

Jubilee แบรินด์เพชรแกร่งในเมืองไทย ปรับตัวไว เดินเกมเร็ว ผ่านวิกฤต COVID -19 เติบโตได้อย่าง แข็งแกร่ง



หากมองที่การแข่งขันทางธุรกิจแล้ว จะพบว่า การเป็น Big Fish หรือ “ปลาใหญ่” มีข้อได้เปรียบมากมาย แต่ข้อเสียเปรียบอย่างเดียวที่มีอยู่ก็คือ การเป็น “ปลาใหญ่” อาจจะไม่คล่องตัวหรือปรับตัวได้ช้ากว่าปลาเล็กที่ว่ายน้ำได้เร็วกว่าในยุคที่เรื่องของความเร็วหรือสปิตในการทำธุรกิจกลายเป็นอีกหนึ่งหัวใจของความสำเร็จ แต่ถ้าหาก “ปลาใหญ่” หรือองค์กรใหญ่นั้นๆ สามารถคล่องตัวหรือปรับตัวได้เร็วกว่า โอกาสของความสำเร็จทางธุรกิจจึงไม่ใช่เรื่องที่เสียเปรียบอีกต่อไป ตัวอย่างของเรื่องนี้ก็คือ การประสบความสำเร็จของ Jubilee แบรินด์เครื่องประดับเพชร ที่ปรับกลยุทธ์ได้อย่างรวดเร็ว จนประสบความสำเร็จในด้านยอดขายตลอด 9 เดือนที่ผ่านมา

แม้ในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ ตลาดจะโดนผลกระทบจากโควิด - 19 แต่ Jubilee ก็สามารถก้าวข้ามความท้าทายจากวิกฤตโควิด-19 มาได้ เพราะมีการเตรียมความพร้อมอยู่เสมอ เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ด้วยการปรับตัวอย่างรวดเร็ว พร้อมปรับกลยุทธ์รับมือกับภาวะการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนที่เกิดขึ้น โดยในช่วงของการล็อกดาวน์นั้น ทำให้ห้างสรรพสินค้าและศูนย์การค้าต่างต้องปิดให้บริการลงตามนโยบายของภาครัฐ ซึ่งส่งผลต่อสาขาของ Jubilee ที่ส่วนใหญ่อยู่ในห้างหรือในศูนย์การค้า แต่ด้วยการมองเห็นโอกาสจากการขายผ่านช่องทางอีคอมเมิร์ซ จึงปรับใช้ช่องทางขายดังกล่าวอย่างทันท่วงทีจนสามารถเปิดให้บริการทดแทนช่องทางการขายที่หายไปของ Jubilee

ได้เป็นอย่างดี แม้จะไม่สามารถชดเชยยอดขายได้ทั้งหมด แต่ก็เป็นแรงพยุ้งการดำเนินงานของบริษัทไม่ใช้หยุดชะงัก

นางสาวอัญรัตน์ พรประภฤต ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) หรือ Jubilee กล่าวว่า สิ่งที Jubilee เน้นย้ำอยู่ตลอดเวลาทีคือ ความเป็นผู้นำทีมีความเชี่ยวชาญในธุรกิจค้าปลีกเพชรของประเทศไทย ด้วยความพร้อมในการปรับตัวและปรับกลยุทธ์ธุรกิจอย่างรวดเร็ว หลังสถานการณ์โควิด-19 ในประเทศไทยเริ่มคลี่คลาย ขณะที่กำลังซื้อเริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวในบางภาคส่วน สะท้อนจากผลประกอบการในไตรมาสที3 ของปี 2563 ทีเติบโตอย่างน่าพอใจ โดยปัจจัยขับเคลื่อนความสำเร็จมาจากโครงสร้างธุรกิจทีแข็งแกร่ง สินค้ามีความหลากหลาย ประสานกับการมีนวัตกรรมสอดแทรกในสินค้าให้เกิดความคุ้มค่าและมีคุณภาพสูง มีสาขาจำนวนมากสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ และมีความพร้อมในช่องทางออนไลน์ตอบโจทยพฤติกรรมลูกค้าในยุคดิจิทัล รวมถึงทีมงานทีเข้มแข็งและมีความเป็นมืออาชีพเข้าใจสภาวะตลาดจนมองเห็นโอกาสในการทำกิจกรรมทีหลากหลาย รวมถึงการออกสินค้าคอลเลคชันใหม่ ๆ อาทิ The Signature จาก Forevermark, New Diamond Line, คอลเลคชันพิเศษช่วงวันแม่ในชื่อ Mon Amour

แม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ทีส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้าง แต่ Jubilee สามารถสร้างปรากฏการณ์ยอดขายต่อไตรมาสได้สูงกว่าทุกปี โดยในไตรมาสที 3 ปี 2563 มีรายได้จากการขาย 520.6ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 23.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 106.7 เมื่อเทียบกับไตรมาสที 2 ปี 2563 ขณะที่มีกำไรสุทธิ 96.4 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 54.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน และเพิ่มขึ้นร้อยละ 166.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสที 2 ปี 2563 สำหรับผลประกอบการในงวด 9 เดือนแรกของปี 2563 บริษัทมีรายได้จากการขาย 1,137.1 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 12.2 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่มีกำไรสุทธิ 178.8 ล้านบาท ลดลงเพียงร้อยละ 1.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน

ด้วยความเข้าใจในธุรกิจและจับสัญญาณการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งหลังสถานการณ์โควิด - 19 ในประเทศเริ่มคลี่คลายมีทิศทางทีดีขึ้น Jubilee ได้เดินทางจัดกิจกรรมทางการตลาดกระตุ้นการขายทั้งในช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ผ่านหน้าร้าน อีกทั้งงาน “JUBILEE MID YEAR GRAND SALE” งานใหญ่ประจำปีของบริษัททีเลื่อนมาจัดในช่วงไตรมาสที 3 ก็ประสบความสำเร็จและได้รับกระแสตอบรับจากผู้บริโภคเกินความคาดหมาย

ทั้งนี้ มองภาพรวมธุรกิจในช่วงโค้งสุดท้ายของปี 2563 ซึ่งแม้ว่าโดยรวมจะเริ่มเห็นสัญญาณการฟื้นตัว แต่ยังคงมีความเสี่ยงและเปราะบางสูง โดยกำลังซื้อของผู้คนบางกลุ่มยังไม่ฟื้นตัว และความไม่แน่นอนทางการเมืองทีเข้ามาเป็นปัจจัยลบ

อย่างไรก็ตาม Jubilee มองว่ามาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ อย่างโครงการช้อปดีมีคืน ทีสามารถนำค่าใช้จ่ายมาลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา จะเป็นปัจจัยสนับสนุนเชิงบวกต่อภาคธุรกิจ ซึ่งบริษัทฯ เตรียมกระตุ้นตลาดปลายปีนี้ด้วยงานอีเวนต์ใหญ่ร่วมกับพันธมิตร ทีจะโชว์ศักยภาพของ JUBILEE ชูความเป็นผู้ประกอบการราย

เดียวที่เข้าถึงแหล่งเจียร์ไนเพชรระดับโลกอย่างโปรงใส ทั้งยังสามารถนำเข้าเพชรกะรัตที่สวยงามที่สุดจากแหล่งเจียร์ไนโดยตรง โดยเพชรที่จะนำมาจะมีความหลากหลายทั้งรูปทรง ขนาด สี และราคาสุดพิเศษ นอกจากนี้จะมีสินค้าคอลเลคชั่นใหม่ๆ มาเผยโฉมในงานนี้ได้มากที่สุด รวมถึงการกระตุ้นตลาดผ่านการจัดงานเซลล์อีเว้นท์ในช่วงเดือนตุลาคม ถึง ต้นเดือนมกราคม 2564 คาดผลประกอบการไตรมาส 4 ไม่น้อยหน้าไตรมาส 3 ทั้งปีติดลบไม่เกินร้อยละ 10 จากปีที่แล้ว โดยเน้นการขายผ่านสาขาเดิม และ E-Commerce

“สภาวะเศรษฐกิจโดยรวมเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถคาดเดาได้ และเป็นความท้าทายสำคัญของภาคธุรกิจ แต่การปรับตัวและการแก้เกมธุรกิจที่เกิดขึ้นอยู่ตลอดเวลา จะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความเป็นผู้นำของ Jubilee ด้านธุรกิจปลีกเพชรที่มีความแข็งแกร่ง พร้อมรับมือกับทุกสถานการณ์ ไม่หยุดนิ่งที่จะปรับตัวเพื่อเข้าถึงผู้บริโภคที่หลากหลายด้วยการกิจกรรมต่าง ๆ ผ่านทางออนไลน์และออฟไลน์อย่างต่อเนื่อง”

ถือเป็นอีกภาพสะท้อนของความสำเร็จที่เกิดจากการเป็น “ปลาใหญ่” ในวงการเครื่องประดับเพชรที่ว่ายน้ำได้เร็วของ Jubilee อย่างแท้จริง....