



ฮาวทู
สตาร์ทอัพ

• วิมล สวรรค์พิทักษ์
ผู้อำนวยการฝ่ายสื่อสารการตลาด มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
werapol.swk@dpu.ac.th

เกิด แก่ เจ็บ ตาย ด้วยกันทั้งหมดทั้งสิ้น

การฟังพระสวดในงานสวดพระอภิธรรมเป็นเวลาต่อเนื่องกัน 9 วัน (รวมพิธีงเด็กอีก 1 วันเป็น 10 วันพอดี) ทำให้หนึ่งสงบ และคิดอะไรได้หลายอย่างมากครับ

การผ่านชีวิตมากกว่า 40 ปีของผมนับว่าผ่านอะไรมาพอสมควร แน่นอนมีทั้งสุข และทุกข์ปนๆ กันไป แต่น่าจะมีความสุขมากกว่าความทุกข์ ท่านผู้อ่านก็เช่นกันใช่ไหมครับ มีเช่นนั้นเราคงไม่มานั่งอ่านบทความนี้กันอยู่เป็นแน่ ชีวิตคนเรามีเกิด แก่ เจ็บ ตาย ไม่มีใครหนีความจริงแห่งนี้ไปได้ ธุรกิจก็เช่นเดียวกัน

นักการตลาดทั้งหลายคงคุ้นเคยกับสิ่งที่เรียกว่า “วงจรชีวิตผลิตภัณฑ์” หรือ Product Life cycle ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 4 ช่วง คือ ช่วงแนะนำ (Introduction) ช่วงเติบโต (Growth) ช่วงอิ่มตัว (Maturity) และช่วงถดถอย (Decline) การศึกษานี้ทำให้ผู้บริหารได้ทราบว่าคุณสมบัติของตนเองอยู่ในช่วงใด และจะมีวิธีการบริหารจัดการอย่างไร

ธุรกิจ Startup ต้องทำความเข้าใจ และระมัดระวังในการผ่านแต่ละช่วงของวงจรชีวิต

ช่วงแนะนำ เปรียบตั้งวัยรุ่นไฟแรง อยากรู้อยากเห็น

อยากติดตลาด ใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อสร้างการรับรู้ รายได้ก็ยังไม่มาก แต่ค่าใช้จ่ายสูง แต่สนุกกับการใช้ชีวิต ก็มันมีสีสันนี่นา งานเปิดตัว โฆษณา ประชาสัมพันธ์ อีเวนต์เพียบ วัยรุ่น Startup หลายคนก็พลาดตั้งแต่จุดนี้เลย อยากรู้อยากเห็น คว้า “เก้าเหरो” ตอบแทนที่ช่วงนี้เก่ามาก

ช่วงเติบโต เปรียบตั้ง GenY ผู้เข้าสู่โลกแห่งการทำงาน มีรายได้เป็นของตัวเอง ชีวิตเริ่มเข้าสู่รูปเข้ารอย ธุรกิจก็อยู่ในช่วงมีกำไร แต่ก็ต้องทำการตลาดอย่างต่อเนื่อง อยากรู้อยากเห็น ธุรกิจที่มองการณ์ไกลต้องเริ่มสร้างแบรนด์ให้เข้าไปอยู่ในใจของลูกค้าให้ได้ เพื่อในช่วงต่อไปจะได้ไม่ลำบาก วัยรุ่นสมัยนี้ไม่รู้อยากเห็นแบบนี้ก็รีบเล่า รวมไปถึงการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าตั้งแต่เนิ่นๆ อยากรู้อยากเห็น CRM กันด้วยครับ

ช่วงอิ่มตัว เปรียบตั้งวัยทำงานที่กล้าแกร่ง รายได้มั่นคง ตำแหน่งหน้าที่การงานมั่นคง เริ่มขยับเข้าสู่การเป็นผู้บริหาร เปรียบกับธุรกิจก็มียอดขายที่น่าพอใจ มีเงินสดหมุนเวียน (Cash flow) แบบคล่องมือ ผลลัพธ์กันที่รู้จักในท้องตลาด มีลูกค้าประจำ งบประมาณในการทำการส่งเสริมการตลาดก็ไม่ต้องมากละ ทำให้เห็นผลกำไรได้อย่างชัดเจน ดูๆ ไปน่าจะสบายใจหายห่วง แต่ช่วงนี้แหละครับ ต้อง “ระวัง” มาก เพราะช่วงต่อไปกราฟจะหึ่งตกลงมาเรื่อยๆ

ประเทศไทยกำลังพูดถึงเรื่อง New S-curve ที่จะหารูปแบบของอุตสาหกรรมใหม่ที่จะนำพาประเทศต่อไปได้ในอนาคต อาทิ อุตสาหกรรมการบินและโลจิสติกส์ อุตสาหกรรมการแพทย์ครบวงจร เป็นต้น เช่นเดียวกับธุรกิจ โดยเฉพาะ Startup ที่ไม่อยากจะเข้าสู่ช่วงถดถอยก็จำเป็นต้องหา New S-curve ของตัวเองเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ แต่ส่วนมาก Startup มักจะคิดรูปแบบธุรกิจใหม่ซึ่งถือเป็นข้อดีของ Startup นอกจากการคิดอะไรใหม่ๆ แล้วผมขอฝากเรื่องของการสร้างแบรนด์ในระยะยาวอย่างยั่งยืนไว้ด้วย เหมือนกับชีวิตคนเราเวลาที่มีเรี่ยวแรงต้องหมั่นสร้างความดีงาม ช่วยเหลือผู้อื่น ช่วยเหลือสังคม ทำบุญตามสมควร มันส่งผลในช่วงท้ายจริงๆ นะ เพราะช่วงถดถอย ธุรกิจก็จะค่อยๆ มียอดขายที่ต่ำลง คู่แข่งก็เข้ามาเต็มตลาด มีทั้ง Copycat มีทั้ง Copy and Development ต้องทำใจยอมรับโลกธุรกิจในยุคนี้เป็นแบบนี้แหละ แต่ธุรกิจที่สร้างแบรนด์ไว้อย่างที่ผมบอกยังคงอยู่ในใจของลูกค้านะ

ในงานศพที่ผ่านมาผมเห็นญาติพี่น้อง แจกหรือจำนวนมาก พวงหรีด และเงินร่วมกันทำบุญเป็นจำนวนมาก ในงานมีแต่คำสรรเสริญดีๆ ให้ลูกหลานได้ฟัง ทั้งนี้เพราะการช่วยเหลือผู้อื่นมาตลอดชีวิต การช่วยเหลือสังคม และทำแต่ความดีของคุณแม่ครับ

การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นเป็นนิรันดร์ ความดีงามเท่านั้นที่จะคงอยู่ตลอดไป ด้วยความคิดถึง จนกว่าจะพบกันใหม่ครับ ■

The Classic Product Life Cycle

