



“ปีหน้าจะเป็นปีสำคัญของกียู หลังการรุดตลาดเกิดใหม่ในปี”

'ธีรพงศ์ จันศิริ'

พาเทรด 'กับดักเสนห์' TU

เสนห์ไม่เคยจาง !!
แม้ธุรกิจต้องเผชิญหน้าบรสุมรอบด้าน
ตรงข้ามต่างชาติยังหาจังหวะช้อน หุ่นไทยยูเนียน กรุป ไม่ขาดสาย
“ธีรพงศ์ จันศิริ” ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ย้ำความสวย
จ่อขยายฐาน “ตลาดเกิดใหม่” หวังไทยผลตอบแทนเฉลี่ย25%

ต่อหน้า >> 7

'ธีรพงศ์ จันศิริ'

พาเทรด 'กับดักเสนห์' TU

● ซาลินี กุลแพทย

แม้ธุรกิจต้องเผชิญมรสุม แต่ต่างชาติยังหาจังหวะช้อนหุ้น “ไทยยูเนียน กรุป” ธีรพงศ์ จันศิริ ย้ำความสวย จ่อขยายฐาน “ตลาดเกิดใหม่” หวังไทยผลตอบแทน 25%

ตลอด 2 ปีที่ผ่านมา บมจ.ไทยยูเนียน กรุป หรือ TU ผู้ผลิตและแปรรูปปลาทูน่าบรรจุกระป๋องรายใหญ่ที่สุดของโลก (ชื่อเดิม บมจ.ไทยยูเนียน โพรเซส โปรดัคส์ หรือ TUF) ถือเป็นหนึ่งองค์กรไทยที่ถูกสื่อต่างชาติโจมตีอย่างหนัก

หลังประเทศไทยถูกลดเกรดจากสหรัฐอเมริกาและจัดอันดับให้อยู่ในระดับ Tier 3 ในเรื่องของการค้ามนุษย์และแรงงานข้ามชาติ ขณะที่สหภาพยุโรปยังจัดให้ประเทศไทยได้ใบเหลืองกับการประมงผิดกฎหมาย

ขาดการรายงานและใ้การควบคุม (IUU) ทว่ากับไม่ทำให้ “เสนห์” ของที่ยูลดลงแต่อย่างใด สะท้อนผ่านผลโหวตของนักการเงิน นักลงทุน และนักวิเคราะห์ที่ชี้หน้าท้าภูมิภาคเอเชียประจำปี 2559 จากนิตยสารการเงินการลงทุนชั้นนำ “ไฟแนนซ์ เอเชีย” (Finance Asia)

ที่ยก “รางวัลซีอีโอดีเด่น 2 ปีซ้อน” ให้ “ช้าง-ธีรพงศ์ จันศิริ” ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร ที่ยู แชนท์หน้า นักธุรกิจสัญชาติไทยเชื้อสายอเมริกัน “วิลเลียม เอิร์ลวี๊ด ไฮเน็ค”

“

ปีหน้าจะเป็น
ปีสำคัญของก๊วย
หลังกการรุกรตลาด
เกิดใหม่จะเริ่มตื้นขึ้น
ในปีนี้”



ประธานกรรมการ ในฐานะผู้ก่อตั้ง **บมจ. ไมเนอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล หรือ MINT**

ตามด้วยรางวัลยอดเยี่ยม 4 สาขา ได้แก่ 1.บริษัทที่มีการบริหารจัดการยอดเยี่ยม 2.บริษัทที่มีความมุ่งมั่นต่อหลักบรรษัทภิบาลยอดเยี่ยม 3.นักลงทุนสัมพันธ์ยอดเยี่ยม และ 4.บริษัทที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมยอดเยี่ยม

“ธีรพงศ์ จันศิริ” ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร **บมจ. ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป** ยืนยันกับ “กรุงเทพธุรกิจ Biz Week” ว่าตลอดสองปีที่ผ่านมา ต้องเดินสายพูด

เรื่องการแก้ปัญหาสหรัฐอเมริกาจัดลำดับการค้ามนุษย์ประเทศไทยในระดับ Tier 3 และกลุ่มสหภาพยุโรป (EU) ให้ใบเหลือง เรื่องการทำประมงผิดกฎหมาย แต่ไม่ได้รู้สึกเหนียว ตรงข้ามกับมองว่า เป็นหน้าที่ของก๊วยหลังกที่ต้องร่วมกันแก้ไขและหาทางออกร่วมกับทุกหน่วยงาน

แม้ปัญหาเหล่านี้จะส่งผลกระทบต่อองค์กร และภาพลักษณ์สินค้าที่ผลิตจากเมืองไทย สะท้อนผ่านการที่บริษัทพยายามเดินสายตอกย้ำนโยบายการจัดแรงงานให้ถูกต้องตามกฎหมายระเบียบมาตลอด ปัจจุบันกิจการในเมืองไทยของก๊วยหลังกมีแรงงานต่างด้าวหลายพันคน คิดเป็น 20-30% ของพนักงานทั้งหมด

ทว่าก็ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเงินของบริษัท วันนี้ก๊วยหลังกยังคงมุ่งหน้าทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย **“รายได้ 8,000 ล้านบาท”** ภายในปี 2563 เพราะยังมองเห็นโอกาสอีกมากในอุตสาหกรรมอาหารทะเลทั่วโลก

“เจ้าพ่อปลาทูน่า” ยืนยันว่า สองปัญหาใหญ่ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อแผนการ **“ซื้อกิจการ” (M&A)** หรือ **“ร่วมทุน”** ของบริษัท แต่อย่างไรก็ตาม ตลอดปี 2558 จนถึงปัจจุบัน ก๊วยหลังกสามารถปิดดีลการลงทุนได้ตามเป้าหมาย ได้แก่ ตั้งแต่ซื้อกิจการ **“โอโรออน ซีฟู้ด”** ผู้จำหน่ายกุ้งล็อบสเตอร์รายใหญ่ที่สุดในอเมริกาเหนือ, **“เมอริโอโลสันซ์”** ผู้นำปลาแซลมอนรมควันแช่เย็นในยุโรป

รวมถึงซื้อกิจการ 51% **“รูเกินฟิช”** ผู้นำตลาดอาหารทะเลกระป๋องในประเทศเยอรมนี พร้อมแบรนด์ฮาเวสต้า (Hawesta)

และทำสัญญาร่วมทุนซื้อหุ้น 40% “อะเวน-ดิไฟรเชน ฟู้ดส์” ผู้ผลิต และแปรรูปกุ้งในประเทศอินเดีย ซึ่งเป็นบริษัทย่อยของบริษัท อะเวนดิฟู้ดส์ จำกัด

“ดีลทั้งหมดสร้างผลตอบแทนจากการการลงทุน (IRR) มากกว่า 15%”

เจาะตลาดเกิดใหม่

“นายใหญ่” เล่าว่า ในรอบ 5 ปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรมอาหารทะเลทั่วโลกควมรวมกิจการมากขึ้นเรื่อยๆ เพราะบริษัทที่มีขนาดใหญ่อยู่ลำบากมากขึ้น ท่ามกลางการแข่งขันที่รุนแรงที่ผ่านมามีผู้เห็นชื่อกิจการขนาด 100-200 ล้านเหรียญ ซึ่งธุรกิจขนาดนี้เมื่อควมรวมกิจการแล้วจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันมีสูงขึ้น

ปัจจุบันธุรกิจอาหารทะเลทั่วโลกขนาด 100-200 ล้านเหรียญ มีอยู่ในตลาดมากพอสมควร หลายบริษัทมีตัวเลขการเติบโตเฉลี่ยเพียง **“หลักเดียว”** นั่นเป็นเพราะไม่มีความสามารถในการแข่งขัน โดยเฉพาะในแง่ของนวัตกรรมที่สู้รายใหญ่ไม่ได้

บริษัทเหล่านี้มีแนวโน้มต้องควมรวมกิจการ หากเป็นเช่นนั้น **“ผู้เล่นในตลาดโลกจะลดลง ขณะที่บริษัทบางแห่งจะมีขนาดใหญ่ขึ้น”** ในอุตสาหกรรมปลาหมึกทั่วโลกมีรายใหญ่เพียง 3-4 รายเท่านั้น (รวมไทยแล้ว) ส่วนใหญ่อยู่ประเทศเกาหลี, อิตาลี และยุโรป

ตามแผนที่อยู่ต้องหาพื้นที่ใหม่ๆ เพื่อสร้างการเจริญเติบโตต่อไป ล่าสุดเล็งจะเข้าไปทำธุรกิจ ใน **“ตลาดเกิดใหม่”** โดยเฉพาะแถบเอเชีย เช่น จีน ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย รวมถึงตะวันออกกลาง และแอฟริกา

ตลาดเกิดใหม่เหล่านี้มีอัตราการเติบโตสูง ฉะนั้นจะทำให้กลุ่มที่ยูสามารถขยายตัวได้ตามเป้าหมายที่ระดับ 12-15% จากปกติที่เติบโตเพียงปีละ 10-15%

กลยุทธ์การลงทุนในตลาดเกิดใหม่จะทำให้บริษัทได้รับผลตอบแทนจากการลงทุนเฉลี่ย 20-25% คือ การเข้าไปจับมือกับ **“ผู้จัดจำหน่ายต่างแดน”** เพื่อนำสินค้าเข้าไปจำหน่ายตามหัวเมืองหลักๆ โดยบริษัทจะไม่ส่งทีมงาน หรือจัดตั้งสำนักงานขาย เพราะไม่คุ้มค่ายกเว้นประเทศที่มีขนาดใหญ่อย่างเมืองจีน

ปัจจุบันได้จัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาใหม่เพื่อเข้ามาดูแลตลาดเกิดใหม่อย่างเข้มข้น ในอดีตเคยขิมกลางจำหน่ายสินค้าในเมืองจีนผ่านจอยเวนเจอร์ แต่สินค้าที่ไม่หลากหลายมีเพียงปลาหมึกกระป๋อง ทำให้ต้องปิดตัวไป แต่หากเข้ามาเจาะตลาดในเวลา นี้ เชื่อว่าจะทำได้ง่ายและดีกว่าแต่ก่อน เพราะที่ยูมีสินค้าหลายประเภท และพัฒนานวัตกรรมอาหารทะเลจนมาอยู่ในจุดที่ยั่งยืนแล้ว

“เป้าหมาย

ของการรุกตลาดเกิดใหม่คือ ภายในปี 2563 ต้องเห็นวอลุ่มการขาย 600 ล้านเหรียญ คิดเป็นสัดส่วน 7.5% จากปัจจุบันที่มีรายได้จากเอเชีย (ยกเว้นญี่ปุ่น) และตะวันออกกลางเฉลี่ย 3% และ 2% ตามลำดับ”

เมื่อถามถึงแผนลงทุนในแถบยุโรป และสหรัฐอเมริกา เขาตอบว่ายังคงมองหาโอกาสอย่างต่อเนื่อง เพราะเป้าหมายของการซื้อกิจการคือ ภายในปี 2563 ต้องซื้อกิจการที่สามารถสร้างรายได้ให้บริษัทอีกประมาณ 1.5 พันล้านเหรียญ

เท่ากับว่า แต่ละปีต้องมีดีลใหม่เกิดขึ้นเฉลี่ย 3 ดีล

สาระสำคัญของการขยายการลงทุนทั้งในตลาดเกิดใหม่ รวมถึงแถบยุโรป และสหรัฐอเมริกา คือ ต้องการเห็นรายได้ที่มาจาก **“แบรนด์ที่ยู”** เพิ่มขึ้น จาก 40-43% เป็นกว่า 50% ภายในปี 2563 เนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบรนด์ของตัวเองมีกำไรขั้นต้นสูงถึง 20% ขณะที่งานรับจ้างผลิตมีกำไรขั้นต้นเพียง 12-15% วันหนึ่งงานรับจ้างผลิตของยู ถือว่าครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าแล้วค่อนข้าง “อึดตัว”

ศูนย์นวัตกรรมดับ “มาร์จิน”

“ธีรพงศ์” บอกว่า เมื่อปี 2557 บริษัทได้ร่วมมือด้านวิจัยและพัฒนา กับมหาวิทยาลัย มหิดล เพื่อเปิด **“ศูนย์นวัตกรรมแห่งแรก”** (Global Innovation Incubator - Gii) ในคณะวิทยาศาสตร์ ขนาดพื้นที่ 1,200

ตารางเมตร มูลค่าลงทุน 200 ล้านบาท โดยหวังจะให้ป็นศูนย์กลางการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของบริษัทในเครือทั่วโลก

“ศูนย์นวัตกรรมจะผลักดันกำไรขั้นต้นจากระดับ 16% เป็น 20% ภายในปี 2563”

ตามแผนศูนย์แห่งนี้จะคิดค้น **“นวัตกรรมใหม่”** เพื่อสร้างสินค้าแบรนด์ที่ยูเป็นหลัก ขณะเดียวกันยังมีเป้าหมายจะคิดค้น **“ส่วนผสม” (ingredient)** เพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง เช่น ธุรกิจความงาม หรือน้ำนมทารก เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจะเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากขายโปรดักส์

หากไม่มีอะไรผิดพลาด ผลิตภัณฑ์ตัวแรกจะมาจากกลุ่มปลาหมึก คาดว่าจะเปิดตลาดได้ในช่วงปลายปี 2559 เป้าหมายสำคัญของศูนย์แห่งนี้ คือ ภายในปี 2563 ต้องมีรายได้ไม่ต่ำกว่า 10% ของกลุ่ม หรือคิดเป็น 800 ล้านเหรียญ ส่วนผลิตภัณฑ์ต่อไปจะมาจกกลุ่มกุ้ง

ผลิตภัณฑ์ทุกตัวที่มาจากศูนย์นี้ต้องสร้างกำไรขั้นต้นกว่า 25%

ตอนนี้กำลังหาทำเลระหว่างกรุงเทพและสมุทรสาคร เพื่อเปิดศูนย์นวัตกรรมแห่งใหม่ ขนาดพื้นที่ 5,000 ตารางเมตร คาดว่าจะเคาะเรื่องนี้ภายในปีนี้ แนวคิดของศูนย์แห่งนี้คือต้องการสร้างความยั่งยืน และความสามารถในการแข่งขันระดับโลกให้กับองค์กร

“ปี 2560 จะเป็นปีสำคัญของยู หลังการรุกตลาดเกิดใหม่จะเริ่มดันขึ้นในปี 2559 ขณะที่ผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากศูนย์นวัตกรรมจะเปิดตัวปลายปีนี้ ฉะนั้นจะเห็นตัวเลขที่เป็นสาระสำคัญในปีหน้า”

ต่างชาติถือหุ้น TU เพิ่มขึ้น

ประธานกรรมการบริหาร บอกว่า หุ้น TU อยู่ในตลาดหลักทรัพย์มากกว่า 20 ปี นักลงทุนต่างชาติที่เน้นถือลงทุนระยะยาวจะขึ้นชอบเราเป็นพิเศษ เพราะตามสถิติสามารถสร้างการเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ที่สำคัญมีความแข็งแกร่งในแง่ของกระแสเงินสด และสามารถจ่ายปันผลได้อย่างสม่ำเสมอ

แต่เมื่อสหรัฐอเมริกา และแถบยุโรป เกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ในปี 2551 นักลงทุน

กรุงเทพธุรกิจ

Krungthep Turakij
Circulation: 200,000
Ad Rate: 2,400

Section: First Section/ถนนหน้ากวางตุ้ง

วันที่: อาทิตย์ 26 มิถุนายน 2559

ปีที่: 29

ฉบับที่: 10139

หน้า: 12(ล่าง), 7

Col.Inch: 195.08 Ad Value: 468,192

PRValue (x3): 1,404,576

คลิป: สี่สี่

หัวข้อข่าว: 'ธีรพงศ์ จันศิริ' พาเหรด' กับตึกเสนาห์'TU

ต่างชาติต่างพากันโยกเงินลงทุนออกไป
บ้างส่วน ส่งผลให้สัดส่วนการถือหุ้นของ
ต่างชาติของหุ้น TU ลดลง จากเคยมีตัวเลข
ชนพีดาน 45% เหลือเพียง 30%

เมื่อต่างชาติเห็นความแข็งแกร่งของ
ธุรกิจ บวกกับทั่วโลกมีเงินล้นตลาด จากการ
ออกมาตรการผ่อนคลายเชิงปริมาณ (คิวอี)
ของสหรัฐและยุโรป ต่างชาติก็ทยอยกลับมา
ลงทุนหุ้น TU เหมือนเดิม ล่าสุดตัวเลขถือ
หุ้นต่างชาติอยู่ระดับเฉลี่ย 40%

วันนี้ราคาหุ้น TU ปรับตัวขึ้นกว่า 20%
นับจากต้นปีที่ผ่านมา จากราคา 17 บาท ขึ้นมา
ยืนเฉลี่ย 22 บาท ล่าสุดนักวิเคราะห์ให้ราคา
เป้าหมาย 23-24 บาท แต่ถ้าสามารถพิสูจน์
ได้ว่า แผนงานที่ดำเนินการไปก่อนหน้านี้
ประสบความสำเร็จ และกำลังจะมีดีลใหม่
ตามแผนนักวิเคราะห์คงขยับราคาเป้าหมาย

งานสำคัญอย่างหนึ่งที่กำลังดำเนินการ
อยู่คือ การรุก “ธุรกิจฟู้ดเซอร์วิส” ด้วยการ
ขายผลิตภัณฑ์ต่างๆ ให้เช่ารายใหญ่ๆ รวม
ถึงช่วยคิดเมนูใหม่ เพื่อลดต้นทุนให้ลูกค้า
ล่าสุดได้ตั้งหน่วยงานดูแลเรื่องนี้แล้ว เบื้องต้น
ตั้งเป้าหมายว่า ในปี 2563 ต้องมีรายได้ 400
ล้านบาท คิดเป็น 5% ของรายได้รวม และ
ต้องสร้างมาร์จิ้นไม่ต่ำกว่า 20%

“ปี 2559 กลุ่มที่ยู ปักเป้ารายได้
รวมระดับ 145,000 ล้านบาท คิดเป็น
4,700-5,000 ล้านบาท เมื่อเทียบกับ
ปีก่อนที่มีรายได้รวม 3,700-4,000
ล้านบาท ทุกกลุ่มธุรกิจจะเป็นพระเอก
ขององค์กร เพราะที่มงานทุกคนทำงาน
ร้อยเปอร์เซ็นต์”