



การ on-shelf ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นให้กับเครือข่ายร้านเซเว่นอีเลฟเว่นของซีพี ออลล์ กลายเป็นสิ่งที่ SMEs หลายรายปรารถนา

“ความสามารถ+พันธมิตร” ทางรอด SMEs ในยุค AEC ?

ความเป็นไปของ AEC ดูจะแผ่ซ่านครอบคลุมไปในทุกบริบท ไต่เรียงตั้งแต่มิติทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม และวัฒนธรรม แต่ประเด็นที่กำลังสร้างความกังวลใจอย่างกว้างขวางน่าจะอยู่ที่อนาคตของ SMEs ไทยว่าจะดำเนินไปอย่างไรในกระแสธารแห่ง AEC ที่ว่านี้

แม้ว่าในความเป็นจริง SMEs ในหลายภาคอุตสาหกรรมจะถือเป็นธุรกิจที่มีอนาคตสดใส ไม่อาจจะเป็นอุตสาหกรรมมรดกจักรยานยนต์ สินค้าเกษตร อาหารแปรรูป พลังงานทดแทน รวมถึงกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ บริการ เพราะมีโอกาสทางการค้าอยู่มากมาย และ SMEs ของไทยก็มีศักยภาพที่จะก้าวไปสู่ตลาดภายนอกได้ โดยเฉพาะเมื่อมีการเปิด AEC

แต่ด้วยข้อจำกัดของขนาดธุรกิจที่อาจจะยังไม่แข็งแรงพอที่จะสร้างอำนาจต่อรองในการแข่งขัน ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs จำนวนไม่น้อยต้องอยู่ในภาวะชะงักงัน ซึ่งทางออกของประเด็นนี้ในด้านการส่งเสริมให้มีการรวมกลุ่มจับมือกับพันธมิตรเพื่อสร้างพลังในการขับเคลื่อนธุรกิจ ช่วยลดต้นทุนการดำเนินการ ทั้งในมิติของค่าขนส่ง ค่าวัตถุดิบ การแลกเปลี่ยนนวัตกรรม การบริหารจัดการและเทคโนโลยี เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จที่ยิ่งใหญ่

ในอนาคต

ประเด็นที่สำคัญอย่างยิ่งที่กลุ่ม SMEs ต้องตระหนักและเร่งดำเนินการอยู่คือการเก็บข้อมูลเพื่อมาพัฒนา สินค้าและบริการ สร้างคุณค่าคุณภาพ ไปสู่มาตรฐาน ไปสู่ลูกค้ากลุ่มที่ใหญ่ขึ้นเรื่อยๆ ซึ่งเป็นลำดับขั้นของการพัฒนา SMEs จากธุรกิจขนาดเล็ก ขนาดกลาง ให้เติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่และเป็นบริษัทระดับโลกที่ทันสมัย ซึ่งมีประเด็นว่าด้วยการปรับเปลี่ยนประสิทธิภาพของการผลิตและแข่งขันเป็นปัจจัยสำคัญ

ทัศนะว่าด้วยการพัฒนา SMEs ในลักษณะเช่นว่านี้ สอดรับกับทั้งทำนองและทิศทางของ CP All ที่กำลังเพิ่มพูนบทบาทเข้าไปพัฒนาผู้ประกอบการ SMEs ด้วยการนำสินค้าของ SMEs มาจำหน่าย ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่น และ 7-catalog ก่อนที่จะนำสินค้าที่ขายดีใน 7-catalog ไป on shelf ในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นที่มีอยู่ 7,000 กว่าสาขาทั่วประเทศ ทำให้สินค้า SMEs รายเล็กๆ มีโอกาสพัฒนาเป็นขนาดกลาง และขนาดใหญ่ และหลายรายได้มีการส่งสินค้าไปขายในต่างประเทศ

“นอกจากจะนำสินค้า SMEs มาจำหน่ายใน 7-catalog และในร้านเซเว่นอีเลฟเว่นแล้ว ซีพีออลล์ยังมีช่องทางใหม่ คือ

E-commerce ผ่านเว็บไซต์ Shopat7.com เป็นอีกหนึ่งช่องทางที่จะทำให้ SMEs มียอดขายสูงขึ้น สามารถส่งไปขายในตลาดต่างประเทศ ซึ่งตลาด AEC ถือเป็นโอกาสที่ยิ่งใหญ่ของ SMEs ที่จะเติบโตอย่างก้าวกระโดดสู่ตลาดโลก” **ปิยะวัฒน์ ฐิตะธรา-วรกุล** กรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ระบุ

ปัจจุบัน CP All มีลูกค้าที่เป็น SMEs กว่า 40% และคาดว่าจะเพิ่มเป็น 60% ภายในปี 2556 นอกจากนี้ ในการพัฒนาลูกค้าหรือซัพพลายเออร์ เซเวนอี้นี้ได้ร่วมมือกับสถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ (PIM) มอบทุนการศึกษาให้แก่ลูกค้าของเซเวนอี้นี้ แค็ตตาล็อกเรียนหลักสูตร MBA in Retail Business Management (วิชาเอกการจัดการธุรกิจค้าปลีก) และ MBA in Logistics Management (วิชาเอกการจัดการลอจิสติกส์) เพื่อช่วยพัฒนาบุคลากรให้ซัพพลายเออร์อีกด้วย

ความพยายามของ CP All ในการสร้างพันธมิตรกับกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ยังประกอบด้วยโครงการความร่วมมือขับเคลื่อนนวัตกรรมสำหรับประเทศ และประกวดสุดยอดนวัตกรรม 7 Innovation Award ซึ่งเป็นความร่วมมือกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, สำนักงานคณะกรรมการนโยบายวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมแห่งชาติ (สวทน.), สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และสำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (องค์การมหาชน)

วัตถุประสงค์ของโครงการดังกล่าวในด้านหนึ่งก็เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้ SMEs คิดค้น ต่อยอดนวัตกรรม สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย มีคุณภาพ มาแข่งขันในระดับประเทศไทย แต่ประเด็นที่น่าสนใจอยู่ที่ เมื่อผ่านการคัดกรองจนได้รางวัลชนะเลิศแล้ว CP All ก็จะนำสินค้าดังกล่าวมาจำหน่ายใน 7-catalog ในร้านเซเวนอี้นี้ 7,000 สาขา เว็บไซต์ Shopat7.com เพื่อขยายผลไปขายในตลาด AEC ซึ่ง CP All เชื่อว่าเป็นอีกหนึ่งโอกาสของ SMEs รายเล็ก ที่จะพัฒนาเป็นขนาดกลางและขนาดใหญ่ในที่สุด

“ปี 2558 จะเกิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ซึ่ง SMEs ต้องปรับตัว เพราะฐานการตลาดจะใหญ่ เป็นโอกาสในการขยายตลาดข้ามแดนทั้งในรูปแบบการขยายฐานการผลิต และช่องทางการค้าออนไลน์เมื่อยุคการค้าไร้พรมแดน การเคลื่อนย้ายทุน โน้วฮาวการจัดการต่างๆ ผู้คนที่เข้าออกได้อย่างเสรี อำนาจการซื้อก็จะเพิ่มมากขึ้นด้วย เพราะฉะนั้น SMEs ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง เพื่อรองรับกลุ่มเป้าหมาย AEC ด้วยการขายสินค้าที่เหมาะสม มีความแตกต่างและตรงตามความต้องการของลูกค้าแต่ละตลาดของ AEC” **อัมพา ยงพิศาลภ** รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ผู้บริหารเซเวนอี้นี้ แค็ตตาล็อก ระบุ

บทบาทของ 7-catalog จึงเป็นมากกว่าสื่อสำหรับการกระจายสินค้าของ CP All หากแต่ยังเป็นมาตรวัดความเป็นไปได้ที่จะทำให้สินค้าหลากหลายชนิด “เกิดหรือล้มหาย” ไปจากตลาด โดยมี CP All และเครือข่ายของร้านเซเวนอี้นี้เลฟเว่น เป็นผู้ประเมินไปโดยปริยาย

“เซเวนอี้นี้ แค็ตตาล็อกยังคงมุ่งเน้นสนับสนุนสินค้าของคนไทย โดยเฉพาะสินค้าจากผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมหรือ SMEs ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจไทย และเมื่อนำสินค้าของธุรกิจ SMEs มาจำหน่ายร่วมกับสินค้าต่างๆ จากแหล่งที่มาที่หลากหลาย ทำให้เซเวนอี้นี้ แค็ตตาล็อกมีส่วนผสมของสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดี” **อัมพา ยงพิศาลภ** ย้ำ

ขณะที่ทางรอดของ SMEs ถูกประเมินว่าจะดำเนินไปได้จากการแสวงหาพันธมิตรและความสามารถในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายที่กว้างขวางขึ้น

แต่ในมิติเบื้องต้นว่าด้วยเรื่องค่าแรง 300 บาทที่หลายคนกังวลว่าจะกระทบกับ SMEs โดยเฉพาะในส่วนที่ทำให้ต้นทุนของ SMEs เพิ่มขึ้นนั้น กลับได้รับการประเมินว่าจะส่งผลกระทบระยะสั้นเท่านั้น เพราะเมื่อผ่านไประยะหนึ่งอำนาจการซื้อจะเพิ่มขึ้น ทำให้ตลาด SMEs ใหญ่ขึ้น ผู้ประกอบการ SMEs จะมีกำลังใจที่จะขับเคลื่อนไปข้างหน้า แล้วสุดท้าย SMEs ไทยจะสามารถก้าวไปจำหน่ายสินค้าและบริการในตลาด AEC หรือทั่วโลกได้ไม่ยาก

แต่จะเป็นอย่างไรที่เรานินท์ **เจียร์วนนท์** กล่าวอยู่เสมอว่า “ในความคิดจะมีความสว่าง” หรือไม่ ผู้ประกอบการ SMEs ไทยคงจะได้พิสูจน์ในระยะเวลาอันใกล้ ■