

“โฮมโปร” โชว์ผลงานปี 55 กวาดยอดขายทะลุ 3.4 หมื่น ล. พร้อมลงทุนเพิ่ม – รุกโมเดลค้าปลีกรูปแบบใหม่

“โฮมโปร” โชว์ผลประกอบปี 55 กวาดยอดขาย 34,541.55 ล้านบาท กำไรโต 33.62% ประกาศลงทุนเพิ่มปี 56 ทั้งการขยายสาขาใหม่ และปรับโฉมสาขาเดิม พร้อมลุยแตกไลน์ธุรกิจขยายลูกค้ากลุ่มใหม่ในนาม “เมกา โฮม” ศูนย์จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง ซ่อมแซม ปรับปรุง ตกแต่งบ้าน และเครื่องใช้ จับกลุ่มลูกค้าผู้รับเหมา ช่าง เจ้าของโครงการ และร้านค้าย่อย



นาย คุณวุฒิ ธรรมพรหมกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โฮม โปรดัคส์ เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน) ผู้นำธุรกิจศูนย์รวมวัสดุ และอุปกรณ์ตกแต่งบ้านครบวงจร เปิดเผยถึงผลประกอบการของบริษัทฯ ในปี 2555 ว่า สามารถสร้างยอดขายได้ 34,541.55 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้น 21.78% โดยมีผลกำไรทั้งสิ้น 2,679.47 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า 33.62%

ทั้งนี้ ในปีที่ผ่านมา บริษัทฯ สามารถขยายสาขาได้ตามเป้าหมายที่วางไว้ คือ 8 สาขา ได้แก่ ตรัง, เมกาบางนา (สมุทรปราการ), นูร์ริมย์, หาดใหญ่-กาญจนวนิช, นครสวรรค์, มหาชัย (สมุทรสาคร), อุบลราชธานี และราชบุรี รวมถึงการปรับโฉมใหม่ของ “โฮมโปร เขาใหญ่” โดยลงทุนขยายพื้นที่ขายอีกกว่า 2,000 ตารางเมตร เพื่อรองรับความต้องการตลาดที่มากขึ้น

“ในส่วนของสาขาเดิม ยังคงมีการขยายตัวของยอดขายเป็นที่น่าพอใจ รวมถึงส่วนผสมของสินค้า ที่เราสามารถเพิ่มสินค้า House Brand โดยปัจจุบัน มีสัดส่วนอยู่ที่ประมาณ 19.5%” นาย คุณวุฒิ กล่าว และว่า

สำหรับในปี 2556 บริษัทฯ วางแผนเปิดสาขาใหม่เพิ่มอีกไม่ต่ำกว่า 8 แห่ง รวมถึงการปรับภาพลักษณ์ใหม่สาขาเดิมอีกประมาณ 2-3 แห่ง โดยในปีนี้ คาดว่า บริษัทฯ จะสามารถทำยอดขายได้เพิ่มขึ้นอีกกว่า 15% เมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา

นาย คุณวุฒิ กล่าวว่า นอกจากนี้ บริษัทฯ ยังเดินหน้าขยายตลาดในส่วนอื่น ๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดยการก่อตั้งบริษัท เมกา โฮม เซ็นเตอร์ จำกัด เพื่อดำเนินธุรกิจศูนย์จำหน่ายสินค้าวัสดุก่อสร้าง ซ่อมแซม ปรับปรุง

ตกแต่งบ้าน และเครื่องใช้ต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้ากลุ่มผู้รับเหมา ช่าง เจ้าของโครงการ และร้านค้าย่อย ทั้งในรูปแบบของค่าปลีก และค้าส่ง ภายใต้ชื่อ “เมกา โฮม” โดยจะจำหน่ายสินค้าในรูปแบบ ทั้งค่าปลีก และค้าส่ง ด้วยสินค้าหลากหลาย ได้แก่ วัสดุก่อสร้าง (Construction Materials) สินค้างานระบบ และ วัสดุอุปกรณ์ตกแต่ง และซ่อมแซม (System & finishing & Improvement Materials) สินค้าตกแต่ง และเครื่องใช้ไฟฟ้า (Furnishing Materials & Home Electric) และเครื่องใช้ในครัวเรือน (Household & Houseware)

“ลูกค้าของโฮมโปร ในปัจจุบัน เป็นกลุ่มลูกค้าตั้งแต่เกรดบี ขึ้นไป และกว่า 90% เป็นเจ้าของบ้าน โดยเมกา โฮม จะเข้ามาเติมเต็มกลุ่มลูกค้าที่เป็นผู้รับเหมา ช่าง เจ้าของโครงการ และร้านค้าย่อย ซึ่งแตกต่างไปจากโฮมโปร” นาย
คุณวุฒิกล่าวในที่สุด