



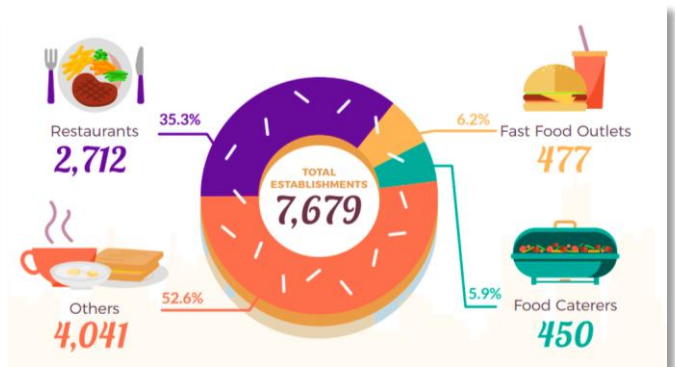
เทรนด์ร้านอาหารในสิงคโปร์

สิงคโปร์เป็นประเทศที่พึ่งพาการนำเข้าสินค้าอาหารจากประเทศอื่นๆ โดยกว่า 90% ของอาหารทั้งหมดที่บริโภคในประเทศเป็นการนำเข้า ส่งผลให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจร้านอาหารในสิงคโปร์ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ การดำเนินธุรกิจร้านอาหารในสิงคโปร์ยังมีข้อจำกัดในด้านอื่นๆ อีก เช่น ข้อจำกัดด้านขนาดของตลาด และข้อจำกัดทางกฎหมายในการจ้างแรงงานต่างชาติ

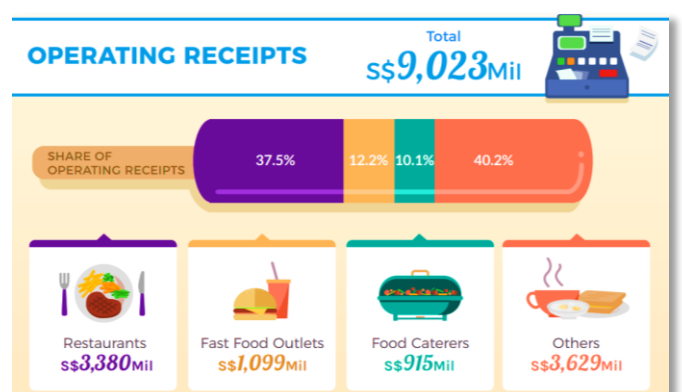
อย่างไรก็ดี เนื่องจากสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีประชากรหลากหลายเชื้อชาติทำให้มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย ผู้คนที่มิถิ์นพำนักในสิงคโปร์นิยมทดลองอาหารประเภทใหม่ๆ ที่เพิ่งเข้าสู่ตลาดสิงคโปร์ โดยที่มักจะยอมเข้าคิวเป็นระยะเวลานานเพื่อการลองชิมอาหารนั้นๆ ด้วยสาเหตุนี้ผู้ประกอบการร้านอาหารจากหลายประเทศจึงให้ความสนใจเข้ามาลงทุนในสิงคโปร์เป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันสิงคโปร์เป็นหนึ่งในหลายประเทศที่ได้รับการขนานนามว่าเป็นเมืองสวรรค์ของอาหาร หรืออีกชื่อหนึ่งคือเมืองหลวงของอาหารเอเชีย ร้านอาหารในสิงคโปร์หลายร้านได้รับตราสัญลักษณ์มิชลิน โดยหลายร้านเป็นเพียงร้านอาหารเล็กๆ ในศูนย์อาหารตามย่านชุมชนเท่านั้น

อุตสาหกรรมบริการอาหารมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจสิงคโปร์ โดยมีสัดส่วน 0.8% ของ GDP สิงคโปร์ และมีการจ้างงานประมาณ 180,000 คนในปี 2559

จากสถิติของ Singapore Department of Statistics ในปี 2559 ร้านอาหารในสิงคโปร์มีจำนวน 7,679 ร้าน เพิ่มขึ้นจาก 7,260 ร้านในปี 2558 โดยแบ่งประเภทร้านอาหารออกเป็น 4 ประเภท คือ ร้านอาหารมีจำนวน 2,712 ร้าน ร้านอาหารจานด่วน (Fast Food Outlets) มีจำนวน 477 ร้าน ผู้ให้บริการอาหารนอกสถานที่ (Food Caterers) มีจำนวน 450 ร้าน และร้านอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ (Other) มีจำนวน 4,041 ร้าน



ในปี 2559 ยอดขายของร้านอาหารทั้งหมดในสิงคโปร์มีมูลค่า 9,023 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ โดยแบ่งออกเป็นร้านอาหารมีมูลค่ายอดขาย 3,380 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ร้านอาหารจานด่วน (Fast Food Outlets) มีมูลค่ายอดขาย 1,099 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ ผู้ให้บริการอาหารนอกสถานที่ (Food Caterers) มีมูลค่ายอดขาย 915 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์ และร้านอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ (Other) มีมูลค่ายอดขาย 3,629 ล้านดอลลาร์สิงคโปร์



การแบ่งประเภทร้านอาหารในสิงคโปร์ ดังนี้

1. Restaurant

ร้านอาหารประเภทที่ให้บริการแบบเต็มรูปแบบ (full service) ซึ่งจะมีการออกแบบและตกแต่งร้านอาหาร มีที่นั่งในร้านแบบเหมาะสม และการนำเสนออาหารแต่ละรายการ โดยจะมีราคาอาหาร โดยเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 30 – 1,000 เหรียญสิงคโปร์ต่อมื้อ จากสถิติปี 2559 ร้านอาหาร (Restaurant) มีจำนวน 2,712 ร้าน ส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น 35.3% ของจำนวนร้านอาหารทั้งหมด



2. ร้านอาหารจานด่วน (Fast Food Outlets)

ร้านอาหารประเภทจานด่วนจากแบรนด์ทั่วโลก แปรต้นในภูมิภาค และแบรนด์ท้องถิ่น โดยให้บริการที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน และมีราคาอาหารประมาณ 10 - 20 เหรียญสิงคโปร์ต่อมื้อ ทั้งนี้ Fast Food Outlets ในปี 2559 มีจำนวน 477 ร้าน ส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น 6.2% ของจำนวนร้านอาหารทั้งหมด



3. ผู้ให้บริการอาหารนอกสถานที่ (Food Caterers)

ผู้ให้บริการจัดทำอาหารและจัดส่งให้นอกสถานที่ ในปี 2559 มีจำนวน 450 ร้าน ส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น 5.9% ของจำนวนร้านอาหารทั้งหมด



4. ร้านอาหารและเครื่องดื่มอื่นๆ (Other) มีจำนวน 4,041 ร้าน ส่วนแบ่งตลาดคิดเป็น 52.6% ของจำนวนร้านอาหารทั้งหมด แบ่งย่อยออกเป็น

4.1 Café, Coffee House and Snack Bar and Food Kiosks เป็นร้านอาหารแบบไม่เป็นทางการ สำหรับการดื่มเครื่องดื่ม เช่น กาแฟ ชา และรับประทานอาหารว่าง

4.2 Food Court, Coffee Shop and Eating House เป็นร้านอาหารเล็กๆ ที่จำหน่ายอาหารโดยเฉพาะอาหารท้องถิ่น ตั้งอยู่ตามแหล่งศูนย์การค้า ชุมชนต่างๆ และใต้อาคารที่พักอาศัยทั่วไป ซึ่งค่าอาหารอยู่ประมาณต่ำกว่า 10 เหรียญสิงคโปร์ต่อมื้อ



4.3 Other Food & Beverage Serving Premises ร้านอาหารและเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ

4.4 Pub including Bars เป็นร้านที่เน้นขายเครื่องดื่มผสมแอลกอฮอล์

4.5 Canteens เป็นศูนย์อาหารขนาดเล็ก ตั้งอยู่ใต้อาคารที่พักอาศัย หรือตามสถานศึกษาทั่วไป โรงพยาบาล และสำนักงาน/โรงงานที่อยู่ไกลห่างสรรพสินค้า เป็นต้น



Other Food & Beverage Serving Premises



Pub including Bars



Canteens

เทรนด์อาหารในสิงคโปร์ ปี 2562 (ข้อมูลจาก Business Times เดือนธันวาคม 2561)

เทรนด์การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainability)

ปี 2561 เป็นปีเริ่มต้นแห่งการเลือกรับประทานอาหารที่คำนึงถึงสุขภาพและสิ่งแวดล้อม ส่วนในปี 2562 จะเป็นเทรนด์ Farm-to-table เทรนด์การลดการใช้พลาสติก เทรนด์การลดการทิ้งเศษอาหารให้เป็นศูนย์ และเทรนด์การทำงานอย่างมีสติ ซึ่งรวมไปถึงเทรนด์การทำงานมังสวิรัติ (Vegetarian และ Vegan) เนื่องจากผู้คนเริ่มมองหาทางเลือกใหม่ในการรับประทานอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและในขณะเดียวกันก็เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมด้วย



เทรนด์ Restaurant Rethink

ในปี 2561 ร้านอาหารส่วนมากมีการตกแต่งร้านภายในเพื่อรองรับเทรนด์การถ่ายรูปเพื่อใช้สำหรับโพสต์ในสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ เน้นความหรูหราของการตกแต่งร้าน การได้รับรางวัลต่างๆ หรือการมีเซฟที่มีชื่อเสียงเพื่อเป็นการดึงดูดลูกค้า ส่วนในปี 2562 เทรนด์ร้านอาหารจะเปลี่ยนเป็น เทรนด์ที่เน้นความสำคัญของลูกค้า เทรนด์การตกแต่งร้านที่เน้นความสบายแต่สง่างาม (Casual Elegance) เทรนด์การสร้างเชื่อมโยงระหว่างลูกค้าและร้านอาหาร ซึ่งเทรนด์ดังกล่าวจะเป็นกระแสการให้บริการของร้านอาหารที่จะนำพาการให้บริการในร้านอาหารก้าวไปสู่อีกระดับของการบริการ

เทรนด์ Casual Fare

ในปี 2562 เทรนด์การรับประทานอาหารในร้านขนาดเล็กที่มีความเชี่ยวชาญในประเภทอาหาร 1 - 2 อย่างจะมีมากขึ้น ร้านอาหารหลายแห่งเริ่มเปิดสาขาร้านใหม่ที่มีความสบายและเรียบง่ายมากขึ้น เช่น ร้าน FrapasBar ณ Century Square โดยบริษัท Saveur Group ซึ่งได้สร้างชื่อเสียงให้กับการทำอาหารฝรั่งเศสในราคาย่อมเยา เป็นต้น



เทรนด์ FoodTech ในสิงคโปร์ (ข้อมูลจาก blog.omise.co เดือนพฤศจิกายน 2561)

เทรนด์ Power Shifting Upstream

เทรนด์การใช้ Mobile Application ในการค้นหาร้านอาหารในสิงคโปร์เป็นที่นิยมเป็นอย่างมาก และความนิยมนั้นก็ขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการส่งเสริมร้านอาหารเข้าสู่ระบบดิจิทัลของรัฐบาลสิงคโปร์ และการส่งเสริมให้ชาวสิงคโปร์และผู้อาศัยในสิงคโปร์ใช้บริการระบบดิจิทัลในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ผู้ให้บริการ Mobile Application ต่างๆ ก็มีการให้บริการที่หลากหลาย เช่น การบริการรับรองโต๊ะ คุปองส่วนลด ในร้านอาหาร และโปรโมชั่นการคืนเงินจากการสะสมคะแนนในการใช้จ่ายผ่าน Mobile Application เป็นต้น

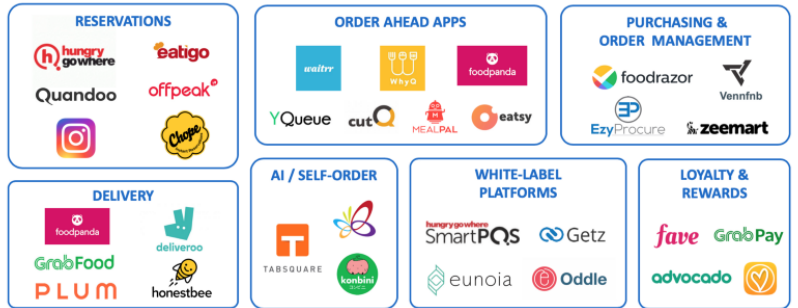
เทรนด์ Cashless Payments & Loyalty

การผลักดันของรัฐบาลสิงคโปร์ให้มีการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสด (Cashless Payment) โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้ SGQR จะมีการส่งเสริมและสนับสนุนต่อไปในปี 2562 ทั้งนี้ ในปัจจุบันมีร้านอาหารหลายร้านนำ SGQR มาให้บริการมากขึ้น นอกจากนี้ ในสิงคโปร์ Mobile Application Payment ที่มีจุดดึงดูดเป็นโปรโมชั่นการคืนเงินจากการสะสมคะแนนในการใช้จ่ายผ่าน Mobile Application Payment มีเพิ่มมากขึ้น เช่น Fave และ GrabPay ซึ่งมีการพัฒนาเพื่อให้สามารถใช้กับ SGQR ได้อีกด้วย

เทรนด์ Food Delivery

ในสิงคโปร์การใช้บริการ Food Delivery เป็นที่นิยมมาก เนื่องจากผู้บริโภคสามารถสั่งอาหารผ่าน Mobile Application และผู้จัดส่งอาหารจะส่งให้ถึงสถานที่ที่ระบุในการสั่งอาหาร เช่น ที่ทำงาน หรือบ้านพักอาศัย เป็นต้น โดยบริษัท Food Delivery ที่เป็นที่นิยมในสิงคโปร์ ได้แก่ Deliveroo, Foodpanda, What To Eat, UberEATS, DishDash และ Hawker To Go เป็นต้น ซึ่งการบริการจัดส่งอาหารของแต่ละราย จะมีข้อกำหนดที่ต่างกัน เช่น จำกัดพื้นที่ที่ให้บริการส่ง เก็บค่าจัดส่งในแต่ละครั้ง เป็นต้น

SINGAPORE FOODTECH MARKET MAP



เทรนด์การใช้ Robot ทำหน้าที่พนักงานเสิร์ฟ

ร้านอาหารทะเลชื่อ Rong Heng Seafood Restaurant (www.ronghengseafood.com.sg) ในเขต East Coast Park เป็นร้านอาหารแห่งแรกในสิงคโปร์ที่ใช้ Robot ชื่อ Lucy เสิร์ฟอาหาร เนื่องจากการขาดแคลนพนักงาน ซึ่งมีความจำเป็นต้องมีพนักงานถึง 15 คน แต่สามารถจ้างได้เพียง 6 คน ดังนั้น บริษัทฯ จึงจัดซื้อ Robot ราคากว่าตัวละ 14,000 เหรียญสิงคโปร์ ที่สามารถพูดภาษาจีนกลาง ให้ทำหน้าที่เป็นพนักงานเสิร์ฟในร้าน โดยสามารถทำงานได้ทุกวันและวันละ 24 ชั่วโมง ซึ่งสร้างความสนใจแก่ลูกค้าที่เข้ามารับประทานที่ร้านอาหารได้อย่างมาก



ร้านอาหารไทยในสิงคโปร์

อาหารไทยในสิงคโปร์เป็นที่นิยมมาก เนื่องจากชาวสิงคโปร์นิยมเดินทางไปเที่ยวประเทศไทยและชอบรับประทานอาหารไทย ทำให้มีนักลงทุนสนใจเปิดร้านอาหารไทยในสิงคโปร์มากขึ้น โดยมีรูปแบบของร้านอาหารไทยในสิงคโปร์ เช่น ร้านแบบ Fine Dining ร้านแบบ Casual Dining จนถึง Fast Food ตามศูนย์อาหาร ทั้งนี้ ในปัจจุบันร้านอาหารไทยในสิงคโปร์ มีมากกว่า 150 ร้าน

โอกาสในการขยายร้านอาหารไทยในรูปแบบต่างๆ

1. ร้านอาหารประเภทฟู้ดคอร์ทในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว

ร้านอาหารไทยในฟู้ดคอร์ทในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสิงคโปร์ และส่วนมากจะมีเจ้าของเป็นชาวสิงคโปร์ โดยมีหุ้นส่วนเป็นชาวไทย ทั้งนี้ ร้านอาหารประเภทฟู้ดคอร์ทในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 ร้านอาหารประเภทฟู้ดคอร์ทในห้างสรรพสินค้าหรือแหล่งท่องเที่ยว ส่วนมากจะเป็นร้านอาหารที่อยู่ในเครือของบริษัทขนาดใหญ่ โอกาสการที่จะขยายร้านอาหารไทยในร้านอาหารประเภทนี้มีค่อนข้างน้อย เนื่องจากค่าเช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้ามีราคาสูง มีสัญญาการเช่าพื้นที่ส่วนมากจะเป็นราย 2 ปี และเมื่อหมดสัญญาห้างสรรพสินค้าต่างๆ มักจะขึ้นค่าเช่า ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กไม่สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการรายใหญ่ได้

3.2 ร้านอาหารประเภทศูนย์อาหารตามย่านแหล่งอาศัยของชาวสิงคโปร์ มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยส่วนมากจะเป็นธุรกิจแบบครอบครัวที่มีชาวไทยเป็นสมาชิกครอบครัว โอกาสการที่จะขยายร้านอาหารไทยในร้านอาหารประเภทนี้มีค่อนข้างสูง เนื่องจากพฤติกรรมชาวสิงคโปร์ที่ชอบทานอาหารนอกบ้าน โดยศูนย์อาหารตามย่านแหล่งอาศัยของชาวสิงคโปร์ที่มีความคับคั่งอยู่ตลอดเวลา โดยเฉพาะหลังเลิกงานและวันหยุดเสาร์อาทิตย์ นอกจากนี้ ในส่วนการเช่าพื้นที่ ค่าเช่ามีอัตราที่ต่ำกว่าอัตราค่าเช่าในห้างสรรพสินค้า ถึงแม้ว่าจะมีระเบียบสัญญาการเช่าต่อปีเหมือนกัน แต่ด้วยศูนย์อาหารประเภทนี้มีจำนวนมาก ทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กมีโอกาสในการทำธุรกิจมากขึ้น

2. ร้านประเภทอื่นๆ อาทิ ร้านขนม ร้านกาแฟ

ในสิงคโปร์มีร้านประเภทร้านขนม และร้านกาแฟอยู่เป็นจำนวนมาก ซึ่งส่วนมากจะมีการจำหน่ายเครื่องดื่มชาไทย (Thai Milk Tea) เป็นส่วนประกอบกับการจำหน่ายสินค้าเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ส่วนร้านประเภทนี้ของไทยก็มีอยู่จำนวนไม่น้อย ตัวอย่างร้านประเภทนี้ที่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายในสิงคโปร์ คือ ร้าน Tuk Tuk Cha เป็นร้านจำหน่ายเครื่องดื่มชาไทยหลายชนิด ซึ่งในปัจจุบันมีการขยายตัวออกมาเป็นร้านจำหน่ายอาหารไทยด้วย



โอกาสการที่จะขยายร้านไทยในร้านอาหารประเภทนี้มีค่อนข้างสูง โดยประเมินจากแนวโน้มการจำหน่ายสินค้าประเภทเครื่องดื่มและขนมไทยในงาน Thai Festival ณ สถานเอกอัครราชทูต ณ สิงคโปร์ ที่ชาวสิงคโปร์ให้การตอบรับเป็นอย่างดี

3. การจำหน่ายอาหารไทยในรูปแบบอื่นๆ

ในหลายปีที่ผ่านมาความนิยมในการใช้บริการเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในสิงคโปร์เพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากการซื้อจำกัดต่างๆ ในการค้าปลีก เช่น ค่าเช่าพื้นที่ และการจ้างแรงงาน ทำให้ผู้ประกอบการค้าปลีกต้องหาแนวทางใหม่ๆ ในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งการสนับสนุนของรัฐบาลสิงคโปร์ในการผลักดันให้ผู้ประกอบการนำเอาระบบอัตโนมัติมาใช้ในการดำเนินธุรกิจตามนโยบาย The Food Services Industry Transformation Map (ITM) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดต้นทุน ทั้งในด้านแรงงาน และค่าเช่าพื้นที่ ซึ่งเป็นปัญหาหลักของสิงคโปร์ จึงเป็นผลให้ผู้ประกอบการค้าปลีกในสิงคโปร์หันมาใช้เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติมากขึ้น

เมื่อวันที่ 14 สิงหาคม 2560 บริษัท JR Food Group สิงคโปร์ มีการเปิดตัว Chef-In-Box Machines เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ประเภท

อาหารพร้อมรับประทาน (ready-to-eat) เป็นที่แรกของสิงคโปร์ ตั้งอยู่ที่ใต้อาคาร HBD (อาคารที่พัก) ในเขต Sengkang บนพื้นที่เพียง 50 ตารางฟุต และเปิดจำหน่ายทุกวันตลอด 24 ชั่วโมง ซึ่งผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทั้งแบบอุ่นร้อนพร้อมทาน หรือแบบแช่แข็งเพื่อซื้อกลับบ้าน ภายใต้แบรนด์ VendCafe และเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2560 บริษัท JR Group ได้เปิดตัว Chef-in-Box Thai Series ที่สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ (สคต.) ณ กรุงสิงคโปร์ โดยการนำเสนอจากเชฟชื่อดัง นายจิรพล ฤทธิ์เทพ จากร้านอาหารไทยกูดวิลล์ จังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ ในปัจจุบันสินค้าจาก Chef-in-Box สามารถหาซื้อได้ทั่วไปในสิงคโปร์ ซึ่งมีสาขามากกว่า 100 แห่ง และยังสามารถหาซื้อได้จากหน้าเว็บไซต์ของ Chef-in-Box โดยมีบริการจัดส่งสินค้าด้วย

การจำหน่ายอาหารไทยในรูปแบบใหม่นี้ เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการขยายโอกาสตลาดอาหารไทย เนื่องจากชาวสิงคโปร์มีพฤติกรรมที่ชอบความสะดวกสบายและรวดเร็ว



ที่มา : www.singstat.gov.sg / www.businessimes.com.sg / <https://blog.omise.co>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงสิงคโปร์

เมษายน 2562