

## ความท้าทายและโอกาสของธุรกิจร้านอาหาร ผ่านมุมมองของแพลตฟอร์มดิจิทัล

21 สิงหาคม 2563

อาชว์ ปวีณวัฒน์ [ArchawaP@bot.or.th](mailto:ArchawaP@bot.or.th) สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์

บทความนี้กลั่นกรองเนื้อหาจากบทความ [aBRIDGEd](#) ฉบับเต็มเรื่อง “แพลตฟอร์มดิจิทัลกับโอกาสและความท้าทายของ SMEs ไทย: กรณีศึกษาธุรกิจร้านอาหาร จากข้อมูล ‘วงใน’” เผยแพร่ใน website ของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ (<https://www.pier.or.th/>)

ธุรกิจร้านอาหาร<sup>1</sup> เป็นส่วนสำคัญของภาคบริการในประเทศไทย จากการศึกษาข้อมูลสำมะโนอุตสาหกรรม ปี 2560 พบว่า ธุรกิจร้านอาหารคิดเป็นร้อยละ 37 ของจำนวนสถานประกอบการในภาคบริการ และร้อยละ 32 ของแรงงานในภาคบริการทั้งหมด โดยสถานประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และกระจายอยู่ทั่วประเทศ อุตสาหกรรมนี้จึงมีความสำคัญในการสร้างรายได้ให้ท้องถิ่น รวมถึงสนับสนุนอุตสาหกรรมการค้าและบริการอื่น ๆ เช่น การท่องเที่ยว อีกด้วย อย่างไรก็ตาม ในช่วงที่ผ่านมา ได้เกิดเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อภาคธุรกิจร้านอาหารเป็นอย่างมาก เช่น วิกฤต COVID-19 แต่ในขณะเดียวกัน การพัฒนาอย่างก้าวกระโดดของระบบเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัล ได้สร้างโอกาสให้ธุรกิจร้านอาหารเช่นกัน เช่น ทำให้ธุรกิจร้านอาหารขนาดเล็กเป็นที่รู้จักมากขึ้น ในบทความนี้ เราจะชี้ให้เห็นถึงความท้าทายและโอกาสของธุรกิจร้านอาหาร ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูล 3 ชุด ประกอบด้วย (1) ข้อมูลนับจุด จากสำมะโนอุตสาหกรรม ปี 2560 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2) ข้อมูลงบการเงินรายบริษัท ของกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ และ (3) ข้อมูลร้านอาหาร จาก Wongnai

### ธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย ไม่ง่ายอย่างที่คิด

ความท้าทายของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยส่วนใหญ่ สืบเนื่องมาจากการที่ร้านอาหารมักเป็นธุรกิจขนาดเล็ก (small enterprises) และขนาดเล็กมาก (micro enterprises) เมื่อศึกษาข้อมูลสำมะโนอุตสาหกรรม พบว่า ร้านอาหารมากกว่าร้อยละ 70 มีจำนวนพนักงานในร้านไม่เกิน 2 คน ธุรกิจขนาดเล็กเหล่านี้มักประสบกับข้อจำกัดต่าง ๆ เมื่อเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น การแบกรับต้นทุนคงที่ (fixed cost) การเข้าถึงบริการทางการเงินและเทคโนโลยี ฯลฯ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลงบการเงินรายบริษัท ยังชี้ให้เห็นว่า **ธุรกิจร้านอาหารส่วนใหญ่ให้ผลตอบแทนไม่สูงนัก** โดยอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (returns on assets หรือ ROA) ของธุรกิจร้านอาหารอยู่ที่ ร้อยละ 1.5 ต่อปี เมื่อเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ในภาคบริการที่ให้อัตราผลตอบแทนที่ ร้อยละ 4.3 ต่อปี โดยประมาณ นอกจากนี้ **ธุรกิจร้านอาหารยังมีสภาพคล่องต่ำ** โดยเมื่อพิจารณาอัตราการเผาเงิน (cash burn rate)<sup>2</sup> พบว่า หากไม่มีรายรับเข้ามา ร้านอาหารส่วนใหญ่มีเงินสดพอสำหรับจ่ายค่าใช้จ่ายคงที่ไปได้อีกเพียง 45 วันหรือประมาณ 1.5 เดือนเท่านั้น ตัวเลขดังกล่าวถือว่าค่อนข้างน้อยมากเมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ในภาคบริการ ซึ่งอยู่ที่ 133 วันหรือมากกว่า 4 เดือน

ความท้าทายอีกประการ คือ **ธุรกิจร้านอาหารเป็นธุรกิจที่มีอัตราการอยู่รอดต่ำ** โดยเมื่อพิจารณาธุรกิจร้านอาหารทั้งหมดในสามะโนอุตสาหกรรม พบว่า มากกว่าร้อยละ 60 เป็นร้านอาหารที่มีอายุไม่เกิน 5 ปี ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าธุรกิจร้านอาหารมีอัตราการอยู่รอดของกิจการภายใน 5 ปีแรกต่ำ และจากการวิเคราะห์ข้อมูล Wongnai พบว่าจังหวัดที่มีจำนวนร้านอาหารต่อประชากรสูง มักมีอัตราการอยู่รอดของร้านอาหารในจังหวัดนั้น ๆ ต่ำ นอกจากนี้ ข้อมูล Wongnai ยังแสดงให้เห็นอีกว่า **การเปิดร้านอาหารตามกระแสความนิยมเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ร้านอาหารไม่สามารถอยู่รอดได้** ยกตัวอย่างเช่น ร้านซานมโซ่มุก ที่มีจำนวนร้านเปิดใหม่ในปี 2562 เพิ่มขึ้นถึง 740% เมื่อเทียบกับจำนวนร้านที่เปิดใหม่ในปี 2561 ทำให้จำนวนร้านซานมโซ่มุกทั้งหมด เพิ่มขึ้นกว่า 3.5 เท่าในปี 2562 อย่างไรก็ตาม ก็เกือบร้อยละสิบของร้านซานมโซ่มุกที่เปิดใหม่ในปี 2562 ต้องปิดตัวลงภายในหนึ่งปี

## แพลตฟอร์มดิจิทัลและโอกาสของธุรกิจร้านอาหาร

หากถามว่าแพลตฟอร์มดิจิทัล (digital platform) คืออะไร ผู้อ่านหลายท่านอาจไม่ทราบคำตอบ แต่ถ้าหากพูดถึง Facebook Google Grab หรือ LINE MAN เชื่อว่าผู้อ่านส่วนมากน่าจะรู้จักหรือเคยใช้บริการของแพลตฟอร์มดิจิทัลเหล่านี้บ้าง ไม่มากก็น้อย นิยามของแพลตฟอร์มดิจิทัลอาจแตกต่างกันไปตามผู้ให้คำนิยาม แต่คุณลักษณะที่สำคัญประการหนึ่งของแพลตฟอร์มดิจิทัล คือ การสร้างผลกระทบของเครือข่าย (network effects) โดยประโยชน์ของแพลตฟอร์มดิจิทัลจะเพิ่มขึ้นตามจำนวนผู้ใช้งาน ยกตัวอย่างเช่น ประโยชน์ที่ผู้อ่านจะได้รับจากการมีบัญชีผู้ใช้ Facebook จะเพิ่มขึ้นตามจำนวนเพื่อนหรือคนรู้จักที่มีบัญชีผู้ใช้ Facebook เช่นกัน เป็นต้น ในบทความนี้ เราจะใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เน้นธุรกิจอาหาร อย่างเช่น Wongnai เป็นกรณีศึกษา

แพลตฟอร์มดิจิทัลมีประโยชน์อย่างน้อยสองประการด้วยกัน ประการแรก คือ **การทำหน้าที่เป็นตลาดหรือตัวกลางในการเชื่อม (connect) ผู้ซื้อและผู้ขายเข้าด้วยกัน** ในปัจจุบัน Wongnai มีจำนวนผู้ใช้แพลตฟอร์มทั้งสิ้นกว่า 4 ล้านรายและมีข้อมูลร้านอาหารบนแพลตฟอร์มกว่า 4 แสนร้าน ดังนั้น แพลตฟอร์มดิจิทัล อย่างเช่น Wongnai จะสามารถช่วยให้ผู้ใช้แพลตฟอร์มค้นพบร้านอาหารใหม่ ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ และในทางกลับกัน ก็ช่วยให้ร้านอาหาร สามารถเข้าถึงลูกค้ารายใหม่ ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งร้านอาหารขนาดเล็ก ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก

ประโยชน์ประการที่สอง คือ ผู้บริโภคส่วนใหญ่อาจลังเลที่จะไปใช้บริการหรือสั่งซื้ออาหารจากร้านที่ไม่เคยใช้บริการมาก่อนเนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับร้านนั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของรสชาติ ความสะอาด บริการ ฯลฯ ซึ่งเป็นอุปสรรคของร้านอาหารในการขยายตลาดไปยังผู้บริโภครายใหม่ แพลตฟอร์มดิจิทัลสามารถช่วยลดข้อจำกัดตรงนี้ได้ โดยแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างเช่น Wongnai เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการร้านอาหารหนึ่ง ๆ สามารถเข้ามาเขียนวิจารณ์ (review) และให้คะแนนร้านนั้น ๆ ได้ โดยข้อมูลดังกล่าวจะเป็นประโยชน์ทั้งต่อผู้บริโภคคนอื่น ๆ ต่อร้านอาหาร และต่อผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลด้วย ผู้บริโภคที่ยังลังเลสามารถใช้ข้อมูลดังกล่าวช่วยในการตัดสินใจว่าจะทดลองสั่งอาหารจากร้านใหม่ ๆ หรือไม่ ร้านอาหารที่ได้รับคะแนนรีวิวดี ก็มีโอกาที่จะได้ลูกค้าใหม่เพิ่มขึ้น และผู้ให้บริการแพลตฟอร์มดิจิทัลก็ได้ประโยชน์จากการมีผู้เข้ามาใช้งานมากขึ้น จากการวิเคราะห์ข้อมูล Wongnai พบว่าร้านอาหารที่ได้รับคะแนนรีวิวสูงมีโอกาที่จะอยู่รอดสูงกว่าร้านอาหารที่ได้รับคะแนนรีวิวต่ำกว่า

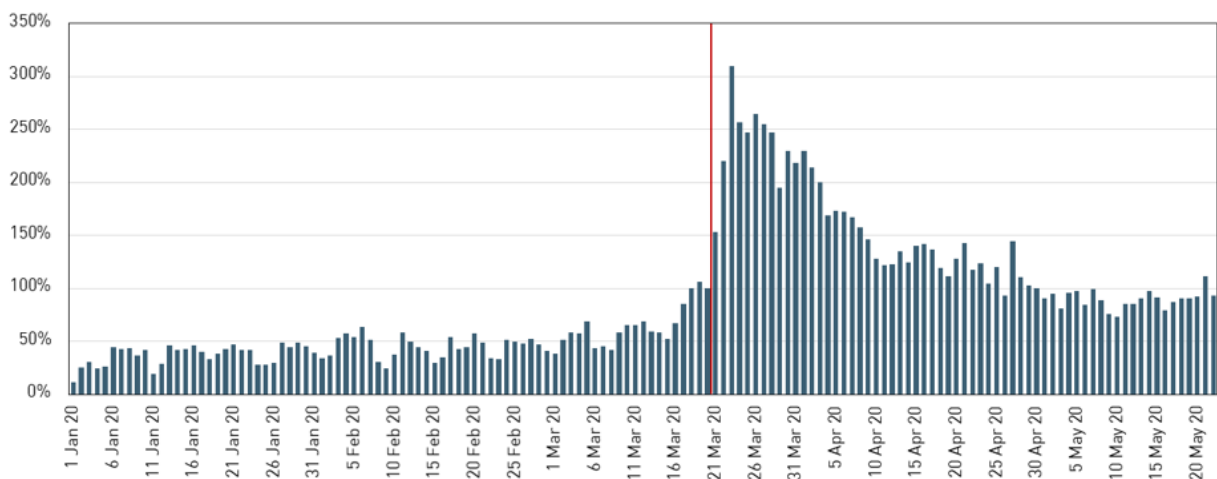
ถึงแม้ว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลจะมีประโยชน์ดังที่กล่าวมาแล้ว แต่ร้านอาหารที่มีการขายผ่านช่องทางออนไลน์ยังมีจำนวนจำกัด จากการศึกษาข้อมูลสำมะโนอุตสาหกรรม พบว่า ร้านอาหารที่มีการขายผ่านอินเทอร์เน็ตคิดเป็นเพียงร้อยละ 2.6 ของจำนวนร้านอาหารทั่วประเทศ โดยร้านอาหารที่มีการขายผ่านอินเทอร์เน็ตส่วนมากเป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ และตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ตัวเลขดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงช่องว่างทางเทคโนโลยี (technology gap) ซึ่งถือเป็นโอกาสในการพัฒนา (rooms for improvement) ของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย

### วิกฤต COVID-19: ตัวเร่งของการปรับตัว

การระบาดของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่อภาคบริการของไทยเป็นอย่างมาก และธุรกิจร้านอาหารก็เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ได้รับผลกระทบรุนแรงที่สุด ในวันที่ 20 มีนาคม 2563 กรุงเทพมหานคร ได้มีคำสั่งปิดห้างสรรพสินค้า และให้ร้านอาหารสามารถจำหน่ายอาหารเพื่อนำกลับไปบริโภคที่อื่นได้เท่านั้น เป็นระยะเวลา 20 วัน และหลายจังหวัดได้ออกคำสั่งในลักษณะเดียวกันตามมา ส่งผลให้ร้านอาหารมียอดขายลดลงเนื่องจากไม่สามารถให้ลูกค้านั่งรับประทานอาหารภายในร้านได้ และจำเป็นต้องหาช่องทางการขายอื่นทดแทน ร้านอาหารจำนวนมากได้เปลี่ยนมาเน้นการขายแบบส่งถึงที่ (delivery) และใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นตัวช่วยในการเพิ่มช่องทางการขาย

รูปที่ 1 แสดงจำนวนร้านอาหารใหม่ที่เข้าร่วมกับ Wongnai Merchant App (WMA)<sup>3</sup> ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2563 ถึงวันที่ 22 พฤษภาคม 2563 จากรูป จะเห็นได้ว่าในช่วงสองสัปดาห์หลังจากที่กรุงเทพมหานครประกาศ lockdown<sup>4</sup> จำนวนร้านอาหารใหม่ที่เข้าร่วมกับ WMA ในแต่ละวันเพิ่มขึ้นเป็น 5 เท่าเมื่อเทียบกับช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และยังคงสูงเป็น 2 เท่าในเดือนพฤษภาคม ชี้ให้เห็นว่าร้านอาหารเห็นประโยชน์ของแพลตฟอร์มดิจิทัลในการช่วยเพิ่มช่องทางการขาย

รูปที่ 1 จำนวนร้านอาหารใหม่ที่เข้าร่วมกับ Wongnai Merchant App



หมายเหตุ: ปรับฐานโดยให้จำนวนร้านอาหารใหม่ ณ วันที่ 20 มีนาคม 2563 เท่ากับ 100

ที่มา: ข้อมูล Wongnai (25 พฤษภาคม 2563)

ในขณะเดียวกัน มาตรการ lockdown และนโยบายให้ทำงานจากที่บ้าน (work from home) ทำให้ผู้บริโภคต้องเปลี่ยนพฤติกรรมเช่นกัน ดังจะเห็นได้จากจำนวนการสั่งอาหารผ่าน WMA ในเดือนมีนาคม 2563 ที่เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าของจำนวนการสั่งอาหารในเดือนธันวาคม 2562 และเพิ่มขึ้นเป็นเกือบสามเท่าในเดือนเมษายน 2563 โดยจำนวนการสั่งอาหารเพิ่มมากที่สุดในช่วงเวลาอาหารกลางวันและช่วงเวลาอาหารเย็นตามลำดับ

## บทส่งท้าย

บทความนี้ได้วิเคราะห์ถึงข้อจำกัดของธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทย โดยร้านอาหารส่วนใหญ่เป็น SMEs ทำให้มีข้อจำกัดจากขนาดที่เล็ก มีสภาพคล่องต่ำและมีโอกาสอยู่รอดต่ำ นอกจากนี้ บทความนี้ยังได้ชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ของแพลตฟอร์มดิจิทัลทั้งต่อผู้บริโภคและร้านอาหาร โดยเฉพาะอย่างยิ่ง SMEs ซึ่งประโยชน์ของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่ได้กล่าวถึงในบทความนี้ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อ SMEs ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ เช่น โรงแรมและที่พัก หรือ ค้าปลีก เช่นเดียวกัน ดังนั้น การส่งเสริมให้ผู้บริโภคและ SMEs มีความรู้ในการใช้เทคโนโลยี (digital knowledge) และสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีได้ (technology access) จะเป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มโอกาสในการอยู่รอดและเติบโตของ SMEs ในประเทศไทยได้

*ข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความนี้เป็นความเห็นของผู้เขียน ซึ่งไม่จำเป็นต้องสอดคล้องกับความเห็นของสถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์*

- <sup>1</sup> ในบทความนี้ ธุรกิจร้านอาหาร หมายถึง กิจกรรมในอุตสาหกรรมบริการอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งรวมถึง ผับ บาร์ คาเฟ่ ร้านอาหารและกาแฟ
- <sup>2</sup> อัตราการเผาเงิน คำนวณจากอัตราส่วนของเงินสดและรายการเทียบเท่าเงินสด (cash and cash equivalence) ต่อรายจ่ายดำเนินการ (operating expenses)
- <sup>3</sup> Wongnai Merchant App คือ แอปพลิเคชันสั่งอาหารแบบ delivery ที่เป็นความร่วมมือระหว่าง Wongnai และ LINE MAN
- <sup>4</sup> เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการร้านอาหารที่ได้รับผลกระทบจากมาตรการ lockdown ทาง Wongnai ได้ประชาสัมพันธ์การสมัครเข้าร่วมกับ WMA ได้ภายใน 1 วันทำการ ตั้งแต่วันที่ 20 มีนาคม 2563 ซึ่งอาจเป็นอีกสาเหตุที่ทำให้จำนวนร้านอาหารที่ตัดสินใจเข้าร่วมกับ WMA เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว