



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



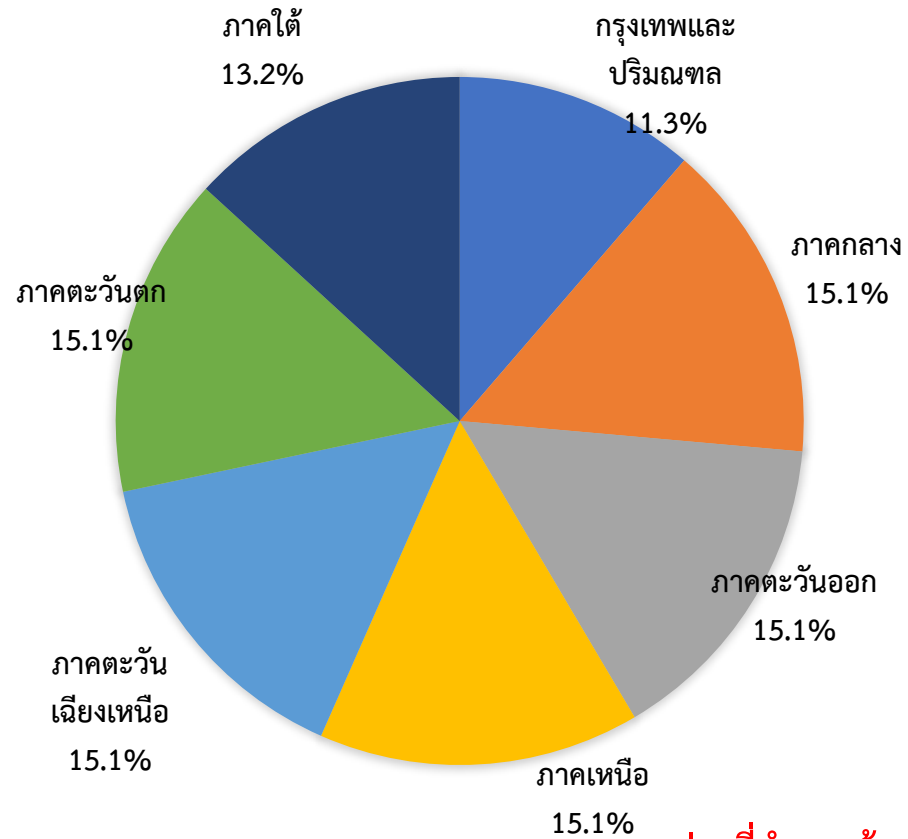
UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ Modern Trade
ประจำเดือนไตรมาสที่ 4 ปี 2562
(Modern Trade Sentiment Index : MTSI)

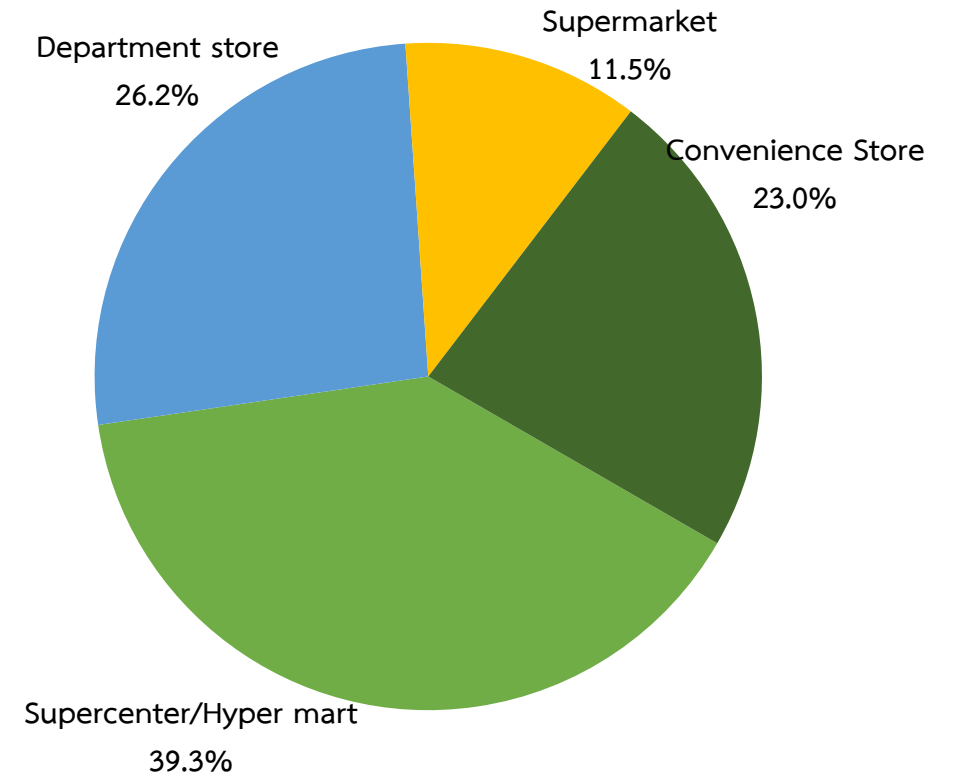
หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามผู้ให้ข้อมูล



ประเภทธุรกิจ



ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 25 ธันวาคม 2562 – 17 มกราคม 2563

จำนวนตัวอย่าง: 97 ตัวอย่าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Modern Trade

ปัจจัยบวก

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

ปัจจัยลบ

- สถานการณ์ภัยแล้งในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- ปัญหาฝุ่นละออง PM 2.5 ในภาคเหนือ ภาคใต้ และกรุงเทพฯ และปริมณฑล
- การส่งออกมีสัญญาณการหดตัวต่อเนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัว อีกทั้งปัญหาสงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐอเมริกาที่ยังไม่มีข้อยุติ และปัญหา Brexit รวมทั้งกรณีที่สหรัฐอเมริกาดัดสิทธิพิเศษทางภาษี
- อัตราแลกเปลี่ยนที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ราคาสินค้าเกษตรยังคงอยู่ในระดับไม่สูง ส่งผลต่อระดับรายได้ของครัวเรือน
- การแข่งขันของธุรกิจ e-commerce
- ภาระหนี้สินของครัวเรือน
- สถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้การบริโภคยังไม่มีขยายตัว
- ความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่อง

สถานการณ์ของธุรกิจ Modern Trade

รายการ	ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 61			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 63			ไตรมาสที่ 1 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 62		
	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แยกลง/ ลดลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	23.1	42.5	34.4	24.1	49.1	26.8	30.1	37.1	32.8
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	23.1	46.5	30.4	34.5	28.7	36.8	27.4	45.1	27.5
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	19.7	43.8	36.5	32.0	31.6	36.4	30.2	39.4	30.4
ราคาขายสินค้าคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	20.4	40.1	39.5	24.1	50.5	25.4	21.2	52.8	26.0
ราคาสินค้ากึ่งคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	21.1	39.4	39.5	21.7	56.0	22.3	30.2	37.9	31.9
ราคาขายสินค้าไม่คงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	21.3	50.4	28.3	23.1	51.0	25.9	29.6	35.4	35.0
การจ้างงาน (จำนวนคน)	13.2	66.3	20.5	8.2	81.3	10.5	32.6	34.6	32.8
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกับท่าน	0.0	19.6	80.4	0.0	71.7	28.3	0.0	73.9	26.1
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจออนไลน์	0.0	23.0	77.0	0.0	71.2	28.8	0.0	47.1	52.9
การลงทุนด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์ และนวัตกรรม	0.0	29.5	70.5	0.0	85.5	14.5	34.8	60.3	4.9

ทักษะในด้านต้นทุนการดำเนินงาน

รายการ	แย่ง	เท่าเดิม	ดีขึ้น
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 61	33.5	38.2	28.3
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	25.1	50.6	24.3
ไตรมาสที่ 1 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 62	26.0	43.8	30.2

ทักษะต่อสินค้าคงเหลือจากการขายเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้

รายการ	ต่ำกว่า	ตามเป้า	สูงกว่า
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 61	15.1	54.7	30.2
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	30.5	28.0	41.5
ไตรมาสที่ 1 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 62	0.0	100.0	0.0

เฉพาะกลุ่มธุรกิจที่มีการขายออนไลน์ ทิศนะในด้านรายรับจากการขายออนไลน์

รายการ	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 61	17.4	15.2	67.4
ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62	17.4	17.4	65.2
ไตรมาสที่ 1 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 62	0.0	13.3	86.7

ทักษะเกี่ยวกับธุรกิจ

รายการ	ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 61			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62			ไตรมาสที่ 1 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 62		
	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้ เพิ่มขึ้	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้ เพิ่มขึ้	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้ เพิ่มขึ้
ยอดการสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจท่านเพื่อการขาย	28.3	15.1	56.6	31.5	26.1	42.4	30.2	21.3	48.5
สินค้าคงเหลือเพื่อรอการขาย	15.1	32.3	52.6	41.0	21.1	37.9	30.0	55.8	14.2
ยอดจองหรือยอดคำสั่งซื้อออนไลน์	20.5	0.0	79.5	30.5	29.5	40	19.5	12.3	68.2

Modern Trade Sentiment Index : MTSI

องค์ประกอบ Modern Trade Sentiment Index : MTSI

รายการ	ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 61			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 62			ไตรมาสที่ 1 ปี 2563 เทียบกับไตรมาสที่ 4 ปี 62		
	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แย้ลง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	23.1	42.5	34.4	24.1	49.1	26.8	30.1	37.1	32.8
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	23.1	46.5	30.4	34.5	28.7	36.8	27.4	45.1	27.5
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	19.7	43.8	36.5	32	31.6	36.4	30.2	39.4	30.4
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	20.9	43.3	35.8	23.0	52.5	24.5	27.0	42.0	31.0
การจ้างงาน (จำนวนคน)	13.2	66.3	20.5	8.2	79.7	12.1	32.6	34.6	32.8
ต้นทุนการดำเนินงาน	28.3	38.2	33.5	25.1	50.6	24.3	26.0	43.8	30.2

ดัชนี Modern Trade Sentiment Index : MTSI

	ปัจจุบัน	อนาคต
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	51.4	51.4
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	51.2	50.1
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	52.2	50.1
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	50.8	52.0
การจ้างงาน (จำนวนคน)	52.0	50.1
ต้นทุนการดำเนินงาน	49.6	52.1
ดัชนี	51.2	50.9
ดัชนี Modern Trade confidence Index	51.1	

Modern Trade Sentiment Index : MTSI



Modern Trade Sentiment Index : MTSI แยกภูมิภาค

	ไตรมาสที่ 4 ปี 2561			ไตรมาสที่ 1 ปี 2562			ไตรมาสที่ 2 ปี 2562			ไตรมาสที่ 3 ปี 2562			ไตรมาสที่ 4 ปี 2562		
	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI
กรุงเทพและปริมณฑล	56.7	51.8	54.3	54.1	51.3	52.7	53.6	52.1	52.9	52.5	52.8	52.7	52.9	52.5	52.8
ภาคกลาง	54.2	51.3	52.8	53.9	50.9	52.4	52.5	50.6	51.7	51.9	51.0	51.5	52.3	50.5	51.5
ภาคตะวันออก	55.3	51.6	53.5	53.2	50.7	51.9	53.4	53.8	53.6	52.1	54.2	53.2	52.8	53.8	53.4
ภาคตะวันตก	52.6	49.8	51.2	51.5	50.2	50.8	50.5	50.2	50.4	50.0	50.5	50.3	50.2	50.2	50.3
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	53.3	49.8	51.6	51.2	50.5	50.8	50.2	50.1	50.2	48.8	50.4	49.6	49.2	50.0	49.7
ภาคเหนือ	53.6	50.5	52.1	51.4	50.2	50.8	50.4	50.8	50.6	49.5	51.3	50.4	49.9	51.0	50.5
ภาคใต้	51.7	49.6	50.7	51.1	50.9	51.0	50.1	50.1	50.1	49.1	50.5	49.8	49.3	50.2	49.8

ปัจจุบันธุรกิจของท่านประสบปัญหาในด้านใด



1. ต้นทุนการดำเนินงานที่เพิ่มขึ้นจากมาตรการกำหนดค่าแรงขั้นต่ำ



2. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีกำลังซื้อมีปริมาณลดลง ประกอบกับการใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวลดลง



3. รายได้ของธุรกิจชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจ รวมทั้งประชาชนชะลอการใช้จ่าย การซื้อของขวัญ กระจ่างปีใหม่ และผลจากนโยบายภาครัฐ No Gift Policy และการจำกัดการขยายสาขา



4. การแข่งขันทางการตลาดสูงขึ้น ทั้งการทำโปรโมชั่นและต้นทุนสินค้า



5. ขาดแรงงานที่มีทักษะในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

1. สร้างความเชื่อมั่นในนโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล และกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี เช่น แคมเปญ Thailand Shopping paradise หรือจัดนิทรรศการหรือกิจกรรมในระดับประเทศ
2. พัฒนารัฐกิจการท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างมั่นคงและสม่ำเสมอ



ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

1. ลดข้อจำกัดในการใช้บริการตามมาตรการชิม ช้อป ใช้ เช่น การเพิ่มพื้นที่การให้บริการ เพิ่มจำนวนผู้มีสิทธิ์
2. อยากให้รัฐบาลเพิ่มการใช้บัตรสวัสดิการของรัฐกระจายให้กับทุกโมเดิร์นเทรดแบบเท่าเทียมกัน เพื่อให้เกิดการกระจายรายได้มากขึ้น
3. มาตรการนำค่าใช้จ่ายไปลดหย่อนภาษีส่วนบุคคล “ช้อปช่วยชาติ”

