



ข่าวประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 ■ โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666 ■ โทรสาร 0-259-6172

114 สุขุมวิท 23 แขวงคลองเตยเหนือ เขตวัฒนา กรุงเทพฯ 10110 โทรศัพท์ 0-2649-5000 ภายใน 15666

ส่วนวิเทศสัมพันธ์และสื่อสารองค์กร ได้จัดระบบข่าวสิ่งพิมพ์ สนใจดูรายละเอียดได้ที่ <http://news.swu.ac.th/newsclips/>

ข่าวจากหนังสือพิมพ์โพสต์ทูเดย์ ฉบับประจำวันที 23 เดือนเมษายน พ.ศ.2563 หน้า ... มูลค่าข่าว 150,000.-



เศรษฐกิจ-ธุรกิจ > คอลัมน์สดเศรษฐกิจ-ธุรกิจ

รวมกันสู่โควิด

วันที่ 22 เม.ย. 2563 เวลา 15:47 น.



คอลัมน์ Great Talk

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ภาคธุรกิจทั้งรายใหญ่รายย่อยได้รับผลกระทบ กันอย่างมาก ความคล่องตัวของรายย่อยทำให้เกิดกระแสตลาดฝากร้านออนไลน์ ที่จัดตั้งโดยสถาบันการศึกษาต่างๆทั่วประเทศ เช่น

กลุ่ม “มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์และการฝากร้าน” สมาชิกมากกว่า 140,000 คน , “จุฬามาร์เก็ตเพลส” สมาชิกมากกว่า 190,000 คน , “ตลาดนัด มศว” 14,000 คน “หอการค้า มาร์เก็ตเพลส” 9,600 คน “KU จะฝากร้าน” 84,000 คน

การรวมตัวดังกล่าวทำให้ผมได้นึกถึงร้านขายของชำที่สามารถยืดหยัดสู้ร้านสะดวกซื้อได้ เช่น ร้านบักเต๋ แลวมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ริงสิต ร้านโชห่วยที่สู้กันด้วยคารมและข้อความดีๆที่ส่งผ่านถึงลูกค้าให้ได้อ่าน

ร้านจี๋อ้อย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร้าน ล.เยาวราช หรือร้านโชห่วยในซอยห้วยขวางตรงข้ามพระพิฒเนศ(ผมจำชื่อไม่ได้)

สิ่งที่ทำให้กลุ่มดังกล่าวเป็นกระแส ณ ขณะนี้ ล้วนเกิดจากจุดแข็งที่ทำให้ร้านขายของชำสู้กับเซเว่นได้คือ

1. ความหลากหลายของสินค้า
2. ความอินเทรนด์
3. ความเป็นกันเองกับลูกค้า
4. การเข้าถึงลูกค้า

ผมยกตัวอย่างความหลากหลายสินค้าและความอินเทรนด์ในกลุ่มตลาดออนไลน์จากสถาบันต่างๆ

“หมวดของกิน” มีชายทั้ง ชาวเหนียวทุเรียน โรตีสตอ คีนซ่าย ผัดไทย ไบมะกรุต ไปจนถึงมะนาวเป็นลูกๆ เต็ดสดจากต้น

“หมวดของใช้” ต่างหู กระจกต้นไม้ ลำโพง นาฬิกา

“หมวดบริการ” รับงานแปลอักษร หมายความจ้างรายจ๊อป ซ่อมรถยนต์ รับล้างรถยนต์ที่บ้าน ไปจนถึง ติดประกาศโฆษณาที่สื่อที่ตนเองใส่แล้วคิดค่าสปอนเซอร์

“หมวดสินค้าพิเศษ” เช่น หมูป่าและจระเข้ตัวเป็นๆ จากฟาร์ม พร้อมใบอนุญาตเคลื่อนย้าย พระเครื่อง ตาบ ง้าว หอกโบราณ

“หมวดบริการพิเศษ” จากกระแสคนทำ vlog เรื่องสุนัขกันเป็นจำนวนมากทำให้ มีการเปิดรับสอนฝึกสุนัข เป็นรายชั่วโมงเกิดขึ้น

ความเป็นกันเองกับลูกค้าเนื่องจากการจัดตั้งโดยรุ่นพี่รุ่นน้องในสถาบันทำให้สามารถสร้างความสัมพันธ์ ได้ง่ายกว่าบุคคลทั่วไป รุ่นพี่บางคนเข้ามาทักทายในกลุ่มแล้วเกิดการพูดคุยและเปลี่ยนกันทำให้เกิดการช่วยเหลือซื้อสินค้าหรือบริการกันเอง

การเข้าถึงลูกค้า โดยใช้กลุ่มโซเชียลมีเดีย ทำให้ง่ายต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์

ความสำเร็จ ในการสร้างกระแสกลุ่มกระแสดลาดนัดออนไลน์ คือตัวอย่างของการร่วมแรงร่วมใจกันในยาม ตกทุกข์ได้ยาก เพื่อช่วยกัน จับจ่ายใช้สอยสินค้าหรือบริการจาก รุ่นพี่ รุ่นน้อง อย่างแท้จริง

โมเดลที่ควรทำต่อจากนี้ คือ เราต้องสร้างแพลตฟอร์มการซื้อขายสินค้าหรือบริการระหว่างกันในรูปแบบออนไลน์ผ่านมือถือ เช่นแอปพลิเคชัน โดยใช้จุดแข็งที่เจ้าใหญ่ทำไม่ได้เช่น “ความไม่ยุ่งยากของการสมัครเพื่อเสนอขายสินค้า” “สินค้าหรือบริการมีหลากหลายแยกจำนวนขึ้นได้”

“บริการจัดส่งอาจเป็นวินมอเตอร์ไซค์หรือฝากให้เพื่อนข้างบ้านไปรับสินค้าแทนโดยมีการลงทะเบียนยืนยันตัวตนเอาไว้ผ่านแอปพลิเคชันดังกล่าว” “มีcommunity ที่ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถพูดคุยกันได้ง่ายขึ้น”

“เจ้าของแพลตฟอร์ม สามารถนำสินค้ามา Co-promotion ได้ เช่น เสื้อผ้าอ้อมแถมยาตม เสื้อผ้าอนามัยแถมยาพาราเซตามอล เป็นต้น”

ส่วนตัวผมอยากเห็นปรากฏการณ์ที่เปลี่ยนแปลงธุรกิจออนไลน์ แบบแลกเปลี่ยนสินค้าบริการกันเพื่อช่วยเหลือเราชาวไทยเพราะที่ผ่านมาเรามักต้องใช้บริการตัวกลางจากต่างชาติกันทั้งนั้น

บริการของคนไทยสินค้าไทยหากเราพร้อมแรงร่วมใจกันจะทำให้เศรษฐกิจไทยดีขึ้นได้อย่างแน่นอน

#รวมกันสู้โควิด