

# ”นกขั้วโลก”สร้างแบรนด์เจาะตลาด4ปท.ลุ่มน้ำโขง



ซอสหอยนางรม ”นกขั้วโลก”สร้างแบรนด์เจาะตลาด4ปท.ลุ่มน้ำโขง

เป็นที่รู้กันว่าอาหารไทยเป็นอาหารที่อร่อยขึ้นชื่อของโลก มีรสชาติเป็นที่ติดอกติดใจนักท่องเที่ยว ที่มาเที่ยวบ้านเรา ยิ่งภาครัฐมีนโยบายผลักดันอาหารไทยสู่ตลาดอินเตอร์จากครัวไทยสู่ครัวโลกทำให้ต่างชาติรู้จักและนิยมอาหารไทยมากขึ้น สิ่งที่ทำให้รสชาติอาหารไทยเป็นที่ถูกปากถูกใจทั้งคนไทยและต่างชาติที่สำคัญนั่นคือเครื่องปรุงรสปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์นำซอสหอยนางรมมาใช้เครื่องปรุงรสอาหารไทยนั้นมีหลากหลายเช่น น้ำปลาเครื่องแกงสำเร็จรูปผงปรุงรสซอส (มีทั้งซอสพริกและซอสมะเขือเทศ) ซอสหอยนางรม น้ำส้มสายชู น้ำมะนาว น้ำจิ้มไก่ อื่นๆมากมาย ในตลาดเครื่องปรุงรส ยังมีแบรนด์ที่อร่อย เป็นผลิตภัณฑ์คัดสรรสูตรโดยคนไทย ความอร่อยที่ไม่เหมือนใคร มีการเล่าขาน บอกต่อปากต่อปากจากรุ่นสู่รุ่นเป็นผลิตภัณฑ์ที่รู้จักกันดีในกลุ่มพ่อครัว แม่ครัวร้านอาหารทั่วไทยกว่า 20 ปี นั่นคือผลิตภัณฑ์เครื่องปรุงรส ซอสหอยนางรมแบรนด์ ”นกขั้วโลก” ของบริษัท อินเตอร์รุ่งเรืองพลัส จำกัด ที่ผลิตและจำหน่ายในประเทศมากกว่า 20 ปี และกำลังจะก้าวเจาะตลาดประเทศลุ่มแม่น้ำโขงกลุ่มประเทศ LMV ประกอบด้วย กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ และเวียดนาม ถือเป็นกลุ่มประเทศที่มีเศรษฐกิจขยายตัวต่อเนื่อง มีความน่าสนใจอย่างไร คุณชนะพล อุณยศ ผู้อำนวยการฝ่ายพัฒนาธุรกิจ บริษัท อินเตอร์รุ่งเรืองพลัส จำกัด จะมาถ่ายทอดเรื่องราวไว้นำสนใจ

20ปีกับการตั้งโรงงานเกิดแบรนด์”นกขั้วโลก”

จุดเริ่มต้นของซอสหอยนางรม”ตรานกขั้วโลก” มาจาก คุณรัฐพล สมมาตร และคุณวีระ รัตนพิศพรชัย ได้เห็นช่องทางการทำธุรกิจสินค้าประเภท ซอสหอยนางรม จึงร่วมมือกันทำธุรกิจโดยตั้งเป็นโรงงานขนาดเล็กที่แรกที่ คลองหนองใหญ่ กรุงเทพมหานคร ใช้ชื่อ หจก.อินเตอร์รุ่งเรืองกรุ๊ป จนประสบความสำเร็จ จึงได้ทำการขยายกำลังการผลิตโดยย้ายมาที่บางกระดี และจัดตั้งเป็น บริษัท อินเตอร์รุ่งเรืองพลัส จำกัด เพื่อขยายการตลาดให้ครอบคลุมทั่วประเทศซอสหอยนางรม 4 สูตร, ซอสเห็ดหอม ขนาดสินค้าเป็นแกลลอลขนาด 1,000 กรัมและ4,500 กรัม ผลิตภัณฑ์น้ำจิ้มไก่ น้ำปลา น้ำส้มสายชูเทียม พริกไทยป่น ซอสเย็นตาโฟ น้ำกระเทียมดอง กระเทียมเจียว น้ำจิ้มลูกชิ้น ไม้จิ้มฟัน ผลิตภัณฑ์แบรนด์ อื่นๆคือ ซอสหอยนางรมกนางนวลทอง ซอสหอยนางรมกุ้งเพชร น้ำส้มสายชูเทียมกุ้งเพชร น้ำปลากุ้งเพชรในปี 2556เข้า Modern Trade (ทำให้ยอดขายรวม เพิ่มขึ้น5%ในช่วง3ปีแรก หลังจากนั้นเพิ่มขึ้น 10-15%ต่อปี)ปี 2559 เริ่มบุกตลาด AEC โดยเริ่มการขายที่แรกที่ประเทศกัมพูชา

ทุ่ม200ล้านบาท ผุดโรงงานใหม่รุกตลาดในประเทศและ4ประเทศลุ่มน้ำโขง

ปี 2561 เดิมสร้างโรงงานใหม่ ที่จังหวัด นครปฐม ใหญ่กว่าเดิม 5 เท่าพื้นที่ 14 ไร่ จุดจัดจำหน่ายไว้ มากกว่า 1,500 จุด ทั่วประเทศ กำลังการผลิต เพิ่มขึ้น 3เท่าข้อมูลและการคาดคะเน ยอดขายในประเทศและต่างประเทศบุกตลาดLMVเต็มด้วยยอดขายที่ Target ไว้เพิ่มขึ้นปีละ 15%

“ลงทุนโรงงานประมาณ 200ล้านบาท ปัจจุบันมี 15หม้อต้ม แพลนไว้ว่า 1-2ปีจะมี 26หม้อต้ม เพิ่มรถจากเดิม10คัน โปรเจคนี้ 5ปี คุ่มทุนใช้ผลิตทุกแบรนด์ ตอนนี้ประมาณ 3เท่า แล้วได้พื้นที่จัดเก็บสต็อกได้มากขึ้นการควบคุมมาตรฐานการผลิตตามกฎระเบียบของ ระบบมาตรฐาน ออย.GMP Halal อัตราจ้างงานปัจจุบันอยู่ที่150คน คิดว่าจะเพิ่มเป็น 200คน ที่เพิ่มน้อยเพราะเราจะปรับเป็นการใช้เครื่องจักรที่ทันสมัยมากขึ้น Main Product ของเราคือซอส หอยนางรมครึ่ง ผ่านการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีคุณภาพ และกระบวนการผลิตที่สะอาดได้มาตรฐานทำให้ซอสที่ได้ออกมา มีความเข้มข้นกลมกล่อมไม่เหมือนใคร จากคำบอกเล่าของแม่ค้าพ่อค้าที่ใช้คือเค้าไม่ต้องใส่เยอะ ก็ทำให้อาหาร เค้าออกมาดูมีtextureซึ้งๆ น่าทาน อีกอย่างหนึ่งคือการนำไปหมักหมูหรือเนื้อต่างๆได้ดี จะนุ่มและไม่ละลายเป็น น้ำเมื่อหมักทิ้งไว้ข้ามคืน ซอสหอยนางรมคือตัวชูโรง สูตรเด็ด รสชาติดีมีจุดเด่นหลายด้าน ราคาเป็นมิตร สวนทาง กับคุณภาพของวัตถุดิบที่เราใช้บางส่วนเป็นของImportจากทางยุโรป ด้วยปรัชญาของผู้บริหารรุ่นบุกเบิกที่ว่า “ขาย น้อยกำไรมากหมาดๆ ไม่ ขายมากกำไรน้อยหาน้อยไม่” ในระดับตลาดที่เราอยู่ถือว่าแบรนด์เราหาซื้อได้ง่ายที่สุดแล้ว” นายชนะพลกล่าว

เป้าแซร์ตลาดหมื่นล้านบาท 10%เร่งเพิ่มช่องทางขาย1,500 แห่ง ทั่วประเทศ

ด้านแผนการตลาดรุกทั้งในประเทศ และ ต่างประเทศ เป้าหมายขยายช่องทางจำหน่ายทั่วประเทศ1,500 แห่ง ปัจจุบันมีตลาดสดใหญ่ๆเป็น กลุ่มลูกค้าหลัก และโมเดิร์นเทรด ประมาณ 15% ของยอดขาย โดยมีโมเดิร์นเทรด หลายรายกระจายอยู่ทั่วประเทศ อาทิเช่น Makro , CJ express, P-mart ,Top ซุปเปอร์คัม, และยังมี โมเดิร์นเทรด ท้องถิ่นที่มีอิทธิพลต่อลูกค้าอย่างมากในท้องถิ่นๆ อย่างเช่น Supercheapที่ภูเก็ตเป็นต้นแบรนด์เน้นเจาะตลาด กลุ่มร้านอาหารขนาดเล็กไปจนถึงใหญ่ ร้านอาหารที่เป็นเซนต่างๆ ตอนนี้มีใช้ของเรา คือ เจียงลูกชิ้นปลา ก๋วยเตี๋ยว เรือท่าสยาม ก๋วยเตี๋ยวต้มยำคำสิงหนายเอก เป็นต้น

“ หลายๆปีมานี้ อัตราการเติบโตของเราเริ่มคงที่ที่5% ในปีที่เรามีการทำกิจกรรมต่างๆ และ ออกสินค้าใหม่ ก็คาดหวังว่าจะเติบโตไปที่ 10-12% ครับ เน้นที่ ซอสหอยนางรม น้ำจิ้มไก่ภาพรวมในตลาดปรุงรสประเทศไทยใหญ่มาก ครับ มูลค่าเป็นหมื่นล้าน ส่วนตัวผมได้แค่ก่อนนี้มาสัก 10% ก็พอใจแล้วครับอุปสรรคก็คือการที่เราอยู่ในตลาด B2B เป็นหลักทำให้ Price Sensitivity ค่อนข้างสูงมากราคาเปลี่ยนแปลง5บาทก็มีผลกระทบแล้ว”นายชนะพลกล่าว

เล็งเจาะตลาด 4 ประเทศ ลุ่มน้ำโขงประชากร200ล้านคน ตลาดต่างประเทศ จะเริ่มที่ LMV ก่อนเพราะวัฒนธรรมการบริโภคใกล้เคียงกับไทย และศักยภาพของตลาดสูง 4ประเทศมีประชากรก็เกือบ 200ล้านคน GDP ประเทศเหล่านี้โตขึ้น เกือบ10% ต่อปีที่ผ่านมามีตัวแทนจำหน่ายขาย ทำตลาดที่กัมพูชายอดโตขึ้นจากปีที่แล้ว 50% หลังจากที่ได้มีการแพลนการตลาดร่วมกับทางตัวแทนจำหน่ายเกี่ยวกับเรื่องของกิจกรรมส่งเสริมการขายและประชาสัมพันธ์ในประเทศกัมพูชาก็คาดว่าจะเพิ่มขึ้นอีกทั้งนี้ได้พยายามหาตัวแทนจำหน่ายและออกงานเทรดแฟร์ใหญ่ๆตามเมืองหลวงของ LMV เพื่อเพิ่มโอกาสทางการขาย และ ยังเป็นการปูทางสร้าง Awareness ของสินค้านกขั้วโลกในตลาดนั้นๆก่อน

ฉลองครบรอบ23ปี”นกขั้วโลก แจกล้าน คีนกำไรลูกค้า

เนื่องจากบริษัท อินเทอร์เน็ตธุรกิจพลัส จำกัดฉลองครบรอบ23ปี จัดโครงการ นกขั้วโลก แจกล้าน คีนกำไรลูกค้า

ร่วมลุ้นรางวัลใหญ่ โดยส่งฝาชิ้นส่วนผลิตภัณฑ์นกขั้วโลก นกนางนวลทอง และกิ้งเพชร ที่ผลิตในปี 2560 เขียน ชื่อ-นามสกุล ที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ และชื่อร้านค้าที่ซื้อ ส่งที่ ตู้ ป.ณ.69 ปณศ.ปากเกร็ด นนทบุรี 11120 หรือที่กล่องรับชิ้นส่วนตามร้านค้าที่ร่วมรายการทั่วประเทศตั้งแต่ มิถุนายน - พฤศจิกายน 2560 สามารถติดตามรายละเอียดได้ที่ ไลน์@nokkhualok<https://www.instagram.com/nokkhualok/>  
<https://twitter.com/nokkhualok>[www.facebook.com/nokkhualok/](http://www.facebook.com/nokkhualok/)<http://www.nokkhualok.co.th>