

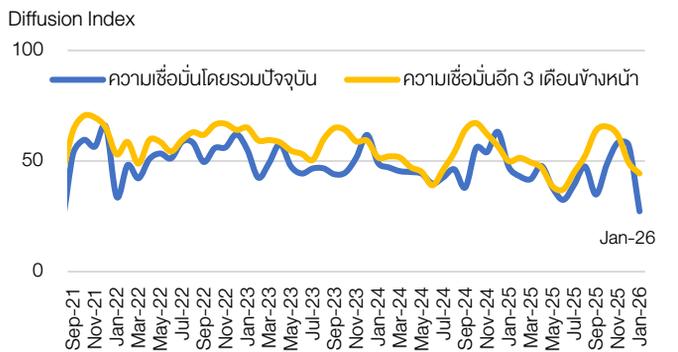
BUSINESS INTELLIGENCE

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (Retailer Sentiment Index)

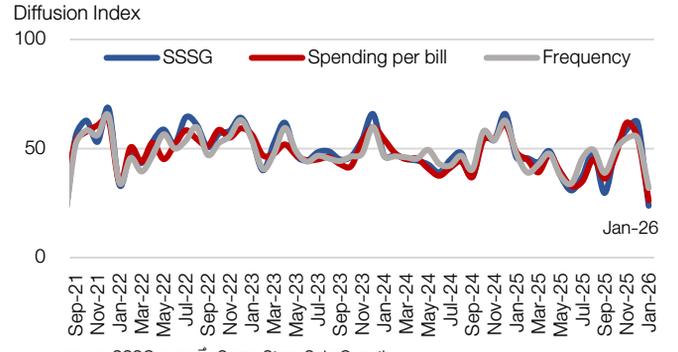
รายงานสำรวจข้อมูลระหว่างวันที่ 19 - 27 มกราคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (RSI) เดือนมกราคม ปรับลดลงจากเดือนก่อนในทุกองค์ประกอบสู่ระดับต่ำที่สุดในรอบ 4 ปี จาก (1) กำลังซื้อที่ยังไม่ฟื้นตัว (2) ความไม่แน่นอนของนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ (3) การแข่งขันที่รุนแรงต่อเนื่อง โดยสัดส่วนผู้ประกอบการค้าปลีกที่คาดการณ์ว่ายอดขายใน Q1/69 จะลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน มีสูงถึง 65% เพิ่มขึ้นจากการสำรวจรอบก่อน (ธ.ค. 68) ที่อยู่ที่ 45% สะท้อนความกังวลที่รุนแรงขึ้น นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นฯ ใน 3 เดือนข้างหน้ายังอยู่ในระดับต่ำกว่า 50 จึงจำเป็นต้องจับตาพัฒนาการของกำลังซื้อในปี 69 และความชัดเจนของนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจภายหลังจากการจัดตั้งรัฐบาลอย่างใกล้ชิด

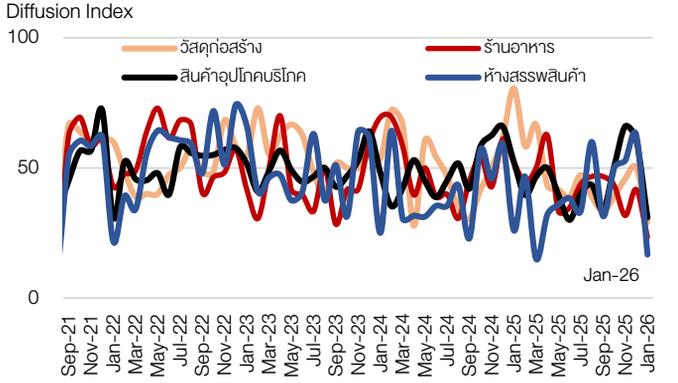
ดัชนี RSI เดือนมกราคม 2569 และดัชนี RSI 3 เดือนข้างหน้า



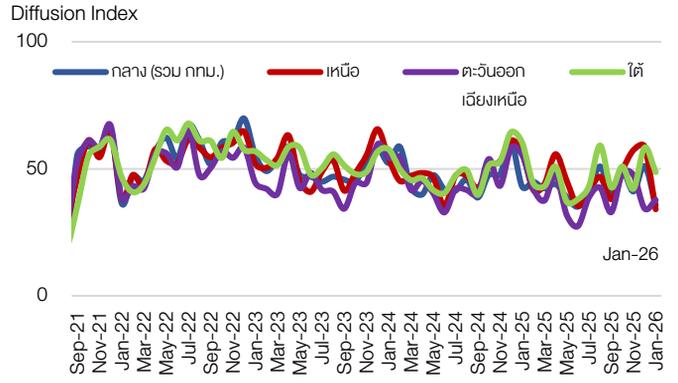
องค์ประกอบของดัชนี RSI ในมิติต่าง ๆ



ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก จำแนกตามประเภทร้านค้า

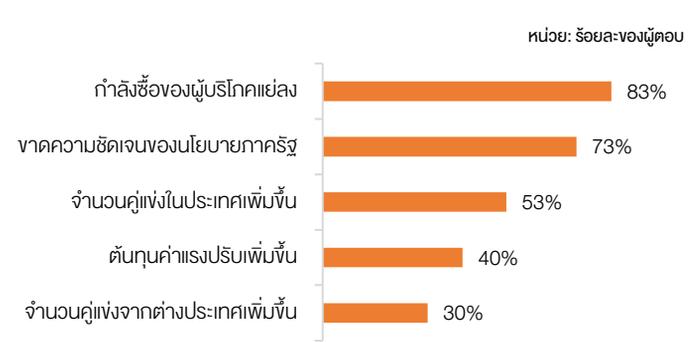


ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก จำแนกตามภูมิภาค

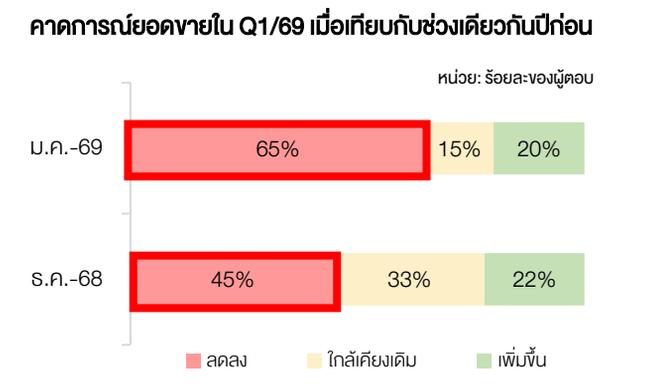


หมายเหตุ: ร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ประกอบไปด้วย ไฮเปอร์มาร์เก็ต, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านสะดวกซื้อและร้านค้าส่งอุปโภค-บริโภค

ปัจจัยที่เป็นแรงกดดัน หรือความกังวลต่อธุรกิจค้าปลีก



ประเด็นพิเศษ



หมายเหตุ
 • วิธีคำนวณ Diffusion Index ของแต่ละองค์ประกอบ: ดัชนี = (100 x ร้อยละของผู้ตอบ"ดีใจมาก") + (75 x ร้อยละของผู้ตอบ"ดีใจ") + (50 x ร้อยละของผู้ตอบ"ทรงตัว") + (25 x ร้อยละของผู้ตอบ"แยลง") + (0 x ร้อยละของผู้ตอบ "แยลงมาก")
 • ดัชนี = 50 หมายถึง ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทางธุรกิจทรงตัวจากเดือนก่อน (จำนวนผู้ตอบว่าดัชนีมีเท่ากับจำนวนผู้ตอบว่าแยลง)
 • ดัชนี > / < 50 หมายถึง ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทางธุรกิจดีขึ้น/แยลงกว่าเดือนก่อน (จำนวนผู้ตอบว่าดัชนีส่วนนี้มากกว่า/น้อยกว่าจำนวนผู้ตอบว่าแยลง)
 • ดัชนีฯ ประมวลจากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจค้าปลีกทั่วประเทศ ซึ่งคิดเป็น 40% ของมูลค่าทั่วประเทศ และสัมภาษณ์เพิ่มเติมจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก