



ฉบับส่งสื่อมวลชน

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3175

วันที่ 25 ธันวาคม 2563

ธุรกิจร้านอาหารปี 2564 ยังมีความเสี่ยงและความท้าทายสูง การเติบโตบนความเปราะบาง การลงทุนในธุรกิจยังคงต้องระมัดระวัง

### ▶ ประเด็นสำคัญ

- ปี 2564 ถึงแม้ว่าธุรกิจร้านอาหารจะได้รับประโยชน์จากนโยบายของภาครัฐที่ให้ความสำคัญไปยังการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ แต่สภาพแวดล้อมธุรกิจร้านอาหารยังมีความท้าทายสูงจากความเสี่ยงของโควิด-19 และกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังอ่อนแอ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อร้านอาหารแต่ละประเภทในรูปแบบที่ต่างกัน โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 กรณีที่การระบาดของโควิด-19 ในประเทศไม่ได้ขยายตัวเป็นวงกว้างจนทำให้ภาครัฐต้องใช้มาตรการคุมเข้มมูลค่าตลาดร้านอาหารน่าจะยังขยายตัวในระดับต่ำที่ประมาณร้อยละ 1.4 – 2.6
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ปัจจัยกดดันดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อความอยู่รอด ซึ่งเทรนด์ที่เห็นชัด คือ รูปแบบของร้านอาหารขนาดเล็ก (Compact Size) ที่เคลื่อนเข้าสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว (Mobility) รวมถึงมีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ (Flexibility) มากกว่ารูปแบบเดิม อย่างไรก็ตาม โอกาสในความสำเร็จยังขึ้นอยู่กับปัจจัยเฉพาะของแต่ละร้านอาหาร ซึ่งรวมถึงมาตรฐานของการป้องกันโควิดในทุกๆจุดของบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ การปรุง การจัดส่ง เพราะสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคจะเลือกซื้อจากผู้ประกอบการที่ทำได้ดังกล่าวได้อย่างน่าเชื่อถือมากกว่า
- นอกจากนี้ ในปี 2564 ถึงแม้คาดว่าจะธุรกิจร้านอาหารจะยังมีการเข้ามาลงทุนจากผู้ประกอบการรายเล็ก-ใหญ่ แต่ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรง และปัจจัยแวดล้อมที่ท้าทายสูง น่าจะส่งผลให้ผู้เล่นจำนวนไม่น้อยต้องออกจากการแข่งขัน แสดงให้เห็นถึงภาพการหมุนเวียนเข้าออกที่สูงของผู้เล่นในธุรกิจ

ธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 ยังมีความเสี่ยงสูง โดยในช่วงกลางเดือนธันวาคม 2563 ประเทศไทยพบผู้ติดเชื้อโควิด-19 ในประเทศอีกครั้ง ส่งผลทำให้ทางการในบางจังหวัดได้ยกระดับมาตรการการควบคุมและป้องกันการระบาดของโควิดไปจนถึงต้นปี 2464 ซึ่งคาดว่าจะสร้างผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหาร เช่น สมุทรสาคร และ

#### Disclaimer

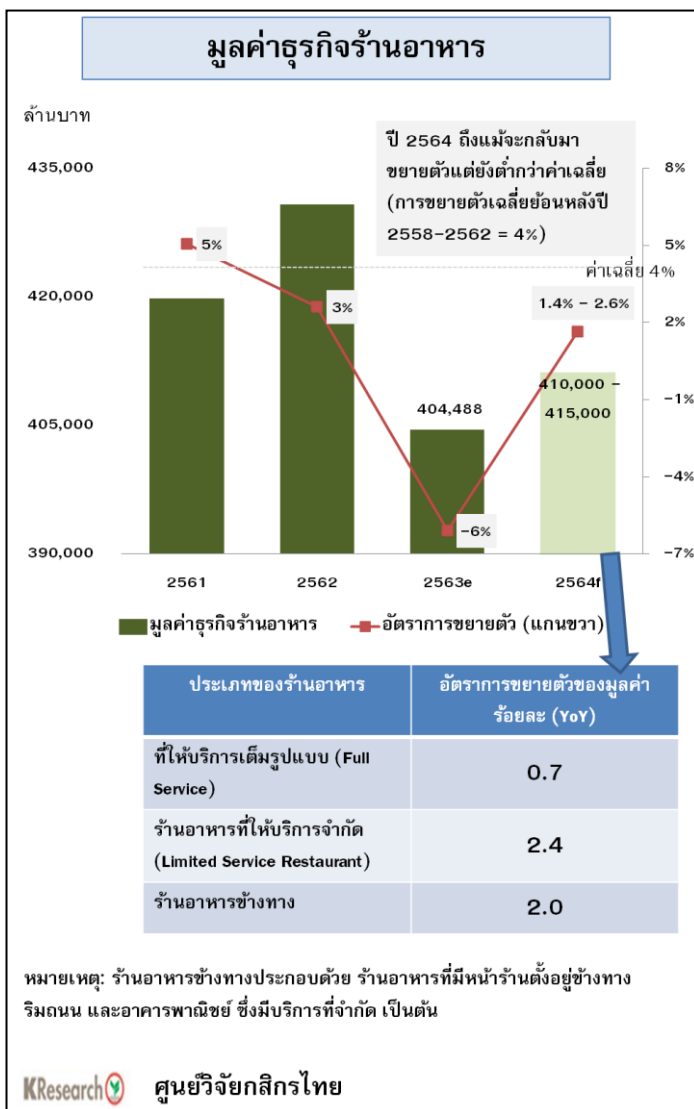
รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (“KResearch”) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เราเชื่อว่ามีคุณภาพที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ

สมุทรสงคราม ขณะที่หลายจังหวัดได้ขอความร่วมมืองดจัดกิจกรรมในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ เหตุการณ์ที่ไม่คาดคิดดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อความต่อเนื่องในการฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งก่อนหน้านี้ ธุรกิจร้านอาหารอย่าง Full Service ททยอยกลับมาดีขึ้น หรือกลุ่มร้านอาหารอย่าง Street Food ได้รับปัจจัยหนุนจากนโยบาย “คนละครึ่ง” และ “เราเที่ยวด้วยกัน” ส่งผลให้ทั้งปี 2563 ธุรกิจร้านอาหารน่าจะหดตัวร้อยละ 6.0 หรือมีมูลค่าประมาณ 4.05 แสนล้านบาท สำหรับทิศทางของธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า

**ธุรกิจร้านอาหารปี 2564 : สภาพแวดล้อมยังคงไม่เปลี่ยนแปลง ความกังวลของผู้บริโภคต่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ขยายตัวเพียงร้อยละ 1.4 - 2.6 โดยเป็นระดับที่ต่ำกว่าศักยภาพ**



แม้ธุรกิจร้านอาหารจะได้รับประโยชน์จากนโยบายของภาครัฐที่ให้ความสำคัญไปยังการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในประเทศ แต่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า สภาพแวดล้อมของธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 ยังมีความเสี่ยงสูงเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา เนื่องจากระบาดของโควิด-19 ทั้งในและต่างประเทศ ที่ยังต้องใช้ระยะเวลาอีกสักพักกว่าที่จะสามารถทำการควบคุมได้ และถึงแม้ว่าจะมีข่าวดีเรื่องวัคซีนแต่การนำมาใช้ในวงกว้างยังคงต้องใช้เวลา ส่งผลให้ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service) อาทิ ร้านอาหาร Fine Dining ร้านอาหาร Buffet รวมถึงร้านอาหารที่เจาะกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติ หรือชาวต่างชาติที่เดินทางมาทำงานในประเทศไทย ซึ่งคาดว่าจะได้รับแรงกดดันจากทั้งความกังวลของผู้บริโภคและกำลังซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทำให้คาดว่าจะขยายตัวเพียงร้อยละ 0.7

อย่างไรก็ดี กลุ่ม Segment ที่คาดว่าจะ

#### Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงชื่อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

**บริการทุกระดับประทับใจ**

มีการเติบโตให้เห็นเล็กน้อยจะเป็นร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) และร้านอาหารข้างทาง (Street Food) โดยเฉพาะภาคระดับเริ่มต้น-กลาง เนื่องจากมีช่องทางการสร้างรายได้ที่หลากหลายประกอบกับปัจจัยหนุนจากนโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐในช่วงไตรมาสแรกของปี รวมถึงการเข้ามาขยาย Segment และปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจของผู้ประกอบการรายกลาง-ใหญ่ จึงคาดว่าร้านอาหารในกลุ่มดังกล่าวจะมีการขยายตัวร้อยละ 2.4 และ 2.0 ตามลำดับ

ภายใต้สภาพแวดล้อมทางธุรกิจดังกล่าว ประกอบกับการระบาดของโควิด-19 ที่รวมถึงการประกาศล็อกดาวน์ในช่วงเดือนแรกของปีในบางพื้นที่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในปี 2564 ธุรกิจร้านอาหารจะมีมูลค่ารวม 4.10 – 4.15 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 1.4 - 2.6 จากฐานที่หดตัวร้อยละ 6.0 ในปี 2563 ซึ่งเป็นผลจากการล็อกดาวน์ในช่วงไตรมาสสองปี 2563 โดยมูลค่าของธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 ยังถือว่าอยู่ในระดับต่ำกว่าปี 2562

**โควิด-19 กับการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์ (Landscape) ของธุรกิจร้านอาหาร ... ความจำเป็นในการปรับเปลี่ยนเป็นร้านอาหารขนาดเล็ก Compact Size เพื่อการอยู่รอด และการหมุนเวียนเข้าออกของผู้เล่นที่มากขึ้น**

แม้ว่าธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 จะยังต้องเผชิญกับปัจจัยลบรอบด้าน รวมถึงการแข่งขันที่เข้มข้น ขณะที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายยังมีอยู่อย่างจำกัด แต่ผู้ประกอบการทั้งหลายโดยเฉพาะรายใหญ่ ที่ยังมีความจำเป็นต้องลงทุนขยายสาขาเพิ่มเติมทั้งในร้านอาหารประเภทเดิมและเพิ่มความหลากหลายของร้านอาหารทั้ง Segment เดิม และการรุกไปทำตลาดอย่างต่อเนื่องใน Segment ใหม่ เช่น ร้านอาหารข้างทาง เพื่อให้สามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ และรักษายอดขายโดยรวม Total Store Sale (TSS) ของพอร์ตธุรกิจของตนได้ ตลอดจนถึงรายย่อยต่างยังให้ความสำคัญในการเข้ามาลงทุนในการทำธุรกิจร้านอาหาร

ประกอบกับกลุ่มผู้เล่นรายใหม่ขนาดเล็กที่เข้ามา โดยส่วนหนึ่งได้รับผลกระทบจากการจ้างงานและกลุ่มที่ต้องการหารายได้เพิ่มเติมจากงานประจำ นอกจากนี้ ผู้ประกอบการให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ยังให้ความสนใจเข้าแสวงหาโอกาสในการต่อยอดการให้บริการในธุรกิจร้านอาหาร ประกอบกับความเสี่ยงการระบาดของโควิด-19 ในระยะข้างหน้า ดังนั้นเพื่อความอยู่รอดทางธุรกิจในภาวะที่ความท้าทายรอบด้านสูง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจมาเป็นร้านอาหารขนาดเล็ก Compact Size มากขึ้น ซึ่งจำเป็นต้องมีองค์ประกอบสำคัญ 2 ประการ ได้แก่

1. เคลื่อนเข้าสู่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว (Mobility) จากการแข่งขันที่สูงทำให้ผู้ประกอบการต้องพยายามสร้างรายได้เปรียบทางธุรกิจ โดยการเข้าถึงฐานลูกค้าที่กว้างขึ้นอย่างรวดเร็วจึงเป็นสิ่งสำคัญ กอปรกับ พฤติกรรมของผู้บริโภคหลังโควิดที่เปลี่ยนไปโดยปรับมารับประทานอาหารในที่พักมากขึ้น

#### Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงชื่อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องปรับมาลงทุนในร้านอาหารขนาดเล็กซึ่งมีจุดแข็งดังกล่าว อาทิ **ร้านอาหารชั่วคราว Pop up restaurant** ซึ่งเป็นร้านอาหารที่ผู้ประกอบการรายเล็กมักเลือกเข้ามาลงทุน เนื่องจากใช้เงินลงทุนล่วงหน้าและเงินทุนหมุนเวียนในธุรกิจที่น้อย ขณะที่กลุ่มผู้ประกอบการที่มีเงินทุนสูงขึ้นและต้องการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคในหลายพื้นที่ที่ต่างกัน อาจเลือกลงทุนใน **ร้านอาหารประเภท ฟู๊ดทรัค (Food Truck)** นอกจากนี้ ในส่วนของผู้ประกอบการร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและต้องการลดความเสี่ยงในการลงทุนขยายสาขาไปพื้นที่ใหม่ๆ อาจเลือกลงทุนใน **ร้านอาหารประเภทครัวกลาง (Cloud Kitchen)** ซึ่งรวมร้านอาหารหลายๆประเภทเข้าด้วยกัน และเน้นเจาะกลุ่มลูกค้าที่ต้องการสั่งอาหารไปยังที่พักโดยเฉพาะ โดยมีจุดเด่นในการใช้แพลตฟอร์มจัดส่งอาหารเข้ามาช่วยเป็นตัวกลางเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและเป็นวงกว้าง เป็นต้น

ในขณะเดียวกัน เทรนด์ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความเสี่ยงในการแพร่ระบาดของโควิด-19 ในปี 2564 รวมถึงมาตรการคุมเข้มต่างๆ ที่อาจถูกยกระดับขึ้น ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนของช่องทางสร้างรายได้และกลุ่มเป้าหมาย ด้วยเหตุดังกล่าวทำให้องค์กรประกอบที่สำคัญอีกประเภทในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในระยะข้างหน้าได้แก่

**2. ความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ (Flexibility)** ที่รวมถึงความยืดหยุ่นในช่องทางการตลาด หรือความสามารถในการปรับเปลี่ยนขั้นตอนและรูปแบบต่างๆ ในห่วงโซ่ธุรกิจ อาทิ การปรับลดเวลาเปิดปิด การจำกัดประเภทเมนูอาหาร การปรับหน้าที่ของพนักงานในร้าน ซึ่งจะส่งผลต่อเนื้อให้สามารถบริหารจัดการต้นทุนในร้านได้ง่ายขึ้น โดยตัวอย่างรูปแบบของร้านอาหารที่มีความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ ได้แก่ **ร้านอาหารขนาดเล็กที่มีพื้นที่จำกัด** อาทิ Kiosk ซึ่งมีจุดเด่นที่การใช้เงินลงทุนล่วงหน้าและเงินทุนหมุนเวียนที่น้อยกว่าร้านอาหารขนาดกลาง-ใหญ่ ขณะที่ยังมีความยืดหยุ่นของช่องทางการสร้างรายได้ที่หลากหลาย ทั้งจากช่องทางภายในร้าน รวมถึงรองรับการจัดส่งอาหารไปยังที่พักได้เช่นเดิม โดยความยืดหยุ่นดังกล่าวทำให้ผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ทางธุรกิจที่มีความไม่แน่นอนสูง

อย่างไรก็ดี ธุรกิจร้านอาหารก็ยังถือว่าเป็นตลาดที่มีความท้าทายสูง โดยโอกาสในความสำเร็จในธุรกิจดังกล่าวยังขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่นๆ ที่สำคัญ อาทิ ช่องทางการทำตลาดที่หลากหลาย การบริหารจัดการต้นทุนและวัตถุดิบของร้าน รวมถึงมาตรฐานของการป้องกันโควิดในทุกๆจุดของบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ การปรุง การจัดส่ง เพราะสถานการณ์ที่เกิดขึ้น ทำให้ผู้บริโภคคงจะเลือกซื้อจากผู้ประกอบการที่ทำเรื่องดังกล่าวได้อย่างน่าเชื่อถือมากกว่า

กล่าวโดยสรุป คาดว่า ธุรกิจร้านอาหารในปี 2564 จะยังคงเผชิญความท้าทายต่อเนื่อง โดยเฉพาะจากความเสี่ยงโควิด-19 ทำให้ถึงแม้จะมีทั้งการเข้ามาลงทุนจากผู้ประกอบการรายเล็ก-รายใหญ่ แต่การ

#### Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใด ๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงชื่อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ

แข่งขันที่รุนแรง และปัจจัยแวดล้อมที่ท้าทายก็น่าจะส่งผลให้ผู้เล่นจำนวนไม่น้อยต้องออกจากการแข่งขัน แสดงให้เห็นถึงภาพการหมุนเวียนเข้าออกที่สูงในธุรกิจ

ศูนย์วิจัยกิจการไทยมองว่า หากสถานการณ์การแพร่ระบาดไม่ขยายตัวรุนแรงจนทำให้ต้องมีการล็อกดาวน์เป็นวงกว้างอีกครั้ง มูลค่าธุรกิจร้านอาหารจะกลับมาขยายตัวเล็กน้อยประมาณร้อยละ 1.4 -2.6 (YoY) โดยเป็นการขยายตัวบนความเปราะบาง ทำให้ผู้ประกอบการควรพิจารณาอย่างรอบคอบถึงความสามารถในการแข่งขันของตนก่อนการลงทุนในสภาพแวดล้อมที่มีความท้าทายและความไม่แน่นอนสูง นอกจากนี้ ค่าเฉลี่ยต่อหัวและจำนวนการหมุนเวียนภายในร้านของกลุ่มลูกค้าที่มีจำกัด จะส่งผลทำให้ระยะเวลาคืนทุนจากการลงทุนอาจยาวนานกว่าในช่วงเวลาปกติ

**สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนไปของธุรกิจร้านอาหารหลังจากโควิด-19**

- เทรนด์ความต้องการของผู้บริโภคที่คาดเดาได้ยากและต้องการการตอบสนองอย่างรวดเร็ว
- รายได้ต่อสาขา Same Store Sale ที่มีทิศทางหดตัวต่อเนื่อง
- ทรัพยากรในการลงทุนเพิ่มเติมที่จำกัด
- ค่าเฉลี่ยต่อหัวและจำนวนการหมุนเวียนภายในร้านของกลุ่มลูกค้าที่มีจำกัด ซึ่งจะส่งผลต่อระยะเวลาคืนทุน

**การปรับรูปแบบร้านอาหารขนาดเล็ก (Compact size) เพื่อการอยู่รอด ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญได้แก่**

- ความคล่องตัวในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Mobility)
- ความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ (Flexibility)

+

**มาตรฐานของการป้องกันโควิดในทุก ๆ จุดของบริการ ไม่ว่าจะเป็นด้านวัตถุดิบ การปรุง การจัดส่ง เป็นต้น**

	เงินลงทุนล่วงหน้าเฉลี่ย	เงินลงทุนหมุนเวียน	จุดเด่น	เหมาะกับ
Food Truck	5- 7 แสนบาท	ปานกลาง	มีความยืดหยุ่นสูงสามารถเข้าถึง/ปรับเปลี่ยนกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็ว	ผู้ที่ต้องการขายอาหารเป็นอาชีพประจำและต้องการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในพื้นที่ใหม่ๆ
ร้านอาหารขนาดเล็กแบบ Kiosk	สูงกว่า 2 แสนบาท (ขึ้นอยู่กับขนาดและรูปแบบ)	ปานกลาง	มีฟังก์ชันการใช้งานที่คล้ายกับร้านอาหาร Full Service ขณะที่มีต้นทุนต่ำกว่ามาก	ผู้ประกอบการขนาดกลาง-ใหญ่ ที่ต้องการขยายสาขาเพิ่มเติม
Cloud Kitchen (เข้าพื้นที่)	ต่ำ	ต่ำ	การขยายธุรกิจโดยใช้เงินลงทุนล่วงหน้าต่ำ	ร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและมีฐานลูกค้าอยู่แล้วแต่ต้องการขยายสาขาไปยังบริเวณอื่นและเจาะกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการสั่งอาหารไปยังที่พัก
Cloud Kitchen (ลงทุนร่วมกับเจ้าของพื้นที่)	ต่ำ	ต่ำ		
Pop up restaurant	น้อยกว่า 2 หมื่นบาท	ต่ำมาก	ใช้เงินลงทุนล่วงหน้าและเงินลงทุนหมุนเวียนต่ำ	ผู้ประกอบการที่ต้องการทดลองทำตลาด และต้องการจำกัดความเสี่ยงในการลงทุน

ศูนย์วิจัยกิจการไทย

#### Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกิจการไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้เป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)