

SCB EIC Industry insight

# ธุรกิจบริการอาหาร

ธุรกิจบริการอาหารมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องในปี 2024 จากการขยายตัวของการบริโภคภาคเอกชน จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ แต่ยังคงต้องระวังปัจจัยที่อาจส่งผลกระทบต่อธุรกิจ เช่น การเพิ่มขึ้นของค่าแรงที่ทำให้ต้นทุนสูงขึ้น

Nov 2023

SCB EIC



# Contents



**Executive summary**

หน้า **03**



**ธุรกิจร้านอาหารฟื้นตัวได้ดี  
อย่างต่อเนื่อง**

หน้า **06**



**ประเด็น ESG เข้ามาเสริม  
ความยั่งยืนและจริยธรรม**

หน้า **12**

The information contained in this report has been obtained from sources believed to be reliable. However, neither we nor any of our respective affiliates, employees or representatives make any representation or warranty, express or implied, as to the accuracy or completeness of any of the information contained in this report, and we and our respective affiliates, employees or representatives expressly disclaim any and all liability relating to or resulting from the use of this report or such information by the recipient or other persons in whatever manner.

Any opinions presented herein represent our subjective views and our current estimates and judgments based on various assumptions that may be subject to change without notice, and may not prove to be correct.

This report is for the recipient's information only. It does not represent or constitute any advice, offer, recommendation, or solicitation by us and should not be relied upon as such. We, or any of our associates, may also have an interest in the companies mentioned here in.

# Executive summary



**ธุรกิจบริการอาหารมีแนวโน้มฟื้นตัวดีต่อเนื่อง คาดว่ามูลค่าตลาดจะเติบโตราว 11% ในปี 2024** เนื่องจากการขยายตัวต่อเนื่องของการบริโภคภาคเอกชน การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยว และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ในระยะกลางคาดว่าจะยังเติบโตต่อเนื่องที่อัตราการเติบโตเฉลี่ย 8% ต่อปี ในช่วงปี 2025-2027 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากจำนวนนักท่องเที่ยวและกำลังซื้อที่ดีขึ้น ประกอบกับธุรกิจบริการอาหารส่วนใหญ่มีการปรับตัวมาตั้งแต่ช่วงการระบาดของ COVID-19 โดยเพิ่มช่องทางการขายทั้งออนไลน์และออฟไลน์ ส่งผลให้มีช่องทางในการเพิ่มรายได้ให้เติบโตจากลูกค้าที่หลากหลายมากขึ้น **อย่างไรก็ดี ยังมีปัจจัยที่คาดว่าจะกระทบต่อธุรกิจที่ต้องติดตาม** เช่น นโยบายปรับขึ้นค่าแรงจะส่งผลให้ต้นทุนปรับสูงขึ้นตาม เนื่องจากธุรกิจบริการอาหารเป็นธุรกิจที่พึ่งพาแรงงานที่รับค่าแรงขั้นต่ำจำนวนมาก นอกจากนี้ ธุรกิจบริการอาหารยังเผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น จากผู้เล่นหน้าใหม่ที่เข้ามาในตลาด



**ธุรกิจบริการอาหารแบบ Full-service คาดว่าจะเติบโต 11% ในปี 2024** แม้ว่าจะได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรงในช่วงการระบาดของ COVID-19 แต่จะกลับมาฟื้นตัวจาก Pent up demand และการฟื้นตัวของตลาดนักท่องเที่ยว กำลังซื้อเพิ่มขึ้นจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ อย่างไรก็ดี การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนที่รับเพิ่มขึ้น ซึ่งร้านอาหาร Chain มีโอกาสปรับตัวได้มากกว่าในการควบคุมต้นทุนเมื่อต้นทุนด้านแรงงานสูงขึ้น อีกทั้ง ยังสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยเพื่อลดการจ้างพนักงาน เนื่องจากมีเงินทุนและสภาพคล่องที่มากกว่า



**ธุรกิจร้านอาหาร Limited-service คาดว่าจะเติบโต 8% ในปี 2024** โดยร้านอาหารประเภทนี้ได้รับผลกระทบในช่วงโรคระบาดไม่รุนแรงเท่าประเภทอื่น เพราะร้านส่วนใหญ่เป็น Chain และมีบริการ Delivery ซึ่งทำให้ปรับตัวได้ง่าย ในระยะข้างหน้า การขยายสาขาจะทำให้เข้าถึงลูกค้ามากขึ้น ประกอบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นจะสนับสนุนการเติบโตในระยะกลาง และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำไม่ส่งผลกระทบมาก เนื่องจากร้านส่วนใหญ่ใช้พนักงานน้อยและมีทุนในการนำเทคโนโลยีมาใช้แทนแรงงาน

# Executive summary



ร้านอาหารแบบคาเฟ่/บาร์ ค่อย ๆ ททยอยฟื้นตัว คาดว่าจะเติบโต 13% ในปี 2024 แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากโรคระบาดค่อนข้างรุนแรงในช่วงที่ผ่านมา แต่คาดว่าจะกลับมาฟื้นตัวได้ดี โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภค อีกทั้งผู้ประกอบการยังมีการปรับตัวโดยปรับปรุงร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ รวมถึงการปรับเปลี่ยนเมนูตามกระแสนิยมของผู้บริโภค หรือการสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น รวมไปถึงการนำเอกลักษณ์และวัตถุดิบเฉพาะมาเป็นจุดขาย อย่างไรก็ตาม ร้านอาหารประเภทนี้มีการแข่งขันสูง โดยเฉพาะระหว่างร้านเล็ก ๆ กับร้าน Chain ทำให้ธุรกิจต้องปรับตัวให้มีความแข็งแกร่งและมีความสามารถในการแข่งขัน



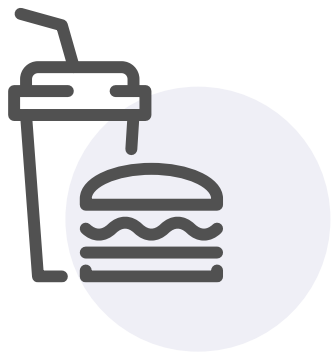
ประเด็นด้าน ESG เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารเริ่มให้ความสำคัญและตั้งเป้าหมายลด Carbon footprint โดยการดำเนินธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม อาทิ การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น การใช้พลังงานทดแทน การบริหารจัดการขยะอาหารให้มีประสิทธิภาพ ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนส่งเสริมความยุติธรรมทางสังคม โดยการสนับสนุนชุมชนและให้ค่าแรงที่ยุติธรรมและส่งเสริมจริยธรรม

# คำนิยาม\*



## Full-service restaurant

**Full-service restaurant :** บริการอาหารที่มีสถานที่นั่งรับประทานอาหาร เน้นอาหารมากกว่าเครื่องดื่ม และมีพนักงานบริการที่โต๊ะอาหาร รวมถึงคุณภาพของอาหารดีกว่ากลุ่ม Limited-service restaurant เช่น MK และ Ootoya เป็นต้น



## Limited-service restaurant

**Limited-service restaurant :** บริการอาหารที่ผสมผสานระหว่างร้านอาหาร Fast food และร้านอาหารที่ให้บริการจัดส่งถึงบ้าน/รับกลับบ้าน ร้านเหล่านี้มักมีเมนูที่จำกัดและเป็นอาหารที่สามารถเตรียมได้อย่างรวดเร็ว โดยทั่วไปลูกค้าจะสั่ง จ่ายเงิน และรับออเดอร์ของตนที่เคาน์เตอร์ แม้ว่าบางสถานที่อาจมีบริการที่โต๊ะแต่ค่อนข้างจำกัด เช่น KFC และ McDonald เป็นต้น



## คาเฟ่/บาร์

**คาเฟ่/บาร์ :** บริการอาหารที่เน้นขายเครื่องดื่ม (ทั้งเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์และไม่มีแอลกอฮอล์) ทั้งนี้อาจมีบริการขนมและอาหารภายในร้าน อย่างไรก็ตาม โดยทั่วไปรายได้ราว 50% หรือมากกว่ามาจากการขายเครื่องดื่ม เช่น คาเฟ่เมซอน และสตาร์บัคส์ เป็นต้น



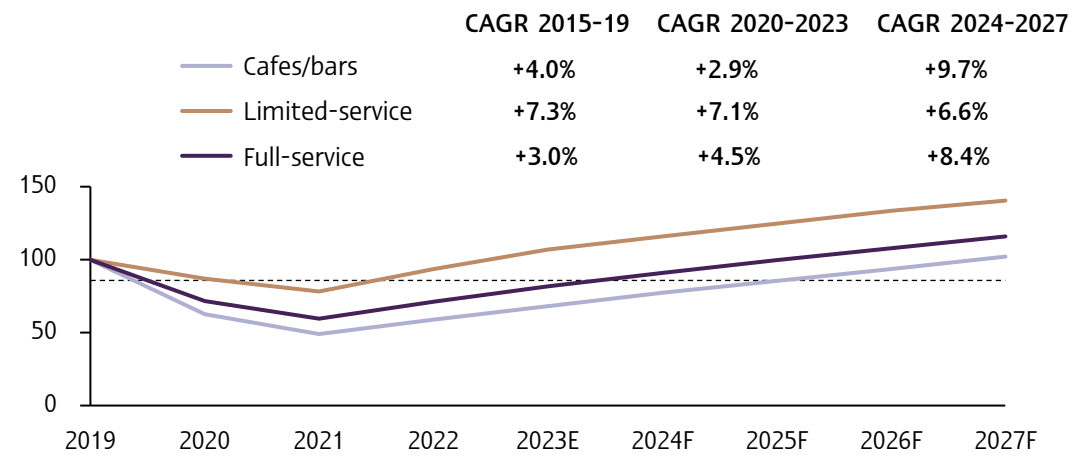
# ธุรกิจร้านอาหารปรับตัวได้ดี อย่างต่อเนื่อง



# ธุรกิจร้านอาหารมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเติบโตราว 11% ในปี 2024 และมีการขยายสาขาต่อเนื่องในระยะกลาง ทั้งนี้ค่าครองชีพที่สูงขึ้น อาจกดดันกำลังซื้อและส่งผลกระทบต่ออิลไม่สูงเท่าช่วงก่อนโรคระบาด

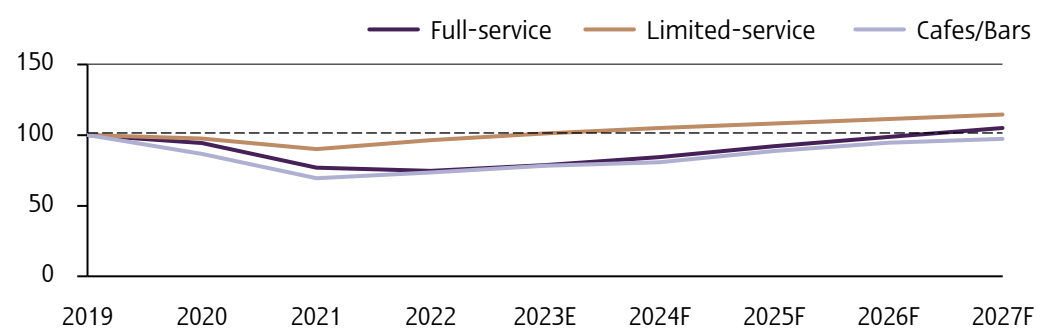
## มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหาร

หน่วย : ดัชนี 2019 = 100



## ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อบิล

หน่วย : ดัชนี 2019 = 100



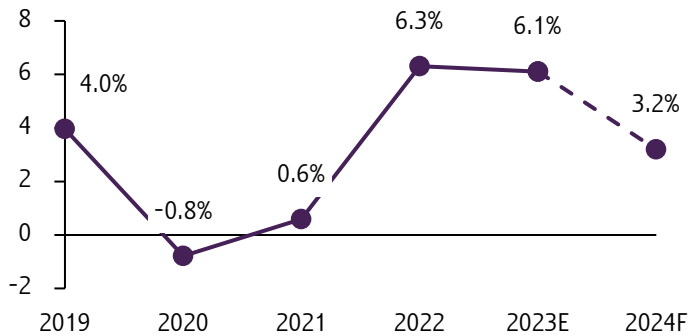
## ภาพรวมธุรกิจ

- มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหารมีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเติบโต 15% ในปี 2023 และ 11% ในปี 2024 โดยกลุ่มคาเฟ่/บาร์ คาดว่าจะกลับมาขยายตัวในอัตราที่เร่งตัวขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากการฟื้นตัวจากช่วงการระบาดของ COVID-19 ที่ได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรง ในระยะกลางธุรกิจบริการอาหารยังมีแนวโน้มเติบโตได้ต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเติบโตที่ 8% ต่อปีในช่วงปี 2024-2027
- การขยายสาขาของธุรกิจบริการอาหารจะกลับมาขยายตัวต่อเนื่องในระยะกลาง โดยกลุ่ม Full-service ได้รับผลกระทบที่ค่อนข้างรุนแรงจาก COVID-19 ขณะที่ธุรกิจบริการอาหารประเภทคาเฟ่/บาร์ และ Limited-service มีการขยายสาขาแบบชะลอตัว แต่กิจกรรมทางเศรษฐกิจที่กลับมาหลัง COVID-19 ประกอบกับนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐส่งผลให้ทั้ง 3 รูปแบบจะทยอยกลับมาเปิดสาขาเพิ่มขึ้น
- ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อบิลของธุรกิจร้านอาหารแบบ Full-service จะกลับเท่าระดับ Pre-covid ในปี 2026 แต่ประเภทคาเฟ่ค่าใช้จ่ายต่อบิลยังคงน้อยกว่าช่วง Pre-covid ส่วนหนึ่งมาจากค่าครองชีพที่สูงขึ้น อาจกดดันกำลังซื้อโดยรวม ทำให้การใช้จ่ายต่อบิลอาจไม่สูงเหมือนในอดีต ในขณะที่ประเภท Limited-service เพิ่มขึ้นต่อเนื่องแม้ในช่วงโรคระบาด

# ธุรกิจร้านอาหารได้รับปัจจัยสนับสนุนจากนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐในปี 2024 นักท่องเที่ยวและกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นจากการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ อย่างไรก็ตาม การขึ้นค่าแรงคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อต้นทุน เนื่องจากมีการจ้างแรงงานขั้นต่ำเป็นสัดส่วนค่อนข้างมาก

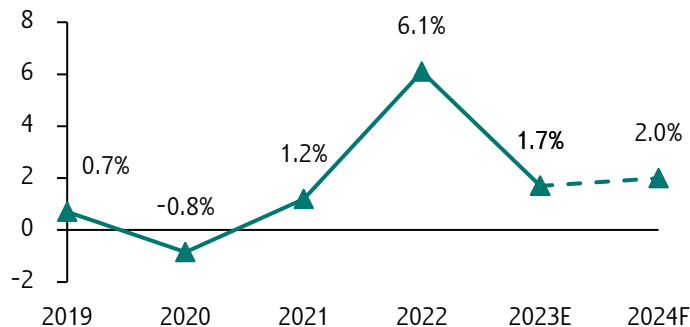
## การเติบโตของการบริโภคภาคเอกชน\*

หน่วย : %



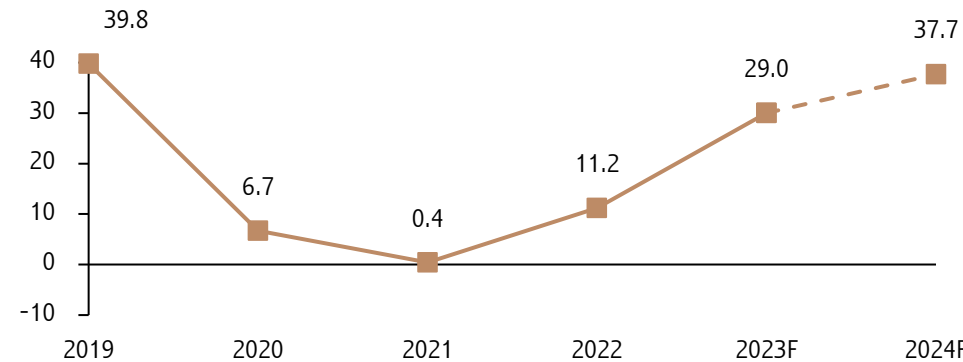
## อัตราเงินเฟ้อ Headline inflation\*\*

หน่วย : %



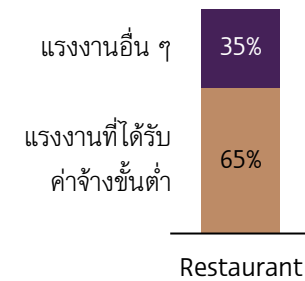
## จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

หน่วย : ล้านคน



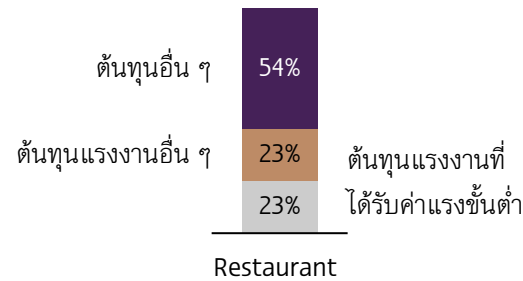
## สัดส่วนแรงงานที่ได้รับค่าจ้างขั้นต่ำ

หน่วย : % ของจำนวนแรงงาน (ไม่นับรวม Self-employed)



## สัดส่วนต้นทุนแรงงานต่อต้นทุนทั้งหมด

หน่วย : % ของต้นทุนรวมของธุรกิจ (ไม่นับรวม Cost of good sold)



### ปัจจัยสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารปี 2024

- การบริโภคภาคเอกชนขยายตัวต่อเนื่อง
- จำนวนนักท่องเที่ยวที่ทยอยเข้ามาในประเทศ
- การเพิ่มอัตราค่าจ้างทำให้กำลังซื้อเพิ่มขึ้น (ค่าแรงขั้นต่ำ, ค่าแรงปริญญาตรี)
- นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ เช่น Digital wallet 10,000 บาท (คาดว่าจะเริ่มนโยบายไตรมาสแรกของปี 2024 ทั้งนี้ติดตามในรายละเอียดต่อไป)
- การลดต้นทุนค่าใช้จ่ายด้านพลังงาน

### Downside risks

- ธุรกิจร้านอาหารพึ่งพาแรงงานที่ขึ้นอยู่กับอัตราค่าแรงขั้นต่ำค่อนข้างสูง ทำให้การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำส่งผลกระทบต่อต้นทุนแรงงานต่อต้นทุน
- ร้านเล็กอาจโดนกดดันจากการแข่งขันกับร้านอาหารขนาดใหญ่ หรือ Chain restaurant

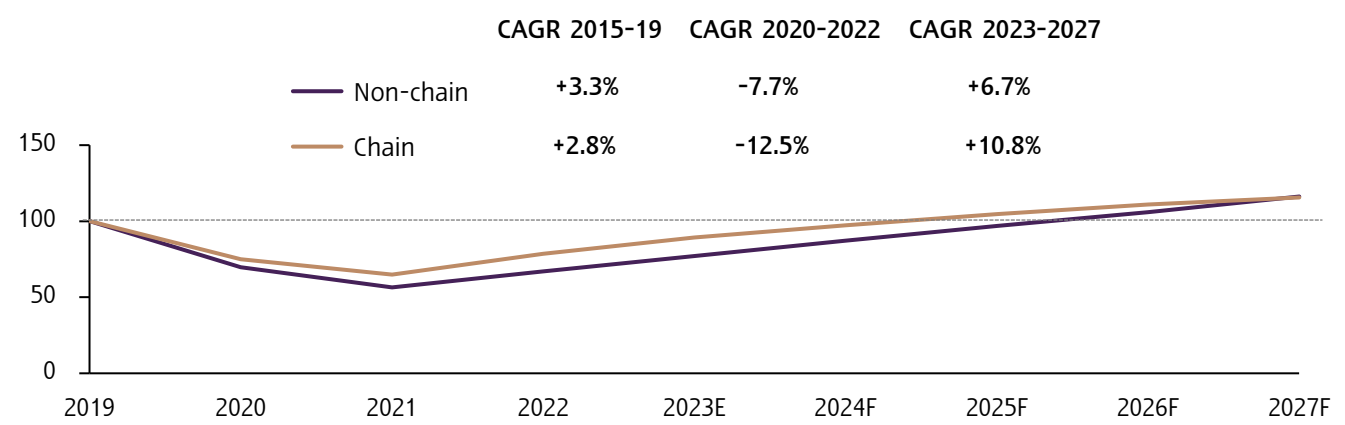
หมายเหตุ : \*การคาดการณ์ Macro indicator ยังไม่รวมผลกระทบจากนโยบาย Digital wallet, \*\*ข้อมูลและการคาดการณ์ ณ เดือน ต.ค. 2023 ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ NSO, NESDC, MoL, IR และข้อมูลสำนักข่าวต่าง ๆ



# ธุรกิจบริการอาหารแบบ Full-service เติบโต 15% ในปี 2023 และฟื้นตัวดีหลังโรคระบาด แต่การขึ้นค่าแรงขยับต่ำทำให้ต้นทุนสูงขึ้นและกำไรลดลง ในขณะที่ร้านอาหาร Chain ปรับตัวได้ดีกว่าโดยนำเทคโนโลยีมาใช้แทนที่แรงงาน

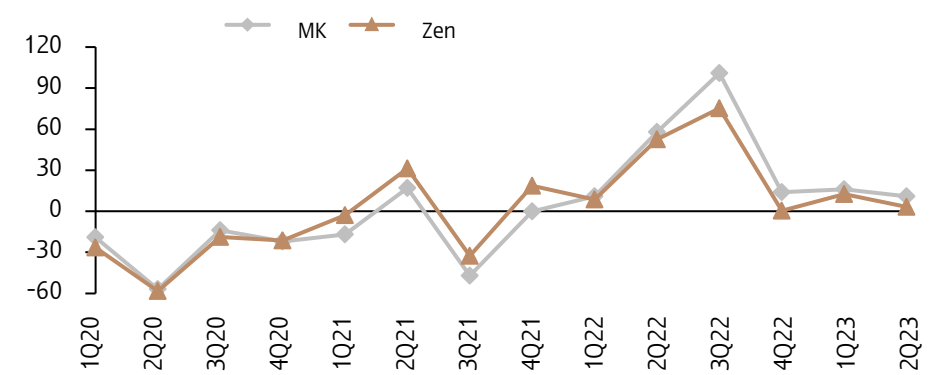
## มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหาร Full-service

หน่วย : ดัชนี 2019 = 100



## SSSG ของกลุ่ม Full-service restaurant

หน่วย : %YOY



## การปรับตัวของผู้ประกอบเพื่อรับมือกับการขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ

เพื่อรับมือกับการเพิ่มขึ้นของค่าแรง ผู้ประกอบการบางส่วนได้เลือกใช้เทคโนโลยีแทนแรงงาน เช่น Robot waiters หรือ Ordering tablet/QR โดยร้านอาหารแบบ Chain มีความสามารถในการปรับตัวได้รวดเร็ว เนื่องจากความคล่องตัวในการลงทุน การใช้เทคโนโลยีเข้ามาแทนที่แรงงาน อาจต้องใช้เงินลงทุนสูงในระยะแรก แต่จะคุ้มค่าในระยะยาวเมื่อพิจารณาถึงการเพิ่มขึ้นของค่าแรง อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการอาจเลือกจ้างพนักงาน Part-time เฉพาะช่วงเวลาที่มียอดลูกค้าจำนวนมาก เพื่อลดต้นทุนด้านแรงงาน

## ภาพรวมภาวะธุรกิจบริการอาหารแบบ Full-service

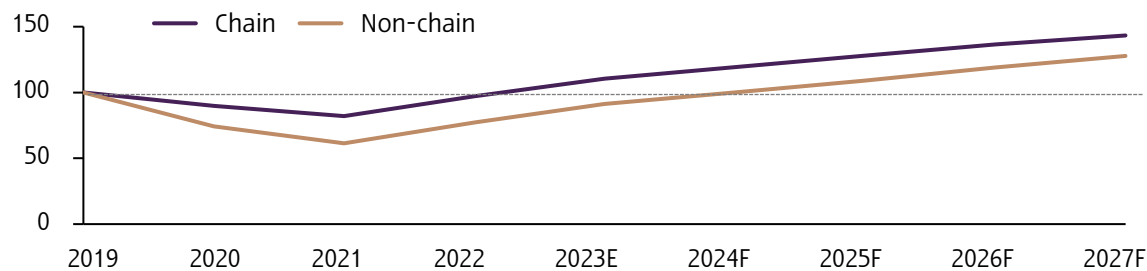
- มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหารแบบ Full-service คาดว่าจะเติบโตราว 11% ในปี 2024 Full-service restaurant ได้รับผลกระทบค่อนข้างรุนแรงจากการระบาดของ COVID-19 ที่ผ่านมามีอีกทั้งยังได้รับผลกระทบจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ลดลง อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากโรคระบาดคลี่คลาย ธุรกิจประเภทนี้ฟื้นตัวได้ดีทั้งจาก Pent up demand และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ทยอยเข้ามา และคาดว่าจะได้รับปัจจัยสนับสนุนจากกำลังซื้อที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ เช่น การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ ซึ่งจะส่งเสริมให้ยอดขายเติบโตราว 8% ในระยะกลาง
- สำหรับแนวโน้มการเติบโตของกลุ่ม Chain และ Non-chain ในภาวะที่เศรษฐกิจเปราะบาง ร้านอาหาร Chain จะได้รับผลกระทบน้อยกว่า ร้านอาหารที่เป็น Chain มีเงินทุนและสภาพคล่องที่สูงกว่า ทำให้สามารถปรับตัวได้ดีกว่า เช่น การจำหน่ายผ่านทาง Delivery การนำเทคโนโลยีมาใช้
- การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำแม้จะส่งผลให้ผู้บริโภคมีกำลังซื้อเพิ่มขึ้น แต่ต้นทุนของร้านอาหารก็สูงขึ้นเช่นกัน เนื่องจากธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีสัดส่วนแรงงานที่พึ่งพาค่าแรงขั้นต่ำค่อนข้างสูง โดยเฉพาะร้านอาหารประเภท Full service ซึ่งเป็นรูปแบบที่มีความจำเป็นต้องจ้างพนักงานให้บริการจำนวนมาก

\*หมายเหตุ: Same-Store Sales Growth คือ อัตราเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิม  
ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor, ข้อมูลจากบริษัทต่าง ๆ และข้อมูลสำนักข่าวต่าง ๆ

ธุรกิจบริการอาหาร Limited-service มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่องตามการขยายสาขาและการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การปรับขึ้นค่าแรงจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนปรับเพิ่มขึ้น แต่คาดว่าผลกระทบไม่รุนแรงเนื่องจากมีการจ้างงานไม่มากและยังสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาปรับใช้ได้มาก

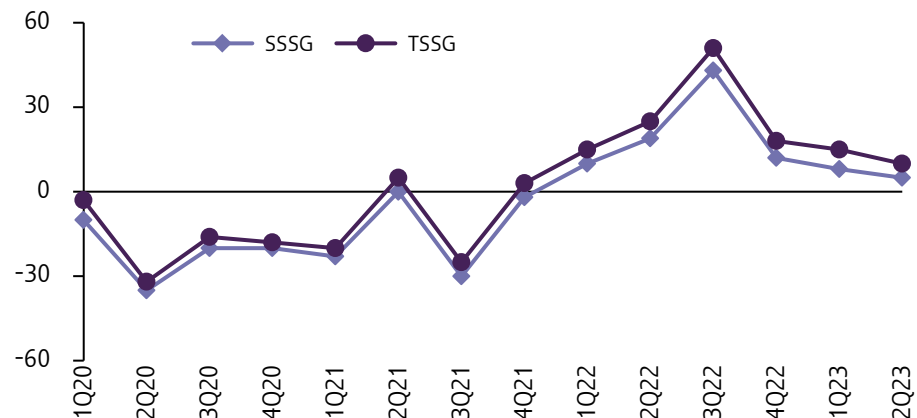
### มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหาร Limited-service

หน่วย : ดัชนี 2019 = 100



### SSSG และ TSSG ของ Central Restaurants Group : CRG

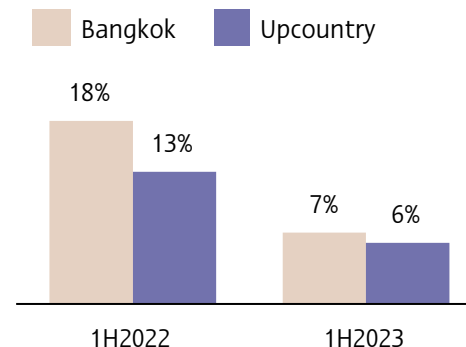
หน่วย : %YOY



Main Drivers



### CRG - SSSG BKK vs Upcountry (%YOY)



### ภาพรวมภาวะธุรกิจบริการอาหารแบบ Limited-service

- มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหาร Limited-service มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะเติบโต ราว 14% ในปี 2023 และ 8% ในปี 2024 ร้านอาหารแบบ Limited-service ได้รับผลกระทบน้อยกว่ารูปแบบอื่น ๆ ในช่วงโรคระบาด เนื่องจากส่วนใหญ่ร้านอาหารประเภทนี้จะเป็นผู้ประกอบการประเภท Chain ทำให้สามารถรับมือได้ดีกว่า และส่วนใหญ่มีบริการ Delivery ของตัวเอง รวมถึงอยู่ในพื้นที่เดียวกับ Supermarket/Hypermarket (ที่ไม่ถูกปิดในช่วงโรคระบาด) ทำให้ยังมียอดขายจากการซื้อกลับบ้าน (Take away) จึงทำให้ปรับตัวได้ง่ายกว่า
- ในระยะกลาง มีแนวโน้มเติบโตต่อเนื่อง โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง เพื่อเข้าถึงลูกค้าที่มากขึ้น และนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น ทำให้ร้านที่ตั้งอยู่ตามสถานที่ท่องเที่ยว ปั่นน้ำมัน หรือสนามบิน สถานีรถไฟ ทำยอดขายได้ดีขึ้น
- การทยอยปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ คาดว่าจะส่งผลกระทบไม่รุนแรง เนื่องจากเป็นร้านอาหารในรูปแบบที่ใช้พนักงานน้อยเมื่อเทียบกับรูปแบบอื่น อีกทั้ง ส่วนใหญ่เป็น ร้าน Chain ทำให้มีทุนที่จะนำเทคโนโลยีมาใช้แทนแรงงาน เช่น ตู้ Kiosk ในการสั่งอาหาร

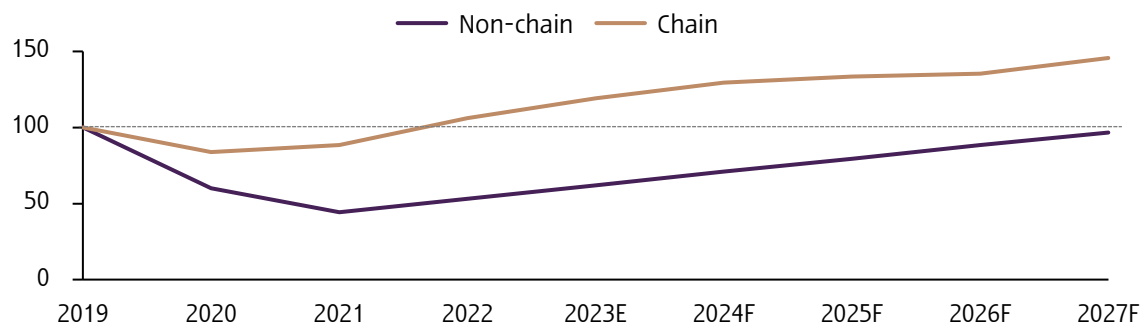
\*หมายเหตุ: Same-Store Sales Growth (SSSG) คืออัตราเติบโตของยอดขายจากสาขาเดิม, Total System Sales Growth (TSSG) คือ อัตราเติบโตของยอดขายรวม

ที่มา : การวิเคราะห์โดย SCB EIC จากข้อมูลของ Euromonitor, ข้อมูลจากบริษัทต่าง ๆ และข้อมูลสำนักข่าวต่าง ๆ

# กลุ่มกาแฟ/บาร์ ที่ได้รับผลกระทบรุนแรงในช่วงโรคระบาดมีแนวโน้มกลับมาฟื้นตัวได้ดี จากการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐและไลฟ์สไตล์ที่เปลี่ยนไป อย่างไรก็ตามเพชฌฆาตกับต้นทุนที่เพิ่มขึ้นตามการขึ้นค่าแรง รวมถึงแนวโน้มการแข่งขันที่รุนแรงมากขึ้น

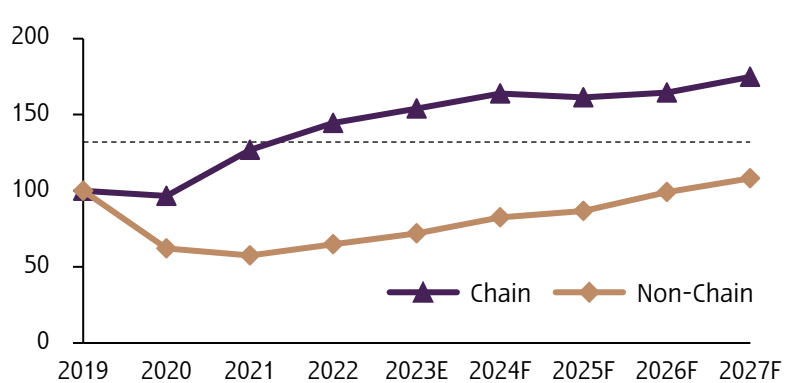
## มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหารกาแฟ/บาร์

หน่วย : ดัชนี 2019 = 100



## จำนวน Transactions ธุรกิจบริการอาหารกาแฟ/บาร์

หน่วย : ดัชนี 2019 = 100



การฟื้นตัวของกลุ่มกาแฟ/บาร์ ที่เป็น Chain จะฟื้นตัวได้ดีกว่า จำนวน Transaction ของกลุ่ม Chain เติบโตไปมากกว่าช่วง Pre-covid ในปี 2022 ในขณะที่กลุ่ม Non-chain จะฟื้นตัวกลับมาในปี 2026 ในขณะที่ยอดขายต่อร้านของกลุ่มกาแฟ/บาร์ ทั้งที่เป็น Chain และ Non-chain ยังคงไม่กลับสู่ช่วง Pre-covid ในระยะกลาง

## ภาพรวมภาวะธุรกิจบริการอาหารแบบกาแฟ

- มูลค่าตลาดธุรกิจบริการอาหารแบบกาแฟ/บาร์ เติบโตราว 16% ในปี 2023 และคาดว่าจะเติบโตอีกราว 13% ในปี 2024 กาแฟ/บาร์ ได้รับผลกระทบรุนแรงมากจากภาวะโรคระบาดที่ผ่านมา โดยธุรกิจกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นร้าน Non-chain ทำให้การปรับตัวในภาวะเศรษฐกิจเปราะบางทำได้ยากกว่ากลุ่ม Chain ที่มีสภาพคล่องมากกว่า อย่างไรก็ตาม ยอดขายกลุ่มกาแฟ/บาร์ ได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการเปลี่ยนแปลงไลฟ์สไตล์ หรือกระแสนิยมของผู้บริโภค เช่น เมนูเพื่อสุขภาพ ชาไทยพีเวอร์ การปรับร้านให้มีความ Local เช่น เมล็ดกาแฟที่สร้างรายได้ให้พวกเขา หรือมีลักษณะเฉพาะ ทำให้ยอดขายเติบโตได้ดีโดยเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยว
- ในระยะกลางกลุ่มกาแฟ/บาร์ ยังคงมียอดขายที่ฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง และกลับสู่ระดับ Pre-covid โดยได้ปัจจัยสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ รายได้จาก Catering ให้กลุ่มลูกค้า Business หลังจากกลับมาประชุมออฟไลน์มากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสนใจกับเอกลักษณ์และเรื่องราวของร้านมากขึ้น ทำให้ร้านที่มีจุดขายเฉพาะ เช่น ร้านขายกาแฟที่มีความเฉพาะกลุ่ม (Niche) ร้านกาแฟ Craft chocolate หรือร้านที่มีคอนเซ็ปต์ Instagramable มีจำนวนร้านค้าและยอดขายเพิ่มขึ้น
- อย่างไรก็ตาม การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำส่งผลให้ต้นทุนสูงขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มกาแฟ/บาร์ ยังต้องเผชิญกับการแข่งขันที่ค่อนข้างรุนแรง โดยเฉพาะร้านเล็กที่ต้องแข่งกันเอง และแข่งกับร้าน Chain ดังนั้น กลุ่มกาแฟ/บาร์ อาจต้องพิจารณานำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน เช่น เพิ่มเอกลักษณ์ของร้านและสินค้า หรือการให้บริการเสริมที่ต่างจากคู่แข่ง



# ประเด็น ESG เข้ามา เสริมความยั่งยืน และจริยธรรม

ร้านอาหารสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น และพลังงานทดแทน ส่งเสริมความยุติธรรมทางสังคมโดยการสนับสนุนชุมชน และให้ค่าแรงที่ยุติธรรม การปฏิบัติตามกฎหมาย การส่งเสริมจริยธรรม และการเปิดเผยข้อมูลเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความยั่งยืน



# ESG คือ ปัจจัยที่วัดความยั่งยืนและจริยธรรมของบริษัท ซึ่งนักลงทุนและลูกค้าให้ความสนใจมากขึ้น สามารถช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและความยั่งยืนในธุรกิจร้านอาหาร

## ประเด็น ESG ในธุรกิจบริการอาหาร

ESG เป็นปัจจัยสำคัญที่วัดความยั่งยืนและผลกระทบต่อทางจริยธรรมของบริษัท ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นักลงทุนมีความสนใจมากขึ้นในบริษัทที่มีผลการดำเนินงาน ESG ที่แข็งแกร่ง และลูกค้าก็เริ่มมองหาธุรกิจที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและการปฏิบัติที่มีจริยธรรมมากขึ้น



**Environment :** ร้านอาหารสามารถลด Carbon footprint โดยการเลือกซื้อวัตถุดิบท้องถิ่นและวัตถุดิบตามฤดูกาล การใช้แหล่งพลังงานทางเลือก และพลังงานทดแทน การเปลี่ยนไปใช้บรรจุภัณฑ์ที่ยั่งยืนมากขึ้น เช่น ภาชนะที่สามารถย่อยสลายได้หรือภาชนะที่ใช้ซ้ำได้ และลดปริมาณ Food waste โดยการควบคุมปริมาณอาหารที่เสิร์ฟและบริจาคอาหารที่เหลือให้กับองค์กรการกุศล



**Social :** ร้านอาหารสามารถส่งเสริมความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการให้ค่าแรงและสวัสดิการที่ยุติธรรมกับพนักงาน สนับสนุนชุมชนท้องถิ่น และเลือกซื้อวัตถุดิบที่ผลิตอย่างมีจริยธรรม



**Governance :** ร้านอาหารสามารถนำรูปแบบการบริหารแบบ Sustainable เข้ามาในกิจการของตน ปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมมาตรฐานจริยธรรมที่ดี รวมไปถึงเปิดเผยการดำเนินงานและกระบวนการตัดสินใจของธุรกิจ รับฟังและให้คุณค่ากับความเห็นของสังคม

### ตัวอย่างการนำ ESG มาใช้ในการดำเนินงานของธุรกิจบริการอาหาร

Firm	Target	Environment	Social	Governance
	<b>Resource and Waste management (2026)</b>	ลด Energy intensity 3% (2023) และเป็น 5% ในปี 2026 ตัดแยกขยะรีไซเคิล 150 ตัน (2026)	สร้างความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในการทำงาน สนับสนุนการสร้างรายได้ให้ชุมชน เป้าหมาย 300,000 บาท ต่อปีใน 2026	มีช่องทางการร้องเรียน มีการตรวจสอบดูแลคุณภาพของ Suppliers
	<b>Carbon neutrality (2050)</b>	ลดการใช้ Single-use plastic 75% (2024) เข้าสู่การเป็น Carbon neutrality (2050)	พัฒนาพนักงานอย่างยั่งยืน สนับสนุนการศึกษา การสร้างงาน ความเป็นอยู่ที่ดีให้ชุมชน (2030)	อาศัยหลักธรรมาภิบาลกำกับดูแลกิจการที่ดี และได้รับรางวัลการันตีด้าน ESG

# SCBEIC | ECONOMIC INTELLIGENCE CENTER



## WEBSITE

[www.scbeic.com](http://www.scbeic.com)

up-to-date with email notification

## LINE OFFICIAL ACCOUNT

Find us at : [@scbeic](https://www.facebook.com/scbeic)

## CONTACT US

E-mail: [eic@scb.co.th](mailto:eic@scb.co.th)

INSIGHTFUL ECONOMIC AND BUSINESS  
INTELLIGENCE FOR EFFECTIVE DECISION MAKING



SCB  EIC