

MATCHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :
Source :	เพลงคอน เฮอร์ไลด์	
Date : ๑๕ พ.ค. 2554	Page : ๗	No : 54273731

ฟูจิตส์ใช้โน้ตบุ๊กเป็นหัวคอก บุกต่างประเทศ มันใจตลาดโต 2 เท่า



วรุฒม์ โทศลกิจวงศ์

ฟูจิตส์ พีซี เอเชีย-แปซิฟิก ประกาศทิศทางธุรกิจผลิตภัณฑ์โน้ตบุ๊กในตลาดเอเชีย โดยรุกหนัก ใน 3 ประเทศ ได้แก่ จีน, อินโดนีเซีย และไทย เชื่อเป็นตลาดที่มีศักยภาพ มีโอกาสขยายธุรกิจได้อีกมาก มันใจยอดขาย 3 ประเทศรวมกันโต กว่า 2 เท่า โดยเฉพาะจีน, อินโดนีเซีย น่าจะโตกว่า 40% ส่วนไทย ตั้งเป้าชิงส่วนแบ่งตลาดโน้ตบุ๊ก 2% ชูทัพ ผลิตภัณฑ์ ตระกูลไลฟ์บุ๊ก 10 รุ่น ที่นำเข้ามาเปิดตัวล่าสุด มีราคาที่แข่งขันได้ทุกตลาด ตั้งแต่ผู้ใช้ทั่วไป ไปจนถึงองค์กรระดับกลาง-บน ในคอนเซ็ปต์กรีน เทคโนโลยี อีกทั้ง ยังได้ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในธุรกิจไอทีกว่า 12 ปี ร่วมนั้งบริหารในตำแหน่งผู้จัดการสาขาประเทศไทย คนล่าสุด

โทโมกิ ทาคาฮาชิ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัท ฟูจิตส์ พีซี เอเชีย-แปซิฟิก จำกัด กล่าวว่า ทิศทางธุรกิจผลิตภัณฑ์โน้ตบุ๊กในปี นี้ ของบริษัท ค่อนข้างชัดเจนในการรุกขยายเข้าไปในตลาดเอเชีย ได้แก่ ประเทศจีน, อินโดนีเซีย และไทย ซึ่งเชื่อว่าเป็นตลาดที่มีศักยภาพที่จะสามารถเติบโตได้อีก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นในญี่ปุ่น, สหรัฐอเมริกา หรือประเทศในยุโรป ที่มียอดขายในระดับคงที่ ดังนั้นการเข้ามารุกขยายตลาดในเอเชีย อย่าง 3 ประเทศที่กล่าวมา คาดว่าจะมียอดขายรวมกันในปี นี้เติบโตมากกว่า 2 เท่า โดยเฉพาะ อินโดนีเซีย และจีน คาดว่าจะมียอดขายเติบโตมากกว่า 40% สำหรับตลาดโน้ตบุ๊กในประเทศไทย ฟูจิตส์ ต้องการมีส่วนแบ่งตลาดปีนี้ที่ระดับ 2% จากยอดขายในตลาดรวมประมาณ 1.7 ล้านเครื่อง หรือเติบโตจากปีก่อนหน้า ที่มีส่วนแบ่งตลาด 1%

บุกทัพผลิตภัณฑ์ 10 รุ่นมาเปิดตัว

โทโมกิ กล่าวว่า สำหรับผลิตภัณฑ์โน้ตบุ๊กตระกูลไลฟ์บุ๊กที่นำเข้ามาเปิดตัวในประเทศไทย ล่าสุดมีทั้งหมดด้วยกัน 10 รุ่น โดยมี 4 รุ่นที่โดดเด่น ได้แก่ 1. รุ่น S Series

SH761 ถือเป็นรุ่นชูธง ที่คุณสมบัติโดดเด่นหลายอย่าง เช่น น้ำหนักเบาเพียงแค่ 1.6 กิโลกรัม มี อแดปเตอร์ประหยัดพลังงาน (Green O Watt AC Adapter) และหน้าจอแสดงผลแบบ Super-fine HD LED back-light screen 2. รุ่น STY-LISTIC Q550 โน้ตบุ๊กเหมาะสำหรับผู้บริหารขนาด 10.1 นิ้ว และมีน้ำหนักเบา 3. รุ่น LH 531 อีกรุ่นที่เน้นเหมาะกับผู้ที่ต้องการซื้อโน้ตบุ๊กเป็นเครื่องแรก หรือกลุ่มนักเรียน นักศึกษา จากผลิตภัณฑ์ที่มีให้เลือกถึง 3 สี ได้แก่ สีดำมันวาว, แดงเข้ม และชมพู 4.รุ่น NH 751 โดดเด่นด้านการออกแบบ เหมาะสำหรับผู้เล่นเกม

นอกจากนี้ยังอีก ไลฟ์บุ๊ก TH 550 แท็บเล็ตพีซีรุ่นแรกของฟูจิตส์ เข้ามาเปิดตัวในประเทศไทยด้วย ซึ่งราคาขายอยู่ที่ประมาณ 30,999 บาท ส่วนรุ่นอื่นๆ เช่น รุ่น SH 561, รุ่น PH 701, รุ่น AH 531, รุ่น LH 701, รุ่น BH 531 ก็มีคุณสมบัติที่โดดเด่นแตกต่างกันออกไป โดยทั้ง 10 รุ่น ที่นำมาเปิดตัวมีราคาขายตั้งแต่ 14,900-80,000 บาท ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายตั้งแต่ผู้ใช้ทั่วไป ไปจนถึง องค์กรระดับกลาง-บน

บุกรับเทคโนโลยี

ด้าน เอ็ดมัน ลิม ผู้จัดการผลิตภัณฑ์ ฟูจิตส์ เอเชีย-แปซิฟิก กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ฟูจิตส์ จะมุ่งเน้นกรีนเทคโนโลยี เพื่อลดการสูญเสียพลังงาน เนื่องจากรายงานการวิจัยเกี่ยวกับการใช้อุปกรณ์ไอที ในสหรัฐอเมริกา พบว่า หากผู้ใช้สลับปลั๊กไฟอุปกรณ์ไอทีที่ทิ้งไว้ โดยที่ยังไม่ได้ใช้งาน จะทำให้สูญเสียพลังงานถึง 10% และในยุโรป สูญเสียพลังงานถึง 22% ผลการวิจัยดังกล่าว จึงเป็นที่มาของการออกแบบอแดปเตอร์ประหยัดพลังงาน (Green O Watt AC Adapter) ซึ่งหากใช้โน้ตบุ๊กควบคู่กับอแดปเตอร์ดังกล่าว จะทำให้ลดการสูญเสียพลังงานได้ถึง 0.99 วัตต์ หรือลดการใช้พลังงานได้ 99% หากเปรียบเทียบกับอแดปเตอร์ทั่วไป ที่สูญเสีย

พลังงาน 0.8-0.9 วัตต์ โดยไม่ได้ใช้อะไร นอกจากนี้จากการทดสอบผลิตภัณฑ์โน้ตบุ๊กของฟูจิตส์ ทั้งหมด จากกรีนเทคโนโลยีดังกล่าว จะทำให้ลดการใช้ไฟฟ้าได้ประมาณ 1.681 วัตต์/ปี

ตั้งมียอด ชัมซุง นั่งผู้บริหารไทย

โทโมกิ กล่าวด้วยว่า การขยายตลาดโน้ตบุ๊กในประเทศไทย ค่อนข้างมั่นใจ เพราะล่าสุดได้ วรุฒม์ โทศลกิจวงศ์ ผู้บริหารที่มีประสบการณ์ในวงการธุรกิจไอทีกว่า 12 ปี เข้ามาเป็นผู้จัดการสาขาประเทศไทย

ด้าน วรุฒม์ โทศลกิจวงศ์ ผู้จัดการสาขาประเทศไทย ฝ่ายธุรกิจพีซี บริษัทเดียวกัน กล่าวว่า เพิ่งได้เข้าร่วมงานกับทางฟูจิตส์ ได้ประมาณ 1 เดือน ส่วนก่อนหน้านั้นได้ร่วมงานในบริษัทไอทีอยู่หลายแห่ง ไม่ว่าจะเป็นไทยซัมซุง, ไอทีดิสทริบิวชั่น, เอสไอเอส ดิสทริบิวชั่น โดยคลุกคลีอยู่ในวงการนี้มากกว่า 12 ปี ซึ่งก่อนที่จะตัดสินใจร่วมงานกับทางฟูจิตส์ ได้มองเห็นถึงความก้าวหน้าของแบรนด์ที่มีความแข็งแกร่งอยู่ในเมืองไทย และตำแหน่งนี้ ถือเป็นครั้งแรกที่ได้รับการโปรโมต ซึ่งภาระหน้าที่ที่จะต้องทำหลังจากนี้ คือการดูแลช่องทางตลาด และสีล้นหน้าร้านที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ฟูจิตส์ให้มีความหลากหลาย และโปรโมชัน ผ่อน 0% ซึ่งได้ดำเนินการไปแล้ว ผ่านตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศกว่า 100 ราย สำหรับผู้จัดการจำหน่ายหลัก ยังมีรายเดือนคือ ไอเซเวน ©