

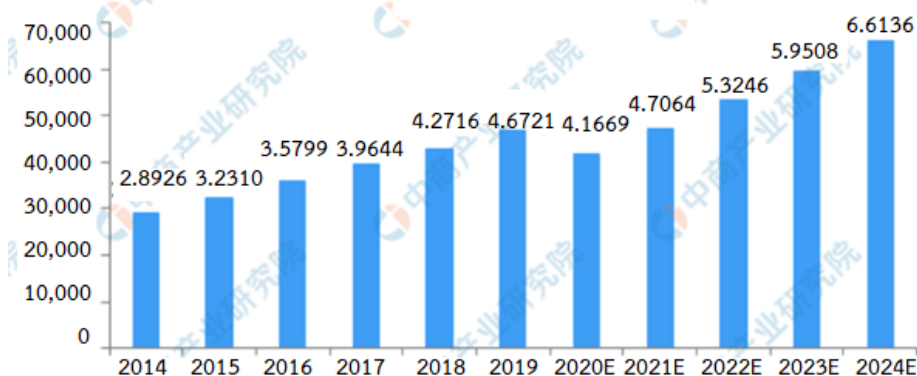
มูลค่าตลาดและแนวโน้มการขยายตัวของร้านอาหารในจีน ปี 2020



ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา ขนาดอุตสาหกรรมร้านอาหารในจีนขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีแนวโน้มที่จะมีอนาคตที่สดใส โดยในปี 2019 มีมูลค่า 4.6721 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 21.02 ล้านล้านบาท มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยรายปี (CAGR) ร้อยละ 10 และคาดการณ์ว่าในปี 2024 ขนาดตลาดจะมีมูลค่า 6.6136 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 29.76 ล้านล้านบาท โดยตั้งแต่ปี 2019 - 2024 จะมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยรายปี (CAGR) ร้อยละ 7.2 ซึ่งมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการใช้จ่ายในครัวเรือนของชาวจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น การมีอัตราความเป็นเมืองสูง ประกอบกับบริการเดลิเวอรี่ที่ขยายตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีและแพลตฟอร์มดิจิทัลต่างๆ ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมร้านอาหารในจีนยังมีโอกาสที่จะขยายตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องในอนาคต

สถานการณ์ขนาดตลาดอุตสาหกรรมร้านอาหารในจีน

■ มูลค่า (ล้านล้านบาท)



ที่มา : www.askci.com

- นโยบายภาครัฐ
 เศรษฐกิจการลงทุน
 แนวโน้มการตลาด
 รายงานสินค้าและบริการ
 อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,
Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Wechat Official:



ร้านอาหารในตลาดจีนแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ตามรูปแบบการค้า ได้แก่ 1) ร้านอาหารแบบลูกโซ่ (Chain Store) เป็นร้านอาหารที่มีจำนวนสาขาตั้งแต่ 2 ร้านขึ้นไป มีเจ้าของและผู้ควบคุมกิจการเป็นคนเดียวกัน 2) ร้านแฟรนไชส์เป็นร้านอาหารที่เจ้าของสิทธิแฟรนไชส์ (Franchisor) ตกลงอนุญาตให้ผู้รับสิทธิแฟรนไชส์ (Franchisee) สามารถดำเนินธุรกิจร้านอาหารภายใต้ชื่อการค้า การบริหาร และระบบธุรกิจของเจ้าของสิทธิ ซึ่งเป็นผู้พัฒนาขึ้น โดยผู้รับสิทธิจะต้องดำเนินธุรกิจตามรูปแบบและระบบธุรกิจของเจ้าของสิทธิ และจ่ายค่าตอบแทนแก่เจ้าของสิทธิตามที่กำหนด และ 3) ร้านค้าที่ไม่ได้เป็นแบบร้านลูกโซ่หรือร้านอาหารที่มีเพียงร้านเดียวเท่านั้น โดยจากข้อมูลปี 2019 พบว่าร้านอาหารที่ไม่ได้เป็นแบบร้านลูกโซ่มีมูลค่าตลาดคิดเป็นสัดส่วนสูงที่สุดในบรรดาร้านอาหาร 3 ประเภท ซึ่งคิดเป็นมูลค่า 3.7549 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 16.90 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80.4 ของมูลค่าร้านอาหารที่แบ่งตามรูปแบบการค้าทั้งหมดในจีน รองลงมาเป็นร้านอาหารแฟรนไชส์มีมูลค่า 709,300 ล้านบาท หรือประมาณ 3.19 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.2 ขณะที่ร้านอาหารแบบลูกโซ่ มีมูลค่า 207,900 ล้านบาท หรือประมาณ 935,550 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 4.4 จะเห็นได้ว่าร้านอาหารแบบลูกโซ่มีสัดส่วนมูลค่าตลาดที่น้อยที่สุด แต่โดยทั่วไปแล้วพบว่าแบรนด์ร้านอาหารแบบลูกโซ่ส่วนใหญ่จะมีเงินทุนที่แข็งแกร่งและมีการรับรู้แบรนด์ค่อนข้างสูง หรือเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย นอกจากนี้ยังสามารถควบคุมความปลอดภัยของอาหารและบริการที่มีคุณภาพสูงได้อย่างเป็นมาตรฐานเดียวกัน จึงทำให้คาดว่าในอนาคตร้านอาหารแบบลูกโซ่จะครองส่วนแบ่งในตลาดสูงขึ้น

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาการให้บริการของร้านอาหารของจีน สามารถแบ่งประเภทร้านอาหารได้เป็น 3 ประเภทเช่นกัน ได้แก่ 1) ร้านอาหารจานด่วน (Fast Food) หรือร้านอาหารที่มีลักษณะการให้บริการแบบบริการตัวเองเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นการซื้ออาหาร การชำระเงิน และการรอรับอาหารด้วยตนเอง และเลือกนั่งรับประทานที่โต๊ะใดในร้านก็ได้ นอกจากนี้ เมื่อรับประทานเสร็จจะมีมุมสำหรับวางภาชนะที่ใช้แล้วด้วยตนเองเช่นกัน 2) ร้านอาหารแบบไม่เป็นทางการ (Casual Dining) คือร้านอาหารที่ให้บริการในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย อาหารมีราคาเหมาะสม ผู้บริโภคสามารถจับต้องได้ มีเมนูให้เลือกหลากหลาย โดยจะมี บริการรับรายการและเสิร์ฟอาหารให้ที่โต๊ะ รวมถึงรับชำระค่าอาหารที่โต๊ะอาหารด้วยเช่นกัน และ 3) ร้านอาหารแบบทางการ หมายถึงร้านอาหารแบบดั้งเดิมที่ให้บริการอย่างเป็นระบบ และครบถ้วนทุกมิติของการให้บริการ โดยเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดของร้านอาหาร 3 ประเภทนี้ ในปี 2019 พบว่าร้านอาหารแบบทางการมีส่วนแบ่งตลาดมากที่สุด ซึ่งมีมูลค่า 2.6882 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 12.10 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 57.5 ของร้านอาหารที่แบ่งตามการให้บริการทั้งหมดในจีน รองลงมาเป็นร้านอาหารจานด่วนมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 22.9 และร้านอาหารแบบ Casual Dining ร้อยละ 11.4 ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าร้านอาหารจานด่วนและร้านอาหารแบบ Casual Dining จะมีส่วนแบ่งในตลาดเพิ่มสูงขึ้นในอนาคต

สุดท้าย เมื่อพิจารณาร้านอาหารตามรูปแบบอาหาร สามารถแบ่งร้านอาหารออกเป็น 3 ประเภทเช่นกัน ได้แก่ 1) ร้านอาหารจีน 2) ร้านอาหารฝรั่ง และ 3) ร้านอาหารอื่นๆ โดยในปี 2019 พบว่า ร้านอาหารจีนครองส่วนแบ่งตลาดสูงที่สุด คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 79.42 มีมูลค่ามากถึง 3.7108 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 16.70 ล้านล้านบาท รองลงมาเป็นร้านอาหารฝรั่งมีมูลค่า 711,200 ล้านบาท หรือประมาณ 3.2 ล้านล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15.2 อย่างไรก็ตาม ในช่วง 3 – 4 ปีที่ผ่านมาร้านอาหารฝรั่งมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว และได้รับความนิยมจากผู้บริโภคชาวจีนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีการคาดการณ์ว่าร้านอาหารฝรั่งจะมีส่วนแบ่งในตลาดเพิ่มสูงขึ้นอย่างแน่นอน

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ



ผลกระทบด้านเศรษฐกิจต่อประเทศไทย และแนวทางการปรับตัวของภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้ประกอบการไทย

การระบาดของโรค COVID – 19 ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน โดยเฉพาะธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคของประชาชน ซึ่งถึงแม้ว่าการระบาดจะเริ่มคลี่คลายลงบ้างแล้ว แต่ผู้ให้บริการในภาคธุรกิจบริการยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายหลายด้าน อาทิ การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้กับผู้บริโภค การระดมเงินทุนเพื่อใช้ในการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางธุรกิจ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ได้อย่างทันท่วงที แต่อย่างไรก็ดี ความต้องการทางสังคมและการพบปะกันของผู้บริโภคยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยผลักดันให้ธุรกิจให้บริการอย่างร้านอาหารกลับมาฟื้นตัวได้รวดเร็วอย่างแน่นอน ซึ่งการฟื้นตัวของสถานการณ์การระบาดของโรค COVID – 19 ของจีนที่ถือเป็นหนึ่งในประเทศที่สามารถควบคุมสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการฟื้นตัวของภาคธุรกิจร้านอาหาร รวมทั้งการบริโภคของประชาชนในประเทศจีนก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ยังถือได้ว่าเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยที่จะกลับมาทำการค้าและการส่งออกเข้าสู่ตลาดจีนได้เป็นอย่างดี ทั้งสินค้าอาหาร เครื่องดื่ม และผลไม้ รวมทั้งผู้ประกอบการธุรกิจบริการร้านอาหารไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการไทยที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจร้านอาหาร รวมทั้งผู้ประกอบการสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง ควรศึกษาความต้องการของตลาด แนวโน้มการบริโภคใหม่ๆ รูปแบบการให้บริการ และรสนิยมของผู้บริโภคชาวจีนอย่างใกล้ชิด ตลอดจนใช้ประโยชน์จากความนิยมในการใช้บริการร้านอาหารแต่ละประเภทเพื่อกำหนดกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมกับแต่ละประเภทร้านอาหาร และอาศัยช่องทางร้านอาหารแต่ละประเภทในการส่งเสริมการขายสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องได้อย่างทันท่วงที โดยเฉพาะการสร้างจุดเด่นและเอกลักษณ์ให้แก่สินค้าและบริการของไทย เพื่อสร้างการรับรู้และให้ประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่ผู้บริโภคที่ยังไม่คุ้นเคยกับประเทศไทยและสินค้าไทย ประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางออนไลน์ ตลอดจนการจัดโปรโมชั่น การอำนวยความสะดวกในการเข้าใช้บริการ การให้บริการที่สร้างความรู้สึกลดภัยด้านความสะอาดและมีมาตรฐาน และที่สำคัญที่สุดคือการใช้กลยุทธ์ด้านราคาในการแข่งขันให้มากขึ้นในระยะสั้น ทั้งนี้ เพื่อดึงดูดความสนใจและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคชาวจีน ซึ่งจะทำให้สามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดร้านอาหาร สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนต่อไป

แหล่งที่มา: <https://www.askci.com/news/chanye/20200903/1628551205328.shtml>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ เมืองชิงเต่า

- นโยบายภาครัฐ เศรษฐกิจการลงทุน แนวโน้มการตลาด รายงานสินค้าและบริการ อื่นๆ

Call Center 1169
www.ditp.go.th
www.thaitrade.com

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
563 ถนนนนทบุรี ตำบลบางกระสอบ อำเภอเมือง
จังหวัดนนทบุรี 11000

Thai Trade Center - Qingdao
Unit 2504 Shangri-la Center, Shi Nan
District, No.9 Xiang Gang Zhong Road,
Qingdao, 226071

Tel: +86-532-68621206
E-mail: qingdao@ditp.go.th
Facebook: @ditpqingdao
Wechat Official:

