

“สกินเทค” ผลิตผงล้างหน้าจูดขายนวัตกรรมข้าวไทย



"สกินเทค" ส่งผงล้างหน้าจากสารสกัดข้าวไทยสายพันธุ์ GI เจ้าแรกในไทยสู่ศึกการตลาด ชูนวัตกรรมดึงสารสกัดสำคัญดึงดูดใจผู้บริโภค ระบุเริ่มขายเคโรเดอะมอลล์ และจีน พร้อมเตรียมขยายตลาดไปเซ็นทรัล ก่อนออกผลงานแสดงสินค้ายุโรปร่วมกระทรวงพาณิชย์ และงานอินเตอร์ซาร์มเกาหลี

นายสุพัฒน์ เลาระวัตร กรรมการผู้จัดการ บริษัท สกินเทค อินเตอร์โปรดักส์ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องสำอางภายใต้แบรนด์ "สกินเฮฟเวน" (Skin Heaven) เปิดเผยกับ "ฐานเศรษฐกิจ" ว่า บริษัทได้นำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดในรูปแบบของผงล้างหน้าจากสารสกัดข้าวไทยสายพันธุ์ GI หรือข้าวที่เพาะปลูกในพื้นที่ซึ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) โดยถือเป็นเจ้าแรกของประเทศไทยที่ทำผลิตภัณฑ์ล้างหน้าในรูปแบบดังกล่าว จากเดิมที่ตามปกติผลิตภัณฑ์ทั่วไปในตลาดจะเป็นรูปแบบของโฟม

ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นนวัตกรรมที่พัฒนามาจากข้าวไทยซึ่งมีคุณสมบัติสำคัญในการเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภคทั่วโลก เนื่องจากข้าวไทยแบบ GI ซึ่งเป็นการปลูกในที่เหมาะสม โดยเฉพาะเลือกใช้พันธุ์ข้าวสังข์หยด จากจังหวัดพัทลุง และข้าวเหนียวเขาวง จากจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งจะมีวิตามินและแร่ธาตุที่แตกต่างจากข้าวทั่วไป เมื่อนำมาสกัดเป็นเครื่องสำอางจะช่วยให้ผู้ใช้มีผิวพรรณที่ดีขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มมูลค่าจากข้าวเปลือกธรรมดา ซึ่งส่วนใหญ่จะมีราคาอยู่ที่ประมาณ 10 บาทต่อกิโลกรัมได้ถึง 400 เท่า "เราสามารถเพิ่มมูลค่าจากข้าวเปลือกธรรมดาได้ถึง 400 เท่า โดยเราจะรับซื้อข้าวเปลือกจากแปลงที่เป็นเกษตรกรอินทรีย์ เพื่อนำมาสีด้วยเครื่องสีในโรงงานของบริษัทเอง ซึ่งปริมาณข้าว 60 กรัมที่ผ่านนวัตกรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์แล้วสามารถขายได้ที่ 800 บาท" สำหรับกลยุทธ์ในการตลาดนั้น ล่าสุดบริษัทได้นำผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายแล้วในเคโรเดอะมอลล์รูป โดยมุ่งหวังเจาะกลุ่มลูกค้า

เป้าหมายตั้งแต่วัยรุ่นไปจนถึงผู้สูงอายุ อีกทั้งปัจจุบันก็อยู่ในขั้นของการเจรจาทางธุรกิจกับเครือข่ายเครื่องสำอาง และจะขยายสู่ช่องทางอื่นเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่อง เพื่อขยายฐานลูกค้าขณะที่ในส่วนของ การตลาดต่างประเทศ บริษัทได้เริ่มนำผลิตภัณฑ์ไปทำตลาดแล้ว ที่ประเทศจีน แต่ยังมีจำนวน ไม่มาก

อย่างไรก็ดี บริษัทกำลังอยู่ระหว่างการเจรจาความร่วมมือกับกระทรวงพาณิชย์ ในการเดินทางไปร่วมงานแสดงสินค้าที่ยุโรป เพื่อแนะนำผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จักของบริโภคในโซนดังกล่าว นอกจากนี้ ในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน บริษัทมีแผนที่จะเข้าร่วมงานแสดงสินค้าประเภทเครื่องสำอางที่ประเทศเกาหลี ภายใต้ชื่องาน อินเตอร์ชาร์ม (inter CHARM BEAUTY EXPO KOREA) โดยมองว่าตลาดเครื่องสำอางของเกาหลีเป็นตลาดที่ใหญ่รองจากประเทศญี่ปุ่น-น ซึ่งการที่บริษัทไปเปิดตัวผลิตภัณฑ์ภายในงานดังกล่าว เชื่อว่าจะช่วยเป็นช่องทางกระจายสินค้าเครื่องสำอางไทยให้เป็นที่รู้จักในระดับโลก

"จากกลยุทธ์การทำตลาดในรูปแบบดังกล่าวเชื่อว่า ผลิตภัณฑ์ผิวงหน้าจากสารสกัดข้าว ไทยสายพันธุ์ GI จะสามารถสร้างรายได้ให้กับบริษัทได้ประมาณ 2-5 ล้านบาทต่อเดือน หรือประมาณ 36-40 ล้านบาทต่อปี และจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากการขยายตามยุทธศาสตร์ที่วางเอาไว้"

นายสุวัฒน์ กล่าวต่อไปอีกว่า บริษัทยังเตรียมต่อยอดแตกไลน์ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากข้าวไทยไปสู่ น้ำตบหน้า เพื่อบำรุงผิวให้กระชับ และกระจ่างใสโดยทำมาจากน้ำข้าวข้าว ซึ่งเป็นการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาประยุกต์ใช้ โดยข้าวของบริษัท จะไม่มีสารเคมี



ดังนั้น จึงปลอดภัยสำหรับผู้บริโภค ซึ่งกระบวนการผลิตนั้นจะใช้วิธีการทางด้านชีวภาพเพื่อให้ได้สารสำคัญจากข้าวออกมาด้วยกรรมวิธีแบบเหล่าสาโท โดยแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดียวกันนี้ของแบรนด์จากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งใช้วิธีการหมักแบบสาเก

"ผลิตภัณฑ์น้ำตบหน้า ของบริษัทจะออกสู่ตลาดประมาณช่วงเดือนพฤศจิกายน เพื่อให้ทันออกงานแสดงสินค้าเครื่องสำอาง อินเตอร์ชาร์ม ที่ประเทศเกาหลี เพื่อสร้างความรับรู้ให้กับผู้ซื้อ (Buyer) จากต่างประเทศ โดยเชื่อว่าด้วยคุณภาพของข้าวไทยที่ไม่แพ้ชาติใดในโลก ไม่ว่าจะ เป็น เรื่องสารอาหาร และรสชาติ"

กลยุทธ์ดังกล่าวสร้างรายได้ 2-5 ล้านบาทต่อเดือน หรือประมาณ 36-40 ล้านบาทต่อปี