



K SME Analysis

สงกรานต์

โอกาสดี SME เร่งทำเงิน

สงกรานต์

โอกาสดี SME เร่งทำเงิน

ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า บรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลสงกรานต์น่าจะให้มุมมองที่ดี โดยมีปัจจัยหนุนจากการเพิ่มวันหยุดที่ทำให้ปีนี้วันหยุดยาวติดต่อกันถึง 5 วัน ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SME สามารถทำตลาดและกระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการได้เพิ่มขึ้น
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า กลุ่มธุรกิจ SME ที่จะได้รับอานิสงส์โดยตรงจากเทศกาลสงกรานต์ คือ กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ค้าปลีกและท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการควรปรับรูปแบบการทำตลาดและเตรียมความพร้อมของธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมากขึ้น
- กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญในช่วงเทศกาลสงกรานต์สำหรับผู้ประกอบการ SME ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม คือ การเพิ่มสินค้าและบริการที่หลากหลายครอบคลุม การบริหารจัดการหลังร้านที่มีประสิทธิภาพ และการบริการจัดส่งที่รวดเร็ว ส่วนธุรกิจค้าปลีกทั้งออฟไลน์และออนไลน์ น่าจะมุ่งไปที่การวางแผนการตลาดล่วงหน้าและคัดเลือกสินค้าและบริการที่หลากหลาย-แปลกใหม่ การสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เชื่อมโยงระหว่างช่องทาง Offline และ Online ในขณะที่ธุรกิจท่องเที่ยว การสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า ผ่านการเพิ่มรูปแบบการให้บริการและการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้า และการสื่อสารไปยังผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ น่าจะช่วยให้ลูกค้าสนใจเลือกใช้บริการได้เร็วขึ้น
- อย่างไรก็ดี ในยุค 4.0 ที่คนส่วนใหญ่นิยมจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการผ่านมือถือมากขึ้นผู้ประกอบการ SME ควรอำนวยความสะดวกด้านช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายให้กับลูกค้า อาทิ เงินสด บัตรเครดิต E-Payment (E-Money PromptPay, QR Code Payment) เพราะถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

เทศกาลสงกรานต์ ถือเป็นอีกหนึ่งอีเวนต์ใหญ่ของปี และเป็นเทศกาลประจำปีที่คนไทยให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ (โดยเฉพาะกับคนกรุงเทพฯ ที่ให้ความสำคัญนำมาเป็นอันดับหนึ่ง¹) เนื่องจากเป็นเทศกาลที่มีวันหยุดยาวหลายวัน อีกทั้งยังถือเป็นเทศกาลปีใหม่ของไทย ที่ในแต่ละปีคนในครอบครัวจะอยู่พร้อมหน้าพร้อมตากันและทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

¹ อ้างอิงผลการสำรวจจากศูนย์วิจัยกสิกรไทยปี 2559



สำหรับในปี 2562 นี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า บรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลสงกรานต์น่าจะให้มุมมองที่ดี โดยมีปัจจัยหนุนจากการเพิ่มวันหยุดที่ทำให้ปีนี้วันหยุดยาวติดต่อกันถึง 5 วัน ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ SME สามารถทำตลาดและกระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการได้เพิ่มขึ้น จากกิจกรรมหลักๆ ที่ผู้คนนิยมทำ เช่น การกินเลี้ยงสังสรรค์ การเดินทางท่องเที่ยว ชopping และทำบุญ เป็นต้น ส่งผลให้เม็ดเงินที่เกิดขึ้นถูกกระจายไปสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจค้าปลีกและธุรกิจท่องเที่ยว ฯลฯ อย่างไรก็ตาม ในทุกๆ ปี ผลจากความไม่สะดวกในการเดินทาง (เช่น การจราจรที่ติดขัด/การเดินทางที่ต้องใช้เวลานานในช่วงเทศกาล) ตลอดจนสภาพอากาศที่ร้อนและแปรปรวน อาจเป็นปัจจัยที่กระทบต่อการวางแผนตัดสินใจเลือกทำกิจกรรมและการจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภค ดังนั้น สำหรับผู้ประกอบการ SME อาจจะต้องปรับรูปแบบการทำตลาดและเตรียมความพร้อมของธุรกิจให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมากขึ้น โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจดังนี้

โอกาสของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม การเลี้ยงสังสรรค์ ถือเป็นกิจกรรมยอดนิยมในช่วงเทศกาลสงกรานต์² โดยหากพิจารณาถึงโอกาสทางการตลาดจะพบว่า จากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ในระยะหลังเน้นทำกิจกรรมอยู่ที่บ้านมากขึ้น (เช่น เลี้ยงสังสรรค์หรือจัดปาร์ตี้ที่บ้าน สั่งอาหารเดลิเวอรี่มาทาน) ทำให้ร้านอาหารที่มีบริการเดลิเวอรี่ได้รับความสนใจและถูกเลือกใช้บริการ เพราะตอบสนองไลฟ์สไตล์คนรุ่นใหม่ที่นิยมความรวดเร็ว สะดวกสบาย ไม่อยากต่อคิวหรือออกจากบ้าน อีกทั้งรูปแบบการให้บริการยังสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่ใช้เวลากับสังคมออนไลน์มากขึ้น ทำให้คาดว่าธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีบริการเดลิเวอรี่ น่าจะมีโอกาสทำตลาดและเข้าถึงผู้บริโภคในช่วงสงกรานต์ได้มากขึ้น โดยเฉพาะกับผู้บริโภคที่มีวิถีการดำรงชีวิตแบบคนเมือง เช่น ในเขตกรุงเทพฯ หรือหัวเมืองใหญ่ๆ ของภูมิภาค นอกเหนือจากธุรกิจเดิมที่ได้านิสงส์ในช่วงสงกรานต์อยู่แล้ว เช่น ร้านอาหารทั่วไป ดังนั้น ภายใต้ภาวะเศรษฐกิจที่ค่าครองชีพสูงและคนระมัดระวังกับการใช้จ่ายในปัจจุบัน การปรับตัวที่สำคัญของผู้ประกอบการก็คือ การเตรียมความพร้อมต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความคุ้มค่าที่เลือกใช้บริการมากที่สุด เช่น

1. **การเพิ่มบริการที่หลากหลายและครอบคลุม** ไม่ว่าจะเป็นการจัดเซตอาหารเพื่อเลี้ยงสังสรรค์ตามจำนวนคน มีเมนูอาหารที่หลากหลายให้เลือก

² ข้อมูลจากผลสำรวจพฤติกรรมกรจับจ่ายใช้สอยในช่วงเทศกาลสงกรานต์ของคนกรุงเทพฯ ปี 2557-2561

2. **การบริหารจัดการหลังร้าน** ตั้งแต่การประกอบอาหารไปจนถึงการบริการจัดส่งที่รวดเร็ว (ซึ่งควรหาพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น กลุ่มผู้ให้บริการขนส่งสินค้าเข้ามาช่วยในเรื่องการรับส่งสินค้า) เนื่องจากคาดว่า ในช่วงเทศกาลจะมีออเดอร์เข้ามามากกว่าปกติ
3. **ช่องทางการชำระเงินเพื่อเป็นทางเลือกให้ผู้บริโภค** อาทิ เงินสด บัตรเครดิต E-Payment (E-Money PromptPay, QR Code Payment) เป็นต้น

อย่างไรก็ดี เพื่อไม่ให้ลูกค้าต้องรอนาน (ทั้งร้านอาหารทั่วไปและร้านอาหารที่มีบริการเดลิเวอรี่) ผู้ประกอบการจำเป็นต้องบริหารจัดการหลังร้านให้ดี ตั้งแต่ปริมาณอาหาร พนักงานที่จะให้บริการและตารางการจัดส่งเดลิเวอรี่ โอกาสของธุรกิจค้าปลีก: ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ คนส่วนใหญ่มักจะมีการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการก่อนล่วงหน้าประมาณ 1-2 สัปดาห์ และลากยาวไปจนถึงหลังเทศกาล ดังนั้น ผู้ประกอบการ SME ที่อยู่ในธุรกิจค้าปลีก ทั้งที่มีหน้าร้านและขายผ่านช่องทางออนไลน์ น่าจะเป็นกลุ่มที่ได้รับอานิสงส์และสามารถเพิ่มยอดขายได้มากขึ้นกว่าช่วงปกติ อาทิ ร้านขายของชำ/ของฝาก ร้านสะดวกซื้อ โดยเฉพาะกับร้านค้าที่จำหน่ายกลุ่มสินค้าที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลสงกรานต์ เช่น

1. **สินค้าที่เหมาะสมสำหรับรดน้ำดำหัวผู้ใหญ่-ผู้สูงอายุ** ซึ่งคนกลุ่มนี้ถือเป็นผู้รับที่มีบทบาทสำคัญในเทศกาลสงกรานต์ ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าจำนวนผู้สูงอายุที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป จะเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 10 ของจำนวนประชากรทั้งหมดในปี 2561 เป็นร้อยละ 13 ในปี 2563 ดังนั้น สินค้าสำหรับคนกลุ่มนี้จึงน่าจะได้รับความสนใจในการเลือกซื้อเพื่อเป็นของขวัญ/ของฝากสูง เช่น สินค้าเพื่อสุขภาพและความงามสินค้าอุปโภคบริโภค-ของใช้ส่วนบุคคล เครื่องมือเครื่องใช้ที่อำนวยความสะดวกสำหรับชีวิตประจำวัน เป็นต้น
2. **สินค้าที่เหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่นเพื่อใช้เล่นน้ำสงกรานต์** อาทิ เสื้อผ้าแฟชั่น อุปกรณ์เล่นน้ำ ทั้งจากคำสั่งซื้อในประเทศและประเทศเพื่อนบ้าน (CLMV) ที่มีการจัดเทศกาลสงกรานต์และผู้บริโภคมีพฤติกรรมในการจับจ่ายสินค้าและบริการใกล้เคียงกับไทย
3. **สินค้าที่ซื้อไปจัดเลี้ยงสรรค์ได้หรือฝากญาติพี่น้อง** อาทิ สินค้าประเภทอาหาร/ ขนม/ สินค้า OTOP ที่เป็นของขวัญของฝาก กลุ่มอาหารสำเร็จรูป เครื่องดื่มประเภทต่างๆ เป็นต้น ซึ่งเป็นกลุ่มสินค้าที่ซื้อขายคล่อง ได้รับความนิยมและมียอดขายสูงในช่วงเทศกาลสงกรานต์

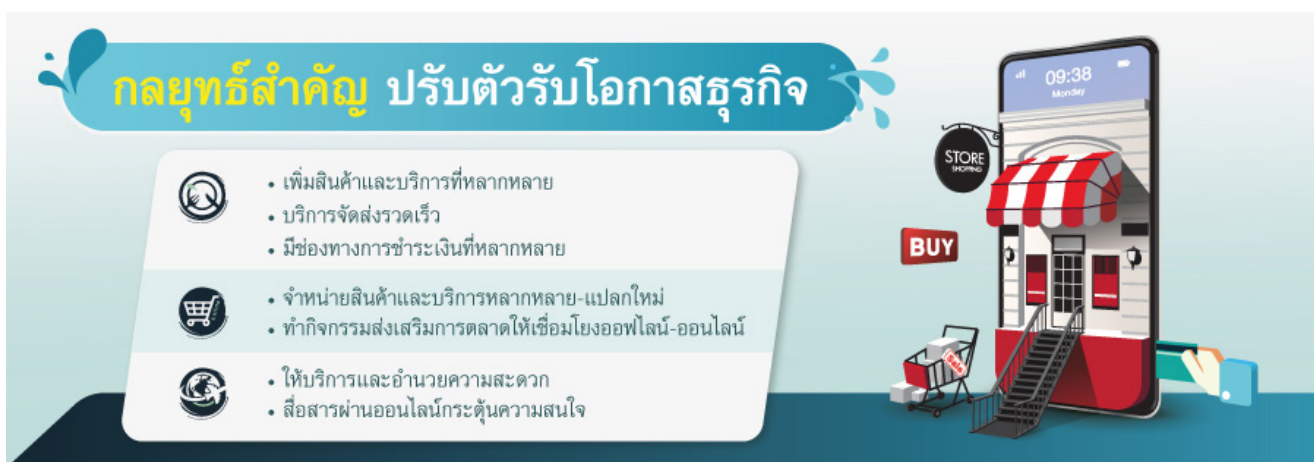


2 วิธี เร่งทำเงินรับเทศกาล

- ทำการตลาดกระตุ้นยอดขายสินค้าและบริการ
- ปรับรูปแบบการตลาดและเตรียมพร้อมธุรกิจให้สอดคล้องผู้บริโภคยุคปัจจุบัน

ดังนั้น การเตรียมพร้อมของผู้ประกอบการ SME ที่สำคัญ น่าจะเน้นไปที่การวางแผนการตลาดล่วงหน้าและคัดเลือกสินค้าที่จำเป็นและแปลกใหม่เข้ามาวางจำหน่าย-ทำตลาดในช่วงเทศกาล การจัดการสต็อกสินค้า ตลอดจนการอำนวยความสะดวกทางด้านบริการต่างๆ (ที่จลดรอ/ความรวดเร็วของการชำระเงินและจัดส่งสินค้า) ควบคู่ไปกับการทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่เชื่อมโยงระหว่างช่องทาง Offline และ Online อาทิ การลดแลกแจกแถม การผ่อนชำระ 0% การให้สิทธิพิเศษโดยร่วมมือกับพันธมิตรในธุรกิจ ฯลฯ

ขณะเดียวกัน หากผู้ประกอบการมีช่องทางขายผ่านช่องทางออนไลน์ ควรอัปเดตข้อมูล อีเว้นท์ หรือกิจกรรมเกี่ยวกับแบรนด์ ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook/ Instagram/ Line หรือแพลตฟอร์มกลาง เช่น Lazada/Shopee ตลอดจนเตรียมพร้อมทั้งพนักงานที่ให้บริการ สต็อกสินค้า ระยะเวลาที่พร้อมจะส่งสินค้าไปถึงมือลูกค้า และช่องทางการชำระเงินที่เป็นทางเลือกให้ผู้บริโภค เป็นต้น



โอกาสของธุรกิจท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยว ทำบุญ เป็นกิจกรรมที่คนส่วนใหญ่เลือกทำในช่วงสงกรานต์ อีกอย่างหนึ่ง ดังนั้น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอย่าง ธุรกิจที่พักและโรงแรม รีสอร์ท หรือโฮมสเตย์ ธุรกิจรถเช่า ธุรกิจปั้มน้ำมัน/แก๊ส น่าจะมีอัตราการเข้ามาใช้บริการมากกว่าช่วงปกติ โดยเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญที่โด่งดัง เรื่องการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวในช่วงสงกรานต์ อาทิ เชียงใหม่ ขอนแก่น ชลบุรี อัญญา ฯลฯ รวมถึงการท่องเที่ยวเมืองรอง 55 จังหวัด³ ที่ในปีนี้อาจยังให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองต่อเนื่องจากปีที่แล้ว

การปรับตัวของผู้ประกอบการ น่าจะมุ่งไปที่การเพิ่มรูปแบบการให้บริการและการอำนวยความสะดวกให้ผู้บริโภค และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เช่น

ธุรกิจที่พักและโรงแรม อาจจะมีการปรับปรุงรูปแบบที่พักที่มีความหลากหลาย เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่อย่าง การผสมผสานความเป็นท้องถิ่นและความทันสมัยเข้าด้วยกัน รวมถึงการสื่อสารและการจัดกิจกรรมการตลาดผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างการรับรู้และให้นักท่องเที่ยวเลือกเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว

ธุรกิจรถเช่า เน้นไปที่การบริหารจำนวนและประเภทรถเช่าที่อยู่ในกิจการให้เพียงพอและพร้อมต่อการใช้งาน (รวมถึงการบริการเรื่องพนักงานขับรถหากลูกค้าต้องการ) และประชาสัมพันธ์บริการช่องทาง

³ ค้นหาเมืองรอง 55 จังหวัดได้ที่เว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (<https://thai.tourismthailand.org>)

ร้าน ตลอดจนทำการตลาด เช่น การ Co-Promotion กับพันธมิตรในธุรกิจที่เกี่ยวข้องอื่นๆ เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะช่องทางออนไลน์ ที่คนรุ่นใหม่เลือกใช้ในการหาข้อมูลในการเลือกใช้บริการ

โอกาสทางธุรกิจในช่วงเทศกาลสงกรานต์

อาหารและเครื่องดื่ม	ค้าปลีก	ท่องเที่ยว
พฤติกรรมผู้บริโภครุ่นใหม่	การปรับตัวของผู้ประกอบการ	
<ul style="list-style-type: none"> หาข้อมูลผ่านมือถือหรืออินเทอร์เน็ตตลอดเวลา 	<ul style="list-style-type: none"> อัปเดตข้อมูล/กิจกรรมเกี่ยวกับแบรนด์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างวัยรุ่น-วัยทำงานได้มากขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> อำนวยความสะดวกด้านช่องทางชำระเงินที่หลากหลายให้กับลูกค้า อาทิ <ul style="list-style-type: none"> เงินสด บัตรเครดิต E-Money PromptPay QR Code Payment
<ul style="list-style-type: none"> ไม่ชอบอะไรที่ยอมง่ายมากขึ้นเพื่อความสะดวกสบาย 	<ul style="list-style-type: none"> มีบริการจัดส่งสิ่งๆ (เดลิเวอรี่) คำนวณความสำคัญทางด้านบริการต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าไม่ต้องรอนาน เช่น ความพร้อมเรื่องที่จอดรถ ความรวดเร็วของการชำระเงินและจัดส่งสินค้า 	
<ul style="list-style-type: none"> ชื่นชอบอะไรแปลกใหม่ ทันกระแส/เทรนด์ของตลาด 	<ul style="list-style-type: none"> คัดเลือกสินค้าที่จำเป็น/แปลกใหม่มาวางจำหน่าย เพิ่มสินค้าและบริการที่หลากหลาย ให้ลูกค้าเลือกใช้บริการและสามารถจบความต้องการในทีเดียว (One Stop Service) 	
<ul style="list-style-type: none"> ตัดสินใจง่ายหากสินค้าและบริการให้สิทธิพิเศษต่างๆ ที่เอื้อต่อการใช้จ่ายอื่นๆในชีวิตประจำวัน 	<ul style="list-style-type: none"> ทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด อาทิ การลดแลกแจกแถม การผ่อนชำระ 0% การให้สิทธิพิเศษกับลูกค้าหรือการ Co-Promotion กับพันธมิตรในธุรกิจ 	

โดยสรุป ผู้ประกอบการ SME สามารถเกาะกระแสเทศกาลสงกรานต์เพื่อกระตุ้นยอดขายให้กับธุรกิจได้ ทั้งนี้ สิ่งที่ผู้ประกอบการในธุรกิจจะต้องปรับกลยุทธ์รับกับโอกาสทางการตลาดที่เกิดขึ้นคือ การเตรียมความพร้อมด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคและสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า เพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความคุ้มค่าที่เลือกซื้อหรือเลือกใช้บริการมากที่สุด โดยเฉพาะเรื่องแรงงานหรือคน ซึ่งอาจจะต้องพิจารณาให้ค่าตอบแทนหรือวันหยุดพิเศษหลังเทศกาล นอกจากนี้ ในยุค 4.0 ที่คนส่วนใหญ่นิยมหาข้อมูลต่างๆ รวมถึงจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการผ่านมือถือมากขึ้น ผู้ประกอบการ SME ควรอำนวยความสะดวกด้านช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายให้กับลูกค้า อาทิ เงินสด บัตรเครดิต E-Payment (E-Money PromptPay, QR Code Payment) เพราะถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

อัปเดตเทรนด์ความรู้ธุรกิจไม่รู้จัก
ทุกที่ทุกเวลา ได้ที่    

