



ห้องสมุดคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ชื่อสิ่งพิมพ์ (source) ...กรุงเทพธุรกิจ... วัน/เดือน/ปี (dd/mm/yy) ...17 พ.ย. 2552... หน้า (page) ...7...

'ทรู' ใหญ่แต่ไม่กลวง



INNO TO GO:

รศ.ดร.ธีรยุทธ วัฒนาสุภโชค

รองคณบดี ฝ่ายวางแผนและพัฒนา คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

teerayout@acc.chula.ac.th

ย อยู่กับบริษัทรางวัลนวัตกรรมยอดเยี่ยมแห่งประเทศไทย หรือ Thailand's Most Innovative Companies 2009 จัดโดยคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมกับหนังสือพิมพ์กรุงเทพธุรกิจ นอกจากเอสซีจีกรุ๊ปที่ได้สุดยอดนวัตกรรมในธุรกิจ Non Service ไปแล้ว บริษัท ทรู คอร์ปอเรชั่น ก็ได้รับรางวัลสุดยอดในธุรกิจ Service ครบ

เริ่มจากการที่ ทรู เป็น**เซอร์วิสไปรษณีย์**ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงต้องเป็นทั้งนักจัดการและสรรหาเทคโนโลยีใหม่จากทั่วโลก เข้ามาสนับสนุนไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ให้ทันสมัยและสะดวกสบาย ทิศทางยุทธศาสตร์หลักของ ทรู ที่สร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันคือ "Convergence" ที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่ต้องการความครบครันด้านบริการรอบด้าน

จึงนำมาซึ่งการต่อยอดธุรกิจที่เชื่อมโยงกันอย่างกลมกลืนของ 5 ธุรกิจหลักของ ทรู ประกอบด้วย ทรูมูฟ ธุรกิจมือถือ ทรูออนไลน์ ให้บริการอินเทอร์เน็ต บรอดแบนด์ ทรูวิชั่น ทรูมันนี่ กระเป๋าเงินอิเล็กทรอนิกส์ โอนเงิน ชำระค่าบริการง่ายๆ ผ่านระบบมือถือ และ ทรูไลฟ์ ที่มีทรูคอฟฟี่และทรูช็อป เป็นหัวใจแห่งธุรกิจนี้

ทรู ย้ำว่า กลยุทธ์ "Convergence" ถือเป็นพลังขับเคลื่อนธุรกิจและการตลาด นำมาซึ่ง "นวัตกรรม" ที่สร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจ จากผลผลิตทางธุรกิจที่เชื่อมโยงสนับสนุนกันอย่างใกล้ชิด จนกลายเป็นชินเนออี้ที่ตอนนี้หลายกิจการต้องยอมรับถึงความสำเร็จของแนวคิดดังกล่าว

การขับเคลื่อนองค์กรนวัตกรรมแห่งอนาคตของ ทรู จะต้องมี 4 องค์ประกอบหลัก เริ่มจาก L : Leadership แสวงหาและปั้นคน ทรูเชื่อว่าธุรกิจทั้งหมดทั้งปวงนั้น ขับเคลื่อนด้วยพลังจากบุคลากรที่มีคุณภาพ ตามมาด้วย I : Innovation การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ของวันพรุ่งนี้ให้ดีกว่าวันนี้ L: Learning Organization สร้างกระบวนการเรียนรู้ และส่งเสริมกระบวนการคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และ C : Customer Caring การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า

ทฐู จึงมีหนึ่งในการกิจสำคัญคือ ค้นหาคนเก่ง และหาทางสนับสนุนส่งเสริมคนเหล่านั้นให้มีความสุขและรักในการทำงาน จึงจะนำสู่การพัฒนาสิ่งต่างๆ ในกิจการ กล่าวโดยรวมก็คือต้องสร้าง Passion ให้เกิดกับบุคลากรของกิจการนั่นเอง

และเมื่อ ทฐู เชื่อมั่นว่า ธุรกิจขับเคลื่อนด้วยคน การสกัดไอเดียใหม่ๆ จากบุคลากรภายในที่เคยดำเนินมาอย่างต่อเนื่อง จึงเข้มข้นขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะจากการผลักดันโครงการ TIP หรือ Technopreneurship and Innovation Management Program แคมเปญปลุกกระตุ้นไอเดียใหม่และค้นหานวัตกรรม จากพนักงานทุกยูนิิตที่ส่งเข้าประกวด

ดังนั้น ทฐู กับสโลแกน "**ค้นหา-พัฒนา-ต่อยอด**" จึงเป็นแนวทางผลักดันให้กิจการกลายเป็นบริษัทนวัตกรรมแห่งอนาคต เพื่อตอบโจทย์ Lifestyle Convergence ที่จะสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน อย่างไรก็ตาม ทฐู คอร์ปอเรชั่น เชื่อมั่นอย่างยิ่งว่า “นวัตกรรม” จะเป็นปัจจัยผลักดันให้กิจการเติบโตอย่างยั่งยืนทั้งวันนี้และอนาคต