



ขวัญชนก วุฒิกุล

k_wuttikul@hotmail.com

ไพร่ชาวเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส ประเทศไทย

เพิ่งจะเปิดเผยผลสำรวจเกี่ยวกับการใช้จ่ายใช้สอยในโลกออนไลน์ของนักช้อปจำนวน 23,000 คน ใน 25 ประเทศทั่วโลก พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีนักช้อปออนไลน์ซื้อสินค้าโดยตรงผ่านโซเชียลมีเดียมากที่สุดในโลก โดยมีสัดส่วนสูงถึง 51% รองลงมาได้แก่ อินเดีย 32% มาเลเซีย 31% และจีน 27%

มีการเปรียบเทียบระหว่าง “ตลาดเกิดใหม่” (ซึ่งไทยก็เป็นหนึ่งในนั้น) กับตลาดที่พัฒนาแล้วด้วยว่า “โซเชียลมีเดีย” นั้น มีอิทธิพลต่อการซื้อสินค้าของนักช้อปแตกต่างกัน ซึ่งแน่นอนว่า ตลาดเกิดใหม่จะตอบสนองต่อสื่อโซเชียลได้เร็วกว่า โดย 35% ของนักช้อปในตลาดเกิดใหม่นิยมซื้อผ่านมือถืออย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งมีอัตราสูงกว่าเมื่อเทียบกับนักช้อปตลาดพัฒนาแล้ว ที่มีสัดส่วนการช้อปปิ้งในราว 22% ขณะที่กลุ่มนักช้อปที่มีการตอบโต้กับร้านค้าหรือแบรนด์ที่ชื่นชอบผ่านทางโซเชียลมีเดียมากที่สุดในช่วงอายุ 18-34 ปี

สำหรับเหตุผลที่นักช้อปไทยนิยมช้อปออนไลน์นั้น ส่วนใหญ่ประมาณ 51% บอกว่า ซื้อเพราะสะดวกสบาย ส่วนอีก 38% บอกว่า ซื้อเพราะปัจจัยด้านราคา นอกจากนี้ ยังมีนักช้อปกว่า 53% ที่ตอบแบบสอบถามระบุว่า การรีวิวหรือการแสดงความคิดเห็นของลูกค้ารายอื่นๆ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของตัวเอง

ไพร่ชาวเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส ประเทศไทย บอกว่าวันนี้ผู้บริโภคไทยกำลังเข้าสู่ยุคที่โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอย ขณะที่โทรศัพท์มือถือกลายเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการช้อปปิ้ง เริ่มตั้งแต่หาข้อมูลของสินค้าและร้านค้าก่อนซื้อ เปรียบเทียบราคา อ่านรีวิวของลูกค้าคนอื่น โดยพฤติกรรมการช้อปปิ้งผ่านมือถือยังเป็นที่ยอดนิยมของนักช้อปในตลาดเกิดใหม่

หลังจากไพร่ชาวเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส ประเทศไทย เผยแพร่ผลสำรวจดังกล่าวเพียง 1 วัน ใครที่ใช้โปรแกรม



ไลน์และมีเพื่อนในไลน์เป็น “ธนาคารไทยพาณิชย์” จะได้รับการแจ้งเตือนการส่งข้อความเรื่อง “ช้อปออนไลน์ยังให้รางวัล” จากแบงก์ไทยพาณิชย์อย่างทันทั่วทั้งที่ น่าเสียดายที่แค่การแจ้งเตือนดังกล่าว เน้นเฉพาะประเด็น “ความปลอดภัย” จากการทำธุรกรรมช้อปออนไลน์ ไม่ครอบคลุมถึงการช้อปให้คุ้มค่า มีสติ และไม่ใช้จ่ายเกินตัวจากความสะดักสะบวยเพียงปลายนิ้วสัมผัส (โดยไม่มีโอกาสสัมผัสสินค้าจริงก่อนตัดสินใจซื้อ)

แต่ก็ไม่ใช่ว่าเราไม่มีประโยชน์ เพราะการช้อปออนไลน์นั้น ต้องอาศัยความปลอดภัยขั้นสูง ไม่เช่นนั้นก็อาจจะมีคนช้อปแทนเราได้ สำหรับประเด็นที่แบงก์ไทยพาณิชย์ให้เป็น “เทคนิค” สำหรับการช้อปออนไลน์ให้ปลอดภัยก็คือ ต้องเลือกช้อปกับร้านหรือเว็บไซต์ที่น่าเชื่อถือเท่านั้น แล้วต้องสังเกตที่ชื่อเว็บไซต์ ต้องมีการเชื่อมต่อแบบ https:// เพื่อความปลอดภัย หากใช้บัตรเครดิตก็ควรสมัครบริการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลกับเจ้าของบัตร ได้แก่ วีซ่า และมาสเตอร์การ์ด

จากนั้นก็ตั้งกติกากับตัวเองว่า จะไม่ใช่เครื่องสำอางหรือเครื่องของคนอื่นทำธุรกรรมการเงิน อย่าใช้ฟรีไวไฟที่ไม่รู้จักทำธุรกรรมทางการเงิน อย่าเปิดไฟล์ที่ชวนให้คลิกติดตั้งหรือรันโปรแกรมที่แนบมากับอีเมล ห้ามตั้งค่าให้เครื่องจำชื่อผู้ใช้งานและพาสเวิร์ดในการล็อกอินเข้าสู่ระบบ และสุดท้ายคือ ต้องเก็บหลักฐานการโอนเงิน รวมถึงเลขบัญชีที่โอนไว้เสมอ

หากย้อนกลับไปดูข้อมูลของไพร่ชาวเตอร์เฮาส์คูเปอร์ส ประเทศไทย ก็ต้องบอกว่า การเป็นแชมป์ช้อปออนไลน์ของคนไทยก็ไม่ใช่เรื่องเสียหาย เพราะเป็นไปตามกระแสหรือแนวโน้มหลัก แต่ที่น่าห่วง คือ ประเด็นที่ผลสำรวจบ่งชี้ว่า “35% ของนักช้อปใน

ตลาดเกิดใหม่นิยมซื้อผ่านมือถืออย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง” เพราะการช้อปปิ้งอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง (ซึ่งอาจจะมากกว่านั้น) ถือว่า อยู่ในระดับที่มีความถี่สูง ซึ่งจะเป็นตัวบั่นทอนความสามารถในการออมให้ลดต่ำลง ภายใต้อสมมติฐานว่า การช้อปปิ้งนั้นเป็นการตอบสนองความต้องการหรือความพึงพอใจ ไม่ใช่ตอบสนองความจำเป็น (เพราะผลสำรวจไม่ได้แยกย่อยถึงประเภทของสินค้าและบริการ)

ความท้าทายใหม่ของ “เงินออม” นั้น นอกจากจะมาจากพฤติกรรมการช้อปปิ้งที่ง่ายขึ้น เพียงแค่กดผ่านโทรศัพท์มือถือ ยังมาจากแรงกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยที่รัฐหวังจะให้เป็นน้ำหล่อเลี้ยงเศรษฐกิจ เริ่มตั้งแต่การทยอยลดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ เพื่อลดภาระลูกค้า ทำให้ “เงินเหลือ” หรือการปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ที่เพิ่มค่าลดหย่อน ค่าใช้จ่ายเพื่อลดภาระประชาชน ทำให้ “เงินเหลือ” รวมถึงที่กระทรวงการคลังกำลังอยู่ระหว่างการจัดการปัญหาหนี้ในระบบด้วยการให้เจ้าหนี้ขึ้นทะเบียนและกำหนดอัตราดอกเบี้ยสูงสุดที่เจ้าหนี้จะคิดกับลูกหนี้ รวมทั้งความพยายามให้ธนาคารออมสินดูแลลูกหนี้ในระบบให้กลับเข้ามาในระบบ

มีความคาดหวังว่า “เงินเหลือ” เหล่านี้จะกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยได้ ซึ่งเป็นเรื่องที่ต้องระวังว่า อย่าจับจ่ายใช้สอยเพลินจนกระทบเงินออม ดังนั้น ในภาวะที่มีความล่อแหลมจากการถูกกระตุ้นเช่นนี้ การกลับไปยึดวินัยทางการเงินของตัวเองอย่างเคร่งครัดว่า “ออมก่อน ใช้จ่ายหลัง” จึงเป็นเรื่องเหมาะสมที่สุด

ที่ผ่านมา มีคำถามยอดฮิตว่า ถ้าจะ “ออมก่อน ใช้จ่ายหลัง” ควรจะออมในสัดส่วนเท่าไรถึงจะพอเหมาะ

พอดี มีคำแนะนำที่ “ตึง” ขนาดให้ออม 30% ของรายได้ คือ ถ้ามีรายได้ 1 หมื่นบาท ก็ให้ออม 3,000 บาท ส่วนที่เหลืออีก 7,000 บาท หรือ 70% เอาไว้ใช้จ่าย โดยแยกเป็นใช้จ่ายส่วนตัว 30% หรือประมาณ 3,000 บาท และใช้จ่ายสำหรับหนี้สิน 40% หรือประมาณ 4,000 บาท

ถ้าตามสูตรนี้ หมายถึงรายได้ 1 หมื่นบาทต่อเดือน จะก่อหนี้ได้ไม่เกิน 4,000 บาท และจะใช้จ่ายส่วนตัว (รวมซื้อปัจจัยสนองความต้องการ) ได้ไม่เกิน 3,000 บาท

ขณะที่สูตรการออมที่ “ยืดหยุ่น” ลงมานิดหนึ่ง เป็นสูตรของศูนย์คุ้มครองผู้ใช้บริการทางการเงิน (ศคง.) ที่ระบุว่า เราควรออมเงินเดือนละประมาณ 25% หรือ 1 ใน 4 ของรายได้ แต่สัดส่วนนี้ได้รับปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันและแผนทางการเงินที่วางไว้ เช่น หากเรามีแผนที่จะใช้เงินก้อนใหญ่ในระยะเวลายันใกล้ อาจจำเป็นต้องออมเงินมากกว่า 1 ใน 4 แต่ถ้ามามีรายได้น้อยแต่มีรายจ่ายที่จำเป็นมาก หรือมีหนี้สินเยอะ ก็อาจลดสัดส่วนการออมลง เช่น 10% ของรายได้ เพื่อนำเงินจำนวนนี้ไปทยอยผ่อนชำระหนี้สินที่มีให้หมดก่อน แล้วค่อยออมเพิ่มขึ้นในภายหลัง

ส่วนถ้าจะอ้างอิง “หลักวิชาการ” ก็ต้องปิดท้ายที่ผลงานวิจัยของ ดร.อัญญา จันทร์วิทย์ ศาสตราจารย์ในสาขาวิชาการเงินและการธนาคาร คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ที่เสนอผลงานวิจัยเรื่อง “การกำหนดอัตราออมตามวินัยส่วนบุคคลสำหรับผู้มีรายได้ชาวไทยภายใต้กรอบการบริหารความเสี่ยง” ซึ่งเป็นบทวิจัยแรกของประเทศที่สามารถระบุได้ว่า หากหญิงไทยเริ่มออมตั้งแต่อายุ 20 ปี อัตราการออมควรอยู่ที่ประมาณ 12% ของรายได้ ส่วนชายไทยอัตราการออมควรอยู่ที่ประมาณ 8% ของรายได้ และแม้บางคนอาจเริ่มออมช้าและมีหนี้สินอยู่บ้าง แต่หากเริ่มออมและออมอย่างมีวินัยเคร่งครัดแล้วก็จะสามารถปลดหนี้ และอาจมีมรดกให้ลูกหลานสูงถึงกว่า 1 ล้านบาท

โดยสรุปคือ จะออมเท่าไร จะ 8% หรือ 10% หรือ 12 หรือ 25 หรือ 30% ก็ขอให้ “ออม” เพื่อที่สุดท้ายแล้ว จะได้ไม่เป็นภาระของสังคมดีกว่า