

เปิดตัว “คลอสโมโนโพล” บริษัทนำเข้าไวน์เบอร์กันดี ที่ใหญ่ที่สุดในไทย



นายคุณวุฒิ พูลศิริ ผู้ร่วมก่อตั้งและกรรมการผู้จัดการ บริษัท คลอสโมโนโพล จำกัด (Clos Monopole Company Limited) กล่าวว่า “บริษัทเกิดจากความร่วมมือกันของสองบริษัทผู้นำเข้าไวน์เบอร์กันดีชั้นนำของประเทศ ระหว่าง บริษัท เอสเทลล่า จำกัด (Estella Wine) และบริษัท โกลบอล วินยาร์ด (ประเทศไทย) จำกัด หรือ Global Vineyards (Thailand) เพื่อขับเคลื่อนตลาดไวน์เบอร์กันดีในประเทศไทยให้สามารถทัดเทียมกับประเทศต่างๆ ในเอเชีย เนื่องจากเล็งเห็นถึงศักยภาพและความต้องการของตลาดที่กำลังเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง ไม่ว่าจะเป็นโรงแรมหรือร้านอาหารที่ต่างเปิดตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงการจัดอันดับต่างๆ ของร้านอาหาร ทำให้กระแสการกินการดื่มเป็นที่นิยมมากขึ้นในสังคม อีกทั้งโปรดักต์ที่มีความน่าสนใจเนื่องจากไวน์เบอร์กันดีได้รับการยอมรับว่าเป็นไวน์จากพื้นที่ปลูกองุ่นที่ดีที่สุดในโลก และเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นไวน์แดงหรือไวน์ขาวล้วนติดอยู่ในลิสต์ต้นๆ ของโลก และที่สำคัญ ตลาดไวน์เบอร์กันดีในประเทศไทยยังสามารถโตได้อีกมาก เนื่องจากมี Demand ความต้องการอยู่เป็นทุนเดิมแล้ว แต่ Supply ไม่เพียงพอ

คลอสโมโนโพล มีเป้าหมายเพื่อเป็นผู้นำเข้าไวน์เบอร์กันดีชั้นนำในเอเชีย ตอนนี้อยู่ในประเทศไทยถือได้ว่าเป็นตลาดไวน์เบอร์กันดีที่ขยายตัวเร็วที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยตลาดใหญ่ที่สุดในเอเชียคือประเทศญี่ปุ่น สิงคโปร์ ฮองกง

ทั้งนี้ คลอสโมโนโพล มีคอนเซ็ปต์ที่ต้องการให้มีไวน์จากผู้ผลิตที่หลากหลายในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นผู้ผลิตที่มีขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ผู้ผลิตที่มีชื่อเสียงหรือผู้ผลิตรายใหม่ๆ โดยบริษัทได้ร่วมมืออย่างใกล้ชิดกับผู้ผลิตไวน์ต่างๆ ในแคว้นเบอร์กันดี ประเทศฝรั่งเศสโดยตรง เพื่อให้ลูกค้าคนไทยได้รับไวน์ที่ดีจากผู้ผลิต และในราคาเหมาะสม โดยขณะนี้ คลอสโมโนโพล นำเข้าไวน์จากผู้ผลิตไวน์จากพื้นที่ต่างๆ ของเขตเบอร์กันดี จำนวนมากถึงกว่า 60 ราย ซึ่งนับว่าเป็นผู้นำเข้าไวน์เบอร์กันดีที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และอีกจุดเด่นหนึ่งของ คลอสโมโนโพล คือเป็นผู้นำเข้ารายเดียวที่นำเข้าเฉพาะไวน์เบอร์กันดีเกือบทั้งหมด ทำให้มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทาง ส่วนสาเหตุที่เราเจาะจงไวน์เบอร์กันดี เนื่องจากเป็นไวน์คุณภาพดี เกรดพรีเมียม หายาก ราคาสูง และเป็นที่ต้องการของตลาด โดยเฉพาะผู้ดื่มในประเทศไทยที่ยังมีความต้องการไวน์ชนิดนี้อยู่มาก

กลุ่มเป้าหมายของเรา แบ่งเป็น กลุ่ม HORECA (ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และจัดเลี้ยง) 60% และ Private Customer 40% โดยจำหน่ายผ่านฐานข้อมูลลูกค้าของบริษัท 7,000 – 8,000 ราย นอกจากนี้ยังมีลูกค้าที่เป็น

สมาชิกแบบ Exclusive อีกด้วย และในอนาคตบริษัทมีแผนที่จะเปิดร้านค้าปลีก (Retail Store) เพื่อเป็นอีกช่องทางในการจัดจำหน่ายและขยายไปสู่กลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น

ไวน์เบอร์กันดีที่นำเข้ามา เราเน้นให้ครอบคลุมลูกค้าทุกระดับ ราคาไวน์จึงมีตั้งแต่ขวดละ 800 – 900 บาท ไปจนถึงขวดละ 60,000 – 70,000 บาท ถ้าลูกค้าต้องการไวน์ราคาแพง มีชื่อเสียง (Top Brand) หรือกระทั่งแบรนด์ใหม่แต่มาแรง (Rising Star) เราก็สามารถจัดหาให้ได้ เนื่องจากเรานำเข้าไวน์จากผู้ผลิตจำนวนมาก จึงสามารถคัดสรรได้ตามต้องการ

นอกจากการนำเข้าและซื้อขายแล้ว บริษัทยังมีกลยุทธ์การตลาดในการสร้างการรับรู้แก่ลูกค้า ด้วยการจัดอีเวนต์และกิจกรรมเพื่อสร้างเสริมความรู้ความเข้าใจในการดื่มไวน์ รวมทั้งสร้างความสัมพันธ์และการถ่ายทอดวัฒนธรรมระหว่างผู้ดื่มไวน์ในประเทศและผู้ผลิต โดยเชิญผู้ผลิตไวน์จากฝรั่งเศสมาเล่าถึงกรรมวิธีการผลิต รวมทั้งวัฒนธรรมสภาพแวดล้อม แก่ลูกค้าในประเทศไทย เนื่องจากสิ่งที่สำคัญที่สุดสำหรับไวน์เบอร์กันดีนั้นคือ แต็คตัวร์ (Terroir) หรือลักษณะสิ่งแวดล้อมของสถานที่ปลูกองุ่น ซึ่งบริษัทให้ความสำคัญและเคารพในความเป็นมาและวัฒนธรรมเหล่านั้นเป็นอย่างยิ่ง โดยงานที่จะเกิดขึ้นลำดับแรก เราได้รับเกียรติจากผู้ผลิตไวน์ Domiane Dubere (โดเมน ดูเบเร่) โดย Mr. Blair Bethel (มร. แบลร์ เบเธล) จากเบอร์กันดี ต้อนรับในการเข้ามาเยือนประเทศไทยในเดือนตุลาคมนี้ ซึ่งเราจะจัดเป็นไวน์ดินเนอร์และเวิร์คช็อป เพื่อให้ลูกค้าและผู้สนใจได้เข้าใจเกี่ยวกับแต็คตัวร์จากผู้ผลิตไวน์โดยตรง

อีกทั้ง คลอสโมโนโพล จะส่งเสริมให้มีการจัดงาน La Paulee de Bangkok (ลาโปเลย์ เดอ บางกอก) สำหรับผู้ที่ชื่นชอบไวน์เบอร์กันดี ให้เกิดขึ้นเป็นประจำในทุกปี และรวบรวมไว้ซึ่งความหลากหลาย ซึ่งงาน La Paulee ถือเป็นงานประเพณีประจำปีของผู้ผลิตไวน์ในเบอร์กันดี ที่ฝรั่งเศส จัดขึ้นช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของเดือนพฤศจิกายน เพื่อร่วมฉลองหลังการเก็บเกี่ยวองุ่นเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

สำหรับการลงทุน ในเบื้องต้นบริษัทฯ ลงทุนไปกว่า 30 ล้านบาท ซึ่งรวมทั้งด้านการบริหารจัดการและการจัดกิจกรรมต่างๆ โดยยอดขายเมื่อสิ้นปี 2561 คาดว่าจะอยู่ที่ 50 ล้านบาท ทั้งนี้ ปีหน้าเมื่อสินค้าทุกแบรนด์จะเข้ามาครบครัน คาดว่าจะสามารถทำยอดขายให้เติบโตขึ้นอีก 30% ส่วนภาพรวมของตลาด เรามองว่าตอนนี้กลุ่มลูกค้าเริ่มหาไวน์ที่หลากหลายมากขึ้น ทำให้ไวน์เบอร์กันดีเป็นที่ต้องการของลูกค้ามากขึ้น ซึ่งเป็นเทรนด์ที่เกิดขึ้นแบบเดียวกันทั่วโลก ฉะนั้นตลาดน่าจะยังโตได้อีกเรื่อยๆ” นายจุษฎี กล่าว