แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2569-71

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม



เมษายน 2569

วิจัยกรุงศรี

ผู้เขียน

รพีภูมิ ลาภมาก

นักวิเคราะห์

rapeepoom.lapmak@krungsri.com

Subscribe Us

สมัครสมาชิกวิจัยกรุงศรี...

krungsri.research@krungsri.com

คำสงวนสิทธิ์

เนื้อหาและข้อมูลใดๆ ทั้งหมดที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ หากมิได้ระบุไว้เป็นอย่างอื่น ถือเป็นลิขสิทธิ์ของวิจัยกรุงศรี ห้ามมิให้ผู้ใดกระทำการใดๆ เกี่ยวข้องกับเนื้อหา สำเนา หรือดัดแปลงแก่บุคคลอื่นโดยมิได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากวิจัยกรุงศรี รายงานฉบับนี้จัดทำขึ้นโดยอาศัยข้อมูลจากแหล่งที่เชื่อหรือควรเชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือ อย่างไรก็ตาม วิจัยกรุงศรีไม่อาจรับรองความครบถ้วนสมบูรณ์หรือความถูกต้องของข้อมูลดังกล่าว อีกทั้งไม่รับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงหรือทางอ้อมจากการใช้รายงานฉบับนี้หรือเนื้อหาในรายงานฉบับนี้ ข้อมูล ความคิดเห็น และการประมาณการที่ปรากฏในรายงานนี้ถือเป็นความคิดเห็นของวิจัยกรุงศรี ไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับ ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) และบริษัทในเครือ ความคิดเห็นในรายงานฉบับนี้เป็นไปตามสถานการณ์ปัจจุบัน ณ วันที่มีการเผยแพร่รายงาน วิจัยกรุงศรีขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงโดยมิต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า

EXECUTIVE SUMMARY



ปี 2569-2571 รายได้รวมของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มของไทยจะขยายตัวได้เฉลี่ย 2.9-3.9% ต่อปี โดยในปี 2569 คาดว่าการเติบโตจะยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากเศรษฐกิจชะลอตัวภายใต้ความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์ โดยเฉพาะความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ราคาน้ำมันปรับสูงขึ้น บั่นทอนความเชื่อมั่นในการใช้จ่าย และส่งผลต่ออตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้ฟื้นตัวช้าจากต้นทุนการเดินทางที่เพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ในปี 2570-2571 รายได้ของธุรกิจนี้จะเริ่มปรับตัวดีขึ้น อานิสงส์จากกิจกรรมด้านส่นทนาการที่จะกระเตื้องขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจและภาคการท่องเที่ยวที่จะทยอยฟื้นตัว รวมถึงบทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงผู้บริโภคผ่านการเล่าเรื่อง ซึ่งจะเอื้อหนุนให้ความต้องการบริโภคนอกบ้านเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนด้านอุปทาน จำนวนผู้ประกอบการยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากปัจจัยหนุนด้านการเพิ่มขึ้นของการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหาร และการขยายตัวของศูนย์การค้าและร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ที่ช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและขยายฐานลูกค้าของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในวงกว้าง ภายใต้ปัจจัยท้าทายจากการแข่งขันด้านราคาที่จะรุนแรงขึ้น จากกลยุทธ์การลดราคาของร้านอาหารระดับบน ขณะที่ต้นทุนยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะต้นทุนด้านพลังงานในภาวะตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่จะยังเกิดขึ้นเป็นระยะๆ

มุมมองวิจัยกรุงศรี

- **ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (รายใหญ่/มีเชนสาขา):** คาดว่าธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตตาม (1) การขยายสาขาเชิงรุก โดยมีการกระจายความเสี่ยงด้านทำเลและกำลังซื้อ ครอบคลุมทั้งกลุ่มลูกค้าชาวไทยและชาวต่างชาติ ตลอดจนการเปิดสาขาทั้งในศูนย์การค้าและนอกศูนย์การค้า (2) การพัฒนาและเปิดตัวแบรนด์ใหม่อย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการเพิ่มสัดส่วนแบรนด์ในระดับราคาที่เข้าถึงได้มากขึ้น (3) ความนิยมในแบรนด์และช่องทางเข้าถึงผู้บริโภคได้ในหลากหลายพื้นที่ และ (4) อำนาจต่อรองของผู้ประกอบการที่มีต่อซัพพลายเออร์จากปริมาณคำสั่งซื้อวัตถุดิบจำนวนมาก ทำให้สามารถลดต้นทุนต่อหน่วยของสินค้า ในช่วงที่วัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่มมีราคาสูงเป็นปัจจัยช่วยหนุนให้ผู้ประกอบการร้านอาหารแบบเครือข่ายมีความได้เปรียบในการทำกำไร
- **ร้านอาหารและเครื่องดื่ม (ทั่วไป):** คาดว่าธุรกิจมีแนวโน้มเติบโตตามปริมาณนักท่องเที่ยวและกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทยอยฟื้นตัว แต่ยังคงมีความเสี่ยงด้านต้นทุนพลังงานและวัตถุดิบที่ยังสูง และการขยายส่วนแบ่งตลาดของผู้เล่นรายใหญ่/มีเชนสาขา นอกจากนี้กำลังซื้อของผู้บริโภคอาจยังคงรอการฟื้นตัวท่ามกลางค่าครองชีพที่ยังสูง ทำให้ธุรกิจกลุ่มนี้ซึ่งส่วนใหญ่ยังเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและเล็กยังมีความเสี่ยงด้านความสามารถในการทำกำไร

ข้อมูลพื้นฐาน

ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food and beverage service business) หมายถึง ธุรกิจที่ให้บริการอาหาร เครื่องดื่ม ไอศกรีม และเค้กที่พร้อมบริโภค โดยมีทั้งการให้บริการเต็มรูปแบบ (Full service) การให้บริการบางส่วน (Limited service)[1/] และการให้บริการแบบนำกลับ (Take away) **ทั้งนี้ในปี 2567 จำนวนธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มของไทยที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีทั้งสิ้น 388,219 ร้าน**[2/] (เพิ่มขึ้น 0.84% จาก 384,974 ร้านในปี 2566) (ภาพที่ 1) โดยสามารถแบ่งธุรกิจตามการจัดประเภทมาตรฐานอุตสาหกรรม[3/] (Thailand Standard Industrial Classification; TSIC) ได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่

1) **ภัตตาคาร/ร้านอาหาร** (Restaurants)[4/] เป็นการให้บริการจัดหาอาหารและเครื่องดื่ม โดยจัดเตรียมไว้พร้อมบริโภคและให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย อาทิ การบริการแบบมีหรือไม่มีที่นั่ง การให้บริการแบบให้นั่งโต๊ะหรือบริการตนเอง การให้รับประทานที่ร้านหรือนำกลับ เช่น ร้านอาหาร คาเฟ่ เคาน์เตอร์ ผู้ประกอบการประเภทนี้ที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีจำนวน 326,403 ร้าน เป็นสัดส่วนสูงถึง 84.1% ของจำนวนธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนทั้งหมดของไทย

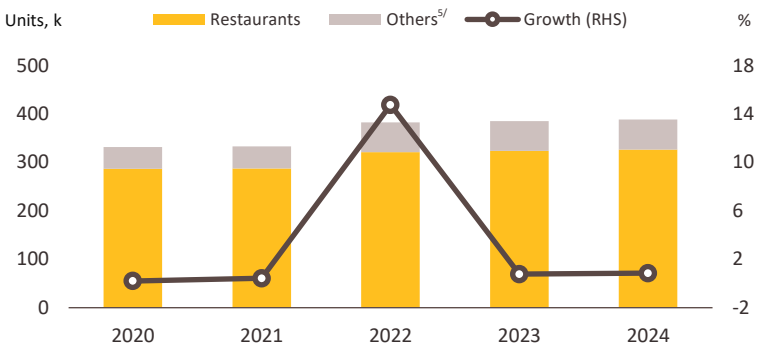
2) **การบริการเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในร้าน** (Non-Alcoholic beverage store)[4/] เป็นการบริการจัดหาเครื่องดื่มประเภทไม่มีแอลกอฮอล์แบบพร้อมบริโภคและให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย อาทิ การบริการแบบมีหรือไม่มีความบันเทิง การให้บริการแบบมีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่ง การให้บริการที่โต๊ะหรือบริการตนเองหรือการนำออกไปดื่มข้างนอก เช่น ร้านกาแฟ ร้านน้ำผลไม้ ผู้ประกอบการประเภทนี้ที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีจำนวน 57,501 ร้าน (สัดส่วน 14.8%)

3) **การบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้าน** (Alcoholic beverage store)[4/] เป็นการบริการจัดหาเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์แบบพร้อมบริโภค และให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย อาทิ การบริการแบบมีหรือไม่มีความบันเทิง การให้บริการแบบมีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่งการให้บริการที่โต๊ะหรือบริการตนเองหรือการนำออกไปดื่มข้างนอก เช่น บาร์ ร้านขายเหล้า ผู้ประกอบการประเภทนี้ที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีจำนวน 4,133 ร้าน สัดส่วน (สัดส่วน 1.1%)

4) **การบริการอาหารบนแผงลอยและตลาด** (Foods stalls and market)[5/] เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่มที่พร้อมบริโภคบนแผงลอยและตลาด และให้บริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่หลากหลาย อาทิ การบริการแบบมีหรือไม่มีความบันเทิง หรือมีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่ง ผู้ประกอบการประเภทนี้ที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีจำนวนเพียง 91 ร้าน (สัดส่วนน้อยกว่า 0.1%)

5) **ร้านอาหารแบบเคลื่อนที่** (Mobile food)[5/] เป็นร้านอาหารและเครื่องดื่มที่พร้อมบริโภคในรูปแบบบริการเคลื่อนที่ โดยใช้รถยนต์หรือรถเข็นเป็นพาหนะ ผู้ประกอบการประเภทนี้ที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีจำนวนเพียง 60 ร้าน (สัดส่วนน้อยกว่า 0.1%)

Figure 1: Number of Food Service Providers in Thailand



Sources: Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP)

1/ อาทิ การบริการอาหารและ/หรือเครื่องดื่มด้วยตนเอง การบริการอาหารด้วยตนเอง การชำระเงินด้วยตนเอง

2/ ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

3/ ที่มา: กรมการจัดหางาน กระทรวงแรงงาน

4/ การบริการด้านอาหารในภัตตาคาร/ร้านอาหาร (TSIC 56101), การบริการเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในร้าน (TSIC 56302), การบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้าน (TSIC 56301)

5/ การบริการอาหารบนแผงลอยและตลาด (TSIC 56102), ร้านอาหารแบบเคลื่อนที่ (TSIC 56103), การบริการเครื่องดื่มบนแผงลอยและตลาด (TSIC 56303), ร้านเครื่องดื่มแบบเคลื่อนที่ (TSIC 56304)

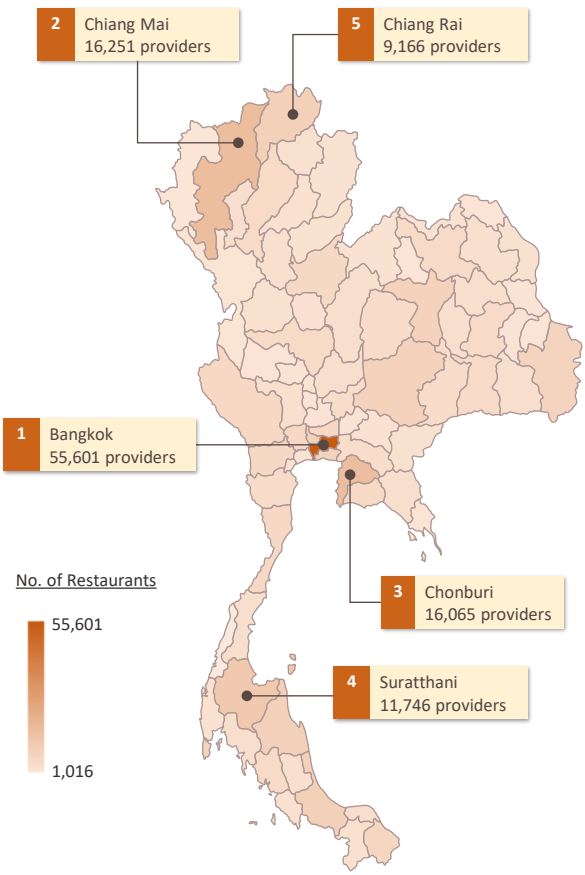
6) **การบริการเครื่องดื่มบนแผงลอยและตลาด** (Beverages stalls and market)[5/] เป็นการให้บริการเครื่องดื่มพร้อมบริโภคบนแผงลอยและตลาด ที่ไม่ว่าจะมีหรือไม่มีความบันเทิง มีที่นั่งหรือไม่มีที่นั่ง ผู้ประกอบการประเภทนี้ที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีจำนวนเพียง 17 ร้าน (สัดส่วนน้อยกว่า 0.1%)

7) **ร้านเครื่องดื่มแบบเคลื่อนที่** (Mobile beverage)[5/] เป็นการบริการเครื่องดื่มที่พร้อมบริโภคโดยให้บริการผ่านร้านเคลื่อนที่ โดยใช้รถยนต์หรือรถเข็นเป็นพาหนะ ผู้ประกอบการประเภทนี้ที่อยู่ในฐานข้อมูลจดทะเบียนมีจำนวนเพียง 14 ร้าน (สัดส่วนน้อยกว่า 0.1%)

ทั้งนี้ สาเหตุที่จำนวนผู้ประกอบการประเภทที่ 4-7 ยังคิดเป็นสัดส่วนน้อยเมื่อเทียบกับจำนวนธุรกิจให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนทั้งหมดของไทย เนื่องจากอ้างอิงฐานข้อมูลที่ครอบคลุมเฉพาะผู้ประกอบการในระบบซึ่งได้จดทะเบียนไว้กับสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และกรมพัฒนาธุรกิจการค้าเท่านั้น โดยผู้ประกอบการเหล่านี้ส่วนใหญ่เป็นรายย่อยหรือ Micro SMEs ซึ่งอยู่นอกระบบ

ทั้งนี้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกรุงเทพฯ มากที่สุด เนื่องจากเป็นทั้งเมืองหลวง เมืองท่องเที่ยว แหล่งการค้า และศูนย์รวมกิจกรรมทางเศรษฐกิจต่าง ๆของไทย ทำให้มีจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มสูงถึง 55,601 **ร้าน คิดเป็นสัดส่วน** 14.3% **ของจำนวนธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนทั้งหมดของไทย** รองลงมาเป็นจังหวัดเชียงใหม่ 16,251 ร้าน (สัดส่วน 4.2%) ชลบุรี 16,065 ร้าน (สัดส่วน 4.1%) สุราษฎร์ธานี 11,746 ร้าน (สัดส่วน 3.0%) และเชียงราย 9,166 ร้าน (สัดส่วน 2.4%) (ภาพที่ 2) เห็นได้ว่าส่วนใหญ่เป็นจังหวัดที่ได้รับความนิยมท่องเที่ยวจากทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ และมีจำนวนประชากรที่อยู่อาศัยในจังหวัดนั้นหนาแน่น โดยร้านอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การกำกับของกระทรวงสาธารณสุข ซึ่งมีหน้าที่ควบคุมดูแลร้านอาหารให้ได้มาตรฐานทั้งในด้านบุคคล สถานที่ อาหาร อุปกรณ์ และภาชนะ

Figure 2: 5 Provinces with the Highest Number of Food Service Providers



Sources: Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP)

Table 1: Number of Food Service Providers and Major Indicators by Major Province (2024)

Province	Number of Providers	Population (as of Dec 24)	Visitors	GPP*
Bangkok	55,601	5,455,020	58,804,272	6,142,910
Chiang Mai	16,251	1,799,019	11,473,206	277,477
Chonburi	16,065	1,635,525	27,898,229	1,188,192
Suratthani	11,746	1,076,666	9,198,788	220,374
Chaing Rai	9,166	1,297,657	6,282,437	116,580

Source: Ministry of Tourism & Sports (MOTS), Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC), Office of Small and Medium Enterprise Promotion (OSMEP), Department of Provincial Administration and Department of Business Development (DBD)

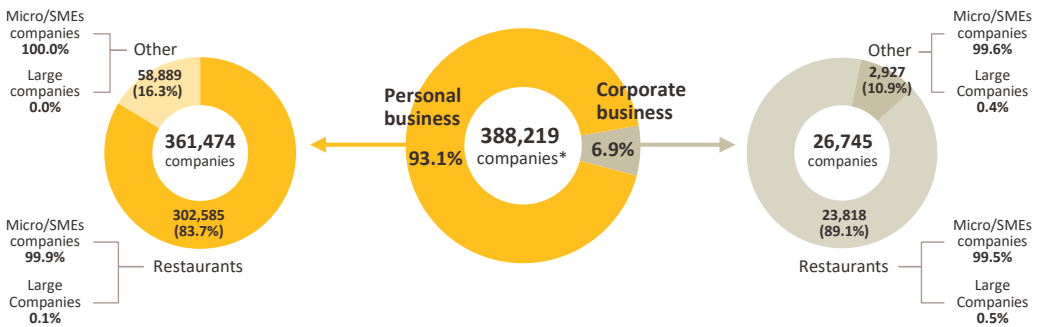
Note: * Gross provincial product at current market prices (million Baht, 2023)

หากจัดประเภทธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มในปี 2567 แบ่งออกได้ดังนี้ (ภาพที่ 3)

- **ประเภทบุคคล** (Personal business) **361,474 ราย** คิดเป็นสัดส่วน 93.1% ของจำนวนร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนทั้งหมดของไทย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นขนาด Micro ขนาดเล็ก และขนาดกลาง จำนวน 361,471 ราย (99.9% ของจำนวนผู้ประกอบการประเภทบุคคลทั้งหมด) ที่เหลือเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ 3 ราย
- **ประเภทนิติบุคคล** (Corporate business) **26,745 ราย** คิดเป็นสัดส่วน 6.9% โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นขนาด Micro ขนาดเล็กและขนาดกลาง จำนวน 26,623 ราย (99.5% ของผู้ประกอบการประเภทนิติบุคคลทั้งหมด) ที่เหลือเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ 122 ราย

เมื่อพิจารณาเฉพาะธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารซึ่งมีสัดส่วนสูงสุดในกลุ่มประเภทธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม สามารถแบ่งออกเป็นกิจการบุคคลธรรมดา 302,585 ร้าน (สัดส่วน 92.7% ของจำนวนธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารที่จดทะเบียนทั้งหมดของไทย) ส่วนหนึ่งเนื่องจากธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารเป็นธุรกิจที่ตอบสนองต่อความต้องการขั้นพื้นฐานของผู้บริโภค อีกทั้งใช้เงินทุนในการดำเนินธุรกิจได้หลายระดับตามความพร้อมของผู้ประกอบการ ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าออกได้ง่าย ที่เหลือเป็นกิจการนิติบุคคลจำนวน 23,818 ร้าน (สัดส่วน 7.3%) โดยทิศทางการเติบโตของธุรกิจแปรผันตามภาวะเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว รวมทั้งการขยายตัวของร้านอาหารที่อยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือร้านค้าปลีกสมัยใหม่

Figure 3: Structure of Thai Food Service Industry (2024)

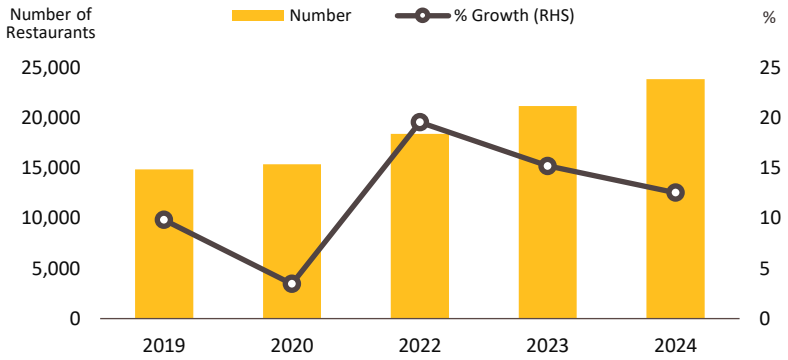


Source: DBD, complied by Krungsri Research
Note: TSIC 56101, 56102, 56103, 56301, 56302, 56303 and 5604

หากพิจารณาข้อมูลผู้ประกอบการที่จดทะเบียนนิติบุคคลและยังดำเนินกิจการอยู่ในปี 2567 **จากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าพบว่า จำนวนผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม** (Food and Beverage Service Activities) **อยู่ที่** 26,820 **ราย เพิ่มขึ้น** 12.9% **คิดเป็นมูลค่าทุนจัดตั้งเพิ่มขึ้น** 9,009 **ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร** (Restaurants) **จำนวน** 23,891 **ร้าน** (89.1% **ของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนนิติบุคคลทั้งหมด) เพิ่มขึ้น** 12.6% **จาก** 21,224 **ร้านในปี** 2566 โดยคิดเป็นมูลค่าทุนจัดตั้งที่เพิ่มขึ้น 8,120 ล้านบาท (ภาพที่ 4) ผลจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทยอยกลับมาปกติ ทำให้ผู้บริโภคออกมารับประทานอาหารนอกบ้านท่องเที่ยว และทำกิจกรรมนอกบ้านมากขึ้น ช่วยหนุนให้ธุรกิจร้านอาหารทยอยฟื้นตัวได้ อย่างไรก็ตาม จำนวนผู้ประกอบการและต้นทุนในการดำเนินการที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ภาวะการแข่งขันสูงขึ้น กดดันให้ธุรกิจร้านอาหารบางส่วนที่ไม่สามารถแข่งขันได้ต้องเลิกกิจการไปจำนวนกว่า 861 กิจการ ในปี 2567 เพิ่มขึ้น 19.3% จากปี 2566 คิดเป็นมูลค่าทุนจัดตั้งที่หายไป 1,994 ล้านบาท

สำหรับธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ ที่จดทะเบียนนิติบุคคลและยังดำเนินการอยู่ มีจำนวน 2,929 **ราย** (10.9% **ของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนนิติบุคคลทั้งหมด) เพิ่มขึ้น** 15.8% **จากปี** 2566 **ที่มีผู้ประกอบการ** 2,529 **ราย** โดยคิดเป็นมูลค่าทุนจัดตั้งที่เพิ่มขึ้น 889 ล้านบาท เช่นเดียวกับธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร แรงกดดันจากจำนวนผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้น และต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น ส่งผลให้มีจำนวนผู้ประกอบการที่ไม่สามารถแข่งขันได้ต้องเลิกกิจการกว่า 111 ราย เพิ่มขึ้น 19.4% จากในปี 2566 คิดเป็นมูลค่าทุนจัดตั้งที่หายไป 400 ล้านบาท

Figure 4: Number of Registered Restaurants in Thailand

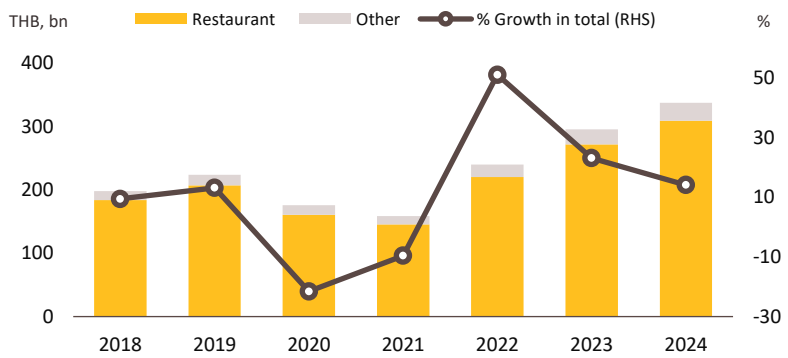


Sources: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD)
Note: Referred by TSIC 56101

รายได้โดยรวมของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มทั้งหมดของไทยที่จดทะเบียนกับกรมพัฒนาธุรกิจการค้าล่าสุดในปี 2567 **อยู่ที่** 337.2 **พันล้านบาท**[6/] **เพิ่มขึ้น** 14.2% (ภาพที่ 5) ซึ่งแบ่งเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

- **ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร: มีส่วนแบ่งรายได้มากที่สุดที่** 308.8 **พันล้านบาท คิดเป็น** 91.6% **ของรายได้ธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนทั้งหมดของไทย เติบโตเฉลี่ย** 8.3% (CAGR)[7/] หลังจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจทยอยเข้าสู่ภาวะปกติตั้งแต่ปี 2565 หนุนให้รายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารกลับมาเติบโตได้ต่อเนื่องในระดับที่สูงกว่าช่วงก่อนการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (ภาพที่ 5)

Figure 5: Revenue of Registered Food Service Providers in Thailand



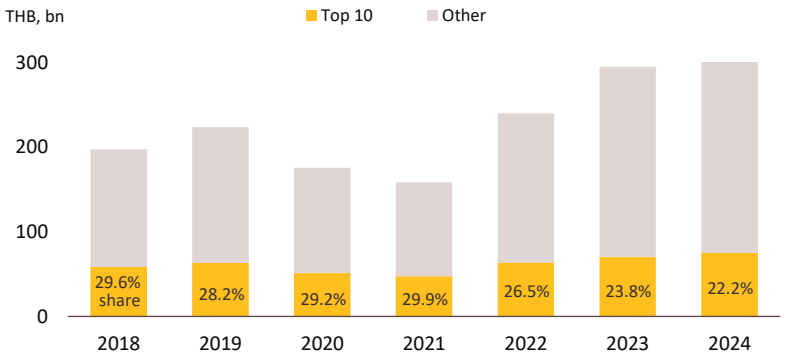
Sources: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD), Xignal

- **หากจำแนกตามสัญชาติประเภทนิติบุคคลของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ในปี** 2567 **พบว่ามูลค่าการลงทุนหลักมาจากนิติบุคคลไทยมีมูลค่ารวม** 119.3 **พันล้านบาท** (คิดเป็น 91.6% ของมูลค่าการลงทุนในธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร) เพิ่มขึ้น 1.8% จากในปี 2566 ส่วนนิติบุคคลต่างชาติมีการลงทุนรวม 10.9 พันล้านบาท (คิดเป็น 8.4% ของมูลค่าการลงทุนในธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร) เพิ่มขึ้น 9.5% จากในปี 2566

6/ คำนวณจากจำนวนนิติบุคคลทุกขนาดที่อยู่ในประเภทธุรกิจ 56101, 56102, 56103, 56301, 56302, 56303, 56304 และได้ส่งงบการเงินในปี 2567 ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 14,822 ราย
7/ ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2562-2567

- จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้ประกอบการสำคัญ 10 รายในกลุ่มธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร ได้แก่ บมจ. เอ็มเค เรสโตรองต์ กรุ๊ป, บจก. เซ็นทรัล เรสตอรองส์ กรุ๊ป, บจก. เดอะ คิวเอสอาร์ ออฟ เอเชีย, บจก. แมคไทย, บจก. บี เอ็น เอ็น เรสเตอรองท์ กรุ๊ป, บจก. เรสเทอรองตส์ ดีเวลลอปเม้นท์, บมจ. เอส แอนด์ พี ซินดิเคท, บมจ. เดอะ ไมเนอร์ ฟู้ด กรุ๊ป, บมจ. โออิชิ กรุ๊ป, และ บมจ. โออิชิ กรุ๊ป **โดยในกลุ่มนี้มีรายได้รวมกันอยู่ที่** 75.0 **พันล้านบาท คิดเป็นสัดส่วน** 22.2% **ของรายได้ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารในปี** 2567 (ภาพที่ 6 และ 7) เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 3.5% CAGR[8/]

Figure 6: Market Share of Large Registered Restaurants (Top 10)



Sources: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD), Xignal, complied by Krungsri Research
Note: TSIC 56101, 56102, 56103, 56301, 56302, 56303, and 56304

Figure 7: Examples of Well-known Chain Restaurants in Thailand



Source: Krungsri Research

8/ ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2562-2567

- **ธุรกิจอื่นๆ: มีส่วนแบ่งรายได้อยู่ที่ 28.4 พันล้านบาท คิดเป็น 8.4% ของรายได้ของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนทั้งหมดของไทย เติบโตเฉลี่ย 11.4% CAGR**[9/] โดยผลจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ทยอยสู่ภาวะปกติในปี 2565 หนุนรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจอื่นๆ เติบโตได้ 19.0% โดยสามารถจำแนกตามรายธุรกิจได้ดังนี้ (ภาพที่ 8)

    1) **การบริการเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ในร้าน** (เช่น ร้านกาแฟ คาเฟ่) รายได้อยู่ที่ 22.3 พันล้านบาท เติบโต 13.8% จาก 19.6 พันล้านบาทในปี 2566 มีสัดส่วนอยู่ที่ 78.6% ของรายได้รวมของธุรกิจอื่นๆ (ลดลงจากสัดส่วน 82.2% ในปี 2566)

    2) **การบริการเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ในร้าน** (เช่น ผับ บาร์ สถานบันเทิง) รายได้อยู่ที่ 5.4 พันล้านบาท เติบโต 46.4% (จาก 3.7 พันล้านบาทในปี 2566) มีสัดส่วนอยู่ที่ 18.9% ของรายได้รวมของธุรกิจอื่นๆ (เพิ่มขึ้นจากสัดส่วน 15.4% จากปี 2566)

    3) **การบริการอาหารบนแผงลอยและตลาด** รายได้อยู่ที่ 219.9 ล้านบาท ขยายตัว 32.9% (จาก 165.5 ล้านบาทในปี 2566) มีสัดส่วนอยู่ที่ 0.8% ของรายได้รวมของธุรกิจอื่นๆ (เพิ่มขึ้นจากสัดส่วน 0.7% ในปี 2566)

    4) **ร้านอาหารแบบเคลื่อนที่** รายได้อยู่ที่ 368.6 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 29.6% (จาก 284.4 ล้านบาทในปี 2566) มีสัดส่วนอยู่ที่ 1.3% ของรายได้รวมของธุรกิจอื่นๆ (เพิ่มขึ้นจากสัดส่วน 1.2% จากปี 2566)

    5) **ร้านเครื่องดื่มแบบเคลื่อนที่** รายได้อยู่ที่ 17.1 ล้านบาท หดตัว -19.6% (จาก 21.2 ล้านบาทในปี 2566) มีสัดส่วนอยู่ที่ 0.1% ของรายได้รวมของธุรกิจอื่นๆ (สัดส่วนคงที่จากปี 2566)

    6) **การบริการเครื่องดื่มบนแผงลอยและตลาด** รายได้อยู่ที่ 92.6 ล้านบาท หดตัว -2.5% (จาก 95.0 ล้านบาทในปี 2566) มีสัดส่วนอยู่ที่ 0.3% ของรายได้รวมของธุรกิจอื่นๆ (ลดลงจากสัดส่วน 0.4% ในปี 2566)

- **หากจำแนกตามสัญชาติของนิติบุคคล พบว่ารายได้รวมมาจากนิติบุคคลไทยเป็นหลักด้วยมูลค่า 7.5 พันล้านบาท** (คิดเป็น 87.7% ของรายได้ธุรกิจอื่นๆ) เพิ่มขึ้น 44.0% จากในปี 2566 ส่วนผู้ประกอบการต่างชาติมีรายได้รวม 1.0 พันล้านบาท (คิดเป็น 12.3% ของรายได้ธุรกิจอื่นๆ) เพิ่มขึ้น 11.7% จากในปี 2566

- จากข้อมูลของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ผู้ประกอบการสำคัญในกลุ่มธุรกิจอื่นๆ ได้แก่ บจก. คอฟฟี่ คอนเซ็ปต์ รีเทล, บจก. บางจาก รีเทล, บจก.ซันฟลาวเวอร์ อินเตอร์เนชั่นแนล, บจก.ปวิทช์ ดีไซน์, บจก. โคอิ เตะ (ประเทศไทย) **โดยในกลุ่มนี้มีรายได้รวมกันอยู่ที่ 13.8 พันล้านบาท คิดเป็น 48.5% ของรายได้ธุรกิจอื่นๆ** เพิ่มขึ้นเฉลี่ย 7.2% CAGR[9/]

Figure 8: Market Share of Other Registered Food Service Providers



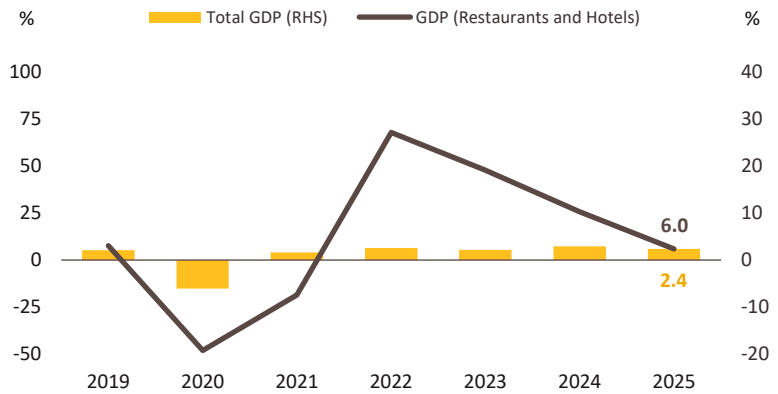
Sources: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD)

9/ ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2562-2567

สถานการณ์ที่ผ่านมา

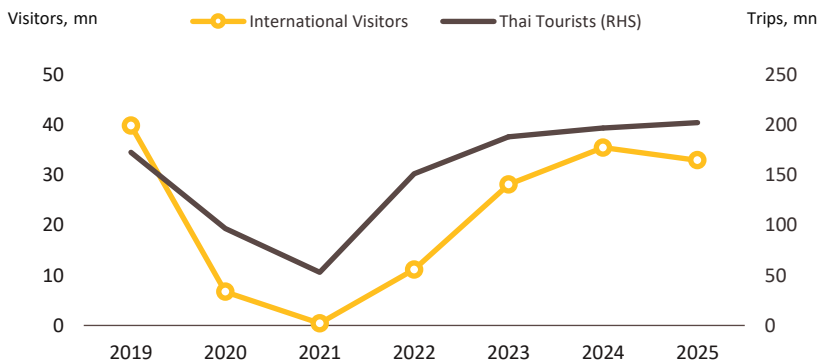
ในปี 2568 อุปสงค์ในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มสูงขึ้น สะท้อนจากผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) **ด้านการบริโภคภาคเอกชนในหมวดภัตตาคารและโรงแรม** (Restaurant and Hotels) **ณ ราคาคงที่ ซึ่งเติบโตดีถึง** 6.0% **เทียบกับ** GDP **รวมที่เติบโตเพียง** 2.4% **จากปี** 2567 (ภาพที่ 9) โดยมีปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญมาจากการทยอยฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ธุรกิจท่องเที่ยวและสันทนาการ แม้อัตราการขยายตัวอาจไม่สูงนัก **โดยวิจัยกรุงศรีประเมินว่ารายได้โดยรวมของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มขยายตัวได้** 2.0-3.0% **ในปี 2568 ลดลงจากที่ขยายตัว** 14.2% **ในปี** 2567 จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่หดตัว -7.2% ในปี 2568 (ภาพที่ 10) ตามแรงฉุดของตลาดนักท่องเที่ยวจีน (-33.6%) เนื่องจากความกังวลด้านความปลอดภัย และมาเลเซีย (-8.7%) จากเหตุอุทกภัยภาคใต้ แต่ตลาดท่องเที่ยวโดยรวมยังมีศักยภาพในการเติบโตที่ช่วยหนุนการใช้จ่ายบริโภคของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ต่อเนื่อง ขณะเดียวกัน นโยบายภาครัฐเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในประเทศก็มีส่วนช่วยกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยและการเดินทางในประเทศของตลาดนักท่องเที่ยวไทย

Figure 9: Real GDP Growth - Private Consumption (Restaurants and Hotels)



Source: Bank of Thailand (BOT), Krungsri Research

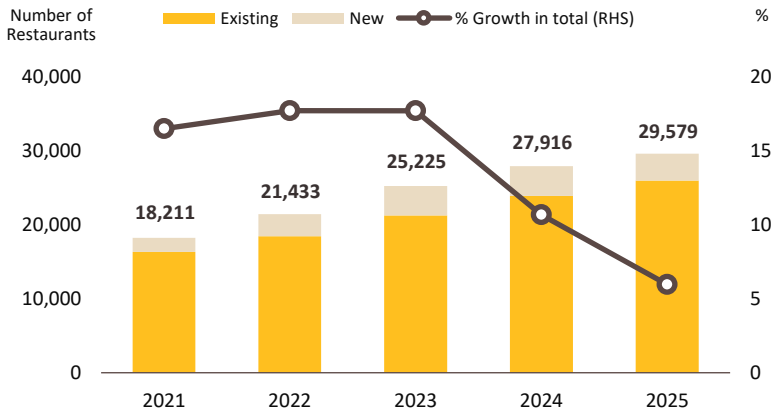
Figure 10: Number of Thai and International Tourists



Source: Ministry of Tourism and Sports (MOTS), Krungsri Research

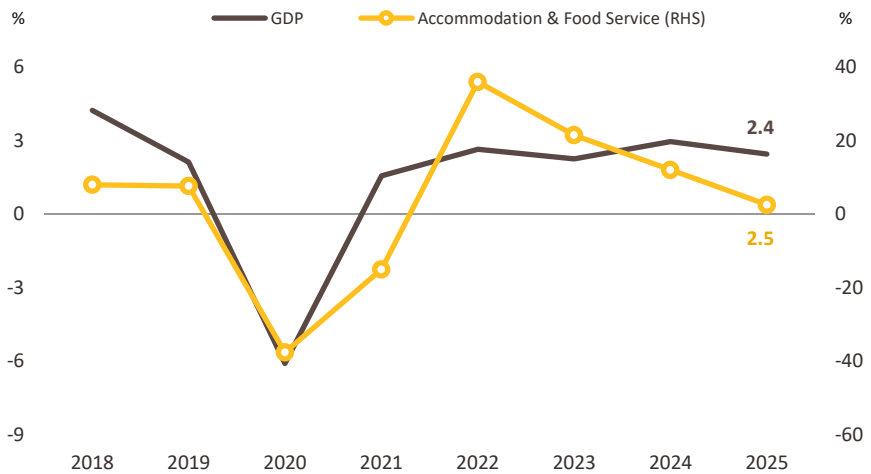
ส่วนด้านอุปทานปี 2568 จำนวนธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารที่จดทะเบียนนิติบุคคลและดำเนินกิจการโดยรวมเพิ่มขึ้น 6.0% อยู่ที่ 29,579 ร้าน[10/] (ภาพที่ 11) สอดคล้องกับทิศทางการทยอยฟื้นตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่อัตราการเพิ่มขึ้นมีทิศทางชะลอลงต่อเนื่องจากปีก่อนหน้า ตามจำนวนผู้ประกอบการจดทะเบียนใหม่ที่ปรับลดลง -10.2% อยู่ที่ 3,616 ร้าน โดยพื้นที่ที่มีจำนวนเปิดกิจการใหม่ลดลงส่วนใหญ่อยู่ในจังหวัดท่องเที่ยวและแหล่งเศรษฐกิจที่มีค่าครองชีพสูง อาทิ กรุงเทพฯ (-15.8%) ภูเก็ต (-15.6%) เชียงใหม่ (-7.2%) ชลบุรี (-4.6%) นับเป็นการหดตัวของจำนวนผู้ประกอบการจดทะเบียนใหม่ครั้งแรก หลังจากเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวภายหลังจากการระบาดของโควิด-19 สะท้อนถึงกำลังซื้อที่อ่อนแอลง ภายใต้แรงกดดันของภาระหนี้ที่ยังอยู่ในระดับสูง โดยยอดค่าใช้จ่ายต่อครั้งของผู้บริโภคที่มีทิศทางลดลงจากการระมัดระวังค่าใช้จ่ายนอกบ้านของผู้บริโภค สอดคล้องกับการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) หมวดที่พักและบริการด้านอาหารที่ขยายตัวชะลอลงจาก 12.0% ในปี 2567 สู่ 2.5% ในปี 2568 (ภาพที่ 12) ซึ่งการแข่งขันในธุรกิจร้านอาหารที่รุนแรงขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในตลาดได้ยากขึ้น โดยเฉพาะรายที่ยังไม่มีสายป่านทางธุรกิจที่เชื่อมโยงกับธุรกิจท่องเที่ยวหรือกลุ่มทัวร์

Figure 11: Number of Registered Restaurants
(As of December, Each Year)



Source: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD)

Figure 12: Growth in GDP and in Accommodation and Food Service Activities (CVM*)

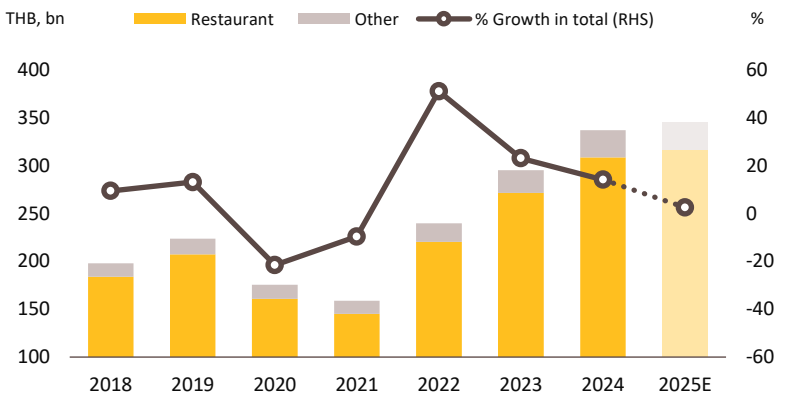


Source: Forecast by Krungsri Research
Note: *CVM (Chained Volume Measures) คือ การวัดมูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายด้วยราคาเฉลี่ยของปีก่อนหน้า

10/ ที่มา: กรมพัฒนาธุรกิจการค้า ข้อมูลอ้างอิงจากเดือนธันวาคมปี 2568

จากปัจจัยข้างต้น รายได้ของกลุ่มธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มที่จดทะเบียนนิติบุคคลในปี 2568 **คาดว่าจะขยายตัวในอัตราชะลอลงอยู่ที่** 2.0-3.0% **คิดเป็นมูลค่า** 340-350 **พันล้านบาท** (ภาพที่ 13) สอดคล้องกับปัจจัยฉุดรั้งทั้งด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง ต้นทุนวัตถุดิบและค่าแรงที่ยังทรงตัวในระดับสูง ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปสู่การใช้บริการสั่งอาหารผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ (Food delivery platforms) มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ธุรกิจนี้ได้รับอานิสงส์บางส่วนจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐที่ช่วยพยุงในช่วงปลายปี อาทิ โครงการคนละครึ่งพลัส นอกจากนี้ ร้านอาหารจำนวนมากได้มีการปรับตัวโดยหันมาเน้นความคุ้มค่าของผู้บริโภค ทั้งในแง่ปริมาณและคุณภาพ โดยปรับราคาให้มีความเหมาะสมพร้อมกับพัฒนาเมนูเซ็ตให้จูงใจมากขึ้น เช่น ในรูปแบบบุฟเฟต์ ที่กำหนดราคาเข้าถึงได้ง่าย มีส่วนช่วยให้รายได้ของธุรกิจยังคงเติบโตได้

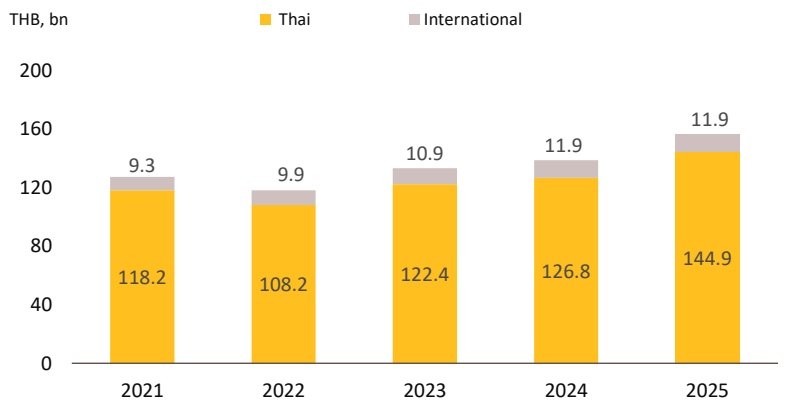
Figure 13: Value of Registered Food Services, by Type



Sources: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD), forecast by Krungsri Research

รายได้หลักของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มยังมาจากนิติบุคคลไทย โดยในปี 2568 สัดส่วนการลงทุนของนิติบุคคลไทยเพิ่มขึ้นเป็น 92.4% จาก 91.4% ในปีก่อนหน้า (ภาพที่ 14) แม้สัดส่วนการลงทุนโดยรวมนิติบุคคลต่างชาติจะปรับลดลงเล็กน้อย แต่พบว่าการลงทุนของนิติบุคคลจีนในหมวดภัตตาคาร/ร้านอาหารมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ โดยมูลค่าการลงทุนขยายตัวจาก 947.8 ล้านบาทในปี 2565 เป็น 2,143.4 ล้านบาทในปี 2568 หรือเติบโต 31.3% CAGR ในช่วงปี 2565-2568 ส่งผลให้นิติบุคคลจีนก้าวขึ้นเป็นกลุ่มนักลงทุนต่างชาติที่มีมูลค่าสูงสุดในหมวดภัตตาคาร/ร้านอาหาร

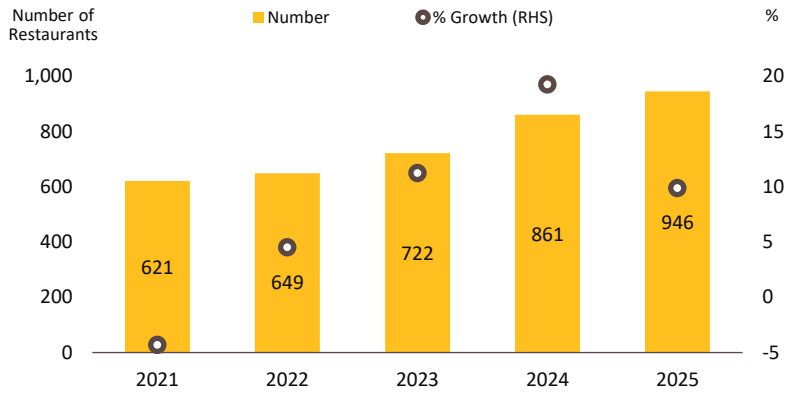
Figure 14: Value of Registered Food Services, by Nationality



Sources: DBD

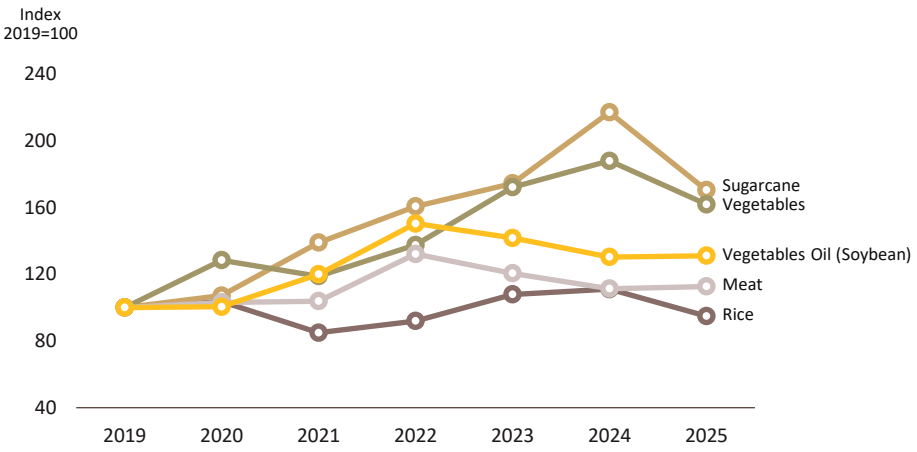
ปัจจัยท้าทายที่ยังส่งผลกดดันผลประกอบการของธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารในปี 2568 อาทิ (1) การแข่งขันที่สูงขึ้น โดยในปี 2568 ผู้ประกอบการในธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารที่จดทะเบียนนิติบุคคลได้เลิกกิจการจำนวน 946 ร้าน เพิ่มขึ้น 9.9% (จากจำนวน 861 ร้าน ที่เลิกกิจการในปี 2567) (ภาพที่ 15) และ **(2) ราคาต้นทุนวัตถุดิบซึ่งเป็นต้นทุนหลักส่วนใหญ่**[11/] **ยังอยู่ในระดับสูงแม้ปรับลดลงมาบ้างแล้ว** โดยเฉพาะราคาพืชผัก ที่ได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่แปรปรวน (ภาพที่ 16) เมื่อประกอบกับอุปสงค์ที่มีทิศทางเติบโตในอัตราที่ลดลง ทำให้ความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการลดลง โดยบางรายปรับลดการรับพนักงานใหม่และเปลี่ยนเป็นการจ้างพนักงานแบบพาร์ทไทม์เท่าที่จำเป็นเพื่อลดภาระต้นทุน (ที่มา: ฐานเศรษฐกิจ, ธ.ค. 68)

Figure 15: Number of Registered Restaurants Permanently Closing



Source: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD)

Figure 16: Agriculture Price Index



Source: Office of Agricultural Economics (OAE), Department of Internal Trade (DIT)

11/ ต้นทุนวัตถุดิบอาหารและเครื่องดื่มคิดเป็นสัดส่วน 62.9% ของต้นทุนทั้งหมดของธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม (ที่มา: Office of the National Economic and Social Development Council (NESDC)'s 2021 Input-Output Table, Krungsri Research)

แนวโน้มอุตสาหกรรม

ปี 2569-2571 วิจัยกรุงศรีคาดว่าอุปสงค์ในธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหารยังมีแนวโน้มเติบโตได้อย่างค่อยเป็นค่อยไป โดยรายได้รวมของธุรกิจน่าจะขยายตัวได้เฉลี่ย 2.9-3.9% ต่อปี หรืออยู่ที่ระดับ 350-390 พันล้านบาท (ภาพที่ 17) แต่ในปี 2569 จะยังคงเติบโตในอัตราต่ำ ท่ามกลางปัจจัยท้าทายหลายอย่าง ได้แก่

1) **ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ภายใต้ความตึงเครียดด้านภูมิรัฐศาสตร์** โดยเฉพาะเหตุการณ์ไม่สงบในตะวันออกกลางที่ส่งผลให้ราคาน้ำมันและค่าครองชีพปรับสูงขึ้น บั่นทอนกำลังซื้อและความเชื่อมั่นในการจับจ่ายใช้สอย

2) **ตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ฟื้นตัวช้า** จากผลกระทบของเหตุการณ์ไม่สงบในตะวันออกกลางที่อาจทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวระยะไกลทั้งยุโรปและตะวันออกกลางชะลอการเดินทาง จากต้นทุนการเดินทางท่องเที่ยวที่สูงขึ้น จำนวนเที่ยวบินที่จำกัด และความกังวลด้านความปลอดภัยในการเดินทาง อีกทั้งประเทศไทยยังต้องเผชิญการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวกับประเทศอื่น ๆ ที่ใช้มาตรการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงรุกมากขึ้น จึงอาจส่งผลให้ร้านอาหารที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติฟื้นตัวได้ช้า แม้ว่าจะมีการผ่อนคลายมาตรการจำกัดเวลาจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (มาตรการทดลองระยะเวลา 180 วัน โดยเริ่มใช้ตั้งแต่ต้นเดือนธันวาคม 2568) โดยปัจจุบันอนุญาตให้จำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มเติมชั่วคราวในช่วงเวลา 14.00–17.00 น. แต่อาจช่วยสนับสนุนยอดขายของร้านอาหารได้จำกัดภายใต้สถานการณ์ตลาดท่องเที่ยวที่ยังไม่เอื้ออำนวย

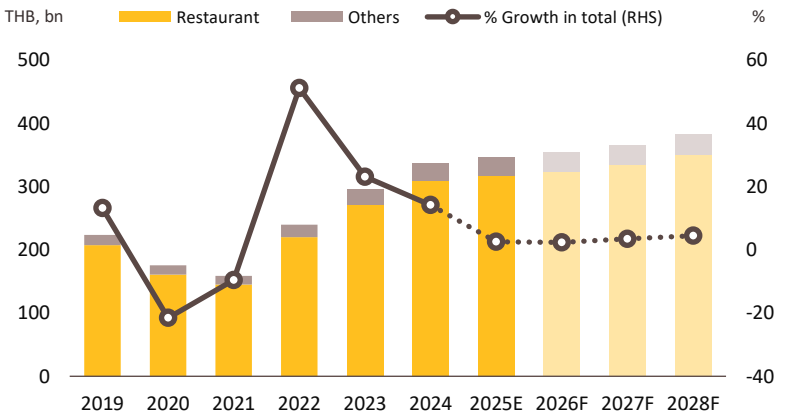
3) **การแข่งขันที่รุนแรงขึ้น** โดยเฉพาะในภาวะที่ผู้บริโภคระมัดระวังการใช้จ่ายและให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ส่งผลให้ผู้ประกอบการเผชิญแรงกดดันในการแข่งขันด้านราคาอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ตลาดระดับกลางจะได้รับผลกระทบรุนแรงจาก (3.1) การเข้ามาแข่งขันปรับลดราคาของร้านอาหารระดับบนและร้านอาหารในโรงแรม (3.2) การแข่งขันด้านความคุ้มค่ากับตลาดระดับกลางถึงล่าง และ (3.3) การขยายการลงทุนของกลุ่มทุนใหม่ที่เป็นรายใหญ่เข้าสู่ตลาดระดับกลาง โดยใช้กลยุทธ์ด้านราคาเพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดจากรายเดิม

อย่างไรก็ตาม รายได้ของธุรกิจนี้มีแนวโน้มเริ่มทยอยปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ ในปี 2570-2571 ปัจจัยหนุนจาก

1) **กิจกรรมด้านสันทนาการที่มีทิศทางกระเตื้องขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจ และภาคการท่องเที่ยว** โดยคาดว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทยอยเข้ามาเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ (ภาพที่ 18) จะเอื้อหนุนให้การจับจ่ายใช้สอยเพื่อการบริโภคโดยรวมปรับสูงขึ้น

2) **บทบาทของสื่อสังคมออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นต่อพฤติกรรมผู้บริโภค** ทำให้ผู้ประกอบการสามารถทำการตลาดได้ตรงกลุ่มเป้าหมาย และสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการร่วมมือกับผู้มีอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์หรืออินฟลูเอนเซอร์ (Influencer) เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านอาหารใหม่ หรือเมนูใหม่ ๆ ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านการเล่าเรื่องราว (Story telling) และกระตุ้นยอดขายได้มากขึ้น

Figure 17: Market Value of Registered Food Service Corporates Forecast



Sources: Department of Business Development Ministry of Commerce (DBD), forecast by Krungsri Research
Note: Data is based on revenue of registered food service corporates in Thailand

Figure 18: Forecast Number of International and Thai Tourists



Source: Ministry of Tourism and Sports (MOTS)
Note: Forecast by Krungsri Research (as of February 2026)

ทางด้านอุปทาน จำนวนผู้ประกอบการยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปัจจัยสนับสนุนการเข้ามาของผู้ผลิตรายใหม่ ได้แก่

1) **การเพิ่มขึ้นของการใช้งานแอปพลิเคชันส่งอาหาร** (Food Delivery Application) ซึ่งช่วยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ขยายฐานลูกค้า และเสริมการรับรู้ของแบรนด์ในวงกว้าง

2) **การขยายตัวของศูนย์การค้าและร้านค้าปลีกสมัยใหม่** ทั้งในรูปแบบขนาดใหญ่และขนาดเล็ก โดยเฉพาะในทำเลที่มีศักยภาพหรือแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ซึ่งเอื้อต่อการเพิ่มโอกาสทางการค้าและการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากขึ้น

3) **การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เพิ่มขึ้น** อาทิ ระบบ POS (Point of Sale) ซึ่งช่วยให้การจัดการสต็อกสินค้าและควบคุมต้นทุนมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงการนำปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้วิเคราะห์ข้อมูลยอดขายและพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อกำหนดราคาและจัดทำโปรโมชันได้อย่างแม่นยำ ตลอดจนช่วยยกระดับการบริหารจัดการร้านให้เป็นระบบมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ธุรกิจยังคงเผชิญแรงกดดันจากการแข่งขันด้านราคา ขณะที่ต้นทุนการดำเนินงานยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะวัตถุดิบทางการเกษตรซึ่งมีความผันผวนทั้งด้านปริมาณและราคา จากผลของสภาพภูมิอากาศที่ร้อนจัดและภาวะภัยแล้ง โดยเฉพาะแนวโน้มการเข้าสู่ปรากฏการณ์เอลนิโญที่จะชัดเจนมากขึ้นในปี 2571 นอกจากนี้ ต้นทุนการดำเนินงานที่ยังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะต้นทุนด้านพลังงานในขณะที่มีความตึงเครียดทางภูมิรัฐศาสตร์ที่จะยังเกิดขึ้นต่อเนื่อง ค่าเช่า ค่าไฟฟ้า และค่าแรงงานที่มีทิศทางเพิ่มขึ้น ยังเป็นปัจจัยกดดันความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ ขณะที่ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายและมีความอ่อนไหวต่อราคา ทำให้ร้านค้าไม่สามารถผลักภาระต้นทุนที่เพิ่มขึ้นไปยังผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่

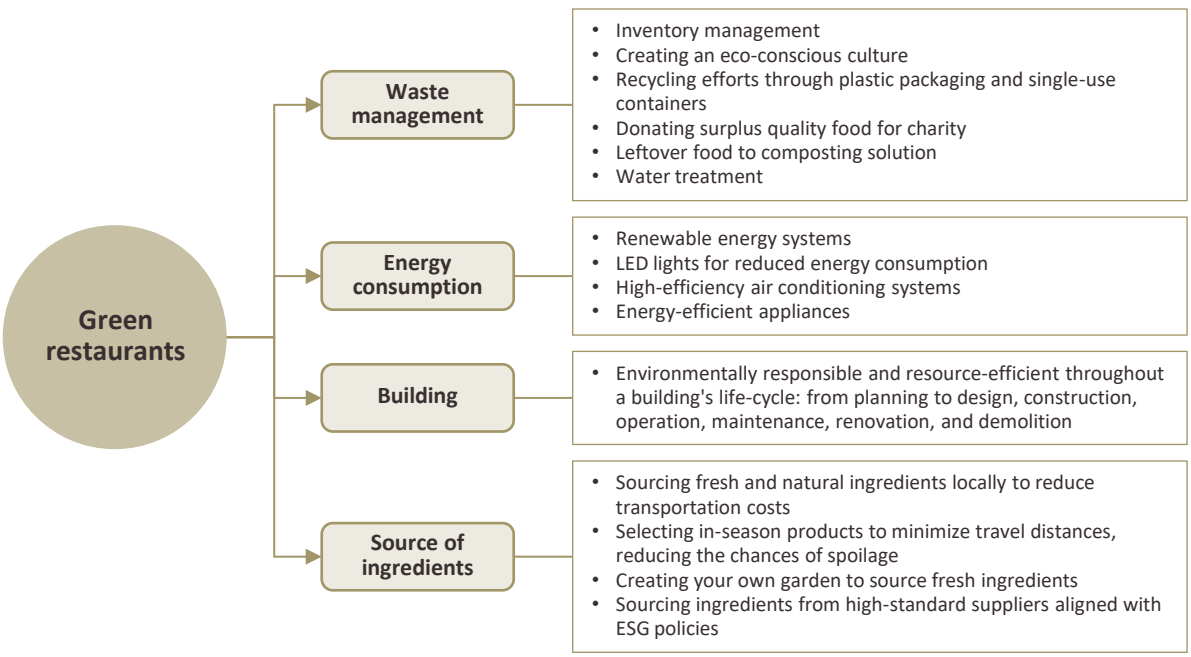
การปรับตัวสู่ความยั่งยืนทางธุรกิจ (Sustainability)

การดำเนินธุรกิจแบบยั่งยืนที่มีความสำคัญมากขึ้นในปัจจุบัน ทำให้ผู้ประกอบการในธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่มแข่งขันปรับตัวด้านกระบวนการดำเนินงานและปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการไปสู่การใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเน้นการหมุนเวียนของทรัพยากรหรือวัสดุกลับมาใช้ใหม่ ให้สอดคล้องกับการดำเนินธุรกิจแบบ ESG (Environmental, Social, and Governance) มากขึ้น

- **ด้านสิ่งแวดล้อม** ผู้ประกอบการได้เริ่มปรับตัว อาทิ (1) การใช้พลังงานไฟฟ้าหมุนเวียนจากแสงอาทิตย์ (Solar Cell System) มากขึ้น (2) ลดการใช้น้ำ (3) การบำบัดน้ำเสียก่อนการปล่อยทิ้งสู่แหล่งน้ำธรรมชาติ (4) การใช้สารทำความเย็นที่ช่วยลด/ไม่มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (5) การขนส่งอาหารโดยใช้รถจักรยานยนต์ไฟฟ้าแทนรถจักรยานยนต์สันดาป (6) การคัดแยกทำความสะอาดขยะพลาสติก และนำไปรีไซเคิลเป็นเม็ดพลาสติก หากเป็นวัตถุอินทรีย์จะนำของเสียทั้งหมดไปใช้ประโยชน์ อาทิ ทำปุ๋ย อาหารสัตว์ แทนการฝังกลบ และ (7) การออกแบบรูปแบบร้านโดยมุ่งเน้นกับการอยู่ร่วมกันกับสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่การเลือกวัสดุและเทคโนโลยีในการก่อสร้าง เพื่อลดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมให้ได้มากที่สุด
- **ด้านสังคม** ผู้ประกอบการหลายรายมุ่งเน้นการช่วยเหลือสังคมมากขึ้น อาทิ (1) การให้โอกาสคนพิการเข้าทำงาน (2) การช่วยเหลือเด็กในการเข้าถึงการศึกษามากขึ้น และ (3) การบริจาคอาหารส่วนเกินที่ยังมีคุณภาพสูงให้แก่มูลนิธิหรือองค์กรการกุศลต่างๆ ที่ต้องการความช่วยเหลือ
- **ด้านธรรมาภิบาล** ทั้งในองค์กร ลูกค้า และส่วนรวม โดยครอบคลุมไปถึงสวัสดิภาพของสัตว์ (Animal Welfare) ด้วย อาทิ ร้านอาหารในเครือ บริษัท บ้านหญิง กรุ๊ป จำกัด[12/] และร้านอาหารโมโม พาราไดซ์[13/] ได้เลือกใช้ผลิตภัณฑ์ไข่ไก่ที่ถูกเลี้ยงแบบไม่ขังกรง (Cage-Free) เป็นต้น

การปรับตัวของธุรกิจข้างต้น อาจเพิ่มแรงกดดันด้านต้นทุนทางธุรกิจ ทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์อาหารและบริการซึ่งอาจมีผลต่อความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ เนื่องจากการส่งผ่านภาระต้นทุนไปยังผู้บริโภคอาจทำได้จำกัด ในภาวะที่กำลังซื้อยังรอการฟื้นตัว

Figure 19: Best Practices for Green Restaurants



Sources: greenbusinessbureau, pwc, smartcitiesdive, greennetworkthailand, touchbistro, energystar, complied by Krungsri Research

12/ ที่มา: thaipr.net
13/ ที่มา: Mo-Mo-Paradise (Thailand) Facebook Page

วิจัยกรุงศรี

ดร.พิมพ์นารา หิรัญกสิ

ผู้บริหารสายงานวิจัยและหัวหน้าทีมวิจัยเศรษฐกิจ

ทีมวิจัยเศรษฐกิจ

สุจิต ชัยวิชญชาติ

ผู้บริหารทีมวิจัยเศรษฐกิจมหภาค

วนิชา ดิเรกอุดมศักดิ์

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

ปิยะวดี จิระศิริสุวรรณ

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

ทรรศิน กลิ่นถนอม

นักเศรษฐศาสตร์อาวุโส

กฤตพร ศิริใจชิงกุล

นักเศรษฐศาสตร์

ศุภสิน อิทธิพัทธ์วงศ์

นักเศรษฐศาสตร์

วณัช บัณฑิตาโสภณ

นักเศรษฐศาสตร์

ทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

พูลสุข นิลกิจศรานนท์

ผู้บริหารทีมวิเคราะห์และพัฒนางานวิจัย

ณธัญอร รัตนาธรรมวัฒน์

นักวิจัยอาวุโส

นฤชยา สาตแฟง

นักวิจัย

ปริญญา มิ่งสกุล

นักวิจัย

ชณัฐฐา ธาระรส

นักวิจัย

ทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ธเนศ มหัทธนาลัย

ผู้บริหารทีมวิจัยอุตสาหกรรม

ชัยวัช โชวเจริญสุข

นักวิเคราะห์อาวุโส (Agriculture)

เตียร เทียมศักดิ์

นักวิเคราะห์อาวุโส (Petrochemicals, Refinery, Bio-Diesel, Ethanol, Plastic)

พุทธชาด ลุนคำ

นักวิเคราะห์อาวุโส (Construction Contractors, Construction Materials, Hotels, Industrial Estate)

พัชรา กลิ่นชวนชื่น

นักวิเคราะห์อาวุโส (Real Estate)

ประพันธ์ ลีน้อย

นักวิเคราะห์ (Power Generation, Renewable Energy, ESG, Taxonomy)

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล

นักวิเคราะห์ (Automobile, Auto-Hire Purchase, Electronics & Electrical Appliances)

รพีภูมิ ลาภมาก

นักวิเคราะห์ (Food & Beverages, Restaurant)

ฉัตรวลี เมธาสถิตย์สุข

นักวิเคราะห์ (Healthcare, Pharmaceutical, Medical Devices)

ทีมบริหารระบบข้อมูลวิจัย

ธมณ เสริญสุขสกุล

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

เชิดศักดิ์ ศรีชัยตัน

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล

วงศกร แก้วอุดทัง

เจ้าหน้าที่วิเคราะห์ข้อมูล