



85 ปี แห่งความทุ่มเท
ให้ไทยแก่
ไทยเท่าเทียม
ไทยยั่งยืน



CENTRAL Group



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ Modern Trade

Modern Trade Sentiment Index (MTSI)

ข้อมูลทั่วไป

ความสำคัญของธุรกิจค้าส่งและค้าปลีกของประเทศไทย

	มูลค่าค้าส่งค้าปลีก	GDP	สัดส่วนต่อ GDP	%yoy
2010	1,249,257	8,232,421	15.2	9.1
2011	1,253,541	8,301,570	15.1	0.3
2012r	1,322,536	8,902,835	14.9	5.5
2013r	1,333,844	9,142,088	14.6	0.9
2014r	1,325,358	9,232,084	14.4	-0.6
2015r	1,388,413	9,510,909	14.6	4.8
2016p	1,462,662	9,823,122	14.9	5.3
2017p1	1,555,175	10,207,489	15.2	6.3

ที่มา : สศช.

มูลค่าตลาดของค้าส่งและค้าปลีก

	มูลค่าค้าส่งค้าปลีก	GDP	สัดส่วนต่อ GDP	%yoy
2010	1,568,570	10,355,382	15.1	9.7
2011	1,628,794	11,034,184	14.8	3.8
2012r	1,776,739	11,791,139	15.1	9.1
2013r	1,799,168	12,089,673	14.9	1.3
2014r	1,889,014	12,549,603	15.1	5.0
2015r	2,037,024	13,038,034	15.6	7.8
2016p	2,237,233	13,851,120	16.2	9.8
2017p1	2,451,602	14,735,614	16.6	9.6

ที่มา : สศช.

มูลค่า Modern Trade เทียบกับการค้าส่งและค้าปลีกทั่วประเทศ

	มูลค่าค้าส่งค้าปลีกโดยรวม*	มูลค่า Modern Trade	สัดส่วน(%)
2014r	1,889,014	1,227,859**	65.0
2015r	2,037,024	1,329,066***	65.2
2016p	2,237,233	1,464,901***	65.5
2017p1	2,451,602	1,613,541***	65.8

ที่มา : *สศช.

** คิด 65% ของมูลค่าค้าส่งค้าปลีกโดยรวม จาก Krungsri Research

*** จากการประมาณการณของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

จำนวนสถานประกอบการ Modern Trade ของประเทศไทย

กลุ่ม	จำนวน	สาขา	กลุ่ม	จำนวน	สาขา
Central Group	13	2,169	CP Group	3	11,002
Ek-Chai Distribution System	3	1,954	TCC Group	6	843
The Mall Group	6	38	Saha Pathanapibul	1	226
Siam Piwat	2	2	MBK	3	3
Siam Future Development	12	22	Land & House	2	93
Seacon Development	2	2	Siam Retail Development	4	5
Japanese JV	2	3	Other Groups	4	24
รวมจำนวนสาขาทั้งหมด					16,386

ที่มา : Krungsri Research กันยายน 2561

ผู้ที่ให้ข้อมูลในการจัดทำ Modern Trade index

	จำนวนสาขา
Central	32
Robinson	66
Makro	124
Big C	199
Tops	182
Tesco Lotus	218
ตั้งใจสุนชูเปอร์สโตร์	2
CJ Express	306
CP ALL - 7-11	10,932
รวม	12,061



จำนวนสาขาทั้งหมด	16,386
จำนวนสาขาที่เป็นตัวอย่าง	12,061
คิดเป็นร้อยละ	73.6%

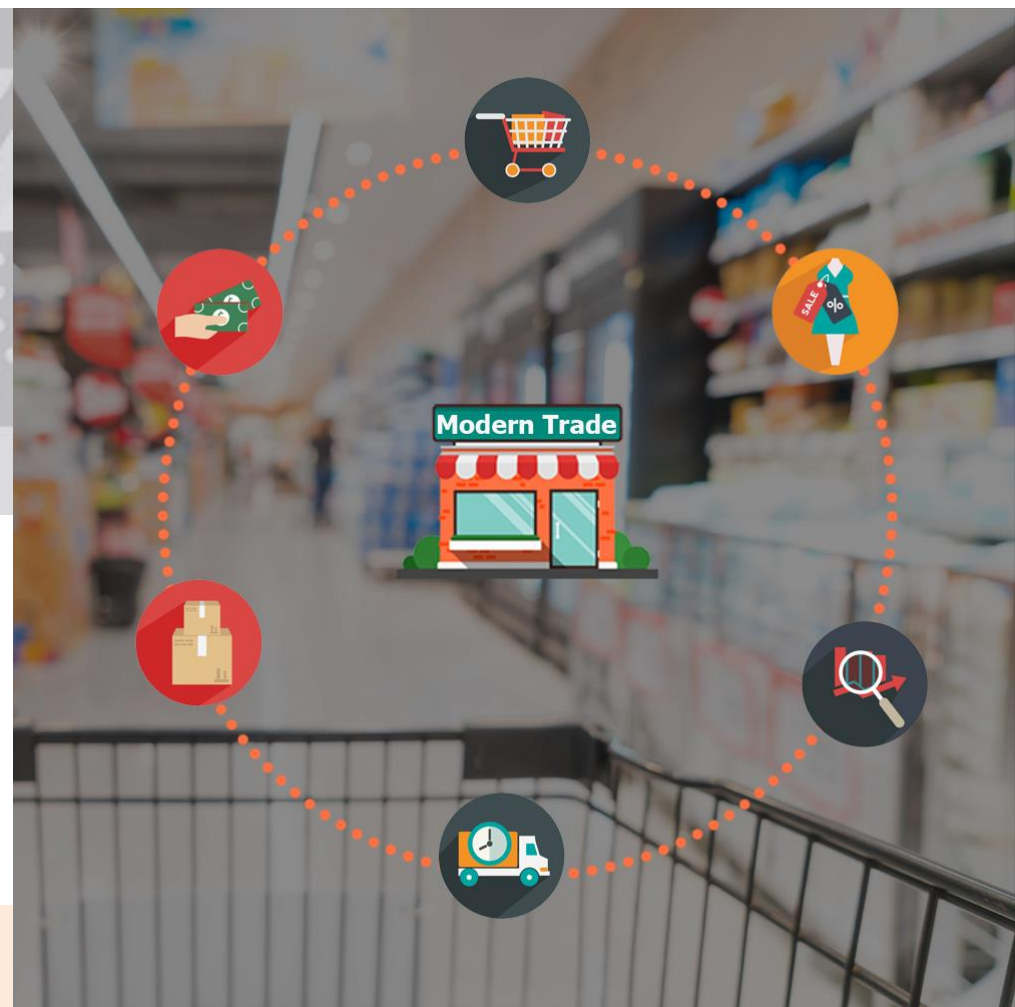


85 ปี แห่งความทุ่มเท
ให้ไทยแท้
ไทยเท่าเทียม
ไทยยั่งยืน

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

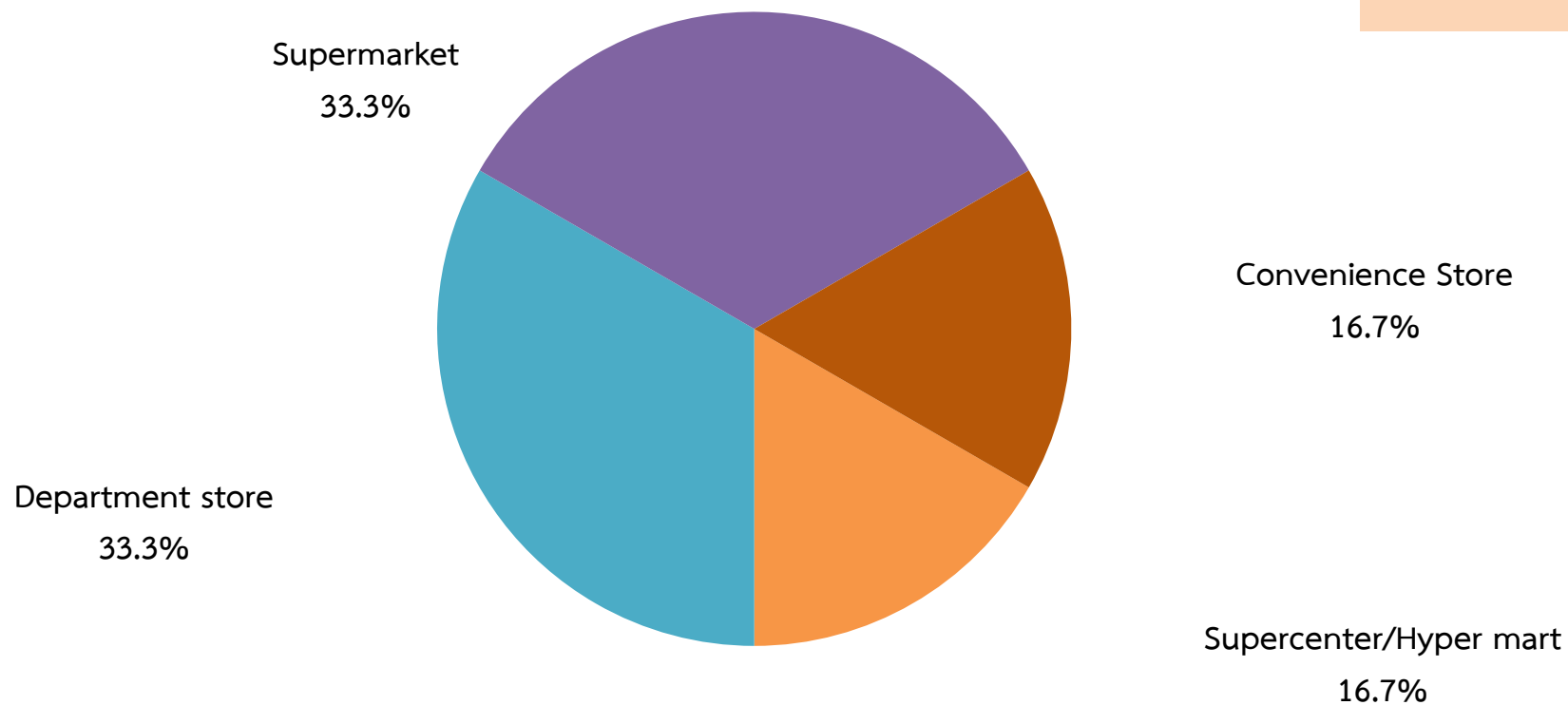
ดัชนีความเชื่อมั่นการค้าปลีกไทย ประจำเดือนไตรมาสที่ 3 ปี 2561 (Modern Trade Sentiment Index)

หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย



สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

ประเภทธุรกิจ



ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 5-20 ตุลาคม 2561

จำนวนตัวอย่าง: 27 ตัวอย่าง

สถานการณ์ธุรกิจ Modern Trade ประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2561

รายการ	Q3/61 เทียบ Q3/60			Q3/61 เทียบ Q2/61			Q4/61 เทียบ Q3/61			YQ3	Q3	Q4
	แย่/ แย่ลง	ปานกลาง	ดี/ ดีขึ้น	แย่/ แย่ลง	ปานกลาง	ดี/ ดีขึ้น	แย่/ แย่ลง	ปานกลาง	ดี/ ดีขึ้น			
(หน่วย: ร้อยละ)	แย่ลง		ดีขึ้น	แย่ลง		ดีขึ้น	แย่ลง		ดีขึ้น	Index	Index	Index
รายรับจากการขายหรือให้บริการ	18.5	59.3	22.2	14.8	22.2	44.4	18.5	55.6	25.9	51.9	64.8	53.7
กำไรจากการขายหรือให้บริการ	22.2	25.9	51.9	18.5	18.5	63.0	22.2	22.2	55.6	64.9	72.3	66.7
ต้นทุนในการดำเนินงาน	77.8	18.5	3.7	22.2	59.3	18.5	22.2	55.6	22.2	13.0	48.2	50.0
สินค้าคงคลังที่เหลือจากการขาย	33.3	51.9	14.8	7.4	59.3	33.3	7.4	66.7	25.9	40.8	63.0	59.3
การจ้างงาน (จำนวนคน)	7.4	25.9	66.7	3.7	33.3	63.0	3.7	37.0	59.3	79.7	79.7	77.8
MTSI	31.8	36.3	31.9	13.3	38.5	44.4	14.8	47.4	37.8	50.0	65.6	61.5

สถานการณ์ธุรกิจ Modern Trade ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2561

รายการ	Q3/61 เทียบ Q3/60			Q3/61 เทียบ Q2/61			Q4/61 เทียบ Q3/61			YQ3	Q3	Q4
	แย่/ แย่ลง	ปานกลาง	ดี/ ดีขึ้น	แย่/ แย่ลง	ปานกลาง	ดี/ ดีขึ้น	แย่/ แย่ลง	ปานกลาง	ดี/ ดีขึ้น			
(หน่วย: ร้อยละ)	แย่ลง		ดีขึ้น	แย่ลง		ดีขึ้น	แย่ลง		ดีขึ้น	Index	Index	Index
จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	18.5	59.3	22.2	14.8	33.3	51.9	18.5	18.5	63.0	51.9	68.6	72.3
ราคาขายสินค้าคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	25.9	25.9	48.1	3.7	74.1	22.2	7.4	85.2	7.4	61.1	59.3	50.0
ราคาสินค้ากึ่งคงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	18.5	48.1	33.3	3.7	77.8	18.5	7.4	85.2	7.4	57.4	57.4	50.0
ราคาขายสินค้าไม่คงทนเฉลี่ยต่อหน่วย	3.7	63.0	33.3	3.7	66.7	29.6	7.4	85.2	7.4	64.8	63.0	50.0
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจเดียวกับท่าน	3.7	44.4	51.9	3.7	37.0	59.3	3.7	33.3	63.0	74.1	77.8	79.7
ความสามารถในการแข่งขันกับธุรกิจออนไลน์	3.7	44.4	51.9	3.7	37.0	59.3	3.7	33.3	63.0	74.1	77.8	79.7
การลงทุนด้านเทคโนโลยี อุปกรณ์ และนวัตกรรม	3.7	37.0	59.3	3.7	48.2	48.1	3.7	48.2	48.1	77.8	72.2	72.2
รายรับจากการขายออนไลน์	25.9	3.7	70.4	22.2	22.2	55.6	3.7	33.3	63.0	72.3	66.7	79.7

ทักษะในด้านต้นทุนการดำเนินงาน

รายการ	ต่ำลง	เท่าเดิม	สูงขึ้น
ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 60	3.7	18.5	77.8
ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61	14.8	51.9	33.3
ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61	25.9	3.7	70.4

ทัศนคติต่อสินค้าคงเหลือจากการขายเมื่อเทียบกับเป้าหมายที่วางไว้

รายการ	ต่ำกว่า	ตามเป้า	สูงกว่า
ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 60	18.5	59.3	22.2
ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61	33.3	59.3	7.4
ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61	22.2	22.2	55.6

เฉพาะกลุ่มธุรกิจที่มีการขายออนไลน์ ทิศนะในด้านรายรับจากการขายออนไลน์

รายการ	ลดลง	เท่าเดิม	เพิ่มขึ้น
ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 60	22.2	55.6	22.2
ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61	25.9	66.7	7.4
ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61	3.7	33.3	63.0

ทักษะเกี่ยวกับธุรกิจ

รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 60			ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61			ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61		
	แย่ง/ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/เพิ่มขึ้น	แย่ง/ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/เพิ่มขึ้น	แย่ง/ลดลง	เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น/เพิ่มขึ้น
ยอดการสั่งซื้อสินค้าของธุรกิจท่านเพื่อการขาย	18.5	7.4	74.1	18.5	18.5	63.0	7.4	25.9	66.7
สินค้าคงเหลือเพื่อรอการขาย	18.5	18.5	63.0	7.4	25.9	66.7	3.7	29.6	66.7
ยอดจองหรือยอดคำสั่งซื้อออนไลน์	3.7	25.9	70.4	3.7	29.6	66.7	3.7	48.2	48.1

สถานการณ์ธุรกิจ Modern Trade ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2561

ภูมิภาค	รายการ	ไตรมาสที่ 3 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 60			ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 2 ปี 61			ไตรมาสที่ 4 ปี 2561 เทียบกับไตรมาสที่ 3 ปี 61		
		แฉ่ง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แฉ่ง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น	แฉ่ง/ ลดลง	เปลี่ยน แปลง	ดีขึ้น/ เพิ่มขึ้น
กลาง	รายรับจากการขายหรือให้บริการ	25.0	25.0	50.0	25.0	25.0	50.0	33.3	0.0	66.7
	จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	25.0	25.0	50.0	0.0	50.0	50.0	33.3	0.0	66.7
ตะวันตก	รายรับจากการขายหรือให้บริการ	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	50.0	33.3	0.0	66.7
	จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	50.0	0.0	50.0	25.0	25.0	50.0	33.3	0.0	66.7
ตะวันออก	รายรับจากการขายหรือให้บริการ	0.0	25.0	75.0	0.0	25.0	75.0	33.3	0.0	66.7
	จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	25.0	0.0	75.0	0.0	25.0	75.0	33.3	0.0	66.7
ตะวันออกเฉียงเหนือ	รายรับจากการขายหรือให้บริการ	50.0	0.0	50.0	25.0	25.0	50.0	33.3	0.0	66.7
	จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	25.0	25.0	50.0	0.0	25.0	75.0	33.3	0.0	66.7
ใต้	รายรับจากการขายหรือให้บริการ	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	50.0	33.3	0.0	66.7
	จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	50.0	0.0	50.0	25.0	50.0	25.0	33.3	0.0	66.7
เหนือ	รายรับจากการขายหรือให้บริการ	50.0	0.0	50.0	25.0	25.0	50.0	33.3	0.0	66.7
	จำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ	25.0	25.0	50.0	0.0	25.0	75.0	33.3	0.0	66.7

ปัจจุบันธุรกิจของท่านประสบปัญหาในด้านใด

ปัญหาขาดแคลนพนักงาน
และบุคลากรทางด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรม



ปัญหานักท่องเที่ยวลดลง



ข้อเสนอแนะที่ต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

- มีมาตรการนโยบายด้านภาษีเพื่อส่งเสริมการลงทุน
- เพิ่มความรวดเร็วในการออกใบอนุญาต
- ผลักดันประเทศไทยให้เป็น Shopping Paradise ด้วยมาตรการปรับลดภาษีสินค้าในกลุ่มที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยว
- การคืน VAT ณ จุดขายภายในศูนย์การค้าทั่วประเทศ
- ภาครัฐกิจค้าปลีกต้องการความยืดหยุ่นมากขึ้นในการจ้างแรงงานให้เหมาะสมกับช่วงเวลาที่ถูกค้ามาจับจ่ายสินค้า อยากให้รัฐบาลเร่งออกระเบียบอัตราจ้างงานรายชั่วโมงสำหรับผู้สูงอายุและผู้ใหญ่
- เร่งเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวชาติอื่นเพื่อชดเชยนักท่องเที่ยวจีนที่ลดลง
- ส่งเสริมการสรรหาว่าจ้างบุคลากรระดับปฏิบัติการ ผ่านหน่วยงานต่างๆของรัฐบาลซึ่งมีอยู่ทั่วประเทศ



ข้อเสนอแนะที่ท่านต้องการให้รัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

- การเปิดโอกาสให้แรงงานไทยมีโอกาสพบนายจ้างธุรกิจ MODERN TRADE ผ่านการจัดงานนัดพบแรงงานเฉพาะด้านและมีการฝึกอบรมแนะนำการเตรียมตัว และทักษะเบื้องต้น เพื่อเข้าสู่ธุรกิจค้าปลีก MODERN TRADE เป็นการส่งเสริมการจ้างงานให้คนไทยด้วย เนื่องจากงานให้บริการขายหน้าร้าน MODERN TRADE ไม่สามารถใช้แรงงานต่างด้าวได้
- มาตรการการกระตุ้นให้เกิดการใช้จ่าย โดยนำค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าไปหักลดหย่อนภาษี เงินได้บุคคลธรรมดา /
- มาตรการผลักดันให้ประเทศไทยเป็น Shopping Paradise