

bangkokbiznews.com

กรุงเทพธุรกิจ

BUZZINESS

@ktmkt

● กীরติ อัสสกุล

บอสใหญ่ โอเชียนกลาส
ผู้รังสรรค์แก้วไวน์คริสตัล
ระดับโลกแบรนด์ “ลูคาริส”
จับมือ “เนลสัน ไชว”

ชอมเมอลิเยร์ดีกรีระดับโลก
และผู้บรรยายในสถาบัน
ไวน์แห่งบอร์กโดซ์ คิดค้น
และพัฒนาคอลเลคชั่น
ใหม่ “ดีชายเออร์” ที่จะ

เพิ่มประสบการณ์ในการดื่มดำไวน์ให้แตกต่างด้วย
นวัตกรรม “แอร์ลูเมย์” ช่วยให้ไวน์เผยแพร่รสชาติ
กลิ่น และตัวตนออกมาอย่างชัดเจน พร้อมเชิญชวน
คอไวน์ชื่อดังร่วมพิสูจน์ความสุนทรีย์กับแก้วไวน์
“ลูคาริส” ที่ชอมเมอลิเยร์ของโลกชื่นชม ในวันที่
12 มี.ค.นี้ โรงแรมดุสิตธานี



กীরติ อัสสกุล

bangkokbiznews.com

กรุงเทพธุรกิจ

โอเชียนกลาสตัน'ลูคาร์ริส' เจาะตลาดแก้วไวน์อาเซียน

"โอเชียนกลาส" รับอานิสงส์ร้านอาหาร-โรงแรม เปิดใหม่ขยายตัวสูง ดันดีมานด์แก้วไวน์พุ่ง ส่ง "ลูคาร์ริส" จับมือ "ซอมเมอลิเยร์" รุกตลาดแก้วไวน์ คริสตัลเจาะกลุ่มพรีเมียมในเอเชีย ตั้งเป้าขาย 10 ล้านชิ้น ใน 10 ปี

นายกิริติ อัสสกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องแก้ว แบรินด์ "ลูคาร์ริส" เปิดเผยว่าการเปิดตัวของธุรกิจร้านอาหาร และโรงแรมต่างๆ รวมถึงการที่ผู้บริโภคมีความเข้าใจในการเลือกใช้แก้วที่เหมาะสมกับการดื่ม ทำให้ความต้องการใช้เครื่องแก้วสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะแก้วไวน์ มีการเติบโต 10% ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการบริโภคไวน์ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกปัจจุบันเติบโตขึ้นในอัตราเดียวกันเฉลี่ยปีละ 10% หรือมีจำนวน 350 ล้านกล่อง

ในปีนี้เป็นบริษัทที่มีแผนขยายตลาดในภูมิภาคมากขึ้น ได้แก่ พม่า ฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย เพื่อผลักดันยอดขายจากอาเซียนใน 2-3 ปีข้างหน้า เพิ่มขึ้นเป็น 40% จาก 30-35% ในปัจจุบัน

"ตลาดใหม่ดังกล่าวมีศักยภาพการเติบโตทางเศรษฐกิจสูง ผู้คนมีกำลังซื้อมากขึ้น ส่งผลให้ตลาดการบริโภคไวน์ขยายตัวตาม จะเห็นว่าเป็นคนเวียดนามเริ่มบริโภคไวน์มากขึ้นเป็นโอกาสทางการตลาดที่สำคัญ"

ล่าสุดโอเชียนกลาสได้พัฒนาสินค้าใหม่ภายใต้ความร่วมมือระหว่างลูคาร์ริส และ "ซอมเมอลิเยร์" ผู้นำระดับโลกในอุตสาหกรรมผู้ผลิตแก้วคริสตัล พัฒนานวัตกรรมแก้วไวน์คริสตัลแอร์ลูเมย์เจาะตลาดพรีเมียม โดยพัฒนาชุดผลิตภัณฑ์ ดิชาเยอร์

คอลเลคชั่นใหม่ ตั้งเป้าขาย 10 ล้านชิ้น ภายใน 10 ปี โดยมีตลาดหลักสำคัญอยู่ในเอเชีย เริ่มเปิดตลาดไทยเป็นแห่งแรก

ทั้งนี้ลูคาร์ริสวางโครงสร้างราคาจำหน่ายเฉลี่ย ชิ้นละ 450-600 บาท เทียบแก้วไวน์ระดับพรีเมียมที่ผลิตในยุโรป มีราคาจำหน่ายเฉลี่ย ชิ้นละ 5,000-6,000 บาท นับเป็นโอกาสทางการตลาดที่สำคัญ ปัจจุบันบริษัทมีกำลังการผลิตแก้วไวน์ 5 ล้านใบต่อปี เพิ่มกำลังการผลิต 10 ล้านใบต่อปี

นับเป็นครั้งแรกที่เราร่วมมือกับสมาคมและนักชิมไวน์ระดับโลกในการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองรสนิยมของผู้ดื่ม ในปีนี้คาดว่าแก้วไวน์ลูคาร์ริสคอลเลคชั่นใหม่จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่เพิ่มยอดขายโดยรวมของผลิตภัณฑ์กลุ่มแก้วคริสตัลภายใต้การจัดการจำหน่ายของโอเชียนกลาสได้มากขึ้นกว่า 20%

ปัจจุบันแบรนด์ลูคาร์ริสติดอันดับ 1 ใน 3 ในแง่ของการรับรู้ต่อแบรนด์แก้วคริสตัลระดับพรีเมียม หลังจากเปิดตัวผลิตภัณฑ์ในไทยแล้ว เตรียมเปิดตลาดในประเทศต่างๆ อาทิ ฮองกง สิงคโปร์ จีน อินเดีย และมาเลเซีย รวมทั้งยังมีกลุ่มโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารด้วย

ปัจจุบันบริษัทมีกลุ่มลูกค้าธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 35% กลุ่มลูกค้าทั่วไป (ซื้อใช้อุปโภคในครัวเรือน) 35% และกลุ่มลูกค้าบีทูบี ใช้ในการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ 30%

ปีที่ผ่านมามีบริษัทมีรายได้ 2,000 ล้านบาทเติบโต 5% เป็นรายได้จากในประเทศ 30% ต่างประเทศ 70% ปีนี้คาดว่าจะได้เติบโตไม่ต่ำกว่า 10%

bangkokbiznews.com

กรุงเทพธุรกิจ

t'dress

วชิวิษณ์ สุภานันต์ walan@nationgroup.com
ทพ : นฤมา พงษ์พันธุ์กุล

นักดื่มไวน์อย่างมีรสนิยมและรักสุนทรีย์ที่ได้จากการดื่มไวน์ต่างรู้อย่างถึงความสำคัญของคุณภาพแก้วไวน์ “ไวน์ดี ย่อมคู่ควรกับแก้วไวน์ที่เป็นเลิศ” จึงเป็นคำกล่าวที่ไม่เกินจริง เพราะแก้วคริสตัลชั้นดี จะช่วยส่งเสริมช่วงขณะของการดื่มไวน์ให้น่าหลงใหลมากยิ่งขึ้น ตั้งแต่รินไวน์ลงสู่แก้ว ให้เนื้อไวน์พลิ้วไหว ไส้กระหนาบส่วนต่างๆ ที่กระจ่ายสีของเนื้อแก้วที่เจียรระเินมาอย่างประณีตบรรจง ให้ผู้ดื่มได้ชื่นชมสีสันของไวน์อย่างแท้จริง แก้วไวน์ที่ดีจะต้องส่งเสริมกลิ่นของไวน์ให้จริงจกผู้ดื่ม



แก้วไวน์คริสตัล ลูคาริส ดีชายเออร์ คอลเลคชั่น จำนวน 6 แบบ



มร.เนลสัน ไชว นำการทดสอบชิมไวน์แต่ละประเภทในแต่ละแก้ว

เส้นสายลายโค้งสลักเสลาบิดเป็นเกลียว

ขอบแก้วต้องออกแบบให้สอดคล้องกับสรีระของปาก เพื่อช่วยให้ไวน์ไหลลื่นลงรับกับลิ้นและประสาทสัมผัสอย่างเหมาะสม

นั่นคือคุณสมบัติแก้วไวน์ที่ดี ซึ่ง ลูคาริส (Lucaris) นำมาเป็นโจทย์ในการออกแบบและผลิตแก้วไวน์ เป็นที่ชื่นชมของนักดื่มไวน์ทั้งในเมืองไทยและต่างประเทศมานาน

ล่าสุด ‘ลูคาริส’ ร่วมมือกับ **สมาคมชอมเมอลิเยร์ฮ่องกง** พัฒนาแก้วไวน์คริสตัลคอลเลคชั่นใหม่ ดีชายเออร์ (Desirer) ออกแบบอย่างวิจิตรบรรจงตามแบบฉบับของแก้วไวน์ระดับหรูจากนวัตกรรม **แอร์ลูเมย์ (Aerlumer)** นวัตกรรมการออกแบบลิขสิทธิ์เฉพาะของลูคาริสในคอลเลคชั่นใหม่นี้

“ต้องย้อนกลับไปถึงความปรารถนาของเราที่ต้องการสร้างสรรค์ประสบการณ์ที่ดีขึ้นกว่าเดิมในการดื่มไวน์ ที่หาไม่ได้ในแก้วไวน์ที่เคยมีมา เราจึงมองหาผู้ร่วมงานที่ต่อมีความเป็น ‘ปราชญ์’ หรือรู้จริงเกี่ยวกับไวน์ในระดับโลก เราได้พูดคุยกับสมาคมชอมเมอลิเยร์แห่งฮ่องกง ซึ่งมีบุคลากรผู้มีชื่อเสียงและเป็นมืออาชีพ ได้รับการยอมรับอย่างสูงจากวงการไวน์ เป็นการนำเทคโนโลยีและความเชี่ยวชาญด้านการผลิตของโรงงานเข้ากับศาสตร์และศิลป์ ตลอดจนความเป็นเลิศของสมาคมชอมเมอลิเยร์แห่งฮ่องกง จนได้นวัตกรรม ‘แอร์ลูเมย์’ ขึ้นมา ช่วยให้ไวน์มีชีวิตชีวมายิ่งขึ้น” **กิติธ อัสนสกุล** กรรมการผู้จัดการ บริษัท โอเซียนกลาส จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตแก้วไวน์คอลเลคชั่น ‘ดีชายเออร์’ กล่าว

ประธานสมาคมชอมเมอลิเยร์แห่งฮ่องกงคือ **มร.เนลสัน ไชว** ได้รับการยกย่องเป็น ‘ปราชญ์แห่งไวน์’ คนสำคัญคนหนึ่งของโลกด้วยตำแหน่ง **Commanderie Du Bontemps de Medoc et des Graves** และ **Chevalier du Sopexa en Gastronomie Française** รวมทั้งยังเป็นผู้บรรยายในสถาบันไวน์แห่งบอร์กโดซ์ เป็นชอมเมอลิเยร์อาชีพคนแรกของฮ่องกง

มร.เนลสัน ไชว นำทีมชอมเมอลิเยร์ผู้ชนะเลิศการแข่งขันอีก 4 คน ร่วมกับ ‘ลูคาริส’ ออกแบบและพัฒนาแก้วไวน์คริสตัลลูคาริส ‘ดีชายเออร์’ พร้อมนวัตกรรม ‘แอร์ลูเมย์’

“แอร์ลูเมย์เป็นเส้นสายลายโค้งสลักเสลาบิดเป็นเกลียวสวยงามบริเวณก้นแก้วไวน์ เส้นโค้งนี้จะกระตุ้นการชวนการไม่ใคร่ออกซิเดชันหรือการให้เนื้อไวน์ได้สัมผัสกับออกซิเจนมากขึ้น จึงช่วยขับรสชาติตัวตน และกลิ่นของไวน์ส่งถึงประสาทสัมผัสของผู้ดื่มได้ดียิ่งขึ้น ช่วยส่งเสริมประสบการณ์การดื่มไวน์ให้มีความน่าประทับใจไปอีกระดับ” มร.เนลสัน ไชว กล่าวถึงที่มาของนวัตกรรมแอร์ลูเมย์

แก้วไวน์คริสตัล ลูคาริส ดีชายเออร์ มีทั้งหมด 6 แบบ **โรบัส เรด (Robust Red)** เหมาะสำหรับไวน์แดงที่มีอายุไม่มากนัก นวัตกรรม ‘แอร์ลูเมย์’ จะช่วยขับกลิ่นและรสชาติของไวน์อายุน้อยให้เด่นชัดขึ้นมา, **เอเลแกนท์ เรด (Elegant Red)** ออกแบบให้เก็บกักความหอมไว้ได้อย่างดีที่สุด เหมาะสำหรับไวน์แดงที่หมักบ่มไว้เป็นอย่างดี หมุนแก้วไวน์ช้าๆ ก่อนจิบเบาๆ ความหอมของไวน์จะพุ่งกายกระทบนาสิกสัมผัสอย่างหาที่มิได้, **ริช ไวท์ (Rich White)** ออกแบบมาเพื่อช่วยขับคุณลักษณะของไวน์ให้เด่นชัดขึ้น เพิ่มความสดชื่น-ความมีชีวิตชีวาให้กับการดื่มไวน์, **คริปส์ ไวท์ (Crisp White)** ออกแบบมาให้กักเก็บความสดชื่นของไวน์ขาว ทำให้คุณลักษณะของกลิ่นและรสชาติมีความโดดเด่นชัดเจน, **ยูนิเวอร์แซล (Universal)** ช่วยเผยคุณสมบัติของไวน์ให้ปรากฏออกมาอย่างเด่นชัด เหมาะสำหรับละลายไวน์แบบเป็นแก้ว ช่วยให้มื้ออาหารสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น, **ดีชายเออร์ สปาร์กลิง (Desire Sparkling)** แก้วทรงสูงและแคบ ออกแบบเพื่อกักเก็บความสดชื่นซ่าซ่าไว้ได้นาน เหมาะสำหรับสปาร์กลิงไวน์โดยเฉพาะ

จากผลการทดสอบไวน์ชนิดต่างๆ และแชมเปญกับแก้วไวน์ลูคาริส ‘ดีชายเออร์’ พบว่าผลลัพธ์น่าพอใจมาก กล่าวคือ แก้วคอลเลคชั่นนี้ช่วยส่งเสริมให้กลิ่น รสชาติและตัวตนของไวน์แต่ละขวด มีความชัดเจนกับประสาทสัมผัส โดยมีคะแนนเฉลี่ยของแก้วแต่ละใบมากกว่า 90 จาก 100 ขณะที่แก้วไวน์ทั่วไปได้รับคะแนนเฉลี่ยที่ 70 เป็นผลจากการทดสอบชิมไวน์แบบปิดตาจากกลุ่มชอมเมอลิเยร์ทั้งในฮ่องกงและไทย มร.เนลสัน กล่าว



bangkokbiznews.com

กรุงเทพธุรกิจ

หนุนธุรกิจชู'นวัตกรรม'สินค้า สร้างความต่างเพิ่มขีดแข่งขัน

การตลาด

ชู'นวัตกรรม'สินค้า
สร้างความต่าง
เพิ่มขีดแข่งขัน



12

• นนทกร ชัยยั้ง

ภาวะที่มีการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากจำนวนผู้เล่นที่เพิ่มมากขึ้น ตลาดที่มีขนาดจำกัด หรือชะลอตัวจากปัจจัยลบต่างๆ ธุรกิจจึงต้องปรับตัวตลอดเวลา รวมถึงพยายามสร้างจุดขายที่โดดเด่น แตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งด้านการตลาดหรือว่านวัตกรรมสินค้า **ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ** ที่ปรึกษาและนักกลยุทธ์ด้านสื่อสารและการตลาด กล่าวว่า นวัตกรรม มีความสำคัญกับการดำเนินธุรกิจอย่างมาก ผู้ประกอบการจะต้องพยายามคิดค้นและพัฒนาให้สินค้าของตัวเอง แตกต่าง หรือฉีกหนีออกจากสินค้าทั่วไป เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเป็นการสร้างแบรนด์ (Branding) สื่อให้ผู้บริโภครับรู้ มากกว่าในอดีตที่มุ่งเน้นใช้ข้อมูลการวิจัยและพัฒนาหรือ อาร์แอนด์ดี เท่านั้น

"บางครั้งพบว่าหลายแบรนด์ใช้ข้อมูลอาร์แอนด์ดีไปแปลง เป็นการลอกเลียนแบบสินค้าโดยเอาจุดอ่อนของคู่แข่งมาปรับเปลี่ยนเล็กน้อย แล้วเปิดตัวสินค้าใหม่"

ทั้งนี้ มองว่า นวัตกรรมจะตอบโจทย์ความต้องการได้ดีกว่า และยังมีอิทธิพลต่อไลฟ์สไตล์ลูกค้า เช่น นวัตกรรมของกล่องในสมาร์ตโฟน และฟังก์ชันต่างๆ อาทิ การพิมพ์งาน การดูหนังฟังเพลง ที่รวบรวมไว้ในเครื่องเดียว ทำให้ผู้ใช้ไม่ต้องพกพาอุปกรณ์ต่างๆ ให้ยุ่งยากอีกต่อไป

ทั้งนี้ นวัตกรรม แบ่งเป็น **Customer Oriented Innovation** ที่ให้ลูกค้าสามารถออกแบบและดีไซน์สินค้าตามต้องการ เช่น การออกแบบขวดสายรองเท้านักกีฬาเป็นเอกลักษณ์แก่ผู้ใช้

Product Innovation ที่เจ้าของเป็นผู้ออกแบบหลัก อาทิ สมาร์ตโฟน และรถยนต์ไฮบริด เพื่อนำเสนอสินค้าให้สอดคล้องกับสถานการณ์ในแต่ละยุคสมัย



ธีรพันธ์ โล่ห์ทองคำ

Process Innovation คือ การคิดค้นหรือพัฒนากระบวนการที่สะดวกและรวดเร็วมากขึ้น เช่น กระบวนการสั่งซื้อที่รวดเร็วมากขึ้น ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ซึ่งหลายบริษัทเริ่มให้ความสำคัญกับช่องทาง การซื้อที่สะดวกมากขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ รวมถึง

Strategic Innovation เน้นการชูนวัตกรรมสินค้าหลายรายการในพอร์ต เช่น เครื่อง "เอสซีจี" ที่นำเสนอ นวัตกรรมสินค้าการสร้างบ้านแบบครบวงจร

: พยากรณ์ 5 แนวคิดพัฒนาสินค้า
ขณะที่มุมมองของผู้ประกอบการ ก็เห็นถึงความสำคัญของนวัตกรรมเช่นกัน เช่น **รติยา จันทรเทียร** กรรมการผู้จัดการ บริษัท เท็กซ์ไทร์ แกลลอรี่ จำกัด ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าตกแต่งบ้าน "พญา" ที่บอกว่าบริษัทมุ่งเน้นการนำเสนอ นวัตกรรมมาโดยตลอด ตัวอย่างเช่นในปีนี้ เปิดตัว ผ้าผืนประหยัดพลังงาน ลิขสิทธิ์เฉพาะของพญา ที่ผ่านการทดสอบทั้งในห้องปฏิบัติการ และภาคสนาม ซึ่งช่วยตอบโจทย์ทั้งในเรื่องการประหยัดพลังงาน จากการสามารถลดอุณหภูมิห้องได้

บริษัทยังมุ่งเน้นการสื่อสารผ่านแนวคิดสำคัญ คือ "คุณประโยชน์ 5 ประการ ที่สัมผัสได้" เชื่อมโยงกับคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ต่างๆ ได้แก่ **สวัสดิภาพ** ในเรื่องความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินจากนวัตกรรมผ้าผืนมีคุณสมบัติกันไฟลาม **ด้านสุขภาพ** เช่น กระบวนการผลิตสินค้าที่ปราศจากสารฟอร์มัลดีไฮด์ คุณสมบัติป้องกันเชื้อจุลินทรีย์ ยับยั้งแบคทีเรียและเชื้อรา เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังนำเสนอเรื่อง **สีเขียว** ซึ่งหมายถึง การใส่ใจสิ่งแวดล้อม และ **ด้านสุนทรีย์** ที่ใส่ใจกับเรื่องลดความวุ่นวายของผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการออกแบบลดความวุ่นวายที่มีเอกลักษณ์และที่สำคัญคือ เรื่องความสบาย จากคุณสมบัติในการลดความร้อนของผ้าผืน หรือดูดซับเหงื่อของผ้าปูที่นอน เป็นต้น

: ไอเดียพัฒนาแก้วไวน์เร่กลิ้ง
กิริติ อัสสกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท ไอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องแก้ว "ลูคริส" กล่าวว่า บริษัทได้ให้ความสำคัญกับนวัตกรรมสินค้า ล่าสุดร่วมกับ **เนลสัน โฆ** ประธานสมาคมซอมเมอลิเยร์ ของกวาง พัฒนาแก้วไวน์คริสตัลระดับพรีเมียมที่เสริม นวัตกรรม "แอร์ลูเมรี่" ซึ่งออกแบบให้มีเส้นโค้งเว้าบริเวณก้นแก้ว เพื่อให้ไวน์ได้สัมผัสกับก้นแก้วเพื่อเพิ่มความเข้มข้นให้กับรสชาติและกลิ่นมากขึ้น

ปัจจุบัน "ลูคริส" ติดอันดับ 1 ใน 3 ในแง่ของการรับรู้แบรนด์แก้วคริสตัลระดับพรีเมียมของภูมิภาค และเป็นสินค้าที่นักดื่มไวน์ชาวฮ่องกงรู้จักกันมากถึง 80% โดยหลังจากนี้มีแผนแนะนำผลิตภัณฑ์ชุดใหม่ในประเทศต่างๆ อาทิ ฮ่องกง สิงคโปร์ จีน อินเดีย และมาเลเซีย รวมถึงกลุ่มโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารชั้นนำต่างๆ ต่อไป