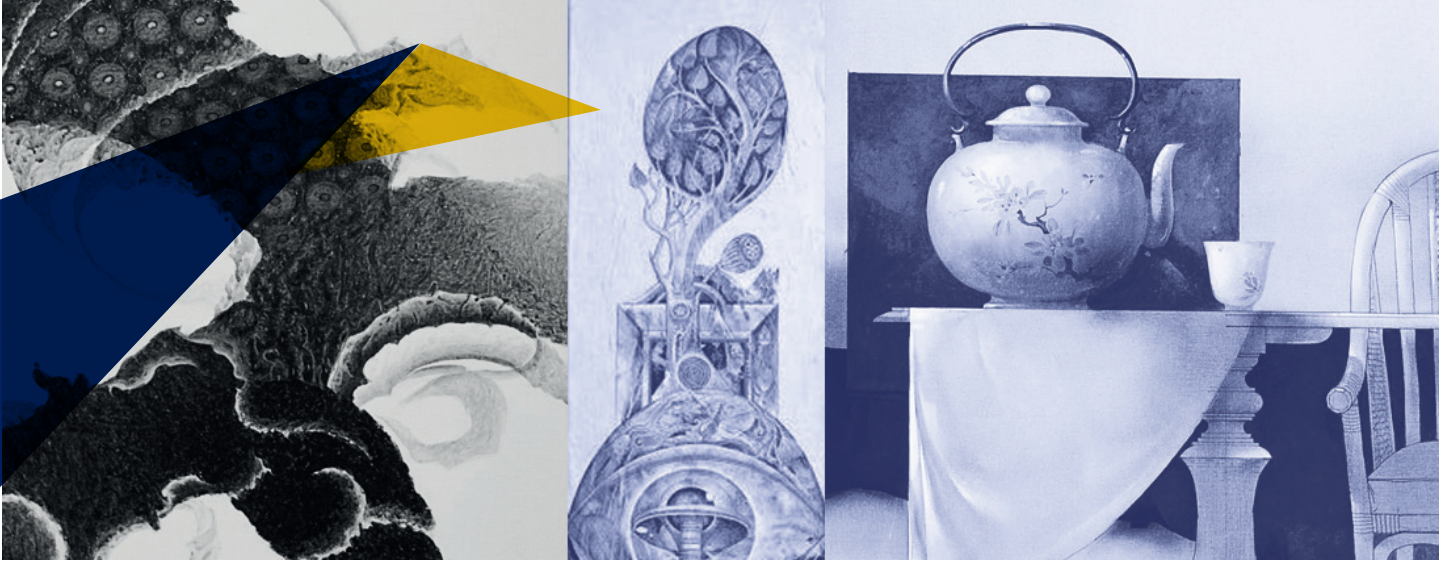


สารจากประธานกรรมการ และประธานกรรมการบริหาร



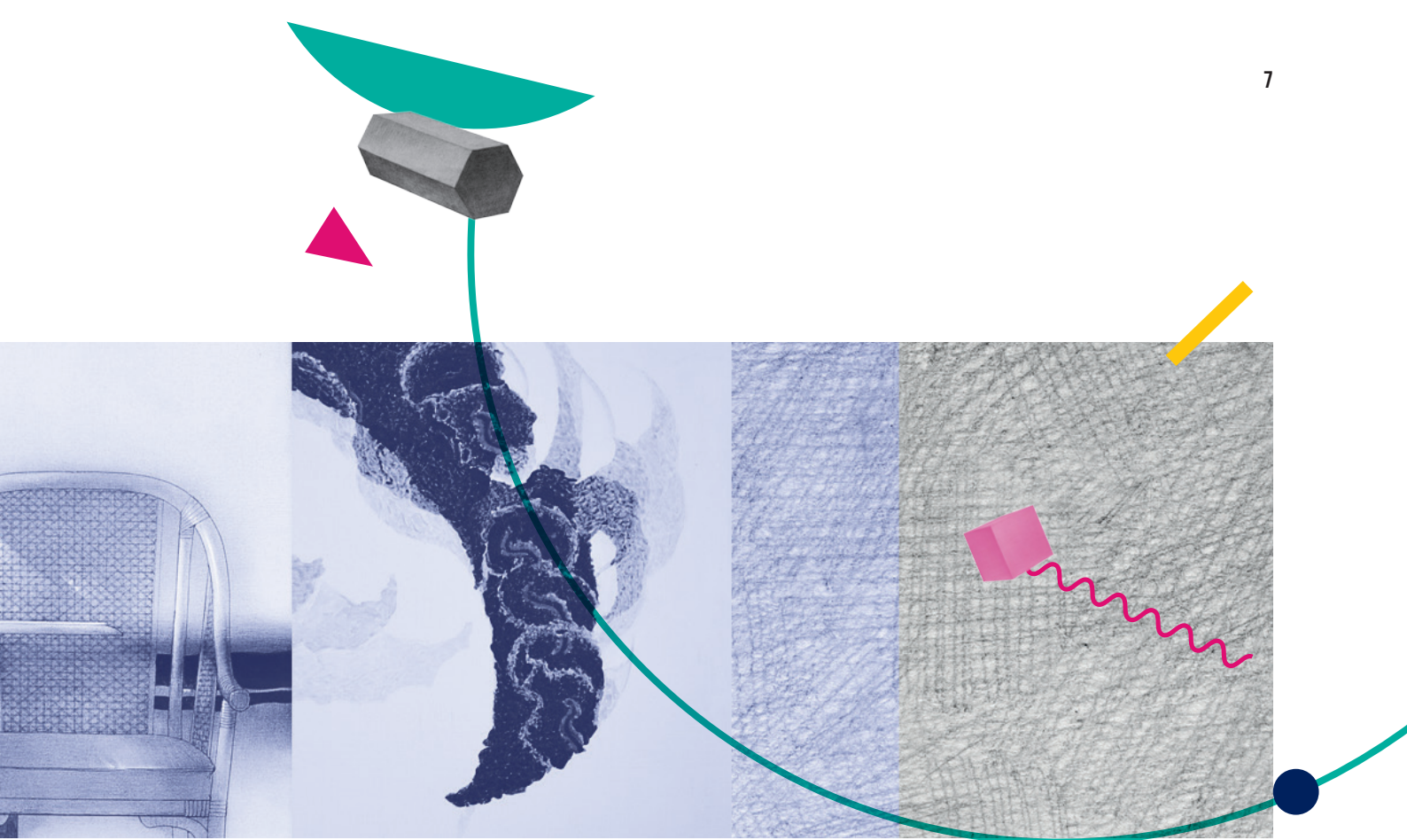
การก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC หรือ ASEAN Economics Community) ในปี 2558 ของประเทศแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทั้ง 10 ประเทศกลายเป็น “ตลาดและฐานการผลิตเดียว” ซึ่งทำให้เขตการค้าการลงทุนเปิดกว้างขึ้นจากเดิมอีกหลายเท่า จึงนับเป็นจุดเปลี่ยนที่สำคัญของเศรษฐกิจและธุรกิจไทย และเป็นปีที่เห็นหัวเลี้ยวหัวต่อของการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญของตลาดทุนไทยอีกครั้งหนึ่ง ซึ่งมีทั้งโอกาส และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจ SMEs ในปีที่ผ่านมา วิถีคิดของนักลงทุนมีการเปลี่ยนแปลงไปจากอดีต ประกอบกับกลุ่มธุรกิจเดิมๆ ที่เคยเป็นผู้นำตลาดได้ลดความสำคัญไปอย่างมาก ทำให้นักลงทุนเริ่มให้ความสำคัญกับธุรกิจขนาดกลางที่มีศักยภาพและความสามารถสร้างความแตกต่างจากการทำธุรกิจแบบเดิม จึงเป็นการย้ำให้ธุรกิจไทยต้องให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนวิถีคิด (Paradigm Shift) เตรียมพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง และสร้างความแตกต่างจากการทำธุรกิจแบบเดิมโดยอาศัยนวัตกรรม และเทคโนโลยีมาเป็นเครื่องมือผลักดัน (Disruptive Technology) เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันและขับเคลื่อนธุรกิจไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

ในปี 2558 การขยายตัวของเศรษฐกิจไทยได้อ่อนแอลงกว่าที่มีการคาดการณ์ไว้ หลังการฟื้นตัวในช่วงครึ่งปีแรกเป็นไปอย่างเชื่องช้าจากการลดลงของมูลค่าการส่งออก ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนหลักของจีดีพี อุปสงค์ในประเทศที่ขยายตัวลดลงมาก ขณะที่แรงกระตุ้นจากโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐยังไม่สามารถดำเนินการได้ในปี 2558 แม้ว่าจะมีปัจจัยบวกจากราคาน้ำมันที่ลดลงอย่างต่อเนื่องก็ตาม เงินบาทที่อ่อนค่าลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ออกมาก็เป็นเพียงระยะสั้นเท่านั้น มีเพียงการท่องเที่ยว

ที่ยังเติบโตในเกณฑ์ดี จากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่สงบลง และผลบวกจากการยกเลิกกฎอัยการศึก

ความท้าทายของกลุ่มบริษัท เอเชีย พลัส รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านการเงินไทย ในเรื่องความสามารถของการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและยกระดับประเทศไทย โดยในปีที่ผ่านมา กลุ่มบริษัท เอเชีย พลัส ได้มีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงบริบทของประเทศไทย โดยเปิดโอกาสให้คนรุ่นใหม่เข้ามาสัมผัสกับตลาดทุนได้มากกว่าในอดีต ช่วยในเรื่องของการระดมเงินจากการออกตราสารหนี้ และตราสารทุน ทั้งนี้หากมีการร่วมมือกันสร้างความเปลี่ยนแปลงผสมผสานกับการเติบโตจากรากฐานเดิม ก็จะทำให้ประเทศไทยมีความแข็งแกร่งมากขึ้น จากความหลากหลายของธุรกิจและอุตสาหกรรม ความเสี่ยงที่ลดลง ธุรกิจเติบโต รวมถึงตลาดทุนที่จะเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน

ภายใต้ภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก และการแข่งขันที่มีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว บริษัท เอเชีย พลัส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) ได้ให้ความสำคัญกับการปรับโครงสร้างองค์กร และการวางแผนกลยุทธ์องค์กร (2020 Strategy) เพื่อกำหนดจุดมุ่งหมายและทิศทางขององค์กรสำหรับช่วงระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า ไว้เป็นแนวทางที่ชัดเจนว่าองค์กรต้องการเดินไปในทิศทางใด เพื่อเราจะสามารถสื่อสารและตอบข้อจุดแข็ง วางแผนการดำเนินงาน และใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้ไปในทิศทางเดียวกัน เพื่อที่จะสามารถบรรลุเป้าหมายที่มีร่วมกันได้ โดยตั้งแต่ต้นปี บริษัทได้ร่วมมือกับบริษัทที่ปรึกษาด้านการตลาดเพื่อทำการศึกษาสภาพแวดล้อมในการดำเนินธุรกิจในทุกๆ ด้านผ่านการสัมภาษณ์ลูกค้า และนักลงทุนในเชิงลึก และการประชุม



เชิงปฏิบัติการร่วมกันของผู้บริหารและตัวแทนจากสายงานต่างๆ จนกระทั่ง บริษัทสามารถกำหนดแผนกลยุทธ์ขององค์กรที่เราเชื่อมั่นว่าจะช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มบริษัท เอเชีย พลัส

กลุ่มบริษัท เอเชีย พลัส มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับมายาวนาน ในการช่วยเพิ่มมูลค่าของสินทรัพย์ให้กับลูกค้าของเรา และจากนี้เป็นต้นไป เราจะใช้จุดแข็งนี้ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการภายใต้ คอนเซ็ปต์ “Creating Value Beyond Wealth” โดยที่เราจะมีกลยุทธ์หลัก 2 ส่วน คือ กลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ให้เป็นที่รับรู้และยอมรับในตลาด และกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจ ซึ่งบริษัทได้ออกแบบธุรกิจเป็น 2 โมเดล คือ Private Wealth Management และ Full Service Brokerage ซึ่งในแต่ละโมเดลจะมีรูปแบบการให้บริการที่แตกต่างกัน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าเป้าหมายที่ต่างกัน

ทั้งนี้ ในการที่จะบรรลุเป้าหมายระยะ 5 ปีขององค์กร บริษัทได้กำหนดกลยุทธ์ในการขับเคลื่อนธุรกิจ เป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาและนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย (Customer Segmentation) สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าในแต่ละกลุ่มได้อย่างแท้จริง

2. การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในระยะยาว ด้วยการเสนอบริการที่สร้างประโยชน์และคุณค่าที่แท้จริง (Beyond-Wealth Service) ให้กับลูกค้า
3. การสร้างองค์กรให้มีระบบการบริหารจัดการองค์ความรู้ และข้อมูลขององค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Knowledge-Driven Organization)
4. การสร้างวัฒนธรรมองค์กร ด้วยการให้คุณค่าองค์กรของบริษัท (Corporate Value) ในการสร้างความเชื่อมโยงเป้าหมายของบริษัทกับบุคลากรในองค์กร

ท้ายที่สุดนี้ การดำเนินธุรกิจให้สำเร็จตามแผนกลยุทธ์องค์กรที่บริษัทได้กำหนดไว้ ปัจจัยที่สำคัญในการผลักดันแผนกลยุทธ์องค์กรให้สำเร็จลุล่วง คือ แรงสนับสนุนจากผู้ถือหุ้น ลูกค้า และพนักงานทุกคนที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพ เรียนรู้สิ่งใหม่ๆ ปรับตัวเปลี่ยนแปลง และพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมาย และเป็นกำลังสำคัญในการสร้างความสำเร็จ และความยั่งยืนให้กับองค์กร บริษัทมุ่งมั่นที่จะบรรลุจุดหมายของกลยุทธ์องค์กร (2020 Strategy) และเชื่อว่าการพยายามปรับปรุงเปลี่ยนแปลงนี้จะก่อประโยชน์ให้กับองค์กรและผู้ถือหุ้นให้เห็นเป็นรูปธรรมมากขึ้นตามลำดับ

นายชาลี โสภณพนิช
ประธานกรรมการ

นายก้องเกียรติ โอภาสวงการ
ประธานกรรมการบริหาร