

## ธุรกิจบริการอาหารในฟิลิปปินส์คาดว่าจะมีมูลค่ามากกว่า 1 ล้านล้านเปโซในปี 2570



GlobalData บริษัทผู้ให้บริการข้อมูลและการวิเคราะห์ชั้นนำระดับโลกเปิดเผยข้อมูลว่า ภาคบริการอาหารของประเทศฟิลิปปินส์คาดว่าจะเติบโตมีมูลค่าเป็น 1.08 ล้านล้านเปโซภายในปี 2570 จากมูลค่า 5.688 แสนล้านเปโซในปี 2565 โดยมีอัตราเติบโตต่อปี (CAGR) ร้อยละ 13.7 เนื่องจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังคงฟื้นตัวและกิจกรรมการท่องเที่ยวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ในช่วงปี 2560 -2565 พบว่ารายได้ของภาคบริการอาหารของฟิลิปปินส์ขยายตัวลดลงโดยมีอัตรา CAGR ติดลบที่ร้อยละ 6.3 เนื่องจากธุรกรรมและร้านค้าที่ลดลงท่ามกลางข้อจำกัดที่เกิดจากการแพร่ระบาดใหญ่ในปี 2563 และ 2564 โดยทุกช่องทางมียอดขายลดลงตั้งแต่ปี 2560 ถึง 2565 จากความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจขัดขวางการใช้จ่ายของผู้บริโภค โดยในบรรดาช่องทางต่างๆ กลุ่มผับ คลับ และบาร์มียอดขายที่มีมูลค่าลดลงอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตรา CAGR ติดลบที่ร้อยละ 15.3 เนื่องจากจำนวนลูกค้าที่ลดลงเนื่องจากข้อจำกัดด้านชั่วโมงการทำงานและจำนวนผู้เข้าพัก ในขณะที่ช่องทางการทำงานและการพักผ่อนลดลงร้อยละ 15 และร้อยละ 13.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ ข้อมูลจาก GlobalData ระบุว่าช่องทางต่างๆ ของภาคบริการอาหารทั้งหมดในฟิลิปปินส์จะกลับมาเติบโตและมีจำนวนร้านค้าเพิ่มขึ้นจนถึงปี 2570 รวมทั้งจะเห็นผู้ประกอบการเครือข่ายที่เติบโตในอัตราที่สูงกว่าเมื่อเทียบกับผู้ประกอบการอิสระในช่องทางร้านอาหาร

นาง Savitha Kruttiventi นักวิเคราะห์ผู้บริโภคของ GlobalData กล่าวว่า การแพร่ระบาดของโควิดทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปอย่างมาก เนื่องจากผู้คนหันมาใส่ใจสุขภาพกันมากขึ้นและมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดี ในขณะเดียวกัน ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นผลมาจากอัตราเงินเฟ้อและการว่างงานที่สูง ทำให้ผู้บริโภคมองหาทางเลือกที่คุ้มค่ากับเงินที่เสียไป ด้วยเหตุผลดังกล่าวผู้ประกอบการจึงให้ความสำคัญกับการนำเสนอตัวเลือกเมนูเพื่อสุขภาพแก่ผู้บริโภค และกิจกรรมส่งเสริมการขายต่างๆ นอกจากนี้ ความนิยมในตัวเลือกอาหารที่ดีต่อสุขภาพและมีคุณค่าทางโภชนาการซึ่งทำจากวัตถุดิบที่สดใหม่และเป็นธรรมชาตินั้นคาดว่าจะเพิ่มขึ้นในช่องทางต่างๆ เช่น Quick Service Restaurant (QSR) และร้านอาหารที่ให้บริการเต็มรูปแบบ ดังนั้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องตอบสนองด้วยการปรับกลยุทธ์ เช่น

- นโยบายภาครัฐ
  เศรษฐกิจการลงทุน
  แนวโน้มการตลาด
  รายงานสินค้าและบริการ

การแนะนำผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพหรือรายการเมนูในราคาพิเศษ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ต้องการทางเลือกที่ราคาไม่แพงแต่มีคุณค่าทางโภชนาการ

**ที่มา:** หนังสือพิมพ์ Philippine Star

### บทวิเคราะห์และข้อคิดเห็น

● อุตสาหกรรมการบริการอาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญต่อภาคเศรษฐกิจของฟิลิปปินส์ที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการขยายตัวของจำนวนประชากร การขยายตัวของชนชั้นกลางและชุมชนเมือง ประกอบกับทางเลือกในการรับบริการด้านอาหารมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์ถือเป็นตลาดที่มีการบริโภคขนาดใหญ่ด้วยจำนวนประชากรกว่า 113 ล้านคนในปัจจุบัน และส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงาน โดยประชากรกลุ่มดังกล่าวเป็นกลุ่มใช้จ่ายหลักของอุตสาหกรรมบริการอาหารของฟิลิปปินส์และมีพฤติกรรมนิยมออกมารับประทานอาหารนอกบ้าน รวมทั้งชอบการเปิดรับประสบการณ์ใหม่ๆ ทั้งนี้ ปัจจุบันธุรกิจภาคบริการอาหารของฟิลิปปินส์สามารถกลับมาฟื้นตัวและมีการขยายตัวที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมถึงธุรกิจร้านอาหารไทยในฟิลิปปินส์ โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีนักลงทุนทั้งชาวไทยและชาวฟิลิปปินส์เปิดให้บริการร้านอาหารไทยและร้านอาหารเฟรนไชส์ของไทยในฟิลิปปินส์เพิ่มจำนวนขึ้นอย่างมาก โดยธุรกิจร้านอาหารไทยมีความสามารถทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมบริการอาหารของฟิลิปปินส์เป็นอย่างดี เนื่องจากมีความพร้อมในเรื่องศักยภาพ ประกอบกับชื่อเสียงอาหารไทยเป็นที่ยอมรับจากทั่วโลก ทั้งนี้ ฟิลิปปินส์ถือเป็นตลาดศักยภาพสำหรับผู้ประกอบการในภาคบริการอาหาร และด้วยแนวโน้มการคาดการณ์การเติบโตของอุตสาหกรรมบริการอาหารดังกล่าวข้างต้น ทำให้เป็นโอกาสสำหรับนักลงทุนไทยและผู้ประกอบการในภาคบริการอาหารของไทยสามารถขยายตลาดเข้าสู่ประเทศฟิลิปปินส์ ทั้งนี้ นอกจากร้านอาหารไทยที่มีจำนวนมากขึ้นแล้ว ปัจจุบันมีธุรกิจเฟรนไชส์ร้านอาหารของไทยที่ร่วมลงทุนกับนักลงทุนชาวฟิลิปปินส์เปิดให้บริการเพิ่มจำนวนมากขึ้นด้วยและได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี เช่น ร้าน Nara Thai ร้าน Mango Tree และร้าน Gayhound เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การเข้ามาลงทุนหรือขยายธุรกิจเฟรนไชส์ในฟิลิปปินส์ ผู้ประกอบการไทยควรหา Partner ที่มีศักยภาพ และก่อนการลงทุนควรศึกษากฎระเบียบกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างรอบคอบ ก่อนตัดสินใจเข้ามาลงทุนทุกครั้ง

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงมะนิลา

21 กรกฎาคม 2566

นโยบายภาครัฐ

เศรษฐกิจการลงทุน

แนวโน้มการตลาด

รายงานสินค้าและบริการ