

Shaping Thailand's Competitive Edge 2020

เสริมศักยภาพแข็งแกร่งที่ “มากกว่า” เพื่อลูกค้า

ธุรกิจ TMB

Shaping Thailand's Competitive Edge 2020 เสริมศักยภาพแข็งแกร่งที่ “มากกว่า” เพื่อลูกค้าธุรกิจ TMB

ที่เอ็มบีจัดงาน Shaping Thailand's Competitive Edge 2020 ให้กับลูกค้าธุรกิจ ช่วยชี้ช่องทาง อัพเดท สถานการณ์และแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคต เตรียมพร้อมรับมือและก้าวไปสู่การแข่งขันของเศรษฐกิจโลก

นายเสนธิป ศรีไพพรรณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารลูกค้าธุรกิจ ที่เอ็มบี กล่าวว่า การจัดงาน Shaping Thailand's Competitive Edge 2020 ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าธุรกิจที่เอ็มบีเป็นอย่างมาก ผู้ร่วมงานซึ่งเป็นลูกค้าคนสำคัญของที่เอ็มบี จะได้รับข้อมูลอัพเดทเกี่ยวกับแนวโน้มทางเศรษฐกิจทั้งในประเทศ และระดับโลกจากผู้เชี่ยวชาญ ด้านเศรษฐศาสตร์อย่างทีม TMB Analytics พร้อมเปิดเผยข้อมูล สถิติ และถอดรหัสออกมาเป็นแนวทางสร้างสรรค์ การเติบโตให้กับองค์กร และการเตรียมพร้อมบริหารจัดการธุรกิจที่ถูกต้อง เพื่อนำไปปรับใช้กับธุรกิจได้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง

นายนิธิต สถาผลเดชา หัวหน้าเจ้าหน้าที่บริหาร ที่เอ็มบี อนาลิติคส์ เริ่มต้นไขข้อข้องใจในเรื่องที่ทุกคนกังวล นั่นคือ สงครามการค้าระหว่างประเทศ (Trade War) โดยแสดงเหตุผลของการฟาดฟันทางการค้า เสนอข้อมูลเปรียบเทียบ เศรษฐกิจระหว่างจีนกับสหรัฐอเมริกา ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยที่จะเปลี่ยนทิศทางเศรษฐกิจของโลกได้ จะเห็นได้ว่าสงครามการค้าระหว่างประเทศส่งผลกระทบต่อไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยเฉพาะด้านการส่งออกที่ชะลอลดตัวลง แต่ในทางกลับกันสิ่งที่ทำให้ไทยยังมีการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) เพิ่มขึ้น เนื่องด้วยปัจจัยการใช้ภายในประเทศ ที่ยังมีการลงทุนอยู่นั่นเอง ปัจจัยค่าเงินบาทไทยแข็งตัวอย่างต่อเนื่อง ยังส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจทั้งการส่งออก และการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก แต่อาจมีปัจจัยของภาวะเศรษฐกิจที่แยลงอย่างมาก ซึ่งสามารถเปลี่ยนทำให้ค่าเงินอ่อนก็เป็นได้ ขณะเดียวกันยังมีปัจจัยด้านอัตราดอกเบี้ยที่ไม่ควรละเลย คาดว่าน่าจะมีแนวโน้มการลดอัตราดอกเบี้ยอีกครั้งในช่วงสิ้นปี นอกจากนี้ ยังแนะนำเรื่องเทรนด์การสร้างห่วงโซ่มูลค่า (Value Chain) ต้องเปลี่ยนบทบาทตัวเอง โดยมุ่งไปที่การเพิ่มมูลค่าทางความคิดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และธุรกิจ เพิ่มศักยภาพและมูลค่าให้กับเศรษฐกิจของประเทศก็น่าจะช่วยผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวกได้

ไม่ใช่เพียงข้อมูลตัวเลขหนักๆ ที่สะท้อนให้ลูกค้าธุรกิจที่เอ็มบีมองเห็นภาพรวมแล้วนำไปปรับใช้กับธุรกิจของแต่ละคนเท่านั้น แต่งาน Shaping Thailand's Competitive Edge 2020 ยังตอกย้ำคุณค่าแนวคิด Make THE Difference โดยมีกรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จทั้งด้านการสร้างแบรนด์ทรงพลัง รวมถึงกระบวนการบริหาร

จัดการบุคลากรในองค์กรมานำเสนอมุมมองและวิธีคิดที่น่าสนใจ ช่วยกระตุ้นไอเดียและเป็นเชื้อไฟให้กับผู้เข้าร่วมงานได้เป็นอย่างดี

นายปรีชา นินาทเกียรติกุล ผู้จัดการทั่วไป มิני ประเทศไทย ชวนให้ผู้ร่วมงานทุกคนสนุกกับการสร้างแบรนด์ที่มีชีวิตชีวา โดยยกตัวอย่างการสร้างแบรนด์และการทำตลาดของรถยนต์ MINI ที่ศรัทธาในสิ่งเล็กๆ ว่าสามารถ

เปลี่ยนโลกได้ และตอกย้ำว่าความหลงใหลในธุรกิจและมีตัวตนที่ชัดเจน คือปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจยั่งยืนยาวนาน อีกทั้งผู้บริหารยังชี้ช่องให้เห็นว่าการทำธุรกิจต้อง “คิดต่าง” แต่ต้องไม่หนีห่างจากอัตลักษณ์ของตัวเอง และอยู่บนพื้นฐานการตลาดทำให้ลูกค้าซื้อด้วยหัวใจ เพราะการใช้หัวใจตัดสินใจช่วยให้ผู้ขายสร้างกำไรต่อหน่วยได้สูงกว่า ตลอดจนไม่ควรมองข้ามการสื่อสารกับลูกค้าในยุคดิจิทัลที่ต้องการความเร็วและเรียล (ความจริง)

ทั้งนี้ การบริหารทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพ ก็มีส่วนสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ซึ่ง นายอริรินทร์ ภูริสิทธิ์ Head of Corporate Human Resources Central Group ให้ความเห็นว่า พลังของคนทำงานมีส่วนในการขับเคลื่อนองค์กรอย่างมาก และในปัจจุบันนี้เทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้สร้างโอกาสในการนำข้อมูลเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการบุคลากรได้อย่างที่ไม่เคยเป็นไปได้อีกก่อน ทั้งนี้ องค์กรที่มีขีดความสามารถในการบริหารข้อมูลได้ดีกว่า ก็มีโอกาที่จะชนะมากกว่าดังนั้นการเร่งสร้างความเข้าใจและใช้เครื่องมือ ไม่ว่าจะเป็นการนำ Data Analytics มาช่วยในการดึง insights ที่สำคัญออกมาเพื่อวางแนวทาง หรือ การนำโซเชียล มีเดียมาเสริมในการสื่อสารถึงพนักงาน และประสานงานระหว่างทีมงานจึงเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งผู้บริหารจากองค์กรระดับประเทศ กล่าวถึงหัวใจของการบริหารคนเพื่อสร้างคุณค่าในองค์กร ต้องใส่ใจความสามารถ (Capability) การปลดล็อกเรื่องเวลาที่มีจำกัด (Capacity) และการเข้าถึงจิตใจเพื่อสร้างแรงจูงใจ (Care) ของคนทำงาน โดยทั้งหมดสามด้านนี้ ต้องทำทั้งสามด้านไปพร้อม ๆ กัน จึงจะช่วยในการบริหารคนได้สัมฤทธิ์ผล และสร้างความสุขให้กับคนทำงาน

นับเป็นงานที่สร้างแรงบันดาลใจและมีส่วนผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการทำธุรกิจของลูกค้าธุรกิจของทีเอ็มบีอย่างมาก ขณะเดียวกันงานนี้ยังมีบทบาทสำคัญที่จะสะท้อนถึงความพยายามขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้เดินหน้าต่อในทิศทางที่ดีขึ้นและแข็งแกร่งได้อย่างแท้จริง