

Online	กรุงเทพธุรกิจ	Link :	http://www.bangkokbiznews.com/news/detail/728137
PageView :	284,754	วันที่ :	19 พฤศจิกายน 2559 หน้า : ข่าว
Ad Rate :	25,000	AD Value :	25,000 PR Value : 75,000

แผนผังเว็บไซต์ | RSS

วันจันทร์ที่ 21 พฤศจิกายน 2559

หน้า | สดรายแลกเปลี่ยน

S&P 500	DAX	FTSE 100
2181.90	10664.56	6775.77
▼-0.24%	▼-0.20%	▼-0.28%

bangkokbiznews.com

กรุงเทพธุรกิจ

ราคาทองคำ	ราคาน้ำมัน
96.5%	รับซื้อ (บาท)
ทองคำแท่ง	20,350.00
ทองคำรูปพรรณ	19,980.88
	ขายออก (บาท)
	20,450.00
	20,950.00

หน้าหลัก

NOW26

การเมือง

ธุรกิจ

เศรษฐกิจ

ต่างประเทศ

การเงิน

อสังหาริมทรัพย์

ยานยนต์

ไอที

ไลฟ์สไตล์

PR Center

Service

PS ▼18.70 -1.80 SIRIP ▼10.60 -0.90 MAX ▼0.12 -0.01 TFD ▼2.52 -0.18 CHARAN ▼33.75 -1.75 OISHI ▼129.50 -6.50


ค้นหาข่าว

หน้าหลัก : ธุรกิจ

ดัชนีไทยฮับ'โฮเรกา'รับร้านอาหาร-กาแฟบูม

โดย : กรุงเทพธุรกิจออนไลน์
วันที่ 19 พฤศจิกายน 2559, 06:02
ชมแล้ว 1,991 ครั้ง

ภาพ



ดาวน์โหลด URL แบบย่อ <http://bit.ly/2fCodfe> คัดลอก ขนาดตัวอักษร พิมพ์ข่าวนี้

เอเชียโฮเรกา ซี ธุรกิจร้านอาหาร-กาแฟ ดาวรุ่งลงทุนกลุ่มเจวาย-สตาร์ทอัพ ในไทย-อาเซียน
หนุนไทยฮับสินค้า "โฮเรกา" แห่งภูมิภาค ใน 5 ปี

ADVERTISEMENT

นางลัดดา มงคลชัยวิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเชีย โฮเรกา จำกัด ผู้บริหารศูนย์การค้าสัง "โฮเรกา สแควร์" เปิดเผยว่า ช่วง 3 ปีที่ผ่านมาธุรกิจร้านอาหาร เบเกอรี่ และไอศกรีมของไทยมีการขยายตัวสูงต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีหน้าใหม่ในกลุ่มเงินเนื้อเร่ชี่นวย ที่จบการศึกษาใหม่หรือที่เรียกว่า สตาร์ทอัพ ให้ความสำคัญลงทุนและประกอบธุรกิจเป็นของตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะการเปิดร้านอาหารด้วยเงินทุนของตัวเอง

นางลัดดา มงคลชัยวิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเชีย โฮเรกา จำกัด ผู้บริหารศูนย์การค้าสัง "โฮเรกา สแควร์" เปิดเผยว่า ช่วง 3 ปีที่ผ่านมาธุรกิจร้านอาหาร เบเกอรี่ และไอศกรีมของไทยมีการขยายตัวสูงต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีหน้าใหม่ในกลุ่มเงินเนื้อเร่ชี่นวย ที่จบการศึกษาใหม่หรือที่เรียกว่า สตาร์ทอัพ ให้ความสำคัญลงทุนและประกอบธุรกิจเป็นของตัวเองมากขึ้น โดยเฉพาะการเปิดร้านอาหารด้วยเงินทุนของตัวเอง

กิจกรรม

15:27 เลขาธิการมูลนิธิชัยพัฒนา ปาฐกถาเรื่องเกี่ยวกับพระราชพิธี...

15:12 กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง รับสมัครนักดำน้ำจิตอาสา...

15:02 "พ.ต.อ.ศรีวิภา" เชื้อ 80% "ธัมมชโย"...

14:43 ดัชนีบิ๊ทคอยน์ ปิดตลาด 18,106.02 บวก 138.61 จุด...

อ่านข่าวทั้งหมด >>

BLOGS

COLUMNIST >>
ภาพข่าว

โตนิสดี ทรนกับ สัจฉินผิง :

30 กรุงเทพธุรกิจ

227,459 จำนวนคนที่ถูกใจ

ถูกใจเพจ ติดต่อเรา

เพื่อน 78 คนถูกใจสิ่งนี้

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



อย่างไรก็ดี แม้ธุรกิจร้านอาหารและกาแฟจะมีการขยายตัวสูง แต่มีทั้งผู้ที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จในสัดส่วนเท่ากันที่

50% สาเหตุหลักมาจากผู้ที่ผู้ประกอบการไม่มีการศึกษาข้อมูลในการทำธุรกิจอย่างรอบคอบและลึกซึ้ง อาทิ แนวโน้มและโอกาสของตลาด เทรนด์หรือความต้องการของลูกค้าที่ไม่เพียงพอ อีกทั้งไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน

นอกจากนี้ บุคลากรที่ไม่มีคุณภาพ ยังเป็นปัญหาใหญ่ รวมถึงการบริหารจัดการด้านต่างๆ โดยเฉพาะระบบบริหารด้านการเงิน ต้องมีเงินหมุนเวียนเพื่อสำรองไว้ในกรณีฉุกเฉิน ประสิทธิภาพของการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างผลกำไรให้ธุรกิจ

ร้านอาหารขยายตัว 4.7%

สำหรับภาพรวมตลาดธุรกิจร้านอาหารมูลค่า 3.75-3.85 แสนล้านบาท แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ร้านอาหารที่มีสาขา หรือเชนขึ้นบ้างต่างๆ มีมูลค่า 1.08-1.10 แสนล้านบาท คิดเป็น 28.5% โดยมีสาขาทั้งหมด 2,663 สาขา ร้านอาหารทั่วไป หรือ นอน-เชน มีมูลค่า 2.67-2.75 แสนล้านบาท คิดเป็น 71.5% ทั้งนี้ การเติบโตของเชนร้านอาหารอยู่ที่ 6.9-8.9% ส่วนร้านอาหารนอนเชนเติบโต 2.9-5.9% ขณะที่ภาพรวมตลาดธุรกิจร้านอาหารมีการเติบโต 4.7%

ขณะที่ตลาดร้านกาแฟ เบเกอรี่ และไอศกรีม ปัจจุบันมีแบรนด์ขึ้นใหม่ประมาณ 3,710 สาขา มีมูลค่าตลาดประมาณ 6,200 ล้านบาท แบ่งเป็นร้านกาแฟ 3 หมื่นล้านบาท เบเกอรี่ 1.7 หมื่นล้านบาท และไอศกรีม 1.5 หมื่นล้านบาท ขณะที่ตลาดร้านกาแฟระดับกลางมีสัดส่วนสูงถึง 40% ของตลาดร้านกาแฟโดยรวม

โดยอัตราการบริโภคกาแฟของคนไทยเฉลี่ยอยู่ที่ 200 แก้วต่อคนต่อปี ยังมีช่องว่างทางการตลาดอีกมาก โดยเฉพาะร้านกาแฟในสถานีบริการน้ำมัน หรือพื้นที่ต่างจังหวัด

เพิ่มขีดแข่งขันเพื่อความอยู่รอด

ทั้งนี้ แนวทางดำเนินธุรกิจท่ามกลางโอกาสและคู่แข่งจำนวนมาก ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวและศึกษาข้อมูลทางด้านธุรกิจและการตลาดตลอดเวลา เพื่อสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลักดันธุรกิจอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

"ผู้ประกอบการต้องรู้จักลูกค้าเป้าหมายว่าเป็นใคร อายุเท่าไร ควบคุมกับการคำนึงถึงคุณภาพและความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ เพราะจะทำให้ลูกค้ากลุ่มลูกค้ามีความต้องการอย่างไร"

ขณะเดียวกันจะต้องนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ควบคุมการสร้างแบรนด์ ซึ่งแบรนด์จะต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ชัดเจนและมีความโดดเด่นที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของตัวเอง ขณะที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องเหมาะสมกับราคา

ดึงเข้ายื่นอาชญาใน 5 ปี

ดึงเข้ายื่นอาชญาใน 5 ปี

นางลัดดา กล่าวต่อว่า บทบาทหน้าที่ของเอเชีย โซเรก้า สแควร์ เปรียบเสมือนเป็นที่เลี้ยงให้กับผู้สนใจทำธุรกิจโดยเฉพาะในกลุ่มเอสเอ็มอี โดยให้บริการอบรมและความรู้ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจร้านอาหาร คอร์สทำอาหาร เพื่อพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันและเติบโตในอนาคต ปัจจุบันมีผู้สนใจสมัครเข้าอบรมกว่า 1,000 ราย คาดเริ่มให้บริการปี 2560 เป็นต้นไป

"ช่วงสิ้นเดือน พ.ย. นี้ จะเดินทางไปเวียดนาม ภายใต้ความร่วมมือกับสมาคมโรงแรมและเรสเทอรองต์ของประเทศเวียดนาม เพื่อตั้งนิทรรศการที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารมาร่วมงานแสดงสินค้าในโฮเรก้า สแควร์ และงานเอ็กซ์โป เพื่อจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีของไทย"

แนวทางดังกล่าวเป็นการโปรโมทและผลักดัน โฮเรก้า สแควร์ เป็นผู้นำและศูนย์กลางสินค้าและอุปกรณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เบเกอรี่ และบริการจัดเลี้ยงของภูมิภาคอาเซียน ตามเป้าหมายภายใน 5 ปีจากนี้

ปัจจุบันผู้เข้าพื้นที่ภายในโฮเรก้า สแควร์ 70% เป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไทย 60% ผู้ประกอบการชาวต่างชาติ 40% ส่วนใหญ่เป็นเอ็กซ์คลูซีฟแบรนด์จากยุโรป จีน รัสเซีย และสหรัฐ มีสินค้าให้เลือกมากกว่า 1 หมื่นรายการ อาทิ อุปกรณ์สำหรับโรงแรม เครื่องครัว และอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

วางตำแหน่งแบรนด์ให้ชัดเจน

นายปริญญา ชุมรม ที่ปรึกษาด้านแบรนด์และด้านการตลาด และอดีตผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาและวิจัยสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดเผยว่า การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นผู้ประกอบการต้องเข้าใจในตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์เพื่อสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ตรงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ กลุ่มร้านอาหารหรู ร้านอาหารระดับกลาง ร้านอาหารทั่วไป หรือร้านริมทาง

"ทำเล สถานที่ตั้งร้าน ทุกอย่างสามารถบอกความเป็นตัวตนของแบรนด์ได้ว่าอยู่ในกลุ่มไหน"

หากตั้งอยู่ย่านทองหล่อก็สามารถบอกถึงการเป็นแบรนด์ระดับบน ส่วนของการตั้งราคาสินค้าจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า หากเป็นร้านกาแฟควรตั้งราคาให้อยู่ระหว่าง 80-100 บาท ซึ่งมองว่าเป็นราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้

ใช้โซเชียลมีเดียโปรโมทร้าน

ประการสำคัญ ต้องผนวกการใช้ "ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง" สร้างประโยชน์ในการโปรโมทร้านและแบรนด์สินค้าผ่านทางโซเชียลมีเดีย อาทิ เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม เพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย

"แพลตฟอร์มออนไลน์มีผู้ใช้จำนวนมาก และมีแนวโน้มมากขึ้นต่อเนื่องเป็นเครื่องมือสำคัญของธุรกิจที่ไม่สามารถปฏิเสธได้"

ขณะเดียวกันจะต้องสร้างคอนเนกชันระหว่างร้านกับลูกค้าให้ชัดเจน โดยเน้นการหาหรือจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดกิจกรรมในการพูดคุยหรือสังสรรค์ในร้านกาแฟ ควบคุมกับการหาเมนูที่เป็นซิกเนเจอร์ให้กับร้าน รวมถึงการตกแต่งรูปแบบการเสิร์ฟอาหารเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด

Tags : เอเชีย โฮเรก้า,ร้านอาหารร้านกาแฟ



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

