

“แม็คกรุ๊ป” รุกขับเคลื่อนปี 61 ต่อเนื่อง ตอกย้ำวิสัยทัศน์ผู้นำค้าปลีกสินค้าเครื่องแต่งกายและสินค้าไลฟ์สไตล์ เพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน



บริษัท แม็คกรุ๊ป จำกัด (มหาชน) เดินหน้าขยายงานและลงทุนเพื่อการเติบโตอย่างยั่งยืน ด้วยการบริหารจัดการสินค้าและแบรนด์ต่าง ๆ ของกลุ่มบริษัทฯ ให้เหมาะสมกับรูปแบบการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ควบคู่กับการปรับโครงสร้างองค์กรและระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การเดินหน้าสรรหาบุคลากรที่เป็นมืออาชีพเข้ามาเสริมทัพ การเปิดร้านค้าและขยายสาขาทั้งในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการร่วมมือกับพันธมิตรทางการค้าเพื่อต่อยอดธุรกิจ เพื่อการเติบโตอย่างแข็งแกร่ง และยั่งยืน

คุณสุณี เสรีภาณู ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร เปิดเผยว่า ภาพรวมแผนธุรกิจของปี 2561 ยังมุ่งเน้นการขับเคลื่อนธุรกิจและสร้างความแข็งแกร่งในทุกๆ ด้านอย่างต่อเนื่อง เพื่อบรรลุเป้าหมายในการเป็นผู้นำค้าปลีกสินค้าเครื่องแต่งกายและสินค้าไลฟ์สไตล์ของภูมิภาค ทั้งนี้ เป้าหมายของปี 2561 คือยอดขายที่เติบโตอย่างน้อย 10% ซึ่งปัจจัยหลักมาจากการขยายพื้นที่จำหน่ายเพิ่มเติมประมาณ 3,000 ตารางเมตร หรือ 30 จุดขาย และเพิ่มจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์บำรุงผิว รวมถึงเพิ่มประเภทสินค้า Aromatique Active และ M&C ให้ครอบคลุมความต้องการของลูกค้ามากขึ้น เช่น Diffuser และเครื่องหอมต่างๆ นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นผลิตภัณฑ์ Active Wear นอกเหนือจากการพัฒนาสินค้าหลัก ประเภทยีนส์อย่างต่อเนื่อง ด้วยกลยุทธ์ทางการตลาดและการส่งเสริมการขายผ่าน Omni Channel (ออฟไลน์และออนไลน์) เพื่อผลักดันการเติบโตของจุดขายเดิมและจุดขายใหม่อย่างต่อเนื่อง

ด้าน คุณบัณฑิต ประดิษฐ์สุขถาวร ผู้บริหารฝ่ายพัฒนาธุรกิจ กล่าวเสริมว่า จนถึงปัจจุบัน บริษัทฯ ได้เดินหน้าตามแผนกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง ล่าสุดในเดือนธันวาคม ปี 2560 ได้เริ่มทดลองใช้ระบบ Customer Relationship Management (CRM) ในการสมัครสมาชิกภายใต้โปรแกรม “MC Club” เพื่อรับสิทธิพิเศษตลอดปี เช่น ลุ้นรับสินค้าในร้านแม็คยีนส์ ฟรีทุกเดือนตลอดปี และสามารถนำคะแนนสะสมมาแลกเป็นส่วนลดเงินสด ซึ่งได้รับผลตอบรับจำนวน 20 คนต่อสาขาต่อวัน โดยคาดว่าจำนวนลูกค้าจะมีไม่น้อยกว่า 500,000 คน ภายในปี 2561 จากฐานลูกค้าจำนวนหลายล้านคนของแม็คกรุ๊ป ที่แบ่งออกเป็น 4 กลุ่มหลัก ประกอบด้วย กลุ่มพนักงานบริษัท กลุ่มครอบครัว กลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มผู้ที่ชื่นชอบการขับซิ่งรถจักรยานยนต์ ซึ่งบริษัทฯ ได้ออกแบบสินค้านวัตกรรมและจัดกิจกรรมการตลาดให้ตรงตามความต้องการและรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง เช่น ในเดือนธันวาคมที่ผ่านมา ผู้ขับซิ่งรถจักรยานยนต์ยามาฮ่าสามารถนำกุญแจรถมาแสดงเพื่อรับสิทธิพิเศษที่

ร้านแม็คคีนส์ทุกสาขา ตลอดจนการลงทุนในระบบ Omni Channel เพื่อยกระดับการให้บริการลูกค้าในกลุ่มพนักงานบริษัท และกลุ่มนักเรียนนักศึกษา วัยรุ่นที่ชื่นชอบการซื้อสินค้าออนไลน์ให้ได้รับการให้บริการหลังการขาย เช่น การเปลี่ยนสินค้าที่ร้านแม็คคีนส์ทุกสาขา

คุณจิรินทร์ วิมลเกียรติศักดิ์ ผู้บริหารแผนกธุรกิจต่างประเทศ เปิดเผยเพิ่มเติมว่า สินค้าเครื่องแต่งกายที่นำเข้าไปประเทศเมียนมาร์ส่วนใหญ่มาจากประเทศไทย จีน สิงคโปร์ และเกาหลี ในปีที่ผ่านมาการใช้จ่ายสินค้าประเภทเครื่องแต่งกายอยู่ที่ 8% ของค่าใช้จ่ายต่อหัว หรือประมาณ 3,000 บาทต่อปี ในขณะที่ตัวเลขของประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 8,400 บาทต่อปี ซึ่งทางบริษัทฯ คาดการณ์ว่าตัวเลขของการใช้จ่ายดังกล่าว ในปี 2561 จะเติบโตขึ้นอย่างน้อยจากปี 2560 ประมาณ 10% หรือ 3,300 บาทต่อปี สาเหตุมาจากการขยายตัวของศูนย์การค้าใหม่ ๆ พร้อมการเข้ามาของแบรนด์ต่างประเทศและการขยายตัวของกลุ่มคนชั้นกลาง การเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ รวมถึงการเข้าถึงสื่อแพชชั่นต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งมีผลต่อวัฒนธรรมการแต่งกายของกลุ่มคนสมัยใหม่ที่เพิ่มมากขึ้น

สำหรับธุรกิจของแม็คคีนส์ในประเทศเมียนมาร์นั้น ได้รับการตอบรับอย่างดีจากกลุ่มลูกค้าที่มีรายได้ระดับปานกลางถึงระดับสูง โดยเฉพาะในเมืองเศรษฐกิจหลักอย่าง เมืองย่างกุ้งและมัณฑะเลย์ ในปัจจุบันจุดจำหน่ายสินค้าแม็คคีนส์มีทั้งหมดใน 8 จุดขาย ในเมืองย่างกุ้ง มัณฑะเลย์ ตองยี และมิตจิน่า ดังนั้นเพื่อการเติบโตท่ามกลางการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น ทางบริษัทฯ จึงได้ร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจในประเทศเมียนมาร์ ซึ่งเป็นผู้นำในธุรกิจค้าปลีกเครื่องแต่งกายและสินค้าไลฟ์สไตล์ ในการปรับกลยุทธ์เพื่อเร่งสร้างแบรนด์ รวมถึงการเลือกสินค้าที่เหมาะสมกับผู้บริโภคในประเทศ โดยการจัดรายการส่งเสริมการขาย และเพิ่มช่องทางการสื่อสารให้ตรงกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น สนับสนุนการประกวด Miss Myanmar 2017 การจัดแพชชั่นโชว์ การโฆษณาผ่านนิตยสารต่าง ๆ และ Out of Home Media ในขณะเดียวกันบริษัทฯ ได้มีการแชร์ประสบการณ์และความรู้เกี่ยวกับการบริหารร้านค้าและสินค้าคงคลัง เพื่อช่วยให้การขายและจัดการร้านค้ามีประสิทธิภาพเทียบเท่ากับร้านค้าในประเทศไทย

คุณจิรินทร์ ยังกล่าวถึงแผนการตลาดในต่างประเทศที่มีอยู่ในปัจจุบันว่า บริษัทฯ ได้ขยายธุรกิจเข้าสู่ประเทศในตะวันออกกลางโดยการเปิดร้านแม็คคีนส์ในประเทศอิหร่านเป็นที่เรียบร้อยแล้ว รวม 2 สาขาที่ Kish Island ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศอิหร่าน และกำลังดำเนินการเปิดจุดขายใหม่เพิ่มอีก 2 สาขา ที่กรุงเตหะราน ภายในไตรมาสแรกของปี 2561 โดยบริษัทฯ มีความเชื่อมั่นในศักยภาพและโอกาสในการเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากประเทศอิหร่านมีจำนวนประชากรมากถึง 80 ล้านคน รายได้เฉลี่ยต่อคนในหัวเมืองใหญ่อยู่ในระดับสูงประมาณ 16,000 บาทต่อเดือน ค่าครองชีพมีความใกล้เคียงกับประเทศไทย และการแต่งกายยังได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมทางฝั่งยุโรป บริษัทฯ จึงมองเห็นโอกาสสำหรับสินค้าของแม็คคีนส์ที่จะสามารถเติบโตในประเทศอิหร่าน และประเทศอื่น ๆ ในแถบตะวันออกกลางในอนาคต