

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีก (Retailer Sentiment Index: RSI) เดือนกุมภาพันธ์ 2564

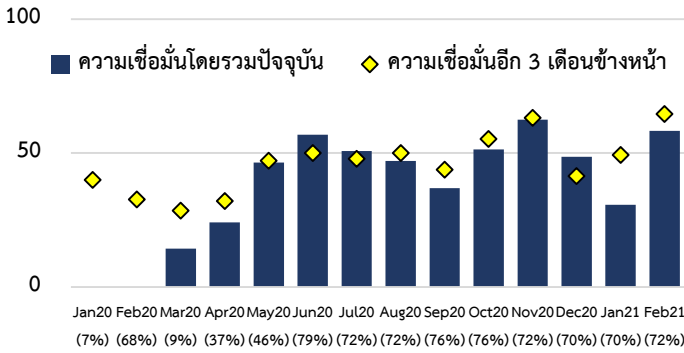
## ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการค้าปลีกปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน หลังผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดแบบเข้มงวดในหลายพื้นที่

\*\*รอบการสำรวจข้อมูลระหว่างวันที่ 15-23 ก.พ. 64

RSI ปรับดีขึ้นจากเดือนก่อนและสูงกว่าระดับ 50 หลังการแพร่ระบาดบรรเทาลง ประกอบกับเป็นช่วงเทศกาลตรุษจีน และมีการทำโปรโมชั่นเพื่อแข่งกับร้านค้าที่ได้รับประโยชน์จากมาตรการรัฐ ในระยะต่อไป ผู้ประกอบการคาดหวังว่าภาครัฐจะมีนโยบายกระตุ้นการบริโภคที่ครอบคลุมกลุ่มธุรกิจค้าปลีกขนาดกลาง-ใหญ่

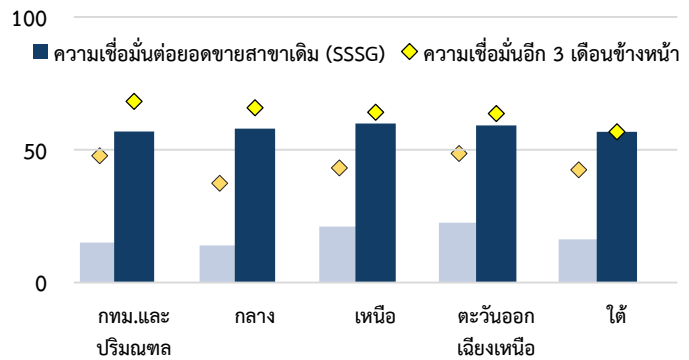
ความเชื่อมั่นต่อยอดขายสาขาเดิมทุกภูมิภาคปรับเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อน สท้อนกำลังซื้อที่ปรับตัวดีขึ้นในทุกภาค

Diffusion Index



หมายเหตุ: ( ) คือ Response rate

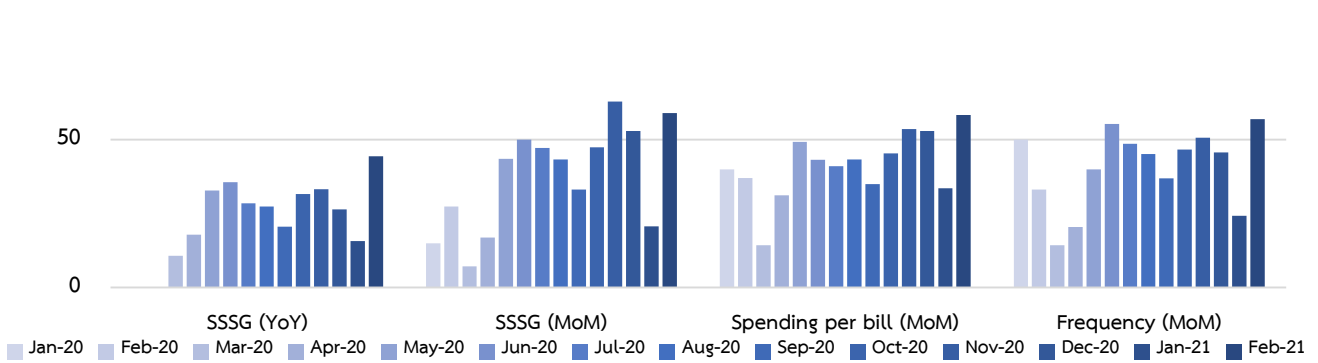
Diffusion Index



หมายเหตุ: กราฟสีอ่อนแสดงข้อมูลเดือนก่อน

สอดคล้องกับความเชื่อมั่นต่อยอดขายสาขาเดิม (SSSG) ยอดใช้จ่ายต่อใบเสร็จ (Spending per bill) และความถี่ของผู้ใช้บริการ (Frequency) ปรับดีขึ้นจากเดือนก่อนมาก

Diffusion Index



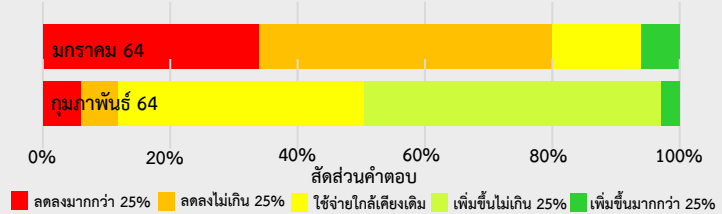
### ประเด็นพิเศษ: ประเมินสถานการณ์หลังผ่อนคลายมาตรการควบคุมการแพร่ระบาดแบบเข้มงวดในหลายพื้นที่

**ประเมินสถานการณ์การใช้บริการของผู้บริโภค**  
ผู้ประกอบการประมาณครึ่งหนึ่ง พยอขาดการใช้บริการของผู้บริโภค (Traffic) เพิ่มขึ้น 20% หลังร้านค้าเปิดทำการได้ตามปกติ



**ประเมินกำลังซื้อของผู้บริโภค**

ส่วนใหญ่ประเมินว่า กำลังซื้อของผู้บริโภคเริ่มฟื้นตัวจากเดือนก่อน จากการคลายความกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาด COVID-19 และการใช้จ่ายช่วงตรุษจีน



หมายเหตุ

- วิธีการคำนวณดัชนี Diffusion Index ของแต่ละองค์ประกอบเป็นดังนี้ ดัชนี = (100 × ร้อยละของผู้ตอบ "ดีขึ้นมาก") + (75 × ร้อยละของผู้ตอบ "ดีขึ้น") + (50 × ร้อยละของผู้ตอบ "ทรงตัว") + (25 × ร้อยละของผู้ตอบ "แย่ลง") + (0 × ร้อยละของผู้ตอบ "แย่ลงมาก")
- ดัชนี = 50 หมายถึง ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทางธุรกิจทรงตัวจากเดือนก่อน (จำนวนผู้ตอบว่าดีขึ้นมีเท่ากับจำนวนผู้ตอบว่าแย่ลง)
- ดัชนี > / < 50 หมายถึง ผู้ประกอบการมีความเชื่อมั่นทางธุรกิจดีขึ้น/แย่ลงกว่าเดือนก่อน (จำนวนผู้ตอบว่าดีขึ้นมีมากกว่า/น้อยกว่าจำนวนผู้ตอบว่าแย่ลง)
- ดัชนีฯ ประมวลผลจากผลสำรวจกลุ่มตัวอย่างของธุรกิจค้าปลีกทั่วประเทศ ซึ่งคิดเป็น 35%-40% ของมูลค่าทั่วประเทศ เมื่อมี.ย.63 ปีล่าสุด Sample Size แต่ Coverage เชิงมูลค่าใกล้เคียงเดิม