



ธุรกิจร้านอาหารปี 2563 ได้รับผลกระทบจากความกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 คาดรายได้หายไป 2.65 – 3.65 หมื่นล้านบาท

▶ ประเด็นสำคัญ

- ธุรกิจร้านอาหารได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 เนื่องจากไม่เพียงแต่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีแผนชะลอการเดินทางมายังประเทศไทย แต่ยังทำให้ผู้ประกอบการชาวไทยหลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวรวมถึงออกไปทานอาหารในสถานที่ที่มีคนพลุกพล่าน นอกจากนี้การชะลอตัวของเศรษฐกิจและความเสี่ยงต่อการเลิกจ้างงาน กดดันกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศทำให้มีการระมัดระวังการใช้จ่ายมากยิ่งขึ้น
- จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปรับประมาณการรายได้ของธุรกิจร้านอาหารในปี 2563 ลงเหลือ 4.02 – 4.12 แสนล้านบาท (จากคาดการณ์เดิม ณ ต้นปี 2563 มูลค่า 4.39 แสนล้านบาท) หรือลดลง 2.65 - 3.65 หมื่นล้านบาท
- ปัจจัยดังกล่าวส่วนหนึ่งอาจหนุนให้ผู้บริโภคปรับพฤติกรรมมาสั่งอาหารมาทานในที่พักมากยิ่งขึ้น ซึ่งก็ถือเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการที่สามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่ปรับเปลี่ยนในสภาวะเช่นนี้ เช่น เพิ่มช่องทางการจัดส่งอาหารไปยังที่พักหรือที่ทำงาน ในราคาและคุณภาพที่สอดคล้องกับกำลังซื้อที่อ่อนแอ

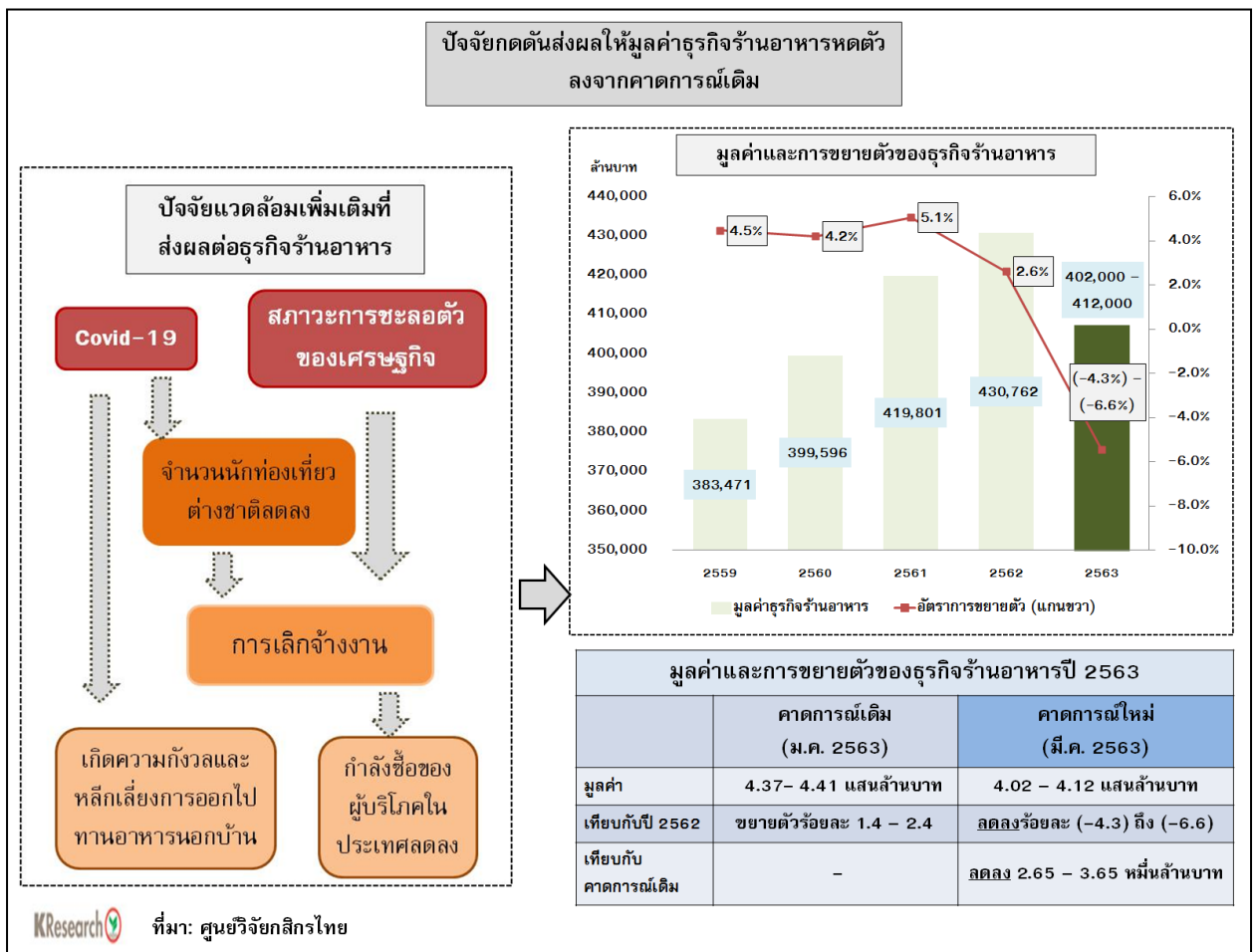
➤ Covid-19 และการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ปัจจัยเพิ่มเติมที่เข้ามาทำทลายธุรกิจร้านอาหารในปี 2563

ธุรกิจร้านอาหาร ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของธุรกิจภาคบริการและการท่องเที่ยว คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 เนื่องจากการชะลอการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย สะท้อนให้เห็นจากข้อมูลสถิติของกองบังคับการตรวจคนเข้าเมือง 2 (ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ) ที่พบว่าจำนวนชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 หดตัวสูงถึงร้อยละ 45 (YoY) และมีแนวโน้มที่จะหดตัวต่อเนื่อง จนกว่าสถานการณ์จะคลี่คลายซึ่งส่งผลกระทบต่อมายังร้านอาหารที่พึ่งพาลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งมูลค่ารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในกลุ่มการใช้จ่ายด้านการบริโภคอาหารมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 15 ของมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (1.93 ล้านล้านบาทในปี 2562)

ขณะที่ผู้บริโภคในประเทศเอง ก็เผชิญกับความกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสดังกล่าว ส่งผลให้ผู้บริโภคชาวไทยน่าจะมีการปรับพฤติกรรม โดยหลีกเลี่ยงการไปนั่งรับประทานอาหารในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นสูง

อาทิ ในห้างสรรพสินค้า และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยอาจหันมาทำอาหารหรือเลือกสั่งอาหารมาทานที่บ้านแทน กอปรกับการชะลอตัวของเศรษฐกิจรวมถึงความเสี่ยงต่อการเลิกจ้างงานที่เข้ามาเป็นปัจจัยท้าทายอีกด้านของ ธุรกิจร้านอาหาร

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 น่าจะมีความรุนแรงและส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจค่อนข้างมาก อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสและสภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจมีทิศทางที่ดีขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี ก็น่าจะช่วยให้แรงกดดันต่อธุรกิจร้านอาหารมีการผ่อนคลายลงบ้าง ส่งผลให้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ปรับประมาณการรายได้ของธุรกิจร้านอาหารในปี 2563 ลงเหลือ 4.02 – 4.12 แสนล้านบาท (จากคาดการณ์เดิม ณ ต้นปี 2563 มูลค่า 4.39 แสนล้านบาท) หรือลดลง 2.65 - 3.65 หมื่นล้านบาท



➤ **ร้านอาหารเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurant) และร้านที่มีรายได้หลักแค่เพียงหน้าร้านอาจจะได้รับผลกระทบสูงจากปัจจัยดังกล่าว**

ไวรัส Covid-19 และภาวะเศรษฐกิจที่ซบเซาคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อยอดขายของร้านอาหารแต่ละประเภทในระดับที่แตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งได้เป็น

1. กลุ่มร้านอาหารที่น่าจะได้รับผลกระทบสูง เช่น ร้านอาหารที่มีการให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurant) ซึ่งเน้นการสร้างยอดขายจากการนั่งรับประทานอาหารในร้าน ทั้งในห้างสรรพสินค้าและแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ คาดว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าวมากที่สุด เพราะไม่เพียงแต่จะได้รับ

บริการทุกระดับประทับใจ

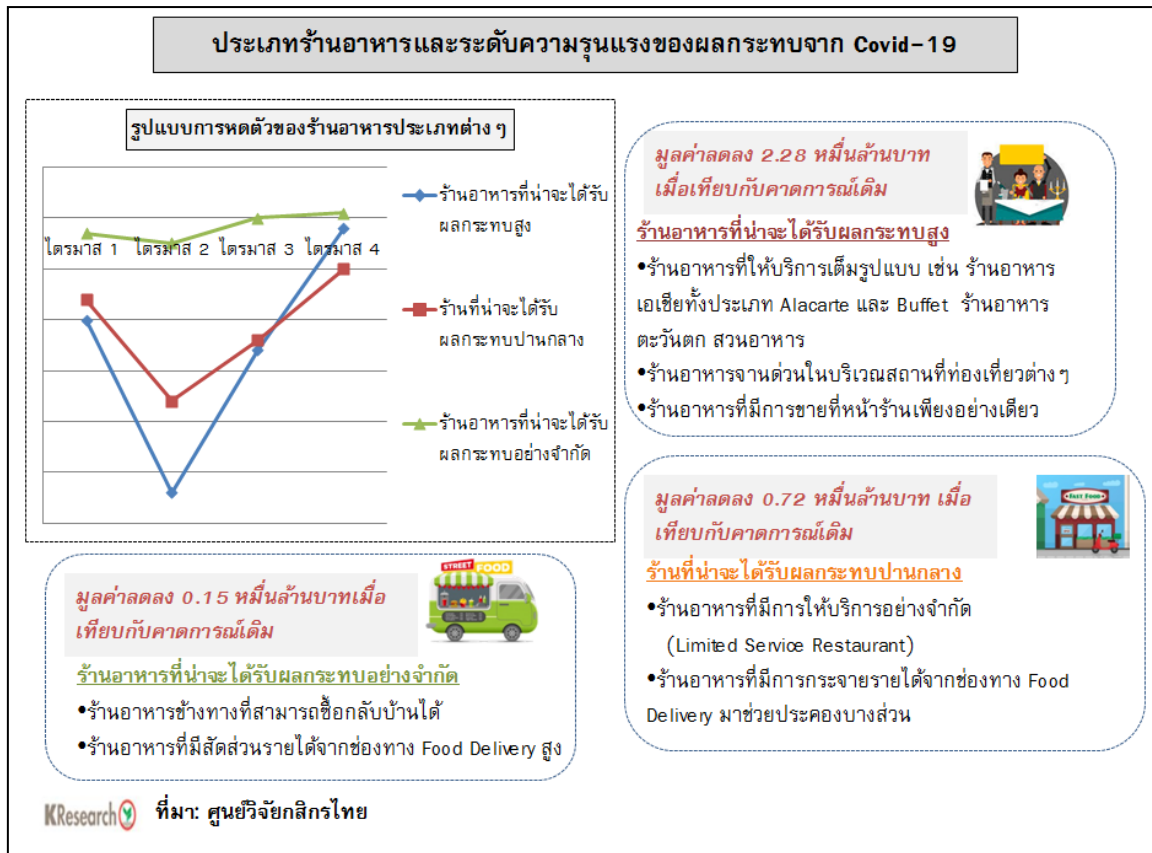
ผลกระทบจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง แต่ยังคงพบกับความท้าทายของผู้บริโภคภายในประเทศที่หลีกเลี่ยงการกินเลี้ยงสังสรรค์อีกด้วย โดยร้านอาหารในกลุ่มนี้น่าจะมีการหดตัวของยอดขายอย่างรุนแรงในช่วงครึ่งแรกของปี ขณะที่ในช่วงครึ่งหลังของปีหากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 มีทิศทางที่ดีขึ้นก็คาดว่า การหดตัวของตลาดน่าจะอยู่ในระดับที่ชะลอลงเนื่องจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาจกลับมาเดินทาง รวมถึงผู้บริโภคในประเทศบางส่วนที่อาจลดความกังวลและกลับมาทานอาหารนอกบ้าน ส่งผลให้มูลค่ายอดขายของร้านอาหารในกลุ่มนี้ทั้งปี 2563 อาจเหลือเพียง 1.64 แสนล้านบาท (จากคาดการณ์เดิม ณ ต้นปี 2563 ที่มูลค่า 1.87 แสนล้านบาท) หรือลดลง 2.28 หมื่นล้านบาท

2. กลุ่มร้านอาหารที่น่าจะได้รับผลกระทบปานกลาง เช่น ร้านอาหารที่มีการให้บริการอย่างจำกัด (Limited Service Restaurant)¹ รวมถึงร้านอาหารที่มีการกระจายรายได้จากช่องทาง Food Delivery ถึงแม้ในช่วงครึ่งปีแรกจะได้รับผลกระทบจากยอดขายหน้าร้านเช่นเดียวกับกลุ่มแรก แต่จากการที่มีการกระจายช่องทางการขายผ่านการจัดส่งสินค้าไปยังที่พัก (Food Delivery) ทำให้เกิดการกระจายความเสี่ยงของรายได้และช่วยลดผลกระทบของยอดขายได้บางส่วน นอกจากนี้เนื่องจากร้านอาหารในกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายต่อหัวไม่สูงนัก ทำให้ผู้บริโภคในประเทศบางกลุ่มก็ยังคงอาจบริโภคแต่ลดจำนวนความถี่และค่าใช้จ่ายต่อมื้อลงบ้าง จากเหตุผลดังกล่าวทำให้คาดการณ์ว่าร้านอาหารในกลุ่มนี้น่าจะมีการหดตัวของยอดขายในระดับที่ไม่รุนแรงนัก อย่างไรก็ตามปัจจัยหลักที่น่าจะต้องจับตามองของร้านอาหารกลุ่มนี้คือสภาพเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคในช่วงครึ่งหลังของปี ว่าจะมีทิศทางที่ดีขึ้นหรือไม่ จากมุมมองดังกล่าว คาดว่ายอดขายของธุรกิจร้านอาหารในกลุ่มนี้ในปี 2563 จะเหลือเพียง 0.65 แสนล้านบาท (จากคาดการณ์เดิม ณ ต้นปี 2563 ที่มูลค่า 0.72 แสนล้านบาท) หรือลดลง 0.72 หมื่นล้านบาท

3. กลุ่มร้านอาหารที่น่าจะได้รับผลกระทบอย่างจำกัดเมื่อเทียบกับกลุ่มอื่น เช่น ร้านอาหารที่มีสัดส่วนรายได้จากช่องทาง Food Delivery สูง หรือ ร้านอาหารข้างทางที่สามารถซื้อกลับบ้าน (Take away) เนื่องจากร้านอาหารในกลุ่มนี้มีช่องทางการขายสินค้าที่หลากหลายทำให้อาจสามารถจำกัดผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ดีกว่าร้านอาหารในกลุ่มอื่น นอกจากนี้ความกังวลต่อสถานะเศรษฐกิจก็อาจส่งผลให้ผู้บริโภคในประเทศบางส่วนเปลี่ยนพฤติกรรมจากการทานในร้านอาหารที่มีการให้บริการเต็มรูปแบบ (Full Service Restaurant) และร้านอาหารที่มีการให้บริการอย่างจำกัด (Limited Service Restaurant) มาเลือกทานอาหารในกลุ่มนี้มากขึ้น เนื่องจากมีราคาที่ถูกลงกว่า ส่งผลให้ยอดขายของร้านอาหารในกลุ่มนี้น่าจะมีการหดตัวลงเล็กน้อยทั้งในช่วงครึ่งแรกและครึ่งหลังของปี โดยคาดว่ายอดขายของธุรกิจร้านอาหารในกลุ่มนี้สำหรับปี 2563 จะอยู่ที่ 1.79 แสนล้านบาท (จากคาดการณ์เดิม ณ ต้นปี 2563 ที่มูลค่า 1.80 แสนล้านบาท) หรือลดลง 0.15 หมื่นล้านบาท

อย่างไรก็ดีการจัดกลุ่มร้านอาหารดังกล่าวเป็นเพียงการแบ่งกลุ่มเบื้องต้น ทั้งนี้ระดับความรุนแรงของผลกระทบที่จะเกิดขึ้นในร้านอาหารแต่ละร้าน ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยที่สำคัญต่างๆอีกหลายประการ อาทิ ความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ ที่ตั้งของร้านอาหาร ระบบการจัดการในร้าน รวมถึงระดับความปลอดภัยของพนักงานและสินค้าในร้าน ที่น่าจะมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จะเข้ามาใช้บริการในภาวะดังกล่าว

¹ ร้านอาหารที่มีการให้บริการอย่างจำกัด (Limited Service Restaurant) คือร้านอาหารที่มีรูปแบบการสั่งอาหารที่เคาน์เตอร์และลูกค้าจำเป็นต้องบริการตัวเองในบางส่วน อาทิ ร้านอาหาร Fast Food หรือร้านอาหารเอเชียบางประเภท



- เพื่อสร้างโอกาสและลดผลกระทบจากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้ประกอบการอาจขยายช่องทางการขาย บริหารจัดการต้นทุน เพิ่มความยืดหยุ่นของระบบในร้าน รวมถึงยกระดับการรักษาความสะอาดของร้านอาหารเพื่อสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค

ถึงแม้ว่าการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 จะสร้างแรงกดดันต่อยอดขายของผู้ประกอบการร้านอาหารก็ตาม แต่ในขณะเดียวกันการปรับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่หันมารับประทานอาหารที่บ้านมากขึ้นก็อาจเป็นโอกาสให้ผู้ประกอบการร้านอาหาร 1.เพิ่มช่องทางการขายโดยขายอาหารประเภทที่สามารถซื้อกลับบ้านได้ (Take away) หรือมีบริการจัดส่ง (Food Delivery) หรือหากร้านอาหารตั้งอยู่ในเขตที่ใกล้กับแหล่งทำงานหรือที่พักอาศัยอาจเลือกมีบริการจัดส่งให้กับลูกค้าที่สั่งอาหารเป็นกลุ่ม โดยอาจปรับระบบการทำงานของพนักงานบางส่วนและเสนอเมนูอาหารที่ราคาคุ้มค่าและคุ้มค่าสอดคล้องกับสถานการณ์ด้านกำลังซื้อที่อ่อนแอลง 2.จัดตารางทำความสะอาดร้านและอุปกรณ์ต่างๆ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการรักษาความสะอาดในร้าน 3. บริหารจัดการต้นทุนโดยอาจเลือกลดการสต็อกสินค้าบางประเภทเพื่อรักษากระแสเงินสดไว้

กล่าวโดยสรุป ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่าในปี 2563 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารอาจต้องพบกับปัจจัยท้าทายที่เพิ่มขึ้น ทั้งการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ซึ่งไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อรายได้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่หายไป แต่ยังมีผลต่อเนื่องไปถึงกำลังซื้อของผู้บริโภคในประเทศที่ได้รับ

บริการทุกระดับประทับใจ

ผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อม ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารจำเป็นต้องปรับตัวโดยเพิ่มความระมัดระวังในการบริหารจัดการต้นทุน และช่องทางจัดจำหน่ายอาหาร

นอกจากนี้การเตรียมความพร้อมในการรับมือและแก้ไขสถานการณ์เฉพาะหน้าที่อาจเกิดขึ้น ก็เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งในสถานการณ์เช่นนี้ อาทิ การแพร่กระจายข่าวสารที่อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของร้านอาหารผ่านช่องทางต่าง ๆ หรือการรับมือกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศกลุ่มเสี่ยง รวมถึงการบริหารช่องทางผู้ให้บริการวัตถุดิบที่สำคัญให้เพียงพอในภาวะที่เกิดการขาดแคลนวัตถุดิบ เป็นต้น



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใช้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ