



แฟรนไชส์ WALL STREET

GILLETTE FROM WALL STREET · 06

คนส่วนใหญ่คิดว่าบริษัทคือสิ่งที่มันขาย

พวกเขาคิดผิด

บริษัทคือสิ่งที่อยู่รอดหลังจากสินค้าเปลี่ยนไป

ตลาดรักสินค้าเพราะสินค้านั้นง่าย

จำนวนหน่วยที่ขายได้

รายได้ที่สร้างขึ้น

ส่วนแบ่งตลาดที่ได้มา

นักวิเคราะห์สร้างแบบจำลองรอบตัวเลขเหล่านั้น เพราะตัวเลขสร้างภาพลวงของ
ความแน่นอน

แต่สินค้าเกิดและตาย

ทั้งหมดหมุ่หายไป

เทคโนโลยีล้าสมัย

นิสัยของผู้บริโภคย้ายถิ่น

ชั้นวางสินค้าเปลี่ยนไป

แฟรนไชส์ยังคงอยู่

ความตระหนักนั้นมาถึงผมนานก่อนที่จะมองแบบฉบับนักลงทุน

มีดโกนไม่ใช่ธุรกิจ

ปากกาไม่ใช่ธุรกิจ

ไฟแช็กไม่ใช่ธุรกิจ

สิ่งเหล่านั้นเป็นเพียงวัตถุที่เคลื่อนผ่านระบบ

สินทรัพย์ที่แท้จริงคือนิสัย

การกระจายสินค้า

ความไว้วางใจ

ทางหลวงที่มองไม่เห็นซึ่งเชื่อมคนแปลกหน้านับล้านเข้ากับการตัดสินใจเดียวกัน

ทุกเช้า

ทุกสัปดาห์

ทุกปี

ในที่สุด Wall Street ก็สอนผมว่าธุรกิจที่มีค่าที่สุดในโลกแทบไม่เคยเป็นเจ้าของ
สินค้าที่น่าประทับใจที่สุด

พวกเขาเป็นเจ้าของพฤติกรรมที่ทนทานที่สุด

เมื่อผมเข้าใจความแตกต่างนั้น ผมก็เลิكمองบริษัทแบบที่ผู้บริหารเฝ้ามอง

ผู้บริหารเฝ้าเห็นสินค้า

นักลงทุนเห็นการทำซ้ำ

ผู้บริหารเฝ้าซื้อวัตถุดิบ

นักลงทุนซื้อระบบ

วัตถุดิบสร้างธุรกรรม

ระบบสร้างอารยธรรม

นั่นคือเหตุผลที่บางบริษัทยืนหยัดอยู่ได้หลายชั่วรุ่น ขณะที่บางบริษัทหายไปหลัง
เสียงปรบมือเพียงฤดูกาลเดียว

ตลาดเรียกสิ่งนี้ว่ามูลค่า

ผมชอบอีกคำหนึ่งมากกว่า

มรดก

เพราะแฟรนไชส์ทุกแห่งที่ยืนยงในท้ายที่สุดก็คือมรดกที่ส่งต่อจากลูกค้ารุ่นหนึ่งสู่
อีกรุ่นหนึ่ง

ไม่ใช่ผ่านสายเลือด

แต่ผ่านนิสัย

และนิสัยเมื่อก่อตัวขึ้นแล้ว มักจะแทนที่ได้ยากกว่าตัวสินค้าเสียอีก

Ferdinando Frega
BLADEFREGA
มหากาพย์ *Wall Street*