

SMART มองภาพรวมตลาดวัสดุก่อสร้าง โค้งสุดท้าย ทรงตัว เล็งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านโม เดิร์นเทรด ห้างค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง พร้อมเดินหน้า บุกงานภาครัฐ-เอกชน ขณะที่ตลาดCLMV รุกขยาย ตลาดในกัมพูชา



SMART มองภาพรวมตลาดวัสดุก่อสร้าง โค้งสุดท้ายทรงตัว เล็งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรด ห้างค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง พร้อมเดินหน้าบุกงานภาครัฐ-เอกชน ขณะที่ตลาดCLMV รุกขยายตลาดในกัมพูชา เตรียมบิลด์ฟ้าปลายเดือนนี้ ออกบูชแนะนำสินค้า ปีมอเดิร์นต่อเนื่อง งบ Q3/60 รายได้รวม 79.22 ล้านบาท ขาดทุนสุทธิ 13.65 ล้านบาท

นายรังสี ที่ปกรสุขเกษม กรรมการผู้จัดการ บริษัท สมาร์ทคอนกรีต จำกัด (มหาชน) (SMART) ผู้ผลิตและจำหน่ายอิฐมวลเบาด้วยระบบบอบไอน้ำภายใต้ความดันสูงเพื่อใช้ในงานก่อสร้างและงานกันผนังอาคาร เปิดเผยว่า ภาพรวมตลาดวัสดุก่อสร้าง-อิฐมวลเบา ในช่วงโค้งสุดท้ายปี 60 ยังทรงตัว ภาครัฐมีการลงทุนในโครงการต่างๆต่อเนื่อง โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออก แต่ก็ยังมีความล่าช้า และผู้ประกอบการอสังหาริมทรัพย์ชะลอการเปิดโครงการใหม่สำหรับแนวทางการดำเนินงานของบริษัท ในช่วงไตรมาสสุดท้ายปี 60 ยังคงเดินหน้าเพิ่มออร์เดอร์จากงานโครงการทั้งเอกชนและภาครัฐ ซึ่งบริษัทมีความพร้อมเข้าเสนองานทุกรูปแบบ อีกทั้งเร่งขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านโมเดิร์นเทรด ห้างค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง จากเดิมขายผ่านตัวแทนจำหน่าย ร้านค้าวัสดุก่อสร้างและขายโครงการ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยกระจายสินค้าเข้าสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างแบรนด์ SMART ให้เป็นที่รู้จัก และยังเป็นการช่วยขยายตลาดต่างจังหวัด โดยเฉพาะจังหวัดที่ SMART ยังไม่มีตัวแทนจำหน่ายสินค้า ซึ่งคาดว่าจะดำเนินการแล้วเสร็จ สามารถวางจำหน่ายสินค้าได้ภายในสิ้นปีนี้

ส่วนตลาดในกลุ่มประเทศ CLMV บริษัทได้รุกตลาดในประเทศกัมพูชามากขึ้น ซึ่งได้วางแผนจะไปออกบูชแนะนำสินค้า และวิธีการใช้งานกับกลุ่มเป้าหมายในประเทศกัมพูชาช่วงปลายเดือน พ.ย.นี้ รวมทั้งเพิ่มตัวแทนจำหน่ายให้ครอบคลุมความต้องการใช้งาน เนื่องจากความต้องการในตลาดกัมพูชามีการขยายตัว ปัจจุบันมี ออเดอร์สินค้าเข้ามาอย่างต่อเนื่องจากพันธมิตรที่เป็นผู้จำหน่ายในประเทศกัมพูชา

ทั้งนี้ ผลประกอบการงวดไตรมาส 3/60 ปรับตัวลดลงจากปีที่ผ่านมา โดยมีรายได้รวมอยู่ที่ 79.22 ล้านบาท ลดลง

จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้รวม 82.86 ล้านบาท และมีผลขาดทุนสุทธิ 13.65 ล้านบาท ขาดทุนเพิ่มขึ้นมากขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีผลขาดทุนสุทธิ 7.48 ล้านบาท เนื่องมาจากบริษัทได้ลงทุนปรับปรุงซ่อมบำรุงเครื่องจักร เพื่อให้มีประสิทธิภาพและสภาพพร้อมใช้งาน

สำหรับผลประกอบการงวด 9 เดือนปี 60 บริษัทมีรายได้รวมอยู่ที่ 231.34 ล้านบาท อยู่ในระดับใกล้เคียงกันจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีรายได้ 235.13 ล้านบาท ขาดทุนสุทธิ 61.92 ล้านบาท สาเหตุที่ผลประกอบการลดลง มาจากการชะลอตัวของโครงการภาครัฐและภาคเอกชน และเป็นช่วงฤดูฝน ทำให้ผู้ประกอบการเกิดการชะลอโครงการส่งมอบของได้ช้า ส่งผลให้ปริมาณการขายลดลงจากปีก่อน ต้นทุนขายที่เพิ่มขึ้น รวมถึงต้นทุนทางการเงินที่เพิ่มขึ้น ทำให้กำไรขั้นต้นและกำไรสุทธิของบริษัทลดลงและเกิดเป็นขาดทุนสุทธิจำนวนดังกล่าว ถึงแม้บริษัทจะบริหารควบคุมจัดการค่าใช้จ่ายในการขายและบริหารให้ลดลงจากปีที่ผ่านมาได้