

หัวข้อข่าว ผลประกอบการบริษัท Food Delivery ในฮ่องกง

ข่าวประจำสัปดาห์ สดต. ณ เมืองฮ่องกง ระหว่าง 5 - 11 ตุลาคม 2563



ข้อมูลผลสำรวจจาก Capital Economics แสดงให้เห็นว่าผลประกอบการของบริษัท Deliveroo ซึ่งเป็นธุรกิจส่งอาหาร Food Delivery และ Take Away ทำรายได้ในไตรมาสที่ 2 ของปี 2563 ได้สูงถึง 8 พันล้านเหรียญฮ่องกง และบริษัทยังสามารถสร้างอาชีพให้เกิดการจ้างงานสูงถึง 48,000 ตำแหน่ง อีกด้วย

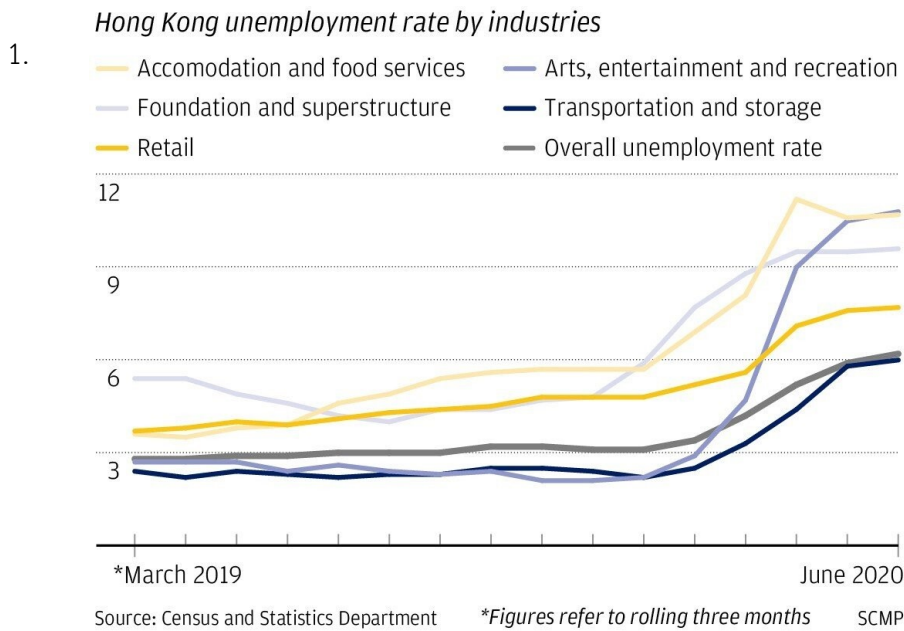
จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่กำลังดำเนินอยู่ทั่วโลก หลายประเทศได้ออกมาตรการ Social Distancing ต่าง ๆ เพื่อควบคุมการระบาด รวมถึงฮ่องกงที่มีการระบาดของไวรัส COVID-19 ระลอกที่ 3 โดยมีการระบาดหนักในช่วงเดือน กรกฎาคม - สิงหาคม 2563 ทำให้รัฐบาลฮ่องกงต้องออกมาตรการเพื่อควบคุมโรค ซึ่งหนึ่งในมาตรการนั้นคือการห้ามนั่งรับประทานอาหารในร้านหลังเวลา 6 โมงเย็น ซึ่งตอนหลังได้ขยายเวลาเป็นสามทุ่ม, สี่ทุ่ม และในเดือนกันยายน 2563 รัฐบาลฮ่องกงได้ผ่อนคลายมาตรการดังกล่าว และได้ขยายเวลาการนั่งทานอาหาร และนั่งดื่มในร้านจนถึงเที่ยงคืน

มาตรการดังกล่าวจากรัฐบาล ทำให้รายได้ของร้านอาหารลดลงจำนวนมาก และเป็นการบีบให้เจ้าของธุรกิจต้องปลดพนักงานออก ตลอดจนลดเงินเดือนพนักงานเพื่อรักษาธุรกิจเอาไว้ แต่จากข้อมูลสถิติของ Capital Economics ยังได้ชี้ว่าธุรกิจ Food Delivery และ Take Away ของบริษัท Deliveroo ได้ช่วยให้พนักงานในธุรกิจร้านอาหารอย่างน้อยร้อยละ 30 ยังคงมีงานทำต่อไป

นอกจากนี้ บริษัท Deliveroo ฮ่องกง ยังได้ช่วยเหลือธุรกิจร้านอาหารให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นมากกว่า 3,500 ตำแหน่ง ในปี 2563 นี้ คิดเป็นร้อยละ 67 เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ 2 ของปี 2562 โดยมีร้านอาหารเข้าร่วม ถึง 1,800 ร้านที่เป็นกลุ่มบริษัทร้านอาหาร และอีกกว่า 720 ร้าน/บริษัท ที่เป็นร้านอาหารขนาดเล็ก ซึ่งนับได้ว่า บริษัท Deliveroo เป็นธุรกิจที่ได้ช่วยเหลือธุรกิจร้านอาหารในฮ่องกงท่ามกลางสถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 ในปัจจุบัน และแม้ว่าจะมีการผ่อนคลายมาตรการ Social Distancing แล้ว คาดว่าธุรกิจส่งอาหาร Food Delivery และ Take Away จะยังคงเป็นที่นิยมต่อไป

นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

ข้อคิดเห็น/เสนอแนะ



จากกราฟข้างบน เป็นข้อมูลจากสำนักงานสำรวจสถิติ และสำมะโนครัวที่แสดงว่าอัตราการว่างงานในธุรกิจร้านอาหารได้รับผลกระทบสูงที่สุด และมีอัตราการว่างงานเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงเดือนมีนาคม – เมษายน 2563 ที่เกิดการระบาดของไวรัส COVID-19 ระลอกที่ 2 จนถึงปัจจุบัน ซึ่งรัฐบาลได้ออกมาตรการ Social Distancing เพื่อควบคุมการระบาด ส่งผลให้ธุรกิจจำนวนมากต้องปิดกิจการหรือปลดพนักงานเพื่อรักษาธุรกิจเอาไว้

2. เนื่องจากฮ่องกงเป็นเมืองขนาดเล็กที่มีประชากรหนาแน่น ชาวฮ่องกงจำนวนมากอาศัยอยู่ในที่พักขนาดเล็ก ไม่มีครัวที่เหมาะสมต่อการปรุงอาหารทานเอง ตลอดจนชาวฮ่องกงจำนวนมากนิยมทานอาหารนอกบ้านเพื่อเป็นการพบปะสังสรรค์หลังเลิกงานหรือวันหยุด และสถานการณ์การระบาดของไวรัส COVID-19 ในปัจจุบัน ได้เปลี่ยนพฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงยุคสมัยที่เปลี่ยนไปที่การสั่งอาหารมาทานที่บ้านมีความสะดวกสบาย รวดเร็ว จึงทำให้ธุรกิจดังกล่าวได้รับความนิยมอย่างมาก

3. มาตรการ Social Distancing ดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจร้านอาหาร และบาร์อย่างหนัก ซึ่ง สคต. ณ เมืองฮ่องกง ได้ตระหนักถึงความเดือดร้อนของธุรกิจร้านอาหาร โดยเฉพาะร้านอาหารไทยในฮ่องกงที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select จึงได้วางแผนช่วยเหลือร้านอาหารในโครงการฯ โดยการออกแคมเปญการประชาสัมพันธ์ชาวไทยในระหว่างวันที่ 21 – 27 กันยายน 2563 ด้วยการมอบข้าวหอมมะลิคุณภาพที่ดีที่สุดของไทยให้กับร้านอาหารไทยดังกล่าว โดยร้านที่เข้าร่วมโครงการดังกล่าวจะใช้ข้าวหอมมะลิต่างที่ที่ได้รับแจกจาก สคต. ณ เมืองฮ่องกง และจะติดสติ๊กเกอร์ตราสัญลักษณ์ข้าวหอมมะลิไทยบนกล่องอาหาร Take Away เพื่อให้ลูกค้าได้ทราบว่าทางร้านได้ใช้ข้าวหอมมะลิไทยบริการลูกค้า และรู้จักชาวไทยยิ่งขึ้น เนื่องจากร้านอาหารไทยที่ได้รับตราสัญลักษณ์ Thai Select มีบริการ Food Delivery และ Take Away อยู่แล้ว และธุรกิจบริการดังกล่าวกำลังเป็นที่นิยมของชาวฮ่องกง

นอกจากนี้ โครงการดังกล่าวยังได้มีการประชาสัมพันธ์ผ่านหลายช่องทาง ผ่านสื่อ Social Media (Facebook และ Instagram) รวมถึงโฆษณาในสื่อหนังสือพิมพ์ที่มีชื่อเสียงของฮ่องกง อาทิ หนังสือพิมพ์ The Standard ภาควาษาอังกฤษ และหนังสือพิมพ์ Headline Daily ภาควาษาจีน อีกด้วย