

“คุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล” โชว์ศักยภาพรับปี 62 พา “โฮมโปร” โตอย่างยั่งยืน



“คุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล” เอ็มดี ธุรกิจค้าปลีกเรื่องบ้านอันดับหนึ่ง โชว์ศักยภาพรับปี 62 พา “โฮมโปร” โตอย่างยั่งยืน ด้วยปณิธาน “ปรับตัว เปลี่ยนแปลง แข็งขัน”รองรับ Disruption

ทิศทางตลาดเปลี่ยน คนต้องเปลี่ยน กับ 3 คำ “ปรับตัว เปลี่ยนแปลง แข็งขัน” นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ “โฮมโปร” กล่าวให้กำลังใจกับพนักงานโฮมโปร และบริษัทในเครือช่วงปีใหม่ 2562 แคมป์ฟอร์มสุดเจ๋ง ตลอด 23 ปี เติบโตอย่างยั่งยืน มีกำไรเฉลี่ย 29% ต่อปี ด้วยความภาคภูมิใจในการคว่ำรางวัลระดับโลก DJSI (Dow Jones Sustainability Index) ในกลุ่ม Emerging Market 2 ปีซ้อน แคมป์ทริก ทริสซ ยกระดับเรตติ้งจากเดิม A+ เป็น AA- พร้อมเปิดภารกิจปี 62 มุ่งเน้นเรื่อง Customer Centric สร้างความประทับใจ และความพึงพอใจให้กับลูกค้า เสริมสินค้าใหม่เอาใจทุกไลฟ์สไตล์ เจาะกลุ่มลูกค้าใหม่ รองรับการค้าปลีกค้าส่งเฉพาะกลุ่ม (Commercial) พร้อมพัฒนาช่องทางการจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพ ให้เข้าถึงลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ผ่านหลากหลายช่องทางการสื่อสาร สร้างประสบการณ์ที่ดีที่สุดให้กับลูกค้าในการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ทุกช่องทาง (Omni-Channel) ตอกย้ำผู้นำธุรกิจเกี่ยวกับเรื่องบ้านครบวงจรตัวจริง

นายคุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ “โฮมโปร” เปิดเผยว่า ตลอดปี 2561 พนักงานทุกคนของโฮมโปร ได้ทำงานด้วยความมุ่งมั่น พุ่มเท อย่างเต็มกำลังความสามารถ ส่งผลให้บริษัทฯ สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น บริหารการใช้สินทรัพย์ได้คุ้มค่า รวมถึงบริหารอัตรากำไร หรือ GP ได้สูงขึ้น ทำให้ภาพรวมของบริษัทมีกำไรเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เติบโตไปพร้อมกับการดำเนินธุรกิจด้วยหลักบรรษัทภิบาล สร้างความโปร่งใส มีความรับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้บริษัทฯ ได้รับรางวัล “องค์กรที่มีความโดดเด่นในการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืน” (Outstanding Sustainability Awards) และรางวัล “บริษัทที่ดำเนินธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน” DJSI (Dow Jones Sustainability Index) ต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 และอื่นๆ อีก ซึ่งเรายังยึดถือเป็นแนวทางการดำเนินธุรกิจต่อไป

“สำหรับโฮมโปรแล้ว การเริ่มปีใหม่นี้มีความท้าทายหลายอย่างให้บริษัทฯ เราคอยมองหาอะไรใหม่ๆ ให้พนักงาน และลูกค้าของเราอยู่เสมอ การเปลี่ยนแปลงแรกในปี 2562 คือเรื่อง ยูนิฟอร์มของพนักงานโฮมโปร ซึ่งการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้ จะช่วยให้พนักงานรู้สึกถึงการเริ่มต้นที่แปลกใหม่ สดใสกว่าเดิม และยังสามารถดึงเอาความรู้สึกถึงความตั้งใจ กระตือรือร้น รวมถึงความใส่ใจที่มีต่อลูกค้าสอดแทรกเข้าไปด้วย ที่สำคัญยูนิฟอร์มเป็นชุดที่ใช้กัน

ทุกระดับ ไม่มีการแบ่งแยกตำแหน่งใดๆ ปัจจัยเล็กๆ นี้จะคอยบอกให้พนักงานทุกคนรับรู้ ว่าองค์กรเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และจะคอยดูแลเสมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน พร้อมมีนโยบายกระตุ้นพนักงาน ให้รู้จักการ “ปรับตัว เปลี่ยนแปลง อย่างแข็งแกร่ง” ภายในปี 2562 นี้ เรายังคงเดินทางไปพร้อมกับเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่กำลังเข้ามา และในปีนี้อะไรพร้อมเดินทางไปโปรโมท Home Service App ที่มีการปรับเวอร์ชันใหม่เรียบร้อยแล้ว พร้อมรองรับการให้บริการลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้ามากยิ่งขึ้น

นายคุณวุฒิ กล่าวต่อไปว่า โฮมโปรยังมุ่งเน้นจุดยืนการเป็นผู้นำด้าน Home Solution and Living Experience ในประเทศไทย และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ด้วยการเน้นย้ำเรื่องสินค้าใหม่ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ทุกไลฟ์สไตล์ เพื่อส่งมอบประสบการณ์ และคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับลูกค้าได้อย่างคุ้มค่า คุ้มค่าค่าบริการ ควบคู่ไปกับการให้ความสำคัญต่อการพัฒนาพันธมิตรทางธุรกิจ ในการพัฒนารูปแบบนวัตกรรมของสินค้า และบริการ ตลอดจนให้ความสำคัญ เรื่องความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจ ทั้งห่วงโซ่อุปทานอย่างเป็นรูปธรรม ตั้งแต่กระบวนการผลิต ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ปลอดภัยต่อผู้บริโภค ตลอดจนถึงการส่งมอบสินค้า และบริการที่ดีให้กับลูกค้า เพื่อสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐาน และปลอดภัย

ปัจจุบันโฮมโปรมีสินค้าตกแต่งบ้านที่พร้อมอัปเดตเทรนด์ใหม่ตลอดปี และยังสร้าง QR Code ติดที่ป้ายราคา เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ตลอดจนคัดสรรผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ECO Choice 6 กลุ่มสินค้า ได้แก่ กลุ่มสินค้าปลอดภัย ยอดจำหน่าย 36.6 ล้านชิ้น กลุ่มสินค้าประหยัดพลังงาน ยอดจำหน่าย 3.1 ล้านชิ้น กลุ่มสินค้าลดก๊าซเรือนกระจก ยอดจำหน่าย 3.5 ล้านชิ้น กลุ่มสินค้าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ยอดจำหน่าย 0.9 ล้านชิ้น กลุ่มสินค้าประหยัดน้ำ ยอดจำหน่าย 1.4 ล้านชิ้น กลุ่มสินค้ารักษาป่าไม้ ยอดจำหน่าย 46,384 ชิ้น โดยสัดส่วนการจำหน่ายสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม คิดเป็นสัดส่วนกว่า 30% ของยอดขาย รวมถึงการพัฒนาสินค้าของกลุ่มลูกค้าผู้สูงวัย เพื่อตอบรับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่กำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุแน่นอนว่าแนวทางหลักของโฮมโปรคือ การเสริมสินค้าเรื่องบ้านที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าทุกกลุ่ม Segment ได้อย่างแท้จริง นอกจากสินค้าเพื่อกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปแล้ว โฮมโปรยังได้รองรับการเติบโตของกลุ่มลูกค้าเฉพาะทาง Commercial สินค้าที่ขายเฉพาะกลุ่ม เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ๆ เพิ่มความน่าสนใจ พร้อมกระตุ้นเศรษฐกิจให้เดินต่อไปด้วย ตัวอย่างเช่น สินค้าประเภทเครื่องนอนสำหรับลูกค้ากลุ่มโรงแรม และรีสอร์ท, เฟอร์นิเจอร์ และของตกแต่งหลากสไตล์ สำหรับร้านอาหาร และร้านกาแฟ รวมไปถึงกลุ่มโครงการด้านอสังหาริมทรัพย์ที่มีสินค้าอย่างกระเบื้อง สุขภัณฑ์ คอยรองรับการเติบโตของลูกค้ากลุ่มนี้โดยเฉพาะ ตลอดจนส่งมอบบริการเหนือระดับ เพื่อเชื่อมต่อประสบการณ์เรื่องบ้านที่สดแสนประทับใจ กับทีมช่างมืออาชีพจากโฮมโปร ผู้ชำนาญการที่มีความรู้ในงานปรับปรุงบ้านที่มีบริการครบวงจร ตรวจสอบสภาพบ้าน ตรวจสอบการทำงานของระบบภายในบ้านต่างๆ ออกแบบ 3D Design บริการติดตั้ง ตกแต่ง ซ่อมแซม ตรวจสอบเช็ค และบำรุงรักษา เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้า พร้อมทั้งสามารถควบคุมงบประมาณ และเวลาได้ตามต้องการ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (E-Commerce) เราได้พัฒนาขีดความสามารถของเทคโนโลยีที่เข้ามา Disruption สู่

Omni Channel เพื่อรองรับการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce พร้อมช่วยให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการของโฮมโปรได้ง่ายขึ้น เติบโตเต็มศักยภาพด้านความสะดวกสบายได้อย่างตรงจุด ให้ลูกค้าซื้อได้แบบสบายๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ สะดวกทุกที่ ทุกเวลา ตลอด 24 ชั่วโมง พร้อมทั้งบริการจัดส่ง ติดตั้ง และรับประกันคุณภาพภายใต้มาตรฐานโฮมโปร และยังเสริมด้วยการวางมาตรฐานด้านระบบ Supply Chain ทั้งการจัดหาสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การกระจายสินค้า เพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดเก็บสินค้า ด้วยการนำหุ่นยนต์มาใช้ในศูนย์กระจายสินค้า DC (Distribution Center) เรียกว่าระบบ ASRS โดยใช้หุ่นยนต์ในการจัดเก็บ และกระจายสินค้า เพื่อความรวดเร็วในการจ่ายสินค้าได้ 24 ชั่วโมง ช่วยเพิ่มพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า มีความทันสมัย และมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อสร้างความมั่นใจว่าสินค้าทุกชิ้นมีจำนวนเพียงพอต่อความต้องการของลูกค้าอย่างแน่นอน

โฮมโปรเดินทางมายาวนานถึง 23 ปีแล้ว และในปีนี้เป็นปีที่มีการเปลี่ยนแปลงในหลายๆ ด้านที่สูงขึ้นทั้งเทคโนโลยี เศรษฐกิจ ซึ่งส่งผลกระทบต่อในการดำเนินงานทุกภาคส่วนในองค์กร ซึ่งต้องยอมรับ และปรับตัวตั้งแต่ต้นปี ในวันแรกที่เราเริ่มเปลี่ยนแปลงอาจจะไม่สมบูรณ์ แต่เราต้องแข่งขันกับสิ่งเหล่านี้ เพื่อปรับให้มันสมบูรณ์อย่างรวดเร็ว เพราะฉะนั้นเราต้องยึดมั่น ตั้งมั่น กับ 3 สิ่งนี้ คือ ปรับตัว ยอมรับการปรับตัว เปลี่ยนแปลง เราต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่สิ่งที่ตอบโจทย์ลูกค้า และแข่งขัน อย่างเอาจริงกับสิ่งที่เกิดขึ้น ถ้าเราทำ 3 สิ่งนี้ให้สำเร็จได้ องค์กรครอบครัวโฮมโปร จะก้าวต่อไปแบบกราฟขึ้นตลอดยาวนาน นายคุณวุฒิ กล่าวปิดท้าย