



ธุรกิจร้านอาหารทั้งปี 2566 คาดขยายตัวร้อยละ 7.1 ขณะที่ในระยะข้างหน้า การบริหารจัดการอาหารเหลือทิ้ง นอกจากช่วยลดต้นทุนยังสอดคล้องไปกับเป้าหมาย Net Zero

ในช่วงที่เหลือของปี ธุรกิจร้านอาหาร คาดว่ายังมีทิศทางเติบโต โดยเป็นผลจากภาคการท่องเที่ยว และเทศกาลวันหยุดยาว ส่งผลให้คาดว่ามูลค่าธุรกิจร้านอาหารทั้งปี 2566 จะอยู่ที่ 4.35 แสนล้านบาท หรือเติบโตร้อยละ 7.1 (YoY) อย่างไรก็ดี การขยายตัวของมูลค่าธุรกิจร้านอาหารดังกล่าวเป็นการขยายตัวอย่างไม่ทั่วถึง และผู้ประกอบการร้านอาหารโดยส่วนใหญ่ยังคงต้องเผชิญกับโจทย์ท้าทายทางธุรกิจ อาทิ การแข่งขันที่รุนแรงในทุกเช็กเมนต์และระดับราคา ต้นทุนธุรกิจที่ทรงตัวสูง การขาดแคลนแรงงาน เป็นต้น ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการสร้างผลกำไร โดยเฉพาะร้านอาหารกลุ่ม Casual Dining จากจำนวนผู้เล่นที่มีความหนาแน่นสูงในเช็กเมนต์ ขณะที่กลุ่ม Quick Service Restaurant เผชิญกับโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า การจัดการต้นทุนอย่างมีประสิทธิภาพ จึงยังเป็นเรื่องสำคัญ โดยหนึ่งในแนวทางที่ร้านอาหารน่าจะทำได้ คือ การลดขยะอาหาร ซึ่งโดยเฉลี่ยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 4-10 ของต้นทุนวัตถุดิบทั้งหมด ผ่านการออกแบบกระบวนการผลิตอาหาร การใช้เทคโนโลยีจัดการสต็อก และการสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคสั่งอาหารแต่พอดี ทั้งนี้ นอกจากช่วยลดต้นทุนแล้ว ยังช่วยลดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นการดำเนินการที่สอดคล้องไปกับเป้าหมาย Net Zero

ธุรกิจร้านอาหารในช่วงที่เหลือของปี 2566 ยังมีทิศทางเติบโต จากการท่องเที่ยว และช่วงเทศกาลวันหยุดยาว แต่การเติบโตยังเป็นภาพที่ไม่ทั่วถึง นอกจากปัจจัยด้านกำลังซื้อ ยังมาจากร้านอาหารเปิดใหม่มีจำนวนมากขึ้น ความหลากหลายของอาหาร ทำให้เกิดการกระจายตัวของลูกค้า

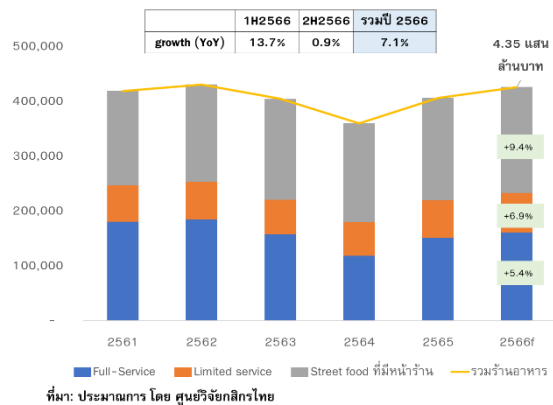
ภาพรวมของมูลค่าตลาดร้านอาหารในช่วงที่เหลือของปี 2566 คาดว่ายังมีทิศทางที่เติบโต โดยธุรกิจได้รับปัจจัยหนุนจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ และปัจจัยจากช่วงเทศกาลเฉลิมฉลองและวันหยุดยาวในช่วงท้ายปี ทำให้ทั้งปี 2566 ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ตลาดร้านอาหารน่าจะมีมูลค่าประมาณ 4.35 แสนล้านบาท<sup>1</sup> หรือเติบโตร้อยละ 7.1 จากปี 2565

อย่างไรก็ดี แม้มูลค่าตลาดจะสะท้อนภาพที่เติบโตเป็นบวก แต่การเติบโตของธุรกิจร้านอาหารเป็นภาพที่ไม่ทั่วถึงและแม้ว่ากิจกรรมเศรษฐกิจจะกลับมาขับเคลื่อนปกติแต่ยอดขายและผลกำไรของร้านอาหารหลายร้านยังไม่กลับสู่ระดับเดียวกับก่อนการระบาดโควิด ซึ่งมาจากหลายปัจจัย อาทิ กำลังซื้อ

<sup>1</sup> มูลค่าดังกล่าวประกอบด้วย ร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurant) ร้านอาหารที่มีการให้บริการอย่างจำกัด (Limited Service Restaurant) และร้านอาหาร Street Food ที่มีหน้าร้าน โดยไม่ครอบคลุมถึงร้านอาหารบางประเภท เช่น ร้านขายเครื่องดื่ม ผับบาร์ รถเข็นขายอาหาร เป็นต้น

ของผู้บริโภคบางกลุ่มที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ ทำให้มีการปรับลดการใช้จ่ายด้านอาหารอย่างการสังสรรค์ หลายองค์กรยังใช้รูปแบบการทำงานแบบ Hybrid work พฤติกรรมและความชอบของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนไปเช่น การหันมาบริโภคอาหารเพื่อสุขภาพ การเลือกเข้าร้านอาหารที่มีชื่อเสียงและถูกแนะนำบอกต่อผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ที่สำคัญยังเป็นผลจากร้านอาหารที่มีจำนวนมาก ความหลากหลายของร้านอาหาร ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น เมื่อมองไปช่วงที่เหลือของปี 2566 ธุรกิจร้านอาหารมีโจทย์สำคัญที่ต้องเผชิญ อาทิ

ในปี 2566 คาดว่าธุรกิจร้านอาหารจะมีมูลค่ารวม 4.35 แสนล้านบาท หรือขยายตัวร้อยละ 7.1 (YoY)



- การแข่งขันมีความรุนแรงในทุกเช็กเมนต์และระดับราคา โดยกลุ่มที่จะเผชิญกับโจทย์ที่ยากลำบากจะเป็นกลุ่ม **Casual Dining** เนื่องจากจำนวนผู้เล่นที่มีความหนาแน่นสูงในเช็กเมนต์ ขณะที่กลุ่ม **Quick Service Restaurant** เผชิญกับโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่สามารถเข้ามาทำตลาดได้ง่ายหรือมีอุปสรรคในการเข้าสู่ตลาด (Barriers to Entry) ที่ต่ำกว่าธุรกิจอื่นๆ ทำให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ เข้าสู่ตลาดต่อเนื่อง ทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่ที่ขยายสาขาร้านอาหาร แดกไลน์ร้านอาหารใหม่ๆ ครอบคลุมในทุกเช็กเมนต์และผู้ประกอบการรายเล็กเข้ามาทำธุรกิจมากขึ้น แต่ปัจจุบัน การทำตลาดมีความยากลำบากมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการแข่งขันสูงในทุกประเภทของอาหารและระดับราคา โดยจากข้อมูลของ LINE MAN Wongnai ที่เปิดเผยว่า ในช่วงระหว่างเดือนมกราคม – มิถุนายน 2566 มีจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มเปิดใหม่เพิ่มขึ้นถึง 13.6% (YoY) หรือประมาณ 1 แสนกว่าร้าน (รวมทุกประเภทของร้านอาหารทั้งมีหน้าร้านและไม่มีหน้าร้าน)

และจากข้อมูลของ LINE MAN Wongnai ยังสะท้อนว่าสัดส่วนร้านอาหารที่สามารถยืนระยะอยู่รอดมากกว่า 3 ปีหลังการเปิดขาย มีเพียงแค่ร้อยละ 35 จากร้านอาหารเปิดใหม่ทั้งหมด **จึงอาจกล่าวได้ว่าธุรกิจร้านอาหารเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีความท้าทายสูงและมีโจทย์เฉพาะที่ทำให้การยืนระยะในการดำเนินธุรกิจเป็นเรื่องที่ทำได้ยากจากระยะเวลาการคืนทุนที่นานขึ้น** ซึ่งธุรกิจร้านอาหารแต่ละรายมีโจทย์ท้าทายเฉพาะที่ต่างกันไป เช่น ทำเลที่ตั้งของร้าน ความหนาแน่นของร้านอาหารทั้งที่เป็นประเภทเดียวกันและต่างกันในแต่ละพื้นที่ ราคาที่ไม่สอดคล้องกับคุณภาพ/รสชาติของอาหาร และการให้บริการรวมถึงเทรนด์การบริโภคของผู้บริโภค ประกอบกับร้านอาหารที่นำเสนอเมนูใหม่ๆ และมีเอกลักษณ์ก็มีผลต่อการเติบโตของร้านอาหารที่มีเมนูอาหารที่เหมือนเดิม

**โจทย์ดังกล่าวถึงแม้ว่าจะเกิดขึ้นกับร้านอาหารในทุกประเภทและระดับราคา แต่มองว่ากลุ่ม Casual Dining<sup>2</sup> น่าจะเจอความท้าทายสำคัญ** อาทิ ร้านอาหารญี่ปุ่น เกาหลี ไทยและร้านอาหารตะวันตกในกลุ่มราคาระดับกลาง เป็นต้น แม้อาหารประเภทดังกล่าวจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภค แต่เนื่องจากมี

<sup>2</sup> Casual Dining ส่วนใหญ่จะได้รับการบริการแบบ Table service จึงถือเป็นส่วนหนึ่งของร้านอาหารประเภท Full-Service

ร้านอาหารเปิดให้บริการจำนวนมากและในบางทำเลมีความหนาแน่นของร้านอาหารประเภทนี้สูง และยังพบว่าร้านอาหารในพอร์ตธุรกิจของผู้ประกอบการร้านอาหารรายใหญ่ ส่วนมากจะอยู่ในร้านอาหารประเภทดังกล่าว และมีสาขารอบคลุมกระจุกตัวในพื้นที่ที่มีกิจกรรมเศรษฐกิจสูง เช่น ห้างสรรพสินค้า และอาคารสำนักงาน การแข่งขันที่รุนแรงระหว่างแบรนด์ร้านอาหาร และการแย่งลูกค้าระหว่างสาขา (Cannibalization) ประกอบกับต้นทุนการทำธุรกิจสูงจากการตกแต่งและอุปกรณ์ร้านอาหาร รวมถึงวัตถุดิบนำเข้าจากต่างประเทศ ขณะที่การปรับราคายังทำได้จำกัด เนื่องจากการแข่งขันที่สูงและผู้บริโภคมีร้านทางเลือกที่หลากหลาย นอกจากนี้ร้านอาหารประเภทจานด่วน (Quick Service Restaurant)<sup>3</sup> เช่น พิซซา เบอร์เกอร์ ไก่ทอด แซนด์วิช เป็นต้น ยังมีโจทย์ท้าทายในด้านยอดขาย ขณะที่ต้นทุนปรับตัวสูง ทำให้ต้องปรับราคาเพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการมีความอ่อนไหวจากปัจจัยเศรษฐกิจ อีกทั้งร้านอาหารกลุ่มนี้จะมีข้อจำกัดของความหลากหลายในประเภทอาหาร มีผลให้การรักษายอดขายโดยวิธีการขยายสาขาเพียงอย่างเดียวอาจเป็นเรื่องที่ทำหายมากขึ้น

- **ต้นทุนยังเป็นโจทย์สำคัญของธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งในระยะข้างหน้ายังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะราคาวัตถุดิบอาหารที่อาจผันผวนจากผลกระทบของเอลนีโญ ดังนั้นการบริหารจัดการต้นทุนวัตถุดิบอย่างมีประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยหนึ่งในแนวทางที่อาจทำเพิ่มได้คือ การลดขยะอาหาร หรือ Food Waste ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 4-10 จากต้นทุนวัตถุดิบอาหารทั้งหมด**

ท่ามกลางการแข่งขันที่สูง ขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารต้องเผชิญกับต้นทุนการทำธุรกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น อาทิ ค่าจ้างแรงงาน ค่าเช่าสถานที่ ค่าการตลาด และที่สำคัญ คือ ค่าวัตถุดิบอาหาร ที่มีความผันผวนและมีแนวโน้มปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปัญหาเอลนีโญ (ต้นทุนวัตถุดิบอาหารมีสัดส่วนเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 35 จากต้นทุนของร้านอาหารทั้งหมด) โดยเฉพาะวัตถุดิบอาหารที่ต้องนำเข้ามาจากต่างประเทศ เช่น นม ซีส ธัญพืช เป็นต้น ซึ่งการปรับตัวของผู้ประกอบการร้านอาหารในการลดต้นทุนเพื่อรักษาระดับรายได้และผลกำไร ด้วยการปรับลดขนาดของอาหาร การปรับเปลี่ยนวัตถุดิบที่ราคาถูกลงในการปรุงอาหาร หรือการปรับขึ้นราคา อาจจะไม่ใช่วิธีที่ตอบโจทย์ในสถานการณ์การแข่งขันในธุรกิจที่มีความรุนแรง

**การจัดการต้นทุนอาหารที่ผู้ประกอบการร้านอาหารเริ่มให้ความสนใจแต่ยังทำได้ไม่เต็มที่ คือ การบริหารจัดการต้นทุนที่เกิดจากอาหารเหลือทิ้ง** จากรายงานการศึกษา Food Waste Management<sup>4</sup> พบว่า ร้านอาหารมีการผลิตอาหารเหลือทิ้งโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 4-10 จากวัตถุดิบทั้งหมด โดยของเสียส่วนใหญ่เกิดจากขั้นตอนการผลิตอาหารและอาหารที่เหลือจากการทานของลูกค้า และร้านอาหารประเภทฟู้ดเพ็ดมีสัดส่วน Food Waste สูงกว่าค่าเฉลี่ย ซึ่งหากร้านอาหารสามารถบริหารจัดการอาหารเหลือทิ้งได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ก็คาดว่าจะช่วยปรับลดต้นทุนและเพิ่มโอกาสในการสร้างผลกำไรทางธุรกิจ

**และจากข้อมูลของ UNEP FOOD WASTE INDEX REPORT 2021 พบว่าธุรกิจการให้บริการด้านอาหารมีส่วนสำคัญที่ก่อให้เกิดอาหารเหลือทิ้ง โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 26 จากขยะ**

<sup>3</sup> Quick Service Restaurant เป็นร้านอาหารที่ผู้บริโภครับประทานเอง ทำให้ถือเป็นส่วนหนึ่งของร้านอาหาร Limited Service Restaurant

<sup>4</sup> Baldwin, C.J. and Shakman, A. (2012), "Food Waste Management", Greening Food and Beverage Services: A Green Seal Guide to Transforming the Industry, Green Seal, Washington, DC, pp. 57-58.

อาหารทั่วโลก หรือมีอาหารเหลือทิ้งประมาณ 244 ล้านตันต่อปี จากอาหารเหลือทิ้งทั่วโลกทั้งหมดที่มีอยู่รวมกันประมาณ 931 ล้านตันต่อปี (รวมอาหารเหลือทิ้งในครัวเรือน กระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร และอาหารที่เกิดจากร้านอาหาร) **ขณะที่ข้อมูลของกรมควบคุมมลพิษ ประเมินว่า ขยะในประเทศไทยกว่าร้อยละ 60 มาจากขยะอาหาร (รวมอาหารเหลือทิ้งในครัวเรือน กระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร และอาหารที่เกิดจากร้านอาหาร) หรือ ประชากรหนึ่งคน ก่อให้เกิดอาหารเหลือทิ้งสูงถึง 254 กิโลกรัมต่อปี**

ธุรกิจ Food Service เป็นส่วนสำคัญในการสร้างอาหารเหลือทิ้ง (Food Waste)



ขยะในประเทศไทยกว่าร้อยละ 60 มาจากขยะอาหาร หรือประชากรหนึ่งคน ก่อให้เกิดอาหารเหลือทิ้งสูงถึง 254 กิโลกรัมต่อปี

ที่มา: UNEP FOOD WASTE INDEX REPORT 2021 และ กรมควบคุมมลพิษ

หมายเหตุ: ขยะอาหาร รวมถึง รวมอาหารเหลือทิ้งในครัวเรือน กระบวนการผลิตในอุตสาหกรรมอาหาร และอาหารที่เกิดจากร้านอาหาร

ตัวอย่างของการลดของเสียผ่านกระบวนการบริหารจัดการวัตถุดิบ และการปรุงอาหารให้มีประสิทธิภาพ



- การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการสต็อก เช่น ระบบ POS
- การจัดโปรโมชั่นลดราคาสำหรับอาหารที่ขายไม่หมดในแต่ละวัน
- การจัดโครงการ CSR ในการเพิ่มประโยชน์จากอาหารเหลือ

ผู้ประกอบการร้านอาหารสามารถมีส่วนช่วยลดของเสียผ่านกระบวนการ

บริหารจัดการวัตถุดิบและการปรุงอาหารให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อาทิ การใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการบริหารจัดการสต็อก เช่น ระบบ POS มาช่วยคำนวณในการสต็อกสินค้าและวัตถุดิบ การบริหารจัดการเมนูอาหารที่เป็นที่นิยม และวางแผนจัดการเมนูอาหาร การจัดโปรโมชั่นลดราคาสำหรับอาหารที่ขายไม่หมดในแต่ละวัน โดยขายผ่านทั้งช่องทางหน้าร้านและแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร การจัดโครงการ CSR ในการเพิ่มประโยชน์จากอาหารเหลือ เช่น การบริจาคอาหารที่เหลือเพื่อนำไปเป็นอาหารสัตว์ การนำไปใช้ผลิตก๊าซชีวภาพหรือนำไปทำปุ๋ยอินทรีย์เพื่อการเกษตร การสร้างสรรค์เมนูให้มีความหลากหลายของขนาดอาหารให้ลูกค้าเป็นทางเลือกในการสั่ง หรือ การคิดสูตร/เมนูอาหารที่สามารถใช้ได้ทุกส่วนของวัตถุดิบเพื่อลดการเกิดขยะ การให้แรงจูงใจลูกค้าในการมีส่วนร่วมที่จะช่วยลดขยะอาหาร เป็นต้น ซึ่งบางอย่างหลายร้านอาหารน่าจะทำอยู่แล้ว แต่อาจจะพิจารณาปรับแนวทางการทำให้เกิดผลที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น

ทั้งนี้ การจัดการบริหารเรื่องต้นทุนอาหารเหลือทิ้ง นอกจากประโยชน์ทางด้านธุรกิจแล้วยังช่วยลดผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องไปกับเป้าหมาย Net Zero ด้วย เนื่องจากขยะอาหารที่เกิดขึ้นทั่วโลกมีส่วนทำให้เกิดก๊าซเรือนกระจกสูงถึงร้อยละ 8-10

**Disclaimers** รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KRResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KRResearch มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวัง และใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KRResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KRResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KRResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KRResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)