



ฉบับส่งสื่อมวลชน

การผ่อนคลายมาตรการ สู้การฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหาร Full Service คาดปี 2565 กลับมาขยายตัวร้อยละ 26.5

CURRENT ISSUE

ปีที่ 27 ฉบับที่ 3283

วันที่ 3 พฤศจิกายน 2564

ในช่วงโค้งสุดท้ายของปี 2564 ธุรกิจร้านอาหารให้บริการเต็มรูปแบบ หรือ Full-Service Restaurants¹ ได้รับปัจจัยหนุนเพิ่มขึ้น จากการที่ทางการได้ผ่อนคลายมาตรการต่างๆ ลง ได้แก่ การยกเลิกเคอร์ฟิวในพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว และการอนุญาตให้ธุรกิจร้านอาหารสามารถกลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการนั่งทานในร้านได้ตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. 2564 แบบมีเงื่อนไข ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น และหากสถานการณ์การระบาดของโควิดในประเทศคลี่คลาย ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในการใช้บริการในร้านอาหารน่าจะทยอยกลับมา ซึ่งจะส่งผลดีต่อธุรกิจในช่วงที่เหลือของปีนี้และแนวโน้มในปี 2565

- การผ่อนคลายมาตรการฯ ในจังหวะที่จะเข้าสู่ช่วงเทศกาลท้ายปี หนุนบรรยากาศให้ผู้บริโภคทานในร้านอาหารมากขึ้น ใช้เวลาต่อครั้งนานขึ้น คาดทำให้ธุรกิจร้านอาหารเต็มรูปแบบ (Full-Service Restaurants) มีมูลค่าเพิ่มขึ้นประมาณ 2 พันล้านบาทจากคาดการณ์เดิม

จากการที่ทางการได้ผ่อนคลายมาตรการการให้บริการในร้านอาหาร ซึ่งเชื่อต่อการดำเนินธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Restaurants) เนื่องด้วยรายได้ของธุรกิจส่วนใหญ่ของร้านมาจากการให้บริการนั่งในร้าน และโดยปกติในช่วงท้ายปีของทุกปี จะเป็นช่วงที่ดีที่สุดของธุรกิจ เนื่องจากเป็นช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองส่งท้ายปี โดยการยกเลิกเคอร์ฟิวในพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากร้านอาหารที่มีระยะเวลาการเปิดทำการจำกัดและร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบส่วนใหญ่จะมียอดขายกระจุกตัวอยู่ในช่วงเวลาเย็นจนถึงค่ำ ขณะที่การอนุญาตให้ร้านอาหารสามารถกลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการนั่งทานในร้าน ในเขตพื้นที่สีฟ้า (ในกรุงเทพมหานครให้หนึ่งดื่มเฉพาะร้านอาหารที่มีเครื่องหมาย SHA จนถึง 21.00 น.) จะช่วยสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้กับร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบที่ผ่านมาตรฐานดังกล่าว

¹ ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Restaurants) คือ ร้านอาหารที่มีพนักงานคอยให้บริการในทุกชั้นตอน อาทิ Fine & Casual Dining, ภัตตาคาร, สวนอาหาร, ร้านอาหารจีน เป็นต้น

Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในระยะเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้อันุมัติหรือรับรองเพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ 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)

บริการทุกระดับประทับใจ

แม้ท่ามกลางสถานการณ์โควิดที่ยังอยู่ อาจจะทำให้สร้างความกังวลในการกลับมาใช้บริการนั่งทานในร้านอาหารของผู้บริโภคบางกลุ่ม แต่ผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ก็ได้เริ่มออกไปทำกิจกรรมนอกบ้านโดยเฉพาะการใช้บริการด้วยการนั่งทานในร้านอาหารมากขึ้น รวมถึงอาจมีแนวโน้มที่จะไปใช้บริการนานขึ้น หรือบ่อยขึ้นหากสถานการณ์โควิดไม่กลับมารุนแรง สะท้อนจากผลสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย ที่พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 72 เริ่มมีความมั่นใจและกลับไปใช้บริการนั่งทานอาหารในร้าน หลังจากที่ทางการผ่อนคลายมาตรการอนุญาตให้นั่งทานอาหารภายในร้าน² (ตั้งแต่วันที่ 1 ก.ย. 64) แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า ร้านอาหารที่กลุ่มตัวอย่างกลับไปใช้บริการส่วนใหญ่เป็นร้านอาหารในห้างสรรพสินค้าหรือคอมมูนิตีมีอลล์ อาทิ ซาบุญปิ้งย่าง ร้านอาหารญี่ปุ่น และร้านสุกี้ เป็นต้น ขณะที่รองลงมา จะเป็นกลุ่มร้านอาหารประเภทสวนอาหารที่มีคาเฟ่แอนด์บาร์เฉพาะ เช่น ร้านอาหารที่ตกแต่งแบบธรรมชาติ และมีมุมถ่ายภาพที่สวยงาม
- กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 77 มองว่า การประกาศขยายเวลาทำการของร้านอาหาร และการลดระยะเวลาเคอร์ฟิวของภาครัฐ³ (ตั้งแต่ 16 ต.ค. 64) สนับสนุนการเข้าใช้บริการร้านอาหารนานขึ้นและบ่อยขึ้น ขณะที่ร้อยละ 23 มองว่าไม่มีผลต่อการเข้าใช้บริการร้านอาหาร ซึ่งกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่ยังไม่ได้กลับไปใช้บริการนั่งทานในร้านอาหาร
- แม้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่หรือร้อยละ 65 ยังไม่มีแผนที่จะจัดงานสังสรรค์ในช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองคริสต์มาสและส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่เนื่องจากยังรอดูสถานการณ์โควิด และรอดูความชัดเจนในการผ่อนคลายมาตรการต่างๆ ของทางการ แต่ประมาณร้อยละ 22 มีแผนที่จะจัดงานรวมกลุ่มสังสรรค์กับเพื่อนฝูงและครอบครัวที่ร้านอาหารในช่วงเทศกาล โดยคาดว่าจะออกไปนั่งทานเฉลี่ย 3-4 ครั้งภายในเดือนธันวาคม ภายใต้เงื่อนไขที่ไม่มีการแพร่ระบาดระลอกใหม่อย่างรุนแรง

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การผ่อนคลายมาตรการของภาครัฐ อาทิ การเปิดให้นั่งทานอาหารในร้าน การปรับลดพื้นที่เคอร์ฟิว และการเปิดให้ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยว จะส่งผลดีต่อกลุ่มธุรกิจร้านอาหารประเภท Full-Service Restaurants โดยทำให้ผู้บริโภคมีแนวโน้มออกไปทานอาหารและใช้เวลาในร้านอาหารมากขึ้นหรือถี่ขึ้น และคาดว่าในช่วง 2 เดือนสุดท้าย

² เริ่มตั้งแต่ 1 กันยายน 2564 ภาครัฐผ่อนคลายมาตรการให้ร้านอาหารสามารถนั่งทานในร้านได้ โดยร้านที่ติดเครื่องปรับอากาศเปิดให้นั่งได้ 50% ส่วนร้านที่มีอากาศถ่ายเทเปิดให้นั่งทานได้ 75%

³ เริ่มตั้งแต่ 16 ตุลาคม 2564 ปรับสีพื้นที่ และคลายล็อก ร้านอาหาร-โรงพยาบาลศูนย์ โรงแรมหรู ห้างสรรพสินค้า สนามกีฬา สวนสาธารณะ เปิดได้ถึง 4 ทุ่ม ลดเวลาเคอร์ฟิว 23.00 น. - 3.00 น. และวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 ยกเลิกเคอร์ฟิวให้เหลือเพียง 7 จังหวัด และอนุญาตให้ร้านอาหารสามารถกลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการนั่งทานในร้าน ในเขตพื้นที่สีฟ้า (ในกรุงเทพฯ อนุญาตให้ดื่มเฉพาะร้านอาหารที่มีเครื่องหมาย SHA จนถึง 21.00 น.)

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด ("KResearch") เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้ออกแบบหรือจัดทำขึ้นเพื่อใช้ในการตัดสินใจเพื่อการใด ๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใด ๆ ที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

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

ที่เหลือของปี 2564 จะมีการขยายตัวของจำนวนจำนวนต่อครั้ง (โต๊ะ) เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 7 เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยในช่วง 10 เดือนแรกของปี ประกอบกับการเพิ่มขึ้นของยอดการใช้จ่ายจากระยะเวลาในการให้บริการต่อครั้งที่นานขึ้น ทำให้อาจจะมีการสั่งอาหารรวมถึงเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบน่าจะมียอดได้เพิ่มขึ้นประมาณ 2,000 ล้านบาทจากคาดการณ์เดิม และมีมูลค่าทั้งปีอยู่ที่ประมาณ 1.13 แสนล้านบาท หดตัวร้อยละ 28.5 จากปี 2563

- แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ปี 2565 น่าจะกลับมาฟื้นตัวได้ร้อยละ 26.5 จากปัจจัยหนุนที่เพิ่มขึ้น ขณะเดียวกันการแข่งขันที่รุนแรงก็ยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ในปี 2565 เริ่มมีปัจจัยหนุนมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการผ่อนคลายมาตรการของทางการ และการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ และหากสถานการณ์การระบาดของโควิดในประเทศดีขึ้น หรือไม่มีการกลับมาระบาดของจนทำให้ทางการต้องกลับมาใช้มาตรการควบคุมอีกครั้ง น่าจะช่วยให้ธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบกลับมาเติบโตได้อีกครั้ง หลังจากการหดตัวอย่างรุนแรงต่อเนื่องในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองการฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ เป็น 2 กรณี ดังนี้

มูลค่าธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full-Service Restaurants)					
	2562	2563	2564e	2565f	
			ประมาณการใหม่ รวมผลจาก มาตรการ*	กรณีฐาน	กรณีเลวร้าย
จำนวนครั้งทั้งปี (โต๊ะ)	253 ล้าน	223 ล้าน	168 ล้าน	204 ล้าน	186 ล้าน
มูลค่าทั้งปี (ล้านบาท)	184,503	158,045	113,000	143,000	129,000
การเติบโต	1.6%	-14.3%	-28.5%	26.5%	14.2%

*มูลค่า 2,000 ล้านบาท ที่เพิ่มขึ้นได้รวมถึงผลของมาตรการ

- ภาครัฐผ่อนคลายมาตรการให้สามารถนั่งทานอาหารภายในร้านได้ โดยร้านที่ติดตั้งเครื่องปรับอากาศเปิดให้ที่นั่งได้ 50% ส่วนร้านที่มีอากาศถ่ายเทเปิดให้ที่นั่งได้ 75% โดยเริ่มตั้งแต่ 1 กันยายน 2564
- ปรับสีพื้นที่ และ คลายล็อก ร้านอาหาร-โรงพยาบาลนอร์ด โรงมหรสพ ห้างสรรพสินค้า สนามกีฬา สวนสาธารณะ เปิดได้ถึง 4 ทุ่ม ลดเวลาเคอร์ฟิว 23.00 น. - 3.00 น. โดยเริ่มตั้งแต่ 16 ตุลาคม 2564
- ยกเลิกเคอร์ฟิวให้เหลือเพียง 7 จังหวัด และอนุญาตให้ร้านอาหารสามารถกลับมาขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ให้กับลูกค้าที่มาใช้บริการนั่งทานในร้าน ในเขตพื้นที่สีฟ้า (ในกรุงเทพมหานครให้นั่งดื่มเฉพาะร้านอาหารที่มีเครื่องหมาย SHA จนถึง 21.00 น.) โดยเริ่มตั้งแต่ 1 พฤศจิกายน 2564

KResearch รวบรวมและคาดการณ์เพิ่มเติมโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

Disclaimers

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

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

บริการทุกระดับประทับใจ

กรณีที่ 1 ภายใต้สมมติฐานที่สถานการณ์โควิดมีแนวโน้มดีขึ้นตามลำดับ จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ลดลงต่อเนื่องและการฉีดวัคซีนครอบคลุมประชากรส่วนใหญ่ตามแผนของภาครัฐ ผู้บริโภคในประเทศมีความเชื่อมั่นในการเข้าใช้บริการ มีการเปิดประเทศนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลให้มีการขยายตัวต่อเนื่องของจำนวนความถี่ในการนั่งทาน และทำให้จำนวนต่อครั้ง (โต๊ะ) ในปี 2565 มีจำนวนประมาณ 204 ล้านครั้ง (โต๊ะ) รวมถึงมีการขยายตัวของยอดการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 4.2 และทำให้ตลาดธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบจะมีมูลค่ายอดขายรวมในกรณีพื้นฐานอยู่ที่ประมาณ 1.43 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 26.5

กรณีที่ 2 ภายใต้สมมติฐานที่มีการแพร่ระบาดครั้งใหม่เกิดขึ้นและมีการยกระดับของมาตรการควบคุมไม่ให้จำหน่ายอาหารภายในร้าน แต่ไม่ได้มีการ Lock down จะส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค และทำให้จำนวนต่อครั้งลดลงเหลือเพียงประมาณ 186 ล้านครั้ง (โต๊ะ) โดยประเมินว่าตลาดธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ จะเหลือมูลค่าประมาณ 1.29 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นการขยายตัวร้อยละ 14.2

อย่างไรก็ดี โอกาสการกลับมาฟื้นตัวและมูลค่ายอดขายของธุรกิจดังกล่าวยังคงขึ้นอยู่กับปัจจัยรอบด้านต่างๆ ที่สำคัญ อาทิ กำลังซื้อและความเชื่อมั่นของผู้บริโภค เป็นต้น รวมถึงปัจจัยเฉพาะที่มีผลต่อรูปแบบการฟื้นตัวของร้านอาหารในกลุ่มนี้ที่แตกต่างกัน โดยในปีข้างหน้าคาดว่าตลาดธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ จะกลับมามีสีสัน โดยมีแรงขับเคลื่อนจากทั้งแผนการลงทุนของผู้ให้บริการรายใหญ่ซึ่งถูกชะลอมาจากรายปี 2564 รวมถึงการเร่งขยายพอร์ตอาหารให้ครอบคลุมประเภทอาหารมากยิ่งขึ้น โดยคาดว่าในปี 2565 ผู้ประกอบการรายใหญ่จะลงทุนเพิ่มเติมในแพลตฟอร์มธุรกิจร้านอาหารของตนให้สามารถรองรับการทำตลาดทั้งในส่วนของการขายภายในร้าน การขายแบบ Delivery และการขายสินค้าระหว่างแบรนด์ในพอร์ทของตน (Cross-selling) มากยิ่งขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการร้านอาหารรายเล็ก-กลาง คาดว่ายังคงดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวังและระลอกการกลับมาของลูกค้ากลุ่ม mass โดยคาดว่าจะมีการฟื้นตัวแบบค่อยเป็นค่อยไป

โดยสรุป ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า แม้ทิศทางธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ จะกลับมาดีขึ้น แต่ผู้ประกอบการต้องเผชิญโจทย์ทางธุรกิจที่สำคัญอย่างเช่น แนวโน้มต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้น อาทิ ราคาวัตถุดิบ อาหารปรับตัวสูงขึ้น ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าเช่าพื้นที่ ค่าจ้างแรงงาน เป็นต้น กอปรกับค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการรักษาความสะอาดและตรวจคัดกรองโรคที่อาจทำให้ต้นทุนธุรกิจเพิ่มราวร้อยละ 2-5 (เมื่อเทียบกับก่อนโควิด) ได้แก่ ชุดตรวจ ATK ของพนักงาน น้ำยาทำความสะอาด ค่าเจลแอลกอฮอล์ ระบบฟอกอากาศและเครื่องอบผ้าเชื้ออุปกรณ์ ขณะเดียวกัน การรักษาระยะห่างและจำกัดจำนวนคนเข้าใช้บริการก็น่าจะส่งผลให้รายได้ต่อพื้นที่ (Sales per Square Foot) ของร้านอาหารยังไม่สามารถกลับมาอย่าง

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) ไปใช้ต้องแสดงชื่อและสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

เต็มที ซึ่งปัจจัยต่างๆ ดังกล่าว คาดว่าจะสร้างแรงกดดันต่อกำไรสุทธิ รายได้ สภาพคล่อง และสถานะทางการเงิน โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการที่มีประเด็นสภาพคล่องและมีภาระทางการเงินด้านสินเชื่อ

ดังนั้น ผู้ประกอบการร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ จำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อให้สอดคล้องกับเทรนด์ที่เปลี่ยนไป เช่น การเพิ่มสัดส่วนการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการมีแอดมินเพจหรือแชทบอทที่คอยดูแลตอบคำถาม และรับออเดอร์บนช่องทางโซเชียลมีเดีย ซึ่งการผสมผสานระหว่างช่องทางการขายและการทำการตลาดผ่านทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้จากหลากหลายช่องทาง (Omni Channel) จะกลายเป็นสิ่งจำเป็น นอกจากนี้เทคโนโลยีที่ช่วยลดการสัมผัส (Contactless) อาทิ หุ่นยนต์จัดส่งอาหาร Digital menus และ Mobile payment จะกลายมาเป็นมาตรฐานใหม่ที่ทุกร้านอาหารจำเป็นต้องมี เพื่อลดโอกาสการสัมผัสเชื้อ และเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการในร้านอาหาร



Disclaimers

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

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และหรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และหรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้าเป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และหรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)

บริการทุกระดับประทับใจ