



**ดัชนีความเชื่อมั่น
ผู้ประกอบการ SME**

ประจำเดือน กันยายน 2564

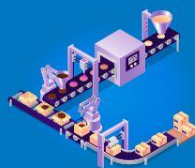
สัดส่วนการเก็บข้อมูล



ผู้ประกอบการ SME
จำนวน 2,607 ราย

20 สาขาธุรกิจ

ช่วงเวลาที่เก็บ
15-22 กันยายน 2564



ภาคการผลิต
690 ราย 26.5%



ภาคการค้า
823 ราย 31.5%



ภาคการบริการ
1,094 ราย 42.0%



รายย่อย (Micro)
2,203 ราย 84.6%



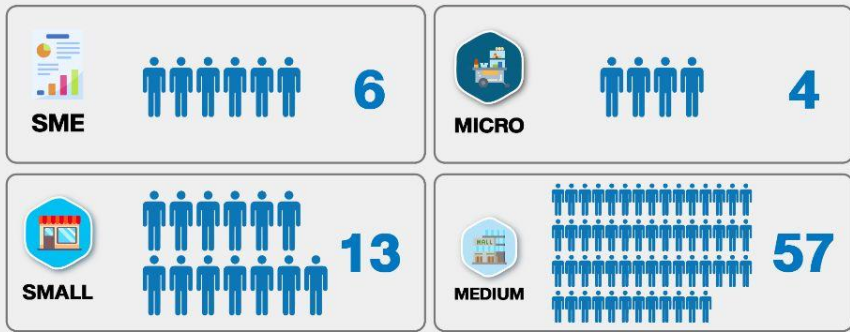
ขนาดเล็ก (Small)
357 ราย 13.7%



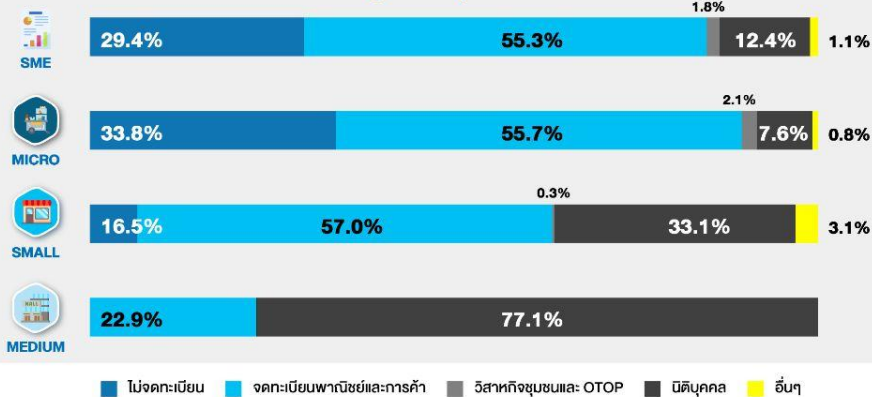
ขนาดกลาง (Medium)
48 ราย 1.8%

กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ SME

จำนวนแรงงานเฉลี่ย



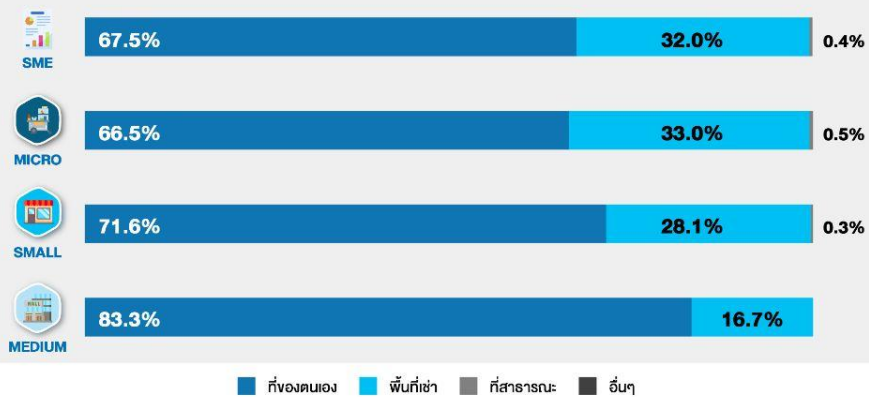
รูปแบบธุรกิจ



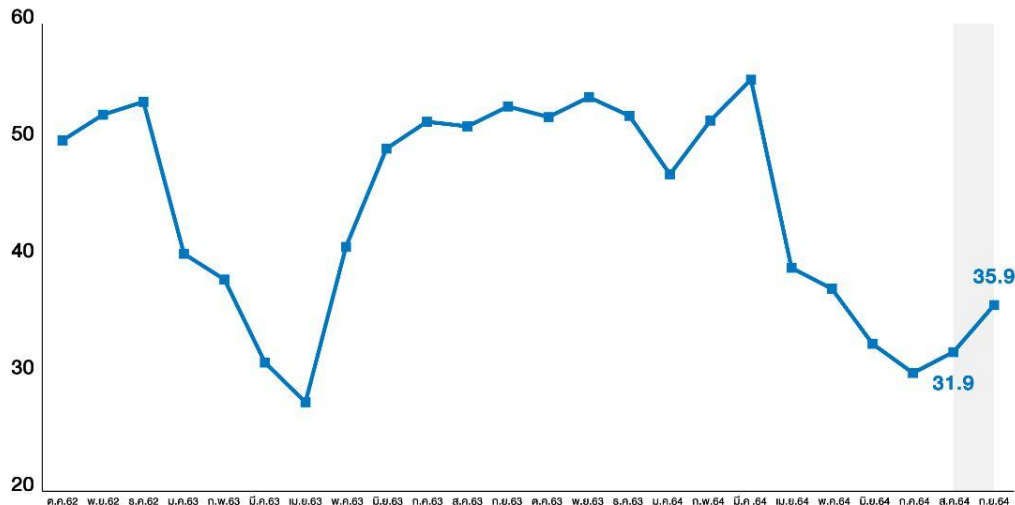
สัดส่วนการส่งออก



สถานที่ตั้งกิจการ

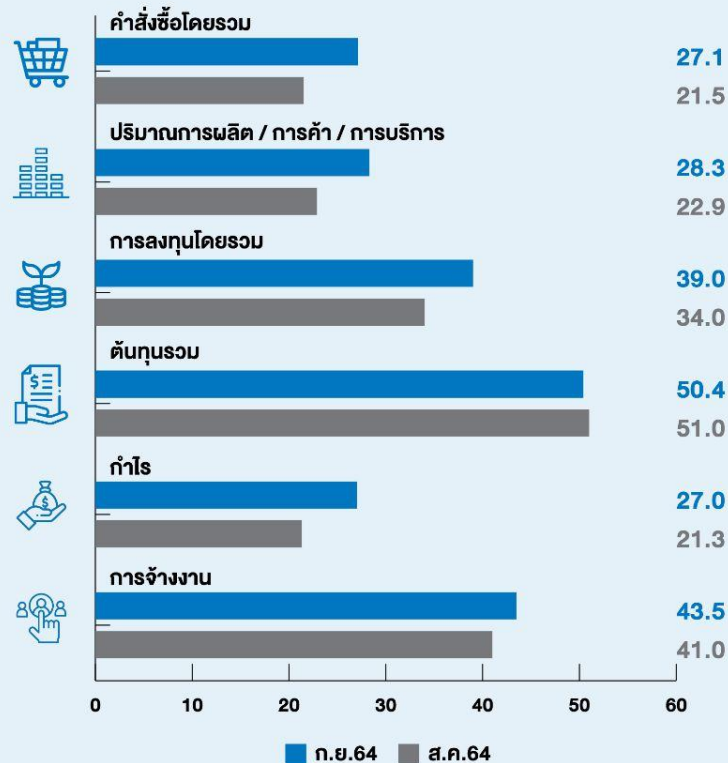


ดัชนีความเชื่อมั่นปัจจุบัน SME ประเทศไทย



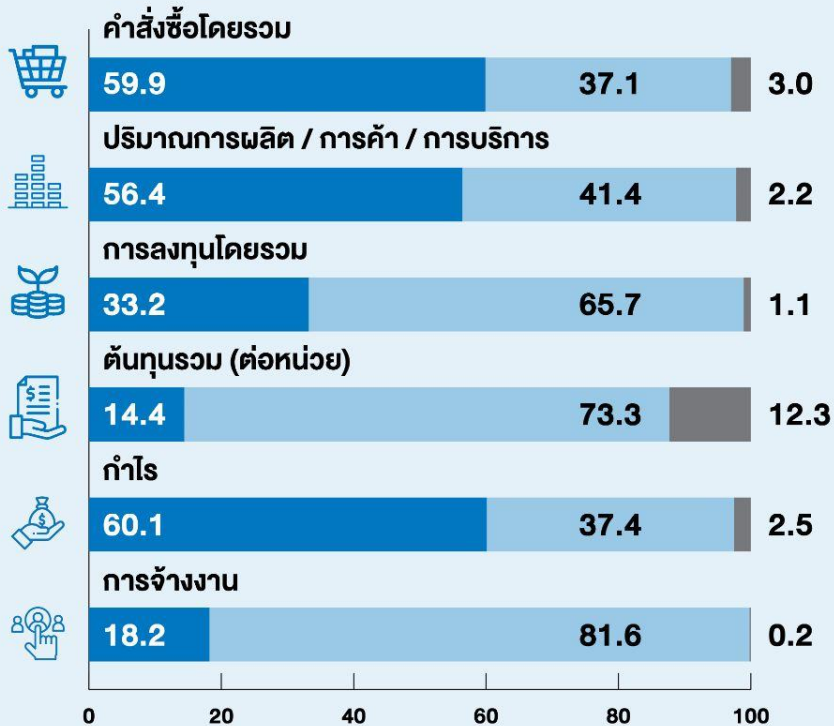
จากสถานการณ์ผู้ติดเชื้อ/เสียชีวิตและจำนวนผู้ที่ได้รับวัคซีนดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีการผ่อนคลายมาตรการให้ธุรกิจเปิดดำเนินการได้มากขึ้น ประชาชนมีความมั่นใจและมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากขึ้น

ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบัน รวมภาคธุรกิจรวมประเทศ

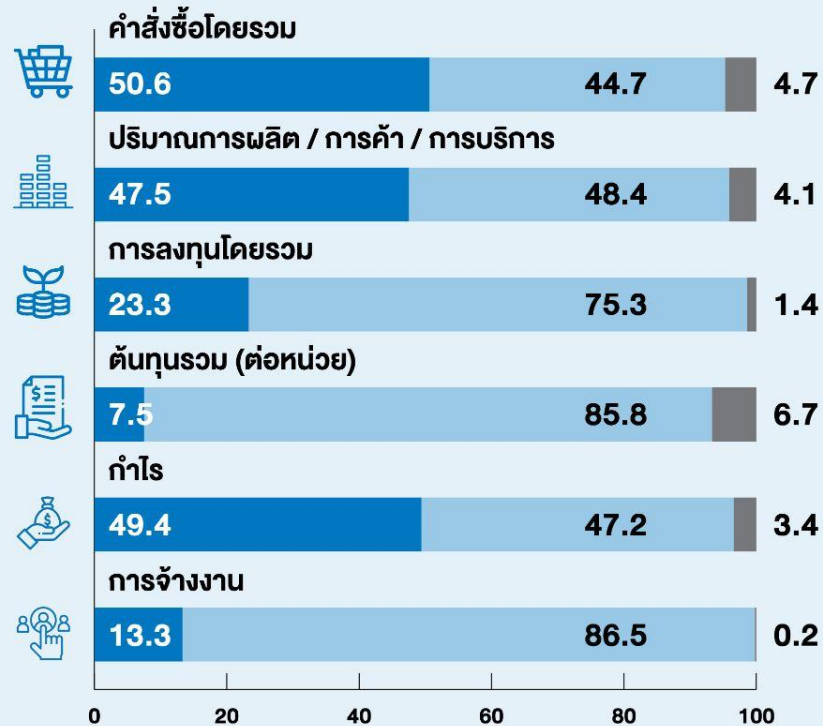


สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

ปัจจุบัน เดือนสิงหาคม 64

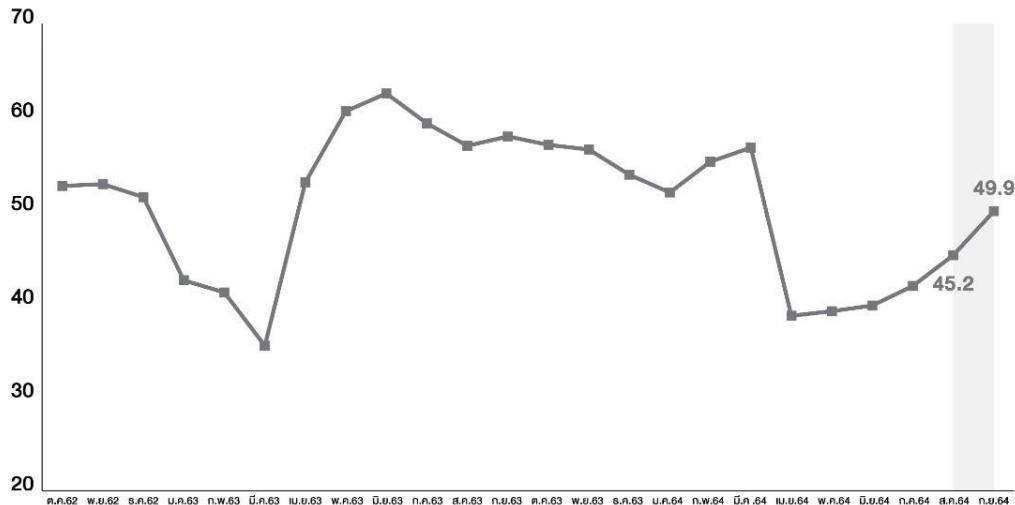


ปัจจุบัน เดือนกันยายน 64



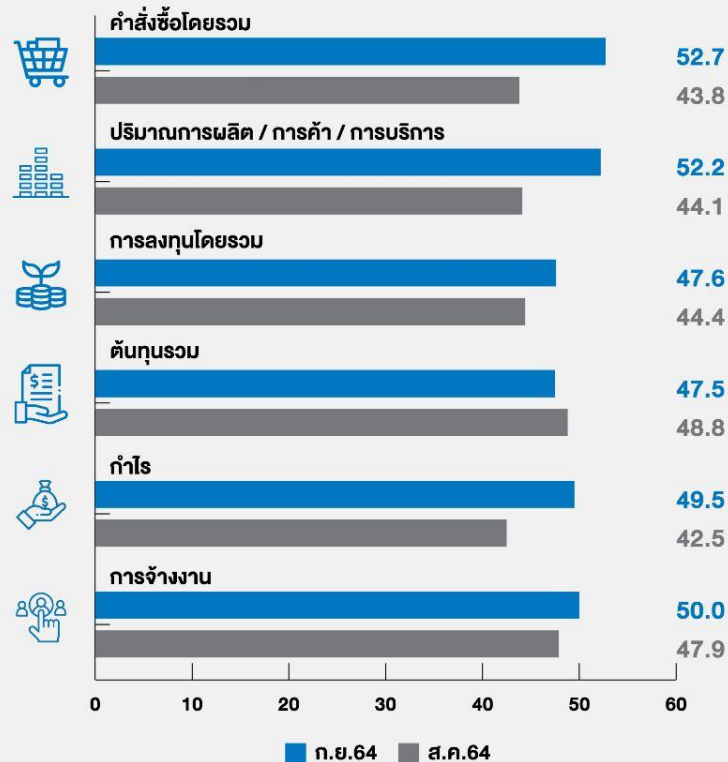
■ ลดลง ■ เท่าเดิม ■ เพิ่มขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการณ SME ประเทศ



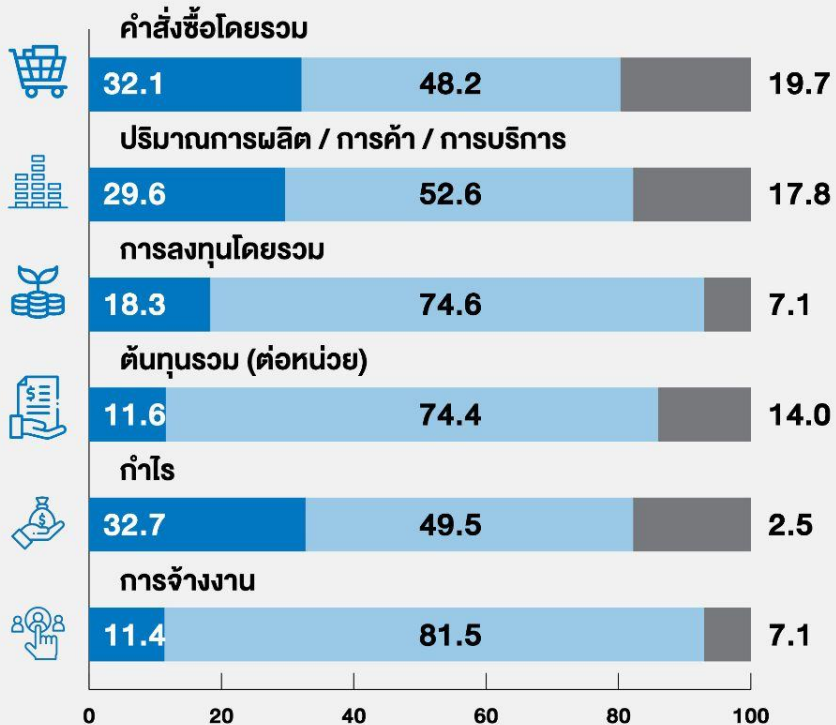
จากแนวโน้มสถานการณ์วิกฤตโควิด-19 ที่คลี่คลายและมีการผลักดันมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวนในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 3 ที่จะส่งผลการออกมาจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคมากขึ้นในช่วงสิ้นปี และผู้ประกอบการเริ่มปรับตัวทางธุรกิจโดยเน้นกลุ่มลูกค้าในประเทศมากขึ้น และรอความชัดเจนจากภาครัฐในการเปิดรับลูกค้า/นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในอนาคต

ดัชนีองค์ประกอบภาคการณ รวมภาคธุรกิจรวมประเทศ

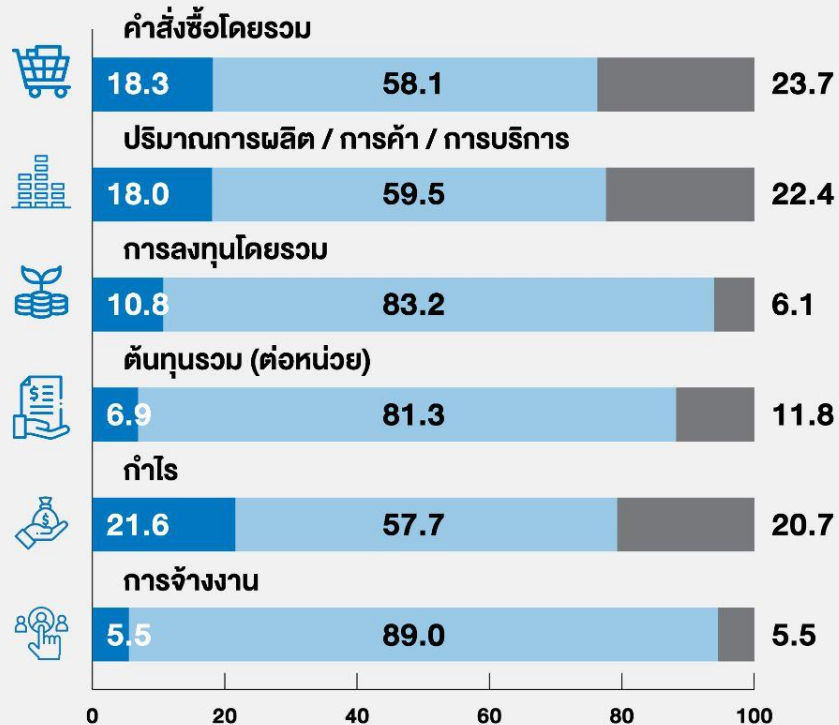


สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

คาดการณ์ เดือนสิงหาคม 64



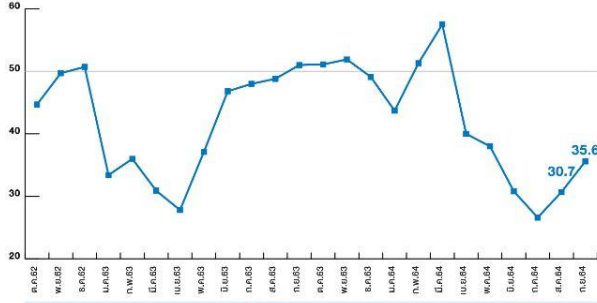
คาดการณ์ เดือนกันยายน 64



■ ลดลง ■ เท่าเดิม ■ เพิ่มขึ้น

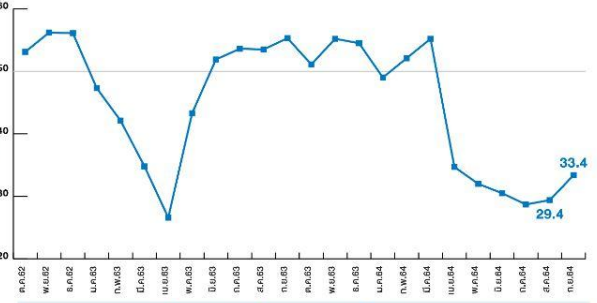
ดัชนีความเชื่อมั่นปัจจุบัน SME จำแนกตามภูมิภาค

กรุงเทพฯ และปริมณฑล



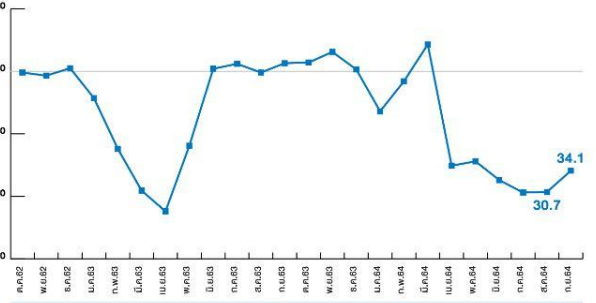
จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรคเป็นสำคัญ และดัชนี SMESI ภาคบริการ ปรับตัวเพิ่มขึ้นชัดเจน จากการเปิดให้บริการของสายการบิน และบริษัทขนส่งสาธารณะ ทำให้ผู้คนสามารถเดินทางเข้าไปในพื้นที่ได้มากขึ้น ส่งผลให้คำสั่งซื้อปรับตัวเพิ่มขึ้นในเกือบทุกสาขาธุรกิจ โดยเฉพาะสาขาธุรกิจที่พัก/โรงแรม และสาขาจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภค

ภาคกลาง



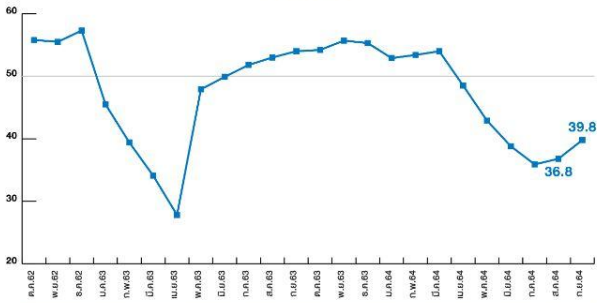
ภาพรวมธุรกิจปรับตัวดีขึ้น ด้านการฟื้นตัวของภาคการออกมาทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจของประชาชน รวมไปถึงการเปิดดำเนินธุรกิจของพื้นที่ที่สีแดงขึ้นได้มากขึ้น โดยเฉพาะด้านการขนส่ง (ไม่ประจำทาง) และบริการเสริมความงาม

ภาคตะวันออก



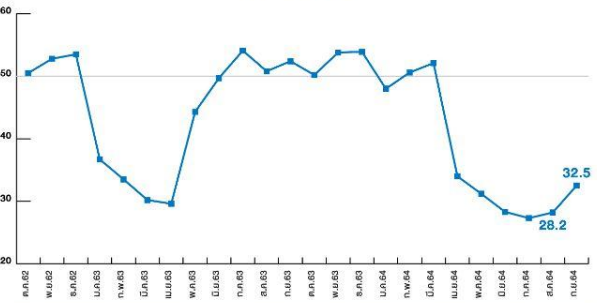
จากการขยายตัวของธุรกิจภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น พัทยา ภูเก็ตเลือกไปพักผ่อนในช่วงวันหยุด ส่วนภาคการผลิตปรับตัวขึ้นตามอุปสงค์ในประเทศ โดยเฉพาะการผลิตอาหารและเครื่องดื่มที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นชัดเจน

ภาคใต้



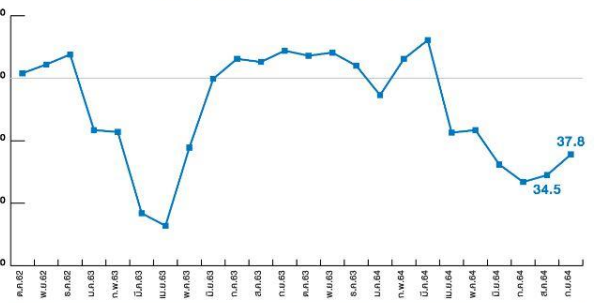
จากการขยายตัวของกลุ่มบริการ เช่น บริการเสริมความงามที่พักรีสอร์ท รวมถึงร้านอาหารที่สามารถกลับมาได้หนึ่งกับในร้านได้ อีกทั้ง ประชาชนออกนอกเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายน้อยเพิ่มขึ้นในช่วงวันหยุดอย่างริบหรี่ตามคำสั่งซื้อในภาคการเกษตรปรับตัวลดลงจากปัจจัยฤดูกาลที่ส่งผลให้ราคายางพาราปรับตัวลงและการหมดฤดูการผลผลิตมังงาย่าง เช่น เงาะ และมันคุด

ภาคเหนือ



จากการการท่องเที่ยวขยายตัว ตามคำสั่งซื้อของนักท่องเที่ยวในประเทศ โดยเป็นการเดินทางแบบกลุ่มขนาดเล็ก และใช้รถยนต์ส่วนตัว และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำให้ยอดจองห้องพักในเขตเมืองเริ่มฟื้นขึ้น และส่งผลดีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องในภูมิภาค โดยเฉพาะสินค้าพื้นเมือง ของฝาก และของที่ระลึก อย่างไรก็ตามปัญหาอุทกภัยที่กัดเซาะในพื้นที่ที่มีแนวโน้มส่งผลต่อการฟื้นตัวของภาคธุรกิจได้ในอนาคต

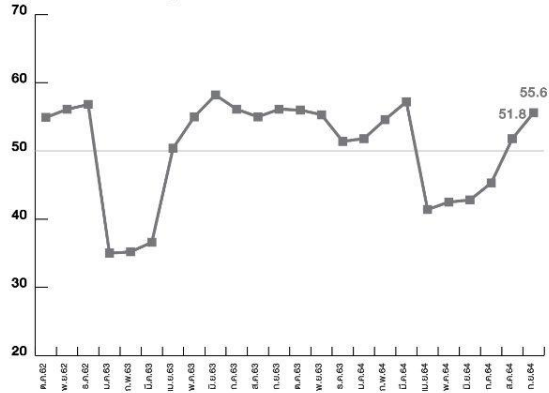
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



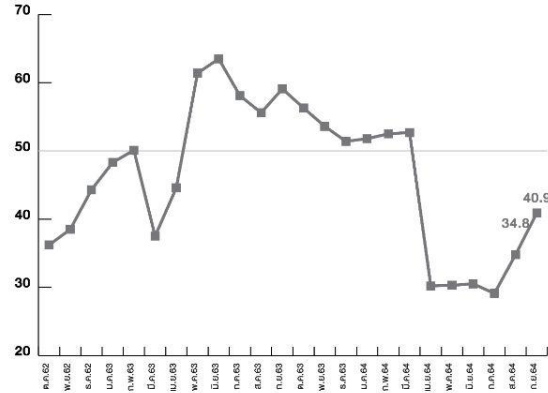
ธุรกิจภาพรวมยังมีการขยายตัวต่อเนื่องจากการใช้จ่ายที่มากขึ้นโดยเฉพาะในหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค อย่างไรก็ตามผลกระทบจากปัญหาอุทกภัยในบางพื้นที่ของภูมิภาค ส่งผลกระทบต่อความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร และรายได้ของเกษตรกรในพื้นที่ค่อนข้างมาก ซึ่งอาจมีผลต่อคำสั่งซื้อได้ในอนาคต

ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการฯ SME จำแนกตามภูมิภาค

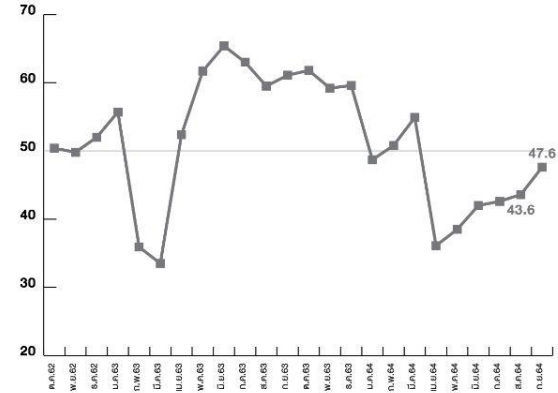
กรุงเทพฯ และปริมณฑล



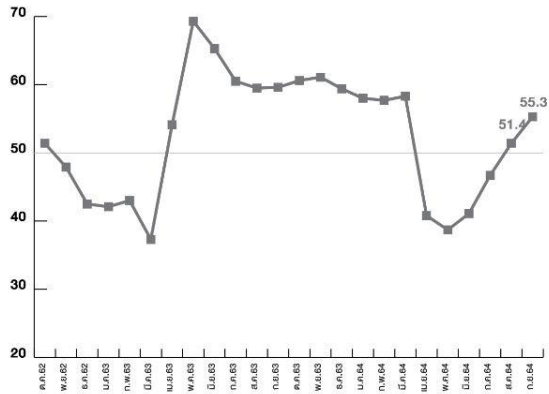
ภาคกลาง



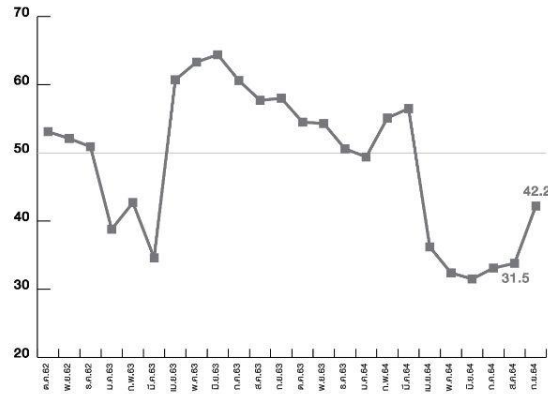
ภาคตะวันออก



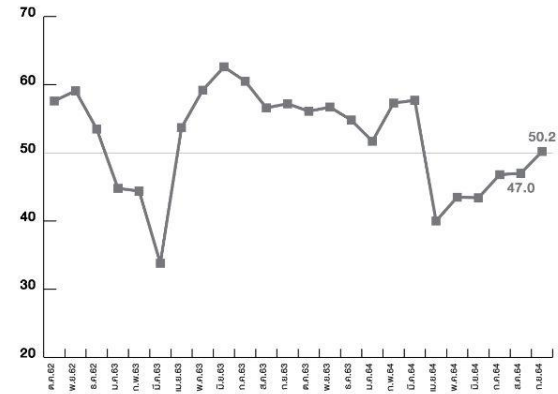
ภาคใต้



ภาคเหนือ

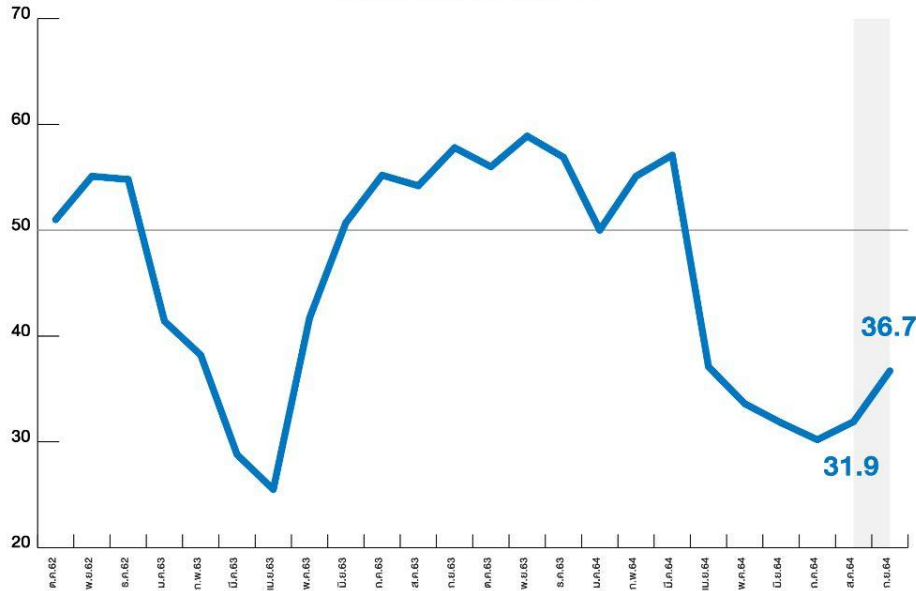


ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาคการผลิตอาหาร

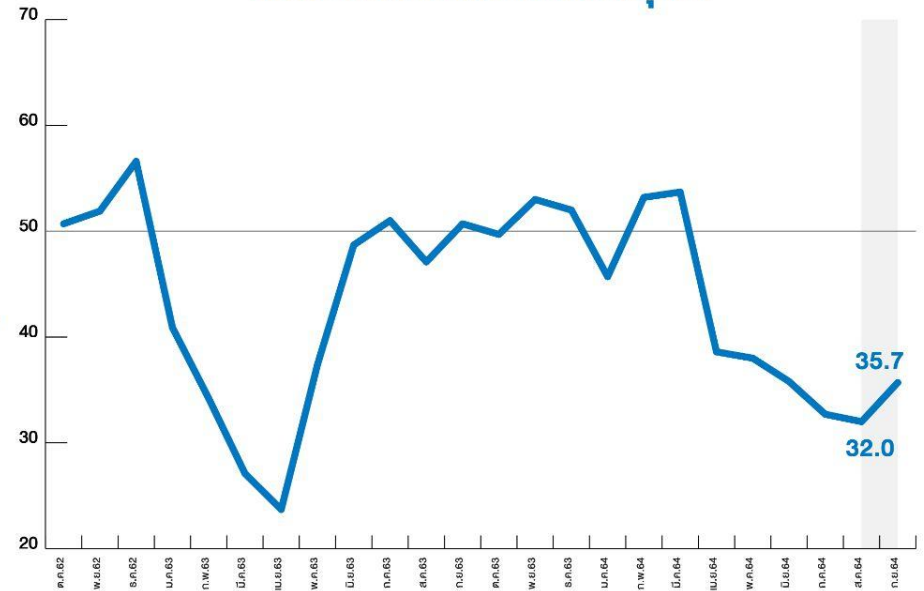
ดัชนี SMESI อาหาร



กลุ่มธุรกิจผลิตอาหารปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เป็นผลมาจากยอดคำสั่งซื้อของธุรกิจลูกค้า โดยเฉพาะกลุ่มร้านอาหาร และโรงแรม/ที่พัก รวมไปถึงความต้องการสินค้าของผู้บริโภคทั่วไปที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้องค์ประกอบการลงทุนก็ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าที่บ่งชี้การเตรียมความพร้อมสำหรับการฟื้นตัวทางธุรกิจของผู้ประกอบการ อย่างไรก็ตามองค์ประกอบด้านต้นทุน โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบกลับมีแนวโน้มแย่ลง

ภาคการผลิตเสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม

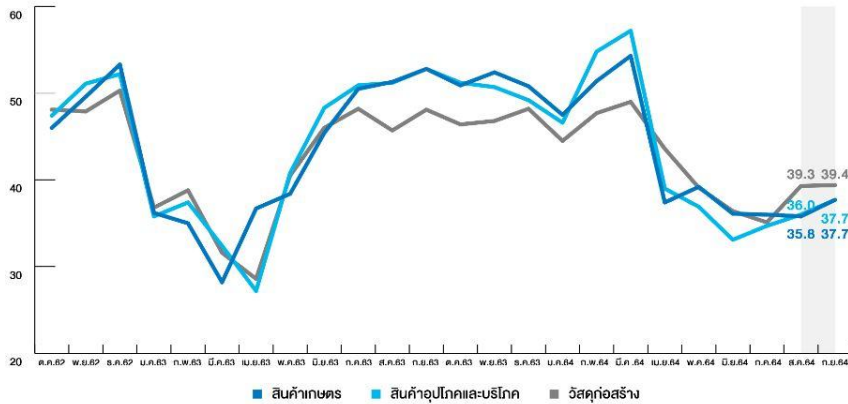
ดัชนี SMESI เสื้อผ้าและเครื่องนุ่งห่ม



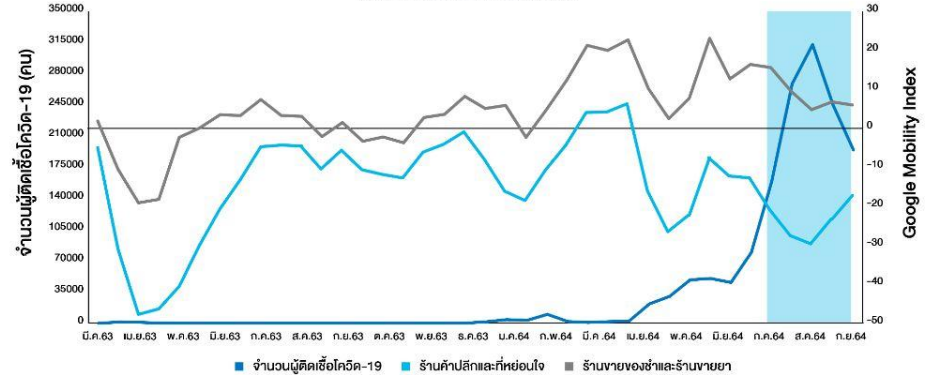
การผลิตเสื้อผ้า และเครื่องนุ่งห่มปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าจากยอดคำสั่งซื้อ และการผลิต เพราะประชาชนเริ่มออกมาทำกิจกรรมทางสังคมมากขึ้น มีแนวโน้มความต้องการเสื้อผ้าแต่งตัวเพิ่มขึ้น ทำให้มีการผลิตและสต็อกสินค้าเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามในกลุ่มเสื้อผ้าพื้นเมืองหรือเสื้อผ้า OTOP ยังคงชะลอตัว เนื่องจากขาดคำสั่งซื้อสำคัญจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการจัดงานแสดงสินค้าที่ยังไม่ฟื้นตัว

ภาคการค้า

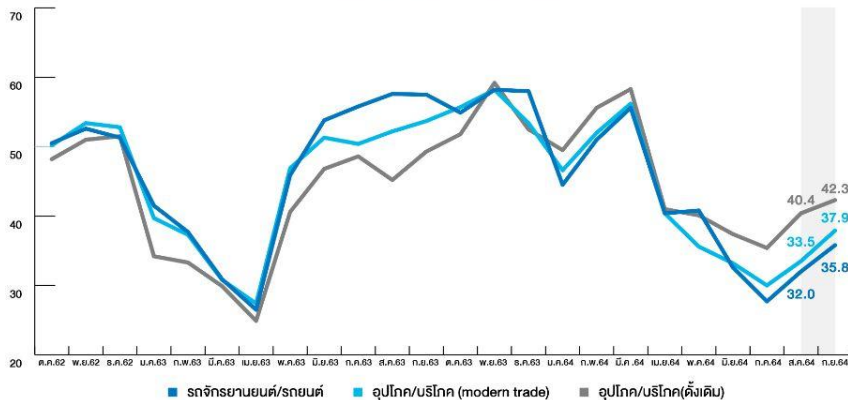
ดัชนี SMESI การค้าส่ง



จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ (ราย 15 วัน) และ Google Mobility Index ที่เกี่ยวข้องกับด้านการค้า



ดัชนี SMESI การค้าปลีก



ที่มา : จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และ Google Mobility Index ณ 27 ก.ย. 2564

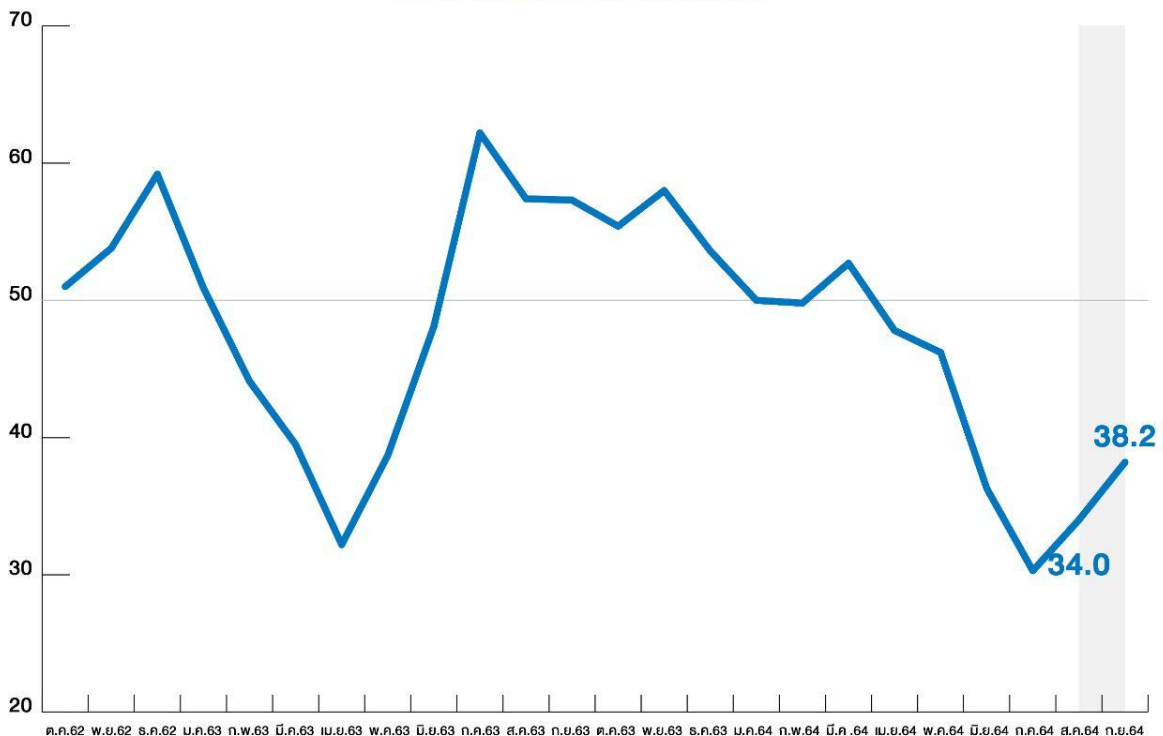
หมายเหตุ : จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ ราย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 21 ก.ย. 2564

Google Mobility Index เฉลี่ย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 21 ก.ย. 2564

- กิจกรรมทางเศรษฐกิจปรับตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อการออกมาจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้น (ข้อมูล CCI กระทรวงพาณิชย์ เดือน ส.ค. 64) ส่งผลต่อความต้องการสินค้าอุปโภคบริโภคเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับตัวเลขล่าสุดการเดินทางของผู้คน Google mobility index ที่เดินทางไปยังกลุ่มประเภทธุรกิจดังกล่าวเพิ่มขึ้น
- มีการขยายตัวจากธุรกิจการซ่อมแซม และบำรุงยานพาหนะ: เพราะมีแนวโน้มการเดินทางและการใช้ยานพาหนะเพิ่มขึ้นจากการผ่อนปรนข้อจำกัดในการเดินทาง
- กลุ่มสินค้าเกษตรปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนหน้า เป็นผลมาจากความต้องการสินค้าในภาคการผลิตที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับราคาสินค้าเกษตรบางชนิดสูงขึ้น เช่น ป่าส่มน้ำมัน ส่งผลต่อรายได้เกษตรกร อย่างไรก็ตามปัญหาอุทกภัยโดยเฉพาะในเขตภาคกลาง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่งผลกระทบต่อความเสียหายของผลผลิตทางการเกษตร และรายได้ของเกษตรกรในพื้นที่ค่อนข้างมาก ซึ่งอาจมีผลต่อกำลังซื้อได้ในอนาคต

ภาคการขนส่งสินค้า

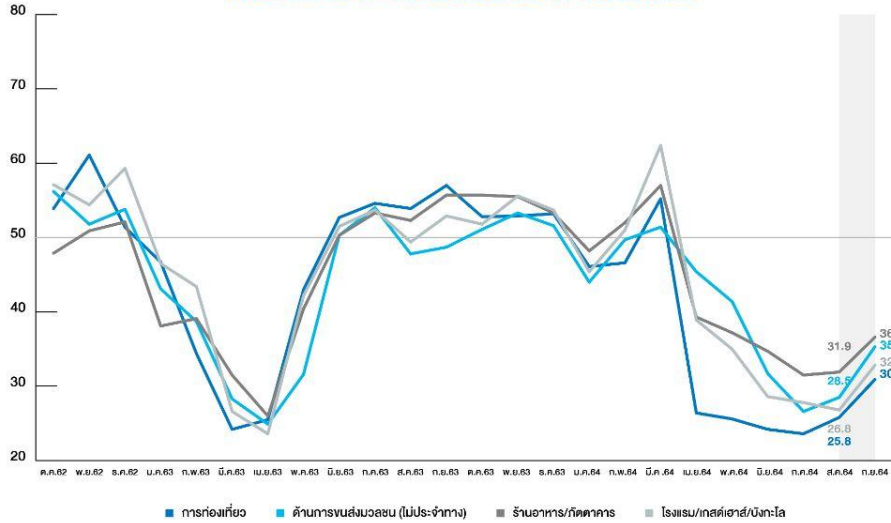
ดัชนี SMESI การขนส่งสินค้า



จากการกลับมาเปิดตัวของธุรกิจหลายสาขา รวมถึงตลาด และศูนย์การค้า ส่งผลให้มีความต้องการสินค้าเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มร้านอาหาร และผลิตอาหาร ที่ต้องการวัตถุดิบ ในการผลิต ทำให้มีการใช้บริการขนส่งสินค้าเพิ่มขึ้น รวมถึงผู้ประกอบการยังไม่มั่นใจต่อสถานการณ์การค้าในอนาคด ทำให้เสี่ยงการสต็อกสินค้า และเพิ่มความถี่ในการจัดส่งสินค้า ยิ่งส่งผลต่อการให้ธุรกิจขนส่งสินค้ามากขึ้น รวมถึงมีการเพิ่มจำนวนของการจ้างงานในธุรกิจขนส่งสินค้า

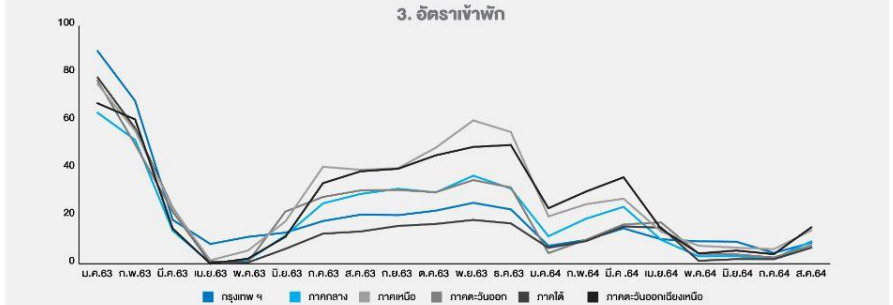
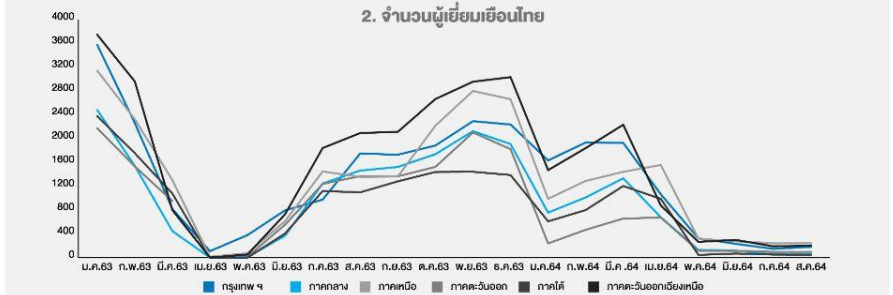
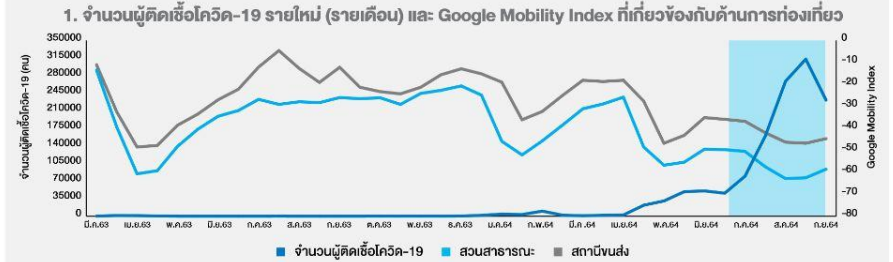
ภาคการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง

ดัชนี SMESI การท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง



• จากการเริ่มเปิดให้บริการของสายทางการบิน และบริษัทขนส่งสาธารณะ ทำให้มีการเดินทางของผู้คนเพิ่มมากขึ้น ส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากค่าบริการขนส่งมวลชนไม่ประจำทาง และโรงแรมที่พัก อีกทั้งจากการจัดโปรโมชั่น และการลดราคา รวมถึงมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ส่งผลให้มียอดจองห้องพักล่วงหน้าเพิ่มมากขึ้น

• ธุรกิจร้านอาหารปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนหน้าอย่างเห็นได้ชัด เป็นผลมาจากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมโรค ให้สามารถปิดนั่งรับประทานอาหารได้ ประกอบกับความต้องการออกนอกบ้านของผู้คน ส่งผลให้ธุรกิจมียอดขายจากหน้าร้านเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามจากข้อจำกัดในการให้บริการ ทำให้รายได้ของกิจการปรับตัวเพิ่มขึ้นได้ไม่มากเท่าที่ควร เช่น สามารถเปิดร้านได้ถึง 20.00 น. การเว้นระยะห่าง ทางงดขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ในร้าน



ที่มา : 1) จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และข้อมูล Google Mobility Index ณ 27 ก.ย. 2564

2), 3) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ ราย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 21 ก.ย. 2564

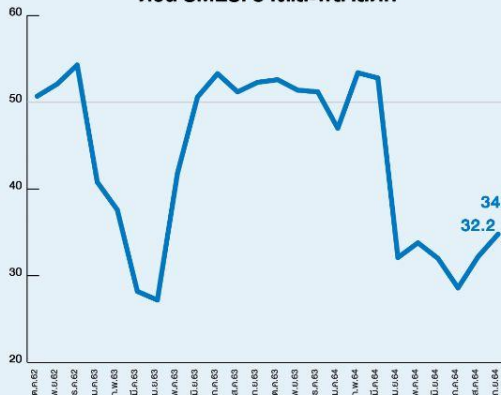
Google Mobility Index เฉลี่ย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 21 ก.ย. 2564

กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

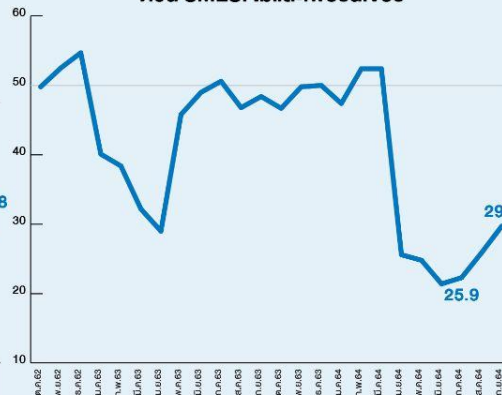


ภาคการผลิต

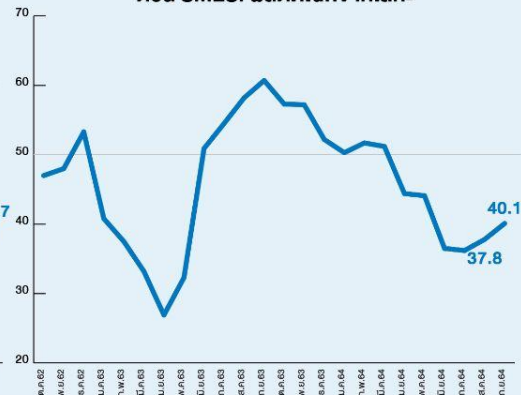
ดัชนี SMESI ยางและพลาสติก



ดัชนี SMESI ไม้และเฟอร์นิเจอร์

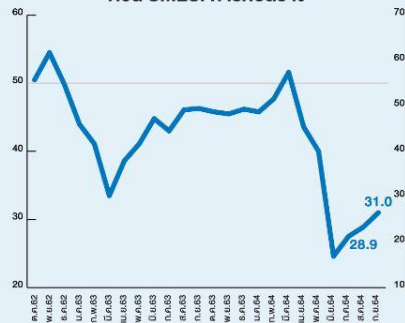


ดัชนี SMESI ผลิตภัณฑ์จากโลหะ

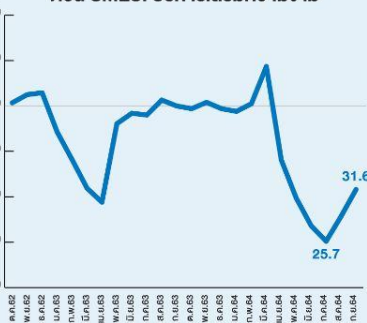


ภาคการบริการ

ดัชนี SMESI การก่อสร้าง



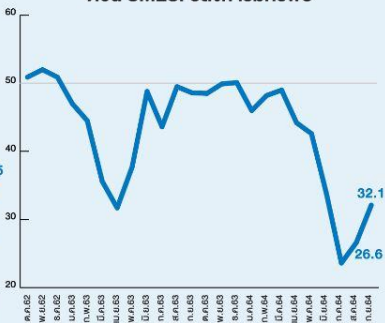
ดัชนี SMESI บริการเสริมความงาม



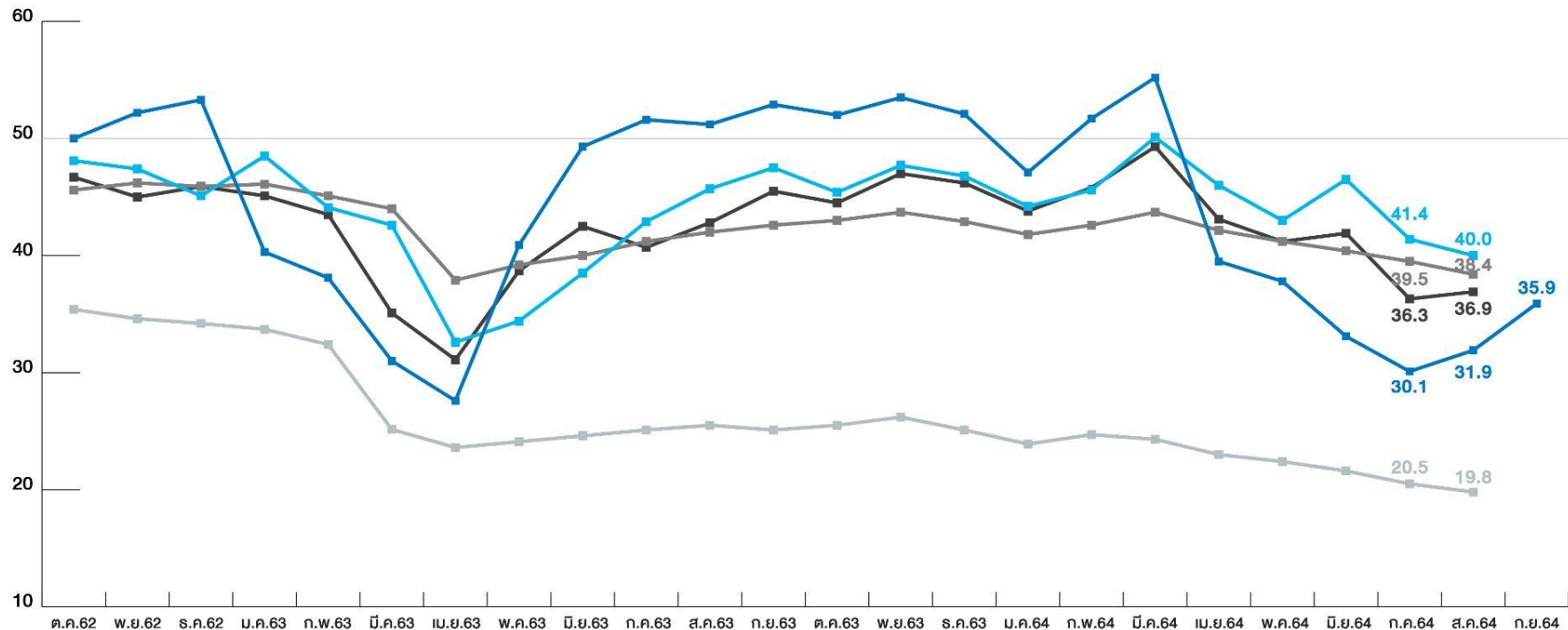
ดัชนี SMESI สันทนาการ/วัฒนธรรม/กีฬา



ดัชนี SMESI อสังหาริมทรัพย์



การเปรียบเทียบดัชนีความเชื่อมั่น SMESI และดัชนีอื่นๆ



หมายเหตุ :

- 1) ดัชนี TISI และ CCI ม.หอการค้าฯ ถูกปรับเป็นค่าฐาน 50
- 2) ทุกดัชนีเป็นค่า sentiment (ความคิดเห็น/ความเชื่อมั่น) เหมือนกัน แต่วิธีการเก็บและคำนวณ / องค์ประกอบดัชนี / กลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างกัน
- 3) SMESI เน้นที่กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และคำนวณเชิงเปรียบเทียบ (Comparative) จากเดือนก่อนหน้า

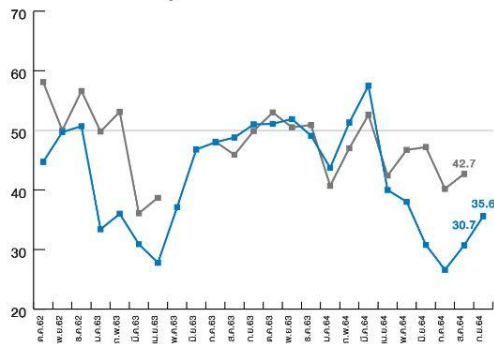
■ ดัชนีความเชื่อมั่น SME (SMESI)
■ ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจ (BSI)

■ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการ กระทรวงพาณิชย์

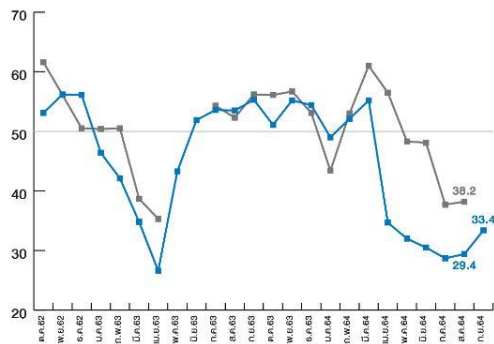
■ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (TISI)
■ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้าฯ

การเปรียบเทียบดัชนี RSI และ SMESI

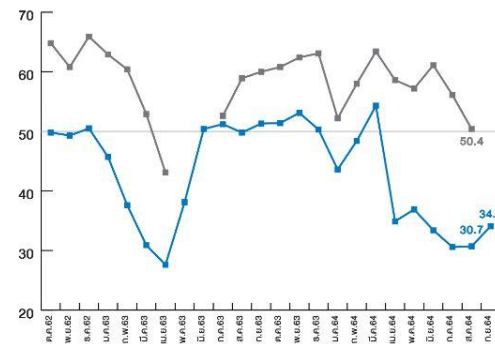
กรุงเทพฯ และปริมณฑล



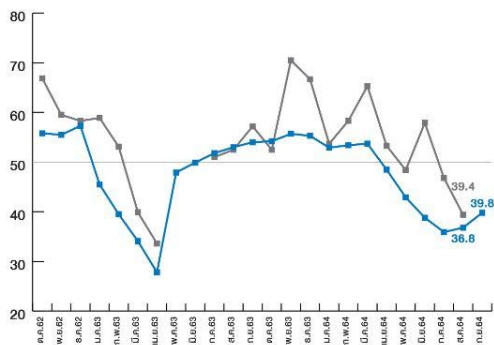
ภาคกลาง



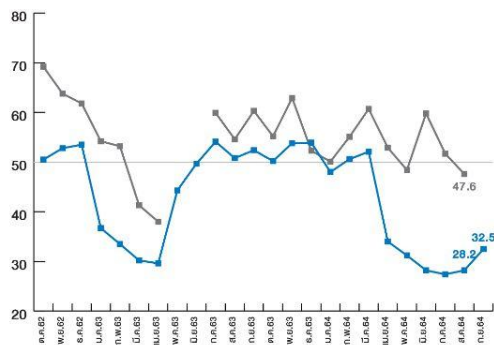
ภาคตะวันออก



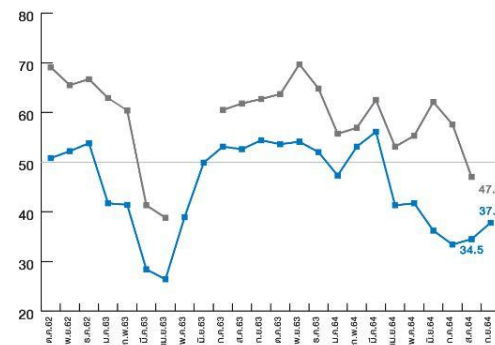
ภาคใต้



ภาคเหนือ



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



*หมายเหตุ : ไม่สามารถรวบรวมข้อมูลดัชนี RSI เดือน พ.ค. - มิ.ย.63 ได้

■ ดัชนีความเชื่อมั่น SME (SMESI) ■ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคเศรษฐกิจภูมิภาค (RSI)

ข้อมูลเพิ่มเติม

1

Facebook Movement Range

- ข้อมูลความเคลื่อนไหวที่ facebook เผยแพร่โดยบันทึกการเดินทางของผู้ใช้งานตามจังหวัด ที่มีหน่วยเป็นร้อยละการเปลี่ยนแปลงเทียบวันที่อ้างอิง

2

Google Mobility Index

- ข้อมูลเคลื่อนไหวที่ google เผยแพร่โดยบันทึกการเดินทางแยกตามสถานที่ที่มีหน่วยเป็นร้อยละการเปลี่ยนแปลงเทียบวันที่อ้างอิง

3

Social Data

- ข้อมูลที่รวบรวมจากการพูดถึงใน Social media หลัก คือ Facebook, Twitter, Instagram และ Youtube จากเครื่องมือ Social listening tools ชื่อ Mandala analytics และมีการ cleansing ข้อมูล

4

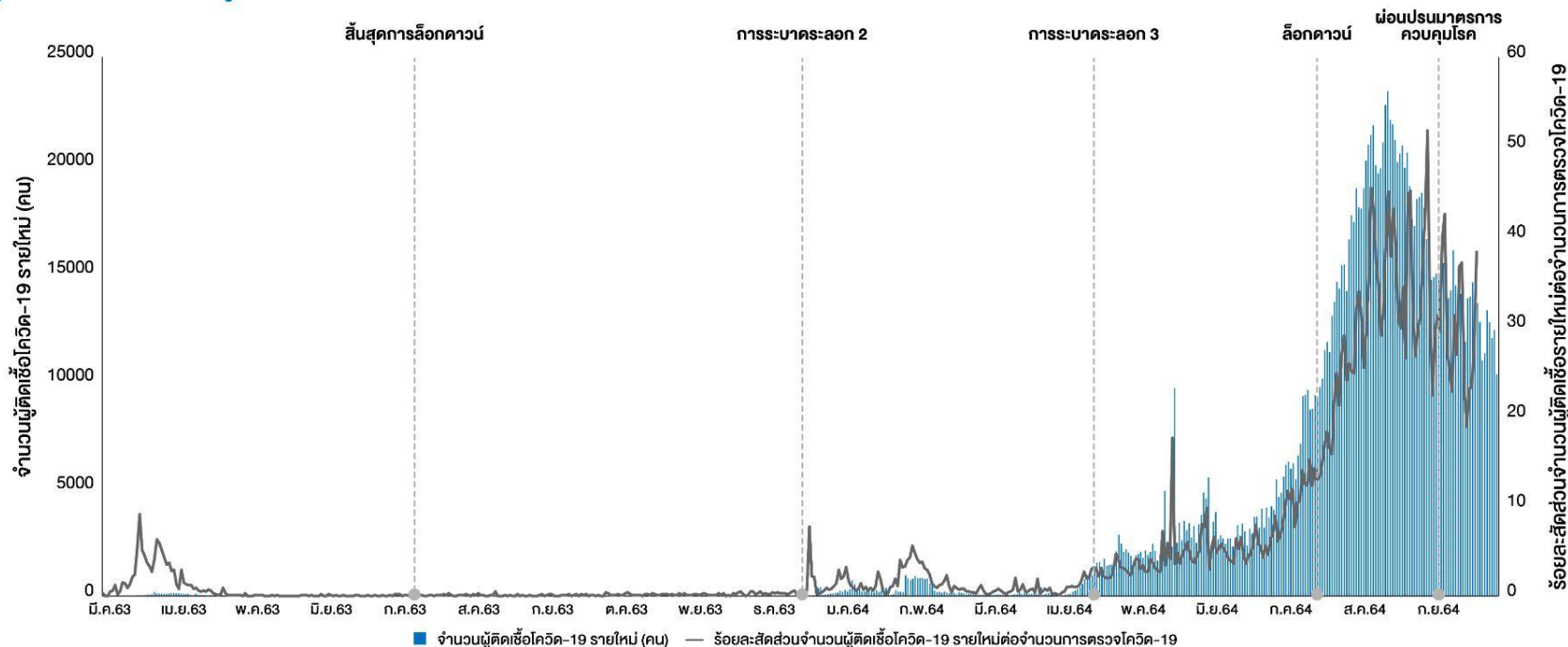
Web Scraping

- ข้อมูลที่รวบรวมจากหน้าเว็บเพจหรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจากเครื่องมือชื่อ Octoparse แล้วจัดข้อมูลอยู่ในรูปแบบ Database เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงลึก

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ และร้อยละสัดส่วนจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ต่อจำนวนการตรวจโควิด-19

ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ รายวัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 27 ก.ย. 2564

ข้อมูลร้อยละสัดส่วนจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ต่อจำนวนการตรวจโควิด-19 รายวัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 25 ก.ย. 2564

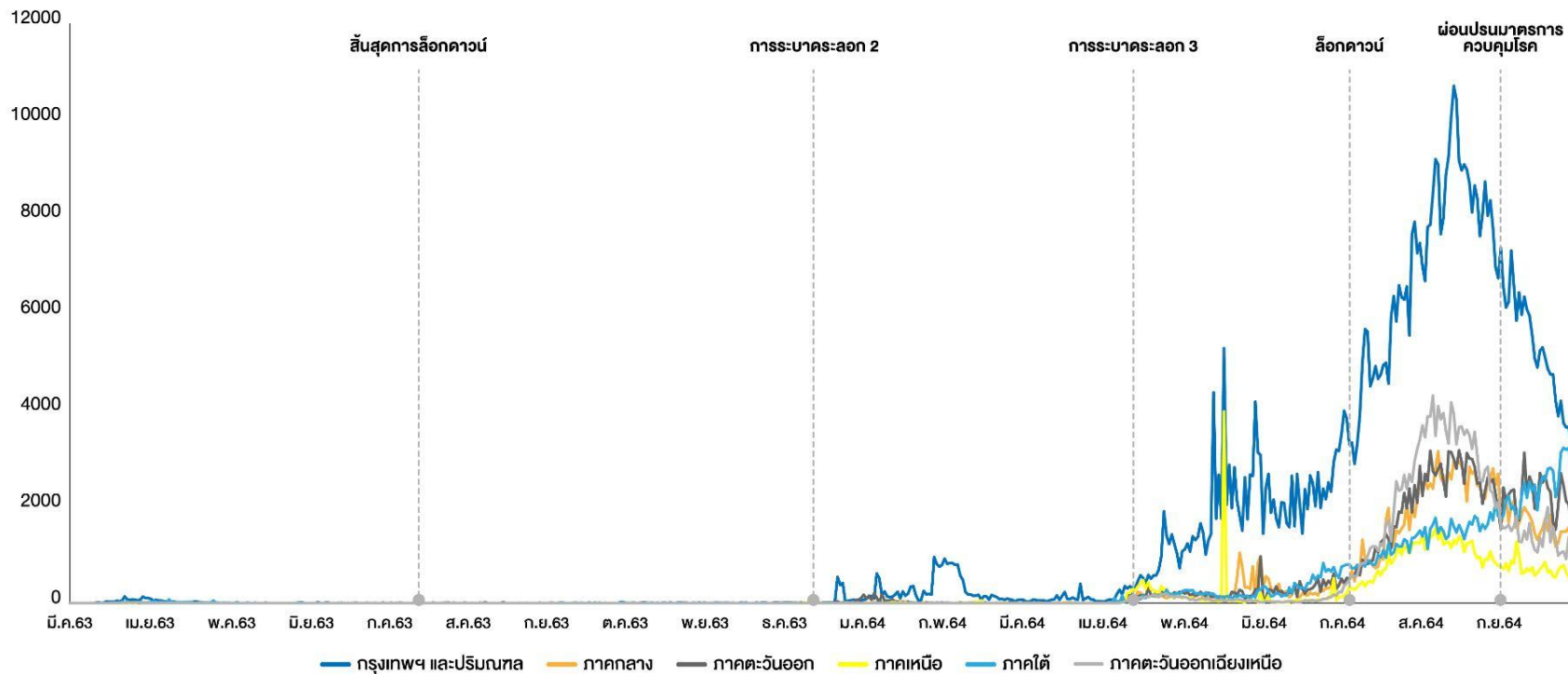


จากกราฟ พบว่า จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่และร้อยละสัดส่วนจำนวนผู้ติดเชื้อต่อจำนวนการตรวจโควิด-19 มีแนวโน้มที่ลดลงในเดือนกันยายน 2564 เป็นสัญญาณว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 กำลังเริ่มคลี่คลายลง

ที่มา : 1. จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
2. จำนวนการตรวจโควิด-19 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ รายภูมิภาค

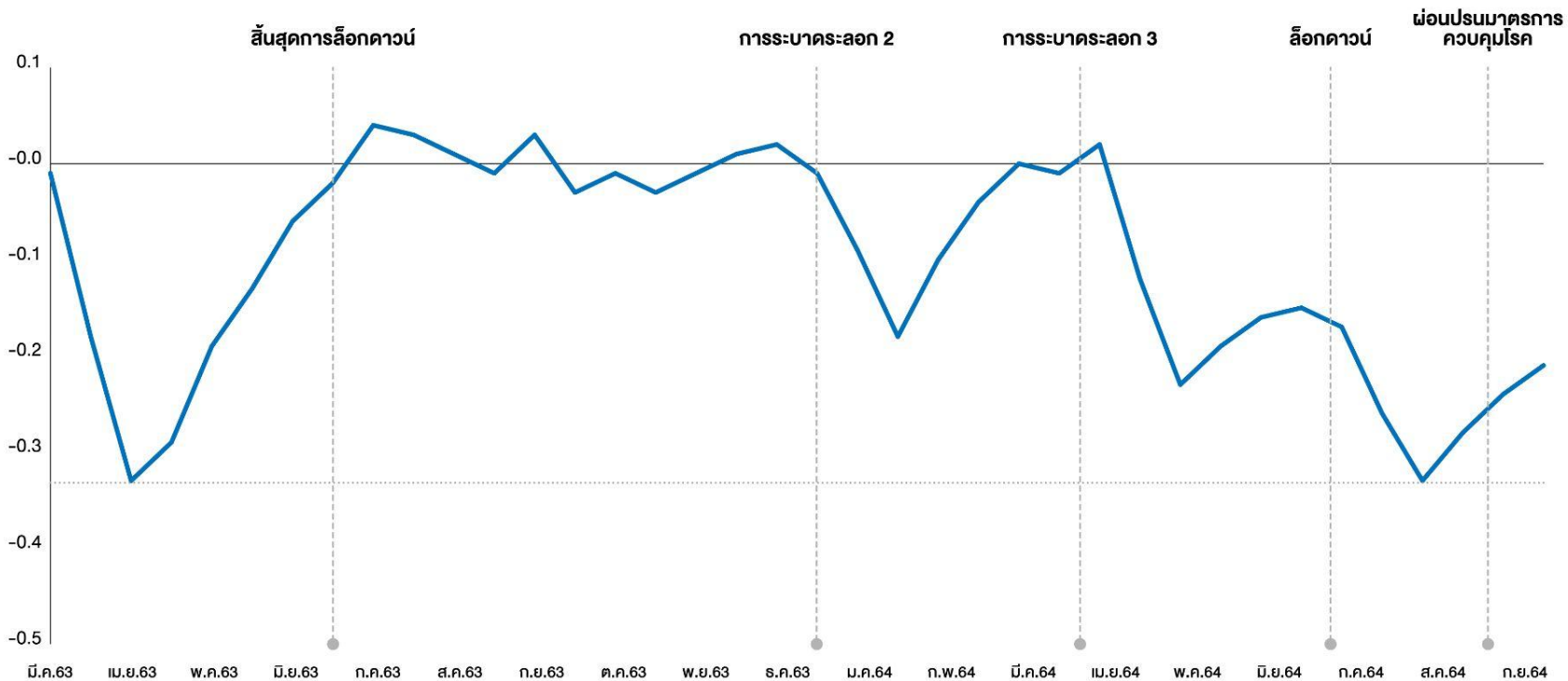
ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ รายวัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 27 ก.ย. 2564



จากกราฟ พบว่า จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ ในแต่ละภูมิภาคส่วนใหญ่มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นเพียงภาคใต้ที่ยังคงมีแนวโน้มผู้ติดเชื้อโควิด-19 เพิ่มขึ้น

Facebook Movement Range

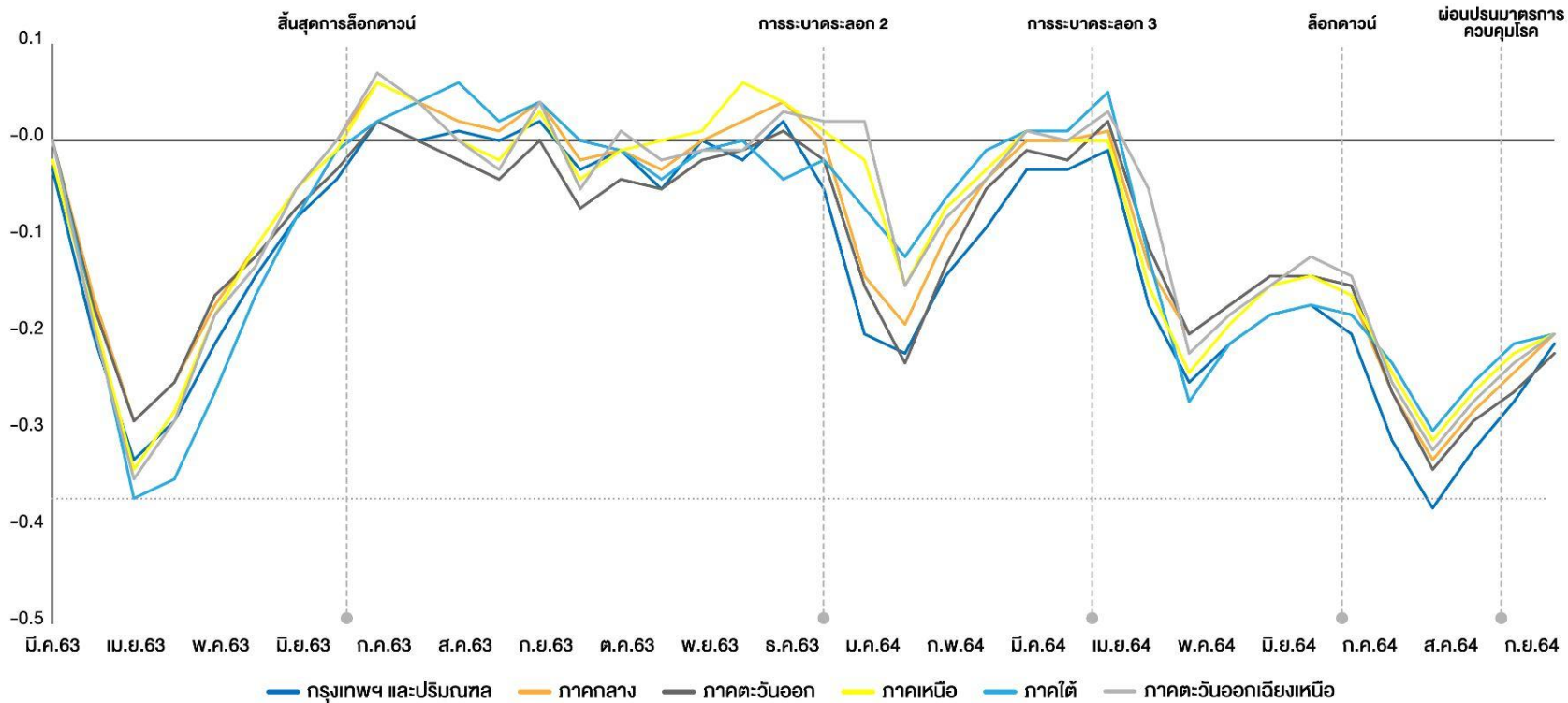
หน่วย: % การเปลี่ยนแปลงเทียบกับเดือน ก.พ. 2563 ข้อมูลเฉลี่ย 15 วันตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 26 ก.ย. 2564, ข้อมูลวันที่ 7 - 26 ก.ย. 2564 เป็นข้อมูลเฉลี่ย 20 วัน



จากกราฟ Facebook Movement Range พบว่า การเดินทางของผู้คนมีแนวโน้มที่ฟื้นตัวขึ้นในเดือนกันยายน 2564 สอดคล้องกับสถานการณ์จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ที่ปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตามการเดินทางของผู้คนก็ยังคงอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงที่สิ้นสุดการล็อกดาวน์ในระลอกที่ 1 ดังนั้นควรมีการติดตามสถานการณ์การเดินทางของผู้คนต่อไป

Facebook Movement Range รายภูมิภาค

หน่วย: % การเปลี่ยนแปลงเทียบกับเดือน ก.พ. 2563 ข้อมูลเฉลี่ย 15 วันตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 26 ก.ย. 2564, ข้อมูลวันที่ 7 - 26 ก.ย. 2564 เป็นข้อมูลเฉลี่ย 20 วัน

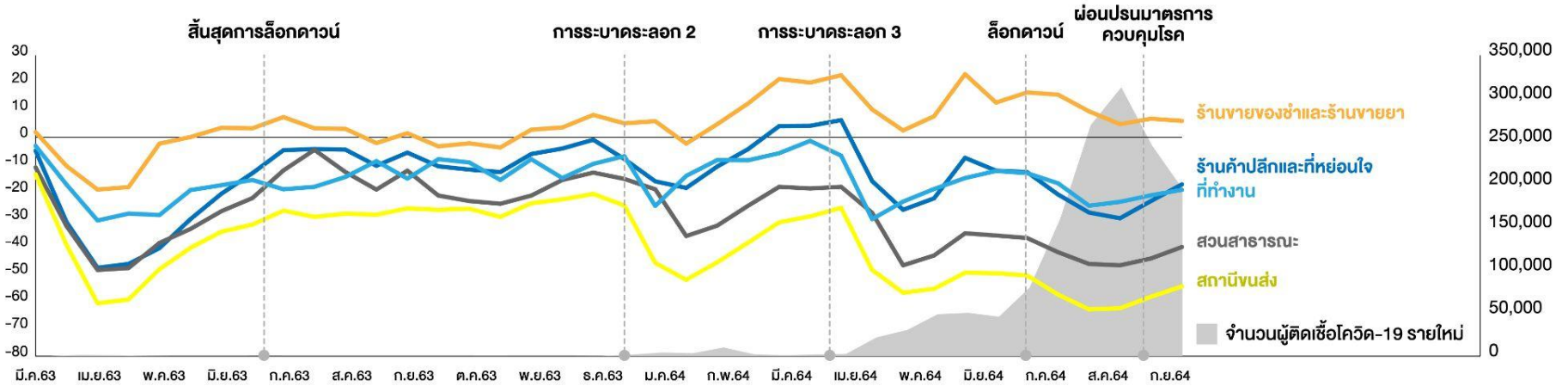


จากกราฟ Facebook Movement Range พบว่า การเดินทางของผู้คนในทุกภูมิภาคมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นตั้งแต่กลางเดือนสิงหาคม 2564 และต่อเนื่องมาจนถึงเดือนกันยายน 2564

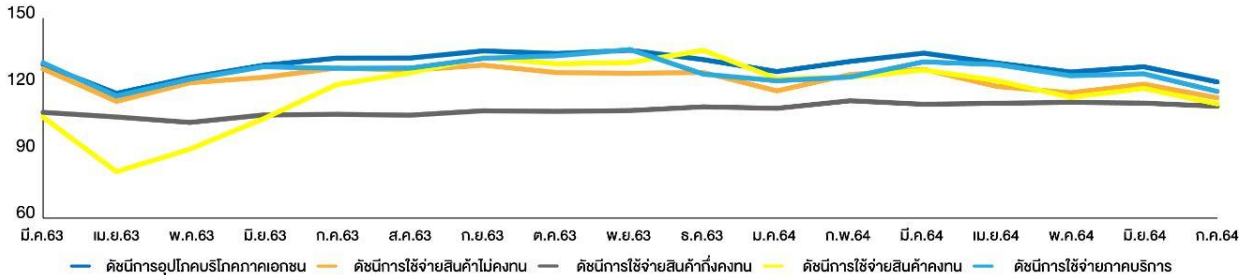
Google Mobility Index และดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 ราย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค.2563 - 21 ก.ย. 2564

ข้อมูล Google Mobility Index เฉลี่ย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค.2563 - 21 ก.ย. 2564, Baseline คือ การเปลี่ยนแปลงเทียบกับค่ากลางของการเดินทางในแต่ละวันของสัปดาห์ในช่วงวันที่ 3 มี.ค. - 6 ก.พ. 2563 และดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (ปรับฤดูกาล) รายเดือน ตั้งแต่ มี.ค. 2563 - ก.ค. 2564



ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (ปรับฤดูกาล)



จากกราฟแสดงถึงความสัมพันธ์ของ Google Mobility Index ไปยังสถานที่ต่างๆ จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ และดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน (ปรับฤดูกาล) มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นเพียงดัชนีการใช้จ่ายสินค้าคงทนที่แม้ในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ก็ยังคงไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก จึงอาจสะท้อนได้ว่าในเดือนกันยายน 2564 ที่ Google Mobility Index และจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 มีแนวโน้มดีขึ้นจะส่งผลให้ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชนปรับตัวขึ้น

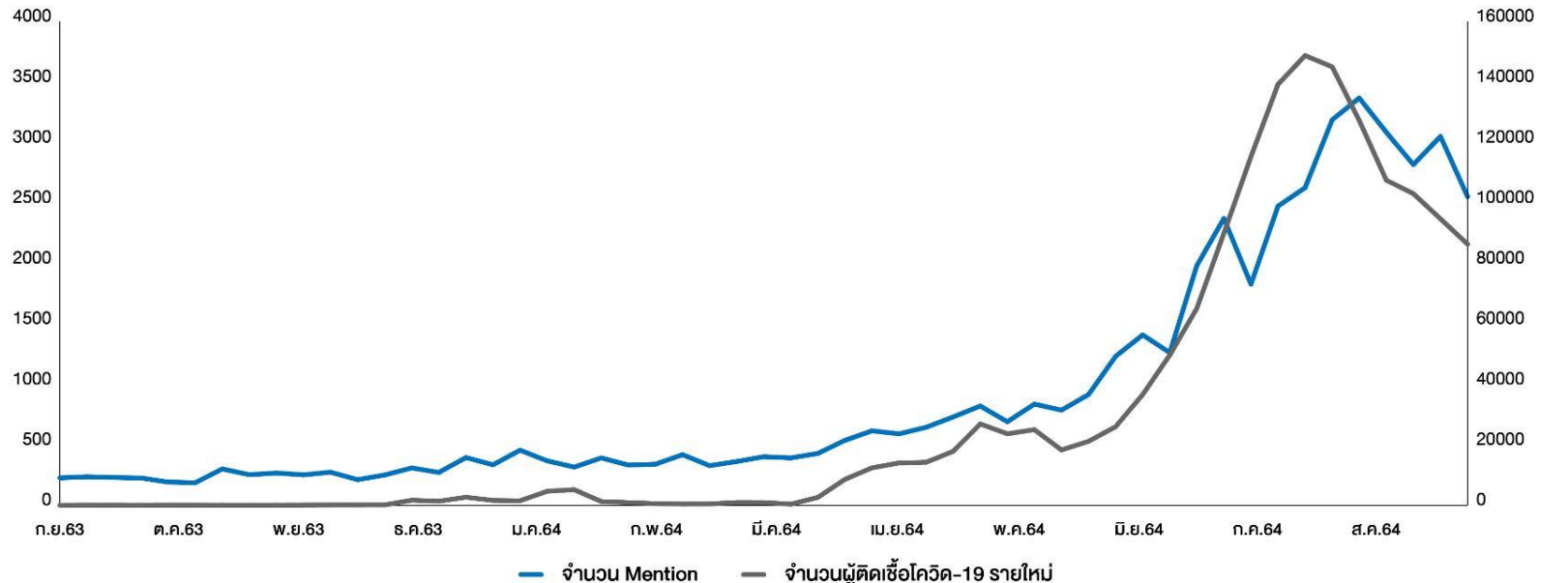
ที่มา : 1. จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข ข้อมูล ณ วันที่ 24 ก.ย. 2564
2. ดัชนีการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน ธนาคารแห่งประเทศไทย

Social Data การกล่าวถึงอาหารแบบเดลิเวอรีกับจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ รายสัปดาห์

ข้อมูล Mandala Analytics ตั้งแต่วันที่ 20 ก.ย. 63 – 25 ก.ย. 64 โดยรวบรวมข้อมูลจาก Social Platform ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram และ Youtube (ข้อมูล ณ วันที่ 8 ส.ค. 64)

Keywords: “ร้านอาหาร+delivery” “ร้านอาหาร+เดลิเวอรี” “ฟู้ดแพนด้า” “แกร็บฟู้ด” “โทจิก” “โรบินฮู้ด” “foodpanda” “gojek robinhood” “ไลน์แมน” “lineman” “grabfood”

จำนวน Mention

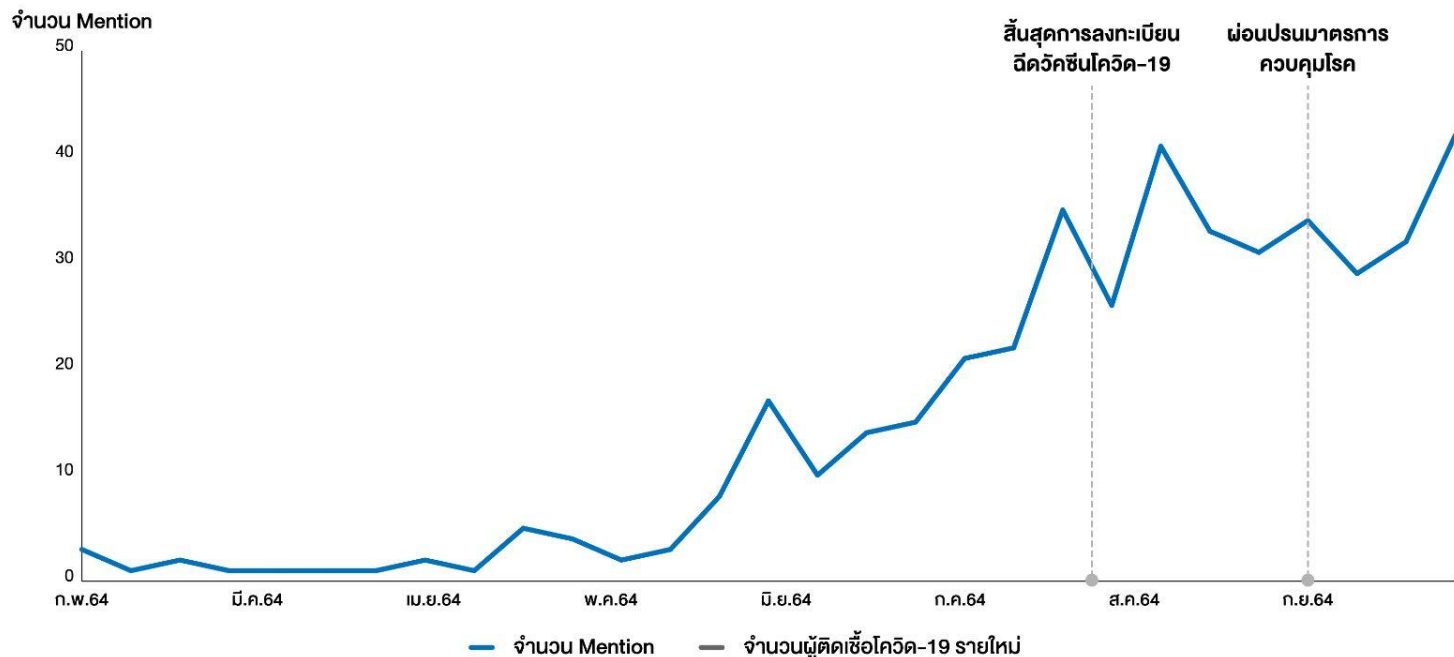


จากกราฟ พบว่า จำนวนการกล่าวถึง (Mentions) การสั่งอาหารแบบเดลิเวอรีในแพลตฟอร์มออนไลน์มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ โดยจะเห็นได้ว่าเมื่อสถานการณ์ผู้ติดเชื้อโควิด-19 มีแนวโน้มลดลงในเดือนกันยายน 2564 การกล่าวถึงอาหารแบบเดลิเวอรีในแพลตฟอร์มออนไลน์ก็มีแนวโน้มที่ลดลงเช่นกัน อาจเกิดจากการที่ผู้คนสามารถเดินทางออกนอกเคสถานมากขึ้น และมีร้านอาหารที่กลับมาเปิดให้บริการแบบนั่งรับประทานที่ร้าน จึงมีการสั่งเดลิเวอรีลดน้อยลง อย่างไรก็ตาม สถานการณ์ดังกล่าวยังมีความน่าสนใจว่าหากสถานการณ์กลับเข้าสู่ภาวะปกติการกล่าวถึงอาหารแบบเดลิเวอรีในแพลตฟอร์มออนไลน์จะมีการเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร

Social Data การกล่าวถึงการฉีดวัคซีนโควิด-19กับแรงงานต่างด้าว

ข้อมูล Mandala Analytics ตั้งแต่วันที่ 20 ก.ย. 63 – 25 ก.ย. 64 โดยรวบรวมข้อมูลจาก Social Platform ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram และ Youtube (ข้อมูล ณ วันที่ 8 ส.ค. 64)

Keywords: “ต่างด้าว+วัคซีน” “แรงงานข้ามชาติ+วัคซีน” “แรงงานข้ามชาติ+วัคซีน+โควิด” “ต่างด้าว+วัคซีน+โควิด” “แรงงานต่างประเทศ+วัคซีน+โควิด” “แรงงานต่างชาติ+วัคซีน+โควิด” “ต่างด้าว+วัคซีน” “แรงงานข้ามชาติ+วัคซีน”



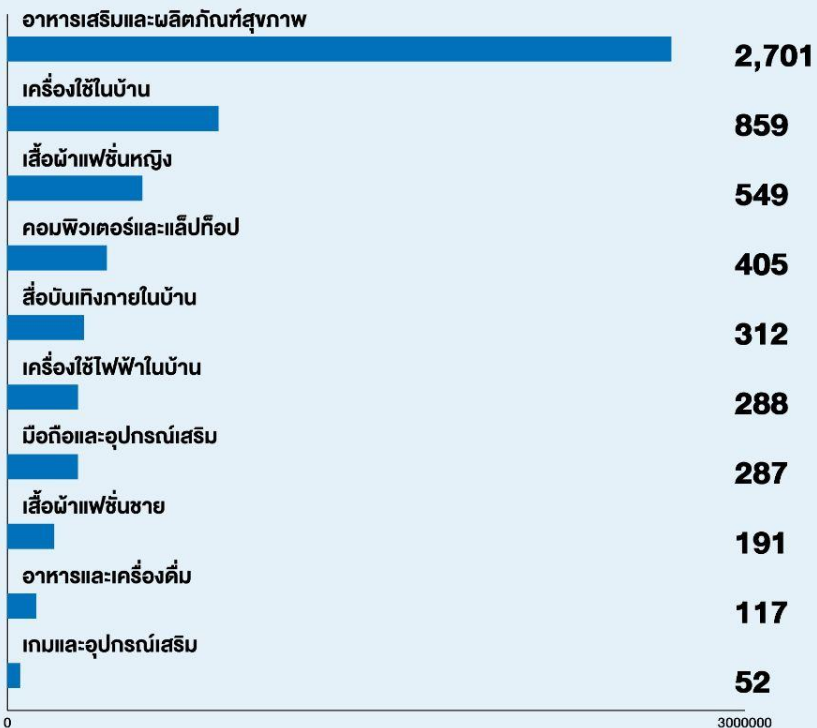
สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 เริ่มมีการคลี่คลายลง ทำให้แนวโน้มการกล่าวถึง (Mentions) ฉีดวัคซีนโควิด-19 ให้กับแรงงานต่างด้าวเพิ่มขึ้น เนื่องจากธุรกิจเริ่มกลับมาเปิดดำเนินการได้ โดยเฉพาะในสาขาบริการด้านอาหาร จึงมีความต้องการเตรียมความพร้อมให้กับแรงงานต่างด้าวที่อยู่ในกิจการ

Web scraping

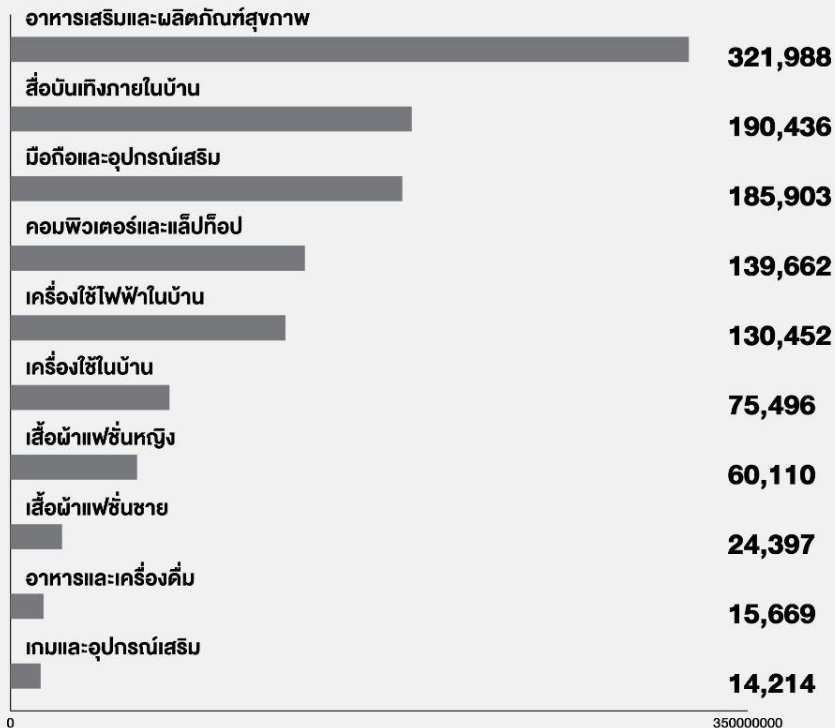
สินค้ายอดนิยมในแพลตฟอร์มออนไลน์

ข้อมูลจำนวนสินค้าที่ขายได้สะสม และยอดขายสินค้าสะสม 10 กลุ่มสินค้า จากแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย, ข้อมูล ณ วันที่ 24 ก.ย. 2564

จำนวนสินค้าที่ขายได้สะสม (พันชิ้น)



ยอดขายสินค้าสะสม (ล้านบาท)



หมายเหตุ: กลุ่มสินค้าที่นำมาวิเคราะห์มี 10 กลุ่ม จากจำนวนกลุ่มสินค้าทั้งหมด 23 กลุ่ม จากเว็บไซต์ขายของออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทยได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม, คอมพิวเตอร์และแล็ปท็อป, สื่อบันเทิงภายในบ้าน, เกมและอุปกรณ์เสริม, อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ, เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน, มือถือและอุปกรณ์เสริม, เครื่องใช้ในบ้าน, เสื้อผ้าแฟชั่นหญิง, เสื้อผ้าแฟชั่นชาย

Web scraping

3 อันดับ สินค้ายอดนิยมจาก 10 กลุ่มสินค้า (เรียงตามจำนวนสินค้าที่ขายได้สะสม)
ข้อมูลจากแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย



อันดับ 1 กลุ่มยอดขายอาหารเสริม และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (พันชิ้น)



1,070

1. หน้ากากอนามัย



295

2. อุปกรณ์ดูแลสุขภาพ



268

3. ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ
และเสริมความงาม



262

4. ผลิตภัณฑ์
ทำความสะอาดฆ่าเชื้อ



อันดับ 2

กลุ่มเครื่องใช้ในบ้าน (พันชิ้น)



138

1. อุปกรณ์ทำสวน/
กระถางปลูกต้นไม้



127

2. อุปกรณ์ปรับปรุงบ้าน



114

3. เครื่องใช้ในครัว



112

4. ผลิตภัณฑ์ซักผ้า
และอุปกรณ์ทำความสะอาด



61

5. อุปกรณ์เครื่องนอน



อันดับ 3

กลุ่มเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิง (พันชิ้น)



163

1. เสื้อ



132

2. ชุดชั้นใน



96

3. กางเกง



33

4. เดรส



24

5. เสื้อผ้าสาวอวบ

หมายเหตุ: กลุ่มสินค้าที่นำมาวิเคราะห์มี 10 กลุ่ม จากจำนวนกลุ่มสินค้าทั้งหมด 23 กลุ่มจากเว็บไซต์ขายของออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทยได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม, คอมพิวเตอร์และแล็ปท็อป, สื่อบันเทิงภายในบ้าน, เกมและอุปกรณ์เสริม, อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ, เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน, มือถือและอุปกรณ์เสริม, เครื่องใช้ในบ้าน, เสื้อผ้าแฟชั่นหญิง, เสื้อผ้าแฟชั่นชาย

Web scraping

3 อันดับ สินค้ายอดนิยมจาก 10 กลุ่มสินค้า (เรียงตามยอดขายสินค้าสะสม)
ข้อมูลจากแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย



อันดับ 1 กลุ่มอาหารเสริม และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ (พันบาท)



76,796

1. ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว
และเสริมความงาม



50,987

2. อุปกรณ์ดูแลสุขภาพ



42,700

3. อาหารเสริม
ลดน้ำหนัก



39,368

4. อาหารเสริม
บำรุงสุขภาพ



29,077

5. อาหารเสริมโปรตีน



อันดับ 2

สื่อบันเทิงภายในบ้าน (พันบาท)



93,530

1. หูฟัง



45,126

2. ลำโพง



15,648

3. เครื่องเสียง
และอุปกรณ์เสริม



13,769

4. อุปกรณ์ทีวี



6,178

5. โปรเจคเตอร์
และอุปกรณ์



อันดับ 3 กลุ่มมือถือและอุปกรณ์เสริม (พันบาท)



118,484

1. แท็บเล็ต



24,015

2. อุปกรณ์เสริมมือถือ



17,890

3. โทรศัพท์มือถือ



10,912

4. เคสและซองมือถือ



4,446

5. กิ๊บรอย

หมายเหตุ: กลุ่มสินค้าที่นำมาวิเคราะห์มี 10 กลุ่ม จากจำนวนกลุ่มสินค้าทั้งหมด 23 กลุ่มจากเว็บไซต์ขายของออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทยได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม, คอมพิวเตอร์และแล็ปท็อป, สื่อบันเทิงภายในบ้าน, เกมและอุปกรณ์เสริม, อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ, เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน, มือถือและอุปกรณ์เสริม, เครื่องใช้ในบ้าน, เสื้อผ้าแฟชั่นหญิง, เสื้อผ้าแฟชั่นชาย

ਕਰਾਮਤੋਂ ਸਮੇਸੀ