

EPG โชว์ผลประกอบการไตรมาสแรกปี 60 / 61 มีรายได้จากการขาย 2,382.4 ล้านบาท



EPG โชว์ผลประกอบการไตรมาสแรกปี 60 / 61 มีรายได้จากการขาย 2,382.4 ล้านบาท กำไรสุทธิ 286.5 ล้านบาท มองครึ่งปีหลังเติบโตได้ดี ส่งนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่เสริมทัพ 3 กลุ่มธุรกิจ เร่งรุกขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศทุกช่องทาง

รศ.ดร.เฉลียว วิฑูรย์ภรณ์ รองประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท อีสเทิร์นโพลีเมอร์ กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) EPG ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์โพลีเมอร์และพลาสติกแปรรูปชั้นนำของโลก เปิดเผยถึง ผลประกอบการไตรมาสที่ 1 ปี 2560/2561 (เม.ย.60 – มิ.ย.60) บริษัทมีรายได้จากการขายทั้งสิ้น 2,382.4 ล้านบาท ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้จากการขายอยู่ที่ 2,358.6 ล้านบาท จำนวน 23.7 ล้านบาท หรือปรับตัวเพิ่มขึ้น 1% ส่งผลให้ EPG มีกำไรสุทธิรวม 286.5 ล้านบาท ปรับตัวลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีกำไรสุทธิอยู่ที่ 381.1 ล้านบาท หรือปรับตัวลดลง 24.8% โดยมีอัตรากำไรขั้นต้นที่ 30.7% ซึ่งสามารถรักษาอัตรากำไรขั้นต้นตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

ทั้งนี้เป็นผลมาจาก 3 กลุ่มธุรกิจหลัก ได้แก่ ธุรกิจฉนวนกันความร้อน/เย็น ภายใต้แบรนด์ Aeroflex มียอดขายรวม 727.5 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 7.3% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะสินค้าฉนวนเกรดพรีเมียมสำหรับอาคารและสถานที่สำคัญ ทั้งจากตลาดสหรัฐอเมริกา และกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียนเข้ามาอย่างต่อเนื่อง

อีกทั้งธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์และตกแต่งยานยนต์ภายใต้แบรนด์ Aeroklas ยังคงเติบโตได้ดี มียอดขายรวม 1,053.4 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้น 2.6% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ซึ่งปัจจัยสำคัญมาจากยอดขายของผลิตภัณฑ์หลักของ Aeroklas และรายได้จากบริษัทในต่างประเทศ นอกจากนี้ Aeroklas ยังทำงานร่วมกับค่ายรถยนต์หลายค่ายทั้งกลุ่มประเทศยุโรปและญี่ปุ่นอย่างใกล้ชิด เพื่อร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้า ขณะที่ธุรกิจบรรจุภัณฑ์พลาสติก ภายใต้แบรนด์ EPP มียอดขายรวม 601.5 ล้านบาท ลดลง 5.4% เนื่องจากยอดขายภายในประเทศลดลงตามกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง

อย่างไรก็ตามแนวโน้มธุรกิจของ EPG ในช่วงต่อจากนี้ คาดว่าจะสามารถสร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง จาก 3 กลุ่มธุรกิจหลัก โดยจะมุ่งเน้นนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ พัฒนาคุณภาพของสินค้า และเร่งขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศทุกช่องทาง โดยในส่วนของธุรกิจฉนวนกันความร้อน/เย็น Aeroflex มีปัจจัยส่งเสริมมาจากตลาด

สหรัฐอเมริกา ซึ่งบริษัทมีแผนจะลงทุนเพิ่มกำลังการผลิตโดยใช้เครื่องจักรอัตโนมัติความเร็วสูงในช่วงปลายปีนี้ ประกอบกับตลาดในกลุ่มประเทศภูมิภาคอาเซียนที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศจีน ญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศ AEC อีกทั้งหากเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศตะวันออกกลางฟื้นตัว มีกำลังในการลงทุนจะทำให้ ยอดสั่งซื้อสินค้ากลับเข้ามา

ขณะที่ธุรกิจชิ้นส่วนอุปกรณ์และตกแต่งยานยนต์ ภายใต้แบรนด์ Aeoroklas บริษัทได้มีการเตรียมความพร้อมเพิ่ม กำลังการผลิตในผลิตภัณฑ์หลังคาครอบกระบะ (Canopy) เป็น 34,000 ชิ้น/ปี จากเดิม 28,000 ชิ้น/ปี เพื่อรองรับ การเติบโต และตั้งเป้าขยายสาขา TJM และ Brand Distributor ให้เพิ่มขึ้นจากปัจจุบันที่มี 63 แห่ง

สำหรับผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ ภายใต้แบรนด์ EPP มีการปรับกลยุทธ์เพื่อขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มอุตสาหกรรมมากขึ้น เนื่องจากมองว่าตลาดกลุ่มนี้ยังมีโอกาสเติบโต อีกทั้ง EPP ได้รับการรับรองมาตรฐานความสะอาดและปลอดภัย ทางด้านอาหารโดยองค์กรชั้นนำหลายแห่ง จึงมั่นใจว่าจะสามารถผลักดันรายได้ให้มีการเติบโต ขณะเดียวกันได้มีการเตรียมความพร้อมด้านกำลังการผลิตที่ 32,000 ตัน/ปี ซึ่งจะทำให้ EPP มีศักยภาพในการรองรับงานขนาดใหญ่ หากเมื่อการอุปโภคและบริโภคฟื้นตัวอย่างชัดเจนในอนาคต