

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :
Source :	กรุงเทพธุรกิจ	54147294
Date :	17 มี.ค. 2554	No :
	Page :	34

## กัณยงยันสต็อกอะไหล่ไม่กระทบ เดินหน้าลงทุนผลิตแอร์-ตู้เย็น

มิตซูบิชิ อิเล็กทริก ยืนยันว่ามีญี่ปุ่น ไม่กระทบแผนธุรกิจไทย เดินหน้าลงทุน เปิดตัวตู้เย็น มัลติคัลเลอร์ นำเข้าจากญี่ปุ่นเสริมไลน์ อีพากลุ่มพรีเมียม คาดตัวเลขเติบโตปีนี้ 30%

นายมาซาโนริ อุเอะมูระ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็กทริก กัณยงวัฒนา จำกัด เปิดเผยว่า จากเหตุการณ์สินามิครั้งใหญ่ที่ประเทศญี่ปุ่นที่ผ่านมา นั้นไม่ได้ส่งผลกระทบต่อโรงงานมิตซูบิชิมากนัก เนื่องจากโรงงานตั้งอยู่ที่จังหวัดชิซึโอกะ ห่างจากกรุงโตเกียวประมาณ 120 กิโลเมตร เป็นโรงงานผลิตตู้เย็น ส่วนอีก 2 โรงอยู่ทางตอนเหนือของกรุงโตเกียว ห่างราว 100 กิโลเมตร ผลิต วอเตอร์ เเท็งก์ ส่วนอีกโรงผลิตกล่อง

“สองโรงงานในโตเกียวเราทำการตรวจเช็คอุปกรณ์ต่างๆ ว่ามีเกิดปัญหาหรือได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ครั้งนี้หรือไม่ ในส่วนของพนักงานก็มีบางส่วนที่เดินทางมาทำงานไม่ได้ เพราะขณะนั้นรอบๆ กรุงโตเกียวประมาณ 80% อยู่ระหว่างการฟื้นฟู” ผู้บริหารกล่าว

บริษัทมั่นใจว่าจะไม่ส่งผลกระทบต่อสายการผลิตทั้งที่ญี่ปุ่นและเมืองไทย สำหรับประเทศไทย มิตซูบิชิยืนยันมีสต็อกอะไหล่ชิ้นส่วนไว้เพียงพอ และไม่จำเป็นต้องมีการทบทวนแผนการตลาดใหม่แต่อย่างใด อีก

ทั้งสินค้าที่ผลิตในประเทศไทย มีการใช้โลคอลคอนเทนท์ ถึง 90% สำหรับโรงงานในไทยปัจจุบันมีอยู่ 2 แห่ง คือ อมตะนคร ผลิตเครื่องปรับอากาศ และที่บางนาผลิตตู้เย็น ทั้ง 2 โรงงานเป็นการผลิตเพื่อการจำหน่ายในประเทศ 20% ที่เหลือเป็นการส่งออก

นายอนันต์ บรรเจิดธรรม กรรมการและผู้จัดการทั่วไปส่วนการตลาดและการขาย กล่าวว่ เพื่อยืนยันถึงแผนการลงทุนและดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ล่าสุดบริษัทได้เปิดตัวตู้เย็นรุ่นใหม่ “ฟลิโอ อีคาร์ซีริล” ซึ่งเป็นรุ่นนำเข้าจากญี่ปุ่น แบบมัลติคัลเลอร์ หรือแบบ 3 ประตูขึ้นไป ที่มิตซูบิชิมียอดขายเป็นอันดับ 1 ในซีกเมนต์นี้ โดยแต่ละปีความต้องการของตลาดอยู่ที่ 1.8 หมื่นยูนิต ตลาดเติบโต 3-5% มิตซูบิชิมีส่วนแบ่งตลาด 44% ขณะที่ตลาดรวมตู้เย็นในไทยมีมูลค่าประมาณ 9,500 ล้านบาท หรือ 1.255 ล้านยูนิตต่อปี

โดยยอดขายในปีที่ผ่านมาของบริษัทเติบโตถึง 30% (เม.ย.53-มี.ค.54) ซึ่งเกินเป้าหมายที่วางไว้ที่โดยเฉลี่ยบริษัทจะตั้งเป้าการเติบโตแค่ 7-8% สำหรับปีนี้ (เม.ย.54-มี.ค.55) บริษัทตั้งเป้ายอดขายไว้ 9,500 ล้านบาท โดยเครื่องปรับอากาศยังคงมีส่วนการขายสูงสุด 60% ตู้เย็น 30% อีก 10% เป็นสินค้าอื่นๆ เช่น พัดลม บิมน้ำ