

๗...นราทิพย์ กวางเส็ง

ปี จจุบันผู้ประกอบการไทยที่เคยเป็นผู้รับจ้างผลิตมาอย่างยาวนาน เมื่อมีประสบการณ์และความสามารถก็เริ่มเปลี่ยนจากผู้รับจ้างผลิตมาเป็นผู้ผลิตและเป็นผู้ขายภายใต้แบรนด์ของตัวเอง เพื่อลดความเสี่ยงจากการเป็นผู้รับจ้างผลิตเพียงอย่างเดียว

หนึ่งในนั้นคือ แบรินตัววอกซ์ โดยบริษัทวอกซ์ (ประเทศไทย) ที่เป็นของคนไทยร้อยเปอร์เซ็นต์ และน่าจะเป็นตัวอย่างสำหรับผู้ประกอบการเอสเอ็มอี โดยเฉพาะผู้รับจ้างผลิตเพื่อจะนำไปเป็นตัวอย่างในการสร้างตัวให้ผู้ผลิตและผู้ขายอย่างครบวงจร

พิรศักดิ์ ทองนรินทร์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารบริษัท วอกซ์ (ประเทศไทย) เปิดเผยว่า แต่เดิมนั้นเป็นเจ้าของบริษัท และโรงงานผลิตหมวกพิมพ์ทุกประเภทสำหรับเครื่องพรีนเตอร์ทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็นอิงก์เจ็ต เลเซอร์ แต่เป็นการผลิตภายใต้แบรนด์ไทยและแบรนด์ต่างประเทศ ซึ่งเมื่อเอ่ยชื่อแล้วเชื่อว่าต้องรู้จักและคุ้นเคยกันเป็นอย่างดี โดยตลอด 11 ปีที่ผ่านมา เป็นการรับจ้างผลิตเพียงอย่างเดียว

หลังจากสะสมประสบการณ์มายาวนาน **พิรศักดิ์** ก็เริ่มคิดที่จะสร้างแบรนด์หมวกพิมพ์เป็นของตนเอง ประกอบกับรู้จักตลาดต่างประเทศกับลูกค้าเดิมที่มีอยู่ แต่หลังจากสำรวจแล้วพบว่า ตลาดหมวกพิมพ์มีการแข่งขันทางด้านราคาสูง ประกอบตลาดเริ่มอิ่มตัว แม้ว่าจะมีอัตราการเติบโตทางด้านรายได้เฉลี่ยปีละ 20% หรือปีที่ผ่านมามียอดขายราว 500 ล้านบาทก็ตาม แต่ตลาดต่างประเทศไม่ยอมรับสินค้าทางด้านเคมีภัณฑ์



พิรศักดิ์

จากประเทศไทย ด้วยความเชื่อว่าประเทศไทยไม่มีความเชี่ยวชาญทางด้านนี้มาก่อน จึงทำให้การสร้างแบรนด์หมวกไทยไปบุกต่างประเทศนั้นทำได้ยากหากจะแข่งแต่ในตลาดไทยก็แข่งกันเอง ทั้งยังแข่งราคายังทำให้รายได้ยิ่งน้อยลงไป และยากจะถึงเป้าหมายที่วางไว้

พิรศักดิ์ จึงเปลี่ยนทิศทางไปสู่

ธุรกิจใหม่ นั่นคือการผลิตและจำหน่ายอุปกรณ์เสริมสำหรับอุปกรณ์ไอทีทุกประเภท ไม่ว่าจะเป็นคอมพิวเตอร์พีซีแบบตั้งโต๊ะ โน้ตบุ๊ก มือถือ แม้กระทั่งชุดล้างแผ่นซีดี หรือชุดอุปกรณ์ทำความสะอาดโน้ตบุ๊ก สายต่อพ่วงต่างๆ ภายใต้แบรนด์ของตนเองชื่อว่า วอกซ์ (VOX)

การที่ **พิรศักดิ์** เลือกปั้นแบรนด์สินค้ากลุ่มอุปกรณ์เสริมไอทีนั้น เนื่องจากมองเห็นว่า

ตลาดไอทีมีอัตราการเติบโตสูงต่อเนื่อง โดยปีที่แล้วตลาดคอมพิวเตอร์มีมูลค่าราว 2 ล้านเครื่อง ส่วนตลาดมือถือนั้นผู้บริโภคมีพฤติกรรมการเปลี่ยนมือถือค่อนข้างบ่อย เปลี่ยนหน้ากาเหมือนการเปลี่ยนมือถือใหม่ ซึ่งเป็นโอกาสทางการตลาดที่ยังมีช่องว่างสำหรับผู้เล่นหน้าใหม่ที่มีความแตกต่างที่เป็นจุดแข็งที่ชัดเจน คุณภาพที่เชื่อถือได้ และมีแบรนด์เป็นที่รู้จัก

หลักการสำคัญที่สุดของสินค้าภายใต้แบรนด์วอกซ์ คือ ดีไซน์ คุณภาพ และฟังก์ชันการใช้งาน นอกจากนี้บริษัทยังซื้อลิขสิทธิ์ตัวการ์ตูนชื่อดังจากค่ายวอร์เนอร์ บราเดอร์ส พิกเจอร์ส, วอลท์ดิสนีย์ คิดดี มาผลิตเป็นสินค้า เนื่องจากเป็นตัวการ์ตูนที่มีแฟนและเป็นที่ยอมรับของเด็กๆ และผู้ใหญ่ทั่วโลก จึงทำให้สินค้าขายได้ง่ายขึ้น ผู้บริโภคยอมรับง่ายขึ้น โดยสัดส่วนสินค้าลิขสิทธิ์มีอยู่ราว 30% เน้นกลุ่มเป้าหมายอายุ 25-45 ปี ที่ชอบใช้สินค้าที่คุณภาพ ดูดี มีดีไซน์ ไม่ซ้ำแบบใคร และอายุ 18-24 ปี ที่ชอบความแปลกใหม่ไม่จำเจ โดดเด่นเฉพาะตัว

ด้านแผนการตลาดนั้นจะแบ่งเป็นสองส่วนคือ แผนการตลาดในประเทศ โดยจะตั้งตัวแทนจำหน่ายหลัก 400 ราย ที่เป็นเจ้าของร้านค้าปลีกเครื่องเขียน ศูนย์คอมพิวเตอร์ห้างสรรพสินค้า รวม 4,000 จุด ในปีแรก นอกจากนี้ยังเปิดร้านวอกซ์ ซ้อป และวอกซ์คอนเนอร์ ในรูปแบบดำเนินการระหว่างผู้ที่สนใจจะดำเนินการกับบริษัทคล้ายคลึงการขายแฟรนไชส์ แต่ผู้ที่สนใจจะต้องลงทุนราว 1 ล้านบาท ในการตกแต่งร้านโดยบริษัทจะจัดวางสินค้าและคอนเซ็ปต์ร้าน คาดว่าปีนี้จะเปิดราว 25 ซ้อป และภายในปี 2554 จะเปิดได้ 90 ซ้อป

ส่วนตลาดต่างประเทศนั้น จะเริ่มจากฐานลูกค้าเก่า ก่อนจะขยายไปยังลูกค้าใหม่ คาดว่าภายในปีนี้จะเข้าถึงประเทศเพื่อนบ้าน 10 ประเทศ เมื่อข้อตกลงเขตการค้าเสรีอาเซียนหรืออาฟตา ทำให้ภาษีนำเข้า ส่งออกสินค้าเหลือ 0% จึงตั้งเป้ายอดขายจากต่างประเทศไว้ที่ 500 ล้านบาทในปีแรก เท่ากับรายได้ในประเทศที่ตั้งไว้ 500 ล้านบาทเช่นกัน และปีต่อไปบริษัทมีแผนที่จะเอาบริษัทเข้าตลาดหุ้นอีกด้วย ○