



พิชัยสงคราม **ซุนวู** สู่สงครามการตลาด

ดร.สุทธิชัย ปิณฑโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.dr.suthichai.com

สนาม ธุรกิจในยุคปัจจุบันก็เหมือนกับสนามรบในอดีต การทำการตลาดเพื่อแย่งชิงลูกค้าในยุคปัจจุบันก็ไม่แตกต่างกับการทำสงครามในการแย่งชิงผืนแผ่นดินในอดีต ซึ่งในอดีตเมืองใด ประเทศใด มีแม่ทัพ มีกุนซือ มีที่ปรึกษาที่เก่ง ย่อมมีโอกาสได้รับชัยชนะจากการทำสงครามได้มากกว่า เมือง ประเทศ ที่มีแม่ทัพ กุนซือ ที่ปรึกษาที่ไม่เก่ง

แม่ทัพ กุนซือ ที่ปรึกษา เขาใช้หลักวิชาอะไรในการวางแผนการทำสงคราม หากว่าพวกเขาลองไปอ่านไปศึกษาจะเห็นว่า แม่ทัพ กุนซือ ที่ปรึกษา เหล่านี้มักจะอ่านตำราพิชัยสงครามเป็นประจำ เขาถึงสามารถชนะในสงครามต่างๆ ได้มากกว่า แม่ทัพ กุนซือ ที่ปรึกษาที่ไม่ได้อ่านตำราพิชัยสงคราม

ในบทความนี้ ขอแนะนำการนำหลักพิชัยสงครามซุนวูมาใช้ในการตลาด เพราะการทำการตลาดในยุคปัจจุบันก็ไม่แตกต่างกับการทำสงคราม ซึ่งจะต้องมีการคำนวณกำลังพลทั้งของตนเอง และ

ของคู่แข่งกล่าวคือมีการวิเคราะห์ห้วงศักรของตนเอง และของคู่แข่งชั้น

ตำราพิชัยสงครามซุนวู จึงเป็นสิ่งที่นักการตลาดควรทำการศึกษาเพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการทำการตลาดขององค์กรของตนเอง ในยุคปัจจุบันมีนักธุรกิจ ญี่ปุ่น ไต้หวัน อเมริกา ได้นำตำราพิชัยสงครามซุนวูมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจของตนเองจนประสบความสำเร็จเป็นจำนวนมาก

ซุนวูได้กล่าวว่า **“ให้มวลชนมีน้ำหนึ่งใจเดียวกับฝ่ายปกครอง”** นายซี (ซีจิ้งหยง) ได้ก่อตั้ง ACER ในปี 1976 ด้วยพนักงานเพียง 11 คน จนกระทั่ง 11 ปีผ่านไปมีพนักงานถึง 3,000 คน ก็ด้วยการยึดหลักของซุนวู **“ให้มวลชนมีน้ำหนึ่งใจเดียวกับฝ่ายปกครอง”** เขาจะให้ความสำคัญกับพนักงานมาก อีกทั้งดูแลทางด้านสวัสดิการให้แก่พนักงาน ตลอดจนครอบครัวของพนักงาน หากมีการขายหุ้น

เพื่อเพิ่มทุน เขามักจะขายหุ้นหรือแบ่งหุ้นให้แก่พนักงานของบริษัทเป็นอันดับแรก จึงทำให้พนักงานมีความรู้สึกในการเป็นเจ้าของร่วมกัน สำหรับอัตราการเข้าออกงานมีต่ำมากเมื่อเทียบกับบริษัทคู่แข่งชั้นในยุคนั้น

“สงครามกองโจร” สูงซี คอมพิวเตอร์ หรือ Acer ในยุคปัจจุบัน เป็นบริษัทของนักธุรกิจที่ได้หน้า มีนายซี (ซีจิ้งหยง) เป็นผู้บริหาร เขาได้พัฒนาคอมพิวเตอร์ของเขาอย่างไม่หยุดยั้ง จาก 8 บิท เป็น 16 บิท และ 32 บิท อีกทั้งยังได้ทำการตลาดแบบ **“สงครามกองโจร”** ในตลาดโลก ซึ่งเขาใช้หลักคือไม่แข่งขันหรือไปปะทะกับประเทศที่ผลิตคอมพิวเตอร์ที่เก่งกว่าเหนือกว่า และมีทุนมากกว่า เพราะจะทำให้ใช้พลังต่างๆ และเงินทุนเป็นจำนวนมากในการแข่งขัน เช่น ญี่ปุ่น อเมริกา แต่เขาจะทุ่มกำลังลงไปในพื้นที่ที่มีการแข่งขันที่ต่ำ เพราะจะใช้พลังต่างๆ และเงินทุนที่น้อยกว่าในการทำธุรกิจหรือทำการตลาด เช่น เอเชียอาคเนย์ ลาตินอเมริกา ในที่สุดพื้นที่การตลาดสำหรับ Acer ได้มีจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับในตลาดโลก จนกระทั่งเป็นยี่ห้อที่ติดอันดับโลกในที่สุด

“การนำกำลังพลออกรบ ต้องเผด็จศึกให้เร็ว หากรบยืดเยื้อ ขวัญทหารจะเสื่อมถอย” ไอเอคืออีกค่า ประธานบริษัทไคลสเลอร์ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งผลิตรถยนต์ขาย ปี 1979 เขาถูกเชิญให้เข้าไปเป็นประธานของบริษัท ซึ่งในขณะนั้น บริษัทกำลังตกต่ำ และถูกคู่แข่งแย่งชิงลูกค้าไปอย่างมาก จนส่วนแบ่งทางการตลาดลดต่ำลงไปอย่างมาก เขาได้ขอสินเชื่อจากรัฐบาลสหรัฐเป็นจำนวนเกือบ 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หลังจากนั้นเขาลงทุนผลิตรถยนต์รุ่น K ซึ่ง



ขับเคลือนล้อหน้า เขาใหม่ทำการตลาดอย่างรวดเร็ว ซึ่งช่วงเวลานั้นลูกค้ามีความต้องการรถยนต์ที่ขับเคลือนล้อหน้าพอดี จากการรบบเร็ว เผด็จศึกเร็ว ทำให้บริษัทไคลสเลอร์ได้รับกำไรอย่างมากมายมหาศาล และใช้คืนหนี้รัฐบาลสหรัฐซึ่งได้กู้ยืมมาเกือบ 1,000 ล้านดอลลาร์ได้ในเวลาอย่างรวดเร็ว ฉะนั้น **จังหวะในการทำการตลาดจึงมีความสำคัญสำหรับสินค้าต่างๆ** นักการตลาดที่ดีจึงไม่ควรที่จะเข้าตลาดเร็วหรือช้าจนเกินไป เพราะถ้าเข้าเร็วเกินไปในขณะที่ลูกค้ายังไม่มีความต้องการท่านก็จะขายสินค้าได้น้อย ตรงกันข้ามหากเข้าตลาดช้าเกินไปก็จะทำให้เกิดการเสียเปรียบคู่แข่งที่เขาเข้าตลาดก่อน ท่านสามารถหาอ่านรายละเอียดได้จากหนังสือ **“กลับแพ้เป็นชนะ”** ของเขา

“ผู้สันทัดในการทำศึก จะไม่ระดมพลเป็นคำรบสอง และไม่ลำเลียงเสบียงซ้ำเป็น 3 ครั้ง แต่จะใช้เสบียงของข้าศึก” ในอดีตตลาดของญี่ปุ่นมักจะเจาะเพื่อเข้าไปขายสินค้าได้ยาก เพราะประชาชนชาวญี่ปุ่นในอดีตมีความเป็นชาตินิยมสูง อีกทั้งสินค้าในญี่ปุ่นล้วนแล้วแต่มีคุณภาพ และก็มีขายจนครบหมดแล้ว ตรงกันข้ามประเทศญี่ปุ่นได้ส่งสินค้าของตนเองไปขายให้กับประเทศต่างๆ ทั่วโลก แต่ธุรกิจแมคโดนัลด์ โคคาโคล่า กาแฟเนสเล่ สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดในประเทศญี่ปุ่นได้ ก็ด้วยวิธีใช้เสบียงของข้าศึก บริษัทเหล่านี้ได้มีการอบรมพนักงานท้องถิ่นชาวญี่ปุ่น ได้ใช้แนวคิดแปลกๆ ใหม่ๆ ซึ่งคนญี่ปุ่นชื่นชอบ และอยากรู้ อยากเห็น การใช้ทรัพยากรต่างๆ ของญี่ปุ่นเป็นหลักจึงกล่าวได้ว่า **“ใช้เสบียงของข้าศึก”** นั่นเองปัจจุบันเราจึงได้เห็นบริษัทข้ามชาติต่างๆ ได้ใช้เสบียงของข้าศึก หรือใช้ทรัพยากรต่างๆ ของประเทศนั้นๆ ในการทำธุรกิจ

ฉะนั้น หากว่าท่านทำงานด้านการตลาด ทำงานด้านธุรกิจ การนำพิชัยสงครามต่างๆ โดยเฉพาะตำราพิชัยสงครามซุนวู มาปรับใช้กับงานด้านการตลาดของท่าน กระผมเชื่อว่าท่านจะเป็นนักการตลาดที่เก่งคนหนึ่งของประเทศ และจะเป็นการดี ถ้าหากว่าท่านได้อ่านหนังสือ สามก๊ก เพิ่มเติมหรือประกอบด้วยก็จะทำให้ท่านเห็นภาพได้อย่างชัดเจนว่า ตำราพิชัยสงครามซุนวูสามารถประยุกต์ใช้ในสงครามกันได้อย่างไรบ้าง

TPA