

รายงานตลาดธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) ในสหรัฐฯ



ธุรกิจบริการอาหาร (Food Service) หมายถึงกลุ่มธุรกิจ สถาบัน หรือบริษัท ที่ให้บริการเตรียมความพร้อมด้านอาหารภายนอกสถานที่พักอาศัย ได้แก่ ร้านอาหาร ห้องอาหารตามโรงเรียนและโรงพยาบาล ผู้ให้บริการจัดเลี้ยง โรงแรม เรือสำราญ และกลุ่มธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยผู้ให้บริการอาหาร (Foodservice Operators) มักจะให้บริการเตรียมอาหารในปริมาณมากสำหรับผู้บริโภคจำนวนมาก ซึ่งอาศัยการสนับสนุนวัสดุและอุปกรณ์สำหรับการปรุงอาหารและการให้บริการจากผู้จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มบริการอาหาร (Foodservice Distributors) ทั้งนี้ ขนาดของสินค้าหรือวัสดุอุปกรณ์ที่จัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมดังกล่าวส่วนใหญ่จะมีขนาดบรรจุค่อนข้างใหญ่สำหรับอุตสาหกรรม (Industrial Size) แตกต่างจากสินค้าในตลาดค้าปลีกที่มักจะมีบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กเหมาะสำหรับการบริโภคภายในครอบครัว

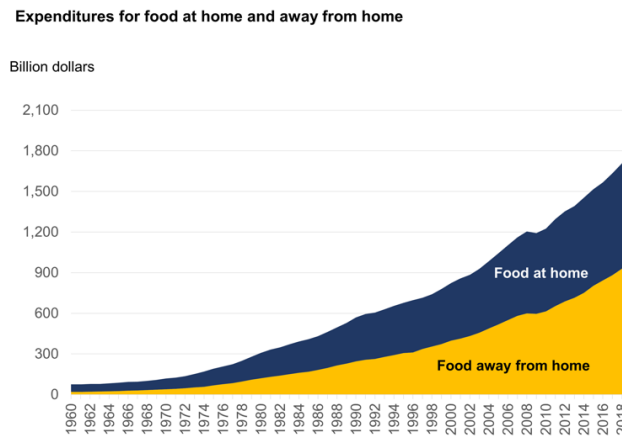
ผู้ให้บริการอาหาร (Foodservice Operators) ที่สำคัญในตลาดสหรัฐฯ ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มร้านอาหาร ทั้งร้านอาหารทั่วไปและร้านอาหารเครือข่าย เช่น “Starbucks” “McDonald’s” “Subways” “Taco Bell” และ “Chick-fil-A” เป็นต้น ส่วนผู้จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มบริการอาหาร (Foodservice Distributors) ที่สำคัญในตลาดสหรัฐฯ เช่น บริษัท Sysco, บริษัท U.S. Foodservice, บริษัท Performance Food Group, บริษัท Gordon Food Service และ บริษัท Food Services of America เป็นต้น

1. ตลาดธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ

ข้อมูลจาก Economic Research Service กระทรวงเกษตรสหรัฐฯ (United States Department of Agriculture หรือ USDA) รายงานว่า มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมอาหารในสหรัฐฯ (รวมตลาดค้าปลีกสินค้าอาหารและตลาดบริการอาหาร) มีมูลค่าทั้งสิ้น 1.77 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2562 หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.57 เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดในปีที่ผ่านมา โดยในจำนวนดังกล่าวกว่าร้อยละ 50 เป็นมูลค่าตลาดของกลุ่มบริการอาหารหรือคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 9.69 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.25 เมื่อเทียบกับมูลค่าตลาดในปีที่ผ่านมา

ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่า ในปี 2562 มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ มีแนวโน้มขยายตัวเฉลี่ยสูงกว่ามูลค่าตลาดอุตสาหกรรมอาหารอีกด้วย

แผนภาพ: แสดงสัดส่วนตลาดค้าปลีกสินค้าอาหารและตลาดบริการอาหารในสหรัฐฯ

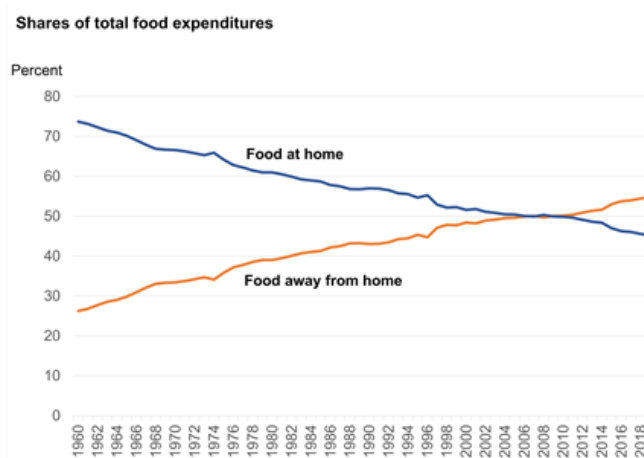


ที่มา: Economic Research Service, United States Department of Agriculture

จากข้อมูลพบว่า ชาวอเมริกันมีแนวโน้มบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้น ในขณะที่การประกอบอาหารที่บ้านมีแนวโน้มลดลงมาโดยตลอด โดยแนวโน้มดังกล่าวมีส่วนสำคัญช่วยผลักดันให้อุตสาหกรรมร้านอาหารทั้งร้านอาหารทั่วไปและร้านอาหารเครือข่ายมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลทำให้กลุ่มอุตสาหกรรมผู้จัดจำหน่ายสินค้ากลุ่มบริการอาหาร (Foodservice Distributors) ที่เป็นผู้สนับสนุนสินค้าและอุปกรณ์ในอุตสาหกรรมมีแนวโน้มขยายตัวตามไปด้วย

อย่างไรก็ตาม จากภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID - 19 ในสหรัฐฯ ที่ส่งผลทำให้รัฐบาลท้องถิ่นในหลายพื้นที่ในสหรัฐฯ จำเป็นต้องประกาศมาตรการปิดเมือง (Lockdowns) ซึ่งรวมถึงการจำกัดการให้บริการอาหารในกลุ่มธุรกิจร้านอาหาร ส่งผลกระทบทำให้ยอดขายอาหารและมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ ปรับตัวลดลงอย่างเห็นได้ชัดในช่วงที่ผ่านมา

แผนภาพ: แสดงสัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับการบริโภคอาหารของชาวอเมริกัน

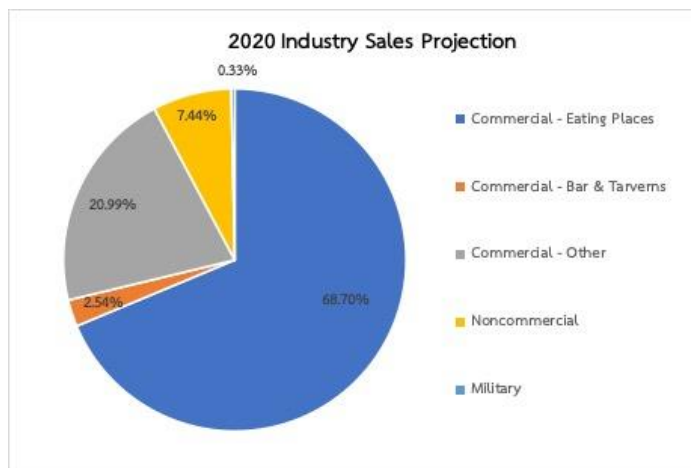


ที่มา: Economic Research Service, United States Department of Agriculture

2. แนวโน้มตลาดธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ

จากปัจจัยด้านการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ในสหรัฐฯ ส่งผลกระทบทำให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันไม่สามารถใช้ชีวิตและออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านได้ตามปกติคาดว่า มูลค่าตลาดอุตสาหกรรมบริการอาหารในปี 2563 จะปรับตัวลดลงเหลือมูลค่าทั้งสิ้น 8.99 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แบ่งเป็นกลุ่มบริการร้านอาหารทั่วไปเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 8.29 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 92.19) กลุ่มร้านอาหารเฉพาะ (Noncommercial) เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 6.69 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 7.44) และกลุ่มร้านอาหารสำหรับกองทัพ (Military) เป็นมูลค่าทั้งสิ้น 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ร้อยละ 0.33) ตามลำดับ

แผนภาพ: แสดงสัดส่วนตลาดอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ ปี 2563



ที่มา: National Restaurant Association

นอกจากนี้ การที่ผู้บริโภคชาวอเมริกันไม่สามารถออกไปรับประทานอาหารนอกบ้านได้ในช่วงของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ทำให้ผู้บริโภคส่วนใหญ่จำเป็นต้องปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น โดยผู้บริโภคชาวอเมริกันโดยเฉพาะกลุ่มผู้บริโภค Millennials ที่ในช่วงก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดมักจะมีพฤติกรรมชอบออกไปรับประทานอาหารนอกและไม่นิยมประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้านเริ่มมีความสนใจและนิยมประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น อีกทั้ง ผู้บริโภคเหล่านี้ยังมีแนวโน้มที่จะยังคงประกอบอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้นในอนาคตหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดดีขึ้นด้วย ซึ่งแนวโน้มดังกล่าวอาจจะส่งผลกระทบต่อการขายตัวของอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ ได้ในอนาคต

3. พฤติกรรมผู้บริโภคชาวอเมริกัน

พฤติกรรมการรับประทานอาหารนอกบ้านของชาวอเมริกันค่อย ๆ ขยายตัวเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดนับตั้งแต่ช่วงปลายศตวรรษที่ 20 โดยสัดส่วนของแนวโน้มการรับประทานอาหารนอกบ้านของชาวอเมริกันขยายตัวเพิ่มขึ้นจากสัดส่วนร้อยละ 43.06 ในช่วงปี 2533 เป็นร้อยละ 54.80 ในปี 2562 อีกทั้งยังพบว่า ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังใช้จ่ายเงินเพื่อบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้นด้วยจากมูลค่าทั้งสิ้นประมาณ 2.25 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2533

เป็นมูลค่าทั้งสิ้นเกือบ 4 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯในปี 2562 โดยปัจจัยดังกล่าวมีส่วนสำคัญที่ช่วยให้ตลาดอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น

ทั้งนี้ ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันในปัจจุบันหันไปเลือกบริโภคอาหารนอกบ้านมากขึ้นสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ความสะดวกสบาย จากสถานะทางสังคมในปัจจุบันที่ครอบครัวของชาวอเมริกันมีขนาดเล็กและมักจะอยู่อาศัยกันเป็นครอบครัวเดี่ยวที่มีสมาชิกครอบครัวเฉลี่ย 3 - 4 คน อีกทั้ง การทำงานนอกบ้านของสมาชิกในครอบครัวทำให้การประกอบอาหารภายในบ้านเป็นเรื่องที่ย่างยากใช้เวลานานและต้องเตรียมวัตถุดิบหลายชนิด และยังเก็บกวาดทำความสะอาดหลังรับประทานเสร็จ ทำให้ครอบครัวชาวอเมริกันในปัจจุบันตัดสินใจเลือกทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น

2. ชาวอเมริกันรุ่นใหม่ทำอาหารไม่เป็น ชาวอเมริกันรุ่นใหม่ให้ความสำคัญกับการปรุงอาหารเองที่บ้านน้อยลง ทำให้ขาดทักษะในการประกอบอาหารดังเช่นประชากรรุ่นก่อนหน้านี้ ดังนั้น จึงมักที่จะเลือกรับประทานอาหารนอกบ้าน นอกจากนี้ ปัจจุบันมีร้านอาหารหลากหลายประเภทให้เลือกรับประทานในระดับราคาที่สามารถเลือกได้ตามระดับราคาที่ผู้บริโภคต้องการ

3. สภาพเศรษฐกิจขยายตัว โดยปกติในช่วงที่สภาพเศรษฐกิจในประเทศอยู่ในช่วงกำลังขยายตัว เช่นช่วงก่อนหน้าที่จะเกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID - 19 ในสหรัฐฯ ที่มีอัตราการว่างงานในประเทศต่ำรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ผู้บริโภคมักจะมีเชื่อมั่นต่อสถานะทางเศรษฐกิจในอนาคตและมั่นใจว่าตนจะมีรายได้เข้ามาในอนาคต จึงกล้าที่จะใช้จ่ายเงินเพื่อรับประทานอาหารนอกบ้าน

4. บรรยากาศและสื่อสังคมออนไลน์ ร้านอาหารในปัจจุบันมีการจัดและตกแต่งสถานที่สวยงามดึงดูดให้ผู้บริโภครุ่นใหม่สนใจที่จะไปลองรับประทานอาหาร อีกทั้ง ยังเป็นแหล่งพบปะสังสรรค์กับกลุ่มเพื่อน และสมาชิกกลุ่มต่าง ๆ นอกจากนี้ อิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์รวมถึงผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคมออนไลน์ (Influencers) ในปัจจุบันยังมีส่วนสำคัญทำให้ผู้บริโภคชาวอเมริกันสนใจที่จะเลือกรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้น

5. ร้านอาหารตอบโจทย์ความต้องการได้มากขึ้น ปัจจุบันมีร้านอาหารประเภทใหม่ ๆ ที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคชาวอเมริกันทั้งในแง่ของรสนิยม รวมถึงเงื่อนไขทางสุขภาพและความเชื่อ เช่นร้านอาหารมังสวิรัต ร้านอาหารเกษตรอินทรีย์ ร้านอาหารเพื่อสุขภาพ ร้านอาหารที่ให้ความสำคัญกับสังคมและสิ่งแวดล้อม และร้านอาหารเพื่อความยั่งยืน (Sustainability) เป็นต้น

4. ผู้ประกอบการธุรกิจบริการอาหารที่สำคัญในตลาดสหรัฐฯ

ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจบริการอาหารสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ ได้แก่ กลุ่มผู้ให้บริการอาหาร (Foodservice Operators) และกลุ่มผู้จัดจำหน่ายสินค้าสำหรับกลุ่มบริการอาหาร (Foodservice Distributors)

4.1 ผู้ให้บริการอาหาร (Foodservice Operators) เป็นกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและร้านอาหารเคลื่อนย้าย รวมถึงผู้ให้บริการประกอบอาหารและบริการจัดเลี้ยงอื่น ๆ ทั้งนี้ ผู้ให้บริการอาหารรายใหญ่ 10 รายในสหรัฐฯ ได้แก่

4.1.1 บริษัท McDonald's ผู้ให้บริการอาหารจานด่วนเคลื่อนย้ายรายใหญ่ที่สุดในสหรัฐฯ มีร้านอาหารทั้งสิ้น 13,914 ร้านในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองชิคาโก รัฐอิลลินอยส์ มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 3.85 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท McDonald's Corporation

ที่อยู่: 110 N. Carpenter St., One McDonald's Plaza, Chicago, IL 60607

โทร: 630-623-3000

โทรสาร: 630-623-5423

เว็บไซต์: www.mcdonalds.com

4.1.2 บริษัท Starbucks ผู้ให้บริการเครื่องดื่มและอาหารเคลื่อนย้ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 14,606 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Seattle รัฐวอชิงตัน มียอดขายหน่วยทั้งสิ้นประมาณ 1.97 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Starbucks

ที่อยู่: 2401 Utah Ave., S. Seattle, WA 98134

โทร: 206-447-1575

โทรสาร: 206-682-7570

เว็บไซต์: www.starbucks.com

4.1.3 บริษัท Subway ผู้ให้บริการอาหารเคลื่อนย้ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 24,798 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Milford รัฐคอนเนตทิคัต มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 1.04 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Subway

ที่อยู่: 325 Bic Drive, Milford, CT 06460

โทร: 203-877-4281

เว็บไซต์: www.subway.com

4.1.4 บริษัท Taco Bell Corporation ผู้ให้บริการอาหารเคลื่อนย้ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 6,588 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Irvine รัฐแคลิฟอร์เนีย มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 1.04 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Taco Bell Corporation

ที่อยู่: 1 Glen Bell Way, Irvine, CA 92618

โทร: 949-863-4500

โทรสาร: 949-863-2252

เว็บไซต์: www.tacobell.com

4.1.5 บริษัท Chic-fil-A Inc. ผู้ให้บริการอาหารเครือข่ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 2,370 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองแอตแลนตา รัฐจอร์เจีย มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 1.02 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Chick-fil-A Inc.

ที่อยู่: 5200 Bufington Rd., Atlanta, GA 30349

โทร: 404-765-8038

เว็บไซต์: www.chic-fil-a.com

4.1.6 บริษัท Burger King Worldwide Inc. ผู้ให้บริการอาหารเครือข่ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 7,330 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมืองไมอามี รัฐฟลอริดา มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 1 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Burger King Worldwide Inc.

ที่อยู่: 5505 Blue Lagoon Dr., Miami, FL 33126

โทร: 305-378-3000

เว็บไซต์: www.burgerking.com

4.1.7 บริษัท The Wendy's Company ผู้ให้บริการอาหารเครือข่ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 5,810 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Dublin รัฐโอไฮโอ มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 9.41 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท The Wendy's Company

ที่อยู่: 1 Dave Thomas Blvd., Dublin, OH 43017

โทร: 614-764-3100

โทรสาร: 614-764-3330

เว็บไซต์: www.wendys.com

4.1.8 บริษัท Dunkin' Brands Group Inc. ผู้ให้บริการเครื่องดื่มและอาหารเครือข่ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 9,419 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Canton รัฐแมสซาชูเซตส์ มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 8.79 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Dunkin' Brands Group Inc.

ที่อยู่: 130 Royal St., Canton, MA 02021

โทร: 781-737-3000

โทรสาร: 781-737-4000

เว็บไซต์: www.dunkindonuts.com

4.1.9 บริษัท Domino's Pizza Inc. ผู้ให้บริการอาหารเครือข่ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 5,876 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Ann Arbor รัฐมิชิแกน มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 6.59 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Domino's Pizza Inc.

ที่อยู่: 30 Frank Lloyd, Wright Dr., Ann Arbor, MI 48106

โทร: 734-930-3030

เว็บไซต์: www.dominos.com

4.1.10 บริษัท Panera Bread ผู้ให้บริการอาหารเครือข่ายรายใหญ่ในสหรัฐฯ มีจำนวนร้านทั้งสิ้น 2,074 สาขาในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Richmond Heights รัฐมิสซูรี มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 5.76 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Panera Bread

ที่อยู่: 6710 Clayton Rd., Richmond Heights, MO 63117

โทร: 314-633-7100

เว็บไซต์: www.panera.com

4.2 ผู้จัดจำหน่ายสินค้าสำหรับกลุ่มบริการอาหาร (Foodservice Distributors) เป็นกลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายวัสดุและอุปกรณ์ที่จำเป็นสำหรับการดำเนินกิจการบริการอาหาร ทั้งนี้ ผู้ให้บริการจัดจำหน่ายสินค้าสำหรับกลุ่มบริการอาหารรายใหญ่ 10 รายในสหรัฐฯ ได้แก่

4.2.1 บริษัท Sysco มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 125 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Houston รัฐเท็กซัส มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 5.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2562

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Sysco Corporation
ที่อยู่: 1390 Enclave Pkwy Houston, TX 77077
โทร: 623-936-9920
เว็บไซต์: www.sysco.com

4.2.2 บริษัท U.S. Foodservice มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 100 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Rosemont รัฐอิลลินอยส์ มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 2.59 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2562

ข้อมูลติดต่อ บริษัท US Foodservice
ที่อยู่: 9399 W. Higgins Rd., Ste., 100, Rosemont, IL 60018
โทร: 847-720-8000
เว็บไซต์: www.usfoods.com

4.2.3 บริษัท Performance Food Group มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 25 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Richmond รัฐเวอร์จิเนีย มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 1.97 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2562

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Performance Food Group
ที่อยู่: 12500 W. Creek Pkwy., Richmond, VA 23238
โทร: 804-484-7700
เว็บไซต์: www.pfvc.com

4.2.4 บริษัท Gordon Food Service มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 12 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Wyoming รัฐมิชิแกน มีรายได้ทั้งสิ้นประมาณ 1.46 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในปี 2561

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Gordon Food Service
ที่อยู่: 1300 Gezon Pkwy., SW Wyoming, MI 49509
โทร: 616-530-7000
โทรสาร: 616-717-7600
เว็บไซต์: www.gfs.com

4.2.5 บริษัท Food Services of America Inc. มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 11 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Scottsdale รัฐแอริโซนา

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Food Services of America Inc.
ที่อยู่: 4025 Delridge Way, SW Seattle, WA 98106
โทร: 206-933-5000

เว็บไซต์: www.fsafood.com

4.2.6 บริษัท Reinhart Foodservice Inc. มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 9 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง La Crosse รัฐวิสคอนซิน

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Reinhart Foodservice Inc.

ที่อยู่: 1500 St. James St., La Crosse, WI 54603

โทร: 608-782-2660

เว็บไซต์: www.rfsdelivers.com

4.2.7 บริษัท Shamrock Foods Company มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 2 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Pheonix รัฐแอริโซนา

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Shamrock Foods Company

ที่อยู่: 3900 E. Camelback Rd., Ste. 300, Pheonix, AZ 85018

โทร: 877-228-9030

เว็บไซต์: www.shamrockfoodservice.com

4.2.8 บริษัท Maines Paper & Food Service Inc. มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 5 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Conklin รัฐนิวยอร์ก

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Maines Paper & Food Service Inc.

ที่อยู่: 101 Boome Corporate Pkwy., Conklin, NY 13748

โทร: 607-779-1200

เว็บไซต์: www.maines.net

4.2.9 บริษัท Ben E. Keith Foods มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 6 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Fort Worth รัฐเท็กซัส

ข้อมูลติดต่อ บริษัท Ben E. Keith Foods

ที่อยู่: 601 E. 7th St., Fort Worth, TX 76102

โทร: 817-877-5700

เว็บไซต์: www.benekeith.com

4.2.10 บริษัท The IJ Company มีศูนย์กระจายสินค้าทั้งสิ้น 3 แห่งในสหรัฐฯ สำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ที่เมือง Knoxville รัฐเทนเนสซี

ข้อมูลติดต่อ บริษัท The IJ Company

ที่อยู่: 4721 Singleton Station Rd., Louisville, TN 37777

โทร: 865-970-7800

เว็บไซต์: www.rfsdelivers.com

5. วิเคราะห์ SWOT

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<ol style="list-style-type: none"> 1. อาหารไทยเป็นที่รู้จักและเป็นที่นิยมในกลุ่มผู้บริโภคชาวอเมริกันอย่างแพร่หลาย ทำให้มีความต้องการวัตถุดิบสำหรับการประกอบอาหารไทยในปริมาณมาก เช่น ข้าว เครื่องแกง กะทิ เส้นก๋วยเตี๋ยว และซอสปรุงรส เป็นต้น 2. ประเทศไทยเป็นแหล่งเพาะปลูกสินค้าเกษตรและวัตถุดิบทางการเกษตรที่สำคัญหลายรายการ ทำให้มีวัตถุดิบเพียงพอสำหรับนำไปแปรรูปเป็นสินค้าสำหรับสนับสนุนกลุ่มอุตสาหกรรมบริการอาหาร 3. การผลิตและแปรรูปสินค้าอาหารของผู้ประกอบการไทยมีชื่อเสียงและได้รับการยอมรับจากผู้นำเข้าในต่างประเทศถึงคุณภาพการผลิตและความปลอดภัยของสินค้าสำหรับผู้บริโภคในระดับสากล 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดบริการอาหารเป็นตลาดศักยภาพใหม่ที่มีลักษณะที่แตกต่างเฉพาะตัวซึ่งผู้ประกอบการไทยมีความเชี่ยวชาญในการทำตลาดค่อนข้างจำกัด อีกทั้ง การทำตลาดดังกล่าวยังต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงเพื่อผลิตสินค้าตามปริมาณความต้องการของนำเข้า 2. ต้นทุนในการผลิตสินค้าในไทยค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งรายอื่นในตลาดภูมิภาคเดียวกันโดยเฉพาะต้นทุนค่าแรง อีกทั้ง ระยะเวลาการขนส่งจากไทยยังค่อนข้างไกล 3. การบริหารกิจการในกลุ่มค้าส่งและบริการอาหารในสหรัฐฯ ที่มีคนไทยเป็นเจ้าของส่วนมากยังบริหารแบบธุรกิจครอบครัวจึงทำให้การยกระดับไปทำตลาดในกลุ่มธุรกิจบริการรายใหญ่ในสหรัฐฯ ทำได้ค่อนข้างลำบาก

โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
<ol style="list-style-type: none"> 1. ชาวอเมริกันรู้จักและนิยมบริโภคอาหารไทย รวมถึงอาหารเอเชียอย่างกว้างขวางทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการในตลาดต้องการบริโภคสินค้าและวัตถุดิบสำหรับการปรุงอาหารเอเชียเพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคในตลาด 2. แม้ว่าช่วงเวลาปัจจุบันกลุ่มอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบจาก 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดธุรกิจบริการอาหารมีระดับการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงดังนั้นการเข้าตลาดสำหรับผู้ประกอบการรายใหม่จึงทำได้ค่อนข้างลำบาก อีกทั้ง สัดส่วนกำไรยังค่อนข้างต่ำอีกด้วยเนื่องจากผู้ประกอบการมีอำนาจต่อรองสูง 2. มาตรการปิดเมืองเพื่อจำกัดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ทำให้ผู้บริโภคลดการรับประทานอาหารนอกบ้านลงทำให้ความ

ภาวะการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ในสหรัฐฯ แต่โดยรวมแล้วผู้บริโภควิชาอเมริกันยังคงมีแนวโน้มที่จะนิยมรับประทานอาหารนอกบ้านมากขึ้นต่อเนื่องในอนาคต	ต้องการบริโภคสินค้าและวัตถุดิบของกลุ่มผู้ประกอบการร้านอาหารและร้านอาหารเครือข่ายลดลงด้วย
3. ปัญหาความขัดแย้งทางการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ ทำให้สหรัฐฯ นำเข้าสินค้าวัตถุดิบและอาหารจากจีนลดลงและหันไปนำเข้าสินค้าจากประเทศผู้ส่งออกรายอื่นทดแทน	3. ปัจจัยการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานภายในประเทศ ทำให้ผู้บริโภควิชาอเมริกันตัดสินใจลดการบริโภคอาหารนอกบ้านลง ซึ่งส่งผลทำให้ตลาดธุรกิจบริการอาหารหดตัว

6. ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

6.1 นับตั้งแต่ที่เกิดการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส COVID – 19 ในสหรัฐฯ ในช่วงปลายเดือนมีนาคมที่ผ่านมา รัฐบาลท้องถิ่นหลายแห่งประกาศปิดเมือง ทำให้ทุกกลุ่มธุรกิจและกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการอาหาร เช่น โรงเรียน โรงแรม เรือสำราญ และร้านอาหาร ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าหลักของกลุ่มอุตสาหกรรมบริการอาหารต้องหยุดชะงักลง รวมถึงกลุ่มผู้จัดส่งสินค้าให้ธุรกิจบริการ (Foodservice Providers) ที่ได้รับผลกระทบยอดขายหดตัวสูงถึงกว่าร้อยละ 60 ของยอดขายในช่วงเวลาปกติ อย่างไรก็ตามดูเหมือนว่า ปัจจุบันสถานการณ์การแพร่ระบาดให้สหรัฐฯ บางพื้นที่เริ่มดีขึ้นรัฐบาลท้องถิ่นเริ่มผ่อนผันการดำเนินกิจกรรมใกล้เคียงกับสถานการณ์ปกติซึ่งน่าจะช่วยให้ตลาดอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ สามารถกลับเข้าสู่ภาวะใกล้เคียงปกติได้เร็วที่สุดภายในต้นไตรมาสที่ 4 ของปีนี้

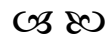
6.2 เป็นที่น่าสังเกตว่าสถานการณ์จากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสที่เกิดขึ้นรวมถึงแนวโน้มทางเศรษฐกิจในสหรัฐฯ ส่งเสริมให้ชาวอเมริกันเริ่มหันไปปรุงอาหารรับประทานเองที่บ้านมากขึ้น ทำให้ยอดขายสินค้าอาหารและวัตถุดิบปรุงอาหารตามร้านค้าปลีกและซูเปอร์มาร์เก็ตในสหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้นชัดเจนส่วนยอดขายที่ลดลงจากกลุ่มธุรกิจบริการอาหารอื่น ดังนั้น การพิจารณาส่งเสริมตลาดร่วมกับกลุ่มผู้ให้บริการอาหารที่เน้นกลุ่มค้าปลีก เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าปลีก จึงน่าจะเหมาะสมและใช้ได้ผลมากที่สุดกับสถานการณ์ในปัจจุบัน

6.3 กลุ่มธุรกิจบริการอาหารเน้นการซื้อสินค้าในปริมาณมาก ปัจจัยด้านต้นทุนการผลิตจึงมีความสำคัญสำหรับกิจการและเป็นปัจจัยที่มักจะถูกพิจารณาเป็นอันดับต้น ๆ ดังนั้น หากผู้ประกอบการไทยสามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและการขนส่งได้ในระดับราคาที่เหมาะสมน่าจะช่วยให้เจาะตลาดกลุ่มธุรกิจบริการในสหรัฐฯ ได้มากขึ้น นอกจากนี้ การแสวงหาโอกาสในการเจรจาการค้ากับผู้จัดส่งสินค้าให้บริการอาหาร (Foodservice Distributors) คักยภาพอยู่ในตลาดอยู่เสมอจะช่วยให้เข้าใจความต้องการของผู้นำเข้าและสามารถพัฒนาและผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการในตลาดได้ในอนาคต เช่น กลุ่มที่ทำตลาด

สถาบันมักจะต้องการซื้อสินค้าบรรจุภัณฑ์ขนาดใหญ่ (Bulks) ในขณะที่กลุ่มที่ทำตลาดค้าปลีกมักจะต้องการซื้อสินค้าขนาดบรรจุภัณฑ์เล็กสำหรับการบริโภคในครัวเรือน เป็นต้น

6.4 ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมบริการอาหารในสหรัฐฯ ส่วนมากเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีอำนาจการต่อรองค่อนข้างสูง การเข้าถึงผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจค่อนข้างลำบาก ดังนั้น การส่งเสริมผู้ประกอบการไทยในการรวมกลุ่มความร่วมมือน่าจะช่วยให้เข้าถึงผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจและเพิ่มความสามารถในการต่อรองให้กับผู้ประกอบการไทยได้ นอกจากนี้ หากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องของไทยสามารถเป็นตัวกลางช่วยจัดการเจรจาการค้าในลักษณะธุรกิจต่อธุรกิจ (B2B) ได้จะสามารถเพิ่มโอกาสในการเจาะตลาดได้ในอนาคตด้วย

6.5 แม้ว่าจะมีกลุ่มผู้ประกอบการจัดจำหน่ายสินค้าให้กับกลุ่มธุรกิจบริการอาหารในสหรัฐฯ ที่มีเจ้าของเป็นคนไทยหลายรายในสหรัฐฯ แต่ส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ประกอบการรายย่อยที่ทำธุรกิจในลักษณะครอบครัวทำให้การเจาะตลาดไปสู่กลุ่มบริการอาหารรายใหญ่ในสหรัฐฯ ยังทำได้ค่อนข้างลำบาก ดังนั้น การพัฒนาและเสริมสร้างความเข้มแข็งของกิจการผู้จัดส่งสินค้าให้ผู้บริการอาหาร (Foodservice Distributors) ไทยในสหรัฐฯ จะช่วยให้ไทยสามารถเจาะตลาดบริการอาหารในสหรัฐฯ ได้มากขึ้น



วันที่ : 28 กรกฎาคม 2563

บรรณานุกรม

2020 State of the Restaurant Industry. Association. <https://restaurant.org/research/reports/state-of-restaurant-industry>

America's Eating Habits: Food Away From Home. Economic Research Service. United States Department of Agriculture. https://www.ers.usda.gov/webdocs/publications/90228/eib-196_ch3.pdf?v=8116.5

Foodservice. Wikipedia. <https://en.wikipedia.org/wiki/Foodservice>

Food Service Industry. Economic Research Service. United States Department of Agriculture. <https://www.ers.usda.gov/topics/food-markets-prices/food-service-industry/>

Top 10 Food Distributors in the United States. Foodservice Database Company. <https://www.fsdbco.com/top-10-food-distributors-us/>

Top 250 Restaurant Chains in the U.S. 2019. Foodservice Database Company. <https://www.fsdbco.com/top-250-restaurant-chains-us-2019/>