



กินเจปี'63: คนกรุงเทพฯ ปรับพฤติกรรม...กระทบ
ค่าใช้จ่ายลดลง 17.4%

CURRENT ISSUE

ปีที่ 26 ฉบับที่ 3148

วันที่ 9 ตุลาคม 2563

▶ ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ในช่วงเทศกาลกินเจปี 2563 คนกรุงเทพฯ จะมีเม็ดเงินค่าใช้จ่ายตลอดช่วงเทศกาลคิดเป็นมูลค่า 3,930 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 17.4 เมื่อเทียบกับเทศกาลกินเจปีก่อน เนื่องจากจำนวนผู้เข้าร่วมที่ลดลง ขณะที่คนเข้าร่วมบางส่วนก็ปรับพฤติกรรม โดยควบคุมค่าใช้จ่ายลง
- โควิด-19 แม้กระทบต่อพฤติกรรมการกินเจของคนกรุง แต่ยังคงมีบางกลุ่มที่จะอาศัยช่วงเวลานี้ หันมาเพิ่มการกินเจเพื่อสะสมบุญ ได้แก่ กลุ่มคนวัยทำงานหรือที่มีกิจการส่วนตัว อายุ 40-44 ปีขึ้นไป จึงถือเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการอาหารเจ ในช่วงที่ภาพรวมการกินเจไม่คึกคักมากนัก แต่ผู้ประกอบการอาจต้องนำเสนออาหารเจที่มีราคาไม่สูง เนื่องจากกลุ่มนี้มีการควบคุมค่าใช้จ่าย โดยให้น้ำหนักต่อปัจจัยด้านราคาค่อนข้างสูงกว่ากลุ่มอื่น
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า กลยุทธ์การตลาดสำหรับผู้ประกอบการอาหารเจในปีนี้ นอกจากการบริหารระดับราคาอาหารเจให้มีความแตกต่างกับอาหารทั่วไปไม่มาก รวมถึงไม่แตกต่างกับราคาของปีก่อนโดยเปรียบเทียบ เพื่อให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจและกำลังซื้อ ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการควรปรับกลยุทธ์การตลาดให้สอดคล้องกับกลุ่มคนกินเจดั้งเดิม และกลุ่มคนรุ่นใหม่ ซึ่งมีพฤติกรรมการกินเจที่ต่างกันไป เพื่อเข้าถึงความต้องการผู้บริโภคกลุ่มต่างๆ ได้มากขึ้น

เทศกาลกินเจปีนี้ตรงกับวันที่ 17-25 ตุลาคม 2563 ซึ่งที่ผ่านมา เทศกาลนี้ได้รับการตอบรับทั้งจากผู้บริโภคดั้งเดิม กลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนที่กินเจเพื่อลดละการบริโภคเนื้อสัตว์ ตามบรรพบุรุษ ขณะเดียวกัน รวมถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่หันมากินเจเพื่อสุขภาพมากขึ้น อย่างไรก็ตาม ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อที่ชะลอตัว รวมถึงประชาชนบางกลุ่มยังคงมีความกังวลผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 อยู่ จึงเป็นปัจจัยที่กระทบต่อพฤติกรรมการกินเจ และลดทอนบรรยากาศการกินเจที่อาจไม่คึกคักเมื่อเทียบกับปีก่อนๆ

ทั้งนี้เพื่อสะท้อนให้เห็นบรรยากาศการกินเจในปีนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงได้สำรวจพฤติกรรมคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลกินเจปี 2563 โดยพบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

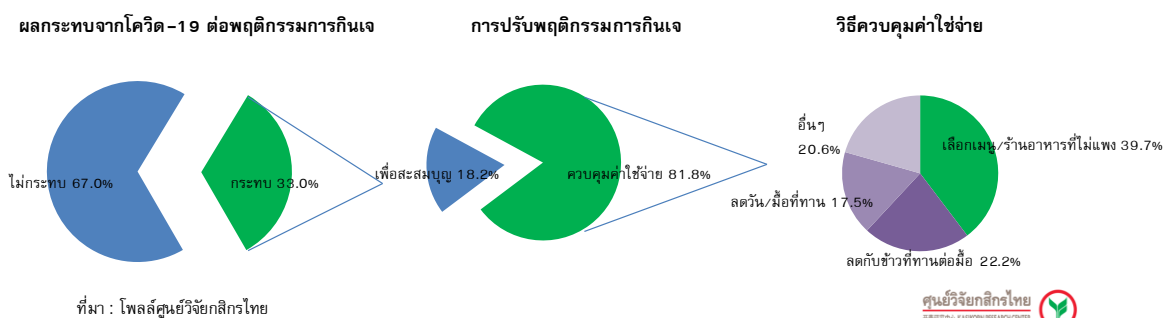
ประเด็นเศรษฐกิจทำคนกรุงเทพฯ กินเจลดลงเหลือ 60.8% ของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ความสะดวก และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ จะส่งผลกระทบต่อ การเข้าร่วมเทศกาลกินเจของคนกรุงเทพฯ ในปีนี้ ซึ่งสะท้อนจากผลสำรวจที่พบประเด็นที่น่าสนใจ ดังนี้

- การเข้าร่วมกิจกรรมกินเจของคนกรุงเทพฯ ปีนี้ น้อยลง จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า คนกรุงเทพฯ ที่สนใจเข้าร่วมกินเจในปีนี้มีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 63.0 ของกลุ่มตัวอย่างที่สำรวจ ซึ่งถือว่าลดลงเมื่อเทียบกับเทศกาลกินเจปีก่อน ที่มีผู้สนใจเข้าร่วมสูงถึงร้อยละ 66.7 และกลุ่มที่เข้าร่วมกินเจส่วนใหญ่ในปีนี้จะกินเจไม่ครบทั้ง 9 วัน โดยจะกินเพียงบางมื้อคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 64.6 ของผู้ที่กินเจทั้งหมด
- ความสะดวก/หาทานง่าย การกินเจตามกระแส และความอยากลองทาน เป็นปัจจัยที่มีน้ำหนักเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเข้าร่วมกินเจ ขณะที่การกินเจเพื่อลดทานเนื้อสัตว์/ลดละกิเลส ยังคงมีสัดส่วนใกล้เคียงกับปีก่อน แต่เหตุผลการกินเจเพื่อสุขภาพถูกลดน้ำหนักลงเมื่อเทียบกับปีก่อน ทั้งนี้จากการสำรวจพบว่า กลุ่มที่ยังคงกินเจ จะอยู่ในกลุ่มช่วง 35-55 ปีขึ้นไปมากที่สุด เป็นกลุ่มที่ทานเจเป็นประจำและมีความพร้อมด้านรายได้ ซึ่งคงเป็นโจทย์ของผู้ประกอบการที่จะนำเสนอกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับกลุ่มนี้
- ความไม่สะดวก รวมถึงปัจจัยด้านราคา ซึ่งสะท้อนผ่านภาวะเศรษฐกิจมีผลต่อการไม่เข้าร่วมทานเจในปี นี้ ขณะที่เหตุผลด้านความรู้สึกว่าอาหารเจมีแคลอรีสูง/ทำให้อ้วน เป็นข้อกังวลที่ถูกให้น้ำหนักลดลง ทั้งนี้จากผลสำรวจพบว่า กลุ่มคนที่ไม่เข้าร่วมกินเจส่วนใหญ่จะอยู่ใน 2 ช่วงอายุได้แก่ กลุ่มอายุ 15 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียน และกลุ่มอายุระหว่าง 30-44 ปี ซึ่งถือเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ที่มีภาระค่าใช้จ่ายครอบครัวค่อนข้างสูง และหากพิจารณาปัจจัยทางด้านรายได้พบว่า คนที่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน เข้าร่วมกินเจน้อยที่สุด

เจาะเฉพาะปัจจัยโควิด-19 กระทบพฤติกรรมคนกรุงฯ ที่กินเจ 33% โดยส่วนใหญ่ จะควบคุมค่าใช้จ่าย แต่ยังมีจำนวนเกือบ 1 ใน 5 จะกินเจเพิ่มเพื่อสุขภาพ

- แม้วาร้อยละ 87.5 ของคนที่เข้าร่วมกินเจจะยังกังวลต่อการระบาดของโควิด 19 แต่มีเพียงร้อยละ 33.0 ของกลุ่มที่กินเจได้รับผลกระทบ ซึ่งในกลุ่มนี้แยกเป็นประมาณร้อยละ 81.8 จะมีการปรับพฤติกรรม โดยใช้วิธีควบคุมค่าใช้จ่าย โดยอันดับ 1 จะเลือกเมนู/ร้านอาหารที่ไม่แพง รองลงมาคือการลดกับข้าว รวมถึงลดวันและจำนวนมื้อลง
- ประเด็นที่น่าสนใจก็คือ ภายใต้อาณัติการณ์ที่อาจไม่เอื้ออำนวยนี้ ยังคงมีประชาชนบางกลุ่มอีกประมาณร้อยละ 18.2 ของกลุ่มที่จะปรับเปลี่ยนพฤติกรรม ที่จะใช้ช่วงเวลานี้ หันมาเพิ่มการกินเจเพื่อสุขภาพ โดยกลุ่มที่มีพฤติกรรมเหล่านี้อยู่ในกลุ่มคนวัยทำงานหรือที่มีกิจการส่วนตัว อายุ 40-44 ปีขึ้นไป และเป็นกลุ่มที่กินเจบางมื้อในสัดส่วนที่สูงถึงร้อยละ 75.0



ผลกระทบโดยรวมจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจและโควิด-19 กระทบพฤติกรรมการกินเจเปลี่ยน...คาดเม็ดเงินใช้จ่ายกินเจของคนกรุงเทพฯ ปี 2563 หดตัว 17.4%

ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจ รวมถึงความกังวลด้านการระบาดของโควิด มีผลต่อพฤติกรรมการกินเจของคนกรุงเทพฯ ในปีที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

- **จำนวนมือที่กินเจ ปรับลดลง** โดยกลุ่มคนที่กินเจบางมือมีการปรับพฤติกรรมจากเดิมที่ปีก่อนกินเจ 6 วัน เฉลี่ยวันละ 2 มื้อ รวม 12 มื้อตลอดช่วงเทศกาล ก็ปรับลดลงมาเหลือกินเจ 5 วัน เฉลี่ยวันละ 2 มื้อ รวมเป็น กินเจ 10 มื้อตลอดช่วงเทศกาล คิดเป็นจำนวนมือที่ปรับลดลงเฉลี่ย -12.3% ซึ่งปัจจัยดังกล่าวถือเป็นความท้าทายของผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารเจที่ต้องวางแผนรับมือ โดยเฉพาะปริมาณอาหารที่ผลิตจำหน่ายออกมาในแต่ละวัน

- **งบประมาณกินเจเฉลี่ยต่อมือปรับลดลง** ทั้งในกลุ่มที่กินเจทุกมื้อตลอด 9 วัน และกลุ่มที่กินเจบางมื้อ โดยกลุ่มที่กินทุกมื้อปรับงบประมาณลงจาก 105 บาทต่อมือในปีที่ผ่านมา ลงมาเหลือเฉลี่ย 100 บาทต่อมือ และสำหรับกลุ่มที่กินเจบางมื้อ ปรับลดลงจาก 100 บาทต่อมือเป็น 92 บาทต่อมือ คิดเป็นงบประมาณเฉลี่ยต่อมือที่ลดลงประมาณ -5.9%

- **ร้านค้าแผงลอย/ริมทาง/ตลาดสด เป็นช่องทางการกินเจที่คนกรุงเทพฯ เลือกเป็นลำดับแรกในปี** โดยมีสัดส่วนร้อยละ 30.1 ของช่องทางทั้งหมด ซึ่งต่างจากปีก่อนที่นิยมซื้ออาหารจากร้านมาทานเป็นลำดับแรก สอดคล้องกับผลสำรวจที่พบว่า ปัจจัยที่คนกินเจจะใช้เลือกช่องทางกินเจในปี นี้ นอกจากความหลากหลาย และการหาซื้อสะดวก การให้น้ำหนักต่อปัจจัยด้านราคายังมีสูงกว่าปีก่อน ซึ่งร้านค้าแผงลอย/ริมทางหรือในตลาดสด ค่อนข้างตอบโจทย์คนกินเจภายใต้สภาวะการณีนี

ดังนั้นจากผลสำรวจพฤติกรรมการณ์เข้าร่วมเทศกาลกินเจดังกล่าวข้างต้น ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงประเมินว่าตลอดช่วงเทศกาลกินเจปี 2563 ระหว่างวันที่ 17-25 ตุลาคม คนกรุงเทพฯ จะมีเม็ดเงินค่าใช้จ่ายประมาณ 3,930 ล้านบาท หดตัวร้อยละ 17.4 (YoY) โดยเป็นการปรับลดลงทั้งในฝั่งของจำนวนผู้เข้าร่วม รวมถึงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อมือที่ลดลง

การปรับกลยุทธ์เพื่อรองรับคนกินเจที่มีวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน...เป็นความท้าทายต่อผู้ประกอบการ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า คนกินเจ แบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่มหลัก คือ กลุ่มที่กินเจทุกมื้อตลอดช่วงเทศกาล ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนกินเจดั้งเดิมหรือกลุ่มที่ทานอาหารมังสวิรัตเป็นประจำ และกลุ่มที่กินเจบางมื้อ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนรุ่นใหม่

ทั้งนี้แม้ว่าทั้งสองกลุ่มจะไม่มี ความแตกต่างทางด้านวัตถุประสงค์การกินเจ โดยทั้งสองกลุ่มจัดลำดับการกินเจเพื่อลดทานเนื้อสัตว์และเพื่อสุขภาพ แต่ความต่างก็คือกลุ่มคนที่กินเจทุกมื้อ จะให้น้ำหนักด้านสุขภาพในสัดส่วนที่สูงกว่า เนื่องจากเป็นกลุ่มที่ทานทุกมื้อตลอด 9 วัน ขณะที่กลุ่มที่กินเจบางมื้อ จะเพิ่มน้ำหนักของการหาอาหารเจทานที่มีความสะดวกสูง กล่าวคือยิ่งเข้าถึงอาหารเจง่าย ยิ่งจงใจให้คนกลุ่มนี้เข้ามาทานมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม หากผู้ประกอบการอาหารเจต้องการจับตลาดคนกินเจทุกกลุ่ม ก็ควรให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาดที่สอดคล้องกับพฤติกรรม ซึ่งมีประเด็นสำคัญ ดังนี้

กลยุทธ์ด้านราคาอาหารที่ต้องไม่แพง สำหรับปีนี้ เบื้องต้น ควรต้องรักษาระดับราคาอาหารใจให้มีความแตกต่างกับอาหารทั่วไปไม่มาก รวมถึงไม่แตกต่างกับราคาของปีก่อนโดยเปรียบเทียบ เพื่อให้สอดคล้องกับเศรษฐกิจ โดยอาจต้องมีการบริหารโดยใช้วัตถุดิบที่สามารถทดแทนกันได้ เพื่อควบคุมต้นทุน

กลยุทธ์ด้านความหลากหลายของเมนูอาหารที่ใช้วัตถุดิบแตกต่าง ที่ควรมีการปรับเปลี่ยน หรือมีเมนูพิเศษแปลกใหม่ในแต่ละวัน เพื่อดึงลูกค้าให้กลับมาใช้บริการใหม่ โดยอาจมีการพิวชั่นหรือการดัดแปลงผสมผสานอาหารเจรูปแบบใหม่ๆ หรืออาจมีการนำเสนอวัตถุดิบที่มีความแตกต่าง เพื่อสร้างกระแสและทำให้เกิดการตลาดทาง อาทิ โปรตีนจากพืช (Plant-based Protein) ที่มีรสสัมผัสคล้ายเนื้อสัตว์ รวมถึงมีคุณค่าทางโภชนาการ เพื่อทดแทนโปรตีนเกษตร รวมถึงหมี่กึ่ง เป็นต้น

กลยุทธ์ด้านสุขภาพที่เน้นโภชนาการ ผู้ประกอบการอาจต้องนำเสนออาหารใจที่มีความแตกต่าง อาทิ ลดเลี่ยน/มัน ขณะเดียวกัน อาจมีการผสมผสานวัตถุดิบที่ดีต่อสุขภาพ เช่น ผักผลไม้ปลอดสารพิษ ข้าวที่มีโภชนาการสูง นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำหน่ายอาหารเจ ควรมีมาตรการเข้มงวดด้านสุขอนามัยป้องกันโรคโควิด-19 ทั้งในส่วนของภาชนะ พนักงานที่ให้บริการ เพื่อเพิ่มความมั่นใจต่อผู้ที่ยังกังวลต่อโควิด-19

กลยุทธ์ด้านความสะดวกเพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า สำหรับกลุ่มลูกค้าที่กินเจทุกมื้อตลอด 9 วัน ผู้ประกอบการอาจให้บริการจัดเมนูอาหารในแต่ละวัน เพื่อจัดส่งถึงที่พักที่อยู่ใกล้ร้านค้า โดยมีข้อแม้ว่าบริการดังกล่าวต้องไม่ทำให้ราคาอาหารเปลี่ยนแปลงไปมาก

พฤติกรรมการกินเจแยกตามลักษณะการทานของคนกรุงเทพฯ ในปี 2563

	กินเจทุกมื้อ	กินเจบางมื้อ
• วัตถุประสงค์การกินเจ	1.งดทานเนื้อสัตว์/ละกิเลส 47.1% 2.เพื่อสุขภาพ 28.1% 3.กินมังสวิรัติอยู่แล้ว 11.6%	1.งดทานเนื้อสัตว์/ละกิเลส 33.9% 2.เพื่อสุขภาพ 19.7% 3.สะดวก/หาทานง่าย 13.7% , อยากรลอง 13.7% , ตามกระแส 13.7%
• ปัจจัยที่ใช้เลือกอาหารเจ	1.ความหลากหลาย 21.3% 2.ความสะดวก 20.7%, สะอาดสดใหม่ 20.7%, ราคา 20.7%	1.ความหลากหลาย 23.2% 2.ความสะดวก 22.5% 3.ราคา 19.0%
• สถานที่ซื้ออาหารเจ	1.ร้านค้าข้างทาง/แผงลอย 25.9% 2.ร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์ฯ 17.3% 3.ทำอาหารทานเอง 16.7%	1.ร้านค้าข้างทาง/แผงลอย 32.8% 2.ร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์ฯ 19.0% 3.ซื้อจากร้านอาหารมาทาน 18.2%

ที่มา : โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ : เรียงตัวเลือก 3 ลำดับแรก



กล่าวโดยสรุป เทศกาลกินเจในปี 2563 ผู้ประกอบการอาหารเจอาจได้รับผลกระทบจากการเข้าร่วมเทศกาลที่คงไม่คึกคักเท่าปีก่อน ขณะที่การแข่งขันในตลาดนี้ก็มีความเข้มข้นสูง ซึ่งผู้ประกอบการอาหารเจคงต้องมีการบริหารต้นทุนวัตถุดิบประเภทผักผลไม้ ซึ่งปีนี้ราคามีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับปีก่อน เพื่อไม่ให้เกิดผลกระทบต่อราคาอาหารเจ ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการอาหารเจอาจต้องมีการติดตามพฤติกรรมคนกินเจที่มีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มลูกค้า เพื่อจัดเตรียมกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับความต้องการได้อย่างเหมาะสม



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้หรือบุคคลใดในความเสียหายใดจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็น การให้ความเห็น หรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ