

ส่องธุรกิจ...ผ่านวัฏจักรอุตสาหกรรม

ในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ นอกจากผู้ประกอบการจะต้องมีทักษะการบริหารเงิน การจัดการตลาด และการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ดีแล้ว สิ่งที่จะทำให้อุตสาหกรรมประสบความสำเร็จได้ ผู้ประกอบการจะต้องทราบว่าภาวะธุรกิจของตนเองในสถานะปัจจุบันอยู่ในสภาวะแวดล้อมธุรกิจอย่างไร เพื่อให้สามารถนำทักษะการบริหารที่มีอยู่ไปกำหนดกลยุทธ์ให้เหมาะสมทันสถานการณ์ โดยหนึ่งในเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ที่ทำให้ทราบถึงภาวะและแนวโน้มธุรกิจของอุตสาหกรรมคือ “การวิเคราะห์วัฏจักรอุตสาหกรรม” ทั้งนี้ ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทำการศึกษาวัฏจักรอุตสาหกรรมของไทยโดยใช้ข้อมูลย้อนหลังกว่า 23 ปี (2536-2559) พบว่าภาพรวมอุตสาหกรรมโดยเฉลี่ยหนึ่งวัฏจักรจะกินเวลาประมาณ 5 ปี โดยช่วงขาขึ้นจะกินเวลาประมาณ 3 ปี นานกว่าช่วงขาลงที่กินเวลาประมาณ 2 ปี และศึกษาเจาะลึกว่าในปี 2560 แต่ละอุตสาหกรรมตกอยู่ในช่วงวัฏจักรอุตสาหกรรมใด มีลักษณะอย่างไร เพื่อให้สามารถอธิบายแนวโน้มของอุตสาหกรรมในอนาคตได้ และเสนอแนะแนวทางการนำกลยุทธ์ทางธุรกิจมาปรับใช้อย่างเหมาะสมกับช่วงวัฏจักรอุตสาหกรรมนั้น โดยให้ผลการศึกษาดังนี้

อุตสาหกรรมที่อยู่ในช่วงเติบโต (Growth Stage) ได้แก่ ธุรกิจสุขภาพ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องจักรและชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์เหล็ก ข้าว และผลิตภัณฑ์ยางพารา ลักษณะของวัฏจักรช่วงนี้ เป็นช่วงที่ยอดขายกำลังเติบโต ต้นทุนเฉลี่ยต่ำ ระดับกำไรเพิ่มขึ้น และเริ่มมีคู่แข่งเข้ามามากขึ้น เพราะเห็นโอกาสของตลาด ทั้งนี้การดำเนินกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมในช่วงวัฏจักรนี้คือ การเร่งเพิ่มส่วนแบ่งตลาดด้วยการทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านการโฆษณาและสร้างความแตกต่างของสินค้าเพื่อชิงความได้เปรียบในยามที่ตลาดกำลังอยู่ในช่วงเติบโต

อุตสาหกรรมที่อยู่ในช่วงสูงสุด (Peak Stage) ได้แก่ สินค้าอุปโภคบริโภค บรรจภัณฑ์ รับเหมาก่อสร้าง วัสดุก่อสร้าง เครื่องใช้ไฟฟ้า ยานยนต์และชิ้นส่วน อาหาร เครื่องดื่ม และเคมีภัณฑ์ ลักษณะของวัฏจักรช่วงนี้ เป็นช่วงที่ยอดขายยังเติบโตได้ดี ต้นทุนต่ำ มีระดับกำไรสูงสุด แต่คู่แข่งมีเยอะขึ้น เพราะมีแรงจูงใจเนื่องจากการเติบโตของตลาด และเนื่องจากช่วงวัฏจักรนี้มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ดังนั้นกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่เหมาะสมคือ การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ลูกค้าเห็นได้อย่างชัดเจน ผ่านการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการ ยกตัวอย่าง ธุรกิจการผลิตเครื่องดื่มซึ่งจัดว่ากำลังอยู่ในช่วงสูงสุดของวัฏจักร ผู้ประกอบการจะต้องสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ จากการผลิตเครื่องดื่มลักษณะทั่วไปที่มีอยู่ในตลาดจำนวนมาก เปลี่ยนเป็นการผลิตเครื่องดื่มที่มีความแตกต่างมากขึ้น โดยอาจหันไปผลิตเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมรักสุขภาพ

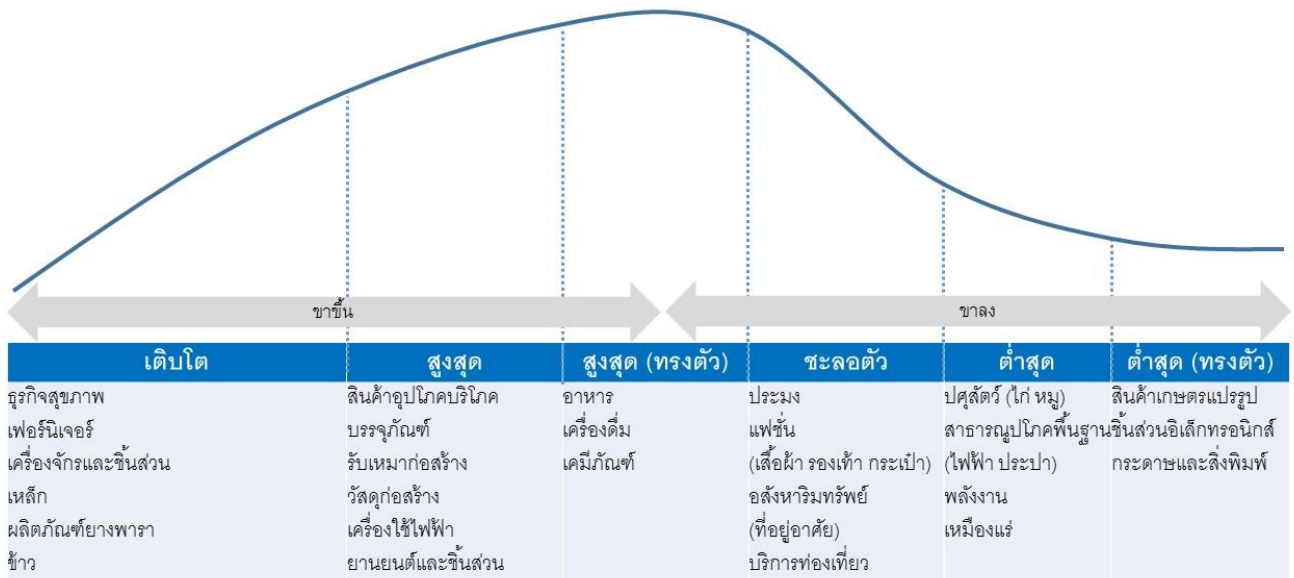
อุตสาหกรรมที่อยู่ในช่วงชะลอตัว (Decline Stage) ได้แก่ ประมง แพชั่น (เสื้อผ้า รองเท้า กระเป๋า) อสังหาริมทรัพย์ (ที่อยู่อาศัย) และบริการท่องเที่ยว ลักษณะของวัฏจักรช่วงนี้ เป็นช่วงที่ยอดขายเริ่มเติบโตต่ำลง ต้นทุนเริ่มสูงขึ้น กำไรลดลง คู่แข่งบางส่วนออกไปเพราะเกิดภาวะขาดทุน เป็นช่วงของการแข่งขันที่สูงขึ้น แต่การเติบโตของตลาดต่ำ ดังนั้น กลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจในช่วงนี้คือ ต้องลดต้นทุนการผลิต และต้องรักษารฐานลูกค้าเอาไว้ รวมทั้งต้องเน้นการผลิตสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะตัวและเป็นกลุ่มตลาดเฉพาะส่วนมากขึ้น ยกตัวอย่าง ภาคอสังหาริมทรัพย์ (ที่อยู่อาศัย) ที่กำลังอยู่ในช่วงชะลอตัว ผู้ประกอบการอาจต้องเลือกใช้กลยุทธ์สร้างที่อยู่อาศัยที่มีความแตกต่างสามารถตอบโจทย์ผู้บริโภคตามไลฟ์สไตล์ใหม่ที่ต้องการที่อยู่อาศัยที่ทันสมัย เดินทางสะดวก โดยต้องเจาะผู้บริโภคที่มีความต้องการที่อยู่อาศัยจริงๆ และเน้นกลุ่มตลาดกลาง-สูง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ยังมีกำลังซื้ออยู่

อุตสาหกรรมที่อยู่ในช่วงต่ำสุด (Trough Stage) ได้แก่ ปศุสัตว์ (ไก่ หมู) สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า ประปา) พลังงาน เหมืองแร่ สินค้าเกษตรแปรรูป ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ กระดาษและสิ่งพิมพ์ ลักษณะของวัฏจักรช่วงนี้ เป็นช่วงที่ยอดขายย่ำแย่ ต้นทุนสูง เริ่มขาดทุน คู่แข่งหนีออกจากธุรกิจมากขึ้น เนื่องจากภาวะตลาดซบเซา ถือเป็นช่วงต่ำสุดของวัฏจักรอุตสาหกรรม ดังนั้น ผู้ประกอบการที่ยืนอยู่ในช่วงวัฏจักรนี้จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อให้อยู่รอดภายใต้สถานการณ์ที่ไม่สู้ดีนัก โดยการปรับกระบวนการผลิตด้วยการพิจารณาใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เพื่อยกระดับการผลิตให้เร็วขึ้น ดีขึ้น และถูกขึ้น เพื่อเตรียมรับการวัฏจักรขาขึ้นใหม่ที่กำลังจะมาเยือน ซึ่งอาจต้องอดทนรอไปช่วงระยะเวลาหนึ่ง ฉะนั้นในช่วงที่รอคอยวัฏจักรขาขึ้น ผู้ประกอบการต้องตรวจตรา

ตนเองว่า กระบวนการผลิต ช่องทางการบริหารตลาดแบบดั้งเดิมของตนเองมีความล้าสมัยหรือไม่ หากพบความล้าสมัยและพบแนวทางการผลิตและช่องทางการตลาดแบบใหม่ที่ดีกว่า ก็ให้พิจารณาปรับปรุงเพิ่มเติมต่อยอดยกระดับให้สูงขึ้น เพื่อเตรียมรับกับโอกาสของวัฏจักรขาขึ้นในรอบใหม่ที่กำลังจะมาถึง

กล่าวโดยสรุป ทุกสิ่งในโลกย่อมมีวัฏจักรของตนเอง “มีขึ้นและมีลง” เช่นเดียวกับธุรกิจอุตสาหกรรมที่มีวัฏจักรของตัวเอง ซึ่งจะมีความแตกต่างกันตามลักษณะของธุรกิจนั้นๆ ดังนั้น การดำเนินธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการจำเป็นต้องรู้ว่า “ธุรกิจของตนเองอยู่ในช่วงวัฏจักรใด” เพื่อให้รู้เท่าทันสภาวะแวดล้อมทางธุรกิจที่เกิดขึ้น ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้ผู้ประกอบการสามารถคาดการณ์แนวโน้มธุรกิจและการแข่งขันได้อย่างถูกต้อง อันจะเป็นประโยชน์ทำให้การออกแบบกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจมีความเหมาะสมกับวัฏจักรอุตสาหกรรมนั้นๆ ซึ่งจะช่วยให้ธุรกิจของผู้ประกอบการเติบโตได้อย่างยั่งยืน ■

วัฏจักรอุตสาหกรรมไทย (Thailand Industry Cycle)



ที่มา: ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีเอ็มบี |หมายเหตุ: การคำนวณหาวัฏจักรอุตสาหกรรมไทยใช้ข้อมูลอุตสาหกรรมรายไตรมาสระหว่างปี 2536-2559 เป็นฐานในการประเมิน

- ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความนี้ เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความคิดเห็นของ TMB Bank แต่อย่างใด -

(เผยแพร่ในหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจ คอลัมน์: ยังอีโคโนมิสต์ ฉบับวันที่ 23-25 กุมภาพันธ์ และ 2 มีนาคม - 4 มีนาคม 2560 เขียนโดยนายธรรมทัช ทองอร่าม)