



คุณถนอมชัย กังศิริกุล ศิษย์เก่า ABAC รุ่นที่16
คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด
และปริญญาโท (MBA) สาขาการจัดการทั่วไป
ปัจจุบันดำรงตำแหน่ง General Manager ,
Acushnet Golf (Thailand) Ltd.

“สินค้าที่เกี่ยวกับการ
เล่นกอล์ฟ เป็นสินค้าที่
ค่อนข้างละเอียดและ
ซับซ้อน ดังนั้นคนที่
จะเข้ามาทำการตลาดให้
กับสินค้าประเภทนี้จะ
ต้องเป็นคนที่รักในกีฬา
ประเภทนี้”

คุณถนอมชัยดูแลรับผิดชอบ
เกี่ยวกับการวางแผนการบริหารงานทั้ง
ในส่วนขององค์กร (company plan)
การวางแผนการตลาดโดยมุ่งเน้นด้าน
การสร้างยอดขายของสินค้า ตลอดจน
การวางกลยุทธ์เพื่อการพัฒนาในด้านต่างๆ
ของบริษัท...

เมื่อกีฬาอล์ฟกำลังเป็นที่นิยมทั้ง
ในหมู่ของผู้ใหญ่และเยาวชนเพิ่มมากขึ้น
อย่างต่อเนื่อง เหตุการณ์ดังกล่าวย่อมส่ง
ผลต่อการเติบโตของผู้ประกอบการใน
ธุรกิจนี้ คุณถนอมชัยในฐานะผู้บริหารของ
Acushnet Golf (Thailand) Ltd.
ได้ให้ทัศนะต่อภาพรวมของธุรกิจนี้ว่า...

“หากมองภาพรวมของตลาดแล้ว
พบว่ายังมีโอกาสทางการตลาดอีกมาก
เนื่องจากตลาดในประเทศไทยเติบโตได้ค่อนข้าง
ดีและมีแนวโน้มที่จะดีขึ้น โดยดูได้
จากจำนวนสนามไดรฟ์กอล์ฟที่เพิ่มขึ้น
มีการจัดการแข่งขันระดับประเทศมากขึ้น
ถึงแม้ว่าภาพรวมเศรษฐกิจของประเทศ
จะยังไม่สู้ดีนัก เนื่องจากในปัจจุบันกลุ่ม
ผู้เล่นกอล์ฟไม่ได้จำกัดอยู่แค่เพียงนักธุรกิจ

หรือผู้ใหญ่เท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงเด็กและ
วัยรุ่นซึ่งได้รับการสนับสนุนจากพ่อแม่
ผู้ปกครองที่ต้องการจะผลักดันบุตรหลาน
ไปสู่การเป็นนักกอล์ฟมืออาชีพอย่างเช่น
Tiger Wood”

“สินค้าที่เกี่ยวกับการเล่นกอล์ฟเป็น
สินค้าที่ค่อนข้างละเอียดและซับซ้อน
ดังนั้นคนที่เข้ามาทำการตลาดให้กับ
สินค้าประเภทนี้จะต้องเป็นคนที่รักในกีฬา
ประเภทนี้และได้สัมผัส ตลอดจนต้อง
หมั่นขวนขวาย เรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ
เพิ่มเติม ซึ่งการทำตลาดโดยทั่วไปแล้วมัก
จะใช้นักกอล์ฟที่มีความสามารถและมีชื่อเสียง
มาเป็น presenter ให้กับสินค้า
อย่างเช่น Tiger Wood Davis Love III
ซึ่งใช้สินค้าของ Titleist อยู่ในปัจจุบันหรือ
ทางการตลาดเรียกว่า endorsement”

เนื่องจากสินค้าของ Acushnet Golf
(Thailand) Ltd. เป็นสินค้าที่นำเข้าจาก
ต่างประเทศ อีกทั้งได้รับการพัฒนาและ
ปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่องจากบริษัท
แม่ ทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกาและญี่ปุ่น
เมื่อมีความพร้อมในด้านคุณภาพของสินค้า

แล้ว ภารกิจที่สำคัญต่อไปก็คือการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของการกระจายสินค้า การสื่อสารทางการตลาด ตลอดจนการจัดกิจกรรมต่างๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายในประเทศ...

“สินค้าที่เกี่ยวกับการเล่นกอล์ฟนั้น มีมาตรฐานที่เป็นสากล และมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดแบบ globalization แต่ในส่วนของกิจกรรมทางการตลาดนั้น ต้องเป็นแบบ localization ซึ่งปัจจัยหลักในการทำการตลาดที่เราต้องคำนึงถึงคือ เราต้องเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับตลาด และความต้องการของนักกอล์ฟในประเทศไทย ในปัจจุบันเรามีสินค้าอยู่ทั้งหมด 4 ยี่ห้อ ซึ่งแต่ละยี่ห้อนั้นก็มีความหลากหลายในตัวสินค้า ตัวอย่างเช่น 1. Titleist เป็นสินค้าที่เน้นคุณภาพเป็นหลัก ซึ่งสินค้าภายใต้ยี่ห้อ Titleist นั้นจะต้องมีการทดสอบใน US PGA Tour จนแน่ใจในคุณภาพเสียก่อน จึงจะมีการนำออกจำหน่ายในท้องตลาด เช่น ลูกกอล์ฟ Pro VI ที่วางขายในขณะนี้ 2. FootJoy (# 1 shoes and gloves in golf) เป็นสินค้าจำพวก รองเท้า ถุงมือ ถุงเท้า ที่ได้รับความนิยมเป็นอันดับหนึ่งในบรรดานักกอล์ฟทั่วโลก 3. Cobra เป็นสินค้าที่เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักกอล์ฟมือใหม่ และต้องการความหลากหลายในตัวสินค้า 4. Pinnacle เป็นสินค้าประเภทลูกกอล์ฟที่มีคุณภาพดี ในราคาที่สมเหตุสมผล”

“การเลือกช่องทางกระจายจำหน่ายให้ถูกต้อง และเหมาะสมรวมถึงกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สอดคล้องกับช่องทางเหล่านั้นด้วย ซึ่งในปัจจุบันเรามีช่องทางจำหน่ายสินค้า อย่างเช่น ห้างสรรพสินค้า ร้าน Pro Shop นอกสนามกอล์ฟ (off-course) ร้าน Pro Shop ในสนามกอล์ฟ (on-course) Driving Range และร้านขายอุปกรณ์กีฬาทั่วไป”

“การเลือกแนวทางการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้า เรามีการจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการขายในหลายรูปแบบ เช่น การให้ลูกค้าได้ทดลองสินค้า โดยจัดวัน

Demo Day ตามสนามไดร์ฟกอล์ฟ การเป็นสปอนเซอร์ให้กับนักกอล์ฟเยาวชน ทีมชาติ การทำ promotion ร่วมกับบัตรเครดิต การให้โปรกอล์ฟแนะนำสินค้าให้กับนักกอล์ฟ”

ที่มาของความสำเร็จในการทำงานของคุณณอมชัย...

“หลักการที่ผมใช้ในการทำงานคือ focus, work hard, play hard เราต้องรู้จักที่จะเรียงลำดับความสำคัญของงานให้ถูกต้องว่าอันไหนควรทำก่อน-หลัง และทำอย่างจริงจัง เวลาพักผ่อนก็ควรพักผ่อนเพื่อจะได้เริ่มงานหนักต่อไปได้”



“สินค้าที่เกี่ยวกับการเล่นกอล์ฟนั้น มีมาตรฐานที่เป็นสากล และมีการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด แบบ globalization แต่ในส่วนของกิจกรรมทางการตลาดนั้น ต้องเป็นแบบ localization”

คุณณอมชัย กังศิริกุล

การศึกษา

- โรงเรียนอัสสัมชัญศรีราชา
- ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
- ปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจ สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ

ประสบการณ์การทำงาน

- General Manager
Acushnet Golf Thailand Ltd., (AGT)
- Trade Marketing Development Manager
British American Tobacco (Thailand)
- District Manager – BKK , District Manager - South , Business Unit Manager – Chonburi , Unit Manager Philippines Training , Unit Manager – SMD , Unit Manager – SDO project leader , District Field Representative – SMD , Section Representative – North , Van Sale Representative , Section Representative – Bangkok Procter & Gamble (Thailand) Co.,
- Sales Management Trainee
Nestle Product (Thailand) Inc.

ABACA ALUMNI