**การตลาดแบบซุนวู (ตอนจบ)**

**สมรภูมิรบและเกมบุกในตลาดอาเซียน**

**กุลฉัตร ฉัตรกุล ณ อยุธยา (****kulachatakul@gmail.com****) ที่ปรึกษาอิสระด้านการตลาด**

|  |
| --- |
|  หลังความสงบสุขกลับคืนสู่แผ่นดินไทย นักธุรกิจพร้อมแล้วในการปรับใช้กลยุทธ์อันหลากหลายในสมรภูมิอาเซียน ซึ่งในตอนสุดท้ายนี้ประกอบด้วย 4 บทรวมกัน บทที่ 10 และ 11 ซุนวูว่าด้วยสมรภูมิและพื้นที่ 9 ลักษณะ ดังนี้ สนามรบที่ต่อสู้ในประเทศตนเอง หมายถึง พื้นที่แตก สนามรบที่อยู่ในดินแดนข้าศึกแต่ไม่ไกลจากพรมแดนคือ พื้นที่เบา พื้นที่ที่เรายึดครองได้คือพื้นที่ได้เปรียบ พื้นที่ไปมาหาสู่กันได้คือพื้นที่สัญจร พื้นที่ที่เราเข้าไปรวบรวมจิตใจประชาชนในพื้นที่ได้ก่อนใครคือพื้นที่ติดต่อ พื้นที่ลึกในดินแดนข้าศึกเป็นพื้นที่สำคัญ พื้นที่ที่ต้นไม้รกทึบ มีหนองบึงเคลื่อนไหวยากคือ พื้นที่ลำบาก พื้นที่แคบถอยออกยากข้าศึกใช้กำลังเพียงเล็กน้อยก็โจมตีเราได้คือพื้นที่ถูกล้อม พื้นที่ที่ต้องต่อสู้สุดชีวิตมิฉะนั้นจะเอาตัวรอดไม่ได้คือพื้นที่สังหาร ในการเปรียบกับธุรกิจวันนี้ คือ การที่ในภูมิภาคเป็นเสรีประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่ม CLMV เป็นพื้นที่เบาที่ไทยได้เปรียบการติดต่อและสัญจรไปมา เริ่มต้นที่ เด็กๆ ในเวียดนามซึ่งมีความตื่นตัวมากโดยเฉพาะภาษาอังกฤษและไอที ไทยมีโอกาสในการขยายธุรกิจ แต่จะต้องหา Distributor ที่เก่งและมีเครือข่ายทำการค้า ควรศึกษาข้อกำหนดกฎหมายในเวียดนามให้ดีและศึกษาความชอบสินค้าเพื่อหาโอกาสสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมโดยไม่เปลี่ยนเเปลงพฤติกรรมการใช้สินค้าของคนเวียดนาม ส่วนพม่าเป็นพื้นที่ติดต่อที่สามารถใช้ความได้เปรียบในการค้าชายแดนที่มีภูมิประเทศติดต่อกัน ด้วยการขนส่งที่ต้นทุนต่ำเป็นกลยุทธ์สำคัญ สินค้าที่เหมาะสมคืออุปโภค บริโภคและเครื่องใช้ไฟฟ้า ในขณะที่ไทยยังคงรักษาส่วนแบ่งการตลาดกับลาวได้ถึง 60% เพราะเศรษฐกิจ ภาษา วัฒนธรรมและสังคมที่คล้ายคลึง ลาวเป็นพื้นที่สัญจรที่มีโอกาสน่าลงทุนมากเพราะเป็นแหล่งทรัพยากรพลังงานธรรมชาติที่สมบูรณ์ ซึ่งอนาคตปี 2560 สปป.ลาวจะเป็นเเหล่งลิกไนท์ที่ผลิตกระเเสไฟฟ้าช่วยให้มีกำลังการผลิตมากขึ้น บทที่ 12 ซุนวูกล่าวถึงการโจมตีด้วยไฟ กล่าวว่าการโจมตีด้วยไฟมี 5 ลักษณะคือ เผาทำลายคน, เผาทำลายเสบียง, เผาทำลายยุทธสัมภาระ, เผาทำลายคลังแสงสรรพาวุธ, และเผาทำลายเส้นทางลำเลียงเสบียง การใช้ไฟนั้น ให้ดูฟ้าดูลมให้ชัดเจน ลมที่พัดเข้าสู่ข้าศึกจะมีพละกำลังทำให้ไฟโหมกระหน่ำเป็นทวีคูณ ดังเช่นสมรภูมิยุทธนาวีผาแดงที่กองกำลังของจิวยี่รบชนะทัพโจโฉด้วยไฟกับลมอาคเนย์ ซึ่งหากพละกำลังแข็งแกร่งเพียงพอประกอบกับลมฟ้าเป็นใจรบอย่างไรก็ชนะ แต่วันนี้ประเทศไทยบอบช้ำจากการขัดแย้งกันเองภายใน การใช้พละกำลังเพื่อทำธุรกิจใน AEC ไม่ควรดำเนินธุรกิจด้วยต้นทุนที่มีอยู่เพราะคู่แข่งทางธุรกิจมีทุกอย่างพร้อมกว่า ทั้งในด้านต้นทุนการผลิตที่แสนต่ำของประเทศจีน ค่าแรงงานที่แสนต่ำจากกัมพูชาหรือพม่า ทรัพยากรธรรมชาติที่มากมายจากอินโดนีเซีย ตลอดจนต้นทุนพลังงานที่แสนต่ำในลาว การดำเนินธุรกิจใน AEC จึงควรพิจารณาในแบบบทสุดท้ายของซุนวู ซึ่งกล่าวถึงการใช้จารชนในการสืบราชการลับเพื่อทำการ **“รู้เขา”** โดยการใช้สายลับเข้าไปในพื้นที่ที่ของสมรภูมิข้าศึก ซึ่งเหมาะกับสภาพที่ธุรกิจมีกำลังน้อย ไพร่พล เสบียงการอาหารร่อยหรอ เฉกเช่นในศึกยุทธนาวีที่ผาแดง จิวยี่ขุนพลของซุนกวนรบชนะโจโฉได้ด้วยประการหนึ่ง คือ ซุนซ่างเสียงน้องสาวของซุนกวนได้ปลอมตัวเข้าไปสืบดูภูมิประเทศภายในกองทัพของโจโฉ ซึ่งมีไพร่พลจำนวนมาก เมื่อจิวยี่กับจูกัดเหลียง (ขงเบ้ง) ทราบข้อมูลจากนกพิราบ ก็จัดทัพเข้าตีด้วยพละกำลังพลที่น้อยกว่าแต่กลับรบชนะด้วยการใช้ “จารชนสายลับ” ยามที่ประเทศไทยอยู่ในสภาพตรากตรำจากการศึกภายใน เมื่อการทหารเข้ามารักษาความสงบและคืนความสุขให้ประชาชนแล้ว สถานประกอบการน้อยใหญ่ต่างเดินหน้าเข้าสู่ AEC นับเป็นช่วงเวลาปรับตัวรับสถานการณ์ได้ทันอยู่แต่เราต้องใช้ “จารชน” ในการสืบราชการลับ ในทางธุรกิจเรียกว่า **“Marketing Intelligence”** ซึ่งสามารถทำได้ง่ายมากในยุคไอที ด้วยการสืบค้นหาข้อมูลจากทั้ง Search engine ต่างๆ ในระบบอินเทอร์เนตหรือเดินเข้าไปศึกษาพื้นที่ประเทศเพื่อนบ้านว่าควรจะตั้งรับ ใช้เชิงรุกหรือชวนมาเป็นพันธมิตรในการค้าขายกันอย่างไร เมื่อได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แล้วก็อาศัยความได้เปรียบในองค์ความรู้ที่มีมากกว่าสร้างนวัตกรรมสินค้าและบริการ สร้างนวัตกรรมทางการตลาดและใช้เครือข่ายพันธมิตร ถึงแม้จะช้าแต่ขอเพียงบ้านเมืองสงบสุขไทยจะฟื้นตัวเติบโตได้อย่างรวดเร็วและพร้อมแซงหน้าใน AEC ที่สมรภูมิการค้าที่ได้เปรียบที่สุดสมชื่อดินแดน “สุวรรณภูมิ”  |
|  |