ผู้จัดการรายวัน 360°
Poo Jadkarn Daily 360 Degree
Circulation: 850,000
Ad Rate: 1.200
Section: First Section/iBusiness
วันที่: พฤหัสบดี 5 กุมภาพันธ์ 2569
ปีที่: 18 ฉบับที่: 4665 หน้า: 5(ล่างซ้าย)
Col.Inch: 37.91 Ad Value: 45,492 PRValue (x3): 136,476 คลิป: ขาว-ดำ
หัวข้อข่าว: "ไอ-เทล"ชู3กลยุทธ์รุกPet Foodวางเป้ารายได้นวัตกรรม15%ปีนี้

"ไอ-เทล"ชู3กลยุทธ์รุกPet Foodวางเป้ารายได้นวัตกรรม15%ปีนี้

ผู้จัดการรายวัน360° – ไอ-เทล คอร์ปชั่น หรือ ITC ชู 3 กลยุทธ์นวัตกรรม "Collaboration, Longevity และ Palatability" ปักธงเพิ่มสัดส่วนรายได้จากนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ 15% ของรายได้รวมในปี 2569 พร้อมเจาะลึกเทรนด์ผู้บริโภค และโรดแมปการพัฒนานวัตกรรมอาหารสัตว์เลี้ยงเพื่อสร้างการเติบโตของไอ-เทล

นายภาคย์ ชีวรักษ์สกุล ประธานเจ้าหน้าที่บริหารด้านการพาณิชย์ บริษัท ไอ-เทล คอร์ปอเรชั่น จำกัด (มหาชน) กล่าวว่า "ในปี 2569 เราเห็นกระแสการเติบโตต่อเนื่องของอุตสาหกรรมอาหารและขนมสัตว์เลี้ยง ผู้บริโภคจำนวนมากมองหาผลิตภัณฑ์ที่มอบประโยชน์ด้านสุขภาพที่ชัดเจน วัดผลได้จริง และเป็นที่ชื่นชอบของสัตว์เลี้ยง ท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

ไอ-เทลมองว่านวัตกรรมคือหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนการเติบโตและผลการดำเนินงานของบริษัทในระยะยาว ซึ่งกลยุทธ์นวัตกรรมของเราให้ความสำคัญกับโภชนาการที่ตั้งอยู่บนหลักวิทยาศาสตร์ (science-led nutrition) เพื่อช่วยส่งเสริมสัตว์เลี้ยงให้มีสุขภาพดีและอายุยืนยาว พร้อมทั้งออกแบบให้ตอบโจทย์กับไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวัน และมอบความสุขให้กับสัตว์เลี้ยง"

กลยุทธ์ดังกล่าวสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของเทรนด์โลกที่หันมามุ่งเน้นเรื่องสุขภาพและการมีอายุที่ยืนยาว (Longevity) ของสัตว์เลี้ยง จากการเติบโตของประชากรสัตว์เลี้ยงในช่วงโควิด-19 และปัจจุบันสัตว์เลี้ยงกลุ่มนี้เริ่มมีอายุมากขึ้น บรรดาเจ้าของสัตว์เลี้ยง (Pet Parents) จึงเริ่มมองหาตัวเลือกอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและมีผลการวิจัยทางวิทยาศาสตร์รองรับ

แนวโน้มนี้สอดคล้องกับคาดการณ์ว่าตลาดอาหารสัตว์เลี้ยงกลุ่มโภชนบำบัด (Nutraceuticals) จะขยายตัวต่อเนื่องด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ย (CAGR) ร้อยละ 7.1 ต่อปี นับจากปี 2569 และจะมีมูลค่าสูงถึง 8.84 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี 2574

ไอ-เทล จึงได้เร่งพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมที่ช่วยส่งเสริมสุขภาพและรสชาติ โดยที่ผ่านมามีการเปิดตัวนวัตกรรมผลิตภัณฑ์รวมกว่า 548 รายการในช่วงปี 2567-2568 ตอกย้ำความมุ่งมั่นของบริษัทในการเป็นผู้ผลิตอาหารสัตว์เลี้ยงชั้นนำที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม

โดยมี 3 เสาหลักของกลยุทธ์นวัตกรรมไอ-เทล คือ

1. การผลักดันนวัตกรรมผ่านความร่วมมือ (Advancing Innovation Through Open Collaboration) ไอ-เทล ทำงานร่วมกับลูกค้าซึ่งเป็นแบรนด์ชั้นนำระดับโลกอย่างใกล้ชิด นับตั้งแต่ขั้นตอนการพัฒนาคอนเซปต์สินค้าต้นแบบ เพื่อร่วมสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่บูรณาการข้อมูลเชิงลึกของตลาดเข้ากับความเชี่ยวชาญด้านการวิจัยและพัฒนาของบริษัท ขณะเดียวกัน ไอ-เทล ยังผนึกกำลังกับ 5 มหาวิทยาลัยชั้นนำของประเทศไทย เพื่อขับเคลื่อนความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และโภชนาการสัตว์เลี้ยง ผ่านการเชื่อมโยงองค์ความรู้ภาควิชาการเข้ากับการทำงานในภาคอุตสาหกรรม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดอย่างแท้จริง

โดยได้รับการสนับสนุนจากอิโคซิสเต็มส์นวัตกรรมของไอ-เทลและกลุ่มบริษัทไทยยูเนี่ยนอาทิ ศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารแมว i-Cattery ศูนย์นวัตกรรม Global PetCare Innovation Center และศูนย์นวัตกรรม Global Innovation Center ในการพัฒนา ทดสอบ และต่อยอดผลิตภัณฑ์สู่การวางจำหน่ายในเชิงพาณิชย์

2. การยกระดับโภชนาการเพื่อสุขภาพที่ดีและอายุที่ยืนยาวของสัตว์เลี้ยง (Pet Food Journey Toward Longevity) เมื่อสัตว์เลี้ยงกลายมาเป็นหนึ่งในสมาชิกคนสำคัญของครอบครัว ไอ-เทล จึงเดินหน้าพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อการดูแลสุขภาพเฉพาะด้าน (Functional Food) มีเป้าหมายขยายนวัตกรรมให้ครอบคลุมกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารเสริม (Supplement) โภชนบำบัด (Nutraceuticals) และ Personalized Diets ภายในปี 2573

บริษัทยังมุ่งพัฒนาและต่อยอดนวัตกรรมด้านสุขภาพที่ให้ประโยชน์มากกว่าแค่โภชนาการขั้นพื้นฐาน ไม่จำกัดอยู่เพียงสินค้าในกลุ่มเฉพาะทางหรือสินค้าพรีเมียมเท่านั้น ที่ผ่านมา ไอ-เทล มีการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์กลุ่ม Functional Ingredients ที่ช่วยส่งเสริมการทำงานของระบบต่างๆ ในร่างกาย

3. นวัตกรรมที่ขับเคลื่อนด้วยหลักวิทยาศาสตร์ พร้อมความอร่อยที่พิสูจน์ได้ (Science-Backed Innovation with Proven Palatability) ที่ไอ-เทล โภชนาการตามหลักวิทยาศาสตร์ต้องมาควบคู่กับความอร่อยเสมอ โดยบริษัทมีการกำหนดให้ 'ความน่ากิน' (Palatability) เป็นหนึ่งในหัวใจสำคัญของการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม ซึ่งการจัดตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาอาหารแมว i-Cattery ช่วยให้บริษัทสามารถทดสอบผลิตภัณฑ์จริงผ่านการทำงานร่วมกับบรรดา 'แมวนักชิม' เพื่อถอดรหัสข้อมูลเชิงลึกและทำความเข้าใจถึงความต้องการที่แท้จริงของสัตว์เลี้ยง และยังเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเร่งกระบวนการคิดค้นพัฒนาสูตรอาหารและผลิตภัณฑ์ให้เร็วขึ้น 3 เท่า โดยระหว่างปี 2566 ถึง 2568 i-Cattery ได้ทดสอบผลิตภัณฑ์กว่า 795 รายการให้กับแบรนด์อาหารสัตว์ชั้นนำระดับโลกกว่า 20 แบรนด์.

dxt 360 essential
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 www.dataxet.co help@dataxet.co Dataxet Thailand