

การขยายผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่มี ราคาที่เหมาะสม ถือเป็นหัวใจหลักขององค์กร

D-Link International Pte Ltd. ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ Network คุณภาพเยี่ยม D-Link โดยในปัจจุบัน D-Link ได้ออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานทุกภาคส่วน ไม่ว่าจะเป็นทางด้านอินเทอร์เน็ตไร้สายและด้านคอนซูมเมอร์ โดยในส่วนของตลาดคอนซูมเมอร์ผลิตภัณฑ์ของ D-Link ถือว่ามีส่วนแบ่งการตลาดมากถึง 80%

ในช่วงปี 2009 ที่ผ่านมากับปัญหาภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ ซึ่งต้องยอมรับว่าเราได้รับผลกระทบอยู่บ้าง แต่ด้วยมุมมองและวิสัยทัศน์ที่แตกต่าง ทำให้เรามีการปรับรับกับสภาวะที่เกิดขึ้นได้เป็นอย่างดี ซึ่งในปีที่ผ่านมา D-Link มีอัตราการเติบโตโดยภาพรวมที่ประมาณ 8% จากปกติที่ทุกปีเรา จะมีการเติบโตเป็นเลข 2 หลักที่ 10 กว่าเปอร์เซ็นต์มาโดยตลอด โดยส่วนหนึ่งได้จากผลิตภัณฑ์ ADSL ที่มีอัตราการเติบโตมากกว่า 35% ซึ่งถือว่าเป็น การเติบโตที่ดี แม้ว่าจะอยู่ในช่วงภาวะเศรษฐกิจแบบนี้

ในส่วนของ ADSL มีอัตราการเติบโตที่ 7% โดยได้จากการจำหน่าย พ่วงไปกับระบบ TOT ทำให้ผู้ใช้งานได้รู้จักกับผลิตภัณฑ์ของทาง D-Link มากขึ้น

ปี 2010 ทาง D-Link จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่ออกมามากหลายมากขึ้น เพื่อที่จะตอบสนองของกลุ่มของผู้ใช้งานให้ครบถ้วน ซึ่งรวมไปถึงฟีเจอร์ใหม่ๆ ของสินค้าด้วย พร้อมกันนี้ได้มีการตั้งอัตราการเติบโตไว้ที่ 15% และคาดว่า จะมีจำนวนชิ้นที่จำหน่ายออกไปจะมากกว่าปี 2009 ประมาณ 15-30%


ส่วนแบ่งทางการตลาดยังคงรักษาตลาดในระดับคอนซูมเมอร์ไว้ เนื่องจากว่าเป็นตลาดใหญ่ของ D-Link และในปี 2010 เราจะทำตลาดเพิ่มเติมในกลุ่มของผลิตภัณฑ์ 3G เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งาน ที่เพิ่มมากขึ้น

ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่เป็น Wireless ในปี 2010 ทาง D-Link จะออกมาให้เห็นมากขึ้นเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นมาตรฐาน n หรือ g ซึ่งแนวโน้ม ผลิตภัณฑ์ที่เป็น Wireless n ในตลาดจะมีการปรับราคาลงมาเนื่องจากมี ความต้องการของผู้ใช้งานที่สูงขึ้น ซึ่งทาง D-Link เองก็จะมีการปรับในเรื่อง ของราคาผลิตภัณฑ์มาตรฐาน n ให้มาใกล้เคียงกับ มาตรฐาน g มากขึ้น เพื่อเป็นตัวกระตุ้นความสนใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ส่วน IP Camera ของทาง D-Link เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการ เติบโตที่ดี โดยในปี 2009 มีอัตราการเติบโตสูงกว่า 10% ซึ่งได้มีการนำไปใช้ งานในส่วนของ Retail Store และ Corporate Project มากขึ้น เนื่องจากตัว ผลิตภัณฑ์มีความง่ายในการใช้งาน มีการออกแบบที่เข้ากับองค์กร ทำให้ลูก ค้าไม่มองว่าเป็นอุปกรณ์ที่ใช้งานยาก พร้อมกันนี้ก็ยกไฟท์ตลาดส่วนใหญ่ ไปที่กลุ่มตลาดในระดับกลางขึ้นไป

กลุ่มผู้ใช้งานตามบ้านและธุรกิจ SME ก็มีการใช้งานในส่วน IP Camera ด้วยเช่นกัน โดยใช้ในการเฝ้าดูการทำงานของพนักงาน, ตรวจสอบสินค้า โดยส่วนมากผู้ใช้งานในกลุ่มนี้จะต้องการสินค้าราคาที่ย่อมเยาโดยอาจจะอยู่ ในช่วง 5-6 พันบาท ที่เป็นงบประมาณที่พอจะจ่ายได้ ซึ่งตัวผลิตภัณฑ์ของ D-Link ก็มีรองรับในส่วนนี้ และหาซื้อได้ง่ายตามร้านค้าทั่วไปอีกด้วย

นอกจากนี้ IP Camera ในกลุ่มของ corporate ปี 2010 จะมีออกมา อีก 8 รุ่นเพื่อตอบสนองการทำงานให้ครอบคลุมมากขึ้น มาพร้อมซอฟต์แวร์ที่ สามารถใช้งานกับกล้องได้ถึง 32 ตัว และจะมีผลิตภัณฑ์ NVR ออกมาด้วย ซึ่งตัว NVR ก็สามารถที่จะรีโมทเข้ามาดูการทำงานได้อย่างง่ายดาย

สำหรับตลาดในประเทศไทยถือเป็นตลาดที่ใหญ่มากที่สุดแห่งหนึ่ง และเป็นตลาดที่ใครๆ ก็คิดจะเข้ามาลงทุน เนื่องจากยังมีช่องว่างของตลาด อยู่อีกมาก อีกทั้งประชากรยังมีพื้นฐานในเรื่องของไอทีที่ดีและเปิดรับ เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ง่าย สำหรับสินค้าประเภท Network ในปัจจุบันก็มีมาให้ เห็นมากขึ้น โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มาจากประเทศจีน ที่มีราคาถูก แต่ คุณภาพไม่ได้มาตรฐาน แต่ผลิตภัณฑ์ของทาง D-Link เรายังคงเน้นและให้ ความสำคัญในเรื่อง Value for Money เพื่อให้ D-Link เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ งานได้คุ้มค่าในราคาที่เหมาะสม และนี่คือหัวใจในการทำงานของเรา 



Sam Wong
Sales Director
D-Link International Pte Ltd.