

“เมคอิทแฮปเพน” มั่นใจ ดันแบรนด์ SMEs ไทย คลองตลาดใหม่ AEC



วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ SMEs ถือเป็นหนึ่งในกำลังขับเคลื่อนหลักของระบบเศรษฐกิจของประชาคมอาเซียน จากตัวเลขเศรษฐกิจโดยสำนักเลขาธิการอาเซียน พบว่า ร้อยละ 96 ของผู้ประกอบการ ในประชาคมอาเซียนล้วนเป็น SMEs ด้วยกันทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามมูลค่าผลผลิตของ ASEAN SMEs ยังอยู่ในระดับไม่สูงนัก ยังมีช่องว่างให้เกิดการส่งเสริม และการพัฒนาได้อีกมาก เป็นการพัฒนาระบบเศรษฐกิจอาเซียนอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ประเทศในเขตลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมา และเวียดนาม หรือประเทศกลุ่มตลาดใหม่ AEC (CLMV) คู่แข่งขันกับสินค้าและบริการไทยเป็นอย่างดี รัฐบาลไทย และสามารถเข้าใจภาษาไทยได้ในระดับหนึ่ง รวมถึงมีทัศนคติที่ดีกับคนไทยและสินค้าไทยว่าเป็นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพสูงเมื่อเทียบกับสินค้าจากประเทศอื่นๆ การจะเข้าไปทำตลาดจึงไม่ใช่เรื่องยาก นี่เป็นข้อเท็จจริงที่คงพอจะทำให้ SMEs ไทยยอมยิ้มได้ แต่ก็มีข้อเท็จจริงอีกหลายประการที่จะทำให้เหล่าบรรดาเจ้าของกิจการและทายาทธุรกิจต้องกุมขมับ นั่นคือ ประเทศเหล่านี้มีวัฒนธรรมและความหลากหลายของผู้บริโภคอยู่มาก บ่อยครั้งจึงทำให้ผู้ประกอบการไทย ไม่กล้าที่จะออกไปเปิดตลาดและสร้างแบรนด์ด้วยตัวเอง

จากประสบการณ์ด้านการตลาดที่สั่งสมมานานกว่า 20 ปี และการลงพื้นที่ใกล้ชิดกับผู้ประกอบการไทยที่ขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดใหม่ AEC และผู้ประกอบการประเทศอื่นๆ ในเขตตลาดใหม่ AEC หลากหลายธุรกิจ กว่า 5 ปี “คุณหมอการตลาด” รัตนธรรม กัณหะวัฒนะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เมคอิทแฮปเพน อินเทอร์เน็ตเซ็นแนล จำกัด บริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาด การพัฒนาธุรกิจ และการสร้างแบรนด์ กล้าการันตีว่า SMEs มีความพร้อมที่จะไปบุกตลาด AEC เพราะที่ผ่านมาสามารถสร้างสรรคสินค้า เป็นผู้รับจ้างผลิตให้กับบริษัทขนาดใหญ่ได้ แต่สิ่งที่ยังไม่พร้อมคือความกล้าที่จะก้าวออกไปแข่งขันกับนานาประเทศในอาเซียน ทั้งที่ SMEs ไทย มีโอกาส มีช่องว่างให้พัฒนาสินค้าของตนเองในตลาด AEC ได้อีกมาก สิ่งเหล่านี้ผู้ประกอบการ SMEs ไทย ควรตระหนักและรีบปรับปรุง เพื่อไม่ให้เสียประโยชน์จากการเข้าสู่ AEC หรือแม้แต่การไม่กล้าออกไปสร้างแบรนด์ด้วยตัวเอง ทั้งที่การสร้างแบรนด์สินค้าให้แข็งแกร่ง คือ อารูธลับทางการตลาดที่ทรงอำนาจในการพัฒนาธุรกิจให้ประสบความสำเร็จและยั่งยืน

ด้านกลยุทธ์การเจาะตลาดใหม่ AEC จากการรวมเป็นตลาดเดียวกันของอาเซียน เวลาที่ SMEs ไทย จะมีโอกาสทางการตลาดถึง 650-700 ล้านคน บวกกับได้รับการสนับสนุนอย่างเป็นทางการจากรัฐ มีหน่วยงานส่งเสริมธุรกิจ

กิจ SMEs ภายในของแต่ละประเทศในกลุ่มอาเซียน เพื่อรองรับการรวมตลาดระหว่างกัน ดังนั้น SMEs ไทย ควรต้องเร่งสร้างความพร้อม ความเข้าใจ ความเข้าถึง ในการที่จะพัฒนาธุรกิจเข้าสู่ตลาด AEC โดยควรมีกลยุทธ์ แนวทางการพัฒนาธุรกิจ การตลาด และการสร้างแบรนด์ สามารถใช้กลยุทธ์ 4Ps ตามทฤษฎีการตลาด แต่ไม่ต้องคิดซับซ้อน ซึ่งควรเริ่มจากความเข้าใจใน AEC หมายถึง การที่ SMEs ไทย ควรทราบ ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน ทั้งภูมิศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม เศรษฐกิจ การเมือง กฎหมาย สังคม และวิถีชีวิต ของแต่ละประเทศในกลุ่ม AEC , ความเข้าถึงใน AEC หมายถึง การที่ SMEs ไทย ควรต้องสำรวจตลาดจริง เพื่อทราบจริงว่า สินค้าบริการ ราคา ช่องทางการจำหน่าย ซึ่งต้องทำโดยคนท้องถิ่นประเทศนั้นๆ จึงจะเข้าใจตลาดได้อย่างชัดเจน และการส่งเสริมการตลาดที่ต้องการเข้าใจตลาดของแต่ละประเทศ เพื่อสามารถนำมาวางแผนการพัฒนาธุรกิจในตลาด AEC และการพัฒนาธุรกิจใน AEC หมายถึง การที่ SMEs ไทย ควรต้องสามารถกำหนดรูปแบบธุรกิจ หรือที่เรียกกันว่า BiZ Model ของแต่ละประเทศใน AEC ที่ต้องการพัฒนาธุรกิจ ว่าจะกำหนดเป็นรูปแบบใด อาทิเช่น การร่วมทุน ตัวแทนจำหน่าย ผู้จัดจำหน่ายอย่างเป็นทางการ หรืออื่นๆ และอีกสิ่งสำคัญที่จำเป็นต้องมีคือการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง “Brand Concept” และ “Brand Character” ของสินค้าต้องชัดเจน ต้องตอบโจทย์ได้ เพื่อที่จะสามารถทำการประชาสัมพันธ์ โฆษณา หรือการส่งเสริมการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แม้ว่าสินค้าไทยจะเป็นที่ยอมรับในเรื่องของคุณภาพ แต่หากเป็นสินค้าที่มีแบรนด์หรือได้รับการบอกต่อ ก็จะสามารถบุกตลาดได้เร็วยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการ ไม่ควรลุยเข้าไปโดยไร้แบรนด์ ควรเร่งสร้างความพร้อมทั้งตัวสินค้าและหัวใจของการทำธุรกิจ จึงจะสามารถสร้างโอกาสธุรกิจ ให้เกิด ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน และปัจจัยสู่ความสำเร็จที่สำคัญอีกประการคือการมองหาพันธมิตรทางธุรกิจจากในท้องถิ่น เพื่ออาศัยความเป็นเจ้าบ้านที่เข้าใจตลาด วัฒนธรรม สังคม กฎหมาย และข้อมูลท้องถิ่นที่ดีกว่าในการปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการไทยได้ ย้ำว่ายี่ห้อพันธมิตรทางธุรกิจได้เร็วมากเท่าไร ก็ยิ่งส่งผลดีต่อผู้ประกอบการนั้นๆ เนื่องจากพันธมิตรที่มีศักยภาพในแต่ละประเทศมีจำนวนจำกัด ” ฐนัทธรรมม์ กล่าว