



มูลค่าธุรกิจร้านอาหาร ขยายตัวในปี 2565- 2566 ท่ามกลางโจทย์ ท้าทายด้านต้นทุนและ การรักษากำไรของ ผู้ประกอบการ

ในช่วงข้างหน้า ธุรกิจร้านอาหารจะได้รับปัจจัยบวกจากกิจกรรมเศรษฐกิจในประเทศที่ขับเคลื่อนได้ตามปกติ รวมถึงการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัว ประกอบกับการทำตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารร่วมกับผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์จัดส่งอาหารไปยังที่พัก รวมถึงผู้ประกอบการรายใหญ่มีการขยายสาขาและมีการนำเชนร้านอาหารใหม่จากต่างประเทศเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าใหม่

อย่างไรก็ดี การฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหารยังมีความเปราะบาง จากกำลังซื้อที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ขณะที่ต้นทุนการดำเนินงานธุรกิจยังมีทิศทางที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง กอปรกับการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่สูง ผู้บริโภคมีทางเลือกที่หลากหลาย ทำให้ผู้ประกอบการที่จะลงทุนใหม่จึงยังต้องระมัดระวังในการลงทุนควบคู่กับการที่ยังคงต้องให้ความสำคัญกับการควบคุมต้นทุน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การเติบโตของธุรกิจยังอยู่บนพื้นฐานของความระมัดระวัง โดยคาดว่า ในปี 2566 ธุรกิจร้านอาหารน่าจะเติบโต 2.7%-4.5% จากปี 2565 (ขณะที่ปี 2565 คาดว่ามีการขยายตัว 12.9%) หรือมีมูลค่า 4.18-4.25 แสนล้านบาท มูลค่ารวมจะยังต่ำกว่าก่อนโควิด เป็นผลจากความท้าทายในการฟื้นตัวของร้านอาหารประเภท Full Service ขณะที่แม้การฟื้นตัวของรายได้ Street Food ที่มีหน้าร้าน และ Limited Service อาจกลับไปสูงกว่าก่อนโควิดได้ แต่การรักษาความสามารถในการทำกำไรยังเป็นโจทย์ต่อเนื่อง

ปี 2566 มูลค่าธุรกิจร้านอาหารยังขยายตัวได้ต่อเนื่อง แต่ในอัตราที่ชะลอลง โดยการฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจและการทยอยกลับมาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ หนุนร้านอาหารประเภท Street Food ที่มีหน้าร้าน และร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) ในพื้นที่ท่องเที่ยวและในศูนย์การค้า

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2566 รายได้ของธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง แต่เป็นอัตราการเติบโตที่ชะลอลง และการฟื้นตัวจะมีปัจจัยเฉพาะของประเภทของการให้บริการร้านอาหารและเฉพาะพื้นที่ โดยกลุ่มร้านอาหารที่ให้บริการจำกัด (Limited Service) ร้านอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว ร้านอาหารในศูนย์การค้ามีโอกาสฟื้นตัวได้ดี

สำหรับในปี 2566 การขยายตัวของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารมาจากปัจจัยสนับสนุน อาทิ

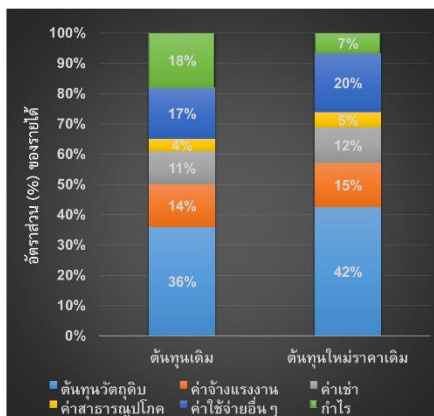
- ภาคการท่องเที่ยวที่ทยอยฟื้นตัวต่อเนื่อง ส่งผลในเชิงบวกต่อธุรกิจร้านอาหารในพื้นที่ท่องเที่ยว ในปี 2566 คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ 13-20 ล้านคน ซึ่งช่วยสนับสนุนให้เกิดเม็ดเงินกระจายลงสู่ธุรกิจร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว อย่างร้านอาหารที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่น และร้านอาหารข้างทางหรือ Street Food ตามตลาดนัดหรือถนนคนเดินที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเดินซื้อสินค้า

- การกลับมาขยายสาขาของผู้ประกอบการร้านอาหาร โดยปรับรูปแบบการให้บริการมาเป็นแบบ **Limited Service** เพื่อลดต้นทุนการทำธุรกิจและรองรับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของผู้บริโภคหลังโควิด โดยให้ความสำคัญกับตลาดในกลุ่มลูกค้าซื้อกลับบ้าน (Takeaway) รวมถึงการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก (Food Delivery) ในภาวะที่ต้นทุนทางธุรกิจปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง การขาดแคลนแรงงาน และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่คุ้นชินกับการใช้เทคโนโลยีในการสั่งอาหาร ดังนั้น เพื่อลดความเสี่ยงของธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารปรับรูปแบบการให้บริการเป็นการลงทุนในร้านอาหารขนาดเล็ก โดยปรับลดพื้นที่นั่งในร้าน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว จึงช่วยหนุนรายได้ร้านอาหารกลุ่มนี้
- กิจกรรมเศรษฐกิจในประเทศที่ขับเคลื่อนได้ตามปกติ ผู้บริโภคส่วนใหญ่กลับมาทำกิจกรรมนอกบ้านได้ตามปกติ ทำให้มีการใช้บริการร้านอาหารนอกบ้าน และการจัดกิจกรรมสังสรรค์เพิ่มมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อร้านอาหารอย่างร้านอาหารในศูนย์การค้า

อย่างไรก็ดี ในปี 2566 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารยังเผชิญหลายปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินธุรกิจ ทั้งกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังเปราะบางซึ่งอาจเป็นข้อจำกัดการเติบโตฝั่งรายได้ แรงกดดันด้านต้นทุนที่สูง และการแข่งขันที่เข้มข้น

- ต้นทุนการทำธุรกิจยังมีทิศทางปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งต้นทุนอาหารสด วัตถุดิบในการปรุงอาหาร และพลังงาน ส่งผลกระทบต่อรายได้และผลกำไร ทำให้ผู้ประกอบการบางรายคงต้องปรับขึ้นราคาอาหารและบริการ แต่มองว่าการปรับขึ้นราคาต่อเนื่องยังทำได้จำกัด เนื่องจากกำลังซื้อยังเปราะบาง

กรณีตัวอย่าง ในปี 2565 การปรับขึ้นของต้นทุนของร้านอาหารมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงทางผลกำไรที่ลดลง



หมายเหตุ: เป็นการคำนวณจากโครงสร้างต้นทุนโดยเฉลี่ยของธุรกิจร้านอาหาร โดยในปี 2565 ต้นทุนธุรกิจร้านอาหารในภาพรวมเฉลี่ยปรับเพิ่มขึ้น 14% จากปี 2564 ภายใต้อกรณที่ร้านอาหารมีกำไรหลังหักค่าใช้จ่าย 18% หากร้านอาหารไม่ปรับราคาขึ้นจะส่งผลทำให้กำไรหลังหักค่าใช้จ่ายลดลงไป 11%

ทั้งนี้ ในปี 2565 ธุรกิจร้านอาหารต้องเผชิญกับปัจจัยต้นทุนในการทำธุรกิจที่ปรับตัวขึ้นพร้อมกันในแทบทุกประเภท วัตถุดิบในการประกอบการอาหาร ค่าใช้จ่ายสาธารณูปโภคอย่างค่าไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม (LPG) และค่าจ้างแรงงาน จากการประเมินของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ทั้งปี 2565 ต้นทุนการทำธุรกิจร้านอาหารปรับเพิ่มขึ้นโดยรวมเฉลี่ยกว่า 14% เมื่อเทียบกับค่าเฉลี่ยในปี 2564 ทำให้ผู้ประกอบการร้านอาหารหลายรายจำเป็นต้องปรับขึ้นราคาอาหาร เพื่อรักษาความสามารถในการทำธุรกิจ โดยราคาอาหารเพิ่มขึ้นเฉลี่ยประมาณ 10% จากปี 2564

และในปี 2566 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารยังน่าจะต้องเผชิญกับต้นทุนในการทำธุรกิจร้านอาหารที่เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะแนวโน้มราคาก๊าซหุงต้มและค่าไฟในประเทศที่ยังมีทิศทางปรับตัวสูงขึ้นตามราคาพลังงานโลก (สะท้อนจากข้อมูลราคาซื้อขายก๊าซธรรมชาติ (LNG) ล่วงหน้า (LNG Japan/Korea Maker (Platts)) ในปี 2566 ยังทรงตัวระดับสูงและมีทิศทางปรับตัวเพิ่มขึ้นหากสถานการณ์สงคราม

ระหว่างรัสเซียและยูเครนยังยืดเยื้อ) ส่งผลต่อเนื่องมาจากราคาวัตถุดิบที่คงปรับเพิ่มขึ้นตาม ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอาจจำเป็นต้องปรับราคาอาหารเพิ่มขึ้นอีก แต่คงทำได้จำกัดเนื่องจากกำลังซื้อโดยรวมยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ และการแข่งขันในธุรกิจที่สูง

โดยผลกระทบจากการปรับขึ้นของต้นทุนจะมีความแตกต่างกันในแต่ละประเภทของร้านอาหาร และรูปแบบของการให้บริการ ซึ่งกลุ่มที่ได้รับผลกระทบมากจะเป็นกลุ่มที่มีราคาขายไม่สูง มีกำไรต่อหน่วยที่ต่ำ (Low Profit Margin) เน้นปริมาณการขาย เช่น กลุ่มร้านอาหารข้างทาง (Street Food) รวมทั้งกลุ่มร้านอาหารประเภทให้บริการแบบ Full Service ส่วนอาหารขนาดใหญ่ ซึ่งร้านอาหารกลุ่มนี้จะมีค่าใช้จ่ายที่สูง ทั้งค่าจ้างแรงงาน ค่าสาธารณูปโภคที่โดยเฉลี่ยจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าร้านอาหารประเภทอื่นรวมถึงผู้ประกอบการบางรายมีค่าใช้จ่ายในเรื่องของค่าเช่าพื้นที่

- การแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่สูง รวมถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วไปตามเทรนด์ที่เกิดขึ้น ส่งผลต่อแผนการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ทั้งนี้ ธุรกิจร้านอาหารมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา แม้จะมีร้านอาหารที่ปิดตัวลงเป็นระยะ แต่ก็มีการเปิดใหม่เข้าสู่ตลาดต่อเนื่องเช่นกัน ผู้ประกอบการหลายรายเข้ามาในธุรกิจร้านอาหารเพิ่มขึ้น และมีการนำแบรนด์อาหารใหม่ๆ จากต่างประเทศเข้ามาทำตลาด ขณะเดียวกันผู้ประกอบการรายเล็กก็มีการเปิดร้านอาหารจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันที่สูง กอปรกับพฤติกรรมของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปตามกระแสนิยม และมีความหลากหลายมากขึ้น ทำให้การทำธุรกิจจึงต้องมีการปรับตัวที่รวดเร็ว

จากปัจจัยดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2566 มูลค่ารวมของธุรกิจร้านอาหารน่าจะอยู่ที่ประมาณ 4.18-4.25 แสนล้านบาท ขยายตัว 2.7%-4.5% ซึ่งชะลอลงจากที่ขยายตัว 12.9% ในปี 2565 โดยมูลค่าร้านอาหารจะยังต่ำกว่าปี 2562 ซึ่งเป็นก่อนเกิดการระบาดของโรคโควิด ขณะที่การฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหารแต่ละประเภทการให้บริการจะมีความต่างกันไปตามปัจจัยเฉพาะของตลาด

คาดการณ์รายได้ร้านอาหารปี 2565-2566 และปัจจัยสำคัญของร้านอาหารแต่ละประเภท

	มูลค่า (แสนล้านบาท) และอัตราการขยายตัว (%YoY)			ทิศทางปี 2566 เทียบปี 2565
	ปี 2562	ปี 2565e	ปี 2566f	
Full Service	1.84	1.52	1.54 - 1.58	ราคาอาหารต่อจานโดยเฉลี่ยที่สูง ยังมีผลต่อปริมาณและความถี่ในการใช้บริการของผู้บริโภค
อัตราการขยายตัว	1.9%	28.1%	1.6% - 3.7%	
Limited Service	0.70	0.68	0.71 - 0.73	แรงหนุนจากการขยายสาขาและการปรับรูปแบบการลงทุนของผู้ประกอบการเพื่อลดความเสี่ยงและเชื่อม Omni-channel
อัตราการขยายตัว	5.4%	11.8%	3.7% - 6.8%	
Street Food	1.77	1.86	1.92 - 1.94	ราคาที่เข้าถึงง่าย จำนวนร้านที่มาก สอดรับกับวิถีของผู้บริโภคส่วนใหญ่ จึงยังเป็นกลุ่มหลัก แต่ก็เป็นกลุ่มที่มีการเข้าและออกของผู้เล่นได้เร็วเช่นกัน
อัตราการขยายตัว	2.9%	3.2%	3.3% - 4.4%	
รวม 3 ประเภท	4.31	4.07	4.18 - 4.25	
อัตราการขยายตัว	2.9%	12.9%	2.7% - 4.5%	

ประมาณการโดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ: Full Service คือ ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ, Limited Service คือ ร้านอาหารที่ให้บริการแบบจำกัด และ Street Food หมายถึงที่หน้าร้าน ไม่รวมหาบเร่ แผงลอย

ท่ามกลางสภาพแวดล้อมทางธุรกิจร้านอาหารที่ยังมีปัจจัยท้าทาย โดยเฉพาะแนวโน้มต้นทุนยังมีความผันผวนสูง เพื่อให้ธุรกิจสามารถผ่านพ้นช่วงเวลาที่ยากลำบากนี้ การควบคุมต้นทุนยังเป็นสิ่งสำคัญ โดยที่อาจไม่ต้องลงทุนเพิ่มเติม เช่น การปรับลดของเสียที่เกิดขึ้นระหว่างการทำอาหาร การควบคุมค่าใช้จ่ายสิ้นเปลือง การปรับลดเมนูเพื่อลดภาระในการสต็อกวัตถุดิบ และการพัฒนาคุณภาพของอาหารให้ดีขึ้น เป็นต้น ขณะเดียวกันการรักษายอดขาย โดยการผสมผสานระหว่างช่องทางการขายผ่านทั้งออนไลน์หรือ Delivery และออฟไลน์ผ่านหน้าร้าน เพื่อให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงได้หลายช่องทาง รวมถึงการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการรับออเดอร์อาหาร การสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันของทางร้าน หรือการใช้หุ่นยนต์เข้ามาช่วยในการเสิร์ฟอาหารเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานแต่คงต้องปรับใช้ให้สอดคล้องกับธุรกิจของตน นอกจากนี้ ธุรกิจร้านอาหารมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มีร้านอาหารเปิดใหม่เข้าสู่ตลาดต่อเนื่อง แต่ขณะเดียวกันก็มีร้านอาหารที่ปิดตัวเช่นกัน ทำให้ผู้ประกอบการคงจะต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงของตลาด เทรนด์อาหารและพฤติกรรมผู้บริโภค คู่แข่งในธุรกิจ เพื่อที่จะสามารถปรับตัวเท่าทันตลาดหรือรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ ได้มากขึ้น

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีที่น่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือมุ่งใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ตัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)