

Xperience

ทาคาฟูมิ มิคุนิ from IT to Customer-Oriented



“สถานการณ์ทางธุรกิจเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ฟุจิตสึเป็น IT-Based Company ที่สามารถเปลี่ยนแปลงระบบ-เทคโนโลยี เพื่อตอบสนองความต้องการ และ Requirement ของลูกค้า เรามุ่งมั่นในเรื่อง Customer Focus ไม่ว่าลูกค้าต้องการอะไร บริษัทพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดีที่สุด เพราะเป้าหมายของฟุจิตสึอยู่ที่การเป็น Customer-Oriented Company”

มร.ทาคาฟูมิ มิคุนิ ประธานบริษัท ฟุจิตสึ ซีเอสเอ็ม บีสซีเนส (ประเทศไทย) จำกัด กล่าว

เดิมฟุจิตสึอยู่ใน Hardware Business โดยเฉพาะเครื่องคอมพิวเตอร์ เมนเฟรม แต่เมื่อสถานการณ์เปลี่ยน ฟุจิตสึก็ปรับตัวเองเป็นผู้ให้บริการโซลูชันไอทีครบวงจร (Total IT Solution Provider) โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากการให้บริการ มากกว่าการขายฮาร์ดแวร์

“เราต้องการเป็น Trusted IT Partner ของลูกค้า ซึ่งระบบไอทีของเราจะตอบสนองความต้องการทางธุรกิจของลูกค้าทั้งหมด” มร.มิคุนิ อธิบาย

ลูกค้าของฟุจิตสึ แบ่งเป็น 2 กลุ่มหลัก

หนึ่ง JOC (Japanese-Originated Corporation) ลูกค้าญี่ปุ่นที่ส่วนใหญ่เป็น Manufacturing โดยฟุจิตสึขาย ERP (Enterprise Resource Planning) เป็นหลัก สัดส่วนลูกค้ากลุ่มนี้มี 70%

สอง Local Company เดิมฟุจิตสึขายฮาร์ดแวร์เป็นหลัก แต่ต้องการเปลี่ยนมาให้บริการด้านไอที ลูกค้ากลุ่มนี้ประกอบด้วย Corporate, Finance, Government โดยสัดส่วนลูกค้ากลุ่มนี้อยู่ที่ 30% ซึ่งฟุจิตสึต้องการขยายไปกลุ่ม Healthcare, Insurance

การเพิ่มรายได้จาก Local Market คือความท้าทายของฟุจิตสึ

“แบรนด์ฟุจิตสึค่อนข้างมีชื่อเสียงในประเทศญี่ปุ่น เราเป็น No.1 IT Provider ลูกค้าญี่ปุ่นจึงไม่ใช้ปัญหา แต่นอกประเทศญี่ปุ่น ความรับรู้ต่อแบรนด์ฟุจิตสึยังไม่แพร่หลายมากนัก เรื่องนี้เป็นความท้าทายของฟุจิตสึทั่วโลก”

มร.มิคุนิ เสริมอีกว่า สำหรับตลาดอาเซียน รวมทั้งประเทศไทย โหนดบูคของฟุจิตสึเป็นที่ยอมรับในหมู่ผู้บริหาร แต่โหนดบูคเป็นแค่ฮาร์ดแวร์ โปรดัคต์ จริงๆ แล้วฟุจิตสึสามารถส่งมอบเมนเฟรม, ไฮเอนด์ เซิร์ฟเวอร์, ไอทีโซลูชัน และอีกมากมาย

“การที่จะ Leave Fujitsu’s Footprint ในตลาดไทย บริษัทต้องขายสินค้าและโซลูชันเพิ่มขึ้น และต้องทำ CSR อย่างต่อเนื่อง โดยฟุจิตสึทั่วโลกมีนโยบายว่า ในปี 2020 ทุกกิจกรรมของบริษัทจะลดการปล่อย Co₂ ลง 30 ล้านตัน”

การจะฝาก “รอยเท้า” ของฟุจิตสึในเมืองไทย มร.มิคุนิ กล่าวถึงสไตส์การบริหารของตัวเองว่า มีอยู่ 4 ประการ

- 1) **Determination** แนวทางการทำงานมีหลากหลายวิธี ต้องเลือกหนทางที่ดีที่สุด
- 2) **Passion** ฟุจิตสึทำในสิ่งที่ท้าทายและยาก การมีแรงปรารถนาจะทำให้งานลุล่วงไปได้
- 3) **Honesty** ซื่อสัตย์ทั้งกับตัวเองและพนักงาน
- 4) **Continuous Improvement** การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นตลอดเวลา ทั้งสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและลูกค้า ฟุจิตสึจึงต้องปรับตัวเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ®

14

เป้าหมายของฟุจิตสึ
อยู่ที่การเป็น Customer-Oriented Company