

“แบรนด์ Fast Food พรีเมียมแห่งปึกหมุดขยายตลาดในเช็ก”



กรุงปราก สาธารณรัฐเช็ก กำลังกลายเป็นฐานสำคัญสำหรับแบรนด์ร้านอาหาร Fast Food ระดับพรีเมียมจากต่างประเทศ ที่ต้องการใช้ตลาดเช็กเป็นจุดเริ่มต้นก่อนขยายสาขาไปยังเมืองอื่น ๆ ทั่วประเทศ โดยล่าสุดคือ Burgermeister แบรนด์เบอร์เกอร์ชื่อดังจากเบอร์ลิน ประเทศเยอรมนี เตรียมเปิดสาขาแรกใจกลางกรุงปราก ณ จัตุรัสเวนเซสลาส (Wenceslas Square) ช่วงต้นปี 2027 แม้ว่ากรุงปรากมีร้านอาหารให้เลือกมากมายอยู่แล้ว แต่แบรนด์ Fast Food ระดับนานาชาติ ยังคงมองเห็นโอกาสในการเติบโตในเมืองหลวงของสาธารณรัฐเช็ก ทั้งนี้ Robert Fügert ซีอีโอของบริษัทระบุว่า “การเปิดสาขาในปรากไม่ใช่แค่การขยายสาขาทั่วไป แต่เป็นจุดเริ่มต้นสำหรับแผนการขยายธุรกิจระยะยาวทั่วสาธารณรัฐเช็กและมุ่งเป้าสู่การเป็นหนึ่งในแบรนด์ Fast Food ชั้นนำของยุโรป” แต่อย่างไรก็ตาม ไม่ใช่แค่ Burgermeister ยักษ์ใหญ่รายอื่นก็เร่งขยายสาขาเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น Five Guys แบรนด์เบอร์เกอร์พรีเมียมจากสหรัฐฯ เปิดสาขาแรกในห้าง Máj กรุงปรากเมื่อเดือนธันวาคม 2025 และวางแผนขยายเพิ่มเป็น 2 - 3 สาขาภายในสิ้นปี 2026 หรือต้นปี 2027 โดยมีเมืองเบอร์โน (Brno) เป็นเป้าหมายถัดไป ก่อนจะขยายให้ได้ 8-12 สาขาทั่วประเทศ รวมถึง Popeyes แบรนด์ไก่ทอดชื่อดัง เข้าสู่ตลาดเช็กในปี 2023 โดยเริ่มที่จัตุรัสเวนเซสลาสเช่นกัน จากเดิมที่มีเพียง 5 สาขาในเดือนเมษายน 2025 ได้เติบโตอย่างรวดเร็วเป็น 17 สาขาในเวลาไม่ถึงหนึ่งปี กระจายไปยังเมืองภูมิภาคอื่นๆ เช่น Brno, Ostrava และ Olomouc โดยเครือร้านนี้ยังคงขยายไปยังเมืองต่างๆ ในภูมิภาค ทำให้เป็นหนึ่งในตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดของแบรนด์ร้านอาหารระดับนานาชาติที่ใช้กรุงปรากเป็นจุดเริ่มต้นสำหรับการขยายสาขาในสาธารณรัฐเช็กให้กว้างขึ้น

จากข้อมูลของบริษัทที่ปรึกษาด้านอสังหาริมทรัพย์ Cushman & Wakefield กล่าวว่ากรุงปรากเป็นหนึ่งในย่านค้าปลีกและร้านอาหารที่เติบโตและมีชีวิตชีวาที่สุดในยุโรปกลาง โดยเฉพาะพื้นที่จัตุรัสเวนเซสลาส ในเขตปราก 1 มีผู้คนสัญจรผ่านทั้งชาวท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว มากกว่า 36 ล้านคนต่อปี ทำให้แบรนด์ต่างๆ สามารถเข้าถึงลูกค้าจำนวนมาก และสร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Visibility) ได้ดีที่สุด แต่อย่างไรก็ตามกำลังซื้อและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวเช็กราคาจะ

☐ นโยบายภาครัฐ

Call Center 1169

www.ditp.go.th
www.thaitrade.com
☐ เศรษฐกิจการลงทุน

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระบือ

อำเภอเมือง จังหวัดนนทบุรี 11000

☒ แนวโน้มการตลาด

Office of Commercial Affairs,

Royal Thai Embassy, Prague, Czech Republic

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก

☐ รายงานสินค้าและบริการ

☐ อื่น ๆ

TEL: +420 257 320 030

 E-mail: thaitcprague@gmail.com

Facebook: Thai Trade Center, Prague

เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่เป็นบททดสอบสำคัญ สำหรับ Burgermeister ในเบอร์ลิน ปัจจุบันเบอร์เกอร์ของพวกเขามีราคาอยู่ที่ประมาณ 6 - 11.60 ยูโร หรือประมาณ 230 - 450 บาท ในขณะที่ Five Guys จำหน่ายชีสเบอร์เกอร์ในกรุงปรากที่ราคา 275 เช็กคราวน์ หรือประมาณ 420 บาท และอาหารชุดราคาอาจสูงถึง 500 เช็กคราวน์ หรือประมาณ 760 บาท จากผลสำรวจความคิดเห็นของผู้อ่าน iDNES กว่า 3,400 คน พบว่าร้อยละ 28 ยินดีจ่ายแพงขึ้นเพื่อเบอร์เกอร์คุณภาพสูง ขณะที่อีกร้อยละ 46 ยินดีจ่ายแพงขึ้นแต่จะเลือกรับประทานในร้านอาหารระดับพรีเมียมมากกว่าร้าน Fast Food แสดงให้เห็นว่าตลาดยังคงมีช่องว่างและกำลังซื้อสำหรับอาหารพรีเมียม กล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีผู้บริโภคจำนวนหนึ่งที่พร้อมจ่ายเพื่อคุณภาพที่สูงขึ้น แต่แบรนด์ต้องพิสูจน์ให้ได้ว่าราคาที่แพงขึ้นนั้นให้ประสบการณ์และคุณค่าที่แตกต่างจาก Fast Food ทั่วไป

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะของ สคต.

การที่กรุงปรากกลายเป็นศูนย์กลางอาหารพรีเมียมระดับภูมิภาคของยุโรปกลาง สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร กำลังซื้อที่สูงขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปิดรับเทรนด์อาหารโลก และการก้าวข้ามจาก "อาหารราคาถูก" ไปสู่ "คุณภาพและประสบการณ์" จึงเป็นโอกาสสำคัญสำหรับสินค้าและธุรกิจอาหารของไทย ดังนี้

1. สินค้าวัตถุดิบคุณภาพสูง ผู้ประกอบการไทยไม่ควรมุ่งเน้นการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว แต่ควรเน้นวัตถุดิบเกรดพรีเมียม เช่น ข้าวหอมมะลิเกรดพรีเมียม ซอสปรุงรสออร์แกนิก/โซเดียมต่ำ เครื่องแกงพร้อมปรุงที่เน้นคุณภาพสูง เนื้อสัตว์และวัตถุดิบทางเลือก

2. การปรับปรุงแบบร้านอาหารไทย มุ่งสู่ "Fast-Casual Premium" โดยร้านอาหารไทยในยุโรปส่วนใหญ่มักแบ่งเป็น 2 ช่วง คือ ร้าน Street Food ราคาถูก หรือร้าน Fine Dining บรรยากาศหรูหรา แต่งานวิจัยในข่าวชี้ว่า โมเดล "Fast-Casual Premium" บริการรวดเร็วแต่คุณภาพอาหารและภาพลักษณ์ระดับพรีเมียม กำลังเป็นที่ต้องการเพิ่มมากขึ้น

สำหรับสินค้าอาหารไทยถือเป็นโอกาสที่ดีเพราะไทยมีจุดแข็งด้านรสชาติ ความเป็นเอกลักษณ์ และวัตถุดิบที่แตกต่างจากตลาดยุโรป ซึ่งสามารถตอบโจทย์ร้านอาหารและ Foodservice ที่ต้องการรักษามาตรฐานรสชาติและลดต้นทุนการเตรียมอาหาร เน้นการสร้างมูลค่าและความพรีเมียมมากกว่าการแข่งขันด้านราคา

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงปราก

ที่มา : <https://www.expats.cz/czech-news/article/why-premium-fast-food-brands-are-betting-on-prague>