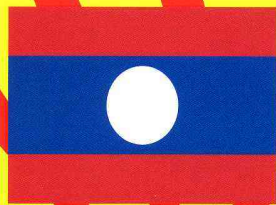


MarketPlus

Vol.5 Issue 40 : October 2012

www.marketplus.in.th



ลาว-พม่า อินเดียน่า โจนส์ แห่งอาเซียน

- โมเดลธุรกิจสู่ตลาด AEC
- “พม่า” தாகฤๅษีแห่งอีโรวด์ สู่ขุมทรัพย์ใหม่แห่งอาเซียน
- สปป.ลาว The Best Opportunities



ISSN 1906-3563



9 771906 356003

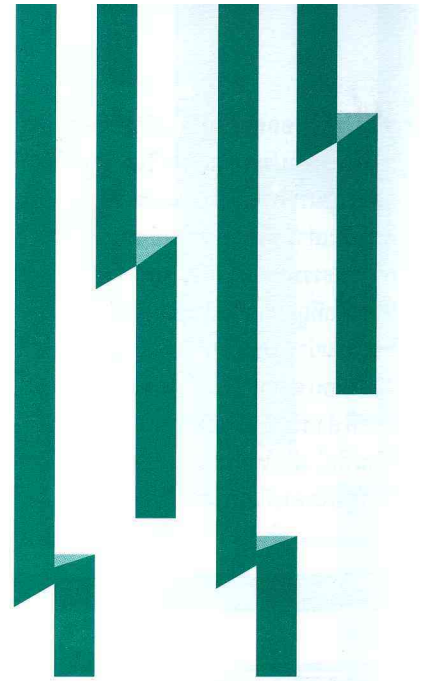
1 2 1 0 1 0

ราคา 80.-



ดร.พจน์ ใจชาญสุขกิจ
นายกสมาคมประชาชาติสัมพันธ์ไทย

นักสื่อสารเชิงกลยุทธ์แบบบูรณาการ ด้วยประสบการณ์ 25 ปี
สำหรับการบริหารงานสื่อสารระดับองค์กรจนถึงระดับชาติ
กับผลงานวิชาการกว่า 300 ผลงาน
เป็นที่ปรึกษาด้านยุทธศาสตร์ / สอนหนังสือในระดับปริญญาโท-เอก
ให้กับมหาวิทยาลัยทั่วประเทศ ตำแหน่งมากมายทั้งด้านธุรกิจ
สังคม และศิลปวัฒนธรรม
รวมถึงการเป็นกรรมการเอกลักษณ์ของชาติ
และนายกสมาคมประชาชาติสัมพันธ์ไทย
"www.drphot.com"



เปิดแผนองค์กรไทยใน AEC และการแข่งขันบนเวทีโลก ปรับเพื่อรับกับความเปลี่ยนแปลง

ทุกวันนี้ไม่ว่าจะเป็นองค์กรภาครัฐหรือในภาคธุรกิจ ต่างก็ต้องเผชิญกับปัจจัยแห่งความเปลี่ยนแปลงในด้านต่างๆ รวมถึงการเตรียมความพร้อมรับมือภายใต้กรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC : Asean Economics Community) ที่จะเริ่มในปี 2558 นี้ การรวมตัว 10 ประเทศ โดยมี ไทย, พม่า, ลาว, เวียดนาม, มาเลเซีย, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย, ฟิลิปปินส์, กัมพูชา และบรูไน เพื่อดำเนินการทางเศรษฐกิจร่วมกันให้เกิดประโยชน์ เกิดอำนาจต่อรองกับคู่ค้า ตลอดจนทำให้การนำเข้าและส่งออกของชาติในอาเซียน มีความเป็นเสรีมากยิ่งขึ้น

การที่จะเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกันในทั้งภูมิภาคเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันสำหรับการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่เท่าเทียมกัน การปรับความพร้อมในการบูรณาการศักยภาพให้ก้าวทันกับการแข่งขันในเวทีโลก สิ่งเหล่านี้ทำให้งานคิดของการกำหนดนโยบายองค์กร (Corporate Policy) ได้มีการนำมาทบทวนและเปลี่ยนแปลงแนวทางการบริหารไปจากเดิม โดยเฉพาะการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงโครงสร้าง การแข่งขัน รวมถึงการบริหารรูปแบบการบริการลูกค้า ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีผลให้องค์กรต้องมีการปรับปรุง

และพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่เปลี่ยนไป

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงที่มีผลกระทบและต้องนำมาวิเคราะห์

(1) **การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของธุรกิจ** ตั้งแต่ในลักษณะที่มีความรุนแรงสูงจากมากไปหาน้อย ที่ส่งผลให้กรอบในการบริหารธุรกิจแบบเดิมไม่สามารถแก้ไขหรือตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้ การบริหารธุรกิจของหลายองค์กรจึงเข้าสู่ยุคของการใช้กรอบใหม่ในการดำเนินการ

ในเงื่อนไขใหม่ อันจะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนโครงสร้างการบริหารเป็นอย่างมาก เช่น การมีสินค้าหรือบริการใหม่มาแทนที่ รูปแบบของความต้องการเปลี่ยนไป สภาพสังคมส่งผลต่อการผลิต แรงงาน ต้นทุน เทคโนโลยี ตลาด ที่มีผลกระทบ และก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลง

(2) **การแข่งขัน** แน่นหนอนว่าธุรกิจทุกประเภททั้งในประเทศในกลุ่มอาเซียนและในทุกมุมโลก ต้องเผชิญกับการแข่งขันอย่างรุนแรงและกว้างขวางโดยจะต้องมีการแสวงหาช่องทางจากทุกจุด นั่นคือเป็นยุคของการแข่งขันระดับโลกที่ทุกประเทศและทุกองค์กรต้องเผชิญอย่างไม่อาจหลีกเลี่ยงได้

ไม่เว้นแม้แต่การแข่งขันข้ามธุรกิจที่ใกล้เคียงหรือทดแทนกันได้

(3) **ลูกค้า** ลักษณะของลูกค้าจะมีการเปลี่ยนแปลงเป็นลูกค้าที่มีโอกาสและทางเลือกมากขึ้น ประกอบกับการศึกษาและการเรียนรู้ผ่านการสื่อสาร สื่อสารมวลชนและ Social Media ทำให้ลูกค้ายุคใหม่เป็นลูกค้าที่มีความรู้และพิถีพิถันยิ่งขึ้น เรียกร้องมากขึ้น การบริหารองค์กรยุคใหม่จะมุ่งเข้าสู่ลูกค้าอย่างแท้จริง เป็นการบริหารเพื่อการตลาดและเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างกัน โดยการศึกษาคความเหมือน ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ รูปแบบการบริโภค ตลอดจนวิธีการรับสื่อ ซึ่งองค์กรไม่ควรมองรายได้เฉพาะหน้าระยะสั้น แต่ต้องสามารถสร้างความเชื่อถือ มั่นคง และแข่งขันได้ในระยะยาว

ควบคู่กัน ทั้งการหาแนวทางความร่วมมือและการแข่งขันแบบถึงขีดสุด

ทิศทางขององค์กรธุรกิจ

ต่อการรับมือในการเปลี่ยนแปลง 10 ปีข้างหน้า

(1) **การเร่งสร้างมาตรฐานการบริหารงานลูกค้า (Customer Relationship Management)** การบริหารด้านการดูแลลูกค้าให้ดีขึ้น โดยเริ่มต้นจากรากฐานของการมีข้อมูลที่ครบถ้วนสมบูรณ์ และหลังจากที่ได้ข้อมูลแล้วต้องนำข้อมูลนั้นมาใช้ประโยชน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าเพื่อเป็นเครื่องมือในการที่จะรู้จักลูกค้าอย่างแท้จริง ทำธุรกิจได้ และสร้างบริการที่สนองความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มได้ โดยเร่งจากกลุ่มประเทศที่เป็นเป้าหมายหลักก่อน

แผนการจัดการต้นทุนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อสามารถสร้างผลประกอบการให้สูงขึ้น

(3) **การนำระบบเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือในการบริหาร (IT Capabilities)** มุ่งเน้นที่จะให้ความสำคัญกับทุกมีระบบที่สนองตอบความต้องการของทุกฝ่าย ซึ่งเทคโนโลยีต้องสามารถสนองตอบต่อผู้ที่ต้องการจะใช้ ดังนั้นทุกส่วนต้องมีส่วนร่วมในการที่จะกำหนดให้ชัดเจนว่าต้องการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารงานและบริการ การสร้างฐานข้อมูลลูกค้า ด้วยการกำหนดรูปแบบและมีแผนการดำเนินงานที่ชัดเจน

(4) **การสร้างระบบการทำงานรวมศูนย์กลาง (Centralized Processing)** การบริหารงานโดยยึดหลักของการรวมศูนย์เพื่อความชัดเจน สร้างระบบมาตรฐานกลางเป็นต้นแบบ การบริหารต้นทุน การสร้างความ



เปิดแผนรับมือ ในสมรภูมิข้ามชาติ

การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมดังที่กล่าวมา จะส่งผลให้องค์กรต้องปรับปรุงโครงสร้างการบริหารองค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น โดยสาระสำคัญคือการนำองค์ประกอบของเงื่อนไขเข้ามาเกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดความรวดเร็วและทันต่อเหตุการณ์อันเนื่องมาจากการพัฒนาเทคโนโลยีด้านสารสนเทศและการสื่อสาร

(2) **การเร่งสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างรายได้ จากค่าธรรมเนียม ค่าบริการ เพื่อผลประกอบการที่ดี (Income Generation)** เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของการแข่งขัน แต่ละองค์กรได้พยายามคิดค้นให้ได้ว่าจะสามารถสร้างรายได้จากอะไรได้บ้าง และปรับปรุงพัฒนาอย่างรวดเร็วโดยมุ่งเน้นแสวงหารายได้จากมูลค่าเพิ่ม เช่น การออกรุ่นใหม่ๆ การมีบริการเสริม การสร้างคุณค่าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้บริโภคที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นในแต่ละพื้นที่ ควบคู่ไปกับ

ชำนาญ รวดเร็ว และถูกต้อง มากกว่าการกระจายงานกัน การใช้ข้อมูลเหล่านี้ร่วมกันทั้งในธุรกิจเดียวกันและธุรกิจอื่น

(5) **การวางโครงสร้างเครือข่ายการขายและบริการ (Network Reorganization)** การปรับปรุงองค์กรในด้านต่างๆ จะมีการเปลี่ยนแปลงให้เหมาะสมออกมาเป็นระบบ เช่น การปรับโครงสร้างในแต่ละหน่วยงาน โดยเฉพาะในเครือข่ายสำนักงาน การขยายสาขาจะมีอย่างต่อเนื่องเพื่อสนองตอบความต้องการของตลาดและระบบของการตรวจสอบให้ตรง

กับการบริหารในรูปแบบใหม่ รวมถึงการมีช่องทางใหม่เพื่อการเข้าถึงความต้องการของลูกค้าให้มากที่สุด

(6) **การจัดกระบวนการในการทำงานขององค์กรให้เอื้อต่อระบบงานบริหาร (Process Reorganization)** การปรับปรุงขั้นตอนทางด้านงานบริหารทั้งหมด โดยต้องทำให้ชัดเจนขึ้นเพื่อประโยชน์ในการจัดการที่ดี อาทิ การวางโครงสร้างใหม่ แบ่งหน้าที่งาน ผู้ที่ทำการตลาด ผู้ที่หาลูกค้า ผู้ที่วิเคราะห์ ผู้จัดวางระบบและผู้ที่ทำหน้าที่สื่อสาร การสร้างผู้เชี่ยวชาญในแต่ละตลาด การวางเครือข่าย เป็นต้น

(7) **การบริหารความเสี่ยง (Risk Management)** คือการวางระบบความเสี่ยง ทั้งกระบวนการบริหาร ระบบปฏิบัติการ การผลิต การตลาด รวมถึงการสื่อสาร หน่วยงานที่ดูแลจะต้องมีระบบการทำงานที่ชัดเจน กำหนดขอบเขตให้สามารถตรวจสอบได้ มีตัววัดชัดเจน การดูแล ควบคุมระบบของหน่วยงาน โดยเฉพาะการศึกษากฎหมายระเบียบ ประเพณีปฏิบัติของแต่ละชาติ

(8) **ความพร้อมต่อการปรับตัวและแก้ปัญหา (Problem Management)** การเร่งแก้ไขปัญหามีอยู่เดิมขององค์กรเพื่อมิให้ลุกลามหรือกระทบกับการทำงานในอนาคต การมีระบบงานสำหรับรองรับการแก้ปัญหา ทั้งของลูกค้าและภายในองค์กรเอง รวมถึงการวางระบบความพร้อมต่อการสร้างความพร้อมต่อการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว

(9) **การเร่งพัฒนาคุณภาพบุคลากร (Human Resource Development)** การมุ่งเน้นการพัฒนาบุคลากรด้วยการหาวิธีที่จะเพิ่มทักษะและความรู้ต่างๆ ให้กับพนักงานอย่างเหมาะสม สอดคล้องและทันต่อการเปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะการเตรียมคนให้พร้อมในองค์ความรู้ที่องค์กรต้องการ เพื่อนำมาใช้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยเฉพาะทางด้านภาษา ทักษะความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน

(10) **การสร้างมาตรฐานทางด้านการสื่อสารที่มีศักยภาพ (Communication Management)** การสร้างมาตรฐานของ

การสื่อสารที่เป็นระบบ การสื่อสารและสร้าง Brand ที่แข็งแกร่ง มีความชัดเจน เพื่อให้เกิดการรับรู้ สนใจ จุดจํา กระตุ้นให้เกิดการใช้ รวมถึงศักยภาพในการสร้างความสัมพันธ์ในระยะยาว

ดังนั้น ในการแข่งขันของธุรกิจปัจจุบันที่กำลังประกาศเข้าสู่ตลาดทั้งในสมรภูมิ AEC รวมถึงเวทีธุรกิจข้ามชาติ ที่มีใช้การแข่งขันกันเองในกลุ่มขององค์กรธุรกิจ ในภูมิภาคเดียวกันหรือธุรกิจเดียวกันอีกต่อไป ประเด็นสำคัญก็คือการเตรียมความพร้อมเข้าสู่สมรภูมิในการแข่งขันกับมืออาชีพที่มีทั้งเครือข่าย ฐานลูกค้า และขนาดใหญ่ในระดับโลก ที่องค์กรของไทยเองจึงมีการปรับกลยุทธ์ในการแข่งขัน ซึ่งอาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการแข่งขันแบบสากลในตลาดที่ต้องใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่ในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของการแข่งขันทีเดียว [VI](#)

