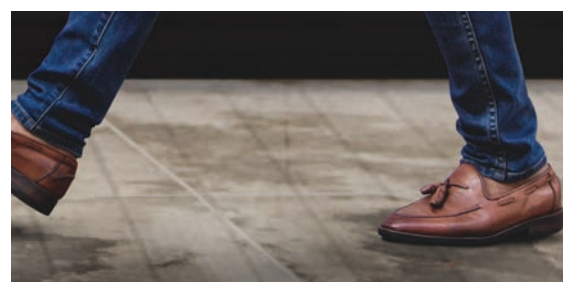
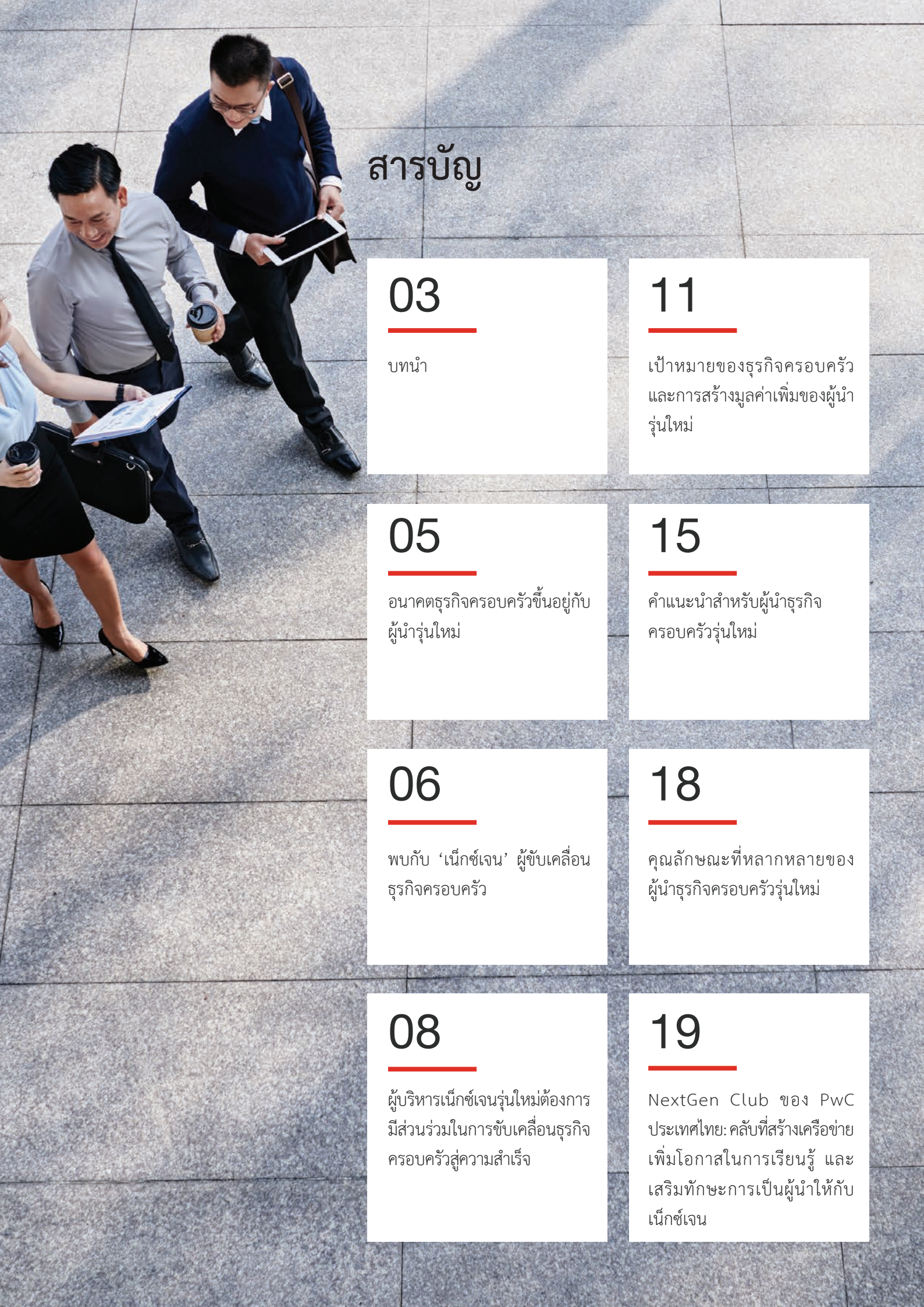


ผู้นำการเปลี่ยนแปลง:

พิสูจน์ตัวเองเพื่อก้าวสู่การเป็น ผู้บริหารเน็กซ์เจนรุ่นใหม่

รายงานผลสำรวจผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ ประจำปี 2562
ฉบับประเทศไทย





สารบัญ

03

บทนำ

11

เป้าหมายของธุรกิจครอบครัว
และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้นำ
รุ่นใหม่

05

อนาคตธุรกิจครอบครัวขึ้นอยู่กับ
ผู้นำรุ่นใหม่

15

คำแนะนำสำหรับผู้นำธุรกิจ
ครอบครัวรุ่นใหม่

06

พบกับ ‘เน็กซ์เจน’ ผู้ขับเคลื่อน
ธุรกิจครอบครัว

18

คุณลักษณะที่หลากหลายของ
ผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่

08

ผู้บริหารเน็กซ์เจนรุ่นใหม่ต้องการ
มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนธุรกิจ
ครอบครัวสู่ความสำเร็จ

19

NextGen Club ของ PwC
ประเทศไทย: คลับที่สร้างเครือข่าย
เพิ่มโอกาสในการเรียนรู้ และ
เสริมทักษะการเป็นผู้นำให้กับ
เน็กซ์เจน

บทนำ

สถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันส่งผลให้ผู้บริหารและผู้นำองค์กรต้องก้าวทันการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอเพราะความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยีดิจิทัลรูปแบบใหม่ รวมทั้งการแข่งขันที่รุนแรงของผู้ประกอบการทั่วโลก ล้วนเป็นปัจจัยที่กดดันธุรกิจครอบครัวให้ต้องปรับตัวรวดเร็วยิ่งขึ้นกว่าเดิม ส่งผลให้ความท้าทายในการดำเนินธุรกิจเพิ่มขึ้นอย่างไม่เคยมีมาก่อน

ในช่วงที่ผ่านมา ซีอีโอและผู้บริหารต่างแสวงหาแบบการทำธุรกิจใหม่ ๆ เพื่อนำเทคโนโลยีมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในขณะเดียวกันก็พยายามที่จะรักษาและสืบทอดคุณค่าของครอบครัวที่สั่งสมมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ อีกทั้งยังต้องปรับตัวเพื่อให้กิจการสามารถแข่งขันได้ในสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้เกิดหลายคำถามสำคัญที่ตามมาว่าผู้บริหารธุรกิจครอบครัวรุ่นปัจจุบันจะสามารถไว้วางใจและส่งต่อกิจการให้กับผู้นำรุ่นใหม่ให้ช่วยขับเคลื่อนกิจการไปสู่เป้าหมายในอนาคตโดยยังคงรักษาคุณค่าหลัก (Core values) ที่ส่งผ่านจากรุ่นสู่รุ่นได้หรือไม่? ผู้นำรุ่นใหม่มีความพร้อมในการรับไม้ต่อทางธุรกิจแค่ไหน? และจะมีวิธีการจัดการกับธุรกิจหลังการส่งมอบกิจการอย่างไร?

ทางPwC ประเทศไทยมีความยินดีที่จะนำเสนอรายงานผลสำรวจผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ประจำปี 2562 ฉบับประเทศไทย (PwC Thailand's NextGen Survey 2019 - Thailand Report) ที่ถูกจัดทำขึ้นเป็นครั้งแรก

เพื่อนำเสนอคำตอบต่อคำถามเหล่านี้ นอกจากนี้สถิติและตัวเลขต่าง ๆ ในรายงานฉบับนี้ยังสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ของไทยจากหลากหลายกลุ่มธุรกิจเช่นอุตสาหกรรมการผลิต ก่อสร้าง และค้าปลีก

ทั้งนี้ แนวคำถามที่ถูกบรรจุอยู่ในผลสำรวจมุ่งเน้นไปที่การจัดลำดับความสำคัญและเป้าหมายทางธุรกิจของธุรกิจครอบครัวรวมถึงประเด็นเรื่องของคุณค่า ความสามารถ ความคาดหวัง และการเตรียมพร้อมสำหรับการเป็นผู้นำในอนาคตว่าผู้นำรุ่นใหม่มีมุมมองต่อธุรกิจครอบครัวของตนอย่างไร และประเมินธุรกิจครอบครัวของตนเมื่อเปรียบเทียบกับกิจการของคู่แข่งอย่างไร ยิ่งไปกว่านั้นรายงานยังแสดงให้เห็นถึงจุดแข็งและจุดอ่อนของผู้นำรุ่นใหม่ รวมถึงวิธีการที่จะสามารถเสริมสร้างทักษะใหม่ ๆ ให้กับผู้นำเหล่านี้ด้วย

ผู้นำธุรกิจครอบครัวทั้งรุ่นปัจจุบันและอนาคตควรให้ความสำคัญอย่างใกล้ชิดกับสิ่งที่สมาชิกครอบครัวในแต่ละรุ่นต้องการรวมถึงความคาดหวังที่มีต่อกัน โดยไม่ลืมว่า ทายาทธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ยังต้องการการสนับสนุนและความไว้วางใจจากผู้นำรุ่นปัจจุบัน รายงานผลสำรวจฉบับนี้ได้ให้คำแนะนำที่ผู้นำทั้ง 2 รุ่น จะสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงซึ่งเราเชื่อว่าคำแนะนำเหล่านี้จะช่วยให้ผู้นำรุ่นใหม่สามารถก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำที่ประสบความสำเร็จได้ในอนาคต

ด้วยความมุ่งมั่นที่ต้องการช่วยให้ทายาทธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่สามารถเป็นผู้นำที่ดีและยกระดับกิจการของตนให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน PwC ประเทศไทย จึงได้จัดตั้ง NextGenClub ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยผู้นำเหล่านี้เตรียมความพร้อมสำหรับการสืบทอดกิจการผ่านหลักสูตรและการฝึกอบรมจากทีมผู้เชี่ยวชาญ เพื่อเสริมสร้างความรู้และทักษะที่จำเป็นเพื่อให้ผู้นำรุ่นใหม่เหล่านี้ สามารถประยุกต์ใช้และนำพากิจการของตนไปสู่ความสำเร็จ

เราเชื่อครับว่า ธุรกิจครอบครัวจะยังคงเป็นฟันเฟืองสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ เรามีความยินดีเป็นอย่างยิ่งที่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการเดินทางและร่วมเป็นสักขีพยานในการเห็นธุรกิจครอบครัวไทยมีความเจริญก้าวหน้าและเติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป



นิพันธ์ ศรีสุขุมบวรชัย

หัวหน้าสายงาน Clients and Markets
หัวหน้ากลุ่มลูกค้าธุรกิจครอบครัว
หุ้นส่วนสายงานภาษีและกฎหมาย
บริษัท PwC ประเทศไทย

อนาคตธุรกิจครอบครัวขึ้นอยู่กับผู้นำรุ่นใหม่

ในโลกยุคดิจิทัลวันนี้ สภาพแวดล้อมทางธุรกิจทั่วโลก กำลังเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วแบบที่ไม่เคยเกิดขึ้นมาก่อน เช่นเดียวกันกับธุรกิจในประเทศไทยที่กำลังเผชิญกับความท้าทายหลากหลายด้าน เช่น การเข้ามาของเทคโนโลยีเกิดใหม่ การสื่อสารที่รวดเร็วไร้พรมแดน ความต้องการทักษะแรงงานและรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ ๆ ที่ล้วนนำมาซึ่งโอกาสและความท้าทายในการดำเนินงาน ซึ่งถือเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ที่ธุรกิจครอบครัวไทยต้องเตรียมพร้อมรับมือและจัดการกับอุปสรรคที่อาจเกิดขึ้น



เมื่อเป็นเช่นนี้ ผู้นำธุรกิจครอบครัว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ทายาทผู้นำรุ่นใหม่จำเป็นต้องมีทักษะที่หลากหลายเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืนให้กับธุรกิจครอบครัว และแม้จะต้องเผชิญกับแรงกดดันจากผู้นำรุ่นเก่าในการรักษาความยั่งยืนและความมั่นคงของกิจการ

รายงานผลสำรวจผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ประจำปี 2562 ฉบับประเทศไทย เป็นส่วนหนึ่งของรายงานผลสำรวจธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ทั่วโลกประจำปี 2562 (PwC's Global NextGen Survey 2019) ที่ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้นำรุ่นใหม่ทั่วโลกที่กำลังจะก้าวขึ้นเป็นผู้นำธุรกิจครอบครัวในอนาคตจำนวนเกือบ 1,000 รายรวมทั้งทายาทธุรกิจครอบครัวในไทย รายงานฉบับนี้ นำเสนอมุมมองของผู้นำรุ่นใหม่ที่มีต่อธุรกิจครอบครัวของตน รวมทั้งชี้ให้เห็นถึงความท้าทายและภารกิจที่ต้องผู้นำเหล่านี้ต้องเผชิญและที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้น ความต้องการในการได้รับการสนับสนุนจากผู้นำรุ่นปัจจุบัน

นอกจากนี้ ผลจากการสำรวจผู้บริหารเน็กซ์เจนรุ่นใหม่ ที่พบของไทยยังถูกนำไปเปรียบเทียบกับผลจากการสำรวจในระดับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและผลจากการสำรวจในระดับโลก เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจภาพรวมของธุรกิจครอบครัว รวมทั้งมุมมองของทายาทธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ของไทยได้ชัดเจนขึ้น

ทั้งนี้ รายงานผลสำรวจธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ประจำปี 2562 ฉบับภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เป็นรายงานที่ใช้กันเป็นการภายในและไม่ได้มีการเผยแพร่สู่สาธารณชน ด้วยเหตุนี้ ผลจากการสำรวจในรายงานจึงไม่เคยปรากฏที่อื่นมาก่อน

พบกับ ‘เน็กซ์เจน’ ผู้ขับเคลื่อนธุรกิจครอบครัวไทย

กลุ่มอายุ

12%

อายุระหว่าง
21-24 ปี

31%

อายุระหว่าง
35 ปีขึ้นไป

2% ไม่ประสงค์ระบุ

2%

อายุต่ำกว่า
21 ปี

53%

อายุระหว่าง
25-34 ปี

เพศ

ชาย

69%

หญิง

30%

1% ไม่ประสงค์ระบุ

จำนวนรุ่นของทายาทธุรกิจครอบครัวที่ถูกสำรวจ

69%

รุ่นที่ 2

14%

รุ่นที่ 3

17%

รุ่นที่ 4

กลุ่มธุรกิจของทายาทธุรกิจครอบครัวที่ถูกสำรวจ



อุตสาหกรรมและการผลิต

35%



อาคาร ก่อสร้าง และอสังหาริมทรัพย์

18%



ค้าปลีก

14%



ธุรกิจการบริการและสันทนการ

7%



บริการสุขภาพและยารักษาโรค

3%



พลังงาน

3%



ป่าไม้ กระจาย และบรรจุภัณฑ์

3%

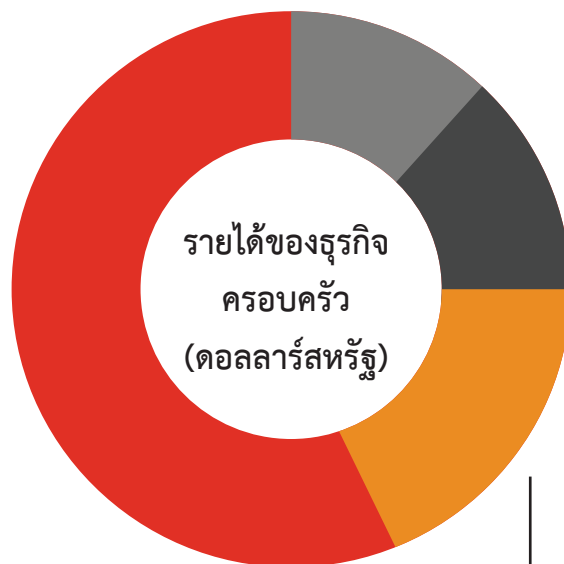
อื่น ๆ

17%

59%
น้อยกว่า 50 ล้าน

10%

มากกว่า 500 ล้าน



14%
250-500 ล้าน

17%
50-250 ล้าน

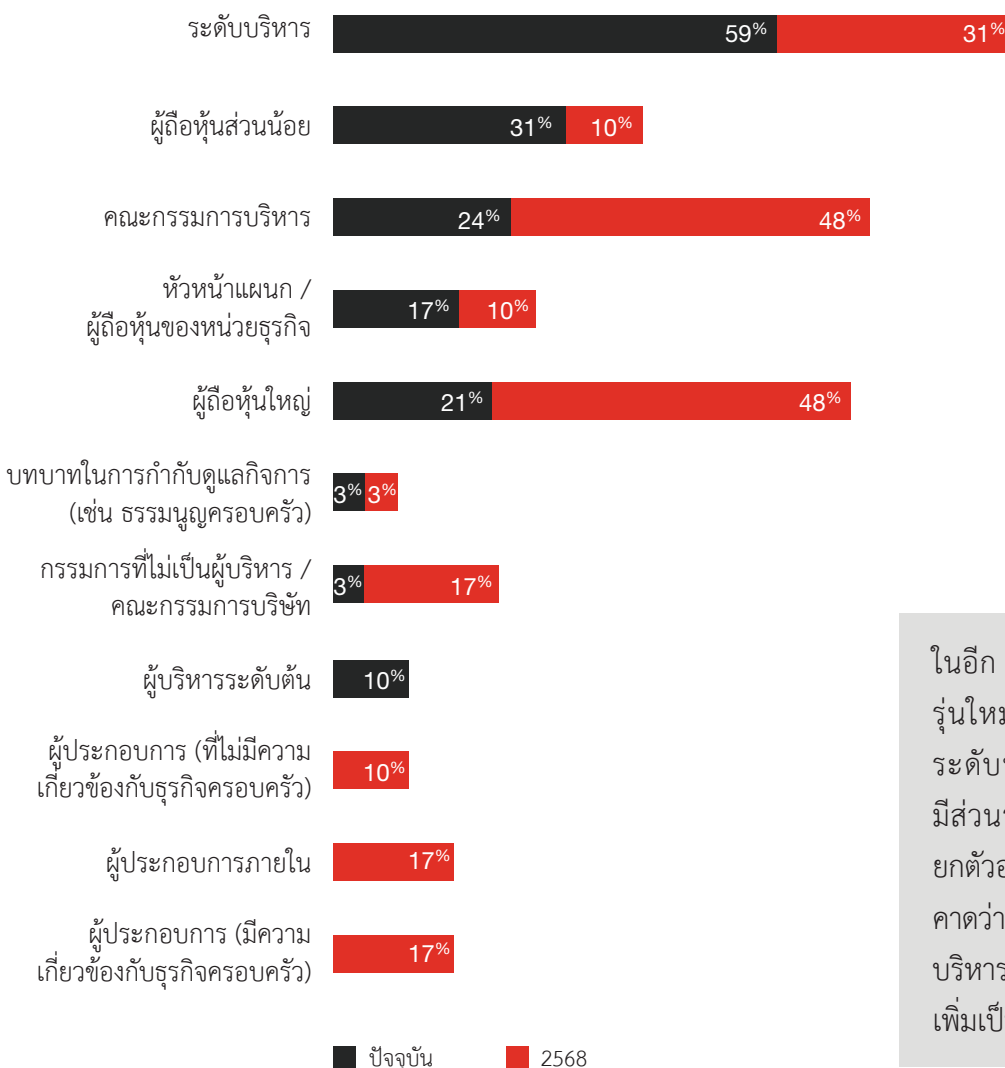
ผู้บริหารเน็กซ์เจนรุ่นใหม่ต้องการมีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนธุรกิจครอบครัวสู่ความสำเร็จ

ผลจากการสำรวจพบว่า ปัจจุบันผู้นำรุ่นใหม่ไทยส่วนใหญ่ (81%) มีส่วนร่วมในการบริหารธุรกิจครอบครัวอย่างแข็งขัน โดยอีก 13% มีเจตนาที่จะมีส่วนร่วมมากขึ้นในอนาคต ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่สูงกว่าผู้นำรุ่นใหม่ในระดับโลกและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ 70% และ 73% ตามลำดับ นอกจากนี้ 59% ของผู้นำรุ่นใหม่ชาวไทยที่ถูกสำรวจยังมีตำแหน่งอยู่ในระดับบริหารด้วย

การมีส่วนร่วมของผู้นำรุ่นใหม่ไทยในธุรกิจครอบครัว



รูปที่ 1: บทบาทของผู้นำรุ่นใหม่ไทยในธุรกิจครอบครัว ณ ปัจจุบัน และ ในปี 2568



ในอีก 5 ปีข้างหน้า ผู้บริหารเน็กซ์เจนรุ่นใหม่ของไทยจะเปลี่ยนบทบาทจากระดับบริหารไปสู่ระดับผู้นำและ/หรือมีส่วนร่วมในฐานะผู้ถือหุ้นใหญ่มากขึ้น ยกตัวอย่าง เช่น สัดส่วนของผู้นำรุ่นใหม่ คาดว่าจะก้าวขึ้นสู่ตำแหน่งคณะกรรมการบริหาร (Executive director) ในปี 2568 เพิ่มขึ้น 48% จาก 24% ในปัจจุบัน

‘การแข่งขัน’ ปัจจัยหลักในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง

ในโลกที่ไม่เคยหยุดนิ่งและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา สภาพแวดล้อมทางธุรกิจก็เช่นเดียวกัน รายงานพบว่าการแข่งขันที่รุนแรง เทคโนโลยีเกิดใหม่ และพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ธุรกิจครอบครัวต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา โดยผู้นำรุ่นใหม่ทั่วโลกส่วนใหญ่มองว่าการแข่งขันในตลาด (Market Competition) เป็นปัจจัยอันดับที่ 1 ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจครอบครัวของตน

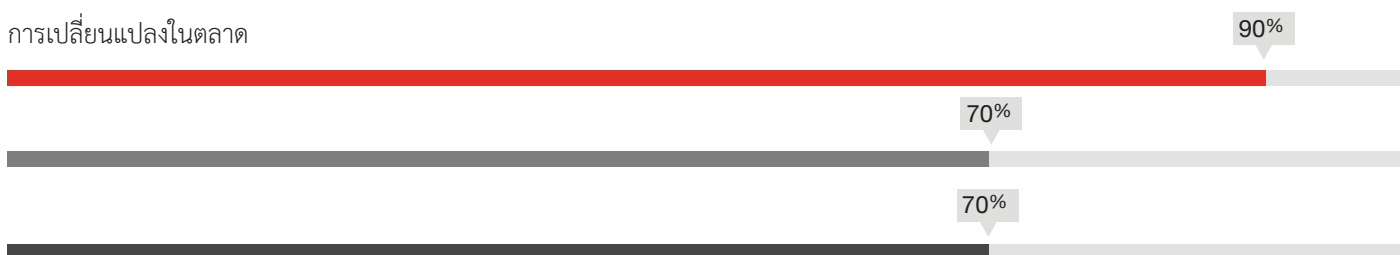
เช่นเดียวกับผลสำรวจของผู้นำรุ่นใหม่ของไทยที่ส่วนใหญ่ (90%) ก็ระบุว่า การแข่งขันในตลาดเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจครอบครัวมากที่สุด (เปรียบเทียบกับ 70% ของผู้นำรุ่นใหม่ทั่วโลกและ 70% ของผู้นำรุ่นใหม่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก)

นอกจากนี้ ปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของธุรกิจครอบครัว ประกอบด้วยความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้าที่เปลี่ยนไป (83%) และเทคโนโลยีใหม่ ๆ (59%)

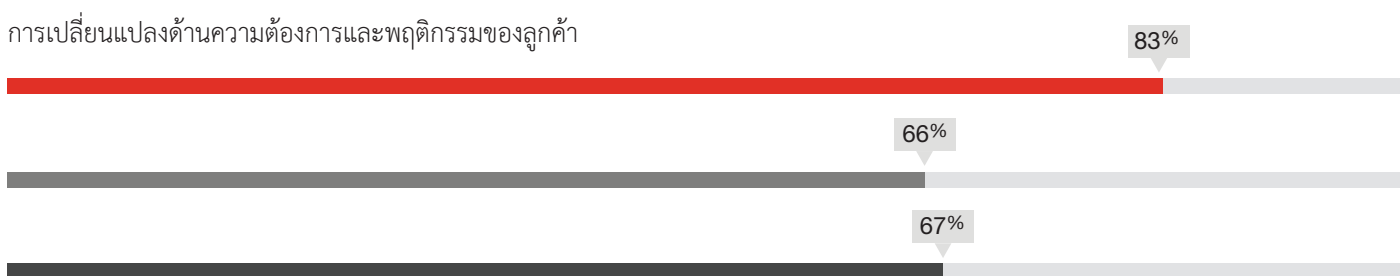


รูปที่ 2: ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงธุรกิจครอบครัว

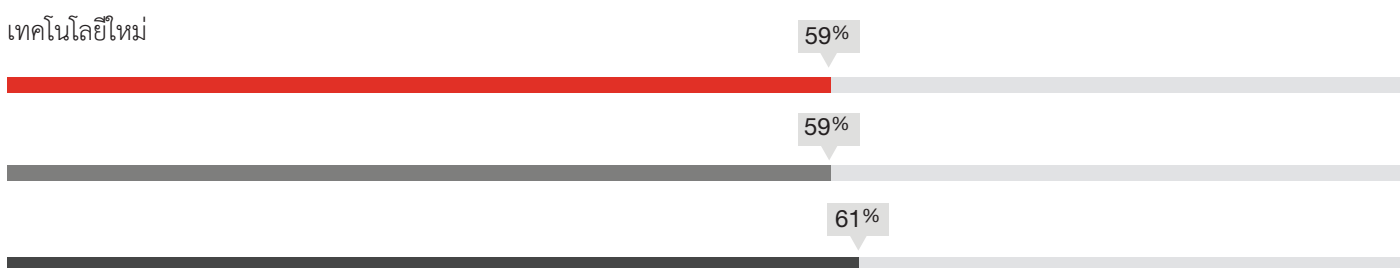
การเปลี่ยนแปลงในตลาด



การเปลี่ยนแปลงด้านความต้องการและพฤติกรรมของลูกค้า



เทคโนโลยีใหม่



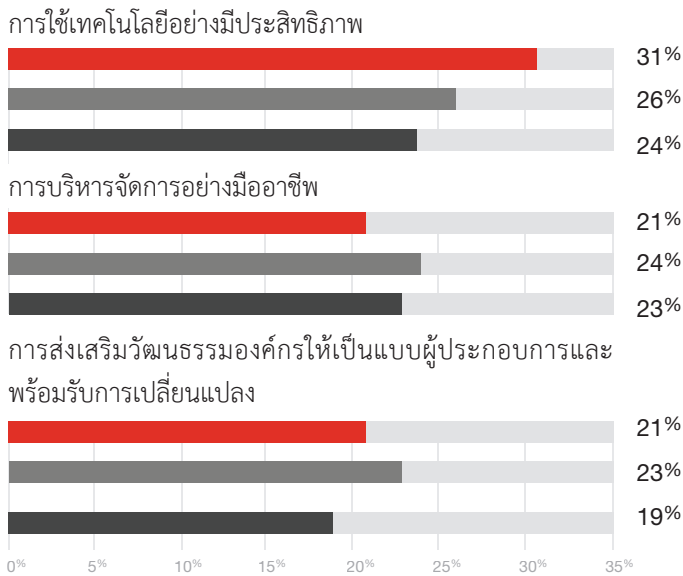
■ ไทย

■ เอเชียแปซิฟิก

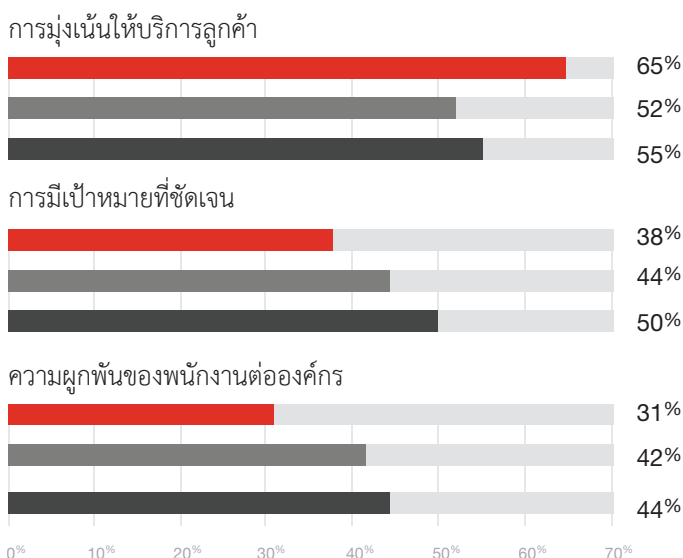
■ โลก

การเปรียบเทียบกับคู่แข่ง

รูปที่ 3: สิ่ง queผู้นำรุ่นใหม่ประเมินว่าธุรกิจครอบครัวของตนยังตามหลังคู่แข่ง



รูปที่ 4: สิ่ง queผู้นำรุ่นใหม่ประเมินว่าธุรกิจครอบครัวของตนมีความได้เปรียบคู่แข่ง



เมื่อถามผู้นำรุ่นใหม่ให้ประเมินธุรกิจครอบครัวของตนในด้านต่าง ๆ เปรียบเทียบกับคู่แข่ง รายงานระบุว่า ทายาทธุรกิจครอบครัวทั่วโลกมีมุมมองที่สอดคล้องกันหลาย ๆ ประเด็น เช่น พวกเขา มองว่า ธุรกิจครอบครัวของตนยังตามหลังคู่แข่งในเรื่องของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการที่มีความทันสมัยและมีความเป็นมืออาชีพและการปลูกฝังวัฒนธรรมองค์กรแบบผู้ประกอบการและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

แต่ในทางตรงกันข้ามผู้บริหารเน็กซ์เจเนอเรชันใหม่ มองว่า กิจการของตนมีความได้เปรียบในการแข่งขันในเรื่องของการมุ่งเน้นในการให้บริการลูกค้า การมีเป้าหมายในการดำเนินธุรกิจที่ชัดเจน และการสร้างให้เกิดการมีส่วนร่วมของพนักงาน



เป้าหมายของธุรกิจครอบครัวและการสร้างมูลค่าเพิ่มของผู้นำรุ่นใหม่

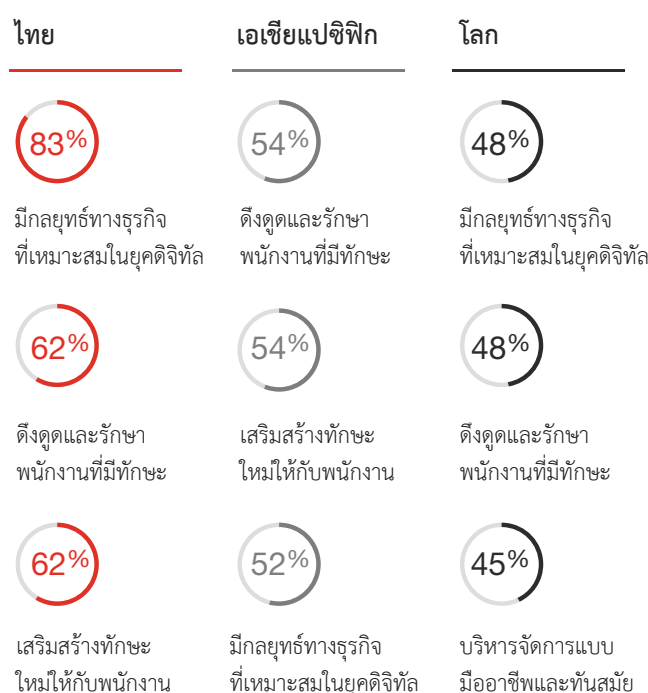
ธุรกิจครอบครัวต้องรักษาสมดุลระหว่างเป้าหมายทางธุรกิจและเป้าหมายของครอบครัวเพื่อสร้างความมั่งคั่งให้กับกิจการ รวมทั้งรักษาคุณค่าของครอบครัวให้คงอยู่จากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้น การปรับสมดุลที่ดีต้องอาศัยการส่งมอบการบริหารกิจการให้แก่ผู้นำรุ่นต่อไปอย่างราบรื่นซึ่งการจะทำให้สำเร็จได้นั้น ทายาทธุรกิจครอบครัวต้องมีความเข้าใจธุรกิจอย่างลึกซึ้งและต้องมีความพร้อมในการแสดงความรับผิดชอบอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การมีทักษะและความสามารถที่จำเป็นต่อธุรกิจ จะช่วยให้ผู้นำรุ่นใหม่สามารถเติมเต็มช่องว่างที่ธุรกิจต้องการได้

ซึ่งในประเด็นนี้ ผู้บริหารเน็กซ์เจเนอเรชันใหม่ระบุว่า ตนมีความเข้าใจธุรกิจครอบครัวของตนเป็นอย่างดีและรู้ด้วยว่า ตนมีความสามารถในการเข้ามาช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ

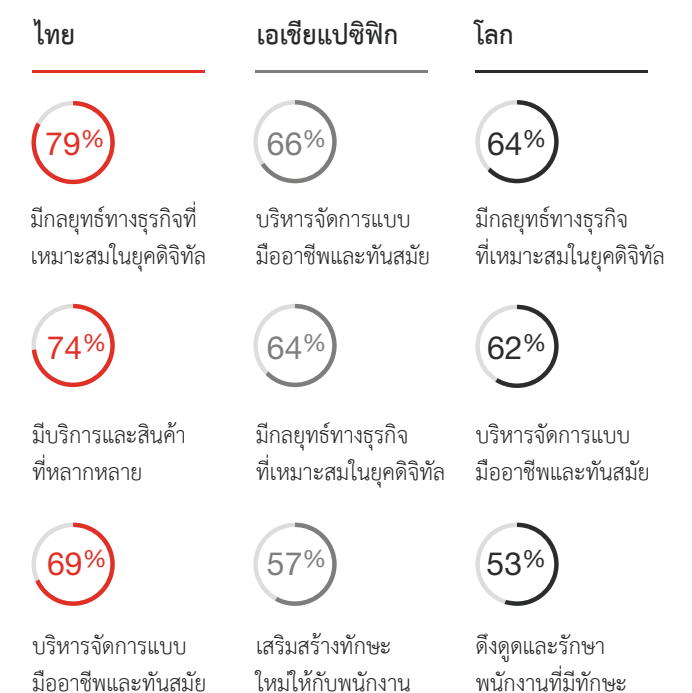
ครอบครัวได้ ผลจากการสำรวจยังได้แสดงความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดระหว่างลำดับความสำคัญทางธุรกิจและสิ่งที่ทายาทรุ่นใหม่คิดว่าจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ธุรกิจได้มากที่สุด ยกตัวอย่าง เช่น การมีกลยุทธ์ทางธุรกิจที่เหมาะสมกับยุคดิจิทัล ถือเป็นสิ่งที่ธุรกิจครอบครัวต้องให้ความสำคัญ โดยผู้นำรุ่นใหม่ของไทยมองว่าการเปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัล (Digital transformation) เป็นสิ่งที่ตนสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกิจการของครอบครัวได้มากที่สุด

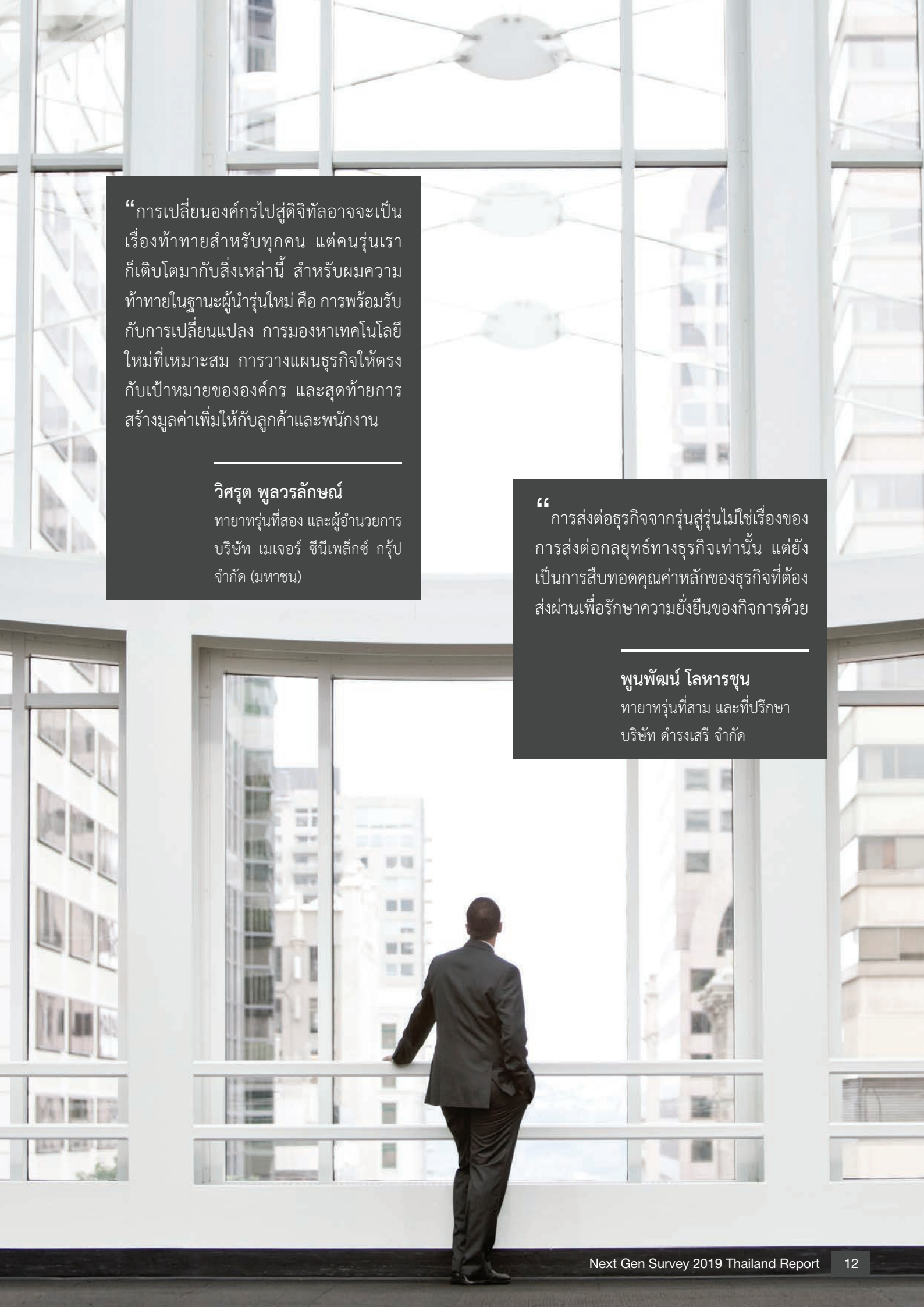
ขณะที่ผู้นำรุ่นใหม่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมองว่าพนักงานที่มีความสามารถสูง (Talent) เป็นสิ่งที่ธุรกิจครอบครัวให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ และเชื่อว่า การดึงดูดพนักงานที่เก่งและมีความสามารถมากเหล่านี้ให้เข้ามาทำงานกับองค์กรได้จะช่วยให้ครอบครัวสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ

รูปที่ 5: สิ่ง queผู้นำรุ่นใหม่มองว่าธุรกิจครอบครัวควรให้ความสำคัญมากที่สุด



รูปที่ 6: สิ่ง queผู้นำรุ่นใหม่คิดว่าตนสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจครอบครัวได้มากที่สุด





“การเปลี่ยนองค์กรไปสู่ดิจิทัลอาจจะเป็นเรื่องท้าทายสำหรับทุกคน แต่คนรุ่นเราก็เติบโตมากับสิ่งเหล่านี้ สำหรับผมความท้าทายในฐานะผู้นำรุ่นใหม่ คือ การพร้อมรับกับการเปลี่ยนแปลง การมองหาเทคโนโลยีใหม่ที่เหมาะสม การวางแผนธุรกิจให้ตรงกับเป้าหมายขององค์กร และสุดท้ายการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับลูกค้าและพนักงาน

วิศรุต พูลวรลักษณ์

ทายาทรุ่นที่สอง และผู้อำนวยการบริษัท เมเจอร์ ซินีเพล็กซ์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน)

“การส่งต่อธุรกิจจากรุ่นสู่รุ่นไม่ใช่เรื่องของ การส่งต่อกุลยุทธ์ทางธุรกิจเท่านั้น แต่ยังเป็น การสืบทอดคุณค่าหลักของธุรกิจที่ต้องส่งผ่านเพื่อรักษาความยั่งยืนของกิจการด้วย

พูนพัฒน์ โลหารขุน

ทายาทรุ่นที่สาม และที่ปรึกษาบริษัท ดำรงเสรี จำกัด

เปิดโอกาสให้ผู้นำรุ่นใหม่ได้พิสูจน์ความสามารถ

ผู้นำรุ่นใหม่ไฟแรงมักมีความทะเยอทะยานและมีความตั้งใจสูงในการมีส่วนร่วมในการบริหารธุรกิจครอบครัว เราจะเห็นว่า ทายาทส่วนใหญ่เหล่านี้ต้องการขับเคลื่อนองค์กรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ ควบคู่ไปกับการรักษา และสืบทอดมรดกของครอบครัวให้คงอยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัล แต่ผลสำรวจระบุว่า เมื่อธุรกิจต้องเผชิญกับความท้าทาย ผู้นำรุ่นใหม่กลับไม่ได้รับโอกาสให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ส่งผลให้ตนรู้สึกที่ไม่ได้รับความไว้วางใจและถูกสกัดกั้นเพราะถูกมองว่า ยังไม่พร้อม

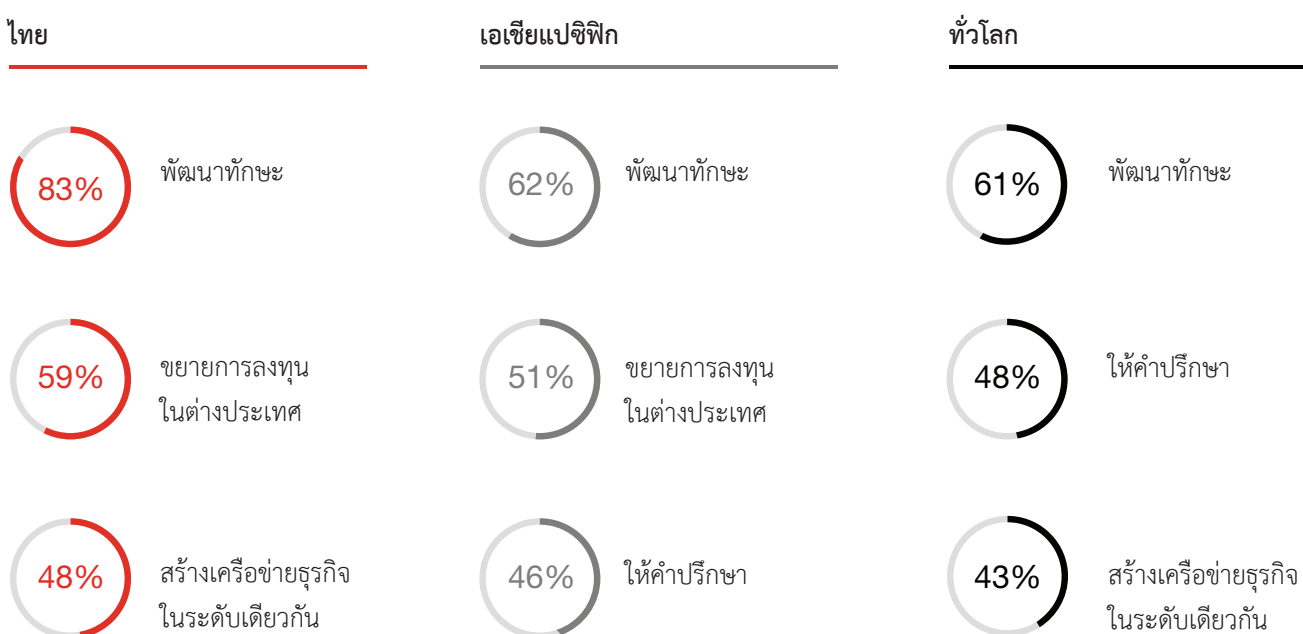
รายงานผลสำรวจพบว่า ผู้นำรุ่นใหม่ของไทยต้องการที่จะบริหารธุรกิจและรู้สึกว่าคุณภาพสามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจครอบครัวได้ในหลายด้าน ได้แก่ การพัฒนา

ทักษะ (83%) ตามมาด้วยการขยายการลงทุนในต่างประเทศ (59%) และการสร้างเครือข่ายธุรกิจ (48%) โดยเมื่อเปรียบเทียบกับผู้นำรุ่นใหม่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและทั่วโลกพบว่า การพัฒนาทักษะยังเป็นสิ่งที่ผู้นำเชื่อว่า สามารถช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจครอบครัวได้เป็นอันดับแรกเช่นกันที่ 62% และ 61%

อย่างไรก็ดี สิ่งที่ยายาทธุรกิจเหล่านี้ยังไม่มั่นใจคือการเป็นผู้นำโดยส่วนใหญ่ (76%) เปิดเผยว่า ประสบการณ์การบริหารธุรกิจภายในครอบครัวยังมีข้อจำกัดที่ทำให้พวกเขาไม่สามารถสร้างการเปลี่ยนแปลงให้กับธุรกิจได้อย่างเต็มที่เปรียบเทียบกับ 63% ของผู้นำรุ่นใหม่ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและ 59% จากทั่วโลก



รูปที่ 7: สามอันดับแรกที่ผู้นำรุ่นใหม่ใช้เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจครอบครัว





รูปที่ 8: สามอันดับแรกที่ผู้นำรุ่นใหม่ใช้สร้างทักษะ

ไทย



ศึกษาในวิทยาลัย/
มหาวิทยาลัย/
โรงเรียนบริหารธุรกิจ

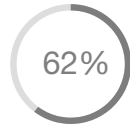


เรียนรู้จากเครือข่ายเพื่อน

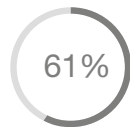


ร่วมงานประชุมหรือสัมมนา

เอเชียแปซิฟิก



เรียนรู้จากเครือข่าย
ผู้ประกอบการหรือ
ครอบครัว

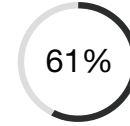


เรียนรู้จากเครือข่ายเพื่อน

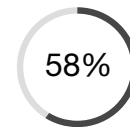


ศึกษาในวิทยาลัย/
มหาวิทยาลัย/
โรงเรียนบริหารธุรกิจ

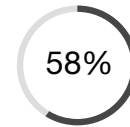
ทั่วโลก



ศึกษาในวิทยาลัย/
มหาวิทยาลัย/
โรงเรียนบริหารธุรกิจ



เรียนรู้จากเครือข่ายเพื่อน



เรียนรู้จากเครือข่าย
ผู้ประกอบการหรือ
ครอบครัว

เมื่อให้ผู้นำรุ่นใหม่ประเมินตัวเอง ผลสำรวจพบว่า 3 ทักษะแรก que ผู้บริหารเน็กซ์เจเนอเรชันใหม่มีความเชี่ยวชาญ ได้แก่ การแก้ปัญหาและการคิดเชิงกลยุทธ์ การปฏิบัติการ และการเป็นผู้นำ ซึ่งพวกเขาเชื่อว่า ทักษะเหล่านี้มีความสำคัญต่อบทบาทของตนเองในอนาคต โดย 3 วิธีที่ผู้นำรุ่นใหม่ไทยใช้ในการสร้างทักษะให้กับตัวเอง ได้แก่ การเข้าศึกษาในวิทยาลัย/มหาวิทยาลัย สถาบันบริหารธุรกิจ (62%) การเข้าร่วมงานประชุมหรือสัมมนา (62%) และการเรียนรู้จากเครือข่ายเพื่อน (62%)

นอกจากนี้ผู้นำรุ่นใหม่ยังต้องการได้รับการสนับสนุนและความไว้วางใจที่เพิ่มขึ้นในการบริหารงานด้วย เพราะสุดท้ายแล้วผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นปัจจุบันจะเป็นคนที่ให้โอกาสทายาทรุ่นต่อไปได้แสดงศักยภาพและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญต่าง ๆ ดังนั้นผู้บริหารรุ่นพ่อ-แม่จำเป็นต้องจัดหาทางเลือกที่เหมาะสมให้ผู้นำรุ่นลูกได้พัฒนาประสบการณ์และทักษะ รวมทั้งต้องให้โอกาสพวกเขาได้ลองบริหารธุรกิจด้วยตัวเอง เพื่อแสดงให้เห็นว่า พวกเขาได้รับความไว้วางใจและได้รับการสนับสนุนในการขับเคลื่อนองค์กร



คำแนะนำสำหรับผู้รุ่นใหม่



สืบทอดมรดกของครอบครัว

ทายาทรุ่นใหม่ได้รับสิทธิพิเศษให้มีส่วนร่วมในการบริหารธุรกิจครอบครัว รวมถึงได้รับความรู้และประสบการณ์ในด้านต่าง ๆ ดังนั้น จึงควรใช้สิทธินี้อย่างคุ้มค่าด้วยการเรียนรู้ให้ได้มากที่สุดและเคารพการตัดสินใจของผู้รุ่นปัจจุบันด้วย

ผู้รุ่นใหม่ต้องรู้บทบาทของตนและให้ความสำคัญต่อเป้าประสงค์และคุณค่าของครอบครัวเป็นหลักในการทำงาน ทั้งนี้ หากธุรกิจครอบครัวไหนมีการกำหนดคุณค่าขององค์กรที่ชัดเจนธุรกิจครอบครัวนั้น ๆ ก็มีแนวโน้มที่จะได้รับความจงรักภักดีจากพนักงาน มีความได้เปรียบในการแข่งขัน และมีความยั่งยืนของธุรกิจมากกว่ารายอื่น

ทายาทผู้รุ่นใหม่ต่อไปต้องหมั่นศึกษาหาความรู้ใช้ทักษะที่เป็นประโยชน์และสั่งสมประสบการณ์ในการบริหารงาน นอกจากนี้ ยังต้องรู้จักใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงที่จะเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ผู้รุ่นใหม่ต้องนำคำแนะนำและการสนับสนุนที่ได้รับจากครอบครัวไปปรับใช้และต้องเปิดใจรับฟัง



สร้างความเคารพและการยอมรับ

นอกเหนือจากการทำความเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าเพื่อนำเสนอสินค้าและบริการที่ตรงกับความต้องการแล้ว ผู้บริหารเน็กซ์เจนรุ่นใหม่ต้องมีความเข้าใจตลาดที่ธุรกิจครอบครัวดำเนินกิจการอยู่ รวมทั้งต้องรู้จักทีมงานและคนที่ตนทำงานด้วย พวกเขาต้องเข้าใจว่า ตลาดและกลุ่มอุตสาหกรรมแต่ละประเภทมีความน่าสนใจแตกต่างกันไป ดังนั้น ต้องเรียนรู้และทำความเข้าใจตลาดในทุก ๆ แ่งมุม รวมถึงเข้าใจพฤติกรรม

ของลูกค้าไม่เฉพาะภายในประเทศ แต่ทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก เพราะนี่จะเป็นสิ่งจำเป็นที่ช่วยให้พวกเขาเห็นถึงแนวโน้มและสามารถเลือกใช้กลยุทธ์ธุรกิจที่เหมาะสมได้ เมื่อผู้รุ่นใหม่สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ที่ธุรกิจต้องการได้ ก็จะได้รับคามไว้วางใจและความเคารพจากผู้อื่นตามมา

นอกจากนี้ การสร้างความเคารพยังขึ้นอยู่กับปัจจัยที่มีความละเอียดอ่อนอื่น ๆ ที่ผู้รุ่นใหม่ต้องใส่ใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการทำงานกับทีมงานที่ประกอบไปด้วยพนักงานที่มีความแตกต่างหลากหลายในเรื่องของอายุและประสบการณ์ พนักงานบางรายอาจมีความอาวุโส และมีประสบการณ์มากกว่าผู้รุ่นใหม่หรือบางรายอาจทำงานมานาน และเคยชินกับวิธีการทำงานในรูปแบบเดิม ๆ ที่เคยทำมา ดังนั้น ผู้รุ่นใหม่ต้องพยายามอย่างเต็มที่ในการทำทีมงานมั่นใจได้ว่าเราทุกคนต่างลงเรือลำเดียวกัน เช่น ต้องมีการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นของทีมงานอยู่เป็นประจำ เพราะนี่จะช่วยทำให้ทุกคนในทีมมีความเข้าใจที่ตรงกันและช่วยให้การทำงานมุ่งไปในทิศทางเดียวกันเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ต้องการได้

เคล็ดลับของการได้รับการยอมรับคือต้องทำงานให้หนักขึ้นเป็น 2 เท่าโดยต้องเป็นผู้รู้ที่อยู่ตลอดเวลา ให้ความเคารพผู้อื่น และในวัฒนธรรมของเอเชียต้องมีความอ่อนน้อมถ่อมตนด้วย หากผู้รุ่นใหม่ปฏิบัติสิ่งเหล่านี้ได้อย่างครบถ้วน ก็จะได้รับการยอมรับนับถือและความเคารพจากผู้รุ่นปัจจุบันและผู้คนรอบข้างในที่สุด



บริหารจัดการทรัพยากรบุคคล

ผู้นำรุ่นใหม่ที่ถูกสำรวจมากกว่าครึ่ง ระบุว่า การมุ่งเน้นไปที่การบริหารจัดการ ทรัพยากรบุคคล (การดึงดูดและรักษาพนักงานที่มีทักษะ รวมถึงการเสริมทักษะให้กับพนักงาน) เป็นหนึ่งในแผนงาน ที่มีความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ของธุรกิจครอบครัว เพราะ เรื่องของการบริหารจัดการคน ถือเป็นความท้าทายสำหรับ ผู้บริหารมาโดยตลอด โดยต้องมั่นใจว่า การปฏิบัติการ กระบวนการทำงาน และทีมงานทำงานอย่างสอดคล้องประสาน กันทั่วทั้งองค์กร ดังนั้น การมีทีมงานที่ดี จะต้องนำจุดแข็ง ของสมาชิกในทีมแต่ละคนออกมาใช้ ซึ่งหากทำได้ ก็จะช่วย ส่ง ผลให้การทำงานขององค์กรเกิดความคล่องตัวและมี ประสิทธิภาพสูงสุด

นอกจากนี้ ผู้นำรุ่นใหม่ต้องรู้ว่า ผู้อื่นมองตนเองอย่างไร และในขณะเดียวกันก็สามารถประเมินผู้อื่นได้โดยเฉพาะ อย่างยิ่ง บุคลิกลักษณะและจุดแข็งของพนักงานที่มีความ สำคัญต่อองค์กร ผู้นำเหล่านี้ต้องหาสมดุลระหว่างจุดแข็ง และคุณสมบัติที่เป็นเอกลักษณ์ของพนักงาน และต้องให้เวที ที่ทีมงานและพนักงานในองค์กรจะสามารถเข้าถึงและมีส่วน ร่วมได้ นี่ยังเป็นโอกาสที่จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพให้กับ ทรัพยากรบุคคลและเครือข่ายของธุรกิจครอบครัว รวมทั้งเสริม สร้างความแข็งแกร่งให้กับธุรกิจด้วย และที่สำคัญผู้นำ รุ่นใหม่ต้องบริหารงานให้สอดคล้องไปกับคุณค่าที่ผู้นำรุ่น ปัจจุบันได้กำหนดไว้

กล่าวโดยสรุป การรับช่วงกิจการของทายาทธุรกิจครอบครัว ซึ่งหมายรวมถึง ความรับผิดชอบทั้งหมดต่อองค์กรและอำนาจ ในการบริหารธุรกิจ ทายาทที่จะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำรุ่นใหม่จะต้องทำให้ผู้นำรุ่นปัจจุบันมั่นใจและให้กาสนับสนุนตนในการ พัฒนาทักษะและสั่งสมประสบการณ์ จากนั้น ผู้นำรุ่นปัจจุบันต้องเปิดโอกาสให้ผู้นำรุ่นใหม่ได้พิสูจน์ความสามารถด้วย



“ข้อควรจำ 3 ข้อเมื่อเน็กซ์เจนต้องรับ บทบาทการเป็นผู้นำ ได้แก่ ข้อแรก ต้องให้ความเคารพและมีความอ่อนน้อม ถ่อมตนต่อคนในองค์กรที่ทำงานมา ก่อนเรา ข้อที่ 2 ต้องรู้สึกถึงความเป็น เจ้าของธุรกิจครอบครัว และข้อสุดท้าย ต้องยึดถือหลักจริยธรรมอย่างเคร่งครัด เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินธุรกิจ อย่างยั่งยืน

วงศกร ศิริมงคลเกษม

ทายาทรุ่นที่สอง ผู้จัดการทั่วไป บริษัท กรุงไทยผลิตภัณฑ์อาหาร จำกัด

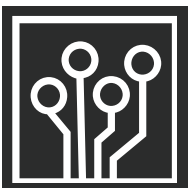
คำแนะนำสำหรับผู้นำรุ่นปัจจุบัน



กำหนดและส่งเสริมคุณค่าให้ชัดเจน

สำหรับธุรกิจครอบครัวแล้ว คุณค่า ถือเป็นรากฐานของความสำเร็จความมุ่งมั่นและความยั่งยืน สภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เปลี่ยนแปลงไปและความคาดหวังในด้านผลกำไรของผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย อาจส่งผลกระทบต่อคุณค่าของธุรกิจครอบครัวโดยไม่ได้ตั้งใจ ดังนั้นผู้นำรุ่นปัจจุบันและผู้นำรุ่นใหม่ต้องทำงานร่วมกันอย่างใกล้ชิดในการกำหนดคุณค่าขององค์กรให้ชัดเจนและใช้ประโยชน์จากคุณค่านั้น ๆ เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและสืบทอดคุณค่าให้คงอยู่ต่อไปในอนาคต

นอกจากนี้ ธุรกิจครอบครัวยังต้องมีโครงสร้างการกำกับดูแลที่มีความยืดหยุ่นและมีคณะกรรมการที่เปิดใจรับการเปลี่ยนแปลงผู้นำรุ่นปัจจุบันต้องสนับสนุนให้ธุรกิจมีโครงสร้างการกำกับดูแลที่มีประสิทธิภาพที่กำหนดให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ตลอดจนส่งเสริมกิจกรรมที่ทำให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการรักษาและสืบทอดมรดกรวมทั้งความสามัคคีของครอบครัว



ให้โอกาสและยอมรับการเปลี่ยนแปลง

ผู้นำแต่ละรุ่นมีมุมมองและทัศนคติในการดำเนินธุรกิจที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้นำรุ่นปัจจุบันต้องเปิดโอกาสให้ผู้นำรุ่นใหม่ได้คิดริเริ่มโปรเจกต์ หรือบริหารงานด้วยตัวเอง โดยให้การสนับสนุนและคำปรึกษาอย่างเหมาะสม ผู้นำรุ่นปัจจุบันควรแบ่งปันบทเรียนแห่งความสำเร็จและที่สำคัญยิ่งไปกว่านั้น บทเรียนที่ได้รับจากความล้มเหลวเพื่อช่วยให้ผู้นำรุ่นใหม่ได้พัฒนาคุณสมบัติความเป็นผู้นำของตนเอง

สิ่งสำคัญที่จะช่วยให้การสืบทอดกิจการเป็นไปอย่างราบรื่นคือการมีความคิด (Mindset) ที่เปิดกว้างและมีความยืดหยุ่น โดยเน้นไปที่การสร้างธุรกิจให้เติบโตอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ควรเตรียมแนวทางไว้หลาย ๆ แนวทางเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้นำรุ่นใหม่ได้พัฒนาประสบการณ์และความรู้ โดยไม่ทำให้ผู้นำรุ่นใหม่รู้สึกว่าคุณบังคับให้ทำในสิ่งที่ตนไม่ต้องการ นอกจากนี้ ควรเปิดกว้างต่อการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ มาปรับใช้ให้เหมาะสมกับธุรกิจครอบครัวของตนด้วย



สื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและตรงไปตรงมา

การสื่อสารระหว่างผู้นำธุรกิจครอบครัวในภูมิภาคเอเชียมีความไม่ตรงไปตรงมาไม่เหมือนกับการสื่อสารของผู้นำธุรกิจครอบครัวในวัฒนธรรมตะวันตก แต่ในปัจจุบัน คนเอเชียรุ่นใหม่เริ่มมีการสื่อสารกันอย่างเปิดเผยและต้องการความชัดเจนมากขึ้น ดังนั้น ผู้นำรุ่นปัจจุบันควรค่อย ๆ ปลูกฝังวัฒนธรรมการสื่อสารอย่างเปิดเผยและตรงไปตรงมามากขึ้น โดยรับฟังความคิดเห็นริเริ่มของผู้นำรุ่นใหม่และแลกเปลี่ยนข้อพึงปฏิบัติรวมทั้งข้อเสนอแนะระหว่างกัน

นอกจากนี้ ผู้นำรุ่นปัจจุบันต้องมีความซื่อสัตย์ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลให้ได้มากที่สุด เพื่อช่วยให้ผู้นำรุ่นใหม่เข้าถึงข้อมูลเชิงลึก และสื่อสารความคาดหวังของที่ตนมีต่อผู้นำรุ่นใหม่อย่างชัดเจน ผู้นำรุ่นปัจจุบันควรเริ่มกระบวนการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพและตรงไปตรงมาตั้งแต่ผู้นำรุ่นใหม่เริ่มทำงาน เพราะการมีวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างจะช่วยทำให้การกำหนดกลยุทธ์ทั่วไปได้ได้รับความเข้าใจจากคนทั้ง 2 รุ่น

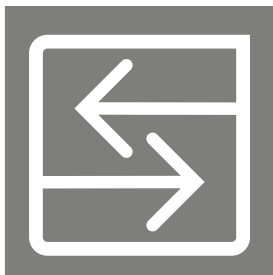
คุณลักษณะที่หลากหลายของผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่

ผู้บริหารเน็กซ์เจนรุ่นใหม่มีความแตกต่างกันทั้งในเรื่องของบุคลิก วิธีการทำงานและการจัดการธุรกิจครอบครัว ทั้งนี้ ผลสำรวจได้แบ่งคุณลักษณะที่หลากหลายของผู้นำรุ่นใหม่ ดังนี้



ผู้ดูแล (Stewards)

มุ่งเน้นไปที่การปกป้องผลกำไรและสร้างความเติบโตอย่างยั่งยืนในระยะยาวให้กับธุรกิจครอบครัว



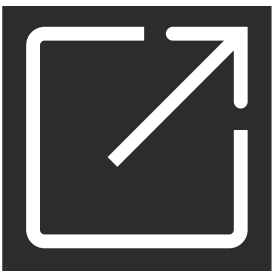
ผู้ประกอบการภายใน (Intrapreneurs)

จัดตั้งธุรกิจของตนเองภายใต้กิจการของครอบครัว ซึ่งส่วนใหญ่ผู้ประกอบการภายในเหล่านี้ จะได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากครอบครัวด้วย



ผู้เปลี่ยนถ่าย (Transformers)

ขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในธุรกิจครอบครัว ภายใต้ขอบเขตและการสนับสนุนที่ได้รับ



ผู้ประกอบการ (Entrepreneurs)

จัดตั้งธุรกิจของตนเอง โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือไม่ได้แลกเปลี่ยนผลกำไรกับธุรกิจครอบครัว

หาคุณต้องการทราบว่า คุณมีคุณลักษณะของผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ในรูปแบบใด
กรุณา [คลิก](#) เพื่อทำแบบทดสอบฉบับสั้น

NextGen Club ของ PwC ประเทศไทย: คลับที่สร้างเครือข่ายเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และเสริมทักษะ การเป็นผู้นำให้กับเน็กซ์เจน

PwC ประเทศไทย ตระหนักถึงบทบาทที่สำคัญของผู้นำธุรกิจครอบครัวไทย จึงได้ก่อตั้งคลับสำหรับผู้บริหารรุ่นเน็กซ์เจน (PwC Thailand's NextGen Club) ขึ้นในปี 2562 เพื่อช่วยเตรียมความพร้อมให้กับผู้นำรุ่นใหม่ ผ่านหลักสูตรการฝึกอบรมที่เข้มข้น ให้ผู้นำรุ่นใหม่ได้สร้างเครือข่ายเพิ่มโอกาสในการเรียนรู้และเสริมทักษะการเป็นผู้นำ คลับนี้

ยังเป็นที่ที่จะช่วยสร้างแรงบันดาลใจให้กับทายาทธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ได้เตรียมความพร้อมสู่การก้าวขึ้นเป็นผู้นำธุรกิจครอบครัวในอนาคต

Connect :

สร้างเครือข่ายธุรกิจให้แข็งแกร่ง



การสร้างเครือข่ายทางธุรกิจผ่านการพบปะและแลกเปลี่ยนมุมมองในการทำธุรกิจกับผู้นำรุ่นใหม่ของไทยจะเปิดโอกาสให้คุณได้ถามคำถามเกี่ยวกับความท้าทายและความสำเร็จ รวมทั้งมีโอกาสดูแลเปลี่ยนประเด็น และวิธีการสำคัญ ๆ ในการบริหารธุรกิจกับผู้นำรายอื่น ๆ

นอกจากนี้ สมาชิกยังจะได้มีโอกาสในการขยายเครือข่ายกับทายาทธุรกิจครอบครัวทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลก รวมถึงผู้บริหารชั้นนำ ผู้นำองค์กร และบรรดาผู้นำธุรกิจครอบครัวที่มีความมั่งคั่งสูงจากทั่วโลกด้วย คลับของเราจะช่วยคุณสร้างเครือข่ายที่สำคัญที่สุดให้กับธุรกิจครอบครัวของคุณ

Learn:

เพิ่มโอกาสในการเรียนรู้



โปรแกรมหลักสูตรของเราได้รับการออกแบบเพื่อสร้างผู้นำธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่โดยเฉพาะ ผ่านการเรียนรู้จากประสบการณ์แรงบันดาลใจและการพัฒนาตนเอง โดยสมาชิกคลับจะได้เรียนรู้จากนักธุรกิจโดยตรงในสภาพแวดล้อมที่น่าตื่นเต้นและครอบคลุมเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านคุณค่าและเป้าประสงค์

Lead:

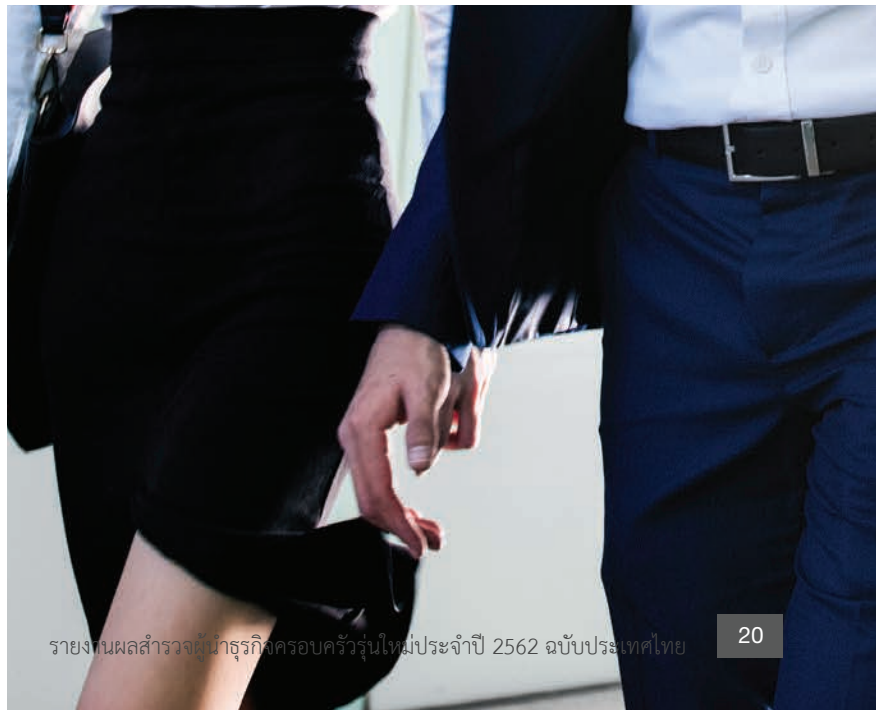
เสริมทักษะการเป็นผู้นำ



หลักสูตรการฝึกอบรมของเราถูกออกแบบมาเพื่อช่วยเสริมจุดแข็งและความสามารถพิเศษของผู้นำรุ่นใหม่ โดยเราจะช่วยสร้างความมั่นใจและเสริมทักษะความเป็นผู้นำเพื่อให้ผู้นำรุ่นใหม่สามารถรับมือกับความท้าทายได้ดีขึ้น

เกี่ยวกับวิธีการสำรวจ

รายงานผลสำรวจธุรกิจครอบครัวรุ่นใหม่ทั่วโลก ประจำปี 2562 (PwC's Global NextGen Survey 2019) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นทายาทธุรกิจครอบครัวที่กำลังจะก้าวขึ้นมาเป็นผู้นำธุรกิจ หรือมีความต้องการที่จะเป็นผู้นำธุรกิจครอบครัวในอนาคตจำนวนเกือบ 1,000 ราย โดยมี [Meridian West](#) เป็นผู้จัดทำแบบสำรวจออนไลน์ในช่วงระหว่างวันที่ 10 มิถุนายน ถึง 13 กันยายน 2562 ทั้งนี้มีผู้ตอบแบบสำรวจจำนวนทั้งสิ้น 956 ราย จาก 69 ประเทศ รวมทั้งผู้ตอบแบบสำรวจจำนวน 31 ราย จากประเทศไทย



ติดต่อเรา



นิพนธ์ ศรีสุขุมบวรชัย

หัวหน้าสายงาน Clients and Markets

หัวหน้ากลุ่มลูกค้าธุรกิจครอบครัว

หุ้นส่วนสายงานภาษีและกฎหมาย บริษัท PwC ประเทศไทย

เบอร์โทรศัพท์: + 66 (0) 2844 1000 ต่อ 4239

อีเมล: niphan.srisukhumbowornchai@pwc.com

© 2020 PwC. All rights reserved. PwC refers to the Thailand member firm, and may sometimes refer to the PwC network. Each member firm is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

At PwC, our purpose is to build trust in society and solve important problems. We're a network of firms in 157 countries with more than 276,000 people who are committed to delivering quality in assurance, advisory and tax services. Find out more and tell us what matters to you by visiting us at www.pwc.com.

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, PwC does 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.

WL 127073488