



ครัวเรือนไทยมอง “ชิมช้อปใช้” เฟส 1 ช่วยลดภาระค่าครองชีพ แต่เสนอรัฐมีมาตรการดูแลเพิ่มเติม

ECONOMIC BRIEF

ปีที่ 25 ฉบับที่ 3824

วันที่ 9 ตุลาคม 2562

เมื่อวันที่ 10 ก.ย. 2562 ที่ผ่านมา คณะรัฐมนตรีมีมติเห็นชอบวิธีการดำเนินมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศ “ชิมช้อปใช้” ซึ่งมีระยะเวลาในการดำเนินมาตรการตั้งแต่วันที่ 27 ก.ย. จนถึง 30 พ.ย. 2562 โดยในปัจจุบัน (9 ต.ค. 2562) มีผู้ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการ “ชิมช้อปใช้” ครบทั้งหมด 10 ล้านคน ตามเป้าหมายที่รัฐบาลวางไว้แล้ว ซึ่งผู้ลงทะเบียนสำเร็จบางส่วนได้เริ่มออกมาใช้สิทธิ์ตามจังหวัดปลายทางต่างๆ ที่ลงทะเบียนไว้ ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยจึงทำการสำรวจพฤติกรรมการใช้จ่ายของครัวเรือนไทยที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการ “ชิมช้อปใช้” เฟส 1 สำเร็จ ผ่านช่องทางการเก็บข้อมูลออฟไลน์และออนไลน์ โดยผลสำรวจมีประเด็นที่น่าสนใจดังต่อไปนี้

- ➔ ครัวเรือนไทยเกิน 1 ใน 3 วางแผนที่จะใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาท จากการสำรวจ พบว่า แม้ครัวเรือนส่วนใหญ่ร้อยละ 54.7 ที่ทำการสำรวจจะวางแผนใช้จ่ายในงบ 1,000 บาทตามสิทธิ์ที่ได้รับจากมาตรการ “ชิมช้อปใช้” เฟส 1 แต่อีกร้อยละ 43.0 ของครัวเรือนที่ทำการสำรวจวางแผนที่จะใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาท โดยค่าใช้จ่ายของครัวเรือนที่วางแผนจะใช้จ่ายเกิน 1,000 บาท เฉลี่ยอยู่ที่ 3,300 บาทต่อคน (รวม 1,000 บาทที่ได้รับสิทธิ์จากมาตรการ) ซึ่งครัวเรือนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เป็นครัวเรือนที่มีภูมิลำเนา (ตามทะเบียนบ้าน) อยู่ที่กรุงเทพฯ โดยส่วนใหญ่วางแผนที่จะไปท่องเที่ยวและใช้จ่ายที่จังหวัดชลบุรี นนทบุรี และสมุทรปราการ
- ➔ เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้จ่ายจากมาตรการ “ชิมช้อปใช้” ระหว่างครัวเรือนไทยที่มีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาทต่อเดือน กับครัวเรือนไทยที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน พบว่าครัวเรือนที่มีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาทต่อเดือน จะมุ่งเน้นไปที่การซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นจากห้างสรรพสินค้า และมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในงบ 1,000 บาทพอดี ในขณะที่ครัวเรือนที่มีรายได้สูงกว่า 30,000 บาทต่อเดือน จะมุ่งเน้นการใช้จ่ายไปกับการรับประทานอาหารที่ร้านอาหารที่เข้าร่วมโครงการ “ชิมช้อปใช้” และส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเกิน 1,000 บาท
- ➔ อย่างไรก็ตาม มาตรการ “ชิมช้อปใช้” ยังมีข้อจำกัดในการได้รับสิทธิ์ ทั้งในแง่จำนวนสิทธิ์ที่เข้าร่วมโครงการ และการเข้าถึงของผู้มีรายได้น้อย โดยจากการสำรวจ พบว่า ครัวเรือนส่วนใหญ่ร้อยละ

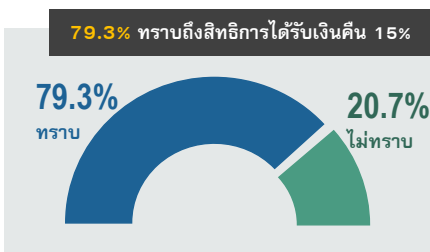
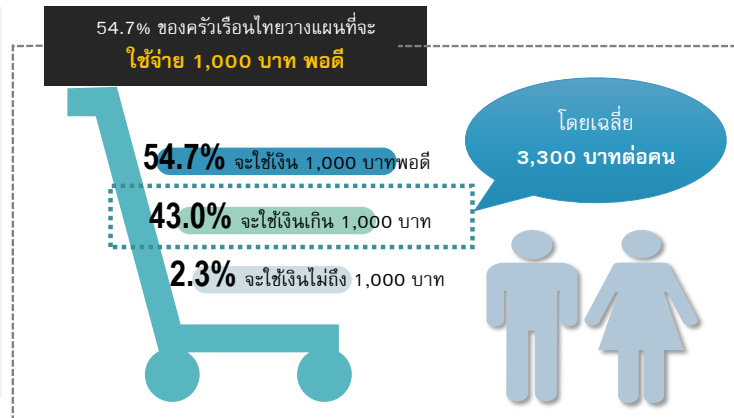
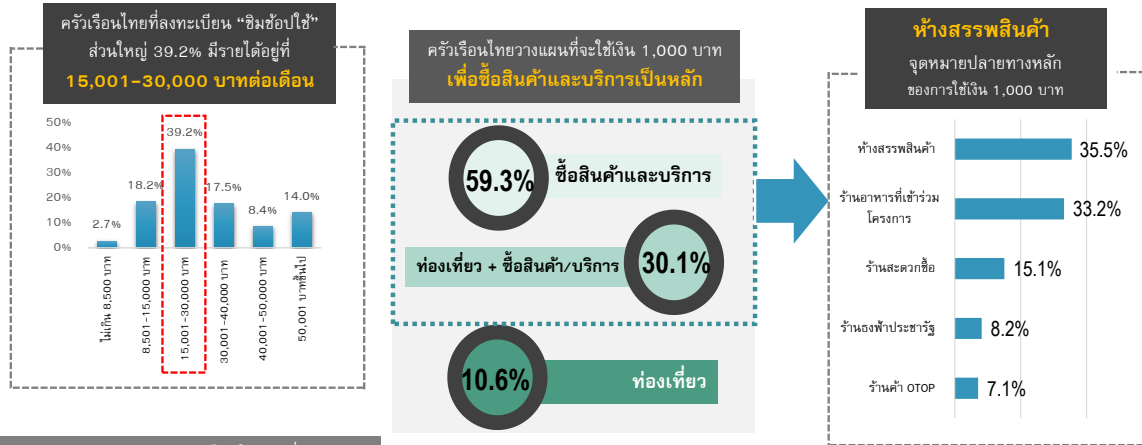
บริการทุกระดับประทับใจ

79.1 ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการ “ชิมช้อปใช้” สำเร็จ มีรายได้อยู่ในระดับปานกลางไปจนถึงระดับสูง (สูงกว่า 15,000 บาทต่อเดือน) ในขณะที่ครัวเรือนผู้มีรายได้น้อย (รายได้ต่ำกว่า 8,500 บาทต่อเดือน) เพียงร้อยละ 2.7 สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการสำเร็จ โดยครัวเรือนผู้มีรายได้น้อยส่วนหนึ่งยังคงใช้โทรศัพท์มือถือที่ไม่ใช่สมาร์ทโฟน และอีกส่วนหนึ่งแม้จะใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน แต่ไม่เปิดใช้บริการอินเทอร์เน็ต จึงทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ขาดโอกาสในการเข้าถึงสิทธิที่พึงได้รับจากประโยชน์ของมาตรการภาครัฐ

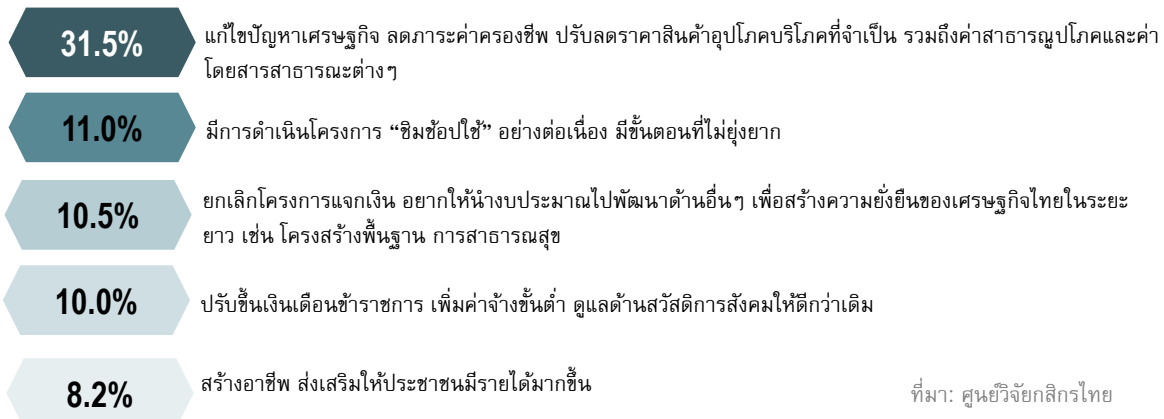
- ➡ นอกจากนี้ ผลบวกของมาตรการ “ชิมช้อปใช้” เฟส 1 ยังคงกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯ เสียส่วนใหญ่ จากการสำรวจ พบว่า ครัวเรือนไทยส่วนใหญ่ร้อยละ 38.6 ที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการสำเร็จมีจุดหมายปลายทางการใช้เงินสนับสนุน 1,000 บาทในพื้นที่กรุงเทพฯ โดยส่วนใหญ่ยังเป็นการซื้อสินค้าและบริการในห้างสรรพสินค้าและร้านสะดวกซื้อที่เข้าร่วมโครงการ
- ➡ แม้ครัวเรือนไทยส่วนมากร้อยละ 78.3 ที่ทำการสำรวจ จะมองว่า มาตรการ “ชิมช้อปใช้” เฟส 1 จะมีส่วนช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของตนเองได้ แต่ครัวเรือนส่วนใหญ่ยังอยากให้รัฐบาลมีมาตรการเพิ่มเติมเพื่อมุ่งแก้ปัญหาปากท้องประชาชน โดยจากการสำรวจ พบว่า ร้อยละ 31.5 ของครัวเรือนที่ทำการสำรวจอยากให้รัฐบาลช่วยลดภาระค่าครองชีพ โดยวิธีการปรับลดราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และการช่วยพยุงค่าสาธารณูปโภค (เช่น ค่าน้ำ ค่าไฟ) ค่าโดยสารสาธารณะ รวมไปถึงราคาพลังงานในประเทศ

ผลสำรวจการใช้จ่าย ของครัวเรือนไทย

จากมาตรการ “ชิมช้อปใช้”

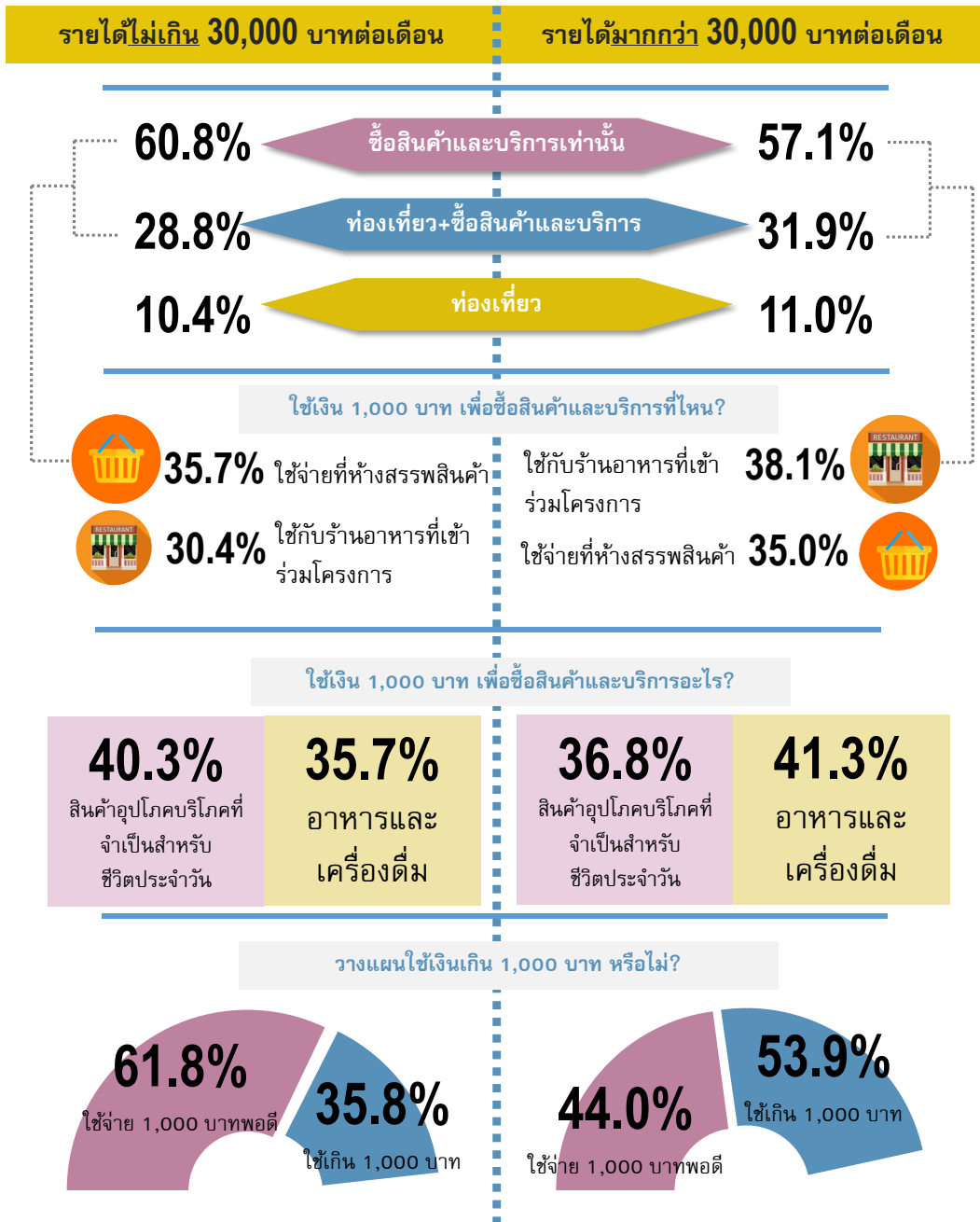


มาตรการเพิ่มเติมที่ครัวเรือนไทยเสนอแนะ



ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้จ่ายจากมาตรการ “ชิมช้อปใช้” ระหว่างกลุ่มที่มีรายได้น้อยกว่า 30,000 บาทต่อเดือน กับ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน



ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

Disclaimer

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