

โรดแมป SCG ลุยอิฐมวลเบา ปั้น 'คิวคอน' ฟันขาดทุนพลิกทำกำไร

เดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา "ปูนซิเมนต์ไทย" (เอสซีจี) ยักษ์ใหญ่วงการวัสดุก่อสร้าง เซอร์ไพรส์ด้วยการเข้าถือหุ้น 51% จาก "คิวคอน" (บมจ.คิวคอน คอนสตรัคชั่น โปรคักส์) ผู้ผลิตอิฐมวลเบารายใหญ่อันดับหนึ่ง

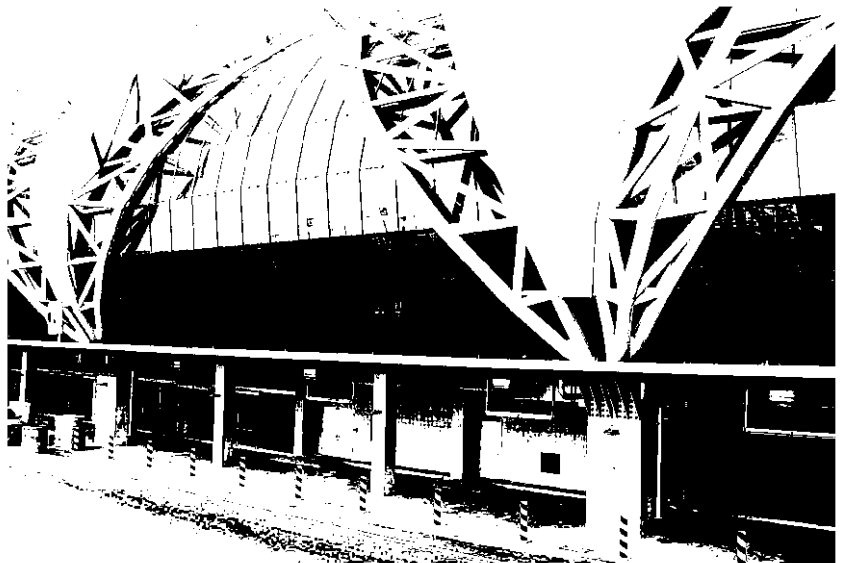
หลังจากศิลปะจบลงความกดดันหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เอสซีจี ต้องทำเทคนิครีเฟรม (ค่าเสนอซื้อหุ้น) จากผู้ถือหุ้นรายย่อย ทำให้ปัจจุบันเอสซีจี มีสัดส่วนหุ้นเพิ่มขึ้นเป็น 65%

จากศิลปะที่เกิดขึ้น ประเมินการว่าเอสซีจี ใช้เงินลงทุนกับคิวคอนไปแล้วไม่ต่ำกว่า 800 ล้านบาท แน่แน่นอนว่า การพลิกฟื้นคิวคอน จากบริษัทที่เคยมีผลประกอบการขาดทุนสุทธิในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา คือภารกิจที่ต้องเร่งทำ

"เป้าหมายในปีนี้ คือต้องขายให้ได้มากที่สุด ในใจอยากขายให้ได้ถึง 10 ล้าน ตร.ม." พิชิต ไม้พุ่ม ซีอีโกลุ่มธุรกิจผลิตภัณฑ์ก่อสร้างเอสซีจี บอกกับ "ประชาชาติธุรกิจ"

อาจเป็นเพราะเอสซีจีประเมินว่า ภาพรวมงานผนังในแต่ละปี น่าจะมีความต้องการใช้อิฐและบล็อกกึ่งผนังทุกประเภทรวมกัน 300 ล้าน ตร.ม. ขณะที่แนวโน้มความต้องการใช้อิฐมวลเบาในปีนี้น่าจะอยู่ที่ 15 ล้าน ตร.ม. หรือ 5% เท่านั้น นั่นหมายความว่า อิฐมวลเบายังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก

อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์เศรษฐกิจที่กำลังถดถอยจากปัญหาการเมือง บวกกับภาพรวมตลาดอิฐมวลเบาที่มีปัญหาโอเวอร์ซัพพลายมาอย่างต่อเนื่อง



ยังมีอนาคต - สนามบินสุวรรณภูมิหนึ่งในลูกค้าโครงการของตลาดอิฐมวลเบา ที่มีความเคลื่อนไหวล่าสุดคือกลุ่มเอสซีจีเทกโอเวอร์คิวคอน พร้อมกับประกาศแผนผลักดันยอดขายใหม่ให้ได้ถึง 10 ล้านตารางเมตร คิดเป็นส่วนแบ่งตลาด 2 ใน 3 ของตลาดรวมทั้งประเทศ

การทำยอดขาย 10 ล้าน ตร.ม. ก็ถือเป็นโจทย์ที่ค่อนข้างท้าทาย

เพราะหมายความว่า เอสซีจีจะต้องทำยอดขายให้ได้ถึงกว่า 80% ของกำลังการผลิตทั้งหมด ขณะที่คู่แข่งรายอื่น ๆ อาทิ ชูปเปอร์บล็อก, ซีซีพี, ไทยไลต์บล็อกแอนด์พาวเนล (ไทยคอน) ฯลฯ ก็คงไม่ให้อิฐมวลเบาเพิ่มมาร์เก็ตแชร์ได้ง่าย ๆ

ปัจจุบันคิวคอนมีโรงงานผลิตทั้งหมด 4 แห่ง แยกเป็นโรงงานในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา 3 แห่ง และระยอง 1 แห่ง มีกำลังผลิตรวม 12 ล้าน ตร.ม. ต่อปี หรือโรงงานละ 3 ล้าน ตร.ม.ต่อปี ตามแผนที่วางไว้ เอสซีจีจะใช้จุดแข็ง

เรื่อง "ช่องทางจำหน่าย" ร้านโฮมมาร์ทที่มีอยู่ทั่วประเทศ กระจายสินค้าให้ได้มากที่สุด โดยมี "ถาวร วิทยายักษ์" อดีตกรรมการผู้จัดการ "เอสซีจี แลนด์สเคป" (ชื่อเดิมสยามซีแพคบล็อก) เข้ามารับบทบาทผู้บริหาร ในฐานะเอมตีคนใหม่ของคิวคอน

อย่างไรก็ตาม เป็นที่รับรู้กันว่า ก่อนการเทกโอเวอร์กิจการ "คิวคอน" เอสซีจีก็มีโรงงานผลิตอิฐมวลเบาของตัวเองอยู่แล้วในจังหวัดสระบุรี โดยอยู่ภายใต้การบริหารงานของเอสซีจี แลนด์สเคป และผลิตอิฐมวลเบาภายใต้แบรนด์ "ซีแพค"

ประชาชาติ ธุรกิจ

Prachachart Turakij

Circulation: 120,000

Section: First Section/พรีอเพอร์ตี

วันที่: พุธที่ 29 เมษายน - อาทิตย์ 2 พฤษภาคม 2553

ปีที่: -

ฉบับที่: 4205

หน้า: 10 (บนซ้าย)

Col.Inch: 76

Ad Value: 91,200

PRValue (x3): 273,600

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: โรดแมป SCG ลุยอีจีมวลเบา ปั้น "คิวคอน" ฟันขาดทุนพลิกทำกำไร

ดังนั้น เมื่อได้โรงงานคิวคอนเข้ามา จึงต้องมีการวางแผนการขาย เพื่อไม่ให้สินค้าทั้ง 2 แบรินด์ทำตลาดทับซ้อนกันเอง คล้าย ๆ กับกรณีธุรกิจกระเบื้องปูพื้นบุผนัง ที่เอสซีจีเข้าไปถือหุ้นในบริษัทผู้ผลิตอีก 2 ราย คือ โสสุโก้ เซรามิก และไทย-เยอรมัน เซรามิก อินคัสทรี

โดยระยะแรก เอสซีจีเลือกใช้วิธีการแบ่งโซนและกลุ่มลูกค้ากันทำตลาด สำหรับแบรินด์ "คิวคอน" จะขายในพื้นที่กรุงเทพฯ ทั้งลูกค้างานโครงการและการขายผ่านร้านโฮมมาร์ท ส่วนตลาดต่างจังหวัดจะขายเฉพาะงานโครงการเท่านั้น ขณะที่แบรินด์ "ซีแพค" จะขายเฉพาะในต่างจังหวัดผ่านร้านโฮมมาร์ทเท่านั้น

ส่วนในระยะยาว เอสซีจีมีการวางยุทธศาสตร์สินค้าทั้ง 2 แบรินด์ไว้ อย่างชัดเจน

โดยโรงงาน "คิวคอน" จะขายเฉพาะผลิตภัณฑ์ในรูปแบบ "อีจีมวลเบา" เป็นก้อนเท่านั้น ส่วนในอนาคต โรงงาน "ซีแพค" จะค่อย ๆ ปรับเปลี่ยนรูปแบบไปผลิตสินค้ามวลเบาในรูปแบบอื่น ๆ เช่น ผนังมวลเบา รวมไปถึงสินค้าเชิงนวัตกรรมสำหรับงานแลนคัสเคป

ทั้งหมดนี้ เป็นหน้าที่ของทีมีวิจัย และพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องเข้ามาสานต่อ

จากแผนธุรกิจที่วางไว้ เอสซีจี หมายมั่นที่จะพลิกฟื้นคิวคอน จากบริษัทที่เคยมีผลประกอบการขาดทุน ให้กลับมา มีกำไรได้เร็วที่สุด เหมือนเช่นที่ได้ หลังจากเข้าไปเทกโอเวอร์กิจการ ไทย-เยอรมัน เซรามิก อินคัสทรีมาแล้ว