

SMART มองครึ่งปีหลังตลาดอิฐมวลเบาในประเทศ

ชะลอตัว



SMART มองครึ่งปีหลังตลาดอิฐมวลเบาในประเทศชะลอตัว ชุกกลยุทธ์ป้อนยอดขาย ดันมาร์จิ้น ออกสินค้าอิฐมวลเบา บล็อกตกแต่ง เสริมทัพธุรกิจ รองรับความต้องการกลุ่มลูกค้าแบบครบวงจร ด้านตลาด AEC เติบโตต่อเนื่อง รุกหนัก เพิ่มตัวแทนจำหน่ายในสปป.ลาวทุกช่องทาง หลังกระแสตอบรับดี ออกเดอร์พุ่ง ขณะที่กัมพูชา ยอดสั่งซื้อต่อเนื่อง สำหรับผลประกอบการ Q2/60 รายได้รวม 72.215 ล้านบาท ขาดทุนสุทธิ 13.219 ล้านบาท

นายรังสี ทีปกรสุขเกษม กรรมการผู้จัดการ บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน) (SMART) ผู้ผลิตและจำหน่าย อิฐมวลเบาด้วยระบบบอบไอน้ำภายใต้ความดันสูงเพื่อใช้ในงานก่อสร้างและงานกันผนังอาคาร เปิดเผยว่า ภาพรวม ตลาดอิฐมวลเบาในช่วงครึ่งปีหลังมีแนวโน้มชะลอตัว โดยเป็นผลจากโครงการขนาดใหญ่ภาครัฐมีความล่าช้า ผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ชะลอการเปิดโครงการใหม่ เน้นกระตุ้นการขายโครงการเดิมในเซ็กเมนต์ต่างๆ ขณะที่ สถาบันการเงินระมัดระวังการปล่อยสินเชื่อเพื่อซื้อที่อยู่อาศัยมากขึ้น ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้ความต้องการใช้อิฐมวลเบาอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตามบริษัทได้มีการปรับกลยุทธ์ เพื่อเจาะกลุ่มลูกค้ารายย่อย ผู้ออกแบบ ผู้รับเหมามากขึ้น เนื่องจากมีความต้องการใช้งานอย่างต่อเนื่อง โดยมีการออกผลิตภัณฑ์ใหม่กลุ่ม “บล็อกตกแต่ง” ที่มีลวดลายรูปแบบต่างๆ เพื่อ รองรับความต้องการกลุ่มลูกค้าแบบครบวงจร และได้มีการจัดกิจกรรมการตลาดเพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าว อาทิ การออกบูธแนะนำผลิตภัณฑ์ การใช้สื่อออนไลน์สื่อสารกับกลุ่มลูกค้า การแนะนำผลิตภัณฑ์กับกลุ่มผู้ใช้โดยตรง ซึ่งมีกระแสตอบรับที่ดี เริ่มมีคำสั่งซื้อจากโครงการในภาคตะวันออก กลุ่มลูกค้าสถาปนิก และผู้รับเหมารายย่อยมากขึ้น “ในช่วงครึ่งปีหลังแม้ตลาดยังอยู่ในภาวะชะลอตัว แต่ SMART ยังคงเดินหน้าทำการตลาดเชิงรุก แนะนำสินค้าให้ เป็นที่รู้จักและผลักดันสินค้าผ่านทุกช่องทางการจำหน่าย ส่วนของโครงการภาครัฐ-เอกชนขนาดใหญ่ก็ยังคงเดินหน้า ทำตลาดต่อเนื่อง แต่ได้มีการขยายฐานลูกค้ากลุ่มใหม่เพิ่มเติม เพื่อทดแทนความต้องการที่ชะลอตัว” นายรังสี กล่าว ส่วนตลาดในกลุ่มประเทศ AEC บริษัทได้รุกตลาดในประเทศสปป.ลาวมากขึ้น โดยมีแผนเพิ่มตัวแทนจำหน่ายให้ ครอบคลุมพื้นที่ต่างๆมากขึ้น เนื่องจากความต้องการใช้งานในสปป.ลาวมีการขยายตัวค่อนข้างมาก ปัจจุบันมีออเดอร์สินค้าเข้ามาอย่างต่อเนื่องทุกเดือน ส่วนตลาดในประเทศกัมพูชา ยังเติบโตดีมีปริมาณคำสั่งซื้อเข้ามาอย่างต่อเนื่อง บริษัทยังคงเดินหน้าเข้าไปทำตลาดโดยให้ความรู้ด้านคุณภาพการใช้งานและคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ กับกลุ่มผู้ ประกอบการด้านก่อสร้างอย่างต่อเนื่อง คาดว่าสัดส่วนรายได้จากต่างประเทศปีนี้ จะปรับตัวเพิ่มขึ้นอยู่ที่ประมาณ 2-3 % เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้ ผลประกอบการงวดไตรมาส 2/60 ปรับตัวลดลงจากปีที่ผ่านมา โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 72.215 ล้านบาท ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนเล็กน้อย ที่มีรายได้รวม 75.149 ล้านบาท และมีผลขาดทุนสุทธิ 13.219 ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีผลขาดทุนสุทธิ 12.325 ล้านบาท ส่วนผลประกอบการงวดครึ่งแรกปี 60 บริษัทมีรายได้รวมอยู่ที่ 152.120 ล้านบาท อยู่ในระดับใกล้เคียงกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้ 152.274 ล้านบาท สาเหตุที่ผลประกอบการลดลงมาจากการชะลอตัวของโครงการภาครัฐและภาคเอกชน รวมไปถึงการลงทุนกระจุกตัวอยู่ในบางพื้นที่ เช่นในภาคตะวันออก ซึ่งเป็นตลาดหลักของบริษัท ส่งผลให้ผู้ประกอบการที่โฟกัสตลาดนี้ เข้ามาแข่งขันด้านราคา ทำให้ราคาจำหน่ายอิฐมวลเบามีการปรับตัวลดลง ส่งผลให้กำไรขั้นต้นมีการปรับตัวลดลงและเกิดเป็นขาดทุนสุทธิจำนวนดังกล่าว