



คาดปี'65 ค่าใช้จ่ายกิน เจของคนกรุงเทพฯ อยู่ ที่ 3,200 ล้านบาท โดย จำนวนวันและมือที่งาน เจลดลง ขณะที่ราคา อาหารเจเพิ่มขึ้น

- ด้วยราคาอาหารเจที่อาจถูกปรับขึ้นตามต้นทุนการผลิตที่สูง รวมถึงสถานการณ์น้ำท่วม ส่งผลให้แม้ว่าสถานการณ์โควิดจะคลี่คลาย แต่สัดส่วนของคนกรุงเทพฯ ที่เลือกกินเจช่วงเทศกาลกินเจปีนี้ไม่ได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งยังปรับพฤติกรรมโดยการลดวันที่กินเจลง เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายไม่ให้เพิ่มสูงเกินไป
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ปริมาณการบริโภคอาหารเจของคนกรุงเทพฯ น่าจะหดตัวราว 6% เมื่อเทียบกับปีก่อน ขณะที่ ราคาอาหารเจอาจปรับขึ้นประมาณ 10% จากปีก่อน ส่งผลให้เม็ดเงินค่าใช้จ่ายของคนกรุงเทพฯ ตลอดช่วงเทศกาลกินเจปี 2565 น่าจะอยู่ที่ 3,200 ล้านบาท หรือขยายตัว 4% เมื่อเทียบกับปีก่อน
- จากสภาพตลาดและพฤติกรรมของคนกรุงเทพฯ โจทย์สำคัญของธุรกิจอาหารเจในปี นี้ จึงอยู่บนความท้าทายด้านการบริหารจัดการต้นทุน ควบคู่ไปกับการชูดขยายด้านราคาที่คุณค่า ภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่จูงใจให้คนเลือกซื้อหรือใช้บริการ

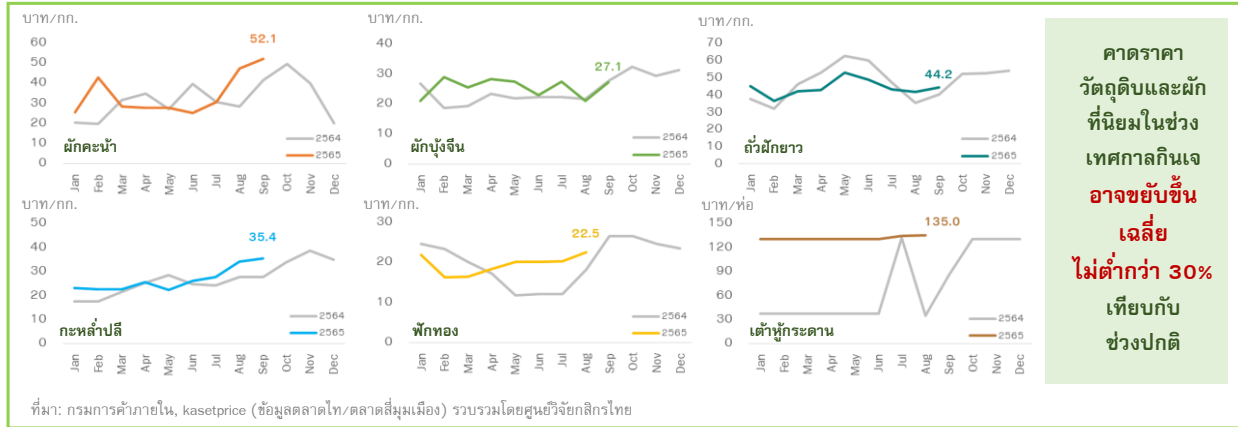
แม้ว่าโควิดคลี่คลาย แต่ด้วยสถานการณ์ที่คนกรุงเทพฯ ต่างเผชิญทั้งค่าครองชีพที่ยังคงสูง สวนทางกำลังซื้อที่ฟื้นไม่ทั่วถึง อีกทั้งแนวโน้มของราคาอาหารเจที่ปรับเพิ่มขึ้น สอดคล้องไปกับทิศทางราคาสินค้าอื่นๆ ส่งผลให้ในปี 2565 คนกรุงเทพฯ ยังคงวางแผนจะกินเจใกล้เคียงกับปีที่แล้ว

แม้ว่าสถานการณ์โควิดคลี่คลายและทำให้คนกรุงเทพฯ กลับมาใช้ชีวิตนอกบ้านมากขึ้น แต่การใช้จ่ายช่วงเทศกาลกินเจในปีนี่ยังถูกท้าทายจากค่าครองชีพและภาวะเงินเฟ้อที่เร่งตัวสูงขึ้น หลังจากเผชิญผลกระทบจากวิกฤตรัสเซีย-ยูเครน โดยล่าสุดเดือนส.ค. 2565 พบว่า เงินเฟ้อในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม (ไม่รวมแอลกอฮอล์) เพิ่มขึ้น 9.4%YoY ส่วนเงินเฟ้อหมวดวัตถุดิบอาหารอาหารเจอย่าง ผักสด ก็ขยับขึ้นกว่า 15.8%YoY เนื่องจากต้นทุนการผลิตที่ปรับสูงขึ้น โดยเฉพาะปัจจัยการผลิต (ค่าปุ๋ย) รวมถึงค่าขนส่งตามทิศทางราคาในตลาดโลก **ขณะที่ช่วงเทศกาลกินเจที่กำลังจะมาถึง ก็อาจถูกกระทบเพิ่มจาก 2 ปัจจัยสำคัญ คือ**

▪ สถานการณ์ฝนตกหนักและน้ำท่วมในหลายพื้นที่ และระดับความรุนแรงอาจจะมากกว่าปีก่อน จากปริมาณน้ำฝนสะสมที่มากกว่าปีก่อน อีกทั้งอาจมีพายุอีก 1-2 ลูกเข้ามาหลังจากนี้ ซึ่งสร้างความเสียหายต่อพืชผลเกษตรที่เป็นวัตถุดิบหลักของอาหารเจ โดยกลุ่มผัก เช่น คะน้า ผักบุ้ง ถั่วฝักยาว กระหล่ำปลี พักทอง รวมถึงวัตถุดิบเจอย่าง เต้าหู้ เป็นกลุ่มที่ได้รับความนิยมและมักจะมีราคาปรับสูงขึ้นในช่วงเทศกาลกินเจ จากปัจจัยดังกล่าว **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่าแนวโน้มราคาวัตถุดิบผักในช่วงเทศกาลกินเจปี 2565 อาจขยับขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 30% เมื่อเทียบกับช่วงปกติ**

▪ การปรับขึ้นของราคาพลังงานในช่วงเทศกาลกินเจ ไม่ว่าจะเป็นการปรับขึ้นของราคาแก๊สหุงต้ม การปรับขึ้นของค่าไฟฟ้าและทิศทางของราคาน้ำมันในตลาดโลก ที่แม้ว่าจะย่อตัวลง แต่คาดว่าจะยังอยู่ในระดับสูง

โดยแนวโน้มราคาอาหารเจที่อาจปรับสูงขึ้นตามปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น สวนทางกับกำลังซื้อที่ยังฟื้นตัวไม่ถึงถึง จึงทำให้ในปี 2565 คนกรุงเทพฯ ยังคงวางแผนจะกินเจในสัดส่วนใกล้เคียงกับปีก่อน (คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 32) ส่วนอีกร้อยละ 68 ระบุว่า ไม่สนใจเข้าร่วมเทศกาลกินเจ โดยมีสาเหตุหลักมาจากความไม่สะดวกในการหาซื้ออาหารเจ รองลงมาคือ ทัศนคติต่อเทศกาลกินเจที่เปลี่ยน รวมทั้งรสชาติของอาหารเจที่ยังไม่จูงใจต่อการเลือกรับประทาน



ด้วยต้นทุนการผลิตที่สูง ส่งผลให้คนที่ยังเลือกกินเจในปีนี้มีค่าใช้จ่ายในการกินเจต่อเมื่อปรับเพิ่มขึ้นตามราคาสินค้า และปรับพฤติกรรมการใช้จ่ายโดยลดจำนวนวันที่กินเจลง เพื่อให้ยังสามารถควบคุมงบประมาณการใช้จ่ายตลอดเทศกาลไม่ให้เพิ่มสูงเกินไป

สำหรับคนกรุงเทพฯ ที่ยังเลือกกินเจ กว่าร้อยละ 82 ระบุว่า ได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจและราคาสินค้าในท้องตลาดที่ทยอยปรับขึ้น และวางแผนปรับตัวรับสถานการณ์ดังกล่าว โดยพยายามเลือกซื้ออาหารเจที่มีราคาไม่สูงมาก รวมถึงปรับลดงบประมาณและปริมาณการซื้ออาหารเจลง ตามลำดับ สอดรับไปกับผลสำรวจในภาพรวมที่ระบุว่า คนกรุงเทพฯ ปรับลดจำนวนวันที่กินเจลง จากเฉลี่ย 4.5 วันในปีก่อนลงมาอยู่ที่เฉลี่ย 4.0 วันในปี นี้ เพื่อให้ยังสามารถควบคุมงบประมาณการใช้จ่ายตลอดเทศกาลไม่ให้เพิ่มสูงเกินไป

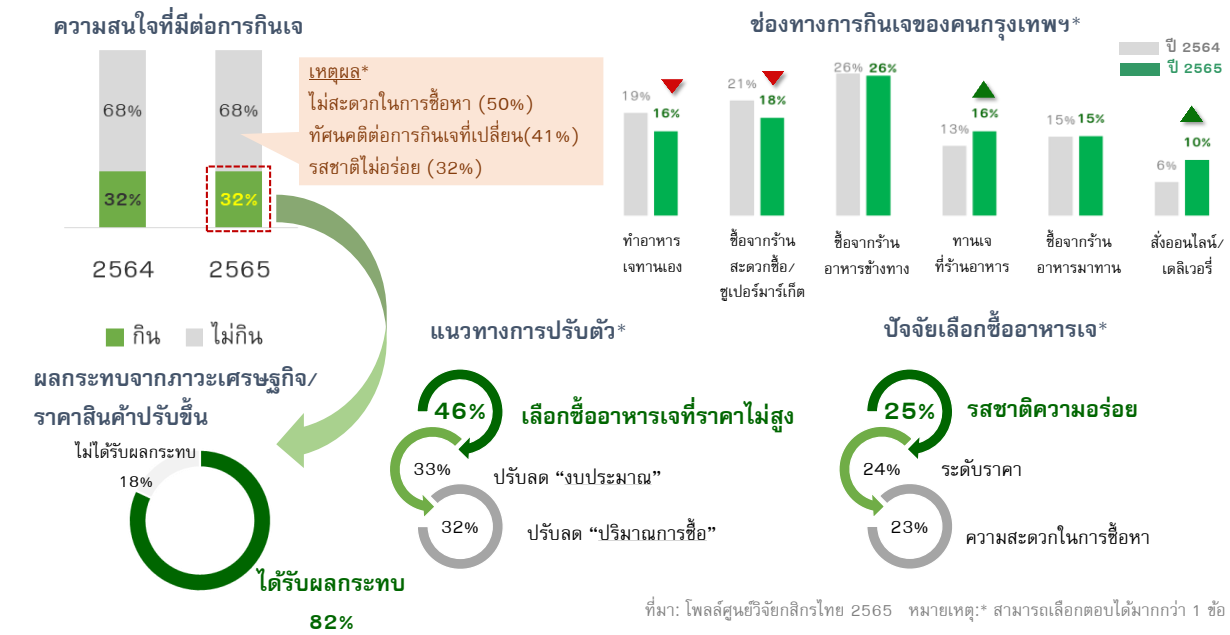
นอกจากนี้ ด้วยพฤติกรรมคนกรุงเทพฯ ที่เน้นการใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง กลุ่มธุรกิจร้านอาหารข้างทางแบบตกขายและนั่งทานในร้าน ยังถูกเลือกใช้บริการจากผู้บริโภคมากที่สุด เนื่องจากระดับราคาไม่สูงมากและสะดวกในการเข้าถึง ขณะที่สัดส่วนของการเข้าไปใช้บริการจากร้านอาหารเจและการสั่งซื้อจากเดลิเวอรี่/ออนไลน์ พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากปีก่อน จากการออกมาใช้ชีวิตนอกบ้านที่มากขึ้น ตลอดจนการคุ้นชินกับการใช้บริการเดลิเวอรี่ที่สะดวก ง่ายและรวดเร็ว โดยปัจจัยในการเลือกอาหารเจของคนกรุงเทพฯ หลักๆ ยังคงมาจากรสชาติ ราคาและความสะดวกในการซื้อหา ตามลำดับ ส่วนเมนูอาหารเจที่คาดว่าจะได้รับความนิยมในการบริโภค ได้แก่ อาหาร/กับข้าวเจที่ตกขายข้างทาง เครื่องดื่มธัญพืช (อาทิ นมถั่วเหลือง น้ำเต้าหู้) และกลุ่มอาหารสด (อาทิ สลัดผัก-ผลไม้)

ด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่ปรับลดการบริโภคอาหารเจ ใจยกสำคัญของผู้ประกอบการอาหารเจในปีนี้อาจอยู่บนความท้าทายด้านการบริหารต้นทุน ควบคู่กับการชูจุดขายด้านความคุ้มค่าของราคา

การปรับตัวของคนกรุงเทพฯ ที่พยายามลดการบริโภคอาหารเจลงให้เหมาะสมกับงบประมาณที่มี โดยเฉพาะลดจำนวนวันที่กินเจลง ทำให้โอกาสในการทำตลาดของผู้ประกอบการจึงอาจมีค่อนข้างจำกัด ท่ามกลางการแข่งขันในตลาด

อาหารเจที่มีหลากหลายประเภทและช่องทางการจำหน่าย ซึ่งทำได้ดีแล้ว โจทย์สำคัญของธุรกิจอาหารเจในปีนี้ จึงอยู่บนความท้าทายด้านการบริหารจัดการต้นทุน ควบคู่ไปกับการชูจุดขายด้านราคาที่คุณค่า ภายใต้กลยุทธ์ส่งเสริมการขายที่จูงใจให้คนเลือกซื้อหรือใช้บริการ

พฤติกรรมผู้บริโภคคนกรุงเทพฯ ช่วงเทศกาลกินเจปี 2565



จากสภาพตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจึงมีมุมมองที่ค่อนข้างระมัดระวังต่อสถานการณ์การจับจ่ายของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลกินเจในปี นี้ โดยคาดว่าปี 2565 คนกรุงเทพฯ จะมีเม็ดเงินค่าใช้จ่ายตลอดช่วงเทศกาลกินเจคิดเป็นมูลค่า 3,200 ล้านบาท หรือขยายตัว 4% เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยแม้ราคาอาหารเจอาจปรับขึ้นราว 10% เมื่อเทียบกับปีก่อน แต่คนกรุงเทพฯ ปรับพฤติกรรมโดยลดจำนวนวันที่กินเจลง เพื่อควบคุมค่าใช้จ่ายไม่ให้สูงเกินไป ส่งผลให้ปริมาณการบริโภคอาหารเจโดยรวมน่าจะหดตัวราว 6% เมื่อเทียบกับปีก่อน สำหรับทิศทางของการบริโภคอาหารเจในระยะข้างหน้า จากพฤติกรรมของครุรุ่นใหม่ที่หันมาลดการบริโภคเนื้อสัตว์เติบโตมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นอาหารเจ วีแกน รวมถึงโปรตีนทางเลือก มีโอกาสที่จะเพิ่มอัตราการบริโภคได้อีกไม่เฉพาะเทศกาลกินเจ แต่การจะไปต่อได้ท่ามกลางต้นทุนการผลิตที่มีแนวโน้มผันผวน ผู้ประกอบการควรวางแผนรับมือเพื่อป้องกันความเสี่ยงด้านวัตถุดิบและแนวทางในการเพิ่มโอกาสทางการตลาดในระยะต่อไป



Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาชริบรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสียหายใดที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)