

## Thailand and the Kitchen of the World Project

Mr. Surasak Riangkru, Minister Counselor(Commercial, Thailand)

### 1. Thai food, World-class cuisine

Talking about world-class cuisine, most people will think of those of Italy, France and China. And how about Thai Food? According to the survey titled Perception of Cuisine conducted by the North Western University, U.S.A., in cooperation with Thailand's Chulalongkorn University, Thai food ranks fourth, next to the mentioned well-known cuisines.

Nowadays, Thai food has become internationally popular. This is because more and more tourists go to Thailand and taste Thai dishes such as the popular tomyam kung (hot and spicy prawn soup), kaengkhaio wan kai (chicken green curry), phat kaphrao (meat fried with sweet basils). Certainly most of tourists can't help loving the delicious tastes of these dishes.

Another good reason why Thai food is so popular is that Thai food contains a lot of herbs. An increasing number of people are interested in This Food because herbs are now a part of a global trend in health and cooking. And most of Thai dishes are healthy herbal foods.

Know more about Thai food

- Most Thai dishes are rich in nutrients because the cooking process takes just a short amount of time. That is why the nutrients in the food ingredients are not destroyed by the heat.
- Having a meal of Thai food which is usually served in a set of several dishes, you will get all five main nutrients ; Protein, Carbohydrate, Fat, Vitamin and Minerals
- Thai food is easy to eat by using only a spoon and a fork but not a knife. This is because the ingredients used in each dish are cut into morsels before cooked

### 2. Thai Kitchen goes international

To draw the world's attention to Thailand's great culinary tradition, the Thai government, at

the initiative of Prime Minister Thaksin Shinawatra and Deputy Prime Minister Somkid Jatusripitak has launched the Kitchen of the World project in order to promote Thai cuisine, making it a world cuisine by the year 2007. The Thai government has assigned relevant government sectors of Promote Thai Food to the World. To boost Thailand as the Kitchen of the World, each government sector has developed Thai food promotion for the World program.

### **3. Thai Restaurant Franchise Business**

As a part of the Kitchen of the World project, Thai government has approved the plan to promote reliable, franchised Thai restaurants all over the world. The objective is to increase Thai restaurant worldwide from 5,500 to 8,500 outlets by the year 2005. These Thai restaurants will be the distribution channels for exporting food products and other related goods, such as furniture, kitchen utensils, tableware restaurant decoration etc. Also Thai restaurants will serve as venues to promote Thai culture and tradition abroad.

The Department of Export Promotion (DEP), Ministry of Commerce has been creating many projects to facilitate, support, and promote the Thai restaurants all over the world. The DEP realized the important role of Thai restaurant franchises in promoting and exporting Thai products. The DEP prepared a handbook on Prototype Thai Restaurant to assist Thai restaurant franchises worldwide to gain the Thai restaurant key service standards and to value the long established image of Thai restaurants as a whole.

#### **3-1. Three types of Thai restaurant franchises**

According to the project, the DEP classified the Thai restaurant franchises into three categories : -- Classic Thai restaurants decorated with luxuries authentic Thai decoration and serving Thai gourmet dishes with extravagant services ; -- Contemporary Thai restaurants reflecting the rural Thai ways of life in a more international light and relaxing atmosphere ; -- Thai fast food restaurants with more modern decorated and serving foods at a faster pace in a friendlier, more convenient and casual atmosphere.

The Global Thai Restaurant Co.,Ltd (GTR) has been set up to take charge of exporting luxurious Thai restaurants' brands to target cities such as New York, London, Paris, Berlin, Sydney and Tokyo. The GTR is jointly owned by the Thai government and private investors. And it takes charge of restaurant franchise business and restaurant supporting activities. The

three types of Thai restaurant franchises are (1) Golden Leaf classical ; (2) Cool Basil contemporary ; and (3) Elephant Jump fast food, which plan to expand internationally.

Giving more details on three main models ;

#### Golden Leaf

- Luxury Thai Restaurant for high-end target market
- With area about 450-500 square meta serving 160 seats
- The menu will be of Royal cuisine with a price range around 25-30 USD
- Initial investment should be around 1.06 million USD

#### Cool Basil

- Contemporary Thai design style Restaurant
- For the high/medium-end or new family life style target market
- With area about 250 square meta seating around 50 persons
- The menu will offer Thai foods with flavors to suit the market with a price range around 15-20 USD
- Initial investment should be around 557,000 USD

#### Elephant Jump

- The Thai fast food Restaurant
- Locating in a food court or a kiosk in an office building or collage
- With area about 70 square meta seating around 16 persons
- The menu will offer single dishes and take-home at a price between 5-10 USD
- Initial investment should be around 162,000 USD

The objectives of GTR are ;

1. To promote the popularity of Thai restaurants as centers for health foods throughout the world. It will also serve to promote Thai culture and tradition arts such as music, dance and fruit carvings.
2. To open up new market opportunities for expansion of food products such as ready-to-eat foods, Thai fruits, beverages, raw materials, spices and condiments as well as tableware, kitchenware and home decorative items from Thailand
3. To be the center of management and corporation between Thai restaurants all over the world
4. To be able to mobilize the company capital from both money and capital markets

### **3-2. Food quality and safety control**

In addition, the DEP promotes the standard improvement in Thai restaurants by presenting the credentials to Thai restaurants abroad as a guarantee that these restaurants serve authentic Thai food cooked by Thai chefs. All ingredients are directly supplied from Thailand so that the dishes taste authentic, in line with the restaurant concept; Wherever you are, the food tastes as good as in Thailand. The Thai restaurants in foreign countries that meet the standard of the project will be awarded a Q-Mark certificate for their genuine Thai food. It is also the mark of qualification of Thai restaurants that reach international food safety standards. The strict control on the restaurant franchise business in terms of hygienic and sanitary conditions will benefit consumers directly.

### **3-3. Thailand brand project along with OTOP products**

The GTR is also responsible for distribution Thai culinary materials to international markets. The exporter items are various, ranging from chilies to curry pastes, from basil leaves to fish sauce and from restaurant decorative products to qualified Thai chefs. To meet the needs, the Thai government has launched a program the Thailand Brand project in an effort to increase support and promotion of Thai goods and services throughout the world market. It aims to enhance consumer perception of Thailand as a country that produces the most refined and diverse goods and services of the highest quality. As a consequence, the Kitchen of the World project in conjunction with Thailand Brand project has been able to expand to international market and this is to help Thai restaurants abroad easily obtain ingredients of Thai dishes from Thailand. One more ambitious project to create recognition of Thailand Brand is the OTOP initiative. The OTOP is an acronym for One Tambon One Product. The Tambon is an administrative division. The OTOP project has been organized to promote hand-made goods and folk handicrafts of each district and distribute them to both domestic and international markets. Thai restaurants can also be qualified outlets for OTOP products to present unique and high quality Thai handicrafts, such as furniture, tableware, pottery, decorative items etc.

### **3-4. Small and Medium-sized Enterprises**

As for funds, the government has asked the Office of Small and Medium-sized Enterprises (SME) Promotion and SME Bank to offer loans to local investors for investment in Thai restaurants overseas. In line with the government's plan for Thai restaurant business, SME aims at build Thailand Brands through the world.

### 3-5. Human resource supply and transfer

To export Thai chefs, the government also has initiated a project to train people who want to be sent to work as chefs in Thai restaurants in foreign countries. Human Resource Development to Promote Thai Food for the World was approved by the government in order to develop human resources to cook Thai food professionally and to develop human resources to extend the ability of management Thai restaurant overseas. Two programs have been organized according to the Human Resource project. They are Professional Thai Chefs and Professional Thai Restaurant Manager working Overseas

- The Professional Thai Chef Program focuses on : Strategies to promote Thai food to the world, Knowledge on Thai food, How to choose and keep food and ingredient, Cooking techniques, Cooking quality control, English for cooking Thai food.
- The Professional Thai Restaurant Manager Program focuses on : Promotion of using Thai products, Knowledge of Thai restaurant overseas business, Planning and Infrastructure of Thai restaurant, Financing and budgeting, Management, Marketing and Sales.
- The most outstanding point of this program is teaching English.

After completion of each program, the organizer delivers an English version certificate to each participant.

### 4. Competitive Edge for Restaurant franchise business

Thai restaurant franchising is an interesting new market that has good potential for future growth. Thai restaurants are constantly improving their business globally. The Thai government provides support and assistance by coordinating between local suppliers and foreign investors, as well as providing advice for franchise operation. The combination of raw material supplies, restaurant management and franchise operation will increase competitive edge.

The Competitive edge are :

Product Advantages : Thai food

- Widely recognized and accepted globally
- Perceived as a healthy food full of herbs, spices, nutrients
- Exciting concept eye-catching, culturally different decoration
- Powerful menu customized according to local taste and preference
- Support human resource supply

Government Advantages :

- Building Thailand brands throughout the world
- Boosting Thailand image

## **5. Growth in the global franchise market**

The positive response to the Thai restaurant franchise venture in Europe, North America and the Middle East and many other countries not only brought pride to Thailand but also confirmed Thailand's status as the Kitchen of the World. Actually a Thai restaurant chain has branches in many North American and European cities and has already entered the Kitchen of the World project to display and sell OTOP products in the restaurants.

In the future, we may see Thai food shop mushroom in main cities of the world like franchises of American fast food such as McDonalds, Burger King and KFC. So far, the Kitchen of the World project is making a good progress as it has received good cooperation from both the government and private agencies. Soon the project will make Thai food widely recognized and globally accepted as a health food full of herbs and nutrients. The Thai government will be able to attract more investors local and abroad. The project will help Thai food achieve the status of one of the top world-class cuisines.

# Thailand and the Kitchen of the World Project

## 태국과 태국음식 세계화 프로젝트

Mr. Surasak Riangkrul, Minister Counselor (Commercial, Thailand)

번역 및 통역 : 이 상 연(동시통역사)

### 1. 세계적 수준의 태국음식

세계적 수준의 음식에 대해 논한다면 보통 이탈리아 프랑스, 중국음식을 떠올릴 것이다. 태국음식은 어떠한가? 미국 노스웨스턴 대학과 태국의 추라롱콘 대학이 공동으로 실시한 '음식에 대한 인식'이라는 이름의 조사에 따르면, 태국음식이 앞서 열거한 3개국 음식에 뒤이어 4위를 차지하였다.

최근들어 태국음식은 세계적으로 그 인기가 상승하였다. 원인으로서는 태국을 찾는 관광객 수가 증가하고, 톰얌꿍(매운 대하 스프), 갱하이오 완 카이(녹색 치킨 커리), 팻 카프라오(스위트 바질을 넣어 볶은 쇠고기) 등 유명한 태국음식을 접할 기회가 많아 졌기 때문이다. 대다수의 관광객들은 이 음식의 맛에 반하지 않을수 없는 것이다.

태국음식이 인기가 높은 다른 이유는 다양한 허브가 들어가기 때문인데, 최근 허브가 전세계적으로 건강 및 요리에 있어 큰 화두로 떠오르고 있기 때문에 점점더 많은 사람들이 태국음식을 찾게되는 것이다. 거의 대부분의 태국음식은 건강에 좋은 허브가 많이 들어있다.

태국음식에 대해 좀 더 말하자면,

- 대부분의 태국음식은 조리시 소요되는 시간이 매우 짧기 때문에 영양소가 많이 포함되어 있다. 열에 의해 식품속의 영양소가 파괴되지 않기 때문이다.
- 보통 몇 가지 다양한 음식으로 구성되는 태국식 식사를 하게되면, 단백질, 탄수화물, 지방, 비타민, 미네랄 등 5대 영양소를 모두 섭취하게 된다.
- 태국음식은 나이프가 필요 없이 스푼과 포크만으로 쉽게 먹을 수 있다. 음식에 이용되는 재료가 조리되기 전에 작은 크기로 잘라지기 때문이다.

### 2. 세계화되는 태국음식

태국의 뛰어난 음식전통에 세계적 관심을 모으기 위하여 태국정부는 탁신 신나와트라 총리와 슌 키드 자투스리피탁 부총리의 주도하에 태국음식 세계화(Kitchen of the World) 프로젝트를 시작하여 2007년까지 태국음식을 세계수준으로 만들겠다는 야심찬 포부를 밝혔다. 태국정부는 태국음식 홍보를 위하여 관련 기관을 선정하고, 각 기관은 태국음식 홍보 프로그램을 개발하였다.

### 3. 태국 레스토랑 프랜차이즈화

태국음식 세계화프로젝트의 일환으로 태국정부는 전세계적에 믿을수 있는 태국식당 프랜차이즈 계획을 승인하였다. 목적은 전 세계의 태국식당의 개수를 2005년까지 5,500에서 8,500으로 늘이기 위함이다. 이 태국식당들은 태국에서 생산된 식품 및 가구, 주방용품, 식기류, 식당 장식품 등 기타 다른 재화를 유통시키는 채널로 이용될 것이다. 또한 태국식당은 태국 문화와 전통을 세계적으로 알리게 될 것이다.

태국 상무부의 수출 증진국(DEP)는 세계각지에 태국 레스토랑을 지원 및 선전하기 위한 많은 프로젝트를 개발중에 있다. DEP는 태국 생산품 홍보 및 수출에 있어 태국 레스토랑 프랜차이즈가 매우 중요한 역할을 수행할 수 있음을 잘 알고 있다. DEP는 태국 레스토랑의 전형이라는 핸드북을 발간하여 전세계 태국식당 프랜차이즈 지점이 태국식당의 핵심적 서비스 수준을 달성하고 태국식당의 잘 알려진 이미지를 같이 유지할 수 있도록 하였다.

#### 3-1. 태국식당 프랜차이즈의 세가지 유형

DEP는 태국식당을 세가지 유형으로 나누었다. 화려하게 태국 전통양식으로 장식된 고급스런 서비스와 태국 전통 음식을 제공하는 전통적 태국식당과, 더욱 세계화 되고 편안한 분위기에서 태국 지방지역의 생활모습을 보여주는 현대식 태국식당, 그리고 마지막으로 친절하고, 편리하게 빠르게 음식을 제공하는 현대적 디자인의 태국 패스트푸드 음식점이 그것이다.

글로벌 타이 레스토랑사(GTR)이 설립되어 고급스러운 태국식당 브랜드를 뉴욕, 런던, 파리, 베를린, 시드니, 도쿄 등 특정 도시에 수출하는 역할을 담당하고있다. GTR는 태국정부와 개인투자자들이 공동소유주이며 레스토랑 프랜차이즈화 및 지원활동을 담당한다. 태국 레스토랑 프랜차이즈의 세가지 유형은 (1) 골든 리프 전통적, (2) 쿨 바질 현대적, (3) 엘레펀트 점프 패스트푸드로서 전세계로 그 프랜차이즈 망을 넓혀갈 것이다.

이 세가지 모델에 대해 추가로 설명하자면.

##### 골든 리프

- 고급스런 태국식당으로 고소득층을 타겟으로 함
- 160명 정도의 손님을 맞을 수 있는 450~550 평방미터의 넓이
- 요리당 25~30달러 선에서 태국 왕실의 요리를 선보임
- 초기투자비용은 백 6만달러선

##### 쿨 바질

- 현대적 태국풍의 레스토랑
- 중/고소득층 및 가족단위를 타겟으로 함
- 50명정도의 손님을 맞을 수 있는 250 평방미터의 넓이



- 요리당 15~20달러선으로 시장에 맞게 변형된 태국음식을 선보임

- 초기투자비용은 55만 7천달러선

#### 엘레펀트 점프

- 태국 패스트푸드 음식점

- 사무용 건물이나 대학가의 푸드코드에 위치하거나 작은 점포

- 16명 정도의 손님을 맞을 수 있는 70평방미터의 넓이

- 요리당 5~10달러선으로 테이크 아웃이나 단순한 요리 위주

- 초기투자비용은 16만 2천달러선

GTR의 설립목적은 다음과 같다.

1. 건강음식의 중심이라는 이미지로 전세계적으로 태국식당의 인기를 높인다. 이는 음악, 춤, 과일 조각 등 태국 문화 및 전통예술을 알리는데도 도움이 될 것이다.
2. 인스턴트 음식, 태국의 과일, 음료, 원재료, 양념, 조미료 등을 비롯하여 그릇 및 부엌용품, 인테리어용품 등을 수출할 수 있는 시장기회를 마련
3. 전세계 태국식당의 관리와 협동의 핵심이 됨
4. 자본시장에서 회사설립 및 운영자본 마련 가능

### 3-2. 음식 품질 및 안전관리

또한 DEP는 세계의 태국식당에 태국요리사가 전통적인 태국음식을 선보인다는 인증서를 제공함으로써 표준 향상을 도모한다. 모든 재료는 태국에서 직접 가져와 태국 전통의 맛을 전달하며 어디에 있던 태국에서처럼 뛰어난 음식맛을 느낄 수 있다는 레스토랑의 컨셉을 지향한다. 본 프로젝트의 표준을 충족하는 해외의 태국식당은 Q 마크 인증을 받게 된다. 이는 세계 음식안전 기준을 충족시키는 태국식당의 품질을 알리는 마크이다. 위생 및 청결관리에 관한 레스토랑 프랜차이즈의 엄격한 통제는 고객들에게 큰 혜택으로 돌아갈 것이다.

### 3-3. OTOP 생산품과 같이하는 태국 브랜드 프로젝트

GTR은 또한 태국 요리재료를 세계시장에 유통하는 책임을 맡고 있다. 수출항목은 고추, 카레, 바질 잎, 피시 소스에서부터 레스토랑 장식품 및 뛰어난 태국음식 요리사에 이르기 까지 매우 다양하다. 다양한 수요를 충족시키기 위하여 태국정부는 태국 브랜드 프로그램을 시작하여 전 세계에 태국음식과 서비스를 지원하고 알리기 위한 노력을 강화하였다. 본 프로그램의 목적은 가장 세련되고 다양한 최고 품질의 제품과 서비스를 제공하는 국가로서의 태국의 이미지를 향상시키는 것이다. 이 결과 태국음식 세계화와 태국 브랜드 프로젝트는 태국의 대외 수출시장을 확대하였고, 이로 인해태국식당이 태국요리를 함에 있어 태국으로부터 생산된 재료를 쉽게 구할 수 있게되었다. 태국이라는 브랜드 인지도를 높이기 위해 시작된 또 하나의 야심찬 프로젝트로 OTOP가 있다. OTOP은 'One

Tambon One Product'의 약자로서 Tambon은 태국 행정부의 한 조직이다. OTO프로젝트는 태국 각지의 수제품 및 민속공예품을 홍보하고 국내외 시장에 판매가이 위해 조직되었다. 태국식당은 OTOP 제품 대리점의 역할을 수행하여 가구, 식기, 도예품, 장식품 등 고품질의 독특한 태국 수제품을 판매할 수 있다.

### 3-4. 중소기업

자금원으로 태국 정부는 중소기업진흥청 및 중소기업은행에 태국 국내 투자자들이 해외에 개설되는 식당에 투자할 자금을 대출하도록 요청하였다. 정부의 태국식당 진흥계획에 발맞추어 중소기업 진흥청은 전세계에 태국 브랜드 구축을 목표로 하고 있다.

#### 3-5. 인력지원 및 이동

태국 요리사를 해외로 진출시키기 위하여, 태국 정부는 해외 태국식당의 요리사에 지원하는 사람들을 훈련시키기 위한 계획을 시작하였다. 정부승인을 받은 태국음식 세계홍보를 위한 인력개발 프로젝트는 전문적으로 태국음식을 조리할 수 있는 인력을 양성하고 해외 태국식당의 관리능력을 향상시킨다. 인력개발 프로젝트에 따라 두 가지 프로그램이 개발되었는데, 전문 태국요리사 양성과정 및 해외주재 태국식당 전문 관리자과정이다.

- 전문 태국요리사 양성과정은 태국음식을 세계에 홍보하는 전략, 태국음식에 대한 지식, 식품과 재료선택 및 보관방법, 조리법, 조리 품질관리, 태국음식 조리에 필요한 영어 등을 주 교과과정으로 한다.
- 해외주재 태국식당 전문 관리자과정은 태국제품을 이용한 홍보, 해외의 태국식당관리에 대한 지식, 태국식당 기획 및 인프라 구축, 자금지원 및 예산책정, 관리, 마케팅 및 영업 등을 주 교과과정으로 한다.
- 본 과정의 특징점은 영어를 같이 교육한다는 점이다.

각 과정 수료시, 강사는 모든 수강생에게 영문으로 된 자격증을 수여한다.

## 4. 레스토랑 프랜차이즈 사업의 경쟁력

태국식당 프랜차이즈 사업은 향후 잠재력이 뛰어난 신규시장이다. 전세계에서 태국식당은 계속 늘어나고 있다. 태국정부는 국내의 공급자와 해외의 투자자 사이의 조율 및 프랜차이즈 사업에 조언을 제공하는 등 지원 및 협조를 아끼지 않고있다. 원재료 공급, 레스토랑 관리 및 프랜차이즈 운영 등이 서로 조화를 이루어 경쟁 우위를 형성하는 것이다.

구체적인 경쟁우위는 다음과 같다.

상품관련 경쟁우위: 태국 음식

- 널리 알려있고 세계적으로 수용됨
- 허브, 양념, 영양소가 풍부한 건강식으로 알려져 있음

- 소비자의 눈길을 끄는 문화적으로 색다른 장식 등을 통한 재미있는 컨셉
- 현지의 기호 및 취향에 맞춘 메뉴
- 뛰어난 인력지원

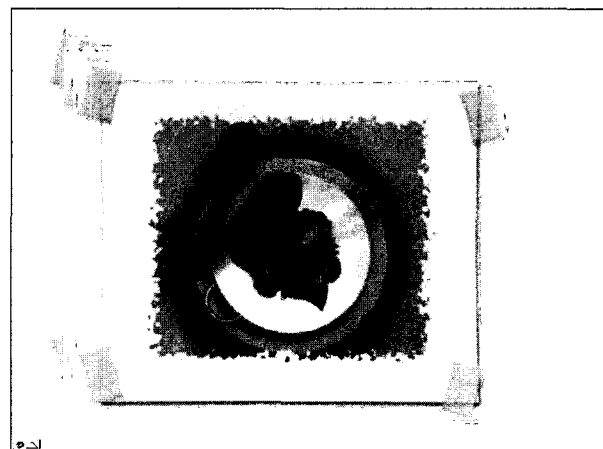
정부가 얻는 혜택:

- 세계적으로 태국이라는 브랜드 이미지 구축
- 태국 국가이미지 제고

## 5. 글로벌 프랜차이즈 시장에서의 성장

유럽, 북미 및 중동지역 등지에서의 태국식당 프랜차이즈에 대한 긍정적인 반응으로 인해 국가적 자긍심이 고취되었을 뿐 아니라 세계적 음식으로서의 태국의 입지를 확인하였다. 실지로 태국식당은 북미 및 유럽 여러 나라에서 성공적으로 체인을 개설하여, 이미 태국음식 세계화 프로젝트가 시작되어 이미 OTOP 상품을 전시 및 판매하고 있다.

앞으로 태국식당이 미국체인인 맥도널드, 버거킹, KFC처럼 전세계 주요 도시에 열리게 될지도 모른다. 현재까지 태국음식 세계화 프로젝트는 정부 및 민간부문 모두의 협조로 인해 순조롭게 진행되고 있다. 곧 본 프로젝트로 인해 태국음식은 허브와 영양소가 가득한 건강식으로 인지되고 전 세계가 즐기게 될 것이고, 태국 정부는 국내외 투자자를 더욱 많이 유치하게 될 것이며, 태국음식은 세계 최고 수준으로 위상을 높이게 될 것이다.




**1. Thai food,  
World-class cuisine**

According to the survey titled "Perception of Cuisine" conducted by the North Western University, U.S.A., Thai food ranks fourth, next to the well-known cuisines, Italy, France and China.

Nowadays, Thai food has become internationally popular.

More and more tourists go to Thailand and taste Thai dishes.

- Thai food contains a lot of herbs. Herbs are now a part of global trend in health and cooking.



**Know more about Thai food**

Most Thai dishes are rich in nutrients : cooking process takes a short amount of time.

Having a meal of Thai food, you will get all five main nutrients.

Easy to eat : using only a spoon and a fork but not a knife.

**Know more about Thai food**

Most Thai dishes are rich in nutrients : cooking process takes a short amount of time.

Having a meal of Thai food, you will get all five main nutrients.

Easy to eat : using only a spoon and a fork but not a knife.

### 3. Thai restaurant franchise business

As a part of the "Kitchen of the World" project : the plan to promote reliable, franchised Thai restaurants all over the world.



Thai restaurants will be

- The distribution channels for exporting food products and other related goods.
- Serve as venues to promote Thai culture and tradition abroad.

The Department of Export Promotion (DEP), Ministry of Commerce has been creating many project to facilitate, and promote the Thai restaurants all over the world.

#### 3-1. Three types of Thai restaurant franchises

The DEP classified the Thai restaurant franchises into three categories :

- Classic Thai restaurants
- Contemporary Thai restaurants
- Thai fast food restaurants

#### The Global Thai Restaurant Co.,Ltd.(GTR)

- To take charge of exporting Thai restaurants' brands to target cities (New York, London, Paris, Berlin, Sydney and Tokyo).
- To take charge of restaurant franchise business and restaurant supporting activities.



#### Three main models

Golden Leaf : classical

- Luxury Thai restaurant for high-end target market
- With area about 450-500 square meta serving 160 seats
- The menu will be of Royal cuisine with a price range around 25-30 USD
- Initial investment should be around 1.06 million USD

### Cool Basil : contemporary

- Contemporary Thai design style Restaurant
- For the high/medium-end or new family life style target market
- With area about 250 square meta seating around 50 persons
- The menu will offer Thai foods flavors to suit the market with a price range around 15-20 USD
- Initial investment should be around 557,000 USD

### Elephant Jump : fast food

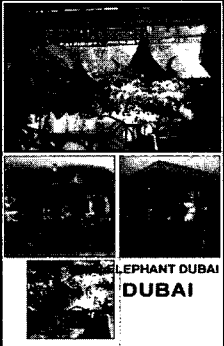
- The Thai fast food Restaurant
- Locating in a food court or a kiosk in an office building or college
- With area about 70 square meta seating around 16 persons
- The menu will offer single dishes and take-home at a price between 5-10 USD
- Initial investment should around 162,000 USD

### The objectives of GTR

1. To promote the popularity of Thai restaurants as centers for health foods throughout the world
2. To open up new market opportunities for expansion of food products



3. To be the center of management and corporation between Thai restaurants all over the world
4. To be able to mobilize the company capital from both money and capital markets



### 3-2. Food quality and safety control

The DEP promotes the standard improvement in Thai restaurants : In line with the restaurant concept ; "Wherever you are, the food tastes as good as in Thailand"

- To present the credentials to Thai restaurants abroad as a guarantee for authentic Thai foods
- To award a Q-Mark certificates as international food safety standards

### 3-3. Thailand brand project along with OTOP products

Thai government has launched "Thailand Brand" project :

- To increase support and promotion of Thai goods and services throughout the world market
- To enhance consumer perception of Thailand as a country that produces the most refined and diverse goods and services of the highest quality

The "OTOP (One Tambon One Product)" project :

- To promote hand-made goods and folk handicrafts of each district
- To distribute to both domestic and international markets
- Thai restaurants can be the qualified outlets for OTOP products to present Thai handicrafts.

### 3-4. Small and Medium-sized Enterprises


As for funds, the government has asked the Office of Small and Medium-sized Enterprises (SME) Promotion and SME Bank to offer loans to local investors for investment in Thai restaurants overseas.

SME aims at building Thailand Brands through the world.

### 3-5. Human Resource Supply and Transfer

"Human Resource Development to Promote Thai Food for the World" :

- To develop human resources to cook Thai food professionally
- To develop human resources to extend the ability of management Thai restaurants overseas



Two programs have been organized :

- "Professional Thai chefs" program focuses on :  
Strategies to promote Thai food, Knowledge on Thai food, How to choose and keep food and ingredients, Cooking techniques, Cooking quality control, English for cooking Thai food

- "Professional Thai Restaurant Manager Working Overseas" Program focuses on :  
Promotion of using Thai products, Knowledge of Thai restaurants overseas business, Planning and Infrastructure of Thai restaurant, Financing and Budgeting, Management, Marketing and Sales.

### 4. Competitive edges for restaurant franchise business

Product Advantages :

- Thai food
- Widely recognized and accepted globally
- Perceived as a healthy food - full of herbs, spices, nutrients



- Exciting concept - eye-catching, culturally different decoration
- Powerful menu - customized according to local taste and preference
- Support human resource supply



Government Advantages :

- Building Thailand brands throughout the world
- Boosting Thailand image



### 5. Growth in the global franchise market

- Bringing pride to Thailand
- Confirming Thailand's status as a "Kitchen of the World"



### In the future

- The project will make Thai food widely recognized and globally accepted as a health food full of herbs and nutrients.
- The Thai government will be able to attract more investors local and abroad.
- The project will help Thai food achieve the status of one of the top world-class cuisines.