

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :	
Source :	ตอกเบียร์ธุรกิจ		
Date :	14 ส.ค. 2554	Page :	9,10
		No :	54136467

บริษัทแม่ฟิลิปส์เน้นตลาดไทย โซลูทีโอได้แม่ใหม่มีปัจจัยบวกหนุน

บริษัทแม่ฟิลิปส์ที่เนเธอร์แลนด์เปิดนโยบายเน้นทำตลาดในเมืองไทย หลังมียอดขายสูงสุดในอาเซียน พร้อมตั้งเป้าปี 58 ยอดขาย 40% มาจากตลาดในอาเซียน บราซิล และรัสเซีย ส่วนโซลูทีโอเครื่องใช้ไฟฟ้ายังเติบโตดีแม้ไม่มีปัจจัยบวกหนุน โดยตั้งเป้าเติบโต 10% จากปีก่อน

นายประกรณ์ เมฆจำเริญ ประธานและกรรมการผู้จัดการ บริษัท ฟิลิปส์อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด กล่าวว่านโยบายของบริษัทแม่ที่เนเธอร์แลนด์ได้ให้ความสำคัญประเทศไทยเป็นตลาดที่จะมีการเน้นทำตลาดหลักๆ ในปีนี้ เนื่องจากเป็นหนึ่งในตลาดประเทศที่ติดอันดับยอดขายสูงสุดในอาเซียน ร่วมกับเวียดนาม และอินโดนีเซีย และยังเป็นตลาดใหม่ที่มีอัตราการเติบโตสูงซึ่งประกอบด้วยบราซิล รัสเซีย จีน และอินเดีย โดยปัจจุบันมียอดขายมากจากกลุ่มประเทศดังกล่าว ประมาณ 1 ใน 3 หรือ 33% ของรายได้รวม ทั้งนี้ในปี 2558 ทางบริษัทแม่ตั้งเป้ายอดขายจากกลุ่มประเทศนี้เพิ่มขึ้น 40%





บริษัทแม้อิเล็กทรอนิกส์

สำหรับแผนการตลาดในประเทศไทยปีนี้ บริษัทจะมุ่งเน้นทำตลาดทุกกลุ่มผลิตภัณฑ์ พร้อมกับเน้นกลยุทธ์สร้างความพึงพอใจที่มีต่อแบรนด์ของผู้บริโภคให้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือน ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าสร้างรายได้สูงสุดของบริษัท โดยตั้งเป้าหมายสามารถครองความเป็นผู้นำในตลาดไว้ ซึ่งบริษัทเตรียมผลิตภัณฑ์ใหม่ไว้หลากหลาย ไม่น้อยกว่า 100 รุ่น เพื่อออกมาทำตลาดปีนี้

ขณะที่ผลประกอบการฟิลิปส์ประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนการขายจากกลุ่มธุรกิจเพื่อการแพทย์ และการดูแลสุขภาพ 24% จากกลุ่มธุรกิจคอนซูเมอร์อิเล็กทรอนิกส์ 39% และกลุ่มธุรกิจไฟฟ้า และการส่องสว่าง 37%

ขณะที่นายโทรุ ชิมิชิ กรรมการผู้จัดการบริษัท โซนี่ ไทย จำกัด กล่าวว่าภาพรวมของตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าปีนี้ยังขยายตัวต่อเนื่อง แม้มีปัจจัยลบอย่างการเมืองและไม่มีอีเวนท์ฟุตบอลโลกมากกระตุ้นตลาด แต่ด้วยภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีการขยายตัวจะเป็นแรงผลักดันให้ภาพรวมเติบโตไปด้วย สำหรับโซนี่ปีนี้ตั้งเป้าการเติบโตที่ 10% โดยปีที่ผ่านมาได้รายได้ราว 1-1.5 หมื่นล้านบาท

แนวทางธุรกิจปีนี้ บริษัทยังคงเดินหน้าสร้างความเข้มแข็งภายใต้กลยุทธ์ **"Sony Redefines Entertainment"** ด้วยการสร้างสรรค์สินค้าด้านความบันเทิงที่ครบวงจร ตั้งแต่ 1.การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยปีนี้จะมีผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม 3D Solutions ครอบคลุมตั้งแต่ทีวี กล้อง เกมส์ ไปจนถึงโน้ตบุ๊กไอโอ้ รวมทั้งอินเทอร์เน็ททีวี 2.การนำเสนอเนื้อหาที่หลากหลาย จับมือร่วมกับพันธมิตรผู้ผลิตคอนเทนท์ เช่น บีบีทีวี นิว มีเดีย, เนชั่น บรอดแคสต์ติ้ง และโมโน เทคโนโลยี นำคอนเทนต์มาบนอินเทอร์เน็ททีวี รวมถึงคอนเทนต์อื่นๆ กว่า 100 ราย 3.การสรรหาสิทธิประโยชน์ และบริการคุณภาพให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างความพึงพอใจสูงสุด

และ 4.การพัฒนากระบวนการจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดจำหน่าย โดยสินค้าที่เปิดตัวออกสู่ตลาดปีนี้บริษัทยังคงมุ่งเน้นไปที่บราเวีย ทีวี ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้สูงสุดให้แก่โซนี่ และล่าสุดได้เปิดตัวทีวีเช็ทเมนท์ใหม่ **"บราเวีย อินเทอร์เน็ท ทีวี"**

"ทีวีโซนี่จะเปิดตัว 8 ซีรีส์ จำนวน 24 รุ่น ในจำนวนนี้จะเป็น อินเทอร์เน็ท ทีวี 20 รุ่น มีขนาดตั้งแต่ 32 นิ้ว ไปจนถึง 65 นิ้ว และยังรวมรุ่นที่รองรับสัญญาณ 3D ด้วย มี 11 รุ่น ราคาเริ่มต้น 16,990 บาท ซึ่งเป็นราคาที่เราเชื่อว่าเหมาะสมกับผู้บริโภคไทย และเชื่อว่าการรุกตลาดในครั้งนี้ จะได้รับการตอบรับที่ดี เพราะตลาดโลกขณะนี้ อินเทอร์เน็ท ทีวี ได้รับความนิยมมาก"

ทั้งนี้การปลุกกระแสตลาดในเช็ทเมนท์อินเทอร์เน็ททีวีของโซนี่ ด้วยราคาเริ่มต้น 16,990 บาท ถือว่าถูกกว่าคู่แข่งค่อนข้างมาก เพราะสินค้าระดับเดียวกันในตลาดราคาเกือบแสนไปถึงสองแสน เชื่อว่าอินเทอร์เน็ททีวีจะช่วยผลักดันยอดขายในกลุ่มทีวี พร้อมมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น จากปีที่ผ่านมามีส่วนแบ่งอยู่ที่ 22% เป็น 25% เป็นอันดับที่สองของตลาด ส่วนปีหน้าตั้งเป้า 30% ●