

Headline **Beauty Drink sales peak ib 8 years round**
 Date **05 Jul 2010**
 MediaTitle **Siam Rath**
 Section **Business**
 Journalist **N/A**
 Frequency **Daily**
 Circ / Read **100,000 / 240,000**

Language **Thai**
 Page No **16**
 Article Size **272 cm²**
 Color **Full Color**
 ADValue **32,547**
 PRValue **97,641**



■ ผลแคมเปญ 'รวยตลอดชาติ' อด 400 ล้านสร้างรง.ใหม่ บิวตี้ดริงค์ ยอดพุ่งพีคสุดใน 8 ปี

ทรัพย์สินอันต์ฯ สู้ปลื้มยอดขาย "บิวตี้ดริงค์" พุ่งสูงสุดรอบ 8 ปี เดือน พ.ค. ยอดขายทะลุ 150 ลบ.เตรียมทุ่ม 400 ลบ. สร้างโรงงานใหม่ ผลิตเพิ่มเป็น 20 ล้านขวดต่อเดือน

นายอดิศักดิ์ รักภริยะพงศ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ทรัพย์สินอันต์ เยนเนอรัล ฟู้ด จำกัด ผู้ผลิตและทำตลาดเครื่องดื่ม เช็ปปี้ บิวตี้ ดริงค์ เปิดเผยว่า ยอดขายเครื่องดื่ม เช็ปปี้ บิวตี้ ดริงค์ ในช่วงครึ่งปีแรกที่ผ่านมามีเติบโตสูงถึงร้อยละ 60-80 เมื่อเทียบกับช่วงหน้าร้อนเดียวกันของปีก่อน สูงที่สุดในรอบ 8 ปี เพราะได้รับแรงหนุนจากการจัดแคมเปญ "รวยตลอดชาติ" ที่แจกเงินรางวัลรวม 30 ล้านบาท ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคสูงมาก และเข้าสู่ช่วงหน้าร้อนที่สินค้า จะขายดีเป็น

พิเศษอยู่แล้ว ทั้งนี้ จากยอดขายของบริษัทที่เพิ่มขึ้น ทำให้สินค้าที่ผลิตสู่ตลาดมีไม่เพียงพอ กับความต้องการของลูกค้า จึงมีแผนใช้เงินลงทุน 400 ล้านบาท เพื่อสร้างโรงงานแห่งใหม่ ที่ จ.ปทุมธานี พื้นที่รวม 100 ไร่ คาดว่าจะเริ่มผลิตได้ในต้นปี 2554 ทำให้บริษัทเพิ่มกำลังการผลิตสินค้าขึ้นอีกร้อยละ 40-50 จนมาอยู่ที่ระดับ 20 ล้านขวดต่อเดือน จากปกติผลิตได้ 17 ล้านขวดต่อเดือน จากโรงงานที่มีอยู่ 5 แห่ง แบ่งเป็นโรงงานที่บริษัทจ้างผลิต 4 แห่ง และโรงงานของบริษัทเอง 1 แห่ง โดยกำลังการผลิตที่เพิ่มขึ้นนี้จะป้อนตลาดในประเทศและตลาดส่งออกทั่วโลก ซึ่งปัจจุบันมียอดส่งออกไปแล้วกว่า 30 ประเทศ ส่วนครึ่งปีหลังบริษัทเตรียมทุ่มงบ 30

ล้านบาท เพื่อทำการตลาดและเปิดตัวสินค้า นวัตกรรมใหม่ภายใต้ซบแบรนด์ของ บิวตี้ดริงค์ หวังกระตุ้นตลาดเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพให้คึกคักมากขึ้น และในช่วง 3 เดือนเตรียมปรับโฉม บิวตี้ ดริงค์ ในรูปแบบซ้อตใหม่ รวมถึงการปรับแผนการตลาด และบรรจุภัณฑ์ พร้อมลดราคาขายลงมาที่ 25-29 บาท จากเดิมมีราคาขาย 45 บาท อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการตลาดในครึ่งปีหลังที่วางไว้จะอยู่ที่ 30 ล้านบาทก็ตาม แต่บริษัทก็อาจจะเพิ่มงบทำตลาดมากขึ้นหากผลตอบรับของแคมเปญ "รวยตลอดชาติ" ประสบความสำเร็จสูงเกินเป้าหมายที่วางไว้ โดยในช่วงครึ่งปีแรกได้ใช้งบทำตลาดไปแล้ว 100 ล้านบาท สำหรับตลาดรวมเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในปัจจุบัน ที่มีมูลค่า 3,000 ล้านบาท มีการ

แข่งขันที่รุนแรง เพราะมีแบรนด์ใหม่เปิดตัวสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง และอากาศเมืองไทยที่ร้อนมากทำให้ความต้องการบริโภคเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้นมาก จึงคาดว่าตลาดรวมในปีนี้จะเติบโตกว่าเท่าตัวโดยบริษัทเป็นผู้นำการตลาดด้วยส่วนแบ่งร้อยละ 60 อันดับ 2 เป็นอะมิโน โอเค ร้อยละ 15 และบ๊องส์ร้อยละ 12 โดยประเมินว่าในอีก 1-2 ปีข้างหน้า ตลาดรวมมีแนวโน้มที่จะเข้าสู่จุดอิ่มตัวและในปี 54 จะไม่มีโอกาสที่จะเติบโตได้ถึงหลักร้อยละ 100 เพราะมีขนาดตลาดเริ่มมีฐานที่ใหญ่แล้ว ขณะที่ยอดขายรวมของบริษัทในสิ้นปีนี้ คาดว่าจะอยู่ที่ 1,600 ล้านบาท สัดส่วนยอดขายมาจาก บิวตี้ ดริงค์ ประมาณร้อยละ 50 หรือ 1,200 ล้านบาท ส่วนในปี 52 ที่ผ่านมามีบริษัทที่มียอดขายรวม 1,200 ล้านบาท