

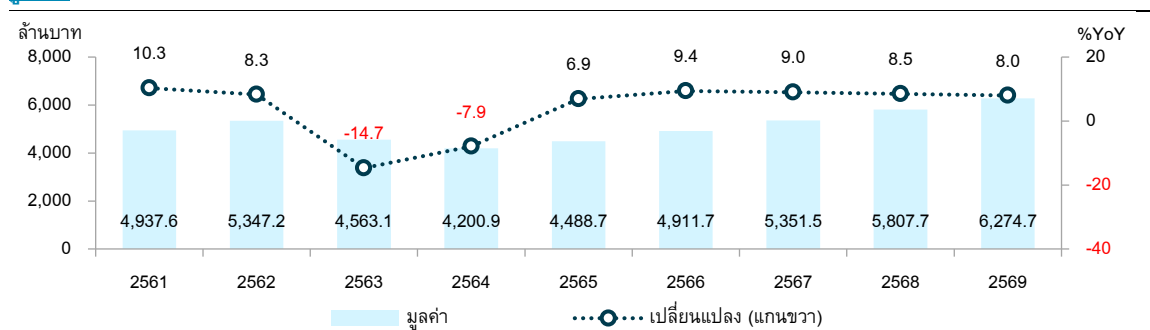
ภาพรวมตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วในประเทศไทย

- ตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วในปี 2565 ขยายตัว 6.9%YoY อยู่ที่ 4,488.7 ล้านบาท หลังจากที่หดตัวมาตลอด 2 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2563-64 จากผลกระทบของสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ปัจจัยหนุนที่ทำให้ตลาดกลับมาฟื้นตัวเนื่องมาจากสถานการณ์โรคโควิด-19 ที่คลี่คลายลง นอกจากนี้ ตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วได้อานิสงส์จากกระแสรักสุขภาพที่กำลังเป็นที่นิยม โดยผู้บริโภคมองหาขนมขบเคี้ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการทั้งเรื่องรสชาติและคุณสมบัติควบคู่กันไป ในขณะที่ตลาดนี้ยังได้รับอานิสงส์จากกลุ่มผู้บริโภคที่มาจากกลุ่มสถาบันบันเทิงต่างๆ เนื่องจากขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วถือเป็นหนึ่งในของรับประทานเล่นในสถานบันเทิง งานปาร์ตี้ต่างๆ จากความง่ายในการซื้อหาและสามารถเก็บไว้ได้นาน และเมื่อพิจารณาส่วนแบ่งการตลาด พบว่า โกโก้ ครองสัดส่วนอยู่ที่ 50% รองลงมา คือ ทองการ์เด็น 25% และบลูโดมอนด์ 15% ตามลำดับ
- สำหรับพฤติกรรมของผู้บริโภคไทยที่มีต่อขนมขบเคี้ยว จากข้อมูลของบริษัท Mintel Global พบว่าคนไทยรับประทานขนมขบเคี้ยวและเครื่องดื่มแทนอาหารมื้อหลักมากที่สุดเป็นอันดับสอง รองจากคนอินเดียในเอเชียแปซิฟิก เนื่องจากการรับประทานขนมขบเคี้ยวเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคไทยชอบทำในระหว่างวัน โดยผู้บริโภคไทยจำนวนมากรับประทานขนมขบเคี้ยวในโอกาสที่เรียกว่า “WE-TIME” หรือช่วงเวลาที่ใช้ทำกิจกรรมพิเศษร่วมกับผู้อื่น (คิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ 54%) รวมไปถึงเวลาที่พบปะสังสรรค์กับเพื่อน ๆ และคนในครอบครัว และ “ME-TIME” หรือช่วงเวลาที่รู้สึกเบื่อหรือเครียด (คิดเป็นสัดส่วนอยู่ที่ 45%)

แนวโน้มตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วในประเทศไทย

- ตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วมีทิศทางขยายตัวต่อเนื่องโดยมูลค่าตลาดมีแนวโน้มที่จะมาแตะอยู่ในระดับเดิมที่เคยไปถึงราว 5,400 ล้านบาทได้ภายในปี 2567 ซึ่งการฟื้นตัวอย่างแข็งแกร่งได้ปัจจัยหนุนจากการที่ผู้บริโภคกลับมาทำกิจกรรมนอกบ้านได้ตามปกติ ทำให้มีการจัดกิจกรรมสังสรรค์มากขึ้นซึ่งสอดคล้องกับทิศทางเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องจากปัจจัยหนุนด้านการบริโภคภาคเอกชนที่ฟื้นตัว และสถานการณ์การท่องเที่ยวในไทยที่ปรับดีขึ้นซึ่งสะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง (ธนาคารแห่งประเทศไทยประเมินนักท่องเที่ยวต่างชาติปี 2566 อยู่ที่ 28 ล้านคน และปี 2567 อยู่ที่ 35 ล้านคน ข้อมูล ณ เดือนมีนาคม 2566)

รูปที่ 1 การเติบโตของตลาดขนมขบเคี้ยวประเภทถั่วในประเทศไทย



ที่มา : Euromonitor International

ผู้จัดทำบทวิเคราะห์

นางสาว นฤชยา สาตพงษ์ (narichayas@lhbank.co.th)

วิจัยธุรกิจธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์

ธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน)

Disclaimer:

ข้อมูล บทวิเคราะห์ และการแสดงความคิดเห็นต่างๆที่ปรากฏอยู่ในรายงานฉบับนี้ ได้จัดทำขึ้นบนพื้นฐานของแหล่งข้อมูลที่ได้รับมาจากแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ เพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมซึ่งเป็นเอกสารภายในของธนาคารแลนด์ แอนด์ เฮาส์ จำกัด (มหาชน) เท่านั้น ทั้งนี้ธนาคารฯ จะไม่รับผิดชอบความเสียหายใดๆทั้งปวงที่เกิดขึ้นจากการนำข้อมูล บทวิเคราะห์ การคาดหมาย และความคิดเห็นต่างๆที่ปรากฏในรายงานฉบับนี้ไปใช้ โดยผู้ที่ประสงค์จะนำไปใช้ต้องยอมรับความเสี่ยง และความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นเองโดยลำพัง