



K SME Analysis

ตรุษจีน  
โอกาสเพิ่มยอดขาย SME



## ประเด็นสำคัญ

- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่า เทศกาลตรุษจีนปี 2562 ภาคประชาชนมีมุมมองต่อภาวะกำลังซื้อค่อนข้างระมัดระวัง อย่างไรก็ตาม จากมุมมองเชิงบวกต่อมาตรการกระตุ้นของภาครัฐ อาทิ การคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม 5% สำหรับการใช้จ่ายในช่วงดังกล่าว รวมถึงการเลือกตั้งที่จะเกิดขึ้นและคาดหวังว่าจะมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจได้ จะเป็นปัจจัยหนุนสำคัญที่ช่วยพยุงให้ยังคงมีเม็ดเงินเติมเข้ามาในระยะเวลาสั้นๆ ในช่วงเทศกาลตรุษจีนปีนี้
- **ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** เห็นว่า กลยุทธ์ที่เหมาะสมของผู้ประกอบการ SME ที่มุ่งหวังกำลังซื้อในช่วงเทศกาลตรุษจีน ควรนำมาใช้คือ การเร่งประชาสัมพันธ์และเตรียมความพร้อมเพื่อให้ได้รับอานิสงส์จากมาตรการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของภาครัฐ
- **มองไปข้างหน้า** เมื่อผ่านพ้นช่วงเทศกาลตรุษจีน ผู้ประกอบการ SME ยังคงมีความท้าทายด้านกำลังซื้อของประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางลงล่างที่ถูกกดดันจากปัญหาหนี้ครัวเรือน ทำให้ยังคงระมัดระวังการใช้จ่าย และส่งผลต่อภาคธุรกิจมีการแข่งขันรุนแรงเพื่อชิงกำลังซื้อที่มีจำกัด โดยกลยุทธ์ที่ควรใช้ภายใต้ภาวะดังกล่าว คือ การนำเสนอสินค้าและบริการที่มีราคาเหมาะสม คุ่มค่าคุ้มราคา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างเข้มข้นในช่วงเวลาที่เหมาะสม ขณะเดียวกันก็อาจจำเป็นต้องมีการสร้างนวัตกรรมสินค้าให้มีความแตกต่างจากคู่แข่งออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอเพื่อดึงดูดใจผู้ซื้อ

**เทศกาลตรุษจีน** เป็นช่วงที่ประชาชนจะมีการใช้จ่ายก่อนและหลังเทศกาลประมาณ 1 สัปดาห์ค่อนข้างสูงกว่าปกติ โดยกิจกรรมที่มีการทำในช่วงเทศกาลตรุษจีน เช่น การเซ่นไหว้ การนำเงินที่ได้จากแต่ะเอียมาซื้อสินค้าและบริการ การทำกิจกรรมด้านสันตนาการ อาทิ รับประทานอาหารนอกบ้าน เดินทางท่องเที่ยวทำบุญ ส่งผลให้เม็ดเงินในช่วงเทศกาลนี้ นอกจากจะเน้นไปที่กลุ่มเครื่องเซ่นไหว้แล้ว บางส่วนยังถูกกระจายไปสู่ภาคธุรกิจอื่นๆ อาทิ ธุรกิจค้าปลีกสินค้าต่างๆ อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ของใช้ตกแต่งบ้าน ธุรกิจร้านอาหาร ร้านทอง รวมถึงธุรกิจท่องเที่ยวและที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดการใช้จ่ายสู่ระบบเศรษฐกิจ รวมถึงผู้ประกอบการ SME ในช่วงสั้นๆ คิดเป็นเม็ดเงินค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้จากในแต่ละปี สถาบันการเงินได้เตรียมเงินสดไว้รองรับการเบิกจ่ายในช่วงเทศกาลตรุษจีนสูงถึงกว่า 1 แสนล้านบาท (ปี 2561 จากข้อมูล 5 ธนาคารรายใหญ่) ขณะที่ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยเองได้มีการสำรวจและประเมินเม็ดเงินค่าใช้จ่ายช่วงเทศกาลตรุษจีนเฉพาะพื้นที่กรุงเทพฯ ในแต่ละปีสูงถึงกว่า 1 หมื่นล้านบาท

## ตรุษจีนปี 2562 ... หลากประเด็นที่ส่งผลต่อการใช้จ่าย

**ศูนย์วิจัยสิริกไทย** ได้มีการสำรวจเกี่ยวกับมุมมองของประชาชนในพื้นที่กรุงเทพฯ ที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2562 โดยมีการสำรวจประเด็นต่างๆ ทั้งปัจจัยหลักทั่วไปโดยเฉพาะปัจจัยด้านกำลังซื้อที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจใช้จ่ายในช่วงเทศกาลตรุษจีน รวมถึงปัจจัยที่แตกต่างจากปี 2561 ภาระหนี้ดอกเบี้ยเงินกู้แบบลอยตัวที่อาจปรับขึ้นในปี 2562 และแม้แต่ปัจจัยจากสภาพจราจรที่ติดขัดรวมถึงปัญหามลพิษทางอากาศที่อาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการเดินทางจับจ่ายหรือทำกิจกรรมในช่วงเทศกาลตรุษจีนด้วย



### ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายช่วงตรุษจีน

- 🔴 กำลังซื้อไม่สดใส
- 🔴 มาตรการคินภาษี 5%
- 🔴 ดอกเบี้ยเงินกู้แบบลอยตัว
- 🔴 การจราจรที่ติดขัด



โดยผลสำรวจพบประเด็นที่น่าสนใจ เพื่อให้ผู้ประกอบการ SME ที่มุ่งหวังกำลังซื้อจากเทศกาลตรุษจีนในปี 2562 นำไปประเมินสถานการณ์และวางแผนธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรม ซึ่งมีดังนี้

- **มุมมองต่อกำลังซื้อในปี 2562 ยังไม่ค่อยสดใส** ผู้ตอบแบบสอบถามมีมุมมองต่อทิศทางการกำลังซื้อที่ค่อนข้างระมัดระวัง โดยส่วนใหญ่กว่าครึ่งมองว่ากำลังซื้อของตนเองไม่แตกต่างจากปีก่อน อย่างไรก็ตามเนื่องจากส่วนใหญ่ผู้ร่วมกิจกรรมตรุษจีน เช่น ผู้ที่เซ่นไหว้ มีการจัดเตรียมสำรองค่าใช้จ่ายไว้แล้ว และส่วนใหญ่ก็ปรับลดงบประมาณในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเท่าที่จำเป็น ทำให้คงจะไม่ได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านกำลังซื้อมากนัก แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า สำหรับกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางลงล่าง ซึ่งค่อนข้างอ่อนไหวต่อยปัจจัยด้านกำลังซื้อก็อาจปรับลดค่าใช้จ่ายในส่วนกิจกรรมบางอย่างที่ทำได้ โดยเฉพาะเครื่องเซ่นไหว้ที่สามารถปรับขนาดหรือลดปริมาณลงได้

- **ปัจจัยเสริมจากมาตรการภาครัฐช่วยหนุนการใช้จ่าย** แม้ว่าจะมีมุมมองด้านกำลังซื้อไม่ค่อยสดใส แต่มุมมองทางด้านการใช้จ่ายเสริมอื่นๆ กลับมีทิศทางในเชิงบวก โดยเฉพาะมาตรการคินภาษีมูลค่าเพิ่ม 5% สำหรับการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการในช่วงวันที่ 1-15 กุมภาพันธ์ 2562 ในวงเงินค่าใช้จ่ายไม่เกิน 20,000 บาท ซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 60 เห็นว่าจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้นและสินค้ามีราคาถูกลง

ขณะที่ ผู้ตอบแบบสอบถามประมาณร้อยละ 50 คาดหวังว่าปัจจัยทางด้านการเลือกตั้งที่จะเกิดขึ้นในปีนี้ จะส่งผลดีต่อความเชื่อมั่นและกล้าใช้จ่ายมากขึ้น สำหรับปัจจัยทางด้านการระบายที่อาจมีแนวโน้มปรับขึ้น มีผลน้อยมาก เนื่องจากเป็นภาระหนี้ระยะค่อนข้างยาวจึงไม่เห็นผลชัดเจนในทันที

- **กิจกรรมที่ทำในช่วงเทศกาลตรุษจีน** ส่วนใหญ่ให้นำหนักกับการพักผ่อนในกรุงเทพฯเป็นหลัก เนื่องจากไม่ใช่วันหยุดราชการ ประกอบกับอาจเพิ่งเดินทางท่องเที่ยวไปเมื่อช่วงเทศกาลปีใหม่ อย่างไรก็ตาม อาจมีคนไทยเชื้อสายจีนบางส่วนที่ใช้โอกาสช่วงเทศกาลนี้เดินทางทำบุญ/ท่องเที่ยว ซึ่งบางส่วนอาจต้องการหลีกเลี่ยงสภาพอากาศที่ไม่ดีในพื้นที่กรุงเทพฯ รวมถึงกลุ่มลูกจ้างในสถานประกอบการที่นายจ้างหยุดกิจการในช่วงตรุษจีนเดินทางกลับจังหวัด โดยกิจกรรมของกลุ่มที่พักผ่อนในกรุงเทพฯปี 2562 นี้ ส่วนใหญ่เพิ่มน้ำหนักไปที่การทำบุญมากขึ้นกว่าปีก่อน ทั้งนี้เนื่องจากในภาวะที่ประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับเศรษฐกิจ การค้า กำลังซื้อและรายได้ในอนาคตที่จะเข้ามา ก็มักจะหันมาหาที่พึ่งทางใจมากขึ้น

### มุมมองต่อปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลตรุษจีน

ปัจจัย	สัดส่วน (ร้อยละ)		มีผลกระทบด้านใด (%)
	ไม่มีผลกระทบ	มีผลกระทบ	
การคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	38.2	61.8	1. การซื้อสินค้าให้ตนเอง 51.1% 2. ซื้อสินค้าแจกญาติหลาน 26.9% 3. ใช้จ่ายซื้อเครื่องเช่นไหว้ 21.4%
การเลือกตั้ง	50.0	50.0	
กำลังซื้อ	54.7	45.3	1. ค่าใช้จ่ายเครื่องเช่นไหว้ 52.6% 2. เงินแต่ะเอี้ย 28.2% 3. ค่าทำบุญ/ท่องเที่ยว 19.2%
ภาระดอกเบี้ยที่ปรับเพิ่ม	89.8	10.5	

มุมมองด้านกำลังซื้อ	สัดส่วน (ร้อยละ)	ผลกระทบต่อธุรกิจ
ลดลง	28.5	1. ค่าใช้จ่ายเครื่องเช่นไหว้ 52.6% 2. เงินแต่ะเอี้ยหรือแต่ะเอี้ย 28.2% 3. ค่าใช้จ่ายทำบุญ/ท่องเที่ยว 19.2%
เท่าเดิม	57.0	
เพิ่มขึ้น	14.5	

ที่มา : โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย



### 3 ธุรกิจ ที่ได้รับผลกระทบ

- ❗ ร้านค้าปลีกเครื่องเซ่นไหว้
- ❗ ร้านเสื้อ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ไอที
- ❗ SME ที่เช่าพื้นที่ในห้าง



## มุมมองต่อภาคธุรกิจ จากพฤติกรรมผู้บริโภค เทศกาลตรุษจีนปี 2562

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ประเมินผลกระทบต่อธุรกิจ SME ที่พึ่งพากำลังซื้อในช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2562 ดังนี้

- **ผู้ประกอบการร้านค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเซ่นไหว้** อาจไม่ได้รับอานิสงส์จากมาตรการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มอย่างเต็มที่ เนื่องจากผู้ซื้อเครื่องเซ่นไหว้ส่วนใหญ่ยังคงเป็นกลุ่มแม่บ้าน/พ่อบ้าน หรือผู้อาวุโสของครอบครัวที่สนใจซื้อเครื่องเซ่นไหว้ผ่านตลาดสดใกล้บ้านที่ค่อนข้างสะดวก และไม่ต้องฝ่าปัญหาราจรวมถึงมลพิษทางอากาศที่ค่อนข้างวิกฤติในพื้นที่กรุงเทพฯ ขณะเดียวกัน ร้านค้าเครื่องเซ่นไหว้ในตลาดสดส่วนใหญ่ก็อาจไม่มีระบบชำระเงินผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ตามเงื่อนไขที่ภาครัฐกำหนด อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการกลุ่มเครื่องเซ่นไหว้ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ ที่มีระบบการชำระเงินที่สอดคล้องกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม อาจได้รับอานิสงส์จากกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่นิยมซื้อเครื่องเซ่นไหว้ผ่านร้านค้าปลีกสมัยใหม่ เนื่องจากมีการจัดชุดเครื่องเซ่นไหว้แบบสำเร็จรูปที่อำนวยความสะดวก

- **ธุรกิจประเภท เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์ไอที ของใช้ส่วนตัว** น่าจะได้รับอานิสงส์จากมาตรการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมถึงปัจจัยด้านการเลือกตั้ง ในช่วงเทศกาลตรุษจีนพอสมควร เนื่องจากส่วนใหญ่จะอาศัยสิทธิประโยชน์นี้ ซื้อสินค้าและบริการต่างๆ ให้กับตนเองและลูกหลาน เนื่องจากเป็นสินค้าที่มีมูลค่าค่อนข้างสูง จึงใจให้เกิดการขอใช้สิทธิ ประกอบกับผู้ประกอบการเหล่านี้ ส่วนใหญ่มีระบบการชำระเงิน รวมถึงการจดทะเบียนผู้ค้าที่สามารถออกใบรับรองการคืนภาษีได้ รวมถึงปัจจัยด้านการเลือกตั้ง ที่ส่งผลให้ประชาชนมีความมั่นใจ และกล้าใช้จ่ายมากขึ้น

- **กลุ่มผู้ประกอบการ SME ที่เช่าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า** อาจเผชิญความท้าทายจากการเติบโตของธุรกิจ E-Commerce ประกอบกับปัญหาราจรอบและฝุ่นละอองทางอากาศที่รุนแรงในพื้นที่กรุงเทพฯ ทำให้แรงจูงใจต่อการซื้อของตามห้างสรรพสินค้าของกลุ่มที่มีการพักผ่อนในกรุงเทพฯ ช่วงเทศกาลตรุษจีนอาจมีจำกัด

อย่างไรก็ตาม คาดว่าน้ำหนักทางด้านกิจกรรมทำบุญท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลดีต่อ ธุรกิจ SME โดยเฉพาะ จังหวัดที่ใกล้กรุงเทพฯ และเป็นแหล่งทำบุญหรือแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ ออยุธยา นครปฐม ชลบุรี

### กิจกรรมที่ทำในช่วงเทศกาลตรุษจีน

กิจกรรม	สัดส่วน (ร้อยละ)	
	2561	2562
1. พักผ่อนในกรุงเทพฯ	74.7	81.3
- รับประทานอาหารนอกบ้าน	6.9	7.3
- ซื้อของตามห้างฯ	11.9	11.7
- ชมภาพยนตร์	2.1	2.4
- ทำบุญ	53.8	58.2
2. เดินทางท่องเที่ยวต่างจังหวัด	23.4	17.4
3. เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	1.9	1.4
รวม	100.0	100.0



ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับ  
ผลกระทบเชิงบวก  
SME ที่ได้รับผลดีจาก  
การเดินทางท่องเที่ยว/  
ทำบุญต่างจังหวัด

ธุรกิจที่คาดว่าจะได้รับ  
ผลกระทบเชิงลบ  
ธุรกิจ SME ที่เข้าพื้นที่  
ในห้างสรรพสินค้า

ที่มา : โพลล์ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

### ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการ SME ที่พึ่งพากำลังซื้อช่วงเทศกาลตรุษจีน

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย เห็นว่า ในช่วงที่ตลาดกำลังเผชิญกับปัจจัยท้าทายทางด้านพฤติกรรมค่าใช้จ่ายที่เปลี่ยนแปลงไป จากปัจจัยด้านต่างๆ ที่เข้ามากระทบ อาทิ ด้านกำลังซื้อ และด้านมาตรการภาครัฐ ดังนั้นภาคธุรกิจ SME ที่คาดหวังกำลังซื้อของประชาชนในช่วงเทศกาลตรุษจีน อาจจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับสถานการณ์ โดยผู้ประกอบการควรนำเสนอสินค้าและบริการในแบบคุ้มค่าคุ้มราคา และหลีกเลี่ยงการปรับขึ้นราคาในช่วงนี้ สำหรับในส่วนของผู้ประกอบการ SME ที่ผลิตสินค้าประเภทเครื่องเซ่นไหว้ ก็อาจพิจารณาจำหน่ายชุดเซ่นไหว้ที่ประหยัด โดยลดทอนขนาดหรือปริมาณลงเพื่อเป็นทางเลือกสำหรับผู้มีกำลังซื้อไม่สูง ขณะเดียวกันควรจัดโปรโมชั่นให้เข้มข้นมากขึ้น อาทิ การลดแลกชิงโชคของรางวัล เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจใช้จ่ายเงินให้เร็วขึ้น



## 4 แนวทาง ปรับตัวให้ทันรับเทศกาล

- ❖ ขายสินค้าในราคาคุ้มค่า
- ❖ หลีกเลี่ยงการขึ้นราคา
- ❖ ลดขนาดเพื่อตอบโจทย์คนกำลังซื้อไม่สูง
- ❖ ทำประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย

ขณะเดียวกัน ผู้ประกอบการ SME ควรเร่งโฆษณาประชาสัมพันธ์ และจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่สอดคล้องกับมาตรการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของภาครัฐ เพื่อให้กลุ่มที่สนใจร่วมกิจกรรมได้รับทราบถึงสิทธิประโยชน์ดังกล่าว โดยต้องนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับเงื่อนไขต่างๆ ในการขอคืนภาษีที่ละเอียดรอบคอบ อาทิ การชำระเงินผ่านบัตรเดบิตผ่านผู้ค้าที่มีระบบ POS ที่ช่วยเก็บบันทึกการขาย รายละเอียดสินค้า การคำนวณยอดขาย และพิมพ์ใบกำกับภาษี โดยเชื่อมต่อกับเครื่องรับชำระเงินอิเล็กทรอนิกส์ (EDC) โดยกำหนดวงเงินคืนสูงสุดไม่เกิน 1,000 บาท หรือยอดซื้อสินค้าและบริการไม่เกิน 20,000 บาท

สำหรับผู้ประกอบการ SME อาทิ ร้านอาหาร โรงภาพยนตร์ สินค้าเสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งเข้าพื้นที่ในห้างสรรพสินค้า ควรใช้โอกาสที่คนบางกลุ่มเดินทางมาซื้อเครื่องเช่นไหว้ในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ จัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายมาสู่กิจการของตนเองมากขึ้น

**ศูนย์วิจัยกสิกรไทย** มองว่า เทศกาลตรุษจีนปี 2562 อาจเป็นช่วงที่ประชาชนมีแนวโน้มจับจ่ายเพิ่มขึ้นจากช่วงปกติ อย่างไรก็ตาม คงต้องติดตามสภาพตลาดหลังจากผ่านพ้นเทศกาลตรุษจีนไปแล้วว่าจะเป็นในทิศทางใด ภายใต้ปัจจัยกดดันจากภาระหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง ภาวะเศรษฐกิจที่มีความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว สงครามการค้าของประเทศต่างๆ ซึ่งทำให้ภาคประชาชนค่อนข้างระมัดระวังใช้จ่ายพอสมควร โดยเฉพาะกลุ่มประชากรที่มีรายได้ปานกลางลงมา ซึ่งกำลังซื้อยังฟื้นตัวได้ไม่รวดเร็วนัก

**อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จบ**  
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

