

ร้านอาหารไทย Thai Restaurant



ผู้เขียนหลัก ฉันทบูรณ์ ตีสมสุข , มจรพจน์ ศรีโพนทอง , พิมพันธ์ ธีระธรรมสรณ์

ผู้เขียนร่วม สุภาวดี คุ่มราชภูร์ , ศิริลักษณ์ จิตรศิลป์ , เดชสิทธิ์ กันทะใจ

โอกาสด้านการตลาด (Market Opportunity)

พฤติกรรมผู้บริโภค

การบริโภคอาหารไทยในสหรัฐอเมริกาได้รับความนิยมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่กลางทศวรรษ 1900 เมื่อมีการย้ายถิ่นของประชากรจากประเทศไทย ลาว และกัมพูชาเข้าสู่ประเทศสหรัฐอเมริกา ได้มีการนำอาหารไทยมาแนะนำในตลาดสหรัฐ ด้วยรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ที่ผสมผสานระหว่างความหวาน เปรี้ยว และเผ็ด รวมถึงการใช้วัตถุดิบสดใหม่ เช่น กะทิ พริก และตะไคร้จึงทำให้อาหารไทยเป็นที่นิยม¹

ร้านอาหารไทยได้พัฒนาเมนูอาหารของไทยเพื่อนำเสนอในตลาดผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา เช่น ส้มตำ ลาบ น้ำตก น้ำพริกอ่อน และแกงไตปลา เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้า ซึ่งในปี 2022 ร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา 125 ร้าน ได้รับการรับรองเป็น "Thai Select" จาก Thai Trade Center แสดงถึงคุณภาพและความถูกต้องของร้านอาหารไทย นอกจากนี้ปัจจัยที่ดึงดูดผู้บริโภคสหรัฐให้มาทานอาหารที่ร้านมากขึ้นคือเรื่องของ โปรโมชัน และ บัตรสมาชิกสะสมแต้ม โดยช่วงเวลาที่ผู้บริโภคสามารถรอคิวร้านอาหารได้อยู่ที่ 15- 30 นาที ขณะเดียวกันช่องทางที่นิยมในการสั่งซื้ออาหารยังเป็นการรับอาหารที่หน้าร้านเป็นหลัก

ร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกามีจำนวนมากเมื่อเทียบกับอัตราส่วนประชากรคนไทยในสหรัฐอเมริกา โดยมีการคาดการณ์ว่าจำนวนร้านอาหารไทยเมื่อเทียบกับประชากรชาวไทยนั้นสูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ปัจจัยหนึ่งมาจากรสชาติอาหารที่คนประเทศสหรัฐอเมริกาค้นพบและนิยม อีกปัจจัยคือการส่งเสริมเสริมจากภาครัฐที่ช่วยสนับสนุนให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักในต่างประเทศ ปัจจัยที่ทำให้ร้านอาหารไทยเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวสหรัฐอเมริกามาจากความพิเศษและความหลากหลายของรสชาติที่มีในอาหารไทยทำให้ความนิยมของอาหารไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยเครื่องเทศที่ให้อร่อยเปรี้ยว หวาน หรือเผ็ด ทำให้ผู้บริโภคจะได้รับรสชาติที่หลากหลายในเมนู อีกทั้งวัตถุดิบ เช่น กะทิ พริก และตะไคร้ ที่ช่วยสร้างรสชาติที่โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ทำให้ผู้บริโภคสหรัฐอเมริกาคาดจากรสชาติและรู้สึกแตกต่างกับอาหารทั่วไปในสหรัฐอเมริกา

แม้ว่าความนิยมอาหารไทยจะสูง แต่ก็มีมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาด ผู้บริโภคจึงเลือกรับประทานอาหารที่บ้านมากขึ้น โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังคงเลือกที่จะสั่งอาหารจากร้าน Fast Food ที่มีความสะดวกและรวดเร็วจากการเก็บข้อมูลโดย Statista พบว่าผู้บริโภคสหรัฐนิยมที่จะออกมาทานอาหารนอกบ้านน้อยลง โดยร้านที่ ยังคงมีความนิยทานนอกบ้านคือร้านอาหาร Fast Food เพราะพฤติกรรมที่เร่งรีบ โดยเมื่อศึกษาถึงปัจจัยในการรับประทานอาหารนอกบ้านที่เปลี่ยนแปลงไปโดย Provoke Insights ได้เก็บ

¹ <https://seasia.co/2023/06/11/culinary-voyage-why-are-there-so-many-thai-restaurants-in-the-us>

ข้อมูลปี 2022 และ 2023 ด้วยคำถามแบบเดิมและดูอัตราส่วนที่เปลี่ยนแปลงไป พบว่า มีการลดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในการสั่งมากขึ้นคิดเป็นร้อยละ 12

ทั้งนี้ การระบาดของโรคโควิด-19 มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารในสหรัฐอเมริกาอย่างสำคัญ สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้คนมักจะติดการทานอาหารที่บ้านมากขึ้น มีการรับประทานเมนูอาหารเบอเกอร์และขนมหวานเพิ่มขึ้นอย่างน่าสังเกต โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบของคุกกี้ ซึ่งเป็นผลมาจากการทำงานที่บ้าน (Work from home) ที่ทำให้ผู้คนมีความต้องการในการรับประทานของหวานเพิ่มขึ้น โดยรับประทานเป็นของหวานจนถึงรับประทานเป็นอาหารทานเล่นหรือแม้แต่ทานหลังจากออกกำลังกาย ในปี 2019 บาร์คุกกี้ (Bar Cookies) ครองส่วนตลาดมากที่สุด และมีการคาดการณ์ว่าจะยังคงครองส่วนตลาดมากที่สุดในช่วงปี 2023 ถึง 2030 ตามลำดับ ดังนั้นสำหรับคุกกี้แบบบาร์ คาดว่าจะเป็นผู้นำในการแข่งขันในตลาดในอนาคต²

² <https://www.verifiedmarketresearch.com/product/us-cookies-market/>

ขนาดตลาดและแนวโน้มตลาด

ปัจจุบันมีร้านอาหารอยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาประมาณ 600,000 ร้าน โดยเป็นร้านอาหารไทย 4,021 ร้านทั่วประเทศ ซึ่งเป็นจำนวนที่สูงที่สุดของร้านอาหารต่างชาติ ร้านอาหารไทยเป็นส่วนสำคัญของวงการอาหารต่างชาติในสหรัฐอเมริกา นั่นเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น รสชาติอาหารที่เข้ากับคนทั้งในกลุ่มชาติพันธุ์และวัฒนธรรมต่าง ๆ และการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ร้านค้าซึ่งร้านค้ามีการเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในปี 2022 มูลค่าการส่งออกผลิตภัณฑ์อาหารไทยไปยังสหรัฐอเมริกาสูงถึง 3.09 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (111.86 พันล้านบาท) ในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2022 ตัวเลขดังกล่าวเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 8.65) เมื่อเทียบกับปีก่อน เป็นแนวโน้มที่ดีสำหรับร้านอาหารและความนิยมอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา

รูปแบบร้านอาหารในสหรัฐอเมริกาสามารถแบ่งออกเป็นสองประเภทหลัก คือ Quick Service Restaurant (QSR) และ Full Service Restaurant (FSR) ซึ่งแต่ละประเภทมีลักษณะการให้บริการและประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. Quick Service Restaurant (QSR): ร้านค้าประเภทนี้เน้นความสะดวกและรวดเร็วในการสั่งซื้อและรับประทานอาหาร ลูกค้าสามารถซื้ออาหารและเครื่องดื่มและรับประทานที่ร้านหรือพกพาไปกินที่อื่นได้อย่างสะดวก
2. Full Service Restaurant (FSR): ร้านค้าประเภทนี้มีการให้บริการแบบครบวงจร ที่รวมถึงการเสิร์ฟอาหารที่โต๊ะและบริการอื่น ๆ เพื่อเพิ่มประสบการณ์ในการรับประทานอาหาร

โดยผลสำรวจของ Coresight Research ระบุว่า ช่วงปี 2019 ธุรกิจร้านอาหารประมาณร้อยละ 17 หรือ 110,000 ร้าน ได้ปิดตัวลงถาวร และมีอีกหลายแห่งที่ทยอยปิดตัว สาเหตุหลักเกิดจากโรคระบาดที่ทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปจนนำมาซึ่งปัญหาอื่น ๆ ทั้งการขาดแคลนวัตถุดิบ หนี้สินซึ่งในช่วงล็อกดาวน์ร้านค้าทุกร้านจำเป็นต้องปรับตัวอย่างมาก ซึ่งถือเป็นโอกาสที่สำคัญของผู้ประกอบการที่สนใจเปิดร้านอาหารหลังจากสถานการณ์โควิดคลี่คลายลง

การส่งเสริมอาหารไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นหนึ่งในกลยุทธ์ที่รัฐบาลไทยได้นำเสนอเพื่อส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และเพิ่มโอกาสในการส่งออกผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบทางอาหาร การสนับสนุนร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกาเกิดจากการนำเอาหลักการ Gastrodiplomacy มาใช้เพื่อส่งออก Soft Power ที่สร้างสรรค์ผ่านวัฒนธรรม การท่องเที่ยว และอาหาร ซึ่งเป็นการริเริ่มแนวคิดใหม่ที่มีผลกระทบต่อ การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการส่งออกของประเทศไทย

การส่งเสริมอาหารไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา รัฐบาลไทยได้นำเสนอแคมเปญ "Global Thai" ในปี 2002 ซึ่งเน้นการนำเสนออาหารไทยที่โดดเด่นและเน้นสร้างอัตลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย เช่น ผัดไทยและผัดซีอิ๊ว เพื่อเริ่มสร้างความรู้จักและความนิยมของอาหารไทยในตลาดนานาชาติ

นอกจากนี้ รัฐบาลไทยยังเปิดตัว Global Thai Restaurant Company, Ltd. เพื่อสนับสนุนการก่อตั้งร้านอาหารไทยทั่วโลกอย่างน้อย 3,000 แห่ง ในปี 2001 ซึ่งทำให้อาหารไทยสามารถส่งออกสู่สากลและเป็นที่รู้จักในเวทีสากลมากขึ้น

ในปี 2023 กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (DITP) เสนอกลยุทธ์ใหม่ในการส่งเสริม Soft Power ของไทยผ่านกิจกรรม Pop Up Store ซึ่งเป็นการโปรโมตสินค้าไทยในตลาดสหรัฐ ร่วมกับการมอบตรา Thai SELECT ให้แก่ร้านอาหารไทยอีก 10 แห่ง เพื่อยืนยันความแท้จริงของร้านอาหารไทยที่ได้รับตรา และสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าร้านที่ได้รับตรานี้มีรสชาติและคุณภาพของอาหารไทยแท้ที่สามารถเปรียบเทียบได้กับที่ไทย

นอกจากนี้ การร่วมมือกับห้างสรรพสินค้า H-Mart ในการสร้างกิจกรรมที่เน้นการแนะนำและการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารไทย ได้รับความรู้สึกดีจากผู้บริโภค เป็นตัวช่วยที่สำคัญในการเพิ่มความนิยมและความรู้สึกดีต่ออาหารไทยในสหรัฐอเมริกา การส่งเสริมอาหารไทยในสหรัฐอเมริกาเป็นกลยุทธ์ที่มีผลต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการส่งออกของประเทศไทย การนำเอาหลักการของ Gastrodiplomacy มาใช้เพื่อสร้าง Soft Power ผ่านวัฒนธรรม การท่องเที่ยว และอาหารเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสร้างความรู้จักและความนิยมของอาหารไทยในตลาดนานาชาติ การร่วมมือกับหลายหน่วยงานและส่วนต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจจะเป็นก้าวสำคัญในการส่งเสริมอาหารไทยให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในตลาดนานาชาติ

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาด

(Market Entry Strategy)

แนวทางเปิดร้านอาหารไทย

อาหารไทยมีความหลากหลายทางรสชาติและมีเอกลักษณ์อีกทั้งวัตถุดิบที่เป็นสมุนไพรซึ่งตอบโจทย์ทั้งผู้บริโภคที่นิยมอาหารไทยและผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญกับอาหารที่มีประโยชน์ ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญของร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา

ยกตัวอย่างร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกา Thai Blossom Bistro เปิดในเมือง แจ็คสันวิลล์ โดยเจ้าของได้มีประสบการณ์ชีวิต พฤติกรรมของผู้บริโภคในพื้นที่ และได้ใช้ประสบการณ์จากการทำงานในร้านอาหารไทย เตรียมความพร้อมในการศึกษาข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ และที่สำคัญคือการเลือกทำเลที่เหมาะสมในการเปิดร้านอาหาร ซึ่งทำให้สามารถเปิดร้านอาหารไทยในสหรัฐอเมริกาเป็นของตนเองได้ ซึ่งนอกจากการ การศึกษาทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคและกฎระเบียบ สิ่งสำคัญคือการบริการที่เป็นมิตร ใส่ใจในคุณภาพอาหารที่ทำ และการใช้การตลาดแบบ ปากต่อปาก จนทำให้ร้านอาหารเป็นที่รู้จักแพร่หลายในเมืองในที่สุด

แนวทางเปิดร้านขนมไทย

ร้านขนมไทยในสหรัฐอเมริกายังคงมีจำนวนไม่มากโดยส่วนใหญ่เป็นร้านของฝากขนมที่เป็นขนมที่ผ่านการแปรรูปมาแล้ว และร้านอาหารไทยจะบางร้านเท่านั้นที่มีเมนูขนมหวานอย่าง ข้าวเหนียวมะม่วง เป็นโอกาสสำคัญสำหรับร้านขนมโดยเฉพาะ

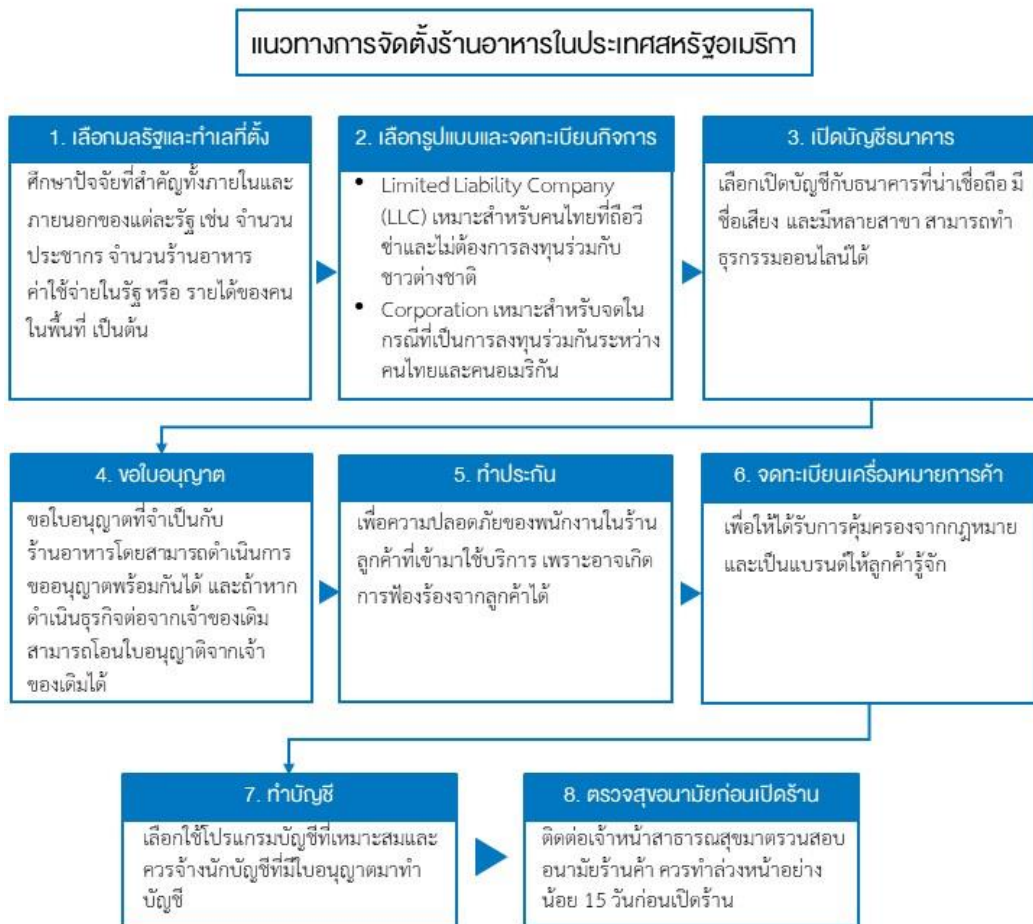
ตัวอย่างร้านขนมในสหรัฐอเมริกาอย่างร้าน COCOBOMB ที่รัฐซานดิเอโก โดยมีเมนูหลักคือ ไอศกรีมชั้นเดียวในกะลามะพร้าว โดยเริ่มจากการทำเองในครัวที่บ้านและเริ่มเปิดเป็นร้านในเวลาต่อมา จุดเด่นที่สำคัญคือการปรับตัววัตถุดิบให้เข้ากับผู้บริโภคโดยหลีกเลี่ยงวัตถุดิบที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่แพ้เช่น ส่วนผสมของนม หรือส่วนผสมที่ปราศจากกลูเตน จึงทำให้ร้านเป็นที่นิยมอย่างมากในกลุ่มผู้บริโภค

สุดท้ายการลงทุนเปิดร้านอาหารหรือร้านขนม ปัจจัยสำคัญคือเรื่องของทำเล รวมทั้งเรื่องความเข้าใจในระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ในการดำเนินธุรกิจให้ถูกต้องตามกฎหมายของรัฐที่เลือกและเรื่องบริการด้วยความจริงใจ ใส่ใจในทุกรายละเอียดของสินค้าเพื่อให้ได้มาถึงสินค้าที่มีคุณภาพตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้

แนวทางการลงทุน (Investment Solutions)

การรับรู้รสชาติอาหารไทยและร้านอาหารไทยแม้จะเป็นที่นิยมมากเป็นอันดับต้น ๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา รวมถึงการสนับสนุนจากรัฐบาลไทยถือเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการไทยในการเปิดร้านอาหารไทยในประเทศสหรัฐอเมริกา ข้อสำคัญในการตัดสินใจเปิดร้านอาหารไทยยังต้องพิจารณาขั้นตอนการดำเนินการเพื่อเปิดร้านตามขั้นตอนดังนี้ การเลือกมลรัฐและทำเลที่ตั้ง การเลือกรูปแบบและจดทะเบียนกิจการ การเปิดบัญชีธนาคาร การขอใบอนุญาต การทำประกัน การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า การทำบัญชี และการตรวจสอบขออนุญาตก่อนเปิดร้าน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แผนภาพที่ 1 แนวทางการจัดตั้งร้านอาหารในประเทศสหรัฐอเมริกา



ที่มา : คณะที่ปรึกษา

1. เลือกมลรัฐและทำเลที่ตั้ง

ขั้นตอนแรกที่ต้องให้ความสำคัญคือการหาที่ตั้งร้านค้า โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนประชากรพื้นฐานในแต่ละรัฐ ซึ่งรวมถึงจำนวนโรงเรียน ร้านอาหาร รายได้ประชากรเฉลี่ยรวมทั้ง การประเมินภาษีทรัพย์สินในเมืองต่าง ๆ ของประเทศสหรัฐอเมริกาจาก city-data.com ข้อมูลคนไทยในรัฐต่างจาก thaiembdc.org/th/thaicensus2021/ และข้อมูลร้านอาหารไทยที่ได้รับรางวัล Thai SELECT จาก thaiselectusa.com/restaurants/

ข้อมูลเหล่านี้คือข้อมูลสำคัญในการตัดสินใจเลือกทำเลที่ตั้งในการเปิดร้านอาหาร นอกจากนี้การเลือกทำเลที่ตั้งร้านอาหารจะเป็นการเลือกรัฐในการจดทะเบียนร้านค้าเพื่อประกอบกิจการ โดยสามารถจดทะเบียนต่างรัฐได้แต่เมื่อลงทะเบียนเพื่อทำธุรกิจ จำเป็นต้องลงทะเบียนในรัฐที่เปิดร้านค้าจึงต้องดำเนินการชำระค่าธรรมเนียม

ในกรณีเช่าพื้นที่เพื่อเปิดร้าน ควรศึกษาสัญญาให้ดี และควรดูอัตรา Property Tax ของเมืองที่จะเปิดร้าน โดยค่าเช่าส่วนใหญ่จะขึ้นประมาณไม่เกินร้อยละ 3 ต่อปีของอัตราค่าเช่า และการเช่าเพื่อเปิดร้านค้าสามารถดำเนินการปรับปรุงด้วยตนเองได้แต่ต้องถูกหลักกฎระเบียบความปลอดภัยอาคาร แต่ถ้าหากจ้างผู้รับเหมามาดำเนินงานควรเลือกผู้รับเหมาที่มีใบอนุญาตและมีการทำประกันสำหรับพนักงานเพื่อที่จะไม่ต้องรับผิดชอบในกรณีที่มีการบาดเจ็บเกิดขึ้น

2. การเลือกรูปแบบและจดทะเบียนกิจการ

รูปแบบการจดทะเบียนที่นิยมและเหมาะสมกับธุรกิจมี 2 ประเภทหลักที่นิยมได้แก่ Limited Liability Company (LLC) และ Corporation โดยมีลักษณะต่าง ๆ ดังนี้

Limited Liability Company (LLC) เหมาะสำหรับกรณีที่เป็นคนไทยถือวีซ่าประเภทต่าง ๆ และไม่มีการร่วมลงทุนกับบุคคลต่างชาติ ซึ่งสามารถเลือกได้ว่าจะเสียภาษีบุคคลในอัตราร้อยละ 15 หรือเสียภาษีเงินได้แบบบริษัทขนาดเล็ก Small Corporation (S-Corp)

Corporation เหมาะสำหรับจดทะเบียนที่เป็นการลงทุนร่วมกันระหว่างคนไทยและคนอเมริกัน โดยจะมีการเสียภาษีจ่าย self-employment at 15-34 % from Net Income เท่านั้น นอกจากนี้ยังมี double tax กรณีที่มีการจ่ายปันผล บริษัทมีหน้าที่จ่ายภาษีจากกำไร

เมื่อจดทะเบียนจัดตั้งบริษัทเรียบร้อยแล้ว สามารถยื่นขอจดทะเบียนชื่อทางการค้าของร้าน โดยที่แต่ละรัฐจะเรียกการจดทะเบียนชื่อทางการค้าคล้าย ๆ กัน คือ DBA (Doing Business As) or FBN (Fictitious Business Name) or Certificate of Assumed Name ก่อนจะจดทะเบียนชื่อทางการค้าควรจะต้องเช็คกับระบบก่อนว่าไม่ใช่ชื่อร้านซ้ำกับร้านอื่น โดยสามารถเช็คได้จากเว็บ Department of State ขั้นตอนต่อมา คือ การขอเลขที่เสียภาษีกับกรมสรรพากรของอเมริกา เรียกว่าขอเลขที่ Federal Employer Identification Number (FEIN) โดยสามารถเข้าไปขอได้ที่เว็บ Internal Revenue Service (IRS) โดยสามารถขอได้ทั้งทางออนไลน์หรือทางไปรษณีย์

3. การเปิดบัญชีธนาคาร

แนะนำให้เปิดบัญชีกิจการกับธนาคารที่เจ้าของกิจการเป็นลูกค้าประจำอยู่แล้วเพื่อความสะดวกรวดเร็วขึ้น และควรสอบถามธนาคารเกี่ยวกับการรับชำระเงินจากลูกค้าด้วยบัตรเครดิตด้วย กรณีเจ้าของกิจการจากประเทศไทยและไม่เคยมีบัญชีที่สหรัฐอเมริกามาก่อน ให้เลือกเปิดบัญชีกับธนาคารที่น่าเชื่อถือ มีชื่อเสียง และมีหลายสาขา สามารถทำธุรกรรมออนไลน์ได้ ซึ่งต้องดำเนินการด้วยตัวเจ้าของธุรกิจเท่านั้น

4. การขอใบอนุญาต

4.1) Business License การขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจ (Business License): การเปิดธุรกิจ ในเขตเทศบาล จะต้องไปติดต่อเทศบาลของเมือง (City) นั้นๆ หากจะเปิดธุรกิจนอกเขตเทศบาล จะต้องติดต่อ สำนักงานเขต (County) เพื่อขอรับใบอนุญาตประกอบการ (Business License) และชำระค่าธรรมเนียม ซึ่งมีอัตราแตกต่างกันไปตามท้องถิ่น เช่น หากขอใบประกอบธุรกิจในฟลอริดา บางแห่งจะเรียกเก็บ ค่าธรรมเนียมครั้งเดียวระหว่าง 50 ถึง 100 ดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่บางแห่งเรียกเก็บค่าธรรมเนียมรายปี ในจำนวนที่ใกล้เคียงกันหรือสูงกว่า ทั้งนี้ ใบเสร็จรับเงินภาษีธุรกิจมีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 20 ถึง 200 ดอลลาร์สหรัฐ

4.2) Sales and Use Tax Certificate เอกสารชุดนี้ขอได้จากรัฐโดยสามารถดาวน์โหลด แบบฟอร์มของรัฐได้ และสามารถขอได้พร้อมกับ 4.3 ตัวอย่างเช่น ข้อมูลรายละเอียดของรัฐฟลอริดาจาก Florida Department of Revenue <https://floridarevenue.com/Pages/default.aspx>

4.3) State Employment Identification Number หมายเลขประจำตัวนายจ้าง ซึ่งธุรกิจ ทั้งหมดในสหรัฐอเมริกาจะต้องลงทะเบียนและรับ Employer Identification Number (EIN) ซึ่งขอได้จากรัฐ พร้อมกับเอกสารด้านภาษีขาย หรือติดต่อ Internal Revenue Service ทั้งนี้ ภาษีจะมีความแตกต่างกันไป ตามระดับรัฐและท้องถิ่น

4.4) Food safety Certification เอกสารตัวนี้สามารถขอได้โดยผู้จัดการร้านอาหารหรือ เจ้าของกิจการ โดยทั่วไปอาหารต้องมีใบประกาศนียบัตรรับรองเพื่อแสดงต่อเจ้าหน้าที่ขณะเข้าตรวจสอบ ร้านอาหาร Food Safety Manager Certification ออกโดย National Registry สำหรับผู้จัดการร้านอาหาร โดยใบประกาศจะมีอายุ 5 ปี และ Food Handler Certification ออกโดยสถาบันฝึกอบรมที่ผ่านการรับรอง จากสถาบันมาตรฐานแห่งชาติของสหรัฐอเมริกา สำหรับผู้ที่ต้องสัมผัสอาหาร เช่น พนักงานบริการ พ่อครัวแม่ ครัว โดยใบประกาศมีอายุ 3 ปี

4.5) Permit from Health Department เอกสารชุดนี้ขอจาก City หลังจากที่ร้านพร้อมก่อน จะเปิดทำการ โดยติดต่อกับหน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่ให้เข้าตรวจร้านก่อนดำเนินการซึ่งควรทำล่วงหน้า อย่างน้อย 15 วัน ก่อนวันเปิดร้านจริง ข้อมูลรายละเอียดของรัฐฟลอริดาจาก Florida Health Across the State (<https://www.floridahealth.gov/licensing-and-regulation/index.html>)

4.6) Certificate of Fire Department clearance สามารถขอได้จากที่ว่าการเขตหรือเมือง ขึ้นอยู่กับสังกัดก่อนร้านพร้อมเปิดให้บริการ

4.7) Alcohol licenses ขอได้ที่เมืองที่เปิด หลังจากที่ได้เลขประจำตัวผู้เสียภาษีจากรัฐ เช่น การขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในรัฐฟลอริดา มีกฎระเบียบของ Department of Business and Professional Regulation (DBPR) กำหนดให้ผู้ยื่นคำขอใบอนุญาตเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องได้รับการอนุมัติจาก กรมสรรพากร (กรมสรรพากร) ของรัฐฟลอริดา (<http://www.myfloridalicense.com/DBPR/alcoholic-beverages-and-tobacco/>)

ทั้งหมดนี้สามารถยื่นขอไปพร้อมกันได้ ในกรณีที่ซื้อร้านต่อจากเจ้าของเดิม ผู้ประกอบการควรรับ โอนใบอนุญาตทั้งหมดข้างต้นจากเจ้าของเดิม รวมถึงทำเรื่องโอนการจดทะเบียน ค่าน้ำ ค่าไฟ และค่าโทรศัพท์ โดยส่วนใหญ่ทุกรัฐจะมีระบบ one stop services ซึ่งสามารถขอเลขประจำตัวผู้เสียภาษี เลขประจำตัว นายจ้างได้พร้อมกัน แต่ต้องวางแผนในเรื่องของเวลาการดำเนินเอกสาร ทั้งการขอเอกสารและการรอให้ เจ้าหน้าที่จะเข้ามาตรวจร้านอาหารและออกใบอนุญาตให้ โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาหลายอาทิตย์

5. การทำประกัน

ผู้ประกอบการต้องทำประกันทั้งประกันอุบัติเหตุของร้านอาหารรวมถึงประกันอุบัติเหตุสำหรับ ลูกค้า เพราะในกรณีเกิดอุบัติเหตุในร้านลูกค้ายิ่งมีสิทธิ์ที่จะฟ้องร้องเรียกค่าเสียหายจากผู้ประกอบการ นอกจากนี้ หากร้านคามีพนักงานมากกว่า 3 คน ต้องมีการทำ Worker Compensation Insurance เพิ่มเติม

6. จดทะเบียนเครื่องหมายการค้า

ผู้ประกอบการสามารถยื่นขอจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักงานเครื่องหมายการค้าและ สิทธิบัตรสหรัฐอเมริกา (United States Trademark and Patent Office) เพื่อให้ได้รับการคุ้มครองควบคุม 50 มลรัฐ

7. ทำบัญชี

การทำบัญชีเบื้องต้นสามารถเลือกใช้โปรแกรมบัญชีสำหรับจัดการรายรับรายจ่าย อย่าง QuickBooks Peachtree หรือ Quicken นอกจากนี้ควรจ้างนักบัญชีที่มีใบอนุญาต (Certified Public Accountant: CPA หรือ Enrolled Agent: EA) มาช่วย เพื่อป้องกันปัญหาเรื่องภาษีย้อนหลัง

8. ตรวจสอบขออนุญาตก่อนเปิดร้าน

ขั้นตอนก่อนการเปิดร้านหลังจากที่มีการปรับปรุงร้านค้าตามระเบียบความปลอดภัยของอาคาร ด้านสาธารณสุข ผู้ประกอบการต้องยื่นแบบฟอร์มขอให้เจ้าหน้าที่หน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่ (Health Department) ตรวจร้านก่อนเปิดให้บริการ ซึ่งควรทำล่วงหน้าอย่างน้อย 15 วัน ก่อนวันเปิดร้านจริง

การจัดหาวัตถุดิบ

ในระยะเริ่มต้นของการเปิดร้านอาหารต้นทุนที่สำคัญนอกจากการทำร้านค้าให้ถูกต้องตามหลักอนามัยคือต้นทุนวัตถุดิบในการประกอบอาหาร ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีการซื้อขายสินค้าและการขนส่งพัฒนาไปมาก โดยสามารถสั่งซื้อออนไลน์ได้กลุ่มเฟสบุ๊คขายสินค้าไทยในสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้สหรัฐอเมริกามีตลาดเอเชียสำหรับผู้เปิดร้านในรัฐฟลอริดาอยู่ที่ China Town Market เมือง Christchurch หรือ Clement Street ในซาฟานซิสโก

นอกจากนี้การสั่งซื้อวัตถุดิบประกอบอาหารสามารถติดต่อร้านค้าของสดหรือของแห้งให้มาส่งสินค้าที่ร้านได้อีกทั้งยังสามารถขอเครดิตในการชำระเงินเช่น สั่งซื้อสินค้าและชำระเงินสิ้นเดือนได้ การนำเข้าวัตถุดิบในการทำอาหารเป็นวิธีการที่ไม่ค่อยนิยมเพราะต้นทุนค่าขนส่งสูงเกินไป และการส่งสินค้าทางเรือจะใช้เวลาในการขนส่งนาน สำหรับผู้ประกอบการรายใหม่ จึงควรซื้อวัตถุดิบจากห้างสรรพสินค้าในเมืองหรือใกล้เคียง

การเข้าถึงเงินลงทุนธุรกิจบริการในต่างประเทศ

ผู้ประกอบการ SME ไทยที่ต้องการขอรับเงินทุนหรือการสนับสนุนธุรกิจจากหน่วยงานของสหรัฐอเมริกา มีตัวเลือกหลายแห่งที่อาจเหมาะสมกับความต้องการของผู้ประกอบการ ซึ่งหนึ่งในหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแก่นักลงทุนต่างชาติ ได้แก่ Small Business Administration (SBA)³ ที่มีโครงการ SBA 7(a) Loan Program ให้สินเชื่อแก่ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมโดยได้นิยามธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่ยอดขายตั้งแต่ 9-47 ล้านดอลลาร์สหรัฐแล้วแต่ประเภท⁴ ข้อดีของ SBA 7(a) Loan Program คือมีอัตราดอกเบี้ยที่ต่ำและระยะเวลาผ่อนชำระที่ยืดหยุ่น มีวงเงินกู้สูงสุด 5,000,000 ดอลลาร์ซึ่งปกติธุรกิจจะสามารถกู้ได้ประมาณ 3.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และสำหรับกรณีสินเชื่อการค้าระหว่างประเทศอาจได้รับการค้ำประกันสูงสุด 90% หรือ 4.5 ล้านดอลลาร์ โดยมีระยะเวลาการกู้ยืมตั้งแต่ 10 ปีถึงไม่เกิน 25 ปี (กรณี 25 คือการกู้ยืมเพื่อการปรับปรุงและต่อเติมอสังหาริมทรัพย์) ศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมที่ <https://www.sba.gov/partners/lenders/7a-loan-program/terms-conditions-eligibility>

แนวทางในการขอรับเงินทุนจากหน่วยงาน Small Business Administration (SBA) สำหรับผู้ประกอบการ SME ไทย ที่จดทะเบียนธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา มีดังนี้

1. **วางแผนธุรกิจ** ผู้ประกอบการควรมีแผนธุรกิจที่ชัดเจนและรายละเอียด แผนธุรกิจนี้ควรรวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจ การดำเนินการ ฐานลูกค้า และการจัดการบริหารจัดการเงินที่จะได้ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มโอกาสในการขอรับทุนจาก SBA
2. **เลือกธนาคารที่เหมาะสมเพื่อยื่นสมัคร** ผู้ประกอบการสามารถติดต่อกับธนาคารในประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีสัญญาเกี่ยวกับ SBA หรือผู้ให้บริการสินเชื่อที่มีความเชี่ยวชาญใน SBA 7(a) Loan Program

³ <https://www.sba.gov/funding-programs/loans/7a-loans#id-how-do-i-apply>

⁴ <https://www.ecfr.gov/current/title-13/chapter-I/part-121/subpart-A/subject-group-ECFR12a11421b08a31/section-121.201>

เพื่อเริ่มต้นกระบวนการขอรับเงินทุน โดยมีรายชื่อธนาคารที่แนะนำดังนี้ Wells Fargo , Chase Bank , Bank of America , US Bank , PNC Bank , TD Bank ซึ่งมีสาขาอยู่ในซานฟรานซิสโก

3. **เตรียมเอกสาร** ผู้ประกอบการควรระบุเอกสารทางการเงินและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจ เอกสารนี้อาจรวมถึงรายงานการเงินที่แสดงรายได้และค่าใช้จ่ายของธุรกิจ และเอกสารส่วนตัวของผู้ประกอบการเช่น ประวัติเครดิต หลักฐานแสดงตัวตน ประสบการณ์ในการทำงานในอุตสาหกรรมร้านอาหาร รวมทั้งหลักประกันเป็นสินทรัพย์ในการค้ำประกัน เป็นต้น
4. **ติดต่อกับผู้ให้บริการสินเชื่อ** ผู้ประกอบการควรติดต่อกับธนาคารหรือผู้ให้บริการสินเชื่อ เพื่อสอบถามเกี่ยวกับเกณฑ์และขั้นตอนในการสมัคร โดยสามารถเลือกติดต่อกับสาขาที่ใกล้กับเมืองที่เลือกเปิดได้ผ่านช่องทางออนไลน์นี้ <https://www.sba.gov/about-sba/sba-locations/sba-district-offices>
5. **สมัครสินเชื่อ** ผู้ประกอบการกรอกข้อมูลสมัครทางออนไลน์หรือที่กรอกข้อมูลที่สถานที่ของผู้ให้บริการสินเชื่อ ในขั้นตอนนี้จะต้องระบุรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจและข้อมูลการเงินส่วนบุคคลที่เตรียมไว้ในขั้นตอนที่ 3
6. **ตรวจสอบเครดิต** ผู้ให้บริการสินเชื่ออาจต้องตรวจสอบประวัติเครดิต เพื่อตัดสินใจว่าธุรกิจมีความเป็นไปได้ในการดำเนินการและมีความสามารถในการผ่อนชำระสินเชื่อนอกจากการส่งเอกสารและการตรวจสอบ ผู้ให้สินเชื่ออาจมีการเรียกผู้ประกอบการในการสัมภาษณ์ประเด็นอื่น ๆ เพิ่มเติม
7. **การผ่อนชำระสินเชื่อ** จะต้องผ่อนชำระสินเชื่อตามข้อกำหนดที่ระบุในสัญญา ซึ่งรวมถึงอัตราดอกเบี้ยและระยะเวลาการผ่อนชำระโดยขึ้นอยู่กับข้อตกลงระหว่างกันของผู้กู้และผู้ให้กู้

การขอรับทุนจาก SBA 7(a) Loan Program ต้องมีการตรวจสอบเอกสารและความชำนาญในการขอสินเชื่อ ผู้ประกอบการควรติดต่อกับผู้ให้บริการสินเชื่อ SBA เพื่อขอข้อมูลเพิ่มเติมและคำแนะนำสำหรับจัดทำขั้นตอนต่าง ๆ

โดยสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ <https://www.sba.gov/funding-programs/loans/lender-match-connects-you-lenders>

กิจกรรมงานแสดงสินค้าหรือการจับคู่ธุรกิจ

THAIFEX - ANUGA ASIA

งานแสดงสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเป็นงานที่ผู้เข้าร่วมหลากหลายทั้งผู้ประกอบการจากไทยและต่างประเทศ ผู้เข้าร่วมงานมีทั้งผู้บริโภคและเจ้าของธุรกิจ (B2C/B2B) โดยงานจะมีจัดขึ้นทุกปี



National Restaurant Association Show

จัดขึ้นที่เมืองชิคาโก รัฐอิลลินอยส์ เป็นงานแสดงสินค้าด้านธุรกิจร้านอาหารที่ใหญ่ที่สุดในโลก จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือนพฤษภาคม มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 250,000 คนต่อปี โดยผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารจากทั่วสหรัฐ และผู้ค้าส่งและผู้ผลิตอุปกรณ์และวัตถุดิบจากทั่วโลก

The Foodservice Equipment & Supplies Expo

จัดขึ้นที่เมืองนิวยอร์ก รัฐนิวยอร์ก เป็นงานแสดงสินค้าด้านอุปกรณ์และวัตถุดิบสำหรับร้านอาหาร จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือนมิถุนายน มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 100,000 คนต่อปี โดยผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กและขนาดกลางจากสหรัฐ และผู้ค้าส่งและผู้ผลิตอุปกรณ์และวัตถุดิบจากสหรัฐ

The International Restaurant & Foodservice Show

จัดขึ้นที่เมืองลาสเวกัส รัฐเนวาดา เป็นงานแสดงสินค้าด้านธุรกิจร้านอาหารที่มุ่งเน้นไปที่ร้านอาหารในเขตลาสเวกัส จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในเดือนมกราคม มีผู้เข้าร่วมงานประมาณ 50,000 คนต่อปี โดยผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบธุรกิจร้านอาหารในเขตลาสเวกัส และผู้ค้าส่งและผู้ผลิตอุปกรณ์และวัตถุดิบจากสหรัฐ

