



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



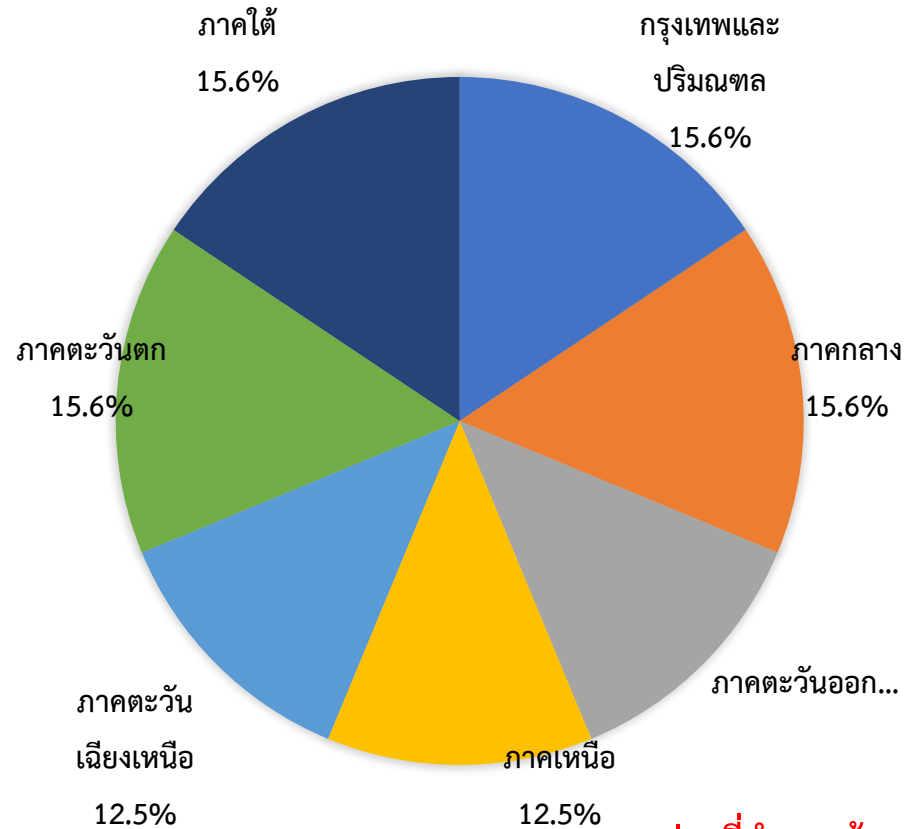
UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ Modern Trade
ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2562
(Modern Trade Sentiment Index : MTSI)**

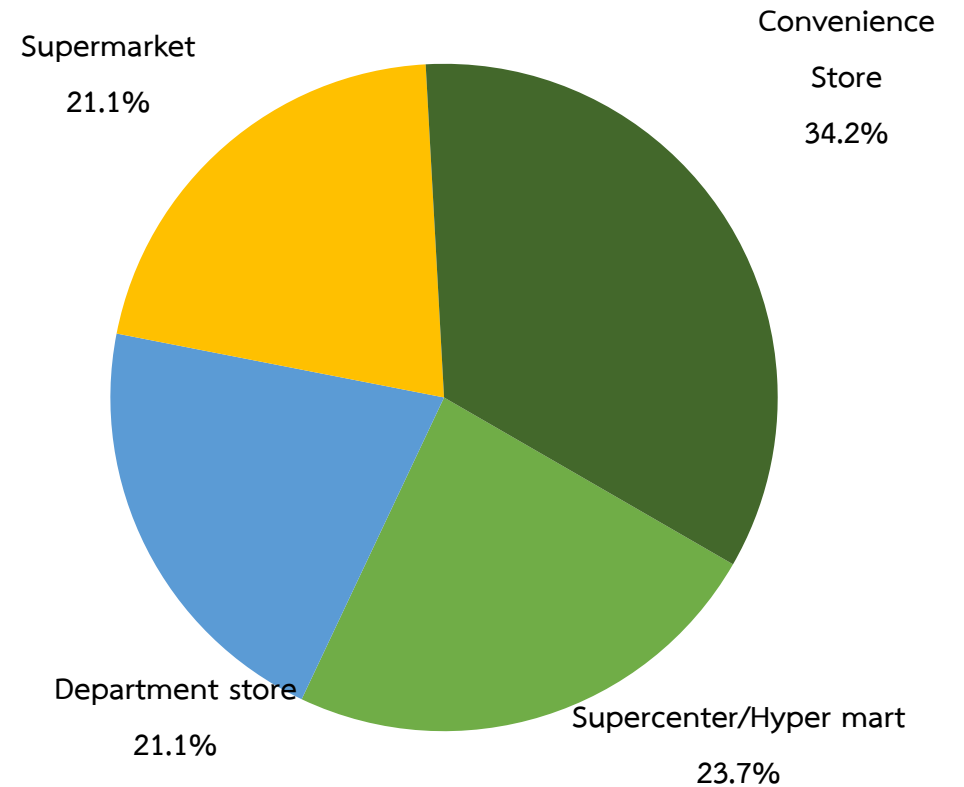
หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามผู้ให้ข้อมูล



ประเภทธุรกิจ



ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 25 มิถุนายน 2562 – 19 กรกฎาคม 2562

จำนวนตัวอย่าง: 76 ตัวอย่าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Modern Trade

ปัจจัยบวก

- มาตรการภาษีเพื่อพยุหเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562 อาทิ ภาษีเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาษีเพื่อส่งเสริมสินค้าท้องถิ่นไทย ภาษีเพื่อส่งเสริมการอ่าน
- มาตรการพยุหเศรษฐกิจในช่วงกลางปี 2562 ผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ อาทิ เพิ่มวงเงินซื้อสินค้าบริโภคอุปโภค เพิ่มเบี้ยคนพิการ ค่าครองชีพให้แก่เกษตรกร ค่าใช้จ่ายของพ่อแม่ช่วงเปิดปีการศึกษา
- เทศกาลสงกรานต์ และการเปิดภาคเรียนส่งผลต่อการจับจ่ายใช้สอยของประชาชน
- นโยบายลดภาษีเงินได้นิติบุคคล
- ขยายระยะเวลามาตรการยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมวีซ่า Visa On Arrival (VOA)
- ราคาน้ำมันมีการปรับตัวลดลง

ปัจจัยลบ

- สถานการณ์ทางการเมืองที่ยังไม่มีความชัดเจน และสถานการณ์ภัยแล้ง
- การส่งออกมีสัญญาณการหดตัวต่อเนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว อีกทั้งปัญหาสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาที่ยังไม่มีข้อยุติ
- ปริมาณน้ำฝนเฉลี่ยน้อยกว่าปี 61 ปริมาณและการกระจายของฝนลดลง อาจก่อให้เกิดภาวะฝนทิ้งช่วง เกิดการขาดแคลนนํ้าทำการเกษตรหลายพื้นที่
- การท่องเที่ยวยังอยู่ในภาวะทรงตัว เนื่องจากเข้าสู่ช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว
- ราคาสินค้าเกษตรยังคงอยู่ในระดับไม่สูง ส่งผลต่อระดับรายได้ของครัวเรือน
- ภาระหนี้สินของครัวเรือน
- สถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้การบริโภคยังไม่มีการขยายตัว

สถานการณ์ของธุรกิจ Modern Trade

รายการ	ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61			ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 62			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62		
	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	18.9	49.0	32.1	18.9	59.0	22.1	28.6	40.3	31.1
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	20.4	52.1	27.5	30.4	37.1	32.5	28.1	43.3	28.6
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	19.3	48.2	32.5	27.3	40.4	32.3	30.2	39.4	30.4
ราคาขายสินค้าคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	22.4	36.4	41.2	22.4	51.4	26.2	20.0	52.9	27.1
ราคาสินค้ากึ่งคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	21.1	44.8	34.1	21.1	54.8	24.1	30.2	37.0	32.8
ราคาขายสินค้าไม่คงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	21.6	42.5	35.9	20.6	43.5	35.9	29.2	34.9	35.9
การจ้างงาน (จำนวนคน)	6.4	81.5	12.1	8.4	82.7	8.9	29.6	40.0	30.4
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกับท่าน	0.0	8.9	91.1	0.0	63.2	36.8	0.0	73.9	26.1
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจออนไลน์	0.0	15.0	85.0	0.0	25.0	75.0	0.0	47.1	52.9
การลงทุนด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์ และนวัตกรรม	0.0	50.8	49.2	0.0	94.8	5.2	34.8	60.9	4.3

ทักษะในด้านต้นทุนการดำเนินงาน

รายการ	ต่ำลง	เท่าเดิม	สูงขึ้น
ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61	26.5	50.1	23.4
ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 62	26.8	50.1	23.1
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62	24.8	48.1	27.1

ทัศนคติต่อสินค้าคงเหลือจากการขายเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้

รายการ	ต่ำกว่า	ตามเป้า	สูงกว่า
ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61	1.1	63.4	35.5
ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 62	58.9	32.2	8.9
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62	0.0	88.3	11.7

เฉพาะกลุ่มธุรกิจที่มีการขายออนไลน์ ทิศนะในด้านรายรับจากการขายออนไลน์

รายการ	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61	25.0	20.0	55.0
ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 62	30.0	24.4	45.6
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62	27.5	29.7	42.8

ทักษะเกี่ยวกับธุรกิจ

รายการ	ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61			ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 62			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62		
	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้ เพิ่มขึ้	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้ เพิ่มขึ้	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้ เพิ่มขึ้
ยอดการสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจท่านเพื่อการขาย	26.7	20.0	53.3	26.7	30.0	43.3	34.8	26.1	39.1
สินค้าคงเหลือเพื่อรอการขาย	8.6	36.7	54.7	36.7	22.7	40.6	31.9	59.0	9.1
ยอดจองหรือยอดคำสั่งซื้อออนไลน์	23.3	20.0	56.7	33.3	30.0	36.7	27.1	20.0	52.9

Modern Trade Sentiment Index : MTSI

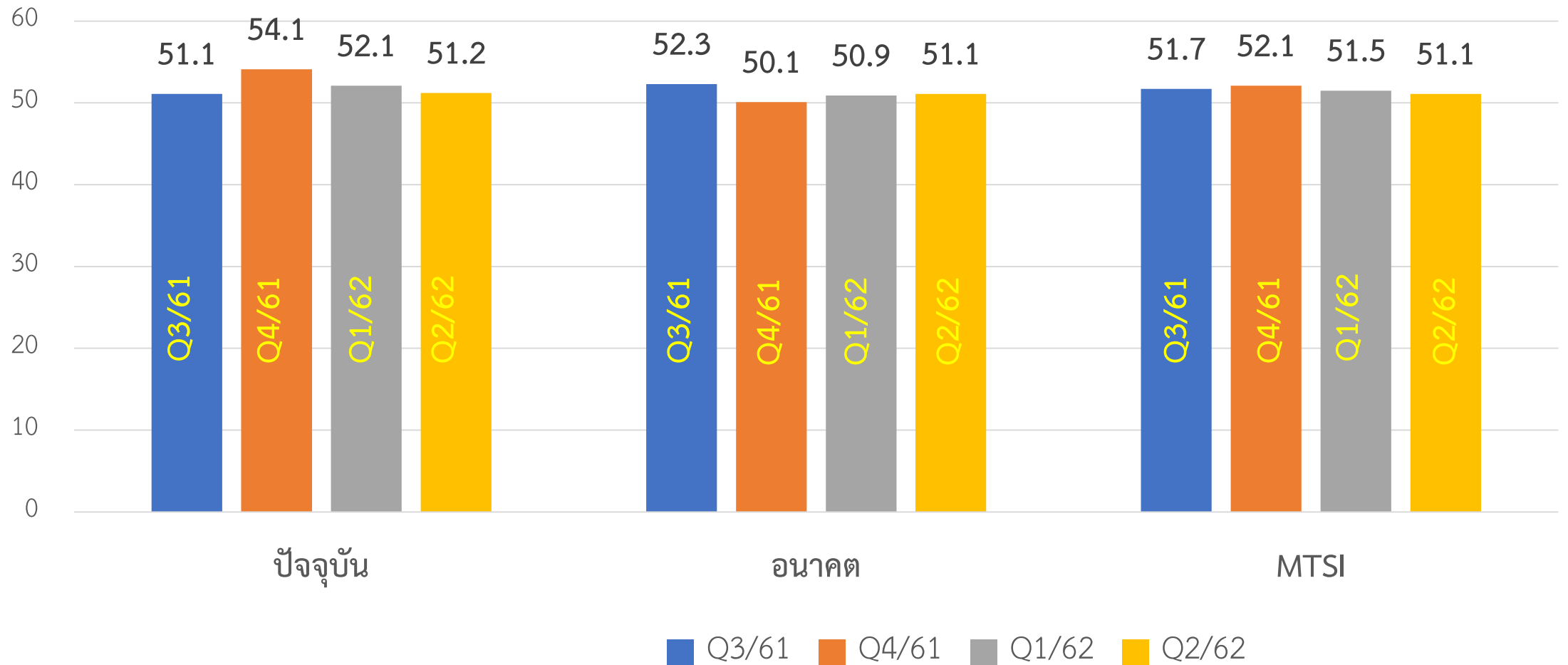
องค์ประกอบ Modern Trade Sentiment Index : MTSI

รายการ	ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61			ไตรมาสที่ 2 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 62			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62		
	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	18.9	49.0	32.1	18.9	59.0	22.1	28.6	40.3	31.1
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	20.4	52.1	27.5	30.4	37.1	32.5	28.1	43.3	28.6
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	19.3	48.2	32.5	27.3	40.4	32.3	30.2	39.4	30.4
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	21.7	41.2	37.1	21.4	49.9	28.7	26.5	41.6	31.9
การจ้างงาน (จำนวนคน)	6.4	81.5	12.1	8.4	82.7	8.9	29.6	40.0	30.4
ต้นทุนการดำเนินงาน	26.5	50.1	23.4	26.8	50.1	23.1	24.8	46.8	28.4

ดัชนี Modern Trade Sentiment Index : MTSI

	ปัจจุบัน	อนาคต
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	51.6	51.3
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	51.1	50.3
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	52.5	50.1
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	53.7	52.7
การจ้างงาน (จำนวนคน)	50.3	50.4
ต้นทุนการดำเนินงาน	48.2	51.8
ดัชนี	51.2	51.1
ดัชนี Modern Trade confidence Index	51.1	

Modern Trade Sentiment Index : MTSI



Modern Trade Sentiment Index : MTSI แยกภูมิภาค

	ไตรมาส 3 ปี 2561			ไตรมาสที่ 4 ปี 2561			ไตรมาสที่ 1 ปี 2562			ไตรมาสที่ 2 ปี 2562		
	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI
กรุงเทพและปริมณฑล	52.6	53.8	53.2	56.7	51.8	54.3	54.1	51.3	52.7	53.6	52.1	52.9
ภาคกลาง	51.9	52.6	52.3	54.2	51.3	52.8	53.9	50.9	52.4	52.5	50.6	51.6
ภาคตะวันออก	52.4	54.2	53.3	55.3	51.6	53.5	53.2	50.7	51.9	53.4	53.8	53.6
ภาคตะวันตก	50.8	51.5	51.2	52.6	49.8	51.2	51.5	50.2	50.8	50.5	50.2	50.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	50.3	52.1	51.2	53.3	49.8	51.6	51.2	50.5	50.8	50.2	50.1	50.2
ภาคเหนือ	51.1	51.9	51.5	53.6	50.5	52.1	51.4	50.2	50.8	50.4	50.8	50.6
ภาคใต้	50.2	51.3	50.8	51.7	49.6	50.7	51.1	50.9	51.0	50.1	50.1	50.1

ปัจจุบันธุรกิจของท่านประสบปัญหาในด้านใด

1. ต้นทุนการดำเนินงานที่สูงขึ้นขณะที่ราคาสินค้าไม่เพิ่มขึ้น
2. ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีความผันผวนจากสถานการณ์ทางการเมืองและภัยแล้ง
3. ระดับรายได้ของภูมิภาคต่าง ๆ เพิ่มขึ้นไม่มากนัก เนื่องจากสถานการณ์ของระดับราคาพืชผลทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้นไม่มาก



ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

1. การพัฒนาในด้านธุรกิจท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างมั่นคง



2. การพัฒนาสินค้าเกษตรที่เป็นที่ยอมรับ ณ ระดับ World Class

3. พัฒนาการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้เกษตรกรและระดับจังหวัด



4. รัฐบาลควรมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทุกพื้นที่

5. รัฐบาลควรให้บัตรสวัสดิการแห่งรัฐสามารถใช้ได้กับทุกร้านค้าหรือทุก Modern trade เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้มากขึ้น



OUR LOCAL
'local produce, local people'
MARKETS

ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหากับ Modern Trade

1. การปรับปรุงกฎหมายเพื่อลดอุปสรรคและต้นทุนการดำเนินงานของโมเดิร์นเทรด



2. ขอให้ยกระดับการให้ความรู้ความเข้าใจกับนักเรียน นักศึกษาในเรื่องการค้าปลีก (Retail Management)

3. อยากให้รัฐบาลเพิ่มการใช้บัตรสวัสดิการของรัฐกระจายให้กับทุกโมเดิร์นเทรดแบบเท่าเทียมกัน

