

พค.ดร.สุทธิชัย บัณฑิตโรจน์

อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัย ม.พิษณุโลก

www.drsuthichai.com

## ริจะเป็นนักการตลาดมืออาชีพ... สายตาต้องไม่สับ

นักการตลาดมืออาชีพ ต้องหลีกเลี่ยงจากการสายตาสั้น จากความคิดของสินค้าที่มีอยู่ เพื่อที่จะมองเห็นอนาคต บริษัท ต้องมีความสามารถที่จะหลีกเลี่ยงอันตรายที่เกิดขึ้นในอนาคต ในอดีตเจ้าของธุรกิจ และนักการตลาดยุคก่อน มักมีมุมมองที่แคบ กล่าวคือ “เราอยู่ในธุรกิจอะไร” และ “อะไรคือสินค้าหรือบริการของเรา” แต่ปัจจุบันมุมมองที่แคบแบบนี้ คงจะใช้ไม่ได้ หากต้องการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทางการตลาด

ในอดีตพวกเรามักได้ยินคำว่า “ปลาใหญ่ต้องกินปลาเล็ก” แต่โลกของการแข่งขันในยุคนี้ เราต้องให้ความสำคัญกับความรวดเร็วต่อการเปลี่ยนแปลง จึงอาจกล่าวได้ว่า “ปลาเล็กสามารถเอาชนะปลาขนาดใหญ่ได้ด้วยความเร็ว” เรามักจะเห็นว่า องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (เปรียบเทียบกับปลาทัวใหญ่) มักจะเคลื่อนไหวช้า ตัดสินใจช้า หรือไม่ทำอะไรที่รวดเร็วต่อการสนองตอบการเปลี่ยนแปลงของโลก ของการแข่งขันในยุคปัจจุบัน ตรงกันข้ามกับองค์กรธุรกิจขนาดเล็กหรือปลาทัวเล็ก ที่สามารถเคลื่อนไหวได้อย่างรวดเร็ว ตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว เพื่อสนองตอบเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกของการแข่งขัน

กรณีศึกษา จากบริษัทธุรกิจชั้นนำทั่วโลก มันมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ถึงแม้ว่านักการตลาด

หลายคนจะไม่นิยมเปลี่ยนแปลงความคิด แต่โลกของเรามีการเปลี่ยนแปลงอยู่ทุก ๆ วัน

ย้อนไปในอดีต 20 ปี ก่อน หลายคนไปเที่ยวหรือมีโอกาสไป กรุงเทพมหานคร ต่อมากลับไปอยู่อาศัยในต่างจังหวัด ไม่ได้ไป กรุงเทพมหานคร เป็นเวลา 20 ปี ตอนนี้อยากไปกรุงเทพมหานคร ดูสิครับ หรือใครไม่ได้ไปกรุงเทพมหานคร เพียงแค่ 10 ปี แล้วลองไปดูสิครับ นี่ขนาดแค่กรุงเทพมหานคร (ประเทศไทย) ของเรา แต่ถ้าเราลองไป ประเทศสหรัฐอเมริกา เราก็จะรู้ถึงการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของโลกใบนี้

เช่นกัน สินค้าและบริการของเรา จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก สมัยก่อนหลายคนทำงานสำนักงาน หรือเป็นทนายความต้องส่งคำฟ้อง คำร้อง ต่อศาล เราต้องใช้เครื่องพิมพ์ดีด แต่มาถึงยุคปัจจุบัน พิมพ์ดีด แทบหาไม่เจอ เราใช้คอมพิวเตอร์

ย้อนไปเมื่อปี 1980 (ปัจจุบันปี 2001) เครื่องถ่ายเอกสารออกจำหน่ายใหม่ ๆ เครื่องใหญ่มาก ราคาแพงมาก แต่สามารถถ่ายเอกสารได้ครั้งละไม่กี่แผ่น และต้องใช้เวลาานมากกว่าเอกสารแต่ละแผ่นจะออกมา แต่ดูปัจจุบันสิครับ เครื่องถ่ายมีขนาดเล็กลง ถ่ายได้เร็วขึ้น ราคาถูกลง คุณภาพดีขึ้น มีความคมชัดมาก ๆ เมื่อเทียบกับอดีต



ธุรกิจฟิล์ม สมัยอดีต ฟิล์มสีโกดัก และฟูจิฟิล์ม โด่งดังมาก เป็นผู้นำในธุรกิจภาพถ่าย แต่เมื่อโลกเปลี่ยน ฟิล์มโกดักไม่ยอมเปลี่ยน จึงต้องสิ้นชื่อไปจากวงการตลาด ส่วนฟูจิฟิล์มยังมีการปรับตัว ถึงแม้จะช้ากว่าคู่แข่ง แต่ก็สามารถอยู่ในวงการต่อไปได้ แต่ก็สูญเสียการนำ และส่วนแบ่งทางการตลาดไปให้กับคู่แข่งขึ้นไปอย่างน่าเสียดาย

โทรศัพท์มือถือ เราจะเห็นได้ชัดเจนว่าในอดีต เครื่องใหญ่ มาก หนักมาก ราคาแพง หาซื้อได้ยาก แต่ปัจจุบัน ราคาถูกลง คุณภาพดีมาก ๆ เมื่อเทียบกับในอดีตที่ผ่านมา

เกมส์ก็เช่นกัน ในอดีตเราเล่นเกมสีกด ต่อมาเกม VDO ตอนนี้มีเกมออนไลน์ที่มีความเสมือนจริง มีความสนุก มีความเร้าใจ มากกว่าอดีต จึงไม่แปลกใจที่ปัจจุบัน เด็ก และเยาวชนติดเกมออนไลน์มากขึ้น

ม้วนเทป สมัยก่อนมีเพลงไม่กี่เพลงใน 1 ม้วน แต่ปัจจุบันโลกได้เปลี่ยนไป เราสามารถฟังเพลงได้เป็นหลายร้อย หลายพัน หลายหมื่นเพลง ซึ่งถูกบรรจุโดยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น Ipod, เอลดจ์ไว้ในเครื่องคอมพิวเตอร์ และฟังในโลกออนไลน์ฟรีแบบไม่จำกัดจำนวน และเวลา ฯลฯ

ม้วน VDO สมัยก่อน ราคาแพง หลายคนที่มีหัวด้านธุรกิจด้านการตลาด จึงเปิดร้านให้เช่าม้วน VDO แต่ปัจจุบันนี้ เราไม่เห็นม้วนเทป และม้วน VDO อีกต่อไป เพราะต่อมาก็มีสินค้า และนวัตกรรมใหม่เกิดขึ้น ก็คือ แผ่นเพลง CD และแผ่น VDO แต่ตอนนี้เราแทบไม่ได้เห็นแผ่นเพลง CD และแผ่น VDO เพราะโลกยุคใหม่ได้นำเพลง นำหนัง (ภาพยนตร์) มาลงในเว็บไซต์ (อังกฤษ: web-site, web site หรือ site) เช่น Netflix, HBO Go, Apple TV+, LINE TV, Viu และ WeTv เป็นต้น

**การตลาดออนไลน์** จึงเป็นเครื่องมือชนิดหนึ่งที่มีความจำเป็น และมีความสำคัญที่จะต้องเรียนรู้ของคนในยุคปัจจุบันโดย

เฉพาะบุคคลที่อยู่ในแวดวงของนักการตลาด ซึ่งจะต้องเรียนรู้สิ่งต่าง ๆ เป็นพื้นฐาน เพื่อนำเอาไปใช้ เพื่อเป็นเครื่องมือหรือเป็นช่องทางด้านการตลาดสมัยใหม่

ดังนั้น อย่าติดยึดกับอดีตที่ผ่านมา “กูญแจ” และ “รหัส” ที่สำคัญก็คือ จงพัฒนา และสร้างนวัตกรรมของสินค้า บริการของเราอยู่ตลอดเวลา มิฉะนั้น เราอาจจะพลาดโอกาสครั้งใหญ่ และพ่ายแพ้ต่อการแข่งขันทางการตลาด จงกล้าเสี่ยง และลองทำสิ่งใหม่ ๆ อยู่ตลอดเวลา

จงเป็น **Marketing Mindset ใหม่** คือ เปลี่ยนความคิด ความเชื่อ ทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมต่อตนเอง เพราะ Mindset เหมือนกับแบบแปลนบ้าน ก่อนที่จะสร้างบ้าน เราควรมีแบบแปลนบ้านเสียก่อน ไม่ใช่คิดจะปลูกบ้าน สร้างบ้าน ก็สร้างเลย ถ้าทำเช่นนี้ อาจจะทำให้เกิดการผิดพลาดในการก่อสร้างได้ แล้วผลที่ตามมาก็คือ ต้องเสียเวลา เสียเงินทอง ในการแก้ไขปรับปรุง

จงเปลี่ยนแบบแปลนบ้านใหม่ (Marketing Mindset ใหม่) ให้เป็นบ้านที่ทันสมัยมากขึ้น เพราะลูกค้าปัจจุบัน ต้องการบ้านที่มีรูปทรงที่ทันสมัย และไม่นิยมแบบแปลนบ้านแบบในอดีต ที่ดูแล้วล้าสมัย ไม่สวย ไม่ดึงดูดใจ เพราะพฤติกรรม มุมมอง ความคิดของคนรุ่นใหม่ (ลูกค้า) เปลี่ยนไป

สรุป คือ นักการตลาด และธุรกิจที่ล้มเหลวมักจะเป็นธุรกิจที่ทำอะไรเดิม ๆ และไม่ยอมที่จะเปลี่ยนแปลง ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของไอเดียเดิม ๆ กระบวนการเดิม ๆ คิด และทำแบบเดิม ๆ ฉะนั้น ถึงแม้ว่าองค์กรธุรกิจหรือบริษัทของเราจะไม่เปลี่ยนแปลง แต่ทุกวันนี้ โลกของเราเปลี่ยน คู่แข่งขันของเราเปลี่ยน ลูกค้าของเราเปลี่ยน และสถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศ และภายนอกประเทศมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา เพราะถ้าเราไม่ยอมเปลี่ยน ในอนาคต โลกก็จะบังคับให้เราเปลี่ยน