

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :	
Source :	ประชาชาติธุรกิจ	:	
Date :	20 ส.ค. 2554	Page :	21, 22
		No :	54034091

ชาร์ปยับแผนลงทุนใหญ่ ^{21, 22} ับอาเซียนรุกเครื่องซักผ้า

“ชาร์ป” ลงทุนครั้งใหญ่ 2,600 ล้านบาท ตอกย้ำอาเซียน ดิด 1 ใน 4 โรงงานหลักชาร์ป คอร์ป ขยายกำลังผลิตเพิ่มขึ้นเท่าตัว ไฟกส์สินค้าพรีเมียมเพิ่มไลน์ “เครื่องซักผ้า” ด้วยดีไซน์ใหม่ประหยัดพลังงาน เดินหน้าบุกตลาดไทยเต็มรูปแบบตามแผนโตก้าวกระโดด 3 ปี ด้วยเทคโนโลยีสินค้าสุขภาพ-3 มิติ

นายทัตชียะ มียากิ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ชาร์ปไทย จำกัด กล่าวไว้ว่า ชาร์ปไทยวางนโยบายขับเคลื่อนองค์กรภายในปี 2014 ด้วยการเติบโตของยอดขายเท่าตัว จากปัจจุบันที่คาดว่าจะปิดยอดขายตามปีบัญชีสิ้นมีนาคมนี้ 4 พันล้านบาท ด้วยสินค้าที่เป็นไฮไลต์หลัก 2 กลุ่ม คือเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนที่มีเทคโนโลยีพลาสมาคัลล์เตอร์เป็นหัวหอกควบคู่กับกลุ่มจอภาพแอลซีดี-ทีวี 3 มิติ ที่มีเทคโนโลยี “ควอทรอน” เป็นตัวหลักเร่งยอดขาย

นอกจากนี้ได้มีการลงทุนขยายกำลังการผลิตเพื่อรองรับปริมาณของตลาดที่เติบโตขึ้นทั้งลูกค้าในประเทศและต่างประเทศ โดยในส่วนของโรงงานชาร์ป แอพพลายแอนซ์ (ประเทศไทย) หรือ SATL ซึ่งเป็นฐานผลิตสินค้าในกลุ่มสุขภาพ อาทิ เครื่องฟอกอากาศ, เครื่องปรับอากาศ, ตู้เย็น, เตายอบไอน้ำ, เต



ไมโครเวฟ และเครื่องฟอกอากาศพลาสมาคัลล์เตอร์สำหรับใช้ในรถยนต์ ได้ลงทุนมูลค่า 2,600 ล้านบาท เต็มพื้นที่โรงงาน 3 แสน ตร.ม. จากพื้นที่เดิม 1.5 แสน ตร.ม. โดยเดือนพฤศจิกายนที่ผ่านมาได้เริ่มผลิตสินค้าเพื่อให้ทันวางขายเข้าตลาดในปีนี้ ตอกย้ำการเป็นฐานผลิตสินค้าของชาร์ปที่ใหญ่ที่สุดในอาเซียน และติดอันดับ 1 ใน 4 ของโลกที่เป็นฐานผลิตหลักของชาร์ป คอร์ป

ซึ่งการลงทุนครั้งใหญ่นี้นอกจากจะไฟกส์สินค้าระดับพรีเมียมขึ้น และไซส์ใหญ่ขึ้นในกลุ่มสินค้า



ชาร์ป

เดิมที่ผลิตอยู่แล้วนั้น ชาร์ปยังได้เพิ่มไลน์การผลิตใหม่ของเครื่องซักผ้าขึ้นมาเข้ามาบุกตลาดและเป็นทางเลือกให้กับลูกค้า ด้วยดีไซน์ถึงกลมแบบไม่มีรู (Holeless tub Technology) ช่วยป้องกันเชื้อราจากผงซักฟอกที่ตกค้างอยู่ในรู และประหยัดน้ำ 20% โดยจะพร้อมเปิดตัววางตลาดช่วงเดือนมีนาคม ในขนาด 7.5-9 กิโลกรัม ซึ่งการตั้งราคาจะแพงกว่าแบรนด์คู่แข่งญี่ปุ่นด้วยกันเล็กน้อย แต่จะชี้ให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างและฟีเจอร์ที่มากกว่า

ทั้งนี้เพื่อเดินตามยุทธศาสตร์การเติบโตแบบก้าวกระโดดของชาร์ปภายใน 3 ปีข้างหน้า หัวเรือใหญ่ชาร์ปไทยชี้ว่าสินค้า 2 กลุ่มจะเข้ามาเป็นตัวหลักดันยอดขาย คือเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านที่มีเทคโนโลยีพลาสมาคลื่นเตอรในเครื่องปรับอากาศ เครื่องฟอกอากาศ ตู้เย็น และเครื่องฟอกอากาศสำหรับใช้ในรถยนต์ และมีแนวโน้มที่จะขยายในกลุ่มเครื่องดูดฝุ่นและเครื่องถ่ายเอกสารที่เปิดตลาดแล้วในญี่ปุ่น

"เห็นโอกาสทางเศรษฐกิจไทยที่ยังเติบโตดี รวมถึงอัตราการเกิดใหม่ของประชากรไทยที่ยังมีต่อเนื่อง การหวนกลับมาทำตลาดเครื่องซักผ้าชาร์ป เพราะดูดีมานด์สินค้ามีมากขึ้น โดยเฉพาะแม่บ้านชาวไทยสมัยใหม่ที่นิยมใช้เครื่องซักผ้ามากขึ้นทั้งในเมืองและต่างจังหวัด โดยจะวางราคาเฉลี่ยตั้งแต่ 7 พันบาท-1.2 หมื่นบาท"

เช่นเดียวกับกลุ่มจอภาพแอลซีดีทีวีและทีวี 3 มิติ ที่จะกลายเป็นตัวหลักในการเพิ่มยอดขายให้กับชาร์ปไทย โดยเฉพาะเทคโนโลยี "ควอรอน" ที่เพิ่ม

เม็ดเงินเหลือในการแสดงผลของจอภาพเป็นการสร้างความแตกต่างเหนือคู่แข่งในตลาดจาก 3 ซี (เขียว-แดง-น้ำเงิน) แสดงผลจอภาพ โดยชาร์ปได้นำร่องวางทีวี 3 มิติ ขนาด 60 นิ้ว เข้าสู่ตลาดแล้ว ในราคา 1.4 แสนบาท หลังจากนั้นจะเปิดตัวขนาด 40-46-52 นิ้ว

และจากแผนการทำตลาดเชิงรุกภายใน 3 ปีนับจากนี้ คาดว่าชาร์ปจะมีอัตราการเติบโตแบบเท่าตัวกว่า 8,000-1 หมื่นล้านบาท จากปัจจุบันสัดส่วนรายได้ของชาร์ปมาจากกลุ่มสินค้าเครื่องใช้ไฟฟ้าหมวดครัวเรือน 50% หมวดภาพและเสียง (เอวี) สัดส่วน 30% และหมวดอุปกรณ์เครื่องใช้สำนักงาน 20%