

ไฮเออร์ปุพรมแดงสู่แบรนด์อันดับ 1 เครื่องใช้ไฟฟ้า ระดับโลกโดยยูโรมอเตอร์ 7 ปีซ้อน



ไฮเออร์ปุพรมแดงสู่แบรนด์อันดับ 1

เครื่องใช้ไฟฟ้าระดับโลกโดยยูโรมอเตอร์ 7 ปีซ้อน

ไฮเออร์ แบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ในครัวเรือนชั้นนำของโลก ได้รับการจัดอันดับโดยยูโรมอเตอร์ อินเตอร์เนชั่นแนลให้เป็นแบรนด์เครื่องใช้ไฟฟ้าอันดับ 1 ของโลกอีกครั้ง ซึ่งนับเป็นปีที่ 7 ติดต่อกันที่ไฮเออร์ได้รับเกียรตินี้โดยพิจารณาจากส่วนแบ่งการตลาด จากข้อมูลที่เปิดเผยโดยยูโรมอเตอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล ซึ่งเป็นองค์กรอิสระชั้นนำของโลกที่สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรม ประเทศ บริษัท และผู้บริโภค ไฮเออร์มีส่วนแบ่งการตลาดถึงร้อยละ 9.8 ของปริมาณการค้าปลีกทั่วโลกในปี 2558

มร. หยาง เสี่ยวหลิน ประธานกรรมการบริหาร กลุ่มบริษัทไฮเออร์ ประเทศไทย กล่าวว่าสำหรับในปี 2558 ตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนของโลกมีความเปลี่ยนแปลงเป็นอย่างมาก ผู้บริโภคใช้อินเตอร์เน็ตกันมากขึ้นในการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการเฉพาะตัว โดยระบบการผลิตในอุตสาหกรรมที่เป็นระบบปิดและล้าสมัยไม่สามารถที่จะสนองความต้องการที่เกิดขึ้นได้อีกต่อไป ซึ่งบริษัทต่างๆ จึงจำเป็นต้องรับฟังและตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคเพื่อที่จะสร้างความโดดเด่นในตลาดสินค้า แม้ว่าตลาดเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนทั่วโลกจะมีการเติบโตไม่มากนัก แต่ไฮเออร์ก็สามารถรักษาตำแหน่งผู้นำในธุรกิจเครื่องใช้ไฟฟ้าในครัวเรือนไว้ได้ด้วยการปรับโมเดลทางธุรกิจให้เข้ากับยุคอินเทอร์เน็ตและความต้องการที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

“ไฮเออร์ได้เปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมที่ดีและเอื้ออำนวยต่อการเชื่อมโยงสู่ผู้บริโภค อาทิ โรงงานแบบออนไลน์ (Online Factories) ซึ่งเป็นต้นแบบของระบบผลิตที่พัฒนาขึ้นโดยไฮเออร์ สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ที่กำหนดไว้ใน Industry 4.0 ไฮเออร์ได้เปิดโรงงานประเภทนี้ไปแล้วจำนวนหนึ่ง ได้แก่ โรงงานผลิตตู้เย็นในเงินหยาง และโรงงานผลิตเครื่องปรับอากาศในเจิ้งโจว ด้วยการเชื่อมโยงผู้บริโภคเข้ากับโรงงานและซัพพลายเออร์ ผู้บริโภคของไฮเออร์จึงกลายเป็นนักออกแบบและสามารถมีส่วนร่วมในการวิจัยและพัฒนา รวมไปถึงกระบวนการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ทั้งหมดนี้สอดคล้องกับความมุ่งมั่นของไฮเออร์ที่จะทำให้ทั้งโลกเป็นเสมือนฝ่ายวิจัยและพัฒนา รวมทั้งฝ่าย

ทรัพยากรมนุษย์ของบริษัท”

ประธานกรรมการบริหาร กล่าวเพิ่มเติมว่าด้วยวิธีการใหม่ๆ ในการเชื่อมโยงกับผู้บริโภค ตลอดจนการที่ไฮเออร์ นำเอาระบบบ้านอัจฉริยะมาใช้มากขึ้น ซึ่งนำมาสู่การเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ประสบความสำเร็จในปี 2558 เช่น เครื่องซักผ้าที่ไม่ต้องทำความสะอาด โดยเครื่องนี้จะทำความสะอาดถังซักผ้าไปด้วยในขณะที่ซักผ้า จึงทำให้ไฮเออร์ ขึ้นเป็นแบรนด์อันดับ 1 ในการจัดอันดับประเภทเครื่องซักอบรีดในครัวเรือน โดยยูโรมอนิเตอร์ และเซ็นเดียวกัน ตู้เย็นซินจู (Xinchu) ที่เชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ตได้ ทำให้ผู้ใช้สามารถชมวิดีโอและสั่งซื้ออาหารได้ในขณะที่ทำอาหาร เป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในปี 2558 และช่วยให้ไฮเออร์ขึ้นอันดับ 1 ในการจัดอันดับผลิตภัณฑ์ ประเภทตู้เย็น นอกจากนี้ไฮเออร์ยังครองอันดับ 1 ในผลิตภัณฑ์อีก 2 ประเภทจากการสำรวจของยูโรมอนิเตอร์ นั่นก็คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทตู้แช่แข็งและประเภทตู้แช่ไวน์

ในการก้าวสู่ปี 2559 ไฮเออร์ซึ่งได้ประกาศร่วมเป็นพันธมิตรกับเจเนอรัล อิเลคทริก และซื้อกิจการ จีอี แอปพลายแอนซ์ มีการวางแผนอย่างต่อเนื่องที่จะปรับเปลี่ยนองค์กรจากบริษัทผู้ผลิตสู่การเป็นแพลตฟอร์มที่จะช่วยบ่มเพาะผู้ประกอบการ ไฮเออร์จะยังคงสร้างแพลตฟอร์มที่เน้นความร่วมมือในปี 2559 ด้วยความมุ่งมั่นที่จะก้าวสู่ชัยชนะไปด้วยกันและสร้างมูลค่าให้กับผู้ถือหุ้นทั้งหมด