

# เบทาโกรพร้อมรุกตลาดผู้บริโภค เปลี่ยนชื่อแบรนด์ สินค้าอาหารสดประเภทเนื้อสัตว์และไข่ไก่ ใช้ “เบทา โกร”

เบทาโกร เปลี่ยนชื่อแบรนด์สินค้าเนื้อหมู-เนื้อไก่ไฮมีท (HyMEAT) และไข่ไก่ไฮเอ็ก (HyEGG) สู่อแบรนด์  
สินค้า “เบทาโกร” (BETAGRO) สร้างความแข็งแกร่งเป็นหนึ่งเดียว ตอกย้ำความเป็นผู้ผลิตอาหาร  
คุณภาพสูง และผู้นำมาตรฐานอาหารปลอดภัย ซึ่งได้รับการยอมรับในระดับสากล มั่นใจในความคุ้นเคย  
และความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่รับรู้ต่อชื่อ เบทาโกร ในฐานะองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วยความจริงใจ โปร่ง  
ใส และน่าเชื่อถือ นำไปสู่ความสำเร็จในการสร้างแบรนด์ครั้งนี้



นายวิสิษฐ เตไพบิสฐพงษ์ กรรมการผู้จัดการใหญ่ เครือเบทาโกร กล่าวว่า เครือเบทาโกรเริ่มดำเนินธุรกิจจาก  
ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำของอุตสาหกรรมเกษตรและอาหาร ซึ่งได้รับความมั่นใจจากลูกค้าในกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่ม  
เกษตรกร ในความจริงใจที่เบทาโกรมีต่อคู่ค้าสืบทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น ปัจจุบัน เครือเบทาโกร ได้รับการยอมรับในฐานะ  
ผู้ผลิตอาหารคุณภาพสูง จากทั้งกลุ่มผู้ให้บริการอาหาร ภัตตาคาร ร้านค้า ทั้งในประเทศ และจากบริษัทชั้นนำในต่าง  
ประเทศ อาทิ ญี่ปุ่น ฮองกง มาเลเซีย สิงคโปร์ ตลอดจนจนประเทศในแถบยุโรป ซึ่งการเป็นพันธมิตรทางการค้ากับ  
ประเทศชั้นนำเหล่านี้ ทำให้เกิดการร่วมลงทุนในการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่างๆ รวมทั้งศักยภาพในการนำสินค้า  
ส่งออกจำหน่ายในหลายประเทศ จนได้รับการยอมรับในระดับสากล ผลิตภัณฑ์อาหารของเครือเบทาโกร ได้รับ  
การยอมรับและเชื่อมั่นจากผู้บริโภคโดยเฉพาะในมาตรฐานการผลิต คุณภาพ และความปลอดภัย ดังนั้น ในวันที่  
เบทาโกรพร้อมสำหรับการเปลี่ยนชื่อแบรนด์สินค้าเนื้อหมู เนื้อไก่ และไข่ไก่คุณภาพระดับมาตรฐาน จากเดิมชื่อ แบ  
รด์ “ไฮมีท” (HyMEAT) และแบรนด์ “ไฮเอ็ก” (HyEGG) มาใช้แบรนด์เดียว คือ “เบทาโกร” (BETAGRO) เพื่อ  
ช่วยตอกย้ำถึงควมมีคุณภาพและ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคยิ่งขึ้นเมื่อเห็นตราสินค้า BETAGRO บนผลิต  
ภัณฑ์

“จากผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภค ลูกค้า คู่ค้า ต่างยอมรับและคุ้นเคย ชื่อ เบทาโกร ในฐานะองค์กรที่ดำเนินธุรกิจด้วย  
ความจริงใจ โปร่งใส และน่าเชื่อถือ หลายปีที่ผ่านมาเราเน้นการสื่อสารแบบธุรกิจกับธุรกิจ หรือ B2B (Business to  
Business) ณ วันนี้ เบทาโกรพร้อมที่จะสื่อสารแบบ B2C (Business to Consumer) เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น  
และทำให้ผู้บริโภคเข้าถึงเรามากขึ้น จากสัดส่วนเดิมประมาณ 10% ที่เป็น B2C ในอนาคตจะเพิ่มขึ้นเป็น 20-30%  
โดยมีแผนการตลาดในการดันแบรนด์ที่เป็นสินค้าระดับมาตรฐาน เข้าสู่ตลาดผู้บริโภค ผ่านช่องทางในโมเดิร์นเทรด

ซูเปอร์มาร์เก็ต และขายแบบปลีก (retail) มากยิ่งขึ้น การเปลี่ยนชื่อและรวมแบรนด์สินค้าอาหารมาเป็น BETAGRO สำหรับกลุ่มผู้บริโภคในตลาดระดับมาตรฐานนี้ จะช่วยให้ผู้บริโภครู้จักและจดจำแบรนด์ได้ง่ายขึ้น โดย Positioning ของแบรนด์ BETAGRO จะเป็นแบรนด์สินค้าคุณภาพ น่าเชื่อถือสูง เข้าถึงได้ง่าย จริงใจ และให้ความรู้กับผู้บริโภค นายวิษณุกล่าว

ด้วยเหตุนี้ เครือเบทาโกร จะมีแบรนด์สินค้าอาหารสดประเภทเนื้อสัตว์ และไข่ไก่คุณภาพ แบ่งออกเป็น 2 แบรนด์หลัก ได้แก่ S-Pure ซึ่งเป็นสินค้าอาหารระดับพรีเมียมแบรนด์ และแบรนด์ BETAGRO จะเป็น แบรนด์สินค้าอาหารคุณภาพระดับมาตรฐาน โดยผู้บริโภคจะเริ่มเห็นผลิตภัณฑ์เนื้อหมู เนื้อไก่ และไข่ไก่ในบรรจุภัณฑ์ใหม่แบรนด์ BETAGRO ตั้งแต่เดือนมิถุนายนเป็นต้นไป สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป/อาหารปรุงสุกคุณภาพแบรนด์ “เบทาเทอร์ฟู้ด” (Better Food) มีแผนจะเปลี่ยนมาใช้แบรนด์ BETAGRO ในลำดับต่อไปในอนาคต

สำหรับงาน THAIFEX - World of food ASIA 2013 ซึ่งจัดขึ้นระหว่างวันที่ 22 – 26 พฤษภาคม 2556 เครือเบทาโกรได้เข้าร่วมแสดงศักยภาพความเป็นหนึ่งในกลุ่มบริษัทชั้นนำของประเทศที่ผลิตและส่งออกสินค้าในอุตสาหกรรมอาหาร โดยได้เข้าร่วมแสดงนิทรรศการและนำเสนอผลิตภัณฑ์อาหารคุณภาพซึ่งผ่านกระบวนการผลิตที่ปลอดภัยทุกขั้นตอน ภายใต้แนวคิด “เพื่อคุณภาพชีวิต” (Quality for Life) ชมสาธิตการประกอบอาหารโดยเชฟจาก Thailand Culinary Academy เจ้าของหลากหลายรางวัลจากการเวทีแข่งขันด้านอาหารระดับโลก พบกับ เชฟวิวัฒน์ ลีอง (Willment Leong) ประธานผู้ก่อตั้ง Thailand Culinary Academy เชฟอิก-บรรณ บริบูรณ์ และ เชฟบีบ-ชัชฌา รักตะกนิษฐ จากรายการ Junior Master Chef Thailand ฯลฯ ชิมอาหารอร่อย เลือกซื้อผลิตภัณฑ์คุณภาพ ณ บูธเครือเบทาโกร เลขที่ TT-01 ฮอลล์ 1 อาคารชาเลนเจอร์ เมืองทองธานี