

“โรบินสัน” ประกาศความสำเร็จ 4 ธุรกิจหลัก  
พร้อมเดินหน้า “Transforming Robinson 2017”  
สร้างดีเอ็นเอใหม่ ภายใต้ชื่อ “บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน)”

โรบินสัน ประกาศความสำเร็จของ 4 ธุรกิจหลัก ในปี 2559 ทั้งห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้าในรูปแบบไลฟ์สไตล์ การบริหารแบรนด์นำเข้ามาจากต่างประเทศ และ ห้างสรรพสินค้าในประเทศเวียดนาม ด้วยรายได้กว่า 30,187 ล้านบาท และกำไรสุทธิรวม 2,815 ล้านบาท พร้อมเดินหน้า “Transforming Robinson 2017” ด้วยการสร้างดีเอ็นเอใหม่ ทางธุรกิจ ภายใต้ชื่อ “บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน)”

มร. อลัน ทอมสัน กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน) เผยว่า “จากความสำเร็จ ในการปรับเปลี่ยนโมเดลโครงสร้างธุรกิจในช่วงปี 2559 ที่ผ่านมา ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการแบ่งเป็น 4 หน่วยธุรกิจที่ ชัดเจน คือ

- 1) **ธุรกิจห้างสรรพสินค้า หรือ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์** ซึ่งปัจจุบันทางบริษัทฯ ประกอบธุรกิจค้าปลีก ประเภทห้างสรรพสินค้าทั้งหมด 26 สาขา โดยจำหน่ายสินค้าแบรนด์ชั้นนำทั้งในและต่างประเทศ
- 2) **ธุรกิจศูนย์การค้า (Shopping Mall)** โดยปัจจุบันทางบริษัทฯ มีศูนย์การค้าไลฟ์สไตล์เปิดให้บริการ แล้วทั้งสิ้น 18 สาขาทั่วประเทศ ซึ่งทางบริษัทฯ ได้เริ่มพัฒนาครั้งแรกในปี 2553 ปัจจุบันเป็น ศูนย์การค้าที่เต็มรูปแบบและมีผู้เช่าเต็มพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย ห้างสรรพสินค้า ศูนย์อาหาร ร้านอาหารชั้นนำ โรงภาพยนตร์ ธนาคารพาณิชย์ ซูเปอร์มาร์เก็ต สวนน้ำ ฟิตเนส เป็นต้น รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ที่ครบครันภายในศูนย์การค้า
- 3) **การบริหารแบรนด์นำเข้ามาจากต่างประเทศและในประเทศ** โดยบริษัทฯ ได้รับลิขสิทธิ์ให้เป็นผู้จัดจำหน่ายเฉพาะในสาขาของโรบินสัน เช่น จัสท์บาย (Just Buy) , เพย์เลส ชูชอร์ส (Payless Shoe Source), เบบี้ ซ็อบ (Babyshop) เป็นต้น
- 4) **โรบิน เวียดนาม** โดยบริษัทฯ มีการลงทุนเปิดห้างสรรพสินค้าในเวียดนาม 2 แห่ง โดยมีที่เมือง ฮานอย และเมืองไฮจิมนัส ตั้งแต่ปี 2557

ซึ่งแต่ละหน่วยธุรกิจ บริษัทฯ ได้มีการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยทีมผู้บริหารที่มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในธุรกิจนั้นๆ เป็นอย่างดี ประกอบกับ การดำเนินงานที่สำคัญ ซึ่งเป็นปัจจัยร่วมที่ส่งผลให้ธุรกิจ ในปี 2559 ประสบความสำเร็จ ได้แก่

โล่สีส้มใหม่ให้ชีวิต

- 1) **การปรับเปลี่ยนกลุ่มสินค้าที่วางจำหน่าย** โดยเน้นกลุ่มสินค้าที่เป็น Signature Categories คือ กลุ่มสินค้าเครื่องสำอางค์ และสินค้าเพื่อสุขภาพและความงาม, กลุ่มสินค้ารองเท้า กระเป๋า และกระเป๋าเดินทาง, กลุ่มสินค้ายีนส์สำหรับบุรุษและสตรี, กลุ่มสินค้าชุดชั้นในสำหรับสตรี, กลุ่มสินค้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เครื่องใช้ ของเล่นเด็ก, กลุ่มสินค้าตกแต่งบ้านและของใช้ภายในบ้าน และกลุ่มสินค้า Playing to Trends ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่เข้ากับกระแสความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน เช่น กลุ่มสินค้าแอท เลเชอร์ (Ath-Leisure) เป็นต้น
- 2) รวมทั้งมีการ**เพิ่มสัดส่วนกลุ่มสินค้าอินเตอร์เนชั่นแนลแบรนด์ (International Brand) และแฮ๊สแบรนด์ (House Brand)** ทั้งจัสท์บาย (Just Buy) ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าราคา 60 บาทขึ้นไป ที่มีครบทุกหมวดหมู่, เพย์เลส ชูซอร์ส (Payless Shoe Source), เบบี้ ช็อป (Babyshop) รวมทั้งมีการเปิดตัวกลุ่มสินค้า**เกรทแวลู (Great Value)** ในช่วงเดือนตุลาคม 2559 ที่ผ่านมา ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้า**แฮ๊สแบรนด์ (House Brand)** ที่จำหน่ายภายใต้แนวคิด 365 วันราคาเดียว โดยแหล่งที่มาของสินค้าต้องเป็นสินค้าจากผู้ผลิตที่ดำเนินการถูกต้องตามหลักจริยธรรม (Ethical Sourcing) โดยประกอบไปด้วยสินค้า 4 หมวด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์สำหรับบ้านภายใต้แบรนด์ Home&Co ผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสุขภาพภายใต้แบรนด์ Active&Co ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายบุรุษ-สตรี ภายใต้แบรนด์ Clothing&Co และผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายเด็กภายใต้แบรนด์ Kids&Co
- 3) **การขยายสาขาใหม่ 2 แห่ง** คือ โรบินสัน ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ สาขานครศรีธรรมราช ในเดือนกรกฎาคม 2559 และศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ ลพบุรี ในเดือนธันวาคม 2559 ซึ่งเป็นรูปแบบศูนย์การค้าสาขาแรกและแห่งแรกในประเทศไทยที่มีการรวมพื้นที่ห้างสรรพสินค้าและพื้นที่ร้านค้าของศูนย์การค้าเข้าด้วยกันในรูปแบบ Integrated Layout ที่ทำให้เกิดความต่อเนื่องในการช้อปปิ้งอย่างไม่มีรอยต่อ มีการบริหารพื้นที่รับชำระสินค้าให้อยู่ในจุดเดียวกัน (Centralized Cashier) มีส่วนน้ำแห่งแรก รวมถึงมีการติดตั้งหลังคาแผงพลังงานแสงอาทิตย์ (Solar Roof) เพื่อช่วยประหยัดพลังงานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- 4) **การปรับภาพลักษณ์ในส่วนห้างสรรพสินค้า หรือ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์** ในหลายสาขา โดยได้มีการปรับปรุงทั้งในแง่ของสินค้าและบริการ อาทิ การเปิดโซนการช้อปปิ้งใหม่ในชื่อ 1 Below เพื่อตอบรับกลุ่มลูกค้า millennial ซึ่งเป็นกลุ่มวัยรุ่นและคนทำงาน โดยมีการคัดสรรสินค้าทั้งสปอร์ตแฟชั่น และอุปกรณ์เทคโนโลยีใหม่ๆ มาวางไว้ที่ชั้นเดียว เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้ากลุ่มดังกล่าว รวมทั้งมีการปรับรูปแบบกิจกรรมที่เน้นสร้างประสบการณ์ที่มากกว่าการช้อปปิ้งให้แก่ลูกค้า (Making retail more than just shopping) อย่างต่อเนื่อง

5) การควบคุมรายการส่งเสริมการขายให้เหมาะสม รวมถึงเน้นการส่งเสริมการขายในรูปแบบ Signature promotion เช่น Pay Day Promotion หรือ Wednesday Promotion และการบริหาร ค่าใช้จ่ายที่มีประสิทธิภาพ

ทั้งหมดนี้จึงส่งผลให้ในปี 2559 บริษัทมีรายได้รวม 30,187 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 5% และมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 2,815 ล้านบาท เพิ่มขึ้นถึง 30.7% จากปี 2558

สำหรับในปี 2560 บริษัทฯ พร้อม “Transforming Robinson 2017” ด้วยการเปลี่ยนชื่อบริษัทใหม่เป็น “บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน)” โดยมีผลบังคับใช้อย่างเป็นทางการตั้งแต่วันที่ 2 พฤษภาคม 2560 เป็นต้นไป ทั้งนี้เพื่อให้สอดคล้องกับโครงสร้างธุรกิจรูปแบบใหม่ที่ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน ซึ่งมีความหลากหลาย และไม่ได้มุ่งเน้นเฉพาะธุรกิจห้างสรรพสินค้าเพียงอย่างเดียว อีกทั้งเพื่อให้รองรับการดำเนินธุรกิจรูปแบบอื่นๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต

พร้อมเดินหน้าสร้างดีเอ็นเอใหม่ทางธุรกิจ เพื่อการเติบโตที่ยั่งยืน ใน 4 ด้าน คือ

1) *To put our customers, employees and suppliers at the heart of our business decision* ให้ ความสำคัญกับทั้งลูกค้า พนักงาน และคู่ค้า ซึ่งเป็นหัวใจหลักในการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ

2) *Making retail more than just shopping* การสร้างประสบการณ์ Shopping ที่โดดเด่นให้กับลูกค้า มากกว่าการเข้ามาซื้อสินค้า โดยบริษัทฯ มุ่งสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและนำเสนอประสบการณ์ที่แปลก ใหม่ สร้างแรงบันดาลใจให้รู้สึกตื่นเต้นและสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อม ๆ กับการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ ตอบโจทย์ความต้องการและไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในแต่ละพื้นที่ในทุกช่วงเวลา นอกจากนี้ทางบริษัทฯ ได้มีการเพิ่ม สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในแต่ละสาขา ได้แก่ ร้านกาแฟ โซนพักผ่อน บริการฟรีสัญญาณ WI-FI จุดชาร์จ โทรศัพท์มือถือ และสถานที่ออกกำลังกายในร่ม (ฟิตเนส) เป็นต้น

3) *โรบินสัน ทำดี* กับโครงการ CSR ต่าง ๆ ที่บริษัทฯ ได้มีการจัดทำขึ้น โดยจะมุ่งเน้นในหลาย ๆ ด้าน อาทิ แคมเปญ “1% Gift Card” ซึ่งนับเป็นครั้งแรกของวงการธุรกิจค้าปลีกของไทยในการสร้างความต่างและ ความเป็นเอกลักษณ์ให้แก่กิลด์การ์ด โดยในปีนี้อย่าง การซื้อ “โรบินสัน กิลด์การ์ด” โรบินสันจะบริจาค 1% สบทบทุนให้ “โครงการโรบินสันสานฝันให้น้อง” เพื่อสนับสนุนโครงการงานการศึกษาของโรงเรียนและเด็ก ๆ ที่ขาดแคลนทุนทรัพย์ในถิ่นทุรกันดาร เพื่อส่งต่อโอกาสทางการศึกษาแก่เด็ก ๆ ทั่วประเทศต่อไป

4) *Grate Value* กลุ่มสินค้าที่มุ่งเน้นในเรื่องของคุณภาพที่คุ้มค่างับราคา ภายใต้แนวคิด “ราคาเดียวตลอด 365 วัน” โดยปัจจุบันสินค้าเหล่านี้ได้มีการจำหน่ายใน 11 สาขาของโรบินสัน โดยในปี 2560 มีแผนที่จะขยาย สาขาให้ครอบคลุมมากขึ้นกว่า 20 สาขา รวมถึงการนำสินค้ากลุ่มใหม่ ๆ เข้ามาจำหน่าย อาทิ กลุ่มสินค้า เครื่องใช้ในห้องน้ำ และผลิตภัณฑ์เครื่องครัวและชุดโต๊ะอาหาร กว่า 400 รายการ ในเดือนกรกฎาคม 2560 นี้

และรุกพัฒนา 4 ธุรกิจหลักในปี 2560 ตามโครงสร้างเดิมอย่างต่อเนื่อง ได้แก่

1) การขยายสาขาเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าในรูปแบบห้างสรรพสินค้า หรือ ดีพาร์ทเมนท์สโตร์ จำนวน 1 สาขา ที่อำเภอมหาชัย จังหวัดสมุทรสาคร ในช่วงเดือนพฤศจิกายน 2560 พร้อมมีแผนปรับ

ภาพลักษณ์ในสาขาต่างๆ อย่างต่อเนื่อง อาทิ สาขาพระราม 9, สาขาตราง, สาขาจันทบุรี, สาขาสระบุรี ในคอนเซ็ปต์ “Making Retail More Than Just Shopping” ด้วยการฉีกรูปแบบของช้อปปิ้งมอลล์แบบเดิมๆ ที่จะมอบประสบการณ์แปลกใหม่ทั้งในแง่ของสินค้า Signature Categories และ Playing to Trend บริการและกิจกรรมภายในห้าง ที่จะสร้างความแตกต่างและความประทับใจแก่ลูกค้า

2) การขยายสาขาในรูปแบบศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ ที่ยังคงคอนเซ็ปต์ “EAT-SHOP-PLAY” ที่ครบวงจรในรูปแบบ Integrated Layout ฉีกรูปแบบศูนย์การค้าแบบเดิมๆ ที่ผสมผสานการจัดวางกลุ่มสินค้าตามความสนใจของลูกค้า โดยเชื่อมพื้นที่ระหว่างโซนศูนย์การค้า และดีพาร์ตเมนต์สตรีเข้าไว้ด้วยกัน ออกแบบผังศูนย์การค้าให้เดินสะดวก ไม่มีการกั้นผนังแต่ละร้าน ทำให้พื้นที่เปิดกว้างมองเห็นร้านค้าโซนต่างๆ จากทุกมุมมอง เพื่อสร้างความต่อเนื่องและเฟลิดเฟลีนในการเดินช้อปปิ้งและตอบสนองไลฟ์สไตล์ของคนยุคใหม่ที่ต้องการประสบการณ์ที่มากกว่าการช้อปปิ้ง (Making retail more than just shopping) และเพื่อให้เป็นศูนย์กลางของชุมชน (Center of Community) จำนวน 2 สาขา คือ ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ เพชรบุรี ในวันที่ 19 พฤษภาคม 2560 และ ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ กำแพงเพชร ในเดือนธันวาคม 2560

ทั้งนี้จากการขยายสาขาทั้งในรูปแบบโรบินสัน ดีพาร์ตเมนต์สตรี และโรบินสันไลฟ์สไตล์ ในพื้นที่กว่า 78,000 ตารางเมตร รวมทั้งการปรับภาพลักษณ์ในสาขาต่างๆ บริษัทฯ ใช้งบลงทุนรวม 4,100 ล้านบาท

3) รุกบทบาทผู้นำเข้าและบริหารแบรนด์สินค้า เพื่อสร้างความแตกต่าง และได้ลูกค้ากลุ่มใหม่ และอัตรากำไรขั้นต้นที่ดีขึ้น โดยการคัดสรรแบรนด์สินค้าที่น่าสนใจกับแบรนด์นำเข้าจากต่างประเทศ อย่าง เพย์เลส ซูซอร์ส (Payless Shoesource) เบบี้ชอป (Babyshop) จัสท์บาย (Just Buy) และ เกรทแวลู (Great Value) ซึ่งในปีบริษัทฯ มีแผนที่จะขยายสาขาของทุกแบรนด์อย่างต่อเนื่องรวมกว่า 30 สาขา ซึ่งจะทำให้มีสาขาทั้งหมดกว่า 130 สาขาในสิ้นปี 2560 อีกทั้งจะมีการขยายพื้นที่สาขาของ จัสท์บาย (Just Buy) กว่า 10 สาขา เป็น 500-1,000 ตารางเมตร ซึ่งได้ดำเนินการขยายพื้นที่ในสาขาจริงเป็นที่แรกในช่วงเดือนมีนาคม 2560 ที่ผ่านมา โดยในปัจจุบันจัสท์บาย (Just Buy) มีสาขาทั้งหมด 42 สาขา

4) พัฒนาธุรกิจห้างสรรพสินค้า “โรบินสัน” ในประเทศเวียดนาม ทั้ง 2 สาขา คือ รอยัล ซิตี้ ฮานอย (Royal City, Hanoi) และ เครสเซนท์ โฮจิมินห์ซิตี อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังรุกพัฒนาด้านการตลาดอย่างไม่หยุดยั้ง เพื่อสร้างสรรค์แคมเปญการตลาดที่น่าสนใจตลอดปี 2560 รวม 13 แคมเปญใหญ่ โดยมีการใช้งบการตลาดเท่ากับปี 2559 คือ ประมาณ 2.3% ของยอดขายรวม หรือประมาณ 580 ล้านบาท ซึ่งบริษัทฯ ได้มีการปรับแผนส่งเสริมการขายของแต่ละแคมเปญให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้า โดยได้มีการศึกษาพฤติกรรมและไลฟ์สไตล์ของกลุ่มลูกค้ามานานกว่า 1 ปี ทั้งนี้แผนส่งเสริมการขายของแต่ละแคมเปญในปีนี้จะไม่ได้มุ่งเน้นที่การให้ส่วนลดสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ได้เพิ่มประสบการณ์พิเศษในการช้อปปิ้ง เพื่อสร้างความคุ้มค่าและการจดจำ อาทิ Signature Promotion

โลโก้ใหม่ให้ชีวิต

อย่าง Pay Day Promotion หรือ Wednesday Promotion อีกทั้งในทุกแคมเปญจะผนวกการทำ CSR เข้าไปด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายการดำเนินการธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม และในปีนี้เป็นบริษัท มีการรุกโปรโมทแคมเปญทางการตลาดในสื่อดิจิทัล โดยใช้งบลงทุนกว่า 10 ล้านบาท

รวมทั้งเดินหน้ากลยุทธ์ซิวอาร์เอ็มอย่างเข้มข้น โดยการแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน เพื่อให้เข้าถึงและตอบสนองความต้องการของแต่ละกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านบัตรเดอะวัน การ์ด (The 1 Card) ที่ให้ลูกค้าสะสมและแลกคะแนนเพื่อรับสิทธิประโยชน์ต่างๆ และล่าสุดบริษัทยังเข้าร่วมกับบัตรเซ็นทรัล เดอะวัน เครดิต การ์ด (CENTRAL THE 1 CREDIT CARD) ที่เปิดตัวใหม่ล่าสุด เพื่อมอบสิทธิประโยชน์ที่หลากหลายและประสบการณ์การช้อปปิ้งที่เหนือระดับไม่ซ้ำใคร ซึ่งคาดว่าจะได้รับการตอบที่ดีจากกลุ่มลูกค้าอย่างแน่นอน

อีกทั้งในปีนี้เป็นบริษัทจะรุกการตลาดออนไลน์เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากเทรนด์การจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยบริษัทมี Social Media Platform ที่ค่อนข้างแข็งแกร่ง โดยมีผู้ติดตาม Facebook กว่า 8 แสนคน และ Line Official ถึง 11.4 ล้านคน นอกจากนี้บริษัท ยังรุกพัฒนาช่องทางการขายบน Robinson Online Shopping ซึ่งเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการให้ลูกค้าเข้าถึงสินค้าของโรบินสันได้สะดวกมากยิ่งขึ้น พร้อมด้วยการบริการจัดส่งที่รวดเร็วทันใจทั่วประเทศ ไม่ว่าจะอยู่พิภพไหน ก็ช้อปได้แบบไม่เสียเวลา พร้อมสร้างประสบการณ์จับจ่ายด้วย ‘Click and Collect’ เทรนด์การจับจ่ายใช้สอยของลูกค้าในยุคดิจิทัล ที่สามารถช้อปปิ้งผ่านบริการสั่งซื้อสินค้าระบบออนไลน์ ที่ shopping.robinson.co.th และสามารถมารับสินค้าที่โรบินสันทั้ง 44 สาขา ที่ลูกค้าสะดวก ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้ายุคใหม่เป็นอย่างมาก

“จากแผนการ Transforming Robinson 2017 ภายใต้อำนาจ “บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน)” ทั้งหมดข้างต้น บริษัทคาดว่าจะประสบความสำเร็จในทุกมิติอย่างแน่นอน” มร.อลัน กล่าวสรุป