

# เปิด 3 ธุรกิจออนไลน์ต้นแบบความสำเร็จ โมเดล Green e-Commerce



วันนี้หลายคนเริ่มมองหาอะไรใหม่ ๆ ทำ เพื่อก่อร่างสร้างตัวด้วยสองมือของตัวเอง ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ปรากฏให้เห็นมากขึ้นเรื่อย ๆ ในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะธุรกิจออนไลน์...บ้างก็ประสบความสำเร็จ ดังไกลทั้งในและต่างประเทศ แต่ก็มียีกไม่น้อยที่ต้องล่าถอยออกไปจากตลาดด้วยทุนในกระเป๋าที่เหลือแค่ศูนย์จนไปถึงติดลบ พร้อมด้วยประสบการณ์ที่ไม่ชวนให้จดจำนัก

นอกจาก “ใจรัก” มีความมุ่งมั่น และพร้อมลุย จะเป็นคุณสมบัติขั้นดีของผู้ประกอบการออนไลน์แล้ว การได้เรียนรู้ด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อนำไปประยุกต์ใช้กับการลงมือทำจริง และนำพาธุรกิจของตนไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ก็สำคัญไม่แพ้กัน

ด้วยเหตุนี้ โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการอีคอมเมิร์ซไทยสู่เศรษฐกิจดิจิทัลที่มั่นคงปลอดภัย (Green e-Commerce) โดยสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จึงได้เกิดขึ้น เพื่อเสริมสร้างทักษะด้านการทำอีคอมเมิร์ซและการตลาดออนไลน์ให้แก่ผู้ประกอบการจำนวน 400 รายในรุ่นแรก รวมทั้งสนับสนุนเครื่องมือทำการตลาดออนไลน์โดยมีผู้เชี่ยวชาญดูแลตลอด 2 เดือน

“มัทนี วงศ์ศิริ” “สุชาดา สุจริตศรีชัยกุล” และ “ธนาชาติ เจนสาธิต ” 3 ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ Green e-Commerce ครั้งนี้ ที่ประสบความสำเร็จหลังจบโครงการ ทั้งในด้านยอดขายและการฝ่าฟันข้อจำกัดทางธุรกิจออนไลน์จนเติบโตได้ในปัจจุบัน โดยเรื่องราวของทั้ง 3 ท่าน สามารถเป็น “ต้นแบบ” การเรียนรู้ของธุรกิจออนไลน์ในยุคนี้

การสร้างธุรกิจสินค้าทำมือออนไลน์ ไม่ใช่เรื่องง่าย ๆ เลย สำหรับ มัทนี วงศ์ศิริ เจ้าของกิจการ “ผ้าชิ้นฝ้ายมัดหมี่” มรดกแห่งภูมิปัญญาของช่างทอชาวอีสาน จังหวัดอุดรธานี (Facebook ผ้าชิ้นฝ้ายมัดหมี่ By Mattanee) เพราะเมื่อมองย้อนกลับไป แม้ว่าเป็นสิ่งที่รัก แต่กว่าจะเดินมาถึงจุดนี้ได้ก็ใช้เวลาไปไม่น้อยกว่าจะตั้งหลักได้

แม้จะมีทั้งความงดงามของลวดลายผ้าจากหมู่บ้านนาข่า จังหวัดอุดรธานี และการนำมาตัดเย็บเป็นผ้าชิ้นที่สวมใส่สบาย แต่การเป็นหน้าใหม่ในวงการเสื้อผ้าผู้หญิง ก็เป็นเรื่องยากที่จะพาแบรนด์ของตัวเองให้เป็นที่จดจำได้ในเวลาอันสั้น เรียกได้ว่ายังเป็นที่ยู้งักน้อยมากด้วยระดับยอดขายเพียงหลักหมื่น แต่เธอก็ยังมุ่งมั่นที่จะลองสู้ต่อ เพราะเชื่อมั่นว่า ธุรกิจอีคอมเมิร์ซกำลังโตอย่างต่อเนื่อง

“ส่วนตัวแล้วมองว่าธุรกิจอีคอมเมิร์ซมีผลกับชุมชนและสังคมที่เราอยู่อย่างมาก เพราะมีเม็ดเงินเข้ามาสู่ธุรกิจของ

เรา กระจายไปยังช่างเย็บ ช่างทอ เกิดการจ้างงานและเงินหมุนเวียนในชุมชนมากขึ้น โดยทุกธุรกิจในปัจจุบันจำเป็นต้องใช้สื่อออนไลน์ เพื่อเป็นอีก 1 ช่องทางในการตัดสินใจของคนซื้อ โดยเฉพาะสินค้าพื้นเมือง ที่มีเอกลักษณ์ในตัวเอง บ่งบอกถึงวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ของท้องถิ่นนั้น ๆ ซึ่งยากต่อการเลียนแบบ เช่น ลายผ้าบ้านเชียงซึ่งเป็นลักษณะของจังหวัดอุดรธานี ลวดลายมัดหมี่ที่อยู่บนผืนผ้าฝ้าย และตำนานของผ้าชิ้นที่ว่าชิ้นเลือกผู้เป็นเจ้าของ เรื่องราวเหล่านี้ ผู้คนรุ่นหลังต้องได้รับการถ่ายทอดและรับรู้ ไม่ใช่แค่อยู่ในหนังสือหรือเรื่องเล่าจนเลือนหายไป เราต้องใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการถ่ายทอด เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“โชคดีที่ตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ Green e-Commerce ของ ETDA ถือเป็นโอกาสที่ดีในการเริ่มต้นทำธุรกิจออนไลน์ เพราะได้ทั้งความรู้และแนวทางปฏิบัติ ซึ่งมีผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาดออนไลน์แนะนำการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและกลยุทธ์ทางการตลาด ทำให้ยอดขายพุ่งขึ้นเป็น 200% ต่อเดือน ”

ด้าน ธนชาติ เจนสาธิต ผู้จัดการ บริษัท SUIT ON-LINE GARMENT จำกัด มองว่าการทำอีคอมเมิร์ซไม่ต่างอะไรกับการวิ่งมาราธอน ต้องสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง หมั่นสร้างมาตรฐานให้สูงขึ้นและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา ก็จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้ จากประสบการณ์ตัดเย็บเสื้อสูทมากกว่า 40 ปี ในชื่อ โรงงานเสื้อสูทที่เอ็มที การ์เมนต์ เมื่อ 5 ปีที่แล้วจึงเริ่มเข้าสู่ตลาดออนไลน์อย่างไม่มีรีรอ

“ช่วงแรก ๆ แนนอนว่าเมื่อเข้าสู่อีคอมเมิร์ซ ปัญหาใหญ่คือความน่าเชื่อถือของตัวเว็บไซต์เอง ทำให้ลูกค้าไม่กล้าสั่งซื้อ ไม่กล้าชำระเงินหรือโอนเงินมาก่อน เพราะกลัวไม่ได้สินค้า การมุ่งขายเพียงขาเดียวอาจไม่เป็นผลอย่างที่ตั้งใจไว้ ทำให้ทางร้านตัดสินใจพัฒนาระบบชำระเงินเพื่อให้ลูกค้าเกิดความมั่นใจที่จะทำการสั่งซื้อสินค้าผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จมากขึ้น

“ผมให้ความสำคัญกับการพัฒนาตัวสินค้าและรูปแบบการขายทางออนไลน์อย่างมาก เพราะโลกออนไลน์ เปลี่ยนไปเร็วมาก เราคือร้านสูทร้านแรกในประเทศไทยที่สั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์ได้ แต่วันนี้มีคู่แข่งเกิดขึ้นมากมายในตลาดออนไลน์ เราจึงหยุดพัฒนาไม่ได้ ทั้งเรื่องการตลาดออนไลน์ การปรับปรุงเว็บไซต์ การพัฒนาระบบชำระเงิน การพัฒนาระบบสมาชิก พอ ETDA เปิดตัวโครงการ Green-Ecommerce จึงตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเลย ทำให้เราได้ความรู้ในการปรับปรุงเว็บไซต์ใหม่ซึ่งเป็นระบบที่ทันสมัยขึ้น ในชื่อร้านสูทออนไลน์ สโตล์

[www.suitonlinestore.com](http://www.suitonlinestore.com) รวมถึงได้นำความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์มาใช้ต่อยอดจนถึงทุกวันนี้ครับ”

ขณะที่ สุชาติ สุจริตศรีชัยกุล เจ้าของกิจการ Subtawee Goldsmiths เชื่อว่า ‘คิดก่อนเราก็เป็นผู้นำ คิดแตกต่างเปิดตลาดใหม่ ยอดขายก็จะโตตามมา’ การลุกขึ้นมาก้าวสู่ธุรกิจอีคอมเมิร์ซ จากการขายแค่หน้าร้านแบบเดิม ๆ จึงเป็นความท้าทายสำหรับเธอ

“ตอนแรกไม่คิดจะทำเลย เพราะมองว่าเป็นเรื่องยากมากในการขายทองซึ่งเป็นสินค้ามูลค่าสูง ไม่คิดว่าจะมีใครซื้อออนไลน์ แต่ปกติจะถ่ายรูปสินค้าสวย ๆ ที่มาใหม่เก็บไว้ ให้ลูกค้าหน้าร้านดูถ้าสนใจอยากสั่งทำ จนไปเห็นใน Facebook มีร้านขายทองทางออนไลน์โดยที่ส่วนมากเป็นสินค้าราคาไม่สูง ครึ่งสลึง หรือ 1 สลึง เราจึงเกิดไอเดียเดียวทำ

Facebook ร้านขึ้นมาโดยไม่ได้คาดหวังว่าจะขายได้ แต่เอารูปสินค้าที่ถ่ายสวย ๆ ลงไปโพสต์ให้คนดู สลับกับสินค้าราคาเบา ๆ และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการซื้อทอง จนมีคนซื้อจริง ๆ และก็ได้เติบโตจาก 10% ในช่วงแรก ๆ เป็น 30% ในปัจจุบัน หลังเข้าร่วมโครงการ Green e-Commerce ก็ขยับเพิ่มอีก 70%”

ในฐานะผู้ดูแลโครงการ ดร.รัฐศาสตร์ กรสูต ผู้อำนวยการอาวุโส สำนักส่งเสริมธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ ETDA กล่าวว่า “สำหรับเรา ผู้ประกอบการเปรียบได้กับ “ต้นกล้า” ที่รอวันเติบโตเป็นไม้ใหญ่ที่แข็งแรงในระบบอีคอมเมิร์ซ โครงการ Green e-Commerce คือกิจกรรมที่เราตั้งใจสร้างขึ้นเพื่อให้การดูแล สนับสนุน รวมทั้งช่วยให้ผู้ประกอบการ และร้านค้าสามารถดำเนินธุรกิจในโลกออนไลน์ได้อย่างยั่งยืน และในปี ETDA พร้อมต่อยอดกับ “SMEs Go Online” ซึ่งเป็นโครงการที่จะช่วยจุดประกายความคิดสร้างสรรค์ สร้างต้นแบบผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ โดยใช้องค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสื่อกลาง ตลอดจนช่วยขยายช่องทางการตลาดออนไลน์สู่สากล เพื่อเป็นแรงบันดาลใจให้แก่ผู้ประกอบการร้านค้าออนไลน์ในทุกภาคส่วนของไทย พร้อมเดินทางขับเคลื่อนสู่เศรษฐกิจดิจิทัลประเทศ”