



ตลาดขนมไหว้พระจันทร์ปี'62 : ปัจจัยด้านราคา... หนุนมูลค่าโต 2.1%

CURRENT ISSUE

ปีที่ 25 ฉบับที่ 3029

วันที่ 9 กันยายน 2562

▶ ประเด็นสำคัญ

- แม้ปัจจัยทางด้านราคาขนมไหว้พระจันทร์ที่ปรับสูงขึ้นในปีนี้อาจทำให้ปริมาณการซื้อขายขนมไหว้พระจันทร์เฉลี่ยต่อคนปรับลดลง อย่างไรก็ตาม ผลจากจำนวนผู้ซื้อที่เพิ่มขึ้นโดยเฉพาะจากคนรุ่นใหม่ที่ชอบไปทานหรือฝากญาติ รวมถึงกลุ่มองค์กรธุรกิจที่ซื้อเป็นของฝาก เมื่อประกอบกับราคาต่อชิ้นที่เพิ่ม ส่งผลให้ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ตลาดขนมไหว้พระจันทร์ในปี 2562 จะมีมูลค่าประมาณ 950 ล้านบาท เติบโต 2.1% เมื่อเทียบกับปีก่อน
- ทิศทางตลาดที่เติบโต เป็นทั้งโอกาสทางธุรกิจและความท้าทายด้านการแข่งขันสำหรับผู้ประกอบการขนมไหว้พระจันทร์ เนื่องจากจำนวนรายผู้ประกอบการที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับอดีต จากสภาวะตลาดที่ค่อนข้างเปิดกว้างสำหรับผู้ประกอบการหน้าใหม่ ประกอบกับพฤติกรรมของกลุ่มผู้ซื้อรุ่นใหม่ที่ยึดติดกับตราสินค้าน้อยลงหรือพร้อมทดลองสินค้าใหม่ๆ และกล้าที่จะใช้จ่ายเพื่อคุณค่าของสินค้า จึงทำให้ผู้ประกอบการคงจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการนำเสนอกลยุทธ์ที่สอดคล้องไปกับพฤติกรรมของลูกค้าเป้าหมาย อาทิ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์ที่เน้นสุขภาพ มีแคลอรีต่ำ (หวานน้อย) มีขนาดต่อชิ้นที่เหมาะสม รวมทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

เทศกาลไหว้พระจันทร์ ปีนี้ตรงกับวันที่ 13 กันยายน 2562 บรรยากาศของเทศกาลปีนี้ ยังคงเห็นผู้ประกอบการทั้งรายดั้งเดิมและรายใหม่ ส่งผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ออกมาแนะนำเสนอเพื่อสร้างความแปลกใหม่ ทั้งด้านไส้ขนมที่บางรายคิดค้นไส้ที่ยังไม่เคยมีการผลิตออกมาก่อนหน้านี้ รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามมีคุณค่า เพื่อจับตลาดกลุ่มที่ซื้อไปรับประทานหรือซื้อเป็นของฝาก อย่างไรก็ตาม สำหรับเทศกาลไหว้พระจันทร์ในปีนี้อาชีพผู้ประกอบการขนมไหว้พระจันทร์ต้องเผชิญกับความท้าทายจากราคาวัตถุดิบหลักที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งมีผลต่อราคาขนมไหว้พระจันทร์ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นพอสมควร และอาจส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มลูกค้าที่มีความอ่อนไหวทางด้านราคาสูง

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สำรวจพฤติกรรมการซื้อขนมไหว้พระจันทร์ของคนไทยในปี 2562 และพบประเด็นที่น่าสนใจ โดยสรุปดังนี้

- ปี 2562 สัดส่วนคนซื้อขนมไหว้พระจันทร์เพิ่ม แม้ซื้อเฉลี่ยน้อยชิ้นลง แต่ผลจากราคาต่อชิ้นที่ปรับขึ้นทำให้มูลค่าตลาดยังเติบโตราว 2.1% จากปีก่อน

- **เทรนด์การให้ความใส่ใจต่อสุขภาพ ยังคงครอบคลุมมาถึงกลุ่มผู้ซื้อขนมไหว้พระจันทร์ด้วย**

ในปี 2562 นี้ ผู้ประกอบการขนมไหว้พระจันทร์บางรายได้มีการออกผลิตภัณฑ์ขนมไหว้พระจันทร์ที่ต่อโภชนาการดีสุขภาพ อาทิ ธัญพืช มันม่วง เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญและระมัดระวังการรับประทานขนมไหว้พระจันทร์ในปริมาณที่จำกัดเพียงประมาณ 1-2 ชิ้น (จากขนมไหว้พระจันทร์ชิ้นใหญ่ที่สามารถแบ่งออกเป็น 7-8 ชิ้น) ซึ่งจากผลสำรวจก็เป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมสนใจที่จะซื้อ หากมีขนมไหว้พระจันทร์ที่ดีต่อสุขภาพ เช่น หวานน้อย (น้ำตาลต่ำ) ในสัดส่วนที่สูงถึง 75.2% และหากเป็นคนรุ่นใหม่สัดส่วนดังกล่าวจะเพิ่มขึ้นเป็น 80.0% สะท้อนถึงเทรนด์การให้ความสำคัญต่อสุขภาพของผู้บริโภค ที่ครอบคลุมมาถึงกลุ่มผู้ซื้อขนมไหว้พระจันทร์ด้วย

อย่างไรก็ดี สำหรับกลุ่มคนรุ่นเก่า ส่วนใหญ่ยังคงติดใจในรสชาติและไส้ของขนมไหว้พระจันทร์แบบดั้งเดิมที่คุ้นลิ้นและได้รับความนิยม ซึ่งจากผลสำรวจพบว่า ไส้ขนมไหว้พระจันทร์ยอดนิยม 3 ลำดับแรก ยังคงเป็นไส้ทุเรียนไข่เค็ม ด้วยสัดส่วน 25.9% เม็ดบัว 14.1% และโหงวยิ้ง 9.1% ซึ่งในระยะข้างหน้า หากผู้ประกอบการสามารถพัฒนาไส้ของขนมไหว้พระจันทร์ที่ตรงกับไลฟ์สไตล์ความชอบของคนรุ่นใหม่ได้มากขึ้น ก็น่าที่จะได้รับความนิยมติดอันดับไส้ที่จำหน่ายได้สูง

- **ร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์มาร์เก็ต ยังเป็นช่องทางจำหน่ายขนมไหว้พระจันทร์ที่ผู้ซื้อเลือก ขณะที่ช่องทางออนไลน์ ถูกใช้เป็นช่องทางสื่อสารประชาสัมพันธ์และนำเสนอโปรโมชั่นเป็นหลัก**

สำหรับช่องทางการซื้อขนมไหว้พระจันทร์ในปีนี้ ที่คนส่วนใหญ่เลือกใช้บริการ จะยังคงให้น้ำหนักไปที่ร้านค้าซึ่งอำนวยความสะดวกในการซื้อ โดยเฉพาะร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์มาร์เก็ต ที่มีการจำหน่ายขนมไหว้พระจันทร์หลากหลายตราสินค้า และมีหลากหลายรสชาติให้เลือก คิดเป็นสัดส่วน 60.5% รองลงมาได้แก่โรงแรม/ร้านเบเกอรี่ สัดส่วน 34.2% และเป็นที่น่าสังเกตว่าช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมในการสั่งซื้อสินค้าในปัจจุบัน อาจจะยังไม่ตอบโจทยสำหรับตลาดขนมไหว้พระจันทร์มากนัก เนื่องจากลูกค้าส่วนใหญ่ยังคงต้องการเลือกซื้อและเห็นสินค้าที่สดใหม่ ส่งผลให้สื่อโซเชียลมีเดียอย่าง Line, Twitter, Facebook, Instagram ถูกใช้เป็นช่องทางติดต่อสื่อสารภาพลักษณ์สินค้า หรือการนำเสนอโปรชันให้กับผู้ซื้อเป็นหลัก

- **การเปิดรับผู้ประกอบการรายใหม่ สะท้อนโอกาสการเข้าสู่ธุรกิจที่ค่อนข้างเปิดกว้างสำหรับตลาดขนมไหว้พระจันทร์**

ตลาดขนมไหว้พระจันทร์มีผู้ประกอบการรายใหม่สนใจเข้ามาในตลาดจำนวนมาก โดยเฉพาะการเข้ามาจับตลาดคนรุ่นใหม่ที่ชอบไปรับประทานหรือซื้อเป็นของฝาก ซึ่งค่อนข้างจะเปิดรับและชอบทดลองสินค้าใหม่ๆ สอดคล้องกับผลสำรวจที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามสนใจที่จะทดลองซื้อขนมไหว้พระจันทร์จากผู้ประกอบการรายใหม่ประมาณ 57.4% ขณะที่คนรุ่นใหม่ให้ความสนใจสูงถึง 62.5% สำหรับผู้ที่ตอบว่ายังไม่สนใจซื้อกับผู้ประกอบการรายใหม่ น่าจะเป็นเพราะผู้ประกอบการบางรายยังไม่เป็นที่รู้จักและมีการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์โดยไม่มีหน้าร้าน จึงอาจทำให้ผู้ซื้อยังไม่มั่นใจในรสชาติความอร่อย ดังนั้น ผู้ประกอบการที่มีช่องทางจำหน่ายผ่านออนไลน์เท่านั้น อาจจำเป็นต้องสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้ารู้จักสินค้าผ่านการสื่อสารการตลาด/โปรโมชั่น หรือแม้กระทั่งการออกแบบสินค้าขนาดทดลองชิมเพื่อสร้างความคุ้นเคย ดึงความสนใจและทำให้ผู้ซื้อเกิดความเชื่อมั่น

กล่าวโดยสรุป ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า ในปี 2562 นี้ตลาดยังคงตอบรับขนมไหว้พระจันทร์ใกล้เคียงกับปีก่อน เนื่องจากเป็นขนมที่หาทานได้ไม่บ่อย แม้ว่าผู้ผลิตบางรายจะมีการผลิตออกมาจำหน่ายตลอดทั้งปี แต่ความหลากหลายของไส้อาจไม่เทียบเท่ากับช่วงเทศกาลที่มีผู้ประกอบการจำนวนมากผลิตไส้ที่แตกต่างกันออกมานำเสนอ ขณะที่ความสะดวกในการซื้อก็มีมากกว่าช่วงปกติ จากร้านค้าปลีกที่ร่วมกิจกรรม อย่างไรก็ตาม ปัจจัยจากแรงกดดันด้านราคาสินค้าที่ขยับขึ้น รวมถึงภาวะเศรษฐกิจที่อาจไม่เอื้ออำนวยนัก ทำให้ปริมาณจำหน่ายในภาพรวมอาจลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อน

มองไปข้างหน้า ตลาดขนมไหว้พระจันทร์น่าจะถูกพัฒนาไปสู่การเป็นตัวเชื่อมโยงไปยังกลุ่มที่ไม่ใช่คนไทยเชื้อสายจีน รวมถึงเชื่อมโยงไปถึงกลุ่มคนทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ช่วงอายุระหว่าง 20-39 ปี หรือกลุ่ม Gen Y และกลุ่ม Gen Z ที่รวมเรียกว่ากลุ่ม Millennials ทั้งนี้ ปัจจุบันประชากรกลุ่ม Millennials ในประเทศไทยมีจำนวนรวมกันถึง 19.13 ล้านคน หรือคิดเป็นประมาณ 28.8% ของจำนวนประชากรทั้งหมด ดังนั้น ผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่จึงควรให้ความสำคัญกับลูกค้าเป้าหมายกลุ่มนี้ ด้วยการพัฒนารสชาติและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตรงใจ เนื่องจากเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่กล้าใช้จ่ายเพื่อความคุ้มค่าของสินค้าและบริการ รวมทั้งการยึดติดกับตราสินค้าไม่สูงเท่าคนรุ่นก่อน ทำให้สินค้าขนมไหว้พระจันทร์รายใหม่ๆ สามารถแทรกเข้ามาในตลาดนี้ได้



Disclaimer

รายงานวิจัยฉบับนี้จัดทำเพื่อเผยแพร่ทั่วไป โดยจัดทำขึ้นจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่น่าเชื่อถือ แต่บริษัทฯ มิอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ หรือความสมบูรณ์เพื่อใช้ในทางการค้าหรือประโยชน์อื่นใด บริษัทฯ อาจมีการเปลี่ยนแปลงปรับปรุงข้อมูลได้ตลอดเวลาโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ทั้งนี้ผู้ใช้ข้อมูลต้องใช้ความระมัดระวังในการใช้ข้อมูลต่างๆ ด้วยวิจารณญาณของตนเองและรับผิดชอบในความเสี่ยงเองทั้งสิ้น บริษัทฯ จะไม่รับผิดชอบผู้ใดในความเสี่ยงใดๆ ในการใช้ข้อมูลดังกล่าว ข้อมูลในรายงานฉบับนี้จึงไม่ถือว่าเป็นการให้ความเห็นหรือคำแนะนำในการตัดสินใจทางธุรกิจ แต่อย่างใดทั้งสิ้น

บริการทุกระดับประทับใจ