โลกวันนี้
23rd Anniversary
๑ พฤศจิกายน ๒๕๖๔
ขึ้นปีที่ ๒๔
LokWanNee
สแกน QR code เพื่อเข้าเว็บไซต์ ส่งพิมพ์ได้ทันที ทุกที่ ทุกเวลา ทั่วไทย ทั่วโลก
READY TO PRINT A4 THE INSTANT NEWSPAPER

โลกวันนี้

มากกว่าได้ข่าว คือ ได้คิด

ISSN 1513-9581

LokWanNee.com | ปีที่ 24 ฉบับที่ 5274 (1799) วันพุธที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2565 | 12 บาท

‘แอลจี’เปิดกลยุทธ์ปี2566 มุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าไฮเอนด์

“แอลจี” ครองส่วนแบ่งการตลาดอันดับหนึ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องซักผ้าและทีวีระดับพรีเมียม ปี 2565 เปิดตัวผลิตภัณฑ์เครื่องซักผ้าและทีวีหลากหลายรุ่น ส่งเสริมไลฟ์สไตล์ผู้บริโภคยุคใหม่ ปี 2566 มุ่งพัฒนานวัตกรรมสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพสูงเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับไฮเอนด์–กลางผ่านการเปิดตัวสินค้าใหม่ ๆที่ครอบคลุมทุกความต้องการมากยิ่งขึ้น

นายอำนาจ สิงหจันทร์ ผู้จัดการอาวุโสฝ่ายการตลาด บริษัท แอลจี อีเลคทรอนิคส์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า ปี 2565 เป็นปีที่ได้เห็นความท้าทายอย่างมากในตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าประเทศไทย ทั้งด้านต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้นและการแข่งขันด้านราคาจากแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าต่างๆ แต่แอลจียังคงรักษามาตรฐานการเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ไฟฟ้าระดับโลกด้วยการส่งมอบผลิตภัณฑ์เครื่องซักผ้าและสมาร์ททีวีที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีขั้นสูงเพื่อประสบการณ์การใช้งานที่ดีให้แก่ผู้บริโภค ผ่านความสามารถในการบริหารจัดการต้นทุนการผลิตร่วมกับบริษัทพันธมิตรด้านการผลิตชิ้นส่วนระดับโลกและบริษัทขนส่งชั้นนำ ทำให้บริษัทไม่ปรับขึ้นราคาสินค้าตลอดปีที่ผ่านมา

นอกจากนี้ยังนำเสนอทางเลือกที่มากกว่าด้านราคาให้แก่ลูกค้าระดับพรีเมียมถึงระดับกลางซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของบริษัท ด้วยจุดเด่นเครื่องซักผ้าแอลจีที่มาพร้อมเทคโนโลยีประหยัดพลังงานและประหยัดเวลา รวมถึงฟังก์ชันการใช้งานอัจฉริยะ ทั้งการสั่งงานด้วยเสียง และเมจิกรีโมทของทีวีแอลจีที่สามารถส่งมอบประสบการณ์ความบันเทิงภายในบ้านได้อย่างครบครัน ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับวิถีชีวิตที่ง่ายและสะดวกในยุคดิจิทัล โดยในปี 2566 ยังคงมุ่งมั่นพัฒนานวัตกรรมสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าคุณภาพสูงเจาะกลุ่มผู้บริโภคระดับไฮเอนด์ถึงระดับกลางผ่านการเปิดตัวสินค้าใหม่ ๆที่ครอบคลุมทุกความต้องการมากยิ่งขึ้น

การตลาด ▶2

‘JR’คว้างานก้อนโต3,906ล้าน ดันBacklogทำนิวไฮ7,500ล้าน

“JR” โชว์บิ๊กเซอร์ไพรส์ส่งท้ายปี คว้างานก้อนโตจาก “STEC” มูลค่า 3,906 ล้านบาท ผลักดันให้ Backlog ทำนิวไฮทะลุ 7,500 ล้านบาท ทยอยรับรู้ในช่วง 3–5 ปีข้างหน้า พร้อมเดินหน้าประมูลงานใหม่ต่อเนื่อง หนุนอนาคตมีรายได้และกำไรเติบโตก้าวกระโดด

นายจรัญ วิวัฒน์เจษฎาวุฒิ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท เจ.อาร์.ดับเบิ้ลยู. ยูทิลิตี้ จำกัด (มหาชน) หรือ JR เปิดเผยว่า บริษัทได้ลงนามในสัญญาโครงการเปลี่ยนระบบสายไฟฟ้าอากาศเป็นสายไฟฟ้าใต้ดินโครงการตามแนวรถไฟฟ้าสายสีชมพู ช่วงคลองถนน–ถนนรามคำแหง กับบริษัท ซิโน–ไทย เอ็นจีเนียริ่ง แอนด์ คอนสตรัคชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ STEC มูลค่า 3,906,133,600 บาท โดยมีระยะเวลาดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 1,260 วัน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญาและรับประกัน 2 ปี

“งานนี้ถือเป็นงานขนาดใหญ่ที่มีมูลค่าสูง ส่งผลให้บริษัทมีงานในมือรอรับรู้รายได้ (Backlog) ทำนิวไฮแตะระดับ 7,500 ล้านบาท โดยจะมีการรับรู้รายได้ในระยะยาว 3–5 ปี ขณะเดียวกันบริษัทยังคงเดินหน้าประมูลงานใหม่อย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงสิ้นปีถึงต้นปีหน้ายังมีงานขนาด

หลักทรัพย์ ▶2

เรื่องจากปก

การตลาด ◀

สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องซักผ้าของแอลจีถือว่าทำสัดส่วนรายได้มากที่สุดจากทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ ในปี 2565 มียอดขายเครื่องซักผ้า 418,000 เครื่อง มูลค่า 4,160 ล้านบาท โดยเครื่องซักผ้าฝาบนครองสัดส่วนมากที่สุดอยู่ที่ 46% สำหรับปี 2566 เตรียมแผนรุกตลาดเครื่องซักผ้าระดับพรีเมียมเพื่อเพิ่มยอดขายให้บริษัท ซึ่งเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมาได้เริ่มส่งผลิตภัณฑ์ LG WashTower™ เครื่องซักผ้าและเครื่องอบผ้าในเครื่องเดียววางจำหน่ายเป็นครั้งแรกในประเทศไทย เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าระดับพรีเมียมที่อยู่อาศัยในพื้นที่จำกัดอย่างบ้านอพาร์ตเมนต์ และคอนโดมิเนียม แต่ต้องการเครื่องซักผ้าที่เรียบหรู ดีไซน์ทันสมัย และประหยัดพื้นที่

การใช้งาน อีกทั้งตอบโจทย์ประหยัดเวลาทำงานบ้านด้วยฟังก์ชันแผงควบคุมตรงกลางที่เชื่อมต่อเครื่องซักผ้าและเครื่องอบผ้าให้ทำงานร่วมกันโดยอัตโนมัติ

บริษัทคาดหวังกระแสตอบรับที่มีต่อสินค้า WashTower รุ่นใหม่ล่าสุดนี้อยู่ที่ 2,500 เครื่องในปี 2566 อย่างไรก็ตาม บริษัทยังคงรักษากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องซักผ้าประเภทฝาบนด้วยการพัฒนาฟีเจอร์ใหม่ ๆ ในเครื่องซักผ้าประเภทฝาบนที่มีเทคโนโลยีล้ำสมัยเทียบเท่าเครื่องซักผ้าประเภทฝาหน้า โดยคาดว่าจะเปิดตัวสินค้าใหม่ในเดือนมีนาคม 2566

ในขณะที่แอลจียังครองสถานะผู้นำในกลุ่มทีวีพรีเมียมเป็นอันดับหนึ่งต่อเนื่อง 10 ปีซ้อน ด้วยยอดขายผลิตภัณฑ์ทีวี LG OLED ซึ่งเป็นรุ่นพรีเมียม โดยในปี 2565 มียอดขายทีวีทั้งหมด 230,000 เครื่อง มูลค่ารวม 3,738 ล้านบาท แบ่งเป็นทีวี LG OLED 10,600 เครื่อง มูลค่า 520 ล้านบาท ทั้งนี้ บริษัทเล็งเห็นศักยภาพของตลาดทีวีพรีเมียมที่มีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ยังคงมุ่งมั่นพัฒนาเทคโนโลยีในผลิตภัณฑ์ทีวีทุกรุ่นเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค โดยในปี 2565 ได้เปิดตัวไลน์อัพทีวีที่หลากหลาย เพิ่มตัวเลือกซีรีส์ใหม่และขนาดที่หลากหลายขึ้น เพื่อเจาะกลุ่มทั้งลูกค้าระดับไฮเอนด์ไปจนถึงลูกค้าใหม่ที่ต้องการสัมผัสเทคโนโลยีการนำเสนอภาพที่มีประสิทธิภาพสูงของทีวีแอลจี ทั้งนี้ บริษัทตั้งเป้าขยายส่วนแบ่งตลาดในกลุ่มทีวีเป็น 23% ในปี 2566 โดยมุ่งผลักดันตลาดพรีเมียมให้เติบโตยิ่งขึ้น และตั้งเป้ายอดขายกลุ่มทีวี OLED ที่ 75% ในขณะที่ตั้งเป้ายอดขายทีวีหน้าจอขนาดใหญ่ 70 นิ้วขึ้นไปอยู่ที่ 30%

ด้านการทำการตลาดในปีที่ผ่านมา บริษัทเน้นการทำโปรโมชั่นสำหรับสินค้ากลุ่มกลางถึงบนผ่านการขายแบบจับคู่ซื้อได้ราคาถูกกว่าเพื่อกระตุ้นปริมาณการซื้อในกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง ส่วนลูกค้าตั้งแต่ระดับกลางลงไปจะเน้นที่การลดราคาและโปรโมชั่นการผ่อนระยะยาวร่วมกับร้านค้าตัวแทนจำหน่าย โดยในปี 2566 เตรียมแผนกระตุ้นตลาดอย่างต่อเนื่องด้วยกิจกรรมการตลาดและโปรโมชั่นในหลายช่องทาง ไม่ว่าจะเป็นการมอบข้อเสนอพิเศษร่วมกับร้านค้าตัวแทนจำหน่าย และข้อเสนอพิเศษผ่านแพลตฟอร์มอี-คอมเมิร์ซต่าง ๆ ได้แก่ ลาซาด้า และช้อปปี้ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคในปัจจุบัน

หลักทรัพย์ ◀

ใหญ่ให้ประมูลอีกจำนวนมาก โดยเฉพาะงานวางระบบไฟฟ้าต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญช่วยผลักดันให้ผลงานในปีนี้เติบโตได้ตามเป้าหมาย รวมทั้งช่วยให้อนาคตเติบโตได้อย่างก้าวกระโดด”

สำหรับแนวโน้มการดำเนินธุรกิจในช่วงปี 2566 คาดว่ายังอยู่ในทิศทางที่ดีต่อเนื่อง เพราะสถานการณ์โดยรวมของประเทศไทยกลับสู่ภาวะปกติ การท่องเที่ยวฟื้นตัว ทำให้กำลังซื้อของผู้บริโภคดีขึ้น ขณะเดียวกันการลงทุนทั้งภาครัฐและเอกชนมีความชัดเจนมากขึ้น ทำให้บริษัทมีโอกาสที่จะได้รับงานใหม่ที่มีขนาดใหญ่มากขึ้นอีกด้วย

นอกจากนี้บริษัทเพิ่มกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจโดยเน้นประมูลงานในส่วนลูกค้าประเภทธุรกิจออยล์แอนด์แก๊สมากขึ้น เพราะมองว่าเป็นโอกาสในการขยายฐานลูกค้าใหม่ เพิ่มช่องทางการสร้าง

รายได้ในระยะยาว จะได้มีความมั่นคงและสร้างผลตอบแทนที่ดีให้กับผู้ถือหุ้นได้อย่างต่อเนื่อง

อนึ่ง ที่ผ่านมาบริษัทได้รับงานรื้อย้ายระบบสื่อสารและโทรคมนาคมที่กีดขวางงานก่อสร้างโครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วงใต้ สัญญาที่ 1 กับกิจการร่วมค้า “ซีเคเอสที-พีแอล” คิดเป็นมูลค่ารวมทั้งสิ้น 146.59 ล้านบาท (รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม) รวมทั้งได้งานในธุรกิจออยล์แอนด์แก๊สจำนวน 2 โครงการ มูลค่ารวม 93 ล้านบาท ประกอบด้วยโครงการ Electrical and Instrument Work for CFP Concurrent Work Project – Package LCO New LCO and Associated Fuel Oil Facilities กับบริษัท ไทยออยล์ จำกัด (มหาชน) หรือ TOP รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 62.13 ล้านบาท โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 23 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

พร้อมกันนี้ยังได้ลงนามในสัญญาโครงการ Electrical and Instrument Work for CFP Concurrent Work Project – Package LCO New LCO and Associated Fuel Oil Facilities กับบริษัท ไทยลู้บเบส จำกัด (มหาชน) หรือ TLB รวมภาษีมูลค่าเพิ่ม 31.77 ล้านบาท โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการให้แล้วเสร็จภายใน 23 เดือน นับถัดจากวันที่ลงนามในสัญญา

โลกวันนี้

หนังสือพิมพ์โลกวันนี้รายวัน สมาชิกสภาการหนังสือพิมพ์แห่งชาติ ยึดข้อบังคับว่าด้วยจริยธรรมแห่งวิชาชีพหนังสือพิมพ์ พ.ศ. 2541 / **ผู้ก่อตั้ง :** สมบูรณ์ อิชยาวรกุล / **เจ้าของ :** บริษัท โลกวันนี้ จำกัด / **สำนักงานบริษัท โลกวันนี้ จำกัด :** เลขที่ 65/40 ซอยบรมราชชนนี 30 ถนนบรมราชชนนี แขวงตลิ่งชัน เขตตลิ่งชัน กทม. 10170 / **กองบรรณาธิการ :** โทร.0-2422-8033 แฟกซ์ 0-2422-8044 / **e-mail :** editor59lokwannee@gmail.com

HEALTHIER, LONGER, BETTER LIVES

ป่วยโรคร้าย กี่ครั้งก็ยังสู้ไหว

AIA MULTI-PAY CI

โรคร้าย เจอ จ่าย หลายจบ

คุ้มครองซ้ำ 3 โรคร้ายแรงระดับรุนแรง

เคลมได้สูงสุดถึง 11 ครั้ง | รับความคุ้มครองสูงสุด 800% ของจำนวนเงินเอาประกันภัย | พิเศษ! เคลมซ้ำ 3 โรคร้ายแรงยอดฮิต

*มะเร็งระยะลุกลาม **กล้ามเนื้อหัวใจตายเฉียบพลันจากการขาดเลือด ***หลอดเลือดสมองแตกหรืออุดตัน

เอไอเอ ประเทศไทย ปลูกต้นไม้ 20,000 ต้น เพิ่มพื้นที่สีเขียวพร้อมกันทั่วประเทศ ตอกย้ำวันแห่งการทำความดีร่วมกัน ภายใต้โครงการ "เอไอเอ แชร์ริ่ง อะไลฟ์ ครั้งที่ 9"

เอไอเอ ประเทศไทย รวมพลังพนักงาน ตัวแทน ลูกค้า และพันธมิตรทางธุรกิจ จัดโครงการ "เอไอเอ แชร์ริ่ง อะไลฟ์ ครั้งที่ 9" วันแห่งการทำความดีร่วมกันประจำปี 2565 ภายใต้แนวคิด "แชร์ริ่ง กรีน สเปซ" โดยร่วมกันปลูกต้นไม้ 20,000 ต้น เพื่อเพิ่มพื้นที่สีเขียวและกำแพงกรองฝุ่นให้กับคนไทยในพื้นที่สาธารณะ 9 แห่งทั่วประเทศ พร้อมสานต่อนโยบาย "ปลูกต้นไม้ล้านต้น" ของกรุงเทพมหานคร ซึ่งได้รับเกียรติจาก**นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์** ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร มาเป็นตัวแทนรับต้นกล้าภายในงาน ณ สวนลุมพินี โดย "เอไอเอ แชร์ริ่ง อะไลฟ์ ครั้งที่ 9" จัดขึ้นเมื่อวันที่ 13 พฤศจิกายน 2565 พร้อมกันใน 9 พื้นที่ ตอกย้ำถึงความมุ่งมั่นในการสนับสนุนให้คนไทยมีสุขภาพและชีวิตที่ดีขึ้นตามคำมั่นสัญญา 'Healthier, Longer, Better Lives'

เอไอเอ ประเทศไทย นำโดยนายนิคฮิล แอดวานี ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กล่าวว่า **"โครงการเอไอเอ แชร์ริ่ง อะไลฟ์ ครั้งที่ 9 (AIA Sharing A Life 9)** เป็นกิจกรรมที่พวกเราชาวเอไอเอเรียกว่าวันแห่งการทำความดีร่วมกันที่จะจัดขึ้นเป็นประจำทุกปี เพื่อสรรค์สร้างสิ่งที่ดีตอบแทนคืนสู่สังคม พร้อมส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นของคนไทยควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคมให้เติบโตอย่างยั่งยืน โดยในปีนี้จัดขึ้นภายใต้แนวคิด **"แชร์ริ่ง กรีน สเปซ" (Sharing Green Space)** เพิ่มพื้นที่สีเขียวให้กับพื้นที่สาธารณะ 9 แห่งพร้อมกันทั่วประเทศ โดยแบ่งเป็นกรุงเทพมหานคร 2 พื้นที่ รวมปลูกต้นไม้จำนวน 10,000 ต้น และพื้นที่ใน 7 จังหวัดทั่วประเทศอีก 10,000 ต้น รวมทั้งสิ้น 20,000 ต้น ถือเป็นการตอกย้ำถึงเป้าหมายของเอไอเอในการส่งเสริมและดูแลสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของนโยบาย ESG ของเราที่มุ่งให้ความสำคัญทั้งในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล เพื่อส่งเสริมให้คนไทยมีสุขภาพและชีวิตที่ดีขึ้น"

นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร กล่าวเสริมว่า "ขอบคุณสำหรับกิจกรรมดี ๆ ในวันนี้ ซึ่งเอไอเอจัดต่อเนื่องมาเป็นปีที่ 9 โดยมีทั้งกิจกรรมออกกำลังกาย รวมถึงกิจกรรมปลูกต้นไม้ ซึ่งต้นไม้เป็นสิ่งสำคัญของเมือง เพราะช่วยกรองฝุ่น ช่วยลดเรื่องภาวะโลกร้อน ซึ่งดีต่อสุขภาพ โดยเฉพาะเยาวชนคนรุ่นใหม่ในอนาคต เปรียบเสมือนกับที่ชีวิตเราต้องมีการบริหารความเสี่ยง เพราะทุกวัน

ล้วนแล้วแต่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงรอบตัว ดังนั้น การซื้อประกันชีวิตนั่นคือการบริหารความเสี่ยงวิธีหนึ่ง หากซื้อประกันชีวิตแล้ว ยังดูแลสุขภาพตัวเองให้ดีด้วย ยิ่งจะช่วยให้เรามีสุขภาพและคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้น สำหรับกิจกรรมเอไอเอ แชร์ริ่งอะไลฟ์ ครั้งนี้ เอไอเอ ประเทศไทย ถือเป็นภาคเอกชนที่เข้มแข็งอีกหนึ่งองค์กรที่ร่วมปลูกต้นไม้กับทางกรุงเทพฯ จำนวน 10,000 ต้น และต่างจังหวัด 10,000 ต้น สิ่งที่สำคัญที่สุดไม่ใช่แค่การปลูกวันนี้เท่านั้น แต่คือการปลูกต้นไม้ในใจให้เรารักสีเขียว”

สำหรับกิจกรรมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร ณ สวนลุมพินี ได้รับเกียรติจาก**นายชัชชาติ สิทธิพันธุ์ ผู้ว่าราชการกรุงเทพมหานคร** ร่วมเป็นตัวแทนรับมอบต้นกล้าและปลูกต้นไม้พร้อมกับคณะผู้บริหารเอไอเอ ประเทศไทย เพื่อมุ่งเพิ่มปอดให้กับคนกรุงเทพฯ ตอบรับนโยบาย “ปลูกต้นไม้ล้านต้นเพื่อสร้างพื้นที่สีเขียวและกำแพงกรองฝุ่นทั่วกรุงเทพฯ” หวังเพิ่มร่มเงาและพื้นที่สีเขียวในเมือง ส่งเสริมให้กรุงเทพฯ เป็นเมืองที่เดินได้

นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมการปลูกต้นไม้ในบริเวณพื้นที่เขตบางรัก ทั้งบริเวณสวนเกาะกลางถนน สี่แยกสามย่าน ซึ่งถือเป็นแลนด์มาร์คของการเข้าสู่เขตบางรัก ภายในโรงเรียนวัดหัวลำโพง และแนวฟุตบาทถนนสีลม

โครงการเอไอเอ แชร์ริ่งอะไลฟ์ หรือวันแห่งการทำความดีร่วมกัน ซึ่งจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 9 ภายใต้แนวคิด “แชร์ริ่ง กรีน สเปซ” ในครั้งนี้ ได้มีการรวมพลังจิตอาสาจากทุกภาคส่วนทั้งสิ้นกว่า 50,000 คน ที่ได้ออกมาแสดงพลังความดีเพื่อทำกิจกรรมตอบแทนสังคม ซึ่งนอกจากกิจกรรมปลูกต้นไม้แล้ว ยังมีกิจกรรมสาธารณประโยชน์อื่น ๆ อีก ได้แก่ บริการตรวจสุขภาพฟรีโดยโรงพยาบาลในเครือบางปะกอก และเอไอเอ ไวทัลลิตี้ ปรับปรุงทัศนียภาพโดยรอบ ทาสีม้านั่ง เก็บขยะ และทำความสะอาดในพื้นที่สวนลุมพินีและพื้นที่สาธารณะในเขตบางรัก ทั้งนี้ สำหรับกิจกรรมปลูกต้นไม้ที่ทำขึ้นพร้อมกันในอีก 7 พื้นที่ทั่วประเทศ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เพื่อร่วมกันปลูกต้นไม้ทั้งหมด 20,000 ต้น

โครงการนี้นับเป็นส่วนหนึ่งของการดำเนินงานภายใต้กลยุทธ์ ESG ของเอไอเอ ประเทศไทย ที่มุ่งมั่นพัฒนาสังคมในด้านต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสังคม และธรรมาภิบาล เพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในสังคมของเรา ร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการแบ่งปันไปกับเอไอเอ ประเทศไทย หรือติดตามข่าวสารและกิจกรรมดี ๆ ที่จะเกิดขึ้นต่อเนื่องตลอดทั้งปีได้ที่ www.aia.co.th

อลิอันซ์ อยุธยา เปิดกลยุทธ์บริหารบุคคล รับความท้าทายใหม่หลังโควิด ยึดพนักงานเป็นศูนย์กลาง เน้นการมีส่วนร่วม รับฟัง สร้างความผูกพันในองค์กร

อลิอันซ์ อยุธยา ตอกย้ำกลยุทธ์การบริหารทรัพยากรบุคคลระดับโลก ภายใต้นโยบายกลุ่มอลิอันซ์ ยึดพนักงานเป็นศูนย์กลาง มุ่งสร้างความยืดหยุ่นในการทำงานด้วยเครื่องมือเทคโนโลยี เน้นการมีส่วนร่วมของพนักงาน ควบคู่ไปกับการสร้างสมดุลให้ชีวิต เดินหน้าสู่การเป็นองค์กรที่คนรุ่นใหม่อยากทำงานด้วย

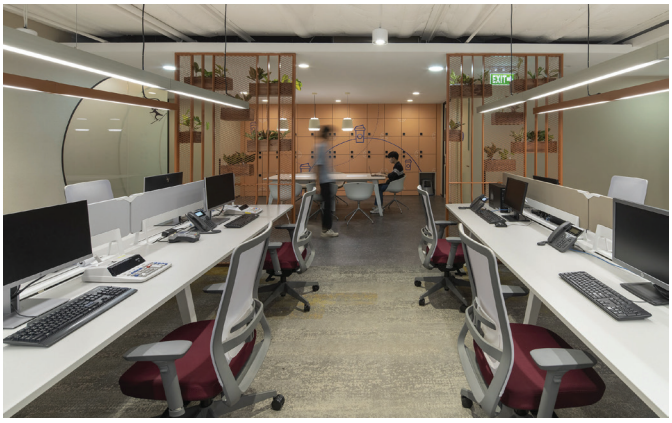
จันทนา ชินวรรโณ รองกรรมการผู้จัดการใหญ่ สายงานทรัพยากรบุคคล บมจ. อลิอันซ์ อยุธยา ประกันชีวิต กล่าวว่า ที่อลิอันซ์ กลยุทธ์หลักที่สำคัญและเป็นรากฐานของการทำงานของเราทั่วโลก คือ การยึดลูกค้าเป็นศูนย์กลางอย่างแท้จริง (True Customer Centricity) ดังนั้นสำหรับสายงานบริหารบุคคลเองลูกค้าภายในของเราก็คือ พนักงาน ซึ่งเราดูแลโดยใช้หลักการเดียวกัน คือ เน้นให้พนักงานมีส่วนร่วม รับฟังความคิดเห็น เพื่อนำมาออกแบบเป็นนโยบายหรือกิจกรรมที่ตอบโจทย์การทำงานยุคใหม่ ทำให้พนักงานมีความสุข

ดังนั้น มาตรวัดที่สำคัญในการเช็กว่าเราดูแลพนักงานของเราได้ดีมากน้อยแค่ไหน คือ คะแนนความผูกพัน ซึ่งมาจากการทำสำรวจที่เรียกว่า Allianz Engagement Survey (AES) ซึ่งใช้ในบริษัทภายใต้กลุ่มอลิอันซ์กว่า 70 ประเทศทั่วโลก สำหรับประเทศไทยเอง แม้ 2 ปีที่ผ่านมา จะเจอกับความท้าทายจากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ซึ่งส่งผลต่อทั้งวิถีชีวิต รวมทั้งวิธีการทำงานที่เปลี่ยนแปลงไป แต่อลิอันซ์ อยุธยา ยังคงรักษาคะแนนได้อย่างดีเยี่ยมในทุก ๆแกน ได้แก่

- **IMIX (Inclusive Meritocracy Index)** โอกาสความก้าวหน้าในสายงานที่มีมาตรฐาน คำนึงถึงผลการทำงานโดยไม่เลือกปฏิบัติ โดยได้คะแนนสูงถึง 91% (สูงกว่ามาตรฐานกลุ่มอลิอันซ์ 12 pp)
- **EEI (Employee Engagement Index)** ความผูกพันระหว่างพนักงานที่มีต่อองค์กร โดยได้คะแนนสูงที่ 88% (สูงกว่ามาตรฐานกลุ่มอลิอันซ์ 12 pp)
- **WWI (Work Well Index)** ความสมดุลของชีวิต มีเวลาเพียงพอให้กับงานและชีวิตส่วนตัวอย่างเหมาะสม คำนึงถึงสุขภาพทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ ซึ่งในแกนนี้ก็มีคะแนนสูงถึง 86% (สูงกว่ามาตรฐานกลุ่มอลิอันซ์ 15 pp)

อย่างไรก็ตาม ในขณะที่เราเข้าสู่ endemic หรือการที่โควิด-19 ได้ถูกประกาศให้เป็นโรคประจำถิ่นแล้วนั้น ถือเป็นความจำเป็นที่หลายองค์กรต้องหันกลับมา ทบทวนการดูแลพนักงาน ทั้งการใช้เทคโนโลยี ความยืดหยุ่นในการทำงานทั้งสถานที่และเวลา หรือแม้แต่ทักษะและวิธีการพัฒนาบุคลากรที่เหมาะสม เพื่อรักษาประสิทธิภาพในการทำงานรวมทั้งความผูกพันในองค์กรให้ยังคงอยู่ สำหรับบริษัทในกลุ่มอลิอันซ์ รวมถึงอลิอันซ์ อยุธยา เรามองเห็นเทรนด์มาสักพัก จึงได้เตรียมการเปลี่ยนผ่านสู่การทำงานในยุคใหม่พร้อมกันทั่วโลกภายใต้หลักการ WOW-New Ways of Working ซึ่งได้เริ่มนำมาใช้จริงตั้งแต่ปีที่ผ่านมา เช่น

- **รองรับ Flexi Work Arrangement** ปรับพื้นที่ออฟฟิศให้เป็นลักษณะ flexi seat สอดคล้องกับพฤติกรรมการทำงานในปัจจุบัน ซึ่งพนักงานสามารถ Work from Anywhere ได้ เน้นใช้พื้นที่ส่วนกลางในการสร้าง Team Collaboration ที่จะนำไปสู่การเกิดขึ้นของความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ต่าง ๆ รวมถึงการสร้างจิตสำนึกที่ดีด้านความยั่งยืนให้กับโลก ด้วยการมีจุดแยกขยะ การรีไซเคิล อย่างจริงจัง
- **การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะความสามารถที่ออกแบบได้เอง** การเรียนรู้ที่อลิอันซ์ อยุธยา เกิดขึ้นได้ Anytime Anywhere Any Device โดยพนักงานสามารถเข้าไปเลือกหัวข้อที่ตัวเองมีความสนใจได้เอง ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ได้รวบรวม Class จาก



ผู้เชี่ยวชาญในหัวข้อวิชาต่างๆ มากมาย รวมทั้งกิจกรรมที่บริษัทจัดสรรให้ นอกจากนั้น ยังมีกิจกรรมให้สามารถรวมกลุ่มกันเองได้ เช่น โครงการ design your own play

● **ชีวิตการทำงานที่สมดุลภายใต้สิ่งแวดล้อมที่ดี** ทั้งจากการทำงานแบบยืดหยุ่น สวัสดิการและกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ สันทนาการ เพื่อให้พนักงานสร้างสมดุลระหว่างการทำงานและเรื่องส่วนตัวได้อย่างเต็มศักยภาพ ควบคู่กับการออกแบบพื้นที่การใช้สอยรวมทั้งเทคโนโลยีให้เอื้อต่อการทำงาน เช่น ห้องประชุมที่ทันสมัย โซนนั่งทำงานแบบส่วนตัว (Focus Zone) คลินิกดูแลสุขภาพพนักงาน รวมทั้งสายด่วนจิตแพทย์ที่คอยให้คำปรึกษาในด้านความเครียดต่างๆ

ที่ผ่านมาอลิอันซ์ อยุธยา ได้รับรางวัลด้านองค์กรและการบริหารทรัพยากรบุคคลมากมาย ไม่ว่าจะเป็นการคว้ารางวัลสุดยอดองค์กรที่คนอยากร่วมงานด้วยมากที่สุดในเอเชีย HR Asia Best Companies to Work for in Asia 2022 จาก HR Asia ถึง 2 ปีซ้อน และล่าสุดบริษัทฯได้รับรางวัลสำนักงานที่มีการปรับปรุงได้โมเดิร์น สวยงามที่สุด จาก Archello สื่อด้านสถาปัตยกรรมชื่อดัง ประเทศเนเธอร์แลนด์ ด้วยโจทย์การออกแบบเพื่อสร้างพื้นที่ทำงานสำหรับโลกยุคใหม่ ที่ปรับเปลี่ยนง่าย ยืดหยุ่น ตอบโจทย์การใช้งานสำหรับทุกคน

"กลยุทธ์การทำงานแบบยืดพนักงานเป็นศูนย์กลางนี้ ไม่เพียงสร้างความสุขให้กับพนักงานของเราเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อลูกค้า เพราะวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการมีส่วนร่วมเช่นนี้จะเอื้อให้เกิดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ตอบโจทย์ลูกค้าทั้งในปัจจุบันและอนาคต เรามุ่งพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลต่อไป เพื่อให้อลิอันซ์ อยุธยาเป็นองค์กรที่พนักงานทำงานอย่างมีความสุข และเป็นหนึ่งในองค์กรอันดับต้นที่คนรุ่นใหม่อยากทำงานด้วย" จันทนากล่าวสรุป

แอปลงทุน ตัวช่วยคุณทำกำไร

- คัดสรร กองทุนเด่นโดย LH Bank Advisory
- เปรียบเทียบ กองทุนสูงสุด 15 กอง
- แจ้งเตือน กำไร-ขาดทุน
- รับข่าวสารบทวิเคราะห์การลงทุน ฟรี! ทุกวัน

พร้อมฟีเจอร์ ใหม่ ROBO ADVISOR

GET IT ON Google Play | Available on the App Store

Download Application Profita ได้แล้ววันนี้

live life with profit

ขอแสดงความยินดีเนื่องในโอกาสก้าวสู่ปีที่ 24 นสพ.โลกวันนี้

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮ้าส์
LAND AND HOUSES BANK

สอบถามเพิ่มเติม
LH Bank Call Center 1327