

# “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 จนถึงโรงงานบรรจุภัณฑ์ 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 ได่กล่าวเพิ่มเติมว่า 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 บุติกโชว์รูมที่เปิดโอกาสให้ลูกค้าได้ค้นพบประสบการณ์ใหม่การทำอาหาร และสามารถเลือกอุปกรณ์ครัวและเครื่องครัวต่างๆ ให้เหมาะสมกับความต้องการด้วยการแนะนำของพนักงานที่มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับเครื่องครัวเป็นอย่างดี พร้อมห้องครัวสำหรับทดลองทำเมนูอาหารหรือเป็นสถานที่สำหรับ Workshop เฉพาะสำหรับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ามั่นใจได้ว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลก พร้อมการเปิดโชว์รูมในเชียงใหม่ เพื่อการกระจายสินค้าไปยังแถบจังหวัดภาคเหนือ ได้สะดวกรวดเร็วยิ่งขึ้น และขยายโอกาสในการเปิดตลาดใหม่ๆ ในประเทศเพื่อนบ้าน อาทิ พม่า ลาว

## เวียดนาม กัมพูชา

นอกจากนั้น ไลฟ์สไตล์ที่ทันสมัยและกระแสการดูแลสุขภาพของผู้บริโภคในกรุงเทพฯและจังหวัดหัวเมืองใหญ่ๆ ทำให้ความต้องการภาชนะเคลือบผิวลื่นนอนสติกได้รับความนิยมมากขึ้น เพราะเป็นการปรุงอาหารที่ใช้ไขมันน้อย ประกอบกับการวางแผนการทำโฆษณาและประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงลูกค้าทุกกลุ่ม รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องครัวของบริษัทอย่างต่อเนื่องและตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ทำให้สร้างการรับรู้ และความมั่นใจ จึงเป็นปัจจัยที่น่าจะส่งผลต่อยอดขายที่เติบโตขึ้น

สำหรับการประเด็นการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) น่าจะเป็นโอกาสที่ดีที่ทำให้เราสามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้บริโภคในอาเซียนได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นตัวช่วยกระตุ้นให้เรามุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องครัวของบริษัทมากขึ้น เนื่องจากผู้แข่งขันในตลาดก็จะเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

