ตลาดคอลลาเจนยังสดใส “คอลลี่ คอลลาเจน” โหมบุกหนักจีน-เวียดนามทุ่ม 100 ล้าน ขยายโรงงานใหม่

นาย พีรพัฒน์ ลิขิตรัตน์เจริญ กรรมการผู้จัดการ บริษัท พีพีที พลัส จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า คอลลี่ คอลลาเจน (Colly Collagen) เปิดเผยว่า ปัจจุบันตลาดคอลลาเจนขยายตัวไปอย่างรวดเร็วทั้งใน และต่างประเทศ ปัจจัยบวกมาจากคนหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น จึงหันมาดูแลตัวเอง แม้ว่าตลาดในไทยจะอยู่ในภาวะทรงตัวเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจในประเทศที่ไม่ขยายตัวมากนัก แต่ยังมีตลาดต่างประเทศมาชดเชย โดยเฉพาะตลาดจีน แนวโน้มเติบโตแบบก้าวกระโดด เพราะเศรษฐกิจจีนยังดี กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น

จากการสำรวจพฤติกรรมลูกค้าจีนชื่นชอบสินค้าจากไทยมาก ส่วนใหญ่จะเป็นลูกค้ากลุ่มที่มีรายได้ B+ ขึ้นไป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวไทยมักจะหาซื้อสินค้าก่อนกลับประเทศ ส่วนตลาดเวียดนามก็กำลังขยายตัวไปอย่างรวดเร็ว ล่าสุดบริษัทได้เข้าไปลงทุนตั้งสำนักงานแล้วที่เวียดนาม เพื่อรองรับการขยายตัวของธุรกิจ ส่วนแผนการตลาดใหม่จะเตรียมบุกตลาดอินโดนีเซีย ที่มีประชากรจำนวนมาก และมีกำลังซื้อสูง ส่วนการทำตลาดจีนในระยาวจะทำงานร่วมกับพาสเนอร์มากยิ่งขึ้น และมีแนวคิดที่จะตั้งโรงงานในจีน แต่จะต้องดูสถานการณ์ไปสักพักก่อน และศึกษาในรายละเอียดอย่างถี่ถ้วนอีกที โดยขณะนี้สัดส่วนตลาดต่างประเทศอยู่ที่ 50% ในประเทศ 50% แนวโน้มสัดส่วนตลาดต่างประเทศจะมากขึ้น

สำหรับตลาดในประเทศจะเน้นการขายผ่านโมเดิร์นเทรด เช่น วัตสัน เซเว่น อีเลฟเว่น และร้านขายยา ทั่วประเทศ และขายผ่านออนไลน์ โดยจะแบ่งสัดส่วนตลาด 70 % อยู่โมเดิร์นเทรด และ 30% อยู่ที่ช่องออนไลน์ ปัจจุบันบริษัทมีสินค้าประมาณ 10 ชนิด และเตรียมจะเปิดตัวสินค้าใหม่ๆ ไปเรื่อยๆ ในแต่ละปี เช่น สินค้ากลุ่มผู้ชาย เพิ่มความแข็งแรง และกลุ่มคอสเมติก เพื่อเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ เพื่อชิงส่วนแบ่งการตลาดคอลลาเจน ที่มีมูลค่าตลาดรวมทั้งประเทศ ประมาณ 4,500 ล้านบาท

อย่างไรก็ตามการแข่งขันในการทำการตลาดที่รุนแรง และมีคู่แข่งที่มีมากขึ้นในท้องตลาด บริษัทมองว่า ไม่ใช่ปัญหา เพราะจะชูจุดแข็งของสินค้าที่มีคุณภาพ ผ่านมาตรฐานความปลอดภัย โดยในปีนี้คาดว่าธุรกิจจะเติบโตต่อเนื่องจากเดิมยอดขาย 3 แสนกล่อง/เดือน ขยายตัวมาเป็น 7 แสนกล่อง/เดือน จึงทำให้บริษัททุ่มงบประมาณกว่า 100 ล้านบาท ขยายโรงงานการผลิต ที่ จ.ปทุมธานี เพื่อเพิ่มกำลังการผลิตรองรับตลาดที่เติบโตต่อเนื่อง และจะทุ่มงบ

ประมาณการตลาดกว่า 60-80 ล้านบาทในการทำการตลาดทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อกระตุ้นยอดขาย