

# EPG มองแนวโน้มธุรกิจโค้งสุดท้ายเติบโตดี คาดรายได้ปี 61/62 โตไม่ต่ำกว่า 12% โฉว์ผลประกอบการ 9 เดือนปี 61/62 รายได้ 8,046 ล้านบาท กำไรสุทธิ 792 ล้านบาท

รศ.ดร.เฉลียว วิฑูรย์ภรณ์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อีสเทิร์นโพลีเมอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ EPG ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โพลีเมอร์และพลาสติกแปรรูปชั้นนำของโลกเปิดเผยว่า แนวโน้มธุรกิจในปีนี้จะสามารถสร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จากทั้ง 3 กลุ่มธุรกิจหลัก คาดว่าจะมีรายได้จากการขายเติบโตประมาณ 12% โดยสัดส่วนรายได้ ณ สิ้นไตรมาส 3 ปี 61/62 แบ่งเป็น แอร์โรเฟล็กซ์ 25% แอร์โรคลาส 51% และ อีสเทิร์น โพลีแพค 24%

ด้านกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของบริษัท ประกอบด้วย ธุรกิจฉนวนกันความร้อน/เย็น ภายใต้แบรนด์ Aeroflex มุ่งทำการตลาดในกลุ่มสินค้าพรีเมียมทั้งในและต่างประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และอาเซียน บริษัทได้ปรับปรุงไลน์การผลิตเพิ่มเติมในสหรัฐอเมริกา เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในช่วงไตรมาส 3 ที่ผ่านมา ขณะที่โรงงานแอร์โรเฟล็กซ์ แห่งใหม่ จ.ระยอง จะแล้วเสร็จกลางปี 2562 เพื่อรองรับการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ประเภทฉนวนกันความร้อน/เย็น และฉนวนกันความร้อนใต้หลังคา (Aero-roof)

ธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์และตกแต่งยานยนต์ ภายใต้แบรนด์ Aeroklas ร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่กับค่ายรถยนต์ให้สอดคล้องกับ Lifestyle ของผู้บริโภค และทยอยนำออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปลายไตรมาส 3 บริษัทเริ่มนำส่งสินค้าใหม่ คือกันชนหลัง ที่ใช้นวัตกรรม Polymer Composite พิเศษ ทำให้มีน้ำหนักเบา และช่วยลดแรงกระแทก ทำให้มีกระแสตอบรับที่ดีจากกลุ่มลูกค้า นอกจากนี้ได้ปรับปรุงโมเดลใหม่ของผลิตภัณฑ์หลัก เช่น หลังคาครอบกระบะ และทยอยนำออกสู่ตลาดแล้ว

ขณะที่ธุรกิจ TJM Products Pty.Ltd (TJM) และ Flexiglass Challenge Pty.Ltd (Flexiglass) ซึ่งเป็นช่องทางทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญของ Aeroklas มีการขยายตลาดในประเทศออสเตรเลียอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบัน TJM มีสาขา 3 แห่ง ตั้งอยู่ที่ Perth 2 แห่ง และ Brisbane 1 แห่ง มีร้านค้าภายใต้แบรนด์ TJM จำนวน 64 แห่ง ในขณะที่ Flexiglass มีสาขา 5 แห่ง และ ช่องทางการจัดจำหน่ายกว่า 100 แห่ง ในประเทศออสเตรเลีย

ธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติก ภายใต้แบรนด์ EPP เร่งทำตลาดในกลุ่มบรรจุภัณฑ์อาหาร ประเภทกล่องใส่อาหารและ

ถ้วยน้ำดื่มอย่างต่อเนื่อง เนื่องมาจากการอุปโภคบริโภคภายในประเทศเริ่มฟื้นตัวได้ดีขึ้น พร้อมปรับกลยุทธ์ขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมมากขึ้น โดย EPP ได้รับการรับรองมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัยทางด้านอาหาร จากองค์กรชั้นนำหลายแห่ง เช่น The British Retail Consortium (BRC) เป็นมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหารของ สหราชอาณาจักร ทำให้สามารถขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มอุตสาหกรรมผลิตอาหาร เพื่อส่งขายในสหราชอาณาจักร นอกจากนี้ ได้วางแผนรุกตลาดส่งออกในกลุ่มประเทศฟิลิปปินส์และอินโดนีเซีย เนื่องจากตลาดกลุ่มนี้ยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

สำหรับผลประกอบการงวด 9 เดือน ปี 2561/62 (เม.ย.-ธ.ค.61) บริษัทมีรายได้จากการขาย 8,046 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 12% มีกำไรสุทธิ 792 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 4% จากงวด 9 เดือนของปีก่อน ขณะที่ไตรมาส 3 ปี 2561/62 (ต.ค.-ธ.ค.61) มีรายได้จากการขาย 2,740 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 16% และมีกำไรสุทธิ 225 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 23%