

STAR ลุยตลาดเพื่อนบ้าน รองรับเปิด AEC พร้อม วางเป้าหมายยอดขายทำได้เกิน 200 ลบ. -รุกหนักขยายสู่ ตลาด เวียดนาม-พม่า-อินโดนีเซีย

STAR เดินหน้าขยายตลาดสุกภัณฑ์ออกสู่ประเทศเพื่อนบ้าน รองรับการเปิดตลาด AEC ในปี 2558 เผยอยู่ระหว่างเจรจากับลูกค้าใน เวียดนาม-พม่า-อินโดนีเซีย-ฟิลิปปินส์ เพิ่มฐานลูกค้าในโซนนี้ให้แน่นกว่าเดิม พร้อมคลอดผลิตภัณฑ์ใหม่ต่อเนื่อง ขณะที่วางเป้าหมายปีนี้เกิน 200 ลบ. หรือโตประมาณ 40% จากปีก่อนที่ทำได้ต่ำสุดเป็นประวัติการณ์เพียง 146 ลบ.เหตุผลที่ขยายบุกยุทธแบบเต็มสูบ



ดร.สมชัย ว่องอรุณ ประธานกรรมการ บริษัท สตาร์ ซานิทารีแวร์ จำกัด (มหาชน) หรือ STAR ผู้ผลิตและจำหน่ายสุกภัณฑ์แบรนด์ “สตาร์” เปิดเผยว่าบริษัทฯ ยังอยู่ระหว่างการเจรจากับลูกค้าในเวียดนาม พม่า และอินโดนีเซีย เพื่อเตรียมขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น รองรับการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี 2558 ขณะที่ฟิลิปปินส์นั้น บริษัทฯ ได้เริ่มส่งสินค้าออกไปจำหน่าย

แล้ว ทั้งนี้ปัจจุบัน STAR มีลูกค้าต่างประเทศมากกว่า 10 ราย อาทิ ยุโรป ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สิงคโปร์ ฮองกง ตะวันออกกลาง ประเทศในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC รวมทั้งยังมีลูกค้ารายใหม่ในอเมริกาและสวีเดน ที่คาดว่าจะมีคำสั่งซื้อใหม่เพิ่มขึ้นเข้ามาอีกด้วย

” ตอนนี้ STAR ก็ขยายฐานลูกค้าไปยังประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น เพื่อรองรับการเปิด AEC ตอนนี้กำลังดีลอยู่กับ เวียดนาม พม่า อินโดนีเซีย รวมทั้งจะขยายฐานลูกค้ากลุ่มโครงการในประเทศมากขึ้น ล่าสุดก็มีโครงการใหญ่ เช่น ศุภาลัย, ธนาสิริ และโครงการ Movenpick Hotel & Spa ซึ่งเลือกใช้สุกภัณฑ์ของ STAR ด้วย”

เขากล่าวต่อว่าในปี 2556 ได้วางเป้าหมายยอดขายไว้ที่ระดับมากกว่า 200 ล้านบาท หรือขยายตัวประมาณ 40% จากปี 2555 ที่มียอดขายอยู่ที่ 146 ล้านบาท ขณะที่ไตรมาส 2/2556 บริษัทฯ มีรายได้รวม 44 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 21% จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ทำได้ 35 ล้านบาท ส่วนกำไรสุทธิขยายตัวเกินกว่า 20% โดยสามารถพลิกมีกำไรสุทธิ 0.3 ล้านบาท จากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ขาดทุนสุทธิ 9.05 ล้านบาท เนื่องจากพนักงานทุกคนรุกทำงานอย่างหนัก โดยเฉพาะการลงพื้นที่เพื่อพบลูกค้าในต่างจังหวัดเพิ่มขึ้น จนกระทั่งผลกดันให้มียอดขายในประเทศขยับขึ้นเป็น 54% และส่งออกอยู่ที่ 46% จากสิ้นปี 2555 ที่มียอดขายในประเทศอยู่ที่ 45% และส่งออกอยู่ที่ 55% ประกอบ

กับที่ผ่านมาริชัยฯ ได้เปิดตัวสินค้าสุขภาพภัณฑ์รุ่นใหม่ ๆ ที่มีนวัตกรรมประหยัดน้ำและมีคุณภาพสูงทยอยออกมาอย่างต่อเนื่อง จึงช่วยกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้นได้

” ปี 2556 นี้ เราคาดว่ายอดขายจะทำได้มากกว่า 200 ล้านบาท จากปีก่อนที่มียอดขายอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในประวัติศาสตร์คืออยู่ที่ 146 ล้านบาท ส่วนสาเหตุที่ยอดขายในไตรมาส 2 ปีนี้ โตขึ้นอย่างโดดเด่น เพราะว่าฐานลูกค้ามีขนาดใหญ่ขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มลูกค้าในประเทศที่ขยายตัวอย่างมาก เพราะที่ผ่านมามีการเสริมทีมงานด้านการตลาดและทำงานเชิงรุกมากขึ้น สามารถผลักดันออเดอร์แต่ละเดือนให้เพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกันและส่งผลให้สัดส่วนลูกค้าในประเทศขยับขึ้นมาเป็น 54% ” ดร.สมชัย กล่าวในที่สุด