

PDJ ตั้งเป้ายอดขายเติบโต 20% แต่ละ 3,700 ล้านบาท โชว์แผนธุรกิจปรับปรุงการผลิต รองรับออ ร์เดอร์เพิ่ม พร้อมขยายฐานลูกค้าส่งออก มุ่งสร้าง แบรนด์ค่าปลีก ตอกย้ำความเชื่อมั่นระยะยาว



PDJ ตั้งเป้ายอดขายเติบโต 20% แต่ละ 3,700 ล้านบาท โชว์แผนธุรกิจปรับปรุงการผลิต รองรับออเดอร์เพิ่ม พร้อมขยายฐานลูกค้าส่งออก มุ่งสร้างแบรนด์ค่าปลีก ตอกย้ำความเชื่อมั่นระยะยาว ด้านผู้ถือหุ้นไฟเขียวเพิ่มทุน เดินหน้าลุยตามแผน เผยทิศทางอุตสาหกรรมส่งสัญญาณดี เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าฟื้นตัว มีปัจจัยหนุนจากภาครัฐ

นายชนัดต์ สรไกรกิติกุล ประธานกรรมการการเงินและบริหารความเสี่ยง บริษัท แพรนด้า จิวเวลรี่ จำกัด (มหาชน) “PDJ” ผู้นำธุรกิจผลิต จัดจำหน่าย และค้าปลีกเครื่องประดับอัญมณี เปิดเผยว่า บริษัทตั้งเป้าหมายการเติบโตของยอดขายรวมปีนี้ 20% หรือมียอดขายรวมอยู่ที่ประมาณ 3,700 ล้านบาท สัดส่วนรายได้แบ่งเป็นการผลิต 45% ค่าปลีก 35 % การจัดจำหน่าย 20%

ทั้งนี้แผนการดำเนินงานของบริษัทประกอบไปด้วย การปรับปรุงการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างการเติบโตของยอดขาย โดยพัฒนาความเชี่ยวชาญของบุคลากร และควบคุมการสูญเสีย ส่งผลให้ภาคการผลิตมีต้นทุนที่ดีขึ้น โดยบริษัทจะมุ่งเน้นการเพิ่มยอดขายจากลูกค้า Top20 ซึ่งเป็นสัดส่วนหลักของยอดขายฐานการผลิต

ด้านการจัดจำหน่าย บริษัทได้รับประโยชน์จากเศรษฐกิจที่คาดว่าจะดีขึ้นในประเทศอเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส และอินเดีย ทั้งนี้บริษัทได้ทำการปิดบริษัทย่อยที่ประเทศเยอรมัน เนื่องจากมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายการจัดจำหน่าย โดยจะยังคงให้บริการโดยตรงจากประเทศไทย เพื่อสนับสนุนการขายให้กับลูกค้าขนาดใหญ่ อีกทั้งยังมีบริษัทย่อยในประเทศอังกฤษที่สามารถดูแลยอดขายจากลูกค้ารายเล็กได้

ขณะเดียวกันในฐานะธุรกิจค้าปลีก บริษัทยังคงมุ่งเน้นการสร้างแบรนด์ของตนเอง ได้แก่ Prima Gold, Prima Art, Prima Diamond, Merii, Gringoire, Julia ในประเทศไทย อินโดนีเซียและเวียดนาม ให้มีความแข็งแกร่งเพื่อสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและสามารถสร้างการเติบโตในระยะยาวได้อย่างมั่นคง

นอกจากนี้ การประชุมวิสามัญผู้ถือหุ้นครั้งที่ 1/2561 ที่ผ่านมามีมติการออกหุ้นกู้ Warrant ESOP และการเพิ่ม

ทุนเป็นที่เรียบร้อย ซึ่งเชื่อว่าจะช่วยเสริมให้บริษัทมีความแข็งแกร่งทางการเงินมากขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวของ
ออร์เดอร์ และสามารถลดต้นทุนในการดำเนินงาน ส่งผลให้การดำเนินธุรกิจมีประสิทธิภาพมากขึ้น

“ปัจจุบันการดำเนินงานของบริษัทปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว ยอดคำสั่งซื้อจาก
อเมริกาและยุโรปเพิ่มขึ้น ประกอบกับบริษัทกระจายความเสี่ยงขยายฐานลูกค้า ODM มากขึ้น ทำให้ธุรกิจการผลิต
ซึ่งเป็นรายได้หลักของบริษัท มีคำสั่งซื้อเข้ามาเพิ่มขึ้นเป็นปริมาณมาก อีกทั้งมาตรการของภาครัฐที่ช่วยส่งเสริม
อุตสาหกรรม ทั้งการยกเว้นภาษี การจัดประกวดออกแบบเครื่องประดับนานาชาติ การประชาสัมพันธ์สินค้าเครื่อง
ประดับแก่นักท่องเที่ยว จากปัจจัยดังกล่าวและแผนการดำเนินงานในปีนี้ บริษัทมั่นใจว่าจะผลักดันให้ผลประกอบการ
เติบโตได้ตามเป้าหมายที่วางไว้” นายชนันต์ กล่าว

PDJ declares its sales growth of 20% to reach 3,700 million baht with its business plan of production enhancement to support order increase and the preparation to expand its oversea customer base for exporting, striving for retail brand establishment as a confirmation of the long term confidence. The shareholders approve the capital increase to follow the plan. PDJ is assured of the good industrial direction due to the economic recovery of partnership countries and the support from the government sector.

Mr. Chanat Sorakraikitikul, Chairman of the Financial and Risk Management Committee of Pranda Jewelry Pcl., (PDJ), the leader of production, distribution, and retail of fine jewelry disclosed that the Company targeted this year's total sales growth of 20% or accounting for an approximate sales volume of 3,700 million baht which consisted of 45% of production, 35% of retail, and 20% of distribution.

The Company's business operation plan consists of production efficiency improvement in order to strengthen the sales growth through our expertise of mass craftsmanship and lose control which lead to healthier production cost. The Company focuses on the sales volume increase of the Top 20 customers which are the majority of its production base's sales volume.

In terms of the distribution, the Company receives the benefit from the expectation of the economic improvement of the US, UK, France, and India. The termination of its subsidiary in Germany comes from its change of the distribution policy while the service is still provided directly from Thailand in order to supports large customers. In addition, the Company's subsidiary in England is responsible for sales volume from small customers.

The Company's retail business places the emphasis upon brand establishment, namely, Prima Gold, Prima Art, Prima Diamond, Merii, Gringoire, and Julia in Thailand, Indonesia, and Vietnam, to strengthen the Company's confidence among consumers as well as to build the long term growth with stability.

The shareholders' extraordinary meeting no. 1/2018 had a resolution to approve the issuance of debenture, warrant, ESOP, and the capital increase which help support the Company's financial strength to facilitate the order expansion and the decrease of the operating cost, leading to more efficient business operation.

“Nowadays, the Company's business operation has continuously improved resulted from the world's economic recovery, more orders from the US and Europe, and the Company's risk allocation of ODM customer expansion. As a result, the production business, which is the major contribution of the

Company's main revenue, receives a large amount of orders. Moreover, with the government's measure to promote the industry, the tax exemption, the international jewelry design competition, and the promoting of jewelry products among tourists as well as the Company's this year operating plan, the Company is confident that its earnings growth will hit the target as planned", said Mr. Chanat.