

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :
Source :	ดอกเบี๋ยธุรกิจ	
Date :	Page :	No :
13 ธ.ค. 2554	10	54311041

บ.แม่พานาโซนิคกระจายเสียง ตั้งโรงงานที่นิคมอุตสาหกรรมชาติ

พานาโซนิคลดความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ กระจายโรงงานออกไปตามเมืองต่างๆในญี่ปุ่นต้นกำลังการผลิตป้อนสู่ตลาดภูมิภาคคินสูกาวะปกติพร้อมปรับแผนการตลาดในประเทศไทยปีนี้ หลังจากเผชิญภาวะอากาศแปรปรวนจุดยอดขายเครื่องปรับอากาศหล่นฮวบ หันโฟกัสกลุ่มเครื่องซักผ้า ตู้เย็น ทีวี อัลดิจิตบ 2,000 ล้าน กระตุ้นกิจกรรมการตลาด หวังดันยอดขายปีนี้โต 10%

นายอิโรทาเกะ มุราคามิ ซีอีโอของกลุ่มบริษัทพานาโซนิค ในประเทศไทย กล่าวว่า เหตุการณ์สึนามิ แผ่นดินไหวที่ประเทศญี่ปุ่นใน 2 เดือนที่ผ่านมา พบว่าฐานการผลิตที่ญี่ปุ่นได้รับผลกระทบไม่มาก ซึ่งในช่วงแรกนั้นปัญหาส่วนใหญ่เป็นปัญหาเกี่ยวกับสายการผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ แต่ปัจจุบันทุกโรงงานกลับมาดำเนินการตามปกติได้แล้ว และเพื่อบริหารความเสี่ยงในอนาคต บริษัทแม่จึงมีแผนกระจายโรงงานผลิตออกไปตามเมืองต่างๆ ในญี่ปุ่นเพื่อลดความเสี่ยง

ทั้งนี้ผลการดำเนินธุรกิจในประเทศไทย ช่วง 2 เดือนแรกของบัญชีงบประมาณปี 54 (ตั้งแต่เดือน เม.ย. - มิ.ค.) บริษัทมียอดขายเติบโตตามเป้าหมายที่ 10% แม้ว่ายอดขายเครื่องปรับอากาศจะลดลงจากสภาวะอากาศที่แปรปรวน แต่ยอดขายของตู้เย็น เครื่องซักผ้า กล้องดิจิทัล ทีวี และเครื่องใช้ไฟฟ้าภายในบ้านขนาดเล็กกลับมีอัตราการเติบโตตามเป้าที่ตั้งไว้ จึงสามารถผลักดันให้ยอดขายรวมเติบโต

"ปัจจุบันตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในไทย มีแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะการตีตลาดของเครื่องใช้ไฟฟ้าเกาหลี อย่างไรก็ตามความแข็งแกร่งของแบรนด์ พานาโซนิค ที่เข้ามาทำตลาดในไทยกว่า 50 ปี ผู้บริโภคจึงมีความไว้วางใจในคุณภาพของสินค้า เชื่อมั่นว่าเราจะยัง

สามารถรักษารฐานลูกค้าไว้ได้ อีกทั้งปีนี้ได้ใช้งบประมาณ 2,000 ล้านบาท หรือ 10% ของยอดขายในการส่งเสริมตลาด สร้างภาพลักษณ์และจัดแคมเปญต่อเนื่องตลอดทั้งปีในทุกกลุ่มสินค้า" พร้อมกันนี้ บริษัทยังเพิ่มงบในการจัด

กิจกรรมซีเอสอาร์ในปีนีถึง 1 เท่าตัว หรือคิดเป็นมูลค่า 100 ล้านบาท จากปีที่ผ่านมาใช้ไป 50 ล้านบาท เพื่อสานต่อโครงการสร้างสรรค์ ฉลาดคิดผลิตข้าว กับพานาโซนิค 2011 ซึ่งจัดติดต่อกันมาเป็นเวลา 11 ปีแล้ว และยังมีการสร้างอาคารเรียน

มอบทุนการศึกษาให้กับนักเรียนในต่างจังหวัด อันเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ของแบรนด์เพื่อสร้างฐานลูกค้าในอนาคตอีกด้วย

สำหรับเป้าหมายทางด้านรายได้ของบริษัท ในปีนี้ตั้งเป้าเติบโตทั้งปีไว้ที่ 10% หรือคิดเป็นมูลค่า 2 หมื่นล้านบาท โดยปัจจัยสำคัญที่ทำให้ยอดขายเป็นไปตามเป้า คือ สภาพเศรษฐกิจภายในที่ดี การเมืองสงบนิ่ง ซึ่งบริษัทหวังว่าหลังการเลือกตั้งใหม่จะไม่มีเหตุการณ์ความวุ่นวายทางการเมืองเกิดขึ้นอีก และมั่นใจว่าเศรษฐกิจภายในจะสดใสแน่นอน ●