

Online	ศูนย์การเรียนรู้ อาเซียน	Link :	http://asean.dla.go.th/public/news.do?cmd=news&category=1&nid=2807&lang=th&random=1481856804790
PageView :	5,000	วันที่ :	16 พฤศจิกายน 2559 หน้า : ขาว
Ad Rate :	5,000	AD Value :	5,000 PR Value : 15,000



ศูนย์การเรียนรู้อาเซียน
กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

อาเซียน ประเทศไทยกับอาเซียน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นกับอาเซียน วงการปกครองส่วนท้องถิ่นกับอาเซียน องค์กรภาครัฐ สัมภ

หน้าแรก / อาเซียน / ข่าวอาเซียน

อาเซียน

กลยุทธ์ Horeca 4.0 มุ่งตลาดเอเชียปรับตัวตามเทคโนโลยี

16 ธันวาคม 2559



นักวิเคราะห์ชี้แนวโน้มตลาดธุรกิจโฮเรกาไทยกลุ่มเอสเอ็มอี สดใส รับกระแสเชิงบวกจากเศรษฐกิจทั้งในไทยและเทศ การส่งเสริมกระตุ้นการซื้อจากภาครัฐ การลดลงของต้นทุนให้เรียกจากจีนเปลี่ยนเป็นเวทีอิสระของแต่ละบุคคล และเงินบาทที่อ่อนค่า ทำให้ไทยมีต้นทุนที่ต่ำลงกว่าหลายประเทศ เกิดการซื้อสินค้ามากขึ้น ขณะเดียวกัน หอการค้าจากยุโรปและเอเชียต่างเห็นศักยภาพของกลุ่มธุรกิจโฮเรกาไทย พร้อมตอบรับเข้าร่วม Horeca Asia 2017 ถ้าไทยสามารถขึ้นแท่นอันดับหนึ่งในอาเซียนได้ หากปรับรูปแบบและกลยุทธ์ Horeca 4.0

นางศุภมาส มงคลชัยวิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเชีย โฮเรกา จำกัด เปิดเผยว่า การดำเนินงาน HORECA Asia 2017 ตามแผนงานไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ ได้มีโอกาสพบกับกลุ่มหอการค้าชั้นนำจากยุโรป อาทิ สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส ทำให้ทราบว่ามุมมองต่อธุรกิจโฮเรกาไทยในสายตาของผู้ค้ายุโรปนั้น เป็นที่จับตามองในระดับต้น เนื่องจากไทยเป็นศูนย์กลางการค้า แหล่งท่องเที่ยว แหล่งอาหารหรือครัวของโลก และมีความพร้อมในหลายด้าน ทั้งสาธารณูปโภค นโยบายการค้า และคุณภาพของบุคลากรในสาขานานาชาติ แต่สิ่งที่ยังขาดแคลน นั่นคือ ความรู้ด้านนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่จะตอบโต้กับกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและพฤติกรรมไปจากเดิม

ขณะเดียวกัน มุมมองของผู้ค้ากลุ่มเอเชีย อาทิ จีน ใต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ก็ให้ความสำคัญต่อตลาดโฮเรกาไทย เชื่อมโยงในผลิตภัณฑ์และบริการของไทยที่มีคุณภาพ จนเกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิดและผลิตภัณฑ์ในหลายธุรกิจที่ผ่านมา อาทิ สินค้าตกแต่งกลุ่มโรงแรมหรือร้านอาหารของไทย ที่มีชื่อเสียงในญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ หรือ ร้านอาหารกลุ่ม SME ของเกาหลีใต้หรือญี่ปุ่นที่มาเปิดในประเทศไทยเช่นกัน นอกจากนี้ ไทยยังเป็นผู้นำเทรนด์ในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งการเปิดตลาดไทย จะช่วยต่อยอดธุรกิจไปในระดับภูมิภาคได้มากมาย



ข่าวยอดนิยม

- รองอธิบดีกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศของอาเซียน
- ไทย - ลาว ลงนามข้อตกลงความร่วมมือ "การเชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจอาเซียน-จีน" วอชิงตัน ดี.ซี.
- สิ่งมีชีวิต? เมื่อผลการวิจัยของ รพ.รามาธิบดี "อาเซียน-จีน" เกี่ยวกับขยะติดเชื้อได้ ถูกส่งกลับ วอชิงตัน ดี.ซี.
- ญี่ปุ่น-ลาว เมื่อต้นแบบการค้าชายแดนระหว่างประเทศ
- ศูนย์ข้อมูลข่าวอาเซียน กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
- เขตแดนเศรษฐกิจใหญ่ จักรวรรดิ "ชาติไทยรัฐนิยมอาเซียน 2016"
- เขตแดนเศรษฐกิจใหญ่

ข่าวที่คุณอาจสนใจ

- สิ่งมีชีวิต? เมื่อผลการวิจัยของ รพ.รามาธิบดี "อาเซียน-จีน" เกี่ยวกับขยะติดเชื้อได้ ถูกส่งกลับ วอชิงตัน ดี.ซี.
- เปิด 7 ประเด็นหลักในคำตัดสินศาลโลก ชี้จีนไม่อาจอ้างกรรมสิทธิ์ในทะเลจีนใต้
- เวียดนามฉีก จกไฟช็อต 5 ตราทุรพราศย์ไทยไปจน
- มทท.อาเซียน
- รัฐบาลเมียนมาตีความว่าแก้ปัญหาความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ลดระดับเมืองแม่กลอง "Tier 3"
- วอชิงตัน ดี.ซี.
- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์

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



การพัฒนาธุรกิจไทยอย่างยั่งยืน ภายใต้สภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี แรงงาน และสายตาของผู้ค้าจากต่างประเทศ จากผลการศึกษาและวิจัย ซึ่งเกิดเป็นยุทธศาสตร์ธุรกิจ HORECA 4.0 ซึ่งเป็นกรอบความร่วมมือระหว่างแนวคิดการพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน (Sustainability Management) และการพัฒนาแนวคิดสร้างสรรค์นวัตกรรมสมัยใหม่ ประกอบด้วยหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) การจัดการคุณค่า ขององค์กรให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นในสายตาของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ (Value Chain Management) อาทิ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดเพื่อสังคม กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การบริการหลังการขาย 2) การบริหารและพัฒนามนุษย์ (Talent Management) เพราะธุรกิจไทย เป็นธุรกิจบริการ การขับเคลื่อนธุรกิจต้องขับเคลื่อนคนเป็นสำคัญ 3) การพัฒนาเครือข่ายในกลุ่มผู้ประกอบการ (Networking and Partnership) ไม่ควรมองเป็นผู้แข่ง แต่ควรพัฒนาและเรียนรู้ไปร่วมกันด้วยการสร้างจุดเด่นและแตกต่างของตนเอง รวมทั้ง สร้างกลุ่มเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและอำนาจการต่อรอง 4) การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างมีประสิทธิภาพ (Technology and Innovation Driven)

นายปรีดิทร บุณสิน กรรมการผู้จัดการ บริษัท เกรโน คอนซัลตัง จำกัด กล่าวว่า ภาคเศรษฐกิจต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องจาก ความขัดแย้งระหว่างและในประเทศ ส่งผลทำให้การค้าสินค้าไทยเพิ่มขึ้น จีนมาไทย จะมีจำนวนเพิ่มขึ้น China Effect หรือผลกระทบของห่วงโซ่อุปทาน ภัยพิบัติของจีน มีการปรับรูปแบบของห่วงโซ่อุปทานเดิมเป็นกลุ่มกลายเป็นห่วงโซ่อุปทานจีน ส่งผลต่อธุรกิจไทย โดยเฉพาะ SME เพราะห่วงโซ่อุปทานไทยจะ จะขึ้นค่าบริการของห่วงโซ่อุปทานที่มีค่า และค่าใช้จ่ายต่อห่วงโซ่อุปทานมากขึ้น รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์ หากค่าเงินบาทอ่อนตัวลง จะส่งผลต่อการเติบโตของธุรกิจไทยเพิ่มขึ้น เพราะจะดึงดูดนักท่องเที่ยวไทยหรือสิ่งอื่นใดที่มีคุณภาพจากไทยมากขึ้น ด้านภาค เศรษฐกิจในประเทศ แนวโน้มดีขึ้น เนื่องจากความสงบในสังคม และหมดภาระหนี้สินจากการผ่อนชำระหนี้สินแรกของกลุ่มชนชั้นกลาง ควบคู่ไป กับนโยบายส่งเสริมการค้าและใช้บริการของภาครัฐ ส่งผลให้มีการซื้อเพิ่มขึ้น ในทางตรงกันข้าม ความต้องการขายก็มีจำนวนมากเช่นกัน จึงเป็นสิ่งที่ท้าทายของธุรกิจไทยว่า จะต้องเร่งสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ให้ชัดเจนมากขึ้น

ด้านการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อธุรกิจไทย ความมั่นใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่ยังเป็นปัจจัยตามองในเรื่องการเลือกตั้งครั้ง ใหม่ รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ และโอกาสที่จะเกิดความขัดแย้งทางการเมือง รวมทั้งการจัดระเบียบห่วงโซ่อุปทานไทยจากประเทศจีน และการส่งเสริมการค้า ห่วงโซ่ เช่นเดียวกับการบริโภคในประเทศ ได้รับแรงกระตุ้นจากภาครัฐมาตรการด้านภาษี และการเมืองที่ยังสงบ ทำให้แนวโน้มเป็นไปในทิศทางที่ดี ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อธุรกิจไทย พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจทุกระดับมีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างเท่าเทียมกัน และกระแสโลกในแง่ รักสุขภาพ จะเพิ่มระดับมากขึ้น ส่งผลต่อการวางแผน จัดการ และออกแบบธุรกิจให้สอดคล้องเพื่อ สร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมทั้ง กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นตลาดที่น่าจับตามองในธุรกิจไทย ซึ่งต้องให้ความสำคัญด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกให้มากขึ้น นอกจากนี้ การขยายเมืองใหญ่และการเพิ่มขึ้นของระบบขนส่ง ทำให้ธุรกิจไทย ขยายตัวตามไปด้วย และในสถานการณ์แห่ง ความเศร้าโศก โดยปกติธรรมชาติของคน จะต้องหาทางลดความเครียด (pressure relief) ทางออกที่ง่ายสุด คือ การออกมาซื้อของ รับประทานอาหาร พักผ่อน ทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นด้วย

ด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อธุรกิจไทย เมื่อทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ผ่านปลายนิ้ว ทำให้ธุรกิจอีคอมเมิร์ซเติบโต ผู้ประกอบการ ธุรกิจไทยกำลังพร้อมที่จะปรับตัว แต่ต้องไม่ลืมเรื่องความปลอดภัยในระบบ การจัดส่งสินค้า การบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการแข่งขัน รวมทั้ง อาจจะเกิดคู่แข่งใหม่ๆ ขึ้นตลอด เช่น โรงแรม ก็จะมี Airbnb เป็นต้น

ด้านตลาดแรงงานที่ส่งผลต่อธุรกิจไทย การไหลของแรงงานต่างชาติเข้ามาไทยเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีเพียงพอดังกล่าว แต่แรงงานในกลุ่มนี้ แบ่งได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับชำนาญการ ที่มีทักษะขั้นสูง เช่น งานบริการ กับ ระดับไร้ทักษะ ทำงานตามสั่ง ซึ่งแรงงานต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มไร้ ทักษะ มีค่าจ้างถูก ขณะที่แรงงานไทย เป็นแรงงานมีความชำนาญ มีค่าจ้างสูงกว่า จึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่จะพัฒนาแรงงานระดับไร้ ทักษะ ให้เป็นชำนาญการ เพื่อดำเนินธุรกิจให้เติบโตต่อไปได้ ขณะเดียวกัน แรงงานระดับชำนาญการ ก็จะเป็นที่ต้องการตลาดมากขึ้น อาจเกิดการแย่งชิงตัวในธุรกิจไทยได้

ปัจจัยเสี่ยงภาคธุรกิจไทย ประจำปี 2560 แบ่งได้ 5 ประการ ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป สินค้าใหม่ที่เกิดขึ้นทดแทนรูปแบบเดิม และสภาพทางทางการเมือง 2) ความเสี่ยงด้านธุรกิจ การบริหารต้นทุนแรงงาน การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมไทย และ กำไรสุทธิของผู้บริโภค 3) ความเสี่ยงด้านการเงิน กลุ่ม SME ต้องวางแผนการใช้เงิน กระแสเงินสด ดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติม 4) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน คุณภาพบริการที่ต้องรักษาแรงงานที่ดี ไร้โรคระบาด และความปลอดภัยของอาหารและสุขภาพ 5) ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง การพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืนค่านึงที่ทุกฝ่าย

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 ถนนวิมล 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

