



กินเจปี'62 : คาดคนกรุงเทพฯ ใช้จ่าย 4,760 ล้านบาท ...ภาวะเศรษฐกิจส่งผลต่อการควบคุมการใช้จ่าย

CURRENT ISSUE

ปีที่ 25 ฉบับที่ 3034

วันที่ 24 กันยายน 2562

▶ ประเด็นสำคัญ

- เทศกาลกินเจปี 2562 ยังคงดึงดูดให้คนกรุงเทพฯ สนใจเข้าร่วมกินเจเพิ่มจาก 57.1% มาเป็น 66.7% ในปีนี้ โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่สนใจเข้ามาทานเจเพื่อเหตุผลด้านสุขภาพ ขณะที่จำนวนมือที่ทานเจเสียต่อคนมีแนวโน้มปรับลดลง ส่งผลให้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า เม็ดเงินค่าใช้จ่ายตลอดช่วงเทศกาลกินเจปี 2562 ของคนกรุงเทพฯ จะมีมูลค่าอยู่ที่ประมาณ 4,760 ล้านบาทขยายตัวเพิ่มขึ้น 2.4% เมื่อเทียบกับปีก่อน เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ทำให้คนทานเจบางกลุ่มมีความตั้งใจที่จะควบคุมค่าใช้จ่าย ส่งผลให้มูลค่าการใช้จ่ายช่วงเทศกาลกินเจปีนี้ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงเมื่อเทียบกับปีก่อน
- ในระยะข้างหน้า ตลาดอาหารเจถือเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการสินค้าที่เกี่ยวข้อง ที่ได้านิสงส์จากพฤติกรรมผู้บริโภคบางกลุ่มที่นิยมบริโภคอาหารเจนอกเทศกาล ทั้งเพื่อสุขภาพและการเสริมบุญ ขณะเดียวกันจากสภาพตลาดที่เปลี่ยนไป คนรุ่นใหม่รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ กลายเป็นคนกลุ่มใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญต่อตลาดอาหาร เจเป็นความท้าทายที่สำคัญในการผลิตสินค้าที่ตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มนี้ โดยนอกจากความหลากหลายแล้ว ยังต้องเน้นประโยชน์ทางด้านสุขภาพ และความครบถ้วนของสารอาหารตามหลักโภชนาการ โดยการคัดเลือกวัตถุดิบที่มีประโยชน์ อาทิ ผัก/ผลไม้อร์แกนิก ข้าวที่มีโภชนาการสูงเช่นข้าวหอมมะลิ/ไรซ์เบอร์รี่ และโปรตีนจากพืชเกษตร เพื่อสร้างความแตกต่างและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าได้อย่างถูกต้อง

เทศกาลกินเจ ปีนี้ตรงกับวันที่ 29 กันยายน-7 ตุลาคม 2562 บรรยากาศของเทศกาลปีนี้คาดว่าจะยังคงได้รับความสนใจจากผู้บริโภค ทั้งกลุ่มคนไทยเชื้อสายจีนที่สืบทอดเทศกาลต่อจากบรรพบุรุษ รวมถึงคนทั่วไป ซึ่งให้ความสนใจเข้าร่วมเทศกาลโดยเล็งเห็นถึงประโยชน์ทางด้านสุขภาพ ประกอบกับความสะดวกในการหาซื้ออาหารเจที่หาซื้อได้ง่ายกว่าอดีต จากการเข้ามาของผู้ประกอบการรายใหม่ๆ ในตลาดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงมีการดัดแปลงอาหารเจให้มีความหลากหลายน่ารับประทาน ทำให้ลูกค้ากลุ่มนี้กำลังมีจำนวนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และมีส่วนสำคัญที่หนุนให้เม็ดเงินค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับอาหารและเครื่องดื่ม ยังคงมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ได้สำรวจพฤติกรรมของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลกินเจปีนี้ และพบประเด็นที่น่าสนใจซึ่งสรุปได้ ดังนี้

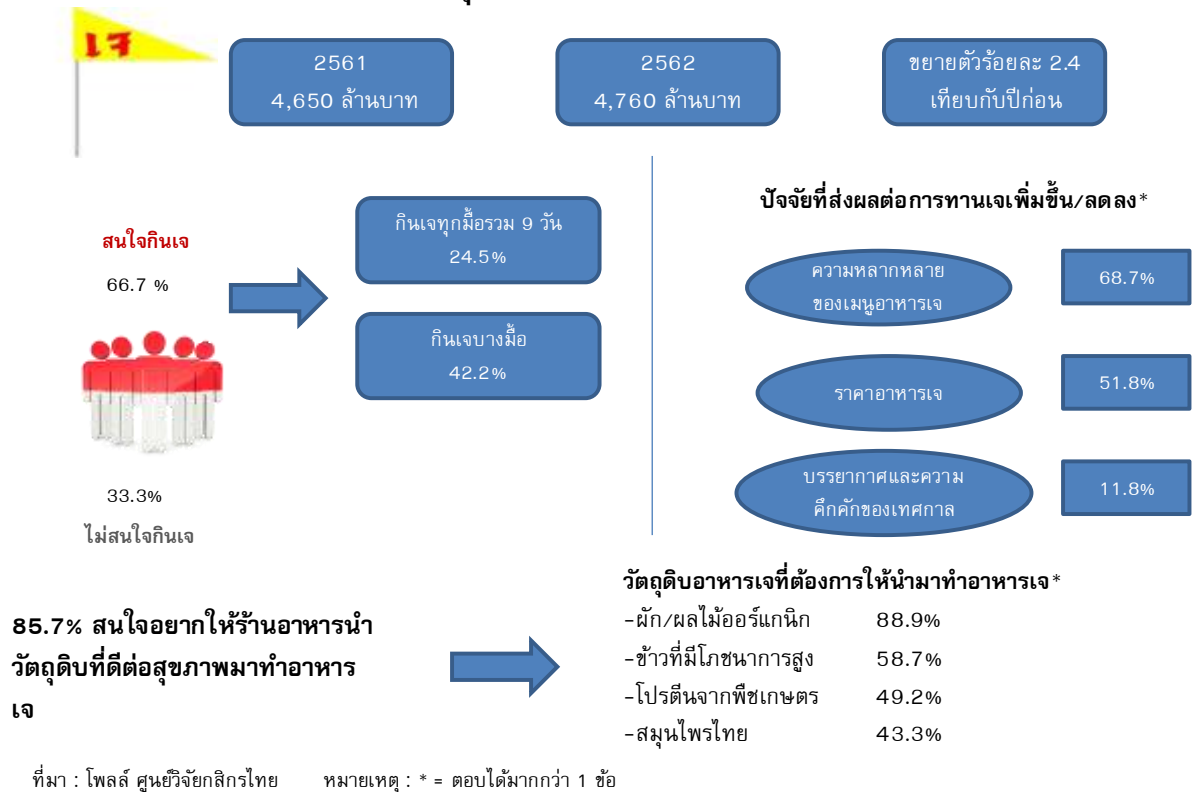
● ปี 2562 สัดส่วนคนกินเจเพิ่มขึ้น แต่ส่วนใหญ่ทานเจไม่ครบทั้ง 9 วันตลอดเทศกาล แต่ผลจากจำนวนผู้ทานเจที่ปรับเปลี่ยน ทำให้มูลค่าตลาดปีนี้เพิ่มขึ้น 2.4% เทียบปีก่อน

เทศกาลกินเจในช่วงหลายปีที่ผ่านมา มีจำนวนผู้ที่สนใจบริโภคเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่อายุระหว่าง 20-39 ปี ซึ่งในปี 2562 นี้คาดว่าคนกรุงเทพฯ จะให้ความสนใจทานอาหารเจเช่นเดียวกับปีก่อนๆ โดยมีสัดส่วนถึง 66.7% ของผู้ตอบแบบสอบถาม เทียบกับ 57.1% ของปีก่อน (**ซึ่งคนทานเจที่เพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เลือกกินบางมื้อบางวัน**) ทั้งนี้หากเทียบพฤติกรรมการทานเจของผู้บริโภคดั้งเดิมกับคนรุ่นใหม่ ถือว่ามีความแตกต่างกัน โดยกลุ่มลูกค้าดั้งเดิมที่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน ที่ทานอาหารเจตามบรรพบุรุษโดยเคร่งครัด (กลุ่มนี้จะทานเจตลอดทั้ง 9 วันหรือบางคนอาจทานเจก่อนเทศกาล 1 วันที่ถือเป็นการล้างท้อง รวมถึงการทานเจตามวาระสำคัญเช่น วันเกิดหรือวันพระ) ซึ่งเป็นโอกาสสำหรับผู้ประกอบการอาหารเจในการผลิตสินค้าออกมาตอบสนองความต้องการในจำนวนวันที่เพิ่มขึ้น

แต่สำหรับคนรุ่นใหม่ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ การบริโภคอาหารเจก็ด้วยเหตุผลจากการอยากทดลองทาน รวมถึงการหาซื้ออาหารเจทานได้สะดวก ทำให้กลุ่มนี้ไม่ได้เคร่งครัดกับระยะเวลาการทานเจมากนัก ส่วนใหญ่ทานตามความสะดวกของตนเอง และทำให้หน้าหนักภาพรวมของการทานอาหารเจในช่วงเทศกาลโน้มเอียงไปในทิศทางเดียวกับพฤติกรรมคนรุ่นใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจที่พบว่า **พฤติกรรมการทานอาหารเจในปี 2562 ส่วนใหญ่จะรับประทานไม่ครบทั้ง 9 วันตลอดเทศกาล** ในสัดส่วน 63.3% (แยกเป็นทานเจบางมื้อ สัดส่วน 42.2% และทานเจทุกมื้อครบ 9 วัน 24.5%) ขณะเดียวกัน จำนวนมื้อที่ทานส่วนใหญ่ก็ไม่ครบทั้ง 3 มื้อ ขึ้นอยู่กับโอกาสและความสะดวก โดยส่วนใหญ่จะทานเจ 1 มื้อต่อวันสัดส่วน 45.5% รองลงมาคือ 2 มื้อ สัดส่วน 28.8% มีเพียง 17.1% ที่จะทานอาหารเจครบทั้ง 3 มื้อใน 1 วัน รวมถึงกลุ่มที่วางแผนทานโดยคำนึงถึงความสะดวกอีก 9.6% ซึ่งจากปัจจัยดังกล่าว ส่งผลให้จำนวนกลุ่มลูกค้าที่ใช้บริการร้านอาหารเจ อาจมีความแตกต่างกันในแต่ละวัน ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องวางแผนทางด้านวัตถุดิบ รวมถึงปริมาณอาหารที่ทำในแต่ละวันมากขึ้น

จากผลการสำรวจพฤติกรรมการเข้าร่วมในเทศกาลกินเจระหว่างวันที่ 29 กันยายน-7 ตุลาคม 2562 แม้ว่า จำนวนวันและมื้อเฉลี่ยของการทานเจจะไม่สูงเทียบกับปีก่อน แต่จำนวนคนทานเจที่เพิ่มขึ้นมาก โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ที่สนใจทดลองทานอาหารเจ อย่างไรก็ตาม ภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัว ส่งผลให้ผู้ทานเจควบคุมค่าใช้จ่ายต่อมื้อ **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงประเมินว่า ตลอดช่วงเทศกาลกินเจในปี 2562 นี้ คนกรุงเทพฯ จะมีเม็ดเงินค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 4,760 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 2.4% เทียบกับปี 2561**

เม็ดเงินค่าใช้จ่ายและพฤติกรรมการเลือกซื้ออาหารเจ ของคนกรุงเทพฯ ในช่วงเทศกาลกินเจปี 2562



● จำนวนผู้ประกอบการอาหารเจที่มากขึ้น ทำให้การแข่งขันสูง...ซึ่งการสร้าง ความหลากหลายของอาหาร เน้นประโยชน์ด้านสุขภาพ และความเหมาะสมของราคาสินค้า จะเป็นกลยุทธ์สำคัญครองใจผู้บริโภค

เนื่องจากคนรุ่นใหม่ เข้ามามีบทบาทเป็นลูกค้าสำคัญในตลาดอาหารเจมากขึ้น และกลุ่มนี้มีการทำอาหารเจทานเองไม่สูงมากนัก แต่พึ่งพาร้านอาหารที่ประกอบอาหารสำเร็จรูปเป็นหลัก จึงส่งผลให้มีผู้ประกอบการรายใหม่ๆ สนใจเข้าสู่ตลาดเพื่อตอบสนองของคนกลุ่มนี้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกระจายอยู่ตามพื้นที่ต่างๆ ทั่วกรุงเทพฯ ทั้งร้านอาหารทั่วไป ร้านค้าแผงลอย ร้านริมทาง ตลาดสด รวมถึงร้านสะดวกซื้อ/ซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งปัจจุบันมีการผลิตอาหารสำเร็จรูปพร้อมทานที่อำนวยความสะดวกสำหรับคนทานเจ ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดนี้มีสูง ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีการนำเสนอกลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะกลยุทธ์สำหรับคนรุ่นใหม่ ซึ่งกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับปัจจัยหลัก ๆ คือความหลากหลายของสินค้า การเน้นประโยชน์ด้านสุขภาพ รวมถึงระดับราคาที่สมเหตุสมผล

โดยสอดคล้องกับผลสำรวจที่พบว่า ความหลากหลายของเมนูอาหารเจ มีผลต่อการเข้าร่วมทานอาหารเจที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงโดยมีสัดส่วนถึง 68.7 % รองลงมาคือราคาอาหารเจ 51.8% และบรรยากาศความคึกคักของเทศกาล 11.8% อื่นๆ อาทิ ความสะดวกและหาทานง่าย 12.9%

ขณะเดียวกัน เมื่อสำรวจลงไปในด้านวัตถุดิบ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ 85.7% สนใจอยากให้ร้านอาหารนำวัตถุดิบที่ติดต่อสุขภาพมาปรุงอาหารหรือเครื่องดื่มเจ โดยวัตถุดิบที่ให้ความสนใจสูงคือผัก/ผลไม้อร์แกนิก สัดส่วน 88.9% ข้าวที่มีโภชนาการสูงเช่นข้าวหอมนิล/ไรซ์เบอร์รี่ 58.7% โปรตีนจากพืชเกษตร 49.2% และสมุนไพร 43.3%

นอกจากนี้ เมื่อสำรวจเจาะลงไปในประเด็นด้านราคาอาหารเจ พบว่า หากมีการปรับขึ้นมากจะส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคอาหารเจเกือบครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามคือ 45.9% ส่วนที่ไม่มีผลกระทบมี 54.1% โดยพฤติกรรมของกลุ่มที่ได้รับผลกระทบคือ การปรับไปหาเมนูอาหาร/ร้านอาหารที่จำหน่ายไม่แพง 77.5% รวมถึงการคุมค่าใช้จ่ายด้านวัตถุดิบ 36.0% และการลดวันหรือมื้อที่กินเจลง 32.6%

ดังนั้น ปัจจัยที่จะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจ ประสบความสำเร็จในการจับตลาดกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่สนใจทานอาหารเจ คือ การพัฒนาความหลากหลายของอาหารเจ ซึ่งควรมีรสชาติใกล้เคียงกับอาหารที่จำหน่ายทั่วไปทั้งอาหารเจแบบไทย ญี่ปุ่นหรือยุโรป รวมถึงการเพิ่มประโยชน์หรือคุณค่าทางด้านโภชนาการ รวมถึงการบริหารจัดการต้นทุนให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ด้วยการคัดเลือกวัตถุดิบ/หาแหล่งวัตถุดิบ เพื่อให้ได้ต้นทุนที่ต่ำ รวมถึงการดัดแปลงวัตถุดิบในประเภทที่ราคาไม่ได้ปรับสูงขึ้นทดแทนจะเป็นข้อได้เปรียบด้านการแข่งขัน

และเนื่องจากปัจจุบันตลาดอาหารในเทศกาลกินเจ ไม่ใช่มีเฉพาะกลุ่มคนจีนที่มีการสืบทอดตามบรรพบุรุษ แต่เพิ่มเติมด้วยกลุ่มคนทั่วไป ที่เข้ามากินเจโดยไม่เคร่งครัดทางด้านข้อห้ามต่างๆ มากนัก โดยเฉพาะกลุ่มที่มีประชากรจำนวนมากทั้งกลุ่มคนรุ่นใหม่ (อายุ 20-39 ปีมีประมาณ 19.1 ล้านคน)¹ รวมถึงกลุ่มผู้สูงอายุ (ไทยก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไปประมาณ 10.7 ล้านคน) ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มนี้จะมีอิทธิพลและมีบทบาทต่อกิจกรรมทางธุรกิจต่างๆ สูง

ดังนั้น ในระยะข้างหน้า ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหารเจ รวมถึงอาหารทั่วไป อาจจำเป็นต้องให้ความสำคัญและศึกษาเทรนด์การบริโภคอาหารที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อจะได้ตอบโจทย์ธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าทั้งคนรุ่นใหม่และผู้สูงอายุ โดยอาจต้องคำนึงถึงรูปแบบอาหารในหลายๆ ด้าน อาทิ การลดความหวาน (น้ำตาลน้อย) มัน หรือเค็ม (อาหารที่มัน เลี่ยน เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้คนไม่นิยมทานเจ มีสัดส่วนถึง 55.6%) แต่เพิ่มทางด้านเส้นใยอาหารที่ช่วยด้านการขับถ่าย การคำนวณปริมาณแคลอรีของอาหารในแต่ละมื้อ ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าว สามารถนำมาใช้กับการจำหน่ายอาหารเจ รวมถึงการผลิตอาหารทั่วไปด้วย

กล่าวโดยสรุป เทศกาลกินเจในปี 2562 นี้ คาดว่ายังคงมีผู้ให้ความสนใจเข้าร่วมกิจกรรมดังกล่าวเช่นเดียวกับปีก่อนๆ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่อาจต้องติดตามก็คือ ทิศทางการเปลี่ยนแปลงของราคาวัตถุดิบจากปัจจัยด้านภัยธรรมชาติในปีนี้ เพราะเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่คนทานเจให้ความสำคัญ ซึ่งอาจบ่งบอกถึงภาพรวมความคึกคักของตลาดอาหารเจในปีนี้ และจากการที่ตลาดในเทศกาลกินเจ จากเดิมที่เคยถูกขับเคลื่อนโดยคนไทยเชื้อสายจีนที่สืบทอดเทศกาลตามบรรพบุรุษ มีกลุ่มลูกค้าคนทั่วไปที่เข้ามาทานอาหารเจเพิ่มขึ้น เพื่อเหตุผลด้านสุขภาพ หรือต้องการทำบุญเสริมสิริมงคล ซึ่งกลุ่มนี้ไม่ค่อยเคร่งครัดทางด้านข้อห้ามต่างๆ มากนัก แต่ต้องการอาหารและเครื่องดื่มที่ส่งผลดีต่อสุขภาพ จึงเป็นโจทย์สำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนาสินค้าเพื่อสอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม



Disclaimer

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

¹ กรมการปกครอง : ข้อมูลปี 2561