



พานาโซนิค

เบนเข็มสู่ธุรกิจสีเขียว

ทุ่มงบ 3 แสนล้านบาทผลิตพลังงานสะอาด

อ่านต่อหน้า 27

พานาโซนิคเบนเข็มสู่ธุรกิจสีเขียว ทุ่มงบ 3 แสนล้านบาทผลิตพลังงานสะอาด

พานาโซนิคประกาศปรับเปลี่ยนกลยุทธ์จากเดิมที่เน้นการผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า ไปสู่สินค้าเพื่อสิ่งแวดล้อมและการประหยัดพลังงาน อาทิ แบตเตอรี่ที่สามารถประจุไฟได้ใหม่ แผงเซลล์แสงอาทิตย์ และผลิตภัณฑ์ด้านพลังงานสะอาดอื่นๆ ให้มากขึ้นในอีก 3 ปีข้างหน้า พร้อมลดงบประมาณสำหรับผลิตทีวีและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ภายในบ้าน

เดอะ วอลล์ สตรีท เจอร์นัล รายงานว่าบริษัท พานาโซนิค คอร์ปฯ ผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้ารายใหญ่จากญี่ปุ่น เปิดเผยถึงแผนธุรกิจสำหรับช่วง 3 ปีข้างหน้าที่จะสิ้นสุดลงในเดือนมีนาคม 2556 ว่า บริษัทเตรียมจัดสรรงบประมาณมูลค่า 3 แสนล้านบาท หรือประมาณ 1.05 แสนล้านบาท ให้กับแผนธุรกิจด้านระบบพลังงาน (energy system) ที่จะเป็แผนกสำคัญที่สุดในเชิงยุทธศาสตร์ธุรกิจของพานาโซนิค และจะรวมหน่วยงานผลิตเซลล์เชื้อเพลิงที่พานาโซนิคมีอยู่แล้วเข้าไว้ด้วย

ขณะเดียวกันธุรกิจด้านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้บริโภคจะได้รับงบประมาณ 2.2 แสนล้านบาท (7.7 หมื่นล้านบาท) หรือคิดเป็นมูลค่าเพียงราวๆ 1 ใน 3 ของงบสำหรับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในช่วง 3 ปีที่เพิ่งผ่านไป

นายฟูมิโอะ โอทซึโบะ ประธานบริษัท พานาโซนิคฯ กล่าวในการแถลงข่าวว่า "โอกาสทางธุรกิจที่ดีที่สุดในยุคนี้

คือการสร้างธุรกิจที่เน้นเรื่องสิ่งแวดล้อม เราจะเปลี่ยนทิศทางการบริหารจัดการของเราอย่างเฉียบขาด"

พานาโซนิค ที่ให้ความสำคัญกับตลาดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ภายในบ้านมาเป็นเวลานาน เริ่มก้าวเข้าสู่ธุรกิจพลังงานสะอาดด้วยการทุ่มทุน 4,400 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซื้อหุ้นส่วนใหญ่ของบริษัทชั้นนำ อิเล็กทรอนิกส์ เมื่อเดือนธันวาคมที่ผ่านมา แม้ว่าแนวโน้มจะอยู่ในภาวะขาดทุนในช่วง 5 ใน 6 ปีหลังสุด แต่บริษัทเป็นผู้นำในตลาดแบตเตอรี่ลิเทียม-ไอออนที่ชาร์จไฟได้ และเป็นเทคโนโลยีที่สำคัญสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าและรถยนต์ไฮบริดอีกทั้งยังมีบทบาทในอุตสาหกรรมผลิตแผงเซลล์แสงอาทิตย์อีกด้วย

ในแผนธุรกิจ 3 ปีที่ใช้ชื่อว่า "Green Transformation 2012" พานาโซนิคประกาศเป้าหมายรายได้ในอีก 3 ปีข้างหน้าไว้ที่ 10 ล้านล้านบาท และมีอัตรากำไรจากการประกอบการเกิน 5% ขณะที่ช่วงปีงบประมาณที่เพิ่งสิ้นสุดลง พานาโซนิครายงานตัวเลขรายได้มูลค่า 7.418 ล้านล้านบาท และมีอัตรากำไร 2.6% ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย พานาโซนิคคาดหวังจะทำรายได้เพิ่มขึ้นเกือบ 60% จากธุรกิจพลังงานในระยะเวลา 3 ปีข้างหน้า พร้อมๆ กับการเสาะหาโอกาสทำธุรกิจประเภทใหม่เพิ่มเติม อาทิ ธุรกิจด้านสุขภาพ การรักษาความปลอดภัย และไฟฟ้ารูปแบบใหม่

นายอิโรชิ ซากากิ นักวิเคราะห์ด้านอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์จากศูนย์วิจัยเอสเอ็มบีซี เฟรนด์ ในกรุงโตเกียว มอง

ว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงกลยุทธ์ในครั้งนี้ของพานาโซนิคเป็นก้าวต่อไปที่สมเหตุสมผล หลังจากการซื้อกิจการของซันโย "นี่เป็นทิศทางที่ถูกต้องสำหรับพานาโซนิค แต่จะว่าไปนี่เป็นเพียงทิศทางเดียวที่ยังพอมีศักยภาพ เหมือนจะเป็นหนทางเดียวที่พานาโซนิคสามารถสร้างความแตกต่างระหว่างตัวเองและคู่แข่งได้"

นอกจากนี้โทรทัศน์จอแบนซึ่งเดิมเคยเป็นผลิตภัณฑ์ชูโรงของพานาโซนิค จะได้รับการโปรโมตให้เป็นโทรทัศน์เพื่อสิ่งแวดล้อมด้วย ในอีก 3 ปีข้างหน้า 60% ของโทรทัศน์แอลซีดีของพานาโซนิคจะใช้ไดโอดเปล่งแสง (Light-Emitting Diodes : LED) ที่สว่างขึ้นและกินไฟน้อยลงในการสร้างสีให้ปรากฏขึ้นบนหน้าจอ

พานาโซนิคมีแผนจะขายโทรทัศน์ให้ได้ 21 ล้านเครื่อง ในปีงบประมาณที่จะสิ้นสุดในเดือนมีนาคม 2554 เทียบกับ 15.8 ล้านเครื่องในปีงบประมาณที่ผ่านมา ในขณะที่คู่แข่งอย่างโซนี่คาดหมายว่ายอดขายโทรทัศน์แอลซีดีของบริษัทในปีนี้จะอยู่ที่ 25 ล้านเครื่อง พานาโซนิคลงทุนไปไม่น้อยกับการสร้างโรงงานผลิตจอโทรทัศน์แบบพลาสมาและแอลซีดี แต่ยังคงตามหลังคู่แข่งจากเกาหลีใต้ ทั้งซัมซุงและแอลจี ในแง่ของประสิทธิภาพและความเป็นที่รู้จักของแบรนด์ ■