

ที.จี.เอ็ม.เดินหน้าป็นแบรนด์เต็มรูปแบบ เตรียม

พร้อมทัพปรับตัวรับตลาดการค้าประชาคมอาเซียน



นางจันทนา พัวพัฒนชจร กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไทยเยอรมัน มีท โปรดักท์ จำกัด ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเนื้อสัตว์แบรนด์ที.จี.เอ็ม. เปิดเผยว่า ปัจจุบันชีวิตประจำวันของคนเมืองมีการแข่งขันสูงและมีความรีบเร่ง ทำให้ผู้บริโภคนิยมบริโภคอาหารแปรรูปที่สำเร็จมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดเติบโตขึ้นและมีการแข่งขันสูง ดังนั้นแต่ละบริษัทฯ จึงพยายามพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยในปีนีทางบริษัท ไทยเยอรมัน มีท โปรดักท์ จำกัด มีความมุ่งหวังที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ครองใจลูกค้าตลาดระดับบนอย่างเหนียวแน่น จึงได้ดำเนินการจัดกิจกรรมด้านการตลาดอย่างต่อเนื่องในรูปแบบต่างๆ อาทิ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ การจัดโปรโมชั่นร่วมกับห้างสรรพสินค้าชั้นนำ และการจัดโรดโชว์ เป็นต้น ขณะนี้ทางบริษัท มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใน 2 รูปแบบ คือ การจัดพนักงานขายที่ให้คำแนะนำพร้อมบริการการเลือกซื้อ ณ จุดขาย ซึ่งลูกค้าจะสามารถเลือกปริมาณและชนิดของผลิตภัณฑ์ได้ตามความต้องการ และรูปแบบแพ็คเกจสำเร็จรูป โดยลูกค้าได้ให้การตอบรับกับการจัดจำหน่ายทั้งสองรูปแบบเป็นอย่างดี ปีนี้บริษัทฯ ได้เน้นผลิตสินค้าประเภทแพ็คเกจของมากขึ้นเพื่อตอบรับความต้องการของลูกค้าที่เพิ่มขึ้น พร้อมกันนี้ได้ทำการรุกตลาดในส่วนช่องทางจำหน่ายโดยมุ่งกระจายสินค้าไปยัง Modern Trade ซึ่งเป็นตลาดใหญ่ที่ขยายตัวรวดเร็วครอบคลุมในการให้บริการลูกค้า ทั้งด้านจำนวนสาขา ความสะดวกสบายทั่วประเทศ นอกจากนี้ปีนีทางบริษัทฯ ได้ทดลองเปิด ที.จี.เอ็ม.ซี้อปแห่งแรกบนถนนพระราม 3 เพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที.จี.เอ็ม.ในราคาโรงงาน ซึ่งได้รับการตอบรับดีเกินคาด ดังนั้นในอนาคตบริษัทฯ มีการวางแผนจะขยายสาขาที.จี.เอ็ม.ซี้อปไปยัง พื้นที่อื่นๆ อาทิ อาคารสำนักงานใหญ่ในกรุงเทพฯ เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าวัยทำงานและแม่บ้านที่ต้องการความรวดเร็วสะดวกสบาย

นางจันทนา พัวพัฒนชจร กล่าวต่อไปว่าช่วงครึ่งปีที่ผ่านมา ตลาดอาหารประเภทเนื้อสัตว์แปรรูป มีมูลค่ารวมประมาณ 10,000 ล้านบาท แบ่งเป็นตลาดกลุ่มผลิตภัณฑ์ไส้กรอกพรีเมียมมูลค่าประมาณ 3,000 ล้านบาท ซึ่งในปีนีบริษัทฯ ตั้งเป้าการเติบโตมากกว่าปีที่แล้ว 15-20% อย่างไรก็ตามเนื่องจากขณะนี้สภาพเศรษฐกิจทางด้านยุโรปยังมีความผันผวนสูง ทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศ

ไทยมีจำนวนลดลง จึงทำให้ส่งผลกระทบต่อด้านยอดขายที่ส่งไปเป็นวัตถุดิบสำหรับสถานประกอบการ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร บ้างเล็กน้อย แต่ไม่ได้กระทบต่อยอดขายของบริษัทฯ ในภาพรวม ส่วนด้านการปรับค่าแรงขั้นต่ำที่รัฐบาลประกาศปรับเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทำให้ค่าครองชีพของแรงงานสูงตามไปด้วย คนงานส่วนใหญ่จึงหันกลับไปประกอบอาชีพที่ถิ่นกำเนิดมากขึ้นทำให้เกิดขาดแคลนแรงงาน ทางบริษัทฯ ได้แก้ปัญหาดังกล่าวด้วยการขยายโรงงานและเปลี่ยนเครื่องจักรชุดใหม่ที่ทันสมัย สามารถควบคุมการทำงานได้รวดเร็วเพื่อทดแทนแรงงานที่ขาด นอกจากนี้บริษัทฯ ได้มีการปรับโครงสร้างองค์กรให้เกิดความกะทัดรัด คล่องตัว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้มีคุณภาพมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการปรับตัวเพื่อเตรียมการแข่งขันในการเปิดตลาดการค้าประชาคมอาเซียน(Association of South East Asian Nations: ASEAN)ที่กำลังจะมาถึงในอีกไม่นานนี้ด้วย”

กรรมการผู้จัดการ กล่าวปิดท้าย