

อัลซิดินีบ้านปากช่องเที่ยวยุโรป

วันอังคารที่ 02 กุมภาพันธ์ 2010 เวลา 09:48 น.

กอง บก.ฐานเศรษฐกิจ ท่องเที่ยว&บริการ - ท่องเที่ยว&บริการ

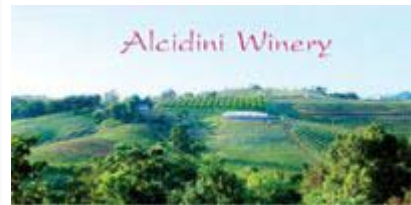
User Rating: ●●●●● / 1



แยะ ดีที่สุด Rate

อัลซิดินี เตรียมเปิดโรงงานปากช่องรับนักท่องเที่ยว ดีเคย
ปลายปีนี้ ชูเอกลักษณ์โรงงานบนไหล่เขาแห่งเดียวบรรยากาศ
เหมือนยุโรป หวังขยายฐานรายได้จากไวน์ เทสต์ดี ทั้งเลี้ยงร่วม
โครงการเขาใหญ่ ไวน์ รีเจิน ทัวร์ ดันอัลซิดินี เป็นแหล่ง
ท่องเที่ยวใหม่ในเส้นทางทัวร์โรงงานเขาใหญ่
นายสุพจน์ กริชพิพรรธ เจ้าของโรงงานอัลซิดินี อ.ปาก
ช่อง จ.นครราชสีมา เปิดเผยกับ "ฐานเศรษฐกิจ" ว่า ในช่วง
เดือนธันวาคม 2553 ทางอัลซิดินีมีแผนจะเปิดโรงงานให้เป็น

แหล่งท่องเที่ยว เพื่อต้อนรับเทศกาลปีใหม่ในช่วงปลายปีนี้
เพื่อขยายฐานรายได้ของโรงงานให้เลี้ยงตัวเองได้ ซึ่งจุดเด่น
ของอัลซิดินีในระยะเริ่มต้นเมื่อเปิดให้เข้าชมคือทัศนียภาพของ
ขุนเขาที่งดงามกว้างไกล และยังเป็นโรงงานเพียงแห่งเดียวที่มี
การปลูกองุ่นแบบขั้นบันไดบนไหล่เขาเหมือนในยุโรป
เนื่องจากสภาพภูมิอากาศเย็นสดชื่นตลอดทั้งปีและหนาวเย็น
จัดในหน้าหนาว เพราะทำเลที่ตั้งอยู่สูงกว่าระดับน้ำทะเล 550
เมตร ทำให้อุณหภูมิต่ำกว่ากรุงเทพฯ โดยเฉลี่ย 5-6 องศาเซลเซียสตลอดเวลา รวมทั้งทะเล
หมอกในตอนเช้าที่มีให้เห็นอยู่เสมอ



ในขณะนี้อัลซิดินี อยู่ระหว่างการปรับปรุงสถานที่เพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น สร้างห้องน้ำ
ลานจอดรถ จุดชมวิว เป็นต้น เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งหากได้รับการตอบรับ
ที่ดี ก็จะสร้างที่พักและร้านอาหารในโรงงานซึ่งเป็นแผนในอนาคตที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพื่อเติมเต็ม
ความสมบูรณ์ให้อัลซิดินีเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเขตเขาใหญ่อีกแห่งหนึ่งซึ่งใช้เวลาเดินทางจาก
กรุงเทพฯ เพียงสองชั่วโมงเศษเท่านั้น โดยการขยายการลงทุนคงต้องดูสถานการณ์และความ
พร้อมด้วย

สำหรับการเที่ยวชมโรงงานนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเข้าชมฟรี เนื่องจากอัลซิดินีจะมีไวน์เทสต์ดี
ให้กับผู้มาเยี่ยมชม หากลูกค้าพอใจในรสชาติก็หวังให้ซื้อไวน์ติดมือกลับไป ซึ่งจุดเด่นของไวน์
ที่นี่ คือ Alcidini-Shiraz 2008 VER.2 เป็นไวน์แดงเพียงหนึ่งเดียวจากบรรดาไวน์แดงของไทยที่
ได้รับรางวัลเหรียญบรอนซ์ (Bronze) จาก Cathay Pacific Hong Kong International Wine
& Spirit Competition หรือการแข่งขันประกวดไวน์นานาชาติซึ่งจัดขึ้นที่ฮ่องกง จากไวน์ที่มีการ
ส่งเข้าประกวดในงานนี้กว่า 1,300 รายการจากผู้ผลิตไวน์ทั่วโลก ซึ่งตรงนี้จะเปิดตัวบอก
มาตรฐานของไวน์ไทยได้เป็นอย่างดี

นายสุพจน์ กล่าวต่อว่า ในส่วนของแผนด้านการตลาดนั้น จะเน้นใช้กลยุทธ์การบอกต่อแบบปาก
ต่อปาก หากนักท่องเที่ยวมาแล้วชอบ ก็จะมีการบอกต่อๆ กันไป โดยกลุ่มเป้าหมายที่ตั้งไว้คือ
กลุ่มคนไทยในวัยทำงานขึ้นไปที่ชอบดื่มไวน์ และมีความเป็นห่วงเรื่องสุขภาพของตนเอง และ
กลุ่มที่ชอบใช้เวลาในวันหยุดกับการออกไปสัมผัสธรรมชาติ

ทั้งนี้ โรงงานอัลซิดินีมีพื้นที่ประมาณ 100 ไร่ แบ่งเป็นปลูกองุ่น 40 ไร่ สำหรับผลิตไวน์แดง
เพราะตลาดเมืองไทยต้องการไวน์แดง 80% ในขณะที่ต้องการไวน์ขาวเพียง 20% ส่วนพื้นที่ที่
เหลืออีก 60 ไร่นั้น ปลูกอโวคาโด ซึ่งต้องใช้เวลาถึง 5-6 ปีจึงจะให้ผลผลิต และในอนาคตมี
แผนที่จะนำไปแปรรูป ทำไอศกรีม เครื่องสำอาง หรือแนะนำให้รับประทานสดๆ เป็นผลไม้เพื่อ

สุขภาพ ซึ่งเป็นเรื่องที่จะต้องนำไปพิจารณาต่อไป โดยขณะนี้รายได้ของอัลซิดีนีมาจากการขายไวน์ ซึ่งมีวางขายเฉพาะในพื้นที่เขาใหญ่เท่านั้น

อีกทั้งในอนาคตตั้งเป้าไว้ว่าเมื่อองุ่นโตได้ศักยภาพมากขึ้น จะสามารถผลิตไวน์เพิ่มขึ้นเป็น 20,000 ขวดต่อปี ซึ่งในปีที่ผ่านมา อัลซิดีนีมีการผลิตไวน์จำนวน 6,000-10,000 ขวด นอกจากนี้ เมื่อมีความพร้อมในด้านการท่องเที่ยวแล้วจะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของ เขาใหญ่ไวน์ รีเจ้น ทัวร์ (Khao Yai Wine Region Tour) อันเป็นการรวมตัวกันของสมาชิกสมาคมผู้ประกอบการไวน์ไทยในเขตเขาใหญ่

ได้แก่กราน-มอนเต้, พีบี วิลเลย์ เขาใหญ่ และวิลเลจ ฟาร์ม วังน้ำเขียว ในการจัดทัวร์สำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเพื่อเยี่ยมชมไร่องุ่นในเขตเขาใหญ่ พร้อมทั้งชิมไวน์รับประทานอาหาร และเข้าพักค้างคืนในไร่ ซึ่งแต่ละแห่งจะมีเสน่ห์แตกต่างกัน อันเป็นลักษณะคล้ายกับการจัด ไวน์ เทสติง ทัวร์ (Wine Tasting Tour) ในยุโรปและออสเตรเลีย ที่เป็นการท่องเที่ยวสำหรับคนชอบดื่มไวน์โดยเฉพาะ

นอกจากนี้เมื่อมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในไร่แล้ว อาจะติดต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในพื้นที่เขาใหญ่ เพื่อให้ทาง ททท. เข้ามาร่วมสนับสนุนและช่วยในการประชาสัมพันธ์ เช่น การทำป้ายบอกทาง ป้ายริมทางหลวง ซึ่ง ททท. จะเข้ามาประเมินว่าเหมาะสมที่จะสนับสนุนเป็นแหล่งท่องเที่ยวหรือไม่ นายสุพจน์ กล่าวในที่สุด

จากหนังสือพิมพ์ฐานเศรษฐกิจฉบับที่ 2,502 4-6 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

Written by :



กอง บก.ฐานเศรษฐกิจ

