

“NDR” ปักธงรายได้ปีนี้โต 15-20% พร้อมตั้งเป้าหมายยกระดับสู่ภูมิภาค ติดปีกขยาย ตลาดอินโดฯ-เวียดนาม

👤 1 Share 1

👤 สยามรัฐออนไลน์ 🕒 26 มีนาคม 2564 15:10 น. 📍 เทคโนโลยี-ไอที



NDR ปักธงรายได้ปีนี้โต 15-20% เร่งบุกตลาด Mass Market และ Niche Market พร้อมตั้งเป้าหมายยกระดับสู่ภูมิภาค มุ่งเน้นเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ ตอบสนองกลุ่มเป้าหมายให้บริษัทย่อยในมาเลเซีย ติดปีกขยายตลาดต่างประเทศ รุกอินโดนีเซีย-เวียดนาม เล็งปรับกระบวนการผลิตเป็น Automation มากขึ้น พร้อมมองหาโอกาสขยายธุรกิจอื่นเพิ่มเติม เพื่อสร้างการเติบโตอย่างแข็งแกร่งและยั่งยืน

นายชัยสิทธิ์ สัมฤทธิ์วิณิชชา กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอ็น.ดี.รับเบอร์ จำกัด (มหาชน) หรือ NDR เปิดเผยว่า บริษัทวางเป้าหมายรายได้ในปี 2564 เติบโต 15-20% จากปีก่อนที่มีรายได้อยู่ที่ 781.42 ล้านบาท โดยบริษัท มุ่งเน้นการบุกตลาดในประเทศ ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มคือ 1.ตลาดมวลชน (Mass Market) และ 2. ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) โดยกลุ่ม Mass Market เน้นที่ตัวแทนการจัดการจำหน่าย เพื่อกระจายสินค้าทั่วถึงทั้งประเทศ ขณะที่กลุ่ม Niche Market จะสร้างตลาดเฉพาะกลุ่มขึ้นมา และเน้นสร้างแบรนด์ สร้างความดี รวมถึงเพิ่มประสบการณ์ในการได้ใช้ยางรถจักรยานยนต์ของบริษัท

ทั้งนี้ประเมินภาพรวมของอุตสาหกรรมยางรถจักรยานยนต์ในปีนี้จะดีกว่าปีก่อน จากปัจจัยที่เอื้อประโยชน์จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่เข้ามาช่วยกระตุ้นการบริโภค ประกอบกับ แรงสนับสนุนการส่งสินค้าออนไลน์ และการส่งเดลิเวอรี่จะเป็นปัจจัยเสริมทำให้มีการใช้รถจักรยานยนต์มากขึ้น และส่งผลต่อความต้องการของยางรถจักรยานยนต์ในตลาดเพิ่มขึ้น



โดยบริษัทตั้งเป้าหมายเป็นบริษัทระดับภูมิภาค มุ่งเน้นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้กับบริษัทย่อยในประเทศมาเลเซีย ขณะเดียวกันมองการขยายสู่ตลาดต่างประเทศได้แก่ อินโดนีเซีย และเวียดนาม จากปัจจุบันบริษัทเข้าสู่ตลาดเมียนมา, กัมพูชา, ลาว, มาเลเซียเรียบร้อยแล้ว

อย่างไรก็ตาม บริษัทมีการปรับกลยุทธ์ระยะสั้นตามสถานการณ์ปี 2564 โดยเพิ่มประเภทสินค้าเพื่อขยายกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มช่องทางการขายเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงปรับกลยุทธ์การขายให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้น เพื่อรักษาผลกำไรของบริษัทฯ อีกทั้งจัดลำดับความสำคัญของการลงทุนและเลือกลงทุนกับโครงการที่มีผลต่อผลประกอบการเป็นอันดับแรก

สำหรับด้านกระบวนการผลิตนั้น บริษัทฯ มีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้เป็นระบบ Automation โดยการพัฒนาการออกแบบเครื่องจักรใหม่ และปรับปรุงเครื่องจักรเดิมให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต และสามารถลดจำนวนพนักงานลงได้

"ปีนี้เรามุ่งเน้นการตั้งเป้าหมายเป็นบริษัทระดับภูมิภาค โดยจะขยายสู่ตลาดต่างประเทศ ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย และ ประเทศเวียดนาม รวมถึงปรับกลยุทธ์ระยะสั้นตามสถานการณ์ปี 2564 และปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตให้เป็นระบบ Automation และท้ายสุดคือ มองหาโอกาสขยายไปยังธุรกิจอื่นเพิ่มเติม เพื่อสร้างการเติบโตที่แข็งแกร่งและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น"

ขณะที่ผลการดำเนินงานปี 2563 สะท้อนว่าบริษัทมีการบริหารจัดการที่ดี และทันห่วงที่ภายใต้สถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทั้งการบริหารจัดการเรื่องวัตถุดิบและการลดต้นทุนในการผลิต ส่งผลให้ทั้งปี 2563 ผลการดำเนินงาน เติบโตขึ้น 45.21% โดยบริษัทมีกำไรสุทธิอยู่ที่ 45.21 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 327.41% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนที่ขาดทุนสุทธิ 19.88 ล้านบาท