FAST FORWARD BOOK

OFFICE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT AND DEVELOPMENT
(PUBLIC ORGANIZATION)

okmd

บทนำ

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน): สบร. มีชื่อภาษาอังกฤษว่า Office of Knowledge Management and Development (Public Organization) หรือ OKMD สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี จัดตั้งขึ้นเมื่อวันที่ 5 พฤษภาคม 2547 ตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2547 และพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานบริหารพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2552 (เพิ่มเติม) เป็นหน่วยงานที่มีบทบาทหน้าที่ในการส่งเสริมให้ประชาชนได้มีโอกาสแสวงหาความรู้และพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อให้นำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์ในชีวิตประจำวัน

okmd

ทำหน้าที่เป็นองค์กรในการผลักดันสังคมไทย
ให้เป็นสังคมแห่งการเรียนรู้
และใช้ความคิดสร้างสรรค์
ในการนำเสนอผลงานในรูปแบบต่างๆ
เพื่อยกระดับประเทศให้เป็นประเทศชั้นนำ
ทั้งในภาคเศรษฐกิจ อุตสาหกรรม และสังคม
โดยผ่านกระบวนการเรียนรู้สาธารณะ

“โครงการศึกษาและเผยแพร่แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์”

เป็นพลังเริ่มต้นส่วนหนึ่งของการสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางปัญญา เป็นช่องทางใหม่ของการแสวงหาความรู้ จุดประกายไอเดีย ให้คนไทยพันธุ์ใหม่ เพราะคนรุ่นใหม่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างชาติ และความคิดสร้างสรรค์ เป็นแรงขับเคลื่อนแห่งโลกอนาคต

OKMD เล็งเห็นความสำคัญของการใช้ความรู้เพื่อปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกอย่างเหมาะสม โดยทำการศึกษา วิเคราะห์ ถ่ายทอด และเผยแพร่ข้อมูลองค์ความรู้ที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 ให้แก่กลุ่มเป้าหมาย คนรุ่นใหม่วัย 15-35 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจสร้างสรรค์ และประชาชนผู้ที่สนใจทั่วไป เพื่อชี้ช่องโอกาสในการประกอบอาชีพและพัฒนาคุณภาพชีวิต ผ่านงานสัมมนา OKMD Fast Forward Talk คิดให้ไกล ไปให้เร็ว ซึ่งเป็นการเผยแพร่องค์ความรู้และโอกาสใหม่ๆ ในการประกอบอาชีพและธุรกิจสร้างสรรค์ และพัฒนาคุณภาพชีวิตที่เกิดจากเทรนด์โลก (Global Mega Trends) โดยได้จัดงานสัมมนา OKMD Fast Forward Talk คิดให้ไกล ไปให้เร็ว อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปีงบประมาณ 2557-2559 รวมจำนวนแล้ว 9 ครั้ง

OKMD Fast Forward Talk มุ่งเน้นให้ความรู้แก่กลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะ คนรุ่นใหม่ผู้ที่สนใจจะประกอบธุรกิจ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ และนักศึกษา เพื่อการเตรียมความพร้อมสำหรับอนาคตในการเลือกวิถีแห่งการดำเนินชีวิตหลังจบการศึกษา เนื่องจากข้อมูลของมหาวิทยาลัยพบว่าในกลุ่มคนรุ่นใหม่ร้อยละ 38.5 ต้องการที่จะทำธุรกิจของตนเอง รองลงมาคือ รับราชการ และทำงานเอกชนตามลำดับ ดังนั้นการได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง เท่าทัน จะเป็นประโยชน์และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการดำเนินธุรกิจและในการดำเนินชีวิต เพื่อแสวงหาความรู้ที่สอดคล้องกับเป้าหมายสำหรับกลุ่มความรู้ที่สำคัญก็ คือ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกหรือเทรนด์โลก การรู้เท่าทันเทรนด์ของโลก จะเป็นข้อได้เปรียบสำหรับการนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจ และเพื่อวางแผนการลงทุน รวมถึงวางแผนในการเตรียมตนเองเพื่อรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ซึ่งจะนำมาซึ่งโอกาสและความได้เปรียบ ซึ่งแนวโน้มของโลกในปัจจุบัน ได้แก่

1 การที่สังคมโลกมีความเชื่อมโยงกันในแต่ละภูมิภาคและระหว่างประเทศต่างๆ เพื่อการให้เกิดผลประโยชน์ในด้านต่างๆ ทั้งด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจ เช่น การรวมตัวของ AEC หรือ ASEAN Economics Community คือ การรวมตัวของชาติใน ASEAN 10 ประเทศ โดยมี ไทย เมียนมาร์ ลาว เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ กัมพูชา และ บรูไน เพื่อที่จะให้มีผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจร่วมกัน จะมีรูปแบบคล้ายๆ กลุ่ม Euro Zone นั่นเอง จะทำให้มีผลประโยชน์ อำนาจต่อรองต่างๆ กับคู่ค้าอันหมายถึงประเทศอื่นๆ นอกอาเซียนได้มากขึ้นและส่งเสริมให้การนำเข้า และส่งออกของชาติในอาเซียนเสรีมากขึ้น โดยการรวมตัวประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะมีผลอย่างเป็นทางการในวันที่ 31 ธันวาคม 2558 (ค.ศ. 2015)

2 การพัฒนาของเมือง ที่ทำให้เกิดชนชั้นกลาง มากขึ้น

3 การเป็นสังคมของผู้สูงอายุ ซึ่งจะมีกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นผู้สูงอายุ ที่จะต้องศึกษาแนวทางความต้องการ ของกลุ่มนี้ เพื่อให้สามารถผลิตสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย

4 การคำนึงถึงผลกระทบของสิ่งแวดล้อม ที่กลายมาเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินธุรกิจ

5 การเติบโตและการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวัน

"แนวโน้มที่กล่าวมาล้วนเป็นปัจจัยสำคัญ สำหรับการลงทุน และการเตรียมความพร้อม สำหรับคนรุ่นใหม่ เพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบ และเกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการจัดงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 1 และ 2 จะทำให้เห็นภาพรวม ของการเปลี่ยนแปลงในการเข้าสู่ AEC และการให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ และการเตรียมตัวของคนรุ่นใหม่ เพื่อการเข้าสู่ตลาดของจีน ซึ่งเป็นตลาดใหญ่อีกหนึ่งตลาดของโลก"

okmd

FAST
FORWARD
TALK

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 1

ก้าวสู่ AEC
คว้าโอกาสไว้
อย่าให้ตกเทรนด์

วันพุธที่ 6 ส.ค. 2557 เวลา 13.00 - 17.00 น.

ณ ห้องโลตัสสวีท 5-7 ชั้น 22
โรงแรม เซนทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลเวิลด์
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

โอกาสจากความเชื่อมโยง
เศรษฐกิจไทย-AEC

โดย ดร.ดณิศ แสงสุพรรณ
ประธานคณะกรรมการด้านวิชาการ สถาบันวิจัยนโยบายเศรษฐกิจการคลัง

มุมมอง AEC ค่อนข้างยากขึ้น เพราะส่งผลกระทบถึงระดับล่างแล้ว แต่สำหรับคนรุ่นใหม่จะมีอิสระในการใช้ชีวิตค่อนข้างมาก หลายคนอยากเห็นโอกาสใหม่ๆ ในช่วงทศวรรษหน้า ด้านการค้าการลงทุนของไทย ในการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน ดังนั้นจึงต้องมาเปิดมุมมองให้ตรงกันก่อนว่า

1 นิยามคำว่า AEC คืออะไร มีที่มาอย่างไร สาระสำคัญอยู่ตรงไหน?

2 โอกาสของการแลกเปลี่ยน อยู่ตรงไหน?

3 คนที่คุม AEC เน้นเรื่องอะไร?

4 มีความเชื่อมโยงทางกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคม อย่างไร?

กระบวนการดังกล่าวเริ่มต้นมาจากเมื่อ 48 ปีที่แล้ว มีการรวมกลุ่มประเทศเป็น ASEAN (ค.ศ. 1976) แล้วพัฒนาก้าวสู่ AEC (31 ธันวาคม 2015) ที่มาของการเกิดอาเซียนคือ การรวมตัวกันเพื่อต่อต้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีนที่แผ่อิทธิพลเติบโตเข้ามาในภูมิภาคแถบนี้ ทำให้สามารถดึงการลงทุนที่เคยมุ่งไปยังประเทศจีนเพื่อให้มีส่วนแบ่งมาสู่ตลาดอาเซียนได้ด้วย เกิดเป็น China+1

นับจากอาเซียนมา มีการลดภาษีลงมาเรื่อยๆ เริ่มจาก PTA, AFTA, AFAS, ASEAN Vision 2020, AIA พอมาถึงปี 2007 แล้วมาทำปฏิญญาเซบู เกิดข้อตกลงภายใต้ 'กฎบัตรอาเซียน' (ASEAN Charter) เป็น ASEAN Community ในปี 2015 มี 3 เสาหลัก ได้แก่ ด้านความมั่นคง ด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม

เพราะฉะนั้นอาเซียนที่กำลังจะก้าวไป ซึ่งแกนด้านเศรษฐกิจคือ AEC จะเดินเต็มที่ตั้งแต่ปลายปี 2015 มีการเปิดเสรีบริการ (AFAS) และการเปิดเสรีการลงทุน (ACIA) ซึ่ง ACIA จะก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลัก โดยเป็นการเปิดเสรีด้านการลงทุนที่ครอบคลุมมากกว่า AIA คือ การเปิดเสรีแรงงานและการเปิดเสรีเงินทุนมากขึ้น การก้าวสู่ AEC จึงเป็นการรวมตัวของกลุ่มประเทศอาเซียนให้กลายเป็นตลาดเดียวกัน เพื่อเสริมศักยภาพแข่งขันได้ และยืนหยัดอย่างเท่าเทียม จนสามารถสู้กับเศรษฐกิจระดับโลกได้

"เรื่องที่เน้นอีกด้านคือด้านสังคมจะเกิดการสร้างค่านิยมใหม่ร่วมกัน การรวมตัวกันด้านเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อสังคมมากขึ้น ประเทศไทยแข็งแกร่งกว่าประเทศอื่น ก็มีโอกาสด้านการลงทุนได้มากกว่าประเทศอื่น ผลกระทบจะเกิดขึ้นทั้งในระดับธุรกิจใหญ่ และเอสเอ็มอี ในแง่พื้นที่จะกระทบครอบคลุมทั้งกรุงเทพฯและชนบททุกเมืองไปพร้อมกัน ส่วนด้านความมั่นคงนั้น อาเซียนยังต้องเผชิญกับภัยด้านความมั่นคงโดยเฉพาะในเรื่องนิวเคลียร์"

การเปลี่ยนแปลงเพื่อเข้าสู่ AEC มีขั้นตอนดังนี้

1 เปิดเสรีการค้าสินค้า (AFTA) ต้องเอื้ออำนวยให้เกิดการขยายตัวทางการค้า

ภาษีศุลกากร

ยกเลิกมาตรการภาษี
(ยกเลิกสินค้าอ่อนไหว/อ่อนไหวสูง)

มาตรการทางการค้า

ยกเลิกการกีดกันที่ไม่ใช่ภาษี

การอำนวยความสะดวกทางการค้า

ASEAN Single Window,
Self Certification

AFTA จบไปตั้งแต่ปี 2010 เพราะกำแพงภาษีลดลงถึง 0 ถึง 5 แล้ว แต่ว่าการค้ายังไม่ขยายเพราะว่ามีมาตรการกีดกันการค้าอื่นๆ ยังอยู่ค่อนข้างเยอะ เพราะหลายประเทศก็ยังไม่อยากให้คนอื่นเข้ามา ทั้งที่อยากเข้าไปประเทศคนอื่น ก็กำลังละลายพฤติกรรมกันอยู่ เกิด ASEAN Window พอภาษีไปแล้ว เรามีส่วนได้เปรียบ เช่น เรื่องเกษตร คนไทยก็จะไปลงทุนไซโลในประเทศเวียดนามหรือประเทศอื่นมากขึ้น เพราะมีโอกาสด้านการลงทุนได้มากกว่าอยู่ในประเทศ ก็จะเกิดการขยายตัวไปได้มากขึ้น ส่วนสินค้าอุตสาหกรรม อะไรที่เป็น Labor Intensive ไม่อยู่มานานแล้ว ตั้งแต่หลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 1997 เราเพียงแต่ดื้อดึงที่จะอยู่ที่นี่ มาอยู่อีกระยะหนึ่ง จนกระทั่งมีการขึ้นค่าแรง 300 บาท เราก็พบว่า ค่าแรง 300 บาท มัน Imply กับโรงงานไม่กี่โรงเอง ตอนแรกคิดว่าจะเกิดเงินเฟ้อ แต่ไม่เกิด เพราะคนไทยส่วนใหญ่ได้รับค่าแรงมากกว่า 300 บาทไปแล้ว ทำให้เป็นการผลักดันคนที่ยังไม่ปรับให้ทำการปรับให้เท่ากัน

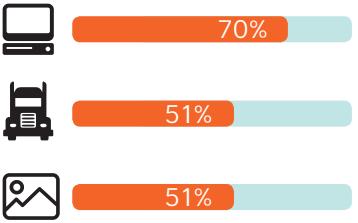
2 การเปิดเสรีด้านการค้าและบริการ (AFAS) เป็นการเข้ามาถือหุ้นในกิจการด้านบริการของอาเซียน

ปี 2010

เทคโนโลยีสารสนเทศ (ICT) สุขภาพ ท่องเที่ยว การขนส่งทางอากาศ 70 %

โลจิสติกส์ 51 %

อื่นๆ ที่เหลือทั้งหมด 51 %



ปี 2013

โลจิสติกส์ 70 %

ปี 2015

อื่นๆ ที่เหลือทั้งหมด 70 %

กลุ่มที่แข่งขันได้

ได้แก่ สุขภาพ ท่องเที่ยว นันทนาการ ขนส่ง-โลจิสติกส์ กฎหมาย

กลุ่มที่ต้องปรับปรุง

ได้แก่ ไอซีที ซอฟท์แวร์ การศึกษา อสังหาริมทรัพย์ โฆษณา

กลุ่มที่เสียเปรียบ

ได้แก่ ดิสทริบิวชั่น บัญชี สถาปนิก และวิศวกรรม

สิ่งที่ต้องปรับปรุง ได้แก่

- ปรับปรุงระบบขนส่ง-โลจิสติกส์โดยด่วน
- ยกระดับนักวิชาชีพ-มืออาชีพ ให้ได้มาตรฐานสากล
- หาทางใช้นักวิชาชีพ-มืออาชีพ จากอาเซียน
- ปรับปรุงพระราชบัญญัติแข่งขันทางการค้า พุทธศักราช 2542

กลุ่มที่เสียเปรียบจะต้องมีการปรับตัวยกระดับด้วยการใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วย

3 การส่งเสริมการลงทุน (ACIA) ทำให้เกิดความเชื่อมโยงกับการค้า โดยการคุ้มครอง ส่งเสริม อำนวยความสะดวกการลงทุนในสาขาเกษตร ประมง ป่าไม้ เหมืองแร่ และภาคการผลิต

เดิมประเทศไทยเปิดการลงทุนค่อนข้างกว้างอยู่แล้ว การลงทุนในประเทศจึงไม่น่าจะกระทบ แต่จะช่วยเอื้อประโยชน์ต่อการลงทุนในต่างประเทศมากขึ้น ได้แก่ สุขภาพ/โรงพยาบาล อุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานต้องย้ายฐาน การร่วมลงทุนในธุรกิจที่มีศักยภาพ (เช่น อาหาร ก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ โฆษณา ชิ้นส่วนรถยนต์) รวมถึงการเข้าซื้อและควบคุมกิจการ ก่อให้เกิด "ปัจจัยเอื้อทางธุรกิจ" ที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เช่น นักออกแบบ แบรนด์ ช่องทางการตลาด

การปรับตัวให้เกิดการสนับสนุนการออกไปลงทุนต่างประเทศ

- ระบบบัญชี / ระบบภาษี / ระบบป้องกันความเสี่ยงในการลงทุน-อัตราแลกเปลี่ยน / ระบบสนับสนุนสินเชื่อ
- หน่วยงานของรัฐต้องมีความจริงใจในการสนับสนุนผลักดันให้เกิดการไปลงทุนในต่างประเทศ

ตัวอย่างเช่น มาเลเซียตั้งนโยบายไว้ว่า เนื่องจากมาเลเซียเป็นประเทศเล็ก จึงไม่ใช่แค่ทำธุรกิจภายในประเทศเท่านั้น แต่จะขยายตัวไปทำธุรกิจในระดับอาเซียน ธนาคารมาเลเซียแห่งหนึ่งขยายการลงทุนในอาเซียน ไปซื้อกิจการธนาคารต่างๆ ไว้ แล้วขายบริการให้แก่ลูกค้าที่เป็นแม่บ้าน เพียงถือบัตรเงินสดใบเดียว สามารถไปกดเงินสดจากตู้ ATM ทุกแห่งในอาเซียนออกมาจับจ่ายได้ทันที เขาจึงไม่ใช่แบงก์มาเลเซียน แต่เป็นแบงก์อาเซียนไปแล้ว

4 การเคลื่อนย้ายคน : แรงงานฝีมือ

อำนวยความสะดวกการตรวจลงตรา/ใบอนุญาตทำงาน

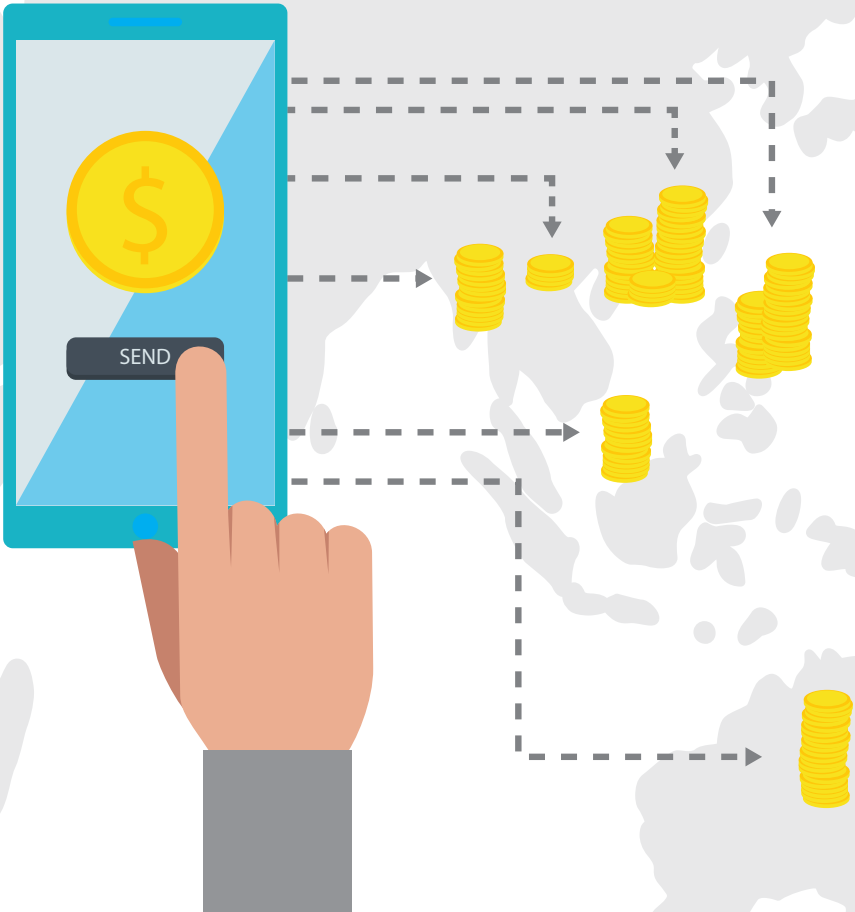
ต้องมีการปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับการนำแรงงานต่างด้าวเข้ามาทำงานได้อย่างถูกต้อง

ทำข้อตกลงยอมรับร่วม (MARs) สาขาวิชาชีพหลักเบื้องต้น 7 สาขา ได้แก่ แพทย์ ทันตแพทย์ พยาบาล วิศวกรรม สถาปัตยกรรม นักสำรวจ และนักบัญชี โดยยอมรับคุณสมบัติร่วมกัน แต่ยังต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบการประกอบวิชาชีพของประเทศนั้นๆ ซึ่งเน้นแรงงานมีฝีมือ ไม่ใช่แรงงานไร้ฝีมือ ซึ่งทำให้ขยายโอกาสในการประกอบอาชีพมากขึ้น เช่น สถาปนิกไปตั้งออฟฟิศที่เวียดนาม หรือสิงคโปร์ คนทำโฆษณาทีวีใหญ่ที่สุดในพม่าเป็นของคนไทย

5 การเคลื่อนย้ายเงินทุนเสรียิ่งขึ้น

- อำนวยความสะดวกในการชำระเงินและโอนเงินสำหรับธุรกรรมบัญชีเดินสะพัด
- สนับสนุน FDI (Foreign Direct Investment) และส่งเสริมการพัฒนาตลาดทุน

ประเทศไทยเปิดให้เคลื่อนย้ายเงินทุนค่อนข้างเสรีอยู่แล้ว ธุรกิจธนาคารไทยและตลาดทุนไทยก็จะตามไปให้บริการ เกิดการขยายการลงทุนทางการเงินไปประเทศเพื่อนบ้าน จะเกิดการสนับสนุนทางการเงินให้กับธุรกิจไทยในต่างแดน มีการขยายธุรกิจทางอินเตอร์เน็ต มีการขยาย e-payment ไปประเทศเพื่อนบ้าน



"ที่ผ่านมาการปรับตัวเข้า AEC ทำเรื่องภาษีเสร็จแล้ว มีการปรับตัวเรื่องการค้าและการลงทุนไปบ้างแล้ว ทำให้ต่อไปเราต้องคิดถึงเรื่องการขยายการลงทุนในประเทศอาเซียนให้มากขึ้น"

จากการประชุมรัฐมนตรีอาเซียนที่กรุงเนปิดอร์ ประเทศพม่า พบว่าโดยภาพรวมไปได้ดี แต่มีความเสี่ยงเรื่องเงินทุนไหลออก เน้นการพัฒนาอย่างเท่าเทียมกัน ส่งเสริมพัฒนาธุรกิจเอสเอ็มอี และการลงทุนของภาคเอกชนในอาเซียนเป็นหลัก ขณะนี้กำลังแก้ปัญหามาตรการปกป้องการค้าที่ไม่ใช่ภาษี และผลักดันให้ปรับตัวตาม Blue Print การให้ความร่วมมืออย่างใกล้ชิดในด้านต่างๆ เช่น การค้า การบริการ ทรัพย์สินทางปัญญา การเสริมศักยภาพการแข่งขัน การช่วยเหลือด้านเทคนิค การแก้ปัญหาขัดแย้ง และการประกาศวิสัยทัศน์ AEC หลังปี 2015 ซึ่งยังไม่เปิดเผย

จุดที่น่าสนใจคือ มีรายงานว่าประเทศในอาเซียนลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานน้อยลงกว่าเดิม ถ้าเปิดเสรีการค้าแล้วไม่เกิดการเชื่อมโยงระหว่างกัน จะเกิดการขยายตัวได้ยาก จึงจำเป็นต้องมีการลงทุนขยายตัวด้านกายภาพเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงอย่างทั่วถึงกัน เช่น การทำ East-West Corridor หรือการทำระเบียงเศรษฐกิจภาคใต้ (Southern Economic Corridor) เพื่อเชื่อมเมืองทวาย-กาญจนบุรี-กรุงเทพ-พนมเปญ-โฮจิมินซิตี้ ขั้นต่อมาต้องเชื่อมโยงเมืองหน้าด่านบริเวณชายแดน 44 แห่ง ให้กลายเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษ เพื่อการขยายการค้าการลงทุนจากชายแดนไทย ค่อยๆ ก้าวสู่การขยายตัวออกนอกประเทศ ทำให้การขนส่งและการเงินขยายตัวตามไปด้วย

ผลที่ได้จากระยะเปลี่ยนผ่านสู่ AEC ที่ผ่านมา ประเทศไทยมีเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วด้วยการค้าชายแดน ประมาณ 10% ของ GDP คิดเป็นมูลค่า 1 ล้านล้านบาท ดังนั้นหลายเรื่องไทยอาจจะเสียเปรียบ หลายเรื่องไทยจะได้ประโยชน์ แต่เมื่อรวมเป็น AEC เต็มรูปแบบแล้ว จะเกิดการพัฒนาจับตัวกันเป็นกลุ่ม (Cluster) ส่วนผลกระทบด้านสังคม เกิดการเลียนแบบการใช้ชีวิต เกิดการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกิดการขยายตัวด้านการศึกษา การสาธารณสุข และการพัฒนาด้านสังคมมากขึ้น

AEC:
โอกาสของผู้ประกอบการและคนไทยรุ่นใหม่

โดย คุณกรกฎ ผดุงจิตต์
รองประธานกลุ่มเหล็ก สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจ และสังคมของอาเซียน จะสร้างโอกาสให้กับผู้ประกอบการไทยอย่างไร?

จากการที่เราได้ไปเซ็นสัญญาต่างๆ เพื่อเปิดเสรีการค้า จนก่อให้เกิดการรวมตัวเป็นอาเซียน และเป็นอาเซียนบวกสาม (จีน ญี่ปุ่น เกาหลี) หรือบวกหก (เพิ่มอินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์) ซึ่งจะครอบคลุมกลุ่มประเทศที่มีประชากรกว่า 40% ของโลก หรือราว 3,000 กว่าล้านคน สิ่งนี้จะช่วยให้เรามีศักยภาพด้านการแข่งขันได้มากขึ้นจริงหรือไม่ ต้องมาพิจารณาดูข้อได้เปรียบเสียเปรียบแต่ละประเทศดังนี้

ก่อนอื่นต้องเข้าใจ ASEAN Style หรือ ASEAN Way หรือวิถีแบบอาเซียน ปัจจุบันยังหมายถึงข้อกำหนดต่างๆ ที่อาจจะไม่เป็นไปตามที่ตกลง อาจจะใช้ได้เฉพาะพื้นที่บางแห่งเท่านั้น ใช้ไม่ได้ทั่วไปกับทุกประเทศ เพราะแต่ละประเทศยังมีความสามารถแข่งขันไม่เท่ากัน จึงเก็บข้อได้เปรียบเอาไว้เจรจาต่อรอง สิ่งนี้ยังคงต้องมีการปรับปรุงต่อไป

"อาเซียนบวกหก จีน ญี่ปุ่น เกาหลีอินเดีย ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ซึ่งจะครอบคลุมกลุ่มประเทศที่มีประชากรกว่า 40% ของโลก หรือราว 3,000 กว่าล้านคน"

โอกาสอยู่ตรงที่ว่าเราสามารถส่งสินค้าขยายตัวเข้าไปขายในกลุ่มประเทศเหล่านี้ได้มากขึ้น ซึ่งถ้าประเทศที่เราส่งสินค้าเข้าไปมีกำลังซื้อด้วย เราก็จะได้ประโยชน์ ซึ่งแต่ละประเทศมีศักยภาพต่างกัน ดังนี้

อินโดนีเซีย

อินโดนีเซีย เป็นประเทศที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียนในแง่ของ GDP และใหญ่เป็นอันดับที่ 20 ของโลก ประเทศที่ใหญ่รองลงมาในอาเซียนคือประเทศไทย จึงน่าสนใจในการลงทุนที่สุดในอาเซียน จากเอกสารของ Bank of Japan หรือเจบิก (JBIC) ได้รายงานว่าตั้งแต่ปี 2540-2550 มี Return of Investment ของผู้ประกอบการญี่ปุ่นคือ ประเทศไทย

แต่วันนี้อินโดนีเซียแซงหน้าไปแล้ว เพราะมีทั้งสินแร่เหล็ก ถ่านหิน ทอง ทองแดง อินโดนีเซียมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน มีโรงถลุงแร่เหล็ก ซึ่งลงทุนร่วมระหว่างรัฐบาลและเอกชน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก ปัจจุบันมีอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจสูงขึ้นมาก มาจากการลงทุนและมีการบริโภคสูง เนื่องจากมีจำนวนประชากรมากกว่า 200 ล้านคน แต่มีจุดต้องระวังคืออัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นทางการต่างจากในตลาดมืดอย่างมาก

โอกาสในอินโดนีเซีย เช่น ขณะนี้โรงสีขนาดใหญ่ในอินโดนีเซีย 2 แห่ง เป็นของคนไทย เพราะที่นั่นมีการทำเกษตรเหมือนไทย แต่มีโอกาสเติบโตได้ดี จึงมีนักธุรกิจไทยเข้าไปลงทุน

ธุรกิจอีกประเภทที่ไทยได้เปรียบคือธุรกิจโรงพยาบาล หรือ Medical Hub คนในอาเซียนให้ความเชื่อถือในการเข้ามาใช้บริการที่ประเทศไทยมาก โดยเฉพาะคนอินโดนีเซีย เพราะคนไทยให้บริการดี แล้วได้ท่องเที่ยวไปในตัว

ธุรกิจด้านโลจิสติกส์ก็ได้เปรียบ เพราะแอร์เอเชียเปิดเส้นทางการบินโดยใช้ดอนเมืองเป็นฐานบินเข้าสนามบินที่อู่หั่นประเทศจีน ด้วยราคาค่าเดินทางที่ถูกกว่าการบินตรงจากจาการ์ตาบินไปประเทศจีน

อินโดนีเซียมีจุดอ่อนอีกเรื่องคือเรื่องการขนส่งทางเรือ มีท่าเรือตันจุงปิล็อก หรือท่าเรือจาการ์ตา เป็นท่าเรือขนาดใหญ่ ปัจจุบันมีเรือออกมากกว่าแหลมฉบังของไทย แต่รัฐบาลก็ได้มีการลงทุนเพื่อแก้ปัญหาคอขวดและโลจิสติกส์ทั้งหมดในอินโดนีเซียแล้ว

"ธุรกิจที่ไทยได้เปรียบคือธุรกิจโรงพยาบาล"

สิงคโปร์

สิงคโปร์ ประชากรมีรายได้สูงกว่าคนไทย 9 เท่า มีพัฒนาการสูงสุด มีแหล่งรายได้ใหม่คือ อ่าวมารีน่ากับการท่องเที่ยว นักลงทุนยังคงมีสำนักงานใหญ่อยู่ที่สิงคโปร์กันเป็นส่วนใหญ่ เพราะจ่ายภาษีน้อยกว่าประเทศไทย แม้ว่าค่าเช่าหรือค่าครองชีพจะแพงกว่าไทยมาก การจัดการข้อมูลและมาตรฐานการทำงานก็ดีกว่าไทยมาก คนสิงคโปร์ได้รับการพัฒนาให้มีศักยภาพสูงกว่าไทย ส่วนไทยมีจุดอ่อนคือขาด Knowledge Base คือ ไม่ทำการวิจัยให้เป็นฐานองค์ความรู้สำหรับการทำงานต่อยอด จึงยังคงถนัดแต่ทำงานรับจ้างผลิตอยู่ และพัฒนาต่อยอดไม่เป็น

"สิงคโปร์ มีแหล่งรายได้ใหม่
คือ อ่าวมารีน่ากับการท่องเที่ยว"

บรูไน

บรูไน เป็นประเทศที่มีขนาดเล็ก และไม่มีธุรกรรมอะไรเท่าไร

ฟิลิปปินส์

"จะทำธุรกิจกับฟิลิปปินส์
ต้องมีสายสัมพันธ์ที่ดี
กับคนในพื้นที่"

ฟิลิปปินส์ ค่อนข้างโดดเดี่ยวจากกลุ่มประเทศอาเซียน มะนิลามีปัญหาการคมนาคมและความสะอาดความเป็นระเบียบเรียบร้อย ถ้าจะทำธุรกิจกับฟิลิปปินส์ ก็ต้องมีสายสัมพันธ์ที่ดีกับคนในพื้นที่

มาเลเซีย

มาเลเซีย ประชากรมีรายได้สูงกว่าคนไทย 1 เท่า มีพัฒนาการรองจากสิงคโปร์ มาเลเซียมีพลังงานที่ถูก มีโรงถลุงอลูมิเนียม ท่าเรือที่ปีนังเป็นท่าเรืออันดับสามของมาเลเซีย โดยขนส่งสินค้าส่วนใหญ่มาจากภาคใต้ของไทยไปมาเลเซีย ซึ่งถูกกว่าไปขึ้นที่ท่าเรือแหลมฉบัง

มาเลเซียมีการวางผังเมืองที่ชัดเจน มีการเผยแพร่ให้ประชาชนรับรู้โดยทั่วกันว่าจะสร้างอะไรใหม่ๆ ขึ้นมาบ้าง เช่น ในกัวลาลัมเปอร์อันเป็นเมืองหลวง จะมีการทำ Landmark ของเมืองขึ้นมาใหม่ เดิมมี KL Tower ต่อมามี Twin Tower และกำลังจะสร้างอีกแห่ง สะท้อนว่ามีระบบการจัดการบริหารประเทศที่ดี

มาเลเซียได้สร้างโครงสร้างพื้นฐานรองรับการเป็นอาเซียน มีท่าเรือทั้งหมด 7 แห่ง โดยจะทำถนน 6 เลน เป็น Land Bridge 300 กิโลเมตรเสร็จแล้ว เชื่อมท่าเรือ North Port ซึ่งเป็นท่าเรือหลักของประเทศ มาเลเซียยังมีท่าเรือขนาดใหญ่อีก 2 แห่ง คือ West Port และอีกแห่งใหญ่ที่สุด โดยตั้งใจจะทำแข่งกับท่าเรือสิงคโปร์ คือ ท่าเรือตันจุงปาปัส (Tunjung Pelepas) โดยลดค่าธรรมเนียมให้กับบริษัทเมอร์ส เพื่อให้ย้ายการขนส่งจากท่าเรือสิงคโปร์มาที่มาเลเซีย ซึ่งบริษัทเมอร์สได้กำไรทันที 300 ร้อยล้านบาท ทำให้ท่าเรือนี้มีการใช้ประมาณ 7 ล้านทียู เป็นอันดับที่ 17 ของโลก

“มาเลเซียมีท่าเรือขนาดใหญ่อีก 2 แห่ง
คือ West Port และ Tunjung Pelepas
มีการใช้ประมาณ 7 ล้านทียู
เป็นอันดับที่ 17 ของโลก”

เขมร

เขมร ชายแดนไทยเขมร ส่วนใหญ่เป็นบ่อนคาสิโน ยังไม่มีการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานมากเท่าชายแดนไทยลาว เส้นทางหลักเชื่อมเข้าเขมรคือจากกรุงเทพฯ - ศรีโสภณ - พนมเปญ - โฮจิมิน เชื่อมสู่จีนผ่านทางเวียดนาม ทางรถไฟยังเชื่อมกันไม่ครบ ส่วนสนามบินก็ยังไม่ทำการบินแน่นอน มีท่าเรือใหญ่อยู่ที่สีหนุวิว ซึ่งคนไทยไปลงทุน

เขมรมีเขื่อนทั้งหมด 3 แห่ง คือ ซานเซ คีรีรมย์ 1 และ คีรีรมย์ 2 และกำลังสร้างอยู่เป็นเขื่อนขนาดใหญ่ คือ สะตรึงเต็ง ทำให้เขมรยังคงต้องซื้อไฟฟ้าจากประเทศไทย ลาวและเวียดนาม การขนส่งสินค้าจากไทยไปเขมรทางบกแพงมาก แต่ขนไปทางท่าเรือหม่องนที ค่าเรืออย่างเดียว 27 บาท/ตัน ถ้าจากโฮจิมิน ท่าเรือวุงเตา ค่าขนส่ง 10 บาท/ตัน ดังนั้นต้นทุนจากทางไทยสูงกว่าท่าเรือโฮจิมินกำลังเติบโตแซงหน้าไทย ในลาว พม่า เขมร มีการขนส่งด้วยรถจักรยานยนต์ ซึ่งจะมีปัญหาค่าโลจิสติกส์สูงมาก เพราะใช้ถนนมาก

ในเขมรมีเหมืองทอง 1 แห่ง ในเวียดนาม 1 แห่ง ในลาว 3 แห่ง เกาะกงในเขมรไม่มีแรงงาน แรงงานส่วนใหญ่อยู่รอบๆ พนมเปญ มีธุรกิจขนาดใหญ่ของไทยเข้าไปลงทุนอยู่ก่อนหน้านี้พอสมควร ธุรกิจที่น่าสนใจในเขมร เช่น ธุรกิจชุดแต่งงาน เพราะงานแต่งงานมีจัดเลี้ยง 1 คืน ใช้ชุดแต่งงาน 10-15 ชุด เขมร พม่า ลาวและคนเวียดนามชอบแต่งตัวและเสริมความงาม ธุรกิจแฟชั่นและเสริมความงามน่าจะไปได้ดี

“ธุรกิจที่น่าสนใจในเขมร เช่น ธุรกิจชุดแต่งงาน งานแต่งงานมีจัดเลี้ยง 1 คืน ใช้ชุดแต่งงาน 10-15 ชุด ธุรกิจแฟชั่นและเสริมความงาม น่าจะไปได้ดี”

ลาว

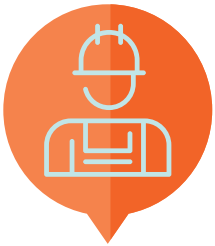
ลาว มีประชากรราว 7 ล้านคน ในลาวจึงไม่ค่อยมีแรงงาน เขาทำเกษตรด้วยการใช้เครื่องจักรเป็นส่วนใหญ่ เวียงจันทน์เมืองหลวงของลาว อยู่ใกล้อุดรธานีมาก เป็นเมืองเศรษฐกิจอันดับหนึ่งของลาว รองลงมาคือ หลวงพระบาง สะหวันเขต จำปาศักดิ์ คอนเซ็ปท์ของประเทศ คือ แบตเตอรี่โลก ด้วยการสร้างเขื่อนผลิตกระแสไฟฟ้าขาย โดยคนไทยได้สัมปทานหลายแห่ง ลาวยังเป็นแหล่งวัตถุดิบป้อนอุตสาหกรรม เขาสนใจธุรกิจอาหารในลักษณะเอ็มเคสุกี้ของไทย ค่าแรงในเขมร ลาว เวียดนาม ประมาณ 120 บาท/วัน

"ลาวสนใจธุรกิจอาหารของไทย"

พม่า

พม่า ท่าเรือทวายมีปัญหามาก อาจจะไม่เกิด แต่ก็มีอีกแห่ง คือ ท่าเรือทิลวา เป็นเขตเศรษฐกิจใหม่ อยู่ปากแม่น้ำ ห่างจากย่างกุ้ง 25 กิโลเมตร ญี่ปุ่นเข้าไปซื้อที่ดินหมดแล้ว เป็นท่าเรือสำคัญอีกแห่งที่เจ้าผิว เชื่อมเส้นทางขึ้นไปสู่จีน วางท่อก๊าซและท่อส่งน้ำมันคู่ขนานกันไป เป็นท่าเรือน้ำลึก และเป็นอ่าวเปิด มีปัญหาเรื่องมรสุม

ท่าเรือที่ย่างกุ้ง มี 2 แห่ง เป็นของรัฐบาลและเอกชน มีแหล่งถลุงถ่านหิน พม่าขาดไฟฟ้า จึงสนใจโครงการที่จะไปลงทุนผลิตไฟฟ้า ในพม่าค่าแรง 40 บาท/วัน เฉพาะในเมืองย่างกุ้ง แต่ค่าเช่าบ้าน 4,000 บาท/เดือน ค่าแรงเงินเดือนปริญญาตรี 4,500 - 5,000 บาท ข้าวแกงข้างถนน จานละ 60 บาท คนพม่าจึงหิ้วปิ่นโตไปกินข้าวกันเอง



"ลงทุนผลิตไฟฟ้าในพม่าค่าแรง 40 บาท/วัน"

"คนอินโดนีเซีย คนมาเลเซีย เริ่มรู้สึกว่าเขาเป็นประชากรของอาเซียนแล้ว วันนี้คนไทยมีความรู้สึกว่าเป็นประชากรของอาเซียนแล้วหรือยัง"

(สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม ติดต่อได้ที่ โทร. 08-1874-1888)

ความท้าทาย
ของผู้ประกอบการไทยใน AEC:
มุมมองจากผู้บริหารยุคใหม่

โดย คุณเกรียงไกร กาญจนะโภคิน
ผู้ก่อตั้งและประธานเจ้าหน้าที่บริหารร่วม
บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน)

จากประสบการณ์ของ บริษัท อินเด็กซ์ ครีเอทีฟ วิลเลจ จำกัด (มหาชน) เป็นธุรกิจขายความคิดสร้างสรรค์ ตามปกติวงจรธุรกิจนี้โดยเฉลี่ยจะขึ้นสูงสุดทุก 10 ปี แล้วจะตก แต่อินเด็กซ์ฯ เริ่มธุรกิจเล็กๆ อยู่มา 26 ปีแล้ว เติบโตด้วยการ Diversify ธุรกิจขยายตัวออกไป ปัจจุบันมีพนักงาน 590 คน มียอดขาย 2,500 ล้านบาท มีบริษัทในเครือ 10 แห่ง และมีหน่วยธุรกิจ 6 หน่วย ให้บริการ 9 รูปแบบ มีสาขาที่โฮจิมิน ฮานอย ย่างกุ้ง กัวลาลัมเปอร์ และจากาตาร์

Special Event Magazine ของสหรัฐอเมริกา ได้จัดอันดับในธุรกิจ Event ให้อินเด็กซ์ฯ เป็นอันดับ 7 ของโลก มา 3 ปีซ้อนแล้ว งานที่มีชื่อเสียงของบริษัท ได้แก่ บูธ Thailand Pavilion ที่งาน The International Expo 2010 ที่จีน และ The International Expo 2012 ที่เกาหลี และงาน Countdown 2011-2014 ที่กรุงเทพฯ นอกจากนี้ยังทำรายการทีวี จัดงานนิทรรศการ ทำโฆษณา ทำพิพิธภัณฑ์ ละครเวที ฯลฯ ล้วนเป็นงานที่มีพื้นฐานด้านความคิดสร้างสรรค์ ประเทศไทยมีความโดดเด่นด้านธุรกิจสร้างสรรค์มาก อินเด็กซ์ฯ ใช้กลยุทธ์ในการขยายตัวทางธุรกิจ คือ ประเทศไหนบินไปได้ภายใน 1 ชั่วโมง และมี Land Link ก็จะเข้าไปร่วมทุนธุรกิจกับบริษัทท้องถิ่นในประเทศนั้น ยกเว้นอินโดนีเซีย เนื่องจากเขาสนใจอยากร่วมทุนด้วย ก็แค่ไปตั้งสาขายังไม่ได้ร่วมลงทุนจริงจัง

ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านภูมิศาสตร์ สามารถเป็น Land Link เป็นจุดได้เปรียบมาก และการที่ประเทศรอบข้างเป็นคอมมิวนิสต์มาก่อน ทำให้อุตสาหกรรมสร้างสรรค์พวกทีวี ฟิล์ม การแสดง และการจัดนิทรรศการ มีพัฒนาการช้ากว่าประเทศไทยมาก ไทยได้รับการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีนี้จากประเทศทางตะวันตกที่เป็นต้นแบบมานาน 30-40 ปีแล้ว ประเทศรอบข้างไทยจึงมีความเข้าใจในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์น้อยกว่าไทยมาก นี่คือจุดได้เปรียบที่อินเด็กซ์ฯ เอาเป็นโจทย์เพื่อขยายตัวออกไปประเทศ อื่นๆ รอบข้าง เมื่อกว่า 10 ปีที่แล้ว

เพราะมองว่าถ้าอยู่เฉพาะในเมืองไทย คงจะไปตามวงจรธุรกิจ คือ 10 ปี ก็จะมีคลื่นลูกใหม่มาแซงหน้า การทำธุรกิจมานานก็จะทำให้บริษัทมีจุดแข็งตรงที่มีผู้เชี่ยวชาญ มีประสบการณ์และองค์ความรู้เกิดขึ้นตลอดเวลาที่ประกอบการมายาวนาน เพราะก่อนหน้านี้ในประเทศไทยก็แทบจะไม่มีธุรกิจ Event มาก่อน ทุกอย่างอินเด็กซ์ฯ ต้องเรียนรู้และสร้างขึ้นมาใหม่หมด จึงตัดสินใจไปทำธุรกิจต่างประเทศ ก็มาพิจารณาว่าจะร่วมทุนกับบริษัทระดับโลกไหม แต่มองว่าเขาอาจจะฮุบกิจการและต้องการองค์ความรู้จากการประกอบการมากกว่าผลกำไร จึงตัดสินใจไปร่วมทุนกับบริษัทท้องถิ่นจะดีกว่า โดยให้เขาดูแลเครือข่ายและใช้ภาษาถิ่น แต่อินเด็กซ์ฯ เอาองค์ความรู้ในการทำงานใส่เข้าไป

“ประเทศไทยมีจุดเด่นด้านภูมิศาสตร์ สามารถเป็น Land Link เป็นจุดได้เปรียบมาก”

อินเด็กซ์ฯ เข้าไปเปิดสาขาในพม่าตั้งแต่ปี 2010 ก็ได้ร่วมธุรกิจกับหุ้นส่วนรายหนึ่ง จึงได้คุยงานกับระดับรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงวัฒนธรรมและกระทรวงข้อมูลข่าวสาร เขาต้องการใช้ธุรกิจสร้างสรรค์เพื่อเปิดประเทศสู่โลกภายนอก สร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้พม่า จึงได้ทำงานกับรัฐบาลพม่าเป็นหลักในช่วงแรกๆ ปัจจุบันธุรกิจขยายตัวได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งสะท้อนว่าเศรษฐกิจพม่ากำลังเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วด้วยเช่นกัน ธุรกิจสร้างสรรค์ที่น่าสนใจในพม่าคือ ตลาดนิทรรศการและงาน Trade Fair เพราะเขาไม่เคยมีมาก่อน แล้วรัฐบาลให้การสนับสนุนอินเด็กซ์ฯ ในทุกความคิด เปรียบได้กับเป็นตลาดแบบ Blue Ocean ซึ่งประเทศไทยเป็น Red Ocean ไปแล้ว

ธุรกิจที่อินเด็กซ์ฯ ทำในไทยไม่โตแล้ว แต่ทำที่พม่าได้เป็นเจ้าแรก เช่น ธุรกิจแฟรนไชซ์ ธุรกิจทำวิจัยด้วย ทำให้ได้ข้อมูลตลาด ร้านขายเครื่องดนตรีและโรงเรียนสอนดนตรี ธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจการแสดงแบบในลาสเวกัส

บทเรียนที่ได้คือเลือกจะอยู่ที่เมืองไทยหรือบุกไปต่างประเทศ อินเด็กซ์ฯ เลือกขยายไปต่างๆ โดยเริ่มจากสิ่งที่ถนัดก่อน โดยทำในสิ่งเล็กๆ แล้วขยายไปสู่สิ่งที่เคยฝันไว้ว่าอะไรที่ทำในไทยไม่ได้ ก็เอาไปทำกับต่างประเทศ ทำทุกอย่างที่สามารถจะทำได้ ใช้เวลากับการคิดใคร่ครวญให้มากเป็น Creative Marketing ไม่ต้องใช้เงินเยอะ การก้าวเข้าสู่ AEC หมายถึงการแข่งขันกับคนทั้งโลก ถ้าก้าวช้าหมายถึงการหมดโอกาส เพราะฉะนั้นต้องไปให้เร็วกว่าเขาด้วยการร่วมทุนกับท้องถิ่น วันนี้อินเด็กซ์ฯ คือ ธุรกิจ Creative Networking ไปแล้ว

ความท้าทาย
ของผู้ประกอบการไทยใน AEC:
มุมมองจากผู้บริหารยุคใหม่

โดย คุณประพัฒน์ ตียะพานิชกุล
กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยแฟชั่นพลาสติกอุตสาหกรรม จำกัด

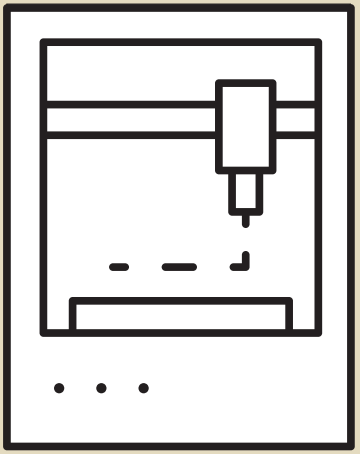
บริษัท ไทยแฟชั่นพลาสติกอุตสาหกรรม จำกัด

เป็นผู้ผลิตไม้แขวนป้อนอุตสาหกรรมเสื้อผ้าส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ที่ผ่านมาในประเทศไทยมีผลิตกันมาก โดยมีปริมาณการผลิตอยู่ที่ 15 ล้านชิ้น/เดือน ถ้ารวมกำลังการผลิตในภูมิภาคและจีน ตกราว 200-300 ล้านชิ้น/เดือน ถ้ารวมตลาดยุโรปด้วย จะตกราว 300-400 ล้านชิ้น/เดือน

ปริมาณการผลิตในประเทศไทย

15

ล้านชิ้น/เดือน



รวมกำลังการผลิตในภูมิภาคและจีน

200-300

ล้านชิ้น/เดือน

รวมตลาดยุโรป

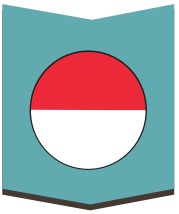
300-400

ล้านชิ้น/เดือน

การจะขยายไปลงทุนยังประเทศรอบข้าง ต้องพิจารณาหลายอย่าง ดังนี้

สิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีค่าครองชีพสูงที่สุด แต่เป็นเมืองที่น่าอยู่ที่สุด ระบบการศึกษาดีที่สุดในภูมิภาคนี้ แต่มีข้อเสียคือต้องเข้าไปเรียนตั้งแต่ ป.1 เพราะคนจีนนิยมส่งบุตรหลานไปเรียนกันมากเพราะได้ภาษาจีนและเพิ่มภาษาอื่นๆ คนมาเลเซียก็นิยมส่งบุตรหลานไปเรียนกัน 4,000-5,000 คน/วัน ทำให้เกิดการแย่งที่เรียนของชาวสิงคโปร์ คนไทยจะมีปัญหาคือสิงคโปร์พูดภาษาจีนเป็นหลัก จะทำให้ลูกหลานของเราไปแล้วโตขึ้นจะใช้ภาษาไทยไม่เป็น



อินโดนีเซีย

อินโดนีเซียมีประชากรมากที่สุด ค่าแรงในจากาตาร์ใกล้เคียงไทย มีคนว่างงานเยอะ แต่โอกาสเติบโตสูงสุด อุตสาหกรรมที่มีโอกาสดีคือรถยนต์ คาดว่าจะแซงเมืองไทย เพราะมีจำนวนประชากรมาก แต่คนงานของเขาจะต้องใช้เวลาละหมาด 5-8 ชั่วโมง/สัปดาห์ ซึ่งเป็นจุดอ่อนด้านการจ้างงาน จะได้แรงงานไม่เต็มเวลา

มาเลเซีย

มาเลเซียเติบโตเร็ว ซึ่งโตเฉพาะเมืองใหญ่ เช่น กัวลาลัมเปอร์ ปีนัง แต่เมืองที่ห่างไกลออกไปจะยังเป็นชนบท

ฟิลิปปินส์

ฟิลิปปินส์มีจำนวนประชากรมาก แต่ฐานการผลิตมีน้อย เพราะมีมรสุม ทำให้รถติด มีโครงสร้างพื้นฐานไม่ดีนัก เช่น ถนน โทรศัพท์ ไฟฟ้า ประปา เมื่อ 4 ปีที่แล้วเริ่มมีการสร้างเมืองใหม่ ปัจจุบันสภาพเมืองเริ่มดูดีขึ้น

การเมืองเป็นเรื่องที่ต้องระวัง »

เพราะทุกประเทศมีการเมืองที่ไม่นิ่งทั้งนั้น เวียดนามทะเลาะกับจีน มีการเผาโรงงาน การค้าเสื้อผ้าหยุดชะงักหายไปทันที 50% เพราะเกิดความไม่มั่นใจว่าส่งสินค้าแล้วจะเก็บเงินได้หรือไม่

ด้านแรงงาน »

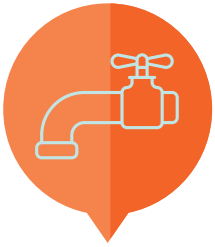
ที่พม่าและเขมรก็ขาดแคลน เพราะนักลงทุนเข้าไปมาก ทุกสัปดาห์มีความเปลี่ยนแปลงในพื้นที่ มีการสร้างโรงงานใหม่ๆ ขึ้นทุกวันอย่างรวดเร็ว มูลค่าที่ดินเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว

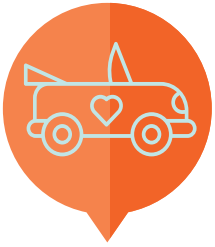
ขนมธรรมเนียมประเพณี »

เป็นเรื่องสำคัญมากที่สุดต้องเรียนรู้จากคนพื้นที่ เช่น เขมรมีวันหยุดปีละ 30 วัน ไม่รวมวันหยุดเพิ่มเติมที่รัฐบาลประกาศ แต่ยังต้องจ่ายค่าแรงเต็ม

ระบบสาธารณูปโภคและเทคโนโลยี »

ที่ใช้ แต่ละประเทศอาจจะยังไม่ดีพอ เช่น เขมร มีถนนระยะทาง 40-50 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 1 ชั่วโมงครึ่ง ในเมืองถนนดีกว่า แต่ว่ารถติด เช่น ระยะ 10 กิโลเมตร กว่าจะเข้าถึงตัวเมืองใช้เวลา 50 นาที ทั้งที่เป็นวันอาทิตย์ตอนเย็น





คนเขมรนิยมอวดความร่ำรวยด้วยวัตถุนิยม »

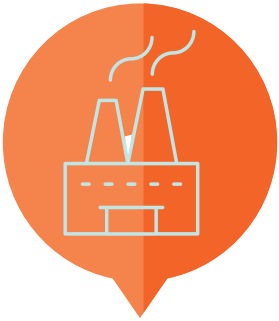
เช่น การอวดใช้รถยุโรป การจัดงานแต่งงานใน Hall ขนาดใหญ่ มีสินสอดเป็นบ้านรถยนต์อย่างหรูหรา

จุดอ่อนคือ »

คนเขมรคิดช้าและคิดแตกต่างจากไทยมาก ซึ่งไทยมีจุดแข็งตรงที่ได้เรียนรู้จากประเทศทางตะวันตกมานานก่อนเขามาก เขาจึงต้องการปรับตัวอีกมาก

ภาษา »

ต้องเรียนรู้เพิ่มเติม ภาษาอังกฤษและจีนยังไม่พอ จีนยังต้องแยกเป็นกวางตุ้ง ไหหลำ ฮกเกี้ยน ต้องเรียนรู้ภาษาอินโดนีเซีย มาเลเซีย เป็นต้น ถ้าได้หลายภาษาก็เป็นกำไรที่จะคุยกับใครก็ได้



การเข้าไปทำธุรกิจในเขมร »

ปัจจุบันจะเดินเข้าไปหาซื้อที่ดินแล้วสร้างโรงงาน แล้วหาตลาดเอง เป็นสิ่งที่ทำไม่ได้แล้ว ต้องหาหุ้นส่วนธุรกิจที่ดี สำหรับธุรกิจของบริษัทได้หุ้นส่วนเป็นเกาหลี ที่มีธุรกิจเสื้อผ้าอยู่ในเขมร เพราะ 95% ของ GDP ของเขมร มาจากโรงงานเสื้อผ้าส่งออก เป็นฐานการผลิต ซึ่งบริษัทแม่เป็นคนตัดสินใจว่าจะสั่งซื้อของใคร การหาตลาดเองอาจจะทำได้ในสินค้าบางตัว เช่น ผลิตกล่องกระดาษ ถุงพลาสติก เพราะตลาดไม่มีทางเลือก ซึ่งกล่องกระดาษส่วนใหญ่นำเข้าจากไทย หรือจีน

สำหรับธุรกิจไม้แขวนเสื้อ ผู้ซื้อที่แท้จริงคือ »

เกาหลี ไต้หวัน ฮ่องกง จึงต้องมีออฟฟิศอยู่ในเกาหลี ไต้หวัน และมีผู้ช่วยเป็น Co-Partner ในเซี่ยงไฮ้ จึงต้องมองให้ขาดว่าตลาดอยู่ที่ไหน โอกาสจะอยู่ที่นั่น จึงจะไปเจาะตลาดตรงนั้นได้ ถ้ามีนิทรรศการ หรือเทรดแฟร์ที่หน่วยงานราชการจัด ก็ควรตามไปจะเปิดตลาดได้ง่ายกว่า อย่าเอาแต่นั่งคิดอยู่กับที่ อาจจะลองไปเที่ยวดูบ้านเมืองแล้วก็มองตลาดไปเรื่อย ๆ ก่อนก็ได้ ไม่ได้ตลาดไม่เป็นไร ถือว่าได้ไปเที่ยวไว้ก่อน

ขั้นตอนต่อมา »

คือ การวิเคราะห์ตนเอง ว่ามีบุคลากร มีเทคโนโลยีหรือเครื่องจักร และเงินทุน เพียงพอและเหมาะสมหรือไม่ ถ้าไม่พอก็ต้องหาผู้สนับสนุน สิ่งเหล่านี้ต้องสั่งสมประสบการณ์ และใช้เวลาเตรียมตัววางแผนล่วงหน้า 5 ปี ต้องติดต่อหน่วยงานเพื่อการไปลงทุนและการตัดสินใจต่างๆ เมื่อตั้งโรงงานแล้ว ก็จะมีคู่ค้ามาร่วมธุรกิจกันต่อได้

เมื่อเข้าไปตั้งโรงงานแล้ว »

สิ่งสำคัญอีกอย่างคือ ต้องคำนึงถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมด้วย เพราะเมื่อทำธุรกิจระดับสากล ประเทศทางตะวันตกจะให้ความสำคัญกับสิ่งเหล่านี้มาก การลงทุนระยะแรกอาจใช้เงินลงทุนมาก แต่จะวนกลับมาคืนทุนให้เองในระยะยาว นักอุตสาหกรรมต้องทำตั้งแต่ตอนลงทุนก่อสร้าง อย่าทำเพราะถูกบังคับ เพราะเป็นการปกป้องโรงงานก่อนที่จะเกิดความเสียหาย

คนหนุ่มสาวยังมีโอกาสมาก »

ต้องเรียนรู้โดยการแสวงหาข้อมูล อย่าปิดกั้นตัวเอง แล้วต้องมีพันธมิตร การมีคู่ค้าเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจระหว่างประเทศเติบโต จะทำเองเพียงลำพังไม่ได้

อีกสิ่งหนึ่งที่ต้องฝึกฝน »

อีกสิ่งหนึ่งที่ต้องฝึกฝนคือ ต้องรู้หมดทุกอย่างในการจัดการองค์กร ทั้งด้านบัญชี บริหารบุคคล หรือการตลาด อาจจะต้องใช้เวลาเก็บเกี่ยวประสบการณ์สักพัก แต่ถ้าอายุเยอะแล้วจะท้อง่ายเมื่อเจออุปสรรค

สิ่งที่สำคัญที่สุด »

คือ การรักษาเครดิตทางการค้าและการเงิน เพราะธุรกรรมทุกอย่างถูกควบคุมด้วยเครดิตบูโร

วันนี้ทุกคนต้องหมั่นฝึกฝนตนเอง
ให้มีศักยภาพสูงขึ้น
เพราะการเปิด AEC
จะมีการแข่งขันจากภายนอกเข้ามามาก
แล้วคนทางตะวันตกใช้เงินดอลล่าร์ หรือเงินยูโรซึ่ง
มีค่าเงินสูงกว่าเงินบาทมาก
คนไทยก็จะเหนื่อยขึ้นกว่าที่เป็นอยู่นี้แน่นอน
จะรอดได้ต้องทำงานหนักแบบ Smart Working
อยากเห็นคนไทยออกไปลงทุนภายนอกกันให้มากขึ้น

okmd
FAST
FORWARD
TALK

"คิดให้ไกล ไปให้เร็ว
PPORTUNITY
WLEDGE
EATIVITY

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 1

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 2

ปักธง
ธุรกิจสร้างสรรค์ไทย
ก้าวไกลในแดนมังกร

วันพุธที่ 3 ก.ย. 2557 เวลา 13.00 - 17.00 น.

ณ ห้องโลตัสสวีท 5-7 ชั้น 22
โรงแรม เซนทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลเวิลด์
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

โอกาสจาก การสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ **ในจีน และ AEC**

โดย รศ.ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์
นักวิชาการอิสระ

> “AEC เป็นการรวมตัวของ 10 ประเทศ สมาชิกอาเซียน ในลักษณะการเป็น “ตลาดร่วม” หมายถึง การเปิดเสรีสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงาน การเปิดเสรีทั้ง 4 ประการ เป็นกระบวนการในการลดอุปสรรคของการเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ เงินทุน และแรงงาน ซึ่งจะทำให้เกิดปัจจัยอื่นๆ เป็นผลติดตามมา”

ในการเปิดแต่ละด้านจะมีกระบวนการต่างๆ เกิดขึ้น การเปิดเสรีสินค้าจะต้องลดอุปสรรค 2 ประการ คือ กำแพงภาษีนำเข้า (TB) และอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) โดยเฉพาะอย่างยิ่งโควตาต้องเหลือศูนย์ ส่วนการเปิดเสรีบริการ เงินทุน และแรงงาน หมายถึง การแก้ไขกฎหมายกฎระเบียบ ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของอุปสรรคที่ไม่ใช่ภาษี (NTB) ในลักษณะให้เจ้าของบริการ เจ้าของเงินทุนหรือแรงงาน สามารถเคลื่อนย้ายในอีกประเทศหนึ่งได้เสมือนเป็นบุคคลประเทศเดียวกัน ดังนั้นการรวมตัวเป็นตลาดร่วมทุกแห่งที่เกี่ยวกับการเปิดเสรีเงินทุนและบริการ จึงหมายถึงการอนุญาตให้บริษัทของประเทศสมาชิกที่รวมกลุ่มถือครองในสัดส่วนที่เกิน 50% และมักจะตกลงที่ 100% เพียงแต่มีการกำหนดเงื่อนไขของเวลา ที่จะเริ่มต้นและจบลงที่ 100 % ในลักษณะนี้กล่าวได้ว่าประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนซึ่งกำหนดเรื่องการบริการและเงินทุนที่ถือครองได้ 70%

สำหรับการเริ่มต้น AEC ใน ค.ศ. 2015 มีธุรกิจ 12 ประเภท ซึ่ง 5 ประเภทของธุรกิจจะอยู่ในภาคบริการ ได้แก่ การท่องเที่ยว IT โลจิสติกส์ สุขภาพ และการบิน ซึ่งเป็นเพียงการเริ่มต้น หมายความว่าในอนาคตต่อจากนั้นต้องเปิดให้ถึง 100% และขยายไปมากกว่า 5 ประเภท เช่นเดียวกันกับแรงงานที่ปัจจุบันจำกัดที่ 8 ประเภท เมื่อถึงจุดหนึ่งแรงงานที่เปิดเสรี อาจเพิ่มเป็น 9 หรือ 10 ประเภท และในอนาคตอาจไปไกลกว่านั้นรวมทั้งการเปิดเสรีแรงงานที่ไม่มีฝีมือด้วยดังกรณีที่เกิดกับประชาคมยุโรป

"เนื่องจากโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การทำธุรกิจต้องมีการเตรียมตัวอย่างดี สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า สามารถปรับตัวให้ได้ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร"

กระบวนการการเปิดเสรีสินค้า บริการ เงินทุนและแรงงานได้มีการดำเนินการมาก่อน ค.ศ. 2015 เช่น การเปิดเสรีสินค้าเริ่มต้นเมื่อ ค.ศ. 1993 ขณะนี้กระบวนการดังกล่าวได้จบลงเกือบหมดแล้ว และการเปิดเสรีสินค้าดังกล่าวเรารู้จักกันในนาม "AFTA" หรือเขตการค้าเสรีอาเซียน ในด้านการเปิดเสรีบริการได้เริ่มมาตั้งแต่ ค.ศ. 1995 ที่รู้จักกันในนาม "AFAS" (ASEAN Framework Agreement on Services) และใน ค.ศ. 1995 - 1998 ก็คือจุดเริ่มต้นของการเปิดเสรีเงินทุนที่รู้จักกันในนาม "AIA" (ASEAN Investment Area) และการเริ่มเปิดเสรีแรงงานมีฝีมือก็มีการดำเนินการในกรอบของ AFAS และพลวัตการเปิดเสรีสินค้าและแรงงานจะยังขยายตัวต่อไปเนื่องจากกระบวนการต่างๆ ยังไม่จบ เช่นเดียวกับตลาดร่วมยุโรปการเปิดเสรีทางการเงินของสหภาพยุโรปในขณะนี้ก็ยังกำลังดำเนินการอยู่เนื่องจากกระบวนการต่างๆ ยังไม่ได้จบลงใน ค.ศ. 1992

การที่จะปรับตัวให้เข้ากับ AEC องค์ประกอบที่สำคัญที่สุด คือ การคิดในลักษณะที่สามารถใช้สมองวิเคราะห์และพยากรณ์สิ่งที่จะเกิดในอนาคตได้ล่วงหน้า เราเรียกลักษณะการคิดดังกล่าวว่า มี "วิสัยทัศน์" (Visionary Mindset) ล้ำสมัย ทำและรู้ก่อนคนทั่วไป เนื่องจากโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและ AEC ก็เป็นตัวเร่งแห่งการเปลี่ยนแปลง การทำธุรกิจให้ประสบความสำเร็จต้องมีการเตรียมตัวอย่างดีหรือมองเห็นอนาคต นั่นคือการที่สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงตามความต้องการของลูกค้า หรือสามารถปรับตัวให้ได้ไม่ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

สำหรับการสร้างสรรค์เสรีภาพทางการแข่งขัน
การร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน
ทำให้เกิดเหลี่ยมเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้แก่

สามเหลี่ยมเศรษฐกิจ

หรือ IMT-GT (Indonesia-Malaysia-Thailand Great Triangle) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจทางตอนใต้ของไทย 5 จังหวัดร่วมกับตะวันออกเฉียงเหนือของเกาะสุมาตราอินโดนีเซียและตะวันตกเฉียงเหนือของมาเลเซีย

สี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ

หรือ UPMEC (Upper Mekong Economic Cooperation) เริ่มแรกประกอบด้วยมณฑลยูนนาน เมียนมาร์ สปป.ลาว และ 8 จังหวัดทางเหนือของไทย (เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำพูน ลำปาง พะเยา แพร่ น่าน) หรือประเทศบนแม่น้ำโขงตอนบน ต่อมาในปี 2544 ได้ขยายวงจากยูนนานรวมซื่อชวน กวางซี ขณะที่ 8 จังหวัดทางเหนือของไทยขยายวงคลุมจังหวัดภาคเหนือตอนใต้อีก 11 จังหวัด

ห้าเหลี่ยมเศรษฐกิจ

หรือ ACMECS (Arawadi-Chaophraya-Mekong Economic Cooperation Strategy) ประกอบด้วย เมียนมาร์ ไทย สปป.ลาว กัมพูชา และเวียดนาม

หกเหลี่ยมเศรษฐกิจ

หรือ GMS (Greater Mekong Subregion) ประกอบด้วยประเทศในลุ่มแม่น้ำโขงรวม 6 ประเทศคือจีนตอนใต้ เมียนมาร์ สปป.ลาว ไทย กัมพูชา และเวียดนาม

เจ็ดเหลี่ยมเศรษฐกิจ

หรือ BIMSTEC (Bangladesh-India-Myanmar-Sri Lanka-Thailand Economic Cooperation) บวกด้วยภูฐาน และเนปาล รวมเป็น 7 ประเทศ แถบอ่าวเบงกอ

การดำเนินการในส่วนของอาเซียนกับจีน ได้มีการทำข้อตกลงเขตการค้าเสรีกับจีน ในระหว่างการประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน-จีน ณ กรุงพนมเปญ ประเทศกัมพูชา เมื่อวันที่ 4 พฤศจิกายน ค.ศ. 2002 ผู้นำอาเซียน-จีน ได้ลงนามในกรอบความตกลงว่าด้วยความร่วมมือทางเศรษฐกิจอาเซียน-จีน (Framework Agreement of ASEAN-China Comprehensive Economic Cooperation) กรอบความตกลงฯ ดังกล่าว เป็นข้อผูกพันทางกฎหมายระหว่างอาเซียนและจีนสำหรับการดำเนินการเจรจาต่อไปในอนาคต โดยมีลักษณะเป็นกรอบกว้าง ครอบคลุมเรื่องสำคัญๆ เช่น การค้าสินค้า การบริการ การลงทุน และความร่วมมือทางเศรษฐกิจเพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินการเปิดเสรีและความร่วมมือในด้านต่างๆ ในอนาคต ได้แก่ กรอบความร่วมมือด้านการค้าสินค้า กรอบความร่วมมือด้านการค้าบริการ กรอบความร่วมมือด้านการลงทุน ซึ่งมีข้อตกลงในเรื่องของการลดภาษี ให้มีการลดภาษีสินค้าส่วนแรก (EHP) ภายใต้พิกัดอัตราศุลกากร ตอนที่ 01-08 ซึ่งเป็นสินค้าเกษตร โดยเริ่มต้นการลดภาษีในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2004 และลดภาษีให้เหลือร้อยละ 0 ภายในวันที่ 1 มกราคม ค.ศ. 2006 การลดภาษีภายใต้เขตการค้าเสรีอาเซียน-จีน ครอบคลุมสินค้าส่วนใหญ่โดยแบ่งรายการสินค้าเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ รายการสินค้าปกติ อัตราภาษีสุดท้ายคือ 0 และ รายการสินค้าอ่อนไหว ได้แก่ สินค้าที่ต้องการความคุ้มครองมากกว่าสินค้าปกติ และต้องการระยะเวลาการปรับตัวนานกว่า ซึ่งจะมีระยะเวลาการลดหย่อนหรือการยกเลิกภาษีช้ากว่าสินค้าปกติ สำหรับรายการสินค้าที่ได้รับการยกเว้นตามพันธะกรณีของ WTO จะไม่ต้องนำมาลดภาษี ในส่วนของกรอบความร่วมมือด้านการค้าบริการอาเซียนและจีนได้ตกลงเปิดเสรีด้านการค้าบริการให้ก้าวหน้ามากขึ้น โดยยกเลิกหรือลดมาตรการที่เป็นการเลือกปฏิบัติทั้งหมดระหว่างกัน และห้ามใช้มาตรการที่เป็นการเลือกปฏิบัติใหม่หรือมาตรการเลือกปฏิบัติที่มีเงื่อนไขมากขึ้นกว่าเดิม สำหรับกรอบความร่วมมือด้านการลงทุนอาเซียน-จีน ได้ตกลงให้มีการส่งเสริมการลงทุน การตั้งนโยบายการลงทุนที่แข่งขันเปิดกว้างและมีความโปร่งใส โดยได้มีการเพิ่มเติมให้ครอบคลุมเรื่องการปกป้องการลงทุนด้วย นอกจากนี้ยังมีข้อตกลงในเรื่องของการลดภาษีสินค้าส่วนแรกและความตกลงว่าด้วยการค้าสินค้า ซึ่งข้อตกลงเหล่านี้จะก่อให้เกิดการแข่งขันกันมากขึ้น โดยแต่ละประเทศจะต้องมีการปรับปรุงสินค้าเพื่อให้ได้มาตรฐานและมีคุณภาพมากขึ้น

นอกจากนี้การจับคู่ทางธุรกิจของอาเซียนกับประเทศต่างๆ ก็เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการเปลี่ยนแปลงที่จะก่อให้เกิดโอกาส และการเสียเปรียบคู่แข่งทางการค้า การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit- EAS) หรือ ASEAN+6 เดิมเป็นข้อริเริ่มในกรอบอาเซียน+3 ซึ่งประกอบไปด้วยประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ และ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไปสู่การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออกซึ่งรวมประเทศ อินเดีย ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์เพิ่มเข้ามา เพราะอาเซียนเห็นว่าควรเปิดกว้างให้ประเทศนอกกลุ่มอาเซียนเข้าร่วม การประชุมสุดยอดเอเชียตะวันออก (East Asia Summit-EAS) จะเป็นเวทีสำหรับหารือทางยุทธศาสตร์ที่เปิดกว้างให้ประเทศที่ตั้งอยู่ภายนอก แต่มีความสนใจและมีบทบาทในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียตะวันออกเข้ามามีส่วนร่วมในกรอบความร่วมมือต่างๆ ในเอเชียตะวันออก ทำให้เห็นได้ว่ากลุ่มประเทศต่างๆทั้งในภูมิภาคเอเชียหรือภูมิภาคอื่นๆของโลกเริ่มหันมาให้ความสำคัญและสนใจในการเสริมสร้างความร่วมมือในด้านต่างๆกับประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่ประเทศไทยและประเทศในกลุ่มอาเซียนจะต้องมีการเตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพในด้านต่างๆ เพื่อประโยชน์ที่จะได้รับในอนาคต

ในการเตรียมตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่กล่าวมาข้างต้นสำหรับนักลงทุน คือ การเรียนรู้และศึกษาข้อมูลด้านต่างๆ ของประเทศคู่ค้าและประเทศคู่แข็ง ตามคำกล่าวที่ว่า “รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง” ข้อมูลต่างๆ ที่จำเป็นได้แก่ ข้อมูลทางภูมิศาสตร์ เศรษฐกิจ การเมือง ศิลปวัฒนธรรม ค่านิยม รวมถึงรายละเอียดปลีกย่อย เช่น กฎหมาย ระเบียบต่างๆ ที่เกี่ยวกับการลงทุน แนวโน้มความเป็นไปของโลก ข้อมูลเหล่านี้จะทำให้สามารถผลิตสินค้าและบริการได้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างราบรื่นและประสพความสำเร็จ เช่น การตั้งโรงงานอุตสาหกรรมควรตั้งในภูมิภาคใด ค่าแรงงานในประเทศนั้นๆ การควบคุมสภาวะแวดล้อมเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม มีกฎระเบียบข้อห้ามใดๆ หรือไม่ เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องที่นักลงทุนจะต้องทำการศึกษาเสียก่อน

ส่วนของกลุ่มลงทุน ได้แก่ รัฐวิสาหกิจ หรือกับเอกชน ต้องพิจารณาถึงความเสี่ยง แม้ว่าการลงทุนกับรัฐวิสาหกิจจะดูเหมือนมั่นคงแต่ก็ยังมีความเสี่ยงอยู่ ในการที่จะเข้าไปลงทุนผู้ลงทุนอาจศึกษาข้อมูลจากการไปดูงานนิทรรศการทางการค้า การลงทุนที่จัดขึ้นเพื่อพบปะกับผู้ที่มีความสนใจในธุรกิจเดียวกัน หรือศึกษาข้อมูลจากกระทรวงพาณิชย์หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สามารถให้ข้อมูลที่จำเป็นต่อการลงทุน หรือการเดินทางไปพบปะกับนักธุรกิจหรือหน่วยงานด้วยตนเอง เหล่านี้คือช่องทางที่จะเข้าไปจับคู่ทางการค้า

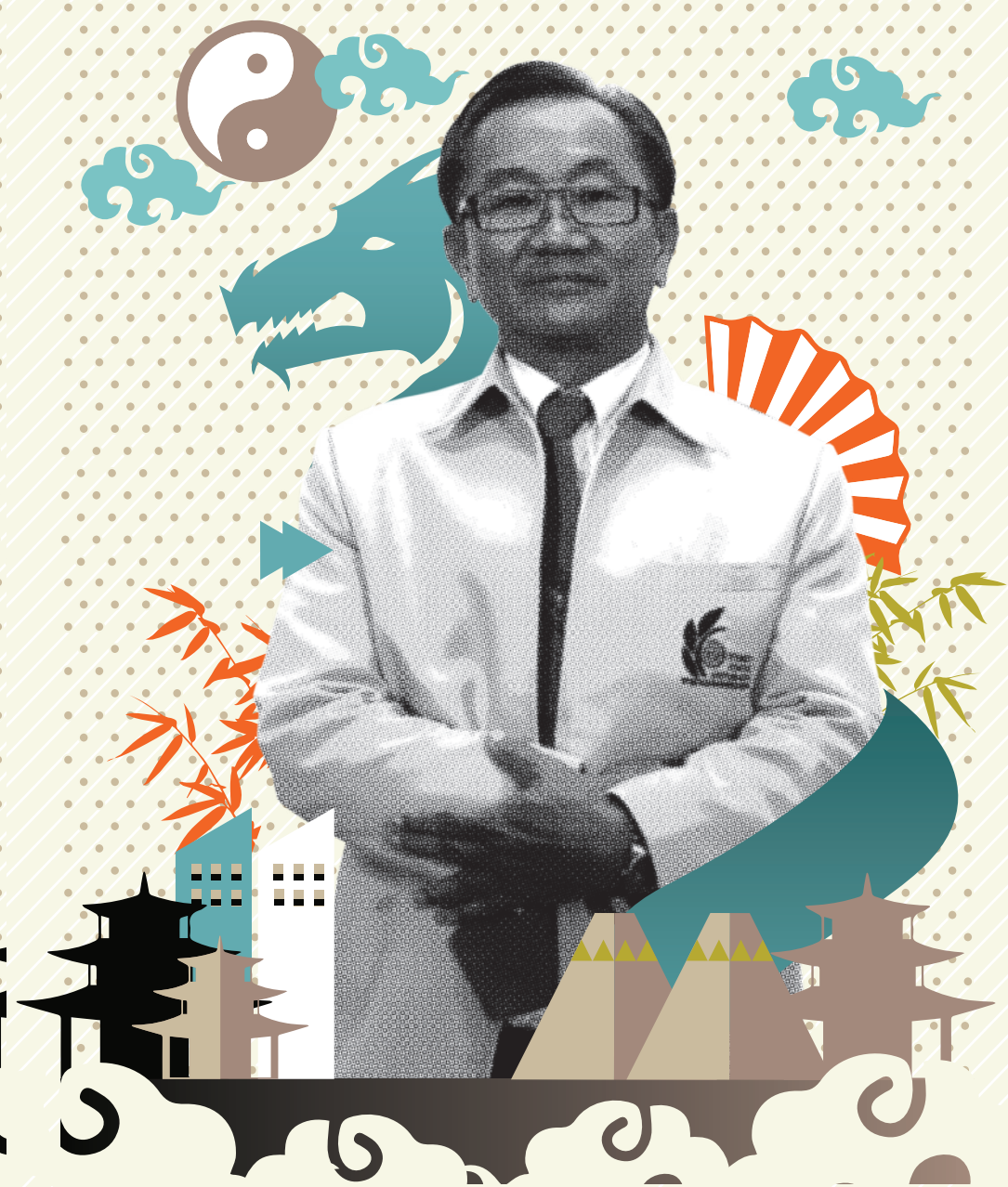
สำหรับนักลงทุนที่สนใจจะลงทุนหรือขยายตลาดการค้าของตน ควรแน่ใจว่ากิจการหรือธุรกิจของตนที่มีอยู่ในประเทศเวลานี้มีความมั่นคงและสามารถอยู่รอดได้ก่อนทำการลงทุนหรือเปิดตลาดใหม่ ปัจจุบันความนิยมของผู้บริโภคนิยมสินค้าที่มีคุณภาพระดับ world class ดังนั้นสินค้าจะต้องได้คุณภาพ ซึ่งต้องศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเรียนรู้คู่แข่งในธุรกิจเดียวกันและคู่แข่งที่จะส่งผลกระทบต่อธุรกิจของเรา

บทสรุปก็คือ โลกกำลังเปลี่ยนแปลง และความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ไม่ได้จบลงที่ AEC แต่จะเป็นจุดเริ่มต้นที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง เช่น ความตกลงหุ้นส่วนยุทธศาสตร์เศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Trans-Pacific Strategic Economic Partnership Agreement : TPSEP) เป็นความตกลงการค้าเสรีกรอบพหุภาคีที่มีมาตรฐานสูง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดการบูรณาการทางเศรษฐกิจในด้านการเปิดตลาดการค้าสินค้า บริการและการลงทุน การปฏิรูป การสร้างความสอดคล้องในกฎระเบียบทางเศรษฐกิจให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน เช่น นโยบายการแข่งขัน การจัดซื้อโดยรัฐ ทรัพย์สินแห่งปัญญา มาตรฐานแรงงานและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งแต่เดิมนั้น ประเทศสมาชิกประกอบด้วย ชิลี นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ และบรูไน หรือที่เรียกว่า The Pacific-4 (P4) และต่อมา สหรัฐฯ ออสเตรเลีย เปรู เวียดนาม และมาเลเซียได้เข้าร่วมการเจรจาความตกลง TPP ซึ่งประเทศสมาชิก TPP ทั้ง 9 ประเทศต่างเป็นสมาชิก APEC ด้วย ทั้งนี้ ประเทศสมาชิก TPP ยังไม่มีแนวโน้มที่จะรับสมาชิกใหม่จนกว่าการเจรจาจะเสร็จสิ้น ดังนั้นการศึกษา เรียนรู้ การมีวิสัยทัศน์ที่จะเรียนรู้ถึงความเปลี่ยนแปลงของโลกจะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดจากการสร้างเครือข่ายระหว่างกัน แม้ว่าการสร้างเครือข่ายธุรกิจใหม่ในจีนและ AEC จะเป็นโอกาสสำหรับการลงทุน

อย่างไรก็ตามสำหรับ
การทำธุรกิจในตลาดจีน
สิ่งที่ต้องคำนึงถึงก็คือ
การทำในสิ่งที่ตนเองชำนาญ
การลงทุนที่คำนึงถึงความเสี่ยงน้อย
การขยายฐานลูกค้า
การสร้างเครือข่าย
และการค่อยๆ ศึกษาเรียนรู้
เพื่อให้เกิดประโยชน์
ต่อการลงทุนมากที่สุด

ความพร้อมของ
การท่องเที่ยวไทยเพื่อรองรับ
นักท่องเที่ยวจีน

โดย ดร.รุ่งโรจน์ สีเหลืองสวัสดิ์
รองประธานฝ่ายวิชาการ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย



ชาวจีนถือเป็นนักท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจไทย จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อปีที่เข้ามาในเมืองไทยมีจำนวนตัวเลขที่สูงขึ้นจากปี 2554 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนจะแบ่งเป็นสามกลุ่ม ได้แก่ ระดับสูงซึ่งมีอำนาจในการใช้จ่ายสูง นิยมท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ ระดับกลางและระดับล่าง ซึ่งการวางโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเจาะกลุ่มลูกค้าในแต่ละระดับโดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับสูงและระดับกลาง จะทำให้สามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้มากขึ้น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีอำนาจในการใช้จ่ายที่มากกว่าระดับล่าง การเตรียมความพร้อมของธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีจำนวนมาก จะทำให้เกิดโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับธุรกิจในกลุ่มท่องเที่ยวมากขึ้น สำหรับการเตรียมความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวจีน มีดังนี้

"นักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วน 1 ใน 5 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย"

"ความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ"

ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นสิ่งสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างชาติให้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยที่ขณะนี้วิกฤตการณ์ในภูมิภาคอื่นๆ ของโลก ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศในแถบเอเชียมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งสภาพภูมิศาสตร์ของประเทศไทยที่ตั้งอยู่ตรงกลางแวดล้อมด้วยประเทศต่างๆ ถือเป็นข้อได้เปรียบของประเทศไทย ดังนั้นการสร้างความเชื่อมั่นในเรื่องของความปลอดภัยและทรัพย์สิน จะทำให้ประเทศไทยได้รับผลประโยชน์ในเรื่องของธุรกิจการท่องเที่ยว

การเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับประเทศอื่นๆ จะต้องอาศัยการสนับสนุนจากรัฐบาล ในขณะเดียวกันภาคธุรกิจก็ต้องเพิ่มขีดความสามารถของตนเองให้มากขึ้น ทั้งนี้ในภาพรวมใหญ่ต้องอาศัยรัฐบาลเป็นผู้วางโครงสร้างพื้นฐานซึ่ง หมายถึง องค์ประกอบพื้นที่รองรับการท่องเที่ยวทั้งระบบถือเป็นการสนับสนุนให้การท่องเที่ยวสามารถไปด้วยดี และทำให้เกิดความรวดเร็วในการดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภคด้านต่างๆ ระบบการสื่อสารและโทรคมนาคม ระบบการขนส่ง ระบบสาธาณสุข และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายและมีความสุข สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญประกอบด้วย ที่พักแรม อาหารและสถานบันเทิง การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สินค้าที่ระลึก ระเบียบการเข้า-ออกประเทศ ในส่วนของภาคเอกชนและผู้ประกอบการต้องเพิ่มขีดความสามารถของตนเอง เพื่อให้สามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยวด้วยการพัฒนาทรัพยากรบุคคล

การพัฒนาทรัพยากรบุคคลต้องมีการพัฒนาทางด้านการศึกษา โดยที่ปัจจุบันการศึกษาของไทยมีลักษณะเป็นการเรียนการสอนในโรงเรียนตามหลักสูตรการศึกษา ซึ่งการพัฒนาบุคลากรควรให้เป็นลักษณะของ การฝึกอบรม (Competency-based Training) เช่น สหรัฐอเมริกา คานาดา อังกฤษ เกาหลี ออสเตรเลีย เพื่อควบคุมคุณภาพของบุคลากรในอาชีพต่างๆ เพื่อเพิ่มการแข่งขันกับนานาชาติ โดยคำนึงถึงอุปสงค์ (demand) และอุปทาน (supply) ซึ่งผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการรวมถึงบุคลากรในวงการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องมีสมรรถนะในการปฏิบัติงานด้านนั้นๆ โดยที่ปัจจุบันได้มีข้อตกลงที่เรียกว่า “ข้อตกลงอาเซียนด้านบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยว” หรือ ASEAN MRA on Tourism Professionals เป็นข้อตกลงยอมรับร่วมที่ได้รับการลงนามโดยรัฐมนตรีท่องเที่ยวอาเซียนทั้ง 10 ประเทศ (โดยประเทศไทยมีนายชุมพล ศิลปอาชา รองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นตัวแทนลงนามในข้อตกลงดังกล่าว เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2555) ข้อตกลงนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ

1

ส่งเสริมการเคลื่อนย้ายแรงงานด้านบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวในอาเซียน

2

แลกเปลี่ยนข้อมูลเกี่ยวกับแนวปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best practices) ด้านการสอนและฝึกอบรมบุคลากรวิชาชีพบริการการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐาน โดยใช้สมรรถนะเป็นหลัก (competency-based) รวมทั้งเพื่อเปิดโอกาสในการสร้างความร่วมมือและเพิ่มขีดความสามารถในหมู่สมาชิกอาเซียน

ตามแผนดำเนินงานที่วางไว้ อาเซียนจะจัดทำ "มาตรฐานสมรรถนะขั้นพื้นฐานของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวแห่งอาเซียน" (ASEAN Common Competency Standards for Tourism Professionals: ACCSTP) ให้แล้วเสร็จภายในปี 2558 และสามารถนำไปใช้ได้ในประเทศสมาชิก โดย ACCSTP จะระบุถึงสมรรถนะพื้นฐานขั้นต่ำของบุคลากรวิชาชีพท่องเที่ยวในสายงานสาขาต่างๆ โดยบุคลากรที่ได้รับประกาศนียบัตรสมรรถนะวิชาชีพบริการท่องเที่ยวในสาขาที่ระบุใน ACCSTP จากหน่วยงานที่รับผิดชอบของประเทศใดประเทศหนึ่ง จะสามารถทำงานในประเทศสมาชิกอาเซียนอื่นๆ ได้ แต่ทั้งนี้สิทธิการทำงานจะยังอยู่ภายใต้กฎหมายและข้อบังคับของประเทศที่บุคคลผู้นั้นถูกจ้างงาน สมรรถนะ (Competence) หมายถึงความสามารถในการปฏิบัติ ภายใต้เงื่อนไขใช้เครื่องมือ วัสดุ อุปกรณ์ที่ระบุไว้ให้ได้มาตรฐาน ตามเกณฑ์การปฏิบัติ (Performance Criteria) และมีหลักฐานการปฏิบัติ ให้ประเมินผลและตรวจสอบได้

สำหรับสภาวะปัจจุบันภายใต้การบริหารของคณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) กลุ่มผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีข้อเสนอแนะต่อภาครัฐบาล ดังนี้

1

ควรมีการรักษาความสงบเรียบร้อยและการจัดระเบียบการให้บริการและสถานที่ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวมองว่าเป็นการดำเนินงานที่ดีของ คสช. และเป็นโอกาสที่ดีที่จะสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้

2

ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้กับต่างประเทศ โดยไตรมาสที่ 4 นับเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่จะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมามาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสถานการณ์ในประเทศเข้าสู่ภาวะปกติ ภาครัฐควรต้องมีการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย Roadshow ในประเทศเป้าหมาย

3

เพิ่มศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งเที่ยวบินจากประเทศที่มีนักท่องเที่ยวมาก รัฐอาจจะต้องให้การสนับสนุนในเรื่องเที่ยวบินเหมาลำ (Charter flight) ควบคู่ไปกับการประชาสัมพันธ์ด้วย โดยอาจจะช่วยประสานงานกับทางรัฐบาลจีนในการดำเนินงานดังกล่าว หรือการลดต้นทุนเช่น ค่าจอดเครื่องบินและค่าธรรมเนียมสนามบิน

ในส่วนของข้อเสนอแนะต่อผู้ประกอบการ ได้แก่

1

พัฒนามาตรฐานการให้บริการ โดยเฉพาะการดูแลความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว

2

เตรียมความพร้อมของตนเองในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวในไตรมาสที่ 4 และเทศกาลสำคัญในช่วงปลายปี

3

ให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลกรในธุรกิจของตนเอง

4

เพิ่มความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการในธุรกิจหรือในพื้นที่เดียวกันให้มากยิ่งขึ้น

4

ส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศอย่างต่อเนื่อง การอนุญาตให้นักท่องเที่ยวชาวไทยนำค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวภายในประเทศไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้

5

การส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานอื่นๆ เพื่อรองรับการเติบโตของการท่องเที่ยว และการสนับสนุนการพัฒนาบุคลากรที่จำเป็น เช่น มัคคุเทศก์ คนขับรถ ที่อาจจะขาดแคลนและจะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของการท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้

ธุรกิจไทยสู่**ตลาดจีน**

โดย คุณไกรสินธุ์ วงศ์สุรไกร
รองประธานคณะกรรมการ AEC Prompt สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

"จีนมีประชากรมากที่สุดในโลก นับเป็นตลาดการค้าใหญ่ของโลก ที่หลายประเทศต้องการทำการค้าด้วย นับตั้งแต่ที่จีนเข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก หรือ WTO จีนก็ผ่อนคลายกฎเกณฑ์การลงทุนมากขึ้น"

ทุกมณฑลของจีนได้รับการพัฒนาในทุกด้านต่อเนื่องและเปิดรับการลงทุนของต่างชาติมากขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจเกษตรกรรม พลังงาน โทรคมนาคมและ สามารถร่วมทุนในธุรกิจ การท่องเที่ยว ประกันภัย และธนาคารได้อีกด้วย นอกจากนี้การที่รัฐบาลจีนได้ส่งเสริมให้นักธุรกิจของจีนเองออกไปทำการค้าขาย ลงทุน หรือแม้แต่เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ เท่ากับว่าเป็นการเพิ่มโอกาสให้กับไทยมากยิ่งขึ้น ส่วนความขัดแย้งของรัฐบาลจีนกับญี่ปุ่น ฟิลิปปินส์ และเวียดนาม ในการขยายกำลังทางทหารในน่านน้ำทะเลจีนใต้ เชื่อว่าจะไม่มีผลกระทบต่อไทย เพราะไทยไม่มีน่านน้ำเชื่อมต่อกับจีน แต่จะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวและการค้าของไทยด้วย และทำให้คนจีนหันมาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มมากขึ้น ด้วยโอกาสและด้วยจังหวะที่มีอยู่เช่นนี้ จึงกลายเป็นโอกาสที่ดีของไทยอย่างมากที่จะฉกฉวยไว้เพื่อประโยชน์ของตนเองไม่ใช่เพียงแค่การฉกฉวยผลประโยชน์จากการเข้ามาลงทุนของจีนเท่านั้น แต่การลงทุนหรือเปิดตลาดการค้าที่เมืองจีนเองก็เป็นโอกาสที่นักธุรกิจไทยสามารถแสวงหาโอกาสได้เช่นเดียวกัน นอกเหนือไปจากคู่ค้าอันดับหนึ่ง คือ อาเซียน ซึ่งนักธุรกิจไทยที่เข้าไปลงทุนในจีนยังยอมรับว่าการลงทุนที่จีนมีความท้าทาย

"ดังนั้นนักธุรกิจของไทยที่จะเข้าไปลงทุนหรือทำการค้ากับจีน จะต้องใช้กลยุทธ์ที่สำคัญคือ "รู้เขารู้เรา รบร้อยครั้งก็ไม่แพ้" หมายถึง นักลงทุนควรศึกษาเรื่องราวต่างๆ ของจีนในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ สังคม ศิลปวัฒนธรรม วิถีชีวิตความป็นอยู่ ก่อนที่จะตัดสินใจเข้าสู่ตลาดจีน"

วัฒนธรรมเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญต่อความสำเร็จของการดำเนินธุรกิจ สำหรับประเทศที่มีประวัติศาสตร์ที่ยาวนาน การที่เป็นประเทศใหญ่มีพื้นที่กว้างขวาง ในแต่ละภูมิภาคก็มีวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตที่แตกต่างกันออกไป รายละเอียดเกี่ยวกับวัฒนธรรมที่ควรรู้เกี่ยวกับจีน ได้แก่ การทักทายของคนจีน การเรียกชื่อแซ่ อุปนิสัยใจคอ เรื่องของอาหารการกิน ภาษาพูดและภาษาเขียน ปัจจุบันระบบตัวอักษรจีนแบ่งออกเป็นสองระบบใหญ่ได้แก่ ระบบตัวเต็มและระบบตัวย่อ ระบบตัวเต็มเป็นระบบที่ใช้ในไต้หวัน ฮ่องกง มาเก๊า และกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลในทวีปอเมริกาเหนือ ส่วนระบบตัวย่อเป็นระบบที่ใช้ในจีนแผ่นดินใหญ่ มาเลเซีย สิงคโปร์และกลุ่มชาวจีนโพ้นทะเลในแถบเอเชียตะวันออก-เฉียงใต้ ศิลปะแขนงต่างๆ รวมถึงความเชื่อในเรื่องโชคลางต่างๆ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักลงทุนจะต้องเรียนรู้เพื่อปรับตัวให้เข้ากับคู่ค้า เพื่อการดำเนินธุรกิจให้ประสพผลสำเร็จ

ในส่วนของการลงทุน ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างภูมิภาคต่างๆ กับจีนมีอีกหนึ่งปัจจัยที่ควรจะทราบ ได้แก่ กรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-Region: GMS) ถือเป็นความร่วมมือสำคัญในการเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางเศรษฐกิจภายในภูมิภาคอินโดจีน ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐานและกฎระเบียบต่างๆ โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทางตามแนวระเบียงเศรษฐกิจ (Economic Corridor) ที่จะนำมาซึ่งประโยชน์ในหลายด้าน

การส่งออกในกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา สปป.ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม) ที่เติบโตขึ้น อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากมีประชากรรวมกันถึง 137 ล้านคน และสินค้าส่วนหนึ่งถูกส่งผ่านไปยังผู้บริโภคทางตอนใต้ของสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้นจีนจึงเป็นตลาดที่ใหญ่ ประกอบกับสินค้าของไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อผู้บริโภคในกลุ่มประเทศ CLMV ขณะเดียวกันก็มีพื้นที่ใกล้กับประเทศไทย โอกาสทางการตลาดในอนาคตจึงมีอยู่สูง จากเหตุผลทางภูมิศาสตร์และจำนวนประชากรที่เอื้อต่อการเจริญเติบโต

นอกจากนี้ประเทศจีนยังมี
ประเทศคู่ค้ารายใหญ่ อีก 10 ประเทศ

ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฮ่องกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ไต้หวัน เยอรมัน ออสเตรเลีย มาเลเซีย บราซิล และรัสเซีย ตามลำดับของมูลค่าการซื้อขายซึ่งหมายถึงการเชื่อมโยงและการทำการค้ากับกลุ่มคู่ค้าของจีน

ในส่วนของพฤติกรรมผู้บริโภคชาวจีน จากข้อมูลที่ปรึกษาธุรกิจและวิจัยตลาดพบว่า ปัจจุบันกลุ่มผู้บริโภคซึ่งเป็นชนชั้นกลางมีจำนวนมากขึ้น และมักให้ความสำคัญกับการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลสินค้า ชอบความง่ายสะดวกสบายกับการซื้อของออนไลน์บนเว็บไซต์ ใช้ความรู้สึกเป็นตัวตัดสินใจซื้อสินค้า และให้ความเชื่อมั่นกับแบรนด์สินค้าเป็นหลัก การทำการตลาดสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือที่จำเป็นอย่างยิ่งหากต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า อินเทอร์เนตมีบทบาทสำคัญมากในปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงการสื่อสารจากระบบโทรศัพท์มือถือและสมาร์ทโฟน ดังนั้นสินค้าและบริการของไทยที่ต้องการจะเจาะกลุ่มผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่นี้ คงต้องให้ความสำคัญการใช้ช่องทางทำการตลาดผ่านระบบอินเทอร์เนตและการสื่อสารผ่านระบบมือถือด้วย ประกอบกับควรเน้นพัฒนาแบรนด์สินค้าให้มีจุดเด่น สร้างความน่าเชื่อถือ และมีช่องทางการซื้อที่ง่ายและสะดวกสบาย เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังในการซื้อโดยคำนึงถึงคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคาของสินค้า ซึ่งหากสามารถจับจุดและรู้ทันพฤติกรรมการบริโภคของชาวจีนยุคใหม่ที่มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยได้แล้ว ก็จะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ช่วยให้ธุรกิจเจาะตลาดจีนได้สำเร็จและสินค้าสามารถอยู่ในตลาดจีนได้อย่างยั่งยืน

เรื่องของนโยบายลูกคนเดียวของประเทศจีน ทำให้พ่อแม่เอาใจบุตรหลานและยอมที่จะจ่ายเงินเพื่อบุตรหลาน ดังนั้นตลาดสินค้าและบริการสำหรับเด็กจึงเป็นตลาดที่น่าสนใจสำหรับนักลงทุน จากตัวเลขอัตราส่วนของจำนวนเด็กชายที่มากกว่าเด็กหญิงยังสะท้อนให้เห็นถึงตลาดของสินค้าและบริการที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อีกด้วย

"ปัจจุบันประชากรผู้สูงอายุของจีนมีจำนวนมากขึ้น และประชากรกลุ่มนี้ก็ให้ความสนใจเกี่ยวกับสุขภาพและความงามมากขึ้น ประกอบกับเป็นประชากรที่มีกำลังซื้อ ดังนั้นสินค้าและธุรกิจประเภทสุขภาพและความงามก็เป็นอีกธุรกิจที่สามารถลงทุนเปิดตลาดกับจีนอีกทางหนึ่ง"

สำหรับสินค้าเกษตรในอนาคต ผู้บริโภคของจีนมีแนวโน้มที่จะให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมและคุณภาพของอาหารมากขึ้น จากการสำรวจครั้งล่าสุด ในปี 2007 ผู้บริโภคในปักกิ่งส่วนใหญ่ให้ความสำคัญต่อคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารมากกว่าราคาอาหาร ทำให้การเกษตรและอุตสาหกรรมอาหารของจีน ต้องเผชิญกับความกดดันด้านคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารที่ผลิต ทั้งจากผู้บริโภคภายในประเทศและนอกประเทศ รัฐบาลจีนเริ่มกำหนดกฎระเบียบที่เข้มงวดและห้ามการผลิตอาหารที่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และมีการใช้สารเคมีมากเกินไป นอกจากนั้นสินค้าเกษตรที่ส่งออกของจีนยังถูกกดดันจากระบบการตรวจสอบรับรองคุณภาพ รวมทั้งกฎระเบียบและข้อจำกัดเกี่ยวกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างไรก็ตาม นโยบายการเปิดเสรีของจีน จะกระตุ้นให้จีนยังคงเป็นประเทศผู้ส่งออกและนำเข้าสินค้าเกษตรรายใหญ่ของโลกต่อไปในอนาคต

ในการเข้าไปลงทุนในจีนระบบเส้นสายยังเป็นระบบที่มีอยู่ในจีน ในการลงทุนในตลาดจีนควรหาหุ้นส่วนทางธุรกิจที่น่าเชื่อถือ เพื่อเป็นฐานเงินทุน เป็นเครือข่ายในการจำหน่ายหรือให้บริการลูกค้า ผู้ลงทุนควรระวังในเรื่องของการแข่งขันนอกเกมส์ เช่น การปลอมแปลงสินค้า พวกหลอกลวง ควรมีการจดทะเบียนการค้าให้ครอบคลุมเพื่อป้องกันการเลียนแบบ เน้นคุณภาพของสินค้า ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค รายละเอียดปลีกย่อย ข้อมูลเกี่ยวกับระเบียบข้อบังคับต่างๆ เพื่อให้การลงทุนมีความเสี่ยงน้อยที่สุด

การรวมตัวกันเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และกรอบการตกลงทางการค้าของแต่ละภูมิภาค รวมถึงเข้าไปลงทุนในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งประเทศอยู่ระหว่างการพัฒนาและมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ ถือเป็นเรื่องที่น่าสนใจของนักลงทุนไทย นอกจากจะช่วยแก้ไขข้อจำกัดทางธุรกิจทั้งในด้านการแข่งขันหรือการขาดแคลนปัจจัยการผลิตแล้ว ยังเป็นการเปิดตลาดใหม่เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขัน โอกาสที่จะประสบความสำเร็จในการเข้าไปลงทุนก็มีไม่น้อย นักธุรกิจควรมีการศึกษาข้อมูลจากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากภายในประเทศ และประเทศที่จะไปลงทุน รวมทั้งมีการประเมินตนเองและสภาพแวดล้อมรอบด้านต่างๆ ก่อนตัดสินใจลงทุน สำหรับธุรกิจขนาดย่อมจำเป็นจะต้องรักษาคุณภาพเอกลักษณ์และภาพพจน์ของสินค้าไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้า บริการและอาหาร เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

นอกจากนี้กฎ กติกา มารยาท การค้ากับจีนยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่ง ในการส่งเสริมการดำเนินธุรกิจในตลาดจีน ได้แก่

การให้ความสำคัญกับนามบัตร
รอยยิ้ม ระบบชั่ง ตวงวัดที่ต่างกัน
เช่น 1 ชั่งจะเท่ากับ 500 กรัม
ในประเทศจีน แต่จะเท่ากับ 600 กรัม
ในไต้หวัน การเพ่งมองตาเวลาเจรจาธุรกิจ
การสร้างสายสัมพันธ์ก่อนทำธุรกิจทีหลัง
รู้จักรักษา “หน้า” ของทุกฝ่าย
หาโอกาสพบปะแบบหนึ่งต่อหนึ่ง
อย่าเป็นกันเองจนเกินเลย ปล่อยให้เขาสูบบุหรี่
หลีกเลี่ยงชุดขาว อย่าให้ “นาฬิกาแขวน”
เป็นของขวัญ เป็นต้น

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 2

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 3

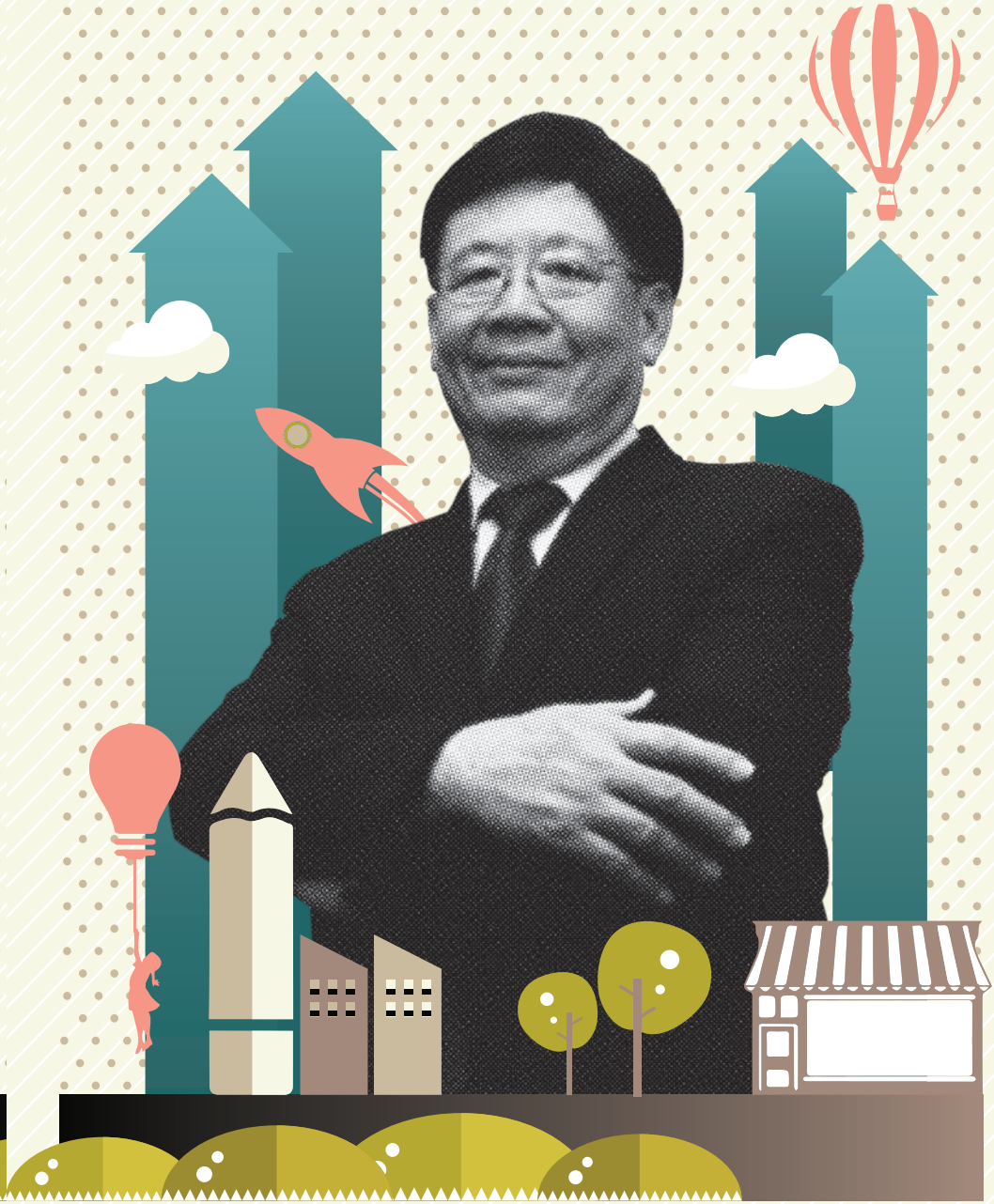
ทักษะสร้างสรรค์ : ปลูกฝันคนรุ่นใหม่ คว้าโอกาส จากการเปลี่ยนแปลง

วันพุธที่ 3 ก.ย. 2557 เวลา 13.00 - 17.00 น.

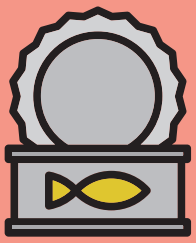
ณ ห้องโลตัสสวีท 5-7 ชั้น 22
โรงแรม เซนทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลเวิลด์
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

โลกเปลี่ยน คนเปลี่ยน : **Make it Possible** ด้วยตัวเราเอง

โดย รศ. ดร.สมภพ มานะรังสรรค์
อธิการบดีสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์



"แนวโน้มของความรู้และทักษะที่เป็นที่ต้องการในสหัสวรรษใหม่ รวมถึงแนวโน้มของการพัฒนาเศรษฐกิจและธุรกิจ หรือ Trend of Economic and Business Development ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวจะมีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้"



1 การเปลี่ยนแปลงจาก Commodity-Based มาเป็น Height Value-Based

คือการเปลี่ยนแปลงจากการผลิตสินค้าหรือบริการ เพื่อให้เพียงพอแก่ความต้องการของผู้บริโภคหรือมุ่งใช้แรงงานอย่างเดียว มาเน้นที่การเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการให้มีคุณภาพมากขึ้น

2 เปลี่ยนบทบาทจากการเป็นผู้เล่นภายในประเทศ เป็นผู้เล่นในระดับนานาชาติ

ได้แก่ กลุ่มของอาเซียน เอเชีย และระดับสากลโลก เนื่องจากข้อตกลงทางการค้าและการเปิดเสรีทางการค้าในระดับภูมิภาคต่างๆ โดยเฉพาะ CLMV+ไทย คือ ประเทศ กัมพูชา ลาว พม่า เวียดนาม และไทย ซึ่งเป็นประเทศในกลุ่ม ASEAN ที่มีแนวโน้มเศรษฐกิจโตต่อเนื่อง มีค่าจ้างแรงงานไม่สูงนัก และมีพรมแดนติดกับไทยทุกประเทศจึงเหมาะมากที่ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปลงทุนหรือหาลู่ทางทำธุรกิจ สำหรับเอเชียใต้มีประเทศอินเดียที่น่าจับตามอง นอกจากนี้ยังมีแนวโน้มที่จีนจะมีการลงทุนในต่างประเทศ

3 Going Greener

คือการคำนึงถึงสภาวะแวดล้อมมากขึ้นโดยการลงทุนทำธุรกิจจะต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อมซึ่งต่อไปอาจมีบทลงโทษต่อประเทศที่มีการทำธุรกิจและอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบต่อสภาวะแวดล้อม

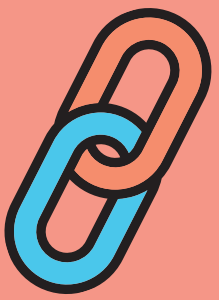
4 Socially Acceptable

ได้แก่ การเป็นที่ยอมรับในสังคม

5 เปลี่ยนจาก Cost Effectiveness and Economies of Scale มาเป็น Innovation Orientation and Economies

คือ การเปลี่ยนจากการทำงานแบบต้นทุนประสิทธิภาพและการประหยัดเนื่องจากขนาด ซึ่งเป็นวิธีการที่มุ่งเน้นกำไร ทำกำไรให้มากมาสู่การใช้นวัตกรรมมาเพิ่มผลผลิตทั้งสินค้า บริการและกระบวนการในการทำงาน โดยการนำการบริหารความเสี่ยง หรือ Risk Management มาใช้ ซึ่งวิเคราะห์จากความเสี่ยงสองประการ คือ Economic Risk และ Non-Economic Risk

6 Strength and Flexibility



คือ มีความเข้มแข็งและความยืดหยุ่น ซึ่งจะทำให้การบริหารธุรกิจเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ความเข้มแข็งและยืดหยุ่นจะนำมาใช้ในเรื่องของการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Chain Management) และการปรับตัวและยอมรับความเปลี่ยนแปลง ได้แก่ ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจทั้งภายในและภายนอก และความเปลี่ยนแปลงด้านอื่นๆ ที่ไม่ใช่ด้านเศรษฐกิจ เช่น การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศและการเปลี่ยนแปลงของโลก เพื่อก้าวสู่การเป็นองค์กรที่มีวัฒนธรรมยืดหยุ่น เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว

"รศ.ดร.สมภพ ได้คาดการณ์ทิศทางอนาคตของเศรษฐกิจโลกในปี 2020 ว่าการเติบโตอย่างรวดเร็วของเศรษฐกิจแบบสังคมเมืองจะเข้ามาแทนที่ หมายถึง พฤติกรรมของผู้บริโภคจะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม รูปแบบลีลาของชีวิต หรือ Lifestyle จะเปลี่ยนแปลงไป โดยคนรุ่นใหม่เข้ามาแทนที่คนรุ่นเก่า จะมีกลุ่มชนชั้นกลางเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้จะมีพลเมืองสูงอายุเพิ่มมากขึ้น โดยดูจากอัตราการเกิดในหลายประเทศน้อยลงและจำนวนอัตราของผู้สูงอายุเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดสังคมผู้สูงอายุ (Ageing Society) หมายถึงการมีประชากรที่อายุมากกว่า 60 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 10 ของประชากรทั้งประเทศ"

นอกจากนี้รูปแบบของการทำธุรกิจจะเปลี่ยนไปจากระบบเศรษฐกิจฐานการผลิตไปสู่ระบบเศรษฐกิจฐานบริการ (Service-based Economy) คือ รูปแบบของธุรกิจจะหันมาแข่งขันกันที่การบริการมากขึ้น ซึ่งการบริการที่ว่านี้มีด้วยกัน 2 ประเภท บริการประเภทแรก คือ การบริการที่มากับตัวสินค้า (Smart Service) ตัวสินค้ามีความฉลาดมากขึ้น สินค้าจะสามารถให้บริการผู้ใช้ได้มากขึ้น เพื่อตอบสนองให้ผู้ใช้งานมีความสะดวกสบายและปลอดภัยมากขึ้น ซึ่งบริการประเภทนี้ต้องอาศัยเทคโนโลยีเข้ามาช่วยอย่างมากและประเภทสินค้าที่เริ่มจะเห็นบริการประเภทนี้ได้แก่ รถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้าน ส่วนบริการประเภทต่อมาคือ บริการที่ผูกติดอยู่กับความเชี่ยวชาญ ความชำนาญและทักษะของคน

ประการสุดท้ายของทิศทางเศรษฐกิจโลกในปี 2020 ก็คือ บทบาทของเงินดอลลาร์ (Roles of Dollarization) ยังคงมีบทบาทในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศและสามารถที่จะหาประโยชน์ได้จากการลงทุนทางการเงิน

แนวโน้มของโลกในอนาคตจะเป็นโลกยุคดิจิทัล อินเตอร์เน็ตจะเข้ามามีบทบาทสำคัญ ความต้องการทางกายภาพ (Physical Needs) ซึ่งเป็นความต้องการในเรื่องพื้นฐานของมนุษย์จะน้อยลง ซึ่งมีผลให้การบริโภคสินค้าที่ตอบสนองความต้องการพื้นฐานทางกายภาพลดลงไปด้วย

นอกจากนี้โลกจะหันมาสนใจในเรื่องของการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ (Climate Change)

การที่จะพยากรณ์และบริหารจัดการ "อนาคต"
สิ่งที่ต้องนำมาพิจารณา ได้แก่

1. แนวโน้มของอนาคต โดยดูแนวโน้มทั้งแนวโน้มของเศรษฐกิจ (Economic Trends) และ Non-Economic Trends ว่ามีแนวโน้มไปในทิศทางใด ซึ่งแนวโน้มที่ไม่ใช่เศรษฐกิจ ได้แก่ แนวโน้มทางการเมือง สังคม และเรื่องของความปลอดภัย

2. ความเสี่ยงในอนาคต (Future Risks) ได้แก่ ความเสี่ยงทางธุรกิจและด้านอื่นๆ ได้แก่ ความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากการเมือง การเปลี่ยนแปลงทางสังคม และด้านความมั่นคงปลอดภัย

3. โอกาสในอนาคตที่จะเกิดขึ้นและการนำโอกาสนั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์

4. มีการบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk Management) โดยหาวิธีการที่จะรับมือและบริหารจัดการกับความเสี่ยงที่อาจจะเกิดขึ้น

5. การเปลี่ยนความเสี่ยงและความไม่แน่นอนให้เป็นโอกาส

ในการเปลี่ยนความเสี่ยงต่างๆ ให้กลายเป็นโอกาส สามารถทำได้โดย

1. การพยากรณ์ความไม่แน่นอนโดยดูจากองค์ประกอบต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง

2. จัดความไม่แน่นอนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นให้เป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มความไม่แน่นอนจากการเมือง กลุ่มความไม่แน่นอนทางสังคม เป็นต้น

3. บริหารจัดการอย่างมีระบบ

ทั้งนี้ผู้บริหารระดับสูงจะต้องเป็นผู้มีวิสัยทัศน์ในการบริหารจัดการ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นตลอดเวลาในด้านต่างๆ ผู้บริหารจึงต้องมีวิสัยทัศน์ในการมองย้อนหลัง และมองย้อนหน้า โดยมีวิสัยทัศน์แบบสิบปีย้อนหลัง และเดินหน้าสิบปี โดยมีวิสัยทัศน์ในเรื่องของภาวะการเปลี่ยนแปลงในระดับต่างๆ ตั้งแต่ระดับโลก ระดับภูมิภาคต่างๆ ระดับชาติ ระดับภาคส่วน จนถึงระดับองค์กร

ในการดำเนินธุรกิจจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งความน่าเชื่อถือทางธุรกิจขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ดังต่อไปนี้

1 Country's Image

ภาพลักษณ์ของประเทศ ซึ่งปัจจัยที่จะส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของประเทศได้แก่ปัจจัยด้านการเมือง ระบบราชการ สังคม เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของประเทศ

2 Corporate Image

ภาพลักษณ์ขององค์กรธุรกิจ ซึ่งขึ้นอยู่กับ การกำกับดูแลกิจการ (Corporate Governance) ความสามารถขององค์กรที่วัดได้ในเชิงปริมาณ (Corporate Capacity) ทั้งในอดีต ปัจจุบันและในอนาคต รวมถึงความพร้อมของบุคลากรในองค์กร (HR Readiness)

3 Product Image

ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

4 People Image

ภาพลักษณ์ของบุคคล

การบริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ ผู้บริหารจะต้องคำนึงถึง HRD (Human Resource Development) หมายถึง การสร้างบุคลากรในองค์การ หรือ หน่วยงานให้เป็นผู้มีความรู้ ความสามารถ ทางสติปัญญา (Intelligence) ขีดความสามารถในการปฏิบัติงาน (Competency, Performance, Skill) เพื่อให้พันธกิจ (Mission) ภาระงาน (Task) ขององค์การหรือหน่วยงาน บรรลุเป้าประสงค์ (Goal) มีการบริหารจัดการนวัตกรรม (Innovation Management: IM) และมีระบบการบริหารงานที่พร้อมจะรับมือกับความเปลี่ยนแปลง

การบริหารการเปลี่ยนแปลง คือ การเปลี่ยนการเปลี่ยนแปลงให้กลายเป็นโอกาส โดยการตั้งคำถามว่าอะไรที่เปลี่ยนแปลง และทำไมจึงเปลี่ยนแปลง และจะรับมือกับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างไร ซึ่งต้องอาศัยการสร้างวิสัยทัศน์ให้เฉียบขาดและแหลมคม มีวิสัยทัศน์ที่ครอบคลุมในทุกระดับ เพื่อก้าวสู่การเป็นผู้นำทางธุรกิจที่ต้องมีแนวคิดใหม่ๆและไม่หยุดนิ่ง มีความเป็นผู้กล้าที่จะบุกเบิก มีความเป็นตัวของตัวเอง มีภาวะผู้นำและรู้จักที่จะเปลี่ยนแปลงตัวเองตลอดเวลา

การจะกำหนดความเหนือชั้นทางธุรกิจว่าธุรกิจใดจะมีความเหนือชั้นมากกว่าธุรกิจอื่นจะดูจากความเหนือชั้นทางเทคโนโลยี ความเชี่ยวชาญในธุรกิจนั้นๆ แหล่งที่มาของเงินทุน และการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ และกลยุทธ์ EDVARD & FIC Strategies เป็นกลยุทธ์ที่จะนำมาใช้ กลยุทธ์ดังกล่าว คือ

E

Expansion
หมายถึง
การรู้จักขยายตัว

D

Diversification
หมายถึง การกระจายตัว
ที่หลากหลาย

VA

Value Added
หมายถึง การเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า
และบริการ

R

Re-Connect to Core Businesses
หมายถึง การเชื่อมโยงกับธุรกิจหลัก

D

Differentiation
หมายถึง การสร้างความแตกต่าง

F

Flexibility
หมายถึง การมีความยืดหยุ่น

I

Integration
หมายถึง การลดกลุ่มธุรกิจ
และการประสานกันในกลุ่ม

C

Cooperation
หมายถึง การร่วมมือกับภายนอก

รวมถึงยุทธศาสตร์การขยายตัว คือ จะบริหารจัดการ Economies of Scale (EOS) หรือ "การประหยัดเนื่องมาจากขนาด" อย่างไร หมายถึง การลดต้นทุนเฉลี่ยต่อหน่วย ของการผลิตสินค้าลงในขณะที่มีการขยายการผลิตสินค้าให้มีขนาดใหญ่ขึ้น อาจกล่าวอีกอย่างหนึ่งว่า เมื่อการผลิตขยายออกไป ผู้ผลิตจะมีประสิทธิภาพการผลิตเพิ่มขึ้นด้วยการได้รับประโยชน์ จากการใช้เครื่องจักรขนาดใหญ่มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ประโยชน์จากการแบ่งงานกันทำตามความถนัดเฉพาะอย่าง ทั้งนี้การบริหารจัดการจะต้องรู้จักบริหารอุปสงค์และอุปทาน ในการผลิตจะต้องมีการบริหารต้นทุน ทั้งแบบคงที่และแบบผันแปร (Fixed Cost and Variable Cost) ในด้านของตลาด จะต้องมีการขยายส่วนแบ่งการตลาด (Market-Share Expansion) หรือการเป็นผู้กำหนดราคาสินค้า (Become Price-Setter)

ตัวกำหนดความสำเร็จของธุรกิจจะดูได้จาก นวัตกรรมการสร้างแบรนด์ การมีการสื่อสารที่ดล่องตัวมีพลวัตไม่หยุดนิ่ง มีการบริหารความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพ
โดยใช้กลยุทธ์ OQENA ได้แก่

Observing
การสังเกต

Question
การตั้งคำถาม

Experimenting
การทดลอง

Networking
การสร้างเครือข่าย

Associating
การปฏิสัมพันธ์

ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลและนำไปสู่การปฏิบัติ เพื่อก้าวสู่การเป็นองค์กรนวัตกรรม (Innovative Organization) การเป็นองค์กรนวัตกรรม ซึ่งหมายถึง องค์กรนั้นมีความเป็นนวัตกรรมอยู่ภายในองค์กร โดยเฉพาะในแง่ของการบริหารจัดการ ซึ่งมีพลวัตของความเป็นนวัตกรรมสูง หรือ มีการกระทำที่มีลักษณะเป็นนวัตกรรม คือ องค์กรนั้นจะต้องมีลักษณะของการแสดงออกทางความคิดสร้างสรรค์สูง ควบคู่ไปกับระบบการจูงใจให้รางวัลในการคิด หรือการกระทำใหม่ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อองค์กร บางครั้งก็รวมเอาประโยชน์ในเชิงสิ่งแวดล้อมและบริบทรอบตัวเข้าไว้ด้วยเหมือนกัน

สำหรับตัวกำหนดโอกาสทางการตลาด ได้แก่ การเป็นผู้นำด้านผลิตภัณฑ์ หรือผู้บุกเบิกผลิตภัณฑ์หรือเป็นผู้นำตลาดหรือเป็นผู้บุกเบิกตลาดผลิตภัณฑ์นั้นๆ ส่วนของการเพิ่มความสามารถในการผลิต จะต้องเพิ่มความสามรถในส่วนของแรงงาน ทั้งแรงงานผลิตและแรงงานในสำนักงาน คือ ใช้จำนวนคนเท่าเดิมแต่ได้ผลผลิตมากขึ้น การเพิ่มความสามารถด้านเวลา หมายถึง ใช้เวลาเท่าเดิมแต่ได้เนื้องานมากขึ้น การเพิ่มความสามารถของเงินทุน คือ ใช้ทุนเท่าเดิม ได้ผลผลิตมากขึ้น และเพิ่มความสามารถในความรู้ ที่จะสามารถใช้ทรัพยากรเท่าเดิมแต่ได้ผลผลิตมากขึ้น หรือใช้ทรัพยากรน้อยลงแต่ได้ผลผลิตเท่าเดิม

ในการบริหารธุรกิจผู้บริหารจะต้องรู้จักศิลปะในการบริหาร นั่นคือ การบริหารความขัดแย้ง เนื่องจากความขัดแย้งสามารถเกิดขึ้นได้ในทุกระดับของการทำงานและเกิดได้ในทุกกลุ่มบุคคล ด้วยการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management) อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บุคลากรขององค์กรมีภาวะการเป็นผู้นำ เป็นผู้มีความสามารถ มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และสร้างแรงจูงใจในการทำงาน ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นหรือความไม่แน่นอนในเรื่องต่างๆ อันมีผลต่อการดำเนินธุรกิจ การดำเนินธุรกิจจะต้องอาศัยการบริหารความเสี่ยง ซึ่งความเสี่ยงมีทั้งที่สามารถคาดการณ์ได้และทั้งที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ อันเกิดมาจากปัจจัยทั้งภายในและภายนอก การเผชิญหน้ากับสภาวะแวดล้อมที่ไม่อาจคาดการณ์ได้ ซึ่งมีทั้งที่เป็นผลบวกและผลลบต่อการดำเนินธุรกิจ ในกรณีที่เป็นผลบวกผู้ดำเนินธุรกิจจะเก็บเกี่ยวผลบวกที่ได้อย่างไร และกรณีที่เป็นผลลบเราจะหลีกเลี่ยง หรือทำให้เกิดผลกระทบให้น้อยที่สุดได้อย่างไร

ฉีกกรอบความคิด
ธุรกิจสร้างสรรค์

โดย คุณสมชัย ส่งวัฒนา
CEO และ Art Director
บริษัท แอท แบงค็อก จำกัด เจ้าของแบรนด์ “FLYNOW”

FLY NOW

เป็นธุรกิจแฟชั่นของคนไทยที่ประสบความสำเร็จทั้งในประเทศและในระดับนานาชาติ โดยเริ่มต้นจากงานด้านเสื้อผ้าสตรี และขยายตัวไปสู่ธุรกิจเครื่องหนัง ความสำเร็จของ FLYNOW ด้านแฟชั่นดูได้จากเสียงตอบรับจากงาน London Fashion Week จากความสำเร็จที่ผ่านมาทำให้สามารถส่งออกสู่ตลาดเอเชีย ญี่ปุ่น และตลาดยุโรป สำหรับสินค้าเครื่องหนังโดยเฉพาะอย่างยิ่งกระเป๋าถือสตรีได้รับความนิยมอย่างมากทั้งในประเทศและในต่างประเทศ

สำหรับแนวคิดในการทำธุรกิจสร้างสรรค์ คุณสมชัย ได้ให้แนวคิดไว้ว่า การทำธุรกิจที่ต้องอาศัยความคิดสร้างสรรค์นั้น ผู้ทำธุรกิจจะต้องคิดนอกกรอบ แต่ก่อนที่จะคิดนอกกรอบ จะต้องคิดเรื่องที่อยู่ในกรอบให้ครบ รู้เรื่องในกรอบอย่างละเอียด ก่อนที่จะกระโดดออกมานอกกรอบ โดยยึดหลักสามประการ คือ

1 ทำอะไรต้องรู้จริง ในเรื่องที่จะทำ

2 เมื่อรู้จริงแล้วต้องลงมือทำ

3 ต้องมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้สำเร็จ

"การทำงานในเรื่องที่ตัวเองรัก จะทำให้สามารถทำให้งานนั้นประสบความสำเร็จ เหมือนที่คุณสมชัยรักในเรื่องการออกแบบเสื้อผ้า และหันมาเรียนรู้และลงมือทำด้วยความมุ่งมั่น จนประสบความสำเร็จ โดยการบริหารบริษัทจะทำให้บริษัทเปรียบเสมือนครอบครัว ทุกคนเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท"

สำหรับการทำงานด้านสร้างสรรค์ จะต้องใช้สมองสองซีกให้เท่ากัน โดยที่สมองซีกขวาเป็นส่วนใช้งานสำหรับความคิดสร้างสรรค์ และซีกซ้ายจะใช้สำหรับการคำนวณ คือ ขณะที่คิดจะสร้างงานก็ต้องคำนวณถึงความน่าจะเป็นที่จะเกิดขึ้นเพื่อไม่ให้การดำเนินธุรกิจเกิดข้อผิดพลาด โดยการสร้างสรรค์งานจะต้องคำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายหรือลูกค้า ทั้งนี้เพื่อการออกแบบสินค้าให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการที่ต่างกัน โดยลูกค้ายินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อซื้อความพอใจ และหากลูกค้าต้องการซื้อความสุขใจก็ยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อให้ได้สินค้านั้นมาเป็นของตน ไม่ว่าสินค้านั้นจะราคาแพงขนาดไหนก็ตาม

การทำการตลาดธุรกิจสร้างสรรค์ต้องศึกษาความต้องการของคนแต่ละรุ่น หรือ แต่ละ Generation เพราะคนแต่ละรุ่นจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป เพื่อให้สินค้าสามารถตอบสนองคนได้ทุกวัย และหากสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้มากก็จะทำให้มีโอกาสในการขยายธุรกิจให้เติบโตยิ่งใหญ่ได้มากขึ้นเท่านั้น

อย่างไรก็ตามก่อนที่จะเติบโตเพื่อเป็นผู้ดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่ จะต้องเริ่มต้นจากธุรกิจขนาดเล็กก่อนแล้วค่อยขยายการเติบโต คือ สามารถคิดให้ใหญ่ก่อน แต่ค่อยๆ เริ่มต้นและขยายตัวเมื่อมีความมั่นคง ควรมีการจดบันทึกหรือบันทึกสิ่งต่างๆ ที่พบเจอระหว่างการทำธุรกิจเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประเมินเหตุการณ์ว่าควรจะแก้ปัญหาอย่างไร คุณสมชัยได้ทิ้งท้ายไว้ว่า "มือละฟ้าขาติดดิน" คือ ในขณะที่เอื้อมมือให้สูงขาก็ยังคงมีที่ยืน ไม่ตกลงมา หมายถึง การไปให้ถึงจุดหมายโดยไม่ประมาทนั่นเอง

ฝันคนรุ่นใหม่

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 3

ภูมิภาพ

ภูมิทัศน์เทรนด์

ภูมิภาพ / ภูมิทัศน์เทรนด์

เทรนด์ต่างๆ นั้น หมายถึง “โอกาส”

วิวัฒนาการเทรนด์

เทรนด์ผู้บริโภคไม่ได้เกิดขึ้นอย่างไร้ที่มา หากแต่เกิดจากการผสมผสานและรวมตัวกันข้ามสายพันธ์ของเทรนด์เดิมที่ปรากฏอยู่ เมื่อเทรนด์บางเทรนด์หลอมรวมตัวกันและกำเนิดเป็นเทรนด์ใหม่ เทรนด์นั้นก็จะค่อยๆ สร้างปรากฏการณ์ใหม่ๆ และพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง

เราทราบดีว่า คุณคงมีโอกาสได้อ่านเรื่องราวแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงหรือเทรนด์โลกในปี 2015 มาบ้าง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ในด้านต่างๆ คงจะหนีไม่พ้นการเปลี่ยนแปลงในประเด็น ดังนี้

- The Internet of Things หรือ “อินเตอร์เน็ตในทุกสิ่ง” คือแนวคิดที่เชื่อมโยงเป็นเครือข่ายคอมพิวเตอร์อัจฉริยะที่คอมพิวเตอร์สามารถติดต่อคุยกันได้ โดยไม่ต้องผ่านคน เป็นการเชื่อมต่อแบบ Machine-to-Machine Communication Technology (M2M)
- การใช้สมาร์ทโฟนในการดำเนินชีวิตและธุรกิจในวงกว้าง
- การฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกา และการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน
- ความผันผวนและไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจของโลก
- การเข้าสู่ยุคประชากรสูงวัย

หากจะหันกลับมาพิจารณาเทรนด์ข้างต้นอย่างจริงจัง เราจะเห็นได้ว่า ตัวเทรนด์เองนั้นไม่ใช่ประเด็น หากแต่เป็น “โอกาส” ที่จะเกิดขึ้นจากเทรนด์นั้นๆ ต่างหาก ที่เราจะสามารถเก็บเกี่ยว และนำมาสร้างสรรค์ต่อยอดให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม

ความลับอุตสาหกรรม

เทรนด์ไม่ใช่ประเด็น “โอกาส” ต่างหาก

เทรนด์เป็นเพียงแค่หนทางสู่จุดหมาย

ซึ่งก็คือ นวัตกรรมที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดคุณค่า และมูลค่าความสำเร็จ คำว่า “เทรนด์” และ “โอกาส” จึงเป็นที่มาของ “OKMD Fast Forward Talk คิดให้ไกล ไปให้เร็ว” โดย OKMD ได้คัดเลือก 4 เทรนด์ที่เป็นที่มาของโครงการในการสร้างมูลค่าให้แก่สังคมไทย ดังนี้

4 EMERGING GLOBAL TRENDS: THE FUTURE OF VALUE CREATION

1. **Explosive Potential Service Businesses**
2. **The Power of Cyberworld & What’s Next**
3. **Welcome to 2025: Aged Society**
4. **Green Means Business**

นำเสนอผ่านการ Talk 4 ครั้ง ในปี 2015 ดังนี้

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 4

ธุรกิจบริการ
เปี่ยมศักยภาพ
ในยุคเปลี่ยนผัน

วันพุธที่ 4 กุมภาพันธ์ 2558

ณ ห้องโลตัสสวีท 5-7 ชั้น 22
โรงแรม เซนทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลเวิลด์
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ส่องอนาคต**ธุรกิจบริการไทย**ในทศวรรษหน้า

(A Future Glance at the Next Decade of Service Businesses)

โดย ผศ.ดร. ประชา คุณธรรมดี
อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ภาคบริการเป็นธุรกิจที่แฝงอยู่ในธุรกิจทุกประเภท ไม่ใช่แต่เพียงธุรกิจด้านบริการที่เห็นอย่างชัดเจน

ยกตัวอย่าง เช่น ธุรกิจน้ำดื่ม ตัวธุรกิจประเภทนี้ต้องอาศัยธุรกิจบริการเข้ามาเป็นเครื่องมือในการดำเนินธุรกิจ ตั้งแต่แรงงานผลิต จนถึงการขนส่ง ลำพังการผลิตน้ำดื่มอย่างเดียวหากไม่มีธุรกิจบริการไปเกี่ยวข้อง ก็ไม่อาจที่จะทำการขายสินค้าได้เนื่องจากไม่มีการขนส่งซึ่งเป็นภาคบริการเข้ามาเป็นเครื่องมือในการนำสินค้าไปสู่มือผู้บริโภค เป็นต้น

โดยลักษณะของธุรกิจบริการ มีดังนี้

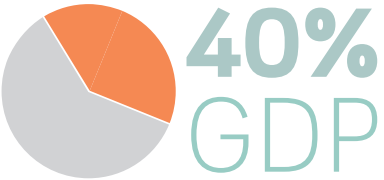
- เป็นธุรกิจที่เกี่ยวกับผู้บริโภคจำนวนมาก
- ประกอบด้วยแรงงานจำนวนมาก
- เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญา เช่น การนวดแผนไทย
- ขึ้นอยู่กับการเปลี่ยนแปลงของโลก

โดยสามารถสรุปภาพรวมของธุรกิจบริการของไทยในปัจจุบัน ได้ดังนี้

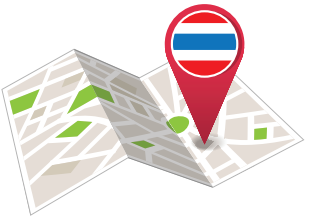
1 ภาคบริการของไทยกำลังอยู่ในช่วงขาลง เนื่องจากนโยบายของรัฐบาลที่ผ่านมา ให้ความสำคัญกับการกระตุ้นภาคอุตสาหกรรมเป็นหลัก

2 สัดส่วนของแรงงานจะเข้าไปสู่ภาคบริการมากขึ้น เนื่องจากแรงงานภาคเกษตรกรรมน้อยลง เช่น คนเลิกทำนาหันมาประกอบอาชีพขับรถรับจ้าง

3 แนวทางของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (NESDB) กับแนวคิดของภาคบริการเป็นคนละแนวทาง



4 ภาคบริการคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40 ของ GDP



5 ประเทศไทยได้เปรียบดุลการค้าในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งถือเป็นธุรกิจบริการที่สำคัญประเภทหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม การเปิด AEC จะส่งผลให้เกิดคู่แข่งทางธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการเปิด AEC จะเกิดความเชื่อมโยงในหลายมิติ ทั้งการค้า การคมนาคม ซึ่งแต่ละประเทศสมาชิกมีจุดขายในเรื่องของธุรกิจท่องเที่ยวเช่นเดียวกับประเทศไทย เท่ากับว่าจะเกิดทั้งคู่แข่งและพันธมิตรในตลาดการท่องเที่ยว รวมถึงธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวโยงสัมพันธ์กัน ก่อให้เกิดความต้องการแรงงานด้านต่างๆ มากขึ้น ซึ่งแรงงานจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะแรงงานด้านต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เช่น เพิ่มทักษะด้านภาษา ทั้งนี้เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีความต้องการสินค้าบริการมากขึ้น

สำหรับสัดส่วนรายได้ภาคบริการของไทย ขึ้นอยู่กับนโยบายของรัฐบาลว่าจะเน้นการพัฒนาในด้านใด ซึ่งหากนโยบายเน้นในด้านการพัฒนาอุตสาหกรรมเป็นหลักนั้น จะส่งผลให้รายได้ภาคอุตสาหกรรมโตเร็วกว่าภาคบริการ สัดส่วนรายได้ภาคบริการจะมีแนวโน้มลดลง แต่หากรัฐบาลเน้นนโยบายการพัฒนาภาคบริการ จะส่งผลให้รายได้ภาคบริการโตเร็วกว่าภาคอุตสาหกรรม ซึ่งทำให้สัดส่วนรายได้ภาคบริการมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ดังนั้นจะส่งผลให้อัตราค่าจ้างต่อคนของภาคบริการมีสัดส่วนของค่าตอบแทนที่ดีกว่าของภาคอุตสาหกรรม

อย่างไรก็ตามแนวโน้มของธุรกิจค้าส่งค้าปลีกและการขนส่ง รวมถึงธุรกิจด้านการสื่อสารโทรคมนาคม (telecommunication) ของไทยเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ธุรกิจบริการในทศวรรษหน้าที่มีความเสี่ยงต่อการอยู่รอด ได้แก่ ธุรกิจที่จะถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยี หรือบริการที่ใช้แรงงานจำนวนมากและไม่เน้นทักษะมากนัก ความท้าทายสำหรับธุรกิจบริการในทศวรรษหน้าดังกล่าว คือ การปรับตัวให้เข้ากับเทรนด์ของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลง โดยการให้บริการที่ครบวงจร หรือการขายแนวคิดที่แปลกใหม่ ภายใต้แนวคิด Best, Good และ Different

การเปิด AEC จะส่งผลให้เกิดคู่แข่งทางธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ก่อให้เกิดความต้องการ แรงงานด้านต่างๆ มากขึ้น

ซึ่งแรงงานจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะ แรงงานด้านต่างๆ เพื่อให้ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

Success Stories :
โอกาสธุรกิจในสาขาที่คนไทยไม่คาดคิด

(Success Stories: The Unthinkable Service Businesses)

โดย คุณเมย์ ภัทรวรินทร์ ทิมทุล
ผู้ก่อตั้งธุรกิจบริการ Exclusive Cuisine & Party
"May I Party" และเชฟรายการโทรทัศน์
"เรื่องกินเรื่องใหญ่ by Pataravarin"

โดย คุณอานนท์ ไพโรจน์
ผู้ก่อตั้ง Anon Pairot Design Studio
ศิลปิน นักออกแบบ นักวางกลยุทธ์ และภัณฑารักษ์

คุณเมย์ ภัทรวรินทร์ ทิมกุล

ผู้ก่อตั้งธุรกิจบริการ Exclusive Cuisine I Party “May & Party” และเชฟรายการโทรทัศน์ “เรื่องกินเรื่องใหญ่ by Pataravarin”

อยู่ในวงการบันเทิง เป็นนักแสดง พิธีกร ครูสอนศิลปะการแสดง และนักเขียน มีผลงานการแสดงทั้งละคร ละครเวทีและภาพยนตร์ ที่เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศ และต่างประเทศ และเป็นผู้ก่อตั้งบริษัท ณ วังหลัง โปรดักชั่น จำกัด รับจัดทำและผลิตรายการโทรทัศน์ และรับจัดงานแสดงโดยทั่วไป

นอกจากนี้เธอยังผันตัวเองมาเป็นนักทำอาหารโดยการันตีฝีมือโดยโรงเรียนสอนการประกอบอาหาร เลอ กอร์ดอง เบลอ ดุสิต ปัจจุบัน เมย์เป็นโปรดิวเซอร์และผู้ดำเนินรายการ "เต้นรำทำครัว" ทางช่องทรูวิชั่น (Home and Food Chanel) HD 85, Explore 2 และ true 10 ด้วยความรักในเรื่องของอาหารการกินด้วยแนวคิด "การทำอาหารเป็นเรื่องไม่เครียดและเรื่องกินเรื่องใหญ่" จึงเกิดแรงบันดาลใจในการทำธุรกิจการจัดเลี้ยงที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม สำหรับลูกค้าที่ต้องการรูปแบบปาร์ตี้ที่เลือกสรรบรรยากาศและอาหารด้วยตัวเอง โดยเมย์จะเป็นผู้รังสรรค์ทุกอย่างตามที่ลูกค้าต้องการ ภายใต้ชื่อ May I Party ซึ่งถือเป็นการบุกเบิกธุรกิจบริการด้านอาหาร โดยยึดหลักการให้บริการที่ลูกค้าจะอิ่ม อร่อย และได้ความรู้ เรื่องอาหารการกินควบคู่กันไปกับความสนุกสนาน และได้รับความพึงพอใจ ซึ่งจะต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า ในขณะเดียวกันตัวเองก็ได้รับความสุขจากการทำงาน พร้อมกับกำไรที่เป็นเม็ดเงิน

สำหรับข้อคิดในการทำงานของเมย์คือ ควรทำในสิ่งที่ตัวเองทำแล้วมีความสุข ไม่คิดถึงผลกำไรที่เป็นตัวเลข เพราะความสุขคือกำไรอย่างหนึ่ง โดยไม่ได้ตั้งเป้าหมายแต่ใช้วิธีทำไปเมื่อพบปัญหาจึงค่อยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น สำหรับเรื่องของการทำงานเป็นทีมเพื่อให้ทุกคนชอบและรักในสิ่งเดียวกัน เมย์แนะนำว่าอย่าคิดว่ากำลังทำงานให้คิดว่าเป็นงานอดิเรกเป็นสิ่งที่ตัวเองรักและเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต โดยเป็นแบบอย่างในการทำงานให้กับทีมงานเห็นแล้วทำตาม ซึ่งจะดีกว่าการสอน

ด้านการแข่งขันทางธุรกิจและการอยู่รอดท่ามกลางคู่แข่งที่คิดจะทำธุรกิจแบบเดียวกัน เมย์แนะนำให้คงเอกลักษณ์ของตนเองที่เป็นจุดเด่น เพราะลูกค้าต้องการแบบที่เราเป็นจึงเลือกที่จะใช้บริการของเรา และการมีคู่แข่งเท่ากับลูกค้ามีทางเลือกมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันเมย์เน้นที่ลูกค้าเฉพาะกลุ่มไม่ได้เน้นปริมาณลูกค้า

"สำหรับผู้ที่คิดจะเริ่มต้นธุรกิจแนะนำให้เริ่มจากสิ่งที่รักและชอบ ค่อยๆ ทำโดยเริ่มจากจุดเล็กๆ แต่เป็นจุดที่ชอบ ถนัดและทำได้ดี และไม่กลัวที่จะคิดต่าง เมื่อเห็นว่ามีโอกาสขยายตัวจึงค่อยขยายตัวต่อไป"

คุณอานนท์ ไพโรจน์

ผู้ก่อตั้ง Anon Pairot Design Studio ศิลปินนักออกแบบ นักวางกลยุทธ์ และภัณฑารักษ์ เจ้าของฉายา "อายุน้อยร้อยล้าน" เป็นนักออกแบบ และพัฒนาสินค้าให้กับแบรนด์ต่างๆ ทั่วโลก

เจ้าของฉายา "อายุน้อยร้อยล้าน" เป็นนักออกแบบ และพัฒนาสินค้า ให้กับแบรนด์ต่างๆ ทั่วโลก อานนท์ ไพโรจน์ เรียนจบปริญญาตรี สถาปัตยกรรมศาสตร์ สาขาศิลปะอุตสาหกรรมจากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เริ่มต้นทำงานประจำในวัย 23 ปี ในฐานะผู้อำนวยการฝ่ายออกแบบ บริษัทศรีวิกรณ์กรุ๊ป โฮลดิ้งมหาชน นอกจากนี้ยังมีผลงานออกแบบในระดับนานาชาติ และยังได้รับรางวัลเหรียญศิลป์ พีระศรี จากกรมศิลปากรในฐานะนักออกแบบยอดเยี่ยม แห่งปี 2008-2009 ในปี 2007 ได้ก่อตั้ง บริษัท อานนท์ ไพโรจน์ ดีไซน์สตูดิโอ จำกัด ดำเนินงานด้านออกแบบและเป็นที่ปรึกษาและพัฒนาธุรกิจด้วยกลยุทธ์การออกแบบ ปัจจุบันมีลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เป็นแบรนด์ดังมากมาย เช่น FENDI MATRAZ Vitra Design Museum ฯลฯ จากผลงานที่โดดเด่นทำให้ได้รับรางวัลในระดับนานาชาติหลายรางวัล นอกจากจะเป็นนักออกแบบ และเจ้าของธุรกิจแล้ว อานนท์ยังเป็นภัณฑารักษ์และก่อตั้งกลุ่มนักออกแบบหน้าใหม่ในเอเชีย ชื่อ ASIA TALENT เพื่อรวบรวมเครือข่ายงานออกแบบร่วมสมัยที่เกิดขึ้นจากองค์ความรู้งานออกแบบท้องถิ่น ที่นักออกแบบในเอเชียได้รวมตัวกันและทำงานร่วมกับ WATARU SAKUMA นักออกแบบชาวญี่ปุ่นที่เป็นประโยชน์ต่อสาธารณะผ่านโครงการ DEWA: Design from Waste of Agriculture โดยรัฐบาลไทยสนับสนุนโครงการ ในการศึกษาการจัดการเศษเหลือจากผลิตผลทางการ

อานนท์ เป็นผู้ที่มีหัวทางธุรกิจมาตั้งแต่เด็ก โดยตั้งคำถามกับตัวเองเวลาที่ทำงานว่า จะต้องทำงานเท่าไหร่จึงจะได้สิ่งที่ต้องการ หากทำเพียงอย่างเดียวต้องใช้เวลานาน จึงต้องทำงานอย่างอื่นควบคู่ไปด้วยเพื่อให้ถึงเป้าหมายได้เร็วขึ้น ธุรกิจของอานนท์จึงไม่เพียงแต่ให้บริการออกแบบ แต่ยังเป็นที่ปรึกษา พัฒนาและวางแผนกลยุทธ์ให้กับลูกค้าอีกด้วยในการทำงาน อานนท์ ให้ข้อคิดว่า การดำเนินธุรกิจจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่ม เนื่องจากแต่ละกลุ่มมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป ต้องเตรียมทีมงานที่พร้อมจะตอบสนองความต้องการของลูกค้าในทุกด้าน ในการให้บริการออกแบบจะต้องสำรวจประวัติของธุรกิจนั้นๆ และมีมุมมองในด้านอื่นๆ มาประกอบการพิจารณา เช่น มุมมองทางเศรษฐศาสตร์ การตลาด เพื่อนำมาประกอบในการออกแบบ โดยธุรกิจของอานนท์ เป็น Design service คือ ให้บริการในการออกแบบ ไม่ใช่ Designer หรือนักออกแบบเพียงอย่างเดียว ดังนั้นการพูดคุยและตั้งคำถามกับลูกค้า จึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์ประกอบการออกแบบ และหาจุดเปลี่ยนจากความคิดเดิม เพื่อให้ได้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาด

สำหรับการสร้างทีมงานให้มีความรักต่องานที่ทำ อานนท์ ให้ข้อคิดว่า ต้องทำให้ทีมงานรู้สึกว่าสิ่งที่ทำเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับทุกคนและทุกคนเป็นคนสำคัญ มีตัวตน หากทุกคนรู้สึกถึงความสำคัญของสิ่งที่ตนเองทำ จะทำให้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ในเรื่องของการแข่งขันกับคู่แข่งทางธุรกิจ อานนท์ เห็นว่า หากปัญหามีมาก ลูกค้าก็จะมากไปด้วย ให้มองว่าผู้ที่อยู่ในธุรกิจเดียวกันเป็นพันธมิตรทางธุรกิจ หากต้องการชนะการแข่งขันจะต้องขายความแตกต่าง และเปลี่ยนมุมมองในการคิด

อานนท์ให้ข้อแนะนำในการทำธุรกิจบริการว่า ให้คิดแบบแมว คือ มีความสดใสร่าเริง ไม่ต้องมีนิยาม ไม่คิดถึงคู่แข่ง แต่ให้ทำตัวให้กลมกลืน ต้องมีการปรับตัว และเข้าใจบริบทที่อยู่รอบด้าน ที่สำคัญคือ ต้องมีใจรักบริการ (service mind) และให้คิดว่าธุรกิจมีขึ้นและลง ซึ่งเกิดจากปัจจัยต่างๆ ให้ต่อสู้กับตัวเองอย่าไปต่อสู้กับคนอื่น เมื่อถึงจุดจุดหนึ่ง อาจมีการขยายฐานธุรกิจเดิมเพื่อเป็นการเชื่อมโยงธุรกิจที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน

"ให้คิดแบบแมว มีความสดใสร่าเริง ไม่ต้องมีนิยาม ไม่คิดถึงคู่แข่ง แต่ให้ทำตัวให้กลมกลืน ต้องมีการปรับตัว และเข้าใจบริบทที่อยู่รอบด้าน"

okmd
FAST
FORWARD
TALK

okmd
FAST
FORWARD
TALK

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 4

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 5

1 คลิ๊ก
สร้างโอกาสใหม่...
พลังไซเบอร์เวิลด์

วันอังคารที่ 3 มีนาคม 2558

ณ ห้องโลตัสสวีท 5-7 ชั้น 22
โรงแรม เซนทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลเวิลด์
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ส่องเทรนด์ดิจิทัล และเทคโนโลยี **เพื่ออนาคตทางธุรกิจ และวิถีชีวิตใหม่**

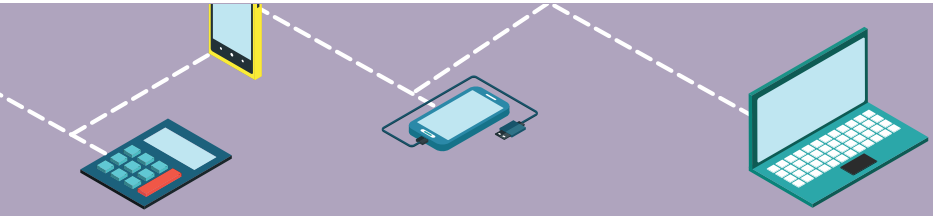
(A Future Glance at Digital Trends & Technology for Better Life & Business)

โดย คุณภาวุธ พงษ์วิทยภานุ
กรรมการผู้จัดการและผู้ก่อตั้งเว็บไซต์ บริษัท Tarad.com

LINE

ทอล์คพิเศษ เรื่อง “ส่องเทรนด์ดิจิทัลและเทคโนโลยีเพื่ออนาคตทางธุรกิจและวิถีชีวิตใหม่”(A Future Glance at Digital Trends & Technology for Better Life & Business) โดย คุณภาวุธ พงษ์วิทยภานุ ซึ่งเป็นกรรมการผู้จัดการและผู้ก่อตั้งเว็บไซต์บริษัท TARAD.com บริษัท Zocial Inc นายกสมาคมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไทย และอาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยศรีปทุมและมหาวิทยาลัยหอการค้า นอกจากนี้ยังเป็นนักเขียนหนังสือเกี่ยวกับ E-Commerce และ E-Marketing รวมถึงการเป็นวิทยากรทั้งในประเทศและต่างประเทศ และที่ปรึกษาให้กับบริษัทชั้นนำและหน่วยงานรัฐบาลหลายแห่ง ซึ่งคุณภาวุธมีประสบการณ์เชี่ยวชาญด้าน Internet E-Commerce และ E-Marketing มากว่า 15 ปี และเป็น คอลัมนิสต์ให้กับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ และนิตยสาร SME อีกด้วย

คุณภาวุธ พงษ์วิทยภานุ สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาโทด้าน Internet & E-Commerce จากมหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ และปริญญาโทด้าน Executive MBA จากสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ปัจจุบันกำลังศึกษาปริญญาเอก วิทยาศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ปัจจุบันอินเตอร์เน็ตได้กลายเป็นส่วนหนึ่งของมนุษย์ จากสถิติพบว่า คนไทยมีแนวโน้มการใช้อินเตอร์เน็ตผ่านสมาร์ทโฟนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือการใช้อินเตอร์เน็ตผ่านคอมพิวเตอร์ตั้งโต๊ะ คอมพิวเตอร์แบบพกพา แท็บเล็ต และสมาร์ททีวี ซึ่งมีการเติบโตเพิ่มขึ้นเช่นกันแต่อาจจะยังไม่สูงมากนัก ปริมาณการใช้อินเตอร์เน็ตที่เพิ่มขึ้นเนื่องจากการเข้ามาของสัญญาน 3G ทำให้การเชื่อมต่อของอินเตอร์เน็ตผ่านอุปกรณ์ต่างๆ ทำได้ง่ายมากขึ้น จึงทำให้เกิดการเรียนรู้ของผู้ประกอบการหรือผู้ที่ริเริ่มทำธุรกิจผ่านการเปลี่ยนแปลงเทรนด์โลก ทำให้สามารถแสวงหาโอกาสให้กับตัวเองและพัฒนาตัวเองให้ก้าวสู้การเป็นผู้ประกอบการที่มีประสิทธิภาพและประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจได้มากขึ้น

อย่างไรก็ตามเทคโนโลยีก็มีวงจรการเติบโตของมันหรือที่เรียกว่า “Gartner Hype Cycle of Technology” แสดงให้เห็นถึงแนวโน้มของเทคโนโลยีต่างๆ ทั้งที่เติบโตถึงที่สุดและลดลงจนถึงที่สุด หรือบางประเภทอาจจะมีแนวโน้มลดลงแล้วหายไปหรือมีแนวโน้มลดลงแล้วอาจจะทะยานขึ้นใหม่ก็ได้ ขึ้นอยู่กับบริบทต่างๆ โดยเทคโนโลยีที่เป็นเทรนด์ใหม่ในขณะนี้ คือ Internet of Things หมายถึงการที่อินเตอร์เน็ตเข้าไปอยู่ในสิ่งของหรืออุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการใช้ชีวิตของคนในยุคปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม การเริ่มต้นทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีนั้น จำเป็นต้องศึกษาและเรียนรู้เทรนด์ที่จะเกิดขึ้นว่าเทรนด์ใดที่กำลังได้รับความนิยมหรือ "กำลังจะมา" ซึ่งมีการคาดการณ์โดยผู้เชี่ยวชาญและนักวิเคราะห์ในแต่ละปี สำหรับ 10 อันดับเทรนด์ยุทธศาสตร์เทคโนโลยีปี 2015 (Top-ten Strategic Technology Trends 2015)จัดทำโดย Gartner สามารถแบ่งเป็น 3 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่ 1

Merging the Real World and the Vital World

คือ การเชื่อมโยงโลกของดิจิทัล

1. Computing Everywhere
2. The Internet of Things
3. 3D Printing

กลุ่มที่ 2

Intelligent Everywhere

คือ การวิเคราะห์

4. Advanced, Pervasive, Invisible Analytics
5. Context - Rich Systems
6. Smart Machine

กลุ่มที่ 3

The New IT Reality Emerges

คือ เทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เพิ่งเกิดขึ้น

7. Cloud/Client Architecture
8. Software- defined Infrastructure and Applications
9. Web- Scale IT
10. Risk - Based Security and Self-Protection

บทบาทของการค้า แบบ E-commerce เป็นการค้าที่จะเข้ามามีบทบาทแทนการค้าแบบเดิม ซึ่งการค้าขายในระบบ E-commerce เป็นการค้าขายโดยผ่านเว็บไซต์ ซึ่งสามารถสื่อสารระหว่างผู้ขายกับลูกค้าหรือผู้บริโภคได้โดยตรง ซึ่งไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้านเพื่อวางสินค้าหรือขายผ่านตัวแทน โดยผู้ซื้อและผู้ขายสามารถทำการค้าระหว่างกันได้โดยตรง ซึ่งมีสัญญาณอินเตอร์เน็ตเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงติดต่อระหว่างกัน ยกตัวอย่างเช่น สินค้าบางอย่างที่มียอดขายจำนวนมาก ผู้ขายอาจจะจัดโปรโมชั่นในการบริการจัดส่งฟรี แต่สำหรับสินค้าบางประเภทผู้ขายอาจมีการเรียกเก็บค่าบริการจัดส่งสินค้าก็ได้ ซึ่งการค้าขายแบบ E-commerce ช่วยลดต้นทุนการผลิตลง ส่งผลให้ราคาสินค้าถูกลงได้ เนื่องจากผู้ขายไม่จำเป็นต้องมีร้านค้าหรือผ่านตัวแทนจำหน่าย จึงไม่จำเป็นต้องใช้งบในการลงทุนด้านการตลาดที่สูง นอกจากนี้การค้าขายประเภทนี้ยังสามารถทำยอดขายได้ภายในเวลารวดเร็วอีกด้วย ดังนั้นผู้ประกอบการของไทยจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันกับตลาดการค้าแบบใหม่ เช่น สินค้าจากจีน ที่เริ่มทำตลาดโดยตรงกับผู้บริโภคชาวไทยหรือผู้บริโภคในท้องถิ่นต่างๆ โดยผ่านเว็บไซต์ที่ใช้ภาษาไทยหรือภาษาของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นต้น

บทบาทของ Bitcoin เป็นอีกหนึ่งเทรนด์ที่กำลังเข้ามามีบทบาททางด้านการเงิน Bitcoin คือสกุลเงินดิจิทัล ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของระบบเน็ตเวิร์ค ผู้ใช้สามารถดาวน์โหลดโปรแกรม Bitcoin Wallet ซึ่งโปรแกรมจะสร้าง address หรือเลขที่บัญชีซึ่งเป็นของผู้ใช้โดยเฉพาะ เปรียบได้กับสมุดบัญชีธนาคาร โดยมี Block Chain คือไฟล์ที่ใช้ในการบันทึกข้อมูล การฝากถอนเงินของทุกคน ส่วน Bitcoin คือ ธนบัตรหรือตัวเงินนั่นเอง ซึ่งสามารถทำการซื้อขายสินค้าได้ด้วย ดังนั้น Bitcoin อาจจะกำลังจะมาเปลี่ยนแปลงการเงินของโลกก็ได้ อย่างไรก็ตาม การใช้ Bitcoin เหมาะกับธุรกิจที่ต้องการลดค่าธรรมเนียมธุรกรรมทางการเงิน เนื่องจากไม่ต้องผ่านตัวกลาง คือ ธนาคารพาณิชย์ในการทำธุรกรรมทางการเงิน ซึ่งธนาคารเป็นผู้เก็บข้อมูลการทำธุรกรรมการเงินเอาไว้ อย่างไรก็ตามในประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ประกาศว่า Bitcoin ไม่สามารถนำมาใช้ในการทำธุรกรรมได้ เนื่องจากเกรงว่าจะนำ Bitcoin ไปใช้ในทางที่ผิดได้เพราะขณะนี้ไทยยังไม่มีกฎหมายคุ้มครองในเรื่องดังกล่าว เช่น การนำไปซื้อขายสิ่งที่ผิดกฎหมายผ่านเว็บไซต์ที่ขายของผิดกฎหมาย เป็นต้น

การเข้ามาของยุค Internet of Things คือ การที่อุปกรณ์หรือเครื่องมือต่างๆ มีอินเตอร์เน็ตเข้าไปเกี่ยวข้อง และอุปกรณ์ทุกตัวเชื่อมต่อเข้ากับอินเตอร์เน็ตได้นั้น องค์ประกอบของ Internet of Things และ Internet of Everything ที่สำคัญได้แก่ คน (people) สิ่งของ (Things) กระบวนการ (Process) และข้อมูล (Data) กระบวนการของการติดต่อ โดยสามารถแบ่งเป็นคนกับคน P2P (People to People) คนกับเครื่อง P2M (People to Machine) และเครื่องกับเครื่อง M2M (Machine To Machine) โดยที่ข้อมูลจะมีการเชื่อมโยงติดต่อกัน ระหว่างข้อมูลของบุคคล กับเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ผ่านระบบอินเตอร์เน็ต ยกตัวอย่างเช่น การผลิต HAPIfolk ซึ่งเป็นส้อมที่ใช้ในการกินอาหารและติดตั้งอุปกรณ์ที่จะจัดเก็บข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับการกินอาหารในแต่ละครั้งของผู้ใช้ทั้งหมด และส่งข้อมูลเข้าไปจัดเก็บในมือถือหรือคอมพิวเตอร์ อาทิ ข้อมูลความเร็วของการกินอาหาร อาหารที่กินเข้าไป และประมวลออกมาเป็นข้อมูลด้านสุขภาพและโภชนาการต่างๆ เป็นต้น

Shadow Data หรือ Metadata คือ ข้อมูลเงาที่ถูกจัดเก็บไว้ของอุปกรณ์การใช้งานต่างๆ เช่น ข้อมูลการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ ข้อมูลของการถ่ายภาพ เป็นต้น ข้อมูลเหล่านี้จะสามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อใช้ประโยชน์ได้

บทบาทของ Wearable Device คือ อุปกรณ์สวมใส่ ที่ไม่ใช่แค่เครื่องประดับติดตัว แต่ทำงานด้วยระบบคอมพิวเตอร์เข้าถึงข้อมูลเชื่อมโยงเข้ากับอินเตอร์เน็ต คอมพิวเตอร์และสมาร์ทโฟน เช่น Fitbit เป็นสายรัดข้อมือที่ติดตามผลลัพธ์ของการเต้นของหัวใจ การเผาผลาญแคลอรี่ หรือการใช้แอพพลิเคชั่นต่างๆ ที่เกี่ยวกับสุขภาพจะทำให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพร่างกาย เป็นต้น

การใช้เทคโนโลยีเพื่อให้ชีวิตมีคุณภาพมากขึ้น เช่น Dropbox คือ บริการฝากไฟล์ ที่สามารถเข้าถึงไฟล์ได้จากทุกที่ ที่สามารถเชื่อมต่อกับอินเตอร์เน็ตได้ ซึ่งเป็นการให้บริการแบบ Freemium คือ ให้บริการฟรีในระดับหนึ่ง แต่เมื่อผู้ใช้ต้องการการใช้งานที่มากขึ้นก็จะเสียค่าใช้จ่ายตามอัตราที่เรียกเก็บ เช่น Skype หากจ่ายเงินจะสามารถโทรได้ทั่วโลก ไม่จำกัด หรือประชุมหลายสายได้ บริการเหล่านี้จะมีค่าใช้จ่ายที่ผู้ใช้ยอมจ่ายเงินเพื่อให้ได้บริการที่มากกว่า และสามารถทำรายได้ให้แก่กิจการเป็นจำนวนไม่น้อย Dropbox ที่เก็บค่าบริการตามขนาดพื้นที่ที่เพิ่มมากขึ้น Evernote คือ โปรแกรมในการจดโน้ตที่สามารถถ่ายภาพ บันทึกเสียงได้ด้วย แทนที่จะเป็นการจดข้อความพียงอย่างเดียว สามารถนำข้อมูลจัดเก็บบน ICloud และแชร์ข้อมูลต่อได้ บริการเหล่านี้เป็นบริการที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายกับผู้ใช้บริการกลุ่มใหญ่และมีรายได้จากกลุ่มผู้ใช้ที่ยินดีที่จะจ่ายเงินเพื่อการได้รับการบริการที่มากขึ้น ซึ่ง Freemium สามารถทำรายได้ให้กับเจ้าของกิจการเป็นจำนวนมากในแต่ละปี

สำหรับข้อแนะนำในการทำธุรกิจในปัจจุบัน คุณภาวุธแนะนำว่า ควรเปลี่ยนแนวคิดจากเดิมที่คิดทำสินค้าเพื่อจำหน่ายในประเทศ เป็นการคิดถึงการทำการค้าในตลาดระดับภูมิภาคและระดับนานาชาติ เนื่องจากเทคโนโลยีพร้อมที่จะสนับสนุนการทำงาน โดยมีโปรแกรมการทำงานหลายตัวที่สามารถนำมาสนับสนุนหรือเป็นเครื่องมือช่วยให้การทำงานในองค์กรมีประสิทธิภาพมากขึ้น เช่น Trello.com เป็นระบบจัดการงาน (Project Management) slack เป็นระบบสื่อสารในองค์กร ที่จะมาแทน e-mail โดยสามารถเชื่อมต่อกับแอพพลิเคชั่นต่างๆได้ รวมถึง CRM ระบบติดตามลูกค้าและพนักงานขาย ซึ่งสามารถติดตามพฤติกรรมการขายของบริษัทโดยรวมได้ว่าดำเนินการไปถึงขั้นตอนใด

อย่างไรก็ตาม รูปแบบธุรกิจแบบใหม่ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน จะเป็นแบบ Long Trail Marketing เป็นการตลาดแนวใหม่ที่เสนอทางเลือกให้กับผู้บริโภคแบบไม่รู้จบ โดยไม่จำกัดกลุ่มเป้าหมาย อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านเวลา สถานที่หรืองบประมาณ เหมือนวิธีการตลาดแบบเดิม ที่ต้องมีการนำสินค้ามาวางโชว์ และสินค้าที่จะขายได้คือสินค้าที่มีที่วาง ส่วนสินค้าที่ไม่ได้วางโชว์จะไม่มีโอกาสได้นำมาขาย แต่การตลาดแบบ Long Trail จะทำให้สินค้าทุกตัวได้เข้าถึงลูกค้าโดยไม่ต้องนำสินค้ามาวางโชว์ เพราะสินค้าทุกชิ้นสามารถเข้าถึงลูกค้าได้อย่างเท่าเทียมกันและสินค้าทุกตัวจึงสามารถนำมาขายได้อย่างเท่าเทียมกัน ด้วยการขายแบบออนไลน์

ในขณะที่การทำการตลาดผ่านเว็บไซต์เกิดขึ้นหลายรูปแบบ เช่น Airbnb.com ซึ่งเป็นธุรกิจให้บริการที่พักอาศัย โดยเจ้าของสถานที่ทำการลงโฆษณาสถานที่ของตน เพื่อให้ผู้สนใจทำการเช่าพัก การใช้อินเตอร์เน็ตจึงเป็นช่องทางที่จะทำให้ demand และ supply มาพบกัน ผู้ทำธุรกิจที่มีไอเดียจึงสามารถขยายธุรกิจโดยผ่านช่องทางเว็บไซต์ และใช้ช่องทาง Pay social (www.pay.sn) เป็นช่องทางในการรับเงินจากลูกค้า

บทสรุปของทอล์คพิเศษของคุณภาวุธ คือ

1

Drone กำลังเป็นที่นิยม ให้ซื้อมาเพื่อเรียนรู้และนำมาใช้ ให้มีประสบการณ์จากการใช้จริง

2

การค้าจะไม่มีพรหมแดน ต้องสร้างบริการที่เข้าถึงคนได้ทั่วโลก ทิ้งกรอบแนวคิดเดิมที่ทำธุรกิจเฉพาะในประเทศ แต่ต้องพร้อมที่จะเข้าสู่ตลาดโลก เน้นขายคนทั่วโลก

3

ลองซื้อ Bitcoin เพื่อเรียนรู้ระบบของ Bitcoin

4

ให้นำ wearable devices มาทดลองใช้

5

นำเทคโนโลยีที่มีอยู่มาใช้อย่างคุ้มค่า เพื่อทำให้ชีวิตมีประสิทธิภาพมากขึ้น

คุณภาวุธ ทิ้งท้ายว่า
“Never Try Never Know”
หรือ ไม่ลองไม่รู้

Success Stories :

กลยุทธ์ก้าวสู่การเป็นผู้นำยุค Internet of Sharing Things

(Success Stories: Becoming the Leader in the Internet of Sharing Era)

โดย คุณสุรบถ หลีกภัย
CEO และพิธีกร บริษัท วีอาร์โซ โปรดักชั่น จำกัด
(โปรดักชั่น เอเจนซี่ และผู้สร้างคอนเทนต์เชิงสร้างสรรค์)

โดย คุณอิณณ์ เผ่าประไพ
Managing Director & Partner
บริษัท ซีเจ เวิร์ค จำกัด (ดิจิทัล ครีเอทีฟ เอเจนซี่)

LINE

"บทบาทของ Social Media หรือสื่อสังคมออนไลน์ที่มีการตอบสนองทางสังคมได้หลายทิศทางโดยผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ตนั้น หมายถึง การแบ่งปันในสังคม ซึ่งอาจจะเป็นการแบ่งปันเนื้อหาในรูปแบบของไฟล์ รสนิยม ความเห็น หรือปฏิสัมพันธ์ในสังคม การรวมตัวเป็นกลุ่ม ทั้งนี้การปฏิสัมพันธ์ดังกล่าวจะผ่านสื่อออนไลน์ หรือแอพพลิเคชั่นประเภทต่างๆ"

ปัจจุบัน แนวโน้มของการทำการตลาดแบบ Viral Marketing ซึ่งเป็นรูปแบบการทำตลาดแบบปากต่อปาก (Word-of-Mouth Marketing) ซึ่งเป็นการกระจายข่าวแบบบอกต่อโดยมีการกระจายอย่างรวดเร็วเปรียบได้กับไวรัสที่แพร่กระจายข่าวอย่างรวดเร็ว โดยที่เจ้าของกิจการหรือผู้ทำธุรกิจ ไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินมหาศาลไปกับการซื้อโฆษณาบนหน้าหนังสือพิมพ์ โฆษณาทางโทรทัศน์หรือแม้แต่การทำโฆษณาแบนเนอร์ (Banner Ads) บนเว็บไซต์ต่างๆ แต่ด้วยศักยภาพของ Viral Marketing จะมีค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดน้อยกว่าการทำการตลาดแบบเดิม สำหรับธุรกิจขนาดย่อยนั้น การทำตลาดแบบนี้อาจไม่จำเป็นต้องจ่ายเงินในการโฆษณาลงบนสื่อต่างๆ แต่สร้างกระแสโดยการปล่อยให้บรรดาแฟนคลับที่ชื่นชมสินค้าหรือติดตามความเคลื่อนไหวของสินค้าเป็นผู้กระจายข่าวแทน ด้วยการแชร์ข้อมูลของสินค้าไปยังกลุ่มต่างๆ ที่มีรสนิยมหรือความชอบแบบเดียวกัน

การทำตลาดแบบ Viral Marketing เป็นการทำตลาดให้มีชีวิตชีวา ด้วยการส่งแคมเปญการตลาดที่สุดฮา ขำกลิ้ง หรือไม่ก็น่าสนใจสุดๆ ต่อไปให้กับเพื่อนๆ ในลิสต์รายชื่ออีเมล์หรือรายชื่อใน social network อย่าง facebook line และ twitter เพื่อให้เพื่อนๆ ได้ชม แล้วช่วยแชร์หรือส่งต่อกันไปแบบไม่ทีที่สิ้นสุด การส่งต่อคลิปต่างๆ ผ่าน Facebook นั้นสามารถกด Share แล้วคลิปดังกล่าวก็จะปรากฏบนหน้า Wall ของเราเพื่อให้เพื่อนๆ ในบัญชีรายชื่อได้ชมและส่งต่อหรือแชร์ได้ การส่งต่อที่ง่ายดายดังกล่าวไปทำให้ข้อมูลข่าวต่างๆ ที่สร้างมาเพื่อการตลาดสามารถแพร่กระจายออกไปได้อย่างรวดเร็วและขยายวงกว้างอีกด้วย คล้ายกับการกระจายตัวของไวรัสในชั้นบรรยากาศ และเมื่อเกิดการส่งต่อๆ กันไปมากขึ้น หลังจากนั้นก็จะเริ่มลุกลามไปเรื่อยๆ เหมือนกับไวรัส

ในปัจจุบันมีการนำ YouTube ซึ่งเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดนิยมใช้ในการทำ Viral Marketing โดยใช้วิธีการและรูปแบบต่างๆ เพื่อดึงดูดความสนใจ ให้คนพูดถึง และบอกต่อ จากนั้นจะเกิดกระแสเรียกร้องต้องการรับชมแคมเปญโฆษณานั้นๆ เพื่อจะได้รู้ว่าเป็นอย่างคำลำลือหรือไม่ หลังการรับชมและได้สัมผัสแล้ว ก็จะมีการส่งต่อไปยังคนอื่นๆ ต่อไป ทำให้แคมเปญการตลาดนั้นกระจายไปในวงกว้างอย่างรวดเร็วมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ social network กำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนี้ก็ยิ่งแพร่กระจายได้เร็วยิ่งขึ้น ส่งผลให้ข้อมูลเหล่านี้สามารถกระจายไปได้ทั่วโลกในเวลาอันสั้น และ video ที่ถูกส่งต่อนี้ เรียกกันว่า viral video

คุณจิณณ์ เผ่าประไพ

คุณจิณณ์ เผ่าประไพ Managing Director & Partner ของบริษัท ซีเจ เวิร์ค จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทดิจิทัล ครีเอทีฟ เอเจนซี่ที่ประกอบด้วยทีมงานสุดยอดมือรางวัลของไทย โดยมีทีมครีเอทีฟที่ได้รับรางวัลในด้าน Digital มากที่สุดจากทั้งในและต่างประเทศ ในปี 2014 ที่ผ่านมา CJ WORX ถูกยกให้เป็น Digital Agency of The Year จากสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นเอเจนซี่ของไทยเพียงเอเจนซี่เดียวที่ผลงานในหมวด Digital ได้รับรางวัลจากเวทีระดับโลก โดยได้เข้าเป็น Shortlist ใน Cannes Lion 2014 ส่วนในเวทีระดับเอเชีย Spikes Asia 2014 ก็สามารถคว้ารางวัล Silver มาได้ และสามารถคว้ารางวัล Gold ในหมวดดิจิทัลอีกเช่นกันจากเวทีระดับยุโรปอย่าง Epica Awards 2014

คุณจิณณ์ เคยทำงานกับบริษัทโฆษณาต่างประเทศมาเป็นเวลาหลายปี ก่อนจะผันตัวออกมาตั้งบริษัทของตนเองเมื่อสี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากเห็นว่าองค์กรเดิมซึ่งเป็นองค์กรของต่างประเทศมีรูปแบบการทำงานที่ตายตัว เช่น การนำเทคโนโลยีที่ยุ่งยากมาใช้ในการตลาด ซึ่งไม่เหมาะกับคนไทยที่ชอบรูปแบบของเทคโนโลยีที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน คุณจิณณ์จึงออกมาตั้งบริษัทที่มีความแตกต่างจากคนอื่น โดยใช้ viral marketing มาเป็นจุดขายให้กับธุรกิจของตนเอง การที่คุณจิณณ์มีประสบการณ์ทำงานด้านเอเจนซี่ ทำให้สามารถผสมผสานรูปแบบการดำเนินงานด้านการตลาดและการโฆษณา ผนวกเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ก่อให้เกิดชิ้นงานโฆษณา ในรูปแบบของ viral marketing งานโฆษณาที่มีผู้กล่าวถึงมากของคุณจิณณ์ มีอยู่หลายชิ้น เช่น

"Taxi ปอร์เช่กลางสยาม" ที่สามารถเรียกยอดวิวบน YouTube หลักแสนภายใน 4 วันและสร้างการรับรู้ให้กับ Samsung Galaxy S2 ได้ในวงกว้าง ในรูปแบบของคลิปที่ถูกแชร์ผ่าน Facebook Twitter Pantip Web board รวมถึงภาพถ่ายใน Instagram หรือโฆษณาชุดชั้นในวาโก้ ที่ใช้ผู้ชายแสดงเป็นผู้หญิงที่ปลดเปลื้องชุดชั้นใน และมาเฉลยในตอนจบว่าเป็นผู้ชาย ที่เรียกเสียงฮือฮาและได้แพร่กระจายไปอย่างรวดเร็วในสังคมออนไลน์

การทำงานของคุณจิณณ์ คือ การทำงานที่มี Creative Idea มาทำไวรอล มาร์เก็ตติ้ง ทำให้มียอดคนดูถล่มทลาย ด้วยทีม Creative และทีม Media ที่ดีและสร้างคลิปที่มีจุดที่น่าสนใจจนคนอยากแชร์ภายในคลิปเดียว โดยไม่ต้องรอปล่อยคลิปหลายๆ ตัว ทั้งรวดเร็วประหยัดงบประมาณ คุณจิณณ์ผลิตสื่อที่เป็นที่พอใจทั้งสองฝ่าย คือเจ้าของสินค้า และคนทำโฆษณา โดยยึดหลักการให้ข้อเท็จจริงอย่าหลอกผู้บริโภค หรือโฆษณาเกินจริง เนื่องจากโซเชียลมีเดียเป็นสื่อที่มีการโต้ตอบและเผยแพร่อย่างกว้างขวาง ซึ่งการเล่นกับความรู้สึกเป็นสิ่งที่อ่อนไหว ผลลัพธ์ที่ตามมาอาจมีข้อดีแต่ข้อเสียนั้นรุนแรงมากกว่า จึงต้องมีการวางแผนสื่ออย่างเป็นระบบและครอบคลุมให้ครบถ้วนมากที่สุด

การทำงานต้องก้าวทันผู้บริโภค เพราะผู้บริโภคมีการขยับตัวไปข้างหน้าตลอดเวลา ตามเทรนด์ที่เกิดขึ้นมาใหม่ๆ เช่นเมื่อก่อน ทุกคนต้องเล่น Hi 5 ต่อมาเปลี่ยนเป็น Facebook Twitter หรือสื่อเฉพาะกลุ่มอย่าง Instagram Tumblr Social Cam และอื่นๆ ที่อาจรับความนิยมขึ้นมาในวันหนึ่ง จึงต้องก้าวทันเทรนด์ที่เข้ามาใหม่อย่างสม่ำเสมอ มีการเรียนรู้ตลอดเวลาว่าเกิดอะไรขึ้นกับสื่อบนโลกออนไลน์บ้าง และควรทำอะไรโดยใช้สื่อประเภทไหนกับกระแสที่เกิดขึ้นนั้น เพื่อให้เกิดโอกาสในการทำธุรกิจ

คุณจิณณ์ได้ให้ข้อแนะนำแก่ผู้ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจว่า ให้ทำในสิ่งที่ตนเองชอบ โดยถ่ายทอดประสบการณ์ของตนเองที่ชอบการสื่อสารออนไลน์ จึงเปลี่ยนตัวเองมาจับงานด้านนี้ แม้ว่าได้ทำธุรกิจมาแล้วหลายอย่างแต่ไม่ประสบความสำเร็จ และในที่สุดก็ประสบความสำเร็จในงานที่ตนเองชอบ คุณจิณณ์กล่าวว่า ในโลกของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงนั้นให้จับตาดูว่าเทคโนโลยีตัวใดที่เราจะสามารถนำมาช่วยในการทำงาน โดยใช้เป้าหมายของเราเป็นหลักและนำเทคโนโลยีมาช่วย เมื่อคิดที่จะทำ ให้กล้าที่จะทำ อย่ากลัวอุปสรรค เพราะเมื่อเริ่มต้นย่อมพบกับอุปสรรคเป็นเรื่องธรรมดา

คุณสุรบถ หลีกภัย

คุณสุรบถ หลีกภัย ผู้สร้างคอนเทนต์ทะลุล้านวิว ผู้ร่วมก่อตั้ง VRZO (บริษัท วีอาร์โซ โปรดักชั่น จำกัด) เป็นบุตรของอดีตนายกรัฐมนตรี ชวน หลีกภัย และ นางภักดิพร สุจริตกุล เคยดำรงตำแหน่งรองโฆษกกระทรวงวัฒนธรรม และปัจจุบันดำรงตำแหน่ง CEO และพิธีกร บริษัท วีอาร์โซ โปรดักชั่น จำกัด (VRZO PRODUCTION CO., LTD.)

VRZO เกิดขึ้นเมื่อห้าปีก่อน ในฐานะของแบรนด์เสื้อผ้า ซึ่งคุณสุรบถได้เริ่มทำตั้งแต่สมัยที่ยังเรียนอยู่ ต่อมาเริ่มมีความคิดอยากทำสื่อออนไลน์ จึงเปิดหน้าเฟซบุ๊ก โดยเริ่มจากการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับชีวิตให้กับน้องๆ แฟนเพจ ผ่านทางเฟซบุ๊ก ทั้งเรื่องความรัก เรื่องเรียน ปัญหาวัยรุ่นต่างๆ วันหนึ่งมีน้องมาแย้งว่า เรื่องที่คุณสุรบถบอกมาไม่ถูกต้อง เพราะไปปรึกษาพี่อีกเว็บไซต์หนึ่งมา เขาบอกว่าต้องทำอีกอย่างหนึ่ง คุณสุรบถจึงตามเข้าไปดูและพบว่า คำตอบที่ให้น้องเป็นการให้ความเห็นในแนวชักจูง ซึ่งคุณสุรบถไม่ชอบการสอนแบบชักจูง โดยเวลาแนะนำใครจะแนะนำแบบกว้างๆ ให้คนฟังไปคิดเอง หากคิดได้ก็ดี หากคิดไม่ได้ก็คิดให้หนักกว่าเดิม แต่จะไม่บอกว่าสิ่งนี้ดีสิ่งนั้นเลว จึงเป็นจุดเริ่มต้นให้มาทำรายการเพราะอยากเป็นที่ปรึกษาให้วัยรุ่นว่าสังคมจริงๆ เขาคิดอย่างไรกัน

รายการที่ทำนั้นต้องการให้เด็กๆ รู้ว่าสังคมเป็นสีเทา ไม่ได้ขาวแต่ก็ไม่ได้ดำ แม้ว่าจริงๆ แล้วเนื้อหาของรายการค่อนข้างหนัก แต่เลือกที่จะทำรายการให้สนุกเหมือนนิทานอีสปที่แม้ว่าในตอนจบจะมีการตายและเป็นเรื่องที่โหดร้าย แต่เด็กๆ ก็สามารถเข้าถึงนิทานอีสปได้ รูปแบบรายการจึงเป็นแนวเพื่อเด็กอยากรู้ อยากดูว่าสุดท้ายแล้วผลมันจะเป็นอย่างไร โดยไม่ได้ต้องการให้เป็นรายการที่เคร่งเครียดเหมือนกับรายการข่าวหรือแบบสำรวจตามมหาวิทยาลัย แต่ทำรายการให้สนุกสนาน โดยมีบทสัมภาษณ์จากคนที่ดูดีหรือบุคคลมีชื่อเสียง เป็นรายการที่ดูสบายๆ มีความเห็นที่สนุกสนาน

วีอาร์โซ (VRZO) คือรายการวาไรตี้ที่ผลิตโดยบริษัท วีอาร์โซ โปรดักชั่น จำกัด ซึ่งมีเนื้อหาหลักคือการสัมภาษณ์ความเห็นของคนดูดี 100 คน ในแต่ละหัวข้อที่แตกต่างกันไปในแต่ละตอน ออกอากาศครั้งแรกบนยูทูบ ต่อมาได้เพิ่มช่องทางการออกอากาศในเวรี่ ทีวี ทรูวิชั่น 85 ชื่อวีอาร์โซ มาจากคำภาษาอังกฤษว่า “We Are So” มีความหมายว่า “พวกเราเยอะ”

คุณสุรบถ เล่าว่าเมื่อคิดทำรายการในตอนแรก ก็ออกหาผู้สนับสนุนรายการ (sponsor) ด้วยตนเอง ได้พบอุปสรรคมากมาย เนื่องจากเป็นลูกของนักการเมือง ซึ่งปกติแล้วภาคธุรกิจจะไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับการเมือง และในขณะนั้นยูทูบถือเป็นเรื่องใหม่สำหรับสังคมไทย น้อยคนที่รู้จักหรือยังเป็นที่รู้จักในวงแคบ ทำให้มองไม่เห็นช่องทางของการทำกำไรของธุรกิจ หรือช่องทางที่ผู้ชมจะให้ความสนใจ ดังนั้นบริษัทต่างๆ จึงปฏิเสธการเป็นสปอนเซอร์และบ่อยครั้งจะถูกตั้งคำถามว่าใครจะเป็นผู้เข้ามาดูรายการที่ผลิต อย่างไรก็ตามคุณสุรบถไม่รู้สึกท้อและดื้อที่จะทำต่อด้วยเงินทุนที่มีอยู่ผลิตรายการและออกอากาศ ระยะหนึ่งจนเป็นที่รู้จักและเริ่มมีโฆษณาเข้ามา

หลักในการทำงานของคุณสุรบถ คือ ทำในสิ่งที่ชอบ เมื่อชอบก็จะเกิดความเชี่ยวชาญขึ้นมาเอง เนื่องจากตัวเขาเรียนจบทางด้านรัฐศาสตร์ แต่มาทำงานด้านโปรดักชั่น เขาเชื่อว่าหากทำในสิ่งที่ชอบ จะประสบความสำเร็จได้ในอนาคต หลักในการสร้างสรรค์งาน คือใช้แนวคิดที่ง่ายๆ โดยใช้ตัวเองเป็นโจทย์ว่า หากตัวเขาคิดว่ามันต้องเป็นแบบนี้ ต้องมีคนคิดแบบเดียวกับเขา กลุ่มคนที่คิดแบบเดียวกันกับเขา จะเป็นผู้ส่งต่อ และกระจายงานของเขาให้กระจายไปในสังคมได้อย่างรวดเร็วเหมือนกับการแพร่กระจายของไวรัส

คุณสุรบถให้ข้อคิดว่า ในการทำงานบนโลกออนไลน์และโซเชียลมีเดียจะต้องมีความแข็งแรง มีจิตใจที่เข้มแข็ง เพราะในโลกออนไลน์ ทุกคนสามารถแสดงความคิดเห็นได้ และความคิดเห็นเหล่านั้นก็เผยแพร่และแพร่กระจายไปอย่างรวดเร็ว ต้องไม่รู้สึกท้อต่อคำติเตียนเหล่านั้น โดยยึดหลักว่าไม่มีอะไรทำร้ายตัวเราได้ นอกจากตัวเราเอง และตัวเรารู้ตัวเราเองมากที่สุด อุปสรรคทุกอย่างที่เกิดขึ้น คือบทเรียนที่จะนำไปต่อยอด โดยการเริ่มต้นจากจุดเล็กๆ จากไม่รู้อะไรเลย แล้วค่อยๆ เรียนรู้และสร้างโอกาสต่อไป รวมถึงการเปิดโอกาสให้กับคนรุ่นใหม่ได้เข้ามาแสดงฝีมือ ดังเช่น โครงการใหม่ของเขาที่เปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่ได้เสนองาน โดยเขาจะเป็นผู้สนับสนุนด้านการผลิตให้กับผู้ที่มีความคิดที่สร้างสรรค์ ได้แสดงความคิดออกมาอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อเป็นช่องทางในการเผยแพร่ความคิดดีๆ ของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการพื้นที่ในการแสดงผลงาน

okmd
The

The

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 5

OKMD
FAST FORWARD TALK
ครั้งที่ 6

ยินดีต้อนรับสู่ปี 68
“สังคมผู้สูงวัยโดยสมบูรณ์”
โอกาสจากการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์

วันอังคารที่ 12 พ.ค. 2558

ณ ห้องโลตัสสวีท 5-7 ชั้น 22
โรงแรม เซนทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลเวิลด์
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ส่องอนาคตธุรกิจ
Aged Society

โดย คุณสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล
เซียนด้านการประกอบธุรกิจและกูรูด้านสังคมผู้สูงอายุ
ผู้อำนวยการ สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลาง
และขนาดย่อม (ISMED)

หลังจากที่คุณสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล สำเร็จการศึกษาที่โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ได้รับทุนรัฐบาลญี่ปุ่นไปศึกษาระดับปริญญาตรี ที่คณะเศรษฐศาสตร์ เอกการจัดการ มหาวิทยาลัยเกียวโต ประเทศญี่ปุ่น
ระดับปริญญาโททางด้านการตลาด
ที่มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
และระดับปริญญาโทด้านวิศวกรรมอุตสาหการ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

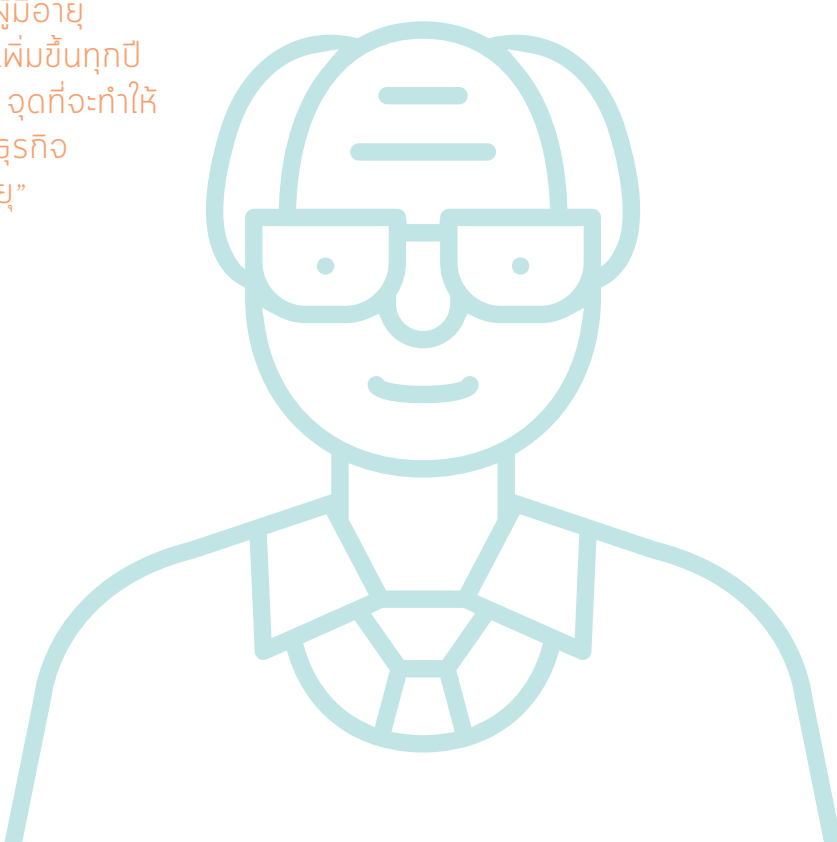
คุณสุวรรณชัยได้ฝึกงานกับบริษัทแฟชั่นในประเทศญี่ปุ่นเป็นเวลา 1 ปี แล้วกลับมาทำงานให้กับบริษัท ไอบีเอ็ม ที่ประเทศไทย เป็นเวลา 2 ปี และออกมาดูแลด้านการตลาดต่างประเทศให้แก่ธุรกิจของครอบครัว จนต่อมาในปี 2545 ได้เข้าซื้อกิจการโรงงานผลิตเสื้อผ้า "ไทย คาเนตะ" ของชาวญี่ปุ่น

คุณสุวรรณชัยเคยดำรงตำแหน่งเลขาธิการสมาคมส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไทย (ATSME) และเป็นอาจารย์พิเศษในสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ปัจจุบัน คุณสุวรรณชัย ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (ISMED)

คุณสุวรรณชัย ได้รับรางวัลธรรมาภิบาลดีเด่น ประจำปี 2548 จากสถาบันป๋วยอึ๊งภากรณ์โดยความร่วมมือระหว่างสมาคมธนาคารไทย และสถาบันพัฒนา SMEs และรางวัลอุตสาหกรรมดีเด่น ประจำปี 2548 ประเภทการบริการอุตสาหกรรม SMEs จากนายกรัฐมนตรี นอกจากนี้ยังได้รับรางวัลสุดยอด SMEs แห่งชาติ ประจำปี 2549 รางวัลต้นแบบองค์กรธุรกิจคุณธรรมตัวอย่าง สมัชชาคุณธรรมแห่งชาติ ปี 2552 และรางวัลเถ้าแก่ติดดาว ด้าน CSR ปี 2553

คุณสุวรรณชัยหรือคุณเสือเล่าถึงประสบการณ์เมื่อครั้งที่ไปเรียนที่ญี่ปุ่นว่าได้เห็นสิ่งที่แปลกแตกต่างไปจากประเทศไทยตั้งแต่ความเจริญก้าวหน้าของบ้านเมืองระเบียบวินัยและวิถีชีวิตของคนญี่ปุ่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เกิดจากการเป็นคนช่างสังเกตและการสังเกตนี่เองที่จะนำไปสู่ความคิดใหม่ๆ ทักษะในการสังเกตเรื่องราวรอบๆ ตัวและการตั้งคำถามในสิ่งที่ได้พบเห็น เป็นสิ่งที่จะช่วยให้เกิดความเปลี่ยนแปลง การสร้างสรรค์แนวคิด เพื่อมาปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจเดิมให้สามารถอยู่รอด ท่ามกลางกระแสความเปลี่ยนแปลงที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจเดิมหรือนำมาซึ่งความคิดริเริ่มในการสร้างธุรกิจใหม่ให้รองรับกับความเปลี่ยนแปลงเพื่อช่วงชิงโอกาสและความสำเร็จของธุรกิจ เพราะการเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ต่อให้เราอยู่นิ่ง การเปลี่ยนแปลงก็ยังคงเกิดขึ้น ดังนั้นเราจึงต้องมีการติดตามการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

"ประเทศไทยได้เข้าสู่สังคมของผู้สูงวัย ตั้งแต่ปี 2548 โดยอัตราของผู้มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จะเพิ่มขึ้นทุกปี แหละนี่เอง คือ จุดที่จะทำให้เกิดโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุ"



การเปลี่ยนแปลงทางสังคม เทคโนโลยีและบริบททางสังคมนำมาซึ่งเทรนด์ใหม่ ๆ ซึ่งเทรนด์เหล่านี้จะนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าเราจะสนใจหรือไม่ การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ก็ยังคงเกิดขึ้นอย่างแน่นอน โดยสรุป เทรนด์ที่จะเกิดขึ้นใน ปี ค.ศ.2020 (Future Foresight 2020: Unveil SMEs in Mega Trends) มีแนวโน้มสำคัญ 6 ประการ ได้แก่

1. ชีวิตในโลกแห่งดิจิทัล (Digital Lifestyle)

ปัจจุบันเรากำลังอยู่ในยุคโลกไร้พรมแดน ด้วยความแพร่หลายของอินเตอร์เน็ต ก่อให้เกิดสังคมออนไลน์ที่แทรกซึมเข้าสู่วิถีชีวิตของคนทั่วโลก ทั้งนี้ เทคโนโลยีทางด้านออนไลน์เข้ามามีบทบาทเกี่ยวพันกับวิถีการใช้ชีวิตในแต่ละวันทำให้ปัจจุบันกลายเป็นสังคมก้มหน้า ในขณะที่ ผู้ประกอบการก็สามารถดำเนินธุรกิจได้อย่าง ฉับไวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้เกิดการขยายตลาดของ “สมาร์ทโฟน” และ “แท็บเล็ต” ให้มีการสามารถใช้งานทดแทนคอมพิวเตอร์ โดยมีการพัฒนารูปแบบให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้

2. เศรษฐกิจสีเขียว (Greening Economy)

ความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติ เริ่มส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่และสภาพแวดล้อมที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตที่มีคุณภาพ ผู้คนและสังคมจึงหันมาสนใจในเรื่องของการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมเพื่อลูกหลานในอนาคต

3. ระบบขนส่งความเร็วสูงและโลจิสติกส์ (Hi-Speed & Coverage Logistics)

ความต้องการการเชื่อมโยงอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองผู้บริโภคเพื่อให้สินค้าสามารถถึงมือผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว

4. พลังผู้หญิงขับเคลื่อนเศรษฐกิจ (Sheconomy)

ปัจจุบัน ผู้หญิงมีความสำคัญในการขับเคลื่อนการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้น สังคมไทยมีผู้หญิงเก่งมากขึ้น มีผู้หญิงเป็นผู้บริหารระดับสูงจำนวนมาก เหล่านี้หากเราวิเคราะห์ให้ได้ว่าผู้หญิงกลุ่มนี้ มีความชอบและไม่ชอบอะไร ก็สามารถเชื่อมโยงกับโอกาสทางธุรกิจที่ยังมีช่องทางธุรกิจอยู่อีกมาก

5. แนวโน้มการใช้ชีวิตแบบวิถีคนเมือง (Urbanization)

แนวโน้มการใช้ชีวิตแบบเมืองเพิ่มขึ้นนำไปสู่การขยายตัวของความเป็นเมืองใหญ่ทั้งในหัวเมืองและท้องถิ่นต่างๆ โดยรูปแบบการใช้ชีวิตแบบวิถีคนเมืองนี้ส่วนใหญ่เน้นการอุปโภคบริโภคที่มีลักษณะเฉพาะ

6. การเข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aging Society)

การเพิ่มจำนวนของผู้สูงอายุ ทำให้เกิดสังคมของผู้สูงอายุ ความต้องการรักษาความสดชื่นแข็งแรง รักษาสุขภาพ การอยู่ดีกินดี เหล่านี้คือคำสำคัญที่นำมาสู่ที่มาของการพัฒนาธุรกิจเพื่อสังคมผู้สูงอายุ ที่ควรจับตามอง เช่น เรื่องของอาหาร ที่ต้องผลิตให้ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุที่ต้องการมีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง การใช้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ภาพถ่ายที่เน้นความสวยงาม จะดีกว่าการใช้คำว่า “อาหารเพื่อผู้สูงอายุ” เพราะไม่มีใครต้องการเป็นผู้สูงอายุ หรือการใช้คำว่า “อาหารเพื่อสุขภาพ” เพราะผู้บริโภคมักมีความเชื่อว่า อาหารเพื่อสุขภาพมักจะไม่อร่อย โดยธุรกิจอาหารเหล่านี้ไม่ใช่สินค้าสำหรับผู้สูงอายุเพียงกลุ่มเดียว แต่ยังมีกลุ่มของผู้รักสุขภาพอยู่ด้วย จึงทำให้เกิดธุรกิจ “อาหารเพื่อความห่วงใย (care food)” เกิดขึ้น

"ในกลุ่มอาหารเหล่านี้จะคำนึงถึงความสะดวกในการบริโภคของผู้สูงอายุ เช่น ความสามารถในการบดเคี้ยวของผู้สูงอายุที่สามารถบดเคี้ยวได้ง่าย ไม่แข็ง กรอบแต่เคี้ยวได้ กัดได้ด้วยเหงือก บดได้ด้วยลิ้น และกลืนได้เลย เรื่องเหล่านี้เป็นเรื่องละเอียดอ่อนที่จำเป็นต้องนำมาเป็นรายละเอียดในการประกอบธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุ และเรื่องของการใส่ใจดูแลผู้สูงอายุ"

สำหรับห้างสรรพสินค้าหรือสถานที่จับจ่ายใช้สอยสำหรับผู้สูงอายุ คุณเสือ ยกตัวอย่าง ห้างสรรพสินค้าเก่าแก่ห้างหนึ่งที่มีคู่แข่งเป็นห้างสรรพสินค้าที่ทันสมัย และต้องปรับตัวเองเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจ เริ่มจากการที่ผู้บริหารซึ่งเป็นทายาททางธุรกิจสังเกตเห็นว่า ลูกค้าของตนมักเป็นผู้สูงอายุที่คุ้นเคยกับการเดินซื้อของในห้างของตนเอง จึงปรับตัวเองให้กลายเป็นห้างสำหรับผู้สูงอายุ ที่มีสินค้า และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุ เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน โดยอาศัยการสังเกต การบันทึกและวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย จากการสังเกตพบว่า ลูกค้าเป็นผู้สูงอายุที่มักจะมาเป็นคู่ หรือมากับลูกหลาน จึงทำการปรับทางเดินให้กว้างขึ้นเพื่อให้สามารถเดินได้สะดวก และจัดเก้าอี้สำหรับนั่งพักไว้เป็นระยะ จัดวางสินค้าให้หยิบง่าย ไม่สูงจนเกินไป ในกรณีผู้สูงอายุมาคนเดียวจะจัดเจ้าหน้าที่ไว้หนึ่งคนไว้คอยดูแลช่วยเหลือแนะนำสินค้า และช่วยถือของให้ มีการปรับขนาดสินค้าให้มีขนาดเล็กลง น้ำหนักไม่มากนัก เนื่องจากผู้สูงอายุมักจะซื้อสินค้าที่มีจำนวนไม่มากพอเพียงแก่การบริโภคในแต่ละครั้ง แต่เพื่อให้มียอดซื้อจำนวนมาก จึงมีบริการจัดส่งให้ถึงบ้านสำหรับผู้เป็นสมาชิกที่มาจับจ่ายเป็นประจำ ซึ่งกระบวนการคิดเหล่านี้เกิดจากการสังเกตการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น และนำมาหาวิธีการที่จะรับมือกับความเปลี่ยนแปลงนั้นๆ ให้เกิดโอกาสทางธุรกิจ

ในการดำเนินธุรกิจอย่ากังวลเรื่องรูปแบบและทำซ้ำจากการที่ต้องดูและธุรกิจ SME ที่มีขนาดแตกต่างกัน ตั้งแต่รายย่อย จนถึงรายใหญ่ทำให้พบว่า แต่ละรายมีความแตกต่างกันออกไป ตามศักยภาพของธุรกิจนั้นๆ ซึ่งได้แก่จำนวนของเงินทุน ซึ่งเงินไม่ใช่ปัญหาในการดำเนินธุรกิจ ให้เรียนรู้และพัฒนาไปเรื่อยๆ สำหรับการเลียนแบบนั้น เลียนแบบได้ แต่อย่าลอกแบบ โดยเลียนแบบความคิดและนำไปประยุกต์ใช้ให้เกิดประโยชน์กับธุรกิจของตนเอง ทำให้เกิดความโดดเด่นขึ้นมา ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากความแตกต่างของธุรกิจที่ตนเองมีอยู่

ในฐานะเจ้าของธุรกิจจะต้องใช้การสังเกตมาตั้งคำถาม เพื่อให้ได้คำตอบว่า ผู้บริโภคสินค้าหรือบริการของเราต้องการอะไร และตอบโจทย์ให้ได้ เพื่อนำไปผลิตหรือปรับปรุงสินค้าและบริการให้ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายให้ได้ เป็นการคิดและออกแบบจากสิ่งที่เราเห็น การดำเนินธุรกิจจะต้องมีเป้าหมายที่ชัดเจน และมุ่งไปสู่เป้าหมายนั้นให้ได้

คุณเสือได้นำวีดีโอที่แสดงให้เห็นถึงรูปแบบธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุอีกรูปแบบหนึ่งที่น่าสนใจ คือ การดูแลผู้สูงอายุ โดยธุรกิจนี้เป็นธุรกิจที่มีอยู่ในประเทศญี่ปุ่น เป็นการนำผู้สูงอายุจากบ้านมายังศูนย์ดูแล ที่มีบุคลากร และสิ่งอำนวยความสะดวก มีกิจกรรมสำหรับผู้สูงอายุ จัดการเรื่องอาหารการกิน ที่พักผ่อน ในเวลากลางวัน และส่งกลับบ้านในตอนเย็น ซึ่งหากสังเกตและวิเคราะห์จะพบว่า ในกลุ่มผู้สูงอายุแต่ละคนจะมีความต้องการที่แตกต่างกันออกไป รายละเอียดปลีกย่อยของแต่ละคน สามารถที่จะนำมาเป็นโจทย์ในการออกแบบ สินค้า บริการ และกิจกรรมเพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายที่มีความแตกต่างกันเพื่อสร้างธุรกิจให้ประสบความสำเร็จได้

โดยกลุ่มของผู้สูงอายุจะมีตั้งแต่ผู้ที่ช่วยเหลือตนเองได้ ต้องมีผู้ช่วยเหลือ และช่วยเหลือตนเองไม่ได้ ซึ่งต้องอาศัยการดูแลที่แตกต่างกันไป และมีผลต่อการออกแบบสินค้าและบริการ แต่ที่อยู่เหนือสิ่งอื่นใดก็คือ การที่ผู้สูงอายุต้องการมีใครที่จะคอยดูแลเอาใจใส่ ซึ่งต่างจากในอดีต การนำผู้สูงอายุไปอยู่ที่สถานรับเลี้ยง เป็นการทอดทิ้ง แต่ปัจจุบัน สถานที่รับเลี้ยงจะเป็นสถานที่ที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุ ที่ต้องการคนดูแลเอาใจใส่ ปัจจุบันยังมีธุรกิจอีกหลายอย่างที่รอให้ผู้ประกอบการเข้ามาดำเนินธุรกิจในกลุ่มผู้สูงอายุ หากคิดว่าการดูแลเอาใจใส่ผู้สูงอายุอย่างไร ให้ท่านเหล่านั้นมีความสุข ก็จะสามารถต่อยอดในการดำเนินธุรกิจได้อีกมามาก เพราะยังมีรูปแบบธุรกิจอีกมากมายที่จะตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุรออยู่

Success Stories :
โอกาสใหม่ทางธุรกิจ... ก้าวสู่สังคมผู้สูงอายุ
(The Rise of the Elderliers)

โดย คุณณัฐธยาน์ โสภิตณัทพงศ์
เจ้าของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรทีมิกซ์

โดย คุณปริญญ์ โสภิตณัทพงศ์
ทายาทผู้ร่วมก่อตั้ง รายได้กว่า 100 ล้านต่อปี

คุณณัฐธยาน์ โสภิตณัทพงศ์

เจ้าของผลิตภัณฑ์
ชาสมุนไพรทีมิกซ์

คุณปริญญ์ โสภิตณัทพงศ์

ทายาทผู้ร่วมก่อตั้ง
รายได้กว่า 100 ล้านต่อปี

คุณณัฐธยาน์ โสภิตณัทพงศ์ หรือป้อม เกิดในครอบครัวที่มีพี่น้อง 7 คน เป็นลูกคนที่ 6 ของบ้าน โดยพี่น้องประกอบอาชีพ ครู พยาบาล ทหาร ช่วงประถมเรียนอยู่ โรงเรียนบ้านสร้าง บางปะอิน จังหวัดอยุธยา พอเข้าช่วงมัธยมครอบครัวก็ส่งให้เข้าเรียนต่อโรงเรียนสตรีประจำจังหวัด โรงเรียนจอมสุรางค์ เข้าศึกษาต่อในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง แม้ครอบครัวอยากให้เป็นพยาบาล

ช่วงวัยทำงานได้ เริ่มทำธุรกิจ โดยร่วมหุ้นกับพี่ชายของแฟน ทำร้านเคมีเกษตร ชื่อร้านเกษตรกลางดง เป็นร้านที่ติดต่อกับบริษัทมากกว่า 40 บริษัท เกี่ยวกับสินค้าเคมีเกษตร โดยป้อมเริ่มต้นด้วยการเป็นผู้จัดการร้าน ซึ่งมีความรู้ ความเชี่ยวชาญจนมีลูกค้าเข้ามาติดต่อเพื่อให้ดูแล และเป็นที่ปรึกษาในการดูแลสวนผลไม้ เช่น มะม่วง องุ่น ลิ้นจี่ เมื่อได้ทำการติดต่อกับลูกค้าเจ้าของสวนผลไม้มากมายจึงเกิดไอเดียในการทำสวนมะม่วงส่งออก โดยทำในรูปแบบของการเช่าสวนปลูกมะม่วงเองและเหมาซื้อสวนอื่นหลายจังหวัด เพื่อส่งออกไปยังต่างประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย มาเลเซีย ซึ่งมีคู่ค้าอยู่ที่หาดใหญ่ ซึ่งรายได้ดีมาก ได้กำไรแสนกว่าบาทต่อวัน หลังจากนั้นธุรกิจก็เริ่มเกิดปัญหาจากคำสั่งซื้อจำนวนมาก ไม่สามารถควบคุมจำนวนสินค้าที่ส่งออกให้ได้พอตามความต้องการ ทำให้เกิดปัญหาไม่มีสินค้าส่ง และช่วงที่วิกฤตที่สุดคือช่วงที่เกิดโรคซาร์

และไข้หวัดนก ทำให้ประเทศสิงคโปร์ปิดประเทศ ทำให้ไม่สามารถส่งสินค้าได้ ทำให้สินค้าค้างสต๊อกและขาดทุนถึง 4 ล้านบาท จึงต้องเลิกล้มธุรกิจนี้ไปในปี 2547 ทำให้เป็นเหมือนจุดเปลี่ยนของชีวิตหันมาทำงานเล็กๆ น้อยๆ เช่น เป็นนายหน้าค้าที่ดิน ช่วยงานพี่ชายแฟนนำเข้าเคมีเกษตร และเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับเคมีเกษตร ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการคิดปรุงสูตรชาสมุนไพรและเริ่มธุรกิจชาสมุนไพรจนประสบความสำเร็จในปัจจุบัน

คุณป้อม เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรทีมิกซ์ ซึ่งเป็นชาสมุนไพรที่มีสรรพคุณในการช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด ความดันให้อยู่ในเกณฑ์ปกติ ดูแลองค์รวมของสุขภาพและป้องกันโรคแทรกซ้อนต่างๆ ที่เกิดจากเบาหวาน โดยสูตรชาสมุนไพรนี้เป็นสูตรที่ตกทอดจากบรรพบุรุษของคุณป้อม โดยจะเปิดเผยกลยุทธ์ที่เกิดจากการเห็นโอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่เป็นโรคเบาหวาน ความดัน ไขมันและคอเลสเตอรอล

การเริ่มต้นธุรกิจของคุณป้อม เริ่มจากการได้พบเห็นผู้ป่วยเบาหวานซึ่งเป็นคนที่รู้จักคุ้นเคยกัน ป่วยด้วยโรคเบาหวาน ขาเป็นแผลพุพองและกำลังจะถูกตัดขา ทำให้นึกถึงสูตรยาที่คุณยายเคยเล่าให้ฟัง เพื่อรักษา “ธาตุพิการ” ซึ่งมีลักษณะอาการคล้ายคลึงกันกับผู้ป่วยรายนี้ คุณป้อมจึงนำสูตรยานี้ไปให้ผู้ป่วยนำไปต้มรับประทาน และบอกว่าหากรับประทานยานี้แล้วจะหายแน่นอน โดยคิดแต่เพียงว่าอยากให้ผู้ป่วยได้ทานน้ำและยาบำรุงเพื่อให้มีแรงไปพบแพทย์ เมื่อเวลาผ่านไปเจ็ดวัน ปรากฏว่าผู้ป่วยอาการดีขึ้น แผลแห้ง จึงต้องการที่จะพิสูจน์ว่าสูตรยาดังกล่าวใช้ได้ผลจริง หรือเป็นเพียงเหตุบังเอิญที่ทำให้ผู้ป่วยรายนั้นมีอาการดีขึ้น คุณป้อมจึงต้องการที่จะแจกยานี้กับผู้ป่วยรายอื่น ที่ต้องไปพบแพทย์ที่โรงพยาบาลพร้อมกันกับผู้ป่วยรายแรก และมีอาการหนักเช่นเดียวกัน โดยทำการแจกให้กับผู้ป่วยรายอื่นๆ ที่กำลังจะถูกตัดขาเช่นเดียวกัน คุณป้อมคิดว่าชาสมุนไพรนี้ เป็นเพียงการปฐมพยาบาลเบื้องต้น ไม่คิดว่าจะเป็นยาที่สามารถควบคุมระดับน้ำตาลได้ และทำแจกฟรีให้กับผู้ป่วยจำนวนมาก เพื่อเป็นการช่วยเหลือไม่ให้พวกเขาเหล่านั้นต้องถูกตัดขา หลังจากทำแจกอยู่นานจึงเริ่มคิดทำตลาด เนื่องจากลูกชายเรียนด้านการตลาดและไม่อยากให้มีอาชีพเป็นพนักงานขายของตามบ้าน ประกอบกับในระหว่างที่นำยาไปแจก มักมีการถามถึง “อ.ย.” คุณป้อมจึงนำยาไปทำให้ถูกระบบมี “อ.ย.” และทำผลิตภัณฑ์ใส่บรรจุภัณฑ์ รุ่นแรกออกมา ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมายังไม่มีความโดดเด่น คุณปริญญ์ซึ่งเป็นลูกชาย มีความเห็นว่าบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความโดดเด่น เมื่อนำไปจัดวางอยู่กับสินค้าประเภทเดียวกัน

ในการทำการตลาด คุณป้อมใช้วิธีสำรวจว่าในตลาดชาสมุนไพรประเภทเดียวกัน เมื่อเปรียบเทียบกับของตนเองมีข้อแตกต่างกันอย่างไร มีข้อเด่นและข้อด้อยใดบ้าง หลังจากทำการสำรวจและเปรียบเทียบสินค้า พบว่าสินค้าของตนมีจุดเด่นเหนือกว่าในทุกด้าน จึงทำให้มั่นใจในสินค้า และเกิดความมั่นใจในการทำการตลาด คุณป้อมแยกหน้าที่โดยตนเองเป็นผู้ทำการตลาด ในขณะที่คุณปริญญ์ทำเรื่องบรรจุภัณฑ์ เริ่มแรกคุณป้อมทำการตลาดแบบที่ตนเองเรียกว่า "มวยวัด" เนื่องจากไม่มีความรู้ด้านนี้ จึงอาศัยเพื่อนที่อยู่ในแวดวงการตลาดสมุนไพร เป็นผู้ทำการตลาด กำหนดราคา และวางตลาดให้ ปรากฏว่าสินค้าขายดี และทางห้างบิ๊กซี โทรมาตามให้ส่งสินค้า จึงได้ทราบว่าเพื่อนโกง โดยนำเงินที่ได้จากยอดขายไปใช้และไม่นำส่งคุณป้อม ทำให้สินค้าขาดตลาด ไม่มีวางจำหน่าย และไม่มีการสั่งสินค้าเพื่อวางจำหน่ายต่อไป คุณป้อมจึงคิดทำการตลาดเองโดยไม่ได้ใช้หลักการตลาด ไม่มีการทำวิจัยตลาด สำรวจความต้องการของผู้บริโภค คุณป้อมบอกว่า หากรู้ว่าการทำตลาดเป็นเรื่องที่ต้องอาศัยหลักการที่ยุ่งยาก คงไม่คิดที่จะทำสินค้าออกจำหน่าย การรู้น้อยในเรื่องของหลักการ ทำให้ถอยกลับไม่ได้ เมื่อเริ่มทำต้องเริ่มแก้ปัญหาไปทีละอย่าง ทีละจุด ทุกปัญหาคือเรื่องของการเจริญเติบโต

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจคุณป้อม ใช้วิธีการปรับกลยุทธ์วันต่อวัน เมื่อพบกับปัญหาที่ต้องแก้ไข โดยยึดหลักว่า ต้องรู้ลึกในเรื่องของธุรกิจที่จะทำและต้องพร้อมที่ปรับเปลี่ยนเสมอ การพบกับปัญหาคือการเรียนรู้ เปรียบได้กับการจบหลักสูตรภายในสามเดือน จุดเปลี่ยนผันที่ทำให้มาบุกเบิกการตลาดทีมิกซ์ อย่างจริงจังก็คือ การที่บิ๊กซีทวงถามสินค้า เพื่อให้นำมาวางจำหน่าย คุณป้อมซึ่งไม่มีความรู้ในเรื่องของ SME และเรื่องของการเขียนโครงการเพื่อกู้เงินจากธนาคาร ตัดสินใจนำบ้านไปจำนอง เพื่อกู้เงินนอกระบบเป็นจำนวนห้าล้านบาท และวางเดิมพันชีวิตด้วยการนอนวัดหากธุรกิจไปไม่รอด แต่ด้วยความเชื่อมั่นในตัวสินค้า และแรงบันดาลใจจากการโทรถามสินค้าจากบิ๊กซี นอกจากนี้ยังถูกยกเลิก "อ.ย." จึงทำให้กล้าที่จะกู้เงินนอกระบบมาลงทุน จำนวนมากเพื่อมาลงทุนสานต่อธุรกิจ ซึ่งเป็นการต่อสู้ในระยะยาว และร่วมกันกับครอบครัวทำแผนการตลาดเสร็จภายในคืนเดียว

"ปรัชญาในการทำธุรกิจของคุณป้อม คือ การเอาตัวเองเป็นผู้บริโภค มองจากมุมมองของผู้บริโภคว่า หากตัวเราเป็นผู้บริโภค เราจะมีความต้องการอะไร การผลิตและการวางแผนการตลาด จะตอบสนองผู้บริโภคได้ตรงเป้าหมาย และต้องมีแผนการสำรอง สำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉินด้วย"

หลังจากคุณปริญญ์ได้แบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นที่พอใจแล้ว ก็ได้เริ่มทำการผลิต โดยทำเป็นกล่องขนาดเล็กและวางขายราคาถูกต่ำกว่าทุนแทนการนำไปแจก เนื่องจากเห็นว่าหากแจกฟรีจะไม่ได้ผู้รับที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่แท้จริง ผู้ที่เสียเงินซื้อย่อมเป็นกลุ่มเป้าหมายของสินค้า คุณป้อม สามีและลูกได้เดินทางไปด้วยกัน เพื่อทำการตลาด เพื่อเตือนใจว่าทุกคนได้ร่วมมือกันต่อสู้ หากจะล้มก็ล้มไปด้วยกัน การทำการตลาดของคุณป้อมคือการไปขอเปิดบูธ ตามร้านจำหน่ายสมุนไพรในเขตกรุงเทพมหานครและมีการให้ชิมสินค้า โดยยกยอดขายให้กับทางร้าน เป็นการตอบแทนที่ให้เปิดบูธ และทำการตลาดอยู่หนึ่งเดือนครึ่ง จากร้านค้าในกรุงเทพฯ สามสิบร้านและฝากวางสินค้าที่ละหนึ่งโหล ซึ่งทางร้านรับไว้ด้วยความสงสารและเห็นใจ กลายเป็นการสั่งสินค้าจำนวนมากขึ้น หลังจากที่ยอดขายมากขึ้นจึงเปลี่ยนช่องทางการขายเป็น call center ให้ลูกค้าสั่งสินค้าผ่านศูนย์ ซึ่งเป็นแผนการตลาดที่ได้เขียนไว้แล้วในวันที่กู้ยืมเงินมา เพื่อให้สามารถขายสินค้าได้ตามราคาที่ตั้งไว้ เพิ่มช่องทางการโฆษณาทางทีวี การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ ผ่านหน้าเว็บไซต์ และมีการแจกสินค้าให้กับผู้ที่ต้องการเพื่อเป็นการแบ่งปัน คืนกำไรสู่สังคม ทำให้ผู้ซื้อรู้สึกมีส่วนร่วมในการแบ่งปันไปด้วยกัน

สำหรับปัญหาและอุปสรรคที่พบระหว่างการทำธุรกิจสามารถแก้ไขไปได้อย่างลุล่วงและผ่านพ้นไปได้ด้วยดีตั้งแต่ การให้ผู้อื่นทำการตลาดและถูกโกง คุณป้อมจึงหันมาทำการตลาดเองโดยใช้ความรู้จริงในเรื่องของผลิตภัณฑ์ เป็นตัวกำหนดแผนในการทำตลาด ปัญหาที่เกี่ยวข้องกับผู้ผลิตสินค้าและวัตถุดิบ คุณป้อมจะใช้วิธีเปลี่ยนผู้ผลิตสินค้าและวัตถุดิบ หรือใช้ผู้ผลิตสินค้าและวัตถุดิบหลายรายเพื่อกระจายกำลังการผลิตให้ทันต่อความต้องการของตลาด โดยยึดหลักคู่ค้าที่ดี มีความจริงใจในการดำเนินธุรกิจร่วมกันจะช่วยสนับสนุนธุรกิจให้มีความเจริญก้าวหน้าต่อไป

โอกาสทางธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุนอกจากจะทำธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ในอนาคตคุณป้อมวางแผนจะทำธุรกิจบ้านพักสำหรับคนวัยทำงานและวัยเกษียณ ชื่อ “ชลาลัย เรสสิเด้นท์” ตั้งอยู่ที่อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา เป็นที่สามารถแสวงหาความสุขส่วนตัว ในสังคมของตนเอง มีงานอดิเรกให้ทำ ในขณะเดียวกันก็มีระบบดูแลสุขภาพให้ด้วย ซึ่งจะเริ่มโครงการภายในสิ้นปีนี้

“สำหรับข้อคิดในการทำธุรกิจ ให้ลองไปสำรวจตลาดว่ามีสินค้าประเภทใดที่น่าสนใจแล้วนำมาทำ โดยการปัดฝุ่นสร้างสีสัน ปรับปรุงอิมเมจให้เกิดความน่าสนใจ และเกิดสิ่งดีๆ กับลูกค้าให้เริ่มนับจากหนึ่งแล้วไปเก้าไปสิบ กล้าคิดกล้าทำ แล้วความสำเร็จจะตามมา”

elcome to
2025: Aged Society
okmd
FAST
FORWARD
TALK

come to
2025: Aged Society

okmd
FAST
FORWARD
TALK

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 6

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 7

Green Means Business
ธุรกิจสีเขียวครองโลก

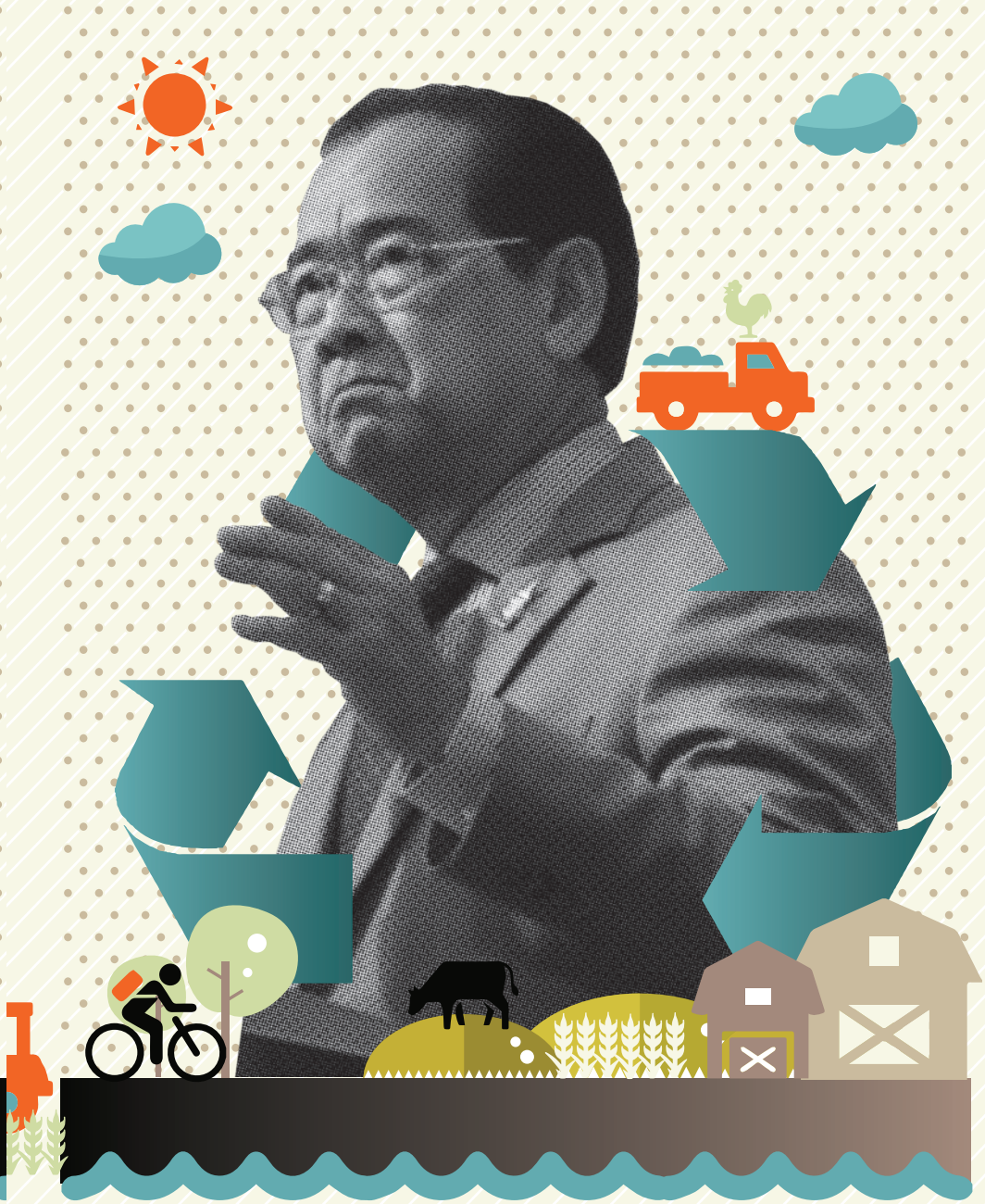
วันศุกร์ที่ 12 มิ.ย. 2558

ณ ห้องโลตัสสวีท 5-7 ชั้น 22
โรงแรม เซนทาราแกรนด์ แอทเซ็นทรัลเวิลด์
ปทุมวัน กรุงเทพมหานคร

ส่องอนาคต**ธุรกิจสีเขียว**

(A Future Glance at Green-is-the-New-Black)

โดย ดร.ณรงค์ชัย อัครเศรณี
รัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน



ดร.ณรงค์ชัย อัครเศรณี
ปัจจุบันดำรงตำแหน่งรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพลังงาน
เป็นนักธุรกิจด้านอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจด้านการเงิน
และนายกสภามหาวิทยาลัยขอนแก่น ในทางการเมือง
ดร.ณรงค์ชัย เป็นอดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงพาณิชย์
และเป็นสมาชิกวุฒิสภา ต่อมาในปี พ.ศ. 2549
ได้รับแต่งตั้งเป็นสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ
และในปี พ.ศ. 2557 ได้รับแต่งตั้งเป็นสมาชิกสภานิติบัญญัติแห่งชาติ เป็นครั้งที่สอง อดีตประธานกรรมการธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย และยังเป็นนักเศรษฐศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญพิเศษด้านการพัฒนาเศรษฐกิจ ตลอดจนมีส่วนร่วมในการวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของประเทศไทย

ดร.ณรงค์ชัย อัครเศรณี จบชั้นมัธยมศึกษาจากโรงเรียนวัดบวรนิเวศและโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา ก่อนสอบเข้าศึกษาต่อในคณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และในปีนั้นได้รับทุนโคลัมโบไปศึกษาวิชาเศรษฐศาสตร์ จบปริญญาตรี (เกียรตินิยม) จากมหาวิทยาลัยเวสเทิร์นออสเตรเลีย จบระดับปริญญาโท และปริญญาเอกด้านเศรษฐศาสตร์ จากมหาวิทยาลัยจอห์น ฮอปกินส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติมีผลต่อการใช้พลังงานไฟฟ้า โดยปริมาณการใช้ไฟฟ้ามีการเพิ่มขึ้นสูงสุดที่สุดในสถิติข้อมูลการใช้ไฟฟ้าในประเทศ อันเนื่องมาจากอากาศที่ร้อนขึ้น ซึ่งส่งผลต่ออัตราการใช้ไฟฟ้าของคนไทย โดยที่ผลกระทบที่เกิดจากธรรมชาติ เป็นสิ่งที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้

ปัจจุบันสังคมมีความกังวลเรื่องสภาพแวดล้อมมากขึ้น และพยายามที่จะหาวิธีการที่จะรักษาสภาพแวดล้อมไม่ให้เสียไป ซึ่งเป็นเหตุผลในการที่จะนำมาสร้างโอกาสทางธุรกิจ ท่ามกลางวิกฤติของการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยการรักษาความ Green หรือคงสภาพแวดล้อมสีเขียวหรือสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติในอนาคตให้ดีพอหรือเท่ากับในอดีต เพื่อคนรุ่นหลัง ด้วยการรักษาสมดุลทางธรรมชาติ

สาเหตุของการเกิดการเปลี่ยนแปลงของสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การเพิ่มขึ้นของประชากร เมื่อจำนวนประชากรมากขึ้น ความต้องการใช้สิ่งของต่างๆ ก็มากขึ้นตามมา ซึ่งจำนวนประชากรจะมีความสัมพันธ์กับความต้องการใช้ทรัพยากรโดยตรง เมื่อประชากรมากความต้องการก็มากขึ้น เกิดการปฏิวัติอุตสาหกรรม (Industrial Revolution) โดยหันมาใช้เครื่องจักรกล เพื่อเพิ่มผลผลิต ซึ่งเครื่องจักรเหล่านี้จำเป็นต้องใช้พลังงานจากธรรมชาติและพลังงานไฟฟ้า

"จากความเปลี่ยนแปลงทางอุตสาหกรรม ทำให้มนุษย์ใช้ทรัพยากรมากขึ้น และอย่างรวดเร็ว การขุดค้นหาและนำทรัพยากรมาใช้มากขึ้น โดยไม่ได้ระมัดระวังถึงผลเสียที่จะตามมา และมักจะได้กระทำการอย่างไม่สนใจต่อการหมดสิ้นหรือเสื่อมสภาพของทรัพยากร ทำให้เสียสมดุลธรรมชาติ เกิดมลพิษทางสภาวะแวดล้อม"

เพื่อความร่วมมือกันในการรักษาสภาพแวดล้อมจึงเกิด พิธีสารเกียวโต คือ พิธีสารที่จัดตั้งขึ้นภายใต้อนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) เพื่อเพิ่มความเข้มข้นของพันธกรณี โดยจำกัดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศอุตสาหกรรม หรือที่เรียกว่าประเทศในกลุ่มภาคผนวกที่ 1 (Annex 1 Countries) หมายถึง กลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว (Developed Country) ในกลุ่ม Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) และประเทศในกลุ่มยุโรปกลาง ยุโรปตะวันออก และประเทศรัสเซีย ที่เรียกว่า "กลุ่มประเทศกำลังเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจเป็นระบบตลาดเสรี" หรือ EIT (Economic in Transition) ซึ่งมีพันธกรณี ในการจำกัด และการลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกให้อยู่ในในระดับที่ปลอดภัย เพื่อให้ระบบนิเวศน์ธรรมชาติสามารถปรับตัวได้ และเพื่อเป็นการประกันว่า จะไม่มีผลกระทบต่อความมั่นคงทางอาหารและการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน

มีความพยายามในการหันมาใช้พลังงานทดแทนมากขึ้น ซึ่งพลังงานทดแทน หมายถึง พลังงานที่นำมาใช้แทนน้ำมันเชื้อเพลิง และพลังงานทดแทนอื่นๆสามารถแบ่งตามแหล่งที่ได้มาเป็น 2 ประเภท คือ

พลังงานทดแทนจากแหล่งที่ใช้แล้วหมดไป อาจเรียกว่า พลังงานสิ้นเปลือง ได้แก่ ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ นิวเคลียร์ หินน้ำมัน และทรายน้ำมัน เป็นต้น

และพลังงานทดแทนอีกประเภทหนึ่ง เป็นแหล่งพลังงานที่ใช้แล้วสามารถหมุนเวียนมาใช้ได้อีก เรียกว่า พลังงานหมุนเวียน ได้แก่ พลังงานลม พลังงานน้ำ พลังงานแสงอาทิตย์

โดยที่การเลือกใช้พลังงานทดแทนจะมีประเด็นที่ต้องนำมาพิจารณา คือ การที่พลังงานทดแทนบางประเภท เช่น ถ่านหิน ให้พลังงานสูง ราคาถูก แต่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมสูง ในขณะที่พลังงานทดแทนประเภทอื่น มีราคาสูง ซึ่งมีผลต่อต้นทุนการผลิต และราคาของพลังงานต่อหน่วยเพื่อจำหน่ายแก่ผู้บริโภค ราคาของพลังงานทดแทนและต้นทุนการผลิตเพื่อผลกำไร จึงเป็นประเด็นสำคัญในการนำมาคิด ในเรื่องของการใช้พลังงานทดแทน

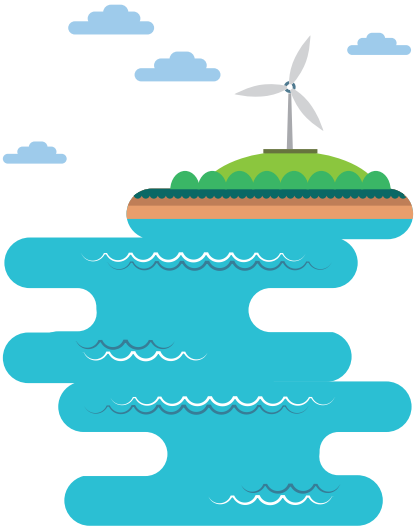
"พลังงานทดแทนบางประเภท เช่น ถ่านหิน
ให้พลังงานสูง ราคาถูก
แต่มีผลกระทบต่อสภาพแวดล้อมสูง"

สำหรับบทบาทของภาครัฐในเรื่องของนโยบายพลังงาน ได้แก่ ปฏิรูปโครงสร้างราคาเชื้อเพลิงประเภทต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับต้นทุนและให้มีภาระภาษีที่เหมาะสมระหว่างน้ำมันต่างชนิดและผู้ใช้ต่างประเภท เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงานของประเทศและให้ผู้บริโภคระมัดระวังที่จะไม่ใช้อย่างฟุ่มเฟือย รวมถึงดำเนินการให้มีการสำรวจและผลิตก๊าซธรรมชาติและน้ำมันดิบรอบใหม่ทั้งในทะเลและบนบก และดำเนินการให้มีการสร้างโรงไฟฟ้าเพิ่มขึ้นโดยหน่วยงานของรัฐและเอกชน ทั้งจากการใช้ฟอสซิลเป็นเชื้อเพลิง และจากพลังงานทดแทนทุกชนิด ด้วยวิธีการที่เปิดเผย โปร่งใส เป็นธรรม และเป็นมิตรต่อสภาวะแวดล้อม พร้อมกับร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการพัฒนาพลังงาน ส่งเสริมการผลิต การใช้ ตลอดจนการวิจัยและพัฒนาพลังงานทดแทน และพลังงานทางเลือก โดยตั้งเป้าหมายให้สามารถทดแทนเชื้อเพลิงฟอสซิลได้อย่างน้อยร้อยละ 25 ภายใน 10 ปี ด้วยแนวคิด ห่วงใยโลก ห่วงใยคน แต่ในเชิงธุรกิจก็ยังต้องมีกำไรจากการลงทุน

"ในการลงทุนด้านพลังงานไฟฟ้า รัฐได้ส่งเสริมการรักษาสภาพแวดล้อม
ด้วยการให้รางวัลแก่ผู้ขายไฟฟ้าให้
แก่ภาครัฐที่มีการผลิตที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด"

สำหรับการใช้พลังงานทดแทน หรือการผลิตสินค้า ที่เป็นมิตรกับสภาพแวดล้อม ที่ใช้กันในปัจจุบันมีดังนี้

1. Solar Energy- พลังงานแสงอาทิตย์
2. Wind Energy -พลังงานลม
3. Waste- พลังงานจากขยะ
4. Biogas - ก๊าซชีวภาพ
5. Biofuel- เชื้อเพลิงชีวภาพ
6. Light Bulbs - การใช้หลอด LED ซึ่งเป็นหลอดไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงาน
7. การผลิตรถยนต์ที่ใช้กระแสไฟฟ้า เพื่อลดการใช้น้ำมัน
8. การใช้พลาสติกชีวภาพ (Bioplastic) หรือพลาสติกชีวภาพย่อยสลายได้ (Biodegradable plastic) หมายถึง พลาสติกที่ผลิตขึ้นจากวัสดุธรรมชาติ ส่วนใหญ่เป็นพืช สามารถย่อยสลายได้ในธรรมชาติ (biodegradable) ช่วยลดปัญหามลพิษในสิ่งแวดล้อม



การใช้พลังงานทดแทนในการรักษาสิ่งแวดล้อมมีปัจจัยในเรื่องของราคาของต้นทุน ของพลังงาน และวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้าเนื่องจากพลังงานหรือวัสดุที่ใช้ในการผลิตที่รักษาสิ่งแวดล้อม จะมีราคาสูง ซึ่งมีผลต่อราคาสินค้า ซึ่งการทำธุรกิจย่อมมีผลกำไรเข้ามาเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้พลังงานทดแทน เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม ในขณะที่ราคาของก๊าซธรรมชาติมีความผันผวนขึ้นลงอยู่ตลอดเวลา ดังนั้นกระแสของ Green อาจผันผวนขึ้นลงไปตามราคาของก๊าซธรรมชาติ เมื่อราคาลดลงก็จะมีการนำมาใช้มากขึ้น ซึ่งต้องมีการเตรียมตัวรับมือกับการขึ้นลงของกระแส Green

กระแสของ Green อาจผันผวน ขึ้นลงไปตามราคาของก๊าซธรรมชาติ

เมื่อราคาลดลงก็จะมีการนำมาใช้มากขึ้น
ซึ่งต้องมีการเตรียมตัวรับมือ
กับการขึ้นลงของกระแส Green

Success Stories :
อิทธิพลของกระแสอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมต่อการประกอบธุรกิจยุคใหม่
Green Means Business

โดย คุณจิรายุ ตุลยานนท์
ผู้ก่อตั้ง Old Bangkok Inn และ Bangkok Tree House
โรงแรม Eco ริมแม่น้ำเจ้าพระยา สุดยอดแห่งคำว่า “กรีน”

โดย คุณทศพล ศุภเมธีกูลวัฒน์
Managing Director บริษัท New Arriva จำกัด
เจ้าของผลิตภัณฑ์ แบรนด์ Qualy พลาสติกที่ไม่ทำร้ายโลก
ส่งขายกว่า 50 ประเทศทั่วโลก

คุณจิรายุ ตุลยานนท์

ผู้ก่อตั้ง Old Bangkok Inn และ Bangkok Tree House โรงแรม Eco ริมแม่น้ำเจ้าพระยา สุดยอดแห่งคำว่า “กรีน”

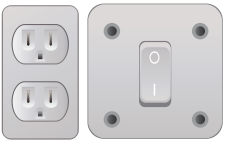
นอกเหนือจากด้านการบริหารงานโรงแรม คุณจิรายุ มีประสบการณ์ด้านการต่างประเทศ โดยสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีจากภาควิชาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ คณะรัฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และได้รับทุน Fulbright ให้ไปศึกษาต่อระดับปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยจอห์น ฮอปกินส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา เมื่อจบการศึกษาและกลับมาประเทศไทย เขาตัดสินใจที่จะไม่รับราชการ แต่กลับตัดสินใจเบนเข็มทิศชีวิตมาเปิดโรงแรมเล็กๆ ชื่อ Old Bangkok Inn ร่วมกับคุณแม่ โดยตั้งใจว่าจะให้คุณแม่มีกิจกรรมทำในวัยเกษียณ ปัจจุบันคุณจิรายุ มีธุรกิจ ดัดแปลงตึกแถวให้ดูดีภายใต้แบรนด์ Bangkok Eco

“ธุรกิจสีเขียว” หรือ Green Business หมายถึง องค์กรที่ประกอบธุรกรรมโดยมีปณิธานในการทำงานที่มุ่งอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เพื่อให้ทรัพยากรธรรมชาติทั้งหลายของโลก มนุษย์ อาทิ อากาศ ต้นน้ำ ลำธาร ป่าไม้ สัตว์ป่า พืชพันธุ์ธัญญาหาร แมลง ฯลฯ มีชีวิตอยู่ร่วมกัน ในระบบนิเวศวิทยาที่ดีที่สุด และอย่างยั่งยืนที่สุด

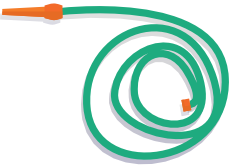
"ในการดำเนินธุรกิจ หรือแม้กระทั่ง การดำเนินชีวิตประจำวันของมนุษย์เราล้วนมีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อม ไม่มากก็น้อยอยู่ทุกนาที แค่อยู่กับบ้าน ทำอาหาร อาบน้ำแต่งตัว เข้านอน ฯลฯ ก็ล้วนสามารถสร้างมลพิษให้สิ่งแวดล้อมได้ตลอดเวลา"

คุณจิรายุให้แนวคิดในการทำบ้านให้เย็นว่า มีอยู่สองแนวทาง คือ Active Cooling และ Passive Cooling แนวทางของ Active Cooling เป็นการทำให้บ้านเย็นโดยการนำเทคโนโลยีต่างๆ มาทำให้เกิดความเย็น ได้แก่ การติดตั้งเครื่องปรับอากาศ ส่วน Passive Cooling เป็นการทำให้บ้านเย็นโดยการใช้วัสดุหรือการใช้ธรรมชาติมาทำให้บ้านเกิดความเย็น ซึ่งคุณจิรายุใช้วิธี Passive Cooling มาใช้กับบ้านและธุรกิจโรงแรมของตนเอง เพื่อรักษาทั้งสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ และช่วยลดสภาวะโลกร้อน ซึ่งแนวคิดนี้เองที่ทำให้เกิด Green Business ในธุรกิจโรงแรมของ คุณจิรายุ โดยวิธีการที่นำมาใช้ได้แก่

การปลูกต้นไม้แนวตั้งเพื่อให้ความเย็นกับผนัง การปลูกไม้เลื้อยเพื่อปกคลุมอาคาร

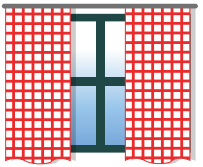


การทำสวิทซ์เมนใหญ่ เพื่อปิดไฟฟ้าทั้งหมดในบ้าน เป็นการลดการใช้พลังงาน



นำสายยางไปวางไว้บนหลังคาบ้าน เพื่อรับพลังงานความร้อนจากแสงอาทิตย์ เมื่อเปิดน้ำใช้ก็จะได้น้ำอุ่น

การติดตั้งปล่องลมระบายอากาศ เพื่อช่วยระบายความร้อน



การติดผ้าม่าน พีวีซีด้านนอก เพื่อกันความร้อนจากภายนอก

คุณจิรายุให้แนวคิดเกี่ยวกับการรักษาสภาพแวดล้อม ให้อยู่ภายใต้แนวคิด The Poop Cycle หรือวัฏจกรมูลหรืออุจจาระ ที่คนส่วนใหญ่ไม่เคยคิดว่าท้ายที่สุดแล้วมันจะไปอยู่ที่ไหนหลังจากกดชักโครกไปแล้ว ส่วนใหญ่แล้วมันกลับมาอยู่ในบ้านของคุณโดยที่คุณไม่รู้ตัว โดยที่วัฏจักร จะเริ่มจากอาหารที่บริโภคเข้าไป เกิดการย่อยสลายและขับถ่ายเป็นของเสีย ไหลไปตามท่อระบายน้ำ กลับไปสะสมในดิน

เกิดแร่ธาตุ ที่ใช้ในการเพาะปลูก ซึ่งก็จะช่วยในการปลูกพืชผลต่อไป และมูลนั้นก็จะกลับมายังบ้านของคุณในรูปของอาหาร เพื่อบริโภค และนั่นก็เป็นการเริ่มวัฏจักรอีกครั้ง ซึ่งการทำธุรกิจแบบกรีนจะต้องคิดให้เป็นวัฏจักร โดยไม่ทำลายธรรมชาติด้วยความทันสมัย เพราะความทันสมัยจะทำลายธรรมชาติ การทำธุรกิจแบบกรีน จึงต้องทำตามธรรมชาติอย่าฝืนกฎของธรรมชาติ

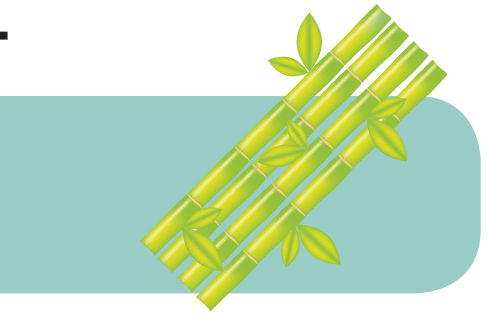
ข้อแนะนำหรือแนวทางในการทำธุรกิจกรีนที่คุณจิรายุเสนอแนะมีดังนี้

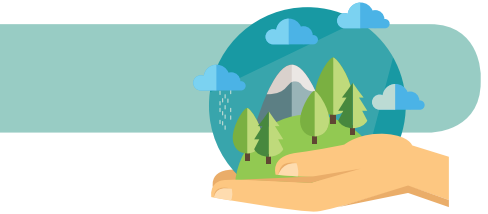
1. ใช้วัสดุธรรมชาติมากที่สุด เมื่อเสียหายหรือเสื่อมสภาพก็ไม่เกิดมลภาวะ เช่น การนำไม้ไผ่มาใช้เป็นวัสดุในการตกแต่ง

2. การทำโรงแรมให้ออกแบบห้องนอนให้ไกล้ชิดกับธรรมชาติมากที่สุด เพื่อให้เกิดความรู้สึกใกล้ชิดกับธรรมชาติ

3. มีคอนเซ็ปท์ที่กรีน

4. มีการตลาดที่สามารถทำให้คนสนใจในธุรกิจของเรา โดยธุรกิจจะเป็น Niche Market คือ การขายสินค้าให้กับคนเฉพาะกลุ่ม โดยสามารถเลือกช่องทางของการทำตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายที่สุด





ในเรื่องของอุปสรรคในการทำงาน คุณจิรายุ ให้ความเห็นว่า คนระบบราชการ และความคาดหวัง ของลูกค้าที่มาใช้บริการ ที่ตั้งความหวังไว้สูงในเรื่องของความสะดวกสบาย โดยการทำธุรกิจแบบกรีน จะเป็นกลุ่มลูกค้าเฉพาะ จึงจำเป็นต้องให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ว่าโรงแรมมีสภาพแวดล้อม การคมนาคม และบริการแบบใด เนื่องจากเป็นธุรกิจที่ตอบสนองลูกค้าเฉพาะกลุ่ม ไม่ใช่ลูกค้าทั่วไป

ในเรื่องของการลงทุน ธุรกิจโรงแรมจะใช้ต้นทุนที่สูงในการลงทุนครั้งแรก และต้องมีเงินทุนหมุนเวียนมาก รวมถึงต้องมีเวลาให้กับธุรกิจตลอดเวลา

สำหรับการประสพความสำเร็จในธุรกิจ จะต้องทำธุรกิจที่เป็นตัวของเราเอง เพราะจะทำให้เราทำงานด้วยจิตวิญญาณ ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวธุรกิจที่ชัดเจนเป็นตัวเอง จะทำให้สามารถออกแบบธุรกิจของตนเองได้อย่างเด่นชัด

"ข้อแนะนำในการทำธุรกิจคือ
ต้องกล้าที่จะเสี่ยง
และคอยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น
ระหว่างทาง
รวมถึงปรับตัวให้ได้
กับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น"

คุณทศพล ศุภเมธีกูลวัฒน์

Managing Director
บริษัท New Arriva จำกัด
เจ้าของผลิตภัณฑ์ แบรนด์ Qualy

คุณทศพล ศุภเมธีกูลวัฒน์ Managing Director บริษัท New Arriva จำกัด เจ้าของผลิตภัณฑ์ แบรนด์ Qualy พลาสติกที่ไม่ทำร้ายโลก ส่งขายกว่า 50 ประเทศทั่วโลก และเป็นที่ปรึกษาด้านการสร้างแบรนด์ และการส่งออกผลิตภัณฑ์ไลฟ์สไตล์ พร้อมเป็นตัวแทนจำหน่ายสินค้าแบรนด์ต่างๆ ของประเทศไทย เช่น Propaganda และ Pana Objects

คุณทศพล สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมจากนครเมลเบิร์น ประเทศออสเตรเลีย และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีด้านการตลาด และปริญญาโทด้านการตลาดและการจัดการ จากวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล หลังจากนั้นจึงได้กลับมาเปิดบริษัท นิว อาไรวา จำกัด เพื่อต่อยอดธุรกิจรับจ้างฉีดพลาสติกของทางครอบครัวซึ่งผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับทั่วโลก

คุณทศพล เป็นทายาทธุรกิจทางด้านพลาสติก ที่ต่อยอดธุรกิจรับจ้างฉีดพลาสติก ของครอบครัวมาทำธุรกิจการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ไม่ทำร้ายโลก คุณทศพลซึ่งจบด้านการตลาด ผนึกกำลังกับพี่ชายที่จบการออกแบบผลิตภัณฑ์ ร่วมกันดำเนินธุรกิจเพื่อสร้างแบรนด์ของตัวเองในชื่อ QUALY ซึ่งย่อมาจาก

Q *uality*

U *nique*

A *esthetic*

L *ong-Lasting*

Y *ou*

"และนั่นคือคำนิยามของ Qualy ซึ่งเป็นการพลิกธุรกิจครอบครัวจากโรงงานรับจ้างผลิตแม่พิมพ์มาสู่การสร้างแบรนด์ Qualy ที่มีวางจำหน่ายถึง 50 ประเทศในวันนี้"

อย่างไรก็ตาม กว่า Qualy จะสามารถเติบโตในต่างแดนได้ ต้องเรียนรู้ พัฒนา ตอบโจทย์ความต้องการอยู่ตลอดเวลา โดยเดินทางไปเผยแพร่สินค้าตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ โดยเฉพาะเยอรมัน ซึ่งทำให้พบว่าแนวคิดของการรักษ์โลกเพิ่มมากขึ้น คุณทศพล เล่าว่า โปรดักต์แรกของ Qualy คือ ชุดถาดเสิร์ฟ ซึ่งเป็นความตั้งใจของเขาที่จะทำสินค้าระดับไฮเอนด์ เน้นฟังก์ชั่นการใช้งานและความสวยงามคู่กันไป แต่แล้วกลับค้นพบว่าลูกค้าที่ควักกระเป๋าจ่ายเงินซื้อสินค้าไฮเอนด์นั้น ซื้อดีไซน์ที่มีความเป็น อิตาเลียนมากกว่า ที่จะซื้อเพราะแบรนด์ ทั้ง ๆ แบรนด์ Qualy ไม่ว่าจะเป็นคุณภาพหรือดีไซน์ก็ไม่ได้อ่อนด้อยกว่าแต่อย่างใด

คุณทศพลผลิตสินค้าจนกระทั่ง ในช่วงปีที่ 2 คือ ชุดแอปเปิ้ล และเป็นตัวแรกที่ส่งออก จึงจับทางได้ว่าลูกค้าชอบแบบสินค้าและที่เป็นที่นิยมอย่างมาก คือ ชุดนกซึ่งเป็นที่แขวนด้วย เนื่องจากลูกค้าที่เข้ามาทำงานเมืองใหญ่ที่ไม่มีธรรมชาติเหลือเท่าไหร่ เลยทำให้สินค้าประเภท Inspired by Nature ได้รับความนิยม สำหรับปัจจัยสร้างแบรนด์ไทยจนผงาดในต่างประเทศนั้น คุณทศพล ให้ข้อคิดว่า ต้องศึกษาตลาดว่าความต้องการของลูกค้าต่างชาติคืออะไร และต้องมีความสม่ำเสมอในการพัฒนาสินค้าใหม่ ๆ หลังจากนั้นจึงค่อย ๆ ค้นพบความต้องการของลูกค้าและสร้างเอกลักษณ์ของ Qualy ขึ้น พร้อม ๆ กับสร้าง Story ให้กับสินค้า ให้สินค้าแต่ละตัวมีเรื่องราวที่มาที่ไป จน Qualy กลายเป็นแบรนด์ระดับโลก

การออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือ package จะมีการคำนวณให้ลดพื้นที่ของการใช้วัสดุให้มากที่สุด ทำให้ประหยัดพื้นที่ในการจัดเรียง ประหยัดค่าขนส่งเพราะสามารถใช้รถขนาดเล็กขนส่งสินค้าได้ และสามารถนำบรรจุภัณฑ์นั้นมาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างอื่น โดยไม่ต้องทิ้ง ซึ่งถือเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของ Qualy อุปสรรคในการดำเนินธุรกิจของคุณทศพล ได้แก่

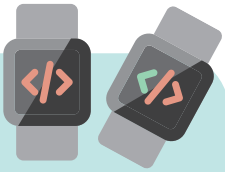
1

ความคาดหวังในสินค้าว่าต้องมีแนวคิดมาจาก ความรักษ์โลก

2

การเลือก Product ว่าจะมีผลตอบแทนกลับต่อการลงทุนอย่างไร

3



การถูกลอกแบบสินค้าจากจีน

ในการประกอบธุรกิจให้ประสบความสำเร็จของคุณทศพลมีแนวทางในการดำเนินธุรกิจดังนี้

1

การสร้างเอกลักษณ์ในธุรกิจของตน ได้แก่

- ใช้งานง่าย
- สวยงาม
- มีเรื่องราว

2

การทำงานกับตัวแทนจำหน่ายประเทศละหนึ่งราย และเป็นรายเล็กๆ เพื่อที่จะเติบโตไปพร้อมกัน

3

ธุรกิจกรีน เป็นธุรกิจที่มีต้นทุนสูง จึงต้องจำหน่ายให้กับลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)

4

มีการส่งเสริมจากภาครัฐ

5

ทำการสำรวจความต้องการของสินค้า เช่น การจัดประชุมตัวแทนจำน่าย เพื่อทราบถึงความต้องการของตลาดสินค้าประเภทเดียวกัน ประเมินความต้องการจากสถิติที่ผ่านมา เป็นต้น

ข้อแนะนำในการดำเนินธุรกิจ คุณทศพลให้ข้อแนะนำดังนี้

1

เนื่องจากคุณทศพลจำเป็นต้องสานต่อธุรกิจเดิมของครอบครัว จึงไม่มีทางเลือกอื่น ดังนั้น จึงต้องดูว่าตัวเองมีอะไรที่เก่ง และนำความเก่งนั้นมาใช้ในการวางแผนดำเนินธุรกิจ

2

ต้องมีการสำรวจ และวิจัยตลาด เพื่อทราบความต้องการของตลาด และนำมาปรับให้เข้ากับสินค้าที่จะผลิต

3

ต้องมีเงินทุนในการทำธุรกิจ

MEANS
okmd
FAST
FORWARD
TALK

MEANS
BUSINESS

LOTUS SUITE
5-6

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 7

เป็นเทคโนเพอร์เนอร์วันนี้

เปลี่ยน "อากาศ"

ให้เป็น **"โอกาส"**

ปัจจุบันพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคสินค้าและบริการในกลุ่มอุตสาหกรรมสร้างสรรค์มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์จึงจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ธุรกิจ และนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับตลาดอยู่ตลอดเวลาเช่นกัน ข้อมูลที่ถูกต้องจำเป็นต่อการวางแผนธุรกิจอย่างมาก สามารถนำไปเป็นแนวทางในการทำงานร่วมกับเครือข่ายการผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน แต่เนื่องจากอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ประกอบด้วยผู้ประกอบการรายเล็กและวิชาชีพอิสระจำนวนมาก การเข้าถึงข้อมูลที่เหมาะสมมีต้นทุนสูงและทำได้ยาก ทำให้การวางแผนงานและแผนธุรกิจมีความเสี่ยงสูง ด้วยแนวคิด "ประเทศจะพัฒนา...ไม่เพียงพื้นที่ที่เจริญขึ้น วัตถุสินค้าที่ดียิ่งขึ้น เศรษฐกิจที่โตมากขึ้น หรือเทคโนโลยีที่ทันสมัยมากขึ้น แต่จะต้องมีทรัพยากรบุคคลในประเทศที่มีคุณภาพมากขึ้น" ซึ่งหมายความว่า การพัฒนาทรัพยากรบุคคลเป็นปัจจัยสำคัญสู่การพัฒนาประเทศให้ยั่งยืน จึงต้องพัฒนาทรัพยากรบุคคลให้มีความรู้เท่าทันและเหมาะสมสอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงของโลก โดย "โครงการศึกษาและเผยแพร่แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของโลกที่มีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์" ในปีงบประมาณ 2559 กำหนดจัดสัมมนา OKMD Fast Forward Talk คิดให้ไกล ไปให้เร็ว จำนวน 2 ครั้ง ตอน The Technopreneur: เป็นเทคโนเพอร์เนอร์วันนี้ เปลี่ยน "อากาศ" ให้เป็น "โอกาส" ซึ่งปัจจุบันผู้ประกอบการไม่ได้เป็นเพียงแค่ผู้ประกอบการอีกต่อไปแล้ว แต่เป็นผู้ประกอบการ (entrepreneur) ที่เปี่ยมไปด้วยทักษะสำคัญและหลากหลาย โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัลที่เทคโนเพอร์เนอร์ยุคใหม่จะขาดไม่ได้

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 8

เป็นเทคโนเพอร์เนอร์วันนี้
เปลี่ยน “อากาศ”
ให้เป็น “โอกาส”

วันอังคารที่ 15 ธ.ค. 2558

ห้องดร.ถาวร พรประภา ออดิธอเรียม
ชั้น 5 อาคารสยามกลการ
ปทุมวัน กรุงเทพฯ

Fast Forward Digital Trends :
The Kaidee Experience

โดย คุณทิวา ยอร์ค
เฮดโค้ชแห่ง“ขายดี” (Kaidee)

คุณทิวาคร่ำหวอดอยู่ในแวดวงธุรกิจดิจิทัลมากว่า 19 ปี ก่อนที่จะเข้ามาสร้างทีม Kaidee ในการพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับการซื้อ-ขายของมือสองออนไลน์ที่ดีที่สุดของไทย

ก่อนหน้านี้ คุณทิวาดำรงตำแหน่ง Platforms Director ที่ Omnicom Media Group โดยรับผิดชอบในการสร้างทีมดิจิทัลของเอเจนซี่เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้าที่หันมาสนใจการใช้สื่อดิจิทัลมากขึ้น และก่อนที่จะมาร่วมงานกับ Omnicom เขาเป็นกำลังสำคัญที่สร้าง DMS Group of Companies กลุ่มบริษัทดิจิทัลเอเจนซี่ชื่อดังของเมืองไทย ทั้งเป็นกรรมการผู้จัดการที่ Admax Network รองประธานฝ่ายการตลาดและพัฒนาธุรกิจของ DMS Group และกรรมการผู้จัดการของ New Media ตั้งแต่ปี 2547 - 2553

คุณทิวาเริ่มต้นอาชีพของเขาด้วยการเป็นผู้จัดการผลิตภัณฑ์ (Product Manager) ที่ Medicalogic/Medscape ซึ่งตอนนี้เป็นส่วนหนึ่งของ GE Media Systems และ WebMD

คุณทิวา ยอร์ค ประธานเจ้าหน้าที่บริหารของ ขายดี ได้มาบอกเล่าประสบการณ์ในการทำงาน ซึ่ง คุณทิวา ยอร์ค เป็นลูกครึ่ง เกิดและเติบโตที่ประเทศสหรัฐอเมริกา ทำงานเกี่ยวกับธุรกิจ Digital เป็นเวลาประมาณ 20 ปี ทำงานร่วมกับทีมงาน Startup และในปี 2000 อินเตอร์เน็ตเริ่ม Bug คือพังลง คุณทิวา ยอร์ค จึงตั้งใจว่าจะเริ่มออกเดินทางเที่ยวรอบโลก 16 ประเทศ ภายใน 10 เดือน ประเทศแรกที่เลือกคือ ประเทศไทย และตั้งแต่นั้นมาก็อยู่เมืองไทย เพราะตกหลุมรักเมืองไทย จากนั้นคุณทิวา ยอร์ค เริ่มทำ Digital ในประเทศไทยเป็นเวลา 12 ปี และได้เริ่มทำ Start up คือเริ่มทำ Kaidee เพราะดูว่าธุรกิจ Digital เริ่มมาแรง โดยเริ่มต้นธุรกิจโดยการสังเกตุธุรกิจในสมัยนั้นมี shopping หลายทาง เช่น Sanook และเริ่มมองดูว่าโอกาสอะไรบ้าง ที่จะเริ่ม Start up

คุณทิวา ยอร์ค ตั้งบริษัทแรก คือบริษัท Dealfish ซึ่งมาจากการเล็งเห็นโอกาสของช่องทางที่ให้คนได้ซื้อสินค้ามือ 2 จากตลาด โดยธุรกิจเริ่มเติบโตไปได้ดี แต่ด้วยเหตุผลส่วนตัวทางธุรกิจ จึงเปลี่ยนชื่อจาก Dealfish เป็น OLX และเปลี่ยนมาเป็น

Kaidee ในปัจจุบัน ด้วยความเชื่อว่าการซื้อขายสินค้ามือ 2 ทำให้ชีวิตของคนไทยดีขึ้น โดยสังเกตจากพฤติกรรมของคนไทย ที่ชอบเก็บของ เพราะเสียดายของ ไม่รู้จะขายให้ใคร ถ้าเป็นต่างประเทศจะมีช่วงที่ลดราคาจะเอาของมากองหน้าบ้าน และขายของที่ไม่ได้ใช้ แต่คนไทยไม่มีทางนำของมากองหน้าบ้านและขายแน่นอน คุณทิวา ยอร์ค จึงใช้หลัก Reduse, Reuse, Recycle 3 หลักการนี้ เป็นแนวทางในการเริ่ม Startup คือการมองปัญหา และจะแก้ปัญหาอย่างไร และสิ่งที่สำคัญที่จะทำธุรกิจ Startup แตกต่างจากธุรกิจ SME คือ ธุรกิจ Startup เป็นธุรกิจที่เราจะมองจากปัญหา และแก้ไขมัน แต่ธุรกิจ SME คือเราอยากมีธุรกิจเป็นของตัวเอง เช่น ร้านกาแฟ แล้วเราก็ทำ ซึ่งต่างจากการเป็น Startup เพราะการทำธุรกิจ Startup คือเราต้องแก้ไขปัญหาด้วย

มีคนทั่วไปชอบเกิดข้อสงสัย ว่าทำไมถึงกล้าลงทุนทำโฆษณาเยอะแยะมากมาย คุณทิวา ยอร์ค มองว่าเราต้องมีความใจกล้าที่จะทำ กล้าที่จะลงทุน เพราะต้องการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างจริงจังโดยเปรียบเทียบจาก Google, Facebook กว่าจะได้เงินสลึงแรก ก็ใช้เวลา 5-6 ปี เพราะพวกเขาต้องการ Startup ต้องการแก้ปัญหา และคุณทิวา ยอร์ค มองว่าประเทศไทย มีคนที่มีความคิดที่หลากหลาย จึงกล้าที่จะลงมือทำ และพร้อมที่จะแก้ปัญหา เพื่อเริ่มทำธุรกิจ Startup นอกจากนี้สิ่งสำคัญในการเริ่มต้นธุรกิจ Startup ไม่ใช่แค่เรื่องการลงทุน แต่ต้องมีทีมงานที่มีประสิทธิภาพ และทีมงานที่ดีด้วย

การเริ่ม Startup ที่ประสบความสำเร็จ จะต้องพร้อมที่จะเปลี่ยน นอกจากใจกล้าแล้ว ต้องเปลี่ยน และพลิกธุรกิจตามที่ลูกค้าต้องการด้วย อย่าง Kaidee ช่วงแรกอาจไม่ตรงตามความต้องการของลูกค้า เพราะเกิดจากการไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นจากลูกค้า แต่ในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนเป็นเปิดรับความคิดเห็นจากลูกค้า ธุรกิจถึงจะดำเนินต่อได้ เพราะเอาความต้องการจากลูกค้ามาปรับปรุงให้เหมาะสม เพราะฉะนั้นการ Startup จะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับทีมงานที่จะปรับเปลี่ยน และรับฟังความคิดเห็นตามความต้องการของลูกค้า ไม่ใช่ทำแค่ดำเนินธุรกิจตามความคิดของตัวเองเท่านั้น

ความแตกต่างของ Kaidee กับคู่แข่งอื่นนั้น Kaidee ให้ความสำคัญกับการออกแบบงานให้เข้าใจง่าย ไม่เปรียบเทียบกับคู่แข่ง ให้ความสำคัญกับลูกค้า ความพอใจของลูกค้าเป็นหลัก เพราะ Kaidee เป็นตลาดนัดที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย สามารถขายได้หมดทุกอย่าง ผู้ซื้อมีจำนวนมาก ผู้ขายก็จะมีจำนวนมาก เช่นเดียว กับ Line ถ้าไม่มีผู้ใช้ ต่อไปก็ต้องเลิกใช้ แต่ถ้าผู้ใช้ยังอยู่ Line ก็จะยังคงอยู่ เปรียบเสมือนกับ Kaidee ถ้ามีผู้ซื้อ ผู้ขายก็จะมา ดังนั้น Kaidee จึงให้ความสำคัญกับลูกค้ามากที่สุด

เมื่อกล่าวถึง Technopreneur นั้น เกิดขึ้นเพราะเราใช้เทคโนโลยีมากขึ้น จากตัวอย่างการใช้ Selfie ที่เมื่อก่อนไม่มีคนรู้จัก แต่ทุกวันนี้ทุกคนมีสมาร์ทโฟนกันหมดแล้ว และใช้อินเตอร์เน็ตผ่านมือถือกัน และนี่คือสิ่งเปลี่ยนแปลงชีวิตของทุกคน ขนาดคุณลุงที่ขายของตามตลาดในสมัยนี้ก็ใช้สมาร์ทโฟน Line, Facebook, Google ต้องยอมรับว่าทุกคนใช้สมาร์ทโฟน ซึ่งตอบโจทย์ว่า เทคโนโลยีมีบทบาทกับชีวิตเรามาก ซึ่งในปัจจุบันนี้ 40 ล้าน เป็นยอดของผู้ที่ใช้อินเตอร์เน็ต ซึ่งเมืองไทยของเราเป็นอันดับ 2 ที่เล่นชั่วโมงเน็ตนานเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศญี่ปุ่น

สุดท้าย คุณทิวา ยอร์ค ได้กล่าวว่า การทำ Startup ขอให้ใจกล้า และเริ่มทำ ไม่ต้องเป็นห่วงเรื่องทุน ให้คำนึงถึงการแก้ปัญหาให้ลูกค้ามากกว่า ซึ่งต้องมีความชัดเจน หรือถ้าอยากทำธุรกิจส่วนตัว ธุรกิจ SME ก็เป็นสิ่งที่ดีเช่นกัน เพราะเป็นนายตัวเอง แต่ถ้าการเป็น Startup ต่อไปก็สามารถขยายธุรกิจให้ผู้อื่นได้ ซึ่งการทำ Start up ไม่ใช่ทุกคนสามารถทำได้ ต้องมีความใจกล้าและความอดทนกับการเริ่มทำธุรกิจด้วย

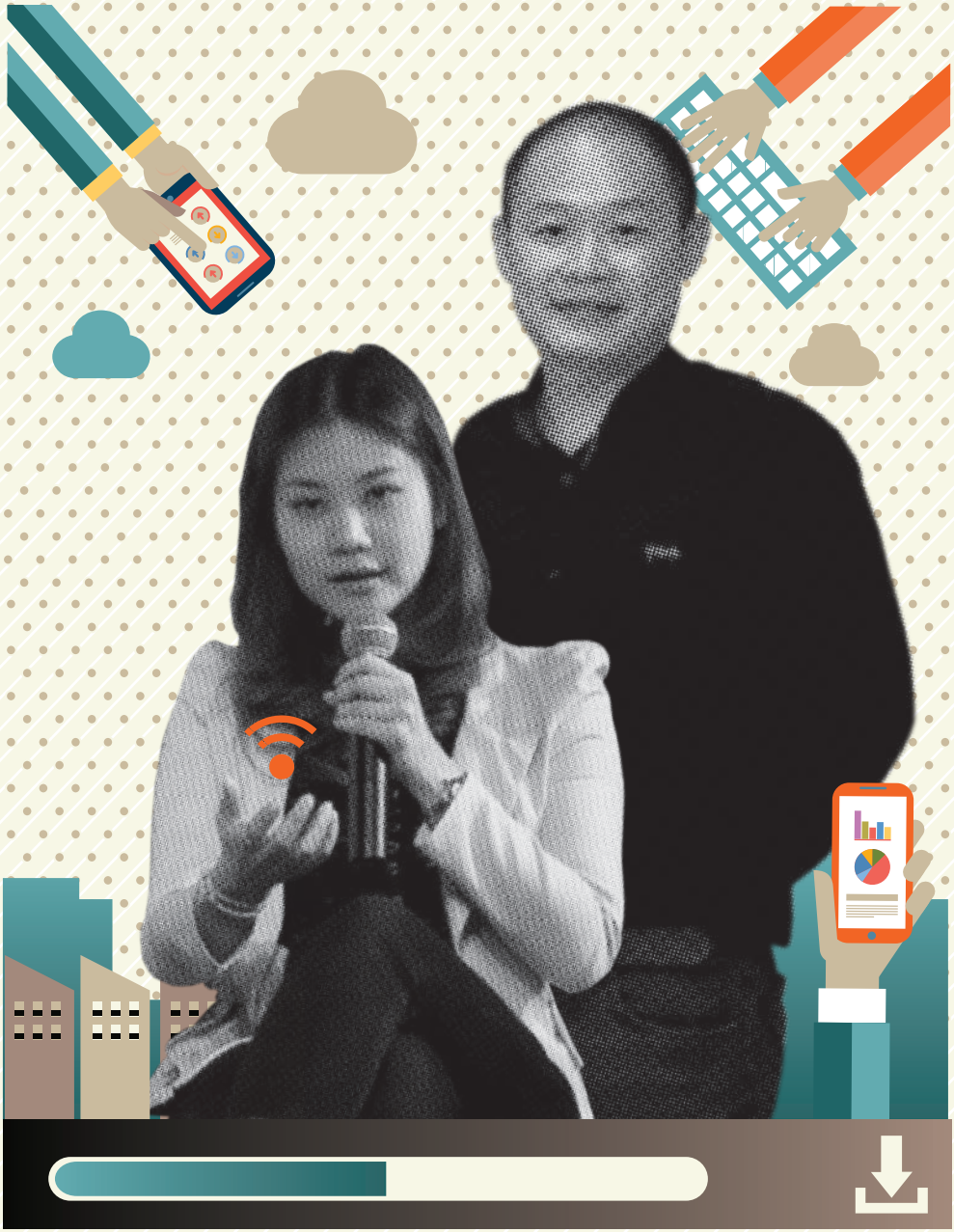
Startup จะประสบความสำเร็จหรือไม่ ขึ้นอยู่กับทีมงานที่จะปรับเปลี่ยน และรับฟังความคิดเห็น ตามความต้องการของลูกค้า

ไม่ใช่ทำแค่ดำเนินธุรกิจตามความคิด ของตัวเองเท่านั้น

Success Stories :
ทักษะ Digital Marketing + ทักษะ Tech Startup ที่เทคโนเพอร์เนอร์รุ่นใหม่ขาดไม่ได้

โดย คุณจิณณ์ เผ่าประไพ
Managing Director & Partner บริษัท ซีเจ เวิร์ค จำกัด
(CJ WORX Digital Agency) ดิจิทัล ครีเอทีฟ เอเจนซี่
ที่ได้รับรางวัลเกียรติยศมากที่สุดในประเทศ

โดย คุณอรนุช เลิศสุวรรณกิจ
ผู้ร่วมก่อตั้งและกองบรรณาธิการ thumbsup.in.th
เว็บข่าวด้านธุรกิจดิจิทัลและสื่อผู้สนับสนุนด้าน
Tech Startup รายแรกๆ ของไทย



คุณจิณณ์ เผ่าประไพ

Managing Director & Partner
บริษัท ซีเจ เวิร์ค จำกัด ดิจิทัลครีเอทีฟเอเจนซี่

ที่ประกอบด้วยทีมงานสุดยอดมือรางวัลของไทย โดยมีทีมครีเอทีฟที่ได้รับรางวัลในด้าน Digital มากที่สุดจากทั้งในและนอกประเทศ โดยในปี 2014 CJ WORX ถูกยกให้เป็น Digital Agency of The Year จากสมาคมโฆษณาแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ยังเป็นเอเจนซี่ของไทย เพียงเอเจนซี่เดียวที่ผลงานในหมวด Digital ได้รับรางวัลจากเวทีระดับโลก โดยได้เข้าเป็น Shortlist ใน Cannes Lion 2014 ส่วนในเวทีระดับเอเชีย Spikes Asia 2014 ก็สามารถคว้ารางวัล Silver มาได้ และสามารถคว้ารางวัล Gold ในหมวดดิจิทัลอีกเช่นกันจากเวทีระดับยุโรปอย่าง Epica Awards 2014 ล่าสุดในปี 2015 CJ WORX ดิจิทัลเอเจนซี่ได้สร้างประวัติศาสตร์ให้วงการเอเจนซี่ไทยอีกครั้ง

เมื่อเป็นเอเจนซี่ไทยเอเจนซี่แรกที่คว้ารางวัล "Asia's Independent Agency of the Year" จากงาน Spike Asia ที่จัดขึ้นที่ประเทศสิงคโปร์ ซึ่งมีบริษัทโฆษณากว่า 300 บริษัท ทั่วทวีปเอเชีย อาทิ ญี่ปุ่น จีน ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ อินเดีย เกาหลี เป็นต้น ได้ส่งผลงานเข้ามาชิงรางวัลประกวดโฆษณา และ CJ WORX ได้รับคะแนนรวมสูงที่สุดในเอเชีย เมื่อเทียบกับ 15 ประเทศในหัวข้อ Independent Agency

นับได้ว่าคุณจิณณ์ มีความเป็น Entrepreneur ติดตัวมาตั้งแต่เกิด เพราะความกล้าที่จะเปลี่ยนแปลง กล้าเสี่ยง และไม่กลัวความล้มเหลว จึงทำให้ประสบความสำเร็จในทั้งการเป็นเจ้าของกิจการ และผู้นำขององค์กร อีกทั้งยังเป็นผู้เชี่ยวชาญในด้าน Digital Marketing มายาวนานถึง 20 ปี ด้วยประสบการณ์อันยาวนานนี้ทำให้เข้าใจทุกแง่มุมของ Digital Marketing เป็นอย่างดี และก้าวทัน Trend ที่เข้ามาใหม่เสมอ เนื่องจากมีการเรียนรู้ตลอดเวลาว่าเกิดอะไรขึ้นกับสื่อบนโลกออนไลน์บ้าง และควรทำอะไร โดยใช้สื่อประเภทไหนกับกระแสที่เกิดขึ้นนั้น ซึ่งทั้งหมดนี้ได้ทำให้บริษัทดิจิทัลเอเจนซี่อย่าง CJ WORX ก้าวขึ้นเป็นดิจิทัลเอเจนซี่ที่ติดอันดับ 1 ใน 3 ของเอเจนซี่ในประเทศไทยได้ในระยะเวลาอันรวดเร็ว

คุณจิณณ์ เผ่าประไพ กล่าวว่า ก่อนหน้าที่จะเข้าสู่ยุคธุรกิจ Digital นั้น ได้ผ่านยุคไอทีมาก่อน ซึ่งเป็นเรื่องที่ดีมากที่ได้อยู่ในยุคของทั้ง 2 ยุค คือยุค Digital และยุคไอที ซึ่งเป็นผลดีของการทำธุรกิจ ผู้ที่มีความคิดริเริ่มมักมองเห็นโอกาส และใช้เครื่องมือ Digital ให้กลายมาเป็นธุรกิจและแก้ไขปัญหาให้กับผู้อื่นได้ การเริ่มต้นกับการเป็นผู้ประกอบการยุคนี้ ต้องสามารถทำทุกอย่างและมีความรู้ในเรื่องนั้นๆ เพราะการทำการตลาด และโฆษณาจะต้องทำด้วย Digital ทั้งหมด

การเริ่มทำธุรกิจควรเริ่มจากงบประมาณที่น้อย แนะนำให้ลง Google หรือ อาจทำเป็นงานสัมมนาฟรีที่อยู่บนออนไลน์หรืออะไรก็ได้ที่สามารถแก้ปัญหาได้ด้วย ส่วนเรื่องการ Startup การครองตลาดนั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ ให้คิดและเตรียมตัวไว้ว่าควรจะทำอย่างไรให้ธุรกิจสู้กับตลาดหรือจะทำอย่างไรให้ธุรกิจครองตลาดให้ได้ เพราะเรื่องของการครองตลาดเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่ดีมาก ขาดไม่ได้ และที่สำคัญในการดำเนินธุรกิจ ต้องทำด้วยความซื่อสัตย์และจริงใจต่อลูกค้า

การเริ่มทำธุรกิจยุค Digital นั้น บริษัทจะต้องมีเงินทุนเข้ามาก่อน โดยไม่รอให้คนอื่นเดินเข้ามาหา แต่ควรเดินไปหาคนอื่นเพื่อเอางานไปขาย สำหรับคนที่เริ่มไปแล้วน่าจะเป็นเรื่องของการทำอย่างไรที่จะพัฒนาและต่อยอดธุรกิจได้ เพราะบางคนมีจุดหมายและปลายทางที่จะทำบริษัทโฆษณาแตกต่างกัน สำหรับคุณจิณณ์นั้น เรื่องคนเป็นปัญหาที่ยุ่งยากมาก และได้แนะให้เริ่มในสิ่งที่ถนัด มีเครือข่าย และต่อยอดไปให้ถึงจุดนั้น

ข้อดีของการทำธุรกิจ Digital คือ ไม่ต้องมีการสต๊อกสินค้า ไม่ต้องมีหน้าร้าน การโฆษณาก็ถูกกว่าเพราะนักลงทุนคาดหวังให้กลับมาใช้งานอีกอย่างต่อเนื่อง ทางที่ดีจะต้องให้ความสำคัญกับธุรกิจที่ทำ คือทำแล้วต้องรู้สึกว่าสนุก มีความสุข เพราะสิ่งเหล่านั้นจะทำให้คนเข้ามาหาเองโดยที่ไม่ต้องไปวิ่งตามหา ในปัจจุบันทุกคนพยายามใช้รูปแบบธุรกิจที่คล้ายกัน คือการบอกต่อ ทุกคนต้องเข้าใจว่าไม่สามารถหลีกเลี่ยงโฆษณาได้ และต้องคิดต่อว่าจะทำอย่างไรให้คนทั่วไปนำไปแชร์ต่อ และทำอย่างไรให้คนทั่วไปกล่าวถึงโฆษณาสินค้าของเรา ซึ่งโลกในปัจจุบันคนทั่วไป จะเริ่มค้นหาข้อมูลใน Google น้อยลง แต่หันมาหยิบสมาร์ทโฟนโดยเปิด Facebook เป็นอันดับแรก ตามด้วย Youtube และลำดับสุดท้ายคือ Google

การแข่งขันในยุคดิจิทัล อย่าไปแข่งกับผู้อื่นแต่ให้แข่งขันกับตัวเอง ควรเป็นผู้นำแล้วให้ผู้อื่นทำตาม คือควรจะต้องรีบทำเป็นรายแรก เพราะถ้าไม่ทำเป็นคนแรก ก็จะเป็นผู้ตามตลอดไป อะไรก็ตามที่ทำครั้งแรก จะสามารถครองใจผู้บริโภคได้ ปัจจุบันเราอยู่ในโลกเทคโนโลยี การเข้าถึงบุคคลอื่นและเรื่องราวอื่นๆ สามารถทำได้ง่ายๆ ต้องปรับตัวและมองอนาคตว่าจะวางแผนอย่างไร ต้องคิดถึงการสร้างสรรค์ในสิ่งใหม่ๆ อยู่ตลอดเวลา เพื่อที่จะไม่ให้แพ้คนอื่น และควรจะเตรียมตัวเพื่อรองรับกับธุรกิจอื่นที่จะเติบโตขึ้นมา ซึ่งในตลาดของไทยจะมีการลอกเลียนแบบ และ การลดราคาอยู่เสมอ จึงต้องมีการวางแผนเพื่อเตรียมรับมือตลอดเวลา

สำหรับธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยี แนะนำให้กลับมาที่จุดพื้นฐานการเป็น Technopreneur และบวกกับทักษะในสิ่งที่เราสนใจ โดยหน้าที่สำคัญคือ การเป็นนักคิด ควรคิดริเริ่ม ต้องทำด้วยตนเอง และไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ต้องมองอุปสรรคเป็นบทเรียน กล้าที่จะเสี่ยง และต้องสนใจเทคโนโลยีให้มากๆ เพราะในอนาคตเทคโนโลยีจะพัฒนาไปอีกไกล

ความผิดพลาดของการดำเนินธุรกิจ และวิธีแก้ปัญหาของคุณจิณณ์ คือ การเป็นผู้ประกอบการและดำเนินธุรกิจด้วยตัวเอง สิ่งที่ผิดพลาดที่สุดก็คือการที่ตัดสินใจผิดในทุกๆ เรื่อง และเรื่องที่ตัดสินใจผิด จะเป็นบทเรียนว่าควรเลือกที่จะทำสิ่งนี้หรือไม่ทำสิ่งนี้ เลือกที่จะพูดกับลูกค้าอีกแบบหนึ่งหรือไม่พูดกับลูกค้าอีกแบบหนึ่ง ซึ่งการตัดสินใจผิดที่ผ่านมาจะเป็นบทเรียนที่จะตัดสินใจในครั้งต่อไป ต้องเข้าใจตลาด เพราะการทำธุรกิจเป็นการสร้างรายได้ คนที่ให้รายได้กับเราก็คือตลาดที่เราจะให้ Service หรือ Product ซึ่งถ้าไม่เข้าใจตลาดอย่างลึกซึ้งและคิดไปเอง จะไม่สามารถย้อนเวลากลับไปได้เพราะได้ลงทุน ลงแรง ลงเวลาไปหมดแล้ว

สุดท้ายคุณจิณณ์ได้กล่าวว่า “เพื่อนถามเราว่าอยากทำธุรกิจอะไรดี? เราก็เลยถามเขากลับไปว่า แล้วคุณชอบอะไรล่ะ คุณชอบอะไรก็ทำอย่างนั้นก่อน เช่น ถ้าชอบและอยากมีร้านอาหารไทย อย่าคิดว่าเราทำไม่ได้เพราะอะไร แต่ควรคิดว่ามันจะเกิดได้ด้วยวิธีไหน และนำไปประยุกต์อย่างไรมากกว่า”

“แล้วคุณชอบอะไรล่ะ คุณชอบอะไรก็ทำอย่างนั้นก่อน”

คุณอรนุช เลิศสุวรรณกิจ

ผู้ร่วมก่อตั้งและกองบรรณาธิการ thumbsup.in.th เว็บข่าวด้านธุรกิจดิจิทัลและสื่อผู้สนับสนุนด้าน Tech Startup รายแรกๆ ของไทย

คุณอรนุช เลิศสุวรรณกิจ (มิหมี) ผู้ร่วมก่อตั้ง Techsauce media (ธุรกิจสื่อผู้สนับสนุน Tech startup และผู้จัดงาน Start it Up Conference งาน Tech Startup ที่ใหญ่สุดของคนไทย) นอกจากนี้ยังเป็นผู้ร่วมก่อตั้ง Thumbsup Media (ธุรกิจสื่อด้าน Digital Marketing) มีประสบการณ์ทำงานในบริษัทสื่อสารโทรคมนาคมยักษ์ใหญ่และเวนเดอร์ต่างชาติมากกว่า 10 ปี ในด้านการพัฒนาธุรกิจและผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเป็นที่ปรึกษาให้กับออนไลน์เอเยนซี และรับหน้าที่เป็น Marketing Director ให้กับบริษัทคอมพิวเตอร์ ผู้พัฒนาระบบการจัดการโซเชียลมีเดีย

คุณอรนุช เลิศสุวรรณกิจ กล่าวว่า ส่วนใหญ่ธุรกิจยุคนี้ที่ได้นำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเรื่องสินค้า คือ สินค้าต้องมีคุณภาพที่ดีที่สุด และการเริ่มต้นคือค้นหาความต้องการของตัวเองให้เจอว่าถนัดและเชี่ยวชาญอะไร เชี่ยวชาญในภาคธุรกิจไหน อยากให้มองดูว่าเราชอบอะไร ไม่ชอบอะไร แล้วเอาความชอบตรงนั้นมาต่อยอดให้เป็นธุรกิจได้

การที่เริ่มลงทุนทำธุรกิจหรือการ Startup จะต้องใช้ตัวผลิตภัณฑ์เข้ามาช่วย เพราะถ้าผลิตภัณฑ์ ของเรามีจุดเด่นกว่าคนอื่น เราก็สามารถต่อยอดในเชิงผลิตภัณฑ์ และสามารถสร้างมาตรฐานในการต่อรองกับลูกค้าได้ สิ่งสำคัญคือ เราต้องเปิดโอกาสให้กับตัวเราก่อน จากนั้นเราต้องนำเสนองานของเราให้คนอื่นได้รู้จักกับงานของเราเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ

สำหรับอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการทำธุรกิจ จะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมในการทำธุรกิจ เห็นถึงความยากง่ายที่เกิดขึ้น ซึ่งความยากง่ายของการทำธุรกิจ คือ 1. เรื่องของคน การที่คนเข้ามาทำงานแล้วก็ออกไปเป็นเรื่องปกติ เพราะถ้าธุรกิจเราเป็นบริษัทเล็กๆ คนที่มาอยู่กับเราจริงๆ ไม่ได้เป็นลูกจ้างเราแต่เป็นเหมือนหุ้นส่วนที่จะช่วยขับเคลื่อนธุรกิจกันไป 2. เรื่องการสื่อสาร บางครั้งที่เราพูดออกไปโดยไม่นึกถึงคนฟัง ไม่นึกถึงใจคนอื่น อาจจะมีผลต่อความรู้สึกจนทำให้บางคนเก็บไปคิดมาก เรื่องการสื่อสารจึงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก ดังนั้นแนวทางในการแก้ไขอุปสรรคเรื่องคนและการสื่อสาร คือ เมื่อคนในองค์กรมีปัญหาหรือเกิดความไม่เข้าใจกัน จะต้องให้พูดคุยกันตรงๆ อย่าเก็บเอาไว้จนสะสมและระเบิดออกมา เพราะจะทำให้เกิดผลเสียกับการทำงานเป็นอย่างมาก

"เราชอบอะไร ไม่ชอบอะไร แล้วเอาความชอบตรงนั้นมาต่อยอดให้เป็นธุรกิจได้"

ในส่วนของการแข่งขัน เนื่องจากยุคนี้การลอกเลียนแบบสามารถเกิดขึ้นได้ทุกเมื่อ และผู้อื่นสามารถลอกเลียนแบบงานเราได้หมดทุกอย่าง การแข่งขันจึงจะสูงขึ้นกว่ายุคที่ผ่านมา ทำให้เราต้องมีการวางแผนที่ดีเพื่อให้ธุรกิจเราอยู่ได้นานๆ เราต้องคิดอยู่ตลอดเวลาว่า ในอนาคตเราจะมีการดำเนินงานและจะทำอย่างไรให้ธุรกิจของเราก้าวหน้าได้กว่าของคนอื่น และเราจะต้องมองให้ออกว่า เราจะเติบโตไปในทิศทางไหน เพราะการทำธุรกิจนั้นเราหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะไม่มีคนทำตามเรา แต่เราจะก้าวไปข้างหน้าให้เร็วกว่าคนอื่นได้อย่างไร

สุดท้ายคุณอรนุชได้กล่าวว่า "อากาศเป็น โอกาส อยากให้ฝึกความเป็นคนช่างสังเกตุ คำว่าโอกาสมันจะไม่มา ถ้าเราไม่ช่างสังเกตุ และกล้าที่จะหลุดนอกกรอบ บางทีการได้ไปดูงานที่แหวกแนวในทางธุรกิจ จะทำให้สมองเราสดชื่นและเกิดไอเดียมาต่อยอดกับธุรกิจตัวเองได้ และเกิดเป็นธุรกิจใหม่ๆ ได้เสมอ"

okmd 8

Trend
KNOWLEDGE

Hello!

THE TECHNOPRENEUR

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 8

OKMD
FAST FORWARD TALK

ครั้งที่ 9

เป็นเทคโนเพอร์เนอร์วันนี้
เปลี่ยน “อากาศ”
ให้เป็น “โอกาส”

วันเสาร์ที่ 5 มี.ค. 2559

ห้องดร.ถาวร พรประภา ออดิธอเรียม
อาคารสยามกลการ ปทุมวัน กรุงเทพฯ

Fast Forward Digital Trends :
The Ookbee Vision

โดย คุณณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์
Forbes Startup Icon ผู้ก่อตั้ง
และ CEO พันล้านแห่ง Ookbee

คุณณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์ (คุณหมู)
มีประสบการณ์ก่อตั้งและทำธุรกิจในสายงานเทคโนโลยีในเมืองไทย มากว่า 12 ปี ปัจจุบัน คุณหมู เป็นผู้ก่อตั้งและผู้บริหารของบริษัท Ookbee ซึ่งเป็นร้านหนังสือ E-Magazine และ E-Book ที่ใหญ่ที่สุดใน Southeast Asia แอพพลิเคชั่นของ Ookbee ถูกดาวน์โหลดไปมากกว่า 8.5 ล้านครั้ง มีผู้ใช้งานมากกว่า 6.5 ล้านคน และมีผู้ใช้งานใหม่ เพิ่มขึ้นมากกว่า 10,000 คนต่อวัน
นอกจากนี้คุณหมูยังเป็นผู้บริหาร กองทุน 500 Tuktuks ซึ่งเป็นกองทุน VC ของ 500 Startup หนึ่งในกองทุนที่มีชื่อเสียงที่สุดใน Silicon Valley โดย 500 Tuktuks เป็นกองทุนขนาด 300 ล้านบาทที่มุ่งเน้นลงทุนใน Startup ไทย

คุณหมู Ookbee จบวิศวะการบิน เป็นคนที่ชอบเกี่ยวกับเทคโนโลยี สมัยเรียนเคยไปประกอบคอมพิวเตอร์ที่ห้างพันธ์ทิพย์ได้ราคาเครื่องละ 70 บาท และเริ่มหัดเรียนเขียนโปรแกรมตั้งแต่อายุ 12 ปี

ในตอนที่คุณหมูจบมาใหม่ๆ ก็มีความฝันอยากจะเปิดบริษัทเป็นของตัวเอง และในปีต่อมา คุณหมูก็เปิดบริษัทเป็นของตัวเองได้สำเร็จ โดย ช่วงแรกที่เปิดบริษัทคุณหมูได้รับจ้างเขียนโปรแกรม ซึ่งทีมทำงานจะเป็นเพื่อนๆ ที่เคยเรียนเขียนโปรแกรมมาด้วยกัน ตลอดเวลา 10 ปี ที่คุณหมูทำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยี มองว่าการทำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้นไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะช่วงปีแรกที่เปิดบริษัท Ookbee คุณหมูไม่ได้มีประสบการณ์หรือความรู้ในการทำธุรกิจ จึงประสบกับความลำบากถึงขั้นไม่มีเงินเดือนจ่ายพนักงาน ต้องเอารถไปขายเพื่อเอาเงินมาจ่ายเงินเดือน ซึ่งเหตุการณ์ครั้งนั้น ถือว่าเป็นบทเรียนและการเรียนรู้ที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง ที่ทำให้รู้ว่าหัวใจที่สำคัญของการทำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีนั้นคือ “ลูกค้า” และอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญก็คือ การที่ได้รับจ้างเขียนโปรแกรม ทำให้ต้องหาและได้เจอลูกค้าใหม่อยู่เรื่อยๆ จึงทำให้ธุรกิจมีช่องทางในการเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว

Startup คือ การเริ่มต้นธุรกิจเพื่อการเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยมีวิธีการสร้างรายได้ที่สามารถหาเงินแบบทำซ้ำได้ และขยายได้ง่ายและรวดเร็วนั่นเอง ส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจที่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหาในชีวิตประจำวัน เช่น ปัญหาการเรียกแท็กซี่ยากเลยเกิดเป็น Startup ธุรกิจ GRAB Taxi หรืออาจเกิดจากการเห็นโอกาสที่ยังไม่มีใครเคยเห็น ยกตัวอย่างความแตกต่างของธุรกิจ SME และ Startup เช่น ถ้าคุณทำร้านขายก๋วยเตี๋ยวปกติ คือ คุณทำธุรกิจ SME แต่ถ้าคุณทำร้านชายสี่ หมี่ เกี๊ยว นั่นคือคุณทำธุรกิจ Startup เพราะหัวใจสำคัญของการทำ Startup คือสามารถทำซ้ำ และสามารถขยายได้อย่างรวดเร็ว จาก 2 เป็น 4, 4 เป็น 6 เป็น 8 เป็น 10 เป็นต้น

ณ ปัจจุบันการทำธุรกิจนั้น มีต้นทุนที่ต่ำกว่าในอดีต เนื่องจากในอดีตจะลงทุนทำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยีจะต้องใช้เงินจำนวนมาก แต่ในปัจจุบันมีแค่สมาร์ทโฟนเราก็สามารถลงทุนทำธุรกิจได้แล้ว เพราะในขณะนี้ทุกธุรกิจกำลังปฏิวัติด้วยการนำซอฟต์แวร์มาเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจ เช่น การเรียกแท็กซี่ โดยการกดสมาร์ทโฟนผ่าน App Grab Taxi แท็กซี่ที่อยู่ใกล้ก็จะมารับได้ทันที นอกจากนี้คุณหมูแนะนำให้คิดธุรกิจโดยการสร้าง Platform ที่ใช้สินค้าของคนอื่น แล้วมาแบ่งรายได้กันกับเจ้าของสินค้า เช่น Grab Taxi ก็ไม่ต้องใช้รถของตัวเอง Ookbee ก็ไม่ได้ผลิตหนังสือเอง โดยปกติการแบ่งรายได้จะให้เจ้าของสินค้า 70% แบ่งให้เจ้าของ Platform หรือเจ้าของ Application 30% เป็นต้น และสิ่งสำคัญที่สุดของการทำ Startup คือเราจะทำอย่างไรที่จะให้คนจ่ายเงิน เพราะเรื่องการจ่ายเงินเป็นเรื่องที่ยากที่สุดในโลก Digital Content

Ookbee เป็นร้านหนังสือที่ใหญ่ที่สุดในทวีปเอเชีย ปัจจุบันมีสมาชิกอยู่ 6,500,000 คน ในแต่ละวันมีสมาชิกใหม่เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 10,000 คน/วัน ธุรกิจ Ookbee เปิดตัวเมื่อปี 2011 โดยเริ่มจากการเป็นบริษัทรับเขียนโปรแกรม ตอนหลังเปลี่ยนมาเป็นธุรกิจหนังสือออนไลน์ โดยมีแนวความคิดเริ่มต้นคือ จะทำอย่างไรให้คนอ่านหนังสือมากขึ้นจากการที่ Ookbee เปิดตัว

เว็บไซต์วันแรก ขายได้ 2,000 บาท และมีคนใช้เว็บไซต์ Ookbee ไม่กี่ร้อยคน ทำให้คุณหมูคิดว่าน่าจะทำได้มากกว่านี้และ โอกาสที่เราจะเติบโตน่าจะมีอีกมาก ซึ่งจากเดิมทีมงาน Ookbee มีเพียง 5 คน แต่ปัจจุบันมีทีมงานอยู่ 300 กว่าคน และมีการขยายตลาดออกไปเรื่อยๆ ซึ่งถือว่า Ookbee นั้นเติบโต 1000% ขึ้นไป จากราคาหุ้นแรกเริ่มที่ 10 บาท ตอนนี้ เพิ่มขึ้นเป็น 20,000 กว่าบาท/หุ้น

เนื่องจาก ปัจจุบันคนไทยอ่านหนังสือน้อยเพราะส่วนใหญ่จะให้เวลากับ Digital หรือสมาร์ทโฟน มากว่าจะอ่านหนังสือผ่านแผ่นกระดาษ Ookbee จึงจัดทำ Ookbee Buffet เป็นลักษณะรายเดือน ราคา300/เดือน โดยจะมีหนังสือพิมพ์ นิตยสารทั้งอดีตและปัจจุบันให้อ่านไม่จำกัดจำนวน ซึ่งราคา 300 บาท นี้ก็จะมีการแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้กับเจ้าของหนังสือพิมพ์และนิตยสารทุกราย นอกจากนี้ในส่วนของการตลาดปัจจุบันของ Ookbee ก็มีการปรับเปลี่ยนสิ่งใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการวางแผนบริษัทและแนวทางที่จะให้มีการชำระเงินผ่านเว็บไซต์ เพื่อความสะดวกของลูกค้าและเจ้าของธุรกิจมากขึ้น

ส่วนเรื่อง Trend ของ หนังสือ หรือ แม็กกาซีน อย่างไหนมีการเติบโตเร็วกว่ากันนั้น คุณหมูกล่าวว่า หนังสือจะเติบโตกว่าแมกกาซีน เพราะว่าหนังสือ มีความหลากหลายกว่า ส่วนใหญ่สิ่งที่เกิดขึ้นทีหลังก็จะโตเร็วหรือเรียกว่ามีอิทธิพลกว่า เช่น หนังสือที่มีเสียงมาทีหลังก็จะโตเร็วกว่าหนังสือธรรมดา เป็นต้น แต่ก็ไม่แน่ว่าจะเติบโตมากกว่าเสมอไป เพราะคนส่วนใหญ่จะเลือกอ่านหนังสือเองมากกว่าการให้หนังสือมีเสียงอ่านให้เราฟัง

สำหรับหนังสือที่มียอดขายสูงสุดในปัจจุบัน ของ Ookbee คือ นิตยสาร Sexy เพราะว่าคนส่วนใหญ่ไม่กล้าที่จะไปซื้อหนังสือประเภทนี้ตามชั้นวางหนังสือ และลำดับรองมา คือ หนังสือประเภท How to หลักการ วิธีการต่างๆ

ณ ปัจจุบันการทำธุรกิจนั้น มีต้นทุนที่ต่ำกว่าในอดีต เนื่องจากในอดีตจะลงทุนทำธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยี จะต้องใช้เงินจำนวนมาก

แต่ในปัจจุบันมีแค่สมาร์ทโฟน เราก็สามารถลงทุนทำธุรกิจได้แล้ว

Success Stories :

สร้างเม็ดเงิน จากความเป็นตัวตน...

Social Media : Me, Myself & I

โดย คุณวิญญู วงศ์สุรวัฒน์
หนึ่งใน Time's Next Generation Leader 2015
ผู้ร่วมก่อตั้ง ผู้บริหารรุ่นใหม่ไฟแรง
และผู้ดำเนินรายการแห่ง Spokedark TV

โดย คุณทีปกร วุฒิพิทยามงคล
ผู้ร่วมก่อตั้งและเว็บมาสเตอร์บล๊อกชื่อดังของไทย Exteen.com
นักวาดหภาพประกอบ นักเขียน คอลัมนิสต์ นักจัดรายการวิทยุและพิธีกร
ที่ไม่มีคนรุ่นใหม่ไหนไม่รู้จัก

คุณวิญญู วงศ์สุรวัฒน์

หนึ่งใน Time's Next Generation Leader 2015
ผู้ร่วมก่อตั้ง ผู้บริหารรุ่นใหม่ไฟแรง
และผู้ดำเนินรายการแห่ง Spokedark TV

คุณวิญญู วงศ์สุรวัฒน์ หรือชื่อที่เหล่าวัยรุ่นรู้จักกัน "จอห์น วิญญู" พิธีกรมาดกวนลูกครึ่งไทย-อเมริกัน ผู้ร่วมปลุกปั้นทีวีอินเตอร์เน็ต iHere.TV และ Spokedark.TV สร้างชื่อเสียงให้โด่งดัง กระหึ่มโลกออนไลน์ ปั้นรายได้กว่า 10 ล้านบาท ไม่ขอทวนกระแส เขาพลิกมุมคิดให้ทีวีดิจิทัลไม่ใช่ "คู่แข่ง" แต่เป็น "พันธมิตร" เสริมธุรกิจทีวีอินเตอร์เน็ตของเขาให้แข็งแกร่งยิ่งขึ้น

หลายคนคุ้นหน้าจอห์น วิญญู วงศ์สุรวัฒน์ วัย 29 ปี จากการเป็นพิธีกรรายการวัยรุ่นทางช่องฟรีทีวี บางเคยเห็นเขาเล่นมิวสิควิดีโอ แต่สิ่งที่ทำให้วิญญู เป็นที่รู้จักของคนรุ่นใหม่ในวงกว้างต้องยกให้ "เจาะข่าวตื้น" รายการคุยข่าวที่หยิบยกประเด็น สถานการณ์บ้านเมือง หรือเรื่อง talk of the town มาเล่าผสมสาระและความฮาในอัตราส่วนที่ลงตัว ประชดเสียดสีสังคม ได้อย่างแสบสัน ตอกย้ำให้คนดูจดจำ ด้วยลีลาท่าทางแบบกวนๆ สร้างกระแสอินเตอร์เน็ตให้คึกคักครึกครื้น ซึ่งคุณวิญญูและพี่สาวที่ทำงานในแวดวงบันเทิงมาไม่น้อย เห็นพ้องต้องกันที่จะลงทุนผลิตรายการโทรทัศน์ผ่านทางอินเตอร์เน็ตตั้งแต่ปี 2549 เป็นต้นมา

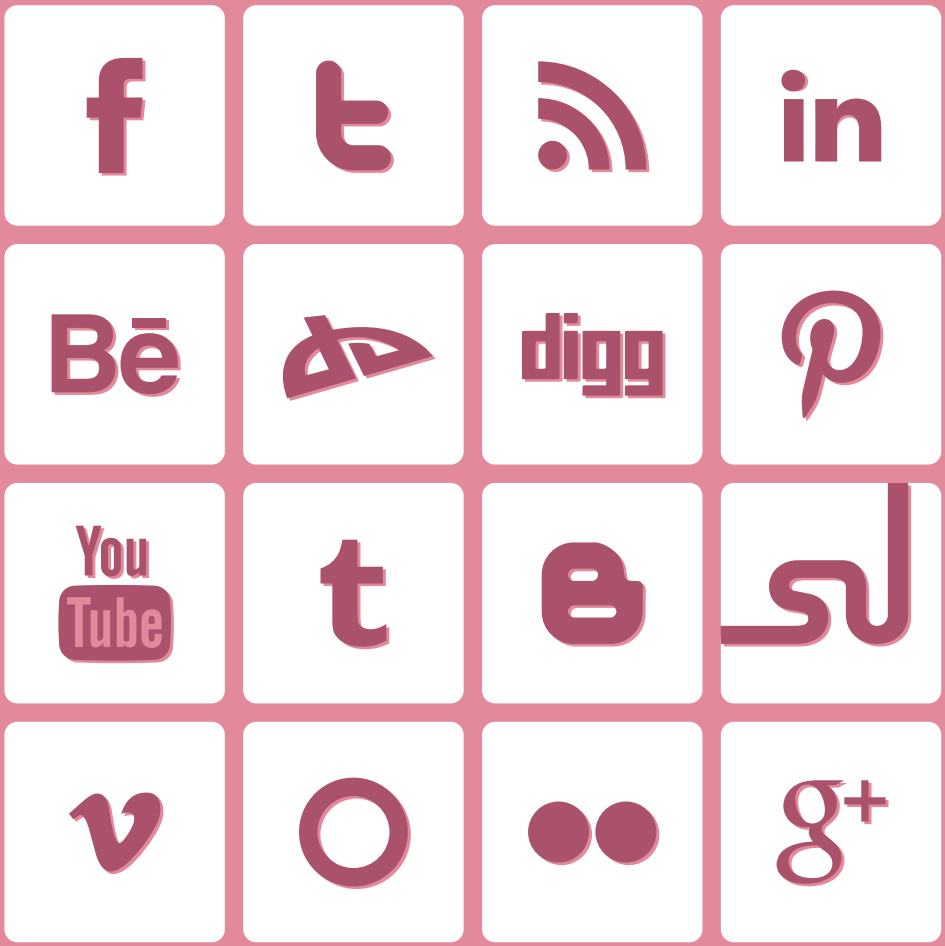
คุณจอห์น วิญญู วงศ์สุรวัฒน์ กล่าวว่า ในอดีตเคยนำรายการเจาะข่าวตื้นไปเสนอให้กับสถานีโทรทัศน์ช่องต่างๆ รวมถึงฟรีทีวี แต่เจ้าของช่องทั้งหลายก็ไม่ได้ให้ความสนใจในรายการเจาะข่าวตื้นเลย โดยให้เหตุผลว่ารายการเจาะข่าวตื้นนั้นยังไม่เป็นที่น่าสนใจ ยังไม่ตอบโจทย์วัยรุ่น แต่ในทางกลับกันคุณจอห์นคิดว่ารายการของเขาน่าจะตอบโจทย์วัยรุ่นได้ เพราะรายการของเขามีกลุ่มเป้าหมายและเนื้อหาเกี่ยวกับวัยรุ่น และอยากให้วัยรุ่นสนใจข่าวสารมากขึ้น แต่ถึงแม้ว่ารายการเจาะข่าวตื้นนั้นไม่ได้ออนแอร์ทางโทรทัศน์ ก็ไม่ได้ทำให้คุณจอห์นท้อแท้แต่อย่างใด คุณจอห์นได้คิดหาวิธีที่จะทำให้รายการของเขาเผยแพร่ออกไปให้ได้ และยังคิดอีกว่าอาจจะเป็นความโชคดีก็ได้ ที่สถานีโทรทัศน์ช่องเหล่านั้นไม่สนใจรายการของเขา เพราะถ้าเกิดช่องเหล่านั้นซื้อรายการเจาะข่าวตื้นขึ้นมา ก็จะทำให้ต้องมีกรอบขอบข่ายในการจัดรายการ หลังจากนั้นคุณจอห์นก็เห็นว่าช่องทางออนไลน์สามารถลงเผยแพร่รายการได้ คุณจอห์นจึงตัดสินใจนำรายการเจาะข่าวตื้นไปลงใน youtube แม้ว่าช่วงแรกสื่อออนไลน์ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเท่าไหร่ แต่ก็ยังมีคนให้ความสนใจใน youtube อยู่บ้าง และรายการเจาะข่าวตื้นก็เริ่มต้นขึ้นจากที่ไม่มีใครสนใจในรายการจนกระทั่งปัจจุบันนี้มีคนดูถึงล้านวิว

ความโชคดีอีกอย่างหนึ่ง คือ การที่คุณจอห์นได้เริ่มต้นก่อนคนอื่น เพราะได้มีโอกาสทำงานร่วมกับช่อง GMM ช่อง 3, 5, 7 จึงทำให้ได้ความรู้จากการร่วมงานกับทางสถานีช่องทั้งหลายมาประยุกต์ใช้กับรายการเจาะข่าวตื้น รายการเจาะข่าวตื้นทางออนไลน์นั้นเริ่มต้นมาจากการมีพนักงานเพียง 5 คน แต่ปัจจุบันมีพนักงานประมาณ 40 คนแล้ว และสิ่งหนึ่งที่ทำให้รายการเจาะข่าวตื้นที่เผยแพร่ทางออนไลน์เป็นที่รู้จักและยอมรับของคนทั่วไปนั้น เพราะความเป็นตัวของตัวเอง ความตรงไปตรงมา มีความจริงใจและความรวดเร็วในการสื่อสาร

ก่อนที่รายการเจาะข่าวตื้นจะประสบความสำเร็จอย่างทุกวันนี้ ก็ต้องพบเจออุปสรรคและปัญหา คือในช่วงที่รายการเจาะข่าวตื้นเริ่มเผยแพร่ทางออนไลน์นั้น อินเทอร์เน็ตยังไม่สามารถเข้าถึงท่านผู้ชมในทุกบ้าน จึงไม่สามารถส่ง Content ไปถึงท่านผู้ชมอย่างทั่วถึง แต่ก็ยังมียอดคนดูถึงหนึ่งพันวิว คุณจอห์นจึงคิดว่าอุปสรรคเป็นข้อดีที่ทำให้ได้เรียนรู้และช่วยจับทิศทางของธุรกิจได้ถูกทาง และมั่นใจว่าธุรกิจทาง อินเทอร์เน็ตจะเติบโตขึ้นเรื่อยๆ รวมถึงอุปสรรคของการถ่ายทำรายการ เราไม่จำเป็นต้องมีสตูดิโอก็สามารถเริ่มถ่ายจากในออฟฟิศหรือบ้านก็สามารถทำออกมาเป็นรายการได้ เพราะสิ่งที่สำคัญที่สุดของการทำรายการนั้นคือ Content คือต้องทำอย่างไรให้ลูกค้าอยู่หน้าจอดูรายการของเราให้นานที่สุด

เมื่อหลายปีก่อน คุณจอห์น เกิดปัญหาของยอดวิวที่ลดลง เนื่องจากมีเพจดังหลายเพจ ลอกเลียนแบบงาน และใส่โลโก้ของตัวเองขึ้นแทน แต่ปัจจุบันนี้ยุคสมัยได้มีความก้าวหน้ามากขึ้น จึงสามารถตรวจสอบได้ว่างานชิ้นไหนเป็นของเรา หรือเป็นของใคร หรือถ้ามีคนเอา Content ของเราไปใช้ ก็จะสามารถโดนแบนได้ โดยทาง youtube ก็จะแจ้งเตือนว่ามีคนมาเอาเนื้อหาของเราไปใช้แต่คุณจอห์นมองวิกฤตินี้เป็นโอกาส เปลี่ยนมุมมองว่าการที่ผู้อื่นขโมยผลงานของเราไปเท่ากับว่างานของเราจะได้โปรโมทตัวเองมากขึ้นไปด้วย

สุดท้ายคุณจอห์น กล่าวว่า “ในปัจจุบันนี้ถ้าจะขายสินค้าให้ได้ต้องมียอดวิวหลักแสน เพราะผู้ชมหรือผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่าถ้า Content ไหนมียอดวิวเยอะ ก็แสดงว่า Content นั้นดี ประสบความสำเร็จ และเป็นรายการที่มีคุณภาพ จะทำให้ผู้ชมหรือผู้บริโภคนอื่นๆ ยอมรับ และสามารถเป็นกระแสขึ้นมาทันที และสิ่งสำคัญของธุรกิจออนไลน์ คือ ต้องจริงใจ สร้างสรรค์ ตรงไปตรงมา เป็นตัวตนของตัวเอง และมุ่งมั่นว่าเราจะทำได้ ต้องทำสม่ำเสมอ มีความอดทน และความพยายาม”


in
Bē
digg
You
Tube

คุณทีปกร วุฒิพิทยามงคล

ผู้ร่วมก่อตั้งและเว็บมาสเตอร์บล็อกชื่อดังของไทย Exteen.com นักวาดภาพประกอบ นักเขียน คอลัมนิสต์ นักจัดรายการวิทยุและพิธีกรที่ไม่มีคนรุ่นใหม่ไหนไม่รู้จัก

เป็นชาวนครสวรรค์ เรียนจบจากคณะวิศวกรรมศาสตร์ คอมพิวเตอร์ มหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์หลังจากเรียนจบ คุณทีปกรได้ทำงานเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์อยู่สักพัก ต่อมาจึงได้ก่อตั้งเว็บไซต์ให้บริการบล็อก exteen.com ก่อนที่จะเริ่มทำงานเขียนและงานวาดซึ่งเป็นสิ่งที่ตนเองชอบมาโดยตลอด

ปัจจุบัน คุณทีปกร วุฒิพิทยามงคล เป็นพิธีกรรายการวัฒนธรรมชุบแป้งทอดทางช่อง Thai PBS ร่วมกับ คุณนิ้วกลม สราวุธ เฮ้งสวัสดิ์ และ คุณโตมร ศุขปรีชา, เขียนคอมลัมน์อยู่ที่นิตยสาร a day, GM และ Giraffe เป็นเจ้าของเพจ “พูดอะไรไม่ได้ให้หมีเขี่ย” และ “รอบหน้าจริงกว่านี้”

ผลงานหนังสือที่ผ่านมา

Comic Essay- การ์ตูน, 100 ขั้นตอนสู่ความล้มเหลว, 100 ขั้นตอนสู่การเลิกรา, โตเกียวเที่ยวที่หนึ่ง, Draw Something, พูดอะไรไม่ได้ให้หมีเขี่ย, CAT STUDY วิชาแนะแมว, Kid Cat, ยูนิเวอร์เศร้า

รวมบทความ

วันพรุ่งนี้ที่เกิดขึ้นแล้ว, Mostly Cloudy, WANDERBOY

คุณทีปกร วุฒิพิทยามงคล ได้เริ่มต้นทำงานเกี่ยวกับเว็บไซต์ หลังจากนั้นก็มีงานมาเสนอ ให้ทำหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นงานพิธีกรทีวี หรืองานทีวี ซึ่งคุณแชมป์ก็จะทำทุกอย่างที่มีคนมาเสนอ เพราะคิดว่าทุกอย่างเป็นการฝึกฝนและเรียนรู้ไปได้เรื่อยๆ โดยธรรมชาติแล้ว คนเราจะไม่ชอบที่จะแสวงหาอะไรใหม่ๆ ชอบที่จะให้คนนำมาเสนอมากกว่าที่จะต้องคิดหาด้วยตัวเอง

สิ่งที่คุณแชมป์ชอบทำมากที่สุดก่อนที่จะออกมาเป็นธุรกิจ คือ การที่ได้อ่านหนังสือหรือบทความแล้วเกิดชอบเนื้อหาที่อ่านก็จะนำเนื้อหาและบทความนั้นมาเขียนตีความในรูปแบบของตัวเอง ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบรายการทีวี เว็บไซต์ หนังสือหรือบทความ เพราะเป็นคนที่ชอบขายความคิดสร้างสรรค์ และสื่อสารความคิดใหม่ๆ ให้คนอื่นได้อ่านในรูปแบบของตนเอง และจะพยายามหาช่องทางการสื่อสารหลายๆ แบบ เพราะคิดว่ายุคนี้ความสามารถของคนไม่ใช่แค่พูดได้อย่างเดียว หรือเขียนได้อย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับว่า Content ที่พวกเขาจะสื่อออกไปนั้นอยู่ในช่องทางใดและเหมาะสมแค่ไหน

โดยสาเหตุหลักที่คุณแชมป์ได้ตัดสินใจสร้างเว็บ exteen.com ขึ้นมา เพราะช่วงนั้นมีแต่เว็บบล็อกและคิดว่าเว็บบล็อกอื่นๆไม่ได้เหมาะกับตัวเอง รวมถึงกลุ่มคนที่ใช้เว็บบล็อกก็ไม่ได้เป็นกลุ่มคนประเภทเดียวกับตน จึงคิดว่าน่าจะมีคนอีกเยอะที่ไม่ชอบเว็บบล็อก ดังนั้นจึงตัดสินใจสร้างเว็บ exteen.com ขึ้นมา และอีกเหตุผลหนึ่งก็คือ สิ่งที่อยากเห็นก็ไม่มีใครทำ สิ่งที่อยากอ่านก็ไม่มีใครเขียน เลยตัดสินใจอ่านแล้วมาเขียนในรูปแบบที่ตัวเองชอบ ไม่ว่าจะเป็นในรูปแบบการ์ตูนที่สะท้อนมุมมองของโลกและสะท้อนสถานการณ์ต่างๆ แล้วสื่อออกไปให้คนที่สนใจในเว็บ exteen.com ได้อ่าน

คุณแชมป์แนะนำว่า “ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่อยากจะให้ธุรกิจของตัวเองประสบความสำเร็จ นั้น ต้องมองว่าอินเตอร์เน็ต เป็นพื้นที่เปิดกว้างโดยตัดตัวกลางทิ้งไป อย่างเช่น เมื่อก่อนจะเขียนหนังสือ 1 เล่มต้องผ่าน บก. ต้องผ่านสำนักพิมพ์มากมาย แต่ตอนนี้ถ้าอยากเขียนหนังสือ 1 เล่ม คุณก็สามารถโพสต์ลง Facebook หรือเว็บไซต์ได้เลย โดยที่ไม่ต้องผ่านตัวกลาง แต่บทความหรือหนังสือของคุณจะมีคนอ่านหรือไม่มี และจะมีคนชอบหรือไม่ชอบ พวกเขาเหล่านั้นก็ไม่สามารถที่ตัดอนาคตตัดโอกาสของคุณได้ ซึ่งต่างจากการเขียนหนังสือสมัยก่อน ถ้าบรรณาธิการคนหนึ่งบอกว่าไม่ดีก็สามารถตัดโอกาสที่จะเผยแพร่หนังสือของคุณได้เลย”

สุดท้ายคุณแชมป์ กล่าวว่า “ก่อนที่จะประสบความสำเร็จอย่างทุกวันนี้ ก็ต้องพบเจออุปสรรคและปัญหาเหมือนกัน คือตอนที่เริ่มทำเว็บไซต์ใหม่ๆ คนก็ยังมองว่าเว็บไซต์ เป็นสื่อสิ่งพิมพ์อยู่ดี เพราะมองว่ารูปแบบการหาเงินเหมือนกัน เป็นการหาเงินโดยวิธีการขายโฆษณา และตอนนั้นการที่จะโอนเงินบนเว็บไซต์เป็นเรื่องที่ยากและน่ากลัวมาก และเรื่องที่จะให้คนมาซื้อสติ๊กเกอร์ไลน์ยิ่งไม่มีเลย เรื่องของเงินจะมีอย่างเดียวคือ ขายพื้นที่โฆษณาให้กับสินค้าอื่นมาลงบนเว็บไซต์ ดังนั้น การที่เราจะประสบความสำเร็จได้เราต้องมุ่งมั่นพัฒนาตัวเอง และ content อยู่เสมอ อย่าดูถูกคนดู”

okmd
FAST FORWARD TALK
9
เปลี่ยน "อากาศ" ให้เป็น "โอกาส"
THE TECHNOPRENEUR
okmd
SOCIAL MEDIA Trend

ภาพบรรยากาศงาน OKMD Fast Forward Talk ครั้งที่ 9

okmd
FAST
FORWARD
TALK

ขอขอบคุณวิทยากร
ที่ร่วมเป็นแรงผลักดันให้คนไทยรุ่นใหม่

“คิดให้ไกล ไปให้เร็ว”

เป็นอย่างสูง

ดร.คณิศ แสงสุพรรณ
คุณกรกฎ ผดุงจิตต์
คุณเกรียงไกร กาญจนะโภคิน
คุณประพัฒน์ ติยะพานิชกุล
รศ.ดร.สมชาย ภคภาสน์วิวัฒน์
ดร.รุ่งโรจน์ สีเหลืองสวัสดิ์
คุณไกรสินธุ์ วงศ์สุรไกร
รศ.ดร.สมภพ มานะรังสรรค์
คุณสมชัย ส่งวัฒนา
ผศ.ดร.ประชา คุณธรรมดี
คุณภัทรวรินทร์ ทิมกุล
คุณอานนท์ ไพโรจน์
คุณภาวุธ พงษ์วิทยภานุ
คุณจิณณ์ เผ่าประไพ
คุณสุรบถ หลีกภัย
คุณสุวรรณชัย โลหะวัฒนกุล
คุณณัฐธยาน์ โสภิตณัทพงศ์
คุณปริญญ์ โสภิตณัทพงศ์
ดร.ณรงค์ชัย อัครเศรณี
คุณจิรายุ ตุลยานนท์
คุณทศพล ศุภเมธีกูลวัฒน์
คุณทิวา ยอร์ค
คุณอรนุช เลิศสุวรรณกิจ
คุณณัฐวุฒิ พึงเจริญพงศ์
คุณวิญญู วงศ์สุรวัฒน์
คุณทีปกร วุฒิพิทยามงคล

สร้างสรรค์โดย

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้
(องค์การมหาชน): สบร.

Office of Knowledge Management and Development (Public Organization): OKMD

อาคารวิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ชั้น 18-19
เลขที่ 69 ถนนวิภาวดีรังสิต แขวงสามเสนใน เขตพญาไท
กรุงเทพมหานคร 10400

Phone : 02 105 6500

Fax : 02 105 6556

www.okmd.or.th

www.facebook.com/OKMDInspire

สำนักนายกรัฐมนตรี

okmd
OFFICE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT AND DEVELOPMENT (PUBLIC ORGANIZATION)
CMMU Building 18th-19th Floor,
69 Vibhavadi - Rangsit Road, Samsen Nai,
Phayathai, Bangkok 10400 Thailand
Opening Hours: Mon.-Fri. 09.00 – 17.00
Tel: (+66) 2105 6500
Fax: (+66) 2105 6556
www.okmd.or.th
www.facebook.com/OKMDInspire

memo

OFFICE OF THE PRIME MINISTER

okmd

OFFICE OF KNOWLEDGE MANAGEMENT AND DEVELOPMENT (PUBLIC ORGANIZATION)

CMMU BUILDING, 18TH-19TH FLOOR, 69 VIPAHVADEE-RANGSIT ROAD, SAMSEN NAI, PHAYATHAI, BANGKOK 10400, THAILAND

TEL: +66 2 105 6500 FAX: +66 2 105 6556

WWW.OKMD.OR.TH