

ลุยยุโรปกับ 'ทียูเอฟ' ชมงาน 'ซีฟู้ด เอ็กซ์โป'

WIFU
รายงาน



บริษัท ไทยยูเนียน โพรเซ้น โปรดักส์ จำกัด (มหาชน) หรือ ทียูเอฟ บริษัทยักษ์ใหญ่ด้านอาหารทะเลสดคุณภาพดี แต่มีกิจการยิ่งใหญ่ระดับโลก ร่วมออกบูธในงานอุตสาหกรรม ซีฟู้ดของโลก 'ซีฟู้ด เอ็กซ์โป โกลบอล' จัดขึ้นที่ กรุงบรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียม เป็นปีที่ 12

ในงานโชว์นวัตกรรมด้านอาหาร ไปโชว์ศักยภาพความเป็นบริษัทคนไทยที่มีความสามารถในการแข่งขันบนเวทีโลก ทั้งในเรื่องการผลิต การแปรรูปวัตถุดิบอาหารทะเลที่มีคุณภาพสูงเป็นที่ยอมรับจากลูกค้าทั่วโลก ตามหลักมาตรฐานสากล ทั้งแบบบรรจุกระป๋อง (Shelf stable) และแบบแช่เยือกแข็ง (Frozen)



พร้อมกันนี้เซียนนักข่าวไทยเดินทางไปร่วมทริป ซึ่งนอกจากจะไปชมงานแล้ว ยังเดินทางไปอีกหลายประเทศในยุโรปเพื่อเยี่ยมชมกิจการของทียูเอฟ ที่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเข้าไปร่วมทุนหรือกระทั่งทำร้านอาหารทะเลมาไว้ในกำมือ

■ โข่ว ซีฟู้ด เอ็กซ์โป โกลบอล'

ในงานโฆ่วระดับโลกปีนี้ทียูเอฟนำเสนอเรื่องราวของนวัตกรรมทางด้านอาหารทะเล (Innovation) และแนวทางการสร้างความยั่งยืนทางธุรกิจของกลุ่มไทย ยูเนียน (Sustainability) ซึ่งประกอบไปด้วย



5 แนวทาง คือ ความยั่งยืนด้านแหล่งวัตถุดิบ การปฏิบัติที่รับผิดชอบต่อแรงงาน การปกป้องสิ่งแวดล้อม นวัตกรรมและความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์ และการมีส่วนร่วมพัฒนาและสร้างคุณค่าให้กับชุมชน

สินค้าที่นำเสนอจะเน้นสินค้าที่เพิ่มมูลค่าสำหรับปีนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ 1.แนวเอเชีย ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมสำหรับตลาดยุโรป มี 3 รสชาติ Frozen Breaded Shrimp, Cornake - Frozen Breaded Shrimp, Salsa hot pepper- Frozen Breaded Shrimp, Black Sticky Rice

2. สินค้าที่ไม่มีโปรตีนกลูเตน (Gluten Free) ซึ่งเป็นที่นิยมมากสำหรับตลาดต่างประเทศ มี 3 รสชาติ คือ Frozen Breaded Shrimp, Gluten free, Original Frozen Breaded Shrimp, Gluten free, Hot & Spicy Frozen Breaded Shrimp, Gluten free, BBQ

■ เร่งพัฒนาสินค้ายูนิค-โกยรายได้

นายฤทธิรงค์ บุญมีโชติ ประธานกรรมการบริหารกลุ่มธุรกิจกึ่งบริษัทไทย ยูเนียน โฟรเซน จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า งานซีฟู้ดระดับโลกที่อุตสาหกรรมและผู้ประกอบการอาหารทั่วโลก รวมทั้งทียูเอฟ

ต้องเข้าร่วมมี 2 งาน คือ 1.บอสตัน ซีฟู้ดโชว์ ที่อเมริกา จัดเมื่อเดือนมี.ค. และ 2.ซีฟู้ด เอ็กซ์โป ที่บรัสเซลส์ เป็นงานที่ผู้ซื้อและผู้ขาย มาพบปะและเจรจาธุรกิจระหว่างกัน

วัตถุประสงค์การร่วมงานครั้งนี้ เพื่อสร้างภาพจน์บริษัทไทย และแนะนำให้ลูกค้าได้รู้จัก แลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตั้งเป้าเพิ่มยอดขายภายในงาน 20% เป็น 600 ล้านบาท จากปี 2557 ที่มียอดขายทั้งสิ้น 500 ล้านบาท

โดยตลาดยุโรปมองสินค้าที่มีเอกลักษณ์ ความเป็นไทย หรือสินค้าที่มียูนิค เช่น หากสามารถพัฒนา ผัดไทย หรือต้มยำกุ้งที่มีรสชาติอย่างที่ผู้บริโภคเคยกินเมื่อเวลาไปเมืองไทย หรือเป็นสินค้าที่มีความเป็นเอเชียมากขึ้น แต่ต้องคงรสชาติเหมือนทำใหม่ๆ

ปัญหาที่ทียูเอฟต้องทำและคิดค้นต่อไปคือการนำนวัตกรรมการผลิต ที่มีขบวนการทำให้รสชาติไม่เปลี่ยนแม้ว่าจะฟรีซหรือแช่แข็งมาก็ตาม โดยงาน ซีฟู้ด เอ็กซ์โป ครั้งนี้น่าสนใจมาเปิดตัวเพื่อแนะนำให้ลูกค้าลูกค้าทั้งหลายดู อาทิ ไก่คาราเกะ กุ้งชุบแป้งทอด เป็นต้น

“คาดว่าผลการเจรจาธุรกิจภายในงานนี้จะเพิ่มยอดขายเพิ่มขึ้น 20% เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมามียอดขาย 500 ล้านบาท งานซีฟู้ด เอ็กซ์โป โกลบอล นี้ เป็นงานแสดงสินค้าอาหารทะเลระดับโลกที่เป็นเวทีให้ผู้ผลิต ผู้ซื้อ และผู้นำเข้าผลิตภัณฑ์อาหารทะเลทั้งหมดได้มาพบปะและมีการเจรจาทางธุรกิจ ซึ่งงานนี้มีผู้เข้าร่วมชมงานกว่า 25,000





คน จาก 145 ประเทศทั่วโลก มีบริษัทที่เข้าร่วมออกบูธ 1,761 บริษัท จาก 72 ประเทศ พื้นที่การจัดแสดง 36,069 ตารางเมตร”

■ ยังตะลุยหาผู้ร่วมทุนใหม่

ขณะนี้ธุรกิจไทยได้รับผลกระทบจากเศรษฐกิจโลก กลุ่มกึ่งของ ทียูเอฟ ยังมียอดขายสามารถรักษ้อัตรากำไรได้ประมาณ 2.8 หมื่นล้านบาท โดยกลยุทธ์ของทียูเอฟยังคงเน้นเหมือนเดิม คือ การเน้นหาพาร์ทเนอร์ในทุกตลาด ซึ่งในปีนี้ ทางทียูเอฟสนใจตลาดใหม่ๆ ที่จะเข้าแสวงหาการลงทุน หรือพาร์ทเนอร์ในต่างประเทศ อีกรายพอมสมควร โดยยังคงเน้นการรุกตลาดใหม่ ขยายอัตรากำไรเติบโตในตลาดเก่า โดยเฉพาะ 3 ตลาดหลักที่ทั้งไม่ได้ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา อียู และญี่ปุ่น

ต้องยอมรับว่าการแข่งราคาในขณะนี้ผู้ผลิตและส่งออกไทยมีความสามารถในการแข่งขันที่ลดลงเพราะค่าเงินบาทแข็ง ถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่เป็นปัจจัยเสี่ยงในการทำธุรกิจ และปัญหาในเรื่องของวัตถุดิบที่ยังมีไม่เพียงพอ จากการเกิดโรคระบาดที่แม้จะมีมาตรการต่างๆ เพื่อให้โรคระบาดลดลง หรือหมดไป แต่เชื่อว่าการกลับมาของผลผลิตจะไม่เติบโตเป็นวิเศษแน่นอน จึงต้องใช้วิธีการบริหารจัดการ

■ ทุ่ม 300 ล้านวิจัย-พัฒนาสินค้า

ขณะที่ นายชัยวัฒน์ เกษมสุวรรณ ผู้อำนวยการด้านนวัตกรรม กลุ่มทียูเอฟ กล่าวว่า ทียูเอฟได้จัดสรรเงินประมาณปีละ 300 ล้านบาท เพื่อนำเรื่องของวิทยาศาสตร์เข้ามาวิจัยดีเอ็นเอของทูน่า โดยร่วมมือด้านวิจัยและพัฒนา กับคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล เปิดศูนย์นวัตกรรมแห่งแรก (Global Innovation Incubator-GII) เพื่อผลักดันให้เป้าหมายการมีรายได้ของกลุ่มทียูเอฟในปี 2563

มูลค่าเพิ่มเป็น 8,000 ล้านบาทเหรียญสหรัฐ

การวิจัยของศูนย์ GII เพื่อให้รู้ถึงความอุดมสมบูรณ์ ประโยชน์ และคุณค่าที่แท้จริง โดยเบื้องต้นจะวิจัยเฉพาะสินค้าปลาทูน่าก่อน เพื่อนำวิทยาศาสตร์เข้ามาอธิบายถึงคุณประโยชน์ของปลา

ศูนย์วิจัยนวัตกรรม กลุ่มบริษัทไทยยูเนี่ยน ที่ตั้งอยู่บนพื้นที่กว่า 600 ตารางเมตรนี้ จะเป็นศูนย์กลางเพื่อการวิจัยโครงการต่างๆ รวมถึงการแลกเปลี่ยนข้อมูลการวิจัยกับเครือข่ายนักวิทยาศาสตร์ของทียูเอฟทั่วโลก

ศูนย์นวัตกรรมนี้มี

กิจกรรมด้านการวิจัยและพัฒนาภายในกลุ่มบริษัทไทยยูเนี่ยนหลักๆ เช่น การศึกษาเชิงลึกต่อความต้องการของผู้บริโภค การริเริ่มโรงงานนำร่อง ห้องปฏิบัติการทางเคมีห้องปฏิบัติการโภชนศาสตร์ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และเครื่องมือปฏิบัติการ รวมถึงห้องประชุมทางเทคนิคที่ทันสมัย

เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด และอุตสาหกรรมอาหารโลก

พัทธ์ธีรา วงษ์อัศวกรณ์