



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ
Modern Trade

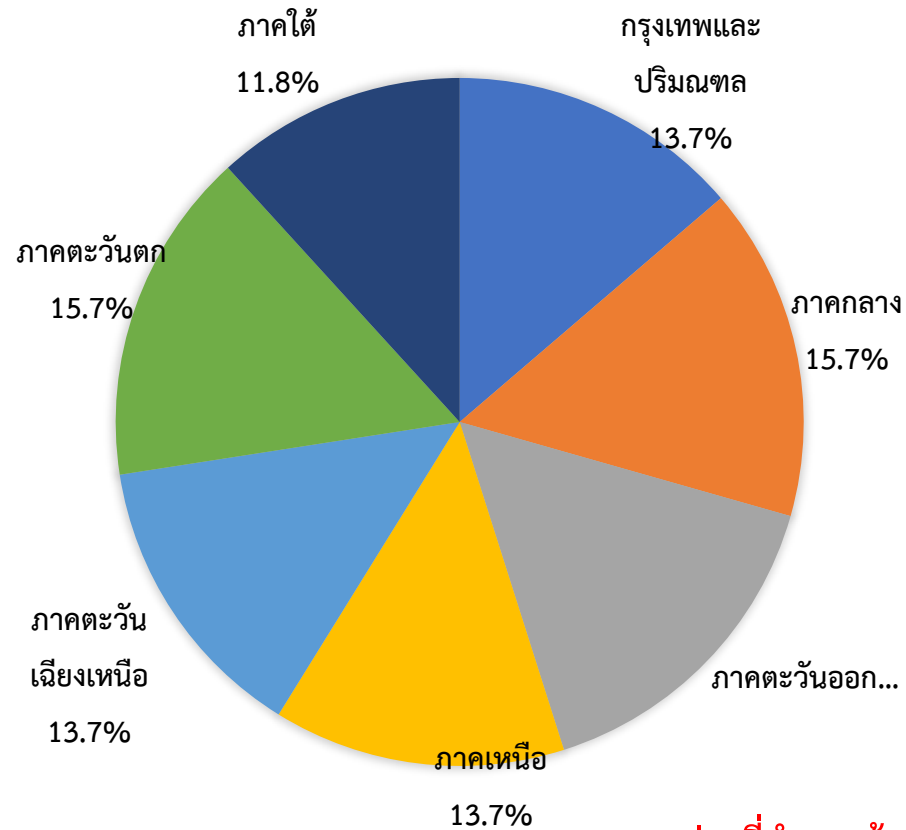
Modern Trade Sentiment Index : MTSI

**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ Modern Trade
ประจำเดือนไตรมาสที่ 3 ปี 2562
(Modern Trade Sentiment Index : MTSI)**

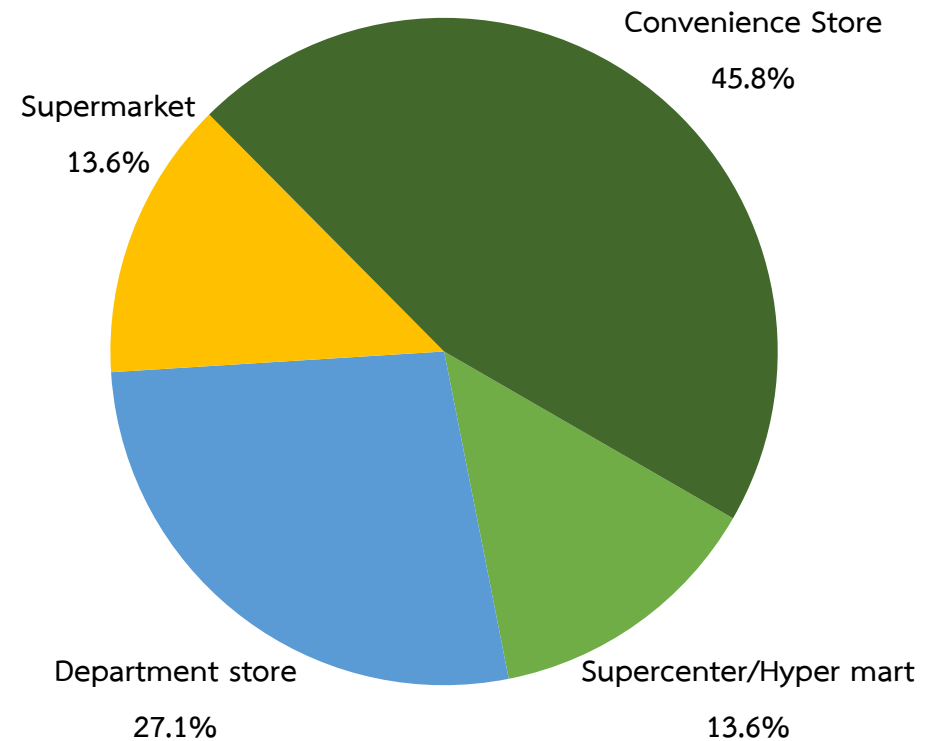
หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามผู้ให้ข้อมูล



ประเภทธุรกิจ



ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 23 กันยายน 2562 – 18 ตุลาคม 2562

จำนวนตัวอย่าง: 92 ตัวอย่าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Modern Trade

ปัจจัยบวก

- การจัดตั้งรัฐบาลมีความชัดเจนและมีการมากขึ้น โดยมีการแถลงนโยบายของรัฐบาล
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ 3.16 แสนล้านบาท
- มาตรการช่วยเหลือเกษตรกรที่ได้รับผลกระทบจากภัยแล้ง
- มาตรการลดค่าครองชีพผู้มีรายได้น้อยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ
- มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ "ชิมช้อปใช้" โดยให้สิทธิการใช้จ่ายวงเงิน 1,000 บาทและการรับเงินคืน (Cash Back) ซึ่งรัฐบาลจะชดเชยให้เป็นจำนวนเท่ากับ 15% ของยอดชำระเงินที่จ่ายจริง แต่ไม่เกิน 4,500 บาทต่อคน
- เทศกาลอาสาฬหบูชาและเข้าพรรษาส่งผลต่อการจับจ่ายใช้สอยของประชาชน
- ขยายระยะเวลามาตรการยกเว้นการเก็บค่าธรรมเนียมวีซ่า Visa On Arrival (VOA)

ปัจจัยลบ

- สถานการณ์ภัยธรรมชาติ อาทิ ภัยแล้งและน้ำท่วมหนักในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ในภาคใต้ และกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- การส่งออกมีสัญญาณการหดตัวต่อเนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว อีกทั้งปัญหาสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาที่ยังไม่มีข้อยุติ
- ปัญหาขัดแย้งของประเทศคู่ค้าสำคัญ โดยเฉพาะสถานการณ์การประท้วงในฮ่องกง
- การท่องเที่ยวชะลอตัว เนื่องจากอยู่ช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว และอัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ราคาสินค้าเกษตรยังคงอยู่ในระดับไม่สูง ส่งผลต่อระดับรายได้ของครัวเรือน
- การแข่งขันของธุรกิจ e-commerce
- ภาระหนี้สินของครัวเรือน
- สถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้การบริโภคยังไม่มีขยายตัว

สถานการณ์ของธุรกิจ Modern Trade

รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62		
	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	24.2	41.9	33.9	21.9	54.5	23.6	28.6	40.3	31.1
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	21.0	52.8	26.2	32.5	33.6	33.9	28.1	43.3	28.6
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	20.0	49.0	31.0	29.1	39.6	31.3	30.2	39.4	30.4
ราคาขายสินค้าคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	21.7	39.9	38.4	23.8	49.0	27.2	20.0	52.9	27.1
ราคาสินค้ากึ่งคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	21.4	45.0	33.6	22.5	52.4	25.1	30.2	37.0	32.8
ราคาขายสินค้าไม่คงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	22.7	50.2	27.1	21.9	41.6	36.5	29.2	34.9	35.9
การจ้างงาน (จำนวนคน)	11.7	77.8	10.5	9.0	82.6	8.4	29.6	40.0	30.4
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกับท่าน	0.0	20.8	79.2	7.5	66.9	25.6	0.0	73.9	26.1
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจออนไลน์	0.0	25.0	75.0	0.0	30.4	69.6	0.0	47.1	52.9
การลงทุนด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์ และนวัตกรรม	0.0	30.8	69.2	0.0	94.1	5.9	34.8	60.9	4.3

ทักษะในด้านต้นทุนการดำเนินงาน

รายการ	แย่ง	เท่าเดิม	ดีขึ้น
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61	27.5	51.0	21.5
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62	26.9	50.6	22.5
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	25.3	45.3	29.4

ทัศนคติต่อสินค้าคงเหลือจากการขายเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้

รายการ	ต่ำกว่า	ตามเป้า	สูงกว่า
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61	1.7	61.0	37.3
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62	28.1	22.7	49.2
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	0.0	83.7	16.3

เฉพาะกลุ่มธุรกิจที่มีการขายออนไลน์ ทิศนะในด้านรายรับจากการขายออนไลน์

รายการ	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61	25.2	17.4	57.4
ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62	20.5	23.9	55.6
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	0.0	21.0	79.0

ทักษะเกี่ยวกับธุรกิจ

รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62		
	แย่ง/ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/เพิ่มขึ้น	แย่ง/ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/เพิ่มขึ้น	แย่ง/ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/เพิ่มขึ้น
ยอดการสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจท่านเพื่อการขาย	27.5	22.3	50.2	32.5	27.4	40.1	29.4	21.5	49.1
สินค้าคงเหลือเพื่อรอการขาย	13.6	33.8	52.6	37.8	22.7	39.5	29.8	55.6	14.6
ยอดจองหรือยอดคำสั่งซื้อออนไลน์	20.4	10.3	69.3	31.5	29.7	38.8	17.5	12.9	69.6

Modern Trade Sentiment Index : MTSI

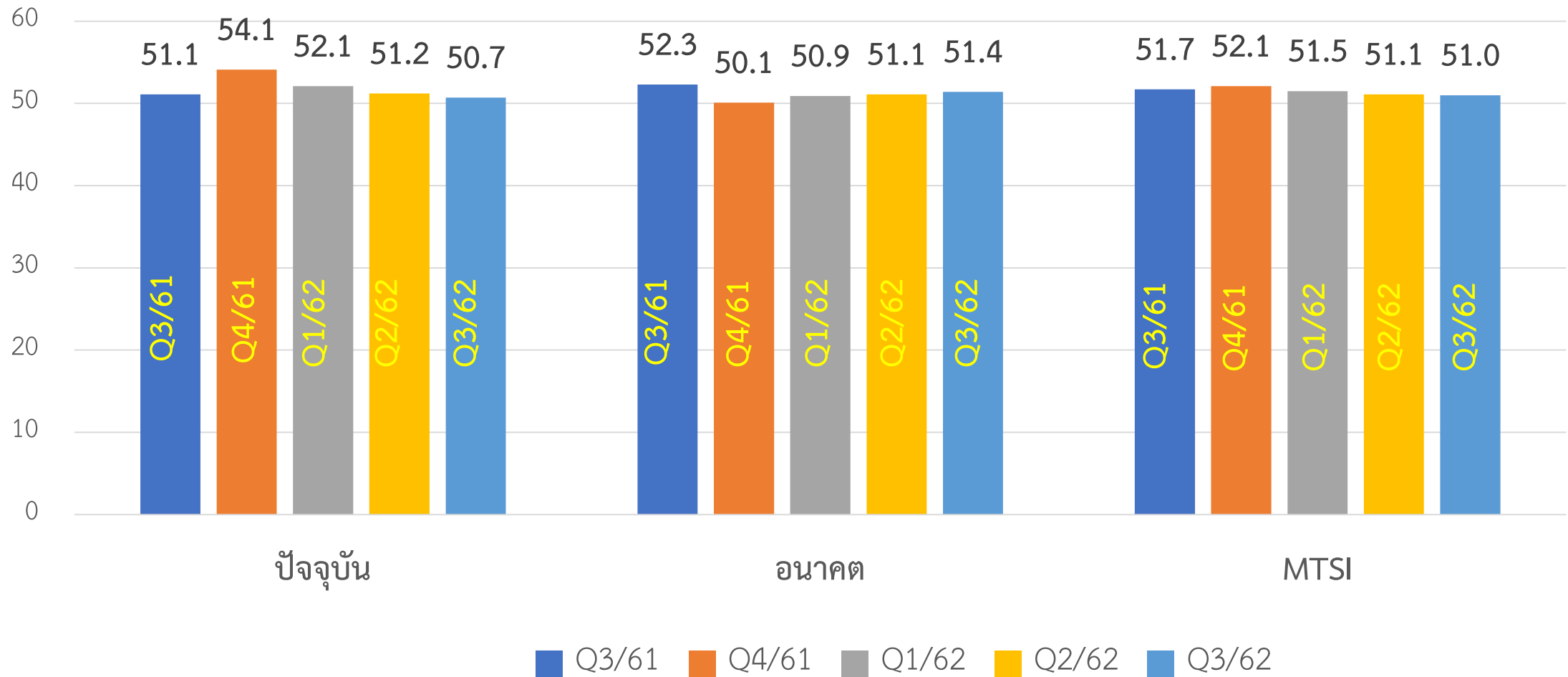
องค์ประกอบ Modern Trade Sentiment Index : MTSI

รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 62			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62		
	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แ่ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	24.2	41.9	33.9	21.9	54.5	23.6	29.2	36.9	33.9
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	21.0	52.8	26.2	32.5	33.6	33.9	27.1	45.0	27.9
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	20.0	49.0	31.0	29.1	39.6	31.3	30.0	39.0	31.0
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	21.9	45.0	33.0	22.7	47.7	29.6	26.0	42.6	31.4
การจ้างงาน (จำนวนคน)	11.7	77.8	10.5	8.0	82.6	8.4	32.9	33.2	33.9
ต้นทุนการดำเนินงาน	27.5	51.0	21.5	26.9	0.0	22.5	25.3	45.3	29.4

ดัชนี Modern Trade Sentiment Index : MTSI

	ปัจจุบัน	อนาคต
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	50.9	52.4
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	50.7	50.4
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	51.1	50.5
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	53.4	52.7
การจ้างงาน (จำนวนคน)	50.2	50.5
ต้นทุนการดำเนินงาน	47.8	52.1
ดัชนี	50.7	51.4
ดัชนี Modern Trade confidence Index	51.0	

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			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562		
	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	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	52.5	52.8	52.7
ภาคกลาง	51.9	52.6	52.3	54.2	51.3	52.8	53.9	50.9	52.4	52.5	50.6	51.7	51.9	51.0	51.5
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	52.1	54.2	53.2
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	50.0	50.5	50.3
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	48.8	50.4	49.6
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	49.5	51.3	50.4
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	49.1	50.5	49.8

ปัจจุบันธุรกิจของท่านประสบปัญหาในด้านใด

1. มาตรการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำไม่สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจโดยรวมและรายได้ของธุรกิจ
2. ขาดข้อมูลนโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการธุรกิจออนไลน์ของภาครัฐในปัจจุบันและสิทธิประโยชน์ที่เกี่ยวข้องกับโมเดิร์นเทรด



ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

1. กระตุ้นกำลังซื้อครัวเรือน

2. นโยบายส่งเสริมผู้ประกอบการที่ลงทุนในเรื่องของการลดใช้พลังงาน เช่น ลดภาษี 2 เท่าให้กับผู้ประกอบการที่ลงทุนด้านการประหยัดพลังงาน หรือมีมาตรการประหยัดพลังงาน



ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

1. ลดข้อจำกัดในการใช้บริการตามมาตรการชิม ช้อป ใช้ เช่น เพิ่มร้านค้ารายย่อยให้ครอบคลุมและเพียงพอ รวมทั้งเพิ่มแอปเป่าตั้งได้ทุกแคชเชียร์
2. อยากให้รัฐบาลเพิ่มการใช้บัตรสวัสดิการของรัฐกระจายให้กับทุกโมเดิร์นเทรดแบบเท่าเทียมกัน

