

# แอ็บป้า อินดัสตรีส์ ปั้นแบรนด์ “GENALLY (เจน นัลลี) ลงสู่ศึกในตลาดคอนซูเมอร์ ตั้งเป้ายอดขาย 2 00 ล้านบาท ภายใน 2 ปี



บริษัท แอ็บป้า อินดัสตรีส์ จำกัด ผู้นำธุรกิจ OEM ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (Primary Packaging) มานานกว่า 55 ปี ต่อยอด DNA ธุรกิจสร้างแบรนด์ GENALLY (เจนนัลลี) ผู้ช่วยการใช้ชีวิตคนรุ่นใหม่ ลงแข่งขันในตลาดคอนซูเมอร์โปรดักส์ ด้วยผลิตภัณฑ์ที่ครอบคลุมทุกเซกเมนต์ ตอบโจทย์ทุกไลฟ์สไตล์ทุกวัย ตั้งแต่แรกเกิดจนถึงวัยผู้สูงอายุ พร้อมส่งสินค้าเฟสแรกลงชิงเค้กในตลาดแม่และเด็ก ซึ่งมีมูลค่าตลาดสูงมากกว่า 900 ล้านบาท ตั้งเป้าสร้างยอดขาย 200 ล้านบาท ภายใน 2 ปี

คุณประพนธ์ กุลไพศาล กรรมการผู้จัดการ บริษัท แอ็บป้า อินดัสตรีส์ จำกัด กล่าวว่า ปัจจุบันเราเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในวงการแพทย์ อาทิ หลอดยา หลอดวัคซีน ขวดน้ำเกลือ ฯลฯ และเครื่องสำอางชั้นนำของประเทศไทย โดยมีสายการผลิตทั้งหมด 3 สายได้แก่ สายการผลิตบรรจุภัณฑ์อะลูมิเนียม สายการผลิตบรรจุภัณฑ์แก้ว และสายการผลิตบรรจุภัณฑ์พลาสติก ได้มาตรฐาน ISO 9001 ISO 14644 Clean Room จึงมั่นใจได้ถึงความปลอดภัยและมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ “จากประสบการณ์และองค์ความรู้ต่างๆ ในวิชาชีพที่สั่งสมมานานบวกกับกระบวนการผลิตที่สะอาดปลอดภัย จึงกลายเป็นจุดแข็งของบริษัทฯ ที่ถูกนำมาต่อยอด DNA เป็นธุรกิจใหม่เพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเราเลือกที่จะผันตัวเองจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial

Product) ขยายสู่สายการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผู้บริโภค (Consumer Product) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาแบรนด์ Genally ที่มีเป้าหมายในการสร้างสรรค์ คัดสรร และส่งมอบ “Life Solutions” เพื่อยกระดับความสุขในการใช้ชีวิตของทุกเจนเนเรชั่น

คุณประพนธ์ กล่าวต่อว่า ผลิตภัณฑ์ของ Genally แบ่งออกเป็น 3 ซีรีส์หลัก ได้แก่ 1. Bloom คือ กลุ่มเด็ก 2. Mellow คือ กลุ่มเริ่มต้นครอบครัวและวัยคนทำงาน 3. Grand คือกลุ่มผู้สูงวัยที่มีความคล่องตัว โดยในปี 2562 เรา จะเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในส่วนของ Bloom ซีรีส์และ Mellow ซีรีส์ ก่อน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับแม่และเด็ก เหมาะ สำหรับครอบครัวคนรุ่นใหม่ ซึ่งสินค้าในกลุ่มนี้ประกอบด้วย ชุดให้นม NMT Easy Set ที่เราคิดค้นและออกแบบมา เป็นนวัตกรรม NMT (No Milk Transfer Hygienic System) ได้จดสิทธิบัตรไว้กับกรมทรัพย์สินทางปัญญา โดย นวัตกรรมดังกล่าวจะช่วยลดความยุ่งยากในการให้นมบุตร สะดวก สะอาด และปลอดภัย

นอกจากนี้ยังมีสินค้าในกลุ่มที่ช่วยเรื่อง Easy Life เน้นความสะดวกในการเดินทาง เรียกว่า Lalla Bag Series ซึ่ง ประกอบไปด้วย Genally Lalla Dad Bag กระเป๋าสมประสงค์สำหรับผู้ชายหรือคุณพ่อยุคใหม่ Genally Lalla Mom Bag กระเป๋าสมประสงค์สำหรับผู้หญิงและคุณแม่ยุคใหม่ Genally Lalla Ice Bag กระเป๋าเก็บความเย็น ที่ใช้สำหรับ เก็บนมของคุณแม่ที่ปั๊มระหว่างวัน หรือใช้เก็บอาหารสำหรับลูกน้อย ซึ่งเรา

มั่นใจมากๆ ว่าสินค้าในกลุ่มนี้ของเราจะสามารถแข่งขันในตลาดนี้ได้ ปัจจุบันตัวเลขทางการตลาดขุดนมในประเทศไทยอยู่ที่ 900-1,100 ล้านบาท เราจึงพยายามคิดค้นผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมในเซกเมนต์นี้ ยกตัวอย่างเช่น ถ้วยอาหารแช่แข็ง แผ่นกันเปื้อนแบบพกพา แผ่นรองเปลี่ยนผ้าอ้อมแบบพกพา ผลิตจากวัสดุที่ย่อยสลายได้ในธรรมชาติ หรือสามารถรีไซเคิลได้ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

คุณประพนธ์ ให้ข้อมูลต่อว่า นอกจากจะคิดค้นและผลิตสินค้าภายใต้แบรนด์ Genally (เจนเนลลี่) แล้วเรายังได้ผึกกำลังกับบริษัท Made By Mom Inc. ประเทศเกาหลี นำเข้าผลิตภัณฑ์เสื้ออัจฉริยะพูดได้ Liku by Genally (ลิคูบาย เจนเนลลี่) มาจำหน่ายในประเทศไทย ซึ่งที่ผ่านมาได้จำหน่ายตามงานแฟร์เกี่ยวกับแม่และเด็ก ได้รับกระแสตอบรับดีมาก

Mrs. Mina Ha ประธานกรรมการบริหาร บริษัท MadeByMom ประเทศเกาหลี กล่าวว่า การร่วมมือทางธุรกิจกับ Genally (เจนเนลลี่) ถือเป็น การนำเสื่อเพื่อการเรียนรู้ Liku เข้ามาทำตลาดในประเทศไทย โดยที่ผ่านมายอดขายของบริษัทอันดับ 1 ยังคงเป็นยอดขายในประเทศเกาหลี อยู่ที่ประมาณ 400,000 ดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ยังมีการขยายตลาดไปยังประเทศฮ่องกง อินโดนีเซีย เวียดนาม ไต้หวัน ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ สำหรับความร่วมมือในครั้งนี้ เรา มั่นใจในศักยภาพของเจนเนลลี่ ที่จะทำให้สินค้าเราเติบโตในตลาดสินค้าแม่และเด็กในประเทศไทย และในอนาคต made by mom อยากจะร่วมมือกับ Genally ในการทำโครงการ letter combination Education Mat Kit ในเวอร์ชันภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

คุณประพนธ์ กล่าวปิดท้ายว่า ทางด้านแผนการดำเนินธุรกิจในช่วงแรก เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องสร้างให้เกิดความรู้ความเข้าใจ ดังนั้นการทำการตลาดและการขายจะมุ่งเน้นในช่องทางออนไลน์ต่างๆ ผ่านทางเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และไลน์ ของเจ้าหน้าที่เองก่อน และจะขยายไปเปิดร้านใน e-marketplace ในลำดับต่อไป รวมทั้งยังมองช่องทางออฟไลน์อย่าง โมเดิร์น เทรด การร่วมออกงานอีเวนท์ งานแสดงสินค้าต่างๆ และ จัดโรดโชว์ไปยังโรงพยาบาล หรือตามสถานที่ต่างๆ เจาะตามความสนใจของกลุ่มเป้าหมายควบคู่ไปด้วย นอกจากนี้ยังจะใช้กลยุทธ์การร่วมเป็นพันธมิตรกับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ในกลุ่มเดียวกันที่จะสามารถทำการตลาดร่วมไปด้วยกันได้ โดยเราจะเน้นการทำตลาดแบบค่อยๆ เป็นค่อยๆ ไป เนื่องจากการแข่งขันในตลาดกลุ่มนี้มีสูงมาก ซึ่งเราตั้งเป้าหมายยอดขายว่า ภายใน 2 ปี จะมีรายได้ประมาณ 200 ล้านบาท ในส่วนของการลงทุนสร้าง แปรนด์เราใช้เงินลงทุนไปประมาณ 10 ล้านบาท สำหรับสัดส่วนทางธุรกิจตอนนี้แบ่งเป็น OEM 90 เปอร์เซ็นต์ และยอดขายจากแบรนด์เจ้าหน้าที่อีก 10 เปอร์เซ็นต์