

INVESTOR *guide*

Corehoon-Investor Guide

www.powertimeonline.com

ปีที่ 7 Vol. 77 เดือนมิถุนายน 2555



INVESTOR GUIDE MAGAZINE



‘อัญมณีรัตน์ พรประภคต’ JUBILEE อัญมณีเลอค่า สู่เป้า 2 พันล้าน ใน 3 ปี



นายศิริพงษ์ อุทรพันธ์
ประธานกรรมการบริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่
บมจ. เอ็ดวานซ์อินฟอร์เมชั่นเทคโนโลยี



นายอัคนี เซ็นทอง
กรรมการผู้จัดการ
บมจ. พลัสกัมพูชาตราเพชร



นายชองวงศ์ คำดี
กรรมการผู้จัดการ
บมจ. เอ็นเบอรัย เอิร์ธ



‘อัญรัตน์ พรประภาต’
JUBILEE อัญมณีมูลค่า
สูงเท่า 2 พันล้าน ใน 3 ปี

June 2012

คุณนักบริหารหญิงมืออาชีพ ทั้งผู้บริหาร ภาครัฐ-ภาคเอกชนกำลังเป็นที่ยอมรับของ สังคมไทย โดยเฉพาะสาวใบหน้าหวาน ‘อัญรัตน์ พรประกฤต’ ลูกสาวคนสวยของ ‘วิโรจน์ พรประกฤต’ อาจจะสามารถกล่าวได้ว่า หน้าตากับความ รับผิดชอบของเธอนั้น ต่างกันอย่างสิ้นเชิง เพราะปัจจุบันเธอนั่งในตำแหน่ง CFO ของ บริษัท ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด (มหาชน) JUBILEE ดูแลทางด้านการเงิน-การตลาดทั้งหมด ซึ่ง เธอถือเป็นรุ่นที่ 4 ของตระกูล ที่เดินหน้าทำ ธุรกิจเพชรยูบิลลี่ อย่างจริงจัง จนสามารถสร้าง แบรรณด์ และยืนหยัดอยู่ในธุรกิจนี้ได้อย่าง เต็มตัว

สนุกกับงานเป็นกิจวัตร

หากจะถามว่า เหนื่อยไหมกับความรับผิดชอบขนาดนี้ ในใจเธอคงมีคำตอบว่า ‘เอาอยู่’ อย่างแน่นอน ที่สำคัญเธอบอกว่า รู้สึกชื่นชอบกับการทำงานหนักอีกด้วย

“แม้ทุกวันนี้ ความรับผิดชอบในหน้าที่ การงานจะเพิ่มมากขึ้น แต่ก็ไม่ได้รู้สึกว่าย เหน็ดเหนื่อย หรือท้อถอย แต่กลับมองว่าเป็น การเปิดโอกาสใหม่ๆ ในการเรียนรู้ และมีความ ทำทายใหม่ๆ เข้ามาสู่ชีวิตการทำงาน ทำให้ทุก วันนี้ เธอเป็นคนที่ชอบทำงาน สนุกกับงานที่ทำ และพร้อมที่จะเรียนรู้งานใหม่ๆ อยู่เสมอ เพราะด้วยวัยเพียง 32 ปี ทำให้มีโอกาสในการ เรียนรู้งานได้อีกมาก

ตำแหน่งดังกล่าว ไม่ถือว่าเป็นเรื่องที่ยากจนเกินความสามารถมากนัก เนื่องจากในช่วงเรียนจบได้มีโอกาสไปทำงานในบริษัท ไพร์ซ วอเตอร์เฮ้าส์ คูเปอร์ เอบีเอเอส ที่เป็น บริษัทที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบบัญชี จึงมีความรู้ความเข้าใจในเรื่องของการเงินการบัญชี เป็นอย่างดี”

เพชรแบรรณด์แรกเคาน์เตอร์ในห้าง

JUBILEE รากฐานครอบครัวที่บ้านของเธอ ทำร้านเพชรมาตั้งแต่สมัยคุณทวด จนถึงรุ่นคุณปู่ และคุณพ่อ โดยครอบครัวได้ดำเนินธุรกิจเพชร

มายาวนานกว่า 75 ปี เธอจึงเป็นเด็กร้านเพชร อยู่ที่ย่านสะพานเหล็กมาตลอด ตั้งแต่แบเบาะ จนเติบโต และด้วยสายตากว้างไกล คุณพ่อ ‘วิโรจน์ พรประกฤต’ เห็นโอกาสการเติบโตของธุรกิจค้าเพชรในเมืองไทย จึงได้ ขยายธุรกิจเข้าสู่ห้างสรรพสินค้าตั้งแต่ปี 2536 และถือว่า ‘เพชรยูบิลลี่’ เป็นแบรรณด์แรกที่มีเคาน์เตอร์อยู่ในห้าง

นอกจากนั้น ยังเป็นแบรรณด์แรกที่สร้างอาชีพนักขายเพชรมืออาชีพ ให้กับคนไทย จากเดิมที่ลูกค้าจะต้องคุยกับเจ้าของร้านเพชรเพียงคนเดียว แต่เวลานี้ ลูกค้าจะคุยกับใครก็ได้... เพราะทุกคนในร้านเป็นนักขายเพชร มืออาชีพทั้งหมด และที่สำคัญทางร้านได้สร้างระบบที่เป็นสิ่งที่ผู้บริโภค มองหา ซึ่งไม่เฉพาะแค่คุณภาพสินค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความเชื่อมั่นใน ตราสินค้าด้วย

ใส่เพชรถูกบุคลิกสวยแน่นอน

อัญรัตน์ เล่าถึงรสนิยมการใส่เพชรของเธอว่า การใส่เพชรไม่จำเป็นว่า จะต้องใหญ่หรือเล็ก ขึ้นอยู่กับความชอบของแต่ละคน ใส่แล้วเข้ากับบุคลิก ของเราด้วย การใส่แหวนวงเล็กๆ ไม่จำเป็นต้องถึง 1 กะรัต ถึงแม้จะดู เม็ดเล็กแต่ก็มีประกาย และสมกับวัยของเรา จะใส่อย่างไรขอให้ดูดีมี รสนิยมก็พอ

“แต่ถ้าถามว่า ชอบเพชรหรือไม่ ต้องยอมรับว่าชอบ เพราะถ้าเทียบกับอัญมณีอื่นๆ เพชรจะขาวใส ใส่ได้เหมาะกับทุกสถานการณ์ ปกติเพชร ทุกเม็ดจะมีเหลี่ยมมาตรฐานอยู่ที่ 58 เหลี่ยม ไม่ว่าจะ เม็ดเล็กเม็ดใหญ่ เจียรระในแบบนี้ ที่สำคัญกว่าจะได้เพชรเม็ดหนึ่งมันยาก เป็นสินค้าที่ต้อง ใช้ความชำนาญอย่างมากกว่าจะได้มา”





หากจะถามว่า ปัจจุบันธุรกิจเครื่องประดับ มีการแข่งขันสูงมาก นับว่าเป็นเรื่องที่น่ากังวลอย่างมาก เนื่องจากปัจจุบันเศรษฐกิจยังไม่เอื้ออำนวย แต่สำหรับเธอนั้นทั้งสวย ทั้งเก่งขนาดนี้ ทำได้ อย่่างไรกัน

อัญรัตน์ กล่าวว่า หลังจากได้เกียรตินิยม อันดับ 2 ปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ สาขา บัญชี จากมหาวิทยาลัยเอแบค และปริญญาโท The Master of Science in Marketing Program (MIM) คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ แล้ว ได้เริ่มการทำงานหลังจากเรียนจบ งานแรกเป็นผู้ช่วยผู้ตรวจสอบบัญชีอยู่ 2 ปี ที่บริษัท Pricewaterhouse Coopers ABAS หลังจากนั้นได้ศึกษาต่อเกี่ยวกับเรื่องเพชรและเครื่องประดับเพชร จาก

สถาบันอัญมณีศาสตร์แห่งประเทศไทย (GIA) แล้วจึงได้ก้าวเข้ามาทำงานในบริษัท ยูบิลลี่ เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด ในปี 2003

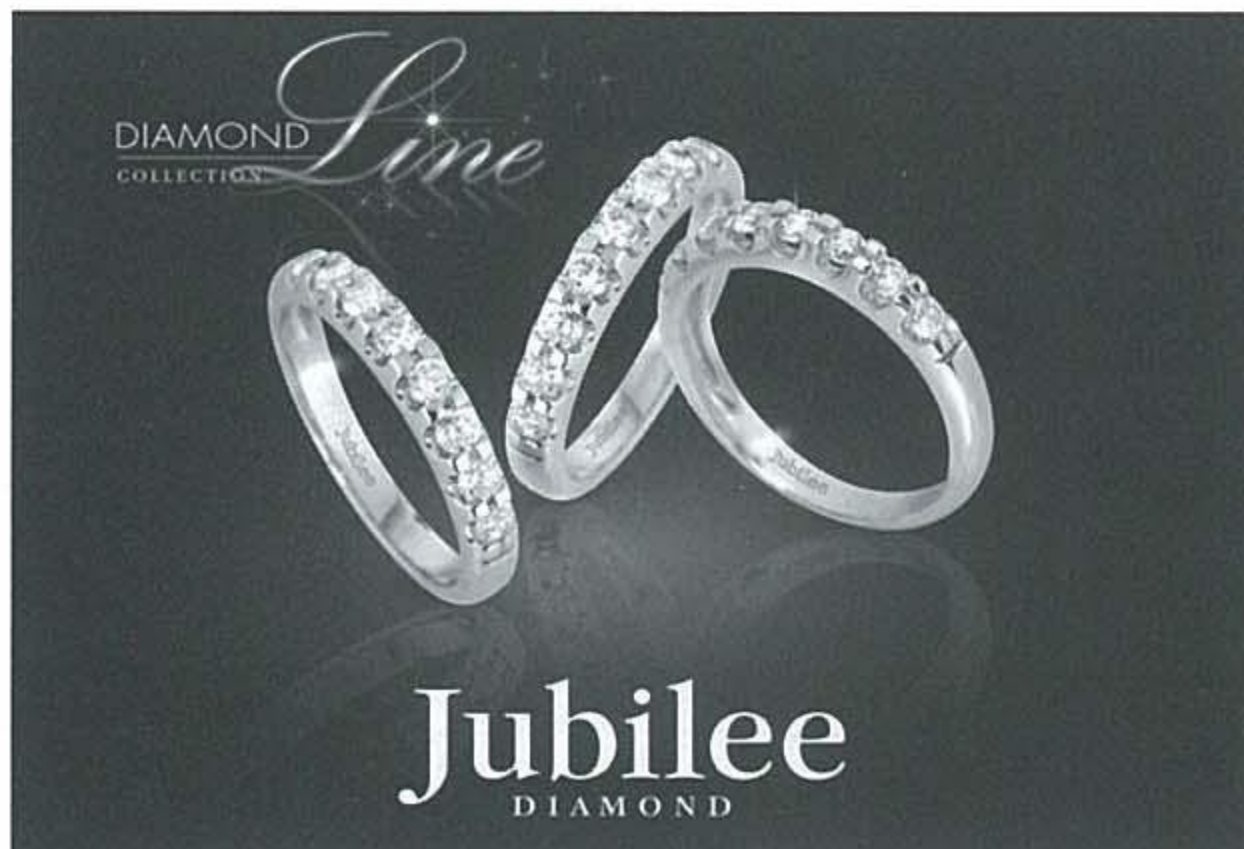
Q1 โต 38% Q 2 พุดสาขาเพิ่ม 4 แห่ง

อัญรัตน์ เล่าถึงผลการดำเนินงานในไตรมาสแรกปี 2555 (มกราคม-มีนาคม 2555) ว่า JUBILEE มีรายได้รวม 282.92 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 77.66 ล้านบาท หรือคิดเป็น 38% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้รวม 204.26 ล้านบาท ขณะที่กำไรสุทธิอยู่ที่ 41.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.56 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 9.46% เมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน มีกำไรสุทธิ 37.68 ล้านบาท

"การที่ผลการดำเนินงานของ JUBILEE ทั้งรายได้และกำไรสุทธิมีอัตราการเติบโตที่โดดเด่น มาจากความสำเร็จจากการต่อยอดในคุณภาพสินค้าอันเป็นเลิศ ทั้งจากการเปิดตัวเครื่องประดับเพชรคอลเลคชั่น The Excellence 2 ดีไซน์ใหม่ ที่ต่อยอดด้านคุณภาพสินค้า โดยเลือกสรรเพชรระดับ D Color มาออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ผ่านการเจียรไนเพชรที่เป็นเลิศในระดับ Triple Excellence ซึ่งได้รับการการันตีคุณภาพจาก GIA ซึ่งเป็นสถาบันรับรองคุณภาพเพชรที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก

ทั้งยังช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าในด้านคุณภาพสินค้า จนทำให้ยอดขายปรับเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงการออกคอลเลคชั่น 'ยูบิลลี่ เลิฟ คอลเลคชั่น' ที่วางจำหน่ายต้อนรับเทศกาลวาเลนไทน์ ที่ได้รับการตอบรับจากลูกค้าเป็นอย่างดี พร้อมกับการทำรายการส่งเสริมการขายให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การดำเนินงานของ JUBILEE มีอัตราการเติบโตดีมาก"

เธอกล่าวต่อไปว่า "ผลประกอบการไตรมาสแรกที่เติบโตอย่างแข็งแกร่ง มาจากการเน้นย้ำด้านคุณภาพของตัวสินค้า ที่คัดสรรคุณภาพเพชรมาใช้สร้างสรรค์คอลเลคชั่นต่างๆ ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ การดีไซน์สินค้า และการออกใบรับประกันคุณภาพสินค้าทุกชิ้นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า ทำให้ตราสินค้าของเพชรยูบิลลี่ได้รับความยอมรับในวงการเพชรถึงความเป็นมืออาชีพในการบริหารงานที่นำเสนอผลิตภัณฑ์เพชรที่คัดสรรเพชรคุณภาพดีที่สุดให้แก่ผู้บริโภคมาโดยตลอด"

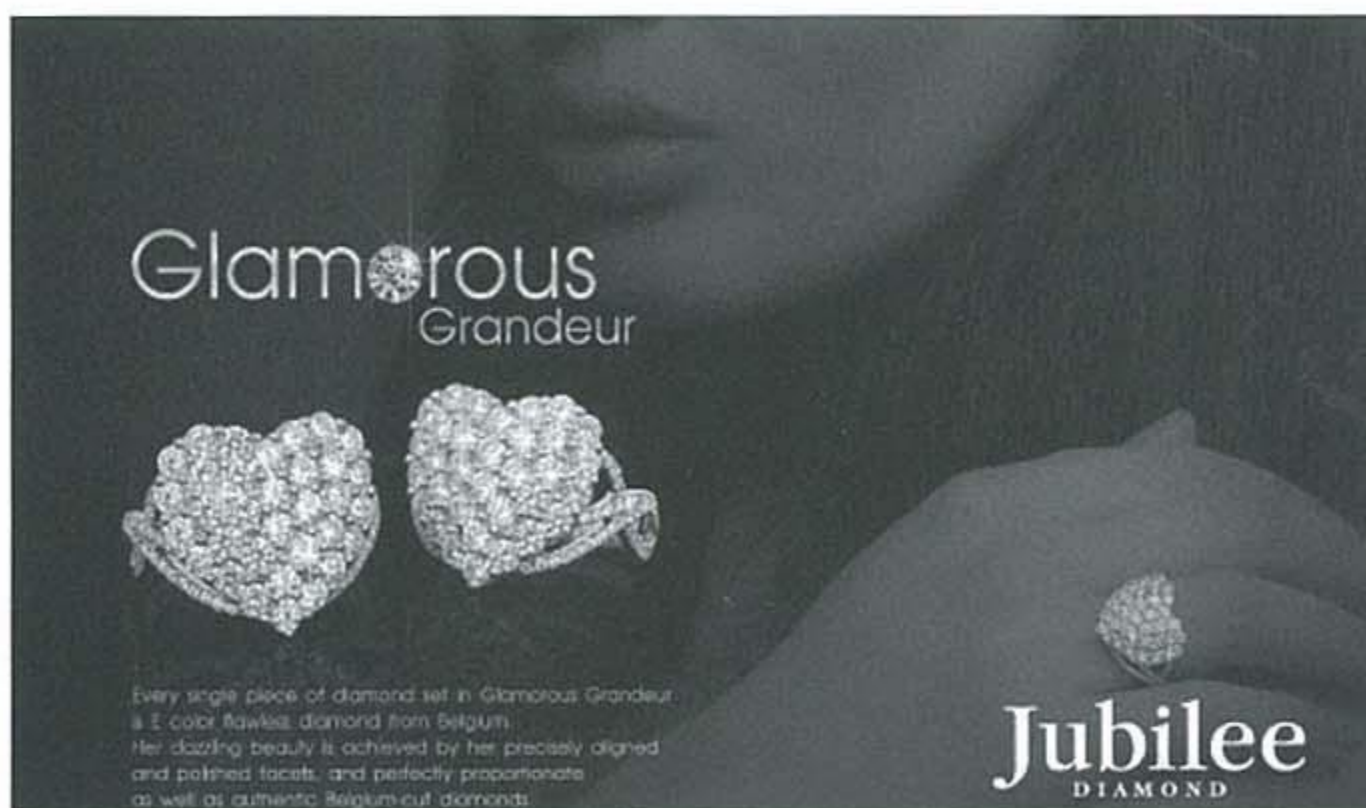




Q2 ตอกย้ำคุณภาพ แคมเปญใหม่

สำหรับ แผนงานในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ อัญรัตน์ ย้ำว่า JUBILEE ยังคงมุ่งมั่นที่จะรักษามาตรฐานในเรื่องของคุณภาพเพชร เพื่อสร้างความเชื่อมั่น และสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาอัตราการเติบโตของรายได้ และกำไรสุทธิที่ดีไว้ โดย JUBILEE มีแผนเปิดตัวสินค้าคอลเลคชันใหม่ และทำแคมเปญรายการส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นการซื้อของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง พร้อมกันนี้ ยังมีแผนลงทุนเพื่อที่จะเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในรูปแบบเคาน์เตอร์เพชรยูบิลลี่ให้ครบ 95 สาขาภายในสิ้นปีนี้ จากปัจจุบันที่มีทั้งสิ้น 82 สาขา

ทั้งนี้ JUBILEE ได้เตรียมเปิดเคาน์เตอร์จำหน่ายเพชรอีก 4 สาขาในช่วงไตรมาส 2 ได้แก่ สาขาเมกะบางนา จำนวน 2 สาขา ห้างเซ็นทรัลพระราม 3 จำนวน 1 สาขา และห้างเซ็นทรัลแจ้งวัฒนะ อีก 1 สาขา เพื่อสร้างโอกาสทางการขายเพชรยูบิลลี่ให้แก่ลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น



ประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการเงิน JUBILEE กล่าวว่า ที่ห้างสรรพสินค้าเมกะบางนา ขนาดพื้นที่กว่า 50 ตารางเมตร ซึ่งเป็นรูปแบบร้านเพชรในห้างสรรพสินค้าที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของยูบิลลี่ เพื่อสร้างโอกาสในการขายเพชรคุณภาพคอลเลคชันต่างๆ พร้อมให้คำแนะนำและบริการลูกค้าอย่างมืออาชีพ เป็นการตอบสนองความเชื่อมั่นในแบรนด์เพชรยูบิลลี่ของลูกค้าที่มีเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้มียอดใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นเป็น 50,000 บาทต่อคนต่อวัน จากเดิมที่ใช้จ่ายอยู่ที่ 30,000 บาทต่อคนต่อวัน

ทั้งการออกคอลเลคชันใหม่ การจัดแคมเปญส่งเสริมการขาย การเพิ่มช่องทางการขาย รวมถึงการมุ่งมั่นในการคัดสรรเพชรระดับคุณภาพ ทำให้มั่นใจว่า ผลประกอบการในไตรมาส 2 ของปี 2555 จะยังสามารถเติบโตได้อย่างโดดเด่นทั้งด้านกำไรสุทธิและยอดขาย ซึ่งจะส่งผลต่อเป้าหมายรายได้ในปีนี้ ที่คาดว่า จะเติบโตไม่ต่ำกว่า 20% ส่งผลให้ JUBILEE ยังคงรักษาความเป็นผู้นำตลาดในกลุ่มเพชรกระรัตและเพชรประดับที่มีช่องทางขายผ่านเคาน์เตอร์ไว้ได้อย่างแน่นอน

"JUBILEE มองว่า ปัจจัยความสำเร็จทางธุรกิจ นอกจากความสำคัญด้านคุณภาพของเพชร เพื่อสร้างตราสินค้าเพชรยูบิลลี่ ให้มีความแข็งแกร่งแล้ว ช่องทางการจัดจำหน่ายเพชรยูบิลลี่ ถือเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการสร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจ ที่ทำอย่างจริงจังเพื่อเป็นช่องทางนำเสนอคอลเลคชันเพชรของ JUBILEE ไปสู่ผู้บริโภคเพื่อสร้างประสบการณ์ให้แก่ลูกค้าได้รับรู้ถึงคุณภาพเพชรที่ดี ที่ได้รับเลือกสรรจากแหล่งเพชรชั้นนำ ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ชิ้นงาน สร้างความเชื่อมั่นและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี" อัญรัตน์ กล่าว

มั่นใจปีนี้รับรัฐ 1,100 ล้านบาทชัวร์

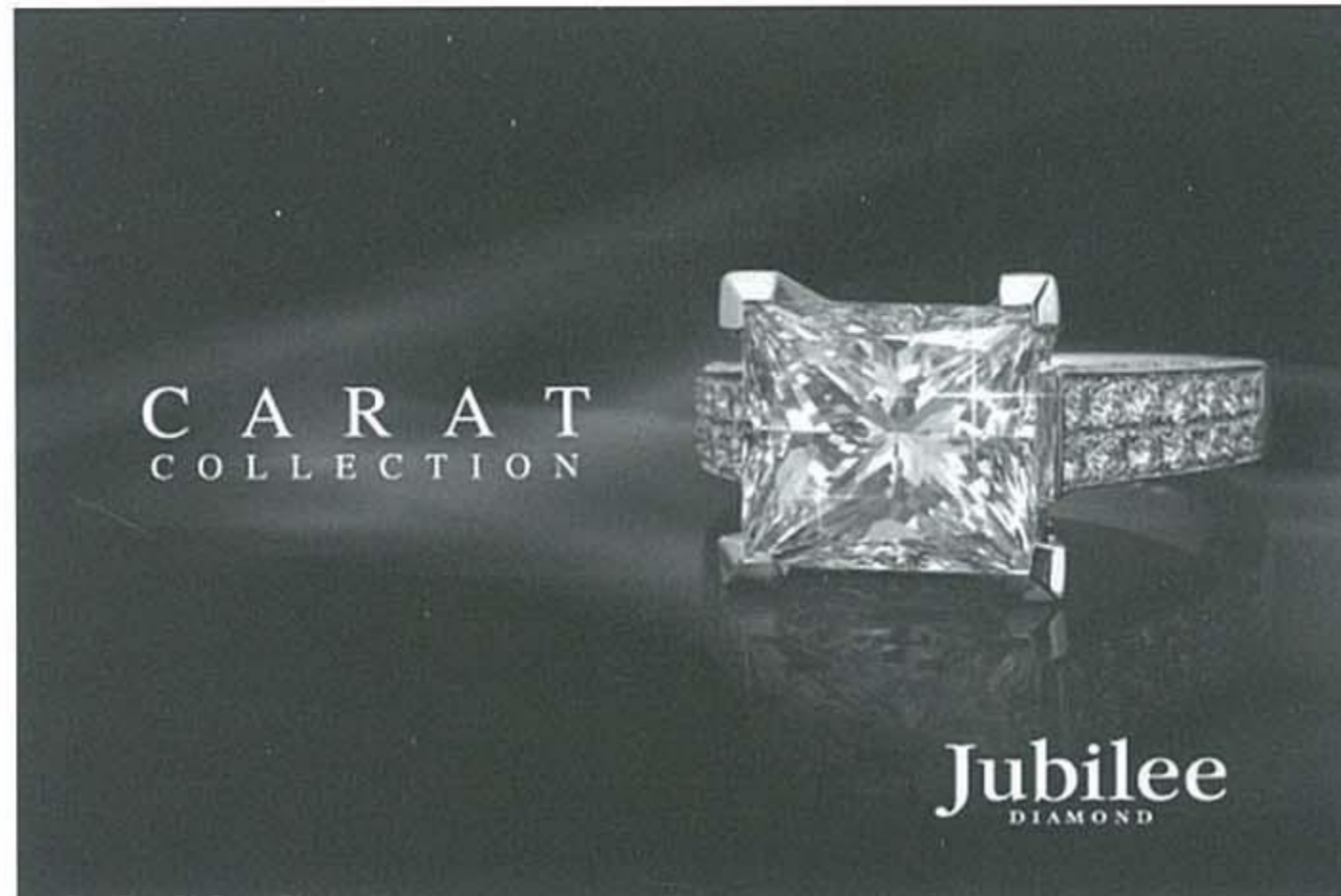
ทั้งนี้ JUBILEE มั่นใจว่า จากแผนดำเนินงานดังกล่าว จะช่วยผลักดันเป้าหมายรายได้ในปีนี้ให้เติบโตได้ตามเป้าที่วางไว้ 20% หรือคิดเป็น 1,100 ล้านบาทได้อย่างแน่นอน ส่งผลให้เพชรยูบิลี สามารถรักษาความเป็นผู้นำตลาดเพชรกระรัตและเครื่องประดับเพชรผ่านช่องทางขายเคาน์เตอร์ได้

หลังจากผลการดำเนินงานในไตรมาสแรกที่ผ่านมา JUBILEE สามารถทำรายได้รวม 282.92 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 77.66 ล้านบาท หรือคิดเป็น 38% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ซึ่งบริษัทฯ มีรายได้รวม 204.26 ล้านบาท ขณะที่กำไรสุทธิอยู่ที่ 41.24 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 3.56 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 9.46% เมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน ซึ่งบริษัทฯ มีกำไรสุทธิ 37.68 ล้านบาท

ส่วนการบรรลุเป้าหมายธุรกิจระดับ 2,000 ล้านบาท นั้น เธอยืนยันว่า JUBILEE สามารถทำได้อย่างแน่นอน เพียงใช้เวลา 2-3 ปี ในการขยายกิจการให้ครอบคลุมทั่วประเทศ พร้อมสร้างตราสินค้าที่แข็งแกร่ง ซึ่งยังมีดีมานด์ความต้องการบริโภคเพชรอีกมาก



คุณเขมนิช จามิกรณ์ (แพนเค้ก) ในงานเปิดตัวเครื่องประดับเพชรคอลเลคชัน 'แกลมเมอริส แกรนด์เดออร์' (Glamorous Grandeur) ปี 2011



2 สถาบันรับรองคุณภาพเพชร

อัญรัตน์ เล่าว่า ส่วนใหญ่ลูกค้าไม่มีความรู้ด้านเพชร เราสอนให้ดูคุณภาพเพชร และแนะนำดูรายละเอียดของใบรับรอง ปัจจุบันมีใบรับรองคุณภาพเพชร (Certificate of Diamond) อยู่หลายสถาบันในหลายๆ ประเทศ สำหรับประเทศไทยมีเพียง 2 สถาบันที่ได้รับการยอมรับทั่วโลก ได้แก่สถาบัน HRD (HOGE RAAD VOOR DIAMANT) มีสาขาทั่วโลก โดยสำนักงานใหญ่อยู่ที่ประเทศเบลเยียม และอีกสถาบัน GIA (Gemological Institute of America) อยู่ที่สหรัฐอเมริกา ซึ่งมีสาขาทั่วโลกเช่นกัน เหมือนลูกค้าบางคน ยังไม่รู้ว่าเพชรที่ดีมีสถาบันเหล่านี้รับรองด้วย

ทั้งนี้ คุณภาพของเพชร จะยึดหลัก 4 C's ของเพชร ได้แก่ น้ำหนักเพชร (Carat Weight) ความสะอาดของเพชร (Clarity) คุณภาพการเจียรไน (Cut) และสีของเพชร (Color) หรือบางคนอาจเรียกว่า น้ำ โดยสีของเพชรเริ่มจากตัวอักษร D Color (น้ำ 100) และในส่วนของงานเจียรไน (Cut) จะประกอบไปด้วย สัดส่วนของเพชร ความสมมาตรของเพชร และความเรียบร้อยในการเจียรไน ซึ่งหากเพชรที่เจียรไนไม่ได้สัดส่วน จะส่งผลต่อประกายและการสะท้อนของแสงได้ โดยระดับของการเจียรไนแบ่งเป็น 5 ระดับ คือ Excellent (ดีเลิศ) Very Good (ดีมาก) Good (ดี) Fair (พอใช้) และ Poor (แย)



Jubilee
DIAMOND

สำหรับราคาของเพชรจะขึ้นอยู่กับดีมานด์ (Demand) และซัพพลาย (Supply) โดยเพชรที่หายากกว่ามีน้อยกว่าและมีความต้องการของตลาดสูง การปรับตัวของราคาจะเพิ่มขึ้นเร็วกว่าเพชรที่มีความต้องการต่ำกว่า อย่างเทรนด์การใส่เพชรของคนรุ่นใหม่ อาจไม่ต้องการเพชรที่ใหญ่มาก แต่ต้องการขนาดพอเหมาะและเน้นที่คุณภาพของเพชรไม่ว่าจะเป็นสีของเพชรและคุณภาพการเจียรไนเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญมาก

โดยรูปทรงของเพชรที่เป็นที่นิยมในปัจจุบัน ยังคงเป็นทรงกลม (Round Brilliant Cut) แต่ที่จริงแล้ว เพชรมีหลากหลายรูปทรง เรียกว่า Fancy Cut (เพชรรูปทรงแฟนซี) ซึ่งหมายถึง เพชรรูปทรงอื่นๆ ที่มีไขทรงกลมได้แก่ รูปทรงสี่เหลี่ยม โดยจะมีทั้งทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส (Princess Cut) ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Emerald Cut) รูปทรงหัวใจ (Heart Shape) รูปทรงไข่ (Oval Shape) รูปทรงหยดน้ำ (Pear Shape) และรูปทรงมาควีย์ (Marquise Shape) ซึ่งรูปทรงของเพชรยังมีอีกมากมาย โดยโรงงานเจียรไนเพชรชั้นนำของโลกได้คิดค้นรูปทรงใหม่ มานำเสนอกับผู้บริโภคเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

นอกจากนี้ โรงงานเจียรไนเพชรชั้นนำของโลกได้พัฒนาคุณภาพของการเจียรไนให้ได้มาตรฐานเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งทาง JUBILE ซึ่งมีสัมพันธภาพอันแข็งแกร่งกับทางโรงงานเจียรไน (Diamond supplier) จึงได้รับเพชรที่มีคุณภาพมาตรฐานการเจียรไนอันเป็นเลิศ ไม่ว่าจะเป็นสัดส่วนการเจียรไน (Proportion) Finish (ความเรียบร้อยของการเจียรไน) และความสมมาตรของเพชร (Symmetry) อยู่ในระดับดีเลิศทั้งหมด (Excellent) หรือเรียกว่า ทริปเปิ้ล เอ็กซ์เซลเลนต์ (Triple Excellent cut-graded diamonds)

ใส่เพชรไม่จำเป็นต้องโอโซ

สำหรับ คนทั่วไปมักมองว่า คนที่ใส่เพชรนี้จะต้องเป็นกลุ่มไฮโซ เป็นเรื่องไกลตัวไม่ใช่เรา แต่ตอนนี้พฤติกรรมเปลี่ยนไปแล้วการใส่แหวนเพชรไม่ใช่เรื่องใหญ่แล้ว และสามารถมาแม๊ซกับการแต่งกายของสาวๆได้ จากสองสามปีที่ผ่านมาเรื่องของดีไซน์ JUBILE ที่ออกมาได้รับการตอบรับที่ดี มาตลอดเห็นได้ชัดว่าการหมุนเวียนของสินค้าหมุนได้เร็วขึ้น ซึ่งเป็นผลสะท้อนจากการที่เราออกผลิตภัณฑ์อะไรแล้วได้รับการตอบรับที่ดี พอ JUBILE วางบู๊บายได้เลย

ดังนั้น คิดว่าการที่ JUBILE ทำการบ้านหลังบ้านก่อนที่จะลอนซ์สินค้ามีผลทำให้ได้รับการตอบรับที่ดีมาก เราไม่ได้เอาตัวเราเป็นที่ตั้ง แต่เอาลูกค้าเป็นที่ตั้ง คิดว่า เขาจะได้อะไรบ้าง

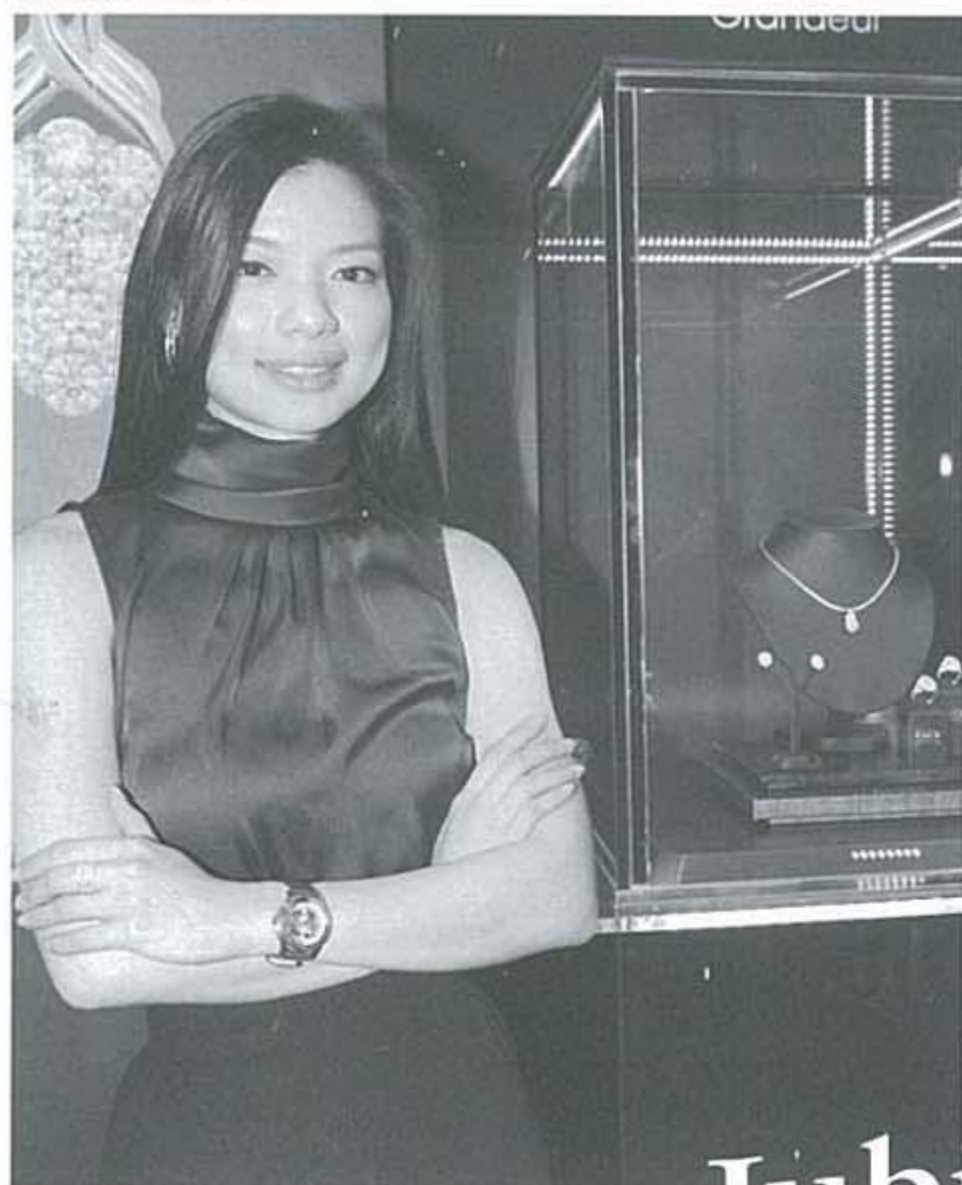
ในเรื่องมูลค่ายอดขาย ในเรื่องการจัดจำหน่ายในเรื่องคุณภาพสินค้าแน่นอนแล้วว่า JUBILE เหนือกว่าอยู่แล้วเราได้มีโอกาสพูดคุยกับซัพพลายเออร์ที่ต่างประเทศ JUBILE ใช้เพชรที่ดีที่สุด ดีเอ็กเซลเลนต์ (The Excellence) ทำการบ้านก่อน 6 เดือนก่อนที่จะลอนซ์สินค้า ออกมาเพราะว่า เพชร นี้เป็นแร่ธรรมชาติที่ไม่ใช่ว่า จะไปเอาเมื่อไหร่ก็ได้

เรามองว่า ทุกวันนี้ JUBILE แข่งกับตัวเอง ทุกวันนี้ต้องมอนิเตอร์ตลาดตลอดว่า ใครหรือคู่แข่งมีอะไรใหม่ๆ ออกมาบ้าง แต่สิ่งสำคัญที่สุดคือ ต้องพัฒนาตัวเราให้ดียิ่งๆ ขึ้นไป ต้องมีการเตรียมแผนกับซัพพลายเออร์ ถึงจะได้เพชรมา จะได้ผลตอบรับตรงที่ผลประกอบการออกมาพอใจ

เตรียมเปิดตลาดต่างประเทศ

ส่วนยอดขายระดับพันกว่าล้านบาทขนาดนี้จะขยายไปต่างประเทศหรือไม่... เธอบอกว่าการขยายตลาด JUBILE จะไปด้วย แบรินด์เป็นแบรินด์ไทย จะไม่เป็นแบบรับจ้างผลิต อาจจะเป็นหนึ่งในคนไทยที่นำแบรินด์ไทยให้ต่างชาติได้รู้จัก และให้ต่างชาติ ด้รู้ว่า คนไทยมีฝีมือ จะเป็นการสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศอีกด้วย ซึ่งแผนเหล่านี้อยู่ในกระบวนการทำงานระหว่างเตรียมตัวไปต่างประเทศ ซึ่งในประเทศจะขยายเต็มที่ โอกาสยังมีอีกมาก และ JUBILE มองเห็นเป้าหมายในอนาคต

สำหรับประเทศที่สนใจ คงเป็นแถบเอเชีย แต่การไปต่างประเทศ ไม่ใช่ว่า ไปได้ทันที กระบวนการทำงานภายในก็ต้องพร้อมด้วย ในการขยายตลาดจีน อินเดีย เป็นตลาดที่น่าสนใจ เพราะว่าเป็นตลาดใหญ่ในการที่จะซื้อเครื่องประดับเพชร



รางวัลไบโพธิ์ บิสิเนส อวอร์ด

นอกจากนี้ จากการประกาศผลรางวัล 'ไบโพธิ์ บิสิเนส อวอร์ด บาย ศคินทร์' ยังช่วยตอกย้ำความแข็งแกร่งด้านตราสินค้าเพชรยูบิลีและ ความไว้วางใจในคุณภาพสินค้าของบริษัทอีกด้วย

อัญรัตน์ เธอเล่าว่า ในปีนี้ บริษัทฯ ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิ ให้ได้รับรางวัล "ไบโพธิ์ บิสิเนส อวอร์ด บาย ศคินทร์" Bai po Business Awards By Sasin จำนวนทั้งสิ้น 3 รางวัล ได้แก่ รางวัลด้านการสร้างสรรค์นวัตกรรมสินค้า (Innovation) รางวัลด้านคุณภาพสินค้า (Quality) และรางวัลด้านแบรนด์ดิ้ง (Branding) ซึ่งเป็นผลมาจากการดำเนินธุรกิจของเพชรยูบิลี ที่เป็นผู้บุกเบิกวงการค้าปลีกเพชรผ่านเคาน์เตอร์ พร้อมนำเสนอเพชรคุณภาพที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงต่อวงการค้าปลีกเครื่องประดับเพชรในประเทศไทย

ทั้งนี้ รางวัล Bai po Business Awards By Sasin เป็นรางวัลที่สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) ร่วมกันจัดขึ้น เพื่อยกย่องผู้ประกอบการไทยที่ประสบความสำเร็จในการสร้างความแตกต่างให้ธุรกิจได้อย่างโดดเด่น ก่อให้เกิดมาตรฐานที่ดี และมีผลเป็นแรงผลักดันเศรษฐกิจไทยให้เติบโตในระยะยาว

"ที่ผ่านมา JUBILEE มองเห็นโอกาสในการสร้างตลาดค้าปลีกเพชรว่า ยังมีโอกาสเติบโตเพิ่มขึ้นได้อีกมาก จึงได้ริเริ่มสร้างระบบค้าปลีกเพชรในรูปแบบเคาน์เตอร์ตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำ จนกลายเป็นผู้นำตลาดด้วยช่องทางขายมากกว่า 80 สาขาทั่วประเทศ พร้อมๆ กับการพัฒนาบุคลากรทางด้านวิชาชีพที่เป็นพนักงานขายเพชรให้เกิดขึ้นในตลาดเมืองไทย ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการค้าปลีกเพชรแบบเดิมๆ ที่ขายเครื่องประดับเพชรผ่านร้านจำหน่ายเพชรเท่านั้น" อัญรัตน์ กล่าว

สวย เร็ด เชิด เก่ง น่าจะเป็นคำนิยามได้ สำหรับ เธอคนนี้ 'อัญรัตน์ พรประภคต' นักบริหารมืออาชีพ...ที่มีแนวคิดก้าวหน้ากว้างไกล...อย่างน่าสนใจ...

