



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ
Modern Trade

Modern Trade Sentiment Index : MTSI



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



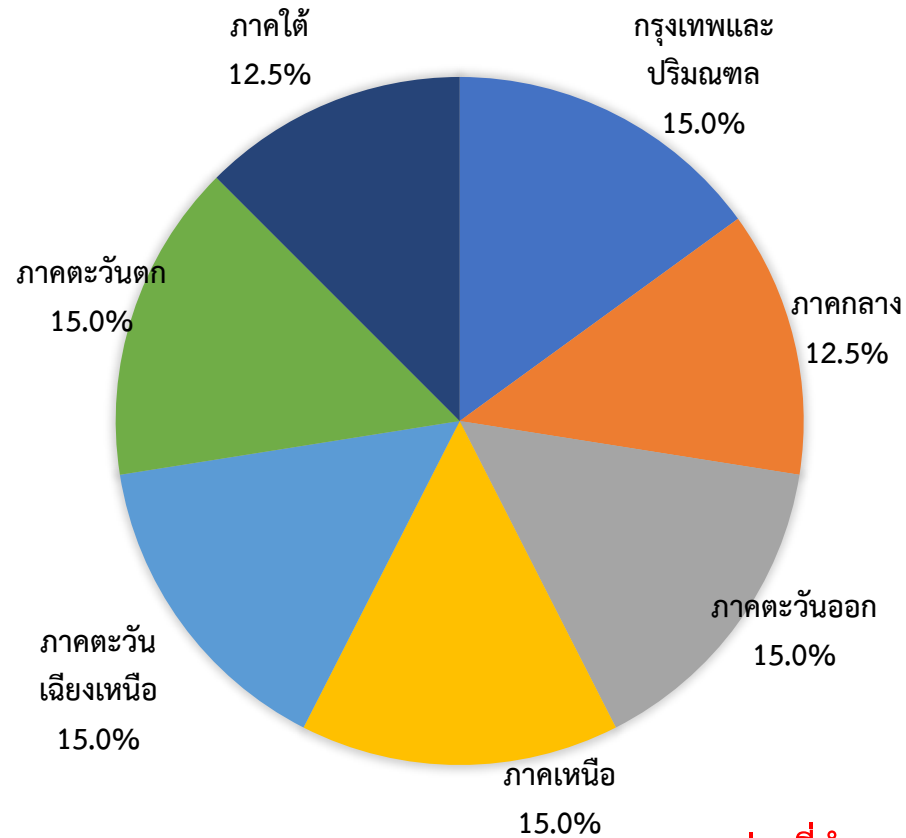
UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ Modern Trade
ประจำเดือนไตรมาสที่ 3 ปี 2563
(Modern Trade Sentiment Index : MTSI)

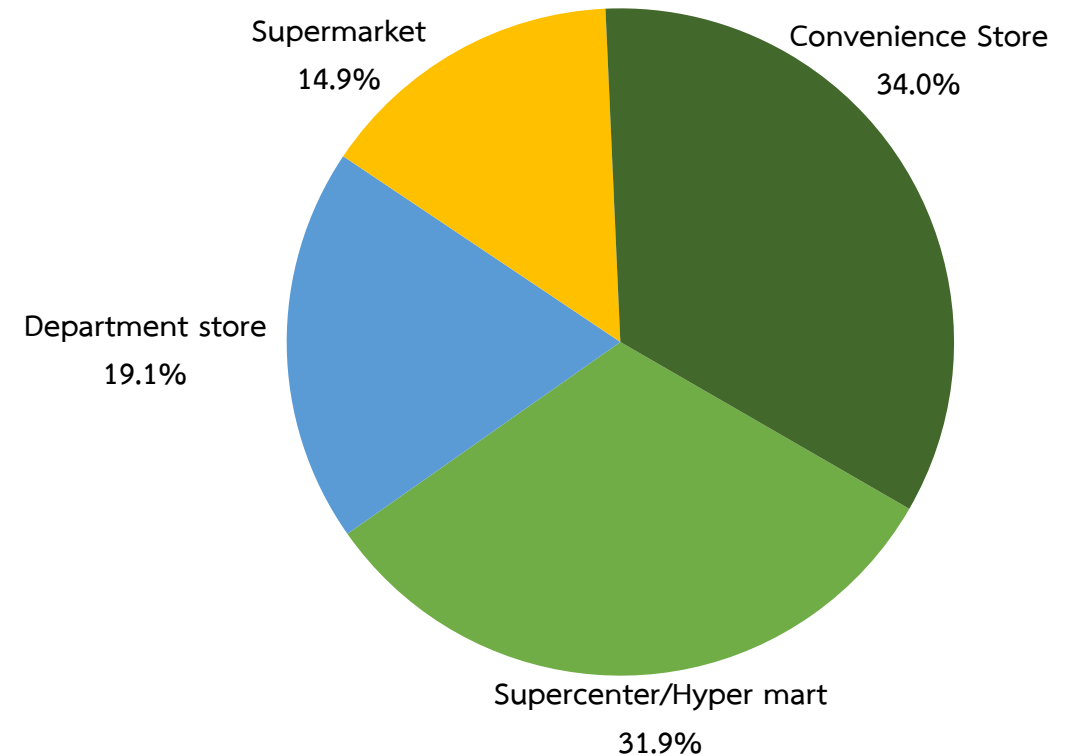
หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามผู้ให้ข้อมูล



ประเภทธุรกิจ



ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 23 กันยายน – 22 ตุลาคม 2563

จำนวนตัวอย่าง: 111 ตัวอย่าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Modern Trade

ปัจจัยบวก

- ประเทศไทยสามารถควบคุมการแพร่ระบาด COVID ได้ดี ทำให้ไม่มีผู้ป่วยนอกเขตควบคุม หรือ State quarantine
- ศบค.มีมติเห็นชอบผ่อนคลายมาตรการระยะที่ 6 อนุญาตให้ชาวต่างชาติ 4 กลุ่มเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ได้แก่ กลุ่มที่เข้ามาร่วมงานแสดงสินค้า กองถ่ายทำภาพยนตร์ กลุ่มที่เข้ามาตามโครงการ Medical & Wellness Program เพื่อเข้ารับบริการทางสุขภาพ และกลุ่มผู้ถือบัตร Thailand Elite Card
- คณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติอนุมัติวันหยุดราชการเพิ่มเติมเพื่อชดเชยวันสงกรานต์ส่งผลให้มีวันหยุดยาว 25-28 ก.ค. 63 และ 4-7 ก.ย. 63 และยังการกระตุ้นและฟื้นฟูเศรษฐกิจภายในประเทศอีกทางหนึ่งด้วย
- มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 เพื่อช่วยเหลือประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการ
- พ.ร.ก. กู้เงิน COVID-19 3 ฉบับ วงเงิน 1.9 ล้านล้านบาท ผ่านการเห็นชอบจากรัฐสภา
- มาตรการช่วยเหลือเยียวยาเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบ งวดที่ 3 วงเงิน 3.7 หมื่นล้านบาท (15-22 ก.ค.63)
- การขยายตัวของธุรกิจ E-commerce
- มติคณะรัฐมนตรี (ครม.) ขยายโครงการเยียวยาเพิ่มเติมด้วยการอนุมัติวงเงินเพิ่มกำลังซื้อให้ผู้ถือบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โดยการเพิ่มวงเงินค่าซื้อสินค้าบริโภคอุปโภคที่จำเป็น
- คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายมาอยู่ที่ระดับ 0.50% ต่อปี



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Modern Trade

ปัจจัยลบ

- ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ แม้ว่าสถานการณ์ตัวเลขของผู้ติดเชื้อมีแนวโน้มดีขึ้น
- จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลงอย่างมากจากการ Lock down
- สถานการณ์การชุมนุมทางการเมืองของกลุ่มเยาวชนที่มีมากขึ้น และอยู่บริเวณย่านเศรษฐกิจที่สำคัญส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของประเทศ
- การแข่งขันของธุรกิจ E-commerce โดยเฉพาะจากต่างประเทศ
- การส่งออกหดตัวต่อเนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว อีกทั้งปัญหาสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาที่ยังไม่มีข้อยุติ รวมถึงสถานการณ์ COVID-19 ที่ยังคงดำเนินอยู่
- ภาระหนี้สินของครัวเรือนที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น
- อัตราการว่างงานยังอยู่ในระดับที่สูงส่งผลต่อกำลังซื้อในประเทศ
- สถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้การบริโภคยังไม่มีการขยายตัว



สถานการณ์ของธุรกิจ Modern Trade

รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62			ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63			ไตรมาสที่ 4 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 63		
	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	27.7	50.1	22.2	29.7	48.8	21.5	28.6	48.1	23.3
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	29.1	47.3	23.6	32.5	42.9	24.6	31.7	45.9	22.4
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	43.1	37.5	19.4	32.0	42.2	25.8	29.7	44.2	26.1
ราคาขายสินค้าคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	30.5	48.5	21.0	27.5	48.0	24.5	22.6	52.6	24.8
ราคาสินค้ากึ่งคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	30.6	48.6	20.8	24.0	52.2	23.8	28.4	47.9	23.7
ราคาขายสินค้าไม่คงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	34.0	38.0	28.0	31.9	36.9	31.2	31.3	39.9	28.8
การจ้างงาน (จำนวนคน)	25.9	52.1	22.0	16.7	74.1	9.2	15.2	74.3	10.5
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกับท่าน	10.6	54.8	34.6	23.3	50.0	26.7	0.0	70.8	29.2
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจออนไลน์	11.1	25.0	63.9	0.0	59.5	40.5	0.0	43.3	56.7
การลงทุนด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์ และนวัตกรรม	15.6	25.5	58.9	15.6	72.9	11.5	37.5	30.0	32.5

ทักษะในด้านต้นทุนการดำเนินงาน

รายการ	แย่ง	เท่าเดิม	ดีขึ้น
ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	37.9	37.00	25.1
ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63	29.5	48.6	21.9
ไตรมาสที่ 4 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 63	28.00	43.5	28.5



ทักษะต่อสินค้าคงเหลือจากการขาย เทียบกับเป้าหมายที่วางไว้

รายการ	ต่ำกว่า	ตามเป้า	สูงกว่า
ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	23.1	40.0	36.9
ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63	23.5	35.5	41.0
ไตรมาสที่ 4 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 63	25.6	31.0	43.4



เฉพาะกลุ่มธุรกิจที่มีการขายออนไลน์ ทิศนะในด้านรายรับจากการขายออนไลน์

รายการ	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	12.5	10.1	77.4
ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63	6.9	13.6	79.5
ไตรมาสที่ 4 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 63	0.0	7.4	92.6



ทักษะเกี่ยวกับธุรกิจ

รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62			ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63			ไตรมาสที่ 4 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 63		
	แย่งลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	แย่งลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	แย่งลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น
ยอดการสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจท่านเพื่อการขาย	48.5	30.0	21.5	43.6	20.5	35.9	22.6	44.6	32.8
สินค้าคงเหลือเพื่อรอการขาย	49.0	32.6	18.4	45.2	25.8	29.0	10.0	49.0	41.0
ยอดจองหรือยอดคำสั่งซื้อออนไลน์	11.6	20.0	68.4	29.0	10.0	61.0	0.0	4.9	95.1

การตลาด

MODERN TRADE

Modern Trade Sentiment Index :
MTSI



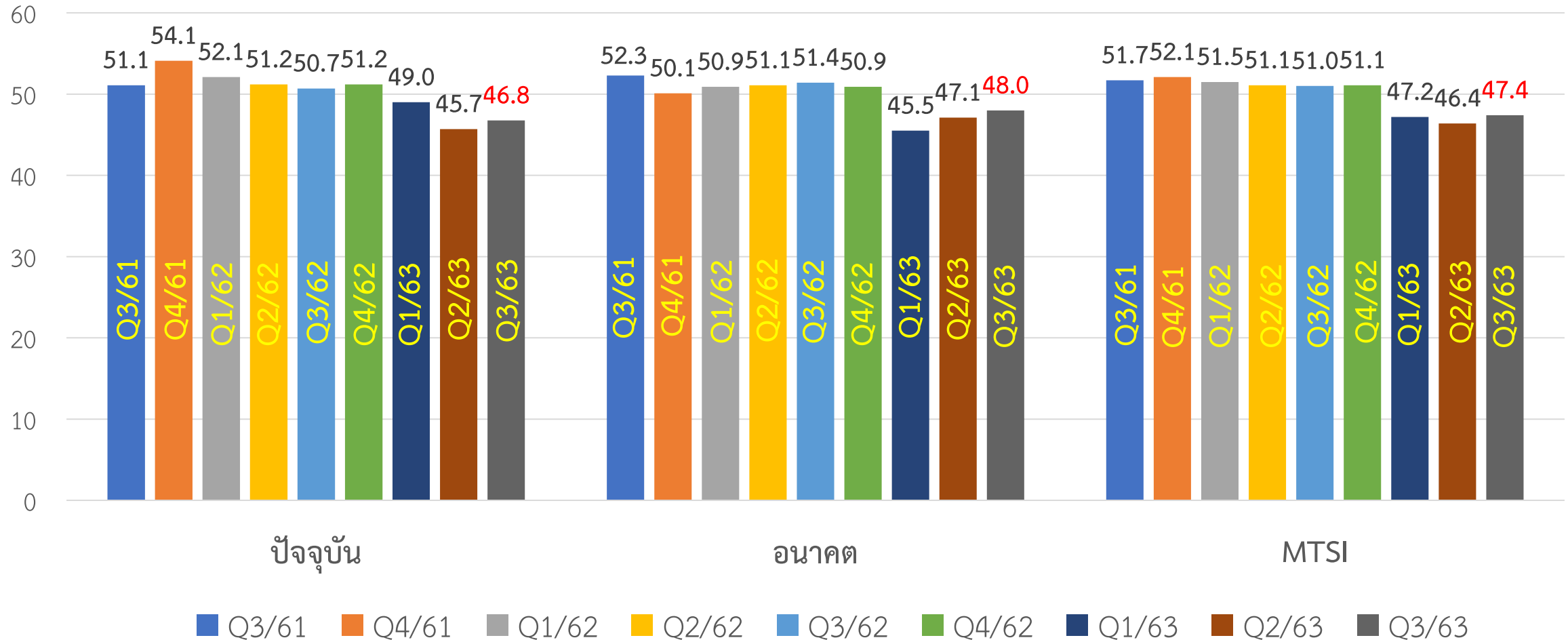
องค์ประกอบ Modern Trade Sentiment Index : MTSI

รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62			ไตรมาสที่ 3 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63			ไตรมาสที่ 4 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 63		
	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	27.7	50.1	22.2	29.7	48.8	21.5	28.6	48.1	23.3
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	29.1	47.3	23.6	32.5	42.9	24.6	31.7	45.9	22.4
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	43.1	37.5	19.4	32.0	42.2	25.8	29.7	44.2	26.1
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	31.7	45.0	23.3	27.8	45.7	26.5	27.4	46.8	25.8
การจ้างงาน (จำนวนคน)	25.9	52.1	18.5	16.7	74.1	9.2	15.2	74.3	10.5
ต้นทุนการดำเนินงาน	37.9	37.0	25.1	29.5	48.6	21.9	28.0	43.5	28.5

ดัชนี Modern Trade Sentiment Index : MTSI

	ปัจจุบัน	อนาคต
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	45.9	47.4
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	46.1	45.4
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	46.9	48.2
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	49.4	49.2
การจ้างงาน (จำนวนคน)	46.3	47.7
ต้นทุนการดำเนินงาน	46.2	50.3
ดัชนี	46.8	48.0
ดัชนี Modern Trade confidence Index	47.4	

Modern Trade Sentiment Index : MTSI

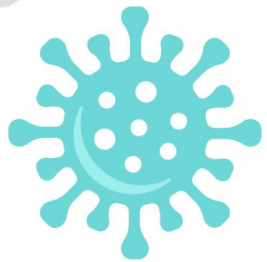


Modern Trade Sentiment Index : MTSI แยกภูมิภาค

	ไตรมาสที่ 3 ปี 2562			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562			ไตรมาสที่ 1 ปี 2563			ไตรมาสที่ 2 ปี 2563			ไตรมาสที่ 3 ปี 2563		
	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI
กรุงเทพและปริมณฑล	52.5	52.8	52.7	52.9	52.5	52.8	49.5	46.8	48.2	45.4	47.4	46.4	46.9	48.3	47.6
ภาคกลาง	51.9	51.0	51.5	52.3	50.5	51.5	49.1	45.9	47.5	47.1	48.5	47.8	47.9	49.1	48.5
ภาคตะวันออก	52.1	54.2	53.2	52.8	53.8	53.4	48.9	47.9	48.4	46.5	48.0	47.3	47.3	48.7	48.0
ภาคตะวันตก	50.0	50.5	50.3	50.2	50.2	50.3	47.9	45.5	46.7	46.8	47.4	47.1	48.0	47.8	47.9
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	48.8	50.4	49.6	49.2	50.0	49.7	46.9	45.2	46.1	45.1	46.5	45.8	46.2	46.9	46.6
ภาคเหนือ	49.5	51.3	50.4	49.9	51.0	50.5	47.4	46.2	46.8	44.7	47.0	45.9	45.6	47.7	46.7
ภาคใต้	49.1	50.5	49.8	49.3	50.2	49.8	46.5	45.1	45.8	43.7	46.0	44.9	44.6	46.7	45.7

ปัจจุบันธุรกิจของท่านประสบปัญหาในด้านใด

01



COVID-19
CORONAVIRUS

ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ทำให้จำนวนลูกค้าลดลง ไม่ออกมาเดินทาง โดยเฉพาะลูกค้าชาวต่างชาติ กำลังซื้อของลูกค้าลดลง และเลือกซื้อเฉพาะสินค้าอาหารที่จำเป็น

02



สต็อกสินค้ามีจำนวนมากเนื่องจากต้องปิดร้าน ตามคำสั่งของรัฐบาล

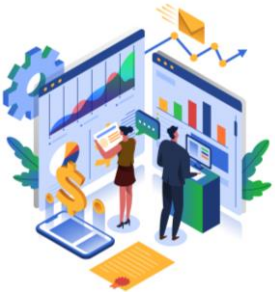
03



มาตรการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำ

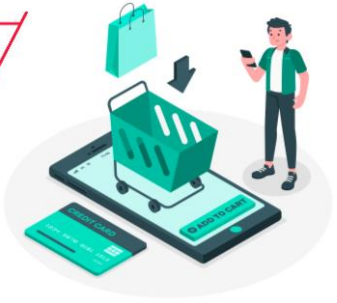
ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

01



1.มาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการ เช่น สิทธิประโยชน์ด้านภาษีนิติบุคคล ภาษีด้านธุรกิจต่างๆ

02



2.มาตรการกระตุ้นการบริโภค การลงทุนและการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น อัดแคมเปญกระตุ้นยอดขาย

3.แก้ปัญหาสภาพคล่องของธุรกิจค้าปลีก

03



4. รัฐบาลต้องเร่งให้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเข้าร่วมในมาตรการของรัฐ เช่น ระเบียบฯ และมีแนวทางการต่อยอดให้กับธุรกิจอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนาศักยภาพธุรกิจ

ข้อเสนอแนะด้านนโยบายหรือมาตรการที่ต้องการให้รัฐบาลดำเนินการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ Modern Trade โดยรวม

01



มาตรการช่วยเหลือของภาครัฐบาล
ได้แก่ ชิม ซ้อป ใช้ ให้มีการเข้าถึงมาก
ขึ้น มาตรการทางด้านภาษีและสินเชื่อ
เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศ

02



สนับสนุนให้ธุรกิจค้าปลีกได้มีส่วนร่วม
ในโครงการของรัฐบาล

03



อนุมัติการจ้างงานรายชั่วโมงเพื่อ
สนับสนุนการจ้างงานเพิ่มในภาค
ธุรกิจบริการก่อน