทฯ ก็ต้องมีการพัฒนาคุณภาพการผลิตให้
สูงขึ้น และผลิตภัณฑ์ทั้งหมดก็ต้องได้รับการรับรองมาตรฐาน
เพื่อให้ผู้บริโภคและชาวปลายเออร์มีความมั่นใจในคุณภาพ
สินค้าของบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ ก็ต้องให้ความสำคัญและศึกษาใน
เรื่องของกฎระเบียบรวมถึงความต้องการของลูกค้า เพื่อให้
สามารถส่งสินค้าออกสู่ตลาดได้อย่างรวดเร็วพร้อมทั้งมีราคา
ที่ย่อมเยาที่สุด

เคล็ดลับในการบริหารธุรกิจ

เคล็ดลับในการบริหารธุรกิจของเราในทุกวันนี้ก็คือ
เรื่อง Cost Management คือการบริหารจัดการต้นทุนให้ได้
ต่ำที่สุด คุณภาพสินค้าให้ได้ตามเกณฑ์ที่เป็นหัวใจของ
มาตรฐาน รวมถึงตอบสนองความต้องการของลูกค้าไม่ว่าจะ
เป็นห้าง หรือ Food Chain Food Store ไปได้

ในเรื่องของเป้าหมายการเจริญเติบโตของธุรกิจ หรือ
Growth Rate นั้น เราตั้งเป้าไว้ที่ 5% เนื่องจากบริษัทฯ ต้อง
คำนึงถึงเรื่องของเงินเฟ้อ และเงินเดือนของพนักงานที่ต้อง

เพิ่มขึ้นทุกปี แบนอนจึงทำให้บริษัทฯ หยุดนิ่งไม่ได้ และต้องมี
การตั้งเป้าหมายในเรื่องของการเจริญเติบโต อย่างน้อยปีหนึ่ง
ต้องเท่ากับ 5-10% เป็นอย่างต่ำ ตั้งแต่ปี 2554 ถึง 2558
บริษัทตั้งเป้าไว้ว่าจะเพิ่มจำนวนของแม่พันธุ์หมูจากเดิมที่มีอยู่
6,000 ตัว ให้สามารถเพิ่มจำนวนเป็น 12,000 ตัว ซึ่งตอนนี้
บริษัทฯ ก็ได้ทำสำเร็จแล้ว และตอนนี้บริษัทได้ตั้งเป้าไว้ว่าในปี
2560-2562 บริษัทฯ จะเพิ่มจำนวนแม่พันธุ์ขึ้นอีกจำนวน
5,000 ตัว อีกทั้งยังต้องขยายในเรื่องของเครื่องจักรเพื่อ
รองรับการผลิตด้วย



กระบวนการบริหารการผลิตของบริษัทฯ

ตั้งแต่ปี พ.ศ 2535 ที่บริษัทฯ ได้รับเงินสนับสนุนจาก
บริษัทเงินทุนที่ทำให้บริษัทฯ ขยายจำนวนแม่พันธุ์จากหมู
ทั้งหมด 500 ตัวเป็น 1,500 ตัว รวมถึงได้มีการสร้างโรง
อาหารสัตว์ 1 โรง รวมถึงสร้างโรงชำแหละที่มีศักยภาพในการ
ชำแหละหมูได้ชั่วโมงละ 60 ตัว

พ.ศ. 2546 บริษัทฯ ได้มีการขยายฟาร์มโดยเพิ่ม
ปริมาณแม่พันธุ์จาก 1,500 ตัว เป็น 6,000 ตัว ซึ่งก็ต้อง
พิจารณาว่าโรงงานอาหารสัตว์และโรงชำแหละเดิมนั้นมีขนาด
เล็กไปเมื่อเทียบกับจำนวนแม่พันธุ์ จึงได้มีการสร้างโรงงาน
อาหารสัตว์ใหม่ขึ้นที่ อ.แม่ทา จ.ลำพูน ซึ่งมีกำลังการผลิต
อาหารสัตว์ได้ชั่วโมงละ 45 ตัน และได้รับรองมาตรฐาน
คุณภาพจากกรมปศุสัตว์

พ.ศ. 2549 บริษัทฯ หลังจากที่ย้ายโรงงานอาหารสัตว์ ก็ได้มีการขยายโรงงานชำแหละและแปรรูป V&P FRESHFOODS จากเดิมที่มีความสามารถในการชำแหละและแปรรูปชั่วโมงละ 60 ตัว ก็มีการเปลี่ยนมาใช้ระบบ Semi Auto ที่ทำให้สามารถชำแหละได้ชั่วโมงละ 200 ตัว เรียกว่าเป็นระบบ Automatic Line ซึ่งเป็นโรงชำแหละที่มีความสามารถในการผลิตเพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศได้ และได้รับการรับรองมาตรฐาน HACCP และ ISO22000 และใบ Certificate ตามหลักของบริษัทฯ ที่ว่าต้องมีคุณภาพเหนือมาตรฐาน



หลังจากที่มีการขยายกำลังการผลิต คุณยุทธพงศ์ ก็ได้ลูกชายและลูกสาว คือคุณวรพงศ์ เข้ามาดูแลในด้านการแปรรูป และคุณวนิชยามาช่วยดูแลด้านการตลาด และเริ่มเข้ามารับช่วงต่อในเรื่องของธุรกิจ

ด้วยลงทุนในเรื่องของเครื่องจักรและการแปรรูป ทำให้บริษัทฯ สามารถตัดแต่งเนื้อได้ดีทุกประเภทตามที่ผู้บริโภค และชีพพลายเออร์ต้องการ

ปัญหาและอุปสรรคเมื่อธุรกิจเริ่มเจริญเติบโต

ในเรื่องของราคาสินค้านั้น ราคาจะค่อนข้างขึ้นๆ ลงๆ ซึ่งจะขึ้นอยู่กับภาวะเศรษฐกิจ ซึ่งทุกวันนี้หากเป็นการสั่งสินค้าไปให้โม่ได้เร็นเทรดเป็นจำนวนมากสินค้าก็จะไม่ได้ราคา บริษัทฯ ก็ต้องพยายามหาช่องทางในการส่งสินค้าไปยังช่องทางอื่น อย่างเช่น เอ็มเค โออีซี ซึ่งจะนี้เป็นลักษณะของการส่งสินค้าแปรรูป

รูปเพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริษัทฯ ซึ่งการส่งสินค้าแปรรูปก็จะทำให้ได้มูลค่าเพิ่มขึ้นประมาณ 50%

การขยายงานด้านปศุสัตว์ในปัจจุบันนั้นเป็นข้อดีของผู้ประกอบการ เนื่องจากแนวโน้มมองว่าเป็นธุรกิจที่ไม่มีศักยภาพเนื่องจากไม่มีความนิ่งในเรื่องของต้นทุนการผลิต ไปจนถึงราคาขายออกสู่ตลาด ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของต้นทุนในการซื้อทรัพยากรจนถึงการขายสินค้าให้กับห้างขนาดใหญ่ซึ่งมีอำนาจในการต่อรองมากกว่า เพราะฉะนั้นบริษัทฯ จึงต้องมีการเปิดช่องทางของผลิตภัณฑ์แปรรูปขึ้นมา

ในปี พ.ศ.2557 บริษัทฯ จึงได้มีการทดลองเปิดซื้อปขึ้นมาที่บริษัทฯ เป็นซื้อปแรกในเดือนมกราคม และเริ่มขยายไปเปิด Shop & Restaurant ที่ปิม ปตท. ในจังหวัดลำพูนเพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ในการทำตลาดสู่ผู้บริโภค

แผนบริหารจัดการความเสี่ยงของบริษัทฯ

อันดับแรก คือ เนื่องจากเรามีโรงงานอาหารสัตว์ เพราะฉะนั้นต้องมีการวางแผนทั้งปีว่าจะมีการใช้วัตถุดิบตัวไหน และต้องซื้อวัตถุดิบตัวไหนซึ่งมีราคาตลาดต่ำที่สุด ซึ่งในการเลี้ยงหมู 1 ตัวนั้นมีต้นทุนในเรื่องวัตถุดิบประมาณ 75-80% คือต้นทุนในเรื่องของอาหารสัตว์ เพราะฉะนั้นหากซื้อในช่วงที่เป็นฤดูการผลิตจะได้ราคาถูก ดังนั้นในช่วงที่ราคาถูกมากๆ บริษัทฯ ก็ต้องซื้อวัตถุดิบมาสต็อกไว้ ซึ่งบริษัทฯ มีความสามารถในการสต็อกวัตถุดิบประมาณ 20,000-30,000 ตัน โดยต้องมีการดูแลวัตถุดิบควบคู่กันไปด้วย โดยใน 1 ปี บริษัทฯ มีความต้องการใช้อาหารประมาณ 100,000 ตัน

ส่วนด้านของการเลี้ยงหมูนั้น จะต้องมีทีมงาน และที่ปรึกษาในด้านวิชาการ ในเรื่องของข้อมูลการเลี้ยง อัตราการคลอด หรืออัตราการสูญเสีย เป็นต้น ซึ่งในอนาคตบริษัทฯ จะต้องมีการขยายไปในอีกหลายธุรกิจ ซึ่งในอนาคตอาจจะมีการแตกไลน์ธุรกิจออกไปนอกจากการทำปศุสัตว์ ซึ่งคงต้องดูในเรื่องของความถนัดว่าจะมีด้านไหนเพิ่มขึ้นมาอีกบ้าง



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจการเกษตรเมื่อไทยเข้าสู่ AEC

ดูเหมือนว่าการเข้าสู่ Asian Economic Community หรือ AEC ของ 10 ประเทศประชาคมอาเซียนเมื่อปลายปี 2558 ที่ผ่านมา จะทำให้ธุรกิจหลายๆ ธุรกิจได้รับผลกระทบตามๆ กันไป บ้างก็ได้รับผลกระทบในแง่บวก บ้างก็ได้รับผลกระทบในแง่ลบ ซึ่งธุรกิจการเกษตรก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ต้องเผชิญการแข่งขันที่สูงขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน จึงมีทั้งโอกาสและความเสี่ยงที่จะตามมา ซึ่งหากพิจารณาแล้ว จะค่อนข้างได้รับผลกระทบในแง่ลบเนื่องจากประเทศในภูมิภาคอาเซียนต่างก็เป็นประเทศเกษตรกรรมด้วยกันทั้งนั้น ส่วนใหญ่จะต้องเผชิญกับสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นเนื่องจากมีคู่แข่งทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น ทำให้ภาคการเกษตรจำเป็นต้องปรับตัวเพื่อการอยู่รอด และเพิ่มมูลค่าให้สินค้าของตัวเองสูงขึ้นเพื่อให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

ก่อนอื่นลองมาทำความรู้จักกับ AEC กันอีกหน่อย ว่าเป็นอะไรและส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตรของไทยบ้าง Asian Economic Community หรือเรียกสั้นๆ ว่า AEC นั้นเป็นการรวมตัวเพื่อจุดประสงค์ทางเศรษฐกิจของ 10 ประเทศใน

อาเซียนอันได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม ลาว กัมพูชา เมียนมาร์ มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และบรูไน เพื่อเป็นฐานการผลิตแผ่นดินเดียวกันและเปิดเสรีทางการค้าและบริการระหว่างกันให้เป็นศูนย์ ทั้งนี้เพื่อให้มีความมั่นคงและเพิ่มศักยภาพในการต่อรองกับคู่ค้าอื่นนอกภูมิภาค เพื่อก่อให้เกิดความเข้มแข็งภายในภูมิภาคเอง

ผลกระทบทางบวกและโอกาสของธุรกิจการเกษตรเมื่อไทยเข้าสู่ AEC อย่างเป็นทางการ ข้อดีที่มองเห็นได้อย่างเด่นชัดคือ การลดมาตรการภาษีทางการค้าและบริการระหว่างชาติอาเซียนทั้ง 10 ประเทศให้เป็นศูนย์ ทำให้การนำเข้าวัตถุดิบเพื่อการแปรรูปสินค้าการเกษตรเพื่อการส่งออกได้รับโอกาสมากขึ้น ก่อให้เกิดการมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำลง หรือการเข้าไปลงทุนเพื่อทำการเกษตรในบางประเทศที่มีต้นทุนในการผลิตและมีต้นทุนแรงงานที่ต่ำกว่า และส่งออกไปจำหน่ายยังประเทศคู่ค้าที่มีตลาดรองรับอยู่แล้วนอกประชาคมอาเซียน อันจะสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับประเทศ นอกจากนี้สินค้าประเภทปลอดสารพิษก็จะได้รับโอกาสในการขยายตลาดเพื่อการส่งออกไปยัง

กลุ่มประเทศอาเซียนเพิ่มขึ้น เนื่องจากสินค้าปลอดสารพิษยังเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่เป็นจำนวนมาก

ผลกระทบในแง่ลบและความเสี่ยง เนื่องจากประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศส่งออกสินค้าทางการเกษตรเป็นอันดับต้นๆของโลก แต่อย่างไรก็ตามการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ทำให้ประเทศต้องเจอสภาวะการแข่งขันทางการค้าที่สูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้าส่งออกที่สำคัญอย่างเช่น

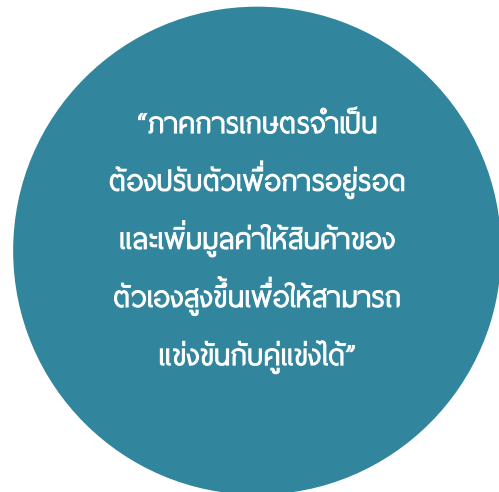
- » ข้าวเนื่องจากตอนนี้ประเทศเวียดนามได้กลายเป็นผู้นำในการผลิตข้าวแทน ซึ่งต่อไปก็จะมีเมียนมาร์ที่เข้ามาเบียดเพื่อแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้นและยังมีต้นทุนในการผลิตที่น้อยกว่าอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังได้เปรียบเล็กน้อยในเรื่องของคุณภาพข้าวที่มีสายพันธุ์และมาตรฐานการผลิตที่สูงกว่า
- » ปาล์มน้ำมันซึ่งมาเลเซียเป็นผู้ผลิตปาล์มน้ำมันรายใหญ่ที่สุดของโลก รวมทั้งมีสายพันธุ์ปาล์มที่ดีให้ผลผลิตเยอะ เมื่อมีการเข้าสู่ AEC จะทำให้การนำเข้าน้ำมันปาล์มราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาทำให้แทน ทำให้ไทยเสียดุลการค้าเพิ่มขึ้นถึงแม้ไทยจะมีข้อได้เปรียบในแง่ของผลิตภณฑ์น้ำมันปาล์มที่มีคุณภาพสูงกว่า ใส่มั่นใจและไม่มียศก่อนแต่ก็ยังไม่สามารถแข่งขันสู้กับมาเลเซียได้
- » เมล็ดกาแฟซึ่งต้องเผชิญการแข่งขันกับผู้ผลิตรายใหญ่จากเวียดนามที่ได้เปรียบในเรื่องของสายพันธุ์เมล็ดกาแฟพันธุ์อาราบิก้าที่ประเทศไทยไม่สามารถปลูกได้จากเวียดนามและลาว อันเนื่องจากมาตรการลดภาษีนำเข้าเป็นศูนย์ทำให้เมล็ดกาแฟจากประเทศเพื่อนบ้านทะลักเข้ามาเป็นจำนวนมาก

แต่อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังได้เปรียบทางด้านสินค้าการเกษตรบางชนิด เช่น ถั่วเหลืองที่ยังไม่ได้รับผลกระทบจากการเปิดการค้าเสรีเท่าใดนัก และสินค้าเกษตรมันสำปะหลังที่ประเทศไทยยังสามารถครองตำแหน่งผู้ผลิตและส่งออกรายใหญ่ของโลก ที่ยังครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้มากกว่าคู่แข่งอย่างประเทศเวียดนามและอินโดนีเซีย โดยมีคู่ค้าที่สำคัญอย่างประเทศจีน ทั้งนี้สินค้าที่ผ่านการแปรรูปอย่างมันเส้นซึ่งเป็นสินค้าที่ตลาดประเทศจีนยังต้องการอยู่ในปริมาณที่สูงและเวียดนามยังไม่มีเทคโนโลยีจะสามารถแข่งขันได้

นอกจากนี้สิ่งที่น่ากังวลอีกประการหนึ่ง คือ สินค้าที่มีมาตรฐานการผลิตต่ำจากประเทศเพื่อนตามแนวชายแดนจะทะลักเข้ามาวางขายในตลาดภายในประเทศมากขึ้น ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นก่อให้เกิดการแข่งขันทางด้านราคาและทำให้สินค้าที่

ผลิตภายในประเทศได้รับผลกระทบไปด้วย นอกจากนี้ประเทศไทยยังไม่มีระบบชลประทานซึ่งเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานของภาคการเกษตรที่ดีมากพอ เมื่อต้องเสี่ยงกับภัยธรรมชาติ เช่น เพชฌฆาตจะแล้งอย่างยาวนานตลอดจนต้องเสี่ยงกับอย่างเช่นอุทกภัยทำให้ผลผลิตทางการเกษตรเกิดตกต่ำอีกด้วย

การปรับตัว การปรับตัวเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น จะเป็นหนทางในการอยู่รอดในสภาวะการแข่งขันที่สูงขึ้นของเกษตรกร นั่นคือการหันมาทำธุรกิจการเกษตรแบบโรนาสวนผสมเพื่อกระจายความเสี่ยงและเพื่อเพิ่มทางเลือกและเพิ่มรายได้โดยไม่ต้องพึ่งพาเพียงพืชเศรษฐกิจแบบเดียว



นอกจากนี้เกษตรกรยังต้องลดต้นทุนการผลิตเพื่อความสามารถในการแข่งขัน การลดต้นทุนสามารถทำได้โดยการปลูกพืชโดยลดการพึ่งพาสารเคมี หันมาใช้ปุ๋ยหมักชีวภาพที่สามารถทำเองได้ นอกจากจะช่วยลดต้นทุนแล้วยังส่งผลดีต่อสุขภาพของทั้งตัวเกษตรกรเองและผู้บริโภคและสามารถสร้างจุดขายด้วยพืชปลอดสารพิษได้อีกด้วยเนื่องจากปัจจุบันสินค้าปลอดสารพิษยังมีราคาสูงและยังเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่อีกมาก

การรวมกลุ่มของเกษตรกรภายในชุมชนเพื่อพัฒนาการเกษตรอย่างต่อเนื่องและรวมถึงการช่วยเหลือซึ่งกันและกันของกลุ่มเกษตรกรจะช่วยให้ชุมชนและอาชีพนี้ความเข้มแข็ง เมื่อมีความเข้มแข็งก็จะมีอำนาจในการต่อรองได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันการรวมกลุ่มก็มีอยู่แล้วเพียงแต่ยังมีจำนวนน้อยและยังไม่เข้มแข็งพอ

นโยบายการส่งเสริมจากภาครัฐและเอกชน การเข้าสู่ AEC จะทำให้การค้าและบริการรวมถึงการเคลื่อนย้ายแรงงานเกิดขึ้นอย่างเสรี รวมถึงการลักลอบสินค้าทางการเกษตรเข้ามาตามพรมแดนอย่างผิดกฎหมายสามารถทำได้ง่ายมากขึ้น ซึ่งจะทำให้เกิดสินค้าการเกษตรจากประเทศเพื่อนบ้านเข้ามาแย่งตลาดสินค้าภายในประเทศ ความเสียหายที่เกิดขึ้นคือภาคการเกษตรจะได้รับผลกระทบจากสินค้าที่นำเข้ามาอย่างผิดกฎหมายและเกิดการแข่งขันทางราคา เนื่องจากสินค้าที่เข้ามาอย่างผิดกฎหมายจะมีราคาต่ำกว่านั่นเอง ดังนั้นนโยบายที่ภาครัฐจะต้องคำนึงถึงคือ จะต้องมียุทธศาสตร์ป้องกันการค้าเสรีนำเข้าอย่างผิดกฎหมายและมีบทลงโทษอย่างจริงจัง



ส่งเสริมให้มีการให้ความรู้แก่ภาคการเกษตรโดยเน้น การทำการเกษตรแบบยั่งยืนพึ่งตัวเองได้ การเกษตรแบบยั่งยืน มีดังต่อไปนี้ การทำเกษตรอย่างมีความรู้ทางระบบนิเวศน์ เน้น การพึ่งพาตนเองของระบบสิ่งแวดล้อมตามธรรมชาติ เช่นการ เลี้ยงแมลงศัตรูธรรมชาติกำจัดแมลงศัตรูพืช เป็นต้น การปลูก พืชหมุนเวียนเพื่อคงความอุดมสมบูรณ์ของผืนดินให้มีธาตุ อาหารครบถ้วนมากที่สุด เมื่อดินมีความอุดมสมบูรณ์การพึ่งพา สารเคมีก็ลดลง ต้นทุนจึงลดลงตามไปด้วย การปลูกพืชแบบ พสมผสานเพื่อการวางแผนสร้างรายได้ทั้งระยะสั้นโดยพืชอายุ สั้น ระยะกลางเพื่อรายได้ที่ต่อเนื่อง และระยะยาวเพื่อรายได้ที่ เข้ามาอย่างสม่ำเสมอและมั่นคง การเกษตรทฤษฎีใหม่ที่มุ่งเน้น การบริหารจัดการน้ำเพื่อใช้ในการเกษตรให้มีความเพียงพอใน หน้าแล้ง การจัดสรรพื้นที่ที่มีความสมดุล แบ่งความต้องการ หลักและความต้องการรองให้เป็นระบบและมีสัดส่วน

นอกจากนี้การบริหารจัดการน้ำซึ่งเป็นปัจจัยหลักใน ภาคการเกษตรก็จำเป็นต้องอาศัยนโยบายจากภาครัฐ เนื่องจากน้ำเป็นทรัพยากรที่สำคัญอันดับแรกของการทำ การเกษตร โดยเฉพาะในฤดูแล้งที่พื้นที่แห้งช้านาน ก่อให้เกิด ปัญหาภัยแล้งซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นซ้ำซาก จึงจำเป็นต้องได้รับการจัดการที่ดี โดยการกำระบบชลประทานให้มีความทั่วถึง การสร้างแหล่งกักเก็บน้ำระดับชุมชนให้มากขึ้น การมีกองทุนให้ ความช่วยเหลือ ทั้งในเรื่องของกองทุนดอกเบี้ยต่ำ หรือการ สนับสนุนทุนการเพาะปลูกเพื่อการศึกษาเป็นต้น

ส่งเสริมและให้ความรู้แก่ เกษตรกรให้สามารถเพิ่มผลผลิต ทางการเกษตรต่อไร่ให้มีปริมาณ สูงขึ้น รวมถึงการแปรรูป ผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์ให้ติด ตลาดมีรูปลักษณ์สวยงามได้ มาตรฐาน ก็เป็นสิ่งสำคัญไม่ยี่ ห่ยอนไปกว่ากันจะเห็นได้ว่า ผลกระทบที่เกิดจากการเข้าสู่ AEC ต่อการเกษตรนั้นค่อนข้างน่าเป็น ห่วงไม่น้อย เนื่องจากจะเกิดการ แข่งขันทางราคาที่สูงขึ้น ซึ่ง ประเทศไทยมีคู่แข่งทางด้านสินค้า

ทางการเกษตรที่เป็นพืชเศรษฐกิจหลัก อย่างเช่น ข้าวที่มี เวียดนามกับเมียนมาเป็นคู่แข่งแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด เมล็ดกาแฟที่มีเวียดนามเป็นผู้ผลิตที่นำกล้วเนื่องจากมีผลผลิต ต่อไร่สูงและมีสายพันธุ์ที่ดีกว่า ปาล์มน้ำมันที่มาเลเซียเป็นคู่แข่ง มาอย่างยาวนานและได้เปรียบในเรื่องของผลผลิตที่สูงกว่าและมี สายพันธุ์ปาล์มที่หลากหลายและดีกว่าอีกด้วย แต่อย่างน้อยก็ น่าใจชื้นที่พืชเศรษฐกิจอย่างมันสำปะหลัง ยังไม่ได้รับผลกระทบ มากนักเนื่องจากไทยยังสามารถผลิตและส่งออกประเทศคู่ค้า อย่างประเทศจีนได้ โดยเฉพาะมันเส้นที่เป็นวัตถุดิบในการผลิต อาหารสัตว์ยังสามารถครองส่วนแบ่งทางการตลาดได้ดี แต่ อย่างไรก็ตามความไม่พร้อมของภาคการเกษตรก็นำเป็น ห่วงจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือและส่งเสริมจากภาครัฐและ ภาคเอกชนในการช่วยเหลือให้ความรู้และหามาตรการในการ รับมือเพื่อให้ภาคการเกษตรเติบโตได้อย่างยั่งยืนเข้มแข็งและ เอาชนะประเทศคู่แข่งให้ได้



การเพิ่มมูลค่าการเกษตร

สินค้าการเกษตรเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างมหาศาลในแต่ละปี หากเปรียบเทียบกับธุรกิจสาขาอื่นแล้ว ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรทำรายได้เป็นสัดส่วนที่มากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรมที่ทำการเกษตรมาอย่างช้านาน สามารถทำการเกษตรได้ทุกฤดูกาล มีดินที่อุดมสมบูรณ์ มีอากาศที่เหมาะสมกับการทำการเกษตรเกือบตลอดปี แต่ละภูมิภาคจะมีการเพาะปลูกสินค้าที่ไม่เหมือนกัน ทำให้ผลผลิตที่ได้มีความแตกต่าง เช่นภาคเหนืออากาศหนาวเย็นกว่าที่อื่นจะเพาะปลูกพืชผักเมืองหนาว ภาคอีสานมีอากาศร้อนแห้งแล้งก็ปลูกพืชที่ทนแล้งหรือต้องการน้ำน้อย ในขณะที่ภาคใต้เป็นพื้นที่ฝนตกชุกเหมาะกับการปลูกพืชที่ชอบอากาศร้อนชื้น และทำการประมง แต่อย่างไรก็ตามคนที่ทำอาชีพเกษตรกรกลับมีรายได้น้อยทั้งๆ ที่ทำงานหนักและขยันอดทนมากกว่าอาชีพอื่นด้วยซ้ำ นั่นเพราะว่าเป็นการทำ การเกษตรแบบเก่าที่เน้นการผลิตเก็บเกี่ยวและขายออกไปโดยขาดการพัฒนาต่อยอดผลผลิตทำให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น หรือแม้กระทั่งการทำบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ เมื่อเก็บเกี่ยวได้ดี

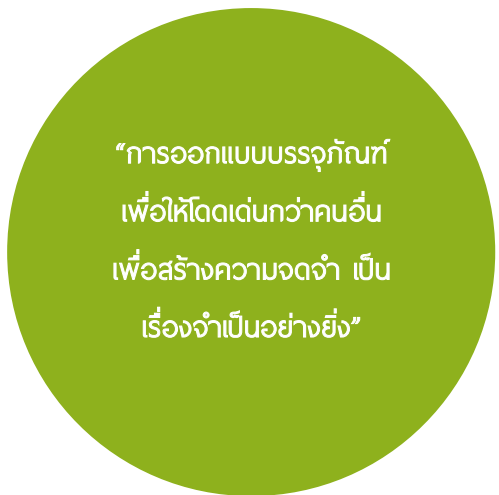
จะขายออกไปเป็นสินค้าที่ปราศจากการแปรรูปใดๆ จึงโดนกดราคาจากพ่อค้าคนกลางรวมทั้งไม่สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าของตัวเอง อาชีพเกษตรกรเป็นอาชีพที่ทำงานหนักทำแล้วเหนื่อยแต่ทำเท่าไรก็ไม่รวยเสียที กลีบกลายเป็นว่าคนที่เหนื่อยที่สุดได้เงินน้อยที่สุด คนที่ไม่ทำอะไรได้ผลประโยชน์เต็มที่คือพ่อค้าคนกลาง และในขณะที่เดียวกันสินค้าที่ส่งถึงมือผู้บริโภคก็เป็นสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานและมีราคาแพง การแปรรูปสินค้า การสร้างแบรนด์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้โดดเด่นกว่าคนอื่นจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับเกษตรกรยุคใหม่เพื่อสร้างรายได้ให้มากยิ่งขึ้น

การแปรรูปก่อนขาย ด้วยความเคยชินของเกษตรกรคือเพาะปลูก เก็บเกี่ยวและขายเลยโดยไม่แม้แต่จะผ่านวิธีการแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า ยกตัวอย่าง ชาวนาปลูกข้าวกว่าจะจะได้เก็บเกี่ยวต้องใช้เวลานาน มีค่าใช้จ่ายสูงต้นทุนสูงเมื่อถึงฤดูกาลเก็บเกี่ยวก็ขายข้าวเปลือกได้ต้นละหมื่นต้นๆ หักลบกลบหนี้แล้วเหลือรายได้น้อยนิด ไม่เพียงพอต่อค่าใช้จ่ายภายในครัวเรือน แต่หากเกษตรกรคิดต่อยอดการแปรรูปข้าวให้เป็นผลิตภัณฑ์

อื่นๆได้ เช่น ชาข้าว น้ำนมข้าว ข้าวอบกรอบ เส้นหมี่ คุกกี้ ข้าวกลิ้งงอก ฝักกึ่งสำเร็จรูป ข้าวกลิ้งผงชงพร้อมดื่ม เป็นต้น ไม่เพียงแค่นี้ผลไม้ก็เป็นพืชเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่นิยมนำมาแปรรูปเนื่องจากอายุของผลไม้สดจะเวลาจำกัด แต่เมื่อผ่านการแปรรูปแล้วสินค้าจะอยู่ได้อย่างยาวนานขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้มากยิ่งขึ้น เพราะต้องไม่ลืมว่าบางคนไม่สามารถรับประทานผลไม้สดได้แต่เมื่อแปรรูปแล้วลูกค้าสามารถทานได้ เช่นการแปรรูปผลไม้เป็นไอศกรีมรสต่างๆ จากการที่คนบางคนไม่สามารถทานผลไม้สดได้ แต่เมื่อแปรรูปก็สามารถทำให้คนเหล่านั้นสามารถชิมรสชาติจากผลไม้ได้โดยมีรสชาติไม่แตกต่างกันรวมถึงผักต่างๆอีกด้วย หรือบางคนไม่สามารถทานทุเรียนสดได้แต่สามารถทานทุเรียนอบกรอบ ทุเรียนทอด ทุเรียนกวนได้ นอกจากนี้การที่ย่างพาราตกอยู่ในภาชนะตากแห้ง แต่การที่เกษตรกรหันมารวมกลุ่มกันเพื่อแปรรูปเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพก็สามารถเพิ่มมูลค่าให้สินค้าได้ราคาสูงกว่าขายน้ำยางดิบไปหลายเท่าตัว นี่เป็นการยกตัวอย่างซึ่งการแปรรูปเหล่านี้จะทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มขึ้นได้และเก็บไว้ได้นานสามารถผลิตเพื่อจำหน่ายภายในประเทศหรือเพื่อการส่งออกก็ได้ สินค้าที่ขายออกไปจึงมีราคาสูงกว่าราคาผลิตภัณฑ์สดๆอย่างไม่ต้องสงสัย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เมื่อไหร่ที่มีการแปรรูปสินค้าก่อนที่จะมีการจำหน่ายไปยังมือของลูกค้า บรรจุภัณฑ์ก็จะกลายเป็นสิ่งจำเป็นที่ขาดไม่ได้ สินค้าการเกษตรหลายรายการมักจะมาตกม้าตายตรงที่บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานไม่มีความสวยงามดึงดูดสายตาลูกค้ามากพอ เน้นความง่ายเข้าว่าสุดท้ายสินค้าขายไม่ออก เมื่อขายไม่ออกก็จะเกิดความท้อแท้ทำเท่าไรก็ไม่สำเร็จ สุดท้ายก็จะหันกลับไปทำวิถีเกษตรแบบเดิมๆคือปลูกเพื่อเก็บเกี่ยวและขายไปเหมือนเดิมวนเป็นวงจรความเหนื่อยยากต่อไป ทั้งที่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามมีรูปลักษณ์ที่น่าสนใจจะสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้านั้นได้อีกหลายเท่าตัวแต่กลับไม่มีใครให้ความสำคัญเลยในที่สุด เคยสังเกตไหมว่าสินค้าของประเทศญี่ปุ่นจะมีความน่าสนใจเป็นที่ดึงดูดสายตาและสร้างความน่าสนใจให้แก่สินค้าได้มากไม่ต่างจากคุณภาพสินค้าเลย บางครั้งสินค้าขายดีเพราะบรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจมากกว่าจะเน้นคุณภาพของสินค้าเลยด้วยซ้ำ นั่นเพราะว่าเขาให้ความใส่ใจในการคัดสรรและตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ สินค้าการเกษตรของญี่ปุ่นจึงเป็นสินค้าที่สร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรได้เป็นกอบเป็นกำเพราะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากถือเป็นด่านวัดใจในการให้ความสนใจของลูกค้ามาก่อนสิ่งอื่นใด หากเกษตรกรไม่ศึกษาเรียนรู้เรื่องเหล่านี้ การจะประสบความสำเร็จจึงไม่ใช่เรื่องง่าย

การสร้างแบรนด์ เมื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้แล้วการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักก็สำคัญไม่ต่างกัน จะสังเกตได้ว่าสินค้าการเกษตรทุกวันนี้จะรวมตัวกันในลักษณะสินค้า OTOP มีการสร้างแบรนด์สินค้าขึ้นมาบ้างแล้วอยู่ในระดับหนึ่ง แต่ก็ยังเป็นแค่ไม่ที่เปอร์เซ็นต์เท่านั้นเองหากเทียบกับเกษตรกรทั้งประเทศ ยิ่งให้สำเร็จเป็นชื่อเรียกติดปากยังมีน้อยมาก เพราะการสร้างแบรนด์จำเป็นต้องทำควบคู่ไปกับการทำการตลาดเพื่อให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ซึ่งเกษตรกรที่ประสบความสำเร็จจริงๆค่อนข้างมีน้อยแต่เมื่อสำเร็จแล้วจะสามารถยืนอยู่ในตลาดได้อย่างยาวนานและสามารถทำรายได้เข้ากระเป๋าได้อย่างต่อเนื่องแล้วจะสร้างแบรนด์ได้อย่างไร



- » ก่อนอื่นเลยสินค้าที่ผลิตออกมาจะต้องได้คุณภาพ เมื่อสินค้ามีคุณภาพก็จะเป็นที่ยอมรับจากลูกค้า เมื่อลูกค้าชอบก็จะเกิดการซื้อซ้ำอยู่เรื่อยๆ กลายเป็นลูกค้าประจำของเราในที่สุด
- » ทำการตลาดต่อเนื่อง เมื่อสินค้ามีคุณภาพแต่ไม่มีการประชาสัมพันธ์แล้วลูกค้าจะรู้จักสินค้าได้อย่างไร สมัยนี้การทำตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าไม่ยุ่งยากอีกต่อไปแล้ว เพราะสามารถใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียในการติดต่อสื่อสารและประชาสัมพันธ์แบรนด์สินค้าได้อย่างตรงจุดได้อย่างง่ายดายตามมีค่าใช้จ่ามน้อยแต่ให้ประสิทธิภาพสูงอย่างน่าพอใจ
- » พัฒนาสินค้าอย่างไม่หยุดนิ่ง สินค้าเกษตรต้องมีการพัฒนาปรับปรุงสายพันธุ์ ปรับปรุงดินให้มีความอุดมสมบูรณ์ เมื่อดินสมบูรณ์ผลผลิตที่ได้จะมีรสชาติที่ดีตามไปด้วย

» มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เนื่องจากสินค้าทางการเกษตร มีการแข่งขันกันสูง เพราะเกษตรกรรายใหญ่ปลูกสินค้าชนิดไหนได้ราคาดี ก็เกิดการเลียนแบบของรายอื่น เมื่อเกิดการเลียนแบบสินค้าก็จะเหมือนกันเมื่อเหมือนกันก็ก่อให้เกิดการแย่งตลาดกันเอง เพราะฉะนั้นถ้าไม่ยอมโดนแย่งส่วนแบ่งทางการตลาด ก็ต้องสร้างความแตกต่าง โดยกำหนดความต้องการของตลาดเป็นตัววัดว่าตลาดต้องการอะไร เมื่อรู้ความต้องการของตลาดได้ เราก็จะสามารถนำคู่แข่งและสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักได้เช่นกัน



การสร้างเรื่องราวให้สินค้า สินค้าการเกษตรเป็นสินค้าที่สามารถสร้างเรื่องราวได้ง่ายเนื่องจากผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดมีความโดดเด่นมีเอกลักษณ์ในตัวอยู่แล้วแต่ยังขาดการ

สร้างเรื่องราวให้แก่สินค้า ประเทศญี่ปุ่นอาจจะเรียกได้ว่าเป็นประเทศราชาแห่งเรื่องราวของสินค้าแต่ละชนิดเลยก็ว่าได้ เพราะเขายึดสร้างเรื่องราวให้แก่อสินค้าจนสามารถสร้างรายได้เป็นกอบเป็นกำ ยกตัวอย่างเช่น ไช้ไก่ที่เขาสามารถสร้างเรื่องราวให้ไช้ของเขาแตกต่างจากคนอื่นตรงที่ไม่มีสารเคมีตกค้างตั้งแต่กระบวนการเลี้ยงไก่ เพราะเน้นการเลี้ยงแบบวิถีธรรมชาติ ดึงเต็มปราศจากสารพิษใดๆ ไช้ไก่ที่ดีจึงดีและมีคุณค่าทางโภชนาการสูงและไม่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ เชื่อหรือไม่ว่าไช้ไก่เดียวสามารถทำราคาได้สูงถึง 170 บาท ในขณะที่ไช้บ้านเรายังตกอยู่ที่ใบละ 5 บาทเท่านั้นเอง เห็นพลังของเรื่องราวแล้ว หรือยังว่าสามารถเพิ่มมูลค่าให้สินค้าทางการเกษตรได้มากนักน้อยแค่นั้น เพียงแค่หาจุดต่างความโดดเด่นที่ไม่เหมือนใครแค่นั้นเอง

การเพิ่มมูลค่าให้สินค้าการเกษตรจะเห็นได้ว่าไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ไม่ยากจนเกินไปเพียงแต่เกษตรกรจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้และศึกษาทำการบ้านอย่างต่อเนื่อง ต้องใส่ใจตั้งแต่ขั้นตอนการผลิต หากจะทำการเกษตรให้รวยเป็นวิถีเกษตรแนวใหม่ได้นั้น การเพิ่มมูลค่าให้แก่อสินค้าจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งดังที่ดิ๊กกล่าวมาแล้ว การเพิ่มมูลค่าให้สินค้าสามารถทำได้ด้วยการแปรรูปสินค้าก่อนจำหน่าย ไม่เน้นปลูกเพื่อขายในลักษณะเดิมเพียงอย่างเดียว ต้องปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและใส่ลูกค้ำจะช่วยดึงดูดความสนใจให้แก่อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น แค่นั้นยังไม่พอยังต้องทำการตลาดเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคโดยตรงอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมออีกด้วย นอกจากนี้การสร้างเรื่องราวให้แก่อสินค้าก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้อสินค้ามีความแตกต่างไม่เหมือนใครได้ เมื่อมีความแตกต่างราคาสินค้าก็จะเพิ่มสูงขึ้นได้อีกหลายเท่าตัว ซึ่งทุกขั้นตอนจะต้องทำควบคู่กันไป เพียงแค่นี้เกษตรกรก็จะมีช่องทางในการทำอาชีพให้ประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนได้ไม่ยากเลย



วิถีเกษตรกรรมใหม่ทำอย่างไรให้รวย

เกษตรกรรมเป็นอาชีพดั้งเดิมที่ผูกพันกับวิถีชีวิตคนไทยมาช้านานที่ตกทอดกันมาตั้งแต่รุ่นปู่ย่าตายายจนถึงรุ่นพ่อแม่ส่งต่อไปยังลูกหลาน แต่ด้วยความเชื่อที่คนรุ่นพ่อรุ่นแม่ปลูกฝังให้แก่ลูกหลานที่ว่าอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่ทำเท่าไรก็ไม่รวยมีแต่หนี้สินความลำบาก แถมยังเป็นอาชีพที่ดูเหน็ดเหนื่อยต้องใช้แรงงานหนักตากแดดตากลมดูไม่มีความก้าวหน้า คนรุ่นพ่อรุ่นแม่จึงกีดกันทำงานหนักเพื่อส่งลูกซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ให้หนีไปเรียนสูงๆ เพื่อทำงานบริษัทเป็นลูกจ้างทำงานสบายๆ ในห้องปรับอากาศแทนจึงกลายเป็นค่านิยมผิดๆ ที่สั่งสมกันมาว่าทำเกษตรเป็นอาชีพที่ทำงานหนักแต่ไม่รวย การทำงานในห้องปรับอากาศทำงานบริษัทดูดีและภูมิฐานและรวยกว่าเป็นไหนๆ แต่ในความเป็นจริงเป็นความเชื่อและค่านิยมที่ไม่ถูกต้องมากนัก เพราะอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่อิสระ เป็นเจ้านายตัวเองได้สบายไม่จำเป็นต้องมีใครมาสั่งงาน จริงอยู่ที่การทำอาชีพเกษตรเป็นงานหนักและมีภาพลักษณ์ไม่ได้หวือหวาหากเทียบกับอาชีพอื่น แต่อันที่จริงแล้วถ้าหากมีการบริหารจัดการ

ที่ดีมีความรู้ต่อยอดอาชีพเกษตรกรรมจะเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้ไม่รู้จักและเป็นอาชีพที่มั่นคงอาชีพหนึ่งทีเดียว

สมัยนี้การทำเกษตรเป็นอาชีพที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจหันกลับมาประกอบเป็นอาชีพมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนค่านิยมและความเชื่อที่ว่าเป็นเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่ทำแล้วเหนื่อยทำแล้วจน มาเป็นการทำอาชีพอิสระที่เป็นเจ้านายตัวเอง และเป็นอาชีพสำคัญที่ประเทศชาติไม่ได้เปรียบเสมือนเป็นห้องครัวหลักของคนทั้งประเทศ จึงจะเห็นภาพคนรุ่นใหม่ที่ยืนจบมาสูงระดับทั้งปริญญาโทและเอกแต่จบมาเป็นเกษตรกรที่หันมาปลูกข้าว เลี้ยงสัตว์กันมากขึ้น นับเป็นการสวนกระแสทางความเชื่อและค่านิยมมากพอสมควร จึงเกิดเป็นวิถีเกษตรกรรมใหม่ที่สามารถทำกำไรให้กับกิจการของตัวเองได้เป็นกอบเป็นกำแข่งหน้ามนุษย์ออฟฟิศได้อย่างไม่อายเลยทีเดียว แต่จะทำอย่างไรให้ทำอาชีพนี้แล้วรวย บทความนี้จะรวบรวมวิธีการมาให้ไปดูกันเลย

วางแผนการทำงานอย่างอย่างเป็นระบบ การเกษตรสมัยใหม่จะต้องมีการวางแผนการทำงานให้ดี ต้องคิดก่อนเสมอว่าต้องการปลูกอะไร มีตลาดรองรับและสามารถขยายและเติบโตได้หรือไม่ ตลอดจนต้องศึกษาตลาดเพื่อหาทางหนีทีไล่ก่อนลงทุนจริง ต้องศึกษาความต้องการของตลาดก่อนเสมอว่าสินค้าที่จะผลิตออกมาเป็นที่ต้องการของตลาดมากน้อยแค่ไหน เพื่อดูทิศทางและคำนวณความเป็นไปได้ว่าเมื่อลงมือทำแล้วจะได้กำไรมากหรือน้อยและเสี่ยงต่อการขาดทุนหรือเปล่า ถ้ามีความเสี่ยงมากจะได้มีแผนสำรองไปทำอย่างอื่นหรือหาวิธีแก้ปัญหาไว้ล่วงหน้า

เน้นการปลูกพืชผักปลอดสารพิษ เนื่องจากเทรนด์รักสุขภาพกำลังเป็นกระแสที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค ดังนั้นพืชผักปลอดสารพิษ ผักออแกนิก จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ตลาดจึงยังเปิดกว้าง เป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรรุ่นใหม่ไม่น้อยเลยทีเดียว

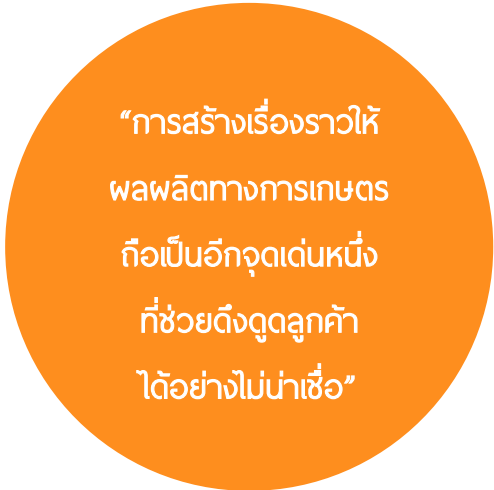
ทำไร่นาสวนผสม การทำไร่นาสวนผสมแบ่งโซนนิ่งในการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ในอัตราส่วนที่เหมาะสมและเน้นการปลูกพืชหมุนเวียนเพื่อปรับปรุงดินหลักเลี้ยงดินเสื่อมโทรมเร็วและที่สำคัญคือต้องวางแผนในการเพาะปลูก นั่นคือต้องมีแผนระยะสั้น ระยะกลาง และระยะยาว เช่น การปลูกพืชระยะสั้นเพื่อสร้างรายได้หมุนเวียนอย่างเช่น มะเขือ พริก แตงกวา มะเขือเทศ ตะไคร้ เป็นต้น พืชระยะกลางเพื่อสร้างรายได้ต่อเนื่อง เช่น การปลูกข้าว มะนาว กล้วย มะละกอ พืชยืนต้นระยะยาวเพื่อรายได้ที่มั่นคงเช่น อินทผาลัม ไม้เศรษฐกิจอย่างไม้สักทอง ซึ่งทั้งหมดสามารถปลูกไปด้วยกันได้ โดยปลูกพืชระยะสั้นและกลางแซมในพื้นที่ระหว่างแถวของพืชยืนต้น ซึ่งจะช่วยให้เกษตรกรมีรายได้เข้ามาอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง

เพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้มีกำไรสูง การเพิ่มผลผลิตทำได้อย่างไร ส่วนใหญ่จุดด้อยหลักๆ ที่เกษตรกรรุ่นเก๋ายังคือยึดถือปฏิบัติกันมาคือการใช้สารเคมีเพื่อบำรุงและกำจัดศัตรูพืชกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งเป็นการเพิ่มผลผลิตที่ได้ผลรวดเร็วแต่ไม่ยั่งยืนและยังส่งผลเสียต่อเกษตรกรทั้งทางตรงและทางอ้อมทางตรงคือมีค่าใช้จ่ายสูงแทนที่จะได้เพิ่มกำไรกลับกลายเป็นการเพิ่มต้นทุนแทน ทางอ้อมคือส่งผลเสียต่อสุขภาพ การเพิ่มผลผลิตต่อไร่ให้สูงขึ้นสามารถทำได้ง่ายๆ ด้วยการหลีกเลี่ยงสารเคมีและใช้วิธีธรรมชาติกำจัดศัตรูพืชแทนเน้นการบำรุงดินให้อุดมสมบูรณ์เมื่อดินสมบูรณ์พืชผักก็จะงอกงามขึ้นเอง

ผลิตในสิ่งที่ตลาดต้องการ ศึกษาว่าตลาดต้องการอะไร ผลิตในสิ่งที่แตกต่างเพื่อรองรับตลาดและสร้างรายได้ที่ไม่เหมือนใคร

เน้นการปลูกพืชโดยวิถีธรรมชาติ โดยให้ธรรมชาติกำจัดแมลงศัตรูพืชด้วยตนเอง โดยการทำการเกษตรเลียนแบบระบบนิเวศให้สิ่งแวดล้อมพึ่งพาและกำจัดกันเองได้ เช่นเมื่อเรามีสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ระบบนิเวศน์ตามธรรมชาติจะกลับมา แมลงศัตรูพืชจะโดนแมลงศัตรูธรรมชาติกำจัดไปเองตั้งแต่ตัวอ่อนจนไปถึงตัวเต็มวัย

สร้างแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ให้โดดเด่น อย่าลืมว่าแบรนด์และบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถดึงดูดลูกค้าได้ สินค้าเราดีแต่ไม่มีการบรรจุหีบห่อให้สวยงามและสะอาดตาลูกค้าก็ไม่สนใจการใส่ใจเรื่องบรรจุภัณฑ์จะช่วยยกระดับสินค้าได้ และทำให้สินค้าเกษตรสามารถวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ตและสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าระดับบนได้อีกด้วย



ทำการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคให้ได้มากยิ่งขึ้น สมัยนี้การทำตลาดเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าทำได้ไม่ยากโดยอาศัยสื่อโซเชียลเน็ตเวิร์ค ซึ่งมีค่าใช้จ่ายน้อยแต่มีประสิทธิภาพสูง เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ทั้งนี้เพื่อลดการพึ่งพาพ่อค้าคนกลางให้ได้มากที่สุด เมื่อสินค้าเกษตรสามารถส่งถึงมือผู้บริโภคได้โดยตรงราคาที่ผู้ขายและผู้ซื้อ ซื้อขายกันจะเป็นราคาที่ยุติธรรมไม่ต้องบวกเพิ่มเกินความจำเป็น เกษตรกรก็จะไม่โดนกดราคา ยกตัวอย่างเช่นเกษตรกรรุ่นใหม่ที่ผันตัวเองจากพนักงานประจำมาปลูกผักสดส่งให้ร้านสเต็ก โดยมีการอัปเดตรูปอาหาร ผักสดผ่าน Facebook บ่อยๆ จนเป็นที่รู้จักของลูกค้าอย่างกว้างขวางและได้รับความสนใจจากลูกค้ามากขึ้นเรื่อยๆ จนสามารถทำรายได้เป็นหลักแสนต่อเดือน

แปรรูปสินค้าเกษตรเพื่อเพิ่มมูลค่าและรายได้ เมื่อผลผลิตมีมากขึ้นบางครั้งสินค้าที่มากเกินไปอาจทำให้ขายไม่หมดขายไม่ทันได้ การแปรรูปจึงเป็นทางออกหนึ่งที่นอกจากจะช่วยลดความเสียหายหากสินค้าล้นตลาดแล้ว ยังจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าเราได้ด้วย เช่นแปรรูปผลไม้เป็นไอศกรีม ผลไม้กระป๋อง เป็นต้น



รวมกลุ่มเกษตรกรเพื่อความเข้มแข็งและความมั่นคงในระยะยาว จะทำให้ชุมชนเข้มแข็งช่วยเหลือซึ่งกันและกันและมีอำนาจในการต่อรองได้มากยิ่งขึ้น

สร้างเรื่องราวให้สินค้า การสร้างเรื่องราวให้ผลผลิตทางการเกษตรถือเป็นอีกจุดเด่นหนึ่งที่ช่วยดึงดูดลูกค้าได้อย่างไม่น่าเชื่อ อย่างเช่นที่เกษตรกรชาวญี่ปุ่นทำสืบทอดกันมาด้วยการบอกเล่าเรื่องราวของผลไม้ที่ปลูกในภูมิภาคต่างๆ จะให้รสชาติไม่เหมือนกันที่เมืองไทยก็มีเหมือนกันยกตัวอย่างข้าวซึ่งมีความโดดเด่นที่แต่ละสายพันธุ์ปลูกในดินแต่ละชนิดในแต่ละภาคจะให้รสชาติที่ต่างกัน เช่นข้าวลิ้มพัวที่ได้รับความนิยมจากชื่อที่แปลกจนใครต่อใครสงสัยว่าทำไมถึงเป็นข้าวลิ้มพัว ซึ่งแท้ที่จริงเป็นเพราะข้าวเป็นพันธุ์พิเศษพื้นเมืองของชาวม้งที่ให้ความรู้สึกเหมือนกินข้าวเหนียวแต่ที่จริงเป็นข้าวเจ้า มีความหอมที่เป็นเอกลักษณ์เมื่อคนที่เป็นภรรยาเป็นผู้หุงหาอาหารและได้กินข้าวก่อนแอร์ดอร์รี่จนลืมนึกถึงสามี ซึ่งเป็นการเปรียบเปรยให้เห็นว่าข้าวชนิดนี้อร่อยมากจนภรรยาถึงลืมนึกถึงสามี จึงเป็นที่มาให้ข้าวลิ้มพัวได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว จนมีแต่คนอยากทดลองชิมว่าจะอร่อยจริงหรือไม่ ซึ่งเป็นการสร้าง story ให้สินค้าโดดเด่นไม่เหมือนใครได้ นอกจากนี้ยังมีผลไม้อ่าง

ทุเรียน โดยเฉพาะทุเรียนเมืองนนท์ที่มีราคาตั้งแต่หลักหมื่นจนถึงหลักแสน ทำไมถึงได้ราคาสูงลิ่วลือเรียวถือว่าสูงจนซื้อหาพิศพาแพงๆ ได้เลยก็เดี๋ยวก่อนว่าดินเมืองนนท์เป็นดินที่มีความอุดมสมบูรณ์สูงเนื่องจากเป็นดินตะกอนมีแร่ธาตุผลไม้ที่ปลูกที่นี่จึงมีรสชาติหอมหวานอร่อยกว่าที่อื่น จนเป็นที่มาให้ทุเรียนที่ปลูกที่นนท์มีราคาสูงลิ่วลือ นี่เป็นเพียงแคตัวอย่าง

เล็กๆ น้อยที่อยากให้เกษตรกรรุ่นใหม่รู้จักการสร้างเรื่องราวให้แก่สินค้าเกษตรของตัวเอง เพื่อดึงดูดเด็กรุ่นใหม่เหมือนนิกร

มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานสินค้า สินค้าการเกษตรในทุกวันนี้ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐานว่ามีความปลอดภัยจากสารพิษมากนัก เกษตรกรรุ่นใหม่จึงควรให้ความสำคัญกับการรับรองมาตรฐานเพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ลูกค้า และดึงดูดเด็กรุ่นใหม่ให้แตกต่างจากสินค้าในตลาดทั่วไป ซึ่ง

เดี๋ยวนี้นี้มีการรับรองผลผลิตทางการเกษตรตั้งแต่ขั้นตอนการตรวจสอบดินจนถึงการตรวจสอบผลผลิตกันทั้ง โดยการรับรองของ MOU ภายใต้เครื่องหมาย Q เรียกได้ว่าเป็นการรับรอง From farm to table จากผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว วิถีชีวิตเกษตรกรรมเป็นอาชีพที่อยู่คู่กับสังคมไทยมาเนิ่นนานการปลูกฝังค่านิยมผิดๆ ที่ว่าเป็นเกษตรกรรมไม่รวยและลำบาก จึงไม่จริงเสมอไปเนื่องจากคนยุคใหม่ให้ความสำคัญกับการทำอาชีพเกษตรกรรมมากขึ้นและเป็นเกษตรกรรมสมัยใหม่ที่สามารสร้างโอกาสและความร่ำรวยได้ หากมีการศึกษาและวางแผนอย่างเป็นระบบอย่างจริงจัง รวมถึงการทำตลาดอย่างต่อเนื่องแล้วสามารถสร้างรายได้ที่ดี และยังยืนได้อีกด้วย เนื่องจากอาชีพนี้เป็นอาชีพที่เกี่ยวข้องกับปากท้องและเป็นอาชีพหลักที่สร้างรายได้ให้ประเทศเป็นอันดับต้นๆ เลยทีเดียว จึงเป็นอาชีพที่มีความน่าสนใจและเป็นทางเลือกให้แก่คนรุ่นใหม่ได้ไม่ยากเลย



ธุรกิจต้นไม้ทำเงิน

หลายคนคงทราบดีอยู่แล้วว่าธุรกิจต้นไม้มีมาช้านานกว่าหลายปีซึ่งก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่สามารถอยู่รอดได้ในทุกสถานการณ์นั่นก็เพราะว่ายังมีความต้องการอยู่ตลอดเวลา รวมไปถึงสถานการณ์ที่เกี่ยวกับโลกร้อนซึ่งทุกประเทศต่างให้การสนับสนุนในการปลูกต้นไม้กันอยู่แล้วด้วย นอกจากนี้ประโยชน์ที่หลากหลายของการปลูกต้นไม้ เช่น ปลูกไว้สำหรับตกแต่งบ้านเรือนให้เกิดความร่มรื่น ปลูกเพื่อใช้เป็นของประดับตกแต่งเพื่อเพิ่มความสดใสให้กับบ้าน หรือปลูกไว้สำหรับรับประทานจำพวกพืชผักสวนครัวเป็นต้น ซึ่งแน่นอนว่าในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงในธุรกิจประเภทนี้ หากผู้ที่คิดจะเริ่มต้นลงทุนใหม่จำเป็นต้องมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจที่ดีเสียก่อนที่จะเริ่มลงทุนจริง จึงจะสามารถดำเนินธุรกิจไปได้ อย่างราบรื่น

ก่อนที่เราจะเริ่มสู่ขั้นตอนการดำเนินธุรกิจต้นไม้ เราจะต้องมาทำความรู้จักประเภทของต้นไม้ก่อนว่ามีชนิดที่สามารถทำเงินกันได้ ประเภทที่นิยมกันโดยที่สามารถทำเงินได้

อยู่ตลอดเวลาเราจะสามารถแบ่งออกเป็น 3 ชนิดหลักๆ ซึ่งก็จะประกอบไปด้วย ไม้ดอกไม้ประดับ พืชผักสวนครัวและต้นไม้เฉพาะเจาะจงสายพันธุ์ ต้นไม้ทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นต้นไม้ยอดนิยมซึ่งสามารถที่จะขายได้อยู่ตลอดเวลาเพราะเป็นที่ต้องการของลูกค้าทุกยุคทุกสมัย ไม้ดอกไม้ประดับนั้นสามารถตอบใจภัยของคนที่รักการแต่งสวนด้วยราคาที่ไม่แพงมากนักซึ่งสามารถทำให้บ้านเรือนหรือสถานที่ที่ตกแต่งร่มรื่น เป็นต้นไม้ชนิดที่ขายดีเป็นลำดับต้นๆ เลยก็ว่าได้ พืชผักสวนครัวก็เป็นอีกหนึ่งชนิดที่มีความต้องการของคนในทุกๆ กลุ่ม เพราะว่าสามารถปลูกได้ง่ายและสามารถเชื่อมั่นได้ว่าพืชผักที่เราปลูกรับประทานเองไม่มีสารเคมีตกค้างที่เป็นอันตรายต่อร่างกายด้วยนั่นเอง ส่วนต้นไม้เฉพาะสายพันธุ์ประเภทนี้จะต้นไม้ที่เจาะจงลงไปเฉพาะกลุ่มซึ่งรวมไปถึงไม้ป่าที่หายาก

การจะทำธุรกิจเกี่ยวกับค้าขายต้นไม้ในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงนั้นสิ่งที่สำคัญที่สุดในการดำเนินธุรกิจก็คือแผนการดำเนินธุรกิจและกลยุทธ์ต่างๆ ที่เหมาะสมจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เราดำเนินธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะ

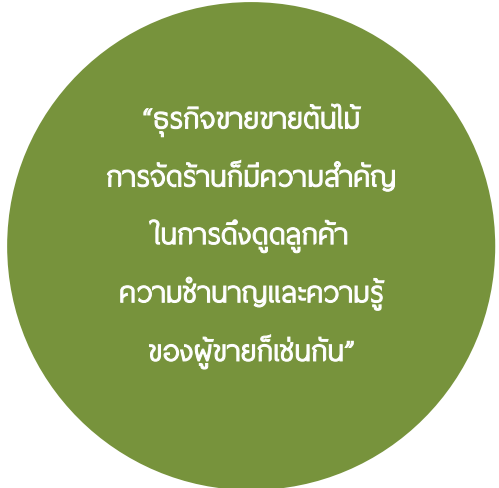
ประกอบไปด้วยหลายปัจจัยด้วยกัน เริ่มต้นจากขนาดและเงินลงทุนในการทำธุรกิจต้นไม้มือ ถ้าเป็นการเริ่มต้นทำธุรกิจชนิดนี้เป็นครั้งแรก ควรจะเริ่มจากขนาดการลงทุนขนาดเล็กก่อน เพราะว่าธุรกิจต้นไม้มือมีรายละเอียดปลีกย่อยมากมายกว่าที่ใครหลายคนคิด รวมไปถึงสายพันธุ์มากมายที่เราสามารถนำมาขายได้ หากเราเริ่มต้นด้วยขนาดเล็กจะสามารถทำการปรับเปลี่ยนแก้ไขได้ง่ายอีกด้วย

ปัจจัยที่สอง คือ ชนิดและประเภทของต้นไม้มือที่เราจะลงทุนด้วย ปัจจัยนี้ถือว่าเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในลำดับต้นๆ เลยทีเดียว เพราะว่าหากเราต้องการเริ่มธุรกิจเราควรที่จะเลือกประเภทของต้นไม้มือให้เหมาะสมกับความต้องการทั้งของผู้ดำเนินธุรกิจและลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งเราสามารถเลือกที่จะรับต้นกล้าเพื่อมาขายหรือเพาะพันธุ์ สามารถเลือกซื้อเป็นเมล็ดพันธุ์มาเพาะขายเองหรือแม้กระทั่งรับต้นไม้มือที่โตแล้วมาขายต่อ จะเห็นได้ว่าเราสามารถที่จะเลือกต้นไม้มือได้หลายชนิดหลายประเภทมาดำเนินธุรกิจได้ แต่หากเป็นการเริ่มต้นแล้วนั้น เราจะแนะนำให้เน้นไปที่การรับต้นกล้ามาขายก่อนเพราะเป็นการประหยัดต้นทุนในการเพาะปลูกและราคาซื้อขายก็สูงมากซึ่งจะทำให้สามารถขายออกได้ง่ายนั่นเอง

ปัจจัยต่อไป คือ การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านขายต้นไม้มือรวมถึงการจัดหน้าร้าน สำหรับผู้ที่ต้องการจะมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง ทำเลที่ตั้งของร้านนั้นถือว่ามีความสำคัญสำหรับผู้ที่ต้องการจะเปิดร้านซึ่งหลักในการเลือกทำเลที่ตั้งนั้นไม่ยากเพียงแค่เราต้องคำนึงถึง 3 เรื่องหลักๆ ด้วยกันคือ สถานที่ตรงนั้นจะต้องสะดวกในการสรรงจรไปมาของลูกค้า รวมไปถึงมีจำนวนรถที่ขับผ่านเส้นทางนั้นอยู่ตลอดเวลา เพราะว่าหากพื้นที่บริเวณนั้นมีรถผ่านไปมาเยอะเท่าไรโอกาสที่ลูกค้าใหม่ๆ ก็จะมีเพิ่มขึ้นมาด้วยเช่นกัน ต่อไปคือจะต้องมีที่จอดรถให้ลูกค้าเรื่องนี้ถือว่าสำคัญมาก เพราะว่าหากร้านเราอยู่ในทำเลที่ตั้งที่ดีมากแต่ไม่สามารถจอดรถได้ก็จะมีใครแวะเข้ามาร้านเราเพราะการซื้อต้นไม้มือนั้นจะต้องมียานพาหนะมารับอยู่แล้ว สุดท้ายก็คือทำเลที่ตั้งของร้านควรจะอยู่ใกล้ๆ กับร้านขายต้นไม้มืออื่นด้วย เพราะว่าหากถ้าร้านของเราตั้งอยู่ร้านเดียวโดยที่ไม่มีร้านอื่นๆ เลยอาจจะสามารถทำให้ลูกค้าไม่หยุดแวะเพราะคิดว่าเป็นร้านเดียวเล็กๆ อาจจะไม่ค่อยมีต้นไม้มือให้เลือกตามที่ต้องการนั่นเอง การจัดตกแต่งร้านก็ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ลูกค้าสนใจที่จะเข้ามาเลือกซื้อต้นไม้มือของเรา ซึ่งการจัดร้านที่ดีควรที่จะคำนึงถึงความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาดไม่รก ซึ่งหน้าร้านก็ควรจะต้องประกอบไปด้วยไม้ดอกไม้ประดับที่สวยงามและควรจัดร้านออกมาให้ดูดีมีเสน่ห์เพื่อให้ดูว่ามีความหลากหลายของ

ต้นไม้มือให้เลือก ส่วนหลังร้านแนะนำให้อ่างล้างน้ำจุ่มน้ำพวกต้นไม้มือเฉพาะเจาะจงสายพันธุ์ไป

ปัจจัยที่สี่ คือ ช่องทางในการทำเงินและการตลาด ช่องทางในการทำเงินสำหรับธุรกิจประเภทนี้ก็จะมุ่งเน้นไปที่การหากกลุ่มลูกค้าทั้งลูกค้าประเภทค้าส่งและลูกค้าประเภทค้าปลีก ลูกค้าประเภทค้าส่งเราอาจจะต้องออกไปตระเวนหาร้านขายต้นไม้มือด้วยตัวเองเพื่อที่จะเสนอขายต้นไม้มือในราคาส่ง ทำไรจากกลุ่มลูกค้าประเภทนี้นั้นอาจจะไม่ได้มากนักแต่เราจะมุ่งเน้นไปเพื่อทำไรในระยะยาวที่มีความมั่นคงนั่นเอง ส่วนประเภทของลูกค้าปลีกนั้นก็คือการขายหน้าร้านหรือตามสื่อออนไลน์ ซึ่งเราสามารถทำไรได้มากกว่ากลุ่มลูกค้าประเภทนี้แต่ก็ต้องมีการทำการตลาดที่ดีเพื่อให้ลูกค้าสนใจซึ่งซื้อสินค้าของเรา ซึ่งการทำการตลาดที่เหมาะสมและประหยัดที่สุดคงหนีไม่พ้นสื่อออนไลน์ต่างๆ นั่นเอง เพราะสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากมายในเวลาสั้น การจัดโปรโมชั่นเพื่อดึงดูดใจลูกค้าก็ถือว่าสำคัญสำหรับประชาสัมพันธ์ร้านของเราอีกด้วย



ปัจจัยสุดท้าย ก็คือความรู้และความสามารถของผู้ดำเนินธุรกิจขายต้นไม้มือซึ่งควรที่จะต้องมีความรู้ในเรื่องต้นไม้มือพอสมควร สิ่งนี้ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างมากเพราะต้นไม้มือมีมากมายหลายสายพันธุ์และรวมถึงการดูแลเพาะปลูกที่ต่างกัน ซึ่งถ้าหากผู้ที่ทำธุรกิจประเภทนี้มีความเชี่ยวชาญก็ยากที่จะประสบความสำเร็จเพราะเราจะต้องเป็นคนคอยให้คำแนะนำกับลูกค้า หากลูกค้าเกิดข้อสงสัยจะไม่สามารถตอบได้ว่าถ้าเช่น ต้นไม้มือชนิดนี้ควรปลูกในสภาพอากาศแบบไหน ไม่ควรปลูกไว้ที่ใด เป็นต้น



โอกาสในการทำธุรกิจต้นไม้ที่มีการแข่งขันสูงยังคงสามารถพัฒนาต่อไปได้อีกเรื่อยๆ หากมีการคิดค้นสิ่งใหม่ๆ ในตัวสินค้า เช่น ต้นไม้กระป๋อง ต้นไม้มงคล ต้นไม้เล็กเป็นต้น ต้นไม้กระป๋องถือว่าเป็นการปลูกต้นไม้แนวคิดใหม่ซึ่งมีมานานในต่างประเทศ วัตถุประสงค์ก็คือการปลูกต้นไม้โดยใช้วัสดุ Recycle มาทำเป็นกระถางต้นไม้ ถือว่าได้ประโยชน์ทั้งสองเรื่อง คือได้ต้นไม้บวกกับลดปริมาณขยะ แต่ก็ได้มีคนนำเจ้าต้นไม้กระป๋องนี้มาประยุกต์เกิดเป็นที่นิยมกันในเวลานี้ โดยการใช้กระป๋องที่มีฉลากที่สวยงามและสามารถปลูกได้ง่ายเพียงแค่ฉีดพ่นปุ๋ยและหยอดลงไปบนกระถาง รดน้ำสม่ำเสมอก็จะได้ต้นไม้กระป๋องขึ้นมาอย่างง่ายดายโดยไม่ต้องไปหากระถางดินหรือปุ๋ยนั่นเอง ไม้มงคลก็ถือว่าเป็นที่นิยมเหมือนกันในเวลานี้ เพราะในสังคมไทยทุกวันนี้เชื่อว่าหากเรามีการนำสิ่งมงคลเข้ามาไว้ในบ้านเยอะก็จะมีแต่เรื่องดีดีเข้ามาในชีวิต มันก็เลยเป็นโอกาสที่เราจะนำต้นไม้ที่มีชื่อมงคลมาวางขาย ต้นไม้สายพันธุ์เล็กก็ถือว่าเป็นที่นิยมไม่แพ้กันเพราะด้วยที่ขนาดของต้นไม้เล็กไม่ใหญ่

สามารถปลูกได้ในทุกสถานที่แม้กระทั่งในคอนโดหรือหอพัก ซึ่งสามารถตอบใจของคนที่รักต้นไม้ที่มีพื้นที่จำกัดได้ดั่งนั้นเอง

ทั้งหมดที่กล่าวมานั้นเป็นแนวคิดขั้นตอนการลงทุนทำธุรกิจต้นไม้ที่ยังคงสามารถทำเงินได้ในทุกสถานการณ์รวมถึงสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงในทุกวันนี้ โดยหากว่าเราต้องการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจต้นไม้ เราจะต้องมีการวางแผนการดำเนินธุรกิจรวมถึงการกำหนดกลยุทธ์ที่ดีและรัดกุม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องขนาดและเงินทุนในการทำธุรกิจ หากเป็นช่วงเริ่มต้นควรที่จะเริ่มต้นด้วยขนาดเล็ก ชนิดและประเภทของต้นไม้ที่เราจะจะเริ่มลงทุนว่าควรจะเริ่มเป็นลักษณะแบบไหน ทำเลที่ตั้งและการจัดร้านขายต้นไม้ก็มีความสำคัญในการดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาซื้อของที่ร้าน ช่องทางทำเงินการตลาดและกลุ่มเป้าหมายก็มีความสำคัญไม่แพ้ปัจจัยอื่น รวมไปถึงความรู้และความชำนาญด้านต้นไม้ของผู้ลงทุนธุรกิจจึงจะทำให้เราสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืนและสามารถเอาชนะคู่แข่งได้โดยไมยาก



ตาลโตนด ของดีเมืองเพชร

ตาลโตนดเป็นพืชที่มีอายุยาวนานนับ 100 ปีและอยู่คู่กับจังหวัดเพชรบุรีและวิถีชีวิตของชาวเพชรบุรีมาตั้งแต่สมัยโบราณกาลจนกลายเป็นสัญลักษณ์และพืชเศรษฐกิจของจังหวัดไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ใครก็ตามที่ได้เดินทางไปเยือนเมืองเพชร ก็มักจะต้องซื้อของฝากขึ้นชื่ออย่างผลิตภัณฑ์จากตาลโตนดติดไม้ติดมือกลับมาเก็บทุกคน ตาลโตนดนั้นมีประโยชน์มากมาย ซึ่งเราสามารถใช้ได้ตั้งแต่รากจนถึงยอดใบเลยทีเดียว นอกจากนี้ต้นตาลโตนดยังให้คุณประโยชน์ทั้งหมด 2 ด้านด้วยกันคือ

ประโยชน์ด้านสังคม การที่ชุมชนมีอาชีพจากการแปรรูปตาลโตนด ทำให้เกษตรกรสามารถพึ่งพาตนเองได้ ไม่จำเป็นต้องย้ายครอบครัวไปต่างถิ่น มีโอกาสศึกษาหาความรู้และพัฒนาตนเอง มีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่น มีความภูมิใจในตนเอง อีกทั้งช่วยลดปัญหาทางสังคมได้เป็นอย่างดี

ด้านสิ่งแวดล้อม ต้นตาลโตนดช่วยสร้างความสมดุลในระบบนิเวศ เพราะเป็นที่อยู่อาศัยของนกต่างๆ อาทิเช่น นกฮูก นกเค้าแมว ซึ่งช่วยกำจัดหนูที่เป็นศัตรูของข้าวและพืชอื่นๆ ทำให้ช่วยลดการใช้ยาปราบศัตรูพืช นอกจากนี้ระบบรากของต้นตาลโตนดไม่แก่งแย่งและรบกวนกับรากของพืชชนิดอื่น เช่น ข้าว เพราะรากต้นตาลโตนดหยั่งลึกลงไปใต้ดิน ไม่ फैไปตามผิวดิน การที่รากหยั่งลึกลงไปใต้ดินเท่ากับเป็นการหมุนเวียนธาตุอาหารในดินช่วยยึดดินและสร้างความแข็งแรงให้ดินบริเวณคันนาได้เป็นอย่างดี

สำหรับผู้ประกอบการคนใดที่สนใจอยากจะทำธุรกิจด้วยการทำผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนด วันนี้เรามีบทความดีๆ มาฝาก

วิธีต่อยอดธุรกิจผลิตภัณฑ์แปรรูปจากตาลโตนดมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่โดยต่อยอดจากคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์เดิม วิธีการนี้เป็นหนึ่งในแนวทางการต่อยอดที่นิยมใช้กันเป็นอย่างมากในปัจจุบันเพราะไม่ต้องเสียเงินลงทุนเป็นจำนวนมากเมื่อเทียบกับวิธีอื่น จึงเป็นการเซฟในเรื่องค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี โดยแนวคิดและวิธีการคือผู้ประกอบการจะต้องนำผลิตภัณฑ์หลักมาใช้เป็นตัวพื้นฐานตั้งต้น จากนั้นจึงเริ่มทำการพัฒนาต่อยอดแนวความคิดและสูตรต่างๆ จากตัวผลิตภัณฑ์เดิมให้ออกมาเป็นตัวผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ ตัวอย่างเช่น การแปรรูปจากน้ำตาลโตนดปิ้งแบบธรรมดาทั่วๆ ไปให้กลายเป็นน้ำตาลโตนดผง

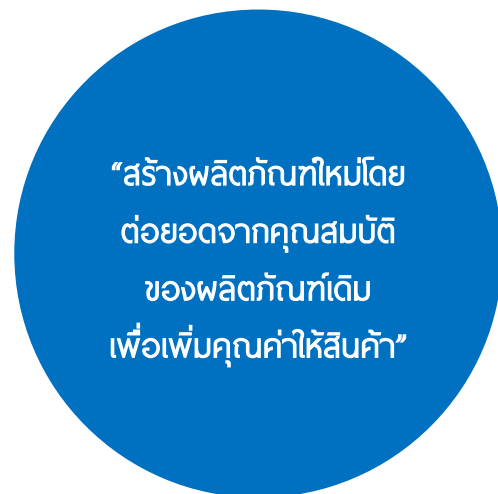
สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่รองรับกับผลิตภัณฑ์หลัก วิธีการต่อยอดประเภทนี้เป็นวิธีการที่สามารถทำได้ง่ายที่สุดและสามารถดำเนินการได้ทันที วิธีการต่อยอดในตัวอย่างนี้เกิดจากการคิดค้นผลิตภัณฑ์ตัวใหม่ออกมาให้ไปสอดรับกับผลิตภัณฑ์ตัวเก่าและสามารถไปกันได้อย่างลงตัวพอดี ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดจะต้องช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์หลักในทางกลับกันผลิตภัณฑ์หลักก็ต้องช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดด้วยเช่นเดียวกัน

ดูความต้องการของตลาด ผู้ประกอบการควรศึกษาถึงแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมไปถึงประมาณการณ์ถึงความต้องการของตลาดในอนาคต เพราะความต้องการนั้นมีวัฏจักรที่ไม่เคยหยุดนิ่ง แต่แนวทางการต่อยอดวิธีนี้จะประสบความสำเร็จและให้ผลลัพธ์ที่แน่นอนได้ต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลและการวางแผนเชิงธุรกิจที่ดีบวกกับการทำการตลาดที่มีประสิทธิภาพจึงจะให้ผลลัพธ์ได้ตามที่ต้องการ

คิดค้นผลิตภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ เป็นการสร้างธุรกิจขึ้นจากผลิตภัณฑ์ที่คิดค้นออกแบบมาใหม่ทั้งหมด โดยอาจจะรวมถึงแนวทางและกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดกลุ่มใหม่ด้วย ซึ่งวิธีการต่อยอดด้วยแนวทางลักษณะดังกล่าวค่อนข้างที่จะมีความเสี่ยงมาก เพราะใช้แนวทางการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ ออกมานำเสนอต่อสายตาผู้บริโภคเป็นหลักและไม่มีประสบการณ์ป้องกันภัยจากทางด้านอื่นๆ เลยจึงต้องอาศัยความรู้ ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์การทำธุรกิจของผู้ประกอบการมากเป็นพิเศษ

ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปตาลโตนดมีดังต่อไปนี้

น้ำตาลโตนด ในปัจจุบันมีการทำน้ำตาลโตนดเพื่อจำหน่ายเป็นอาชีพ มีการจัดตั้งกลุ่มผู้ผลิตน้ำตาลโตนดรวบรวมน้ำตาลสดเพื่อส่งเตาเคี้ยวน้ำตาลปื๊บ น้ำตาลปื๊บ และน้ำตาลปื๊บส่งขายทั้งในและนอกประเทศ น้ำตาลโตนดถือเป็นผลิตภัณฑ์หลักอีกอย่างหนึ่งในเมืองเพชรบุรีที่ช่วยให้เกิดรายได้เป็นกอบเป็นกำ เพราะต้นตาลเพียงแค่ 3 ต้น สามารถนำมาเคี้ยวเป็นน้ำตาลโตนดได้ 2 ครั้ง หรือคิดเป็นปริมาณน้ำตาลโตนด 7-10 กิโลกรัมเลยทีเดียว



น้ำตาลโตนดแบบผง เป็นการต่อยอดธุรกิจจากน้ำตาลโตนดปิ้งแบบธรรมดาทั่วๆ ไปให้กลายเป็นน้ำตาลโตนดผง คุณบุญสม นุชนิยม ประธานสภาอุตสาหกรรมจังหวัดเพชรบุรี ตั้งคำถามขึ้นว่าเธอจะสามารถทำให้น้ำตาลโตนดกลายเป็นที่นิยมเหมือนกับน้ำตาลทรายได้อย่างไร เธอจึงคิดค้นแนวทางที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดกลายเป็นที่ต้องการของตลาดด้วยการทำออกมาเป็นรูปแบบของน้ำตาลผง ซึ่งผลิตภัณฑ์น้ำตาลโตนดแบบผงก็ประสบความสำเร็จมากทีเดียว

น้ำตาลสด เครื่องดื่มที่ได้จากผลผลิตของต้นตาล ซึ่งจังหวัดเพชรบุรีเป็นเมืองที่มีต้นตาลโตนดมากที่สุดและขึ้นชื่อมากเรื่องของน้ำตาล ที่หวาน หอม มัน อร่อย น้ำตาลสดเป็นหนึ่งในเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรีที่หากว่าใครได้ผ่านทางหรือมาเที่ยวจังหวัดแห่งนี้ ก็คงอดไม่ได้ที่จะต้องแวะหาซื้อติดไม้ติดมือกลับไปด้วย ดังนั้นสำหรับผู้ที่ต้องการประกอบธุรกิจขายน้ำตาลสด อาจไปติดต่อและตกลงกับทางผู้ผลิต ให้เขาทำในรูปแบบและรสชาติที่เราต้องการจนเป็นที่น่าพอใจจากนั้นก็ต่อยอดธุรกิจด้วยการคิดชื่อแบรนด์และติดโลโก้เข้าไปเพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของเรา



สบูตาลโตนด เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจมากทีเดียวเพราะสามารถเก็บรักษาเอาไว้ได้นานโดยไม่เน่าเสียง่ายเหมือนกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของกิน นอกจากนี้ผู้คนในปัจจุบันยังให้ความสำคัญกับการดูแลผิวพรรณและสุขภาพ

ดังนั้นการทำธุรกิจสบู่อจากลูกตาลธรรมชาติที่มีคุณสมบัติช่วยบำรุงผิวให้เนียนนุ่ม ก็ประสบความสำเร็จได้ไม่ยากเลยทีเดียว หากมีการวางแผนการตลาดที่ดี

ขนมตาล จากขนมตาลธรรมดาที่ขายอยู่ตามตลาดหรือร้านขายขนมทั่วๆ ไปก็สามารถนำมาต่อยอดเป็นธุรกิจได้เช่นเดียวกัน ยกตัวอย่างเช่นผลิตภัณฑ์ขนมตาลจากแบรนด์ Mr. Chu ของคุณชูชัยที่ใช้จุดขายในเรื่องของความนุ่มอร่อยและปลอดภัยอันตรายต่างๆ ทำให้แบรนด์นี้ประสบความสำเร็จมากทีเดียว

เฟอร์นิเจอร์จากไม้ตาลโตนด เฟอร์นิเจอร์จากไม้ตาลโตนด ปัจจุบันเป็นที่นิยมมากเพราะไม้ตาลโตนดมีความแข็งแรง ทนทาน ราคาไม่แพงมากนัก โดยมีตั้งแต่เฟอร์นิเจอร์ชิ้นใหญ่อย่าง โต๊ะ เก้าอี้ เติงนอน ไปจนถึงผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็กๆ เช่น กล่องใส่บุหรี่ ถ้วยน้ำชา แจกันใส่ดอกไม้ กระเป๋า หมวก และอื่นๆ อีกมากมาย โดยที่ผู้ประกอบการอาจออกแบบเฟอร์นิเจอร์ที่ทำจากไม้ตาลโตนดให้ดูสวยงามทันสมัยและตรงตามความต้องการตลาดเพื่อต่อยอดให้ธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้นไป

สำหรับผู้ประกอบการที่กำลังต้องการแปรรูปตาลโตนด เป็นผลิตภัณฑ์แต่ยังไม่รู้ว่าจะทำเป็นผลิตภัณฑ์อะไรถึงจะดีก็สามารถนำบทความนี้ไปใช้ในการประกอบการพิจารณาเพื่อต่อยอดธุรกิจให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้นและสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนค่ะ

บทความองค์ความรู้
เพื่อพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจในด้านต่างๆ



กลยุทธ์ครองใจลูกน้อง

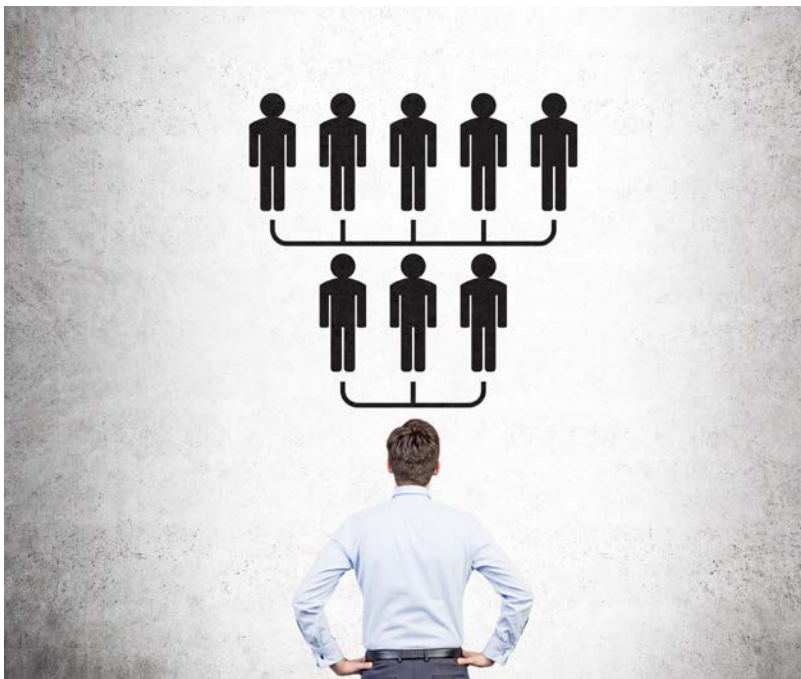
ความสำเร็จไม่ว่าจะเป็นของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง หรือขององค์กรทั้งหมด อาจไม่ได้วัดหรือดูที่ตัวเลขของผลประกอบการที่เพิ่มขึ้นเพียงอย่างเดียวเสมอไป ความสำเร็จที่แท้จริงจะเกิดขึ้นได้ก็จะต้องดูจากปัจจัยหลายประการ และสำหรับผู้บริหารสิ่งสำคัญที่จะต้องเข้าใจก่อนเลยก่อนคือ การเป็นนักบริหารที่ประสบความสำเร็จ ควรจะต้องทำอย่างไรบ้างในการบริหารทั้งคนทั้งงานให้เดินหน้าไปพร้อม ๆ กัน คุณจะต้องตระหนักเสมอว่าจะทำอย่างไรให้ “บัวไม่ช้ำ น้ำไม่ขุ่น” อาศัยบุคลากรที่มีอยู่ให้ช่วยกันทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ แต่จะทำเช่นนั้นได้คุณจะต้องมีวิธีที่จะรวมจิตใจและความคิดของบุคลากรให้ไปในทิศทางเดียวกันและมีความเป็นหนึ่งเดียวกันให้ได้เสียก่อน ซึ่งนั่นก็คือ คุณจะต้องมีกลยุทธ์ที่จะครองใจลูกน้องให้ได้นั่นเอง คุณถึงจะจงใจให้ทุกคนทำงานเพื่อองค์กรได้ เราจึงขอแนะนำกลยุทธ์ครองใจลูกน้องที่คุณสามารถนำไปปรับใช้ได้ดังนี้

ชัดเจนในตัวเองและแบรนด์ของคุณ

ในการบริหารและบังคับบัญชาความชัดเจนเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้น ๆ ที่คุณจะต้องมองข้ามไปไม่ได้เลย เพราะความชัดเจนคือเข็มทิศที่จะกำหนดทิศทางขององค์กร คุณจะต้องรู้ก่อนว่าคุณต้องการอะไรกำหนดให้ชัดเจนว่าจะดำเนินงานในองค์กรในรูปแบบใด จากนั้นสร้างแบรนด์ของคุณให้ชัดเจน สื่อให้ได้ว่าสินค้าและบริการของคุณคืออะไร ใช้แล้วมีประโยชน์แค่ไหน มีคุณค่าต่อลูกค้าอย่างไร ความต้องการของตลาดตรงกับสิ่งที่บริษัทอยากขายหรือไม่ คุณจะต้องตอบปัญหาเหล่านี้ให้ได้ทั้งหมดเสียก่อนความชัดเจนในตัวคุณจึงจะเกิดขึ้น จากนั้นคุณจะต้องทำให้พนักงานรู้ว่า บริษัททำงานเกี่ยวกับอะไร หากเป็นธุรกิจเป็นธุรกิจประเภทไหน บริษัทมีความมั่นคงและเหนือกว่าบริษัทคู่แข่งแค่ไหน มีผลตอบแทนอย่างไร มีการสร้างผลงานให้ภาคภูมิใจแค่ไหน เมื่อคุณมีความชัดเจนก็จะเหมือนแม่ทัพที่มีความเด็ดขาด การบังคับบัญชาก็จะเกิดปัญหาน้อยลง เพราะศูนย์รวมจิตใจของลูกน้องคุณก็จะอยู่ที่คุณคนเดียวเท่านั้น

นิมิตวาทแบบโค้ชไม่ใช่สิ่งแบบทหาร

ธรรมชาติของคนทุกคนไม่มีใครอยากรู้สึกว่าคุณกดขี่หรือตกเป็นเบี้ยล่าง ดังนั้น เราจะต้องรู้วิธีที่จะใช้อำนาจบังคับบัญชาของเราให้ถูกวิธี ใช้การสอนแทนการสั่ง หากคุณใช้การสั่งนั่นคือคุณกำลังนำสิ่งที่ต้องการไปยึดเย็บใส่มือเขา เขาไม่รู้เหตุผลที่มาที่ไป ให้ถือก็ถือไว้ ให้โยนทิ้งก็ทิ้งตามที่สั่ง ดังนั้นทุกอย่างก็จะดำเนินอยู่ในกรอบแบบนี้ ไม่เกิดอะไร ๆ ใหม่ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร สุดท้ายทุกอย่างก็จะต้องประเดประดังมาอยู่ที่คุณคนเดียว เพราะไม่มีใครเข้าใจคุณ เมื่อนานวันเข้าลูกน้องฝีมือดีถูกคุณกดขี่ไว้มาก ๆ เขาก็จะตัดสินใจออกจากองค์กรไปในที่สุด



แต่การสอนคือการทำให้ลูกน้องคุณเข้าใจถึงเหตุผลที่มาที่ไปของสิ่งนั้น ๆ เป็นการให้เกียรติในความคิดของเขา ลูกน้องคุณจะรู้สึกว่าคุณไม่ได้ถูกดูถูกหรือกดขี่ทางความคิด เขามีโอกาสได้คิดได้เรียนรู้เพื่อทำความเข้าใจ ฉะนั้นการสอนจึงเหมือนการแนะแนวทางให้เขาเกิดความคิดอะไรใหม่ ๆ ที่ดีต่อองค์กร เมื่อเขาเชี่ยวชาญเขาก็จะเดินด้วยตัวเองโดยที่คุณไม่ต้องลงไปดูแลทุกเรื่องด้วยตัวเอง ทุกอย่างจะดำเนินไปเองโดยอัตโนมัติ ยกตัวอย่างเช่น หากคุณบอกลูกน้องพิมพ์เอกสารสักฉบับและ Print ออกมา นั่นก็คือการสั่งแล้ว ซึ่งเขาก็จะทำตามคุณสั่งเท่านั้นและมีโอกาสที่เขาจะผิดพลาดสูงด้วยเพราะเขาไม่รู้อะไรไปมากกว่านั้น แต่ถ้าคุณบอกเขาว่าเหตุผลที่จะพิมพ์เอกสารฉบับนี้และต้อง Print ออกมาก็เพราะว่าลูกค้

บางรายไม่เชื่อมั่นในเอกสารออนไลน์ ต้องการอะไรที่เป็นหลักฐานจับต้องได้ นี่คือการสอนเขา ต่อไปเขาก็จะรู้ว่า การจัดทำเอกสารและนำเสนองานกับลูกค้าแต่ละรายจะต้องทำอย่างไร นำเสนออย่างไรถึงจะโดนใจลูกค้า แบบนี้เป็นต้น

เริ่ม “ทำ” ที่ตัวคุณ

การเป็นผู้บริหารไม่ใช่ว่าคุณจะรู้แต่เรื่องของการบริหารอย่างเดียว สิ่งสำคัญอีกประการคุณจะต้องรู้จักงานทุกด้านขององค์กรของคุณเป็นอย่างดีด้วย นั่นคือ คุณจะต้อง “ทำ” ทุกอย่างได้ด้วยตัวเองด้วย สิ่งแรกที่คุณจะแสดงความเป็นผู้นำอันเป็นการกระตุ้นการทำงานของลูกน้องของคุณได้ก็คือ ลงมือทำทุกอย่างที่อยู่ในองค์กรของคุณ คุณจะต้องสามารถ

ทำทุกอย่างแทนพนักงานได้ทุกเวลา ไม่ว่าจะชงกาแฟ เก็บขยะ พิมพ์เอกสาร ไปจนกระทั่งปิ่นหลังคา การลงไป “ทำ” เป็นการสร้างความเป็นกันเองและสัมพันธ์ภาพที่ดีระหว่างคุณกับลูกน้อง ซึ่งหากคุณทำได้คุณจะได้ใจพวกเขาไปเลย และหากเวลาที่พนักงานไม่พอ องค์กรคุณก็จะไม่เกิดปัญหา เพราะคุณสามารถควบคุมทุกอย่างได้ แต่ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้คุณทำเช่นนั้นได้ก็คือ คุณจะต้องไม่หยุดพัฒนาตัวเองและเปิดรับการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอ

เอาใจเขามาใส่ใจเรา

การเป็นผู้บริหารก็เหมือนกับการไปยืนอยู่บนยอดภูที่สูง การอยู่ข้างบนแล้วมองลงมาข้างล่างมุมมองจะเป็นอีกแบบหนึ่ง ความรู้สึกก็จะได้อีกอารมณ์หนึ่ง แต่คุณอย่าสัมผัสกับอารมณ์แบบนั้นนานจนเกินไป ขอให้คุณกลับมาคิดถึงตอนที่คุณอยู่ข้างล่างบ้าง ลองคิดว่าตอนคุณอยู่ข้างล่างแล้วแหงนมองขึ้นไปบนยอดภูความรู้สึกของคุณเป็นอย่างไร ลองคิดกลับแบบนี้จะทำให้คุณเข้าใจความคิดความรู้สึกของคนข้างล่างกันที่เช่นเดียวกับการบริหารคน หากคุณจะครองใจเขาได้ คุณก็ต้องเข้าใจหัวใจของคนเป็นลูกน้องด้วย คุณต้องรู้ว่าเขาคิดอะไรและต้องการอะไร มีความเห็นอกเห็นใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา เวลาเขามีปัญหาคุณควรจะใช้คำถามให้เป็น คุณต้องเรียนรู้ว่า

ถามแบบไหนพวกเขาจึงพร้อมที่จะเล่าปัญหาและกล้าเปิดเผยความคิดในสิ่งที่เขาต้องการให้เราได้รับรู้ มองพวกเขาเป็นหนึ่งในสมาชิกในครอบครัวของคุณ จะแสดงความสนใจในตัวพวกเขาด้วยความจริงใจบ้าง จดจำชื่อ ทักทาย เรียกชื่อพวกเขาให้ถูกต้อง ใส่ใจรายละเอียดจดจำสิ่งเล็กน้อยของพวกเขา (แต่ไม่ใช่คิดเล็กคิดน้อย) สอบถามถึงครอบครัว สนใจในปัญหาพวกเขาบ้าง มีข้อเสนอแนะปัญหาของตนเอง

ทำผิดก็สอน ทำดีก็ให้รางวัล

ไม่มีใครไม่เคยผิดพลาด ไม่มีใครที่จะทำทุกอย่างถูกต้องเสมอไปแม้แต่ตัวคุณ สิ่งนี้เป็นความจริงที่ทุกคนต่างก็รู้ดี ดังนั้นการบริหารคนให้ครองใจพวกเขาได้คุณจะต้องมีทั้งพระเดชและพระคุณ ความผิดพลาดสามารถเกิดขึ้นได้เป็นเรื่องธรรมดา สิ่งสำคัญอยู่ที่ว่าเมื่อลูกน้องคุณทำงานผิดพลาด คุณจะทำอะไร คุณจะดู จะตำหนิ ใส่อาวมณิใส่พวกเขาหรือไม่ คุณต้องไม่ลืมว่าไม่มีใครที่อยากจะทำผิดพลาด ไม่มีใครต้องการที่จะถูกตำหนิ เมื่อเป็นเช่นนั้น คุณก็ต้องเรียนรู้วิธีบริหารจัดการความผิดพลาดของลูกน้องด้วย เมื่อพวกเขาทำงานพลาด คุณอาจจะตำหนิเขาได้ แต่พยายามอย่าใส่อาวมณิ คุยกับเขาด้วยเหตุผล สอบถามถึงปัญหาที่เขาเจอในการทำงาน อธิบายถึงปัญหาขององค์กรให้เขาได้รับรู้เพื่อปรับทัศนคติในการทำงานให้ตรงกันและลองให้โอกาสเขาเริ่มต้นแก้ไขตัวเองใหม่ ซึ่งต่อไปผลลัพธ์อาจจะออกมาดีเกินกว่าที่คุณคาดไว้ก็ได้ เพราะคุณได้ปฏิบัติต่อพวกเขาดีเช่นเพื่อนร่วมงาน และคนในครอบครัว เคารพในความเป็นมนุษย์ของพวกเขา ซึ่งพวกเขาก็จะปฏิบัติต่อคุณและองค์กรเช่นนั้นเหมือนกัน ในทางตรงกันข้ามหากลูกน้องของคุณทำงานได้ดี คุณก็ควรจะมีรางวัลพิเศษ ที่จะสร้างความภาคภูมิใจหรือความทรงจำที่ประทับใจให้กับเขาบ้าง เพื่อที่จะเป็นกำลังใจในการทำงานต่อไป

เป็นแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นเสมอ

การสร้างแรงบันดาลใจให้ตนเองว่าเป็นสิ่งที่ยากแล้ว แต่การที่จะต้องทำตนให้เป็นแรงบันดาลใจสำหรับผู้อื่นยิ่งยากกว่า แต่ก็ยังเป็นสิ่งที่ท้าทาย คนระดับผู้บริหารทุกคน ตัวเลขยอดขายของบริษัทที่เพิ่มขึ้น อาจเป็นสัญญาณบ่งบอกว่าบริษัทมีความก้าวหน้าและเริ่มที่จะประสบความสำเร็จ แต่ไม่ได้บ่งบอกว่าชีวิตจะประสบความสำเร็จไปด้วย ผู้บริหารบางคนอาจประสบความสำเร็จในงาน ในการบริหารคน แต่ไม่ประสบความสำเร็จในชีวิตครอบครัว ตรงจุดนั้นจุดเสมือนจุดยอดของตนเอง ที่ทำให้ไม่สามารถที่จะเป็นไอดอลให้กับลูกน้องได้ เราต้องไม่ลืมว่าจะเป็นหัวหน้าหรือลูกน้องก็ตามทุกคนก็ล้วน

เป็นมนุษย์ธรรมดาคนหนึ่งเท่านั้น แต่สำหรับผู้บริหารคุณมีภาระมากมายที่จะต้องแบกรับไว้ คุณจะรู้หรือไม่ว่าลูกน้องคุณบางคนอาจฝันที่จะก้าวขึ้นมาเป็นแบบคุณในสักวันหนึ่งและเขาก็กำลังดำเนินรอยตามคุณด้วยความศรัทธา แต่ถ้าเมื่อไหร่เขาค้นพบจุดยอดของคุณความศรัทธาที่อาจจะหมดไปจากจิตใจ และอาจจะทำให้เขาหมดไฟในการทำงานให้กับองคิไปเลยก็ได้ ดังนั้นผู้บริหารควรจะต้องสร้างสมดุลให้กับชีวิตระหว่างเรื่องงานและเครื่องครอบครัว การจัดสมดุลชีวิตคุณอาจจะต้องมีกลเม็ดเด็ดพรายมากกว่าลูกน้องของคุณ แยกแยะแบ่งเวลาให้ทำงาน และการหาความสุขจากชีวิตให้ดี ใช้ชีวิตให้เป็น อย่างมุ่งมั่นจนลืมครอบครัว หากคุณสามารถได้ออกจากคุณจะเป็นแรงบันดาลใจให้กับลูกน้องคุณได้แล้ว การทำงานที่มีประสิทธิภาพของคุณก็จะสมบูรณ์เสมอด้วย

ทั้งหมดนี้คือกลยุทธ์ครองใจลูกน้องที่คุณสามารถนำไปปรับใช้ได้ สิ่งไหนที่เห็นว่าสมควรก็นำมาปฏิบัติ สิ่งไหนที่ไม่ดีก็หลีกเลี่ยง เพียงเท่านี้คุณก็จะประสบความสำเร็จทั้งคนทั้งงานตามที่มุ่งหวังแล้ว



10 สิ่งที่ผู้บริหารไม่ควรทำ

ในการบริหารงานองค์กร ผู้บริหารหรือ CEO จะไม่สามารถทำงานที่ตั้งเป้าหมายไว้ให้สำเร็จได้ถ้าไม่ได้รับความร่วมมือร่วมใจจากคนในองค์กรทั้งหมด บุคลากรทุกคนล้วนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้เดินก้าวต่อไปข้างหน้า และผู้บริหารก็ต้องเป็นเสาหลักที่มั่นคงขององค์กรอยู่เสมอ ฉะนั้น ผู้บริหารจำเป็นต้องอาศัยศิลปะในการบริหารหรือใช้ความเป็นผู้นำให้ถูกช่วงจังหวะเวลาอันเหมาะสม ความสำเร็จของบุคลากรทุกคนต่อผู้บริหารและองค์กรจึงจะเกิดขึ้นได้จนทำให้สามารถบริหารงานองค์กรได้อย่างราบรื่นและประสบความสำเร็จในที่สุด หากคุณเป็นนักบริหารคนหนึ่งที่ต้องการให้องค์กรของคุณประสบความสำเร็จทั้งเรื่องคนและเรื่องงาน คุณจะต้องไม่ทำ 10 ประการดังนี้

1.บริหารงานด้วยหูเพียงอย่างเดียว

ผู้บริหารบางคนเน้นประชุมและฟังรายงานไม่ว่าจะเป็นงานจากลูกค้าหรืองานจากลูกน้องในบริษัทหรือเรื่องใด ๆ ก็ตาม จำไว้ว่าทุกอย่างควรผ่านสายตาประสาทสัมผัสของคุณเองทั้งหมด ทั้งเห็นด้วยตาตัวเอง ได้ยินกับหูตัวเอง และสัมผัส

งานด้วยตนเอง เพียงรับฟังมาแล้วมาดำเนินการทันที เพราะนั่นเป็นสัญญาณแห่งความผิดพลาดที่เกิดขึ้นทันทีเช่นกัน มีผู้บริหารหลายคนที่ผิดพลาดจุดนี้จนทำให้อุทิศเสียหลาย หรือต้องเสียมือดีในองค์กรของตนเองไป

2.พูดแล้วไม่ทำ

นักบริหารบางคนเชี่ยวชาญในการพูดเสนอแนะเรื่องต่าง ๆ ชี้ชวนผู้อื่นได้และพร้อมทั้งเป็นผู้รับฟังที่ดี ดูเพิ่ม ๆ ก็เหมือนจะเพอร์เฟกต์ แต่เมื่อถึงเวลาที่ต้องลงมือทำงานกันจริง ๆ กลับไม่ทำอะไรเลย ได้แต่สั่งอย่างเดียว เหตุผลที่ไม่ทำก็มีอยู่ 2 ประการคือ คิดว่าตนเองอยู่ในฐานะ CEO ระดับสูงไม่จำเป็นต้องลงมามีทำ กลับอีกประการคือ ทำอะไรไม่เป็นเลย ดังนั้น การจะเป็นผู้บริหารไม่ใช่เรื่องที่โกหกรู แต่ที่จริงการเป็นผู้บริหารคือการแบกรับภาระที่หนักมาก คุณจำเป็นต้องมีความรู้ในทุกแผนงานในองค์กรของตัวเอง และสามารถที่จะลงมือทำงานได้ทุกแผนกด้วย เมื่อเวลาบุคลากรไม่เพียงพอ

ต้องลงมือทำให้ลูกน้องเห็น จึงจะเป็นแบบอย่างและจูงใจลูกน้องให้ทำงานได้

3.ไม่จัดลำดับความสำคัญของงาน

สำหรับคนเป็นผู้บริหารทุกคนต้องเข้าใจว่า ทุกสิ่งทุกอย่างมีลำดับก่อนหลังของมัน ถ้าคุณไม่สามารถแยกแยะได้ว่างานใดบ้างที่จะส่งผลกระทบต่อบริษัทของคุณ คุณก็จะเร่งให้งานทุกงานเสร็จพร้อมกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วเป็นเช่นนั้นไปไม่ได้ ถ้าคุณคิดแบบนี้นอกจากงานใหญ่จะเสียหายแล้วงานเล็กก็จะไม่ราบรื่นด้วย

4.กระจุกงาน

สำหรับบริษัทที่เพิ่งรับพนักงานใหม่เข้ามาหลายคนมักจะมีลักษณะนี้ เพราะผู้บริหารบางคนจะไม่มั่นใจในฝีมือพนักงานใหม่ จะเชื่อถือลูกน้องเท่ามากกว่าจึงไปมอบหมายงานที่คนเพียงไม่กี่คน งานก็เลยกระจุกตัวอยู่ที่เดียว คนเท่าก็ทำกันหวั่น ส่วนคนใหม่ก็ไม่เป็นงานสักที ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำไม่เท่าเทียมกันในบริษัท ทางที่ดีคุณควรจะกระจายงานออกไปอาศัยการฝึกคนให้เป็นงานจากงานจริง ๆ ซึ่งคุณจะได้คนที่มีความสามารถมากกว่าการส่งพนักงานไปอบรมตามที่ต่าง ๆ คือให้เขาเจอกับของจริงเลย ส่วนผู้บริหารก็ต้องพยายามพูดคุยกับลูกน้องให้เข้าใจหากงานเกิดผิดพลาด

5.บริหารจัดการด้วยวิธีเดิม ๆ

โลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา หลักการบริหารแบบเดิม ๆ อาจจะเหมาะสมกับช่วงยุคสมัยนั้น ๆ แต่ในปัจจุบันอาจจะใช้ไม่ได้แล้ว หากคุณยังด้นทุ้งยึดถือกรอบเดิม ๆ ก็อาจจะทำให้คุณผิดพลาดได้ ดังนั้น คุณควรจะเปิดใจให้กว้างพร้อมจะเรียนรู้วิธีใหม่ ๆ ในการบริหารงาน และนำวิธีต่าง ๆ ทั้งเก่าและใหม่มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับลักษณะองค์กรของคุณ

6.ทำไปเรื่อย ๆ แบบไม่มีเป้าหมาย

บางคนอาจจะบริหารจนองค์กรอยู่ตัวแล้ว ก็ปล่อยให้การทำงานเป็นไปแบบเรื่อย ๆ ในแง่ธุรกิจแล้วอาจจะทำได้ตัวเลขจะขึ้นลงไปตามกลไก แต่ในแง่การบริหารถือว่าไม่ควรทำ เพราะคุณอย่าลืมว่าคุณคือเสาหลักขององค์กร ถ้าคุณหยุดเดินนั้นหมายถึงทุกคนในองค์กรจะหยุดเดินไปด้วย บุคลากรจะหมดความกระตือรือร้นในการทำงาน ดังนั้น ไม่ว่าคุณจะไปอยู่ในจุดไหนแล้วก็ตาม คุณก็ยังคงจะต้องตั้งเป้าหมายใหม่เอาไว้เสมอ เพื่อให้องค์กรถูกขับเคลื่อนไปอย่างต่อเนื่อง

“บุคลากรทุกคนล้วนมีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตต่อไปข้างหน้า”

7.ตัดสินคนจากผลงาน

การดำเนินงานบริหารองค์กรก็ไม่แตกต่างอะไรกับการจัดทัพออกไปสู้รบในสนามรบ แม้ทัพบางคนสนใจเพียงอย่างเดียวคือชัยชนะ ไม่ว่าจะต้องใช้อะไรแลกมาถ้าได้ชัยชนะก็ยอมทั้งหมด การบริหารงานองค์กรก็ไม่ต่างกันผู้บริหารบางคนคำนึงถึงแต่ผลประโยชน์ของบริษัท พนักงานคนใดทำงานให้บริษัทก็ได้ผลประโยชน์ครบถ้วนก็ดี ชัดชู้พนักงานคนนั้นอย่างยิ่งโดยลืมไปว่าช่วงระหว่างกระบวนการทำงานบริษัทต้องเสียอะไรไปบ้าง หากถ้าเอามันงกทวนกันจริง ๆ อาจจะไม่คุ้มค่าเลยก็ได้ เพราะบางกรณีคุณอาจมุ่งแต่ผลประโยชน์จนเสียลูกน้องมือดีระหว่างการทำโปรเจกต์ใหญ่ก็ได้ ไข่ สุดท้ายงานอาจจะสำเร็จแต่คุณก็เสียคนที่มีคุณภาพไปด้วยเช่นกัน ดังนั้น คุณอย่าตัดสินใครที่ผลงานอย่างเดียวจงดูวิธีคิดและกระบวนการทำงานของแต่ละคนด้วย บุคลากรบางคนอาจมีวิธีคิดและกระบวนการทำงานที่เหมาะสมกับบริษัทของเราดีกว่าอีกหลายๆคนก็เป็นได้

8.รอบคอบเกินความจำเป็น

ความรอบคอบเป็นสิ่งดี แต่ถ้ามากเกินไปจะกลายเป็นวิตกได้ บางคนคิดวนไปวนมาเพื่อความรอบคอบอยู่หลายรอบจนในที่สุดความคิดติดกันเองจนตัดสินใจไม่ได้ ลักษณะผู้บริหารประเภทนี้จะกลัวความผิดพลาด ชอบพีดวันประกันพรง์ในการตัดสินใจ ทำให้ปัญหาลุกลามและพลาดโอกาสสำคัญ จำไว้ว่าความเด็ดขาด คือ ลักษณะเด่นอย่างหนึ่งของนักบริหาร ถ้าคุณมองปัจจัยแวดล้อม อาศัยการคาดการณ์บ้าง และมั่นใจในตนเอง คุณก็จะตัดสินใจได้ดีที่สุดในที่สุด แม้จะเกิดความผิดพลาดคุณก็ต้องทำใจยอมรับให้ได้ เพราะทุกเรื่องที่เราเข้ามาให้เรตัดสินใจจะต้องมีทางแยกอยู่เสมอ ผู้บริหารที่มีประสบการณ์จะ

รู้จักวิเคราะห์สถานการณ์ ไม่รอข้อมูลเพียงอย่างเดียว เมื่อวิเคราะห์แล้วก็ใช้สัญชาตญาณและประสบการณ์ในการช่วยตัดสินใจ

9.1.1.1 ใจใคร่ และ มองทุกอย่างในแง่ลบ

ผู้บริหารบางคนอาจผ่านประสบการณ์มามาก และ ประสบการณ์ที่ได้รับก็อาจเป็นเรื่องแย ๆ เสียด้วยจนทำให้ตนเองกลายเป็นคนไม่ไว้วางใจใครง่าย ๆ มองทุกอย่างในแง่ลบไปโดยปริยาย คุณจงจำไว้ว่า “ไม่มีใครสมบูรณ์แบบที่สุดในโลก” ทุกคนมีโอกาสผิดพลาดแม้กระทั่งคุณเองก็ตาม การไม่ไว้วางใจทำให้เกิดพฤติกรรมการหวาดระแวงกันในองค์กรตามมาได้ภายหลัง ซึ่งพนักงานก็จะแตกออกเป็นฝักเป็นฝ่าย สุดท้ายองค์กรก็จะไปไม่รอด ถ้าคุณคิดจะเป็นนักบริหารที่ประสบความสำเร็จจงจำไว้ว่า “ยิ่งอยู่สูง ยิ่งต้องไว้วางใจคน” เพราะเมื่อไหร่ที่คุณสูงสุดและจะล้มก็จะมีคนคอยรับคองประคองคุณอยู่ แต่ถ้าคุณไม่ไว้วางใจพวกเขาคุณล้มเมื่อไหร่เขาก็จะไม่สนใจคุณเลย ฉะนั้น มองทุกอย่างในแง่บวกเข้าไว้หยาบยื่นความไว้วางใจและไมตรีต่อทุกคน องค์กรถึงจะเป็นหนึ่งเดียวกันได้

10. ทำตัวเด่น

ผู้บริหารบางคนมีบุคลิกลักษณะนี้ซึ่งส่วนใหญ่ก็ไม่มีใครรู้ว่ามันเป็นผลเสียต่อตนเองและองค์กร เพราะการทำตัวเด่นมากเกินไปนั้นเท่ากับการทำให้ผู้อื่นดูด้อยลง เป็นการลดบทบาทของผู้อื่นโดยไม่ตั้งใจจนทำให้พนักงานขาดแรงจูงใจในการทำงานเพราะบทบาทเด่นทั้งหมดไปตกอยู่ที่ผู้บริหารคนเดียว เหมือนท่ามกลางหมอกก็ดูหน้าอยู่คนเดียว อีกทั้งยังมีส่วนที่ทำให้ความสนใจในงานของพนักงานลดลงไปด้วย

นี่คือ 10 สิ่งที่ผู้บริหารไม่ควรทำ คนที่เป็นผู้บริหารจึงควรจะต้องศึกษาให้ดี ถ้าหลีกเลี่ยงได้ทั้งหมด โอกาสที่คุณจะเป็นนักบริหารที่ประสบความสำเร็จก็อยู่ไม่ไกลเกินเอื้อมแล้ว





ผู้บริหารในยุคดิจิทัลต้องปรับตัวอย่างไร

โลกเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา เราไม่สามารถหยุดเวลาไม่ให้เปลี่ยนแปลงได้ ทุกสิ่งทุกอย่างจึงเปลี่ยนไปในทุก ๆ เลี้ยววินาที มีทั้งที่ตาเรามองเห็นสัมผัสได้ และ ที่เรามองไม่เห็น เทคโนโลยีและความทันสมัยกำลังก้าวเข้ามาเปลี่ยนแปลงทุกสิ่งทุกอย่าง และยังช่วยย่อโลกใบใหญ่ให้เล็กลงด้วย สำหรับนักบริหารมืออาชีพการปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยและความเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องสำคัญ เพราะเมื่อมีการเปลี่ยนผ่านยุคสมัย นั้นย่อมหมายถึงการเปลี่ยนผ่านจาก Generation หนึ่ง ไปยัง Generation หนึ่งด้วย คนในยุค Generation Y หรือ ที่เราเรียกสั้น ๆ ว่า Gen y นั้นเป็นคนที่เกิดในยุคที่คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีเริ่มทำงานได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องอาศัยมนุษย์ควบคุมทุกขณะ คน Gen y จึงมีช่วงเวลาของชีวิตที่มากขึ้น นั่นคือเริ่มมีอิสระในการควบคุมตนเองมากขึ้น จึงมีความเป็นตัวของตัวเองสูง และไม่ชอบอยู่ในกรอบแบบเดิม ๆ อีกต่อไป อะไรที่ยากและไม่ชัดเจนจะเลิกทันที ถ้าที่ จะทำกายต่อสิ่งที่ขัดแย้งกับความคิดความรู้สึก ทุกอย่าง ต้องชัดเจนโปร่งใส เห็นง่าย เข้าใจง่าย ใช้ง่าย ดังนั้น ผู้บริหารจะต้องรู้จักและทำความเข้าใจพื้นฐานความคิดของ

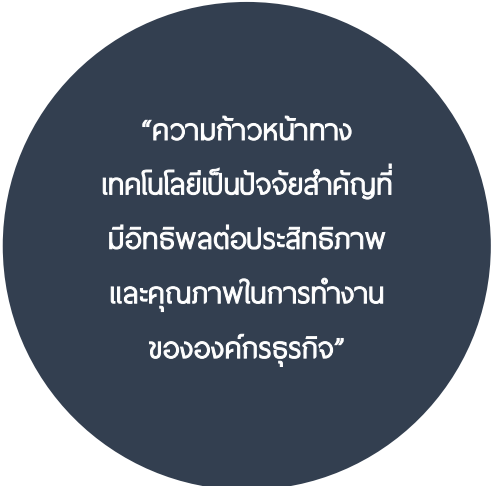
คน Gen Y ไว้ให้ดี ก่อนที่จะดึงคนรุ่นใหม่เหล่านี้มาทำงานด้วย เพราะพวกเขาเติบโตมาในยุคเทคโนโลยีกำลังเติบโตเต็มที่ ถ้า คุณจะใช้แนวคิดเดิม ๆ ไปสื่อสารกับพวกเขา พวกเขาจะไม่เข้าใจคุณการบริหารงานองค์กรและการบริหารคนของคุณก็จะล้มเหลวทันที

ในยุคดิจิทัลแบบปัจจุบันนี้สภาพแวดล้อมในการแข่งขันขององค์กรธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ระบบการทำงานแบบจะทุกอย่างถูกขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ และสมาร์ตโฟนเพราะโลกกำลังอยู่ในยุคของเทคโนโลยี ข่าวสาร และความรู้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน ทำให้องค์กรธุรกิจต้องมีการปรับตัวให้ทันกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การที่ผู้บริหารอย่างคุณคิดจะเปลี่ยนแปลงอะไรก็ตามแน่นอน มักจะต้องคิดหนัก เพราะการเปลี่ยนแปลงก็เท่ากับการลงทุน แต่ถ้าวการลงทุนนั้นสามารถสนับสนุนองค์กรให้ขับเคลื่อนไปข้างหน้าได้ ก็เหมาะสมอย่างยิ่งที่คุณจะลงทุนไป ยิ่งโดยเฉพาะ เรื่องเทคโนโลยี หากบริษัทของคุณเต็มไปด้วยคนรุ่นใหม่ พวกเขาพร้อมเสมอที่จะเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ เทคโนโลยีกับวิถีชีวิต

ของพวกเขาเป็นสิ่งที่คุณ และหากคุณลงทุนที่จะนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่เหมาะสมกับกับพวกเขามาใช้ก็เท่ากับว่าเป็นการดึงศักยภาพของคนรุ่นใหม่ออกมาใช้ด้วย และแน่นอนว่าย่อมเป็นผลดีกับองค์กรของคุณ ถือว่าเป็นการลงทุนที่คุ้มค่า แต่สิ่งสำคัญไม่ได้ได้อยู่ตรงจุดนั้นจุดเดียว สิ่งสำคัญแรกเริ่มเลยนั้น กลับมาอยู่ที่ตัวของนักบริหารอย่างคุณนั่นเอง คุณถามตัวเองแล้วหรือยังว่า ว่าพร้อมไหมที่จะปรับตัว พร้อมไหมกับการที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ซึ่งนั่นเป็นคำถามที่คุณจะต้องตอบให้ได้ก่อนเป็นอันดับแรก การที่คุณคิดจะเปลี่ยนแปลงองค์กรของคุณให้เป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพในการแข่งขันกับตลาด คุณจะต้องเริ่มเปลี่ยนแปลงที่ตัวคุณก่อน เปิดใจให้กว้าง วางตัวให้ยืดหยุ่นพร้อมที่จะรับอะไรใหม่ ๆ และไม่ควรหยุดพัฒนาตนเอง สิ่งนี้จะเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญที่จะแสดงให้เห็นว่าคุณที่ล้วนเป็นคนรุ่นใหม่เห็นว่าคุณมี “วิสัยทัศน์” การที่คุณจะลงทุนจัดหาอุปกรณ์ที่ทันสมัยที่สุดมาใช้ในองค์กรของคุณ ถ้าคุณไม่ใช่คนที่มีความรู้ด้านเทคโนโลยี คุณจะรู้ได้อย่างไรว่าสิ่งที่คุณลงทุนไปนั้นเป็นเทคโนโลยีที่ทันสมัยที่สุด ถ้าคุณลงทุนแบบไร้ความรู้คุณก็จะเสียเปล่า แต่ถ้าคุณเริ่มที่จะศึกษาอย่างจริงจังคุณก็จะค้นพบนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่จะเข้ามาช่วยงานในองค์กรของคุณ นอกจากคุณจะรู้ภายนอกแล้ว คุณยังรู้ภายในถึงเรื่องระบบการทำงานของเทคโนโลยีนั้น ๆ อีกด้วย รับรองเลยว่าแม้คนรุ่นใหม่ก็ยังต้องพึ่งในตัวคุณอย่างแน่นอน แบบนี้คุณสามารถเป็นนักบริหารที่เรียกความเชื่อมั่นจากลูกน้องที่เป็นคนรุ่นใหม่ได้ เรียกได้ว่า ใต้ใจพวกเขาไปเต็ม ๆ

สิ่งหนึ่งที่คุณต้องยอมรับก็คือ ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพในการทำงานขององค์กรธุรกิจ การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในภาคอุตสาหกรรม ทำให้องค์กรธุรกิจต้องปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีของตนเอง เพื่อให้สามารถทำงานได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพในการแข่งขันมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น เทคโนโลยีสารสนเทศโลกสำคัญที่จะทำให้การทำงานในองค์กรมีความคล่องตัวมากขึ้น เทคโนโลยีการผลิตและการปฏิบัติงาน ที่ช่วยเพิ่มปริมาณการผลิตให้ทันกับความต้องการของท้องตลาด และสภาพของวงจรชีวิตของสินค้าจะมีระยะเวลาสั้นลง หลายสิ่งหลายอย่างจะล้าสมัยเร็ว ปริมาณการผลิตจึงต้องมากตามความต้องการที่เปลี่ยนแปลงเร็วไปด้วย เทคโนโลยีทั้งหมดล้วนเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้งานในปัจจุบันมีประสิทธิภาพมากขึ้น

หลายเท่าตัว นักบริหารที่มีวิสัยทัศน์ทุกคนจึงต้องมีการปรับเปลี่ยนบทบาทของตนเองให้เข้ากับยุคสมัยโดยการเดินเข้าหาเทคโนโลยีมากขึ้นการปรับโครงสร้างใหม่ การขยายขอบเขตในการดำเนินงานใหม่ให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีในปัจจุบันมากขึ้น นอกจากจะคลุกอยู่กับการบริหารอย่างเดียวแล้วก็ควรที่จะจัดสรรเวลาที่จะมาเรียนรู้เทคโนโลยีที่จำเป็นต่อองค์กรด้วย นี่จึงจะเป็นการปรับตัวให้เข้าสู่การเป็นนักบริหารยุคใหม่อย่างเต็มตัว ด้วยเทคโนโลยีนั่นเองที่เข้ามาบีบบวกกับในชีวิตประจำวันของมนุษย์มากขึ้น จึงทำให้หลาย ๆ สิ่ง ๆ หลายๆอย่างเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม



อย่างวัฒนธรรมองค์กรในยุคนี้ก็มีการเปลี่ยนแปลงไปเช่นกัน เพราะคนรุ่นใหม่มีค่านิยมในการทำงานแตกต่างไปจากคนรุ่นก่อน คนรุ่นใหม่มีแนวโน้มว่าชอบทำงานกันเป็นทีมมากกว่า เพราะเป็นคนที่ชอบสังคม ผู้บริหารจึงต้องทำความเข้าใจและปรับระบบการทำงานตรงนี้ให้ดีขึ้น อย่างกระจุจกงานไว้ที่เดียวพยายามสร้างทีม แบ่งงานออกเป็นส่วน ๆ และให้สิทธิในการตัดสินใจกับพวกเขาด้วย ซึ่งพวกเขาก็จะปรับตัวและให้ความร่วมมือในการทำงานอย่างเป็นอัตโนมัติ เพราะเทคโนโลยีเชื่อมคนให้เข้าถึงกันง่ายขึ้นนั่นเองทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกระบวนการและวิธีการทำงานที่รวดเร็วมากยิ่งขึ้น บทบาทของผู้บริหารนอกจากจะต้องรู้จักกับความเปลี่ยนแปลงแล้วก็ยังต้องเป็นผู้สร้างความเปลี่ยนแปลงขึ้นเองด้วยคือต้องมีการวางแผนปฏิบัติการในการปรับแต่งสิ่งต่าง ๆ ให้แตกต่างจากเดิมอย่างเป็นระบบ โดยอาจจะกระทำอย่างรวดเร็ว หรือกระทำแบบค่อยเป็นค่อยไป ก็ขึ้นอยู่กับสภาพขององค์กรนั้น ๆ ไป นอกจากนั้นผู้บริหารควรจะมีการชี้แจงให้บุคลากรใน

องค์กรรบบถึงการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นและแสดงความ
ขอบคุณต่อบุคคลที่เกี่ยวข้องและมีส่วนช่วยให้เกิดการ
เปลี่ยนแปลง ที่สำคัญควรมีการประเมินผลความเปลี่ยนแปลง
ที่เกิดขึ้นด้วยเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงองค์กรโดยใช้เทคโนโลยีใหม่
ๆ เข้ามาเสริมทัพ บุคลากรรุ่นเก่าก็ต้องมีการปรับตัว



ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการฝึกอบรมบุคลากรรุ่นเก่าให้สามารถ
ปรับปรุงการทำงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่นำเข้า
มาใช้ด้วยก็จะเป็นการดี โดยการจัดอบรมไม่จำเป็นที่จะต้อง
อบรมทั้งหมดให้เปลืองงบประมาณและเวลาของบริษัท คุณ
อาจพิจารณาเลือกจากตำแหน่งหน้าที่ หรือแผนกที่รับหน้าที่
สำคัญต่อองค์กร และอาจจะใช้การพิจารณาความรู้ ทักษะ
ทัศนคติ ของพนักงานเป็นรายบุคคลไปก็ได้ หลังจาก

ปรับเปลี่ยนทุกอย่างแล้ว คุณก็อย่าลืมที่จะสร้างแรงจูงใจใน
การทำงาน เพื่อให้พนักงานไม่ว่ารุ่นเก่ารุ่นใหม่มีความ
กระตือรือร้นในการทำงานอย่างสม่ำเสมอด้วย

จะเห็นว่าการจะเริ่มต้นมาเป็นผู้บริหารยุคใหม่
แข็งแกร่งมีประสิทธิภาพได้ จะต้องเริ่มต้นจากเปลี่ยนความคิด
และมุมมองของตนเองเสียก่อน มองความเคลื่อนไหวรอบข้าง
จะต้องรู้ว่าโลกหมุนไปถึงไหนแล้ว มองว่าคนรอบข้างทำอะไร
กันอยู่ ลูกค้าและตลาดต้องการสินค้าประเภทไหน ยังมีตรง
ส่วนไหนบ้างที่ยังไม่มีใครทำสินค้าหรือบริการขึ้นมาตอบโจทย์
ความต้องการของตลาดได้ มีช่องโหว่ที่เราสามารถแทรกเข้าไป
สร้างตลาดใหม่ได้ และดูว่าคู่แข่งไปไกลแค่ไหนแล้ว ลองคิดมุม
กลับบ้างก็ได้ถ้าเจอทางตัน แล้วคุณก็จะพบว่าคุณหนี
ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีไม่พ้น เมื่อยังต้องการแข่งขันใน
ตลาดคุณจึงต้องปรับตัวให้ทันต่อเทคโนโลยีให้ได้ แต่อย่า
หลงกับเทคโนโลยีมากเกินไปถ้าคุณไม่พร้อม ผู้บริหารที่ดี
ควรมองทุกอย่างอย่างมีเหตุผล หาข้อมูลและศึกษาให้ดีก่อน
ตัดสินใจ ดังนั้นผู้บริหารในฐานะที่เป็นผู้นำในการจัดการการ
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในองค์กร จำเป็นที่จะต้องอาศัย
ทักษะและความรอบคอบในการจัดการ ต้องเข้าใจบทบาทของ
ตนเองในการจัดการความเปลี่ยนแปลง และต้องสามารถ
ตัดสินใจเลือกวิธีการที่จะนำมาใช้ในการบริหารการ
เปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในองค์กรได้ด้วยซึ่งเป็นวิธีที่บริหารได้
อย่างเหมาะสมด้วย



บทบาทของผู้บริหารในภาวะวิกฤต

เป็นเรื่องธรรมดาที่องค์กรต่าง ๆ จะต้องมีการเผชิญกับภาวะวิกฤต จะมากบ้างน้อยบ้างก็ว่ากันไป แต่ที่แน่นอนคือ ต้องผ่านสภาวะที่เลวร้ายแบบนั้นมาบ้าง ไม่ว่าจะด้วยเหตุปัจจัยภายนอกหรือเหตุจากปัจจัยภายในก็ตามที่ ต่างก็ส่งผลกระทบต่อองค์กรจนทำให้องค์กรตกอยู่ในภาวะวิกฤตได้ทั้งสิ้น ซึ่งถ้าเป็นภาคธุรกิจหากข่าวสารเกี่ยวกับภาวะวิกฤตของบริษัทรั่วไหลออกไปภายนอกได้แล้วล่ะก็จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์และความเชื่อมั่นของลูกค้าเป็นอย่างมากทีเดียว ซึ่งบางกรณีเลวร้ายถึงขนาดมีการฟ้องร้องทางกฎหมายกันเลยทีเดียว นี่จึงเรียกว่าเป็นบททดสอบสำคัญของนักบริหารหรือผู้นำองค์กรว่าจะสามารถนำพาหน่วยงานของตนไปรอดไปได้หรือไม่

เมื่อเกิดวิกฤต แม้ว่าผู้บริหารองค์กรต้องรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่มาพร้อมกับวิกฤตนั้นอย่างรอบด้าน แต่ผู้บริหารก็ต้องระลึกว่ายังคงต้องบริหารงานให้องค์กรสามารถ

ดำเนินงานต่อไปอย่างต่อเนื่องด้วย นั่นคือการบริหารจัดการในภาวะวิกฤต หรือ Crisis Management อธิบายง่าย ๆ ว่าเป็นการจัดการและบริหารงานในภาวะที่องค์กรเกิดเหตุฉุกเฉินที่ไม่ใช่เหตุฉุกเฉินแบบปกติ ซึ่งทางองค์กรไม่ได้คาดคิดว่าจะเกิดขึ้นและไม่ได้เตรียมรับมือใด ๆ มาก่อน กรณีที่เกิดปัญหาจากความผิดพลาดภายในซึ่งส่งผลกระทบต่อลูกค้า ที่ปรึกษาทางกฎหมายของบริษัทก็มักจะแนะนำว่า พยายามให้ข่าวน้อยที่สุด ทำที่จะทำได้โดยอ้างว่าเป็นนโยบายของบริษัท ให้โทษหรืออ้างผู้อื่นร่วมรับผิดชอบด้วย แต่ห้ามขอรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียวแน่นอนคำแนะนำแบบนี้มีประโยชน์ในแง่ของการต่อสู้ด้านกฎหมายในชั้นศาล แต่อาจจะไม่สู้ดีนักกับภาพลักษณ์ของบริษัท ซึ่งในแง่ของการบริหารแล้วหากผู้บริหารพลิกบทบาทของนักประชาสัมพันธ์ออกมาใช้ด้วยในยามนี้ก็จะเป็นอะไรที่เหมาะสมอย่างยิ่ง ดู ๆ ไปแล้วก็จะขัดแย้งกับแนวทางแรกเพราะคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญด้านการประชาสัมพันธ์เสนอ

ว่า เมื่อเกิดวิกฤตขึ้น ผู้ที่ออกมาให้ข้อมูลก่อนจะถือว่าได้เปรียบ ข้อมูลจะดูมีน้ำหนักและดูมีประสิทธิภาพในการสื่อสาร ซึ่งผู้ที่ออกมาให้ข้อมูลต้องให้ข้อมูลทั้งหมดต่อสื่อมวลชนอย่างซื่อสัตย์ตรงไปตรงมา รวดเร็ว และทันสถานการณ์ภายใต้เหตุการณ์ที่สับสน หรืออาจกล่าวได้ว่าต้องรีบสื่อสารข้อมูลทั้งหมด และบอกอย่างรวดเร็ว เพื่อกันไม่ให้ข้อมูลผิดเพี้ยนไปไหน แง่ลบมากจนไม่สามารถแก้ไขได้นั้นเอง

เรามาดูกรณีตัวอย่างเพื่อความเข้าใจมากขึ้น อย่างกรณีของปัญหาวิกฤตที่ไม่สามารถแก้ไขได้ ในปี ค.ศ.1990 คือ ปัญหาวิกฤตของบริษัทจำหน่ายน้ำแร่ชื่อดังในอเมริกา เมื่อห้องปฏิบัติการทางชีววิทยาตรวจพบสารปนเปื้อนในผลิตภัณฑ์ สุ่มตรวจที่เป็นน้ำแร่ตัวอย่าง จากการตรวจพบการปนเปื้อนนี้ ทำให้บริษัทต้องเรียกเก็บสินค้าคืนกว่า 100 ล้านขวดคิดเป็นมูลค่ากว่า 200 ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ ผู้บริหารไม่ได้พลิกบทบาทนักสื่อสารประชาสัมพันธ์มาใช้การสื่อสารอย่างไม่มีประสิทธิภาพจึงเกิดขึ้น ข้อมูลต่าง ๆ ที่นำเสนอออกไปต่อสาธารณะมีความขัดแย้งกัน จึงสร้างความสับสนให้กับผู้บริโภคและผู้เกี่ยวข้องของบริษัท ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของสินค้า ทำให้ทุกอย่างดูแย่งลง ทั้งนี้เป็นผลจากการที่บริษัทไม่เตรียมพร้อมในการรับมือกับปัญหาวิกฤต ไม่มีการจัดตั้งทีมบริหารปัญหาวิกฤตและกระบวนการแก้ปัญหาไว้ล่วงหน้า ลองมาดูภาวะวิกฤตในบ้านเรากันบ้างอย่างกรณีซาเซียวของคุณตัน ภาสกรนที เคยเกิดกรณีตรวจพบกรดเกลือในซาเซียว ซึ่งคุณตันออกมารับมือกับวิกฤตด้วยตัวเองอย่างรวดเร็ว ด้วยการให้ข้อมูลแบบตรง ๆ ชื่อ ๆ ใส ๆ ตามสโลแกนต้นกับสื่อ กลับกลายเป็นว่าผู้บริโภคทุกคนก็ยอมรับได้ในความผิดพลาดนั้นได้ เราจะเห็นว่าธุรกิจของคุณตันก็ยังดำเนินไปได้อย่างไม่สะดุดในปัจจุบันนี้ นั่นคือสิ่งยืนยันเป็นอย่างดี

เพราะโลกยุคใหม่ การสื่อสารมวลชนเต็มไปด้วยความเร็วและแรง ผู้บริหารยุคใหม่จึงต้องรู้จักปรับบทบาทของตนไปตามกระแสของโลก คุณจะต้องเข้าใจว่าตอนนี้หน้าที่ใครครองสื่อได้ก่อนย่อมเป็นต่อคู่แข่งหลายขุม เช่นกัน ถ้าคู่แข่งของคุณครองสื่อได้ก่อนอาศัยช่วงภาวะวิกฤตที่คุณนิ่งเฉยไปใช้สื่อเล่นงานคุณ คุณก็เตรียมรับมือกับวิกฤตการณ์ที่หนักหนาได้เลย ชาวเน็ตแฉตามสื่อต่าง ๆ จะเป็นจุดที่ทำให้เกิดวิกฤตอื่นตามมาจากกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มนักอนุรักษ์นิยมหรือกลุ่มคุ้มครองผู้บริโภค และอาจลุกลามรุนแรงขยายวงกว้างไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงกฎหมาย บางวิกฤตอาจหลีกเลี่ยงได้ถ้ามีการวางระบบป้องกันไว้ก่อนอย่างหนาแน่น แต่บางวิกฤต

เกิดขึ้นโดยไม่มีสัญญาณเตือนล่วงหน้า ดังนั้นเมื่อเกิดภาวะวิกฤตผู้บริหารจึงจำเป็นต้องมีการแก้ไขอย่างรวดเร็ว โดยบทบาทของ CEO คือ รวดเร็วและแม่นยำในข้อมูล ผู้บริหารต้องค้นหาอย่างรวดเร็วให้ได้ว่าอะไรเป็นภาวะคุกคามต่อธุรกิจหรือองค์กร หรือ เป็นเหตุการณ์แบบสุดวิสัยที่เกิดขึ้นแบบไม่ได้ตั้งตัว ทำให้ไม่มีการวางแผนรับมือกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นมาก่อน เมื่อค้นหาสาเหตุแล้ว ผู้บริหารต้องดูแลเรื่องการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กรอย่างรวดเร็ว พยายามรักษาข้อมูลให้อยู่ในทิศทางเดียว หลังจากนั้นผู้บริหารต้องออกมาแสดงตัวกับสื่ออย่างรวดเร็ว และขอโทษในความผิดพลาดที่เกิดขึ้น ขอโทษที่ทำให้ลูกค้าเกิดความสับสน ต้องเตรียมให้ข้อมูลจุดยืนที่ชัดเจน ตรงไปตรงมาที่พร้อมประกาศให้แก่สังคมรับรู้ จากนั้นจึงแถลงมาตรการว่ากระบวนการถัดไปเราจะทำอย่างไรต่อ โดยส่วนใหญ่ คือ การตรวจสอบข้อเท็จจริง ทั้งหมดนี้เป็นบทบาทของผู้บริหารองค์กรที่จะออกมาช่วยควบคุมความเสียหายและการป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาซ้ำอีกต่อไป

“ผู้บริหารต้องดูแลเรื่อง การสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร อย่างรัดกุม เพื่อความเข้าใจมากขึ้น”

ผู้บริหารทุกคนควรจำไว้ว่า ภาวะวิกฤตเป็นภาวะที่ต้องการการตัดสินใจอย่างรวดเร็วถูกต้อง ถ้าแก้ไขได้อย่างดีถูกต้อง วิกฤตอาจช่วยเพิ่มภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือให้แก่องค์กรนั้น ๆ แต่หากแก้ไขไม่ดีก็มีผลเสียหายให้แก่องค์กร การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยหลักในการบริหารภาวะวิกฤตได้อย่างมีประสิทธิภาพและการที่ไม่สามารถแก้ไข ปัญหาวิกฤตได้สำเร็จมักเกิดจากไม่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้าเป็นอย่างดีนั่นเอง



ทางที่ดีที่สุดในการบริหาร คือ พยายามเตรียมพร้อมรับกับวิกฤตอยู่เสมอ ผู้บริหารควรตั้งสมมุติฐานระดับความเสี่ยงไปว่าหากเกิดภาวะวิกฤตในสถานการณ์ต่าง ๆ ควรจะมีการรับมืออย่างไร มีการเตรียมการด้านการสื่อสารและซักซ้อมไว้บ้างก็ดี จากนั้นก็เตรียมแผนป้องกัน จัดตั้งคณะกรรมการบริหารภาวะวิกฤตโดยต้องรวมเอาแผนกด้านการสื่อสารและประชาสัมพันธ์และผู้บริหารด้านไอทีมาที่คณะกรรมการชุดนี้ด้วย โดยกำหนดให้มีผู้ให้ข่าวเพียงคนเดียว เพื่อป้องกันการสับสน สิ่งสำคัญอีกประการอย่างองความซับซ้อนของปัญหาต่าง ๆ เพียงด้านเดียว วิกฤตที่พบบนนั้นมักมีปัญหาร้ายแรงกว่าซ่อนอยู่เสมอ และที่สำคัญหากเกิดปัญหาขึ้นแล้วเราไม่ควรปกปิด จำไว้ว่าความลับไม่มีในโลก ในที่สุดจะมีคนค้นพบจุดบอดที่เราซ่อนเร้นเอาไว้ในสักวันหนึ่ง

การที่ผู้บริหารเป็นผู้เปิดเผยแสดงข่าวด้วยตัวเองนั้น ดีกว่าให้บุคคลอื่นนอกองค์กรมาแถลงข่าวแทน เมื่อเราเกิดจุดอ่อนเกิดขึ้นคือประสบกับภาวะวิกฤตสื่อมักจะเล่นงานจุดอ่อนตรงนี้ของเรา เพื่อขายข่าวและต้อนเราให้จนมุมจนได้ความจริงที่สุดออกมา ผู้บริหารจึงต้องมีจุดยืนที่ชัดเจนและอย่าหวั่นไหวกับวิกฤตที่เกิดขึ้น การเกิดวิกฤตทุกครั้งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของคนและกระบวนการทำงานในองค์กรและหลังเกิดวิกฤตหากองค์กรอยู่รอดมักสามารถดำเนินกิจการต่อไปอย่างเข้มแข็งขึ้น

ดังนั้น การบริหารงานในภาวะวิกฤตอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารควรเริ่มจากการเตรียมวางแผนอย่างดีไว้รับมือกับภาวะวิกฤตล่วงหน้า เพื่อเตรียมพร้อมรับปัญหาและหากเกิดปัญหาที่สุดวิสัยจนนำไปสู่ภาวะวิกฤต ผู้บริหารก็ต้องพลิกบทบาทตนเองในการเป็นนักสื่อสารที่ดี และนำความจริงออกมานำเสนอสู่สาธารณะเสมอ แต่ถึงอย่างไรก็ตามทางที่ดีที่สุดคือการเตรียมพร้อมรับมือกับวิกฤตการณ์ข้างหน้าอยู่เสมอ เพราะนั่นเป็นทั้งการป้องกันทั้งเชิงรุกและเชิงรับไปในคราวเดียวกันอันจะทำให้บทบาทของความเป็นนักบริหารของคุณโดดเด่นมากยิ่งขึ้น



แหล่งเงินทุนของ SMEs

ปัจจุบันแม้ประเทศไทยจะเป็นหนึ่งในสมาชิกอาเซียนอย่างเต็มตัวแล้วก็ตาม แต่สำหรับภาคธุรกิจผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็ก (SMEs) ของไทยยังมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ไม่แตกต่างไปจากเดิม ทั้ง ๆ ที่ SMEs มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้มีความเข้มแข็งและเติบโต สามารถเข้าแข่งขันในตลาดอาเซียนได้ดีก็ตาม แต่ทว่าในการประกอบการอันเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับ SMEs ก็ยังมีข้อจำกัดอยู่มากเช่นเดิม

เหตุผลที่ผู้ประกอบการกิจการขนาดเล็กหรือ SMEs ไทยมีอุปสรรคในการเข้าถึงสินเชื่อในระบบของกิจการตนมาจากปัจจัยหลายประการทั้งการขาดหลักทรัพย์ค้ำประกัน ขาดประวัติการชำระหนี้หรือประวัติการเปิดกิจการใหม่ และการไม่มีแผนธุรกิจที่ดี ถ้าจะกล่าวถึงส่วนของความยากในการกู้เงินจากสถาบันการเงิน ก็ต้องบอกว่า เงื่อนไขของสถาบันการเงินมีมากเกินไป สถาบันการเงินมีความเข้มงวดมาก ซึ่งปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบของ SMEs เป็นผลมาจากทั้งสองส่วนคือข้อจำกัดทั้งในส่วนของการเองและ

ข้อจำกัดในส่วนของสถาบันการเงิน ในส่วนของการเลือกที่จะกู้ยืมในกรณีที่กิจการมีความต้องการเงินทุนถ้าเป็นกิจการขนาดใหญ่และขนาดกลางร้อยทั้งร้อยก็จะเลือกที่จะกู้ยืมเงินในระบบ ขณะที่กิจการขนาดเล็กแม้ส่วนใหญ่จะเลือกกู้เงินในระบบ แต่ก็ไม่น้อยทีเดียว เลือกที่จะกู้เงินนอกระบบ เนื่องจากผู้ประกอบการมีความเห็นว่าเป็นแหล่งเงินทุนที่มีความรวดเร็วและกู้ง่าย ถ้าคุณเป็นหนึ่งในผู้ประกอบการ SMEs ขอแนะนำแหล่งเงินทุนที่น่าสนใจให้คุณดังนี้

1. แหล่งเงินทุนแบบบ้าน ๆ

แหล่งเงินทุนนี้สมชื่อจริง ๆ เพราะไม่ห่างจากบ้านเลย แหล่งเงินทุนจุดแรกที่ไม่ใช่ที่ไหน มาจากเงินออมส่วนตัวทั้งของคุณและของหุ้นส่วน แหล่งเงินทุนเพื่อใช้เริ่มต้นธุรกิจซึ่งเป็นแหล่งที่ดีที่สุดและนิยมใช้กันมากที่สุดคือ เงินออมของเจ้าของกิจการนั่นเอง ผู้ประกอบการของธุรกิจขนาดย่อมควรจะต้องหาเงินทุนเริ่มแรกอย่างน้อยที่สุด 50 เปอร์เซ็นต์ เงินทุนส่วนที่เหลือผู้ประกอบการอาจจะมาจากการกู้ยืมเงินที่ดี ซึ่งการกู้ยืมแหล่งเงินทุนแบบบ้าน ๆ จุดที่สองก็คือ ครอบครัว ญาติพี่น้อง และเพื่อนฝูงนั่นเอง จัดว่าเป็นแหล่งเงินทุนที่ดีอีกส่วนหนึ่ง เพราะ

ด้วยความสนิทสนมคุ้นเคย จึงทำให้ไม่มีอุปสรรคเรื่องความเชื่อใจ คุณจึงไม่ต้องวิ่งวุ่นหาหลักประกันหรือคนค้ำสัญญาให้วุ่นวาย ระยะเวลาดำเนินการในกู้ยืมก็สั้นไม่ต้องพิจารณาอะไรนาน เรื่องดอกเบี้ยที่ต้องเสียก็อาจจะน้อยกว่าการกู้จากแหล่งอื่น ๆ หรือบางทีสนิทกันมากเชื่อใจกันมากอาจไม่ต้องเสียเลยก็มี อีกทั้งคุณยังสามารถขอยืดระยะเวลาในการชำระหนี้ไปได้นานกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับการกู้เงินลงทุนจากที่อื่น

2. บัตรเครดิต

นี่คือประโยชน์ประการหนึ่งของบัตรเครดิตที่หลายคนมองข้าม มีไม่น้อยที่เข้าใจว่าบัตรเครดิตคือทางเลือกที่สะดวกในการซื้อสินค้าเท่านั้น แต่ไม่ได้คิดถึงในแง่แหล่งเงินทุนทางธุรกิจ บัตรเครดิตจะมีประโยชน์มากโดยเฉพาะในเรื่องการจัดการกระแสเงินสด หรือ Cash Flow Management ในในช่วงระหว่างที่คุณกำลังติดต่อดำเนินธุรกิจ อย่างถ้าคุณสั่งซื้อสินค้ามาเพื่อจำหน่าย แล้วใช้บัตรเครดิตในการชำระเงิน คุณก็จะสามารถยืดระยะเวลาชำระเงินสดในส่วนของบัตรเครดิตไปได้อีกประมาณ 30-55 วัน (อันขึ้นอยู่กับระยะเวลาที่ตกลงไว้ในการทำบัตรเครดิตนั้น ๆ ด้วย) และถ้าวงเงินที่ต้องชำระไม่พอ คุณก็สามารถใช้วิธีเปิดบัตรเครดิตมากกว่าหนึ่งใบก็ได้ ถ้าช่วงนั้นคุณจำหน่ายสินค้าแล้วได้เงินมาเป็นที่เรียบร้อย คุณก็นำเงินทยอยจ่ายให้ครบจำนวนตามเวลาที่กำหนด จุดเด่นของการใช้เงินทุนจากบัตรเครดิตคือไม่ต้องเสียเงินค่าดอกเบี้ย (อันนี้เฉพาะในกรณีที่คุณชำระเงินเต็มจำนวนและไม่เลยระยะเวลาที่กำหนด) แถมคุณยังมีสิทธิได้ลุ้นรางวัลจากการสะสมแต้มซึ่งเป็นโปรโมชั่นเสริมสำหรับผู้ที่ถือบัตรเครดิตของธนาคารต่าง ๆ อีกด้วย

3. ธนาคารพาณิชย์

เป็นแหล่งเงินกู้ระยะสั้นยอดนิยม ทำให้กู้ยืมเงินทุนระยะสั้นมากกว่าสถาบันการเงินประเภทอื่น ๆ ทุกประเภทเพราะนอกจากจะให้วงเงินในการกู้ยืมที่ค่อนข้างสูง และมีอัตราดอกเบี้ยที่เป็นธรรมกว่าแหล่งอื่น ๆ แล้ว แต่ละธนาคารต่างก็สนใจระดมเงินฝากที่มีมากจนล้นออกมาในรูปแบบสินเชื่อต่าง ๆ เต็มที่ โดยเฉพาะสินเชื่อที่กำลังมีบทบาทมากในวงการธุรกิจไทยอย่างสินเชื่อ SMEs ธนาคารพาณิชย์มักจะไม่ให้ผู้ประกอบการธุรกิจกู้ยืมเงินเพื่อนำไปใช้ในการซื้อทรัพย์สิน

ถาวรที่มีอายุการใช้งานเป็นเวลานาน เช่น อาคารและที่ดิน แต่ธนาคารมักจะไม่ให้ธุรกิจกู้ยืมเงินเพื่อนำไปซื้ออุปกรณ์และสินค้า อีกทั้งธนาคารพาณิชย์ยังมีนโยบายช่วยเหลือธุรกิจในการจัดหาเงินทุนโดยใช้บัญชีลูกหนี้

4. ผู้ผลิตและผู้จำหน่ายสินค้า

ก็คือบริษัทที่เราไปรับสินค้ามาจากเขานั่นเอง นี่ก็เป็นแหล่งเงินทุนอีกแห่ง แต่การได้มาซึ่งทุนในแหล่งนี้จะไม่ใช่เงินสด แต่จะได้มาเป็นสินค้าและจะให้ความช่วยเหลือทางการเงินเมื่อ



ผู้ประกอบการต้องการซื้ออุปกรณ์ต่าง ๆ แต่ยังไม่มียุทธภัณฑ์พอ บริษัทเหล่านี้จะให้สินค้ามาก่อนเพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการเป็นลูกค้ากันไปยาวๆ เงินกู้ประเภทนี้จะอยู่ในรูปของสัญญาการขายผ่อนชำระค่าสินค้าคืน เมื่อผู้ประกอบการนำสินค้าไปจำหน่ายได้

5. กองทุนต่าง ๆ ของหน่วยงานภาครัฐ

ทางภาครัฐก็ไม่ได้นิ่งนอนใจในส่วนของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ภาครัฐจึงมีนโยบายที่จะช่วยเพิ่มโอกาสเข้าถึงแหล่งทุนอีกทางหนึ่ง โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาที่มีการเปิดกองทุน SMEs สำหรับธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน นอกจากนี้กรมการค้าต่างประเทศก็มีกองทุน FTA สำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ที่มีโครงการหุ้นกู้ SME อีกด้วย นี่จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจทีเดียว



ทั้งหมดนี้เป็นแหล่งเงินทุนที่น่าสนใจของผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งผู้ประกอบการแต่ละรายก็ต้องไปพิจารณาความพร้อมของตนเองก่อนจะตัดสินใจเดินเข้าสู่แหล่งเงินทุนต่าง ๆ เหล่านี้ อีกวิธีหนึ่งถึงแม้จะไม่ใช่วิธีการเข้าถึงแหล่งเงินทุนโดยตรงแต่ก็เป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้การดำเนินงานของคุณเป็นไปได้อย่างต่อเนื่องนั่นก็คือ ลีสซิ่ง(Leasing) หรือการเช่าสินค้าและอุปกรณ์มาก่อน วิธีนี้มีประโยชน์มากในกรณีที่คุณต้องการอุปกรณ์มาดำเนินงานธุรกิจต่าง ๆ ก่อน เช่น ยานพาหนะ เครื่องมือประกอบการ รวมถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่อย่างคอมพิวเตอร์ เพื่อมาใช้สอยในการดำเนินกิจการ ข้อดีของลีสซิ่งจึงอยู่ที่คุณไม่ต้องลงทุนจ่ายเงินก้อนใหญ่ในการซื้ออุปกรณ์ ไม่ต้องหาหลักทรัพย์อื่น ๆ มาค้ำประกัน ทั้งค่าใช้จ่ายในการเช่าซื้อยังสามารถปิดไปเป็นค่าใช้จ่ายรายเดือนได้ ซึ่งการ

ดำเนินการตรงจุดนี้จะทำให้คุณไม่ต้องกังวลเรื่องเงินหมุนเวียนเพราะไม่ซื้อก็เท่ากับยังไม่ได้เสียเงินลงทุน แต่ทั้งนี้คุณก็ควรพิจารณาข้อเสียของลีสซิ่งไว้ด้วย ซึ่งข้อเสียของลีสซิ่ง คือ หากคุณยกเลิกสัญญาเช่าซื้อก่อนเวลาคุณจะเสียค่าปรับ ถ้าคุณรับยกเลิกค่าปรับก็มากตามไปด้วย หรือ

เมื่อครบกำหนดเวลาแล้วคุณไม่ได้ตัดสินใจซื้ออุปกรณ์นั้น ๆ และคุณนำสินค้าและอุปกรณ์ไปคืนคุณก็จะต้องจ่ายค่าเสื่อมสภาพของอุปกรณ์ด้วย แต่อย่างไรก็ตามยังมีแหล่งเงินทุนอีกหนึ่งแหล่งนั่นคือ เงินกู้ยืมระบบ แต่ถ้าเป็นไปได้คุณอย่าลืมเข้าถึงแหล่งเงินทุนแห่งนี้จะดีกว่า เพราะโอกาสที่คุณจะพลาดหนึ่งกิจการของคุณนั้นมีช่องทางน้อยมาก

ดังนั้นก่อนจะเข้าถึงแหล่งเงินทุนต่าง ๆ คุณควรกลับมาพิจารณาก่อนว่า คุณพร้อมที่จะก้าวไปสู่ผู้ประกอบการ SMEs จริง ๆ แล้วหรือยัง ถ้าคุณพร้อมจริง ก็ขอให้คุณพิจารณาให้ดีว่า แหล่งเงินทุนใดที่จะเหมาะสมกับธุรกิจของคุณมากที่สุด เพราะการตัดสินใจเลือกแหล่งเงินทุนย่อมมีผลในอนาคตต่อการทำธุรกิจของคุณอย่างแน่นอน



ข้อควรระวังในการเขียนแผนธุรกิจ

ปัจจุบันนี้หลายประเทศในอาเซียน รวมไปถึงประเทศไทยของเรากำลังก้าวสู่สังคมการเป็นผู้ประกอบการมากขึ้นและมีแนวโน้มว่าจะขยายตัวมากขึ้นอีกในอนาคต เราจะเห็นได้ว่ามีนักธุรกิจหน้าใหม่เติบโตขึ้นมาเรื่อย ๆ มีชุมชนผู้ประกอบการต่าง ๆ เกิดขึ้นมากมาย แต่สิ่งสำคัญประการหนึ่งของการจะก้าวมาเป็นผู้ประกอบการด้านธุรกิจต่าง ๆ ก็คือ เงินทุน ซึ่งไม่แปลกอะไรที่ในช่วงเริ่มต้นหรือ startup company นี้ผู้ประกอบการจะขอเงินทุนสนับสนุนจากแหล่งเงินทุนต่าง ๆ และเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเข้าสู่การดำเนินงานได้อย่างราบรื่นก็คือ แผนธุรกิจ (Business Plan)

ผู้ประกอบการจำนวนมากยังไม่เข้าใจความหมายที่แท้จริงของแผนธุรกิจ ว่าองค์ประกอบของแผนธุรกิจหรือสิ่งที่เรียกว่าแผนธุรกิจคืออะไร โดยมักพิจารณาหรือให้ความสำคัญแต่ลักษณะภายนอกตามที่ได้เห็น คือการมีลักษณะของเอกสาร หรืออยู่ในรูปของรายงาน ที่บรรจุข้อมูล

ต่างๆ เกี่ยวกับธุรกิจต่างๆ ตามหัวข้อหรือโครงสร้างต่าง ๆ ที่ระบุไว้ ผู้ประกอบการต้องเข้าใจก่อนว่าแผนธุรกิจ เป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญอย่างมากสำหรับคุณ หากคุณคิดที่จะริเริ่มจะก่อตั้งกิจการ เพราะแผนนี้เป็นเสมือนภาพรวมทั้งหมดของธุรกิจคุณเป็นผลสรุปแห่งกระบวนการคิดพิจารณา และการตัดสินใจของคุณในการจะก้าวเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการธุรกิจ ซึ่งเมื่อคุณร่างแผนนี้อย่างถูกต้องแล้ว แผนนี้จะช่วยบอกคุณว่าคุณมีโอกาสกับธุรกิจที่คุณคิดจะทำมากน้อยแค่ไหน ซึ่งอาจจะเป็นทั้งแรงผลักดันให้คุณเดินหน้าต่อ และอาจจะเป็นสิ่งที่เปลี่ยนความคิดคุณไปเลยก็ได้เช่นกัน ดังนั้นการเขียนแผนธุรกิจคุณจะต้องมีความเข้าใจรอบคอบอย่างมากทีเดียว ซึ่งเราขอแนะนำข้อควรระวังในการเขียนแผนธุรกิจดังนี้

1.เขียนคลุมเครือไม่ชัดเจน

ถือเป็นประเด็นที่พบบ่อยทั่วไป คือเป็นลักษณะการเขียนแล้วผู้เขียนเข้าใจอยู่ฝ่ายเดียว ซึ่งผู้ประกอบการที่เขียนแผนธุรกิจเองคือไม่ได้จ้างเขียนมักจะประสบกับปัญหานี้บ่อยมาก จะมีการใช้ศัพท์ทางเทคนิค ศัพท์ในวงการ หรือตัวย่อต่าง ๆ มากมายซึ่งจะเป็นที่รู้จักเฉพาะคนในวงการหรือผู้อยู่ในธุรกิจนั้นเท่านั้น ซึ่งผู้ประกอบการที่เขียนแผนเองจะคิดว่าการเขียนในลักษณะนี้จะเป็นการแสดงความน่าเชื่อถือถือว่าผู้ประกอบการมีความรู้จริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยีนั้น ๆ แต่พอเจ้าหน้าที่จากธนาคารหรือสถาบันการเงิน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเป็นนักการเงินหรือเรียนมาจากสายบริหารธุรกิจมาอ่านก็ไม่สามารถเข้าใจเนื้อหาในเอกสาร ไม่รู้ว่าผลิตภัณฑ์ที่ระบุอยู่ในเอกสารนั้นคืออะไร หรือมีประโยชน์อย่างไร จึงเป็นอุปสรรคทำให้สื่อสารกันไม่เข้าใจ หรือ มีความเข้าใจที่คลาดเคลื่อน ฉะนั้น คุณควรเขียนแผนด้วยภาษาง่าย ๆ ซึ่งไม่ว่าใครก็อ่านเข้าใจได้จึงจะดีที่สุด

2.เขียนปกปิด

ในยุคปัจจุบันมีความเข้มงวดในเรื่องของลิขสิทธิ์และทรัพย์สินทางปัญญามากขึ้นกว่าแต่ก่อนมาก ผู้ประกอบการบางรายจึงคิดว่าการเปิดเผยข้อมูลทั้งหมดออกไปอาจทำให้เกิดการลอกเลียนจากบริษัทอื่น ๆ ที่เป็นบริษัทใหญ่หรือเป็นคู่แข่งในธุรกิจประเภทเดียวกัน ผู้ประกอบการเหล่านี้จึงไม่เปิดเผยทรัพย์สินทางปัญญา เพราะกลัวข้อมูลรั่วไหล ซึ่งจริง ๆ แล้วเป็นความเข้าใจที่ผิดอย่างยิ่ง เพราะยิ่งคุณจดทะเบียนจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาอย่างถูกต้องแล้ว กลับทำให้ผู้พิจารณาแผนธุรกิจของคุณรู้ถึงศักยภาพและความน่าเชื่อถือของคุณมากขึ้น ซึ่งจะเป็นประโยชน์มากกว่าการปกปิดเป็นความลับ

3.คัดลอกจากผู้อื่น

บ่อยครั้งที่พบว่าแผนธุรกิจที่นำเสนอต่อสถาบันการเงิน จะเป็นการคัดลอกมาจากแผนธุรกิจของผู้อื่น แล้วนำมาแก้ไขปรับเปลี่ยนรายละเอียดบางประการให้เข้ากับธุรกิจของตนเอง ซึ่งการคัดลอกมานั้นมีโอกาสสูงมากที่คุณจะพลาดในรายละเอียดบางประการ ซึ่งข้อมูลตรงจุดนั้นบางทีไม่ได้เกี่ยวข้องกับธุรกิจของคุณเลย แต่ก็ปรากฏอยู่ในเอกสารคุณต้องคำนึงไว้เสมอว่า ธุรกิจแต่ละชนิดก็มีความแตกต่างกันไป ต่อให้เป็นธุรกิจที่มีความใกล้เคียงกับกับที่เราทำอยู่ก็ตาม

ต้องมีหลาย ๆ ส่วนที่ไม่ได้เหมือนของเรา ดังนั้น ถ้าคุณไม่มีเวลาในการเขียนแผนเองจริง ๆ ควรจ้างเขียนเลยจะดีกว่า

4.เขียนกลยุทธ์การตลาดและอื่น ๆ มากเกินไป

บางคนอาจมีความรู้ด้านการบริหารธุรกิจ และมีความรู้ด้านการตลาดด้วย ก็คิดว่าเขียนแผนธุรกิจที่ประกอบไปด้วยทฤษฎีหรือกลยุทธ์ทางการตลาด ให้มากเข้าไว้ก่อน เพื่อให้สถาบันการเงินที่พิจารณาแผนธุรกิจของคุณเห็นว่าคุณมีความรู้จริง ๆ แต่คุณต้องเข้าใจในเรื่องของการทำธุรกิจให้ดี ทุกการขยับเขยื้อนเคลื่อนไหวในการทำธุรกิจ ล้วนแต่เป็นเงินเป็นทองทั้งสิ้น ไม่ว่าคุณจะตัดสินใจใช้กลยุทธ์การตลาดอะไรก็ตาม จะโฆษณาประชาสัมพันธ์ดีทุกอย่างล้วนต้องมีการลงทุนต้องใช้เงินทั้งสิ้น ตรงนี้จะทำให้สถาบันการเงินมองว่าคุณยังไม่เข้าใจในการใช้เงินทุนทำธุรกิจอย่างแท้จริง โอกาสที่แผนธุรกิจนี้จะประสบความสำเร็จจึงมีน้อยมาก



5.เขียนโครงการในอนาคตมากมาย

ผู้ประกอบการบางคนอาจมีการวางแผนงานกันเป็นอย่างดี คิดทำทุกอย่างเป็นระบบ ๆ เป็นขั้นเป็นตอน บางทีคิดข้ามขั้นไปถึงเอาธุรกิจอีกตัวที่คิดไว้ว่าจะทำเชื่อมโยงกับตัวแรกนี้แล้วก็ใส่ลงไปแผนธุรกิจด้วย แต่สิ่งที่คิดทั้งหมดนั้นบางทีผู้ประกอบการก็ลืมไปว่า ทั้งหมดนั้นเป็นเพียงแต่ความฝัน ขึ้นแรกยังไม่เกิดขึ้นเลย จึงทำให้สถาบันการเงินมองว่าแผนธุรกิจของคุณคือการขายฝันล้วน ๆ โอกาสที่คุณจะผ่านการพิจารณาจึงมีน้อยมากทีเดียว

6.ซ่อนเร้นข้อมูล

กรณีนี้จะเกิดกับผู้ประกอบการที่มีภาระหนี้สิน เป็นไปได้ทั้งการจงใจและไม่จงใจในการซ่อนเร้นข้อมูล ผู้ประกอบการบางคนไม่รู้จริง ๆ ยื่นเพียงเอกสารแผนธุรกิจที่กำลังจะทำหรือทำอยู่ในปัจจุบันเท่านั้น แต่จริง ๆ แล้วคุณจะต้องยื่นเอกสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่เคยทำมาด้วย เพราะในที่สุดแล้วทางสถาบันการเงินก็ต้องตรวจสอบคุณอยู่ดี ถ้าเขาตรวจสอบพบว่าคุณมีภาระหนี้สินจากธุรกิจเก่าอยู่ โอกาสที่คุณจะผ่านการพิจารณาแทบจะไม่มีเลย ดังนั้น คุณควรยื่นเอกสารทั้งเก่าและใหม่ให้ครบถ้าคุณมีหนี้สินอยู่ก็ยื่นเอกสารไปให้หมด ทางสถาบันการเงินจะพิจารณาดูแนวโน้มเองว่าคุณจะพอมีโอกาสพลิกฟื้นได้หรือไม่



7.เขียนดีและสวยหรูเกินจริง

บางคนประมาณการธุรกิจตนเองในแง่บวกเพียงด้านเดียว เช่น การเพิ่มขึ้นของจำนวนลูกค้า ประมาณการของการ

ขายสินค้าหรือบริการ ภาวะการเติบโตของตลาด ซึ่งตัวเลขประมาณการเหล่านี้มักจะมีตัวเลขในระดับสูง หรือเป็นสภาวะของธุรกิจเป็นไปในแง่ดีเกินความเป็นจริงจากสภาพที่เป็นอยู่ โดยผู้จัดทำแผนมักคิดว่าจากตัวเลขประมาณการดังกล่าวจะช่วยให้ธุรกิจของตนดูน่าสนใจ และควรถือว่าการสนับสนุนเนื่องจากแผนการเงินที่ระบุไว้ในแผนธุรกิจดูดีเพราะมีผลกำไรสูง ไม่มีภาระระบุการคาดการณ์ในสภาวะที่เลวร้ายลงไปด้วย สิ่งเหล่านี้สถาบันการเงินจะพิจารณาอย่างง่ายดาย เพราะเขาจะรู้อยู่แล้วว่าเป็นไปไม่ได้ ข้อมูลไม่สอดคล้องกับความเป็นจริง โอกาสที่คุณจะผ่านการพิจารณา ก็จึงต้องตกไป

8.เขียนอย่างเดียวแต่ไม่เข้าใจทั้งหมด

ผู้ประกอบการบางรายอาจจะเขียนแผนธุรกิจได้ดี ดูค่อนข้างสมบูรณ์ แต่ถ้าอธิบายเองกลับอธิบายไม่ได้ ใช้วิธีการส่งไปให้ทางสถาบันการเงินพิจารณา และก็รอโทรศัพท์ว่าทางสถาบันการเงินจะอนุมัติหรือไม่อนุมัติ คุณต้องรู้ไว้ด้วยว่าทางสถาบันการเงินจะต้องสัมภาษณ์คุณด้วย ดังนั้นถ้าคุณเขียนแผนได้คุณก็ต้องอธิบายได้ด้วย คุณต้องหาความรู้เพิ่มเติมศึกษาและฝึกหัดที่จะอธิบายแผนธุรกิจของคุณให้สามารถอธิบายได้เข้าใจง่าย เพราะจริง ๆ แล้วถ้าคุณอธิบายได้ คุณจะเขียนแผนได้ดี คนที่เขียนได้แต่อธิบายไม่ได้นั้นยังไม่ใช้คนเขียนแผนธุรกิจที่ดี

ทั้งหมดเหล่านี้ คือ ข้อควรระวังในการเขียนแผนธุรกิจที่คุณควรจะไปพิจารณาศึกษาให้ขึ้นใจ ถ้าหากคุณต้องการเป็นผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จตั้งแต่ต้น การให้ความใส่ใจในการเขียนแผนธุรกิจ จึงเป็นสิ่งเริ่มต้นที่ควรควร จะเริ่มทำเสียตั้งแต่วันนี้ทันที



เขียนแผนธุรกิจอย่างไรให้โดน

แผนธุรกิจ (Business Plan) คือการนำความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำในการประกอบธุรกิจตั้งแต่ขั้นตอนการเริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเขียนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นแผนงานที่ต้องปฏิบัติตามที่ลงทุน การใช้เงินลงทุนมาประกอบการ การได้มาซึ่งรายได้และผลกำไร โดยวางแผนคิดเบื้องต้นตั้งแต่ความต้องการที่จะผลิตสินค้าและบริการอะไร มีกระบวนการปฏิบัติอย่างไรบ้างและผลจากการปฏิบัติตามกระบวนการที่ได้มากน้อยแค่ไหน ใช้งบประมาณและกำลังคนเท่าไร เพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการแก่ลูกค้า และจะบริหารธุรกิจอย่างไรธุรกิจจึงจะอยู่รอด เปรียบได้กับแผนที่ทางความคิดในการประกอบธุรกิจ และสิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจก็คือเงินทุน ซึ่งถ้าคุณต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนแบบผ่านการพิจารณาได้แบบใส ๆ สิ่งสำคัญก็จึงอยู่ที่การเขียนแผนธุรกิจของคุณให้โดนนั่นเอง

วิธีการเริ่มต้นทำแผนธุรกิจ จะเริ่มต้นจากการวางแผนธุรกิจ (Business Planning) ซึ่งในขั้นตอนการวางแผนธุรกิจ ถ้ามีแต่เฉพาะการวางแผนโดยไม่มีการเขียนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร แผนงานต่าง ๆ ก็จะมีเพียงในมโนภาพเท่านั้น เป็นเพียงความคิดอยู่ในสมองของคนวางแผน เมื่อแผนการนั้นถูกตีกรอบไว้ในสมองก็จะมีข้อจำกัด ความแม่นยำและความถูกต้องจึงมีน้อยมาก อย่าลืมนึกว่ามนุษย์เราคิดหรือวางแผนอยู่ตลอดเวลาโดยเฉพาะผู้ที่คิดจะเข้ามาประกอบธุรกิจในช่วงแรกจะมีเรื่องให้คิดฟุ้งเยอะมาก ถ้าลองสอบถามว่าเมื่อวานนี้ผู้ประกอบการวางแผนว่าจะดำเนินธุรกิจไว้อย่างไรบ้างให้อธิบายออกมา ผู้ประกอบการส่วนใหญ่อาจจะยังพอตอบได้ เพราะเวลาเพิ่งผ่านไปไม่นาน แต่ก็ยังมีน้อยเหมือนกันที่ตอบไม่ได้เพราะความคิดใหม่ได้เข้ามาแทรกความคิดเดิมไปแล้ว ถ้าลองถามอีกครั้งว่าแผนการที่วางไว้เมื่อเดือนที่แล้วเป็นอย่างไร คงน้อยมากทีเดียวหรือไม่มีผู้ประกอบการใดเลยที่จะสามารถบอกได้ โดยเฉพาะถ้าต้องมีการเปรียบเทียบความ

แตกต่างระหว่างการวางแผนธุรกิจเมื่อต้นปีกับปลายปี หรือบอกได้ว่าสิ่งที่ธุรกิจได้ดำเนินการไปจริง ๆ นั้น เป็นไปตามสิ่งที่เคยวางแผนไว้มองหรือไม่ ดังนั้นการเขียนสิ่งที่อยู่ในสมองออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร เป็นการแปลงสิ่งที่เป็นามธรรมออกมาเป็นรูปธรรม ซึ่งจะช่วยให้เรามองเห็นทุกมิติของความผิดได้อย่างชัดเจน และถ้าคุณต้องนำแผนธุรกิจไปยื่นเสนอต่อแหล่งเงินทุน คุณจะต้องทำแผนธุรกิจของคุณให้โดน ซึ่งคุณสามารถทำได้ดังเทคนิคต่อไปนี้

ชัดเจน ตรงกับภาคธุรกิจ เข้าใจง่าย ไม่คลุมเครือ

ถ้าคุณมั่นใจว่าโครงการของคุณดี มีความชัดเจน ก็ขอให้เขียนแผนธุรกิจของคุณให้ชัดเจนด้วย ซึ่งความชัดเจนในที่นี้ มี 2 ความหมาย ความหมายแรก คือ ชัดเจนว่าธุรกิจของคุณจัดอยู่ในธุรกิจประเภทไหน ซึ่งปกติแล้วการแบ่งภาคธุรกิจจะแบ่งออกเป็น 3 ภาค คือ ผลิต ซื้อมาขายไป และบริการ อย่าง คุณผลิตน้ำดอกไม้วีพร้อมดื่ม ก็จัดอยู่ในส่วนภาคผลิต หากรับทางเทงหรือเสื้อจากโรงงานแห่งหนึ่งเพื่อจำหน่ายต่อ อย่างนี้เรียกว่า ภาคซื้อมาขายไป หากประกอบธุรกิจรีสอร์ท ก็จัดว่าอยู่ในภาคบริการ นี่ชัดเจนนั่นเอง ความหมายแรก ส่วนความหมายที่สองก็คือ เขียนให้เข้าใจง่าย อย่าใช้ศัพท์เทคนิคเยอะ คิดเสมอว่าคนที่ไปดูแล้วจะต้องเข้าใจ มีไม่น้อยที่ผู้ประกอบการธุรกิจเที่ยวเคมี หรือคอมพิวเตอร์ หรือด้านวิทยาศาสตร์ จะใช้ศัพท์เฉพาะจนทำให้เจ้าหน้าที่พิจารณาถึงกับงงไปเลย เมื่อแผนธุรกิจสื่อความหมายไม่ได้ ต่อให้โครงการดีอย่างไรก็ยากมากที่จะโดนใจผู้พิจารณาเรื่องเงินทุน

วางระบบเป็นสัดส่วน

การเขียนแผนธุรกิจ คุณจะต้องมีการจัดประเภทวางระบบงานให้ไม่ปะปนและสับสนกัน จัดประเภทของฝ่ายงานออกมาเป็นส่วน ๆ ปัจจุบันถ้าเงินที่ลงทุนวงเงินไม่สูงมาก แหล่งเงินทุนอย่างธนาคารก็จะมีแบบฟอร์มที่จัดระบบไว้เรียบร้อยแล้วให้คุณกรอก แต่ถ้าเป็นวงเงินที่สูง คุณก็ต้องจัดระบบตรงนี้ให้ได้ คุณอาจขอแบบฟอร์มจากแหล่งเงินทุนมาอ้างอิงได้ แต่สุดท้ายแล้วก็ต้องจัดระบบทั้งหมดให้เหมาะสมกับธุรกิจของคุณ ซึ่งส่วนใหญ่ระบบจะถูกแบ่งย่อยเป็นหมวดหมู่ ออกมาเป็น 4 แผน คือ แผนการจัดองค์กร เป็นการจัดการหรือแบ่งแผนกต่าง ๆ ในองค์กร ว่ามีทั้งหมดกี่แผนกแต่ละแผนกมีจำนวนพนักงานมีกี่คน ตำแหน่งในนั้นมีทั้งหมดกี่ตำแหน่ง อัตราเงินเดือนของพนักงานคนละเท่าไร ซึ่งสิ่งต่าง ๆ

เหล่านี้สามารถบ่งบอกถึงขนาดของธุรกิจ รูปแบบที่ต้องใช้ และรวมไปถึงค่าใช้จ่ายที่ต้องนำมาใช้ลงทุน แผนการผลิต เช่น วัตถุดิบนำมาผลิต หาซื้อจากแหล่งใด อุปกรณ์การผลิต รวมไปถึงราคา เพื่อทราบถึงต้นทุน แผนการตลาด อาทิ ค่าเช่าที่ตั้งร้าน กลุ่มลูกค้า กลยุทธ์ที่จะใช้ เป็นต้น เพื่อให้ทราบถึงโอกาสอันนำมาสู่ยอดขาย แผนการเงิน ซึ่งหมายรวมถึงเงินลงทุนในการประกอบธุรกิจโดยรวม ตั้งแต่ค่าวัตถุดิบอุปกรณ์ ค่าตกแต่งร้าน สรุปรายอดทั้งหมดออกมา



ระบุสิ่งที่เป็นไปได้ไม่ใช่ความฝัน

ผู้ประกอบการบางคนเป็นเจ้าของใจปรองดอง มีสิ่งที่ต้องการทำมากมาย บางครั้งมีความคิดที่จะทำหลายธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน แต่คุณอย่าลืมนั่นคือความฝันยังไม่ใช่ความจริง ถ้าแผนธุรกิจจะโดนใจแหล่งเงินทุน คุณต้องนำเสนอความจริงไม่ใช่ความฝัน คุณจะต้องตื่นจากฝันแล้วมาเริ่มต้นนับหนึ่งกันใหม่

เขียนแบบกล้าได้กล้าเสีย

ถ้าคุณอยากได้ลูกเสือ คุณก็ต้องบุกเข้าถ้ำเสือ ผู้ประกอบการไม่น้อยที่นำเสนอแผนธุรกิจแบบหมกเม็ดต่อแหล่งเงินทุนแบบ ซึ่งแบ่งได้เป็น 2 กรณี ดังนี้ กรณีแรก มีผู้ประกอบการที่เป็นผู้ผลิตไม่น้อยที่เป็นผู้ริเริ่มผลิตสินค้าชิ้นนั้น ๆ เป็นคนแรก แต่ก็กลัวว่ารายละเอียดและข้อมูลที่เป็นความลับทางธุรกิจตรงนี้จะรั่วไหลออกไปสู่บริษัทคู่แข่ง เอาละ ไม่จบดีไม่จบดี แต่จะหิระบุรายละเอียดลงในแผนธุรกิจก็ไม่ได้อีก เพราะก็เท่ากับว่าเปิดเผยสูตรลับ ซึ่งถ้าผู้ประกอบการคิดเช่นนั้นอยู่ละก็บอกได้เลยว่าพัฒนาภัณฑ์แผนธุรกิจของคุณไม่มีทางโดนใจแน่ ๆ เพราะ

สิ่งที่จะทำให้ธุรกิจของคุณดูน่าสนใจก็คือ สิกขัตถ์ที่คุณต้องไปจด หรือ รายละเอียดเคล็ดลับที่คุณมีนั่นเอง เพราะสิ่งเหล่านี้จะทำให้เจ้าที่พิจารณาเห็นความต่างและโอกาสของธุรกิจคุณกรณีที่สอง ผู้ประกอบการที่เคยมีหนี้สิน เมื่อต้องการนำเสนอแผนธุรกิจเพื่อกู้เงินก็กลัวว่าตนเองมีหนี้อยู่ แหล่งเงินทุนคงไม่ให้กู้จึงปกปิดข้อมูลตรงนี้ไว้ แต่คุณอย่าลืมว่ายังมีแหล่งเงินทุนที่จะต้องมีการตรวจสอบประวัติย้อนหลังอยู่ดี ดังนั้นทางที่นำเสนอแผนธุรกิจไปพร้อมพร้อมกับประวัติทางการเงินของคุณด้วยเลยดีกว่า เพราะทางแหล่งเงินทุนจะประเมินอีกครั้งว่าคุณมีโอกาสมากน้อยแค่ไหน ถือว่าไว้ใจกันไป แต่คุณกล้าเปิดเผยเท่านี้ก็ถือว่าดีใจแหล่งเงินทุนไปแล้ว



นำสิ่งที่คุณรู้มาเขียน

มีผู้ประกอบการไม่น้อยเลยที่ไม่รู้จะเริ่มเขียนแผนธุรกิจอย่างไร จึงไปคัดลอกจากธุรกิจอื่น ๆ มาแล้วนำมาดัดแปลง โดยประมาณการเอา ทำให้ตนเองก็ไม่เข้าใจแผนที่ตนเองเขียนเช่นกัน คุณจงจำไว้ว่าการทำธุรกิจที่ดีผู้ประกอบการควรรู้รอบและไม่ทำธุรกิจชนิดที่เรียกว่า ยืมจมูกคนอื่นหายใจ ฉะนั้น จุดเริ่มต้นง่าย ๆ คือ พยายามทำแผนธุรกิจของตนเองให้ตนเองเข้าใจก่อนเป็นอันดับแรก นำสิ่งที่คุณรู้มาเขียนแผน หลังจากนั้นก็ลองให้คนอื่น ๆ อาจจะเป็นผู้ร่วมธุรกิจช่วยกันพิจารณาอีกครั้งปรับเปลี่ยนให้เข้าใจง่ายที่สุด ที่สำคัญอย่าละทิ้งสิ่งที่ตนเองไม่รู้หรืออธิบายไม่ได้ลงไปแผน

ธุรกิจของคุณเด็ดขาด ถ้าคุณรู้ในสิ่งที่เขียนและสามารถอธิบายได้แผนธุรกิจของคุณก็มีโอกาสมากที่จะโดน

อย่าลืมที่จะระบุความเสี่ยง

บางคนระบุแต่สิ่งที่เป็นด้านบวกของธุรกิจเพราะ เชื่อว่าแหล่งเงินทุนจะเห็นโอกาสแบบนั้นและคล้อยตาม แต่นั่นเป็นความเข้าใจที่ผิด แหล่งเงินทุนและสถาบันการเงินจะไม่มองด้านบวก เขาจะพิจารณาจากด้านลบ ถ้าคุณไม่ระบุความเสี่ยงในธุรกิจของคุณลงไปแผนธุรกิจ ก็เท่ากับว่าแผนนั้นไม่โดนทันที เพราะขาดข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจของแหล่งเงินทุน แหล่งเงินทุนเขาต้องการดูว่าถ้าคุณเกิดความเสี่ยงขึ้นคุณจะทำอย่างไร จะดูว่าคุณมีแผนสำรอง (Contingency Plan) ไດบ้าง ซึ่งเขาจะประมวลผลในด้านลบทั้งหมดออกมาและตัดสินใจว่านั่นเป็นโอกาสทางธุรกิจของคุณ

ทั้งหมดเหล่านี้จึงเป็นเทคนิคที่คุณสามารถนำไปปรับใช้ในการเขียนแผนธุรกิจของคุณได้ แต่ก่อนที่คุณจะเริ่มเขียนแผนธุรกิจอย่าลืมพิจารณาภาวะการณในปัจจุบันตอนนี้ด้วยว่า แนวโน้มเศรษฐกิจและเหตุการณ์บ้านเมืองเป็นอย่างไร เพราะสิ่งเหล่านี้มีผลกระทบกับการประกอบธุรกิจทั้งสิ้น ดังนั้นถ้าปัจจัยแวดล้อมภายนอกไม่เอื้ออำนวยให้คุณเขียนแผนธุรกิจสมบูรณ์แบบอย่างไร โอกาสที่จะโดนใจแหล่งเงินทุนก็มีโอกาสน้อยเหมือนกัน พิจารณาความพร้อมทุกด้านให้ดีเสียก่อน การทำธุรกิจขึ้นอยู่กับจังหวะและเวลาด้วย คุณอย่าลืมข้อนี้เด็ดขาด



แบบจำลองธุรกิจในแผนธุรกิจของคุณ

การขอเงินสนับสนุนเพื่อประกอบธุรกิจเป็นสิ่งที่ไม่น่าเสียหายอะไร และก็เป็นที่ควรทำถ้าคุณมีความคิดที่ดีแต่ขาดเงินทุนในการเริ่มต้น แต่การจะได้มาซึ่งเงินทุนนั้น สิ่งสำคัญก็คือ คุณจะต้องมีแผนธุรกิจที่ดีด้วย แผนธุรกิจที่ดีไม่เพียงแต่จะเป็นเป้าหมายให้ผู้ประกอบการได้ทำการบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อก้าวไปให้ถึงเป้าหมายที่วางไว้ นั่นหมายถึงการมีองค์กรที่เข้มแข็งและมีผลประกอบการที่ดี แต่สิ่งสำคัญของแผนธุรกิจไม่ได้มีเพียงเท่านั้น ในอีกบทบาทหนึ่งของแผนธุรกิจถือว่าเป็นเอกสารชิ้นสำคัญที่สถาบันการเงินจะพิจารณาประกอบการอนุมัติสินเชื่อให้แก่อุรกิจด้วย การเขียนแผนธุรกิจจึงเป็นเรื่องแรก ๆ ที่ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจเป็นพิเศษ เพราะถ้าคุณอยากได้ทุนคุณต้องเขียนแผนธุรกิจให้โดนใจธนาคารให้ได้ และคุณจะต้องเขียนแผนธุรกิจให้โดนใจได้ คุณก็ต้อง

เข้าใจก่อนว่าธนาคารต้องการที่จะรู้อะไรบ้างในแผนธุรกิจของคุณ ซึ่งเราจะนำคุณไปเรียนรู้กันในครั้งนี้

1.สินค้าที่ขายหรือบริการที่จะทำ

นี่คือหัวข้อหลักที่คุณจะต้องระบุลงไปบนแผนธุรกิจของคุณ แต่ก่อนที่จะระบุลงไปบนแผนธุรกิจ คุณจะต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของธุรกิจเสียก่อน ถ้าพิจารณาแล้วว่าเป็นไปได้ก็เริ่มเขียนแผนธุรกิจ ซึ่งตรงจุดนี้คุณจะต้องมีความชัดเจนที่สุด ในธุรกิจของคุณอาจมีสินค้าหลากหลายหรือมีบริการหลายประเภท แต่คุณจะต้องรู้ว่าสินค้าใดเป็นสินค้าหลัก บริการใดเป็นบริการหลัก จัดประเภทของสินค้าและบริการคุณให้ชัดเจน ธนาคารจะแผนธุรกิจนั้น ๆ ว่ามีความเป็นไปได้ในการสร้างผลกำไรอย่างน้อยเพียงใด ในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน รวมถึงดูความสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในขณะนั้นด้วย

ธนาคารจะมีการเปรียบเทียบกับธุรกิจที่อยู่ในประเภทเดียวกัน และดูสถานการณ์ความเป็นไปของธุรกิจที่คุณจะทำ คุณจึงต้องมีความชัดเจนในธุรกิจของคุณว่าคุณจะขายอะไร หรือจะบริการเรื่องอะไร และเขียนระบุออกมาเป็นแผนธุรกิจให้ตรงที่สุด

2.กลุ่มลูกค้า

เมื่อคุณรู้แล้วว่า คุณจะขายอะไรหรือบริการอะไร ต่อมาคุณก็ต้องคิดว่าสินค้าของคุณจะขายให้ใคร คนกลุ่มใด เป็นเป้าหมาย บริการของคุณเน้นไปที่ลูกค้ากลุ่มช่วงอายุใด เขียนออกมาให้แคบที่สุดและตรงเป้าที่สุด อย่าเขียนประมาณการแบบกว้าง ๆ เพราะธนาคารอาจจะรู้ว่าคุณจริงจังในธุรกิจของคุณหรือไม่ คุณเข้าใจความต้องการของตลาดกลุ่มเป้าหมายดีเพียงไร เมื่อประเมินแล้วธนาคารก็จะพิจารณาอีกครั้งว่าธุรกิจของคุณมีความเป็นไปได้ทางการตลาดพอที่จะแข่งขันกับธุรกิจใกล้เคียงได้หรือไม่ คุณจึงต้องมีความชัดเจนในกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจของคุณด้วย

3.จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการที่จะทำ

คุณจะต้องรู้จักวิเคราะห์ตนเอง วิเคราะห์ธุรกิจของคุณว่ามีจุดแข็งตรงไหน มีอะไรที่เหนือกว่าหรือแตกต่างจากคู่แข่ง และต้องรู้ด้วยว่าจุดอ่อนใดบ้างที่จะทำให้ธุรกิจเข้าสู่ความเสี่ยง และเมื่อพบความเสี่ยงแล้วคุณจะเป็นการบริหารความเสี่ยงของคุณอย่างไร ข้อมูลทั้งหมดนี้คุณจะต้องเข้าใจอย่างถ่องแท้ และอย่าลืมที่จะเขียนลงไปเป็นแผนธุรกิจของคุณด้วย เพราะธนาคารต้องการวิเคราะห์สถานการณ์ของธุรกิจคุณตั้งแต่ดีที่สุดไปจนถึงแย่ที่สุด และเขาจะประเมินว่าแผนการที่คุณวางไว้รับมือกับความเสี่ยงนั้นจะมีโอกาสประคองธุรกิจคุณให้เติบโตไปได้หรือไม่ ธนาคารจะมองจุดอ่อนของธุรกิจคุณว่า มีมากน้อยแค่ไหน ถ้ามีมากคุณจะต้องแก้ไขหรือจุดอ่อนของธุรกิจคุณอย่างไร

4.วิธีการ

เมื่อคุณวางเป้าหมายของธุรกิจคุณแล้ว สิ่งสำคัญอีกประการก็คือ คุณต้องรู้วิธีการที่จะไปถึงเป้าหมายนั้นด้วย วิธีการมีมากมายแต่คุณจะต้องรู้จักที่จะจัดระบบให้เป็นสัดส่วน วางแผนตั้งแต่การจัดระบบบริษัท แบ่งงานของเป็นที่ส่วนที่แพนท แบ่งหน้าที่ว่าใครทำอะไร ที่ไหนอย่างไร มีการจัดอัตราเงินเดือนอย่างไร ถ้าจะผลิตสินค้าจะต้องมีขั้นตอนอย่างไร ทั้งหมดนี้ธนาคารต้องการเห็นในแผนธุรกิจของคุณเพื่อที่จะวิเคราะห์ได้ว่าระบบความคิดและระบบการทำงานของ你有โอกาสที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จหรือไม่

5.กลยุทธ์ที่จะใช้

กลยุทธ์เป็นสิ่งจำเป็นที่จะช่วยให้คุณไปถึงเป้าที่คุณตั้งไว้ได้ง่ายขึ้น เรียกว่าเป็นวิธีการที่จะไปถึงเป้าหมายเช่นกัน แต่วิธีการคือการเดินเทียบเคียงไปกับคู่แข่ง ส่วนกลยุทธ์เป็นวิธีการที่จะเอาชนะคู่แข่ง กลยุทธ์นั้นมีความซับซ้อนมากกว่าวิธีการ ดังนั้น คุณต้องรู้จักเลือกใช้ความซับซ้อนนั้นให้เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจของคุณ ไม่ว่าจะกลยุทธ์ด้านการตลาด กลยุทธ์ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทุกสิ่งจะสะท้อนความเป็นคุณออกมา ธนาคารต้องการที่จะรู้กลยุทธ์ที่คุณใช้ เพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ว่ากลยุทธ์ที่คุณใช้สอดคล้องกับวิธีการที่คุณปฏิบัติงานหรือไม่ เช่น หากคุณมีสินค้าสักชิ้น ที่ต้องการลงแข่งขันสู่ตลาด คุณเลือกวิธีการเปิดตัวในตลาดด้วยการโฆษณา และกลยุทธ์ที่คุณใช้คือ การโฆษณาในเวลา 30 วินาที ผ่านทางทีวี แต่เมื่อมาพิจารณางบประมาณเงินที่คุณมีแล้ว เงินนั้นไม่พอให้คุณทำเช่นนั้น แบบนี้คือ คุณเลือกวิธีการดี แต่ไม่เข้าใจข้อจำกัดตัวเองจึงเลือกกลยุทธ์ที่จะใช้ไม่ถูกต้อง ซึ่งแน่นอนว่าคุณต้องการให้คนรู้จักสินค้าของคุณ วิธีการโฆษณาเป็นทางเลือกที่ดี แต่กลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ให้การโฆษณาของคุณได้รับความสนใจและสามารถกระตุ้นยอดขายได้ ควรมีความแตกต่างออกไป อย่างเช่น ใช้สื่อสังคมออนไลน์ อาจจะถ่ายทำโฆษณาแบบง่าย ๆ แล้วเผยแพร่ลงบน YouTube ก็ได้ ซึ่งแน่นอนว่าใช้งบประมาณน้อยกว่าการลงโฆษณาในทีวีแน่นอน และสามารถเข้าถึงคนจำนวนมากได้เช่นกัน เพียงแค่เลือกกลยุทธ์ให้ดีแผนธุรกิจคุณก็จะมีที่น่าสนใจขึ้นมาทันที

ซึ่งสิ่งเหล่านี้ทั้งหมด คือ สิ่งที่ธนาคารต้องการจะเห็นในแผนธุรกิจของคุณ ซึ่งแผนธุรกิจที่คุณทำขึ้นมาจะสะท้อนให้ธนาคารเห็นว่าอุปนิสัยของผู้ที่เป็นอย่างไร มีความสามารถในการคืนเงินให้กับธนาคารแค่ไหน แล้วธนาคารควรจะอนุมัติเต็มวงเงินหรือไม่ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจต้องมีการหาความรู้และทำความเข้าใจในหลักการที่ถูกต้องของการทำแผนธุรกิจให้ละเอียดถี่ถ้วนเสียก่อน อย่าลงมือทำโดยยังไม่มีความรู้จริงในสิ่งที่จะทำเป็นอันขาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อแผนธุรกิจจะถูกใช้เป็นเครื่องมือกำหนดทิศทางของการขับเคลื่อนของธุรกิจด้วยแล้ว ยิ่งต้องให้ความสำคัญต้องรู้หลักการที่ถูกต้องเป็นเบื้องต้นเสียก่อน รู้ว่าจะทำอะไร จะเขียนแผนอย่างไร ธนาคารต้องการอะไรบ้าง สิ่งเหล่านี้ต้องมาจากการศึกษาทำการบ้านมาหลาย ๆ ครั้ง เพราะหากขาดความรู้ที่ถูกต้องตามหลักการแล้ว



แพนธุรกิจที่เพิ่มขึ้นจะเกิดความผิดพลาดได้โดยง่าย โดยที่ผู้ประกอบการธุรกิจเองมักเองมักไม่ทันรู้ตัวเลยด้วยซ้ำ และยังเข้าใจผิดคิดว่าสิ่งที่ตนเองทำนั้นเป็นสิ่งที่ถูกต้องแล้วอีกด้วย และอีกประการหนึ่งถ้าคุณต้องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างธนาคาร คุณจะต้องรู้ว่า ธนาคารให้ความสำคัญอีกประการก็คือ หลักประกันของคุณ ซึ่งผู้ประกอบการในบ้านเรามี

มากมายที่ไม่ผ่านตรงจุดนี้ การจะเข้าถึงแหล่งเงินทุนอย่างธนาคารคุณจึงต้องมีการเตรียมพร้อมในทุก ๆ ด้านจริง ๆ

จึงสรุปได้ว่าหากคุณต้องการทำธุรกิจ คุณต้องพิจารณาปัจจัยแวดล้อมในตอนนั้นก่อนเป็นอันดับแรก ดูว่าสภาพเศรษฐกิจเป็นอย่างไร การเมืองสงบหรือไม่ เศรษฐกิจโลกเป็นอย่างไร โอกาสหรือภัยคุกคามทางธุรกิจในช่วงนั้นมีการลุกลามหรือไม่ จากนั้นค่อยลงมือวางแผนธุรกิจ เขียนแผนธุรกิจขึ้นมา และอย่าลืมศึกษาปัจจัยขององค์ประกอบที่มีผลต่อการพิจารณาของสถาบันการเงินด้วย เมื่อคุณรู้ว่าธนาคารต้องการอะไรและคุณมีข้อมูลในความเป็นจริงที่ตรงกับความต้องการของธนาคารคุณก็จะมีโอกาสได้เงินกู้ สิ่งสำคัญอย่าลืมตระหนักว่า เรื่องของอนาคตเป็นเรื่องที่เราไม่อาจคาดเดาได้ เมื่อถึงเวลาที่นำแผนธุรกิจมาใช้ในการปฏิบัติจริง จะพบว่าผลการปฏิบัติอาจไม่เป็นอย่างที่เราคาดหวังหรือเขียนไว้ไว้ในแผน หรืออาจเกิดปัญหาที่ไม่คาดฝันไว้ โดยที่เราอาจหาต้นตอสาเหตุของประเด็นปัญหาความผิดพลาดเหล่านั้นไม่พบ ซึ่งอาจจะนำธุรกิจของเราไปสู่ภาวะเสี่ยงตั้งแต่เริ่มต้นทันที ดังนั้น เราจะต้องดำเนินทุกอย่างไปอย่างรอบคอบและรัดกุมที่สุด เพื่อความปลอดภัยของธุรกิจเรา



สาเหตุอะไรที่สถาบันการเงินไม่ปล่อยกู้

มีปัจจัยมากมายหลายประการที่เดียวที่ทำให้เหล่าผู้ประกอบการไม่สามารถฝ่าด่านอรหันต์ของสถาบันการเงิน ไปถึงเงินก้อนที่จะนำมาใช้ได้ ผู้ประกอบการบางรายก็รู้ว่าตนเองมีจุดอ่อนอยู่ตรงไหน ในใจก็คิดอยู่แล้วว่า 50 - 50 แต่สำหรับบางรายอาจจะไม่พบจุดบอดในตัวเองมีความมั่นใจมาเต็ม 100 ว่าต้องผ่านแน่แต่ผลสุดท้ายปรากฏว่า สถาบันการเงินไม่ปล่อยกู้สินเชื่อ วันนี้เราจะมาดูกันว่าสาเหตุอะไรบ้างที่เป็นเหตุผลให้สถาบันการเงินไม่ปล่อยกู้ให้กับผู้ประกอบการ

นโยบายของสถาบันการเงิน

นโยบายการปล่อยสินเชื่อ ในแต่ละสถาบันการเงินนั้นแตกต่างกันออกไป จริง ๆ แล้วทางธนาคารอาจจะไม่ได้พูดออกมาเป็นคำพูดกับทางเจ้าของธุรกิจโดยตรง เพราะต้องการรักษาภาพลักษณ์ที่ดีของทางธนาคารไว้ แต่เบื้องหลังนั้นธนาคารมีนโยบายไม่ปล่อยกู้มาสมัครแล้ว สาเหตุเพราะเรื่องของเศรษฐกิจที่ตกต่ำ ธนาคารจึงต้องป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นได้กับตัวธนาคารเองเหมือนกันก่อนคิดจะขอ

สินเชื่อ คุณจะต้องศึกษาสภาพการณ์ที่เป็นอยู่และดูนโยบายของสถาบันการเงินนั้น ๆ ให้ละเอียด

ผู้ประกอบการไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน

เมื่อนโยบายเข้มงวด การไม่มีอะไรมาค้ำประกันยิ่งแล้วใหญ่นี่คือสาเหตุที่สำคัญอีกสาเหตุหนึ่ง เพราะเราต้องทำความเข้าใจก่อนว่าในระบบสถาบันการเงินทุกสถาบันนั้นมีความจำเป็นต้องขอเรียกดูหลักประกันสำหรับใช้ค้ำประกันสินเชื่อ แต่อาจจะอยู่ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไป ปัญหาที่เกิดขึ้นได้กับทุกบริษัท แต่ที่พบส่วนมากมักจะเป็นบริษัทขนาดเล็กที่เพิ่งจะเริ่มดำเนินธุรกิจมาไม่นาน จึงยังไม่มีสถานะและสภาพคล่องทางการเงินที่แข็งแกร่งมากพอ ในความเป็นจริงแล้วการที่ผู้ประกอบการจะหาผู้ค้ำประกันในคุณสมบัติตามที่สถาบันการเงิน กำหนดนั้นไม่ใช่เรื่องง่ายเลยที่จะให้ได้ตามเกณฑ์ทุกประการ ถึงแม้ว่าในปัจจุบันจะมีกฎหมายระบุว่าผู้ค้ำประกันไม่ต้องชำระหนี้แล้วก็ตาม แต่ส่วนใหญ่แล้วก็ไม่อยากมีใครมาเป็นผู้ค้ำประกัน เพราะยังไม่แน่ใจในหลายๆ เรื่องในข้อกฎหมาย

ผู้ขอกู้ไม่มีประสบการณ์

ซึ่งตรงจุดนี้แยกได้เป็น 2 ประเด็น คือ ประเด็นแรก ผู้ขอกู้ขาดประสบการณ์การทำธุรกิจ หรืออาจจะมีประสบการณ์น้อย ถ้าเจ้าของธุรกิจขาดประสบการณ์แล้วทางธนาคารจะสามารถมั่นใจได้อย่างไรว่า คุณจะสามารถนำพาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและไปได้ ถ้าเกิดมีปัญหาเกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินธุรกิจคุณจะสามารถแก้ปัญหาตัวเองได้หรือไม่ ธนาคารไม่มั่นใจจึงตัดไปไม่ให้อีก ประเด็นที่สอง คือ ไม่มีประสบการณ์การขอกู้ หรือ ไม่มีเครดิต บางคนอาจจะเริ่มต้นมาด้วยเงินของตนเองทุกอย่าง แต่พอต้องการมาขอกู้บางทีธนาคารอาจไม่มั่นใจเพราะคุณไม่มีประวัติการชำระหนี้ ซึ่งก็ทำให้กู้ไม่ผ่านได้เช่นกัน

ไม่มีแผนธุรกิจ

แผนธุรกิจ (Business Plan) คือการนำความคิดเกี่ยวกับกิจกรรมต่าง ๆ ที่ต้องทำในการประกอบธุรกิจตั้งแต่ขั้นตอนการเริ่มต้นจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเขียนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษร แผนธุรกิจนี้ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนและเข้าสู่การดำเนินงานได้อย่างราบรื่น เป็นปัจจัยส่วนหนึ่งที่จะมีผลให้ผู้ประกอบการสามารถกู้เงินจากธนาคารได้สำเร็จตามที่ต้องการ รวมถึงส่งผลในทางตรงกันข้าม คืออาจไม่ได้รับอนุมัติเงินกู้ก็ได้เช่นเดียวกัน สิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเข้าใจก็คือเกือบทุกธนาคารถ้าเป็นการขอกู้เพื่อการทำธุรกิจทางธนาคารจะต้องขอดูแผนธุรกิจของคุณ ซึ่งธนาคารมักจะใช้คำว่า “เสนอโครงการเข้ามา” นั้นหมายถึงว่าธนาคารกำลังขอดูแผนธุรกิจของคุณ ซึ่งทางธนาคารต้องการนำข้อมูลจากแผนธุรกิจของคุณมาพิจารณาภาพรวมของทุกธุรกิจคุณว่าธุรกิจมีลักษณะในการดำเนิน การอย่างไร รายรับ-รายจ่ายเป็นเท่าใด การลงทุนในธุรกิจ จุดคุ้มทุน ผลกำไรของธุรกิจเป็นเท่าใด มีความเสี่ยงอะไรบ้าง และคุณมีวิธีการจัดการรับมือกับความเสี่ยงนั้นอย่างไร เพื่อใช้ในการพิจารณาปล่อยสินเชื่อ ผู้ประกอบการรายเล็กส่วนมากมักจะมีปัญหาในเรื่องของการจัดทำแผนธุรกิจ เพราะไม่รู้จะเขียนอย่างไร ขั้นตอนการเขียนต้องเริ่มต้นอย่างไร ซึ่งถ้าให้อธิบาย ก็สามารถอธิบายได้ทุกขั้นตอน แต่ถ้าจะให้จัดทำหรือเขียนออกมาเป็นลายลักษณ์อักษรหรือรูปเล่มมักไม่สามารถที่จะเขียนออกมา ซึ่งโดยส่วนใหญ่ถ้าเขียนเองก็จะเขียนตามความเข้าใจของตนและส่วนใหญ่จึงทำให้เอกสารมีความสับสนในหัวข้อหรือรายละเอียดต่าง ๆ

มากมาย เมื่อเจ้าหน้าที่สินเชื่อมาพิจารณาแผนธุรกิจที่ไม่มีระบบแบบนี้อาจพบว่าเป็นคนละเรื่องกับจากการสัมภาษณ์หรือการให้ข้อมูลของผู้ประกอบการไป เลยก็มี นั่นจึงทำให้การพิจารณาอนุมัติเงินกู้ตกไป

“ก่อนที่คุณจะเดินหน้าไป
ขออยู่กับสถาบันการเงิน
คุณควรศึกษาข้อจำกัด
ของตัวเองเสียก่อน”

ขาดการชำระหนี้

หัวข้อด้านบนเรากล่าวถึงคนที่ไม่มีเครดิตไปแล้ว ทั้งนี้มาดูคนที่ไม่มีเครดิต แต่เครดิตไม่ดีกันบ้าง ผู้ประกอบการบางรายมีประวัติชำระหนี้ที่ไม่ดี แม้นอนเลยว่าจะส่งผลโดยตรงต่อการขอสินเชื่อแน่นอน หนี้สินที่นี้หมายถึงทั้งตัวเจ้าของกิจการเองและหนี้สินของทางบริษัทที่เคยมีมาด้วย เมื่อคุณทำเรื่องขอกู้สินเชื่อทางธนาคารจะพิจารณาและทำการตรวจสอบประวัติทางการเงินของคุณย้อนหลังไปดูเรื่องหนี้สิน ในส่วนนี้จะมีผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือให้เกิดขึ้นด้วย ถ้าเคยมีประวัติไม่ดีในการชำระหนี้หรือที่เราเรียกกันว่า NPL (Non-Performing Loan) เช่น ไม่ยอมชำระหนี้ มีหนี้สินติดค้าง หรือแม้กระทั่งชำระเงินช้าเมื่อถึงกำหนดชำระ รับรองได้เลยว่า การขอสินเชื่อของทางบริษัทมีปัญหาแน่นอน และมีโอกาสถูกปฏิเสธได้แทบจะหนึ่งร้อยเปอร์เซ็นต์เลยทีเดียว

ไม่มีการเตรียมตัว

อาจจะมองว่าเป็นเรื่องเล็ก ๆ แต่ก็ยังเป็นปัจจัยหนึ่งเหมือนกันที่ทางธนาคารใช้เป็นตัวตัดสิน เพราะบางครั้งการไม่เตรียมตัวก่อให้เกิดความล่าช้าในการติดต่อหรืออนุมัติเงินกู้จากทางธนาคาร ตัวอย่างเช่น การไม่มีเอกสารประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เช่น จบการเงิน ใบอนุญาตต่าง ๆ ที่

เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เอกสารเกี่ยวกับยอดขาย เอกสารเกี่ยวกับลูกค้า เอกสารเกี่ยวกับรายได้หรือรายจ่ายต่าง ๆ เพื่อใช้ประกอบในการพิจารณาการขอเงินกู้ เป็นต้น เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ส่งผลให้เกิดความล่าช้าในการติดต่อหรืออนุมัติวงเงินกู้จากทางธนาคาร หรืออาจเป็นกรณีที่ไม่มีการจัดเตรียมแผน



ธุรกิจไว้ก่อนล่วงหน้า ทำให้เมื่อทางธนาคารเรียกแผนธุรกิจประกอบการขอกู้ผู้ประกอบการต้องเสียเวลา ในการดำเนินการจัดทำแผนธุรกิจเพื่อใช้ประกอบการขอกู้สินเชื่อ รวมทั้งเรื่องบางประการที่นอกเหนือออกไป เช่น การที่ผู้ประกอบการไม่มีการเตรียมการนำเสนอหรือไม่ทำความเข้าใจในแผนธุรกิจที่จะนำเสนอต่อทางธนาคารหรือสถาบันการเงินอย่างชัดเจน

โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่ไม่ได้เป็นผู้จัดทำแผนธุรกิจเอง หรือใช้บุคคลภายนอกหรือมืออาชีพเป็นผู้จัดทำแผนธุรกิจให้ ทำให้เมื่อต้องตอบข้อซักถามหรือมีข้อสงสัยจากเจ้าหน้าที่ของธนาคาร ผู้ประกอบการก็ไม่สามารถชี้แจงประเด็นปัญหาต่าง ๆ ได้ ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ธนาคารพิจารณาได้ว่าผู้ประกอบการยังไม่มีความรู้ความเข้าใจเพียงพอเกี่ยวกับธุรกิจที่ตนดำเนินการ อันอาจเป็นสาเหตุในการถูกปฏิเสธในการกู้เงินก็เป็นได้

ขาดความสามารถในการผ่อนชำระหนี้

ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ธนาคารจะปฏิเสธการให้กู้แก่ผู้ประกอบการ ในส่วนนี้ทางธนาคารจะเป็นผู้พิจารณาด้วยตัวเองจากการตรวจสอบหลักฐานทั้งหมด แล้วนำมาประเมินความเสี่ยงในการชำระหนี้ ถ้าหากธนาคารได้พิจารณาแล้วว่าผู้ประกอบการหรือธุรกิจนั้นไม่มีความสามารถ เพียงพอที่จะผ่อนชำระเงินกู้ตามวงเงินที่ขอกู้ได้ ธนาคารก็จะไม่อนุมัติให้ผ่าน

ทั้งหมดนี้คือสาเหตุที่ธนาคารนำมาพิจารณาว่าจะปล่อยให้กู้สินเชื่อหรือไม่ปล่อย ดังนั้น ก่อนที่คุณจะเดินหน้าไปขอกู้กับสถาบันการเงินคุณควรศึกษาข้อจำกัดของตัวเองเสียก่อน และพิจารณาว่าเข้าข่ายหนึ่งในเหตุผลที่กล่าวมาหรือไม่ จะได้ไม่ต้องเสียเวลาเตรียมเอกสารให้วุ่นวาย



10 สิ่งที่ไม่ควรทำในการเริ่มต้นทำธุรกิจ

อรุณ เกิดประวัติ

การมีธุรกิจเป็นของตนเองคงเป็นความฝันของใครหลายๆ คนครับ เพราะว่าคงไม่มีใครอยากเป็นมนุษย์เงินเดือน ทำงานให้คนอื่นตลอดชีวิต แต่การจะมีธุรกิจสักหนึ่งอย่างนั้น การเริ่มต้นถือเป็นเรื่องยากที่สุด เพราะว่ามืองค์ประกอบหลายอย่าง เช่น การมีวัตถุดิบที่แน่นอน มีเป้าหมายชัดเจน มีการวางแผน และศึกษาหาความรู้ตลอดเวลา เป็นต้น คงไม่มีใครที่ทำได้ทุกอย่างให้ธุรกิจล้มเหลว แต่ในบางครั้งปัญหาหรืออุปสรรคต่างๆ ก็มักจะมาโดยที่ตัวรับแทบไม่ทันกันเลยทีเดียว เพราะว่าสถานการณ์มีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา ต้องมีการวางแผนเตรียมการรับมือเอาไว้ แต่ถึงอย่างไรก็ยังเป็นสิ่งที่เราอยากเริ่มต้นทำสักครั้งในชีวิต เพราะการมีธุรกิจเป็นของตนเองนั้น สามารถมีอิสระในการเลือกองค์ประกอบของธุรกิจให้เป็นไปตามแนวคิดของตนเองได้ แต่การก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาใหม่จะมีความเสี่ยงค่อนข้างสูง เพราะต้องมีในเรื่องงบประมาณการ

ลงทุนเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นเราควรมีวิธีดำเนินการที่ถูกต้อง และรอบคอบ ก็จะช่วยลดความเสี่ยงนั้น ความเสี่ยงมีอยู่รอบๆ ตัวทุกวันคนที่เตรียมตัวพร้อมกว่าก็จะได้เปรียบ เพราะอย่างหนึ่งที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ก็คือ คู่แข่งทางธุรกิจ และปัญหาต่างๆ ทั้งเรื่องเล็กน้อยและเรื่องใหญ่ บางทีการเรียนรู้ของหลายๆ คนมักเลือกเรียนรู้จากความสำนึกของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จว่าควรกระทำเช่นไรบ้างเพื่อให้ธุรกิจเจริญรุ่งเรืองจนในบางครั้งลืมนึกถึงด้านตรงกันข้ามที่ว่า ไม่ควรทำอะไรบ้างในการเริ่มต้นทำธุรกิจ เพราะการหลีกเลี่ยงที่จะทำในสิ่งที่ป็นปัจจัยทำให้ธุรกิจมีปัญหาขึ้นต้องเริ่มต้นจากผู้จะเข้ามาเป็นเจ้าของธุรกิจเอง ต้องรู้และเข้าใจว่าในบางเรื่องควรหลีกเลี่ยง หรือควรปรับปรุงไปในทิศทางใด เพื่อให้ธุรกิจของคุณนั้น ดำเนินอยู่ได้อย่างมั่นคง ยั่งยืน แนวทางต่อไปนี้ น่าจะเป็นสิ่งที่สามารถทำให้ตัวเจ้าของที่คิดจะเริ่มต้นทำธุรกิจนั้นได้มี

โอกาสพิจารณาว่าคุณกำลังอยู่ในสภาวะที่ “ไม่ควรทำในการเริ่มต้นทำธุรกิจ” หรือไม่ 10 สิ่งที่ไม่ควรทำในการเริ่มต้นทำธุรกิจ

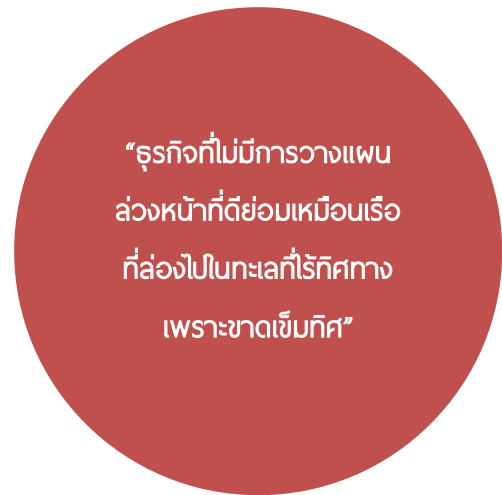
1. ไม่กลัวและกังวลว่าธุรกิจที่จะทำนั้นจะล้มเหลว

ความกลัวเป็นอุปสรรคใหญ่สำหรับการเริ่ม ไม่ว่าจะเริ่มทำสิ่งใดก็ตาม จึงทำให้ไม่กล้าที่จะเรียนรู้หรือออกนอกกรอบที่คิดว่าควรจะทำ ในเมื่อรู้แล้วว่าเรากำลังกลัวอะไร บางทีความกลัวที่วันนี้อาจเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจริงได้กับเราในอนาคต แทนที่เราจะวิตกกังวลและคิดว่ายังเหตุการณ์นี้ก็ต้องเกิดขึ้นแน่ๆ ลองเปลี่ยนเป็นการเตรียมรับมือกับสิ่งที่เกิดขึ้นดีกว่า เพราะยังเรามั่นใจแค่ไหนว่าข้อผิดพลาดที่เรากลัวนั้นจะต้องเกิดขึ้นแน่ๆ ยังต้องหาวิธีป้องกันทุกวิถีทางเพื่อไม่ให้เกิดขึ้น ซึ่งวิธีนั้นนอกจากจะช่วยลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้แล้ว ยังช่วยให้เรามีความมั่นใจมากขึ้นในการทำธุรกิจ และเปลี่ยนมุมมองที่มีแต่ความกลัวมาเป็นการมองโลกในแง่บวก เพื่อเริ่มต้นธุรกิจที่เราทำได้ อย่างสวยงาม

2. ไม่มีการวางแผน ธุรกิจที่ไม่มีการวางแผนล่วงหน้าที่ดีเยี่ยมเหมือนเรือที่ล่องไปในทะเลที่ไร้ทิศทางเพราะขาดเข็มทิศนำทางการวางแผนเป็นเรื่องที่สำคัญมากสำหรับการเริ่มต้นทำธุรกิจ เพราะจะทำให้คุณได้รู้ถึงสภาพความเป็นไปในอนาคตได้ดีกว่า และวางแผนทางได้ถูกต้อง ธุรกิจจะมีคุณภาพกว่าการทำโดยไม่มีแผนการและไม่มีจุดมุ่งหมาย นอกจากนี้ควรมีแผนสำรองไว้สำหรับรับมือกับปัญหาต่างๆ ด้วยที่จะทำให้ธุรกิจของคุณดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคง

3. อย่ามั่นใจในตัวเองมากจนเกินไป แน่ใจอยู่แล้วว่าเราควรมีความมั่นใจในการเลือกทำธุรกิจ แต่อย่ามั่นใจในตัวเองมากจนเกินไปจนทำให้ลืมนองสิ่งเล็กๆ ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจเป็นสาเหตุของปัญหาใหญ่ในอนาคต บางครั้งการต้องสำรวจระบบการทำงานบ้างก็อาจจำเป็น เพราะนอกจากเป็นการจัดระเบียบแนวคิดและแนวทางการทำงานใหม่ให้เป็นระบบแล้ว ยังเป็นการค้นหาต้นตอปัญหาและวางแผนป้องกันแก้ไขอีกด้วย สิ่งที่คุณคิดว่าดีที่สุดเหมาะสมที่สุดแล้วนั้นในมุมมองของบางคนอาจจะเห็นว่ามีส่วนที่ไม่เหมาะสม ควรแก้ไข ซึ่งมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องรับฟังความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานถึงแม้ว่าจะเป็นลูกจ้างก็ตาม เพราะเมื่อถึงจุดหนึ่งในการ

บริหารงาน เราอาจไม่ได้เข้าถึงทุกฝ่ายอย่างทั่วถึงโดยเฉพาะในระดับการผลิต พนักงานระดับล่าง การรับฟังความคิดเห็นของทุกฝ่ายจึงเป็นเกราะป้องกันให้กับธุรกิจของคุณเป็นอย่างดี ดังสุภาษิตที่ว่า สี่เท้ายังรู้พลาด นักปราชญ์ก็พลั้งได้เช่นกัน



4. ไม่ควรไว้วางใจคนมากจนเกินไปเพราะสนิทกัน อาจกลายเป็นพังเพราะไว้วางใจกันมากจนเกินไป ทำให้ลืมนองกฎระเบียบต่างๆ ในการดำเนินงาน ซึ่งทำให้ธุรกิจล้มเหลวนักต่อนักแล้ว โดยเฉพาะ ทำธุรกิจร่วมกับเพื่อนสนิท เครือญาติ คู่รัก เป็นต้น จนบางกรณีไม่ล้มเหลวเฉพาะเรื่องธุรกิจ ความสัมพันธ์ที่เคยดีก็ขาดสะบั้นตามไปด้วย กลายเป็นความเกลียดชัง เคียดแค้นเข้ามาแทนที่ บางครั้งลูกหลานใหญ่โตถึงขั้นทะเลาะวิวาท หรือหมายเอาชีวิตกันเลยทีเดียว เพราะในเรื่องของผลประโยชน์ไม่เข้าใครออกใครที่ว่าสนิทกันมากๆ แล้วนั้นคุณยังไม่เคยตกใจในสถานการณ์ที่ลำบากย่ำแย่จึงอาจยังไม่สามารถรู้จิตใจของใครได้ดี ดังนั้นความไว้วางใจกันในการทำธุรกิจควรมีขีดจำกัดการดำเนินการใดๆ ต้องยึดตามหลักการแผนการทางธุรกิจที่วางไว้ดีที่สุดที่สุด ความไว้วางใจควรมี แต่ไม่ควรมีมากจนเกินไปจนลืมนองตามแผนที่วางไว้ มีเช่นนั้นคุณอาจต้องมานั่งเสียใจในภายหลัง จนในที่สุดก็ล้มเหลว

5. ไม่คิดทำจัดคู่แข่งในทางธุรกิจ การทำจัดกับการแข่งขันไม่เหมือนกันนะครับ เพราะว่าในทางธุรกิจนั้นต้องมีการแข่งขันอย่างแน่นอนอยู่แล้วเป็นธรรมดา แต่ว่าการทำจัดคือการทำให้พันทางของตัวเอง ซึ่งเป็นอีกหนึ่งสิ่งที่ไม่ควรทำ

เพราะยิ่งทำให้เป็นพลเสียต่อธุรกิจในระยะยาวในแง่ของความขัดแย้งกับผู้ร่วมงานของคุณ ต้องถกกันด้วยเหตุผลและให้เห็นประโยชน์ของธุรกิจเป็นที่ตั้ง ไม่ใช่การทำให้เอาชนะผู้ร่วมงานของคุณอย่างเดียว และสำหรับคู่แข่งทางธุรกิจของคุณควรเลือกแข่งกันด้วย จุดเด่น หรือคุณภาพของสินค้าและบริการ ไม่ใช่การทำทุกวิถีทางให้คู่แข่งออกจากตลาดไป เช่นการตัดราคาส่งรายจ่ายป้ายสีคู่แข่ง เพราะที่สุดแล้ว ธุรกิจของคุณอาจโดนกระทำในอย่างเดียวกันบ้าง ถ้าเป็นเช่นนั้นก็คงจะไม่มีการพัฒนาให้ดีขึ้นได้ มีแต่จะถดถอยลงเรื่อยๆ จนในที่สุดก็มีคู่แข่งรายใหม่เพิ่มขึ้นมาอีกในตลาด



6. ไม่หนีปัญหา เป็นความคิดที่คุณจะไม่มีทางทำธุรกิจได้สำเร็จ เพราะว่าการหนีปัญหาคือการเตรียมพร้อมเพื่อล้มเหลวต้องใช้สติที่ว่ามีปัญหาต้องเผชิญและต้องเผชิญกับมันด้วยสติ ในการทำธุรกิจนั้นคุณไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าต้องเจอกับปัญหาต่างๆ มากมายควรคิดหาวิธีแก้ไขอย่างรอบคอบแก้ไขให้ตรงจุด ยกตัวอย่างเช่น การขาดสภาพคล่องทางการเงิน ไม่ควรรีบร้อนกู้เงินจากแหล่งเงินกูยควรแก้จากตัวคุณเองและในระบบการทำงานก่อน การใช้จ่ายฟุ่มเฟือยมากเกินไปหรือไม่ลดต้นทุนที่ไม่จำเป็น ใช้ทรัพยากรที่มีอยู่อย่างคุ้มค่ามีระบบบัญชีที่ชัดเจนเหล่านี้เป็นต้น เพราะปัญหาทุกอย่างย่อมมีแนวทางในการแก้ไขเสมอ มีทางออกเสมอ คุณควรใช้สติมากกว่าการยอมเดินออกมาจากปัญหาที่เกิดขึ้นแล้วปัญหาก็จะทำให้คุณและธุรกิจของคุณเข้มแข็ง

7. อย่าทำให้ตัวเองเป็นคนล้าหลัง ยึดติดแต่ความรู้เดิมๆ ไม่ยอมเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เนื่องจากทุกวันนี้คุณต้องตามโลก

และเทคโนโลยีให้ทันอย่าทำตัวเป็นคนยึดติดกับความรู้เดิมว่าดีที่สุดอยู่แล้วต้องยอมเปลี่ยนแปลงในบางเรื่องแต่ไม่ได้หมายความว่าทำตามในทุกๆ เรื่องควรรู้จักเลือกและนำมาปรับใช้ให้ถูกต้องและเหมาะสมกับธุรกิจของคุณเอง

8. ไม่ทำตัวเองให้เป็นศูนย์กลางของจักรวาล ที่ทุกคนต้องหมุนตามตัวคุณเองในทุกๆ เรื่อง ใครทำอะไรที่ขัดหรือแย้งกับความคิดไม่ได้ประเภทว่าฉันไม่ผิด ฉันถูกเสมอ ไม่มีทางพัฒนาได้อย่างเด็ดขาด เพราะต้องรู้จักเอาใจเขามาใส่ใจเราควรอยู่บนหลักของเหตุผลหัดเป็นคนยอมรับผิดและกล่าวคำขอโทษให้เป็น ซึ่งจะช่วยให้คุณกลายเป็นคนที่น่านับถือและจะมีหนทางแก้ไขที่ดีตามมา

9. ไม่ให้ปริมาณ อยู่เหนือคุณภาพ ทั้งตัวคุณเองและความคิดของลูกค้า เพราะไม่ใช่การเห็นสินค้าและบริการที่มีปริมาณมากไว้ก่อนดีกว่าการมองความมีคุณภาพของสินค้าและบริการ เพราะคุณภาพต่างหากที่สามารถทำให้ธุรกิจของคุณยังยืนได้หากมีแต่ปริมาณมากๆ แต่ไร้ซึ่งคุณภาพที่ดีจะได้ผลเพียงระยะหนึ่งเท่านั้น ดูตัวอย่างจากกระเปาะแบรนด์เนมบางยี่ห้อ พวกเขาไม่ได้เน้นที่ราคาถูกเพียงอย่างเดียว ราคาแสนแพงแต่ทำไมคนยังเลือกซื้อมากกว่าของเลียนแบบจึงเป็นที่มาหนึ่งของความยั่งยืนของธุรกิจ

10. ไม่ช้า ไม่สาย ไม่มีข้ออ้าง เจ้าของธุรกิจต้องลุยข้ออ้างมากมายของชีวิตให้ได้ ต้องตรงต่อเวลาเสมอ สินค้าและบริการต้องถึงลูกค้าในเวลาที่กำหนดหรือก่อนกำหนดจึงจะเรียกว่ามืออาชีพในการทำธุรกิจ หากคุณมีสารพัดข้ออ้างที่น่าจะมองว่าเป็นข้อแก้ตัวนั้นคุณก็จะไม่ได้รับความไว้วางใจและกลุ่มลูกค้าก็จะเอือมระอาและเลิกซื้อสินค้าและบริการของธุรกิจของคุณในที่สุด

เมื่อคุณไม่ทำ อย่างน้อย 10 สิ่งดังกล่าวนี้ คุณก็จะกลายเป็นหนึ่งในนักธุรกิจที่มีกิจการที่มั่นคงอยู่ได้ในวงการธุรกิจอย่างสง่างามไม่ว่าจะธุรกิจเล็กหรือใหญ่ก็ตาม เพราะการสร้างธุรกิจนั้นใครๆ ก็สามารถคิดและสร้างขึ้นมามีได้ทั้งนั้นแต่ว่าการทำให้ธุรกิจดำรงอยู่ได้ต่างหากที่สำคัญกว่าเพราะความสำเร็จของธุรกิจคือการตั้งอยู่ได้อย่างยั่งยืนและมั่นคงได้รับความไว้วางใจจากกลุ่มลูกค้าได้นานที่สุด เพราะผลกำไรจากธุรกิจนั้นก็มาจากลูกค้าของคุณนั่นเองนอกจากนี้

เงินแล้วการได้รับการยอมรับถือเป็นสิ่งที่นักธุรกิจปรารถนา
ดังนั้นคุณจึงควรทำในทางที่คู่ควรกับการยอมรับนับถือและเชื่อ
ใจก่อนเป็นอันดับแรกแล้วความสำเร็จต่างก็จะตามมาเอง
นอกจากตัวคุณเองแล้วควรมองถึงคนหรือสิ่งที่อยู่รอบๆ ตัว

คุณอีกด้วยเพราะนั่นคือปัจจัยในการริเริ่มธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็น
ครอบครัว เพื่อน สังคม สภาพแวดล้อม ภาวะทางเศรษฐกิจ
ในขณะนั้น เป็นต้น ทุกสิ่งทุกอย่างล้วนเป็นสิ่งปัจจัยที่สำคัญ
ก่อนที่ธุรกิจหนึ่งควรจะเกิดขึ้นมาและคงอยู่



ก้าวแรกของการเริ่มต้นธุรกิจ ไปทางไหนไม่ให้หลงทาง

ณัฐวัตร สุวิริยะศิริ

ทุกการเริ่มต้นล้วนแล้วแต่มีอุปสรรค รวมไปถึงการเริ่มต้นธุรกิจ SMEs ซึ่งทุกกิจการล้วนแล้วแต่ต้องการให้ธุรกิจของคุณเป็น Startup ที่ถือได้ว่าเป็นเรื่องยอดนิยมนับสำหรับการเริ่มทำธุรกิจในยุคปัจจุบัน แต่หลายๆ ธุรกิจต้องจบลงด้วยการปิดกิจการของตัวเอง เพราะต้องพบกับคำว่าล้มเหลว จากการที่ไม่ได้ศึกษาการทำธุรกิจอย่างถ่องแท้ทำไปตามกระแสหรือทำไปแบบไม่ได้มีการวางแผนแต่ช่วยชนะที่ได้มาด้วยความยากลำบากมักจะเป็นชัยชนะที่เปี่ยมไปด้วยความภาคภูมิใจแน่นอนว่ามีธุรกิจเพียงไม่กี่ธุรกิจที่ได้รับชัยชนะนั้นมาครอง ซึ่งทุกคนสามารถมีโอกาสที่จะเป็นผู้ประสบความสำเร็จในธุรกิจ SMEs หรือ Startup ของทุกคนได้เพียงแต่ต้องได้รับคำแนะนำและแนวทางในการดำเนินธุรกิจที่ถูกต้องนั่นเอง

ธุรกิจจะเกิดขึ้นได้ดีก็ต่อเมื่อเกิด Demand และ Supply ที่สอดคล้องกันพอดีถ้าเราจะทำธุรกิจอะไร จำหน่ายสินค้าอะไร หรือขายบริการอะไรก็ตามเราต้องรู้จักสินค้าหรือบริการที่เราจะทำธุรกิจนั้นอย่างทะลุปรุโปร่ง ในทุกแง่ ทุกมุม รู้ถึง จุดดี จุดด้อย เรียกได้ว่าต้องวิเคราะห์กันให้ถึงแก่นแท้เพื่อที่เราจะได้อุดรอยรั่ว เสริมความให้แน่นหาจุดขายที่ชัดเจน กลุ่มเป้าหมายคือใครต้องชัดเจน สถานที่ในการจัดจำหน่ายต้องเป็นที่ไหน แบบไหน อย่างไร การตั้งราคา ที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การวางแผนโฆษณาประชาสัมพันธ์ ที่พร้อมจะสู้คู่แข่งได้อย่างไม่อายใคร

จะขายสินค้าหรือบริการอะไร? การคิดค้นสินค้าหรือบริการขึ้นมาหนึ่งอย่าง จุดเริ่มต้นที่ควรจะต้องคำนึงถึงนั่นคือ การเอาใจเขามาใส่ใจเรา สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการทางกายและทางจิตใจของเราได้ อาจจะเป็นสิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้อื่นได้เช่นกัน จนสามารถนำมาสร้างมูลค่าให้กับตนเองได้ สิ่งที่สามารถตอบสนองความต้องการของเราได้จะแบ่งออกง่ายๆ 2 อย่าง คือ ปัญหาที่เจอกับสิ่งที่ชื่นชอบ สิ่งที่สามารถตอบใจของปัญหาที่เราเจอในชีวิตประจำวันได้ และยังไม่สามารถมีใครสร้างได้เราจึงเป็นคำตอบแรกนั้น และทดลองจินตนาการภาพจากสิ่งที่ชอบและสามารถทำให้กลายเป็นธุรกิจกลายเป็นงานได้จะมีความสุขมากขนาดไหน การทำงานที่แสนน่าเบื่อหน่าย กลับกลายเป็นความสุขจากชีวิตประจำวัน หากลองค้นหาข้อมูลเชิงลึกของสิ่งที่ชื่นชอบดูแล้ว อาจจะทำให้เกิดช่องว่างที่สามารถสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นได้

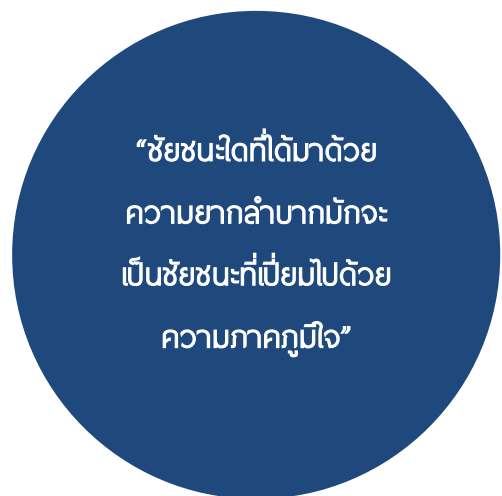
จะขายสินค้าหรือบริการให้ใคร? เมื่อเราได้สินค้าออกมาแล้ว ปัญหาต่อไปคือใครจะต้องการสินค้าต่างๆ เหล่านั้นบ้างการจะผลิตสินค้าหรือบริการหนึ่งๆ ออกสู่ตลาดตามหลักเศรษฐศาสตร์แล้ว หากไม่คำนึงถึงปริมาณความต้องการ ย่อมทำให้เกิดสินค้าล้นตลาดและต้องประสบกับความล้มเหลวในที่สุด ดังนั้นควรสำรวจปริมาณความต้องการของตลาดก่อน รวมทั้งการสำรวจตลาดในเชิงของสินค้าที่มีคุณสมบัติเหมือนกัน ซึ่งนั่นอาจจะเป็นแรงบันดาลใจในการพัฒนาสินค้าของตนเองอีกด้วย

จะผลิตสินค้าหรือบริการนั้นอย่างไร? เป้าหมายที่สำคัญของทุกธุรกิจ คือ **กำไร** กำไรเกิดจากรายรับทั้งหมดของการขายสินค้าและบริการหักออกด้วยต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการ ดังนั้น สิ่งที่สำคัญที่สุด นั่นคือ การทำให้ต้นทุนในการผลิตสินค้าและบริการมีน้อยที่สุด และประเด็นต่อมาคือการทำให้ต้นทุนน้อยที่สุดทำได้อย่างไร คำตอบของปัญหานี้คือการนำทรัพยากรที่มีอยู่รอบตัวนำมาทำให้เกิดประโยชน์ที่สุดจากความชื่นชอบจากประเด็นข้างต้นนั่นเอง

ขั้นสอง คือ ทุน นอกจากจะรู้ถึงสินค้าและธุรกิจของตนเองแล้ว ทุน เป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญในการเริ่มต้นธุรกิจ ในที่นี้จะแบ่งทุนออกเป็น 2 ประเภทนั่นคือ ทุนทางสินทรัพย์และทุนมนุษย์ ในส่วนของทุนทางสินทรัพย์นั้น เป็น

สิ่งของนอกกายที่สามารถหาได้จากหลากหลายแห่งไม่ว่าจะเป็น การกู้ การยืม ซึ่งทุนทางทรัพย์สินจะรวมไปถึงทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่และนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามบทความข้างต้น แต่สิ่งที่สำคัญกว่าการหาทุนนั้นคือการบริหารจัดการทุนนั้นมีประสิทธิภาพ เงินทุกบาททุกสตางค์ล้วนมีค่ามากมายมหาศาลต่อธุรกิจ ดังนั้นการใช้จ่ายไปซึ่งเงินนั้นล้วนต้องคิดให้ถี่ถ้วนรอบคอบ พลตอบแทนที่ได้มาจากเงินนั้นจะต้องคุ้มค่าและสามารถใช้ประโยชน์ต่อธุรกิจให้ได้มากที่สุด

ทุนมนุษย์ จะบ่งบอกถึงคุณภาพของคน ทักษะความรู้ สิ่งต่างๆที่ต้องใช้ในการบริหารธุรกิจ แบ่งออกเป็นทุนมนุษย์ในด้านคน กับทุนมนุษย์ในด้านงาน



มักจะมีคำกล่าวอยู่เสมอว่า ทำงานกับคนยิ่งมากคนยิ่งมากความ แม้จะไม่ได้ทำงานในเชิงธุรกิจ การทำงานร่วมกับผู้อื่นนั้นมีความยากอยู่แล้ว แต่หากต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นในทางธุรกิจแล้วย่อมมีผลประโยชน์เข้ามาเกี่ยวข้องแน่นอน นอกจากจะต้องทำงานร่วมกับผู้อื่นในเชิงของธุรกิจภายในแล้ว การทำธุรกิจนั้นจะต้องทำงานร่วมกับคนภายนอกอีกมากมาย เช่น ลูกค้า หุ้นส่วน แม้กระทั่งประชาชนภายนอก ดังนั้นการทำงานร่วมกับคนจะต้องเป็นทักษะทุนมนุษย์ที่ต้องมีก่อนการจะเริ่มต้นทำธุรกิจอย่างจริงจัง จึงจะทำให้ธุรกิจมีผลออกมาอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นที่น่าพึงพอใจกับทุกคนที่เกี่ยวข้อง



ขั้นสาม ภูมิคุ้มกัน ทุกธุรกิจล้วนมีอุปสรรคขวางกั้นมากมาย ดังนั้น หากต้องการเริ่มต้นธุรกิจแล้ว ภูมิคุ้มกันเมื่อเกิดปัญหานั้นย่อมมีความสำคัญมากไม่มีใครสำเร็จได้ด้วยการเดินก้าวแรก การล้มเหลวของธุรกิจไม่ใช่จุดจบเสมอไป นั่นเป็นเพียงจุดเริ่มต้นให้ธุรกิจของเราก้าวต่อไปได้อย่างมั่นคง

ก้าวแรกของการเริ่มต้นธุรกิจไปทางไหนไม่ให้หลงทาง จะประกอบไปด้วย การเริ่มต้นในการหาสินค้าและบริการที่เป็นสื่อกลางของธุรกิจจะประกอบไปด้วยการตอบคำถาม 3 ข้อ ได้แก่ จะผลิตสินค้าและบริการอะไร จะผลิตสินค้าและบริการนั้นอย่างไร และการจะผลิตสินค้าและบริการนั้นเพื่อใคร คุณ ที่จะต้องมีทั้งทุนมนุษย์ที่เป็นทักษะในตนเองและทุนทางสินทรัพย์และสุดท้าย ภูมิคุ้มกันที่จะสร้างธุรกิจของเราให้แข็งแกร่งและเติบโตขึ้นเป็นธุรกิจอย่างยั่งยืน ทุกการก้าวเดินจะเป็นก้าวที่ดีได้ ต้องทำให้ทุกส่วนสามัคคีและแข็งแรงไปพร้อมกันก่อน เหมือนกับการเริ่มต้นธุรกิจหากองค์ประกอบของการเริ่มต้นไม่ดี การเริ่มต้นของธุรกิจนั้นก็ไม่สามารถลุล่วงผ่านไปได้ เพราะฉะนั้นหากการเริ่มต้นธุรกิจมีองค์ประกอบครบทั้ง 3 ขั้นตอนแล้ว พร้อมด้วยกำลังใจและความตั้งใจที่เต็มเปี่ยมย่อมทำให้ธุรกิจนั้นกลายเป็นธุรกิจที่ดีอย่างแน่นอน



การสร้างแรงบันดาลใจในการเริ่มต้นธุรกิจ

Don't wait for inspiration be the inspiration.

บุษยา ภูเขียว

“เริ่มต้นดี มีชัยไปกว่าครึ่ง” เป็นคำกล่าวที่ยังไม่เคยล้าสมัยเลยสำหรับใครก็ตามที่มีความต้องการลงทุนเพื่อเริ่มธุรกิจใหม่ๆ ไม่ว่าจะธุรกิจนั้นจะเป็นธุรกิจที่เท่าใดแล้วก็ตามแรงจูงใจก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญ ที่จะช่วยให้นักลงทุนหรือเจ้าของธุรกิจสามารถดำเนินงานต่างๆ ตามแผนที่วางไว้อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง นักธุรกิจ 100 คน มีผู้ล้มเลิกไปตั้งแต่เริ่มทำธุรกิจถึง 70 คน ล้มเลิกขณะทำธุรกิจ 25 คน ที่เหลืออีก 5 คนนั้น 3 คนสามารถยืนหยัดได้ในตลาดแต่ไม่เป็นที่รู้จักเท่าใดนักและเหลือเพียง 2 คนเท่านั้นที่สามารถยืนอยู่ได้ในตลาดและดำเนินธุรกิจไปได้อย่างต่อเนื่องเหตุที่เป็นดั่งนี้มาจากแรงบันดาลใจที่นั่นที่เป็นสิ่งเร้ากระตุ้นให้เจ้าของธุรกิจมีกำลังใจที่จะทำธุรกิจต่อไปแต่ก็ไม่ได้เป็นไปอย่างที่คาดหวังสำหรับทุกนักลงทุน

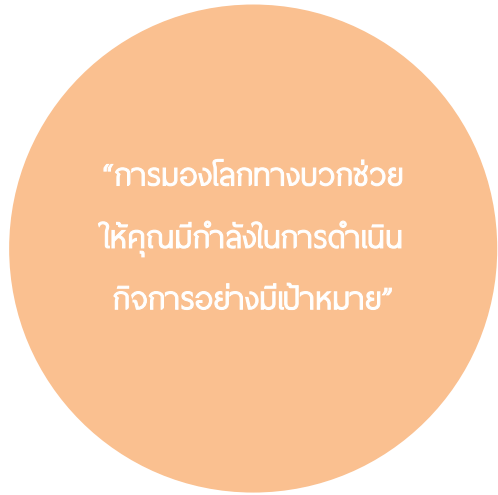
สิ่งที่เรียกว่าแรงบันดาลใจนั้นสามารถเกิดขึ้นได้อย่างฉับพลันและหมดลงได้อย่างกะทันหันเช่นกัน คุณเองต้องเรียนรู้ที่จะเป็นผู้ควบคุมอาวุธที่เรียกว่าเหนือกว่าอาวุธใดที่ไว้ให้นานที่สุดเท่าที่จะนานได้สร้างแรงบันดาลใจขึ้นด้วยตัวคุณเองและจงรักษามันไว้ด้วยความสามารถของคุณเอง

การเริ่มต้นธุรกิจนั้นคุณจำเป็นจะต้องมองโลกทั้งสองด้านอย่างรอบคอบและถี่ถ้วน การมองโลกทางบวกช่วยให้คุณมีกำลังใจในการดำเนินกิจการอย่างมีเป้าหมายคุณจะมองไปถึงจุดที่คุณประสบความสำเร็จและมีความสุขกับมันอยากจะไปให้ถึงจุดหมายเพื่อจะได้สัมผัสกับความสุขนั้น แต่การมองโลกในแง่ลบนั้นก็ก็เป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้เช่นกัน เพราะทุกสรรพสิ่งย่อมมีสมดุลในตัวของมันเอง การมองธุรกิจอย่างอคตินั้นจะช่วยได้

คุณสามารถยืนอยู่ในโลกของความจริงได้ข้อผิดพลาดที่อาจจะเกิดขึ้นได้จากธุรกิจของคุณและนำไปสู่การสิ้นสุดการดำเนินธุรกิจนั้นจะช่วยให้คุณมีความหลากหลายในการแก้ปัญหา มันเปรียบเสมือนการจำลองสถานการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อเพียงแต่ในขณะที่คุณกำลังคิดจินตนาการนี้คุณสามารถใช้เวลาในการวางแผนการแก้ปัญหาได้อย่างรอบคอบที่สุด สิ่งเหล่านี้แหละที่จะช่วยให้คุณสามารถควบคุมสติให้มันคงอยู่ได้ หากเกิดปัญหาเหล่านั้นขึ้นจริง

คุณต้องยอมรับความจริงข้อหนึ่งที่ว่าคุณต้องเจอกับความผิดหวังจากการทำธุรกิจ น้อยคนนักที่จะสามารถประสบความสำเร็จได้ตั้งแต่การทำธุรกิจครั้งแรกหรือครั้งที่สอง เจ้าของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและเป็นที่ยอมรับนั้นมีค่าเฉลี่ยการทำธุรกิจถึง 4 ครั้งด้วยกัน นั่นแสดงให้เห็นว่าบุคคลเหล่านี้จะต้องมีความเพียร มีความมุ่งมั่นอย่างมากที่สามารถยืนหยัดอยู่ได้จนกระทั่งกลายเป็นนักธุรกิจที่สมบูรณ์ คุณลองจินตนาการดูว่าหากคุณลงทุนทำธุรกิจไปในครั้งแรกสูงมากเรียกได้ว่าเกือบจะเรียกได้ว่าทุ่มสุดตัวทีเดียวและส่วนมากก็เป็นเช่นนั้นจริงๆ สำหรับการทำธุรกิจแรก แต่วันหนึ่งมันเกิดล้มไม่เป็นท่าขึ้นมาคุณคิดว่าคุณสามารถยืนขึ้นมาเริ่มธุรกิจที่สองต่อได้หรือไม่ เป็นคำถามเชิงลบที่ตอบได้ยากทีเดียว เพราะการตอบคำถามนี้คุณจะต้องถามใจตัวเองให้แม่ก่อนว่าคำพูดที่จะกลั่นออกมาเป็นคำตอบนั้นมาจากความรู้สึกของคุณจริงๆ หรือไม่หรือเพียงแสดงให้คนอื่นเห็นว่าคุณเป็นคนมุ่งมั่นและหากว่าคุณเป็นคนหนึ่งที่สามารถจะยืนขึ้นและเริ่มต้นใหม่ได้ นั่นคุณใช้เวลาานเพียงใดที่จะลุกขึ้นมา บางคนใช้เวลานับสัปดาห์ทีเดียวว่าจะลุกขึ้นมาเริ่มธุรกิจครั้งต่อไปได้ แต่คุณก็ไม่ใช่คนแรกและคนเดียวที่เคยเจอกับเหตุการณ์แบบนี้ วอเรน บัฟเฟตต์ นักลงทุนอภิมหาเศรษฐีที่เริ่มจากคุณเพียง 100 เหรียญสหรัฐ เคยถูกปฏิเสธจากมหาวิทยาลัยธุรกิจฮาร์วาร์ด มาก่อน บิลล์ เกตต์ เจ้าของไมโครซอฟท์ เจ้าของสกินทิพย์ที่มากที่สุดในโลกนั้นเคยเป็นคนหนึ่งที่เพื่อนไม่ให้การยอมรับมองว่าเขาสกปรกและบ้าคอมพิวเตอร์ต่อจากนั้นก็ถูกปฏิเสธซอฟต์แวร์ระบบที่นำไปเสนอต่อบริษัทแอปเปิล แต่ทำไมบุคคลเหล่านี้จึงยังคงทำสิ่งที่ตนเองเคยทำอยู่ท่ามกลางความผิดหวังที่ที่ได้รับจากสิ่งรอบข้าง ท่ามกลางความเสี่ยงที่จะอาจต้องเผชิญกับความผิดหวังอีก และในสถานการณ์ที่ไม่สามารถจะ

บอกได้เลยว่าสิ่งที่เขาเหล่านั้นทำจะสำเร็จหรือไม่ จะเป็นที่ยอมรับหรือไม่ สิ่งเดียวที่ทำให้เขายังคงทำสิ่งต่างๆ ต่อไปได้ก็คือ ความเชื่อมั่น คนที่จะประสบความสำเร็จจะมีความเชื่อมั่นในสิ่งที่ตนทำอยู่เสมอ เชื่อมั่นว่าสักวันหนึ่งสิ่งที่กำลังทำอยู่นั้นมันจะเหมาะสมกับตัวเอง เหมาะสมกับตลาด จนในที่สุดมันจะกลายเป็นที่นิยมตามมาเป็นลำดับ



สิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งที่จะทำให้คุณมีแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจก็คือตัวสินค้าหรือบริการของคุณเอง คุณรู้สึก รักสินค้าและบริการของคุณหรือไม่? เพราะมีอีกหลายคนเลยที่เดียวที่เลือกสินค้าหรือบริการมาใช้เป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจทั้งๆที่ไม่ได้มีศรัทธา ไม่มีความเชื่อมั่น ไม่เคยใช้สินค้าหรือบริการที่ตัวเองทำเลย แต่ต้องการขายเพียงเพราะมันเป็นสินค้าหรือบริการที่มีความนิยมสูง เป็นที่ต้องการของตลาด ขอแค่มี ส่วนแบ่งการตลาดมาบ้างก็พอใจแล้ว แต่คุณรู้ไหมว่าหากคุณไม่ได้รักในสินค้าและบริการของคุณแล้วนั้นคุณก็ไม่สามารถที่จะตอบคำถามต่างๆ ที่ลูกค้าเกิดความสงสัยในตัวสินค้าหรือบริการได้ แม้ว่าคุณจะทำกาบ้านด้วยการอ่านรีวิวมา มากเท่าใดก็ตาม แต่เชื่อเถอะว่าลูกค้าสามารถรับรู้ได้ว่าคุณจริงจังหรือไม่ ฉะนั้นการบ้านของคุณในการทำธุรกิจก็คือคุณต้องรู้สึก รู้จริง ใจจริง เจอปัญหาจริง แก้ปัญหาได้จริง แล้วจะทำให้คุณรักจริงในสินค้าและบริการของคุณ ความรักในสินค้าและบริการนั้นจะช่วยให้คุณมีไอเดียเพื่อพัฒนาปรับปรุงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งนั่นเป็นเรื่องที่ดีและลูกค้าเองก็ต้องการเห็นการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นของสินค้าและบริการ



**หัวใจของนักธุรกิจอีกอย่างหนึ่งก็คือ ล้มแล้วต้อง
รับลูก** อย่าลืมว่าการทำธุรกิจมีความเสี่ยงอยู่แล้ว การสูญเสีย
ธุรกิจไม่ใช่การเสียหาย คุณจะต้องรับผิดชอบต่อตัวเองให้สามารถ
ลุกขึ้นเริ่มใหม่ได้เร็วที่สุด ธุรกิจที่ทำนั้นอาจไม่เหมาะกับคุณ
หรืออาจไม่เหมาะกับท้องถิ่นที่คุณอยู่ ทางที่ดีที่สุดและได้ผล
ที่สุดก็คือรับวิเคราะห์หาสิ่งผิดพลาดจากธุรกิจนั้นอย่าง
เร่งด่วน ในขณะที่คุณยังจำข้อผิดพลาดเหล่านั้นได้ เพื่อเก็บเป็น
ข้อมูลสำหรับธุรกิจถัดไป อย่ากลัวที่ต้องเริ่มธุรกิจใหม่ เพราะ
คำว่านักธุรกิจก็คือผู้ที่ทำธุรกิจอยู่อย่างสม่ำเสมอ คุณต้อง
เชื่อมั่นว่าคุณจะสามารถหาธุรกิจที่เหมาะสมกับตัวคุณเอง หรือไม่

ก็เหมาะสมกับท้องถิ่นที่คุณทำธุรกิจอยู่ มันก็ไม่ต่างอะไรกับการ
เล่นเกมที่คุณชอบ แม้ว่าจะแพ้ที่ครั้งคุณก็จะพยายามเริ่มเล่น
ใหม่ ซ้ำแล้วซ้ำอีก จนเกิดความเชี่ยวชาญในเกมที่คุณชอบนั้น
มากขึ้นและพยายามผ่านจุดที่คุณแพ้เพื่อให้ได้อย่างไม่คำว่าย่อ
ท้อเลย โลกแห่งชีวิตจริงก็ไม่ต่างกัน คุณต้องรู้สึกสนุกกับ
ธุรกิจที่คุณทำอยู่สิ จินตนาการจะบอกทุกๆ สิ่งที่ไม่รักไม่ทำไม่ ใ
ห้ทุกความล้มเหลวเป็นประสบการณ์ให้คุณ ซึ่งหากในอนาคตคุณ
ต้องเจอกับปัญหาเดิมนี้อีกคุณก็จะสามารถแก้ไขมันได้

และแรงบันดาลใจนั้นเหมือนที่กล่าวไว้ก็คือมันต้อง
สร้างมาจากใจคุณเอง มันจึงจะทำให้คุณนั้นอยากที่จะทำมัน
เข้ากับคำกล่าวที่ว่า ใจเป็นนาย กายเป็นบ่าว ถ้าใจไม่เอาเสีย
อย่าง ต่อให้สภาพร่างกายคุณพร้อมหรือแข็งแรงแค่ไหนคุณก็
ไม่อยากทำมันอยู่ดี มันเป็นเรื่องที่ถือว่าเป็นนามธรรมเป็นอย่างมาก
ที่จะทำให้คุณสร้างแรงบันดาลใจได้และรักษามันไว้ได้ มีคน
จำนวนมากไม่น้อยที่พยายามเสพประสบการณ์การทำธุรกิจตั้งแต่
ล้มลุกคลุกคลานจนกระทั่งประสบความสำเร็จ ซึ่งมีให้เห็นในรูป
ของ พ็อดคาสต์ของนักเขียนแนวนี้มากมาย แต่แม้จะอ่าน
มากแค่ไหนก็ไม่ทำให้คุณรู้สึกตื่นตัวอยากทำธุรกิจมากขึ้นเลย
สาเหตุนี้อาจมาจากตัวคุณเองที่ตั้งความหวังไว้ว่าน่าจะมีใคร
ชักชวนจากพ็อดคาสต์เหล่านั้นขึ้นแท่นกลายเป็นไอดอลของคุณ
แล้วจึงค่อยเริ่มดำเนินธุรกิจของคุณตามอุดมคติ ถ้าเป็นสาเหตุ
นี้การจะประสบความสำเร็จได้นั้นเป็นเรื่องยากทีเดียว อยากให้
คุณลองมองในมุมกลับบ้างว่า ทำไมคุณไม่ทำตัวเป็นไอดอล
เป็นแรงบันดาลใจให้คนอื่น ๆ แทนเสียเลยละ



คู่มือเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มต้นธุรกิจ

ในการที่เราจะทำธุรกิจใดๆ ให้ประสบความสำเร็จก็ตาม เราควรที่จะมีการวางแผนที่ดีเอาไว้ก่อนล่วงหน้าเสมอ เพราะถ้าเราไม่วางแผนและเริ่มต้นทำธุรกิจเลย โดยที่ไม่มีความรู้เกี่ยวกับธุรกิจและแผนทางด้านการตลาดมาก่อนเราก็อาจจะได้ผลกำไรตอบแทนที่ไม่คุ้มค่า เกิดการขาดทุนอย่างมหาศาลเป็นหนี้และสูญเสียเงินทองไปมากมายหรืออาจถึงขั้นบริษัทล้มละลายได้เลยก็ได้อีก ดังนั้นผู้ประกอบการในอนาคตทุกๆ คน ควรจะเตรียมตัววางแผนเอาไว้ก่อนทำธุรกิจเสมอ เพื่อให้ธุรกิจของเราสามารถดำเนินไปได้อย่างราบรื่น ได้ผลกำไรตอบแทนที่สูงและคุ้มค่า มีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นลูกค้าประจำในที่สุด รวมถึงช่วยลดข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้นให้น้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ หากใครที่กำลังมองหาจะมีธุรกิจเป็นของตัวเองและกำลังมองหาแนวทางในการเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มต้นธุรกิจอยู่ละก็ บทความนี้จะสามารถช่วยให้คุณกลายเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพได้อย่างแน่นอน โดยสิ่งที่ผู้ประกอบการทุกๆ คนควรทำมีดังต่อไปนี้

1. พิจารณาเงินทุนและงบประมาณของตนเอง
เงินทุนเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ ของการทำธุรกิจ เพราะถ้าไม่มีเงินทุนต่อให้ไอเดียดีแค่ไหนก็ไม่สามารถสานต่อความฝันนั้นๆ ได้ ดังนั้นเราจึงควรมีทั้งเงินทุนและเงินสำรองเอาไว้เพื่อเกิดเหตุที่ไม่คาดฝันขึ้นด้วย เงินทุนที่ต้องใช้นั้นจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับประเภทของธุรกิจด้วยเช่นเดียวกัน บางประเภทอาจไม่จำเป็นต้องใช้เงินมาก แต่บางประเภทก็อาจจำเป็น ดังนั้นถ้าเรามีเงินทุนไม่ถึงตามที่กำหนดก็อาจจะหาวิธีอื่นๆ เพื่อเพิ่มเงินทุน เช่น กู้ยืมจากทางธนาคารหรือหางานพิเศษทำเพิ่มขึ้น นอกจากนี้เรายังควรคำนวณค่าใช้จ่ายคร่าวๆ ทั้งค่าทำการตลาดเพื่อโปรโมทสินค้า ค่าวัตถุดิบที่ต้องใช้ในการผลิตสินค้า หรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ เอาไว้ล่วงหน้าเพื่อดูว่าเราสามารถแบกรับภาระและความเสี่ยงเหล่านั้นไหวหรือไม่

2. พิจารณาว่าถึงความชอบของเราเราต้องการทำธุรกิจประเภทใดและธุรกิจประเภทนั้นเหมาะกับเราหรือไม่ อย่าทำธุรกิจเพราะแค่ตามกระแสที่เห็นคนทำก็เลยทำตาม เพราะถ้าเป็นแบบนี้จะทำให้เราทำได้ไม่นาน สักพักก็จะรู้สึกเบื่อเมื่อ

ผลลัพธ์ที่คาดหวังไว้ไม่เป็นไปตามที่ต้องการ ถ้าเกิดเราทำอย่าง
ไม่ตั้งใจและแค่หวังเพียงจะทำธุรกิจแล้วจะรวยเร็วๆ เหมือนกับ
คนอื่นแต่ไม่เคยมีการวางแผนเอาไว้ก่อนล่วงหน้า ก็อาจจะทำ
ให้ธุรกิจของเราพังไม่เป็นท่าได้ รวมทั้งยังทำให้สูญเสียทั้ง
ทรัพย์สินเงินทองและเวลาอีกด้วย เราจึงควรทำธุรกิจด้วยใจ
รักหรือมีความหลงใหลในการทำธุรกิจนั้นจริงๆ เพื่อที่เราจะได้
ทุ่มเทให้กับมันได้อย่างเต็มที่และไม่รู้สึกเบื่อไปกลางคันเสียก่อน

3. วางแผนกลยุทธ์ด้านการตลาดโดยใช้หลักการ 4P
ซึ่งก็คือ Product (สินค้า), Price (ราคาขายสินค้า), Place
(สถานที่), Promotion (โปรโมชั่น) เพื่อช่วยในการทำให้มองเห็น
หลักการของธุรกิจได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

» **Product (สินค้า)** เราควรกำหนดก่อนว่าเราต้องการขาย
สินค้าประเภทใดหรือบริการประเภทไหนเพื่อที่จะได้สามารถ
เจาะจงกลุ่มตลาดหรือกลุ่มเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง
รวมทั้งยังควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและให้บริการที่ดีและ
น่าประทับใจ เพื่อทำให้ลูกค้ารู้สึกพึงพอใจในผลิตภัณฑ์
หรือบริการของเรา จนเกิดการบอกต่อกันเป็นวงกว้าง
นอกจากนี้เรายังควรหมั่นพัฒนาสินค้าของเราให้ดียิ่งขึ้น
อย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งยังควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้
ทันสมัย สวยงามและน่าดึงดูดใจ เพื่อให้ลูกค้าเข้ามาซื้อ
สินค้าและใช้บริการอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นลูกค้าประจำ
ไปในที่สุด

» **Price (ราคาขาย)** เราควรกำหนดราคาของสินค้าให้
ชัดเจน รวมทั้งควรกำหนดราคาให้เหมาะสม ไม่ถูกหรือ
แพงมากจนเกินไป นอกจากนี้เรายังควรสำรวจราคาของ
คู่แข่งว่าเขาขายกันเท่าไรและนำมาปรับใช้กับร้านค้าของ
เราให้เหมาะสม อย่างไรก็ตาม ถ้าหากสินค้าของเรา
คุณภาพดีสมกับราคา ต่อให้ราคาแพงมากแค่ไหน ลูกค้า
ก็ย่อมอยากมาซื้อสินค้าหรือบริการของเราอย่างแน่นอน

» **Place (สถานที่)** เราควรวางแผนว่าเราจะขายสินค้าหรือ
บริการของเราผ่านช่องทางไหนถึงจะคุ้มค่าที่สุดและทำให้มี
ลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่องมากที่สุด รวมทั้งยังควร
ดูว่ากลุ่มเป้าหมายนิยมซื้อผ่านช่องทางไหนบ่อย
ที่สุด แน่แน่นอนว่าช่องทางแต่ละประเภทก็มีข้อดีและข้อเสียที่
แตกต่างกันไป อย่างทางออนไลน์ ก็ช่วยให้ลูกค้าสามารถ
ซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็วขึ้น โดยที่ไม่ต้อง
เดินทางออกไปไหน อีกทั้งยังไม่ต้องใช้เงินลงทุนสูงมากนัก
แต่เมื่อกำหนดให้ลูกค้าไม่อาจรู้ได้ว่าสินค้าของเรามีลักษณะ
หรือสีที่แท้จริงเป็นแบบไหน จะมีคุณภาพดีหรือไม่ก็ไม่อาจ

ทราบได้ ส่วนการช่องทางการค้าขายผ่านทางหน้าร้านค้า
ก็จะทำให้ลูกค้าได้จับต้องสินค้าของจริง แต่ยังต้องใช้
ต้นทุนในการเลือกซื้อทำเลที่ตั้งและตกแต่งร้านสูงมาก
ทีเดียว รวมทั้งอาจทำให้ลูกค้าเสียเวลาในการเดินทางไป
ด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้นบางร้านค้าจึงขายผ่านทั้ง 2
ช่องทางนี้พร้อมกันเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าที่
มีความต้องการหลากหลายปะปนกันไป

» **Promotion (โปรโมชั่น)** จัดโปรโมชั่นที่น่าดึงดูดใจให้ลูกค้า
กลุ่มเป้าหมายของเราอยากเข้ามาซื้อสินค้าและใช้บริการ
จากร้านค้าของเรา ถ้าหากเรามีเป็นร้านค้าเราก็ควรติด
ป้ายโปรโมชั่นที่มีความโดดเด่นและมีสีสันสะดุดตาไว้หน้า
ร้านและจัดวางสินค้าที่ต้องการส่งเสริมการขายไว้ในจุดที่
ลูกค้าสามารถมองเห็นได้ชัดเจนที่สุดหรือถ้าหากขายผ่าน
ทางออนไลน์ เราก็ควรใช้โซเชียลมีเดียให้เป็นประโยชน์ด้วย
การโปรโมทหรือโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าผ่านสังคมออนไลน์
ต่างๆ เช่น Facebook อินสตาแกรม หรือทวิตเตอร์
เพื่อช่วยให้ผู้คนได้รับรู้และรู้จักสินค้าของเรากันมากขึ้น

**4. คุณควรศึกษาข้อมูลทางด้านตลาดอย่าง
ละเอียดและถี่ถ้วนเสียก่อน** โดยที่คุณควรทำความเข้าใจและ
วิเคราะห์ถึงความต้องการของตลาดเพื่อให้ทราบว่าสินค้าชนิด
ใดที่กำลังเป็นที่ต้องการ หรือกลุ่มเป้าหมายกำลังมองหาสินค้า
ประเภทใดและพวกเขามีความต้องการสินค้าของเราขนาด
ไหน สินค้าของเราสามารถตอบสนองความต้องการของพวกเขา
เขาได้หรือไม่ และแนวโน้มพฤติกรรมของลูกค้าในอนาคตว่าจะ
เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าของเราคือใคร
เพศอะไร อายุเท่าไร รวมถึงศึกษาถึงจุดเด่นและจุดด้อยจาก
คู่แข่งทางธุรกิจเพื่อนำมาปรับใช้ในการพัฒนาธุรกิจของเรา
ให้มีประสิทธิภาพและดียิ่งๆ ขึ้นไป

**5. ควรสร้างจุดเด่นที่เป็นเอกลักษณ์ให้กับธุรกิจของ
ตนเอง** ยกตัวอย่างเช่นการตั้งชื่อร้านค้าที่มีความโดดเด่น และ
สิ้นกระชับ เพื่อช่วยให้ลูกค้าจดจำได้ง่ายขึ้นภายในเวลา
อันรวดเร็ว ช่วยเสริมภาพลักษณ์ที่ดีให้กับร้านค้า และสื่อให้
ลูกค้ารู้ได้ในทันทีว่าร้านของเราค้าขายอะไร หรืออาจจะตกแต่ง
ร้านทำให้เป็นเอกลักษณ์หรือมีความแตกต่างจากร้านอื่นๆ หรือ
อาจจะขายสินค้าที่มีความแปลกแหวกแนว ทำให้ลูกค้ารู้สึก
ว่าสินค้าที่เขาซื้อไปนั้นมีความพิเศษตรงที่มีเพียงชิ้นเดียวในโลก
เท่านั้น



เริ่มต้นธุรกิจ ตามแนวความคิดของคนยุคดิจิทัล

ในช่วงที่เข้าสู่ยุคการสื่อสารแบบไร้พรมแดน โอกาสที่เปิดกว้างมากขึ้น ตลาดที่ใหญ่มากขึ้น กลยุทธ์ทางการค้าแบบใหม่จึงถูกคิดและนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ซึ่งจะเป็นความรู้ทางด้านการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเชื่อมโยงตลาดหลายๆแห่งบนโลกใบนี้เข้าด้วยกัน กำลังซื้อก็จะเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นมาตรฐานต่างๆในเรื่องการค้าขายผ่านสื่อดิจิทัล จึงต้องถูกวางไว้อย่างเป็นระบบเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นและสามารถขยายฐานลูกค้าออกไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในบทความนี้จะได้กล่าวถึงเทคนิคในการวางแผนการเริ่มต้นธุรกิจบนสื่อดิจิทัลและการดำเนินการติดตามต่างๆไว้ เพื่อให้ผู้ที่มีความสนใจการตลาดแนวนี้ได้ศึกษาเพื่อเป็นแนวทางกัน

1.เลือกสินค้าที่จะนำมาขาย ในที่นี้ความหมายคือการเลือกสินค้าที่จะนำมาขายในโลกดิจิทัล ซึ่งต้องมีกระบวนการในการเลือกที่สมเหตุสมผล ยกเว้นในกรณีที่ตนเองนั้นมีสินค้า

ของคุณอยู่แล้วก็สามารถข้ามขั้นตอนนี้ไปได้เลย สินค้าที่จะเลือกมาขายก็ต้องเป็นสินค้าที่ตอบสนองความต้องการของคนใช้ให้ได้มากที่สุด มันก็คือการใส่ supply เข้าไปในตลาดโดยที่ต้องรู้ demand เสียก่อน พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มักเลือกสินค้าทางอินเทอร์เน็ตนั้นจะไม่เหมือนกับลูกค้าทั่วไปที่เน้นสินค้าจำพวกปัจจัย 4 เป็นหลัก ความแตกต่างก็คือผู้บริโภคมักจะมองหาสินค้าที่หาซื้อได้ยากหรือหาซื้อไม่ได้ทั่วไปตามท้องตลาด เช่น เครื่องสำอางแบรนด์ดังที่ราคาถูก หรือเครื่องสำอางบำรุงผิวแบบสูตรพิเศษต่างๆที่หาซื้อได้ยากๆ เมื่อมีการเลือกซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตก็จะสามารถเลือกได้หลากหลายที่โดยไม่ต้องมีใครมาคอยชี้แนะในการเลือก สินค้าที่มีการสั่งทำเฉพาะซึ่งหาซื้อได้ยากเช่นกัน ยิ่งเป็นงานฝีมือประเภท hand made ยิ่งได้รับความสนใจมากจากผู้บริโภคทั้งในประเทศและนอกประเทศ อุปกรณ์อำนวยความสะดวกภายในบ้านที่สร้างมาจาก

นวัตกรรมใหม่ๆ ก็ยังคงได้รับความสนใจเป็นอย่างมากในหมู่
แม่บ้านเพราะสรรพคุณของอุปกรณ์เหล่านี้ถูกการันตีไว้ด้วย
งานวิจัย สินค้าแฟชั่นอย่างเสื้อผ้า ทางเกง กระโปรง รองเท้า
เครื่องประดับ ก็ยังได้รับความนิยมมาอย่างต่อเนื่องที่จะหาซื้อ
กันทางสื่อดิจิทัลเหล่านี้ โดยภาพรวมแล้วจุดเด่นของการซื้อ
ขายกันบนเว็บไซต์ก็คือ สินค้า ซึ่งถ้าลองวิเคราะห์กันดูแล้วจะ
พบว่า ผู้บริโภคมักจะเปรียบเทียบสินค้าทั่วไปอยู่แล้ว โดย
หากเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ที่ผู้บริโภคจะมีการตัดสินใจซื้อสินค้า
เมื่อสินค้านั้นเป็นสินค้าชนิดเดียวกันแต่ว่าราคาถูกกว่า
ท้องตลาด แต่หากว่าเป็นสินค้าที่หาซื้อไม่ได้ทั่วไปผู้บริโภคก็
มักจะใช้การเปรียบเทียบราคากับเว็บไซต์อื่นที่มีสินค้าประเภท
เดียวกันหากที่ใดถูกกว่าก็จะเลือกจากแหล่งนั้น แต่อย่างไรก็
ตาม ราคาไม่ได้เป็นตัวกำหนดการตัดสินใจซื้อหากแต่ยังรวมไป
ถึงของแถม ส่วนลด หรือบริการด้านการส่งเพิ่มเติมอีกด้วย
ดังนั้นในเรื่องสินค้าจึงสำคัญที่สุดที่ต้องถูกนำมาพิจารณา
ก่อนเป็นอันดับแรก และเพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยรวมไว้
ด้วย แต่สิ่งที่ต้องพึงระวังไว้ให้จงหนักก็คือ คุณภาพ หาก
สินค้าที่คุณเลือกมาขายนั้นไม่ได้มาตรฐานแต่ราคาถูก ในช่วง
ต้นๆของการทำธุรกิจอาจทำผลกำไรได้สูง แต่ในระยะยาวหาก
ลูกค้าพบว่าสินค้าที่คุณนำมาขายนั้นด้วยคุณภาพ ก็จะไม่เกิด
การซื้อซ้ำอีก และก็จะบอกต่อๆกันไป จุดนี้แหละที่อันตรายกับ
ธุรกิจ เมื่อลูกค้ามีการบอกต่อๆกันในทางที่ไม่ดีเกี่ยวกับสินค้า
ของคุณ วิกฤตของธุรกิจของคุณอาจมาถึงได้ไม่ช้า

**2.หาแหล่งที่จะนำสินค้าย้ายหรือตลาดที่เอื้อ
ประโยชน์ต่อธุรกิจมากที่สุด** ในช่วงแรกของการทำธุรกิจนั้น
อย่าเพิ่งคิดมากเกินไปว่าสินค้าของคุณไม่จำเป็นต้องเน้นกลุ่ม
ลูกค้าเฉพาะ แต่ลูกค้าทั่วไปก็สามารถหาซื้อกันได้ มันเป็นส่วน
ของการกระตุ้นให้เกิดเงินหมุนเวียนในธุรกิจ ดังนั้น เน้นเจาะ
กลุ่มผู้บริโภคที่มีการใช้สินค้านั้นอยู่แล้วเป็นกลุ่มลูกค้าหลัก
ไปเลย เพื่อให้ลูกค้าได้รู้จักสินค้าของคุณ ธุรกิจของคุณ และ
ตัวคุณเองในเวลาอันรวดเร็วที่สุด นั่นก็คือตัวคุณเองนั่นแหละ
ที่จะต้องเป็นผู้กำหนดแนวโน้มของธุรกิจเองว่าจะดึงดูดลูกค้าให้
หันมาใช้สินค้าของคุณได้มากน้อยเพียงใด ในโลกดิจิทัลนั้นมี
ตลาดกลางหลายแหล่ง ตลาดย่อยอีกหลายแหล่งเช่นกัน แต่
โดยรวมแล้วจะมี 2 ประเภท คือ เสียค่าบริการ กับไม่เสีย
ค่าบริการ แบบที่เสียค่าบริการก็อาจเป็นรูปแบบการโฆษณาที่
ต้องเข้าพื้นที่โฆษณาหรือถูกหักส่วนแบ่งจากการขายสินค้า ซึ่ง

ก็ต้องแล้วแต่เงื่อนไขของแต่ละเว็บไซต์เอง และแบบที่ไม่เสีย
ค่าบริการก็ไม่ใช่ว่าจะไม่เสียเลย แต่เสียในระดับที่ต่ำมากๆ
อย่างเช่นการทำเว็บไซต์ของคุณเอง หรือการใช้สื่อต่างๆช่วย
เสริมอีกแรงไม่ว่าจะเป็น Twitter, Facebook หรือ YouTube
ก่อนตัดสินใจก็ต้องชั่งน้ำหนักให้เสียก่อนว่าคุ้มทุนไหม ซึ่ง
คุณอาจพลิกแพลงโดยการใช้สื่อทั้งสองรูปแบบผสมกันเลยก็ได้
มีเว็บไซต์ของตัวเอง พร้อมกับเข้าพื้นที่โฆษณาในเว็บไซต์อื่นๆ
ด้วยก็ยิ่งดี นำลิงคิไปวางบนสื่ออื่นๆ อย่าง Twitter,
Facebook ในการหาตลาดเพื่อซื้อขายสินค้านั้นคงต้องใช้เวลา
ซักพักหนึ่งเพื่อหาข้อมูลกันด้วย อย่าไปยึดติดกับชื่อที่ติดปาก
เท่านั้น คุณต้องเข้าไปดูกระแสตอบรับทั้งด้านบวกและด้านลบ
เพื่อเปรียบเทียบข้อมูล สังเกตดูว่ามีลูกค้าเข้าไปใช้บริการซ้ำ
หรือไม่ แล้วหลังจากนั้นจึงค่อยเลือกตลาดเหล่านั้นไว้ให้มากที่สุด
เพื่อให้ธุรกิจของคุณได้มีโอกาสก้าวหน้าได้อย่างรวดเร็ว
อีกทั้งยังได้แนวทางใหม่ๆ ได้เห็นสินค้าที่คนนิยมเพิ่มขึ้นมาอีก
ด้วย



3.การอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า ในที่นี้ก็คือ
ช่องทางการชำระเงินและการส่งสินค้าให้กับลูกค้า จึงควรมี
ช่องทางให้ลูกค้าเลือกในการชำระเงินที่หลากหลายช่องทาง วิธี
ดั้งเดิมก็คือการโอนแล้วสำเนาใบโอน แต่เป็นวิธีที่ใช้เวลามาก
วิธีการที่ยุงยาก ถ้ามีแค่การโอนเงินน่าจะปิดการขายได้ยาก แต่
ถ้าเป็นการโอนออนไลน์ก็จะสะดวกรวดเร็วขึ้นพอที่จะแก้ปัญหา
ได้ หรือจะใช้บริการรับชำระจากบัตรเครดิต บัตรเดบิตก็เป็น
ทางเลือกที่น่าสนใจเพราะระบบเหล่านี้ลูกค้าสามารถเรียกเงินคืน

ได้หากพ้นช่วงเวลาที่ได้ทำการตกลงซื้อขายกันไว้ ได้ความสบายใจกันทั้งสองฝ่าย แต่บริการเหล่านี้จะมีค่าบริการเพิ่มขึ้นมาซึ่งมักจะคิดตามยอดที่มีการซื้อขายกัน โดยทั่วๆก็ประมาณ 3% ของยอดขาย นอกจากนั้นก็เป็นเรื่องการส่งสินค้า ลูกค้านำความต้องการของดีมีคุณภาพ ราคาถูก และส่งถึงมือรวดเร็ว ลองพิจารณาว่าคุณพอจะเอื้อประโยชน์ด้านนี้ให้กับลูกค้าได้หรือไม่ ถ้าทำได้ การตัดสินใจซื้อก็จะง่ายขึ้น ที่ต้องทำคือลองเปรียบเทียบราคาค่าส่ง จากไปรษณีย์ จากบริษัทขนส่งต่างๆ หรือแม้แต่บริษัทเดินรถบางบริษัทก็มีบริการรับส่งสินค้าเช่นกัน นำค่าขนส่งมาคิดเป็นราคาทุน แล้วตั้งราคาที่คุณคิดว่าน่าจะพอใจได้หรือไม่ ลองลดต้นทุนสินค้าด้วยการซื้อเหมาว่าลดราคาได้เยอะหรือไม่ หากสามารถทำได้ก็ย่อมเป็นประโยชน์กับทั้งลูกค้าและกับธุรกิจของคุณเองด้วย



4.ธุรกิจบนโลกดิจิทัลของคุณต้องมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา ไม่ว่าคุณจะใช้บริการตลาดแบบใดก็ตาม คุณก็สามารถที่จะทำการโฆษณาสินค้าของคุณได้ การโฆษณาที่ควรจะเป็นไปในแนวการให้ความรู้ ลูกค้าที่ได้เข้ามาเยี่ยมชมในเว็บไซต์ของคุณก็จะได้อะไรใหม่ๆทุกครั้งที่เข้ามาใหม่อีกก็จะได้รับความรู้ใหม่ๆอีก ก็จะทำให้ลูกค้าเข้ามาชมบ่อยขึ้นๆ จนคุณ

สามารถทำยอดการเข้าชมเว็บไซต์ได้ จำนวนคนที่เข้ามาจะสามารถใช้เป็นตัวกระตุ้นให้ผู้สนับสนุนอยากที่จะได้พื้นที่บนเว็บไซต์ของคุณ โดยเข้ามาจับจองหรือเช่าพื้นที่บนเว็บไซต์ของคุณทำให้ได้รายได้ช่องทางหนึ่งด้วย แต่ก็ต้องมีการคัดกรองให้ดี ไม่ให้มากเกินไปเพราะจะทำให้หน้าเว็บไซต์รกโดดเด่นกว่าตัวสินค้า ลูกค้าก็เริ่มไม่อยากจะเข้ามาชมเว็บไซต์เพราะดาวโหลดหน้าเว็บยาก อีกประการหนึ่งจำไว้ว่าลูกค้าไม่ได้ต้องการเข้ามาในเว็บไซต์เพียงแค่อ่านการชื่นชมสินค้าเพียงเท่านั้น แต่ยังคงอยากได้ความรู้เกี่ยวกับข้อดีของสินค้าของคุณด้วย ซึ่งไม่ค่อยจะมีใครใส่ข้อมูลส่วนนี้ไว้เนื่องจากกลัวจะไปกระทบกับยอดขาย แต่ก็ต้องอย่างไรลูกค้าก็จะไปหาอ่านเอาจากที่อื่นอยู่ดี ซึ่งหากลูกค้าได้ความรู้ที่ไม่ถูกต้องไปโอกาสที่ลูกค้าจะหยุดการใช้สินค้านั้นก็มี ทางที่ดีคุณควรพลิกวิกฤตเป็นโอกาสเสียเลย สินค้า

ของคุณมีข้อเสียอะไรบอกให้หมด แต่เพิ่มในส่วนของบริษัทการแก้ไข หรือรับมือกับปัญหานั้นๆอย่างถูกวิธี เพียงเท่านั้นคุณก็จะยังได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าเพิ่มขึ้นไปอีก เพราะเหมือนลูกค้าได้รู้จักสินค้าของคุณในทุกแง่มุมเมื่อจะนำไปบอกต่อ ลูกค้าก็มั่นใจที่จะตอบคำถามจากเพื่อนๆได้ และก็ยังทำให้การเข้าชมเว็บไซต์เพิ่มจำนวนขึ้นอีกด้วย ประเด็นก็คือคุณต้องขยันหาอะไรใหม่ๆใส่ลงไปให้ลูกค้าได้อ่านกัน แต่หากว่าไม่มีเวลาขนาดนั้นคุณก็อาจใช้บริการของผู้ที่รับดูแลเว็บไซต์ซึ่งอาจต้องจ้างเพิ่ม หรือจะใช้บริการงานเขียนบทความที่มีอยู่ในโลก

ดิจิทัลที่สะดวกดี บอกแค่ main idea

จากนั้นก็ให้เหล่านักเขียนที่มีส่วนการเขียนที่แตกต่างกันช่วยสร้างสรรค์บทความคุณภาพไว้บนเว็บไซต์ของคุณ ระบบต่างๆในการซื้อขายก็จะดำเนินต่อไปตามครรลองของระบบ จนกระทั่งธุรกิจของคุณเลี้ยงตัวมันเองได้ เมื่อถึงจุดนี้จึงค่อยมองหาช่องทางในการขยายฐานลูกค้ากันต่อไป



SMEs ยุคใหม่ต้องใส่ใจการตลาดออนไลน์

ในยุคที่การสื่อสารขึ้นพื้นฐานอย่าง วิทยุ สื่อโทรทัศน์ เริ่มมีบทบาทและความสำคัญน้อยลง กำลังจะถูกเข้ามาแทนที่ด้วยสื่อแบบออนไลน์ซึ่งมีระยะเวลาในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารต่างได้รวดเร็วกว่า และก็มีแนวโน้มในการพัฒนาสูงขึ้นเรื่อยๆในการประยุกต์ใช้สื่อดังกล่าว การปรับตัวเข้าหาสื่อออนไลน์เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่ธุรกิจ SMEs ไม่ควรละเลยที่จะศึกษาใช้เสียเลย มีเดีย ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น ทวิตเตอร์ เฟซบุ๊ก หรือแม้กระทั่ง ยูทูป ซึ่งเป็นสื่อออนไลน์ที่มีการเข้าถึงสูงสุดด้วยการเชื่อมโยงเป็นเครือข่ายสามารถใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดได้เป็นอย่างดี แม้ว่านักธุรกิจ SMEs นั้นมักใช้เวลาส่วนมากในการนำไปบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง แต่ก็อยากให้ลองมาดูความสำคัญของสื่อเหล่านี้ดูบ้าง ในบทความนี้จะพยายามชี้ให้เห็นถึงข้อได้เปรียบของสื่อเหล่านี้ว่าสามารถต่อ

ยอดทางธุรกิจได้ไม่ยากเลย ซึ่งหากทำอย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องแล้วการก้าวนำหน้าคู่แข่งถือว่าไม่ใช่เรื่องไกลตัวทีเดียว

1. สื่อออนไลน์ ในอดีตเน้นการสื่อสารทางวิทยุ และโทรทัศน์ พுகขาดการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภคทำให้การโฆษณาผ่านสื่อเหล่านี้มีราคาที่สูงมากถึงขนาดคิดกันเป็นวันกิโลเลย บางธุรกิจที่เงินทุนหมุนเวียนไม่มีโอกาสที่จะได้ใช้บริการแบบออนไลน์อย่างธุรกิจ SMEs นี้แทบจะไม่ได้โผล่ให้เห็นในสื่อเหล่านี้เลย อัตราการเจริญเติบโตก็ต่ำ เพราะผู้บริโภคไม่มีโอกาสได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับตัวธุรกิจ แต่ในปัจจุบันที่มีสื่อออนไลน์ต่างๆเปิดตัวขึ้นมาสำหรับเจ้าของธุรกิจรุ่นใหม่ที่ยังติดตามข่าวสารต่างๆอยู่ก็มีการปรับตัวใช้ประโยชน์จากสื่อเหล่านี้ได้บ้าง แต่เจ้าของธุรกิจ SMEs ส่วนมากก็จะมีช่วงอายุ

เกินกลุ่มเป้าหมายของสื่อกันไปแล้วจึงยังยึดติดอยู่กับสื่อแบบเดิมๆ ไม่สนใจที่จะใช้สื่อออนไลน์ใหม่ๆให้เกิดประโยชน์ต่อตัวธุรกิจ ซึ่งจากการสำรวจของสหรัฐพบว่าส่วนมากผู้ที่สนใจสื่อแบบเดิมมีฐานอายุเฉลี่ยอยู่ที่ 50 ปี ในขณะที่อายุเฉลี่ยของประชากรอยู่ที่ 38 ปี ตัวเลขเหล่านี้บ่งชี้ได้ว่าในการโฆษณาผ่านสื่อแบบเดิมนั้นจะมุ่งเป้าหมายไปที่กลุ่มคนอายุ 50 ปีอย่างไร? ในขณะที่สินค้าบริการแต่ละชนิดนั้นตอบโจทย์คนแต่ละช่วงอายุไม่เท่ากันแต่เฉลี่ยแล้วก็ต้องใกล้เคียงกับอายุเฉลี่ยของประชากรนั่นเองจึงจะทำให้การโฆษณายieldได้ผลสูงสุด แล้วสินค้าหรือบริการบางประเภทล่ะ? ที่ต้องการกลุ่มเป้าหมายเป็นวัยรุ่น หากยังทำการโฆษณาในแบบเดิมผ่านสื่อแบบเดิมจะสามารถทำการตลาดได้อยู่หรือไม่? สำหรับข้อมูลของประชากรไทยนั้นตามสถาบันวิจัยประชากรและสังคมของมหาวิทยาลัยมหิดล ชี้ให้เห็นว่าประชากรในวัยแรงงาน(อายุ 15 - 59 ปี)จะยังคงมีอัตราที่มากที่สุดต่อเนื่องไปจนถึงราวๆปี 2045แต่ประชากรในวัยเด็กและสูงอายุจะเปลี่ยนแปลงไปบ้าง นั่นแสดงว่าในการมุ่งเป้าการตลาดยังคงต้องมุ่งเน้นไปที่ประชากรส่วนใหญ่อยู่นั่นเอง และสำหรับผู้นิยมการใช้สื่อออนไลน์มีช่วงอายุอยู่ที่ 18 - 49 ปี(สถิติเมื่อปี 2008 ในอนาคตช่วงตัวเลขจะกว้างขึ้น) ตัวเลขนี้ชี้ให้เห็นว่าในประเภทสื่อที่จะใช้ในการส่งผ่านข้อมูลไปยังผู้บริโภคควรเป็นข้อมูลที่ส่งไปตามสื่อออนไลน์นั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลการเข้าถึงสื่อออนไลน์ของทั้งโลกอยู่ที่ ประมาณ 1,700 ล้านคน คิดเป็น 26% และก็ยังมีความนิยมที่ตัวเลขเหล่านี้จะเพิ่มขึ้นในอัตรา 15% ต่อปี ส่วนมากแล้วผู้ใช้สื่อออนไลน์จะเป็นกลุ่มประชากรที่อยู่ในประเทศที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นในแต่ละประเทศตัวเลขเหล่านี้ก็จะไม่เท่ากัน อย่างสหรัฐมีการเข้าถึงสื่อออนไลน์ถึง 90% ประเทศอังกฤษมีการเข้าถึงสื่อออนไลน์ถึง 76% และแน่นอนว่าก็ยังคงมีแนวโน้มจะเพิ่มขึ้นอีก สื่อพื้นฐานดั้งเดิมลดสัดส่วนลงอย่างเห็นได้ชัด คาดว่าสาเหตุหนึ่งมาจากราคาที่สูงนั่นเอง เมื่อเทียบกับสื่อออนไลน์แล้วแทบจะไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆเลย จุดคุ้มทุนมองเห็นได้ชัดเจนกว่ากันเยอะ เมื่อลองมาพิจารณาตัวเลขการเข้าถึงสื่อออนไลน์ในประเทศไทยอยู่ที่ 24.4% ซึ่งเป็นตัวเลขที่น้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศที่มี GDP ระดับเดียวกัน และที่น่าสนใจกว่านั้นคือ มีเพียง 2% เท่านั้นที่ใช้การโฆษณาบนสื่อออนไลน์ นั่นแสดงว่าตลาดการโฆษณาบนสื่อออนไลน์ในไทยนั้นสดมาก หากคุณซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจ SMEs เริ่มหันมาให้ความสำคัญ

กับเรื่องนี้ คุณจะกลายเป็นผู้นำด้านธุรกิจ SMEs ที่มีการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์เจ้าแรกของไทยเลย สิ่งนี้จะเอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างมหาศาล ถ้าคุณลองนึกถึงสินค้าที่มีการโฆษณาเป็นเจ้าแรกๆก็จะติดตลาด ติดปากผู้บริโภคได้ไม่ยากอย่างผงซักฟอกก็ต้อง แพน แปอนามัยโกเด็ก อย่างนี้เป็นต้น ฉะนั้นคุณยังต้องลงมือทำอะไรอีกที่จะหันมาทำความเข้าใจการทำโฆษณาบนสื่อออนไลน์?



2. สื่อออนไลน์ที่มีการเข้าถึงมากที่สุดก็คือกลุ่ม

Social web(40% ของผู้เข้าถึงสื่อออนไลน์) อย่าง Twitter, Facebook และ Youtube ในขณะที่อันดับรองลงมาเป็น Search Engine(35% ของผู้เข้าถึงสื่อออนไลน์) ซึ่งในกลุ่ม Social web นั้นเป็นสื่อที่เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ตรงกลุ่มเป้าหมายทั้งอายุและความต้องการ และมีการเผยแพร่กันเร็วที่สุดเช่นกันเนื่องจากมีการเชื่อมโยงกันระหว่างสมาชิกไปยังสมาชิก ข่าวสารต่างๆจึงถูกส่งต่ออย่างรวดเร็ว การเชื่อมต่อกันระหว่างสมาชิกของสื่อเองไม่ได้จำกัดอยู่แค่สมาชิกที่รู้จักกัน แต่ยังเชื่อมโยงไปถึงสมาชิกอื่นที่ไม่รู้จักอีกด้วย จนกลายเป็นเครือข่ายที่ใหญ่ขึ้น จากข้อมูลของผู้ใช้ Twitter มีอายุเฉลี่ยในช่วง 25 - 54 ปีโดย 5 อันดับสูงสุดของการติดตามบน Twitter เป็นตัวบุคคลเสีย 4 อันดับ เป็นกลุ่มองค์กรเพียง 1 อันดับ แนวโน้มที่ Twitter จะถูกติดตามมากที่สุดนั้นมาจากความเคลื่อนไหวของเจ้าของ Twitter นั่นเอง

3.ตลาดออนไลน์ที่ควรเลือกใช้ การเลือกใช้สื่อออนไลน์ไม่ได้จำกัดรูปแบบชกเท่าใดนักแต่ที่นิยมกันก็จะ มี Twitter, Facebook และ Youtube หลายๆธุรกิจก็มีการใช้สื่อเหล่านี้ในการเผยแพร่กิจกรรมการตลาด รวมไปถึงใช้ในการโฆษณาสินค้าชนิดยอดขายเพิ่มขึ้น และติดตลาดไปในที่สุด และวิธีการนี้ใช้ได้ดีกับทุกระดับของธุรกิจ จะเล็ก กลางหรือใหญ่ นั้นหมายความว่าธุรกิจ SMEs ก็สามารถใช้วิธีการนี้ได้เพราะมีต้นทุนการตลาดที่ต่ำ ต่อไปลองมาดูความแตกต่างของสื่อแต่ละประเภทกัน การใช้ Twitter จะใช้การส่งผ่านข้อมูลด้วยการพิมพ์ข้อความสั้นๆ เพื่อหากกลุ่มผู้ที่มีรสนิยมแบบเดียวกัน หรือมีสิ่งที่น่าสนใจร่วมกัน เทคนิคที่ใช้สามารถใช้ในการ รักรวัค พัดต่อให้ผู้ที่ติดตามอยู่ได้ Facebook จะใช้การพิมพ์ข้อความตอบโต้กัน รูปภาพ การคอมเมนต์ กลุ่มที่ใช้ส่วนมากจะเป็นกลุ่มที่รู้จักกันอยู่แล้ว เทคนิคในการใช้โฆษณาจะใช้แพนเพจ โดยที่ผู้ใช้สามารถเลือกติดตาม สินค้า ตัวบุคคล องค์กร หรือสิ่งที่กำลังสนใจอยู่ได้ Youtube เป็นการแลกเปลี่ยนวีดิโอด้วยการ Upload วีดิโอลงไปใน กลุ่มที่เข้ามาชมจะเป็นกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องที่มีการ upload ลงไป เทคนิคที่ใช้เพื่อโฆษณาจะใช้เป็นตัวช่วยเสริมเพื่อทำให้การโฆษณามีความหลากหลายมากขึ้น ได้ธรรมชาติมากขึ้น เมื่อได้สมัครเพื่อเป็นสมาชิกของสื่อออนไลน์เหล่านี้แล้วคุณก็สามารถที่จะขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นได้ เพราะในกลุ่มสมาชิกที่มีการเชื่อมต่อกันเป็นเครือข่ายนั้นอาจมีบุคคลอื่นที่คุณไม่รู้จักแต่เป็นบุคคลที่รู้จักกับเพื่อนคุณแต่ในอนาคตก็น่าจะเป็นลูกค้าของคุณก็ได้ ซึ่งหากคุณมีความเคลื่อนไหวในสื่อของคุณตลอดสม่ำเสมอ และเป็นไปในเชิงให้ความรู้ อย่างใจที่ขายสินค้าเกินไปให้เวลาผู้บริโภคได้เข้ามาทำความรู้จักสินค้าเอง แต่ก็อย่าห่างเหินเกินไป หมายความว่าไม่เน้นขายแต่ต้องให้รู้ว่าขาย เมื่อความรู้ถูกส่งผ่านไปกระตุ้นตลาดอย่างสม่ำเสมอ บุคคลเหล่านั้นก็จะเกิดการจดจำสินค้าได้และเมื่อเขาเข้าใจในสรรพคุณสินค้าแล้วก็จะเริ่มให้ความสนใจต่อตัวสินค้าแล้วก็จะเริ่มเข้ามาติดตามข่าวสารจากสื่อของคุณเอง เมื่อมีใครมาติดตามคุณแล้วเป็นสัญญาณบ่งบอกในอีกระดับหนึ่งเลยว่าบุคคลนั้นมีความเชื่อมั่นในตัวสินค้าของคุณแล้ว คุณสามารถที่จะให้รายละเอียดเชิงลึกกับพวกเขาได้แล้วเพื่อกระตุ้นให้เขาเหล่านั้นอยากได้สินค้ามาขึ้นจนนำไปสู่การปิดการขายในที่สุด หลังจากนั้นก็พยายามส่งข้อมูลข่าวสารและติดตามผลจากการใช้สินค้า

จากลูกค้าด้วยเพื่อให้ลูกค้ายังมีความเชื่อมั่นในเรื่องการบริการ หลังการขายเพิ่มขึ้น อีกทั้งเป็นกระแสจะสะท้อนในกรณีที่คุณมีข้อที่ถูกต้องมาแก้ไขปรับปรุงให้ดีขึ้นต่อไป ข้อมูลที่น่าสนใจอีกอย่างหนึ่งของสื่อออนไลน์ทั้งสามแบบนี้คือ อันดับของผู้ติดตามสูงสุด 5 อันดับแรกของโลก สำหรับ Twitter 3 ใน 5 อันดับที่มีผู้ติดตามมากที่สุดเป็นองค์กรข่าว สำหรับ Facebook 4 ใน 5 อันดับที่มีผู้ติดตามมากที่สุดเป็นกลุ่มเครื่องดื่มและอาหาร และ YouTube อันดับที่มีผู้ติดตามมากที่สุดเป็นเพลงและสื่อออนไลน์



ในการส่งข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า SMEs นั้นสิ่งที่คุณต้องคำนึงถึงก็คือการให้ข้อมูลที่มีการอัปเดตใหม่อยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สื่อมีความเคลื่อนไหวตลอดเวลา ให้ข้อมูลที่มีประสิทธิภาพไปเรื่อยๆ ซึ่งสื่อเหล่านี้ก็เหมือนเป็นการโฆษณาแบบปากต่อปากเช่นกัน ลองพิจารณาดูว่าหลังจากคุณได้มีการอัปเดตข้อมูลลงไป ภายใน 5 นาทีจะมีการกล่าวถึงบน Twitter ภายใน 15 นาทีจะมีการรีทวีตบน Twitter ภายใน 1 ชั่วโมงหากสิ่งที่คุณอัปเดตลงไปแล้วมีความน่าสนใจมันจะไปปรากฏบน Google ภายใน 3 ชั่วโมงจะมีการกล่าวถึงในสื่อวิทยุ ภายใน 6 ชั่วโมงจะมีการเผยแพร่ไปทางสื่อโทรทัศน์ และภายใน 12 ชั่วโมงจะมีการลงข่าวในหน้าหนังสือพิมพ์ จะเห็นได้ว่าสื่อออนไลน์นั้นมีความรวดเร็วในการส่งผ่านข้อมูลมากกว่าสื่อพื้นฐานดั้งเดิมหลายเท่า ความสะดวกสบายในการส่งข่าวสารก็ง่ายดายนกว่า และยังมีต้นทุนที่ต่ำกว่าด้วย แล้วมีเหตุผลใดที่คุณจะไม่ใช้สื่อออนไลน์ในการทำการตลาดของธุรกิจ SME



โซเชียล มีเดียมาร์เก็ตติ้ง การตลาดที่ไม่ควรละเลย

โซเชียล มีเดีย นั้นมีหน้าที่เป็นเครื่องยนต์หลักในการขับเคลื่อนการตลาดออนไลน์ ในยุคดิจิทัล ทั้งยังเป็นสื่อกลางชั้นดีที่บรรดานักธุรกิจ SMEs นิยมนำมาเสริมทัพขับเคลื่อนธุรกิจให้ก้าวไกลก้าวกระโดดเป็นกอบเป็นกำอย่างสนุกสนาน อีกทั้งโซเชียล มีเดีย นั้นยังสามารถเป็นตัวช่วยในการขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นได้ง่ายและรวดเร็วกว่าสื่ออื่นๆหลายเท่าตัว ฐานลูกค้าที่กว้างขึ้น ใหญ่ขึ้นก็คือรากฐานของธุรกิจที่สามารถจะต่อยอดออกไปได้โดยง่าย ลองมาดูกันว่าโซเชียล มีเดีย มาร์เก็ตติ้ง คืออะไร มีข้อดี และข้อควรระวังในการใช้อย่างไร และรวมไปถึงเทคนิคต่างๆ เคล็ดลับเด็ดๆ ที่สามารถนำไปใช้ได้ทันทีกับธุรกิจของคุณกัน

โซเชียล มีเดีย (Social Media) คืออะไร? โซเชียล (Social) คือ สังคม มีเดีย (Media) คือ สื่อ หรือเครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร เมื่อนำมารวมกันคือ โซเชียล มีเดีย(Social Media) จะหมายถึงการแบ่งปันเนื้อหาเรื่องราวทั้งข้อมูล รูปภาพ วิดีโอ ในสังคมออนไลน์ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดสังคมแห่ง

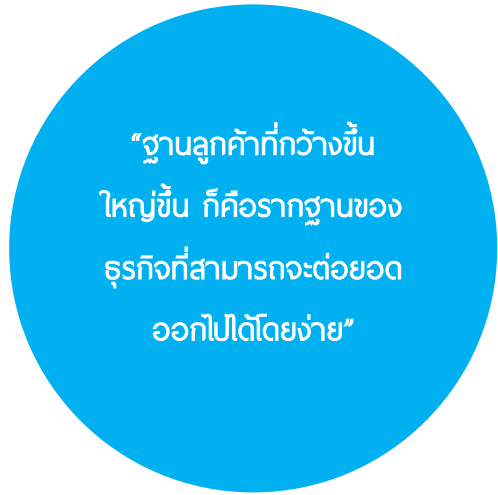
การแบ่งปันร่วมกันเป็นกลุ่มตามความชอบ ธรรมเนียมของแต่ละกลุ่มโซเชียลมีเดียถือเป็นวิธีการสื่อสารแบบ 2 ทาง(two ways communication) ซึ่งสามารถตอบโต้กันได้ระหว่าง 2 ฝ่ายนั้น ทำให้การสื่อสารด้วยสื่อประเภทนี้ได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้นมาก และด้วยความหลากหลายของสื่อโซเชียลมีเดีย ทำให้ผู้ใช้บริการมีทางเลือกในการสื่อสารที่หลากหลาย เลือกใช้ได้เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ของตนเอง ลองพิจารณาสิ่งต่างๆ เหล่านี้ คือ กลุ่มของช่องทางสื่อสารด้วยโซเชียลมีเดีย อย่าง วิดีโอมีเดีย เว็บไซต์ต่างๆที่สามารถโพสต์ข้อมูลข่าวสาร บล็อกที่ใช้แสดงความคิดเห็น YouTube ที่ใช้แบ่งปันวิดีโอ รูปภาพ ดนตรี ฯ โปรแกรมสนทนาออนไลน์ สื่อโซเชียลมีเดียมีการใช้กันมานานมากแล้วและมีวิวัฒนาการมาเป็นลำดับตามยุคตามสมัย ตั้งแต่การมีการสื่อสารทางโทรศัพท์, วิทยุ, โทรทัศน์, world wide web, ICQ, Messengers มาจนถึง Friendster, Myspace และ Facebook ตามลำดับ จนกระทั่งผ่านมาถึงยุคของ Twitter, Instagram ในที่สุด และจนถึงทุกวันนี้แนวโน้มของ

วิวัฒนาการเหล่านี้ก็ยังไม่สิ้นสุด ผู้คนเริ่มเปิดเผยตัวตนมากขึ้น มีการใช้โซเชียลมีเดียตามเว็บต่างๆ หลากหลายมากขึ้น ขณะนี้เริ่มมีการนำเทคโนโลยีเสมือนจริง (Virtual Reality) มาใช้กันมากขึ้น ความสมจริงและสะดวกรวดเร็วจะทำให้ผู้คนหันมาใช้บริการสื่อโซเชียลมีเดียกันมากขึ้นเรื่อยๆ

ผลเชิงบวกของโซเชียล มีเดีย ผลที่เกิดจากการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย สามารถทำให้เกิดผลดีทั้งทางบวกและทางลบ ลองมาพิจารณาผลทางบวกกันดูก่อน การใช้สื่อโซเชียลมีเดียทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในโฆษณาและการตลาด การโฆษณา และการตลาดจะปรับเปลี่ยนรูปแบบไปตามสื่อ รายละเอียดในแต่ละสินค้าจะมีความละเอียดมากขึ้น เนื่องจากต้นทุนในการโฆษณาลดลง จึงสามารถทุ่มงบประมาณไปให้ในส่วนของตัวเองสินค้ามากขึ้น ระบบการตลาดจะเปิดกว้างมากขึ้น เนื่องจากในกลุ่มผู้ใช้บริการจะมีกลุ่มเพื่อนหรือผู้ติดตามอยู่แล้ว เมื่อมีการนำเสนอสินค้าก็จะทำให้กลุ่มผู้ติดตามเหล่านั้นได้รับทราบข่าวสารไปด้วย การส่งผ่านข้อมูลจึงเป็นไปอย่างรวดเร็ว การประชาสัมพันธ์เปลี่ยนไป รูปแบบการประชาสัมพันธ์จะมีความหลากหลายมากขึ้นทำให้ผู้รับข่าวสารไม่เกิดความเบื่อหน่ายในการรับข่าวสาร ระบบสื่อสารมวลชนที่เปลี่ยนไปสามารถใช้ประโยชน์ในการทำงานหรือสมัครงานผ่านโซเชียลมีเดีย จากสถิติแล้วมีการใช้ช่วยผ่านโซเชียล มีเดีย เพิ่มขึ้นทุกๆปี จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการหันมาใช้สื่อโซเชียล มีเดีย สำหรับการทำการตลาดในยุคใหม่

ผลเชิงลบของโซเชียลมีเดีย ผู้ที่ใช้สื่อโซเชียล มีเดีย อาจมีการใช้เวลาส่วนมากไปซึ่งเกินความจำเป็น เช่น มีการเลือกซื้อสินค้าชักชวนอย่างเช่น กระเป๋า ซึ่งหากผู้บริโภคมีความต้องการในการใช้ประโยชน์จริงอาจใช้เวลาในการเลือกซื้อหากันเพียง ครั้งถึงหนึ่งชั่วโมงเท่านั้น แต่หากเป็นการเลือกในสื่อโซเชียล มีเดียอาจต้องใช้เวลาในการเลือก วิเคราะห์ เปรียบเทียบราคา โดยรวมแล้วอาจกินเวลาอย่างน้อยทั้งวันเลยก็ทีเดียว ผลที่ตามมาคือกิจกรรมอย่างอื่นก็อาจต้องเสียไป เพราะใช้เวลาในการใช้สื่อโซเชียล มีเดีย มากจนเกินไป มีการใช้สื่อโซเชียล มีเดีย ในช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสม ผู้ที่เข้าใช้สื่อโซเชียล มีเดีย บางส่วนไม่ค่อยเลือกเวลาในการเข้าหาข้อมูลกัน ผลกระทบจึงไปตกอยู่ที่หน่วยงานหรือองค์กรที่ผู้ใช้สื่อออนไลน์นั้นอาศัยทำงานอยู่ หรือเรียนอยู่ เพราะใช้เวลาในการหาข้อมูลข่าวสาร

ของตัวเอง ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่ควรทำ หรือแม้กระทั่งในขณะขับรถ ขอดยานพาหนะซึ่งอาจก่อให้เกิดอุบัติเหตุขึ้นได้ ก่อให้เกิดความเสียหายกับบุคคลอื่นตามไปด้วย ประเด็นต่อมาก็คือ การใช้ถ้อยคำที่ไม่เหมาะสม ส่วนมากแล้วผู้ที่ใช้สื่อเหล่านี้มักใช้ถ้อยคำที่ไม่เป็นทางการ จนบางครั้งอาจกลายเป็นคำพูดที่ไม่เหมาะสม



ลูกค้าบางรายอาจ sensitive กับเรื่องการใช้ภาษาจนไม่อยากเข้ามาใช้บริการหาข่าวสารจากเว็บไซต์สินค้าของคุณก็ได้ ซึ่งหากเป็นอย่างนี้ย่อมไม่เกิดผลดีกับธุรกิจของคุณเป็นแน่แท้ และประเด็นที่ทำให้เกิดปัญหาอย่างมากก็คือ การใช้ภาษาที่ไม่เหมาะสม หรือใช้เป็นแหล่งระบายอารมณ์ต่างๆ ซึ่งบางครั้งอาจไปกระทบกระทั่งกับบุคคลอื่นได้ ซึ่งหากอีกฝ่ายไม่ยอมความกัน ก็จะกลายเป็นประเด็นที่ทำให้เกิดการทะเลาะเบาะแว้งกันต่อไปได้ และหลังจากได้ทราบข้อดีและข้อเสียเกี่ยวกับการใช้สื่อโซเชียล มีเดียกันไปแล้วก็ควรนำไปใช้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้สื่อให้ถูกต้องเหมาะสมกันไป จากนี้ลองมาดูตัวอย่างเทคนิคการนำสื่อโซเชียลมีเดียไปใช้เพื่อการโฆษณา หรือขยายฐานลูกค้า สำหรับธุรกิจกันดูบ้าง

การใช้ Facebook เพื่อดึงดูดให้คนสนใจติดตามข่าวสารของธุรกิจตัวเอง องค์กรของตัวเอง การใช้ Facebook เพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองนั้นจะต้องมองหาแนวทางที่เหมาะสมกับตัวคุณเอง เหมาะสมกับผู้ที่กำลังติดตามคุณ โดยเฉพาะเรื่องการใช้ภาษาที่สุภาพเหมาะสม การจะขายสินค้าต้องรู้จักลูกค้า ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับไลฟ์สไตล์ของลูกค้ามากกว่าการพยายามขายสินค้า เพราะหาก

คุณรู้ซึ้งที่ลูกค้าสนใจคุณก็สามารถจะโยงเอาตัวสินค้าเข้าหา
ได้ ลูกค้าก็จะเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น นำเสนอโปรโม
ชันให้ลูกค้าได้รับทราบสม่ำเสมอ หรืออาจเปิดโอกาสให้ลูกค้าได้
นำเสนอโปรโมชันบ้างเป็นครั้งคราว ลูกค้าจะรู้สึกว่ามี
ความสำคัญต่อธุรกิจคุณ เค้าก็จะเกิดความรักและผูกพันกับ
ธุรกิจคุณไปด้วย กล้าที่จะแสดงความคิดเห็นต่อสินค้ามากขึ้น
ซึ่งจะเป็นผลดีต่อธุรกิจของคุณเอง พยายามตอบทุกปัญหา
ของลูกค้าหรืออาจทำสิ่งดีๆ เพื่อตอบปัญหาโดยเฉพาะเลยก็ได้
ลูกค้าที่ใช้สินค้าอยู่แล้วก็จะมุ่งไปยังส่วนของข้อมูลเหล่านี้ได้เลย
โดยไม่ต้องเสียเวลา หน้าFacebook ควรมีการ Tag รูปอธิบาย
เหตุการณ์สั้นๆ เพื่อให้หน้าเพจมีความเคลื่อนไหวอยู่
ตลอดเวลา มีการวางแผนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบเสมอ
พร้อมสำหรับการปรับปรุงในทุกข้อปัญหา



สิ่งที่ต้องระวังก็คือการโพสต์สิ่งต่างๆนั้น ควรโพสต์
แต่สิ่งที่ก่อให้เกิดประโยชน์มากกว่าการนำเสนอวิถีชีวิตของ
ตัวเอง ไม่โพสต์แสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมออกไป เช่น ดื่ม
เหล้า ภาพเปลือย การไปเที่ยวตามสถานบันเทิงแล้วนำภาพลง
ในหน้าเพจ เพราะจะทำให้กระทบต่อความเชื่อมั่นของลูกค้าต่อ

ธุรกิจของคุณ เลี่ยงการโพสต์ในทางลบ ไม่ว่ากับคู่แข่งหรือ
แม้กระทั่งองค์กรของตัวเองก็ตาม แม้ว่าคุณจะไม่หว
บหน้าเพจจะมีความสำคัญแต่ควรให้เลือกให้สินค้าคุณมีการ
เคลื่อนไหวดีกว่าการนำเสนอความเคลื่อนไหวของตัวเองซึ่ง
อาจส่งผลร้ายมากกว่าผลดี

โดยสรุปก็คือ โซเชียล มีเดีย เป็นเครื่องมือในการ
รับส่งข้อมูลข่าวสารที่ทรงอำนาจทั้งประสิทธิภาพและความ
รวดเร็ว แต่สิ่งที่มีประโยชน์มากก็ย่อมมีโทษมากเช่นกัน เมื่อได้
เรียนรู้ผลเสียที่อาจเกิดขึ้นได้จากการใช้โซเชียล มีเดีย แล้วก็
ควรระวังป้องกันมิให้ใช้สื่อไปโดยก่อให้เกิดโทษไม่ทั้งตนเอง
หรือผู้อื่นก็ตาม การใช้สื่อควรเลือกใช้เพื่อก่อให้เกิดประโยชน์
เท่านั้น อย่าก่อให้เกิดความเดือดร้อนวุ่นวาย แล้วก็การใช้สื่อ
โซเชียล มีเดีย ก็จะอยู่ในกำมือคุณ พร้อมกับสร้างธุรกิจของ
คุณได้อย่างมั่นคงต่อไป แต่หลักการหรือกลยุทธ์ต่างๆที่ให้ได้
ข้างต้นนั้นเป็นเพียงแค่แนวทางในการนำไปปฏิบัติเท่านั้น เมื่อมี
การนำไปใช้จริงๆก็ต้องเกิดปัญหาบ้าง จึงต้องใช้ความยืดหยุ่น
ในการแก้ปัญหาจากคุณซึ่งเป็นเจ้าของธุรกิจ การแก้ปัญหาจะ
ทำให้มีประสิทธิภาพหรือไม่ก็ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ใช้เอง
และประสบการณ์ดังกล่าวนั้นจะเกิดขึ้นได้ต้องผ่านอุปสรรค
ต่างๆจนวิธีการแก้ปัญหานั้นกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตการทำ
ธุรกิจ ซึ่งผู้ที่ประสบความสำเร็จส่วนมากเส้นทางในการทำธุรกิจ
ก็ไม่ได้โรยโรยด้วยกลีบกุหลาบ ต่างก็ผ่านความยากลำบาก
ทุกข์ทรมานมาเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่งจนสามารถที่จะหาแนว
ทางการทำธุรกิจที่เหมาะสมกับตัวเองจนในที่สุดก็ยืนหยัดขึ้นมา
ได้ คนส่วนมากยอมแพ้ไปก่อนถึงที่ปัญหาเหล่านั้นพวกเขา
สามารถแก้ไขได้ แต่ก็มีคนจำนวนไม่น้อยที่ผ่านจุดที่ยากลำบาก
มาได้และบรรลุเป้าหมายชีวิตได้ เมื่อถึงจุดที่คุณจะต้องเลือกว่า
จะลงมือกับธุรกิจอย่างจริงจังแล้วละก็คุณก็ควรเตรียมใจไว้ให้
พร้อมสำหรับการเผชิญกับทุกสิ่งแต่ก็ไม่ควรจะมีมัวตัดสินใจอยู่
ให้เสียเวลาเพราะมีเจ้าของธุรกิจอีกจำนวนมากที่เริ่มเข้าใจ
หลักการใช้โซเชียล มีเดียในการทำตลาดแล้ว แล้วคุณ
ล่ะ? พร้อมจะเริ่มต้นหรือยัง?



เทคนิคการเผยแพร่กิจกรรมทางการตลาดสู่โลกโซเชียลมีเดีย

การขยายตัวอย่างรวดเร็วของโลกโซเชียลมีเดียในปัจจุบัน เหตุผลหลักๆจะมาจากขอบเขตในการสื่อสารที่มั่งคั่งมาก จนกลายเป็นแนวทางในการเผยแพร่กิจกรรมทางการตลาดที่ได้รับความนิยมสูงขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการจัดกิจกรรมทางการตลาดสามารถช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคมีความต้องการในสินค้าหรือบริการมากขึ้น อีกทั้งยังช่วยในการเร่งการตัดสินใจในการซื้อให้เร็วขึ้นได้ด้วย ดังนั้นการเผยแพร่กิจกรรมทางการตลาดอย่างสม่ำเสมอจะเป็นตัวกระตุ้นให้ธุรกิจเกิดการหมุนเวียนได้ดียิ่งขึ้น

กิจกรรมทางการตลาด (Event Marketing) เป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ใช้กระตุ้นตลาดผู้บริโภคให้ตื่นตัวและเป็นการทดสอบพฤติกรรมผู้บริโภคด้วยว่ามีการเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยเพียงใด และเปลี่ยนแปลงไปในแนวทางใด โดยปัจจุบันนี้กลุ่มผู้บริโภคมีรสนิยม กิจกรรมที่ชื่นชอบ การเลือกซื้อ ที่ค่อนข้าง

แตกต่างกัน การจัดกิจกรรมทางการตลาดจึงต้องมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้ทั่วถึงทุกกลุ่ม แต่การจัดกิจกรรมทางการตลาดให้โดดเด่นและน่าสนใจเป็นสิ่งที่ทำได้ยากยิ่ง จึงจำเป็นจะต้องเข้าใจหลักการตลาดเชิงกิจกรรมให้มากขึ้นก่อน ดังนั้นการจัดกิจกรรมทางการตลาดก็คือการตลาดเชิงกิจกรรมที่ใช้เป็นเครื่องมือทางการตลาดในรูปแบบของกิจกรรมเพื่อส่งผ่านรูปแบบกิจกรรมนั้นไปยังกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ จะใช้รูปแบบการจัดสัมมนา การจัดนิทรรศการ การจัดการประกวด การจัดการสาธิตสินค้า ฯ ซึ่งรูปแบบที่เหมาะสมนั้นไม่ได้กำหนดตายตัวแต่ขึ้นอยู่กับว่าหน่วยงานแต่ละแห่งนั้นจะเลือกใช้รูปแบบใด เพียงแต่มีจุดประสงค์เดียวกันก็คือเพิ่มยอดขาย สร้างความเชื่อมั่น สาธิตสินค้าใหม่ สร้างความน่าสนใจ และแน่นอนว่าเมื่อมีการจัดกิจกรรมทางการตลาดแล้วจะต้องส่งผลดีต่อสินค้าในระยะยาวต่อไป การทำการตลาดเชิงกิจกรรมให้ได้ผลดีจะต้อง

จัดทำควบคู่ไปกับการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม และแตกต่างกับคู่แข่ง

กิจกรรมการตลาดมีข้อดีหลายประการ ประการแรกคือเป็นกิจกรรมที่สามารถเผยแพร่ไปในสื่อต่างๆได้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ นอกเหนือไปจากค่าจัดกิจกรรมแล้ว ดังนั้นในขณะที่จัดกิจกรรมก็ควรมีการบันทึกภาพทั้งภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว เก็บรวบรวมไว้เพื่อใช้ในการเผยแพร่บนสื่อออนไลน์ต่อไป การทยอยนำข้อมูลส่งผ่านไปตามโซเชียลมีเดียมีข้อดีเปรียบก็คือทำให้สินค้าดูมีเรื่องราว ดังนั้นควรลำดับให้ได้ว่าต้องการให้ข้อมูลทางด้านใดส่งผ่านไปก่อน หลังจากนั้นก็เพิ่มเรื่องราวโดยการลงข้อมูลข่าวสารใหม่ที่ต้องเนื่องกับข้อมูลเดิมทำให้ลูกค้า หรือผู้ที่สนใจเมื่อมีการรับข้อมูลแล้วเกิดความสนใจขึ้นมากก็จะติดตามกลับไปอ่านหรือหาข้อมูลจากข้อมูลเดิมต่อไปได้ ประการที่สองคือการจัดกิจกรรมสามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าได้ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่สนใจเมื่อทราบข่าวการจัดงานกิจกรรมทางการตลาดก็จะทำการเลือกสรรงานที่จะเข้าร่วมอยู่แล้ว ดังนั้นลูกค้ากลุ่มที่เข้าร่วมกิจกรรมทางการตลาดเป็นกลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในสินค้าอยู่บ้างแล้ว อีกทั้งยังเป็นการเปิดโอกาสให้กับลูกค้าใหม่ๆที่ยังไม่รู้จักสินค้าได้รู้จักมากขึ้นซึ่งในอนาคตก็อาจเปลี่ยนมาเป็นลูกค้าได้ หรือลูกค้าเดิมก็จะมี ความเชื่อมั่นมากขึ้นอีก เป็นผลดีไม่ว่าจะทางใดทั้งสิ้น ข้อดีเปรียบอีกประการหนึ่งคือหากกิจกรรมที่คุณได้จัดขึ้นนั้นเป็นกิจกรรมที่มีคุณภาพ ไม่ว่าจะสื่อต่างๆเช่นสื่อโทรทัศน์อาจเข้ามาเก็บภาพการจัดกิจกรรมต่างๆนั้นไว้เพื่อนำเสนอต่อไปก็ได้ ก็เท่ากับว่าคุณก็ได้ใช้บริการสื่อทางโทรทัศน์ โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายซักรายเดียว และเทคนิคในการดึงดูดเหล่าสื่อมวลชนให้อยากเข้ามาทำข่าวก็คือกิจกรรมของคุณต้องแปลกใหม่ คือเป็นรูปแบบงานที่เป็นเอกลักษณ์ของคุณเองไม่ได้เลียนแบบมาจากงานใด ความแปลกใหม่จะเป็นตัวดึงดูดให้เหล่าสื่อมวลชนเข้ามาทำข่าวเอง การจัดงานต้องยิ่งใหญ่ โดยการให้มีผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วมมากๆ หรืออาจมีการเชิญผู้ที่มีชื่อเสียงมาเข้าร่วมเพื่อดึงดูดลูกค้าและสื่อมวลชน

การใช้กลยุทธ์ในการจัดกิจกรรมทางการตลาดนี้เหมือนดาบสองคม คือจัดดีก็รุ่ง จัดแยกรั่ว และอาจต้องเสียงบไปอย่างสูญเปล่าก็ได้ถ้าไม่มีการวางแผนที่ดี ตัวที่ใช้เป็นข้อกำหนดรูปแบบกิจกรรมก็คือวัตถุประสงค์ของงาน โดย

วัตถุประสงค์ที่จะกำหนดขึ้นนั้นก็สามารถหาข้อมูลต่างๆกันก่อนได้ เช่น พิจารณาสถานการณ์การตลาด ณ ขณะนั้นด้วยเมื่อจะจัดกิจกรรมการตลาดนั้นธุรกิจคุณมีสถานะอย่างไร ครอบครองตลาดอยู่? เป็นสินค้าใหม่? เป็นสินค้าเดิม? ถ้าเป็นสินค้าใหม่ก็ควรมีบุรุษให้ทดลองสินค้ากันด้วย ถ้าเป็นสินค้าเก่าก็ควรมีบุรุษให้คำปรึกษาสำหรับกรณีของลูกค้าพบปัญหาจากสินค้าได้มาบอกเล่าปัญหานั้นให้ได้ฟังซึ่งจะได้ประโยชน์กันทั้งสองฝ่าย ลูกค้าก็จะได้รับความรู้ที่ถูกต้องกลับไปและเชื่อมั่นในสินค้ามากยิ่งขึ้น เจ้าของธุรกิจก็จะได้หาแนวทางการแก้ปัญหาที่ต่อไปในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประเด็นต่อมาก็คือแบรนด์ของคุณติดตลาดหรือยัง หากติดตลาดแล้วก็สามารถที่จะจัดงานอย่าง ยิ่งใหญ่ได้เลยเพราะมีผู้มาร่วมงานเป็นจำนวนมากอย่างแน่นอน



แต่หากยังไม่ติดตลาดการจัดงานก็ควรให้ผู้มาร่วมงานได้มีส่วนร่วมมากขึ้น พร้อมกันนั้นก็ต้องกระตุ้นให้ลูกค้าอยากเข้ามาร่วมงานด้วยวิธีเชิญผู้มีชื่อเสียง หรือดารา มาร่วมกิจกรรมเพื่อใช้เป็นจุดขายก็ได้ ประเด็นถัดมาก็ต้องเป็นเรื่องของสถานที่ คุณจะต้องวิเคราะห์ว่าสินค้าของคุณนั้นเหมาะกับการจัดงานในสถานที่ลักษณะใด indoor หรือ outdoor การศึกษาข้อมูลคู่แข่งทางการค้าก็มีประโยชน์ คุณจะต้องทราบว่าคู่แข่งของคุณมีการจัดงานในลักษณะใดบ้าง เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลว่างานของคุณต้องไม่ซ้ำกับคู่แข่ง และวิธีการทำให้เหนือกว่าคู่แข่งควรเสริมในเรื่องใดอีกบ้าง รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง อย่ากลัวเสียเวลาหาข้อมูลมากยิ่งดี และที่ลืมไม่ได้ก็คือการศึกษาแนวโน้มของพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป



การสร้างจุดเด่นให้สินค้า

เมื่อคุณตัดสินใจจะเริ่มธุรกิจโดยเฉพาะธุรกิจออนไลน์ซึ่งมีสินค้าหลากหลายชนิด จากหลายเจ้าของธุรกิจ มันเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เลยที่จะมีสินค้าชนิดเดียวกับคุณ หรือใกล้เคียงกัน เมื่อ demand มีปริมาณเท่าเดิมแต่ supply มีเพิ่มขึ้นทำให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดถูกกระจายไปยังธุรกิจแบบเดียวกันมากขึ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นนี้จึงเป็นตัวกระตุ้นให้ผู้ที่ธุรกิจต้องมีการหากลยุทธ์การขายใหม่ๆ เพื่อล่อใจลูกค้า และอีกเหตุผลหนึ่งก็คือในขณะที่คุณทำธุรกิจมาจนถึงจุดที่เรียกว่าอิ่มตัวแล้ว อย่างเช่นยอดขายก็ไม่ได้เพิ่มหรือลดมากนัก คุณก็ควรจะหันมาให้ความสนใจว่าตัวสินค้าของคุณจะดึงอะไรมานำเสนอใหม่ได้บ้าง เพื่อสร้างความได้เปรียบให้กับสินค้าของคุณเอง การสร้างจุดเด่นให้สินค้าจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญอย่างหนึ่งที่คุณควรเอามาใช้

1.ลดราคาบ้างเพื่อกระตุ้นยอดขาย การกำหนดราคาสินค้าในช่วงแรกๆนั้นก็เกินไปตามกลไกตลาดราคาสินค้าชนิดเดียวกันอาจไม่แตกต่างกันมากมายเพื่อหลีกเลี่ยงการปะทะกันระหว่างคู่แข่งทางการค้า สร้างมิตรดีกว่าสร้างศัตรูนะ! ทำไรที่เกิดขึ้นนั้นมาจากความพยายามในการลดต้นทุนของคุณเอง จำไว้เสมอว่าลูกค้าจะตัดสินใจซื้อของออนไลน์ก็ต่อเมื่อสินค้านั้นราคาต่ำกว่าท้องตลาด นั่นหมายถึงรวมค่าขนส่งแล้วคุณต้องพยายามกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจที่จะเลือกซื้อสินค้าจากคุณ และการกระตุ้นที่ดีที่สุดก็คือการลดราคา! แต่ไม่ใช่การลดราคาแบบพรวดพราด หรือลดอยู่ตลอดเปิดตลอดชาติ หากแต่เป็นการจัดช่วงลดราคาสำหรับสินค้าที่คงเหลือในปริมาณมากเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้าชนิดนั้น แม้ว่าจะได้กำไรน้อยลงชักรวดแต่มันคุ้มค่าตรงเครดิตของคุณในการจะซื้อสินค้าล็อตต่อไปมาลง คุณอาจได้ส่วนลดมากขึ้น หรือมีใครทำให้เครดิตของมาก่อน เนื่องจากคุณสามารถกระจายสินค้าได้เร็ว พยายามย่อ

พยายามเอาใจคุณไว้อย่างแน่นอน ใจเย็นๆมองผลในระยะยาวไว้ เมื่อกระดุนสินค้าชนิดหนึ่งเป็นระยะเวลาหนึ่งแล้วก็ให้หมุนเวียนไปยังสินค้าชนิดอื่นบ้างเพื่อกระดุนยอดขายเช่นกัน การลดราคาก็ยังรวมถึงฟรีค่าขนส่งก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ของการลดราคา คุณลองนึกดูเอาว่าในมุมมองของลูกค้ามันเมื่อเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของคุณแต่ละครั้งก็จะมีโปรโมชั่นลดราคาสินค้าชนิดหนึ่ง ก็ตั้งใจไว้ว่าจะซื้อ แต่เมื่อเข้ามาคราวต่อไปปรากฏว่าโปรโมชั่นเปลี่ยนเป็นสินค้าอีกชนิดไปแล้ว ลูกค้าจะเกิดความเสียตายน่าจะรับซื้อตอนลดราคา และแน่นอนว่าหากมีโปรโมชั่นต่อไปที่ลูกค้าสนใจเค้าจะรับซื้อไว้อีกก่อนเลยแม้ว่าจะยังไม่ได้ใช้ก็ตาม บางทีการทำธุรกิจให้มีความยั่งยืนก็ต้องอาศัยจังหวะและเวลาเพราะการค้าขายผู้ตัดสินใจซื้อไม่ใช่คุณซึ่งเป็นผู้ขาย การทำความเข้าใจผู้ซื้อเป็นเรื่องที่ควรทำอย่างเร่งเร้าในการขายเกินไป

2. ขายจุดที่เป็นข้อได้เปรียบ หากสินค้าของคุณมีจุดเด่นที่เหนือกว่าคู่แข่งแล้วละก็จงนำเสนอมันซะ ไม่ว่าจะเป็นถนนกว่า ใช้นานกว่า ประสิทธิภาพสูงกว่า เห็นผลเร็วกว่า อย่างนี้เป็นต้น สิ่งเล็กๆน้อยๆเหล่านี้แหละที่จะเป็นตัวกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ลูกค้าที่มีความสนใจในสินค้าประเภทเดียวกันนั้นย่อมต้องเคยใช้สินค้ามาบ้าง เค้าจะรู้ได้ทันทีว่าข้อได้เปรียบที่คุณนำเสนอไว้นั้นมันทำให้ลูกค้าได้ประโยชน์เพิ่มขึ้นจริงหรือไม่ ยกตัวอย่างเช่น คุณมีสินค้าเป็นรองเท้ายี่ห้อหนึ่งซึ่งใช้สำหรับวิ่ง จุดเด่นของสินค้าคุณก็อาจจะวิ่ง ร่นน้อออกมาเพื่อป้องกันการกระแทกเป็นพิเศษทำให้ลดอาการบาดเจ็บที่เข้าได้ มีผลการวิจัยรับรองและทดสอบแล้วว่าลดการกระแทกได้ถึง 30% อย่างนี้เป็นต้น ลูกค้าที่เป็นนักวิ่งและใช้รองเท้าวิ่งอยู่เป็นประจำจะเข้าใจได้ทันทีว่ารองเท้ารุ่นนี้มีประโยชน์กับเขานะ เพราะในขณะที่วิ่งเขาจะรู้สึกได้ถึงแรงกระแทกทำให้เกิดอาการบาดเจ็บที่เข่าจริง ก็จะเกิดความสนใจอยากลองสินค้านี้ดูบ้าง เมื่อคุณเป็นผู้ขายนอกจากต้องเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคแล้วคุณยังต้องเข้าใจปัญหาที่เกิดจากการใช้สินค้านั้นด้วย เพราะนี่เป็นช่องว่างสำคัญในการสรรหาสินค้าที่ตอบโจทย์ให้ลูกค้าได้มากขึ้น ลูกค้าจะสัมผัสได้ทันทีว่าคุณมีความเอาใจใส่ต่อลูกค้าและสินค้า ความเชื่อมั่นก็จะเกิดกับธุรกิจของคุณอย่างแน่นอน

3. ให้ลูกค้าได้ลองสินค้าตัวอย่างบ้าง หากสินค้าของคุณมีประสิทธิภาพที่ดีแล้วก็ควรมีการจัดสรรส่วนหนึ่งไว้สำหรับล่อใจลูกค้า สินค้าที่ลูกค้าเคยใช้มาแล้วมีความชื่นชอบอยู่แล้วหากอยากให้ลูกค้าหันมาลองสินค้าใหม่ๆบ้างก็ต้องมีการนำเสนอสินค้านั้นให้ลูกค้าได้ลองใช้กัน และเชื่อได้แน่ว่าหากสินค้าที่คุณเลือกมานั้นมีประสิทธิภาพที่ดีจริงแล้วละก็ มันก็ไม่มีเหตุผลใดที่ลูกค้าจะไม่ตัดสินใจเปลี่ยนมาใช้สินค้าของคุณจากนั้นก็สามารจัดโปรโมชั่นพิเศษลดราคาต่อไปได้อีกครั้งหนึ่งเมื่อสินค้าติดตลาดแล้วก็ตั้งราคาเป็นปกติได้

4. package ที่แตกต่างทำให้ลูกค้ารู้สึกแตกต่าง ในกรณีที่คุณเลือกมานั้นเป็นสินค้าที่มีการขายกันเป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมสูงอยู่เสมอ จุดเด่นที่จะสร้างทำได้ยากมากเนื่องจากลูกค้าเข้าใจในสรรพคุณของสินค้าดีอยู่แล้ว การทำให้เกิดความแตกต่างอีกวิธีหนึ่งซึ่งได้ผลดีอยู่เสมอก็คือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Package) ซึ่งจะช่วยขับให้สินค้านั้นดูโดดเด่นขึ้นมาทันตาเห็นอย่างไม่น่าเชื่อ ยกตัวอย่างง่ายๆ หากคุณทำธุรกิจขายเสื้อผ้าแล้วการส่งให้ลูกค้าโดยการเพิ่มการออกแบบถุงที่ใส่ให้เป็นโลโก้และเบอร์โทร เว็บไซต์ของคุณ หรืออะไรก็ตามที่ช่วยยี่ห้อลูกค้าอื่นได้เห็นแล้วสะดุดตา จะเป็นกล่องก็ได้ แต่อย่าลืมว่าการออกแบบที่ดีนั้นต้องทำให้ผู้ที่เห็นทราบได้ทันทีว่าเป็นสินค้าประเภทใด มาจากที่ไหน ใครเป็นผู้จำหน่าย ติดต่ออย่างไร ข้อมูลเหล่านี้ถือว่าค่อนข้างเยอะหากคุณยึดมั่นลงใน package ทั้งหมดแล้วแทนที่จะเป็นผลดีกลับจะให้ผลในทางตรงกันข้ามบนpackage จะดูรกตาจนไม่น่ามองดังนั้นหากเป็นไปได้ให้ใช้ภาพช่วยบอกเล่าเรื่องราวจะดีมาก เหมือนคำซึ่งเป็นคำโปรยในหนังสือพิมพ์โฆษณา San Antonio Light หนังสือพิมพ์ท้องถิ่นของเท็กซัส อเมริกาที่ว่า หนึ่งภาพเท่ากับพันคำ (One picture is Worth a thousand words) ดูเหมือนอาจจะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยากแต่มันคือสิ่งที่ทำกายในการออกแบบ package เหล่านี้มาเพื่อจูงใจลูกค้า แน่ใจว่าลูกค้าจะรู้ได้ทันทีเช่นกันว่าสินค้านั้นแตกต่าง และคุณให้ความสำคัญกับสินค้าของคุณมากเพียงใด ที่เหลือก็ปล่อยให้การตัดสินใจเป็นเรื่องของผู้บริโภคเอง หากที่คุณทำมันยังไม่ได้ผลกับยอดขาย คุณก็ลองปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมดู อย่าหยุดที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพราะมันจะเป็นตัวแทนการนำเสนอสินค้าที่ดีที่สุดในอนาคตของคุณเอง

5. ทำการตลาดการใช้บ้าง ภาพเคลื่อนไหวช่วยให้ลูกค้าผ่อนคลายจากการอ่านเพียงสรรพคุณ การนำเสนอโดยใช้การตลาดการใช้ไม่ว่าจะด้วยวีดิโอ หรือ การทำเป็นแอนิเมชันก็ช่วยให้คุณเพิ่มยอดขายได้ถึงสิ้น ลูกค้าส่วนมากเชื่อว่าสื่อวีดิทัศน์จะรวบรวมรายละเอียดสำคัญของสินค้านั้นเอาไว้ได้อย่างครบถ้วนแล้ว โดยที่ไม่ต้องไปเลือกอ่านทีละหัวข้อให้เมื่อย ซึ่งในการสาธิตนี้คุณสามารถจะสอดแทรกอะไรก็ได้ไว้เพื่อจะนำเสนอให้กับลูกค้า อย่างเช่น กรรมวิธีการผลิตที่จะแสดงให้เห็นว่าขั้นตอนการผลิตทุกขั้นตอนนั้นมีมาตรฐาน ถูกสุขอนามัย มีสถานที่ผลิตสินค้าที่เป็นรูปธรรมจริง ความเชื่อมั่นที่เพิ่มขึ้นก็จะทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้การสร้างสโลแกนสั้นๆ เก๋ๆ จำได้ง่ายก็ช่วยให้ลูกค้าจดจำสินค้าของคุณได้เร็วขึ้น โดยพยายามสอดแทรกสโลแกนนี้ในทุกๆ การนำเสนอสินค้าของคุณ

ทุกอย่างในการนำเสนอจุดเด่นให้สินค้าของคุณนั้นเชื่อมโยงกันเป็นระบบเดียว ประสิทธิภาพที่จะเกิดขึ้นนั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าคุณมีการลงรายละเอียดในแต่ละหัวข้อมากน้อยต่างกันเพียงใด เป็นเรื่องที่ต้องทำกันอย่างสม่ำเสมอ เมื่อคุณได้ตัดสินใจที่จะทำธุรกิจแล้วก็ต้องเตรียมใจในเรื่องเหล่านี้ไว้ให้พร้อมเพราะคุณต้องเป็นฝ่ายวิ่งเข้าหาเงิน รายได้ที่ได้มาจะมากหรือน้อยก็ขึ้นอยู่กับความขยันและตั้งใจของตัวเองคุณนั่นเอง คุณเองนั้นมีความสุขในการได้บริหารการขายสินค้าของคุณหรือไม่



ถ้าใช่ การคิดค้นกลยุทธ์การขายต่างๆ ให้กับสินค้าคุณจะไม่ใช่ว่าเรื่องที่น่าเบื่อสำหรับคุณเลย มันจะเป็นเรื่องที่คุณสนุกเสียมากกว่า สิ่งที่คุณจะยึดถือเป็นหลักเลยก็คือลูกค้า เป็นสิ่งที่คุณจะต้องให้ความสำคัญมากที่สุดไม่ว่าจะเป็นเรื่องพฤติกรรมในการบริโภค ความต้องการในสินค้าและบริการ ปัญหาที่ลูกค้ามักพบ และท้ายที่สุดก็คือทำธุรกิจของตัวเองต้องใจเย็นๆ อย่าเร่งรีบเพราะการเร่งรีบอาจทำให้คุณปิดการขายได้เร็วโดยที่อาจไม่ได้ประทับใจลูกค้าเลยก็ได้ ความรู้สึกที่แตกต่างกันระหว่างมีสินค้าดีๆ มาเสนอให้ลองใช้ สนใจอยากลองหรือไม่ กับยึดเยียดใส่มือว่าซื้อเถอะ ต่อยู่อแล้ว คนกันเอง จะไม่ทำให้เกิดการใช้ซ้ำอย่างแน่นอน



กลยุทธ์การสร้างความประทับใจให้แบรนด์สินค้า

การทำให้แบรนด์สินค้าติดตลาด ต้องมาจากความประทับใจของลูกค้าต่อตัวสินค้าและแบรนด์สินค้า ส่งผลให้เกิดความเชื่อมั่น และมั่นคงต่อแบรนด์สินค้านั้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยกระตุ้นประคองให้ธุรกิจสามารถยืนหยัดอยู่ได้ด้วยตัวเอง และบรรลุวัตถุประสงค์ในด้านยอดขายและกำไร ดังนั้นในช่วงเริ่มต้นธุรกิจจึงเป็นช่วงที่ต้องทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักกันให้มากขึ้น กลยุทธ์สำคัญอย่างหนึ่งก็คือวิธีการสร้างแบรนด์ให้ประทับใจและตรึงใจลูกค้า

แบรนด์ (Brand) เป็นเสมือนหนึ่งตัวแทนของสินค้าที่เป็นสัญลักษณ์บอกให้ลูกค้าเข้าใจได้ทันทีที่ได้เห็นสัญลักษณ์ตัวนี้ ลักษณะของแบรนด์ก็มีวิวัฒนาการไปตามยุคตามสมัยเช่นกัน แต่เดิมนั้นแบรนด์ก็เป็นสื่อไปถึงตัวสินค้าโดยตรงไม่ได้มีอะไรเป็นพิเศษ การสร้างแบรนด์ก็จะใช้วิธีการเดิมๆคือ ทำให้เห็นทำให้ได้ยินบ่อยๆ ก็จะติดหูติดตากันไปเอง เพราะสินค้าแต่ละ

ชนิดเมื่อหลายสิบปีก่อน แทบจะเรียกได้ว่าเป็นสินค้าที่ผูกขาดกันเลยทีเดียว เช่น พงชกฟอกก็จะมีให้เลือกแค่ไม่กี่ยี่ห้อ น้ำอัดลมก็มีไม่กี่ยี่ห้อ บะหมี่กึ่งสำเร็จรูปก็มีไม่กี่ยี่ห้อเช่นกัน แต่เมื่อเวลาผ่านไป ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนไป มีความต้องการในการเลือกสินค้าที่หลากหลายมากขึ้น ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพมากขึ้น ต้องการสินค้าที่มีรายละเอียดด้านอื่นมากขึ้น จึงต้องเกิด supply ขึ้นมาเพื่อรองรับกับ demand ดังกล่าว สินค้าแต่ละชนิดที่เป็นที่ต้องการของตลาดก็จะถูกคิดค้นกันขึ้นมามากขึ้น การสร้างแบรนด์จึงไม่ใช่แค่การทำให้เพียงชื่อสินค้าติดหูติดตาของผู้บริโภคอีกต่อไป ยังต้องสื่อไปถึงรายละเอียดด้านอื่นที่เป็นจุดเด่นที่เหนือกว่าสินค้าคู่แข่งอีกด้วย ลองมาดูตัวอย่างง่ายๆกัน เดิมทีพงชกฟอกก็มีวัตถุประสงค์เพียงเพื่อการซักผ้าให้ขาวสะอาดเท่านั้น แต่ในปัจจุบันพงชกฟอกนอกจากจะต้องมีคุณสมบัติในการซักเสื้อผ้าให้ขาว

สะอาดแล้ว ยังต้องมีกลิ่นหอม ถนอมมือ เป็นการทำความ สะอาดในระดับนาโนที่ช่วยลดแรงซักรีด หรืออย่างกาแฟที่เดิมก็ มีวัตถุดิบประสมเพื่อดื่มแล้วสดชื่นกระปี้กระเป่า แต่ในปัจจุบันนี้ ธุรกิจร้านกาแฟมีมากดุจดอกเห็ดการแข่งขันก็สูง จนร้าน กาแฟต้องมีการบริการอย่างอื่นเพิ่มขึ้นมาอย่างที่นั่งที่สบาย เป็นโซฟา หรือเก้าอี้ที่ผ่านการดีไซน์ใหม่ นั่งจับกาแฟกันใน บรรยากาศที่เย็นสบาย พร้อมบริการ wifi ให้ได้ใช้บริการฟรีกัน หรือมุมอ่านหนังสือต่างๆ ล้วนเป็นองค์ประกอบที่เสริมขึ้นมา เพื่อดึงดูดลูกค้าด้วยกันทั้งสิ้น การสร้างแบรนด์ในสมัยใหม่จึง ต้องมีการทำควบคู่ไปกับการบริการ เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถ จดจำสินค้าได้ ซึ่งการสร้างแบรนด์แบบพ่วงการบริการจะทำให้ ลูกค้าเกิดความประทับใจได้มากกว่า จึงมีแนวโน้มที่จะทำให้ ลูกค้ามีความมั่นคงต่อตัวสินค้ามากกว่าเดิมด้วยเช่นกัน แต่ เรื่องที่ยากก็คือการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่จดจำ ใช้นานมาก ขึ้นเพราะสินค้าชนิดเดียวกันมีจำนวนมากขึ้น การสร้างแบรนด์ จึงต้องมีการทำแบบเป็นระเบียบ แบบแผน สม่ำเสมอ และ ต่อเนื่องจึงจะเห็นผลได้

“การสร้างแบรนด์ของตัวเอง” การสร้างแบรนด์ที่ดี ที่สุดก็คือการรักษาคุณภาพสินค้าให้ได้มาตรฐานตามเดิมไว้ คุณภาพจะถึงความเชื่อมั่นและความมั่นคงต่อตัวสินค้าจาก ลูกค้าไว้ให้อยู่กับแบรนด์ได้มากที่สุด แล้วจากนั้นฐานของลูกค้า ก็จะขยายตัวออกไปเอง ทราบเท่าที่คุณภาพของสินค้ายังคง อยู่ ถึงจุดนี้คุณจะต้องปักใจเชื่อเสียก่อนว่าการสร้างแบรนด์นั้น มีความจำเป็นสำหรับการทำธุรกิจทุกประเภท ยิ่งในปัจจุบันที่ ตลาดของสินค้ามีความหลากหลายมาก การสร้างแบรนด์ให้ สินค้าไปจนถึงจุดที่เรียกว่าค้ำฟ้านั้นจะต้องเป็นแบรนด์ที่ตรงกับ ความต้องการของลูกค้า และถึงแม้จะไม่ใช้ลูกค้าคุณก็ตาม พวกเขาเหล่านั้นแม้ไม่ซื้อสินค้าแต่ก็ต้องไม่มีความคิดทางลบกับ สินค้าของคุณ นอกเหนือไปจากนั้นก็คือ ภาพลักษณ์ของ ธุรกิจของคุณจะต้องมีการแสดงบงกชของผู้ให้ด้วย เช่น การจัด กิจกรรมเพื่อสังคมบ้าง ซึ่งนอกจากจะเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อ แบรนด์ ต่อองค์กรแล้ว ยังสามารถนำไปใช้ในการลดหย่อนภาษี ได้อีกด้วย ทำให้คุณสามารถมีผลกำไรที่เพิ่มขึ้นจากส่วนต่าง ของต้นทุน และราคาขาย การสร้างแบรนด์ที่ทำได้ยากที่สุดก็ คือ แบรนด์ของสินค้าใหม่ แต่ว่าหากอยากก้าวไปยืนบนส่วน หนึ่งของการตลาดแล้วก็ต้องกล้าที่จะลงมือทำ ดังนั้นข้อ ได้เปรียบที่เห็นได้ชัดเจนที่สุดก็คือลองพิจารณาดู วิเคราะห์คู่แข่งและ

เปรียบเทียบสินค้าชนิดเดียวกันจาก 2 แแบรนด์ ซึ่งแบรนด์หนึ่งมี การสร้างแบรนด์อย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ในขณะที่อีกแบรนด์ หนึ่งมีอยู่ในมุมเงียบๆ ทั้งๆที่สินค้าก็มีคุณภาพเช่นเดียวกัน แต่ สินค้าที่มีการสร้างแบรนด์จะได้รับการยอมรับมากกว่า สามารถเพิ่มยอดขายได้มากกว่า สามารถเพิ่มยอดขายได้ มากกว่า และก้าวไปสู่จุดที่ทำได้มากกว่า



เมื่อกล่าวถึงถึงกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้มี ประสิทธิภาพก็จะพบว่าเทคนิคหรือกลยุทธ์นั้นก็ได้มีอะไรที่ ซับซ้อนมากมายเพียงแต่ต้องกระทำให้ถูกจังหวะและเวลาเท่านั้น

- » **ชื่อแบรนด์ควรสั้น จำง่าย สะดุดตา ตรงตาม กลุ่มเป้าหมาย** การกำหนดชื่อสินค้าก็เหมือนกับการตั้ง ฉายาให้กับแบรนด์ ภาษาที่ใช้ก็ต้องให้เหมาะสมกับ กลุ่มเป้าหมาย ถ้าเป้าหมายเป็นกลุ่มในวัยทำงานก็ควรใช้ ภาษาที่สุภาพ ช่อนหลักจิตวิทยาไว้เล็กๆ ถ้า กลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มวัยรุ่นก็ใช้ภาษาไม่เป็นทางการได้แต่ ก็ยังคงต้องสุภาพแต่อาจเป็นคำที่ฟังดูแปลกๆ ไม่ค่อยได้ ยืนจากที่ใดมา แต่ก็อย่าแปลกเกินไปนักจนเสียภาพลักษณ์ ของสินค้าชนิดนั้นๆไป
- » **นอกจากชื่อสินค้าแล้วยังคงต้องมีสโลแกน** หรือคำโปรย สั้นๆ ไว้สร้างจุดขายที่โดดเด่น และส่วนมากสโลแกนก็จะ สู่ไปถึงบริการหรือจุดเด่นด้านอื่นๆของสินค้านั้น อย่างเช่น “มีสติน มาแล้วค่ะ...” สำหรับแบรนด์ที่คนพอ รู้จักแล้วก็จะบอกเพียงชื่อและตามมาด้วยสโลแกน “มาแล้วค่ะ..” บ่งบอกให้ทราบได้ทันทีว่าเป็นธุรกิจที่มี

ตัวแทนจำหน่ายสินค้าและยังเป็นระบบการอำนวยความสะดวก
สะดวกให้ลูกค้าเลยก็ถือเป็นการบริการถึงที่ลูกค้าสะดวก
เลยทีเดียว

- » **โลโก้ที่ควรสะดุดตา** โลโก้ที่ดีต้องเป็นโลโก้ที่สามารถใช้ภาพ
สื่อความหมายแทนข้อความได้เป็นอย่างดี เพราะคน
ส่วนมากจะใส่ใจกับรูปภาพมากกว่าตัวอักษร สีที่ใช้ก็ต้อง
เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท เมื่อมีการออกแบบทั้ง โล
โก้ และ สโลแกนแล้วก็อย่าลืมจดลิขสิทธิ์ไว้เสียด้วย เพื่อ
ป้องกันการลอกเลียนแบบ
- » **นำเสนอแบรนด์ของคุณ** ออกสู่สายตาผู้บริโภคให้บ่อยที่สุด
หลังจากที่มีการออกแบบกันแล้วทั้งโลโก้และสโลแกน ก็
ต้องนำเสนอแบรนด์กัน ให้แบรนด์ของคุณผ่านสายตา
ผู้คนให้มากที่สุด บ่อยที่สุดในทุกๆสื่อเท่าที่จะสามารถ
นำเสนอได้ไม่ว่าจะเป็น โทรทัศน์ วิทยุ หน้านิตยสาร
หนังสือพิมพ์ โซเชียลมีเดีย



เมื่อมีกลยุทธ์ที่ดีในการสร้างแบรนด์แล้วก็ต้องมี
ขั้นตอนในการดำเนินงาน รู้ขั้นตอนในการสร้างแบรนด์เพื่อให้
คุณสามารถสร้างแบรนด์ได้ตรงกลุ่ม ตรงใจลูกค้าได้

- » **ต้องเข้าใจตลาด** คุณจะต้องศึกษาว่าลูกค้ามีความชอบ
ในด้านอื่นหรือถูกใจสินค้าประเภทเดียวกันที่ราคาเท่าใด
หรือมีความประทับใจกับเรื่องใดเป็นพิเศษอย่างเช่น
บรรจุภัณฑ์ ตัวสินค้าเอง หรือส่วนใดของสินค้า
- » **ต้องเข้าใจผู้บริโภค** ผู้บริโภคมีพฤติกรรมผู้บริโภค
สินค้าที่เปลี่ยนไปตามสมัย คุณจะต้องตามเรื่องราว
เหล่านี้ให้ทัน โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายของคุณ เช่น
ลูกค้ามักซื้อสินค้าจากแหล่งใด ตลาดสด ซูเปอร์มาร์
เก็ต ตลาดออนไลน์ หรือแหล่งใดก็ตาม เหตุผลใดที่ลูกค้า
มักตัดสินใจในการซื้ออย่างทันที
- » **กำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนในแบรนด์** มันก็คือการ
ออกแบบแบรนด์ที่เหมาะสม เช่นจะใช้ภาพแบบใดในการ
อธิบายเรื่องราวของสินค้าคุณ โทนสีที่ใช้เหมาะสม
หรือไม่กับสินค้า ในโลโก้จะมีอักษรมากน้อยเพียงใดถึงจะ
เหมาะสม
- » **องค์ประกอบอื่นๆของแบรนด์** ให้พิจารณาซ้ำอีกที่ว่า
โลโก้และสโลแกนที่คุณกำหนดขึ้นมาั้นมีความเหมาะสม
กับตัวธุรกิจของคุณหรือไม่ ทั้งภาพที่ใช้ ภาษาที่ใช้ สีที่
ใช้ ชื่อสินค้าจำยากไปหรือไม่

โดยส่วนมากแล้วผู้บริโภคจะมีจุดเริ่มต้นของความไม่
รู้จักในสินค้าของคุณ ไม่รู้จักแบรนด์ จวบจนกระทั่งคุณเองที่
เป็นผู้สร้างธุรกิจและนำเสนอสินค้าออกมาให้ผู้บริโภคได้รับรู้กัน
ผู้บริโภคก็จะเริ่มรู้จักสินค้าของคุณ และยิ่งได้ยินบ่อยๆก็จะยิ่ง
จดจำได้ การที่ผู้บริโภคได้รู้จักแบรนด์ของคุณ ถือเป็น
จุดเริ่มต้นที่ดีที่ผู้บริโภคจะได้รับรู้สรรพคุณ วิธีใช้ ราคา
ภาพลักษณ์ของสินค้าของคุณ คุณเองต้องเป็นผู้สร้าง
ความคุ้นเคยให้กับลูกค้าที่มีต่อสินค้าของคุณ ดังนั้นใน
รายละเอียดต่างเกี่ยวกับการกำหนดภาพลักษณ์ของสินค้าจึง
ควรให้ความสำคัญมากที่สุดเนื่องจากโลโก้ หรือสโลแกนที่คุณ
ได้กำหนดขึ้นมาแล้ว มันก็จะอยู่กับสินค้าของคุณไปอีกนาน
เท่านั้น และเมื่อใดก็ตามที่ลูกค้าไม่ได้ยึดติดกับแบรนด์แล้วคุณ
ก็อาจหาโอกาสในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงแบรนด์ของคุณเองก็
ได้ นี่ก็เป็นอีกหนึ่งยุทธวิธีที่กระตุ้นให้ลูกค้าอยากใช้บริการมาก
ขึ้นเนื่องจากคาดหวังว่าจะมีอะไรใหม่ๆไว้ให้ได้รับกัน เหมือนธนาคาร
หลายแห่งที่ผู้บริโภคใช้บริการกันอยู่แล้วก็จะปรับเปลี่ยนเพื่อ
กระตุ้นให้เกิดความแปลกใหม่ เป็นต้น



คัมภีร์รีแบรนด์ดิ้ง Rebranding Strategy

หลายๆ คนอาจเคยได้ยินคำว่ารีแบรนด์ดิ้งกันมาบ้างไม่มากนัก้อยแต่ก็ยังไม่ทราบว่าการรีแบรนด์ดิ้งนั้นคืออะไรและมีความสำคัญอย่างไร การรีแบรนด์ดิ้ง (Rebranding) คือการปรับภาพลักษณ์ของแบรนด์นั้นๆ ขึ้นใหม่และจัดภาพลักษณ์เก่าๆ ออกเพื่อสร้างอัตลักษณ์ใหม่ให้ทันสมัย ซึ่งบางบริษัทก็ประสบความสำเร็จแต่บางบริษัทก็ไม่ประสบความสำเร็จตามที่คาดหวังไว้ ซึ่งที่จริงแล้วการรีแบรนด์ดิ้งนั้นไม่ใช่แค่การปรับเปลี่ยนชื่อใหม่ หรือเปลี่ยนโลโก้ของบริษัทใหม่เท่านั้น แต่จะต้องใช้กลยุทธ์ที่ดีควบคู่กันไปด้วยซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การปรับเปลี่ยนทัศนคติ (Change the Mind Sets)

รวมไปถึงวิธีการคิดของคนในองค์กรใหม่ทั้งหมด โดยเฉพาะทีมงานที่เป็นฝ่ายประสานงานและต้องติดต่อกับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าได้รับประสบการณ์ในรูปแบบใหม่จากแบรนด์นั้นๆ หรือเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่ทางบริษัทได้กำหนดขึ้นก่อนจะทำการรีแบรนด์ดิ้งแบรนด์ใหม่

การเพิ่มพูนทักษะใหม่ๆ (Develop New Skills)

ไว้กับพนักงานภายในองค์กร อย่างเรื่องของการจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทำเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อแบรนด์นั้นๆ และทำให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการมากขึ้น

สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าหรือตัวบริษัท (Create New Corporate Identity)

บอกถึงความเป็นมาของบริษัท สร้างเรื่องราวที่โดดเด่นมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ดึงจุดเด่นที่เป็นแก่นแท้ของบริษัทออกมา เพื่อให้ลูกค้าสามารถจดจำได้ในทันที

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชน (Social Relations)

การมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมภายในชุมชนนั้นจะช่วยให้ภาพลักษณ์ของบริษัทเป็นไปในทางที่ดีมากขึ้น

การทำประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออย่างมืออาชีพ (Public Relations)

การประชาสัมพันธ์ถือเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่มีประสิทธิภาพและสามารถส่งต่อข้อมูลข่าวสารจากบริษัทไปสู่ประชาชนได้ อย่างไรก็ตามการประชาสัมพันธ์นั้นควรจะต้องพิจารณาถึงข้อมูลให้รอบคอบก่อนที่จะเผยแพร่ออกไป เพราะมันอาจเป็นดาบสองคมที่กลับมาทำร้ายบริษัทได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นเราจึงควรเขียนข้อมูลที่ต้องการนำไปเผยแพร่ด้วยภาษาที่ดูเป็นธรรมชาติ เขียนให้ดูน่าสนใจ และเจาะจงไปที่กลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการติดต่อโดยตรง

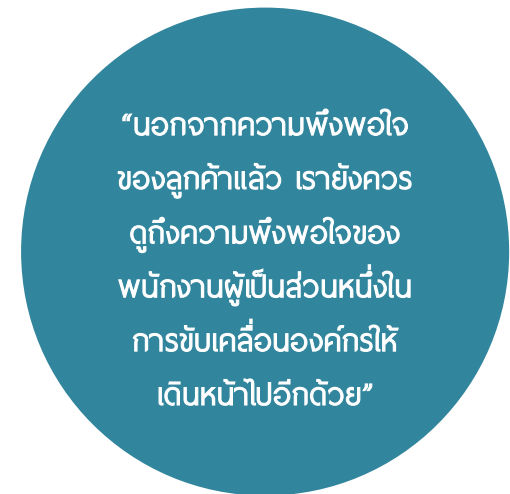
ตัวอย่างของการรีแบรนด์ดิ้งของแบรนด์สินค้าที่ประสบความสำเร็จมีดังต่อไปนี้

เดอะบาร์บีคิวพลาซ่า เมื่อช่วง 4-5 ปีที่แล้ว เดอะบาร์บีคิวพลาซ่า ร้านอาหารปิ้งย่างเจ้าดังที่มีชื่อเสียงมานานกว่า 25 ปี ได้พลิกโฉมภาพลักษณ์ของแบรนด์ใหม่ ภายใต้แนวคิดเปลี่ยนจุดยืนของร้านจากเพียงแค่ “บุงขายอาหาร” มาสู่ “การขายความสุข” ซึ่งการรีแบรนด์ดิ้งครั้งนี้เป็นการช่วยผลักดันให้ธุรกิจเติบโตขึ้นอย่างมาก คุณเปี ซาดยา ซูพจน์ เจริญ ทายาทคนโตที่กลายมาเป็นผู้บริหารเต็มตัวได้เปิดเผยถึงกลยุทธ์ในการรีแบรนด์ดิ้งไว้ดังนี้

- » การเปลี่ยนความคิด สิ่งสำคัญที่สุดคือการผลักดันให้ทุกคนภายในองค์กรทำธุรกิจด้วยความเชื่อและความหลงใหล เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้เราอยากออกมาทำงานในทุกๆ วัน ทำให้เราอยากที่จะช่วยกันพัฒนาธุรกิจให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป
- » ปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ภายนอกเพื่อให้องค์กรดูทันสมัยมากขึ้น ปรับเปลี่ยนโฉมใหม่ทั้งตัวบาร์บีคิว โลโก้บริษัท ชุดพนักงาน ภาชนะ บรรจุภัณฑ์ภายในร้านให้ดูอบอุ่นและเป็นกันเองมากขึ้น รวมไปถึงวิธีการสื่อสารไปยังผู้บริโภคเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายไปยังกลุ่มคนรุ่นใหม่ วัยทำงานและกลุ่มครอบครัวเพื่อให้อยากเข้ามาใช้บริการมากขึ้น
- » การปรับเปลี่ยนรูปลักษณ์ภายใน นอกจากการรีแบรนด์ดิ้งภายนอกแล้ว สิ่งที่สำคัญมากๆ อีกอย่างหนึ่งคือการทำให้พนักงานเชื่อไปในทิศทางเดียวกันว่าเราต้องการเปลี่ยนแปลงและการเปลี่ยนแปลงนั้นจะส่งผลอย่างไรบ้าง ไม่ใช่แค่เพราะผู้บริหารอยากให้เราเปลี่ยน เราต้องการทำให้ลูกค้าได้รับความสุขและประสบการณ์ที่ดีกลับไปทุกครั้งที่เขาใช้บริการ ดังนั้นเราจะต้องดูแลพนักงานทุกอย่างดี

ที่สุด อีกทั้งการที่ทำให้พนักงานรู้สึกมีความสุขและสนุกกับการทำงานจะช่วยให้พวกเขาสามารถส่งต่อความสุขให้กับลูกค้าทุกคนได้

- » พัฒนาการอย่างสม่ำเสมอ คุณซาดยากล่าวว่าการรีแบรนด์ดิ้งในรอบ 25 ปีนี้ต้องใช้ทั้งเงิน แรงงานและทรัพยากรมหาศาล จึงตั้งใจเอาไว้ว่าจะค่อยๆ ปรับปรุงและพัฒนาบริษัทต่อไปเรื่อยๆ วันละนิดวันละหน่อยในทุกๆ วัน พยายามทำให้วันนี้ดีขึ้นกว่าเมื่อวาน เราจะได้ไม่ต้องเหนื่อยแบบที่เหนื่อยในการรีแบรนด์ดิ้งครั้งก่อน แต่อย่างไรก็ตามการพัฒนางานให้ดีขึ้นได้เช่นนี้ไม่สามารถทำได้เพียงแค่คนใดคนหนึ่งเท่านั้น แต่ทุกคนในองค์กรจะต้องร่วมแรงร่วมใจกัน



การรีแบรนด์ดิ้งของเดอะบาร์บีคิวพลาซ่า เป็นอีกหนึ่งตัวอย่างที่ทำให้เห็นได้ว่าการจะทำอะไรให้ประสบความสำเร็จได้นั้น นอกจากการปรับรูปลักษณ์ภายนอกให้ดีขึ้นแล้ว เรายังต้องเปลี่ยนแนวความคิดและความเชื่อของทุกคนในองค์กรให้มีความคิดที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลงอีกด้วย

ต่อไปเราจะพาไปดูองค์ประกอบที่ทำให้บริษัทบางบริษัทรีแบรนด์ดิ้งได้ไม่สำเร็จ รวมถึงตัวอย่างของบริษัทที่ทำการรีแบรนด์ดิ้งได้ไม่ดีเท่าที่ควร

- » คุณภาพดีไม่พอ แม้ตอนว่าถึงแม้เราจะโฆษณาเอาไว้ว่าอย่างไร ปรับภาพลักษณ์ให้ดูดีมากแค่ไหน แต่เมื่อลูกค้าของเราเข้าไปใช้บริการแล้วกลับต้องพบกับความผิดหวังหรือคุณภาพของสินค้าไม่ได้อย่างที่ได้โฆษณาเอาไว้ ลูกค้าก็จะไม่เชื่อถือในแบรนด์นั้นๆ อีกเลย มีหน้าซ้ำพวกเขาจะยังเอาเรื่องราวนี้ไปบอกต่อคนอื่นๆ ไม่ให้ใช้สินค้าของบริษัทอีกด้วย



- » ถึงแม้ว่าเราจะปรับเปลี่ยนโลโก้กับบริษัทให้สวยงามขึ้นและดูแตกต่าง แต่ถ้าสินค้าของเราไม่มีจุดเด่นอะไรที่ต่างจากแบรนด์อื่นๆ เลยก็จะทำให้ลูกค้าน้อยคนที่จะเลือกซื้อสินค้าของเราเพราะพวกเขาสามารถไปซื้อกับบริษัทอื่นๆ ได้เหมือนกัน
- » การประชาสัมพันธ์ที่ไม่ดี อย่างที่ได้กล่าวไปข้างต้นว่าการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อเป็นเหมือนดาบสองคม หากดีก็โชคดีไป แต่ถ้าหากทำผิดพลาดแค่เพียงครั้งเดียว บริษัทของเรา ก็จะเสื่อมเสียชื่อเสียงอย่างมาก อีกทั้งกว่าจะกู้ชื่อเสียงและภาพลักษณ์กลับมาได้ก็ต้องใช้เวลาอันยาวนานทีเดียว
- » การปรับเปลี่ยนเพียงรูปลักษณ์ภายนอก แต่ไม่ได้สนใจการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและความเชื่อของคนภายในองค์กรให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน หากคนในองค์กรยังไม่เชื่อว่าบริษัทจะเปลี่ยนแปลงได้แล้วบริษัทจะประสบความสำเร็จได้อย่างไรกัน

ตัวอย่างของแบรนด์สินค้าที่ทำรีแบรนด์ดั้งเดิมสำเร็จมีดังต่อไปนี้

- » แบรินด์เสื้อผ้าวัยรุ่น Gap ในช่วงประมาณปี 2010 บริษัท Gap ได้มีการเปลี่ยนแปลงโลโก้ใหม่ทั้งหมด ซึ่งการออกแบบโลโก้ใหม่ต้องใช้เงินมูลค่ากว่า 100 ล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่เมื่อผู้คนได้เห็นโลโก้ใหม่ของแบรนด์ Gap ก็เกิดกระแสวิจารณ์ไปในทางลบ ทำให้ในที่สุดหลังจากที่ปล่อยโลโก้ใหม่ออกมาได้เพียงแค่ 6 วัน แบรินด์ Gap ก็กลับมาใช้โลโก้แบบเดิม นอกจากจะเสียเวลาแล้วยังสูญเสียเงินไปมากโดยใช่เหตุอีกด้วย
- » แบรินด์น้ำส้มอย่าง Tropicana ที่ปรับโฉมโลโก้กับบกล่องเป็นรูปแบบใหม่ แต่การเปลี่ยนแปลงครั้งนี้กลับทำให้แบรนด์สูญเสียอัตลักษณ์ของความเป็นแบรนด์ที่จดจำหมด นอกจากจะดูเรียบและธรรมดาเกินไปแล้ว ผู้บริโภคยังแทบไม่สามารถบอกได้เลยว่าน้ำส้มกล่องนี้คือแบรนด์ Tropicana อีกทั้งยอดขายยังลดลงถึง 20 เปอร์เซ็นต์ ทำให้ผู้บริหารต้องตัดสินใจกลับไปใช้โลโก้แบบเดิม

การที่เราจะทำการรีแบรนด์ดั้งเดิมประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงทั้งภาพลักษณ์ภายนอกอย่างโลโก้ให้น่าดึงดูดใจ การบริการและสินค้าที่ดีมีคุณภาพ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ รวมทั้งเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ภายในองค์กรอย่างความเชื่อ ทัศนคติ ของพนักงานทุกคนภายในองค์กรให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางเดียวกันและเกิดความรู้สึกที่อยากจะพัฒนาให้บริษัทดำเนินไปในทางที่ดีขึ้นอีกด้วย



SMEs กับ CSR

ผู้ประกอบการธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มักจะเข้าใจผิดว่า CSR (Corporate Social Responsibility) นั้นคือกิจกรรมที่ทำเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์แก่ ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อมซึ่งมีเพียงแค่รูปแบบของการ บริจาค การพัฒนาชุมชนหรือการคืนกำไรให้สังคม และคิดว่า CSR นั้นเหมาะสำหรับธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีรายได้สูงและผลกำไร ตอบแทนสูง แต่ที่จริงแล้ว CSR ยังมีอะไรมากกว่าที่ ผู้ประกอบการ SMEs คิด อีกทั้งผู้ประกอบการ SMEs ก็ยังสามารถทำ CSR ได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นวันนี้เราจะพาไปรู้จักกับ CSR กันว่ามันคืออะไรและผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาด ย่อมสามารถทำ CSR ได้อย่างไร รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับจาก CSR มีอะไรบ้างค่ะ

CSR (Corporate Social Responsibility) หรือ บรรษัทภิบาล หมายความว่า ความรับผิดชอบต่อสังคม ชุมชนและสิ่งแวดล้อมขององค์กร ซึ่งคือการดำเนินกิจการ ภายใต้อหุทัยธรรมและการจัดการที่ดีโดยรับผิดชอบต่อสังคม

ชุมชนและสิ่งแวดล้อมทั้งในระดับโลกและใกล้อันนำไปสู่การ พัฒนาที่ยั่งยืนและสังคมอยู่ร่วมกันได้อย่างเป็นปกติสุข

สังคมใกล้ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและใกล้ชิดกับ องค์กรโดยตรง ได้แก่ ลูกค้า คู่ค้า ครอบครัวของพนักงาน ชุมชนที่องค์กรตั้งอยู่และสิ่งแวดล้อมรอบข้าง

สังคมไกล คือ ผู้ที่เกี่ยวข้องกับองค์กรโดยอ้อม ได้แก่ คู่แข่งขันทางธุรกิจ ประชาชนทั่วไป ระบบนิเวศโดยรวม

โดยที่ CSR นั้นมีหลายระดับด้วยกันซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

Mandatory Level

ข้อกำหนดตามกฎหมาย หมายถึง การที่ธุรกิจใดๆ ก็ตามมีหน้าที่ต้องปฏิบัติตามกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่ เกี่ยวข้อง เช่น กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค กฎหมายแรงงาน การจ่ายภาษี เป็นต้น

Elementary Level

ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจคำนึงถึงความสามารถในการอยู่รอดและให้ผลตอบแทนแก่ผู้ถือหุ้น ซึ่งทำไรที่ได้นั้นต้องมีใช้ทำซึ่งเกิดจากการเบียดเบียนสังคม

Preemptive Level

จรรยาบรรณทางธุรกิจ หมายถึง การที่ธุรกิจสามารถสร้างผลกำไรแก่ผู้ถือหุ้นได้ในอัตราที่เหมาะสมและผู้ประกอบธุรกิจมีความเอาใจใส่เพื่อให้ผลตอบแทนผลประโยชน์คืนแก่สังคมมากขึ้น โดยเฉพาะสังคมโลกที่อยู่รอบข้างที่มีความคาดหวังว่าจะได้รับการดูแล หรือเอาใจใส่จากผู้ประกอบการ

Voluntary Level

ความสมัครใจ หมายถึง การดำเนินธุรกิจควบคู่กับการปฏิบัติตามแนวทางของ CSR ด้วยความสมัครใจไม่ได้อาศัยเรียกร้องจากสังคม ซึ่งการประกอบธุรกิจนี้อยู่บนพื้นฐานของการมุ่งประโยชน์ของสังคมเป็นสำคัญ



หลักแนวคิดของ CSR มีดังต่อไปนี้

1. การกำกับดูแลกิจการที่ดี

หลักการ คือการจัดระบบภายในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ จัดให้พนักงานทุกคนรู้หน้าที่ มีความรับผิดชอบ มีการดำเนินงานอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ อีกทั้งผู้บริหารยังต้องให้ความสำคัญและเท่าเทียมแก่พนักงานทุกคน ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้ถือหุ้น นักลงทุน ผู้มีส่วนได้เสียและผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย

ปฏิบัติ องค์กรควรศึกษาและปฏิบัติตามหลักการกำกับดูแลกิจการที่ดี ซึ่งทำโดยหน่วยงานหรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกคนภายในองค์กร

2. การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม

ประกอบธุรกิจโดยยึดถือตามหลักคุณธรรมและจริยธรรมที่บริษัทพึงกระทำ และถือปฏิบัติตามแนวทางเพื่อให้

เกิดความเป็นธรรมในการดำเนินธุรกิจ โดยไม่เห็นแก่ผลประโยชน์อื่นๆ ที่อาจได้มาจากการดำเนินงานที่ไม่ถูกต้องตามทำนองคลองธรรม

3. การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นสมนัยและเคารพในการปกป้องสิทธิมนุษยชนโดยหมั่นตรวจตราดูแลมิให้ธุรกิจของตนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องกับการล่วงละเมิดสิทธิมนุษยชน เช่น ไม่สนับสนุนการบังคับใช้แรงงาน (forced labour) ต่อด้านการใช้แรงงานเด็ก (child labour) รวมทั้งจัดให้มีการดูแลในเรื่องสวัสดิการแก่พนักงานตามสมควรและให้ได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมตามศักยภาพ เคารพสิทธิในการแสดงความคิดเห็นของพนักงาน รวมทั้งมุ่งเน้นความปลอดภัยและสุขอนามัยในสถานที่ทำงานอย่างเหมาะสม

4. ความรับผิดชอบต่อผู้บริโภค ผลิตสินค้าหรือบริการที่ปลอดภัยและไว้วางใจได้ ไม่ผลิตสินค้าที่เป็น อันตรายต่อสุขภาพของผู้บริโภค รวมถึงมีกระบวนการเรียกคืนสินค้าหรือบริการที่ไม่ปลอดภัยให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเพียงพอแก่ผู้บริโภค โดยคำนึงถึงสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

5. การร่วมพัฒนาชุมชนและสังคม สนับสนุนการดำเนินกิจกรรมอาสาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชนและสังคม รวมทั้งสำรวจตรวจสอบสภาพชุมชนและสังคมโดยรอบที่ตั้งของธุรกิจทั้งใกล้และไกลว่าได้รับผลกระทบในทางลบจากการดำเนินการของธุรกิจหรือโครงการที่จะดำเนินการในอนาคตมากน้อยเพียงใดเพื่อนำมาพิจารณาแก้ไขหรือปรับปรุงให้เหมาะสมต่อไป

6. การดูแลรักษาสิ่งแวดล้อม ใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ มีมาตรการประหยัดพลังงาน และมีการนำทรัพยากรกลับมาใช้ใหม่ พัฒนาสินค้าหรือบริการที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมมีความปลอดภัยในการใช้งานรวมทั้งใช้เทคโนโลยีและขั้นตอนการผลิตที่มีมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงการลดปริมาณและการบำบัดมลพิษก่อนปล่อยสู่ธรรมชาติ

7. การเผยแพร่ข่าวสารจากการดำเนินความรับผิดชอบต่อสังคม เปิดเผยนวัตกรรมที่ค้นพบในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อกระตุ้นให้ธุรกิจและผู้ประกอบการรายอื่นได้ปฏิบัติตาม และหมั่นวิเคราะห์แนวทางแก้ไขปัญหาตลอดจนพัฒนานวัตกรรมตลอดเวลาเพื่อสร้างโอกาสในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ และเพื่อความเจริญเติบโตควบคู่ไปกับการสร้างผลกำไรของธุรกิจอย่างยั่งยืน

8. การจัดทำรายงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม จัดทำรายงานเปิดเผยการดำเนินงานด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (CSR report) โดยครอบคลุมเนื้อหาในเรื่องของการดำเนิน

ธุรกิจ การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมและความปลอดภัยและการดำเนินงานด้านสังคมรวมทั้งจัดทำข้อมูลในรายงานให้ชัดเจนมีความกระชับ ใช้ภาษาที่เข้าใจง่าย หลีกเลี่ยงข้อมูลที่ไม่จำเป็น โดยสรุปการดำเนินการทั้งด้านดีและด้านไม่ดีตามข้อเท็จจริง

ดังที่ได้ทราบไปแล้วว่า CSR นั้นมีด้วยกันหลายระดับ และก็มีหลักแนวคิดที่ไม่ใช่แค่การบริจาค การพัฒนาชุมชนหรือการคืนกำไรให้กับสังคมเพียงเท่านั้น แต่อันที่จริงแล้วยังเกี่ยวข้องกับตั้งแต่การกำกับดูแลกิจการที่ดี เช่น มีการดำเนินงานที่ถูกต้องตามกฎหมายและมีการเสียภาษีให้กับรัฐอย่างสม่ำเสมอ การประกอบธุรกิจด้วยความเป็นธรรม อาทิเช่น มีการรับผิดชอบต่อในการทำธุรกิจ ดำเนินงานด้วยจริยธรรมและคุณธรรม การรับผิดชอบต่อผู้บริโภค อาทิเช่น ชื่อสัตย์และบริการลูกค้าอย่างจริงใจ ตรงไปตรงมากับลูกค้า การเคารพสิทธิและการปฏิบัติต่อแรงงานอย่างเป็นธรรม ไม่เอาเปรียบพนักงานภายในองค์กร ปฏิบัติต่อพนักงานทุกคนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม การรับผิดชอบต่อสังคมและชุมชน เช่น ไม่ปล่อยมลพิษหรือน้ำเสียลงสู่ลำคลองจนทำให้คนภายในชุมชนเดือดร้อน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นข้อควรปฏิบัติที่บริษัทขนาดกลางและขนาดย่อมสามารถทำตามเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่คนในองค์กรและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับองค์กรทั้งหมด โดยการทำ CSR นี้จะส่งผลประโยชน์ให้แก่องค์กรของเราดังต่อไปนี้

ภาพลักษณ์ (Corporate Image) บริษัทที่มีการยึดถือหลักการ CSR และปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัดจะทำให้ภาพลักษณ์ของบริษัทดูน่าเชื่อถือมากขึ้น สร้างชื่อเสียงที่ดี

ให้กับองค์กร บริษัทที่มีบทบาทแสดงความรับผิดชอบต่ออย่างต่อเนื่อง มีโอกาสจะได้รับ การสนับสนุนจากลูกค้ามากกว่าบริษัทที่ไม่ทำอะไรเพื่อสังคมเลย ซึ่งสิ่งนี้จะเป็นการช่วยทำให้กำไรและยอดขายเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งองค์กรจะยังสามารถดำเนินธุรกิจไปได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย

สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับนักลงทุนและช่วยบริษัทในการเข้าถึงแหล่งทุน นักลงทุนทั่วไปจะรู้สึกตื่นตัวและเห็นถึงประโยชน์ของการลงทุนในบริษัทที่รับผิดชอบต่อสังคม ทั้งประโยชน์ทางสังคมที่จะเกิดขึ้นและประโยชน์ทางการเงิน ทำให้ราคาหุ้นมีเสถียรภาพและมีมูลค่าหุ้นในอัตราที่สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ย เนื่องจากเป็นที่ต้องการของนักลงทุนในปัจจุบัน

ความสามารถทางการแข่งขันและจุดยืนในตลาด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีแนวโน้มสนับสนุนและนิยมซื้อสินค้ากับบริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากกว่าบริษัทที่ไม่มีการรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้บริษัทมียอดขายและผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้นและได้เปรียบคู่แข่งทางการค้ามากขึ้น

CSR ช่วยลดรายจ่ายของกิจการ การมุ่งเน้นด้านความรับผิดชอบต่อสังคมจะนำไปสู่ความสำเร็จทางการเงิน ด้วยการลดการใช้วัตถุดิบ พลังงาน ลดการเกิดของเสียในกระบวนการผลิต ช่วยลดผลกระทบต่อทรัพยากรทางธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมและผู้คนในชุมชน รวมทั้งยังช่วยลดค่าใช้จ่ายภายในองค์กรได้อย่างยั่งยืนอีกด้วย



เคล็ด (ไม่) ลับ การหาลูกค้าใหม่

เชื่อว่าหลายคนที่กำลังเริ่มต้นธุรกิจในวันนี้กำลังเผชิญกับปัญหาเกี่ยวกับการสร้างฐานลูกค้าว่าทำอย่างไรถึงจะมีลูกค้าเยอะๆ ทำอย่างไรให้ลูกค้าสนใจในผลิตภัณฑ์ของเราที่มีคู่แข่งเยอะแยะมากมายในท้องตลาด ทำอย่างไรจึงจะสามารถไปแย่งส่วนแบ่งจากสนามแข่งที่มีการแข่งขันกันดุเดือดได้ คำถามนี้คงเป็นหนึ่งในหลายคำถามที่ทำให้นักธุรกิจหน้าใหม่ต้องตอบใจยกยี้ให้ได้ การเริ่มต้นมีความยากเสมอแต่ก็ไม่ได้ยากจนเกินไปที่นักธุรกิจหน้าใหม่จะทำได้ วันนี้เราบีเคล็ดลับดีๆมาแนะนำให้นักธุรกิจหน้าใหม่ไปเป็นไอเดี่ยในการประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจของคุณว่าจะมีวิธีใดบ้างในการหาลูกค้าใหม่

การเริ่มต้นจากเพื่อนหรือคนใกล้ตัว ญาติ เพื่อนร่วมงาน เชื่อว่าทุกคนต้องมีเพื่อนอยู่แล้วไม่มากก็น้อย การเริ่มต้นธุรกิจใหม่ของใครก็ตามไม่ว่าจะเป็นธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่น การมีเพื่อนหรือคนรู้จักมากมักจะได้เปรียบตรงที่สามารถใช้บุคคลเหล่านี้เป็นประชาสัมพันธ์ในช่วงเริ่มต้นเป็นการบอกต่อกันไปปากต่อปากด้วยความเต็มใจและโฆษณาให้ฟรีโดยไม่มีค่าใช้จ่ายใดๆ ข้อดีของการมีเพื่อนบอกต่อกันไปคือ

จะทำให้ลูกค้าหน้าใหม่มีความรู้สึกไว้วางใจร้านค้าอยู่ในระดับหนึ่งเพราะมีเพื่อนคอยสนับสนุนและการันตีถึงร้านในแง่ดีก่อนให้เกิดความรู้สึกดีๆแก่ลูกค้าว่าหากเป็นเพื่อนแนะนำย่อมแสดงให้เห็นว่าเพื่อนได้ผ่านการใช้บริการมาแล้วแน่นอน ลูกค้าจึงยินดีที่จะทดลองมาใช้บริการดู ซึ่งหากสินค้าและบริการดีจริงลูกค้าใหม่ที่มาจากการประชาสัมพันธ์ของเพื่อนๆก็มักจะกลับมาใหม่พร้อมการบอกต่อกันไปเรื่อยๆไม่รู้จบ

การใช้เครือข่ายของโซเชียลเน็ตเวิร์กให้เป็นประโยชน์ การเริ่มต้นธุรกิจในยุคนี้การใช้โซเชียลมีเดียเป็นส่วนหนึ่งในการทำตลาดแทบจะเป็นเรื่องที่ไม่ขาดไม่ได้ เพราะฉะนั้นในการหาฐานลูกค้าใหม่ๆก็ต้องอาศัยสื่อออนไลน์นี้แหละเป็นการเชื่อมต่อกับลูกค้าคนที่หนึ่งไปหาลูกค้าอีกเป็นสิบเป็นร้อยทวีคูณ เป็น การขยายฐานลูกค้าที่ง่ายและสะดวกที่สุดแล้วและเสียค่าใช้จ่ายในการทำตลาดน้อยมาก ยกตัวอย่างเช่นการใช้เฟซบุ๊กในการขยายฐานลูกค้าผ่านการกดไลค์กดแชร์ข้อมูลหน้าแฟนเพจจากเพื่อนสู่มิตรเพื่อนของเพื่อนไปมากมายไม่รู้จบ เป็นเครือข่ายโยงใยเชื่อมต่อกันไป การขยายฐานลูกค้าแบบนี้มีแง่ดีในเรื่องการ

ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นก็จริงแต่ยังไม่สามารถเลือกหรือกำหนดกลุ่มเป้าหมายลูกค้าได้ตรงตามที่ต้องการได้ แต่อย่างไรก็ตามเพชบุ๊คมีโฆษณาหลากหลายแพ็คเกจให้เลือกเพื่อกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้าถึงตามแต่ธุรกิจที่เราทำลึกลงไปได้เช่นกัน จึงเป็นการง่ายในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ๆอย่างตรงเป้าหมายได้ไม่ยากเลย

การสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นกับลูกค้าเก่า เพื่อถึงความสนใจลูกค้าใหม่ให้เข้ามาหาโดยผ่านการรีวิวสินค้าหรือบอกต่อปากต่อปากกันไปเป็นอีกหนึ่งวิธีที่น่าสนใจมากเนื่องจากจะส่งผลดีต่อธุรกิจมากที่สุด เมื่อไหร่ก็ตามที่เราสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าเก่านอกจากจะส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อสินค้าของเราแล้ว ยังเป็นเครื่องมือในการใช้ลูกค้าเก่าส่งต่อความประทับใจไปยังลูกค้าใหม่ๆได้ เมื่อได้ลูกค้าใหม่มาเราก็ใช้วิธีเดียวกันในการสร้างความประทับใจทั้งสินค้าและบริการเมื่อลูกค้าใหม่ตัดสินใจในสินค้าและบริการแล้ว การรีวิวสินค้าการแนะนำสินค้าของเราต่อไปยังคนรู้จักรอบตัวอีกต่อไปเรื่อยๆมากมายเป็นทวีคูณ ส่งผลดีโดยตรงกับธุรกิจที่ทำได้ไม่ยากเพียงแค่อาศัยการใส่ใจในบริการที่ดี ความรวดเร็วในการทำงาน ความรับผิดชอบต่อลูกค้า ความซื่อสัตย์ต่อจรรยาบรรณในอาชีพ และความเป็นมืออาชีพในสาขาธุรกิจที่เราทำลึกลงอยู่และหมั่นพัฒนาปรับปรุงสินค้าให้มีขีดความสามารถรับมือกับคู่แข่งให้ได้ เพียงแค่นี้ก็เป็นการทำใจลูกค้าทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ได้ไม่ยากเย็นอะไรเลย

การเข้าหาลูกค้าโดยตรงด้วยตัวเอง ลองใช้วิธีที่ง่าย ๆ ด้วยการโทร ส่งอีเมล หรือนัดเข้าไปพบลูกค้าเพื่อแนะนำตัวโดยตรงตามหน่วยงานหรือบริษัทของลูกค้า ตามแต่ธุรกิจที่เราทำ วิธีนี้จะช่วยในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ชัดเจนตั้งแต่ต้น เนื่องจากเราจะรู้ว่าลูกค้ากลุ่มไหนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายของเรา ก็พุ่งไปหาได้เลยโดยไม่ต้องควหาลูกค้าให้ยุ่งยาก ยกตัวอย่างเช่น ในธุรกิจ MLM การพุ่งไปหาลูกค้าโดยตรงและแนะนำตัวสินค้าก็เป็นหาลูกค้าหน้าใหม่ได้ไม่ยากเพียงแค่ต้องอาศัยเวลาบ้างเล็กน้อย

การออกบูธงานแสดงสินค้า นอกจากนี้การออกบูธงานแสดงสินค้าต่างๆตามแต่สินค้าที่เราทำ ก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่จะสามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่ๆได้ เนื่องจากงานแสดงสินค้าจะมีลูกค้าที่สนใจสินค้าหลากหลายมาเดินชม เราจึงสามารถโฆษณาสินค้าได้โดยทันที ข้อดีของการออกบูธแสดงสินค้าคือลูกค้าสามารถเห็นสินค้าและเจ้าของธุรกิจได้โดยตรงวิธีนี้เป็นวิธีเปิดใจลูกค้าที่คุ้มค่าที่สุดไม่ต้องกังวลว่าสินค้าดีจริงหรือไม่ เพราะหากเราใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือลูกค้าจะไม่สามารถเห็นตัวสินค้าได้จริงจับต้องไม่ได้ต้องอาศัย

เพียงแค่รูปเป็นสื่อกลางเท่านั้น แต่การออกบูธต่างกันลูกค้าสามารถจับต้องเลือกเพินสินค้าได้ตามที่ลูกค้าพอใจได้เลย ไม่ต้องกังวลว่าจะโดนหลอกหลวงจากผู้ชาย และที่สำคัญยังได้ข้อมูลที่ชัดเจน ผู้ชายสามารถบอกเล่าเรื่องราวสินค้าได้อย่างไม่มีข้อจำกัด การปิดการขายก็สามารถทำได้เลยทันทีทันใดในขณะนั้น และนอกจากนี้ก็สามารถเข้าถึงลูกค้าใหม่ได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย ยกตัวอย่างอีกกรณีหนึ่งเช่นหากเป็นธุรกิจเกี่ยวกับบอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการไปออกงานสัมมนาที่จัดเกี่ยวกับธุรกิจนั้นโดยตรง การพาสินค้าและบริการของเราเข้าไปหาลูกค้าโดยตรงแบบนี้จะมีจุดเด่นตรงที่ลูกค้าที่ได้อยู่ในเครือข่ายธุรกิจเดียวกันตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่เราต้องการแน่นอน หรืออีกตัวอย่างหนึ่งหากเป็นธุรกิจเกี่ยวกับอาหารเดี๋ยวนี้ทีมงานแสดงสินค้าที่จัดเกี่ยวกับอาหารตามสถานที่ต่างๆ นักธุรกิจหน้าใหม่จึงสามารถเอาสินค้าของตัวเองออกไปเจอลูกค้าใหม่ได้ และสามารถทำได้เรื่อยๆเนื่องจากงานแสดงสินค้าไม่เคยขาดหายไปจากสังคมไทยยุคใหม่



การหาลูกค้าจากเครือข่ายธุรกิจเดียวกันเพื่อแลกเปลี่ยนลูกค้าระหว่างกัน เป็นการช่วยเหลือซึ่งกันและกันเป็นพันธมิตรทางการค้า หรือ partner ในแวดวงธุรกิจวิธีนี้ก็เป็นวิธีที่ได้รับความนิยมไม่น้อย เนื่องจากในการทำธุรกิจ นักธุรกิจมักจะมีเครือข่ายหรือที่เรียกกันว่า connection ซึ่งแปลตรงตัวว่าการเชื่อมโยง ที่เปรียบเสมือนรากของธุรกิจในการชอนไชไปตามที่ต่างๆ connection ทางธุรกิจก็ไม่ต่างกัน นักธุรกิจหน้าใหม่สามารถใช้ให้เกิดประโยชน์ได้ เป็นการแลกเปลี่ยนข้อมูลและสามารถหาลูกค้าใหม่ได้ด้วย

การจัดโปรโมชั่นในรูปแบบต่างๆเพื่อดึงลูกค้า วิธีนี้เป็นวิธีที่ดึงลูกค้าให้หันมาสนใจสินค้าเราได้อย่างรวดเร็ว สินค้าแจกฟรี ของแถม ส่วนลด ใครบ้างจะไม่สนใจ หน้าทีผู้ชายเพียงแค่ว่าแถมว่าจะทำการตลาดเกี่ยวกับโปรโมชั่นอย่างไรให้โดนใจลูกค้ามากที่สุด เช่น หากเรามีสินค้ามากพอก็สามารถจัดโปรโมชั่นซื้อหนึ่งแถมหนึ่ง ให้ลูกค้าซื้อครบตามราคาที่กำหนด



รับฟรีของสมนาคุณพิเศษ หรือให้ส่วนลดเป็นขั้นบันไดลูกค้าที่ซื้อครบตามราคาที่กำหนด ส่วนลดกับลูกค้าประจำ ส่วนลดสำหรับลูกค้าที่แนะนำลูกค้าใหม่มาให้ทางร้าน หรือการเล่นเกมด้วยวิธีต่างๆ วิธีนี้เป็นวิธีที่สนุกสนานและสร้างอารมณ์ร่วมให้กับลูกค้าเข้ามามีส่วนในกิจกรรมที่เราจัดขึ้นได้มาก เป็นการ

ลดช่องว่างระหว่างผู้ชายและลูกค้า สร้างความเป็นกันเองและลดความกังวลของลูกค้าไม่ว่าจะเป็นความกังวลเกี่ยวกับสินค้าว่าจะดีจริงหรือไม่ กังวลว่าจะถูกผู้ชายโกหกหลอกลวงหรือเมื่ออยู่ในฐานะผู้รับก่อนจะช่วยลดทอนความกังวลต่างๆไปได้ ยิ่งให้มากก็ยิ่งได้รับมากเช่นกัน วิธีนี้จะช่วยได้ทั้งสองทางคือช่วยดึงลูกค้าเก่าให้อยู่กับเรานานๆอีกทั้งขยายฐานลูกค้าใหม่ๆออกไปได้อย่างรวดเร็ว แต่ควรจะมีโปรโมชั่นเป็นครั้งคราวเพื่อคงไว้ซึ่งความพิเศษประมาณว่าของดีไม่ได้มีกันบ่อยๆ

จะเห็นได้ว่าการหาลูกค้าใหม่ในการเริ่มต้นธุรกิจ

สำหรับนักธุรกิจหรือการขยายฐานลูกค้า ไม่ยากอย่างที่คิด เพราะเดี๋ยวนี้เรามีเครื่องมือเครื่องมือมากมายเป็นตัวช่วย ไม่ว่าจะเป็นการให้เพื่อนหรือคนรู้จักช่วยบอกต่อกันไป การใช้โซเชียลเน็ตเวิร์กให้เกิดประโยชน์ในหลากหลายด้าน ทั้งการขยายฐานลูกค้าทั้งการโปรโมทสินค้า สื่อสารกับลูกค้า และทั้งการทำตลาดๆด้านอื่นๆหรือมากกว่านั้นคือสามารถเพิ่มยอดขายได้ด้วย นอกจากนี้การใช้วิธีเข้าไปแนะนำตัวโดยตรงกับลูกค้าแบบดั้งเดิม การออกบูธแสดงงานสินค้าอยู่เรื่อยๆก็เป็นวิธีที่สามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ๆได้ หรือแม้กระทั่งการใช้ประโยชน์จากพันธมิตรทางการค้าเป็นการแลกเปลี่ยนลูกค้าซึ่งกันและกันเป็นการช่วยกันแบบน้ำพึ่งเรือเสือพึ่งป่า และการออกโปรโมชั่นดึงลูกค้าเก่าสร้างลูกค้าใหม่ด้วยการลด แลก แจก แถม ก็ได้จากที่กล่าวมานี้เป็นแค่บางส่วนเคล็ดลับในการหาลูกค้าใหม่ๆให้มีเพิ่มมากขึ้นที่สามารถทำได้ง่ายๆแต่มีประสิทธิภาพมาก ใครถนัดแบบไหนก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ตามต้องการ



เคล็ด (ไม่) ลับในการมัดใจลูกค้า

ในยุคที่เศรษฐกิจซบเซาชะลอตัวนั้นการรักษา ยอดขายไม่ให้เกิดตกเหมือนจะเป็นเรื่องจำเป็นที่ผู้ประกอบการต้อง ตระหนัก การแข่งขันทางธุรกิจที่มีความรุนแรงการสร้างฐาน ลูกค้าใหม่ๆจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเพิ่มยอดขาย ผู้ประกอบการจึงต้องทำการบ้านอย่างหนักเพื่อหาลูกค้าราย ใหม่ๆ และยังไปกว่านั้นคือต้องรักษาลูกค้าเก่าไว้ให้ได้ด้วยเช่นกัน เพราะลูกค้าถือเป็นสินทรัพย์ที่สำคัญที่สุดในห่วงโซ่ธุรกิจทุก แขนง โดยเฉพาะการทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีในแบรนด์สินค้า และการรักษาสายสัมพันธ์ไม่ว่าจะเป็นลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ให้อยู่กับธุรกิจจึงเป็นเรื่องสำคัญที่สามารถทำได้ไม่ยากเลย หากมี การบริหารจัดการที่ดีพอ วันนี้เรามีเคล็ดลับที่สามารถทำได้ ง่ายๆมาฝาก

การใส่ใจพนักงานของตัวเอง ก่อนที่ผู้ประกอบการ จะเน้นกลยุทธ์ในการขยายฐานลูกค้าใหม่ๆหรือรักษาลูกค้าเก่าๆ ได้ นั้น ต้องอาศัยความร่วมมือที่มาจากใจของพนักงานของ ตัวเองก่อน เพราะหากพนักงานตัวเองไม่มีความสุขในการ

ทำงาน การดูแลลูกค้าก็ไม่ได้ทำออกมาจากใจแต่เป็นการทำ เพียงเพราะหน้าที่บังคับเท่านั้นโอกาสความผิดพลาดจะมีสูง แต่หากพนักงานของเรามีความสุขการดูแลลูกค้าก็จะออกมาใน รูปแบบของการทำงานด้วยใจ มีความกระตือรือร้นไม่รู้สึกเบื่อ หน่าย ลูกค้าก็จะสัมผัสได้ถึงความเต็มใจและใส่ใจในการดูแลของ พนักงาน ลูกค้าก็จะมีความสุขได้ดียิ่งขึ้นไป

การบริการที่เป็นเลิศ การบริการแค่ตัวอย่างเดียวไม่ พอต้องมีความเป็นเลิศในทุกด้าน แทนจะเรียกว่าหัวใจหลัก ของการดูแลลูกค้าไม่ว่าในหน่วยงานใดก็ตามตั้งแต่ร้านเล็กๆไป จนถึงองค์กรขนาดใหญ่ยักษ์ทุกวงการธุรกิจจะขาดการบริการ ที่ดีไปไม่ได้เลย เพราะบริการที่ดีจะสามารถมัดใจลูกค้าได้อยู่หมัด ยกตัวอย่าง การบริการของพนักงานในร้านค้าในประเทศญี่ปุ่น ที่ขึ้นชื่อเรื่องการดูแลลูกค้าจนได้รับการกล่าวถึงไปทั่ว โดยเฉพาะลูกค้าคนไทยที่มีความประทับใจจนต้องมีการบอกรับ ต่อ นั้นคือ การดูแลลูกค้าที่เดินเข้าไปในร้านทุกคนด้วยหน้าตายิ้ม แย้มแจ่มใสไม่ว่าลูกค้าจะแต่งตัวอย่างไรก็ตาม วิธีการพูดกับ

ลูกค้าที่สรรหาคำพูดให้ฟังรื่นหูและมีมาตรฐาน เช่น “สวัสดิ์คะ หากสนใจสินค้าชิ้นไหนสอบถามได้เลยนะคะ” ต่างกับคำว่า “ดูก่อนได้ค่ะ” จะเห็นได้ว่าความแตกต่างระหว่างสองคำนี้สร้างความรู้สึกให้แก่ลูกค้าได้ว่าคำไหนที่ดูใส่ใจในการบริการ

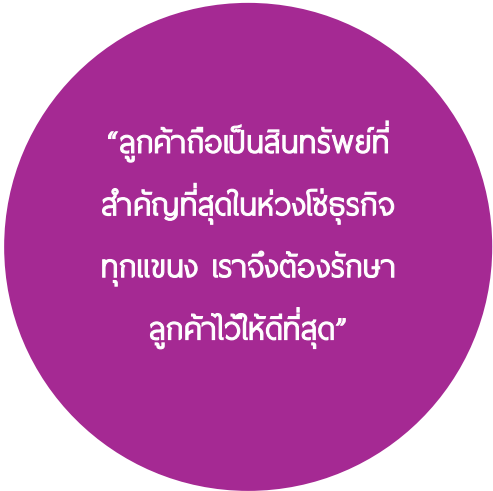
นอกจากนี้การเข้าถึงลูกค้าของพนักงาน ที่ญี่ปุ่นจะเป็นการเข้าถึงอย่างมีทักษะเว้นช่องว่างให้ลูกค้าได้มีโอกาสเลือกสินค้าอย่างเพลิดเพลิน แต่เมื่อมีคำถามสงสัยก็สามารถเรียกถามพนักงานได้ทันที เพราะพนักงานจะทำที่เป็นยินยอมอยู่ใกล้ๆ แต่ไม่ทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุณจ้องมองจนน่าอึดอัด ต่างกับร้านค้าในประเทศไทยบางร้านที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกเหมือนโดนกดดันให้เลือกซื้อสินค้า จนสุดท้ายพาลไม่อยากเลือกซื้อสินค้าไป ดีไม่ดีอาจได้สายตาไม่พอใจจากพนักงานร้านอีกก็เป็นได้ ลูกค้าจะเกิดอาการขยาดและไม่อยากกลับมาอีกในที่สุด

ตลอดจนการจดจำรายละเอียดเล็กๆ น้อยๆ ของลูกค้า ก็เป็นอีกหนึ่งวิธีการสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้ารู้สึกได้ว่าร้านค้าและพนักงานใส่ใจดูแลเราเหมือนคนในครอบครัวก่อให้เกิดความไว้วางใจและเป็นกันเอง จากกรณีตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า การบริการที่ดีเลิศนั้นเป็นอย่างไร และการทำอย่างเป็นขั้นเป็นตอนใส่ใจทุกรายละเอียดมีมาตรฐานที่สม่ำเสมอสามารถสร้างความประทับใจให้ลูกค้าจนอยากกลับมาใช้บริการซ้ำแล้วซ้ำอีก

ต้องมีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้า ความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าเป็นคุณสมบัติหนึ่งที่ผู้ประกอบการพึงมี เพราะเป็นหนึ่งในหนทางที่สามารถสร้างความจงรักภักดีในตัวสินค้าและร้านค้าตลอดจนกลับมาเป็นลูกค้าประจำอีกและเกิดการบอกต่อไปยังลูกค้าหน้าใหม่ๆ ได้อย่างไม่รู้จัก เมื่อร้านของเราเป็นร้านที่ซื่อสัตย์ต่อลูกค้า รับผิดชอบต่อคำพูดไม่หลอกหลวงผู้บริโภคไม่ว่าทางใดก็ตาม ลูกค้าจะเกิดความไว้วางใจและกลายเป็นลูกค้าประจำได้ไม่ยาก และยังสามารถสร้างลูกค้าใหม่ๆ ได้ผ่านการแชร์ประสบการณ์ที่ประทับใจไปยังลูกค้าอื่นๆ อีกเป็นทอดๆ จะเห็นได้ว่าร้านใดก็ตามที่ได้ชื่อว่าเป็นร้านที่มีความซื่อสัตย์ต่อลูกค้าแล้วนั้น มักจะเป็นร้านที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับ และเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดลูกค้าหน้าใหม่ให้เข้ามาหาได้ง่ายๆ เพราะฉะนั้นร้านค้าหรือผู้ประกอบการธุรกิจจะต้องเน้นความซื่อสัตย์และมีจรรยาบรรณต่อลูกค้าให้ได้

สินค้าต้องมีคุณภาพ แน่นอนที่สุดว่าในการทำธุรกิจทุกรูปแบบสินค้าและตัวบริการจะต้องมีคุณภาพที่ดีมาตรฐานเหมาะสมกับการใช้งานสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าและสามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้า ทั้งนี้ต้องไม่มีการโฆษณาเกินจริงไม่หลอกหลวง มีความทนทานต่อการใช้

งาน ราคาเหมาะสมไม่แพงจนเกินไป และที่สำคัญจะต้องมีการปรับปรุงพัฒนาสินค้าให้ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอยู่เสมอ เพราะอย่าลืมว่าคู่แข่งทางการค้ามีอยู่เยอะแยะหลากหลายเมื่อไหร่เราขาดการพัฒนาสินค้าของเราที่จะล้ำหลังคู่แข่งและไม่สามารถคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่สุดแล้วลูกค้าก็อาจจะหันไปสนใจสินค้าที่อื่นแทน ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องศึกษาคู่แข่งอยู่เสมอเพื่อจะได้รู้เขารู้เราและศึกษาพฤติกรรมของลูกค้าไปด้วยในตัวว่าลูกค้าต้องการอะไร ชอบแบบไหน ไม่ชอบอะไรจะได้พัฒนารูปแบบสินค้าและบริการเพื่อหลีกเลี่ยงและป้องกันโอกาสในการเสียลูกค้าในอนาคต



การบริการหลังการขาย เมื่อมีการซื้อขายเกิดขึ้นแล้วลูกค้าบางรายอาจจะไม่มีปัญหาในการใช้สินค้าหรือบริการนั้นๆ แต่ก็ยังมีน้อยที่รายอื่นๆ จะประสบปัญหาไม่จำเป็นที่จะเป็นการใช้งานไม่ถูกวิธีเพราะการความรู้ในตัวสินค้า สินค้าบกพร่อง เป็นต้นร้านค้าจะต้องไม่ละเลยลูกค้าเด็ดขาด การติดต่อสอบถามและช่วยแก้ปัญหาให้ลูกค้าด้วยความเต็มใจและใส่ใจ เอาใจเขามาใส่ใจเรา เปรียบตัวเองเป็นลูกค้า คิดในมุมลูกค้าดูว่า ถ้าหากเราเป็นลูกค้าและประสบปัญหาจากการใช้งานสินค้า โดยที่ร้านค้าไม่สนใจเพียงเพราะว่าเราซื้อสินค้ามาแล้วไม่มีความจำเป็นจะต้องไปดูแลอะไรอีก แน่ใจเราคงไม่อยากกลับไปร้านนั้นอีกแน่นอน ลูกค้าก็รู้สึกไม่ต่างกัน แต่ในขณะที่เดียวกันถ้าหากทางร้านใส่ใจดูแลตั้งแต่ต้นจนจบลูกค้าจะเกิดความประทับใจจนไม่อยากจะเปลี่ยนใจไปใช้บริการที่อื่นแน่นอน

ความรวดเร็วในการทำงาน ไม่ว่าจะด้วยความรวดเร็วคล่องแคล่วในการให้บริการหรือความรวดเร็วในการทำงานอย่างทันท่วงที ความรวดเร็วในการตอบคำถามต่อลูกค้า ความรวดเร็วในการส่งสินค้าให้ทันตามที่กำหนดหรือ

ก่อนกำหนดได้ยิ่งดี ความรวดเร็วในการแก้ปัญหาต่างๆให้ลูกค้า เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สามารถทำให้ลูกค้าประทับใจและสามารถมัดใจลูกค้าได้อยู่หมัด อีกทั้งยังสามารถใช้กลยุทธ์ความรวดเร็วในการรักษาลูกค้าประจำและสร้างลูกค้าใหม่ให้พึงพอใจในร้านค้าหรือบริการได้ ลองคิดว่าหากเรามีความล่าช้าในการทำงานตั้งแต่ต้นน้ำยันปลายน้ำจะมีลูกค้าสักกี่คนที่จะอดทนรอได้ ในเมื่อลูกค้ามีทางเลือกในการที่จะมองหาคู่แข่งรายอื่นที่มีความรวดเร็วตอบโจทย์ลูกค้าได้มากกว่ากัน ความรวดเร็วจึงเป็นอีกหนึ่งวิธีที่จะช่วยผู้ประกอบการสามารถมัดใจลูกค้าไม่ให้หนีหายไปไหน



มีความรับผิดชอบ หากลูกค้าไม่พอใจในสินค้าและบริการจำเป็นอย่างยั้งที่ร้านค้าต่างๆจะต้องมีมาตรการในการแสดงความรับผิดชอบต่อความพึงพอใจลูกค้า เช่นหากลูกค้าไม่พอใจในสินค้าสามารถคืนสินค้าได้ภายใน 10 วันพร้อมรับเงินคืนเต็มจำนวนเป็นต้น เป็นการรับประกันความพึงพอใจให้ลูกค้า หรือหากสินค้าเสียหายบกพร่องไม่สามารถทำงานได้เต็มประสิทธิภาพทางร้านจะต้องมีมาตรการเตรียมพร้อมด้วยการเปลี่ยนสินค้าชิ้นใหม่ให้ลูกค้าโดยไม่มีเงื่อนไข เป็นต้น เป็นการสร้างความมั่นใจต่อตัวสินค้าและสร้างความไว้วางใจต่อแบรนด์สินค้าได้ในที่สุด การกลับมาซื้อซ้ำซื้อบ่อยก็จะเกิดขึ้นตามมาแน่นอน

และข้อพึงระวังที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้ามคือ การหลีกเลี่ยงการปะทะกับลูกค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ถึงแม้ลูกค้าจะผิดจริงการแก้ปัญหาจะต้องมีความเป็นมืออาชีพไม่ประจานลูกค้ารายใดรายหนึ่งให้ลูกค้ารายอื่นเห็น ไม่โจมตีคู่แข่งให้ลูกค้าพึงอย่าคิดว่าลูกค้าตามเราไม่ทัน พนักงานของร้านจึงจำเป็นต้องได้รับการอบรมที่ดีพอเพื่อเรียนรู้ว่าจะไรควรทำหรือไม่ควรทำ หากร้านไม่ใส่ใจจุดนี้อาจเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าหนีหายไปเพราะจะเป็นการบั่นทอนชื่อเสียงของร้านค้านั่นเอง ที่สำคัญที่อยากจะทำให้ผู้ประกอบการใส่ใจเสมอคือการบริการ การบริการที่ดีเลิศมี Service mind และสม่ำเสมอเป็นกลยุทธ์ที่สามารถใช้ได้ทุกยุคทุกสมัย เมื่อลูกค้าชื่นชมในการบริการ การสร้างยอดสินค้าก็ไม่อยู่ไกลเกินเอื้อม เป็นการส่งเสริมชื่อเสียงให้กับร้านค้าได้ทางอ้อมเป็นวงจรที่เกี่ยวเนื่องกันไปอย่างไม่รู้จบ จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้นเป็นเพียงแค่ส่วนหนึ่งในกลยุทธ์พื้นฐานในการมัดใจลูกค้าที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้และประยุกต์ให้เข้ากับร้านค้าบริการและองค์กรของตัวเองให้เกิดประโยชน์สูงสุดจะขาดข้อใดข้อหนึ่งไปไม่ได้



กลยุทธ์พิชิตใจลูกค้า

หากเราต้องการจะทำธุรกิจขึ้นมาสักหนึ่งธุรกิจ เราจะต้องมีการวางแผนการดำเนินงานธุรกิจที่รัดกุมโดยที่เราจำเป็นต้องคิดวางแผนให้รอบคอบในทุกจุดเพื่อที่จะให้ธุรกิจของเราประสบความสำเร็จ อาทิเช่น วางแผนทางด้านการเงิน การบัญชี จัดทำงบประมาณ ควบคุมดูแลบุคลากร วางแผนการตลาด หากกลยุทธ์ใหม่ แต่ใครหลายคนอาจจะลืมความสำคัญของสิ่งหนึ่งสิ่งไป ซึ่งมีความสำคัญมากไม่แพ้ปัจจัยที่กล่าวข้างต้น ซึ่งนั่นก็คือการให้ความสำคัญกับลูกค้านั่นเอง ลูกค้าเป็นปัจจัยหลักที่จะช่วยผลักดันธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ หากธุรกิจไหนสามารถครองใจลูกค้าได้เยอะและยาวนาน แน่แน่นอนความมั่นคงมั่งคั่งก็จะเข้ามายังธุรกิจนั้น แล้วเรามีหลักการอย่างไรบ้างที่จะสามารถดึงดูดใจลูกค้าให้มาใช้บริการกับเรา เราจึงต้องมีกลยุทธ์การพิชิตใจลูกค้าที่ดีแต่ตัวเอง

การที่เราจะมัดใจลูกค้าได้นั้นเราจะต้องมีกลยุทธ์ที่ดีเสียก่อน ซึ่งหลักในการมีกลยุทธ์ที่ดีนั้นมีมากมายหลายประเภท ซึ่งก็ต้องขึ้นอยู่กับสถานการณ์และความสามารถของผู้ที่ใช้หลายคนเคยได้ยินคำว่า ลูกค้าคือพระเจ้า ซึ่งเชื่อว่าใครหลายคนโดยเฉพาะแผนกขายต่างเกิดทวนลูกค้าเปรียบเสมือนพระเจ้า ซึ่งถ้าลูกค้าต้องการสิ่งใด อยากรู้ได้อะไรแบบไหน เราก็พร้อมที่จะหาสิ่งเหล่านั้นมาตอบแทนลูกค้าทันที ตัวอย่างเช่นลูกค้าคนหนึ่งเดินเข้ามาที่จะเลือกซื้อสินค้า ด้วยความที่ลูกค้าคนนั้นเป็นคนที่ต้องการอะไรหลายๆอย่าง อยากรู้ได้นู่นอยากได้นี้ อยู่ตลอดเวลา ซึ่งหากเป็นพนักงานขายที่เกิดทวนนิยามตามที่กล่าวมา ก็จะต้องทำตามลูกค้าคนนั้นบอกทุกอย่าง อยากรู้ให้ทำอะไรทำได้หมด ซึ่งบางครั้งมันเป็นเรื่องที่เกินขอบเขตจนเกินไป มันอาจนำมาซึ่งความท้อใจได้ ดังนั้นคำที่กล่าวว่าลูกค้าคือพระเจ้า จึงลืมนั่นไปเพราะมันเป็นนิยามที่เก่าจนเกินไปแล้ว ลักษณะแบบนี้เป็นงานเลือกใช้กลยุทธ์ที่ไม่ถูกต้องเพราะเชื่อในนิยามเดิมๆ

พูดถึงเรื่องกลยุทธ์พีชใจลูกค้าที่ดีนั้น จริงๆแล้วไม่ได้ยากเหมือนที่ใครหลายคนคิดเพราะว่าเทคนิคหลักๆในการมัดใจลูกค้ามีอยู่เพียงแต่ 4 หัวข้อหลักๆเท่านั้น คือ เทคนิคการเจรจาต่อรอง ความรู้ในตัวสินค้า การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เพิ่มพรสวรรค์โดยพรแสวง

เทคนิคที่หนึ่งคือการเจรจา การเจรจาต่อรองเป็นสิ่งที่สำคัญมาก เพราะมันเป็นการสื่อสารระหว่างคนสองคนโดยตรง การเจรจาที่ดีจะทำให้เรามีชัยไปกว่าครึ่งเพราะหากเราเจรจาได้ดี เราก็สามารถมัดใจลูกค้าได้ง่ายนั่นเอง ทักษะในการเจรจานั้นเราสามารถสร้างมันและฝึกฝนมันขึ้นมาได้ทุกคนหากเรามีความพยายามมากพอ หลักในการเจรจาที่ดีนั้นมาหลายองค์ประกอบด้วยกัน เริ่มจากเราจะต้องเป็นผู้ฟังที่ดี เพราะว่าเมื่อลูกค้าได้เข้ามาหาเราแน่นอนว่า จะต้องถามว่าต้องการให้ช่วยอะไรไหม จากนั้นลูกค้าก็จะพูดสิ่งที่เค้าต้องการออกมาซึ่งเราควรจะต้องรับฟังให้ดีถูกต้องครบถ้วน พยายามเก็บทุกรายละเอียดให้ได้หมด หากเก็บได้ไม่ครบหรือไม่เข้าใจให้รับถามลูกค้ากลับไป เพื่อเราจะได้รับรู้สิ่งที่ลูกค้าคนนั้นต้องการ หลังจากนั้นก็จะตามมาด้วย เราจะต้องเป็นผู้พูดที่ดีเช่นกัน เราจะต้องให้คำแนะนำกับลูกค้าก่อน ซึ่งแน่นอนว่าจะต้องตรงประเด็นไม่อ้อมค้อม เพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็นในสิ่งที่เค้าขาดหวังไว้ แล้วเราจะขายตอนไหนดีละ เรื่องของการขายนั้นเราไม่ควรที่จะพูดเกี่ยวกับการขายออกไปโดยตรง อย่างเช่นว่า โลชั่นชนิดนี้หอมและเหมาะกับคุณผู้หญิงมากซื้อเลยไหมคะ ลักษณะแบบนี้มันจะเป็นการจู่โจมมากจนเกินไปทำให้ลูกค้ารู้สึกอึดอัด อาจถึงขั้นเดินออกจากร้านไปเลยทันที สิ่งที่ถูกต้องที่ควรทำในกรณีนี้คือ เราควรเจรจายขายด้วยการแนะนำอย่างมีชั้นเชิงคือ โลชั่นกลิ่นกุหลาบนี้เหมาะกับผิวของคุณลูกค้ามาก ลองกดลองใช้สินค้าตัวอย่างดูได้ไหมคะ ไม่ซื้อไม่เป็นไรคะ แค่อายากให้ลองใช้ดูก่อน สินค้าตัวนี้ขายดีเป็นที่นิยมมากเพราะทำจากสมุนไพรไม่มีสารเคมี ราคาไม่แพงลองรับไปใช้ดูสักขวดไหมคะเพราะตอนนี้เหลือไม่มากแล้ว เป็นต้น เราจะเห็นได้ว่าการเจรจานั้นเราควรที่จะเพิ่มคำพูดการที่เกี่ยวกับการขายเข้าไป เพิ่มการนิมน้าวเข้าไปอยู่เรื่อยๆ มันจะทำให้บรรยากาศเป็นกันเอง หากลูกค้าไม่ตัดสินใจซื้อไม่เป็นไร เราควรที่จะกล่าววาทาสนใจยังใจก็กลับมาใหม่ได้เนะทางเรายินดีที่จะให้บริการอยู่เสมอคะ

เทคนิคที่สองคือ ความรู้ในตัวสินค้าที่เราจะต้องทำการขายหรือ product knowledge มันสิ่งที่สำคัญมากเพราะเราจะต้องใช้ตอบคำถามและนิมน้าวลูกค้าในการขาย ซึ่งถ้าเราไม่สามารถรู้รายละเอียดของสินค้าชนิดนั้นได้เราก็จะเสียโอกาสในการขายไปด้วยเลยทันที ตัวอย่างเช่น หากเราไม่ทราบสรรพคุณของตัวยาแต่ละชนิด เราจะไม่สามารถขายยานั้นได้

เลยเพราะเราไม่รู้ว่าชนิดไหนเหมาะสมกับใคร ซึ่งมันอาจนำไปถึงการผิดพลาดที่ร้ายแรง เช่น ลูกค้าที่ซื้อสินค้าไปใช้เกิดมีอาการแพ้ อันตรายถึงชีวิต เป็นต้น ดังนั้นเราจะไม่สามารถปิดการขายได้แน่นอนหากเราไม่รู้รายละเอียดของสินค้า



เทคนิคที่สามคือ การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าแน่นอนว่าเป็นสิ่งจำเป็นในการปิดการขายได้ ซึ่งแน่นอนว่าความสัมพันธ์ที่ดีจะช่วยให้เราเปิดการขายได้ง่ายและยังสามารถเพิ่มยอดการขายได้ด้วย แล้วมันทำอย่างไรละ ง่ายนิดเดียวคือ หากเราสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าคนนึงได้ ลูกค้าคนนั้นก็แนะนำเราไปยังลูกค้าใหม่ให้มาใช้บริการของเรา เราก็ต้องสร้างความสัมพันธ์ต่อกับลูกค้าใหม่ แล้วมันก็จะวนแบบนี้ไปเรื่อยๆ ส่วนวิธีการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีมีอยู่อย่างเดียวคือการบริการที่จริงใจและใส่ใจกับลูกค้าเป็นพิเศษ หรือ good service mind หลักง่ายๆในการบริการที่ดีคือ สุภาพ ยิ้มแย้ม และใส่ใจลูกค้า เพียงแค่นี้เราก็จะสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีให้ลูกค้าได้แล้ว

เทคนิคสุดท้ายคือ การเพิ่มพรสวรรค์ในการขายโดยใช้พรแสวง การขายเป็นสิ่งที่ใครหลายคนคิดว่ายาก อาจจะเพราะความเชื่อที่ว่าไม่เหมาะกับบุคลิกของเรา ไม่อยากไปเจอผู้คนมากมาย นิมน้าวคนไม่เก่ง อันที่จริงแล้วไม่มีใครเก่งมาตั้งแต่เกิดนอกเสียจากว่าคนคนนั้นจะมีพรสวรรค์ในการขายอยู่แล้วตั้งแต่แรกซึ่งบอกได้เลยว่าเราจะเจอคนประเภทที่เก่งมาตั้งแต่เกิดน้อยมาก เรื่องพวกนี้เราสามารถฝึกฝนกันได้ เราแค่ต้องมีความพยายามที่สูงกว่าคนอื่น ต้องอาศัยประสบการณ์หรือชั่วโมงบิน เราจึงจะสามารถเป็นผู้ขายที่เก่งได้ แต่ก่อนอื่นเลยเราควรจะต้องปรับทัศนคติของตัวเองในเรื่องการขายเสียก่อนเพราะเชื่อว่าคนส่วนมากพอได้ยินเรื่องการขายก็คงขยาดกันพอสมควร วิธีการฝึกนั้นก็ไมยากเราสามารถเริ่มการขายจากคนใกล้ตัวก่อน เช่น ญาติสนิท มิตรสหาย



แต่อย่างจุ่มเลือกการขายมากเกินไปเพราะอาจจะทำให้เราเสียเพื่อนไปได้ ควรที่จะเป็นแวนะนำมากกว่า

ตัวอย่างเช่น เพื่อนคนหนึ่งเป็นหวัดอยู่บ่อยครั้ง เราควรจะแนะนำเค้าให้กินวิตามินซีบำรุงในแต่วันบ้าง ซึ่งเราก็ควรจะต้องแนะนำทุกประเภทของวิตามินซีว่าแบบเม็ดได้อย่างไรแบบน้ำได้อย่างไร จากนั้นเราก็ค่อยแนะนำสินค้าที่เราขายให้เค้าซื้อไปลองใช้ดู เราค่อยๆทำการขายแบบนี้ไปเรื่อยๆ จากนั้นเราจะเริ่มรู้แนวทางการขายที่เหมาะสมกับตัวเราตัวเอง ในทุกเทคนิคที่กล่าวมานั้นเราควรที่จะต้องใส่จิตวิญญาลงไปในทุกขั้นตอน เพราะเป็นสิ่งที่สำคัญในการเข้าถึงลูกค้าได้ตรงจุด และเราสามารถรู้วิธีการปฏิบัติและรับมือกับลูกค้าในทุกสถานการณ์ และในแแต่ละคนได้ดี

เพราะฉะนั้นหากเราต้องการที่จะพิชิตใจลูกค้าให้อยู่หมัดนั้นเราจะต้องมีกลยุทธ์และเทคนิคมัดใจลูกค้าที่ดี แนนอนว่าแแต่ละคนก็จะมีเทคนิคการมัดใจลูกค้าที่แตกต่างกันออกไป แแต่วิธีการคร่าวๆก็คือ การเจรจาและการสื่อสารที่ดีระหว่างเรากับลูกค้า การรู้รายละเอียดของสินค้าทุกชนิดก่อนที่จะไปเสนอขายให้ลูกค้า การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า โดยการใส่ใจในทุกรายละเอียด และการให้บริการที่ประทับใจแแต่ลูกค้าทุกคน เสมือนเป็นคนพิเศษ และการฝึกฝนทักษะการขายที่เหมาะสมกับตัวเรา ลองใช้กับบุคคลหลายๆประเภท ลองปรับเปลี่ยนรูปแบบการขายสินค้า การโน้มนำวใจลูกค้า แแต่หากว่าเราพยายามขายจนสุดความสามารถแล้ว ก็ยังไม่สามารถปิดการขายได้ ก็ขอให้เราปล่อยผ่านไปแล้วกลับมาทวนหาจุดบกพร่องที่เราต้องแก้ไขแล้วลองปรับใช้กับลูกค้ารายต่อไป แแต่ถ้าพยายามแล้วยังไม่สามารถขายได้อีก ก็ขอแแต่ว่าอย่ายอมแพ้ เราต้องทำทัศนคติให้เป็นบวกเสมอเพราะไม่มีใครในโลกนี้เจอคน 10 คน แล้วสามารถปิดการขายได้ทั้งหมด 10 อยู่แล้ว หากเราปฏิบัติตามเทคนิคที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ เพียงเท่านั้นเราก็สามารถที่จะปิดการขายได้อย่างไม่ยาก



กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ของ SMEs

การสร้างแบรนด์ คือการทำให้ตราสินค้าเป็นที่รู้จัก และลูกค้ารำลึกถึงสินค้าได้ การสร้างแบรนด์ไม่ได้เป็นเพียงการสร้างโลโก้ ชื่อสินค้า หรือแพคเกจจิ้งเพียงอย่างเดียวหนึ่ง แต่เจ้าของแบรนด์ต้องสร้างความรู้สึกร่วมกันระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคให้ได้ด้วย บทความนี้จะกล่าวถึงกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ ตั้งแต่การออกแบบตราสินค้า สโลแกน การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ จนถึงการสร้างความภักดีของตราสินค้า

การออกแบบตราสินค้า เนื่องจากตราสินค้าเป็นสิ่งที่ลูกค้าจะสามารถเห็นได้บ่อยที่สุด การรู้สึกรับรู้และจดจำตราสินค้านั้นได้ก็ต้องขึ้นอยู่กับว่าตราสินค้านั้นมีจุดเด่นที่สะดุดตา ดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้ดีเพียงใด ซึ่งหากใช้ตราสัญลักษณ์ไประยะเวลาหนึ่งแล้วพบว่าจุดเด่นที่บ่งพร่องและควรปรับปรุง เปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นก็สามารถที่จะทำได้ โดยยังคงต้องยึดรูปแบบตราสินค้าเดิมเป็นหลัก ดังนั้นตราสินค้าที่ดีนั้นจะต้องมีเอกลักษณ์ในตัวเอง จดจำได้ง่าย และสื่อความหมายไปถึงตัวสินค้าได้อย่างชัดเจน องค์ประกอบที่สำคัญของตราสินค้าประกอบไปด้วย ชื่อตราสินค้า (Brand Name) คำโปรย (Slogan) รูปแบบตัวหนังสือ (Font) สี (Logo-Color)

สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging design)

การตั้งชื่อตราสินค้า ควรเป็นชื่อที่จำง่าย ควรเป็นชื่อเฉพาะที่ไม่ซ้ำชื่อทั่วไป เพราะชื่อทั่วไปนั้นอาจไปคล้ายหรือซ้ำกับสินค้าอื่นได้ ลูกค้าอาจเกิดความสับสน ชื่อเฉพาะที่ตั้งนั้นควรมีความแตกต่างจากคู่แข่งอย่างชัดเจน เป็นชื่อที่สามารถใช้ได้นาน ติดปาก มีความหมายกว้างขวางครอบคลุมไปถึงการขายตลาดและฐานลูกค้าในอนาคต ควรมีการสื่อถึงประโยชน์หรือบริการของสินค้าหากเป็นไปได้ หากทุกอย่างสามารถรวมกันเป็นชื่อสั้นๆ ได้ยิ่งดี เพราะชื่อที่สั้นกว่าจะดีกว่าชื่อที่ยาว เช่น Volvo, Nike, Pepsi เป็นต้น ขั้นตอนในการตั้งชื่อนั้นควรเลือกคำที่เป็นคำในเชิงบวกมาตั้งชื่อ โดยเลือกคำต่างๆ มาประกอบกันดูก่อนถ้าสละสลวย น่าพอใจและยังไม่มีใครใช้ก็สามารถเลือกใช้ได้เลย แต่หากมีคนใช้อยู่แล้วก็ให้หาคำที่ความหมายคล้าย (Synonym) มาแทน หรืออาจจะสร้างคำขึ้นมาใหม่เองเลยก็ได้ คำทั่วไปที่มักนิยมนำมาตั้งชื่อเช่นกัน เช่น Central, True, Arrow ชื่อสถานที่ที่สามารถใช้ได้เช่น ดอยคำ, บางจาก, Amazon เป็นต้น การใช้อักษรย่อหรือการกำกับด้วย

ตัวเลข เช่น M100, B2S เมื่อเลือกชื่อได้แล้วก็ทำการตรวจสอบกับกระทรวงพาณิชย์ว่ามีชื่อเหล่านั้นจดทะเบียนไว้หรือยัง ถ้ายังไม่มีก็สามารถจดทะเบียนได้เลย

การหาคำโปรยหรือคำจำกัดความสั้นๆ (Slogan)
เพื่อช่วยในการสื่อความหมายของสินค้าหรือบริการให้ชัดเจนยิ่งขึ้น จริงๆแล้วมีความแตกต่างกันอยู่เล็กน้อยสำหรับคำจำกัดความกับสโลแกน ในเรื่องของ การสื่อความหมาย โดยสโลแกนจะเน้นถ้อยคำที่ดึงดูดใจมากกว่าการสื่อความหมายในเชิงบรรยายหรือโฆษณาตัวสินค้า และโดยปกติแล้วมักจะมีการนำเสนอชื่อสินค้ากับคำจำกัดความหรือสโลแกนไปควบคู่กันอยู่แล้ว เช่น Pepsi เต็มที่กับชีวิต, Toshiba นำสิ่งที่ดีสู่ชีวิต, เซเว่น อีเลฟเว่น เพื่อนที่รู้ใจใกล้ๆคุณ เป็นต้น จะสังเกตว่าคำที่นำมาใช้นั้นเป็นคำที่เรียบง่าย จำง่าย สื่อความหมายได้ชัดเจน

การออกแบบอักษรและการเลือกสี ปกติจะมีการใช้อักษรที่แตกต่างกัน ควบคู่กันไป เป็นอักษรหลักและอักษรรอง เพื่อให้โลโก้นั้นดูมีมิติมากยิ่งขึ้น สีที่ใช้มักใช้โทนสีที่ให้ความรู้สึกไปในทิศทางเดียวกับสินค้า และมักเลือกชุดของสีที่แตกต่างจากคู่แข่ง

การออกแบบสัญลักษณ์หรือโลโก้ รูปแบบต่างๆที่สามารถนำมาออกแบบโลโก้ได้อย่างเช่นแบบอักษร มีจุดเด่นอยู่ที่ใช้เวลาในการออกแบบได้รวดเร็ว อายุการใช้งานที่ยาวนาน ส่วนมากมักใช้อักษรที่เป็นตัวย่อของสินค้า จะใช้พอนต์อักษรแบบเดียวหรือหลายแบบก็ได้ หัวใจสำคัญจึงอยู่ที่การเลือกพอนต์ให้เหมาะสมกับสินค้า โดยพอนต์ที่เลือกมานั้นจะนำมาใช้เลยหรือดัดแปลงเพิ่มเติมอีกก็ได้ โลโก้แบบคลิปปาร์ด เหมาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดย่อมหรือขนาดเล็กอย่างธุรกิจ SMEs เพราะคลิปปาร์ดจะมีความน่าสนใจมากกว่าตัวอักษร โลโก้แบบรูปภาพก็น่าสนใจสำหรับนำไปใช้กับธุรกิจ SMEs เพราะสื่อความหมายได้ชัดเจน ตรงไปตรงมา เพราะโลโก้คือด่านแรกของสินค้าที่ผู้บริโภคจะสัมผัสได้ ดังนั้นในการออกแบบโลโก้นั้นอย่ารีบร้อน ค่อยๆออกแบบไปจากง่ายๆแล้วจึงค่อยเพิ่มรายละเอียดเข้าไป ทีละขั้นทีละตอนแล้วกลับมาดูซ้ำ ถ้าเห็นแล้วสะดุดตา นึกถึงตัวสินค้าได้ในทันทีก็แสดงว่าโลโก้นั้นมีประสิทธิภาพเพียงพอแล้ว จึงค่อยตัดสินใจอีกครั้งในการเลือกใช้

การสร้างการรับรู้ของแบรนด์ (Brand Awareness)
เป็นความสามารถในการรับรู้ จดจำ หรือระลึกถึงตราสินค้าได้ สำหรับการรับรู้ต่อแบรนด์นั้น จะต้องมีการสำรวจตรวจสอบอยู่เสมอว่าตราสินค้านั้นเป็นที่รับรู้ของกลุ่มลูกค้ามากน้อยเพียงใดแล้ว ในการสำรวจการรับรู้ของผู้บริโภคนั้นหากพบว่าผู้บริโภคไม่รู้จัก ไม่คุ้นกับตราสินค้า แสดงว่าตราสินค้านั้นมีปัญหา จำเป็นต้องหาปัญหาให้พบว่ามีเหตุใดผู้บริโภคจึงจำไม่ได้ถึงชื่อ โลโก้ อาจมาจากโลโก้ไม่โดดเด่นพอ ทำการโฆษณาไม่เพียงพอ เมื่อพบปัญหาแล้วจึงนำไปสู่การหาวิธีแก้ปัญหาต่อไป หรืออาจมีปัญหาในด้านของผู้บริโภคที่รับรู้ตราสินค้า สับสนไปหรือจำผิดเนื่องจากมีคู่แข่งทางการค้า นั้นแสดงว่าตราสินค้านั้นไม่มีความโดดเด่น หรือไม่แตกต่างจากคู่แข่งกรณีนี้จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงตราสัญลักษณ์ใหม่



แต่หากผู้บริโภคมีการรับรู้และจดจำตราสินค้าได้แล้วแสดงว่าสินค้านั้นมีประสิทธิภาพเพียงพอแล้ว ที่เหลือก็อยู่ที่การตัดสินใจของผู้บริโภคในการซื้อ ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับว่าสินค้านั้นมีคู่แข่งมากน้อยเพียงใด หรือไม่มีคู่แข่งเลย แต่เป็นสินค้าเฉพาะที่ต้องรอเวลาที่จำเป็นต้องใช้หรือรอให้สินค้าเดิมนั้นหมดเสียก่อนจึงจะตัดสินใจซื้อ ขั้นตอนต่อไปก็ต้องทำให้ลูกค้ามั่นใจในผลิตภัณฑ์หรือสินค้ามากขึ้นจนกลายเป็นสินค้าในดวงใจ (Top of Mind) ที่ไม่ว่าเวลาจะผ่านไปนานเท่าใดผู้บริโภคก็มีความมั่นใจที่จะใช้สินค้านั้นเท่านั้น การสร้างคุณค่าของตราสินค้าให้มากขึ้นนั้นก็เพื่อนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้า ซึ่งต้องอาศัยหลักการต่างๆ ทั้งโฆษณา โพรโมชัน เพื่อทำการเชื่อมโยงสิ่งเหล่านั้นเข้า

สู่ตราสินค้า ในกรณีที่พอมองปริมาณก็อาจจะจัดงานเปิดตัวสินค้า หรือสาธิตสินค้า ก็จะช่วยให้ผู้บริโภครู้จักตราสินค้ามากยิ่งขึ้น และเมื่อลูกค้าจดจำตราสินค้าได้มากขึ้นก็จะส่งผลไปถึงระดับคุณค่าของสินค้าที่ลูกค้าจะรับรู้ได้ด้วย สำหรับธุรกิจแบบ SMEs ซึ่งเป็นธุรกิจขนาดเล็กถึงขนาดกลางต้องใช้จุดเด่นที่ความคล่องตัวในการจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ตราสินค้ามากขึ้น เช่น จัดโปรโมชั่นลดราคาสินค้าเป็นกลุ่มๆ ของชนิดสินค้าแต่ละชนิดเพื่อกระตุ้นการขาย ถือเป็นแรงจูงใจที่ดีให้ลูกค้าได้มีโอกาสลองเปลี่ยนมาใช้สินค้านวัตกรรมใหม่ ที่มาจากธุรกิจ SMEs ในราคาถูก ซึ่งหากลูกค้าพึงพอใจในคุณภาพก็สามารถที่จะเปลี่ยนใจมาใช้สินค้านั้นเป็นประจำเลยก็ได้ การนำเสนอเกี่ยวกับตัวสินค้านั้นจำเป็นต้องนำเสนอและตรวจสอบในเรื่องของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และคุณภาพของบริการด้วย จะ



เห็นได้ว่าจะจะทำให้ตราสินค้าเป็นสิ่งที่ทำให้ลูกค้าภักดีนั้นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบ ปรับปรุงซ้ำแล้วซ้ำเล่า จนได้สินค้าและบริการที่ลูกค้าส่วนมากพึงพอใจ จึงเป็นสิ่งที่เจ้าของธุรกิจละเลยไม่ได้และไม่ควรเมื่อหน่ยที่จะทำกระบวนการต่างๆ เหล่านั้นซ้ำๆ เป็นอันขาด

ความภักดีต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) เป็นทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าในเชิงบวก ที่เกิดจากความเชื่อมั่น การระลึกถึง และมีการใช้ซ้ำอยู่เป็นระยะเวลานาน เป็นเรื่องที่ดีมากต่อยอดขายของสินค้าเพราะการรักษาลูกค้าเดิมที่มีความภักดีต่อตราสินค้านั้นทำได้ง่ายกว่าการหาลูกค้าใหม่ แล้วทำให้ลูกค้าใหม่นั้นตัดสินใจเลือกใช้สินค้า ถึงแม้ว่าจะมีแนวโน้มว่าผู้บริโภคมักสนใจในการลองใช้สินค้าใหม่ๆ อยู่ก็ตาม แต่การสร้าง ความภักดีต่อตราสินค้านั้นยังคงเป็นสิ่งที่เจ้าของตราสินค้ายังควรทำอยู่เช่นเดิม และแน่นอนว่าหากมีลูกค้าจำนวนมากภักดีต่อตราสินค้านั้นจะนำมาซึ่งยอดขายที่เพิ่มขึ้น สามารถเพิ่มราคาของสินค้าได้ การสร้างความภักดีต่อตราสินค้าส่วนมากจะใช้พฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นตัวชี้วัด เพราะสามารถตรวจสอบได้ง่าย พฤติกรรมดังกล่าวก็คือ การใช้ซ้ำ หากลูกค้ามีการใช้ซ้ำในสินค้าและบริการเป็นระยะเวลานานๆ ก็จะกลายเป็นความภักดีต่อตราสินค้าได้ในที่สุด แต่สิ่งที่พึงระวังอย่างหนึ่งก็คือ กรณีที่ผู้บริโภคมีการใช้สินค้าซ้ำอาจไม่ได้มาจากความภักดีต่อตราสินค้าก็ได้ แต่อาจไม่มีสินค้าอื่นให้ใช้ การจะชี้วัดว่าลูกค้ามีความภักดีต่อตราสินค้าหรือไม่ จึงจำเป็นต้องใช้ทัศนคติของลูกค้าที่มีต่อตราสินค้าด้วย เป็นเรื่องเจ้าของตราสินค้าต้องมีการสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ให้ลูกค้าได้รับรู้บ่อยๆ ซ้ำๆ หมั่นหาข้อบกพร่องของสินค้า เพื่อนำไปทำการปรับปรุงแก้ไขอยู่เสมอ เมื่อความเชื่อมั่นจากลูกค้ามีมากขึ้นจะทำให้เกิดทัศนคติที่ดีมากขึ้น จนกลายเป็นสินค้าในใจของผู้บริโภค และเมื่อมีการใช้ไปอย่างต่อเนื่องก็จะพัฒนาไปเป็นความภักดีต่อตราสินค้าได้ กลยุทธ์อีกอย่างที่ดีก็คือ ลูกค้าต้องสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่าย คือเมื่อใดที่ต้องการก็สามารถหาซื้อได้ หรืออาจมีบริการส่งสินค้าถึงผู้บริโภคก็ได้ เพื่อทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความสะดวกสบายที่ได้รับจากแบรนด์นี้ เมื่อใช้ไปนานๆ คุณภาพยังคงเดิมหรือพัฒนาขึ้นลูกค้าก็จะเปลี่ยนสถานะเป็นความภักดีได้ เทคนิคต่างๆ เป็นเรื่องสำคัญที่ธุรกิจ SMEs ต้องมีการนำมาใช้เพื่อต่อสู้กับธุรกิจใหญ่ที่เป็นระบบอุตสาหกรรมให้ได้เพื่อความยั่งยืนและมั่นคงของธุรกิจในอนาคต



การตลาดตามเทศกาล วางแผนดีไม่มีเอาท์

กลยุทธ์การตลาดบางครั้งก็เป็นเรื่องใกล้ตัวที่เจ้าของธุรกิจสามารถใช้ประโยชน์จากช่วงเทศกาลหรือเหตุการณ์ต่างๆ ในรอบปีมาปรับให้เข้ากับการส่งเสริมการขาย หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในบทความนี้จะกล่าวถึงกลยุทธ์การตลาดในเทศกาลหรือโอกาสต่างๆ เช่น การตลาดเพื่อช่วงปีใหม่ วาเลนไทน์ สงกรานต์ วันพ่อ วันแม่ เป็นต้น ซึ่งหากมีการวางแผนให้ดีแล้วก็สามารถสร้างยอดขายได้ตลอดทั้งปีเลยทีเดียว ถ้าจะกล่าวถึงกลยุทธ์การขายที่สำคัญๆ ก็จะมี การกระตุ้นยอดขาย การเพิ่มยอดขายในช่วงระยะเวลาที่มีการซื้อขายน้อย การเพิ่มยอดขายให้ชนิดสินค้าที่มียอดขายน้อย เป็นต้น การกระตุ้นยอดขายในช่วงเทศกาลเป็นกลยุทธ์ที่ให้ผลดีเนื่องจากแต่ละเทศกาลมีวัตถุประสงค์ของเทศกาลและมีจุดเด่นที่แตกต่างกัน ความต้องการในการใช้สินค้าและบริการก็จะแตกต่างกันไปตามเทศกาล เมื่อแบ่งเทศกาลออกเป็นกลุ่มจะแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มคือ เทศกาลยาว กับเทศกาลสั้น ตามปกติแล้วเทศกาลยาวเป็นช่วง

ที่ผู้คนมักหาโอกาสกลับบ้าน ออกต่างจังหวัดกัน เทศกาลสั้นก็จะเป็นเป้าหมายเฉพาะของวันสำคัญต่างๆ

เทศกาลขึ้นปีใหม่ เป็นเทศกาลยาว ผู้บริโภคมักหาของขวัญของฝาก เพื่อนำไปเป็นของขวัญ ของกำนัลปีใหม่ให้กับพ่อ แม่ ญาติพี่น้อง เพื่อนฝูง คนสนิท เจ้านาย ลูกน้อง ดังนั้นสินค้าไม่ว่าจะเป็นประเภทใดควรวางแผนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดุดตาและแสดงให้เห็นว่าเป็นของขวัญหรือของฝาก หรืออาจบรรจุผลิตภัณฑ์นั้นลงในกระดาษหรือกระดาษห่อที่สวยงามดี เทศกาลขึ้นปีใหม่ควรจัดรูปแบบให้ดูเป็นสากลหน่อย อาจมีการเพิ่มในส่วนของการดอวยพรแทนให้ลูกค้าไปด้วยก็ได้

เทศกาลวาเลนไทน์ เป็นเทศกาลสั้นดังนั้นจึงควรมีการเตรียมการล่วงหน้าไว้ซัก 1 - 2 เดือน พยายามเทรนโฆษณาออกไปเสียแต่เนิ่นๆ โอกาสที่จะทำเงินได้จะเป็นช่วงสั้นๆ

ก่อนวันวาเลนไทน์จนถึงวันวาเลนไทน์ การจัดบูธสินค้าในช่วง ตลอดสัปดาห์อาจมีผลคุ้มค่าอยู่แต่ต้องมีการตกแต่งบูธให้ดู หวานแหววสักหน่อย ประดับประดาด้วยดอกไม้สีสันสดใสเพื่อให้ดู สะดุดตา และกลุ่มลูกค้าที่มีความตื่นตัวมากที่สุดในช่วงเทศกาล วาเลนไทน์ก็คือ กลุ่มลูกค้าที่เป็นนักเรียน นักศึกษา ซึ่งสินค้า ของคุณไม่ว่าจะเป็นอะไรหากออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ดี สวยงาม สะดุดตา อย่างไรเสียก็สามารถที่จะจำหน่ายได้ อีกเทคนิคหนึ่งก็คือทำสินค้านั้นเป็นคู่เหมือนกัน ลูกค้าที่มาเป็นคู่ก็จะสะดุดตา และกระตุ้นให้ตัดสินใจซื้อได้มากกว่าสินค้าที่วางอยู่โดดๆ ถือเป็น หลักจิตวิทยาที่ยังใช้ได้ดีเสมอ

เทศกาลตรุษจีน แม้ว่าชาวไทยเชื้อสายจีนจะนิยมซื้อหาสินค้าจำพวกอาหารเป็นหลักก็ตามแต่สินค้าประเภทอื่นที่มีการปรับแต่งให้ดูน่าสนใจก็ยังคงเป็นที่นิยมในการซื้อหาไปฝากญาติพี่น้องกันอยู่ สินค้าที่จะทำโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลนี้พยายามจัดรูปแบบออกมาให้มีความเป็นมงคลต่างๆสอดแทรกอยู่ เช่น ใช้โทนสีแดง มีรูปมังกร รูปพญาอินทรี รูปเรือสำเภา ประเภทของเกี่ยวกับหลักจวงจี้จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อได้ดี

เทศกาลวันสำคัญของศาสนาพุทธ ไม่ว่าจะเป็น วันมาฆบูชา วันวิสาขบูชา วันอาสาฬหบูชา ส่วนมากแล้วชาวไทยพุทธจะนิยมทำบุญเช่าถึงเพล และเวียนเทียนเย็น ดังนั้นสินค้าที่จะทำโปรโมชั่นในช่วงเทศกาลเหล่านี้จึงควรทำออกมาในรูปแบบเครื่องสังฆทานสำเร็จรูปที่สามารถซื้อหากันได้สะดวกเพื่อนำไปทำบุญถวายได้เลย แบบพร้อมซองทำบุญเพื่ออำนวยความสะดวก สะดวกให้ลูกค้ามากขึ้น สินค้าที่เป็นของกินของใช้ เครื่องอำนวยความสะดวก สามารถนำมาจัดทำในรูปแบบเครื่องสังฆทานได้ถึงสี่

เทศกาลสงกรานต์ เป็นเทศกาลยาวอีกเทศกาลหนึ่ง เป็นเทศกาลที่คนไทยส่วนมากนิยมเดินทางกัน ไม่ว่าจะเดินทางกลับภูมิลำเนา ท่องเที่ยว แต่แทบทุกการเดินทางในระหว่างทางนั้นมักมีการแวะรายทางเพื่อเยี่ยมญาติผู้ใหญ่ เพื่อนฝูง ที่อยู่ในเส้นทางการเดินทางนั้นอยู่แล้ว ดังนั้นก่อนการเดินทางจึงมักมีพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของขวัญของฝากติดไม้ติดมือกันไปด้วยอยู่แล้ว ดังนั้นสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่จะทำการตลาดในช่วงนี้สามารถให้สินค้าได้ทุกรูปแบบแต่ต้องมีการจัดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ให้ดี อาจใช้ตะกร้าหรือกระเช้าก็ได้ รูปแบบของ

บรรจุภัณฑ์ก็ควรเน้นรูปแบบที่ออกแนวไทยๆ ถ้าสามารถเสริมของแถมพวกขมิ้นส้มป่อยได้ก็ยิ่งช่วยกระตุ้นการซื้อของลูกค้าได้เป็นอย่างดี สินค้าแทบทุกรูปแบบได้รับความนิยมในการซื้อหาไปเป็นของขวัญกันเสมอ แต่เทศกาลสงกรานต์มีการแข่งขันทางการขายสูงมากจึงควรเตรียมการล่วงหน้า เถาะ ประชาสัมพันธ์กันให้นานซักหน่อย 2 - 3 เดือนขึ้นไป การออกบูธตามห้างเป็นระยะยาวก็ยิ่งมีความคุ้มค่าอยู่แต่ในรายละเอียดปลีกย่อยนั้นคงต้องพิจารณาเรื่องต้นทุนควบคู่ไปด้วย เพราะค่าเช่าพื้นที่ของแต่ละห้างไม่เท่ากัน หรืออาจลองมองหางานแฟร์ต่างๆในช่วงก่อนเทศกาลไว้ด้วยก็ดี เป็นช่วงเทศกาลแห่งการกอบโกยจึงต้องวางแผนให้รอบคอบ เปิดตัวสินค้าให้บ่อยหน่อยลูกค้าจะได้จดจำและอาจตัดสินใจซื้อในคราวต่อไปได้



เทศกาลปิดเทอมหน้าร้อน เป็นเทศกาลยาวอีก เช่นกันที่ผู้ปกครองมักได้มีโอกาสออกนอกบ้านกันบ่อยขึ้น เพราะอากาศที่ร้อนส่วนมากจึงมุ่งหน้าเข้าหาห้างที่มีเครื่องปรับอากาศ การกระตุ้นยอดขายจึงควรมองหา บูธตามห้างต่างๆ เป็นหลัก แต่ในช่วงนี้ผู้บริโภคไม่มีความสนใจสินค้าประเภทใดประเภทหนึ่งเป็นพิเศษ จุดดึงดูดลูกค้าจึงต้องอยู่ที่โปรโมชั่นส่วนลด หรือของแถมเป็นหลัก การจัดตกแต่งบูธให้ดู สะดุดตาเน้นจุดขายคือส่วนลดหรือของแถมให้โดดเด่นจะช่วยในการกระตุ้นการตัดสินใจของลูกค้าได้ดีขึ้น และหากมีการจัดบูธที่น่าสนใจแล้ว ถึงแม้ว่าลูกค้าจะยังไม่ตัดสินใจซื้อสินค้าในทันที แต่ก็เข้ามาเที่ยวชมบูธกันเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว ลูกค้าอื่นที่ได้เห็นว่ามีผู้คนให้ความสนใจกับบูธสินค้านี้เป็นพิเศษก็จะเกิด

ความสนใจอยากเข้ามาเที่ยวชม บูธบ้างเหมือนกัน วิธีการนี้ก็จะช่วยกระตุ้นให้ยอดขายเพิ่มได้เช่นกัน

เทศกาลวันแม่และวันพ่อ เป็นเทศกาลสิ้นแต่ลูกค้ามีการใช้สอยจับจ่ายกันเป็นจำนวนมากอีกเทศกาลหนึ่ง อาจมีการทานอาหารนอกบ้านตามห้างหรือร้านอาหาร จุดมุ่งหมายก็ควรเน้นไปบริเวณที่ลูกค้าจะเข้าไปใช้บริการ โดยสินค้าที่มักจะเลือกซื้อหากันนั้นไม่จำกัดรูปแบบอีกเช่นกัน ในการกระตุ้นการขายก็ควรนำเสนอโปรโมชั่นแบบเจาะจงไปเลยว่าช่วงเทศกาลวันพ่อเท่านั้น หรือวันแม่เท่านั้นจะเป็นส่วนลดหรือของแถมก็สามารถกระตุ้นการซื้อได้ทั้งสิ้น



เทศกาลวันรับปริญญา เป็นเทศกาลยาวเพราะในการรับปริญญาแต่ละครั้งนั้นต้องมีการเตรียมตัวต่างๆ ซ้อมรับจริง และหลังช่วงวันรับแล้วก็ยังมีการตระเวนสังสรรค์ตระเวนถ่ายรูปกันต่อ อาศัยช่วงเทศกาลนี้ทำการตลาดเจาะกลุ่มกันไปเลย เช่น พิเศษสำหรับบัณฑิตใหม่...จากนั้นก็ตามด้วยโปรโมชั่นที่ต้องการนำเสนอ เท่านั้นที่ดึงดูดใจให้กลุ่มนักศึกษาที่จบใหม่เหล่านั้นสนใจเข้าไปชมสินค้าแล้ว

โดยภาพรวมนั้นแทบทุกเทศกาลสามารถทำการกระตุ้นยอดขายได้ถึงสิ้น การวางแผนในการทำการตลาดช่วงเทศกาลจึงมุ่งไปที่การออกแบบบรรจุภัณฑ์(Packaging design) ซึ่งต้องมีการออกแบบให้เหมาะสมกับเทศกาล แม้จะ

เป็นสินค้าชนิดเดียวกันแต่สินค้าที่บรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ปรับเปลี่ยนไปตามเทศกาลจะให้ความรู้สึกที่มีความสดใหม่มากกว่า จึงได้รับความนิยมในการซื้อหาจากลูกค้ามากกว่า บรรจุภัณฑ์ที่ดีควรมีความยืดหยุ่นต่อเทศกาล คืออย่างระบุวันเดือน ปี ลงไปเพราะหากพ้นช่วงเทศกาลแล้วจะทำให้บรรจุภัณฑ์นั้นๆไม่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้อีก อีกหนึ่งเทคนิคก็คือบูธที่จัดแสดงงาน ไม่ว่าจะเทศกาลก็ตามบูธที่ตกแต่งได้ดีและสวยงาม สดใส เกาะกระแสเทศกาล จะได้รับความนิยมในการเข้าเที่ยวชมเป็นอย่างมาก แรงเสริมที่จะกระตุ้นให้ลูกค้าเข้าเที่ยวชมบูธมากยิ่งขึ้นก็คือ การจัดโปรโมชั่น ส่วนลด หรือของแถม แต่ไม่ว่าจะเป็นโปรโมชั่นแบบใดก็ตามสิ่งที่ไม่ควรละเลยก็คือความพยายามในการติดตามลูกค้า ซึ่งต้องระมัดระวังในการขอข้อมูลช้กันิด เนื่องจากบางครั้งลูกค้าไม่ต้องการเสียเวลา คุณอาจมีนามบัตรเตรียมไว้เพื่อแลกเปลี่ยนกับลูกค้าเพื่อความสะดวกและรวดเร็ว และสำหรับเทศกาลอื่นๆคุณก็สามารถที่จะนำสินค้ามาเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้เข้ากันกับเทศกาลนั้นๆได้

เพื่อให้มองเห็นลักษณะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และใช้เป็นแนวทางในการนำไปใช้ อย่างเช่น ถ้าสินค้าเป็นประเภทเสื้อผ้า การใช้บรรจุภัณฑ์ก็ควรออกแบบให้โปร่งใส สามารถโชว์ลวดลายหรือเนื้อผ้าได้ มีสินค้าตัวอย่างโชว์ไว้ และสินค้าที่บรรจุแล้วไว้พร้อมสำหรับขาย ถ้าเป็นเทศกาลปีใหม่ก็มัดโบว์เพิ่มพร้อมกับการดอวยพร ถ้าเป็นเทศกาลสงกรานต์ก็มีแพ็คเกจเป็นชุดหรือหลายชุด ควบคู่ไปกับขมิ้นส้มป่อย ถ้าเป็นเทศกาลวาเลนไทน์ก็ให้ใช้สายดอกไม้โทนสีแดงหรือชมพูประดับตัวสินค้าดูโดดเด่น วางแพ็คเกจคู่ไว้ด้วย เป็นต้น หรือถ้าเป็นสินค้าประเภทของกินของใช้ก็จะใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นตะกร้า เป็นตัวช่วยในการโชว์สินค้าได้ เพราะสะดวกในการเคลื่อนย้ายอุปกรณ์เสริมอย่างอื่นที่ขึ้นอยู่กับเทศกาลหรือในช่วงเทศกาลวันสำคัญทางพุทธศาสนา ก็สามารถบรรจุในถังหรือบรรจุภัณฑ์อื่นซึ่งอยู่ในโทนสีเหลือง ส้ม ก็สามารถกระตุ้นการขายได้ดีเช่นกัน ลองปรับเปลี่ยนเทคนิคต่างๆให้เหมาะสมกับสินค้าของคุณ แล้วลองนำไปใช้กันดูก็จะสามารถทำการตลาดกันได้ตลอดทั้งปีเลยทีเดียว



จัดโปรโมชั่นยังไงให้โดนใจกลุ่มเป้าหมาย

โปรโมชั่น (PROMOTION) คืออะไร ก็คือส่วนหนึ่งที่นักการตลาดสามารถพึ่งพาได้เสมอ โดยเฉพาะในช่วงที่ยอดขายไม่เป็นไปตามเป้าหมาย การทำการตลาดด้วยกิจกรรมต่างๆ เพื่อประกาศให้ลูกค้ารู้ว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้นมีอะไรพิเศษๆ แล้วกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายหันมาสนใจซื้อ คือสิ่งที่น่าจะต้องทำ การจัดทำโปรโมชั่นให้กับสินค้าและบริการสามารถทำได้ทั้งการใช้สื่อต่างๆ เพื่อใช้เป็นช่องทางในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้า เราลองมาหาคำถาม ตามตัวเองก่อนเลือกซื้อสินค้าและบริการกันว่า **“ทำไม”**

ทำไม - คุณยอมขึ้นเครื่องบินในประเทศ ทั้งๆที่มีนแพงกว่าค่าโดยสารรถทัวร์ สกฟ

ทำไม - คุณต้องยอมอดทน อดบางมือหรืออดมือกินมือ ยอมกินมาฆ่าไปเสียครึ่งเดือน เพื่อพอรถ พอนบ้าน ยอมจ่ายดอกเบี้ยเป็นหมื่นเป็นแสน ทั้งๆที่ขึ้นรถแท็กซี่ หรือรถเมล์ รถตุ๊กก็ได้

ทำไม - สินค้าบางประเภท เช่น ทีวี ตู้เย็น เสื้อผ้ามือถือ คุณยอมซื้อของแพงและเลือกที่มียี่ห้อ แบนด์ดังๆ

ทำไม - คุณต้องยอมเข้าคิวซื้อตั๋วหนังเข้าใหม่ ในโรงหนังดังๆ ทั้งๆที่อดใจรออีกนิดก็ได้ดูแผ่น DVDที่บ้านก็ได้

เพราะบางทีทุกสิ่งทุกอย่างที่เราต้องการบริโภคกันนั้นไม่ใช่เพียงแต่มีเงินเท่านั้น คนไม่มีเงินก็ยังพยายามหามาเพื่อให้ได้สิ่งที่ตัวเองต้องการเพื่อตอบสนองในสิ่งที่ มนุษย์

เรียกว่า “ความสุข” ซึ่งไม่รู้เหมือนกันว่าสุขจริงๆหรือเปล่าด้วยซ้ำไป สินค้าและบริการเหล่านี้เกิดจากการส่งเสริมการขายหรือที่เรารู้จักกันว่าจัดโปรโมชั่นนั่นเอง เป็นการโฆษณาเพื่อโน้มน้าวใจให้ลูกค้าเชื่อถือ ไว้วางใจการใช้สินค้าและบริการนั้นๆ ใครตรงใจ โดนใจกว่าก็จะถึงเป้าหมายได้มากกว่านั่นเอง

โปรโมชั่น (Promotion) คืออะไร แปลเป็นภาษานักการตลาดก็คือ “การส่งเสริมการขาย” นั่นเอง ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเป็นส่วนหนึ่งของการตลาด ซึ่งมีไว้เพื่อแจ้งข่าวสารและจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายสินค้าและบริการกับผู้ซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ

วัตถุประสงค์ของการจัดทำโปรโมชั่น มีพื้นฐานอยู่ดังนี้

เพื่อแจ้งข่าวสาร (to inform) อาจเป็นการแนะนำสินค้าและบริการใหม่หรืออธิบายลักษณะใหม่ของผลิตภัณฑ์หรือชี้แจงข้อเท็จจริงเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น ไดเอทโคก แจงว่า เป็นเครื่องดื่มที่มีแคลอรีต่ำกว่าหนึ่งแคลอรีต่อ 100 กรัม

เพื่อจูงใจ (to persuade) เป็นการชี้จุดเด่นของสินค้าเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อเช่น เป๊ปซี่ใช้สโลแกนว่า รสชาติของคนรุ่นใหม่

เพื่อเตือนความจำ (to remind) เป็นการส่งเสริมให้ลูกค้าระลึกถึงสินค้านั้นอยู่เสมอ เช่น นมตราหมีให้พาดหัวว่า เพื่อคนที่คุณรัก

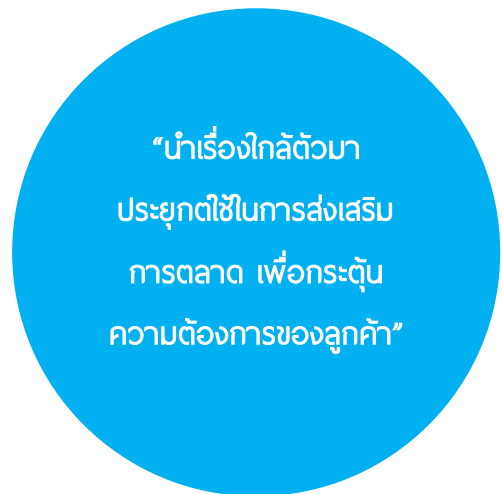
วัตถุประสงค์ของการจัดทำโปรโมชั่น เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดก็คือกระตุ้นความต้องการซื้อของลูกค้า (Demand) ซึ่งก็คือ ส่งเสริมหรือสนับสนุนทัศนคติที่ดีอยู่แล้ว ไปสู่พฤติกรรมซื้อ และเปลี่ยนแปลงทัศนคติ และพฤติกรรมการซื้อของตลาดเป้าหมาย การจัดทำโปรโมชั่นยังสามารถช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการให้สูงขึ้น ลองมาเลือกใช้วิธีการทำโปรโมชั่นให้เหมาะสมกับประเภทสินค้าและโดนใจลูกค้ามากที่สุด

การแจกสินค้า (sample) ที่เหมือนกับสินค้าจริงแต่มีขนาดเล็กกว่าเพื่อกระตุ้นจูงใจให้ลูกค้าอยากลอง วิธีนี้เหมาะกับ

สินค้าประเภทอุปโภคบริโภคที่ผลิตออกมาใหม่ เช่นผลิตภัณฑ์บำรุงผิวพรรณ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด เครื่องดื่ม เป็นต้น

การให้ส่วนลดเพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำ (coupon) เหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการโปรโมทในช่วงเวลาจำกัดเพื่อดึงดูดลูกค้ามากที่สุด เหมาะสำหรับกลุ่มลูกค้าที่มีรสนิยมหรูหรา และกลุ่มลูกค้าผู้หญิง

การให้ส่วนลดแก่ลูกค้า (refund/rebate) เป็นการตอบแทนลูกค้าเก่าที่ภักดีกับคู่แข่งขึ้นด้วยการคืนเงินให้เมื่อซื้อสินค้า ซึ่งการทำโปรโมชั่นแบบนี้เหมาะกับผลิตภัณฑ์ทุกประเภท และเหมาะกับกลุ่มคนในวัยทำงาน



การแข่งขันชิงโชค (contest/sweepstakes) คือการจับฉลากให้รางวัลแก่ลูกค้าและให้ลูกค้าถ่ายภาพกับสินค้าที่ขยายให้มีขนาดใหญ่ เพื่อทำประชาสัมพันธ์ เหมาะสำหรับกลุ่มสินค้าที่ดูหรูหรามีราคาสูง สามารถใช้ได้กับทุกกลุ่มสินค้าและบริการ

การจัดกิจกรรมการตลาดร่วมกับลูกค้า (event /sponsorship) เพื่อให้ลูกค้าได้มีส่วนร่วม วิธีนี้จะช่วยให้ลูกค้าเกิดความรักภักดีกับแบรนด์ได้มากขึ้น เหมาะกับกลุ่มลูกค้าในวัยทำงาน

การจัดทำโปรโมชั่นโดยใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสร้างกระแส (go viral) เป็นที่นิยมอย่างมากในปัจจุบัน เพราะประหยัดงบประมาณได้อย่างดี และสามารถใช้ได้กับทุกสินค้า

หากเรามีเทคนิคการขายที่น่าสนใจ ก็สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างคนที่ประสบความสำเร็จจากการทำธุรกิจจนกลายเป็นนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จระดับโลก อย่าง Steve Jobs จากบริษัทชื่อดังของโลกอย่าง Apple CEOชื่อดัง เคยกล่าวเอาไว้ว่า Apple ให้ความสำคัญกับการสำรวจความต้องการรวมถึงเป้าหมายของลูกค้าอยู่เสมอ ผ่านทางแบบสอบถามความพึงพอใจต่อสินค้าที่เพิ่งซื้อไป หรือข้อมูลที่พนักงานสาขาคอยสังเกตและสอบถามจากลูกค้าที่มาชมสินค้าที่ร้าน โดยจะนำข้อมูลเหล่านี้มาใช้ในการหาคำตอบว่าผลิตภัณฑ์แบบไหนที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างงดงาม ทรงประสิทธิภาพและทำกำไรได้สูงสุดด้วยไปพร้อมๆกัน



ในประเทศไทยของเราก็มีนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ โดยมีความโดดเด่นด้านการจัดทำโปรโมชั่นเช่นกัน อย่าง คุณตัน ภาสกรนที กรรมการผู้อำนวยการบริษัทอิชิตัน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) โดยโปรโมชั่น “รหัสรวยเปรี้ยว ตอนรางวัลชีวิต” โดยเอาใจคนกรุงโดยการแจกคอนโดหรูกลางใจเมืองในย่านทองหล่อมูลค่าสูงถึง 15 ล้านบาทกันเลยทีเดียว และคอนโดหรูริมแม่น้ำเจ้าพระยาอีก 1ห้องมูลค่า 10 ล้านบาท ขณะที่ในต่างจังหวัดก็ไม่น้อยหน้ามีรถเบนซ์รุ่นจีแอลเอ 200อีกถึง 28 คัน หากใครไม่อยากจะรถ สามารถแลกเป็นเงินสดได้ เอาไว้ให้ลุ้นกัน จากการดื่มชาเขียว และชาหลากหลายรสชาติของอิชิตันแล้วกดส่งรหัสได้พามาลุ้นกันวันต่อวัน ใครเป็นผู้โชคดี รับโชคถึงที่กันไปเลย นอกจากนี้ อิชิตันยังเร่งเดินหน้ากล

ยุทธ์บรรจุก้นท์ของสินค้าโดยเล็งออกสินค้าตัวเดิมในขนาดที่หลากหลายขึ้น เพื่อเพิ่มทางเลือกให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า การสร้างยอดขายในการจัดโปรโมชั่นนำลุน มีสีสันแตกต่างโดนใจ

นอกจากนี้เทคนิคในการส่งเสริมการขายที่นิยมใช้ยังมีอีกมากมายหลายวิธี เช่น การสาธิตคุณสมบัติและวิธีการใช้สินค้าในห้างสรรพสินค้า หรือสถานที่ที่สะดวกได้ การจัดแสดงสินค้า (exhibition) เป็นวิธีการที่ได้รับความนิยมมากอีกเหมือนกันในปัจจุบันนี้ เพราะสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ง่าย และลูกค้าสามารถเลือกชมสินค้าที่นำมาแสดงได้ง่าย การใช้คูปอง(coupon) ของแถม (premium) การใช้แสตมป์ร้านค้า (trading stamp) หรือแม้กระทั่งการลดราคาสินค้า(price off)

แต่กลยุทธ์เหล่านี้มักจะใช้ได้ในระยะสั้น หากมีงบประมาณมากพอระดับหนึ่งอาจเลือกใช้วิธีการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าโดยผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร

สื่อโฆษณากลางแจ้ง การโฆษณาตามยานพาหนะ ฯลฯ แต่ไม่ว่าจะใช้วิธีการใด ต้องศึกษาปัจจัยแวดล้อมหลายประการ เช่น ลักษณะของตลาด กลุ่มเป้าหมาย กลุ่มอายุ อาชีพ สถานภาพกลุ่มลูกค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ รวมทั้ง

ราคาจำหน่ายและงบประมาณ เพราะการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด (promotion) ในแต่ละครั้งผู้ประกอบการต้องมีเงินทุนมากพอสมควร ซึ่งต้องพิจารณาอย่างละเอียดถี่ถ้วนควบคู่ไปกับการทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เทคนิคอีกแบบของการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้าคือการสังเกตจากการดำเนินชีวิตประจำวัน นำเรื่องใกล้ตัวมาประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมการตลาด กล่าวคือ

» เล่าเรื่องเดียวกันแต่คนละแบบ เพราะการรับรู้ของแต่ละคนแตกต่างกัน ควรนำเสนอตามลักษณะความเหมาะสมกับ

ลูกค้าแต่ละประเภท ต้องปรับเปลี่ยนเรื่องราว วิธีการนำเสนอให้ถูกที่ทุกคน ถูกเวลานั่นเอง

- » การสร้างคุณค่าเพื่อเรียกลูกค้าดีกว่าไล่จับลูกค้า คือไม่ตีลูกค้า เพราะจะเป็นการสร้างค่านำรำคาญเสียมากกว่า ควรเลือกสร้างคุณค่าให้กับแบรนด์สินค้าและบริการแทน เช่น เลย์ แบรินด์ขนมคบเคี้ยวชื่อดังจัดประกวดรสชาติที่ถูกใจ บริษัท SCG หรือ ปตท.เน้นการทำประโยชน์และความรับผิดชอบต่อสังคม ทำให้ลูกค้ารู้สึกดี รู้สึกทางบวกต่อแบรนด์ของสินค้าและบริการนั้นๆ
- » เลือกตอบใจยกย่องคนตามเป้าหมายชีวิตของคนแต่ละกลุ่ม เป็นการนำเสนอทางเลือกหรือแนวทางการเรียนรู้ใหม่ๆอาจทำให้พวกเขาสนใจในสินค้าและบริการของเราก็ได้ เพราะคนบางกลุ่มยังไม่รู้ว่าเป้าหมายของเขาคืออะไร คนเรานั้นตามธรรมชาติแล้วชอบค้นหาอะไรใหม่ๆ
- » หาไอเดีย หรือแนวคิดสร้างสรรค์ คือการรู้จักสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นรอบๆตัวเราในแต่ละวัน เรียนรู้จากคนที่ประสบความสำเร็จเพื่อนำมาเป็นแบบอย่าง เลือกนำมาปรับใช้ เช่นการอ่านหนังสือ ออกไปท่องเที่ยว หรือแม้แต่การท่องเว็บไซต์เพื่อหาข้อมูล เพื่อนำมาประกอบให้เกิดไอเดียดีๆสักอย่าง

- » แก้ปัญหาลูกค้าให้ได้ก่อนการนำเสนอสินค้าและบริการ เพราะลูกค้าเพียงแค่อยากรู้ว่าสินค้าและบริการของผู้เสนอขายนั้นจะช่วยพวกเขาแก้ไขปัญหาได้อย่างไรบ้าง อย่าขายโดยการเล่าแต่ประสบการณ์ของตัวเอง ของบริษัท ของสินค้ามาเป็นอันดับแรก แต่ควรอธิบายว่าสินค้าและบริการจะช่วยแก้ไขปัญหาลูกค้าได้อย่างไร ซึ่งวิธีนี้จะช่วยให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อมากกว่าการยึดเยียดสินค้าก็เป็นได้

การจัดโปรโมชั่น นอกจากจะช่วยกระตุ้นยอดขายได้แล้ว ยังช่วยให้สินค้าและบริการดูมีความเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง ช่วยให้ลูกค้าไม่ลืมร้านคุณ และรู้สึกว่าการอัปเดตอยู่เสมอ นั้นเพราะการส่งเสริมการขาย หรือที่เรามักรู้จักดี กับคำว่า “โปรโมชั่น” นั้นสามารถก่ออิทธิพลต่อผู้บริโภคได้ทุกขั้นตอนของกระบวนการตัดสินใจซื้อ ข่าวสารที่นักการตลาดส่งไป อาจเตือนใจให้ผู้บริโภคครุ่นว่ามีปัญหา และสินค้าและบริการของแบรนด์ สามารถแก้ไขปัญหาได้ และสามารถส่งมอบให้ได้มากกว่าสินค้า แบรินด์คู่แข่งนั่นเอง



เทคนิคการตั้งราคา

ธุรกิจค้าขายนับเป็นธุรกิจยอดนิยมที่ดึงดูดความสนใจนักธุรกิจหน้าใหม่ๆ ให้มาลงทุน โดยเฉพาะคนที่ต้องการมีอาชีพอิสระเป็นเจ้านายตัวเอง หรือคนที่มองหาอาชีพเสริมต่างก็คิดถึงธุรกิจค้าขายเป็นอันดับต้นๆ ซึ่งร้านค้าที่สามารถเปิดได้ง่ายและสะดวกสบายเห็นจะหนีไม่พ้นการเปิดร้านค้าออนไลน์ เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ใช้เงินลงทุนไม่สูงแต่สามารถทำกำไรได้เยอะ ร้านค้าออนไลน์จึงพุ่งขึ้นอย่างรวดเร็วเหมือนดอกเห็ด จึงเกิดพ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่ตามมาจำนวนไม่น้อยเลยเหมือนกัน เมื่อมีร้านค้า มีสินค้าที่ต้องการขายเรียบร้อยแล้วคำถามต่อมามักเป็นคำถามยอดฮิตที่หลายคนสงสัยคือ จะขายราคาเท่าไรดี ต้องบวกกำไรที่เปอร์เซ็นต์ถึงจะขายได้ ขายถูกไปไหม แพงไปหรือเปล่า ถ้าตั้งราคาต่ำไปก็ไม่ได้กำไรน้อย ถ้าตั้งราคาสูงไปก็กลัวจะไม่มีใครซื้อ การตั้งราคาจึงเปรียบเหมือนเป็นด่านวัดใจด่านแรกที่พ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่ต้องตีโจทย์ให้ได้ หากตั้งราคาสินค้าได้เหมาะสมธุรกิจก็มีแนวโน้มไปได้ดี แต่หากตั้งราคาไม่ดีโอกาสพลาดก็มีสูง การตั้งราคาจึงเปรียบเสมือนประตูพิศวงของธุรกิจที่ทำให้นักธุรกิจหน้าใหม่ต้องฝ่าด่านไปให้ได้ว่าจะเปิดไป

เจอความรุ่งโรจน์ในอาชีพได้ทำไรทำยอดขายได้ดีต่อเนื่อง หรือเปิดไปเจอทางตันที่สุด บทความนี้จะรวบรวมเทคนิคการตั้งราคาดีๆ ลองอ่านเทคนิคการตั้งราคานี้อาจพอเป็นแนวทางให้นักลงทุนหน้าใหม่นำไปใช้ได้

ไม่มีกฎหรือกฤษฎีตายตัวสำหรับการตั้งราคาสินค้า ในการตั้งราคาสินค้าที่จะขายจำไว้ว่าไม่มีกฎหรือกฤษฎีใดตายตัว บางคนอาจจะตั้งถูกหรือแพงขึ้นอยู่กับต้นทุนและปัจจัยหลายอย่าง ยกตัวอย่างเช่น มีร้านสองร้านขายสินค้าเหมือนกัน วัสดุเดียวกัน ทุกอย่างเหมือนกันหมดแต่ร้านแรกขายสินค้าอยู่ที่ราคา 450 บาท ส่วนอีกร้านขายที่ 300 บาท ถามว่าร้านสองร้านทำไมถึงตั้งราคาต่างกันเมื่อสินค้าเหมือนกัน นั่นเป็นเพราะว่าต้นทุนของทั้งสองร้านราคาอาจไม่เท่ากัน ร้านที่หนึ่งขายแพงกว่าเป็นไปได้ว่าซื้อสินค้ามาด้วยต้นทุนที่แพงกว่าเพราะไม่ได้ซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง ราคาจึงมีการบวกเพิ่มจากพ่อค้าคนกลาง หรืออาจเป็นเพราะค่าขนส่งที่แพงกว่าเพราะอยู่ไกลกว่า หรืออาจเป็นเพราะค่าเช่าสถานที่ซึ่ง

เป็นต้นทุนแพงสูงจึงทำให้ต้องตั้งราคาขายสินค้าสูงกว่าคนอื่นก็เป็นได้ ในขณะที่ร้านที่ส่งอาจซื้อสินค้ามาจากโรงงานผู้ผลิตโดยตรง ซื้อมาปริมาณมากจึงได้ราคาส่ง หรืออาจซื้อวัสดุมาประกอบเอง หรืออาจเป็นเพราะว่าไม่ต้องเสียค่าเช่าไม่มีพนักงานช่วยจึงไม่ต้องตั้งราคาสูงก็อยู่ได้ เป็นต้น จะเห็นได้ว่าทั้งสองร้านมีต้นทุนและปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่ไม่เหมือนกันการตั้งราคาจึงแตกต่างกันไปตามเหตุและปัจจัย ความได้เปรียบและเสียเปรียบจึงเกิดขึ้นได้ การตั้งราคาสำหรับนักธุรกิจหน้าใหม่จึงต้องคำนวณถึงราคาต้นทุนของสินค้า ค่าขนส่งในการซื้อสินค้า และต้นทุนแฝงอื่นๆให้ครบถ้วนก่อนตั้งราคาสินค้าเสมอ

สำรวจตลาดก่อนทุกครั้ง ก่อนจะตั้งราคาสินค้าทุกครั้งควรสำรวจตลาดเพื่อเช็กราคาสินค้าที่เราจะขายว่าในท้องตลาดขายอยู่ที่เท่าไร ประเมินราคาทั่วไปแล้วค่อยมาดูว่าสินค้าของเราเมื่อคำนวณต้นทุนต่างๆครบถ้วนแล้วควรกำหนดราคาขายอยู่ที่เท่าไร ต้องบวกเพิ่มกำไรเท่าไรจึงจะได้กำไรที่เหมาะสมแล้วราคาไม่หนีจากราคาตลาดมากเกินไป และเป็นราคาที่เราคำนวณกำไรเพิ่มไปที่เปอร์เซ็นต์ ยกตัวอย่างเช่น สินค้าเป็นเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นเสื้อเซิตมีต้นทุนอยู่ที่ตัวละ 150 แนนอนคงมีคู่แข่งในตลาดเป็นสิบเป็นร้อย ราคาในท้องตลาดสำหรับเสื้อเซิตที่มีคุณภาพและดีไซน์ใกล้เคียงกันอยู่ที่ 300 บาท ราคาทำไรที่คุณควรจะบวกเพิ่มไม่ควรหนีห่างจากราคาท้องตลาดมากนัก ราคาทำไรที่บวกเพิ่มอาจจะอยู่ที่ 80-120% ซึ่งราคานี้ยังสามารถเกาะกลุ่มราคาตลาดทั่วไปได้ ลูกค้าน่าจะไม่เกิดอาการตกใจว่าสินค้าเราแพงเกินไปเพราะในการซื้อขายอาจจะมีการต่อรองเกิดขึ้นได้เสมอ

ประเมินคู่แข่งหรือเพื่อนร่วมอาชีพ ในการขายสินค้าอะไรก็ตามมักจะมีคู่แข่งหรือเพื่อนร่วมอาชีพเสมอการศึกษาคู่แข่งว่าคู่แข่งมีจุดด้อยจุดแข็งอย่างไรในการขายโดยเฉพาะราคาจะสามารถเป็นแนวทางในการขายสินค้าของเราได้ ถ้าสินค้าเรามีคู่แข่งเยอะ ราคาสินค้าเราควรจะเกาะกลุ่มกันไปไม่ให้อ่างกันมาก แต่ถ้าหากสินค้าเรามีคู่แข่งน้อย แสดงว่าสินค้าอาจจะจะเป็นสินค้าหายาก หรืออาจจะยังไม่มีใครขายสินค้าเหมือนเรา ราคาสินค้าก็สามารถบวกกำไรได้เยอะตามที่เราพอใจ

ทำความเข้าใจสินค้าของตัวเองให้ดี ก่อนจะตั้งราคาสินค้าพ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่ต้องทำความเข้าใจสินค้าของตัวเองก่อน ต้องรู้จักวิเคราะห์สินค้าว่าสินค้าของเราเป็นแบบไหน เช่นถ้าเป็นสินค้าที่ซื้อง่ายขายคล่อง บวกกำไรเพิ่มไม่มากแต่เน้นขายปริมาณมากๆ สินค้าขายช้าสินค้าหายากนานๆจะขายออกได้สักครั้งสามารถเน้นบวกกำไรเยอะปริมาณน้อย หรือถ้าสินค้าเป็นงานแฮนด์เมดที่เราผลิตเองต้นทุนวัสดุอาจจะไม่สูงจนบ่อยครั้งอาจจะตั้งราคาถูกเกินไปเพราะลืมนับค่าแรง เพราะ

สินค้าแฮนด์เมดจำเป็นต้องอาศัยเวลาในการทำนาน ผู้ขายจึงจำเป็นต้องคำนวณต้นทุนสินค้าและต้นทุนค่าแรงไปด้วยบวกเพิ่มในส่วนของสินค้าที่เป็นสินค้าหายาก อาศัยจุดแข็งที่มีแค่ชิ้นเดียวในโลกเมื่อเวลาลูกค้าต่อรอง

ราคาต้องน่าสนใจ เคยสังเกตไหมว่าสินค้าที่ขายอยู่ทั่วไปจะตั้งราคาเพื่อดึงดูดใจลูกค้า เป็นจิตวิทยาอย่างหนึ่งที่ต้องการให้ลูกค้ารู้สึกว่าราคาไม่แพงอย่างที่คิดเช่น 199 259 349 499 เป็นต้น เสื้อยืดราคา 199 บากจะทำให้ลูกค้าคิดว่าราคานี้ยังไม่ถึง 200 ราคาไม่แพงเลยถึงที่ความจริงราคาต่างกันแค่ 1 บาทระหว่าง 199 กับ 200 การใช้ตัวเลขกลมๆ จะทำให้ลูกค้ารู้สึกไปเองว่าสินค้าแพงไม่ควรซื้อ หรืออีกแนวทางหนึ่งคือการตั้งราคาขายแบบแพ็คเกจการขายเดี่ยวๆ เช่น ถ้าซื้อ 3 ชิ้นราคาอยู่ที่ 750 บากเป็นการตั้งราคาขายในเชิงจิตวิทยานั้นคือลูกค้ามักจะคิดเอาเองว่าราคานี้เป็นราคาพิเศษที่ร้านค้าอาจจะลดให้แล้วเรียบร้อย แต่ในความเป็นจริงราคาต่อหน่วยคือ 250 เหมือนเดิมเพียงแต่ขายเป็นแพ็คเกจเพื่อเพิ่มยอดขายให้ขายง่ายขึ้นแค่นั้นเอง

อย่าตั้งราคาต่ำเกินไป พ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่อาจคิดว่าตั้งราคาถูกไว้ก่อนคงขายง่ายแน่ๆ แต่ไม่จริงเสมอไป เพราะการตั้งราคาถูกเกินไปนอกจากจะทำให้ลูกค้าเกิดความไม่ไว้วางใจเช่นอาจจะคิดว่าสินค้าชิ้นนี้เป็นของปลอมแน่เลย เทรนด์ไม่ดีแน่ถึงได้ขายถูกแบบนี้ การตั้งราคาต่ำเกินไปจะทำให้สินค้าดูไม่มีคุณค่ามากพอที่ลูกค้าจะจ่ายเงินซื้อก็เป็นได้ เพราะฉะนั้นผู้ขายจึงไม่ควรตั้งราคาสินค้าต่ำเกินไป และที่สำคัญการตั้งราคาต่ำเกินไปนอกจากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นแล้ว อาจเป็นการตั้งราคาตัดหน้าเพื่อนร่วมอาชีพอีกด้วย โดยทางเทคนิคอาจจะทำได้เป็นครั้งคราวเพื่อกระตุ้นยอดขายด้วยการจัดโปรโมชั่น แต่ไม่ควรตั้งใจตัดหน้าคู่แข่งตลอดเวลา นักขายที่ดีควรมีจรรยาบรรณในอาชีพในระดับหนึ่ง

ตั้งราคาสูงเพื่อเพิ่มคุณค่า ในบางสินค้าที่มีความพิเศษหายาก ต้องสั่งทำอย่างงานฝีมือ งานแฮนด์เมดต่างๆ เทคนิคการตั้งราคาสูงๆเป็นการเพิ่มคุณค่าในแง่จิตวิทยาให้แก่สินค้าทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าสินค้าชิ้นนั้นมีความพิเศษไม่เหมือนใครมีเพียงแค่นี้ที่ขึ้นในโลกราคาจึงสมเหตุผลสมควรค่าแก่การตัดสินใจซื้อ

ตั้งราคาต่ำแล้วค่อยตีไปหาราคาสูง สำหรับการลองตลาดกลยุทธ์ของผู้ขายอาจต้องการหยั่งเชิงดูว่าสินค้าเป็นที่ต้องการของตลาดมากแค่ไหนจึงกำหนดราคาไม่สูงมากนักเพื่อให้ลูกค้าได้ตัดสินใจลองซื้อใช้ดูก่อน เมื่อผ่านไปซักระยะจึงค่อยขยับราคาเพิ่มขึ้นทีละนิดด้วยกลยุทธ์การเพิ่มปริมาณนิด



เกมนี้หน่วยเข้าไปโดยไม่ให้ลูกค้ารู้ตัว เป็นการลองตลาดด้วยราคาไม่แพงแล้วค่อยขยับราคาเพิ่มตามความเหมาะสมแต่ต้องไม่ลืมแจ้งลูกค้าเสมอว่าทำไมถึงต้องมีการปรับเพิ่ม

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าเทคนิคการตั้งราคาของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว การตั้งราคาเป็นกลยุทธ์เฉพาะตัวที่นักธุรกิจต้องคิดวิเคราะห์โดยดูภาพรวมจากราคาตลาด ประเมินและวิเคราะห์คู่แข่งและต้องทำความรู้จักสินค้าของตัวเองให้ที่ถ่วงเพราะถ้าหากเราไม่รู้ว่าสินค้าตัวเองเป็นแบบไหนการตั้งราคาก็อาจไม่โดนใจลูกค้าไม่สอดคล้องกับสถานะตลาดทั่วไป เช่นสินค้ามีเป็นสินค้ายกโหลซื้อขายคล่องแต่ขายราคาสูง แทนที่จะขายได้เยอะๆกลับขายได้น้อยสินค้าจึงอาจค้างสต็อกนานจนอาจทำให้ขาดทุนได้ ทั้งนี้ทั้งนั้นพ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่จึงต้องใช้ความระมัดระวังในการตั้งราคาไม่ให้สูงหรือถูกจนเกินไปจะช่วยให้ธุรกิจที่เพิ่งเริ่มเติบโตไปด้วยดีได้ ต่อเมื่อมีความรู้และประสบการณ์มากพอแล้วจึงค่อยๆปรับเปลี่ยนเทคนิคเพื่อสร้างยอดขายให้มากขึ้นไปตามที่ต้องการและถึงแม้ว่ากฎการตั้งราคาไม่มีเป็นบรรทัดฐานที่แน่นอน แต่ความต้องการทางตลาดและปริมาณสินค้าที่มีจะเป็นตัวกำหนดกฎเกณฑ์อุปสงค์อุปทานได้ในที่สุด



สไลแกนนั้นสำคัญใจ

สไลแกนนั้นมีความจำเป็นมากแค่ไหน ผู้ประกอบธุรกิจหลายๆ คนอาจเกิดข้อสงสัยนี้ขึ้น แต่หาฐึ้นว่าสไลแกนดี ๆ เพียงแค่สไลแกนเดียวนั้น อาจช่วยให้ธุรกิจของเราได้ผลกำไรตอบแทนมหาศาลเลยทีเดียว เพราะนอกจากกลยุทธ์ทางการตลาดแล้ว สไลแกนยังถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ใช้ในการสื่อสารเรื่องราวของธุรกิจเราไปสู่ผู้บริโภคอีกด้วย สไลแกนที่ดี จะช่วยให้ลูกค้าสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของบริษัทเราได้ทันที อีกทั้งยังจดจำได้ง่ายกว่าข้อความบรรยายสรรพคุณของสินค้านั้นๆ อีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการของบริษัทต่างๆ จึงควรสร้างสรรค์สไลแกนของตัวเองให้มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความแตกต่าง ติดหูติดปากผู้บริโภคมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ก่อนที่เราจะพูดถึงเรื่องเทคนิคในการตั้งสไลแกนที่ดี เรามาท้าความเข้าใจกันก่อนดีกว่าสไลแกนนั้นคืออะไรและมีข้อดีอย่างไร

สไลแกนคือ คำพูดคำคมหรือข้อความสั้นๆ ที่จูงใจและบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะตัวของสินค้าในบริษัทนั้นๆ ไม่ว่าจะเป็นจุดเด่น ข้อมูลหรือสรรพคุณต่างๆ เพื่อให้ผู้ฟังสามารถจดจำสินค้าได้ง่ายมากขึ้น โดยที่สไลแกนมีข้อดีดังต่อไปนี้

- » ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถจดจำสินค้าได้ง่าย ในระยะเวลาที่จำกัด
- » ช่วยตอกย้ำจุดขายหรือจุดเด่นของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ทันทีว่าผลิตภัณฑ์ของเรามีจุดเด่นในเรื่องอะไร
- » ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของเราเป็นที่รู้จักในวงกว้าง
- » ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและค่าเสียเวลาลงไปได้เพราะผู้บริโภคสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของแบรนด์เราได้
- » ช่วยกระตุ้นยอดขายสินค้าของเราให้เพิ่มมากขึ้น
- » สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้กว้างขวางกว่าการโฆษณา

สำหรับเทคนิคในการตั้งสโลแกนให้ฟังดูน่าสนใจและ น่าจดจำมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

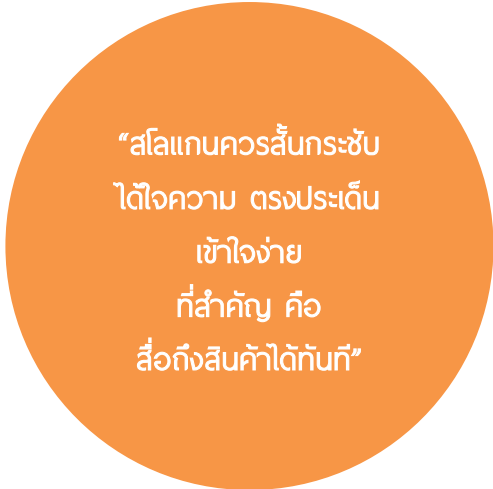
1. สโลแกนควรสั้นกระชับ ใต้ใจความ ตรงประเด็น เข้าใจง่ายและไม่ควรยาวมากเกินไป เพราะเรามีเวลาในการ ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ในระยะเวลาที่จำกัด ยิ่งยาว มาก ผู้คนก็ยิ่งจำได้น้อยลงจนในที่สุดก็ลืมไปจนหมด ดังนั้น เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถจดจำได้ง่ายและเมื่อได้ยินก็สามารถพูด ตามได้ในทันที เราจึงควรตั้งสโลแกนที่สั้นกระชับ แต่ครอบคลุม เนื้อหาที่ต้องการจะสื่อทั้งหมด ยิ่งมีความยาวน้อยกว่า 12 พยางค์ยิ่งดีเพราะเป็นจำนวนที่ผู้รับสารจะสามารถจดจำได้ดี ที่สุดแล้ว ยกตัวอย่างเช่น คิดจะพักคิดถึงคิกแคท (Have a Break. Have a Kit Kat), หัวเมื่อไหร่ก็แะมา 7-11, มีสกินมาแล้วคะ, การบินไทย รักคุณเท่าฟ้า, เบอร์ดี หนึ่งในใจ คุณ, พูจี สิ่งเลออร้อยทุกอย่าง, เปปซี่ เต็มที่กับชีวิต, ต้มวัวดำ แล้วไปนอนซะ, อะไรก็เกิดขึ้นได้ถ้ามี...ปาบริกา, คิดถึงสีฟ้า เวลาหัว เป็นต้น ซึ่งสโลแกนเหล่านี้สามารถดึงดูดใจผู้รับสารได้ เป็นอย่างดี อีกทั้งยังทำให้จดจำง่ายและรู้ได้ในทันทีว่ามันคือ ผลิตภัณฑ์อะไร

2. สโลแกนควรเฉพาะเจาะจงและสื่อความหมายได้ทันทีว่าเป็นธุรกิจอะไร หรือแสดงให้เห็นถึงจุดเด่นและเอกลักษณ์ เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน ต้องไม่ใช่สโลแกนที่ โกลัศเคียงคล้ายคลึงหรือซ้ำกับสินค้าประเภทเดียวกันของแบรนด์ อื่นๆ เพราะจะทำให้ไม่สามารถแยกสินค้านั้นออกมาได้ เพื่อที่จะ ได้ช่วยยี่ห้อเราประหยัดเวลาและค่าใช้จ่ายในการสื่อสารกับผู้บริโภค ระวังอย่าใช้สโลแกนที่มีความหมายกว้างจนเกินไป จนผู้รับ สารไม่สามารถรู้ได้ว่าเรากำลังพูดถึงสินค้านั้นหรืออะไรอยู่ สโลแกนที่สามารถดึงดูดใจของตนเองออกมาได้เป็นอย่างดี ยกตัวอย่างเช่น ยาดมตราปิยะเซียน ไซดม ไซกาในหลอด เดียวกัน, เอ็มแอนด์เอ็ม ละลายในปากแต่ไม่ละลายในมือ (Melts in Your Mouth, Not in Your Hand) , โก้แก๋ มันทุกเม็ด, ทุกหยดซ่าซ่าดาสิ่งห์, คิดจะดื่ม น้ำดื่มคริสตัล, โอรีโอ้ มิด ซิม ครีม จุ่มนม, แอร์โอเชี่ย ไครๆ ก็บินได้, มายบีนท์ พุดแล้วหอม, คิวิก จัดจ้าน สะใจ, ชุดเครื่องนอนโตโต้ สัมผัสใหม่แห่งการ นอน, ยาหม่องตราถ้วยทอง มิตรคู่เรือน เพื่อนคู่ตัว, ดูหนังไม่ อื่น ดูกันไม่ยิ่ง ของโรงหนังเอสเอฟซีซีม่า เป็นต้น

3. เมื่อผู้รับสารอ่านสโลแกนแล้ว ควรเกิดความรู้สึก ด้านบวกหรือรู้สึกดีต่อแบรนด์สินค้า เกิดความรู้สึกเชื่อถือ รู้สึกเหมือนเป็นคนสำคัญและอยากเข้าไปใช้บริการหรือซื้อ ผลิตภัณฑ์ของบริษัทนั้นๆ ยกตัวอย่างเช่น โตชิบ้า นำสิ่งที่ดีสู่ ชีวิต, S&P ซื่อนี้มีแต่ความผูกพัน, ซอลส์ เค็มแต่ดี, เอ็มเค

ช่วงเวลาแห่งความอบอุ่น, ฮานามิข้าวเกรียบรอยเพื่อน, สแน็ค แร็ค ขนมของคนดี, ธนาการกสิกรไทยบริการทุกระดับประทับใจ , ลอร์อัล ปารีส คุณค่าที่คุณคู่ควร, คัมค่าทุกนาที ดูทีวีสีช่อง 3, ช่อง 7 สีทีวีเพื่อคุณ, เดอะมอลล์ อาณาจักรแห่งความสุข ทุกครอบครัว, เราใส่ใจคุณ ของห้างสรรพสินค้าเอสทีไอเอส, ลัคกี้เฟลม จุดประกายความสุขทุกครัวเรือน, ทุกชีวิตปลอดภัย ในวอลโว่, สำนึกดี สังคมดี ริเจนซ์รับดีไทย, สเวนเซ่นส์ ความสุขไม่มีวันละลาย เป็นต้น

4. สโลแกนควรจุดใจ นิมน้าวจใจ ให้ผู้บริโภคฟังแล้ว รู้สึกอยากซื้อสินค้าหรือใช้บริการในทันที อย่างเช่นการเน้นไปที่ ความคุ้มค่าหรือความสามารถของสินค้าที่บริษัทอื่นๆ ไม่ สามารถให้ได้ ยกตัวอย่างเช่น สโลแกนใหม่ของทางบริษัท ห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีอย่าง มั่นใจได้ คิดให้แต่สิ่งดีๆ, สโลแกน สด คุ่ม ถูกใจ ของท็อปส์, ใครไม่คัด เราคัด ของพีซีซี, พาร์ม เอ้าส์ หอมกรุ่นจากเตาทุกวัน, ฤงเก้าคาร์สัน พอร์มตีไม่มีช่วย, ปูนอินทรี ปูนดี ได้ตั้งใจ, ยิลเลตต์ นวัตกรรมใหม่แห่งการโกนหนวด เป็นต้น



5. บางบริษัทอาจจะตั้งสโลแกนโดยเจาะจงลงไป กลุ่มเป้าหมายเลยก็ได้ เพื่อให้ผู้คนจดจำได้ง่ายขึ้นว่าบริษัทของเราเน้นขายสินค้าอะไร เน้นขายสินค้าให้ใคร และเพื่ออะไร สโลแกนของผลิตภัณฑ์ที่เน้นขายให้กับเพศชายยกตัวอย่างเช่น แมนซัน (Mansome) ปลูกความเป็นชายในตัวคุณ, เจเพรส สบายหนุ่ม, Maxim เป็นผู้ชายให้เป็น, แอร์โรว์ เอกลักษณ์ของ เอกบุรุษ, จอห์นเฮนรี่ เสื้อสำหรับชายผู้มีอารมณ์ศิลป์ หรือจะเป็นสโลแกนของผลิตภัณฑ์ที่เน้นขายให้กับเพศหญิงเช่น ผู้หญิง สวยที่สุดจากข้างใจ ของวาโก้, ผู้หญิง อ่าหยุตสวย ของ Oriental Princess เป็นต้น



ข้อควรรู้ก่อนตั้งชื่อสโลแกน

- » จากผลสำรวจคนส่วนใหญ่ มักจะชอบสโลแกนที่ไม่มีชื่อแบรนด์พ่วงเข้าไปด้วยมากกว่า
- » สโลแกนที่ทำเป็นเพลงและใส่เสียงดนตรีเข้าไปจะทำให้ผู้คนจดจำได้มากขึ้น
- » สโลแกนที่มีการเน้นย้ำบ่อยๆ จะทำให้ผู้คนจดจำได้ดีขึ้นเช่นเดียวกัน

6. ในการตั้งสโลแกนนั้น ถึงแม้ว่าจะอยากให้สโลแกนของเราโดดเด่นมากแค่ไหนก็ตาม แต่เราก็ไม่ควรใช้ภาษาวิบัติหรือคิดค้นภาษาขึ้นมาเอง เพราะผู้รับสารแต่ละคนมีความสามารถในการตีความและสื่อสารที่แตกต่างกัน ซึ่งนี้อาจทำให้สิ่งที่ผู้ประกอบการอยากจะสื่อสารกับผู้บริโภคมีความคลาดเคลื่อนหรือเกิดการเข้าใจผิดขึ้นได้ ดังนั้นการใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ไม่กำกวมและถูกต้องตามหลักภาษาย่อมดีกว่าอย่างแน่นอน

แน่นอนว่าการตั้งสโลแกนให้ดึงดูดผู้บริโภคนั้นย่อมไม่ใช่เรื่องที่ใครจะสามารถทำได้ง่ายๆ ภายในเวลาไม่กี่ชั่วโมง แต่สโลแกนที่ดีและฟังรื่นหูจะช่วยให้ธุรกิจการค้าของเราสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง ดังนั้นเราจึงควรศึกษาข้อมูลจากสโลแกนของสินค้าแบรนด์อื่นๆ ที่สามารถเข้าถึงผู้คนได้ในเวลาอันรวดเร็วดูก่อนว่า พวกเขามีกลยุทธ์วิธีอย่างไรและให้เรานำมาปรับใช้พร้อมกับเทคนิคดังที่กล่าวไปข้างต้นนี้ เพื่อให้สโลแกนของเรา จดจำได้ง่าย น่าดึงดูดใจ และเป็นที่น่าสนใจ รวมทั้งตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายค่ะ



ความภักดีในตราสินค้า สร้างได้อย่างไร

นอกจากการจัดโปรโมชั่นดีๆ เพื่อช่วยดึงดูดใจลูกค้าให้เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเราแล้ว กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งก็คงไม่พ้นเรื่องของ การสร้างความภักดีในตราสินค้า ความภักดีในตราสินค้าคืออะไร? ความภักดีในตราสินค้า (Brand Loyalty) คือ การที่ผู้บริโภคนั้นมีทัศนคติที่ดีและมีความเชื่อมั่นในสินค้าใดสินค้าหนึ่ง ซึ่งอาจเกิดได้จากหลากหลายสาเหตุไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพหรือราคาที่ตรงใจผู้บริโภค ภาพลักษณ์ของสินค้าที่ดีมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และมีความน่าเชื่อถือ ผลลัพธ์ที่น่าพึงพอใจที่สินค้าแบรนด์อื่นๆ ไม่สามารถให้ได้ การเข้าถึงตัวสินค้าได้อย่างง่ายดาย รวมไปถึงความรู้สึกชอบส่วนตัว จนทำให้ซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องมาตลอดและไม่แปรพักตร์ไปใช้ผลิตภัณฑ์จากแบรนด์อื่นๆ ซึ่งความภักดีในตราสินค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

1. ความภักดีทางด้านอารมณ์ (Emotional Loyalty) เป็นความภักดีที่เกิดขึ้นจากทัศนคติและความเชื่อที่ลูกค้ามีต่อสินค้านั้นๆ ลูกค้าประเภทนี้ซื้อสินค้าเพราะความปรารถนาทางด้านอารมณ์เป็นหลัก ดังนั้นผู้ประกอบการจึง

ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าด้วยการบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพ

2. ความภักดีที่เกิดจากความเหตุผล (Rational Loyalty) เป็นความภักดีที่เกิดขึ้นจากความพึงพอใจในประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ลูกค้าประเภทนี้ซื้อสินค้าเพราะสินค้านั้นๆ สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้เป็นอย่างดี อาทิเช่น คุณภาพของสินค้ามีความคุ้มค่าสมกับราคา หรือเห็นผลลัพธ์ที่ดีและน่าพึงพอใจหลังจากใช้สินค้า เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการจะทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของเราเกิดทัศนคติที่ดี รู้สึกเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ของเราและกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่องนั้นอาจไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ง่ายและเห็นผลภายในเวลาอันรวดเร็ว แต่มันก็ไม่ใช่ว่าเรื่องที่เป็นไปไม่ได้ซะทีเดียว ดังนั้นวันนี้เรจึงนำบทความเกี่ยวกับการสร้างความภักดีในตราสินค้ามาฝากผู้ประกอบการทุกท่านค่ะ

วิธีการสร้างความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ชื่อของตราสินค้า

ชื่อของตราสินค้านั้นถือว่าเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากเพราะชื่อของสินค้าสามารถบ่งบอกถึงตัวตนของตราสินค้าได้ หากเราตั้งชื่อที่ฟังแล้วมีความหมายไปในทางที่ดีก็จะทำให้ผู้บริโภครู้สึกดีตามไปด้วยเมื่อได้นึกถึงรวมถึงยังอาจช่วยให้สินค้าเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคได้ในเวลาอันรวดเร็ว หลักการตั้งชื่อสินค้าที่ช่วยดึงดูดใจลูกค้ามีดังต่อไปนี้

- » เป็นชื่อที่สื่อให้เห็นถึงประโยชน์ใช้สอยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์
- » เป็นชื่อที่ออกเสียงง่าย สามารถจดจำได้ในทันที
- » เป็นชื่อที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่ซ้ำใคร
- » เป็นชื่อที่ฟังแล้วช่วยให้เกิดความรู้สึกดีต่อตัวสินค้า

ภาพลักษณ์ของตราสินค้า

เราควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่สินค้าของเราและสร้างภาพลักษณ์อย่างต่อเนื่องว่าสินค้าของเรานั้นดีมีคุณภาพ มีความทันสมัยและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่สามารถหาได้จากแบรนด์อื่นๆ สร้างเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้มีที่มาที่ไปที่น่าสนใจและเป็นไปในแง่บวก รวมทั้งพยายามทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าของเรา เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้ใช้ รู้สึกเชื่อถือและมั่นใจในคุณภาพของสินค้าว่ามีความคงทนสามารถใช้งานได้นาน มีประสิทธิภาพที่ดีและคุ้มค่ากับราคาที่จะจ่ายไป นอกจากนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่มักจะซื้อสินค้าที่ตอบสนองต่อคุณค่าทางอารมณ์มากกว่าซื้อสินค้าที่ตอบสนองเพียงแค่ประโยชน์ใช้สอย ดังนั้นการทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกดีต่อสินค้าจึงเป็นกลไกที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าของเราได้

คุณภาพของสินค้า

นอกจากจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าแล้ว เรายังควรคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าอีกด้วย ผู้ประกอบการควรผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสมกับราคา คุ้มค่าที่สุด มีความคงทนรวมทั้งรักษามาตรฐานของสินค้าหรือพัฒนาคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เพื่อรักษาฐานผู้บริโภคที่มีความชอบในประโยชน์ใช้สอยของตัวสินค้านั้นๆ นอกจากนี้หากผู้บริโภคมีการร้องเรียนถึงปัญหาที่พบในผลิตภัณฑ์หรือมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการก็ควรที่จะน้อมรับคำติเตียนและข้อเสนอแนะนั้นๆ เพื่อนำมาปรับปรุงสินค้าให้

มากยิ่งขึ้น ซึ่งการทำแบบนี้จะเป็นการสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับลูกค้าของเราเป็นอย่างมากเลยทีเดียว

“ควรสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับตัวสินค้าและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง แม้ตราสินค้าจะเป็นที่จดจำแล้ว”

การบริการที่เป็นมิตร

การบริการที่ดีและมีประสิทธิภาพถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่จะช่วยสร้างความภักดีในตราสินค้าให้เกิดขึ้นได้ ดังนั้นเราจึงควรสร้างความประทับใจให้แก่ลูกค้าตั้งแต่แรกพบด้วยการให้บริการที่ดูเป็นมิตร อบอุ่น จริงใจและเป็นกันเอง ทักทายลูกค้าที่เดินเข้ามาอย่างร่าเริงแจ่มใส พุดจาไพเราะ และกล่าวขอบคุณเมื่อลูกค้าเดินกลับออกไป รวมทั้งสามารถแนะนำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้แก่ลูกค้าได้ เพื่อสร้างความผูกพันให้เกิดขึ้นระหว่างตัวของเรากับลูกค้า รวมทั้งเป็นการสร้างฐานลูกค้าใหม่ให้กลายเป็นลูกค้าประจำในอนาคตและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้าเดิม ทำให้ลูกค้ารู้สึกไว้วางใจ ปลอดภัยและอยากกลับมาใช้บริการที่ร้านค้าของเราอย่างต่อเนื่อง

ภาพลักษณ์ของบริษัทและผู้ผลิตสินค้า

ภาพลักษณ์ที่ดีของบริษัทและผู้ผลิตสินค้าถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยหนึ่งที่ผู้บริโภคมักให้ความสนใจเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังส่งผลต่อความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภคอีกด้วย ผู้ประกอบการที่มีภาพลักษณ์ที่ดี ดูน่าเชื่อถือ รวมทั้งมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมย่อมมีแนวโน้มที่ผู้บริโภคจะหันมาภักดีในสินค้าของบริษัทนั้นๆ มากกว่าผู้ประกอบการที่ไม่มีสิ่งเหล่านี้

ความเข้าถึงง่ายของสินค้า

ความเข้าถึงง่ายของสินค้าก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญสำหรับการสร้างความภักดีในตราสินค้า เพราะสินค้าที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย สามารถหาซื้อได้ในทันทีเมื่อต้องการใช้ รวมถึงเห็นอยู่บ่อยๆ เป็นประจำทั้งในโฆษณาที่ดี หรือจะเป็นการบอกต่อๆ กันมาที่ดี ย่อมทำให้สินค้าแบรนด์นั้นเข้าไปอยู่ในใจของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดความภักดีในตราสินค้ามากกว่าสินค้าที่ไม่ค่อยมีการโฆษณาหรือการพูดถึงมากเท่าใดนัก

ผู้ประกอบการที่สามารถสร้างสรรค์ชื่อตราสินค้าให้น่าดึงดูดใจ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ และสามารถจดจำได้ง่าย สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ตัวสินค้าและบริษัทของตนเอง พัฒนาคุณภาพของสินค้าอย่างสม่ำเสมอ มีการให้บริการที่เป็นมิตร อบอุ่นและเป็นกันเอง รวมทั้งทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสินค้าได้อย่างง่ายดาย ย่อมทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อทั้งตัวสินค้าและบริษัทที่ผลิตสินค้า และทำให้พัฒนา กลายเป็นความภักดีในตราสินค้าต่อไปในอนาคตอย่างมั่นคงและยั่งยืน





SWOT จุดเริ่มต้นของยุทธศาสตร์การตลาด

หากเราจะพูดถึงกลยุทธ์ทางการตลาดในปัจจุบันนั้น เป็นสิ่งที่จำเป็นหลักในการดำเนินทุกธุรกิจเลยทีเดียว การตลาดจะเป็นเครื่องมือที่ช่วยดึงดูดลูกค้าไม่ว่าจะเป็นรักษาลูกค้าเก่า หรือค้นหาลูกค้าใหม่ และการโปรโมทแบรนด์สินค้า ซึ่งนับว่าสำคัญมากโดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูง และแน่นอนว่ากลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมีมากมายหลายชนิดซึ่งขึ้นอยู่กับสภาวะเหตุการณ์ในขณะนั้นว่าเราควรที่จะใช้การตลาดรูปแบบไหน แต่สิ่งที่เป็นพื้นฐานทางการวิเคราะห์จุดเด่นจุดด้อยและการรับมือต่อคู่แข่งนั้นก็คือ SWOT Analysis

SWOT Analysis คือเครื่องมือที่ช่วยให้เราคิดวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ ได้ชัดเจน ไม่ว่าจะเป็นจุดแข็งและจุดอ่อนของธุรกิจ โอกาสและอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสามารถช่วยเจาะลึกลงไปเพื่อให้ได้ผลออกมาที่ดีที่สุด นับว่าเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ใช้ได้อย่างง่ายดาย ที่มาของ SWOT นั้นเป็นตัวย่อของภาษาอังกฤษ 4 ตัวด้วยกันคือ Strength, Weakness, Opportunity and Threat ซึ่งขั้นตอน

ของการวิเคราะห์นั้นก็ไม่ยากเลยเพียงเราแค่คิดว่าถ้าหากเราต้องทำการธุรกิจชนิดหนึ่ง อะไรบ้างที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสที่เอื้อประโยชน์และอุปสรรคที่เราต้องแก้ไขของการทำธุรกิจชนิดนั้น ในบทความนี้เราจะพูดถึงขั้นตอนการวิเคราะห์ SWOT อย่างละเอียด ซึ่งเราจะยกตัวอย่างจากการทำธุรกิจ Food Truck ร้านอาหารบนรถ ซึ่งเป็นธุรกิจร้านอาหารที่เคลื่อนที่ไปไหนมาไหนได้ตลอดเวลา สามารถเข้าไปขายได้ทุกพื้นที่

S หรือ Strength คือการวิเคราะห์ขั้นตอนการหาจุดเด่นของการทำธุรกิจนั้นๆ อะไรคือจุดเด่นของการทำธุรกิจ หลังจากที่เรารู้ว่าจุดแข็งของเราคืออะไร เราก็ควรที่จะรักษามันไว้และหาทางเพิ่มจุดแข็งของเราอีกเรื่อยๆ เราขอยกตัวอย่างกรณีของธุรกิจ Food Truck ร้านอาหารบนรถ ซึ่งจุดเด่นหลักๆ ก็คือ เป็นร้านอาหารที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนมาไหนได้ โดยสามารถเข้าไปถึงลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ไม่ต้องรอให้ลูกค้าเดินเข้ามา อีกทั้งยังสะดวกไปเปิดร้านขายตามสถานที่ต่างๆ ได้

เช่น ตอนที่ยังไปยังตามอาคารสำนักงาน ตอนเย็นไปยังตามโรงเรียนหรือตลาดนัด วันหยุดสุดสัปดาห์สามารถไปออกตามงานอีเวนต์ต่างๆได้ รวมถึงต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่ไม่สูงมากนัก ที่กล่าวมาทั้งหมดจะเป็นการคิดวิเคราะห์จุดแข็งของการทำธุรกิจประเภทนี้ ซึ่งเราควรจะต้องรักษามันให้รวมถึงพยายามเพิ่มจุดเด่นเข้าไปอีก

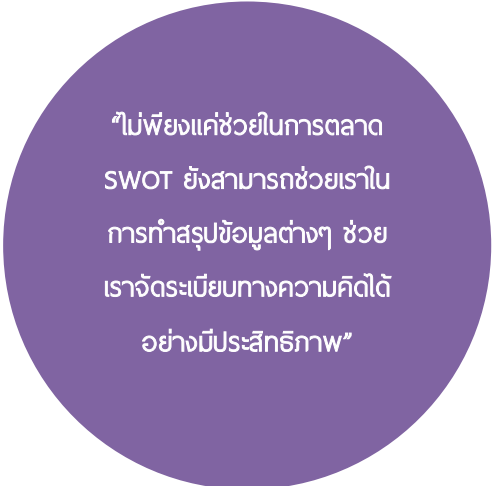
W หรือ Weakness คือการวิเคราะห์ขั้นตอนการหาจุดอ่อนของการทำธุรกิจว่าอะไรคือจุดอ่อนโดยตรงในการทำธุรกิจของเรา ซึ่งแน่นอนว่าเราควรที่จะวิเคราะห์ออกมาให้ครบถ้วนและหาทางแก้ไขมันให้ได้โดยเร็ว ตัวอย่างจุดอ่อนของการทำธุรกิจ Food Truck นั้นก็มีอยู่หลายข้อพอสมควร เริ่มตั้งแต่ด้วยความที่การทำธุรกิจประเภทนี้จะต้องทำอยู่บนรถเท่านั้น แน่นอนว่าขนาดร้านจะต้องเล็กพอสมควรจึงทำให้รับลูกค้าในปริมาณที่จำกัด รวมถึงอาจจะเสียลูกค้าไปเนื่องจากไม่มีที่ที่ให้ลูกค้านั่งรอหรือสิ่งเครื่องดื่มระหว่างเข้าคิวซื้ออาหาร อีกทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆก็อาจจะไม่เพียงพอต่อสถานการณ์ฉุกเฉินได้ถ้าเปรียบเทียบกับร้านอาหารที่มีเครื่องมือวัตถุดิบ รวมถึงพนักงานที่เพียงพอต่อตนเอง ซึ่งทั้งสองอย่างที่กล่าวมาข้างต้นจุดแข็งและจุดอ่อนล้วนเป็นเหตุผลที่มาจากปัจจัยภายในทั้งนั้น แต่อีกสองอย่างที่กำลังจะกล่าวถึงจะเป็นสาเหตุที่มาจากปัจจัยนอกซึ่งบางที่เราไม่สามารถควบคุมมันได้ทั้งหมด ขึ้นอยู่กับว่าเราจะพลิกวิกฤติให้มาเป็นโอกาสดีหรือไม่เท่านั้นเอง

O หรือ Opportunity คือโอกาสที่เอื้อประโยชน์ให้กับธุรกิจของเรา ปัจจัยนี้จะเป็นแบบปัจจัยบวกหรือปัจจัยเสริมที่ทำให้ธุรกิจของเราประสบความสำเร็จ ตัวอย่างโอกาสที่เอื้อประโยชน์ของธุรกิจ Food Truck นั้นก็คือ ความแปลกใหม่โดดเด่นไม่ซ้ำใคร หมายถึงว่าด้วยรูปลักษณ์การตกแต่งร้านอยู่บนรถที่สะดุดตาโดดเด่น สามารถเป็นโอกาสที่ทำให้ลูกค้าสั่งเมนูร้านได้ง่ายและพร้อมที่จะเข้ามาลองของแปลกใหม่ รวมไปถึงโอกาสในการทำธุรกิจประเภทนี้ยังมีอีกเยอะเพราะว่ามันยังใหม่สำหรับคนไทยซึ่งการแข่งขันเฉพาะทางนั้นยังไม่มากมายเกินไป การโฆษณาหรือประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ก็ถือเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ๆอีกด้วย

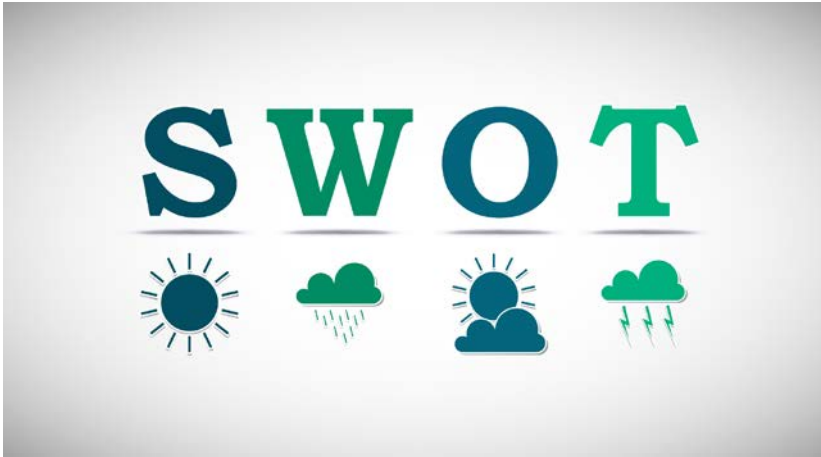
T หรือ Threats คืออุปสรรคของการทำธุรกิจแน่นอนว่ามันเป็นปัจจัยที่เกิดจากภายนอกซึ่งบางครั้งเราไม่สามารถที่จะแก้ไขมันได้อย่างเช่น ฝนตกขณะที่เรากำลังขายอาหาร มีการประท้วงหรืออุบัติเหตุในบริเวณนั้นหรือแม้กระทั่งการปรับตัวของคู่แข่งที่เป็นร้านอาหารมีหน้าร้าน ซึ่งตัวอย่างของอุปสรรคในการทำธุรกิจ Food Truck ก็คือ การปรับตัวของคู่แข่ง เช่นร้านอาหารที่มีหน้าร้านมีบริการส่งอาหารตรงถึง

บ้านหรือสถานที่ต่างๆ แน่นอนว่ามันเป็นปัจจัยที่เราไม่สามารถควบคุมได้ หรือการเติบโตของธุรกิจประเภทนี้ที่โตเร็ว ซึ่งมันสามารถทำให้การแข่งขันสูงขึ้นด้วยเช่นกัน ปัจจัยที่กล่าวมาทั้งหมดล้วนเป็นสิ่งที่เราแก้ไขไม่ได้ทั้งหมด ฉะนั้นเราควรที่จะต้องยืดหยุ่นต่อการทำธุรกิจของเราเพื่อพร้อมรับมือกับปัญหาที่พร้อมจะเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

จากเนื้อหาเกี่ยวกับ SWOT ที่กล่าวมาทั้งหมดจะทำให้เราเห็นว่าเราควรคิดวิเคราะห์ขั้นตอนการทำธุรกิจให้ละเอียดที่ถ่วงนั้น SWOT เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือทางการตลาดที่ช่วยให้เราสามารถประสบความสำเร็จได้ เพราะเราจะสามารถเรียนรู้ปรับปรุง แก้ไข จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคในการทำธุรกิจของเราได้อย่างเต็มประสิทธิภาพมากที่สุด ซึ่งหลักจากที่เราสามารถสรุป SWOT ของธุรกิจเราได้ทั้งหมดแล้ว เราจะนำข้อมูลเหล่านี้ไปต่อยอดทางการตลาดเพื่อที่จะรับมือกับการแข่งขันทางธุรกิจที่สูงขึ้นได้นั่นเอง



หลังจากที่เรารู้แล้วว่า SWOT ของธุรกิจเรามีอะไรบ้าง ต่อไปเราก็ควรที่จะนำ SWOT เหล่านี้ไปต่อยอดทางการตลาด เริ่มจากจุดแข็งของเรา เราสามารถที่จะคงจุดแข็งของเราต่อไปได้โดยใช้การตลาดเข้ามาช่วย ตัวอย่างเช่น จุดแข็งของเราคือ สินค้าราคาถูกกว่าที่อื่น แน่นอนว่าเราควรจะใช้การตลาดในการขยายจุดแข็งนี้ของเราออกไปยังลูกค้ากลุ่มใหม่ๆเพื่อที่จะได้ลูกค้าเพิ่มขึ้นนั่นเอง ส่วนกรณีจุดอ่อนของเราคือ สินค้าเรามีจำนวนจำกัด ของขาด เราก็ควรจะใช้การตลาดกำจัดจุดอ่อนของเราไป ซึ่งการตลาดที่ช่วยแก้ไขในเรื่องนี้ควรจะเป็นไปที่ว่าสินค้าของเรามีจำนวนจำกัดเนื่องจากว่าราคาของเราถูกกว่าเจ้าอื่นแน่นอน หากเราสื่อสารออกไปแบบนี้แล้วจะทำให้



โดยการวางแผนสำรอง แผนรับมือ หากเกิดสิ่งที่ไม่คาดคิดขึ้นมา อีกทั้งเรายังสามารถนำ SWOT Analysis ไปต่อยอดทางธุรกิจโดยจะมีประสิทธิภาพดีหากเราได้ทำไปต่อยอดทางการตลาด ซึ่งถ้าหากเราสามารถจะใช้ SWOT ได้อย่างถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆได้นั้น มันจะสามารถเป็นเครื่องมือที่ช่วยย้ให้เราประสบความสำเร็จในทุกๆสิ่งที่เราทำ โดยเฉพาะกับสถานการณ์ที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูงทั้งในตอนนี้และอนาคต

ให้ลูกค้ารับรู้เบื้องต้นว่าของมีจำนวนจำกัดหากไม่สามารถซื้อได้ก็จะเข้าใจเองว่ามาช้าจนเกินไปนั่นเอง ส่วนทางด้านโอกาสที่เอื้อประโยชน์ให้กับสินค้าของเรา เช่น หากสินค้าของเรามีราคาที่ถูกอยู่แล้ว เราก็สามารถต่อยอดได้ง่ายเพราะเรื่องราคาเป็นสิ่งที่ลูกค้าส่วนใหญ่ก็มักจะเป็นอันดับต้นๆของการจับจ่ายซื้อสินค้า เราแค่ทำสื่อโฆษณาเพิ่มออกไปโดยการโปรโมทสินค้าของเรา มันก็จะทำให้เราได้รับผลตอบแทนจากลูกค้าได้อย่างง่ายดาย

เพราะฉะนั้น SWOT เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่ใครหลายคนยังไม่รู้ ดังนั้นเราควรที่จะรีบศึกษาเครื่องมือชนิดนี้เพื่อเป็นประโยชน์แก่ตัวเองและแบ่งปันให้คนใกล้ตัว และอย่าช้าที่จะเรียนรู้เครื่องมือที่มีประโยชน์ SWOT นั้นเอง

แต่ในทางกลับกันอุปสรรคของเราก็ยังคงมีอยู่เช่นกัน เพราะถึงแม้ว่าเราขายสินค้าที่ราคาถูกมันก็ยังมีคู่แข่งที่พร้อมจะตัดราคาเราได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้นวิธีที่เราควรไปต่อยอดทางการตลาดก็คือ พยายามอย่าให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าของคู่แข่ง ซึ่งวิธีการป้องกันนั้นก็เพียงแค่เราจะต้องมีการทำการตลาดที่หลากหลายยืดหยุ่นพร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ เช่น หากคู่แข่งใช้โปรโมชั่นซื้อ 1 แถม 1 เราก็ควรที่จะที่โปรโมชันในลักษณะนี้ออกไปพร้อมๆกัน อาจจะมีการปรับเปลี่ยนนิดหน่อยเป็น ส่วนลด 50% ทุกชิ้น ซึ่งถึงแม้ว่ากำไรของเราอาจจะลดลงไปบ้างเล็กน้อย แต่เราก็ยังสามารถครองใจลูกค้าไว้ได้ ทำให้ลูกค้าไม่เปลี่ยนใจไปซื้อสินค้าราคาถูกที่ใช้ทดแทนกันได้ เป็นต้น

ท้ายที่สุดนี้ SWOT ถือว่าเป็นเครื่องมือที่มีความสำคัญมากในการช่วยคิด วิเคราะห์หารายละเอียดต่างๆ ต่อทุกสายงานธุรกิจ ไม่เพียงแต่ช่วยในการทำธุรกิจหรือการตลาด SWOT ยังสามารถช่วยเราในการทำสรุปข้อมูลต่างๆ ช่วยเราจัดระเบียบทางความคิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นหากเราที่จะเริ่มต้นทำธุรกิจ เราก็ควรที่จะใช้ SWOT คิดจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคให้ดีที่ตัวก่อนที่เราจะเริ่มทำธุรกิจก็เพื่อที่จะเสริมจุดแข็งของเราโดยใช้โอกาสที่เอื้อประโยชน์ และกะจัดจุดแข็งต่างๆออกไป แต่ก็จำเป็นที่จะต้องคอยระวังอุปสรรคที่ไม่คาดคิดที่สามารถเกิดได้อยู่ตลอดเวลา



พฤติกรรมผู้บริโภค

ก่อนที่เราจะมาศึกษา พฤติกรรมของผู้บริโภค เราควรมารู้จักกันก่อนว่าคำว่า **“ผู้บริโภค”** และ **“พฤติกรรม”** นั้นคืออะไร มีความหมายอย่างไร ทำไมเราควรศึกษาและทำความเข้าใจ เพื่อจะได้วางกลยุทธ์ การตลาด การขายสินค้าและบริการของเราได้ถูกทาง ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการผสมผสานทั้งด้าน จิตวิทยา สังคมวิทยา มานุษยวิทยา สังคม และเศรษฐศาสตร์ เพื่อพยายามทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค พฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งสำคัญต่อความสำเร็จของธุรกิจต่างๆ ดัง สำนวนที่ว่า **“รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้ง ชนะร้อยครั้ง”** นั้นยังใช้ได้เสมอ

ผู้บริโภค (consumer) หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ซึ่งได้รับ การเสนอหรือชักชวนจากผู้ประกอบการธุรกิจ เพื่อให้ซื้อสินค้า และหรือรับบริการและ หมายความว่ารวมถึงผู้ใช้สินค้าหรือผู้ได้รับบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจโดยชอบแม้จะไม่เสียค่าตอบแทนก็ตาม

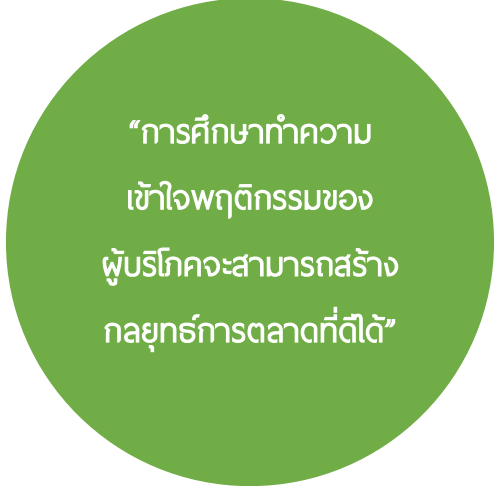
พฤติกรรม (behavior) หมายถึง กิริยาอาการที่แสดงออกจากรูปแบบของสิ่งมีชีวิตเพื่อตอบสนองต่อสิ่งเร้าที่เกิดขึ้นทั้งภายในและภายนอกเป็นการแสดงออกที่สอดคล้องกับสถานการณ์และสิ่งแวดล้อมในขณะนั้น สามารถสังเกตเห็นได้จากภายนอก โดยรูปแบบพฤติกรรมต่างๆนั้นเป็นผลมาจากการทำงานร่วมกันของพันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม ตัวอย่างเช่น พฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกเมื่ออากาศร้อนก็คือ การใส่เสื้อผ้าเบาบางสบาย ส่วนพฤติกรรมที่แสดงออกเมื่ออากาศหนาวเย็น ก็คือ ใส่เสื้อกันหนาว หนา ทางเกงขายาว หมวกไหมพรม ถุงมือ ถุงเท้า นั่นเอง ต่อมาเมื่ออากาศร้อนขึ้น เนื่องจากโลกของเราร้อนขึ้น เราก็ต้องพึ่งเครื่องปรับอากาศหรือแอร์คอนดิชันเช่นทุกวันนี้ หากหน้าหนาวก็หนาวเอามากๆ เราก็ต้องพึ่งเครื่องทำน้ำอุ่น

เรามาดูกันว่า ทำไมในห้างสรรพสินค้า ร้านค้าต่างๆ ขายเครื่องทำน้ำอุ่นได้เป็นช่วงฤดูร้อน ขายเครื่องปรับอากาศได้เป็นฤดูหนาว ทำไมสินค้าและบริการต้องมีการปรับปรุง

เปลี่ยนแปลงรูปลักษณ์ สัมผัส รสชาติ สี กลิ่นอยู่ตลอดเวลา ทำไบบ่อยหอมพวงของเด็กอ่อนพุดขึ้นมามากมายให้เลือกสรร แล้วทำไมรองเท้ายี่ห้อที่คุณพ่อคุณแม่เคยใส่ สมัยท่านเป็นหนุ่มๆ สาวๆ เรากลับไม่รู้จักรู้จักและไม่ใส่อีกแล้ว บางแบรนด์ก็ไม่มีวางขายอีกแล้วในปัจจุบัน สมัยก่อนเราต้องเปิดปลากระป๋องกินแบบยากเย็น แต่เดี๋ยวนี้แค่ดึงห่วงแล้วเทก็ได้อีกแล้ว เด็กๆยุคนี้ไม่รู้จักรับประทานผลไม้ รู้จักแต่คอมพิวเตอร์ แล็บท็อป ไม่รู้จักโทรเลข แค่อัปโหลดหน้าจอบมือถือก็สามารถส่งข่าวไปยังปลายทางได้อย่างรวดเร็ว ซองจดหมายไม่จำเป็นต้องซื้อ บางคนไม่รู้จักรับประทานผักผลไม้ แม่แต่แม่บ้านเราสมัยนี้ ใช้เครื่องปั่นแทนครกหิน ใช้กระเบื้องเคลือบแทนดินเผา กระจกก็ไม่ต้องมีวิวัฒนาการตามความต้องการ สะดวกทันสมัยได้ตามความต้องการ นั่นก็เพราะว่าผู้บริโภคยอมมีพฤติกรรมเปลี่ยนแปลงไปตามยุคตามสมัยตามกาลเวลา และสิ่งแวดล้อม

ก่อนอื่นเรามาทำความเข้าใจกันกับคำว่าพฤติกรรมผู้บริโภคกันก่อนเลย เนื่องจากมีหลากหลายแนวคิดหลากหลายทฤษฎี ที่ให้นิยามพฤติกรรมของผู้บริโภคเอาไว้ ตัวอย่างเช่น Engel (1968) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่าเป็นการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการ รวมไปถึงกระบวนการตัดสินใจที่มีอยู่ก่อนและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ, Schiffman and Kanuk (1987) ชีฟแมนและคานุก บอกว่า เป็นพฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกไม่ว่าจะการเสาะหา ซื้อ ใช้ ประเมินผล หรือการบริโภคผลิตภัณฑ์ บริการ ซึ่งจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้, Engel Kollat (1968) แองเจล คอลแลต และ แบลคเวลล์ บอกว่าการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วซึ่งมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว, อดุล จาตุรงค์กุล (2536) พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นปฏิกิริยาของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมทั้งกระบวนการต่างๆของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดปฏิกิริยาต่างๆเหล่านี้, ปริญ สิกธิตานนท์(2540) พฤติกรรมของผู้บริโภคคือ การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหา และการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งนี้ หมายถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้นก่อน และมีส่วนกำหนดให้เกิดการกระทำ, ธงชัย สันติวงษ์

(2540) พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว แต่พอสรุปได้ใจความว่า



พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การศึกษาปัจเจกบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กร เป็นกระบวนการที่พวกเขาเหล่านั้นเลือกสรร รักษา และจำกัดสิ่งๆที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ บริการต่างๆ ประสบการณ์หรือแนวคิดเพื่อสนองความต้องการ และผลกระทบที่กระบวนการเหล่านี้มีต่อผู้บริโภค การรู้และทำความเข้าใจกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคหรือผู้ซื้อ และตอบสนองความต้องการ ทั้งยังพยายามประเมินสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคโดยกลุ่มบุคคลและสิ่งแวดล้อม เช่น ครอบครัว เพื่อน สถานที่ อีกด้วย ซึ่งพฤติกรรมเหล่านี้ จะมีผลกระทบต่อธุรกิจ

ดังนั้นการศึกษาคำทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคจะสามารถสร้างกลยุทธ์การตลาด ที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภค และความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น และยังช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง พิจารณาง่ายๆ ก็คือ พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงพฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหาการซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ

ต่างๆ ซึ่งคาดว่าจะสนองตอบความต้องการของพวกเขาได้ดีที่สุด

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมของผู้บริโภค มีประโยชน์ทางการตลาด ดังนี้

- » ช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค
- » ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถหาหนทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้ถูกต้อง และสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น
- » ช่วยให้ตลาด ผลิตภัณฑ์ มีการพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น
- » เพื่อประโยชน์ในการแบ่งส่วนของตลาด ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้ตรงกับชนิดของสินค้าและบริการ
- » ช่วยในการปรับปรุงกลไก กลยุทธ์ของตลาดของธุรกิจต่างๆ เพื่อความได้เปรียบของคู่แข่ง การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค นักการตลาดมักเรียกว่า 6W 1H คือ เครื่องมือสำหรับกำหนดกลุ่มผู้บริโภค ประกอบด้วย

Who ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายของคุณ เป็นการศึกษาถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมายในเรื่องต่างๆ เช่น เพศ อายุ อาชีพ สถานะที่เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยระบุข้อมูลได้ชัดเจน เพื่อที่จะสามารถวางแผนกลยุทธ์ต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม และตอบสนองความต้องการได้ตรงตามความพึงพอใจ

What ผู้บริโภคซื้ออะไร คุณต้องทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคซื้อ เช่นองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ สี ห่อ คุณสมบัติของสินค้า รูปลักษณ์ของสินค้าและบริการ คุณภาพ เพื่อสร้างแบรนด์ให้แข็งแรงรวมทั้งสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่น

Where ช่องทางในการซื้อช่องทางที่ลูกค้าใช้ในการหาข้อมูลก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ เช่น ชื่อผ่านทางเว็บไซต์ ชื่อที่ตลาดขายสินค้าเฉพาะหรือ ห้างสรรพสินค้า กล่าวคือ สถานที่ที่กลุ่มเป้าหมายมักจะไปซื้อสินค้านั้นเอง

Why ทำไมผู้บริโภคต้องการซื้อสินค้าและบริการ เราต้องศึกษาผู้บริโภคหาเหตุผลว่าทำไมผู้บริโภคจึงต้องตัดสินใจตอบสนองความต้องการ ตอบสนองตามปัจจัยพื้นฐาน เช่น การซื้อกระเป๋าแบรนด์เนมเพื่อเข้าสังคม การซื้อหมวก กุญแจมือ กุญแจ มักซื้อในหน้าหนาว

When ซื้อสินค้าและบริการเมื่อไหร่ เราต้องคำนึงว่าสินค้าของเราอยู่ในช่วงเวลาใด หรือขายได้ตลอดทั่วไป เช่น ขายปิ่นดัดน้ำในช่วงสงกรานต์ต้องจัดโปรโมชั่นอย่างไรแบบไหน ขายเครื่องทำน้ำอุ่นในฤดูร้อน ขายเครื่องทำความเย็นในฤดูหนาว อาจมีการลดราคา หรือมีของแถมเพื่อจูงใจลูกค้า เป็นต้น

Whom ใครที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจของผู้บริโภคบ้าง คือ กลุ่มบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ เช่น พ่อแม่ บอกรให้ซื้อ เพื่อนแนะนำมาให้ซื้อ หรือใครก็ได้ที่มีอำนาจในการจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการของเรา

How ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้ออย่างไร เช่น สินค้าที่ขายตามท้องตลาด ทำให้การตัดสินใจต่างกัน เช่น ถ้าสินค้ายาสูงหน่อยลูกค้าต้องการเครดิตความเชื่อถือของร้านค้า หรือบางกลุ่มชอบการลด แลก แจก แถม เป็นต้น

ดังนั้นพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงมีส่วนสำคัญอย่างมาก เพราะเป็นข้อมูลเบื้องต้นเพื่อนำมาวิเคราะห์ตลาด กลุ่มเป้าหมายและรวมทั้งการวางแผนการตลาด ตลอดจนการติดต่อสื่อสาร การวางแผนกลยุทธ์เพื่อหาวิธีการที่เหมาะสมที่สุดเป็นรูปแบบการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่ความสำเร็จทางธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ การตัดสินใจซื้อ ชื่อซ้ำ ระยะเวลาในการซื้อ และก้าวสู่เป็นแบรนด์ที่เข้มแข็งต่อไป

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากสถานการณ์ต่างๆ ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม ในแต่ละช่วงเวลานั้นมีการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นแทบจะตลอดเวลา สิ่งเหล่านี้มีผลต่อสภาวะการตัดสินใจ ทำให้ต้องมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบสินค้าและบริการใหม่ๆ รวมทั้งยังต้องวิเคราะห์รูปแบบของคู่แข่งการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์และอุปทาน (ความต้องการขายต้องสมดุลกับความต้องการของผู้บริโภคด้วย) ควรระบุไว้ล่วงหน้าในแผนการ

ดำเนินการตลาดเพื่อเปลี่ยนแปลงและแก้ไขได้ในอนาคต ให้สอดคล้องกับสถานการณ์การตลาด และสภาวะพื้นฐาน เพื่อไม่ให้แต่ละฝ่ายที่เกี่ยวข้องรู้สึกไม่ต่อสินค้าและบริการของ

เรา แผนการตลาดของเรา นอกจากจะต้องตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้าแล้วนั้นยังต้องสามารถสร้างยอดขายด้วยต้นทุนที่ถูกลงที่สุด



Packaging ออกแบบดี มีแต่เพิ่มกำไร

กลยุทธ์การออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกรูปแบบของบรรจุภัณฑ์และประเภทของวัสดุที่ใช้ เพื่อนำไปใช้กับสินค้าที่พัฒนาใหม่ หรือมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงสินค้าใหม่ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะทำให้สะท้อนภาพลักษณ์ของตราสินค้า และเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้

การบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการหนึ่งของการตลาด เนื่องจากในปัจจุบันมีธุรกิจที่มีลักษณะสินค้าใกล้เคียงกันเป็นจำนวนมาก มาตรฐานและคุณภาพก็ใกล้เคียงกัน การตลาดที่สำคัญจึงต้องหันมาให้ความสำคัญกับการบรรจุภัณฑ์มากขึ้น โดยประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์นั้นก็มากมาย ไม่ว่าจะเป็น ช่วยในการเก็บรักษาสินค้าให้ยาวนานขึ้น, ส่งเสริมการขาย, กระตุ้นการตลาด, ส่งเสริมการโฆษณา บทบาทของบรรจุภัณฑ์จึงเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

สิ่งที่ต้องพิจารณาเมื่อจะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จึงต้องคำนึงถึงสิ่งต่างๆต่อไปนี้คือ ผู้บริโภค, ตัวสินค้า, เป้าหมายทางการตลาด, การขนส่งและการจัดเก็บ, กฎหมายที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงปัจจัยในด้านอื่นๆ

ผู้บริโภค ตัวแปรสำคัญในด้านยอดขาย สิ่งที่ต้องทำคือทำการวิจัยตลาด เพื่อสำรวจตรวจสอบถึงความต้องการในสินค้าทั้งชนิดและปริมาณ โอกาสที่ผู้บริโภคมีการซื้อสินค้า ข้อมูลต่างๆเหล่านี้จะนำไปสู่แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการหรือเทศกาล เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และยังทำให้สินค้ามีความแตกต่างจากของคู่แข่งอีกด้วย

สินค้า...เมื่อรู้แนวทางของผู้บริโภคแล้วจึงกลับมาดูที่สินค้าว่ามีลักษณะอย่างไร รูปร่างหรือรูปทรงอย่างไร มีส่วนผสมอะไรบ้าง จำเป็นต้องระบุข้อมูลทางโภชนาการหรือไม่ กระบวนการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ ข้อแนะนำเกี่ยวกับการบริโภค ข้อควรระวังต่างๆ ซึ่งข้อมูลทุกส่วนนั้นจะต้องนำมาประกอบการตัดสินใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น

เป้าหมายทางการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคนั้น ต้องมีการวิเคราะห์สินค้าที่มีอยู่กับคู่แข่ง เพื่อให้การออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นไม่ไปซ้ำซ้อนกับคู่แข่ง ลูกค้าน่าจะเกิดความสับสนในการเลือกซื้อ

สินค้า เมื่อบรรจุภัณฑ์มีความแตกต่าง การไปถึงเป้าหมายทาง การตลาดจึงเป็นไปได้ง่ายกว่า รวมไปถึงแหล่งที่จะมีการนำ สินค้าไปวางจำหน่าย ลักษณะพื้นที่ในการวางสินค้า จะใช้เป็น ตัวกำหนดรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อไป

การขนส่งและการจัดเก็บ ลักษณะของการขนส่งจะใช้ เป็นตัวกำหนดรูปร่างของบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่จะนำมาใช้ในการ ผลิตบรรจุภัณฑ์อีกด้วย เพราะวัสดุที่แข็งแรงทนทานจะสูงกว่า หากการขนส่งไม่ได้กระทบกระเทือนกับสินค้ามากนักก็สามารถ ใช้วัสดุแบบกึ่งคงรูปหรือแบบยืดหยุ่นแทนซึ่งราคาจะต่ำกว่า

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องอยู่ภายใต้ข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยา(อ.ย.) จึง ควรศึกษาเกี่ยวกับลวดลายที่ใช้ ข้อมูลจำเป็นที่ต้องระบุบน บรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จาก พ.ร.บ. มาตรฐานอุตสาหกรรม พ.ศ.2511, พ.ร.บ.อาหาร พ.ศ.2522 และ พ.ร.บ.มาตราซึ่งดวงวัด พ.ศ.2466

ปัจจัยอื่นๆ ความยืดหยุ่นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความสำคัญมากเพราะผู้บริโภคมีพฤติกรรมและรสนิยมที่ เปลี่ยนแปลงไปตลอด นอกจากนี้ก็ยังรวมถึงความ เคลื่อนไหวของคู่แข่งทางการค้าด้วย ซึ่งหากปัจจัยเหล่านี้ เปลี่ยนแปลงไป บรรจุภัณฑ์ที่มีก็ควรจะได้รับการออกแบบและ ปรับปรุงให้เหมาะสมกับสถานการณ์ต่อไป

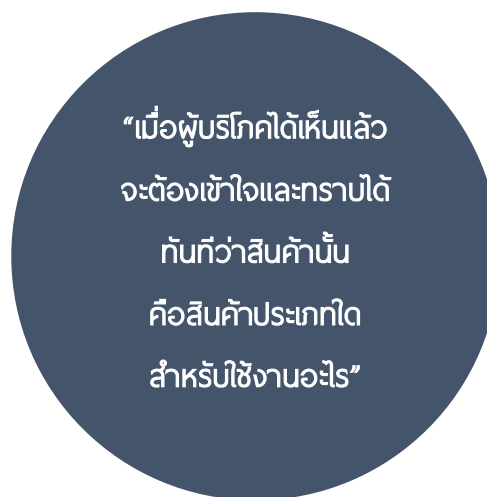
ประเภทของบรรจุภัณฑ์จะมีการแบ่งตามหลักเกณฑ์ ต่างๆได้ดังนี้ ถ้าแบ่งตามหน้าที่ก็จะแยกได้ 5 ประเภท คือ การ ป้องกันตัวสินค้า, การรักษาคุณภาพ, ความสะดวกในการใช้ งาน, ความประหยัดในการขนส่งและการตอบสนองต่อความ ต้องการของผู้บริโภค โดยที่โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มี 3 ส่วนคือ

บรรจุภัณฑ์เฉพาะ (Individual Package) เป็นส่วน โครงสร้างที่อยู่ติดกับสินค้า อยู่ชั้นแรกของบรรจุภัณฑ์ วัตถุประสงค์คือ เพื่ออำนวยความสะดวกทั้งในเรื่องการจับและ การป้องกันความเสียหายให้กับตัวสินค้าภายใน

บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ ในชั้นถัดมา มีหน้าที่รวมเอาบรรจุภัณฑ์ในชั้นแรกไว้เป็นชุดๆ วัตถุประสงค์ก็คือ ป้องกันสินค้าจากความชื้น ความร้อน แสง

การกระเทือน เป็นต้น ตัวอย่างเช่น กล่องบรรจุเครื่องดื่มชนิด 12 ขวด เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก (Outer Package) เป็นบรรจุ ภัณฑ์ชั้นนอกสุดที่เป็นหน่วยรวมขนาดใหญ่และใช้ในการขนส่ง ส่วนมากผู้บริโภคมักไม่ได้เห็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้กันมากนักเพราะ ใช้ในการเคลื่อนย้ายสินค้าเสียส่วนใหญ่ เช่น หีบ ลัง กล่อง ขนาดใหญ่ เป็นต้น



ประเภทของวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์จะแบ่งตามลักษณะทางกายภาพของวัสดุเป็น 3 ชนิด คือ

แบบคงรูป (Rigid Packaging) เช่น แก้ว กระป๋อง โลหะ พลาสติกแข็ง ข้อดีก็คือ มีความคงทนแข็งแรง ลำเลียง ด้วยระบบอัตโนมัติได้สะดวก

แบบกึ่งคงรูป (Semi-Rigid Packaging) เช่นขวด พลาสติกแบบอ่อน โฟม ถ้วยไอศกรีม ข้อดีคือมีราคาที่ถูกกว่าบรรจุภัณฑ์แบบคงรูป มีรูปร่างที่คงรูปอยู่ได้หากไม่ได้รับการกระทบกระเทือนมากเกินไป

แบบยืดหยุ่น (Flexible Packaging) เช่น ซอง ถุง กระดาษ ข้อดีคือ ราคาถูกมาก แต่ไม่สามารถรับแรงกระแทกได้มากต้องนำไปบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงกว่าเพื่อป้องกัน การกระทบกระเทือนอีกครั้งหนึ่ง

หลักในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์เป็นหลัก โดยจะมีการออกแบบในส่วนของโครงสร้างและลวดลายภายนอก ซึ่งต้องใช้องค์ประกอบต่างๆ มาพิจารณาร่วมด้วยคือ ความเหมาะสมของชนิดวัสดุ ที่สามารถป้องกันสินค้าได้ไม่บอบสลายง่าย, รูปแบบที่มีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า, ขนาดที่พอเหมาะ, ลวดลายต่างๆ, คำโฆษณา และสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า โดยรวมแล้วจึงจำเป็นต้องใช้ความรู้ทางด้านองค์ประกอบศิลป์เป็นอย่างมาก เพื่อให้ทุกอย่างบนบรรจุภัณฑ์ออกมาอย่างกลมกลืนสวยงาม บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้

ขั้นตอนในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

กำหนดกลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายที่ว่าเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการในสินค้า เป็นลูกค้ากลุ่มใดบ้าง วัยรุ่น, วัยทำงาน, เด็ก หรือผู้สูงอายุ เพราะลวดลายภายนอกจะมีความสามารถในการดึงดูดลูกค้าในแต่ละกลุ่มแตกต่างกัน และแน่นอนว่าลูกค้าในแต่ละกลุ่มนั้นมีอายุที่ต่างกัน ความต้องการในสินค้าก็ไม่เหมือนกัน มีรสนิยมที่แตกต่างกัน บรรจุภัณฑ์จึงต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าต่างๆ สิ่งที่จะแตกต่างกันอย่างชัดเจนก็คือ สีและลวดลายของบรรจุภัณฑ์

ตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าควรจะมีการออกแบบไว้ก่อนที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะตราสินค้าเป็นเอกลักษณ์หรือตัวแทนของสินค้านั้น จึงต้องมีความโดดเด่น น่าสนใจ จดจำง่าย และที่สำคัญคือต้องแตกต่างจากคู่แข่งเมื่อออกแบบตราสินค้าแล้วก็กำหนดว่าจะนำไปวางบนส่วนใดของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคสังเกตเห็นและจดจำตราสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว

วัสดุที่ใช้ การกำหนดชนิดของวัสดุต้องคำนึงถึงการใช้งานเป็นหลัก ตามมาด้วยความปลอดภัยต่อผู้บริโภค ความปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม วัสดุที่คงรูปจะมีราคาสูงที่สุดแต่หากจำเป็นต้องเลือกใช้ก็หลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น สินค้าต้องถูกวางกับซ้อนกันหลายๆชั้น จากการขนส่งหรือการจัดเก็บ ซึ่งอาจทำให้ตัวสินค้าภายในเสียหายได้ แต่ข้อดีอีกอย่างหนึ่งของบรรจุภัณฑ์แบบคงรูปก็คือ จะสามารถนำกลับมาใช้งานได้บ่อยและนานกว่าแบบอื่นๆ จึงต้องพิจารณาให้ถึงจุดคุ้มทุนว่าหากเรา

ต้องมีการขนส่งสินค้าบ่อยๆ วัสดุแบบนี้ก็คุ้มค่ากว่าเพราะป้องกันสินค้าภายในได้ดีที่สุดอยู่แล้ว

รูปทรง ควรจะมีการออกแบบให้มีรูปร่างสวยงาม โดดเด่น เห็นแล้วสะดุดตา บ่อยครั้งที่ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเพราะเห็นรูปทรงที่แปลกตาของบรรจุภัณฑ์ ทั่วๆไปไม่มีความจำเป็นต้องใช้สินค้าชนิดนั้นเลยด้วยซ้ำ นอกจากนั้นรูปทรงที่แปลกตานี้ยังจะสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับตัวสินค้าได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

สีและลวดลาย การใช้โทนสีต้องเลือกใช้ให้เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภค ถ้าเป็นเด็กก็เน้นที่ลวดลายการ์ตูนสีสันฉูดฉาด ถ้าเป็นกลุ่มวัยรุ่นก็เป็นลายกราฟฟิคเก๋ๆ หรือรูปดาราศาสตร์ที่กำลังเป็นที่ชื่นชอบ สีต้องสดใสดึงดูดใจ ถ้าเป็นวัยทำงาน ก็ต้องเป็นลายกราฟฟิคที่ดูเรียบง่ายไม่รกตา สีก็เน้นแนวปานกลางก็คือ ไม่สดเกินไป ไม่มีดเกินไป ข้อที่ควรคำนึงถึงก็คือ ตราสินค้าต้องมีความโดดเด่นที่สุด เพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคจดจำได้อย่างรวดเร็ว ข้อมูลอื่นๆที่ควรใส่ลงไปบนบรรจุภัณฑ์ก่อนจากนั้นจึงค่อยนำลวดลายหรือกราฟฟิคมาใช้เป็นฉากหลังเพื่อขับให้ตราสินค้าและข้อมูลอื่นๆโดดเด่นขึ้นมา

ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็คือเมื่อผู้บริโภคได้เห็นแล้วจะต้องเข้าใจและทราบได้ทันทีว่าสินค้านั้นคือสินค้าประเภทใด (Easy to Identify) ไม่มีความจำเป็นใดๆที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความซับซ้อน ซึ่งจะทำให้ลูกค้าหมดความสนใจที่จะหยิบจับสินค้าขึ้นมาดู เทคนิคที่ใช้กันส่วนมากก็นำภาพของสินค้ามาไว้บนบรรจุภัณฑ์เลยเข้าใจง่ายไม่ต้องเสียเวลาคิดคำพูดหรือคำโฆษณา ประเด็นต่อไปคือบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะต้องจับถือง่าย (Easy to Hold) ความหนักในการหยิบจับสินค้าจะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงความสะดวกในการเคลื่อนย้าย นำตัดสินใจซื้อมากกว่าแบบที่จับถือได้ยาก บรรจุภัณฑ์ที่ดียังคงต้องเปิดใช้งานได้ง่าย (Easy to Open) ลูกค้าต้องการใช้สินค้าไม่ได้ต้องการสนุกกับการหาวิธีการแกะบรรจุภัณฑ์ดังนั้นจึงควรออกแบบให้เปิดใช้งานได้ง่าย สะดวกและรวดเร็ว คำอธิบายบนบรรจุภัณฑ์ต้องสั้นกระชับง่ายต่อการทำความเข้าใจ (Easy to Understand) ยิ่งเป็นสินค้าใหม่หากมีการแนะนำวิธีการใช้งานไม่ได้สะดวกรวดเร็ว ลูกค้าที่สนใจก็ตัดสินใจซื้อได้ง่าย หากสินค้าถูกบรรจุอยู่ในบรรจุภัณฑ์อีกทีก็ต้อง

ออกแบบให้หยิบออกได้ง่าย (Easy to Take out) นอกจากนั้น หากสินค้าสามารถใช้ได้เลยโดยไม่ต้องนำออกจากบรรจุภัณฑ์ก็ต้องออกแบบให้ใช้งานได้ง่าย (Easy to Use) หลังการใช้งาน

แล้วบรรจุภัณฑ์นั้นก็ต้องเก็บได้สะดวกหรือกำจัดได้ง่าย (Easy to Store or Dispose) และที่สำคัญก็คือบรรจุภัณฑ์ที่ใช้นั้น จะต้องมีความปลอดภัย (Injury Prevention)



ภาษีที่ SMEs ควรรู้

การจะประกอบธุรกิจ เรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่คุณจะมองข้ามไม่ได้เลยก็คือ เรื่อง ภาษี ไม่ว่าจะคุณจะทำธุรกิจอะไรก็ตามที เพราะการเสียภาษีเป็นหน้าที่ของประชาชนทุกคนอยู่แล้ว แต่สำหรับผู้ประกอบการต่าง ๆ ก็จะมีรูปแบบการเสียภาษีที่แตกต่างออกไปจากบุคคลธรรมดา ผู้ที่คิดจะประกอบธุรกิจทุกคนจึงต้องทำความเข้าใจเรื่องภาษีที่ต้องชำระให้ดี โดยเฉพาะผู้ประกอบการ SMEs เพราะมีผู้ประกอบการรุ่นใหม่คิดว่าเป็นธุรกิจขนาดเล็กอาจจะไม่ต้องเสียภาษี แต่ความจริงไม่ได้เป็นเช่นนั้น การประกอบธุรกิจในรูปแบบ SMEs สามารถทำได้ทั้งแบบบุคคลธรรมดาและในรูปแบบบริษัท เรื่องทางภาษีจึงมีความแตกต่างกันอย่างไรก็ตาม ไม่ว่าจะอยู่ในรูปแบบบุคคลธรรมดาหรือบริษัทล้วนแต่เป็นหน่วยภาษีที่ต้องเสียภาษีให้กับรัฐทั้งสิ้น บทความนี้จะพาคุณมารู้จักภาษีของผู้ประกอบการ SMEs กัน

ภาษีเงินได้

» ผู้ประกอบการ SMEs ที่ไม่ได้เป็นนิติบุคคล

ในส่วนนี้หมายถึง ผู้ประกอบการที่เป็นบุคคลธรรมดา ห้างหุ้นส่วนสามัญที่ไม่ใช่นิติบุคคล ประกอบกิจการให้บริการผลิต ค่าปลัก หรือค้าส่ง และได้รับเงินจากการประกอบธุรกิจเงินที่ได้รับมานั้นจัดว่าเป็นเงินได้พึงประเมินตามมาตรา 40(8) แห่งประมวลรัษฎากร ผู้ประกอบการจะต้องนำเงินที่ได้มานี้มาคำนวณเพื่อจะหักภาษีตามที่กำหนดในพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการกำหนดค่าใช้จ่ายที่ยอมให้หักจากเงินได้ที่ใช้ในเกณฑ์ประเมิน (ฉบับที่ 11) พ.ศ. 2502 ซึ่งสามารถหักค่าใช้จ่ายเป็นการเหมาตามอัตราที่กฎหมายกำหนด หรือจะขอหักค่าใช้จ่ายตามความจำเป็นและสมควร อีกทั้งสามารถหักค่าลดหย่อนต่าง ๆ ที่มี ได้ตามประมวลรัษฎากร มาตรา 47 ได้อีกด้วย นอกจากการคำนวณภาษีเงินได้ ตามที่

กล่าวข้างต้นแล้ว SMEs ที่มีหน้าที่ต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและจะต้องเสียภาษีเงินได้ไม่น้อยกว่าร้อยละ 0.5 ของยอดเงินได้พึงประเมินทั้งสิ้นที่หักค่าใช้จ่ายและค่าลดหย่อน ทั้งนี้ ตามมาตรา 48(2) โดยไม่คำนึงว่าในการประกอบกิจการในปีภาษีนั้น ๆ จะมีผลกำไรหรือขาดทุนอย่างไร ถ้าสรุปให้เข้าใจง่ายที่สุดเลยก็คือ ผู้ประกอบการ SMEs ประเภทนี้จะเสียภาษีเงินได้แบบบุคคลธรรมดานั่นเอง

» ผู้ประกอบการ SMEs ที่เป็นนิติบุคคล

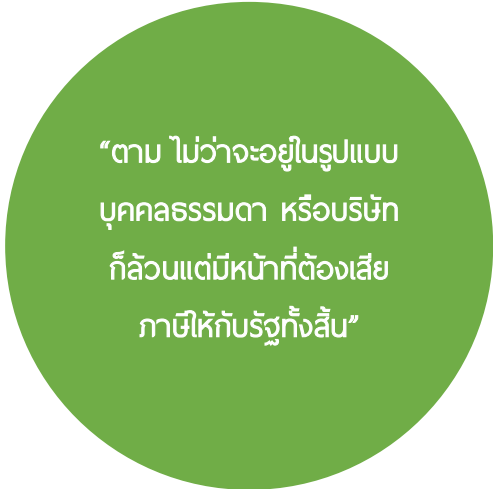
ในส่วนนี้หมายถึง ผู้ประกอบการที่มีรูปแบบเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ผู้ประกอบการประเภทนี้จะเสีย ภาษีเงินได้นิติบุคคล ทั้งนี้ ภาษีเงินได้นิติบุคคล เป็นภาษีที่กรมสรรพากรเป็นผู้จัดเก็บเพื่อนำส่งรายได้ให้แก่วัฒนา โดยจัดเก็บอัตราสูงสุดไม่เกินร้อยละ 30 ของกำไรสุทธิ

ในส่วนของภาษีเงินได้นี้ สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ทั้งแบบบุคคลธรรมดาและนิติบุคคล จะต้องยื่นภาษี 2 ครั้ง/ปี แบบบุคคลธรรมดาภาษีครึ่งปีจะใช้ ฎ.จ.ด. 94 และภาษีเงินได้ประจำปีจะใช้ ฎ.จ.ด.90 ส่วนที่เป็นนิติบุคคล ภาษีเงินได้ครึ่งปีจะใช้ ฎ.จ.ด. 51 และภาษีเงินได้ประจำปีจะใช้ ฎ.จ.ด.50

» ภาษีหัก ณ ที่จ่าย

ภาษีชนิดนี้ซึ่งบอกตรงตัว คือ หัก ณ ที่จ่าย หมายความว่าถ้ามีการจ่ายเงินเกิดขึ้น ผู้จ่ายเงินตามที่ตกลงกันไว้ก็ต้องหักเงินจำนวนหนึ่งไว้เพื่อนำส่งภาษีให้รัฐแทนผู้รับเงิน อย่างเช่น ถ้าคุณเป็นเจ้าของกิจการ และคุณจ้างพนักงาน คุณต้องจ่ายเงินเดือนให้กับพนักงาน แต่ก่อนที่คุณจะจ่ายเงินให้พนักงานคุณต้องมีการคำนวณภาษีหัก ณ ที่จ่ายของพนักงานไว้ด้วย และเงินภาษีที่คุณหักออกมาจากเงินเดือนพนักงาน คุณจะต้องไปนำส่งสรรพากรด้วย อย่างนี้เป็นต้น ภาษีลักษณะนี้จะมีข้อดีตรงที่ว่าเป็นการทยอยจ่าย ซึ่งช่วยลดภาระภาษีของผู้มีเงินได้ตอนปลายปี เพราะเป็นการทยอยๆเสีย ภาษีทีละนิดๆในแต่ละครั้งรับเงิน ดีกว่าที่จะมาเจอต้องเสียภาษีทีเดียวเป็นเงินก้อนใหญ่ ส่วนในเรื่องอัตราภาษีที่ต้องหักนั้น แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับคุณจ่ายให้ใคร และจ่ายค่าอะไร แต่เอาเป็นว่าง่าย ๆ เมื่อคุณต้องจ่ายเงินจะเป็นค่าจ้างหรืออะไรก็ตาม ไม่ว่าจะเป็นบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลก็ตาม คุณต้องหัก ภาษี ณ ที่จ่ายและนำส่งสรรพากรด้วย และในทางตรงกันข้าม ถ้าคุณเป็นฝ่ายได้รับเงิน คุณจะไม่ได้รับเงินเต็มจากลูกค้าของคุณ เพราะลูกค้าคุณก็ต้องหักเงินภาษีแล้วนำส่งให้สรรพากร

เช่นเดียวกัน เงินส่วนที่คุณหักไป หรือลูกค้าหักคุณ จะมี เอกสารหลักฐานเป็นกระดาษที่เรียกว่าเอกสารรับรองหัก ณ ที่จ่ายแสดงให้เห็นถึงการหักเงินภาษีกันแล้ว ซึ่งผู้ถูกหัก ณ ที่จ่ายสามารถนำเอกสารนี้ไปขอคืนภาษีจากรัฐตอนสิ้นปี หรือไปลด ภาระภาษีได้ ภาษีหัก ณ ที่จ่ายที่ผู้ประกอบการต้องนำส่งนั้น แบ่งเป็นหลายประเภท ถ้าคุณจ่ายเงินให้กับบุคคลธรรมดา ภาษี ที่คุณต้องหักและนำส่งให้รัฐอาจจะยื่นพร้อมแบบฟอร์ม ฎ.จ.ด. 1, ฎ.จ.ด.2, ฎ.จ.ด.3 ก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าคุณจ่ายเงินค่าอะไร หรือถ้าเป็นกรณีที่คุณจ่ายเงินให้นิติบุคคลภาษีที่คุณต้องหัก และนำส่งให้รัฐอาจจะเป็น ฎ.จ.ด.53, ฎ.จ.ด.54 ก็ได้ อันนี้ก็ ขึ้นอยู่กับว่าคุณจ่ายเป็นค่าอะไรเช่นกัน



ภาษีมูลค่าเพิ่ม

» ภาษีมูลค่าเพิ่ม

เป็นภาษีที่เราจ่ายอยู่ทุกวันเป็นภาษีที่รู้จักกันในนาม VAT ภาษีชนิดนี้ก็คือภาษีที่เก็บเพิ่มจากราคาสินค้าหรือบริการ ที่คิดกับลูกค้า ซึ่งภาษีชนิดนี้ผู้ประกอบการสามารถจะทะเบียน เข้าไปอยู่ในระบบได้ ซึ่งถ้าคุณจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่ม สินค้า และบริการของคุณก็จะจัดอยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่ม และคุณมี หน้าที่ที่จะต้องเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม เพิ่มไปในค่าสินค้าหรือ บริการของคุณด้วย โดยภาษีมูลค่าเพิ่มจากราคาขายนี้เราจะ รู้จักกันในนามภาษีขาย ซึ่งปัจจุบันเรายกใช้ในอัตรา 7% และ หากคุณไปซื้อสินค้าหรือบริการที่ผู้ขายมีการคิดภาษีมูลค่าเพิ่ม ด้วย ภาษีมูลค่าเพิ่มที่จ่ายไปในราคาซื้อนั้นก็เรียกว่าภาษีซื้อ ผู้ที่จัดว่าอยู่ในระบบภาษีมูลค่าเพิ่มต้องนำส่งภาษีนี้ให้กับ สรรพากรภายในเวลาที่กำหนด โดยวิธีคำนวณเงินภาษีจะ

คำนวณจากยอดภาษีขาย หักออกด้วยยอดภาษีซื้อ เมื่อคำนวณออกมาแล้วถ้าภาษีขายมีจำนวนยอดมากกว่าภาษีซื้อ คุณก็ต้องจ่ายให้สรรพากรในส่วนที่ยังขาดอยู่ แต่ถ้าคุณมีภาษีซื้อ มากกว่า ภาษีขาย คุณก็สามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มนี้ จากสรรพากรได้ หรือเก็บไว้ขอคืนหรือหักกลบในเดือนถัดไปก็ได้ สำหรับการยื่นภาษีซื้อ นี้ มี 2 แบบฟอร์ม สำหรับผู้ประกอบการในประเทศไทยก็คือ ภ.พ.30 และ ภ.พ.36 สำหรับการซื้อขายกับผู้ประกอบการในต่างประเทศ



» ภาษีบำรุงท้องที่

สำหรับผู้ประกอบการที่เป็นเจ้าที่ดิน คืออาจจะมีที่ดินเป็นของตนเองและเริ่มประกอบธุรกิจเล็ก ๆ คุณจะต้องรู้จักภาษีชนิดนี้ไว้ด้วย ภาษีชนิดนี้คือภาษีที่เก็บจากเจ้าของที่ดิน ไม่ว่าจะเป็นทั้งแบบบุคคลธรรมดาหรือแบบนิติบุคคลก็ตามซึ่งมีกรรมสิทธิ์ในที่ดินที่ไม่อยู่ภายใต้การยกเว้นภาษี เช่น ที่รกร้าง

ร้าง อาคารพาณิชย์ ถ้าผู้ประกอบการรายได้เข้าข่ายนี้จัดว่าเป็นผู้มีหน้าที่เสียภาษี ซึ่งจะต้องนำเงินมาชำระค่าภาษีในเดือนเมษายนของทุกปี

ภาษีโรงเรือนและสิ่งปลูกสร้าง

สำหรับผู้ประกอบการ SMEs ที่ทำธุรกิจหอพักหรือพาร์กเบ็นท์ให้เช่า เมื่อคุณมีรายได้จากการเปิดเช่า คุณจะต้องเสียภาษีโรงเรือนและที่ดินจำนวน 12.5% ต่อปีของค่ารายปี เช่น ถ้าให้เช่าเดือนละ 3,000 บาท ค่ารายปีคือ $3,000 \times 12 = 36,000$ บาท จะเสียภาษี $12.5\% = 4,500$ บาท นั่นเอง ซึ่งคุณสามารถไปชำระภาษีส่วนนี้ได้ที่สำนักงานเขต หรืออำเภอที่ตั้งอยู่ในเดือนกุมภาพันธ์ของทุกปี

» ภาษีป้าย

ไม่ว่าจะเป็นป้ายติดหน้าร้าน หรือเป็นป้ายโฆษณาหน้าคุณจะต้องติดหรือแขวนคุณจะต้องเสียภาษีตรงส่วนนี้ด้วย ซึ่งคุณต้องตรวจสอบก่อนว่าการติดป้ายลักษณะไหนบ้างที่ต้องเสียลักษณะไหนได้รับการยกเว้น ซึ่งภาษีป้ายนี้จะคิดตามขนาดของป้าย สำหรับป้ายที่ไม่ได้รับการยกเว้นจะเริ่มต้นที่ 200 บาท ภาษีป้ายจะต้องยื่นที่สำนักงานเขต หรืออำเภอที่ตั้งอยู่ในเดือนมีนาคมของทุกปี

ทั้งหมดนี้คือเรื่องของภาษีที่ผู้ประกอบการ SMEs ควรจะรู้ไว้ เพราะเมื่อคุณคิดที่จะเข้ามาประกอบธุรกิจการทำทุกอย่างให้ถูกต้องเป็นความสำคัญแรก ๆ เลยที่คุณไม่ควรมองข้าม เพราะถ้าคุณถูกจับได้ว่าทำผิดกฎหมาย ที่ทำมาทั้งหมดจะดีไม่คุ้มเสียแน่นอน



กฎหมายที่ SMEs ควรรู้

สำหรับใครที่กำลังจะก้าวเข้ามาเป็นผู้ประกอบการ SMEs เรื่องสำคัญเรื่องหนึ่งที่มองข้ามไปไม่ได้เลยก็คือ เรื่องของกฎหมายธุรกิจ เพราะการทำธุรกิจทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตสินค้า หรือ บริการก็ตาม ทุกอย่างมีข้อจำกัดทางกฎหมายอยู่ทั้งสิ้น อีกทั้งการทำธุรกิจมีข้อผูกพันอยู่เรื่องของภาษี ซึ่งแน่นอนเลยว่าจะเกี่ยวข้องกับเรื่องของกฎหมายอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ หากคุณคิดจะดำเนินธุรกิจให้มีอุปสรรคทางด้านกฎหมายน้อยที่สุดคุณก็ควรศึกษาเรื่องของกฎหมายธุรกิจให้ดี เพื่อที่จะได้ทำทุกอย่างได้ถูกต้อง ครั้นนี้เราจึงจะขอแนะนำเสนอเรื่องราวเกี่ยวกับกฎหมายที่ผู้ประกอบการ SMEs ควรรู้จะมีอะไรที่น่าสนใจบ้าง มาติดตามกันเลย

» กฎหมายแรงงาน

เมื่อคุณเป็นเจ้าของธุรกิจ คุณย่อมต้องมีลูกจ้าง หรือพนักงาน ซึ่งการจ้างงานตรงจุดนี้จะมีสัญญาจ้างแรงงานเป็นตัวกลาง ระหว่างนายจ้างกับลูกจ้าง สัญญาจ้างแรงงาน หมายถึง สัญญาเป็นหนังสือหรือสัญญาด้วยวาจา ระบุชัดเจน

หรือเป็นที่เข้าใจกันโดยกันที่ว่า บุคคลหนึ่งซึ่งสมัครใจที่จะเป็นลูกจ้างตกลงจะทำงานให้แก่บุคคลอีกบุคคลหนึ่งซึ่งเรียกว่านายจ้างโดยที่บุคคลที่เป็นนายจ้างตกลงจะให้ค่าจ้างตลอดเวลาที่ทำงานให้ ดังนั้น สัญญาจ้างแรงงานจึงเป็นสัญญาที่ไม่จำเป็นต้องมีหลักฐานเป็นหนังสือสามารถตกลงกันด้วยวาจาก็มีผลบังคับได้ตามกฎหมาย ซึ่งถ้าคุณเป็นนายจ้างคุณจะต้องรู้ว่าสิทธิ์ของลูกจ้างที่ควรได้รับมีอะไรบ้าง และคุณควรจะจัดสรรตรงจุดนั้นให้ครบตามที่กฎหมายกำหนด เช่น สิทธิ์ในการพักระหว่างทำงาน สิทธิ์ในการมีวันหยุด สวัสดิการที่ลูกจ้างควรได้รับ เหล่านี้ เป็นต้น

» กฎหมายเกี่ยวกับการประชุมบริษัท

ถ้าคุณเป็น SMEs ที่มีการจดทะเบียนนิติบุคคลในรูปของ บริษัทจำกัด คุณจะต้องรู้ว่าผู้มีอำนาจดำเนินการแทนในบริษัท มีใครบ้าง การจะจัดประชุมของบริษัทก็ได้มีข้อกฎหมายระบุเอาไว้ว่า การประชุมผู้ถือหุ้นบริษัทจำกัดมี 2 ประเภท คือ การประชุมสามัญ คือ การประชุมภายในประจำปีของบริษัท

จำกัด ซึ่งกฎหมายกำหนดให้ประชุมอย่างน้อยปีละครั้ง โดยเนื้อหาสาระที่จะต้องจัดประชุมคือเรื่องของการพิจารณาการดำเนินงานของบริษัทในรอบปีที่ผ่านมา เรื่องแต่งตั้งกรรมการชุดใหม่เข้าแทนกรรมการที่ออกตามวาระ แต่งตั้งผู้สอบบัญชีคนใหม่และอนุมัติงบดุลของบริษัท และ การประชุมประเภทที่สองคือ การประชุมวิสามัญ ซึ่งจะมิขึ้นเมื่อใดและจะประชุมเมื่อใดเรื่องใดก็ได้แต่กรรมการบริษัทจะเห็นสมควรกฎหมายระบุไว้ว่าให้นับองค์ประชุมผู้ถือหุ้น ต้องไม่น้อยกว่า 1 ใน 4 ของทุนบริษัท อย่างไรก็ตามต้องมีผู้ถือหุ้นเข้าประชุมไม่น้อยกว่า 2 คน มิฉะนั้น จะไม่ถือเป็นการประชุม นอกเสียจากว่ามีระเบียบข้อบังคับของบริษัทกำหนดไว้เป็นอย่างอื่น ในการประชุมผู้ถือหุ้นจะถือเอาคะแนนเสียงข้างมากเป็นเกณฑ์ แต่หากว่าเมื่อโหวตแล้วคะแนนเสียงเท่ากันให้ประธานที่ประชุมมีอำนาจชี้ขาดได้ ซึ่งนับเป็นอีก 1 เสียงแต่ในกรณีสำคัญบางเรื่องบางประเด็นกฎหมายบังคับให้มติของที่ประชุมต้องเป็นมติพิเศษเฉพาะเท่านั้น เช่นเรื่องเกี่ยวกับการแก้ไขหนังสือบริคณห์สนธิ การเพิ่มทุนหรือลดทุนของบริษัท การควบคุมบริษัทและการเลิกบริษัท การบอกกล่าวนัดประชุมต้องแจ้งผู้ถือหุ้นทราบล่วงหน้าไม่น้อยกว่า 7 วัน โดยการส่งจดหมายทางไปรษณีย์

» กฎหมายเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้า (trademark)

เครื่องหมายการค้า กฎหมายระบุว่าต้องมีลักษณะที่ทำให้ประชาชนหรือผู้ใช้สินค้าทราบและเข้าใจได้ว่า สินค้าของคุณแตกต่างจากสินค้าผู้อื่น และเครื่องหมายการค้าจะต้องบ่งบอกถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าและความเป็นเจ้าของอีกด้วย ที่สำคัญจะต้องจดทะเบียนต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ให้ถูกต้องตามกฎหมาย

» กฎหมายลิขสิทธิ์

ผู้ประกอบการอาจมีความจำเป็นต้องหยิบยืมบางสิ่งบางอย่างจากผู้อื่นมาใช้ ซึ่งถ้าผู้นั้นเขามีการจดลิขสิทธิ์อย่างถูกต้อง ผู้ประกอบการต้องศึกษาให้ดีว่าจะสามารถนำมาดัดแปลง หรือแก้ไข ได้หรือไม่ ซึ่งผู้ประกอบการต้องศึกษาข้อกฎหมายของเรื่องอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์ให้ดี กฎหมายระบุไว้ว่า งานทั่ว ๆ ไป ลิขสิทธิ์จะมีตลอดอายุผู้สร้างสรรค์ และจะมีต่อไปอีก 50 หากผู้สร้างสรรค์ถึงแก่ความตายไปแล้ว กรณีเป็นนิติบุคคล ลิขสิทธิ์จะมีอายุ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์นั้นขึ้น ในส่วนงานภาพถ่าย โสตทัศนวัสดุ ภาพยนตร์ หรืองานเสียงภาพ ที่มีการเผยแพร่ ลิขสิทธิ์มีอายุ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น หากเป็นงานที่สร้างสรรค์โดยการจ้าง

หรือทำตามคำสั่ง มีอายุ 50 ปี นับแต่ได้สร้างสรรค์งานนั้นขึ้น เหล่านี้ เป็นรายละเอียดที่ผู้ประกอบการที่มีความจำเป็นจะต้องนำงานของผู้อื่นมาใช้ในการทำธุรกิจจะต้องศึกษาให้ละเอียดรอบคอบอีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะนำมาใช้

“ความรู้ในเรื่องกฎหมาย
จะช่วยให้กิจการของคุณ
ดำเนินไปได้อย่างราบรื่น
และแข็งแกร่ง”

» กฎหมายเกี่ยวกับเรื่องของสิทธิบัตร

มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยที่เคยยื่นขอจดสิทธิบัตรเกี่ยวกับงานประดิษฐ์ของตนเองแล้วไม่ผ่าน อันเนื่องจากความไม่เข้าใจข้อกฎหมายที่ระบุไว้เกี่ยวกับลักษณะการจดสิทธิบัตร ดังนั้น ผู้ประกอบการใดที่มีความเกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์ต่าง ๆ จำเป็นต้องศึกษาไว้ให้ดี สิทธิบัตร (Patent) หนังสือสำคัญที่ออกให้ เพื่อคุ้มครองการประดิษฐ์ ซึ่งการประดิษฐ์ต้องเป็นการประดิษฐ์ขึ้นใหม่ คือเป็นการประดิษฐ์ที่แตกต่างไปจากเดิม ที่เคยมีอยู่ก่อนแล้วและยังไม่เคยมีการเผยแพร่หรือใช้กันอย่างแพร่หลายมาก่อนในประเทศ หรือ ไม่เคยเปิดเผยสาระสำคัญของเอกสารสิ่งพิมพ์ใดมาก่อนทั้งในและนอกประเทศ รวมทั้งยังไม่เคยได้รับสิทธิบัตรมาก่อน ที่สำคัญต้องเป็นงานประดิษฐ์ที่ใช้ทักษะขั้นสูง คือไม่ใช่ใคร ๆ ก็สามารถทำได้ และสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ในทางอุตสาหกรรม พาณิชยกรรม หรือหัตถกรรม หากสิ่งที่ประดิษฐ์ที่คุณมีอยู่ในขอบข่ายที่กล่าวไว้นี้ โอกาสที่คุณจะขอสิทธิบัตรได้ก็มีสูง ส่วนอายุการคุ้มครองของสิทธิบัตรนั้นถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการประดิษฐ์ มีอายุ 20 ปี นับตั้งแต่วันขอรับสิทธิบัตร แต่ถ้าเป็นลักษณะของการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีอายุ 10 ปี นับตั้งแต่วันขอรับสิทธิบัตร



» กฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภค

ผู้ประกอบการ SMEs ควรจะศึกษากฎหมายในส่วนนี้ไว้อย่างยิ่ง เพราะบางครั้งเราไม่รู้ว่าจะเกิดความผิดพลาดกับเราขึ้นเมื่อไหร่ หากสิ่งที่เราพลาดไปนั้นไปกระทบกับลูกค้าหรือผู้บริโภคไม่ว่าจำนวนมากหรือน้อยก็ตาม กฎหมายในส่วนนี้จะเป็นกฎหมายที่เล่นงานเราได้ ดังนั้น ถ้าเราจะดำเนินธุรกิจอย่างรอบคอบก็ต้องศึกษากฎหมายเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคให้ดีเสียก่อน เพื่อเป็นการอุดช่องโหว่ของตัวเอง การคุ้มครองผู้บริโภค หมายถึง การปกป้องดูแลผู้บริโภคให้ได้รับความปลอดภัยได้รับความเป็นธรรม และประหยัดค่าใช้จ่ายจากการบริโภคสินค้าและบริการ ซึ่งมีกฎหมายที่บัญญัติเกี่ยวกับการคุ้มครองผู้บริโภคในปัจจุบันไว้หลายฉบับ เช่น

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พระราชบัญญัติยา พระราชบัญญัติความรับผิดต่อความเสียหายที่เกิดจากสินค้าที่ไม่ปลอดภัย พระราชบัญญัติอาหาร พระราชบัญญัติขายตรงและตลาดแบบตรง เป็นต้น ซึ่งจากกฎหมายนี้ระบุไว้ว่า ผู้บริโภคมีสิทธิ์ที่จะได้รับข่าวสารรวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ มีอิสระในการเลือกหาสินค้าหรือบริการ เมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าไม่ได้รับความเป็นธรรมในสินค้าหรือบริการนั้น ผู้บริโภคมีสิทธิ์ฟ้องร้องและพิจารณาขอชดเชยความเสียหาย และในด้านความปลอดภัยของสินค้า ถ้าผู้บริโภคกลายเป็นผู้เสียหาย ผู้บริโภคมีสิทธิ์ฟ้องผู้ประกอบการให้รับผิดชอบใช้ค่าเสียหายจากสินค้าที่ก่อหรืออาจจะก่อให้เกิดความเสียหายขึ้น และเมื่อถ้ามีการพิสูจน์แล้วว่าความเสียหายมาจากสินค้าของผู้ประกอบการรายดังกล่าว ผู้ประกอบการต้องมีส่วนร่วมกันรับผิดชอบผู้เสียหายในความเสียหายที่เกิดจากผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ไม่ปลอดภัย ในเมื่อสินค้านั้นได้มีการขายให้ผู้บริโภคแล้วไม่ว่าความเสียหายนั้นจะเกิดจากการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อของผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการก็ต้องมีส่วนรับผิดชอบ

กฎหมายเหล่านี้เป็นกฎหมายพื้นฐานของการทำธุรกิจเลยก็ว่าได้ ดังนั้น ผู้ประกอบการ SMEs ควรจะเรียนรู้ศึกษา และทำความเข้าใจให้ดี จะได้ไม่ทำผิดพลาดไป เพราะสิ่งเหล่านี้จะช่วยให้งานของคุณดำเนินไปได้อย่างราบรื่นและแข็งแกร่ง

รายได้ที่มากขึ้นในอนาคตด้วย แต่จะมีข้อจำกัดอยู่ที่เพื่อคุณจัดตั้งบริษัทเป็นลักษณะนิติบุคคลคุณจะต้องมีการทำบัญชีตามข้อกำหนดทางกฎหมายที่เข้มงวดมากด้วยนั่นเอง ดังนั้นก่อนที่จะทำธุรกิจ คุณควรพิจารณาให้ดีก่อนว่า รายได้จากประเภทการจัดตั้งธุรกิจในแต่ละรูปแบบนั้นมีการคิดอัตราภาษีแตกต่างกันอย่างไร และธุรกิจของเรานั้นเหมาะสมกับรูปแบบไหนมากที่สุด

2.ใช้บริการผู้เชี่ยวชาญด้านบัญชี

ปัญหาด้านการจัดทำบัญชีคงทำให้ผู้ประกอบการหลายคนปวดหัวอยู่ไม่น้อย เราจึงขอแนะนำเทคนิคที่จะช่วยลดความวุ่นวายให้คุณได้ นั่นคือ การจ้างนักบัญชี เพราะนักบัญชีเหล่านี้คือผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องของการประยุกต์ภาษีให้กับภาคธุรกิจโดยตรง ซึ่งคุณสมบัติดังกล่าวเป็นสิ่งที่มีประโยชน์อย่างมากในการทำธุรกิจ นอกจากนี้ประสบการณ์ทางด้านงานบัญชีของบุคคลเหล่านี้จะช่วยทำให้บริษัทของผู้ประกอบการมีความ สะดวกสบายและดูมีความน่าเชื่อถือมากขึ้นในสายตาของกรมสรรพากร ซึ่งการจ้างพนักงานบัญชีที่จะเข้ามาดูแลจัดการตรงส่วนนี้ ขอให้เลือกใช้บริการของบริษัทรับทำบัญชีโดยตรง เพราะมีคุณภาพและมาตรฐานที่ดีกว่าและเชื่อถือได้ พยายามหลีกเลี่ยงการใช้บริการนักบัญชีอิสระ

3.เลือกรูปแบบการจ่ายให้เหมาะสม

เทคนิคนี้ก็สามารถที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายในการจ่ายภาษีได้ไม่น้อยเช่นกัน คือ เรื่องการเลือกรูปแบบการหักภาษี ซึ่งทางกรมสรรพากรได้มีช่องทางการคิดอัตราหักภาษีให้เลือกรวม 2 วิธี คือการคิดแบบตามความเป็นจริง เป็นวิธีที่หนึ่งหรือจะใช้อัตราเหมาจ่าย ซึ่งเป็นวิธีที่สองก็ได้ หากคิดตามอัตราความเป็นจริงจะไปในเรื่องความละเอียดด้านค่าใช้จ่ายที่จะเสียหายตามความเป็นจริงของรายได้ในปีนั้น แต่ถ้าเป็นการคิดแบบอัตราเหมาจ่ายจะไปในเรื่องของความสะดวกสบายเพราะไม่จำเป็นต้องเก็บรายละเอียดทางการเงินตลอดทั้งปีไว้ นอกจากนี้ นี้ยังสามารถหักค่าใช้จ่ายได้มากกว่าความเป็นจริงและกินส่วนต่างได้อีกด้วย ดังทั้ง 2 วิธี ขึ้นอยู่กับคุณที่จะต้องพิจารณาเอาเองว่าแบบไหนจะดีต่อธุรกิจของคุณมากที่สุด

4.ดึงสิทธิประโยชน์ต่างๆ ของความเป็น SMEs มาใช้

เนื่องจากภาครัฐมีนโยบายด้านภาษีสนับสนุนธุรกิจ SMEs เราจึงควรที่จะเรียนรู้สิทธิประโยชน์ตรงนี้เอาไว้ เพราะนี่คือช่องทางหนึ่งที่จะช่วยให้คุณลดภาระเรื่องภาษีไปได้ โดยทางภาครัฐกำหนดว่า SMEs ที่มีสินทรัพย์ถาวรที่ไม่รวมที่ดิน ไม่เกิน 200 ล้านบาทและมีการจ้างแรงงานไม่เกิน 200 คน โดยมีการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ด้านการหักค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เช่น การหักค่าใช้จ่ายในการวิจัยพัฒนา การหักค่าเสื่อมราคา รวมถึงการหักรายจ่ายในการฝึกอบรมพนักงานอีกด้วย ซึ่งรายละเอียดตรงส่วนนี้คุณสามารถหาข้อมูลมาศึกษาได้ที่เว็บไซต์กรมสรรพากร ซึ่งบอกรายละเอียดไว้มากมาย

“ยิ่งลดภาระเรื่องภาษี
ได้มากแค่ไหน ยิ่งแปลว่า
กำไรของธุรกิจก็จะยิ่ง
มากขึ้นตามไปด้วย”

5.แยกแยะรายจ่ายที่เป็นส่วนตัวกับส่วนของกิจการ

ผู้ประกอบการไม่น้อยที่ก้าวเข้ามาทำธุรกิจและเข้าใจเรื่องนี้อย่างผิดๆ เพราะเมื่อตนเองเป็นเจ้าของธุรกิจจึงทำให้แยกความเป็นส่วนตัว กับ ธุรกิจออกจากกันลำบาก ส่วนใหญ่มักจะคิดว่า รายจ่ายของกิจการก็คือรายจ่ายของตนเอง และรายจ่ายของตนก็เป็นเงินส่วนเดียวกันกับของกิจการด้วย แต่ทางกฎหมายแล้วไม่ได้มองอย่างนั้น ทางกฎหมายไม่อนุญาตให้ รายจ่ายที่เป็นการส่วนตัวหรือรายจ่ายที่ไม่ใช่รายจ่ายเพื่อหากำไรของกิจการ มาคิดรวมเป็นรายจ่ายของธุรกิจ ดังนั้นต้องทำความเข้าใจตรงจุดนี้ให้ดี เพราะไม่เช่นนั้นคุณจะต้องเสียเงินให้สรรพากรมากขึ้นหลายเท่าทีเดียว

6. ซื้อหน่วยลงทุน LTF ก็ช่วยได้

การซื้อหน่วยลงทุนเป็นวิธีหนึ่งที่จะช่วยลดค่าใช้จ่ายภาษีได้ ซึ่งเทคนิคนี้เป็นเทคนิคจากทางภาครัฐ เป็นหนึ่งในนโยบายที่จะสนับสนุนธุรกิจ SMEs เป็นเทคนิคที่ต้องการสร้างแรงจูงใจการดำเนินธุรกิจ โดยผู้ประกอบการสามารถได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษีโดยมีการระบุเงื่อนไขไว้ว่าจะต้องซื้อและครอบครองหน่วยลงทุนไว้ไม่น้อยกว่า 5 ปี ทั้งนี้การให้สิทธิลดหย่อนภาษีจากการซื้อหน่วยลงทุน LTF เกิดจากการที่รัฐบาลต้องการสนับสนุนให้ลงทุนในส่วนของเรื่องหุ้นมากขึ้น โดยเงินซื้อหน่วยลงทุน LTF นั้นมีความพิเศษตรงที่สามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีได้ตามที่ลงทุนจริง สูงสุดไม่เกิน 15% ของเงินได้ในแต่ละปี และต้องไม่เกิน 500,000 บาทด้วย

7. ทำประกันภัยที่ไม่เลวนะ

อีกหนึ่งเทคนิคที่น่าสนใจ ผู้ประกอบการควรนำไปพิจารณารณาดู การทำประกันภัยในรูปแบบต่าง ๆ ให้กับทั้งตัวบริษัทและพนักงานเป็นอีกหนึ่งแนวทางที่ช่วยประหยัดค่าภาษีได้เป็นอย่างดี วิธีก็คือนำเอาผลกำไรไปแปลสภาพเป็นรายจ่ายของทางบริษัทที่อยู่ในรูปแบบของการทำประกันภัยให้กับบริษัท ทั้งวินาศภัย อัคคีภัย วาตภัย และการประกันภัยในรูปแบบอื่น ๆ อีกมากมายหรือจะทำให้ในส่วนของตัวเองบุคคลในบริษัททั้งผู้บริหารและพนักงานก็ได้ โดยนำกรมธรรม์ที่ได้มาไปใช้เป็นเครื่องมือจัดการในเรื่องภาษีให้กับทางบริษัท ซึ่งสามารถหักค่า



ลดหย่อนได้ถึง 100% และบริษัทยังมีเงินออมที่ได้จากการทำประกันเอาไว้ใช้สอยในอนาคตอีกด้วย เป็นเทคนิคที่คุณน่าจะลองดู

จงอย่าลืมว่าถ้าคุณคิดจะก้าวเข้ามาสู่การทำธุรกิจ คุณจะต้องเข้าใจในธุรกิจของคุณให้ถ่องแท้จริง ๆ ความผิดพลาดในตอนเริ่มต้นก็จะไม่เกิดขึ้น และ พยายามรายจ่ายในช่วงแรกให้ได้มากที่สุดการนำเทคนิคต่าง ๆ ไปใช้ในการลดหย่อนภาษีนั้น เป็นสิ่งที่คุณต้องเรียนรู้และนำไปปฏิบัติอย่างยิ่ง แล้วการดำเนินธุรกิจของคุณจะไปได้อย่างราบรื่นแถมประหยัดภาษีได้อย่างน่าอัศจรรย์ใจเลยทีเดียว



การวางแผนการลงทุนเพื่อขยายกิจการ

เมื่อดำเนินกิจการมาได้อย่างราบรื่น และมีแนวโน้มที่ส่งสัญญาณแล้วว่าจะไปได้สวยก็เต็ม นั่นหมายความว่าคงได้เวลาต้องขยายกิจการ ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มกำลังการผลิต เพิ่มสาขา การขยายเข้าสู่ตลาดใหม่หรือการเข้าไปซื้อกิจการของผู้อื่น อย่างไม่อย่างหนึ่ง แต่การจะขยายกิจการก็ไม่ใช่ว่าเรื่องเล่น ๆ จะต้องมี การวางแผนและเตรียมความพร้อมให้ดีกว่าก่อนจะเดินหน้า เพราะมีเช่นนั้นผิดพลาดขึ้นมาจะท้อหลังก็ไม่เป็นขบวน ดังนั้น ก่อนจะเริ่มดำเนินการขยายกิจการ คุณลองมาเช็คความพร้อมของคุณก่อนดีกว่าว่าคุณพร้อมระดับไหน

แน่นอนว่าคุณพร้อม

ก่อนอื่นเลยคุณต้องเข้าใจก่อนว่าเมื่อธุรกิจโตขึ้นการบริหารจะซับซ้อนขึ้นอาจสร้างแรงกดดันให้กับตัวคุณเพราะต้อง

มีการลงทุนมากขึ้น ใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น ดังนั้นก่อนที่จะวางแผนเพื่อการขยาย งานคุณต้องแน่ใจว่าคุณพร้อมที่จะรับพิดชอบมากขึ้นและหนักขึ้น ลองทบทวนตัวเองก่อนว่า คุณสามารถอ่านงบการเงินได้อย่างเข้าใจ คุณสามารถบริหารสภาพคล่องด้านต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี เช่น การบริหารการเป็นลูกหนี้รวมทั้งการเป็นเจ้าหนี้ การบริหารสินค้าคงคลัง เป็นต้น คุณสามารถวางแผนบริหารการเงินสำหรับการขยายกิจการได้ด้วยตัวคุณเอง และมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี มีที่ปรึกษาในด้านแหล่งเงินทุนสำหรับธุรกิจ SMEs แล้วอย่างเรียบร้อย คุณสามารถควบคุมค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมกับรายได้เป็นอย่างดี สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่จะทดสอบว่าคุณพร้อมแล้วหรือไม่ที่จะเดินหน้าขยายกิจการ หากคุณมีข้อบกพร่อง หรือไม่สามารถ

ทำตามเกณฑ์เหล่านี้ได้ ก็ขอให้คุณชะลอโครงการที่จะขยายธุรกิจของคุณไว้ก่อน

บทกวนวัตถุประสงค์ของการขยายธุรกิจ

ถ้าคุณคิดว่าคุณพร้อมที่จะขยายธุรกิจ ก่อนที่จะเริ่มลงมือ คุณควรทบทวนอีกครั้งว่าวัตถุประสงค์ของการขยายธุรกิจที่คุณกำลังจะทำนี้จะนำไปเพื่อสิ่งใดแน่นอนส่วนใหญ่ก็เพราะเรื่องเงิน ทุกคนต้องการผลตอบแทนที่มากขึ้น แต่เงินที่มากขึ้นก็มาพร้อมภาระรอบด้านที่มากขึ้นไปด้วย ฉะนั้นคุณจึงต้องถามตัวเองให้ดีว่า คุณจะสามารรับการที่มากมายที่กำลังจะตามมาได้หรือไม่

คุณวางแผนการเงินอย่างรอบคอบแล้วใช่ไหม

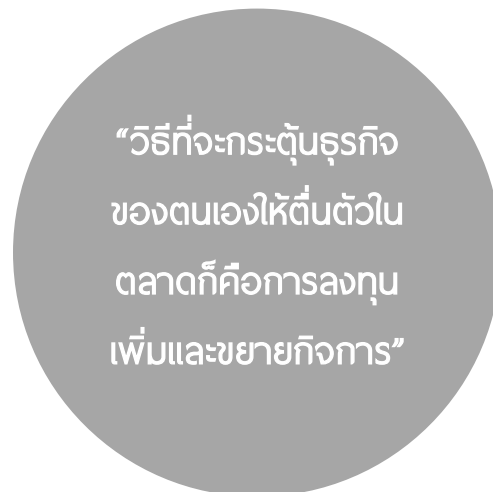
ผู้ประกอบการควรวางแผนการลงทุนหรือประมาณการงบกำไรขาดทุน งบกระแสเงินสด และงบดุล ด้วยการคาดการณ์ตัวเลขที่จะนำมาขยายกิจการ เปรียบเทียบกับเงินลงทุนก่อนที่จะขยายกิจการว่ามีความคุ้มค่า และเมื่อลงทุนไปแล้วจะสามารถอยู่รอดได้หรือไม่ ทุกขั้นตอนควรทำมากกว่า 1 รอบ ทบทวนเพื่อความแน่ใจและให้ผิดพลาดน้อยที่สุด นอกจากนี้ ควรศึกษาข้อดีเปรียบเสียเปรียบของแหล่งเงินทุนแต่ละแห่งก่อนที่จะตัดสินใจ ดำเนินการขั้นต่อไป รวมไปถึงศึกษาพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายด้วย

มั่นใจว่าบริหารสภาพคล่องได้

สภาพคล่องทางการเงินเป็นเรื่องสำคัญอันดับต้นๆของการดำเนินธุรกิจ เพราะแสดงถึงความพร้อมของเรื่องเงินว่าคุณมีเงินทุนหมุนเวียนเพียงพอที่จะนำมาใช้ในการดำเนินงาน และมีความสามารถในการชำระหนี้ระยะสั้นของกิจการเมื่อถึงกำหนดได้ เช่น ชำระค่าสินค้าและเงินกู้ยืม ถ้าคุณจะขยายกิจการคุณจึงต้องมั่นใจว่าคุณจะบริหารสภาพคล่องทางการเงินของคุณได้ ถ้าเมื่อไหร่ที่ขาดสภาพคล่องทางการเงินคุณจะต้องมีแผนสำรองเอาไว้ คุณต้องรู้ช่วงจังหวะที่จะชะลอตัวธุรกิจของคุณเพื่อคงสภาพคล่องไว้ให้ได้ นอกจากสภาพคล่องทางการเงินแล้ว การบริหารลูกหนี้การค้าและการบริหารสินค้าคงเหลือ ก็เป็นสิ่งที่คุณจะต้องรับมือไปพร้อม ๆ กันด้วย คุณจึงตรวจสอบตัวเองว่ารับมือไหวหรือเปล่า และเรามีความสามารถที่จะทำถึงขั้นนั้นหรือไม่

วิเคราะห์จุดคุ้มทุนได้หรือไม่

การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนจัดว่าเป็นเครื่องมืออีกชนิดหนึ่งที่ช่วยให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของการขาย ปริมาณการขาย ต้นทุน กำไร ซึ่งสามารถนำเรื่องจุดคุ้มทุนมาวางแผนธุรกิจและนำมาเป็นข้อมูลในการช่วยตัดสินใจว่าควรขยายกิจการต่อไปหรือไม่อย่างไร



คุมกำลังคนได้ดีแค่ไหน

นอกจากเรื่องการบริหารเงินแล้วสิ่งที่สำคัญที่สุดมาด้วยกันเลยก็คือ การบริหารคน ก็มีความสำคัญไม่แพ้การบริหารงานส่วนอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ซึ่งคุณต้องเข้าใจว่าธุรกิจของคุณไม่ใช่ธุรกิจขนาดใหญ่ สำหรับคุณที่เป็นเจ้าของกิจการแล้วมันน่าสนุก แต่สำหรับพนักงานของคุณเขาอาจไม่สนุกไปกับคุณด้วย ถ้าคุณขยายกิจการไปงานมีมาก แต่คงทำงานไม่มีทุกอย่างก็ต้องฟัง คุณจะบริหารสภาพคล่องของคนอย่างไรให้งานกับคนและเงิน ทั้ง 3 ส่วนสมดุลกัน บางครั้งเมื่อคุณขยายกิจการไป คุณอาจจะยังหาคนมาช่วยงานตรงส่วนที่ขยายออกไปไม่ได้ คุณก็ต้องใช้คนที่ที่มี ซึ่งเท่ากับว่าพนักงานของคุณต้องรับภาระที่หนักขึ้น แม้ว่า คุณจะปรับเงินเดือนให้เขาก็ตาม แต่ความคิดของพนักงานอาจจะมองว่าไม่คุ้มก็ได้ และพนักงานส่วนใหญ่ก็จะรู้อยู่แล้วในเรื่องของการเติบโตขององค์กรว่า คงจะเติบโตไปได้ไม่มากนัก ซึ่งจากการวิเคราะห์พนักงานในองค์กรธุรกิจหลายๆ แห่งที่เป็น SMEs ส่วนใหญ่พบคำตอบที่น่าสนใจว่า ไม่มีแรงจูงใจในการทำงาน เพราะสาเหตุสำคัญ 2 ประการ คือ หัวหน้างานและค่าตอบแทน นั่นจึงเป็นปัญหาที่ทำให้ผู้ประกอบการที่กำลังจะตัดสินใจขยายกิจการต้องกลับมาทบทวนตนเองอีกครั้งว่า

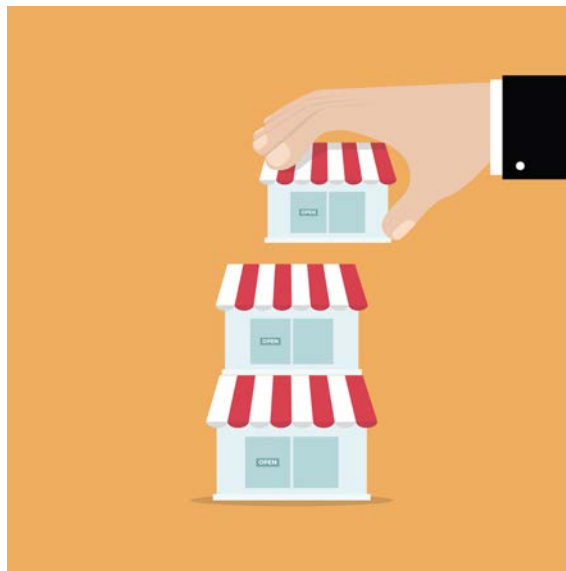
คุณเก่งงาน คุณเก่งเงิน แต่คุณเก่งเรื่องคนด้วยหรือเปล่า คุณมีความสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานจนพวกเขาสามารถที่จะภักดีกับองค์กรได้มากน้อยแค่ไหน

ชีวรัว่าปัญหาเก่าเคลียร์แล้ว

มีผู้ประกอบการไม่น้อยที่ใจกว้าง กิจการที่กำลังทำอยู่นั้นกำลังมีสภาพนิ่งไม่ตื่นตัว ก็ทำให้คิดว่า วิธีที่จะกระตุ้นธุรกิจของตนเองให้ตื่นตัวในตลาดก็คือการลงทุนเพิ่มและขยายกิจการ จึงเรียกได้ว่า รู้เท่าไม่ถึงการณ์ทำให้ผู้ประกอบการหลายคนใช้การขยายกิจการเป็นตัวแก้ปัญหาหายอดขายที่คงที่ ซึ่งเป็นการแก้ไขที่ปลายเหตุ คุณจะต้องเข้าใจประเด็นเสียใหม่ ปัญหาเก่าคุณต้องหาสาเหตุแห่งปัญหาให้เจอเสียก่อนและไปแก้ที่ต้นเหตุ การขยายกิจการเป็นคนละเรื่องกัน อย่าเอามาปะปนกัน แก้ปัญหาเก่าให้เคลียร์ก่อน แล้วดูแนวโน้มต่อไปว่าตลาดเป็นอย่างไร จากนั้นค่อยมาคิดเรื่องขยายกิจการ ตรงจุดนี้จึงต้องบอกว่า ถ้าผู้ประกอบการรายใดกำลังประสบปัญหาธุรกิจอยู่ในสภาพนิ่ง คุณก็ต้องแก้ปัญหาดตรงจุดนั้นก่อนแต่ถ้าคุณมีความคิดว่ายังใช้การขยายกิจการมากระตุ้นตลาด ต้องขบถอเลยว่าคุณยังไม่พร้อมที่จะเติบโต เพราะคุณยังตีโจทย์ธุรกิจของคุณไม่แตก

เป้าหมายคุณชัดเจนแค่ไหน

ถ้าธุรกิจของคุณในปัจจุบันกำลังไปได้สวย การขยายกิจการต่อไปก็ขอให้คุณกลับมามองนับหนึ่งใหม่เหมือนตอนที่คุณกำลังเริ่มทำธุรกิจครั้งแรก ถ้าในวันนี้คุณประสบความสำเร็จระดับหนึ่ง แสดงว่าเป้าหมายของคุณชัดเจน การจะขยายกิจการออกไปเป้าหมายก็ต้องชัดเจนเช่นนั้นไม่ต่างกัน คุณอย่าจับปลาสองมือ อย่าห้วงหน้าพะวงหลัง ชัดเจนอันเก่าแต่คลุมเครืออันใหม่ ความชัดเจนต้องเกิดขึ้นทั้งสองทาง คือ ทั้งกิจการที่ดำรงอยู่ และ กิจการที่กำลังจะขยายออกไปด้วย



ดังนั้นเราควรโฟกัสไปที่กลุ่มเป้าหมายที่ใช้สำหรับกิจการของเราที่จะขยายออกไป ระบุกลุ่มเป้าหมายของกิจการอย่างชัดเจนจะทำให้จัดการส่งเสริมการตลาดได้ตรงจุดที่สุด จำไว้ว่าต้องชัดเจนทั้งสองจุด หากคุณขยายกิจการออกไปแล้วกลุ่มเป้าหมายใหม่อาจไม่เป็นไปตามที่คาดไว้ก็ยังไม่เจ็บมาก เพราะอย่างน้อย ๆ คุณก็ไม่สูญเสียกลุ่มเป้าหมายเดิมไป

การเติบโตขึ้นจากธุรกิจขนาดเล็กเพื่อเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ไม่ใช่เรื่องที่ทำได้ง่ายๆ ถ้าเราเลือกที่จะก้าวไปทีละก้าวแบบช้า ๆ โดยมีฐานที่เริ่มต้นจากสิ่งที่มีอยู่แล้ว ทุกย่างก้าวที่เคลื่อนไปก็อาจจะพาเราเติบโตไปได้อย่างช้า ๆ และค่อยเป็นค่อยไป ความเสี่ยงก็มีน้อย แต่ถ้าคุณจะกระโดดไปเลยคุณก็ต้องวางแผนอย่างรอบคอบตรวจสอบความพร้อมของคุณให้ดี เพราะธุรกิจเป็นเรื่องที่บางครั้งโอกาสที่จะกลับมาแก้ตัวใหม่มีไม่มาก



การสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร

คำว่า “นวัตกรรม” (Innovation) ฟังดูเป็นคำที่ดูดี ดูเลิศหรูอลังการ และดูอะไรที่ไกลเกินเอื้อมสำหรับบางคน อันที่จริงแล้วความคิดแบบนี้ก็ถูกครึ่งหนึ่ง คือ นวัตกรรมเป็นอะไรที่เลิศหรูจริง แต่ไม่ไกลเกินเอื้อมอย่างที่หลาย ๆ คนคิด นวัตกรรมไม่ใช่เรื่องของวัตถุหรือสิ่งประดิษฐ์เท่านั้น แต่ นวัตกรรมยังเป็นเรื่องของวิธีการและกระบวนการในการทำสิ่งต่าง ๆ ด้วย อย่างเช่น การจัดองค์กร เป็นต้น แนวคิดในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร สามารถที่จะเกิดขึ้นจริงได้และเป็นไปได้ ในครั้งนี้เราจะมาเรียนรู้แนวคิดในการพัฒนาองค์กรสู่นวัตกรรม ซึ่งหลักการเหล่านี้เกิดขึ้นการศึกษาจากองค์กรที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว ซึ่งคุณสามารถ

เรียนรู้และนำไปเป็นแม่แบบในการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นกับองค์กรของคุณได้

สิ่งที่สำคัญที่องค์กรธุรกิจจะต้องจัดการก่อนที่จะดำเนินการสร้างนวัตกรรมองค์กรนั้น องค์กรธุรกิจจำเป็นที่จะต้องทำความเข้าใจในเรื่องดังต่อไปนี้

1. ต้องเข้าใจถึงสภาพแวดล้อมโดยรวมทางธุรกิจ คุณต้องเรียนรู้คู่แข่ง ทั้งสถานการณ์ แนวคิด เทคนิค การดำเนินงาน และเทคโนโลยีต่าง ๆ มองสถานการณ์บ้านเมือง มองสถานการณ์โลก ดูกระแสสังคมว่าจะเดินไปในทิศทางใด พยายามเรียนรู้และทำความเข้าใจปัจจัยภายนอกเหล่านี้

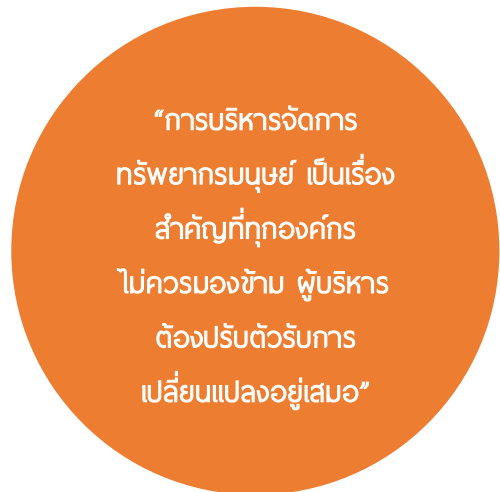
2. ต้องเข้าใจสภาพแวดล้อมภายในองค์กรธุรกิจว่ามีความพร้อมในการที่จะสร้างนวัตกรรมองค์กรหรือไม่ คือดูปัจจัยภายนอกแล้วก็ต้องมาดูปัจจัยภายในด้วย มองดูว่าเงินทุนของคุณมีอยู่แค่ไหน และบุคลากรของคุณเป็นเช่นไร

ถ้าคุณพิจารณาแล้วว่าทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในเอื้อต่อการดำเนินการสร้างนวัตกรรมในองค์กร จากนั้นคุณก็ต้องเริ่มสร้างความเข้าใจกับทุกฝ่ายในองค์กรธุรกิจของคุณ ตั้งแต่ระดับผู้บริหารไปจนถึงพนักงานระดับปฏิบัติการทั่วไป เพราะปัจจัยสำคัญที่สร้างนวัตกรรมในองค์กรให้เกิดขึ้นได้ก็คือ ทรัพยากรบุคคล ความรู้ ความชำนาญ ทักษะ ความสามารถ และ ประสิทธิภาพ ของทรัพยากรมนุษย์นั่นเอง ซึ่งทรัพยากรมนุษย์เป็นหัวใจสำคัญของการสร้างประสิทธิภาพ (Efficiency) ของการทำงานและขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างมั่นคง ดังนั้น การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์จึงเสมือนเคล็ดลับที่จะสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นจริงกับองค์กรได้นั่นเอง

การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เป็นเรื่องสำคัญที่ทุกองค์กรไม่ควรมองข้าม ผู้บริหารระดับสูงต้องพยายามปรับทัศนคติตนเองในเรื่องของความเปลี่ยนแปลง คือต้องสนับสนุนและยอมรับการเปลี่ยนแปลงให้ได้ และพยายามไม่เข้าไปขัดขวางการเปลี่ยนแปลง ต้องสร้างบรรยากาศในองค์กรให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรที่แปลกใหม่ที่ชวนให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ การเปิดโอกาสให้ทุกคนในองค์กรได้คิดสร้างสรรค์และนำเสนอ แนวความคิดได้อย่างอิสระ ให้ทุกคนกล้าคิด กล้าพูด กล้าทำ กล้าริเริ่ม กล้าที่จะเสี่ยงนำเอาแนวความคิดดี ๆ ไปพัฒนา ซึ่งจะทำให้พวกเขากล้าที่จะเรียนรู้เพิ่มขึ้นด้วย เพราะการเติบโตข้างหน้าด้วยความคิดของพวกเขาเองก็มีโอกาสที่จะผิดและจะถูกโต้แย้งสองทาง ซึ่งจะทำให้เขาได้เรียนรู้จนเกิดประสบการณ์ใหม่ ๆ รวมทั้งการใช้รางวัลเป็นตัวกระตุ้นให้บุคลากรขององค์กรได้คิดสร้างสรรค์งาน สภาพแวดล้อมที่มีบรรยากาศสบาย ๆ ดูผ่อนคลายไม่เคร่งเครียด ไม่จำกัดกรอบความคิด ก็มีมีส่วนช่วยทำให้เกิดแนวความคิดใหม่ ๆ

เมื่อปัจจัยจากผู้บริหารองค์กรเอื้อต่อความกล้าของพนักงาน จะทำให้เขากล้าที่จะเรียนรู้ลองผิดลองถูกด้วยตัวเอง ซึ่งตรงจุดนี้คนเป็นบริหารก็ต้องทำความเข้าใจด้วยว่าทำอย่างไรที่จะให้พวกเขาได้เรียนรู้โดยไม่ส่งผลในแง่ลบกับบริษัทตามมาภายหลัง ซึ่งถ้าหากหลีกเลี่ยงไม่ได้ คุณก็ต้องมีแผน

รับมือในเรื่องนี้เอาไว้ด้วย เมื่อคุณเปิดใจให้พวกเขาได้เรียนรู้พวกเขาก็จะได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เข้ามาในชีวิตและนำเสนอประสบการณ์ใหม่ ๆ เหล่านี้ให้กับลูกค้า ซึ่งตรงจุดนี้เองที่จะนำไปสู่นวัตกรรมใหม่ ๆ ที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงองค์กรของคุณ บางทีองค์กรของคุณอาจจะมีกำไรเพิ่มขึ้นอย่างมหาศาลเลยก็ได้ ซึ่งตรงจุดนี้ไม่ได้เป็นหลักการเท่านั้น ยังเป็นสิ่งที่องค์กรใหญ่ได้นำไปใช้จนเห็นผลมาแล้วด้วย เรามาดูตัวอย่างกันดีกว่า



บริษัค ซัมซุง จับความต้องการและความรู้สึกของลูกค้าได้ตอบใจยกยอใจ เพราะเปิดโอกาสให้คนในองค์กรได้ทดลองใช้อุปกรณ์ที่ผลิตขึ้นมา และกล้าที่จะให้คนในองค์กรได้วิพากษ์วิจารณ์อุปกรณ์ของตนเอง จากประสบการณ์ตรงที่ได้ทดลองใช้เอง จึงทำให้เกิดความคิดและไอเดียมากมายที่ตอบใจยกยอความต้องการของลูกค้าทั่วโลกได้ ดีไซน์เยี่ยมเข้าใจอารมณ์ร่วม บริษัค ซัมซุง จึงขยับระดับตนเองจากแบรนด์ทั่วไป ไปเป็นผู้นำแบรนด์ชั้นนำ ที่ผลิตสินค้าใหม่ ๆ สุดลาดโลก

STARBUCKS ก็เป็นตัวอย่างที่ดีในการสร้างนวัตกรรม ผู้บริหารกล้าที่จะรับฟังพนักงานที่บอกถึงความต้องการของตนเองในเวลานั้นจิบกาแฟ นอกจากกาแฟจะต้องรสชาติดีแล้ว บรรยากาศในการนั่งจิบก็ต้องเยี่ยมด้วยจากจุดนั้นเองจึงเกิดระบบการบริหารธุรกิจกาแฟให้เข้ากับชีวิตประจำวัน เผ้าดูลูกค้าสัมพันธ์กับลูกค้า และฟังเสียงที่พวกเขาบอกว่า พวกเขาต้องการอะไร โดยใช้แบรนด์ STARBUCK ในการสร้างนวัตกรรมบริการและผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าอยากสัมผัส นั่นคือความสุขที่ลูกค้าต้องการ จึงไม่น่าแปลกใจเลยที่ลูกค้ายอมจ่ายมากกว่าถึง 3 เท่า เพื่อแลกกับ

ความสุข จนกลายเป็นค่านิยมในการดื่มกาแฟกันจนถึงทุกวันนี้

Google search engine ยักษ์ใหญ่ที่ใคร ๆ ก็รู้จัก อีกหนึ่งองค์กรที่ผู้บริหารกล้าที่จะเปิดรับอะไรใหม่จากพนักงาน รวมถึงลูกค้า เพราะ Google มองว่าพนักงานก็เหมือนลูกค้า สิ่งที่พนักงานต้องการก็คือสิ่งที่ ทุกคนทั่วก็ต้องการเช่นกัน เราจึงเห็นความฉลาดของ search engine อย่าง Google ซึ่งค้นหาอะไรก็เจอ และเรายังจะเห็นได้จาก Google มีการพัฒนาไปสู่ Application ซึ่งแม้ว่าจะมีหลายคนไม่ชอบและไม่ต้องการสิ่งที่ Google พยายามนำเสนอก็ตาม แต่สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นอยู่เรื่อย ๆ ของ Google



บริษัท TOYOTA นี้ก็เป็นอีกหนึ่งบริษัท ที่กล้าจะเปิดใจรับฟังอะไรใหม่ ๆ จากทุกด้าน สิ่งหนึ่งที่พนักงาน TOYOTA ทุกคนถูกปลูกฝังไว้ก็คือ คุณภาพ ซึ่งการปลูกฝังแบบนี้สามารถทำให้เกิดทิศทางการทำงานไปได้ 2 ทางกันที่นั่นคือการติดอยู่ในกรอบเดิม ๆ ยึดถือ คุณภาพและมาตรฐานแบบเดิม ๆ ซึ่งทาง TOYOTA เองก็เคยประสบปัญหาตรงจุดนี้มาแล้วหลายครั้งหลายหน เรียกได้ว่า เป็นช่วงที่ล้มเหลวของการบริหาร เพราะส่วนแบ่งรถยนต์ TOYOTA ไปไม่ถึงเป้า และอีกทางก็คือ การคิดนอกกรอบ ระดมความคิดจากหลาย ๆ

ทางมาปรับปรุงจุดที่ตนเองพลาด ซึ่งทางผู้บริหารของ TOYOTA เลือกที่จะเดินนอกกรอบ รู้จักมองสถานการณ์และปรับตนเอง รวมถึงปรับองค์กรให้ตามกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกให้ทัน ทางผู้บริหาร TOYOTA พยายาม รับข้อมูลจากทุกด้านมาปรับปรุงสินค้าของตนเองจนเกิด นวัตกรรมยานยนต์ใหม่ ๆ เกิดขึ้นอยู่ตลอด

เมื่อบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างต่อเนื่องแล้ว คุณอย่าลืมสร้างแรงจูงใจและแรงกระตุ้นให้ทุกคนในองค์กร พยายามคิดและพยายามทำด้วย สิ่งสำคัญก็คงต้องเริ่มจากวิธีการทำงานของคุณ ซึ่งคุณอาจจะต้องเปลี่ยนวิธีการทำงานบ้าง เพื่อเป็นการสร้างบรรยากาศและความรู้สึกใหม่ ๆ ในการทำงาน คุณต้องมีความเข้าใจในหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละส่วน มีความเข้าใจในกระบวนการทั้งหมดว่าดำเนินไปอย่างไร และใครอยู่ในขั้นตอนไหนต้องทำอะไร ส่งเสริมให้มีการคิดและทำเพื่อสิ่งที่ดีกว่าอยู่เสมอ จนกระทั่งเกิดเป็นวิธีการใหม่หรือสิ่งใหม่ที่ทำให้องค์กรดีกว่าเดิม

ซึ่งเพียงเท่านี้ก็เป็นการกระตุ้นการทำงานของทุกคนในองค์กรไปด้วยเช่นกัน และที่สำคัญอย่ามองข้ามคนที่มีความสามารถ ต้องสรรหาคนที่มีความรู้เข้ามาร่วมงาน ส่วนคนที่อยู่ต้องสร้างทักษะใหม่ให้พวกเขาและต้องรักษาพวกเขาเอาไว้ และพยายามพสานเชื่อมโยงคนใหม่และคนเก่าให้สามารถทำงานร่วมกันเป็นทีมให้ได้ กำหนดเป้าหมายและกระตุ้นให้แต่ละคนเกิดความมุ่งมั่นที่จะทำงานในส่วนของตน ให้สอดคล้องประสานกับคนอื่น ๆ เพื่อเป้าหมายเดียวกัน ปลูกฝังบุคลิกความเป็นผู้นำและผู้ตามให้เกิดขึ้นในทีม และอย่าลืมที่จะปลูกฝังบุคลิกของนักทดลองค้นคว้าให้กับทีมงานที่สร้างขึ้นมามีด้วย เพราะถ้าเมื่อไหร่ที่มีคุณสมบัติเหล่านี้ นวัตกรรมใหม่ ๆ ก็จะเกิดขึ้นกับองค์กรอย่างแน่นอน

ดังนั้น ถ้าต้องการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นจริงในองค์กร ทรัพยากรมนุษย์จึงเป็นสิ่งแรกที่จะต้องคำนึงถึง เป็นสิ่งที่ขาดเสียมิได้ และต้องได้รับการดูแลเอาใจใส่จากผู้บริหารพร้อมทั้งเน้นการใช้การบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ต้องทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์ ก่อให้เกิดเป็นกระบวนการที่เป็นรูปธรรมที่สามารถจับต้องและนำมาปฏิบัติจนประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายหรือนโยบายที่วางไว้ได้



องค์กรแห่งการเรียนรู้

ปัจจุบันนี้แทบจะทุกองค์กรและภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐราชการ รัฐวิสาหกิจ เอกชน หรือแม้แต่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงของประเทศอย่างหน่วยงานทหารพยายามจะแสดงออกถึงประสิทธิภาพขององค์กรตนเองว่าพร้อมจะก้าวไปสู่การเป็น “องค์กรแห่งการเรียนรู้” นั่นกำลังแสดงให้เห็นว่าทุกภาคส่วนกำลังตื่นตัวในเรื่องนี้ การเรียนรู้เป็นเรื่องสำคัญที่จะช่วยให้สิ่งมีชีวิตทุกชนิดมีการปรับตัวเข้ากับสิ่งแวดล้อม เพื่อที่จะสามารถดำรงชีวิตอยู่ในโลกใบนี้ ดังนั้น การเรียนรู้จึงเป็นสิ่งสำคัญสำหรับทุกเรื่องในชีวิต ยิ่งโดยเฉพาะการบริหารงานองค์กรการเรียนรู้เป็นสิ่งที่จะขาดไปไม่ได้เลยทีเดียว

องค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) คือองค์กรที่มีลักษณะในการสร้าง แสวงหา และเชื่อมโยง ถ่ายโอนความรู้และมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจาก

ความรู้ใหม่ รวมถึงการเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ อย่างต่อแท้ เป็นแนวคิดในการพัฒนาองค์กรโดยเน้นการพัฒนาการเรียนรู้ของผู้นำในองค์กรรวมถึงการเรียนรู้ร่วมกันของทุกคนในองค์กร เพื่อให้เกิดการถ่ายทอดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ประสบการณ์ และทักษะร่วมกัน และสามารถนำไปพัฒนาองค์กรให้มีศักยภาพในการปรับตัวให้เข้ากับสภาพการแข่งขันและการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้

องค์กรแห่งการเรียนรู้นี้จะทำให้องค์กรและบุคลากรมีกระบวนการทำงานที่มีประสิทธิภาพและมีผลลัพธ์ในการปฏิบัติตรงตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยใช้วิธีการทำงานเป็นทีม (Team working) สร้างกระบวนการในการเรียนรู้และสร้างความเข้าใจกับสมาชิกทุกคนในทีม และทุกคนเตรียมรับกับความเปลี่ยนแปลง เปิดโอกาสให้ทีมทำงานและมีการให้อำนาจในการตัดสินใจ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้เกิดสภาวะแวดล้อมอภักดิ์บรรยากาศของการคิดริเริ่มและการสร้างนวัตกรรม ซึ่งจะทำได้

องค์กรมีความเข้มแข็ง พร้อมทั้งจะเผชิญกับสภาวะการแข่งขัน
ทุกรูปแบบ

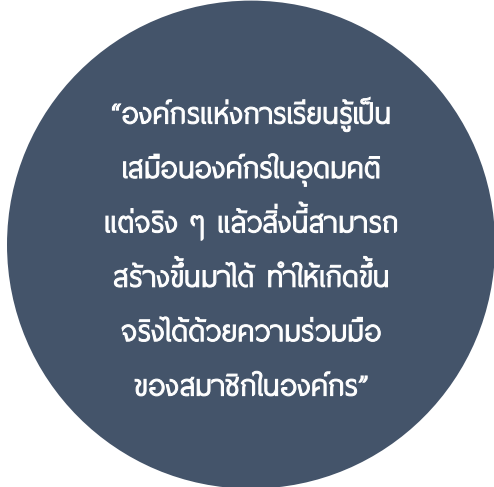
การที่เราจะสร้างองค์กรแห่งการเรียนรู้ให้เกิดขึ้นจริง
ได้ในองค์กร เราจะต้องมาทำความเข้าใจประเภทของความรู้ที่มี
อยู่ในองค์กรเสียก่อน ซึ่งลักษณะความรู้ที่มีอยู่ในองค์กรมี
ด้วยกัน 2 ประเภท ดังนี้

- » **Tacit Knowledge** หรือภูมิปัญญา เป็นความรู้ที่อยู่ใน
ในสมองคน ซึ่งมีที่มาจากประสบการณ์ สัญชาต
ญาณ หรือพรสวรรค์ ความรู้ส่วนนี้ยากต่อ
บรรยายออกมาเป็นถ้อยคำหรือลายลักษณ์อักษร
และยากต่อการจัดเรียงให้เป็นระบบ แต่ทั้งนี้ก็ยังพอ
สามารถทำได้ ความรู้ส่วนนี้จึงขึ้นอยู่กับความเชื่อ
และประสบการณ์ที่มาของแต่ละคน ความรู้ชนิดนี้
สามารถพัฒนาจากนั้นนำแบ่งปันกันในองค์กรได้
และเป็นความรู้สำคัญที่จะทำให้เกิดการได้เปรียบใน
การแข่งขัน
- » **Explicit Knowledge** เป็นความรู้ที่เป็นเหตุเป็นผล
สามารถบรรยายหรือถอดความออกมาได้ในรูปของ
คำพูดเป็นลายลักษณ์อักษร ออกมาหลักการ
ทฤษฎี หรือคู่มือ ได้เป็นลักษณะของความรู้ที่ทุกคน
สามารถเข้าถึงหรือหาซื้อได้

คำถามก็คือ เราจะทำอย่างไรที่จะให้ลักษณะความรู้
ทั้ง 2 ประเภทนี้มีการถ่ายทอดและส่งต่อไปสู่บุคลากรในองค์กร
คำตอบก็คือต้องกำหนดแนวทางให้องค์กรเกิดบรรยากาศที่จะ
เรียนรู้เสียก่อน ซึ่งแนวทางนั้นมีอยู่ด้วยกัน 5 ประการ คือ

**1. การเรียนรู้ของสมาชิกในองค์กร(Personal
Mastery)** ผู้บริหารองค์กรจะต้องรู้ว่าคนในองค์กรว่ามี
ลักษณะสนใจและใฝ่หาที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ อยู่เสมอหรือมีความ
ปรารถนาที่จะเรียนรู้บ้างหรือไม่ สังเกตดูว่าพวกเขามีแนวโน้มที่
ต้องการเพิ่มศักยภาพของตนไปสู่จุดหมายบ้างหรือเปล่า การ
เรียนรู้ของบุคลากรจะเป็นจุดเริ่มต้นที่จะจุดกระแสน้ำใน
องค์กรหันมาให้ความสำคัญกับการเรียนรู้ ฝึกฝน ปฏิบัติ
อย่างต่อเนื่อง ซึ่งปัจจัยทั้งหมดจะสะท้อนให้เห็นถึงบรรยากาศ
การเรียนรู้ขององค์กรได้ จากนั้นประมวลสิ่งที่เกิดขึ้นและนำมา
กำหนดลักษณะหรือรูปแบบรวมทั้งรายละเอียดปลีกย่อยที่
เหมาะสมกับการเรียนรู้ในองค์กร

2. รูปแบบความคิด (Mental Model) สังเกต
พฤติกรรมที่เกิดขึ้นกับสถานการณ์ต่าง ๆ ในองค์กร ซึ่งสิ่ง
เหล่านี้จะสะท้อนจิตสำนึกหรือทัศนคติของคนในองค์กรออกมา
ซึ่งแบบแผนทางความคิด ความเชื่อ ทัศนคติ จากการสั่งสม
ประสบการณ์กลายเป็นกรอบความคิดที่ทำให้บุคคลนั้น ๆ มี
ความสามารถในการทำความเข้าใจ วิเคราะห์และสามารถ
ตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสม ในทางกลับกันเมื่อเรา
ทราบจิตสำนึกโดยรวมของคนในองค์กรแล้ว ก็ให้นำมาสร้าง
แบบแผนทางความคิดของคนในองค์กร ให้ทุกคนมีจิตสำนึก
ร่วมกันในทุก ๆ เรื่องที่เกี่ยวกับองค์กร พัฒนารูปแบบ
ความคิดความเชื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ไม่
ยึดติดกับความเชื่อเก่าๆ ที่ล้าสมัยและจะต้องปรับเปลี่ยนกรอบ
ความคิดของตนเองตามสภาพที่เป็นจริงได้



**3. การมีวิสัยทัศน์ร่วมกันของคนในองค์กร
(Shared Vision)** องค์กรต้องแสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์ที่
กว้างไกลและมีความชัดเจน จึงจะทำให้คนในองค์กรมีความคิด
และมีความคาดหวังไปที่จุดหมายเดียวกัน การสร้างทัศนคติ
และมุมมองร่วมของคนในองค์กรให้สามารถมองเห็นภาพและม
ีความต้องการที่จะมุ่งไปในทิศทางเดียวกันไปสู่จุดหมายเดียวกัน
เป็นการมองในระดับความมุ่งหวัง เมื่อทุกคนมีความปรารถนา
ร่วมกัน ทุกคนจะทุ่มเทพินิจแรงกายแรงใจช่วยกันกระทำใ
องค์กรไปถึงความหวังที่ตั้งไว้ในอนาคต ซึ่งเมื่อทำเช่นนั้นได้ ก็
จะสามารถพัฒนาวิสัยทัศน์ของคนในองค์กรให้สอดคล้องกับ
วิสัยทัศน์ขององค์กรได้ง่ายมากขึ้น

4. การเรียนรู้เป็นทีม (Team Learning) นำความฉลาดรอบรู้และความสามารถที่โดดเด่นของแต่ละคนออกมาและจัดตั้งทีม เชื่อมโยงสมาชิกขององค์กรในส่วนต่าง ๆ เข้าด้วยกัน ผู้บริหารก็ต้องกำหนดบทบาทหน้าที่ของแต่ละคนให้ชัดเจน ซึ่งสมาชิกแต่ละคนก็จะต้องมีการปรับตัว ก็จะทำให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของสมาชิกในทีม เกิดการแลกเปลี่ยน ความรู้ความคิดเห็นและประสบการณ์ จนเกิดพลังที่นำไปสู่ความเปลี่ยนแปลงขององค์กรได้



5. ระบบการคิดของคนในองค์กร (Systems Thinking) ผู้บริหารต้องมององค์กรทั้งระบบให้ละเอียด และจัดแบ่งแยกสิ่งต่าง ๆ ให้เป็นระบบ และต้องอธิบายสิ่งเหล่านี้ให้คนในองค์กรเข้าใจได้ว่า เหตุใดต้องเป็นเช่นนั้น เมื่อคนในองค์กรเห็นถึงความสัมพันธ์ของสิ่งต่าง ๆ แล้ว กระบวนการคิดอย่างเป็นระบบ ก็จะเกิดขึ้นภายในองค์กร

การกำหนดในเรื่องศักยภาพในการเรียนรู้ขององค์กรนั้น แม้จะดูเหมือนกับว่าต้องมีการนำความคิดใหม่ๆ ที่ยุ่งยากซับซ้อนเข้ามาเผยแพร่ให้ทุกคนในองค์กรเข้าใจและยอมรับ แต่ในความเป็นจริงแล้ว การทำให้องค์กรเรียนรู้เกิดขึ้นจริงนั้นสามารถใช้เทคนิควิธีการปฏิบัติงาน และเทคนิคการปรับปรุงการบริหารต่าง ๆ ที่องค์กรเคยหรือกำลังปฏิบัติอยู่แล้วก็ได้ เช่น การปรับโครงสร้างองค์กร การจัดการเชิงกลยุทธ์ หรือสร้างกิจกรรมพิเศษเพื่อการเพิ่มผลผลิต เพียงแต่ต้องหาวิธีที่จะสื่อสารกับทุกคนในองค์กรทำให้คนในองค์กรเห็นว่า ทุกสิ่งที่เขาทำ ทุกกิจกรรมที่เข้าร่วมนั้นล้วนแล้วเป็นการเรียนรู้ทั้งสิ้น เขาจะต้องเห็นถึงกระบวนการในการเรียนรู้ที่เกิดขึ้น และสามารถเก็บเกี่ยวความรู้จากประสบการณ์นั้น ๆ ไว้เป็นภูมิปัญญาอันล้ำค่า ที่สามารถสั่งสมไว้สำหรับเลือกนำมาใช้ในโอกาสหรือจะเลือกนำมาแบ่งปันให้แก่คนอื่น ๆ ตามกระบวนการเรียนรู้ของทีมที่ดี ซึ่งจะช่วยให้เพื่อนร่วมงานที่ต้องปฏิบัติงานร่วมกันได้มีความรู้ความเข้าใจในระดับใกล้เคียงกัน ซึ่งจะเป็นพื้นฐานให้ทุกคนในองค์กรได้ร่วมกันสร้างสรรค์อะไรใหม่ ๆ เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ เพื่อความเจริญก้าวหน้าต่อไปอีก

สรุปว่า องค์กรแห่งการเรียนรู้เป็นที่เสมือนองค์กรในอุดมคติ แต่จริง ๆ แล้วสิ่งนี้สามารถสร้างขึ้นมาได้ ทำให้เกิดขึ้นจริงได้ด้วยความร่วมมือของสมาชิกในองค์กร เราจะต้องคำนึงถึงเป้าหมายและภาระขององค์กรเป็นหลักวิเคราะห์หาปัญหาที่แท้จริงขององค์กรโดยไม่หลงยึดติด อยู่กับภาพลวงตา ซึ่งวิธีการวิเคราะห์ปัญหาและการแก้ไขปัญหาจะต้องพิจารณาถึงปัจจัยของแต่ละองค์กร จะต้องมุ่งไปในทางใดจะต้อง ปรับตัวอย่างไร จะต้องตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงอย่างไรที่จะทำให้องค์กรอยู่รอดเจริญเติบโต และทรงประสิทธิภาพสูงสุดได้ตลอดไปนั้น เป็นสิ่งที่องค์กรแต่ละองค์กรต้องเรียนรู้กันเอง เพราะไม่มีรูปแบบสำเร็จที่ดีที่สุดและเหมาะสมที่สุด ดังนั้นจะต้องเรียนรู้และปรับไปตามความเหมาะสมของแต่ละองค์กร

จะมีความคิดว่าเจ้าของสินค้าหรือเจ้าของกิจการจะต้องเป็นผู้ นำเสนอนวัตกรรมสินค้าหรือบริหารเพียงด้านเดียว ซึ่งหากให้ เจ้าของสินค้าหรือเจ้าของกิจการต้องมาผลิตเพียงฝ่ายเดียว นั้น โอกาสในการสร้างนวัตกรรมนั้นจะมีจำกัด เพราะหากเน้น ให้เจ้าของสินค้าหรือเจ้าของกิจการมาเป็นฝ่ายผลิตอะไรใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา ก็จะทำให้ทางตันขึ้นมามาก ๆ ทำให้เจ้าของสินค้า หรือเจ้าของกิจการจำเป็นต้องลงทุนเกี่ยวกับการวิจัยและพัฒนา เพื่อจะได้เกิดอะไรใหม่ ๆ ที่ตอบโจทย์ความต้องการ ของลูกค้า แต่วิธีนี้สามารถทำได้เฉพาะในองค์กรใหญ่ๆเท่านั้น หากเป็น SMEs ก็แทบจะหมดโอกาสเลย

ดังนั้นธุรกิจแนวใหม่ไม่ว่าจะเป็นรายใหญ่หรือรายเล็ก ก็ตามจึงต้องสร้างนวัตกรรมที่ดีจากลูกค้า ยิ่งเป็น SMEs ยิ่ง ต้องใช้วิธีการนี้ เพื่อให้เข้าถึงเรื่องของความต้องการ ซึ่งจะ ทำให้มีการพัฒนาไปสู่นวัตกรรมที่ดี นวัตกรรมที่มีมาจาก ความต้องการของลูกค้าและคิดค้นขึ้นมาเองจากผู้ประกอบการ มักมี ลักษณะเฉพาะตัวสำหรับธุรกิจนั้นโดยตรง ไม่ใช่ว่าจะเกิดได้กับ ธุรกิจทุก ๆ ประเภท ดังนั้นนวัตกรรมจึงไม่จำเป็นต้องมาจาก ความคิดของผู้ประกอบการเพียงฝ่ายเดียวเท่านั้น สภาวะแวดล้อมสิ่งรอบตัวและลูกค้าที่เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ ผู้ประกอบการไม่ว่ารายใหญ่หรือเล็กสามารถสร้างนวัตกรรมที่ สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้อย่างชัดเจนและ ก่อให้เกิดผลสำเร็จในเวลาต่อมา เราลองมาดูกรณีศึกษาจาก ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จกัน

บริษัท Microsoft ได้พัฒนาสินค้ามาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะระบบปฏิบัติการ Windows ซึ่งปัจจุบันนี้ได้พัฒนามาจนถึง ระบบปฏิบัติการ 10 แล้ว ซึ่ง Windows ในภาคล่าสุดนี้เป็น นวัตกรรมที่มีกระแสตอบรับดีทีเดียว ซึ่งหนึ่งที่ บริษัท Microsoft ใช้เป็นพื้นฐานในการสร้างนวัตกรรมใหม่ก็คือ ความ ต้องการของลูกค้า ซึ่งช่วงหนึ่ง บริษัท Microsoft ได้ ออก ระบบปฏิบัติการ Windows Vista ออกมา ซึ่งกระแสตอบรับ จากลูกค้าไม่ค่อยจะดีเท่าไร Microsoft ก็ปรับปรุงและพัฒนา จนได้ Windows 7 ออกมาแก้ไขสถานการณ์ ซึ่งก็ช่วยยัดได้ใน ระดับหนึ่ง Microsoft ก็ช่วงไปสักระยะ เพราะกำลังรอการ ปฏิวัติวงการไอทีครั้งใหญ่นั้นคือ Microsoft ก็ใช้ปัจจัยของ สภาวะแวดล้อมและสถานการณ์ให้เป็นประโยชน์ด้วย เมื่อ โทรศัพท์มือถือสามารถพกพาเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คน Microsoft จึงค่อย ๆ เปิดตัว ระบบปฏิบัติการ Windows 8 พร้อม ๆ กับ โทรศัพท์มือถือแบบ Windows Phone แต่ กระแสตอบรับมาดีเพียงช่วงแรก ลูกค้าไม่ค่อยชอบความ

เปลี่ยนแปลงที่ไม่ลงตัวของ Windows 8 เพียงเวลาแค่ 1 ปีเศษ เห็นจะได้ Microsoft จึงออกกระบวนปฏิบัติการ Windows 8.1 เพื่อมากอบกู้สถานการณ์ ซึ่งก็เรียกได้ว่าช่วยได้ดีทีเดียว พร้อมกันนั้น Microsoft ก็ฟังเสียงลูกค้าและพัฒนา Windows 10 อยู่เบื้องหลัง และเมื่อทุกอย่างลงตัวจึงเปิดตัว Windows 10 ให้ทุกคนได้ Happy กันอย่างทุกวันนี้ ซึ่งเราจะ เห็นได้ว่านวัตกรรมใหม่ ๆ ของ Microsoft เกิดขึ้นมาพร้อมกับ ความต้องการของลูกค้าและสถานการณ์ในขณะนั้น Microsoft อาศัยลูกค้าและสภาวะแวดล้อมเป็นปัจจัยในการสร้างสรรค์สิ่ง ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้น

“นวัตกรรมเป็นเรื่องของการ ให้ผลประโยชน์แก่ลูกค้า ให้ในสิ่งที่พวกเขาต้องการ เป็นเรื่องของการขาย ความเชื่อถือ การสร้างมูลค่าเพิ่ม”

เราลองมาดูบริษัทของไทยกันบ้าง อย่าง บริษัท **ซี. เอ.พี.พี. กรุ๊ป (ประเทศไทย) จำกัด** ซึ่งเป็นบริษัท ผู้ผลิตยา คุณ แคน สมุนไพรสดใช้จากบอระเพ็ด ซึ่งจากกระแสความตื่นตัวของผู้คนในประเทศไทย รวมถึงหลาย ๆ ประเทศในโลก ที่เริ่ม กลับมาให้ความสำคัญกับสมุนไพร เพราะรู้สึกว่าจะให้ผลข้าง เคียงน้อยกว่าสารเคมี บริษัท ซี.เอ.พี.พี. กรุ๊ป จึงหยิบเอา กระแสความตื่นตัวนั้นมาใช้ ระดมทีมวิจัยนำเอาสมุนไพรไทยที่เป็นยาตำรับอย่างบอระเพ็ดซึ่งมีสรรพคุณในการลดไข้ ร่วมกับการออกฤทธิ์ที่มีผลทางชีวภาพของสมุนไพรชนิดต่าง ๆ เช่น น้ำเต้า โทศ และส้มซ่า มาต่อยอดพัฒนาด้วยเทคโนโลยีที่ทันสมัย มีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและควบคุมคุณภาพ ของสารสกัดด้วยเทคนิคการผ่านความร้อนสูงภายในระยะเวลา สั้น ๆ ทำให้ยังคงประสิทธิภาพในการลดไข้ในคนที่เพิ่งมีอาการ ไข้เบื้องต้น สามารถใช้ทดแทนยาพาราเซตามอล และลดอาการ

ข้างเคียงของการใช้ยาเคมีได้ หรืออย่าง บริษัท ซูกาเวีย จำกัด ที่พบว่าประเทศไทยมีจำนวนผู้ป่วยเป็นโรคเบาหวานเป็นจำนวนมาก เพราะอาหารการกินของคนไทยนั้นมักจะมีรสชาติจัดจ้าน และชัดเจน คนไทยจึงรับประทานอะไรก็จะมีรสชาติไม่จืดชืด หรือกลาง ๆ ใครที่ชอบรสหวานจึงเติมหวานอย่างเต็มที่ จึงทำให้สุดท้ายป่วยเป็นเบาหวานกันมาก บริษัท ซูกาเวีย จำกัด เห็นความต้องการของกลุ่มคนเหล่านี้จึงพยายามพัฒนาสารให้ความหวานจากธรรมชาติ ซึ่งเป็นการนำเอาหญ้าหวานมาผ่านกระบวนการ การสกัดด้วยน้ำร้อนผ่านกระบวนการทำให้บริสุทธิ์ โดยใช้เรซินดูดซับสารสำคัญ และทำการชะล้างสารสำคัญออกจากเรซินด้วยตัวทำละลาย ทำให้ได้สามารถผลิตสารสกัดสตีวียออลไกลโคไซด์ที่มีความเข้มข้นสูงใช้ทดแทน น้ำตาลและสารสังเคราะห์ เราจะเห็นว่าทั้งสองบริษัทของคนไทย ก็ล้วนอาศัยปัจจัยจากลูกค้าเป็นตัวกระตุ้นในการสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ



ทางธุรกิจขึ้นมาทั้งสิ้น

นวัตกรรมจึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะทำให้องค์กรของคุณมีความได้เปรียบคู่แข่ง นวัตกรรมเป็นเรื่องของการให้ผลประโยชน์แก่ลูกค้า ให้อะไรที่พวกเขาต้องการ เป็นเรื่องของการขายความเชื่อถือ การสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งคุณค่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะคงอยู่ได้นานเพราะเกิดจากความสามารถภายในของเราเอง การจะสร้างนวัตกรรมได้คุณจะต้องรู้จักมองหาความแตกต่าง และเข้าถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการจริง ๆ และสิ่งสำคัญคุณก็ต้องกลับมามองความพร้อมขององค์กรของตัวเองด้วย ว่ามีความพร้อมแค่ไหนที่จะต่อยอดไปสู่นวัตกรรมใหม่ ๆ คุณมีเงินทุน บุคลากร องค์กรความรู้และเทคโนโลยี ที่พร้อมแล้วหรือยัง ด้านการบริหารจัดการ และการตลาด ตลอดจนการสร้างโอกาสทางการตลาดสำหรับสินค้าตัวใหม่ของธุรกิจและการบริหารจัดการภายในองค์กรให้มีต้นทุนที่เหมาะสมมีแผนการที่ดีแล้วแค่ไหน หากคุณมีทุกอย่างพร้อมแล้ว คุณมีการพัฒนาต่อยอดความรู้และเทคโนโลยีขึ้นสูงอย่างต่อเนื่องหรือไม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นปัจจัยพื้นฐานที่จะผลักดันให้องค์กรของคุณสามารถสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ ตามที่คุณต้องการได้



SMEs กับภูมิคุ้มกันภาวะวิกฤต

เมื่อเกิดภาวะวิกฤต แม้ว่าผู้ประกอบการ SMEs ต้องรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ที่มาพร้อมกับวิกฤตนั้นอย่างรอบด้าน แต่ผู้ประกอบการก็ต้องไม่ลืมด้วยว่ายังคงต้องบริหารงานให้บริษัทสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปด้วย เราจะมัวมานั่งกังวลกับวิกฤตที่เกิดขึ้นไม่ได้ เพราะภาวะวิกฤตสามารถเกิดขึ้นกับใครหรือธุรกิจใดก็ได้ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดโตไม่ว่าเล็ก กลางใหญ่ สิ่งสำคัญอยู่ที่ว่า ผู้ประกอบการจะตั้งหลักรับมือกับวิกฤตเหล่านี้อย่างไร ทั้งเรื่องของภัยพิบัติจากธรรมชาติ การเมืองที่วุ่นวาย เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ทั้งหมดนี้ส่งผลให้ธุรกิจของคุณตกอยู่ในสภาวะวิกฤตได้ตลอดเวลา บางเรื่องเราอาจจะหลีกเลี่ยงได้ แต่อย่างกรณีของภัยพิบัติทางธรรมชาติ น้ำท่วม หรือภัยแล้ง เป็นเรื่องยากที่เราจะรู้ก่อน ดังนั้นบทความนี้จะนำคุณไปสร้างภูมิคุ้มกันภาวะวิกฤตกัน เพื่อให้คุณที่เป็น SMEs สามารถรู้หลบหลีกและตัดสินใจที่จะก้าวได้อย่างถูกต้อง

หากเป็นในกรณีของสถานการณ์ภัยพิบัติ ผู้ประกอบการ SMEs ควรรู้ไว้ว่า ทางภาครัฐไม่ได้เน้นสนใจในเรื่องนี้ มีนโยบายและมาตรการมากมายที่ออกมาช่วยเหลือ

ผู้ประกอบการ SMEs ในจุดนี้ ดังนั้น ผู้ประกอบการจะต้องศึกษา ค้นคว้า และทำความเข้าใจกับมาตรการต่าง ๆ ที่ภาครัฐออกมา ผู้ประกอบการบางรายอาจคิดว่า เริ่มต้นมาด้วยตัวเองทุกอย่างก็ไม่ค่อยหวังพึ่งพาจากภาครัฐ เพราะเกรงในเรื่องของความยุ่งยากของระบบราชการ แต่การคิดและตัดสินใจแบบนั้นเลยไม่ถูกต้อง คุณอย่าลืมว่า เราไม่อาจรู้ได้ว่าภัยพิบัติจะเกิดขึ้นตอนไหนอย่างไร ก็เตรียมตัวรับมือไว้ด้วยการศึกษา มาตรการช่วยเหลือของรัฐบาลที่เกิดภัยพิบัติไว้ด้วยก็ไม่ใช้สิ่งที่จะเสียหายอะไร การยกเว้นภาษี การให้สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ และการช่วยค้ำประกันสินเชื่อ มาตรการเหล่านี้มีประโยชน์กับคุณแน่นอน แม้ไม่เกิดภัยพิบัติ คุณก็สามารถขอรับความช่วยเหลือได้ ถ้าคุณเกิดเหตุภาวะวิกฤตจากด้านอื่น ๆ และที่สำคัญมากก็คือ คุณควรการวางแผนการบริหารจัดการความเสี่ยงภัยพิบัติ (Disaster Risk Management-DRM) เอาไว้ด้วย ซึ่งถ้าคุณไม่รู้อาจจะวางแผนอย่างไร คุณก็สามารถขอรับคำปรึกษาจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ก็ได้ จัดทำแผนเอาไว้จะมีช่องทางให้ดำเนินธุรกิจต่อไปในภาวะวิกฤตได้

ในส่วนของภาวะวิกฤตที่ส่งผลกระทบต่อมาจากการเมือง หรือ ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ถ้าคุณเป็น SMEs ที่ประสบปัญหาต้องปรับตัวด้วย การตัด ลด หรือหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่มีความเสี่ยงสูงทางด้านการเงินและสภาพคล่องของกิจการ เทคนิคที่ทำให้คุณสามารถบริหารความเสี่ยงในธุรกิจของคุณได้ก็คือ การปรับกลยุทธ์

1. ปรับแผนกลยุทธ์การตลาดอย่างเร่งด่วน ซึ่งปกติแล้วแผนการตลาดในสถานการณ์ปกติเราจะดูกันที่ยอดขายทำเลที่ตั้ง โปรโมชัน หรือแผนการส่งเสริมการขาย โปรที่อัดฉีดที่จะช่วยกระตุ้นให้พนักงานมีแรงจูงใจในการขาย ทุกสิ่งทุกอย่างเหล่านี้ใช้ได้ในตอนสถานการณ์ปกติ แต่เมื่อเข้าสู่ภาวะวิกฤตการเมืองและเศรษฐกิจทำพิษ ยอดขายจะลดลง ซึ่งจุดนี้เจ้าของกิจการควรจะเริ่มทำการสังเกตสภาวะแวดล้อมทันทีที่คุณจะต้องดูว่ายอดขายลดลงเฉพาะกิจการของคุณหรือไม่ หรือว่า ธุรกิจคู่แข่งรวมทั้งธุรกิจอื่น ๆ ก็โดนไปด้วย ถ้ายอดขายลดลงเฉพาะกิจการของเราเอง นั้นแปลว่าธุรกิจของเรากำลังมีจุดผิดพลาด คุณต้องหาสาเหตุแห่งความผิดพลาดนั้นให้ได้แล้วปรับกลยุทธ์ แต่ถ้ายอดขายลดลงทั้งกลุ่มกิจการประเภทเดียวกัน นั้นเป็นสัญญาณบ่งบอกว่าวิกฤตเศรษฐกิจเกิดขึ้นแล้ว ได้เวลาที่ให้คุณจะให้ความสนใจในการระบายสินค้าที่ค้างสต็อกของคุณ ยอมตัดออกไป ยอมที่จะขาดทุนบางรายการเพื่อรักษาเงินสดไว้ในมือให้มากและนานที่สุด

2.หาช่องทางการขายที่ประหยัดต้นทุนให้มากที่สุด ถ้าในปัจจุบันการขายออนไลน์เป็นอะไรที่ตอบใจมากที่สุด เพราะเป็นตลาดการขายที่ต้นทุนต่ำสุดในบรรดาช่องทางจำหน่ายสินค้า แต่คุณก็ต้องรู้ไว้ด้วยว่าตลาดออนไลน์ก็มีข้อจำกัด นั่นคือเจ้าของธุรกิจจำเป็นต้องหาและสร้างกลุ่มลูกค้าด้วยตัวเอง และต้องใช้เวลาอยู่ไม่น้อยเหมือนกัน แม้จะทำให้คนรู้จักได้แต่ก็ใช้ว่าจะหวังผลอะไรในการจำหน่ายสินค้าได้ เพราะโลกออนไลน์เป็นอะไรที่รวดเร็ว ผ่านมาก็ผ่านไป คนรู้จักแต่เขาอาจจะไม่ซื้อสินค้าของเราก็เป็นได้ สิ่งที่คุณต้องตระหนักและพิจารณาให้ถี่ถ้วนสักหน่อยก็คือ การซื้อโฆษณา และการซื้อไลค์ สิ่งเหล่านี้ถ้าเป็นในสถานการณ์ปกติไม่อยู่ในภาวะวิกฤต เป็นสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่ง เพราะหลักการตลาดออนไลน์ยุคใหม่ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้คุณเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่แท้จริงได้ แต่ถ้าอยู่ในช่วงวิกฤต คุณก็ต้องพิจารณาอีกที เพราะการตัดสินใจซื้อโฆษณา คุณอย่าลืมว่ามีค่าใช้จ่าย ซึ่งก็เท่ากับว่าคุณก็ต้องลงทุน ซึ่งอาจจะไม่คุ้มก็ได้ ดังนั้นการ ใช้วิธีเก่าไปก่อนก็น่าจะเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ นั่นคือ สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ ทั้งภาพ ข้อความ คลิป ต้อง

พยายามให้โดนใจกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมาก ๆ และพยายามโปรโมทให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย หรือบางครั้งก็อาจจะให้กว้างออกไปเลย เป็นกระแสเลยก็ได้ ซึ่งทั้งหมดนี้ก็ต้องดูความเหมาะสมด้วย ซึ่งแน่นอน ไม่ว่าจะเล่นกับกลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ก็มีโอกาสเพิ่มยอดขายได้ทั้งคู่



3. เป็นจากรับเป็นรุก ใช้การบุกเป็นการตั้งรับ ทำเลที่ตั้งในการทำการค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เป็นเรื่องปกติที่เห็นได้ทั่วไปว่าทำเลที่ดี ๆ มักจะถูกจับจองไป ช่วงเศรษฐกิจเฟื่องฟูทำเลในการทำการค้าจะหายากมาก และมีค่าเช่าที่แพงอย่างมาก ซึ่งราคาแพงก็ไม่ใช่ว่าธุรกิจจะไปได้สวย แต่ถ้าถกอยู่ในสถานการณ์ที่เศรษฐกิจกำลังถดถอยทุกอย่างจะเป็นตรงกันข้ามทันที ทำเลการค้าต่าง ๆ จะมีที่ว่างเต็มไปหมด มีที่ให้เราได้เลือกจำนวนมากอีกทั้งยังสามารถต่อรองราคาได้ คุณจึงต้องอาศัยช่วงจังหวะเวลาแบบนี้หากทำเลการค้าใหม่ ๆ อันนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์การคาดการณ์ในอนาคตของแต่ละคนด้วย ใครมีประสบการณ์มากก็คงจะมองออก เบื้องต้นง่าย ๆ ก็คือสังเกตดูความหนาแน่นของลูกค้าในทำเลนั้น ๆ พยายามสังเกตในหลาย ๆ ช่วงเวลา ดูว่าช่วงเวลาที่ต่างกันมีความเปลี่ยนแปลงอะไรบ้าง ลูกค้าเปลี่ยนกลุ่มหรือไม่ เพื่อให้แน่ใจว่าจะมีจำนวนลูกค้าเป้าหมายเพียงพอในการเปิดร้านใหม่หรือสาขาใหม่ บางครั้งถ้าโอกาสเหมาะจะปรับธุรกิจให้เป็นธุรกิจแฟรนไชส์ จะเหมาะสมหรือไม่อย่างไร คุณจะต้องใช้ช่วงเวลาแบบนี้ให้เกิดประโยชน์กับคุณมากที่สุด ต้องใช้การบุกเดินหน้ามาเป็นการตั้งรับ ซึ่งหากคุณพบเจอทำเลดี ๆ แล้วคุณขยับขยายหรือโยกย้ายไปยังทำเลนั้น เมื่อวิกฤตถูกลามมาถึงธุรกิจคุณ ลูกค้าจากที่แรกอาจจะหายไปหมดเลยด้วยพิษเศรษฐกิจหรือ



สถานการณ์การเมือง คุณก็ยังไม่ล้ม เพราะคุณยังมีอีกที่ที่เปิดไว้ตั้งรับกับสถานการณ์เหล่านี้แล้ว ธุรกิจคุณก็ายังเดินหน้าต่อไปได้อยู่ นักธุรกิจที่ซ้ำซ้อนและมีวิสัยทัศน์จะใช้ช่วงวิกฤตนี้มองหาโอกาสและช่องทางใหม่ ๆ สินค้าใต้น่าสนใจและมีโอกาส เขาเหล่านั้นจะรับคว้าวัวมาจัดจำหน่ายในพื้นที่ของเขาทันที พวกเขาจะมองว่านี่คือโอกาสในการขยายสาขา ขยายธุรกิจอีกช่วงเวลาหนึ่งเช่นกัน เรียกว่าไม่นิ่งรอความตายอยู่กับทำเลเดิมอีกต่อไป แต่แสวงหาโอกาสใหม่ด้วยต้นทุนต่ำในช่วงเวลาวิกฤต

4.กลยุทธ์ถือครองเงินสด ถ้าตกอยู่ในภาวะวิกฤตกลยุทธ์ทางการเงินก็กลายเป็นสิ่งสำคัญอีกเรื่องที่ขาดกันไม่ได้ ธุรกิจใครแข็งแกร่งกว่ากัน เขาวัดกันที่เงินสดในมือ ไม่ว่าคุณจะประสบปัญหาเกี่ยวกับยอดขายหนักหนากอย่างไร หากคุณต้องไปพูดคุยกับธนาคารในเรื่องสินเชื่อ ธนาคารจะไม่มองสิ่งที่คุณต้องพบและประสบข้างนอก ธนาคารจะวิเคราะห์ดูเฉพาะตัวเลข

ในบัญชี ยิ่งวิกฤตตัวเลขในบัญชีต้องมีความเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ ธนาคารจะให้ความสำคัญกับการนำเงินรายได้ทุกบาทเข้าบัญชีก่อนเสมอ ดังนั้น คุณจะทำอะไรควรจะทำผ่านบัญชี อย่าจ่ายสดโดยไม่ผ่านบัญชีเด็ดขาด เพราะจะทำให้ตัวเลขในบัญชีไม่แสดง ตัวเลขในบัญชีเหล่านี้จะบอกถึงความสามารถในการบริหารเงินของธุรกิจคุณ ถ้าตัวเลขมีการเคลื่อนไหวเป็นบวก ธนาคารจะเป็นฝ่ายเดินหาเรา อย่าลืมว่าธนาคารก็เป็นองค์กรธุรกิจเช่นกัน หากถ้าเกิดพิชิตเศรษฐกิจลูกกลม เขาจะเลือกเฉพาะลูกค้าที่มีวินัยทางการเงินดีเท่านั้น

นี่คือทั้งหมดของเทคนิคที่จะช่วยสร้างภูมิคุ้มกัน ให้กับ SMEs อย่างคุณ ให้สามารถตั้งหลักรับมือกับวิกฤตได้ และสามารถที่จะพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสสำหรับคุณได้ จำไว้ SMEs ที่รู้จักปรับตัวและเตรียมรับมือแต่เนิ่น ๆ โอกาสทางธุรกิจก็จะอยู่กับคุณเสมอ



Teamwork หัวใจหลักขององค์กรที่แข็งแกร่ง

การทำงานเป็นทีม หรือ Teamwork มีความสำคัญในทุกองค์กรและเป็นสิ่งจำเป็น ทีมมีบทบาทสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของงานและทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามที่ตั้งเป้าไว้ แต่การสร้างทีมก็ต้องอาศัยวิธีการที่แยบยล ต้องมีกลยุทธ์ที่รอบคอบ จึงจะทำให้ทีมที่สร้างขึ้นมาสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด การวางหน้าที่ และบทบาทของแต่ละคนเป็นสิ่งจำเป็นที่คนจะสร้างทีมจะละเลยไม่ได้ คุณจะต้องรู้ว่าสมาชิกในทีมแต่ละคนเป็นยังไง มีความรู้ความสามารถและประสบการณ์แค่ไหน จากนั้นก็จัดวางทุกอย่างให้เหมาะสมและมอบหมายให้ทีมดำเนินการบริหารต่อ ดังนั้น การสร้างทีมต้องมีกลยุทธ์ที่ดี วันนี้เราจะมาเรียนรู้กันว่า มีกลยุทธ์ใดที่น่าสนใจบ้าง และข้อดีของการทำงานเป็นทีมอยู่ที่ไหน มาเริ่มกันเลย

1.วางแผนจากทีมเล็ก

ซึ่งตรงนี้ก่อนอื่นเลยคุณต้องถามตัวเองก่อนว่า คุณต้องการอะไร ต้องการเมื่อใด จะให้ทีมทำอะไรให้กับคุณ คือ กำหนดความชัดเจนของตัวเองก่อน จากนั้นศึกษาถึง

สภาพการณ์ภายในองค์กร ดูโครงสร้างองค์กร ดูจำนวนคน และมองคุณภาพของบุคลากรแต่ละคน ดูการกระบวนการทำงานของพวกเขา สังเกตให้ชัดว่าแต่ละคนทำงานกันอย่างไร มีวิธีคิดเกี่ยวกับการทำงานอย่างไร จากนั้นก็มองปัจจัยภายนอกด้วย ดูเหตุการณ์บ้านเมือง มองเศรษฐกิจและสภาพสังคม การพัฒนาเทคโนโลยีในบ้านเรา ถ้าทุกอย่างค่อนข้างลงตัวและพอไปได้ ก็ให้คุณเริ่มสร้างทีมเล็กขึ้นมาสักทีม วางโครงสร้างของทีม ว่าจะมีตำแหน่งอะไรบ้าง ทำหน้าที่อะไรบ้าง ต่อมาก็เลือกบุคคลเข้าร่วมทีม โดยพิจารณาจากคุณสมบัติที่บุคคลผู้นั้นมี ต้องดึงเอาคนที่มีความแตกต่างกันมารวมกัน อาจจะเริ่มต้นจากสักประมาณ 4-5 คนก่อนก็ได้ กำหนดจุดมุ่งหมาย และแนวทางที่จะนำไปสู่จุดหมายให้กับทีม เพราะทีมเล็กคุณยังมีโอกาสปรับเปลี่ยนและควบคุมได้ง่าย บางครั้งปัจจัยหลาย ๆ อย่างอาจไม่เอื้อให้การทำงานเป็นทีมประสบความสำเร็จ แต่ด้วยความเป็นทีมเล็ก การจัดการก็ย่อมทำได้ง่ายกว่า ทีมใหญ่

2. สร้างสัมพันธภาพที่ดีต่อสมาชิกในทีม

ที่ง่ายที่สุดเลยก็คือ คุณจะต้องรู้จักสมาชิกทุกคนในทีมจริง ๆ หรือรู้จักให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ ถ้าคุณรู้จักพวกเขาทุกคนดี คุณจะทราบจุดอ่อนจุดแข็งของพวกเขา ซึ่งบางทีเขาอาจปกปิดอยู่ ซึ่งถ้ามีจุดอ่อนแล้วเราไม่ทราบ ต่อไปอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานกับทีม เราจึงควรรู้จักพวกเขาให้ดี อีกประการเราจะได้รู้จักภูมิหลังประสบการณ์ที่ผ่านมา และข้อจำกัดต่าง ๆ ของพวกเขา ที่สำคัญการสร้างความสัมพันธ์ของคุณจะต้องทำอย่างเท่าเทียม อย่าให้สมาชิกในทีมคนใดคนหนึ่งรู้สึกถึงความแตกต่าง เพราะนั่นอาจจะเป็นจุดเล็ก ๆ ที่จะกลายเป็นรอยร้าวใหญ่ในอนาคตก็ได้

3. สื่อสารกับทีม

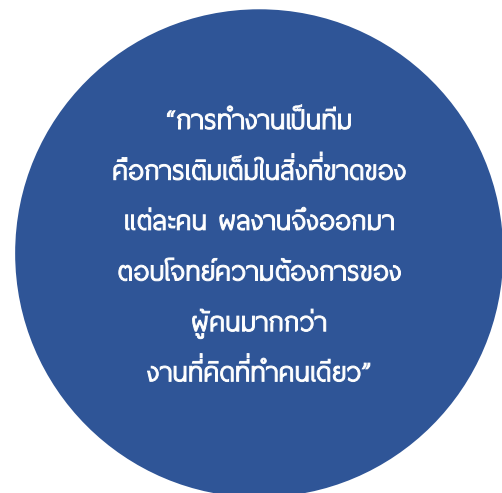
คุณต้องสร้างระบบการสื่อสารขึ้นมาสองทาง นั่นก็คือ คุณสื่อสารกับทีม และ ทางที่สองคือ ทีมสื่อสารกันเอง การใช้การสื่อสารทางแรก คือคุณต้องสื่อสารกับทุกคนในทีมอย่างเปิดเผย เมื่อเพิ่มความเป็นกันเองให้กับทีม ลดปัญหาการไว้ร้ายลดชู้สนินทาอันลับหลัง และทุกคนในทีมจะรู้สึกได้รับความสำคัญอย่างเท่าเทียมกัน ส่วนการสื่อสารทางที่สองคือการสื่อสารกันเองในทีม คือ คุณต้องปล่อยให้ทีมมีอิสระด้วยการสื่อสารกันเองในทีมเป็นการลดขั้นตอนการทำงานและช่วยให้การทำงานมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วย เพราะเป็นการปรับทีมให้พร้อมทำงานร่วมกัน

4. การประเมินผล

เมื่อทีมทำงานที่มอบหมายได้เสร็จแล้ว คุณจะต้องมีการประเมินงานด้วย การประเมินคุณต้องทำ 2 ส่วน ส่วนแรกคือ ประเมินตัวงาน ว่าตรงตามเป้าที่ได้ตั้งไว้มากน้อยแค่ไหน คุณภาพงานเป็นอย่างไร หากงานออกมายังไม่ถึงเป้าที่ตั้งไว้ คุณต้องพูดคุยสอบถามกับทีม และอธิบายอย่างมีเหตุและผลว่าทำไมถึงตั้งเป้าไว้เช่นนี้และงานไปถึงระดับไหนของเป้าหมายที่วางไว้ ให้สมาชิกทุกคนในทีมได้มีโอกาสแสดงความคิดเห็น แสดงความรู้สึกกับงานที่ออกมา คุณจะได้รับการบอกข้อจำกัดของทีมว่าติดปัญหาตรงไหนบ้าง และนำไปปรับปรุงต่อไป ส่วนที่ 2 ประเมินกระบวนการทำงานของทีม ตลอดเวลาที่ทีมทำงานคุณต้องประเมินกระบวนการทำงานอยู่เป็นระยะ ๆ แม้งานอาจจะออกมาไม่ถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ แต่ถ้ากระบวนการทำงานดี ก็เป็นสัญญาณบ่งบอกถึงความสำเร็จในการทำงานเป็นทีมแล้ว ตัวชิ้นงานอาจต้องมีการปรับเล็กน้อย ทุกอย่างก็จะสมบูรณ์

ข้อดีของการทำงานเป็นทีม

- » **บรรลุเป้าหมายในงานได้ง่ายมากขึ้น** เพราะการทำเป็นทีม งานจะต้องถูกแบ่งออกเป็นสัดส่วน ตามหน้าที่และความสามารถของสมาชิกในทีม จึงทำให้งานชิ้นใหญ่ถูกตัดทอนทำทีละส่วนแต่ก็ทำไปพร้อมกัน ๆ การทำงานจึงรวดเร็ว ถูกต้องแม่นยำและมีคุณภาพมากกว่าทำเพียงคนเดียว
- » **ช่วยสร้างความรู้สึกเชิงบวกในการทำงาน** เมื่อทุกคนในทีมต่างมีความสามารถที่แตกต่างกัน แต่ต้องมารวมตัวกันเพื่อทำงานชิ้นเดียวกัน ความท้าทายจึงเกิดขึ้น ทุกคนจะนับบทบาทหน้าที่ของตนเอง และจะต้องพูดคุยสื่อสารกับทุกคนในทีม เพราะงานทุกส่วนเชื่อมสัมพันธ์กัน จึงทำให้เกิดความสนุกสนานในการทำงาน รู้สึกว่างานไม่ใช่อะไรที่น่าเบื่อ ทุกคนจะถูกท้าทายอยู่ตลอดเวลา จึงต้องช่วยกันเพื่อให้งานออกมาดี



- » **ช่วยสร้างกำลังใจในการทำงาน** เพราะทุกคนในทีมต่างก็มีหน้าที่เท่า ๆ กัน จึงไม่มีใครรู้สึกว่าต้องมารับภาระหนักอยู่คนเดียว เมื่อมองไปทุกคนต่างก็ต้องรับผิดชอบหน้าที่ที่ตนเองถนัด เมื่อสมาชิกในทีมเห็นดังนั้นก็จะทำให้มีกำลังใจในการทำงานมากขึ้น
- » **ช่วยสร้างความมั่นคงทั้งต่อองค์กร** และต่อบุคลากรในองค์กร เมื่อทีมสามารถสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการดำเนินงานได้ ประสิทธิภาพในการทำงานก็ย่อมมากขึ้น เมื่อยอดขายและผลผลิตขององค์กรเพิ่มขึ้นจากผลงานของทีม องค์กรก็มั่นคงมากขึ้น ทีมก็อยู่ได้ รวมทั้งบุคลากร



ทุกคนในองค์กรก็จะมีความเจริญก้าวหน้าได้รับประโยชน์ด้วยกันทั้งหมด

- » **ช่วยให้ทุกคนยอมรับในฝีมือและความสามารถของกันและกัน** การตั้งทีมในช่วงแรกก็อาจจะยากบ้างเพราะทุกคนต่างก็มีความสามารถกันมาคนละด้าน แต่เมื่อมาหลอมรวมเป็นหนึ่งเดียวกันเป็นทีมงาน มีหัวหน้าทีม มีผู้ประสานงาน ตำแหน่งหน้าที่และบทบาทของทุกคนได้รับมอบหมายอย่างชัดเจน สมาชิกทุกคนในทีมงานก็จะได้แสดงฝีมือของตนอย่างทั่วถึง เมื่องานในแต่ละส่วนต้องมาเชื่อมประสานกัน จึงทำให้ทุกคนต้องคำนึงถึงกันและกันและเกิดจิตสำนึกร่วมในงาน ทุกคนจะเริ่มคิดถึงประโยชน์ของงานเป็นหนึ่งเดียว ในขั้นตอนนี้ก็จะเกิดการยอมรับนับถือกันทั้งเรื่องฝีมือ ความคิด ตำแหน่งหน้าที่ ความเข้าใจต่อกันก็จะเกิดขึ้น และทุกคนก็จะเริ่มยอมรับกันและกัน ซึ่งแน่นอนว่า การยอมรับกันและกันคือสัญญาณที่ดีในการทำงานขององค์กรทุกองค์กร

นี่จึงเป็นข้อดีของการสร้างทีมและการทำงานเป็นทีม การระดมความคิดและมุมมองที่หลากหลายย่อมสร้างสรรค์สิ่งที่เป็นประโยชน์ได้ดีกว่า การคิดคนเดียวทำคนเดียว เพราะการทำอะไรคนเดียวคือ การมองทุกอย่างเพียงด้านเดียว และจงเข้าใจไว้ว่า ไม่มีใครเก่งไปหมดทุกอย่าง การทำงานเป็นทีมคือการเติมเต็มในสิ่งที่ขาดของแต่ละคน ประสิทธิภาพในการทำงานรวมถึงผลงานจึงออกมาตอบโจทย์ความต้องการของผู้คนมากกว่างานที่คิดที่ทำได้คนเดียว ดังนั้น เรื่องของความสามารถและทักษะที่แตกต่างกันของบุคลากร ไม่นับถือว่าอุปสรรคต่อการทำงานเป็นทีม ถ้าผู้บริหารสามารถถ่วงถ่วงเอาจุดแข็งของแต่ละบุคคล ฝ่ายงานหรือแผนกแต่ละแผนก มาร่วมสร้างแนวคิดที่หลากหลาย รวมกันเป็นทีมงาน และร่วมวิเคราะห์หาหนทางสร้างกลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุด เพื่อก้าวไปสู่เป้าหมายขององค์กรที่ตั้งไว้ องค์กรก็จะมีโอกาสที่พัฒนาต่อได้อย่างยั่งยืน



บริหารคน = บริหารธุรกิจ

ธุรกิจในโลกยุคปัจจุบันมีความเจริญเติบโตขยายตัวมากขึ้น แนวคิดด้านงานบริหารบุคคลจึงจำเป็นต้องขยายและพัฒนาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของกระแสโลกด้วยเช่นกัน เพราะคุณต้องไม่ลืมว่าธุรกิจจะเติบโตและมีการก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคงต่อเนื่องได้ จะต้องอาศัยทรัพยากรบุคคลอันเป็นกลไกสำคัญที่จะทำให้ทุกอย่างถูกขับเคลื่อนไป หากคุณรู้วิธีที่จะสร้างคน คนก็จะสร้างคุณค่าให้แก่คุณด้วยเช่นกัน ดังนั้น การจะจัดการบริหารเรื่องทรัพยากรบุคคลให้มีประสิทธิภาพ คุณจึงจำเป็นต้องมีกลยุทธ์ในการจัดการ ซึ่งกลยุทธ์ที่คุณจะนำมาใช้จะต้องมีความสอดคล้องกับการบริหารงานองค์กรของคุณด้วย ซึ่งวันนี้เราจะนำเสนอกลยุทธ์ในการบริหารคนให้คุณได้นำไปปรับใช้อย่างเหมาะสม

แต่ก่อนที่จะไปถึงเรื่องของกลยุทธ์ในการบริหารคนนั้นคุณจะต้องทำความเข้าใจบางสิ่งก่อน ซึ่งถ้าคุณเข้าใจแล้วคุณก็จะเลือกใช้กลยุทธ์ได้สอดคล้องกับองค์กรของคุณ สิ่งที่คุณต้องทำความเข้าใจก็คือ

1.นโยบายองค์กรของคุณมีอะไรบ้าง คือ คุณต้องรู้ว่าวิสัยทัศน์และพันธกิจขององค์กรจะไปทางไหน ต้องการอะไร และจะได้อะไรบ้าง ซึ่งคุณจะต้องเข้าใจในจุดนี้ให้แน่ชัดเสียก่อน เพราะการที่คุณจะไปบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล คุณต้องไม่ลืมว่าการบริหารนั้นต้องให้สอดคล้องกับเป้าหมายและนโยบายขององค์กรด้วย หากเป้าหมายและนโยบายไม่ชัดเจน การบริหารบุคคลก็จะล้มเหลวไปด้วย

2.โครงสร้างองค์กรมีลักษณะอย่างไร คุณต้องกลับมาพิจารณาอีกครั้งว่า โครงสร้างองค์กรของคุณเป็นแบบแบนราบ หรือเป็นแบบลำดับชั้น เพราะทั้งสองแบบมีความแตกต่างกันแน่นอนในการวางแผนจัดการเรื่องทรัพยากรบุคคล แบบแบนราบ การทำงานค่อนข้างตรง คุณก็ต้องวางแผนจัดการบริหารแบบหนึ่ง หรือ ถ้าเป็นแบบลำดับชั้นซึ่งเป็นแบบที่มีสายบังคับบัญชา ความซับซ้อนในการจัดการย่อมมากตามไปด้วย ซึ่งคุณต้องทำความเข้าใจเรื่องนี้ให้ดีก่อนวางกลยุทธ์ที่จะใช้บริหารคน

3.รูปแบบวัฒนธรรมองค์กรเป็นแบบไหน คุณต้องเรียนรู้วัฒนธรรมและค่านิยม รวมถึงทัศนคติของคนในองค์กรด้วยว่าเป็นแบบไหน บางครั้งสิ่งเหล่านี้อาจจะเป็นสิ่งที่คิดที่ปฏิบัติกันมายาวนาน การไปปรับเปลี่ยนด้วยกลยุทธ์ที่คุณต้องการ อาจไม่สอดคล้องกับสิ่งที่พวกเขาคิดพวกเขารู้สึก ทำให้ทุกอย่างล้มครืนลงไปได้ในทันทีเช่นกัน ดังนั้นคุณต้องพิจารณาให้ดีว่า สิ่งเหล่านี้เข้าไปในทิศทางไหน ทางคุณวางกลยุทธ์ที่เหมาะสม ก็จะส่งเสริมให้ระบบการทำงานมีความแข็งแกร่งมากขึ้น ความผูกพันที่เหนียวแน่นกับองค์กรจะมีมากขึ้นด้วย

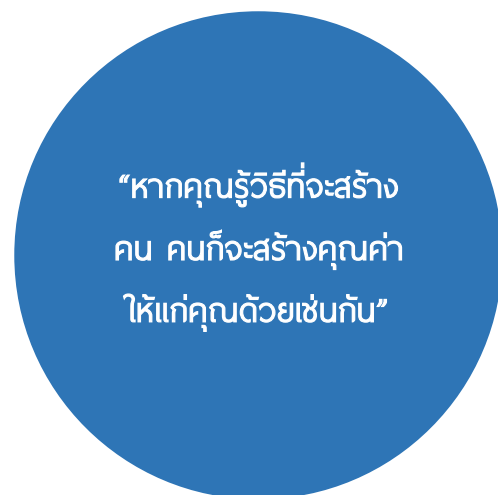
4.บุคลากรในปัจจุบันที่คุณมีเป็นคนกลุ่มไหน บางองค์กรพนักงานมีแต่คนเก่าคนแก่ มีคนหนุ่มคนสาวบ้างเล็กน้อย ส่วนบางองค์กรเต็มไปด้วยคนหนุ่มสาวรุ่นใหม่ไฟแรง ซึ่งก่อนจะวางกลยุทธ์คุณต้องพิจารณาสิ่งเหล่านี้ด้วย คุณต้องดูจำนวน เพศ อายุ การศึกษา ตำแหน่ง ประสบการณ์ในงาน ของพนักงานในองค์กร พิจารณาสัดส่วนว่าชายกับหญิง มีฝ่ายไหนมากกว่า คนรุ่นเก่ากับรุ่นใหม่ฟังไหนเยอะกว่า ส่วนมากจบการศึกษาระดับไหน ปริญญาตรีหรือปริญญาโท ประสบการณ์ทำงานมีมากน้อยแค่ไหน ปัจจัยเหล่านี้มีผลมาก เพราะบางที่คุณเอากลยุทธ์ที่เป็นเรื่องใหม่มาใช้ซึ่งไม่สอดคล้องกับพนักงานที่เป็นคนรุ่นเก่า ผลที่ออกมาจะเสียหายมากกว่าที่จะดีขึ้น ดังนั้นคุณต้องหาข้อมูลที่เป็นเหล่านี้มาพิจารณาก่อนตัดสินใจเลือกกลยุทธ์ที่จะใช้

5.ลักษณะงานส่วนใหญ่ขององค์กรเป็นอย่างไร คือคุณต้องพิจารณาในส่วนของความยากง่ายของงานในองค์กรด้วย บางครั้งงานในองค์กรมีไม่มากและไม่ใช่งานที่ยาก คุณก็ไม่จำเป็นต้องวางกำลังคนมากมาย แต่ถ้ามีส่วนงานที่ยากและต้องใช้ความชำนาญพิเศษเฉพาะด้านของบุคลากร คุณก็ควรจัดกำลังคนลงไปตรงส่วนนั้นเยอะสักหน่อย เพราะมีองค์กรไม่น้อยที่จัดกำลังคนไม่สมดุลกัน ส่วนงานที่เยอะและค่อนข้างยากกลับมีคนน้อย ส่วนงานที่เบา ๆ กลับมีคนมาก แบบนี้องค์กรจึงไม่เดินหน้า

6.สิ่งแวดล้อมโดยรวมเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงหรือไม่ คือพิจารณาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกองค์กร ดูสถานการณ์ภายในว่าตอนนี้เป็นอย่างไบบ้างกำลังไปได้หรือชะลอตัว ดูสถานการณ์บ้านเมืองและเศรษฐกิจโลกแล้วนำมาพิจารณาว่าควรจะมีการปรับกลยุทธ์หรือวางงานด้านบุคคลใหม่หรือไม่ เพราะสิ่งเหล่านี้ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจทั้งสิ้น

กลยุทธ์ในการบริหารคน

1.บริหารใฝ่ใจใส่ใจพนักงาน ผู้บริหารต้องรู้จักสร้างสัมพันธ์ภาพที่ดีกับพนักงาน สร้างความเป็นกันเอง และมีความเด็ดขาดในการตัดสินใจ ลงมือทำให้เห็นไม่ใช่แค่สั่งอย่างเดียว ซึ่งการลงมือทำคือการแสดงความสามารถของผู้บริหารออกมาด้วย ถ้าพนักงานเห็นผู้บริหารลงมามีความตื่นตัวของพวกเขามากขึ้น พนักงานก็จะทำอย่างเต็มที่ตามแบบอย่างที่คุณบริหารทำให้ดู ที่สำคัญความรักความเอ็นดู ความปรารถนาดีคุณจะต้องมีอย่างยุติธรรม ไม่เลือกที่รักมักที่ชัง นี่คือวิธีการบริหารงานที่ใฝ่ใจพนักงาน ซึ่งคุณก็จะใฝ่ใจพนักงานทุกคนไปเลย



2.เลือกใช้คนให้เหมาะสม กลยุทธ์นี้เป็นสิ่งสำคัญอีกประการ เพราะมีผู้บริหารไม่น้อยเลยที่ทำผิดพลาดในเรื่องนี้ จนในที่สุดต้องเสียบุคลากรที่มีความสามารถไป เพราะเลือกใช้คนไม่เหมาะสมกับงาน คุณต้องพิจารณาให้ดีว่านโยบายและเป้าหมายขององค์กรเป็นเช่นไร และ ใครบ้างที่เข้าใจและมีความสามารถที่จะช่วยให้องค์กรเดินไปถึงจุดนั้นแน่นอนว่าพนักงานทุกคนมีส่วนที่จะช่วยผลักดัน แต่งานที่สำคัญคุณก็ควรเลือกคนที่มีความสามารถมากพอด้วย อย่าเพียงคิดเลือกเพียงแค่นิสัยเท่านั้น เพราะคนนิสัยอาจไม่ใช้คนที่เก่งหรือมีความสามารถในเรื่องนั้นก็ได้



3. แสวงหาสิ่งใหม่ กลยุทธ์นี้ต้องเริ่มต้นจากผู้บริหารก่อนเลยเป็นอันดับแรก คุณต้องเปิดใจที่จะเรียนรู้ และกล้าคิดนอกกรอบ เปิดรับสิ่งใหม่ที่ท้าทาย ทั้งวิธีการคิดใหม่ วิธีการทำงานแบบใหม่ เทคโนโลยีที่ทันสมัยอันจะสามารถช่วยให้การทำงานง่ายขึ้น เมื่อคุณมีวิสัยทัศน์กว้างไกลออกไป คุณค่อยมาปรับพนักงาน นำแนวคิดใหม่ ๆ ที่คุณถนัดมาแล้วนั้น พูดคุยหรือกับพวกเขา ให้พวกเขาได้เตรียมตัวและปรับตัว สิ่งหนึ่งที่คุณต้องทำเลยก็คือ อธิบายต่อพวกเขาว่าทำไมต้องเปลี่ยนแปลง ซึ่งเมื่อคุณอธิบายได้ คุณจะค่อย ๆ เห็นความเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกต่อองค์กร เพราะบุคลากรก็จะค่อย ๆ ปรับตัว และปรับวิธีการทำงานใหม่ และพร้อมจะแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ในการทำงานด้วย

4. เรียนรู้จากการทำงาน การบริหารคนไม่ใช่การใช้คำสั่งกับคน แต่เป็นการใช้คำสอนกับคน คุณจะต้องทำให้พนักงานรู้สึกว่าการมาทำงานไม่ใช่การมารับคำสั่ง แต่คือการ

มาเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ ในทุกวัน คุณต้องพยายามทำให้เขารู้สึกว่าการทำงานก็คือการเรียนรู้และการฝึกปรือตนเองอย่างหนึ่ง ให้เขาได้เรียนรู้จากงานที่เขาทำนั่นเอง เมื่อเขารู้สึกว่าได้เรียนรู้อะไรใหม่ ๆ อยู่เสมอ ก็สนใจต่อการทำงานก็จะเป็นเชิงบวก พนักงานทุกคนก็จะสนุกกับงาน ดังนั้น คุณพยายามอย่าใช้คำสั่ง แต่ต้องใช้การสอน ค่อย ๆ ทำให้เขาเห็นทุกอย่างด้วยเหตุผล แล้วเขาจะรู้สึกที่กำลังเรียนรู้ ไม่ใช่ถูกบังคับให้ทำ เขาจะมีอิสระในการเรียนรู้และทดลองอะไรใหม่ ๆ มากขึ้นด้วย

4 กลยุทธ์นี้ คุณสามารถนำไปใช้ได้พร้อม ๆ กัน หรือ คุณจะแยกใช้ก็ได้ เพราะทั้งหมดนั้น ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่แตกต่างกันของแต่ละองค์กร ซึ่งคุณต้องพิจารณาความเหมาะสมด้วย เพราะกลยุทธ์เหล่านี้ไม่ตายตัวเสมอไป และอาจจะไม่เหมาะกับบางสถานการณ์ก็ได้ เมื่อคุณบริหารคนได้ คุณก็จะสามารถบริหารองค์กรให้เดินไปข้างหน้าได้อย่างไม่ยากเย็น



ความเสี่ยงในการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ HR ต้องรู้

แผนกหนึ่งในองค์กร หรือ บริษัททุกบริษัทที่มีความสำคัญไม่น้อย แต่หลาย ๆ คนมองข้ามก็คือ ฝ่ายบุคคล หรือ ถ้าจะเรียกให้เต็ม ๆ ก็ฝ่ายบริหารทรัพยากรบุคคลนั่นเอง (HR) หลาย ๆ คนอาจจะมองข้ามความสำคัญของแผนกนี้ไปแต่จริง ๆ แล้ว ฝ่ายบุคคลมีความสำคัญมากต่อการดำเนินงานขององค์กรทุกองค์กร และ ยังมีความเสี่ยงมากในการทำงานอีกด้วย ซึ่งความเสี่ยงที่เราพูดถึงอยู่นี้ในอีกความหมายหนึ่งก็คือ ระดับของผลกระทบที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร วันนี้เราจะมาดูกันว่าความเสี่ยงของ HR มีอะไรบ้าง และเราจะบริหารความเสี่ยงของ HR กันได้อย่างไร

» สรรหาคัดเลือกคนก็เป็นความเสี่ยงแล้ว

คุณจะรู้ได้อย่างไรว่าคุณเลือกพนักงานที่เหมาะสมต่อองค์กรเข้ามาทำงาน ? แน่นอน คงเป็นอะไรที่ตอบยากทีเดียว นี่คือนี่ที่ HR ต้องแบกรับเอาไว้ เพราะเมื่อคัดเลือกคนเข้ามาทำงานแล้ว ไม่เหมาะสมพนักงานก็จะลาออก รับผิดชอบต่อไปเข้ามาก็จะเป็นแบบนี้ซ้ำแล้วซ้ำเล่า ซึ่งส่งผลกระทบต่อ

องค์กรอย่างแน่นอน HR จึงต้องพยายามหาทางป้องกันจุดนี้ให้ได้

» การเก็บรักษาคนเก่งก็เป็นความเสี่ยง

คุณไม่สามารถรู้จิตใจหรือความคิดของใครได้ คุณจึงไม่มีทางรู้ว่าคนเก่งคนมีศักยภาพขององค์กร จะตัดสินใจจากองคไปวันไหน เพราะเมื่อพนักงานคนนั้นลาออกไปตำแหน่งก็จะว่างลง หากเป็นตำแหน่งไม่สำคัญยังไม่ส่งผลกระทบต่อองค์กรก็จะเกิดขึ้น หาก HR ไม่สามารถหาคนที่มีความสามารถที่เหนือหรือใกล้เคียงกันมาทำงานแทนได้ ปัญหาที่น่าหนักใจก็จะส่งผลกระทบต่อองค์กรอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

» การพัฒนาคนก็เสี่ยง

บางทีการคัดเลือกคนไปอบรม สัมมนา หรือเรียนรู้อะไรใหม่ ๆ ก็เป็นหน้าที่ ของ HR เหมือนกัน ที่ต้องคัดเลือกหรือจัดสรรคนไป ซึ่งตรงจุดนี้เองที่ทำให้ HR ต้องแบกรับความเสี่ยง เพราะเราไม่สามารถที่จะจะวัดได้ว่า เมื่อลงทุนส่ง

พนักงานไปอบรมแล้ว ความสามารถของพนักงานจะเพิ่มขึ้นจริง และ พนักงานเหล่านั้นจะนำสิ่งที่ได้เรียนรู้กลับมาใช้ในการทำงาน นี่จึงเป็นอีกหนึ่งความเสี่ยงที่หลีกเลี่ยงได้ยาก

» **จ่ายค่าตอบแทนที่มีความเสี่ยง**

การกำหนดค่าตอบแทนขององค์กรก็มีผลทำให้งานบุคคลมีความเสี่ยงไม่น้อย ไม่ว่าจะค่าตอบแทนจะสูงหรือจะต่ำกว่าก็ต้องตลาดก็ตาม มีผลทั้งคู่ ค่าตอบแทนสูง บริษัทก็ต้องรับภาระที่หนัก ถ้าสูงเป็นบางคน นอกจากภาระที่บริษัทยังหนีไม่พ้นแล้ว ปัญหาความไม่ยุติธรรมในเรื่องค่าตอบแทนจะส่งผลให้พนักงานเริ่มเกิดความแตกร้างกันเองด้วย ส่วนถ้าค่าตอบแทนต่ำ ก็ไม่จูงใจคนให้ทำงาน คนจะลาออกได้ง่าย ก็ไม่รวยที่ฝ่ายบุคคลจะต้องปวดหัวกับการสรรหาคูคนมาเข้าทำงานอยู่ตลอดเวลา

สิ่งเหล่านี้คือความเสี่ยงของ HR ที่ต้องเผชิญอยู่เสมอ ประเด็นที่สำคัญก็คือ ผู้บริหารองค์กรควรนำมาศึกษาพิจารณาหาทางป้องกันและแก้ไขสิ่งเหล่านี้ เพื่อไม่ให้กระทบกับองค์กร ซึ่งวิธีการในการบริหารความเสี่ยงของ HR มีดังนี้

1. กำหนดนโยบาย ผู้บริหารควรรับจัดทำนโยบาย และแจ้งแก่พนักงานทุกคนในองค์กร ให้พนักงานทุกคนในองค์กรได้รู้ว่ามีเปลี่ยนแปลงอะไรเกิดขึ้นในองค์กร ซึ่งเมื่อทำแบบนี้ทุกคนในองค์กรจะเห็นว่า ผู้บริหารระดับสูงให้ความสำคัญ ซึ่งนโยบายที่ร่างขึ้นมานั้น ควรมีการกำหนดหน้าที่และมอบหมายงานให้กับบุคคลที่เหมาะสมจัดการไปชั่วคราวด้วย และในนโยบาย จะต้องใส่ใจความสำคัญอีกประการระบุว่าไม่ให้มีการแทรกแซงของหน่วยงานที่เป็นบุคคลที่ 3 ด้วย

2. สืบหาความเสี่ยง เมื่อประกาศนโยบาย เพื่อให้งานในองค์กรดำเนินต่อไปได้ ต่อมาก็ต้องมาสืบค้นหาต้นตอของความเสี่ยง อาจจะมีการตั้งคณะทำงานขึ้นมาเฉพาะกิจก็ได้ ระบุและชี้ชัดออกมาว่ากำลังประสบกับความเสี่ยงในข้อใดบ้างจะเป็นในเรื่องของการบริหารสวัสดิการและค่าตอบแทน การคัดเลือกคนเข้าทำงาน ด้านแรงงานสัมพันธ์ หรือด้านการพัฒนาบุคลากร คุณจะต้องสืบหาให้เจอ และระบุให้ชัดเจนว่าเกิดปัญหาใดบ้าง

3. วิเคราะห์ความเสี่ยง เมื่อค้นพบสาเหตุแล้วก็ให้นำมาวิเคราะห์ เปรียบเทียบกับนโยบายและเป้าหมายขององค์กรเดิม ดูว่าความสมดุระหว่างทั้งสองสิ่ง คือสาเหตุที่ทำให้เกิดความเสี่ยง กับแนวทางการดำเนินงานขององค์กร สอดคล้องกันหรือไม่ ถ้าจะต้องมีการปรับอย่างใดอย่างหนึ่งจะมีความเป็นไปได้แค่ไหนและจะส่งผลอย่างไรต่อไป

4. ประเมินความเสี่ยง คุณจะต้องมีการประเมินความรุนแรงของความเสี่ยงที่เกิดขึ้น ให้อัตราระดับความเสี่ยงและความผลกระทบที่จะตามมาจัดอยู่ในระดับไหน อาจแบ่งระดับแบบน้อย ปานกลาง มาก หรือมากที่สุดก็ได้



5. จัดการกับความเสี่ยง เมื่อคุณได้ประมวลทุกอย่างแน่ชัดแล้ว คุณก็ต้องลงมือจัดการกับความเสี่ยงเพื่อให้องค์กรกระทบน้อยที่สุด ซึ่งเป็นไปได้หลายทาง คุณอาจจะเลือกรับความเสี่ยงไว้เองก็ได้ ถ้าคุณประเมินแล้วว่าการยอมจ่ายอาจจะคุ้มค่ากว่าการดันทุรัง ซึ่งจำนวนเงินที่จ่ายออกไปก็ไม่กระทบถึงองค์กรมากนัก คุณอาจจะเลือกวิธีการหลีกเลี่ยงความเสี่ยงก็ได้ ถ้าคุณรู้ว่าสาเหตุอยู่ตรงจุดไหน ก็ตัดจุดนั้นออกไปเลย เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขึ้นอีก หรือคุณอาจจะเลือกโอนความเสี่ยงหรือผลักภาระไปที่ผู้อื่นก็ได้ แต่ถ้าคุณจะเลือกวิธีนี้คุณต้องมั่นใจถึงความถูกต้องของคุณด้วย เพราะมีเช่นนั้น องค์กรของคุณก็อาจจะขาดความน่าเชื่อถือไปได้เช่นกัน และทางเลือกสุดท้ายรับมืออย่างซึ่ง ๆ หน้าและหาทางป้องกัน คือสถานการณ์เป็นอย่างไรก็แก้กันตรงนั้นเลย ส่วนที่เหลือก็หาทางป้องกันเพื่อให้เกิดความเสี่ยงได้อีก

6.หมั่นตรวจสอบความเสี่ยง เมื่อปัญหาเกิดขึ้นแล้ว คุณก็ต้องเรียนรู้จากปัญหา พยายามหาทางป้องกันอย่าให้เกิดขึ้นซ้ำ แต่ถึงจะป้องกันดีแค่ไหน ก็มีโอกามน้อยเช่นกันที่จะพลาดได้อีก ดังนั้น คุณจะต้องมีการตรวจสอบความเสี่ยงและทำการประเมินเป็นระยะ ๆ ซึ่งจะช่วยให้ความเสี่ยงเกิดขึ้นได้ยากเป็นการควบคุมความเสี่ยงที่ดีทีเดียว

ทั้งหมดนี้คือแนวทางในการบริหารความเสี่ยง HR สิ่งสำคัญก็คือ ผู้บริหารจะต้องให้ความสำคัญกับความเสี่ยงของ HR ด้วย การบริหารความเสี่ยงก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งในการประยุกต์ใช้กลยุทธ์เชิงรุกเข้ามาจัดการเรื่องต่าง ๆ ในองค์กร แม้ว่าเหตุการณ์ที่ไม่พึงประสงค์ยังไม่เกิดขึ้น ณ ตอนนี้ก็ตาม แต่องค์กรก็จำเป็นต้องเฝ้าระวังและติดตามไม่ให้เกิดสิ่งที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้นเสมอจะดีที่สุด องค์กรใดมีความพร้อมมีการเตรียมรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ มากกว่าโอกาสที่จะอยู่รอดย่อมมีมากกว่าเสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของการแข่งขันเชิงธุรกิจปัจจุบันดูเหมือนจะเกิดเหตุที่ไม่คาดฝันที่อยู่นอกเหนือการควบคุมเกิดขึ้นอยู่เสมอ เรื่องของของทรัพยากรบุคคลเป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรทุกแห่งไม่ควรมองข้าม เพราะสิ่งที่จะช่วย



ให้งานสำเร็จและองค์กรเดินไปข้างหน้าอย่างมั่นคงก็คือ คน ดังนั้น การป้องกันไม่ให้เกิดปัญหาการแบกรับภาระที่หนักเกินไปของฝ่ายบุคคลก็เป็นการช่วยให้ความเสี่ยงของงานทรัพยากรลดลงด้วย



HR ยุคดิจิทัลต้องปรับตัวอย่างไร

เมื่อโลกก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มตัว Internet การสื่อสารไร้สายได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงโลก ย่อโลกให้เล็กลง ทุกอย่างเปลี่ยนไปหมด การทำธุรกิจ การบริหารงานองค์กรทุกอย่างจึงจะต้องปรับเปลี่ยนให้เข้ากระแสโลกด้วยเช่นกัน ทุกอย่างต้องรวดเร็วมากขึ้น ต้องแม่นยำมากขึ้น เพียงแค่เสี้ยวนาทีทุกอย่างอาจเปลี่ยนแปลงจนไม่เหลือเค้าโครงเดิมก็ได้ นี่คือสภาพของการเปลี่ยนแปลงในยุคปัจจุบัน องค์กรธุรกิจจึงต้องหาวิธีที่จะช่วงชิงโอกาสที่มีอันน้อยนิดเหล่านี้ หากองค์กรไหนยังใช้วิธีการเดิม ๆ ในการทำงาน ความสามารถทางการแข่งขันก็จะด้อยลงทันที และแน่นอนงานบริหารทรัพยากรบุคคลหรือ HR ส่วนงานที่องค์กรธุรกิจไม่ควรมองข้าม ก็จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการปรับตัวด้วย วันนี้เราจะมาดูกันว่า HR ในยุคดิจิทัลแบบนี้ ควรปรับตัวและเปลี่ยนแปลงตนเองอย่างไร

HR ยุคดิจิทัล ต้องเป็นนักวางกลยุทธ์

HR ยุคใหม่ต้องรู้จักวางและรู้จัก จำเป็นต้องรู้มากกว่างานประจำที่ทำอยู่ทุกวัน ต้องเข้าใจธรรมชาติของมนุษย์ในยุคปัจจุบัน ต้องรู้จักกระแสความเปลี่ยนแปลงของสังคม

รู้ถึงตำแหน่งต่าง ๆ ในองค์กร รู้การตลาด และรู้ว่าคู่แข่งเป็นอย่างไร รู้กระบวนการดำเนินงาน และสามารถลำดับประเด็นสำคัญทางธุรกิจได้ เมื่อมีความรู้รอบด้าน เมื่อเกิดปัญหาต่าง ๆ ก็จะสามารถปรับตัวได้ทัน คือ ด้วยความรู้ที่มากมาย HR จะสามารถวางกลยุทธ์ทั้งเชิงรุกและเชิงรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

HR ยุคดิจิทัลต้องรู้จักย่อองค์กรให้เล็กลง

ในองค์กรหนึ่ง ๆ เป็นไปได้ว่าอาจมีคนหลาย Generation ทำงานร่วมกันอยู่ ซึ่งคนแต่ละรุ่นก็มักจะจับกลุ่มทำงานกับคนในรุ่นเดียวกัน แม้ว่าบางทีจะต้องทำงานร่วมกันก็ตาม แต่ด้วยความหลากหลาย Generation นี้เองจึงมีส่วนอย่างยิ่งที่เป็นอุปสรรคต่อองค์กร HR ยุคใหม่ต้องรู้จักหาวิธีที่จะย่อความห่างเหล่านี้ให้เล็กลงมากที่สุด โดยให้คนหลาย ๆ รุ่นหลาย ๆ แนวคิดอยู่ร่วมกันได้อย่างไม่มีปัญหา ง่าย ๆ ก็คือพยายามสร้างบรรยากาศของออฟฟิศที่ทำงาน ให้อุณหภูมิในบ้าน ให้อุณหภูมิถึงความ เป็นครอบครัว ใช้คำเรียกกันและกันง่าย ๆ

ให้รู้สึกถึงความเป็นพี่น้อง แต่ก่อนที่จะปรับก็ต้องดูความเหมาะสมด้วย ต้องประเมินด้วยว่าคนแต่ละกลุ่มจะรับได้หรือไม่

สรรหาบุคลากรด้วยวิธีการใหม่ ๆ

HR ในยุคใหม่ ต้องเข้าใจว่าคนรุ่นใหม่กระหายเทคโนโลยี พวกเขาเกิดมาพร้อม ๆ กับเทคโนโลยี การปรับมาใช้วิธีการที่สอดคล้องกับคนรุ่นใหม่ก็น่าจะเป็นอะไรที่เหมาะสมไม่น้อย คุณอาจไม่จำเป็นต้องทิ้งวิธีการเดิมที่เคยปฏิบัติมาเสียเลยทีเดียว อาจจะคงไว้และเสริมเพิ่มเติมด้วยวิธีการใหม่ ๆ เช่น การใช้ Social Media อย่าง Facebook, Twitter หรือ YouTube แม้ว่าช่องทางเหล่านี้จะมีช่องโหว่มากมายก็ตาม แต่ก็ยังมีโอกาสไม่น้อยที่คุณจะได้คนที่มีความเหมาะสมเข้ามาทำงานในองค์กร ผ่านช่องทางออนไลน์เหล่านี้ หรือการรับสมัครออนไลน์แล้วนัดสัมภาษณ์ก็เป็นวิธีที่ดีเหมือนกัน อยู่ที่ว่าคุณจะนัดอย่างไร คุณต้องอย่าลืมว่าปัจจุบันมีคนสมัครงานผ่านระบบออนไลน์ไม่น้อย HR มีโอกาสมากที่จะสรรหาคนที่มีความเหมาะสม จัดคนให้ตรงกับงานและให้งานส่งเสริมคน และร่วมเป็นส่วนหนึ่งของคนที่ส่งเสริมองค์กรให้เข้มแข็ง ดังนั้น วิธีเก่าอย่างทิ้ง แต่ลองใช้วิธีใหม่ด้วยก็จะได้

สามารถทำงานได้รอบด้าน

HR ในยุคใหม่ต้องมีความสามารถมากขึ้น เพราะโครงสร้างขององค์กร มีความเป็นไปได้สูงมากที่จะปรับให้เข้ากับสภาพสังคมและกระแสโลก ดังนั้น ใครที่ทำงานได้มากกว่า 1 อย่างย่อมได้เปรียบ เพราะคุณจะเป็นที่ต้องการขององค์กรมากขึ้น หากคุณสามารถทำทั้งการจัดหาบุคลากร จัดสรรคนเข้าระบบได้ ทำบัญชีเงินเดือนได้ และสามารถฝึกสอนคนรุ่นใหม่ได้ด้วย คุณก็จะได้รับการพิจารณาเป็นพิเศษ ซึ่งลักษณะดังกล่าวนี้เองที่เป็นลักษณะเด่นของ HR ในยุคดิจิทัล

สามารถคิดวิเคราะห์ได้รอบด้านและตัดสินใจเองได้

นอกจากจะต้องรู้รอบแล้ว ยังต้องคิดวิเคราะห์ได้รอบด้านด้วยเช่นกัน บางคนรู้รอบด้าน แต่รู้อย่างเดียว คือรับข้อมูลได้อย่างเดียว แต่ประมวลผลข้อมูลไม่ได้ ดังนั้น HR ในยุคดิจิทัล ก็ต้องปรับตัวเองให้เข้าสู่ระบบดิจิทัลด้วย ให้ตัวเองกลายเป็นคอมพิวเตอร์ที่ CPU แรง ๆ ฮาร์ดแวร์ดีมาก ๆ แรมจัดเต็ม สามารถที่จะรับข้อมูลได้มากและรอบด้าน คิดวิเคราะห์ได้และประมวลผลได้ด้วย แต่ละที่สำคัญไปกว่านั้นเมื่อประมวลผลได้ก็ต้องตัดสินใจได้ด้วยว่าจะทำอย่างไรกับข้อมูลที่

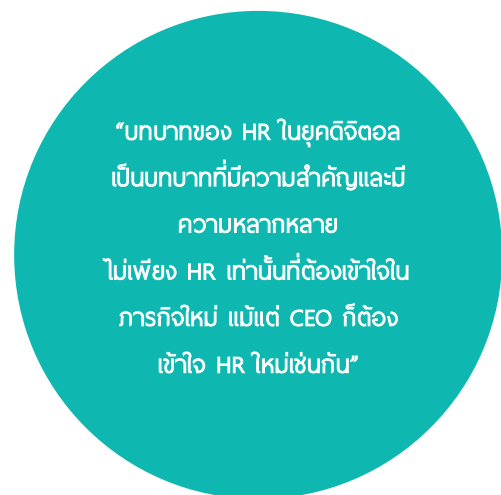
มีอยู่ ซึ่งสิ่งนี้สำคัญมากเพราะการตัดสินใจบางครั้งสามารถช่วยให้องค์กรลดภาระและขั้นตอนการทำงานได้มากมายทีเดียว

แก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี

ปัจจัยนี้อยู่ที่การสะสมความรู้และประสบการณ์ด้วย ซึ่งในเรื่องของความรู้ HR สามารถหาได้มากมายในยุคนี้ แต่ประสบการณ์ก็ต้องเกิดจากการลองผิดลองถูกกับข้อมูลที่ได้รับมา สิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีที่จะช่วยให้เรามีประสิทธิภาพในการทำงานมากยิ่งขึ้น

รู้ข้อเท็จจริงทางธุรกิจ

การรู้รอบเป็นสิ่งดีและถูกต้อง แต่อย่าลืมว่ารู้กว้างแล้วต้องรู้สึกด้วย รู้สึกก็คือ ต้องรู้ข้อเท็จจริงทางธุรกิจด้วย ต้องรู้ว่าทำงานกับใคร ลูกค้าเป็นใคร และจะวางแผนการสื่อสารกับกลุ่มต่าง ๆ อย่างไร

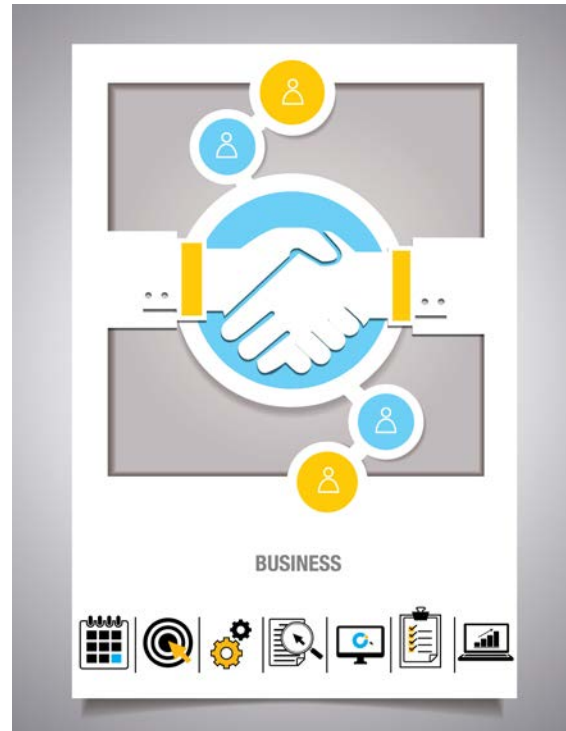


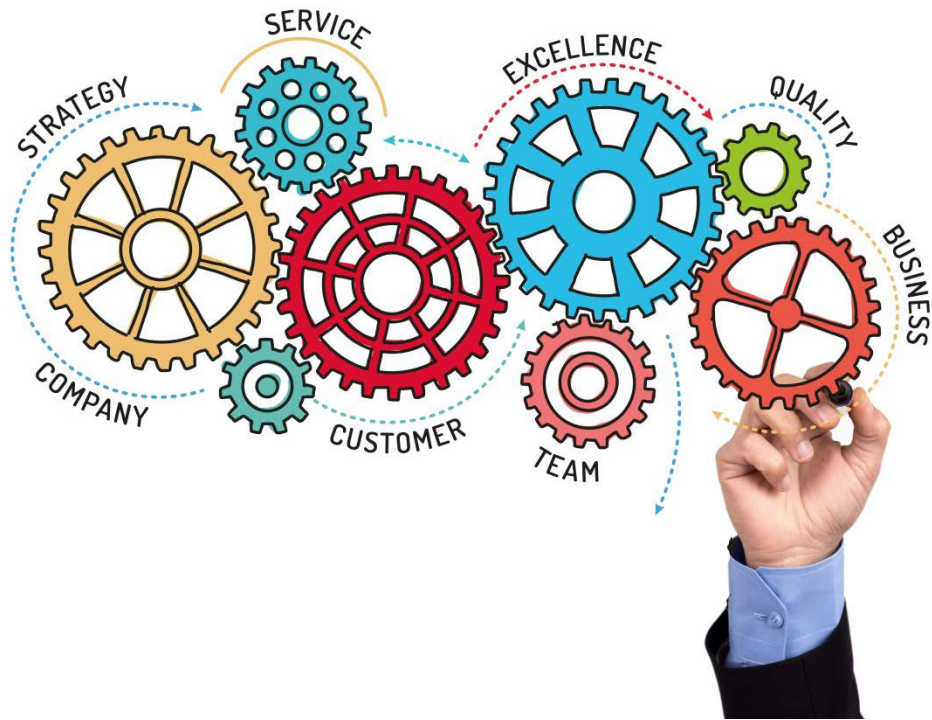
บทบาทของ HR ในยุคดิจิทัลจึงเป็นบทบาทที่มีความสำคัญและมีความหลากหลาย ไม่เพียง HR เท่านั้นที่ต้องเข้าใจบทบาทใหม่ภารกิจใหม่ แม้แต่ CEO ก็ต้องเข้าใจ HR ใหม่เช่นกัน แน่นอนว่าผู้บริหารยุคปัจจุบันต่างคาดหวังที่จะเห็นบทบาทใหม่ของ HR ที่ไม่ใช่แค่การรับสมัครคนเข้าทำงานและจ่ายเงินเดือน แต่ก็ไม่น้อยที่ผู้บริหารยังไม่ชัดเจนในตัวเอง รู้ว่าต้องการอะไรแต่ก็สร้างปัจจัยให้ไม่เอื้ออำนวยต่อการเปลี่ยนแปลง

ในยุคดิจิทัลที่ทุกอย่างก้าวไปเร็วกว่าที่คิด HR จึงต้องเพิ่มคุณค่าให้ตนเองด้วยการเปลี่ยนวิธีคิด พลิกบทบาท และการจัดการ เพื่อนำพาองค์กรให้ก้าวไปข้างหน้าตามอย่างที่

ควรจะเป็น จากเดิมที่ที่ HR เคยมองตนเองเป็นศูนย์กลาง แต่
มาในยุคปัจจุบัน HR ต้องมองคนอื่นเป็นศูนย์กลาง เพื่อให้เกิด
ความเข้าใจในสิ่งที่ต้องปรับเปลี่ยนตนเองให้สอดคล้องกับความ
ต้องการของผู้คน ซึ่งแน่นอนว่าถ้าปรับแบบนี้ก็ย่อมต้อง
สอดคล้องกับองค์กรธุรกิจในปัจจุบันที่ยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลาง
และสามารถสวมบทบาทในการช่วยผู้บริหารวางกลยุทธ์ในการ
บริหารจัดการทรัพยากรบุคคลด้วย คือสามารถเป็นเพื่อผู้คิด
ของผู้บริหารได้ด้วย

จริง ๆ แล้วหน้าที่หลักของ HR มีอยู่ 3 ประการ คือ
การสรรหาบุคลากร รักษาบุคลากร และการส่งเสริมบุคลากร
ให้กับองค์กร ซึ่งมองดูแล้วเหมือนง่ายและไม่มีอะไร แต่จริง ๆ
แล้วขั้นตอนในการทำงานจริง ๆ มีมากมายมหาศาล HR ในยุค
ใหม่นี้จึงจำเป็นต้องหาวิธีการใหม่ ๆ มาใช้จัดการ
กับหน้าที่หลักที่ต้องทำ เพื่อให้ประสิทธิภาพดีขึ้น มีความ
รวดเร็วและแม่นยำขึ้น จึงเป็นเรื่องสำคัญอยู่มากน้อยที่ HR ต้อง
ปรับเปลี่ยนแนวคิดปรับเปลี่ยนวิธีการทำงานให้สอดคล้องกับ
สภาพปัจจุบัน ซึ่งก็เป็นการยากทีเดียวที่ HR ต้องหาจุดลงตัว
ให้ได้





การสร้างวัฒนธรรมองค์กร

ในเรื่องของวัฒนธรรมในองค์กรนั้น เป็นอะไรที่ต้องใช้เวลาไม่น้อยในการสร้างให้เกิดขึ้น วัฒนธรรมในองค์กรก็คือ ค่านิยมในองค์กรนั่นเอง ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องใช้การปลูกฝัง ทำซ้ำ ๆ บ่อย ๆ และต้องรอเวลาจนสิ่งที่เรียกว่าค่านิยมหรือวัฒนธรรมนี้เกิดขึ้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้มีความสำคัญมาก องค์กรจะเดินหน้าไปได้ ก็ต้องอาศัยคนช่วยขับเคลื่อน ซึ่งถ้าวัฒนธรรมองค์กรผิดเพี้ยนมาตั้งแต่ต้น การที่องค์กรจะเดินต่อไปสู่เป้าหมายก็คงเป็นเรื่องยากทีเดียว เพราะถ้าพนักงานเกิดมีค่านิยมผิด ๆ ก็ย่อมมีผลกระทบต่อการทำงานในองค์กรอย่างแน่นอน ลองดูบริษัท Google ที่สร้างวัฒนธรรมองค์กรอันเป็นตัวอย่างที่ดี วัฒนธรรมองค์กรที่เน้นในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งทางผู้บริหารได้จัดให้มีกิจกรรมบันเทิง เพื่อผ่อนคลายพนักงานอยู่เสมอ ซึ่งสิ่งเหล่านี้กลายเป็นวัฒนธรรมขององค์กรจนพนักงานได้รับโอเอเดียใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์งาน จากกิจกรรมเหล่านั้นอยู่เสมอ มีผู้รู้หลายท่านกล่าวไว้ว่า “การสร้างวัฒนธรรมองค์กร คล้ายการเผยแพร่ศาสนา คือมีจุดเริ่มต้น แต่ไม่มีจุดจบ ต้องมีสาวกหรือคนรุ่นต่อไปช่วยกันสานต่อ” ดังนั้น เรื่องของการสร้างวัฒนธรรมองค์กรจึงเป็นเรื่อง

ที่ CEO ไม่ควรมองข้าม แต่จะมีวิธีการสร้างวัฒนธรรมองค์กรอย่างไรบ้างนั้น มาดูกัน

1.องค์กรเป็นอย่างไรให้สร้างวัฒนธรรมองค์กรจากจุดนั้น คุณต้องมองสภาพโดยรวมขององค์กรให้ออกว่า นโยบาย เป้าหมาย โครงสร้างองค์กร และพนักงานทั้งหมดเป็นเช่นไร ถ้านโยบายชัดเจน แต่ไม่เข้มงวด คุณก็ต้องสร้างบรรยากาศให้ทุกคนรู้สึกสบาย ๆ พ่อนคลาย สุดท้ายวัฒนธรรมองค์กรก็จะค่อย ๆ เกิดขึ้น บรรยากาศการทำงานของคนก็จะดูสบาย ๆ เป็นกันเอง แต่ประสิทธิภาพและระบบการทำงานไม่ได้เสียไป เพราะทุกคนเข้าใจนโยบายแล้วว่า “พ่อนคลายได้ แต่อย่าให้เสียงาน” หรือคุณอาจจะดึงออกมาจากลักษณะของโครงสร้างองค์กร มองดูว่าคุณจัดโครงสร้างอย่างไร ถ้าเป็นลำดับขั้น สายการบังคับบัญชาชัดเจน วัฒนธรรมในการทำงานแบบตามสายบังคับบัญชาจะเกิดขึ้น ทั้งนี้คุณจะต้องอาศัยการมองภาพรวมทั้งหมดก่อน จึงค่อยจัดระบบ เมื่อมีระบบชัดเจนวัฒนธรรมองค์กรก็จะเกิดขึ้น

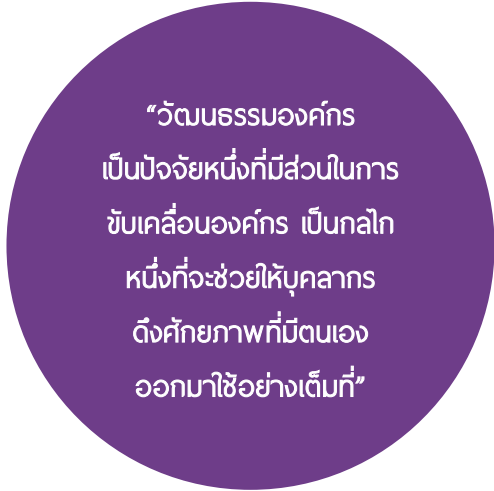
2. เลือกวัฒนธรรมที่ต้องการแล้วเชื่อมโยงเข้ากับองค์กร สิ่งนี้คุณจะต้องรู้ก่อนว่า คุณต้องการให้เกิดวัฒนธรรมอย่างไร แบบไหนกับองค์กรของคุณ แล้วสิ่งที่คุณต้องการนั้นจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของคุณบ้าง เพราะสิ่งนี้สำคัญมากหลายคนคำนึงถึงแต่สิ่งที่ตนเองต้องการจะให้เกิดขึ้น แต่ลืมนึกไปว่าอาจจะไม่ใช่เรื่องที่เหมาะสม ณ เวลานั้น จึงส่งผลกระทบต่อธุรกิจในแง่ลบแบบไม่ตั้งใจ เมื่อวางแผนทุกอย่างแล้ว ค่อยมาดูว่าสิ่งที่คุณต้องการนั้นสามารถปรับให้เข้ากับองค์กรที่เป็นอยู่ได้มากน้อยแค่ไหน การจะเชื่อมสิ่งที่คุณต้องการลงไปและให้เกิดวัฒนธรรมองค์กรนั้น ก็เหมือนนำความคิดเราไปยัดใส่สมองของคนอื่น แม้จะเป็นเรื่องที่ดี แต่ต้องใช้เวลาปรับเปลี่ยนไม่น้อย บางองค์กรมีพนักงานที่มีแนวคิดหรือทัศนคติแบบผิด ๆ ที่ฝังรากลึกมานาน หากจะให้เปลี่ยนไปในทางตรงข้ามกันก็ยังคงเป็นเรื่องที่ต้องใช้เวลาอยู่สักพักเหมือนกัน ดังนั้นผู้บริหารเองก็ต้องใจเย็น ๆ

3. วัฒนธรรมองค์กรก็ต้องมีความชัดเจน ไม่เพียงเรื่องงานหรือผลประกอบการเท่านั้นที่จะต้องกำหนดเป้าหมาย การจะสร้างวัฒนธรรมในองค์กรก็ต้องกำหนดเป้าหมายให้ชัดเจนเช่นเดียวกัน บุคลากรทุกคนในองค์กรถึงจะได้ทราบว่าจะปรับตัวอย่างไร อย่าลืมว่าวัฒนธรรมองค์กรไม่ใช่เรื่องที่จะสร้างให้เกิดขึ้นได้จากคนเพียงคนเดียว คุณจะต้องมีเป้าหมายในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ชัดเจน มีวิธีการวัดผลในแต่ละระดับที่คุณตั้งไว้ และสามารถที่จะพูดคุยและอธิบายถึงเหตุผลในสิ่งที่คุณต้องการให้พวกเขาฟังได้ พวกเขาจะได้ไม่สงสัยหรือแคลงใจว่าทำไมต้องปฏิบัติตาม

4. ทำให้วัฒนธรรมองค์กรเป็นเรื่องง่าย ๆ คุณต้องสร้างความรู้สึกให้กับคนในองค์กรว่า เรื่องของวัฒนธรรมองค์กรที่คุณต้องการ เป็นเรื่องง่าย ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับงานที่ทำ วิธีที่ง่ายที่สุดก็คือ เริ่มจากตัวคุณ ลองทำให้พวกเขาเห็น แม้จะต้องใช้เวลาก็ตามที แต่ผ่านวันเข้า พวกเขาจะเห็นสิ่งที่เป็นนามธรรมนั้นออกมาเป็นรูปธรรมเอง ซึ่งคุณจะทำให้เป็นรูปธรรมได้ คุณก็จะต้องมีการประเมินประสิทธิภาพของวัฒนธรรมในองค์กร และพยายามใช้ให้ต่อเนื่องสม่ำเสมอ เมื่อถึงจุดหนึ่งวัฒนธรรมนี้ก็กลายเป็นธรรมชาติขององค์กรไปในที่สุด

5. หมั่นคอยดูแลและรักษาวัฒนธรรม ไม่ว่าจะเป็วัฒนธรรมองค์กรที่คุณสร้างขึ้นใหม่ หรือ เป็นวัฒนธรรมองค์กรแบบเดิมที่อยู่แล้วก็ตาม สิ่งสำคัญประการหนึ่งที่ไม่คว

ละเลยก็คือ หมั่นคอยสังเกตและตรวจสอบความเปลี่ยนแปลง ดูว่ากาลเวลาได้ทำให้วัฒนธรรมดี ๆ ที่สร้างไว้หรือมีอยู่แล้วนั้นเปลี่ยนแปลงไปบ้างไหม เพราะคุณต้องไม่ลืมว่าวัฒนธรรมองค์กรนั้นเป็นเรื่องที่มีความซับซ้อน เมื่อโลกเปลี่ยนแปลง กาลเวลาเปลี่ยนผันคนก็อาจหลงไปจากแนวทางที่วางไว้ได้ง่ายดาย ดังนั้น ผู้บริหารควรจะมีการตรวจสอบอยู่เสมอ เมื่อเห็นว่าใครหลุดออกนอกแนวก็คอยแนะนำเขา เพื่อให้เขาเข้าใจ และกลับเข้าสู่วัฒนธรรมองค์กรตามที่เราวางไว้



6. ดูกระแสดอรับจากวัฒนธรรมองค์กรที่เปลี่ยนแปลง นอกจากการวัดผลแล้ว คุณจะต้องดูกระแสดอรับกับการเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมองค์กรด้วย ซึ่งวิธีการที่คุณจะรู้ว่ากระแสดอรับเป็นอย่างไรก็คือ การพูดคุย โดยตรงกับพนักงาน คุณควรหาวันสักวัน เรงงานสักระยะหนึ่ง และลงไปพูดคุยกับพวกเขา ซึ่งคุณต้องแสดงให้เห็นถึงการเปิดรับความคิดของพวกเขาอย่างอิสระด้วย ซึ่งถ้าทำแบบนี้ คุณก็จะได้กระแสดอรับที่เป็นข้อมูลจริงมา โดยไม่ต้องมานั่งนับตัวเลขอะไรให้วุ่นวาย เมื่อกระแสดอรับออกมา ไม่ว่าจะออกมาในทางบวกหรือทางลบก็ตาม คุณก็ต้องเก็บข้อมูลไว้ในใจก่อน จากนั้นค่อยนำมาประมวลผลดูว่า สิ่งที่ต้องทำต่อไปคืออะไร ถ้ากระแสดอรับดี คุณจะคงวัฒนธรรมองค์กรแบบนี้ไว้ได้อย่างไร และจะมีวิธีการอย่างไรที่จะถ่ายทอดสู่รุ่นต่อไป แต่ถ้ากระแสดอรับออกมาในทางลบ คุณก็ต้องมาพิจารณาวัฒนธรรมองค์กรที่เหมาะสมใหม่อีกครั้ง

7. ปลักดันวัฒนธรรมองค์กรให้เป็นจุดขาย ถ้าวัฒนธรรมองค์กรของคุณประสบความสำเร็จ ทุกอย่างไปได้ดี คนสำเร็จงานสำเร็จ คุณก็อาจยึดโอกาสตรงนี้เลยพลักดัน



วัฒนธรรมองค์กรของคุณออกเป็นจุดขาย มองให้เป็นจุดเด่น อีกจุด ซึ่งวัฒนธรรมองค์กรที่โดดเด่นนี้จะทำให้ให้คุณเหนือ คู่แข่งและจะช่วยให้คุณได้คนที่มีคุณภาพเข้ามาร่วมงานอีก ซึ่งเมื่อคุณได้คนคุณภาพเข้ามา องค์กรก็จะเติบโตอย่างเข้มแข็ง แน่นนอน

จากวิธีการทั้งหมดแล้ว เราจะเห็นว่า วัฒนธรรม องค์กรเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนในการขับเคลื่อนองค์กร เป็นกลไก หนึ่งที่จะช่วยให้บุคลากรดึงศักยภาพที่มีตนเองออกมาใช้อย่าง เต็มที่ เป็นศูนย์รวมแนวทางการทำงาน แนวคิดและทัศนคติ ของพนักงาน ทำให้ทุกคนมองไปในทิศทางเดียวกัน เป็นสิ่งที่ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดูดีและเป็นที่น่าจดจำ

มากขึ้น เพราะแท้ที่จริงแล้ววัฒนธรรมองค์กร ก็คือความเชื่อ วิถีการใช้ชีวิต การสร้างเรื่องราว การสร้างแนวคิด รวมถึง สร้างจริยธรรมในการทำงาน จึงกล่าวได้ว่า การสร้าง วัฒนธรรมในองค์กรจริง ๆ แล้วอาจจะไม่ใช่เรื่องง่ายนัก เพราะคิดมาดีเพียงอย่างเดียวไม่พอ จะต้องรอจังหวะโอกาสที่ เหมาะสมที่จะใช้ด้วย และที่สำคัญต้องรอเวลาที่วัฒนธรรมนั้น จะค่อย ๆ เติบโต เหมือนกับการปลูกต้นกล้า ที่เราต้องรอเวลา ที่จะให้ต้นกล้านั้น เติบโตขึ้นมาเป็นต้นไม้ใหญ่ วัฒนธรรมองค์กร ก็ไม่ต่างกัน แต่ถ้าเมื่อไหร่วัฒนธรรมที่เราคิดและออกแบบมาดี แล้วนั้นเติบโตขึ้น ก็จะทำให้องค์กรมีความก้าวหน้าอย่างไม่น่า เชื่อที่เดียว



วิธีรับมือความเสี่ยง

การบริหารความเสี่ยงเป็นเรื่องที่ผู้บริหารองค์กรต้องเรียนรู้เพื่อเตรียมความพร้อมเอาไว้ เพราะความไม่แน่นอนทางธุรกิจที่เหมือนดาบสองคมนี้ สามารถเกิดและเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา และความไม่แน่นอนนี้เองก็มักจะนำความเสี่ยงมาด้วยเสมอ ความเสี่ยงจึงสามารถเกิดขึ้นได้เสมอเช่นกัน การบริหารความเสี่ยงนั้นนับว่าเป็นเรื่องสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในทุกวันนี้มากเพราะผู้บริหารที่ชำนาญและมีประสบการณ์สูงจะอาศัยโอกาสในช่วงนี้ให้เป็นประโยชน์ในการกำหนดหรือปรับกลยุทธ์ขององค์กร หรือจัดการกับความเสี่ยงให้องค์กรสามารถปรับตัวรับมือได้ทัน จึงทำให้แนวทางในการบริหารความเสี่ยงได้รับความนิยมมากในตอนนี้ เนื่องจากระบบบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้องค์กรสามารถบริหารงานไปได้อย่างราบรื่น อีกทั้งในเรื่องของการบริหารความเสี่ยงนี้ยังมีการพัฒนาต่อยอดออกไปมากมายทั้งที่เป็นภายในองค์กร และผู้เชี่ยวชาญด้านนี้โดยเฉพาะ ดังนั้น บทความนี้เราจะกล่าวถึงวิธีการบริหารความเสี่ยงกัน

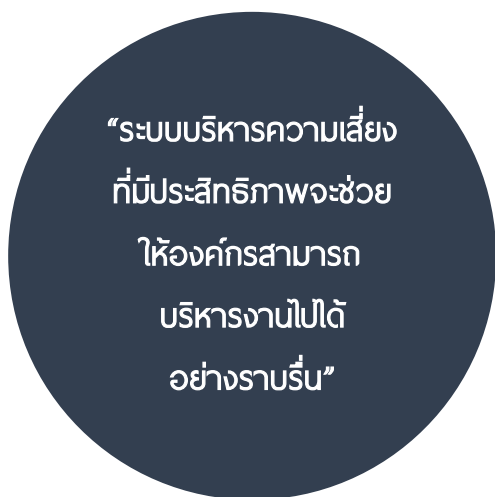
1. กำหนดความชัดเจนในจุดประสงค์ของธุรกิจ

จุดประสงค์ของการทำธุรกิจต้องมีความชัดเจน ผู้บริหารต้องมั่นใจว่าจุดประสงค์ที่ต้องการนั้นสอดคล้องกับเป้าหมายที่ตั้งไว้ แม้ว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ว่าจะมีความเสี่ยงแต่ต้องเป็นความเสี่ยงที่ยอมรับได้ คือไม่ใช่ความเสี่ยงที่หนักหนา การกำหนดจุดประสงค์ในธุรกิจต้องมีความชัดเจนว่าต้องการอะไร และต้องทำอะไรถึงจะไปถึงเป้าหมาย โดยเขียนเป็นลายลักษณ์อักษรไว้ กำหนดเป็นสัดส่วน อย่างด้านกลยุทธ์ก็ต้องกำหนดให้ชัดเจนว่าเป็นกลยุทธ์เกี่ยวกับอะไร และกลยุทธ์นั้นจะนำไปสู่เป้าหมายจุดไหนบ้าง ด้านการปฏิบัติงาน ปฏิบัติงานอะไรบ้างและต้องการประสิทธิภาพในการทำงานระดับไหน และผลของการปฏิบัติงานควรเป็นอย่างไรสามารถที่จะสร้างผลกำไรให้แก่องค์กรได้มากน้อยแค่ไหน ด้านรายงานต้องระบุให้ชัดเจนว่า เป็นรายงานเกี่ยวกับอะไร เป็นรายงานของภายในองค์กรหรือภายนอกองค์กร ด้านกฎระเบียบก็ต้องมีความชัดเจนว่า อะไรที่ทำได้อะไรที่ทำได้ และถ้าฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตาม

จะมีบทลงโทษอย่างไรบ้าง สรุปก็คือ จุดประสงค์ของการทำสิ่งต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจนั้นต้องมีความชัดเจน

2. การคาดการณ์ความเสี่ยง

อย่างที่ทราบว่าการทำธุรกิจนั้นไม่มีอะไรที่แน่นอนตายตัวเสมอไป ทุกสิ่งเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา อาจจะไปด้านบวกหรือด้านลบก็ได้ ซึ่งด้านบวกไม่มีปัญหาอยู่แล้ว แต่ถ้าเปลี่ยนไปในทางด้านลบแน่นอนว่าผลกระทบต่อองค์กรเกิดขึ้นแน่ ดังนั้นคุณจะต้องมีการคาดการณ์ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นไว้หลายๆ สถานการณ์ ดูปัจจัยในทุก ๆ ด้านที่อาจจะเกิดขึ้น ทั้งความเสี่ยงด้านการเงิน ด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านบุคลากร ด้านการปฏิบัติงาน ด้านกฎหมาย และด้านอื่น ๆ ที่คุณคิดว่าจะส่งผลกระทบต่อความเสี่ยง รวมทั้งดูแหล่งปัจจัยความเสี่ยงจากภายนอกด้วย บางครั้งคุณอาจจะมีการจัดกลุ่มเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นด้วย เช่น เหตุที่ 1 กับ เหตุที่ 3 เกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน อาจเกิดขึ้นพร้อมกัน คุณก็จัดไว้กลุ่มหนึ่ง เหตุที่ 1 เกิดขึ้นตามด้วยเหตุที่ 2 ตามมา คุณก็จัดไว้อีกกลุ่มหนึ่ง ซึ่งเมื่อคุณทำแบบนี้ ทำให้คุณต้องวางแผนรับมืออย่างละเอียด คือ ต้องมีแผนสำรองเสมอ ซึ่งนั่นเป็นการเตรียมรับมือกับความเสี่ยงที่ดีมาก ๆ



3. ประเมินความเสี่ยงที่จะทำให้คุณไม่บรรลุจุดประสงค์

คุณต้องประเมินให้ได้ว่า ถ้าความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ เกิดขึ้น แล้วมีโอกาสจะทำให้เกิดสิ่งใดที่กระทบกับจุดประสงค์ในการดำเนินงานขององค์กรบ้าง ต้องพิจารณา 2 ส่วน คือ โอกาส ดูว่ามีโอกาสที่จะเกิดสถานการณ์ต่าง ๆ ขึ้นมากน้อยแค่ไหน และส่วนที่ 2 ผลกระทบ หากเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อ

อย่างไรบ้าง ซึ่งคุณสามารถประเมินได้ทั้งเรื่องคุณภาพและปริมาณ และที่สำคัญควรมีการประเมินความเสี่ยงเช่นนี้ทั้งก่อนการเกิดความเสี่ยง และหลังจากเกิดความเสี่ยงด้วยก็จะได้ เพราะคุณจะได้รู้ปฏิกริยาที่ก่อนและหลังของผู้บริหาร พนักงาน และคุณจะได้รู้ว่า แต่ละคนแต่ละฝ่ายมีวิธีการในการทำงานในสภาวะต่าง ๆ ภายใต้อันตราย กระบวนการปฏิบัติงานมีความเปลี่ยนแปลงไปบ้างหรือไม่

4. จัดการกับความเสี่ยง

เมื่อคุณมีการประเมินความเสี่ยงแล้ว คุณก็ต้องมีวิธีการจัดการกับความเสี่ยงด้วย คุณต้องพิจารณาว่าจะเลือกวิธีใดในการจัดการกับความเสี่ยง ซึ่งก็จะมีอยู่ 4 วิธีด้วยกันคือ

- ▶ หลีกเลี่ยงเหตุการณ์ เมื่อพบเจอปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดความเสี่ยง ถ้าตัดได้ตัดออกไปเลย
- ▶ แบ่งความรับผิดชอบ หรือ เรียกว่า ย้าย ๆ ก็คือ ผลักภาระไปให้ผู้อื่นช่วยรับผิดชอบในความเสี่ยง วิธีนี้ย้ำว่า ถ้าสาเหตุไม่ได้มาจากคุณโดยตรงก็เป็วิธีที่ดี แต่ถ้าสาเหตุมาจากคุณโดยตรง คุณต้องมองระยะยาวไว้ด้วย เพราะอาจมีผลต่อความน่าเชื่อถือขององค์กร
- ▶ ลดปัจจัยที่จะทำให้เกิดความเสี่ยงเพิ่ม คือ ในส่วนความเสี่ยงที่เผชิญอยู่ในปัจจุบันก็แก้ปัญหากันไป แต่ในอีกส่วนเบื้องหลังก็ค่อย ๆ ตัดปัจจัยที่จะทำให้เสี่ยงเพิ่มออกไป
- ▶ เผชิญหน้า นั่นคือ ยอมรับกับความเสี่ยงอย่างกล้าหาญ แต่ถ้าจะเลือกวิธีนี้ในการจัดการความเสี่ยงนั้น คุณต้องประเมินแล้วว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกระทบกับองค์กรไม่มากนัก

5. ควบคุมความเสี่ยง

เมื่อความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับแต่ละองค์กร รวมถึงการเลือกวิธีจัดการกับความเสี่ยงของแต่ละองค์กรมีความแตกต่างกัน การควบคุมความเสี่ยงของแต่ละองค์กรจึงมีความแตกต่างกันไปด้วย วิธีการควบคุมความเสี่ยงของแต่ละองค์กรก็จะขึ้นอยู่กับข้อกำหนดนโยบายและวิธีการปฏิบัติงานของแต่ละที่ ซึ่งอาจมีความเหมือนหรือความต่างก็ได้ จะเป็นการควบคุมทั่วไปทั้งระบบ หรือควบคุมเพียงแค่บางส่วน ก็ขึ้นอยู่กับการจัดทำนโยบายในเรื่องของการควบคุมความเสี่ยง แต่สิ่งสำคัญ



ประการหนึ่งของการควบคุมความเสี่ยงก็คือ การกำหนดหน้าที่ การควบคุมนี้ให้กับบุคลากรที่มีความชำนาญ ซึ่งเมื่อคุณ กำหนดหน้าที่แล้ว คุณจะต้องมีการแจ้งแก่นักงานทุกคนให้ ทราบถึงการทำงานในส่วนนี้ด้วย

6. ติดตามผล

การติดตามผลก็เป็นสิ่งสำคัญ เพราะนี่คือการ ป้องกันการเกิดความเสี่ยงที่ดี ถ้ามีการติดตามผลการควบคุม ความเสี่ยง คุณจะมั่นใจได้ว่าคุณจะสามารถรับมือกับความ เสี่ยงได้อยู่เสมอ คุณจะติดตามอย่างต่อเนื่อง หรือติดตามผล เป็นรายครั้งก็ตามที่ ทั้งหมดล้วนถือว่าเป็นมาตรการป้องกัน ความเสี่ยงที่ดีและเหมาะสมทั้งนั้น การติดตามอย่างต่อเนื่องก็ จะดีตรงที่ว่า หากเกิดสถานการณ์ไม่คาดคิดขึ้นคุณสามารถ แก้ไขสถานการณ์ได้อย่างรวดเร็วทันที ส่วนการติดตามผลเป็น รายครั้งเหมาะที่จะใช้เมื่อเกิดเหตุความเสี่ยงไปแล้ว เพื่อดูความ เปลี่ยนแปลง

การบริหารความเสี่ยงจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ปัจจัยสำคัญที่สุดก็จะต้องได้รับความสนใจจาก ผู้บริหารองค์กรเสียก่อน ผู้บริหารทุกคนรวมถึงพนักงานต้อง

มีความเข้าใจในความหมายของความเสี่ยงตรงกันทุกคน คือ ผู้บริหารต้องสื่อสารให้พนักงานทุกคนเข้าใจตรงกันให้ได้ การ บริหารความเสี่ยงจึงจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด และ ที่สำคัญการบริหารความเสี่ยงไม่ใช่เรื่องเฉพาะหน้า ต้องเป็น เรื่องที่มีการจัดการและทำการบริหารอย่างต่อเนื่อง ให้ทุกคนได้ ตระหนักในหน้าที่ของตนที่จะต้องมีความเสี่ยงแฝงไว้ตลอดเวลา เมื่อทำได้เช่นนั้น การตัดสินใจที่ถูกต้อง ทันเวลาทันเหตุการณ์ เพื่อป้องกันความสูญเสียกับองค์กรก็เกิดขึ้นเองอย่าง อัตโนมัติ ซึ่งตรงจุดนั้นเองอาจจะเปิดโอกาสที่ผู้บริหารอาจใช้ เป็นจังหวะในการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจขององค์กร มีผู้บริหารไม่ น้อยนำการบริหารความเสี่ยงมาเป็นเครื่องมือทางกลยุทธ์มา ช่วยผลักดันวัตถุประสงค์ขององค์กร นำหลักการบริหารความ เสี่ยงเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของแผนธุรกิจ การกำหนดงบประมาณ หรือเป็นเครื่องมือในการตัดสินใจในการลงทุน พร้อมทั้งเป็น เครื่องมือในการช่วยบริหารโครงการต่าง ๆ ขององค์กรกันด้วย จนองค์กรมีความมั่นคงและแข็งแรงขึ้นจากการใช้แผนการ บริหารจัดการความเสี่ยงนั่นเอง



หุ้นส่วนแบบไหนที่ควรเซย์โน

หลักการในการทำธุรกิจเรื่องพื้นฐานที่สำคัญเป็นอันดับแรกก็คงจะไม่พ้นเรื่องทุน ใครมีทุนมากก็หายห่วง ที่เหลือก็บริหารจัดการให้ดี แต่ถ้าใครมีทุนน้อย หรือ มีธุรกิจอยู่แล้วแต่ต้องการขยายกิจการแล้วทุนไม่พอ การหาหุ้นส่วนมาช่วยระดมทุนด้วยอีกแรง ก็เป็นเรื่องที่น่าสนใจไม่น้อยเหมือนกัน เพราะหุ้นส่วนจะเข้ามาช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในตอนเริ่มธุรกิจ ช่วยแบ่งงาน แบ่งความรับผิดชอบรวมถึงแบ่งความเสี่ยงทางธุรกิจไปด้วย แต่สิ่งสำคัญที่สุดของการมีหุ้นส่วนก็คือ การตัดสินใจเลือกหุ้นส่วน หุ้นส่วนธุรกิจก็เหมือนคู่ครอง ถ้าเลือกผิดมีสิทธิ์คิดจนตัวตายจริง ๆ ถ้าเป็นในแง่ของการทำธุรกิจแล้วเลือกหุ้นส่วนผิด โอกาสที่ธุรกิจจะล้มเหลวก็มีสูงมากทีเดียว แม้ว่าธุรกิจจะไปได้ดี ก็ตามมีไม่น้อยเลยที่สุดท้ายผลประโยชน์มาทำลายความสัมพันธ์ จนกิจการพังไปก็มีให้เห็นอยู่ตลอด ดังนั้น ก่อนที่จะเริ่มทำธุรกิจที่ต้องมีหุ้นส่วน ผู้ประกอบการทุกคนควร ศึกษาเรียนรู้ในทุก ๆ เรื่องของหุ้นส่วนให้ดีเสียก่อน ลองมาดูกันว่า หุ้นส่วนแบบไหนบ้างที่คุณควรเซย์โน ตั้งแต่เริ่มต้น

1.มีความสามารถและความชำนาญที่เหมือนกับคุณทุกประการ

การทำธุรกิจมีงานมากมายหลายด้านให้จัดการดูแลอยู่เสมอ บางครั้งคุณคนเดียวก็มีข้อจำกัดมากมาย ความสามารถและความชำนาญของเราอาจมีจำกัดเฉพาะด้าน เราต้องการคนที่มาเติมเต็มในส่วนที่เราขาด แต่หากหุ้นส่วนของคุณ มีความรู้ความสามารถไม่แตกต่างจากคุณเลย แล้วจะเติมเต็มสิ่งที่คุณขาดได้อย่างไร ก็ไม่ต่างอะไรกับการมีคุณเพิ่มขึ้นมาอีกคนเท่านั้น ปัญหาและอุปสรรคที่ยังขาดก็ไม่ได้รับการเติมเต็มอยู่เหมือนเดิม เช่น คุณอาจจะชำนาญในการจัดทำสินค้า แต่คุณไม่ชำนาญในการจัดทำบัญชี ทำงบและวางแผนการตลาด ซึ่งถ้าหุ้นส่วนของคุณไม่ได้เข้ามาเติมเต็มในเรื่องที่คุณขาดไปเหล่านี้ คุณก็เซย์โนได้เลย

2.ถ้าไม่ทุ่มเทก็ขอบาย

บางคนอาจจะมีแต่ฝัน แต่ครึ่งพ้อเอาเข้าจริงกลับทำเล่น ไม่จริงจังไม่ทุ่มเท ซึ่งเมื่อเกิดความเสียหายขึ้นคุณก็เป็นหนึ่งในเจ้าของกิจการ ยิ่งใจคุณก็ต้องรับผิดชอบ บางครั้ง

หุ้นส่วนของคุณอาจเฝ้าระวังไว้ที่ผู้คนคนเดียวเลยก็ได้ ดังนั้นคุณควรใช้เวลาสักหน่อยทำความเข้าใจจุดคุณ ดูแนวโน้มทำความเข้าใจลักษณะนิสัยของคนที่คุณจะเลือกมาเป็นหุ้นส่วนให้ดี ดูว่าเขาปกติมีความทุ่มเทให้กับการทำงานมากน้อยแค่ไหน ถ้าดูแล้วไม่ทุ่มเทก็ขอบายไปเลย

3. ถ้าไม่รับฟังความคิดเห็นของคนอื่นก็อย่าเลือกมา

การทำธุรกิจเป็นอะไรที่ต้องอาศัยการทำงานเป็นทีม และหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องพบปะผู้คน และติดต่อประสานงานกับบุคคลอื่น ๆ ดังนั้น ถ้าหุ้นส่วนของคุณมีลักษณะเป็นคนไม่รับฟังใคร เอาความคิดเห็นของตนเป็นใหญ่เท่านั้น โอกาสที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จก็แทบจะเป็นไปไม่ได้เลย เพราะหากลูกค้าเป็นคนบอกมาเอง แล้วหุ้นส่วนของคุณยังไม่รับฟังความเห็นจากลูกค้าอีก ก็จบเกมกันไปได้เลย

4. ไม่กล้าเผชิญปัญหา ไม่กล้าตัดสินใจก็ปล่อยไปเลย

การทำธุรกิจมีปัญหาที่ต้องให้แก้ไขปรับเปลี่ยนรอบด้านอยู่แล้ว ต่อให้คุณจะคิดให้รัดกุมอย่างไรก็ตามมีโอกาสที่จะเจอช่องโหว่อยู่ตลอดเพราะ ธุรกิจเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้น ถ้าคนที่คุณจะมาเลือกมาเป็นหุ้นส่วนเป็นที่ซิกแล้ว คิดเยอะคิดมากจนเกินไป ทำอะไรก็ลวนๆ ลอนๆ ไม่หมด จนไม่กล้าตัดสินใจอะไร คุณก็ปล่อยเขาไปตามทางของเขาได้เลย

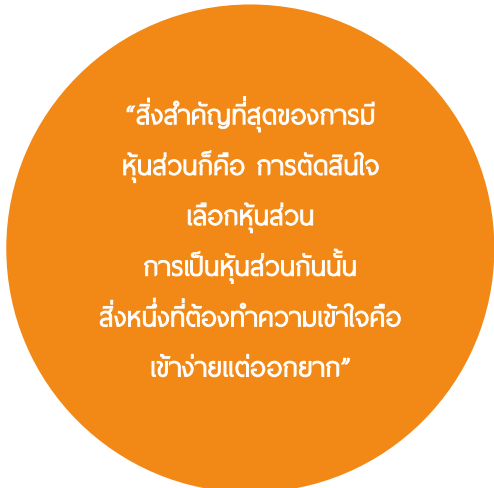
5. ไม่มีความเป็นผู้นำก็ไม่หวน

การเป็นหุ้นส่วนก็ถือว่าเป็นการรับบทบาทผู้นำอยู่แล้ว ต่อให้ธุรกิจจะเล็ก ทำกันไม่กี่คนก็ตาม หุ้นส่วนก็คือผู้นำธุรกิจอยู่ดี ถ้าหุ้นส่วนที่คุณเลือกมา ไม่มีความเป็นผู้นำอยู่ในตัวเอง ไม่แสดงความคิดเห็น ไม่มีไอเดีย ทุกอย่างก็แล้วแต่คุณทั้งหมด หากหุ้นส่วนคุณมีลักษณะแบบนี้แล้วล่ะก็ถ้าเกิดวิกฤตขึ้นมา ภาระหนักจะตกอยู่ที่คุณคนเดียว แม้ว่าหุ้นส่วนคุณจะมีเงินสนับสนุนมากก็ตาม แต่เงินก็ไม่สามารถที่จะตอบโจทยได้ทุกเรื่อง ดังนั้น ถ้าเป็นหุ้นส่วนที่ไม่มีความเป็นผู้นำก็เหมือนไม่ได้ลูกน้องเพิ่มมาอีกคน หุ้นส่วนแบบนี้คุณกอยห่างออกมาได้เลย

6. ลักษณะไม่เข้าใจหลายประการก็อย่าได้เลือกมาเป็นอันขาด

แน่นอนอยู่แล้วว่า คนที่คุณจะมาเลือกมาเป็นหุ้นส่วนคุณจะต้องรู้จักมาบ้าง ถ้าเป็นคนที่ไม่รู้จักมานาน มองกันแค่ครั้งเดียว คุณก็จะตัดสินใจได้ทันทีว่าใช่หรือไม่ใช่ แต่ถ้ากับคนที่รู้จักกันไม่นาน หรือบางทีไม่รู้จักกันเลย มีคนแนะนำให้รู้จักอีกที คุณก็ต้องพิจารณากันให้ละเอียดก่อน อย่าด่วนจะร้อนรีบ

ลงทุน แม้ว่าช่วงเวลานั้นเป็นโอกาสเหมาะที่จะหาหุ้นส่วนและลงทุนไปกับธุรกิจก็ตาม แต่ถ้าช้าลงอีกสักหน่อยเพื่อศึกษาอุปนิสัยใจคอและวิธีการทำงานของหุ้นส่วนคุณให้ดี ก็น่าจะเป็นอะไรที่ดีกว่า เพราะถ้าคุณเลือกหุ้นส่วนผิดบางทีคุณอาจจะเสียธุรกิจของคุณไปเลยก็ได้ ควรจะให้เวลากับการศึกษาหุ้นส่วนสักหน่อย อาศัยจากการพูดคุยเรื่องงาน ลองสังเกตมุมมองที่เขาคิดเขามองธุรกิจ วิถีชีวิตมองโลกของเขา ดูวิธีการติดต่อเจรจากับผู้คนของเขา ถ้ามีอะไรหลาย ๆ อย่างที่ทำให้คุณไม่ไว้วางใจแล้วละก็คุณก็อย่าเสี่ยงดีกว่าเชยไปเลยเพื่อความปลอดภัย จำไว้ว่าถ้าจะเลือกหุ้นส่วน คุณจะต้องไว้วางใจเขาได้



การจะมีหุ้นส่วน สิ่งสำคัญคุณต้องถามตัวเองก่อนว่าคุณพร้อมแล้วหรือยัง คุณต้องประเมินสถานการณ์ของคุณก่อนว่าคุณเข้าใจเป้าหมายของคุณแล้วหรือยัง คุณต้องตอบให้ได้ว่าคุณคาดหวังอะไรกับธุรกิจที่คุณทำหรือที่คุณกำลังจะทำ ถ้าคุณหาคำตอบไม่ได้ คุณก็จะรู้ว่าเวลานี้คุณต้องการหุ้นส่วนแล้วหรือยัง จากนั้นก็ให้คุณเขียนสิ่งที่ต้องทำออกมาทั้งหมด แล้วพิจารณาว่าคุณทำอะไรได้บ้าง และ ส่วนไหนที่คุณต้องการให้หุ้นส่วนของคุณมาช่วย ซึ่งตรงนี้ก็วิธีหนึ่งในการกำหนดคุณสมบัติพื้นฐานหุ้นส่วนที่คุณจะเลือกมา หุ้นส่วนคุณต้องมีความสามารถทำในสิ่งที่คุณทำไม่ได้ หรือคุณทำได้แต่ทำไม่ได้ดี เพื่อมาเติมเต็มกันและกัน และสิ่งสำคัญที่ขาดไม่ได้เลยก็คือ คุณจะต้องมีการศึกษาเรื่องกฎหมายก่อนที่จะมีการร่วมหุ้นกัน ดูในเรื่องของการลงทุนเพื่อธุรกิจถ้าเงินคุณไม่พอจะระดมทุนได้จากที่ใดบ้าง หุ้นส่วนที่ถือหุ้นอยู่ในแต่ละส่วน มีสิทธิ์อย่างไรในหุ้นที่พวกเขาถืออยู่ ศึกษาให้ละเอียดถี่ถ้วนเพื่อป้องกันตนเองจากปัญหาต่าง ๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ในภายหลัง

หากคุณได้หุ้นส่วนแบบที่คุณต้องการมาแล้วก็จัดการแบ่งหน้าที่กันให้ชัดเจน

การเป็นหุ้นส่วนกันนั้น สิ่งหนึ่งที่ต้องทำความเข้าใจคือ เข้าง่ายแต่ออกยาก เป็นหุ้นส่วนกันก็แค่เจรจาพูดคุยขายฝันไปด้วยกัน แต่เมื่อฝันไม่ได้เป็นอย่างที่คิด การจะถอนตัวออกมาไม่ใช่เรื่องง่ายเสียแล้ว ทางที่ดีคุณควรมีการทำสัญญาเอาไว้ให้ชัดเจน ระบุไปเลยว่าใครทำอะไรบ้าง ใครต้องรับผิดชอบส่วนไหน แต่สิ่งหนึ่งที่คุณต้องระวังก็คือ ตัวสัญญาเอง บางครั้งก็อาจเป็นข้อผูกมัดตัวคุณเองด้วยเช่นกัน เพราะบางทีคุณอาจเป็นฝ่ายที่ต้องขอกอหย แต่ตัวสัญญาระบุไว้ว่าคุณจะกอหยไม่ได้ ถ้าคุณต้องการเลิกคุณอาจต้องเสียอะไรบางอย่างไปตามรายละเอียดที่ระบุไว้ในสัญญา การจะทำสัญญาระหว่างหุ้นส่วนจึงต้องระมัดระวังหลายเรื่องเช่นกัน แต่ประเด็นหลักก็ยังไม่อยู่ที่การเลือกหุ้นส่วนนั่นเอง ถ้าหุ้นส่วนวิไวใจดี และเป็นส่วนที่เต็มเต็มเรา สัญญาที่ไม่ใช่ปัญหา แม้มีเพียงสัญญาปากเปล่า ปัญหาที่จะไม่เกิด เพราะทุกฝ่ายทำอย่างเต็มที่ตามหน้าที่และความรับผิดชอบของตัวเอง ซึ่งหุ้นส่วนที่ดีจะช่วยสนับสนุนส่งเสริมกันและกันและยังช่วยกระตุ้นการทำงานของกันและกันด้วย





จัดออฟฟิศอย่างไรให้รวย

“สถานที่ทำงานดี ก็สร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงาน บรรยากาศที่ดีในการทำงานก็จะสร้างผลงานที่ดีให้แก่องค์กร” คำกล่าวนี้คงไม่ผิดนัก เพราะออฟฟิศสถานที่ทำงาน เป็นเสมือนบ้านหลังที่สอง บางคนใช้เวลาอยู่ในที่ทำงานมากกว่าอยู่ที่บ้านตนเองด้วยซ้ำถ้านับเวลากันแล้ว เมื่อคนเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจ การจะจัดสรรพื้นที่ทำงานให้กับคนก็จึงไม่ใช่เรื่องที่ผิดแต่อย่างใด ออฟฟิศหรือสำนักงานควรเป็นสถานที่ที่มีบรรยากาศดีส่งเสริมการทำงาน ออฟฟิศบางที่มีการจัดตกแต่งอย่างสวยงามมีสีสันดูฉูดฉาดตาเพื่อช่วยเพิ่มบรรยากาศในการทำงานของพนักงานทุกคนให้ดีขึ้น และยังช่วยในเรื่องของความคิดสร้างสรรค์ของพนักงานด้วย ส่วนบางที่มีการจัดตกแต่งเช่นกันแต่เน้นความเรียบง่ายและความสงบเพื่อสมาธิของพนักงาน การจัดตกแต่งออฟฟิศจึงเป็นอีกเรื่องหนึ่งที่ผู้บริหารไม่ควรมองข้าม เพราะการใส่ใจลงทุนในจุดนี้เพียงเล็กน้อย ก็สามารถทำให้พนักงานรู้สึกได้ว่าผู้บริหารก็ใส่ใจพวกเขาเช่นกัน และการลงทุนในจุดนี้อาจเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพวกเขาอย่างไม่น่าเชื่อเลยก็ได้ เมื่อ

ประสิทธิภาพในการทำงานมา นั่นหมายถึงผลประโยชน์ที่ดีของบริษัทนั่นเอง

การจัดออฟฟิศไม่เพียงแต่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานเท่านั้น ยังมีส่วนดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาอีกด้วย เพราะสถานที่บรรยากาศดีใคร ๆ ก็อยากไป ซึ่งเมื่อออฟฟิศคุณดูสดใส จึงทำให้องค์กรดูน่าเชื่อถือในสายตาของลูกค้ามากขึ้น เพราะออฟฟิศก็คือหน้าตาขององค์กร หลายสิ่งหลายอย่างที่อยู่ในออฟฟิศทั้งการตกแต่งภายนอก ตกแต่งภายใน การจัดวางโต๊ะ จัดวางเอกสารบนชั้น ชั้นน้ำ และส่วนที่เป็นห้องประชุมทุกส่วนล้วนมีผลต่อความรู้สึกของลูกค้าทั้งสิ้น อย่างห้องน้ำเป็นสิ่งที่จะสะท้อนอะไรได้มากมายทีเดียว ห้องน้ำสามารถที่จะบ่งบอกถึง ความเอาใจใส่ ลักษณะนิสัยของคนในองค์กร รวมถึงวัฒนธรรมในองค์กรด้วย ดังนั้นผู้บริหารจึงไม่ควรมองข้ามเรื่องเหล่านี้ไปโดยเด็ดขาด ทุกสิ่งเหล่านี้มีผลต่อการเติบโตขององค์กรทั้งสิ้น ถ้าคุณต้องการให้ธุรกิจของคุณเติบโตมากกว่านี้ลองเริ่มง่าย ๆ จากการจัด

ออฟฟิศ ซึ่งวิธีที่จะจัดออฟฟิศให้มีแต่ความก้าวหน้าและรับ
ทรัพย์ คุณสามารถทำได้ดังนี้

ถ้าองค์กรของคุณต้องการความน่าเชื่อถือ และดูภูมิ
ฐานสักหน่อย ก็พยายามอย่าใช้สีฉูดฉาด ฟ้าใช้สีที่ดูเรียบ ๆ สี
โทนอ่อน หรือสีเทาอ่อน ๆ เพื่อให้ดูมีชั้นและสงบ และก็เลือก
เฟอร์นิเจอร์ที่เข้ากับโทนสีที่ใช้ ฟ้าใช้เครื่องหนัง หรืองานไม้ที่ดู
คลาสสิก อาจมีต้นไม้เล็ก ๆ ที่ช่วยทำให้บรรยากาศดูผ่อนคลาย
หรืออาจจะตกแต่งผนังเพิ่มเติมด้วยภาพที่มีชื่อเสียงที่ดู
เรียบง่ายก็ได้

ถ้าองค์กรของคุณต้องการอะไรที่ดูตื่นตาและทันสมัย
ก็ฟ้าใช้สีสันทันทีสุดตามาก ๆ อย่างสีส้ม สีแดง หรือ สีเหลือง
ซึ่งจะให้โทนอารมณ์ที่ตื่นตัว ดูกระฉับกระเฉงและน่าสนใจ
เฟอร์นิเจอร์ก็ใช้อะไรที่ดูทันสมัย เน้นใช้เป็นกระจกใส หรือโต๊ะ
เก้าอี้ที่มีทรงเก๋แปลกตา หรือบางครั้งก็อาจจะมีเฟอร์นิเจอร์
เป็นงาน DIY มาร่วมด้วยก็ได้ พื้นที่ที่ว่างก็อาจใช้เป็นรูปปั้นที่ดู
เป็นงานศิลปะแปลกตา ผนังก็อาจจะใช้ภาพที่เน้นสีสดชัดเจน
หรือพวกภาพ Abstract ก็เป็นไอเดียที่ไม่เลวทีเดียว

สิ่งสำคัญในการจัดออฟฟิศตรงจุดนี้ก็คือ ต้องมี
ความชัดเจน อย่าพยายามนำสองส่วนสองแบบนี้มาผสมกัน
เป็นอันขาด เพราะสุดท้ายแล้วจะไม่สื่อถึงอะไรเลย จะดูใหม่ก็ไม
ใหม่ จะว่าน่าเชื่อถือก็ดูไม่เหมือน ซึ่งถ้านำมาผสมกัน จะทำให้
เกิดความสับสนได้ ก็จะทำให้ดูเหมือนองค์กรไม่มีจุดยืนที่
แน่นอน

ข้างต้นเป็นรูปแบบการตกแต่งออฟฟิศที่จะช่วยแสดง
จุดยืนขององค์กร ที่นี้มาดูกันว่า การตกแต่งออฟฟิศที่จะช่วย
เพิ่มบรรยากาศในการเรียนรู้และการทำงานจะเป็นอย่างไร ซึ่ง
เราจะใช้หลักการของ Smart Office เข้ามาช่วยก็ได้

จากภาพออฟฟิศแบบเดิม ๆ ที่เราเห็นจนชินตา คือ
มีการกั้นบล็อกเอาไว้ ฟ้าแต่ละโต๊ะของพนักงาน ฟ้าจะวางติดชิด
กันและกั้นบล็อกไว้เพื่อแบ่งอาณาเขตในการทำงาน อันนี้เป็น
ส่วนของพนักงาน ถ้าเป็นหัวหน้าหรือระดับผู้บริหาร ก็จะมีห้อง
ทำงานแยกไปอีกส่วนหนึ่งอยู่ในห้องกระจกที่อยู่ห่างไกล
พนักงานเหลือเกิน ทั้งหมดนี้คือภาพของออฟฟิศแบบเดิม ๆ
ที่คุณสามารถเห็นได้ทั่วไป แต่ถ้าเป็นออฟฟิศที่ปรับแต่งแบบ
Smart Office ก็จะเป็นภาพของฟ้าทำงานที่ไม่มีผนังกั้น จัด
วางเรียงโต๊ะทำงานเป็นแบบล้อมวง พนักงานจะนั่งทำงานกัน
เป็นกลุ่ม ๆ กลุ่มหนึ่งก็อาจจะสัก 5-6 คนก็ได้ ซึ่งหัวหน้า

นอกจากจะมีห้องทำงานส่วนตัวแล้ว ก็จะมีที่นั่งรวมกลุ่ม
ทำงานล้อมวงแบบพนักงานก็ได้ หรือ อีกลักษณะหนึ่งก็คือ ใช้
โต๊ะยาวเหมือนโต๊ะสำหรับประชุม แล้วนั่งทำงานรวมกันในโต๊ะ
เดียวกัน หัวหน้าก็อาจจะนั่งหัวโต๊ะก็ได้ ทั้งสองแบบจะช่วยให้
พนักงานและหัวหน้าสามารถปรึกษาหารือกันได้ตลอดเวลา ถ้า
ต้องการประชุมก็ตรงนั้นได้เลยไม่ต้องเสียเวลาเดินไปห้องประชุม
อีก ตรงส่วนโต๊ะทำงานของพนักงานแต่ละคนรวมถึงหัวหน้า
จะมีเพียงเอกสารงานที่ต้องทำขณะนั้น โทรศัพท์มือถือ และ
คอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊กเท่านั้น นอกนั้นจำพวกเอกสารที่ยังไม่ต้อง
ทำหรือของใช้ส่วนตัวจะไม่นำมาวางไว้เลย

เพราะหลักการนี้ต้องการให้เกิดปฏิสัมพันธ์ในการ
ทำงานอยู่ตลอดเวลา ไม่ต้องการให้มีการสร้างอาณาเขตเพื่อ
ปิดกั้นตนเองจากส่วนรวม การเปลี่ยนแปลงลักษณะนี้จะทำให้
รู้สึกว่าการทำงานเป็นทีมทำได้ง่ายขึ้น เพราะต้องมีการ
ปฏิสัมพันธ์กันอยู่ตลอดทั้งวัน ซึ่งจะช่วยให้ส่งเสริมและเกื้อหนุน
กันในการทำงาน และช่วยสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองในการ
ทำงานอีกด้วย



จะเห็นว่าลักษณะการจัดออฟฟิศแบบ Smart
Office เป็นการจัดออฟฟิศแบบระดมความคิด บรรยากาศดู
เป็นมิตรมากขึ้น ห้องทำงานเปิดโล่งดูไม่แออัดรกตา เอกสารก็
จะถูกจัดเก็บใน Server ขององค์กร ซึ่งสามารถเปิดใช้ข้อมูล
ร่วมกันได้ ใครอยากเปิดดูหรือนำมาแก้ไข นำมาใช้งานก็ง่ายและ
สะดวก ไม่จำเป็นต้องจัดซื้อตู้สำหรับใส่เอกสารสำนักงานมาให้
เปลืองงบประมาณและเปลืองพื้นที่อีกด้วย แต่สำหรับเอกสาร
หรือทรัพย์สินส่วนตัวของพนักงานแต่ละคน อาจจะมีตู้ล็อก
เกอร์เอาไว้ให้เก็บ หรืออาจจะจัดมุมส่วนตัวของพนักงานแต่ละ



คนไว้ก็ได้ ซึ่งมุมมองตัวของพนักงานก็เป็นการใช้การจัดออฟฟิศแบบเดิมนั่นเอง คือ มีโต๊ะทำงานและมุมจัดวางโต๊ะไว้ให้ แต่โต๊ะส่วนนั้นและมุมตรงนั้นเอาไว้ใช้เก็บของเท่านั้น เวลาปฏิบัติงานก็จะเป็นอีกโซนที่มีการจัดไว้ ซึ่งเป็นวิธีการที่ดี เพราะบางทีพนักงานอาจจะต้องการเวลาส่วนตัวบ้างในบางครั้ง

นี่คือเสน่ห์ของ Smart Office พื้นที่ว่างมากขึ้น สถานที่ดูโล่งขึ้น บรรยากาศจึงดีและส่งเสริมการทำงาน เมื่อความเป็นทางการลดลง พนักงานก็จะรู้สึกผ่อนคลายในการทำงานมากขึ้น ส่งผลให้พนักงานแต่ละคนเรียนรู้กันและกัน

ประสิทธิภาพในการทำงานจึงมากขึ้น องค์กรก็จะได้ประโยชน์เต็มที่ อีกทั้ง การจัดออฟฟิศแบบนี้ยังช่วยในเรื่องการลดใช้ทรัพยากรกระดาษอีกด้วย ไม่ยุ่งยากไม่ซับซ้อนแต่ทรงคุณค่ามากมาย

ทั้งหมดทั้งมวลเหล่านี้ คือ การเปลี่ยนแปลงเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่จะช่วยให้องค์กรเติบโตมากขึ้นผลประกอบการมากขึ้น กำไรมากขึ้น เพียงแค่ปรับสถานที่ทำงาน ให้เหมาะสมกับลูกค้าเหมาะสมกับพนักงาน ก็สมควรต่อองค์กร ความน่าเชื่อถือต่อประสิทธิภาพในการทำงาน ทุกอย่างก็จะเปลี่ยนแปลงไปในทางบวกทันที ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่ทำยากอีกต่อไปแล้วในปัจจุบัน เพราะทุกวันนี้โฮม ออฟฟิศ เกิดขึ้นมากมาย เป็นสถานที่ก่อตั้งเป็นสำนักงานได้ง่าย ไม่ต้องเสียค่าเช่ารายเดือน จึงมีความสะดวกในการปรับเปลี่ยน แต่ถ้าใครมีสำนักงานที่ต้องเช่าอยู่ บางทีก็อาจจะปรับเปลี่ยนอะไรบางอย่างที่ใจต้องการไม่ได้ แม้ภายนอกจะเปลี่ยนไม่ได้ แต่ภายในสำนักงานสามารถจัดวาง จัดเรียง มุมสำหรับทำงานใหม่ ๆ ได้ ไม่น่าเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยก็สามารถทำให้ผลกำไรมากขึ้นได้ ถ้าอย่างนั้นคุณก็น่าจะลองปรับเปลี่ยนบ้างนะ แล้วสิ่งดี ๆ จะได้เกิดขึ้น



เงินสดหมุนเวียน หัวใจของธุรกิจ SMEs

เงินสดคือสิ่งสำคัญในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ดังนั้นผู้ประกอบการทุกคนจึงควรวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อให้กิจการของเราสามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพการพิจารณาว่าธุรกิจของใครจะประสบความสำเร็จและสามารถดำเนินได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนนั้น หลายคนอาจคิดว่าต้องดูจากผลกำไรที่ได้รับแต่ความเป็นจริงแล้วเราต้องดูจากปริมาณเงินสดที่เข้าออกในแต่ละวันและแต่ละเดือนซึ่งปริมาณเงินที่หมุนเวียนเข้าออกนี้เราเรียกว่า กระแสเงินสด ซึ่งผู้ประกอบการทั้งหลายควรรู้จักและศึกษาให้เข้าใจเป็นอย่างดีก่อนเริ่มต้นทำธุรกิจ เพราะบัญชีกระแสเงินสดนี้สามารถนำมาวิเคราะห์ธุรกิจได้หลายอย่าง ไม่ว่าจะเป็นช่วยในการตัดสินใจลงทุนให้ถูกจังหวะหรือช่วยให้สามารถตรวจสอบ

สภาพคล่องของเงินสดที่หมุนเวียนอยู่ในองค์กรได้อีกด้วย นอกจากนี้การบริหารกระแสเงินสดที่หมุนเวียนเข้าออกก็เป็นปัจจัยสำคัญที่จะชี้วัดว่าธุรกิจของคุณจะรุ่งหรือร่วงได้เสียทีเดียว โดยหลักๆ แล้วเราสามารถแบ่งแหล่งที่มาและใช้ไปของกระแสเงินสดได้ 3 ประเภทดังนี้

กระแสเงินสดจากกิจกรรมดำเนินงาน (CFO หรือ Cash Flow from Operating Activities) หมายถึง กระแสเงินสดที่เกิดจากกิจกรรมหลักที่ก่อให้เกิดรายได้และค่าใช้จ่ายของกิจการ ตัวอย่างเช่น

รายรับ: ขายสินค้าบริการ มีลูกหนี้มาจ่ายหนี้ หรือได้รับดอกเบี้ยเงินฝากธนาคาร

รายจ่าย: จ่ายค่าวัตถุดิบหรือค่าสินค้า จ่ายหนี้ให้เจ้าหนี้ การจ่ายค่าภาษีต่างๆ

กระแสเงินสดจากกิจกรรมการลงทุน (CFI หรือ Cash Flow from Investing Activities) หมายถึง กระแสเงินสดที่เกิดจากการไปลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่างๆ ตัวอย่างเช่น

รายรับ: ขายที่ดิน อุปกรณ์สำนักงานต่างๆ เงินลงทุนระยะยาว

รายจ่าย: ซื้อที่ดิน ซื้ออุปกรณ์สำนักงาน ซื้อการลงทุนระยะยาว

กระแสเงินสดจากกิจกรรมจัดหาเงินทุน (CFF หรือ Cash Flow from Financing Activities) หมายถึง กระแสเงินสดที่เกิดจากการจัดหาเงินทุนจากผู้ลงทุนและเจ้าหนี้ ตัวอย่างเช่น

รายรับ: ออกจำหน่ายหุ้นกู้ หุ้นกู้ การกู้ยืมเงินระยะยาว

รายจ่าย: จ่ายชำระหนี้เงินระยะยาว การจ่ายเงินปันผล

ปัญหาใหญ่ที่มักเกิดขึ้นในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คือการขาดสภาพคล่องในการบริหารจัดการธุรกิจ หรืออีกนัยหนึ่งคือขาดเงินสดหมุนเวียนเพื่อใช้ดำเนินกิจการให้เพียงพอในการใช้จ่ายทั้งด้านการลงทุนและค่าใช้จ่ายบริหารต่างๆ ดังนั้นผู้ประกอบการทุกคนจึงควรหาวิธีที่จะช่วยลดหรือกำจัดปัญหานี้ออกไปแต่ไม่ต้องเป็นกังวลไปค่ะเพราะเรารวบรวมวิธีทั้งหมดมาไว้ในบทความนี้เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

วิธีการที่จะช่วยจัดสภาพคล่องทางการเงินให้กับธุรกิจ มีดังต่อไปนี้

1. กำหนดประมาณการเงินสด (Cash Budget)

งบประมาณทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญและเป็นเครื่องมือช่วยในการกำหนดกรอบแนวคิดของการดำเนินธุรกิจ ดังนั้นคุณจึงควรจดบันทึกเกี่ยวกับการเงิน ทั้งรายรับและรายจ่ายทั้งหมด เพื่อช่วยให้คุณได้ตระหนักว่าปัจจุบันบริษัทของคุณนั้นมีเงินสดอยู่มากเท่าไร กระแสเงินสดไหลเข้ามาเท่าไรและมีกระแสเงินสดไหลออกมากเท่าไร ถ้าหากพบว่าเงินสดไหลออกมาก็แสดงว่ากระแสเงินสดของคุณเริ่มที่จะติดลบแล้ว ซึ่งคุณควรระวังแก้ไขโดยทันที อย่างเช่น การตัดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นเพราะถ้าปล่อยทิ้งเอาไว้มันก็จะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ได้ลำบาก

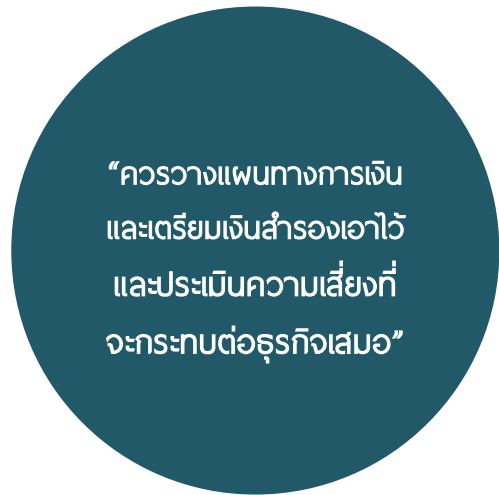
2. ตรวจสอบสถานะเงินสดของกิจการอยู่เป็นประจำ

ตรวจสอบทั้งรายรับและรายจ่าย โดยเปรียบเทียบระหว่างอดีตกับปัจจุบัน และประมาณการอนาคต การทำแบบนี้จะทำให้คุณรู้ว่าเงินสดในบัญชีของบริษัทมีจำนวนเท่าไรและเพียงพอที่จะนำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจหรือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในองค์กรหรือไม่

3. รักษาสภาพคล่อง

ควรสำรองเงินสดขั้นต่ำเพื่อกรณีฉุกเฉิน คือมีรายรับเพียงพอกับรายจ่ายหรือมีเงินเพียงพอเมื่อถึงเวลาที่

ต้องจ่ายค่าใช้จ่ายต่างๆ สามารถคาดการณ์เงินสดสุทธิระยะ 3 เดือน 6 เดือน 1 ปีข้างหน้าได้ พร้อมๆ กับบวกลบคูณหารค่าใช้จ่ายคงที่ ค่าใช้จ่ายแปรผัน แผนการลงทุนเพิ่มเติม การขยายหรือต่อยอดกิจการ และยังคงมีค่าใช้จ่ายอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นค่าน้ำค่าไฟ เงินเดือนพนักงาน หนี้การค้า หนี้บัตรเครดิต หรือหนี้เงินกู้ที่ธุรกิจต้องจ่าย ทำให้ต้องบริหารกระแสเงินสดในมือให้เพียงพอ ถึงจะเรียกว่ามีสภาพคล่อง เพราะหากบริหารเงินในส่วนนี้ไม่ได้จะกลายเป็นปัญหาให้ธุรกิจสะดุดถึงขั้นหยุดชะงักได้เลยทีเดียว



4. ประเมินความเสี่ยงทางธุรกิจ

ประเมินความเสี่ยงที่จะส่งผลกระทบต่อทุกธุรกิจ เช่น สถานการณ์เศรษฐกิจ แนวโน้มอัตราดอกเบี้ย อัตราแลกเปลี่ยน หรือความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาวัตถุดิบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องประเมินความเสี่ยงในระดับธุรกิจ คือการประเมินธุรกิจตัวเองเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เช่น การบริหารต้นทุน การลดค่าใช้จ่าย เป็นต้น เพื่อดูว่าธุรกิจของคุณมีความสามารถในการแข่งขันมากแค่ไหน และจำเป็นต้องปรับกลยุทธ์ทางธุรกิจของคุณเพื่อการแข่งขันหรือลดความเสี่ยงที่อาจเพิ่มขึ้น ซึ่งในบางกลยุทธ์นั้นก็อาจจำเป็นต้องใช้เงินสดในการลงทุนด้วยเช่นเดียวกัน

5. อย่าปล่อยให้อุปสรรคสะสมเรื้อรัง

หากเกิดปัญหาทางการเงิน ให้รีบหาทางแก้ไขโดยทันที อย่าปล่อยทิ้งเอาไว้จนสะสมกลายเป็นปัญหาเรื้อรัง เพราะในที่สุดท้ายจะทำให้หาวิธีแก้ไขได้ยากขึ้น อีกทั้งปัญหาเหล่านั้นอาจส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจของเราอีกด้วย

6.อย่าทำตามกระแสและลงทุนเกินตัว

เมื่อเกิดเทรนด์ธุรกิจฮอตฮิตในตลาดย่อมกระตุ้นต่อมความสนใจของผู้ประกอบการให้อยากลองทำดู แต่รู้หรือไม่ว่าธุรกิจที่เป็นแฟชั่นและเป็นไปแค่ตามกระแสช่วงใดช่วงหนึ่งมักจะอยู่ได้ไม่นาน เมื่อหมดกระแสลงความต้องการของลูกค้าก็จะลดลงไปด้วย ดังนั้นเราจึงไม่ควรเลือกทำธุรกิจเพราะเพียงแค่เห็นคนอื่นทำเท่านั้น เราควรเลือกทำธุรกิจที่เราต้องการจะทำจริงๆ อีกทั้งควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจเหล่านั้นให้รอบคอบและละเอียดถี่ถ้วนเสียก่อน รวมถึงวางแผนและศึกษาเรื่องทางการตลาดว่าลูกค้าและกลุ่มเป้าหมายของเราควรจะเป็นใครและทำอะไรถึงจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ

ผู้ประกอบการหลายคนอาจให้ความสำคัญกับผลกำไรและผลตอบแทนมากเกินไป จนลืมนึกไปว่าสิ่งที่สำคัญกว่านั้นคือ เงินสดที่เราควรเตรียมเอาไว้ให้เพียงพอก่อนเริ่มต้นธุรกิจใดๆ ก็ตามนอกจากนี้เรายังควรวางแผนทางการเงินและเตรียมเงินสำรองเอาไว้ ทำงานประมาณเงินสด ตรวจสอบสถานะเงินสดของกิจการอยู่เป็นประจำ รักษาสภาพคล่อง ประเมินความเสี่ยงของธุรกิจ แก้ปัญหาที่เกิดขึ้นทันทีและอย่าทำตามกระแสหรือลงทุนเกินตัว เพราะการบริหารจัดการที่ดีจะช่วยให้ธุรกิจของเราสามารถประสบความสำเร็จและดำเนินไปได้อย่างยั่งยืนและมั่นคง





บริหารจัดการองค์กรใหม่ด้วยแนวคิด Smart Office

ปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น คือการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมภายในสำนักงานให้ดูโปร่งโล่ง มีชีวิตชีวา มีความยืดหยุ่นและสนุกสนาน ลดความอึดอัดและตึงเครียดแบบสำนักงานทั่วๆ ไปลอง ซึ่งแนวคิดนี้ก็คือ Smart Office หรือออฟฟิศยุคใหม่ที่เป็นการฉีกแนวจากออฟฟิศแบบเดิมๆ ไปโดยสิ้นเชิงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนั่งออฟฟิศที่ไม่ซ้ำซากจำเจ ซึ่งการจัดสำนักงานในรูปแบบใหม่นี้จะช่วยส่งผลให้พนักงานสามารถพัฒนาความคิดที่สดใหม่ออกมาได้มากขึ้น มีสุขภาพจิตที่ดีขึ้น มีการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน ลดช่องว่างระหว่างพนักงาน และทำให้สามารถทำงานเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งทางสำนักงานยังรวมเอาสิ่งอำนวยความสะดวกและอุปกรณ์ที่ต่างๆ มาเพื่อช่วยให้อุบัติการณ์ภายในองค์กรสามารถเชื่อมโยงเข้ากับอุปกรณ์อื่นๆ ภายในสำนักงานให้สามารถใช้งานร่วมกันได้อย่างสะดวกและมีประสิทธิภาพ

บุคลากรแต่ละคนในสำนักงานจะมีทักษะหรือความชำนาญในรูปแบบเฉพาะของตัวเอง ซึ่งถือเป็นองค์ความรู้ที่

ซ่อนอยู่ภายในซึ่งเราเรียกว่า Tacit Knowledge และมันจะเริ่มปรากฏออกมาทีต่อเมื่อบุคลากรเริ่มปฏิบัติงานในตำแหน่งนั้นๆ และเมื่อบุคลากรแต่ละคนนำความรู้ของตนเองมาแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน ก็จะทำให้บุคลากรทุกคนมีความรู้เพิ่มมากขึ้นกว่าเดิม และเมื่อเรานำความรู้เหล่านั้นมาประยุกต์เป็นองค์ความรู้ใหม่ เราก็จะเรียกมันว่า Explicit Knowledge สิ่งนี้จะกลายเป็นขุมทรัพย์ทางปัญญาที่จะเปลี่ยนแปลงสำนักงานในรูปแบบเดิมให้กลายเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ในที่สุด โดย Smart Office หรือสำนักงานอัจฉริยะมีรูปแบบดังต่อไปนี้

ไม่มีอาณาเขตแบ่งกัน (No Boundary)

เป็นการยกเลิกโต๊ะนั่งประจำสำหรับพนักงานในสำนักงาน ดังนั้นพนักงานทุกคนจึงสามารถเลือกที่นั่งได้อย่างอิสระตามใจชอบ ไม่มีการแบ่งกันพื้นที่ระหว่างผู้บริหารกับพนักงานภายในองค์กร ไม่มีการแบ่งแยกแผนก พนักงานทุกคนจะต้องคอยเปลี่ยนหมุนเวียนและสลับที่นั่งกันอยู่ตลอดเวลาเพื่อลดการแบ่งแยกอาณาเขตระหว่างกันและช่วยให้พนักงานทุกได้พบปะช่วยกันระดมความคิด แลกเปลี่ยนความเห็น ความรู้และ

ประสบการณ์ รวมไปถึงการปรึกษาหารือกันได้ง่ายกว่าการจัดสำนักงานแบบส่วนตัว เพื่อให้การทำงานนั้นได้ประสิทธิภาพสูงสุด การจัดวางโต๊ะทำงานในรูปแบบนี้จะช่วยให้ผลลัพธ์การทำงานของพนักงานทุกคนมีประสิทธิภาพมากขึ้นอย่างแน่นอนค่ะ

มีการใช้ระบบเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น (Advanced Technology)

พนักงานแต่ละคนจะมีคอมพิวเตอร์สำหรับพวกเขาคนละเครื่องและสามารถเชื่อมต่อกับระบบคอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตได้ทั่วทุกพื้นที่ในสำนักงาน อีกทั้งยังสามารถทำงานได้ทั่วทุกมุมของอาคารสำนักงาน มีระบบการจัดเก็บข้อมูลและเอกสารสำคัญต่างๆ ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ทุกคนสามารถเปิดใช้ข้อมูลร่วมกันได้ ซึ่งเป็นการช่วยลดปริมาณกระดาษและเอกสารที่อยู่ภายในสำนักงานให้ลดลง อีกทั้งยังเป็นการประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บอีกด้วย ดังนั้นบนโต๊ะทำงานของพนักงานแต่ละคนจึงไม่จำเป็นต้องมีเอกสารส่วนตัวมากนัก

มีการจัดโต๊ะแบบประหยัดพื้นที่และรวมกลุ่ม

โต๊ะทำงานภายในสำนักงานจะถูกออกแบบมาให้มีขนาดเล็กกะทัดรัด เน้นให้มีลักษณะโค้งมนเพื่อให้เหลือพื้นที่ใช้สอยได้เยอะ นอกจากนี้โต๊ะทำงานจะถูกจัดเอาไว้เป็นกลุ่ม ไม่มีการแบ่งกันแผนกใดแผนกหนึ่ง ไม่มีพนักหรือสิ่งของมาคั่นระหว่างโต๊ะทำงาน เพื่อที่พนักงานทุกคนจะได้ทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิด สะดวกในการติดต่อระหว่างกัน ช่วยกันระดมความคิดและสร้างความสนิทสนมให้เกิดขึ้นภายในองค์กร

อุปกรณ์ต่างๆ ถูกจัดตั้งเอาไว้ในพื้นที่ส่วนกลาง

อุปกรณ์จำเป็นต่างๆ ภายในสำนักงาน อาทิเช่น เครื่องแพกซ์ เครื่องถ่ายเอกสาร เครื่องปริ้นท์และเครื่องสแกน จะถูกจัดรวมให้อยู่ที่บริเวณส่วนกลางซึ่งพนักงานต้องมาใช้ร่วมกันที่นี่

ส่งเสริมบรรยากาศให้ร่มรื่นด้วยต้นไม้ประดับ

นอกจากจะทำให้ภายในสำนักงานดูโล่งโปร่งสว่างและบรรยากาศสบายๆ แล้ว Smart Office ยังเน้นการประดับประดาสำนักงานให้ดูร่มรื่นด้วยต้นไม้ประดับอีกด้วย เพื่อให้พนักงานที่เครียดเรื่องงานได้รู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น

มีพื้นที่สำหรับการพักผ่อน (Relaxation)

หลังจากที่ทำงานกันอย่างเหน็ดเหนื่อยหรือเครียดมากๆ พนักงานก็สามารถเดินเข้าไปพักผ่อนในบริเวณที่จัด

เอาไว้สำหรับการพักผ่อนภายในสำนักงาน ซึ่งอาจมีทั้งโต๊ะพูลหรือโต๊ะบิงปองให้เล่นเพื่อผ่อนคลาย มีมุมเก้าอี้หวดเพื่อคลายความตึงเครียดจากการทำงาน อีกทั้งบุคลากรภายในองค์กรยังสามารถมานั่งเจอและพบปะกันที่นี่ได้อีกด้วย

นอกจากรูปแบบที่กล่าวไปข้างต้นนั้น หนึ่งในสิ่งที่สำคัญสำหรับ Smart Office ก็คือการจัดตำแหน่งพื้นที่ภายในสำนักงานออกเป็นทั้ง 4 ส่วนด้วยกันได้แก่



ส่วนปฏิบัติงานหรือ Base Zone

มีลักษณะเป็นห้องที่เปิดโล่ง ประกอบด้วยโต๊ะทำงานของพนักงานทุกระดับ แต่ไม่มีใครที่จะมีที่นั่งประจำ ทุกคนจะต้องพลัดเปลี่ยนหมุนเวียนที่นั่งกันไปเรื่อยๆ เครื่องมือสำคัญในการทำงานของพนักงานคือคอมพิวเตอร์เป็นหลัก มีการจัดเก็บเอกสารไว้ในระบบอิเล็กทรอนิกส์ ส่วนเอกสารสำคัญของพนักงานหรือทรัพย์สินส่วนตัวจะถูกจัดเก็บไว้ในตู้ล็อกเกอร์

ส่วนพื้นที่สร้างสรรค์ หรือ Creative Zone

เป็นพื้นที่สำหรับใช้ในการสร้างสรรค์ไอเดียและนำเสนอข้อมูลต่างๆ พื้นที่นี้จึงจัดให้อยู่ในส่วนของมุมห้องที่ไม่ค่อยมีคนพลุกพล่านมากนัก ใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือหลัก และนำเสนอผลงานผ่านทางจอโทรทัศน์ ในพื้นที่ส่วนนี้มักจะมีการประดับประดาด้วยกระถางต้นไม้มากเป็นพิเศษ

ส่วนพื้นที่ต้องใช้สมาธิ หรือ Concentration Zone

เป็นพื้นที่สำหรับงานที่ต้องใช้ความคิดอย่างมาก ยกตัวอย่างเช่น งานออกแบบโปรแกรมคอมพิวเตอร์หรืองานด้านกฎหมาย ดังนั้นพื้นที่บริเวณนี้จะเงียบสงบและมีความเป็นส่วนตัวมากเป็นพิเศษ มักจัดวางอยู่ในพื้นที่ที่ไม่มีคน



พลุกพล่านและมีการแบ่งพื้นที่ภายในห้องออกเป็นสัดส่วนเพื่อช่วยให้มีสมาธิในการทำงานมากยิ่งขึ้น

ส่วนสำหรับผ่อนคลายหรือ Refresh Zone

เป็นพื้นที่สำหรับการผ่อนคลายสำหรับพนักงาน โดยเฉพาะ หลังจากตื่นเครียดและกดดันจากการทำงานมาตลอดทั้งวัน พื้นที่นี้เป็นจุดสร้างความสัมพันธ์ระหว่างพนักงานภายในองค์กรเดียวกัน ซึ่งช่วยส่งเสริมให้เกิดการปฏิสัมพันธ์ การแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและประสบการณ์แก่

กันและกัน รวมถึงยังช่วยก่อให้เกิดไอเดียสร้างสรรค์เพิ่มขึ้นอีกด้วย

Smart Office หรือสำนักงานอัจฉริยะนั้นนอกจากจะทำให้พนักงานทุกคนในองค์กรสามารถแลกเปลี่ยนความรู้ ทักษะและประสบการณ์ซึ่งกันและกันแล้ว บรรยากาศและสภาพแวดล้อมในสำนักงานยังเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น รวมถึงทำให้พนักงานทุกคนมีสุขภาพจิตที่ดีขึ้นอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้ถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสรรค์ผลงานให้ออกมาได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้บริหารหลายๆ คนอาจลองเก็บแนวคิด Smart Office นี้ไปพิจารณาเพื่อนำมาปรับใช้ภายในองค์กรต่อไปในอนาคต



การเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน

หนึ่งในปัจจัยที่ผู้ประกอบการหรือนักธุรกิจควรให้ความสำคัญ ก็คือการเลือกทำเลที่ตั้งโรงงาน เพราะถ้าหากเลือกทำเลที่ไม่เหมาะสมก็อาจทำให้คุณต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้น โดยไม่คุ้มค่าหรือประสบกับปัญหาอื่นๆ ตามมา อย่างเช่น การขาดแคลนวัตถุดิบหลัก ค่าขนส่งสินค้าสูงเกินเหตุ หรือขาดแคลนแรงงานที่มีคุณภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจทั้งในระยะสั้นและระยะยาว โดยทั่วไปแล้วลักษณะของทำเลที่ตั้งนั้น เราไม่อาจกำหนดตายตัวได้ว่าที่ไหนถึงจะดีกว่า เพราะเราต้องพิจารณาถึงธุรกิจของโรงงานประกอบกันไปด้วย ทำเลที่ตั้งตรงนี้อาจเหมาะกับธุรกิจประเภทหนึ่ง แต่ไม่เหมาะกับธุรกิจอีกประเภทหนึ่งก็เป็นไปได้เช่นเดียวกัน ดังนั้นผู้ประกอบการจะต้องวางแผนให้รอบคอบเสียก่อนเพื่อที่เราจะได้ทำเลที่ถูกต้อง มีประสิทธิภาพสูงและเอื้ออำนวยผลประโยชน์กับกำไรคืนกลับมาให้เราอย่างยั่งยืนและมั่นคง สำหรับผู้ประกอบการคนใดที่กำลังมองหาทำเลดีๆ อยู่ล่ะก็ ลองอ่านบทความการเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานนี้เพื่อนำปัจจัยเหล่านี้ไปประกอบใช้ในการพิจารณาณนะคะ

ปัจจัยสำคัญอย่างแรก คือ แหล่งวัตถุดิบสำคัญ (Raw Materials Resource) ที่ต้องนำมาใช้ในการผลิต โรงงานควรตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบ เพื่อช่วยให้สามารถจัดหาวัตถุดิบได้สะดวกมากขึ้นและเป็นของที่ดีมีคุณภาพเพราะส่งตรงจากแหล่งผลิต รวมทั้งต้นทุนของวัตถุดิบกับค่าขนส่งก็จะราคาย่อมเยามากขึ้น ช่วยให้ผู้ประกอบการประหยัดเงินและเวลาไปได้มากที่สุด ยกตัวอย่างเช่น โรงงานผลิตสินค้าหรือเกาะกระป๋องก็ควรจะต้องตั้งอยู่ในเขตจังหวัดหรืออำเภอที่มีสวนผลไม้อย่างลิ้นจี่และเงาะ เพื่อให้ได้วัตถุดิบที่สดใหม่มาใช้ในการผลิต แต่เมื่อมองในมุมกลับหากโรงงานตั้งอยู่ไกลจากแหล่งวัตถุดิบมาก ก็อาจทำให้ได้วัตถุดิบที่ไม่มากเพียงพอกับความ ต้องการ คุณภาพไม่ดีหรือมีราคาแพงมากเกินไป รวมทั้งยังต้องเสียค่าขนส่งเป็นจำนวนมากและเสียเวลาอีกด้วย ถ้าหากบริเวณที่ตั้งใกล้โรงงานมีแหล่งผลิตวัตถุดิบจำนวนมาก เราก็ควรสำรวจแหล่งขาย ผู้ขาย ราคาและคุณภาพของวัตถุดิบให้ดีเสียก่อนที่จะสั่งซื้อกับที่อื่นๆ เพื่อที่จะได้แหล่งขายที่มีคุณภาพสูงสุดและขายวัตถุดิบในราคาย่อมเยาที่สุด

ปัจจัยสำคัญอย่างที่สอง คือ **แหล่งแรงงาน (Labor)** หรือความสามารถของมนุษย์ที่จะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจให้ดำเนินต่อไปได้ และเป็นปัจจัยสำคัญที่จะมาช่วยในการผลิตสินค้า แบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทคือ

แรงงานฝีมือ (Skilled Labor) หรือผู้ที่มีความชำนาญการในอาชีพงานของตนทั้งทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ

แรงงานกึ่งฝีมือ (Semi-skilled Labor) หรือผู้ที่มีความรู้ทั้งทางด้านทฤษฎีและปฏิบัติเพียงบางส่วน

แรงงานไร้ฝีมือหรือแรงงานทั่วไป (Unskilled Labor) หรือผู้ที่ทำงานโดยใช้แรงกายเป็นหลัก ไม่จำเป็นต้องมีความชำนาญใดๆ

ผู้ประกอบการควรพิจารณาให้รอบคอบก่อนว่าตนเองต้องการแรงงานประเภทใดบ้าง เพื่อที่จะได้สามารถวางแผนได้อย่างเหมาะสม และไปจัดตั้งโรงงานในแหล่งหรือใกล้แหล่งที่สามารถหาแรงงานประเภทตามที่ต้องการได้ง่ายมากขึ้น และมีคุณภาพที่เหมาะสม แรงงานฝีมือหรือช่างผู้ชำนาญการส่วนใหญ่ก็จะอยู่ในตัวเมืองหรือชุมชนที่มีขนาดใหญ่ และค่าแรงก็อาจจะสูงกว่าในชุมชนขนาดเล็ก ดังนั้นผู้ประกอบการอาจจะต้องพิจารณาถึงความเพียงพอของแรงงานในแหล่งนั้นๆ รวมถึงค่าแรงที่ต้องการใช้จัดจ้างประกอบกันไป

ปัจจัยสำคัญอย่างที่สาม คือ **สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ** ทำเลที่ตั้งของโรงงานควรมีการให้บริการสาธารณูปโภคที่ครบครัน ยกตัวอย่างเช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เชื้อเพลิง การขนส่งและเส้นทางคมนาคมต่างๆ เพราะสิ่งเหล่านี้จะเป็นตัวช่วยขับเคลื่อนโรงงานให้สามารถดำเนินงานไปได้อย่างต่อเนื่องและผลิตสินค้าที่มีคุณภาพ หากขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไป อาจทำให้การผลิตเกิดความล่าช้าจนสินค้าเกิดขาดตลาดและขาดทุนได้ นอกจากนี้โรงงานยังควรอยู่ใกล้กับสถานที่ราชการที่สำคัญๆ อย่างเช่น โรงพยาบาล สถานีดับเพลิง สถานีตำรวจ เพื่อความปลอดภัยต่อทรัพย์สินของโรงงานและชีวิตของแรงงานทุกคนของท่าน

ปัจจัยอย่างสี่ คือ **ตลาดหรือฐานลูกค้า** ปัจจัยนี้มีความสำคัญมากที่สุดสำหรับการเลือกทำเลที่ตั้งโรงงานเพราะการตั้งอยู่ใกล้เคียงกับตลาดจะช่วยให้อุปสงค์ถึงมือผู้บริโภคหรือผู้ใช้ได้อย่างรวดเร็วและทันเวลา การช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและอยากใช้บริการอย่างต่อเนื่อง รวมถึงเป็นการสร้างฐานลูกค้าประจำให้เกิดขึ้น นอกจากนี้การอยู่ใกล้ตลาดยังมีส่วนช่วยในการลดภาระค่าใช้จ่ายของการขนส่งสินค้าสู่ตลาดอีกด้วย แต่ถ้าหากเป็นโรงงานที่สินค้าต้องจัดจำหน่ายผ่านทางพ่อค้าคนกลาง ก็

ไม่จำเป็นต้องเลือกสถานที่ที่ตั้งใกล้กับผู้บริโภคโดยตรง แต่ให้เลือกจัดตั้งใกล้กับกลุ่มพ่อค้าคนกลางแทน



ปัจจัยอย่างห้า คือ **ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า** ผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงค่าขนส่งที่ต้องใช้ในการผลิตสินค้าและจัดจำหน่าย อาทิเช่น

ค่าขนส่งวัตถุดิบจากแหล่งมายังโรงงาน หากโรงงานไม่ตั้งอยู่ใกล้กับแหล่งวัตถุดิบหลัก ผู้ประกอบการก็ควรพิจารณาการขนส่งที่เหมาะสม มีระยะทางไม่ไกลเกินไป ใช้เวลาไม่นานและมีค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงเกินไปนัก

ค่าขนส่งสินค้าเพื่อไปเก็บรักษานในคลัง หลังจากสินค้าถูกผลิตออกมาเป็นที่เรียบร้อย ก็จะต้องได้รับการดูแลรักษานในคลังสินค้าที่มีสภาวะแวดล้อมเหมาะสมก่อนที่จะส่งไปจัดจำหน่ายตามที่ตั้งต่างๆ ดังนั้นคลังเก็บสินค้าจึงควรอยู่ใกล้กับโรงงานผลิตหรืออยู่ในบริเวณของโรงงานเลยยิ่งดี เพื่อที่จะได้เก็บรักษานสินค้าเอาไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งเป็นการลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งของส่วนนี้ไปอีกด้วย

ค่าขนส่งสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าและอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคหรือพ่อค้าคนกลาง ผู้ประกอบการควรจัดตั้งโรงงานใกล้กับแหล่งผู้บริโภคหรือตลาดให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

ปัจจัยอย่างหก คือ **งบประมาณ** หลังจากที่สามารถเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมได้แล้ว ผู้ประกอบการควรที่จะพิจารณาถึงค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่จะต้องเกิดขึ้น อาทิเช่น ราคาที่ดิน อัตราค่าแรงงาน ค่าขนส่งสินค้า ค่าวัตถุดิบ ค่าเครื่องจักร เครื่องมือ และอุปกรณ์ต่างๆ ค่าธรรมเนียมและภาษีที่ต้องจ่ายให้องค์การของรัฐในการดำเนินการจัดตั้งสถานที่ประกอบการ ซึ่งค่าใช้จ่ายต่างๆ เหล่านี้ขึ้นอยู่กับทางเลือกสถานที่ประกอบการทั้งสิ้น ผู้ประกอบการควรมองหา

สถานที่หลายๆ แห่งเพื่อใช้ในการประกอบการพิจารณาและเปรียบเทียบ หากที่ไหนที่พิจารณาแล้วว่าค่าใช้จ่ายเพียงพอต่องบประมาณที่ตั้งไว้และได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าก็ค่อยตัดสินใจประกอบการในที่นั้นๆ

ปัจจัยอย่างที่เจ็ด คือ การคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและ ทรัพยากรธรรมชาติ ผู้ประกอบการจึงควรใส่ใจและคำนึงความรับผิดชอบต่อสภาพแวดล้อมและผู้คนในชุมชนด้วย เนื่องจากการผลิตมักจะต้องมีการปล่อยของเสียออกมา ดังนั้นโรงงานควรจะต้องมีระบบในการกำจัดน้ำเสีย ไม่ถ่ายเทน้ำเสียลงในแม่น้ำลำคลองหรือเปลี่ยนสภาพจากน้ำเสียให้เป็นน้ำดีก่อนที่จะถ่ายเทลงในแม่น้ำคลอง รวมทั้งควรจะต้องป้องกันฝุ่นละอองหรือควันเสีย เพื่อไม่ทำให้อากาศเป็นพิษและไปรบกวนชุมชนที่อยู่ในบริเวณใกล้เคียง กับโรงงานด้วย เพราะถึงแม้โรงงานของเราจะได้รับกำไรและผลตอบแทนสูงมากแค่ไหน แต่หากโรงงานของเราไม่คำนึงและให้ความสนใจกับเรื่องสิ่งแวดล้อมและคนในชุมชนแล้วล่ะก็ โรงงานของเราอาจถูกคนในชุมชนต่อต้านจนต้องปิดกิจการลงก็เป็นได้

การเลือกทำเลที่ตั้งที่ดีและเหมาะสมย่อมนำมาซึ่งโอกาสแห่งความสำเร็จของการประกอบธุรกิจ ดังนั้นผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงแหล่งวัตถุดิบ แหล่งแรงงาน ซึ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ตลาดหรือฐานลูกค้า ค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้า งบประมาณ ความคุ้มค่าและผลตอบแทน รวมถึงการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติก่อนที่จะจัดตั้งโรงงานเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อกิจการของตนเอง และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนอย่างยั่งยืน





การวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์

การบริหารและวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ที่ดีและมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งไปได้มากทีเดียวทำให้สินค้าและบริการมีต้นทุนที่ลดต่ำลงอีกทั้งยังนำมาซึ่งความสามารถในการแข่งขันและผลกำไรที่เพิ่มมากขึ้นอีกด้วยวัตถุประสงค์ของการบริหารต้นทุนโลจิสติกส์ประกอบด้วย 2 ประการคือ

- » เพื่อลดต้นทุนรวมให้ต่ำลง
- » สามารถตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การที่เราจะสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 2 ประการนี้ได้ นั้น ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและเข้าใจถึงความหมายของโลจิสติกส์ให้ละเอียดถี่ถ้วนเสียก่อนรวมทั้งยังต้องรู้จักการวางแผน การคิดวิเคราะห์และการบริหารต้นทุนที่มีศักยภาพเราจะมาเริ่มต้นทำความรู้จักกับระบบโลจิสติกส์กันก่อนนะคะ

โลจิสติกส์ (Logistics) หมายถึง กระบวนการวางแผน การกำหนดสายปฏิบัติงานและการควบคุมการเคลื่อนย้ายทั้งไปและกลับ และการเก็บรักษาสินค้า ทรัพยากร และข้อมูลที่เกี่ยวข้อง อย่างมีประสิทธิภาพตั้งแต่จุดเริ่มต้นของการผลิตไปสู่อุณหภูมิสุดท้ายของการบริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

กิจกรรมหลักด้านโลจิสติกส์ (Key Logistics Activities) แบ่งออกได้เป็นทั้งหมด 14 ประการดังนี้

- » การบริการลูกค้า (Customer Service)
- » การจัดการคำสั่งซื้อของลูกค้า (Order Processing)
- » การพยากรณ์ความต้องการลูกค้า (Demand Forecasting)
- » การจัดซื้อ (Purchasing)
- » การบริหารสินค้าคงคลัง (Inventory Management)
- » กิจกรรมการขนส่ง (Transportation)

- » การบริหารคลังสินค้าและการจัดเก็บ (Warehousing and Storage)
- » การจัดการโลจิสติกส์ย้อนกลับ (Reverse Logistics)
- » การจัดเตรียมอะไหล่และชิ้นส่วนต่างๆ (Parts and Services Support)
- » การเลือกที่ตั้งโรงงานและคลังสินค้า (Plant and Warehouse Site Selection)
- » การเคลื่อนย้ายวัตถุดิบและสินค้า (Material Handling)
- » การบรรจุภัณฑ์และหีบห่อ (Packaging and Packing)
- » การสื่อสารในการกระจายสินค้า (Logistics Communications)
- » การกำจัดของเสีย (Waste Disposal)

เมื่อทราบถึงกิจกรรมหลักของโลจิสติกส์แล้ว เราควรทราบถึงความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนกับโลจิสติกส์เพื่อให้การวางแผนของเราเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ต้นทุน (Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการดำเนินการผลิตสินค้าหรือการบริการ ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิต การทดสอบ การจัดเก็บ ไปจนถึงค่าขนส่งสินค้า

ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนกับโลจิสติกส์ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ต้นทุนการขายสินค้า (Cost of Goods Sold) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการขาย การบริหาร จัดการ สำนักงาน และการกระจายสินค้า

2. ต้นทุนสินค้าคงคลัง (Inventory Carrying Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการควบคุมสินค้าคงคลังให้มีวางขายในตลาดโดยไม่ขาดตลาดและมีปริมาณไม่มากเกินไปจนก่อให้เกิดต้นทุนในการเก็บรักษา

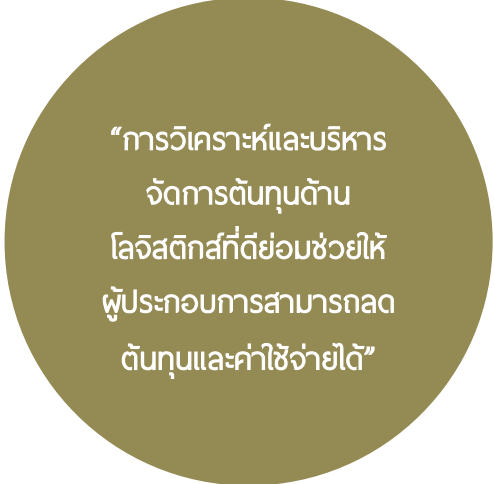
3. ต้นทุนการจัดการคลังสินค้า (Warehousing Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมการบริหารคลังสินค้า การเลือกสถานที่ตั้งในการจัดเก็บสินค้า

4. ต้นทุนกระบวนการสั่งซื้อ (Order Processing Cost) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากกิจกรรมกระบวนการสั่งซื้อ โดยเริ่มตั้งแต่การได้รับคำสั่งซื้อจากลูกค้า การจัดการข้อมูลคำสั่งซื้อ การกระจายสินค้า รวมไปถึงการวิเคราะห์พฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในอนาคตด้วย

5. ต้นทุนสินค้าตามปริมาณที่สั่งซื้อ (Lot Quality Costs) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากกิจกรรมการสั่งซื้อและการผลิต โดยผันแปรกับปริมาณสินค้าที่จัดหาและการผลิต หรือความถี่ในการสั่งซื้อ ยกตัวอย่างเช่น การสั่งซื้อคราว ละมาก ๆ หรือ

การผลิตคราวละมาก ๆ จะทำให้ได้ราคาที่ถูกลง ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตต่อครั้งลดต่ำลง

6. ต้นทุนการขนส่ง (Transportation Costs) เป็นค่าใช้จ่ายหลักในการบริหารโลจิสติกส์ที่มีความจำเป็นอย่างมาก และควรใส่ใจเป็นพิเศษ เช่น วิธีการและรูปแบบในการขนส่งสินค้า เส้นทางในการขนส่ง รวมถึงการวางแผนด้านเวลา ตั้งแต่ต้นทางจนกระทั่งถึงปลายทาง



ผู้ประกอบการทุกคน ควรจะต้องสามารถทราบได้ว่าธุรกิจของตนเองนั้นประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญใดบ้าง และมีความเกี่ยวข้องกับต้นทุนที่สำคัญประเด็นใด ดังนั้นก่อนที่จะเริ่มต้นวางแผน ผู้ประกอบการจึงควรศึกษารายละเอียดอย่างละเอียดที่ถ่วงเสียก่อน เพื่อการบริหารจัดการกับต้นทุนด้านโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด หลังจากที่เราทราบถึงกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์เป็นที่เรียบร้อยแล้ว เราจะสามารถบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

1. การบริหารจัดการต้นทุนโลจิสติกส์ทั้งระบบ โดยคำนึงถึงต้นทุนสินค้าคงคลัง ต้นทุนการขนส่ง และต้นทุนการจัดการคลังสินค้า รวมไปถึงต้นทุนในด้านอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้หากผู้ที่เกี่ยวข้องไม่จำเป็นช้พวหลายเออร์ ผู้ผลิต ผู้กระจายสินค้าตามแหล่งต่างๆ มาร่วมมือวิเคราะห์ต้นทุนโลจิสติกส์ร่วมกัน ก็จะช่วยให้องค์กรสามารถลดต้นทุนโลจิสติกส์ได้ทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เลยทีเดียว ดังนั้นการบริหารที่ดีจึงไม่อาจทำได้ด้วยคนเพียงคนเดียว แต่ควรช่วยกันเป็นทีมทั้งองค์กร

2. การหาทางเลือกต่างๆ ในการขนส่งให้เหมาะสมกับงบประมาณค่าขนส่งและความต้องการของลูกค้า ยกตัวอย่างเช่น การขนส่งระหว่างประเทศแบบบริการขนส่งทางเรือและทาง



อากาศ หรือแบบบริการการขนส่งทางเรือและต่อทางรถบรรทุก โดยสามารถเลือกให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าแต่ละคนที่มีความแตกต่างกันเพื่อเป็นการช่วยลดต้นทุนค่าขนส่ง

3. การบริหารความเสี่ยงที่เกิดจากความไม่แน่นอนด้านการขนส่งทั้งในและต่างประเทศ โดยเลือกผู้ให้บริการขนส่งแบบบูรณาการ (Integrated Services /Door to Door) เพราะมีความเหมาะสมกับสถานการณ์ต่างๆ โดยสามารถช่วยลดความเสี่ยงและปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ดีกว่าการให้บริการขนส่งจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง (Point to Point)

4. การจ้างผู้เชี่ยวชาญด้านโลจิสติกส์ เพื่อบริหารงานด้านโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งยังช่วยควบคุมและประเมินต้นทุนโลจิสติกส์ได้อย่างเป็นระบบและมีศักยภาพ ช่วยทำให้ธุรกิจสามารถใช้ทรัพยากรสำหรับส่วนงาน

หลักได้อย่างชำนาญโดยไม่ต้องลงทุนในสินทรัพย์ถาวรต่างๆ เช่น โกดังสินค้า รถบรรทุก เป็นต้น

การวิเคราะห์และบริหารจัดการต้นทุนด้านโลจิสติกส์ที่ดีย่อมช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจึงควรศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับโลจิสติกส์ให้รอบคอบ ประกอบกับศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าควบคู่ไปด้วย เพราะนอกจากจะช่วยลดต้นทุนให้กับบริษัทแล้ว ยังช่วยให้องค์กรของเราพัฒนาขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพได้เปรียบองค์กรคู่แข่งอื่นๆ และช่วยยกระดับความสามารถให้เทียบเท่ามาตรฐานระดับสากลได้อีกด้วย



จุดบอดที่ขัดขวางการเพิ่มผลผลิตของโรงงาน

จากช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาหลายปีสภาวะการแข่งขันของธุรกิจโรงงานโดยเฉพาะสายการที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าเครื่องใช้ หรืออะไหล่จักรกลต่างๆ ล้วนมีการแข่งขันที่สูงขึ้นทุกปี เพราะปัจจัยหลักๆเกิดจากความต้องการของตลาดที่เพิ่มมากขึ้นในทุกวันนี้ทำให้เกิดโอกาสในการลงทุน ซึ่งทำให้นักลงทุนต่างๆก็ต้องการที่จะแสวงหาผลกำไรจากช่องทางเหล่านั้นเอง ฉะนั้นหากว่าโรงงานไหนสามารถผลิตสินค้าต่างๆได้ตามมาตรฐานได้ตามที่ลูกค้าต้องการ และใช้เวลาการผลิตที่รวดเร็ว รวมถึงต้นทุนต่างๆที่ใช้ในการผลิตที่ต่ำ ก็สามารถตอบโจทย์ลูกค้าเหล่านั้นได้ โรงงานของเรา ก็จะกลายเป็นที่ต้องการของลูกค้าหลายคน ซึ่งแน่นอนว่าเราจะต้องมีการควบคุมการผลิตที่ดี ไม่ว่าจะเป็นเรื่องกระบวนการผลิตสินค้าต่างๆ ควบคุมและพัฒนามาตรฐานการผลิตทั้งแรงงานและเครื่องจักร รวมไปถึงจัดการระยะเวลาและต้นทุนที่ต่ำ หากเราควบคุมทุกปัจจัยตามที่กล่าวมาไว้ทั้งหมดนั้น โรงงานของเรา ก็จะสามารถที่จะประสบความสำเร็จเติบโตและยั่งยืนได้

ก่อนอื่นเลยหากเราต้องการประสบความสำเร็จเราจะต้องย้อนกลับมาเริ่มทำการคิดวิเคราะห์กระบวนการผลิตของ

เราก็เหมือนอย่างละเอียดเพื่อที่จะกำจัดจุดอ่อนหรือจุดบอดของเราเสียก่อน ซึ่งเราก็สามารถแบ่งออกเป็น 5 ส่วนใหญ่ๆ คือ การจัดการกระบวนการผลิต ควบคุมมาตรฐานการผลิต จัดการแรงงานในการผลิต วางแผนงบประมาณและควบคุมระยะเวลาในการผลิต โดยที่เราจะต้องดึงศักยภาพในแต่ละส่วนให้ออกมาได้สูงสุดเท่าที่ตนเอง

เริ่มจากการกระบวนการผลิต ขั้นตอนนี้ถือว่าเป็นขั้นตอนที่สำคัญมากเลยทีเดียวเพราะว่าสินค้าที่จะออกมาได้นั้น หากเราไม่ควบคุมการผลิตที่ดีมันก็จะทำให้สินค้าที่ผลิตออกมาไม่ได้มาตรฐานหรือมาตรฐานต่ำนั่นเอง โดยที่ก่อนอื่นเลยเราควรที่จะนำกระบวนการผลิตทั้งหมดมาวิเคราะห์ตั้งแต่ต้นจบจนถึงแม้ว่ากระบวนการผลิตโดยรวมมันไม่ได้มีข้อผิดพลาดอะไรหรือมีวางแผนที่ดีมาก่อนแล้วก็ตาม ที่จริงแล้วถ้าหากเราต้องมาควบคุมกระบวนการผลิตให้ได้ประสิทธิภาพที่สุดเราควรที่จะมีการนำวิเคราะห์ทุกๆ 3-6 เดือนครั้งหรือทุกๆที่มีการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบในการผลิต เพราะเราไม่สามารถที่จะปล่อยให้กระบวนการผลิตมันผ่านไปเรื่อยๆก็ทุกๆที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดถึงแม้ว่ามันจะเป็นการเปลี่ยนแปลงที่

เล็กน้อยมันก็สามารถให้มาตรฐานการผลิตลดลง เพราะฉะนั้น จุดบอดที่โรงงานส่วนมากที่นำมาให้มาตรฐานการผลิตไม่ได้มาตรฐานมักจะมาจากการละเลยกระบวนการผลิตไปนั่นเอง

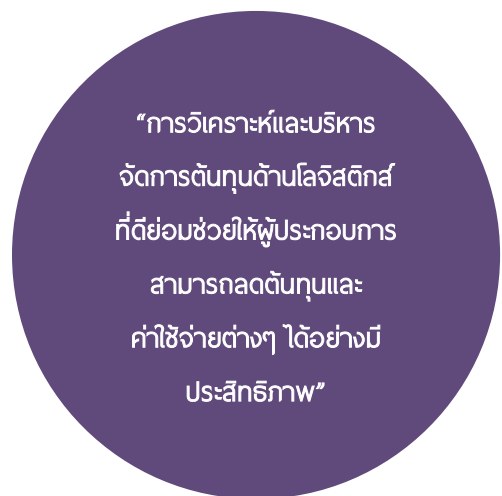
การควบคุมมาตรฐานในการผลิต สิ่งนี้ก็คือว่า สำคัญไม่แพ้กับปัจจัยอื่นๆ เพราะมันตัวชี้วัดคุณภาพสินค้าที่เรา ผลิตออกมานั่นเอง ซึ่งโรงงานส่วนมากจะละเลยในนี้ไปเพียง แค่ต้องการให้ผลผลิตออกมาได้เท่ากับจำนวนที่ต้องการเท่านั้น ก็เพียงพอแล้ว วิธีการควบคุมมาตรฐานการผลิตที่ดีนั้นก็ ไม่ได้ยากเลย เพียงแค่เราต้องใส่ใจในทุกขั้นตอนการผลิตอยู่ สม่ำเสมอ เราอาจจะเอารายงานการผลิตออกมาวิเคราะห์ซึ่ง เครื่องจักรสมัยนี้ส่วนมากล้วนมีระบบทำรายงานอยู่แล้ว เรา เพียงแค่นำมาวิเคราะห์ข้อผิดพลาดต่างๆที่เกิดขึ้นเท่านั้นเอง แต่ถึงแม้ว่าเราจะควบคุมการผลิตให้ดีแค่ไหนเราก็ต้องมีความ ผิดพลาดบ้างแต่ก็ขอให้ เป็น 1 ใน 100 เท่านั้นก็ดีมากแล้ว

การจัดการเรื่องแรงงานและความสามารถในการ ผลิต ซึ่งแรงงานในการผลิตเราสามารถแบ่งออกไป 2 ประเภท หลักๆ นั่นก็คือ แรงงานคนและแรงงานเครื่องจักรกล แรงงานคนนั้นเราจำเป็นที่จะต้องใส่ใจอย่างมากเลยเพราะว่า แรงงานคนไม่สามารถที่จะทำงานได้ต่อเนื่องเป็นเวลานานๆ มาก ซึ่งหากเราต้องแรงพลผลผลิตออกมาที่ดีเราจำเป็นที่จะต้อง ใช้ แรงงานที่มีคุณภาพซึ่งเราควรจะใช้แรงงานเหล่านั้นในระยะเวลา ที่เหมาะสม ตัวอย่างเช่น การใช้แรงงานที่ดีควรจะไม่เกิน 8 ชั่วโมงต่อวัน แต่ตามโรงงานส่วนมากจะใช้งานแรงงานเหล่านี้ มากกว่า 8 ชั่วโมง บางทีลากยาวไปมากกว่า 12 ชั่วโมงก็ดี เพราะพนักงานบางคนอาจจะต้องการเงินโดยการทำงาน over time ซึ่งหลายโรงงานอาจจะคิดว่ามันจะยิ่งทำให้งานเรา เสรีใจขึ้น จริงๆ แล้วมันไม่จริงเลย ยิ่งเราปล่อยเวลาให้บาน ออกไปเรื่อยๆ คุณภาพของผลผลิตที่ออกมาจะยิ่งแย่ลงด้วย ซ้ำไป ถึงขนาดอาจจะทำให้งานเราช้าลงเพราะพนักงานเหล่านั้น อาจเจ็บป่วยไปอีกด้วย นี่เป็นจุดบอดที่สำคัญของแรงงานมนุษย์ ที่เราควรจะต้องดูแลเป็นอย่างดี

วิธีแก้ไขก็ไม่ยากเราเพียงแต่จัดสรรรอบเวลาการ ทำงานให้เหมาะสมกับขนาดผลผลิตที่เราต้องการ หากเรา จำเป็นที่จะต้องผลิตข้ามวันข้ามคืน เราเพียงแค่จัดกะเวลาของ แต่ละหน่วยงานเท่านั้นเอง ในด้านของผลผลิตที่เกิดจาก เครื่องจักรนั้น เราจะสามารถผลิตได้ทั้งวันทั้งคืนเพราะ เครื่องจักรไม่มีคำว่าหมดแรง เพียงแต่จะต้องคอยตรวจสอบสภาพ เครื่องจักรที่เราใช้งานอยู่ตลอดเวลาหรือตามระยะเวลาที่กำหนด หรือตามครบกำลังการผลิต เพียงเท่านี้เราก็สามารถที่จะใช้ เครื่องจักรได้ตลอดเวลา ในขั้นตอนนี้ได้หมายความว่า เรา ควรที่จะใช้เครื่องจักรผลิตแทนแรงงานมนุษย์ เพราะว่างานบาง

ชนิดต้องใช้ความปราณีตในการทำงานซึ่งเครื่องจักรไม่สามารถ ทำได้นั่นเอง ดังนั้นเราควรที่จะเลือกให้เหมาะสมกับตัวงาน

การวางแผนงบประมาณ ในที่นี้จะหมายถึงทุกอย่าง ที่ต้องใช้เงิน ไม่ว่าจะเป็นการสั่งซื้อสินค้าต่างๆที่ต้องใช้ในการผลิต งบประมาณที่ต้องดูแลรักษาซ่อมแซมเครื่องจักรกลและ เงินเดือนของพนักงาน เป็นต้น ซึ่งเราจะต้องมีงานวางแผน งบประมาณต่างๆที่ดีไม่ว่าเราแค่กันงบไว้ตามส่วนที่กล่าวมา เราจะต้องมีเงินเย็นไว้จำนวนหนึ่งเพื่อที่จะต้องใช้จ่ายใน สถานการณ์ฉุกเฉินอีกด้วย เช่น วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เสียหายไม่ว่าด้วยเหตุการณ์อะไรก็ตาม เราจำเป็นที่จะต้องสั่ง สินค้าทดแทนมาทันที ซึ่งถ้าหากเราไม่ได้กันงบประมาณไว้ หรือไม่มีเงินเย็น เราก็จะไม่สามารถแก้ไขปัญหานี้ได้เลย มัน สามารถนำมาซึ่งความล่าช้าในการผลิตนั่นเอง



ปัจจัยสุดท้ายก็คือการควบคุมระยะเวลาในการผลิต ที่ดี ซึ่งระยะเวลาในการผลิตนั้นเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งเพราะถ้า หากว่าเราไม่สามารถผลิตสินค้าให้ทันภายในระยะเวลาที่กำหนด ผลเสียที่ตามมาจะเกิดขึ้นอีกมาก เช่น เราไม่สามารถส่งมอบ สินค้าให้ลูกค้าภายในเวลาที่กำหนดได้ ลูกค้าขาดความเชื่อมั่นใน สายงานการผลิตของเรา ลูกค้าปฏิเสธการจ่ายเงินเพราะเราไม่ สามารถส่งสินค้าให้ภายในเวลาที่กำหนดได้ ทั้งหมดที่กล่าวมา จะไม่เกิดขึ้นหากเรามีการวางแผนควบคุมเวลาในการผลิตที่ดี วิธีแก้ปัญหามาของของเรื่องนี้ เราสามารถแก้ไขได้จากการ วิเคราะห์กำลังและความสามารถในการผลิตสินค้าของเรานั้นเอง เราควรที่จะรู้ว่ากำลังการผลิตของเราด้วยแรงงานที่เรา มีอยู่ในขณะนี้สามารถผลิตได้กี่ชิ้นต่อระยะเวลา 1 ชั่วโมง และหลักจากที่เราสามารถระบุเวลาที่ใช้ในการผลิตได้ชัดเจน ไม่

ว่าจะเป็นการผลิตจากแรงงานคนหรือผลิตโดยเครื่องจักร เพียงเท่าเราก็จะสามารถกำหนดระยะเวลาที่แม่นยำในการส่งสินค้าให้ลูกค้าได้ ซึ่งแนะนำเพิ่มเติมว่าก่อนที่จะเรากำหนดส่งสินค้าในลูกค้าเราก็ควรที่จะมีการวางแผนและคำนวณระหว่างจำนวนสินค้าที่ต้องผลิตกับความสามารถในการผลิตของสายงานการผลิตเราเสียก่อนทุกครั้งก่อนที่จะเรากำหนดเวลากลับไปยังลูกค้า ซึ่งโรงงานส่วนมากจะเกิดปัญหานี้บ่อยที่สุดเพราะละเลยกำลังการผลิตของตัวเอง



ทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นการวิเคราะห์กระบวนการผลิตต่างๆตั้งแต่ต้นจนจบ โดยทุกโรงงานการผลิตควรที่จะศึกษาในทุกปัจจัยไม่ว่าจะเป็น ขั้นตอนกระบวนการผลิตของสินค้าที่เรารับมาจากลูกค้าในแต่ละประเภทซึ่งความต้องการไม่เหมือนกัน เราจึงต้องจัดการกระบวนการผลิตที่ดีเพื่อให้ได้ประสิทธิภาพที่สุด อีกทั้งยังต้องควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐานที่ดีตามที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับแรงงานที่ใช้ในการผลิตด้วยว่าเราใช้งานแรงงานเหล่านั้นได้ประสิทธิภาพมากที่สุดหรือไม่ โดยที่เราควรจะให้งานแรงงานเหล่านั้นตามศักยภาพของแต่ละคนให้เหมาะสม เรื่องการเงินและงบประมาณนั้นเราก็ไม่สามารถที่จะละเลยได้เหมือนกันเพราะเราต้องเตรียมงบประมาณไว้ในส่วนอีกทั้งยังต้องมีการวางแผนเก็บเงินสำรองไว้เพื่อที่จะใช้โอกาสฉุกเฉินด้วย รวมไปถึงต้องคำนึงถึงระยะเวลาการผลิตว่าเหมาะสมกับกำลังการผลิตที่มีของเรามากน้อยเพียงใด โดยที่เราจะต้องดึงศักยภาพทั้งหมดออกมาใช้ได้เท่านั้นเอง

สิ่งที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งหลังจากที่เราวิเคราะห์ทุกกระบวนการที่กล่าวมาข้างต้นแล้วก็คือการปรับนำกลยุทธ์ใหม่มาใช้ เพราะแน่นอนว่าการแข่งขันทางสายงานการผลิตจะยิ่งสูงขึ้นทุกวัน ในส่วนของคู่แข่งก็ต้องพยายามที่จะหาวิธีพัฒนาการผลิตอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน ดังนั้นเราจะต้องมีการคิดพลิกแพลงเราสิ่งใหม่ๆมาพัฒนาการผลิตของเราให้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้โรงงานการผลิตของเราดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน อาทิเช่น ศึกษาปรับเทคโนโลยีใหม่ๆให้มาเสริมการผลิตของเราให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น หรือการจ้างผู้เชี่ยวชาญเข้ามาพัฒนาโรงงานของเรา เพราะบุคคลเหล่านี้จะเข้ามาเสนอแนวความคิดใหม่ๆให้กับเรานั้นเอง หากเราสามารถทำได้ตามกระบวนการทั้งหมดที่กล่าวมาได้นั้นแล้ว โรงงานของเราก็จะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างง่ายและอยู่ได้อย่างยืนในทุกสถานการณ์



การจัดการผลลัพธ์ทางธุรกิจ

การประเมินผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีและมีประสิทธิภาพนั้นจะช่วยให้องค์กรของเราสามารถพัฒนาและเติบโตขึ้นได้อย่างต่อเนื่องและมั่นคงเพราะการประเมินผลลัพธ์จะช่วยให้ผู้ประกอบการทราบได้ว่าภายในองค์กรของเรามีข้อบกพร่องตรงไหนที่ควรจะต้องแก้ไขปรับปรุงและมีตรงไหนที่ดีตามมาตรฐานอยู่แล้วบ้าง หากเราไม่มีการประเมินที่ดีเราก็จะไม่สามารถรู้ถึงข้อดีและข้อเสียของการบริหารงานภายในองค์กรของเรา ทำให้เมื่อเกิดปัญหาขึ้นเราก็จะไม่สามารถแก้ได้อย่างตรงจุดทำให้เกิดเป็นปัญหาเรื้อรังสะสมจนสุดท้ายอาจแก้ไขได้ลำบาก มาถึงตรงนี้ผู้ประกอบการหลายคนอาจสงสัยว่าแล้วเราควรจะต้องประเมินอย่างไรถึงจะดีและมีประสิทธิภาพที่สุด ดังนั้นวันนี้เราจะมากล่าวถึงผลลัพธ์ทั้งหมด 6 ประการที่เราควรนำมาใช้ในการประเมินผลลัพธ์ทางธุรกิจกันค่ะ

ผลลัพธ์ทั้งหมด 6 ประการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลลัพธ์ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ

เป็นการประเมินผลถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์และการให้บริการขององค์กรว่ามีประสิทธิภาพที่ดีหรือไม่ ผลตอบรับและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการนั้นเป็นอย่างไร โดยอาจกำหนดหัวข้อในการประเมินผลเอาไว้ดังนี้

- » ความคาดหวังของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการทั้งก่อนใช้และหลังใช้
- » ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้าและบริการมากแค่ไหน
- » ลูกค้าเข้าใช้บริการและซื้อผลิตภัณฑ์มาน้อยแค่ไหน
- » ความภักดีในตราสินค้าของผู้บริโภค
- » ปริมาณการซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงเมื่อเทียบกับปีที่แล้ว
- » ปริมาณการซื้อมากกว่าหรือน้อยกว่าองค์กรคู่แข่งเท่าไรและแตกต่างกันมากแค่ไหน

ถ้าหากผลลัพธ์ออกมาไม่เป็นไปตามที่เราคาดหวังเอาไว้ เราก็จะต้องมาหาสาเหตุก่อนว่าเพราะอะไรผู้บริโภคถึงซื้อผลิตภัณฑ์หรือเข้าใช้บริการธุรกิจของเราน้อยลง จะเป็นที่ตัวสินค้าที่มีปัญหา มีจุดบกพร่อง ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค หรือเป็นเรื่องของการบริการที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงพอ อีกทั้งยังควรศึกษาจุดเด่นและจุดด้อยของผู้แข่งเพื่อนำมาปรับใช้กับองค์กรของเรา แต่ถ้าผลลัพธ์ออกมาดีเราก็ควรที่จะรักษามาตรฐานนี้เอาไว้และพัฒนาให้ดียิ่งๆ ขึ้นไปกว่าเดิมเพื่อรักษาฐานลูกค้าเก่าให้ภักดีในตราสินค้าและสร้างฐานลูกค้าใหม่อย่างต่อเนื่อง

2. ผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจของลูกค้า

เป็นการประเมินผลถึงความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการของทางองค์กรว่ามีความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหน โดยอาจกำหนดหัวข้อในการประเมินผลเอาไว้ดังต่อไปนี้

- » ระดับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสินค้าและบริการจากน้อยไปจนถึงมาก
- » ลูกค้ากลับมาใช้บริการและซื้อสินค้าซ้ำหรือไม่
- » ลูกค้ารู้สึกพอใจต่อการรับประกันคืนสินค้าของทางบริษัทหรือไม่
- » ลูกค้ามีความต้องการแนะนำสินค้าและบริการให้คนรู้จักหรือไม่
- » ปัญหาที่ลูกค้าพบหลังจากซื้อสินค้าและเข้ารับบริการ

หากลูกค้ามีความพึงพอใจในสินค้าและบริการตามที่เราคาดหวังเอาไว้ เราก็ควรรักษาระดับของสินค้าและบริการให้ดีเพื่อเปลี่ยนให้ลูกค้าใหม่กลายเป็นลูกค้าประจำในที่สุด แต่ถ้าหากลูกค้ารู้สึกไม่ตรงกับสินค้าหรือการบริการของเรา เราก็ควรเร่งปรับปรุงโดยเร็วที่สุดเพราะการทำให้ลูกค้าพึงพอใจถือเป็นหัวใจสำคัญของการทำธุรกิจเลยทีเดียว

3. ผลลัพธ์ด้านการเงินและการตลาด

เป็นการประเมินผลถึงกำไรและผลตอบแทนที่ได้รับว่าเป็นไปตามที่ตั้งเป้าเอาไว้หรือไม่ รวมถึงประเมินถึงผลลัพธ์ของกลยุทธ์ทางการตลาดและการส่งเสริมการขายว่ามีประสิทธิภาพและน่าดึงดูดใจมากเพียงพอมั้ย โดยสามารถพิจารณาได้จากหัวข้อประเมินดังต่อไปนี้

- » ยอดขายผลิตภัณฑ์สำเร็จตามที่ตั้งเป้าเอาไว้หรือไม่
- » เปรียบเทียบผลกำไรที่ได้จากปีที่แล้วกับปีนี้ว่ามีความแตกต่างกันมากน้อยแค่ไหน
- » กลยุทธ์ส่งเสริมการขายช่วยเพิ่มยอดขายให้ทางบริษัทมากแค่ไหน
- » กลยุทธ์ส่งเสริมการขายมีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่

ถ้าหากผลกำไรไม่เป็นไปตามที่ตั้งเป้าเอาไว้ รวมถึงกลยุทธ์ทางการตลาดไม่ประสบความสำเร็จมากเท่าที่ควร เราก็ควรระดมความคิดหาวิธีในการเพิ่มยอดขายให้เร็วที่สุด หรือทำกลยุทธ์ทางการตลาดแบบใหม่ที่น่าดึงดูดใจมากกว่าเดิม เพราะถ้าหากปล่อยเอาไว้วันๆจะมีแต่ทำให้เกิดปัญหาตามมาเรื่อยๆ

4. ผลลัพธ์ด้านความพึงพอใจของพนักงาน

นอกจากจะดูถึงเรื่องของความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว เรายังควรดูถึงความพึงพอใจของพนักงานผู้เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้เดินหน้าไปอีกด้วย ว่าพนักงานมีความพึงพอใจต่อองค์กรและระบบการทำงานมากน้อยแค่ไหน โดยสามารถพิจารณาได้จากหัวข้อประเมินดังต่อไปนี้

- » ความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อการทำงานที่บริษัท
- » อัตราการลาออกของพนักงาน
- » สวัสดิการของทางองค์กรที่มีให้แก่พนักงาน
- » ระบบการทำงานในองค์กรมีประสิทธิภาพหรือไม่
- » สภาพแวดล้อมภายในที่ทำงานเอื้ออำนวยในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพมากน้อยแค่ไหน
- » มีการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพเพียงพอหรือไม่
- » สภาพแวดล้อมทั้งในและนอกองค์กรมีความปลอดภัยมากเพียงพอหรือไม่

“นอกจากความพึงพอใจของลูกค้าแล้ว เรายังควรดูถึงความพึงพอใจของพนักงานผู้เป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนองค์กรให้เดินหน้าไปอีกด้วย”

การประเมินในข้อนี้จะช่วยให้ผู้บริหารทุกคนได้ทราบถึงความคิดเห็นของพนักงานในองค์กรและเข้าใจถึงความต้องการของทรัพยากรบุคคลผู้เป็นบุคคลสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนให้องค์กรสามารถเดินหน้าต่อไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นผู้บริหารจึงไม่ควรละเลยความต้องการของพนักงานเหล่านี้เพื่อช่วยสร้างระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพให้เกิดขึ้นภายในองค์กร



5. ผลลัพธ์ด้านประสิทธิภาพในการดำเนินงานขององค์กร

เป็นการประเมินผลถึงประสิทธิภาพในการดำเนินงานภายในองค์กรว่ามีระบบการจัดการที่ดีมากเพียงพอหรือไม่ การดำเนินงานในรูปแบบที่กำลังใช้ก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีอย่างไร และมีข้อจำกัดหรือไม่ รวมทั้งทุกคนในองค์กรพึงพอใจกับระบบการทำงานนี้หรือไม่ โดยสามารถพิจารณาจากหัวข้อการประเมินดังต่อไปนี้

- » ระบบการปฏิบัติการณ์ส่งผลให้เกิดข้อดีและข้อเสียอย่างไร
- » ระบบการปฏิบัติการณ์มีประสิทธิภาพมากเพียงพอหรือไม่
- » แนวโน้มของสิ่งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตหากยังคงใช้ระบบปฏิบัติการณ์อยู่
- » ทุกคนในองค์กรยอมรับการใช้ระบบปฏิบัติการณ์อย่างสมัครใจหรือไม่

ประสิทธิภาพของการดำเนินงานภายในองค์กรเป็นเรื่องที่สำคัญมากเพราะมันจะส่งผลกระทบต่อทุกอย่างภายในองค์กร ตั้งแต่บุคลากรไปจนถึงสินค้าที่ถูกผลิตออกมา หากระบบปฏิบัติการณ์ภายในองค์กรมีประสิทธิภาพที่ดี ก็จะช่วยให้ผลลัพธ์ที่ตามมาได้ด้วยเช่นกัน

6. ผลลัพธ์ด้านความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป็นการประเมินถึงภาพลักษณ์ทางด้านคุณธรรมและจริยธรรมขององค์กรที่มีต่อสังคมว่ามีแนวโน้มเป็นไปในทิศทางไหน และบริษัทมีการจัดการและรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ โดยสามารถพิจารณาจากหัวข้อการประเมินดังต่อไปนี้

- » วัตถุประสงค์ขององค์กรสอดคล้องกับผลลัพธ์ในข้อนี้หรือไม่
- » องค์กรมีการดำเนินงานที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือไม่
- » องค์กรเคยถูกร้องเรียนในเรื่องนี้จากทางชุมชนหรือไม่

หากองค์กรมีความรับผิดชอบต่อทั้งสังคมและสิ่งแวดล้อมก็จะเป็นการช่วยยกระดับภาพลักษณ์ขององค์กรให้ดีขึ้นได้มากที่สุดก็เลย เพราะแน่นอนว่าใครๆ ก็อยากจะใช้บริการและซื้อสินค้าจากบริษัทที่มีการเอาใจใส่ต่อคนในชุมชนกันทั้งนั้น

องค์กรที่ใส่ใจทั้งในเรื่องคุณภาพของสินค้าและบริการความพึงพอใจของลูกค้าและบุคลากรในองค์กร ผลลัพธ์ทางการเงินและการตลาดระบบปฏิบัติการณ์ภายในองค์กรรวมถึงมีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้น ถือได้ว่าเป็นสุดยอดองค์กรต้นแบบเลยก็ว่าได้ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาขึ้นไปในทิศทางที่ดีขึ้นได้และยังทำให้ได้เปรียบคู่แข่งทางการค้ารายอื่นๆ รวมทั้งทำให้ภาพลักษณ์ขององค์กรที่เผยแพร่ออกไปดูดีและน่าเชื่อถือมากอีกด้วย



นิสัยที่ควรหลีกเลี่ยงหากอยากเป็นเจ้าแก้มล้านเงิน

การจะทำธุรกิจซักอย่างหนึ่งให้ประสบความสำเร็จให้ได้นั้นคุณต้องวางแผนการอย่างรัดกุม ยิ่งถ้าเป็นธุรกิจที่คุณคาดหวังไว้ว่าซักวันหนึ่งธุรกิจตัวนี้จะต้องเป็นธุรกิจเงินล้านได้อย่างแน่นอน การวางแผนระยะยาวจะต้องมาจากแผนระยะสั้นหลายๆแผนเพื่อประเมินสถานการณ์ว่าสามารถจะไปถึงเป้าหมายที่ตั้งไว้ได้หรือไม่ ปัจจัยต่างๆล้วนมีผลกับธุรกิจของคุณทั้งสิ้นไม่ว่าจะสถานการณ์บ้านเมือง สภาวะเศรษฐกิจของโลกหรือประเทศ แต่ปัจจัยสำคัญที่สุดนั้นก็คือตัวคุณเอง ความเคยชินในชีวิตประจำวันบางอย่างก็ไม่เหมาะกับการนำมาใช้เป็นวิธีการทำธุรกิจ ในบทความนี้จะได้ยกสิ่งที่ควรเลี่ยง 9 ประการที่คุณอาจลืมนึกถึงไปบ้าง หรือบางประการที่คาดไม่ถึงก็มี ถ้าคุณสามารถเลี่ยงนิสัย 9 ประการนี้ได้เชื่อแน่ว่าซักวันหนึ่งคุณจะกลายเป็นเจ้าแก้มล้านอย่างแน่นอน

1.อย่าใจร้อน การจะลงทุนทำธุรกิจซักอย่างคุณจะต้องตรวจสอบข้อมูลในด้านต่างๆอย่างรอบคอบ ที่ถ้วน

เสียก่อน ไม่ว่าจะเป็นการทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมกับรูปแบบของธุรกิจหรือเปล่า เช่น เปิดธุรกิจร้านอาหารแต่ทำเลที่เปิดอยู่ในตรอกที่ไม่ค่อยมีคนผ่าน ไม่มีโรงงาน ไม่มีบริษัทที่มีพนักงานประจำจำนวนมาก แต่รีบตัดสินใจเปิดเพียงเพราะว่าที่ถุกอย่างนี้ก็เติบโตได้ยาก อย่างสินค้าที่จะเลือกมาจำหน่ายนั้นก็ควรที่จะรู้กลุ่มเป้าหมายอยู่แล้ว มันก็เปรียบเสมือนการเอาเหยื่อปลาที่ปลาชนิดหนึ่งชอบ ไปล่อไว้ในแหล่งที่มีปลาชนิดนั้นมันก็สมเหตุสมผลดีอยู่แล้ว นั่นหมายความว่าก่อนที่จะเริ่มลงมือทำธุรกิจจริงคุณก็ผ่านกระบวนการกลั่นกรองทางความคิดให้มาก สมมุติสถานการณ์ต่างๆที่อาจเกิดขึ้นได้ และแนวทางแก้ปัญหา

ถ้าคุณสามารถหาวิธีแก้ปัญหาตามที่คิดไว้นั้นได้ทั้งหมดก็ตัดสินใจเปิดธุรกิจได้เลย แม้ว่าในสถานการณ์จริงอาจมีปัญหาบางปัญหาที่คุณคาดการณ์ไว้ไม่ถึงแต่ก็น่าจะเป็นส่วนใหญ่อแล้วที่คุณก็ได้เตรียมการรับมือเอาไว้ล่วงหน้า และอย่าลืม

เรื่องสำคัญที่สุดอย่างเรื่องงบประมาณคิดเพื่อไว้เลยว่าคุณ สามารถขาดทุนได้แน่นอนเพียงใด และในช่วงเวลานั้นคุณสามารถ ทำให้อธุรกิจของคุณติดตลาดแล้วเลี้ยงตัวมันเองได้หรือไม่ ฉะนั้น อย่าใจร้อน ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลใดๆก็ตาม...

2.อย่าใช้จ่ายเงินโดยที่ไม่มีการบันทึกรายรับรายจ่าย

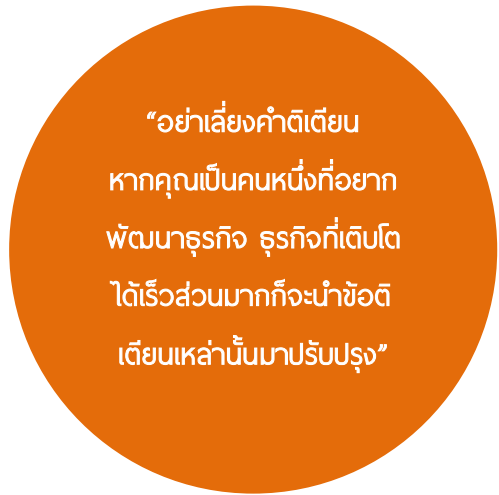
เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนที่หลายๆคนมักมองข้ามไปเพียงเพราะ คิดว่าเป็นเพียงเรื่องเล็กน้อยที่สามารถที่จะยึดหยุ่นกันได้ นิดๆ หน่อยๆคงไม่เป็นไร...เป็นความคิดที่ผิดนะครับ คุณรู้ไหมว่ามี รายจ่ายเบ็ดเตล็ดอีกหลายรายการที่เกิดขึ้นเป็นประจำ และหากว่าไม่มี การบันทึกมันไว้คุณก็จะไม่มีทางรู้อีกเลยเช่นกัน และเมื่อนานไป เงินส่วนเหลือใช้พวกนี้มันก็จะสะสมมากขึ้นเป็นก้อนใหญ่และทำให้คุณไปไม่ถึงฝั่งฝันได้ทีที่สุด

มันเป็นเรื่องที่ไม่น่าเชื่อจริงๆในตอนที่คุณกำลัง มองไปที่บัญชีรายรับรายจ่ายสมองของคุณก็จะประมวลผลได้ กันที่ว่ามัจจุราษเป็นสิ่งเกินจำเป็น และวางแผนที่จะตัดส่วนนั้น ออกไปในที่สุด หรือแม้กระทั่งคุณจะพบว่าควรไปเพิ่มเติมส่วน ไหนจึงจะมีรายรับเพิ่มมากขึ้น ประโยชน์อีกอย่างในการทำบัญชี รายรับรายจ่ายก็คือตอนที่คุณจะต้องไปกู้ยืมเงินมาเพื่อเริ่มต้น หรือไม่ก็ปรับปรุงพัฒนาธุรกิจเดิม บัญชีตัวนี้แหละที่จะอำนวยความสะดวกให้คุณได้อย่างมหาศาล ดียิ่งกว่าสมุดบัญชี ธนาคารซะอีก

3.อย่าทอดทิ้งกิจการดำเนินธุรกิจยังไม่ครบรอบ

ทำธุรกิจส่วนหนึ่งมักทอดทิ้งเลิกธุรกิจไปกลางคันเสียก่อน เพียงเพราะเจอปัญหาบางอย่างที่ไม่ได้คาดคิดมาก่อน พยายามมองในระยะยาวไว้ การทำธุรกิจก็ต้องมีอุปสรรคบ้าง เป็นธรรมดา เป็นบททดสอบว่าหากคุณไปอยู่ในจุดที่สูงกว่านี้ ปัญหาหนักกว่านี้คุณพร้อมจะรับมือมันหรือเปล่า คำหนึ่งที่ควร ควรทำความเข้าใจคือ รอบธุรกิจ เทียบง่าย ๆ ก็เหมือนกับ ฤดูกาลใน 1 ปี เซตร้อนก็จะมี 3 ฤดู เขตหนาวก็จะมี 5 ฤดู แต่ละฤดูก็มีเอกลักษณ์เฉพาะ ฤดูหนาวอากาศเย็น ฤดูร้อน อากาศร้อน ฤดูฝนฝนก็ตก ธุรกิจเองก็เช่นกันไม่ว่าธุรกิจนั้นจะ ครอบงำตลาดส่วนมากแค่ไหนย่อมต้องมีรอบของมัน ช่วง ระยะเวลาใดธุรกิจทำเงินได้มาก ช่วงเวลาใดธุรกิจทำเงินได้น้อย อย่างน้อยๆคุณต้องอยู่สัมผัสมันให้ครบหนึ่งรอบเสียก่อนเพื่อ วางแผนการแก้ปัญหาสำหรับรอบต่อไป แต่ละธุรกิจมีรอบไม่

เท่ากัน และระยะเวลาของช่วงทำเงินกับช่วงขาดทุนก็สั้นยาวไม่ เท่ากัน คุณต้องเรียนรู้ให้หมดว่าธุรกิจมีช่วงไหนช่วงไหน เหมือนจะเห็นได้ว่าห้างร้านใหญ่ๆก็มักจะจัดโปรโมชั่นในช่วงเวลา ที่เป็น low ร้านอาหารก็จะจัดโปรโมชั่นช่วงกลางสัปดาห์ หรือ ก่อนปลายเดือน อย่างนี้เป็นต้น



ที่นี้ลองยกตัวอย่างธุรกิจรอบยาว 1 ปีดูบ้าง อย่าง ธุรกิจกวดวิชา จะมีช่วง low ในช่วงปิดเทอมซึ่งใน 1 ปี มีช่วง ปิดเทอม 2 ครั้ง นอกจากนั้นยังมีช่วงวันหยุดยาวอีกบางช่วง อย่างช่วงปีใหม่ หรือตรุษจีน อันนี้ก็จะไม่ค่อยกระทบซักเท่าใด เพราะไม่ใช่ช่วงเวลายาว ช่วงปิดเทอมเด็กนักเรียนที่เรียนประจำ ก็จะหยุดพักกันไปซะส่วนใหญ่ สิ่งที่คุณต้องทำก็คือสังเกตว่า ในช่วง low นี้ที่ยังเหลืออยู่เป็นกลุ่มใด จากนั้นก็วางแผน กระตุ้นการขายส่งเสริมโปรโมชั่นให้กลุ่มนี้ไปเลยเต็มๆ หรือลอง จัดกิจกรรมอื่นดู หรือไม่ก็เปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายไปที่เด็กระดับอื่น บ้าง เมื่อวางแผนไว้แล้วก็ลองใช้ในรอบธุรกิจต่อไป แล้ว วิเคราะห์ว่าผลที่ได้คุ้มค่าตามต้องการหรือไม่หรือว่ายังไม่คุ้ม เท่าที่ควรก็วางแผนแก้ไขกับใหม่ในรอบธุรกิจต่อไป อย่างนี้เป็น ต้น ลองปรับประยุกต์ไปตามธุรกิจของคุณละกัน

4.อย่าเลี้ยงค่างูเดียว

หากคุณเป็นคนหนึ่งที่อยาก พัฒนาธุรกิจแล้วละก็รู้ไว้เลยว่าปกติแล้วคนที่จะตีเตียนคุณเนี่ย มีแค่ 2 ประเภท คือ คนที่อิจฉาคุณ กับคนที่รักและเป็นห่วง คุณเท่านั้น ต่างกันตรงที่ว่าคนที่อิจฉานั้นจะตีเตียนลับหลังคุณ แต่คนที่รักและเป็นห่วงคุณนั้นจะตีเตียนคุณต่อหน้าตรงๆ ดังนั้นหากมีใครมาตีธุรกิจหรือการบริหารงานของคุณจงฟัง

และขอบคุณเค้าชะ นั้นแสดงว่าเค้าเป็นห่วงคุณเหลือเกิน การที่ คนหนึ่งจะรวบรวมความกล้าพูดติเตียนคุณซึ่งๆหน้านั้นต้อง ผ่านการพิชิตพิเคราะห์กลั่นกรองคำพูด วิเคราะห์ผลกระทบที่ อาจเกิดตามมา รวมไปถึงคิดว่าจะกระทบกับจิตใจคุณอย่างไร ด้วย จนสุดท้ายพ่ายแพ้เหตุผลที่ว่าหากไม่บอกธุรกิจคุณล้ม แน่ เมื่อทุกเหตุผลมันลงตัวเค้าจึงจะตัดสินใจพูดกับคุณ นี่คื อเงาสะท้อนที่ดีที่สุดของธุรกิจเลย และธุรกิจที่เติบโตได้เร็ว ส่วนมากก็จะนำข้อดีเหล่านั้นนั้นแหละมาเป็นประเด็นหลัก แล้วหยิบยกไปแก้ปัญหาคำ ทำให้ธุรกิจนั้นๆเติบโตขึ้นและครองใจ คนส่วนมากได้เป็นที่สุด



5.อย่าอคติกับธุรกิจของตัวเอง เมื่อใดก็ตามที่คุณมี อดคิดนั้นแสดงว่าคุณกำลังถอดใจ ต้องลองมองย้อนกลับไปใน ใจแรกว่าก่อนการเริ่มธุรกิจนั้นคุณก็ยังคงมีความเชื่อมั่นใน ธุกิจของคุณเลยว่ามันจะประสบความสำเร็จและโปรดในที่สุด แล้วแค่เพียงอุปสรรคเล็กน้อยคุณก็เริ่มมอดคิดแล้วธุรกิจของ คุณมันจะไปรอดได้อย่างไร ความคิดอคติที่ว่านี่ก็อย่างเช่น ธุกิจนี้น่าจะไม่เหมาะกับทำเลแถวนี้หรือเปล่า หรืออาจคิดว่า สินค้าของคุณไม่ดีหรือ เว้นเสียแต่ว่าในข้อห้ามข้อแรกคุณไม่ ปฏิบัติอย่างเคร่งครัดรับมือร้อนทำธุกิจจนล้มวิเคราะห์ปัญหาที่จะ เกิดนั้นก็อีกเรื่องหนึ่ง

6.อย่าหมีเงินน้อย ธุรกิจในช่วงเริ่มต้นนั้นจะทำเงิน ไปได้ไม่มากเท่าที่ควร อาจเรียกได้ว่าไม่คุ้มเลยก็ว่าได้ แต่ในเมื่อ คุณผ่านข้อห้ามข้อแรกมาได้แล้วนั้นแสดงว่าคุณเองก็มีความ

เชื่อมั่นว่าธุรกิจของคุณจะสามารถเติบโตได้อย่างแน่นอน อดนั้นควรที่จะวางแผนการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ต่างๆให้เหมาะสม กับธุรกิจดีกว่ามานั่งอมทุกข์ว่า ได้เงินน้อยจัง ชักวันหนึ่งเงิน น้อยๆหลายๆก้อนนี้แหละที่จะทำให้คุณเป็นเศรษฐีพันล้าน ยกตัวอย่างง่ายๆ คุณคิดว่าทำน้ำพริกขายเนี่ยทำไรจะมากซัก เท่าไหร่เชียว ใครๆก็ทำน้ำพริกเป็น แต่ทำไมเจ้าของธุรกิจ เหล่านั้นเขายังยืนหยัดสู้จนเป็นส่วนหนึ่งของตลาดได้โตที่สุดไม่ แพ้พวกแบรนด์ดังๆเสียด้วยซ้ำ ข้อแตกต่างมันอยู่ที่ ทัศนคติ... เจ้าของธุรกิจเหล่านี้เค้าผ่านรอบธุกิจมาแล้วหลายรอบเค้า มองออกกว่าจุดไหนสามารถพัฒนาได้อีก 1 กระป๋องทำไร 1 มาก ล้านกระป๋องก็ทำไรล้านมากแล้ว ไม่เห็นต้องคิดให้ยุ่งยาก เลย คุณคิดมาตั้งแต่แรกแล้วก็จะมุ่งมั่น มั่นใจ ทำให้สำเร็จให้ได้

7.อย่าให้คนอื่นทำงานให้ ฟังแล้วเหมือนกับขัด หลักการบริษัทห้างร้านใหญ่ๆ แต่มันคือหลักสำคัญ เพราะว่า คุณเป็นเจ้าของธุรกิจคุณต้องรู้ขั้นตอนของธุรกิจทุกอย่าง รู้ ปัญหาทุกอย่าง และรู้วิธีแก้ปัญหากทุกอย่าง ถึงแม้ว่าธุกิจของ คุณจะเติบโตขึ้นมาจนมีพนักงานหลายร้อย คุณก็ต้องลงมือเข้า ไปทำงานทุกส่วนด้วยตัวเอง แค่เพียงถามไต่ก็ดีมากมายแล้ว คุณก็จะได้รู้ด้วยว่าพนักงานของคุณเค้ารักธุกิจเหมือนที่ คุณรักหรือเปล่า พนักงานก็จะรักและเคารพคุณ ยิ่งขณะมีปัญหา ยิ่งดีคุณสามารถแสดงแสนยานุภาพของคุณให้เค้าเหล่านั้นนี้ได้ เห็นการแก้ปัญหาคือคุณ ที่ทั้งคมทั้งฉับไวเท่านี้ทุกคนก็คงต้อง ยอมสยบให้ความทุ่มเทของคุณ และก็จะทุ่มเทให้ธุกิจของคุณ อย่างแน่นอน

8.อย่าตกยุค ข้อมูลข่าวสารสำคัญมากสำหรับทุก ธุกิจ ข่าวเศรษฐกิจ ข่าวการเมือง ข่าวต่างประเทศ ข่าวกีฬา ข่าวบันเทิง ข่าวเทคโนโลยี แทบทุกข่าวจะทำให้คุณทราบถึงการ เปลี่ยนแปลงของสถานการณ์บ้านเมืองทั้งในและนอกประเทศ คุณก็สามารถที่จะคาดการณ์ได้ล่วงหน้าว่าอาจพบกับวิกฤต อะไรต่อไปหรือไม่ ควรเตรียมตัวรับมืออย่างไร หรือว่าจะพลิก วิกฤตเป็นโอกาสได้อย่างไรดี ทุกอย่างล้วนขึ้นอยู่กับข้อมูลที่ คุณรับเข้ามาถึงนั้น

9.อย่าปล่อยให้ร่างกายอ่อนแอ คงไม่ดีแน่หากคุณ หาเงินมามากมายก่ายกองเพื่อจ้องห้องพิเศษสุดใน โรงพยาบาลชั้นเพิร์สคลาส ที่ถึงสุดหรูและสุดแพง มันไม่คุ้มกัน

แต่เพียงคุณจะทำเวลาออกกำลังให้บ่อยๆ ไม่ต้องหาข้ออ้างว่าไม่มีเวลาเพราะเวลานั้นเป็นต้นทุนได้เปล่า ทุกคนได้รับมาคนละ 24 ชั่วโมงเท่ากัน คุณจะเอามาแบ่งทำอะไรบ้างต่างหาก แค่เพียงเจียดเวลาสักวันละ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมงหาสถานที่ออกกำลังกายจะที่ไหนก็ได้ เปลี่ยนที่บ้างก็ได้ ดีไม่ดีอาจได้ขยายกลุ่มลูกค้าใหม่ๆด้วยก็ได้ คนมีความคิดดีอยู่ที่ไหนก็ทำธุรกิจได้ การ

สังสรรค์หากเสี่ยงไม่ได้ก็ลด หาอาหารที่ดีมีประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกายบ้าง เพราะคุณใช้สมองในการคิดมากทีเดียวต้องบำรุงให้ถึงที่ อาหารสะอาดดีกว่าอาหารเสริมอย่างแน่นอนอนราคาก็ถูกกว่า เท่านั้นคุณก็สามารถมีสุขภาพร่างกายแข็งแรงไว้ลุยงานसानฟัน มีสุขภาพสมองที่ปลอดโปร่งไว้คิดแก้ปัญหา หรือวางแผนล่วงหน้าได้อย่างสบายๆแล้ว



ผลกระทบของ AEC กับ SMEs ไทย

การจะวิเคราะห์ถึงผลกระทบนั้นต้องทราบกันก่อนว่า AEC คืออะไร มีแนวทางการดำเนินงานกิจกรรมแนวทางไหน จากนั้นจึงค่อยมาวิเคราะห์กันว่ามีผลกระทบต่อภาคส่วนใดบ้าง ตามลำดับ แล้วจึงวางแผนรับมือกับสถานการณ์เหล่านั้นต่อไป

มาดูกันก่อนว่า AEC คืออะไร AEC ย่อมาจาก Asean Economics Community ที่เป็นการรวมกลุ่มกันของ 10 ประเทศ ประกอบไปด้วย ไทย,พม่า,ลาว,เวียดนาม,มาเลเซีย, สิงคโปร์,อินโดนีเซีย,ฟิลิปปินส์,ติมูซุชา และบรูไน โดยมีเป้าหมายของกลุ่มคือ มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน มีนโยบายการลดหรือยกเว้นภาษีนำเข้าและส่งออกภายในกลุ่มประเทศ อาจมีเพียงสินค้าบางรายการเท่านั้นที่ไม่ลดภาษี แนวทางที่ดึงดูดกลองร่วมกันคือ ให้ภายในกลุ่มนั้นมีฐานการผลิตเดียวกัน เป็นตลาดกลางร่วมกัน ส่งเสริมให้เกิดการแข่งขันเพื่อยกระดับมาตรฐานด้านต่างๆทั้งคุณภาพและฝีมือแรงงาน มีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจที่ทัดเทียมกัน และที่สำคัญคือเป็นตลาดที่ในอนาคตสามารถจะต่อจุดทางเศรษฐกิจกับตลาดเศรษฐกิจโลกได้ และยังได้มีการกำหนดบทบาทของสมาชิกภายในกลุ่มไว้ดังนี้คือ

ไทยเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวและการคมนาคมทางอากาศ สิงคโปร์เป็นศูนย์กลางทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและทางด้านสุขภาพ อินโดนีเซียเป็นศูนย์กลางทางด้านภาพยนตร์และผลิตภัณฑ์จากไม้ มาเลเซียเป็น

ศูนย์กลางทางด้านผลิตภัณฑ์จากยางพาราและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ฟิลิปปินส์เป็นศูนย์กลางทางด้านอิเล็กทรอนิกส์ และพม่าเป็นศูนย์กลางทางด้านเกษตรและการประมง

ผลกระทบอย่างแรกที่สำคัญที่สุดเลยก็คือเรื่องภาษา ที่ได้กำหนดให้ใช้ภาษาอังกฤษเป็นภาษาการสื่อสารกลาง แต่โดยเฉลี่ยแล้วคนไทยไม่ค่อยสนักัดภาษาอังกฤษ แต่ในธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีชาวต่างชาติมาร่วมทุนด้วยก็จะไม่ค่อยได้รับผลกระทบซักเท่าใด แต่ในระบบ SMEs (Small and Medium Enterprise) หรือวิสาหกิจขนาดย่อมถึงขนาดกลาง จะได้รับผลกระทบโดยตรงเป็นอย่างมากเนื่องจากเจ้าของธุรกิจ SMEs นั้นเป็นกลุ่มเอกชนหรือองค์กรอิสระที่ก่อตั้งธุรกิจขึ้นมาแบบไม่ขึ้นกับบุคคลอื่นใดหรือห้างร้านอื่นใด เจ้าของมักจะเป็นผู้ลงมือดำเนินการเอง ต้นทุนหมุนเวียนต่ำ ซึ่งมีการกำหนดมูลค่าชั้นสูงของสินทรัพย์ถาวรไว้คือ

การผลิตและการบริการมีมูลค่าไม่เกิน 50 ล้านบาท เป็นธุรกิจขนาดเล็ก ถ้าไม่เกิน 200 ล้านบาทก็เป็นขนาดกลาง การค้าส่งขนาดเล็กไม่เกิน 50 ล้านบาท ขนาดกลางไม่เกิน 100 ล้านบาท และค้าปลีกขนาดเล็กไม่เกิน 30 ล้านบาท ขนาดกลางไม่เกิน 60 ล้านบาท พนักงานที่มีจำนวนไม่มาก โดยแบ่งประเภทไว้ดังนี้ ด้านการผลิตขนาดกลางไม่เกิน 200 คน ขนาดเล็กไม่เกิน 50 คน ด้านการบริการขนาดกลางไม่เกิน 200 คน

ขนาดเล็กไม่เกิน 50 คน ด้านการค้าส่ง ขนาดกลางไม่เกิน 50 คน ขนาดเล็กไม่เกิน 25 คน และการค้าปลีกขนาดกลางไม่เกิน 30 คน ขนาดเล็กไม่เกิน 15 คน ดังนั้นตลาดของธุรกิจประเภทนี้ มักเป็นตลาดภายในท้องถิ่นภายในประเทศเป็นหลัก ดังนั้นเมื่อเข้าสู่ AEC ท้องถิ่นที่ว่าจะไม่ได้มีแค่เพียงคนไทยเท่านั้น เหมือนแต่ก่อน จะมีแรงงานจากประเทศในกลุ่ม รวมไปถึงนักท่องเที่ยวก็จะหลั่งไหลเข้ามามากขึ้น หากเขาพบว่าห้างร้านหรือบริษัทใดที่สื่อสารกับเหล่านักท่องเที่ยวไม่มีความก็จะหันไปใช้บริการธุรกิจแบบเดียวกันแต่มีมาตรฐานทางด้านภาษาสูงกว่า หากบริษัทหรือห้างร้านที่จัดอยู่ในกลุ่ม SMEs ไม่มีการวางแผนปรับตัวอาจทำให้ธุรกิจสิ้นผลอนได้โดยง่ายจนอาจวิกฤตถึงขั้นต้องยุติการทำธุรกิจเลยก็เป็นได้

ผลกระทบที่สองก็คือเรื่องของแรงงาน ในอนาคตนั้น การขยายตัวของธุรกิจการค้าขายจะเพิ่มมากขึ้น ระบบอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานจำนวนมากอย่างเช่น สินค้าทางการเกษตร ธุรกิจการก่อสร้าง หรือธุรกิจสิ่งทอ ธุรกิจเหล่านี้จะเริ่มมองหาแหล่งต้นทุนแรงงานที่ถูกกว่า เพราะแรงงานฟ่ายผลิตนั้นไม่จำเป็นต้องใช้ทักษะในการทำงานสูง ใครก็สามารถทำได้ ดังนั้นแรงงานที่มีค่าแรงถูกกว่าจึงเป็นที่น่าสนใจมากกว่า ธุรกิจเหล่านี้มองไปถึงการย้ายฐานการผลิตไปก่อตั้งใหม่ในประเทศที่มีแรงงานค่าแรงถูกกันเลยทีเดียว ถ้าพิจารณาแล้วว่าคุณค่าในระยะยาว เมื่อต้นทุนการผลิตลดลง ก็จะส่งผลให้ราคาสินค้าต่ำลง กระทบตรงกับธุรกิจ SMEs ผลิตสินค้าหรือบริการชนิดเดียวกัน แต่ไม่มีกำลังขยายมากพอก็ต้องตั้งรกรากกันอยู่ที่เดิมซึ่งมีต้นทุนค่าแรงที่แพงกว่า หากจะลดราคาสินค้าลงเพื่อสู้กับบริษัทเหล่านั้นก็ไม่คุ้มค่าอาจทำให้เกิดภาวะการขาดทุนเลย ซึ่งถ้าขาดทุนต่อเนื่องเป็นระยะเวลานานๆก็อาจทำให้ธุรกิจถึงกับต้องปิดตัวเลยก็ได้

ผลกระทบที่สาม คือเรื่องของการศึกษา เมื่อตลาด AEC นั้นเอื้อประโยชน์ให้ผู้ที่ทำธุรกิจสามารถมีอิสระเสรีในการลงทุนที่ใดก็ได้ในกลุ่มประเทศสมาชิก ประเทศที่มีมาตรฐานการศึกษาสูงก็จะมองหาการลงทุนทางด้านธุรกิจเกี่ยวกับการศึกษามากขึ้นเพื่อขยายฐานธุรกิจออกไปยังประเทศอื่นๆ ทำให้ธุรกิจการศึกษาเดิมของประเทศนั้นซึ่งส่วนมากจัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจ SMEs เสียด้วย ได้รับความกระทบอย่างไม่ต้องสงสัยอย่างประเทศไทยก็ยิ่งถือว่ามาตรฐานทางด้านการศึกษายังต่ำ

อยู่ หากมีโรงเรียนที่มีมาตรฐานกว่าแต่ราคาอาจสูงกว่าซักราคามาก่อตั้ง นักเรียน นักศึกษาก็จะมีตัวเลือกมากขึ้น หากว่าธุรกิจการศึกษาเดิมนั้นยังไม่มีมาตรฐานแล้วล่ะก็ ในอนาคตก็จะกลายเป็นปากต่อปากไปว่ามีโรงเรียนที่มีมาตรฐานสูงกว่าจากต่างประเทศมาเปิดก็อาจถึงขั้นทำให้ธุรกิจเกิดวิกฤตได้เลยทีเดียว แต่ในทางกลับกัน เด็กนักเรียน นักศึกษายังได้ผลประโยชน์ จากการแข่งขันทางด้านมาตรฐานการศึกษานี้และไม่ว่าหากธุรกิจเหล่านี้ของไทยปรับตัวได้ทันก็จะทำให้ระดับการศึกษาของไทยถูกยกระดับขึ้นแบบก้าวกระโดดก็เป็นได้เหมือนกัน



ผลกระทบด้านที่สี่ คือ อาจทำให้เกิดภาวะสมองไหล คือแรงงานอาชีพเฉพาะทางที่มีความสามารถสูงๆ และมีความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษจะถูกดึงตัวเข้าทำงานโดยให้อัตราค่าจ้างที่สูงกว่า สวัสดิการที่ดีกว่ายังถ้าแรงงานคุณภาพนั้นเป็นบุคลากรของบริษัทที่จัดอยู่ในกลุ่มธุรกิจ SMEs หรือเจ้าของธุรกิจเองเลย เมื่อถูกยื่นข้อเสนอที่ดีกว่าก็ยากที่จะปฏิเสธ ธุรกิจเดิมก็จะขาดแคลนกำลังคนที่มีคุณภาพเพราะไม่มีศักยภาพที่จะจ่ายค่าจ้างได้แพงกว่าบริษัทต่างชาติ หรือหากแรงงานนั้นเป็นเจ้าของธุรกิจอยู่และเป็นธุรกิจที่จัดให้อยู่ในกลุ่มธุรกิจ SMEs เมื่อพิจารณาว่ามันคุ้มค่ากว่าการลงทุนเองก็อาจตัดสินใจหยุดธุรกิจของตัวเองซะ เข้าร่วมกับบริษัทที่ยื่นข้อเสนอให้มันดีกว่า สะดวกและสบายกว่ากันเยอะ

ผลกระทบด้านที่ห้า เป็นผลกระทบทางด้านการส่งออก เมื่อ AEC เป็นตลาดการค้าที่เสรี แน่แน่นอนว่าทุกประเทศย่อมพยายามผลักดันธุรกิจของประเทศตนให้เข้าไปแทรกซึมยัง



AEC มากนัก อาจเนื่องมาจากหลายสาเหตุอย่างเช่น การรื้อแนวทางที่ชัดเจนจากภาครัฐก่อน หรืออาจยังไม่ได้รับทราบข่าวสาร AEC อย่างเพียงพอ รวมไปถึงเงินทุนในการปรับตัวไม่เพียงพอ เหมือนที่ทราบกันมาแล้วธุรกิจ SMEs นั้นมีเงินทุนหมุนเวียนต่ำ การปรับปรุง ยกกระดับเข้าสู่ระดับสากล จึงทำได้ยาก ยิ่งถ้าเป็นธุรกิจขนาดเล็กนี้ไม่ต้องพูดถึงเลย โอกาสในการขยายน้อยมากๆ

ประเทศอื่นๆ ประเทศไทยเองก็เช่นกัน การผลักดันให้ธุรกิจ SMEs เข้าไปมีบทบาทแบ่งส่วนแบ่งการตลาดในประเทศเพื่อนบ้านก็เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่น่าปฏิบัติเช่นกัน แต่ธุรกิจ SMEs ของไทยมักติดปัญหาในเรื่องของภาษาสื่อสารเป็นอันดับแรก และความรู้กฎหมายส่งออกเป็นอันดับรอง ทำให้ธุรกิจ SMEs ของไทยน้อยรายมากที่จะได้เข้าร่วมกับปฏิบัติการนี้ ถึงแม้ว่าจะมีการให้บริการในการฝึกอบรมทั้งทางด้านภาษาหรือกฎหมายที่เกี่ยวข้องก็ตาม

ด้วยเหตุที่เจ้าของธุรกิจไม่อยากจะยุ่งยากต้องมาปรับตัวใหม่อีก เสียเวลาในการทำธุรกิจของตัวเอง เพราะส่วนใหญ่มักเหมือนที่บอกคือเจ้าของธุรกิจมักเป็นผู้ลงมือบริหารและทำงานเองด้วย ทำให้ธุรกิจ SMEs ของเราเข้าไปแทรกซึมได้น้อย ในขณะที่ประเทศอื่นสามารถแทรกซึมเข้ามาได้ง่ายกว่า ปัญหาที่จะเกิดตามมาเพราะมันเล็งไม่ได้แน่ๆที่อาจจะมียุทธศาสตร์หรือบริการชนิดเดียวกัน เมื่อความต้องการในการใช้สินค้าหรือบริการคงเดิม แต่มีปริมาณสินค้าหรือบริการเพิ่มมากขึ้น ก็จะเกิดการแบ่งส่วนลูกค้าไป ธุรกิจ SMEs ที่เคยมีรายได้เป็นกอบเป็นกำก็จะมียาวยรับเข้ามาน้อยลง และเมื่อรายรับที่ลดลงไปนั้นก็อาจจะเกิดปัญหาอื่นๆตามมาได้อีก

ผลกระทบด้านที่เจ็ด ผลกระทบที่เกิดกับธุรกิจ SMEs บางประเภทที่มีการกำหนดประเทศที่เป็นศูนย์กลางเป็นประเทศใน AEC เช่น ผลิตภัณฑที่เกี่ยวข้องกับไม้ที่มีอินโดนีเซีย เป็นศูนย์กลาง ผลิตภัณฑจากยางพาราและสิ่งทอที่มีมาเลเซียเป็นศูนย์กลาง ผลิตผลทางการเกษตรโดยเฉพาะข้าวที่มีพม่าเป็นศูนย์กลาง กลุ่ม SMEs ในธุรกิจดังกล่าวยังไม่มีความตื่นตัวในการเข้าสู่

ผลกระทบด้านที่แปดคือ ปัญหาอาชญากรรม เมื่อแรงงานมาจากต่างชาติ ต่างภาษา ต่างกฎหมาย ต่างวัฒนธรรม บริษัทที่ต้องการแรงงานราคาถูกก็มักจะเป็นบริษัทที่ทุนหมุนเวียนต่ำอย่างธุรกิจ SMEs นั้นเอง เมื่อแรงงานทำงานก็ไม่มีปัญหา แต่ถ้าแรงงานทำอาชญากรรม ผลที่ตามมาคือคงไม่พินต้นสังกัดที่รับแรงงานเหล่านั้นเข้าทำงานนั่นเอง ความเอาใจใส่ต่อเรื่องเล็กน้อยๆพวกนี้หากเจ้าของธุรกิจ SMEs มีก็ควรจัดอบรมแรงงานกันให้เป็นที่ยอมรับ อธิบายเกี่ยวกับกฎหมาย วัฒนธรรมที่ดี การวางตัว ความประพฤติ ซึ่งจะช่วยให้แรงงานเหล่านั้นมีภาพลักษณ์ที่ดีขึ้นและเป็นไปในทางเดียวกัน

ดังนั้นเพื่อให้ทันรับมือกับการเข้าสู่ภาวะตลาดการค้าเสรีอาเซียน หรือ AEC จึงต้องมีการปรับตัวกันตั้งแต่รากฐานเลยทีเดียว รากฐานที่ว่าก็คือในเรื่องการศึกษาที่ไม่ใช่แค่เพียงการท่องคำทักทายเป็นภาษาประเทศอื่นๆเพียงเท่านั้น การให้ความรู้ที่เหมาะสมและเพียงพอจึงมีความสำคัญมาก สามารถสอดแทรกเนื้อหาให้ละเอียดลึกซึ้งได้ตามระดับชั้นเรียน จนเด็กเห็นความสำคัญของ AEC แล้วในภายภาคหน้าเยาวชนเหล่านี้แหละที่จะเติบโตขึ้นมาอย่างมีคุณภาพและผลักดันให้ประเทศไทยเป็นผู้นำ AEC ได้อย่างแท้จริง



SMEs ไทยได้ประโยชน์ในการเข้าสู่ AEC

การจะหากลยุทธ์ขยายตลาดสู่ประเทศต่างๆของ AEC นั้น อันดับแรกก็ต้องหาข้อมูลกันก่อน รู้เขารู้เรา สร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง ดังนั้นสิ่งที่เราจะต้องทราบก่อนก็คือ มีผลกระทบอะไรบ้างทั้งเชิงบวกและเชิงลบ จากนั้นจึงค่อยใช้ผลเชิงบวกหาช่องทางทำกำไรให้มากขึ้น และใช้ผลเชิงลบเพื่อหาแนวทางยับยั้งป้องกันและเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาสต่อไป

ผลเชิงบวกข้อแรก ภาษีที่ลดลงเพิ่มโอกาสที่ขยายออกในด้านการลงทุน AEC เป็นการเปิดช่องทางและโอกาสใหม่ๆสำหรับสินค้าที่จะสามารถส่งออกไปยังประเทศในกลุ่ม เพราะในช่วงแรกนั้นเป็นการรวมกลุ่มกันของ 10 ประเทศ มีประชากรราว 590 ล้านคน และในอนาคตยังจะมี ASEAN +3 และ ASEAN +6 ตามมาอีก ผลจากการลดภาษีนี้อาจทำให้สินค้าบางประเภทที่ไม่เคยได้ส่งออกไปเลยเพราะภาษีสูงมาก ก็จะมีโอกาสได้ลองส่งออกไปทดสอบตลาดกันและยังมีการยกเลิกมาตรการจำกัดปริมาณสินค้าอีกด้วย ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมี

สัดส่วนการส่งออกเพิ่มจากร้อยละ 18.2 (ปี 2541) เป็นร้อยละ 21.3 (ปี 2552) ในขณะที่สัดส่วนการนำเข้าก็เพิ่มขึ้นด้วยจากร้อยละ 15.1 (ปี 2541) เป็นร้อยละ 18.5 (ปี 2552)

ผลเชิงบวกข้อที่สอง คือต้นทุนการผลิตที่ลดลง ต้นทุนที่ว่านี้ก็คือวัตถุดิบหรือสินค้าชั้นกลางที่ใช้ในการผลิตที่สามารถนำเข้าจากประเทศที่มีทรัพยากรเหล่านี้จำนวนมากและราคาไม่สูง ประกอบกับมาตรการการลดภาษีทำให้ต้นทุนดังกล่าวมีมูลค่าลดลง ผลจากมูลค่าต้นทุนการผลิตที่ต่ำลงนี้ จะไม่มีผลกระทบต่อปริมาณการผลิตมีจำนวนมากขึ้นตอบสนองความต้องการในสินค้าแต่ละชนิดมากขึ้น ยอดขายที่มากขึ้นตามมาด้วยผลกำไรที่มากขึ้น หรืออาจมีการกระตุ้นการขายด้วยโปรโมชั่นลดราคาสูง ทุกอย่างก็ตามมาจากต้นทุนการผลิตที่ลดลงนั้นล้วนเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคทั้งสิ้น การแข่งขันที่สูงขึ้นจะช่วยให้ระดับมาตรฐานสูงตาม และทำให้ราคาลดลง ก็

ขึ้นอยู่กับว่าทางผู้ผลิตแต่ละที่นั้นจะมีการผลิตสินค้าได้คุณภาพเพียงใดแล้ว โดยมีผู้บริโภคเป็นผู้ตัดสินใจ

พลเชิงบวกข้อที่สาม คือกำลังการซื้อที่มากขึ้น พลจากการลดภาษีนำเข้าและส่งออก ประกอบกับราคาค้นทุนวัสดุตั้งต้นการผลิตที่ต่ำลง การแข่งขันทางด้านการผลิตจะเพิ่มขึ้น อาจมีผู้ผลิตเพิ่มมากขึ้นทำให้ราคาสินค้าและบริการต่ำลง ผู้บริโภคก็มีทางเลือกในสินค้าและบริการมากขึ้นแม้ว่ากำลังซื้อจะเท่าเดิมแต่เมื่อราคาสินค้าและบริการลดลงก็ทำให้การตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกสินค้าและบริการนั้นก็เพิ่มขึ้น การใช้เงินมีปริมาณโดยรวมสูงขึ้นก็ย่อมเป็นผลดีกับระบบเศรษฐกิจโดยรวมมากขึ้นเช่นกัน ผู้บริโภคจะเริ่มหันมาสนใจสินค้าและบริการที่มีในกลุ่มประเทศ AEC เนื่องจากรับรู้ตัวเองแล้วว่าคุ้มค่า คุ้มราคากว่า

พลเชิงบวกข้อที่สี่ คือผู้ประกอบการสามารถเข้าไปก่อตั้งกิจการ ทั้งในด้านการผลิตสินค้าหรือการบริการได้มากขึ้น สำหรับประเทศไทยนั้นธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว อาหาร ที่พัก หรือ บริการสปา นวดแผนไทย อาจเป็นบริการด้านอื่นอย่างด้านการก่อสร้าง การออกแบบ การบันเทิง เป็นจุดเด่นที่ได้เปรียบอย่างยิ่งในการขยายฐานธุรกิจเข้าสู่ประเทศต่างๆ แล้วดึงรายได้เข้าประเทศ เพราะธุรกิจดังกล่าวเป็นธุรกิจ SMEs ของไทยที่มีมาตรฐานสูงเป็นที่ยอมรับกันอยู่แล้ว ภาวะการดำเนินงานของไทยจะได้รับการเยียวยาอย่างรวดเร็วหากสามารถขยายกิจการดังกล่าวไปตามประเทศต่างๆ

พลเชิงบวกข้อที่ห้า คือเป็นจุดที่สามารถระดมการลงทุนจากต่างชาติได้ง่าย เมื่อธุรกิจ SMEs ไทยขยายตัวสู่ประเทศในกลุ่ม AEC แล้วมั่นใจได้อย่างหนึ่งว่าความมีมาตรฐานของธุรกิจนั้นจะทำให้ปริมาณการใช้สินค้าและบริการจะเพิ่มสูงขึ้นในเวลาอันรวดเร็ว ทำให้เป็นจุดที่นักลงทุนต่างชาติจะเริ่มมองเห็นว่ามีความคุ้มค่าเนื่องจากจุดเด่นของธุรกิจ SMEs นั้นคือ ต้นทุนต่ำ จุดคุ้มทุนก็ต่ำ การลงทุนจึงมีความเสี่ยงน้อยเชื่อว่าจะดึงดูดนักลงทุนให้ลงทุนในธุรกิจ SMEs มากขึ้นจนกลายเป็นธุรกิจขนาดใหญ่ไปเป็นที่สุดนำมาซึ่งความมั่นคงของธุรกิจ ซึ่งปัจจุบันเราอาจมองภาพไม่ออกว่าธุรกิจเหล่านี้จะเติบโตขึ้นได้อย่างไร แต่ในอนาคตเมื่อมันเกิดขึ้นจริงคุณก็จะต้องอุทานว่า “เรามาทั้งจุดนี้กันได้อย่างไร?”

พลเชิงบวกดังกล่าวเป็นภาพรวมที่จะเกิดขึ้นเมื่อมีการเปิดตลาดการค้าเสรี เมื่อลองวิเคราะห์ให้ลึกลงไปเราก็ควรต้องรู้จักจุดเด่นจุดด้อยของคู่แข่งของเราไว้ด้วยก่อนการขยายธุรกิจ SMEs ของเราเข้าสู่สายตานานาประเทศ



ประเทศสิงคโปร์ มีจุดเด่นที่เป็นประเทศที่มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงที่สุดของอาเซียน ระบบการเมืองของสิงคโปร์มีเสถียรภาพสูงมาก นอกจากนั้นยังเป็นศูนย์กลางทางการเงินระหว่างประเทศ แรงงานภายในประเทศก็มีทักษะความชำนาญงานสูง มีระบบการจัดการทรัพยากรบุคคลและธุรกิจที่เข้มแข็งทำเลที่ตั้งเหมาะกับการเป็นศูนย์กลางเดินเรือ แต่มีจุดด้อยอยู่ตรงที่เป็นประเทศขนาดเล็กทรัพยากรธรรมชาติน้อยจึงต้องนำเข้าวัตถุดิบจากนอกประเทศ นอกจากนั้นก็ยังขาดแคลนแรงงานระดับล่าง จุดนี้เราสามารถให้ธุรกิจ SMEs ที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาวัตถุดิบที่เป็นที่ต้องการของสิงคโปร์จัดส่งไปได้ รวมไปถึงสามารถส่งแรงงานระดับล่างที่มีฝีมือเข้าร่วมด้วยก็ได้

ประเทศอินโดนีเซีย มีจุดเด่นที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นตลาดใหญ่ที่มีประชากรมากเป็นอันดับ 4 ของโลก และอันดับหนึ่งของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีชาวมุสลิมมากที่สุดในโลก มีทรัพยากรธรรมชาติมากมายหลากหลายชนิด โดยเฉพาะ ถ่านหิน น้ำมัน ก๊าซธรรมชาติ โลหะชนิดต่างๆ ระบบธนาคารที่แข็งแกร่ง จุดอ่อนก็คือพื้นที่ส่วนมากเป็นหมู่เกาะกระจายกันอยู่ ระบบสาธารณูปโภคยังไม่พัฒนา โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับการคมนาคม และการเชื่อมโยงระหว่างประเทศ SMEs ไทยที่เกี่ยวข้องกับการผลิตแล้วการ

ลงทุนในด้านนี้ น่าสนใจทีเดียว รวมไปถึงธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการด้านการคมนาคมก็น่าสนใจไม่แพ้กัน

ประเทศมาเลเซีย มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีอยู่ในอันดับ 3 ของอาเซียน มีปริมาณน้ำมันสำรองมากเป็นอันดับ 3 และก๊าซธรรมชาติมากเป็นอันดับ 2 ของเอเชียแปซิฟิก มีระบบโครงสร้างพื้นฐานครบวงจร มีแรงงานที่มีทักษะ แต่ก็มีจุดอ่อนอยู่ตรงที่มีจำนวนประชากรค่อนข้างน้อย ทำให้ขาดแคลนแรงงานระดับล่าง ประเทศมาเลเซียตั้งเป้าให้เป็นประเทศพัฒนาแล้วภายในปี 2563 ให้ความสำคัญในการผลิตด้วยเทคโนโลยีขั้นสูง เป็นจุดที่ SMEs ไทยที่เกี่ยวกับการผลิตด้วยการใช้เทคโนโลยีย่อมเป็นที่สนใจของมาเลเซีย รวมไปถึงการส่งแรงงานระดับล่างที่มีฝีมือเข้าไปก็ยังเป็นที่น่าสนใจอีกเช่นกัน



ประเทศบรูไน มีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีสูงเป็นอันดับ 2 ของอาเซียน มีระบบการเมืองที่ค่อนข้างมั่นคง เป็นผู้ส่งออกน้ำมันและปริมาณสำรองน้ำมันเป็นอันดับ 4 ของอาเซียน แต่ยังเป็นประเทศขนาดเล็ก มีประชากรเพียง 4 แสนคน ซ้ำยังขาดแคลนแรงงาน ประเทศบรูไนเป็นประเทศที่ให้ความสำคัญกับเรื่องอาหารมาก ก็เข้าทาง SMEs ไทยที่เกี่ยวข้องกับอาหารซึ่งเป็นธุรกิจที่เข้มแข็งของไทยมานานแล้วเช่นกันดังนั้นจึงไม่ใช่เรื่องยากเลยในการขนานธุรกิจด้านอาหารในประเทศบรูไน

ประเทศฟิลิปปินส์ มีประชากรมากกว่า 100 ล้านคน เป็นประเทศที่มีความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษดี แรงงานของประเทศที่สามารถสื่อสารโดยใช้ภาษาอังกฤษได้ แต่ทำเลที่ตั้งนั้น

ห่างไกลจากกลุ่มประเทศ AEC ระบบโครงสร้างพื้นฐานและสวัสดิภาพทางสังคมยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร ธุรกิจ SMEs ไทยที่จะสามารถตอบสนองต่อประเทศที่มีประชากรมากก็ต้องเป็นธุรกิจประเภทปัจจัย 4 อาหาร เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย และยารักษาโรค น่าจะได้รับผลตอบแทนที่ดีจากผู้บริโภคของฟิลิปปินส์

ประเทศเวียดนาม มีประชากรมากเป็นอันดับ 14 ของโลก มีปริมาณน้ำมันสำรองมากเป็นอันดับ 2 ของเอเชียแปซิฟิก มีแนวชายฝั่งทะเลยาวกว่า 3,200 กิโลเมตร ระบบการเมืองมีเสถียรภาพ ค่าจ้างแรงงานต่ำรองจากกัมพูชา จุดอ่อนก็คือระบบสาธารณสุขไม่พัฒนาเท่าที่ควร ต้นทุนทางด้านที่ดินและสำนักงานค่อนข้างสูง แต่ประชากรนั้นมีความต้องการในสินค้าและบริการเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เป็นจุดที่ธุรกิจ SMEs ไทยในเรื่องการท่องเที่ยว การบริการด้านต่างๆ รวมไปถึงธุรกิจทางด้านปัจจัย 4 นำเข้าไปลงทุนถึงแม้ว่าราคาที่ดินหรือค่าเช่าสำนักงานจะค่อนข้างแพงแต่เมื่อเทียบกับความต้องการการใช้สินค้าและบริการของคนในประเทศแล้วคุ้มค่าก็ทีเดียว

ประเทศกัมพูชา เป็นประเทศที่มีทรัพยากรธรรมชาติอุดมสมบูรณ์ โดยเฉพาะน้ำ ป่าไม้ และแร่ชนิดต่างๆ ซ้ำยังมีค่าจ้างแรงงานต่ำที่สุดในกลุ่มประเทศอาเซียนคือราวๆ 1.6 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน หรือราวๆ 50 บาทต่อวันเท่านั้น จุดอ่อนก็คือระบบสาธารณสุขไม่พัฒนาเท่าที่ควร ต้นทุนทางด้านน้ำ ไฟฟ้า และการสื่อสารค่อนข้างสูง ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ แม้ว่าจะมีประเด็นความขัดแย้งกับไทยอยู่ แต่ในเรื่องการทำธุรกิจแล้วเป็นเรื่องของผลประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่าย SMEs ไทยยังมีโอกาสที่จะขยายไปยังกัมพูชาได้ไม่ว่าจะในเรื่องการผลิต หรือธุรกิจเกี่ยวกับการบริการก็ตาม

ประเทศลาว มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์เช่นกัน การเมืองมีเสถียรภาพสูง ค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำคือประมาณ 2.06 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน หรือราวๆ 70 บาทต่อวัน แต่มีจุดอ่อนอยู่ที่ระบบสาธารณสุขไม่พัฒนาเท่าที่ควร พื้นที่ส่วนมากเป็นที่ราบภูเขา และภูเขา การคมนาคมไม่สะดวก การลงทุนของ SMEs ไทยก็ควรเกี่ยวข้องกับกลุ่มโครงสร้างพื้นฐานอย่างเช่น กลุ่มพลังงาน หรือเหมืองแร่ เป็นต้น

ประเทศพม่า มีทรัพยากรธรรมชาติและก๊าซธรรมชาติจำนวนมาก ค่าจ้างแรงงานค่อนข้างต่ำคือประมาณ 2.5 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน หรือราวๆ 90 บาทต่อวัน จุดอ่อนคือมีระบบสาธารณูปโภคที่ยังไม่พัฒนาเท่าที่ควร แต่จุดที่น่าสนใจคือประเทศพม่านั้นกำลังพัฒนาระบบคมนาคมทางถนนและรถไฟความเร็วสูง รวมไปถึงท่าเรือด้วย ธุรกิจ SMEs ไทยที่น่าสนใจก็น่าเป็นกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งหากในอนาคตระบบคมนาคมของพม่าสะดวกสบายก็จะยิ่งทำให้การท่องเที่ยวยิ่งได้รับความนิยมมากขึ้นโดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

ประเทศไทย มีฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมและสินค้าเกษตรรายใหญ่ของโลก ท่าเลที่ตั้งเหมาะกับการเป็นศูนย์กลางการคมนาคม ระบบสาธารณูปโภคทั่วถึง ระบบธนาคารค่อนข้างเข้มแข็ง มีแรงงานจำนวนมาก แต่จุดอ่อนคือแรงงานยังขาดทักษะ เทคโนโลยีการผลิตยังเป็นเทคโนโลยีขั้นกลาง มีธุรกิจ SMEs หลากหลายประเภทและมีจำนวนมาก ทำให้มาตรฐานสูงขึ้นเรื่อยๆ เป็นจุดที่เหมาะสมในการเริ่มขยายตัวของธุรกิจ SMEs ไปยังส่วนต่างๆให้มากขึ้นได้

ถึงแม้ว่าทุกการลงทุนทุกชนิดจะมีความเสี่ยงแต่การหาข้อมูลต่างๆไว้อย่างพอเพียงก็จะทำให้ความเสี่ยงในการลงทุนลดลงได้ ข้อมูลพื้นฐานของแต่ละประเทศอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา มันก็เป็นหน้าที่ของผู้ที่มีความสนใจเป็นเจ้าของธุรกิจพยายามติดตามข้อมูลข่าวสารอยู่เสมอเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการจะลงทุนต่อไปในอนาคต



การออกบูธแสดงสินค้า ต้องเตรียมตัวอย่างไร

การนำธุรกิจไปออกบูธแสดงสินค้าเป็นสิ่งจำเป็นในการขยายธุรกิจและสามารถเพิ่มยอดขายได้ โดยเฉพาะการขายสินค้าและบริการ การออกบูธจึงเป็นสิ่งจำเป็นจะต้องมีการวางแผนดำเนินการ แต่ความสำเร็จของการออกบูธนั้นไม่ใช่เพียงแค่ตั้งโชว์ และจำหน่ายให้หมดๆไปแล้วก็กลับ แต่ยังคงต้องคำนึงถึงวิธีการออกบูธที่มีประสิทธิภาพ น่าสนใจ และดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้ามาชม และเคล็ดลับการออกบูธให้โดดเด่นและดึงดูดก็คือ

1. การเลือกงานแสดงสินค้าต้องตรงความต้องการ
ความต้องการในที่นี้ก็คือทั้งผู้จำหน่ายเองและผู้บริโภคด้วย เพราะหัวข้อหลักของงานทุกงานก็จะมีระบุไว้ชัดเจนอยู่แล้ว ดังนั้นจึงควรเลือกและตัดสินใจให้ดีก่อนจะไปเปิดบูธกัน สินค้าหรือบริการก็เหมือนเหยื่อเฉพาะที่ปลาบางชนิดชอบ การจะตกปลาให้ได้มากนั้นก็ต้องนำไปตกในแหล่งที่มีปลานิดที่ตรงกับเหยื่อและจำนวนปลาที่ต้องมากพอ นอกจากนี้จะต้องคำนึงถึงวัตถุประสงค์หลักของแต่ละงานแล้วยังต้องพิจารณาขนาดของ

งานด้วยว่าเป็นงานระดับไหน ระดับจังหวัด ระดับภูมิภาค ระดับประเทศ หรือระดับนานาชาติ ซึ่งระดับของงานนั้นจะเป็นดัชนีชี้วัดกลุ่มผู้บริโภคที่จะเข้ามาร่วมงานว่าอยู่ในระดับใด และปริมาณมากน้อยเพียงใด ประเด็นต่อมาก็ต้องดูความน่าเชื่อถือของงานที่จัดขึ้น งานที่ได้รับความนิยมน่าเชื่อถือนั้นก็จะมีการจัดงานมาหลายครั้งแล้ว แต่ถึงจะจัดมาหลายครั้งแล้วก็ยังจะต้องตรวจสอบหาข้อมูลการจัดงานนี้เพิ่มอยู่ดีว่าได้รับการตอบรับมากน้อยเพียงใด ทั้งจากผู้สนับสนุนและเสียงสะท้อนจากผู้บริโภคเองก็ตาม จำไว้ว่าการเปิดตัวสินค้าหรือบริการของเราเข้าสู่บูธการแสดงผลงานนั้นเป็นการเปิดช่องทางใหม่ๆให้กับธุรกิจย่อมต้องมีค่าใช้จ่ายเป็นธรรมดา แต่เมื่อต้องจ่ายแล้วจะไม่ได้กลับมาคุ้มค่าหรือไม่จึงเป็นเรื่องที่ต้องวางแผนกันให้รัดกุม

2. จัดเตรียมทุกอย่างให้พร้อมก่อนเริ่มงาน เมื่อทำการคัดเลือกงานที่จะร่วมแสดงเป็นที่เรียบร้อยแล้วสิ่งที่จะต้องดำเนินการต่อไปก็คือ การจัดเตรียมความพร้อมในการออกบูธสิ่งที่ควรสนใจเป็นอันดับแรกคือ “ลูกค้า” เป็นชาวไทยหรือ

ต่างชาติ ถ้าเป็นชาวต่างชาติแล้วเราเองมีความพร้อมในเรื่อง การสื่อสารมากนักน้อยเพียงใด ถ้าไม่มีก็ควรจัดเตรียมในเรื่องสำเนา ไว้ด้วยเพื่อความสะดวกในการติดต่อกับลูกค้า ในขณะที่เดียวกัน ก็จัดเตรียมเอกสารประกอบอย่างอื่นให้ครบถ้วนเพื่ออำนวยความสะดวกกับลูกค้า เช่น แคตตาล็อกสินค้าพร้อมราคาและ ส่วนลด หรือโปรโมชั่นต่างๆ สินค้าที่จะทำการนำเสนอ นั้นอาจ เป็นสินค้าเดียวกับอีกหลายๆที่ก็ได้ดังนั้นถ้าเป็นไปได้ก็ควรจะ แสดงจุดเด่นที่แตกต่างจากสินค้าอย่างชัดเจนเพื่อให้ลูกค้า ได้เกิดการเปรียบเทียบว่าคุณค่ามากกว่าหรือไม่ ใบเสนอราคา เพื่อในกรณีที่ลูกค้าไม่ใช้ผู้ตัดสินใจซื้อขายเอง หนังสือสัญญา การซื้อขายเพื่อในกรณีที่ลูกค้าอาจมีความต้องการสินค้าใน ปริมาณมากแต่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายกลับไปได้สัญญาซื้อขายก็ จะมีทั้งแบบขายแบบครั้งต่อครั้งและสัญญาซื้อขายระยะยาวซึ่ง ราคาจะเหมือนหรือต่างกันก็อยู่ที่เจ้าของธุรกิจจะเป็นผู้กำหนด ราคาแต่เรื่องราคาก็ควรที่จะตรวจสอบราคากลางตลาดไว้ด้วย เพราะลูกค้าที่เป็นมืออาชีพจะทราบราคากลางเหล่านี้อยู่แล้ว หากต้องมีการตัดสินใจที่จะซื้อขายกันเป็นระยะยาวในอนาคต ราคาที่เราตั้งจะเป็นตัวชี้วัดอนาคตของธุรกิจเราได้ว่า จำไว้ว่ายังมี การเตรียมตัวดีเพียงใดก็ยังเป็นเงาสะท้อนความเป็นมืออาชีพ ให้ลูกค้าได้เห็นมากเท่านั้น รอบคอบและรัดกุมเอาไว้เพื่อช่องทาง ธุรกิจที่กว้างไกลในวันหน้า

3.ลูกค้าทุกกลุ่มคือเรื่องมือวิจัยตลาดที่ดีเยี่ยม ไม่ ว่าลูกค้าที่เข้าร่วมงานนั้นจะเป็นลูกค้าที่ซื้อขายสินค้าของคุณ หรือไม่ได้ตามสิ่งที่คุณควรจะต้องเรียนรู้คือกลุ่มใด อาชีพใด รายได้ ประมาณเท่าใด ที่ตัดสินใจซื้อทันที กลุ่มใดที่สนใจแต่ไม่ซื้อ ในทันที และกลุ่มใดที่ไม่มีท่าทีสนใจ เพื่อจะได้นำกลับมาปรับปรุง ในเรื่องสินค้าหรือบริการซึ่งในส่วนของคุณเรื่องอาชีพหรือ อายุพอสอบถามได้ไม่ยากแต่เรื่องรายได้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนให้ ใช้การประมาณการเอาจากอาชีพจะดีกว่า หรือการเก็บข้อมูล เรื่องรูปแบบการจัดบูธ การจัดบูธแบบใดที่มีลูกค้าให้ความสนใจ เข้าชมมากที่สุดก็สามารถที่จะเก็บข้อมูลไว้ใช้ในการปรับรูปแบบของ การจัดบูธคุณในครั้งต่อไปให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น ยิ่งถ้าเป็น สินค้าประเภทเดียวกับคุณยังมีประโยชน์กับธุรกิจของคุณ ไม่ ว่าบูธของคุณจะเป็นแบบ walk in หรือแบบ meeting ก็ตาม ดังนั้นทุกการออกบูธของคุณคือการลงทุนซื้อสิทธิ์เข้าไปวิจัย ตลาดในตลาดจริงอย่าคิดว่าเป็นการสิ้นเปลืองแต่จงคิดว่ามัน

เป็นการลงทุนเพิ่มเพื่อต่อยอดทางธุรกิจ จงสนุกกับพลวิชัย ตลาดที่ได้ ซึ่งไม่สามารถพบเจอได้ในบทเรียนใดๆทั้งสิ้น



4. ติดตามลูกค้าสม่ำเสมอ หลังจากแสดงงานเป็นที่ เรียบร้อยแล้วแน่นอนว่าคุณย่อมมีข้อมูลลูกค้าอยู่บ้างแล้วอย่า ลืมส่งจดหมายขอบคุณถึงลูกค้าที่ซื้อสินค้าและลูกค้าที่เข้าเยี่ยมชม บูธของคุณ พยายามส่งข้อมูลความเคลื่อนไหวของคุณไปให้ ลูกค้าอยู่เรื่อยๆอย่างสม่ำเสมอ แบบนำชิมบ่อทรายจากไม่รู้จัก ก็จะเป็นคุณเคยเมื่อลูกค้าได้พบคุณอีกครั้งก็จะเหมือนกับ ได้รู้จักมักคุ้นกันมาเป็นอย่างดีเพราะคุณพยายามนำเสนออะไร ใหม่ๆให้กับลูกค้าเสมอ ทั้งข้อมูลที่สำคัญๆไม่จำเป็นต้องเกี่ยวกับ ธุรกิจของคุณก็ได้ แต่ก็ควรมีข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของคุณ สอดแทรกไปบ้าง กลุ่มลูกค้าที่มองเห็นว่าสินค้าคุณมีคุณค่า ควรแก่การเลือกหาไว้ก็จะรู้ดีว่าคุณมีการติดตามผลและ ประทับใจ ลูกค้าที่ยังไม่ตัดสินใจก็จะเริ่มมองเห็นความจริงใจใน การทำธุรกิจของคุณและอาจเกิดอยากลองเปลี่ยนมาใช้สินค้า หรือบริการของคุณดูก็ได้ จำไว้ว่าการติดตามลูกค้ามันไม่ใช่ การถือเพราะฉะนั้นอย่าเร่งเร้าใดๆทั้งสิ้น ค่อยๆใช้เวลาสาย กำแพงความไม่ไว้วางใจออกไปทีละน้อยๆ จนวันหนึ่งมันจะ กลายเป็นทางโล่งกว้างที่ลูกค้ากรูยเข้ามาหาคุณเอง ลอง ยกตัวอย่างธุรกิจหนึ่งที่ควรให้ความสำคัญกับการติดตาม ลูกค้าก็คือธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งในช่วงแรกนั้นตัวแทนต่างพุ่ง เข้าใส่ลูกค้ากันอย่างไม่คิดชีวิต แต่เมื่อลูกค้าตัดสินใจทำประกัน แล้วก็กลับหาหนำอื่นส่วนแบ่ง ลูกค้าก็มีสิทธิ์ที่จะเปลี่ยนตัว แทนได้หากต้องการ ไม่ใช่แค่รอให้เกิดเหตุต้องเคลมประกันแล้ว

จึงจะเข้ามาถามที่สารทุกข์สุกดิบกัน หรือวันเกิดที่ที่ส่งการ์ดมา
อวยพรเท่านั้น แนวความคิดแบบนี้มักเกิดกับตัวแทนที่ยังอ่อน
ประสบการณ์ว่าเมื่อลูกค้าซื้อกรรมธรรมแล้วก็ต้องใช้ตลอดไปซึ่ง
เป็นความคิดที่ผิด แตกต่างกับตัวแทนที่มีประสบการณ์สูงๆที่ไม่
ว่าจะเหตุต้องเคลมประกันหรือไม่ก็ตามก็จะพยายามติดตาม
ถามไถ่อยู่อย่างสม่ำเสมอเพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้ถูกทอดทิ้ง
และยังคงใช้บริการต่อไป และไม่แน่ว่าการบอกปากต่อปากของ
ลูกค้านั้นอาจให้ผลทางธุรกิจที่เกินคาดก็ได้



5.5 วิเคราะห์และสรุปผลพร้อมหาแนวทางแก้ปัญหา

ทุกครั้งที่มีการจัดแสดงงานแล้วให้ทำการวิเคราะห์และสรุปผล
ด้วยทุกครั้งเพื่อประเมินว่าการนำสินค้าจัดแสดงนี้บรรลุ
วัตถุประสงค์ที่วางไว้หรือไม่ การทำงานแบบมืออาชีพไม่ควรทำ
ให้ลูกค้าเห็นเท่านั้น แต่ควรฝึกให้เป็นปกตินิสัยกันไปเลย เมื่อเคย
ชินแล้วมันก็ไม่ได้อำนาจการดำเนินงานของคุณยุ่งยากขึ้นตรงกันข้าม
กลับทำให้ขั้นตอนในการดำเนินงานยิ่งชัดเจนมากขึ้นเสียอีก ใน
ส่วนของการสรุปผลนั้นที่ลืมไม่ได้เลยก็คือปัญหาที่เกิดขึ้นมี
ปัญหาใดบ้างที่แก้ไขสถานการณ์ได้ และปัญหาใดที่แก้
สถานการณ์ไม่ได้ให้วิเคราะห์หาแนวทางการแก้ปัญหาไว้ให้
เรียบร้อยเพื่อไว้สำหรับการออกบูธในครั้งต่อไป และส่วนสำคัญ
อีกส่วนหนึ่งก็คือ คำติชมของลูกค้า คำชมมีไว้เพื่อให้เข้าใจ
จุดเด่นของธุรกิจของคุณ ซึ่งชมยินดีแต่อย่าลืมนิด คำติมีไว้
เพื่อหาแนวทางแก้ไขในคราวต่อไป มุมมองของแต่ละคนไม่
เหมือนกัน เราได้มุมมองที่ไม่ค่อยสมบูรณ์ของการออกบูธมา
ถือเป็นเรื่องที่น่ายินดียิ่ง ไม่ใช่เรื่องน่าโมโหแต่อย่างใด

6. ออกบูธอย่างต่อเนื่อง เมื่อคุณมีการตัดสินใจที่จะ
ออกบูธแสดงสินค้าแล้วแสดงว่าคุณมีความต้องการให้สินค้า
หรือบริการของคุณเป็นที่รู้จักให้หมู่ลูกค้าที่มากขึ้นดังนั้นการ
ออกงานให้สม่ำเสมอจึงเป็นเรื่องจำเป็นอย่างยิ่ง ลูกค้าเดิมที่ไปก็
จะได้เห็นว่าธุรกิจของคุณยังดำเนินการอยู่เพิ่มความเชื่อมั่นให้
ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น หรือลูกค้าใหม่ๆที่เข้าไปร่วมงานซึ่งก็อาจ
เป็นลูกค้าเดิมแต่ขงานไม่ทั่วถึงที่มีโอกาสได้เยี่ยมชมบูธของคุณ
ในขั้นตอนที่ 2 - 5 คุณสามารถทำซ้ำได้ทุกครั้งที่มีการออกบูธ

การทำบ่อยๆจะทำให้คุณเจ็บคม
ปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นมันจะเริ่มเป็นวัฏ
จักรเดิมที่คุณเคยแล้ว การแก้ปัญหาของ
คุณก็จะเป็นธรรมชาติไหลลื่นมากขึ้น
ฐานลูกค้าที่มีก็จะเพิ่มปริมาณมากขึ้น
จากธุรกิจ SMEs เล็กๆก็จะขยายตัวเป็น
ธุรกิจขนาดใหญ่และไม่แน่ว่าอาจติด
ตลาดแบบว่าวอดลมบมเลยก็ได้ ทั้งนี้ก็
ขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจของคุณเองทั้งนั้น
ธุรกิจของคุณ คุณต้องเป็นกำหนด
ทิศทาง และสำหรับผู้ที่สนใจจะออกบูธ
ทั้งในและต่างประเทศสามารถติดต่อ
สอบถามข้อมูลจากกรมส่งเสริมการค้า

ระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีทั้งตารางแสดงงาน
และข้อมูลจำเป็นอื่นๆอีกมากมาย โทร.0 - 2512 - 0093 -
104 ต่อ 360,687 หรือสายด่วน 1169 หรือ www.ditp.go.th
และ <http://www.thaitradefair.com>



รวมงานแสดงสินค้าที่น่าสนใจ

การแสดงสินค้าในงานแฟร์นั้นเป็นเรื่องสำคัญอย่างหนึ่งของธุรกิจ SMEs เพื่อประโยชน์ในการประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการของธุรกิจให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ถ้าลองเปรียบเทียบให้ธุรกิจเป็นนักแสดง งานแสดงสินค้า(Exhibitions) ก็เปรียบเสมือนเวทีเพื่อช่วยส่งเสริมให้นักแสดงนั้นเป็นที่รู้จักมากขึ้นโดดเด่นมากขึ้น ยิ่งนักแสดงนั้นมีเวทีที่ได้ขึ้นแสดงมากขึ้นเท่าไรก็ยิ่งเป็นผลดีมากขึ้นเท่านั้น ยิ่งในกระแสการบริโภคในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคเริ่มมองหาตลาดที่ชาญฉลาดมากขึ้น การเปิดตัวของสินค้า SMEs ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพแต่ในช่วงเริ่มต้นธุรกิจราคาก็จะค่อนข้างต่ำ จึงมีโอกาสเลือกซื้อเลือกหาของดีมีคุณภาพราคาถูกเอาไว้ใช้กัน ก่อนที่จะไปดูรายการงานแสดงสินค้าทั้งในประเทศและในระดับนานาชาตินั้น ก็ควรจะมองเห็นประโยชน์ของการแสดงสินค้า และแนวทางการเลือกงานที่จะใช้นำเสนอสินค้าของเราเสียก่อน เพราะทุกอย่างคือต้นทุน จะลงทุนก็ต้องให้คุ้มค่า

ในการแสดงสินค้าตามงานแสดงสินค้านั้นจะใช้เป็นสถานที่ในการประชาสัมพันธ์ที่มากเนื่องจากผู้บริโภครู้จักภาพรวมของงาน จากชื่องานและวัตถุประสงค์ของงานอยู่แล้ว ก็เป็นโอกาสอันดีว่าหากสินค้าที่จะนำเข้ามาแสดงนั้นเป็นสินค้าใหม่ก็จะทำให้สินค้านั้นเป็นที่รู้จักกันในกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้สินค้าประเภทนี้อยู่แล้วได้โดยง่ายเลย แต่ส่วนสำคัญก็ต้องมีการเตรียมตัวเตรียมสถานที่ให้เหมาะสมกับการนำเสนอพระเอกของเราเองซึ่งจะได้กล่าวโดยละเอียดต่อไป เมื่อมีผู้บริโภคเข้ามาเดินชมเลือกหากันแล้วโอกาสที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อก็มีมากเพราะเหมือนที่กล่าวไว้ข้างต้นคือกลุ่มลูกค้าที่อยู่แล้วงานที่มานี้เป็นสินค้าจำพวกใด แน่แน่นอนว่าต้องเตรียมตัวมาหอบอะไรกลับบ้าง และหากสินค้าของเรามีคุณภาพ นำเสนอได้อย่างเหมาะสมสถานที่และองค์ประกอบโดยรวมดูดีก็ดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาเลือกมาลองสินค้าใหม่ของเราได้ง่ายๆอยู่แล้ว โอกาสอันดียิ่งสำหรับการแสดงสินค้าในงานแสดงสินค้าอีกอย่างหนึ่งก็คือมีพื้นที่ให้

สามารถนำเสนอหรือโชว์ศักยภาพกันได้เต็มที่และลูกค้าก็ต้องการอย่างนั้นเช่นกัน

งานแสดงสินค้าภายในประเทศมีวัตถุประสงค์เพื่อกลุ่มลูกค้าภายในประเทศแต่ก็ต้องเลือกประเภทของงานให้เหมาะสมกับธุรกิจ SMEs ของคุณเช่นกัน ลองมาดูกันว่างานแสดงสินค้าที่น่าสนใจในปี 2559

1.จำลองประเพณีสงกรานต์เมืองเก่าศรีสะเกษ ที่ ศูนย์การค้าอิมพีเรียล เวิลด์ สำโรง วันที่ 4-17 เมษายน เป็นงานแสดงสินค้าประเภทสินค้าพื้นเมือง จัดแสดงงาน ณ แกรนด์ฮอลล์และแกรนด์สตรีท ชั้น 1 ติดต่อพื้นที่ได้ที่ 085-0217786

2.มหกรรมเครื่องใช้ไฟฟ้าราคาพิเศษ ที่ ลานกิจกรรม 1 เดอะบริโอ กรุงเทพวันวาน วันที่ 1-30 เมษายน เวลา 11.00-21.00 น. เป็นประเภทสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้า

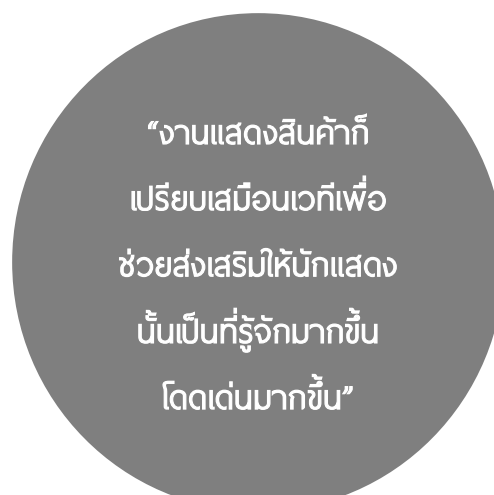
3.Home in Style 2016 @ พิวเจอร์ พาร์ค จัดที่ พิวเจอร์พาร์ค วันที่ 4-15 พฤษภาคม เป็นงานประเภทบ้านและที่อยู่อาศัย คอนโดมีเนียมซึ่งเป็นงานที่จัดไว้ให้ผู้อยู่สามารถเข้ามาสัมผัสสิ่งของจริงกันได้และยังรวมไปถึงเครื่องใช้ครัวเรือนด้วย งานจัดเวลา 11.00-21.00 น. ติดต่อพื้นที่ได้ที่ 02-3190299

4.MBK Center The All Adventure จัดงานที่ MBK center วันที่ 6-15 พฤษภาคม อยู่ในกลุ่มการท่องเที่ยว ในส่วนการจัดงานจะเป็นงานที่เน้นไปที่อุปกรณ์เดินป่า อุปกรณ์ดำน้ำ อุปกรณ์ปืนเขา จักรยาน มอเตอร์ไซด์บิ๊กไบค์ BB-gun กล้องถ่ายรูปใต้น้ำ กล้องบันทึกภาพกีฬาเอ็กซ์ตรีม และยังมีเกี่ยวกับทัวร์และการโรงแรมด้วย เวลาจัดงาน 11.00-21.00 น. ติดต่อพื้นที่ได้ที่ 084-6711165

5.Vintage Chic Party @ Esplanade Ratchada จัดที่ Esplanade Ratchada วันที่ 6-11 พฤษภาคม ค่าเช่าบูธวันละ 1,600 บาท เป็นงานสินค้าแฟชั่นแนว Vintage ส่วนมากก็จะเป็นสินค้าทั่วๆไป ธุรกิจร้านอาหารต่างๆก็สามารถเปิดบูธได้เพราะหลักๆจะเป็นสินค้าแฟชั่น ติดต่อที่ 02-0455058

6. Thailand Biggest Fair 2016 ณ ศูนย์แสดงสินค้า อิมแพ็คเมืองทองธานี อาคาร 1-8 วันที่ 7-15 พฤษภาคม เป็นงานใหญ่อีกงานหนึ่งเลย มีสินค้าแทบทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นเฟอร์นิเจอร์ สินค้าตกแต่งบ้าน เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องอำนวยความสะดวกในบ้าน สมาร์ทโฟน สินค้าไอที สินค้าแฟชั่น เครื่องประดับ สินค้าเกี่ยวกับงานแต่งงาน สินค้าเพื่อแม่และเด็ก อาหาร เครื่องดื่ม รถยนต์ บิ๊กไบค์ จักรยาน มอเตอร์ไซด์ยวดยาน ติดต่ได้ที่ 02-7190408

7.Sheet Metal Asia 2016,Intermach 2016 และ Subcon Thailand 2016 จัดวันเดียวกันคือ 11-14 พฤษภาคม ที่ Bitec เป็นงานแสดงสินค้าประเภทอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆทั้งจากญี่ปุ่น เยอรมัน เบลเยียม สวิตเซอร์แลนด์ ตุรกี จีน ไต้หวัน และสหรัฐอเมริกา เป็นงานระดับนานาชาติ



8.Big Sale Urban จัดงานที่ตึกจิวเวอรี่เทรด เซ็นเตอร์ ชั้น B1 วันที่ 14-22 พฤษภาคม เป็นสินค้าแบรนด์ต่างๆที่ต้องการนำสินค้ามา Sale ลดแลกแจกแถม ติดต่อพื้นที่ 062-5356545

9.ท่องเที่ยว ท่องโลก ครั้งที่ 15 ณ ศูนย์การค้าซีคอนสแควร์ ศรีนครินทร์ ชั้น 1 วันที่ 1-5 มิถุนายน เป็นงานในหมวดการท่องเที่ยวทั้งทวีปและต่างประเทศ ในส่วนการจัดงานก็จะมีธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท บริษัทนำเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ สายการบิน ธุรกิจรถเช่า อุปกรณ์การเดินทางและ

ดำเนินา จักรยาน อุปกรณ์ตกแต่ง สินค้าที่ระลึก ติดต่อได้ที่
02-8614013 ต่อ 105

10.งานแฟรนิชส์อีโอดี และงานเอสเอ็มอีอีโอดี 2016

งานไม่ได้ใหญ่มากแต่ตรงกลุ่มเป้าหมายโดยเป็นงานประเภท
OTOP,SMEs,ธุรกิจ,แฟรนิชส์ จัดงานที่สถาบันการจัดการ
ปัญญาคีวัฒน์ ธาราพาร์ค วันที่ 10-11 มิถุนายน ในงานมี
สัมมนาแฟรนิชส์,สัมมนาเอสเอ็มอี ฟรี ร่วมแสดงบูธติดต่อ
02-3217701, 086-3412973



11.Fasion & Jewelry Fair 2016 ที่ Impact เมือง
ทองธานี วันที่ 11 - 19 มิถุนายน เป็นงานในกลุ่มเครื่องประดับ
และแฟชั่น ส่วนการจัดงานก็จะเป็นสินค้าประเภทรองเท้า
เสื้อผ้า กระเป๋า เครื่องหนัง เครื่องประดับ นาฬิกา อัญมณี
ชนิดต่างๆ ติดต่อพื้นที่ได้ที่ 02-7311331, 089-1186895, 088-
5850509

12.Matichon Healthcare 2016 วันที่ 16-19
มิถุนายน ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นงานในกลุ่มสินค้า
เพื่อสุขภาพอันดับต้นๆของประเทศเลย สอบถามรายละเอียด
เพิ่มเติมที่ matichon.co.th

13. Thai Franchises and SMEs Expo 2016 เป็น
งานในหมวดOPOP,SMEs, ธุรกิจ, แฟรนิชส์ เป็นงานที่เน้น
ส่งเสริมการตลาดและการขยายธุรกิจแฟรนิชส์ และกลุ่ม
SMEs ทุกขนาด ผู้ร่วมงานก็จะเป็นกลุ่มนักลงทุนจากทั่ว
ประเทศที่กำลังมองหาธุรกิจใหม่ๆที่น่าสนใจ จัดที่โฮมเวิร์ด

ภูเก็ต วันที่ 24 มิถุนายน - 3 กรกฎาคม จองพื้นที่ได้ที่
090-9545169

14.สหกรณ์แฟรคั้งที่ 20 ณ ศูนย์ประชุมแห่งชาติ

สิริกิติ์ จังหวัดเชียงใหม่ เป็นงานจัดจำหน่ายสินค้าราคาถูกเพื่อ
ลดค่าครองชีพ โดยมีสินค้าจากกลุ่มเครือข่ายเป็นหลัก
ผู้เข้าร่วมก็จะเป็นลูกค้าทั่วไปที่มองหาสินค้าราคาถูกกัน บูธ
เสริมก็จะเป็นพวกอาหารเครื่องดื่มได้ หรือจะเป็นสินค้าชนิดใดก็ได้
ที่ต้องการทำโปรโมชั่นลดราคาขายกัน งานมีวันที่ 29

มิถุนายน-3 กรกฎาคม ติดต่อไป
ทางสำนักงานพาณิชย์จังหวัด
เชียงใหม่

15. Smart Heart presents Thailand International

Dog Show 2016 จัดงานที่
IMPACT เมืองทองธานี วันที่ 30
มิถุนายน-3 กรกฎาคม อยู่ในกลุ่ม
ธุรกิจสัตว์เลี้ยง มีกิจกรรมมากมาย
ในงานทั้งการประกวดสุนัขสวยงาม
การแข่งขันการตัดแต่งขนสุนัข

คลินิกตรวจสุขภาพสุนัข ในงานก็จะมีคนรักสัตว์มากมายเข้า
ร่วม

สำหรับงานแสดงสินค้าในต่างประเทศที่เหมาะสมกับ
ธุรกิจ SMEs ของไทยก็จะมีหลากหลายประเภทดังรายการที่
ลำดับไว้ในต่อไปนี้

1.Vietnam Int'l Retail + Franchise Show 2016

เป็นงานสินค้านานาชาติและธุรกิจแฟรนิชส์ มีทั้งส่วนของการ
แสดงสินค้า และบริการจาก SMEs มีการสัมมนาเกี่ยวกับ
โอกาสทางธุรกิจ ผู้เข้าร่วมงานก็จะมีทั้งเจ้าของธุรกิจ
ผู้ประกอบการ ห้างร้าน บริษัทค้าปลีกขนาดใหญ่ ผู้บริหารทุก
ภาคส่วน บุคคลทั่วไปที่มองหาธุรกิจใหม่ๆ ที่ปรึกษาแฟรนิชส์
ถึงแม้ว่าจะหมดเขตการขอเปิดบูธแต่ก็เป็นอีกงานที่น่าไปศึกษา
รูปแบบของงานนานาชาติไว้ กลุ่มผู้เข้าร่วมงานแนวเดียวกันก็
จะเป็นกลุ่มที่มีวัตถุประสงค์คล้ายๆกัน งานจัดวันที่ 8-10
มิถุนายน ที่ SECC โฮจิมินห์ ประเทศเวียดนาม

2.WWM Asia Singapore (WWM = World Wine Meetings) เป็นงานที่รวบรวมไวน์ที่มีคุณภาพดีจากทั่วเอเชียมาไว้ให้ผู้บริโภคได้เลือกหากัน ผู้ร่วมออกบูธก็จะมีทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค หรือผู้ที่กำลังมองหาสินค้าเพื่อทำธุรกิจด้านไวน์โดยเฉพาะ งานจัดที่สิงคโปร์วันที่ 28 มิถุนายน-1 กรกฎาคม ณ โรงแรมเซกกริลา สิงคโปร์ ผู้สนใจเข้าร่วมเปิดบูธก็พิมพ์ชื่องานเข้าไปแล้วก็สมัครเข้าร่วมกันได้

3.The IOT Show 2016 เป็นงานที่เปิดโอกาสให้ธุรกิจ SMEs ได้เปิดตัวธุรกิจและพร้อมให้ผู้เข้าร่วมได้มีโอกาสเลือกเป็นพาร์ตเนอร์ได้ จะเป็นสินค้าหรือบริการก็ได้ อาจเป็นนวัตกรรมต้นแบบ งานจัดที่ The Suntec Convention and Exhibition Center สิงคโปร์ วันที่ 1-2 กันยายน การสมัครเข้าร่วมเปิดบูธก็สามารถสมัครโดยพิมพ์ชื่องานลงไปแล้วก็เข้าทำ

การสมัครผ่านระบบ รอการตอบรับก็ดำเนินการตามขั้นตอนได้เลย

4.งาน Franchising and Licensing Asia (FLAsia) 2016 เป็นงานเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs การขยายธุรกิจแฟรนไชส์ เป็นงานที่ผู้เข้าร่วมต้องมีอายุเกิน 16 ปี ต้องแต่งกายสุภาพเข้าร่วม บูธที่จะมีในงานก็จะอยู่ในกลุ่มการบริการธุรกิจ ที่ปรึกษาธุรกิจ การศึกษา แพชชั่น การออกแบบ สินค้าแบรนด์เนม สินค้าIT และสินค้าหรือบริการอื่นที่เกี่ยวข้องกัน งานจัดวันที่ 13-15 ตุลาคม ที่ Marina Bay Sands Singapore Sands Expo and Convention Center ชั้นที่ 1 สมัครเข้าร่วมเปิดบูธได้เดือนสิงหาคม สามารถเข้าไปดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้จาก www.FranchiseLicenseAsia.com



SMEs กับการเริ่มต้นธุรกิจการส่งออก

เมื่อมีการดำเนินธุรกิจมาระยะเวลาหนึ่งแล้ว ผู้ประกอบการต่างก็มีความต้องการที่จะเพิ่มยอดขาย โดยวิธีการหนึ่งก็คือการส่งออกไปยังต่างประเทศที่มีความต้องการสินค้าของตน เทคนิคต่างๆที่จะนำมาใช้เพื่อการเริ่มต้นธุรกิจการส่งออกจึงต้องมีการนำออกมาใช้กันอย่างเป็นรูปธรรมไม่ว่าจะเป็นการวิเคราะห์ลูกค้า คำนวณสินค้า การจัดส่งสินค้า ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นหรือรวมไปถึงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

1.การวิเคราะห์ลูกค้าต่างประเทศในเชิงลึก จะทำให้คุณประมาณการได้ว่าประเทศใดมีความต้องการสินค้าของคุณ ข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์ให้ประโยชน์เยอะมากถ้าคุณเข้าไปหาข้อมูลกันอย่างสม่ำเสมอ ข้อมูลแรกที่ได้มาก็คือไทยสามารถส่งออกเนื้อหมูไปยังรัสเซียได้แล้วหลังจากคณะกรรมการสัตวแพทย์และสุขอนามัยของรัสเซียได้เข้ามาตรวจสอบประเมิน โรงงานสินค้าการประมงและปลุสัตว์ทำให้รัสเซียอนุญาตให้นำเข้าสินค้าเนื้อสุกรจากไทยเป็นครั้งแรก ข้อมูลที่สองก็คือเกาหลีใต้ยอมรับไก่สดแช่แข็งจากไทย เหตุการณ์ต่อเนื่องจากการที่รัฐบาลเกาหลีใต้ห้ามนำเข้าไก่มีชีวิตและไก่แช่แข็งจากสหรัฐอเมริกา

เพราะสาเหตุจากใช้หวัดนก ทำให้ช่องทางการส่งออกเนื้อไก่จากไทยเข้าไปยังเกาหลีใต้ถูกเปิดออก ซึ่งเดิมนั้นเกาหลีใต้ก็มีการนำเข้าไก่จากประเทศบราซิล แต่การส่งสินค้าต้องใช้เวลานานร่วมเดือนกว่าทำให้มีค่าใช้จ่ายที่สูง ทางรัฐบาลเกาหลีใต้จึงเห็นชอบที่จะนำเข้าไก่แช่แข็งจากไทย ดังนั้นผู้ประกอบการทางด้านนี้ก็ควรเตรียมตัวให้พร้อมเพื่อจะได้ไม่พลาดโอกาสดีๆเหล่านี้เพราะคาดการณ์ว่าหลังกลางปี 2558 เป็นต้นไปจะมีแนวโน้มที่ดีเรื่องการส่งออกไก่สดแช่แข็งที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

ชาวอินเดียมีความต้องการเครื่องปรับอากาศมากขึ้นเนื่องจากมีประชากรเพิ่มมากขึ้นและเป็นประเทศที่อยู่ใกล้พื้นที่แถบทะเลทราย ประเทศแคนาดามีความต้องการเส้นก๋วยเตี๋ยวข้าวหอมมะลิจากไทยโดยตรง ประเทศญี่ปุ่นมีความสนใจในเรื่องสินค้าเสื้อผ้าแนว High Commodity หรือการออกแบบที่เรียบง่ายแต่มีการออกแบบตกแต่งเพิ่มเติมซึ่งเป็นแนวที่ถนัดของดีไซน์เนอร์ของไทย และรวมไปถึงอเมริกาต้องการอัญมณีที่บอกเล่าเรื่องราวของวิถีชีวิตคนไทย เพราะชื่นชอบในความประณีตของงานฝีมือ เป็นต้น

2.ข้อมูลเกี่ยวกับค่าระวางสินค้า การขนส่งด้วยตู้คอนเทนเนอร์ได้รับการยอมรับในเรื่องความเป็นมาตรฐานการส่งออก แต่จำนวนของผู้ประกอบการการขนส่งมีจำนวนยังไม่มากเพียงพอกับปริมาณการขนส่ง โดยผู้ให้บริการการเดินเรือ (Carrier) รวมตัวกันแล้วมีการกำหนดราคาที่เกี่ยวข้องผูกขาดโดยมีสายการเดินเรือสำคัญคือ FEFC (Far Eastern Freight Conference) เส้นทางเดินเรือสายยุโรปเอเชีย เน้นไปทางทะเลเมดิเตอร์เรเนียนและทางรัสเซียตะวันออก Asia / West Coast South America ไปตามเส้นทางตะวันตกของเอเชียถึงอเมริกาใต้ IRA(Informal Rate Agreement) ครอบคลุมจากเอเชียไกล ไปถึงเอเชียตะวันออกเฉียงกลาง เกาหลี จีน ฮองกง ใต้หวัน เวียดนาม ไทย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย Trans Pacific บริเวณริมมหาสมุทรแปซิฟิก ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อเมริกาฝั่งตะวันตก

สำหรับการคิดค่าระวางสินค้านั้นมีตู้คอนเทนเนอร์ 2 แบบคือ 20 ฟุตกับ 40 ฟุต บริษัทเรือจะเตรียมตู้ไว้ให้แต่ต้องจองไว้ก่อนด้วยเอกสาร Shipping Particular หรือ ใบ Booking ซึ่งรายละเอียดจะต้องสอดคล้องกันกับ L/C (Letter of Credit) เอกสารที่ใช้ในการรับสินค้าคือ B/L (Bill of Lading) หรือใบตราส่ง ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญในการเรียกเก็บเงินจากธนาคาร(Bank Negotiated Process) ในการซื้อขายนั้นต้องมีสัญญาระบุว่าให้ใครเป็นผู้จ่ายค่าระวางสินค้า(Freight Charge) หากผู้ซื้อเป็นฝ่ายชำระเมื่อสินค้าถึงปลายทางเรียกว่า Freight Collect แต่หากผู้ขายสินค้าเป็นผู้ชำระเรียกว่า Freight Prepaid

สำหรับค่าระวางสินค้านั้น จะมีรูปแบบของการคำนวณที่แตกต่างกัน แบบแรก Weight ton คำนวณจากน้ำหนักสินค้าที่บรรจุ ราคาที่ขึ้นอยู่กับชนิดสินค้า แบบที่สอง Measurement คำนวณจากปริมาตรของเรือที่เป็นลูกบาศก์เมตร มักใช้กับสินค้าประเภทเสื้อผ้า ผ้าฟ้ายาก weight ton สูงกว่าก็จะคิดจากค่าระวางน้ำหนัก แบบที่สาม V(Ad Valorem Goods) คำนวณจากลักษณะสินค้าหากต้องการดูแลเป็นพิเศษก็จะคิดค่าระวางเพิ่มตามมูลค่าสินค้า และแบบที่สี่เป็นค่าระวางพิเศษเป็นค่าใช้จ่ายที่คิดเพิ่มจากค่าระวางพื้นฐาน ประกอบไปด้วย ค่าระวาง(Surcharge) เป็นค่าใช้จ่ายพิเศษที่เรียกเก็บในกรณีต่างๆ เช่น ภัยสงคราม หรือช่วง peak

season, Terminal Handling Charge(THC) เป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการขนถ่ายสินค้าทั้งต้นทางและปลายทาง คือการใช้เครนที่เรียกว่า Top หรือ ค่าภาระรวมไปถึงค่าลากตู้สินค้า, Bunker Adjustment Factor(BAF) เป็นค่าชดเชยภาระค่าน้ำมันเชื้อเพลิงที่ปรับตัวสูงขึ้นจากภาวะวิกฤตน้ำมัน ค่าBAF นี้ก็จะปรับขึ้นลงไปตามสถานการณ์น้ำมันหรือรวมไปถึงระดับของ Demand-Supply อีกด้วย, Currency Adjustment Factor (CAF) เป็นค่าปรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

ซึ่งปกติแล้วค่าระวางเรือจะเก็บเป็นเงินสดดอลลาร์สหรัฐ หารอัตราแลกเปลี่ยนมีการปรับตัวจะมีการเรียกเก็บค่า CAF, Congestion Surcharge เป็นค่าใช้จ่ายเนื่องจากความแออัดในท่าเรือ ในบางท่าเรือที่มีการจัดการไม่ดีอาจทำให้เกิดความล่าช้าต่อการขนส่งสินค้าก็จะเรียกเก็บค่า CAF เพิ่ม, Bill of Lading Charge (B/L Charge) เป็นค่าออกใบตราส่ง ซึ่งก็คือค่าธรรมเนียมในการจัดพิมพ์ใบ Bill of Lading และ Advance Manifest Security Charge(AMSC) เป็นค่าใช้จ่ายในการที่บริษัทเรือต้องนำเข้าข้อมูล 24 ชั่วโมงก่อนการขนถ่ายสินค้าที่เรียกกันว่า 24 hour rules

ซึ่งเป็นมาตรการรักษาความปลอดภัยต่อการก่อการร้ายหรือ C-TPAT (Customs Trade Partnerships Against Terrorism) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้คือ ค่าContainer Freight Station(CFS) เป็นค่านำตู้สินค้าลงจากเรือ นำสินค้าออกจากตู้สิ่งมอมสินค้า และค่า Container Yard (CY) เป็นค่านำตู้คอนเทนเนอร์ลงจากเรือและส่งมอบให้แก่ผู้นำเข้า ราคาโดยประมาณก็จะอยู่ที่ราว 5000 บาทสำหรับตู้ 20 ฟุต และ 10,000 บาทสำหรับตู้ 40 ฟุต เฉพาะค่า CFS และ CY ส่วนค่าอื่นๆก็ขึ้นอยู่กับว่าแต่ละบริษัทเดินเรือจะเรียกเก็บอย่างไรเพราะเหมือนที่กล่าวไว้คือบริษัทเดินเรือมีลักษณะการบริการแบบกึ่งผูกขาดราคาต่างๆจึงถูกกำหนดและเปลี่ยนแปลงโดยผู้ให้บริการ

สำหรับค่าระวางสินค้าทางอากาศนั้นจะคิดเป็น กิโลกรัม โดยใช้อัตราค่าระวาง X น้ำหนักสินค้า ค่าระวางสินค้ามี 2 ลักษณะคือ คิดจากน้ำหนักรวมทั้งซึ่งได้(Gross Weight) จะมีหน่วยเป็นกิโลกรัม และการคิดจากน้ำหนักปริมาตร (Volume Weight) ซึ่งจะคิดจากขนาดของบรรจุภัณฑ์ โดยนำขนาดของบรรจุภัณฑ์ที่เป็นลูกบาศก์เซนติเมตร ÷ 6000(ค่า

มาตรฐานการขนส่งทางอากาศ) แล้วเทียบกับค่า Gross weight ค่าใดมากกว่าก็นำไปคิดค่าขนส่ง ที่มีอัตราแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับว่าจะส่งไปยังที่ใด แต่ค่าใช้จ่ายอื่นๆก็ไม่ต้องคิด รายละเอียดแยกเป็นส่วนๆเหมือนตารางสินค้าทางเรือ



3.กฎหมายการนำเข้าหรือส่งออกสินค้าที่ควรรู้ สิ่งที่ต้องระศึกษาก่อนทำการนำเข้าหรือส่งออกสินค้านั้นก็คือ รายการสินค้าที่มีข้อกำหนดพิเศษสำหรับการส่งออก คือมีสินค้าห้ามส่งออก 1 รายการคือรายธรรมชาติที่มีซิลิกา ออกไซด์เกินกว่าร้อยละ 75 สินค้าที่ต้องขออนุญาตส่งออก 14 รายการ คือ น้ำตาลทราย ถ่านหิน เทอรูปและพระพุทธรูป แร่ ที่มีทรายเป็นส่วนประกอบ หอยมุกและผลิตภัณฑ์ กุ้งกุลาดำมีชีวิต ช้าง ถ่านไม้ ไม้และไม้แปรรูป กากแก้ว กาแฟ ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง ข้าวส่งออกภายใต้โควตาภาษีของสหภาพยุโรป และข้าว สินค้าที่ต้องมีหนังสือรับรองการส่งออก 8 รายการ คือ พักและผลไม้ ดอกกล้วยไม้สด ลำใยสด ทุเรียนสด กุ้ง ปลาหมึกและผลิตภัณฑ์ ปลาทุบอบบรรจุกระป๋อง สับปะรดกระป๋อง ปลาทะเลสวยงามที่มีชีวิต ซึ่งหากคุณมีสินค้าที่อยู่ในกลุ่มเหล่านี้ก็ต้องพิจารณาให้ดีว่าสามารถจะส่งออกได้หรือไม่ หรือจะส่งออกต้องมีเงื่อนไขใดๆเพิ่มเติม สำหรับรายละเอียดต่างๆสามารถศึกษาเพิ่มเติมได้จาก www.dft.go.th

4.ปัญหาที่อาจเกิดขึ้นจากการส่งออกสินค้า อีกประการหนึ่งที่ต้องพิจารณาและควรคำนึงถึงก็คือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ในประเด็นต่างๆ อย่างเช่นผู้ส่งออกของไทยนั้นยังขาดความเป็นมืออาชีพ จึงมักจะเสียเปรียบคู่แข่งอย่าง

เวียดนาม สิงคโปร์ มาเลเซียหรือ ไต้หวัน ปัญหาค่าจ้างแรงงานที่สูงขึ้น ทำให้ราคาสินค้าก็ปรับตัวสูงขึ้นสินค้าไทยจึงเสียเปรียบประเทศอื่น ปัญหาราคาสินค้าระดับล่างที่สูงกว่าประเทศอื่นอย่าง จีน เวียดนาม เนื่องจากผลจากอัตราภาษีทำให้ต้นทุนการผลิตสินค้าของไทยมีมูลค่าสูง ปัญหาการลักลอบค้าขาย ทำให้สินค้าที่ลักลอบนำเข้าไปตามชายแดนมีราคาถูกเมื่อสินค้าชนิดเดียวกันถูก

ส่งออกไปจึงไม่ได้รับความสนใจจากผู้ซื้อเนื่องจากราคาสูงกว่า สินค้าที่ลักลอบนำเข้าไป ปัญหาการปลอมแปลงสินค้าจากประเทศอื่นอย่างเช่น จีน ที่ลอกเลียนแบบสินค้าที่มียอดจำหน่ายดีจากไทย แต่จำหน่ายในราคาถูกกว่า เป็นต้น ปัญหาในด้านอื่นๆก็สามารถพบได้อย่างเช่นขั้นตอนต่างๆในการยื่นขออนุญาตมีความยุ่งยากซับซ้อนและต้องผ่านกระบวนการหลายหน่วยงานจึงจะสามารถส่งออกได้ ปัญหาเรื่องค่าขนส่งซึ่งถือว่ามูลค่าที่สูง ปัญหาความเสียหายจากการขนส่งสินค้าแม้ว่าจะมีมาตรการชดเชย แต่ก็ทำให้เสียเวลา รวมไปถึงลูกค้าอาจเสียความเชื่อมั่นได้

ประเด็นต่างๆดังกล่าวจึงต้องมีการพิจารณากันให้ดีก่อนการส่งออกสินค้า และควรมีการเตรียมการไว้ล่วงหน้าทั้งในเรื่องการจัดทำเอกสารต่างๆ กลุ่มลูกค้า การตกลงใช้บริการระหว่างสินค้า จนทุกอย่างเรียบร้อยดีทุกขั้นตอนแล้วจึงเริ่มดำเนินการได้เพื่อลดปัญหาอุปสรรคต่างๆให้น้อยที่สุด



โอกาสและความเสี่ยงของ SMEs ไทยกับตลาดจีน

จีนเป็นตลาดใหญ่ มีกำลังการบริโภคมาก ขีดกลางเขตการค้าเสรี อาเซียน-จีน สร้างโอกาสของสินค้าและบริการที่มีศักยภาพที่เหมาะสมให้กับ SMEs ไทยในการขยายฐานลูกค้าเข้าสู่ตลาดจีน และสามารถใช้ประโยชน์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันได้ แต่ถึงอย่างไรความเสี่ยงก็ยังมีอยู่ ลองมาพิจารณาโอกาสและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการค้าขายกับจีนกันก่อน

จีนเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดในโลก ซึ่งมีจำนวนประมาณ 1,300 ล้านคน มีมูลค่าทางเศรษฐกิจอยู่ในอันดับต้นๆของโลก และกำลังมีแนวโน้มจะครองอันดับหนึ่งในเวลาอันใกล้ จากผลการสำรวจพบว่าจีนมีอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจประมาณร้อยละ 7 เมื่อจะกล่าวกันตามจริงไทยกับจีนก็เป็นคู่ค้ากันมาระยะเวลาหนึ่งแล้ว ยิ่งตามนโยบายของรัฐบาลจีนได้กำหนดให้เศรษฐกิจขยายตัวในอัตราที่เกินร้อยละ 6.5 แล้วยังมีนโยบายให้มีการใช้จ่ายในประเทศมากขึ้น โดยประชากรก็มีการเพิ่มรายได้ต่อหัวในอัตราที่สูงขึ้น จีน

เองพยายามผลักดันให้ประเทศเข้าสู่เมืองอุตสาหกรรม นี่คือจุดสำคัญจุดหนึ่งที่ไทยสามารถเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจจีนได้เนื่องจากผู้ผลิตสินค้าทางด้านการเกษตรของไทยมีเป็นจำนวนมากและเป็นเรื่องที่ไทยมีความชำนาญอยู่แล้ว ดังนั้นสินค้าทางการเกษตรเป็นเป้าหมายแรกที่จะส่งไปเป็นสินค้ารุ่นแรกแล้วจึงทำการต่อยอดขยายตลาดและหาช่องทางใหม่ๆเพื่อนำไปสู่สินค้าหรือบริการอื่นๆต่อไป สินค้าการเกษตรที่สำคัญของไทยก็มี ผลิตภัณฑ์อาหาร ผลไม้ที่กำลังเป็นที่นิยมอย่างมากให้หมู่ลูกค้าชาวจีน ซึ่งให้การตอบรับที่ดีทั้งผลไม้สดหรือผลไม้อบแห้ง หรือแม้กระทั่งข้าวหอมมะลิ หรือสินค้าแปรรูปทางการเกษตรชนิดอื่นๆก็ได้รับความนิยมเช่นกัน

ตลาดการซื้อขายอีกแบบหนึ่งที่ชาวจีนกำลังให้ความสำคัญกันเป็นอย่างมากก็คือตลาด e-commerce ซึ่งไม่ใช่เรื่องใหม่ เพียงแต่ชาวจีนกำลังปรับตัวให้มีสนิยมไปทางตะวันตกมากขึ้น รวมไปถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการสื่อสารจึงทำให้ชาวจีนหันมาหาข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้นและก็

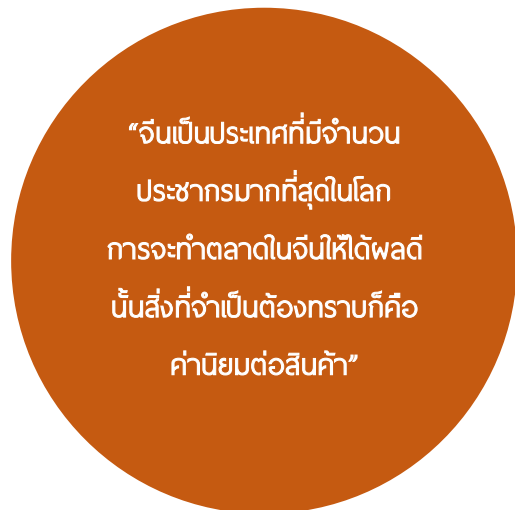
รวมไปถึงการซื้อขายด้วยนั่นเอง เว็บไซต์ค้าปลีกของจีนพุ่งขึ้นมากมายจนกลายเป็นคำนิยมของสังคมไปแล้ว นี่ก็เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจไม่น้อยเนื่องจากมีต้นทุนการทำธุรกิจที่ไม่สูงสามารถทำกำไรได้ดี หากมีการวางแผนที่ดีและรูปแบบของเว็บไซต์ที่ออกแบบไว้น่าสนใจ ดึงดูดให้ผู้บริโภคชาวจีนเข้ามาชม

เมื่อวิเคราะห์กันเชิงลึกต่อไป การจะทำตลาดในจีนให้ได้ผลดีนั้นสิ่งที่จำเป็นต้องทราบก็คือคำนิยมต่อสินค้า และวัฒนธรรมในการเลือกซื้อสินค้า รวมไปถึงสินค้าหรือบริการที่ผู้บริโภคชาวจีนให้การตอบรับเป็นอย่างดี ดังนั้นผลการสำรวจจากงานแสดงสินค้าในจีนหลายๆงานได้มีการรวบรวมสถิติเกี่ยวกับเรื่องนี้ไว้ดังนี้คือ ผลิตภัณฑ์ SMEs ของไทยที่ได้รับความนิยมมากที่สุดเป็นสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่ม ถัดมาเป็นสินค้าเกี่ยวกับเครื่องประดับ กระเป๋า สินค้าตกแต่งบ้าน และผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสปาตามลำดับ แต่ความนิยมก็ไม่ได้แตกต่างกันมากอีกทั้งความนิยมต่างๆยังมีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนแปลงไปในเวลาอันใกล้นี้ด้วย ดังนั้นการสร้างโอกาสการค้ากับจีนจึงต้องมีการอัปเดตข้อมูลความนิยมการบริโภคสินค้าของผู้บริโภคชาวจีนควบคู่กับการทำธุรกิจกันไปด้วย

งานแสดงสินค้าช่วยในการวิจัยตลาดการค้ากับจีนเป็นวิธีการที่รวดเร็วที่สุดในการสำรวจตลาดความต้องการของผู้บริโภค งานแสดงสินค้าในจีนก็มีมากมายหาโอกาสเข้าร่วมบ้างก็จะพอคาดเดาได้ว่าลูกค้ามีความต้องการอย่างไร ซึ่งการจะเข้าร่วมงานแสดงสินค้านั้นก็ขึ้นอยู่กับว่าคุณต้องการเปิดตลาดการค้าในด้านใดที่มุ่งเป้าไปที่งานแสดงสินค้าประเภทนั้น ในระยะแรกก็อาจเป็นผู้เข้าร่วมชมแล้วก็ลองสังเกตการณ์ดำเนินงานแสดง บุคคลต่างๆที่ได้รับความนิยมสูงๆ ให้พิจารณาว่าสินค้าที่ได้รับความนิยมเป็นแบบใดหรือบุรุษมีการจัดตกแต่งไว้น่าดึงดูดอย่างไรบ้าง หลังจากนั้นจึงค่อยขยับไปเป็นผู้เข้าพื้นที่เพื่อทดสอบตลาดกันว่าสินค้าของคุณได้รับความนิยมให้หมู่ผู้บริโภคชาวจีนหรือไม่ เมื่อมีข้อมูลแล้วก็สามารถนำมาปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าหรือบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคได้

ธุรกิจอีกประเภทหนึ่งที่ชาวจีนกำลังให้ความสนใจเป็นอย่างมากคือการท่องเที่ยว เชื่อว่าเกิดมาจากกระแสหนังฮอตฮิตของจีนเรื่อง “Lost in Thailand” ซึ่งหลังจากหนังเรื่องนี้

แพร่ภาพออกไปปรากฏว่ามีชาวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในไทยเป็นจำนวนมากขึ้น ธุรกิจ SMEs เกี่ยวกับการท่องเที่ยวควรจะใช้โอกาสนี้ขยายตลาดการท่องเที่ยวเสียเลย โดยในระยะแรกๆนี้นักท่องเที่ยวชาวจีนก็จะเข้ามาท่องเที่ยวแถบภาคเหนือกันก่อนหลังจากนั้นก็เริ่มขยายขอบเขตการท่องเที่ยวไปยังภาคต่างๆต่อไป ธุรกิจนี้ก็คุ้มค่าน่าลงทุนทีเดียวเนื่องจากชาวจีนมีคำนิยมที่เปลี่ยนไปเร็วมาก ความก้าวหน้าต่างๆทำให้รายได้ของคนจีนสูงขึ้น ความต้องการในการใช้จ่ายก็สูงตามไปด้วย



โดยรวมแล้วช่องทางการทำการค้ากับจีนหลักๆก็ยังคงเป็นพวกสินค้าการเกษตร ที่รวมไปถึงผลไม้ชนิดต่างๆ และยังมีช่องทางใหม่ๆในการดำเนินธุรกิจที่สามารถจะเข้าไปทำตลาดได้อย่างธุรกิจประเภทการท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจอื่นๆที่เหมาะสมก็สามารถหาข้อมูลใหม่ได้จากการร่วมงานแสดงสินค้าในจีนได้ แต่สิ่งที่ยังควรระวังอยู่ก็คือในเรื่องของวัฒนธรรมของคนจีน และสินค้าการเกษตรที่ยังคงต้องรักษาคุณภาพให้ได้ เนื่องจากมีอีกหลายประเทศที่ยังมีความต้องการเข้ามาเป็นส่วนแบ่งการตลาดจากตลาดขนาดใหญ่

นอกจากโอกาสที่กำลังมาถึงแล้วความเสี่ยงในด้านต่างๆก็เป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึง ประเด็นที่น่าสนใจอันดับแรกเลยก็คือการปฏิรูปการเงินของจีน ซึ่งในอนาคตอาจก่อให้เกิดปัญหาเกี่ยวกับธุรกิจ SMEs ของไทยได้เนื่องจากค่าเงินหยวนนั้นได้มีการปล่อยให้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างอิสระมากขึ้น โดยเมื่อไม่นานนี้มีการเคลื่อนไหวของค่าเงินหยวนเทียบกับค่าเงินดอลลาร์โดย

จากเดิมร้อยละ ± 1 ขยับเป็นร้อยละ ± 2 ซึ่งเชื่อกันว่าจีนพยายามปฏิรูปสถาบันการเงิน และควบคุมการขยายตัวของ shadow banking โดยนโยบายบางอย่างอย่างเช่น การควบคุมสภาพคล่องในตลาดการเงิน ผลดังกล่าวจะทำให้เกิดผลกระทบต่อ การชำระหนี้ของคู่ค้า โดยเฉพาะธุรกิจที่ต้องอาศัยเงินทุนจาก shadow banking อย่างธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจการก่อสร้าง ธุรกิจที่มีการลงทุนในอุตสาหกรรมจีนจำพวก ซีเมนต์ เหล็ก ไซล่าเซลล์ เป็นต้น



ความเสี่ยงในด้านอื่นๆ อย่างความล่าช้าในการปฏิบัติตามเงื่อนไขของ WTO แม้ว่าจีนจำเป็นต้องปฏิบัติตามข้อตกลงแต่ในขณะเดียวกันก็พยายามสร้างมาตรการกีดกัน การนำเข้าจากต่างประเทศที่ไม่ขัดกับกฎของ WTO เช่นกัน หรือที่เรียกว่า Non-Tariff Barrier (NTB) โดยไม่ได้เพิ่มภาษีแต่ไปเพิ่มความยุ่งยากในเรื่องอื่นแทนอย่างเรื่องใบอนุญาต เรื่อง สุขอนามัย หรือมาตรฐานการบรรจุภัณฑ์ ในระเบียบที่เรียกว่า หนึ่งใบอนุญาต หนึ่งสินค้า ที่ทำให้ต้องเสียเวลานานในการทำ ใบอนุญาตและทำให้เสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ต้นทุนจึง สูงขึ้นเป็นเงาตามตัว

มีกฎระเบียบที่ย่างยากโดยเฉพาะการกระจายสินค้าไป ตามมณฑลต่างๆที่ต้องมีการทำใบอนุญาตเพิ่มเติมอีก ระบบโล จิสติกส์ที่มีกฎระเบียบย่อยๆอีกมากมายทำให้ความสะดวกรวดเร็วในการทำการค้าลดลง มีหน้าซ้ำยังมีการเปลี่ยนแปลงกฎระเบียบบ่อยๆอีกด้วยโดยต้นทุนด้านโลจิสติกส์ในจีนนั้นสูงถึง ร้อยละ 24 ต่อ GDP ทางอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ของจีนก็ กำลังเริ่มการพัฒนา ในหลายบริษัทก็มีมาตรฐานการทำงานที่ แตกต่างกัน การคมนาคมขนส่งก็ยังถือว่าพัฒนาไปค่อนข้าง

ช้า เทคโนโลยีต่างๆที่นำเข้ามาใช้ก็ยังน้อยส่วนมากก็ยังใช้ แรงงานคนในการทำงานเป็นหลัก บุคลากรที่มีศักยภาพ ทางด้านนี้ก็ยังน้อยอยู่

ระดับความต้องการสินค้า (Demand) ของผู้บริโภค บริโภคนั้นมีระดับที่ไม่เสถียร คำว่าไม่เสถียรคือบางพื้นที่มีความ ต้องการสินค้าบริการบางประเภทสูงมากในขณะที่เดียวกันพื้นที่ ใกล้เคียงกันกลับมีความต้องการน้อยหรือไม่มีเลย ในบางครั้ง พื้นที่ที่ไม่มีความความต้องการสินค้านั้นนั้นเลยกลับมีความ

ต้องการพุ่งสูงขึ้นในเวลาอันรวดเร็ว การเปลี่ยนแปลงเช่นนี้เป็นเรื่องที่ไม่ค่อย ดีนึกในการทำธุรกิจเนื่องจากปรับตัว และแก้ไขได้ยากไม่ทันเวลาที่ สาเหตุ หลักอาจมาจากการโยกย้ายกลุ่ม ประชากรไปตามแหล่งที่มีงานต่างๆทำ ให้ความต้องการในสินค้าหรือบริการ เปลี่ยนแปลงตามการโยกย้ายประชากร ก็เป็นได้ซึ่งบางครั้งนั้นความต้องการ ไม่ได้ขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรเสีย

ด้วยซ้ำ แม้ว่ารายได้ต่อหัวของประชากรจีนจะสูงขึ้นแต่โดย ภาพรวมแล้วรายได้คนส่วนมากก็ยังต่ำอยู่ดี ดังนั้นในการทำ ธุรกิจคงต้องมองคนกลุ่มใหญ่ไว้เป็นหลักน่าจะปลอดภัยกว่า

ประเด็นสำคัญอีกเรื่องหนึ่งก็คือในเรื่องการเมือง ที่มี การเปลี่ยนแปลงได้บ่อยมาก ปัญหาการควบคุมแรงงานที่ ควบคุมได้ยากเพราะจำนวนคนที่เยอะกลับเป็นปัญหาในเรื่อง การบริหารทรัพยากรคน บางทีหากผู้ควบคุมการทำงานไม่ใช่ คนท้องถิ่นก็ไม่มีผู้เชื่อฟังคำสั่งในการทำงานก็มี ดังนั้นหากไม่มีการจัดการที่ดีพอแล้วระบบอุตสาหกรรมที่มีแรงงานเป็น พื้นเพื่อหลักอาจเกิดปัญหาสะดุดได้ง่ายๆ ปัญหาคอร์รัปชันก็ ยังมีให้เห็นกันแม้ในเมืองเล็กๆก็ตาม ผู้ที่ทำธุรกิจเองนั้นอย่าง น้อยก็ควรต้องรู้จักผู้มีหน้ามีตาในท้องถิ่นไว้บ้างเพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินธุรกิจ เป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก ที่เดียวเพราะหากไม่เข้าใจในเรื่องวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของจีน เพิ่มแล้วโอกาสที่จะโหมยบินในการทำธุรกิจจีนเป็นไปได้ยากมาก ที่เดียว



กลุ่มธุรกิจเด่นในปี 2559

แมรินทร์ เมฆวัฒน

ในการตัดสินใจทำธุรกิจอะไรสักอย่างนั้นไม่ใช่แค่คิดและมีเงินลงทุนแล้วจะสามารถลงมือทำได้เลย เพราะในการทำธุรกิจต้องมีปัจจัยหลายด้านมาประกอบเพื่อหาความเป็นไปได้เพื่อไม่ให้ธุรกิจที่ทำอยู่นั้นล้มเลิกไปหรือเจ๊งไม่เป็นท่า ใครๆก็อยากประสบความสำเร็จกันทั้งนั้นแล้วสิ่งใดละที่เป็นตัวชี้วัดของความสำเร็จ หลายคนเข้าใจผิดว่าความสำเร็จมีเพียงแค่มีเงินที่เรียกว่ากำไรเท่านั้น กำไร ก็เป็นส่วนหนึ่งของความสำเร็จ แต่นอกจากนี้แล้วยังมีสิ่งอื่นที่สำคัญมาก่อนกำไร เพราะกำไรเป็นปลายทาง ที่สำคัญคือต้นทุน ระหว่างทาง ไม่ว่าจะเป็น เงินทุน กลุ่มเป้าหมาย ความรอบรู้และประสบการณ์ของเจ้าของกิจการและบุคลากรในหน่วยงาน เทคโนโลยี รวมถึงสถานการณ์ต่างๆ ที่แวดล้อมเกี่ยวข้องกับธุรกิจนั้นอยู่

การศึกษาและค้นคว้าถึงความเป็นไปได้ของมันคงและยั่งยืนจำเป็นอย่างมาก สถานการณ์ทางเศรษฐกิจไทยในปี 2559 คาดว่าจะขยายตัวที่ร้อยละ 4 ซึ่งสำหรับธุรกิจที่เป็นดาวรุ่ง ในปี 2559 จะเป็นธุรกิจประเภทที่ตอบสนองกับไลฟ์สไตล์คน

ยุคใหม่ ที่ต้องการความสะดวกสบาย เน้นความรวดเร็ว ต้องการความคุ้มค่า และคุ้มค่า รวมถึงต้องใส่ใจทางด้านสุขภาพ นอกจากนี้ หลังจากที่ 4G เริ่มถูกใช้งานมากขึ้นการทำธุรกิจก็ต้องหันมาสนใจกับโลกออนไลน์ด้วย มาดูกันว่ามีธุรกิจไหนที่น่าสนใจในการลงทุนหรือเป็นกลุ่มธุรกิจที่เด่นในปี 2559 นี้

กลุ่มธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพ ซึ่งในปัจจุบันนี้วิถีการดำเนินชีวิตของคนไทยที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย มีความเร่งรีบในการใช้ชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้นจึงต้องการสินค้าที่ตอบสนองความต้องการได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและระบบสาธารณสุขที่ดีขึ้นทั้งหมดล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดกระแสสุขภาพของคนไทย รวมทั้งโอกาสของการดำเนินธุรกิจในอนาคตที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ กลุ่มของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพคงหนีไม่พ้นในเรื่อง อาหาร เครื่องดื่มและยา หรือแม้กระทั่งอาหารเสริมต่างๆ ที่มีแนวโน้มขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ มาตั้งแต่ปี 2558 กระแสการใส่ใจดูแลสุขภาพ การออก

กำลังภายใน และการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะสนับสนุนความต้องการสินค้าและบริการเหล่านี้ ทั้งบริการด้านสุขภาพ อาหารและเครื่องดื่ม เสื้อผ้าและอุปกรณ์กีฬา เป็นต้น รวมไปถึงผลิตภัณฑ์และบริการ ที่รองรับกลุ่มเป้าหมายอย่างผู้สูงอายุ หรือแม้กระทั่งบริการด้านการแพทย์ก็ตาม

อิทธิพลสำคัญต่อการวางแผนธุรกิจขององค์กรต่างๆ ซึ่งจะเห็นได้ว่าสินค้าที่ออกมาในตลาดในปัจจุบัน จะมีการเพิ่มมูลค่าหรือใส่ความเป็นสินค้าเพื่อสุขภาพมากยิ่งขึ้น นอกเหนือจากกลุ่มเสริมอาหารและเครื่องสำอาง เพื่อเจาะตลาดกลุ่มรักสุขภาพโดยเฉพาะ และมีหลายบริษัทเริ่มปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ด้วยการหันมาสนใจในตลาดเพื่อสุขภาพมากขึ้นนั่นเอง การให้ความสำคัญในเรื่องของการดูแลภาพลักษณ์ของตัวเอง อย่างรูปร่างดี สดชื่น และความสวยงาม เนื่องจากต้องการส่งเสริมบุคลิกภาพของตนเองให้ดียิ่งขึ้นไปในสังคม จึงทำให้มีผลต่อการเลือกผลิตภัณฑ์และบริการ และแนวโน้มของกลุ่มผู้สูงอายุจะมีมากขึ้นจึงทำให้ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพเพื่อผู้สูงอายุก็ได้รับความสนใจในการลงทุนมากขึ้นตามไปด้วยอีกเช่นกัน และมีแนวโน้มของการเจริญเติบโตที่ดี

กลุ่มธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยี การสื่อสารออนไลน์นั้นเพราะว่าทุกวันนี้เราต้องยอมรับแล้วว่าเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันไปแล้ว ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุย ติดต่อกิจการ หรือทำธุรกรรมต่างๆ ก็สะดวกสบายผ่านระบบของเทคโนโลยี ซึ่งในการใช้บริการสูงมาก การที่มีระบบออนไลน์เหล่านี้ช่วยประหยัดเวลาในการทำกิจกรรมต่างๆ ให้แก่เราเป็นอย่างมาก เช่น การจองตั๋วรถหรือตัวเครื่องบินโดยสาร ตัวภาพยนตร์ หรือแม้กระทั่งจองโต๊ะในร้านอาหาร คุณสามารถสามารถทำผ่านหน้าเว็บไซต์ โดยที่เราไม่ต้องไปจัดการถึงที่ เพียงแค่เราจัดการจอง แล้วไปยืนยันตามเวลาที่กำหนด เท่านั้นที่ประหยัดเวลาของเราไปได้เยอะ

การพัฒนาเครือข่ายคอมพิวเตอร์ โดยเฉพาะเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมโยงกันทั่วโลก ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม ช่องทางการดำเนินธุรกิจ เช่น การทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การผ่อนคลายด้วยการดูหนัง ฟังเพลง และบันเทิงต่างๆ เกมออนไลน์

ทุกวันนี้มีการประเมินว่าธุรกิจออนไลน์อย่างเป็นทางการนั้นมีมูลค่าราว ๆ 5-10% ของกิจการค้าปลีกของประเทศที่มีขนาดหลายแสนล้าน แต่ยังไม่รวมถึงธุรกิจประเภทนี้ที่ไม่ได้เข้ารับการจดทะเบียนหรือตรวจสอบทางสถิติ ซึ่งมีมากและเพิ่มขึ้น อีกทั้งแนวโน้มของการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี การสื่อสารออนไลน์ต่างๆก็ยังมีเพิ่มขึ้นเรื่อยๆอีกด้วย

“ในการเจริญเติบโตที่รวดเร็ว
ต้องมีส่วนที่รับผิดชอบที่ดี
ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม
เพราะว่าธุรกิจใดๆย่อมมีสิ่ง
ที่เรียกว่าขยะ”

กลุ่มธุรกิจขนส่ง โลจิสติกส์ คือ การวางตำแหน่งของทรัพยากรอย่างมีความสัมพันธ์กับเวลาที่มุ่งเน้นในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า ซึ่งจะรวมเอา การจัดหา การผลิต การกระจายสินค้า และการกำจัดทิ้ง รวมถึงกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น การขนส่ง การจัดเก็บ และเทคโนโลยีสารสนเทศ โดยจะทำการวางแผนเพื่อนำไปปฏิบัติ และทำการควบคุม การไหลเวียนของสินค้า การบริการและข้อมูลที่เกี่ยวข้องอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล จากจุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดที่มีการบริโภค เพื่อที่จะบรรลุถึงความต้องการของลูกค้า

การก้าวเข้าสู่ประชาคมอาเซียนก็เป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจกลุ่มนี้มีแนวโน้มไปในทิศทางที่ดี เนื่องจาก การขยายตัวของธุรกิจโลจิสติกส์ในอาเซียน เนื่องจากเศรษฐกิจอาเซียนได้รับการคาดการณ์ว่าจะมีอัตราการขยายตัวสูง และจำนวนชนชั้นกลางที่เพิ่มขึ้นมากกว่าภูมิภาคอื่น การค้าภายในภูมิภาคอาเซียนมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการเปิดเสรีทางการค้าระหว่างกัน และโครงสร้างการผลิตที่มีลักษณะเป็นเครือข่ายการผลิตข้ามประเทศ การเคลื่อนย้ายฐานการผลิตของอุตสาหกรรมผลิตมายังอาเซียน ซึ่งหลายประเทศมีค่าแรง

ต่ำกว่าจีน ทำให้อาเซียนได้รับการคาดหมายว่าจะเป็นโรงงานของโลกแทนที่จีน และจะกลายเป็นแหล่งผลิตสินค้าเพื่อส่งออกไปยังทั่วโลก จึงทำให้เกิดการขยายตัวของธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่ง โลจิสติกส์ และแพลตฟอร์มที่น่าพึงพอใจอย่างมาก เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังมาแรงเช่นกัน



ธุรกิจที่ดังกล่าวข้างต้นนั้น เป็นกลุ่มธุรกิจที่กำลังมาแรงมากเลยทีเดียว เนื่องจากว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของประชาชนแทบทั้งสิ้น ส่วนใหญ่แล้วเป็นการอำนวยความสะดวกสบาย อย่างธุรกิจเพื่อสุขภาพแน่นอนว่าเรื่องสุขภาพเป็นเรื่องใหญ่ของคนในยุคปัจจุบันไปแล้ว เนื่องจากเทคโนโลยีทำให้คนมีความเป็นอยู่ที่สบายขึ้นทำให้ใครก็อยากสุขภาพดีและอายุยืนยาว เรื่องอาหารและยา ซึ่งเป็นปัจจัยหลักจึงเป็นสิ่งสำคัญได้รับความสนใจและใส่ใจในสุขภาพมากขึ้นใครที่อยู่ในธุรกิจเหล่านี้โอกาสรุ่งและเติบโตตามกระแสรักสุขภาพจึงมีโอกาสความเป็นไปได้ที่สูง และโอกาสที่จะรุ่งมีน้อยมากเมื่อเทียบอัตราการขยายตัวของความต้องการ ในธุรกิจออนไลน์ ธุรกิจเทคโนโลยีการสื่อสาร เมื่อเร็ว ๆ นี้ได้มีการประมูลคลื่น 4G ผ่านไปแล้ว ปี 2559 จึงเป็นปีแห่งการเปลี่ยนแปลง ธุรกิจเกี่ยวกับการสื่อสารต่างๆ และสมาร์ทโฟน จึงเป็นอีกปีที่น่าจะมีการเปลี่ยนแปลงและคึกคักมาก เพราะเชื่อแน่ว่าคนส่วนใหญ่คงต้องอยากที่จะเปลี่ยน หรือจะพูดให้ถูกต้องที่สุดคือจำเป็นต้อง

เปลี่ยนเสียมากกว่าในการหันมาเลือกใช้สมาร์ทโฟน เพราะเครื่องสมาร์ทโฟนเป็นระบบที่รองรับ 4G พร้อมกับธุรกิจที่เกี่ยวกับการสื่อสาร รวมถึงธุรกิจออนไลน์ต่างๆ ย่อมเติบโตตาม ธุรกิจเทคโนโลยีการสื่อสาร ธุรกิจออนไลน์จึงเป็นอีกธุรกิจที่น่าสนใจในปี 2559 และธุรกิจขนส่งและโลจิสติกส์ เมื่อ

การค้าขายรวดเร็วทันใจจากออนไลน์ การขนส่งสินค้า และบริการต่างๆจึงเป็นสิ่งจำเป็นต้องมี เห็นได้ชัดว่าการขายสินค้าออนไลน์เติบโตอย่างมากและอาศัยการขนส่งที่รวดเร็วเข้ามาช่วย อีกทั้งการเปิดการค้าเสรีอาเซียนขึ้น ยิ่งเพิ่มความสำคัญกับธุรกิจขนส่งขึ้นไปอีกมาก เพราะเกิดการเคลื่อนย้ายทั้งแรงงานและสินค้า ทุกช่องทางเลยทีเดียว

แต่ทั้งนี้ในการเจริญเติบโตที่รวดเร็วนั้น ต้องมีส่วนที่รับผิดชอบที่ต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมกันด้วย เพราะว่าทุกอย่างที่เกิดจากการดำเนินการทางธุรกิจใดๆย่อมมีสิ่งที่เรียกว่าขยะ โดยเฉพาะขยะอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นที่กำจัดยากควรมีการจัดการในทางที่เป็นประโยชน์มากกว่าการทิ้งไปโดยไปทำลายสิ่งแวดล้อมโลก นั่นคือควรมีการดำเนินธุรกิจบนพื้นฐานของ green business ร่วมด้วยเพื่อให้ธุรกิจดำเนินการไปอย่างมั่นคงและยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วยเรียกว่าได้กำไรและความภาคภูมิใจ นอกเหนือจากกลุ่มธุรกิจที่เด่นมาแรงทั้งสามอย่างนี้แล้วนั้นในกลุ่มอื่นๆ ก็ยังมีความน่าสนใจไม่น้อย อย่างเช่นธุรกิจกลุ่มการก่อสร้าง ธุรกิจการท่องเที่ยวและโรงแรมร้านอาหารภัตตาคาร ธุรกิจกลุ่มการแพทย์หลายกรรมความงามต่างๆ เป็นต้น แต่ทั้งนี้กลุ่มอื่นๆ เหล่านี้ก็ต้องมีธุรกิจดาวเด่นทั้งสามกลุ่มข้างต้นเป็นพื้นฐานแทบทั้งสิ้น



กลุ่มธุรกิจที่ต้องระวังปี 2559

ขณะที่เวลายังคงดำเนินต่อไปอย่างไม่มีวันหยุด รวมถึงเทคโนโลยีที่มีความก้าวหน้าและล้ำสมัยมากขึ้นเรื่อยๆ ปีแล้วปีเล่า ธุรกิจใหม่ๆ จำนวนมากมายต่างก็เติบโตขึ้น ส่วนธุรกิจเก่าๆ ที่เคยเป็นที่นิยมเมื่อหลาย 10 ปีก่อน ก็อาจไม่เป็นที่ต้องการของผู้คนในสมัยนี้อีกแล้ว เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย ดังนั้นถ้าหากธุรกิจเหล่านี้ไม่รู้จักพัฒนาศักยภาพและความคิดของตนเองให้ทันกับสถานการณ์โลกที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ก็อาจต้องปิดตัวลงเนื่องจากขาดทุนเพราะไม่มีผู้คนเข้าใช้บริการ แต่อย่างไรก็ตาม ใช่ว่าธุรกิจที่ไม่เป็นที่นิยมเพียงอย่างเดียวเท่านั้นที่ต้องพึ่งระวัง แต่ธุรกิจที่เป็นที่นิยมมากๆ จนมีผู้ประกอบการทำจนเกเรอไปทั่ว ไม่ว่าจะไปที่ไหนก็เจอ ก็ควรพึงระวังไว้ด้วยเช่นกัน เพราะถ้าหากร้านค้าของเราไม่มีจุดเด่นที่น่าดึงดูดใจให้ลูกค้าอยากเข้าร้านมากพอ ร้านของเราก็อาจเจ๊งไม่เป็นท่า ไม่ต่างจากธุรกิจเก่าๆ ได้เช่นเดียวกัน บทความนี้จะรวบรวมเรื่องราวเกี่ยวกับธุรกิจที่ควรระวังการขาดทุนในปี 2559 เอาไว้ทั้งหมด ใครที่กำลังคิดจะลงทุนหรือเป็นผู้ประกอบการอยู่แล้วไม่ควรพลาดบทความดีๆ แบบนี้เลย

กลุ่มธุรกิจที่ควรระวังในปี 2559 มีดังต่อไปนี้

ธุรกิจร้านค้าแพสด ใครหลายๆคนอาจสงสัยว่าทำไมร้านค้าแพสดถึงติดหนึ่งในกลุ่มธุรกิจที่ควรจะต้องระวัง เนื่องจากธุรกิจนี้ฮอตฮิตตลาดมานานหลายปีทีเดียว เหตุผลที่ควรระวังนั้นก็เป็นอย่างที่ไดกล่าไว้ข้างต้นว่าธุรกิจร้านค้าแพสดเป็นธุรกิจที่ใครๆ ก็มักให้ความสนใจ ทำให้ผู้ประกอบการหันมาลงทุนเปิดกิจการร้านค้าแพสดกันเป็นจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตาม หากร้านของเราไม่มีจุดเด่นอย่างเรื่องของรสชาติหรือกลยุทธ์ทางการตลาดที่ดึงดูดใจแล้วละก็ ธุรกิจร้านค้าแพสดของเราอาจจะไม่ประสบความสำเร็จ ขาดทุน และได้ผลกำไรไม่คุ้มกับเงินที่ได้ลงทุนไป เนื่องจากปัจจุบันมีตัวเลือกให้เลือกเยอะมากทีเดียว หากลูกค้าไม่พอใจร้านของเรา เขาก็ไปซื้อที่ร้านอื่นที่พอใจและมีความโดดเด่นมากกว่าได้ ดังนั้นการที่เจ้าของร้านค้าแพสดจะสามารถอยู่รอดได้ ก็จำเป็นจะต้องสร้างจุดเด่นและเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนใครและไม่อาจหาได้จากร้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการ

ธุรกิจร้านโชห่วย ตามเมืองใหญ่หรือชุมชนภายในเมือง ไม่ว่าเราจะหันไปทางไหนก็มักจะเจอกับร้านสะดวกซื้อ มากมายเต็มไปหมดไม่ว่าจะเป็น 7-11, มินิมาร์ท, 108 ซุป และอื่นๆ อีกมากมาย ทำให้ผู้บริโภคมีสิทธิในการเลือกซื้อมากขึ้น ดังนั้นร้านโชห่วยที่เคยเป็นที่นิยมในสมัยก่อนก็อาจโดนร้านสะดวกซื้อเหล่านี้แย่งฐานลูกค้าไปได้ แต่ก็เชื่อว่าร้านโชห่วยเหล่านี้จะต้องขาดทุนเสมอไป เพราะถ้าหากมีการปรับปรุงร้านค้าให้โดดเด่นสะดุดตาหรือมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใคร คอยติดตามข่าวสารว่าสินค้าชนิดใดกำลังเป็นที่ต้องการของตลาด และผู้บริโภค ให้บริการที่ดูอบอุ่นและเป็นมิตรเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อลูกค้า ทำให้ลูกค้ารู้สึกดีและสบายใจที่ได้เข้ามาใช้บริการจนกลายเป็นลูกค้าประจำไปในที่สุด รวมทั้งใช้กลยุทธ์ส่งเสริมการขาย โปรโมชันลด แลก แจก แถมต่างๆ ที่น่าดึงดูดใจให้คนเข้ามาเลือกซื้อสินค้าแล้วล่ะก็ รับรองได้ว่าร้านโชห่วยของเราจะไม่มีวันขาดทุนอย่างแน่นอน หน้าซ้ำอาจจะได้กำไรเพิ่มมากขึ้นอีกด้วย

ธุรกิจร้านเกมออนไลน์ หากย้อนกลับไปเมื่อประมาณ 10 ปีที่แล้ว ร้านเกมออนไลน์และอินเทอร์เน็ตคาเฟ่ต่างๆ นั้นเป็นที่นิยมมากทีเดียว ไม่ว่าจะผ่านไปร้านไหนก็ต้องเห็นเด็กนักเรียนมานั่งกันเต็มร้านตั้งแต่เลิกเรียนจนถึงดึกดื่น แต่ในปัจจุบันเมื่อเทคโนโลยีก้าวหน้าไปเรื่อยๆ ทำให้ราคาของคอมพิวเตอร์ถูกลงกว่าเมื่อสมัยก่อน รวมทั้งอินเทอร์เน็ตก็สามารถต่อที่บ้านได้ง่ายๆ และรวดเร็วทันใจ ทำให้มีคนเข้าร้านเกมออนไลน์น้อยลง อีกทั้งค่าเช่าที่คิดชั่วโมงละไม่กี่สิบบาทก็อาจทำให้ธุรกิจนี้เจ๊งได้เลยทีเดียว ดังนั้นผู้ประกอบการจึงควรหาวิธีสร้างกำไรเพิ่มด้วยการนำของอื่นๆ มาขายเพิ่มเช่น อาหาร ขนม เครื่องดื่ม บัตรเติมเงินในเกม หรืออาจรับปริ้นท์งานหรือถ่ายเอกสารก็ได้เช่นเดียวกัน รวมทั้งสร้างบรรยากาศภายในร้านให้ดูเป็นกันเอง นำเข้าไปใช้บริการ เพราะบางคนก็ชอบเล่นเกมที่ร้านมากกว่าที่บ้านเนื่องจากบรรยากาศภายในร้านนั้นสนุกกว่าและมีเพื่อนเล่นหลายคน

ธุรกิจเสื้อผ้าตามแฟชั่น แน่แน่นอนว่าธุรกิจเสื้อผ้าส่วนใหญ่เน้นขายได้กำไรค่อนข้างดีทีเดียวเพราะผู้คนไม่ว่าจะยุคสมัยไหน ก็ชอบแต่งตัวเพื่อให้อตนเองดูดีกันทั้งนั้น แต่เมื่อเศรษฐกิจเริ่มย่ำแย่ลง ผู้คนก็อาจไม่ได้มีกำลังในการซื้อเหมือนเมื่อก่อน ทำให้บางคนเลิกซื้อเสื้อผ้าตามแฟชั่นและหันไปซื้อเสื้อผ้าแบบเรียบง่าย แต่สามารถใส่ได้นานแทนมากกว่า ทำให้ผู้ประกอบการหลายคนขาดทุนย่อยยับเนื่องจากเสื้อผ้าตามแฟชั่นจะอยู่ได้นานตามกระแสเท่านั้น เมื่อกระแสนั้นหมดไป คนเลิกฮิต เสื้อผ้าที่ยังเหลือๆ อยู่ก็ไม่สามารถขายได้อีกต่อไป ดังนั้นผู้ประกอบการหลายคนจึงต้องหากกลยุทธ์ส่งเสริมการขายเพื่อ

ช่วยโปรโมทให้สินค้าของตนเองขายดีขึ้นหรืออาจจะเปิดเพจขายเสื้อผ้าทางออนไลน์ รวมทั้งฝากขายตามเว็บไซต์ต่างๆ ที่เปิดบริการให้ลงขายสินค้าแทนก็ได้ เพื่อเป็นการกระจายสินค้าเข้าสู่ตลาดมากขึ้น และทำให้ลูกค้าสามารถเห็นสินค้าของเราผ่านไปได้หลายช่องทาง

ธุรกิจร้านรับซ่อมโทรศัพท์มือถือ หากเป็นในอดีตร้านรับซ่อมโทรศัพท์มือถือรุ่นต่างๆ อาจได้กำไรไม่มากนักน้อย เพราะสมัยก่อนนั้นโทรศัพท์มีราคาที่ยังแพงมากทีเดียว ทำให้ผู้คนส่วนใหญ่เลือกที่จะซ่อมมากกว่าซื้อเครื่องใหม่ แต่ในปัจจุบันนี้ มือถือสามารถโฟนรุ่นต่างๆ มีราคาถูกลงมาก ทำให้เวลาที่โทรศัพท์เกิดเสีย ผู้คนจึงหันไปซื้อของใหม่แทนที่จะนำไปซ่อม เพราะราคาซ่อมกับราคาโทรศัพท์เครื่องใหม่ก็พอๆ กันเลย ทำให้เจ้าของกิจการได้ทำไร่น้อยลงหรือบางรายอาจขาดทุนกันมากมายเลยทีเดียว ดังนั้นผู้ประกอบการที่ทำธุรกิจนี้จึงควรปรับตัวให้ทันกับสถานการณ์ของโลกที่ดำเนินไปอย่างรวดเร็ว ด้วยการหารายได้เสริมเพื่อมาเกื้อหนุนรายได้หลักของเรา ยกตัวอย่างเช่น รับติดตั้งฟิล์มกันรอยหน้าจอโทรศัพท์เพิ่ม นำเคสโทรศัพท์รุ่นต่างๆ มาวางขาย หรือขายอุปกรณ์ไอทีต่างๆ เป็นต้น



ธุรกิจร้านถ่ายเอกสารและรับปริ้นท์งาน เป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ต้องระวังในช่วงปี 2559 เช่นเดียวกันเพราะสมัยนี้เครื่องปริ้นท์นอกจากจะมีราคาถูกลงแล้ว ยังสามารถทำได้ถึงปริ้นท์ ถ่ายเอกสารและสแกนได้ครบภายในเครื่องเดียว ทำให้ผู้คนสามารถทำทุกอย่างเองได้ที่บ้านและไปใช้บริการที่ร้านน้อยลงซึ่งอาจเป็นสาเหตุที่จะทำให้ธุรกิจขาดทุนได้ แต่ก็เชื่อว่าไม่มีคนไปใช้บริการเลยซะทีเดียว เพราะบางคนก็คิดว่าไปฝากถ่ายเอกสารหรือฝากปริ้นท์ที่ร้านค่อนข้างสะดวกและรวดเร็วกว่าการทำเองที่บ้าน อีกทั้งยังช่วยประหยัดค่าหมึกที่บ้านอีก



ด้วย ดังนั้นร้านค้าต่างๆ จึงควรจัดโปรโมชั่นส่งเสริมการขายที่ น่าดึงดูดใจให้ลูกค้าอยากเข้ามาใช้บริการ รวมทั้งบริการลูกค้า อย่างเป็นมิตรเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกดี หรือคนที่กำลังคิด อยากรจะทำธุรกิจประเภทนี้ก็ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่ใกล้กับ โรงเรียน มหาวิทยาลัยหรือตามสถานที่ราชการและบริษัทต่างๆ เพื่อที่จะได้เป็นการเพิ่มกำไรให้แก่ธุรกิจของตนเอง

ร้านเช่าหนังสือ ถ้าเป็นสมัยก่อนร้านเช่าหนังสือคงมี ผู้คนเข้าไปใช้บริการกันเป็นประจำอย่างแน่นอนเพราะถือเป็นอีก หนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ใช้บริการที่จะได้อ่านหนังสือที่หลากหลาย โดยที่ไม่จำเป็นต้องเสียเงินซื้อใหม่ แต่ในปัจจุบันนอกจากหนังสือ ที่จับต้องได้เป็นเล่มๆ แล้ว ยังมี E-Book ที่ผู้คนสามารถเข้าไป โหลดและซื้ออ่านได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องเดินทางไปซื้อถึงร้าน หนังสือนั่นธุรกิจนี้จึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่ค่อนข้างน่าเป็น ห่วงเพราะถ้าหากมีคนมาเช่าหนังสือน้อย ทำไรที่ดิกลับคืนมาก็ จะน้อยเช่นเดียวกัน ทำให้ธุรกิจประเภทนี้อาจค่อยๆ ถูกกลืน หายไปตามกาลเวลา ดังนั้นผู้ประกอบการจึงต้องวางแผน พัฒนาร้านค้าและกลยุทธ์ทางการตลาดในการดึงดูดลูกค้าให้

มากขึ้น ดูแนวโน้มการอ่านของผู้บริโภคว่าแนวโน้มที่กำลังเป็นที่ นิยม อย่างเช่นถ้าหากอยู่ใกล้โรงเรียนก็อาจเน้นหนังสือการ์ตูน ที่เด็กนักเรียนชอบอ่านกันเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมั่นคง และยั่งยืน

สำหรับผู้ประกอบการที่ธุรกิจติดอยู่ในกลุ่มที่ควร ระวังของปี 2559 ก็อย่าได้กังวลใจมากจนเกินไป เพราะเชื่อว่า ทุกร้านจะต้องขาดทุนหรือกิจการถดถอยเสมอไป หากเรามีการ วางแผนที่ดี รู้จักติดตามข่าวสารเพื่อดูว่าแนวโน้มความ ต้องการของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าเป็นไปในทาง ทิศทางใด ศึกษาถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของคู่แข่งเพื่อนำสิ่ง เหล่านั้นมาปรับใช้กับธุรกิจของเรา ให้การบริการที่มีคุณภาพ จริงจัง ซื่อสัตย์และเป็นกันเอง รวมทั้งหมั่นพัฒนาศักยภาพและ ความคิดของตนเองเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอแล้วละก็ รับรอง ได้ว่าธุรกิจของเราจะต้องประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน แน่นนอน



5 ธุรกิจดาวรุ่งที่เริ่มต้นด้วยเงินทุนหลักหมื่น

ยศธ สุขถิ่นไทย

ในการจะเริ่มประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้น หลายคนมีความคิดว่าอยากจะทำแต่ก็มีอีกหลายๆ เหตุผลที่ว่ากว่าจะทำความคิดและความฝันนั้นให้เป็นความจริงขึ้นมาต้องอาศัยปัจจัยประกอบ เช่น เงินทุน สถานที่ ความนิยมของกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ความรู้ความเข้าใจในธุรกิจนั้นๆ ของคุณเอง ก่อนการประกอบธุรกิจคุณต้องมีการวางแผนงานอย่างรอบคอบ เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาให้น้อยที่สุด ถ้าหากว่าคุณยังมีปัญหาในเรื่องของงบประมาณที่เป็นต้นทุนก็ยังไม่ควรลงทุนจนเกินตัวมากนักเพราะว่าถ้าไม่คุ้มเสียอาจจะทำให้กลายเป็นหนี้สินก้อนใหญ่มาแทนที่ที่ควรจะเป็นกำไรจากการ

ลงทุน ดังนั้นการเริ่มต้นด้วยงบประมาณจำนวนหนึ่งที่คุณพอจะทำได้โดยไม่ต้องกู้หนี้ยืมสินมากมายจนเกินไปจะเป็นทางเลือกที่ดีกว่า ถ้าหากว่าไปได้ดี แล้วค่อยทำการขยายกิจการในภายหลัง และในปัจจุบันนี้มีธุรกิจขนาดเล็ก และขนาดกลางที่ประสบความสำเร็จมาก บางทีมากกว่าธุรกิจขนาดใหญ่เสียด้วยซ้ำไป การทำธุรกิจด้วยเงินทุนน้อยมีให้คุณได้เลือกอยู่หลากหลาย ด้วยเงินทุนแค่หลักหมื่น คุณก็สามารถมีกิจการธุรกิจเป็นของตนเอง ส่วนธุรกิจดาวรุ่งลงทุนด้วยหลักหมื่นนั้น มีธุรกิจไหนที่น่าสนใจบ้างลองมาดูซิว่ากลุ่มธุรกิจเหล่านี้น่าสนใจอย่างไรกันบ้าง

กลุ่มธุรกิจแรกเลยก็คือ **ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ** เพราะว่า กระแสการใส่ใจดูแลสุขภาพ การออกกำลังกาย และการให้ความสำคัญกับการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จะสนับสนุนความต้องการสินค้าและบริการที่ตอบโจทย์ให้กับลูกค้าทั้งบริการด้านสุขภาพ อาหาร และเครื่องดื่ม ทำให้เกิดธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพขึ้นมาและยังสามารถประสบความสำเร็จได้ดังที่มีการขยายตลาดมากขึ้น อย่างเช่น กลุ่มของอาหารประเภทออร์แกนิก ผลิตภัณฑ์อาหารปราศจากกลูเตนและแลคโตส รวมทั้งอาหารที่มีสัดส่วนของน้ำตาลและไขมันต่ำ หรืออาหารที่มีไขมันอิ่มตัว อาหารที่รสไม่จัดจ้าน และ อาหารที่ให้สมดุลพลังงานกับร่างกายจึงได้รับความนิยมสูง นอกจากนี้ ปัจจัยอื่นๆ ทั้งในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้าที่อำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น ประกอบกับนวัตกรรมใหม่ๆ ด้านการผลิตอาหาร เช่น ผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ที่ต้องการควบคุมคอเลสเตอรอล ไขมัน หรือน้ำตาล ผลิตภัณฑ์เพื่อความสวยงามด้าน ผิวพรรณ และผลิตภัณฑ์บำรุงสมอง หัวใจ เป็นต้น ที่ถูกพัฒนาให้มีความหลากหลายและตอบโจทย์ผู้บริโภคเฉพาะ กลุ่มมากขึ้น รวมไปถึงบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาให้เหมาะกับรูปแบบการใช้ชีวิตของคนเมืองในปัจจุบัน และมีการแสดง ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการ ล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยส่งเสริมให้อาหารเพื่อสุขภาพเติบโตขึ้นอย่างมาก และการใช้เงินทุนก็ไม่มากจนเกินไปนัก และกระแสรักสุขภาพนี้เป็นกระแสที่ค่อนข้างมั่นคงยาวนาน เพราะว่าคงไม่มีใครอยากเจ็บป่วยต้องเข้าออกโรงพยาบาลกันบ่อยๆอย่างแน่นอน การลงทุนถือว่ามีความเสี่ยงน้อย แต่คุณต้องเน้นเพื่อสุขภาพอย่างถูกสุขอนามัยด้วย

ธุรกิจด้านสุขภาพและความงาม เพราะนอกจากอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพแล้วนั้นในปัจจุบันนี้ยังมองถึงรูปลักษณ์ที่ดีในสังคม ไม่ว่าจะเป็นหญิงหรือชายก็ตาม ล้วนแล้วแต่ใส่ใจเรื่องความงามที่มาพร้อมกับดูดีมีสุขภาพทั้งนั้น ที่สำคัญผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าสินค้าในกลุ่มนี้เป็นสินค้าจำเป็นในชีวิตประจำวันไปแล้วนั่นเอง โดยเฉพาะผู้หญิงไทยมีสถิติของความใส่ใจในเรื่องความสวยความงามมากถึง 70% ซึ่งเป็นตัวเลขที่สูงกว่าประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย เป็นเครื่องยืนยันได้ว่าสาวไทยแม้ว่าเธอวิกฤตเศรษฐกิจที่ผันผวนสินค้าขึ้นราคา น้ำมันแพง แต่ก็ยังไม่เป็นผลกระทบกับการใส่ใจ

ใจความงามของพวกเขาไม่ต้องถึงกับลงทุนเปิดสถานบริการความงามครบวงจรเหมือนเช่นนักธุรกิจรายใหญ่ เพราะเงินทุนจำกัด แต่ว่าเป็นขายและบริการที่มีคุณภาพจริงๆ เช่นธุรกิจสปา เครื่องสำอาง และเสริมสวย ที่หลีกเลี่ยงการใช้สารเคมี แต่เลือกใช้สมุนไพรที่สกัดจากธรรมชาติแทน อย่าง แชมพู สบู่ สบู่สมุนไพร ในขณะที่แนวโน้มประเทศไทยมีอัตราการเติบโตสูงขึ้นเรื่อยๆ นอกจากนี้ไทยยังเป็นทั้งแหล่งผลิตและนำเข้าสินค้าสุขภาพที่ได้มาตรฐานและมีความเจริญด้านสาธารณสุขในระดับแนวหน้าของภูมิภาคอาเซียน ดังนั้นโอกาสที่จะขยายตลาดออกไปยังต่างประเทศจะทำได้ง่ายมากยิ่งขึ้นเมื่อเข้าสู่ AEC จึงเป็นธุรกิจที่น่าสนใจและจับตามอง



ธุรกิจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม หรือธุรกิจสีเขียวที่ใส่ใจอย่างเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพราะว่ในปัจจุบันปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่กำลังเกิดขึ้นบนโลกใบนี้ ถือว่าเป็นปัญหาที่มีความสำคัญและกำลังทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นทุกวัน ซึ่งปัญหาเหล่านี้เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศ และเกิดภัยพิบัติต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นอุทกภัย แผ่นดินไหว และปัญหาภาวะโลกร้อน (Global Warming) เมื่อมีกลุ่มธุรกิจใดที่มองเห็นความสำคัญของสิ่งแวดล้อมก็สามารถทำให้กลายเป็นจุดขายที่ดีได้เช่นกัน เรียกว่าคำวิฤตให้เป็นโอกาสในทางธุรกิจ เช่น กล่องใส่อาหารที่ใช้โฟมแต่หันมาใช้กล่องที่ผลิตจากชานอ้อยแทน การผลิตหรือจำหน่ายสินค้าที่ทดแทนการใช้พลาสติก เช่น ถุงผ้า ตะกร้า หรือบรรจุภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำมาจากวัสดุธรรมชาติ การใช้ปุ๋ยอินทรีย์สัฟซ์แทนปุ๋ยเคมี สารกำจัดศัตรูพืชจากสมุนไพร เป็นต้น เป็นช่องทางที่น่าลงทุนทางหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากการรณรงค์เรื่องการ

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของทุกหน่วยงานจึงทำให้สินค้าและบริการที่เอื้อต่อสิ่งแวดล้อมเป็นช่องทางหนึ่งในการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มหนึ่งในดาวรุ่งของกลุ่มธุรกิจที่น่าสนใจ แต่ทั้งนี้ต้องทำไปเพื่อสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง ไม่ทำเหมือนผักชีโรยหน้า รับรองว่าจะมีความยั่งยืนและมั่นคงกว่าอย่างแน่นอน



ธุรกิจการขายของฝาก และของที่ระลึก เพราะในปัจจุบันมีนักธุรกิจรายใหญ่ที่หันมาทำกิจการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวกันมากอย่างโรงแรม รีสอร์ท ส่วนธุรกิจที่จำกัดด้วยเงินทุนน้อยนั้น ที่น่าสนใจเหมือนกับการพ่วงในธุรกิจขนาดใหญ่ คือการเลือกจำหน่ายของฝาก ของที่ระลึก กำลังไปได้ดี เพราะร้านท่องเที่ยวไม่ว่าจะภายในประเทศเองหรือนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศ อย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้ นั่นก็คือ ของที่ระลึก ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละที่ที่ไป ต้องซื้อติดไม้ติดมือกลับบ้านกันแทบทุกคน ยิ่งเป็นของแฮนด์เมด ยิ่งเป็นที่สนใจอย่างมากและราคาก็ค่อนข้างสูง ของฝากก็เช่นกัน การนำวัตถุดิบไม่ว่าจะเป็นของกิน ของใช้ก็ตามไปท่องเที่ยวทำบรรจุภัณฑ์ หีบห่อ อย่างถูกต้อง และถูกสุขลักษณะ ก็จะสามารถทำให้กลายเป็นของดี ที่มาแล้วนักท่องเที่ยวต้องซื้อหา นั่นก็คือการทำของฝากหรือของที่ระลึกที่มีคุณภาพ ใส่ใจขั้นตอนการผลิต ก็เป็นอีกหนึ่งตัวธุรกิจที่น่าสนใจไม่น้อย และยังสามารถขยายกิจการให้เป็นธุรกิจขนาดใหญ่ได้ในอนาคตอีกด้วย

อีกหนึ่งธุรกิจที่ลงทุนด้วยต้นทุนแค่หลักหมื่นหรือน้อยกว่า แต่สามารถทำให้มีความมั่นคงและยั่งยืนได้ คือธุรกิจการเกษตร ปลอดภัย ในยุคนี้ยุคที่คนหันมาใส่ใจสุขภาพความสนใจของ เกษตรปลอดภัย จึงกลับมามีแนวโน้มที่ดีขึ้น มีการเผยแพร่ความรู้กันมากขึ้นและเริ่มมีการหันมาทำการเกษตรปลอดภัยมากขึ้น ทั้งแบบเล็กๆในครัวเรือน

และทำเกษตรปลอดภัยเพื่อจำหน่ายโดยมีการหันมาลงทุนในด้านนี้มากขึ้น ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆในการทำเกษตรปลอดภัยเพื่อให้ได้ผลผลิตที่ดีและมีใจในคุณภาพของผลผลิตที่จะไม่มีสารตกค้างอย่างที่เรียกกันว่าเกษตรอินทรีย์ จุดที่น่าสนใจและแนวโน้มที่ส่งผลให้เกษตรปลอดภัยมาแรงในปี

หน้าคือ กระแสเทรนด์ด้านความใส่ใจในสุขภาพที่ปัจจุบันเริ่มมาแรงและขยายตัวในวงกว้างนั่นเอง แต่วัตถุดิบที่เป็นผัก ผลไม้ ปลอดภัยมีไม่มากนัก และราคาสูงทำให้ต้นทุนของการทำอาหารสุขภาพมีราคาแพง ดังนั้นทำให้แนวโน้มของผลผลิตในการทำเกษตรปลอดภัยยังมีความต้องการอีกมาก หากคุณกำลังมอง อาชีพที่มีอิสระ ลองหันมามองธุรกิจเกษตรปลอดภัยกันดู ลองหาข้อมูลจากแหล่งต่างๆการศึกษาวิธีการ แนวโน้มตลาด ช่อง

ทางการจำหน่าย รับรองว่าคุณจะได้ความรู้และอาจจะกลายเป็นเกษตรกรยุคใหม่อย่างที่หลายคนทำสำเร็จมาแล้วก็ได้ และอาชีพนี้จะทำให้คุณใช้ชีวิตแบบสบายๆ ไม่มีติดกับค้ำวามนุษย์เงินเดือนหากคุณวางแผนดีศึกษาข้อมูลต่างๆจนเข้าใจ และลงมือทำอย่างเป็นระบบคุณสามารถมีรายได้ที่ยั่งยืนตลอดไป

จากธุรกิจที่สามารถยึดเป็นอาชีพที่มั่นคงได้ ทั้ง 5 ธุรกิจดาวรุ่งในยุคนี้สมัยนี้นั้น ค่อนข้างเกี่ยวข้องกับสุขภาพที่ดี และรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งสิ้น เพราะว่าบางคนทำงานหาเงินอย่างเดียวยจนลืมใส่ใจสุขภาพของตนเองแปลว่าได้กลับมาไม่คุ้มกับที่เสียไปสุดท้ายต้องนำเงินทั้งหมดมาเป็นค่ารักษาพยาบาลภายใต้เงินที่จำกัดนั้นก็ยังมีช่องทางการทำธุรกิจที่ยั่งยืนได้ ถึงแม้บางอย่างจะต้องอิงกับธุรกิจขนาดใหญ่ก็ตาม แต่ว่าคุณก็สามารถทำความเข้าใจในการมีธุรกิจเป็นของตนเองได้ในระดับหนึ่ง เพราะว่าการขยายตัวในอนาคตก็ทำอย่างค่อยเป็นค่อยไป มีปัญหาที่แก้ไขได้จะจุดอย่างมีสติรอบคอบ เพราะไม่ว่าธุรกิจขนาดเล็กหรือใหญ่ต่างล้วนมีปัญหาทั้งนั้น อยู่ที่วิธีคิดแก้ปัญหาของเจ้าของกิจการมากกว่าว่าจะให้แนวโน้มของธุรกิจที่เป็นกิจการของคุณเองไปในทิศทางใด ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับความใส่ใจในการศึกษาเรียนรู้ เพราะโลกหมุนเวียน และเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ฉะนั้นต้องตามให้ทันภายใต้ความเชื่อมั่นในตัวเองด้วย ไม่ใช่เพียงการตามกระแสที่ไร้จุดมุ่งหมาย เชื่อว่าหากเรามีสติ ย่อมมองเห็นแนวทางที่ดีอย่างแน่นอน



ยุทธศาสตร์ในน่านน้ำทะเลสีฟ้า

ยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีฟ้า หรือ **Blue Ocean Strategy (BOS)** นั้นเป็นกลยุทธ์ทางการค้าใหม่ที่ถูกคิดค้น นักวิชาการ 2 คน W. Chan Kim และ Renee Mauborgne ซึ่งเป็นอาจารย์จาก INSEAD สถาบันทางด้านบริหารธุรกิจในประเทศฝรั่งเศส ทั้งสองคนนี้ได้ร่วมกันเขียนบทความขึ้นมาและได้ออกเป็นหนังสือเกี่ยวกับยุทธศาสตร์น่านน้ำสีฟ้านี้ ซึ่งเนื้อหาของกลยุทธ์นี้จะมุ่งเน้นไปที่การแสวงหาอุปสงค์ขึ้นมาใหม่ หรือ Demand โดยที่หลีกเลี่ยงการแข่งขันในธุรกิจที่เหมือนกันโดยจะชนะกันที่ราคา สินค้า และโปรโมชั่น หรือที่เรียกว่า **ยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีแดง** หรือ **Red Ocean Strategy (ROS)** นั่นเอง

นักวิชาการสองท่านที่ได้กล่าวมานั้นได้มองเห็นว่า หากเรายังคงมุ่งเน้นไปที่การทำกลยุทธ์แบบ Red Ocean Strategy อยู่นั้นมันจะมีแต่พาลเสียเพราะกลยุทธ์แบบนี้จะมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันสินค้า หรือ product กัน โดยจะวัดกันที่ ราคา และ โปรโมชั่น โดยที่จะเป็นการแข่งตลาดเดียวกัน มุ่งเน้นที่จะเอาชนะคู่แข่ง ซึ่งมันจะทำให้เกิดการแข่งขันในทุกอุตสาหกรรมมากขึ้นและทำให้เกิดความไม่แตกต่างกันในท้ายที่สุด และยากที่จะสามารถแย่งส่วนแบ่งทางการตลาดโดยที่

ความต้องการทางของลูกค้าเท่าเดิม หรือ **Supply over Demand** ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวจะทำให้ขาดเงินด้วยกันทั้งสองฝ่ายคือ ผู้ที่ถือครองตลาดอยู่เดิมและผู้เข้ามาแย่งส่วนแบ่งทางการค้าใหม่ ซึ่งด้วยเหตุผลนี้ทำให้นักวิชาการสองท่านนี้ มองหาช่องทางใหม่ๆในการทำการค้า จึงได้คิดค้นกลยุทธ์ Blue Ocean Strategy นี้ขึ้นมานั่นเอง

Blue Ocean Strategy หรือ ยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีฟ้า นั้นจะแตกต่างกับ Red Ocean Strategy หรือ ยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลแดงอย่างสิ้นเชิงเลย เพราะว่ากลยุทธ์นี้จะมุ่งเน้นไปที่การแสวงหาอุปสงค์ใหม่ หรือ Demand Creation โดยที่จะใช้ลูกค้าเป็นศูนย์กลาง เป็นการสร้างความต้องการของลูกค้าขึ้นมาใหม่ โดยที่ใช้แรงจูงใจใหม่ๆคิดค้นคิดมา หรือ คิดนอกกรอบ อีกทั้งการสร้างอุปสงค์ขึ้นมาใหม่ยังจะช่วยให้เราได้แสวงหาผลกำไรได้มากขึ้น ธุรกิจมีโอกาสได้เติบโตเรื่อยๆ ไม่ต้องมีการเปรียบเทียบกับเพราะการแข่งขันที่ต่ำ เราสามารถใช้กลยุทธ์อื่นๆผสมผสานไปด้วย เช่น หลักในการตั้งราคาของสินค้า สิ่งทีกล่าวมานี้จะช่วยให้เราคิดค้นนวัตกรรม (Innovation) ใหม่ขึ้นมาได้อีกด้วย อีกทั้งยุทธศาสตร์นี้จะช่วยลดสภาวะการแข่งขันที่สูงเกินไปจนไม่สามารถไปต่อได้ ตัวอย่างเช่น Smart watch ซึ่งเป็นการสร้างตลาดนาฬิกา

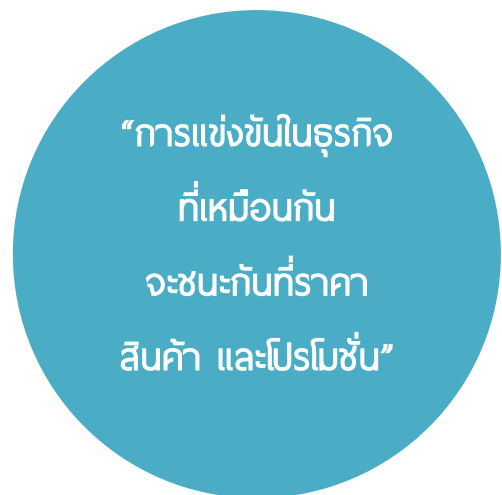
ขึ้นมาใหม่แทนที่เราใช้นาฬิกาแต่ดูเวลาเท่านั้น Smart watch สามารถตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มที่รักสุขภาพได้เป็นอย่างดี ซึ่งเราสามารถใช้เจ้านาฬิกาตัวนี้วัดค่าต่างๆและยังช่วยควบคุมการดูแลในร่างกายเราได้อีกด้วย ตัวอย่างต่อไปคือ Tablet ซึ่ง Tablet นี้สามารถมาปิดช่องว่างระหว่างคอมพิวเตอร์กับโทรศัพท์มือถือ เพราะมันสามารถทำงานได้เทียบเท่าคอมพิวเตอร์ และสามารถเคลื่อนย้ายไปไหนมาไหนสะดวกเหมือนโทรศัพท์มือถือซึ่งเหมาะสำหรับคนทุกเพศทุกวัย

อีกหนึ่งตัวอย่างที่ชัดเจนคือ โทรศัพท์มือถือ Smart phone ที่สามารถขีดเขียนได้เหมือนสมุดโน้ต ซึ่งหลังจากการเปิดตัวเจ้ามือถือพร้อมปากกานี้ก็สร้างความแตกต่างที่ชัดเจนและฉีกแนวความคิดเดิมๆออกไป ซึ่งยอดขายของมือถือประเภทนี้สามารถทำยอดขายเป็นสถิติของมือถือยี่ห้ออื่นภายในระยะเวลาอันสั้น ตัวอย่างสุดท้ายคือ เครื่องเล่นเกม console ที่เป็นมากมายเครื่องเล่นเกมพกพาที่เครื่องเล่นเกมทั่วไปจะต้องใช้ joy stick ในการเล่นโดยที่เป็นแบบนี้มานานกว่า 10-20 ปีแล้ว แต่ผู้ผลิตเครื่องเล่นเกมรายหนึ่งมีแนวความคิดที่แปลกใหม่ โดยการเปลี่ยน joy stick ที่แค่กดปุ่มบังคับเป็นการออกแรงในการเล่นแทน เช่น เกมเทนนิส หากเราต้องการจะตีลูกเทนนิสเราจะต้องเหวี่ยงมือออกไปแทนการกดปุ่มแบบเดิมๆ ซึ่งเจ้าเครื่องเกมนี้สามารถดึงดูดลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัย และยังสามารถสร้างยอดขายได้เป็นประวัติศาสตร์ของบริษัทนั้นอีกด้วย เพราะฉะนั้นยุทธศาสตร์ชนิดนี้เป็นสิ่งใหม่ที่น่าสนใจมากกับสภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่ดุเดือด ซึ่งเป็นหลักการนี้ที่เราจะสามารถสร้างธุรกิจด้วย Blue Ocean Strategy นั้นสามารถแบ่งออกเป็น 4 ส่วนใหญ่ๆได้ นั่นก็คือ การยกเลิก การลด การสร้างและการเพิ่ม

การยกเลิก หรือ Eliminated คือการยกเลิกปัจจัยที่เราคิดว่ามันจะทำให้เกิดสภาวะการแข่งขันขึ้นมา โดยที่เราสามารถสังเกตได้ง่ายๆ ซึ่งสิ่งที่จะทำให้เกิดการแข่งขันขึ้นก็คือสิ่งที่เหมือนกันหรือซ้ำกันกับคู่แข่งโดยตรง เราจึงควรที่จะหลีกเลี่ยงการแข่งขันในธุรกิจเดียวกันนั่นเอง ตัวอย่างเช่น ปัจจุบันมีร้านขายนาฬิกาข้อมืออยู่มากมายหลายร้าน กลยุทธ์ที่จะพิชิตใจลูกค้านั้น ส่วนมากคงหนีไม่พ้นการลดราคาแข่งกับรายอื่น ซึ่งผู้ขายต่างเชื่อว่าหากลดราคาแล้วจะสามารถทำให้ดึงดูดลูกค้าให้มาซื้อสินค้ากับเรามากขึ้นนั่นเอง แต่ในแนวความคิดของ BOS จะมุ่งเน้นไปที่การสร้างความต้องการของลูกค้าขึ้นมาใหม่แทนที่การแข่งขัน

การลด หรือ Reduced การลดในที่นี้จะหมายความว่าลดจำนวนสินค้าและเพิ่มมูลค่าแทนที่เข้าไปนั่นเอง ซึ่งหมายความว่าความหากเราอยู่ในการตลาดที่มีการแข่งขันที่สูง

ถ้าเราต้องการออกจากสภาวะนี้เราควรที่จะเริ่มสร้างความแตกต่างโดยการมุ่งเน้นไปที่การพัฒนามูลค่าของสินค้าแทนที่เราจะต้องหาผลกำไรจากการขายสินค้าเป็นจำนวนมาก หรือ Margin การสร้างมูลค่าของสินค้านั้นทำได้ไม่ยากเพียงแค่เราต้องปรับเปลี่ยนความคิดโดยการหาความแปลกใหม่เข้ามาเพื่อที่จะสร้างความต้องการใหม่ๆให้แก่ลูกค้า ตัวอย่างที่เห็นได้ชัดคือร้านกาแฟยี่ห้อหนึ่งที่ไม่เน้นการขายจำนวนแก้วในแต่ละวัน แต่จะเป็นการเพิ่มมูลค่าของกาแฟนั้นเป็นหลัก โดยการเกาะกลุ่มลูกค้า premium ด้วยก็นำเสนอเมนูกาแฟที่ใช้ส่วนผสมอย่างดี จนทำให้ร้านกาแฟที่ว่านี้โด่งดังไปทั่วโลก



การสร้าง หรือ Created การสร้างแปลความหมายตรงตัวคือการสร้างตลาดใหม่ขึ้นมาเพื่อแทนที่เราจะไปเล่นในตลาดเดิมๆที่มีการแข่งขันดุเดือด ขั้นตอนนี้จะขึ้นตอนที่ทำให้เราก้าวออกมาจาก Red Ocean Strategy อย่างเต็มตัว โดยถือว่าเป็นขั้นตอนที่ยากพอสมควรเพราะเราจะต้องหาตลาดใหม่โดยที่จะต้องสร้างความต้องการของลูกค้าขึ้นมาใหม่ด้วยเช่นกัน วิธีการสร้างตลาดใหม่นั้น เราควรที่จะมุ่งเน้นไปที่ว่าหากเราสร้างสินค้าขึ้นมาใหม่ชนิดนี้ จะสามารถดึงดูดลูกค้าใหม่ได้หรือไม่ ซึ่งแน่นอนว่าเราต้องใช้ความคิดสร้างสรรค์นวัตกรรม (Innovative Thinking) และเราควรที่จะศึกษาและทำการสำรวจตลาดก่อนที่จะผลิตสินค้าชนิดนั้นออกสู่ตลาดเสมอ

การเพิ่ม หรือ Raised การเพิ่มที่ว่านั้นหมายถึงการเพิ่มความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้นหลักจากที่เราสามารถสร้างตลาดขึ้นมาใหม่ได้แล้วนั่นเอง ซึ่งเราคิดว่าที่เราจะสามารถสร้างตลาดและความต้องการของลูกค้าขึ้นมาใหม่ได้มัน เราจะต้องใช้เวลามากสักระยะหนึ่งโดยที่หลักจากที่เราสามารถสร้าง



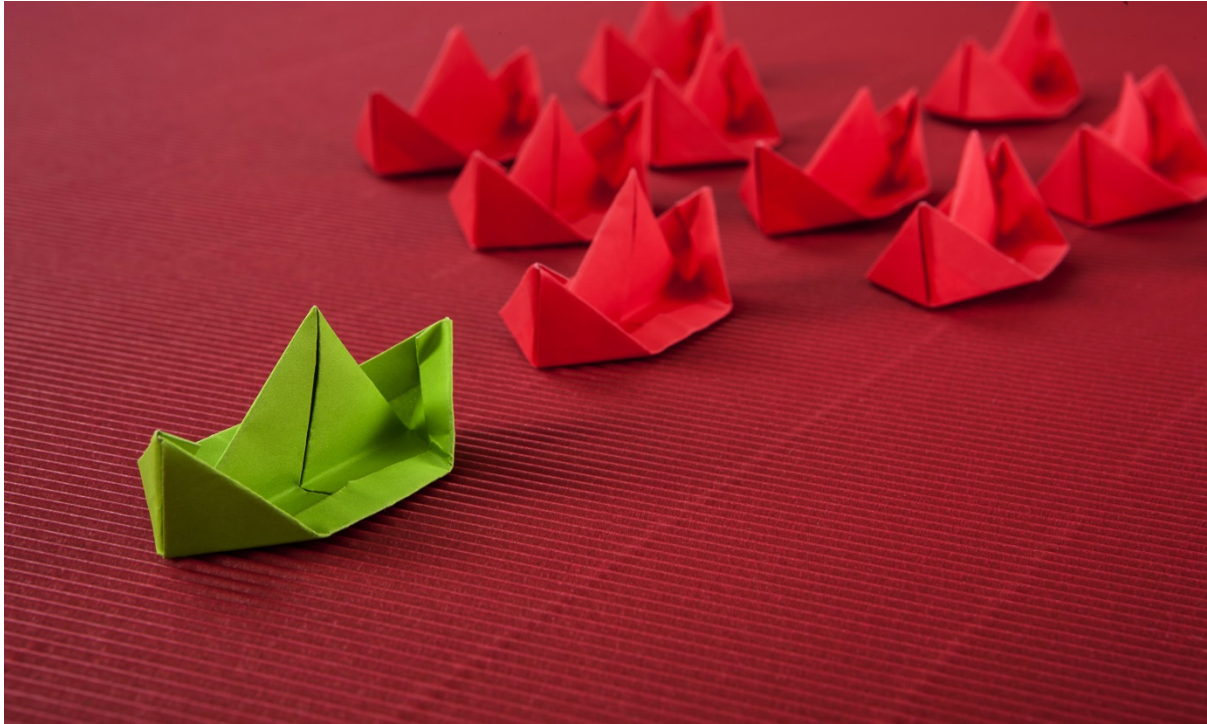
ทุกอย่างได้แล้ว เราก็ควรที่จะรับเพิ่มความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น เหมือนคำกล่าวที่ว่าถ้าจะตีเหล็กต้องตีตอนที่ร้อนเท่านั้น

ทั้งหมดที่กล่าวมาคือ 4 หลักการที่ใช้สำหรับการปรับเปลี่ยนจาก Red Ocean Strategy เพื่อเข้าสู่ Blue Ocean Strategy โดยที่เราจะต้องทำให้ครบทุกหลักการที่กล่าวมาเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่สมบูรณ์ หากเรายังไม่สามารถที่จะทำได้ครบทุกหลักการตามที่กล่าวมา เราควรที่จะลองมองย้อนกลับเข้าไปในตัวธุรกิจและแนวทางของมันว่าที่อะไรที่เรายังเหมือนคู่แข่งอยู่บ้าง จากนั้นเราจึงพยายามที่จะคิดหาความแตกต่างออกไป ซึ่งวิธีนี้จะสามารถช่วยให้เรามองออกว่าอะไรเป็นสาเหตุที่ทำให้เราไม่สามารถเข้าไปสู่ Blue Ocean Strategy ได้

ท้ายที่สุดนี้ยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีฟ้านี้เป็นกลยุทธ์ใหม่ที่น่าสนใจ ซึ่งสามารถหลีกเลี่ยงสภาวะที่สูงของการตลาดที่แข่งขันกันอย่างดุเดือด ซึ่งถ้าหากว่าเรายังติดอยู่ในสถานการณ์นั้นไปเรื่อยๆ มันสามารถนำมาซึ่งปัญหาและอุปสรรคมากมายในการเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากว่าเรามัวคิดแต่จะแข่งขันกัน โดยลดราคา เพิ่มโปรโมชั่นวิธีการนี้จะทำให้เกิดสภาวะขาดทุนได้ง่ายเพราะเราต้องแย่งชิงลูกค้าซึ่งมีความ

ต้องการจำกัด ถ้าใครสามารถทำให้ลูกค้าพอใจได้ก็จะเป็นฝ่ายชนะไป อีกทั้งยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีฟ้ายังช่วยให้เรากำธุรกิจได้อย่างอิสระ เราสามารถนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ได้ตลอดเวลา เราสามารถสร้างความต้องการของลูกค้าขึ้นมาได้โดยเอง ซึ่งสามารถทำให้เราเติบโตได้ง่ายขึ้นเรื่อยๆ แต่ทั้งนี้ทั้งนั้นหากเราต้องการที่จะประสบความสำเร็จ

เราจะต้องมีการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการเจาะตลาดใหม่ บางทีอาจจะต้องทำการสำรวจตลาดก่อนที่จะปล่อยผลิตภัณฑ์นั้นออกมาสู่ตลาดจริง เพื่อป้องกันการขาดทุนในตอนแรกๆ ที่เริ่มลงทุน เพราะฉะนั้นเราควรที่จะต้องทำตามหลักการ 4 ประการทั้งหมดที่กล่าวมาคือ ยกเลิกสิ่งที่ก่อให้เกิดการแข่งขันทางการตลาด ลดการเน้นการขายสินค้าเป็นจำนวนมากแต่ให้เพิ่มมูลค่าสินค้าเข้าไปแทนที่ สร้างความแตกต่างขึ้นมาใหม่เพื่อให้เกิดความต้องการใหม่สำหรับลูกค้า และเพิ่มความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้นเพื่อเป็นการต่อยอดและเติบโตของธุรกิจ ซึ่งยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีฟ้านี้จะมาช่วยสร้างความแตกต่างให้กับผู้ประกอบการที่ต้องการที่จะหลีกเลี่ยงตลาดที่มีแข่งขันสูงและเปิดโอกาสให้สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาจับบทบาทในตลาดใหม่ที่สร้างขึ้นมาจากด้วยตนเอง



Red Ocean โอกาสที่ยังมีในน่านน้ำสีแดง

หากจะพูดถึงกลยุทธ์ทางการตลาดนั้นมามากมายหลายรูปแบบซึ่งการใช้งานส่วนมากจะขึ้นอยู่กับสถานการณ์ ณ เวลานั้นเป็นหลัก การเลือกกลยุทธ์ที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ถือว่าเป็นข้อได้เปรียบเลยทีเดียว โดยเฉพาะช่วงเวลาที่มีการแข่งขันสูง แต่ก่อนที่เราจะเลือกกลยุทธ์ที่ดีได้นั้นเราจะต้องทำความรู้จักกับ กลยุทธ์ต่างๆให้เข้าใจก่อนที่จะลงมือใช้เพื่อให้เกิดผลประโยชน์ที่สูงที่สุดนั่นเอง กลยุทธ์ที่สำคัญอย่างหนึ่งในปัจจุบันที่มีสภาวะการแข่งขันสูงในตลาดคงหนีไม่พ้นยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีแดง หรือ Red Ocean Strategy (ROS) นั่นเอง

ซึ่งเจ้าตัวกลยุทธ์นี้ก็ถูกคิดค้นขึ้นโดยนักวิชาการ 2 คนคือ W. Chan Kim และ Renee Mauborgne ซึ่งเป็นอาจารย์จาก INSEAD สถาบันทางด้านบริหารธุรกิจในประเทศฝรั่งเศส ซึ่งเป็นคนคิดค้นยุทธศาสตร์น่านน้ำทะเลสีฟ้า หรือ Blue Ocean Strategy (BOS) ซึ่งทั้งสองกลยุทธ์นี้มีความต่างกันสุดขั้วเลย คือ Red Ocean Strategy จะเน้นไปที่การทำตลาดในสภาพการณ์ที่มีการแข่งขันสูง โดยจะเน้นที่ชนะด้วยราคา แต่ในทางกลับกัน Blue Ocean Strategy จะเน้นไปที่การหาตลาดใหม่ โดยการสร้างตลาดใหม่ขึ้นมาเอง รวมถึง

สร้างความต้องการของลูกค้าขึ้นมาเองด้วย หรือที่เรียกว่า Demand Creation ซึ่งข้อดีของกลยุทธ์นี้จะเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืนมากกว่าแบบ Red Ocean Strategy แต่ในท้ายที่สุดกลยุทธ์แบบ Blue Ocean ก็ต้องกลายมาเป็น Red Ocean ในท้ายที่สุดเพราะว่าสุดท้ายก็หนีไม่พ้นการแข่งขันที่สูงในตลาดใหม่นั้นเอง แต่ที่จริงแล้วยังมีตลาดในอีกรูปแบบหนึ่งที่ชื่อว่า White Ocean Strategy ซึ่งเป็นการทำการตลาดที่อยู่กึ่งกลางระหว่าง Red กับ Blue Ocean Strategy นั่นเอง

กลับเข้ามาสู่การตลาดแบบ Red Ocean Strategy ซึ่งหมายถึงกลยุทธ์การตลาดที่อยู่ในการแข่งขันที่สูง หลักการเบื้องต้นของยุทธศาสตร์นี้คือเริ่มต้นจาก การลอกเลียนแบบสินค้าและการบริการของกลุ่มคู่แข่ง ตัวอย่างของการลอกเลียนแบบสินค้า เช่น ร้านน้ำชาหยี่ห้อหนึ่งนำน้ำชาสูตรใหม่ผสมน้ำผึ้งมาขาย ปรากฏว่าขายดีมากจึงทำให้ผู้ขายน้ำชาเจ้าอื่นรีบทำออกมาขายเหมือนกันทันที หรือ โทรศัพท์มือถือยี่ห้อหนึ่งปล่อยมือถือรุ่นใหม่มาขายในตลาดโดยที่มีฟังก์ชันใหม่เพิ่มขึ้นมามากมาย ซึ่งสามารถตอบโจทย์ลูกค้าได้ดี จึงทำให้บริษัทมือถือเจ้าอื่นหันมาพัฒนาฟังก์ชันใหม่ๆตามทันทีเพื่อที่ความต้องการทำกำไรและยอดขายได้ดีเหมือนกัน ตัวอย่างการลอกเลียนแบบด้านบริการ เช่น ห้างสรรพสินค้าเจ้าหนึ่งมีการบริการรับข้อ

ของขวัญฟรีในช่วงเทศกาลต่างๆ ทำให้ลูกค้าสะดวกและประหยัดเวลาในการหาซื้อกระดาษและโบว์สำหรับห่อของขวัญ ทำให้ลูกค้าก็อยากมาซื้อของที่ห้างนี้ ห้างสรรพสินค้าเจ้าอื่นเห็นว่าคู่แข่งมีบริการห่อของขวัญฟรีแล้วพลตอบรับดี เลยตัดสินใจมีบริการห่อของขวัญฟรีเช่นเดียวกัน อีกหนึ่งตัวอย่างกรณีของบัตรเครดิต เช่นถ้าลูกค้าสมัครบัตรเครดิตประเภทนี้แล้ว จะสามารถใช้บริการ V.I.P. Lounge ในสนามบินได้ ซึ่งปกติจะเป็นตัวเครื่องบินสำหรับชั้นธุรกิจหรือเป็นสมาชิกระดับ Premium เท่านั้นที่จะสามารถเข้าไปใช้บริการได้ฟรี แต่บัตรเครดิตใบนี้เสนอให้ผู้ที่สมัครบัตรสามารถเข้าไปใช้บริการได้ 2 ครั้งต่อปี ซึ่งทำให้ลูกค้าสนใจที่จะมีบัตรนี้ไว้ครอบครองแน่นอน พอผู้ประกอบการบัตรเครดิตรายอื่นเห็นประโยชน์จากจุดนี้ ก็รีบเพิ่มบริการนี้เข้าไปในบัตรเครดิตของตนเองกันแทบจะทุกรายกันเลยทีเดียว

จะเห็นได้ว่าจากตัวอย่างที่กล่าวมาข้างต้นคือหลักขั้นต้นของการทำการตลาดแบบ Red Ocean Strategy โดยจะมุ่งเน้นไปที่การลอกเลียนแบบจากคู่แข่งที่สามารถทำผลกำไรได้เยอะจากกลยุทธ์ต่างๆ จากกรณีการลอกเลียนแบบทั้งสินค้าและการบริการ ในท้ายที่สุดจะพาให้ธุรกิจไปสู่ทางตัน และสิ่งที่ตามมาคือการขาดทุนนั่นเอง ตัวอย่างจากการบริการของบัตรเครดิต ถ้าหากว่าผู้ประกอบการบัตรเครดิตทุกรายมีบริการ V.I.P. Lounge กันทุกรายมันก็สามารถทำให้มูลค่าของบัตรนั้นลดลงเพราะไม่ว่าจะสมัครบัตรไหนก็ได้ใช้บริการเช่นกัน สภาวะต่อไปที่จะเกิดขึ้นคือหลังจากที่มูลค่าของบัตรเครดิตลดลง ก็จะทำให้ความต้องการของลูกค้าลดลงไปด้วย เนื่องมาจากของสิ่งนั้นมันไม่มีมูลค่ามากพอที่จะใช้บริการ และจะทำให้ผู้ประกอบการบัตรเครดิตขาดทุนเพราะเนื่องจากว่าต้องเสียค่าธรรมเนียมในการซื้อบริการของห้อง V.I.P. Lounge ในขณะที่จำนวนลูกค้าที่สมัครบัตรเครดิตน้อยลงนั่นเอง

หลังจากที่สภาวะตลาดในการลอกเลียนแบบทางด้านสินค้าและบริการมาถึงทางตัน เพราะการแย่งลูกค้ากันอย่างดุเดือด อีกทั้งสินค้าและบริการไม่ได้มีความแตกต่างกันเลย ในอุตสาหกรรมนั้นๆ ขึ้นตอนต่อไปก็หนีไม่พ้นที่การลดราคาของสินค้าและบริการนั่นเอง การลดราคานั้นเป็นเครื่องมือสุดท้ายของการทำการตลาดเพราะเป็นสิ่งที่สามารถดึงดูดใจลูกค้าได้เสมอ เพราะไม่ต้องมีกฎเกณฑ์มากมายเป็นการลดราคาโดยตรง เช่น สินค้าล้างส้วมลดราคาพิเศษ 70% เพียงเท่านี้ก็สามารถดึงดูดลูกค้าเข้ามาได้ทันทีแน่นอนว่าในสภาวะการตลาดแบบ Red Ocean Strategy นั้นจะต้องมีการลอกเลียนแบบกันแบบกันที่ทันใจ ตัวอย่างเช่น ห้างค้าปลีกรายหนึ่งประกาศว่าจะลดราคาสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้า 50%

พุงนี้ ห้างค้าปลีกอีกรายซึ่งเป็นผู้แข่งขันเห็นการลดราคาดังกล่าวก็ได้ออกโปรโมชั่นขึ้นทันทีว่าจะลดราคาสินค้าประเภทเครื่องใช้ไฟฟ้าเหมือนกัน 50% เราจะเห็นเหตุการณ์ลักษณะนี้ใน Red Ocean อยู่บ่อยครั้งเพราะแน่นอนว่าเป็นการแข่งขันกันโดยตรง ซึ่งผลที่ตามมาก็ไม่พ้นการขาดทุนตามๆกันไปเพราะตัดราคากันไปมาอยู่ตลอดเวลาตนเอง จนจนกลายเป็นวงจรเดิมๆในที่สุด

“ในทางกลับกันภายใต้ Red Ocean ก็ยังมีโอกาสที่จะประกอบธุรกิจให้สำเร็จได้ เพราะการแข่งขันสูง ก็แปลว่าจำนวนลูกค้าก็สูงตาม”

แต่ในทางกลับกันภายใต้สถานการณ์ Red Ocean ก็ยังมีโอกาสที่จะประกอบธุรกิจให้สำเร็จได้เพราะการแข่งขันสูงมีนัยสำคัญแฝงอยู่ว่าความต้องการของลูกค้าในสนามแข่งขันและอุตสาหกรรมนี้ก็สูงเช่นเดียวกัน เพราะฉะนั้นหากเราต้องการที่จะประสบความสำเร็จในสถานการณ์นี้ เราจึงต้องมีกลยุทธ์ที่ดีที่ใช้สำหรับการตลาดที่ดุเดือด ซึ่งใน Red Ocean Strategy นั้นก็มีหลักการในการประสบความสำเร็จอยู่ 3 ข้อหลักๆด้วยกัน นั่นก็คือ การลดต้นทุนทางการผลิต การปรับตัวของผู้ประกอบการและการหาโอกาสใหม่ๆ

การลดต้นทุนเป็นหัวใจหลักสำหรับการอยู่รอดในสภาวะการแข่งขันอันดุเดือด เพราะถ้าเมื่อไหร่ที่เราสามารถที่จะลดต้นทุนการผลิตได้ ถึงแม้ว่าเราจำเป็นต้องลดราคาสินค้าให้เท่ากับคู่แข่งเราก็ยังสามารถที่จะได้กำไรเพียงแค่ว่ากำไรอาจจะน้อยลงไปก็ตาม ยกตัวอย่างเช่น เจ้าของร้านขายทรายรายใหญ่รายหนึ่งซึ่งเปิดกิจการมานานกว่า 30 ปีเป็นรายขายทรายในราคาถูกที่สุดเพราะเนื่องจากยอดสั่งทรายแต่ละครั้งมีเป็นจำนวนมากทำให้สามารถต่อรองราคากับเจ้าของเหมืองทรายได้ดีกว่าผู้ประกอบการรายย่อยอื่นๆที่มีปริมาณและจำนวนในการสั่งซื้อแต่ละครั้งน้อยกว่า แต่ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการขายทรายรายหนึ่งตัดสินใจที่จะลงทุนซื้อเหมืองทราย เพื่อที่จะ

สามารถนำรายออกมาขายได้เป็น 10 ปี ซึ่งวิธีนี้จะสามารถตั้งราคาขายรายได้เท่ากับรายใหญ่ๆได้ แต่แน่นอนว่าอาจจะได้กำไรน้อยในช่วงแรกๆเพราะต้องนำกำไรที่ได้ไปทดแทนเหมืองทรายที่ซื้อมานั่นเอง แต่ในระยะยาวจะสามารถทำกำไรได้มากกว่าเดิมแน่นอน

การปรับตัวของผู้ประกอบการก็เป็นอีกหนึ่งขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่งเพราะว่าในสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงมักจะเกิดเหตุการณ์ไม่คาดคิดอยู่เสมอจนบางครั้งต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์หรือแบบแผนการทำงานทันที ณ เวลานั้นๆ ซึ่งแน่นอนว่าการปรับตัวที่ดีเข้ากับทุกสถานการณ์นั้นจะเป็นสิ่งที่สามารถชี้วัดผลกำไรขาดทุนได้เลยก็เลย ดังนั้นผู้ประกอบการทุกรายจะต้องเตรียมพร้อมรับมือกับปัญหาที่จะเกิดขึ้น

การแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในสภาวะ Red Ocean การหาโอกาสใหม่นั้นค่อนข้างยากแต่ก็ไม่ใช่ว่าจะไม่มีทางเลยเสียทีเดียว เพียงแค่เราคิดให้เร็วกว่าคู่แข่งอยู่หนึ่งก้าวก่อนเสมอเพียงแค่นี้ก็พอ ตัวอย่างเช่น ถ้าหากเราต้องการจะกระตุ้นยอดขายด้วยการออกโปรโมชั่นพิเศษออกไปทันทีและให้เป็นการให้มากกว่าการลดราคา อาจจะเป็นแบบการลดราคาสองต่อ อาทิเช่น กระเป๋าแบรนด์เนมลดราคา 30% หากซื้อ

ครบ 5,000 บาทจะได้ส่วนลดเพิ่มขึ้นอีก 30% แต่เทคนิคคือเราต้องรีบออกโปรโมชั่นแล้วก็เตรียมออกโปรโมชั่นใหม่ๆไว้รอเสมอ ให้คิดว่าโปรโมชั่นแรกเป็นช่วงกอบโกย แต่เราต้องรีบออกมาจากช่วงเวลานั้นในขณะที่คู่แข่งรายอื่นกำลังลอกเลียนแบบ เพื่อที่จะได้ไปแสวงหาผลกำไรในโปรโมชั่นต่อไปนั่นเอง

ท้ายสุดนี้บทความที่กล่าวมาข้างต้นจะมุ่งเน้นให้เห็นการตลาดในรูปแบบ Red Ocean Strategy ว่ามีทั้งโอกาสในการประกอบธุรกิจ ความเสี่ยงและผลกระทบที่จะเกิดตามมาในสภาวะการแข่งขันที่ดุเดือดนี้ รวมไปถึงขั้นตอนการอยู่รอดโดยเพียงแค่ว่าต้องคำนึงแค่ 3 องค์ประกอบหลักๆ คือลดต้นทุนทางการผลิต การปรับตัวให้เข้ากับทุกสถานการณ์ของผู้ประกอบการและการหาโอกาสใหม่ๆในการทำธุรกิจ แต่เราต้องยอมรับว่าต่อให้เราพยายามมากแค่ไหน ไม่ว่าเราจะคิดหากกลยุทธ์ใหม่หรือพลิกแพลงหาสิ่งใหม่ๆเข้ามาพัฒนากิจการของเราแค่ไหน สุดท้ายคู่แข่งรายอื่นก็สามารถที่จะเลียนแบบและตามเรากันในท้ายที่สุด เพราะฉะนั้นหากเราต้องการที่จะประสบความสำเร็จในสถานการณ์แบบนี้ เราควรที่จะคิดเร็วทำเร็วได้ผลกำไรแล้วรีบออกมาจากสนามแข่งเพื่อที่จะไปลุยในสนามใหม่ โดยการเตรียมแผนสำรองไว้อยู่เสมอ



การบริหารธุรกิจครอบครัว

หากเราจะพูดถึงเรื่องการบริหารธุรกิจนั้นนับว่าเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งการบริหารธุรกิจหรือกิจการที่ดีมันจะนำมาซึ่งผลกำไรในการดำเนินงานที่มากมาย อีกทั้งยังนำมาซึ่งความสำเร็จของธุรกิจนั้นๆด้วย การบริหารธุรกิจที่ดีนั้นเราจะต้องคำนึงถึงองค์ประกอบหลายๆอย่างเข้าด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็นการบริหารภาพรวมองค์กร บรรยากาศในองค์กร งบประมาณรายรับรายจ่าย บริหารบุคคลากร การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมและบริหารการจัดการทั่วไป ซึ่งเหตุผลที่กล่าวมาเป็นปัจจัยที่จะทำให้ประสบความสำเร็จแต่สิ่งที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งก็คือผู้นำองค์กร ผู้นำองค์กรที่เก่งมีความสามารถสูง วิสัยทัศน์ไกล มักจะทำให้องค์กรก้าวหน้าไปได้ไกลยิ่งขึ้นด้วยเช่นกัน แต่หากเราต้องการให้องค์กรประสบความสำเร็จเราควรจะมีทีมบริหารที่มากไปด้วยความสามารถไม่ใช่แค่ว่าจะพึ่งพาผู้นำเพียงแค่คนเดียวเสมอไป

กลับมาในส่วนของรูปแบบในการบริหารธุรกิจนั้น เราสามารถแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบด้วยกันคือ ธุรกิจทั่วไปและธุรกิจครอบครัว โดยทั่วไปแล้วการบริหารงานในธุรกิจ

ครอบครัวก็มีวิธีการบริหารหลักๆที่ไม่ค่อยต่างจากจากบริหารธุรกิจทั่วไปนัก เพียงแค่เราจะต้องใส่ใจในทุกรายละเอียดมากขึ้นเพราะว่ามันจะมีคำว่าสายใยความสัมพันธ์ทางความคิดและความรู้สึกที่มันเปราะบางและพร้อมจะแตกหักได้อยู่ตลอดเวลา แต่หากว่าเป็นรูปแบบการบริหารธุรกิจทั่วไปความสัมพันธ์มันจะไม่ซับซ้อนมากนักเพราะจะถูกแบ่งบทบาทในการบริหารองค์กรไปตามตำแหน่งหน้าที่ของแต่ละบุคคลออกไป เช่น ทีมผู้บริหารก็จะมีหน้าที่คอยตัดสินใจในแผนงานธุรกิจ คอยแก้ปัญหาต่างๆหรือเข้าใจง่าย ๆ ว่าเป็นหน้าที่คอยตัดสินใจทุกอย่าง

ทีมงานอาวุโสพนักงานกลุ่มนี้ก็จะเน้นไปที่การประสานงานระหว่างทีมบริหารและทีมพนักงาน รวมไปถึงการควบคุมดูแลความเรียบร้อยทั่วไป ส่วนทีมพนักงานแน่นอนอยู่แล้วก็คือทำตามคำสั่งของทีมอาวุโสและทีมบริหารนั่นเองซึ่งทีมนี้จะไม่ค่อยมีโอกาสได้ตัดสินใจเพียงแค่ต้องทำตามคำสั่งเป็นหลัก เพราะฉะนั้นธุรกิจแบบทั่วไปจะไม่ค่อยมีปัญหากันง่ายนัก เพราะบทบาทที่ชัดเจนของแต่ละฝ่ายนั่นเอง ในทางกลับกันหาก

เป็นธุรกิจครอบครัวนั้นเราจะต้องกลับมาคำนึงทุกรายละเอียด ซึ่งการบริหารธุรกิจทั้งสองรูปแบบก็มีข้อดีข้อเสียแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับว่าใครบริหารข้อดีได้มากกว่าข้อเสีย

ก็จะสามารถประสบความสำเร็จได้ง่าย ดังนั้นในบทความนี้จะเน้นไปที่รูปแบบการบริหารธุรกิจครอบครัว เพราะว่าถ้าหากเราจัดการมันได้ดี จะส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพที่มากกว่ารูปแบบทั่วไปอย่างแน่นอน เพราะธุรกิจครอบครัวนั้นจะเน้นไปที่ความสัมพันธ์ในการตัดสินใจซึ่งมีทั้งจุดเด่นและจุดด้อยอยู่หลายอย่างด้วยกัน

จุดเด่นของการบริหารธุรกิจครอบครัวมีอยู่หลายอย่างด้วยกัน อย่างแรกเลยคงหนีไม่พ้นความเร็วชัดเจนในการตัดสินใจ หรือกำหนดเป้าหมายของการดำเนินธุรกิจ เพราะทุกการตัดสินใจจะเป็นการตัดสินใจภายในครอบครัวซึ่งจะรวดเร็วกว่าธุรกิจรูปแบบปกติที่จะต้องสรุปข้อมูลทั้งหมดโดยทีมงานแล้วส่งไปให้ทีมบริหารหากไม่ดีพอจะต้องแก้ไขแล้วส่งกลับไปพิจารณาอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจที่รวดเร็วเราก็จะสามารถดำเนินการแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วเช่นกันซึ่งมันจะมีข้อได้เปรียบมาก

จุดเด่นต่อไปคือการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกัน สามัคคีกัน เนื่องจากว่าความคิดต่างๆก็เป็นการสืบทอดกันมาเป็นสายเลือดเดียวกัน เลี้ยงดูจากบุคคลเดียวกัน ปัญหาและความขัดแย้งต่างๆระหว่างบุคคลก็จะมีน้อยกว่าคนนอก จุดเด่นต่อไปคือวัฒนธรรมองค์กรที่แข็งแกร่งเพราะแน่นอนว่าธุรกิจครอบครัวที่สืบทอดกันมาหลายรุ่นหลายสมัยนั้นผ่านอุปสรรคมากมายหลายชนิดหากยังสามารถดำรงอยู่ได้หลายปีก็แสดงให้เห็นแล้วว่าเป็นองค์กรที่มีประสิทธิภาพและมีความมั่นคงในระดับหนึ่งได้ ซึ่งวัฒนธรรมเหล่านี้ก็จะถูกส่งผ่านรุ่นต่อรุ่นต่อไปเรื่อยๆ สิ่งที่สำคัญอีกเรื่องหนึ่งคือความรู้อะไรและประสบการณ์ที่สร้างสมกันมานานก็จะถูกส่งต่อมายังรุ่นต่อไปอีกด้วยเช่นกัน จุดเด่นสุดท้ายจะเป็นความทุ่มเทในการทำงานเนื่องจากว่าเป็นธุรกิจของครอบครัว ทุกคนในครอบครัวก็เปรียบเสมือนเจ้าของกิจการ ต้องช่วยกันพัฒนาดูแลธุรกิจด้วยกัน ในข้อนี้จะยังช่วยผลักดันธุรกิจให้ก้าวไกลออกไปเรื่อยๆ

ทั้งหมดข้างต้นนี้ก็จะจุดเด่นหลักๆทั้งหมดของรูปแบบธุรกิจครอบครัว แต่ทั้งนี้รูปแบบนี้ก็มีจุดด้อยอยู่หลายประการเหมือนกัน จุดด้อยข้อแรกเลยคงหนีไม่พ้นปัญหาที่เกิดจากอารมณ์ แน่แน่นอนว่าทุกคนในทีมบริหารมาจากครอบครัวเดียวกันก็มีความสัมพันธ์กัน โดยอารมณ์ส่วนมากจะเกิดขึ้นจากลำดับชั้นอาวุโส เช่น ลูกกับหลาน พี่กับน้อง พ่อกับลูก เป็นต้น ซึ่งถ้าหากทีมบริหารไม่มีวุฒิภาวะที่มากพออาจจะทำให้

ปัญหาเล็กๆกลายเป็นปัญหาที่ใหญ่ขึ้นมาได้ จุดด้อยต่อไปคงหนีไม่พ้นเรื่องการตัดสินใจที่รวดเร็วเกินไปโดยยึดถือแบบค่านิยมเดิมๆมากเกินไป เหตุผลนี้อาจนำมาซึ่งความผิดพลาดนั่นเอง ส่วนจุดด้อยข้อสุดท้ายคือคาดหวังกับคนในครอบครัวมากเกินไป เช่น ลูกหลานบางคนอาจจะไปศึกษาต่อต่างประเทศ พอกลับมาได้เป็นผู้บริหารทันที ซึ่งหลายธุรกิจก็ขาดทุนเพราะเหตุผลนั้นก็มาเยอะ เพราะเด็กเหล่านั้นอาจขาดประสบการณ์ที่มากพอหรือไม่ถนัดไม่ชอบที่จะทำธุรกิจประเภทนั้นต่อเป็นต้น เราจะเห็นได้ว่าการบริหารธุรกิจครอบครัวนั้นมีทั้งข้อดีและข้อเสียอยู่มากมาย แต่ถ้าเราต้องการที่จะประสบความสำเร็จในธุรกิจประเภทนี้ เราจะต้องดึงจุดเด่นของมันออกมาให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพราะฉะนั้นเทคนิคในการบริหารธุรกิจจึงเป็นอีกหนึ่งเรื่องที่เราไม่ได้เลยทีเดียว



พูดถึงเรื่องเทคนิคในการบริหารธุรกิจครอบครัว อันที่จริงมันไม่ได้มีอะไรซับซ้อนหรือแปลกต่างไปจากการบริหารธุรกิจแบบทั่วไป เพียงแต่เราอาจจะต้องใช้ทักษะด้านการบริหารที่มากกว่าเพราะทีมผู้บริหารคือคนในครอบครัวและญาติพี่น้องของเราเอง หลักในการบริหารธุรกิจนั้นก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยที่เราต้องคำนึงถึง โดยเริ่มจากการบริหารงานทั่วไปในที่นี้หมายถึงการจัดการในทุกๆเรื่องทั่วไปเช่น การสั่งซื้อสินค้า ค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ การประสานงานต่างๆ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาเราสามารถควบคุมได้ด้วยตัวเองหรือจะเป็นการจ้างบุคคลากรเฉพาะทางเข้ามาดูแลแทนซึ่งบุคคลเหล่านี้จะมีความเชี่ยวชาญอยู่แล้วจะช่วยเราประหยัดเวลาและงบประมาณได้มาก ปัจจัยต่อไปจะเป็นเรื่องการเงิน การจัดการด้านการเงินถือว่าสำคัญมากในการทำธุรกิจ เพราะเนื่องจากว่าเงินไม่เข้าใครออกใครถ้าหากเราไม่ควบคุมเรื่องการเงินให้ดี มีโอกาสสูงที่เราจะถูก



ยักยอกเงินจากพนักงานเพราะบุคคลเหล่านั้นสามารถแก้ไข
โยกย้ายบัญชีการเงินได้ตลอดเวลาอย่างง่ายดาย ดังนั้น
ทางแก้ไขที่ดีที่สุดคือเราควรควบคุมเรื่องการเงินด้วยตัวเอง
หรือหากไม่สามารถทำได้ควรให้บุคคลที่เราไว้วางใจทำงานนี้
เท่านั้น แต่ถ้าหากว่าเราไม่สะดวกและจำเป็นที่จะต้องให้คนอื่นทำ

จริงๆ เราสามารถที่จะจ้างบริษัทที่ทำงานเกี่ยวกับพวก
บัญชีและการเงินเข้ามาช่วยดูแล เพราะวิธีนี้โอกาสที่พนักงาน
จะยักยอกเงินได้นั้นก็น้อยมาก ปัจจัยที่สำคัญต่อไปก็คือ
การจัดการด้านบุคคลากร หากเราต้องการการจัดสรร
พนักงานที่เป็นระบบระเบียบเราจะต้องทำความเข้าใจกับ
พนักงานเหล่านั้น โดยการบริหารคนจะต้องมีความยุติธรรม
และชอบธรรม รวมถึงดูแลพนักงานเหล่านั้นให้คุ้มค่ากับสิ่งที่
พนักงานเหล่านั้นทำเพื่อบริษัทเรา เช่น โบนัสพิเศษหากผล
ประกอบการดี มีวันหยุดพักผ่อนประจำปีที่เหมาะสม สวัสดิการ
ที่ดีมีค่ารักษาพยาบาลหรือกองทุนสำรองเลี้ยงชีพต่างๆ สิ่ง

เหล่านี้เราอาจจะเห็นว่าเป็นเรื่องเล็กน้อย แต่กับพนักงานแล้ว
ถือว่าเป็นสิ่งที่เพิ่มกำลังใจในการทำงานที่ดีเลยทีเดียวแน่นอน
ว่าปัจจัยนี้จะเป็นปัจจัยที่มีปัญหาบางอย่างหนึ่งสำหรับการทำ
ธุรกิจครอบครัว ดังนั้นหากเราต้องการที่จะลดปัญหาที่จะ
เกิดขึ้นเราควรที่จะแบ่งสรรปันส่วนหน้าที่การทำงานให้เหมาะสมกับ
คนในครอบครัว ใครถนัดด้านไหนก็ให้ทำงานด้านนั้นไป ปัจจัย
ต่อมาคือกลยุทธ์ต่างๆในการบริหารงาน อาทิเช่น เราควรจะหา
กลยุทธ์ที่ดีในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น หรือกลยุทธ์ที่จะทำ
ให้อุตสาหกรรมของเราไปต่อได้ ซึ่งจะต้องมีการระดมความคิดกันอยู่
เสมอโดยเฉพาะทีมผู้บริหาร หากต้องการที่จะมีกลยุทธ์ที่ดี
แปลกใหม่ทันสมัย มีข้อเสนอแนะคือ เปิดโอกาสพนักงานในทีม
อื่นๆที่ไม่ใช่คนในครอบครัวของเราเข้ามาประชุม เราจะได้เห็น
ความคิดและวิธีการแก้ไขใหม่ๆ เพราะมีฉะนั้นเราจะได้แค่
ความคิดเดิมๆหรือค่านิยมเดิมเท่านั้น

เนื้อหาทั้งหมดที่กล่าวมาข้างต้นจะเป็นการสรุปหลัก
ในการบริหารธุรกิจครอบครัวโดยที่เราจะเห็นได้ว่าหากว่าเรา
ต้องการที่จะให้ธุรกิจครอบครัวของเราประสบความสำเร็จและ
ยังสามารถถ่ายทอดต่อไปอีกในรุ่นลูกหลาน เราจะต้อง
คำนึงถึงจุดเด่นและจุดด้อยของทำการธุรกิจครอบครัวและ
พยายามนำเอาจุดเด่นมาต่อยอดเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด และ
พยายามลดหรือกำจัดจุดด้อยของการทำธุรกิจออกไปให้ได้
มากที่สุด แต่ทั้งนี้เราก็ควรที่จะคำนึงถึงปัญหาเฉพาะที่จะเกิดขึ้น
ระหว่างคนในครอบครัวเป็นพิเศษ เพราะความสัมพันธ์มันก็
เหมือนดาบสองคมพร้อมที่จะทำให้เกิดทั้งเรื่องดีและเรื่องร้ายอยู่
ตลอดเวลา และที่สำคัญเราจะต้องให้ความสำคัญกับทุกส่วนที่
ช่วยกันผลักดันธุรกิจให้ก้าวหน้าขึ้นไป โดยเฉพาะอย่างยิ่ง
บุคคลากรภายใต้การบังคับบัญชาของเราด้วย โดยการที่เราเป็น
ผู้นำที่มีความสามารถ วิสัยทัศน์ที่ดี และพร้อมที่จะทำทุกอย่าง
เพื่อให้ธุรกิจเกิดประโยชน์สูงสุด เพียงเท่านั้นเราก็สามารถสานต่อ
การบริหารธุรกิจครอบครัวให้ก้าวหน้าต่อไปได้สู่รุ่นลูกหลาน



บันได 5 ขั้นสู่การเป็นเจ้าของร้านค้าออนไลน์

เชื่อได้ว่าหลายคนคงมีความใฝ่ฝันอยากเป็นเจ้าของธุรกิจสักอย่างหนึ่งในชีวิต ที่มีโอกาสเป็นเจ้านายตัวเองไม่ต้องคอยรับคำสั่งจากใคร หนึ่งในอาชีพอิสระที่หลายคนใฝ่ฝันถึงหนึ่งในนั้นคงเป็นการเปิดร้านค้าสักร้าน เมื่อก่อนการจะเป็นเจ้าของร้านค้าสักร้านคงเป็นเรื่องยากมาก ไหนจะเรื่องเงินทุน ค่าเช่าร้าน ค่าตกแต่งสถานที่ ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์สินค้าต่างๆ ค่าจ้างพนักงาน ค่าน้ำค่าไฟ แค่นั้นยังไม่พอไหนจะต้องเลือกทำเลอีกเพื่อให้ลูกค้าหาซื้อสินค้าได้สะดวก หากทำเลดีค่าเช่าสถานที่ที่สูงลิ่วแถมยังต้องเสียค่าเช่าร้าน แต่ถ้าไม่ยอมจ่ายค่าเช่าแพงก็ได้ทำเลร้านไม่ดีอีก สารพัดอุปสรรคที่แค่คิดก็ไม่อยากจะเริ่มแล้วเพราะอีกที่ปีกว่าจะคืนทุน บวกลบคูณหารแล้ว คงต้องเก็บความฝันใส่กล่องฝังลึกไว้ในห้วงจินตนาการต่อ แต่เดี๋ยวก่อน!อย่าเพิ่งเก็บความฝันของคุณทิ้งไปเดี๋ยวนี้อะไร การเปิดร้านค้าสักร้านไม่ต้องลงทุนยุ่งยากเหมือนเมื่อก่อน ใช่แล้วเรากำลังจะพูดถึงการเปิดร้านค้าออนไลน์ การเปิดร้านค้าออนไลน์ไม่ใช่เรื่องยุ่งยากใครๆก็ทำได้เพราะเดี๋ยวนี้อะไร เว็บไซต์ฟรีสำหรับการทดลองเปิดร้านค้าฟรีให้บริการเยอะมาก หรือ

เว็บไซต์ที่มีแพ็คเกจให้เลือกตามขนาดร้านค้าที่เราต้องการและมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากนัก แถมการใช้งานก็ไม่ยุ่งยาก ที่สำคัญบางเว็บไซต์ยังมีระบบช่วยจัดการสต็อกและออเดอร์อีกด้วย แต่หากใครที่ไม่รู้ว่าจะเริ่มต้นยังไง บทความนี้จะช่วยคุณได้ เพียงแค่อาศัยบันได 5 ขั้นคุณก็สามารถเป็นเจ้าของร้านค้าออนไลน์ได้แล้ว

บันไดขั้นที่ 1 จะขายอะไร? เชื่อว่าคำถามนี้คงเป็นคำถามยอดฮิตที่ใครๆก็ต้องเจอเมื่อคิดอยากจะทำร้านค้าออนไลน์ว่าจะขายอะไรดี ก่อนที่คุณจะเปิดร้านค้าได้คุณต้องตอบใจยกตัวเองให้ได้ก่อนว่าคุณอยากขายสินค้าอะไร ยกตัวอย่างเช่น คุณอยากขายเสื้อผ้าแล้วเสื้อผ้าอะไรล่ะ? เสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิง เสื้อผ้าแฟชั่นผู้ชาย เดรสทำงาน เสื้อผ้าสำหรับคนอ้วน เสื้อผ้าสำหรับเด็ก เสื้อผ้าสำหรับเด็กทารก เสื้อยืด เสื้อเชิ้ต เสื้อผ้ามือสอง นี่เป็นเพียงแค่ตัวอย่างเสื้อผ้าที่มีเยอะแยะมากมายให้เลือก เมื่อเราได้ประเภทสินค้าที่เราต้องการจะขายได้แล้ว

อันดับต่อมาต้องหาแหล่งขายส่ง ผู้ผลิตหรือโรงงานผลิตว่าอยู่ที่ไหน เดินทางไกลไหม ปกติแล้วแหล่งขายส่งเสื้อผ้าที่เป็นที่นิยมกันคือ ประตูน้ำ แพลตตินั่ม หรือตลาดนัดจตุจักรโดยเฉพาะตลาดนัดจตุจักรกลางคืนในวันศุกร์จะเป็นแหล่งขายส่งเสื้อผ้าที่มีผู้ผลิตเสื้อผ้าโดยตรงมาขายสินค้าให้พ่อค้าแม่ค้ารายย่อย หรือถ้าใครมีไอเดียต้องการออกแบบเสื้อผ้าเองก็ต้องหาร้านรับจ้างตัดเย็บเสื้อผ้าซึ่งเดี๋ยวนี้มีผู้ผลิตเสื้อผ้าที่รับตัดเย็บเสื้อผ้าสำหรับพ่อค้าแม่ค้ารายย่อยหน้าใหม่มากขึ้น หรือหากต้องการขายเสื้อผ้ามือสองก็ต้องนึกถึงตลาดนัดโรงเกลือซึ่งเป็นแหล่งรวมเสื้อผ้ามือสองขนาดใหญ่ที่สุดในประเทศ จากนั้นพ่อค้าแม่ค้าหน้าใหม่ต้องคำนึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางด้วยว่า เมื่อต้องซื้อสินค้าจำนวนมากจะขนส่งสินค้ากลับมาอย่างไร มีรถเองหรือต้องใช้บริการประจำทาง ทั้งนี้เพื่อจะได้คำนวณเวลาในการเดินทางและปริมาณสินค้าที่ต้องซื้อหากระยะทางไกลต้องคำนวณค่าเดินทางและระยะเวลาต่างๆ จะได้ไม่เสียเวลาในการเดินทางและคำนวณต้นทุนได้ง่ายมากขึ้น

บันไดขั้นที่ 2 เลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เมื่อเราได้สินค้าที่ต้องการจะขายแล้วต้องคิดว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเราคือใคร ยกตัวอย่างเช่น เราต้องการขายเสื้อผ้าผู้หญิงแฟชั่น กลุ่มลูกค้าเป้าหมายก็จะเป็นผู้หญิง วัยรุ่น นักศึกษา ผู้หญิงวัยทำงานซึ่งเสื้อผ้าแฟชั่นก็จะแบ่งย่อยๆ ไปอีกว่าเสื้อผ้าเทรนด์ฟรีเมียม กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของเสื้อผ้าเทรนด์ฟรีเมียมก็จะเป็นลูกค้าสำหรับตลาดระดับบน เช่นผู้หญิงวัยทำงานและเจ้าของธุรกิจที่มีอำนาจในการซื้อสูง เสื้อผ้าจะต้องมีการตัดเย็บที่เนียบประณีตสวยงาม มีแบรนด์หรือมีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในระดับหนึ่ง เสื้อผ้าสำหรับตลาดระดับกลางมีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้หญิงวัยทำงานทั่วไปพนักงานบริษัทที่มีรายได้ระดับกลางๆ มีการตัดเย็บสวยงามประณีตในระดับหนึ่ง ราคาจะไม่ถูกหรือแพงเกินไป และเสื้อผ้าสำหรับตลาดระดับล่าง เช่นบุคคผลทั่วไปหรือสาวโรงงานที่ไม่ต้องการการตัดเย็บที่ประณีตมากนัก และที่สำคัญราคาต้องไม่แพง เป็นต้น เมื่อเรารู้แล้วว่ากลุ่มเป้าหมายของเราเป็นใคร จะช่วยให้เราวางแผนการตลาดเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายและชัดเจนมากขึ้น

บันไดขั้นที่ 3 เลือกวิธีจัดส่งสินค้า เมื่อเราได้สินค้าที่เราต้องการขายแล้ว มีกลุ่มเป้าหมายและร้านค้าพร้อมเปิดให้บริการแล้ว ขั้นตอนถัดมาที่สำคัญไม่แพ้กันคือวิธีการจัดส่งสินค้าให้ลูกค้า เป็นที่น่าดีใจว่าเดี๋ยวนี้การขนส่งสินค้ามีช่องทางให้เลือกมากขึ้นทั้งของรัฐ เช่นไปรษณีย์ไทยซึ่งเป็นวิธียอดนิยมที่ใช้กันอย่างแพร่หลายเนื่องจากราคาไม่แพงจนเกินไปมีความรวดเร็วในระดับหนึ่ง มีทั้งแบบ EMS สำหรับส่งด่วน แบบลงทะเบียน และแบบธรรมดา



สำหรับ 2 วิธีแรกจะสามารถติดตามสถานะสินค้าได้ และลูกค้านิยมเป็นอย่างมาก แต่สำหรับส่งแบบธรรมดาจะไม่สามารถติดตามสถานะสินค้าได้หากสินค้าสูญหายจะติดตามกลับคืนมาลำบาก นอกจากนี้ยังมีบริการขนส่งของเอกชนที่มีทั้งบริการ door to door service ที่มีข้อดีคือบริการรับส่งถึงบ้าน วิธีนี้เหมาะสำหรับสินค้าที่มีน้ำหนักเยอะและต้องการความรวดเร็วรวมทั้งการดูแลเป็นพิเศษ นอกเหนือจากนี้ก็ยังมีการขนส่งผ่านรถตู้ประจำทาง รถทัวร์ วิธีนี้เหมาะสำหรับสินค้าที่มีน้ำหนักเยอะหรือมีขนาดใหญ่เพราะจะเป็นการคิดราคาเหมาต่อชิ้น เป็นต้น หากต้องการความรวดเร็วเป็นพิเศษขึ้นไปอีกก็จะเป็นการขนส่งผ่านเครื่องบินวิธีนี้มีค่าใช้จ่ายสูงเหมาะสำหรับสินค้าที่ต้องการความรวดเร็วเป็นพิเศษอย่างอาหารและผลไม้สด เป็นต้น

ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานั้นพ่อค้าแม่ค้าสามารถกำหนดเองได้ว่าสินค้าที่เราจะขายเหมาะสำหรับการขนส่งแบบไหน ราคา ค่าขนส่งประมาณเท่าไร



บันไดขั้นที่ 4 วิธีชำระเงิน เมื่อกำหนดวิธีการขนส่งแล้ว ขั้นตอนต่อไปเป็นขั้นตอนที่สำคัญอีกหนึ่งประการที่ขาดไม่ได้คือการชำระเงินมีทั้งในแบบชำระโดยการโอนผ่านบัญชีธนาคาร พ่อค้าแม่ค้าควรเปิดบัญชีธนาคารหลายธนาคารเพื่อเป็นทางเลือกให้แก่ลูกค้าในการหลีกเลี่ยงค่าธรรมเนียมในการโอนข้ามธนาคาร และอีกวิธีหนึ่งคือการให้ลูกค้าชำระผ่านบัตรเครดิต เป็นต้น ทั้งนี้ทั้งนั้นผู้ชายควรมีอินเทอร์เน็ตแบงก์กิ้งสำหรับการเช็กระงับยอดชำระค่าสินค้าเมื่อเวลาลูกค้าโอนเงินจะได้รับการยอดและบริการจัดส่งสินค้าได้ทันตามเวลาที่กำหนด ซึ่งจะก่อให้เกิดผลดีทั้งในการตรวจสอบยอดกันต่อเวลา และเป็นการสร้างความไว้วางใจระหว่างลูกค้าและผู้ขายได้เป็นอย่างดี

บันไดขั้นที่ 5 การทำตลาดออนไลน์ การขายสินค้าออนไลน์กับการทำการตลาดออนไลน์เป็นสิ่งที่แทบจะแยกกันไม่ออก เพราะเป็นวิธีที่สะดวกสบายเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ตามที่ต้องการ ช่วยประหยัดทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายและในขณะที่เดียวกันก็มีประสิทธิภาพสูงที่สุด เนื่องจากสมัยนี้การใช้อินเทอร์เน็ตเปรียบเสมือนเป็นปัจจัยที่ 5 ของคนเราที่แทบจะขาดไม่ได้ ส่งผลให้วิถีชีวิตของคนเปลี่ยนไป จากที่ต้องออกไปจับจ่ายซื้อของข้างนอก ต้องขับรถฝ่ารถติดไปแย่งที่จอดรถ แดดอากาศที่ร้อน เปลี่ยนมาเป็นการช้อปปิ้งออนไลน์แทน เพียงแค่คลิกเดียวสินค้าก็พร้อมส่งมาให้ถึงที่บ้าน ร้านค้าออนไลน์จึงมีความจำเป็นที่จะต้องทำการตลาดออนไลน์เพื่อตอบใจลูกค้าในด้าน lifestyle ให้ได้ ซึ่งการทำการตลาดออนไลน์นั้นก็ไม่ยาก ไม่ว่าจะเป็นการลงโฆษณาผ่านเว็บไซต์เสิร์ชเอนจิน ผ่าน

โซเชียลมีเดียซึ่งสามารถเลือกแพ็คเกจโฆษณาตามกลุ่มเป้าหมายและงบประมาณที่เราต้องการได้ หรือการทำการตลาดผ่านแฟนเพจในเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม หรือไลน์ เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าและสามารถโปรโมทสินค้าได้อีกด้วย ซึ่งเวลาที่มีผู้เข้าใช้อินเตอร์เน็ตมากที่สุดจะเป็นช่วงหลังเวลาเลิกงานตั้งแต่ 16:00-24:00 น.

ร้านค้าออนไลน์จึงมักนิยมอัปเดตข้อมูลใหม่ๆ ให้ลูกค้าในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ยังสามารถใช้สื่อออนไลน์ให้เป็นประโยชน์แก่ของการจัดทำโปรโมชั่นต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าให้เข้ามาดูสินค้าและร่วมสนุกกับทางร้านได้อีกด้วย เช่นการจัดโปรโมชั่นลดราคา เล่นเกมชิงรางวัล ร่วมกิจกรรมต่างๆ โดยมีของสมนาคุณให้ลูกค้าเพื่อเป็นแรงจูงใจให้ลูกค้าบ้าง เป็นต้น

เห็นไหมว่าการจะเป็นเจ้าของร้านค้าออนไลน์ไม่ยากอย่างที่คิด สามารถเริ่มได้ง่ายไม่มีวิธีการใดซับซ้อนเลย เปิดเงินลงทุนที่ไม่สูงมาก ไม่ต้องมีหน้าร้านไม่ต้องเช่าสถานที่ไม่ต้องจ่ายค่าน้ำไม่ต้องจ้างพนักงานมากมาย เพียงแค่วางแผนและอาศัยบันได 5 ขั้นตามที่กล่าวมาแล้ว ใครก็สามารถเปิดร้านค้าออนไลน์เองได้ ความเสี่ยงน้อยแต่มีโอกาสทำกำไรได้สูง นอกจากนี้ยังไม่ต้องอาศัยทำเลในการค้าขายเนื่องจากร้านค้าออนไลน์สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกเพศทุกวัยทุกที่ตลอดเวลาเพียงแค่มีอินเทอร์เน็ตแค่นั้นเอง หากวันนี้ใครกำลังมองหาธุรกิจเงินเฟ้น อาชีพหลักหรืออาชีพเสริมแล้วละก็ ร้านค้าออนไลน์น่าจะเป็นหนึ่งเงินตัวเลือกที่น่าสนใจอยู่ไม่น้อย แต่อย่างไรก็ตามถึงแม้ร้านค้าออนไลน์จะเปิดได้ง่ายแต่การที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องอาศัยความตั้งใจ ศึกษาและทำการบ้านอยู่สม่ำเสมอเพื่อหมั่นพัฒนาปรับปรุงตัวเองให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีความเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้ได้



การดำเนินธุรกิจ SMEs บนพื้นฐานความพอเพียง

การดำเนินธุรกิจทุกอย่างนั้นไม่ว่าจะเป็นในแนวทางใด สิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึงก็คือ ความสนใจในการทำธุรกิจนั้นอย่างจริงจัง รวมถึงการมีความรู้เกี่ยวกับสิ่งที่กำลังจะลงมือทำ มีความเข้าใจในธรรมชาติของการทำธุรกิจประเภทนั้นๆ ได้อย่างดี การเริ่มต้นจึงจะเกิดขึ้น และจะเป็นไปในทิศทางที่ดีและเหมาะสม แต่ทั้งนี้ก็ต้องขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ หลายด้านว่าการทำธุรกิจจะประสบความสำเร็จหรือไม่ บางธุรกิจอาจต้องหยุดการดำเนินงานเนื่องจากการขาดเงินทุนหมุนเวียน จนเป็นสาเหตุทำให้ขาดทุน แต่ในบางธุรกิจกลับประสบความสำเร็จอย่างรวดเร็ว แล้วสาเหตุของความสำเร็จหรือความล้มเหลวคือสิ่งใด ซึ่งก็ยังไม่สามารถหาคำตอบได้อย่างเฉพาะเจาะจงลงไปได้ เนื่องจากปัจจัยแวดล้อมของแต่ละธุรกิจย่อมมีความแตกต่างกัน

เมื่อเป็นเช่นนี้จึงมีแนวคิดหลายด้านเกี่ยวกับแนวทางการทำธุรกิจรวมถึงรูปแบบธุรกิจ SMEs (วิสาหกิจ หรือธุรกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม) บนพื้นฐานของความพอเพียงตามแนวปรัชญาที่เกี่ยวข้องกับการดำรงอยู่และปฏิบัติตนที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวภูมิพลอดุลยเดช พระองค์ทรงพระราชทานให้แก่ปวงชนชาวไทยทุกคนเพื่อเป็นแนว

ทางการแก้ไขปัญหาทางด้านเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในกระแสของความเปลี่ยนแปลงต่างในยุคโลกาภิวัตน์ โดยแนวคิดนี้เชื่อว่าจะสามารถปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางสังคมของชุมชนให้ดีขึ้นตามลำดับอย่างมั่นคง โดยมีปัจจัยในการดำเนินการสำคัญคือ การผลิตจะต้องมีความสัมพันธ์กันระหว่างปริมาณการผลิตและการบริโภค และนอกจากนั้นชุมชนจะต้องมีความสามารถในการจัดการทรัพยากรของตนเอง ซึ่งนับว่าสอดคล้องกันกับทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ด้วยบนพื้นฐานทางเศรษฐศาสตร์ที่เป็นเรื่องของ การบริหารจัดการทรัพยากรการผลิตให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสนองต่อความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

แนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งพระองค์พระราชทานให้นั้นประกอบด้วย “พอประมาณ มีภูมิคุ้มกัน” และตั้งอยู่บนเงื่อนไขของ ความรู้ และ คุณธรรม แนวคิดนี้ นอกจากจะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ SMEs ของประเทศไทยแล้ว ยังมีการนำไปเป็นแนวทางอย่างแพร่หลายในต่างประเทศ และจากการศึกษาการประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงกับธุรกิจ SMEs หรือแม้กระทั่งธุรกิจอื่นๆก็ตาม พบว่าแนวทาง

ตามวิถีความพอเพียงสามารถทำให้ธุรกิจดำเนินไปอย่างมั่นคง และยั่งยืนได้จริง มากกว่าธุรกิจที่มุ่งผลประโยชน์จากการทำกำไรเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะดำเนินการได้เพียงระยะหนึ่งเท่านั้น

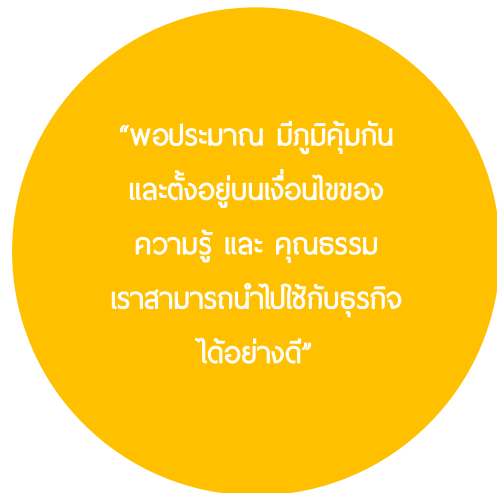
ความพอประมาณ จะเป็นการมุ่งสนับสนุนธุรกิจให้มีความมั่นคงในระยะยาวมากกว่าลักษณะการดำเนินการที่สำคัญจะเน้นที่จะทำได้ตามกำลังและยังเป็นการรักษาคุณภาพให้อยู่ในระดับมาตรฐาน การแสวงหากำไรยึดหลักการแบ่งเป็นผลประโยชน์อย่างยุติธรรมระหว่างพันธมิตรหรือคู่ค้าทางธุรกิจ โดยมีเครือข่ายที่แน่นอน ผลกำไรส่วนหนึ่งต้องมีไว้เพื่อการพัฒนาความรู้และทักษะของพนักงาน รวมถึงการคืนสิ่งที่เป็นประโยชน์ให้แก่สังคมอย่างเหมาะสม การขยายการลงทุนจะดำเนินการอย่างค่อยเป็นค่อยไป เน้นการลงทุนจากกำไรที่มี ไม่พยายามก่อหนี้เพื่อขยายการลงทุนมากเกินไปจนเกินความจำเป็น โดยการรักษาหนี้และเงินทุนให้เหมาะสม

ความมีเหตุผล ต้องรู้จักตัวเอง ตลาด ลูกค้า และคู่แข่ง โดยการวิจัยการตลาด องค์กร และเน้นการผลิตที่ตรงกับทรัพยากรที่มีอยู่และความต้องการของลูกค้าและตลาด โดยใช้ทรัพยากรให้เป็นไปโดยคุ้มค่าและได้ประโยชน์สูงสุด สิ้นเปลืองทรัพยากรที่มีอยู่ให้น้อยที่สุดนั่นเอง แต่ต้องมี การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างออกสู่ตลาดอยู่เสมอ ภายใต้การตรวจสอบผลการดำเนินงานควบคู่กันไปด้วย

การสร้างภูมิคุ้มกันที่ดี และการส่งเสริมความรู้และคุณธรรมอย่างเสมอและต่อเนื่อง เป็นการสร้างความเตรียมพร้อมสำหรับความเปลี่ยนแปลงในอนาคต ได้อย่างเหมาะสมโดยการส่งเสริมให้พนักงานได้รับความรู้อย่างสม่ำเสมอ เช่นความรู้ในเรื่องเทคโนโลยี การพัฒนาองค์ความรู้ให้เพิ่มขึ้น เพิ่มความชำนาญ และพร้อมกันนั้นยังต้องมีความตระหนักและยึดมั่นในคุณธรรมกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ทั้งพนักงาน ลูกค้า มีการทำระบบบัญชีที่โปร่งใส การเสียภาษีถูกต้องตามกฎหมายกำหนด มีความรับผิดชอบต่อสังคมรอบข้าง ปกป้องสิ่งแวดล้อมไม่ทำการใดๆที่เป็นการทำลายสิ่งแวดล้อมและควรมีการจัดทำโครงการต่างๆตามความเหมาะสมเพื่อสร้างประโยชน์คืนให้แก่สังคม

ในการเริ่มต้นของธุรกิจ SMEs บนพื้นฐานความพอเพียง เริ่มจากการจัดทำแผนการดำเนินการธุรกิจ ผู้ประกอบการควรมีรายละเอียดในการดำเนินการและควรมีเป้าหมายที่ชัดเจน กำหนดแนวทางของความคิด เพราะแผนการดำเนินงานนั้นจะช่วยให้เข้าถึงแหล่งเงินทุนได้อย่างเหมาะสม และยังเป็นกำหนดการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่องได้ ในอนาคต ในแผนธุรกิจประกอบไปด้วยตัวสินค้าและบริการที่จะจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายในตลาด จุดแข็งและจุดอ่อน

ของกิจการ นโยบายการตลาด อย่างเช่นในเรื่องราคาของสินค้าและบริการ การส่งเสริมการตลาด และการกระจายสินค้าและบริการนั้นๆ รวมถึงวิธีการดำเนินการผลิต และนอกจากนี้แล้วควรมีแผนสำรองหรือแผนฉุกเฉินเอาไว้ด้วย เนื่องจากอาจจะมีปัจจัยบางอย่างที่เป็นการคาดไม่ถึงเกิดขึ้นได้ต้องมีการเตรียมความพร้อมเพื่อรับสถานการณ์ ซึ่งแผนดำเนินการของ SMEs ที่ดีนั้นต้องตอบคำถามได้ว่าการก่อตั้งธุรกิจขึ้นมา มีความชัดเจน สินค้าและบริการมีคุณภาพ การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ การผลิตการจำหน่ายมีการจัดการที่ดี ประหยัดพนักงานมีคุณภาพทุกเท



จุดเด่นของการดำเนินการธุรกิจ SMEs ที่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของความพอเพียง

1. ไม่ให้ความสำคัญกับการสร้างผลกำไรสูงสุดมากเกินไป แต่สิ่งที่ควรคำนึงถึงคือผู้ที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมได้ และเสียผลประโยชน์ทั้งหมดของธุรกิจ เพื่อรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว
2. สินค้าและบริการที่จำหน่ายนั้นมีความหลากหลายในราคาที่ยุติธรรมและเหมาะสม
3. ให้ความสำคัญกับพนักงาน ลูกค้า สังคมสิ่งแวดล้อม และส่วนอื่นๆของสังคม ไม่ละเลยที่จะคืนประโยชน์ให้กับสังคม
4. ให้ความสำคัญในเรื่องความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ เพื่อเกิดการพัฒนาสินค้าและบริการ เพื่อก่อให้เกิดความพอใจอย่างสูงสุดแก่ลูกค้า

5. จ่ายค่าตอบแทนแก่พนักงานอย่างเหมาะสมกับการทำงาน และควรมีการเลื่อนตำแหน่งหรือปูนบำเหน็จตามสมควรแก่สถานการณ์และคุณภาพของพนักงาน

6. ในช่วงวิกฤติไม่ควรใช้วิธีการไล่ หรือให้พนักงานออกโดยไม่มีเหตุอันสมควร เพื่อรักษาองค์ความรู้ที่มี และเพื่อสร้างเป็นวัฒนธรรมที่ดีขององค์กร



ปัญหาสำคัญของความพยายามที่จะนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจ คือ การขาดความเข้าใจที่ถูกต้องในปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง คนส่วนใหญ่มักคิดว่าเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเรื่องเกษตรกรรม เป็นเรื่องของคนชนบท และเป็นเรื่องไกลตัวสำหรับคนเมือง จึงไม่ใช่ว่าเรื่องที่ต้องทำความเข้าใจมากนัก ส่วนผู้ที่อยู่ในภาคธุรกิจส่วนใหญ่ ก็มีความสงสัยว่า ปรัชญาของการดำเนินธุรกิจคือการมุ่งหวังกำไรสูงสุด แล้วเศรษฐกิจพอเพียงจะนำมาใช้กับธุรกิจได้อย่างไรหรือไม่ แต่ในความเป็นจริงแล้วเศรษฐกิจพอเพียงมีดีหมายถึงเศรษฐกิจระบบปิดที่ไม่เกี่ยวข้องกับใคร ไม่ค้าขาย ไม่ส่งออก ไม่ผลิตเพื่อคนอื่นหรือจำหน่าย ไม่ได้สนับสนุนการปิดประเทศ หรือหันหลังให้กับกระแสโลกาภิวัตน์ แต่เน้นการสร้างภูมิคุ้มกันขณะที่ยังมีความไม่พร้อมหรือยังไม่แข็งแรง พร้อมทั้งกับการไม่ประมาทและไม่โลภมากเกินไป จนเมื่อแข็งแรงพอ ก็สามารถเข้าสู่การแข่งขันในแบบที่ไม่ใช่มุ่งแพ้ชนะอย่างเอาเป็นเอาตาย แต่เป็นการแข่งขันอย่างสร้างสรรค์ คือเพื่อเสริมสมรรถภาพและความเข้มแข็ง ในขณะที่เดียวกันเศรษฐกิจพอเพียงก็มีใช้เศรษฐกิจที่ส่งเสริมลัทธิบริโภคนิยมอย่างไร้ขอบเขต แต่ให้พิจารณาและใช้ประโยชน์จากกระแสโลกาภิวัตน์อย่างชาญฉลาด รู้เท่าทัน สามารถเลือกรับเฉพาะสิ่งที่ดีก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมในระยะยาว

ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในภาคธุรกิจ โดยไม่ขัดกับหลักการของการแสวงหากำไร แต่การได้มาซึ่งกำไรของธุรกิจ ต้องอยู่บนพื้นฐานของการไม่เอาัดเอาเปรียบผู้อื่น หรือแสวงหาผลกำไรจนเกินควรจากการเบียดเบียนประโยชน์ของสังคมโดยไม่คำนึงถึงผลกระทบที่อาจจะก่อให้เกิดวิกฤติตามมา ตลอดจนไม่คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรในธุรกิจอย่างประหยัดและอย่างมีคุณภาพ ในการใช้กลยุทธ์ทางธุรกิจซึ่งเป็นการแสวงหาผลกำไรให้สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง อาทิ รู้จักเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อนำมาสู่การกำหนดต้นทุนและราคาที่อยู่รอดได้ มีขนาดการผลิตที่พอเหมาะ สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการและตลาด ไม่ตั้งเป้าหมายเกินความสามารถที่จะทำได้ และไม่มุ่งเน้นกำไรระยะสั้น มีความซื่อสัตย์สุจริต มีความสามารถในการปรับตัวสูง มีสายผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม ไม่มากจนเกินไป รู้จักลงทุนแต่พอดี รู้จักกระจายความเสี่ยง ไม่ก่อหนี้ หรือลงทุนเกินตัว เกินความสามารถในการชำระคืน รู้จักเลือกตลาดที่เหมาะสม สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดี และสุดท้ายคือ มีพันธมิตรทางธุรกิจที่สามารถช่วยเหลือเกื้อกูลกันได้

ในการทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและมีกำไร ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจ SMEs ขนาดเล็ก ขนาดกลาง หรือ แม้แต่ธุรกิจขนาดใหญ่ ล้วนนำปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงไปใช้ได้ โดยผ่านการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพภายใต้กระบวนการตัดสินใจที่มีจิตวิญญาณเป็นตัวกำกับ ทั้งนี้เพราะองค์กรหรือธุรกิจที่มีจิตวิญญาณ ไม่ได้เป็นเพียงแค่โครงสร้าง หรือ ฝ่ายต่าง ๆ องค์กรหรือธุรกิจ SMEs ก็มีคนขับเคลื่อนอยู่เบื้องหลัง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการลงทุน คน ลูกจ้าง การตลาด การตัดสินใจที่ดีต้องมีจิตวิญญาณ โดยอาศัย องค์ประกอบสำคัญได้แก่ ต้องอาศัยเหตุและผล อาศัยความพอประมาณ ความสมดุล มีภูมิคุ้มกัน ไม่มีความเสี่ยง และ ต้องมีความรู้และคุณธรรม ซึ่งก็คือแนวคิดหลักของปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง

การทำธุรกิจ SMEs ให้อยู่ยืนบนพื้นฐานความพอเพียง กระบวนการตัดสินใจจึงเป็นสิ่งสำคัญ เพราะการตัดสินใจเป็นตัวขับเคลื่อนให้ธุรกิจไม่เพียงแต่ดูแลกำไรและผู้ถือหุ้น แต่ต้องดูแลสิ่งแวดล้อม ดูแลลูกค้าและผู้แข่งขัน ชุมชน สังคม ส่วนรวม ธุรกิจต้องคำนึงถึงทุกส่วน ต้องมีความรับผิดชอบ



องค์ประกอบของความศรัทธาของลูกค้า ในตัวสินค้าและบริการในธุรกิจ SMEs

ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ ในทุกภาคส่วน สินค้าและบริการในธุรกิจ SMEs หรือธุรกิจขนาดใหญ่ ต้องมาจากความเชื่อมั่นในตัวสินค้าและบริการ เชื่อกันว่าดี มีคุณค่า และคุ้มค่ากับการซื้อ ความเชื่อมั่นที่มีมากขึ้นก็จะกลายเป็นความศรัทธาซึ่งสามารถที่จะเป็นพลังช่วยให้ความอยาก ความปรารถนาประสบความสำเร็จให้ง่ายขึ้น "ศรัทธา" เป็นความเชื่อมั่นที่เพียบพร้อมไปด้วยความรู้ที่แท้จริง หมายถึง ในแต่ละความเชื่อศรัทธาต้องผ่านการวิเคราะห์ มีการพิสูจน์อย่างมีเหตุผล ให้เป็นไปตามกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ทั้งทางจิตและกายภาพ เรียกว่า ความศรัทธาที่แท้จริง รวมถึงในเรื่องของการมีความศรัทธาในตัวสินค้าและบริการก็เช่นเดียวกัน เมื่อลูกค้าเกิดความศรัทธาแล้วมักจะไม่เปลี่ยนใจได้ง่าย จะภักดีต่อตัวสินค้าและบริการในแบรนด์นั้นๆ อย่างยั่งยืน และมั่นคง

ในการทำธุรกิจ SMEs นั้นควรจะมีทิศทางเช่นไรเพื่อสร้างความมั่นใจในสินค้าและบริการกับลูกค้าจนเกิดเป็นความศรัทธาให้ได้ เป็นสิ่งที่ทำได้ไม่ยากเนื่องจากว่าการทำให้คนหลายๆคนพึงพอใจในสิ่งเดียวกันต้องสร้างกลวิธีที่เหมาะสม แต่ไม่อาจจะทำให้คิดว่าดีเหมือนกันได้หมดทุกคนเพียงแค่ว่าสามารถทำให้ได้มากที่สุดก็สามารถเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญที่จะนำพาความสำเร็จมาสู่ธุรกิจของผู้ประกอบการได้อย่างงดงาม ซึ่งในการสร้างความศรัทธานั้นมีองค์ประกอบที่สำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจ SMEs ควรยึดถือไว้เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติดังนี้

สร้างความประทับใจตั้งแต่แรกพบ เชื่อหรือไม่ว่านี่ยังคงเป็นเรื่องสำคัญ ดังนั้นคุณต้องสร้างความประทับใจแรกพบให้กับทุกๆ คนนอกจากหน้าตาท่าทางการแต่งกายแล้ว เรื่องเล็กน้อยในชีวิตประจำวันที่คุณต้องติดต่อพูดคุยกับคนอื่น

ก็ช่วยทำให้เขารู้สึกด้านบวกกับคุณ เช่น พนักงาน
ไปรษณีย์ เจ้าหน้าที่ธนาคาร ผู้จัดการร้านข้างๆ หรือ
แม้กระทั่งคนขายกาแฟเจ้าประจำคนพวกนี้เป็นแหล่งอ้างอิงที่ดี
สำหรับคุณเช่นกัน

บุคลิกลักษณะของคนที่คุณอยากทำธุรกิจด้วย เขา
เป็นคนแบบใดทำให้คุณรู้สึกประทับใจอย่างไร เหตุใดคุณจึงชอบ
เขาแล้วลองปรับตัวให้เป็นแบบคนๆ นั้นแต่อย่าลืมความเป็นตัว
ของตัวเองไปเสียละ

รับฟังลูกค้า ลูกค้ารู้ว่าคุณตั้งใจฟังพวกเขา
หรือไม่สาระสำคัญก็คือการรับฟังที่แท้จริงก็คือการเข้าใจความ
ต้องการของลูกค้านั่นเองคุณควรแสดงให้ลูกค้าเห็นว่าคุณรับ
ฟังทั้งเรื่องดีและไม่ดีจากพวกเขาอย่างตั้งใจ

สนใจผู้อื่นอย่างจริงจัง นอกเหนือจากการค้าขาย
ทางธุรกิจแล้วคุณต้องรู้จักลูกค้าให้มากขึ้นด้วย ไม่ได้บอกว่า
คุณต้องไปเป็นเพื่อนสนิทของลูกค้าแต่หากรู้ที่มาที่ไปของพวกเขา
เขาแล้วจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคุณกับลูกค้าได้ดีขึ้น
อีก

เชื่อมั่นในสินค้าหรือบริการของคุณ ถ้าคุณไม่ใช้
หรือไม่เชื่อในบริการของคุณแล้วใครจะเชื่อคุณรู้ไหมว่าลูกค้า
สามารถรับรู้ได้ว่าคุณเชื่อมั่นในสินค้าหรือบริการของคุณหรือ
แค่ขายให้ได้เงินไปวันๆ อย่าอายนที่จะแสดงความเชื่อมั่นที่มีต่อ
สินค้าหรือบริการ

ช่วยลูกค้าแก้ปัญหา คุณไม่ควรปล่อยลูกค้าให้รู้สึก
โดดเดี่ยวโดยเฉพาะเวลาอยู่ในร้านคุณควรแสดงอาการกุสุภะ
อยากช่วยเหลือแต่แสดงออกจนดูเหมือนเสแสร้ง

ซื่อสัตย์และจริงจัง อย่าหลอกลูกค้าเด็ดขาดหากคุณ
ไม่แน่ใจแม้ว่าจะเป็นเรื่องเล็กๆ ก็ให้ยอมรับความจริงกับลูกค้า
เสียจากนั้นคุณควรจะไปทำการบ้านเพื่อหาคำตอบให้กับ
ลูกค้าท่านั้น

ติดตามความพอใจของลูกค้าอย่างสม่ำเสมอ ด้วย
วิธีการง่ายๆ ไม่ว่าจะเป็นการโทรศัพท์หรือส่งอีเมลภายหลัง
จากการซื้อสินค้าหรือบริการ จะทำให้คุณแตกต่างจากคู่แข่ง
ประเภทที่ขายแล้วขายเลยไม่สนใจลูกค้าอีก

สร้างความพอใจให้เกินความคาดหวังของลูกค้า
เพื่อให้ลูกค้าอยากที่จะกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการจากคุณอีก

คุณต้องคิดว่าจะสด แกลก แจก แจม หรือทำอะไรให้ลูกค้าได้
มากกว่าที่เขาน่าจะคาดหวังไว้



ในเมื่อเป็นการก้าวเข้าสู่ในยุคเทคโนโลยีอย่างใน
ปัจจุบันนี้การนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ SMEs นั้นเป็น
สิ่งที่มองข้ามไม่ได้ โดยเฉพาะการเชื่อมต่อเพื่อการโฆษณาเป็น
สิ่งสำคัญอย่างยิ่งโซเชียลมีเดียสามารถเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วย
ให้การเชื่อมต่อกับลูกค้าได้สะดวกและรวดเร็วก็คือ การใช้
โซเชียลมีเดีย โดยลูกค้าจะสามารถเผยแพร่ข้อมูลผ่านคำพูด
รูปภาพ และวิดีโอได้ภายในจิตใจเดียวซึ่งถ้าลูกค้ามี
ประสบการณ์ที่ดีร่วมกับแบรนด์ของเราก็จะได้ผลในเชิงบวกถ้า
เป็นกล่าวถึงสินค้าและบริการเชิงบวกให้เข้าไปแสดงความเห็นใน
เชิงชอบคุณ แต่หากพบข้อมูลในเชิงลบจากลูกค้าให้แสดงความ
คิดเห็นด้วยคำขอโทษ พร้อมเสนอวิธีการแก้ปัญหาเพื่อเปลี่ยน
จากความรู้สึกที่แย่ให้กลายเป็นประสบการณ์ที่ดี หรือจะขอ
เบอร์ติดต่อทางกล่องข้อความเพื่อโทรไปสอบถามเหตุการณ์
และแสดงความรับผิดชอบอย่างสูงสุดความสามารถก็เป็นวิธีที่จะ
เรียกความรู้สึกดีๆ จากลูกค้าได้เช่นกัน เพราะเมื่อปัญหาได้รับ
การแก้ไข ลูกค้ามักพอใจชอบคุณแบรนด์หรือเจ้าของที่พยายาม
ช่วยแก้ปัญหาให้ได้อย่างสูงสุดความสามารถ ซึ่งจะถือเป็นการแสดงความ
รับผิดชอบ และส่งผลเชิงบวกต่อแบรนด์สินค้าและบริการ
ในอนาคตและเป็นการสร้างความศรัทธาที่ยั่งยืนอย่างมั่นคง

อีกแง่มุมหนึ่งของการทำการตลาดให้กับธุรกิจ
SMEs ก็คือ โทรศัพท์มือถือผ่านระบบข้อความหรือ SMS การ
ทำการตลาดผ่าน SMS ให้ได้ประสิทธิภาพสูงสุดผู้ประกอบการ
ต้องวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่จะสื่อสารให้ชัดเจนก่อน ว่าสินค้า
หรือบริการที่เราต้องการสื่อสารทางการตลาดไปถึงลูกค้ากลุ่ม

ไลน์ ชายหรือหญิง ช่วงอายุ ไลฟ์สไตล์ความสนใจ ตลอดจน รายได้ เป็นต้น นอกจากนี้ SMS ยังสามารถตั้งเวลาในการส่ง ข้อความได้ เช่นต่างกลุ่มเป้าหมายต่างเวลาหรือ ส่งข้อความ เดิมซ้ำทุกวันก็ได้เช่นกัน ส่วนข้อความที่จะสื่อสารผ่านตัวอักษร ภาพ หรือเสียงควรออกแบบเนื้อหาให้สั้น กระชับ ชัดเจน และมีความน่าสนใจ การตลาด SMS จึงเป็นรูปแบบการตลาดที่ผู้ประกอบการไม่ควรมองข้าม เนื่องจากการตลาดทางตรงที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ตรงกลุ่มเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้ต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งตอบโจทย์การทำธุรกิจและการแข่งขันของ SME ในยุคปัจจุบัน



นอกจากการให้ความสำคัญกับลูกค้ามาเป็นอันดับแรกแล้วอย่าลืมว่าการใส่ใจกับพนักงานของสถานประกอบการเรานั้นก็สำคัญอย่างยิ่ง ใส่ใจทั้งการทำงาน และสวัสดิภาพของพนักงาน นั่นก็เพราะคงปฏิเสธไม่ได้ว่ากลุ่มบุคคลที่สามารถ อธิบายคุณสมบัติหรือจุดเด่นของสินค้าและบริการได้ดีมากที่สุดกลุ่มหนึ่งก็คือพนักงานของเรา เพราะฉะนั้น เราควรคัดเลือกคนที่ต้องพบปะพูดคุยกับลูกค้าให้เหมาะสม พยายามฝึกอบรม หรือให้คำแนะนำพนักงานว่าควรบริการอย่างไร สามารถพูดเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าได้อย่างไร โทรติดต่อหรืออีเมลแจ้งข้อเสนอและรายละเอียดอย่างไรที่น่าสนใจ หากพนักงานทราบข้อมูลและมีหัวใจในการบริการด้วยรอยยิ้ม โอกาสสร้างความประทับใจก็จะสูงตามไปด้วย เพราะในทางกลับกัน หากลูกค้าเกิดความรู้สึกไม่เชิงลบกับพนักงานคนใดคนหนึ่ง ก็อาจถ่ายภาพร้าน โฟสเรื่องราวลงในโซเชียลมีเดีย บอกเพื่อนหรือบอกคนในครอบครัวรวมถึงคนที่เกี่ยวข้องในชีวิตที่พวกเขาได้พบปะพูดคุย ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจได้ในระยะยาว อาจจะต้องขึ้นทำให้ธุรกิจต้องหยุดดำเนินการไปเสียเลย เนื่องจากในปัจจุบันนี้นั้นภาพลักษณ์ของ

สินค้าและบริการทุกอย่างทั้งดีและไม่ดีสามารถถ่ายทอดไปสู่สาธารณชนได้รวดเร็วมากด้วยเทคโนโลยี โซเชียลมีเดีย ซึ่งสามารถเผยแพร่ไปได้ทั้งภาพและเสียง

ความศรัทธาของลูกค้าจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับสินค้าและบริการในธุรกิจ SMEs ในปัจจุบัน และจะเกิดขึ้นได้ ไม่ใช่เกิดได้ด้วยอารมณ์หรือความต้องการเพียงอย่างเดียวแต่เกิดจากกระบวนการคิดถ่วงถ่วง บวกกลคุณภาพ ด้วยเหตุและผลต่างๆ จนมั่นใจว่าสิ่งที่ลูกค้าจ่ายไปนั้นคุ้มค่าอย่างมากกับคุณค่าที่ได้รับกลับมา ซึ่งต้องผ่านกระบวนการพิสูจน์จากลูกค้าที่ได้พลี่ยนยืนยันอย่างสม่ำเสมอทุกครั้งจน

กลายเป็นความเชื่อถือและความศรัทธาในที่สุดต้องทำให้ลูกค้าที่จงรักภักดีรู้สึกเสมอว่าตนเองเป็นสาวกคนสำคัญซึ่งสาวกคนสำคัญเหล่านี้ละ จะเป็นผู้ที่ถ่ายทอดความเชื่อที่มีสินค้าและบริการ SMEs ของเราไปสู่การแสวงหาสาวกใหม่ๆ ให้กับเราซึ่งเราต้องทำกิจกรรมการตลาดที่สร้างความจงรักภักดี และจัดกลุ่มของลูกค้า ตามพฤติกรรมการณ์ โดยใช้ฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อเลือกปฏิบัติในการให้ข้อเสนอกับลูกค้าแต่ละกลุ่มที่มีความต้องการแตกต่างกัน ดังนั้นเพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโต และคง

อยู่ได้อย่างมั่นคงต่อไปในอนาคตที่ยาวนานอย่างมั่นคงมากที่สุด ภาระหน้าที่อย่างหนึ่งที่ผู้ประกอบการทุกๆ คนต้องทำนั้นก็คือการสร้างศรัทธาให้ลูกค้าเดิม และเริ่มสร้างความไว้วางใจให้ลูกค้ากลุ่มใหม่ และรักษาพวกเขาเอาไว้

ซึ่งหลักการง่ายๆ ก็มีอยู่แค่เพียงอย่างเดียว นั่นก็คือการทำให้พวกเขารู้สึกพึงพอใจในสินค้าและบริการของเราอยู่ตลอดเวลาบนพื้นฐานความไว้วางใจในคุณภาพของสินค้าและบริการนั้นๆ ผู้ประกอบการอย่ามองเพียงว่าลูกค้ามักสนใจเลือกซื้อสินค้า และบริการของเราแต่เพียงเพราะเห็นว่ามียี่ห้อที่ถูกกว่าเพียงเท่านั้น เพราะในความเป็นจริงแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นอีกมากมายที่ทำให้ลูกค้ายอมควักเงินจากกระเป๋าเพื่อซื้อสินค้าและบริการจากเรามากกว่าที่มองแค่เพียงเรื่องของราคา ทำให้ความเข้าใจในสิ่งที่ลูกค้าต้องการ และรู้ถึงปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ หรือใช้บริการของเราจึงเป็นเรื่องที่สำคัญมาก



ไอเดียทำเงินบนเส้นทาง E-commerce

E-Commerce หรือ การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือการดำเนินธุรกิจโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางธุรกิจที่องค์กรได้วางไว้ เช่น การซื้อขายสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ไม่ว่าจะเป็น โทรศัพท์ โทรทัศน์ วิทยุ หรือ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดค่าใช้จ่าย และเพิ่มประสิทธิภาพการตลาด โดยการลดบทบาทองค์ประกอบทางธุรกิจลง เช่น ทำเลที่ตั้ง อาคารประกอบการ โกดังเก็บสินค้า ห้องแสดงสินค้า รวมถึงพนักงานขาย พนักงานแนะนำสินค้า พนักงานต้อนรับลูกค้า เป็นต้น เป็นการลดระยะเวลา และหรือระยะทางลงได้ E-Commerce เป็นการผสมผสานระหว่างเทคโนโลยี อินเทอร์เน็ต กับการจำหน่ายสินค้าและบริการ โดยสามารถนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวสินค้าหรือบริการผ่านทาง อินเทอร์เน็ตสู่คนทั่วโลกภายในระยะเวลาอันรวดเร็ว ทำให้การดำเนินการซื้อขายอย่างมีประสิทธิภาพ และก่อให้เกิดรายได้ในระยะเวลาอันสั้น

ในที่นี้จะกล่าวถึงหลักของการทำรายได้เพื่อให้ได้กำไรผ่านเส้นทางของ E-commerce ดังนั้น ถ้าจะแบ่ง E-Commerce ตามประเภทสินค้าก็สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลักคือ

1.สินค้าดิจิทัล เช่น ซอฟต์แวร์ เพลง วิดีโอ หนังสือ ดิจิตอล เป็นต้น ซึ่งสามารถส่งสินค้าได้โดยผ่านอินเทอร์เน็ต

2.สินค้าที่ไม่ใช่ดิจิทัล เช่น สินค้าหัตถกรรม สินค้าศิลปะ เสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่ม เครื่องหนังเครื่องประดับ เครื่องจักรอุปกรณ์ เป็นต้น ซึ่งต้องส่งสินค้าทางพัสดุภัณฑ์ผ่านไปรษณีย์หรือบริษัทรับส่งพัสดุภัณฑ์

ตลาดผู้ใช้อินเทอร์เน็ต ในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง การใช้ E-Mail หรือการเข้าไปหาข้อมูลในเว็บไซต์ นับเป็นเรื่องปกติธุรกิจต่างๆ มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยผ่านเว็บไซต์ มากขึ้น ผู้ประกอบการต่างๆ จึงมีแนวโน้มที่จะทำการค้าขายผ่านทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้นประเทศไทยยังเสียเปรียบในเรื่องของเทคโนโลยีรวมทั้งกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการซื้อขายทางอินเทอร์เน็ตแต่การพัฒนา ระบบ E-Commerce ก็เป็นการเปิดตลาดไปสู่ผู้บริโภคหลายล้านคนทั่วโลกด้วยเหตุนี้ทำให้ประเทศไทยต้องเตรียมการเพื่อที่จะแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในระบบการค้าแบบ E-Commerce ในส่วนของการทำการตลาดแบบ E-commerce ผู้ประกอบการในแต่ละรายต้อง

คิดกลยุทธ์ที่จำเป็นสำหรับการเปิดตลาด หรือ ร้านค้าออนไลน์ เพื่อแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่นๆ สินค้าต้องน่าสนใจและมีจำนวนมากพอ เพื่อให้ผู้ใช้รู้สึกเห็นความหลากหลายและเข้ามาที่ร้านอีกรายละเอียดสินค้าครบถ้วนตรงตามความจริงไม่คุยสรรพคุณเกินจริง หรือแอบใส่ไขเป็นอันขาดสินค้ามีอยู่จริงและต้องทำให้ลูกค้าได้ทันทีที่สั่งซื้อ การออกแบบเว็บต้องดี น่าดู น่าสนใจ มีลูกเล่นที่ดีการประชาสัมพันธ์ต้องคุณภาพมากพอสมควร

หากถามว่าในธุรกิจ SMEs ที่อยากจะมีเว็บไซต์ของตนเอง เป็นเรื่องของความจำเป็นหรือไม่นั้นก็ยังคงไม่แน่ชัดแต่การนำเว็บไซต์มาใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์อย่าง E-Commerce ก็เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับ SMEs ได้หลายด้าน เช่น ทำงานแทนพนักงานขายได้โดยสามารถทำการค้าแบบอัตโนมัติได้อย่างรวดเร็วเปิดขายสินค้าได้ทุกวันโดยไม่มีวันหยุดตลอด 24 ชม. เก็บเงินและนำฝากเข้าบัญชีได้โดยอัตโนมัติ ประหยัดค่าใช้จ่ายในการจัดพิมพ์ แคตตาล็อก เป็นต้น ปัจจุบันมี SMEs จำนวนไม่น้อยที่นำระบบ E-Commerce เข้ามามีบทบาทในเชิงธุรกิจเป็นอย่างมาก เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารธุรกิจได้อย่างดี

ในส่วนของประเทศไทยของเรานั้น E-Commerce ของไทยเติบโตแบบก้าวกระโดด ปัจจัยที่สำคัญมาจากการที่ธุรกิจต่างๆ มองว่าเวลานี้ E-Commerce เป็นช่องทางขายหลักในการเข้าถึงผู้บริโภค การมาของผู้ให้บริการจากต่างประเทศ ระบบชำระเงินออนไลน์ที่พัฒนาไปอย่างมาก (Online Payment) หรือระบบจัดการสินค้าและขนส่งถึงปลายทางพร้อมเก็บเงิน (Warehouse & Fulfillment) ปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการควรมีเพื่อสร้าง E-Commerce ที่มีประสิทธิภาพในระยะยาวที่พอจะสรุปมาเป็นไอเดียๆ ในการดำเนินการคือ

1.ต้องสร้างความมั่นใจ ว่าผู้บริโภคจะได้รับสินค้าของแท้และมีราคาที่ดี รวมถึงการเข้ามาที่เว็บไซต์ e-Commerce ต้องมีประสบการณ์ที่ดีหลายครั้งผู้บริโภคเดินห้างเพื่อความสนุกสนานแต่เลือกซื้อผ่านทางออนไลน์ เพราะมีราคาที่ดีกว่าและบริการส่งฟรีถึงบ้านไม่ต้องขนกลับบ้านเอง

2.ระบบจัดส่ง (Logistics & Fulfillment) ต้องพร้อม คือมีตั้งแต่การ stock สินค้า การจัดส่งต้องรวดเร็ว ส่วนนี้ทำให้ผู้ให้บริการรายใหม่แข่งขันได้ยาก เพราะต้องใช้เงิน

ลงทุนสูง ถ้า Scale ไม่ใหญ่มากพอจะมีต้นทุนบริหารจัดการที่สูงตามไปด้วย

3.ระบบรับชำระเงิน (Payment) ต้องมีความหลากหลายชำระผ่านบัตรเครดิต, จุดรับชำระเงิน, บัตรเงินสด, หรือชำระเงินปลายทางเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค

4.บริการหลังการขาย การติดต่อภายในบริษัท เช่น ระบบบัญชี คลังสินค้า ระบบสั่งซื้อสินค้าและวัตถุดิบ สิ่งผลิต ตลอดจนบริการลูกค้าหลังการขาย



ในกลุ่มธุรกิจต่างๆ รูปแบบรวมถึงธุรกิจ E-Commerce ควรมีตัวชี้วัดความสำเร็จ หรือความคุ้มค่าของต้นทุนที่ลงไปเพราะจะเป็นตัวประเมินให้ผู้ประกอบการได้รับรู้ว่าธุรกิจที่กำลังทำอยู่ อยู่ในสถานการณ์เช่นไร เพื่อจะได้เตรียมตัว และปูแนวทางรับมือกับปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ได้อย่างทันถ่วงทีตัวชี้วัดสถานะของธุรกิจ E-Commerce แบ่งออกเป็น 3 ช่วงหลัก คล้ายกับธุรกิจออฟไลน์ ได้แก่ คนเดินผ่าน คนสนใจดูสินค้า และยอดขาย โดยมีคำสำคัญคือ Traffic, Conversion Rates, และ Sales

Traffic หรือจำนวนคนซึ่งจะมาและมาเป็นลูกค้า มีความหมายได้ตั้งแต่ระดับต้นอย่างจำนวนหน้าที่ถูกคลิกหน้าเว็บเพื่อเข้าชมต่อวันไปจนถึงระดับลึกที่เริ่มแยกแยะว่ามีลูกค้าจริงๆ อยู่ที่คนจากจำนวนคลิกผ่าน เพื่อเข้าไปดูแต่ละส่วนของเว็บทั้งหมด ระยะเวลาและจำนวนในการเปิดเข้าไปหน้าใดหน้าหนึ่งซึ่งอาจสื่อถึงความต้องการของลูกค้า (ที่เราอาจพบในภายหลังว่ากลายเป็นสินค้าขายดี) ค่า Traffic นั้นจะค่อยๆ ทำ



ของคุณกับเจ้าอื่นๆ ในตลาดที่คุณคิดว่าอยู่ในระดับเดียวกันเอาไว้ด้วย เพราะถ้าเราขายสินค้าของตัวเอง ยอดขายทั้งหมดก็จะขึ้นอยู่กับราคา หน้าของสินค้านั้นๆ โดยหักต้นทุนแต่เพียงอย่างเดียว แต่ถ้าในกรณีที่เว็บไซต์รับสินค้ามาขาย คำว่ายอดขายนี้จะแตกต่างออกไปทันที เพราะยอดขายทั้งหมดนั้นไม่ได้แสดงจำนวนเงินที่ไหลเข้ามาในเว็บไซต์ เพราะสิ่งที่เว็บไซต์นั้นได้จริงๆ

ให้เราเข้าใจพฤติกรรมลูกค้าซึ่งแตกต่างกันไปในแต่ละสินค้าและผลิตภัณฑ์ การสร้างให้เกิด Traffic มากขึ้นจึงเป็นขั้นตอนของการสร้างยอดขายผ่านเว็บไซต์ เพราะตามทฤษฎีพื้นฐานนั้น อาจกล่าวได้ว่ายิ่งมีคนเข้ามามากโอกาสในการซื้อที่ดูจะยิ่งสูง

Conversion rates หรือจำนวนคนที่ผ่านเข้ามาและยังเป็นผู้ที่ซื้อสินค้าและบริการนั้นๆ ด้วยถึงแม้เราจะเชื่อว่าจำนวนคนเข้าเว็บ (Traffic) มากอาจหมายถึงยอดขายที่มากขึ้นไปด้วย แต่หลักข้อนี้ไม่ได้เป็นจริงเสมอไปตราบเท่าที่เรายังไม่ได้มองดูค่า Conversion rates ว่าเว็บไซต์ได้ทำหน้าที่ในการเปลี่ยนจากผู้เยี่ยมชมมาเป็นผู้ซื้อให้เราได้ตามที่เราคาดหวังไว้หรือไม่ ยิ่งในยุคที่ธุรกิจออนไลน์กำลังเติบโตอย่างนี้แค่มีคนคลิกเข้ามาชมเว็บเพียงอย่างเดียวมันไม่เพียงพออีกต่อไปแล้ว แต่การทำให้ผู้คนเหล่านี้ตัดสินใจซื้อก็ไม่ใช่ว่าเรื่องง่ายเลย ปัจจัยที่ผลักดันการเพิ่มจำนวนของ Traffic คือการทำโฆษณาหรือการทำ PR เพราะยิ่งเราให้คนรู้จักมากขึ้นเท่าไรก็ยิ่งมีโอกาสที่คนเหล่านั้นจะแวะเวียนเข้ามาในเว็บไซต์เรามากเท่านั้นและการอัพเดทข่าวในเว็บของเราก็เป็นอีกวิธีที่ต้องมีการทำเป็นประจำเพื่อให้ลูกค้าต้องหมั่นเข้ามาเช็คเรื่อยๆ การเพิ่มค่า Conversion Rate ทำได้โดยการนำเสนอสินค้าและบริการที่น่าสนใจและอาจจะมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการซื้อมากขึ้น ส่วนการมอบของสัมมนาคุณให้กับลูกค้าชกชวนเพื่อนๆ ของลูกค้านั้นอาจได้ผลตรงกันข้ามเพราะบางคนอาจรู้สึกรำคาญกับการยืดเยื้อผลิตภัณฑ์อย่างไม่เต็มใจ

Sales หรือจำนวนคนที่ตัดสินใจซื้อนั้น กลุ่มเหล่านี้ซื้อในปริมาณเท่าไรโดยทั่วไปแล้วจะแบ่ง E-Commerce หลักๆ ได้ 2 ประเภท นั่นก็คือมีสินค้าเป็นของตัวเองและการรับสินค้าของคนอื่นมาขาย ดังนั้นต้องระวังการเปรียบเทียบยอดขาย

คือเปอร์เซ็นต์ส่วนหนึ่งจากกำไรเท่านั้น ดังนั้นหากคุณเปรียบเทียบยอดขายสินค้าตัวเองกับเว็บที่ขายสินค้าคนอื่นแล้วเห็นยอดขายต่างกันมากมายเหลือเกินก็อย่าเพิ่งท้อแท้ใจไปอย่าลืมเช็คโมเดลธุรกิจให้แน่นอนเสียก่อนด้วยว่าเรากำลังเปรียบเทียบตรงกันหรือไม่

พอสรุปได้ว่า การทำ E-Commerce เป็นการตลาดที่ใช้ต้นทุนต่ำ เพราะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจกันเลย ง่ายต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ สามารถเข้าถึงลูกค้าที่ใช้บริการอินเทอร์เน็ตได้ง่ายมาก ช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและเวลาสำหรับผู้ซื้อและผู้ขาย และไม่จำเป็นต้องเปิดร้านขายสินค้า ที่ต้องมีการจดทะเบียนต่างๆ ซึ่งเป็นเรื่องยุ่งยากพอสมควรเพียงแค่มีสินค้าและบริการให้กับลูกค้าเท่านั้น เราก็สามารถดำเนินธุรกิจ E-Commerce ได้อย่างสะดวกสบาย ดังนั้น SMEs ยุคใหม่ก็สามารถก้าวไกลไปกับ E-Commerce ได้แต่ทั้งนี้ต้องคำนึงถึงปัจจัยแวดล้อมต่างๆ อย่างรอบคอบไม่ควรมองข้ามปัญหาเล็ก จนกลายเป็นปัญหาใหญ่ที่แก้ไขยากในภายหลัง

ผู้ประกอบการควรมีความรู้รอบรู้มากพอสมควรโดยการศึกษาข้อมูลอยู่เสมอ และสิ่งสำคัญอีกอย่างหนึ่งควรศึกษาทางด้านกฎหมายเกี่ยวกับธุรกิจ E-Commerce ด้วยยิ่งจะเป็นการเพิ่มอาวุธครบมือให้การดำเนินธุรกิจ และรู้เท่าทันกลุ่มผู้ไม่ประสงค์ดีทั้งหลาย และคุณจะทำก่อนคู่แข่งได้อย่างมั่นคงและมีเครือข่ายของกลุ่มลูกค้าหลากหลายและยืนยาวอีกด้วยแน่นอนว่าสิ่งที่จะได้รับกลับมาอย่างน่าพึงพอใจก็คือรายได้และความภาคภูมิใจในการทำธุรกิจ E-Commerce ได้อย่างชาญฉลาด



การดำเนินธุรกิจ SMEs ในแนวคิด Green SMEs

หากย้อนกลับเมื่อสามสิบถึงสี่สิบปีที่แล้ว การใช้ชีวิตประจำวันโดยคำนึงถึงเรื่องของสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะกับการเลือกซื้อสินค้ายังถือว่าเป็นเรื่องแปลกและยังไม่ได้รับความสนใจจากคนส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันนี้คงปฏิเสธไม่ได้ที่พฤติกรรมของลูกค้านั้นมีผลทำให้นักการตลาดต้องเปลี่ยนกลยุทธ์ในการทำตลาด โดยหันมาใส่ใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้น จนทำให้เกิดการตลาดสีเขียว หรือ Green Marketing ในปัจจุบัน ในเมื่อการตลาดกลายเป็น Green marketing จึงทำให้ในส่วนของการผลิตสินค้าและบริการ ต้องดำเนินการไปตามแนวทางสีเขียวด้วยเหมือนกัน

เนื่องจากว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวเนื่องกันผลิตภัณฑ์สีเขียวทำให้มีสินค้ามีมูลค่ามากกว่าสินค้าตามท้องตลาดทั่วไป โดยผู้บริโภคนั้นก็มักจะยอมเสียเงินมากกว่า เพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ที่ดูแล้วสิ่งแวดล้อมในราคาที่สูงกว่าอย่างภูมิใจและเต็มใจสิ่งที่เป็นประโยชน์ในการผลิตทำให้การตลาดสีเขียวประสบความสำเร็จในปัจจุบันคือเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่ล้ำหน้า ทำให้เกิดจุดคุ้มทุนในการผลิต กล่าวคือ ต้นทุนที่สูงขึ้นจากการปรับเปลี่ยน

กระบวนการผลิตให้รักษาสิ่งแวดล้อมนั้นมีไม่มากและผลิตออกมาแล้วก็มีคุณภาพ ทำให้ลูกค้ายอมจ่ายเงินที่แพงกว่าเพื่อซื้อคุณภาพ เช่น อาหารออร์แกนิกส์ หรือ กล้องบรรจุอาหารที่ทำจากชานอ้อย การเลือกซื้อรถยนต์ที่ประหยัดน้ำมันหรือเลือกใช้แก๊สแทนน้ำมัน เป็นต้น

การผลิตสินค้าต้องเป็น Green Products หมายถึง สินค้าที่ผลิตออกมานั้นสามารถย่อยสลายง่ายและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมตั้งแต่การใช้ หลังใช้ หรือทิ้ง เช่น ถุงพลาสติกที่ย่อยสลายได้ ผลิตภัณฑ์ซักล้างที่ไม่ก่อมลพิษ เสื้อผ้าไม่พอก ย้อม น้ำมันไร้สารตะกั่ว ตู้เย็น เครื่องปรับอากาศ ประหยัดไฟฟ้า

ด้านราคา (Price) การตั้งราคาขึ้นอยู่กับว่ามูลค่าของสินค้าหรือบริการ ถ้ามีประโยชน์สูงจนทำให้สินค้ามีมูลค่าในสายตาของลูกค้าและต้องสูงเกินกว่าต้นทุนของผู้ซื้อ

การจัดจำหน่าย (Place) ต้องคำนึงถึงวิธีการเลือกการกระจายสินค้าที่จะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมให้น้อยที่สุด

ซึ่งการจัดจำหน่ายนั้นต้องใช้ยานพาหนะต่างๆ ในการเคลื่อนย้ายสินค้าไปถึงมือผู้บริโภค

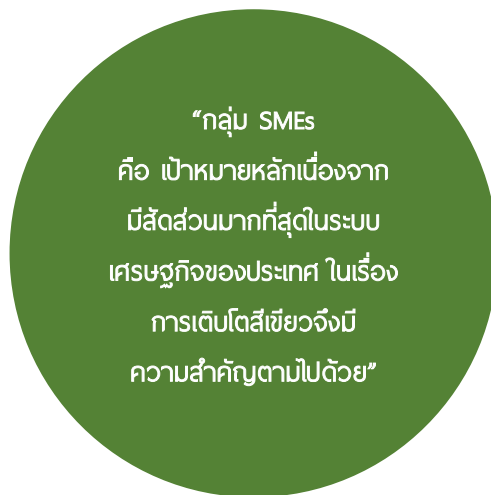
การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ที่ประกอบไปด้วยการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรง โดยใช้ทุกวิธีร่วมกันในการที่จะเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปยังผู้บริโภค และผู้ประกอบการด้วยกันให้เกิดความใส่ใจอย่างจริงจัง กับสิ่งแวดล้อม เพื่อก่อให้เกิดความเข้าใจ ความรู้สึกและพฤติกรรมต่อสิ่งแวดล้อม

การตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมนั้นคือการตลาดที่แสวงหากำไรอย่างยั่งยืน ไม่ใช่แสวงหากำไรสูงสุด เป็นการแข่งขันกันแบบเกื้อกูลและเอื้ออาทรต่อกัน ไม่ใช่แข่งเพื่อเอาชนะหรือทำลายคู่แข่งให้หมดสภาพ ทำเพื่อประโยชน์ของลูกค้าและสังคม ไม่ใช่เพื่อลูกค้าเพียงอย่างเดียว เพราะนอกจากธุรกิจจะต้องเสียภาษีแล้ว ยังจะต้องจัดสรรงบประมาณจำนวนหนึ่งเพื่อช่วยเหลือสิ่งแวดล้อมและสังคมทุกปี เช่น จัดตั้งมูลนิธิที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม การพัฒนาสู่เครือข่ายอุตสาหกรรมสีเขียว ผู้ประกอบการ SMEs คือ เป้าหมายหลักเนื่องจากมีสัดส่วนมากที่สุดในระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยมุ่งเน้นในการส่งเสริมและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมให้เติบโตและพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการพัฒนาสู่ผลิตภัณฑ์สีเขียวที่เป็นเลิศ เริ่มจากการมีจิตสำนึก และคำนึงถึงปัจจัยหลัก 3 ด้านของการประกอบการ คือ ผลิตภัณฑ์ บรรลุภัณฑ์ และระบบการขนส่ง โดยจะต้องส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมน้อยที่สุด ดังนั้นสินค้าและบริการ สีเขียว ควรมีคุณสมบัติในด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ดังนี้

- » เป็นสินค้าและบริการที่ผลิตให้พอดีกับความต้องการของผู้บริโภค โดยปราศจากความฟุ้งเฟ้อฟุ่มเฟือย
- » เป็นสินค้าและบริการที่ไม่ใช้สารพิษที่เป็นอันตรายต่อมนุษย์และสัตว์
- » เป็นสินค้าและบริการที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้อีก ไม่ว่าจะเป็นการประดิษฐ์จากวัสดุเดิมหรือกรรมวิธีย่อยสลายแล้วดัดแปลงมาใช้ใหม่
- » เป็นสินค้าและบริการที่อนุรักษ์พลังงานธรรมชาติผลิตแล้วต้องไม่เปลืองพลังงาน เริ่มตั้งแต่การผลิต การใช้ไปถึงการสิ้นสภาพ กระบวนการผลิตจะไม่ทำให้เสียสินค้าโดยไม่จำเป็นหรือเมื่อผลิตออกมาเป็น

สินค้าแล้วควรจะมีอายุการใช้งานนานเพิ่มหรือเติมพลังงานเข้าไปใหม่ได้

- » เป็นสินค้าและบริการที่ใช้ภาษาหยาบคายน้อยที่สุด การออกแบบกล่องหรือหีบห่อบรรจุต้องไม่ฟุ่มเฟือย
- » กระบวนการผลิตสินค้าในโรงงานต้องไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ไม่ว่าจะเป็นการนำทรัพยากรมาใช้ หรือทิ้งของเสียลงสู่ธรรมชาติ



กลุ่ม SMEs คือเป้าหมายหลักเนื่องจากมีสัดส่วนมากที่สุดในระบบเศรษฐกิจของประเทศ ในเรื่องการเติบโตสีเขียวจึงมีความสำคัญตามไปด้วยจากมุมมองด้านสิ่งแวดล้อมถ้าความร่วมมือในระดับเล็กและเปรียบเทียบกับอัตราการผลิตและการปล่อยมลพิษแล้ว SMEs จะเข้าถึงการใช้เทคโนโลยีทางเลือกง่ายกว่าและมีโอกาสพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่สร้างผลกำไรและลดการปล่อยของเสียได้รวดเร็วกว่า SMEs ต้องพร้อมและยอมรับต่อการเปลี่ยนแปลงในเงื่อนไขการแข่งขันเพื่อก้าวเข้าสู่การเติบโตสีเขียวจึงจะเกิดผลในวงกว้าง

หน่วยงานของรัฐที่มีหน้าที่ดูแล SMEs ควรสนใจในด้านการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ SMEs อย่างจริงจังด้วยการทำวิจัยค้นคว้าวิธีการที่ดีที่สุดในการประหยัดพลังงานให้แก่กิจการ SMEs แต่ละประเภท แนะนำการดำเนินการที่คุ้มทุนและใช้ทรัพยากรต่างๆ ได้คุ้มค่าที่สุดให้แก่ SMEs จัดทำการศึกษาในด้านการสร้างสิ่งแวดล้อมสีเขียวของ SMEs ที่ประสบความสำเร็จออกมาให้มากๆ สนับสนุนการทำธุรกิจ SME ทางด้านการให้คำปรึกษาเพื่อการประหยัดพลังงานและลดมลพิษ หน่วยงานที่น่าจะทำเรื่องนี้ได้ดี คือ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม อย่างไรก็ดี

ตามสถาบันนี้ก็ยังไม่ได้เผยแพร่ความรู้ที่น่าจะเป็นประโยชน์แก่ SMEs ไทย ให้ตระหนักถึงความสำคัญของการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงานมากนักหากหน่วยงานนี้รวบรวมการปฏิบัติที่ดีเยี่ยมในด้าน Green ทั้งหลายทั้งปวงมาเผยแพร่อย่างเป็นระบบ รวมทั้งให้คำแนะนำในการปฏิบัติสำหรับ SMEs แต่ละกลุ่มแล้ว



ประเทศไทยก็คงจะมีความเชี่ยวชาญมากกว่าปัจจุบันนี้ และอีกด้านหนึ่งที่สำคัญสำหรับการประกอบการธุรกิจ SMEs นั่นก็คือในเรื่องของกฎหมาย ซึ่งผู้ประกอบการ SMEs มีความต้องการในการจดทะเบียน หรือทำกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อพัฒนาธุรกิจของตนเอง แต่ติดขัดในเรื่องของกฎหมายทำให้ไม่ผ่านสักทีกลายเป็นหนึ่งสาเหตุที่ทำให้ธุรกิจ SMEs ที่จดทะเบียนหรือขออนุญาตเพื่อทำธุรกิจในประเทศต่างๆ อย่างสมบูรณ์ถูกต้องมีน้อยอย่างถูกต้องมีน้อย ทั้งที่ความจริงแล้วจำนวนธุรกิจ SMEs มีมากถึง 95% ของเศรษฐกิจของประเทศอีกทั้งยังเป็นกำลังหลักในการเคลื่อนทัพเศรษฐกิจอีกด้วย

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักจะเลยไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของกฎหมาย เพราะคิดว่าเป็นเรื่องไกลตัว หรือมักจะมองข้ามไปหากไม่เกิดปัญหาหรือข้อพิพาทขึ้นก็มักจะไม่ได้คิดถึงเรื่องกฎหมายทั้งๆ ที่จริงแล้วการประกอบกิจการไม่ว่าจะในรูปแบบใดก็ตามล้วนต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ของกฎหมายทั้งสิ้น การที่ผู้ประกอบการประเภทใดก็ตามทำให้ถูกต้องตามกฎหมายตั้งแต่เริ่มและยึดหลักกฎหมายในการดำเนินกิจการเป็นการป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นปัญหาและข้อพิพาทต่างๆ ของผู้ประกอบการในการทำธุรกิจก็มักเกิดจากความไม่เข้าใจหรือขาดความรู้ทางด้านกฎหมายของตัวผู้ประกอบการ รวมถึงไม่ให้ความสำคัญในเรื่องกฎหมายอันจะนำมาซึ่งความเสียหายในอนาคต ดังนั้นก่อนที่จะประกอบธุรกิจรูปแบบใดก็

ตาม นอกจากจะศึกษาหาความรู้ในเรื่องตัวสินค้า กระบวนการผลิต วิธีการหาตลาด ฯลฯ ผู้ประกอบการควรศึกษาหาความรู้ในด้านกฎหมายควบคู่ไปด้วยอาจไม่ต้องศึกษาจนเชี่ยวชาญเท่ากับนักกฎหมาย แต่ก็ควรศึกษาจนถึงขั้นเข้าใจจนไม่ใ้ใครมาเอาเปรียบได้ หากไม่สามารถศึกษาด้วยตนเองได้ก็ควรปรึกษาผู้เชี่ยวชาญหรือนักกฎหมาย

การทำกิจการหรือทำธุรกิจใดๆ หรือธุรกิจ SMEs หากเราแสวงหาแต่ผลกำไรแต่เพียงอย่างเดียว นั่นอาจจะเป็นสิ่งที่ไม่ยั่งยืนนัก กิจการที่เติบโตและเป็นกิจการที่ดีอย่างยั่งยืนต้องทำให้สังคมโดยรวมดีขึ้นด้วย เราจะเห็นกระแสการดิกลับของธุรกิจบางอย่างที่เห็นแต่กำไรเป็นสำคัญ เมื่อคนในสังคมรับรู้เรื่องราวก็จะไม่พอใจ และสุดท้ายก็จะเลิกใช้สินค้าบริการของธุรกิจนั้น ๆ ในที่สุด ดังนั้นกิจการที่ยั่งยืนไม่ใช่แค่ความ

ยั่งยืนหนึ่งปีหรือสองปี แต่ควรเป็นกิจการเพื่อสังคมที่ดีขึ้น และในปัจจุบันนี้เป็นการก้าวเข้าสู่ AEC ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ผู้ประกอบการไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าต้องเข้าไปเกี่ยวข้องกับแน่นอน ดังนั้นต้องเกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับการดำเนินการของประเทศในกลุ่ม AEC ด้วยกันเองว่ามีความต้องการที่สอดคล้องกับสินค้าและบริการหรือไม่

ประเทศไทยต้องเตรียมพร้อมนับถอยหลังเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้มีการเปิดกว้างของตลาดบริการและสินค้ามากยิ่งขึ้น มีการแข่งขันทั้งทางด้านธุรกิจ และความคิดสร้างสรรค์ในการนำเสนอมากยิ่งขึ้น ซึ่งนี่ถือเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนา และขยายธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจ SMEs ซึ่งมีแนวโน้มที่สอดคล้องกันคือ การเกษตรปลอดสารพิษ นั่นอาจเป็นเพราะว่าในปัจจุบันนี้คนหันมาใส่ใจกับสุขภาพกันมากขึ้น ธุรกิจประเภทดิจิทัลในกลุ่มธุรกิจออนไลน์ เพราะผลสืบเนื่องมาจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีนั่นเอง การใช้อินเทอร์เน็ตเป็นที่นิยมกันทั่วโลกจึงทำให้เกิดธุรกิจประเภทออนไลน์ขึ้นมาและที่สำคัญที่สุดของกลุ่มธุรกิจ GREEN SMEs นั่นคือกิจการที่ทำเพื่อสังคมส่วนรวมได้ประโยชน์ร่วมด้วยซึ่งเป็นสิ่งสำคัญมากที่สุด เมื่อผู้ประกอบการมีความมั่นคงทางธุรกิจแล้วต้องนำพาสังคมให้มีความมั่นคงและยั่งยืนตามไปด้วย ถึงจะเรียกว่าประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง



ร้านอาหารเอกลักษณ์ท้องถิ่นไทยสู่ SMEs แบบยั่งยืน

คำว่าเอกลักษณ์นั้น คือ ต้องเป็นลักษณะเฉพาะเป็นลักษณะเด่นของสังคมหรือลักษณะส่วนรวมของสังคมที่เห็นเด่นชัดแตกต่างจากสังคมอื่นๆ เป็นลักษณะเฉพาะของตนเอง เช่น วัฒนธรรมไทยไม่เหมือนกับวัฒนธรรมสังคมอื่นแม้วัฒนธรรมของเราจะได้รับอิทธิพลของต่างชาติตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันมาผสมผสานบ้างก็ตามเป็นการผสมผสานที่เราได้เลือกสรรวัฒนธรรมเหล่านั้นให้เข้ากับความเชื่อและค่านิยมแบบไทยๆ จนกระทั่งกลมกลืนเข้ากันอย่างแนบสนิทกลายเป็นวัฒนธรรมของไทยที่มีลักษณะเฉพาะของเราแตกต่างไปจากชาติอื่น ในประเทศเองก็เช่นกันแต่ละจังหวัด อำเภอ หรือท้องถิ่นต่างๆ ยังมีความแตกต่างกันไปไม่มีอะไรที่เหมือนกันทุกประการแม้กระทั่งในเรื่องอาหารการกิน ก็เช่นกัน จึงทำให้อาหารเป็นสิ่งหนึ่งบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้นๆ ซึ่งบางท้องถิ่นอาจจะไม่มี เช่น กุเรียนก็จะนึกถึงจังหวัดระยองหรือจันทบุรี ขนมจีนน้ำเงี้ยวจังหวัดเชียงราย น้ำบุดูจังหวัดทางภาคใต้ แกงฮังเล น้ำพริกอ่อง แคมพูจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น

ดังนั้น การนำอาหารซึ่งเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นต่างๆ มาพัฒนาจนเป็นอาหารที่เป็นธุรกิจ SMEs ได้นั้นจึงเป็นสิ่งที่น่าจะช่วยกันผลักดัน ทั้งภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้อง เพื่อความมั่นคงและยั่งยืนของคนที่ยึดอยู่ในท้องถิ่นนั้นๆ จะได้มีรายได้สามารถเลี้ยงครอบครัวและอาจส่งผลถึงรายได้ของประเทศอีกด้วย เพราะนั่นหมายถึงรากฐานที่มั่นคงทางด้านเศรษฐกิจของประเทศเลยทีเดียว

แต่ละภูมิภาคก็มีภูมิปัญญาด้านอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง และแตกต่างกันออกไปตามภูมิภาค ภูมิอากาศ และแหล่งอาหารของแต่ละภูมิภาควัฒนธรรมไทยเป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก ทั้งในเรื่องความสวยงาม วิจิตรพิสดาร ความอ่อนช้อย แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวของไทยคุณค่าของอาหารไทยสามารถจำแนก คือ คุณค่าด้านโภชนาการ คุณค่าทางยา และคุณค่าด้านภูมิปัญญาและวัฒนธรรม

รายละเอียดของคุณค่าด้านต่างๆ มีดังนี้

- » **คุณค่าทางโภชนาการ** อาหารไทยเป็นอาหารที่ใช้พืชผักตามครัวเรือนซึ่งนำมาปรุงอาหารต่างๆ ให้สารอาหารต่างๆ ครบทั้งโปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมัน วิตามินต่างๆ มีประโยชน์ต่อร่างกาย
- » **คุณค่าทางยา** อาหารไทยจะมีส่วนผสมของสมุนไพรที่มีประโยชน์ เป็นยารักษาโรค ไม่ว่าจะเป็น หอมแดง กระเทียม ข่า ตะครี มะกรูด เป็นอาหารที่ใช้รักษาโรคต่างๆ ได้เป็นอาหารและยารักษาโรคในครั้งเดียวกัน
- » **คุณค่าทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม** วัฒนธรรมด้านอาหารเป็นสิ่งบ่งบอกถึงความรู้ ภูมิปัญญาของคนชาติ อาหารสามารถบอกใช้ชาวโลกได้รู้ถึงการพัฒนาของคนในประเทศไทยได้เป็นอย่างดีและสิ่งเหล่านี้ก็สามารถนำพาให้ต่างชาติยอมรับในความเป็นไทยได้ดีอย่างยิ่ง

จึงทำให้เกิดธุรกิจ SMEs ร้านอาหารไทยทั้งในและต่างประเทศอย่างมากและกลุ่มลูกค้าคนสำคัญนั้นไม่เพียงแต่คนในชาติเท่านั้นยังรวมถึงคนต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวหรือเข้ามาเพื่อทำธุรกิจ หรือแม้กระทั่งที่เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยก็ตามที่ชื่นชอบการรับประทานอาหารในร้านอาหารไทย เห็นได้อย่างความประสบความสำเร็จของร้านอาหารไทยในต่างประเทศเสน่ห์ของอาหารไทยแต่ละจานมีเอกลักษณ์ที่แตกต่างกันไป มีส่วนผสมที่หลากหลายนำมาผสมผสานกันเพื่อให้เป็นเกิดความอร่อยและประทับใจ อีกทั้งอาหารไทยเป็นอาหารสุขภาพ ใช้ไขมันในการปรุงอาหารน้อย ใช้เนื้อสัตว์น้อย เน้นผักเป็นสำคัญ ทำให้มีคุณค่าทางโภชนาการสูง รวมทั้งยังสรรพคุณทางยาหลายประการ ส่วนอาหารพื้นบ้าน หมายถึง อาหารที่นิยมรับประทานกันเฉพาะในแต่ท้องถิ่น ซึ่งเป็นอาหารที่ทำขึ้นได้ง่าย โดยอาศัยพืชผักหรือเครื่องประกอบอาหารที่มีอยู่ในท้องถิ่นมีการสืบทอดวิธีปรุงและการรับประทานต่อๆ กันมา

อาหารภาคกลาง เป็นอาหารที่มีความหลากหลายทางด้านรสชาติ และมีการใช้กะทิและเครื่องแกงมากที่สุด อาหารไทยภาคกลางภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม มีภูเขาบ้างส่วนมากเป็นภูเขาเตี้ยๆ มีแม่น้ำหลายสายไหลผ่าน ที่สำคัญได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีน แม่น้ำแม่กลอง ภาคกลางถือว่าเป็นภาคที่มีความอุดมสมบูรณ์มากที่สุด ทั้งการดำรงชีวิต และการทำมาหากิน ลักษณะเด่นของอาหารภาค

กลาง จะมีรสชาติครบ เปรี้ยว หวาน มันเค็ม เผ็ด มีความประณีต ตกแต่งจานอาหารสวยงาม และอุดมไปด้วยเครื่องแกงต่างๆ

อาหารภาคเหนือ เป็นอาหารที่มีรสชาติแบบกลางๆ มีรสเค็มนำเล็กน้อย รสเปรี้ยวและหวานมีน้อยมากหรือแทบจะไม่นิยมเลย ลักษณะเด่นของอาหารภาคเหนือ อาหารพื้นบ้านล้านนาไม่นิยมใส่น้ำตาล ความหวานจะได้จากส่วนผสมที่นำมาทำอาหาร เช่น ความหวานจากผัก จากปลา ไขมันจะได้จากน้ำมันของสัตว์

อาหารภาคใต้ มีลักษณะผสมผสานระหว่าง อาหารไทยพื้นบ้านกับอาหารอินเดีย เช่น น้ำบูดู ซึ่งได้มาจากการหมักปลาทะเลสดผสมกับเม็ดเกลือ อาหารปักษ์ใต้ เป็นอาหารที่อร่อย รสชาติจัด ไม่ว่าจะเป็น เผ็ดจัด เค็มจัด เปรี้ยวจัด นิยมใช้เครื่องเทศมาก อาหารพื้นบ้านภาคใต้ เป็นอาหารที่ได้รับอิทธิพลจากอินเดีย



อาหารอีสาน มีรสชาติเด่น คือ รสเค็มจากน้ำปลาร้า รสเผ็ดจากพริกสดและแห้ง อาหารอีสานส่วนใหญ่จะมีลักษณะแห้ง ช้น และมีปลาร้าเป็นส่วนผสมของอาหารแทบจะทุกเมนู อาหารพื้นบ้านอีสาน ส่วนมากจะเผ็ด เค็มและเปรี้ยว คนอีสานจะรับประทานข้าวเหนียวเป็นหลัก ข้าวเหนียวจึงเป็นเหมือนสัญลักษณ์ของอาหารอีสาน

ธุรกิจ SMEs ร้านอาหารไทยส่วนใหญ่แล้วจำเป็นต้องดึงเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นออกมาเพื่อเป็นการชูความเป็นหนึ่งของการอาหาร ด้วยรสชาติที่แตกต่าง และหารับประทานไม่ทั่วไป ยิ่งถ้าหากเป็นการดึงดูดชาวต่างชาติเพื่อให้



เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศด้วยแล้วต้องทำให้พวกเขาเหล่านั้นเกิดความประทับใจในอาหารไทย ซึ่งบางที่อาจคำนึงถึงรสชาติที่ชาวต่างชาติสามารถรับประทานได้ อย่างเช่น ไม่เผ็ดจนเกินไป เพราะชาวต่างชาตินั้นมักจะรับประทานอาหารรสจัดจ้านไม่ได้ แต่ยังคงเอกลักษณ์ในการใช้ชีวิตที่ดีในการประกอบอาหาร ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร ต่างต้องเร่งปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ใส่ใจคุณค่าของอาหารที่รับประทานมากขึ้น ทั้งนี้รวมถึงคนไทยด้วยกันเองด้วยนั่นเอง เพราะสภาพสังคมในปัจจุบันทำให้เกิดการรีบเร่ง ไม่มีเวลา โดยเฉพาะเวลาในการประกอบอาหารรับประทานกันในครอบครัวจึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ธุรกิจร้านอาหารขยายตัวมากขึ้นหรืออาจจะจะเป็นความต้องการเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อผ่อนคลายความเครียดการแสวงหาความสุขสนุกสนานในครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนฝูงในปัจจุบันภาวะการแข่งขันธุรกิจร้านอาหารในไทยเริ่มมีมากขึ้นตามลำดับจากการเข้ามาลงทุนเพิ่มขึ้นของผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม SMEs ทั้งร้านอาหารที่จำหน่ายในห้างสรรพสินค้าและร้านอาหารขนาดเล็กที่ขายอาหารนานาชาติ

เมื่อเกิดอัตราการแข่งขันมากขึ้นจึงทำให้การทำร้านอาหารธรรมดาไม่ทำให้เกิดความแตกต่างและไม่น่าสนใจเท่าที่ควร แต่การสร้างเอกลักษณ์นั้นจะสามารถทำให้เกิดความแตกต่างที่น่าจดจำ เพราะธุรกิจร้านอาหารต้องอาศัยลูกค้าปากต่อปากร่วมด้วยอีกทางหนึ่งอาหารอร่อยเอกลักษณ์ที่ไม่มีใครจะทำให้เกิดความอยากรองและพยายามมารับประทานให้ได้ ดังนั้นผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องตั้ง

เอกลักษณ์เฉพาะแต่ละท้องถิ่นเข้ามาช่วยเป็นฝ่ายประชาสัมพันธ์เพื่อความก้าวหน้าทางธุรกิจร้านอาหารของ ท่านเองต่อไปอย่างมั่นคงและยาวนาน

อาหารไทยเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงชีวิตความคิดจิตใจของคนไทยได้อย่างแจ่มชัด วัฒนธรรมอาหารการกินที่มีความหลากหลายอย่างน่าอัศจรรย์ถูกสร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญาในการคัดเลือกวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์จากข้าว ปลา พืช ผัก ผลไม้ พสานกับภูมิปัญญาของบรรพชนมาปรุงให้เป็นอาหารได้อย่างสารพัด ด้วยกรรมวิธีต่างที่ถูกคิดเลือกสรรและประดิษฐ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละท้องถิ่น และยังผสมผสานวัฒนธรรมจากชาติต่างๆ เช่น อินเดีย จีน มอญ พม่า เป็นต้น ซึ่งกว่าที่อาหารชนิดนั้นจะมาเป็นส่วนหนึ่งของสำหรับอาหารไทยก็ต้องผ่านการปรับเปลี่ยนปรุงแต่งรสชาติให้ถูกปากถูกลิ้นคนไทยและเหมาะสมกับวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นตนเอง ซึ่งไม่ว่าอาหารชนิดนั้นจะรับวัฒนธรรมมาจากชาติใดก็ตาม สุดท้ายก็คือ อาหารไทย ที่เกิดจากภูมิปัญญาไทยนั่นเอง

แม้คนไทยจะนิยมกินผักสมุนไพร แต่ใช้ว่าอาหารไทยทุกเมนูจะร้อนแรงไปด้วยกลิ่นรสจัดจ้าน เพราะอาหารไทยมีความหลากหลายของรสชาติ ทั้งเผ็ด เปรี้ยว หวาน เค็ม ขม ที่เคล้ากันอยู่ได้อย่างกลมกล่อมในอาหารแต่ละเมนู เช่น ต้มยำ กุ้ง อาหารยอดนิยมของคนไทยและชาวต่างชาติ รสชาติจะออกเปรี้ยวนำ เผ็ดตาม หอมกรุ่นด้วยกลิ่นสมุนไพรอย่างใบมะกรูด ตะไคร้และสมุนไพรอื่นๆ อีกมากมายหรือพัตไทย ซึ่งรส

เปรี้ยวหวานของน้ำมะขามเปียกและน้ำตาลทรายนำมาเป็นอันดับแรกตามด้วยรสเค็มกลมกล่อมซึ่งเมื่อรวมกับส่วนผสมอื่นๆ เช่น เส้นเล็กเหนียวนุ่ม ไข่ไก่ กุ้งแห้งอย่างดี ก็กลายเป็นเมนูจานเด็ดรสกลมกล่อมที่ชื่อเสียงทั่วโลกและเพราะการคัดสรรวัตถุดิบอันอุดมด้วยประโยชน์จากธรรมชาติ

นอกจากนี้ ปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจอยู่ได้อย่างยั่งยืนและมีลูกค้ามาอุดหนุนอย่างต่อเนื่อง คือทำเลที่ดี ราคาเหมาะสม และรสชาติของอาหารรวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ซึ่งในการประชาสัมพันธ์ร้านอาหารในยุคนี้สามารถทำได้หลากหลายรูปแบบที่ได้รับความนิยมมากและไม่ต้องใช้งบลงทุนสูงนัก คือ การโฆษณาในระบบออนไลน์ ทั้งเว็บไซต์ Facebook

อินสตาแกรม เป็นต้น ถึงแม้ว่ารายละเอียดในการประกอบการธุรกิจ SMEs เกี่ยวกับร้านอาหารจะมีหลายประการที่ต้องคำนึงถึงเพื่อก่อให้เกิดความยั่งยืนอย่างมั่นคงนั้นแต่การเรียนรู้ก่อนใครประกอบกับการหมั่นฝึกฝนทั้งตัวผู้ประกอบการเองและพนักงานในร้านอาหารด้วยนั้นจะสามารถทำให้นำพาธุรกิจร้านอาหารของท่านก้าวสู่ความสำเร็จได้อย่างงดงาม ไม่เพียงแต่ตัวผู้ประกอบการเองที่ประสบความสำเร็จ แต่ยังรวมถึงทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องรวมถึงประเทศชาติอีกด้วย เพราะรายได้ของประเทศส่วนหนึ่งมาจากผู้ประกอบการธุรกิจนั่นเอง