



ตรุษจีนปีจอ :

เม็ดเงินในกท.รวม 1.3 หมื่นล้านบาท เพิ่ม 4.3%

CURRENT ISSUE

ปีที่ 24 ฉบับที่ 2898

วันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2561

▶ ประเด็นสำคัญ

- จากผลสำรวจพบว่าเม็ดเงินค่าใช้จ่ายช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2561 มีการเพิ่มขึ้นในส่วนของค่าใช้จ่ายจากทำบุญ/ท่องเที่ยว และเม็ดเงินแต่ะเยี่ย ขณะที่เม็ดเงินค่าเครื่องเซ่นไหว้อาจอยู่ในภาวะที่ทรงตัว เนื่องจากความเคร่งครัดในประเพณีที่ไม่เข้มแข็งเหมือนแต่ก่อน ทำให้แต่ละครอบครัวใช้เม็ดเงินในส่วนนี้เท่าที่จำเป็น ขณะที่ราคาสินค้าเองก็ไม่ได้ปรับเพิ่มขึ้นมาก ซึ่งปัจจัยดังกล่าว ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จึงสรุปว่าเม็ดเงินค่าใช้จ่ายช่วงเทศกาลตรุษจีนของคนกรุงเทพฯ รวมจะอยู่ที่ประมาณ 13,440 ล้านบาทขยายตัวเพิ่มร้อยละ 4.3 (YoY)
- คาดว่าในระยะข้างหน้า เม็ดเงินค่าใช้จ่ายในส่วนของกาไหว้ตรุษจีน อาจมีแนวโน้มปรับลดลง ตามจำนวนคนจีนรุ่นก่อนที่มีบทบาทนำด้านการจัดเตรียมพิธีไหว้ที่มีแนวโน้มลดลง และถูกทดแทนด้วยคนรุ่นใหม่ที่ไม่เคร่งครัดประเพณี ซึ่งปัจจัยดังกล่าว นับเป็นโจทย์ที่ท้าทายของธุรกิจในการวางกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการตลาดที่อาจเปลี่ยนไป โดยเฉพาะการดึงคนรุ่นใหม่ที่มีความหลากหลายและไม่ยึดติดกับประเพณีเดิม รวมถึงบางกลุ่มก็พร้อมที่จะไม่สืบทอดต่อไปให้มาใช้บริการ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มีการวิเคราะห์สถานการณ์ในช่วงเทศกาลตรุษจีนปี 2561 เฉพาะในส่วนของคนไทยเชื้อสายจีนในพื้นที่กรุงเทพฯ พบประเด็นที่น่าสนใจที่อาจเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องในปีนี้และระยะข้างหน้า ซึ่งมีดังนี้

กำลังซื้อช่วงตรุษจีนปี 2561...อาจให้ภาพรวมที่คึกคักเพิ่มขึ้น

ผลจากภาวะเศรษฐกิจที่เริ่มฟื้นตัว ส่งผลให้ กำลังซื้อของประชาชนเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มคนชั้นกลางขึ้นไป อย่างไรก็ตาม การที่กำลังซื้อในกลุ่มฐานรากยังไม่ปรับตัวดีขึ้นนัก อาจเป็นผลให้ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีนยังไม่ได้านิสงค์ทั้งระบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของคนไทยเชื้อสายจีนที่มีมุมมองต่อความสำคัญของแต่ละกิจกรรมอย่างไร โดยแยกได้เป็นดังนี้

ค่าใช้จ่ายทางตรง

ค่าใช้จ่ายด้านเครื่องเช่นใหม่ ผลจากความเคร่งครัดในประเพณีที่เริ่มคลายลงจากคนรุ่นใหม่ ประกอบกับการปรับปริมาณเครื่องเช่นใหม่ให้สอดคล้องกับสมาชิกในครอบครัวที่ลดลง จากการแยกครอบครัวของลูกหลาน ทำให้คนบางกลุ่มตัดสินใจที่จะประหยัดและควบคุมค่าใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับปีก่อน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าว ส่งผลให้ผู้ค้าปลีกเครื่องเช่นใหม่ มีการใช้กลยุทธ์การตลาดโดยปรับลดปริมาณหรือขนาดเครื่องเช่นใหม่ และตรึงราคาสินค้าให้อยู่ในระดับเดิม ขณะเดียวกัน **ระยะหลังพฤติกรรมการซื้อขายจะมีก่อนเทศกาลหลายวัน** (จากเดิมกระจุกในช่วงประมาณไม่เกิน 3 วันก่อนเทศกาลมาเป็นการทยอยซื้อล่วงหน้าตั้งแต่ 4 วันขึ้นไปจนถึงมากกว่า 1 สัปดาห์) อาทิ กระจายเงินกระดาษทอง/ธูปเทียน ผักผลไม้หรือเนื้อสัตว์บางประเภทที่สามารถเก็บแช่เย็นไว้ได้นาน ทั้งนี้เพื่อหลีกเลี่ยงราคาสินค้าที่อาจปรับเพิ่มขึ้นในช่วงใกล้วันเทศกาล หรือการได้สินค้าที่มีคุณภาพลดลงเนื่องจากมีคนซื้อในช่วงเดียวกันจำนวนมาก รวมถึงปัญหาจราจรติดขัดหากมีการกระจุกตัวซื้อสินค้าพร้อมกัน ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเครื่องเช่นใหม่ จำเป็นต้องวางแผนจัดเตรียมสต็อกสินค้า เพื่อรับคำสั่งซื้อที่อาจจะเร็วขึ้นกว่าปีก่อนๆ ซึ่งจะเป็นโอกาสของผู้ประกอบการธุรกิจที่เตรียมพร้อมได้ถูกจังหวะก่อนใคร **โดยคาดว่าเม็ดเงินค่าเครื่องเช่นใหม่ในปีนี้เป็นของคนกรุงเทพฯ จะอยู่ที่ประมาณ 5,970 ล้านบาททรงตัวใกล้เคียงกับปีก่อน**

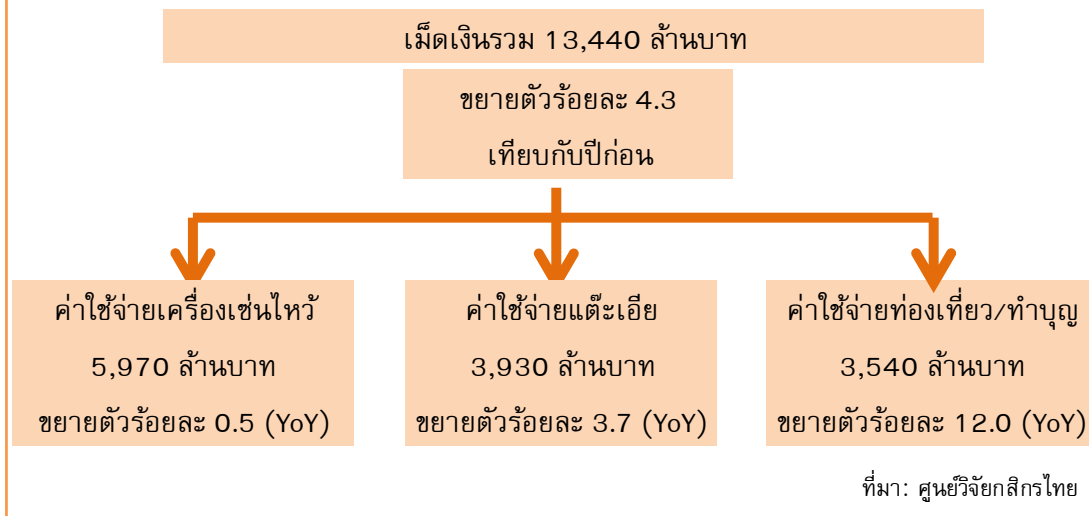
เงินแต๊ะเอีย ถือเป็นการทำงานให้กับญาติผู้ใหญ่ ลูกหลาน คนงาน ซึ่งช่วยสร้างความสัมพันธ์ ทำให้คนที่ให้ก็ยังให้อยู่ และกลุ่มคนที่ได้อานิสงส์จากการฟื้นตัวของธุรกิจก็อาจกลับมาแจกแต๊ะเอียมากขึ้น ทั้งในส่วนของเงินสดและทองคำ ซึ่งเม็ดเงินในส่วนนี้ คาดว่าจะถูกส่งผ่านไปยังธุรกิจต่างๆ อาทิ ร้านอาหาร การจับจ่ายซื้อสินค้าและรับประทานอาหารในห้างสรรพสินค้าและร้านค้าภายนอก รวมถึงการท่องเที่ยว/ทำบุญ **ทั้งนี้คาดว่าเม็ดเงินส่วนนี้ในปี 2561 จะมีประมาณ 3,930 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.7 (YoY)**

ค่าใช้จ่ายทางอ้อม

ค่าท่องเที่ยว/ทำบุญ ถือเป็นเม็ดเงินก้อนใหญ่อีกส่วนหนึ่งที่กระจายไปสู่ธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากความเชื่อดั้งเดิมที่ไม่ว่าจะเกิดสถานการณ์ใด เศรษฐกิจจะดีหรือไม่ดีก็จะมี การขอพรและเสริมสิริมงคลให้กับครอบครัวและธุรกิจการค้า สำหรับในปีนี้เป็นปีที่ไม่มีความพิเศษเช่นปีก่อน ทำให้เม็ดเงินส่วนนี้มีประมาณ 3,540 ล้านบาท ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.0 (YoY)

โดยสรุปแล้ว เทศกาลตรุษจีนปี 2561 คาดว่าเม็ดเงินค่าใช้จ่ายในกทม. จะอยู่ที่ประมาณ 13,440 ล้านบาทเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 โดยส่วนใหญ่เป็นการปรับเพิ่มในส่วนของเม็ดเงินแต๊ะเอียและเม็ดเงินด้านการท่องเที่ยว/ทำบุญ ขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านเครื่องเช่นใหม่ให้ภาพที่ทรงตัวใกล้เคียงกับปีก่อน

เม็ดเงินค่าใช้จ่ายช่วงเทศกาลตรุษจีนในกทม. ปี 2561



การเปลี่ยนผ่านเทศกาลตรุษจีนจากคนรุ่นก่อนสู่คนรุ่นใหม่...ผลักดันผู้ประกอบการเร่งปรับตัว

ในระยะต่อไปธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทศกาลตรุษจีน อาจมีความยากลำบากในการทำตลาด **เนื่องจากคาดว่าเม็ดเงินค่าใช้จ่ายในส่วนของการไหว้ตรุษจีน อาจมีแนวโน้มปรับลดลง** จากคนจีนรุ่นก่อนที่มีบทบาทนำด้านการจัดเตรียมพิธีไหว้ที่มีแนวโน้มลดลง และถูกทดแทนด้วยคนรุ่นใหม่ที่ไม่เคร่งครัดประเพณี และบางส่วนมีการแยกครอบครัวออกไป แต่ส่วนใหญ่ยังคงกลับมาทำพิธีที่บ้านพ่อแม่ ซึ่งนอกจากจะได้กลับมาพบปะญาติมิตรในครอบครัวแล้ว ยังช่วยลดค่าใช้จ่ายด้วย ขณะเดียวกัน สำหรับครอบครัวคนรุ่นใหม่ที่ไหว้เองในครอบครัว สถานที่พักอาศัยใหม่อาจไม่เคียดอำนวยความสะดวกต่อการประกอบพิธี อาทิ คอนโดมิเนียม อพาร์ทเมนต์ นอกจากนี้ หากวันไหว้ตรงกับวันทำงาน ก็อาจไม่สะดวกที่จะทำพิธีไหว้

นอกจากนี้ จากวิถีชีวิตที่เร่งรีบแข่งขันมากขึ้น การให้ความสำคัญต่อเทศกาลจึงลดลง จากเดิมที่ธุรกิจร้านค้ามีการหยุดช่วงตรุษจีนหลายวัน เพื่อทำกิจกรรม อาทิ ท่องเที่ยว ทำบุญ และให้โอกาสลูกจ้างได้พักผ่อน ก็ลดลงมาเหลือการหยุดประมาณ 1-2 วันเท่านั้นเนื่องจากกลัวเสียโอกาสทางการค้า ขณะที่คนรุ่นใหม่ที่ทำงานประจำก็มีการลาเฉพาะวันตรุษจีนวันเดียวเท่านั้น หรือบางรายอาจไม่ลาเลย ทำให้การกระจายเม็ดเงินไปสู่ธุรกิจอื่นๆปรับลดลง รวมถึงเม็ดเงินแต่ะเอี้ยที่บางส่วนอาจจะลดการให้ลงเนื่องจากลูกหลานเริ่มทำงานมีรายได้แล้ว

ซึ่งปัจจัยดังกล่าว นับเป็นโจทย์ที่ท้าทายในการวางกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมการตลาดที่อาจเปลี่ยนไป ที่สำคัญพอสรุปได้ ดังนี้

กลยุทธ์สำหรับเครื่องเซ่นไหว้

กลยุทธ์การเข้าถึงสินค้าที่ง่าย สามารถซื้อสินค้าได้ในที่เดียว จากเดิมที่บางส่วนต้องไปหลายๆแห่งจึงจะได้ของครบ หรือการนำเสนอสินค้าที่ปรุงสำเร็จมากขึ้นเพื่อลดขั้นตอน ซึ่งนอกจากตอบโจทย์คนรุ่นใหม่แล้ว ยังสามารถตอบโจทย์คนรุ่นก่อนที่มีอายุและไม่สะดวกที่จะปรุงเครื่องเซ่นไหว้เอง (แต่ของต้องเน้นคุณภาพ ซึ่งเป็น

ปัจจัยที่คนให้ความสำคัญมาก) รวมถึงมีบริการโทรสั่งและจัดส่งเพื่ออำนวยความสะดวกหากไม่ตรงกับวันหยุด รวมถึงธุรกิจต้องสามารถเตรียมชุดเช่นไหว้ในระยะเวลาไม่นานเกินไปภายหลังการสั่งซื้อ เนื่องจากบางครั้งคนรุ่นใหม่อาจเปลี่ยนใจจัดพิธีไหว้โดยไม่ได้วางแผนล่วงหน้า

กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง จากการทำไม่เคร่งครัดทางด้านประเพณีสูงเท่าคนรุ่นก่อน กลุ่มนี้จึงมองหาวัตถุดิบเครื่องเช่นไหว้ให้เข้ากับสถานการณ์หรือรสนิยมของตนเอง อาทิ การปรับเปลี่ยนเครื่องเช่นไหว้ให้เหมาะสม สุขภาพมากขึ้น อาทิ เพิ่มอาหารทะเลจากเดิมที่เน้นเป็ด ไก่ หมูหรือการใช้ขนมรูปแบบที่ชอบแทนขนมเทียน/ขนมเซ่ง หรือขนมถ้วยฟูแบบเดิม นอกจากนี้อาจมีการปรับลดจำนวนการเผากระดาษเงินกระดาษทองที่เป็นมลพิษลงด้วย ดังนั้นการจัดชุดเครื่องเช่นไหว้อาจนำเสนอชุดเช่นไหว้เล็กๆ แต่มีการเพิ่มสินค้าทดแทนเครื่องเช่นไหว้ดั้งเดิมตามรสนิยมของแต่ละคน ซึ่งเครื่องเช่นไหว้ชุดเล็กยังอาจเหมาะสำหรับคนรุ่นใหม่ ที่พักอาศัยอยู่ตามคอนโดมิเนียมที่สามารถนำไปไหว้ศาลพระภูมิเจ้าที่ได้อันเป็นการลดข้อจำกัดด้านที่พักไม่อำนวยความสะดวก

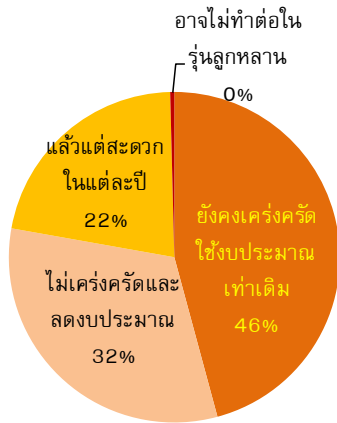
กลยุทธ์สำหรับกิจกรรมอื่นๆ

สำหรับการดึงเม็ดเงินในช่วงเทศกาลตรุษจีนให้ไปสู่ธุรกิจอื่นๆ นอกเหนือจากเครื่องเช่นไหว้นั้น นับเป็นการกระจายความเสี่ยงจากการพึ่งพาเม็ดเงินส่วนเดียว โดยเป็นที่น่าสังเกตว่า ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ น่าจะมีโอกาสสูง เนื่องจากสามารถตอบสนองกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวกับเทศกาลตรุษจีนได้หลากหลายมากกว่าการจำหน่ายเครื่องเช่นไหว้ที่ได้รับความนิยมจากคนรุ่นใหม่อยู่แล้ว โดยกิจกรรมที่ทำกันเป็นครอบครัว อาทิ การรับประทานอาหาร ชมภาพยนตร์ ซ้อปปิ้ง ดังนั้น การวางแผนกิจกรรมต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้คนมาใช้บริการ จึงต้องเป็นกิจกรรมที่เปิดกว้างสำหรับทั้งคนรุ่นก่อนและรุ่นใหม่ให้มาใช้บริการ อาทิ กิจกรรมเสริมดวงเสริมมงคล แก่เคราะห์ต่างๆ รวมถึงการแสดงวัฒนธรรมที่เกี่ยวกับเทศกาลที่เหมาะสมกับคนรุ่นก่อน และการจัดกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับคนรุ่นใหม่ควบคู่กัน อาทิ การลดราคาสินค้าแผนกอื่นๆ การจัดซุ้มหรือเวทีเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับที่มาของประเพณี หรือความรู้ด้านการจัดชุดเครื่องเช่นไหว้รวมถึงการทำขั้นตอนการพิธีที่ถูกต้อง เพื่อให้คนรุ่นใหม่สามารถบันทึกรายละเอียด และสามารถนำไปใช้ในปีต่อไปได้ รวมถึงมีกิจกรรมตอบคำถามเพื่อแจกรางวัลต่างๆ ซึ่งจะช่วยดึงเม็ดเงินต่างๆ ช่วงเทศกาลตรุษจีนให้กระจายสู่ธุรกิจอื่นๆ ได้มากขึ้น

โดยสรุป เทศกาลตรุษจีนที่มีการใช้จ่ายเม็ดเงินมากที่สุดในบรรดาเทศกาลของคนไทยเชื้อสายจีน และเป็นที่ตั้งতারอของธุรกิจเกี่ยวข้องต่างๆ ที่คาดหวังต่ออานิสงส์ทางด้านการใช้จ่าย กำลังเวียนมาครบรอบในวันที่ 16 กุมภาพันธ์ 2561 นี้ (พิธีไหว้ 15 กุมภาพันธ์) ซึ่งแม้ว่าการจัดเทศกาลจะอยู่ในช่วง 1-2 สัปดาห์ แต่เม็ดเงินส่วนนี้ขับเคลื่อนไปสู่ภาคธุรกิจเกี่ยวเนื่องต่างๆ ทั้งธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ ตลาดสด ธุรกิจท่องเที่ยว ร้านอาหาร อย่างไรก็ตาม คงเป็นโจทย์สำหรับผู้เกี่ยวข้องที่อาจต้องเตรียมรับมือกับความท้าทายในระยะข้างหน้า หากเม็ดเงินส่วนนี้จะปรับลดลง จากความเคร่งครัดในประเพณีที่ลดทอนลงจากคนรุ่นใหม่ โดยสิ่งที่จะต้องทำลำดับแรกคือทำอย่างไรจึงจะจัดกิจกรรมกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ยังคงสืบทอดประเพณีต่อไป และทำที่ที่สุดอาจต้องนำธุรกิจเพื่อเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะคนจีนจากประเทศต่างๆ ให้มาใช้จ่ายในช่วงตรุษจีนในประเทศไทย



มุมมองต่อเทศกาลตรุษจีนในระยะข้างหน้า



ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

ผู้นำหลักในการเตรียมพิธีไหว้ในปัจจุบัน

- รุ่นปู่ย่าตายาย	39.5%
- รุ่นพ่อแม่	57.0%
- รุ่นลูกหลาน	3.5%

ปัจจัยที่ทำให้ลูกหลานไม่สืบทอด

สถานที่พักไม่อำนวย	50.0%
ไม่รู้ขั้นตอนการไหว้	26.5%
การแยกครอบครัวของลูกหลาน	11.5%
วิธีชีวิตที่เร่งรีบ	10.8%
มุมมองต่อเทศกาลที่ลดลง	1.2%

ท่านสนใจร้านค้าที่จะเข้ามาอำนวยความสะดวกด้านเครื่องเซ่นไหว้หรือไม่

	การรวมชุดเครื่องเซ่นไหว้	การปรุงอาหารสำเร็จรูป
สนใจ	63.0%	25.0%
ไม่แน่ใจ ต้องดูคุณภาพก่อน	35.5%	22.5%
ไม่สนใจ	1.5%	52.5%

Disclaimer

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

บริการทุกระดับประทับใจ