

CIBA DPU เชียง 2 ภูธรด้านธุรกิจส่งออก ร่วมเสวนา ทิศทางธุรกิจ Go Inter หลังยุค Covid -19



CIBA DPU เชียง 2 ภูธรด้านธุรกิจส่งออก ร่วมเสวนาทิศทางธุรกิจ Go Inter หลังยุค Covid -19 ที่สุขอนามัยเป็นลำดับแรกที่ต้องให้ความสำคัญ

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี (CIBA) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (DPU) จัดเสวนา ในรูปแบบ Live CIBA TALK ผ่านทางเพจ CIBA หรือ <https://www.facebook.com/dpuciba/> ภายใต้หัวข้อ “ทิศทางธุรกิจ Go Inter ยุค Covid-19” จะเดินต่ออย่างไร โดยได้รับเกียรติจาก ดร.จาดรงค์ จรัสตระกูล CEO จัตุรงค์คูลิ่ง ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤทธิกุล ผู้เชี่ยวชาญด้าน International Business ร่วมเสวนา โดยมี ดร.รชฏ ชำนาญ รองคณบดีฝ่ายวิชาการและเครือข่ายบริการวิชาการและผู้อำนวยการหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (DPU) เป็นผู้ดำเนินรายการ

ผศ.ดร.ศิริเดช คำสุพรหม คณบดีวิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี (CIBA) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (มธบ.) เปิดเผยว่า หลังยุคโควิด-19 ทุกธุรกิจของไทยสามารถโกอินเตอร์ได้ โดยอยู่ภายใต้มาตรฐานการควบคุมด้านสุขอนามัย ควบคู่กับการตอบโจทย์ Pain Point ของลูกค้า ซึ่งไทยถือว่าได้เปรียบเพราะสามารถควบคุมการแพร่ระบาดของโรคในประเทศได้ดีและเป็นที่ยอมรับของคนทั่วโลก ดังนั้นการส่งออกผลิตภัณฑ์ต่างๆ จึงมีความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตามอาจสรุปได้ว่า ในขณะนี้ปัจจัยด้านอื่นๆ อาจไม่มีผลต่อการส่งออกสินค้าเทียบเท่ากับปัจจัยด้านความสะอาดและถูกสุขอนามัย เพราะในยุคโควิด-19 คนทั่วโลกจะคำนึงเรื่องดังกล่าวเป็นสิ่งแรกเสมอ

ดร.จาดรงค์ จรัสตระกูล CEO จัตุรงค์คูลิ่ง กล่าวว่า ภูมิหลังของการเริ่มทำธุรกิจมาจากการสืบทอดธุรกิจของครอบครัวในรุ่นที่ 2 ซึ่งเป็นธุรกิจ SME ที่มีสินค้าหลากหลายประเภท อาทิ เครื่องมือแพทย์ เครื่องทำความเย็น ถึง

บรรจूसารทำความเย็น เครื่องสำอางจำพวกสกินแคร์ เป็นต้น โดยผลิตเพื่อการส่งออก 80 เปอร์เซ็นต์ และขายในประเทศ 20 เปอร์เซ็นต์ มีลูกค้าต่างประเทศรายใหญ่ คือ ประเทศอินเดีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลียและกลุ่มประเทศอาเซียน แต่เมื่อ 2-3 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจโลกโดยรวมเริ่มชะลอตัว ส่งผลให้กำลังการซื้อระหว่างประเทศลดลง มีหน้าซ้ำยังเจอประเทศคู่แข่งที่ผลิตและส่งออกสินค้ารายใหญ่ของโลกอย่างจีน จึงต้องหันกลับมาทำการตลาดในประเทศเพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันต้องวางแผนวิธีการจัดจำหน่ายใหม่ โดยแบ่งกลุ่มสินค้าจำพวกเครื่องสำอาง เครื่องมือแพทย์ มาขายในตลาดออนไลน์ ส่วนกลุ่มสินค้าจำพวกเครื่องทำความเย็น สารทำความเย็น ต้องติดต่อขายตรงตามโรงงานอุตสาหกรรมต่างๆ

ดร.จาดูรงค์ กล่าวต่อว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 เป็นช่วงขาขึ้นของธุรกิจ เพราะโชคดีที่ห้วงเวลาดังกล่าวลูกค้ามีความต้องการซื้อสินค้าจำพวกแอลกอฮอล์สูง ซึ่งทางโรงงานของเรามีวัตถุดิบและอุปกรณ์ในการผลิตอยู่แล้ว จึงผลิตออกมาขายในช่องทางออนไลน์ ผนวกกับช่วงนั้นเงินไม่สามารถส่งออกสินค้าได้ เราจึงได้ส่วนแบ่งตลาดจากจีน ทำให้ยอดขายดีมาก สำหรับการส่งสินค้ากับประเทศเพื่อนบ้านเลือกใช้ระบบขนส่งทางบก เพราะประหยัดเวลาและต้นทุนการขนส่ง ส่วนอุปสรรคและปัญหาที่พบคือการส่งออกสินค้าไปบางประเทศลำบาก เพราะมีการล็อกดาวน์ประเทศสูง เช่น ประเทศอินเดีย แต่เมื่อเทียบกับสัดส่วนโดยรวมยังถือว่าอยู่ในสัดส่วนที่น้อย จึงไม่ค่อยมีผลกระทบมากนัก

“ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ได้รับผลกระทบจากวิกฤตโควิด-19 เพราะกู้เงินจากธนาคารมาลงทุนทำธุรกิจ ข้ำร้ายวิกฤตดังกล่าวยังหนักกว่าสถานการณ์น้ำท่วมในปี 2540 เพราะดีมานดลอยอยู่ในอากาศคนไม่มีกำลังซื้อ ทำให้นักธุรกิจวางแผนการตลาดยาก ไม่สามารถคาดการณ์การผลิตได้ ดังนั้นสิ่งที่ควรทำคือ ตั้งสติอย่าตกใจกับวิกฤต และนำวิกฤตนั้นมาปรับใช้ให้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด อย่างไรก็ตามฝากถึงเด็กรุ่นใหม่ที่กำลังเริ่มทำธุรกิจ ทุกธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้ต้องผ่านอุปสรรคมาก่อน สิ่งสำคัญที่สุดคือต้องมีทีมงานที่ดี” ดร.จาดูรงค์ กล่าวทิ้งท้าย

ดร.ภูมิพัฒน์ พงศ์พฤทธิกุล ผู้เชี่ยวชาญด้าน International Business กล่าวว่า การทำธุรกิจในไทยมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถควบคุมได้ในหลายๆด้าน เช่น การเมือง เทคโนโลยี จึงทำให้เศรษฐกิจเกิดการถดถอย แม้ไทยจะมีคู่ค้ารายใหญ่ที่ทำการส่งออกอยู่เป็นประจำ ได้แก่ จีน อเมริกา ญี่ปุ่น เวียดนาม ฮองกง และมาเลเซีย แต่เมื่อเกิดวิกฤตซ้ำรอยทางเศรษฐกิจจากโรคโควิด-19 จึงเกิดการตั้งคำถามว่าต้องตั้งรับอย่างไรถึงจะส่งออกสินค้าในปริมาณเต็มได้ ดังนั้นผู้เชี่ยวชาญหลายท่านได้วิเคราะห์สินค้าที่เป็นพระเอกของไทย แม้อยู่ในสถานการณ์ใดก็ยังส่งออกได้ ได้แก่ เครื่องสำอาง ยารักษาโรค สิ่งทอ เครื่องทำความเย็น นอกจากนี้สินค้าที่กูรูฟันธงว่ายังขายได้ดีในอนาคต คือ ความสวยงาม ยานยนต์ และส่วนประกอบรถยนต์ สำหรับธุรกิจที่ยังไปต่อได้ คือ ธุรกิจอาหาร และโลจิสติกส์ ส่วนธุรกิจที่ยังประสบปัญหาต้องใช้เวลาในการปรับตัว คือ อุตสาหกรรมการบิน ธุรกิจโรงแรมและการท่องเที่ยว

“การทำธุรกิจระหว่างประเทศหลังโควิด -19 ต้องมีนวัตกรรมหรือสินค้าที่มีจุดเด่นเป็นของตนเอง ส่วนการทำตลาดใน 2 ประเทศยักษ์ใหญ่อย่างจีนและอินเดีย ต้องศึกษาความต้องการของแต่ละประเทศ ที่สำคัญความหลากหลายของสินค้าจะทำให้ได้เปรียบในทุกสถานการณ์ และควรหาพาร์ทเนอร์ที่ดีช่วยซัพพอร์ทรองรับสถานการณ์ที่ไม่คาดฝัน” ดร.ภูมิพัฒน์ กล่าว