



ฉบับส่งสื่อมวลชน

ธุรกิจร้านอาหารปี 65 คาดพลิกกลับมาฟื้นตัวร้อยละ 5.0 – 9.9 การแพร่ระบาดของ Omicron และต้นทุนวัตถุดิบยังคงเป็นความท้าทายสำคัญ

CURRENT ISSUE

ปีที่ 28 ฉบับที่ 3299

วันที่ 5 มกราคม 2565

แนวโน้มธุรกิจร้านอาหารปี 2565 ยังเป็นปีที่ต้องระมัดระวัง เนื่องจากตลาดยังมีปัจจัยเสี่ยงของการระบาดของโควิด-19 สายพันธุ์ Omicron และสายพันธุ์อื่นที่อาจเกิดขึ้นได้ รวมถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่กลับมาฟื้นตัวดี อย่างไรก็ตามธุรกิจร้านอาหารก็ยังคงมีปัจจัยบวกสำคัญจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่จะเข้ามาช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายและเพิ่มกำลังซื้อของผู้บริโภค อาทิ “มาตรการคนละครึ่งเฟส 4” ที่คาดว่าจะเริ่มในเดือนมีนาคม - เมษายน 2565 จากปัจจัยดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2565 ธุรกิจร้านอาหารน่าจะกลับมาเติบโตประมาณ 5.0% - 9.9% (ส่วนหนึ่งเป็นผลของราคาอาหารที่ปรับตัวสูงขึ้นและเงินเฟ้อ) จากที่หดตัวในปี 2564 โดยกรอบประมาณการล่างได้คำนึงการระบาดของโควิดที่รุนแรงขึ้น ซึ่งทำให้ทางการอาจจะมีการยกระดับมาตรการจำกัดการให้บริการในร้านอาหารเฉพาะพื้นที่ในบางช่วงเวลา

ธุรกิจร้านอาหารในปี 2565 หากโควิด-19 ไม่กลับมาระบาดรุนแรงและยาวนาน จนนนำไปสู่การยกระดับมาตรการจำกัดการให้บริการร้านอาหารที่เข้มข้นขึ้น คาดว่ามูลค่าธุรกิจร้านอาหารปี 2565 จะกลับมาขยายตัวเป็นบวก 5.0% - 9.9%

ภายหลังจากที่ภาครัฐได้ผ่อนคลายมาตรการควบคุมการให้บริการในร้านอาหาร เห็นได้ว่าผู้บริโภคกลับไปใช้บริการภายในร้านอาหารมากขึ้น โดยเฉพาะในห้างสรรพสินค้าและแหล่งท่องเที่ยว ขณะเดียวกันผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารกลับมาทำตลาดมากขึ้น เช่นเดียวกับผู้ให้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหารออนไลน์ที่ทำตลาดร่วมกับพาร์ทเนอร์ร้านอาหารในการกระตุ้นยอดการใช้บริการ ทั้งนี้ หากสถานการณ์โควิด-19 ไม่ได้มีการแพร่ระบาดรุนแรงเป็นวงกว้าง จงก่อให้เกิดการยกระดับของมาตรการควบคุมห้ามนั่งทานอาหารภายในร้าน ประกอบกับปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ อาทิ การกลับมาใช้ชีวิตประจำวันแบบมาตรฐานใหม่ของผู้บริโภค การปรับราคาเมนูอาหารเพื่อให้สอดคล้องกับต้นทุนที่สูงขึ้น การเร่งทำตลาดเพื่อชดเชยยอดขายที่หายไปของร้านอาหาร รวมไปถึงมาตรการสนับสนุนของภาครัฐ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ธุรกิจร้านอาหาร (รวมร้านอาหารประเภทร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด และร้านอาหารข้างทางหรือ Street Food ที่มีหน้าร้าน) ในปี 2565 น่าจะกลับมาขยายตัวเป็นบวกได้ โดยธุรกิจร้านอาหาร

Disclaimer

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (“KResearch”) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อในความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับประกันความถูกต้องหรือความน่าเชื่อถือในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ 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

จะมีมูลค่ารวมประมาณ 3.78 – 3.96 แสนล้านบาท หรือพลิกกลับมาขยายตัว 5.0% – 9.9% จากที่หดตัว 11.0% ในปี 2564 แต่เป็นการขยายตัวเฉพาะกลุ่มหรือประเภทร้านอาหาร เนื่องจากในแต่ละประเภทของร้านอาหารยังมีปัจจัยเฉพาะที่ต่างกัน

- **ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurants)** น่าจะเห็นการเติบโตที่เร่งตัวขึ้นจากฐานที่ต่ำในปีก่อน โดยกลุ่มร้านอาหารที่จะทยอยกลับมาฟื้นตัวก่อนจะเป็นกลุ่มร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้า และร้านอาหารที่มีชื่อเสียง รวมถึงในพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในฤดูท่องเที่ยว อาทิ อยุธยา บางแสน พัทยา หัวหิน นครปฐม เป็นต้น ขณะที่ร้านอาหารที่ตั้งอยู่ในบริเวณอาคารสำนักงานน่าจะฟื้นตัวจำกัด เนื่องจากสถานที่ทำงานหลายแห่งยังคงการทำงานแบบ Hybrid Working และ Work from home ทำให้ร้านอาหารกลุ่มนี้จึงยังคงต้องพึ่งช่องทางจัดส่งอาหารไปยังที่พักเพื่อสร้างรายได้ โดย ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินว่า ในปี 2565 ธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบจะมีมูลค่ายอดขายอยู่ที่ประมาณ 1.31 – 1.42 แสนล้านบาท หรือคิดเป็นการขยายตัว 10.0% – 19.5% โดยเป็นการฟื้นตัวจากฐานที่หดตัวรุนแรงในปีก่อน
- **ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service Restaurants)** การขยายตัวจะมาจากการขยายสาขาในกลุ่มอาหารจานด่วน และร้านอาหารขนาดเล็กที่คาดว่าจะเปิดตัวมากขึ้นกว่าปี 2564 อาทิ กลุ่มร้านอาหารที่ไม่มีหน้าร้าน รวมถึงร้านอาหารรูปแบบใหม่ๆ ที่มีความคล่องตัวสูง โดยมีพื้นที่เป้าหมายเป็นบริเวณที่อยู่อาศัยและปั้มน้ำมันทั้งในกรุงเทพฯ รอบนอก ปริมณฑลและหัวเมืองหลัก นอกจากนี้ในปี 2565 คาดว่าผู้ประกอบการร้านอาหารในกลุ่มนี้น่าจะทำตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขายมากขึ้น โดยเฉพาะการร่วมมือกับผู้ให้บริการแอปพลิเคชันจัดส่งอาหาร ซึ่งโดยปกติแล้วช่องทางจัดส่งอาหารไปยังที่พักจะเป็นช่องทางรายได้ที่สำคัญของร้านอาหารประเภทนี้ ด้วยมุมมองดังกล่าวทำให้คาดว่า ในปี 2565 ธุรกิจร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด จะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 6.4 -6.8 หมื่นล้านบาท หรือขยายตัว 4.6% – 11.8% อย่างไรก็ตามร้านอาหารกลุ่มนี้ยังมีความท้าทายในด้านการบริหารจัดการช่วงเวลาเร่งด่วน ที่มีคำสั่งซื้อเข้ามาเป็นจำนวนมากในหลายช่องทาง เนื่องจากทรัพยากรแรงงานและพื้นที่ที่มีจำกัด ทำให้อาจเกิดภาวะคอขวดในกระบวนการต่างๆ ภายในร้านขึ้นได้
- **ร้านอาหารข้างทาง (Street Food) ที่มีหน้าร้าน** ยังขยายตัวได้ต่อเนื่องและกลุ่มร้านอาหารข้างทางยังได้รับปัจจัยหนุนจากโครงการคนละครึ่งของภาครัฐ โดยคาดว่าร้านอาหารประเภทดังกล่าวยังคงได้รับความนิยมจากผู้บริโภค เนื่องจากเป็นเมนูพื้นฐานที่เข้าถึงได้ง่าย และราคาไม่สูง ประกอบกับผู้ประกอบการรายใหญ่เข้ามาขยายฐานการตลาดในเช็กเมนต์นี้อย่างต่อเนื่อง ทำให้คาดว่าธุรกิจร้านอาหารข้างทางที่มีหน้าร้านในปี 2565 จะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 1.84 -1.86 แสนล้านบาท หรือขยายตัว 2.0% – 3.0% อย่างไรก็ตาม

Disclaimers

รายงานวิจัยนี้จัดทำโดยบริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (“KResearch”) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะหรือข้อมูลที่เชื่อว่ามีคุณภาพที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้ออกใบรับรองเพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำหรือสนใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ 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)

บริการทุกระดับประทับใจ

ร้านอาหารในกลุ่มนี้ มีความหนาแน่นของผู้เล่นเป็นจำนวนมาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง และมีการหมุนเวียนเข้าออกของผู้เล่นสูง

ทิศทางรายได้ของธุรกิจร้านอาหารในปี 2565			
ประเภทของร้านอาหาร	2563	2564e	2565f
มูลค่าร้านอาหาร Full Service (YoY)	1.58 แสนล้านบาท (-14.3%)	1.19 แสนล้านบาท (-24.9%)	1.31 – 1.42 แสนล้านบาท (10.0% - 19.5%)
ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (YoY)	6.26 หมื่นล้านบาท (-10.0%)	6.1 หมื่นล้านบาท (-2.4%)	6.4 – 6.8 หมื่นล้านบาท (4.6% - 11.8%)
ร้านอาหารข้างทางที่มีหน้าร้าน (YoY)	1.84 แสนล้านบาท 4.1%	1.80 แสนล้านบาท (-2.0%)	1.84 – 1.86 แสนล้านบาท (2.0% - 3.0%)
รวมมูลค่าธุรกิจร้านอาหาร (YoY)	4.04 แสนล้านบาท (-6.1%)	3.6 แสนล้านบาท (-11.0%)	3.78 – 3.96 แสนล้านบาท (5.0% - 9.9%)

หมายเหตุ: มูลค่าของธุรกิจคิดจากมูลค่ารวมของร้านอาหาร 1. ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service) 2. ร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) 3. ร้านอาหารข้างทาง (Street food) ที่มีหน้าร้าน

ปัจจัยสำคัญของธุรกิจร้านอาหารในปี 2565

ปัจจัยสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารในปี 2565

- การกลับมาลงทุนขยายสาขาของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหาร
- ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่ผ่อนคลายความกังวลและทยอยกลับมาใช้บริการภายในร้านอาหารมากขึ้น
- นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ “มาตรการคนละครึ่งเฟส 4”

ปัจจัยท้าทายของธุรกิจร้านอาหารในปี 2565

- การแพร่ระบาดของ Omicron
- ต้นทุนทางธุรกิจที่ยังทรงตัวสูง
- การแข่งขันที่รุนแรงระหว่างร้านอาหาร ในเกือบทุกประเภทและระดับราคา



ทิศทางธุรกิจร้านอาหารในปี 2565 ตลาดมีการแข่งขันที่รุนแรง ผู้ประกอบการรายใหญ่ขยายฐานธุรกิจร้านอาหารมากขึ้น ขณะเดียวกันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อธุรกิจร้านอาหาร

สถานการณ์การระบาดของโควิด-19 มีผลทำให้ธุรกิจร้านอาหารมีการปรับตัวค่อนข้างมากทั้งช่องทางการขายที่พึ่งช่องทางเทคโนโลยีมากขึ้น กอปรกับรูปแบบการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไป สำหรับสภาพแวดล้อมของธุรกิจร้านอาหารในปี 2565 ที่น่าสนใจมีดังนี้

- ผู้ประกอบการปรับมาใช้โมเดลร้านอาหารขนาดเล็กเพื่อลดต้นทุนและความเสี่ยง รวมถึงนำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานเป็นหัวใจสำคัญในห่วงโซ่ธุรกิจร้านอาหาร โดยคาดว่าในปี 2565 ผู้ประกอบการจะปรับ Position และรูปแบบการขยายสาขามาใช้โมเดลร้านอาหารแบบโมบายสโตร์ (Mobile Store) ซึ่งมีความคล่องตัวสูง ใช้เงินลงทุนจำกัด และสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างหลากหลาย อาทิ คริวกลาง (Cloud kitchen) ร้านค้าขนาดเล็กที่มีลักษณะเป็นตู้ หรือเคาน์เตอร์ขายอาหาร (Kiosk) เป็นต้น รวมถึงการผสมผสานเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาเพื่อช่วยเสริมประสิทธิภาพของการดำเนินธุรกิจ ทั้งในแง่ของการบริหารจัดการ วัตถุประสงค์ การจูงใจและชำระเงิน รวมไปถึงโฆษณาทางการตลาด
- ต้นทุนธุรกิจที่คาดว่าจะทรงตัวสูงต่อเนื่องทั้งปี ขณะที่การปรับเพิ่มราคาขายยังทำได้จำกัด สร้างแรงกดดันต่อกำไรสุทธิของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยนอกจากค่าใช้จ่ายด้านสาธารณูปโภคและค่าเช่าพื้นที่ที่ยังคงทรงตัวสูง ราคาวัตถุดิบสำคัญในธุรกิจร้านอาหาร อาทิ เนื้อสุกร เนื้อโค น้ำมันพืช อาหารทะเล และสินค้าสิ้นเปลืองต่างๆ ได้มีการปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสสุดท้ายของปีที่ผ่านมา โดยเป็นผลจากทั้ง

Disclaimers

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

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

บริการทุกระดับประทับใจ

ปัจจัยชั่วคราว ปัจจัยตามฤดูกาล และราคาพลังงานที่เพิ่มขึ้น ทำให้ร้านอาหารบางร้านได้เริ่มมีการปรับราคาอาหารเพิ่มขึ้นประมาณ 10% ขณะเดียวกันการแข่งขันในธุรกิจที่รุนแรงส่งผลให้ผู้ประกอบการบางรายเลือกที่จะแบกรับต้นทุนบางส่วนเพื่อรักษาฐานลูกค้าและยอดขายของร้านไว้ หรือเลือกปรับเมนูและประหยัดค่าใช้จ่ายด้านอื่นทดแทน

- ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่ทั้งในและนอกอุตสาหกรรมขยายการลงทุนในธุรกิจร้านอาหารมากยิ่งขึ้นทั้งในพื้นที่กรุงเทพฯรอบนอกและปริมณฑล รวมถึงในพื้นที่ต่างจังหวัด โดยในปี 2565 น่าจะยังเห็นการเข้ามาลงทุนในธุรกิจร้านอาหารของผู้ประกอบการรายใหญ่ต่อเนื่อง โดยเป็นรูปแบบการสร้างแบรนด์ใหม่ รวมถึงการเข้าซื้อธุรกิจร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและมีฐานลูกค้าเป้าหมายอยู่ในตัว ร่วมกับการทำพันธมิตรทางธุรกิจกับผู้ประกอบการที่อยู่ในห่วงโซ่ธุรกิจ อาทิ แพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร ผู้จำหน่ายวัตถุดิบ แพลตฟอร์ม E-payment เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการปรับกลยุทธ์ด้วยการรวมร้านอาหารมาเปิดในพื้นที่เดียวกัน หรือเป็นรูปแบบศูนย์รวม (Hub) ของแบรนด์ร้านอาหารในพอร์ตของผู้ประกอบการ เพื่อรองรับการจัดส่งไปพื้นที่อยู่อาศัยมากยิ่งขึ้น
- ความเสี่ยงของโควิดที่ยังมี ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องรักษาสมดุลของช่องทางการขายและเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ ไปยังสินค้าอื่นๆ มากยิ่งขึ้น อาทิ การขยายไลน์สินค้าในหมวดวัตถุดิบ เครื่องปรุง และอาหารพร้อมปรุง (Meal Kits) เพื่อตอบสนองกับกลุ่มผู้บริโภคที่หันมาทำอาหารทานในที่พักมากยิ่งขึ้น และถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะทยอยกลับเข้ามาทานในร้านอาหาร แต่ความคุ้นชินของผู้บริโภคที่มีต่อแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร ก็ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารยังคงต้องบริหารจัดการและรักษาสมดุลของช่องทางการขายทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์ให้มีประสิทธิภาพ

โดยสรุป ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า แม้ภาพรวมทิศทางธุรกิจร้านอาหารในปี 2565 จะกลับมาฟื้นตัวหลังจากที่หดตัวต่อเนื่องในช่วง 2 ปีก่อนหน้า แต่ผู้ประกอบการร้านอาหารยังคงต้องดำเนินธุรกิจอย่างระมัดระวังเพื่อลดผลกระทบจากทั้งปัจจัยท้าทายในธุรกิจ อาทิ ต้นทุนทางธุรกิจที่ยังทรงตัวสูง ทั้งราคาวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภค ค่าเช่าพื้นที่ เป็นต้น รวมถึงการแข่งขันที่รุนแรงระหว่างร้านอาหารในเกือบทุกประเภทและระดับราคา นอกจากนี้ เทรนด์ความต้องการของผู้บริโภคที่ไม่ได้มีรูปแบบตายตัวและเปลี่ยนแปลงตามกระแสอย่างต่อเนื่อง ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารจำเป็นต้องปรับรูปแบบธุรกิจให้สามารถปรับตัวตามกระแสที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว รวมถึงเร่งทำการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าเดิม และขยายฐานลูกค้าไปยังกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ ขณะที่ การสร้างความร่วมมือกับผู้เล่นทั้งในกลุ่มและนอกกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร อาทิ แพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร บัตรเครดิต ห้างสรรพสินค้า และองค์กรต่างๆ ก็อาจเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นจำนวนมากได้อย่างรวดเร็ว และที่สำคัญการรักษามาตรการรักษาความสะอาดยัง

Disclaimers

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

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ 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

เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการในภาวะที่ยังมีการแพร่ระบาดอย่างต่อเนื่องเช่นนี้



Disclaimers

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

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

บริการทุกระดับประทับใจ