

A B A C A

# PROFILE Magazine

ISSUE DECEMBER 2014-JANUARY 2015

**SHE**

สุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์  
UNILEVER





# สุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์

## The Legend of 'SHE'

ข่าวการแต่งตั้งประธานกรรมการบริหารของยูนิลีเวอร์  
เมื่อเดือนตุลาคม 2557 ที่ผ่านมา สร้างความสนใจแก่บุคคลในแวดวงการตลาดเป็นอย่างมาก  
เพราะเป็น 'ผู้บริหารหญิงไทย' คนแรก ที่ก้าวขึ้นกุมบังเหียนองค์กรระดับโลกอย่างยูนิลีเวอร์  
ชื่อของ 'สุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์' จึงปรากฏขึ้นตามสื่อ  
ควบคู่กับโลโก้ 'ยูนิลีเวอร์' อย่างแพร่หลาย

เหตุผลสำคัญที่ 'คุณสุพัตรา เป้าเปี่ยมทรัพย์' ได้รับเลือกเข้าดำรงตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร ต่อจาก 'คุณบาวเคอ รวอเธอร์ส' เพราะประสบการณ์ที่ได้ร่วมงานกับยูนิลีเวอร์มานานกว่า 22 ปี ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาดและการบริหารผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ อีกทั้งยังได้ดำรงตำแหน่งสำคัญต่างๆ ในระดับภูมิภาค ซึ่งล้วนเป็นบทพิสูจน์ให้เห็นถึงผลงานและสร้างความเชื่อมั่น ทำให้เธอได้รับตำแหน่งเป็นซีอีโอสุภาพสตรีคนที่ 4 ของยูนิลีเวอร์ที่มีอยู่ใน 119 ประเทศ

หลังจากเรียนจบจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ คุณสุพัตรา เริ่มต้นชีวิตการทำงานที่ศูนย์วิจัยธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC) ในตำแหน่งรองผู้อำนวยการ และมีความเจริญก้าวหน้าจนได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการศูนย์วิจัยธุรกิจ มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ (ABAC) และอาจารย์ที่ปรึกษานักศึกษาปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจของมหาวิทยาลัย ก่อนที่คุณสุพัตราได้ไปเริ่มงานกับ ยูนิลีเวอร์ ประเทศไทย ในปี 2535 ในตำแหน่งผู้จัดการวิจัยตลาดผลิตภัณฑ์เส้นผม ศูนย์นวัตกรรมเส้นผม เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยได้รับมอบหมายให้ดูแลงานด้านวิจัยตลาดจนถึงการวางแผนด้านสื่อต่างๆ

ที่ยูนิลีเวอร์ คุณสุพัตรา มีความก้าวหน้าในงานวิจัยตลาดตามลำดับ และด้วยความที่เป็นคนสร้างสรรค์ ไม่หยุดนิ่ง และชอบความท้าทายอยู่เสมอ คุณสุพัตรา จึงได้รับความไว้วางใจจากผู้บริหารให้ดูแลงานด้านการตลาด ซึ่งเป็นงานที่คุณสุพัตราไม่ฝันและรอคอย ดังนั้น เมื่อโอกาสมาถึง คุณสุพัตราจึงทุ่มเทความสามารถและประสบการณ์อย่างเต็มที่จนได้รับแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่งผู้อำนวยการด้านการตลาดผลิตภัณฑ์ทำความสะอาดผิว ดูแลผลิตภัณฑ์ บริส โอโม และคอมฟอร์ท

จากนั้น ในปี 2548 เธอได้ย้ายไปทำงานที่ประเทศมาเลเซีย เพื่อดูแลกลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนและกลุ่มเครื่องใช้ส่วนตัวทั้งหมด 8 แบรินด์ โดยมีผู้บริโภคที่ต้องดูแลประมาณ 25 ล้านคน ช่วงนี้ถือเป็นโอกาสอันดีในการสั่งสมประสบการณ์ในการศึกษาสายงานกลุ่มผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน จนถึงปี 2550 ชีวิตจึงเริ่มต้นเดินทางอีกครั้งหนึ่ง โดยได้เข้าไปดูแลด้านการวางแผนกลยุทธ์ และนวัตกรรมในธุรกิจกลุ่มอาหารที่ ยูนิลีเวอร์ เอเชีย ใต้ ประเทศจีน

การที่ได้รับมอบหมายให้ไปประจำที่ประเทศจีน นับเป็นการเปิดโอกาสอีกครั้งให้คุณสุพัตราได้เป็นทัพหลังเพื่อทำงานสนับสนุนกองหน้า โดยทำงานร่วมกับทีม

R&D เพื่อคิดค้นสินค้าและนวัตกรรมเพื่อตอบสนองโครงการให้กับสำนักงานในภูมิภาคและบริษัทแม่ ครอบคลุมถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับทิศทางการทำงานตลาดของยูนิลีเวอร์ใน 9 ประเทศ ได้แก่ จีน ฮองกง ไต้หวัน ไทย เวียดนาม อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และสิงคโปร์

หลังเก็บเกี่ยวประสบการณ์การทำงานในกลุ่มสินค้า อาทิ ผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน เครื่องใช้ส่วนตัว และธุรกิจกลุ่มอาหาร จากนานาประเทศในแถบเอเชียานหลายปี ในปี 2552 คุณสุพัตราได้เดินทางกลับประเทศไทย โดยดำรงตำแหน่งรองประธานกรรมการบริหาร ธุรกิจอาหาร และไอศกรีม ยูนิลีเวอร์ ประเทศไทย และได้รับการแต่งตั้งให้ดำรงตำแหน่ง 'รองประธานกรรมการบริหาร ธุรกิจผลิตภัณฑ์ในครัวเรือน อาหาร และไอศกรีม ยูนิลีเวอร์ ประเทศไทย' ในปี 2556

ในช่วงนี้เมืองที่ถือเป็นช่วงสำคัญที่คุณสุพัตราได้แสดงผลงานทางด้านการตลาด ทั้งในแบบ Active และ Proactive อย่างชัดเจน

"การทำให้องค์กรและธุรกิจเติบโต ต้องไม่ทำอย่างฉาบฉวย แต่ควรเน้นให้เกิดความเติบโตอย่างมั่นคง ยั่งยืน และมีเป้าหมายที่ชัดเจน ทำให้พนักงานมีความสุข โดยไม่เน้นแค่ผลกำไรเป็นหลัก แต่มุ่งเน้นตอบใจของสังคมผ่านกระบวนการทางธุรกิจทุกขั้นตอนอย่างสมบูรณ์"

ผลงานอันน่าจดจำในการวางกลยุทธ์เชิงการตลาด คือการนำใจของสังคมมาสร้างเป็นใจของแบรนด์สินค้า ที่มีลักษณะแตกต่างกันไปในรายละเอียด เช่น ผงซักฟอก 'บริส' ที่ใช้กลยุทธ์ 'Experience Marketing' เกิดเป็นแคมเปญ 'เปิดโลกการเรียนรู้ ให้เด็กได้สนุกและเรียนรู้จากประสบการณ์จริงแบบไม่ต้องกลัวละ หรือ 'จิกคินอร์' ที่ได้หยิบประเด็นความสำคัญของอาหารเช้า ที่มีผลต่อพัฒนาการของเด็กมาเป็น 'Key Word' เพื่อสร้างกลยุทธ์การตลาดและหัวใจโฆษณาให้ตอบใจความต้องการของเด็กวัยเรียนกว่า 40% ที่ไม่ได้กินอาหารเช้าจนทำให้ใจกังวลสามารถสร้างพฤติกรรมกรกินอาหารเช้าแบบกินง่าย ด้วยกรนำเสนอโฆษณาและพรีเซนเตอร์ที่โดนใจ

แต่ผลงานที่โดดเด่นอย่างเข้าตาคือการสร้างแบรนด์ให้ไอศกรีม 'แม็กนัม' ด้วยการให้ 'Content Marketing' สร้างเป็นกลยุทธ์ Above the Line เมย์แพร่ผ่าน 'Viral Clip' ในโซเชียลมีเดียรูปแบบต่างๆ โดยมี 'Endorser' ชื่อตั้งอย่าง 'อนันดา



เอเวอริงแอม' ยิ่งทำให้ชื่อของแม็กนัมเป็นที่รู้จักมากขึ้นไปอีก

ไม่เพียงเท่านั้น คุณสุพิศทราบทีมการตลาดยังร่วมมือกับสร้างกลยุทธ์ Below the Line ชี้นำสินค้าให้กับแม็กนัม นั่นคือการสร้าง Flagship Store 'แม็กนัมคาเฟ่' ที่ทำให้คนจำนวนมากอยากมาสัมผัสประสบการณ์แปลกใหม่กันอย่างล้นหลาม เกิดกระแส Talk of the Town อันโด่งดัง ทำให้ตลอดระยะเวลา 7 เดือนที่เปิดร้าน มีคนเข้ามาแวะเวียนที่แม็กนัมคาเฟ่ มากถึง 2.5 แสนคน บวกกับยอดขายไอศกรีมที่เพิ่มมากขึ้นกว่า 60 ล้านแท่ง

ยิ่งไม่รวมถึงอีกหลากหลายแคมเปญอินโฟดเด่นที่ทำให้วันนี้เธอได้ก้าวขึ้นมาเป็นซีอีโอหญิงคนแรกขององค์กรแห่งนี้

สำหรับปี 2558 นี้ นับเป็นปีที่เศรษฐกิจโลกมีความผันผวนมากที่สุด จากการคาดการณ์ของ

นักวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจ เมื่อคุณสุพิศทราภิวัตน์ ตำแหน่งประธานกรรมการบริหาร เธอเผยว่ากลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคไม่น่าจะได้รับผลกระทบมาก แต่ใจหายใหญ่ที่สำคัญคือ การเลือกกลยุทธ์ทางการตลาด ที่ช่วยเสริมให้สินค้าทุกกลุ่มมียอดขายที่เติบโตมากขึ้น

คุณสุพิศย้ำว่าการทำการตลาดในปีนี้มี 'Digital Marketing' จะเป็นเรื่องสำคัญที่สามารถสร้างกลยุทธ์แห่งความสำเร็จให้กับแบรนด์สินค้า ประกอบกับนโยบายของภาครัฐในปี นี้ ที่จะมีการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ 'Digital Economy' ที่เน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ อีกทั้งทำให้ Digital Marketing เพิ่มบทบาทในองค์กรใหญ่มากขึ้น ซึ่งในปีประเด็นดังกล่าว คุณสุพิศฯ ได้ให้ความเห็นว่า

“ การทำให้องค์กร และธุรกิจเติบโต ต้องไม่ทำอย่างฉาบฉวย แต่ควรเน้นให้เกิด ความเติบโตอย่าง มั่นคง ยั่งยืน ”

“พฤติกรรมผู้บริโภคในปี 2558 นั้น ถูกผลักดันด้วยดิจิทัล แนวนโยบายพฤติกรรมของพวกเขามีการเปลี่ยนแปลงถึง 3 เรื่องคือ หนึ่ง, การซื้อของผ่าน e-Commerce มีมากขึ้น สอง, ผู้บริโภคใช้สมาธิโฟนเป็นช่องทางในการมีส่วนร่วมกับแบรนด์สินค้า และ สาม, คนไทยชอบลองของใหม่ เพราะกลัวตกเทรนด์ ทั้งนี้คงเป็นความท้าทายทางการตลาดรูปแบบใหม่ ซึ่งดิฉันและทีมงานเตรียมแผนรับมือเรื่องนี้ไว้ทั้งหมดแล้ว”

ส่วนอีกประเด็นที่สำคัญ คือการเกิดขึ้นของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) คุณสุพิศฯ เผยว่า ยูนิลีเวอร์ได้เตรียมความพร้อมไว้รองรับโอกาสใหม่ ที่กำลังจะเกิดขึ้นแล้ว

“ไม่รู้ลึกก็วางใจกับ AEC ค่ะ แม้เป็นความท้าทายครั้งใหม่ แต่ระดมทีมเวิร์กที่ธุรกิจในทุกภูมิภาคนี้มานาน เราทำงานประสานสอดคล้องและมีความเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้ อีกทั้งรูปแบบการบริหารจัดการของยูนิลีเวอร์เป็น Regional Sourcing อยู่แล้ว AFTA จะช่วยให้งานเรามีความคล่องตัวมากขึ้น แต่ที่สำคัญอย่างยิ่ง ก็นั่นที่เราจะไม่ถึง AEC ในฐานะผู้นำ คุณต้องรู้ว่าเมื่อไหร่เราจะมองโลก มีวิธีการอย่างไรในการวางแผนดำเนินงานให้กว้าง เพราะสินค้าในพอร์ตโฟลิโอของเรามีหลากหลาย ช่วงเวลาในการให้ทดสอบการตลาดให้กับสินค้าแต่ละประเภท คิดศิลปะในการบริหารจัดการ Key Word ที่ว่า 'มองกว้าง มองไกล มองลึก' 'ให้ถูกจังหวะเวลา’”

นั่นคือแนวทางการทำการตลาด บนความท้าทายรูปแบบใหม่ในปีนี้ของยูนิลีเวอร์ ประเทศไทย

ภายใต้การบริหารงานของคุณสุพิศรา เป็นผู้บริหารที่ปรึกษา ABACA Profile ตามเธอก็ถึงลักษณะของการเป็นผู้หน้าที่ดีว่าควรเป็นอย่างไร เธอนิ่งคิดก่อนตอบว่า

“ผู้นำที่ดีจะเป็นคนที่สามารถสร้างแรงบันดาลใจให้แก่พนักงานได้ และจะทำอย่างไรให้พนักงานมีพลังกล่าวลือที่เขามั่น คนนี้เป็นสิ่งที่เราต้องสร้างขึ้นมา”

นอกจากการเป็นผู้นำที่ดีแล้ว อีกหนึ่งเรื่องสำคัญในการบริหารจัดการองค์กร คือการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรบุคคล รวมถึงการผลักดันพนักงานของยูนิซีเวอร์ ประเทศไทย ออกไปทำงานในต่างประเทศเพิ่มขึ้น เพราะในปัจจุบันมีพนักงานถึง 4,000 คนในองค์กร แต่กลับมีคนที่ไม่ทำงานในต่างประเทศเพียงไม่กี่คนเท่านั้น

“การที่องค์กรเติบโตได้ย่อมมีแรงขับเคลื่อนที่มีทรัพยากรบุคคลอย่างมากมาย จำนวนมาก ในฐานะซีอีโอ ก็จะพยายามพัฒนาศักยภาพของพนักงานให้ได้อย่างที่ควร โดยเพิ่มการอบรมหลายรูปแบบให้กับพนักงาน เราพัฒนาพนักงานของเราให้เป็นผู้นำมืออาชีพที่มีความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคคนไทย และเข้าใจตลาดสินค้าระดับโลกบริโภคเมืองไทยอย่างถ่องแท้ นอกไปจากนั้น เรายังมีความมุ่งหวังให้พวกเขามีองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับเทรนด์ Globalization หน้าที่ของทีเอ็นเคคือ พัฒนาศักยภาพผู้นำของพวกเขา โดยกระตุ้นให้พวกเขากล้าที่จะไปหาประสบการณ์นอกประเทศตั้งแต่หลายปีมานี้เลย ให้สามารถไปทำงานทั้งในระดับภูมิภาค ไปจนถึงระดับโลก เพื่อให้เขานำเอาความรู้พร้อมทั้งประสบการณ์เหล่านั้นกลับมาเป็นผู้นำและพัฒนายูนิซีเวอร์ ประเทศไทยต่อไปในอนาคต”

การสนทนาเดินทางมาสู่วบหลุ่สุดท้าย คุณสุพิศราได้ฝากแง่คิดการทำงานถึงคนรุ่นใหม่ที่กำลังจะก้าวเข้าสู่การทำงานในอนาคตด้วยถ้อยคำที่กินใจว่า

“สำหรับคนรุ่นใหม่ ให้องค์กรว่าการทำงานเป็นชีวิตที่ดีต้องเดินทาง คงจะดีไม่น้อยถ้าสามารถค้นพบจุดมุ่งหมายในชีวิตได้ จงมุ่งมั่นกับสิ่งที่ทำให้เต็มที และมีสูตรแห่งความสำเร็จ แต่ในขณะเดียวกันเราก็ต้องมีความพร้อม มีการเตรียมตัว วางแผน และลงมือทำอย่างจริงจังและตั้งใจ เพื่ออยากจะทำอย่างมีประสิทธิภาพ นั่นคือ เราต้องให้ความสำคัญอย่างจริงจังในสิ่งที่ทำ แต่ถ้ามองย้อนกลับมาที่เราไม่รัก ขอให้หาเสน่ห์และความโดดเด่นของงานให้ได้ เพื่อสร้างความตื่นตัวและกระตุ้นแรงบันดาลใจในการทำงาน ถ้าสุดท้ายยังหาไม่เจอ เราควรตั้งคำถามขึ้นนั่นคือความรับผิดชอบของเขามากกว่า เขานิ่งคิดแล้วเชื่อว่าความสำเร็จจะเกิดขึ้นกับการทำงานในอนาคตในที่สุด”

นี่คือแนวคิดขั้นล้ำค่า ที่ซีอีโอหญิงได้ฝากไว้ โดยไม่ว่าคุณหญิงใคร ก็สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้กับทุกมิติของชีวิตอย่างลงตัว •



“ การทำตลาดในปีนี้ Digital Marketing จะเป็นเรื่องสำคัญ ที่สามารถสร้างกลยุทธ์ แห่งความสำเร็จให้แก่แบรนด์สินค้า ”