

“ไมเร็กซ์” เปิดศักราช ส่ง 4 แบรินด์เครื่องครัวชั้นนำระดับโลก



“ไมเร็กซ์” เปิดศักราช ส่ง 4 แบรินด์เครื่องครัวชั้นนำระดับโลก

คุณภาพ มาตรฐานระดับสากล ตอบโจทย์ทุกความต้องการของคนไทย

บริษัท ไมเร็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด เป็นหนึ่งบริษัทในกลุ่มไมเออร์ กรุ๊ป ผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องครัวชั้นนำของโลก ตั้งเป้าปี 59 โตมากกว่า 20% ดันเครื่องครัว 4 แบรินด์ บุกตลาดไทยทุกระดับ ตอบโจทย์ความต้องการทุกกลุ่ม ด้วยคุณภาพมาตรฐานระดับโลก

มร.โจเซฟ เคซี โล กรรมการและผู้จัดการทั่วไป บริษัท ไมเร็กซ์ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า บริษัท ไมเออร์ กรุ๊ป หนึ่งในผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องครัวที่ใหญ่ที่สุดของโลก มีฐานการผลิตอยู่ 3 แห่ง ได้แก่ ประเทศอิตาลี จีน และประเทศไทย ซึ่งฐานการผลิตในประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่ใหญ่ที่สุดของไมเออร์กรุ๊ป จากกำลังการผลิตของบริษัทกว่า 100 สายการผลิต ทำให้ประเทศไทยเป็นฐานการผลิตที่สำคัญของบริษัท ซึ่งสายการผลิตในประเทศไทยเน้นผลิตเครื่องครัวอลูมิเนียมเคลือบผิวลื่นนอนสต็อกที่ทำให้อาหารไม่ติดพื้นผิว, เครื่องครัวฮาร์ดอะโนไดซ์ และเครื่องครัวสแตนเลส โดยส่งออกไปยังต่างประเทศกว่า 30 ประเทศทั่วโลก อาทิ สหรัฐอเมริกา, อังกฤษ, แคนาดา, ออสเตรเลีย, ญี่ปุ่น, ตะวันออกกลาง ฯลฯ

“บริษัทผลิตเครื่องครัวเพื่อตอบสนองความต้องการของคนทุกกลุ่ม โดยเน้นคุณภาพมาตรฐานเดียวกันทั่วโลก และใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยปลอดภัยต่อผู้บริโภค โดยในประเทศไทยได้คัดเลือก 4 แบรินด์หลัก เพื่อเป็นหัวหอกในการบุกตลาด และสร้างยอดขายให้กับบริษัทผ่านดีพาร์ทเมนท์สโตร์ และไฮเปอร์มาร์เก็ตชั้นนำ ซึ่งมีกลุ่มเป้าหมายในระดับ A - C+ ประกอบด้วย **1) Anolon** เครื่องครัวคุณภาพสูงเรียบหรูสำหรับการใช้งานที่ยาวนานด้วยวัสดุที่ดี เคลือบผิวลื่นที่ดียเยี่ยม **2) Circulon** เครื่องครัวคุณภาพที่โดดเด่นด้านดีไซน์พร้อมนวัตกรรม Hi-Low Wave Innovation เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ **3) Meyer** เครื่องครัวคุณภาพในราคาสบายๆ เน้นประโยชน์ใช้สอยและประกอบอาหารครัวเรือนประจำวันสำหรับคนทั่วไป **4) Prestige** แบรินด์ที่มีอุปกรณ์เครื่องครัวสแตนเลสครบครัน ประกอบด้วยเครื่องครัว, หม้ออัดแรงดัน, มีด รวมทั้งเครื่องมือและอุปกรณ์ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งนอกจากนี้ภายใต้แบรนด์ต่างๆ ทางบริษัทฯ ยังได้แบ่งเครื่องครัวตามคุณภาพและราคาเป็น 3 ระดับคือ ระดับเครื่อง

ครัวที่มีคุณภาพ, ระดับเครื่องครัวที่มีคุณภาพดีขึ้น และระดับเครื่องครัวที่มีคุณภาพดีที่สุดใน เพื่อตอบสนองความต้องการ และความพึงพอใจของลูกค้าให้ได้มากที่สุด

ฐานการผลิต บริษัท ไมย์เออร์ กรุ๊ป ในประเทศไทย ก่อตั้งในปี ค.ศ.1992 มีพื้นที่ใช้สอยกว่า 230,000 ตารางเมตร ประกอบด้วยกลุ่มโรงงานของไมย์เออร์ เรามีตั้งแต่โรงงานวัตถุดิบอัดแผ่นอลูมิเนียม โรงงานประกอบชิ้นรูป จนถึง โรงงานบรรจุภัณฑ์ มีกำลังการผลิตได้ถึง 150,000 ใบต่อวัน และส่วนคลังสินค้าที่มีความสูง 11 ชั้นและมีพื้นที่ใช้สอยถึง 90,000 ตารางเมตร สำหรับเก็บวัตถุดิบและสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้วเพื่อเตรียมส่งออก ซึ่งใช้งบประมาณการลงทุนสร้างฐานการผลิตในประเทศไทยกว่า 6,000 ล้านบาท ดำเนินการและความคุมการผลิตด้วยเทคโนโลยีและระบบปฏิบัติการที่มีมาตรฐานระดับโลก

ฐานการผลิตของบริษัทที่นิคมอุตสาหกรรมแหลมฉบัง ได้ดำเนินการอย่างเคร่งครัดตามที่ CMA (Cookware Manufacturers Association of the U.S.) และ European กำหนดไว้ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์บางประเภทของบริษัทยังได้รับประกาศนียบัตร NSF (Non Profit Organization for Public Health and safety in U.S) ซึ่งเป็นองค์กรที่มีพันธกิจในด้านสาธารณสุข และสนับสนุนให้ประชาชนดำเนินชีวิตด้วยความปลอดภัย ซึ่งสิ่งนี้ก็เป็นเครื่องยืนยันได้ถึงมาตรฐานการผลิตที่ปลอดภัยต่อผู้บริโภคอย่างแท้จริง

มร.โจเซฟ ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า ตลาดเครื่องครัวในประเทศไทยมีการแข่งขันที่รุนแรง โดยเฉพาะในด้านราคา ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากเครื่องครัวที่มาจากประเทศจีน ที่มีคุณภาพด้อยกว่า จึงทำให้ราคาถูกลงกว่าผลิตภัณฑ์ของเรา และอีกปัจจัยที่สำคัญคือพฤติกรรมการใช้เครื่องครัวของคนไทยมักเน้นใช้เครื่องครัว สเตนเลส และอลูมิเนียม แต่ในขณะที่บริษัทมีความโดดเด่นในด้านเครื่องครัวอลูมิเนียม เคลือบnon-stick ซึ่งตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องครัวและอุปกรณ์ในครัวต่างๆ มีการเติบโตเฉลี่ย 5%-10% ต่อปี จากมูลค่าตลาดรวม โดยบริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดประมาณร้อยละ 10 โดยตั้งเป้าในปี 2559 จะมีรายได้เพิ่มมากขึ้นกว่า 20% จากปีที่ผ่านมา

สำหรับไมย์เออร์โชว์รูม ณ อาคารเดี่ยวสง ถนนบางนา กม. 4.5 บูติกโชว์รูมที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ค้นพบประสบการณ์ใหม่การทำอาหาร และสามารถเลือกอุปกรณ์ครัวและเครื่องครัวต่างๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการด้วยการแนะนำของพนักงานที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องครัวเป็นอย่างดี พร้อมห้องครัวสำหรับทดลองทำเมนูอาหารหรือเป็นสถานที่สำหรับ Workshop เฉพาะสำหรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลก พร้อมการเปิดโชว์รูมในเชียงใหม่ เพื่อการกระจายสินค้าไปยังแถบจังหวัดภาคเหนือ ได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และขยายโอกาสในการเปิดตลาดใหม่ๆ ในประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ พม่า ลาว

เวียดนาม กัมพูชา

นอกจากนั้น ไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัยและกระแสการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพและจังหวัดหัวเมืองใหญ่ๆ ทำให้ความต้องการภาชนะเคลือบผิวลื่นนอนสติกได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะเป็นการปรุงอาหารที่ใช้ไขมันน้อย ประกอบกับการวางแผนการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องครัวของบริษัทอย่างต่อเนื่องและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้สร้างการรับรู้ และความมั่นใจ จึงเป็นปัจจัยที่น่าจะส่งผลต่อยอดขายที่เติบโตขึ้น

สำหรับการประเด็นการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) น่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่ทำให้เราสามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคในอาเซียนได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นตัวช่วยกระตุ้นให้เรามุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องครัวของบริษัทมากขึ้น เนื่องจากผู้แข่งขันในตลาดก็จะเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

