

**โรบินสัน รุกตีบผูดสาขารองรับเศรษฐกิจบูมตามนโยบายอีอีซีของรัฐบาล
ประกาศลงทุนราว 3,000 ล้านบาท
ขยายสาขาที่ 3 ในชลบุรีภายในไตรมาส 3 พร้อมขยายฐานอีสานเปิดอีกแห่งที่ชัยภูมิ
มั่นใจภาพรวมค้าปลีกปีนี้ดีขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา คาดยอดขายเติบโตสอดคล้องจีดีพีของประเทศ**

นายวุฒิเกียรติ เตชะมงคลาภิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ บริษัท โรบินสัน จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า เพื่อรองรับการขยายตัวของเศรษฐกิจและกำลังซื้อในภาคตะวันออก โดยเฉพาะจังหวัดชลบุรี เนื่องจากโครงการระเบียงเขตเศรษฐกิจภาคตะวันออก (อีอีซี) ซึ่งเป็นแผนยุทธศาสตร์ต่างประเทศภายใต้ไทยแลนด์ 4.0 ที่จะเป็นส่วนสำคัญที่ผลักดันให้ประเทศมีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ในปี 2561 บริษัทฯ จึงมีแผนลงทุนประมาณ 1,000 ล้านบาท เพื่อเปิดสาขาใหม่ในรูปแบบ 'ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์' ในชื่อ 'ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ สาขาชลบุรี' ที่บริเวณด้านหลังนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ภายในไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ ซึ่งนับเป็นสาขาลำดับที่ 47 และเป็นสาขาลำดับที่ 21 ในรูปแบบศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ ก่อสร้างเป็น 2 ชั้น บนพื้นที่ราว 36,000 ตารางเมตร โดยเป็นสาขาที่ 3 ในจังหวัดชลบุรี หลังจากเปิด 2 สาขาก่อนหน้านี้ที่ศูนย์การค้าแปซิฟิก พาร์ค ศรีราชา และศูนย์การค้าเซ็นทรัลพลาซ่า ชลบุรี

"บริษัทได้เปิดสาขาใหม่ที่จังหวัดชลบุรี เพราะเล็งเห็นว่าเป็นจังหวัดที่มีกำลังซื้อสูง เนื่องจากมีนิคมอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ ตั้งอยู่ในจังหวัดดังกล่าวและใกล้เคียงจำนวนมาก ทำให้คนมีรายได้ประจำ และมีความทำงานกว่า 400,000 คน ในนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร ซึ่งคาดว่าจะการขยายตัวของเศรษฐกิจในจังหวัดนี้จะดียิ่งขึ้นภายหลังจากการลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น การเชื่อมแอร์พอร์ตลิงค์มายังภาคตะวันออกและโครงการอื่นๆ ที่จะทำให้การเดินทางมายังภาคตะวันออกง่ายขึ้น"

ส่วนอีก 1 สาขา มีแผนจะเปิดในไตรมาสที่ 4 ในรูปแบบ 'ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์' เช่นกัน ที่จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งนับเป็นสาขาลำดับที่ 48 และเป็นสาขาลำดับที่ 22 ในรูปแบบศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ โดยใช้เงินลงทุนประมาณ 800 ล้านบาท บนพื้นที่ 32,000 ตารางเมตร เพื่อขนานรับนโยบายภาครัฐ ในการต่อยอดการพัฒนาเศรษฐกิจและกระจายความเจริญสู่เมืองรองของไทย ซึ่งจังหวัดชัยภูมินับเป็นจังหวัดที่มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่ดี ซึ่งส่วนใหญ่มาจากอุตสาหกรรมสิ่งทอ และการเกษตร และเป็นจังหวัดที่รัฐบาลมีแผนกระตุ้นเศรษฐกิจภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงจัดเป็นจังหวัดที่มีโอกาสเติบโตทัดเทียมเมืองหลัก ทั้งนี้ บริษัทฯ ยังมีแผนในการซื้อที่ดินเพื่อขยายธุรกิจในอนาคต และปรับปรุงสาขาที่มีอยู่ของโรบินสันในปีนี้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับผลประกอบการของบริษัทฯ ในปี 2560 บริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 2,742 ล้านบาท เติบโต 8.7% (เมื่อไม่รวมรายการพิเศษ ซึ่งบริษัทมีการบันทึกรายการพิเศษจากการกลับรายการหนี้สูญและรับเงินค่าชดเชยอุทกภัย ที่เกิดขึ้นในไตรมาส 4 ปี 2559) โดยการเติบโตเป็นผลมาจาก การเติบโตอย่างต่อเนื่องของรายได้จากค่าเช่า ซึ่งมีอัตราการเช่าพื้นที่ศูนย์การค้า (Occupancy Rate) ที่ร้อยละ 99 รวมทั้งจากการเพิ่มขึ้นของรายได้อื่น การบริหารจัดการค่าใช้จ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการขยาย 3 สาขา ทั้ง ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ เพชรบุรี (เดือนพฤษภาคม 2560), ห้างสรรพสินค้าโรบินสัน มหาชัย (เดือนพฤศจิกายน 2560) และศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ กำแพงเพชร (เดือนธันวาคม 2560) ซึ่งในส่วนศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์มีจำนวนผู้ใช้บริการ 7.9 ล้านคนต่อเดือน เพิ่มขึ้น 12.9% ทั้งนี้ บริษัทฯ คาดว่าการลงทุนขยาย 2 สาขาใหม่ในปีนี้จะส่งผลในทิศทางบวกแก่บริษัทฯ เหมือนปีที่ผ่านมาเช่นกัน

นอกจากนี้ ในปี 2561 บริษัทฯ ยังมีแผนที่จะรุกตลาดค้าปลีก โดยเน้น 2 แผนงานการตลาดที่สำคัญ คือ (1) **การพัฒนาการตลาดออนไลน์ ก้าวสู่การเป็น Omni Chanel อย่างสมบูรณ์แบบ** เพื่อปรับตัวตามพฤติกรรมของกลุ่มลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปในปัจจุบัน ที่นิยมเลือกซื้อสินค้าในช่องทางที่หลากหลาย โดยบริษัทฯ จะนำจุดแข็งในเรื่องจำนวนสาขาของโรบินสันที่กระจายอยู่ทั่วประเทศ และระบบช้อปปิ้งออนไลน์อย่าง 'Click and Collect' ที่ www.robinsan.co.th มาช่วยเติมเต็มและรวมประสบการณ์การช้อปปิ้งทั้งออฟไลน์ และออนไลน์เข้าไว้ด้วยกันแบบ 360 องศา เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในการ ช้อปปี้งแก่ลูกค้าอย่างไร้รอยต่อ เช่น ลูกค้ามาดูสินค้าที่จะมีเวลาตัดสินใจ หรือกรณีที่ต้องการซื้อสินค้าแล้วไม่มีแบรนด์ หรือขนาดที่ต้องการ ก็สามารถกลับไปสั่งซื้อสินค้าทางออนไลน์ ได้ หรือ ลูกค้าสนใจสินค้าในช้อปปิ้งออนไลน์ และต้องการที่จะเห็นของจริงก่อนตัดสินใจซื้อ ก็สามารถมาดูและเลือกซื้อที่ห้างฯ ได้ ทั้งนี้ในปัจจุบันบริษัทฯ มีอัตราการเติบโตของธุรกิจออนไลน์ราว 150% ซึ่งในปีนี้จะคาดว่าจะสามารถเพิ่มจำนวนลูกค้ากลุ่มออนไลน์ได้มากขึ้น โดยจะส่งผลถึงความแข็งแกร่งของธุรกิจห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าฯ มากขึ้นตามไปด้วย

รวมทั้งเน้น (2) **การทำกลยุทธ์ซีอาร์เอ็มอย่างเข้มข้น** โดยการแบ่งกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจน (Personalization) เพื่อให้เข้าถึงและตอบสนองความต้องการ รวมถึงไลฟ์สไตล์ของแต่ละกลุ่มลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ **บนโซเชียล มีเดียที่เป็นที่นิยม อาทิ ไลน์, เฟซบุ๊ก** โดยอาศัยฐานข้อมูลสมาชิกเดอะวันคาร์ตของบริษัทฯ มาช่วยสนับสนุน ซึ่งคาดว่าจะสามารถกระตุ้นการจับจ่ายสินค้าของลูกค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งบริษัทฯ **มีแผนที่จะเปิดบริการ Social E-Commerce** หรือการฝากขายสินค้าบนโซเชียลมีเดียของโรบินสัน ในช่วงไตรมาสที่ 3 ซึ่งคาดว่าจะได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้าที่เป็นนักธุรกิจออนไลน์ เนื่องจากบริษัทฯ มีความมั่นใจใน **Social Media Platform** ที่ค่อนข้างแข็งแกร่ง โดยในปัจจุบันมีผู้ติดตามเฟซบุ๊กกว่า 9 แสนคน และ Line Official ถึง 15 ล้านคน อีกทั้งบริษัทฯ ยังคงเดินหน้านำเสนอแคมเปญการตลาดของทั้งห้างฯ และศูนย์การค้าฯ ตลอดปี โดยมีแคมเปญใหญ่ที่น่าสนใจ ถึง 11 แคมเปญ ที่มาพร้อมโปรโมชั่นและสิทธิพิเศษโดนใจมากมาย รวมทั้งในปีนี้ บริษัทฯ มีแผนที่จะมุ่งเน้นการสร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งกับลูกค้าศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ โดยจะสร้างสรรค์ให้เป็นศูนย์กลางของจังหวัดที่ยั่งยืนในอนาคต เพื่อให้กลายเป็นท็อป ออฟ มายด์ ของลูกค้าในจังหวัดต่างๆ ต่อไป ซึ่งบริษัทฯ ได้วางงบประมาณด้านการส่งเสริมการขายตามแผนงานข้างต้นไว้ราว 600 ล้านบาท

และอีกหนึ่งแผนงานที่สำคัญ นั่นคือ แผนงานด้านการบริหารแบรนด์สินค้า โดยบริษัทฯ ยังคงเดินหน้ารุกตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างแก่ธุรกิจ โดยชู **'กลุ่มสินค้าที่ทำการตลาดและจัดจำหน่ายโดยโรบินสัน'** หรือ **'กลุ่มสินค้า Private Label'** ที่ในปี 2560 ที่ผ่านมามีสัดส่วนยอดขายอยู่ที่ 11.3% โดยกลุ่มสินค้า Private Label ที่ได้รับการตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ Just Buy (จัสท์ บาย), Payless ShoeSource (เพย์เลส ชูซอร์ส), Baby shop (เบบี้ช็อป), F.O.F (เอฟ โอ เอฟ), Home&Co (โฮม แอนด์ โค) เป็นต้น ทั้งนี้กลุ่มสินค้านี้ดังกล่าวไม่ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาเพื่อเพิ่มยอดขายหรือผลกำไรเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการช่วยเติมเต็มกลุ่มสินค้าของบริษัทฯ ให้มีความหลากหลาย และมีคุณภาพ เพื่อเพิ่มฐานลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ให้กับบริษัทฯ ซึ่งบริษัทฯ จะเดินหน้าพิจารณาเพิ่มสินค้าที่เหมาะสมจะเป็น 'Private Label' เพิ่มเติมต่อไป เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เน้นความคุ้มค่า คุ้มค่า ในการจับจ่ายสินค้าเป็นหลัก โดยในปีนี้บริษัทฯ ตั้งเป้าการเติบโตของยอดขาย **'กลุ่มสินค้า Private Label'** ที่ประมาณ 13%

อีกทั้ง บริษัทฯ ยังได้วางแผนงานด้านการพัฒนาบุคลากร เพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญในการพัฒนาองค์กร โดยในปัจจุบันบริษัทฯ มีพนักงานทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด รวมกว่า 5,400 คน ซึ่งสิ่งหนึ่งที่สำคัญในการพัฒนาบุคลากรของบริษัทฯ นั่นคือ การส่งเสริมให้พนักงานทำงานในถิ่นฐานบ้านเกิด ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนของพนักงานกว่า 64% รวมทั้งมีการจ้างงานคนพิการทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดรวมกว่า 40 คน โดยบริษัทฯ ได้วางกลยุทธ์ที่สำคัญใน

การพัฒนาบุคลากรในปีนี้อย่างคงเน้นการพัฒนาบุคลากรในรูปแบบการฝึกอบรม แต่จะเพิ่มเติมการพัฒนาบุคลากรในรูปแบบที่ทันสมัยและใช้เทคโนโลยีเข้ามาเกี่ยวข้องมากขึ้น เพื่อให้บุคลากรสามารถเติบโตในสายอาชีพควบคู่ไปกับการขยายตัวของธุรกิจโรบินสัน และที่สำคัญที่สุด คือ ต้องการให้พนักงานทำงานอย่างมีความสุข ซึ่งจะส่งผลถึงผลงานโดยรวมของบริษัทฯ ที่จะมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

และยังคงเดินหน้าแผนงานด้าน**ซีเอสอาร์** โดยให้**ความร่วมมือในโครงการพระราชดำริของรัฐบาล** ด้วยการให้พื้นที่เกษตรกรในจังหวัดที่โรบินสันตั้งอยู่ เพื่อจำหน่ายสินค้าแก่ลูกค้าโดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นการช่วยให้เกษตรกรหรือผู้ผลิตในชุมชนหรือจังหวัดมีช่องทางค้าขาย ได้เรียนรู้การจำหน่าย การทำการตลาด รับทราบถึงข้อดีข้อเสียของผลิตภัณฑ์ตนเองจากลูกค้าโดยตรง และช่วยเพิ่มยอดขายให้เกษตรกรหรือผู้ผลิต เช่น *กิจกรรมซื้อของดี ชิมของเด่น จากเกษตรกรไทย ที่ศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ ศรีสมาน* รวมทั้งยังให้ความสำคัญในการอนุรักษ์พลังงานไทย ด้วยการ**ติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ แบบติดตั้งบนหลังคา ‘Solar Power Roof’** เพื่อผลิตเป็นกระแสไฟฟ้าทดแทนในศูนย์การค้าโรบินสันไลฟ์สไตล์ทั้งสาขาใหม่ และสาขาเดิมที่ตั้งเป้านำระบบเข้าไปติดตั้งราว 10 สาขา ภายในระยะเวลาประมาณ 2 ปี อีกทั้งยังเดินหน้า **‘โครงการโรบินสันสานฝันให้น้อง’** เป็นปีที่ 12 โดยเปิดโอกาสให้น้องๆ นักเรียนในต่างจังหวัดที่โรบินสันตั้งอยู่ ได้เขียนจดหมายบอกเล่าความฝันในรูปแบบโครงการที่เป็นประโยชน์ต่อตัวเอง โรงเรียน และชุมชน เพื่อส่งเข้ามารับการคัดเลือกที่จะสานฝันของน้องๆ ให้เป็นจริง ซึ่งที่ผ่านมามีโรงเรียนที่โรบินสันสานฝันให้น้องไปแล้วถึงปัจจุบัน รวม 877 โรงเรียน ใน 31 จังหวัดทั่วประเทศทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งบริษัทฯ มุ่งมั่นที่จะเดินหน้าสานต่อโครงการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้โครงการได้อยู่คู่สังคมและชุมชน เพื่อสานฝัน สร้างรอยยิ้ม เดิมเดิมนความสุข แก่น้องๆ ในถิ่นทุรกันดาร รวมทั้งสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนให้แก่สังคมไทยต่อไป

การดำเนินธุรกิจในปี 2560 นับเป็นอีกปีที่มีสิ่งท้าทายทั้งในด้านเศรษฐกิจ และสภาพการแข่งขันในธุรกิจค้าปลีกในประเทศ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องของพฤติกรรมผู้บริโภคที่รวดเร็วมากยิ่งขึ้น ซึ่งส่งผลให้ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ มีภาพรวมผลประกอบการเป็นไปในทิศทางตามแผนที่วางไว้ สำหรับในปีที่สถานการณ์ยังคงมีความท้าทายอย่างต่อเนื่อง แต่ในความท้าทายมักมีโอกาสดีเกิดขึ้น ซึ่งบริษัทฯ มั่นใจว่าจากแผนการดำเนินงานทั้งหมดในปี 2561 ที่จะนำไปสู่สิ่งใหม่ๆ ในธุรกิจ ประกอบกับการที่บริษัทฯ มีทีมงานและบุคลากรที่มีคุณภาพและประสบการณ์ รวมทั้งการมีพันธมิตรทางธุรกิจที่ดี จะส่งผลให้บริษัทฯ สามารถเข้าถึง และตอบสนองกับไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนแปลงไปของกลุ่มลูกค้าได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจตามที่ตั้งเป้าไว้ สอดคล้องกับจิตพิสัยของประเทศในปีที่ตามไปด้วย” นายวุฒิเกียรติ กล่าวสรุป