

BUSINESS INTELLIGENCE

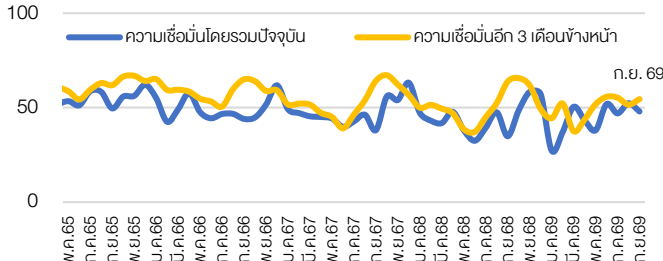
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (Retailer Sentiment Index)

รอบการสำรวจข้อมูลระหว่างวันที่ 16 – 28 กันยายน 2569
*ก่อนสถานการณ์อุทกภัยในพื้นที่กรุงเทพฯ ปริมณฑล และพื้นที่อื่นๆ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (RSI) เดือนกันยายน ปรับลดลงจากเดือนก่อนในทุกภูมิภาค ตามยอดขายสาขาเดิมและความถี่ในการใช้บริการที่ลดลง ในช่วง low season ของการใช้จ่าย ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นมีทิศทางแตกต่างกันในแต่ละประเภทร้านค้า โดยปรับลดลงมากในกลุ่มห้างสรรพสินค้าและร้านวัสดุก่อสร้างตามแรงกดดันด้านกำลังซื้อ ขณะที่กลุ่มร้านอาหารและร้านค้าอุปโภคบริโภคยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากการจัดโปรโมชั่นของร้านค้า รวมถึงร้านค้าอุปโภคบริโภคบางส่วนได้รับอานิสงส์เพิ่มเติมจากโครงการไทยช่วยไทย พลัส อย่างไรก็ดี ความเชื่อมั่นใน 3 เดือนข้างหน้าเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากความคาดหวังต่อการใช้จ่ายในช่วงเทศกาลปลายปี และการต่ออายุโครงการฯ

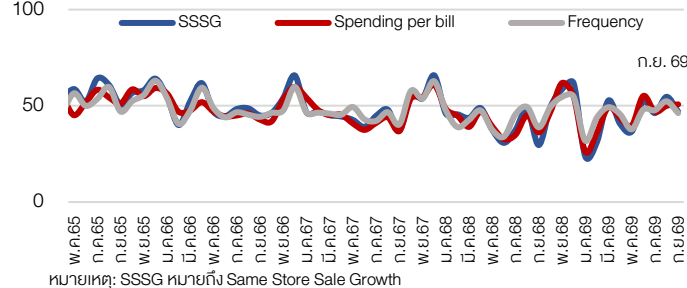
ดัชนี RSI เดือนกันยายน 2569 และดัชนี RSI 3 เดือนข้างหน้า

Diffusion Index



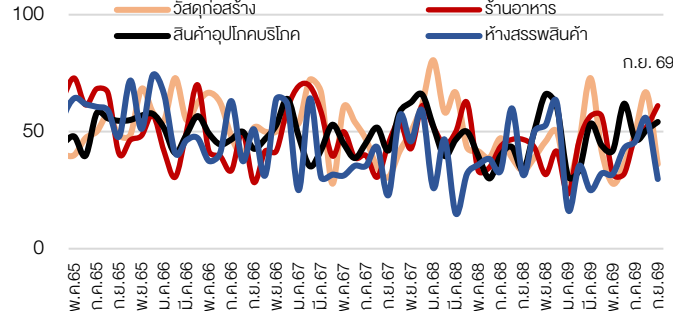
องค์ประกอบของดัชนี RSI ในมิติต่าง ๆ

Diffusion Index



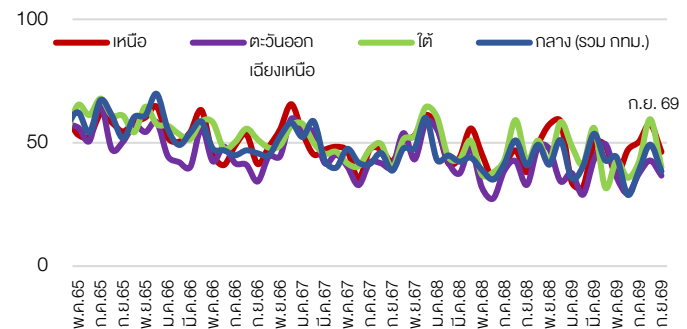
ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก จำแนกตามประเภทร้านค้า

Diffusion Index



ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก จำแนกตามภูมิภาค

Diffusion Index

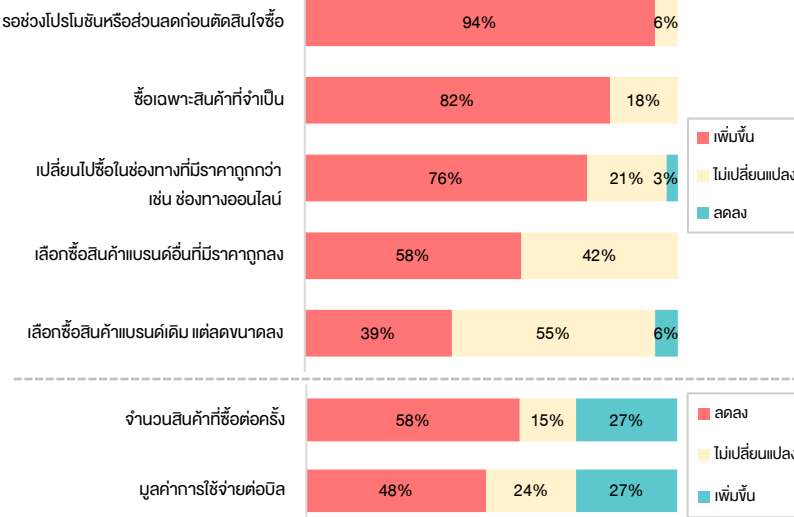


หมายเหตุ: ร้านจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค ประกอบไปด้วยไฮเปอร์มาร์เก็ต, ซูเปอร์มาร์เก็ต, ร้านสะดวกซื้อ และร้านค้าส่งอุปโภค-บริโภค

ประเด็นพิเศษ: พฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคในครึ่งหลังของปี 69

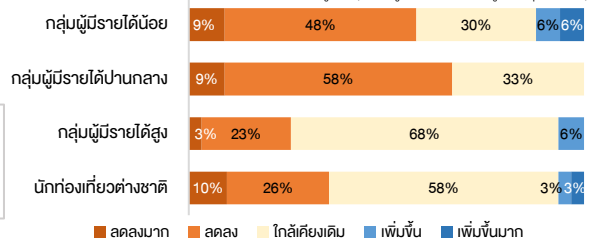
แนวโน้มการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภค เมื่อเทียบกับปีก่อน

หน่วย: ร้อยละของผู้ตอบ



แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงระดับการใช้จ่ายแต่ละกลุ่มผู้บริโภค เมื่อเทียบกับปีก่อน

หน่วย: ร้อยละของผู้ตอบ (ไม่รวมผู้ประกอบการที่ไม่ได้ลูกค้ากลุ่มดังกล่าว)



กำลังซื้อของผู้บริโภคในครึ่งหลังของปี 69 มีแนวโน้มประบางและระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน แม้จะมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐช่วยพยุง สะท้อนจากพฤติกรรมการซื้อสินค้าในช่วงโปรโมชั่น ซื้อเฉพาะสินค้าที่จำเป็น และหันไปซื้อสินค้าในช่องทางที่มีราคาถูกกว่าเพิ่มขึ้น ขณะที่จำนวนสินค้าที่ซื้อต่อครั้งและใช้จ่ายต่อมิลมีแนวโน้มลดลง โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้น้อย-ปานกลางที่คาดว่าจะใช้จ่ายลดลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน

หมายเหตุ

- วิธีคำนวณ Diffusion Index ของแต่ละองค์ประกอบ: ดัชนี = $(100 \times \text{ร้อยละของผู้ตอบ "ดีขึ้นมาก"}) + (75 \times \text{ร้อยละของผู้ตอบ "ดีขึ้น"}) + (50 \times \text{ร้อยละของผู้ตอบ "เท่าตัว"}) + (25 \times \text{ร้อยละของผู้ตอบ "แย่ลง"}) + (0 \times \text{ร้อยละของผู้ตอบ "แย่ลงมาก"})$
- ดัชนี = 50 หมายถึง ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทางธุรกิจตรงตัวจากเดือนก่อน (จำนวนผู้ตอบว่าดีขึ้นมีเท่ากับจำนวนผู้ตอบว่าแย่ลง)
- ดัชนี > 50 หมายถึง ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทางธุรกิจดีขึ้น/แย่ลงกว่าเดือนก่อน (จำนวนผู้ตอบว่าดีขึ้นมีมากกว่า/น้อยกว่าจำนวนผู้ตอบว่าแย่ลง)
- ดัชนี < 40 บ่งชี้ว่าผลกระทบจากสถานการณ์อย่างรุนแรงถึงกับปลิดทิ้งประเด็นที่คิดเป็น 40% ของมูลค่าทั่วประเทศ และสัญญาณที่เพิ่มขึ้นจากผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีก