



Digital wallet

คาดการณ์ค้าปลีกปี' 67 เพิ่มขึ้นจากคาดการณ์เดิมเพียง 1%

CURRENT ISSUE

Vol.30 No.3483 19 เมษายน 2567

- Digital wallet ที่มีการกำหนดเงื่อนไขพื้นที่และประเภทร้านค้า รวมถึงการถอนเงินสด อาจมีผลต่อพฤติกรรมการใช้เงินของผู้บริโภค และการเข้าร่วมของร้านค้า โดยเฉพาะร้านค้ารายย่อย ซึ่งเงื่อนไขที่ค่อนข้างซับซ้อน ทำให้ร้านค้าที่เข้าร่วมอาจจะน้อยกว่าที่คาด
- หาก Digital wallet สามารถดำเนินการได้ตามแผน อาจหนุนยอดขายค้าปลีกปี 2567 เพิ่มขึ้นอีกเพียง 1.0% เป็นโต 4.0% เมื่อเทียบกับปีก่อน จากเดิมที่คาดว่าจะโต 3.0% กรณีไม่มีมาตรการฯ

วรรณวิษา ศรีรัตนะ



ผู้บริหารงานวิจัย

wanwisa.s@kasikornresearch.com

ศูนย์วิจัยกสิกรไทยมองว่า Digital wallet จะส่งผลกระทบต่อค้าปลีกมากขึ้นเพียงใด ยังคงขึ้นอยู่กับหลายเงื่อนไข ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดพื้นที่และประเภทร้านค้า นอกเหนือจากประเด็นทางด้านกฎหมาย รวมถึงระบบการใช้งานของแอปพลิเคชันที่ยังต้องรอดูติดตาม ซึ่งการกำหนดเงื่อนไขต่างๆ อาจส่งผลกระทบต่อร้านค้าปลีกและพฤติกรรมการใช้เงินของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ดังนี้

1. กำหนดพื้นที่ในการใช้เงินต้องอยู่ในพื้นที่ตามทะเบียนบ้านเท่านั้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการใช้เงินของผู้บริโภคที่ต่างกัน

- ผู้บริโภคที่อยู่นอกภูมิลำเนา มีราวๆ 6.6 ล้านคน¹ อาจมีช่วงเวลาให้ใช้จ่ายสั้น และต้องวางแผนการเดินทางเพื่อกลับไปใช้จ่าย เช่น วันหยุดเทศกาลปีใหม่ ส่งผลให้ผู้บริโภคกลุ่มนี้อาจจำเป็นต้องเร่งใช้เงิน และเลือกซื้อสินค้าที่มีมูลค่าต่อครั้งสูงๆ เช่น กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า มือถือ หรือของใช้ส่วนตัว (เก็บได้นาน ไม่เน่าเสีย) ที่จำเป็นต้องซื้อในปริมาณมากๆ จึงทำให้การใช้จ่ายอาจกระจุกตัวอยู่แค่บางร้านค้าและบางสินค้าเท่านั้น

¹ อ้างอิงจากจำนวนประชากรที่เข้ามาทำงานเรียนหนังสือต่างถิ่นโดยอยู่เป็นประจำ แต่ไม่มีการย้ายทะเบียนบ้านในประเทศไทย (ข้อมูลปี 2565 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ)

-ผู้บริโภคที่พำนักอาศัยอยู่ในภูมิภาคลุ่มน้ำ อาจจะไม่จำเป็นต้องรีบใช้จ่ายเหมือนกลุ่มแรก และสามารถซื้อสินค้าที่มีมูลค่าครั้งละไม่มากได้ เช่น ของกิน หรือของใช้ที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน ซึ่งการใช้เงินอาจกระจายได้ในร้านค้าและสินค้าที่หลากหลายกว่า

2. กำหนดเงื่อนไขประเภทของร้านค้าและการถอนเงินสด อาจจำกัดร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการโดยเฉพาะร้านค้าที่เดิมอยู่นอกระบบภาษี ปัจจุบันร้านค้าที่เป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) มีทั้งหมด 1.4 ล้านราย โดยเป็นร้านค้าที่จดทะเบียนเป็นนิติบุคคลเพียง 2.8 แสนราย หรือราว 20%² เท่านั้น

การใช้ Digital wallet ในรอบแรกระหว่างประชาชนกับร้านค้าหรือร้านสะดวกซื้อขนาดเล็ก จะต้องเป็นร้านที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการในช่วงไตรมาส 3 แต่ร้านค้าจะไม่สามารถถอนเงินสดได้ทันทีหลังประชาชนใช้จ่าย ซึ่งร้านค้าต้องไปใช้จ่ายกับร้านค้า และร้านค้าที่จะถอนเงินสดได้จะต้องเป็นร้านที่อยู่ในระบบภาษีและเมื่อมีการใช้จ่ายตั้งแต่รอบที่ 2 เป็นต้นไป

ร้านค้าที่จะลงทะเบียนเข้าร่วม คงจะต้องซ้มน้ำหนักความคุ้มค่า ทั้งในมิติของยอดขาย จากการคาดเดาพฤติกรรมของผู้บริโภคว่าจะใช้จ่ายอย่างไร และซื้อสินค้าประเภทไหน รวมถึงในมิติของการถอนเงินสดตามเงื่อนไขที่กำหนด โดยหากเป็นร้านค้าขนาดเล็กที่ต้องการเงินสดในทันทีและเดิมไม่ได้อยู่ในระบบภาษี อาจจะรู้สึกถึงความไม่คุ้มค่าจนตัดสินใจที่จะไม่เข้าร่วมโครงการ ทำให้ร้านค้าที่จะเข้าร่วมสุดท้ายแล้วอาจมีจำนวนน้อยกว่าที่คาดหวัง ส่งผลให้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ หรือการกระจายรายได้ไปยังร้านค้าต่างๆ อย่างทั่วถึง ก็จะจำกัดลงตาม

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย คาดว่า หาก Digital wallet สามารถดำเนินการได้ทันทีในไตรมาส 4 ตามแผนที่วางไว้ อาจส่งผลให้ยอดขายค้าปลีกปี 2567 โต 4% ชยับขึ้นจากเดิมที่คาดว่าจะโต 3% กรณีไม่มีมาตรการฯ หรือเพิ่มขึ้นไม่มากกว่า 1% (รูปที่ 1) โดยประเมินจากการใช้จ่ายสินค้าอุปโภคบริโภคบนฐานธุรกิจค้าปลีกที่น่าจะเพิ่มไม่ถึง 0.55 บาท หากผู้บริโภคมีรายได้เพิ่ม 1 บาท (Marginal propensity to consume: MPC) ภายใต้อสมมติฐานธุรกรรมเกิดขึ้น 2 รอบและราว 2 ใน 3 ตกในไตรมาส 4 ซึ่งนอกจากผลของการกำหนดเงื่อนไขในการใช้ Digital wallet จะมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของยอดขายค้าปลีกแล้ว ยังมีเหตุผลอื่นมาจาก

-ยอดขายค้าปลีกส่วนใหญ่เป็นสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นในชีวิตประจำวัน (ไม่รวมยอดขายยานพาหนะ และการรับประทานอาหารที่ร้านอาหาร) ซึ่งผู้บริโภคมีการวางแผนการใช้จ่ายอยู่แล้ว ทำให้การใช้จ่ายกรณีที่มีมาตรการฯ อาจจะไม่ได้อ

² อ้างอิงจากจำนวน MSME ปี 2565 ของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.)

เพิ่มขึ้น หรือเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมมากนัก แต่เป็นเพียงการนำเงิน Digital wallet ที่ได้จากภาครัฐมาใช้แทนเงินในส่วนของตัวเอง

-หากมาตรการฯ มีความล่าช้า รวมถึงผู้บริโภคบางกลุ่มที่ไม่ได้ติดปัญหาเรื่องการกลับไปใช้เงินที่ภูมิล้าเนา ก็อาจมีการทยอยใช้เงินหรือวางแผนใช้เงินในปีหน้า จึงอาจส่งผลต่อยอดขายของค้าปลีกในปี 2568 แทน

รูปที่ 1 ยอดขายค้าปลีกกรณีมีมาตรการ Digital wallet กับกรณีไม่มีมาตรการ



หมายเหตุ:

¹ ยอดขายค้าปลีกในที่นี้ หมายถึง Private consumption ณ ราคาปัจจุบันของสินค้าอุปโภคบริโภคในกลุ่มอาหารและเครื่องดื่มของใช้ส่วนตัว สินค้าแฟชั่น และเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่ง (ไม่รวมยอดขายยานพาหนะ และการรับประทานอาหารในร้านอาหาร)

² การประเมินตัวเลขดังกล่าววิเคราะห์หรือมองในมิติผลบวกต่อธุรกิจค้าปลีก จากการที่ประชาชนได้รับเงินมาใช้จ่ายเพิ่มขึ้น และร้านค้าสามารถใช้จ่ายได้มากกว่า 1 รอบ โดยยังไม่ได้วิเคราะห์ถึงรายละเอียดผลกระทบในมิติอื่นๆ ที่อาจเกิดขึ้น

ที่มา: NESDC, รวบรวมและคาดการณ์โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย (คาดการณ์ ณ วันที่ 18 เม.ย. 2567)

ดังนั้น ผลของมาตรการฯ อาจไม่ได้หนุนผู้ประกอบการค้าปลีกให้มียอดขายที่ดีขึ้นเท่ากันทุกราย ขึ้นอยู่กับสภาพการแข่งขันของร้านค้าปลีกที่ลงทะเบียนเข้าร่วมในแต่ละพื้นที่ รวมถึงพฤติกรรมการใช้เงินของผู้บริโภค อีกทั้งยังต้องติดตามเงื่อนไขของมาตรการฯ ที่อาจเปลี่ยนแปลงในรายละเอียดได้อีก

โดยสรุป ถ้า Digital wallet สามารถดำเนินการได้ตามแผน น่าจะเป็นปัจจัยที่ช่วยหนุนบรรยากาศหรือสร้างยอดขายให้กับธุรกิจค้าปลีกในช่วงปลายปีนี้ต่อเนื่องถึงต้นปีหน้า แต่ผลกระทบจะมากหรือน้อยยังคงขึ้นอยู่กับหลายเงื่อนไขที่ยังต้องรอดูตามความชัดเจน

Disclaimers รายงานวิจัยนี้จัดทำโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (KResearch) เพื่อเผยแพร่เป็นการทั่วไป โดยอาศัยแหล่งข้อมูลสาธารณะ หรือ ข้อมูลที่เชื่อว่ามีความน่าเชื่อถือที่ปรากฏขณะจัดทำ ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงได้ในแต่ละช่วงเวลา ทั้งนี้ KResearch มีอาจรับรองความถูกต้อง ความน่าเชื่อถือ ความเหมาะสม ความครบถ้วนสมบูรณ์ หรือความเป็นปัจจุบันของข้อมูลดังกล่าว และไม่ได้รับวัตถุประสงค์เพื่อชี้ชวน เสนอแนะ ให้คำแนะนำ หรือจูงใจในการตัดสินใจเพื่อดำเนินการใดๆ แต่อย่างใด ดังนั้น ท่านควรศึกษาข้อมูลด้วยความระมัดระวังและใช้วิจารณญาณอย่างรอบคอบก่อนตัดสินใจใดๆ KResearch จะไม่รับผิดชอบในความเสี่ยงใดๆที่เกิดขึ้นจากการใช้ข้อมูลดังกล่าว

ข้อมูลใดๆ ที่ปรากฏในรายงานวิจัยนี้ถือเป็นทรัพย์สินของ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) การนำข้อมูลดังกล่าว (ไม่ว่าทั้งหมดหรือบางส่วน) ไปใช้ต้องแสดงข้อความถึงสิทธิความเป็นเจ้าของแก่ KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี) หรือแหล่งที่มาของข้อมูลนั้นๆ ทั้งนี้ ท่านจะไม่ทำซ้ำ ปรับปรุง ดัดแปลง แก้ไข ส่งต่อ เผยแพร่ หรือกระทำการในลักษณะใดๆ เพื่อวัตถุประสงค์ในทางการค้า โดยไม่ได้รับอนุญาตล่วงหน้า เป็นลายลักษณ์อักษรจาก KResearch และ/หรือบุคคลที่สาม (แล้วแต่กรณี)