

Online	ศูนย์การเรียนรู้ อาเซียน	Link :	http://www.asean.dla.go.th/public/news.do?cmd=news&category=2&nid=218&lang=th&random=14796262554127	
PageView :	10,000	วันที่ :	20 พฤศจิกายน 2559	หน้า : ข่าว
Ad Rate :	5,000	AD Value :	5,000	PR Value : 15,000

[หน้าแรก](#) | [เกี่ยวกับเรา](#) | [ติดต่อเรา](#) | [แผนผังเว็บไซต์](#) | [TH](#) | [EN](#) |



ศูนย์การเรียนรู้อาเซียน
กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

[อาเซียน](#) | [ประเทศไทยกับอาเซียน](#) | [กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นกับอาเซียน](#) | [องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับอาเซียน](#) | [องค์ความรู้](#) | [ลิงก์](#)

หน้าแรก / ประเทศไทยกับอาเซียน / ข่าวประเทศไทยกับอาเซียน

ประเทศไทยกับอาเซียน

ต้นไทยฮับ "โฮเรก้า" รับประทานอาหาร-กาแฟบูม

20 พฤศจิกายน 2559



เอเชีย โฮเรก้า ซี ธุรกิจร้านอาหาร-กาแฟ ดาวรุ่งลงทุนกลุ่มเจนวาย-สตาร์ทอัพ ในไทย-อาเซียน หนุนไทยฮับสินค้า "โฮเรก้า" แห่งภูมิภาค ใน 5 ปี

นางลัดดา มงคลชัยวิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเชีย โฮเรก้า จำกัด ผู้บริหารศูนย์การค้าส่ง "โฮเรก้า สแควร์" เปิดเผยว่า ช่วง 3 ปีที่ผ่านมาธุรกิจร้านอาหาร เบเกอรี่ และไอศกรีมของไทยมีการขยายตัวสูงต่อเนื่องทุกปี โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีมีหน้าใหม่ในกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย ที่จบการศึกษาใหม่ หรือที่เรียกว่า สตาร์ทอัพ ให้ความสนใจลงทุนและประกอบธุรกิจเป็นของตัวเอง

ข่าวยอดนิยม

-  ราชชนนีกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น ให้ความสำคัญกับศูนย์การเรียนรู้อาเซียน กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น
-  สื่ออะไร? เมื่อแถลงการณ์ร่วมของ รตส.ต่างประเทศ "อาเซียน-จีน" เกี่ยวกับ วอชิงตัน ออฟ อเมริกา
-  ไทย - ลาว ลงนามข้อตกลงร่วมพัฒนา "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" ช้างแม่น้ำโขง วอชิงตัน ออฟ อเมริกา
-  สู่ไทย-โลก เมืองต้นแบบการค้าชายแดนระหว่างประเทศ
-  ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์
-  เทศบาลนครหาดใหญ่ จัดงาน "หาดใหญ่ริเริ่มอาเซียน 2016" เทศบาลนครหาดใหญ่

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% สาเหตุหลักมาจากการที่ผู้ประกอบการไม่มีการศึกษาข้อมูล ในการทำธุรกิจอย่างรอบด้านและลึกซึ้ง อาทิ แนวโน้มและโอกาสของตลาด เทรนด์หรือความต้องการของลูกค้าที่ไม่เพียงพอ อีกทั้งไม่มีประสบการณ์ในการทำธุรกิจมาก่อน นอกจากนี้ บุคลากรที่ไม่มีคุณภาพ ยังเป็นปัญหาใหญ่ รวมถึงการบริหารจัดการด้านต่างๆ โดยเฉพาะระบบบริหารด้านการเงิน ต้องมีเงินทุนเวียนเพื่อสำรองใช้ ในการ نقدเงิน ประสิทธิภาพของการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญ ในการสร้างผลกำไร ให้ธุรกิจ

ร้านอาหารขยายตัว 4.7%

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

ขณะที่ตลาดร้านกาแฟ เบเกอรี่ และไอศกรีม ปัจจุบันมีแบรนด์ชั้นนำประมาณ 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 โดยเฉพาะร้านกาแฟ ในสถานบริการน้ำมัน หรือพื้นที่ต่างจังหวัด

เพิ่มขีดแข่งขันเพื่อความอยู่รอด

ทั้งนี้ แนวทางดำเนินธุรกิจท่ามกลาง โอกาสและคู่แข่งจำนวนมาก ผู้ประกอบการจะต้องปรับตัวและศึกษาข้อมูลทางด้านธุรกิจและการตลาดตลอดเวลา เพื่อสามารถแข่งขันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลักดันธุรกิจอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

"ผู้ประกอบการต้องรู้จักลูกค้าเป้าหมายว่าเป็นใคร อายุเท่าไร ควบคู่กับการคำนึงถึงคุณภาพและความคุ้มค่าที่ลูกค้าจะได้รับจากผลิตภัณฑ์ เพราะจะทำให้รู้จักกลุ่มลูกค้ามีความต้องการอย่างไร"

ขณะที่เดียวกันจะต้องนำนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาประยุกต์ใช้กับธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นการนำเสนอในรูปแบบต่างๆ ควบคู่การสร้างแบรนด์ ซึ่งแบรนด์จะต้องมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ชัดเจนและมีความโดดเด่นที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของตัวเอง ขณะที่คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องเหมาะสมกับราคา

ตั้งเป้าเข้าอาเซียนใน 5 ปี

นางลัดดา กล่าวต่อว่า บทบาทหน้าที่ของเอเซีย โซเรก้า สแควร์ เปรียบเสมือนเป็นที่เลี้ยงให้กับผู้สนใจทำธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มเอสเอ็มอี โดยให้บริการอบรมและความรู้ด้านต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจร้านอาหาร คอร์สทำอาหาร เพื่อพัฒนาธุรกิจให้สามารถแข่งขันและเติบโตในอนาคต ปัจจุบันมีผู้ที่สนใจสมัครเข้าอบรมกว่า 1,000 ราย คาดเริ่มให้บริการปี 2560 เป็นต้นไป

"ช่วงสิ้นเดือน พ.ย. นี้ จะเดินทางไปเวียดนาม ภายใต้อาหารร่วมมือกับสมาคมโรงแรมและรีสอร์ทของจังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เพื่อตักตวงธุรกิจที่ประกอบธุรกิจร้านอาหารมาร่วมงานแสดงสินค้าในโฮเรก้า สแควร์ และงานเอ็กซ์โป เพื่อจับคู่ธุรกิจกับผู้ประกอบการธุรกิจเอสเอ็มอีของไทย"

แนวทางดังกล่าวเป็นการ โปรโมทและผลักดัน โฮเรก้า สแควร์ เป็นผู้นำและศูนย์กลางด้านสินค้าและอุปกรณ์ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ เบเกอรี่ และบริการจัดเลี้ยงของภูมิภาคอาเซียน ตามเป้าหมายภายใน 5 ปีจากนี้

ปัจจุบันผู้เข้าพื้นที่ภายใน โฮเรก้า สแควร์ 70% เป็นผู้ประกอบการเอสเอ็มอีไทย 60% ผู้ประกอบการชาวต่างชาติ 40% ส่วนใหญ่เป็นเอ็กซ์คลูซีฟแบรนด์จากยุโรป จีน อิตาลี และสหรัฐฯ มีสินค้าให้เลือกมากกว่า 1 หมื่นรายการ อาทิ อุปกรณ์สำหรับโรงแรม เครื่องครัว และอุปกรณ์ไฟฟ้า เป็นต้น

วางตำแหน่งแบรนด์ให้ชัดเจน

นายปริญญา ชูมรม ที่ปรึกษาด้านแบรนด์และด้านการตลาด และอดีตผู้อำนวยการศูนย์ศึกษาและวิจัยสินค้า มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เปิดเผยว่า การที่ธุรกิจจะประสบความสำเร็จได้นั้นผู้ประกอบการต้องเข้าใจ ในตำแหน่งทางการตลาดของแบรนด์เพื่อสื่อสารได้อย่างถูกต้อง ตรงกลุ่มเป้าหมาย อาทิ กลุ่มร้านอาหารหรู ร้านอาหารระดับกลาง ร้านอาหารทั่วไป หรือร้านริมทาง

"ทำเล สถานที่ตั้งร้าน ทุกอย่างสามารถบอกความเป็นตัวตนของแบรนด์ได้ว่าอยู่ในกลุ่มไหน"

หากตั้งอยู่ย่านทองหล่อก็สามารถบอกถึงการเป็นแบรนด์ระดับบน ส่วนของการตั้งราคาสินค้าจะต้องเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า หากเป็นร้านกาแฟควรตั้งราคาให้อยู่ระหว่าง 80-100 บาท ซึ่งมองว่าเป็นราคาที่เหมาะสมและสามารถแข่งขันได้

ไอซีเอสเอ็มดี โปรโมทร้าน

ประการสำคัญ ต้องผนวกการใช้ "ดิจิทัล มาร์เก็ตติ้ง" สร้างประโยชน์ในการโปรโมทร้านและแบรนด์สินค้าผ่านทาง ไอซีเอสเอ็มดี อาทิ เฟซบุ๊ก และอินสตาแกรม เพื่อเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย

"แพลตฟอร์มออนไลน์มีผู้ใช้จำนวนมาก และมีแนวโน้มมากขึ้นต่อเนื่องเป็นเครื่องมือสำคัญของธุรกิจที่ไม่สามารถปฏิเสธได้"

ขณะที่เดียวกันจะต้องสร้างคอมมูนิตี้ระหว่างร้านกับลูกค้าให้ชัดเจน โดยเน้นการหาหรือจัดกิจกรรมต่างๆ เพื่อให้เกิดกิจกรรม ในการพูดคุยหรือสังสรรค์ในร้านกาแฟ ควบคู่กับการหาเมนูที่เป็นอีกแองจอร์ให้กับร้าน รวมถึงการตกแต่งรูปแบบการเสิร์ฟอาหารเพื่อให้เกิดความแตกต่างจากคู่แข่งในตลาด

ข่าวที่คุ้นหู



ไทย - ลาว ลงนามข้อตกลงร่วมพัฒนา "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" ชำนาญไชง ออริจิ้น ออฟ เอเชีย



ไทยบรรจ้อข้อตกลงเปิดเส้นทางเดินรถไปลาวเพิ่ม วิชาเชน

มหานครอาเซียน



เอกอัครราชทูตอินโดนีเซียประจำประเทศไทย เข้าเยี่ยมคารวะนายกรัฐมนตรียุทธศาสตร์



ไทย-เวียดนาม ประชุมทวิภาคี ประชุมทวิภาคี รางแผนต่อด้านคมนาคมระยะที่ 3 THAISOHOT



การเดินทางเยือนประเทศไทยอย่างเป็นทางการของนายหลุน สือลิก นายกรัฐมนตรีแห่ง

กระทรวงการต่างประเทศ

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

