

Headline

To build business agency must be quick in thinking and doing (5 t
o 7 July)

Date

05 Jul 2010

MediaTitle

Prachachart Turakij

Section

CSR

Journalist

N/A

Frequency

Bi-Weekly

Circ / Read

137,000 / 210,000

Language

Thai

Page No

31

Article Size

825 cm²

Color

Black/white

ADValue

84,615

PRValue

253,846



ยุคปลาเร็ว กินปลาช้า

การสร้างองค์การธุรกิจต้องคิดต่าง คิดไว ทำเร็ว



นายอดิศักดิ์ รักริยะพงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรูพ้อยันต์ เชนเนอร์ลิตี้ จำกัด และนายปีเตอร์ ทัมิลเจริญ กรรมการผู้จัดการ บริษัท แด็คดี โด (ประเทศไทย) ร่วมเสวนาในเรื่องเคล็ดลับการเป็นเจ้าแก๊ยุคใหม่ในงานสัมมนาโซ่ห่วงระดับภูมิภาค เมื่อเร็ว ๆ นี้

Headline	To build business agency must be quick in thinking and doing (5 t o 7 July)	Language	Thai
Date	05 Jul 2010	Page No	31
MediaTitle	Prachachart Turakij	Article Size	825 cm²
Section	CSR	Color	Black/white
Journalist	N/A	ADValue	84,615
Frequency	Bi-Weekly	PRValue	253,846
Circ / Read	137,000 / 210,000		

การเดินสายให้ความรู้แก่ร้านโชห่วยทั่วประเทศของสมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทย เซเวนอีเลฟเว่น กรมการค้าภายใน และสถาบันเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ ไม่เพียงเป็นการต่อยอดการทำธุรกิจให้กับผู้ประกอบการในพื้นที่เท่านั้น แต่ยังเป็นการจุกประกายการสร้างธุรกิจให้กับนักลงทุนหน้าใหม่

ล่าสุดในงานสัมมนา "ทำโชห่วยให้รวยอย่างยั่งยืน ครั้งที่ 8" ณ อ.หาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นอกจาก "นริศ ธรรมเกื้อกูล" ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) จะสรุปแนวคิดในการสร้างองค์กรสร้างธุรกิจทั้งไทยและต่างประเทศมาแชร์ให้ผู้ร่วมสัมมนาฟัง ในงานนี้ "อติศักดิ์ รักอริยะพงศ์" กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรพย์อนันต์ เยนเนอรัลฟู้ด จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายบิวตี้ ครีจค์ และ "ปีเตอร์ ทวีผลเจริญ" กรรมการผู้จัดการ บริษัท แด็คคี่ โค (ประเทศไทย) จำกัด เจ้าของร้านจำหน่ายโคนัทแด็คคี่ โคนักธุรกิจรุ่นใหม่ยังมาร่วมแบ่งปันประสบการณ์การสร้างองค์กรและการบุกเบิกธุรกิจในยุคดิจิทัลไว้อย่างน่าสนใจ

"นริศ" ถอดโมเดลความสำเร็จองค์กร

ธุรกิจระดับแนวหน้าให้ฟังว่า การเริ่มต้นธุรกิจอย่างขึ้นด้วยคำว่าชอบ เพราะส่วนใหญ่เจ๊งทุกราย แต่ถ้าขึ้นต้นคำว่ารัก ส่วนใหญ่มักจะเลิกง่าย ๆ แต่ถ้าเมื่อไรที่ขึ้นต้นด้วยคำว่าความเข้าใจ ส่วนใหญ่อยู่นาน เพราะจะมีการศึกษารายละเอียดธุรกิจจนมีความเข้าใจทั้งคู่แข่งและธุรกิจของตนเองที่กำลังจะทำ เรียกว่าต้องรู้เขารู้เรา

ก่อนเริ่มต้นธุรกิจต้องกำหนดนโยบายโดยใช้ SWOT เป็นตัวช่วย คว้าธุรกิจที่จะทำอยู่ในตำแหน่งไหนของตลาดในปัจจุบัน แล้วต้องการพัฒนาธุรกิจไปสู่จุดไหน แล้ววิธีการที่จะก้าวไปสู่เป้าหมายเป็นอย่างไร ดังนั้นจึงต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน มีวิชั่น เช่น ต้องการเป็นเบอร์ 1 ในตลาดภายใน 3-5 ปี

จากนั้นกำหนดภารกิจที่ต้องทำ เพื่อให้บรรลุวิชั่น โดยเขียนสิ่งที่ต้องทำเป็นข้อ ๆ เรียงตามลำดับความสำคัญ

แล้วจึงมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อนขององค์กร มองไปข้างนอกว่า มีโอกาสอยู่ตรงไหน ปัญหาอุปสรรคอยู่ตรงไหนบ้าง องค์กรของเราจะต้องเปลี่ยนแปลงปรับปรุงอย่างไร เพื่อที่จะสามารถแข่งขันในตลาดได้

ต่อจากนั้นก็กำหนดกลยุทธ์บริษัท แบ่งหน้าที่ว่าใครมีอำนาจในการบริหารจัดการองค์กรธุรกิจอย่างไร

"นริศ" ได้หยิบกรณีศึกษาของกลุ่มซีพี ออลล์ มาเล่าให้ฟังว่า ในอดีต "ก้อศักดิ์" (ไชยรัศมีศักดิ์) นอนหลับแล้วฝันว่า อยากรมีร้านค้าที่อยู่ใกล้ลูกค้า มีสินค้าที่ลูกค้าต้องการครบถ้วน มีพนักงานยิ้มแย้มแจ่มใส ลูกค้ามีความสุข ตื่นเช้าเข้าประชุมเล่าให้ผู้บริหารฟัง ผู้บริหารที่มากด้วยประสบการณ์ก็ช่วยกันตีโจทย์แล้วย่อความฝัน 6 ชั่วโมงของประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท ให้เหลือ 1 บรรทัด คือร้านสะดวกซื้อของชุมชน แล้วตอนนี้ความฝันก็เปลี่ยนใหม่อีกรอบ เป็นร้านอิมสะดวกของชุมชน

ครั้งแรกในการถกแถลงเรื่องความฝันซีอีโอผู้บริหารก็ตั้งเป้าหมายว่า จะต้องดำเนินงาน

Headline	To build business agency must be quick in thinking and doing (5 t o 7 July)		
Date	05 Jul 2010	Language	Thai
MediaTitle	Prachachart Turakij	Page No	31
Section	CSR	Article Size	825 cm²
Journalist	N/A	Color	Black/white
Frequency	Bi-Weekly	ADValue	84,615
Circ / Read	137,000 / 210,000	PRValue	253,846

เรื่องนี้มีให้สำเร็จภายใน 3 ปี เมื่อถึงเป้าหมายก็เปลี่ยนเป้าหมายให้ยากขึ้นไปอีก

ดังนั้นขั้นแรกของการสร้างองค์กรธุรกิจต้องเปลี่ยนความฝันมาเป็นวิสัยทัศน์

จากนั้นก็ปฏิบัติภารกิจขั้นที่หนึ่ง คือ สรรหาทำเลที่มีคุณภาพ แล้วตามด้วยการภารกิจขั้นที่สอง สรรหาสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า ภารกิจขั้นที่สาม สรรหากระบวนการที่จะทำให้ลูกค้ามีความสุขในการเข้าใช้บริการ และภารกิจขั้นที่สี่ มีการบริหารจัดการที่ดี

"การทำธุรกิจต้องคิดถึง ความเปลี่ยนแปลงของโลก ความเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคเป็นเรื่องสำคัญ เพราะสิ่งแวดล้อมภายนอกเหล่านี้องค์กรไม่สามารถแก้ไขอะไรได้ ดังนั้นจึงต้องมาวิเคราะห์ว่า จะอยู่กับสิ่งเหล่านี้ได้อย่างไร"

"นริศ" บอกว่า จากการค้นคว้าในช่วงที่ผ่านมา พบว่าอาวุธที่ทันสมัยที่องค์กรต้องมีที่ใช้กันทั้งในระดับโลกและบริษัทชั้นนำ ประกอบด้วย 2 เรื่องใหญ่ ๆ

เรื่องแรก ข้อกำหนด 4 ข้อ เป็นเรื่องของเกณฑ์การเติบโตที่ยั่งยืน

และเรื่องที่สอง ห่วงโซ่คุณภาพ (Value chain)

ในการสร้างองค์กรสร้างธุรกิจต้องถามตัวเองก่อนว่า มี 4 ข้ออยู่ในองค์กรหรือไม่

1. Value สินค้าและบริการของเรามีคุณค่ากับลูกค้า หรือมีประโยชน์กับลูกค้าอย่างไร

2. Rare นอกจากจะมีคุณค่าแล้วต้องหาซื้อได้ยาก

3. Costly to Imitated คู่แข่งต้องใช้ต้นทุนสูงในการเลียนแบบ

4. Hard to Substitute หาสินค้าและบริการมาทดแทนได้ยาก

ซึ่งทั้ง 4 ข้อต้องอาศัยทรัพยากรบวกกับความสามารถของบุคลากรจึงจะทำให้องค์กรก้าวไปสู่ความสำเร็จ

ด้าน "อดิศักดิ์" นักบริหารรุ่นใหม่ ที่สร้างชื่อบิวตี้ ครีจิ่ง เครื่องดื่มเพื่อความสวยความ

งามให้คิดตลอดในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปี บอกถึงวิธีการที่โจทย์แตกไลน์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ จริง ๆ แล้วโอกาสมีอยู่ตลอด ทุกวันที่เราเดินออกจากบ้านมีโอกาสเจอเราอยู่ตลอดเวลา แต่การทำธุรกิจที่เกี่ยวกับสินค้าและบริการ สินค้าที่ผลิตออกมาต้องมี value มีความไว มีความสดใหม่ ยิ่งยุคนี้ถ้าเกี่ยวกับสุขภาพ สิ่งแวดล้อมมาแรงมาก

ในยุคที่คิดผลิตภัณฑ์ ครีจิ่ง ก็ปีงโอเคียจากการพูดคุยและการสังเกตผู้หญิงทุกคนอยากสวย อยากหอมเหมือนกันหมด ก็คิดว่า ถ้ามีเครื่องดื่มอะไรที่กินแล้วช่วยเสริมสร้างความสวย ทำให้หอมได้คงจะขายดีก็เอาใจหยิ่งครั้งนี้มาพัฒนาเป็นเครื่องดื่มผสมคอลลาเจน ผสมโยเกิร์ตอาหารปรากฎว่าได้รับการตอบรับที่ดีมาก

"อดิศักดิ์" บอกว่า สิ่งที่ทำให้บิวตี้ ครีจิ่ง ประสบความสำเร็จมาจากการมองต่าง คิดหาสินค้าใหม่ ๆ ที่ตลาดยังไม่มี แล้วคิดอะไรแปลก ๆ ที่สามารถพัฒนาให้เป็นจริงขึ้นมาได้ ซึ่งสินค้าส่วนใหญ่ 60-70 เปอร์เซ็นต์ จะอยู่รอดได้อยู่ที่คุณภาพของสินค้าต้องดี บริการต้องเด่น

"ทรัพย์สินอันดี เชนเนอรัลฟู้ด เริ่มต้นจากบริษัทเล็ก ๆ เมื่อ 7-8 ปีที่แล้วมีพนักงานอยู่ 30 คน วันนี้มีพนักงานทั้งหมด 480 คน ถ้าจะถามว่า องค์กรเติบโตด้วยกลยุทธ์อะไร ผมบอกได้เลยว่า องค์กรนี้เติบโตแบบไม่มีกลยุทธ์ เพราะองค์กรที่เติบโตเร็วขนาดนี้ไม่มีตำราเล่มไหนมาคอยให้ดูได้ ธุรกิจเติบโตทุกวัน ทุกอย่างต้องแก้ไขเฉพาะหน้า"

"อดิศักดิ์" ยังบอกอีกว่า ตอนนี้โลกเคลื่อนไหวขึ้นเรื่อย ๆ ทั้งอินเทอร์เน็ต ข้อมูลข่าวสาร พฤติกรรมผู้บริโภค การเคลื่อนไหวของคู่แข่งเปลี่ยนทุกวัน การตัดสินใจต่าง ๆ จึงต้องถามสถานการณ์ให้ทัน

วิถีคิดในการสร้างองค์กรสร้างธุรกิจของ "ปีเตอร์ ทวีผลเจริญ" ก็ไม่ต่างจาก "อดิศักดิ์" มากนัก

"ปีเตอร์" บอกว่า ธุรกิจร้านจำหน่าย โคนัทแคคคัส โด เกิดจากแรงบันดาลใจที่เห็น



นริศ ธรรมเกื้อกุล

ร้านโรตีสายไหมที่ขายดีขายดี มีคนต่อแถวกันยาวเหยียด จึงนั่งคุยกับครอบครัวในวงรับประทานอาหารว่า จะทำร้านอะไรให้คนต่อแถวซื้อแบบนี้ได้ ก็ตั้งเป้าทำร้านโดนัท แต่เมื่อเซอร์เวย์ตลาดก็พบว่า 2 แปรนต์ที่อยู่ในตลาดมีร้านในเมืองไทยกว่า 200 สาขา

คราวนี้ก็ต้องมาคิดต่อว่า จะแข่งเกิดอย่างไร นั่นคือ ต้องทำสินค้าให้มีความแตกต่าง จากนั้นก็เริ่มมองหาจุดอ่อน จุดแข็งของคู่แข่ง แล้วมาสร้างเป็นจุดแข็งของตัวเอง

สุดท้ายแคคคัส โด ก็เปิดตัวด้วยโดนัทที่ทำจากซ็อกโกแลตแท้ แป้งนุ่ม หอม มันหวาน แล้วพูดทุกวัน ทำร้านให้มีคอนเซ็ปต์แตกต่างจากร้านอื่น ๆ ก็สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม แล้วได้ลูกค้ากลุ่มใหม่เข้ามา

ซึ่งนอกจากคุณภาพของสินค้าก็ต้องดีแล้ว ในเรื่องบริการก็ต้องดีด้วย ในการรับสมัครพนักงานจึงต้องเลือกคนที่บุคลิกชอบพบปะผู้คน ในช่วงแรกให้ลองขายหน้าร้านก่อน 3 ชั่วโมง เพื่อดูว่ามีบุคลิกแบบไหนเหมาะสมกับบุคลิกของร้านแคคคัส โดหรือไม่

แคคคัส โด แม้จะเป็นร้านขายโดนัทที่มีสาขาไม่มาก แต่ "ปีเตอร์" บอกว่า แผนธุรกิจเป็นเรื่องสำคัญที่ต้องทำเพราะนอกจากจะทำให้เห็นจุดเด่นจุดด้อยของธุรกิจแล้ว จะทำให้รู้ว่าจะต้องทำอะไรก่อนไหน และสิ่งที่ไม่แพ้แผนธุรกิจคือ การประชุมทีมงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทุกคนได้แชร์ข้อมูล เพราะในการคุยกันจะทำให้ได้ไอเดียที่หลากหลายมาต่อยอดธุรกิจให้เติบโต