

PwC เผยความเชื่อมั่นซีอีโออาเซียนต่อการเติบโตเศรษฐกิจ

25 มกราคม, 2017 - 14:11

39



ศิริช อิ่มทรกำธรชัย

ทันหุ้น- PwC เผยผลสำรวจ Global CEO Survey พบความเชื่อมั่นซีอีโออาเซียนต่อการเติบโตของเศรษฐกิจและรายได้ปีนี้ลดลงจากปีก่อน ส่วนทางมุมมองซีอีโอโลก หลังถูกกดดันจากความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ-กระแสลัทธิคุ้มครองทางการค้าที่เพิ่มขึ้น โดยผู้นำอาเซียนส่วนใหญ่เริ่มต้นตัวในการนำดิจิทัลมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ

เพราะเชื่อว่าจะมีผลกระทบกับองค์กรในอีก 5 ปีข้างหน้า

นาย ศิริช อิ่มทรกำธรชัย ประธานกรรมการบริหาร และหุ้นส่วน บริษัท PwC ประเทศไทย เปิดเผยถึงผลสำรวจ PwC's 20th Annual Global CEO Survey ครั้งที่ 20 ที่ใช้ในการประชุม World Economic Forum (WEF) ณ กรุง ดาเวอส ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ประจำปี 2560 ซึ่งสำรวจความคิดเห็นซีอีโอทั่วโลกจำนวน 1,379 คนใน 79 ประเทศ ในจำนวนนี้เป็นซีอีโอจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 7 ประเทศ ว่า ความเชื่อมั่นของซีอีโออาเซียนต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจและการเพิ่มขึ้นของรายได้บริษัทในปีนี้จะลดลงจากปีก่อน ส่วนทางกับซีอีโอโลกที่มีความเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น

โดยพบว่า มีซีอีโออาเซียนเพียง 28% เท่านั้นที่เชื่อมั่นว่า เศรษฐกิจโลก (Global economy) ปีนี้จะดีกว่าปีก่อน ลดลงจากปีที่ผ่านมาที่ 39% โดยถือเป็นการปรับตัวลดลงติดต่อกันเป็นปีที่ 3 นับจากปี 2557 ขณะที่ซีอีโอโลก 29% เชื่อมั่นว่า เศรษฐกิจโลกปีนี้จะดีกว่าปีก่อน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ 27%

ทั้งนี้ พบว่า 3 ปัจจัยหลักที่ซีอีโออาเซียนมองว่า เป็นอุปสรรคต่อเศรษฐกิจและนโยบาย (Economic and policy threats) ได้แก่ ความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจ (83%) ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน (82%) และกฎระเบียบข้อบังคับที่เข้มงวดมากเกินไป (78%)

"ความเชื่อมั่นของซีอีโอในภูมิภาคอาเซียนปีนี้ ถูกกดดันจากปัจจัยความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การชะลอตัวและปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจจีนที่เน้นไปที่การบริโภคและบริการมากขึ้น ราคาสินค้าโภคภัณฑ์ที่ตกต่ำทั่วโลก รวมทั้งแนวโน้มการส่งออกและอัตราการผลิตที่ยังคงชะลอตัว นอกจากนี้ ความกังวลจากกระแสลัทธิคุ้มครองทางการค้าที่เพิ่มขึ้น ยังส่งผลต่อการตัดสินใจทำธุรกิจของผู้บริหารในแถบนี้ด้วยเช่นกัน" นาย ศิระ กล่าว

นอกจากนี้ ผลสำรวจระบุว่า ความเชื่อมั่นต่อการเติบโตของรายได้ (Revenue growth) ของซีอีโออาเซียนในปีนี้ยังลดลงอีกด้วย โดยมีผู้นำธุรกิจอาเซียน 32% เท่านั้นที่เชื่อว่า รายได้ของบริษัทจะเพิ่มขึ้นในอีก 12 เดือนข้างหน้า เปรียบเทียบกับปีก่อนที่ 38% โดยมองว่า การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ (Availability of skills) นั้นเป็นภัยคุกคามอันดับ 1 ต่อการเติบโตของธุรกิจ (Business threats) ที่ 88% ตามด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (82%) และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี (80%)

"การเพิ่มขึ้นของหนี้ภาคเอกชนในจีนและความเสี่ยงจากการแข็งค่าของเงินดอลลาร์อาจส่งผลกระทบต่อผลประกอบการของบริษัทในภูมิภาคนี้ในระยะข้างหน้า แต่จากประสบการณ์ของบรรดาธุรกิจอาเซียนที่เคยผ่านวิกฤตเศรษฐกิจหลายต่อหลายครั้ง ทำให้เราเชื่อว่า ภาคธุรกิจจะสามารถบริหารความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอกเหล่านี้ได้" นาย ศิระ กล่าว

อย่างไรก็ดี ผู้นำธุรกิจอาเซียนมองว่า 3 อันดับตลาดนำลงทุนที่จะช่วยผลักดันให้บริษัทของพวกเขาเติบโตได้ในปีนี้ได้แก่ จีน (43%) รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา (28%) และอันดับที่สาม คือ อินเดีย (22%) ในขณะที่ 3 กลยุทธ์หลักที่จะช่วยผลักดันให้อัตราการทำกำไรของบริษัทเติบโตรุนแรงได้แก่ แผนการเติบโตด้วยทรัพยากรหรือสินทรัพย์ที่มีอยู่ของบริษัท (Organic growth) ที่ 82% ตามมาด้วย แผนการลดต้นทุน (67%) และแผนการหาพันธมิตรหรือกิจการร่วมค้า (62%)

ธุรกิจอาเซียนตื่นตัวรับเทรนด์ดิจิทัล

นาย ศิระ กล่าวว่าผู้นำธุรกิจอาเซียนต่างตระหนักดีถึงการเข้ามาของดิจิทัลและการประยุกต์ใช้ให้เข้ากับธุรกิจ โดยซีอีโออาเซียนที่ทำการสำรวจเห็นตรงกันว่า ดิจิทัลจะมีส่วนสำคัญมากในกำหนดเป้าหมายขององค์กรและจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงค่านิยม วัฒนธรรม และพฤติกรรมขององค์กร นอกจากนี้ ผู้นำธุรกิจอาเซียนเกือบ 60% ต่างระบุว่า ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาเทคโนโลยีได้เข้ามาพลิกโฉม หรือส่งผลกระทบต่อการแข่งขันภายในอุตสาหกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่ 72% คาดว่า เทคโนโลยีจะกลายเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ ในอีก 5 ปีข้างหน้าอย่างแน่นอน

ซึ่งในระยะต่อไป ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial intelligence: AI) และหุ่นยนต์ (Robotics) จะเข้ามามีอิทธิพลกับการดำเนินธุรกิจทั่วโลก โดยซีอีโอมากกว่าครึ่งระบุว่า ได้เริ่มทำการศึกษาแนวทางการทำงานร่วมกันระหว่างมนุษย์กับเครื่องจักรกลแล้ว ในขณะที่ซีอีโออีก 39% ก็กำลังพิจารณาผลกระทบจากการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ต่อทักษะของแรงงานที่ต้องการในอนาคต

ในทางกลับกัน ซีอีโอก็ต้องใช้พยายามมากขึ้นในการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder's trust) หากต้องการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจอย่างเต็มรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการรักษาความปลอดภัยของข้อมูล รวมถึงการป้องกันภัยจากโลกไซเบอร์ ซึ่ง 63% ของซีอีโออาเซียน (เปรียบเทียบกับ 55% ของซีอีโอโลก) ต่างให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาการละเมิดข้อมูลความเป็นส่วนตัวและจริยธรรม ขณะที่ 52% ระบุว่า ยังคงต้องรับมือกับภัยคุกคามบนโลกไซเบอร์ และ 48% ประสบกับปัญหาระบบไอทีขัดข้องและอื่นๆ เล็งจ้างงานเพิ่ม-เน้นแรงงานที่มีทักษะ

แม้ซีอีโอในภูมิภาคอาเซียนจะมองแนวโน้มเศรษฐกิจโลกในปีนี้อันไม่ดีเท่าไรนัก แต่พวกเขากลับมีแผนจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยผู้นำธุรกิจอาเซียน 63% มีแผนที่จะเพิ่มการจ้างงานในปีนี้อย่างสูงกว่าปีก่อนที่ 59% และส่วนใหญ่ยังคงต้องการแรงงานที่มีทักษะ เพื่อรองรับการดำเนินธุรกิจในอนาคต ซึ่งประเด็นดังกล่าว ถือเป็นความกังวลของผู้นำธุรกิจทั่วโลกด้วยเช่นกัน โดยความกังวลเรื่องการขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ ปรับตัวเพิ่มขึ้นถึงสองเท่าในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา จาก 31% เมื่อปี 2541 เป็น 77% ในปีนี้

"เรากำลังเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคของหุ่นยนต์และระบบคอมพิวเตอร์อัตโนมัติ ซึ่งคาดว่าจะเข้ามาแทนที่การทำงานของมนุษย์ในภาคอุตสาหกรรมภายใน 10-20 ปีข้างหน้า โดยกระแสนี้ได้เกิดขึ้นแล้วในหลายประเทศชั้นนำของโลก ดังนั้น ทักษะอะไรก็ตามที่เครื่องจักรกลไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ เช่น ทักษะในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ๆ จะกลายเป็นที่ต้องการของตลาดในอนาคตอย่างไม่ต้องสงสัย" นาย ศิริยกกล่าว

ทั้งนี้ ทักษะแรงงานที่หายากในสายดาที่ซีอีโอทั่วโลก 5 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ (77%) ทักษะในการเป็นผู้นำ (75%) ทักษะในการบริหารอารมณ์ (64%) ทักษะในการปรับตัว (61%) และสุดท้าย คือ ทักษะในการแก้ปัญหา (61%) ในขณะที่ เดียวกัน ทักษะด้านดิจิทัลและสะเต็ม (STEM ประกอบด้วย วิทยาศาสตร์ (Science) เทคโนโลยี (Technology) วิศวกรรมศาสตร์ (Engineering) และคณิตศาสตร์ (Mathematics)) ถือเป็นทักษะที่ทำหายและจำเป็นที่ผู้นำองค์กรต้องมี

นาย ศิระ กล่าวทิ้งท้ายว่าเทคโนโลยีกลายเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนิน ธุรกิจอย่างแยกจากกันไม่ได้ ดังนั้น นอกเหนือจากการพัฒนาทักษะของ บุคลากรให้ทันกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแล้ว ตัวผู้บริหาร รวมทั้งพนักงาน ต้องปรับตัว ไขประโยชน์ และพัฒนาทักษะให้ทันกับ ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ในส่วนของซีอีโอเอง นอกจากจะต้องมี ความเป็นผู้นำแล้ว ยังต้องมีความฉลาดทางอารมณ์ กล่าวตัดสินใจใน การนำนวัตกรรมใหม่ๆ มาใช้ในการขับเคลื่อนองค์กรให้เติบโตอย่างโดดเด่นในยุคดิจิทัล

ที่มา: บริษัท PwC ประเทศไทย

เรียบเรียง: กษมน พงษ์ธานี