

แมนพาวเวอร์กรุ๊ป สยายปีกบริการทั้งในและต่างประเทศ ชี้นำเติบโตก่อนเปิด AEC อีกร้อยละ 30 สุดปลื้มกับผลประกอบการปี 2556 โตกว่า 3,500 ล้านบาท ดันสู่ผู้นำตลาดไทยในปีนี้

กรุงเทพฯ 2557 : แมนพาวเวอร์กรุ๊ป แถลงนโยบายเดินหน้ารับกระแสการเปลี่ยนแปลงในภาคพื้นเอเชีย ชุกกลยุทธ์ Business Intelligence 360 องศา วางรากฐานความพร้อมในแผนการดำเนินงานแบบครบวงจร เดินหน้าเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายด้านแรงงานอย่างเป็นระบบ มองภาพรวมความต้องการที่แท้จริงของตลาด และแรงงานแบบเชิงวิเคราะห์ ตั้งเป้าการเป็นที่ปรึกษาเชิงนวัตกรรมแรงงานในประเทศ โดยตลอด 2 ปีนี้ยังได้สิทธิ์ที่ถูกต้อง และดำเนินการในการนำเข้าแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทย ทำให้แมนพาวเวอร์กรุ๊ปขยายงานด้านบริการแบบครบวงจรอย่างแท้จริง ซึ่งจากปี 2556 เราเติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 30 มีผลประกอบการทั้งสิ้น 3,500 ล้านบาท และหากปีนี้เรามีการขยายส่วนบริการเพิ่มบวกกับการเปิดรับ AEC ในอนาคต แมนพาวเวอร์กรุ๊ป คาดว่าจะผลักดันยอดเติบโตขึ้นอีกในปี 2557 ไม่น้อยกว่าร้อยละ 30

มร.ไซมอน แมททิวส์ ผู้จัดการประจำประเทศไทย, แถบตะวันออกกลางและเวียดนาม แมนพาวเวอร์กรุ๊ป กล่าวว่า กระแสการตื่นตัวในด้านแรงงาน สาขาอาชีพในปีที่ผ่านมาค่อนข้างมีความตื่นตัวสูง โดยเฉพาะแรงงานระดับปฏิบัติการต้องการความมั่นคงในด้านอาชีพมากขึ้น เนื่องด้วยกระแสการเปิด AEC กำลังไหลเข้ามาในอีกไม่นาน ส่งผลให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานในประเทศ แรงงานต้องการความมั่นใจจากที่ปรึกษาด้านนวัตกรรมแรงงานอย่าง “แมนพาวเวอร์กรุ๊ป” มากขึ้น ทำให้ในปีที่ 2556 ที่ผ่านมา ผลประกอบการของเราทะยานขึ้นสูงกว่า 3,500 บาท เติบโตจากปีที่ผ่านมากว่าร้อยละ 30 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตอีกประการคือ การวางนโยบายการดำเนินงานที่พร้อมรับมือ วางแผนที่มั่นคงแข็งแกร่งมากกว่า 3 ปีที่ผ่านมา ถึงการเป็นที่ปรึกษาเชิงนวัตกรรมด้านแรงงานแบบครบวงจร

“ทั้งในการจัดหางาน การเชื่อมต่อระหว่างแรงงานและหน่วยงาน เป็นศูนย์กลางที่ปรึกษาให้กับแรงงาน หน่วยงานทั้งภาครัฐ และเอกชน จัดวางแหล่งการหางานที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย วางรากฐานความพร้อมให้กับกลุ่มนักศึกษาที่

กำลังเข้าสู่ตลาดแรงงาน จัดวางบุคลากรที่มีความพร้อมความสามารถก่อนส่งตัวผู้สมัครทั้งในและต่างประเทศ ผนวกกับแผนงานนโยบายการนำเทคโนโลยี นวัตกรรมด้านไอทีเข้ามามีบทบาทในการทำงานมากขึ้น อาทิ แอปพลิเคชัน การเข้าถึงในสมาร์ตโฟน เว็บไซต์ กลุ่ม Social Network และบริการอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมากที่รองรับความต้องการทั้งหน่วยงาน องค์กร แรงงานทุกระดับที่มีความต้องการให้ แมนพาวเวอร์กรุ๊ป มีอาชีพทางด้านนวัตกรรม แรงงานเป็นผู้จัดการดูแล”

มร.ไชมอน กล่าวเพิ่มเติมว่า จากการแบ่งสัดส่วนแรงงานของแมนพาวเวอร์กรุ๊ปร้อยละ 99 เป็นแรงงานที่ทำงานอยู่ในประเทศไทย ส่วนที่เหลือจะเป็นการส่งออกคนไทยไปทำงานต่างประเทศและเป็นคนต่างชาติ ในปีนี้บริษัทจึงมีวิสัยทัศน์เห็นภาพนโยบายแบบเชิงรุก ขยายฐานแรงงาน และมองถึงแผนการทำงานแบบก้าวข้ามรับมือกระแสการเปลี่ยนแปลง ทุกภาคส่วนของแมนพาวเวอร์ต้องเดินหน้าพัฒนาอย่างมีแบบแผน มากกว่าที่เดินตามกระแสตลาด ไม่ยึดติดกรอบแบบเดิมๆ ประการสำคัญปีนี้เราต้องการชูถึงการนำเข้าและส่งออกแรงงานแบบครบวงจร ซึ่งเราปรับใบอนุญาตในการส่งออกแรงงานไปทำงานต่างประเทศได้ถูกต้องตามกฎหมาย ในส่วนของการนำเข้าแรงงานต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทย ซึ่งเราได้ทดลองระยะหนึ่งแล้ว ได้รับผลตอบแทนที่ดี อาทิ แรงงานด้านไอทีเทคโนโลยี วิศวกร อีกทั้งเรายังตั้งธงพร้อมรับเปิด AEC ขยายไปยังอินโดจีน ลาว พม่า ดังนั้นในปีนี้ เราจึงได้วางแผนบริหารจัดการทั้งกระบวนการภายในและกระบวนการภายนอกพร้อมทั้งปีนี้ เรามีการลงทุนในระบบ Recruitment System อัจฉริยะที่จะทำให้ตอบสนองความต้องการให้กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทันท่วงที ซึ่งมั่นใจว่าจะเกิดผลลัพธ์ที่ดีและเป็นจุดแข็ง จุดสำคัญที่จะทำให้ “แมนพาวเวอร์กรุ๊ป” เติบโตไปตามเป้าหมายในปีไม่น้อยกว่าร้อยละ 30 อย่างแน่นอน

นายวรรณชัย ไพบูลย์บารมี ผู้อำนวยการด้านการเงินและทรัพยากรบุคคล แมนพาวเวอร์กรุ๊ป กล่าวว่ แมนพาวเวอร์กรุ๊ปมีการการเติบโตอย่างต่อเนื่องมาแล้วกว่า 4 ปี จะเห็นได้ผลประกอบการในภาพรวมที่สูงของปี 2556 กว่า 3,500 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีก่อนกว่าร้อยละ 30 ซึ่งในปีนี้เรามองถึงเทรนด์กระแสด้านแรงงานจะตื่นตัวของตลาดในช่วงครึ่งปีหลัง เนื่องจากไตรมาสที่ 1 และ 2 ภาคธุรกิจต่างๆ ภาครัฐมีการทรงตัว แต่เรามั่นใจว่าจะเกิดปรับเปลี่ยน เพิ่มเติมบุคลากร สร้างฐานการดำเนินงานที่มั่นคงรับมือการปรับเปลี่ยนในช่วงไตรมาส 3 และ 4 ในปี 2557 และจะลามไปถึงในปี 2558 ที่เห็นได้ชัดคือกลุ่ม ไฮเปอร์มาร์เก็ต ธุรกิจบริการ กลุ่มภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ ต้องเดินหน้าขับเคลื่อนในช่วงปลายปี ผนวกกับ “แมนพาวเวอร์กรุ๊ป” ที่มีการขยายส่วนธุรกิจที่เรียกว่า Borderless Talent Solutions หรือ BTS คือการนำเข้า ส่งออกแรงงานที่มีทักษะ โดยโซนที่เรามีเครือข่ายอยู่ อาทิเช่น ประเทศ ญี่ปุ่น จีน และสิงคโปร์ที่เรามีเครือข่าย

“ดังนั้นแผนงานในภาพรวมของแมนพาวเวอร์กรุ๊ป เราตั้งให้นโยบายโดยผู้บริหารส่วนกลางวางเครือข่ายให้แข็งแรงขึ้น เตรียมรับมือกับการเคลื่อนย้ายแรงงาน โดยเฉพาะข้อกำหนดระหว่างประเทศ เพื่อประโยชน์สูงสุดของแรงงาน และหน่วยงานที่แมนพาวเวอร์ดูแล การทำงานของเราในวันนี้เปลี่ยนไป **คือ เราต้องการเป็นเสมือนที่ปรึกษา เป็นเพื่อน และเป็นหุ้นส่วนกับลูกค้า** เพื่อให้แมนพาวเวอร์กรุ๊ปและลูกค้าเดินหน้าไปด้วยกัน ซึ่งการทำงานเราวางทีมในการขับเคลื่อนงานการตลาดอย่างชัดเจนและเป็นระบบ มีกลุ่มธุรกิจที่ทำในต่างประเทศ ฝ่ายจัดหาแรงงานระดับบุคคลปฏิบัติการที่เชี่ยวชาญทางด้านหาแรงงานระดับปฏิบัติการ (แรงงาน) อาทิเช่น โรงงานอุตสาหกรรมด้านอิเล็กทรอนิกส์ ภาคอุตสาหกรรมยานยนต์ เป็นต้น ส่วนที่ 2 จะเป็นแรงงานกึ่งทักษะ อาทิ Call Center, IT support, PC, Sale ส่วนที่ 3 จะเป็นแรงงานในระดับ Professional จนถึงระดับบริหาร เราจะมีผู้เชี่ยวชาญในการจัดหา คัดเลือกบุคลากรให้ตรงกับความต้องการกับหน่วยงาน บริษัทต่างๆ ทั้งในส่วนของพนักงานทั่วไป ผู้บริหารระดับกลาง ผู้บริหารระดับสูง **ดังนั้นในวันนี้ Solution ของแมนพาวเวอร์กรุ๊ป ถือว่าตอบโจทย์ทุกความต้องการของลูกค้า ไม่เพียงแต่วางมาตรฐานการทำงานได้ แต่เรายังเป็นส่วนหนึ่งของการบริหารจัดการ ประสิทธิภาพของบุคลากร อีกทั้งยังเป็นการลดเรื่องเวลา ค่าใช้จ่ายให้กับลูกค้าได้อีกด้วย”** นายวรรณชัย กล่าวสรุป

นางสาวสุธิดา กาญจนกันติกุล ผู้จัดการฝ่ายการตลาด แมนพาวเวอร์กรุ๊ป กล่าวว่า ปีนี้เราเดินหน้าตามแผนงานและเป็นผู้นำธุรกิจด้านนวัตกรรมแรงงาน สร้างองค์กรแบบผู้นำเพื่อขับเคลื่อนองค์กรแบบนอกรอบ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ดังนั้นในปีนี้จะจึงวางกลยุทธ์ Business Intelligence 360 องศา ตำแหน่งงานแบบมีประสิทธิภาพ เต็มเต็มศักยภาพในภาพรวมแบบครบคลุมทุกองศา ซึ่งเราเชื่อมั่นว่าระบบนี้จะเป็นการขับเคลื่อนจากภายในองค์กรสู่ภายนอกองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และก้าวข้ามผ่านการเปลี่ยนแปลงตลาดแรงงานในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งกลยุทธ์นี้จะทำให้เรานำพาลูกค้าของเราประสบความสำเร็จด้วยเช่นกัน ส่วนการดำเนินงานแผนการตลาด เรายังคงวางสัดส่วนในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายโดยใช้กิจกรรมส่งเสริมการบริการแบบเข้าถึงเป็นหลักอยู่ที่ร้อยละ 30 ของงบประมาณการตลาด กิจกรรมการประชาสัมพันธ์อยู่ที่ร้อยละ 20 ของงบประมาณการตลาด และส่วนของการใช้โซเชียลมีเดียอยู่ที่ร้อยละ 30 ของงบประมาณการตลาด ไม่เพียงเท่านั้นปีนี้เรายังเพิ่มส่วนของงบประมาณในการใช้ช่องทาง Social Network อีกกว่าร้อยละ 20 เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างครบคลุมมากยิ่งขึ้น

“ในการปรับแผนงาน และต้องการลงลึกถึงปัญหาและความต้องการที่แท้จริงในด้านแรงงานของประเทศไทย เราได้ศึกษาและทำความเข้าใจตลาด ลูกค้าผ่านการทำการสำรวจ วิจัย ศึกษาถึงความต้องการนำมาปรับใช้ในการทำงานของเรา โดยผลการศึกษาวิจัยในปี 2556 ที่ผ่านมาเราศึกษาถึงความต้องการ อัตราค่าจ้างตามกระแสตลาด ในภาพรวมถึง **“เงินเดือนและสวัสดิการ”** สำหรับกลุ่มที่มีการเติบโตในเรื่องของเงินเดือนและสวัสดิการที่เห็นเด่นชัดได้แก่ สายงานการเงินและบัญชี, วิศวกร, ไอที, การขนส่งและโลจิสติกส์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระดับผู้บริหารระดับ

กลางขึ้นไปและผู้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน” นางสาวสุธิตา กล่าวทิ้งท้าย