



3 แนวคิด แนะธุรกิจอยู่รอด ปี 52

ในปี พ.ศ. 2551 ที่ผ่านมา คงไม่เคยมีใครคาดคิดมาก่อนว่าประเทศผู้นำทางการเงินระดับโลกอย่างสหรัฐอเมริกาจะถึงวันที่ต้องประสบกับหายนะทางการเงินกับเขาได้ด้วย ชาวกรลัม ครีนลงของสถาบันการเงินยักษ์ใหญ่ระดับตำนานหลายต่อหลายแห่งติดกันราวโรคระบาดของอเมริกา ซึ่งเกิดจากปัญหาของหนี้เสียและการขาดทุนมหาศาลจากวิกฤตการณ์การปล่อยสินเชื่อต่อคุณภาพที่ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน (ซับไพรม์) ทำเอาทั่วโลกต่างพากันขวัญผวาโดยเฉพาะตลาดที่ตกใจอย่างตลาดหุ้นที่พากันดิ่งลงทุกตลาดโดยพร้อมเพรียง ประเทศไทยเองก็ได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์นี้เช่นเดียวกัน เพราะปลายปี 2551 SMEs

ของไทยระดับรากหญ้าปิดตัวแทบนับได้ เป็นรายวัน สถานประกอบการในภาคอุตสาหกรรมบางแห่งมีการปลดพนักงาน ลดจำนวนการผลิตลง

จากตัวเลขภาวะเศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 3 และแนวโน้มปี 2551-2552 ของ

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ได้สรุปไว้ ณ วันที่ 24 พฤศจิกายน 2551 ว่า เศรษฐกิจไทยในไตรมาสสามปี 2551 ขยายตัวร้อยละ 4.0 ชะลอลงต่อเนื่องจากร้อยละ 6.0 ในไตรมาสแรกและร้อยละ 5.3 ในไตรมาสสองจากอุปสงค์ภายในประเทศและการส่งออกชะลอตัวลง รวมสามไตรมาส เศรษฐกิจขยายตัวร้อยละ 5.1 ซึ่งนับว่าภาพรวมยังอยู่ในเกณฑ์ดีและจะช่วยรองรับแรงกระแทกจากภาวะเศรษฐกิจโลกซบเซาในระยะต่อไป ปี 2551 เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวร้อยละ 4.5 เทียบกับร้อยละ 4.8 ในปี 2550 อัตราเงินเฟ้อเท่ากับร้อยละ 5.6 อัตราการว่างงานเฉลี่ยทรงตัวที่ร้อยละ 1.4 และดุลบัญชีเดินสะพัดขาดดุลประมาณ 300 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ เทียบกับที่เกินดุล 14,049 ล้านดอลลาร์ สหรัฐ ในปี 2550

และในปี 2552 สภาพัฒน์คาดว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลงเนื่องจากได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจการเงินโลกชะลอตัวอย่างชัดเจนมาก





ขึ้นและทำให้การส่งออกชะลอตัวมาก ในขณะที่การใช้จ่ายและการลงทุนในประเทศยังขยายตัวต่ำ จึงคาดว่าโดยรวมเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวร้อยละ 3.0-4.0 อัตราเงินเฟ้อเท่ากับร้อยละ 2.5-3.5 และดุลบัญชีเดินสะพัดขาดดุลร้อยละ 1.2 ของ GDP

ถึงแม้ว่าจะผ่านเข้าสู่ปีใหม่ ปี 2552 มาแล้วก็ตาม จากตัวเลขการคาดการณ์ต่างๆ ทั้งจากนักวิเคราะห์และจากภาครัฐบาล ส่งผลให้ภาคธุรกิจของไทยยังหวัดหวาดกับปัญหาเศรษฐกิจที่ยังไม่สามารถคาดการณ์ถึงอนาคตได้ว่าปีนี้จะเป็นอย่างไ TPA News ฉบับนี้มีความคิดเห็นจากผู้รู้รอบด้านในแวดวงเศรษฐกิจ เพื่อให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการทั้ง SMEs และภาคธุรกิจ รวมทั้งภาคอุตสาหกรรม แบบครบถ้วนรอบด้าน เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนในปี 2552 นี้

กีดนอกรอบ

หากทางออกแก้วิกฤตเศรษฐกิจ

นายสมชาย สุกสุรธรัตน์ ที่ปรึกษา รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการคลัง กล่าวในงานสัมมนา SME ไทยอยู่รอดอย่างไรในปี 2009 ว่าเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศปัจจุบันส่งผลกระทบต่อธุรกิจโลก แต่สำหรับประเทศไทยถือได้ว่ามีความโชคดีที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาเศรษฐกิจโลกน้อยกว่าประเทศอื่นๆ เนื่องจากไม่ค่อยมีการลงทุนในปริมาณมากการกู้เงิน

จากต่างประเทศจึงน้อย แต่ก็มีธุรกิจจำนวนมากที่ได้รับผลกระทบซึ่งต้องช่วยกันหามาตรการประคับประคองธุรกิจให้อยู่รอด ซึ่งวิธีหนึ่งที่จะช่วยให้ธุรกิจเหล่านี้อยู่รอดได้นั้นคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็น กระทรวงการคลัง ธุรกิจขนาดใหญ่ ธนาคารแห่งประเทศไทย สถาบันการเงิน ควรที่จะต้องหาทางออกร่วมกัน โดยใช้แนวทางการนอกรอบให้กับองค์กรของตนเอง ในการหามาตรการออกมาช่วยเศรษฐกิจ และนำเสนอต่อรัฐบาลเพื่อให้รัฐบาลนำความคิดเห็นนอกรอบเหล่านั้นมาบูรณาการใหม่ให้เป็นภาพเดียวกัน

สร้างความแตกต่าง

รักษามาตรฐานนำธุรกิจยั่งยืน

ดร.สุวรรณ วลัยเสถียร ประธานชมรมคนออมเงิน แนะนำกลยุทธ์ทางการเงินสำหรับภาคธุรกิจในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ว่า การทำธุรกิจในปัจจุบันให้อยู่รอดและยั่งยืนได้นั้นจำเป็นต้องหาจุดแข็งให้กับธุรกิจของตนเอง เริ่มต้นที่ผู้บริหารต้องมีความเป็นผู้นำ มีทักษะ มีวินัยและที่สำคัญคือมีความซื่อสัตย์ เป็นแบบอย่างที่ดีให้กับพนักงาน และธุรกิจในปัจจุบันทุกธุรกิจย่อมมีคู่แข่ง การสร้างชื่อเสียงทางการค้า ความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญสำหรับผู้ประกอบการที่จำเป็นต้องยึดมั่น ถือมั่น หากทำสินค้าเพื่อการส่งออกถึงแม้ว่าจะเป็นสินค้าที่มีขนาดเล็ก หากเราสามารถมีการรับรองคุณภาพสินค้า หรือมีการเข้าสู่ระบบมาตรฐานสากลด้วย ISO เป็นการก้าวขึ้นไปถึงคุณภาพของสินค้าได้เป็นอย่างดี เพราะลูกค้าจะมีความมั่นใจว่าสินค้าที่ตนได้รับนั้นมีมาตรฐานสากล

ประธานชมรมคนออมเงิน แนะนำว่า การลงทุนที่คุ้มค่าที่สุดในธุรกิจปัจจุบันคือการลงทุนทางด้านซอฟต์แวร์ เพราะเนื่องจากลูกค้ามีอยู่ทั่วโลก เมื่อลูกค้าติดต่อเข้ามาจะสามารถตอบคำถามลูกค้าได้ทันที เพื่อสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ทันท่วงที

ดร.สุวรรณ กล่าวต่อว่า ไม่เพียงแต่ธุรกิจจะเน้นที่การขายสินค้าเพียงอย่างเดียว สิ่งที่ต้องมุ่งเน้นคือการฝึกฝนพนักงาน ให้พนักงานมีโอกาสดำเนินงานในตำแหน่ง มีสวัสดิการที่พอเพียง นอกจากการดูแลคนแล้วสิ่งที่ต้องดูแลและถือเป็นหัวใจสำคัญคือ การวิจัยและพัฒนาสินค้าใหม่ๆ ออกสู่ตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างให้ก้าวนำคู่แข่งในเวทีโลก นอกจากนี้ กิจกรรมที่เข้มแข็งนอกจากสินค้าคือคุณภาพแล้ว จะต้องมีส่วนพิเศษหลายเออร์ที่ตี มีลูกค้าที่ดี และสิ่งที่จะลืมไม่ได้เลยคือการรักษารูปลักษณ์ลูกค้าด้วยการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง จะทำให้ธุรกิจอยู่รอดและยั่งยืนได้แม้ในภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ



360 องศาทางรอด สร้างความต่างด้วย 10S's

พศ.ดร.กฤษฎีกา คงสมพงษ์ สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ-
ศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย มองแนวโน้มการตลาดในปัจจุบัน
มีการเปลี่ยนแปลงไปมากยิ่งในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจขณะนี้ พฤติกรรมผู้บริโภคได้
เปลี่ยนแปลงไปอย่างเห็นได้ชัด ด้วยการระมัดระวังมากขึ้น เพราะมีทางเลือกเพิ่มขึ้น
ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าของตนเอง สิ่งที่สำคัญในการ
สร้างความแตกต่าง คือ การสร้างตราสินค้า เพราะตราสินค้าสามารถบ่งบอกได้ว่า
คุณเป็นใคร มีดีอย่างไร และลูกค้าสามารถนำมาใช้ตัดสินใจในการซื้อได้เช่นกัน
นอกจากนี้ ต้องรักษามาตรฐานลูกค้า โดยการนำลูกค้าเป็นพื้นฐาน มอบสิ่งดีๆ ให้กับลูกค้า
เพื่อให้สินค้าของเราอยู่ในใจผู้บริโภค

พศ.ดร.กฤษฎีกา แนะนำวิธีการทำอะไรให้สินค้าขายได้ในภาวะเศรษฐกิจ
ปัจจุบันนี้ ว่า การทำการตลาดในปัจจุบันไม่ใช่แค่หลักการ 4P's Product, Price,
Place, Promotion เท่านั้น ต้องทำการตลาดให้ครอบคลุมขึ้น 360 องศา หรือเรียก
ง่าย ๆ ว่า 8P's กล่าวคือ

- **People** ผู้ร่วมงาน ลูกค้า มีใจให้กับเรามากน้อยเพียงใด การจะเป็น
ธุรกิจที่อยู่รอดได้อย่างสง่างามต้องสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า คู่ค้า และผู้ร่วมงาน
เป็นสิ่งสำคัญที่สุด

- **Process** กระบวนการให้บริการ มีการดำเนินการตรวจสอบสินค้า การ
ส่งสินค้าเป็นอย่างไร ต้องเขียนกระบวนการขั้นตอนต่างๆ ให้ชัดเจน

- **Production** เป็นการกล่าวถึงการสร้างคุณค่าของสินค้า นั้นหมายถึง
ความว่า ต้องรักษามาตรฐานการผลิตสินค้า เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

- **Physical Evidence** เป็นการแสดงถึงความเป็นมืออาชีพ ซึ่งต้อง
สร้างความมั่นใจว่าในเวลาที่คุณไปพบกับลูกค้ามีใจไปเต็มร้อย ไม่ได้ทำไปเพราะ
หน้าที่

นอกจากการทำการตลาด 360 องศาแล้ว พศ.ดร.กฤษฎีกา ยังแนะนำวิธีการ
สร้างความแตกต่างของสินค้าด้วย 10S's นั่นคือ

- **Smooth** ผู้ประกอบการต้องมีความเป็นตัวของตัวเอง สร้างความ
มั่นคงให้กับตัวเองไม่ว่าจะเกิดเหตุการณ์ใดๆ ก็ตาม ผู้ประกอบการที่ดีต้องมีอารมณ์ที่
มั่นคงเสมอเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

- **Speak** การพูดจาสนทนากับลูกค้าถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ ไม่น้อยไปกว่า
เรื่องอื่นๆ

- **Smart** การมีบุคลิกภาพที่ดี สง่างามจะสามารถสร้างความประทับใจ
ให้กับลูกค้าได้เป็นอย่างดีตั้งแต่แรกเห็น

- **Smile** รอยยิ้ม และการให้บริการที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่ว่าจะสถานการณ์
ใดก็ตามหากเรายิ้ม ทศนคติที่ลูกค้ามีต่อเราจะเป็นบวกเสมอ

- **Small** ไม่ว่าคุณจะเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่เพียงใด ย่อมเล็กกว่า
ลูกค้าเสมอ ต้องทำหน้าที่บริการด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน

- **Special** ผู้ให้บริการที่ดีไม่ควรมองว่าตนเองเป็นคนพิเศษกว่าใคร แต่
ผู้ที่จะต้องให้ความสำคัญเป็นพิเศษคือ "ลูกค้า"

- **Spirit** การมีน้ำใจเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ การแสดงน้ำใจต่อลูกค้า ไม่ว่าจะ



เป็นการอาสาช่วยเหลือ หรือแสดงน้ำใจในรูปแบบต่างๆ จะทำให้
ลูกค้าประทับใจและไม่ใช่ว่าเพียงลูกค้าเท่านั้น ควรแสดงความมี
น้ำใจกับลูกน้องด้วยเช่นกัน

- **Speed** การให้บริการด้วยความรวดเร็วถือว่าเป็น
ความต้องการสูงสุดของลูกค้า

- **Super** การบริการที่ไม่ธรรมดาซึ่งลูกค้าไม่เคยสัมผัส
มาก่อน หรือการบริการที่เหนือความคาดหมาย ต้องทำให้ลูกค้า
รู้สึกว่าการบริการของเราดีเยี่ยม เพื่อให้เกิดความประทับใจ

- **Save** ความประหยัดและความปลอดภัย คือ ปัจจัย
สำคัญที่ธุรกิจบริการต้องสร้างขึ้น เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกปลอดภัย
และรู้สึกประหยัดกว่าการไปใช้บริการกับคู่แข่ง

**มุมมองและแนวคิดจากผู้ค้าหอดทั้งในแวดวงการเงิน
การตลาด ที่กล่าวมาทั้ง 3 ท่าน ไม่ว่าจะ เป็นแนวทางกรคิดนอก
กรอบ การสร้างความแตกต่าง การสร้างแบรนด์ การสร้างความ
พึงพอใจ การรักษามาตรฐานของสินค้า ล้วนแต่เป็นกลยุทธ์ที่
สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในยุคนี้และเป็น เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น
ที่สามารถทำให้อยู่รอดได้ท่ามกลางการแข่งขันและวิกฤตเศรษฐกิจ
เพียงแต่ผู้ประกอบการจะต้องขยันทำการบ้านและค้นหาเพิ่มเติม
ว่าธุรกิจของตนเองนั้นยังขาดอะไร หรือยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่จำเป็น
จะทำให้ธุรกิจดำเนินก้าวหน้าและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนในอนาคต**

