

# मितซูบิชิ เอลเลเวเตอร์ ก้าวสู่ปีที่ 40 ครองตำแหน่ง ผู้นำตลาดลิฟต์และบันไดเลื่อน บนมาตรฐานความ ปลอดภัยระดับโลก



मितซูบิชิ เอลเลเวเตอร์ ครองตำแหน่งผู้นำตลาดลิฟต์และบันไดเลื่อนยาวนานกว่า 40 ปี ยึดมั่นนโยบายความปลอดภัย บนมาตรฐานระดับโลก ภูมิใจได้มาตรฐานทั้ง ISO 9001, ISO 18001 และล่าสุดได้รับ ISO 14000 พร้อมเปิดศูนย์ ฝึกอบรมลิฟต์และบันไดเลื่อนแห่งใหญ่ ผลิตรวิศกรและช่างเทคนิคระดับมืออาชีพสู่ตลาด อีกทั้ง ฝึกอบรมการขนส่ง แนวตั้งแห่งแรกในไทย มั่นใจ ปัจจัยบวกในการพัฒนาระบบการขนส่งคมนาคมสู่ปริมาณพล, การขยายตัวของสังคม ผู้สูงอายุ และ “ประเทศไทย” เป็นศูนย์การรักษายาบาลของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ส่งเสริมให้ตลาดลิฟต์และ บันไดเลื่อน เติบโตปีละ 5-7 % จากมูลค่าตลาดรวมกว่า 7 พันล้านบาท

มร.มุเนฮิสะ โอคาโมโตะ กรรมการผู้จัดการ บริษัท มิตซูบิชิ เอลเลเวเตอร์ (ประเทศไทย) จำกัด ผู้แทนจำหน่าย ติดตั้งและให้บริการผลิตภัณฑ์ลิฟต์บันไดเลื่อนมิตซูบิชิ เปิดเผยว่า มิตซูบิชิ เอลเลเวเตอร์ ได้รับความไว้วางใจจากผู้ บริโภคและประสบความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 40 ปี โดยในปีนี้จะก้าวสู่ปีที่ 40 อย่างภาคภูมิใจ ซึ่งจะยังคงนโยบายในการดำเนินธุรกิจ ด้วยการยึดมาตรฐานความปลอดภัยและคุณภาพเป็นหลัก เพื่อมอบความ มั่นใจในการบริการทุกขั้นตอน ทั้งในด้านคุณภาพของการติดตั้งและการให้บริการ จากทีมวิศวกรและช่างผู้ชำนาญ จำนวนมากกว่า 350 คน รวมถึงศูนย์รับแจ้งเหตุฉุกเฉินทั่วประเทศตลอดทุกวัน 24 ชั่วโมง ทั้งนี้ ได้ใช้งบลงทุน จำนวนกว่า 40 ล้านบาท สร้างศูนย์ฝึกอบรมการขนส่งแนวตั้ง (Vertical Transportation) แห่งใหม่บนพื้นที่ 1,200 ตารางเมตร ตั้งอยู่บนถนนบางนา-ตราด กม.7 โดยเป็นศูนย์ฝึกอบรมที่ทันสมัยและสมบูรณ์แบบที่สุดในภูมิภาค เอเชียอาคเนย์ประกอบด้วยห้องฝึกอบรมหลัก 4 ห้อง ลิฟต์จำนวน 7 เครื่อง บันไดเลื่อน 2 เครื่อง นอกจากนั้นยังมี ห้องแสดงตัวอย่างสินค้า เช่น แผงปุ่มกด ผนังลิฟต์ เพดานลิฟต์ต่างๆ ซึ่งลูกค้าสามารถเข้ามาชมสินค้าขนาด รวมทั้ง ระบบ Access Control พร้อมรองรับการเป็นศูนย์กลางการฝึกอบรมด้านการขนส่งแนวตั้ง (Vertical Transportation) ในภูมิภาค”

ศูนย์ฝึกอบรม “मितซูบิชิ เอลเลเวเตอร์” ได้ถูกจัดตั้งขึ้นมาเพื่อรักษามาตรฐานคุณภาพทั้งในงานติดตั้งลิฟต์ใหม่และ การบริการหลังการขายบนมาตรฐานความปลอดภัยระดับโลก ซึ่งกลุ่มผู้เข้ามาใช้ศูนย์ฝึกอบรม ได้แก่ กลุ่มวิศวกร และช่างบริการสำหรับลิฟต์และบันไดเลื่อน ซึ่งทุกคนจะต้องผ่านการฝึกอบรมตามหลักสูตร เป็นระยะเวลา 1 ปี รวมไปถึงกลุ่มวิศวกรและช่างจากประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจาก ศูนย์ฝึกอบรมแห่งนี้ บริษัท มิตซูบิชิ อิเล็ก

ทริค คอร์ปอเรชั่น ประเทศญี่ปุ่น วางใจให้เป็นศูนย์ฝึกอบรมการติดตั้งและการบริการในระดับภูมิภาคอาเซียน (Training Hub) นอกจากนี้ ยังมีกลุ่ม วิศวกร ช่างอาคาร และองค์กรสาธารณะประโยชน์ต่างๆ ติดต่อเข้ามาใช้บริการ เพื่อเรียนรู้ในหลักสูตรเกี่ยวกับความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับลิฟต์และการช่วยเหลือในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้น ในโอกาสครบรอบ 40 ปี ยังจะสานต่อกิจกรรมเพื่อสังคม อาทิ โครงการสำนึกรักบ้านเกิด, โครงการแคร์ฟอร์คิดส์, มอบทุนการศึกษา, และโครงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในระยะยาวอย่างต่อเนื่อง

นายสันติพงษ์ บุรณกฤตยาภรณ์ ผู้จัดการทั่วไปฝ่ายการตลาดและการขาย บริษัท มิตซูบิชิ แอลเลเวเตออร์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่า “ ปีที่ผ่านมาตลาดลิฟต์และบันไดเลื่อนมีการขยายตัวในช่วงปลายปี ซึ่งมีปัจจัยหลักมาจากการที่รัฐบาล เร่งพัฒนาระบบขนส่งมวลชน ทั้งระบบรถไฟฟ้าบนดินและใต้ดิน โครงการอาคารผู้โดยสารอาคารที่ 2 ของสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งส่งผลให้ตลาดอสังหาริมทรัพย์ และธุรกิจเกี่ยวกับการก่อสร้างมีความคึกคัก ส่งผลให้ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์หลายรายเดินหน้าโครงการต่างๆ กระจายไปยังปริมณฑลอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ นนทบุรี, สมุทรปราการ, มีนบุรี และ กรุงเทพมหานคร ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ประกอบการธุรกิจอสังหาริมทรัพย์รายใหญ่ๆ ได้เริ่มจับกลุ่มลูกค้าระดับ ไฮ-เอ็นแซ็กเมนต์ มากขึ้น ทำให้ ผลิตภัณฑ์ลิฟต์และบันไดเลื่อน “มิตซูบิชิ” ที่สามารถตอบโจทย์ตลาด ไฮ-เอ็นแซ็กเมนต์ ได้อย่างเหมาะสม จึงได้รับความสนใจและมียอดขายเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ โครงการใหญ่ที่เลือกใช้ลิฟต์และบันไดเลื่อนมิตซูบิชิ อาทิ โครงการมหานคร อาคารที่สูงที่สุดในประเทศไทยย่านสีลม-สาทร, โครงการรถไฟฟ้าสายสีม่วง, โครงการบันไดเลื่อนในศูนย์การค้าที่ยาวที่สุดในศูนย์การค้า Terminal 21, สนามบินสุวรรณภูมิ, โครงการจาก Q.House Group , Ananda Development , Central Group, Siam Paragon, Icon Siam และ LPN เป็นต้น

ในปีที่ผ่านมา มิตซูบิชิ แอลเลเวเตออร์ มีการจำหน่ายลิฟต์และบันไดเลื่อน มากกว่า 1,700 เครื่อง สำหรับในปี 2560 นี้ ตั้งเป้ายอดขายไว้ประมาณ 1,800 เครื่อง และคาดว่าตลาดลิฟต์และบันไดเลื่อนยังคงเติบโต ระหว่าง 5-7 % ในส่วนของที่อยู่อาศัย ที่ผู้บริโภคคำนึงถึงความปลอดภัยและคุณภาพของผลิตภัณฑ์มากกว่าราคา สัดส่วนความต้องการในกรุงเทพฯเทียบกับต่างจังหวัดประมาณ 50:50 โดยสัดส่วนในกรุงเทพฯเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากการขยายตัวของระบบขนส่งมวลชน สำหรับมูลค่าตลาดลิฟต์และบันไดเลื่อนในประเทศไทย อยู่ที่ประมาณ 7,000 ล้านบาท เชื่อกันว่า ในช่วง 1-2 ปีนี้ ความต้องการในส่วนของอาคารสำนักงานจะกลับมาเพิ่มมากขึ้น อันเกิดมาจากการพัฒนาของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ เออีซี อีกทั้ง ส่วนของภาคสาธารณสุข เช่นสถานพยาบาลและสถานพักฟื้นประเภทต่างๆจะเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากการที่ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางทางการรักษาพยาบาลในภูมิภาค อีกทั้ง อัตราการเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุภายในประเทศ ในส่วนของปริมาณความต้องการ ของตลาดลิฟต์โดยรวม จะอยู่ที่ประมาณ 5,500 ตัว และคาดการณ์ว่าจะมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง 5-7% สำหรับส่วนแบ่งตลาดเรามุ่งมั่นที่จะรักษาแชมป์อันดับ 1 ต่อไป โดยมีส่วนแบ่งตลาดประมาณ 30% นายสันติพงษ์ กล่าวสรุปในที่สุด