

CIBA DPU ยก 2 ผู้ประกอบการ เน้นทางรอดช่วง วิกฤตโควิด-19



CIBA DPU จัด Live CIBA TALK Ep3 เปิดใจ 2 ผู้ประกอบการ ธุรกิจรถเช่า-ผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและสุขภาพ เน้นทางรอดจากวิกฤตโควิด-19

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี (CIBA) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ (DPU) จัดสัมมนาให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการ คนวัยทำงาน และคนรุ่นใหม่ ในรูปแบบ Live CIBA TALK Ep.3 ผ่านทางเพจ CIBA หรือ <https://www.facebook.com/dpuciba/> ภายใต้หัวข้อ “ถอดรหัส...ผู้ประกอบการกับ CIBA” โดยได้รับเกียรติจาก นายฉัตรชัย โคตถา กรรมการผู้จัดการ บริษัท รถเช่าอีโคคาร์ จำกัด และนายศิวัช ทิพศิลา Business Development Engineer บริษัท Synergy Biotech ร่วมแชร์ประสบการณ์การดำเนินธุรกิจยุคโควิด-19 ดำเนินรายการโดย นางสาววิศรา แหลมทอง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด CIBA DPU

นางสาววิศรา แหลมทอง ผู้อำนวยการฝ่ายการตลาด CIBA DPU. กล่าวว่า ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภาคเศรษฐกิจได้รับผลกระทบหนักที่สุด แม้ภาครัฐจะออกมาตรการต่างๆ เข้ามาอุ้มผู้ประกอบการและประชาชน อาทิ การพักชำระหนี้ มาตรการเยียวยา 5,000 บาท แต่ก็เป็นเพียงการช่วยในระยะสั้นเท่านั้น หลังผ่านพ้นไป เฟส 5 รัฐบาลได้มีนโยบายกระตุ้นภาคการท่องเที่ยว ด้วยการออกแพคเกจส่วนลดค่าที่พัก ค่าเดินทาง และค่าอาหาร ให้กับนักท่องเที่ยว แต่ประเด็นสำคัญไม่ได้อยู่ที่โปรโมชั่น แต่อยู่ที่เม็ดเงินในมือของประชาชน เมื่อมีสัญญาณจากคนสอง

กลุ่ม คือ กลุ่มคนที่มีเงินเก็บ และกลุ่มคนที่ตกงาน เกิดภาวะการใช้เงินน้อยลง ส่วนเจ้าของธุรกิจเริ่มมองหาธุรกิจใหม่ หากในอนาคตหากเจอวิกฤตรอบ 2 จะผ่านไปได้อย่างไร CIBA DPU จึงได้เชิญ 2 ผู้ประกอบการ มาร่วมแชร์ประสบการณ์และเทคนิคการเอาตัวรอดในยุคที่เศรษฐกิจซบเซา เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการและนักศึกษานำไปปรับใช้ในธุรกิจของตนเอง

นายฉัตรชัย โคตกา กรรมการผู้จัดการ บริษัท รถเช่าอีโคคาร์ จำกัด กล่าวว่า เริ่มต้นการทำธุรกิจได้เนื่องจากบ้านอยู่ใกล้ตัวเมืองต้องเช่ารถจากสนามบิน เพราะการเดินทางด้วยรถสาธารณะลำบาก จึงเกิดไอเดียว่าธุรกิจนี้น่าสนใจ จากนั้นได้ใช้เงินเก็บที่มีประมาณหลักแสนไปดาว์นรถยนต์ 1 คัน เพื่อนำออกมาให้คนเช่า ผ่านเว็บเพจ ตอนแรกคิดเพียงว่ามีคนเช่ารถ 7 วันต่อเดือน ก็อยู่ได้แล้ว แต่ด้วยความโชคดีที่ปล่อยรถเช่าในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว เดือนแรกจึงมีผู้เช่าจำนวน 25 วัน จึงเห็นโอกาสทางธุรกิจ และได้ใช้เงินเก็บจากรถคันแรกไปต่อยอดดาว์นรถคันที่ 2 ขณะนั้นคิดทำธุรกิจอย่างจริงจัง จึงลงเรียน DBA ที่ ม.ธุรกิจบัณฑิตย์ เพื่อศึกษาด้านการตลาดเพิ่มเติม และนำมาใช้ในธุรกิจของตนเอง ปัจจุบันมีรถเช่าทั้งหมด 600 คัน โดยแบ่งให้เช่าเพื่อการดำเนินงาน 70% (สัญญาเช่าระยะยาว) และเช่าเพื่อการเดินทาง 30% (สัญญาเช่ารถในระยะสั้น) เพื่อกระจายความเสี่ยง

“วิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบหนักเมื่อไม่มีคนเดินทาง รถเช่าก็ต้องจอดนิ่งถึง 60% ผมใช้วิธีแก้ปัญหาโดยขอพักชำระหนี้รถยนต์ ค่าเช่าอาคารและสำนักงาน โดยไม่ปรับลดพนักงานแต่ให้ช่วยทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย หลังผ่านคลายมาตรการ ได้รุกทำตลาดออนไลน์ ผ่านโมบายแอปพลิเคชัน รวมถึงการอบรมพนักงานด้านบริการให้เน้นบริการหลังการขาย อย่างไรก็ตามฝากถึงคนที่กำลังทำธุรกิจ ทุกคนสามารถเริ่มต้นจากความอยากได้แล้วทุกอย่างจะตามมาเอง แต่อย่าลืมเตรียมตัวด้านความรู้ และเงินทุนให้พร้อม ประสบการณ์ก็เป็นเรื่องสำคัญหลังเรียนจบควรไปฝึกงานกับบริษัทเล็กๆ เพื่ออยู่ใกล้ชิดกับผู้ประกอบการ จะได้นำวิสัยทัศน์ของนายจ้างมาปรับใช้กับธุรกิจของตนเอง”

นายฉัตรชัย กล่าว

นายศิวะ ทิพศิลา Business Development Engineer บริษัท Synergy Biotech จำกัด กล่าวว่า เทรนด์ขายสินค้าออนไลน์กำลังมาแรง จึงมีแนวคิดอยากเป็นเจ้าของธุรกิจ และเริ่มศึกษาการขายสินค้าออนไลน์จากยูทูบ รวมถึงไปเทศคอร์ส ลองผิดลองถูกในการทำธุรกิจอยู่หลายครั้ง จนครั้งล่าสุดได้มีโอกาสฟังเรื่องราวที่ทำให้สร้างแรงบันดาลใจจากเจ้าของธุรกิจ Facebook ที่กล่าวไว้ว่า “ชีวิตในมหาวิทยาลัยเป็น Creative Space” เลยตัดสินใจลงเรียน MBA ที่ DPU โดยตั้งเป้าไว้ว่าเมื่อเรียนจบจะทำธุรกิจอย่างจริงจัง จึงเลือกเรียน Marketing พร้อมเริ่มทำธุรกิจระหว่างเรียนไปด้วย เพื่อนในห้องเรียนส่วนใหญ่เป็นเจ้าของธุรกิจหลายคนมีมุมมองของผู้ประกอบการที่สามารถแนะนำเราได้ หลังจากรวมกลุ่มกับเพื่อนแชร์ไอเดียร่วมกัน ทุกคนลงความเห็นและแนะนำให้ทำผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เพราะมองว่าคนทั่วโลกกำลังให้ความสนใจในเรื่องนี้ จึงออกผลิตภัณฑ์เพื่อความงามและสุขภาพ ภายใต้แบรนด์ GT มาขายในช่องทางออนไลน์เป็นหลัก

นายศิวะ กล่าวด้วยว่า การแพร่ระบาดของโรคโควิด -19 ส่งผลให้สินค้าในกลุ่มขายปลีก (Retail) ได้รับผลกระทบหนัก เพราะจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าฟุ่มเฟือย ตลาดขายสินค้าในช่องทางออฟไลน์ถูกย้ายมาขายออนไลน์ ทำให้มีคู่แข่งมี 100% สินค้าทุกแบรนด์พยายามแย่งส่วนแบ่งการตลาดกัน ในขณะที่ลูกค้ากลับมีกำลังซื้อลดลง ผู้ประกอบการทุก

รายต้องปรับตัวใหญ่ ส่วนบริษัทของตนต้องปรับตัวด้วยการลดไลน์การผลิต ลดสต็อกสินค้า และรีบปล่อยสินค้า เพื่อดึงเงินสดให้เข้าระบบเร็วที่สุด ทำให้สภาพคล่องในบริษัทเกิดการหมุนเวียนจนสามารถขับเคลื่อนต่อไปได้ สำหรับข้อควรระวัง ถ้าขายไม่ได้ ไม่ควรออกมาเทขายด้วยการลดราคา เพราะจะทำให้โครงสร้างราคาเสีย และหลังจากผ่านช่วงวิกฤตไปได้ จึงหาโอกาสจากผลิตภัณฑ์ โดยการการแตกโปรดัคไลน์ไปกลุ่มลูกค้าใหม่ เน้นการให้ความรู้จากผลิตภัณฑ์ในช่วงที่มีเทรนด์การรักษาสุขภาพ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ นี่คือนโอกาสที่ซ่อนอยู่ในวิกฤตต้องดึงมาตีตลาดให้ได้

“ฝากถึงคนที่เริ่มทำธุรกิจ Startup ช่วงนี้ต้องลงทุนให้น้อยที่สุด ขณะเดียวกันต้องหาความรู้และประสบการณ์ให้ได้มากที่สุด เพื่อก้าวในตลาดได้อย่างมั่นคง ที่สำคัญอย่าไปแข่งขันกับคนอื่นต้องแข่งกับตนเอง จะได้ไม่เสียกำลังใจในการทำงาน” นายศิระกล่าวทิ้งท้าย