

ผลสำรวจแนวโน้มเศรษฐกิจและการเติบโต ของรายได้ในมุมมองซีอีโออาเซียนปี 2559

ศิระ อินทรกำธรชัย

โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

24 กุมภาพันธ์ 2559

**19th Annual
Global CEO
Survey**

February 2016



เกี่ยวกับผลสำรวจ



19th Annual Global CEO Survey / January 2016

Growing in complicated times ^{#6} / Addressing greater expectations ^{#12} / Transforming technology, innovation and talent ^{#13} / Measuring and communicating success ^{#14} / Navigating complexity to exceed expectations ^{#15}

Redefining business success in a changing world

CEO Survey

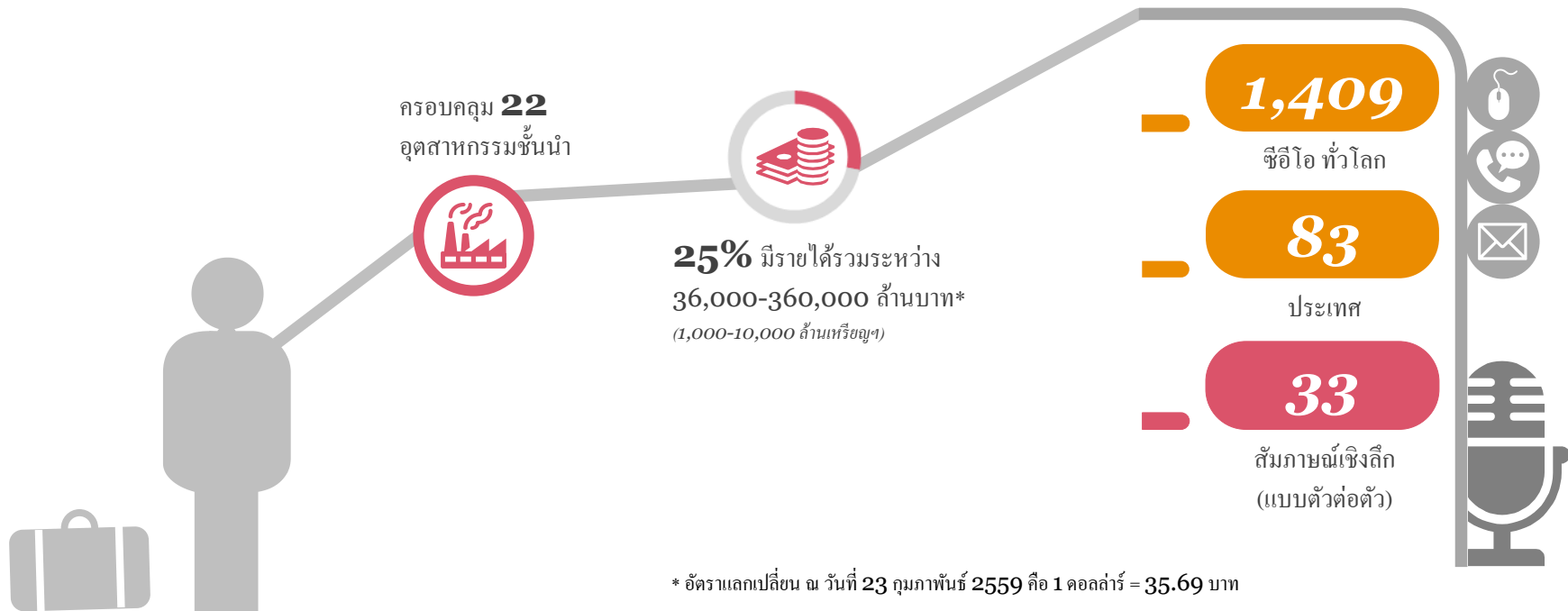


1,409 CEOs interviewed in 83 countries
66% of CEOs see more threats today
76% of CEOs define business success by more than financial profit

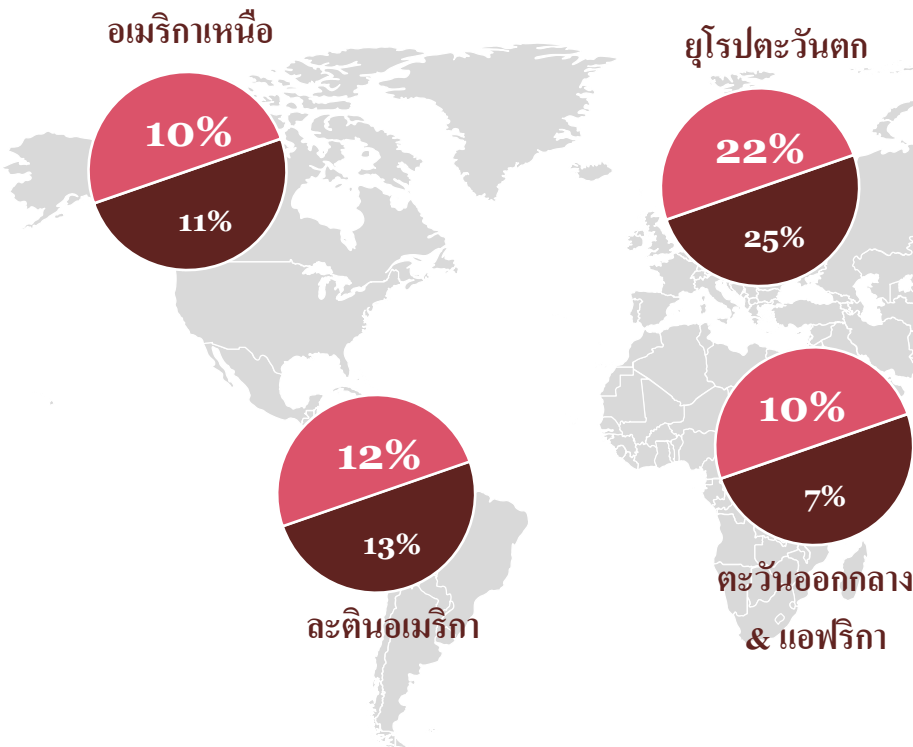


www.pwc.com/ceosurvey

เกี่ยวกับผลสำรวจ



การสำรวจซีอีโอในแต่ละภูมิภาค



หมายเหตุ
 ● ปี 2558
 ● ปี 2557

19th Annual Global CEO Survey
 PwC

เอเชียแปซิฟิก	จำนวน
ออสเตรเลีย	35
กัมพูชา	9
จีน	100
ฮ่องกง	22
อินเดีย	90
อินโดนีเซีย	9
ญี่ปุ่น	90
เกาหลีใต้	10
มาเลเซีย	10
นิวซีแลนด์	15
ฟิลิปปินส์	8
สิงคโปร์	14
ศรีลังกา	15
ไต้หวัน	30
ไทย	7
เวียดนาม	12

February 2016

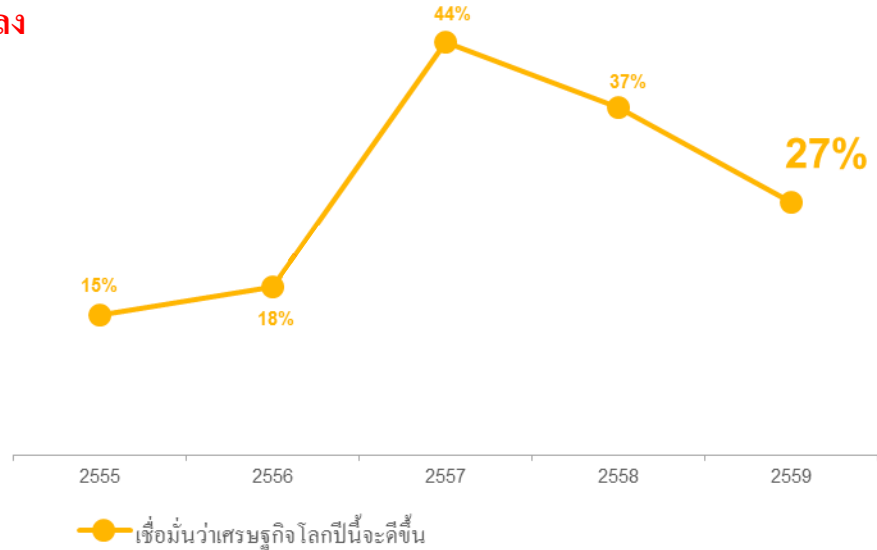
A photograph of a modern office building's interior. The scene is dominated by a glass-enclosed staircase with a white metal railing. Three people are standing on the stairs, engaged in conversation. A woman in a dark blue blazer is on the left, a man in a light blue shirt is in the center with his back to the camera, and a man in a pink shirt is on the right. The background shows a multi-level office space with glass walls, desks, and people working. The lighting is bright, suggesting a sunny day. A semi-transparent white banner is overlaid across the middle of the image, containing the text "Global Highlights" in a red, italicized serif font.

Global Highlights

ภาพรวมความเชื่อมั่นของซีอีโอโลกปี 2559

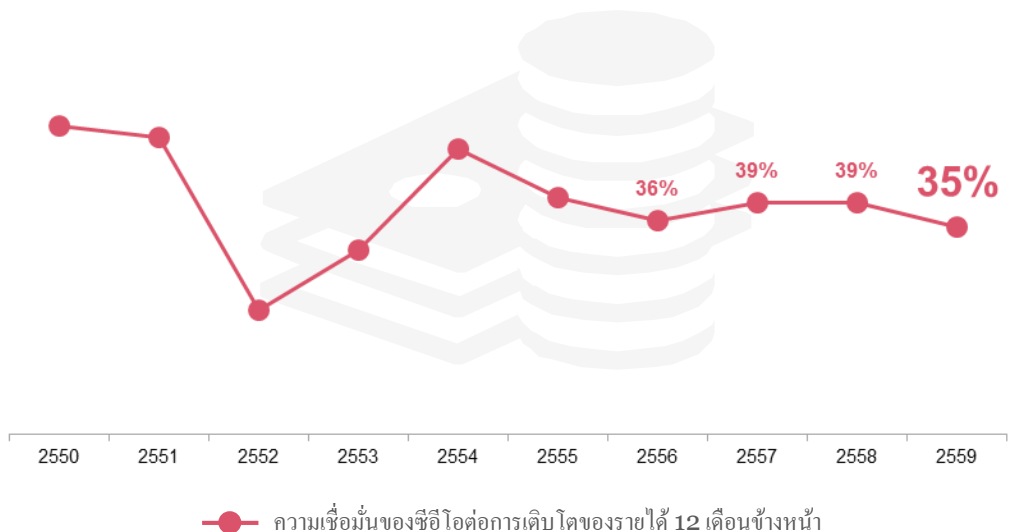
ความเชื่อมั่นต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกในปี 2559 **ลดลง**

27% คาดว่าเศรษฐกิจจะ**ดีขึ้น**






ภาพรวมความเชื่อมั่นของซีอีโอโลกปี 2559

ความเชื่อมั่นของซีอีโอโลกต่อการเติบโตของรายได้ 12 เดือนข้างหน้า **ลดลง**



ซีอีโอ 3 ประเทศเศรษฐกิจหลัก
ที่ขาดความเชื่อมั่นต่อการเติบโตของรายได้

	2559	2558
 จีน	24%	36%
 สหรัฐอเมริกา	33%	46%
 สหราชอาณาจักร	33%	39%

ปัจจัยเสี่ยงปี 2559

ซีอีโอขาดความเชื่อมั่นในระยะยาว



3 ปัจจัยเสี่ยง

- การออกกฎระเบียบที่เข้มงวดจนเกินไป (79%)
- ความไม่สงบทางการเมือง (74%)
- ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน (73%)

65% ห่วงความไม่มั่นคงทางสังคม

61% ห่วงความพร้อมในการรับมือเมื่อเกิดเหตุวิกฤต

61% ห่วงภัยคุกคามทางไซเบอร์

อุปสรรค VS โอกาสและการลงทุน

ซีอีโอโลกมองว่าปัจจุบันมีอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ **มากกว่า** โอกาส



66%
(59% ปี 2558)

เชื่อว่ามีอุปสรรคจำนวนมาก
ที่กระทบต่อการเติบโต
ของธุรกิจ



60%
(61% ปี 2558)

เชื่อว่ามีโอกาสจำนวนมาก
ที่สนับสนุนการเติบโต
ของธุรกิจ

4 อันดับประเทศนำลงทุนของซีอีโอโลก



สหรัฐอเมริกา



จีน

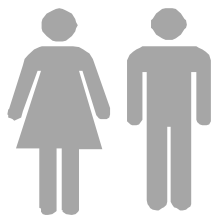


เยอรมนี



สหราชอาณาจักร

แนวโน้มการจ้างงานในปี 2559



การจ้างงานเพิ่มมีแนวโน้ม**ลดลง**
เมื่อเทียบกับปี 2558

	2559	2558
เพิ่มการจ้างงาน	48%	50%
การจ้างงานคงที่	30%	28%
ลดการจ้างงาน	21%	21%

ทักษะของแรงงาน คือ กุญแจสู่ความสำเร็จของธุรกิจ

ซีอีโอกังวลเรื่อง
ทักษะของพนักงาน  72%
2559

 81%
2558

ซีอีโอต้องการพนักงาน
ที่มีทักษะสูงและมี  75%
2559

ความสามารถในการ
ประยุกต์ใช้เทคโนโลยี  75%
2558

ความท้าทาย 3 ด้านในปี 2559



01

การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Addressing greater expectations)



02

การประยุกต์เทคโนโลยี นวัตกรรม เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์
(Transforming: technology, innovation and talent)



03

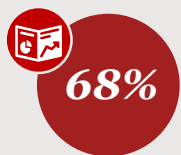
การประเมินผลสำเร็จของกิจการ
(Measuring success)

1. การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Addressing greater expectations)

เกือบสองในสามของซีอีโอเห็นว่า
ผู้บริหารโลกและลูกค้ามีผลกระทบต่อ
การกำหนดกลยุทธ์องค์กรมากที่สุด

2. การประยุกต์เทคโนโลยี นวัตกรรม เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์ (Transforming: technology, innovation and talent)

เทคโนโลยีที่ช่วยสร้างผลตอบแทนให้ซีอีโอมากที่สุดในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



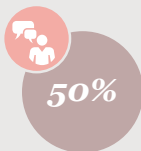
การวิเคราะห์
ข้อมูลขั้นสูง



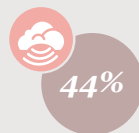
ระบบการบริหาร
ความสัมพันธ์กับลูกค้า



การวิจัยและ
พัฒนานวัตกรรม



การสื่อสารและ
สร้างสัมพันธ์กับ
ลูกค้าผ่านสังคม
ออนไลน์



เทคโนโลยีที่
สนับสนุนการ
ทำงานร่วมกัน
ภายในองค์กร



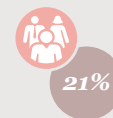
เทคโนโลยีใน
การรายงานผล
ออนไลน์



ความปลอดภัย
ของข้อมูลส่วน
บุคคล



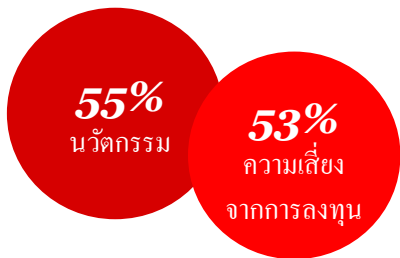
เครื่องมือที่ใช้
เก็บข้อมูลจาก
สังคมออนไลน์



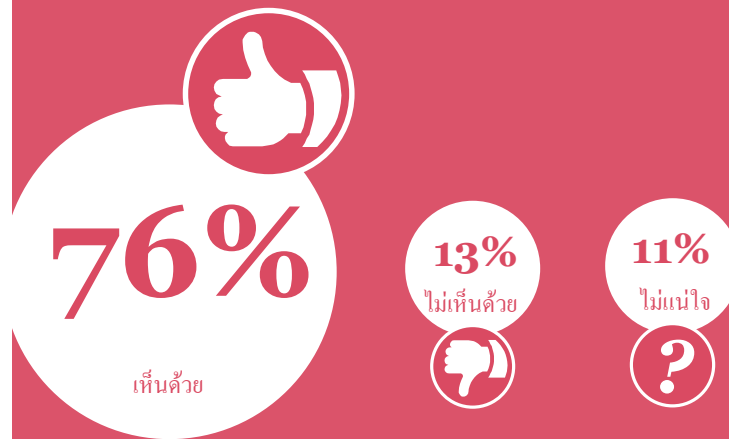
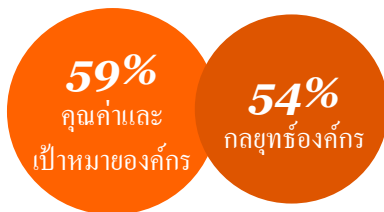
เครื่องมือสร้าง
ความสัมพันธ์กับ
นักลงทุน

3. การประเมินผลสำเร็จของกิจการ (Measuring success)

สิ่งที่ซีอีโอต้องการวัดผล



สิ่งที่ซีอีโอต้องการสื่อสาร



- ความล้มเหลวของการทำธุรกิจในศตวรรษที่ 21 ไม่ได้วัดที่ 'ผลกำไร' เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป
- 39% มองว่าธุรกิจควรมีการประเมินผลกระทบของสิ่งแวดล้อม



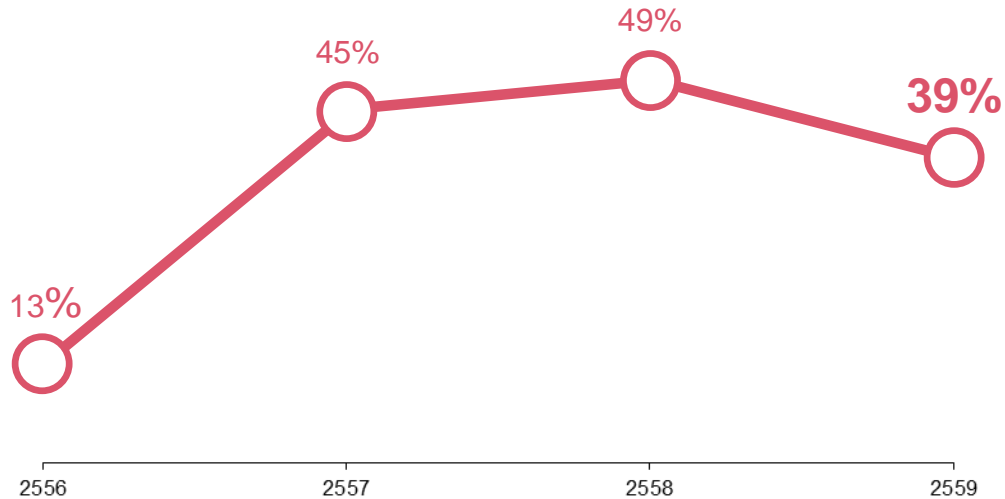
ASEAN Highlights


มุมมองซีอีโออาเซียน

กัมพูชา, ฟิลิปปินส์, มาเลเซีย,
เวียดนาม, สิงคโปร์, อินโดนีเซีย และไทย



ภาพรวมความเชื่อมั่นของซีอีโออาเซียนปี 2559



 ความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจโลกจะดีขึ้น

ซีอีโออาเซียน มีความเชื่อมั่น
ต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจโลก
ลดลงเหลือ



39%

ต่ำกว่าปีก่อนถึง **10%**

ประมาณการเศรษฐกิจปี 2559



Global GDP growth

3.4%*

* ข้อมูล ณ วันที่ 19 มกราคม 2559

ที่มา: International Monetary Fund (IMF)

ประมาณการเศรษฐกิจปี 2559

3 ปัจจัยที่เป็นอุปสรรคต่อเศรษฐกิจและนโยบาย



ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน (86%)



ความไม่มั่นคงทางสังคม (84%)



ความไม่สงบทางการเมือง (81%)



GDP
6.3%*



GDP
4.8%*

ไทย 3.2%**

เวียดนาม 6.4%**

ลาว 8.0%**

กัมพูชา 7.2%**

เมียนมา 8.4%**



GDP
2.6%*



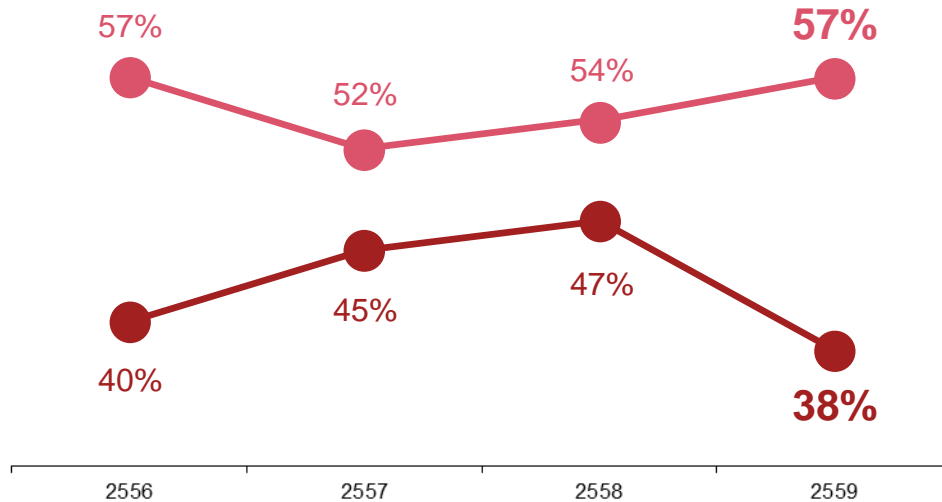
GDP
1.7%*

* ข้อมูล ณ วันที่ 19 มกราคม 2559

** ข้อมูล ณ วันที่ 9 ตุลาคม 2558

ที่มา: International Monetary Fund (IMF)

ภาพรวมความเชื่อมั่นของซีอีโออาเซียนปี 2559



● ความเชื่อมั่นของซีอีโอโลกต่อการเติบโตของรายได้ในระยะ 12 เดือนข้างหน้า

ความเชื่อมั่นของซีอีโออาเซียน
ต่อการเติบโตของรายได้ในระยะสั้น ลดลง



แต่ ความเชื่อมั่นของซีอีโออาเซียน
ต่อการเติบโตของรายได้ในระยะยาว เพิ่มขึ้น



อุปสรรค vs โอกาสและการลงทุน

ซีอีโออาเซียนมองว่าปัจจุบันมีอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ **มากกว่า** โอกาส



80%

(66% ปี 2558)

เชื่อว่าอุปสรรคจำนวนมาก
ที่กระทบต่อการเติบโต
ของธุรกิจ



62%

(71% ปี 2558)

เชื่อว่ามีโอกาสจำนวนมาก
ที่สนับสนุนการเติบโต
ของธุรกิจ

3 อุปสรรคในการเติบโตของธุรกิจอาเซียน



88% ขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ



80% การตัดสินใจบนและคอร์รัปชัน



75% ขาดความเชื่อมั่นต่อภาคธุรกิจ
และการเข้ามาของกลุ่มแข่งรายใหม่

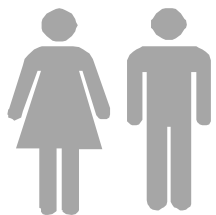
อุปสรรค vs โอกาสและการลงทุน



ไทยติด **Top 5** ตลาดที่น่าลงทุนในสายตาซีอีโออาเซียน



แนวโน้มการจ้างงานในภูมิภาคอาเซียนปี 2559



	2559	2558
เพิ่มการจ้างงาน	59%	67%
การจ้างงานคงที่	29%	21%
ลดการจ้างงาน	12%	13%

การจ้างงานเพิ่มมีแนวโน้ม**ลดลง**
เมื่อเทียบกับปี **2558**

กลยุทธ์ในการบริหารบุคลากรที่มีความสามารถสูง

- เปลี่ยนวิธีการพัฒนาบุคลากรเพื่อดันคนเก่งขึ้นเป็นผู้บริหารในอนาคต (43%)
- เปลี่ยนวัฒนธรรมและพฤติกรรมการทำงาน (43%)
- เปลี่ยนการบริหารจัดการผลตอบแทน และสวัสดิการให้มีประสิทธิภาพ (39%)

นโยบายภาครัฐที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มอาเซียน

3 สิ่งที่ภาคธุรกิจอาเซียนต้องการจากรัฐบาล

- สร้างแรงงานที่มีทักษะและปรับตัวได้ดี (71%)
- โครงสร้างพื้นฐานเชิงกายภาพ (ดิจิทัล) และระบบสาธารณูปโภค (41%)
- แรงงานที่มีความหลากหลาย (38%)

“ภาษี” มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนธุรกิจอาเซียน

- ภาษีเป็นค่าใช้จ่ายทางธุรกิจที่ต้องบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ (91%)
- การลดอัตราภาษีช่วยให้ต้นทุนการจัดการภาษีของธุรกิจลดลง (81%)
- การเสียภาษีให้ถูกต้องและโปร่งใส มีผลต่อชื่อเสียงภาพลักษณ์ขององค์กร (80%)

ความท้าทายของภาคธุรกิจอาเซียนในปี 2559



01

การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Addressing greater expectations)



02

การประเมินผลสำเร็จของกิจการ
(Measuring success)

1. การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Addressing greater expectations)

ซีอีโออาเซียนหันมาให้ความสำคัญ
กับการเข้าถึงกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย
(Stakeholders) มากขึ้น

1. การตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย **(Addressing greater expectations)**

การเปลี่ยนแปลงที่จะช่วยตอบสนองความคาดหวังของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียให้ประสบความสำเร็จ

2. การประเมินผลสำเร็จของกิจการ (Measuring success)



ลงความเห็นว่าเป็นศตวรรษที่ 21
ความสำเร็จของธุรกิจไม่ได้วัดที่ 'ผลกำไร' อีกต่อไป

ธุรกิจในอนาคตมีแผนจะนำแนวคิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน
(Sustainable Development Goals: SDGs) มาปรับใช้กับองค์กร

- 97% นำ SDGs มาปรับใช้ในองค์กรอีก 5 ปีข้างหน้า
- 87% เชื่อว่า องค์กรจำเป็นต้องดำเนินธุรกิจโดยคำนึงถึง SDGs เป็นหลัก
- 80% ของประชากรมีแนวโน้มบริโภคสินค้าและบริการ จากบริษัทที่มีการดำเนินธุรกิจตามเป้าหมาย SDGs



ที่มา: ผลสำรวจ SDG Paving the Way Towards Market Leadership

7 ขั้นตอนเพื่อผนวก *SDGs* เข้ากับธุรกิจ

หาวิธีการประเมินผล
และวัดผลกระทบ
เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย
ของ *SDGs* อย่างชัดเจน

เข้าใจความสำคัญของ
ธุรกิจที่ดำเนินงานภายใต้
กรอบของรัฐบาล

ผนวก *SDGs* เข้ากับแผน
และกลยุทธ์ของธุรกิจ

มองหาเป้าหมายของการ
พัฒนาอย่างยั่งยืนและ
คุณค่าขององค์กร

มองผลกระทบทางบวก
และลบของ *SDGs* ที่มี
ต่อธุรกิจ

จัดลำดับความสำคัญ
วิธีการที่จะช่วยลด
ผลกระทบเชิงลบและ
เพิ่มผลกระทบทางบวก
ในสิ่งที่ต้องการจะ
ประสบความสำเร็จ

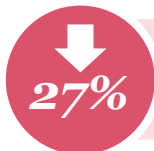
ติดตามผลกระทบของ *SDGs*
และแผนกลยุทธ์ต่อธุรกิจ

ที่มา: *ผลสำรวจ SDG Paving the Way Towards Market Leadership*

สรุปผลสำรวจ



Global CEO



ความเชื่อมั่นต่อการเติบโตของเศรษฐกิจโลกปีนี้ **ลดลง** เหลือ 27% ต่ำสุดในรอบ 5 ปี นับจากปี 2554



ความเชื่อมั่นของซีอีโอโลกต่อการเติบโตของรายได้ ใน 12 เดือนข้างหน้า **ลดลง** เหลือ 35%



ปัจจุบันมีอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ **มากกว่า** โอกาส



แนวโน้มการจ้างงานเพิ่ม **ลดลง** จากปี 2558 และส่วนมากต้องการแรงงานที่มีทักษะสูง เก่งเทคโนโลยี



ASEAN CEO



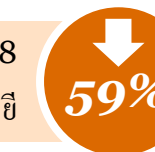
ความเชื่อมั่นต่อการเติบโตของเศรษฐกิจโลกปีนี้ **ลดลง** เหลือ 39%



ความเชื่อมั่นของซีอีโออาเซียนต่อการเติบโตของรายได้ ใน 12 เดือนข้างหน้า **ลดลง** เหลือ 38%



ปัจจุบันมีอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ **มากกว่า** โอกาส



แนวโน้มการจ้างงานเพิ่ม **ลดลง** จากปี 2558 และส่วนมากต้องการแรงงานที่มีทักษะสูง เก่งเทคโนโลยี

สรุปผลสำรวจ



Global CEO

กลยุทธ์ในปี **2559**



ลดต้นทุนการดำเนินงาน



วางแผนจะหาพันธมิตรหรือธุรกิจร่วมทุนรายใหม่



ควบรวมกิจการ



ASEAN CEO

กลยุทธ์ในปี **2559**



วางแผนลดต้นทุนในอีก **12** เดือนข้างหน้า



วางแผนจะหาพันธมิตรหรือธุรกิจร่วมทุนรายใหม่

Q&A

WARNING: The following disclaimer and copyright notices must be customised for your local territory - if you need assistance with appropriate wording, contact your local Risk Management or Office of General Counsel.

This publication has been prepared for general guidance on matters of interest only, and does not constitute professional advice. You should not act upon the information contained in this publication without obtaining specific professional advice. No representation or warranty (express or implied) is given as to the accuracy or completeness of the information contained in this publication, and, to the extent permitted by law, [insert legal name of the PwC firm], its members, employees and agents do not accept or assume any liability, responsibility or duty of care for any consequences of you or anyone else acting, or refraining to act, in reliance on the information contained in this publication or for any decision based on it.

© 2016 [insert legal name of the PwC firm]. All rights reserved. In this document, "PwC" refers to [insert legal name of the PwC firm] which is a member firm of PricewaterhouseCoopers International Limited, each member firm of which is a separate legal entity.

ผลสำรวจแนวโน้มเศรษฐกิจและการเติบโต ของรายได้ในมุมมองซีอีโออาเซียนปี 2559

ศิระ อินทรกำธรชัย

โรงแรมอินเตอร์คอนติเนนตัล กรุงเทพฯ

24 กุมภาพันธ์ 2559

**19th Annual
Global CEO
Survey**

February 2016

