

Simon-Kucher เผยพลังของการปรับขึ้นราคา 2% จากผลสำรวจบริษัทในอาเซียน

สิงคโปร์–(บิสเนส ไวร์)–19 ม.ค. 2559

– ผลการทดสอบภาวะวิกฤตว่าด้วยการกำหนดราคา ซึ่งจัดทำโดย Simon-Kucher เผยให้เห็นว่า บริษัทในอาเซียน อาจทำเงินเพิ่มขึ้นได้ง่ายๆ ด้วยการขึ้นราคาเพียง 2% และอาจทำให้ 5 ประเทศที่มีเศรษฐกิจขนาดใหญ่ที่สุดในภูมิภาคทำกำไรเพิ่มขึ้นได้ถึง 9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

การเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) เมื่อเร็วๆ นี้ ทำให้บริษัทต่างๆ จำเป็นต้องแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อเพิ่มกำไรให้ได้มากที่สุด ปัจจุบัน 5 ประเทศอาเซียน (สิงคโปร์ มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์) ทิ้งเงินกว่า 9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐไปโดยเปล่าประโยชน์ เพียงเพราะลัทธิขี้ขลาดที่จะขึ้นราคาแม้เพียงเล็กน้อย ข้อมูลดังกล่าวเป็นผลจากการทดสอบภาวะวิกฤตว่าด้วยการตั้งราคาในอาเซียน หรือ ASEAN Pricing Stress Test 2016

[<http://www.simon-kucher.com/en/news/simon-kucher-study-reveals-power-two-percent>] ซึ่งจัดทำโดยบริษัทที่ปรึกษาการตลาดและกลยุทธ์ระดับโลก Simon-Kucher & Partners

[<http://www.simon-kucher.com/en-us>] บริษัทได้ทำการวิเคราะห์บริษัทจดทะเบียนราว 1,200 แห่งในภูมิภาค โดยมุ่งเน้นไปที่อุตสาหกรรมอุปโภคบริโภค ค่าปลีก การผลิต น้ำมันและก๊าซ การก่อสร้าง และเคมี “หลายบริษัทมองไม่เห็นศักยภาพที่ยิ่งใหญ่ของการขึ้นราคาเพียงเล็กน้อย” ดร. โจเชน เคราสส์

[<https://www.linkedin.com/in/jochen-krauss-0b71802a/en>] หัวหน้าผู้จัดการ ประจำสำนักงาน Simon-Kucher & Partners ในสิงคโปร์กล่าว

ศักยภาพทำกำไรเพิ่มขึ้นกว่าสองเท่า

จากสมมติฐานที่ว่ามีการขึ้นราคา 2% ผลการวิเคราะห์พบว่าบริษัท 80% อาจทำกำไรเพิ่มขึ้นได้ในอัตราตัวเลขสองหลัก นั่นหมายความว่าบริษัท 14% ที่ไม่สามารถทำกำไรในปัจจุบัน จะสามารถ(กลับ)เข้าสู่ระยะทำกำไร ยิ่งไปกว่านั้น บริษัท 11% อาจทำกำไรเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันได้กว่าสองเท่า “การปรับราคาแค่เพียง 2% สามารถสร้างผลกำไรได้อย่างไม่น่าเชื่อ” ดร.เคราสส์ กล่าว “นี่เป็นเรื่องจริง โดยเฉพาะกับบริษัทที่มีกำไรน้อย”

สิงคโปร์และไทยมีแนวโน้มทำกำไรแข็งแกร่งสุด

เมื่อพิจารณาถึงศักยภาพของแต่ละประเทศ พบว่า สิงคโปร์และไทยนำมาด้วยความสามารถในการทำกำไรเพิ่มขึ้นเฉลี่ย 45% ขณะที่ฟิลิปปินส์รั้งท้ายด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ย 30% นั่นหมายความว่า ทั้ง 5 ประเทศอาเซียนมี

ศักยภาพทำกำไรเพิ่มขึ้น 42% โดยเฉลี่ย “นั่นเป็นเงินจำนวนเยอะมากที่ถูกทิ้งไปอย่างสูญเปล่า” ชิโมน แลมบริช ที่ปรึกษาอาวุโสของ Simon-Kucher กล่าว “บริษัทมักจะพยายามปรับปรุงประสิทธิภาพของต้นทุน แต่ควรรับรู้ด้วยว่า โดยธรรมชาติแล้ว การทำเช่นนี้ก็มีข้อจำกัดและเป็นอันตรายต่อการเติบโตและการสร้างสรรค์นวัตกรรมเช่นกัน การขึ้นราคาช่วยเพิ่มกำไรได้มากกว่าการลดต้นทุนอย่างมาก”

ขณะที่มุมมองในภาคอุตสาหกรรมก็สะท้อนให้เห็นว่า ทุกบริษัทจะได้ประโยชน์อย่างมากจากการขึ้นราคาเพียง 2% โดยอุตสาหกรรมที่สามารถทำกำไรเพิ่มมากที่สุดคือ อุตสาหกรรมเคมี (45%) รองลงมาคือ/ตามมาด้วยการก่อสร้าง (44%) และการบริโภคและค้าปลีก(43%) “ถึงเวลาแล้วที่ผู้บริหารจะต้องยอมรับว่าการตั้งราคาคือปัจจัยที่ช่วยเพิ่มกำไรได้มากที่สุด เป็นแนวทางที่เป็นระบบ และเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับตัวเลขรายได้ของบริษัท” ดร.เคราส์แนะนำ “บริษัทสามารถเริ่มปรับปรุงผลกำไรได้แล้วตั้งแต่ตอนนี้ ด้วยการคว่าเป้าหมายง่ายๆ Simon-Kucher ขอสนับสนุนให้บริษัทต่างๆ ค้นพบและดำเนินมาตรการตั้งราคาและการขายที่เหมาะสม”

บทความฉบับเต็ม:

<http://www.simon-kucher.com/en/news/simon-kucher-study-reveals-power-two-percent>

ดร. โจเซน เคราส์ หุ้นส่วนผู้จัดการประจำสำนักงาน Simon-Kucher & Partners ในสิงคโปร์ และชิโมน แลมบริช ที่ปรึกษาอาวุโสของ Simon-Kucher

ติดต่อ:

Simon-Kucher & Partners
Monika Glory Setiastari
monika.glory@simon-kucher.com
+65 6341 9027
www.simon-kucher.com

รับชมข่าวต้นฉบับได้ที่ businesswire.com:

<http://www.businesswire.com/news/home/20160114006506/en/>