6. โครงการในอนาคต

บริษัทมีแผนในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ รวมทั้งการขยายธุรกิจและฐานลูกค้า ดังต่อไปนี้

(1) แผนการออกผลิตภัณฑ์ใหม่

บริษัทคาดว่าจะออกผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำมังคุดสกัดเข้มข้นบรรจุกระป๋อง สำหรับผู้ที่มีปัญหาภูมิแพ้และแพ้ภูมิตนเอง ซึ่งจะจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้าใหม่ ปัจจุบันกำลังอยู่ในระหว่างยื่นคำขอกับองค์การอาหารและยาโดยคาดว่าจะออกผลิตภัณฑ์ได้ในช่วงไตรมาสที่ ~~3~~ 4 ของปี 2554 นอกจากนี้ บริษัทกำลังอยู่ในระหว่างการวางแผนการออกผลิตภัณฑ์ในกลุ่ม Operation “BIM” สำหรับผู้มีปัญหามะเร็งและติดเชื้อ โดยจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำงานของ Th1 และ Th17 ในร่างกายที่มีผลต่อผู้เป็นมะเร็ง คาดว่าจะวางจำหน่ายประมาณต้นปี 2555 ผลิตภัณฑ์นี้จะมีประสิทธิภาพสูงกว่าผลิตภัณฑ์เดิม ที่จำหน่ายอยู่แล้วในขณะนี้

(2) แผนการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย

- ขยายสำนักงานสาขาของ ASL

ปัจจุบัน ASL มีสำนักงานเพียง 4 แห่ง คือสำนักงานใหญ่ในย่านรัชดาภิเษก กรุงเทพมหานคร และสำนักงานสาขา 3 แห่ง ซึ่งตั้งอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ สุราษฎร์ธานี และสงขลา ทำให้การให้บริการแก่ลูกค้าและสมาชิกตัวแทนขายมีข้อจำกัด ไม่สามารถกระจายสินค้าได้อย่างสะดวกและทั่วถึง ดังนั้นบริษัทจึงพิจารณาแผนการลงทุนเพื่อขยายสาขาจำหน่ายสินค้าของ ASL โดยในเบื้องต้นจะขยายสู่ 4 มุมเมืองของกรุงเทพมหานคร และหัวเมืองใหญ่ต่างๆ โดยในเบื้องต้นคาดว่าจะขยายสู่ ภูเก็ต พิษณุโลก และนครสวรรค์ เป็นต้น ซึ่งจะทำให้สินค้าของบริษัทเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวางมากขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มศูนย์ฝึกอบรมและให้ความรู้แก่สมาชิกและลูกค้า ซึ่งปัจจุบันพื้นที่ในสำนักงานใหญ่ของ ASL เริ่มไม่เพียงพอที่จะรองรับการขยายตัวของธุรกิจบริษัท โดยบริษัทวางแผนจะขยายสาขาเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 10 สาขาภายในปี 2556

- ขยายช่องทางการจัดจำหน่าย

บริษัทวางแผนการขยายช่องทางการจำหน่ายสู่ Modern Trade โดยคาดว่าจะเริ่มต้นจากผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ได้แก่ กลุ่ม Operation “BIM” และน้ำมังคุดสกัดเข้มข้นบรรจุกระป๋องที่เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งเป็นกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่มีฐานลูกค้าค่อนข้างกว้าง ในเบื้องต้นจะมุ่งเน้นกลุ่ม Modern Trade ที่มีฐานลูกค้ารายได้ระดับปานกลางขึ้นไป โดยคาดว่าจะมีการใช้งบประมาณจากการออกและเสนอขายหุ้นเพิ่มทุนในครั้งนี้ส่วนหนึ่งเป็นงบประมาณสำหรับการขยายตลาดในส่วนนี้

- ขยายสำนักงานขายในต่างประเทศ

บริษัทมีนโยบายมุ่งเน้นการตลาดในต่างประเทศมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ กลุ่มตะวันออกกลาง และประเทศจีน ซึ่งคาดว่าเป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีศักยภาพ โดยในปี 2555 บริษัทตั้งเป้าจะจัดตั้งสำนักงานขายใน 3 ประเทศได้แก่

- สิงคโปร์ เพื่อเป็นฐานการส่งออกสู่มาเลเซีย บรูไน และอินโดนีเซีย
- ดูไบ เพื่อเป็นฐานการส่งออกสู่กลุ่มประเทศในตะวันออกกลาง
- ฮ่องกง เพื่อเป็นฐานการกระจายสินค้าเข้าสู่ประเทศจีน

สำนักงานทั้ง 3 แห่งจะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของบริษัท ตั้งแต่ ผลการวิจัย ซึ่งใช้เป็นพื้นฐานในการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์นั้นๆ ตลอดจนผลการทดสอบทางคลินิคของแพทย์แผนปัจจุบัน และ ผลการใช้ของผู้บริโภค ทำการติดต่อและจัดการการแสดงผลิตภัณฑ์ในนิทรรศการในประเทศนั้นๆ และประเทศใกล้เคียง ทำความตกลงกับบริษัทที่ต้องการเป็นผู้แทนจำหน่ายในประเทศเหล่านั้น งบประมาณที่คาดว่าจะใช้ สำนักงานละ 2,000,000 บาท / ปี