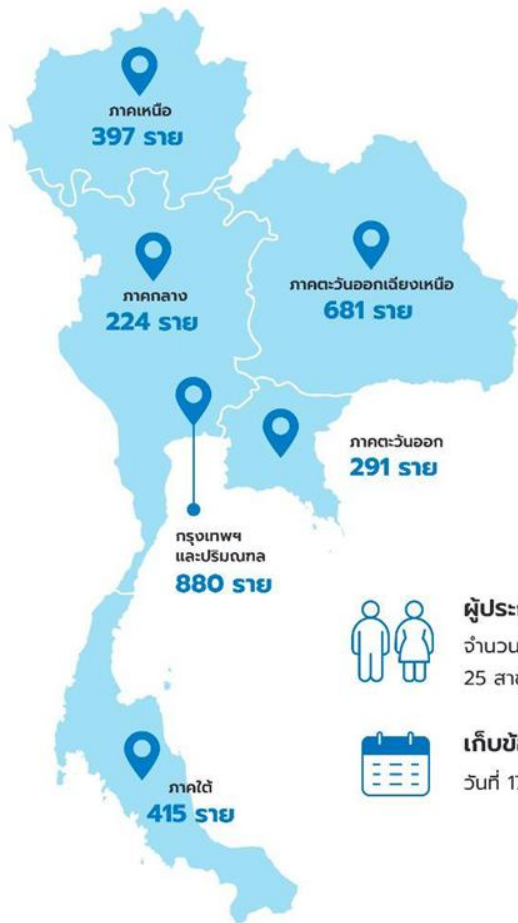


ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME

ประจำเดือน ธันวาคม 2565



ผู้ประกอบการ SME

จำนวน 2,888 ราย

25 สาขาธุรกิจ



เก็บข้อมูลระหว่าง

วันที่ 17-31 ธันวาคม 2565

สัดส่วนการเก็บข้อมูล

28.6% ภาคการผลิต

จำนวน 826 ราย



28.9% ภาคการค้า

จำนวน 833 ราย



39.3% ภาคการบริการ

จำนวน 1,136 ราย



3.2% ภาคการเกษตร

จำนวน 93 ราย



สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง



86.5%

MICRO



10.5%

SMALL



3.0%

MEDIUM

กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ



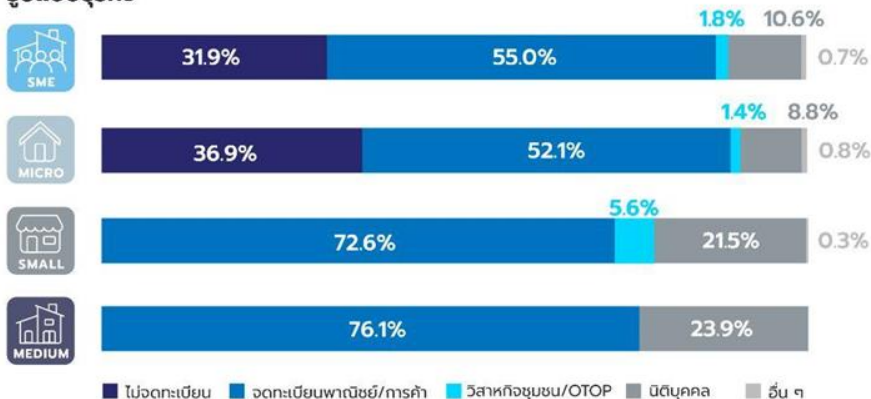
จำนวนแรงงานเฉลี่ย



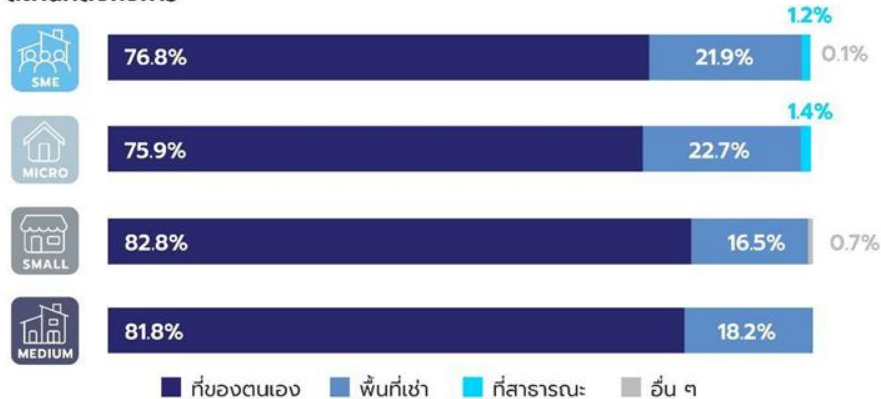
สัดส่วนการส่งออก



รูปแบบธุรกิจ



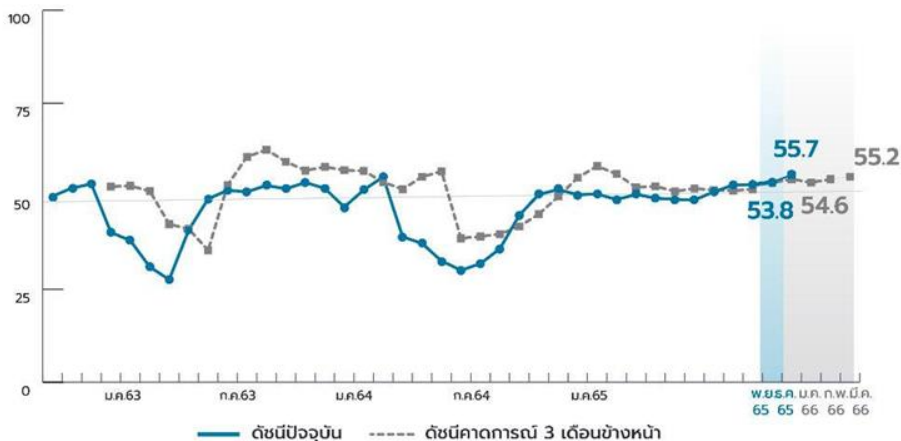
สถานที่ตั้งกิจการ



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง และปรับตัวสูงสุดในรอบ 21 เดือน จากการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ประเทศไทย

หน่วย : ดัชนี

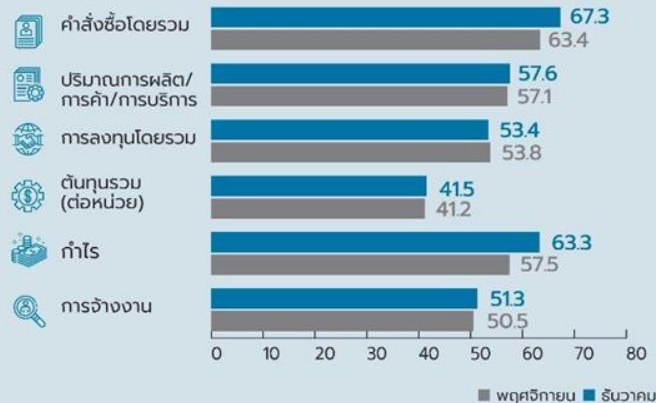


ความเชื่อมั่น ฯ SME ปัจจุบันเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และปรับสูงสุดในรอบ 21 เดือน จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นใกล้เคียงสถานการณ์ปกติ โดยเฉพาะกำลังซื้อจากภาคการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ตามการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทั้งจากในและต่างประเทศ รวมถึงกำลังซื้อจากแรงงานที่การจ้างงานปรับตัวดีขึ้น และการจ่ายเงินโบนัสประจำปี ซึ่งเป็นผลดีกับกำลังซื้อ

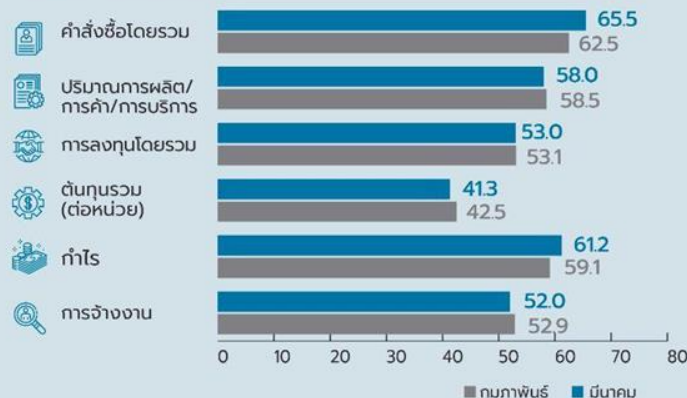
แนวโน้มดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยว และกำลังซื้อจะเพิ่ม ทำให้เศรษฐกิจจะกลับสู่ระดับปกติ โดยเฉพาะกับภาคการค้า และภาคการบริการ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน ธันวาคม 2565

ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบันรวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ

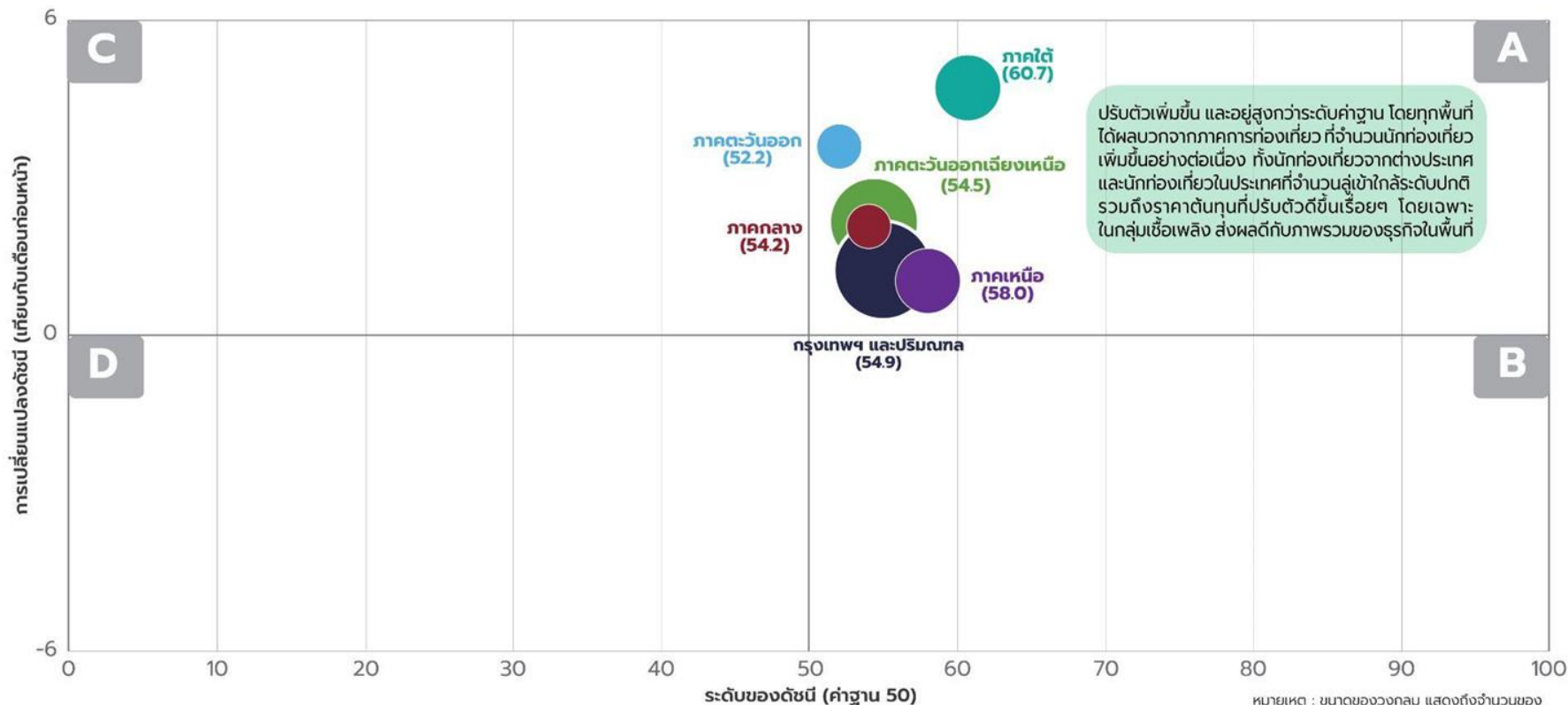


ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) รายภูมิภาค

“ภูมิภาคทั้งหมดมีความเชื่อมั่นปรับสูงขึ้น และอยู่สูงกว่าระดับค่าฐาน จากการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะภาคใต้ที่ได้แรงหนุนจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ”



ปรับตัวเพิ่มขึ้น และอยู่สูงกว่าระดับค่าฐาน โดยทุกพื้นที่ได้ผลบวกจากภาคการท่องเที่ยวที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและนักท่องเที่ยวในประเทศที่จำนวนผู้เข้าใกล้ระดับปกติ รวมถึงราคาต้นทุนที่ปรับตัวดีขึ้นเรื่อยๆ โดยเฉพาะในกลุ่มเชื้อเพลิง ส่งผลดีกับภาพรวมของธุรกิจในพื้นที่

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME รายภูมิภาค



ภาคใต้



เศรษฐกิจขยายตัว จากการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวมีความต้องการแรงงานสูงขึ้น เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวที่ขยายตัว



ภาคตะวันออก



ภาคการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้นตามการจัดเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งจากภาครัฐ และเอกชน รวมถึงกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นจากแรงงานในพื้นที่ ที่ได้รับเงินโบนัสประจำปี ส่งผลดีต่อภาคธุรกิจในพื้นที่โดยเฉพาะ กลุ่มเฟอร์นิเจอร์ และการก่อสร้าง



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



กำลังซื้อในพื้นที่ขยายตัวจากแรงงานที่กลับภูมิลำเนาในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยเฉพาะภาคการค้าสินค้าอุปโภคบริโภคจากนั้นกลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าและสิ่งทอก็ขยายตัวจากอานิสงส์นักท่องเที่ยวและภูมิภาคเกษตรด้านการผลิตและการขายสินค้ากลุ่มเสื้อผ้ากันหนาว



ภาคกลาง



ขยายตัวจากการค้าปลีก และการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยภาคการค้าผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงเทศกาลสิ้นปี โดยผู้บริโภครีบปรับตัวกับราคาขายสินค้าที่ปรับสูงขึ้น



กรุงเทพฯ และปริมณฑล



เศรษฐกิจในพื้นที่ขยายตัว โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่ได้อานิสงส์จากภาคการท่องเที่ยว จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นทั้งแบบ Walk-in และจองล่วงหน้า ส่งผลดีกับกลุ่มขนส่งส่วนบุคคล รวมถึงธุรกิจผลิตจำพวกของฝากของที่ระลึก เช่น ัตถุณณ์ และผลิตภัณฑ์พลาสติก โดยเฉพาะสินค้าแฮนด์เมด (Handmade)



ภาคเหนือ



กำลังซื้อในพื้นที่ขยายตัวจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เป็นผลดีกับภาคการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และภาคการค้า โดยเฉพาะค้าปลีก รวมถึงธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม ในกลุ่มผลิตอาหารที่เป็นของฝาก

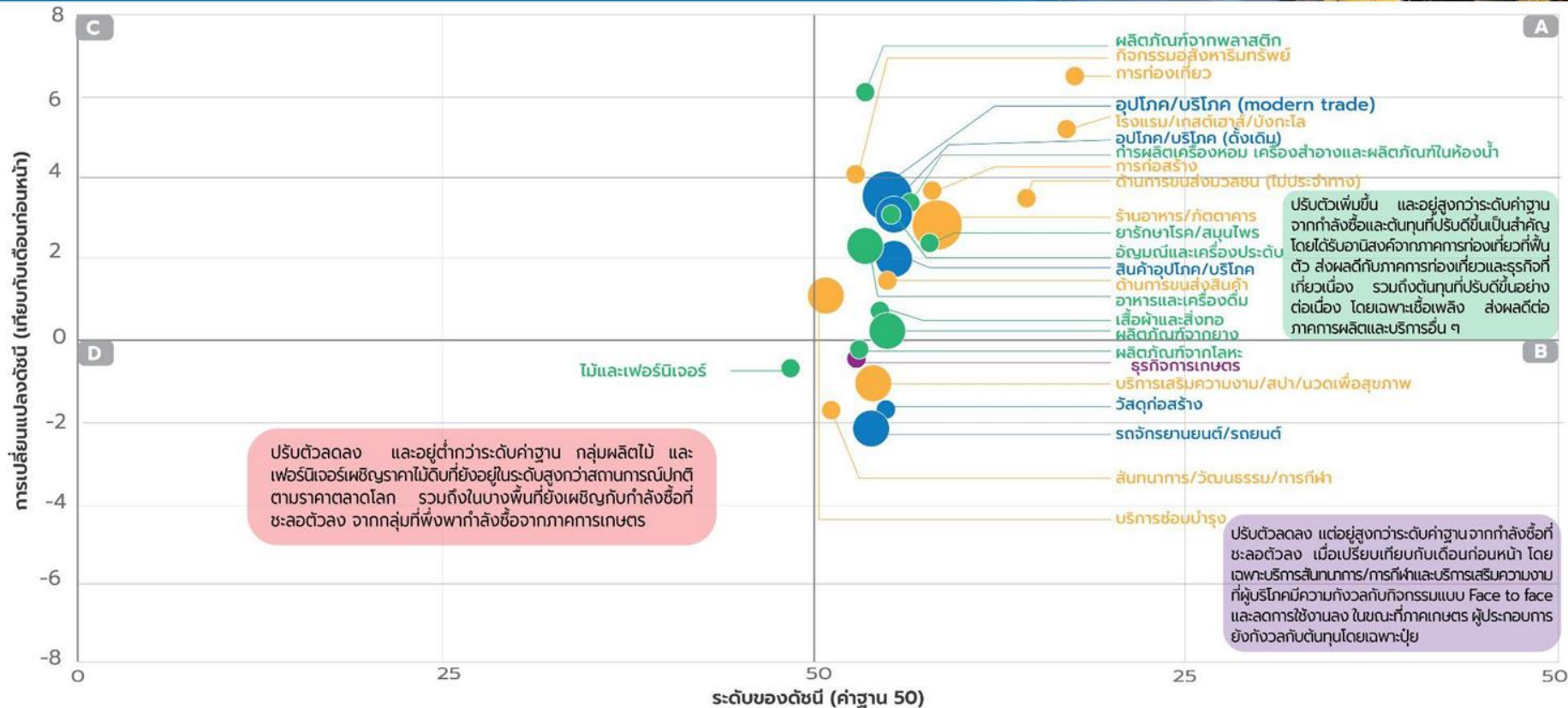


หมายเหตุ : ตัวเลขการเปลี่ยนแปลงคิดเทียบจากเดือนก่อนหน้า (MoM)

ภาคใต้	57.6
ภาคตะวันออก	54.1
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	51.5
ภาคกลาง	51.7
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	56.2
ภาคเหนือ	55.7
ภาคกลาง	58.1
ภาคตะวันออก	56.4
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	52.9
ภาคใต้	53.2
ภาคเหนือ	56.9
ภาคกลาง	56.7

ศก. แข่งขันอย่างดี บริการทันสมัย ปัจจุบัน ภูมิลำเนา

การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ MSME รายสาขาธุรกิจ

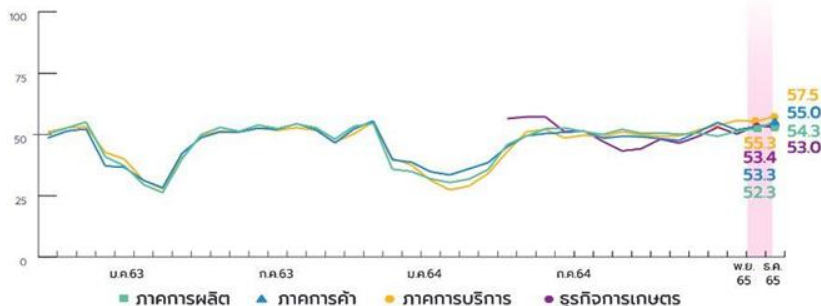


ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคธุรกิจ

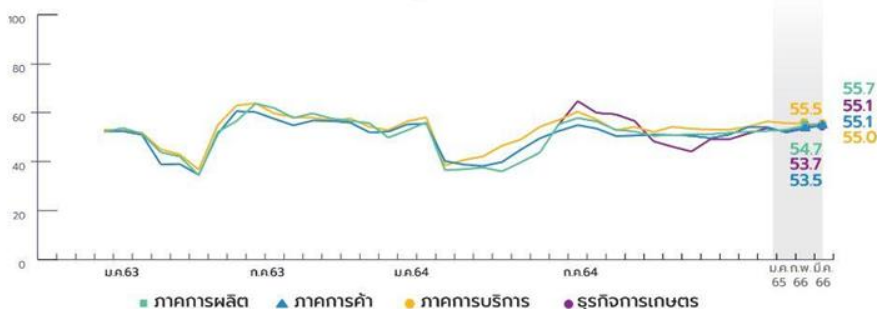
“ภาคธุรกิจขยายตัว จากกำลังซื้อในภาคการท่องเที่ยวและการค้าเป็นสำคัญ รวมถึงต้นทุนที่ปรับดีขึ้นโดยเฉพาะเชื้อเพลิง”



ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า



หมายเหตุ: มีการเพิ่มสาขาธุรกิจภาคการผลิตและเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่เดือน ต.ค. 64 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ยารักษาโรค/สมุนไพร อัญมณี และเครื่องประดับ การผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และบริการซ่อมบำรุง

ภาคการผลิต



ปรับตัวดีขึ้น จากต้นทุนการผลิตหลายรายการที่ปรับดีขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มเชื้อเพลิงเป็นสำคัญ ส่งผลดีกับกลุ่มผลิตสินค้าจากพลาสติก ที่ต้นทุนวัตถุดิบหลักถูกลงชัดเจน และกลุ่มธุรกิจผลิตอื่นที่มีการพึ่งพาการขนส่งสูง เช่น การผลิตอาหาร และ ผลิตเครื่องประดับอัญมณี

ภาคการค้า



ขยายตัวทั้งค้าปลีกและค้าส่งในทุกพื้นที่ จากผู้คนที่สัญจรมากขึ้นจากช่วงวันหยุดในเทศกาลปีใหม่ โดยเฉพาะภาคใต้ และภาคเหนือ ที่ได้กำลังซื้อจากภาคการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

ภาคการบริการ



ภาคการบริการส่วนใหญ่ปรับตัวดีขึ้นและอยู่สูงกว่าค่าฐานในทุกสาขาธุรกิจจากกำลังซื้อในภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะร้านอาหารและธุรกิจโรงแรมที่พักที่ปรับตัวดีขึ้นชัดเจน

ภาคการเกษตร

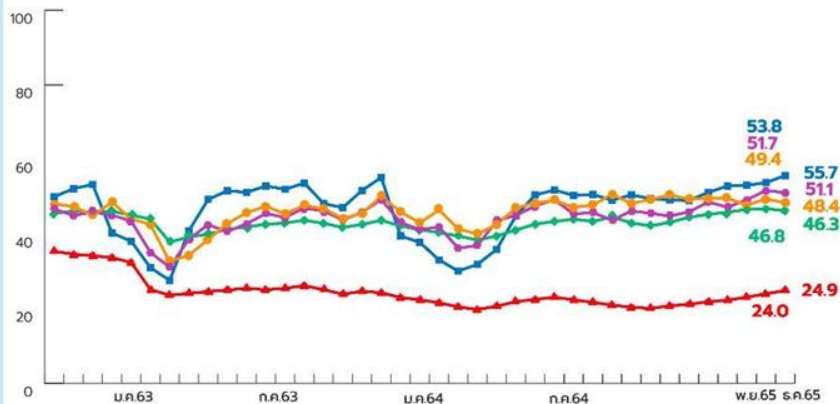


ชะลอตัวลง ถึงแม้สินค้าเกษตรเมืองหนาวจะได้านิสงส์จากปัจจัยสภาพที่เหมาะสมกับการเพาะปลูก แต่ผู้ประกอบการยังคงกังวลกับต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะปุ๋ยที่ถึงแม้ราคาจะเริ่มปรับลง แต่ราคายังอยู่สูงกว่าสถานการณ์ปกติ

การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

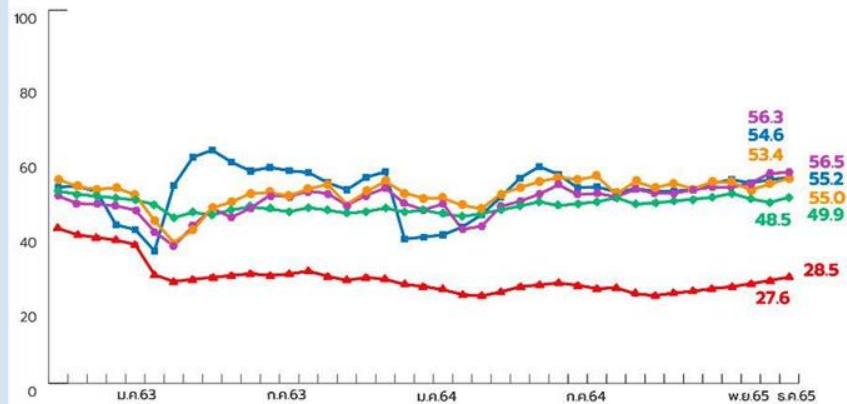
เปรียบเทียบความเชื่อมั่น **SMESI** และดัชนีอื่นๆ (ปัจจุบัน)

หน่วย : ดัชนี



เปรียบเทียบความเชื่อมั่น **SMESI** และดัชนีอื่นๆ (อนาคต)

หน่วย : ดัชนี



- ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
- ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจ (BSI) ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ▲ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้า
- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (TISI) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

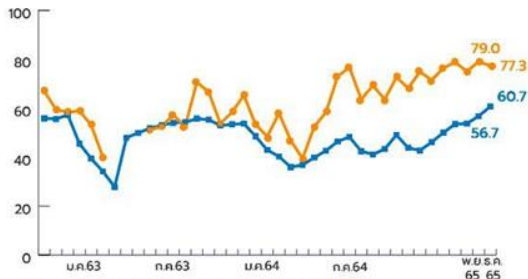
ดัชนี	SMESI	BSI	CCI ม.หอการค้า	CCI กระทรวงพาณิชย์	TISI
ปัจจุบัน	▲	▼	▲	▼	▼
คาดการณ์	▲	▲	▲	▲	▲

หมายเหตุ: 1) ดัชนี TISI และ CCI ม.หอการค้า ถูกปรับเป็นค่าฐาน 50, 2) ทุกดัชนีเป็นค่า Sentiment (ความคิดเห็น/ความเชื่อมั่น) เหมือนกัน แต่วิธีการเก็บและจำนวน/องค์ประกอบดัชนี/กลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างกัน, 3) SMESI เน้นที่กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และคำนวณเชิงเปรียบเทียบ (Comparative) จากเดือนก่อนหน้า 4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้าในกราฟปัจจุบัน เป็นดัชนีภาพรวมของดัชนีผู้บริโภค 5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบัน เน้นดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคของผู้ประกอบการ แต่ในดัชนีคาดการณ์อนาคต เป็นดัชนีความเชื่อของผู้บริโภคโดยรวม

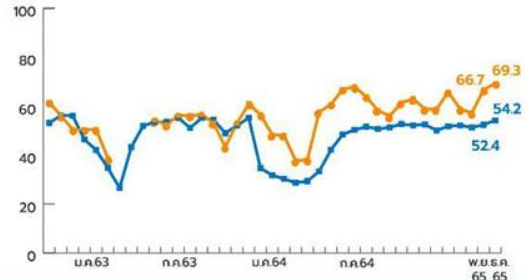
การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI



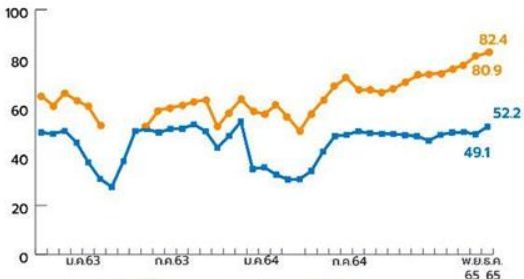
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคใต้



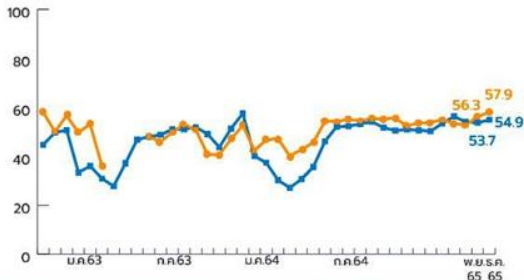
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคกลาง



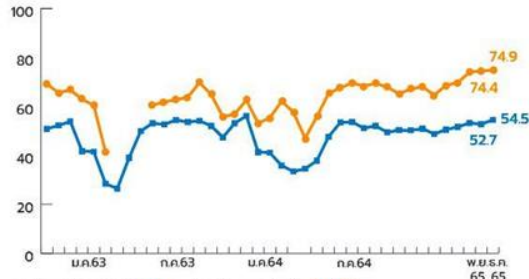
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออก



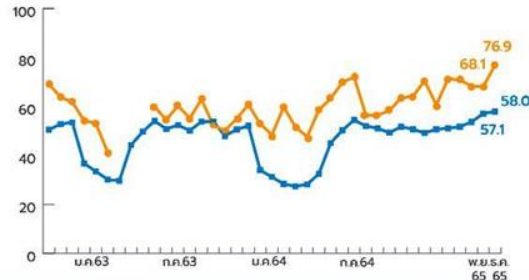
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI กรุงเทพฯ และปริมณฑล



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

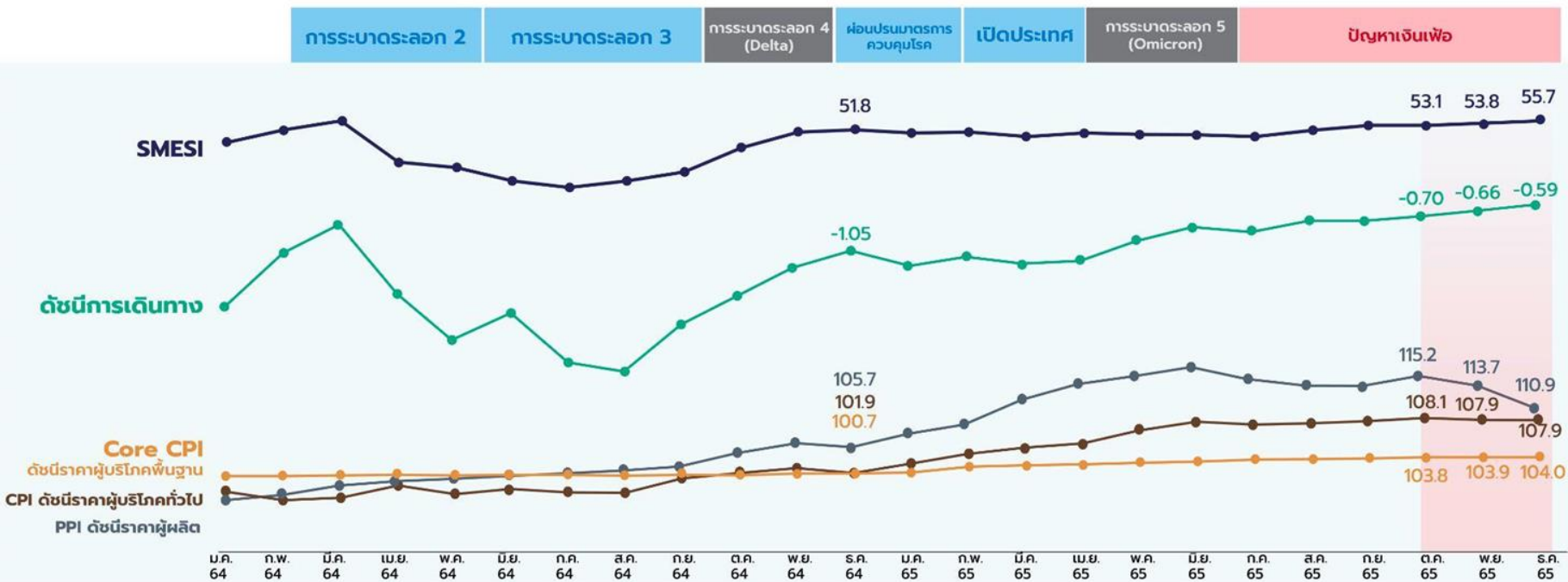


เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคเหนือ



■ ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ● ดัชนีความเชื่อมั่น RSI สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง หมายเหตุ : ไม่สามารถรวบรวมข้อมูลดัชนี RSI เดือน พ.ค. - มิ.ย. 63 ได้

ดัชนี/ภูมิภาค	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคกลาง	ภาคใต้	กทมฯ และปริมณฑล
SMESI	▲	▲	▲	▲	▲	▲
RSI	▲	▲	▲	▲	▼	▲

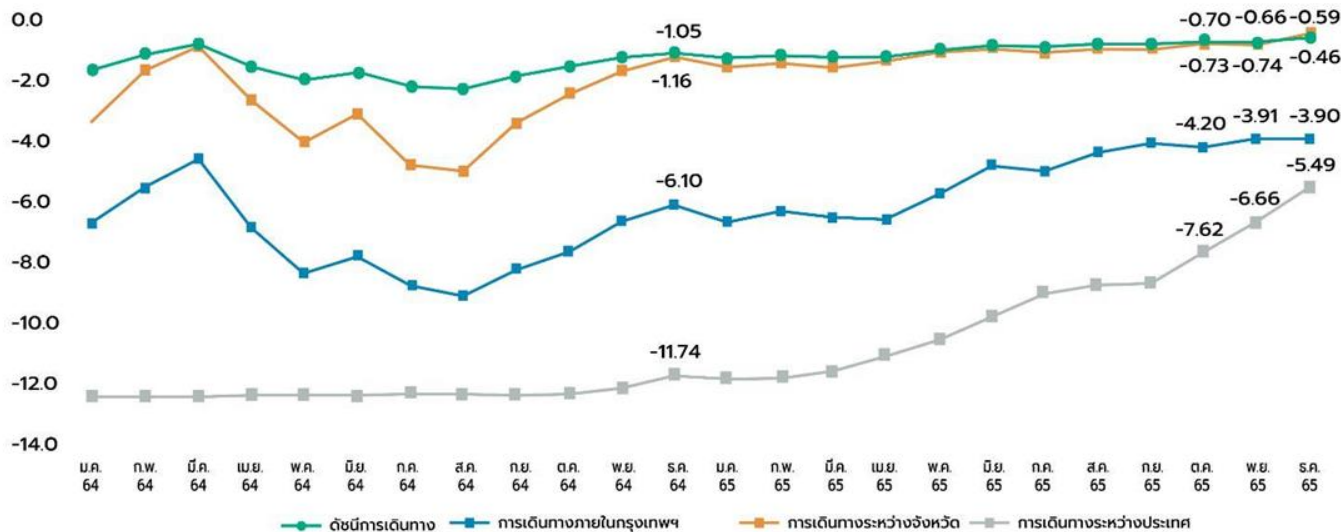


ที่มา:

- ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป รวมทุกรายการสินค้า ทั้งประเทศ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนธันวาคม 2565
- ดัชนีราคาผู้ผลิต รวมทุกรายการสินค้า ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนธันวาคม 2565
- ดัชนีการเดินทางบนโครงข่ายคมนาคม เป็นการคำนวณปริมาณการเคลื่อนที่ของประชากรจริงจากข้อมูลสำรวจของกระทรวงคมนาคมโดยนำเสนอในรูปแบบค่าดัชนีการเปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเวลาฐานในช่วงสถานการณ์ปกติก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 ในประเทศ (ช่วงเวลาค่าฐานคือเดือนมกราคม 2563)(สำรวจข้อมูลเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2565)

ดัชนีการเดินทางบนเครือข่ายคมนาคม โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง

หน่วย : ดัชนี

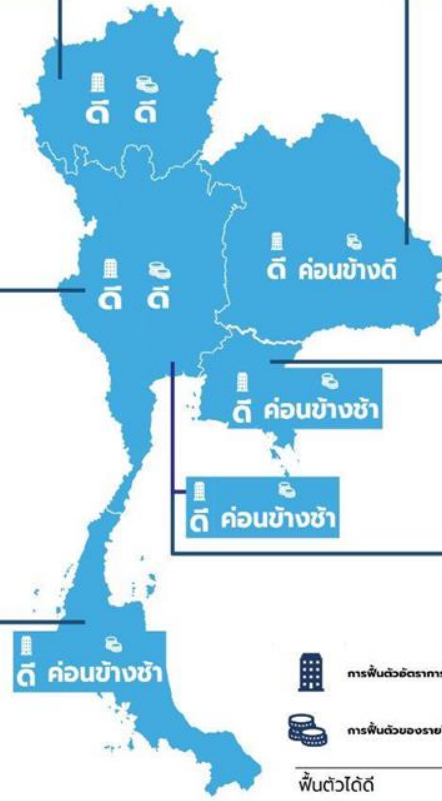
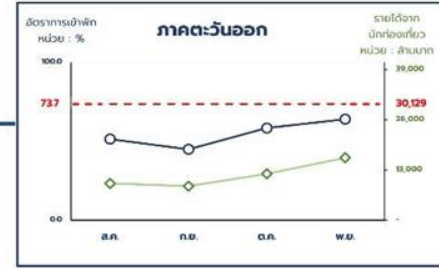
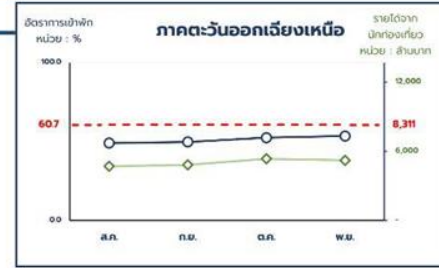
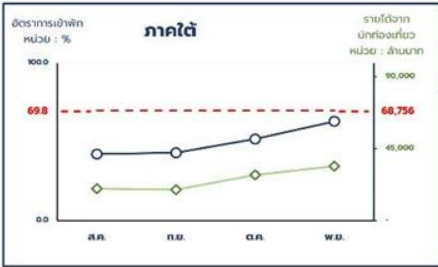
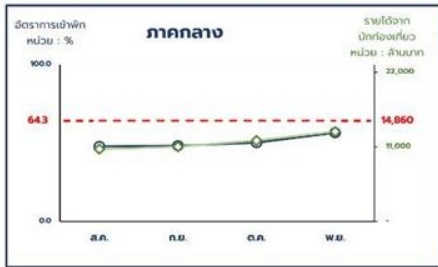


หมายเหตุ 1 ดัชนีการเดินทางบนโครงข่ายคมนาคม เป็นการคำนวณปริมาณการเคลื่อนที่ของประชากรจริงจากข้อมูลสำรวจของกระทรวงคมนาคม โดยแบ่งสัดส่วนการเดินทางเป็นการเดินทางภายในกรุงเทพฯ การเดินทางระหว่างจังหวัดในภูมิภาค และการเดินทางระหว่างประเทศ และแบ่งรูปแบบการเดินทางออกเป็น 4 ประเภท คือ ทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ โดยเปรียบเทียบในรูปแบบของค่าดัชนีการเปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเวลาฐานในช่วงสถานการณ์ปกติก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 ในประเทศ (ช่วงเวลาค่าฐานคือเดือนมกราคม 2563)

2 การเดินทางในแต่ละรูปแบบมีการบันทึกข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยการเดินทางภายในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลการเดินทางของรถยนต์ที่ส่วนบุคคลและสาธารณะ และการเดินทางระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นข้อมูลจำนวนคนที่เดินทางเข้าออกประเทศ ซึ่งการคำนวณค่าดัชนีมีการทวงน้ำหนักตามปริมาณการเดินทางในช่วงเวลาฐาน

3.สำรวจข้อมูลเมื่อวันที่ 5 มกราคม 2565

สถานการณ์การท่องเที่ยว แต่ละภูมิภาค ในเดือนพฤศจิกายน 65



การฟื้นตัวอัตราการเข้าพัก
 การฟื้นตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยว

พื้นที่ได้ดี	มากกว่า 80%
พื้นที่ค่อนข้างดี	60 - 80%
พื้นที่ค่อนข้างช้า	น้อยกว่า 60%

อัตราการเข้าพัก
 เส้นเฉลี่ย รายได้และอัตราการเข้าพัก ปี 2562
 รายได้จากผู้เยี่ยมเยือน

ที่มา : ข้อมูลอัตราการเข้าพักและรายได้จากผู้เยี่ยมเยือนโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่าง 2562 - พฤศจิกายน 2565

การฟื้นตัวของอัตราการเข้าพัก พ.ย. 2565 เทียบ พ.ย.2562 หน่วย : %

10 อันดับ เมืองหลัก
อัตราการฟื้นตัวอัตราเข้าพักสูงสุด

1) ระยอง	124%
2) ภูเก็ต	118%
3) ประจวบคีรีขันธ์	117%
4) เชียงใหม่	116%
5) ขอนแก่น	112%
6) พระนครศรีอยุธยา	106%
7) เพชรบุรี	105%
8) สระบุรี	100%
9) สุราษฎร์ธานี	99%
10) ชลบุรี	92%

10 อันดับ เมืองหลัก
อัตราการฟื้นตัวอัตราเข้าพักต่ำสุด

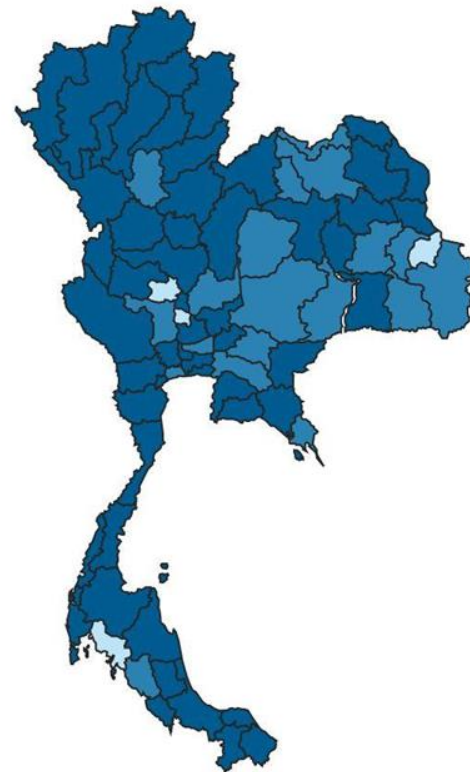
1) กระบี่	58%
2) สุนทรสาคร	66%
3) นครราชสีมา	71%
4) ฉะเชิงเทรา	73%
5) ปทุมธานี	80%
6) สงขลา	80%
7) สุนทรปราการ	82%
8) พังงา	83%
9) กาญจนบุรี	87%
10) นครปฐม	88%

10 อันดับ เมืองรอง
อัตราการฟื้นตัวอัตราเข้าพักสูงสุด

1) ยะลา	153%
2) พะเยา	152%
3) เชียงราย	151%
4) น่าน	140%
5) ลำพูน	136%
6) ตาก	128%
7) แพร่	128%
8) นครพนม	126%
9) ลำปาง	123%
10) มหาสารคาม	122%

10 อันดับ เมืองรอง
อัตราการฟื้นตัวอัตราเข้าพักต่ำสุด

1) อำนาจเจริญ	57%
2) อ่างทอง	59%
3) ชัยนาท	59%
4)หนองบัวลำภู	62%
5) ตราด	62%
6) ชัยภูมิ	62%
7) บุรีรัมย์	64%
8) สุพรรณบุรี	66%
9) อุตรดิตถ์	70%
10) ศรีสะเกษ	71%



*ประเมินจากอัตราการเข้าพัก ช่วงเดือน พฤศจิกายน 2565 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2562

การฟื้นตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยว พ.ย. 2565 เทียบ พ.ย.2562 หน่วย : %

10 อันดับ เมืองหลัก

อัตราการฟื้นตัวรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงสุด

1) นนทบุรี	97%
2) ฉะเชิงเทรา	87%
3) สมุทรปราการ	86%
4) กาญจนบุรี	79%
5) ประจวบคีรีขันธ์	68%
6) เพชรบุรี	67%
7) ปทุมธานี	60%
8) พระนครศรีอยุธยา	56%
9) สระบุรี	55%
10) เชียงใหม่	51%

10 อันดับ เมืองหลัก

อัตราการฟื้นตัวรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำสุด

1) พังงา	10%
2) กระบี่	12%
3) สมุทรสาคร	17%
4) ระยอง	21%
5) ชลบุรี	34%
6) สุราษฎร์ธานี	36%
7) สงขลา	37%
8) นครราชสีมา	37%
9) กรุงเทพมหานคร	43%
10) นครปฐม	49%

10 อันดับ เมืองรอง

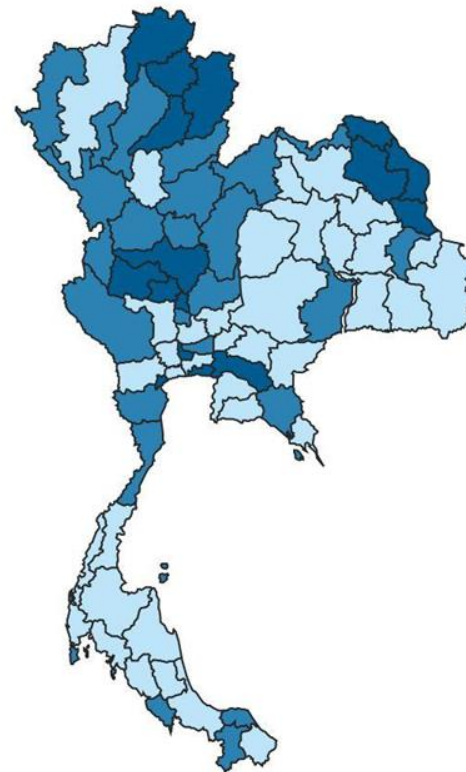
อัตราการฟื้นตัวรายได้จากนักท่องเที่ยวสูงสุด

1) นครพนม	151%
2) สมุทรสงคราม	149%
3) บำเพ็ญ	138%
4) แพร่	134%
5) นครสวรรค์	116%
6) สกลนคร	115%
7) เชียงราย	114%
8) พะเยา	113%
9) บึงกาฬ	93%
10) อุทัยธานี	84%

10 อันดับ เมืองรอง

อัตราการฟื้นตัวรายได้จากนักท่องเที่ยวต่ำสุด

1) พัทลุง	16%
2) อุบลราชธานี	32%
3) อำนาจเจริญ	34%
4) ระนอง	36%
5) สุรินทร์	39%
6) ตราชู	43%
7) สุโขทัย	44%
8) ร้อยเอ็ด	45%
9) ตราด	45%
10) นครศรีธรรมราช	45%



*ประเมินจากรายได้จากผู้เยี่ยมชมเยือน ช่วงเดือน พฤศจิกายน 2565 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2562

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภครายการสินค้าสำคัญ เดือน ธันวาคม 2565
หน่วย : %YoY

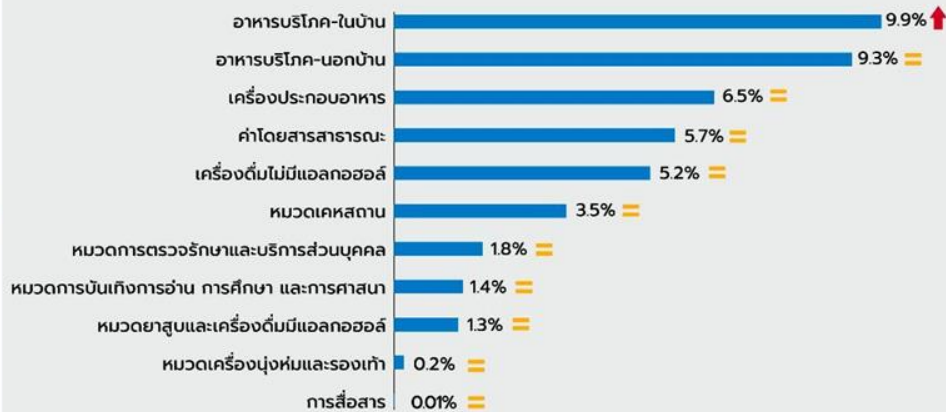
การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มพลังงาน



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มอาหารสด



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มที่ไม่ใช่อาหารสดและพลังงาน



↓ ดัชนีปรับตัวลดลง (ลดลงมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
= ดัชนีทรงตัว (เปลี่ยนแปลงไประหว่าง -0.3% ถึง +0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
↑ ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น (สูงขึ้นมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว



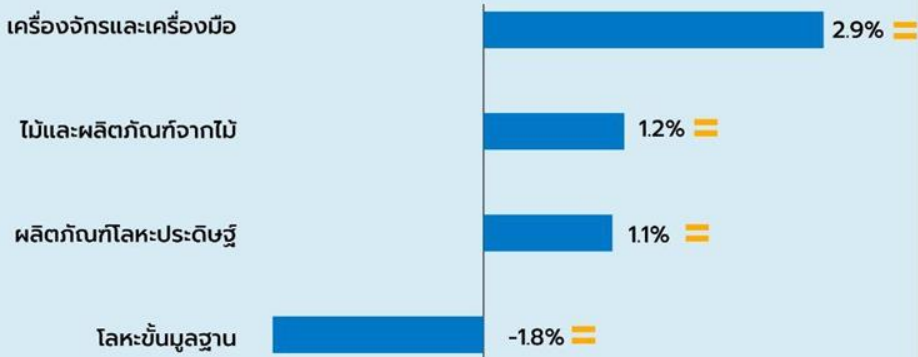
ที่มา : ดัชนีราคาผู้บริโภค,กระทรวงพาณิชย์

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิตรายการสินค้าสำคัญ เดือน ธันวาคม 2565
หน่วย : %YoY

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และวัสดุก่อสร้าง



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต อื่นๆ



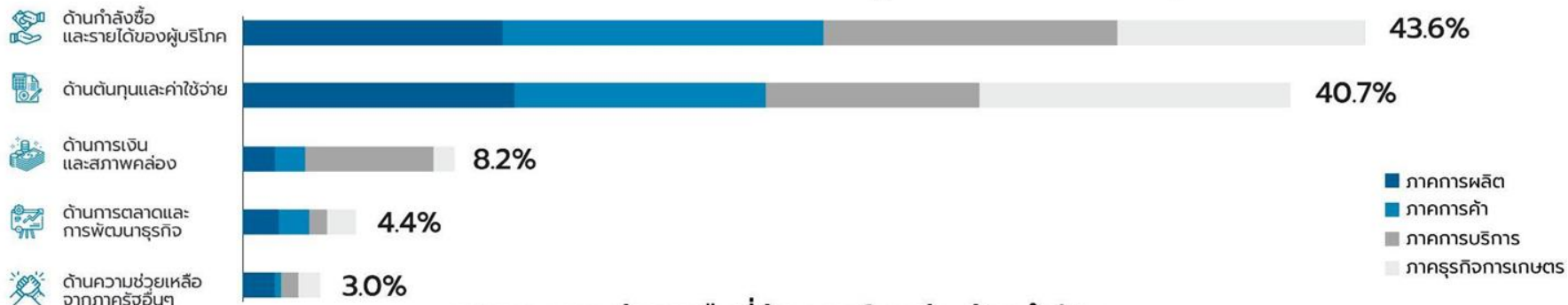
↓	ดัชนีปรับตัวลดลง (ลดลงมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
=	ดัชนีทรงตัว (เปลี่ยนแปลงระหว่าง -0.3% ถึง +0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
↑	ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น (สูงขึ้นมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว



ที่มา : ดัชนีราคาผู้ผลิต,กระทรวงพาณิชย์

MSME เกือบร้อยละ 45 ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือด้านกำลังซื้อ และรายได้ของผู้บริโภคมากที่สุด โดยเฉพาะการขยายโครงการกระตุ้นการใช้จ่ำรูปแบบต่างๆ ส่วนด้านต้นทุน และค่าใช้จ่าย MSME ต้องการให้ภาครัฐควบคุมราคาสินค้าบางประเภทที่ยังอยู่ในระดับที่สูง

ความช่วยเหลือที่ MSME ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด



รูปแบบความช่วยเหลือที่ต้องการในแต่ละด้านสำคัญ

ด้านกำลังซื้อ และรายได้ของผู้บริโภค

- ขยายโครงการเราชนะอีกครั้ง
- มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ
- ขยายและเพิ่มวงเงินโครงการคนละครึ่ง
- ส่งเสริมการสร้างรายได้และอาชีพให้กับแรงงาน

ด้านต้นทุน/ค่าใช้จ่าย

- ควบคุมราคาสินค้า และวัตถุดิบ
- ควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง
- ลดอัตราดอกเบี้ยค่าสาธารณูปโภค
- ลดหย่อนอัตราภาษี
- จัดหาแหล่งตลาดที่มีราคาถูกให้ธุรกิจ

ด้านการเงิน และสภาพคล่อง

- สินเชื่อสำหรับธุรกิจรายเล็ก เช่น ระยะเวลาชำระหนี้ ดอกเบี้ยต่ำ และปลอดหลักทรัพย์ค่าประกัน
- ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้
- มาตรการพักชำระหนี้
- ส่งเสริมความรู้ในการจัดการด้านการเงินธุรกิจ

ด้านอื่นๆ

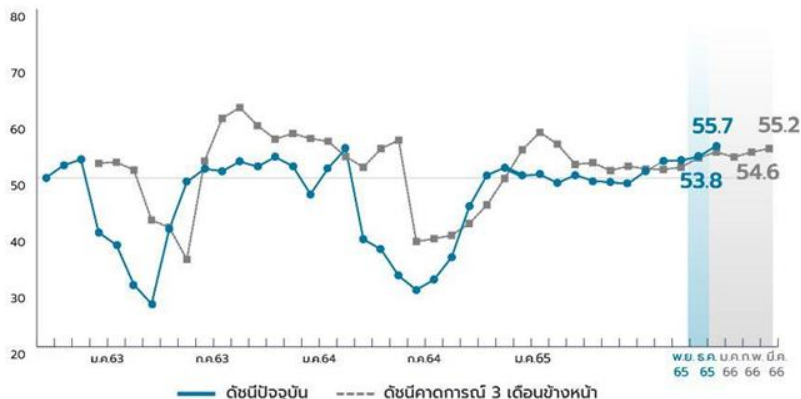
- ส่งเสริมความรู้ในการพัฒนา/ยกระดับธุรกิจ
- ส่งเสริมความรู้ในการทำตลาด
- ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์/โปรโมชั่นให้ธุรกิจรายเล็ก
- มาตรการช่วยเหลือธุรกิจแต่ละประเภทอย่างชัดเจน
- ควบคุมค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำให้ไปตามภาวะเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่น

ผู้ประกอบการ SME (SMESI)

เดือนธันวาคม 2565

*เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 17-31 ธันวาคม 2565 จากผู้ประกอบการ SME 2,888 ราย จาก 25 สาขาธุรกิจ ใน 6 ภูมิภาค



หมายเหตุ : ดัชนีความเชื่อมั่น SMEI ภาครัฐกิจ ปัจจุบัน

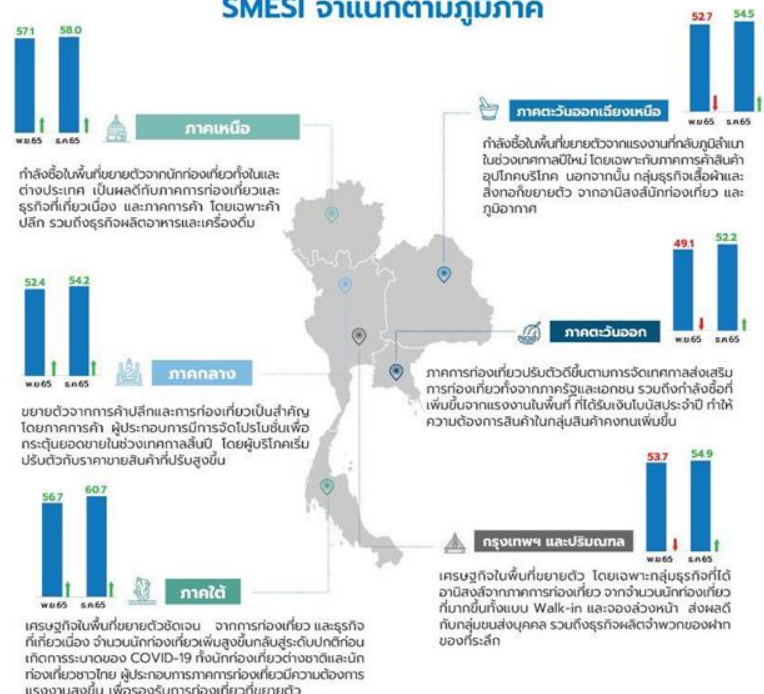
ดัชนีปัจจุบัน

ความเชื่อมั่นปัจจุบันเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับสถานการณ์ปกติ โดยเฉพาะกำลังซื้อจากการท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศ รวมถึงแรงงานในพื้นที่

ดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า

แนวโน้มดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวเพิ่มขึ้น จากการคาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยว และกำลังซื้อจะเพิ่ม ทำให้เศรษฐกิจจะกลับสู่ระดับปกติ โดยเฉพาะกับภาคการค้า และภาคบริการ

SMESI จำแนกตามภูมิภาค



กำลังซื้อในพื้นที่ขยายตัวจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ เป็นผลดีกับภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และภาคการค้า โดยเฉพาะค้าปลีก รวมทั้งธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

กำลังซื้อในพื้นที่ขยายตัวจากแรงงานที่สัญจรกลับเข้ามาในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยเฉพาะกับภาคการค้าปลีกค้าปลีกและร้านอาหาร นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจเสื้อผ้าและสิ่งทอขยายตัว จากอานิสงส์นักท่องเที่ยวและภูมิภาค

ภาคการท่องเที่ยวปรับตัวขึ้นตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจท่องเที่ยวจากการรัฐและเอกชน รวมถึงกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นจากแรงงานพื้นที่ที่ได้รับเงินโบนัสประจำปี ทำให้ความต้องการสินค้าในกลุ่มสินค้าคงทนเพิ่มขึ้น

ขยายตัวจากการค้าปลีกและการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยภาคการค้า ผู้ประกอบการมีการจัดโปรโมชั่นเพื่อกระตุ้นยอดขายในช่วงเทศกาลสิ้นปี โดยผู้บริโภคเริ่มปรับตัวที่ราคาสินค้าที่ปรับสูงขึ้น

เศรษฐกิจในพื้นที่ขยายตัว โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว วารจำนวนมากท่องเที่ยวที่มากขึ้นที่แบบ Walk-in และจองล่วงหน้า ส่งผลดีกับกลุ่มขนส่งบุคคล รวมทั้งธุรกิจผลิตอาหารของฝากของที่ระลึก

เศรษฐกิจในพื้นที่ขยายตัวชัดเจน จากการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นกลับสู่ระดับปกติก่อนเกิดกรณีของ COVID-19 กิจกรรมท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย ผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยวมีความต้องการแรงงานเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่ขยายตัว



ดัชนี SMESI มีค่าสูงสุดเท่ากับ 100 สมมติฐานเท่ากับ 50
 ดัชนี > 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "ดี" จากเดือนก่อนหน้า
 ดัชนี = 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "พอ" จากเดือนก่อนหน้า
 ดัชนี < 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "เลว" จากเดือนก่อนหน้า