

“เบเนฟิต วัน (ประเทศไทย)” สว่นกระแสการเมือง บุกตลาดไทย ส่งโปรแกรมพัฒนา Incentive Point ระบบคะแนนจากญี่ปุ่น หวังสร้างศักยภาพให้องค์กร ด้วยการให้รางวัลพนักงาน

บริษัท เบเนฟิต วัน (ประเทศไทย) จำกัด เปิดตัวโปรแกรมพัฒนาศักยภาพองค์กร ผ่านโปรแกรม “Incentive Point” การให้รางวัลพนักงานด้วยระบบคะแนนรูปแบบใหม่จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งเป็นโปรแกรมที่กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในหมู่ผู้บริหารของบริษัทชั้นนำในประเทศญี่ปุ่น ที่ใช้เพื่อการพัฒนาแรงจูงใจ และรักษาบุคลากรขององค์กร ด้วยระบบสะสมคะแนนนี้ พนักงานสามารถเลือกสะสมคะแนนเพื่อแลกสินค้าตามที่พนักงานต้องการได้ผ่านทางเว็บไซต์ และสมาร์ตโฟน ทำให้การบริหารบุคลากรเป็นไปอย่างคล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นโดยมีเป้าหมายในการทำกลยุทธ์การตลาดสู่กลุ่มลูกค้าข้ามชาติจากประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มองค์กรขนาดใหญ่ในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการเป็นผู้ริเริ่มในธุรกิจพัฒนาบุคลากรด้วยโปรแกรมสร้างแรงจูงใจรูปแบบใหม่ ซึ่งยังไม่มีคู่แข่งในตลาดนี้แต่อย่างใด

มร.ชินยะ ทาคาอิ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท เบเนฟิต วัน (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยถึงจุดเริ่มต้นของธุรกิจว่า บริษัทแม่จากประเทศญี่ปุ่นเปิดดำเนินกิจการตั้งแต่ปี คศ.1996 ปัจจุบันได้ทำการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์โตเกียว ประเทศญี่ปุ่นด้วยมูลค่า 1,522 ล้านเยน ซึ่งปัจจุบันมีมากกว่า 5,000 บริษัทในญี่ปุ่น ใช้บริการจากเรา เช่น NTT Docomo, KDDI, P&G, McDonald’s, VOLVO, Lawson, Haagen Dazs และ KAO ซึ่งได้ลงทุนกว่า 2 พันล้านบาทใน “โปรแกรมอินเซนทิฟ พ้อยท์” (Incentive Point) ความสำเร็จดังกล่าวช่วยผลักดันให้บริษัท เบเนฟิต วัน อิงค์ (ประเทศญี่ปุ่น) ขยายบริษัทในเครืออาทิเช่น Benefit One Shanghai Inc., Benefit One USA Inc. ตามลำดับ เนื่องด้วยการเติบโตทางเศรษฐกิจโลกที่มีแนวโน้มไปในทิศทางบวกในปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในกลุ่มเสรีการค้าเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ส่งผลให้อัตราการจ้างงานขยายตัวอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในประเทศไทยที่ตลาดแรงงานมีการเคลื่อนไหวตามกระแสการเติบโตด้วยเงินลงทุนจากนานาประเทศ เป็นที่สังเกตได้ว่าอัตราการว่างงานลดลงน้อยกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการยังคงต้องเผชิญความท้าทายในเรื่องของค่าใช้จ่าย และปัญหาการโยกย้ายงานที่สูงขึ้น เนื่องจากบุคลากรคำนึงถึงการเพิ่มของผลตอบแทนเป็นหลัก

บริษัท เบเนฟิต วัน อิงค์ (ประเทศญี่ปุ่น) และ บริษัท อิโตชู คอร์ปอเรชั่น จึงตัดสินใจร่วมลงทุนจัดตั้งบริษัทที่
สิงคโปร์ภายใต้ชื่อ บริษัท เบเนฟิต วัน เอเชีย (Benefit One Asia Pte. Ltd.) เพื่อเป็นศูนย์กลางในการขยายธุรกิจ
Outsourcing Welfare Services Business รูปแบบใหม่สู่ตลาดเอเชีย โดยเริ่มจากประเทศไทย ได้หวัน และ
อินโดนีเซียเพื่อให้บริการด้วย “Incentive Point” ให้สอดคล้องกับการเปิดเสรีการค้าเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

และด้วยแรงจูงใจในการลงทุนในไทย ไม่ว่าจะเป็นสภาพแวดล้อม ความสัมพันธ์ทางการทูต หรือระบบ
สาธารณูปโภคที่ทันสมัย ล้วนเป็นปัจจัยในการหว่านเม็ดเงินลงทุนจากประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย วัดได้จาก
จำนวนโรงงานอุตสาหกรรม สถาบันทางการเงิน และบริษัทเอกชนจากญี่ปุ่นที่เปิดสาขาในประเทศไทยเป็นจำนวน
มาก บริษัท เบเนฟิต วัน (ประเทศไทย) มีนโยบายสร้างสัมพันธ์ในฐานะคู่ค้า เพื่อช่วยเหลือในเรื่องการสร้างเสถียร
ภาพ และความภักดีของบุคลากรต่อบริษัทกับองค์กรที่มีรากฐานจากประเทศญี่ปุ่นเป็นอันดับต้นๆ”

โปรแกรม Incentive Point คือ โปรแกรมพัฒนาคุณภาพและสร้างแรงจูงใจให้กับพนักงานในองค์กร เพื่อ
สร้างประสิทธิภาพการทำงาน และแรงจูงใจต่อบุคลากรในองค์กรโดยให้คะแนนเป็นรางวัล เพื่อสะสมและนำไปใช้
แลกสินค้าต่างๆ ที่มีหลากหลายมากกว่า 1,000 รายการในราคาพิเศษ อาทิ แพคเกจท่องเที่ยว ที่พักโรงแรม ร้านอาหาร
บาร์เนม สุขภาพ บันเทิง การศึกษา เครื่องใช้ไฟฟ้า โทรศัพท์มือถือ เป็นต้น ด้วยความสร้างสรรค์ที่ตอบ
โจทย์พฤติกรรมบริโภคนิยมของบุคลากรยุคใหม่ ในส่วนของผลตอบแทนจาก โปรแกรม Incentive Point เห็นได้
จากการสร้างแรงจูงใจให้พนักงานทำงานจนทำให้อายุงานมีระยะเวลาที่เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นที่น่าแปลกใจ เพราะศักยภาพ
ของบุคลากรยังเพิ่มขึ้นในระดับที่ดีเยี่ยม โดยที่องค์กรไม่เสียต้นทุนในเรื่องของเวลา และทรัพยากรในการหาวิธี
สร้างแรงจูงใจอื่นๆ แต่อาศัยระเบียบวินัย และการดึงศักยภาพของบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพด้วยการกำหนด
เกณฑ์การให้คะแนนที่เหมาะสมของแต่ละองค์กรเช่น พนักงานจะได้รับ 1,000 คะแนน ต่อการทำสัญญากับลูกค้า
ใหม่ 1 รายเป็นต้น ในขณะเดียวกัน โปรแกรม “Incentive Point” ยังเป็นเครื่องมือในการช่วยลดค่าใช้จ่ายในการ
รับสมัครงาน และฝึกสอนพนักงานใหม่ อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์ถึงภาพลักษณ์ขององค์กร ในเรื่องของการให้
ความสำคัญกับบุคลากรมากกว่าผลกำไรเพียงอย่างเดียว เห็นได้จากในกรณีศึกษาของบริษัทที่ใช้โปรแกรม
“Incentive Point” แห่งหนึ่งในประเทศญี่ปุ่น พบว่าอัตราการลาออกลดลงถึง 3.9 เปอร์เซ็นต์ และเกิดผลลัพธ์ในเชิง
บวกอย่างอัตราความสนใจในการสมัครเข้าร่วมทำงานที่เพิ่มขึ้นถึง 50 เปอร์เซ็นต์ รวมไปถึงอัตราการแนะนำผู้มา
สมัครงาน จากบุคลากรในบริษัทที่สูงขึ้นถึง 80 เปอร์เซ็นต์ หลังจากเริ่มใช้โปรแกรกดังกล่าวเป็นเวลา 2 ปี

การทำงานของโปรแกรม “Incentive Point” ก็จะเริ่มต้นขึ้นด้วยการนำเว็บไซต์บริหารจัดการคะแนน และ
แลกของรางวัลที่บริษัท เบเนฟิต วัน ได้สร้างขึ้นเพื่อเป็นเว็บไซต์กลางในการเชื่อมต่อระหว่างองค์กร และบุคลากร

ซึ่งสามารถใช้งานได้จากทั้ง PC และสมาร์ทโฟนทุกระบบ ทั้งนี้ บริษัทสามารถตั้งเกณฑ์การให้คะแนน และมอบคะแนนผ่านระบบได้ทันที ซึ่ง 1 คะแนน จะมีมูลค่าเท่ากับ 1 บาท (หรือปรับตามความต้องการของแต่ละองค์กรได้) และพนักงานสามารถตรวจสอบเช็คคะแนนในระบบได้ด้วยตัวเอง และเลือกสะสมคะแนนเพื่อแลกสินค้าและบริการหรือบัตรส่วนลดที่ต้องการได้ ซึ่งการส่งมอบของรางวัลจะใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์หลังจากการแลกของรางวัลในระบบ และนอกจากจะช่วยลดค่าใช้จ่ายและความยุ่งยากในการบริหารระบบของรางวัลให้แก่องค์กรแล้ว โปรแกรม “Incentive Point” ยังสามารถนำไปปรับใช้กับกลุ่มบริษัทตัวแทนจำหน่าย หรือลูกค้าขององค์กรเพื่อช่วยในการจัดทำกลยุทธ์ต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดทำแคมเปญกับตัวแทนจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขาย หรือพัฒนาโปรแกรม CRM ขององค์กรได้อีกด้วย

แผนพัฒนาธุรกิจในอนาคต “เบเนฟิต วัน (ประเทศไทย)” ไม่ต้องการหยุดที่เพียงโปรแกรม “Incentive Point” เพื่อการพัฒนาศักยภาพองค์กรเท่านั้น ในอนาคตยังต้องการนำบริการด้านอื่นๆ ที่ครอบคลุมสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ของบุคลากร ที่ได้รับความนิยมและประสบความสำเร็จในประเทศญี่ปุ่นเข้ามาให้บริการเพิ่มเติมกับลูกค้าในประเทศไทย โดยใช้ความเชี่ยวชาญของการเป็นผู้นำในธุรกิจด้าน Employee Benefit และ Rewarding Outsourcing Provider จากประเทศญี่ปุ่น ในการวางกลยุทธ์เพื่อขยายความต้องการ และการตระหนักรู้ในแบรนด์สินค้าสู่กลุ่มลูกค้าใหม่ๆ อีกด้วย **มร.ชินยะ ทาคาอิ กล่าวทิ้งท้าย**