

# “ข้าวหงษ์ทอง” เขย่าตลาดโจ๊ก ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ “โจ๊กหงษ์ทองพลัส”



“เจียแม็งมาร์เก็ตติ้ง” ผู้ผลิต และจัดจำหน่าย “ข้าวหงษ์ทอง” บุกตลาดโจ๊กสำเร็จรูป ส่ง “โจ๊กหงษ์ทองพลัส” ด้วยจุดเด่นผลิตจากข้าวหอมมะลิ และข้าวกล้องหอมมะลิ ที่มีจมูกข้าวอุดมไปด้วยสารอาหาร โอเมก้า 3-6-9 ส่วนช่วยบำรุงสมอง และมีวิตามินบีสูง อร่อยได้คุณค่า ที่ลงตัว ซึ่งผ่านการวิจัยและพัฒนาในกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กอายุ 3-12 ปี และกับกลุ่มผู้ปกครองที่ให้ความใส่ใจโภชนาการของเด็ก ๆ โดยมีความเชื่อมั่นต่อแบรนด์หงษ์ทองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี ตั้งเป้ายอดขายปีแรกไว้ 60 ล้านบาท จากมูลค่าตลาดโจ๊กสำเร็จรูป 1,800 ล้านบาท



นางโสพรรณ มานะธัญญา กรรมการผู้จัดการ บริษัท เจียแม็งมาร์เก็ตติ้ง จำกัด บริษัทในเครือบางซื่อโรสไฟเจียแม็ง จำกัด ผู้ผลิต และจัดจำหน่ายข้าวตรง “ข้าวหงษ์ทอง” ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เปิดเผยว่า ในปัจจุบันข้าวหงษ์ทองเป็นผู้นำตลาดข้าวหอมมะลิ โดยมีผลิตภัณฑ์ของบริษัทจะแยกตามแบรนด์และชนิดข้าว ได้แก่ ข้าวหอมมะลิ ตราหงษ์ทอง, ข้าวหอมปทุมหรือข้าวหอมผสม ตราหงษ์ทิพย์, ข้าวขาว ตราหงษ์ไทย, ข้าวสุขภาพ ข้าวกล้อง ตราหงษ์ทองไลฟ์ โดยมีสินค้าหลักของหงษ์ทอง คือ ข้าวหอมมะลิใหม่ต้นฤดู และข้าวหอมมะลิ 100% ซึ่งมีสัดส่วนการขายมากกว่า 80% และเพื่อเป็นการต่อยอดธุรกิจข้าวสารบรรจุถุง ตราหงษ์ทอง ของบริษัท จึงได้ออกผลิตภัณฑ์ใหม่ “โจ๊กหงษ์ทองพลัส” ซึ่งบริษัทเจียแม็งมาร์เก็ตติ้ง จำกัด เป็นผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์และมีความเชี่ยวชาญในเรื่องข้าวหอมมะลิ คัดเลือกข้าวหอมมะลิที่ดีที่สุดและข้าวกล้องหอมมะลิซึ่งมีจมูกข้าว อุดมไปด้วยสารอาหารที่สำคัญคือ โอเมก้า 3-6-9 มีส่วนช่วยบำรุงสมอง และมีวิตามินบีสูง อร่อยได้คุณค่า ที่ลงตัว

ซึ่ง “โจ๊กหงษ์ทองพลัส” มี 2 รสชาติ คือ รสหมูเพิ่มสาหร่าย และรสไก่เพิ่มปูอัด ทั้ง 2 รสนี้ ได้ผ่านการวิจัย และพัฒนากับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็กอายุ 3-12 ปี และกับกลุ่มผู้ปกครองที่ให้ความใส่ใจโภชนาการของเด็กๆ โดยมีความเชื่อมั่นต่อแบรนด์หงษ์ทองว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดี

นางโสพรรณ กล่าวต่อไปว่า สำหรับช่องทางจำหน่าย “โจ๊กหงษ์ทองพลัส” ในช่วงแรกนี้จะวางจำหน่ายแล้วในห้างสรรพสินค้าเช่น บิ๊กซี เดอะมอลล์ วิลล่า ยูเอฟเอ็ม ตั้งฮั่วเส็ง และร้านค้าทั่วไป พร้อมได้จัดทำแผนการตลาดในปีแรกที่เน้นเจาะกลุ่มเป้าหมายเด็กอนุบาล และประถมศึกษา โดยได้จัดกิจกรรม Road Shows เข้าโรงเรียนในเขต

กรุงเทพและปริมณฑล ตลอดเดือนกุมภาพันธ์ที่ผ่านมา ซึ่งได้รับการตอบรับที่ดีจากครู นักเรียน และผู้ปกครอง และ  
เน้นการทำกิจกรรม ณ จุดขาย การจัดซิงซิม บูธแสดงสินค้า และโปรโมชั่นพิเศษ อาทิ Buy 2 Get 1 Free

“สำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการวางแผนใช้สื่อโฆษณา Above the line นั้น หลังจากกระจายสินค้าได้  
ครอบคลุม โดยวางงบประมาณในการทำตลาดปีแรกไว้ 20 ล้านบาท โดยมีการวางแผนเป้าหมายยอดขายสำหรับปีแรกไว้  
ประมาณ 60 ล้านบาท จากมูลค่าตลาด 1,800 ล้านบาท ซึ่งปัจจุบันตลาดโจ๊กเราทราบดีกว่ามีเจ้าตลาดอยู่ แต่เรา  
มั่นใจว่าจากความเชี่ยวชาญเรื่องข้าวของหงษ์ทอง เราเลือกใช้ข้าวหอมมะลิที่ดีที่สุดเป็นวัตถุดิบหลักที่เป็นหัวใจ  
สำคัญของโจ๊ก และพัฒนาสูตรโจ๊กสไตล์ฮ่องกงออกมาได้อร่อย แตกต่างจากเจ้าตลาดและคู่แข่ง” นางโสพรรณ  
กล่าวสรุปในตอนท้าย