

“เบทาโกร” ผุดคอมเพล็กซ์ปศุสัตว์ ทุ่มหมิ่นล.ชนวัฒนธรรม- ปั้นแบรนด์

วันที่ 8 July 2018 - 22:36 น. www.prachachat.net



“เบทาโกร” ขยายการลงทุนต่อ ปี“61 คว้าหมิ่นล้าน ผุด “ฟาร์มคอมเพล็กซ์” 5 พันไร่ ที่ลพบุรี ขยาย
โรงงานแปรรูปปศุสัตว์ ลุยสร้างแบรนด์ “เอสเฟียว” เจาะตลาดพรีเมียม ดึงนวัตกรรมต่อยอด
“อาหาร-วัตถุดิบอาหารสัตว์” พร้อมรับบทพี่ช่วยน้อง หนุน “เอสเอ็มอีภูธร” ตั้งเป้าดันยอดขายทะลุ
แสนล้านในปี 2563

นายวิษณุ แต่ไพสิฐพงษ์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหารและกรรมการผู้จัดการใหญ่ เครือเบทาโกร บมจ.เบ
ทาโกร เปิดเผย“ประชาชาติธุรกิจ” ว่า บริษัทยังคงขยายการลงทุนทั้งในและต่างประเทศต่อเนื่อง เพื่อ
ผลักดันยอดขายให้ไปถึงเป้าหมายแสนล้านบาท ตามแผนลงทุน 10 ปี (2010-2020) โดยปีนี้เตรียม
ลงทุนเกือบ 10,000 ล้านบาท แบ่งเป็นในประเทศ 6,000-7,000 ล้านบาท หลายโครงการทั้งฟาร์ม,
โรงงานแปรรูปอาหาร โรงงานอาหารสัตว์ อีก 1,000-2,000 ล้านบาท เป็นการขยายการลงทุนใน
ประเทศอาเซียน ได้แก่ กัมพูชา, ลาว และเมียนมา เช่น ขยายโรงอาหารสัตว์ในกัมพูชา และ สเปน.ลาว
เป็นต้น

“ปีนี้เราขยายการลงทุนในธุรกิจฟาร์มครบวงจร หรือฟาร์มคอมเพล็กซ์ พื้นที่ 5,000 กว่าไร่ ที่
อ.ชัยบาดาล จ.ลพบุรี ทำให้มีปริมาณพ่อแม่พันธุ์สัตว์เพิ่มขึ้น ทั้งเน้นเรื่องการแปรรูปปศุสัตว์มากขึ้นทั้ง

โรงแปรรูปสุกร โรงแปรรูปไก่ และโรงคั่วไข่ มีแผนว่าจะมีให้ครบทุกภูมิภาค โดยในภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ที่ขอนแก่น ร้อยเอ็ด ภาคเหนืออยู่ที่ลำพูน ภาคใต้ที่พัทลุง”

นอกจากนี้ บริษัทยังขยายโรงงานแปรรูปไก่ที่ภาคใต้ กำลังการผลิต 60,000 ตัว/วัน และโรงงานแปรรูปอาหารที่นิคมอุตสาหกรรมนวนคร พื้นที่ 50 กว่าไร่ ภายใต้โครงการ CK ผลิตอาหารพร้อมรับประทาน ป้อนตลาดกรุงเทพฯและปริมณฑล รวมถึงร่วมทุนกลุ่มมิตรชัยคอร์ป ตั้งโรงงานผลิตไก่แปรรูปในนิคมอุตสาหกรรมหนองแค สระบุรี เพื่อส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่นในปลายปีนี้

จุดขายอาหารปลอดภัยชีวณะ

ปัจจุบัน เบทาโกรเป็นเบอร์ 1 ในธุรกิจหมูขุน ล่าสุดขยายไปที่ลพบุรี ในชื่อโรงงานเบทาโกร เซฟตี้มีท ทำให้ปริมาณการเชือดในพื้นที่โรงงานที่ลพบุรีเพิ่มเป็น 3,700 ตัว/วัน ส่งผลให้ปริมาณการเชือดรวมทั้งประเทศอยู่ที่ 6,000 ตัว/วัน ใหญ่ที่สุดในขณะนี้ ส่วนธุรกิจไก่ โดยรวมผลิตลูกไก่ 4 ล้านตัว/สัปดาห์ มีกำลังการเชือดอยู่ที่ 5 แสนตัว/วัน และมีธุรกิจเลี้ยงสัตว์มีชีวิต 1 ล้านตัวทั่วประเทศ การผลิตไข่ไก่ทำได้ 4 ล้านฟอง/วัน

ส่วนธุรกิจอาหารสำเร็จรูปเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น โดยเฉพาะไส้กรอก มีแคมเปญการตลาดดึง “โป๊โป๊ ธรรมชาติ” นักแสดงจากละครดังบุพเพสันนิวาส เป็นพรีเซ็นเตอร์ ทำให้ภาพลักษณ์โดยรวมของธุรกิจอาหารพร้อมรับประทานดีขึ้น ส่งผลยอดขายเพิ่มขึ้น 18-19% เทียบเดือนต่อเดือน

บริษัทยังเดินหน้าสร้างแบรนด์ต่อเนื่องทั้ง 2 แแบรนด์ ได้แก่ แแบรนด์เอสเฟี้ยว เป็นผลิตภัณฑ์ซูเปอร์พรีเมียม เร็ว ๆ นี้จะออกแคมเปญใหม่โปรโมตแบรนด์ เพราะเป็นรายแรกในประเทศไทยที่ได้รับการรับรองว่าผลิตภัณฑ์หมู ไก่ ไข่ ภายใต้แบรนด์ดังกล่าว ไม่มีการใช้ยาปฏิชีวนะในการเลี้ยงจากองค์กรส่งเสริมอนามัยแห่งชาติระหว่างประเทศ NSF จึงเป็นจุดขายที่ดี และการันตีเรื่องคุณภาพในสัตว์มีชีวิตว่าการเลี้ยงมีคุณภาพสูงสุด ส่วนแบรนด์เบทาโกรจะเจาะตลาดระดับกลาง

ต่อยอดนวัตกรรม

นายวิษณุกล่าวต่อว่า ธุรกิจอาหารในอนาคตจำเป็นต้องใช้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น และต้องนำเทคโนโลยี เช่น IoT มาใช้ในการผลิตปศุสัตว์ ตั้งแต่สูตรอาหารสัตว์, วัตถุดิบทดแทน, การบริหารต้นทุน ตลอดจนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ซึ่งบริษัทมีศูนย์วิจัยและพัฒนาของตนเองตั้งแต่ 14 ปีที่แล้ว โดยใช้เครือข่ายต่างประเทศมาสำรวจร่วมกัน มีโปรเจกต์เกิดขึ้น 200-300 โครงการ และได้นำไปต่อยอดในเชิงพาณิชย์แล้ว เช่น การสกัดสารโปรตีนจาก “รกสุกร” (พาเซนต้า) สำหรับใช้ในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง และส่งออกไปยังตลาดญี่ปุ่น รวมถึงสกัดสารไฮยาลูรอนจากหางอนไก่ เป็นต้น

ล่าสุดร่วมกับสถาบันการศึกษา ทำการศึกษาโปรเจกต์ “แบล็กโซเจอร์ไฟฟ์” เมื่อ 1-2 ปีก่อน เพื่อนำแมลงวันสายพันธุ์หนึ่งมาช่วยในกระบวนการกำจัดปฏิกูลออร์แกนิก เช่น เศษไขมัน, ซากสัตว์ตาย, ขยะที่เกิดจากการผลิตซึ่งมีปริมาณเยอะมาก และต้องใช้งบประมาณในการกำจัดปีละหลายร้อยล้านบาท

ทั้งนี้นวัตกรรมนี้ได้เคยมีการทดลองมาแล้วในต่างประเทศ ผลศึกษาพบว่าแมลงดังกล่าวไม่มีผลกระทบต่อสัตว์เลี้ยง และผลิตภัณฑ์อาหาร อีกทั้งเมื่อกำจัดปฏิกูลแล้วจะสามารถสกัดโปรตีนจากแมลงมาใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์ ทดแทนวัตถุดิบในการนำเข้าได้ด้วย ขณะนี้อยู่ระหว่างเตรียมขอขึ้นทะเบียนกับกรมปศุสัตว์ เพื่อใช้เป็นวัตถุดิบอาหารสัตว์

พนักเอสเอ็มอีธุรกิจ

นอกจากนี้ บริษัทยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมผู้ประกอบการเอสเอ็มอีที่ผลิตอาหารอยู่แล้ว โดยส่งทีมงานเป็นที่ปรึกษาในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านโลจิสติกส์เช่น แดงเหนมเนือง และวิธีที่เหนมเนือง เป็นต้น เพื่อช่วยให้ทำการตลาดได้ดีขึ้น

"บริษัทเข้าไปส่งเสริมตั้งแต่ต้นทางเพราะต้องการให้เขาโต เมื่อเขาโต เราก็ต่ไปกับเขา มีผู้ประกอบการเอสเอ็มอีรับการส่งเสริมในลักษณะนี้จำนวนมากเราต้องการทำตัวอย่างสัก 20-30 ราย และที่กำลังจะเข้าไปช่วยส่งเสริม คือ หมูทอดเจ๊จ ซึ่งป็นธุรกิจครอบครัวที่ได้รับความนิยมมาก เป้าหมายเราคือ ทำให้เขาเป็นในสิ่งที่เขาอยากทำ"

ปศุสัตว์ดิ่ง-ต้นทุนพุ่ง

นายวสิษฐกล่าวถึงความท้าทายของธุรกิจปศุสัตว์ในช่วง 1-2 ปีที่ผ่านมา เป็นช่วงที่ยากลำบาก เนื่องจากสภาวะของปศุสัตว์รวมปริมาณเพิ่มขึ้น จนขาดความสมดุลระหว่างดีมานด์และซัพพลาย ทั้งปริมาณไก่ไข่, ไก่เนื้อ และหมู ส่งผลให้ราคาตกต่ำ โดยเฉพาะราคาหมูตกต่ำลงไปในช่วง 4-5 เดือนที่ผ่านมา ประกอบกับต้นทุนวัตถุดิบอาหารสัตว์ราคาสูงขึ้น โดยปัจจุบันระดับราคาข้าวโพดไทย กก.ละ 10.30-10.40 บาท ขณะที่เวียดนาม กก.ละ 6.60-6.70 บาท และ มีปริมาณไม่เพียงพอ ทั้งยังถูกจำกัดด้วยมาตรการของรัฐในการกำหนดสัดส่วนการซื้อวัตถุดิบในประเทศ เพื่อแลกลสิธิ์นาเข้าข้าวสาลี แต่ไทยจำเป็นต้องใช้ข้าวโพดในอุตสาหกรรมอาหารสัตว์สูงขึ้นตามปริมาณการส่งออกเนื้อสัตว์ที่เพิ่มขึ้น โดยความต้องการใช้ข้าวโพด 10 ล้านตัน แต่ผลิตได้ 4 ล้านตัน และมีมาตรการซื้อข้าวโพด 2 ส่วน เพื่อนำเข้าข้าวสาลี 1 ส่วน ทำให้สามารถซื้อวัตถุดิบนำเข้าได้เพียง 2 ล้านตัน เมื่อรวมกับข้าวโพดที่มีแล้ว เท่ากับมีวัตถุดิบปริมาณ 6 ล้านตัน จึงไม่เพียงพอ การแก้ไขที่ผ่านมาก็ยังไม่มีประสิทธิผลเต็มที่และการมาควบคุมค่าครองชีพเพื่อคุ้มครองผู้บริโภคก็สวนทางกัน