



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ



Modern Trade Sentiment Index : MTSI



UTCC University of
the Thai Chamber
of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



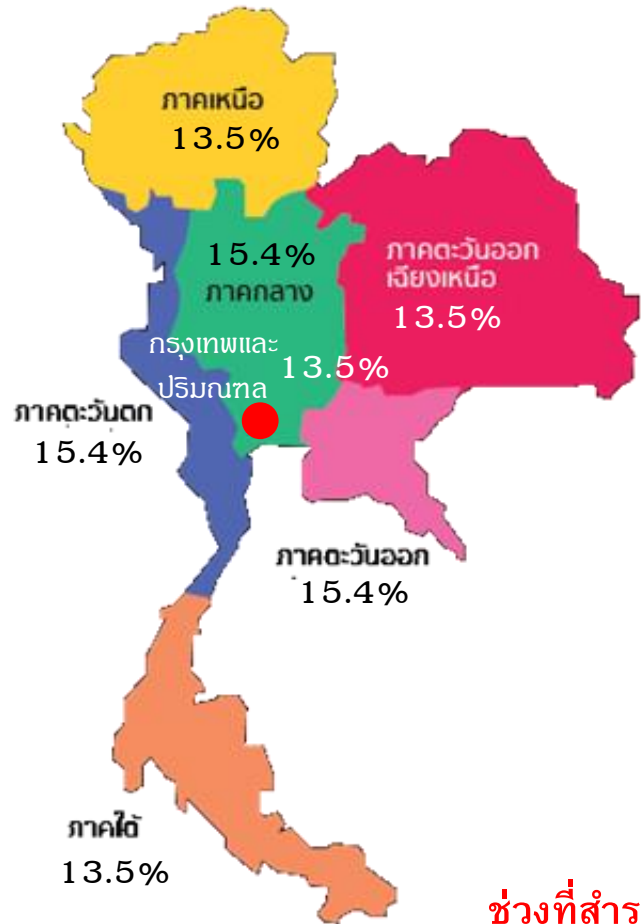
UTCC
Center for Economic
and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ Modern Trade ประจำไตรมาสที่ 2 ปี 2564 (Modern Trade Sentiment Index : MTSI)

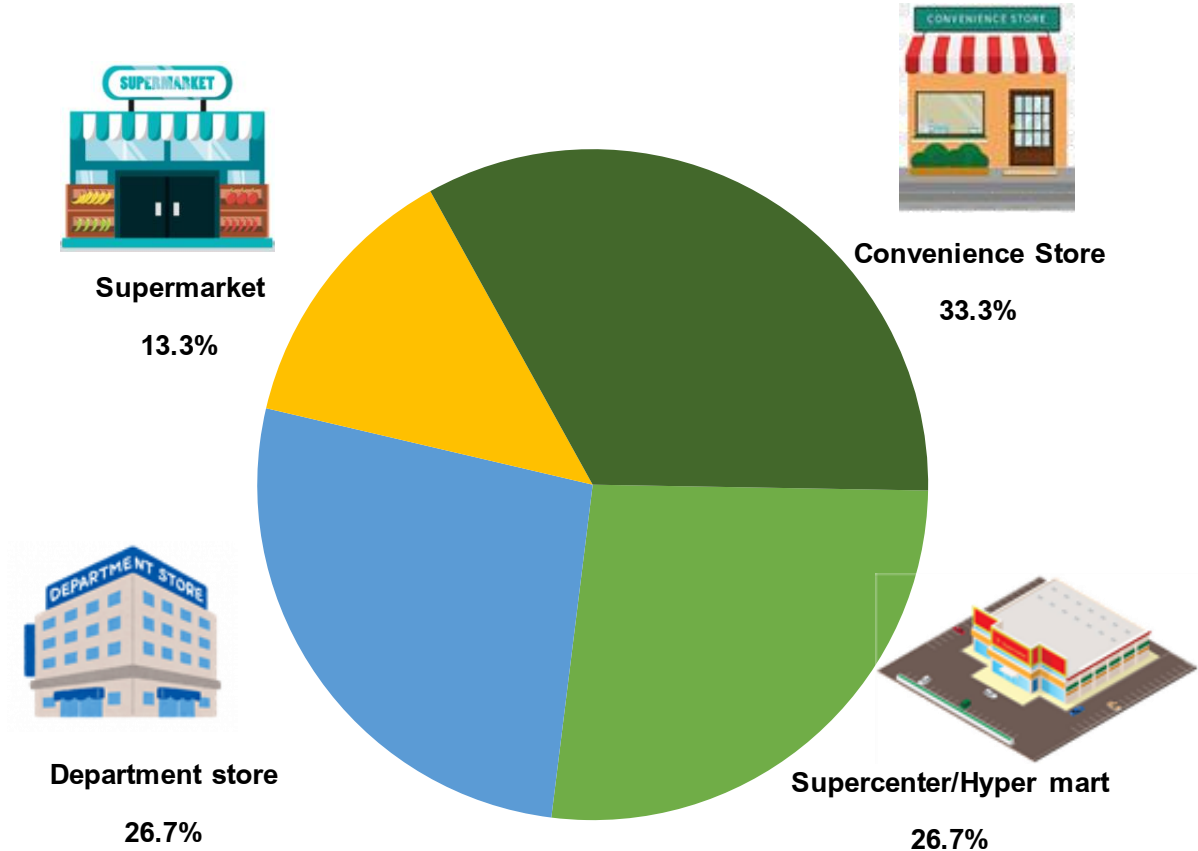
หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามภูมิภาค



ประเภทธุรกิจ



ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 26 มิถุนายน 2564 – 20 กรกฎาคม 2564

จำนวนตัวอย่าง: 119 ตัวอย่าง

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Modern Trade

ปัจจัยบวก

- ภาครัฐดำเนินมาตรการเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในช่วงไตรมาสที่ 2 และไตรมาสที่ 3 ประกอบไปด้วยโครงการ “คนละครึ่ง” โครงการ “เราชนะ” โครงการ “ม.33 เรารักกัน” โครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” และโครงการ “ภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์” ซึ่งจะมีส่วนช่วยกระตุ้นกำลังซื้อและระดับประคองเศรษฐกิจไทย
- การฉีดวัคซีน COVID เริ่มเกิดขึ้นเป็นรูปธรรมมากขึ้น ตลอดจนการฉีดวัคซีนของทั้งโลกทำให้สถานการณ์ COVID-19 ในระดับโลกปรับตัวดีขึ้น
- มาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 เพื่อช่วยเหลือผู้ประกอบการ
- การขยายตัวของธุรกิจ E-commerce
- คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายมาอยู่ที่ระดับ 0.50% ต่อปี

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อธุรกิจ Modern Trade

ปัจจัยลบ

- การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 รอบ 3 ที่มีการระบาดเป็นวงกว้างและรวดเร็ว จำนวนผู้ติดเชื้อรายวันและผู้เสียชีวิตที่สูงต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในขนาด โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว และบริการต่าง ๆ
- การ Lock down ในจังหวัดพื้นที่สีแดงและเข้มงวดสูงสุด 13 จังหวัด โดยรัฐบาลปิดสถานประกอบการบางประเภท การขอให้ประชาชน และหน่วยงานภาครัฐ Work From Home ทำให้การซึ่งจะทำให้ภาคธุรกิจประสบปัญหา หรือแรงงานขาดรายได้
- ความกังวลต่อแผนการกระจายวัคซีนที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง รวมทั้งอาจทำให้สถานการณ์ COVID-19 ยืดยาวออกไป
- เสถียรภาพด้านการเมืองที่ไม่มั่นคงนำมาซึ่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (FDI)
- การแข่งขันของธุรกิจ E-commerce
- ภาระหนี้สินของครัวเรือน
- อัตราการว่างงานยังอยู่ในระดับที่สูงส่งผลต่อกำลังซื้อในประเทศ
- สถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจปัจจุบัน ทำให้การบริโภคยังไม่มีการขยายตัว



สถานการณ์ของธุรกิจ Modern Trade

รายการ	ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63			ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 64			ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 64		
	แย้ลง/ ลดลง	ไม่ เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แย้ลง/ ลดลง	ไม่ เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แย้ลง/ ลดลง	ไม่ เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	26.8	62.8	10.4	28.2	50.8	21.0	32.5	49.2	18.3
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	35.0	43.3	21.7	32.0	42.7	25.3	35.8	43.3	20.9
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	47.6	39.1	13.3	36.7	38.3	25.0	41.5	37.4	21.1
ราคาขายสินค้าคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	33.3	50.0	16.7	29.5	45.6	24.9	19.9	57.2	22.9
ราคาสินค้ากึ่งคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	36.7	44.4	18.9	25.0	51.5	23.5	26.6	49.7	23.7
ราคาขายสินค้าไม่คงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	36.7	41.6	21.7	26.4	47.5	26.1	31.2	40.7	28.1
การจ้างงาน (จำนวนคน)	28.9	47.0	24.1	18.5	70.5	11.0	20.5	68.4	11.1
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกับท่าน	14.6	51.3	34.1	22.9	50.7	26.4	0.0	64.1	35.9
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจออนไลน์	14.3	19.2	66.5	0.0	56.7	43.3	0.0	55.1	44.9
การลงทุนด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์ และนวัตกรรม	14.3	22.8	62.9	15.7	69.7	14.6	25.3	21.2	53.5

ทักษะในด้านต้นทุนการดำเนินงาน : ต้นทุนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

รายการ	แย่ง	เท่าเดิม	ดีขึ้น
ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63	44.9	19.6	35.5
ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 64	27.2	47.9	24.9
ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 64	33.3	37.2	29.5



ทักษะต่อสินค้าคงเหลือจากการขาย เทียบกับเป้าหมายที่วางไว้ : ยอดขายดีขึ้นทำให้สินค้าคงเหลือไตรมาส 2 ดีขึ้น แต่ธุรกิจกังวลยอดขายไตรมาสที่ 3 ลดลงทำให้สินค้าคงเหลือเหลืออยู่มากกว่าที่ตั้งเป้าไว้

รายการ	ต่ำกว่า	ตามเป้า	สูงกว่า
ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63	43.4	24.5	32.1
ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 64	43.3	20.0	36.7
ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 64	37.6	4.8	57.6



เฉพาะกลุ่มธุรกิจที่มีการขายออนไลน์ ทิศนะในด้านรายรับจากการขายออนไลน์ : ออนไลน์ขายดี
อย่างต่อเนื่อง ตามสถานการณ์โควิด

รายการ	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 63	10.0	6.7	83.3
ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 64	5.0	7.3	87.7
ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 64	1.3	0.7	98.0



online

ทักษะเกี่ยวกับธุรกิจ

รายการ	ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2563			ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2564			ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2564		
	แย่ง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	แย่ง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	แย่ง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น
	ยอดการสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจท่านเพื่อการขาย	53.7	28.0	18.3	35.5	37.8	26.7	18.6	54.3
ยอดจองหรือยอดคำสั่งซื้อออนไลน์	10.3	12.1	77.6	26.7	5.0	68.3	12.0	6.1	81.9

การตลาด

MODERN TRADE

**Modern Trade Sentiment Index :
MTSI**



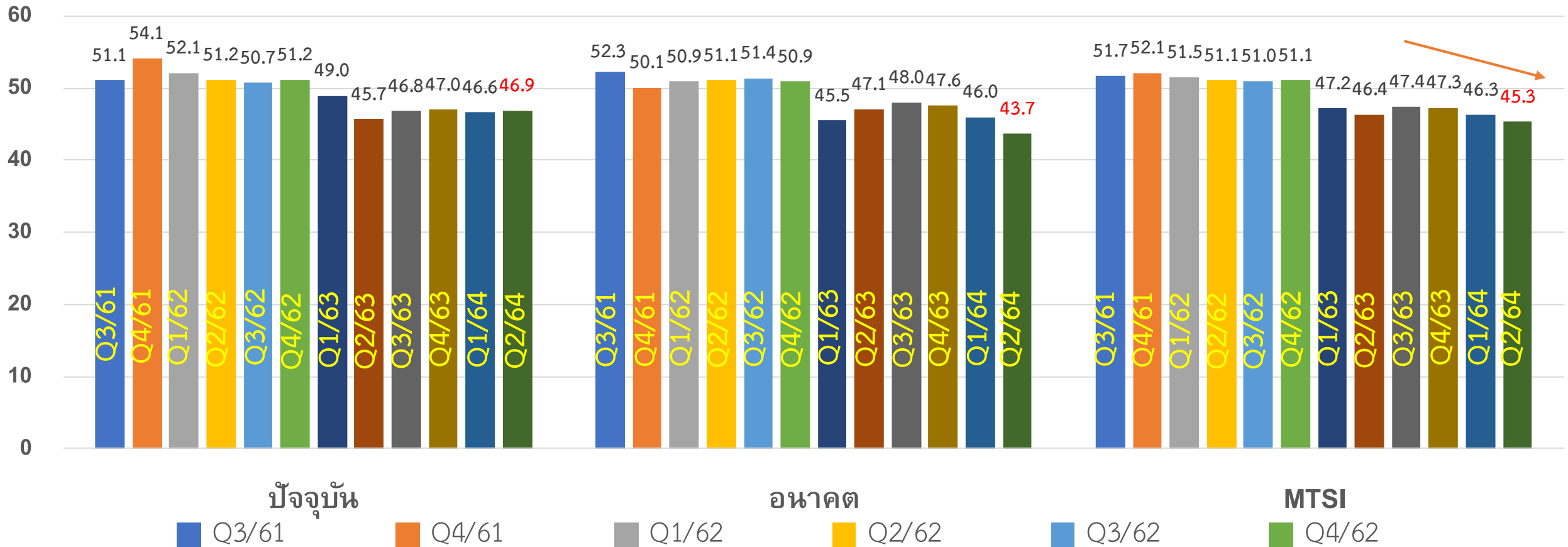
องค์ประกอบ Modern Trade Sentiment Index : MTSI : ไตรมาสที่ 3 ธุรกิจเห็นว่ายอดขายลดลง ต้นทุนสูงขึ้น ส่งผลให้กำไรลดลงอย่างต่อเนื่อง

รายการ	ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2563			ไตรมาสที่ 2 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 1 ปี 2564			ไตรมาสที่ 3 ปี 2564 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 2564		
	แย่ง/ ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แย่ง/ ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แย่ง/ ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
รายรับจากการขายหรือ ให้บริการ	26.8	62.8	10.4	28.2	50.8	21.0	32.5	49.2	18.3
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	35.0	43.3	21.7	32.0	42.7	25.3	35.8	43.3	20.9
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	47.6	39.1	13.3	36.7	38.3	25.0	41.5	37.4	21.1
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	35.6	45.3	19.1	27.0	48.2	24.8	25.9	49.2	24.9
การจ้างงาน (จำนวนคน)	28.9	47.0	24.1	18.1	70.5	11.0	20.5	68.4	11.1
ต้นทุนการดำเนินงาน	44.9	19.6	35.5	27.2	46.4	24.9	33.3	37.2	29.5

**ดัชนี Modern Trade Sentiment Index : MTSI : ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีความเชื่อมั่น
ทางธุรกิจต่ำกว่าสถานการณ์ปกติ ทุกรายการ (ดัชนีต่ำกว่า 50)**

	ปัจจุบัน	อนาคต
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	46.4	41.6
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	46.7	41.2
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	44.2	38.9
ราคาขายสินค้าโดยรวมเฉลี่ย	48.9	48.0
การจ้างงาน (จำนวนคน)	46.5	44.5
ต้นทุนการดำเนินงาน	48.9	48.1
ดัชนี	46.9	43.7
ดัชนี Modern Trade confidence Index	45.3	

Modern Trade Sentiment Index : MTSI : ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องติดต่อกัน 3 ไตรมาส



Modern Trade Sentiment Index : MTSI แยกภูมิภาค:ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่มีความเชื่อมั่นทางธุรกิจต่ำกว่าสถานการณ์ปกติ ทุกภูมิภาค (ดัชนีต่ำกว่า 50)

	ไตรมาสที่ 2 ปี 2563			ไตรมาสที่ 3 ปี 2563			ไตรมาสที่ 4 ปี 2563			ไตรมาสที่ 1 ปี 2564			ไตรมาสที่ 2 ปี 2564		
	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI	ปัจจุบัน	อนาคต	MTSI
กรุงเทพและปริมณฑล	45.4	47.4	46.4	46.9	48.3	47.6	47.3	47.8	47.6	46.7	45.5	46.1	47.0	40.1	43.6
ภาคกลาง	47.1	48.5	47.8	47.9	49.1	48.5	48.8	48.6	48.7	48.6	47.3	48.0	48.8	43.9	46.4
ภาคตะวันออก	46.5	48.0	47.3	47.3	48.7	48.0	47.9	48.0	48.0	47.7	47.1	47.4	48.1	43.5	45.8
ภาคตะวันตก	46.8	47.4	47.1	48.0	47.8	47.9	48.1	47.5	47.8	47.8	46.3	47.1	47.9	44.9	46.4
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	45.1	46.5	45.8	46.2	46.9	46.6	46.6	46.8	46.7	46.3	45.2	45.8	46.5	43.8	45.2
ภาคเหนือ	44.7	47.0	45.9	45.6	47.7	46.7	45.7	47.4	46.6	45.1	45.7	45.4	45.5	43.5	44.5
ภาคใต้	43.7	46.0	44.9	44.6	46.7	45.7	44.7	46.5	45.6	44.1	44.9	44.5	44.0	45.0	44.5

ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

01



1. เร่งฉีดวัคซีนป้องกันโควิด-19 ประชาชนให้ครอบคลุมมากที่สุด โดยเฉพาะพื้นที่สำคัญทางเศรษฐกิจ

02



2. สร้างความเชื่อมั่นในมาตรการป้องกันโควิด-19 และให้บริการตรวจเช็คโรคโควิด-19 กระจายสู่ประชาชนโดยทั่วทุกภูมิภาคให้เร็วที่สุดและมากที่สุด โดยเฉพาะเขตหรือจังหวัดที่พบผู้ติดเชื้อรายใหม่จำนวนมาก

03



3. รัฐบาลควรมีมาตรการดูแลและตรวจสอบร้านค้าที่ขึ้นราคาสินค้าแบบไม่มีเหตุผลในช่วงสถานการณ์โควิด เพื่อลดภาระค่าครองชีพของประชาชน

04



4. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการใช้จ่าย ขอให้ภาครัฐช่วยชาติ เพิ่มวงเงินเป็น 100,000 บาท โดยไม่จำกัดหมวดสินค้า

ข้อเสนอแนะด้านนโยบายหรือมาตรการที่ต้องการให้รัฐบาลดำเนินการ เพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อภาคธุรกิจ Modern Trade โดยรวม

01 ▶ เร่งเรื่องดำเนินการฉีดวัคซีน การออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ



02 ▶ ปรับแผนประชาสัมพันธ์ หนุนการใช้สินค้าไทย ที่ผลิตโดยคนไทยที่ได้มาตรฐาน ส่งเสริมและสนับสนุนผู้ประกอบการ SME ,OTOP



03 ▶ รัฐบาลควรส่งเสริมการขายในรูปแบบออนไลน์มากขึ้น โดยอาจมีมาตรการทางภาษีหรืองบประมาณสนับสนุนในการลดค่าใช้จ่ายด้านกระจายสินค้าให้กับผู้ประกอบการเพื่อไม่ให้ราคาสินค้าสูงเกินไปจากค่าขนส่งสินค้า เพื่อแบ่งเบาภาวะค่าใช้จ่ายของประชาชนในขณะนี้





THANK YOU

