



### ยอดขายธุรกิจบริการอาหารปี 2564 จะสูงถึง 789 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ

#### ประเด็นข่าว

ตามรายงาน เรื่องผลการดำเนินธุรกิจของร้านอาหารในช่วงครึ่งแรกของปี (State of the Restaurant Industry Mid-Year Report) ซึ่งจัดทำโดยสมาคมร้านอาหารแห่งชาติของสหรัฐฯ ได้ คาดการณ์ว่า ยอดขายของธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ ในปีนี้จะมีมูลค่าสูงถึง 789 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเป็นตัวเลขที่สมาคมร้านอาหารฯ ได้ปรับเพิ่มจากยอดประเมิน 731 พันล้านเหรียญฯ เมื่อต้นปี และในรายงานได้นำเสนอประเด็นสำคัญที่น่าสนใจ ดังนี้

- คาดการณ์ยอดขายรวมของธุรกิจบริการอาหาร 789 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.7 จากปี 2563 แต่ยังต่ำกว่าปี 2562 ร้อยละ 8
- ผู้บริโภคในสหรัฐฯ มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น มีการสั่งอาหารแบบ takeout บ่อยขึ้นและมากขึ้น มีการแวะไปรับประทานอาหารที่ร้านอาหารมากขึ้น
- ธุรกิจบริการอาหารยังคงประสบปัญหาการขาดแคลนแรงงานและปัญหาทางด้านห่วงโซ่อุปทานอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งผลกระทบของการระบาดโควิด-19 ซึ่งได้ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคของคนอเมริกัน
- นับตั้งแต่เดือนมิถุนายนที่ผ่านมา ร้านอาหารในสหรัฐฯ ได้ปรับราคาเมนูเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 3.9 ซึ่งนับเป็นการปรับเพิ่มสูงที่สุดในรอบ 13 ปี
- ค่าแรงงานเพิ่มสูงขึ้น และราคาขายส่งของวัตถุดิบมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นเร็วที่สุดในรอบ 7 ปี
- ร้อยละ 83 ของผู้บริโภคต้องการรับประทานอาหารที่ร้าน และร้อยละ 52 ต้องการสั่งอาหารหรือใช้บริการจัดส่งมากขึ้น ซึ่งเป็นการส่งสัญญาณที่ดีต่อการฟื้นตัวของธุรกิจร้านอาหาร

ที่มา: RestaurantDive.com, 31 สิงหาคม 2564

#### บทวิเคราะห์

#### ตลาดธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ

ในปี 2563 ร้านอาหารในสหรัฐฯ จำนวนไม่ต่ำกว่า 110,000 แห่งได้ปิดตัวเป็นการถาวร หรือคิดเป็นประมาณร้อยละ 15 ของจำนวนร้านอาหารทั้งประเทศ ซึ่งได้รับผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19

ผู้บริโภคสหรัฐฯ ใช้จ่ายซื้ออาหารผ่านช่องทางธุรกิจบริการอาหารเป็นมูลค่า 660 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ ในปี 2563 หรือคิดเป็นอัตราเฉลี่ยต่อหัวประมาณ 1,995 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ซึ่งจะต่ำกว่าการซื้อสินค้าอาหารจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ตประมาณ 400 เหรียญสหรัฐฯ

ปัจจุบัน ราคาขายส่งวัตถุดิบอาหารเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 2.5 อันเป็นผลจากปัญหาในเรื่องห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาขายอาหารเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9

ผู้นำธุรกิจร้านอาหาร 5 อันดับแรกของสหรัฐฯ คือ (1) McDonald's, (2) Starbucks, (3) Taco Bell, (4) Chick-Fil-Let และ (5) Wendy's และกลุ่มผู้จำหน่ายรายสำคัญของผู้จัดจำหน่ายสินค้ารายสำคัญของธุรกิจบริการอาหาร ได้แก่ (1) Sysco, (2) US Foods, (3) McLane Foodservice, (4) Performance Food Group และ (5) Gordon Foodservice

### ข้อพิจารณาการขยายตลาดในสหรัฐฯ

1. แม้ว่าจะมีไวรัสโควิด-19 เข้ามาเป็นรอบที่ 4 แต่ในปัจจุบัน ตลาดธุรกิจบริการอาหารของสหรัฐฯ ได้กลับมาคึกคักอีกครั้ง หลังจากที่ผู้บริโภคได้รับการฉีดวัคซีน ประกอบกับคาดการณ์ยอดขายที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น จึงเป็นสัญญาณแสดงให้เห็นถึงความต้องการสินค้าของร้านอาหารที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยในการขยายตลาดสินค้าอาหารและวัตถุดิบสำหรับประกอบอาหารเข้าสู่ตลาดธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ

2. วิกฤตโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อยอดขายของธุรกิจบริการอาหาร แต่วิกฤตก็ได้สร้างความต้องการสินค้ารายการใหม่ๆ อันเป็นผลจากการปฏิบัติในเรื่องความปลอดภัยเพื่อป้องกันการแพร่กระจายไวรัส สินค้าที่มีความต้องการใช้เพิ่มขึ้นสูงของธุรกิจร้านอาหารโดยต่อเนื่อง คือ บรรจุภัณฑ์อาหารชนิดที่ใช้หนเดียว (Single-use packaging) ได้แก่ ถ้วย ชาม จาน ซ้อน/ส้อม/มีด ถุง และกล่อง ซึ่งนำไปใช้บรรจุอาหารที่ซื้อไปทานที่บ้าน ดังนั้น ความต้องการสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้น จะเป็นโอกาสการขยายตลาดการส่งออกบรรจุภัณฑ์ใช้ในร้านอาหารของไทยไปยังสหรัฐฯ ผู้ผลิต/ส่งออกไทยสินค้าบรรจุภัณฑ์ควรพิจารณาการออกแบบและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับประเภทอาหาร มีขนาดและความกระชับรัด สามารถการรักษาอุณหภูมิอาหาร และรวมไปถึงความปลอดภัยในการนำพาอาหาร

3. งานแสดงสินค้าเป็นช่องทางสำคัญในการขยายตลาดสินค้าอาหารไทยเข้าสู่ตลาดธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ โดยมีงานแสดงสินค้าที่ควรพิจารณา คือ

- NRA Restaurant Show, Chicago, Illinois  
[www.restaurant.org/show](http://www.restaurant.org/show), May 21-24, 2022
- Western Foodservice & Hospitality Expo, Anaheim, CA  
[www.westernfoodexpo.com](http://www.westernfoodexpo.com), August 28-30, 2022
- International Restaurant & Foodservice Show of NY,  
[www.internationalrestaurantny.com](http://www.internationalrestaurantny.com), March 6-8, 2021

\*\*\*\*\*

