



โอกาสและความเสี่ยงของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเมื่อไทยเข้าสู่ AEC

เมื่อไทยเราก้าวเข้าสู่ AEC ไม่ว่าภาคธุรกิจใดในสาขาไหนก็ตามก็ต้องมีการปรับตัวทั้งสิ้น จะมากน้อยก็ต่างกันไป แต่สิ่งหนึ่งที่เราจะสังเกตได้เลยก็คือ การปรับตัวของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เพราะสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องพื้นฐานของมนุษยไม่ว่าใครชาติภาษาใดก็ต้องกินต้องดื่มทั้งสิ้น การก้าวเข้าสู่ AEC อย่างเต็มตัว จะเพิ่มโอกาสหรือเพิ่มความเสี่ยงให้กับธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอย่างไร บทความนี้จะพาท่านไปวิเคราะห์กัน ไปเริ่มกันเลย

จากรายงานที่ผ่านๆ มา ในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนานั้นผู้บริโภคให้ความสำคัญและเทน้ำหนักกับการบริโภคอาหารมากกว่าการอุปโภคสิ่งของเครื่องใช้เมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายด้านอื่น ๆ เนื่องจากอาหารเป็นปัจจัยพื้นฐานในการดำรงชีวิต ซึ่งการบริโภคอาหารจะเปลี่ยนแปลงไปเมื่อระดับ

รายได้สูงขึ้น ซึ่งเมื่อทราบดังนี้แล้ว เราก็หันกลับมามองบ้านเรา อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มในบ้านเรา จัดว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพสูงทีเดียว เพราะว่าประเทศไทยเรามีความอุดมสมบูรณ์ และพื้นฐานของประเทศเรานั้นเป็นประเทศเกษตรกรรม ข้าวปลาอาหารจึงมีกินได้ตลอดปี และนอกจากที่จะพอกินเองแล้ว ยังสามารถนำมาแปรรูปเข้าสู่ระบบอุตสาหกรรมอาหารได้อีกด้วย ซึ่งเราเองก็ไม่หยุดพัฒนาต่างหากเทคโนโลยีใหม่ๆ มาช่วยเสริมความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมอาหาร และยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าอาหารที่แปรรูปออกมาแล้วอีกด้วย ตรงนี้จึงทำให้ภาครัฐเข้ามาสนับสนุนและวางนโยบายที่จะนำครัวไทยสู่ครัวโลก คือพยายามพุ่งเป้าสู่ตลาดอาเซียนเป็นอันดับแรก โดยความคาดหวังก็คือ การเป็นผู้นำในด้านอุตสาหกรรมอาหารและธุรกิจอาหาร

ก้นี้น้ำมาดุ้งธุรกิจเครื่องดื่มกับบ้าง ธุรกิจเครื่องดื่มของประเทศไทย มีจำนวนผู้ประกอบการไม่น้อยทีเดียว และเป็นรายใหญ่ก็มาก รายย่อยที่ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดทั่วไปก็ยังมีอีกไม่น้อย แต่ที่สามารถตลาดทั่วประเทศได้ก็มีเพียงยักษ์ใหญ่ไม่กี่ราย เนื่องจากการครองตลาดของบริษัทใหญ่ ทำให้โอกาสที่จะเข้าสู่ตลาดของผู้ประกอบการรายใหม่นั้นไม่มากนัก ซึ่งถ้าจะลงชิงพื้นที่ส่วนแบ่งของตลาดก็ต้องใช้ทุนสูงมาก ต้องมีช่องทางในการจัดส่งสินค้าที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งสิ่งเหล่านี้บริษัทยักษ์ใหญ่ทำได้ครอบคลุมทั้งหมดแล้ว แต่ด้วยมูลค่าทางตลาดของเครื่องดื่มนั้นมีมูลค่าสูง จึงเป็นสิ่งที่จูงใจให้ผู้ประกอบการใหม่ ๆ มีความต้องการที่จะกระโดดเข้ามาสู่ตลาดธุรกิจเครื่องดื่มบ้าง และตลาดเครื่องดื่มที่มีความตื่นตัวและแข่งขันกันสูงมาก ก็จะมี น้ำอัดลม ชาพร้อมดื่ม เครื่องดื่มชูกำลัง ซึ่งในทุกวันนี้บริษัทที่ถือครองตลาดส่วนนี้ย่อมจะมีการวางแผนงานแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็นหลายระดับ มีการวางตลาดทั้งระดับบน ระดับกลางและระดับล่าง เพื่อต้องการให้ครอบคลุมกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งมีกำลังซื้อแตกต่างกันไป จึงทำให้เราพบว่าทุกกลุ่มลูกค้าที่เป็นเป้าหมายต่างมีตลาดของตัวเองเกิดขึ้นแล้วอย่างชัดเจน เรียกได้ว่า ตลาดธุรกิจเครื่องดื่มเป็นอะไรที่แข่งขันสูงมากทีเดียว

แล้วความเสี่ยงล่ะ มีมากน้อยแค่ไหน ลองมาดูธุรกิจอาหารกันก่อน ความเสี่ยงของธุรกิจอาหารนั้นจะอยู่ที่เรื่องของราคาต้นทุน เพราะเมื่อไทยก้าวเข้าสู่ AEC เราก็จะต้องพบกับอุปสรรคด้านการแข่งขันผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะว่ากันตามจริงแล้ว ยากทีเดียวที่จะเข้าแข่งขันในด้านผลผลิตทางการเกษตรกับประเทศเพื่อนบ้าน เนื่องจากการเกษตรของประเทศไทยมีต้นทุนการผลิตต่อไร่ค่อนข้างสูง อีกทั้งผลผลิตต่อไร่ก็มีจำนวนน้อยกว่า วิธีการเพาะปลูกรวมถึงวิธีการจัดการก็มีความแตกต่างกัน เกษตรกรไทยมักจ้างคนงานทำมี การใช้ปุ๋ยเคมี สารกำจัดวัชพืช การใช้สารเร่งผลผลิต ซึ่งสารต่าง ๆ เหล่านี้มีราคาค่อนข้างสูง จึงทำให้เป็นส่วนหนึ่งของต้นทุนไปด้วย ส่วนประเทศในอาเซียนหลาย ๆ ประเทศ ทำการเพาะปลูกเอง ไม่มีการว่าจ้างใด ๆ ใช้สารอินทรีย์เป็นส่วนใหญ่ และใช้แรงงานจากสัตว์ ซึ่งเป็นการลดต้นทุน จึงทำให้ผลผลิตทางอาหารของหลาย ๆ ประเทศ ถูกกว่าประเทศไทย และบางทีอาจจะมีคุณภาพมากกว่าด้วยซ้ำ ซึ่งตรงจุดนี้เองที่ผู้ประกอบการอาหารจะต้องระมัดระวังและตระหนักให้ดี และอีกประการปัจจุบันนี้ผู้คนทั่วโลกมีความตื่นตัวในด้านสุขภาพ กลุ่มผู้บริโภคทั่วไปมีความใส่ใจและดูแลสุขภาพเพิ่มมากขึ้น กลุ่ม

ธุรกิจร้านอาหารจากธรรมชาติและอาหารจำพวกออร์แกนิก เช่น Whole Food Market กลุ่มเหล่านี้เข้าถึงผู้บริโภคจึงประสบความสำเร็จได้ในเวลาไม่นาน แต่นั่นเองก็เป็นความเสี่ยงของผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหลาย ๆ ราย หากวัตถุดิบมีการเปลี่ยนแปลงมาตั้งแต่การปลูก ก็อาจจะทำให้เสียฐานลูกค้าไปได้เหมือนกัน เพราะคนจะพิถีพิถันในการกินมากขึ้น อาหารถ้าไม่สะอาดและถูกสุขลักษณะ กรรมวิธีการปรุงไม่สะอาด ก็ล้วนเป็นความเสี่ยงที่จะทำให้ธุรกิจไม่รอดเหมือนกัน ธุรกิจเครื่องดื่มก็ไม่ต่างกัน เดิมปัญหาในเรื่องพื้นที่ของตลาดก็เป็นปัญหาใหญ่อยู่แล้ว ยิ่งพอมาโดนเรื่องแนวโน้มของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปอีกด้วย ก็ทำให้ความเสี่ยงมีมากขึ้นทีเดียว

“เมื่อเห็นโอกาสและเข้าใจความเสี่ยงกันไปแล้ว หากคุณคิดที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหรือเครื่องดื่ม คุณต้องรู้จักปรับตัว”

เมื่อเห็นโอกาสและเข้าใจความเสี่ยงกันไปแล้ว หากคุณคิดที่จะเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารหรือเครื่องดื่ม คุณก็ต้องรู้จักปรับตัว ซึ่งคุณจะต้องเข้าใจแนวโน้มของผู้บริโภค คุณจึงจะจับตลาดได้ถูกต้อง และลดความเสี่ยงในธุรกิจประเภทนี้ลงได้ ซึ่งสิ่งที่ผู้ประกอบการทั้งหลายจะต้องทำเลยก็คือ เข้าใจรูปแบบการดำเนินชีวิตที่เร่งรีบมากขึ้นอันเป็นวิถีชีวิตของคนยุคใหม่ ขนาดครอบครัวที่เล็กลง และแนวโน้มสังคมที่กำลังจะก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างเต็มตัว ถ้าคุณเข้าใจสิ่งเหล่านี้อย่างถ่องแท้คุณก็จะปรับตัวและปรับธุรกิจอาหารของคุณให้รองรับกับความเปลี่ยนแปลงได้อย่างไม่ยากนัก ไม่ว่าจะเป็นอาหารหรือเครื่องดื่มผู้ประกอบการจะต้องมีการสร้างสรรค์มูลค่าเพิ่มเพื่อตอบโจทย์ความต้องการใหม่ ๆ ที่ไม่หยุดนิ่งของผู้บริโภคได้ การปรับธุรกิจให้เข้าสู่ ร้านสะดวกซื้อ และ Supermarket ก็เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่น่าสนใจ แม้จะมีความยากอยู่ก็ตาม แต่ถ้าทำได้ก็จะเจาะกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายมากยิ่งขึ้น

อีกประการหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจก็คือ พฤติกรรมการบริโภคของคนในภูมิภาค ปัจจุบันประชาชนในภูมิภาคอาเซียน เลียนแบบพฤติกรรมการกินจากฝั่งตะวันตกเพิ่มขึ้น ของขบเคี้ยว น้ำอัดลม หรือน้ำหวานเจือสี จึงเป็นอะไรที่มีช่องว่างทางตลาดอยู่บ้าง อีกส่วนที่ผู้ประกอบการจะมองข้ามไม่ได้เลยก็คือ ในอาเซียนมีประชากรมากกว่า 40% นับถือศาสนาอิสลาม การปรับตัวและลงเข้าสู่ตลาดอาหารฮาลาลก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่น่าสนใจไม่น้อย



หลายๆ ประการที่กำลังเปลี่ยนแปลง ทำให้อุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มของอาเซียนดึงดูดความสนใจจากนักธุรกิจและนักลงทุนได้ นั่นหมายความว่า เมื่อเข้าสู่อาเซียนตลาดอาหารและเครื่องดื่มก็มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว โอกาสทางธุรกิจก็มากขึ้นมูลค่าที่สูงขึ้นด้วย แต่คู่แข่งและความเสี่ยงก็มีไม่น้อยด้วยเช่นกัน การดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของผู้ประกอบการรุ่นใหม่จึงต้องรอบคอบมากกว่าที่เคย การหาพันธมิตรทางการค้ากับผู้ประกอบการท้องถิ่น ก็น่าจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่ดี ที่จะช่วยให้การดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นไปได้อย่างราบรื่น ส่วนหนึ่งทางภาครัฐก็พยายามที่จะสนับสนุนในภาคธุรกิจทั้ง 2 ส่วน อยู่แล้ว แต่การแข่งขันที่สูง และต้นทุนที่ทางภาครัฐยังหาทางแก้ไขไม่ได้ก็เป็นปัญหาที่เราต้องค่อย ๆ ปรับตัวไปทีละน้อย ตลาดอาหารหรือเครื่องดื่มสำหรับผู้สูงอายุ ตลาดอาหารฮาลาล ทั้งหมดนี้น่าจะเป็นทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และสิ่งที่ลืมไม่ได้เลยก็คือ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่จะตอบโจทย์จะต้องเน้นเรื่องความสะดวกสบายและประหยัดเวลาด้วย ซึ่งถ้าผู้ประกอบการสามารถตอบโจทย์ตรงนี้ได้ก็จะทำให้สามารถปรับธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจและสังคมได้เป็นอย่างดี

กล่าวโดยสรุปก็คือ โอกาสของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หลังจากไทยเข้าสู่ AEC แล้วจะเติบโตอย่างโดดเด่น ความคุ้มค่าจะกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ลูกค้าให้น้ำหนักในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านอาหาร ผู้ประกอบการจะต้องเลือกนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบการจัดโปรโมชั่นการรับส่วนลด เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับความคุ้มค่า ทั้งคุณค่าทางอาหาร ความสะดวกรวดเร็วและราคาที่เหมาะสม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารมีทางเลือกในการนำเสนอความคุ้มค่าในรูปแบบอื่นๆ ได้ผ่านการให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ เช่น รสชาติอาหาร ความหลากหลายและความแตกต่างของอาหาร การให้บริการ การตกแต่งร้านหรือทั้งหมดรวมกัน แล้วสามารถทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าคุ้มค่าได้ ในธุรกิจเครื่องดื่มก็อาจจะมีวิธีคล้าย ๆ กัน มีการจัดโปรโมชั่นการรับส่วนลด และมีการส่งชิงรางวัล สิ่งเหล่านี้อาจทำให้เกิดกระแสของผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ซึ่งย่อมส่งผลดีต่อการทำธุรกิจที่มีคู่แข่งเยอะ มีพื้นที่ตลาดน้อย และที่จะขาดไปไม่ได้ ทั้งธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มต้องให้ความสำคัญกับการกระตุ้นให้

ลูกค้ามีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารหรือดื่มเครื่องดื่มต่อคนต่อครั้งสูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการขยายฐานลูกค้าของเราและเพิ่มพื้นที่ในส่วนแบ่งของตลาดให้กับธุรกิจเราได้ รวมถึงดึงดูดลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการซ้ำควบคู่กันไป สิ่งเหล่านี้จะช่วยทำให้ธุรกิจของเรายืนหยัดได้หลังจากเข้าสู่ AEC