

Hubbard's David Fyfe talks investments, market trends

By Daniel Winters

Hubbard is planning further substantial investments in the form of expanded production facilities in Brazil, the United Kingdom, Hungary and France.

The outlook this year for the company is bright, with a string of genetic advances and improved technical service strategies positioning Hubbard for strong gains.

A new GGP and GP facility is nearing completion in central/southern Brazil, and in France, the company has substantially increased its output for the European as well as export markets.

The expansion plans will be undertaken by wholly-owned subsidiaries financed by Hubbard.

In the UK, increased awareness of the public in conjunction with increased demand by retailers, animal welfare groups, particularly The Royal Society for the Prevention of Cruelty to Animals (RSPCA), as well as recent televised programmes by celebrity chefs such as Jamie Oliver and Hugh Fearnley-Whittingstall, have steered buyers from the major chains towards putting more birds on store shelves that meet the growing consumer demand for birds reared under better welfare conditions.

Hubbard was there right from the start, back in 2000, with "Certified", a Hubbard colored product line that is optimised for such growing conditions.

In the UK, Hubbard is selling JA 57 females bred to conventional or colored male lines for a bird with red and white feathers, which appeals to animal welfare conscious consumers. The positive response to this type of product is further enhancing Hubbard's growing market share in the UK, which is also based on the appreciation of UK customers for the Flex breeder and broiler. Thanks to its focus on performance and quality, Hubbard has already become the second ranked supplier of breeding stock to the UK market.



David Fyfe เดวิด ไฟฟ์

Because the Hubbard Color product is a chicken that has a slower growth rate than its conventional cousins, the cost of production is higher. However, stores are pricing these products at a premium and people now have a clear choice between a conventionally reared bird and one bird reared to meet the standards laid down by the RSPCA's Freedom Foods

Standards. The housewife understands the distinction, and so long as she can afford it, is ready to buy increased quantities of chicken produced under less intensive conditions. This does not mean the conventional broiler market will suffer; it will still remain to be the major part of the market, said Mr Fyfe.

"There will be strong development in the market for alternative products. We expect to see significant growth, particularly in the UK market, with that type of product this year. The UK has been a leader in many trends over the years and it would not be unreasonable to expect similar trends to appear in other markets over time," said Mr Fyfe.

The "farm-assured/certified" market for slower growing broilers first appeared in France about five years ago,

เดวิด ไฟฟ์: การลงทุนและ แนวโน้มธุรกิจ ของฮับบาร์ด

ฮับบาร์ด เตรียมลงทุนมหาศาลเพื่อขยาย
กำลังการผลิตในบราซิล สหราชอาณาจักร
อิตาลี และ ฝรั่งเศส

บรรยากาศการทำธุรกิจโดยรวมของบริษัทในปี
นี้แจ่มใส มีความก้าวหน้าในการปรับปรุงพันธุ
กรรมและการให้บริการ ทำให้ฮับบาร์ดกลับมา
ผงาดอีกครั้งอย่างแข็งแกร่ง

ขณะนี้ บริษัทกำลังก่อสร้างฟาร์มทวดพันธุ์และ
ป้อนพันธุ์ในทางตอนใต้ของบราซิลและฝรั่งเศส
และเตรียมขยายกำลังการผลิตไก่สีขึ้น 20%
สำหรับตลาดในประเทศและตลาดส่งออก

การขยายดังกล่าวจะดำเนินการโดยบริษัทลูกที่
ฮับบาร์ดเป็นเจ้าของ และเงินลงทุนมาจาก
ฮับบาร์ดเช่นกัน

ในอังกฤษ ผู้บริโภค ผู้ค้าปลีก และกลุ่ม
สวัสดิภาพสัตว์โดยเฉพาะสมาคมป้องกันการ
ทารุณสัตว์ (RSPCA) ได้ให้ความสำคัญกับ
สวัสดิภาพสัตว์มานาน เมื่อเร็วๆ นี้ รายการ
โทรทัศน์ซึ่งนำเสนอรายการของพ่อครัวชื่อดัง
เช่น Jamie Oliver และ Hugh-Fearnley-
Whittingstall ได้โน้มน้าวผู้ซื้อจากร้านค้าปลีก
สมัยใหม่ให้หันไปซื้อผลิตภัณฑ์ไก่ที่ผลิตอย่าง
สอดคล้องกับความประสงค์ของผู้บริโภคที่
ต้องการให้การเลี้ยงเป็นไปตามหลักสวัสดิภาพ
สัตว์

ฮับบาร์ด เติบโตมาถูกทางแล้ว ย้อนหลังไปเมื่อปี
2543 ฮับบาร์ด เริ่มต้นด้วยผลิตภัณฑ์ไก่สีซึ่ง
รับรองว่าเติบโตได้อย่างดีภายใต้สภาพการเลี้ยง
ตามหลักสวัสดิภาพสัตว์ ในอังกฤษ ฮับบาร์ด
ขายไก่พันธุ์เพศเมีย JA57 หรือเพศผู้เพื่อผลิต
ไก่สี ซึ่งเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญ
กับเรื่องสวัสดิภาพสัตว์ ตลาดให้การ
ต้อนรับอย่างดีกับผลิตภัณฑ์ดังกล่าวซึ่งช่วยให้
ฮับบาร์ดมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นในอังกฤษ ซึ่ง
ส่วนหนึ่งเป็นผลจากความนิยมของลูกค้า
อังกฤษที่มีต่อไก่พันธุ์ Flex และไก่กระทงของ
ฮับบาร์ด และด้วยประสิทธิภาพและคุณภาพ
ฮับบาร์ดได้กลายเป็นผู้ผลิตไก่พันธุ์ที่มีส่วนแบ่ง
ตลาดเป็นอันดับ 2 ในอังกฤษ

ไก่สีของฮับบาร์ดโตช้ากว่าไก่กระทงทั่วไป ดัง
นั้น ต้นทุนการผลิตจึงสูงกว่า อย่างไรก็ตาม
สินค้าดังกล่าวมีราคาสูงกว่าและผู้บริโภคใน
ปัจจุบัน เห็นทางเลือกที่ชัดเจนระหว่างไก่ที่

“Hubbard prides itself on always having been at the forefront of new innovative solutions for the worldwide poultry industry...” David Fyfe

and has seen a great deal of expansion since. Orders so far in 2008 are showing significant increases. Producers can use the same product to meet the Freedom Food Standards for a 49-day indoor bird, a 56-day Free Range, a 81-day Free Range product with colored feathers, and the 70-day Organic product, he added.

In Japan, there is a start of something similar making use of both colored lines and conventional lines. However, the market there is driven by the discerning tastes of the Japanese consumer for a product with more flavour and better meat texture than typical industrial birds. But once again, there is a percentage of consumers in both Japan and Europe with sufficient disposable income to be able to pay for any price premium and these alternative mar-

kets have been growing steadily year on year.

Hubbard's new GP operation is up and running in New Zealand, with the first flocks passing quarantine and already on site. The first production run of parent stock should be hitting the market in the coming months, he added. The New Zealand market size for PS in the country is around 750,000 birds per year, and Hubbard is confident based on comparative data that the Flex product line can grab a significant share of the market.

“One very interesting fact that we discovered in discussions with local nutritional contacts was that the New Zealand housewife is used to a white-skinned chicken carcass in the stores. Currently, with the differential between

wheat and corn (maize) prices [wheat at the time being more expensive], the cost to produce a white-skinned carcass was higher. With the introduction of the Hubbard Flex female in combination with the Hubbard M99 male line, which is genetically dominant white skinned, we have been able to offer the New Zealand farmers a way to incorporate corn as their main grain and still produce a creamy white carcass and offer significant savings in feed cost,” he said.

As for the Australian market, with approximately five million parent stock, Hubbard is currently in discussions with potential customers with a view to establishing quarantine and GP facilities.

A GP, parent and broiler venture in

เลี้ยงทั่วไป และไก่ที่ผลิตตามมาตรฐาน Freedom Foods Standards ของ RSPCA แม้บ้านเขาใจความแตกต่างนี้ และทราบเท่าที่จำเป็นกำลังซื้อ แม้บ้านก็พร้อมที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมากขึ้น ทั้งนี้ไม่ได้หมายความว่า ตลาดไก่กระทงได้รับความเสียหาย ตรงกันข้าม ไก่กระทงก็ยังคงเป็นสินค้าหลักในตลาดต่อไป มร.ไฟว์กล่าว

“จะมีการพัฒนาสินค้าทางเลือกอย่างเข้มข้น เราคาดว่า จะเห็นการเติบโตอย่างมากของไก่สี โดยเฉพาะในตลาดอังกฤษในปีนี้ อังกฤษเป็นผู้นำกระแสในหลายเรื่อง ตลอดเวลาที่ผ่านมา และไม่มีเหตุผลใดๆเลยที่จะปฏิเสธได้ว่า แนวโน้มคล้ายกันนี้ จะไม่เกิดขึ้นในตลาดอื่นๆ” มร.ไฟว์ กล่าว

ตลาดที่ผลิตโดยผ่านการรับรองว่า เลี้ยงตามระบบฟาร์ม ซึ่งเป็นไก่เนื้อที่โตช้า เริ่มเกิดขึ้นในฝรั่งเศสเมื่อ 5 ปีก่อน และได้ขยายตัวอย่างมาก จากนั้นมา คำสั่งซื้อในปี 2551 เพิ่มขึ้นสูง ผู้ผลิตสามารถใช้ผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันเพื่อให้สอดคล้องกับหลัก “Freedom Food Standards” สำหรับการเลี้ยงในร่มใน 49 วัน สำหรับการเลี้ยงปล่อยใน 56 วัน สำหรับไก่สีแบบปล่อยใน 81 วัน และสำหรับไก่ที่เลี้ยงตามระบบเกษตรอินทรีย์ 70 วัน

ในญี่ปุ่น เริ่มมีการพัฒนาการใช้สายพันธุ์ไก่สีและไก่กระทง อย่างไรก็ดี ตลาดถูกขับเคลื่อนโดยรสชาติและลักษณะของเนื้อที่เหนือกว่าไก่

กระทง ด้วยเหตุที่กลุ่มผู้บริโภคทั้งในญี่ปุ่นและยุโรป มีรายได้มากพอที่จะสามารถจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อซื้อสินค้าทางเลือกได้ ตลาดในกลุ่มนี้จึงเติบโตขึ้นอย่างสม่ำเสมอในทุกปี

ฮับบาร์ทได้เริ่มดำเนินการฟาร์มปู่ย่าพันธุ์ที่นิวซีแลนด์ โดยไปผูกมัดแผนการกักโรค และจะวางตลาดในนิวซีแลนด์ในอีกไม่กี่เดือนข้างหน้านี้ ตลาดนิวซีแลนด์มีขนาดพ่อแม่พันธุ์เพียง 750,000 ตัว/ปี จากข้อมูลเปรียบเทียบ ฮับบาร์ท Flex จะสามารถมีส่วนแบ่งตลาดอย่างมากได้

“ข้อเท็จจริงที่น่าสนใจอีกประการที่เราค้นพบหลังจากพบปะกับนักโภชนาการคือ แม่บ้านชาวนิวซีแลนด์คุ้นเคยกับไก่ที่มีหนังสีขาว ปัจจุบันราคาข้าวสาลี และข้าวโพดที่ต่างกันมาก โดยเฉพาะข้าวสาลี ซึ่งมีราคาแพงกว่า ซึ่งจะทำให้ต้นทุนการผลิตไก่ที่มีหนังขาวมีต้นทุนสูงขึ้น การแนะนำไก่พันธุ์เพศเมีย ฮับบาร์ท Flex ร่วมกับไก่พันธุ์เพศผู้ M99 ซึ่งผิวขาวเป็นลักษณะเด่น จึงสามารถช่วยผู้ผลิตนิวซีแลนด์ลดต้นทุน โดยสามารถใช้ข้าวโพดเป็นองค์ประกอบหลัก แต่ยังสามารถผลิตไก่ที่มีหนังขาวและลดต้นทุนค่าอาหารได้” มร.ไฟว์ กล่าว

สำหรับตลาดออสเตรเลีย ซึ่งคาดว่า ตลาดมีความต้องการพ่อแม่พันธุ์ราว 5,000,000 ตัว ฮับบาร์ทได้เจรจากับลูกค้าเพื่อตั้งศูนย์กักโรคและฟาร์มปู่ย่าพันธุ์

ธุรกิจปู่ย่าและพ่อแม่พันธุ์ที่เกาหลีใต้ ซึ่งเป็นการร่วมทุนกับ Maniker ผู้ผลิตไก่ครบวงจร เริ่มดำเนินการแล้ว ผลการเลี้ยงไก่เนื้อได้ผลดีเกินความคาด

หมายทั้งๆที่ตลาดอยู่ในช่วงขาลง เนื่องจากผลิตเกินความต้องการและการระบาดของไข้หวัดนกซึ่งลดราคาลง ทุกคนยังเชื่อว่าตลาดจะฟื้นตัวในเร็ววันนี้

“เป็นสถานการณ์ที่ยากยิ่งเมื่อลูกค้าขาดทุน” มร.ไฟว์ กล่าว แต่จากการสุ่มผลการเลี้ยงในเกาหลีในปี 2550 พบว่าเราทำได้ดี และเชื่อว่า จะทำให้ผู้ผลิตรายอื่นๆหันมาสนใจไก่กระทง ฮับบาร์ท”

ฮับบาร์ท “Yield” ได้รับผลการตอบรับที่ดีจากตลาดศรีลังกาซึ่งผู้ประกอบการบวกรวมจรรยาวัธวิธีเพิ่มผลผลิตเนื้อถอดกระดูกและซากคุณภาพดี ผลิตภัณฑ์ Hubbard Classic เป็นสินค้ายอดนิยมในบังคลาเทศ เนื่องจากให้ผลผลิตที่ดีในระดับพ่อแม่พันธุ์ภายใต้สภาวะการเลี้ยงที่ยากลำบาก ในระดับไก่พันธุ์และไก่กระทง สามารถกินอาหารและเติบโตได้ดี ให้ผลผลิตดีมาก มร.ไฟว์ กล่าว

ในเรื่องไข้หวัดนก ฮับบาร์ทเห็นว่า ประเด็นดังกล่าวยังคงเป็นความเสี่ยงอย่างยิ่งต่ออุตสาหกรรมสัตว์ปีกในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และยุโรปต่อไป

“แน่นอนว่าทุกๆครั้งที่เกิดการระบาดนั้น ไม่เพียงแต่กระทบต่อการกระจายสินค้าจากต้นทางไปยังปลายทาง” มร.ไฟว์ กล่าวและเสริมว่า “เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้ผลิตไก่พันธุ์หาทางที่จะจัดส่งผลิตภัณฑ์จากหลายๆแห่ง เราต้องยอมรับว่า ไข้หวัดนกจะไม่หายไปง่ายๆ”

South Korea with integrator Maniker is now operational. Broiler results are exceeding expectations and despite a market downturn due to some oversupply and the recent avian influenza outbreaks which have caused prices to fall, everyone remains very optimistic that the market will quickly recover.

“That makes it very difficult, when customers are losing a lot of money,” he said. “But we did very well in a random sample test in Korea in 2007, and that I think is encouraging producers to have a close look at the broiler.”

The Hubbard Yield product is making good inroads in Sri Lanka, where integrators are looking for improved deboning yields and carcass conformation. Hubbard Classic, on the other hand, is still seen as the bird of choice in Bangladesh. The combination of good breeder performance under sometimes difficult conditions and the good appetite and growth seen in the broiler make the combination quite formidable, he added.

On the bird flu front, Hubbard feels that this issue will continue to be the major risk to the poultry industry in Southeast Asia and Europe for some time to come, he added.

“Of course, every time that there is an outbreak it threatens supply disruptions either from the point of origin or the destination in question,” he said, adding that such incidents oblige international breeders to ensure they can supply from multiple locations just in case. We have to admit avian influenza is not going to go away just like that.

The company's strategy of diversifying its supply chain, which began in 2004 after the first major outbreaks in Asia, has served it well. “It was the right decision. We are now much better positioned to supply from many places.”

Increased sales of GP and PS in India are brightening the company's outlook there going forward, and Mr Fyfe

said that trend is expected to continue. Initial results of field trials of Flex breeders and broilers in Japan are complete and showed results that exceeded the customer's expectations. Now, new larger field trials designed to reconfirm these trends across Japan with more customers are already underway for the rest of 2008/09.

The trend of consolidation in the industry has positioned Hubbard as one of now only three major meat chicken genetics providers, along with Cobb Vantress and Aviagen.

“When you consider that as recently as 15 years ago producers maybe had the choice of about eight to 10 breeding companies, it indicates just how competitive the breeding stock market really is and just how important it is to move with the times”, he said.

“Hubbard's increasing sales and market presence is a testament to how now more than ever the industry perceives Hubbard not only as the real alternative but as a credible choice for producers to improve their bottom line and stay ahead of the market,” he added.

Hubbard's strengths are built around a simple formula of good solid genetic products backed up by a strong local and international technical service team of specialists.

“Hubbard prides itself on always having been at the forefront of new innovative solutions for the worldwide poultry industry, from the renowned Hubbard Classic back in the 60s, to the very first high yielding strains in the late 80s, to the development of specialist lines of colored chickens for the French Label Rouge market,” he said.

“Now, this dedication to innovation is shown in the current development of Certified products to meet the increasing market for supermarket-branded products and those that meet the rigorous animal welfare demands as set out in the Freedom Foods Standards.” ●

บริษัทได้ดำเนินกลยุทธ์ที่จะสร้างความหลากหลายของห่วงโซ่อุปทาน เริ่มต้นในปี 2547 ภายหลังจากเกิดไข้หวัดนกทั่วเอเชีย ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวมีส่วนช่วยอย่างมาก “เป็นการตัดสินใจที่ถูกต้องและเราสามารถจัดส่งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้าได้จากหลายแห่ง”

ยอดขายปุ๋ยพันธุ์และพ่อแม่พันธุ์ในอินเดียที่เพิ่มขึ้นทำให้น้ำมันดูสโตและยังคงขยายตัวต่อเนื่อง ผลการทดลองจากภาคสนามของสายพันธุ์ Flex และไก่เนื้อในญี่ปุ่นเสร็จสิ้นแล้ว และชี้ว่าผลการเลี้ยงเป็นไปด้วยดีเหนือความคาดหวังของลูกค้า ขณะนี้เริ่มทำการทดสอบภาคสนามในขอบเขตที่กว้างขวางขึ้น เพื่อเป็นการยืนยันแนวโน้มในปี 2551-2552

แนวโน้มของการควบรวมกิจการทำให้ฮับบาร์ดกลายเป็นผู้ผลิตพันธุ์กรรมไกรายใหญ่ 1 ใน 3 ซึ่งมี Cobb Vantress และ Aviagen

“เมื่อ 15 ปีที่แล้ว ผู้ผลิตสามารถเลือกผลิตภัณฑ์ได้จากบริษัทพันธุ์สัตว์กว่า 8-10 บริษัท แต่แนวโน้มใหม่เป็นตัวบ่งชี้ถึงความเข้มข้นของอุตสาหกรรมและการพัฒนาของอุตสาหกรรมในระยะเวลาที่ผ่านมา”

“ยอดขายของฮับบาร์ดที่เพิ่มขึ้นและปรากฏการณ์ในตลาดเป็นข้อยืนยันว่าอุตสาหกรรมของฮับบาร์ด มิได้เป็นเพียงทางเลือก หากแต่เป็นตัวเลือกสำหรับผู้ผลิตที่ต้องการเพิ่มผลประกอบการและอยู่ในระดับแนวหน้าของตลาด” เขากล่าว

จุดแข็งของฮับบาร์ดคือพันธุ์กรรมและทีมผู้เชี่ยวชาญที่พร้อมให้บริการลูกค้า

“ฮับบาร์ดภูมิใจที่เป็นผู้นำเทคโนโลยีใหม่ๆ สำหรับอุตสาหกรรมไก่เนื้อทั่วโลก ตั้งแต่ฮับบาร์ดคลาสสิกที่เริ่มต้นในช่วงศตวรรษที่ 1960s และสายพันธุ์ที่ให้ปริมาณเนื้อมากในช่วง 1980s เรื่อยมาจนถึงการเพิ่มสายพันธุ์ไก่สีสำหรับตลาด “French Label Rouge”

“ปัจจุบัน ความทุ่มเทในนวัตกรรมซึ่งถึงพัฒนาการล่าสุดของสินค้า “Certified” ซึ่งสนองต่อความต้องการของผู้ผลิตที่ติดฉลาก “Supermarket branded” และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามมาตรฐานสวัสดิภาพสัตว์ที่เข้มงวดตามมาตรฐาน “Freedom Foods Standards” ●