

ร้านอาหารไทย

Thai Restaurant



ผู้เขียนหลัก มธุรพจน์ ศรีโพนทอง , พิมพันธ์ ธีระธรรมสรณ์

ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราษฎร์

โอกาสด้านการตลาด

(Market Opportunity)

หลังจากสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง นักท่องเที่ยวชาวจีนก็เริ่มกลับมาเที่ยวที่ไทยอีกครั้ง ซึ่งอาหารไทย ก็ยังได้สร้างการรู้จักและได้รับการยอมรับมาจากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนไปเที่ยวยังประเทศไทยเป็นอย่างดีอีกครั้ง โดยอย่างที่เราทุกคนรู้ว่าไทยเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมไปท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวชาวจีนได้ไปลิ้มรสอาหารไทยที่เมืองไทยแล้วต่างชอบในรสชาติของอาหารไทย จึงทำให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักและได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคชาวจีนมากขึ้น ทำให้ร้านอาหารไทยที่จีนได้รับความนิยมมากขึ้นเช่นกัน โดยในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาธุรกิจอาหารไทยถือว่ามีแนวโน้มที่ดี โดยเฉพาะสำหรับเมือง/มณฑลที่มีค่าครองชีพระดับกลาง – สูง เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว คุนหมิง เป็นต้น เนื่องจากอาหารไทยในจีนมีราคาเฉลี่ย 80 – 100 หยวน/คน/มื้อ โดยร้านอาหารไทยส่วนใหญ่จะมีการใช้และนำเข้าวัตถุดิบจากไทยโดยตรง ทำให้ต้นทุนในการทำอาหารสูง

คนจีนในปัจจุบันนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านกันมากขึ้น ทั้งหนุ่มสาวที่เป็นคนทำงานและคนที่อยู่เป็นครอบครัว เป็นโอกาสของธุรกิจร้านอาหารไทย ซึ่งพบว่าลูกค้าที่มารับประทานอาหารที่ร้านอาหารไทยโดยส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ ที่มีระดับรายได้ปานกลาง-สูง และส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำ แต่ปัญหาคือผู้บริโภคชาวจีนยังรู้จัก อาหารไทยค่อนข้างน้อย ต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐให้มากขึ้น ในอนาคตร้านอาหารไทยในจีนมี โอกาสเติบโตสูง ถ้าหากผู้ประกอบการสามารถที่จะรักษาคุณภาพมาตรฐานรสชาติอาหารไทยไว้ได้ จะทำให้คนจีน รู้จักและต้องการทดลองรับประทานอาหารไทยมากยิ่งขึ้น เนื่องจากการไปท่องเที่ยวที่เมืองไทยทำให้ได้รู้จักและรับประทานอาหารไทย เมื่อกลับมาเมืองจีนก็ยังคงชื่นชอบอาหารไทย

แม้ว่าอาหารไทยจะเป็นที่รู้จักและเป็นที่ยอมรับของชาวจีน แต่ร้านอาหารไทยยังถูกจัดอยู่ในตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม หรือ Niche market ในตลาดจีน มีราคาที่ยังแพงกว่าอาหารประเภทอื่น ๆ ในท้องตลาด แต่สามารถดึงดูดลูกค้า ได้ด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งรสชาติแบบไทยสามารถทำให้ร้านอาหารไทยเข้ามาตีตลาดในประเทศจีนได้ ในช่วง เริ่มแรก ร้านอาหารไทยในจีนมีจำนวนไม่มากนัก ถือเป็นอาหารเฉพาะกลุ่ม หาทานยาก และวางตำแหน่งของตัวเองในระดับ Hi-end ทำให้ร้านต้องตั้งคุณลักษณะบางประการของอาหารไทยที่ดูบ้าน ๆ ออกไป เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับ เมนูอาหาร เช่น ใช้การตกแต่งร้านที่หรูหรามากขึ้น อุปกรณ์ทานอาหารประณีต การบริการที่เอาใจใส่ และอาหารไทยที่แปลกใหม่สำหรับชาวจีน

ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา แม้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนจะลดลงเป็นอย่างมากจากสถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 และนโยบายที่เข้มงวดของจีน แต่อย่างไรก็ตาม หลังจากเปิดประเทศ ไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทาง มาเที่ยวเป็นอันดับต้น ๆ โดยไทยมีข้อได้เปรียบด้านภูมิอากาศ ซึ่งมีอุณหภูมิอากาศอบอุ่น มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จึงเป็นสาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางเป็นอันดับแรก ข้อได้เปรียบในเรื่องระยะทาง โดยไทยมีระยะใกล้กับประเทศจีน โดยเฉพาะมณฑลยูนนาน กวางตุ้ง ซื่ออัน ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ระดับกลาง ก็สามารถเดินทางได้ทั้งนี้ ดังนั้นการท่องเที่ยวได้นำพาสู่การบริโภค โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปยังประเทศจีน ไม่เพียงแต่ประทับใจในธรรมชาติและวัฒนธรรมไทยเท่านั้น อาหารไทยก็เป็นอีกส่วนหนึ่งที่ดึงดูด ให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมายังไทย เพื่อลิ้มลองรสชาติอาหารไทยอย่างไทยแท้ โดยเฉพาะ ผัดไทย ข้าวผัดสับปะรด ต้มยำกุ้ง ต้มข่าไก่ ส้มตำไทย เป็นต้น

จากรายงานของศูนย์วิจัยเพื่ออุตสาหกรรมอาหาร พบว่า ตลาดธุรกิจบริการอาหารของจีนคาดว่าจะสูงถึง 1,144.23 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2568 โดยมีอัตราเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) อยู่ที่ร้อยละ 7.3 ในช่วงระยะเวลาคาดการณ์ภาคโรงแรม ร้านอาหาร และสถาบันของจีน (HRI) ใหญ่เป็นอันดับสองของโลก โดยอาหารจีนครองภาค HRI ของจีนด้วยสัดส่วนร้อยละ 57 ของมูลค่าตลาดความต้องการผู้ให้บริการจัดส่งถึงบ้าน และผู้ให้บริการด้านอาหารที่เพิ่มขึ้น จะเป็นตัวแปรในการผลักดันตลาดเติบโต ส่วนการเพิ่มความใส่ใจด้านสุขภาพ และอุบัติการณ์โรคอ้วนที่เพิ่มขึ้นในหมู่ประชากรจีนมีแนวโน้มที่จะเป็นอุปสรรคต่อการเติบโตของธุรกิจ เพราะมีการควบคุมการกิน ผู้เล่นในตลาดอาหารกำลังแนะนำอาหารเพื่อสุขภาพรูปแบบใหม่และเป็นนวัตกรรมโดยใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติและออร์แกนิก เพื่อพยายามเอาชนะความท้าทายที่ผู้เล่นในอุตสาหกรรมเผชิญก่อนหน้านี้ ในขณะที่ร้านอาหารบริการที่เต็มรูปแบบเป็นส่วนที่โดดเด่นและคาดว่าจะคงเติบโตต่อไปในระยะเวลาดำเนินการ อย่างไม่รู้จบ กลุ่มบริการจัดส่งถึงบ้าน / ซื้อมาก่อนกลับบ้านจะมีอัตราเติบโตสูงที่สุดเพราะเทรนด์ “การกินเพื่อสุขภาพ” ที่กำลังมาแรง ผู้บริโภคมีความตระหนักมากขึ้นเกี่ยวกับสุขภาพโดยรวมและให้ความสำคัญกับคุณค่าทางโภชนาการของอาหารและอาหารมากขึ้น รวมทั้งก้าวสู่ดิจิทัล การใช้เทคโนโลยีใหม่กำลังเฟื่องฟูในธุรกิจบริการอาหารของจีน โดยผู้ให้บริการด้านอาหารใช้การจองออนไลน์ การสั่งซื้อผ่านมือถือ และแอปพลิเคชันชำระเงิน นอกจากนี้พบว่า เดือนกรกฎาคม 2564 ภาคธุรกิจบริการอาหารของจีนมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.3 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดือนกรกฎาคม 2563 โดยมีมูลค่าการขาย 375.1 พันล้านหยวน เครือ Quick Service Restaurants (QSR) เร่งขยายช่องทางการจัดส่งเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับอนาคต ยอดค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับอาหารโดยรวมของ QSR เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 10.2 ในเดือนกรกฎาคมปี 2564/63 ซึ่งการเติบโตนี้เกิดจากบริการแบบเดลิเวอรี่หรือ Take home เป็นหลัก

โอกาสของธุรกิจบริการอาหารในจีน

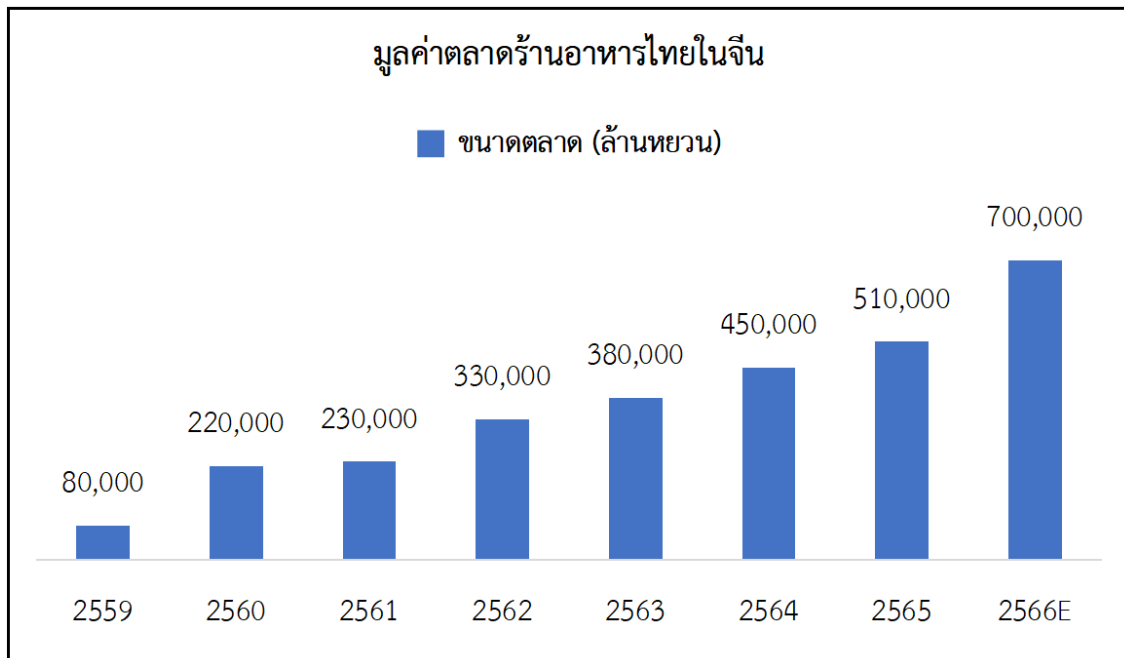
“ธุรกิจบริการอาหาร” ในจีนมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว และเติบโตสูงมาก โดยธุรกิจบริการอาหารในจีนสามารถแบ่งได้เป็น 5 ประเภท ได้แก่

- 1) ร้านอาหารเต็มรูปแบบ (Full-Service Restaurant)
- 2) ร้านอาหารจานด่วน (Fast Food)
- 3) ร้านกาแฟ / บาร์ (Café/Bars)
- 4) ร้านบริการจัดส่งอาหารถึงบ้าน (100% Home Delivery/Takeaway)
- 5) ร้านอาหารริมทาง (Street stalls/Kiosk)

ธุรกิจร้านอาหารไทยในจีน

หลังจากที่จีนเปิดประเทศ ส่งผลให้วัฒนธรรมการรับประทานอาหารต่างชาติรวมทั้งอาหารไทยเข้ามา มีบทบาทมากขึ้นในวิถีชีวิตของประชาชนชาวจีนเป็นอย่างมาก ซึ่งอาหารไทยในตลาดจีนมีการพัฒนาและเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา ลูกค้าของร้านอาหารไทยเฉลี่ย 120 ล้านคน / ปี และคาดว่าในปี 2023 นี้ มูลค่าตลาดร้านอาหารไทยในจีนจะมีมูลค่าสูงถึง 700,000 ล้านบาท

แผนภาพที่ 1 มูลค่าร้านอาหารไทยในจีน



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง (2023)

รูปแบบร้านอาหารไทยในประเทศจีนจะแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ

ร้านอาหารไทยแบบดั้งเดิม

ในช่วงเข้าตลาดจีนช่วงแรก จะเป็นรูปแบบร้านอาหารไทยดั้งเดิม มักแบ่งย่อยประเภทอาหาร เช่น ร้านอาหารไทย ร้านอาหารขนมไทย ร้านอาหารชาไทย หม้อไฟไทย หรือร้านอาหารไทยประมาณร้อยละ 90 ของเมนู ตั้งแต่สลัด ซุป ของทานเล่น ผัด และอาหารหลักล้วนเป็นอาหารไทยคลาสสิก และเกินครึ่งของชื่ออาหาร จะมีคำว่าไทยนำหน้า แต่ถึงแม้ว่าเป็นร้านอาหารไทยแบบดั้งเดิม ก็จะมีเมนูอื่น ๆ ของประเทศแถบเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้ เช่น ปอเปี๊ยะกุ้งสด เวียดนาม และแกงกะหรี่ เนื้อซี่โครง มาขายร่วมกับเมนูอาหารไทย ซึ่งถือเป็นเรื่องปกติของร้านอาหารท้องถิ่นจะมี การเปลี่ยนแปลงบางอย่างเมื่อออกไปนอกพื้นที่ โดยเฉพาะร้านอาหารขนาดเล็กที่มักเพิ่มเมนูผัดสไตล์จีน ๆ เข้าไป ในเมนูของร้าน เนื่องจากอาหารไทยเองยังไม่เป็นที่ต้องการของคนจีนมากนัก จึงต้องเพิ่มเมนูอาหารจีนที่คนจีนมัก ชอบทานมาเสริมเพื่อให้ธุรกิจอยู่รอด

ร้านอาหารฟิวชั่น

ร้านอาหารไทยยุคหลัง ๆ พยายามปรับตัวให้เข้ากับอาหารท้องถิ่นของจีน ปรับรสชาติให้เข้ากับรสนิยม การทาน และถูกปากชาวจีนมากขึ้น มักใช้ไทยมาเป็นเพียงลูกเล่น โดยเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นไทย เพียงร้อยละ 10-30 และเป็นขนมสไตล์จีนร้อยละ 70 – 90 เช่นร้านขนม Milk Plus มีเมนูขนมแบบไทยเพียง 1 เมนู โดยใส่ทุเรียน มะม่วง และผลไม้เมืองร้อนอื่น ๆ เข้าไปในขนมเท่านั้น หรือร้าน Thai Zhu (泰竺) ร้อยละ 90 ของเมนู เครื่องดื่มจะมีคำนำหน้าเป็นไทยหรือลาว เนื่องจากคนจีนบางส่วนอาจไม่ทราบถึงความแตกต่างของไทยและลาว และใช้จุดใส่ในการบรรจุเครื่องดื่ม ซึ่งเมนูเครื่องดื่มแบบไทยที่ขายในจีนนั้น มักไม่มีขายในประเทศไทย สามารถกล่าวได้ว่าหลากหลายอาหารไทยเป็นเพียงลูกเล่นเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้าชาวจีนเพียงเท่านั้น โดยร้านเครื่องดื่มของไทยโดยทั่วไป จะมีช่วงพีคเพียงช่วงเดียว และผ่านไปอย่างรวดเร็ว และเมื่อค้นหา “หม้อไฟสไตล์ไทย” ในเว็บไซต์ของจีนนั้น ร้านที่ได้รับความนิยมมักไม่ใช่แบรนด์ของไทยเป็นร้านหม้อไฟของจีนที่มีเพียงน้ำจิ้มแบบไทย ซึ่งร้านอาหารจีนลักษณะนี้แย่งส่วนแบ่งการตลาดของร้านอาหารไทยบางส่วนไป

เมื่อพิจารณาจำนวนร้านอาหารไทยแบ่งตามเมืองนั้น ร้านอาหารไทยจะกระจายตามเมืองใหญ่ของประเทศจีน เมืองที่มีจำนวนร้านอาหารไทยเยอะที่สุด 3 อันดับแรกได้แก่ เซี่ยงไฮ้ ฉงชิ่ง ตามลำดับ

ซึ่งกลุ่มลูกค้าชาวจีนที่นิยมรับประทานอาหารไทยนั้นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มชนชั้นกลางถึงกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมาก ซึ่งทำให้ทราบถึงการวางตำแหน่งทางการตลาดของร้านอาหารไทยในปัจจุบันที่ส่วนใหญ่เน้นกลุ่มเจาะลูกค้ากลุ่มที่มี จำนวนมากค่อนข้างมากในประเทศจีน และร้านอาหารไทยในปัจจุบันไม่เน้นรูปแบบที่หรูหราและเข้าถึงยากเหมือนสมัยแรกเริ่มเจาะตลาดจีน

นอกจากจะวางตำแหน่งทางการตลาดของร้านอาหารไทยให้ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางเข้าถึงแล้ว สำหรับรสชาติในอาหารไทยที่ควรต้องมีการดัดแปลง เป็นพิเศษเพื่อให้ถูกปากผู้บริโภค คือ “รสหวาน” เพราะคนจีนส่วนมากไม่นิยม ทานรสชาติหวาน แม้แต่ขนมหวานก็จะหวานไม่มากจนเกินไป ดังนั้น การปรุงอาหารไทยด้วยกะทิซึ่งทำให้เกิดรสชาติที่หวานจึงจำเป็นต้องมีการปรับลดสัดส่วน เครื่องปรุงเพื่อให้ถูกปากผู้บริโภคชาวจีนมากยิ่งขึ้น

จากการสัมภาษณ์ชาวจีนในคุณหมิง ของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครคุนหมิง พบว่า ธุรกิจร้านอาหารไทยยังคงมีโอกาสในตลาดอุตสาหกรรม อาหารของจีนอยู่และมีโอกาสในการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น โดยมีปัจจัยที่สำคัญดังนี้

- 1) ปัจจัยด้านความต้องการ โดยผู้บริโภคชาวจีนยังคงชอบรับประทานอาหารไทย เนื่องจาก รสชาติของอาหารไทยที่ค่อนข้างมีเอกลักษณ์ และถูกปากผู้บริโภคชาวยุโรป แม้ว่าจะมีราคา/คน/มื้อ ที่สูงกว่าอาหารจีนก็ตาม
- 2) ปัจจัยด้านประชากรและเศรษฐกิจ มณฑลยูนนาน มีประชากรอาศัยอยู่มาก อีกทั้งเศรษฐกิจของมณฑลยูนนาน มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อที่สูงขึ้น
- 3) ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ ประเทศไทยมีระยะทางใกล้กับมณฑลยูนนาน ซึ่งทำให้ไทยได้เปรียบ ในเรื่องของการขนส่งวัตถุดิบในการประกอบอาหารไทยที่สดใหม่ ทำให้รสชาติอาหารที่ปรุงออกมา มีความสดใหม่และมีรสชาติที่ดีตามไปด้วย

ตัวอย่างร้านอาหารไทยที่เป็นที่นิยมของชาวจีน

ร้านอาหาร CLOUD18 ที่คุนหมิง เป็นร้านอาหารที่เป็น Authentic High-end Thai Restaurant ที่เลือกใช้วัตถุดิบที่ดีมีคุณภาพ จากประเทศไทย สืบทอดศิลปะอาหารไทย แพร่ถ้ายรสชาติอาหารไทย เมนูอาหารไทยของร้าน CLOUD18 รังสรรค์อย่างตั้งใจโดยเชฟไทยแท้ คัดสรรวัตถุดิบคุณภาพดี ครบรสอาหารไทย ทั้งเปรี้ยว หวาน เค็ม เผ็ด ปรุงอย่างพิถีพิถัน เพื่อให้ได้รสชาติอาหารไทยแท้ ครอบคลุมทั้งอาหารอีสาน อาหารภาคเหนือ อาหารภาคกลาง และอาหารภาคใต้





ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ คุณหมิง (2023)

ร้านอาหารไทย “คัมจันทร์เจ้า” ร้านอาหารไทยในมณฑลยูนนาน ภายใต้แนวคิด “อาหารไทย by คนไทย” “คัมจันทร์เจ้า” ซึ่งไม่เพียงนำเสนออาหารไทยชั้นสูงที่ใช้เครื่องปรุงอย่างดีซึ่งนำเข้ามาจากประเทศไทยมารังสรรค์เป็นเมนูอาหารไทย 4 ภาคให้แก่ผู้บริโภควิวชาวจีนได้ลิ้มรสเท่านั้น แต่เป็นร้านอาหารไทยในสวนท่ามกลางบรรยากาศราวกับย้อนกลับไปประเทศไทยในยุคอดีตจนกลายเป็นจุดเช็คอินยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีน



ที่มา: สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศ คุณหมิง (2023)

พฤติกรรมผู้บริโภค

1. จากสภาพเศรษฐกิจจีนที่เติบโตอย่างรวดเร็วทำประชาชนชาวจีนมีรายได้มากขึ้น ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคของชาวจีนเปลี่ยนไป จากที่ในอดีตพวกเขาจะเน้นการซื้อสินค้าอาหารหรือวัตถุดิบในการปรุงปริมาณมากและเน้นความคุ้มค่าด้านราคา โดยเฉพาะสินค้าที่มีโปรโมชันลดราคา แต่ปัจจุบันชาวจีนจำนวนมากมองว่า “สินค้าดีมักมีราคาแพง สินค้านำเข้ามักดีกว่าสินค้าภายในประเทศ” โดยพวกเขาให้ความสำคัญกับคุณภาพความปลอดภัยของสินค้าอาหารมากขึ้น ซึ่งนอกจากจะเลือกซื้อสินค้าที่มีตรามาตรฐานที่เป็นสากล หรือแบรนด์ดังจากต่างประเทศหรือสินค้าที่ผลิตจากบริษัทที่มีชื่อเสียงในประเทศแล้ว พวกเขายังเลือกซื้อสินค้าวัตถุดิบ หรืออาหารปรุงสำเร็จ บริการร้านอาหารและเครื่องดื่มที่เน้นความเป็นธรรมชาติมีส่วนผสมของโปรไบโอติกและเส้นใยอาหารสูงซึ่งดีต่อสุขภาพลำไส้ปราศจากสารเติมแต่งที่เป็นอันตรายต่อสุขภาพ และมีการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม นำรับประทาน และปรุงจากวัตถุดิบที่ปลอดภัยไร้สารตกค้าง

2. ผู้บริโภคชาวจีนที่เกิดหลังปี 1973 หรือช่วงที่รัฐบาลจีนมีนโยบายคุมอัตราการศึกษา โดยการบังคับให้ประชาชนมีลูกคนเดียวเท่านั้น ซึ่งปัจจุบันชาวจีนที่เป็นลูกคนเดียวที่ได้รับการเลี้ยงดูเป็นอย่างดีจากคนในครอบครัว จึงได้กลายเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อสูงและมีจำนวนรวมกว่า 100 ล้านคนทั่วประเทศ โดยกลุ่มนี้มีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ค่อนข้างฟุ่มเฟือย ตัดสินใจซื้อตามกระแสนิยม และให้ความสำคัญกับสิ่งที่อำนวยความสะดวกสบายในชีวิตประจำวันของตนเอง อีกทั้งการได้รับอิทธิพลจากชาติตะวันตก ทำให้ผู้บริโภคชาวจีนกลุ่มนี้ นิยมสินค้าแบรนด์เนมและสินค้าทันสมัย มีการออกแบบสร้างสรรค์และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ในส่วนของร้านอาหารนั้น ก็ต้องการลิ้มลองรสชาติใหม่ ๆ ร้านตกแต่งทันสมัยสวยงาม พร้อมทั้งจะเช็คอินและถ่ายภาพอวดคนในโลกโซเชียล

3. ผู้บริโภคชาวจีนยุคใหม่ ใน Gen Z โดยเฉพาะกลุ่มหนุ่มสาววัยทำงาน จะมีความต้องการสินค้าอาหารที่มีคุณภาพสูง และมีคุณสมบัติที่หลากหลาย มีคุณค่าทางโภชนาการ แม้จะเป็นอาหารจานด่วนก็ยังคงอุดมด้วยสารอาหารครบครัน โดยพวกเขาชื่นชอบการแบ่งปันประสบการณ์การกินการอยู่กับสังคมบนโลกออนไลน์และมักจะคล้อยตามการรีวิวสินค้าหรืออาหาร ที่ Influencer รีวิวตามช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ได้ง่าย โดยเฉพาะ หากผู้ที่รีวิวสินค้านั้นเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงที่พวกเขาชื่นชอบและติดตาม

4. เนื่องจากจีนเป็นประเทศที่มีจำนวนประชากรขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 2 ของโลก ดังนั้น ผู้บริโภคชาวจีนในแต่ละท้องถิ่นแต่ละภูมิภาคจึงมีวัฒนธรรมการรับประทานอาหารที่แตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด โดยอาหารพื้นเมืองทางภาคเหนือในแถบ ปักกิ่งกับซานตง จะมีรสชาติอ่อนละมุน เน้นความสดใหม่ของวัตถุดิบ ส่วนอาหารพื้นเมืองทางภาคใต้ในแถบ กวางตุ้ง กวางซีจะเน้นรสชาติแท้ ๆ และความสดใหม่ กรอบของวัตถุดิบ ขณะที่อาหารพื้นเมืองทางภาคตะวันออก ในแถบเจียงซู เซี่ยงไฮ้ เจ้อเจียง และเจียงซี จะมีรสชาติหวานเค็มกลมกล่อม และอาหาร

พื้นเมืองทางภาคตะวันตกในแถบเสฉวนกับฉงชิ่ง จะมีสีสันจัดจ้าน เน้นรสชาติเผ็ด เค็ม เปรี้ยว รสชาติใกล้เคียงกับอาหารไทย มีส่วนผสมของเครื่องเทศและปรุงด้วยน้ำมันค่อนข้างมาก

5. อาหารไทยยอดนิยมได้แก่ เมนูที่มีรสชาติหวานหรือเค็ม เช่น ต้มยำกุ้ง ผัดไทย ปูผัดผงกะหรี่ เป็นต้น โดยการบริโภคส่วนใหญ่มีการบริโภค ที่ร้านอาหารไทยเฉลี่ยต่อหัวอยู่ที่ 90 – 120 หยวน นอกจากนี้ จากกระแสการท่องเที่ยว ซีรีส์ไทยและ Net Idol ที่มา รีวิวและท่องเที่ยว ตามวิถีชีวิตของไทย ได้มีการรีวิวอาหารไทยควบคู่ไปด้วย ทำให้เมนูขนมหวานในร้านอาหารไทยได้รับความนิยมจากผู้บริโภคจีนตามไปด้วย เช่น ข้าวเหนียวทุเรียน ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นต้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคชาวจีนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้การบริโภคอาหารและเครื่องดื่มของไทยในร้านอาหารไทยมีการปรับลดความหวานลง

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางเปิดร้านอาหารไทย

ในการจัดตั้งธุรกิจร้านอาหารไทย ควรมีการจดทะเบียนบริษัทก่อนเพื่อให้ง่ายต่อการดำเนินธุรกรรมต่าง ๆ รวมถึงการนำเข้าวัตถุดิบจากไทยอีกด้วย โดยหากนักลงทุนหรือผู้ประกอบการ ที่สนใจจะทำธุรกิจร้านอาหาร ในมณฑลต่าง ๆ ของจีน ควรจะศึกษารสนิยมในการบริโภคของแต่ละมณฑลก่อน เพราะบางมณฑลชอบทาน รสเผ็ดร้อน บางมณฑลชอบทานรสเค็มมัน เป็นต้น หรือถ้าเมืองที่ผู้ประกอบการไปลงทุนเป็นเมืองรอง ระดับ Tier 3-4 ต้องให้ความสำคัญกับการวางตำแหน่งทางการตลาด โดยเน้นไปที่เรียบง่าย ไม่หรูหรามากเกินไป ราคาที่กลุ่มลูกค้าเข้าถึงได้ และต้องมีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้กับร้านอาหาร เช่น การทำร้านอาหารแบบ เจาะจง (อาหารเหนือ อาหารอีสาน อาหารใต้) หรือทำเป็นร้านอาหารไทย 4 ภาค เป็นต้น ซึ่งอาจจะเป็นช่วยดึงดูดผู้บริโภคได้อีกด้วย ทั้งนี้ ต้องมีการสำรวจพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคเพิ่มเติม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและแม่นยำ นอกจากนี้การทำธุรกิจร้านอาหารที่ดี ควรจะมีกลยุทธ์การตลาดที่ดีด้วย เนื่องจากปัจจุบันเป็นยุคการพัฒนาของระบบและเทคโนโลยีค่อนข้างที่จะมีความรวดเร็ว การทำการตลาด เพียงออฟไลน์ ไม่เพียงพอและไม่สามารถตอบสนอง ต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทันทั่วถึง

ดังนั้น การใช้ประโยชน์จากสื่อออนไลน์ในการช่วย โปรโมทและชักจูงผู้บริโภคมาใช้บริการนั้น ถือว่า เป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก เช่น การจัดทำวิดีโอโปรโมทบนช่องทางออนไลน์ การทำความร่วมมือกับแพลตฟอร์ม ออนไลน์ชื่อดัง (Meituan, Dazhong) การจัดทำโปรโมชันเซตอาหาร และการจัดทำคูปองแทนเงินสด การจัดโปรโมชันให้สอดคล้องกับเทศกาลที่สำคัญของจีน เป็นต้น

แนวทางการลงทุน

(Investment Solutions)

การเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการร้านอาหารที่จะมาลงทุนในจีน

1. ภาษาจีนที่เกี่ยวข้องกับร้านอาหาร

2. ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน นอกจากนี้แล้วผู้ประกอบการชาวไทยสามารถหาข้อมูลเพิ่มเติมเพื่อประกอบการตัดสินใจลงทุน หรือข้อมูลเพื่อการดำเนินธุรกิจได้ตามแหล่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

หน่วยงาน	WEBSITE
ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยจีน กระทรวงการต่างประเทศของไทย	http://www.thaibizchina.com/
กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ของจีน	http://www.customs.gov.cn
กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวง พาณิชย์ของไทย	http://www.ditp.go.th
สถาบันอาหารกระทรวง อุตสาหกรรมของไทย	http://www.nfi.or.th
สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม กระทรวงอุตสาหกรรมของไทย	http://www.ismed.or.th
กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ของไทย	http://www.customs.go.th
สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย	http://www.thaiechamber.com
สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย	http://www.fti.or.th

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยจีน กระทรวงการต่างประเทศของไทย

เป็นศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ที่ดำเนินการภายใต้ข้อริเริ่มของกระทรวงการต่างประเทศ อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของสถานทูตและสถานกงสุลใหญ่ประจำสาธารณรัฐประชาชนจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับเศรษฐกิจจีนและการทำธุรกิจในจีน เป็นเครื่องมือที่ช่วยประชาสัมพันธ์ สนับสนุนและช่วยเหลือ และเป็นศูนย์กลางการติดต่อและแนะนำทางธุรกิจให้แก่นักลงทุนที่สนใจประกอบธุรกิจกับจีนหรือลงทุนในจีน โดยจะทำหน้าที่ให้ข้อมูลเบื้องต้น ช่วยประกอบการตัดสินใจหรือหาช่องทางในการทำธุรกิจในจีน รวมทั้งทำหน้าที่ประสานงานเพื่อบริการด้านการให้คำปรึกษา และแก้ไขปัญหาทางธุรกิจ และการสร้างเครือข่ายสำหรับการติดต่อธุรกิจที่ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบไทยได้

กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ของจีน

เป็นหน่วยงานโดยตรงภายใต้สภาแห่งรัฐและอยู่ในระดับรัฐมนตรี มีวัตถุประสงค์บริการข้อมูลสาธารณะเพื่อรองรับผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออก รวบรวมและจัดเรียงมาตรฐานการเข้าถึงผลิตภัณฑ์นำเข้าและส่งออก กฎระเบียบทางเทคนิค นโยบายการกำกับดูแลศุลกากรและมาตรการของประเทศต่าง ๆ ให้ผู้ประกอบการนำเข้าและส่งออกด้วยการสอบถามและให้คำปรึกษาที่สะดวกมากขึ้น โดยสามารถติดต่อหน่วยงานกลางหรือหน่วยงานสำนักส่งเสริมการค้าต่างประเทศของไทยในแต่ละเมือง เพื่อช่วยอำนวยความสะดวกหรือเป็นตัวกลางให้กับผู้ประกอบการไทย

กรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ของไทย

เป็นหน่วยงานที่จัดตั้งตามกฎหมายกระทรวงว่าด้วยการแบ่งส่วนราชการกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงพาณิชย์ ให้กรมส่งเสริมการส่งออก มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการส่งออก ขยายตลาดสินค้า และธุรกิจบริการของไทย โดยให้บริการข้อมูลการค้าและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในตลาดโลก การทำ business matching กับคู่ค้าในต่างประเทศ เพื่อเพิ่มมูลค่าและปริมาณการส่งออกของประเทศไทย

สถาบันอาหารกระทรวง อุตสาหกรรมของไทย

เป็นสถาบันอาหาร สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการข้อมูลด้านการค้าและเทคโนโลยี การบริการด้านตรวจวิเคราะห์ การประสานความร่วมมือเพื่อแก้ปัญหา และยกระดับขีดความสามารถของอุตสาหกรรมอาหารของไทย เช่น วิธีการถนอมอาหารให้ยืดอายุอาหารหรืออายุการเก็บรักษา (shelf life) ให้ข้อมูลงานวิจัยเกี่ยวกับอาหารไทยหรืออาหารแห่งอนาคต เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในด้านอาหารของไทยในการแข่งขันในตลาดโลกได้

กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ของไทย

กรมศุลกากร กระทรวงพาณิชย์ ของไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาส่งเสริม และอำนวยความสะดวกทางการค้าและระบบโลจิสติกส์ของประเทศ โดยส่งเสริมเศรษฐกิจของประเทศด้วยมาตรการทางศุลกากรทั้งที่เป็นรูปแบบภาษีและไม่ใช่ภาษี และข้อมูลการค้าระหว่างประเทศ และจัดเก็บภาษีอากรอย่างถูกต้อง โดยเฉพาะสินค้าประเภทใหม่ที่ไม่อยู่ในระบบพิกัดภาษีศุลกากร เจ้าหน้าที่ของกรมศุลกากรสามารถให้คำแนะนำแก่ผู้ประกอบการเรื่องอัตราพิกัดภาษีสินค้าประเภทนั้น ๆ ได้ เพื่อช่วยให้ผู้ประกอบการวางแผนด้านต้นทุนหรือจัดทำใบเสนอราคาให้คู่ค้าในต่างประเทศได้อย่างถูกต้อง

สภาหอการค้าแห่งประเทศไทย

องค์กรที่เสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน และโอกาสทางการค้าและบริการให้กับผู้ประกอบการในทุกภาคส่วน ด้วยข้อมูล นวัตกรรม และมาตรฐานในการดำเนินธุรกิจ การเชื่อมโยงการทำงานจากเครือข่ายทั้งภาครัฐ เอกชน และประชาชน หน่วยงานทั้งในและต่างประเทศ และช่วยต่อยอดความรู้และประสบการณ์ พร้อมคำแนะนำกับผู้ประกอบการที่จะไปดำเนินธุรกิจในต่างประเทศ เพื่อก่อนให้เกิดประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

พัฒนาสถาบันธุรกิจภาคเอกชนของไทยให้แข็งแกร่ง เพื่อให้กลไกการพัฒนาในภาคอุตสาหกรรมเป็นไปอย่างต่อเนื่อง สามารถประสานกับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ หรือองค์กรระหว่างประเทศ และปกป้องผลประโยชน์ของชาติในวงการเศรษฐกิจโลก และให้บริการการจัดประชุมและสัมมนา การประกาศนโยบายการบริหารงาน รายงานและข้อมูลด้านอุตสาหกรรม การออกหนังสือรับรองต่าง ๆ แก่สมาชิก การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรม เข้าทำกิจกรรมด้านนโยบาย และให้บริการซื้อร้องเรียนและข้อคิดเห็นด้านอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ SME ไทยสามารถเข้าร่วมการอบรมหรือสัมมนาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจของตนได้

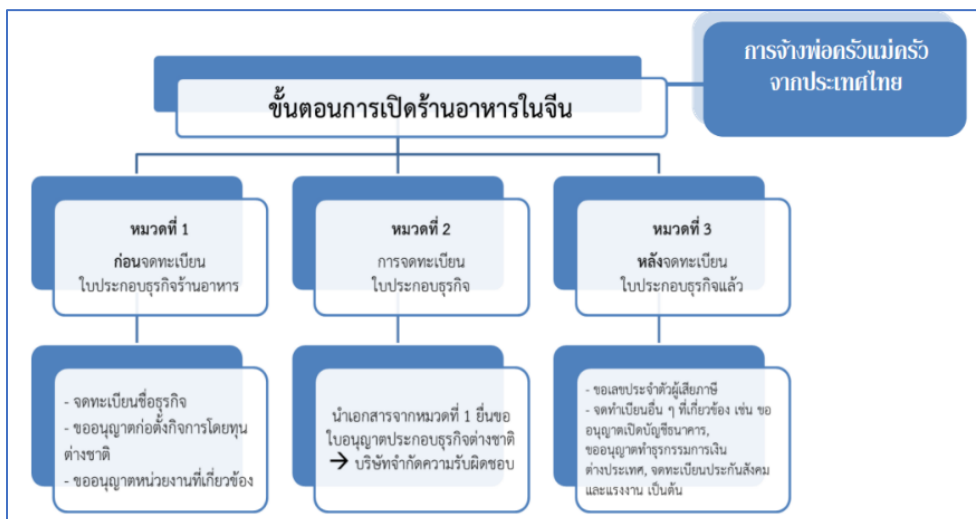
รายละเอียดช่วงการจัดตั้งธุรกิจ

- 1) ยื่นขอชื่อที่จะใช้จดทะเบียนธุรกิจ (Apply for A Company Name) ณ สำนักบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์ในท้องถิ่น (Administration for Industry and Commerce) โดยทั่วไปแล้วขั้นตอนนี้จะใช้เวลาประมาณ 1 - 2 สัปดาห์
ผู้ประกอบการสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.china.org.cn/english/>
- 2) การยื่นขอการก่อตั้งกิจการโดยทุนต่างชาติ (Apply for Establishment of Foreign-funded Enterprise) ณ สำนักงานพาณิชย์ในท้องถิ่น (Commerce Bureau) ใช้เวลาพิจารณาไม่เกิน 90 วันทำการ
ผู้ประกอบการสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://english.www.gov.cn>
- 3) ยื่นขอใบอนุญาตการประเมินผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Examination and Approval) ณ สำนักงานสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น (Environmental Protection Bureau) ใช้เวลาประมาณ 3 สัปดาห์
ผู้ประกอบการสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.npc.gov.cn>
- 4) ยื่นขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจบริการร้านอาหาร (Apply for Food Service Permit) ณ สำนักงานกำกับอาหารและยาในท้องถิ่น (Local Food and Drug Administration) ใช้เวลาประมาณ 1 เดือน
ผู้ประกอบการสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://english.nmpa.gov.cn/>

- 5) ยื่นขอใบอนุญาตการป้องกันอัคคีภัย (Fire Protection Registration) ณ สำนักงานดับเพลิงท้องถิ่น (Fire Department) ใช้เวลาประมาณ 1 - 2 สัปดาห์
ผู้ประกอบสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <http://www.npc.gov.cn/>
- 6) ยื่นขอใบอนุญาตดำเนินธุรกิจ (Apply for Business License) ณ สำนักงานบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์ ในท้องถิ่นของเขตที่ร้านจะตั้งอยู่ ใช้เวลาประมาณ 2 สัปดาห์
ผู้ประกอบสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่
https://english.www.gov.cn/services/doing_business/2014/08/23/content_281474982978400.htm

ขั้นตอนโดยย่อของการเปิดร้านอาหารไทยแบ่งเป็นขั้นตอนได้ดังนี้

แผนภาพที่ 2 ขั้นตอนการเปิดร้านอาหารในจีน



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน สถานกงสุลใหญ่ ณ นครซีอาน

ขั้นตอนรายละเอียดช่วงภายหลังการจัดตั้งธุรกิจ

- 1) ยื่นขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษีอากร (Tax Registration) ณ สำนักงานภาษีท้องถิ่น (Local Taxation Administration)
- 2) ยื่นขอใบทะเบียนเลขประจำตัวนิติบุคคล (Code Allocation to Organization Certificate) ณ สำนักงานควบคุมคุณภาพและเทคโนโลยีท้องถิ่น (Quality and Technology Supervision Bureau)
- 3) ยื่นจดทะเบียนขออนุญาตเปิดบัญชีธนาคาร (Permit for Opening Bank Account) ณ ธนาคารประชาชนจีน (The People's Bank of China) ประจำท้องถิ่น
- 4) ยื่นจดทะเบียนสถิติ (Statistics Registration) ณ สำนักงานสถิติท้องถิ่น

5) ยื่นขออนุญาตทำธุรกรรมเงินตราต่างประเทศ (Foreign Exchange Registration) ณ สำนักงานปริวรรตเงินตราระหว่างประเทศประจำท้องถิ่น (Foreign Exchange Supervision Bureau)

6) ยื่นจดทะเบียนประกันสังคมและแรงงาน (Labor and Social Security Registration) ณ สำนักงานแรงงานและประกันสังคมประจำท้องถิ่น (Labor and Social Security Bureau)

7) ลงทะเบียนตรวจสุขภาพและขอรับใบรับรองการอบรมของพนักงาน (Health and Hygiene Examination) ณ สำนักงานตรวจสอบและกักกันโรค (CIQ) ท้องถิ่น

8) ยื่นจดทะเบียนผู้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (Alcohol Permit Registration) ณ สำนักงานพาณิชย์ท้องถิ่น หากจะขายสุราหรือเครื่องดื่มแอลกอฮอล์อื่น ๆ ภายในร้านด้วย

9) ยื่นเรื่องขออนุญาตขอจ้างแรงงานต่างด้าว (Employment of Foreigner Permit) ณ สำนักงานแรงงานในท้องถิ่น เพื่อดำเนินการยื่นเรื่องขอเชิญพ่อครัวและแม่ครัวไทยเข้ามาทำงานในร้าน ตามกฎหมายจีน “พนักงาน” ที่ใช้ในการทำธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่จีน “ไม่ขาดแคลน” ไม่ว่าจะป็นพ่อครัวคนหั่นผัก คนเชียร์อาหารเด็กเสิร์ฟ คนล้างจาน หรือแคชเชียร์ แต่อย่างไรก็ตามสามารถที่จะว่าจ้างพ่อครัวหรือแม่ครัวจากไทยได้ตามทุนจดทะเบียน โดยมีขั้นตอนดังนี้

กฎระเบียบ และขั้นตอนการนำเข้าแรงงาน (พ่อครัว, แม่ครัว, พนักงาน)

กฎ ระเบียบ และขั้นตอนทั่วไปในการนำเข้าพ่อครัว-แม่ครัว รวมทั้งแรงงาน ด้านร้านอาหารไทยในประเทศจีน เริ่มจากการขอใบอนุญาตทำงาน (Work Permit) ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารไทยต้องยื่นขออนุญาตนำเข้าแรงงานไทย (พ่อครัว, แม่ครัว, พนักงาน) จากกรมแรงงานจีน (Labor Bureau) เพื่อขอใบอนุญาตทำงาน ซึ่งต้องผ่านการอนุญาตจาก Public Security Bureau โดยยื่นเอกสารดังต่อไปนี้

- กรอกแบบฟอร์มสมัครทำงานในตำแหน่ง
- หนังสือเชิญพ่อครัวมาทำงานในจีน (ในกรณีเป็นพ่อครัว)
- หนังสือแจ้งเหตุผลความจำเป็นในการว่าจ้างพ่อครัวจากประเทศไทย
- ประวัติ และข้อมูลอื่น ๆ
 - ใบอนุญาตตั้งร้านอาหาร
- หนังสือรับรองการผ่านการตรวจโรค เมื่อกรมแรงงานพิจารณาแล้วจะออกใบอนุญาตทำงานแก่พนักงานผู้ประกอบการนำใบอนุญาตทำงานไปยื่นสำนักงานต่างประเทศเพื่อสังเกตการณ์ให้สถานเอกอัครราชทูตจีนประจำประเทศไทยดำเนินการออกวีซ่าทำงานให้พ่อครัวหรือแรงงานเพื่อเดินทางเข้าประเทศจีน พ่อครัวหรือแรงงานเมื่อเดินทางถึงประเทศจีนแล้ว ผู้ประกอบการต้องพาไปตรวจสุขภาพที่ Department of Human Quarantine โดยยื่นเอกสาร
- เอกสารสำเนาหนังสือเดินทาง
- รูปถ่าย 3 ใบ

ผู้ประกอบการต้องพาพ่อครัว หรือแรงงานไปรายงานตัวที่กรมแรงงาน ภายในระยะเวลา 15 วัน นับตั้งแต่วันที่เดินทางเข้ามาในจีน เพื่อขึ้นทะเบียนและรับบัตรทำงาน โดยต้องยื่นเอกสาร

- แบบฟอร์มการขออนุญาตทำงานซึ่งผ่านการประทับตราของ Public Security Bureau
- ใบอนุญาตที่เกี่ยวข้องกับการจัดตั้งต่าง ๆ
- รูปถ่ายขนาด 1 นิ้ว 1 ใบ
- หนังสือเดินทางและประวัติพ่อครัวไทย
- สัญญาการจ้าง หนังสือรับรองต่าง ๆ และหนังสือมอบอำนาจ
- ใบรายงานการตรวจสุขภาพ

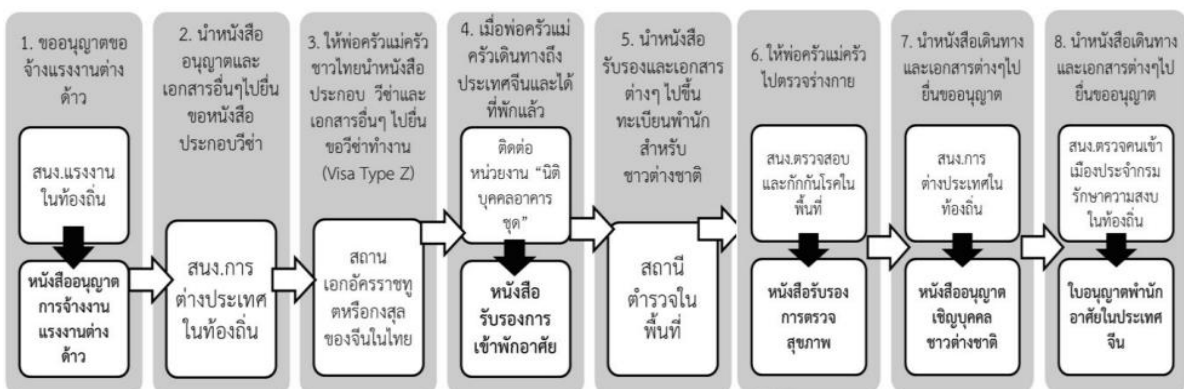
การขอถิ่นที่อยู่ให้พ่อครัว - แรงงานไทยในจีน

ผู้ประกอบการต้องยื่นเรื่องขอถิ่นที่อยู่ให้พ่อครัว หรือแรงงานไทย โดยยื่นใบสมัครที่ Approval Office Under Provincial Government ยื่นใบสมัครขอทำงานที่ Labor Administration Office พร้อมเอกสาร ดังนี้

- กรอกแบบฟอร์มสมัครเพื่อทำงานในตำแหน่งคนครัว - ใบอนุญาตเปิดภัตตาคาร
- ใบสัญญาการจ้างระหว่างผู้สมัครกับเจ้าของภัตตาคาร
- หนังสือเดินทางของผู้สมัคร
- ใบผ่านงานของผู้สมัคร (Resume)
- ประกาศนียบัตรการศึกษา
- จดหมายเชิญคนครัวมาทำงานในประเทศจีน
- ประกาศนียบัตรผ่านการตรวจโรค
- รูปถ่าย 2 ใบ

ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการทั้งหมดประมาณ 1,000 หยวน

แผนภาพที่ 3 ขั้นตอนการนำเข้าแรงงาน (พ่อครัว, แม่ครัว, พนักงาน)



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ นครซีอาน สถานกงสุลใหญ่ ณ นครซีอาน

กฎระเบียบ และขั้นตอนการลงทุนร้านอาหารไทยในจีน

แม้ว่าร้านอาหารจะลงทุนโดยนักธุรกิจต่างชาติ ไม่ได้เป็นธุรกิจซึ่งรัฐบาลส่งเสริม หรือห้าม แต่เป็นธุรกิจที่รัฐบาลจีนกลางมีนโยบาย และอนุญาตให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนได้ทั่วทั้งประเทศจีนและในทางปฏิบัติรัฐบาลท้องถิ่นบางแห่งมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาร้านอาหารอยู่แล้ว เช่น ปักกิ่ง กวางโจว เซี่ยงไฮ้ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โดยรวมแล้วการดำเนินธุรกิจในจีนยังไม่ปลอดภัยไปร่นัก ยังมีกฎ ระเบียบ และขั้นตอนที่เป็นอุปสรรคอยู่ค่อนข้างมาก

กฎระเบียบ และขั้นตอนทั่วไป

ในการลงทุนร้านอาหารของนักธุรกิจต่างชาติจะต้องเป็นไปตามข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องโดยรัฐบาลจีน อนุญาตให้นักธุรกิจต่างชาติเข้ามาลงทุนร้านอาหาร ในรูปแบบการร่วมทุน ร่วมมือ และลงทุนแต่ฝ่ายเดียว ซึ่งขั้นตอนการจดทะเบียนการประกอบการร้านอาหารของจีนโดยทั่วไปประกอบด้วย

- ผู้ลงทุนต้องติดต่อกับองค์กรบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์ เพื่อขอหนังสือแจ้งชื่อ ธุรกิจเพื่อการตรวจสอบและอนุมัติ

- ผู้ลงทุนยื่นหนังสือขออนุญาตต่อองค์กรที่รับผิดชอบการค้าและเศรษฐกิจต่างประเทศของแหล่งจัดตั้งธุรกิจ พร้อมกับเอกสารดังต่อไปนี้

1. หนังสือขออนุญาตจัดตั้งธุรกิจ

2. รายงานวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจ ซึ่งทำโดยผู้ลงทุนทุกฝ่าย

3. สำเนาหนังสือรับรองนิติบุคคล และการจดทะเบียน

4. หนังสือรับรอง Credit ที่ออกโดยธนาคารของผู้ลงทุนทุกฝ่าย (ถ้าฝ่ายจีนจะร่วมทุนด้วยทรัพย์สินของราชการ ต้องมีเอกสารที่ประมวลทรัพย์สินของราชการที่ออกโดยองค์การควบคุมทรัพย์สินของราชการจีน)

5. ข้อตกลงร่วมรายชื่อสมาชิกคณะกรรมการ หรือหนังสือมอบหมายตัวแทน หนังสือแจ้งการอนุมัติชื่อของธุรกิจที่จะจัดตั้งขึ้น

6. หนังสือรับรองสถานที่ประกอบการและสถานที่จดทะเบียนธุรกิจเอกสารอื่นที่เกี่ยวข้อง

- หน่วยงานที่รับผิดชอบการค้า และเศรษฐกิจต่างประเทศของแหล่งจัดตั้งธุรกิจ จะพิจารณาให้เสร็จสิ้นภายใน 90 วัน สำหรับธุรกิจร้านอาหารที่มีการลงทุนต่ำกว่า 1,000,000 เหรียญสหรัฐฯ และสำหรับธุรกิจร้านอาหารที่มีการลงทุนมากกว่า 1,000,000 เหรียญสหรัฐฯ หน่วยงานที่รับผิดชอบของแหล่งจัดตั้งธุรกิจ จะออกความเห็นเบื้องต้นแล้วส่งต่อหน่วยงานระดับที่สูงกว่า เพื่อทำการขออนุมัติซึ่งอยู่ในขอบเขตที่กระทรวงพาณิชย์มอบหมายอำนาจ

- สถานที่ประกอบการของธุรกิจร้านอาหารต้องเป็นไปตามหลักสุขอนามัย และมาตรฐานที่เกี่ยวข้อง และธุรกิจต้องได้รับใบอนุญาตสุขอนามัย รวมทั้งผู้ให้บริการจำเป็นต้องผ่านหลักเกณฑ์ที่รัฐบาลกำหนด และผ่านการตรวจสอบคุณภาพของหน่วยงานสุขอนามัย จึงสามารถเข้าทำงานได้และหลังธุรกิจได้รับอนุญาตจากหน่วยงานสุขอนามัยแล้ว จึงสามารถไปจดทะเบียนที่หน่วยงานบริหารอุตสาหกรรม และพาณิชย์เพื่อทำใบอนุญาตประกอบการ แต่หากไม่ได้รับใบอนุญาตสุขอนามัยก็ห้ามดำเนินธุรกิจด้านอาหารเด็ดขาด ทั้งนี้ใบอนุญาตสุขอนามัยมีผลบังคับใช้เป็นระยะเวลา 2 ปี และจะตรวจสอบซ้ำทุก ๆ 2 ปีเมื่อผู้ลงทุนได้รับหนังสืออนุมัติให้ลงทุนแล้ว ผู้ลงทุนจะต้องไปจดทะเบียนที่หน่วยงาน บริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์พร้อมกับใบอนุญาตดังกล่าว และใบอนุญาตสุขอนามัยภายใน 30 วัน ตั้งแต่ผู้ลงทุนได้รับใบอนุญาตดังกล่าว และเมื่อผู้ลงทุนได้รับใบอนุญาตประกอบการจึงจะเริ่มประกอบการได้

กฎระเบียบด้านการเงิน

ระบบการควบคุมเงินตราต่างประเทศของร้านอาหารซึ่งลงทุนโดยนักธุรกิจต่างชาตินั้น จะต้องเป็นไปตามนโยบายการควบคุมเงินตราต่างประเทศของจีนอย่างเคร่งครัด โดยธุรกิจร้านอาหารที่ได้รับใบอนุญาตประกอบการแล้ว ต้องไปจดทะเบียนที่หน่วยงานควบคุมเงินตราต่างประเทศภายใน 30 วัน เพื่อขอใบจดทะเบียนเงินตราต่างประเทศพร้อมกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น ใบอนุญาตการลงทุน ใบประกอบการกับตัวสำเนา และข้อตกลงร่วมที่ได้รับอนุมัติ โดยใบจดทะเบียนเงินตราต่างประเทศจะถูกตรวจสอบปีละครั้ง โดยเจ้าหน้าที่ฝ่ายควบคุมเงินตราต่างประเทศซึ่งใบจดทะเบียนเงินตราต่างประเทศจะมีผลบังคับใช้ 1 ปี และใบจดทะเบียนเงินตราต่างประเทศต้องตรงกับกรจดทะเบียนที่หน่วยงานบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์ หากมีการเปลี่ยนแปลงการจดทะเบียนที่หน่วยงานบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์จะต้องไปแจ้งหน่วยงานควบคุมเงินตราต่างประเทศ และเปลี่ยนใบจดทะเบียนเงินตราต่างประเทศฉบับใหม่ด้วย

ใบจดทะเบียนเงินตราต่างประเทศเป็นเอกสารที่จำเป็นต่อนักธุรกิจต่างชาติสำหรับการลงทุน และดำเนินเรื่องนำเข้าส่งออก ซึ่งเมื่อธุรกิจได้รับใบจดทะเบียนเงินตราต่างประเทศแล้วจะสามารถเปิดบัญชีเงินตราต่างประเทศที่ธนาคาร และมีสิทธิดำเนินการเงินตราต่างประเทศ ตามจำนวนที่หน่วยงานควบคุมเงินตราต่างประเทศที่ได้รับการอนุมัติ รวมทั้งสามารถฝากเงินตราต่างประเทศในบัญชีของธนาคารดังกล่าวตามจำนวนที่กำหนดไว้ นอกจากนี้แล้ว ผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่ลงทุนในธุรกิจร้านอาหารจะต้องจดทะเบียนที่หน่วยงานบริหารอุตสาหกรรมและพาณิชย์ภายใน 30 วัน โดยผู้ลงทุนต้องไปจดทะเบียนที่หน่วยงานที่รับผิดชอบด้านการคลังพร้อมกับใบอนุญาตประกอบธุรกิจ ธุรกิจจะได้รับการตรวจสอบ และควบคุมโดยหน่วยการคลัง และจะต้องส่งเอกสารเกี่ยวกับบัญชีการเงิน และหนี้สินต่าง ๆ ไปให้หน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งอยู่ภายใต้การควบคุมหน่วยงานพาณิชย์ หน่วยงานและหน่วยงานบริหารอุตสาหกรรม และพาณิชย์ กรมภาษีอากร หน่วยงานควบคุมต่างประเทศ ศุลกากร และหน่วยงานการคลัง ตามลำดับ

นโยบายพิเศษเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีสำหรับนักธุรกิจต่างชาติซึ่งลงทุนในร้านอาหาร

นอกจากภาษีทั่วไปแล้ว ยังมีนโยบายพิเศษเกี่ยวกับการจัดเก็บภาษีร้านอาหาร โดยกำไรที่มาจากธุรกิจของชาวต่างชาติที่จะได้รับการยกเว้นภาษีรายได้สำหรับธุรกิจที่ลงทุนในเศรษฐกิจพิเศษโดยจะต้องมียอดการลงทุนมากกว่า 5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ และมีเวลาประกอบการเกิน 20 ปี หลังได้รับการอนุมัติจากกรมภาษีอากรเริ่มตั้งแต่ปีที่ธุรกิจมีกำไรเป็นต้น ปีแรกจะได้รับการยกเว้นภาษีรายได้นิติบุคคล ปี 2 และ 3 จะได้รับการลดภาษี 50% ของยอดรายได้ภาษีนิติบุคคล ในกรณีนี้ธุรกิจต่างชาตินำกำไรจากธุรกิจต่างชาติมาลงทุนในธุรกิจเดิมเพื่อเพิ่มทุนการจดทะเบียน หรือนำกำไรมาลงทุนในธุรกิจต่างชาติอื่นจะต้องมีเวลาประกอบการไม่ต่ำกว่า 5 ปี โดยจะมีการคืนภาษี 40% ของรายได้นิติบุคคลที่ชำระแล้ว ในส่วนทุนที่นำไปลงทุนใหม่โดยมีผู้ลงทุนขออนุญาต และกรมภาษีอากรอนุมัติแต่ไม่มีการคืนภาษีรายได้ท้องถิ่น ซึ่งขั้นตอนการจัดเก็บภาษีตามนโยบายพิเศษ มีดังนี้

- แจ้งศุลกากร
- ศุลกากรจะตรวจสอบสถานที่ประกอบการ
- จัดเก็บภาษี
- อนุญาตให้ดำเนินกิจการ

รูปแบบการลงทุนกิจการร้านอาหารไทย

กิจการร่วมทุน (ลักษณะหุ้นส่วนจดทะเบียน)

คือรูปแบบการร่วมทุนที่ผู้ลงทุนตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไปตกลงที่จะบริหารกิจการร่วมกันแบ่งผลกำไรหรือทรัพย์สินตามอัตราส่วนของทุนที่แต่ละฝ่ายได้ลงทุนไป และร่วมกันรับผิดชอบอย่างจำกัดตามจำนวนทุนทั้งหมดที่ได้ลงทุนไป กิจการลงทุนในลักษณะนี้มีฐานะเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการร่วมทุนวิสาหกิจจีนกับนักลงทุนต่างชาติ (กฎหมายร่วมประกอบการ) เรียกว่า "บริษัทจำกัดความรับผิด" ซึ่งผู้ร่วมทุนทุกฝ่ายถือเป็นหุ้นส่วนกัน ทุนของบริษัทจำกัดความรับผิดเช่นนี้จึงไม่มีลักษณะเป็นหุ้น แต่มีลักษณะเป็นอัตราส่วนของทุน

กิจการร่วมประกอบการ (ลักษณะร่วมคู่ในรูปสัญญา)

คือรูปแบบการร่วมทุนที่ผู้ลงทุนตั้งแต่สองฝ่ายขึ้นไปตกลงกำหนดเงื่อนไข ลักษณะการลงทุน การบริหาร การแบ่งผลประโยชน์ ความสำเร็จของของแต่ละฝ่าย รวมทั้งวิธีการเลิกกิจการและการแบ่งทรัพย์สินต่าง ๆ ไว้อย่างชัดเจนในข้อกำหนดของสัญญา กิจการลงทุนในลักษณะนี้ เรียกว่า กิจการร่วมประกอบการ ซึ่งอาจจดทะเบียนให้มีฐานะนิติบุคคลหรือเป็นคณะบุคคลที่มีได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก็ได้ หากจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามกฎหมายว่าด้วยการร่วมประกอบการระหว่างวิสาหกิจจีนกับนักลงทุนต่างชาติ (กฎหมายร่วมประกอบการ) เรียกว่า "บริษัทจำกัดความรับผิด" เช่นกัน ซึ่งผู้ร่วมทุนทุกฝ่ายถือเป็นหุ้นส่วนกัน ทุนของบริษัทจำกัดความรับผิดในลักษณะนี้ จึงไม่มีลักษณะเป็นหุ้น แต่มีลักษณะเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในสัญญาการลงทุนลักษณะนี้ยึดถือข้อกำหนดในสัญญาเป็นสำคัญ

กิจการทุนต่างชาติ

คือรูปแบบการลงทุนที่ผู้ลงทุนต่างชาติเป็นผู้ลงทุนทั้งหมด อำนวยการบริหารอยู่ภายใต้การตัดสินใจของนักลงทุนต่างชาติแต่เพียงฝ่ายเดียว ซึ่งนักลงทุนต่างชาติจะเป็นผู้รับผิดชอบกำไรขาดทุนด้วยตนเอง กิจการลงทุนลักษณะนี้อาจจดทะเบียนให้มีฐานะเป็นนิติบุคคล หรือเป็นบุคคลธรรมดาที่มีได้จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลก็ได้ แต่กิจการทุนต่างชาติลักษณะนี้แตกต่างจากบริษัทต่างชาติที่เข้าไปเปิดสาขา หรือสำนักงานผู้แทน หรือสำนักงานตัวแทนในจีน

กรณีการลงทุน 100% (Solely Foreign - owned Restaurant)

ผู้ประสงค์ประกอบธุรกิจร้านอาหารในจีน ดำเนินการขออนุญาตจัดตั้งต่อ 3 หน่วยได้แก่ Foreign Investment Examine and Approve Department, The Planning Commission และ Tourism Bureau ซึ่งระเบียบพิจารณาจะเป็นเช่นเดียวกับการพิจารณาในกรณีการร่วมทุน โดยผู้ขออนุญาตต้องยื่นเอกสาร ดังนี้

- กรอกฟอร์มใบอนุญาตตั้งภัตตาคารส่งรายงานการศึกษาความเป็นไปได้
- รายละเอียดเกี่ยวกับร้านอาหารที่จะเปิด และการบริหารงานในองค์กร
- รายชื่อของคณะผู้ประกอบการ (หรือรายชื่อคณะกรรมการ)
- หลักฐานทางการเงินของผู้ลงทุนสาธารณะ อัศวินภัย ความปลอดภัยของพนักงาน ความมีสุขอนามัย
- ความคิดเห็นของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย

การขอเปิดแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยในประเทศจีน

ในส่วนของการขอเปิดแฟรนไชส์ร้านอาหารไทยในประเทศจีน ต้องขอจดทะเบียน (Trademark) กับหน่วยราชการของจีนก่อนที่ Trademark Registration Office โดยเสียค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนประมาณ 2,000 หยวนหรือประมาณ 10,000 บาท การร่วมลงทุนกำหนดให้ชาวต่างชาติลงทุนไม่ต่ำกว่าร้อยละ 25 การพิจารณาอนุญาตไม่มีระเบียบกฎเกณฑ์แน่นอน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับดุลยพินิจของคณะกรรมการการค้าและความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศประกอบกับหลักเกณฑ์การลงทุน

อย่างไรก็ดี ขั้นตอนการขอจัดตั้งร้านอาหารกับหน่วยงานจีนมีขั้นตอนที่ซับซ้อน และขึ้นอยู่กับกฎระเบียบปลีกย่อยของหน่วยงานท้องถิ่นของแต่ละพื้นที่ โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการที่จัดตั้งธุรกิจใหม่ส่วนใหญ่จะใช้บริการจากบริษัทที่ปรึกษาธุรกิจและสำนักงานกฎหมายท้องถิ่นในจีนเพื่อดำเนินการขั้นตอนในการจดทะเบียนบริษัทและขั้นตอนการขออนุญาตจัดตั้งร้านอาหารเพื่อลดความยุ่งยากในขั้นตอนต่าง ๆ

นอกจากนี้ ก่อนการยื่นขอเปิดร้านอาหาร ผู้ยื่นขอจะต้องจัดตั้งบริษัทในจีนก่อนเพื่อให้มีสถานะเป็นนิติบุคคลเพื่อดำเนินการยื่นขอจัดตั้งร้านอาหารได้ รูปแบบประเภทบริษัทในจีนมีทั้งแบบ กิจการประเภทชาวต่างชาติเป็นเจ้าของทั้งหมด Wholly foreign-owned enterprise (WFOE) กิจการร่วมทุน Joint venture (JV) วิสาหกิจการค้าที่ลงทุนโดยต่างประเทศ Foreign-invested commercial enterprise (FICE) ซึ่งมีความแตกต่างในข้อดีข้อเสียในการดำเนินธุรกิจด้านสถานะทางกฎหมาย

การจัดหาวัตถุดิบ

สำหรับร้านอาหารความสดใหม่ของวัตถุดิบและเครื่องปรุงเป็นปัจจัย สำคัญอันดับต้น ๆ ที่ทำให้ร้านอาหารประสบความสำเร็จ ทั้งนี้เพราะวัตถุดิบที่ สดใหม่เป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ อาหารมีรสชาติที่ถูกปากผู้บริโภค สำหรับ ผู้ประกอบการร้านอาหารไทยก็เช่นกันที่จำเป็นต้องรู้แหล่งในการจัดหาวัตถุดิบ และเครื่องปรุงเพื่อมาปรุงแต่งอาหารให้แก่ลูกค้า การจัดหาวัตถุดิบของผู้ประกอบการบางส่วนใช้เครือข่ายผู้แทนจัดจำหน่ายสินค้าในจีน บางส่วนใช้บริการอีคอมเมิร์ซซึ่งขึ้นอยู่กับความพอใจในคุณภาพและ ราคาที่แต่ละรายจะพิจารณา

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

THAIFEX - ANUGA ASIA

ผู้ประกอบการที่สนใจเปิดร้านอาหารไทยที่ประเทศจีน เบื้องต้น สามารถเข้าร่วมงานแสดงสินค้าและบริการอาหารและ เครื่องดื่มระดับนานาชาติ ที่จัดขึ้นเพื่อส่งเสริมอาหารไทยเป็นซอฟต์แวร์ เพาเวอร์ ภายในงานมีส่วนจัดแสดงสินค้าสำหรับผู้เข้าชมงานทั่วไป (B2C) และพื้นที่เจรจาการค้ากับคู่ค้าต่างประเทศ (B2B) ซึ่งเป็นงาน ที่จัดขึ้นทุกปี ผู้ประกอบการที่สนใจเข้าร่วมงานสามารถติดตาม ข่าวสารการจัดงานได้ที่ www.thaifex-anuga.com



