

• คาริน ไชยงเบิน

‘ไอ-เทล’ เปิดแผนขยายหุ้นไอพีโอ เพิ่มกำลังผลิตต่อยอดโต ‘ระดับโลก’

การนำทุกส่วนของปลาทูน่ามาใช้ อย่างคุ้มค่า ด้วยความคิดค้นและพัฒนา ให้เพิ่มมูลค่า! ถือเป็นจุดเริ่มต้นของ “ธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง” (Pet Food) ของ บริษัท ไอ-เทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ITC ที่เป็น “เรือธง” (Flagship) ในธุรกิจอาหารสัตว์เลี้ยง ของ บริษัท ไทยยูเนี่ยน กรุ๊ป จำกัด (มหาชน) หรือ TU

สะท้อนผ่านทิศทางตลาดอาหาร สัตว์เลี้ยงทั่วโลกที่ผ่านมามีมูลค่าตลาด อยู่ที่ 5 ล้านล้านบาท หรือเติบโตเฉลี่ย 6.6% ในช่วง 3 ปีที่ผ่านมา (ระหว่าง ปี 2562-2564) การแพร่ระบาดของ โควิด-19 ส่งผลให้ตลาดอาหารสัตว์เลี้ยง โตมาก และมีการคาดการณ์ตลาด อีก 5 ปีข้างหน้าจะโตเฉลี่ย “ระดับ 7.1%” ต่อปี หลังจากประชากรทั่วโลกมีการ เปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ชีวิต โดยมี ลูกน้อยลงและหันมาเลี้ยงสัตว์เป็น เหมือนครอบครัวมากขึ้น

ปัจจัยบวกดังกล่าวส่งผลดีให้ ITC ผู้ผลิตและส่งออกอาหารสัตว์เลี้ยง รายใหญ่ และเป็นผู้นำธุรกิจรับจ้างผลิต (OEM) ในการผลิตอาหาร “แมวและ สุนัข” ของประเทศไทย รวมถึงเป็น ผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง อันดับ 2 ในเอเชีย และเป็นหนึ่งใน 10 อันดับ แรกผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงของโลก

กำลัง จะ เข้า ระ ด ม ทุ น ใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) โดยเสนอขายหุ้นสามัญเพิ่มทุน จำนวนไม่เกิน 660 ล้านหุ้น คาดว่า จะสามารถเข้าซื้อขายวันแรก (เทรด) ภายในปีนี้และมีนโยบายจ่ายเงินปันผล ไม่น้อยกว่า 50% ของกำไรสุทธิ

“พิชิตชัย วงศ์ปิยะ” ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท ไอ-เทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) หรือ ITC ให้สัมภาษณ์ “กรุงเทพธุรกิจ” ว่า การเข้าระดมทุนในตลาดหุ้นครั้งนี้!! เพื่อต้องการสร้างการเติบโตครั้งใหม่ หลังระดมทุนจะทำให้มีฐานเงินทุน

ที่แข็งแกร่ง ด้วยการ “ขยายกำลังผลิต และไฟกัสดตลาดต่างประเทศ”

สะท้อนผ่านการลงทุนขยายกำลัง การผลิตและปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต รวมถึงขยายโครงสร้างพื้นฐานสนับสนุน การผลิต ปรับปรุงโรงงานให้ทันสมัยด้วย ระบบและเครื่องจักรอัตโนมัติ ระบบ คลังสินค้าและติดตามกักตุนอัตโนมัติ ตลอดจนการใช้เพื่อขยายธุรกิจ ในต่างประเทศ รวมถึงการชำระหนี้ เพื่อลดภาระต้นทุนทางการเงิน และ ใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียนในอนาคต สอดรับความมุ่งมั่นของบริษัทที่จะ ผลักดันอัตราการเติบโตของยอดขาย ให้เติบโตประมาณ 15% ต่อปีในช่วง สามถึงสี่ปีต่อจากนี้ซึ่งเป็นอัตราการเติบโต ที่มากกว่าภาพรวมของตลาด เนื่องจาก กลยุทธ์ของบริษัทที่มีการไฟกัสนธุรกิจ ที่มีอัตราการเติบโตมากกว่าตลาด โดยเฉพาะ OEM ที่ไม่เพียงพัฒนา ผลิตภัณฑ์ตามสูตรสำเร็จ แต่ยึดแนวทาง ให้บริการแบบร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ร่วมกับลูกค้า (Co-Creation) ด้วย นวัตกรรมเพื่อตอบโจทย์ความต้องการ ของผู้บริโภค ทำให้บริษัทได้รับความไว้วางใจจากลูกค้ารายใหญ่ทั่วโลก

“ เรายึดแนวทางให้บริการแบบร่วมสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ร่วมกับลูกค้าหรือ Co-Creation เพื่อคัดค้านนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ความต้องการ ของผู้บริโภค ทำให้เราโตมากกว่าตลาด ”



ขณะที่ การขยายตลาดในต่างประเทศ เพื่อต้องการใกล้ชิดลูกค้าให้มากขึ้น ประกอบกับบริษัทยังมีกลุ่มลูกค้าที่ยังมี โอกาสในการขยายเติบโตอีกมาก อย่างกลุ่ม ลูกค้าระดับพรีเมียม ซึ่งจะทำให้บริษัท สามารถทำกำไรได้เพิ่มขึ้นด้วย โดยเฉพาะ ตลาดในจีนที่มีอัตราการเติบโตของการ ใช้จ่ายของเจ้าของสัตว์เลี้ยงเฉลี่ยต่อปีสูงถึง 21.5% ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (2559-2564) “พิชิตชัย” กล่าวต่อว่า บริษัทมุ่งมั่น ขับเคลื่อนธุรกิจเพื่อผลิตอาหารสัตว์เลี้ยง ที่มีคุณค่าทางโภชนาการด้วยหลัก วิทยาศาสตร์และนวัตกรรมที่ก้าวล้ำกว่า ผลิตภัณฑ์อาหารทั่วไป ผ่านการสร้างสรรค

ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ภายใต้คอนเซ็ปต์ Pet Humanization ยกกระดับอาหารสัตว์เลี้ยง ให้เป็นอาหารระดับพรีเมียมโดยคำนึงถึง ความต้องการของสัตว์เลี้ยงเป็นหัวใจ สำคัญ เพื่อสุขภาพที่ดีของสัตว์เลี้ยง ครอบครัวของพวกเขา และโลกของเรา

ด้วย “จุดแข็ง” บริษัทอยู่ในเครือ ของกลุ่ม TU ที่มีแหล่งวัตถุดิบที่ดี และมีศักยภาพในการแข่งขันด้านต้นทุน ซึ่งถือเป็นจุดได้เปรียบคู่แข่งทำให้ บริษัทสามารถแข่งขันและมีศักยภาพ ในการเติบโตได้ทั้งในและต่างประเทศ

ในปัจจุบันมีพอร์ตโฟลิโออาหาร สัตว์เลี้ยงทั้งแมวและสุนัขมากกว่า 4,800 รายการ ซึ่งจัดจำหน่าย ในกว่า 45 ประเทศทั่วโลก โดย ครอบคลุมทั้งธุรกิจการผลิตอาหาร สัตว์เลี้ยงให้กับแบรนด์อาหาร สัตว์เลี้ยงชั้นนำระดับโลก รวมทั้ง ได้เข้าทำสัญญาซื้อขายสินค้า (Supply Agreement) กับหนึ่งในบริษัทค้าปลีก รายใหญ่ในอเมริกาเหนือซึ่งมีโอกาส เติบโตได้อย่างมาก รวมถึงการพัฒนา ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์เลี้ยงภายใต้แบรนด์ ของ ไอ-เทล ได้แก่ Bellotta, Marvo, ChangeTer, Calico Bay และ Paramount เพื่อเป็นแพลตฟอร์มในการทดลองตลาด สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ให้กับลูกค้า

ท้ายสุดบอกไว้ว่า เราเน้นการขยาย ฐานลูกค้าในต่างประเทศ เช่น ขยาย ส่วนแบ่งทางการตลาดของลูกค้า ปัจจุบัน และเพิ่มความหลากหลาย ของผลิตภัณฑ์ ขยายทีมขายและทีม สนับสนุนทางธุรกิจไปยังประเทศที่เป็น ตลาดหลัก โดยเฉพาะในยุโรป อเมริกา และจีน ขยายลูกค้าเครือข่ายเปอร์มาร์เก็ต ในสหรัฐ ยุโรป และเอเชีย การเปิดตัว ผลิตภัณฑ์ใหม่ของลูกค้ารายใหญ่ ทั้งในกลุ่มอาหารแมวและอาหารสุนัข ทุกอย่างจะยิ่งชัดเจนหลังบริษัทมีเงิน ระดมทุนพร้อมที่จะเติบโตต่อเนื่อง

* การลงทุนมีความเสี่ยง ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจ ลักษณะสินค้าเงื่อนไขผลตอบแทนและความเสี่ยง ก่อนตัดสินใจลงทุน