

ลีดเวย์ฯ จับมือ ซุมิโตโม ญี่ปุ่นตอกย้ำความเป็นผู้นำ ขยายตลาดเครื่องจักรกลหนัก ตั้งเป้าหมายยอดขายสิ้นปี 500 คัน ปีหน้าลุยยอดกระฉูดเพิ่มขึ้น 6 %



ลีดเวย์ฯ ควงบริษัทแม่ ซุมิโตโม คอนสตรัคชั่น แมชชีนเนอรี ประเทศญี่ปุ่น ประกาศรุกตลาดเครื่องจักรกลหนัก รถไฮโดรลิกตั้งเป้าสิ้นปี 58 ขยายครบ 500 คัน พร้อมนำสื่อมวลชนเยี่ยมชมสายการผลิตในโรงงานที่โตเกียว เมืองชิบะ คาดปีหน้ายอดขายพุ่งเพิ่มขึ้น 6 %

นายฉกาจ แสนจัน กรรมการผู้จัดการบริษัท ลีดเวย์ เฮฟวี แมชชีนเนอรี จำกัด ซึ่งเป็นตัวแทนจำหน่ายเครื่องจักรกลหนักจากญี่ปุ่น ภายใต้แบรนด์ ซุมิโตโม หนึ่งในประเทศไทย กล่าวถึงการทำตลาดเครื่องจักรกลหนักในประเทศไทยว่า “ปัจจุบัน บริษัท ลีดเวย์ฯ ได้ดำเนินธุรกิจในประเทศไทยอย่างเข้าปีที่ 4 แล้ว โดยมีรถชุดซุมิโตโม ที่จำหน่ายอยู่ในตลาด ครอบคลุมทุกความต้องการของลูกค้า ไม่ว่าจะเป็นรถชุดขนาดเล็ก 8-20 ตัน รถชุดขนาดกลาง 20-40 ตัน และรถชุดขนาดใหญ่ 40-80 ตัน โดยบริษัทมีอัตราการเติบโตทุกปี สำหรับรถ 2 รุ่น ที่ลีดเวย์ฯ นำเข้ามาทำตลาดในประเทศไทย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ รถชุด และรถปูยาง แยกตามน้ำหนักและกำลังการใช้งาน ทั้งนี้จุดแข็ง ของแบรนด์ซุมิโตโม ที่ลีดเวย์ฯ นำเข้ามาจำหน่ายคือเทคโนโลยีระบบไฮโดรลิกที่มีสมรรถนะดี มีแรงชุด ขณะเดียวกันยังประหยัดน้ำมัน ต่างจากรถชุดคู่แข่ง ซึ่งถ้ามีแรงชุดดีก็จะสิ้นเปลืองน้ำมันด้วย เพราะซุมิโตโม ได้ถูกพัฒนาเพื่อการ ใช้งานที่คุ้มค่า โดยมีการรับประกันการใช้งานสูงสุดถึง 1 ปี หรือ 25,000 ชม. ในขณะที่ตัวกันฟรีค่าบำรุงรักษา 7,000 ชม. ทั้งค่าแรง ค่ารถและค่าอะไหล่”

ส่วนเป้าหมายในการขาย ลีดเวย์ฯ ตั้งเป้าในการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งในสิ้นปี 2558 นี้ ลีดเวย์ฯ ตั้งเป้าหมายยอดขายรวมไว้ที่ 500 คัน และในปีหน้า ทั้งลีดเวย์ฯ และซุมิโตโมตั้งเป้าหมายยอดขายรถชุดเพิ่มจากเดิมไว้ที่ 250 คัน รถปูยาง 25 คัน ซึ่งคาดว่าจะทำให้ยอดขายรวมของปีหน้าเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 750 คัน กลยุทธ์ในการทำตลาดของบริษัทลีดเวย์ฯ คุณฉกาจ กล่าวเสริมว่า “ในปีหน้าเราจะเจาะกลุ่มลูกค้าต่างจังหวัดให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ รวมถึงโครงการก่อสร้างต่าง ๆ ในนิคมอุตสาหกรรมที่กำลังจะเกิดขึ้นบนพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษสำหรับรถชุดของซุมิโตโม ทางภาคกลางถือว่ามียอดจำหน่ายสูงสุด คิดจากยอดขายรวมแล้วอยู่ที่ 42% เป็นแหล่งรวมรถชุดขนาด 35 ตัน และ 48 ตัน ส่วนทางภาคใต้เน้นจะอยู่ที่ 27% ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 20% ในปีหน้านี้ ลีดเวย์ฯ จะเจาะตลาดไปยังภาคเหนือมากขึ้น โดยใช้กลยุทธ์แบบปาล้อมเมือง เพราะลีดเวย์ฯ เพิ่งเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยเพียงแค่ 3 ปี จึงใช้รูปแบบการขายแบบเซลล์และโบรกเกอร์ ซึ่งเป็นนายหน้าที่มีความเชี่ยวชาญในพื้นที่

นั้น ๆ มาช่วยขยาย เช่น ต่างจังหวัดและ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ขณะเดียวกัน ลีดเวียร์ จะติดตามโครงการภาครัฐในส่วนการลงทุนสาธารณูปโภคพื้นฐาน ทั้งเรื่องระบบชลประทาน การสร้างรถไฟฟ้า เหมืองแร่ ซึ่งมีส่วนผลักดันให้สินค้าในกลุ่มอุตสาหกรรมก่อสร้าง โดยเฉพาะรถชุดสามารถเพิ่ม ยอดขายได้มากขึ้น ลีดเวียร์ มองว่าเศรษฐกิจดีขึ้น อยู่ que การพัฒนาพื้นฐานก่อน ประเทศไทยยังเป็นประเทศที่ต้อง พัฒนา ขยาย และ ช่อมแซม โดยเฉพาะปัญหาเรื่องการจัดกา รน้ำถือเป็นเรื่องสำคัญที่รัฐบาลต้องทำแน่นอน”

ด้านนายมิคิโอะ อิเดะ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร กล่าวถึงตลาดรถชุดไฮโดรลิกในภูมิภาคเอเชียว่า “นอกจากตลาด ใหญ่ๆ อย่างในญี่ปุ่น จีน อเมริกาเหนือ และในยุโรปแล้ว ตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งรวมถึงประเทศไทยก็ ถือเป็นตลาดใหญ่ที่มีความสำคัญไม่แพ้กันและเพื่อเป็นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในภาคพื้นเอ เอเชีย

อย่างแท้จริง ซุมิโตโมจึงได้ก่อสร้างโรงงานผลิตขึ้นในอินโดนีเซียเมื่อสี่ปีที่ผ่าน มา และได้มีการจัดส่งผลิตภัณฑ์ในรุ่น ต่างๆ ไปยังประเทศไทย และประเทศอื่นๆ ในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้อีกด้วย ประเทศไทยเป็นตลาดใหญ่ที่มีความ ต้องการรถชุดไฮโดรลิกเป็นอันดับสองของประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซุมิโตโมเองมีความมุ่งมั่นที่จะตอบ สอนงความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นในประเทศไทยทั้งในเรื่องผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก รวมทั้งกิจกรรมต่างๆ

นอกจากนี้ ในช่วงสองปีที่ผ่านมาอีกเช่นกันที่ซุมิโตโมได้เปิดตัว SH130-5 MaCan ซึ่งถือเป็นผลิตภัณฑ์รุ่นแรก ที่ ออกแบบสำหรับใช้ในประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องอย่าง น้ำมันปาล์ม ในประเทศอินโดนีเซีย ไทย และทางตะวันออกของมาเลเซีย ในส่วนของตลาดในญี่ปุ่นเองนั้น ในระยะ เวลาครึ่งปีแรกของปีนี้ ซุมิโตโมมีส่วนแบ่งการตลาดอยู่ที่ 12% ซึ่งถือเป็นความสำเร็จที่น่าภูมิใจยิ่ง เราคาดหวังที่จะ ต่อ ยอดความแข็งแกร่งทางธุรกิจนี้ทั้งในญี่ปุ่น และประเทศอื่น ๆ รวมทั้งประเทศไทยด้วย”

ด้านนายมาซุฮิโก ซาซากิ ประธานอำนวยการ กล่าวว่า “ธุรกิจรถชุดไฮโดรลิกของซุมิโตโมได้เข้ามาในประเทศไทย เมื่อประมาณ 40 ปีมาแล้ว โดยเริ่มจากรถชุดมือสองส่งลงเรือมาจากญี่ปุ่น ในช่วงแรกใช้ในอุตสาหกรรมเหมือง พลอย ที่กาญจนบุรี จากนั้นรถชุดของซุมิโตโมก็เป็นที่ยอมรับกันอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมเลี้ยงกุ้งในกระบี่ และภูเก็ต ในช่วงสามปีที่ผ่านมา หลังจากที ร่วมธุรกิจเป็นพันธมิตรกับลีดเวียร์ ตลาดรถชุดไฮโดรลิกของซุมิโตโมก็ ขยายใหญ่ขึ้น ปีนี้เรามีส่วนแบ่งการตลาดในประเทศไทยถึง 7% และมีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้น ความสำเร็จดังกล่าว เกิดจากการยอมรับในคุณภาพผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้ และการให้บริการดูแลและให้คำแนะนำอย่างมืออาชีพ รวมทั้ง บริการหลังการขายถึง 7,000 ชั่วโมงการใช้งาน หลังจากส่งมอบสินค้าแล้ว เรายังมั่นใจในความสำเร็จที่จะเติบโตอย่าง ต่อเนื่อง และรู้สึกเป็นเกียรติที่จะได้สนับสนุนธุรกิจอุตสาหกรรมเครื่องจักรหนักนี้ให้เจริญรุ่งเรืองต่อไป”

ด้านแผนการลงทุนในอนาคต ลีดเวียร์ จะใช้งบประมาณ 50 ล้านบาท ในการนำเข้ารถชุดพร้อมทั้งขยายสาขาเพิ่ม อีก 4 สาขาเพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าและการดูแลบริการหลังการขายได้สะดวกมากยิ่งขึ้น จากเดิม 6 สาขาที่ ลำปาง ขอนแก่น สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช อุบลราชธานี และบางปะกง รวมทั้งจะมีการเพิ่มบุคลากรเพื่อขยาย

ตลาดและให้ครอบคลุมการดูแลบริการหลังการขายมากยิ่งขึ้น

ไม่เพียงแต่ตลาดในประเทศเท่านั้นที่ลีดเวทย์ จะขยายการลงทุน แต่ลีดเวทย์ ให้ความสำคัญกับตลาดในต่างประเทศ เช่นเดียวกัน โดยจะเริ่มผลักดันตลาดที่พม่าให้แข็งแกร่งมากยิ่งขึ้น ที่ผ่านมามียอดขายในประเทศพม่า 100 คัน ซึ่งเราตั้งเป้าไว้ 120 คันภายในสิ้นปี 2558 นี้ ส่วนปีหน้าตั้งเป้าไว้ที่ 150 คัน