

“ไทยโอชูก้า” ผู้นำอาหารทางการแพทย์ เปิดตัวโรง แห่งใหม่ รุกตลาดทั้งในและตปท.อย่างยิ่งใหญ่



บริษัท ไทยโอชูก้า จำกัด กลุ่มผู้นำบริษัทชั้นนำในประเทศไทย ทุ่มงบ 650 ล้านบาท สร้างโรงงานผลิตอาหารทางการแพทย์แห่งใหม่ และแห่งเดียวในประเทศไทย เพื่อรองรับตลาดที่ขยายตัวต่อเนื่องทั้งในและต่างประเทศ จัดเปิดตัวโรงงานอย่างยิ่งใหญ่ มั่นใจสิ้นปีนี้สร้างรายได้เพิ่มมากกว่า 20% หรือราว 300 ล้านบาท ลั่นตั้งเป้าอีก 5 ปี แซงโรงผลิตเพิ่มแตะ 32% ล่าสุดได้ฤกษ์ทำพิธีเปิดอย่างเป็นทางการ โดยมี ดร.อรรชกา สีบุญเรือง รมต.ว่าการกระทรวงอุตสาหกรรม ให้เกียรติเป็นประธานในพิธีเปิด ร่วมด้วย นายชินชี่เกะ ยูอาสะ ประธานบริษัท นายธัญ สันตโยดม ประธานกรรมการ ตัวแทนบริหารฝ่ายกรรมการบริษัท ไทยโอชูก้า จำกัด ให้การต้อนรับ พร้อมกันนี้ยังได้นำคณะสื่อมวลชน เข้าเยี่ยมชมโรงงาน ณ บริษัท ไทยโอชูก้า จำกัด (อ.กระทุ่มแบน จ.สมุทรสาคร)

นายชินชี่เกะ ยูอาสะ ประธาน บริษัท ไทยโอชูก้า จำกัด กล่าวว่า เราเป็นหนึ่งในกลุ่มผู้นำบริษัทฯ ที่มุ่งเน้นสินค้าและบริการที่มีคุณภาพจนสามารถสร้างยอดขายเป็นติด 1 ใน 10 ของบริษัทชั้นนำในประเทศไทย โดยการผลิต้น้ำเกลือภายใต้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพของโอชูกะ ประเทศญี่ปุ่น และได้ขยายการผลิตอาหารทางการแพทย์ขึ้นเป็นแห่งเดียวในไทย ภายใต้แบรนด์ของคนไทยซึ่งมียอดขายทั้งในและต่างประเทศราว 2,000 กว่าล้านบาท และมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะในผลิตภัณฑ์ด้านอาหารทางการแพทย์เติบโตอย่างรวดเร็วเพิ่มขึ้นในอัตรา 10% ทุก ๆ ปี เพราะกำลังเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก เนื่องจากอาหารทางการแพทย์คืออาหารที่ได้มีการทดลอง ศึกษาถึงประสิทธิภาพที่ใช้ได้ในคนปกติและผู้ป่วยโรคต่างๆ มีผลการศึกษาและทดลองที่ชัดเจน ซึ่งยืนยันได้ว่ามีผลดี ปลอดภัย และเหมาะสมต่อผู้ป่วยมากกว่าอาหารเสริม และก่อนที่จะขึ้นทะเบียนอาหารทางการแพทย์ได้นั้น ต้องมีหลักฐานทางการแพทย์ว่าใช้ได้ผลและปลอดภัย ผู้บริโภคจึงเกิดความมั่นใจ ได้ผลลัพธ์ที่พึงพอใจ ความต้องการผลิตภัณฑ์จึงมีอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้จากที่บริษัทเรามีโรงงานผลิตอาหารทางการแพทย์แห่งเดียวในประเทศไทย โดยได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับแพทย์ไทย เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและสนองตอบลูกค้าเป็นอย่างดี จึงส่งผลให้ขณะนี้กำลังการผลิตของบริษัทไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดที่เพิ่มมากขึ้น ล่าสุด บริษัทจึงได้ทุ่มงบราว 650 ล้านบาท ในการลงทุนสร้างโรงงานแห่งใหม่ที่มีกำลังการผลิตเพิ่มขึ้นเป็น 4 เท่า แบ่งเป็นสร้างอาคาร 250 ล้านบาท และการพัฒนา เครื่องจักร และการค้นคว้าวิจัยอีก 400 ล้านบาท เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ ได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยโรงงานแห่งใหม่นี้เราใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย ได้มาตรฐาน โดยใช้ระบบบริหารจัดการแบบญี่ปุ่น ฉะนั้นจึงมั่นใจได้ว่า มาตรฐานในการผลิตนั้นเทียบเท่ากับการผลิตยารักษาโรคและน้ำเกลือ

“อาหารทางการแพทย์สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้หลายกลุ่ม โดยไม่จำเป็นเฉพาะกลุ่มหลัก ได้แก่ ผู้ป่วยโดยเฉพาะ เช่นโรคเบาหวาน โรคมะเร็ง โรคตับ หรือแม้แต่ผู้ป่วยเด็กที่มีระบบการดูดซึมบกพร่อง และกลุ่ม รongของอาหารทางการแพทย์ยังสามารถใช้ได้กับบุคคลทั่วไป ซึ่งมีการยืนยันว่าได้ผลดี มีองค์ประกอบและสารอาหาร ที่ครบถ้วน เหมาะกับไลฟ์สไตล์การใช้ชีวิตของคนยุคปัจจุบันที่เร่งรีบในแต่วันอาจรับประทานอาหารไม่ครบ 5 หมู่ ซึ่งอาหารทางการแพทย์นี้ สามารถเข้าไปช่วยทดแทนสารอาหารที่ขาดหายไปและสะดวกต่อผู้บริโภคในแต่ละรายก ให้ได้รับสารอาหารที่ครบถ้วนในละวันได้เป็นอย่างดี” นาย ชินชีเกะ กล่าว

ด้าน นาย ธัญ สันตโยดม ประธานกรรมการ ตัวแทนผู้บริหารฝ่ายกรรมการบริษัทไทย โอซูก้า จำกัด กล่าวเพิ่มเติม ว่า การที่บริษัทเราได้สร้างโรงงานผลิตอาหารทางการแพทย์ในประเทศไทยนั้น ถือว่าเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยพัฒนา ทางด้านเศรษฐกิจไทยให้ดีขึ้นในการลดการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ ส่งผลให้มีการจ้างงานในประเทศมากขึ้น และในอนาคตเราจะส่งเสริมในการใช้วัตถุดิบในไทยมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของ Supply Chain ด้วย ใน ช่วงไตรมาสสุดท้าย ของปีนี้ บริษัทได้ใช้งบประมาณการตลาดราว 50 ล้านบาท ในการออกผลิตภัณฑ์ใหม่ภายใต้แบ รนด์ “Once Pro” โดยส่งเสริมการตลาดทั้งการโฆษณา และประชาสัมพันธ์ อย่างครบวงจร เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จัก อย่างแพร่หลายหรือในวงกว้างมากขึ้น โดยจะเน้นการสร้างการรับรู้ให้เข้าถึงบุคคลากรทางการแพทย์มากขึ้นพร้อม เพิ่มการวิจัย และพัฒนา ในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่มีคุณภาพ ออกมาตอบสนองต่อความต้องการของผู้ป่วย และผู้บริโภคทั่วไปให้เพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วย

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์อาหารทางการแพทย์มีอัตราการเติบโตต่อเนื่องมากกว่า 10% ในทุกปี โดยบริษัทตั้งเป้าไว้ว่าหลังจากสร้างโรงงานใหม่เรียบร้อยแล้วจะสามารถเพิ่มยอดขายได้มากกว่า 20% หรือ ราว 300 ล้านบาท ภายในสิ้นปีนี้ และจะทำให้บริษัทมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเป็น 32% จากปัจจุบัน 22% ภายในระยะเวลา 5 ปี ได้อย่างแน่นอน