



ISSN 0125-8516

1

วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม พิมพ์เป็นปีที่ 61 ฉบับเดือนกันยายน - ตุลาคม 2562

อุตสาหกรรมสาร

FOOD TRUCK

เสน่ห์อาหารเคลื่อนที่



กสอ. ยกมาตรฐาน
Food Truck
ด้วยแคมเปญ
Smart 4

Food Truck
ในประเทศไทย
แค่กระแสแฟชัน
หรือแนวโน้ม

โอกาสธุรกิจ
Food Truck
ครบเครื่อง
กิน-เที่ยว-บริการ

สยามอโต้ อีเว้นท์ คาร์
รถปิ่นแบรนด์

ISSN 0125851-6



กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ปริมณหน่วยงานบริการ SMEs ยุค 4.0

📍 กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม

โทร. 0 2202 4560

- กลุ่มพัฒนาการจัดการธุรกิจ
- กลุ่มพัฒนาบริการธุรกิจอุตสาหกรรม
- กลุ่มผู้ประกอบการ
- กลุ่มพัฒนาการรวมกลุ่มอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขา

📍 กองพัฒนาดิจิทัลอุตสาหกรรม

โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8167

- กลุ่มเชื่อมโยงธุรกิจดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการและบุคลากรดิจิทัลอุตสาหกรรม
- กลุ่มเพิ่มขีดความสามารถวิสาหกิจด้วยดิจิทัล

📍 กองพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

โทร. 0 2367 8001, 0 2367 8134

- กลุ่มส่งเสริมมาตรฐานเทคโนโลยีการผลิตและผลิตภัณฑ์
- กลุ่มส่งเสริมนวัตกรรมอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาระบบการผลิตอัตโนมัติ

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน

โทร. 0 2367 8335

- กลุ่มส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
- กลุ่มพัฒนาการผลิตอุตสาหกรรม
- กลุ่มพัฒนาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมชุมชน

📍 กองพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

โทร. 0 2367 8022

- กลุ่มเชื่อมโยงอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาบุคลากรอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- กลุ่มส่งเสริมการออกแบบอุตสาหกรรม
- ศูนย์อุตสาหกรรมอัญมณี จังหวัดพะเยา

📍 กลุ่มตรวจสอบภายใน

โทร. 0 2202 4407

📍 สำนักงานเลขานุการกรม

โทร. 0 2202 4559, 0 2202 4560

📍 กองยุทธศาสตร์และแผนงาน

โทร. 0 2202 4501

- กลุ่มยุทธศาสตร์และแผนงาน
- กลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- กลุ่มแผนปฏิบัติงานและงบประมาณ
- กลุ่มติดตามและประเมินผล
- กลุ่มความร่วมมือระหว่างประเทศ
- กลุ่มศึกษาและพัฒนาาระบบส่งเสริมอุตสาหกรรม

📍 กองโลจิสติกส์

โทร. 0 2202 4540

- กลุ่มนโยบายและประสานเครือข่าย
- กลุ่มพัฒนาระบบโลจิสติกส์
- กลุ่มมาตรฐานและนวัตกรรมโลจิสติกส์
- กลุ่มส่งเสริมโลจิสติกส์องค์กร

📍 กองส่งเสริมผู้ประกอบการและธุรกิจใหม่

โทร. 0 2202 4489, 0 2202 4499

- กลุ่มสนับสนุนการจัดตั้งธุรกิจ
- กลุ่มสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการใหม่
- กลุ่มสร้างสังคมผู้ประกอบการ

📍 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

โทร. 0 2202 4520

- กลุ่มบริการธุรกิจสารสนเทศ
- กลุ่มพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
- กลุ่มระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

📍 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11

05 Special Report :

โอกาสธุรกิจ FOOD TRUCK เสน่ห์อาหารเคลื่อนที่

08 Interview :

กสอ. ยกมาตรฐาน푸드ทรัค ด้วยแคมเปญ Smart 4

11 Trend :

Food Truck ในประเทศไทย

“กระแสแฟชั่น หรือแนวโน้ม”

14 Food Truck Insight :

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สนับสนุนอุตสาหกรรม푸드ทรัค

16 Showcase :

Mother Trucker Burger จุดกระแส푸드ทรัคในไทย

19 SMEs Special :

Akira Food Truck ชูชิตัดลื้ออร่อยทั่วทิศ ฟู้ดทรัคทำเงิน

23 Opportunity :

FOOD TRUCK CLUB

ช่วยเหลือ แบ่งปัน สร้างสรรค์ธุรกิจ

26 Food Truck Guru :

Food Truck ธุรกิจติดล้อ

กระแสแรง ลงทุนง่าย หลากหลายไอเดีย

29 Food Truck Guide :

Chiangmai Food Truck Club

โอกาสและแนวโน้มของธุรกิจ푸드ทรัคในเมืองหลัก

32 Marketing :

Siam Auto Event Car

ปั่นรถ ปั่นแบรนด์ ผู้นำธุรกิจผลิตรถ푸드ทรัคแบบครบวงจร

36 Product Design :

รถ푸드ทรัค อยากรายดีต้องสะอาดตา

38 Innovation :

สร้างมูลค่าเพิ่ม Food Truck ด้วยเทคโนโลยี

40 Good Governance :

วิสัยทัศน์อันยาวนาน

41 Book Corner

42 สัมภาษณ์

Contents

วารสารอุตสาหกรรมสาร
ฉบับเดือนกันยายน – ตุลาคม 2562



8

Interview :

กสอ. ยกมาตรฐาน푸드ทรัค ด้วยแคมเปญ Smart 4



16

Showcase :

Mother Trucker Burger
จุดกระแส푸드ทรัคในไทย

19

SMEs Special :

Akira Food Truck

ชูชิตัดลื้ออร่อยทั่วทิศ ฟู้ดทรัคทำเงิน



23

Opportunity :

FOOD TRUCK CLUB

ช่วยเหลือ แบ่งปัน สร้างสรรค์ธุรกิจ



32

Marketing :

Siam Auto Event Car

ปั่นรถ ปั่นแบรนด์ ผู้นำธุรกิจผลิตรถ푸드ทรัคแบบครบวงจร



Food Truck ธุรกิจสุดฮอต อาหารบนล้อหมุน

ยุคหนึ่ง Food Truck เกิดขึ้นครั้งแรกที่รัฐเท็กซัส สหรัฐอเมริกา เป็นช่วงหลังสงครามกลางเมืองซึ่งเศรษฐกิจตกต่ำมาก จึงมีรถขนอาหาร ออกมาเร่ขาย ภายหลัง Food Truck ได้รับความนิยมแพร่หลาย ไปหลายรัฐในอเมริกา กระทั่งมาถึงรัฐฮาวาย ซึ่งมีชาวญี่ปุ่นอาศัยอยู่เป็น จำนวนมาก ต่อมาชาวญี่ปุ่นได้นำวัฒนธรรมการกินผ่าน Food Truck เข้ามาแพร่หลายในประเทศญี่ปุ่น

ยุคนี้ การเกิดขึ้นของ Food Truck ต่างจากยุคก่อน เนื่องจากไลฟ์สไตล์ของคนเมืองที่เปลี่ยนไป Food Truck กลายเป็นสัญลักษณ์ ของความคิดสร้างสรรค์ ฝีมือ และไอเดีย ตัวรถถูกนำมาเป็นจุดขาย ด้วยสีสันและดีไซน์ที่เก๋ไก๋ ส่วนเมนูคาว-หวานที่สรรหาวัตถุดิบแปลกๆ ใหม่ๆ มาพัฒนาอาหารสูตรเด็ด หรืออาหารแนวใหม่อย่างเช่น แนว สุขภาพหรือแนวพรีเมียม กลายเป็นแม่เหล็กดึงดูดลูกค้า

Food Truck จึงเป็นอาหารเคลื่อนที่ ที่ขายความเก๋อยู่ในตัว กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่ที่มีกำลังซื้อและมีรสนิยม ส่วนใหญ่ ก็เป็นอาหารที่ทานง่าย อย่างเช่น เบอร์เกอร์ อาหารจานด่วน เครื่องดื่ม ขนมหวาน ไอศกรีม เป็นต้น

ในช่วง 2 - 3 ปีที่ผ่านมา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถือเป็นหน่วยงานภาครัฐที่วางแผนสนับสนุนธุรกิจ Food Truck อย่างเป็น รูปธรรม สนับสนุนด้านคน (ที่ปรึกษา) สนับสนุนงบประมาณ (หลักสูตร/ การจัดการ/ระบบไอที) และสนับสนุนในเรื่องตลาด (หาแหล่งขาย/ สร้างมาตรฐาน) จนเกิดเป็นกระแส “นิยมกินอาหารด้วยรถ Food Truck” และเกิดกระแส “อยากเป็นเจ้าของธุรกิจ Food Truck”

เรื่องราวต่างๆ เกี่ยวกับ Food Truck ถูกนำมาถ่ายทอดผ่าน วารสาร “อุตสาหกรรมสาร” วารสารราชการที่มีเรตติ้งไม่น้อยหน้าใคร เชิญพลิกอ่านเนื้อหาตามอัธยาศัย...

ปณทิพย์ เบลี่ยนโมฬี
บรรณาธิการบริหาร

อุตสาหกรรมสาร

วารสารอุตสาหกรรมตีพิมพ์ต่อเนื่องมายาวนาน
นับถึงปัจจุบันเป็นปีที่ 61

เจ้าของ

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

โทรศัพท์ 0 2202 4511

ที่ปรึกษา

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์

อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายจารุพันธุ์ จารโยภาส

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเดชา จาตุธนพันธ์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายภาสกร ชัยรัตน์

รองอธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายเจตนิพัทธ์ รอดภัย

เลขาธิการกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

นายพีรนาท สุขคุ้ม

ผู้อำนวยการกลุ่มประชาสัมพันธ์

บรรณาธิการบริหาร

นางสาวปณทิพย์ เบลี่ยนโมฬี

กองบรรณาธิการ

นางสาวณมล พึ่งเนียม, นายไพฑูรย์ มะเียเมือง,
นางสาวจิรวดี หลวงสุข, นางสาวแพรวภัทร โกวาท,
นางสาววรรณศิริ กางกัน, นางเกสร ภูแดง,
นายธนาธิกร กล้าพัก, นางสาวสุรางค์ งามวงศ์,
นายสุรินทร์ ม่วงน้อย, นางสาวกัญญา ชุมศรี,
นางสาวกนกกริช นุกุลโรจน์, นางสาวศิริธร ชัยรัตน์,
นายธวัชชัย มะกล้าทอง, นางสาวสุดา วิชัย

จัดพิมพ์

บริษัท ซี แอด โปรโมชัน (1997) จำกัด

77/14 หมู่บ้านชลลดา ซอย 2 ถนนสายไหม

แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

โทรศัพท์ 0 2991 3031-3 โทรสาร 0 2991 3066

สมัครสมาชิกวารสาร

กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่ม
จากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

1. สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง

บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร

กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400

2. สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299

3. สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com

4. สมัครผ่าน Google Form :



“บทความ บทสัมภาษณ์ หรืองานเขียนที่ตีพิมพ์ในวารสารเล่มนี้
เป็นความคิดเห็นส่วนตัวของผู้เขียนแต่ละท่าน ทางวารสารไม่จำเป็นต้อง
เห็นด้วยเสมอไป หากประสงค์จะนำบทความใดๆ ในวารสาร
ไปตีพิมพ์เผยแพร่ ควรแจ้งเป็นลายลักษณ์อักษรต่อกองบรรณาธิการ”

โอกาสธุรกิจ FOOD TRUCK

เส้นอาหารเคลื่อนที่

ประเทศไทย โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ขึ้นชื่อว่าเป็น “สวรรค์แห่งอาหารริมทาง” โดยนักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้ออาหารได้หลากหลาย ทั้งในย่านดังอย่างเยาวราช ย่านของกินที่ดีที่สุดแห่งหนึ่ง **สตรีทฟู้ดไทย** จึงกลายเป็นอีกหนึ่งจุดขายด้านการท่องเที่ยว ที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาลอย่างจริงจัง ความนิยมของอาหารไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งในร้านอาหารริมทางมีสูงมาก ทั้ง **CNN** ได้จัดอันดับให้ **Bangkok Street Food** เป็นอาหารริมทางที่ดีที่สุดอันดับ 1 ของโลก จาก 23 ประเทศทั่วโลก เป็นปีที่ 2 รวมถึงนิตยสารฟอรัส ได้จัดอันดับให้อาหารสตรีทฟู้ดในกรุงเทพฯ เป็นอันดับ 1 ใน **World top 10 cities of street food** ส่งผลให้อาหารสตรีทฟู้ดไทยเป็นที่สนใจจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้นเป็นลำดับ เพราะสามารถเลือกซื้ออาหารได้หลากหลายจากร้านอาหารริมทาง ซึ่งเป็นจุดเด่นสำคัญและนับเป็นเสน่ห์ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และได้ถูกหยิบยกให้เป็นหนึ่งในจุดขายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทั้งนี้รูปแบบการนำเสนอมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับการจัดกิจกรรมในแต่ละพื้นที่

จากธุรกิจ **Street Food** ในไทยที่มีมากกว่า 103,000 ร้านทั่วประเทศ คิดเป็นมูลค่าทางการตลาดสูงกว่า 270,000 ล้านบาทต่อปี เป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการที่มีความพร้อมต่อยอดอาหารจากเมนูเดิม พัฒนาเป็นธุรกิจ **Food Truck** ตอบโจทย์ความนิยมของนักท่องเที่ยวและคนรุ่นใหม่ในยุคที่กระแส หรือวัฒนธรรม “ฮิปสเตอร์” ครองเมือง ส่งผลต่อไลฟ์สไตล์ในชีวิตประจำวันมีความหลากหลายมากขึ้น การรับประทานอาหารในร้านสวยๆ ชิคๆ ในห้างสรรพสินค้า อาจจะไม่ตอบโจทย์มากพอ การเข้ามาของ “ฟู้ดทรัค” เทรนด์ค้าปลีกยุคใหม่ที่เป็นลูกผสมระหว่าง “ร้านอาหาร” และ “สตรีทฟู้ด” จึงได้รับความสนใจจากนักลงทุน เพราะใช้เงินทุนไม่มาก อาศัยโซเชียลมีเดียเป็นสื่อโปรโมท ทำให้เกิดกระแสเพราะโซเชียลมีเดียเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวัน การแชร์





รูปภาพในอินสตagram หรือเฟซบุ๊ก ทำให้เกิดการแพร่กระจายของกระแส และทำให้แต่ละคนรู้สึกที่ไม่อยากตกเทรนด์ ส่งผลต่อผู้ค้า และผู้ซื้อที่ทำให้ ธุรกิจฟู้ดทรัคขยายตัวเพิ่มขึ้น นับเป็นปัจจัยกระตุ้นพฤติกรรมผู้บริโภคให้เกิด ความต้องการของตลาดที่ทำให้รู้สึกเข้าถึงได้ง่าย มีความซึ่ความเก๋อยู่ในตัว นอกจากนั้นยังมีปัจจัยต่างๆ ที่เข้ามาสนับสนุนทำให้ฟู้ดทรัคกลายเป็นโอกาส ธุรกิจใหม่ที่เป็นเครื่องมือการตลาดเคลื่อนที่สำหรับผู้บริโภคได้มากขึ้น การเติบโต ของการจัดงานสตรีทฟู้ด หรืออีเวนต์ที่รวมทั้งการขายสินค้าและอาหาร ซึ่งเจ้าของงานในปัจจุบันได้สร้างลูกเล่น (Gimmick) ด้วยการใช้ฟู้ดทรัคดึงดูด ให้เกิดเสน่ห์เป็นงานแตกต่างจากงานอื่นๆ อาทิ งานกีฬา, งานดนตรีและ คอนเสิร์ต, งานองค์กร, งานเปิดตัวสินค้า เป็นต้น สอดรับกับไลฟ์สไตล์ของ





คนในปัจจุบันที่เปลี่ยนไป ชอบใช้ชีวิตนอกบ้าน ชอบทานอาหารนอกบ้าน ชอบแฮงค์เอาท์ และชอบบาร์ดี ร้านอาหารสไตล์ฟู้ดทรัคจึงตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์มากกว่า

Food Truck คือเส้นอาหารเคลื่อนที่ ที่เชื่อมโยงประสบการณ์การเดินทางและวัฒนธรรมอาหารจากนานาประเทศ ทำให้มีเมนูอาหารหลากหลายให้เลือกสรรตอบโจทยักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและคนไทย ทำให้เกิดผู้ประกอบการใหม่มากขึ้น กลุ่มแรกคือเด็กจบใหม่ ที่อยากทำธุรกิจส่วนตัว ไม่อยากเป็นลูกจ้างใคร กลุ่มที่สองเป็นกลุ่มคนที่มีอายุ 30-40 ปี ที่ทำงานประจำมาก่อนแล้ว แต่อยากทำอาชีพเสริม ทั้งสองกลุ่มมีความต้องการทำอาชีพอิสระโดยเฉพาะการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของตัวเอง Truck ที่จะดึงดูดความสนใจจากลูกค้า ทำให้เติบโตอย่างรวดเร็ว แม้ว่าธุรกิจ Food Truck ในประเทศไทยจะยังอยู่ในช่วง Learning Curve ที่ทุกคนกำลังเรียนรู้ที่จะเติบโตเพราะวิถีชีวิตของคนไทยขึ้นชอบทานอาหารนอกบ้าน นอกจากนี้ธุรกิจ Food Truck ยังเป็นธุรกิจที่ผู้ประกอบการสามารถทำงานได้คนเดียว สามารถลดความเสี่ยงและเพิ่มความคุ้มค่าในการลงทุนได้ โดยไม่ต้องกังวลเรื่องทำเลที่ตั้ง หรือค่าเช่าที่ และหากธุรกิจเข้มแข็งขึ้นสามารถขยายเป็นแฟรนไชส์ได้รวดเร็ว

วันนี้ FOOD TRUCK จึงเป็นโอกาสทางธุรกิจที่กำลังมาแรงและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อขยายฐานเคลื่อนตัวถึงผู้บริโภคคนไทยและนักท่องเที่ยวกว่า 40 ล้านคน นับเป็นเทรนด์ธุรกิจที่น่าจับตามอง

กสอ. ยกมาตรฐาน푸드ทรัค ด้วยแคมเปญ Smart 4

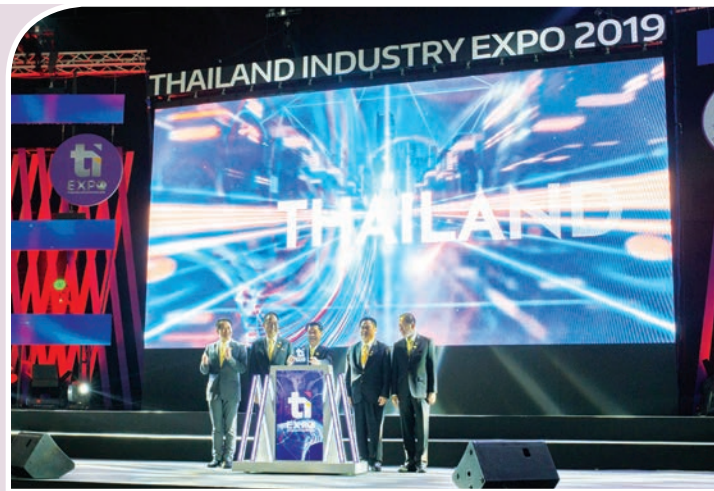
กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) หุ่นผู้ประกอบการร้านจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (푸드ทรัค) มุ่งสู่มาตรฐานสากลเพื่อความปลอดภัย ได้มาตรฐานสากล พร้อมจับมือ푸드ทรัคคลับสเตอร์ (ประเทศไทย) ให้ความรู้ตรวจเช็คสภาพรถ ระบบไฟฟ้าให้พร้อมใช้งาน สร้างความมั่นใจผู้บริโภค

ในงาน Thailand Industry Expo 2019 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เปิดโครงการ “Smart 4 Food Truck” โดยได้รับความร่วมมือจาก ฟู้ดทรัคคลับสเตอร์ (ประเทศไทย) ซึ่งเป็นคลัสเตอร์น้องใหม่ ผนึกกำลังระหว่างผู้ประกอบการกลุ่ม푸드ทรัค (Food Truck) และผู้ประกอบการกลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุน푸드ทรัค (Food Truck Business Network) จำนวน 2 เครือข่าย รวมจำนวนสมาชิกกว่า 600 ราย ต่อยอดจากกลุ่มฟู้ดทรัคคลับ (ประเทศไทย) สร้างความเข้มแข็งกลุ่มให้มีมาตรฐานและนำเชื่อถือ พร้อมเชื่อมโยงเครือข่ายสู่ตลาดทั้งในและต่างประเทศ

นายกอบชัย สังสิทธิสวัสดิ์ อธิบดีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เปิดเผยว่า ปัจจุบันอุตสาหกรรมร้านจำหน่ายสินค้าเคลื่อนที่ หรือฟู้ดทรัคเติบโตต่อเนื่อง กสอ. ตัดสินใจวางแผนยุทธศาสตร์เรื่องธง (Flagship Strategic Plan) ในปี 62 เพื่อยกระดับศักยภาพของผู้ประกอบการฟู้ดทรัคให้มีมาตรฐานที่เป็นระบบขั้นตอนมากขึ้น ที่เรียกว่า “Smart 4 Food Truck” โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมมาตรฐานสำคัญ 4 ด้าน คือ 1.ด้านมาตรฐานของคนที่ทำอาชีพฟู้ดทรัค ที่ต้องผ่านมาตรฐานด้านวิชาชีพ เช่น มาตรฐานคุณวุฒิวิชาชีพ เป็นต้น 2.ด้านมาตรฐานครัวที่ใส่ไว้บนรถฟู้ดทรัค ที่ต้องผ่านการตรวจสอบมาตรฐานด้านอาชีวอนามัย โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการปรุงอาหาร เช่น สมาคมเชฟ หรือกรมอนามัย เป็นต้น 3.ด้านมาตรฐาน



รถฟู้ดทรัค ที่ต้องมีการตรวจสอบสภาพรถที่ใช้บรรทุกเคลื่อนที่ไปยังจุดจำหน่ายอาหารต่างๆ ซึ่งต้องผ่านการตรวจระบบตามมาตรฐานอย่างดี หรือเกี่ยวข้องกับมาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อม และสุดท้ายคือ 4.ด้านมาตรฐานตลาด ที่ประกอบไปด้วยการทำแหล่งตลาดนัดที่สามารถรองรับรถฟู้ดทรัคที่จะเข้ามาจำหน่าย และการตลาดที่จะทำประชาสัมพันธ์ และแจ้งข่าวสารให้ผู้บริโภคเป้าหมาย ได้รับทราบข้อมูลข่าวสารต่างๆ ได้ ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนรถฟู้ดทรัคกว่า 1,500 คันทั่วประเทศ แบ่งเป็นอาหารคาว 57% อาหารหวาน 14% และเครื่องดื่ม 29% ส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่ในกรุงเทพฯ กว่า 70% ที่เหลือ 30% อยู่ในภูมิภาค กสอ.จึงได้ร่วมกับ 7 หน่วยงาน ได้แก่ กรมอนามัย กรมการขนส่งทางบก สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันอาหาร สถาบันยานยนต์



สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ในการส่งเสริมและพัฒนาให้ฟู้ดทรัคมีมาตรฐานสากลที่เรียกว่า “สมาร์ทโฟร์ฟู้ดทรัค (SMART 4 Food Truck)” โดยมาตรฐานจะครอบคลุมความปลอดภัยและชีวอนามัย ทั้งคน ครั้วรถ และตลาด โดยที่ผ่านมา กสอ.ได้ฝึกอบรมพัฒนาผู้ประกอบการฟู้ดทรัคให้ได้มาตรฐาน ซึ่งมีผู้เข้าร่วมจำนวน 104 ราย และมีผู้ผ่านการอบรมแล้ว 2 รุ่น รวมจำนวนทั้งสิ้น 44 ราย รวมถึงสนับสนุนให้เกิดการรวมตัวและสนับสนุนเครือข่ายของผู้ประกอบการฟู้ดทรัคเป็นฟู้ดทรัคคลัสเตอร์ (ประเทศไทย) ขึ้น ในปัจจุบันมีสมาชิกเข้าร่วมคลัสเตอร์จำนวน 136 ราย ซึ่งยังมีฟู้ดทรัคอีกเป็นจำนวนมากที่ยังไม่ได้เข้าร่วมการพัฒนา ทั้งนี้ กสอ.ให้ความสำคัญในการส่งเสริมสนับสนุนเครือข่ายห่วงโซ่อุปทานให้เข้มแข็ง โดยธุรกิจเกี่ยวเนื่องเชื่อมโยง อาทิ 1.) ธุรกิจรถยนต์และที่เกี่ยวข้อง 2.) ธุรกิจการเงินและการบริการทางธุรกิจ 3.) ธุรกิจการศึกษาและพัฒนาบุคลากร 4.) ธุรกิจการจัดงานแสดงสินค้าและประชาสัมพันธ์ 5.) ธุรกิจเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม 6.) ธุรกิจร้านค้า ศูนย์การค้า และตลาดนัด 7.) ธุรกิจเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานและการขายอาหาร และ 8.) ธุรกิจเกี่ยวกับเทคโนโลยี เว็บไซต์และการติดต่อสื่อสาร ซึ่งการส่งเสริมให้ธุรกิจฟู้ดทรัคของประเทศไทยเติบโตขึ้น มีมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 12,000 ล้านบาท นับเป็นการเพิ่มรายได้และเงินหมุนเวียนในเครือข่ายธุรกิจนี้ได้อย่างมหาศาล และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจของประเทศ และขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากให้เข้มแข็งต่อไปในอนาคตได้ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าการเดินทางยกระดับมาตรฐานอุตสาหกรรมรถฟู้ดทรัคด้วย Smart 4 Food Truck นี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศไทย เมืองแห่งสตรีทฟู้ดที่มีคุณภาพและมาตรฐานได้อย่างแน่นอน 





“กระแสแฟชัน หรือ แนวโน้ม”

Food Truck คืออะไร?... ศาสตราจารย์ ดร.วรรณ วิบูลย์สวัสดิ์ แอนเดอร์สัน ได้เรียกศัพท์ภาษาอังกฤษของ **Food Truck** ว่า “รถขายอาหาร” ส่วนผู้คนในยุคแรกๆ เรียกว่า “รถขายอาหารแบบเคลื่อนที่หรือครัวเคลื่อนที่” ขณะที่นักการตลาดจะเรียกว่า “ความอร่อยติดล้อ” (พงศศิริ เทระกุล. 2558) สำหรับผู้บริโภคยุคปัจจุบันมักเรียกทับศัพท์ว่า “**Food Truck**” ไม่ว่าจะเรียกชื่อเช่นไร ก็กล่าวได้ว่า **Food Truck** คือธุรกิจที่ประกอบและจำหน่ายอาหารประเภทหนึ่ง โดยใช้รถที่มีการออกแบบมาให้เป็นร้านอาหาร ซึ่งรถดังกล่าวอาจจะจอดประจำอยู่ที่ใดที่หนึ่ง หรือเคลื่อนย้ายไปตามจุดต่างๆ ที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่กันเป็นจำนวนมาก และมีพื้นที่สำหรับการจอดรถ เพื่อให้ลูกค้าได้รับการบริการอย่างสะดวกรวดเร็ว



ความเป็นมาของ **Food Truck** ย้อนเวลาไปมากกว่า 100 ปี ในปี ค.ศ.1866 ณ เมืองเท็กซัส ประเทศสหรัฐอเมริกา จะมีตลาดกลางสำหรับการค้าขายเนื้อสัตว์ต่างๆ ด้วยความยากลำบากของ ชาร์ลส์ กู๊ดไนท์ (Charles Goodnight) ที่ต้องประกอบอาหารแต่ละมื้อในช่วงเวลาที่ต้องต้อนวัว และเมื่อเห็นวาระของกองทัพสหรัฐอเมริกาที่จัดตั้งไว้ในช่วงสงครามกลางเมืองมีความแข็งแรง น่าจะนำมาประยุกต์ใช้งานได้ ชาร์ลส์จึงได้ตกแต่งภายในรถด้วยชั้นวางของและลิ้นชัก จัดพื้นที่สำหรับวางภาชนะ เครื่องหุงต้ม เครื่องเทศ เครื่องปรุงรสต่างๆ และใช้รถคันดังกล่าวเป็นสถานที่ประกอบจัดจำหน่ายอาหาร จึงนับว่าเป็นต้นกำเนิดของ **Food Truck** ตั้งแต่ครั้งนั้น โดยมีการจำหน่ายเฉพาะถั่ว กาแฟ ข้าวโพด และวัตถุดิบที่สามารถปรุงได้ง่าย ยังไม่มีอาหารจำพวกผัก ผลไม้สด หรือเนื้อสัตว์ กระทั่งในปี ค.ศ.1980 เริ่มมีรถบรรทุกออกตระเวนเพื่อจำหน่ายอาหารในช่วงเวลาว่างสำหรับแรงงานดึกในเมืองนิวยอร์ก ใช้ชื่อรถจำหน่ายอาหารนั้นว่า “เดอะ ออว์ล” (The Owl) ถือเป็นแบรนด์ผู้นำแบรนด์แรกๆ ที่ทำให้ **Food Truck** เริ่มเป็นที่นิยมและกลายเป็นธุรกิจต้นแบบมาจนถึงปัจจุบัน ดังนั้น **Food Truck** จึงเป็นยานพาหนะที่เคลื่อนที่ไปตามชุมชนต่างๆ เช่น ห้างสรรพสินค้า สถานีรถไฟ สนามบิน สถานีรถบัส สนามกีฬา ศูนย์ประชุม เป็นต้น เพื่อขายอาหารหลากหลายชนิด ตั้งแต่อาหารมื้อเช้า เติ่ง เย็น รวมถึงอาหารว่างและทากั (ขนมปังแบบเม็กซิกัน)

ปัจจุบัน Food Truck ได้รับความนิยมอย่างมาก โดยมีจำนวนมากกว่า 3 ล้านคันในสหรัฐอเมริกา เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มมีเวลาจำกัด มีรูปแบบการใช้ชีวิตอย่างรีบเร่ง ผู้หญิงเริ่มออกทำงานนอกบ้านไม่มีเวลาประกอบอาหารให้ครอบครัว จึงต้องการอาหารที่มีความสะดวกและรวดเร็วต่อการบริโภค ในราคาที่ต่ำลงเกินไป ซึ่ง Food Truck เป็นรูปแบบการบริโภคที่สามารถแก้ปัญหาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ (*customers' solution*) ยิ่งกว่านั้น Food Truck ยังสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคด้วยการมีเมนูอาหารให้เลือกอย่างหลากหลาย ประกอบกับในสหรัฐอเมริกาเรื่องการบริโภคอาหารตามร้านอาหารในแต่ละมื้อจะมีค่าอาหารที่ค่อนข้างสูง และยังต้องจ่ายค่าทิปอย่างน้อย 15-20% ในขณะที่ผู้คนส่วนใหญ่มีรายได้ไม่สูงมากนัก จึงต้องการบริโภคอาหารที่มีราคาประหยัดโดยไม่ต้องจ่ายค่าทิป นอกจากนี้อเมริกันชนที่เป็นคนผิวขาวทั่วไปเริ่มมีพฤติกรรมการยอมรับอาหารต่างชาติมากขึ้น โดยมีทัศนคติว่าการได้บริโภคอาหาร Food Truck จะเป็นโอกาสที่ดีในการได้ทดลองชิมรสชาติอาหารนานาชาติด้วย (*a taste of the world*) ปัจจุบันต่างๆ ดังกล่าว จึงส่งผลให้ Food Truck ได้รับความนิยมอย่างรวดเร็วในสังคมเมืองของสหรัฐอเมริกา ปัจจุบัน Food Truck ไม่ได้เป็นที่นิยมเฉพาะกลุ่มคนอเมริกันเท่านั้น แต่ยังเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติที่มาทำงาน หรือนักศึกษาต่างชาติที่มาศึกษาต่อในมหาวิทยาลัยต่างๆ ของสหรัฐอเมริกา เช่น ชาวจีน ญี่ปุ่น เกาหลี เวียดนาม ไทย เป็นต้น ลักษณะที่สำคัญอีกประการหนึ่งของ Food Truck คือ เป็นการจำหน่ายอาหารที่ผู้ขายสามารถเจรจาต่อรองหักทอนกับลูกค้าแต่ละคนได้โดยตรง ทำให้ทราบถึงความต้องการหรือคำติชมของลูกค้าแตกต่างจากการบริโภคอาหารตามร้านอาหารที่ใช้พนักงานเสิร์ฟเป็นผู้ให้บริการลูกค้า ในขณะที่ผู้ขาย Food Truck จะใกล้ชิดกับผู้บริโภคมากกว่าสามารถตอบสนองผู้บริโภคที่มีความแตกต่างกันทั้งในด้านสังคมและวัฒนธรรม ปัจจุบันนี้ผู้ให้บริการอาหาร Food Truck ยังได้ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อการติดต่อสื่อสาร และสร้างปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภค โดยผู้บริโภคสามารถติดตามการย้ายจุดจอดของ Food Truck ได้ทาง website, twitter, facebook fanpage รวมทั้งยังอัปเดตเมนูใหม่ๆ ให้ติดตามผ่านทางสื่อออนไลน์อีกด้วย นอกจากนี้ผู้ขายอาหาร Food Truck จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคแต่ละรายแล้ว ยังมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ขายด้วยกันเอง โดยพบว่าผู้ขายอาหาร Food Truck จะมีการสร้างความร่วมมือทางธุรกิจซึ่งกันและกัน (*business alliance*) แทนที่จะแข่งขันกันเอง จะมีการชักชวนผู้ขายอาหาร Food Truck ประเภทอื่นๆ มาจอดขายอาหารในบริเวณเดียวกัน เช่น รถขายเบอร์เกอร์มาจอดขาย ณ ที่ใดที่หนึ่ง จะส่งข้อความไปชักชวนรถขายอาหารเกาหลีหรือญี่ปุ่นให้มาจอดในบริเวณเดียวกัน เพราะจะทำให้บรรยากาศของการขายอาหารในบริเวณนั้นคึกคัก สนุกสนาน และหลากหลายมากขึ้น เกิดข้อดีคือ เป็นการสร้างเครือข่าย (*network*) ทางการค้า ช่วยกันกระตุ้นตลาด ช่วยกันสร้างการรับรู้ (*perception*) ให้ผู้บริโภคทราบว่าในทำเลที่ตั้งดังกล่าว จะมี Food Truck นานาชาติมาจอดให้บริการอยู่ ผู้บริโภคเดินทาง



มาทีเดียว แต่สามารถเลือกบริโภคอาหารได้อย่างหลากหลาย ไม่ต้องเปลี่ยนจุดหรือเดินทางไปใช้บริการ Food Truck ยังทำเลที่ตั้งอื่นๆ เรียกว่าเป็นการบริการแบบครบวงจรในจุดเดียว (one stop service) จากการติดต่อสื่อสารข้างต้นอาจกล่าวได้ว่า Food Truck ใช้ Social Media เพื่อการดำเนินธุรกิจ 2 มิติ คือ มิติแรก ใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเจ้าของกับลูกค้าให้เกิดความผูกพันต่อกันในระยะยาว (Customer Relationship Management: CRM) จนทำให้ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีต่อตราสินค้า (brand loyalty) และมิติที่สอง คือ ใช้เพื่อเปลี่ยนสมรรถภาพการแข่งขันทางการค้า (competition) มาเป็นการแบ่งปันทางการค้า (share) ซึ่งสอดคล้องกับการตลาดในยุคปัจจุบันเมื่อเทียบกับการเปิดร้านอาหาร ที่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่ ต้องจ้างพนักงานจำนวนมาก ทำให้ราคาอาหารของ Food Truck ถูกกว่าราคาอาหารของร้านอาหาร Food Truck ในประเทศไทย เป็นเพียงกระแสแฟชั่นหรือแนวโน้มใหม่ ก่อนจะสรุปคงต้องดูความหมายของสองคำนี้ แนวโน้ม (trend) และกระแสแฟชั่น (fashion) เพื่อจะได้สร้างความเข้าใจให้ตรงกัน



แนวโน้ม คือ เหตุการณ์หรือพฤติกรรมที่เกิดขึ้นสม่ำเสมอเป็นช่วงระยะเวลาหนึ่ง จนสามารถจะจับทิศทาง แบบแผน ตลอดจนสามารถคาดเดาได้ว่าจะเกิดขึ้นซ้ำอีกเมื่อไรทำให้กลายเป็นเทรนด์ ดังนั้นเพียงเหตุการณ์เดียวที่เกิดขึ้นยังไม่สามารถจัดเข้าเป็นแนวโน้มได้ แต่หากเกิดเหตุการณ์ซ้ำๆ มีความเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นจากแนวโน้มนั้นๆ และส่งผลต่อการคาดการณ์ในอนาคตได้ นักการตลาดวิเคราะห์เพื่อหาช่องว่างและโอกาสที่จะเกิดขึ้นย่อมได้เปรียบในเชิงเตรียมความพร้อมเพื่อวางแผนระยะยาว นอกจากนี้การคาดการณ์แนวโน้มได้แม่นยำ ยังช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดวิสัยทัศน์ได้ชัดเจนมากขึ้น

กระแสแฟชั่น คือ เหตุการณ์ใดๆ ก็ตามที่เกิดขึ้นและเสื่อมอย่างรวดเร็ว สร้างความหือหวาอย่างไม่มีต้นสายปลายเหตุ เพราะมักจะมาในลักษณะมาเร็ว ไปเร็ว ผู้ประกอบการต้องแยกความแตกต่างของปรากฏการณ์ทั้ง 2 นี้ให้ได้ มิฉะนั้นอาจกระทบถึงธุรกิจโดยไม่รู้ตัว โดยสรุปแนวโน้มจะเกิดขึ้นช้าๆ แต่อยู่ได้นาน ขณะที่กระแสแฟชั่นจะเกิดเร็วไปเร็ว ลองสังเกตที่มาของ Food Truck ซึ่งเกิดขึ้นในสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ.1866 นับย้อนเวลาไปมากกว่า 100 ปี แม้จะเกิดขึ้นในกลุ่มที่เรียกว่า Trend Sector จำนวนไม่มากนักที่เลือกใช้บริการ Food Truck จนกระทั่งเมื่อวิธีการดำเนินชีวิตของชาวอเมริกันได้เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม รวมทั้งความเป็นโลกาภิวัตน์ของโลกไร้พรมแดน การบริโภคอาหาร Food Truck จึงได้แพร่เข้ามากลายเป็นที่ต้องการมากขึ้นสำหรับสังคมคนเมืองในประเทศไทยจนสามารถคาดการณ์ได้ว่า Food Truck จะเข้ามามีความสำคัญต่อวิถีชีวิตของคนไทยมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนทำงานรุ่นใหม่ที่ใช้ชีวิตอย่างเร่งรีบ ต้องการความสะดวกรวดเร็ว ต้องการบริโภคอาหารที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ในราคาไม่แพงสมเหตุสมผล Food Truck จึงเป็นที่ถูกอกถูกใจของคนเมือง เพราะมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย เป็นไลฟ์สไตล์แบบตะวันตก ดูโก้เก๋ตามแบบฉบับที่คนเมืองต้องการ ที่สำคัญคือตอบโจทย์ชีวิตอันเร่งรีบได้เป็นอย่างดี

Food Truck แม้ว่าจะมีในต่างประเทศมานานแล้ว แต่ในเมืองไทยยังเป็นสิ่งใหม่อยู่ และมีแนวโน้มจะขยายตัวมากขึ้น สังเกตจาก Food Truck ในกรุงเทพฯ ที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีรูปแบบที่ปรับเปลี่ยนเพื่อความสะดวกให้ผู้บริโภคมากขึ้น จากการซื้ออาหาร Food Truck แบบ Take Away เปลี่ยนเป็นการจัดโต๊ะ เก้าอี้ ขนาดย่อมๆ ให้ได้นั่งรับประทานอาหารแบบชิลล์ๆ Food Truck ในประเทศไทย จึงเป็นแนวโน้มใหม่ที่น่าสนใจ ไม่ใช่กระแสแฟชั่นเพียงชั่วคราว จนมีผู้กล่าวว่า Food Truck เป็นแนวโน้มใหม่สำหรับนักไล่ล่าความอร่อย ที่สำคัญคาดว่าแนวโน้มของ Food Truck อาจจะต้องมีรายการอาหารประจำชาติของประเทศไทยในกลุ่ม AEC เพิ่มขึ้น เช่น อม็อก (Amok) ของกัมพูชา, อัมบูยัต (Ambuyat) ของบรูไน, หล่าเพ็ต (Lahpet) ของพม่า, อโดโบ้ (Adobo) ของฟิลิปปินส์, ลักซา (Laksa) ของสิงคโปร์, กาโด กาโด (Gado Gado) ของอินโดนีเซีย, สลัดหลวงพระบาง (Luang Prabang Salad) ของลาว, นาซี เลอแมก (Nasi Lemak) ของมาเลเซีย และ ปอเปี๊ยะ (Vietnamese Spring Rolls) ของเวียดนาม เป็นต้น ด้วยจุดเด่นเมนูอาหารที่มีความหลากหลายเป็นทางเลือกจึงเป็นแรงผลักดันให้ฟู้ดทรัคมีจำนวนมากขึ้นและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องในทศวรรษนี้



ขอขอบคุณข้อมูล :
วิทยาลัยการบริหารและจัดการ
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520
เขียนโดย ศิริจรรยา เครือวิริยะพันธ์
: Source
Southern Ocean Chamber of Commerce, 2015



กรมส่งเสริม อุตสาหกรรม สนับสนุน อุตสาหกรรม 푸드ทรัค

ปัจจุบันธุรกิจร้านอาหาร และร้านอาหารริมทางมีการแข่งขันสูง ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวเพื่อสร้างความแตกต่าง และปรับลักษณะให้มีเอกลักษณ์โดดเด่นเพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคมากขึ้นตอบโจทย์ชีวิตอันเร่งรีบได้เป็นอย่างดี ในกรณี푸드ทรัคคือตัวอย่างการปรับตัวของธุรกิจ มีผู้ประกอบการเอสเอ็มอีรายใหม่และผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่สนใจทำ푸드ทรัคเพิ่มมากขึ้นทุกปี กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่ม푸드ทรัคให้มีมาตรฐาน จึงได้ดำเนินการสนับสนุนโดยให้ กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม จัดทำโครงการและดำเนินการ ทีมงานของเราจึงมีโอกาสสัมภาษณ์ คุณยุพรัตน์ ศตวรรษิye ผู้อำนวยการ กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในฐานะเป็นหน่วยงานดำเนินงานและรับผิดชอบโครงการฯ

ที่มาของโครงการ FOOD TRUCK

อุตสาหกรรมร้านจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ หรือ ฟู้ดทรัค นั้นมีการเติบโตอย่างรวดเร็วทำให้กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มฟู้ดทรัคให้มีศักยภาพและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงได้ดำเนินการนำร่องรวมกลุ่มผู้ประกอบการเป็นฟู้ดทรัคคลัสเตอร์ ผ่านการจัดกิจกรรมบ่มเพาะ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจว่าผู้ประกอบการฟู้ดทรัคมีคุณภาพและมาตรฐาน โดยดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 ดำเนินการนำร่องเป็นปีแรก ได้สร้างเครือข่ายฟู้ดทรัคให้เข้มแข็ง ผ่านการอบรมให้ความรู้ที่ถูกต้องเพื่อสร้างมาตรฐานและความเป็นมืออาชีพ

กสอ. มีนโยบายส่งเสริม สนับสนุน ผู้ประกอบการ FOOD TRUCK ต่อเนื่องอย่างไร

- ในปี 2562 ได้ดำเนินการส่งเสริมธุรกิจอุตสาหกรรมฟู้ดทรัคต่อเนื่อง ภายใต้โครงการ เพิ่มขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรมฟู้ดทรัค โดยมีเป้าหมาย คือ
1. ต้องการพัฒนาศักยภาพฟู้ดทรัคให้มีมาตรฐานทั้งในด้านความปลอดภัยและชีวอนามัย
 2. เพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจฟู้ดทรัคโดยการนำระบบดิจิทัลเทคโนโลยี และระบบการจัดการอุตสาหกรรมเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพ





3. สร้างความตระหนักถึงโอกาสของธุรกิจ푸드ทรัคและเชื่อมโยงแหล่งเงินทุน

4. สร้างการรับรู้ให้ผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศได้รู้จักธุรกิจ푸드ทรัคซึ่งจะต่อยอดเป็นอุตสาหกรรมรวมทั้งจะมีการขยายโอกาสทางการตลาดไปสู่ประเทศเพื่อนบ้าน CLMV ด้วย

ทั้งนี้ “โครงการเพิ่มขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม푸드ทรัค” ทางกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้มีความร่วมมือกับพันธมิตรเครือข่ายที่เป็น 푸๊ดทรัคคัสเตอร์ รวมถึงสถาบันต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับภาคีเครือข่าย 7 หน่วยงาน สร้างหลักสูตรพัฒนาอย่างเข้มข้นเพื่อสร้างมาตรฐานและรองรับ การขยายตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาทิ ร่วมกับสถาบันอาหาร เปิดอบรมหลักสูตร “พัฒนานักธุรกิจ푸드ทรัคหน้าใหม่ หรือ Startup Food Truck” จำนวน 2 รุ่นๆ ละ 50 คน และกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ยังได้ร่วมกับผู้ประกอบการเครือข่าย푸드ทรัคให้โอกาสแก่ผู้ที่เริ่มต้นธุรกิจนี้มาเช่า และทดลองขายบนรถ푸드ทรัค โดยไม่มีค่าใช้จ่ายในช่วงแรก ซึ่งได้รับผลตอบรับเป็นอย่างดี

จัดอบรมบันได 5 ขั้น สู่ความสำเร็จในธุรกิจ푸드ทรัค

มาตรการสร้างมาตรฐาน푸드ทรัค มาตรการบ่มเพาะผู้ประกอบการ푸드ทรัคให้เข้มแข็ง มาตรการการพัฒนาเครือข่ายอุตสาหกรรม푸드ทรัคในระดับประเทศ มาตรการการเชื่อมโยงสู่ตลาด푸드ทรัค รวมถึงมาตรการเตรียมความพร้อมทางด้านเงินทุน ทุกมาตรการดังกล่าว จะส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการ푸드ทรัคให้อยู่ร่วมกับสิ่งแวดล้อมและสังคมไทยได้อย่างปลอดภัยและยั่งยืน

และในปี 62 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสนับสนุนวงเงินสินเชื่อให้รายละ 1,000,000 บาท โดยมีเงื่อนไขคือต้องผ่านเกณฑ์ Smart 4 Food Truck ซึ่งจะไม่มีการบังคับจำนวน

ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ FOOD TRUCK

จากการดำเนินโครงการฯ กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม ตั้งใจสร้างเครือข่ายคัสเตอร์푸드ทรัคให้เข้มแข็งทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีตัวชี้วัด 4 ข้อ คือ

1. เกิดธุรกิจ푸드ทรัคที่มีมาตรฐาน ตามเกณฑ์ 4 ข้อ คือ คน ครว้ รถ ตลาด

2. ผู้ประกอบการมีศักยภาพและมีความรู้ที่ถูกต้อง

3. มีการรวมกลุ่มเป็นเครือข่ายคัสเตอร์ที่เข้มแข็ง

4. มีตลาดรองรับการขยายโอกาสเพียงพอ รวมถึงการขยายตลาดในรูปแบบใหม่ เช่น การสร้างสรรค์อีเว้นท์รูปแบบใหม่ ที่푸드ทรัคเข้าไปสร้างภาพลักษณ์ใหม่ของงาน เป็นต้น

พร้อมกันนี้ ผอ.ยุพรัตน์ กล่าวปิดท้ายว่า FOOD TRUCK ยังอยู่ใน Curve ขาขึ้น มีโอกาสทางการตลาดอีกมากผ่านงานแฟร์และอีเว้นท์ต่างๆ ที่มีมากขึ้น ซึ่งผู้ประกอบการจะต้องรักษามาตรฐานไว้ เพราะ푸드ทรัคเกิดง่าย ทำให้ยั่งยืนต้องมีระเบียบถ้าผู้ประกอบการทุกรายร่วมกันปฏิบัติรักษามาตรฐานเชื่อว่าคัสเตอร์นี้จะเข้มแข็งและไปได้ไกล

สนใจโครงการ Food Truck สอบถามได้ที่ ดร.พลารุณ วงศ์วิวัฒน์ กองพัฒนาขีดความสามารถธุรกิจอุตสาหกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กทม. 10400 โทร. 0 2202-4532, 0 2202-4560



Show case

• เรื่อง :
เกวลิ้น เมฆฉาย

Mother Trucker Burger

จุดกระแส **ฟู้ดทรัค** ในไทย

Mother Trucker Burger ร้านเบอร์เกอร์เคลื่อนที่ **Food Truck** เจ้าแรกๆ ที่ออกมาเปิดตลาดและจุดกระแสในไทย เพราะด้วยรูปแบบแปลก ประกอบกับสไลด์อาหารที่กำลังมาแรง ทำให้ทุกคนไม่พลาดโอกาสที่จะลองของใหม่ แต่ถึงอย่างไรก็ยังไม่ทิ้งความสำคัญในเรื่องรสชาติ และวัตถุดิบที่มีคุณภาพ ซึ่งทำให้ **Mother Trucker Burger** ยังคงครองใจผู้บริโภคและชาวฟู้ดทรัคมากกว่า 6 ปี

Mother Trucker มาแรง แสงทางโค้ง

หากเล่าถึงจุดเริ่มต้นของ Mother Trucker นั้น ได้เกิดขึ้นในช่วงที่กระแสของการทำแฮมเบอร์เกอร์กำลังมาแรง บวกกับการที่ได้ไปเห็น Food Truck ตามเว็บไซต์หรือสถานที่ต่างๆ ที่แพร่หลายอยู่ในต่างประเทศ ทำให้ คุณอาร์มี ธิญชีระนันท์ พร้อมกับหุ้นส่วนของร้านในช่วงนั้น เกิดไอเดียที่จะนำกระแสความนิยมของทั้ง 2 อย่างมาผสมผสานกัน จนเกิดเป็น “Mother Trucker Burger” หลังจากนั้นจึงได้ผนึกกำลังกันสำรวจตลาด และไปลองตระเวนชิมแฮมเบอร์เกอร์ตามร้านดังมากมาย จนสังเกตเห็นได้ว่ามีหลายคนที่ไม่ชอบทานแฮมเบอร์เกอร์ เนื่องจากแฮมเบอร์เกอร์มีราคาสูง จึงเกิดเป็นไอเดียที่กลายมาเป็นคอนเซ็ปต์ของร้าน Mother Trucker “เบอร์เกอร์ สำหรับคนที่ไม่ชอบทานเบอร์เกอร์” ซึ่งอาร์มี เลือกทดลองตลาดด้วยการขอเช่าพื้นที่หน้าร้านอยู่ที่บริเวณถนนข้าวสาร ย่านบางลำพู ซึ่งถือเป็นจุดรวมพลของวัยรุ่น ผลตอบรับที่ได้ถือว่าดี หลังจากนั้นประมาณ 4 - 5 เดือน ก็เริ่มมีรายการต่างๆ มาขอถ่ายทำ จนทำให้ผู้คนหลังไหลเข้ามาแบบไม่ขาดสาย หลังจากได้รับกระแสตอบรับที่ดีมาก ร้านมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เริ่มมีการขยายสาขาหรือการเปิดเป็น Franchise (แฟรนไชส์) โดยมีจำนวนรถทั้งหมด 6 คัน ที่อาร์มีได้ลงมือดูแลและควบคุมมาตรฐานทั้งหมด เพราะคุณภาพวัตถุดิบและคุณภาพของอาหาร ถือเป็นสิ่งที่ Mother Trucker ให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก



เปิด Food Truck ประหยัดต้นทุน

“ผมคิดว่า Food Truck ก็ถือเป็นร้านอาหารประเภทหนึ่ง แต่ผมคิดว่าทำอย่างไรที่จะให้เราประหยัดต้นทุนในการเปิดร้านเล็กร้านให้น้อยที่สุด เพราะด้วยเหตุผลที่ว่าในการจะเปิดร้านอาหารร้านหนึ่งนั้นใช้ต้นทุนสูงถึง 1-2 ล้านบาท ซึ่งลองมาเปรียบเทียบดูจากการเปิดเป็น Food Truck ใช้ต้นทุนแค่ 5-6 แสนบาท ก็สามารถเปิดได้แล้ว นอกจากนี้ก็ยังสามารถขายเบอร์เกอร์ให้กับผู้บริโภคในราคาที่ถูกลง ซึ่งของ Mother Trucker จำหน่ายในราคาเริ่มต้นเพียง 120-400 บาท เท่านั้น”



ต่อยอด เสริมแกร่งธุรกิจ Food Truck

“ธุรกิจ Food Truck ของไทยนั้นถือว่าเติบโตไปตามยุคสมัยของผู้บริโภคในปัจจุบัน แต่อย่างไรก็ตามการผนวกรวมกับเทคโนโลยีก็ถือว่ามีความสำคัญไม่น้อย อย่างธุรกิจบริการส่งอาหารแบบออนไลน์และนั่นทำให้ Food Truck ต้องปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยและลูกค้าด้วยเช่นกัน เพราะหากการจะดำเนินธุรกิจเพียงช่องทางใดช่องทางหนึ่งนั้น คงเป็นเรื่องที่ยาก ซึ่งการทำธุรกิจแนวนี้ก็ถือว่าเป็นการเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้าได้อีกช่องทางหนึ่ง” อาร์มี ฟิลิปปินส์นันท์ กล่าวทิ้งท้าย 🇹🇭

Mother Trucker Burger

ถนน นราธิวาสราชนครินทร์ กรุงเทพฯ

โทร. 085 121 3767

E-mail : mothertruckerburger@gmail.com

Line : mothertruckerburger





Akira Food Truck

ซูชิติดล้ออร่อยทั่วทิศ ฟู้ดทรัคทำเงิน

“ความเข้าใจและการเอาใจใส่ในทุกๆ กระบวนการและขั้นตอนของการทำอาหาร วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพสูง และควบคุม อุณหภูมิให้สดใหม่พร้อมบริการลูกค้า อยู่เสมอ รวมถึงความสะอาดทั้งของร้าน และอาหาร

ซึ่ง ‘Food Truck’ สำหรับผมนั้น ไม่ใช่แค่การขายอาหารเพียงอย่างเดียว แต่รวมถึงการขายความสะดวก ความง่าย และมีศิลปะอีกด้วย ดังนั้นทุกๆ ส่วน ถือว่ามีความสำคัญทั้งหมด เมื่อภาพรวม ร้านของเราดี ใครทานก็ต้องไปบอกต่อ เช่นเดียวกันถ้าเราไม่ควบคุมเรื่องคุณภาพ ลูกค้าที่มากทานก็นำไปบอกต่อเช่นกัน”

จุดเริ่มต้นของ Akira Food Truck

เดิมที คุณกันตณ ตันเจริญ เป็นเชฟอาหารญี่ปุ่นมานานแล้ว และเคยเปิดร้านอาหารญี่ปุ่นมาก่อน แต่ด้วยภาวะด้านของแรงงาน บวกกับพิษเศรษฐกิจ ทำให้ต้องมองหาวิธีแก้ไขปัญหาก็ได้ ด้วยตัวคนเดียวจนมาเกิดเป็นไอเดียธุรกิจฟู้ดทรัคขึ้น ด้วย ความรู้ ความชำนาญ และมีประสบการณ์จากการเป็นเชฟอาหาร ญี่ปุ่น จึงเป็นที่มาของร้าน Akira ร้านขายซูชิในรูปแบบฟู้ดทรัค





กันตภณเล่าย้อนไปถึงว่ากว่าจะมาเป็นฟู้ดทรัคคันนี้เขาทุ่มเท และคัดเลือกวัสดุอุปกรณ์ที่เขาอยากป็นให้รถคันนี้เป็นต้นแบบ ตั้งแต่การหารถที่จะมาใช้ขายเป็นอันดับแรก โดยต้องเลือกที่แข็งแรง ทนทาน รวมถึงการวางระบบและรูปแบบของร้าน วัสดุและอุปกรณ์ที่ใช้ทั้งหมด เพราะเขาคำนึงแล้วว่าอาหารญี่ปุ่นถ้าจะได้คุณภาพดีและคงความมาตรฐาน วัตถุดิบสด จะต้องเลือกอุปกรณ์ที่ดี จากนั้นเขาจึงส่งต่อทั้งแบบและอุปกรณ์ทั้งหมดให้ทางวิศวกรดูเรื่องน้ำหนักและพื้นที่ ซึ่งรถคันแรกนี้ใช้เวลาในการทำทั้งหมด 10 เดือน กับงบประมาณ 1.5 ล้านบาท สำหรับสร้างเป็นรถต้นแบบเพื่อนำมาพัฒนาธุรกิจหรือสร้างโมเดลธุรกิจใหม่ในรูปแบบแฟรนไชส์ต่อไปในอนาคต

ขาดดีกว่าเหลือ ลด waste cost เพิ่มต้นทุนให้ลูกค้า

กันตภณได้อธิบายการบริหารงานด้านการตลาดของเขา ภายใต้แนวคิด “ขาดดีกว่าเหลือ” ซึ่งเขาให้เหตุผลว่าสำหรับธุรกิจฟู้ดทรัคนั้น แตกต่างจากการเปิดร้านอาหารในเรื่องของต้นทุน เวลา และการตลาด เพราะธุรกิจฟู้ดทรัคนั้น ถ้าเราทำเผื่อไว้เยอะ โอกาสที่เราจะมี waste cost ก็สูง และเวลาปิดก็จะแตกต่างกับร้านอาหารทั่วๆ ไป ถ้าสินค้าเราหมดแล้วก็สามารถปิดได้เลย ไม่ต้องปิดตามเวลา ซึ่งผมมองว่าเป็นโอกาสทางการตลาด เพราะหากลูกค้ายังไม่ได้ลองทานอาหารของเรา ลูกค้าก็ต้องเกิดดีมานด์และก็จะคอยถามหาเสมอว่าจะเปิดอีกทีเมื่อไหร่ ซึ่งก็ถือเป็นการตลาดอีกรูปแบบหนึ่ง แต่ในเรื่องของรายได้และกำไรนั้นก็ขึ้นอยู่กับรูปแบบของการขาย ซึ่ง Akira ได้ผลตอบรับที่ถือว่าประสบความสำเร็จอย่างมาก ที่เห็นได้ชัดก็เพราะเราลงทุนไม่สูงแต่ได้กำไรพอสมควร ส่วนในเรื่องราคานั้น เราต้องตั้งราคาที่ลูกค้าสามารถจับต้องได้ ซึ่งกันตภณได้ตั้งราคาตอนอยู่ที่ 150 - 250 บาท ซึ่งก็ถือเป็นราคาที่ต่ำสูงมากจนเกินไปเมื่อเทียบกับความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้รับจากทางร้าน ระยะเวลาประมาณ 1 ปีที่ Akira ดำเนินธุรกิจในรูปแบบ Food Truck ถึงแม้จะต้องเผชิญกับสภาวะที่ว่าฟู้ดทรัคยังไม่ค่อยได้รับการยอมรับมากนักเท่าที่ควร ทั้งเรื่องของการคัดแปลงรถ การหาพื้นที่จอดรถขาย หรือบางพื้นที่อาหารของเราไม่ตรงกับกลุ่มลูกค้า และอีกเรื่องที่สำคัญคือการควบคุมให้ฟู้ดทรัคและทุกคนมีคุณภาพ ดังนั้นเหล่าผู้ประกอบการฟู้ดทรัคเองควรจะต้องจดทะเบียนรถให้ถูกต้อง เพื่อสร้างให้เป็นมาตรฐานในธุรกิจ ซึ่งก็จะส่งผลดีต่อทั้งลูกค้าและต่อตัวเราด้วย





ฟู้ดทรัคควรเป็นองค์กร ไม่ใช่แค่ร้านอาหารเคลื่อนที่

การที่จะทำให้ฟู้ดทรัคสร้างรายได้ให้กับเหล่าผู้ประกอบการนั้น ผมว่าเราไม่ควรที่จะคิดว่าเป็นแค่ร้านอาหารเคลื่อนที่เพียงอย่างเดียว แต่ควรมองว่าเป็นหนึ่งองค์กรที่จะต้องทำอะไรให้ธุรกิจของเราขับเคลื่อนไปได้อย่างยาวนานและยั่งยืน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีทั้งการตลาดเข้ามาช่วยเป็นคู่คิดในด้านการตลาดและวิธีการขาย และอีกอย่างที่มีส่วนช่วยให้ร้านประสบความสำเร็จได้นั้นคือเรื่องของการโฆษณา

ก็ถือเป็นอีกหนึ่งส่วนสำคัญที่ทำให้ลูกค้ารู้จักแบรนด์ รู้จักร้านของเรา เพราะฉะนั้นบุคลากรหรือคนที่จะมาทำในหน้าที่นั้นไม่ใช่ใครก็ได้ แต่ต้องเป็นคนที่มีความรู้ความสามารถทางด้านนี้จริงๆ ส่วนในอนาคตผม Akira เป็น 2 โมเดลธุรกิจ คือ แบบ Food Consult สำหรับคนที่ต้องการจะลงทุนในธุรกิจฟู้ดทรัค แต่ไม่ชำนาญธุรกิจนี้เท่าไร ซึ่งเราก็จะมีบริการโดยจะทำให้เป็น One Stop Service ซึ่งเราจะเป็นคนดูแลให้ทั้งหมด ตั้งแต่เรื่องของการวัตถุดิบ การอบรมและเทรนนิ่ง ทั้งกับเจ้าของธุรกิจเอง หรือคนขาย และยังรวมไปถึงการวางแผนเรื่องการเงินอีกด้วย และอีกหนึ่งรูปแบบคือ แพรนซ์ไชส์ ที่ผมกำลังอยากพัฒนาโมเดลนี้ให้สำเร็จในอนาคต





กสอ. สนับสนุน เสริมแกร่ง ผู้ประกอบการฟู้ดทรัค

ก่อนที่ผมจะสร้างโมเดลธุรกิจในอนาคตที่ผมวางไว้ให้สำเร็จ ผมต้องพัฒนาและเรียนรู้ธุรกิจนี้อย่างลึกซึ้งเสียก่อน ปัจจุบันผมได้มาเข้าร่วมอบรมขั้นพื้นฐานในกิจกรรม “พัฒนาผู้ประกอบการใหม่สาขาธุรกิจฟู้ดทรัค” (Startup Food Truck) ที่จัดขึ้นโดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งในการอบรมครั้งนี้ผมได้เรียนรู้ตั้งแต่ คำนิยามของคำว่าฟู้ดทรัค การทำบัญชีของธุรกิจฟู้ดทรัค การรักษาคุณภาพของอาหาร รวมถึงการทำการตลาดของธุรกิจฟู้ดทรัค ซึ่งกิจกรรมนี้ตอบโจทย์ความต้องการผมเป็นอย่างมาก และหลังจากที่ได้เข้าอบรมมานั้น ผมได้นำมาปรับใช้กับธุรกิจของตนเอง มองหาจุดเด่นจุดด้อยของธุรกิจ และนำคำแนะนำกลับมาแก้ไขอย่างถูกต้อง ซึ่งเราก็คพบว่าเรายังขาดในเรื่องของการตลาดหรือการทำให้แบรนด์กลายเป็นที่รู้จักในวงกว้างที่ยังคงต้องพัฒนาอยู่อย่างต่อเนื่อง และจากการที่เข้าร่วมมาสักระยะหนึ่งก็ทำให้เราได้เปิดมุมมองทางด้านความคิด ได้รับการแนะนำด้านธุรกิจ และได้พบปะผู้ประกอบการรายอื่นๆ รวมถึงได้เห็นต้นแบบในการดำเนินกิจการอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เราสามารถนำมาต่อยอดกับกิจการของเราเองได้ด้วย

กันพลณ ทั้งท้ายไว้ว่า ฟู้ดทรัคนั้นไม่จำเป็นว่าจะต้องเป็นการขายอาหารเพียงอย่างเดียว เราสามารถต่อยอดธุรกิจจากรถฟู้ดทรัคได้อีกมากมาย เช่น เสื้อผ้า สปา หรือต่างจังหวัดที่มีของดีของตัวเองอยู่แล้ว ก็สามารถนำมาวางขายบนรถฟู้ดทรัคได้ ถือเป็นการเพิ่มช่องทางในการขายอีกช่องทางหนึ่ง รวมไปถึงอยากให้ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่จำเป็นว่าเรามีธุรกิจเหมือนกันแล้วต้องเป็นคู่แข่งกัน ซึ่งหากเราทำได้แบบนี้แล้วก็จะมิกลายเป็นพันธมิตรทางธุรกิจที่ดีต่อกันได้อย่างแน่นอน 

Akira Sushi Bar & Japanese Restaurant
โทร : 06 1419 4545



FOOD TRUCK CLUB

ช่วยเหลือ แบ่งปัน สร้างสรรค์ธุรกิจ

ฟู้ดทรัคคลับ ขับเคลื่อนสู่คลัสเตอร์ฟู้ดทรัค ด้วยประสบการณ์ตรงและความเป็นมืออาชีพของ คุณชนินทร์ วัฒนพดุกษา ผู้ก่อตั้ง ฟู้ดทรัคคลับ (ประเทศไทย) เล่าให้ฟังถึงจุดเริ่มต้นเมื่อ 4 ปีที่แล้วว่า...

เริ่มต้นจากการทำธุรกิจไอศกรีม ตอนนั้นรับทำ OEM (Original Equipment Manufacture) การรับจ้างผลิตสินค้าให้กับแบรนด์ต่างๆ ตามแบบที่ลูกค้ากำหนด) ให้ร้านอาหารหลายแบรนด์ เป็นการขายแบบ B To B (Business-to-Business องค์กรกับองค์กรซื้อไปสร้างมูลค่าเพิ่ม) ซึ่งดูเหมือนดีนะครับแต่มีความเสี่ยงถ้าเราจะพึ่งพิงการขายนี้ด้านเดียว เพราะจะมีข้อกำหนดจากลูกค้าหลายอย่าง รวมถึงการกำหนดกำไรที่เราจะได้รับ ผมจึงเริ่มต้นที่จะทำแบรนด์ของตนเองควบคู่ไปด้วยการขายแบบ B To C (Business-to-Consumer ธุรกิจที่ขายสินค้าให้กับผู้บริโภคทั่วไป) ซึ่งก็ไม่ต่างกันกับลูกค้าที่เราทำ OEM ให้ ตอนนั้นคิดว่า ช่องว่างทางการตลาดของกลุ่มผู้บริโภคยังมีอยู่ เพียงแต่เราต้องหา Tools ที่เหมาะสม และนี่คือจุดเริ่มที่ผมเลือกการทำฟู้ดทรัคที่จำหน่ายไอศกรีมไปทุกที่ที่ทั้งเช้าพื้นที่จอด ตลาดนัด งานอีเว้นท์ เพื่อเก็บข้อมูลด้านรสชาติ และราคาที่เหมาะสมไปด้วยพร้อมกัน ที่สำคัญฟู้ดทรัคเราไปทุกที่ ภารกิจคือ จำหน่ายแบบขายปลีก ให้ลูกค้าทาน และเก็บข้อมูลทั้งรสชาติและราคา





เพื่อนำมาพัฒนาต่อ การกิจต่อมาคือเชิญร้านอาหารในย่านนั้นมาชิมและเจรจาขายในปริมาณมากขึ้นแบบตลาด B To B ผลตอบรับดี คือได้ออร์เดอร์กลับมาเกือบทุกครั้ง ช่วงแรกตะลุมไปทุกที่ ทุกงาน ร่วมออกงานอีเวนต์ต่างๆ กับ Food Truck อื่นๆ ได้พูดคุยเริ่มเห็นปัญหาว่าบางปัญหาควรมีคนกลางที่ทำงานส่วนกลางเข้ามาเป็นจุดเชื่อมเพื่อหาทางออกซึ่งตอนนั้นยังไม่มี จนได้เข้าไปในกลุ่มฟู้ดทรัคที่จะมีเครือข่ายไปออกงานต่างๆ จากการได้ทำงานร่วมกัน เราเริ่มเห็นปัญหาหลายด้านที่มาพร้อมโอกาส แต่ขาดการจัดการทำให้ผมร่วมกับเพื่อนก่อตั้ง **ฟู้ดทรัคคลับ (ประเทศไทย)** ขึ้นเมื่อวันที่ 18 พฤษภาคม 2558 ซึ่งเราชัดเจนตั้งแต่แรกเลยว่าเราจะเป็กิจการเพื่อสังคม (Social Enterprise) มีจุดมุ่งหมายแก้ไขปัญหาลังคมและสิ่งแวดล้อมโดยใช้กลไกการบริหารจัดการของภาคธุรกิจบวกกับความรู้และนวัตกรรมสังคมเพื่อยกระดับให้สมาชิกแข็งแรงและเกื้อกูลเครือข่ายให้อยู่ร่วมกันได้แบบแบ่งปัน ด้วย Motto “ช่วยเหลือ แบ่งปัน สร้างสรรค์ธุรกิจ” จากการทุ่มเทที่จะพัฒนาสร้างเครือข่ายฟู้ดทรัคคลับให้เข้มแข็ง ด้วยเวลาเพียง 4 ปี เรามีสมาชิกกว่า 600 คน ที่สำคัญจากการรวมกลุ่มทำให้เรามีพลังในการขับเคลื่อนไปสู่การสร้างธุรกิจให้เข้มแข็ง จนเมื่อปีที่แล้ว กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ได้มีนโยบายสนับสนุนกลุ่มฟู้ดทรัคเพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการ ดังนั้นทางกลุ่มสมาชิกฟู้ดทรัคคลับจึงได้เข้าร่วมกิจกรรมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและมีการจัดตั้งเป็นฟู้ดทรัคคลัสเตอร์ (ประเทศไทย) ขึ้น มีสมาชิก 2 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ประกอบการฟู้ดทรัค (Food Truckers, FT) และ กลุ่มอุตสาหกรรมสนับสนุนฟู้ดทรัค (Food Truck Supporting Industry, FTSI)

วัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานของคลัสเตอร์ มีอย่างไร

จุดยืนของคลัสเตอร์เราชัดเจนตั้งแต่การรวมกลุ่มเป็นคลับในปี 2558 ที่เรารวมตัวกันเพื่อการจัดการที่ดีและแก้ปัญหาที่เป็นข้อจำกัดการดำเนินธุรกิจซึ่งสมาชิกทุกคนมีส่วนร่วม กลุ่มฟู้ดทรัคคลับย้ากับเพื่อนสมาชิกเสมอว่า “ช่วยเหลือ แบ่งปัน สร้างสรรค์ธุรกิจ” คือแนวทางที่เรายึดถือ วันนี้การพัฒนาฟู้ดทรัคเกิดได้รวดเร็วและเป็นรูปธรรมโดยมีหน่วยงานภาครัฐมาสนับสนุนอย่างกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมยิ่งทำให้สมาชิกมีความมั่นใจในการพัฒนาและขับเคลื่อนเพื่อสร้างโอกาสไปพร้อมกัน **ฟู้ดทรัคคลัสเตอร์ (ประเทศไทย)** จึงวางขอบเขตการทำงานและวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ฟู้ดทรัคมีคุณภาพและมาตรฐาน ตามแนวทางของสมาพันธ์ฟู้ดทรัค
2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการฟู้ดทรัคและอุตสาหกรรมสนับสนุนฟู้ดทรัคมีขีดความสามารถที่เพิ่มขึ้น และสามารถแข่งขันได้ในระดับสากล
3. สร้างความตระหนักให้ประชาชนและสังคมรับรู้ถึงธุรกิจฟู้ดทรัคที่ดี และความสำคัญของอุตสาหกรรมฟู้ดทรัคทั้งในและต่างประเทศ
4. ส่งเสริมและสร้างโอกาสในการทดสอบตลาดของฟู้ดทรัครายใหม่
5. เป็นแกนกลางในการประสานเครือข่ายอุตสาหกรรมฟู้ดทรัคกับหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ รวมถึงเชื่อมโยงสมาชิกของคลัสเตอร์ที่มีความพร้อม ในการเข้าถึงแหล่งทุนที่เหมาะสม

แนวทางการทำงานร่วมกันของคลัสเตอร์ด้วยความโปร่งใส มีดังนี้

1. คณะกรรมการคลัสเตอร์เป็นตัวแทนที่คัดจากสมาชิกคลัสเตอร์ จากกิจกรรมคลัสเตอร์ฟู้ดทรัค มีรอบการทำงาน 1 ปี แล้วจัดให้มีการทบทวนคณะกรรมการ แผนการทำงานขึ้นมาใหม่
2. คณะกรรมการคลัสเตอร์มีหน้าที่ช่วยสนับสนุนให้กิจกรรมต่างๆ เป็นไปตามวัตถุประสงค์ และขอบเขตในการดำเนินงาน
3. คณะกรรมการคลัสเตอร์ต้องช่วยกระจายข่าวสารกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานเครือข่ายที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์และขอบเขตการดำเนินงานของคลัสเตอร์ให้คณะกรรมการท่านอื่นรวมถึงสมาชิกทราบ
4. กิจกรรมต่างๆ ของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม สามารถใช้ชื่อและตราของคลัสเตอร์ได้ โดยแจ้งให้คณะกรรมการให้ทราบและขอให้คณะกรรมการเข้าร่วมกิจกรรม

5. กิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจและเป็นประโยชน์ คลัสเตอร์สามารถเข้าร่วมได้ โดยแจ้งให้คณะกรรมการคลัสเตอร์รับทราบและเห็นชอบอย่างน้อยครึ่งหนึ่ง โดยสามารถใช้ชื่อและตราของคลัสเตอร์ได้ และจะต้องมีคณะกรรมการคลัสเตอร์เข้าร่วมอย่างน้อย 2 ราย ทั้งนี้หากทำในนามส่วนตัวหรือเฉพาะกลุ่มสามารถทำได้ แต่ขอให้ใช้ชื่อและตราของกลุ่มเฉพาะ กรุณาอย่านำคลัสเตอร์ไปใช้เพราะจะเกิดการเข้าใจผิด

6. การคัดเลือกสมาชิก เข้าร่วมกิจกรรม โดยเฉพาะกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทดสอบตลาด ที่เกิดภายใต้กิจกรรมของคลัสเตอร์ ให้กำหนดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจน พร้อมกำหนดระยะเวลาการรับสมัคร หากหมดระยะเวลาแล้วสามารถประสานงานธุรกิจนอกเครือข่ายได้ และในกรณีเร่งด่วนสามารถแจ้งให้คณะกรรมการและสมาชิก ทราบเหตุผลความจำเป็นได้

7. คณะกรรมการคลัสเตอร์ช่วยดูแลสมาชิก และจัดฐานข้อมูลสมาชิกของคลัสเตอร์ร่วมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

8. การทำงานของคลัสเตอร์จะไม่เป็นไปในลักษณะแทรกแซงกลไกตลาดของกลุ่มธุรกิจในพื้นที่ โดยเน้นการส่งเสริมในเกิดมาตรฐานของทั้งธุรกิจและตลาด ซึ่งตลาดที่ได้มาจากการเจรจา จะเป็นไปเพื่อการทดสอบตลาดของสมาชิกและประชาสัมพันธ์ถึงการดำเนินงานของคลัสเตอร์ในภาพรวมเท่านั้น

9. การสนับสนุนงบประมาณของภาครัฐเป็นไปอย่างจำกัดและเป็นช่วงเวลาสั้นๆ เท่านั้น อย่างไรก็ตามกรุณาหลีกเลี่ยงการหาสปอนเซอร์เข้าร่วมสนับสนุนซ้อนกับกิจกรรมของคลัสเตอร์ที่ภาครัฐสนับสนุน ป้องกันการใช้งบประมาณทับซ้อน โดยสามารถสนับสนุนกิจกรรมอื่นที่ส่งเสริมกันได้ ทั้งนี้อาจมีการจัดทำกองทุนคลัสเตอร์กันเองขึ้น เพื่อสนับสนุนกิจกรรมต่างๆ ของคลัสเตอร์ในกรณีที่งบประมาณไม่เพียงพอและในช่วงเวลาที่ภาครัฐสนับสนุนไม่ได้ โดยให้มีกระบวนการใช้จ่ายเงินที่โปร่งใสและตรวจสอบได้

จากแนวทางการทำงานร่วมกันของคลัสเตอร์ด้วยความโปร่งใส ผมเชื่อว่าสมาชิกจะได้ประโยชน์และพัฒนาได้มากขึ้นทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ ที่สำคัญจะสะท้อนภาพลักษณ์ธุรกิจที่ดีทำให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในการใช้บริการ สุดท้ายสิ่งที่ยากฝากไว้คือ ผู้ดพริคมัแนวมัขยายตัวต่อเนื่อง ดังนั้นท่านที่เป็นผู้ประกอบการรายใหม่อยากเชิญชวนให้เป็นสมาชิก ซึ่งสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับคือต่อธุรกิจท่าน คือ ได้สิทธิในการฝึกอบรมและพัฒนาในทุกกระบวนการของธุรกิจ ตั้งแต่คุณภาพอาหาร บรรจุภัณฑ์ การดำเนินธุรกิจ การจัดการ การลดต้นทุน สร้างมาตรฐาน เทคโนโลยี IT การตลาด จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมและหน่วยงานเครือข่ายต่างๆ และได้รับโอกาสในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ระหว่างผู้ประกอบการภายใต้เครือข่ายคลัสเตอร์ รวมถึงหน่วยงานพันธมิตร ที่อาจนำมาซึ่งการขยายธุรกิจ การค้าและการลงทุนต่างๆ ได้รับโอกาสในการเข้าถึงข่าวสารข้อมูลกิจกรรมต่างๆ ของทางภาครัฐ รวมถึงสิ้นเชื่อนโยบายที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ ได้รับโอกาสในการทดสอบการค้าเนินธุรกิจ และช่องทางทางการตลาดใหม่ๆ ทั้งภายในและต่างประเทศ ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมาคือ ช่วยลดความเสี่ยง การลองผิดลองถูกให้ผู้ประกอบการรายใหม่ ดังนั้นการเป็นสมาชิกของผู้ดพริคคลัสเตอร์ จึงเป็นการย่นระยะทางสู่ความสำเร็จเร็วขึ้นครับ และหากท่านต้องการข้อมูลเพิ่มเติมสามารถติดต่อได้ที่ โทรศัพท์ 0 2202 4532 



Food Truck Club (Thailand)

115/34 ถ.บางกรวย-ไทรน้อย

ต.บางสีทอง อ.บางกรวย จ.นนทบุรี 11130

โทร 08 1641 5650, 08 7496 4652

E-mail : info@foodtruckclub.net





กระแสแรง ลงทุนง่าย หลากหลายไอเดีย

ปัจจุบันกระแสธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ หรือ **Food Truck** กลายเป็นธุรกิจที่กำลังมาแรง และตอบโจทย์ความต้องการของผู้คนที่ชีวิตเร่งรีบได้ ด้วยเข้าถึงง่าย สะดวก รวดเร็ว ตรงกับไลฟ์สไตล์ของผู้คนยุคนี้ได้เป็นอย่างดี จึงทำให้คนรุ่นใหม่หันมาทำธุรกิจฟู้ดทรัคมากขึ้นเรื่อยๆ

มนัสนันท์ อัสวสนศิริ กรรมการผู้จัดการ บริษัท เคทีอาร์ โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด ที่ปรึกษาโครงการ FOOD TRUCK เปิดเผยว่าอุตสาหกรรมร้านอาหารสินค้าเคลื่อนที่ หรือฟู้ดทรัค มีการเติบโตที่รวดเร็ว ซึ่งจากการเติบโตอย่างรวดเร็วนี้เอง ทำให้ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.) เล็งเห็นถึงความสำคัญที่จะส่งเสริมและพัฒนาผู้ประกอบการกลุ่มฟู้ดทรัคให้มีศักยภาพรวมถึงเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงได้ดำเนินการนำร่องรวมกลุ่มผู้ประกอบการเป็นฟู้ดทรัคคลัสเตอร์ ผ่านการจัดกิจกรรมบ่มเพาะ เพื่อให้ผู้ประกอบการเกิดความมั่นใจว่าผู้ประกอบการฟู้ดทรัคมีคุณภาพและมาตรฐาน โดยดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2561 ซึ่ง กสอ. ได้ร่วมมือกับ 7 หน่วยงาน ได้แก่ กรมอนามัย กรมการขนส่งทางบก สถาบันคุณวุฒิวิชาชีพ สถาบันอาหาร สถาบันยานยนต์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์ และ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จัดทำขอบเขตมาตรฐานโดยอ้างอิงข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องของแต่ละหน่วยงาน เพื่อส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ ด้านมาตรฐานความปลอดภัยและชีวอนามัย ทั้ง คน ครว้ รถ และ ตลาด (**Smart 4 Food Truck**) ให้ผู้ประกอบการนำไปปรับใช้ในธุรกิจฟู้ดทรัคได้อย่างเหมาะสม โดยให้ บริษัท เคทีอาร์ โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด เข้ามาเป็นที่ปรึกษาโครงการ FOOD TRUCK





ในประเทศไทย มีผู้ประกอบการรถฟู้ดทรัคหรือครัวติดล้อมากกว่า 1,000 ราย ซึ่งอยู่พื้นที่ กรุงเทพฯและปริมณฑล 70% และต่างจังหวัด 30% โดยแบ่งออกเป็นธุรกิจประเภทอาหาร ร้อยละ 60% ที่เหลือร้อยละ 40% จะเป็นประเภทเครื่องดื่มและของหวาน ทั้งนี้ประเภทของรถที่นำมาใช้ในธุรกิจฟู้ดทรัคแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ รถกระบะต่อเติม รถเทรลเลอร์หรือรถพ่วงและรถเก่าที่เอามาต่อเติมใหม่ ซึ่งทำให้งบลงทุนไม่สูงมาก

คุณมนัสนันท์บอกอีกว่าโอกาสของผู้ประกอบการสำหรับการขายนั้นมีมากมาย สามารถลงได้ในหลายพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นหาสถานที่จอดประจำ จอดตามตลาดนัด ศูนย์การค้า คอมมูนิตีมีอลล์ สถานที่ราชการ และงานอีเวนต์ต่างๆ เช่น การแข่งขันกีฬา งานคอนเสิร์ต และที่กำลังมาแรงคืองานรับเหมา หรืองานจัดเลี้ยงนอกสถานที่

“ข้อดีของธุรกิจ Food Truck คือ สามารถขับรถไปจอดขายที่ไหนก็ได้ สามารถย้ายทำเลได้ตามต้องการ นอกจากนี้ยังเข้าไปขายตามงานแฟร์ต่างๆ ได้ไม่จำเป็นต้องยึดติดกับที่เดิม หรือถ้าผ่านไปสักระยะแล้วทำเลที่ขายอยู่ยอดขายตก เราก็สามารถขับรถย้ายทำเลไปขายที่อื่นได้ เป็นการออกไปหาลูกค้าไม่ใช่รอรลูกค้า หมุนเวียนสถานที่ขายไปเรื่อยๆ”

สำหรับผู้สนใจ โครงการฯ จะเปิดรับผู้เข้ามาอบรมและเป็นสมาชิก เฉพาะตอนที่เริ่มต้นโครงการ และใครก็ตามที่สมัครเข้าร่วมโครงการ พร้อมกับเข้าอบรมสัมมนากับหลักสูตรต่างๆ ในโครงการแล้ว ก็จะได้เข้ามาเป็นสมาชิกโดยอัตโนมัติ

ทั้งนี้การทำธุรกิจฟู้ดทรัคให้ได้มาตรฐานได้นั้น คุณมนัสนันท์บอกว่า สิ่งสำคัญคือเรื่องของรสชาติของอาหารจะต้องมาก่อน ไม่ใช่ราคาหรือสถานที่ตั้ง ผู้ประกอบการต้องสามารถทำอาหารได้อร่อย และโครงการฯ ก็มีหลักสูตรที่จะอบรมให้อยู่แล้ว ในเรื่องของประกอบอาหารได้อย่างอร่อย โดยมีทางสถาบันปัญญาลิวัฒน์ และสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตชิตะเวช เข้ามาช่วยสอนเรื่องสูตรต่างๆ ให้

เมื่อถามถึงหัวใจของความสำเร็จของธุรกิจฟู้ดทรัคคืออะไร คุณมนัสนันท์บอกว่า ความอร่อยต้องมาอันดับหนึ่ง สองคือผู้ประกอบการฟู้ดทรัคเองต้องเข้าใจว่าพื้นที่บนรถนั้นมีน้อย เพราะฉะนั้นทุกคนที่จะทำฟู้ดทรัคได้ จะต้องรู้จักคิดค้นเมนูใหม่ๆ เป็น ต้องพัฒนาเมนูอยู่เสมอ และทำอย่างไรให้เมื่อนั้นสามารถจะใช้วัตถุดิบด้วยกันได้ เนื่องจากจะต้องมีการจัดพื้นที่ในการปรุงอาหาร เพราะฉะนั้นถ้าเมนูที่ทำเป็นเมนูที่มีวัตถุดิบหลากหลายแตกต่างกัน ก็จะไม่สามารถที่จะเก็บอาหารได้พอ





เพราะพื้นที่เล็ก เพราะฉะนั้นต้องรู้ว่าทำสิบเมนูก็จริง แต่ในสิบเมนูนั้นสามารถใช้วัตถุดิบผสมผสานกันแล้วมาแตกเป็นเมนูต่างๆ ต้องไปในทางเดียวกันได้ นอกจากนี้รถฟู้ดทรัคยังมีลักษณะเปิด คือลูกค้าสามารถที่จะเดินดูได้รอบรถ ดังนั้นจึงต้องทำทุกอย่างให้ได้มาตรฐาน ตัวตนของผู้ประกอบอาหาร เสื้อผ้าหน้าผม ต้องสะอาด หลังบ้านต้องเรียบร้อยมีการแยกเก็บวัตถุดิบให้ถูกต้องตามมาตรฐาน เพราะไม่มีที่ประกอบอาหารอยู่หลังร้านอย่างร้านอาหาร หากลูกค้าเห็นว่าไม่สะอาด ก็ไม่กิน ไม่ซื้อ นี่คือหัวใจที่สำคัญที่ผู้ประกอบการต้องไม่ลืม

“ตอนนี้เราเริ่มกระจายกิจกรรมในเรื่องของการตระหนัก รับรู้ให้เกิดในธุรกิจนี้ไปตามภูมิภาคแล้ว ตอนปี 61 ก็มีไปอบรมที่เชียงใหม่และโคราช ตอนนี้มีเริ่มมีที่เชียงใหม่ที่เป็นกลุ่ม กลุ่มแบบนี้ร้องจากกรุงเทพก็คือเชียงใหม่เพราะฉะนั้นกรมฯ ก็เลยใช้สิ่งที่ทำกันที่กรุงเทพไปเป็นต้นแบบและที่เชียงใหม่ก็มีความพร้อมก็เลยทำเชียงใหม่ฟู้ดทรัคหลักเกิดขึ้น คือตอนนี้สิ่งที่กรมฯ พยายามจะทำอย่างคือการขยายไปทั่วภูมิภาคเพราะเนื่องจากรถฟู้ดทรัคมีอยู่ในกรุงเทพ 70% มีแค่ 30% ในต่างจังหวัดเพราะฉะนั้นสิ่งที่ต้องทำก็คือพยายามให้ความรู้ในการทำเรื่องฟู้ดทรัคไปทั่วประเทศ ล่าสุดเราก็ไปบางแสน สืบดาห์หน้า ต้นเดือนก็จะไปเชียงรายและสงขลา คือไปให้ความรู้ว่าการทำธุรกิจฟู้ดทรัคมันง่าย ไม่ยาก ไม่ว่าคุณจะใช้ฟู้ดทรัคเป็นการตลาด คุณอาจจะจะมีร้านอาหาร มีรีสอร์ทอยู่แล้วถ้าเขามาทำฟู้ดทรัค เขาสามารถเอาร้านของเขาไปเจอลูกค้าแล้วบอกว่าถ้าลูกค้าทานแล้วอร่อย นี่ไงมาทานที่ร้านได้เลย ร้านจอดประจำอยู่ที่นี่ก็มี บริษัทใหญ่ๆ เขาก็เอาฟู้ดทรัคไปทำการตลาด เป็นเครื่องมือทางการตลาดในการเอาสินค้าและบริการไปส่งถึงที่เลย นั่นคือที่มาว่าทำไมแบรนด์ใหญ่ๆ ถึงต้องทำ ก็เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มคนในจุดที่เขาอยู่ ฟู้ดทรัคก็คือเครื่องมือการตลาด” คุณมนัสนันท์บอก

สุดท้ายคุณมนัสนันท์ยังได้ให้ข้อคิดสำหรับผู้สนใจจะทำธุรกิจฟู้ดทรัคว่า ธุรกิจฟู้ดทรัคเป็นธุรกิจที่ทำได้ไม่ยาก สำหรับผู้ที่จะเริ่มต้น แต่สิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการต้องมีก็คือเรื่องของความซื่อสัตย์และคุณธรรม จริยธรรม การประกอบอาหารบนรถนั้น หากผู้ประกอบการไม่ซื่อสัตย์กับผู้บริโภคก็ยากจะประสบความสำเร็จ นอกจากนี้หากอยู่ในสังคมอุตสาหกรรมเดียวกันก็ควรที่จะรวมตัวกันเป็นกลุ่ม มีความสามัคคีเอื้อเฟื้อกัน ไปงานไหนแล้วดีก็เรียกกันไป อยู่กันแบบเพื่อน เป็นทีมเป็นแก๊งที่มีรถหลากหลายประเภท ซึ่งข้อดีของการรวมตัวกันเป็นกลุ่มแบบนี้ เวลาไปไหนจะทำให้มีกำลัง มีอำนาจในการต่อรองมากขึ้นนั่นเอง 🇹🇭



บริษัท เคดีอาร์ โฮลดิ้ง (ประเทศไทย) จำกัด

22 ซอยลาซาล 55 แขวง 4-1 บางนา กรุงเทพฯ 10260

โทร. 0 2398 5596



Food Truck Guide

• เรื่อง :
มนัร ทรัพย์แห่ง

Chiangmai Food Truck Club

โอกาสของธุรกิจฟู้ดทรัคในเมืองท่องเที่ยว

จากไลฟ์สไตล์ของคนปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะในสังคมเมืองและเมืองท่องเที่ยว ที่ผู้คนส่วนใหญ่มักนิยมออกไปใช้ชีวิตนอกบ้าน ทั้งการทำงาน การเล่นกีฬา การท่องเที่ยว หรือทำกิจกรรมต่างๆ และที่ขาดไม่ได้คือการรับประทานอาหาร ซึ่ง “ฟู้ดทรัค” ได้กลายมาเป็นคำตอบที่ได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้นอย่างรวดเร็ว เพราะสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวก ความอร่อย ความสะดวก และความมีเอกลักษณ์ได้อย่างแท้จริง

จุดเริ่มต้นของฟู้ดทรัคในบ้านเรานั้น อาจจะกล่าวได้ว่ามีที่มาจากสตรีทฟู้ด หรือร้านอาหารข้างทางที่ได้รับความนิยมมากทั้งจากผู้บริโภคในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว จนเกิดการต่อยอดกลายเป็นฟู้ดทรัค เพื่อให้สามารถตอบสนองทั้งความต้องการของผู้บริโภค และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งของผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งธุรกิจฟู้ดทรัคที่เกิดขึ้นในช่วงแรกๆ และมีการเปิดตัวจนเป็นที่ฮือฮามากในบ้านเราก็คือ ฟู้ดทรัคประเภทเบอร์เกอร์ บาร์บีคิว สเต็ก และอาหารญี่ปุ่น ซึ่งถือเป็นกลุ่มที่ทำให้ฟู้ดทรัคดูมีเสน่ห์และน่าสนใจ โดยส่วนใหญ่มักจะไปออกร้านกันในงานแฟร์ หรืองานคอนเสิร์ตต่างๆ จนผู้บริโภคมีโอกาสพบเห็นมากขึ้น จึงกลายมาเป็นโอกาสทางธุรกิจที่เกิดขึ้นในเมืองใหญ่ หรือเมืองท่องเที่ยวอย่างเชียงใหม่ ที่มีธุรกิจฟู้ดทรัคเกิดขึ้นมาหลายปีแล้ว และยังคงเพิ่มจำนวนมากขึ้นทุกปี โดยแต่ละธุรกิจก็มีเสน่ห์ที่เป็นเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ

ธนพัฒน์ ชัยประภา หรือ แชมป์ เจ้าของธุรกิจ โรซท์แมน คาเฟ่ (Roaztman Coffee Truck) หนึ่งในสมาชิกคลัสเตอร์ฟู้ดทรัคคลับจังหวัดเชียงใหม่ ได้เล่าถึงกลุ่มเชียงใหม่ฟู้ดทรัคคลับให้ฟังว่า เป็นกลุ่มที่เกิดการรวมตัวขึ้นจากการได้รับงบประมาณสนับสนุนโดย ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม





ภาคที่ 1 กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ร่วมกับ นอร์ทเทิร์นฟู้ดวัลเลย์ โดย สภาอุตสาหกรรมจังหวัดเชียงใหม่ ภายใต้กิจกรรมเพิ่มความสามารถของธุรกิจฟู้ดทรัค ซึ่งเป็นการนำฟู้ดทรัคที่ผ่านการคัดเลือกจากในจังหวัด เชียงใหม่และจังหวัดใกล้เคียงมาเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อพัฒนาต่อยอดธุรกิจในเรื่องมาตรฐานของ คลัสเตอร์ Food Truck เชียงใหม่ โดยผู้เข้าร่วมเครือข่ายต้องผ่านการตรวจรับรองระบบมาตรฐานและสุขอนามัย ที่ดีสำหรับร้านจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ ซึ่งเป็นมาตรฐานเฉพาะที่กำหนดขึ้น อ้างอิงจากพื้นฐานของ การจัดทำมาตรฐาน GMP โดยความร่วมมือของ ศูนย์นวัตกรรมอาหารและบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ หรือ ศูนย์ Fin มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

“ฟู้ดทรัคของเชียงใหม่มีมาประมาณ 4-5 ปีแล้วครับ จำนวนสมาชิกของเราเพิ่มขึ้นเกือบร้อย เปอร์เซ็นต์ทุกปี เพราะว่ามีผู้สนใจธุรกิจฟู้ดทรัคเยอะมาก สำหรับบทบาทและภารกิจของกลุ่มคลัสเตอร์ เชียงใหม่ฟู้ดทรัค นั้น เบื้องต้นเราต้องการให้ฟู้ดทรัคของเชียงใหม่สามารถไปขายในสถานที่ท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่ หรือสถานที่ที่เป็นจุดแลนด์มาร์คต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่ได้ เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับความสะดวกที่จะมาซื้ออาหารซึ่งปกติจะไม่วางขายในแหล่งท่องเที่ยวขนาดนั้นๆ ได้ คือเป็นจุดที่ร้านค้า เข้าไปไม่ถึง แต่ฟู้ดทรัคเข้าไปถึง หรือตามตลาดนัดต่างๆ ในเมือง ซึ่งประเภทอาหารที่มีขายจะแบ่งเป็น อาหารคาว หวาน และเครื่องดื่ม โดยจุดใหญ่ๆ ในเชียงใหม่ที่ไปตั้งกันคือที่ตลาดนัดใหญ่ๆ และถนน นิมนานเหมินทร์”

ธนพัฒน์อธิบาย และยังบอกอีกว่า ปัจจุบันเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่มีฟู้ดทรัคอยู่จำนวน 100 กว่าคัน แต่ถ้าวรวมทั่วภาคเหนือจะมีประมาณ 200 กว่าคัน ซึ่งในปีนี้มีฟู้ดทรัคที่ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการ ประมาณ 20 คัน ซึ่งทั้งหมดได้ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกอย่างเข้มข้น จึงเชื่อมั่นได้ว่าเป็นฟู้ดทรัคที่มีศักยภาพ และมีคุณภาพ ผู้บริโภคสามารถมั่นใจได้ในเรื่องของความสะอาด รสชาติ และมาตรฐานการผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม เพราะทุกคนจะได้รับใบประกาศและใบประกาศนียบัตรรับรองตั้งโชว์ไว้ ฟู้ดทรัคที่ผ่านการ คัดเลือก อาทิ ปลาเห็ดเต๋อข้าง-ฟู้ดทรัคที่ขายทอดมันปลาทรายแท้ ผัดไทยสไตล์หนวด-ร้านผัดไทยชื่อดัง ที่จอดให้บริการอยู่ที่ถนนนิมนานเหมินทร์ มีติ่มซำไอศกรีมผลไม้โฮมเมด เห็ดหอมลูกชิ้นทอดหน้าวอร์มอัพ และโรตีสายไหม คาเฟ่ ของธนพัฒน์เอง

ธนพัฒน์เล่าว่าที่ผ่านมาภาครัฐได้ให้การสนับสนุนกลุ่มธุรกิจฟู้ดทรัคเป็นอย่างดี ผ่านการจัดอบรม สัมมนาเพิ่มความรู้ในการทำธุรกิจฟู้ดทรัคให้กับผู้ประกอบการ โดยนำวิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์ มาถ่ายทอดความรู้ด้านต่างๆ เช่น แนวทางการทำธุรกิจฟู้ดทรัคให้ประสบความสำเร็จ การออกแบบรถ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ฟู้ดทรัค การออกแบบผลิตภัณฑ์ รวมถึงการนำผู้ประกอบการฟู้ดทรัคไปออกงาน อีเวนต์ต่างๆ ด้วย



ปั่นแลนด์มาร์กด้วยฟู้ดทรัค ต้องได้รับแรงสนับสนุน

“ทางฟู้ดทรัคเชียงใหม่เราคิดว่าอยากจะให้เชียงใหม่เป็นแลนด์มาร์กในเรื่องสตรีทฟู้ด จึงอยากขอให้ทางภาครัฐสนับสนุนพื้นที่ส่วนใดส่วนหนึ่งของเชียงใหม่ให้เป็นพื้นที่สำหรับฟู้ดทรัคได้เข้าไปขาย ทำให้เป็นแลนด์มาร์กของจังหวัดเชียงใหม่ มีการจัดระเบียบเรื่องของพื้นที่ที่คล้ายๆ กับถนนคนเดิน แต่อยากให้ทำเป็นแหล่งของฟู้ดทรัคไปเลย โดยไม่ให้มีผลกระทบเรื่องการจราจร” ธนพัฒน์กล่าว



มองอนาคตของฟู้ดทรัคเชียงใหม่

เมื่อถามถึงมุมมองอนาคตของธุรกิจฟู้ดทรัคในเชียงใหม่ ธนพัฒน์บอกเล่าด้วยน้ำเสียงเชื่อมั่นว่า ธุรกิจฟู้ดทรัคในเชียงใหม่จะสามารถประสบความสำเร็จได้อย่างต้นแบบคือในอเมริกาได้ เพียงแต่จะต้องมีมาตรฐานของธุรกิจฟู้ดทรัคขึ้นมาก่อน ว่าควรมีมาตรฐานอะไรในการปกป้องผู้บริโภคบ้าง เช่น มาตรฐานความสะอาด มาตรฐานของผู้ประกอบการอาหาร โดยในอนาคตกลุ่มของเชียงใหม่จะมีการขยายตัวและสร้างเครือข่ายให้จังหวัดใกล้เคียงได้เข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น

“ตอนนี้เราพยายามจะให้ฟู้ดทรัคไปจอดอยู่เป็นที และเน้นเรื่องการบริการเป็นหลัก และจะนำอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเข้ามาเป็นจุดเสริม เพราะเรื่องความอร่อยกับมาตรฐานความสะอาด เราผ่านแล้ว ที่จะเพิ่มเติมคือการนำความเป็นเชียงใหม่ ความเป็นล้านนาเข้ามาพิชิตให้ธุรกิจมันโดดเด่นขึ้นนั่นเอง เพราะฟู้ดทรัคเชียงใหม่ต้องการตอบโจทย์ทั้งคนเมืองและนักท่องเที่ยว”

สำหรับภาพรวมของธุรกิจฟู้ดทรัคในเชียงใหม่ ส่วนใหญ่จะนิยมไปตั้งขายในพื้นที่ตลาดนัด ซึ่งจะเลิกขายประมาณสามทุ่ม บางส่วนจะไปตั้งขายที่ย่านถนนนิมมานเหมินท์ และอีกส่วนหนึ่งจะมีที่ขายเป็นสถานที่ประจำ โดยมีสัดส่วนการให้บริการหรือการขายกับคนในท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยว ซึ่งราคาอาหารก็จะไม่สูงมากนัก แต่บางส่วนที่อยู่ในย่านแหล่งท่องเที่ยวก็สามารถขายในราคาที่สูงขึ้นได้

วิธีการหนึ่งที่จะทำให้ฟู้ดทรัคเชียงใหม่มีศักยภาพสูงขึ้น คือการทำตลาดออนไลน์ ซึ่งทางกลุ่มคลัสเตอร์ฟู้ดทรัคเชียงใหม่มีการจัดทำแอปพลิเคชันที่มีชื่อว่า “ฟู้ดทรัค” โดยการสนับสนุนของศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 เพื่อเป็นต้นแบบในการส่งเสริมการตลาดฟู้ดทรัค โดยเริ่มต้นที่เชียงใหม่ก่อน เมื่อนักท่องเที่ยวมาที่จังหวัดเชียงใหม่และโหลดแอปนี้ จะพบข้อมูลของรถฟู้ดทรัค 20 ธุรกิจ ที่อยู่ในกลุ่มคลัสเตอร์ และสามารถดูได้ว่ารถคันนี้ให้บริการอยู่ที่ไหน ซึ่งในอนาคตจะพยายามรวบรวมให้เข้ามาอยู่ในแอปฯ นี้ทั้งหมด และจะขยายไปทั่วประเทศต่อไป

“ผมว่าฟู้ดทรัคมันเป็นการดำเนินธุรกิจที่เป็นส่วนเสริมหรือเป็นส่วนขยายของร้านต่างๆ ได้ สมมุติผมมีร้านกาแฟอยู่แล้ว การทำฟู้ดทรัคก็เป็นการส่งเสริมการขายอีกช่องทางหนึ่ง คือสามารถวิ่งไปบริการลูกค้าได้ไปออกงานอีเวนต์ต่างๆ ได้ หรือบางร้านที่ตั้งขึ้นมาใหม่ ฟู้ดทรัคก็เป็นธุรกิจที่สร้างอาชีพเริ่มต้นได้เลย ผมจึงมองว่าไม่ใช่กระแส เพราะคนส่วนมากรับรู้แล้วว่ามันมีฟู้ดทรัคอยู่บนโลกใบนี้”

ธนพัฒน์ยังทิ้งท้ายถึงมุมมองเกี่ยวกับโอกาสทางธุรกิจนี้ในเชียงใหม่ว่า โอกาสทางธุรกิจนี้ยังมากขึ้นทุกปี เพราะมีคนสนใจมากจนพูดได้ว่าที่เชียงใหม่กำลังเฟื่องฟูมาก ซึ่งในวันที่ 5 สิงหาคม 2562 ทางกลุ่มก็จะมีการจัดสัมมนา Why's Food Truck หรือ ฟู้ดทรัค...ธุรกิจของคนรุ่นใหม่ ขึ้นที่โรงแรมเวียงอินทร์ เชียงราย จังหวัดเชียงราย ซึ่งเปิดให้ผู้สนใจเข้าไปฟังได้ฟรี โดยสามารถติดต่อได้ที่ โทรศัพท์ 09 8759 3628 (คุณตุน) หรือเข้าไปดูรายละเอียดและสำรองที่นั่งได้ที่ www.facebook.com/ChiangmaiFoodTruckClub

ปัจจุบันในกลุ่มที่ได้รับคัดเลือกทั้ง 20 คันนั้น มีบางแบรนด์ที่ได้มีการขยายธุรกิจด้วยการเปิดเป็นแฟรนไชส์ เช่น เฉาก๊วยเต็งหนึ่ง มีดีมีดีไอศกรีมผลไม้โฮมเมด รวมทั้งโรตีสาน คาเฟ่ ของธนพัฒน์เองด้วย จึงเห็นได้ว่าธุรกิจฟู้ดทรัคในจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากจะรองรับความต้องการของทั้งนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่แล้ว ยังทำให้เกิดการขยายตัวทั้งในส่วนของธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอีกด้วย ถือเป็นธุรกิจที่มีโอกาสดี โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยวซึ่งจะทำให้มีศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจได้มาก



Roastman Cafe'

ที่อยู่ : วัดสะพานวัดป่าไร่ ต.ท่าวังตาล อ.สารภี ถนนวงแหวนรอบ 3

เบอร์โทร : 09 5684 3482

E-mail : roastmancafe@gmail.com

Marketing

• เรื่อง :
มนธิ์ กรกำแหง



Siam Auto Event Car

ปั้นรถ ปั้นแบรนด์

ผู้นำธุรกิจผลิตรถฟู้ดทรัคแบบครบวงจร

ในภาวะที่เศรษฐกิจในบ้านเรากำลังปรับตัวเพื่อก้าวสู่ยุคการค้าขายบนโลกออนไลน์เพิ่มมากขึ้น ธุรกิจที่ถือว่ายังอยู่บนพื้นฐานของธุรกิจออฟไลน์ที่สดใส รับเทรนด์ประเทศไทย 4.0 ก็คือ **ธุรกิจฟู้ดทรัค** ที่ **กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (กสอ.)** ประเมินว่า ในอีก 5 ปีข้างหน้า ธุรกิจจะเติบโตมีมูลค่ารวมประมาณ 1.7 หมื่นล้านบาท โดยปัจจุบันประเทศไทยมีผู้ประกอบการรถฟู้ดทรัคอยู่ประมาณ 1,500 คัน และยังมีแนวโน้มจะขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ

จุดเด่นของฟู้ดทรัค คือการให้บริการอาหารถึงแหล่งผู้บริโภค หรือเป็นการให้บริการนอกสถานที่ โดยมีการประกอบอาหารหรือยกครัวขึ้นไปไว้บนรถ จึงสามารถเคลื่อนย้ายไปประกอบอาหารและจำหน่ายตามสถานที่ต่างๆ ได้ โดยมีเอกลักษณ์ที่ดึงดูด คือแบรนด์ของสินค้าและหน้าตาของรถฟู้ดทรัค ที่แน่นอนว่าจะต้องถูกออกแบบดีไซน์มาอย่างดี ทั้งในแง่ของความสวยงามของตัวรถ และโครงสร้างต่างๆ เพื่อการใช้งานอย่างเต็มประสิทธิภาพ

จากเต็นท์รถมือสอง สู่ผู้ผลิตร้านค้าเคลื่อนที่ในวัยเพียงยี่สิบต้นๆ

“ภูริชา ยุรากร” กรรมการผู้จัดการ บริษัท สยามอโต้ไธฟ์เวนซ์ จำกัด ผู้บริหารรุ่นใหม่ที่กำลังสร้างโอกาสธุรกิจด้วยการต่อยอดจากธุรกิจดั้งเดิมของครอบครัว จนกลายเป็นบริษัทผู้นำด้านการผลิตหลังคาและโครงสร้างฟู้ดทรัคแบบครบวงจร เล่าย้อนให้ฟังถึงที่มาของการทำธุรกิจนี้ว่า เกิดขึ้นจากการที่ได้คลุกคลีอยู่กับคุณพ่อที่มีอาชีพประมง และทำเต็นท์รถมือสอง ทำให้เธอมีความชื่นชอบและสนใจเรื่องยานยนต์ โดยคุณพ่อก็จะสอนให้เธอมีส่วนร่วมในการทำธุรกิจมาตั้งแต่เด็กๆ จนเมื่อมาเรียนมหาวิทยาลัย เธอจึงคิดทำโปรเจกต์เรื่องร้านค้าเคลื่อนที่เพื่ออาชีพขึ้น ซึ่งเกิดมาจากแนวคิดที่ว่า จะทำอย่างไรให้รถมือสองของคุณพ่อที่หลายครั้งต้องขายออกในราคาที่เขาตกทุนสามารถเพิ่มมูลค่าขึ้นได้ และยังเป็นการทำหายคำพูดที่มีกล่าวกันว่า การซื้อรถ มีแต่ (ราคา) ลด



โปรเจกต์ของเธอจึงเริ่มต้นด้วยการออกแบบรถตามจินตนาการที่เธอคิดว่าควรจะเป็น โดยให้เพื่อนช่วยวาดแบบในคอมพิวเตอร์ จากนั้นจึงจ้างช่างมาผลิตโครงสร้างตามแบบที่เธอต้องการจนเกิดเป็นรถร้านค้าเคลื่อนที่คันแรกที่ใช้ขายไอศกรีม ซึ่งเธอพบว่าแม่ไอศกรีมของเธอจะขายดีมากและทำกำไรถึงหลักพันต่อวันจากต้นทุนเพียงไม่กี่ร้อย แต่รถของเธอยังมีปัญหาอยู่มาก ทั้งน้ำรั่ว น้ำซึม โครงสร้างไม่บาลานซ์ แต่กระนั้นก็ยังมีคนสนใจมาไล่ถามจนเกิดเป็นออเดอร์ของการผลิตรถร้านค้าเคลื่อนที่ในช่วงแรกๆ

“เราเรียนการตลาด ไม่ได้มีไอเดียเรื่องการผลิต พอมาถึงก็เขียนโครงสร้างเองเลย ตอนนั้นมองแล้วว่าเราถนัดเรื่องรถและชอบกินไอศกรีม ตอนนั้นประมาณปี 2543-2544 เราลงทุนไอศกรีมแค่หลักร้อย ได้กำไรวันหนึ่งหลักพัน เดือนแรกได้กำไรสามหมื่น แล้วยัง

มีคนสนใจอยากจะทำรถอีกสองคัน ก็มาคุยกับคุณพ่อว่าธุรกิจมันน่าจะไปได้ เพราะแบบก็มีแล้ว เลยกลับมาเริ่มนั่งคิดว่าจะแก้ปัญหาที่น้ำรั่ว แก้ปัญหาโครงสร้างให้ปลอดภัยยังไง เพราะตอนนั้นเราไม่ได้คำนึงถึงเลย ก็ตัดสินใจเข้าไปคุยกับขนส่ง ไปปรึกษาเลยว่าความสูง ความกว้าง น้ำหนักควรจะเป็นอย่างไร ต้องบาลานซ์ล้ออย่างไร โชคดีที่เราทำธุรกิจรถมานานเลยรู้จักกับช่างด้วย ซึ่งช่างก็ให้ความรู้เรามา”

ในช่วง 5 ปีแรกของธุรกิจนั้น ภูริชาปั้นธุรกิจโดยต่อยอดจากรถที่เธอมีอยู่ คือ รถกระบะจากจีนที่มีต้นทุนประมาณหนึ่งแสนบาท นำมาต่อยอดโดยจ้างช่างประกอบทำโครงสร้างหลังคาและตกแต่ง แล้วขายในราคาประมาณ 1.7-1.9 แสนบาท ซึ่งถือเป็นราคาที่ไม่สูงมากนัก เพราะเธอเชื่อว่าเป็นราคาที่เหมาะกับกำลังซื้อของคนซื้อ จากนั้นก็เริ่มขยายธุรกิจ มีการผลิตและมีช่างเป็นของตัวเอง เริ่มมีที่ปรึกษาเป็นวิศวกรด้านไฟฟ้าและโครงสร้าง ทำให้การผลิตรถขายสินค้าเคลื่อนที่ของเธอมีมาตรฐานมากขึ้นเรื่อยๆ จากนั้นก็มีการศึกษาและพัฒนารูปแบบรถเรื่อยๆ จากการผลิตรถที่มีราคาในระดับแสนต้นๆ ก็ขยับขึ้นมาเรื่อยๆ จนกลายเป็นทะเลาะราคาหลักล้านต่อคันไปในที่สุด

บีนรด บีนแบรนด์ ขยายธุรกิจต่อยอดทำกำไร

ช่วง 5 ปีถัดมา ธุรกิจของภูริชาเริ่มขยายมาเป็นผู้ผลิตรถฟู้ดทรัคอย่างเต็มตัว จากเดิมที่เคยผลิตโดยใช้รถกระบะจากจีน ก็เริ่มมีคนที่ใช้รถแบรนด์อื่นๆ ติดต่อมาขอให้ผลิตรถฟู้ดทรัคโดยใช้รถแบรนด์ของเขาเพิ่มมากขึ้น เธอจึงเกิดความคิดใหม่ที่จะขยายธุรกิจกลายเป็นผู้ผลิตรถค้าเคลื่อนที่ที่สามารถไปอยู่บนรถยี่ห้อใดก็ได้ ซึ่งการเรียนรู้และตัดสินใจของเธอนั้นมาถูกทางทีเดียว เพราะเมื่อเธอเปิดกว้างขึ้น ก็มีผู้สนใจธุรกิจฟู้ดทรัควิ่งเข้ามาหาเธอมากขึ้นเช่นกัน





“เดิมเรามีต้นทุนคือรถของเรา เราทำร้านอาหารของเราในกะ แต่พอทำปีหลังเราเริ่มขยายออกมาเป็นร้านค้าเคลื่อนที่ที่ไม่ยึดติดกับตัวยี่ห้อของตัวรถ เราก็เห็น **positioning** ใหม่ของธุรกิจ พอเราเปิดกว้างมากขึ้นก็กลายเป็นว่าเมื่อคนมองหาร้านอาหารเคลื่อนที่ เขาก็จะวิ่งมาหาเรา”

อีก 5 ปีต่อมา ถือว่าเป็นช่วงเฟสที่ 3 ของธุรกิจ ภูริชามีการเปลี่ยนแปลงโดยเรียนรู้จากปัญหาที่เกิดขึ้นในการสื่อสารกับลูกค้า จนเกิดเป็นไลน์ของการออกแบบรถ มีการขึ้นแบบ 3 มิติด้วยคอมพิวเตอร์ เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นภาพจริงของรถที่ต้องการ ช่วยลดปัญหาที่เกิดจากความเข้าใจคลาดเคลื่อน และส่งผลให้ต้องรื้อโครงสร้างอยู่บ่อยครั้งลงได้

“เราต้องเริ่มมีมาตรฐานการทำงานมากขึ้น เริ่มจากการออกแบบขึ้นมาก่อน ซึ่งหากลูกค้ายังไม่มีการสรุปแบบ ไม่คอนเฟิร์ม เราก็จะยังไม่มีการผลิตใดๆ มันช่วยลดปัญหาที่เราเจอได้ และยังทำให้เกิดมาตรฐานที่ดีขึ้นในธุรกิจด้วย สำหรับค่าออกแบบนั้นจะเริ่มตั้งแต่ 5,000-20,000 บาท ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของโมเดลรถ โดยใช้เวลาออกแบบประมาณ 7-10 วัน ซึ่งส่วนใหญ่ธุรกิจที่เข้ามาใช้บริการ มักจะเป็นธุรกิจอาหารเฉพาะอย่างต่างชาติที่ต้องการปรับแบรนด์ของตัวเอง แล้วอยากจะเห็นดีไซน์รถก่อนเพื่อนำไปเสนอหุ้นส่วน หรืออยากวางเลย์เอาต์ของเตาที่จะนำมาจากเมืองนอกว่าจะวางในรถได้มั้ย อีกกลุ่มหนึ่ง จะเป็นกลุ่มบริษัทที่ต้องการรถโมบายเคลื่อนที่สำหรับโชว์สินค้าก็จะให้เราดิไซน์เพื่อนำไปเสนองบประมาณกับบริษัทค่ะ”

ภูริชายังกล่าวอีกว่าการที่ธุรกิจของเธอได้รับความเชื่อมั่นจากลูกค้าชาวต่างชาตินั้น ส่วนหนึ่งมาจากการพัฒนาธุรกิจให้มีมาตรฐาน และมีความถูกต้องตามกฎหมาย โดยเธอเป็นผู้ผลิตเพียงไม่กี่เจ้าที่จดทะเบียนธุรกิจอย่างถูกต้อง และยังสามารถจดทะเบียนรถกับกรมการขนส่งทางบกให้กับลูกค้าได้อีกด้วย รวมไปถึงยังมีการจดทะเบียนคุ้มครองการออกแบบรถกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อดูแลด้านสิทธิในการผลิตต่างๆ ซึ่งธุรกิจในช่วงนี้เธอบอกว่าเป็นเหมือนกับการย้อนมาอุดหนุนในธุรกิจเสียมากกว่า อย่างกรณีของวัตถุดิบที่หลายชิ้นต้องสั่งทำขึ้นโดยเฉพาะ เพื่อให้เหมาะกับการใช้งานในฟู้ดทรัค จึงถือเป็นช่วงที่มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการผลิต และอุดหนุนหรือซื้อต่อยต่างๆ ในธุรกิจที่เคยพบเจอแน่นอน



ก้าวสู่ผู้นำการผลิต พร้อมเดินหน้าเป็นที่ปรึกษา เพื่อสร้างความยั่งยืนของธุรกิจ

ปัจจุบันธุรกิจของสยามอโต้เอนท์คาร์ ถือว่ากำลังก้าวเข้าสู่เฟสที่ 4 โดยบริษัทฯ เริ่มตั้งโจทย์ใหม่ เพื่อเจาะลึกในธุรกิจของตัวเองว่า เมื่อสินค้าของเธอได้ถูกขายออกไปแล้ว ผู้ซื้อสามารถนำไปสร้างอาชีพ และอยู่ได้อย่างมั่นคงหรือไม่

“เรากลับมาคิดว่าเมื่อเราขายรถไป คนที่ซื้อไปเขาอยู่ได้มั๊ย จะผ่อนรถไหมมั๊ย เพราะถ้าเราขายรถไปแล้ว เขาไปไม่รอด วงการฟู้ดทรัคมันก็จะล่มไปด้วย เวลาโตมันต้องโตไปทั้งองค์กร เราเลยมามองว่าเรามีความรู้จากการได้คุยกับลูกค้า กับธุรกิจที่หลากหลาย มีประสบการณ์ รู้ว่าอันไหนดีหรือไม่ดี จึงเริ่มยกตัวเองขึ้นมาเป็นที่ปรึกษาด้านธุรกิจร้านค้าเคลื่อนที่ โดยตอนนี้เรามีศูนย์ที่จะฝึกอบรมอาชีพ ให้ฟรีด้วยนะ เราดูธุรกิจที่น่าสนใจแล้วให้ลูกค้ามาทราบด้วยตัวเอง เพราะฟู้ดทรัคมีข้อดีอย่างหนึ่ง คือ เราจะสามารถเปลี่ยนเป็นร้านอะไร เมื่อไหร่ก็ได้ แค่เปลี่ยนสติ๊กเกอร์ เปลี่ยนเคาเตอร์ ต้นทุนเพียงหลักหมื่นก็เปลี่ยนธุรกิจเป็นร้านใหม่ได้เลย หมายความว่าเมื่อใดที่เจอทางตันในธุรกิจ เขาต้องเปลี่ยนเป็นร้านอย่างอื่นทันที เราจะช่ววางธุรกิจให้ตั้งแต่ต้นจนจบ เพื่อให้เขาสามารถออกรถไปแล้วขายได้ หากเราไม่สามารถทำให้เขามีธุรกิจที่ยั่งยืน และผ่อนรถได้ มันก็จะติดลบมาที่เรา อีกมุมหนึ่งคือถ้าอยากเอาประสบการณ์ของเราไปช่วยเขา ตอนที่ลูกค้าออกรถ เราถ่ายวิดีโอ แล้วอัดลงโซเชียลให้ด้วย เพราะเราไม่อยากให้เขาอยู่กับที่ คือเขามักจะมองว่าออกรถแล้วจะไปขายในที่ตรงนั้นๆ อ้าว! แล้วคุณไม่เอางานเหมาเหรอ เกิดมีงานบวช งานแต่ง เหมาไปร้อยสองร้อยชามล่ะ เราก็เลยทำโซเชียลให้ลูกค้าด้วย เพื่อให้เขามีช่องทางติดต่อกับลูกค้าของเขาได้ อันไหนที่เราช่วยได้ เราก็ทำ และเราทำแล้วต้องทำให้สุด เพราะเขาอยู่ได้ เราก็อยู่ได้ค่ะ”

ปัจจุบันมีสมาชิกในฟู้ดทรัคคลับไทยแลนด์ประมาณ 30-40 แบรินต์ ที่เธอดูแลอยู่ และมีแนวโน้มจะขยายแฟรนไชส์ หรือสร้างแบรนด์เพิ่ม เธอจึงมีการประสานงานโดยส่งสมาชิกเข้าไปอบรมกับกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เพื่อให้สมาชิกได้รับทราบข้อมูล และเข้าใจองค์ความรู้ในการทำธุรกิจฟู้ดทรัคมากยิ่งขึ้น

นอกจากการผลิต ปัจจุบันบริษัทฯ กำลังพัฒนารูปแบบธุรกิจใหม่ คือการให้เช่ารถ โดยมีค่าใช้จ่ายประมาณเดือนละ 1.5 หมื่นบาทต่อคัน ซึ่งอยู่ในช่วงทดสอบตลาด แต่ก็คาดว่าแนวโน้มจะไปได้ดี เพราะมีผู้สนใจจะเช่ารถติดต่อเข้ามาเป็นจำนวนมาก และตอนนี้เธอยังเปิดศูนย์อาหารสยามฟู้ดทรัคเซ็นเตอร์ที่บริเวณด้านหน้าศูนย์ที่จังหวัดปทุมธานีด้วย โดยนำรถฟู้ดทรัคจำนวน 5 คัน มาจอดจำหน่ายอาหาร 5 ชนิด ได้แก่ ซีฟู้ด ก๋วยเตี๋ยว กะเพรา ไอศกรีมซอฟเสิร์ฟ และเครื่องดื่ม โดยสองในห้าแบรินต์นั้น เป็นแฟรนไชส์ที่เธอปั่นขึ้นมาเอง คือก๋วยเตี๋ยวและไอศกรีม เพื่อให้คนได้เห็นของจริง และสัมผัสบรรยากาศการขายจริงๆ ซึ่งผู้สนใจธุรกิจฟู้ดทรัคสามารถจะสมัครเพื่อเข้าไปทดลองขายบนรถได้ด้วย และในอนาคตเธอยังจะขยายธุรกิจสู่ภูมิภาคให้ทั่วถึงมากยิ่งขึ้น โดยการเปิดตัวแทนจำหน่ายหรือดีลเลอร์ในพื้นที่จังหวัดหลัก ซึ่งสาขาที่เปิดไปแล้ว ได้แก่ เชียงใหม่ พิษณุโลก นครราชสีมา และเชียงราย

นาที่นี้ธุรกิจฟู้ดทรัคอาจจะดูเป็นกระแสมาแรงน่าสนใจ แต่สำหรับบริษัทฯ เธอมองว่า ฟู้ดทรัคไม่ใช่กระแส และไม่ใช่เทรนด์ แต่เธอเชื่อว่าฟู้ดทรัคเป็นตัวช่วยของผู้ประกอบการที่กำลังมองหาอาชีพ และจะช่วยตอบโจทย์ให้ธุรกิจว่าจะเหนื่อยน้อยลงได้อย่างไร เช่น แทนที่จะต้องขายเพื่อจ่ายค่าเช่าพื้นที่ ก็นำมาผ่อนรถแทน ซึ่งรถก็จะเป็นทรัพย์สิน ดังนั้น ฟู้ดทรัคจึงเป็นตัวช่วยของคนที่กำลังมองหาอาชีพ และยังเป็นเส้นทางของอาหารเคลื่อนที่ที่ทำให้ผู้คนรู้สึกสนุกสนานที่จะได้เข้ามาลิ้มลองอย่างไม่รู้เบื่อด้วย โดยเธอยืนยันถึงแนวโน้มที่สดใสของธุรกิจนี้ด้วยตัวเลขยอดการออกแบตชีนรถของเธอในปีที่แล้ว ที่แต่ละเดือนมีมากถึง 10-20 คัน และยอดการผลิตอีกเดือนละประมาณ 10 คัน ซึ่งแน่นอนว่าในปัจจุบันยังคงเพิ่มขึ้น และมีอย่างต่อเนื่องจนต้องขยายสาขาสู่ภูมิภาคนั่นเอง ฟู้ดทรัคจึงเป็นตัวช่วยธุรกิจที่ตอบโจทย์ผู้ประกอบการและผู้บริโภคในยุคปัจจุบันได้อย่างน่าสนใจเลยทีเดียว 



ข้อมูล :
บริษัท สยามอโต้เอนท์คาร์ จำกัด
99/1 ถนนปทุม-สามโคก ต.บางปรอก
อ.เมืองปทุมธานี จ.ปทุมธานี 12000
โทร. 09 3091 2626

SD ฟู้ดทรัค

อยากขายดีต้องสะอาดตา

ฟู้ดทรัคอื่นๆ

รถขายแซนวิชหมูสไตร์อเมริกัน เสริมกระจังหน้าเป็นรูปจมูกหมูเพื่อสื่อถึงอาหารที่ทำจากหมู



ฟู้ดทรัค хотดอกติดล้อ

ความจริงแล้วมันเป็นรถขาย хотดอก การออกแบบอย่างสุดวิเศษนี้เองทำให้รถขาย хотดอกรายนี้กลายเป็นไอคอนของอเมริกาในที่สุด



ฟู้ดทรัคกระสวยอวกาศ

ฟู้ดทรัคกระสวยอวกาศ หลังจากการถูกดัดแปลงมาหลายปี และเปลี่ยนมือจากเจ้าของรายหนึ่งไปสู่เจ้าของรายใหม่ กระสวยอวกาศรายนี้กลายเป็นรถบรรทุกอาหารที่ไม่ธรรมดา โดยเสิร์ฟอาหารอร่อยมาตั้งแต่ปี 2548



ฟู้ดทรัครถตัว

ถัวลิสขนาดยักษ์นี้เป็นรถบรรทุกอาหารของชาวสวนซึ่งต้องการสร้างความดึงดูดความสนใจแก่ผู้พบเห็น ต้องยอมรับว่าเป็นฟู้ดทรัคที่ดึงดูดโดดเด่น สะดุดตาดีด้วย



ฟู้ดทรัคแฮมเบอร์เกอร์

การออกแบบรถให้เห็นกันกระจะๆ ว่าขายแฮมเบอร์เกอร์ ยืนยันเลยว่าพอเป็นรถปั๊พ หิวขึ้นมาทันที



รถไอศกรีมลุงแซม

รถบรรทุกไอศกรีมของลุงแซม (Uncle Sam) มีโลโก้ของลุงแซมพร้อมธงชาติของอเมริกา และมีตัวหนังสือที่ช่วยให้รู้ว่า เป็นไอศกรีมของคนอเมริกัน กลายเป็นรถสัญลักษณ์ที่ให้บริการไอศกรีมทุกเชื้อชาติ



รถฟู้ดทรัค



ภาพจากเว็บไซต์ :

<https://geamova.com/20-customized-food-trucks-from-around-the-world/>

สร้างมูลค่าเพิ่ม Food Truck ด้วย เทคโนโลยี

Food Truck (ฟู้ดทรัค) หรือ **รถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่** ยังคงเป็นยานพาหนะเพื่อโอกาสทางธุรกิจและการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ได้รับการยอมรับจากทั่วโลก เฉพาะรายรับ **Food Truck** ในสหรัฐอเมริกาประมาณการณีสู่สูงถึง 2.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2560 ซึ่งผู้ประกอบการเลือกซื้อ **Food Truck** เพราะการซื้อที่ตั้งร้านอาหารมีราคาแพงมากในขณะที่ **Food Truck** มีราคาไม่แพงมาก และสามารถเคลื่อนไหวนำธุรกิจของตนไปยังสถานที่ต่างๆ ตามความต้องการ ในขณะที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการ **Food Truck** เพราะเป็นทางเลือกด้านอาหารที่มีรูปแบบการนำเสนออาหารที่แปลกใหม่ ราคาไม่แพง มีบริการที่มีชีวิตชีวา คือ ประจักษ์ใหม่ มีเมนูหลากหลายสร้างประสบการณ์ใหม่ที่ไม่เหมือนใครและจับใจมากกว่าร้านอาหาร ทั้งนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจ **Food Truck** มีการคิดค้นนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้อย่างต่อเนื่อง

ตัวอย่างสำคัญ

1. เทคโนโลยี Food Truck Matching “TLUNCH” ของ บริษัท เมลโลว์ (Mellow Inc.)

ได้รับรางวัล Good Design Award 2018 จากสถาบันส่งเสริมการออกแบบแห่งประเทศไทย



<https://www.mellow.jp/tlunch>

TLUNCH มาจากคำว่า “TRUCK + LUNCH = TLUNCH” เป็นแพลตฟอร์มจับคู่รถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food Truck) กับ “เจ้าของพื้นที่อาคารที่มีพื้นที่ว่างต้องการปล่อยเช่า” ที่ใหญ่ที่สุดของญี่ปุ่น เปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2559 โดยเป็นบริการที่ให้ประโยชน์แก่เจ้าของพื้นที่ เจ้าของรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ และผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด โดยบริษัทฯ เป็นตัวกลางในการเจรจาต่อรองจากเจ้าของอาคารไปจนถึงการเช่าสถานที่ (ช่วยแก้ปัญหาการจอดรถบนถนนและขายซึ่งอาจจะผิดกฎหมายจราจร) และให้ “โอกาสในการเปิด” แก่เจ้าของรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ โดยจ่าย 15% ของยอดขายให้กับ TLUNCH และ TRUNCH จ่าย 5% ให้กับเจ้าของอาคาร ส่วนที่เหลืออีก 10% เป็นรายได้จาก TLUNCH ซึ่งปัจจุบันมีจำนวนจุดขายรองรับ Food Truck ที่เป็นสมาชิกในระบบกว่า 140 แห่ง และมีจำนวนสมาชิก Food Truck มากถึง 600 ร้าน โดยข้อดีของ TLUNCH สำหรับเจ้าของรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ คือ สามารถเริ่มต้นด้วยความเสี่ยงน้อยที่สุด เพราะฟรีค่าลงทะเบียนแต่เป็นระบบที่จ่าย 15% ของยอดขายและดำเนินการในพื้นที่ที่เป็นที่นิยมมีความต้องการ ตลอดจนใช้ระบบสับเปลี่ยนหมุนเวียนรถให้ไปยังสถานที่ที่แตกต่างกันในแต่ละวันของสัปดาห์ ทำให้สร้างโอกาสทางธุรกิจเกิดยอดขายเพิ่มขึ้นได้ทุกวัน เพราะเป็นระบบที่ทำให้ลูกค้าสามารถกินอาหารโดยไม่เบื่อทุกวันเนื่องจากสามารถเลือกทานเมนูอาหารไม่ซ้ำกันได้ในแต่ละวัน และ TLUNCH ได้นำเทคโนโลยี IT มาสร้างระบบการจัดการร้านค้าให้กับเจ้าของรถฯ ทั้งการจัดเก็บแสดงเอกสารสำคัญ

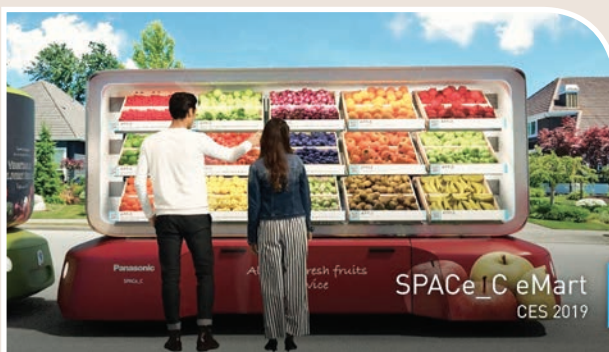
ของร้าน เช่น ใบอนุญาตประกอบกิจการ ใบรับรองมาตรฐานสุขอนามัยอาหาร ใบรับรองประกอบอาชีพเชฟ และข้อมูลการขาย เช่น การจัดตารางเวลา ข้อมูลพื้นที่การค้า รายงานยอดขายที่ผ่านมา การเป็นที่นิยมมากขึ้นตามความต้องการของแต่ละพื้นที่ และการแบ่งปันข้อมูลอื่นๆ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและเพิ่มยอดขายให้กับแต่ละร้านค้า ตลอดจนสร้าง “TLUNCH App” ให้กับกลุ่มลูกค้าที่มาใช้บริการ Food Truck เพื่อความสะดวกสบายของลูกค้าในการค้นหาตำแหน่ง Food Truck แบบเรียลไทม์ผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน ได้อย่างง่ายดายว่าเปิดเมื่อไร ที่ไหน และ Food Truck ใดมา และมีเมนูอะไร ราคาเท่าไร เป็นต้น



<https://www.mellow.jp/tlunch>

นอกจากนี้ มีบริการออกบูธอาหารในงานอีเวนต์ และบริการจัดเลี้ยงด้วยรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ ปัจจุบัน TLUNCH ช่วยสร้างยอดขายของธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการขยายพื้นที่ให้ครอบคลุมมากขึ้น และวางแผนต่อยอดธุรกิจนอกเหนือจากสินค้าอาหาร เช่น บริการนวดแบบเคลื่อนที่ เป็นต้น

2. เทคโนโลยี “SPACe_C eMart” ของ บริษัท Panasonic



<https://www.panasonic.com>

SPACe_C eMart เป็นเทคโนโลยียานพาหนะไฟฟ้าขนาดเล็ก (EV) แห่งอนาคตตามแนวคิดที่ใช้แพลตฟอร์มใหม่ เพื่อสนับสนุนการค้าและบริการเคลื่อนที่ ที่คิดค้นโดย บริษัท พานาโซนิค ที่นำมาจัดแสดงในงาน CES 2019 (Consumer Electronic Show) รูปแบบแนวคิด “SPACe_C” (Panasonic Autonomous Connected e-Mobility) เป็นยานพาหนะสามารถแยกออกเป็นโครงสร้างด้านบนและล่าง เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นในการใช้งานที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายและการใช้งานในแต่ละภูมิภาค โดยด้านล่างเป็นฐานยานพาหนะระบบส่งกำลังที่ประหยัดพลังงานปลอดภัย และโครงสร้างด้านบนถูกออกแบบให้สามารถใช้งานได้หลากหลายรูปแบบที่เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์และบริการสนับสนุนชีวิตของผู้คน อาทิ เป็นห้องโดยสารเนกประสงค์สำหรับการขนส่งผู้คน หรือ ขนส่งผลิตภัณฑ์ หรือ นำเสนอบริการ เช่น eMart ในการเคลื่อนที่จำหน่ายและ/หรือส่งมอบอาหารให้กับลูกค้า พร้อมแสดงความสามารถตรวจสอบย้อนกลับอาหารเพื่อบรรเทาความกังวลด้านความปลอดภัย และเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภคด้วยการเลือกซื้อและจ่ายเงินผ่านสมาร์ตโฟนหรือโทรศัพท์มือถือ และ/หรือ การสแกน ซึ่งช่วยลดความจำเป็นในการใช้พนักงานขายและเก็บเงินในสถานที่

จากตัวอย่างข้างต้นทำให้เห็นว่าเทคโนโลยีมีความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา (Disruptive Technology) และทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งเดิมไปสู่สิ่งใหม่ที่ดีกว่าสร้างมูลค่าเพิ่มในธุรกิจ และสร้างมูลค่าใหม่เพื่อสร้างชีวิตที่ดีขึ้นและโลกที่ดีขึ้นให้กับผู้คน

แหล่งข้อมูล :

<https://www.foodtrucknation.us/> <https://www.mellow.jp/tlunch> <https://www.g-mark.org> <https://www.panasonic.com>

วิญสสาร อันยาวนาน

//

ท่ามกลางวิญสสารอันยาวนาน
จนหาเบื้องต้นและเบื้องปลายไม่พบ
สรรพสัตว์ทั้งหลายยังต้องเวียนว่ายตายเกิด
ต่างทอดร่างทิ้งสรีระของตนไว้บนพื้นปฐพี
ครั้งแล้วครั้งเล่าจนกองกระดูกสูงเท่าภูเขา
แม้ตัวเราเองก็ต้องจากโลกนี้ไปสู่สัมปรายภพ
ต้องพลัดพรากจากสิ่งที่รักทั้งคน สัตว์ สิ่งของ ฯลฯ
มีเพียงบุญและบาปเท่านั้นที่ติดตัวไปภพเบื้องหน้า
มนุษย์เราทุกคนมีระเบิดเวลาแห่งชีวิตติดตัวมาทุกคน
พอถึงเวลาก็ระเบิดตูมโดยไม่มีสัญญาณเตือนล่วงหน้า
เราไม่อาจรู้ได้เลยว่าระเบิดเวลาแห่งชีวิต
จะเกิดขึ้นเมื่อไหร่ เกิดขึ้นเวลาไหน และเกิดอย่างไร
เรามีเวลาอยู่ในโลกนี้อย่างจำกัด
จงใช้เวลาที่เหลืออยู่ให้มีประโยชน์ในการสั่งสมบุญบารมี
เพื่อเป็นเสบียงติดตัวไปในภพเบื้องหน้า
ผู้มีปัญญาย่อมฉลาด
ในการใช้ทรัพย์หยาบให้เป็นอริยทรัพย์
ฝากไว้ในบวรพระพุทธศาสนา
พระสัมมาสัมพุทธเจ้าทรงตรัสไว้ว่า
“บุญญาภิ ปรโลกัสสมัง”
แปลว่า บุญเป็นที่พึงได้ในปรโลก

//

ถ้อยคำครู





ขนมหวานจากชาเขียว

ผู้เขียน : โสภณ เอส. ปิวโคอิน

รหัส : IB 17 0386ข

ขนมหวานที่มีส่วนผสมของชาเขียว ทั้งเค้กชาเขียว ทาร์ตชาเขียว คูกี้ชาเขียว ฯลฯ รวม 40 เมนู



สำหรับไทย สู่ครัวโลก (Thai Favourites to World Kitchen) ฉบับปรับปรุง

ผู้เขียน : วันดี ณ สงขลา

รหัส : B6150019038

สูตรสำหรับไทยในเล่มนี้เป็นสูตรที่ได้รับการทดลองทำแล้วหลายครั้งจนได้ผลดี เพราะความตั้งใจจริงคือ หวังให้ผู้อ่านใช้ตำราเล่มนี้เป็นประโยชน์ และสามารถสร้างสรรค์อาชีพได้ นำเสนอทั้งภาษาไทย อังกฤษ และภาษาญี่ปุ่น



ก๋วยเตี๋ยวเงินล้าน

ผู้เขียน : จำลองลักษณ์ หุ่นขึ้น

รหัส : B6150019133

หนังสือเล่มนี้รวบรวมเรื่องราวของก๋วยเตี๋ยวชนิดต่างๆ ไว้อย่างละเอียด ไม่ว่าจะเป็น ก๋วยเตี๋ยวเนื้อ ก๋วยเตี๋ยวไก่ ก๋วยเตี๋ยวเป็ด และอื่นๆ อีกมากมาย โดยมีเทคนิคการทำ รวมทั้งบทสัมภาษณ์จากร้านก๋วยเตี๋ยวที่ประสบความสำเร็จ เหมาะสำหรับผู้เริ่มคิดจะเปิดกิจการของตัวเอง หรือผู้ต้องการหารายได้เสริมจากงานประจำ



น้ำพริก

ผู้เขียน : ศักดิ์ฤทธิ์ ปราโมช

รหัส : IB 70 น3

รวมสารพัดสูตรเด็ด “น้ำพริก” แบบฉบับของ หม่อมราชวงศ์ศักดิ์ฤทธิ์ ปราโมช โดยมีรายละเอียดของเครื่องปรุง ส่วนประกอบ และวิธีทำโดยละเอียด พร้อมภาพตัวอย่าง ถ่ายทอดด้วยสำนวนภาษาที่เป็นเอกลักษณ์ อ่านง่าย ชวนให้ติดตาม ทั้งยังให้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการกินการอยู่ของคนไทยอีกด้วย



รวยด้วยอาหารกล่อง

ผู้เขียน : จำลองลักษณ์ หุ่นขึ้น

รหัส : IB 17 861

หนังสือเล่มนี้รวบรวมสูตรอาหารความอร่อยที่ไม่ซ้ำใคร ให้ได้ลิ้มลองฝึกปรีดีฝีมืออย่างไม่รู้เบื่อ ไม่ว่าจะเป็น ไก่ผัดน้ำพริกเผา ข้าวผัดกะปิ้งหวาน ไก่กรอบผัดพริกกระเทียม ใบโหระพากรอบ ข้าวกะเพราเปิดยำไข่ต้ม ก๋วยเตี๋ยวคั่วไก่ ไข่ออนเซน เกียวกึ่งผัดสุกี้แห้ง และอีกมากมาย โดยอธิบายส่วนประกอบและวิธีการทำอย่างละเอียด สามารถทำตามได้ง่ายๆ

เปิดครัวร้านข้าวทั่วไทย

ผู้เขียน : กองบรรณาธิการข่าวสด

รหัส : IB 17 ป591

หนังสือแนะนำ “ร้านข้าว” อร่อยๆ ทั่วประเทศไทย เล่มนี้ เปิดกันถึงกันครัวทุกร้านที่ถูกปากถูกคอคนทุกจังหวัด จะเดินทางไปไหนมาไหน จำเป็นต้องมีคู่มือในการเลือกร้านอาหารข้าวหลากหลาย สด อร่อย ด้วยหนังสือเล่มนี้



อาหารขึ้นทะเบียน มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ

ผู้เขียน : ศรีสมร คงพันธ์

รหัส : B6150019139

มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ ประเภทอาหารและโภชนาการ ที่ขึ้นทะเบียนสาขานี้เรียบร้อยแล้ว มี 20 รายการ มี 3 รายการได้ถูกคัดเลือกให้อยู่ในรายการที่เป็นตัวแทนของวัฒนธรรมประเทศไทย ได้แก่ “ต้มยำกุ้ง” “ผัดไทย” สำหรับอาหารไทย และอีก 1 รายการเป็นประเภทการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ คือ “ข้าวหอมมะลิ” การประกาศขึ้นทะเบียนมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติ



สลัดโรล & สลัดเมนูใหม่สร้างรายได้

ผู้เขียน : ปรีดา เทระกุล

รหัส : B6150019159

หนังสือเล่มนี้รวบรวมเมนูความอร่อยจากวัตถุดิบหลักอย่าง ไก่ ปลา หมู ยอ กุ้ง ปูอัด และผัก จนกลายเป็นเมนูอาหารที่หลากหลายเข้าด้วยกัน สูตรอาหารเหล่านี้สามารถนำไปสร้างเป็นอาชีพหลักได้ สำหรับผู้ที่รักสุขภาพ ไม่ควรพลาดหนังสือเล่มนี้!!



แซนด์วิชง่าย ๆ ทำขาย ทำกิน

ผู้เขียน : แพรพรรณ แพร่วไล

รหัส : B6150019140

แซนด์วิชง่ายๆ ทำขาย ทำกิน เล่มนี้ได้รวบรวมวิธีการทำแซนด์วิชที่หลากหลาย รสชาติเหมาะสมอย่างมากหากจะทำขายเป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม หรือหากจะทำกินเองที่บ้านก็เยี่ยมเลย!!



ร้านส้มตำ ยำ ลาบ ขายดี

ผู้เขียน : จำลองลักษณ์ หุ่นขึ้น (2)

รหัส : IB 17 ส551

รวมเมนูจานเด็ดอาหารเลิศรสแบบต่างๆ ไว้มากมาย โดยเฉพาะส้มตำ ยำ ลาบ โดยในเล่มได้ให้รายละเอียดของเครื่องปรุง ส่วนประกอบและวิธีทำโดยละเอียด พร้อมภาพตัวอย่างประกอบชัดเจน ไม่ว่าจะเป็น ตำกระท้อน ตำปลาแร่แต่งกวางญี่ปุ่น ส้มตำโคราช ตำแซบกระดูกอ่อน ต้มยำซูเปอร์ตีนไก่ และอื่นๆ อีกมากมาย สำหรับผู้ที่ชื่นชอบการทำอาหารไม่ควรพลาดหนังสือเล่มนี้



ใบสมัครสมาชิก วารสารอุตสาหกรรมสาร 2562



☐ สมาชิกเก่า ☐ สมาชิกใหม่

วันที่สมัคร.....

ชื่อ / นามสกุล.....บริษัท/หน่วยงาน.....

ที่อยู่.....

จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์..... เว็บไซต์บริษัท.....

โทรศัพท์..... โทรสาร.....ตำแหน่ง.....

อีเมล.....

แบบสอบถาม

- ผลิตภัณฑ์หลักที่ท่านผลิตคือ.....
- ท่านรู้จักวารสารนี้จาก.....
- ข้อมูลที่ท่านต้องการคือ.....
- ประโยชน์ที่ท่านได้จากวารสารคือ.....
- ท่านคิดว่าเนื้อหาสาระของวารสารอุตสาหกรรมสารอยู่ในระดับใด เมื่อเทียบกับวารสารราชการทั่วไป
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- การออกแบบปกและรูปเล่มอยู่ในระดับใด
☐ ดีที่สุด ☐ ดีมาก ☐ ดี ☐ พอใช้ ☐ ต้องปรับปรุง
- ข้อมูลที่ท่านต้องการให้มีในวารสารนี้มากที่สุดคือ (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับ)
☐ การตลาด ☐ การให้บริการของรัฐ ☐ สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ☐ ข้อมูลอุตสาหกรรม ☐ อื่นๆ ระบุ.....
- คอลัมน์ที่ท่านชอบมากที่สุด (ใส่หมายเลข 1...2...3... ตามลำดับความชอบ)
☐ Interview (สัมภาษณ์ผู้บริหาร) ☐ Product Design (ออกแบบผลิตภัณฑ์) ☐ Good Governance (ธรรมาภิบาล)
☐ SMEs Profile (ความสำเร็จของผู้ประกอบการ) ☐ Report (รายงาน / ข้อมูล) ☐ Innovation (นวัตกรรมใหม่)
☐ Market & Trend (การตลาด / แนวโน้ม) ☐ Book Corner (แนะนำหนังสือ) ☐ อื่นๆ ระบุ.....
- ท่านได้รับประโยชน์จากวารสารอุตสาหกรรมสารมากน้อยแค่ไหน
☐ ได้ประโยชน์มาก ☐ ได้ประโยชน์พอสมควร ☐ ได้ประโยชน์น้อย ☐ ไม่ได้ใช้ประโยชน์
- เทียบกับวารสารราชการทั่วไป ความพึงพอใจของท่านที่ได้รับจากวารสารเล่มนี้ เทียบเป็นคะแนนได้เท่ากับ
☐ 91-100 คะแนน ☐ 81-90 คะแนน ☐ 71-80 คะแนน ☐ 61-70 คะแนน ☐ ต่ำกว่า 60 คะแนน

สมัครสมาชิกวารสาร กรอกใบสมัครซึ่งอยู่หน้าสุดท้ายของเล่มจากนั้นส่งใบสมัครได้ 3 ทาง ได้แก่

- สมัครทางไปรษณีย์ จ่าหน้าซองถึง บรรณาธิการวารสารอุตสาหกรรมสาร
กลุ่มประชาสัมพันธ์ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ถนนพระรามที่ 6 เขตราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
- สมัครทางเครื่องโทรสาร หมายเลข 0 2354 3299
- สมัครทางอีเมล : e-journal@hotmail.com
- สมัครผ่าน google Form :

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1 - 11

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 1

(เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน ลำปาง พะเยาแพร่ น่าน)
158 ถนนทุ่งโฮเต็ล ต.วัดเกต อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50000
โทรศัพท์ (053) 245 361-2, 243 494, 242 226
โทรสาร (053) 248 315
e-mail: ipc1@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 2

(พิษณุโลก สุโขทัย อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ ตาก)
292 ถนนเลี่ยงเมือง-นครสวรรค์ ต.บ้านกร่าง
อ.เมือง จ.พิษณุโลก 65000
โทรศัพท์ (055) 282 957-9
โทรสาร (055) 283 021
e-mail: ipc2@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 3

(พิจิตร กำแพงเพชร นครสวรรค์ อุทัยธานี
ชัยนาท สิงห์บุรี ลพบุรี อ่างทอง)
200 ม.8 ถนนเลี่ยงเมือง ต.ท่าหลวง
อ.เมือง จ.พิจิตร 66000
โทรศัพท์ (056) 613 161-5
โทรสาร (056) 613 559
e-mail: ipc3@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 8

(สุพรรณบุรี กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา
นครปฐม นนทบุรี ราชบุรี สมุทรสาคร สระบุรี
ปทุมธานี สมุทรสงคราม เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์)
117 หมู่ 1 ถนนมาลัยแมน ต.ดอนก่ายาน
อ.เมือง จ.สุพรรณบุรี 72000
โทรศัพท์ (035) 441 027, 441 029, 441 031
โทรสาร (035) 441 030
e-mail: ipc8@dip.go.th

หน่วยงานส่วนกลาง

(กรุงเทพมหานคร)
ถนนพระรามที่ 6 ราชเทวี กรุงเทพฯ 10400
โทรศัพท์ 0 2202 4422-3
โทรสาร 0 2354 3152

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 10

(นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี กระบี่ ภูเก็ต พังงา ระนอง ชุมพร ตรัง พัทลุง)
131 ม.2 ถนนเทพรัตนกวี ต.วัดประดู่ อ.เมือง จ.สุราษฎร์ธานี 84000
โทรศัพท์ (077) 200 395-8 โทรสาร (077) 200 449
e-mail: cre-pic10@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4

(อุดรธานี หนองบัวลำภู หนองคาย เลย)
399 ม.11 ถนนมิตรภาพ ต.โนนสูง อ.เมือง จ.อุดรธานี 41330
โทรศัพท์ (042) 207 232-6, 207-238 โทรสาร (042) 207 241
e-mail: ipc4@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5

(ขอนแก่น กาฬสินธุ์ มหาสารคาม ร้อยเอ็ด
มุกดาหาร สกลนคร นครพนม)
86 ถนนมิตรภาพ ต.สำราญ อ.เมือง จ.ขอนแก่น 40000
โทรศัพท์ (043) 379 296-9 โทรสาร (043) 379 302
e-mail: ipc5@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 7

(อุบลราชธานี ยโสธร อำนาจเจริญ ศรีสะเกษ)
222 หมู่ที่ 24 ถนนคลังอาวุธ ต.ขามใหญ่ อ.เมือง
จ.อุบลราชธานี 34000
โทรศัพท์ (045) 313 772, (045) 313 945,
(045) 314 216, (045) 314 217
โทรสาร (045) 312 378, (045) 312 493
e-mail: ipc7@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6

(นครราชสีมา ชัยภูมิ บุรีรัมย์ สุรินทร์)
333 ถนนมิตรภาพ ต.สูงเนิน อ.สูงเนิน จ.นครราชสีมา 30170
โทรศัพท์ (044) 419 622 โทรสาร (044) 419 089
e-mail: ipc6@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 9

(ชลบุรี ฉะเชิงเทรา ระยอง จันทบุรี ตราด สมุทรปราการ
นครนายก ปราจีนบุรี สระแก้ว)
67 ม.1 ถนนสุขุมวิท ต.เสม็ด อ.เมือง จ.ชลบุรี 20000
โทรศัพท์ (038) 261-203, 273-702, 784 654-5
โทรสาร (038) 273 701
e-mail: ipc9@dip.go.th

ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11

(สงขลา สตูล ยะลา ปัตตานี นราธิวาส)
165 ถนนกาญจนวนิช ต.น่าน้อย อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา 90110
โทรศัพท์ (074) 211 905-8 โทรสาร (074) 211 904
e-mail: ipc11@dip.go.th

อุตสาหกรรมสารออนไลน์

<http://e-journal.dip.go.th>

วารสารสำหรับผู้ประกอบการ SMEs และ OTOP

ฐานข้อมูลส่งเสริมความรู้ด้านอุตสาหกรรม และแนวโน้มของอุตสาหกรรม กระบวนการผลิต การตลาด การบริหารการจัดการ การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ การให้บริการต่างๆ ตลอดจนตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จ
อยากรู้ข้อมูลคลิกอ่านได้เลย อยากโหลดข้อมูลดาวน์โหลดได้ทันที



สมัครเป็นสมาชิกได้

โทรสารที่หมายเลข 0 2354 3299 หรือ Google Form :

