

รายงานธุรกิจ Food trucks ออสเตรเลีย

1. ภาพรวมตลาด

แม้ว่าธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) จะได้รับความนิยมในสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปมาเป็นเวลายาวนานแล้วก็ตาม แต่ธุรกิจ Food trucks เริ่มได้รับความนิยมแพร่หลายในตลาดออสเตรเลียในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในนครเมลเบิร์น รัฐ Victoria นครแอดิเลด รัฐ South Australia และนครซิดนีย์ในรัฐ New South Wales เนื่องจากมีรูปแบบการนำเสนออาหารที่แปลกใหม่ รสชาติถูกปากจากนานาชาติ อาทิ อาหารจีน (dumplings) อาหารเม็กซิกัน (tacos) เวียดนาม อิตาลี ญี่ปุ่น เกาหลี ไทยและกัวเตมาลีนานาชาติ ตลอดจนอาหารออร์แกนิกและอาหารมังสวิรัต ที่จำหน่ายในราคาตั้งแต่ 5 – 14 เหรียญออสเตรเลีย ทำให้อาหารประเภท Food trucks มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ที่เน้นอาหารคุณภาพ ประสิทธิภาพ ราคาถูก ในรูปแบบที่สะดวก และง่ายต่อการรับประทาน

ตลาด Food trucks เติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยมีสื่อโซเชียลมีเดียเป็นแรงขับเคลื่อน อาทิ Facebook, Twitter, Instagram, blogs, และ YouTube อีกทั้งยังมีอาหาร Food trucks อีกหลากหลายประเภทที่กำลังเตรียมเข้าตลาดอย่างต่อเนื่อง

2. การสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐ

2.1 รัฐ South Australia

ในช่วงปลายปี 2554 เทศบาลนครแอดิเลด ได้ริเริ่มโปรแกรม Splash Adelaide initiative โดยยกเลิกค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตขายอาหาร (ปกติเรียกเก็บวันละ 58 เหรียญออสเตรเลีย) ไปจนถึงเดือนเมษายน ปี 2556 เพื่อกระตุ้นการใช้พื้นที่กลางแจ้งให้เกิดประโยชน์และกระตุ้นเศรษฐกิจในเขตพื้นที่ซบเซา ซึ่งปัจจุบันมี Food trucks จำนวน 50 รายที่จำหน่ายอาหารในเขตตัวเมืองและอีก 30 รายกำลังจะเข้ามาทำตลาด ซึ่งนครแอดิเลดมีการเติบโตและขยายตัวมากที่สุดของธุรกิจ Food trucks

เดือนสิงหาคม ปี 2560 รัฐบาลรัฐ South Australia ได้ปฏิรูปกฎระเบียบข้อบังคับเกี่ยวกับ Food trucks โดยการยกเลิกอำนาจของเทศบาลเมืองต่างๆ ในการจำกัดจำนวน Food trucks เวลาในการจำหน่ายประเภทอาหารและพื้นที่จัดจำหน่าย (ระยะห่างในการจำหน่ายอาหารใกล้บริเวณร้านค้าหรือร้านอาหารที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นนั้นๆ) รวมทั้งกำหนดค่าธรรมเนียมการขอใบอนุญาตประกอบการสูงสุดไม่เกิน 20,000 เหรียญออสเตรเลีย แม้ว่าจะมีผลตอบรับที่ดีจากผู้ประกอบการ Food trucks และมีแนวโน้มที่จำนวนผู้ประกอบการ Food trucks จะเพิ่มสูงขึ้น แต่ก็สร้างความไม่พอใจอย่างยิ่งต่อร้านค้าหรือร้านอาหารที่มีอยู่แล้วซึ่งเห็นว่าเป็นความไม่เป็นธรรม และภาครัฐจะลดเลิกต่อการศึกษาถึงผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจของร้านค้าหรือร้านอาหารในท้องถิ่น ผู้ประกอบการสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการขออนุญาตประกอบการ Food trucks ได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.cityofadelaide.com.au

2.2 รัฐ New South Wales

ปี 2555 นครซิดนีย์ได้เริ่มโครงการนำร่อง food truck program ภายใต้แผน Sydney 2030 : OPEN Sydney Strategy Action Plan (หนึ่งในกลยุทธ์สำคัญเพื่อสร้างศักยภาพทางการแข่งขันและการปฏิรูปเมืองใหม่) ซึ่งเป็นผลมาจากข้อเรียกร้องของผู้บริโภคที่ต้องการซื้ออาหารคุณภาพดี ราคาประหยัดในเวลา กลางคืน (หลังจากที่ร้านอาหารทั่วไปปิดให้บริการลง) เช่นเดียวกับประเทศอื่นๆ และตระหนักว่า Food trucks เป็นธุรกิจบริการรูปแบบใหม่และเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค รอบคอบมากกว่าเป็นคู่แข่งร้านอาหารที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น โดยได้คัดเลือก Food trucks จำนวน 10 รายจากผู้สมัคร 32 ราย แต่เข้าร่วมจำหน่ายอาหารภายใต้โครงการเพียง 9 รายได้แก่ Agape Organic Food Truck, Al Carbon, Bite Size Delights, Cantina Mobil, Eat Art Truck, Lets Do Yum Cha, Tsutu, Urban Pasta และ The Veggie Patch Van เพื่อจำหน่ายอาหารในพื้นที่ต่างๆจำนวน 14 แห่งบนถนนที่ได้รับ อนุญาตและบริเวณพื้นที่จอดรถที่กำหนด โดยต้องเป็นพื้นที่ที่อยู่ห่างจากรถ Food Trucks และร้านอาหารที่มี ให้บริการอยู่แล้วในชุมชนระยะ 50 เมตร จำกัดเวลาให้บริการได้ไม่เกิน 4 ชั่วโมงในแต่ละแห่ง และแสงไฟจากรถ Food trucks ต้องไม่รบกวนการจราจรบนท้องถนนหรือชุมชนอาศัยใกล้เคียง เป็นต้น โดย Food trucks ของ Cantina Mobil (อาหารเม็กซิกัน Street Food) เป็นธุรกิจแรกที่เริ่มให้บริการในนครซิดนีย์



เทศบาลนครซิดนีย์ได้เปิดให้บริการเว็บไซต์ (www.sydneyfoodtrucks.com.au) และ Sydney Food Truck แอปพลิเคชันเพื่อแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับวัน เวลา และสถานที่ของการให้บริการ Food trucks แต่ละประเภทผ่านสมาร์ตโฟน ซึ่งมีผู้ ดาวน์โหลดมากกว่า 23,000 ครั้งและมีผู้ใช้บริการเฉลี่ย 600 รายต่อวัน และผู้ ดาวน์โหลดเพิ่มขึ้นเป็น 194,000 ครั้งในปี 2558 และโครงการ Food Truck Sydney ยังได้รับรางวัลชนะเลิศธุรกิจสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ของ Sydney Morning Herald Good Food Guide แห่งปี ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นความนิยมอาหาร Food truck ในออสเตรเลีย และปี 2558 Sydney Airport ได้อนุญาตให้ Food trucks ทุกประเภทสามารถเข้ามาจำหน่ายอาหารใน บริเวณอาคารผู้โดยสารต่างประเทศได้เป็นครั้งแรก

Food trucks แต่ละคันต้องปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ ดังนี้ 1) ศักยภาพในการประกอบการและมาตรฐาน ด้านความปลอดภัยของสินค้าอาหาร 2) รูปแบบของอาหาร เมนู ราคาและความพร้อมในการให้บริการ 3) ทัศนียภาพและให้ความสำคัญต่อการรักษาสภาพแวดล้อมอย่างยั่งยืน อาทิ พลังงาน น้ำ การกำจัดขยะ รวมไปถึง ควบคุมความแออัดของผู้ใช้บริการเพื่อความปลอดภัย (Sustainable Sydney 2030) 4) ให้ความร่วมมือและ ผลิตด้านศิลปะ วัฒนธรรมและปฏิบัติตามนโยบายท้องถิ่น นอกจากนี้ต้องผ่านการประเมินอย่างเข้มงวด 5 ประการ ดังนี้ 1) ความสร้างสรรค์แปลกใหม่ 2) ความยั่งยืน 3) จริยธรรม 4) การออกแบบ 5) เมนูอาหาร อีกทั้งยังจำกัดการให้ใบอนุญาตประกอบ Food trucks เพียง 50 รายต่อปีเพื่อป้องกันปัญหาตลาดเข้าสู่ภาวะ อิ่มตัว ปัจจุบันมีรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) ที่มีความประสงค์จะเข้าร่วมโครงการ food truck program รวมกว่า 800 ราย

ผู้ประกอบการที่มีความสนใจธุรกิจรถขายของเคลื่อนที่ (Food trucks) ในนครซิดนีย์สามารถหา รายละเอียดเพิ่มเติมได้ผ่านเว็บไซต์ www.cityofsydney.nsw.gov.au

2.3 รัฐ Victoria

นครเมลเบิร์นได้ชื่อว่าเป็นแหล่งที่มีการจำหน่ายอาหารในรูปแบบ Food Truck ที่ใหญ่ที่สุดใน ออสเตรเลียภายใต้แผนการพัฒนาถนนสายการค้าในท้องถิ่น (Street Trading Strategy) เพื่อกระตุ้น เศรษฐกิจและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ผ่านกิจกรรมทางการตลาดในรูปแบบต่างๆ โดยเฉพาะการจำหน่าย อาหาร ในรูปแบบ Food trucks ภายใต้นโยบาย Street Activation Policy ปี 2554 เพื่อสนับสนุนและ ช่วยเหลือภาคอุตสาหกรรม Food trucks ซึ่งเป็นธุรกิจเกิดใหม่ในท้องถิ่น โดยกำหนดพื้นที่จำหน่ายอาหาร Food Truck รวมทั้งสิ้น 11 แห่งในเขตตัวเมืองและสวนสาธารณะต่างๆ Food trucks แต่ละคันต้องขอ ใบอนุญาตประกอบการผ่านกระบวนการ public tendering process อย่างเข้มงวดโดยมีหลักเกณฑ์ 5 ประการดังนี้ 1) คุณภาพ 2) ความหลากหลาย 3) ความโดดเด่น 4) ความปลอดภัย 5) ความยั่งยืนและจ่ายค่า พื้นที่เริ่มต้น 2,400 เหรียญออสเตรเลียต่อเดือนต่อแห่ง อีกทั้ง นครเมลเบิร์นได้อนุญาตให้รถจำหน่ายอาหาร Food trucks สามารถจำหน่ายในพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตไปจนถึงเดือนมีนาคม ปี 2563



ปัจจุบันมีรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) ให้บริการอาหารหลากหลายเชื้อชาติรวมกว่า 80 ราย รวมไปถึง Beatbox Kitchen ซึ่งเป็น Food trucks จำหน่ายเบอร์เกอร์คันแรกที่ เริ่มให้บริการบนถนนตั้งแต่ปี 2552

อีกทั้ง เทศบาลนครเมลเบิร์นจะมีการประเมินโดยนัก โภชนาการและจัดประเภทคุณค่าทางโภชนาการของอาหารและ เครื่องดื่มของ Food trucks แต่ละรายโดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ Green, Amber และ Red ภายใต้ City of Melbourne Food Policy และโปรแกรม [Healthy Choices](#) เพื่อให้แน่ใจว่าอาหาร Food trucks เป็นอาหารดี มีประโยชน์ต่อสุขภาพและผ่านกระบวนการผลิตอย่าง ยั่งยืนและเป็นมิตรกับสังคมและสิ่งแวดล้อม

ผู้ประกอบการที่มีความสนใจธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) ในนครเมลเบิร์น สามารถหา รายละเอียดเพิ่มเติมได้ผ่านเว็บไซต์ streatrader.health.vic.gov.au

2.4 รัฐ Queensland

เทศบาลนครบริสเบนให้ความสำคัญต่อธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) เนื่องจาก เป็นธุรกิจขนาดเล็กที่มีการเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยมีแผนส่งเสริมธุรกิจ Food trucks ภายใต้ Brisbane City Council's Food Trucks Initiative เพื่อสนับสนุนธุรกิจ Food Trucks ให้สามารถเปิด บริการได้ในพื้นที่เขตเทศบาลเมือง ถนนและสวนสาธารณะต่างๆ ปัจจุบันมีธุรกิจ Food trucks จำนวน 49 ราย ซึ่งผู้ประกอบการสามารถตรวจเช็คพื้นที่และวัน เวลา การให้บริการของ Food Truck ในนครบริสเบนได้จาก

เว็บไซต์ www.bnefoodtrucks.com.au และผู้ประกอบการที่มีความประสงค์จะสมัครขอใบอนุญาตประกอบการสามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่ทางเว็บไซต์ www.brisbane.qld.gov.au

2.5 รัฐ Tasmania

เทศบาลนครโฮบาร์ต มีโครงการ Hobart food truck เพื่อจัดสรรพื้นที่อนุญาตให้จำหน่ายอาหาร Food trucks ได้ตามเขตเทศบาลต่างๆทั่วนครโฮบาร์ตยกเว้นบริเวณตัวเมือง เขต Sandy Bay และ North Hobart shopping และเขตพื้นที่ no-go zone อื่นๆ ผู้บริโภคสามารถตรวจสอบตารางเวลาการให้บริการของ Food Truck ที่ให้บริการในนครโฮบาร์ตผ่านทางแอปพลิเคชัน Where the Truck และสำหรับผู้ประกอบการ Food truck ที่สนใจเข้าร่วมโครงการดังกล่าวสามารถสมัครได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.hobartcity.com.au

2.6 เขตปกครอง Northern Territory

เทศบาลนครดาร์วิน ได้ริเริ่มโครงการ Street Food Map โดยจัดสรรพื้นที่เทศบาลเมืองและเขตชายฝั่งให้สามารถจำหน่ายอาหาร Food trucks เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและสนับสนุนกิจกรรมกลางแจ้งอันเป็นการตอบสนองวิถีชีวิตของชาวดาร์วิน สำหรับผู้ประกอบการ Food trucks ที่สนใจเข้าร่วมโครงการสามารถสมัครได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.darwin.nt.gov.au

2.7 รัฐ Western Australia

ปี 2558 เทศบาลนครเพิร์ทได้ริเริ่มโครงการนำร่อง The City of Perth's food truck trial ระยะเวลาเดือนกุมภาพันธ์ถึงเดือนพฤษภาคม โดยมี Food trucks ที่เข้าร่วมโครงการจำนวน 9 ราย เพื่อจำหน่ายอาหารในพื้นที่ที่ได้รับอนุญาตจำนวน 15 แห่ง ซึ่งผลสรุปของโครงการนำร่องดังกล่าวมีผลตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดีนำไปสู่โครงการ Mobile Food Truck trial ครั้งที่ 2 เป็นระยะเวลา 1 ปี เพื่อให้ภาครัฐแน่ใจว่า ธุรกิจ Food trucks จะไม่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจคาเฟ่และร้านอาหารที่มีอยู่เดิม ซึ่งนำไปสู่การพิจารณาสนับสนุนและจัดสรรพื้นที่ถาวรให้กับธุรกิจ Food trucks ภายใต้ mobile food trading policy ในปี 2559 โดยเทศบาลจะออกใบอนุญาตประกอบการ Food trucks ไม่เกิน 12 รายต่อปีและกำหนดให้ Food Truck ต้องให้บริการห่างจากร้านค้าในท้องถนนจำนวน 100 เมตร ผู้ประกอบการต้องจดทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจอาหาร มีใบอนุญาตประกอบการและปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยในการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มภายใต้ Food Act 2008 และได้กำหนดให้พื้นที่ที่ได้รับอนุญาตจำนวน 3 แห่งได้แก่ John Oldham Park, Wellington Square และ Langley Park เพื่อป้องกันผลกระทบต่อร้านค้าในท้องถนน โดยผู้ประกอบการ Food trucks ทั้ง 9 ราย ได้แก่ Bantastic Mi, That Greek Food Truck, Andy's Bratwurst Hut, Eat No Evil, Bombay Knights Street Food, The Acai Corner, What the Bao, Aj's Food Truck และ PastaCup Mobile สามารถจำหน่ายอาหารได้ทุกวันในระหว่างเวลา 07:00 น. และ 03:00 น. ผู้ประกอบการ Food truck สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ผ่านทางเว็บไซต์ www.perth.wa.gov.au

3. สมาคมรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) และผู้ให้บริการที่เกี่ยวข้องในออสเตรเลีย



3.1 สมาคมรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ออสเตรเลีย (Australian Food Trucks Association : AFTA) เป็นองค์กรไม่หวังผลกำไรที่ก่อตั้งขึ้นโดยกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) 10 ราย เพื่อช่วยเหลือและสนับสนุนผู้ประกอบการ Food trucks ทั่วประเทศ และเป็นสื่อกลางในการเชื่อมโยงระหว่างแหล่งผลิต ผู้บริโภค และผู้ประกอบการ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นทุกฝ่ายและกระตุ้นการเติบโตของอุตสาหกรรมอาหารรูปแบบใหม่ในอนาคต



Slow Roasted Beef Brisket Burger - \$12.00
Slow roasted Beef brisket burger marinated in Korean chili, kimchi slaw



Crispy Fries - \$5.00
Crispy Fries w/ EAT seasoning



สมาชิกผู้ให้บริการธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) ที่ก่อตั้ง AFTA ทั้ง 10 รายได้แก่

- 3.1.1 Agape (อาหารออร์แกนิก)
- 3.1.2 Bite Size Delights (อาหารเม็กซิกัน)
- 3.1.3 Caminito (อาหารอเมริกัน)
- 3.1.4 Cantina Movil (อาหารเม็กซิกัน)
- 3.1.5 Eat Art Truck (อาหาร BBQ อเมริกัน)
- 3.1.6 Monster Rolls (home made เม็กซิกัน)
- 3.1.7 Sarazine La Creperie (อาหารฝรั่งเศส)
- 3.1.8 The Nighthawk Diner (อาหารอเมริกัน)
- 3.1.9 Tsuru (อาหารญี่ปุ่น)
- 3.1.10 Urban Pasta (อาหารอิตาลี)



3.2 สมาคมรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่รัฐ Western Australia (The West Australian Mobile Food Vendors Association) ก่อตั้งขึ้นในปี 2559 โดยกลุ่มผู้ประกอบการขนาดเล็กมากกว่า 160 ราย เพื่อให้บริการอาหาร Food trucks หลากหลายประเภทที่มีคุณภาพในราคาที่ย่อมเยา ช่วยกระตุ้นการเติบโตของเศรษฐกิจและสนับสนุนธุรกิจรถบรรทุกจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ในท้องถิ่น (www.wamfva.org)



3.3 บริษัท Australian Mobile Food Vendors Group (AMFVG) ในนครเมลเบิร์นดำเนินธุรกิจบริการสินค้าและบริการอาหารเคลื่อนที่ อาทิ Food Trucks, Vans, Trailers และ Marquees ในงานกิจกรรมพิเศษหรือเทศกาลต่างๆ ทั่วประเทศและจัดตั้งเว็บไซต์ www.thefoodtruckpark.com.au เพื่อเป็นศูนย์รวมและสนับสนุนผู้ประกอบการ Food trucks ในนครเมลเบิร์น



3.4 เว็บไซต์ Where The Truck At (www.wherethetruck.at) และแอปพลิเคชันที่สามารถดาวน์โหลดบนมือถือสมาร์ทโฟนทั้งระบบ iOS และ Android หนึ่งในธุรกิจ Startup ในนครเมลเบิร์นให้บริการติดตามการให้บริการ Food trucks แสดงวัน เวลา สถานที่จอดรถ Food trucks ในพื้นที่ต่างๆในแต่ละรัฐ มีสมาชิกรวมกว่า 403 ราย และทำการตลาดผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย อาทิ Facebook, Twitter และ Instagram โดยนครเมลเบิร์นเป็นเมืองที่มี Food trucks ให้บริการบนถนนมากที่สุดเฉลี่ย 15 รายต่อวัน

3.5 เว็บไซต์ Truck On The Move (www.sydneyfoodtrucks.com.au) ในซิดนีย์ให้บริการติดตามวัน เวลา สถานที่จอดรถบริการ Food trucks ในพื้นที่ต่างๆ รวมกว่า 38 ราย (มี Food trucks อาหารไทย 1 ราย คือ Yum Thai Juice Bar จำหน่ายน้ำผลไม้และอาหารว่าง)

3.6 เว็บไซต์ www.bnefoodtrucks.com.au ในนครบริสเบนให้บริการติดตามการให้บริการ Food trucks รวมกว่า 49 ราย

3.7 เว็บไซต์ www.mobilefoodanddrinks.com.au ได้รวบรวมรายชื่อรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ (Food trucks) เพื่อให้บริการตามงานเทศกาล กิจกรรมนอกสถานที่และกิจกรรมอื่นๆในแต่ละ

3.8 เว็บไซต์ www.goodfood.com.au ได้รวบรวมข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับธุรกิจบริการสินค้าอาหารและเครื่องดื่มที่น่าสนใจรวมถึงแนวโน้มความต้องการอาหารและแนะนำธุรกิจเปิดใหม่

3.9 เว็บไซต์ www.weekendnotes.com ได้แนะนำและรวบรวมกิจกรรมต่างๆที่จะจัดขึ้นในท้องถิ่นต่างๆ รวมไปถึงสถานที่ที่น่าสนใจโดยนักเขียนท้องถิ่น ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี (ชาวออสเตรเลียที่เข้าชมจำนวน 1 ล้านคนต่อเดือน)

4. แนวโน้มธุรกิจ Food trucks

ธุรกิจ Food trucks เป็นธุรกิจที่กลุ่มผู้บริโภคช่วงเวลากลางคืนในเมืองต่างๆเรียกร้องให้เปิดบริการเพิ่มขึ้นเพื่อทดแทนร้านค้าทั่วไปที่ปิดให้บริการตามเวลาปกติและยังเป็นเครื่องมือกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ที่เขาให้กลับมาคึกคัก อีกทั้งยังช่วยสร้างความปลอดภัยในบริเวณพื้นที่ให้บริการยามค่ำคืนเพิ่มขึ้นอีกด้วย อาหาร Food Trucks ที่ได้รับการตอบรับและนิยมมากที่สุดส่วนใหญ่เป็นอาหารอเมริกัน เม็กซิกัน อิตาลี เยอรมัน จีน เวียดนาม ญี่ปุ่น และอินเดีย

ผลสำรวจการตอบรับจากผู้บริโภคและองค์กรหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดย Woolcott Research ในระหว่างการดำเนินโครงการนำร่อง food truck program ซิดนีย์ ปี 2556 พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 98 มีทัศนคติที่ดีและสนับสนุนการจำหน่ายอาหาร Food trucks ในท้องถิ่น ผู้บริโภคที่ซื้ออาหาร Food trucks ร้อยละ 52 มีอายุระหว่าง 25 และ 34 ปี ผู้บริโภคร้อยละ 72 ระบุว่ามีการมีอาหาร Food trucks จำหน่ายช่วยสร้างความรู้สึกปลอดภัยในพื้นที่นั้นๆมากขึ้น และระบุว่า เวลา 21:00 น. ถึงเที่ยงคืนเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมในการให้บริการ Food trucks ผู้บริโภคร้อยละ 36 ระบุว่า แอปพลิเคชันเป็นแหล่งข้อมูลที่ดีในการติดตามการให้บริการของ Food Truck

การเลือกซื้ออาหารของชาวออสเตรเลียหากไม่ซื้ออาหารจาก Food Truck พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 35 เลือกรับประทานอาหารที่บ้านมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้บริโภคร้อยละ 33 ซื้ออาหาร Takeaway ร้อยละ 12 เลือกออกไปรับประทานอาหารในร้านอาหาร ร้อยละ 7 รับประทานอาหารในร้านกาแฟ และร้อยละ 4 ไปซื้ออาหารจากซูเปอร์มาร์เก็ต

สถิติสำรวจการใช้จ่ายของชาวออสเตรเลียในปี 2559 โดย CommSec ได้ประมาณการการใช้จ่ายในการซื้อสินค้าของชาวออสเตรเลียเฉลี่ย 240 เหรียญออสเตรเลียต่อสัปดาห์ เป็นการใช้จ่ายไปกับการซื้ออาหารมากที่สุดเฉลี่ย 97 เหรียญออสเตรเลียต่อคนต่อสัปดาห์ (ส่วนใหญ่เป็นการซื้อสินค้าจากซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านค้าทั่วไป) นอกเหนือจากค่าใช้จ่ายข้างต้นชาวออสเตรเลียยังใช้จ่ายไปกับการซื้ออาหาร Takeaway ร้านอาหาร ร้านกาแฟและเบอร์เกอร์อื่นๆ อีกประมาณ 33.65 เหรียญออสเตรเลียต่อคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.9 จากปีก่อนหน้า แม้ว่าการเติบโตของรายได้ประชากรจะต่ำและค่าครองชีพจะเพิ่มสูงขึ้นก็ตาม

Roy Morgan ได้สำรวจพฤติกรรมการรับประทานอาหารของชาวออสเตรเลียปี 2559 พบว่า ชาวออสเตรเลียร้อยละ 58.9 นิยมออกไปดื่มชา กาแฟในร้านกาแฟและร้อยละ 45 ที่ออกไปรับประทานอาหารใน Pub อย่างน้อย 1 ครั้งในรอบ 3 เดือน และชาวออสเตรเลียร้อยละ 14.2 นิยมสั่งอาหารให้มาส่งที่บ้านเพิ่มขึ้น

IBIS World ระบุว่า ธุรกิจบริการส่งอาหารที่บ้าน อาทิ UberEATS และ Foodora ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับร้านอาหารถึงร้อยละ 2 ของอุตสาหกรรมร้านอาหารออสเตรเลียในปี 2560 เนื่องจากสามารถตอบสนองวิถีชีวิตของชุมชนเมืองที่มีเวลาน้อย ทำให้ผู้บริโภคลดเวลาในการปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้านเพื่อเพิ่มเวลาในการทำกิจกรรมสันทนาการมากขึ้น จึงมองหารูปแบบบริการอาหารดี มีคุณภาพและคุณค่าทางโภชนาการ ราคาเหมาะสมและรสชาติถูกปาก โดยเฉพาะกระแสความนิยมอาหารประเภท Street Food คาดว่า ธุรกิจบริการร้านอาหารจะขยายตัวร้อยละ 20 ร้านกาแฟร้อยละ 0.8 และธุรกิจ Fast food Service จะขยายตัวร้อยละ 1.2 ในปี 2560

Macquarie ได้คาดการณ์การเติบโตของประชากรพบว่า ภายในปี 2573 ชาวออสเตรเลียกลุ่ม Millennial จะเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 54 ของประชากรทั้งหมด เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีรายได้สูง และยังเป็นกลุ่มผู้บริโภคยุคดิจิทัลและให้ความสำคัญกับสื่อโซเชียลมีเดีย อีกทั้งยังนิยมใช้จ่ายไปกับกิจกรรมสันทนาการนอกบ้านเพื่อหาประสบการณ์แปลกใหม่ และเน้นการแบ่งปันมากกว่าการครอบครองเป็นเจ้าของ ดังนั้นธุรกิจบริการนอกร้านอาหาร ที่สะท้อนถึงศิลปะ วัฒนธรรมแปลกใหม่ จึงเป็นที่นิยมและมีโอกาสเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจบริการอาหาร Food Truck ซึ่งเป็นธุรกิจแปลกใหม่ในตลาดออสเตรเลียและตอบสนองความต้องการของกลุ่ม Millennial ได้เป็นอย่างดี

อาหาร Food Trucks ที่ได้รับความนิยมในรัฐต่างๆ ดังนี้

| รัฐ | Food Trucks | ประเภทอาหาร |
|---------------------------------------|--|---|
| 1. รัฐ Victoria นครเมลเบิร์น | 1. Gumbo Kitchen 2. Beatbox Burger 3. Trailer Made 4. Brulee Van 5. Fancy Hank's Bar-b-Cue | อาหารอเมริกัน เบอร์เกอร์ อาหาร Middle Eastern อาหารฝรั่งเศส อาหารอเมริกัน |
| 2. รัฐ New South Wales นครซิดนีย์ | 1. The Veggie Patch Van 2. Cantina Movil 3. Jafe Jaffles 4. Al Carbon | อาหารมังสวิรัติ อาหารเม็กซิกัน อาหารออสเตรเลีย อาหารเม็กซิกัน |
| 3. รัฐ South Australia นครแอดิเลด | 1. Burger Theory 2. Papa's Gourmet Hotdogs Food Truck | เบอร์เกอร์ อาหารอเมริกัน Hotdogs |
| 4. รัฐ Queensland นครบริสเบน | 1. The Bun Mobile | อาหาร Asian Fusion |
| 5. รัฐ Tasmania นครโฮบาร์ต | 1. Taco Taco | อาหารเม็กซิกัน |
| 6. รัฐ Western Australia นครเพิร์ท | 1. Butty's 2. Comida do Sul 3. Jumpling Tasty Dumpings | อาหารอเมริกัน อาหารบราซิล อาหารญี่ปุ่น |

5. ปัญหาและอุปสรรค

5.1 ผู้ประกอบการ Food trucks หลายรายถูกปฏิเสธการขอใบอนุญาตจากเทศบาลท้องถิ่นหรือต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงต่อการขอใบอนุญาตประกอบการเนื่องจากเทศบาลท้องถิ่นเห็นว่า จะเป็นการแย่งลูกค้าของร้านอาหารที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นและการเข้าคิวซื้ออาหารที่ยาวเกินไปอาจก่อให้เกิดความไม่ปลอดภัยต่อพลเมือง โดยเทศบาลเมือง Yarra รัฐ Victoria ได้ประกาศห้ามรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food trucks เข้ามาจำหน่ายอาหารในเขตตัวเมือง

5.2 ผู้ประกอบการ Food trucks มีความเห็นว่า ระบบการทำงานของเทศบาลและกฎระเบียบข้อบังคับเป็นอุปสรรคใหญ่ที่สุด อาทิ ขั้นตอนการพิจารณาเอกสารใช้เวลานานและผู้ประกอบการต้องปฏิบัติตามกฎระเบียบด้านอาหารเช่นเดียวกับที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและคาเฟ่ และพื้นที่จอดรถที่กำหนดให้จำหน่ายอาหารเป็นจุดที่ไม่มีผู้คนพลุกพล่านและเวลาที่จำกัด ตลอดจนสภาพอากาศที่แปรปรวนและการจราจรที่ติดขัดในเขตตัวเมือง

5.3 การหาแหล่งผลิตและประกอบรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food trucks ในช่วงที่เป็นภาคธุรกิจเกิดใหม่ค่อนข้างยากลำบาก ตลอดจนการการประชาสัมพันธ์ให้เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคและสร้างผู้ติดตามผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่างต่อเนื่องยังเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการ

5.4 ต้นทุนการประกอบกิจการรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food trucks อาทิ ค่ารถบรรทุกเคลื่อนที่ เครื่องอุปกรณ์การประกอบอาหาร ค่าวัตถุดิบ ค่าแรงงานและค่าบรรจุภัณฑ์ อย่างน้อยประมาณ 100,000 - 150,000 เหรียญออสเตรเลีย และทำรายได้เฉลี่ย 5,000 -10,000 เหรียญออสเตรเลียต่อสัปดาห์ ซึ่งผลประโยชน์ของการของธุรกิจต้องขึ้นอยู่กับสภาพอากาศ พื้นที่บริการและสภาพการจราจร

5.5 Restaurant and Catering Australia ต่อด้านและเรียกร้องความเป็นธรรมที่โดยเห็นควรให้รถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food trucks เสียค่าธรรมเนียมต่างๆและการปฏิบัติตามมาตรฐานด้านความปลอดภัยของอาหารเช่นเดียวกับธุรกิจคาเฟ่หรือร้านอาหารทั่วไป

6. งานแสดงสินค้าอาหาร Food Truck



THE FOOD TRUCK FESTIVAL AUSTRALIA

A Grand Marina deserves a Grand Opening

WYNDHAM HARBOUR

Proudly presents you below food trucks at Wyndham Harbour Grand Marina Opening.

| 27 TH FEB | 28 TH FEB | 5 TH MARCH | 6 TH MARCH |
|----------------------|----------------------|--------------------------|-----------------------|
| Crest Check | La Revolutions | Crest Check | La Revolutions |
| KurSide Craploggs | Crest Check | O Togo Tacos Of Portugal | Crest Check |
| The Muffin Van | Mammas Van | Refresher Truck | The Muffin Van |
| Refresher Truck | Pasta Face | Twisted potatoes | Twisted Potatoes |
| Mammas Van | Refresher Truck | Mammas Van | |

Truck Festival Australia's photos

ผู้จำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food trucks ส่วนใหญ่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งในงานแสดงสินค้าอาหาร Food Truck Festival ในแต่ละรัฐ งานเทศกาลอาหาร และดนตรีประจำปีในท้องถิ่น รวมทั้งงานกิจกรรมพิเศษนอกสถานที่ที่จัดขึ้นในแต่ละรัฐ อาทิ งาน Night Noodle Markets งาน I Love Street Food Awards Sydney (เดือนตุลาคม) งานเทศกาลอาหาร และดนตรี Park Feast (พฤศจิกายน) งาน Best Gift Market (พฤศจิกายน) และ งาน BBQ FOOD FIESTA 2017 (ธันวาคม)

7. ข้อคิดเห็น

ธุรกิจรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food trucks เป็นธุรกิจเกิดใหม่ที่ชาวออสเตรเลียกำลังให้ความสนใจอยู่ในขณะนี้และมีแนวโน้มจะขยายตัวได้ต่อเนื่องจากการสนับสนุนของภาครัฐ โดยเฉพาะรัฐ South Australia เพื่อกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น เนื่องจากเป็นธุรกิจที่มีต้นทุนเริ่มต้นต่ำ สามารถจำหน่ายอาหารได้ทุกที่ (Mobility) โดยเฉพาะ Late night ทุกเวลา ง่ายและสะดวก (ไม่ต้องเสียเวลาติดตั้งอุปกรณ์) และมีความแปลกใหม่ ซึ่งจะเป็นการสร้างโอกาสทั้งต่อภาคธุรกิจที่ดำเนินการอยู่ก่อนแล้วและผู้ประกอบการรายใหม่ ดังนี้

1) ธุรกิจที่เปิดให้บริการอยู่ก่อนแล้ว สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้าและและสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์หรือร้านอาหารของตนในรูปแบบของรถจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food trucks เพื่อให้สามารถเข้าถึงและขยายฐานลูกค้าในพื้นที่อื่นๆได้มากขึ้น

2) กลุ่มผู้ประกอบการรายใหม่ จะเป็นการสร้างโอกาสในการเริ่มต้นธุรกิจของกลุ่มคนรุ่นใหม่โดยการเริ่มต้นจากธุรกิจรถบรรทุกจำหน่ายอาหารเคลื่อนที่ Food Truck หรือ Food Van ซึ่งมีต้นทุนไม่สูงมากและสามารถสำรวจความต้องการของผู้บริโภคในแต่ละพื้นที่

.....

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครซิดนีย์

พฤศจิกายน 2560

ที่มา:

www.cityofadelaide.com.au www.cityofsydney.nsw.gov.au

streatrader.health.vic.gov.au www.brisbane.qld.gov.au

www.hobartcity.com.au www.darwin.nt.gov.au

www.perth.wa.gov.au www.sbs.com.au

www.lifestylefood.com.au www.afr.com

www.silverchef.com.au