

'ไวท์เนเจอร์'รับเออีซีมาแรง ปรับโมเดลจับลูกค้า'มุสลิม'



● สิริพงศ์ ชัยเบรสสิทธ์

ทิศทางอุตสาหกรรมในตลาดโลก ปี 2555 พบว่าแนวโน้มธุรกิจอาหารสุขภาพยังคงแรงต่อเนื่องไปอีก 3-5 ปี ข้างหน้า ท่ามกลางการแข่งขันสูงเป็นเหตุให้หลายบริษัทเร่งปรับตัวเพื่อขึ้นเป็นผู้นำทางการผลิต ส่วนทิศทางด้านการตลาดนั้นสถาบันอาหารพบว่า แนวโน้มมูลค่าการตลาดรวม นั้นมีโอกาสเติบโตต่อเนื่องเช่นกัน เนื่องจากวิถีชีวิตที่เร่งรีบของคนไทยและคนอาเซียนทำให้มีเวลาออกกำลังกายน้อยลง พึ่งพาอาหารจานด่วน และอีกหลายปัจจัยส่งผลทำให้เกิดปัญหาสุขภาพตามมา

นายสิริพงศ์ ชัยเบรสสิทธ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไวท์เนเจอร์ จำกัด ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับชาเขียวเครื่องดื่มผสมสมุนไพรตราไวท์เนเจอร์ มองเห็นการขยายตัวของตลาดที่เพิ่มมากขึ้นเมื่อรวมเป็น 10 ประเทศประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนและจากการที่บริษัทไวท์เนเจอร์ฯ เป็นผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ไวท์เนเจอร์ มานานกว่า 5 ปี มีชื่อเสียงด้านความเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องดื่มสมุนไพรแท้ 100% ซึ่งผลิตและคิดค้นสูตรจาก บริษัท ทีแกลเลอรี ควบคุมการผลิตโดย Five Stars Herbs ที่ได้มาตรฐาน GMP เป็น

สูตรผสมของภูมิปัญญาโบราณระหว่างไทย-จีน ตามแบบฉบับแผนโบราณ อีกทั้งในตัวผลิตภัณฑ์ยังมีใบรับรอง Halal อีกด้วย กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหลัก คือผู้ที่ใส่ใจการดูแลสุขภาพ โดยส่วนมากลูกค้าเป็นกลุ่มเบาหวาน ความดันโลหิตสูง ไขมันในเส้นเลือด เนื่องจากดื่มง่าย สะดวก และมีความเป็นธรรมชาติ จึงตอบโจทย์สำหรับคนที่รักสุขภาพได้ดี

หากเปิดเออีซีจะมีประชากร 600 ล้านคน และมีชาวมุสลิมเกินกว่าครึ่ง ซึ่งมีนิสัยการบริโภคอาหาร หวานมันที่เป็นต้นเหตุของโรคเบาหวาน โรค

ไขมันในเส้นเลือด ซึ่งคนกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายสินค้า ทางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นการขายผ่านตัวแทนจำหน่าย การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้ถึงกลุ่มผู้บริโภคโดยตรง