

# ทีมีลล์บุกตลาดครั้งใหญ่ รองรับเทรนด์การบริโภค แป้งสาลีที่เพิ่มขึ้น ดันยอดขายโตอีก 10%



ทีมีลล์ประกาศแผนบุกตลาดครั้งใหญ่ในปี 2556 เดินหน้าเพิ่มอัตราการใช้จ่ายกำลังการผลิตสูงสุดเป็นประวัติการณ์ พร้อมทั้งวิจัยพัฒนาแป้งสาลีสูตรใหม่และใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีสุดไฮเทคตั้งเป้าดันยอดขายโตอีก 10% ลูกค้านำใหม่เพิ่มอีก 30% เผยตลาดแป้งสาลีปีนี้สดใสรับอานิสงส์จากค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท

**ดร.ชาญกฤษ เดชวิทักษ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท ที เอส ฟลาวมิลล์ จำกัด (มหาชน) หรือ ทีมีลล์ (TMILL)** ผู้ผลิตแป้งสาลีคุณภาพของไทยเปิดเผยว่าปี 2556 จะเป็นปีที่ทีมีลล์บุกตลาดมากขึ้น โดยแผนธุรกิจในปีนี้ จะให้ความสำคัญกับการเพิ่มอัตราการใช้จ่ายกำลังการผลิตจากเดิม 84.5% เป็น 95% นับเป็นอัตราการใช้จ่ายกำลังการผลิตที่สูงที่สุดเป็นประวัติการณ์ของทีมีลล์ ซึ่งจะส่งผลให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยลดลงตามหลัก Economy of Scale เป็นการเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มศักยภาพในการทำกำไรให้กับทีมีลล์

ส่วนแผนการตลาดในปีนี้จะมุ่งเน้นการขยายฐานลูกค้ารายใหม่อีก 30% จากเดิมที่มีลูกค้า 140 ราย โดยเน้นกลุ่มโรงงานขนาดใหญ่ 60% เอสเอ็มอี 40% ทั้งนี้เพื่อรองรับกำลังการผลิตที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคตจากการที่ทีมีลล์ได้มีแผนการลงทุนขยายโรงงาน โดยปีนี้จะเริ่มจาก 3 ตลาดหลัก คือ แป้งขนมปัง แป้งเบหมีเกรดพิเศษที่มีโปรตีนสูง และแป้งสาลีที่นำไปผลิตแป้งพรีมิคซ์ (Premix) หรือแป้งกึ่งสำเร็จรูปซึ่งทีมีลล์ได้มีการวิจัยและพัฒนาแป้งสาลีทั้ง 3 สูตรนี้ขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้า นับเป็นการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า โดยเฉพาะแป้งสาลีที่นำไปผลิตแป้งพรีมิคซ์นั้นนับว่าเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่และมีอัตราการเติบโตสูงทำให้มั่นใจได้ว่าแผนการตลาดดังกล่าวจะทำให้ทีมีลล์มียอดขายเพิ่มขึ้นจาก ปีก่อน 10%

ทางด้านการลงทุนในปีนี้ได้มีแผนลงทุนด้านเครื่องมือวิเคราะห์คุณภาพซึ่งใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มคุณภาพและเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน รวมทั้งเพิ่มความปลอดภัยต่อสินค้า ผู้ปฏิบัติงาน ผู้บริโภค และยังช่วยลดเวลาในการผลิต ทำให้ส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้รวดเร็วยิ่งขึ้น ซึ่งการลงทุนดังกล่าว นับเป็นการต่อยอดภาพของการที่ทีมีลล์เป็นโรงงานผลิตแป้งสาลีที่ได้รับการรับรองมาตรฐานการผลิตทั้งระบบไม่ว่าจะเป็น GMP, HACCP, ISO22000 หรือ Thailand Halal Standard (THS24000)

ดร.ชาญกฤช กล่าวเพิ่มเติมถึงภาพรวมของตลาดแป้งสาลีในปีนี้มีแนวโน้มที่สดใส โดยจะเติบโตตามอุตสาหกรรมที่ใช้แป้งสาลีเป็นวัตถุดิบหลัก เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป และขนมปัง ซึ่งที่ผ่านมาเติบโตปีละ 10-15% นอกจากนี้ ยังได้รับปัจจัยหนุนมาจากนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาท ที่ทำให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อมากขึ้น และกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายซื้อสินค้าอุปโภคบริโภค รวมถึงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมกรรมการบริโภคด้วย

“ที่มีลคคาดการณ์ว่าตลาดแป้งสาลีในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านยังมีโอกาสเติบโตได้อีกมาก จะเห็นได้จากสถิติการบริโภคแป้งสาลีของคนไทยในปัจจุบันมีเพียง 30 กิโลกรัมต่อคนต่อปีเท่านั้น เมื่อเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้วจะมีการบริโภคเฉลี่ยถึง 67.7 กิโลกรัมต่อคนต่อปี ส่วนประเทศที่กำลังพัฒนาบริโภคเฉลี่ย 50.2 กิโลกรัมต่อคนต่อปี” ดร.ชาญกฤช กล่าว