

'บีทีเอส'ผนึก'อาร์เอส' สปริงบอร์ดธุรกิจยึดลูกค้า

กรุงเทพธุรกิจ • หมดยุคฉายเดี่ยวโต เจาะกลยุทธ์ "บีทีเอส" ผนึก"อาร์เอส" เดินหน้าขยายธุรกิจ โดยฐานลูกค้าใหม่ ต่อยอดบริการขนส่งสินค้า สื่อโฆษณา และบริการชำระเงิน การ"เปลี่ยนแปลง" คือสิ่งที่แน่นอนที่สุด และบนโลกธุรกิจที่ไม่เคยหยุดนิ่ง จึงเห็นความเคลื่อนไหวขององค์กรเล็กใหญ่ตลอดเวลา



หลายปีที่ผ่านมามีประโยชน์ที่ถูกล่ามถึงในวงกว้างคือ "ดิจิทัลดิสรัป" ที่สร้างแรงสั่นสะเทือนในองค์กรธุรกิจ
อ่านต่อหน้า | 4

ต่อจากหน้า 1 บีทีเอส

มากมายต้องประหวั่นพรั่นพรึง เพราะกลัวการโดนทางเลขจากดิจิทัลทำลายล้าง นอกจากนี้ Speed หรือความเร็ว เข้ามามีบทบาทมากขึ้น ชนิดที่ว่า ใครช้า! อาจตกขบวน และถูกกลืนหายไป บรรดานักธุรกิจ นักการตลาด ครูแควตวต่าง ๆ จึงหิวบรรรคทอง หมดยุค..ปลาแข็งแรง กินปลาที่อ่อนแอ ไปสู่ปลาใหญ่ กินปลาเล็ก มาถึงปลาเร็วกินปลาช้า กระทั่งปลาตัวจริง กินปลาที่ไม่จริง หัว สดท้ายการเป็นปลาใหญ่ ก็อาจไม่สู้ "ปลาที่แข็งแรง ตัวใหญ่ ที่ว่ายนำเร็ว และเป็นตัวจริง" ไปได้ ยุคนี้เลยเป็นการ "ผนึกกำลัง" หรือ Collaboration(X) ขององค์กรยักษ์ใหญ่ เพื่อทำธุรกิจให้แข็งแกร่ง ยากที่ธุรกิจขนาดเล็กยากจะต้านทานได้

ขณะที่การทำ "พันธมิตร" ไม่ได้จำกัดแค่แค่เครือข่ายกันอีกต่อไป แต่ "เปิดกว้าง" ให้เครือข่ายอื่นๆ เข้ามาเสริมความแข็งแกร่งมากขึ้น เกิดภาพการผนึกกำลัง "ธุรกิจข้ามสายพันธุ์" ให้เห็นมากมาย

หนึ่งในนั้นคือ ยักษ์ใหญ่ "บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์" ที่มีธุรกิจ

หลากหลาย ครอบคลุม 4 สาขาหลัก ได้แก่ 1.ธุรกิจระบบขนส่งมวลชน อย่าง รถไฟฟ้า "บีทีเอส" และ "บีอาร์ที" 2.ธุรกิจสื่อโฆษณา มีวีจีไอ เป็นหัวทอก และมีบริการ ทั้งสื่อโฆษณานอกบ้าน สื่อโฆษณา บนรถไฟฟ้า(Mass transit) สนามบิน อาคารสำนักงาน และบริการครบ จากออฟไลน์สู่ออนไลน์(O2O) เป็นต้น 3.ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ผ่านบริษัท ยู ซิตี้ และ 4.ธุรกิจบริการ แรบบิท รีเวอร์ตัส ธุรกิจร้านอาหาร เป็นต้น

บีทีเอส กรุ๊ปฯ มีการร่วมมือกับพันธมิตรหลายรายในการขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น อสังหาฯ ร่วมกับ แสนสิริ พัฒนาโครงการที่อยู่อาศัยต่างๆ แต่ที่ได้รับความนิยมสูงอย่างมาก ในช่วงที่ผ่านมา คือการจับมือ "อาร์เอส" เสริมทัพธุรกิจ โดยบีทีเอส ทุ่มเงินกว่า 1,000 ล้านบาท ซื้อหุ้นอาร์เอส บิ๊กลอต 7% หรือราว 68 ล้านหุ้น จากหุ้นทั้งหมด

อาร์เอส ถือเป็น "ลูกค้า" ของธุรกิจ ในเครือบีทีเอส นั่นคือการใช้บริการขนส่งสินค้าผ่าน "เคอร์รี่" (บริษัทที่วีจีไอเข้าไปถือหุ้น) แต่การต่อ "จิ๊กซอร์" ของนักธุรกิจ มีอยู่ตลอดเวลาเพื่อสร้างการเติบโต ทำให้ "เฮียฮ้อย สุรัชย์ เชนชูชาติศักดิ์" แม่ทัพใหญ่อาร์เอสมีโอกาสหารือกับ

"กวิณ กายจนพาสน์" บิ๊กบอสบีทีเอส กรุ๊ปฯ เมื่อ "เคมีตรงกัน" การคลิกร่วมมือทางธุรกิจจึงเกิดขึ้นในเวลาอันสั้นไม่ก็สิบนาที

ธุรกิจต้องการการเติบโตด้าน "รายได้" และ "กำไร" ดังนั้นการ "ผนึกกำลัง" จากทั้ง 2 ฝ่าย หนีไม่พ้นการมุ่งตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มี โดยบีทีเอส กรุ๊ปฯ แม้ฐานผู้ใช้บริการรถไฟแต่ละปี จะเติบโตไม่มากอัตราร 1 หลัก เพราะฐานใหญ่และจำนวนประชากรในกรุงเทพฯ ที่มีกว่า 10 ล้านคนค่อนข้างชัดเจน แต่สำหรับการเป็นฐานลูกค้าไม่น้อย

สิ้นสุดเดือนมี.ค.2561 บีทีเอส มีผู้โดยสาร 240.63 ล้านเที่ยวคนเพิ่ม 1.1% ปี 2560 จำนวน 238.04 ล้านเที่ยวคนเพิ่ม 2.4% ปี 2559 จำนวน 232.5 ล้านเที่ยวคนเพิ่ม 6.3% และ ปี 2558 จำนวน 218.7 ล้านเที่ยวคนเพิ่ม 1.9% หรือเฉลี่ยต่อวันเกือบ "ล้านเที่ยวคน"

ส่วนอาร์เอส หลังจากทรานส์ฟอร์มธุรกิจสู่ Multi-Platform Commerce-MPC มีการขายสินค้าและบริการเชิงพาณิชย์ ทำเงินเป็นกอบเป็นกำ และเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย 1.2 ล้านคน จนโกยยอดขายกว่า 2,100 ล้านบาท ไม่เพียงพอในการเติบโต เพราะ ตัวเลขลูกค้า

ดังกล่าวสะท้อนช่องว่าง "ชุมชนทรัพย์" ทางการตลาดอีกมหาศาล การรวมพลังจึงเป็นการดึง "จุดแข็ง" ของแต่ละฝ่ายมาเป็น "สปริงบอร์ด" ให้เกิด Win-Win Situation บนโลกธุรกิจ เพราะหากแปรลูกค้าของบีทีเอสไปซื้อสินค้าของอาร์เอส จะก่อให้เกิดการใช้สินค้าและบริการอื่นๆ ตามมาอีกมาก เช่น การส่งพัสดุผ่านเคอร์รี่ มากขึ้น การใช้สื่อโฆษณาในเครือมากขึ้น เกิดการชำระเงินผ่านบริการต่างๆของเครือมากขึ้น เป็นต้น

ก่อนหน้านี้ สุรัชย์ เชนชูชาติศักดิ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัทอาร์เอส จำกัด(มหาชน) ซึ่งขับเคลื่อนธุรกิจมากกว่า 35 ปี จะการทรานส์ฟอร์มธุรกิจทีวีดิจิทัล เพลง หรือบันเทิงสู่ธุรกิจถือการพาณิชย์อย่างสมบูรณ์ เป็นก้าวสำคัญ และเป็นการเริ่มต้น "ยุคใหม่"

ทั้งนี้โมเดลธุรกิจ MPC คือการสร้างการเติบโตในลักษณะ D to C (Direct to Customer) แสวงหาโอกาสจากการบริหารธุรกิจดั้งเดิมไม่ว่าจะเป็นเพลง มีเดีย ทีวีดิจิทัล ช่อง 8 ฯ ที่ล้วนเป็น "จุดแข็ง" ของอาร์เอส จะสามารถเป็น "กุญแจ" สร้างรายได้และผลกำไรของบริษัทให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง

"บริษัทยังคงมุ่งมั่นดำเนินการตามวิสัยทัศน์ในการสร้างการเติบโตแบบก้าวกระโดดและความแข็งแกร่งให้กับองค์กรในระยะยาว จึงเปิดกว้างเปิดรับพันธมิตรใหม่ที่จะเข้ามาช่วยขยายธุรกิจไปในแนวทาง เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ซึ่งการจับมือและเปิดให้บีทีเอส ผู้ให้บริการระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนขนาดใหญ่ รวมถึงศักยภาพของบริษัทในกลุ่มอย่าง VGI ผู้นำ Offline-to-Online Solutions บนแพลตฟอร์มธุรกิจสื่อโฆษณา ธุรกิจบริการชำระเงิน และธุรกิจโลจิสติกส์ จะเสริมศักยภาพ (Synergy) ทางธุรกิจ จะเป็นการผสาน จุดแข็งของสองบริษัทที่เป็นผู้นำในแต่ละอุตสาหกรรม เชื่อมโยงฐานข้อมูลลูกค้า ตอกย้ำความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

ในการเข้าถึงสินค้าและบริการต่างๆ
อย่างมีประสิทธิภาพ”

การอาศัยพลังของพันธมิตร
ยังช่วยปูทางสู่การขยายฐานรายได้
ของ อาร์เอส ให้เติบโตสู่เป้าหมาย
1 หมื่นล้าน ในปี 2565 ตามแผนที่
วางไว้ซึ่งมีโอกาสที่จะเห็น “Speed”
การขยายสู่ตัวเลขที่คาดหวังไว้ด้วย

สิ่งที่ต้องจับตาดูจากนี้คือการเจรจา
ทางธุรกิจไม่จบแค่การซื้อหุ้น ขยาย
ฐานลูกค้า เพราะยังมี “ก๊อ ก 2” เพื่อ
เบ่งธุรกิจให้ใหญ่ยิ่งขึ้น สร้างความ
มั่งคั่งทั้ง 2 ฝ่าย