

# ดอกเบียร์ธุรกิจ

Dokbia Turakij  
Circulation: 135,000  
Ad Rate: 1,500

Section: First Section/Marketing media & it

วันที่: จันทร์ 30 มีนาคม - อาทิตย์ 5 เมษายน 2558

ปีที่: 23

ฉบับที่: 1156

หน้า: 3(บน)

Col.Inch: 32.93

Ad Value: 49,395

PRValue (x3): 148,185

ศิลปิน: สีสี่

หัวข้อข่าว: โอเชียนกลาสสูญเสียแก้วไวน์ ตั้งเป้า 10 ปีขาย 10 ล.ใบ



# โอเชียนกลาสสูญเสียแก้วไวน์ ตั้งเป้า 10 ปีขาย 10 ล.ใบ

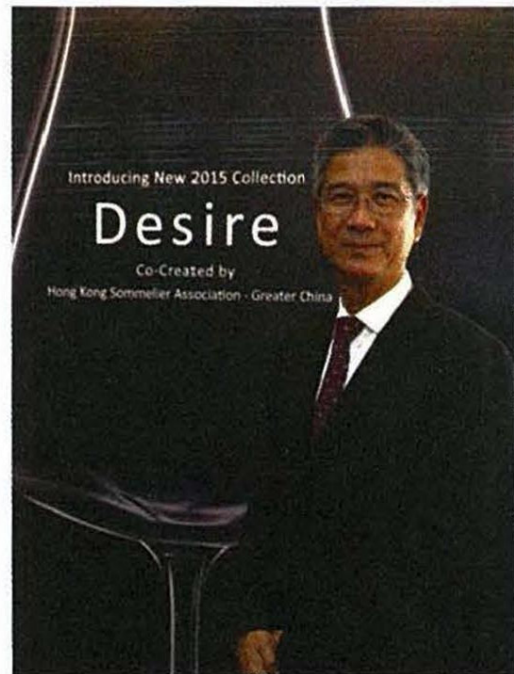
โอเชียนกลาสรุกตลาดแก้วไวน์ หลังที่ผ่านมามีตลาดไวน์ทั่วโลกมีการขยายตัวมาก ส่งผลให้เกิดความต้องการใช้แก้วไวน์มากขึ้น ล่าสุดส่งลูกาวิสคอลเลกชันใหม่ลุยตลาด พร้อมตั้งเป้าขาย 10 ล้านใบ ภายใน 10 ปี

นายกิติ อัสสกุล กรรมการผู้จัดการ บริษัท โอเชียนกลาส จำกัด (มหาชน) เปิดเผยว่า บริษัทเป็นผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายแก้วชั้นนำของเอเชีย โดยก่อตั้งมาตั้งแต่ปี 2522 ขณะที่ปี 2551 เริ่มผลิตและจำหน่ายแก้วไวน์ จากที่ตลาดไวน์มีการขยายตัว ทำให้มีความต้องการใช้แก้วไวน์มากขึ้น

“เราได้สร้างแบรนด์ลูกาวิส แก้วคริสตัลสัญชาติไทย แบรินด์แรกในเอเชียที่เกิดจากการผสมรวมวัฒนธรรมตะวันออกและความทันสมัยแห่งโลกตะวันตก ซึ่งภายหลังจากที่ลูกาวิสประสบความสำเร็จกับแก้วไวน์คุณภาพพรีเมียม 4 คอลเลกชัน ก็ได้มีการพัฒนาชุดผลิตภัณฑ์ศิชาเยอร์ คอลเลกชันใหม่ของแก้วไวน์ลูกาวิส โดยเป็นผลมาจากความร่วมมือกันระหว่างลูกาวิสกับสมาคมชอมเมอลิเยร์แห่งฮ่องกง โดยตั้งเป้าหมายการจำหน่ายตลาดทั่วโลก 10 ล้านใบ ภายใน 10 ปี”

ทั้งนี้ ในปัจจุบันได้ขายแก้วไวน์ลูกาวิสไปแล้วกว่า 5 ล้านใบ แบ่งสัดส่วนมาจากการขายในประเทศ 30% และอีก 70% มาจากต่างประเทศ ขณะที่ปัจจัยสำคัญที่ทำให้มีความต้องการแก้วไวน์มากขึ้นมาจากตลาดการบริโภคไวน์ทั่วโลกที่มีการเติบโต 10-20% ทุกปี ผู้บริโภคจึงมีความต้องการแก้วที่ใช้กับไวน์โดยเฉพาะ จากที่ความรู้เรื่องไวน์และเรื่องแก้วไวน์มากขึ้น

“สำหรับตลาดไวน์ในไทย ที่ผ่านมามีการเติบโต 10-12% ขณะที่ความต้องการใช้แก้วไวน์ก็มีมากขึ้นตามไปด้วย โดยปีที่แล้วตลาดแก้วไวน์ภาพรวม



มีการจำหน่ายอยู่ที่ 4.2 แสนใบต่อปี ส่วนปีนี้ก็เชื่อว่าตลาดแก้วไวน์ยังมีการเติบโตเนื่องจากที่ร้านอาหารมีการขยายสาขา รวมถึงการท่องเที่ยวที่ดีเหล่านี้จะส่งผลบวกต่อตลาดแก้วไวน์”

นายกิติเปิดเผยต่อว่า ในปี 2558 นี้ บริษัทตั้งเป้าหมายการเติบโตของรายได้ที่ 10% จากปีที่แล้วมีรายได้ที่ 2,000 ล้านบาท เติบโต 5% ขณะเดียวกัน มีเป้าหมายสำคัญที่จะผลักดันสินค้าแก้วของบริษัทให้เป็นแก้วที่มีคุณค่าที่สุดในเอเชีย

“แบรนด์ลูกาวิส ติดอันดับ 1 ใน 3 ในแง่ของการรับรู้ถึงแบรนด์แก้วคริสตัลระดับพรีเมียม ทั้งนี้หลังจากเปิดตัวผลิตภัณฑ์คอลเลกชันใหม่ในไทยแล้ว บริษัทยังมีแผนแนะนำผลิตภัณฑ์ชุดใหม่ในประเทศต่างๆ อาทิ ฮ่องกง สิงคโปร์ จีน อินเดีย และมาเลเซียอีกด้วย” ●