

Headline **Get rich sustainably (July 10)**
 Date **19 Jul 2010**
 MediaTitle **Logistics Time**
 Section **News**
 Journalist **N/A**
 Frequency **Monthly**
 Circ / Read **60,000 / 65,000**

Language **Thai**
 Page No **40**
 Article Size **957 cm²**
 Color **Full Color**
 ADValue **58,000**
 PRValue **174,000**



ติดตามโซ่ช่วย “รวยอย่างยั่งยืน” ครั้งที่ 8

ปัจจุบันสถานการณ์ค้าปลีกทั่วโลกได้พัฒนาขีดความสามารถอย่างต่อเนื่องเพื่อการแข่งขันในตลาดเสรีที่ทัดเทียม ด้วยเหตุนี้ “ร้านโซ่ช่วย” หรือผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยดั้งเดิมในประเทศไทยจึงมีความจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันต่อภาวะการณ์และรองรับสถานการณ์ในอนาคต และพฤติกรรมในการจับจ่ายของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งจะต้องมีการนำเทคโนโลยี ข้อมูล ข่าวสาร และความรู้เกี่ยวกับการบริหารจัดการค้าปลีกทันสมัย ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการบริหารจัดการสินค้าและบริการ บริหารการตลาด เงินทุน และโลจิสติกส์ เพื่อให้เท่าทันและยืนหยัดอยู่ได้บนฐานธุรกิจของตัวเองอย่างยั่งยืน

ด้วยเหตุนี้ สมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก ไทย - เซเว่น อีเลฟเว่น จับมือ กรมการค้าภายใน และ สถาบันเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์ เดินสายให้ความรู้แก่เจ้าของร้านโซ่ช่วยทั่วประเทศ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการค้าปลีกสมัยใหม่ ในหัวข้อ “ทำโซ่ช่วยให้รวยอย่างยั่งยืนครั้งที่ 8”

โดย นายสุวิทย์ กิ่งแก้ว รองกรรมการผู้จัดการอาวุโส บมจ. ซีพี ออลล์ ผู้บริหารเซเว่น อีเลฟเว่น ร้านอัมสเตอร์ดัมของคนไทย และนายกสมาคมพัฒนาผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกไทย เปิดเผยว่าด้วยความที่เซเว่น อีเลฟเว่น ซึ่งเป็นธุรกิจค้าปลีกชั้นนำของไทยที่มีความเชี่ยวชาญด้านค้าปลีก โดยล่าสุด ได้ปรับจุดขายจากร้านสะดวกซื้อมาเป็นร้านอัมสเตอร์ดัมที่มุ่งเน้นการขายสินค้าประเภทอาหารพร้อมรับประทานและเครื่องดื่ม แทนสินค้าอุปโภคบริโภค และมีความมุ่งหวังที่จะถ่ายทอดความรู้ เพื่อเพิ่มศักยภาพร้านโซ่ช่วยให้ก้าวหน้าในเส้นทางธุรกิจค้าปลีก รวมทั้ง

สามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ สมาคมฯ จึงได้ร่วมกับ เซเว่น อีเลฟเว่น, กรมการค้าภายใน และสถาบันเทคโนโลยีปัญญาภิวัฒน์จัดสัมมนา “ทำโซ่ช่วยให้รวยอย่างยั่งยืนครั้งที่ 8” ณ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา โดยมีหอการค้าจังหวัดสงขลาร่วมเป็นเจ้าภาพจัดการสัมมนา

สำหรับการทำโซ่ช่วยอย่างไรให้รวยอย่างยั่งยืนนั้น **นริศ ธรรมเกื้อกุล** ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ได้ถ่ายทอดเทคนิคการบริหารจัดการค้าปลีกทันสมัยว่า **อันดับแรกคือ ลูกค้า** ที่เราต้องเอาลูกค้าเป็นตัวตั้ง และออกไปสำรวจความต้องการของลูกค้าว่าลูกค้าต้องการอะไร และไม่ต้องทำอะไร

อันดับที่สองคือ ตลาด สำรองว่าตลาดอยู่ที่ไหน ลูกค้ามีกี่กลุ่มและแต่ละกลุ่มมีความเหมือนหรือแตกต่างกันอย่างไร

อันดับที่สามคือ การวางแผนทางการดำเนินธุรกิจ ว่าการแข่งขันเป็นอย่างไร สภาพแวดล้อมเป็นอย่างไร และการกำหนดสินค้าและบริการว่าควรเป็นแบบไหนจึงเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย

อันดับที่สี่คือ ความยืดหยุ่นของธุรกิจ เช่น ความชัดเจนของธุรกิจและความยืดหยุ่นในแนวคิดแนวทางที่กำหนดไม่ออกแนว

อันดับที่ห้าคือ ทำเลหรือช่องทางจัดจำหน่ายที่เหมาะสม กับแนวคิดของธุรกิจ เช่น ย่านที่มีการค้าเยอะๆ มีผู้คนผ่านมากที่สุด

อันดับที่หกคือ การจัดการภายในร้าน ได้แก่ ชั้นวางควรตั้งอยู่ที่ใด สินค้ากลุ่มใดควรอยู่ที่ใด ปริมาณเท่าใด โดยจัดให้เป็นหมวดหมู่เป็นระเบียบเรียบร้อยและการสั่งซื้อสินค้าควรสั่งให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าและมีเพียงพอ ไม่เสียโอกาสที่

Headline **Get rich sustainably (July 10)**
 Date **19 Jul 2010**
 MediaTitle **Logistics Time**
 Section **News**
 Journalist **N/A**
 Frequency **Monthly**
 Circ / Read **60,000 / 65,000**

Language **Thai**
 Page No **40**
 Article Size **957 cm²**
 Color **Full Color**
 ADValue **58,000**
 PRValue **174,000**



สุวิทย์ กิ่งแก้ว

“

จุดประสงค์ในการจัดสัมมนาก็เพื่อถ่ายทอดความรู้ ประสบการณ์ด้านการบริหารจัดการสินค้าและบริการ การบริหารการตลาด บริหารเงินทุน โลจิสติกส์ สต็อกสินค้า การบริหารบุคคล การบริหารการเปลี่ยนแปลง และการใช้เทคโนโลยี ที่ทันสมัยแก่ผู้ประกอบการค้าปลีกของไทยให้เข้มแข็งและแข่งขันได้อย่างเท่าทัน รวมถึงนโยบายของภาครัฐที่จะเข้ามา สนับสนุนและส่งเสริมธุรกิจค้าปลีกของชาติโดยรวม และมี แผนที่จะขยายกิจกรรมนี้ออกไปสู่ทั่วทุกภูมิภาค

”

สำคัญคือ ตัด, คัด, สั่ง, เรียง หมายถึงการจัดวางหรือ จัดเรียง ถ้าสินค้าไหนลูกค้าไม่ต้องการก็ตัดออก และ คัดไว้แต่สินค้าที่ลูกค้าต้องการ ควรส่งสินค้าให้พอดี รวมทั้งจัดเรียงให้ถูกต้อง และควรบันทึกการขายเพื่อ เก็บข้อมูล

ลำดับสุดท้ายอันดับที่เจ็ดคือ การใช้ข้อมูล กับข้อเท็จจริง โดยการเก็บข้อมูลต่างๆ ที่เกิดขึ้น จากเหตุการณ์จริง สถานการณ์จริง ระบุถึงเวลาที่เกิด ปริมาณที่เกิด และคุณภาพที่เกิด จากนั้นนำมาวิเคราะห์ก่อนนำข้อมูลไปใช้ในการ ตัดสินใจสั่งซื้อสินค้าในครั้งต่อไป

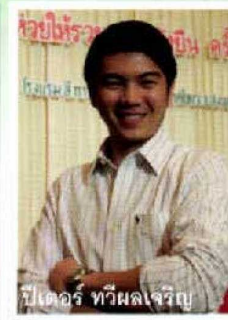
นอกจากเทคนิคการบริหารจัดการค้าปลีกแล้ว **นริศ** ยังให้สูตรการสั่งสินค้า ด้วยสูตร $F+M-I=O$ โดย F คือ การพยากรณ์ (Forecast) ว่าจะขายดีหรือไม่ดีในอนาคต M คือ จำนวนของในคลัง (Mini mum Stock) เมื่อพอขายได้ก็วันจนกว่าของใหม่จะมาส่ง I คือ รายการสินค้าที่มีอยู่ในร้าน (Inventory) นับจำนวนของในคลังคงเหลือก่อนสั่ง และ O คือ (Order) ยอดสั่งที่ถูกคำนวณแล้ว อย่างไรก็ตามการสร้างเครื่องหมายการค้า (Brand) ก็เป็นสิ่งสำคัญโดยจะทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อร้านได้รวมทั้งสามารถให้ลูกค้าต่อรองได้

และในตอนท้ายงานสัมมนาได้เคล็ดลับการบริหารจัดการเป็นเจ้าแห่งยุคใหม่ ด้วยสองผู้บริหารหนุ่มรุ่นใหม่ โดย **ปีเตอร์ ทวีผลเจริญ** กรรมการผู้จัดการ บริษัท แด็ดดี โด (ประเทศไทย) จำกัด เจ้าของแบรนด์โตนิท “แด็ดดี โด” ได้ให้เคล็ดลับว่า การจะอย่างไร้ธุรกิจของคนยังยืนนั้น ลำดับความสำคัญเริ่มแรกต้องใส่ใจในเรื่อง ของคุณภาพสินค้าที่ต้องรักษามาตรฐานให้คงเส้นคงวา และการสร้างจุดต่างของสินค้า ไม่ให้เหมือนใคร รวมทั้งพัฒนาคุณภาพสินค้าอยู่เสมอ

ปิดท้ายด้วยเจ้าแห่งหนุ่มจิวเวลรี่ **อดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรัพย์อนันต์ เชนเนอร์ลิตี้ จำกัด ผู้ผลิตเครื่องตีมบีวดี ดริงค์ ที่ให้ข้อคิดว่า การ ใ้ใจภาพรวมและความเปลี่ยนแปลงของธุรกิจในตลาดที่มีการปรับเปลี่ยนอยู่เสมอ พร้อมทั้งเรียนรู้ที่จะปรับตัวอย่างเท่าทันให้ธุรกิจไปรอดท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงใน ตลาดการค้าเสรี ใ้ใจที่จะสร้างจุดต่างของผลิตภัณฑ์และคุณภาพไม่ด้อยไปกว่าเดิม รวมทั้งการลงทุนที่ค่อยเป็นค่อยไปอย่างมั่นคงมากกว่าการเสี่ยงที่จะโตะแบบก้าวกระโดด



นริศ ธรรมเกื้อกุล



ปีเตอร์ ทวีผลเจริญ



อดิศักดิ์ รักอริยะพงศ์

