

# ยกเครื่องใหญ่ “ร้านอาหารไทย” สร้างโมเดล&แบรนด์ไทยโกอินเตอร์

**ทำไม?...ธุรกิจร้านอาหารไทยในอดีตที่เคยสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการเป็นกอบเป็นกำต้องตกอยู่ในสภาพที่ย่ำแย่ในปัจจุบัน หลังเปิดการค้าเสรีของรัฐบาลสมัย พ.ต.ท.ทักษิณ ชินวัตรเป็นนายกฯ ว่ากันว่า...การรุกรานตลาดของธุรกิจร้านอาหารต่างชาติทั้งญี่ปุ่นและอิตาลีคือต้นตอของปัญหาที่ยากจะสะสาง ขณะที่กระแสของรสนิยมบริโภคอาหารต่างชาติมากกว่าอาหารไทยเริ่มมีเพิ่มขึ้น ส่งผลให้สมาคมภัตตาคารไทยต้องออกมาทบทวนบทบาทใหม่ เพื่อประคองธุรกิจร้านอาหารไทยให้อยู่รอดไปได้**

วิกฤตการณ์ที่เกิดขึ้นกับธุรกิจร้านอาหารไทยในทุกวันนี้ไม่ต่างไปจากชะตากรรมเดียวกับร้านโชห่วย หลังเศรษฐกิจตกต่ำ แคมต้องเผชิญกับการแข่งขันธุรกิจร้านอาหารต่างประเทศที่บุกขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันพบว่า ร้านอาหารญี่ปุ่นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 500 บริษัทเพิ่มขึ้นเป็น 1,000 บริษัท หกอบไทยเม็ดเงินในแต่ละปีไม่ต่ำกว่า 6,000 ล้านบาท พร้อมทั้งมีแนวโน้มว่าร้านอาหารอิตาลีเริ่มมีการขยายตัวอีกมาก ซึ่งว่ากันว่าเกิดจากประเทศไทยไม่มีกำแพงกีดกันการเข้ามาดำเนินธุรกิจร้านอาหารในประเทศ ขณะที่ร้านอาหารไทยจะเข้าไปเปิดธุรกิจในตลาดต่างประเทศ กลับมีข้อจำกัดต่างๆ มากมาย

สอดคล้องกับที่ ปวรพรรณ กลุมงคล นายกสมาคมภัตตาคารไทย บอกว่าที่ผ่านมาโชห่วยในประเทศไทยล้มหายตายจากไปเป็นจำนวนมากจากร้านค้ากว่าแสนแห่ง ปัจจุบันเหลือประมาณเพียง 50,000 แห่ง ซึ่งในอนาคตธุรกิจร้านอาหารไทยอาจตกอยู่ในสถานการณ์เดียวกับโชห่วย ที่เริ่มล้มหายตายจากไป ซึ่งปัจจุบันตัวเลขของผู้ประกอบการรายเล็กประมาณกว่า 150,000 แสนราย หรือคิดเป็นกว่า 50% ที่มีอยู่กำลังตกอยู่ในภาวะวิกฤต อีกทั้งยังขาดการจัดการ และการยกระดับสู่มาตรฐานสากล

แม้ว่าในปีหนึ่งๆ มูลค่าเม็ดเงินที่หมุนเวียนในธุรกิจร้านอาหารของประเทศไทยจะสูงถึง 300,000 ล้านบาทก็ตาม หากมองว่ารายได้ในระยะยาวถูกต่างชาติแย่งส่วนแบ่งไปเชื่อได้ว่าธุรกิจร้านอาหารของคนไทยก็อาจจะเข้าสู่วิกฤตขั้นรุนแรงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้หากไม่มีการปรับตัวตั้งแต่วันนี้

ล่าสุด...แผนดำเนินการเพื่อยกระดับธุรกิจร้านอาหารไทย ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว 3-5

ปี โดยมีการวางเป้าหมายให้ธุรกิจร้านอาหารไทยเทียบชั้นมาตรฐานสากล คือการเปิดเกมรุกที่สมาคมภัตตาคารไทยต้องการวางกลยุทธ์เพื่อบูรณาการ เชื่อมโยงทุกภาคส่วน โดยแผนระยะสั้น ได้ผนึกกับ 8 กระทรวง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ แรงงาน สาธารณสุข เป็นต้น ออกนโยบาย-ประสานจุดแข็ง สร้างมาตรฐานคุณภาพ การบริหารจัดการ และที่สำคัญคือการทำประชาพิจารณ์ เพื่อนำสู่ภาคปฏิบัติจริง

“การเปิดตัวโครงการจะอยู่ในช่วงไตรมาส 2 ของปี’52 ธุรกิจร้านอาหารของไทยนี้ จะก้าวสู่วิวัฒนาการใหม่ พลิกโฉมไปสู่อีกรูปแบบที่น่าจับตาจากตลาดโลก” ปวรพรรณ กล่าว

ขณะเดียวกันการสร้างแบรนด์อาหารไทยและโมเดลต้นแบบร้านอาหารไทยคืออีกหนึ่งยุทธวิธีที่เตรียมออกไปต่อสู้แข่งขันในตลาดต่างประเทศเช่นกัน ร้านโก๋ย่างส้มตำ, ข้าวแกง, ก๋วยเตี๋ยว และผัดไทย คือแบรนด์ตัวอย่าง 4 แบบที่จะออกมามารองเพื่อพัฒนาให้เป็นร้านอาหารไทยต้นแบบ โดยใช้งบประมาณกว่า 10 ล้านบาท เพื่อโครงการพัฒนาผู้ประกอบการร้านอาหารสู่ตลาดโลกหวังเพิ่มรายได้เข้าประเทศ โดยรุกเข้าไปในประเทศที่มีศักยภาพ อาทิ อังกฤษ สหรัฐอเมริกา อินเดีย ตะวันออกกลาง

แม้ว่าร้านอาหารของไทยในประเทศไทยจะมีประมาณกว่า 300,000 แห่งก็ตาม ซึ่งในแต่ละปีจะมีการขยายตัวที่น้อยมากปัจจุบันมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นแค่เพียง 5% เท่านั้น เนื่องจากรับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจรวมถึงพฤติกรรมการกินข้าวของคนไทยที่ลดลงด้วย ขณะที่ธุรกิจร้านอาหารของต่างชาติกลับมีอัตราการเติบโตที่สูงขึ้นทุกปีละไม่ต่ำกว่าร้อยละ 20 ท่ามกลางวิกฤตเศรษฐกิจและการขยาย

ตัวของเหล่าบรรดาร้านอาหารต่างชาติในประเทศไทยเช่นนี้ การเปิดเกมรุกตลาดต่างประเทศจึงเป็นหนทางเดียวที่จะทำให้อุตสาหกรรมอาหารไทยสามารถแข่งขันกับตลาดต่างชาติและที่สำคัญเป็นการโคจรเงินเข้าประเทศด้วยเช่นกัน ดังนั้นการสร้างแบรนด์อาหารไทยและ

โมเดลต้นแบบร้านอาหารไทยเพื่อต่อยอดทางธุรกิจยังคงมีแนวโน้มการเติบโตที่เป็นไปได้สูง โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ ที่ถือว่ามีความศักยภาพมาก เพราะกลุ่มเป้าหมายมีกำลังการซื้อและราคาอาหารต่อเมนูสูง ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าได้มากกว่า ซึ่งที่ผ่านมามีร้านอาหารในต่างประเทศประมาณกว่า 13,000 แห่งที่เปิดให้บริการ

“หากโครงการนี้ภาครัฐมีผลการผลักดันให้เป็นวาระแห่งชาติที่จะช่วยเหลืออย่างเป็นรูปธรรมและจริงจังแล้ว เชื่อได้ว่าร้านอาหารไทยในต่างประเทศจะมีแบรนด์อาหารไทยและต้นแบบร้านอาหารน่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 15,000 แห่ง” นายกมลภักตาคารไทยกล่าว

ตลอด 2-3 ปีที่ผ่านมาความพยายามผลักดันให้แบรนด์อาหารไทยโกอินเตอร์ ส่งผลทำให้การแข่งขันเริ่มร้อนแรงสุดๆในตลาดโลก ซึ่งปัจจุบันหากสังเกตประเทศรอบข้าง แล้วย้อนกลับมาดูตัวเองก็ยิ่งเห็นโอกาสประเทศไทยที่จะก้าวเข้าสู่ธุรกิจร้านอาหารในต่างประเทศนั้นอยู่ไม่ไกลเกินเอื้อม

เพียงแต่ประเทศไทยยังถูกจำกัดเรื่องการลงทุนในต่างประเทศเมื่อเทียบกับต่างประเทศที่เข้ามาลงทุนในไทย ขณะเดียวกันภาครัฐต้องให้ความสำคัญกับบทบาทใหม่ของธุรกิจร้านอาหารไทยให้มากขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เพื่อหวังเป็นแรงขับเคลื่อนและสานฝันต้นธุรกิจร้านอาหารไทยไปสู่อินเตอร์ได้อย่างเต็มตัว