

ชินเน็คฯ แยมปีหน้าปรับทัพรับยุค 5G



นายทศพร นิษฐานนท์ ประธานเจ้าหน้าที่ฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท ชินเน็ค (ประเทศไทย) จำกัด (มหาชน) หรือ SYNEX กล่าวว่า แม้ว่าในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้ ผลประกอบการของบริษัทจะมีผลการดำเนินงานในภาพรวมลดลงเล็กน้อย เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามีรายได้จากการขายและบริการ 17,435 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 5.67 กำไรสุทธิอยู่ที่ 303 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 18.36 จากงวดเดียวกันของปีก่อน เนื่องจากการชะลอคำสั่งซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกลุ่มคอนซูเมอร์ ท่ามกลางความไม่แน่นอนทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน อย่างไรก็ตาม สินค้ากลุ่มคอนซูเมอร์เซี่ยลยังมีแนวโน้มการเติบโตที่สูงขึ้น

อย่างไรก็ตาม บริษัทมองว่า สำหรับแนวโน้มผลประกอบการในช่วงครึ่งปีหลัง คาดว่าจะเติบโตกว่าครึ่งปีแรก โดยเฉพาะในช่วงไตรมาส 4/2562 เป็นช่วงไฮซีซั่นของธุรกิจสินค้านวัตกรรมทยอยเปิดตัวและวางจำหน่าย กระตุ้นกำลังซื้อผู้บริโภคให้กลับมาคึกคัก พร้อมซุกกลยุทธ์หลักในช่วงครึ่งปีหลัง และในปี 2563 ชินเน็คฯ ปรับโครงสร้างองค์กร พร้อมรับโอกาสการเติบโตของสินค้าที่กำลังมาแรงเพื่อการบริหาร Product Mix ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ขณะที่พอร์ตสินค้าของชินเน็คฯ มีความแข็งแกร่งต่อเนื่อง ปัจจุบันมีมากกว่า 60 แปรนต์ชั้นนำ และมี

แบรนด์ใหม่เข้ามาเพิ่มเติม ได้แก่ ALTRON, SUBLUE, SHUTTLE ควบคู่การทำงานร่วมกับพันธมิตรอย่างใกล้ชิด มีดีเทลเลอร์มากกว่า 6,000 ราย มากที่สุดในประเทศไทย พร้อมทั้งเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายทั่วประเทศ ได้แก่ กลุ่มร้านค้าปลีกไอที และสมาร์ตโฟน กลุ่มโมเดิร์นเทรด กลุ่มอีคอมเมิร์ซ และตลาดอินโดจีน่า ซึ่งมีการเติบโตขึ้นอย่างแข็งแกร่ง

“ในปีนี้ ชินเน็คฯ ให้ความสำคัญในการวางกลยุทธ์ร่วมกับพาร์ทเนอร์ของเราอย่างใกล้ชิดออกแคมเปญเพื่อกระตุ้นตลาด จัดกิจกรรมร่วมกับเจ้าของสินค้า เพื่อสร้างการรับรู้ในแบรนด์สินค้า ที่ชินเน็คฯ จำหน่าย มุ่งเน้นการเพิ่มไลน์สินค้าใหม่ที่เป็นไฮมาจิ้น โดยเฉพาะสินค้ากลุ่มคอมเมอร์เซี่ยล มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้น พร้อมโฟกัสสินค้าที่เป็นเทรนด์ในอนาคต ทั้งกลุ่มสินค้าเกมมิ่งที่มีการเติบโตสูงที่สุดในกลุ่มสินค้าไอที รวมทั้งสินค้ากลุ่ม Internet of things (IoT) และความก้าวหน้าของเทคโนโลยี AI เป็นโอกาสให้ชินเน็คฯ นำเสนอผลิตภัณฑ์ทั้งฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ออกสู่ตลาดเพิ่มขึ้น ตอกย้ำการเป็นดีลเลอร์บิวทอร์ไอทีที่ครบวงจรที่สุดในประเทศด้วยสินค้าที่หลากหลาย พร้อมด้วยโซลูชัน และการให้บริการอย่างครบวงจร”

ผู้บริหาร กล่าวทิ้งท้ายว่า แม้ว่าภาพรวมผลงานไตรมาส 2/2562 จะเป็นไตรมาสที่ต่ำสุดของปีนี้ เนื่องจากปัจจัยภายนอกกระทบ กดดันกำลังซื้อลูกค้ากลุ่มคอนซูเมอร์ แต่ทิศทางไตรมาส 3 มีแนวโน้มที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาส 2 ที่ผ่านมา และไตรมาส 4 จะเป็นไฮซีซั่นของธุรกิจ อีกทั้ง ชินเน็คฯ ยังคงมุ่งมั่นมองไปข้างหน้าเพื่อเตรียมพร้อมรับปัจจัยบวกจากการเข้าสู่ยุค 5G จุดเปลี่ยนเทคโนโลยีครั้งใหญ่ของประเทศไทย

