

|                                    |                      |                          |  |
|------------------------------------|----------------------|--------------------------|--|
| <b>MATICHON INFORMATION CENTER</b> |                      | <b>Subject Heading :</b> |  |
| Source : <b>ประชาชาติธุรกิจ</b>    |                      |                          |  |
| Date : <b>23 พ.ค. 2554</b>         | Page : <b>21, 22</b> | No : <b>54271706</b>     |  |

# ซัมซุง-แอลจีคัมพ์แออร์'บีทียูละบาท' คืบกู้ยอกคตลาตคิตลอบ-ฟรีค่าคิตคั้งเร่งคี้มานค์คจว.

ช็อก! อากาศป่วน-ฝนหลงฤดู ดันเหตุ  
ตลาดแอร์ติดลบกว่า 50% “ซัมซุง-  
แอลจี” ไม่ยอมจำนน เปิดเอ็กซ์คลูซีฟ  
แคมเปญร่วมกับ “เพาเวอร์บาย”  
คัมพ์ราคา “บีทียูละบาท” ควบขนส่ง-  
ติดตั้งฟรี มุ่งเจาะตลาดต่างจังหวัด  
หวังเร่งคืบมานค์ ลากหน้าขายให้ยาว  
ออกไปอีก ชีทุกค่ายยังฮึดสู้ ไตรมาส  
3 เตรียมลอนซ์แคมเปญแรงเร่ง  
อีกรอบ

ผิดหวังกันไปถ้วนหน้า ไม่ว่าจะเป็  
น “รายเล็ก-รายใหญ่” หลังตลาดแอร์มีแนว  
โน้มจากการคาดการณ์เมื่อตอนต้นปีที่  
ผ่านมามีว่าจะสามารถขยายตัวได้ไม่ต่ำ  
กว่า 1.2 ล้านเครื่อง หรือมูลค่า 1.8  
หมื่นล้านบาท แต่ตัวเลขล่าสุดจากการ  
ประเมินของบรรดาผู้ประกอบการต่างขี  
เป็นเสียงเดียวกันว่าตลาดแอร์ปีนี้อาจจะ  
ติดลบตั้งแต่ 10-50% ล่าสุดภาพรวม  
ตลาดมีสีส้มขึ้นมามากครั้ง เมื่อ 2 ค่าย  
ยักษ์ใหญ่เกาหลี “แอลจี-ซัมซุง” ส่ง  
แคมเปญร้อนแรงด้วยกลยุทธ์ราคา

## ซัมซุง-แอลจี อัด“บีทียูละบาท”

จากการลงสำรวจพื้นที่ของผู้สื่อข่าว  
“ประชาชาติธุรกิจ” พบว่าขณะนี้ค่ายแอร์  
ซัมซุงและแอลจี ได้มีความเคลื่อนไหวใน  
การทำเอ็กซ์คลูซีฟแคมเปญร่วมกับร้าน  
เครื่องใช้ไฟฟ้าเพาเวอร์บาย ด้วยการจัด  
กิจกรรมส่งเสริมการขาย “บีทียูละบาท”  
ตามสาขาต่าง ๆ จากการสอบถามนัก



**อีดีซี** - ผลจากอากาศที่ไม่เป็นใจส่งผลให้ตลาดแอร์ติดลบ ค่ายแอร์ต้องลุกขึ้นมาทำการส่งเสริมการขายด้วยกลยุทธ์ใหม่ ๆ ในภาพเป็นป้ายโฆษณาในต่างจังหวัดหลายๆ พื้นที่ทั่วประเทศที่เป็นการจับมือของ แอลจี-ซัมซุง และเพาเวอร์บาย ที่ยืดยาวถึงต้น มิ.ย.นี้

งานขายแอร์ ร้านเพาเวอร์บาย กล่าวว่าแคมเปญนี้ช่วยทำให้ยอดขายแอร์กลับมาคึกคักอีกครั้ง หลังจากยอดขายช่วงเดือนมีนาคม-เมษายน ที่เป็นหน้าขายหลักตกลงมาก

ตอนนี้แม้ว่าจะมี 2 ค่ายนี้ที่ร่วมแคมเปญ แต่พนักงานรายนี้คาดการณ์ว่า

หลังจากนี้น่าจะมีอีกหลายแบรนด์ที่ต้องการจะเพิ่มยอดขาย เข้ามาร่วมแคมเปญ เนื่องจากความแรงของโปรโมชัน ที่สามารถดึงลูกค้าเข้ามาในร้านได้จำนวนมาก ที่สำคัญ นอกจากเรื่องของราคาแล้ว แคมเปญนี้ยังไม่คิดค่าขนส่งและติดตั้งให้ฟรีด้วย และเมื่อ

เข้ามาในร้านมีความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะเปลี่ยนใจและขยับไปซื้อรุ่นที่มีระดับราคาสูงขึ้นจากการแนะนำของพนักงานขายและพีซี

**เปิดราคาเจาะตลาด ตจว.**

ทั้งนี้ ผู้สื่อข่าวรายงานว่า แคมเปญ เอ็กซ์คลูซีฟระหว่าง

## ต่อจากหน้า 21

### ซัมซุง-แอลจี

2 ค่ายเกาหลีและร้านเพาเวอร์บายดังกล่าวจะยิ่งยาวถึงสิ้นเดือนพฤษภาคมนี้ นำร่องที่ตลาดต่างจังหวัด โดยเฉพาะในสาขาที่เป็นหัวเมืองใหญ่ครอบคลุมทั่วประเทศ เนื่องจากเป็นตลาดที่สามารถขยายตัวได้อีกมาก จากกำลังซื้อที่ดี และมีอัตราการครอบครองน้อย

นายอลงกรณ์ ชูจิตร์ รองกรรมการผู้จัดการ บริษัท แอลจี อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด ได้อัปเดตตัวเลขว่าขณะนี้ยอดขายแอร์ตกไปแล้ว 10% จากปีที่แล้วที่โตกว่า 20% เนื่องจากหน้าร้อนปีนี้ฝนมาเร็ว ทำให้ตลาดแอร์หดตัวไป 20% จากปีที่แล้ว ตลาดแอร์ประมาณ 8 แสนยูนิต แต่ในส่วนภาพรวมของบริษัทนั้นยังถือว่าโชคดีที่มียอดขายจากสินค้าอื่น ๆ เข้ามาช่วย ทั้งเครื่องซักผ้าและทีวีที่โตกว่า 10-20% ทำให้ไตรมาสแรกแอลจีสามารถปิดยอดขายได้ 5,000 ล้านบาท

### เตรียมลอนซ์แคมเปญเร่งอีกรอบ

สอดคล้องกับการเก็บตัวเลขของ “จีเอฟเค รีเทล” นายวิฑิต เพ็ญพงศ์ ผู้จัดการทั่วไป บริษัท จีเอฟเค รีเทล แอนด์ เทคโนโลยี (ประเทศไทย) จำกัด ระบุว่า ยอดขายแอร์ไตรมาสแรก ตลาดแอร์ติดลบ 10% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว ตลาดแอร์โตได้กว่า 30-40% อย่างไรก็ตาม มองว่าภาพรวมทั้งปียังไม่น่าจะติดลบ เนื่องจากประเมินว่าไตรมาส 3 ยอดขายแอร์ขยับขึ้น เพราะผู้ประกอบการลากยาวหน้าขายออกไปด้วยการเร่งทำกิจกรรมส่งเสริมการขาย และมีโปรโมชั่นออกมากระตุ้น ซึ่งโดยปกติช่วงพีคสุดของตลาดแอร์จะมีเวลาเพียง 4 เดือน ช่วง มี.ค.-มิ.ย.

ไปในทิศทางเดียวกับสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย นายศุภชัย สุทธิพงษ์ชัย ประธานกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ชี้ว่า สมาชิกของกลุ่มอุตสาหกรรมไฟฟ้าได้แจ้งตัวเลขยอดขายแอร์และพัดลมในเดือน มี.ค.-เม.ย.ที่ผ่านมามาว่า ยอดขายตกกว่า 50% จากที่แต่ละโรงงานผู้ผลิตส่งไปขายตามร้านค้าตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ และมีสินค้าค้างสต็อกจำนวนมาก เพราะอากาศที่แปรปรวน ทำให้ลูกค้ายกเลิกการซื้อสินค้าชั่วคราว

นางสาวทวิทย์ อมรฉัตร ผู้ช่วยกรรมการผู้จัดการใหญ่ฝ่ายการตลาด บริษัท เพาเวอร์บาย จำกัด กล่าวว่า ปีที่แล้ว ช่วงหน้าขายหลัก ยอดขายแอร์ต่อเดือนของเพาเวอร์บาย ประมาณ 6 พันเครื่อง แต่ปีนี้ยอมรับว่า ตกไป 20-30% ความจริงจะตกลงไปมากกว่านี้ แต่ได้อัดโปรโมชั่นอย่างหนักเข้ามาช่วย

“หลังจากนี้จะร่วมกับซัพพลายเออร์ และสถาบันการเงินลอนซ์แคมเปญผ่อน 0% และซื้อเงินสดเพิ่มอีก 8-10% กลับมากระตุ้นอีกรอบ” นางสาวทวิทย์กล่าว