

Online	Thai PR	Link :	http://www.thaipr.net/general/743647	
PageView :	7,267	วันที่ :	9 ธันวาคม 2559	หน้า : ข่าว
Ad Rate :	5,000	AD Value :	5,000	PR Value : 15,000



Thailand Press Release ข่าวประชาสัมพันธ์

ไปต่างประเทศ



[ข่าวประชาสัมพันธ์](#)
[ปฏิทินข่าว](#)
[ฝากข่าวประชาสัมพันธ์](#)
[PR Scoop](#)

[ทั่วไป](#)
[การเมือง/สิทธิพิเศษ](#)
[บันเทิง](#)
[ท่องเที่ยว](#)
[ราชการ](#)
[สินค้า](#)
[ไอที](#)
[ไลฟ์สไตล์](#)
[อสังหาฯ](#)
[สุขภาพ](#)
[การศึกษา](#)
[ยานยนต์](#)
[สื่อสาร](#)
[พลังงาน](#)
[นิติการ](#)
[กีฬา](#)
[โดเมน](#)

ข่าวประชาสัมพันธ์ทั่วไป

ISO 9001 ไทย อนาคตสดใส อยุธยาด้วย HORECA 4.0

Like 0 Share Tweet G+1 0

9 ธันวาคม 2559 14:52



นักวิเคราะห์เชื่อกว่าครึ่งศตวรรษที่ประเทศไทยเคยมีสถิติ รับกระแสเชิงบวกจากเศรษฐกิจทั้งในไทยและเทศ การส่งเสริมการเติบโตจากภาครัฐ การลดลงของอัตราดอกเบี้ยเงินกู้จากจีนเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจ และเงินบาทที่อ่อนค่า ทำให้นักท่องเที่ยวแห่มาไทย เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ขณะเดียวกัน หอการค้าจากยุโรปและเอเชียต่างเห็นศักยภาพของประเทศไทย พร้อมตอบรับเข้าร่วม Horeca Asia 2017 ประเทศไทยสามารถขึ้นแท่นอันดับหนึ่งในอาเซียนได้ หากปรับรูปแบบและกลยุทธ์ Horeca 4.0

นางฉัตรดา นงคชัยวิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเซีย โฮเรกา จำกัด เปิดเผยว่า การดำเนินงาน HORECA Asia 2017 ตามแผนงานไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมา ได้มีโอกาสพบปะกับกลุ่มหอการค้าชั้นนำจากยุโรป อาทิ สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส ทำให้ทราบมุมมองต่อธุรกิจโฮเรกาในหลายตลาดของยุโรปมากขึ้น เป็นที่จับตามองในอันดับต้นๆ เนื่องจากไทยเป็นศูนย์กลางการค้า แหล่งท่องเที่ยว แหล่งอาหารหรือครัวของโลก และมีความพร้อมในหลายด้าน ทั้งสาธารณูปโภค นโยบายการค้า และคุณภาพของบุคลากรในสายงานบริการ แต่สิ่งที่ขาดแคลน นั่นคือ ความรู้ด้านนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่จะตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและพฤติกรรมไปอย่างมาก

ขณะเดียวกัน มุมมองของคู่ค้ากลุ่มเอเชีย อาทิ จีน ใต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ก็ให้ความสำคัญต่อตลาดโฮเรกาไทย เชื่อมโยงในผลิตภัณฑ์และบริการของไทยที่มีคุณภาพ จนเกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิดและผลิตภัณฑ์ในหลายธุรกิจที่ผ่านมา อาทิ สินค้าจากกลุ่มร้านอาหารของไทย ที่มีชื่อเสียงในญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ หรือ ร้านอาหารกลุ่ม SME ของเกาหลีใต้ที่ร่วมนำสินค้าอินโดนีเซียเข้ามาจำหน่ายในไทยยังเป็นที่น่าทึ่งในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งการเปิดตลาดในไทย จะช่วยต่อยอดธุรกิจไปในระดับภูมิภาคได้มากยิ่งขึ้น

การพัฒนาธุรกิจโฮเรกาอย่างยั่งยืน ภายใต้สภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี แรงงาน และสภาพของคู่ค้าจากต่างประเทศ จากผลการศึกษาและวิจัย จึงเกิดเป็นสูตรกลยุทธ์ธุรกิจ HORECA 4.0 ซึ่งเป็นการพัฒนาผสมผสานระหว่างแนวคิดการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability Management) และการพัฒนาแนวคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมสมัยใหม่ ประกอบด้วยหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) การจัดการคุณค่าขององค์กรให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นในสายตาของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ (Value Chain Management) อาทิ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดเพื่อสังคม กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การบริหารสิ่งการขาย 2) การบริหารและพัฒนาบุคลากร (Talent Management) เพราะธุรกิจโฮเรกาเป็นธุรกิจบริการ การขับเคลื่อนธุรกิจต้องขับเคลื่อนด้วยคน 3) การพัฒนาเครือข่ายในกลุ่มผู้ประกอบการ (Networking and Partnership) ไม่ควรมองเป็นคู่แข่ง แต่ควรพัฒนาและเรียนรู้ไปร่วมกันด้วยการทำงานที่ชัดเจนและแตกต่างของตนเอง รวมทั้งสร้างกลุ่มเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและอำนาจการต่อรอง 4) การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ (Technology and Innovation Driven)

ทั้งนี้ การดำเนินงาน HORECA Asia 2017 หรือ งานแสดงสินค้านานาชาติสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม ร้านอาหาร กาแฟ และเครื่องดื่ม ประจำปี พ.ศ. 2560 ของ บริษัท เอเซีย โฮเรกา จำกัด ได้ผ่าน 4 กรอบกลยุทธ์ HORECA 4.0 มาจัดแสดง เปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย-เทศ ได้ร่วมเรียนรู้ เปิดโลกทัศน์ จุดประกายผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ สร้างเครือข่ายธุรกิจ ตลอดจนการค้าขายการเจรจาธุรกิจ ภายใต้แนวคิดหลักคือ Total Solution หรือ ครบจบในจานเดียว ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 12-14 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ

ท้ายที่สุด ความตื่นตัวในการจัดงาน HORECA Asia ได้สร้างความสนใจจากผู้ประกอบการกลุ่มหอการค้าประเทศอาเซียน ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และกลุ่ม CLMV ประมาณ 8 พันราย โดยเปิดให้ผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมออกบัตรฟรีทั้งสิ้น 200 ราย เป็น ดูจากต่างประเทศหรือละ 30 ขณะเดียวกัน ก็มีแผนการตลาดนำผู้ซื้อจากในประเทศและต่างประเทศมาเยือนชมงานประมาณ 8,000 ราย เป็นกลุ่มผู้ซื้อจากต่างประเทศร้อยละ 20 จากประเทศจีน ใต้หวัน เกาหลีใต้ อินเดีย และกลุ่ม CLMV

กลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่นำมาจัดแสดง ได้แก่ เครื่องจักร อุปกรณ์สำหรับการติดตั้งและก่อสร้าง อุปกรณ์ตกแต่ง บริการทางธุรกิจ การออกแบบ ซอฟต์แวร์การจัดการ สินค้าสำเร็จรูป ชุดเบ็ดเสร็จสำเร็จรูป การบริการด้านการตลาดและสร้างแบรนด์ การจัดการด้านการเงิน การบริหารและพัฒนาบุคลากร สินค้าและบริการราคาพิเศษสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ และบริการจัดเลี้ยงอย่างครบวงจร

ด้วยว่าผู้ประกอบการที่ตอบรับเข้าร่วมแสดงสินค้า อาทิ เมเจอร์, รอยัล ปอร์เช่, อินเดียน่า โชนนี่, เคนนิ พาวเวอร์ ลูมส์เซฟหลาย เป็นต้น

iQMediaLink

ส่งข่าวประชาสัมพันธ์

ฝากข่าวประชาสัมพันธ์

เพียงคุณใช้โมดูลของคุณก็สามารถส่งข่าวได้โดยไปที่หน้า ฝากข่าวประชาสัมพันธ์ หากติดปัญหาสามารถติดต่อเราได้ที่หน้า ThaiPR.net Fan Page หรืออีเมลหาเราที่ help@thaipr.net ขอขอบคุณ

PR Tips

ThaiPR.net 11,940 likes

You and 39 other friends like this

ข่าวล่าสุด

- โรงแรมอีสติน พัทยา จินตนาการถึงผู้มาเยือน นำทีมอาสาสมัครสร้างบ้านให้กับครอบครัวผู้ด้อยโอกาส
- ช่อง 3 จัดพิธีอุปสมบทหมู่ "ธรรมดี...เพื่อพ่อ" ถวายแด่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช
- ไวรัสดู ชนลั่นคำขวัญรายการ ร่วมแค้นแปง ช็อปช่วยชาติ
- ประสมการณกว่า 44 ปี บริษัท ยูนิแอร์ คอรัปชั่น เจ้าคิด ผู้ผลิตและจำหน่ายเครื่องปรับอากาศยี่ห้อ "UNI-Aire"
- กิจกรรมดีที่อยากชวนคุณร่วมออกและส่งเสริมความตั้งใจที่จะทำ

Market-Comms Co.,Ltd
12/123 VisionVille 5 Soi Samakki 34 Samakki Road
T. Tha-Sai A. Muang Nonthaburi 11000 Thailand
Tel. 662 575 2415-7 Fax. 662 575 2418
Email. info@market-comms.co.th
www.market-comms.co.th

บริษัท มาร์เก็ต-คอมส์ จำกัด
12/123 วิชั่นวิลล์ 5 ซอยสามัคคี 34 ถนนสามัคคี
ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000
โทรศัพท์ 662 575 2415-7 โทรสาร 662 575 2418
อีเมล info@market-comms.co.th
www.market-comms.co.th

นายปรีดิพัทธ์ บุณยเสน กรรมการผู้จัดการ บริษัท เกรีนเน่ คอนซัลติ้ง จำกัด กล่าวว่า ภาวะเศรษฐกิจต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากความขัดแย้งระหว่างและในประเทศ ส่งผลให้ทำให้การตัดสินใจของเที่ยวมาไทย จะมีจำนวนเพิ่มขึ้น China Effect หรือผลกระทบของทัวร์จีนที่หายไป จะลดน้อยลง มีการปรับรูปแบบของทัวร์จีนจากเดิมเป็นกลุ่มกลายเป็นท่องเที่ยวอิสระมากขึ้น ส่งผลดีต่อธุรกิจไทยเรา โดยเฉพาะ SME เพราะนักท่องเที่ยวอิสระ จะขึ้นช้อนการท่องเที่ยวที่มีสไตล์ และค่าใช้จ่ายต่อหัวมากขึ้น รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทที่ลดลงด้วย หากค่าเงินบาทอ่อนตัวลง จะส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจไทยเราเพิ่มขึ้น เพราะจะดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยหรือสิ่งที่มีคุณภาพจากไทยมากขึ้น ด้านภาวะเศรษฐกิจในประเทศ แนวโน้มดีขึ้น เนื่องจากความสงบในสังคม และหมดภาระหนี้สินจากการผ่อนชำระรถยนต์คันแรกของผู้คนชั้นกลาง ความสุขไปบนนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวของภาครัฐ ส่งผลให้มีความต้องการซื้อของมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ความต้องการขายก็มีจำนวนมากเช่นกัน จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายของธุรกิจไทยเรา จะต้องเร่งสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ให้ชัดเจนมากขึ้น

ด้านการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อธุรกิจไทยเรา ความมั่นใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่ยังเป็นที่ยังตามองในเรื่องการเลือกตั้งครั้งใหม่ รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ และโอกาสที่จะเกิดความขัดแย้งทางการเมือง รวมทั้งการจัดระเบียบทัวร์จีนที่หายไปจากประเทศจีน และการส่งเสริมการท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน ผู้บริโภคในประเทศ ได้รับแรงกระตุ้นจากภาครัฐมาตลอดการดำเนินงาน และการเมืองที่ยังสงบ ทำให้แนวโน้มเป็นไปในทิศทางที่ดี

ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อธุรกิจไทยเรา พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจทุกระดับมีโลกาภิวัตน์มากขึ้นได้อย่างเท่าเทียมกัน และกระแสโลกาภิวัตน์เรื่อง ไร้พรมแดน จะเพิ่มระดับมากขึ้น ส่งผลต่อการวางแผน จัดการ และออกแบบธุรกิจให้สอดคล้องเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมทั้ง กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นตลาดที่น่าจับตามองในธุรกิจไทยเรา ซึ่งต้องให้ความสำคัญด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น นอกจากนี้ การขยายเมืองใหญ่และการเพิ่มขึ้นของระบบขนส่ง ทำให้ธุรกิจไทยเรา ขยายตัวตามไปด้วย และในสถานการณ์แห่งความเศร้าโศก โดยปกติธรรมชาติของคน จะต้องการหาทางลดความเครียด (pressure relief) ทางออกที่ง่ายที่สุด คือ การออกมาช้อปปิ้ง รับประทานอาหาร พักผ่อน ทำให้เห็นต่อธุรกิจนี้ด้วย

ด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อธุรกิจไทยเรา เมื่อทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้นผ่านปลายนิ้ว ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซเติบโต ผู้ประกอบการธุรกิจไทยเราต้องพร้อมที่จะปรับตัว แต่ต้องไม่ลืมเรื่องความปลอดภัยในระบบ การจัดส่งสินค้า การบริการทางการขาย ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการแข่งขัน รวมทั้ง อาจจะเกิดคู่แข่งใหม่ๆ ขึ้นตลอด เช่น โรงแรม ที่จะมี Airbnb เป็นต้น

ด้านตลาดแรงงานที่ส่งผลต่อธุรกิจไทยเรา การไหลของแรงงานต่างชาติเข้ามาไทยเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีเพียงพ่อค้าธุรกิจ แต่แรงงานในกลุ่มนี้ แบ่งได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับชำนาญการ ที่มีทักษะขั้นสูง เช่น งานบริการ กับ ระดับไร้ทักษะทำงานตามสั่ง ซึ่งแรงงานต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มไร้ทักษะ มีค่าจ้างถูก ขณะที่แรงงานไทย เป็นแรงงานที่มีความชำนาญ มีค่าจ้างสูงกว่า จึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่จะพัฒนาแรงงานระดับไร้ทักษะ ให้เป็นชำนาญการ เพื่อเป็นธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้ ขณะเดียวกัน หน่วยงานระดับชำนาญการ ก็จะเป็นที่ต้องการตลาดมากขึ้น อาจเกิดการแย่งชิงตัวในธุรกิจไทยเราได้

ปัจจัยเสี่ยงภาคธุรกิจไทยเรา ประจำปี 2560 แบ่งได้ 5 ประการ ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป สินค้าใหม่ที่เกิดขึ้นทดแทนรูปแบบเดิม และเสถียรภาพทางการเมือง 2) ความเสี่ยงด้านธุรกิจ การบริหารต้นทุนแรงงาน การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมไทยเรา และกำลังซื้อของผู้บริโภค 3) ความเสี่ยงด้านการเงิน กลุ่ม SME ต้องวางแผนการเงิน กระแสเงินสด ดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติม 4) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน คุณภาพบริการที่ต้องรักษาแรงงานที่ดี โรคระบาด และความปลอดภัยของอาหารและสุขภาพ 5) ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนคำนึงถึงทุกฝ่าย

สำหรับผู้สนใจเข้าร่วมแสดงสินค้าและบริการ HORECA ASIA 2017 สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

คุณอังฉา กองแก้ว คุณเอ็ดดี้ กันทะเมืองสี

Sales Manager – Asia Pacific Project Director

โทร + 66 (0) 859360799 โทร + 66 (0) 899554463

อีเมล achara.ko@asiahoreca.co.th อีเมล adesorn.gu@asiahoreca.co.th หรือ

<http://www.horecaasiaexpo.com> และ <https://web.facebook.com/horecaasia2017>

Market-Comms Co.,Ltd

12/123 VisionVille 5 Soi Samakki 34 Samakki Road

T. Tha-Sai A. Muang Nonthaburi 11000 Thailand

Tel. 662 575 2415-7 Fax. 662 575 2418

Email. info@market-comms.co.th

www.market-comms.co.th

บริษัท มาร์เก็ต-คอมส์ จำกัด

12/123 วิชั่นวิลล์ 5 ซอยสามัคคี 34 ถนนสามัคคี

ตำบลท่าทราย อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 662 575 2415-7 โทรสาร 662 575 2418

อีเมล info@market-comms.co.th

www.market-comms.co.th

