

มาตรการ 'ซ้อปช่วยชาติ' ปี'59: คาดคนใช้สิทธิเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อน

CURRENT ISSUE

ปีที่ 22 ฉบับที่ 2799

วันที่ 13 ธันวาคม 2559

ประเด็นสำคัญ

- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย มองว่า 'มาตรการซ้อปช่วยชาติ 15,000 บาท' ที่ออกมากกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในช่วงปลายปี 2559 น่าจะเป็นโอกาสให้กับบรรดาผู้ประกอบการค้าปลีก ร้านอาหาร และธุรกิจบริการ (ที่จดทะเบียนอยู่ในระบบและสามารถออกใบกำกับภาษีได้) อาศัยช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ จากที่ก่อนหน้านี้ ภาคธุรกิจกำลังเผชิญแรงกดดันจากกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่ฟื้นตัวอย่างชัดเจน
- โดยจากผลสำรวจพบว่า ประชาชนกว่าร้อยละ 60.0 ของผู้ที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมด สนใจใช้สิทธิตามมาตรการเพื่อลดหย่อนภาษี และมีการวางแผนที่จะซื้อสินค้าและบริการในช่วงวันที่ 14-31 ธันวาคม 2559 ซึ่งเป็นสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นกว่าปีที่แล้ว จากการขยายกรอบระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ โดยในจำนวนนั้น ร้อยละ 34 ระบุว่าจะใช้สิทธิเต็มจำนวน
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า แรงส่งของมาตรการซ้อปช่วยชาติที่ออกมาในช่วงท้ายของปีนี้ น่าจะส่งผลต่อเม็ดเงินที่สะพัดในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหาร และธุรกิจบริการสูงกว่ามาตรการที่ออกมากกระตุ้นในปีก่อน โดยคาดว่าผลจากมาตรการดังกล่าว น่าจะกระตุ้นให้มีเม็ดเงินกระจายไปสู่ธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหาร และธุรกิจบริการอื่นๆ ประมาณ 13,000 ล้านบาท แบ่งเป็นค้าปลีกสินค้าและบริการทั่วไปรวม 12,000 ล้านบาท และร้านอาหาร 1,000 ล้านบาท ทั้งนี้ เม็ดเงินดังกล่าว คำนวณโดยให้นำหนักกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสามารถในการใช้จ่าย ที่คาดว่าจะซื้อสินค้าและบริการในวงเงินตามที่ภาครัฐกำหนดและใช้สิทธิลดหย่อนภาษีค่อนข้างเต็มที่

ภาวะเศรษฐกิจและกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ชะลอตัวมาอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ยังคงสร้างแรงกดดันต่อการเติบโตของธุรกิจค้าปลีกและร้านอาหารพอสมควร ส่งผลให้บรรดาผู้ประกอบการแต่ละรายต่างมีการปรับกลยุทธ์การตลาด และออกแคมเปญส่งเสริมการตลาดอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี 2559 เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคออกมาจับจ่ายใช้สอย และเป็นการประคับประคองยอดขายในภาพรวมของธุรกิจไว้

นอกจากนี้ อีกหนึ่งปัจจัยหนุนสำคัญที่คาดว่าจะช่วยกระตุ้นยอดขายให้กับภาคธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหารและธุรกิจบริการ ในช่วงโค้งสุดท้ายของปี 2559 ได้แก่ มาตรการ “ช้อปช่วยชาติ 15,000 บาท” ซึ่งน่าจะจูงใจให้ผู้บริโภคออกมาจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น จากช่วงปกติที่ไม่มีมาตรการดังกล่าว โดยจะเห็นได้ว่า ผลจากมาตรการ “ช้อปช่วยชาติ 15,000 บาท” ที่ออกมาก ระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคในช่วงปลายปีที่แล้ว แม้ว่าจะเป็นระยะเวลาที่ค่อนข้างสั้น (เพียง 1 สัปดาห์) แต่ก็ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคจำนวนมาก ทั้งนี้ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า แรงส่งของมาตรการ ช้อปช่วยชาติที่ออกมาในช่วงท้ายของปีนี้ น่าจะ ส่งผลต่อเม็ดเงินที่สะพัดในกลุ่มธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหาร และธุรกิจบริการอื่นๆ ที่สูงกว่ามาตรการที่ออกมา กระตุ้นครั้งก่อน โดยพิจารณาจากการขยายกรอบเวลาของการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น

มาตรการ ‘ช้อปช่วยชาติ 2559’

	2559**	2558*
✓ เงื่อนไข		
ค่าใช้จ่ายที่หักลดหย่อนภาษี (บาท/คน)	15,000	15,000
ระยะเวลาใช้จ่าย	14-31 ธ.ค. (18 วัน)	25-31 ธ.ค. (7 วัน)
✓ จุดเด่นของมาตรการ ‘ช้อปช่วยชาติ 2559’		
<ul style="list-style-type: none"> ระยะเวลาในการวางแผน หรือช่วงเวลาในการซื้อสินค้าและใช้บริการร้านอาหารนานขึ้น ผู้ประกอบการมีเวลาเตรียมการด้านต่างๆ เช่น สต็อกสินค้า จุดให้บริการออกไปกำกับภาษีที่อำนวยความสะดวกให้ลูกค้า 		

ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย

หมายเหตุ: * = ปี 2558 ครอบคลุมสินค้าและบริการ รวมถึงการซื้อทัวร์ในประเทศ

** = ปี 2559 สินค้าและบริการ ไม่ครอบคลุมการซื้อทัวร์ในประเทศ เพราะจัดอยู่ในเงื่อนไขของมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว

**การขยายกรอบระยะเวลาในการใช้จ่ายเพื่อลดหย่อนภาษี ... จูงใจให้ประชาชนวางแผนใช้จ่ายมากขึ้น
คาดเงินสะพัดในธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหาร และบริการอื่นๆ 13,000 ล้านบาท**

จากการสำรวจของศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า มาตรการช้อปช่วยชาติ 15,000 บาทในปี 2559 ค่อนข้างได้รับความนิยมจากประชาชนที่ต้องเสียภาษีมากกว่าปีที่ผ่านมา สะท้อนได้จากประชาชนกว่าร้อยละ 60.0 ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด มีการวางแผนที่จะซื้อสินค้าและบริการในช่วงวันที่ 14-31 ธันวาคม 2559 เพื่อต้องการใช้สิทธิจากมาตรการดังกล่าวมาทำการลดหย่อนภาษีเพิ่มขึ้นกว่าปีที่แล้ว โดยให้เหตุผลว่า ปีนี้ มีการรับรู้ข่าวสารล่วงหน้า และด้วยระยะเวลาในการใช้สิทธิที่นานขึ้น (เป็นระยะเวลาเกือบ 3 สัปดาห์ จากเดิมปีที่แล้วเพียง 1 สัปดาห์) ทำให้มีเวลาเตรียมตัวและวางแผนการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการที่นานขึ้น ซึ่งน่าจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับคนที่จะใช้สิทธิ ไม่ว่าจะ เป็น ความสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ไม่ต้องเร่งรีบ เมื่อเทียบกับปีที่แล้วที่มีระยะเวลาในการใช้จ่ายที่ค่อนข้างสั้นและกะทันหัน การเข้าแถวต่อคิวเพื่อรับใบกำกับภาษีที่น่าจะสะดวกรวดเร็วขึ้น ไม่ต้องต่อคิวรอนาน อย่างไรก็ตาม ในจำนวนนั้นผู้ที่สิทธิดังกล่าว มีเพียงร้อยละ 34 ที่ใช้สิทธิเต็มจำนวน

ดังนั้น การที่ภาครัฐได้ออกมาตรการช้อปช่วยชาติเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชนภายในประเทศนั้น น่าจะจูงใจให้ประชาชนที่ต้องการใช้สิทธิลดหย่อนภาษีมีการวางแผนการใช้จ่ายในช่วงเวลาดังกล่าวมากขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นโอกาสให้กับบรรดาผู้ประกอบการค้าปลีก (ที่จดทะเบียนอยู่ในระบบและสามารถออกไปกำกับภาษีได้) เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านค้าเฉพาะที่อยู่นอกห้างฯ (อาทิ ร้านเฟอร์นิเจอร์ ศูนย์จำหน่ายระดับยนต์) รวมถึงร้านอาหารโดยเฉพาะเช่นร้านอาหาร ร้านอาหารในห้างสรรพสินค้า ร้านอาหารในโรงแรม และภัตตาคาร รวมถึงธุรกิจบริการอื่นๆ อาทิช่วงเวลาดังกล่าวในการเพิ่มยอดขายให้กับธุรกิจ ส่งผลให้บรรดา

¹ คนที่มีรายได้ตั้งแต่ 150,001 บาทต่อปีขึ้นไป ที่เข้าข่ายต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตามกฎหมาย

ผู้ประกอบการควรมีการเตรียมความพร้อมทางด้านต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนที่คาดว่าจะเข้ามาจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและรับประทานอาหารนอกบ้านในช่วงเวลาดังกล่าวเป็นจำนวนเพิ่มขึ้นกว่าช่วงปกติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเตรียมจุดให้บริการออกไปกำกับภาษีที่สะดวกรวดเร็ว ซึ่งเป็นปัญหาสำคัญที่เห็นได้ชัดถึงความไม่พร้อมในเรื่องของการออกไปกำกับภาษีในปีที่แล้ว ที่ทำให้ลูกค้าบางส่วนตัดสินใจที่จะไม่ซื้อสินค้า เพราะต้องต่อแถวยาวและรอคิวนาน หรือแม้แต่การบริหารจัดการสต็อกสินค้าให้เพียงพอกับความต้องการของลูกค้า

นอกจากนี้ ด้วยข้อจำกัดทางด้านกำลังซื้อของลูกค้าบางกลุ่ม รวมถึงคนที่ต้องการใช้สิทธิลดหย่อนภาษีแต่ยังไม่ได้มีการวางแผนการใช้จ่าย ผู้ประกอบการค้าปลีกก็อาจจะมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดควบคู่ไปกับมาตรการดังกล่าว เพื่อจูงใจให้ลูกค้าตัดสินใจใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดในกลุ่มสินค้าที่ลูกค้าให้ความสนใจซื้อเพื่อนำมาใช้สิทธิในการลดภาษี อาทิ อาหารเครื่องดื่ม ของใช้ส่วนตัว กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า สินค้าแฟชั่น (เสื้อผ้า รองเท้า) โดยรูปแบบของการทำการตลาดก็ยังคงให้ความสำคัญกับการลดราคาสินค้า การชูความคุ้มค่าคุ้มราคา และการผ่อนชำระ 0% ที่นานขึ้น เพื่อจูงใจกลุ่มลูกค้าที่ต้องการใช้สิทธิลดหย่อนภาษีแต่มีฐานเงินเดือนไม่สูงนัก

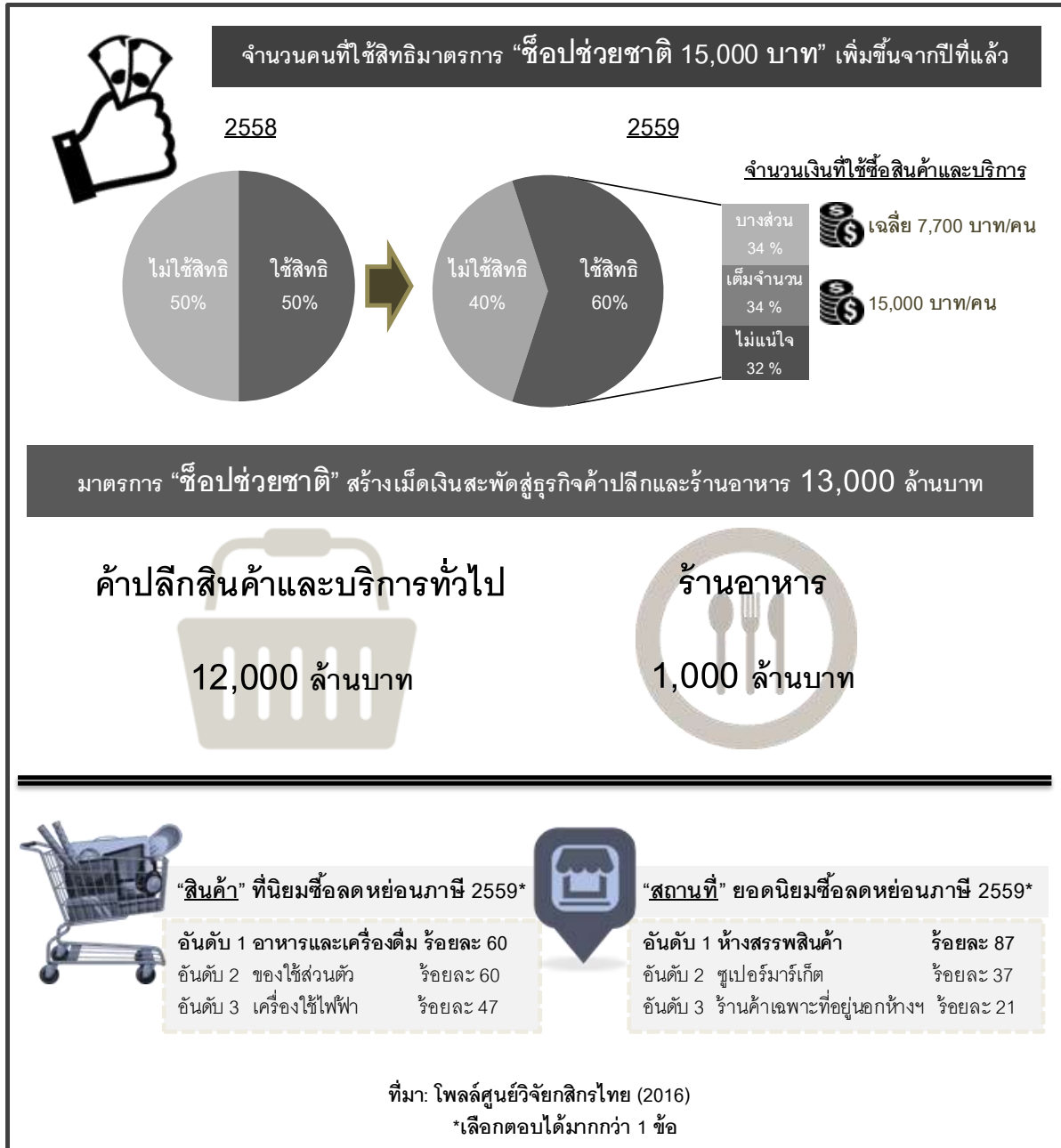
สำหรับพฤติกรรมมารับประทานอาหารนอกบ้านเพื่อสังสรรค์ในช่วงปลายปีของคนไทยโดยส่วนใหญ่จะเป็นการสังสรรค์มากกว่าหนึ่งมื้อกับกลุ่มต่างๆ เช่น ครอบครัว เพื่อนฝูง องค์กร เป็นต้น **ส่งผลให้กลยุทธ์ของธุรกิจร้านอาหารในช่วงโค้งสุดท้ายของปี 2559 นี้ อาจอยู่ในรูปแบบการจัดโปรโมชั่นดึงดูดให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการร้านอาหารซ้ำหรือถี่ยิ่งขึ้น** เช่น การมอบส่วนลดสำหรับการรับประทานอาหารในครั้งถัดไป การสะสมแต้มร่วมกันระหว่างร้านอาหารในเครือ เป็นต้น **ควบคู่ไปกับการสื่อสารไปยังลูกค้าถึงสิทธิประโยชน์จากการนำค่าอาหารและเครื่องดื่มมาหักเป็นค่าลดหย่อนภาษี โดยมีระยะเวลาการจัดโปรโมชั่นสอดคล้องไปกับในช่วงระยะเวลามาตรการ** อย่างไรก็ตาม ธุรกิจร้านอาหารอาจขยายการจัดโปรโมชั่นต่อเนื่องไปจนถึงในช่วงหลังเทศกาลปีใหม่ เพื่อดึงดูดลูกค้ากลุ่มที่เลือกสังสรรค์ในช่วงหลังเทศกาลปีใหม่เพื่อหลีกเลี่ยงผู้คนจำนวนมาก

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย ยังมองว่า ผลจากมาตรการดังกล่าวก็น่าจะทำให้กลุ่มผู้ประกอบการค้าปลีก ร้านอาหารและธุรกิจบริการบางส่วนที่ไม่ได้จดทะเบียนหรืออยู่นอกระบบ เช่น ผู้ประกอบการค้าปลีกและร้านอาหาร SMEs หรือผู้ประกอบการ E-Commerce ตระหนักถึงโอกาสและข้อได้เปรียบดังกล่าว ก็อาจจะนำมาซึ่งการดึงกลุ่มผู้ประกอบการเหล่านี้ให้เข้าสู่ระบบได้เพิ่มขึ้น

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า ผลจากมาตรการ “ช้อปช่วยชาติ” ที่ออกมาในช่วงระหว่างวันที่ 14-31 ธันวาคม 2559 (หรือเป็นจำนวน 18 วัน) น่าจะกระตุ้นการใช้จ่ายซื้อสินค้าของประชาชนคิดเป็นเม็ดเงินที่กระจายไปสู่ธุรกิจค้าปลีก ร้านอาหาร และธุรกิจบริการอื่นๆ ประมาณ 13,000 ล้านบาท² แบ่งเป็นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในร้านค้าปลีกและบริการทั่วไปรวม 12,000 ล้านบาท และการรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร 1,000 ล้านบาท จากคนที่ต้องการใช้จ่ายเพื่อลดหย่อนภาษี อันเนื่องมาจากการขยายกรอบระยะเวลาในการซื้อสินค้าและบริการ ทั้งนี้ **เม็ดเงินดังกล่าว** คำนวณโดยให้น้ำหนักกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสามารถในการใช้จ่าย ที่คาดว่าจะซื้อสินค้าและ

² เม็ดเงินดังกล่าว เป็นมูลค่าเงินสะพัดจากการใช้จ่ายซื้อสินค้าและบริการ โดยไม่รวมเงินหมุนเวียนในรูปแบบอื่น เช่น ค่าจ้างพนักงานชั่วคราวที่ธุรกิจต้องจ่ายในช่วงที่มีมาตรการ

บริการในวงเงินตามที่ภาครัฐกำหนดและใช้สิทธิลดหย่อนภาษีค่อนข้างเต็มที่ ในขณะที่มีกลุ่มผู้บริโภคอีกส่วนหนึ่ง ที่อาจจะไม่สามารถใช้สิทธิได้อย่างเต็มที่ เนื่องจากมีรายได้ต่อเดือนหรือมีเงินออมที่ไม่สูงนัก จึงทำให้มีเม็ดเงินสำหรับนำมาใช้จ่ายและลดหย่อนภาษีตามมาตรการนี้ได้จำกัดกว่า



Disclaimer

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