

ครัวไทยสู่ครัวโลก

หากพูดถึงเมนูอาหารไทยแล้ว เครื่องปรุงรสเป็นวัตถุดิบสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการประกอบอาหารของคนไทย ปัจจุบันเครื่องปรุงรสได้ถูกคิดค้นให้มีความหลากหลายมากขึ้น เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่มีอยู่ทั่วโลก นอกจากรสชาติอาหารไทยที่มีความโดดเด่น และมีเอกลักษณ์ในตัวแล้ว อาหารไทยยังแสดงถึงความประณีตบรรจง และมีประโยชน์ต่อสุขภาพอีกด้วย

ทางบริษัท ไทยปริตตา ผู้ผลิตและทำตลาดซอสปรุงรสและน้ำจิ้มสำเร็จรูปของคนไทย ภายใต้แบรนด์ มังกรทอง ราชา และ Thai Prestige รวมถึงรับจ้างผลิตสินค้า (Original Equipment Manufacturer : OEM) จึงมองเห็นช่องทางในการทำตลาดซอสปรุงรสสัญชาติไทยในต่างแดน

จากนักศึกษาเอกการตลาด สู่มือ จัดการฝ่ายการส่งออก

นัชชา ตัวทอง ผู้จัดการฝ่ายการส่งออก (Export Manager) ของบริษัท ไทยปริตตา เทรตดิง จำกัด หรือศิษย์เก่าเอกการตลาด ได้

เล่าให้ว่า “ตอนเรียนปริญญาตรี ได้เรียนคณะบริหารธุรกิจเอกการตลาด เพราะมีความสนใจในด้านนี้ รวมถึงด้านการค้าระหว่างประเทศ เพราะคิดว่าสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายทางในอนาคต สายงานนี้ทำให้เราเข้าใจการวางแผนเป็นอย่างดี รวมถึงค่าใช้จ่ายต่างๆในการทำธุรกิจ ฝ่ายขายของบริษัทจะแบ่งเป็นในประเทศและต่างประเทศ ในส่วนที่เฟิร์มดูแลอยู่จะเป็นแบรนด์ Thai Prestige ที่ส่งออกไปทั่วโลก ลูกค้าหลักๆจะเป็นลูกค้าชาวญี่ปุ่น กัมพูชา อิสราเอล คูโบ ซาอุดีอาระเบีย อีกทั้งยังมีตลาดในออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เบลเยียม อิตาลี รวมถึงอิรัก อียิปต์”

แนวทางการบุกตลาดต่างประเทศ

เพื่อให้สินค้าครองใจตลาดต่างประเทศได้นั้น สินค้าส่งออกจะต้องเป็นสินค้าผ่านมาตรฐานสากลทุกขั้น ตอน เฟิร์มอธิบายต่อว่า “บริษัท ไทยปริตตา มีการทำ BRC (The British Retail Consortium) ซึ่งเป็นมาตรฐานโรงงานที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก ทำให้สินค้าเราสามารถกระจายไปหลายๆประเทศ นอกจาก

แบรนด์ของทางบริษัทแล้วยังมีแบรนด์ของลูกค้าที่ไว้วางใจให้เราผลิตสินค้าให้ เราสามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ ทั้งรสชาติ บรรจุภัณฑ์ ราคา เราสามารถตอบสนองได้หมดเลย นอกจากนี้บริษัทเรายังมีการทำฝึกอบรมให้กับแบรนด์ที่อิสราเอลอีกด้วย”

รากฐานมั่นคง...ลูกค้ามั่นใจ

โรงงานของเราจัดตั้งมาเป็นเวลา 70 ปีแล้ว ในอดีตทางบริษัทจะรับผลิตให้กับลูกค้ามากกว่า แรกเริ่มคือทำน้ำปลาเพราะอยู่ตรงสะพานปลา ต่อมาในรุ่นที่ 3 ก็ได้มีการขยายประเภทของสินค้าให้หลากหลายขึ้น สินค้าของบริษัทเองเพิ่งเริ่มมาเกือบ 20 ปี ซึ่งถือว่าไม่นานสำหรับตลาดของซอสปรุงรส

การขายในประเทศนั้น แบรนด์ราชาจะมีความโดดเด่นในเรื่องซอสหอยนางรม เพราะไม่ใส่ผงชูรส (Monosodium Glutamate : MSG) มีกลิ่นหอมของน้ำมันงา ไม่มีคลอเรตต่อเรล ลูกค้าประจำจะติดใจในรสชาตินี้ ซึ่งแบรนด์ราชาจะขายในกรุงเทพฯ และปริมณฑลเป็นส่วนใหญ่ สามารถหาซื้อได้ที่ Foodland, The mall ส่วนแบรนด์มังกรทอง จะมุ่งเน้นไปทางตลาดในภาคอีสาน นอกจากนี้ยังขายในไฮสแกลลอน ซึ่งเป็นสินค้าที่ขายดีมาก อีกทั้งยังมีลูกค้าที่ซื้อแล้วนำไปขายในประเทศเพื่อนบ้านด้วย

If you think about popular Thai cuisine, then you cannot ignore the Thai seasoning and ingredient which are the critical components necessary to cook a Thai dish. Today there are many new variety of seasoning introduced to in order to cater to a variety of consumers around the world. In addition to having exquisite taste and unique identity, Thai cuisine also display an elaborate and meticulous dish that is also good for the health.

Thai Preeda, owner of Golden Dragon, Rajah, and Thai Prestige brand of seasoning sauce for cooking and popular Thai-style dipping sauce, and original equipment manufacturer (OEM), we see the opportunity for Thai-style sauces to expand into the world market.

From marketing student to export manager

Natcha Tothong, Export Manager for Thai Preeda Trading Co., Ltd., and former ABAC marketing graduate tells us, "While studying my Bachelor's degree, I chose to study marketing because I was interested in this field. I was also interested in import export because I believed these two fields will be very useful in the future. Working in export allows me to be an effective planner and to understand how to monitor various expense of the company, which is separated into domestic and international

INTRODUCING THAI KITCHEN TO THE WORLD



4912469 Natcha Tothong
Export Manager

market. The part I'm responsible for is Thai Prestige brand, which is exported world-wide. The key customers are from Japan, Cambodia, Israel, Dubai, and Saudi Arabia; other minor markets include Australia, New Zealand, Belgium, Italy, Iraq, and Egypt.

Strategy to expand abroad

For our products to capture the hearts of the international market, all export products must first pass all criteria of international testing standards. Natcha explains, "Thai Preeda follows the The British Retail Consortium (BRC) Food Technical Standard and Protocol for food suppliers, which allows us not only to produce and export our company's products to many countries around the world, but also produce our customer's brand which they entrust us to make for them. We can produce and deliver the complete product with consistent taste, packaging, price. In addition, we even provide training for our customer in Israel."

With a strong business foundation...build confidence for customers

Our factory has been in business for the past 70 years. In the beginning we mostly focused on OEM manufacturing. Our first product was fish sauce because we were located near a fishing pier. Three generation later our company finally began to expand our product line, and it wasn't until 20 years ago that we produced seasoning sauce under our company's own brand. In our domestic market, Rajah brand is quite distinctive and popular because it does not use any monosodium glutamate (MSG), has a sweet aroma of sesame, and doesn't contain any cholesterol; our regular customers really prefer this taste. Rajah sauce can be found in Bangkok and surrounding areas at Foodland and The Mall. As for Golden Dragon, the brand is sold mostly in the Esarn region as well as being sold in our popular gallon container. We also have customers who bring our products back to their country to resell in the local market.