

# Industry Update

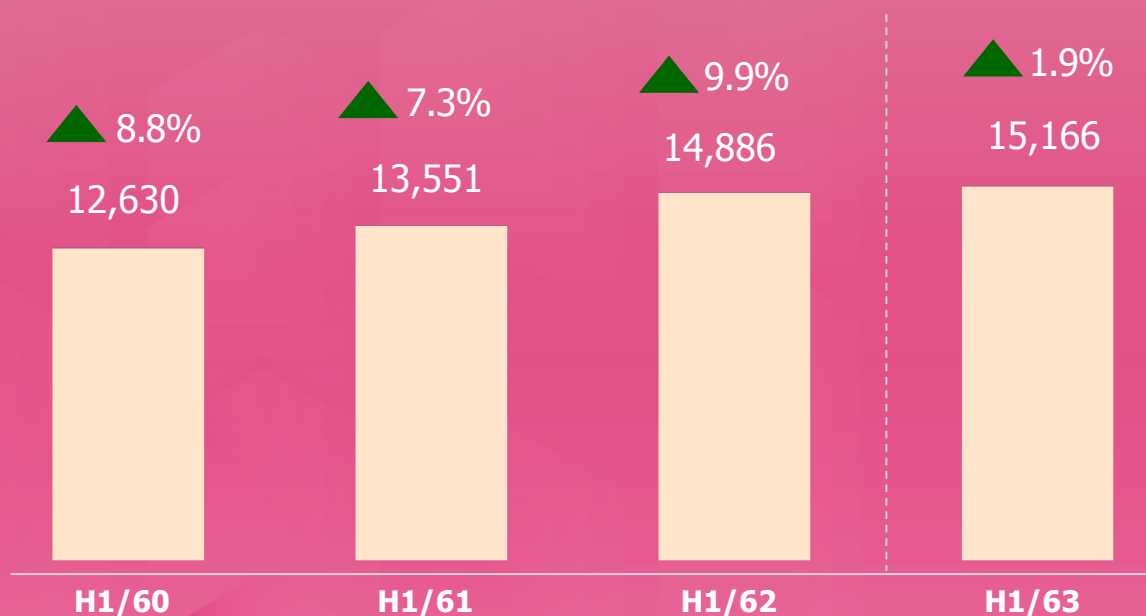
ธุรกิจร้านอาหาร  
ในวันที่ต้องเผชิญกับปัจจัยท้าทายรอบด้าน



# ธุรกิจร้านอาหารครึ่งแรกของปี 2563

**ภาพรวมธุรกิจร้านอาหาร<sup>1/</sup> ครึ่งแรกของปี 2563 “หดตัวแรง”** โดยได้รับผลกระทบสำคัญจากปัญหาเศรษฐกิจและการค้าของไทยและต่างประเทศที่ชะลอตัว อีกทั้งยังถูกซ้ำเติมด้วยการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศยกเลิกการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งผู้บริโภคชาวไทยยังหลีกเลี่ยงการออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านหรืองดเว้นการซื้ออาหารในที่ที่มีคนพลุกพล่าน ส่งผลกระทบทำให้ยอดขายของผู้ประกอบการร้านอาหารหายไปเป็นจำนวนมาก โดยเมื่อพิจารณาจำนวนนิติบุคคลจดทะเบียนอยู่ จัดตั้งใหม่และเลิกกิจการแยกตามการจดทะเบียนบริษัท พบว่า

## จำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ครึ่งแรก ปี 2563 (ราย)



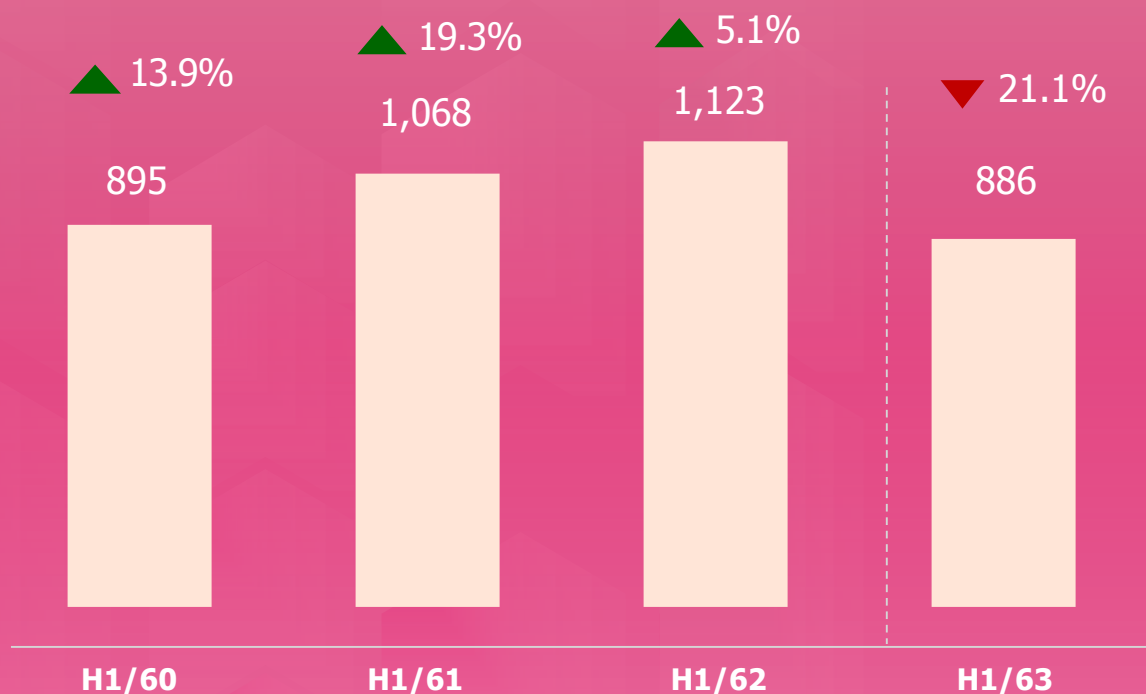
- จำนวนนิติบุคคลที่ดำเนินกิจการอยู่ครึ่งแรก ปี 2563 มีจำนวน 15,166 ราย ขยายตัวเพียงร้อยละ 1.9 ซึ่งเป็นการขยายตัวต่ำที่สุดในรอบ 4 ปี ที่ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 7.3-9.9
- ผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวลง และมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้ร้านอาหารเหลือเพียงอาหารออนไลน์หรือ Take Home ทำให้ยอดขายลดลงไปมาก ประกอบกับ ผู้ประกอบการรายใหม่ส่วนใหญ่ชะลอการลงทุนออกไปก่อน

ที่มา:DBD, (▲▼%YOY)หมายเหตุ : 1/ธุรกิจร้านอาหาร อ้างอิงจากการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรมประเทศไทย ปี 2552 (TSIC 2009) ประกอบด้วย กิจกรรมการบริการด้านอาหารในภัตตาคารอาหาร (56101) และกิจกรรมการบริการด้านเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์เป็นหลักในร้าน (56302)



# ธุรกิจร้านอาหารครึ่งแรกของปี 2563

## จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ครึ่งแรกปี 2563



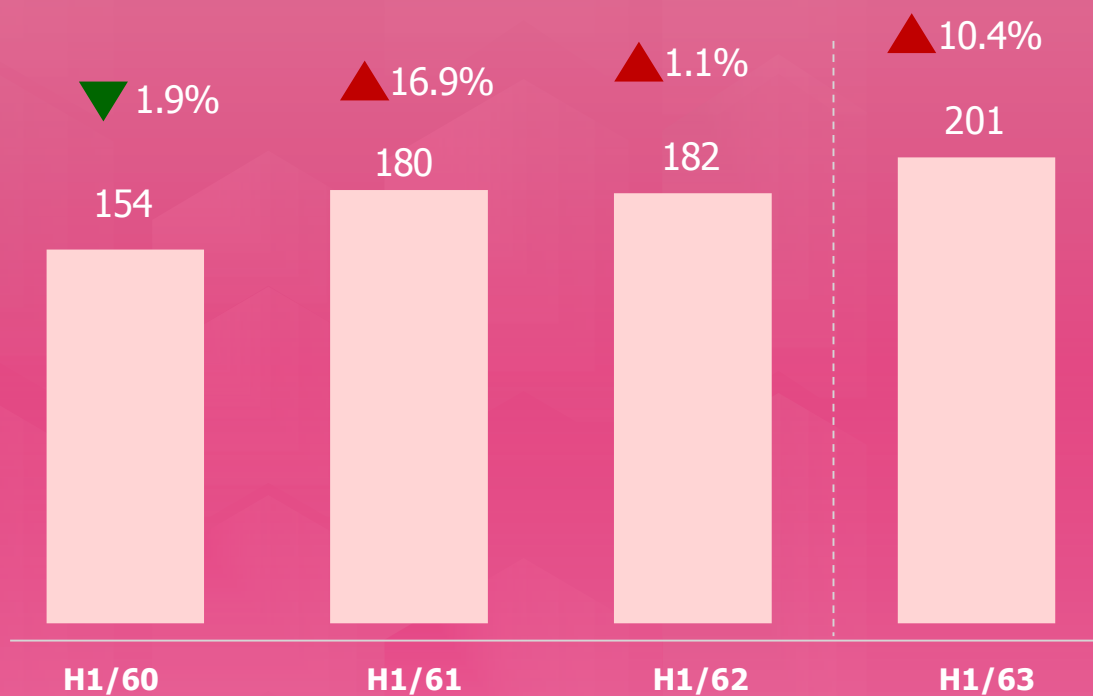
- จำนวนนิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ครึ่งแรกปี 2563 มีจำนวน 886 ราย หดตัวร้อยละ -21.1 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน
- เป็นผลมาจากภาวะเศรษฐกิจที่หดตัวลง รวมทั้งกำลังซื้อของผู้บริโภคชะลอลงและการแข่งขันในตลาดที่ค่อนข้างรุนแรงต่อเนื่อง ประกอบกับความต้องการผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ส่วนใหญ่ยังชะลอการลงทุนและตัดสินใจไม่เข้ามาแข่งขันในตลาด

ที่มา:DBD, (▲▼%YOY )



# ธุรกิจร้านอาหารครึ่งแรกของปี 2563

## จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ ครึ่งแรกปี 2563

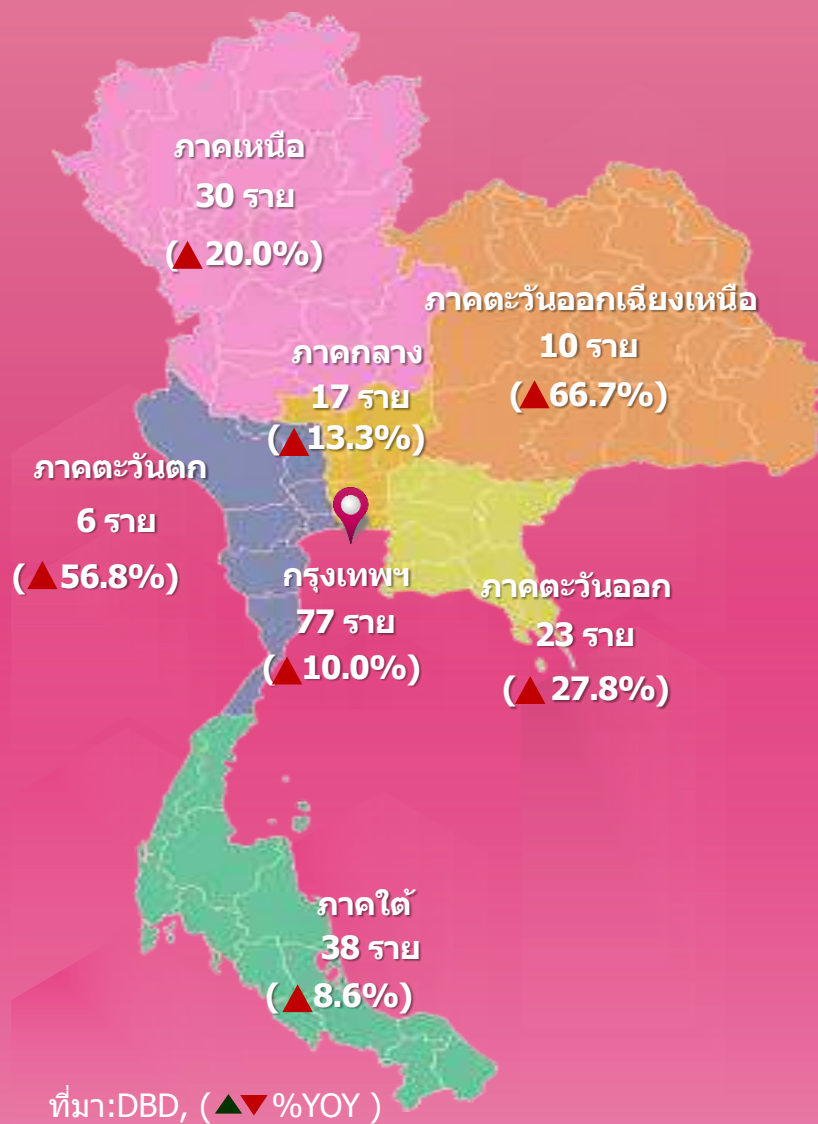


ที่มา:DBD, (▲▼ %YOY )

- จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ ครึ่งแรกปี 2563 มีจำนวน 201 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.4 จากช่วงเดียวกัน ของปีก่อน
- เป็นผลมาจากจำนวนลูกค้าและยอดขายที่ลดลงอย่างหนัก จากสถานการณ์ COVID -19 ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถแบกรับค่าใช้จ่ายต่างๆ ไหว อาทิ ค่าวัตถุดิบ ค่าเช่าร้าน ค่าแรง โดยเฉพาะผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีสภาพคล่องทางการเงินไม่ดีมากนักหรือมีภาระหนี้สินเป็นทุนเดิมอยู่แล้ว รวมถึงร้านค้าตั้งอยู่ในทำเลที่มีการแข่งขันกันสูง จึงเป็นกลุ่มแรกๆ ที่ได้รับผลกระทบและต้องปิดกิจการลง



# ธุรกิจร้านอาหารครั้งแรกของปี 2563



## จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการ ครั้งแรกปี 2563 รายภูมิภาค

- จำนวนนิติบุคคลเลิกกิจการแต่ละภูมิภาค ครั้งแรกปี 2563 พบว่า ภูมิภาคที่มีการเลิกกิจการสูงสุด 3 อันดับแรกได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภาคใต้ และภาคเหนือ มีจำนวน 77 38 และ 30 ราย ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.0 8.6 และ 20.0 ตามลำดับ
- เนื่องจากร้านอาหารในภูมิภาคดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและเน้นให้บริการกลุ่มลูกค้าต่างประเทศเป็นหลัก ส่งผลทำให้รายได้ลดลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติหายไป อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยยังระมัดระวังเรื่องการเดินทางและการใช้จ่ายในช่วงนี้



# สถานการณ์และกลยุทธ์ ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สำคัญ ปี 2563

ธุรกิจร้านอาหารในครึ่งปีหลังคาดว่าจะยังต้องเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจและการค้าทั้งในและต่างประเทศที่ชะลอตัวลงต่อเนื่องจากครึ่งปีแรก อีกทั้ง สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID-19 ในต่างประเทศยังคงมีอยู่ การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและการออกมาใช้จ่ายเพื่อการอุปโภค-บริโภคยังไม่ฟื้นตัวเท่าที่ควร โดยศูนย์วิจัยธนาคารออมสินประเมินว่าธุรกิจร้านอาหารจะสูญเสียรายได้ประมาณ 150,859.2 ล้านบาท (ภายใต้สมมติฐานจากมาตรการ Lockdown ที่ส่งผลให้ร้านอาหารปิดให้บริการในเดือนเมษายนถึงมิถุนายน ปี 2563) และคาดว่าธุรกิจร้านอาหารจะฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป

## ร้านอาหารที่มีสาขา/เครือข่ายจำนวนมาก (Chained)

### รายได้ผู้ประกอบการรายใหญ่ครั้งแรกของปี 2563



9,269.4 ลบ.  
(-19.4%YOY)



5,957.6 ลบ.  
(-32.5%YOY)



6,170.7 ลบ.  
(-9.9%YOY)



961.2 ลบ.  
(-35.1%YOY)

### ธุรกิจร้านอาหารที่มีสาขา/เครือข่ายจำนวนมาก ปี 2563 “หดตัว”

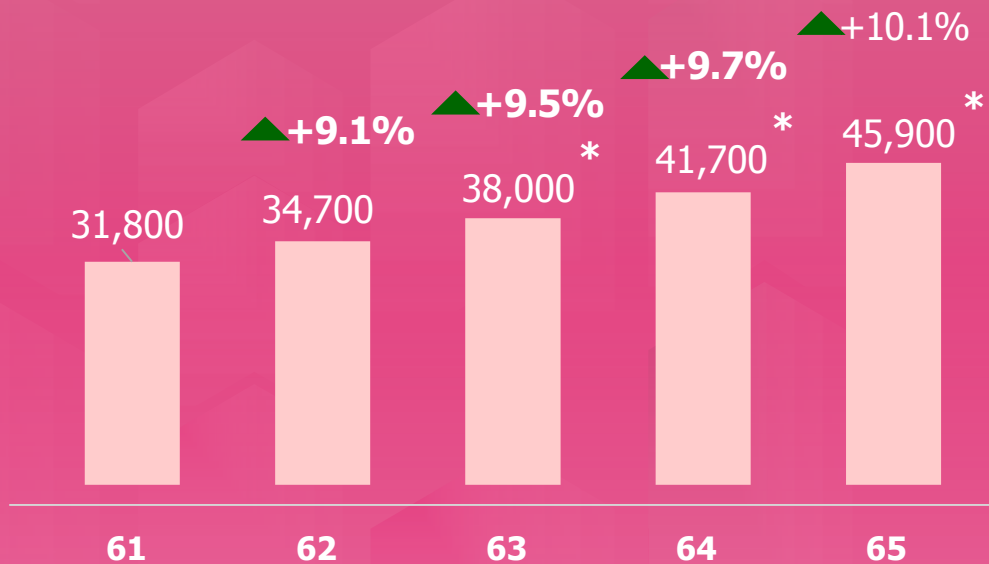
- รายได้ผู้ประกอบการรายใหญ่ ครั้งแรกปี 2563 หดตัวแรง ประกอบกับในช่วงครึ่งปีหลังยังมีปัจจัยกดดันสำคัญจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว
- ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลให้ยังระมัดระวังการใช้จ่าย
- ร้านอาหารที่มีสาขที่ตั้งอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีรายได้หลักมาจากนักท่องเที่ยว จะได้รับผลกระทบจากยอดขายที่ลดลงเป็นลำดับแรก อีกทั้งยังต้องแบกรับค่าใช้จ่ายประจำที่สูง อาทิ ค่าเช่าพื้นที่ ค่าจ้างและสวัสดิการพนักงาน



# สถานการณ์และกลยุทธ์ ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สำคัญ ปี 2563

การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 คาดว่าจะเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้ช่องทางการขายเดลิเวอรี่เติบโตเพิ่มขึ้นได้สูงกว่าคาดการณ์

มูลค่าตลาดธุรกิจอาหารเดลิเวอรี่ (ล้านบาท)



ที่มา: Euromonitor International, NFI, ( ▲ ▼ %YOY )

หมายเหตุ : \* เป็นการคาดการณ์ในสถานการณ์ปกติที่ไม่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19

ผลสำรวจการใช้บริการ Online Food Delivery ของคนไทย



ที่มา: ETDA สำรวจข้อมูลในระหว่างวันที่ 5 -15 มีนาคม 2563



# สถานการณ์และกลยุทธ์ ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สำคัญ ปี 2563

## กลยุทธ์การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการรายใหญ่ในช่วงเผชิญวิกฤตไวรัส COVID-19

### Minor Group



- ขะลอการขยายสาขาใหม่และหันมาส่งเสริมการขายแบรนด์ที่รายได้ดี เช่น The Pizza Company ,Burger King และ Bonchon
- เน้นตลาดออนไลน์มากขึ้นและทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายต่อเนื่อง
- ปรับแผนบริหารจัดการใหม่ โดยเฉพาะการลดต้นทุนและค่าใช้จ่าย

### MK Group



- เน้นบริหารจัดการภายในองค์กรในด้านต่างๆ อาทิ การบริหารจัดการต้นทุน รักษามาตรฐานการให้บริการ เป็นต้น
- มีแผนขยายสาขาร้านอาหารแหลมเจริญชีฟู้ด แต่ดำเนินการอย่างระมัดระวัง
- พัฒนาระบบขนส่งและเครือข่ายครัวกลางเพื่อรองรับตลาดออนไลน์
- เลื่อนการขยายสาขาในต่างประเทศไปก่อน เนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว

### CRG Group



- เปิดตัวครัวกลาง (Cloud Kitchen) ภายใต้ชื่อ 'Every Food' เพื่อรองรับตลาดอีคอมเมิร์ซและบริการเดลิเวอรี่ สาขาแรกอยู่ที่ ถนนนาครีนาส และคาดว่าจะเปิดอีก 10 สาขาภายในปีนี้ มุ่งเน้นการเป็นเว็บไซต์ที่สั่งได้หลาย Order จากหลายร้านไว้ทีเดียว ทั้งจากร้านอาหารที่อยู่ในเครือ CRG และร้านที่อยู่ในเครือครัวคุณต๋อย ที่มีมากกว่า 2,000 ร้านค้า

### ZEN Group



- มีแผนขยายสาขา แต่จะเน้นเพิ่มสาขาที่มีขนาดเล็ก
- มุ่งเน้นการทำครัวกลาง (Cloud Kitchen) ที่สามารถสั่งเมนูของร้านอาหารอื่นของแบรนด์ในเครือ และมีแผนขยายสาขาต่อเนื่อง
- มีแผนขยายสาขาแบรนด์เชียงใหม่ เพิ่มขึ้นในรูปแบบแฟรนไชส์ ซึ่งเป็นแบรนด์ที่มียอดขายเพิ่มขึ้น ปัจจุบันมีอยู่ 72 สาขาและคาดว่าจะเพิ่มอีกราว 30 สาขา
- ปรับรูปแบบการบริหารให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นเพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายและลดต้นทุน
- ส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ต่อเนื่อง

### Oishi Group



- ปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการ โดยเฉพาะในกลุ่มที่เป็นร้านอาหารที่เป็นบุฟเฟต์ รวมทั้งอุปกรณ์ต่างๆ ในร้าน เพื่อเพิ่มความปลอดภัย
- พัฒนาและส่งเสริมการขายช่องทางออนไลน์มากขึ้น
- ปรับบางสาขาให้เปิด 24 ชม. เพื่อรองรับวิถีคนเมืองคนที่ทำงานกลางคืนหรือนอนดึก
- นำเทคโนโลยีมาใช้ในร้านมากขึ้น อาทิ ตู้สั่งอาหารหรือจ่ายเงินหน้าร้าน รวมทั้งพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับบริการเดลิเวอรี่ให้ครอบคลุมทุกพื้นที่

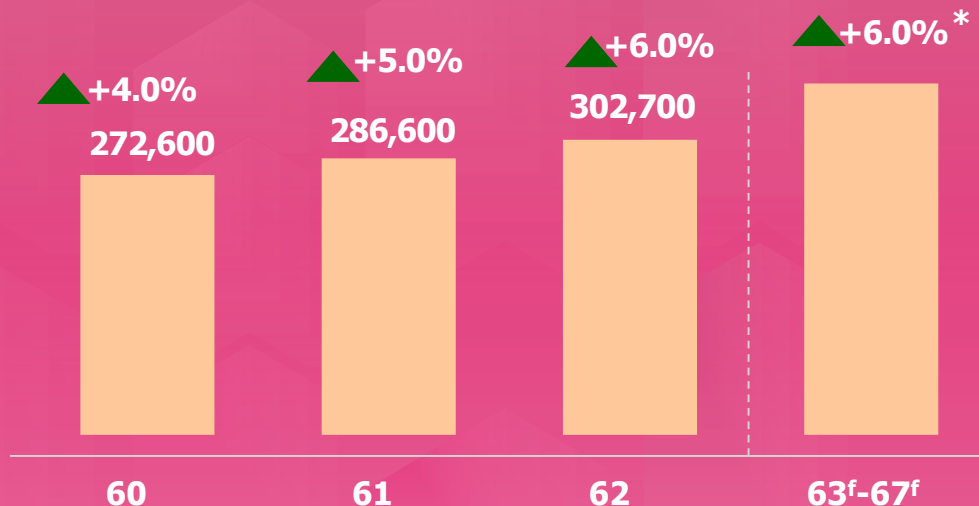


# สถานการณ์และกลยุทธ์ ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สำคัญ ปี 2563

## ร้านอาหารริมทาง (Street Food) ปี 2563

ร้านอาหารริมทาง (Street Food) ปี 2563 ยังต้องเผชิญกับปัจจัยกดดันรอบด้านโดยเฉพาะร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวที่ต้องพึ่งพิงรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก อีกทั้งจำนวนธุรกิจร้านอาหารริมทางมีจำนวนมาก ลักษณะอาหารมีความคล้ายคลึงกัน รวมทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่มีการเพิ่มแบรนด์อาหารที่หลากหลายและขยายสาขาออกไปในทุกพื้นที่ ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรงสวนทางกับอุปสงค์ในตลาดที่ลดลง ธุรกิจร้านอาหารริมทางจึงถือเป็นธุรกิจที่มีการเกิดใหม่และล้มหายได้ง่ายและเป็นธุรกิจที่มีความเสี่ยงอยู่ไม่น้อย

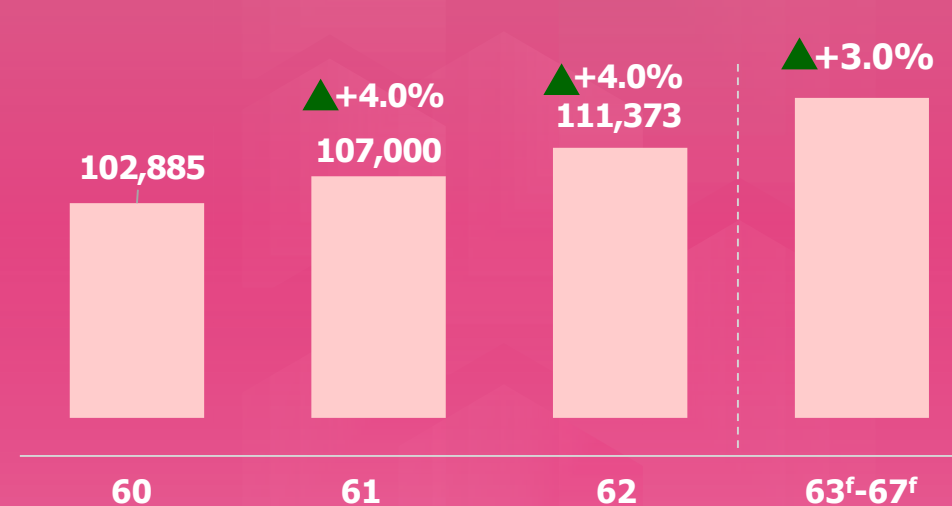
มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารริมทาง (ล้านบาท)



ที่มา: Euromonitor International ,(▲▼ %YOY )

หมายเหตุ : f คือ คาดการณ์อัตราการเติบโตในช่วงปี 2563-2567, \*เป็นการคาดการณ์ในสถานการณ์ปกติที่ไม่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19

จำนวนธุรกิจร้านอาหารริมทาง (ราย)



ที่มา: Euromonitor International ,(▲▼ %YOY )

Euromonitor International ได้คาดการณ์มูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารริมทางในช่วงปี 2563 – 2567 จะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 6.0 รวมทั้งคาดการณ์จำนวนธุรกิจร้านอาหารริมทางในช่วง ปี 2563 – 2567 จะขยายตัวเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 3



# สถานการณ์และกลยุทธ์ ของผู้ประกอบการร้านอาหารที่สำคัญ ปี 2563

## ร้านอาหารริมทาง (Street Food) ปี 2563

กลยุทธ์การปรับตัวหลังในช่วงเผชิญวิกฤตไวรัส COVID-19



บริหารจัดการต้นทุนและรายจ่ายต่างๆ  
ให้เกิดประสิทธิภาพ อาทิ สำรองวัตถุดิบ  
น้อยลงเพื่อให้เกิดสภาพคล่องทางการเงิน



จัดโปรโมชั่นกระตุ้นยอดขายและมี  
มาตรการรักษาความสะอาดเพื่อเพิ่ม  
ความมั่นใจให้กับลูกค้า



ขายของราคาถูก คุณภาพปานกลาง  
เน้นขายปริมาณมาก อาทิ ข้าวผัด  
กะเพราราคา 20 บาท



การเพิ่มช่องทางการขายออนไลน์ และใช้สื่อ  
ออนไลน์ในการสร้างความน่าสนใจและเข้าถึง  
ผู้บริโภคในวงกว้าง รวมถึงการใช้บริการส่งและ  
ส่งสินค้าผ่านธุรกิจบริการส่งอาหาร อาทิ Food  
Panda, LineMan, Grab Food



# ปัจจัยเสี่ยงต่อธุรกิจร้านอาหารปี 2563



ภาวะการแข่งขันที่รุนแรง จากการขยายแบรนด์ร้านอาหารและสาขาของผู้ประกอบการที่เป็นเชนร้านอาหาร (Chain Restaurant) ออกไปในทุกพื้นที่รวมทั้งมีการทำโปรโมชั่นส่งเสริมการขายและทำตลาดออนไลน์มากขึ้น



ภาวะทางเศรษฐกิจที่หดตัวลง ทำให้คนใช้จ่ายอย่างระมัดระวังมากขึ้น



ความผันผวนของต้นทุนสินค้า การเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้าอาจส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการ โดยเฉพาะผู้ประกอบการรายเล็กที่ไม่สามารถต่อรองราคาระดับได้มากเท่าผู้ประกอบการรายใหญ่



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติหดตัวลง ส่งผลกระทบต่อรายได้และการทำกำไรของร้านอาหาร โดยเฉพาะผู้ประกอบการที่มีกลุ่มลูกค้าหลักเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ



พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ผู้ประกอบการต้องปรับตัวให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไปเน้นความสะดวกและรวดเร็ว โดยการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเชื่อมโยงกับลูกค้าและการจัดการธุรกิจ อาทิ การโฆษณาการสั่งและการจัดส่งสินค้า รวมทั้งการบริหารจัดการภายในร้าน



สร้างสรรค์งานวิจัย เพื่อเศรษฐกิจไทยยั่งยืน