

EPG วางแผนธุรกิจปี 61/62 ตั้งเป้ารายได้เติบโต 15% กว่า 10,000 ล้านบาท ชูกลยุทธ์ New S-Curve ในทุกกลุ่มธุรกิจ เพิ่มมาร์จิ้น มุ่งขยายตลาด ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าทุกระดับทั่วโลก

ดร.ภวัฒน์ วิฑูรย์ประณ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อีสเทิร์น โพลีเมอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ EPG ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โพลีเมอร์และพลาสติกแปรรูปชั้นนำของโลก เปิดเผยแผนการดำเนินงานในปี 61/62 (เม.ย. 61 – มี.ค.62) ว่า บริษัทตั้งเป้าหมายรายได้เติบโต 15% หรือ มีรายได้จากการขายกว่า 10,000 ล้านบาท พร้อมกำหนดกลยุทธ์ The New S-Curve เพื่อรองรับการเติบโตอย่างยั่งยืนใน 3 กลุ่มธุรกิจ มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้านวัตกรรมและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตสินค้า เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต นำสินค้านวัตกรรมออกสู่ตลาด รวมถึงใช้กลยุทธ์ในการตั้งราคาขายและการบริหารจัดการต้นทุน เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามแผนงานที่วางไว้ และให้ความสำคัญกับการขยายตลาดต่างประเทศเพิ่มขึ้น

ธุรกิจจนวนกันความร้อน/เย็น ภายใต้แบรนด์ AEROFLEX บริษัทได้ลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตด้วยเครื่องจักร High speed ในสหรัฐอเมริกาเสร็จเรียบร้อยแล้ว เพื่อมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้าใหม่ เช่น อาคารสำนักงาน โรงงานอุตสาหกรรม และที่พักอาศัย เป็นต้น อีกทั้งได้เริ่มทยอยปรับขึ้นราคาสินค้าทั้งในประเทศสหรัฐอเมริกาและอีกหลายประเทศ เพื่อลดผลกระทบในส่วนเรื่องค่าเงินบาทแข็ง

ขณะที่ตลาดในประเทศเริ่มลงทุนขยายโรงงานแห่งใหม่ โดยจะเพิ่มกำลังการผลิตจนวนกันความร้อนประเภท EPDM และโพลีเอทิลีน คาดว่าจะใช้งบลงทุนประมาณ 250 ล้านบาท เริ่มก่อสร้างตั้งแต่เดือนเมษายน 2561 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์จนวนกันความร้อนใต้หลังคา (Aero-roof) ตั้งเป้าหมายเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรด และร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้างเพื่อกระจายสินค้าสู่ผู้บริโภคให้มากที่สุด

ธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์ตกแต่งยานยนต์ภายใต้แบรนด์ AEROKLAS บริษัทมีแผนที่จะออกสินค้านวัตกรรมของ AEROKLAS และ TJM ในปีนี้ อีกทั้งเมื่อต้นปีที่ผ่านมามีบริษัทได้เข้าทำการเข้าซื้อกิจการ Flexiglass Challenge Pty. Ltd. (Flexiglass) ซึ่งประกอบกิจการจำหน่ายสินค้าตกแต่งรถกระบะ และ SUV ประเภทขับเคลื่อน 2 ล้อ และ 4 ล้อ ในประเทศออสเตรเลีย โดยมี distributors และ dealers มากกว่า 100 แห่ง และมีสาขาของตนเองรวม 5 แห่ง

การเข้าลงทุนดังกล่าวจะสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับ AEROKLAS และ TJM ถือเป็นโอกาสเปิดโอกาสทางธุรกิจครั้งสำคัญ โดยบริษัทมีแผนร่วมกันขยายธุรกิจในประเทศออสเตรเลีย ซึ่งมีฐานลูกค้าและการให้บริการครบวงจร ทำให้มีโอกาสในการขยายฐานลูกค้าเพิ่มขึ้น ถือเป็นผลดีต่อการสร้างศักยภาพในการเพิ่มรายได้และความสามารถในการทำกำไรในอนาคต

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติกภายใต้แบรนด์ EPP บริษัทปรับกลยุทธ์ โดยใช้หลักการ “Capacities Driven” บริหารจัดการกระบวนการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด เพื่อให้ได้อัตรากำไรขั้นต้นเพิ่มขึ้น ออกสินค้าใหม่เพื่อขยายฐานลูกค้า ซึ่งบริษัทมีแผนเร่งทำการตลาดมากขึ้นในกลุ่มสินค้าบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทกล่องใส่อาหารและถ้วยน้ำดื่ม ส่วนลูกค้าในกลุ่มอุตสาหกรรม จะเน้นการให้ข้อมูลด้านความพร้อมของกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน ความสะอาด ความปลอดภัยทางด้านอาหารที่ได้รับการรับรองจากองค์กรชั้นนำหลายแห่งทั่วโลก

ดร.ภวัฒน์ กล่าวต่อไปว่า สำหรับผลประกอบการปี 60/61 (เม.ย.60 – มี.ค.61) บริษัทมีรายได้จากการขายทั้งสิ้น 9,607 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายอยู่ที่ 9,280 ล้านบาท จำนวน 327 ล้านบาท หรือปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.5% และมีกำไรสุทธิ 993 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 1,383 ล้านบาท หรือปรับตัวลดลง 28% แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากความผันผวนจากอัตราแลกเปลี่ยนเนื่องจากกลุ่มธุรกิจจนวนกันความร้อน/เย็น และกลุ่มธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์และตกแต่งยานยนต์ เนื่องจากมีสัดส่วนรายได้จากต่างประเทศกว่า 70% แต่ทั้ง 2 กลุ่มธุรกิจยังเติบโตได้ดี ในขณะที่รายได้จากการขายของธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติกลดลงเนื่องจากการบริโภคมายในประเทศปรับตัวขึ้นช้ากว่าที่คาดไว้ประกอบกับการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์พลาสติกเพิ่มสูงขึ้น นอกจากนี้ ความผันผวนของราคาวัตถุดิบ และกำลังการผลิตของธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติกต่ำกว่ากำลังการผลิตขนาดประหยัด (Economy of Scale) ส่งผลกระทบต่อการทำกำไรของบริษัทแต่บริษัทยังสามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นได้ตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ ดร.ภวัฒน์ กล่าว