

Online	StockBiz	Link :	http://www.thestockbiz.com/read/3108	
PageView :	51,429	วันที่ :	26 ธันวาคม 2559	หน้า : ข่าว
Ad Rate :	5,000	AD Value :	5,000	PR Value : 15,000

โยเรก้าไทย อนาคตสดใส อยู่รอดด้วย HORECA 4.0



นักวิเคราะห์ชื่อดังคาดการณ์ว่าโยเรก้าไทยกลุ่มเอสเอ็มอี สด รับกระแสเม็ดเงินจากเศรษฐกิจทั้งในไทยและเทศ การส่งเสริมกระตุ้นการซื้อจากภาครัฐ การลดลงของต้นทุนเหรียญจากเงินเปลี่ยนเป็นทิวีสระของแต่ละบุคคล และเงินบาทที่อ่อนค่า ทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาไทย เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ขณะเดียวกัน ทศการค่าจากยุโรปและเอเชียต่างเห็นศักยภาพของเศรษฐกิจโยเรก้าไทย พร้อมยอมรับเข้าร่วม Horeca Asia 2017 ถ้าไทยสามารถขึ้นแท่นอันดับหนึ่งในอาเซียนได้ หากปรับรูปแบบและกลยุทธ์ Horeca 4.0

นางลัดดา มงคลชัยวิวัฒน์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เอเชีย โยเรก้า จำกัด เปิดเผยว่า การดำเนินงาน HORECA Asia 2017 ตามแผนงานไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ ได้มีโอกาสพบปะกับกลุ่มหอการค้าชั้นนำจากยุโรป อาทิ สเปน อิตาลี ฝรั่งเศส ทำให้ทราบมุมมองต่อธุรกิจโยเรก้าไทยในสายตาของคู่ค้ายุโรปนั้น เป็นที่จับตามองในอันดับต้น เนื่องจากไทยเป็นศูนย์กลางการค้า แหล่งท่องเที่ยว แหล่งอาหารหรือครัวของโลก และมีความพร้อมในหลายด้าน ทั้งสาธารณูปโภค นโยบายการค้า และคุณภาพของบุคลากรในสายงานบริการ แต่สิ่งที่ยังขาดแคลน นั่นคือ ความรู้ด้านนวัตกรรม ผลิตภัณฑ์และบริการ ที่ตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ซึ่งเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและพฤติกรรมไปต่างจากเดิม

ขณะเดียวกัน มุมมองของคู่ค้ากลุ่มเอเชีย อาทิ จีน ไต้หวัน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ก็ให้ความสำคัญต่อตลาดโยเรก้าไทย เชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และบริการของไทยที่มีคุณภาพ จนเกิดการแลกเปลี่ยนแนวคิดและผลิตภัณฑ์ในหลายธุรกิจที่ผ่านมา อาทิ สินค้าตกแต่งกลุ่มโรงแรมหรือร้านอาหารของไทย ก็มีชื่อเสียงในญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ หรือ ร้านอาหารกลุ่ม SME ของเกาหลีใต้หรือญี่ปุ่นก็มาเติบโตในไทยเช่นกัน นอกจากนี้ ไทยยังเป็นผู้นำเทรนด์ในกลุ่มประเทศ CLMV ซึ่งการเปิดตลาดในไทย จะช่วยต่อยอดธุรกิจไปในระดับภูมิภาคได้ง่ายมากขึ้น

การพัฒนาธุรกิจโยเรก้ามาอย่างยั่งยืน ภายใต้สภาพเศรษฐกิจ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี แรงงาน และสภาพแวดล้อมต่างประเทศ จากผลการศึกษาและวิจัย จึงเกิดเป็นสูตรกลยุทธ์ธุรกิจ HORECA 4.0 ซึ่งเป็นการผสมผสานระหว่างแนวคิดการพัฒนาธุรกิจมาอย่างยั่งยืน (Sustainability Management) และการพัฒนาแนวคิดสร้างสรรนวัตกรรมสมัยใหม่ ประกอบด้วยหลัก 4 ประการ ได้แก่ 1) การจัดการคุณค่าขององค์กรให้เกิดคุณค่าที่สูงขึ้นในสายตาของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ (Value Chain Management) อาทิ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการ การตลาดเพื่อสังคม กระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การบริการหลังการขาย 2) การบริหารและพัฒนาบุคลากร (Talent Management) เพราะธุรกิจโยเรก้าเป็นธุรกิจบริการ การขับเคลื่อนธุรกิจต้องขับเคลื่อนคนเป็นสำคัญ 3) การพัฒนาเครือข่ายในกลุ่มผู้ประกอบการ (Networking and Partnership) ไม่ควรมองเป็นคู่แข่ง แต่ควรพัฒนาและเรียนรู้ไปร่วมกันด้วยการสร้างจุดเด่นและแตกต่างของตนเอง รวมทั้งสร้างกลุ่มเพื่อเพิ่มโอกาสทางการค้าและอำนาจการต่อรอง 4) การนำนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้อย่างมีเป้าหมาย (Technology and Innovation Driven)

ทั้งนี้ การดำเนินงาน HORECA Asia 2017 หรือ งานแสดงสินค้านานาชาติสำหรับอุตสาหกรรมโรงแรม ร้านอาหาร กาแฟ และเครื่องดื่ม ประจำปี พ.ศ. 2560 ของ บริษัท เอเชีย โยเรก้า จำกัด ได้นำ 4 กรอบกลยุทธ์ HORECA 4.0 มาจัดแสดงเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทย-เทศ ได้ร่วมเรียนรู้ เปิดโลกทัศน์ จุดประกายผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ สร้างเครือข่ายธุรกิจ ต่อยอดการค้าด้วยการเจรจาธุรกิจ ภายใต้แนวคิดหลักคือ Total Solution หรือ ครบจบในวงเดียว ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 12-14 กรกฎาคม พ.ศ. 2560 ณ ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ กรุงเทพฯ

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



ท้ายที่สุด ความเต็มใจในการจัดงาน HORECA Asia ได้รับความสนใจจากผู้ประกอบการกลุ่มอาหารต่างประเทศอีก 10 ใต้หวัน จีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และกลุ่ม CLMV ประมาณ 8 ชาติ โดยเปิดให้ผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมออกบัตรทั้งสิ้น 250 คูหา เป็น คูหาจากต่างประเทศร้อยละ 30 ขณะเดียวกัน ก็มีแผนการตลาดนำผู้ซื้อจากในประเทศและต่างประเทศมาเยี่ยมชมงานประมาณ 8,000 ราย เป็นกลุ่มผู้ซื้อจากต่างประเทศร้อยละ 20 จากประเทศจีน ใต้หวัน เกาหลีใต้ อินเดีย และกลุ่ม CLMV

กลุ่มผลิตภัณฑ์และบริการที่มาร่วมจัดแสดงได้แก่ เครื่องจักร อุปกรณ์สำหรับการติดตั้งและก่อสร้าง อุปกรณ์ตกแต่ง บริการทางธุรกิจ การออกแบบ ซอฟต์แวร์การจัดการ สินค้าสำเร็จรูป ชุดเปิดธุรกิจสำเร็จรูป การบริการด้านการตลาดและสร้างแบรนด์ การจัดการด้านการเงิน การบริหารและพัฒนาบุคลากร สินค้าและบริการราคาพิเศษสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมโรงแรม ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ร้านเบเกอรี่ และบริการจัดเลี้ยงอย่างครบวงจร

ตัวอย่างผู้ประกอบการที่ตอบรับเข้าร่วมแสดงสินค้า อาทิ เมเยอร์, รอยัล ปอร์เซเลน, อินเดอร์ ไซนิง โจน, เดโม พาเวอร์ ลูมซีฟหลาย เป็นต้น

นายปรีดีร บุรณดิษฐ์ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เกรนิ์ ดอนซิดดี้ง จำกัด กล่าวว่า ภาวะเศรษฐกิจต่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลง อันเนื่องมาจากความขัดแย้งระหว่างและในประเทศ ส่งผลดีทำให้การตัดสินใจของเที่ยวมาไทย จะมีจำนวนเพิ่มขึ้น China Effect หรือผลกระทบของทัวร์ศูนย์เหรียญ จะลดน้อยลง มีการปรับรูปแบบของทัวร์จีนจากเดิมเป็นกลุ่มกลางเป็น ท่องเที่ยวอิสระมากขึ้น ส่งผลดีต่อธุรกิจโฮเทิลไทย โดยเฉพาะ SME เพราะนักท่องเที่ยวอิสระ จะขึ้นขอมารถท่องเที่ยวที่มี สโลว์ และค่าใช้จ่ายต่อหัวมากขึ้น รวมถึงอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อดอลลาร์ หากค่าเงินบาทอ่อนตัวลง จะส่งผลต่อการเติบโตธุรกิจโฮเทิลไทยเพิ่มขึ้น เพราะจะดึงดูดนักท่องเที่ยวมาไทยหรือสิ่งซื้อสินค้าที่มีคุณภาพจากไทยมากขึ้น ด้านภาวะเศรษฐกิจในประเทศ แนวโน้มดีขึ้น เนื่องจากความสงบในสังคม และหมดภาวะหนี้สินจากการระดมกู้ยืมครั้งแรกของ กลุ่มชนชั้นกลาง ความใกล้ชิดกับนโยบายส่งเสริมการค้าและใช้บริการของภาครัฐ ส่งผลให้มีความต้องการซื้อเพิ่มมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม ความต้องการขายก็มีจำนวนมากเช่นกัน จึงเป็นสิ่งท้าทายของธุรกิจโฮเทิล จะต้องเร่งสร้างความแตกต่าง และเอกลักษณ์ให้ชัดเจนมากขึ้น

ด้านการเมืองและกฎหมายที่ส่งผลต่อธุรกิจโฮเทิลไทย ความมั่นใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีเพิ่มขึ้น แต่ยังเป็นที่ยังคาบอง ในเรื่องการเลือกตั้งครั้งใหม่ รัฐธรรมนูญฉบับใหม่ และโอกาสที่จะเกิดความขัดแย้งทางการเมือง รวมทั้งการจัดระเบียบทัวร์ ศูนย์เหรียญจากประเทศจีน และการส่งเสริมการค้าท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน ผู้บริโภคในประเทศ ได้รับแรงกระตุ้นจากภาครัฐ มาตรการด้านภาษี และการเมืองที่ยังสงบ ทำให้แนวโน้มเป็นไปในทิศทางที่ดี

ด้านสังคมและวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อธุรกิจโฮเทิลไทย พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปพึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น ทำให้ธุรกิจ ทุกระดับมีโอกาสเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างเท่าเทียมกัน และกระแสโลกในเรื่อง รักษ์โลก จะเพิ่มระดับมากขึ้น ส่งผลต่อการ วางแผน จัดการ และออกแบบธุรกิจให้สอดคล้องเพื่อสร้างการเติบโตอย่างยั่งยืน รวมทั้ง กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นตลาดที่น่าจับตามองในธุรกิจโฮเทิลไทย ซึ่งต้องให้ความสำคัญด้านการบริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกในมากขึ้น นอกจากนี้ การขยายเมืองใหญ่และการเพิ่มขึ้นของระบบขนส่ง ทำให้ธุรกิจโฮเทิลไทย ขยายตัวตามไปด้วย และในสถานการณ์แห่งความเศร้าโศก โดย วิกฤติธรรมชาติของคน จะต้องหาทางลดความเครียด (pressure relief) ทางออกที่ง่ายที่สุด คือ การออกมาช้อปปิ้ง รับ ประทานอาหาร พักผ่อน ทำให้เอื้อต่อธุรกิจนี้ด้วย

ด้านเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อธุรกิจโฮเทิลไทย เมื่อทุกคนสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ง่ายขึ้นผ่านปลายนิ้ว ทำให้ธุรกิจอีคอม เมอร์ซเติบโต ผู้ประกอบการธุรกิจโฮเทิลต้องพร้อมที่จะปรับตัว แต่ต้องไม่ลืมเรื่องความปลอดภัยในระบบ การจัดส่งสินค้า การบริการหลังการขาย ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการแข่งขัน รวมทั้ง อาจจะทำให้คู่แข่งใหม่ๆ ขึ้นตลอด เช่น โรงแรม ก็จะมี Airbnb เป็นต้น

ด้านตลาดแรงงานที่ส่งผลต่อธุรกิจโฮเทิลไทย การไหลของแรงงานต่างชาติเข้ามาไทยเพิ่มมากขึ้น ทำให้มีเพียงพอดูธุรกิจ แต่ แรงงานในกลุ่มนี้ แบ่งได้เป็น 2 ระดับ ได้แก่ ระดับชำนาญการ ที่มีทักษะขั้นสูง เช่น งานบริการ กั้น ระดับไร้ทักษะ ทำงานตามสั่ง ซึ่งแรงงานต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มไร้ทักษะ มีค่าจ้างถูก ขณะที่แรงงานไทย เป็นแรงงานมีความชำนาญ มีค่าจ้างสูงกว่า จึงเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการที่จะพัฒนาแรงงานระดับไร้ทักษะ ให้เป็นชำนาญการ เพื่อดำเนินธุรกิจให้ เด็ดขาดได้ ขณะเดียวกัน แรงงานระดับชำนาญการ ก็จะเป็นที่ต้องการตลาดมากขึ้น อาจเกิดการแย่งชิงซื้อตัวในธุรกิจโฮเทิล ทั่วได้

ปัจจัยเสี่ยงภาคธุรกิจโฮเทิลไทย ประจำปี 2560 แบ่งได้ 5 ประการ ได้แก่ 1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ พฤติกรรมผู้บริโภคที่ เปลี่ยนไป สินค้าใหม่ที่เกิดขึ้นทดแทนรูปแบบเดิม และเสถียรภาพทางการเมือง 2) ความเสี่ยงด้านธุรกิจ การบริหารต้นทุน แรงงาน การแข่งขันภายในอุตสาหกรรมโฮเทิลไทย และกำลังซื้อของผู้บริโภค 3) ความเสี่ยงด้านการเงิน กลุ่ม SME ต้องวางแผนการใช้เงิน กระแสเงินสด ดอกเบี้ยที่เกิดขึ้นจากการลงทุนเพิ่มเติม 4) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติงาน คุณภาพบริการที่ดี ต้องรักษาแรงงานที่ดี ไร้อัตรากว้าง และความปลอดภัยของอาหารและสุขภาพ 5) ความเสี่ยงด้านชื่อเสียง การพัฒนาธุรกิจ อย่างยั่งยืนคำนึงถึงทุกฝ่าย

สำหรับผู้ที่สนใจเข้าร่วมแสดงสินค้าและบริการ HORECA ASIA 2017 สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ คุณอดิสร กันทะ เมื่องส์ Project Director โทร + 66 (0) 899554463 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

