

MATICHON INFORMATION CENTER		Subject Heading :
Source :	กรุงเทพธุรกิจ	54351234
Date :	Page :	No :
- 1 ก.ค. 2554	32	

'ฟิลิปส์'ลุยแกดเจ็ทรักษาผู้นำตลาดหูฟัง

ฟิลิปส์ เร่งขยายฐานคนรุ่นใหม่ ส่งสินค้าอุปกรณ์เสริม ไร้แบรนด์ สมาร์ทโฟน-แท็บเล็ตต่อเนื่อง พร้อมรักษาฐานผู้นำตลาดหูฟัง คาดปีนี้ตลาดแกดเจ็ทขยายตัวมากกว่า 20%

32

นางสาวสิริวรรณ นิกกิจจาทร ผู้จัดการทั่วไปกลุ่มธุรกิจคอนซูเมอร์ไอพีเอสไต้หวัน บริษัท ฟิลิปส์อิเล็กทรอนิกส์ (ประเทศไทย) จำกัด เปิดเผยว่า ปัจจุบันตลาดกลุ่มหูฟังและอุปกรณ์เสริม (Headphones and Accessories) ในไทยมีการขยายตัวสูงมาก โดยปีที่ผ่านมาเติบโตถึง 15% คิดเป็นมูลค่าประมาณ 300 ล้านบาท โดยการเติบโตดังกล่าวมาจากการที่สินค้าทั้งโน้ตบุ๊ก แท็บเล็ต สมาร์ทโฟน รวมทั้งเครื่องเล่นเอ็มพี 3 และเอ็มพี 4 มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ประกอบกับไอพีเอสไต้หวันคนรุ่นใหม่ที่หันมาใช้อุปกรณ์เสริม อาทิ ลำโพง หูฟัง ที่มีสีสันมากขึ้น ดังนั้น ปีนี้ฟิลิปส์คาดการณ์ว่า ภาพรวมตลาดอุปกรณ์เสริมจะมีการขยายตัวมากกว่า 20% และเพื่อตอบรับกับกระแสดังกล่าวปีนี้บริษัทได้หันมารุกตลาดสินค้ากลุ่มนี้มากขึ้น

โดยจะเปิดตัวกลุ่มผลิตภัณฑ์ On The Go Accessories กว่า 150 รุ่นใน 3 กลุ่มประกอบด้วย หูฟัง (Headphones Accessories) กลุ่มอุปกรณ์เสริมกับโทรศัพท์มือถือ (Smartphone Accessories) และ



ฟิลิปส์อิเล็กทรอนิกส์ ดึง "น้อย" จรินทร์พร จุนเกียรติ เป็นแบรนด์แอมบาสเดอร์สินค้ากลุ่ม On The Go Accessories เจาะกลุ่มเป้าหมายคนรุ่นใหม่

อุปกรณ์เสริมคอมพิวเตอร์โน้ตบุ๊ก (Notebook Accessories)

"เทรนด์ผู้บริโภคยุคใหม่ชอบความบันเทิง ดูหนังฟังเพลงได้ทุกที่ เช่น เวลาที่คนออกกำลังกายก็จะใส่หูฟังฟังเพลงไปด้วย อุปกรณ์เสริมเหล่านี้จะมีสีสันมากขึ้น เราจึงต้องนำสินค้าเข้ามาขายให้

มีความหลากหลายขึ้น เพื่อตอบรับกับเทรนด์และเพื่อขยายฐานคนรุ่นใหม่" ผู้บริหารกล่าวและว่า สำหรับอุปกรณ์เสริมของฟิลิปส์มีจำหน่ายตั้งแต่ราคา 149 บาท ไปจนถึง 9,000 บาท เจาะกลุ่มลูกค้าที่มีอายุ 18-38 ปี

ทั้งนี้สินค้า On The Go Accesso-

ries ของฟิลิปส์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทำตลาดโดยฟิลิปส์ลิงคโพร แต่ในช่วงเวลาดังกล่าวไม่ได้มีการโปรโมทและทำการตลาดมากนัก และในปี 2552 ฟิลิปส์ประเทศไทยได้สิทธิเป็นผู้จำหน่าย พร้อมกันเริ่มทำการตลาดอย่างจริงจังในปีที่ผ่านมา ปรากฏว่าได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีด้วย มีอัตราการเติบโต 2 หลัก และคาดว่าจะต่อเนื่องเพิ่มขึ้นอย่างน้อยในอีก 2 ปีข้างหน้า ตามภาพรวมตลาดอุปกรณ์เสริมจะขยายตัวตามตลาดสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ตที่ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง

สำหรับแนวทางทำตลาดบริษัทจะเน้นการเปิดตัวสินค้าใหม่ การโรดโชว์ทั่วประเทศ การทำกิจกรรมออนไลน์ และการขยายช่องทางจัดจำหน่าย ทั้งในห้างสรรพสินค้า สมาร์ทโฟน ช้อป ไอพีเอสไต้หวัน ช้อป และตัวแทนจำหน่ายทั่วประเทศ ในส่วนของการขายปัจจุบัน บริษัทเจ็บบีแอนด์ เจ็สเซน และบันเล็อง ซิน อินเตอร์เป็นผู้กระจายสินค้า

"การรุกตลาดมากขึ้นเพราะเราต้องการรักษาความเป็นผู้นำในตลาดหูฟัง ล่าสุดฟิลิปส์ได้ร่วมมือกับ O'Neil ผู้ผลิตอุปกรณ์กีฬาทางน้ำชั้นนำจากอเมริกา ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หูฟังภายใต้แบรนด์ Philips O'Neil ออกสินค้าที่เน้นดีไซน์ทันสมัย แข็งแรง เพื่อเจาะกลุ่มคนเล่นกีฬา"นางสาวสิริวรรณกล่าว