



รับมือเทรนด์ธุรกิจร้านอาหารในสหรัฐอเมริกาในปี 2565

ประเด็นข่าว

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงและความท้าทายหลายรูปต่อธุรกิจร้านอาหารในสหรัฐอเมริกา เป็นผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับวิธีการดำเนินธุรกิจเพื่อความอยู่รอด นายอเล็กซ์ แคนเตอร์ ซีอีโอและผู้ก่อตั้งบริษัท Nextbite-Ordermark ที่ปรึกษาร้านอาหารด้านนวัตกรรมแพลตฟอร์มการสั่งอาหารทางออนไลน์และทางแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ ได้คาดการณ์เทรนด์ของธุรกิจร้านอาหารที่ต้องจับตามองไว้ 5 ประการในสหรัฐอเมริกา ในปี 2565 กล่าวคือ

ร้านอาหารจะมีความเป็นดิจิทัลมากขึ้น ด้วยโควิด-19 ได้ก่อให้เกิดการปฏิวัติทางเทคโนโลยี ด้วยการสั่งอาหารผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ แม้แต่เมนูอาหารที่ใช้ในร้านจะเป็นรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น และได้ส่งผลต่อการให้บริการจัดส่งอาหารมีอัตราการขยายตัวตลาดการให้บริการจัดส่งอาหาร มีอัตราเติบโตแบบก้าวกระโดดจากร้อยละ 7 ในปี 2562 ขยายตัวเป็นร้อยละ 20 ในปี 2563 และในปีนี้จะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 28

มากด้วยความหลากหลายของอาหาร: ผู้บริโภคมีแนวโน้มสรรหาอาหารรสชาติใหม่ๆ อาหารจากครัวต่างชาติ อาหารเพื่อสุขภาพ อาหารที่ใช้วัตถุดิบไม่ธรรมดา อีกทั้งเทรนด์การใช้สื่อสังคมอย่าง TikTok จะมีอิทธิพลมหาศาลต่อการได้ไอเดียในการทดลองชิมอาหารใหม่ๆ ดังตัวอย่างเมื่อเร็วๆ นี้ เมื่อ “onigiri” ข้าวปั้นญี่ปุ่น Japanese Rice Balls ได้กลายเป็นไวรัล แพร่กระจายผ่านสื่อ TikTok อย่างรวดเร็วจนผู้คนคลั่งไคล้อยากซื้อหารับประทาน

การปรับโฉมร้านอาหารไปสู่ยุคใหม่ ร้านอาหารส่วนใหญ่จะมีพื้นที่ในร้านสำหรับลูกค้านั่งรับประทานมากกว่าพื้นที่ในครัว (70/30) คาดว่าอัตราส่วนจะสลับกันเป็น 30/70 ภายในปี 2568 พื้นที่ในส่วนนั่งรับประทานอาหารจะมีพื้นที่น้อยกว่าพื้นที่ในครัว อีกทั้งจะเห็นการให้บริการ Drive Thru มากขึ้น (การขับรถไปตามช่องที่กำหนดเพื่อสั่ง-รับอาหาร) การจัดพื้นที่นอกร้านสำหรับเป็นที่จอดรถของพนักงานส่งอาหาร และสำหรับลูกค้าที่มารับประทานอาหารด้วยตนเอง

การให้บริการจัดเลี้ยง/การจัดทำอาหาร (Catering) ในรูปแบบใหม่ ด้วยโควิด-19 ทำให้รูปแบบการทำงานปรับเปลี่ยนไปเป็นรูปแบบผสม (hybrid) เป็นการทำงานจากบ้านและออฟฟิศเทรนด์การจัดเลี้ยงอาหารให้พนักงานหรือการสั่งอาหารเป็นของขวัญให้พนักงาน จากอาหารถาดใหญ่ (Tray) ที่รับประทานร่วมกัน จะเป็นในรูปแบบอาหารกล่องของแต่ละคน

การใช้หุ่นยนต์ (Robot) ในการจัดส่งอาหารจะกลายเป็นกระแสหลักมากขึ้น บางเมืองในสหรัฐฯ ได้มีการทดลองใช้ไปแล้ว อาทิ นครลอสแอนเจลิส เดนเวอร์ และเมดิสัน (รัฐวิสคอนซิน) และภายในสิ้นปีนี้อีกหลายสิบเมืองที่ใช้หุ่นยนต์ในการจัดส่งอาหาร และคาดว่าจะตามมาด้วยเมืองใหญ่ๆ และเมืองที่มีมหาวิทยาลัยตั้งอยู่

ที่มา: Forbes.com, วันที่ 10 พฤศจิกายน 2564

บทวิเคราะห์

สถานการณ์ธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ

สมาคมภัตตาคาร/ร้านอาหารสหรัฐฯ คาดว่ายอดขายของธุรกิจบริการอาหาร (Foodservice) ในสหรัฐฯ ในปี 2564 นี้ จะมีมูลค่าสูงถึง 789 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 19 จากปี 2563

การระบาดของไวรัสโควิด-9 เป็นผลให้ภัตตาคาร/ร้านอาหารในสหรัฐฯ ต้องเลิกกิจการไปกว่า 110,000 แห่งทั่วประเทศ ในขณะที่การเปิดกิจการใหม่หรือการขยายสาขาเพิ่มเติมจนปัจจุบันคิดเป็นเพียงร้อยละ 10 ของที่เลิกกันไป

การระบาดของไวรัสโควิด-9 ส่งผลกระทบปัญหาการขาดแคลนแรงงานในธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ รวมไปถึงปัญหาทางด้านห่วงโซ่อุปทาน แม้ว่าจะมีการจ้างงานเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง แต่ในปัจจุบัน แรงงานยังต่ำกว่าก่อนช่วงการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-16 ประมาณ 1.1 ล้านคน

ต้นทุนประกอบการเพิ่มขึ้น ราคาขายส่งวัตถุดิบเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา ร้อยละ 8.5 อีกทั้ง ค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำของธุรกิจบริการอาหารเพิ่มขึ้น ปัจจุบันอยู่ในอัตรา 12-15 เหรียญสหรัฐฯ ต่อชั่วโมง แต่ก็ยังหาคนมาทำงานไม่ได้

รับมือความเป็นปกติแบบใหม่ในธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ

1. ผู้บริโภคยุคใหม่จะใช้เวลากับโทรศัพท์มือถือเป็นกิจนิสัย การสื่อสารกับผู้บริโภคใหม่จึงต้องเป็นกิจกรรมดิจิทัล ผู้ประกอบการร้านอาหารใช้สื่อสังคมที่เป็นที่นิยม ไม่ว่าจะเป็น Facebook, Instagram, หรือ Tik Tok เพิ่มจำนวนในอัตราสูง เพื่อการสร้างกระแส ดึงดูดความสนใจ และเพื่อเป็นตัวนำในเสนอสินค้า เมนูอาหารหรือบริการใหม่ๆ แก่ผู้บริโภคเกิดความต้องการสินค้า และพ่อค้า/ร้านค้า/ร้านอาหารต้องการนำสินค้ามาขายให้ผู้บริโภค

2. ธุรกิจการจัดส่งอาหารจะ (Delivery) จะยืนหยัดและเติบโตต่อเนื่องในยุคปกติแบบใหม่ ซึ่งจะก่อให้เกิดความต้องการสินค้าของใช้และอุปกรณ์ที่ต้องใช้ในธุรกิจจัดส่งอาหาร ในด้านภัตตาคาร/ร้านอาหารจะให้ความสำคัญต่อบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใส่อาหารและเครื่องดื่มเป็นลำดับต้นๆ บรรจุภัณฑ์ประเภทใช้ครั้งเดียว (Single-Use Packaging) เช่น จาน ชาม ถาดหลุม แก้ว ซ้อนส้อม ถ้วยกาแฟ และกล่อง เนื่องจาก ได้รับการวิวัฒนาการและพัฒนาในด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ๆ ให้ความสะดวกในการนำพา การเก็บรักษาอาหารให้มีความสด

ปลอดภัยจากการปนเปื้อน และมีผลดีต่อสภาพแวดล้อมและความยั่งยืน อีกทั้งรวมไปถึงสินค้ากระเป่า/ถุงใส่แบบต่างๆ สำหรับพนักงานงานส่งอาหารต้องใช้ ดังนั้นสินค้าทั้งสองประเภทที่กล่าวมาแล้วจะเป็นสินค้าที่มีอนาคตแจ่มใสและจะเป็นโอกาสสำหรับผู้ส่งออกไทยในตลาดสหรัฐฯ

3. ปัญหาเรื่องโลจิสติกส์ จะส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงด้านห่วงโซ่อุปทานสินค้า ซึ่งก่อให้เกิดการขาดแคลนสินค้าบางประเภทและสินค้ามีราคาเพิ่มขึ้น ซึ่งจะผลักดันให้ร้านค้าให้ความสนใจจัดซื้อสินค้าจากพ่อค้าขายส่งและจัดจำหน่ายในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ซึ่งสะดวกและรวดเร็วในการขนส่ง เพื่อเป็นการสนับสนุนเทรนด์ของการจัดซื้อ ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณาในด้าน จัดหา Third Party Warehouse เพื่อจัดส่งสินค้าแบบ drop shift สินค้าให้ลูกค้า ปัจจุบัน การสั่งซื้อสินค้านี้ระหว่างร้านอาหารและผู้ขายส่งดำเนินการในรูปแบบนิวยอร์ก อีเลคทรอนิกส์ B-2-B หากผู้ส่งออกไทยประยุกต์กลยุทธ์ในเรื่องการกระจายสินค้า ก็จะเป็นการเพิ่มโอกาสการแข่งขันในยุคความเป็นปกติแบบใหม่

4. การจัดงานแสดงสินค้าในสหรัฐฯ จะกลับคืนมาเป็นปกติ การจัดงานแบบ Virtual Trade Show จะหายไป งานแสดงสินค้าของวงการธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ ที่สำคัญ และควรพิจารณาเข้าร่วมกิจกรรมมี 2 งาน คือ NRA Restaurant Show www.nationalrestaurantshow.com ณ นครชิคาโก และงาน Western Foodservice Show www.westernfoodexpo.com ณ เมืองแอนาไฮม์ แคลิฟอร์เนีย