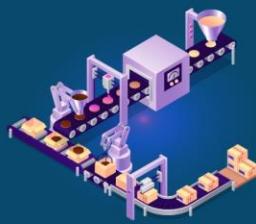




ประเด็นสำรวจ โควิด

ความพร้อม และการปรับตัวของ SME
หลังวิกฤตโควิด-19

สัดส่วนการเก็บข้อมูล



ภาคการผลิต
592 ราย



ภาคการค้า
958 ราย



ภาคการบริการ
1,196 ราย



รายย่อย (Micro)
2,124 ราย 77.3%

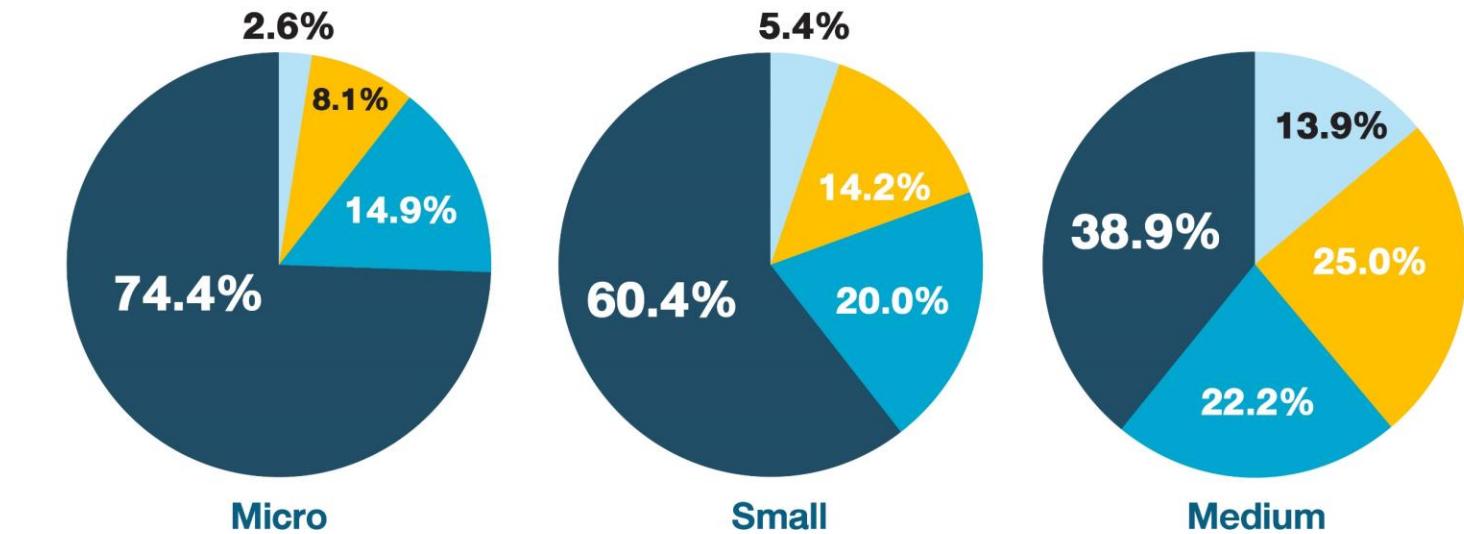
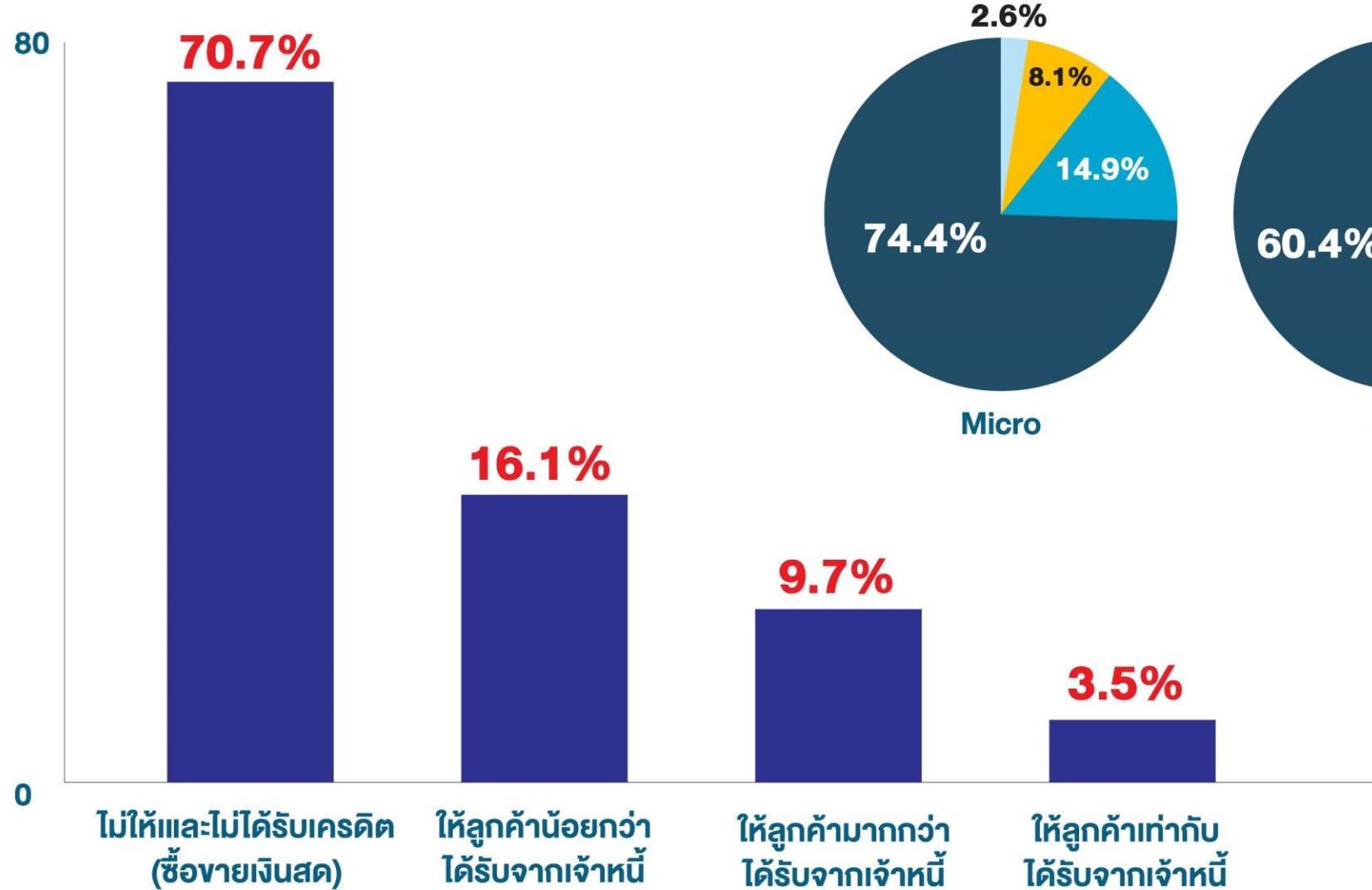


ขนาดเล็ก (Small)
551 ราย 20.1%



ขนาดกลาง (Medium)
71 ราย 2.6%

ระยะเวลาเครดิตการค้าของ SME
ที่ให้กับลูกค้าและได้รับจากเจ้าหนี้



- ไม่ให้และไม่ได้รับเครดิต
- ให้ลูกค้า < ได้รับจากเจ้าหนี้
- ให้ลูกค้า > ได้รับจากเจ้าหนี้
- ให้ลูกค้า = ได้รับจากเจ้าหนี้

ธุรกิจ SME ที่ให้บริการ Delivery



3 สาขาธุรกิจที่ให้บริการ Delivery
แบบขนส่งมากที่สุด



มีขบส่งเอง
24.0%

- ไม้เละเพอร์นิเชอร์
- วัสดุก่อสร้าง
- สินค้าเกษตร

3 สาขาธุรกิจที่ให้บริการ Delivery
ภายนอกมากที่สุด



มี Delivery ภายนอก
11.9%

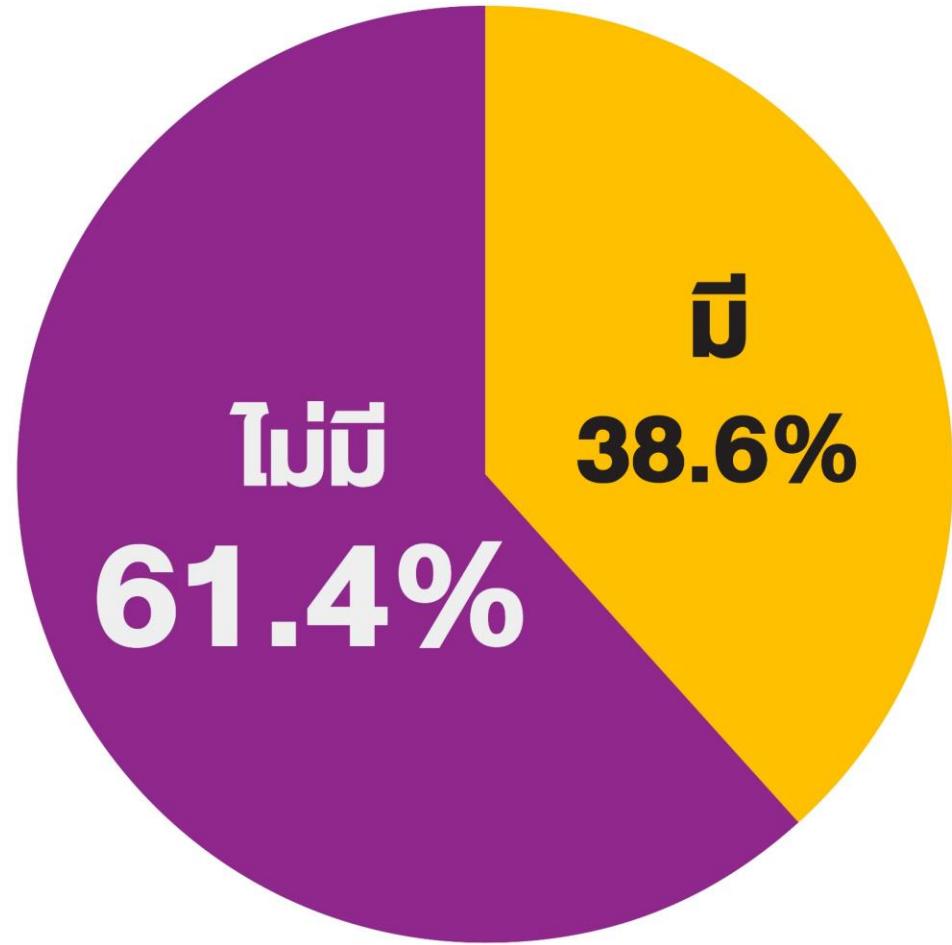
- ร้านอาหาร
- สินค้าอุปโภค/บริโภค
- สินค้าเกษตร

ธุรกิจ SME

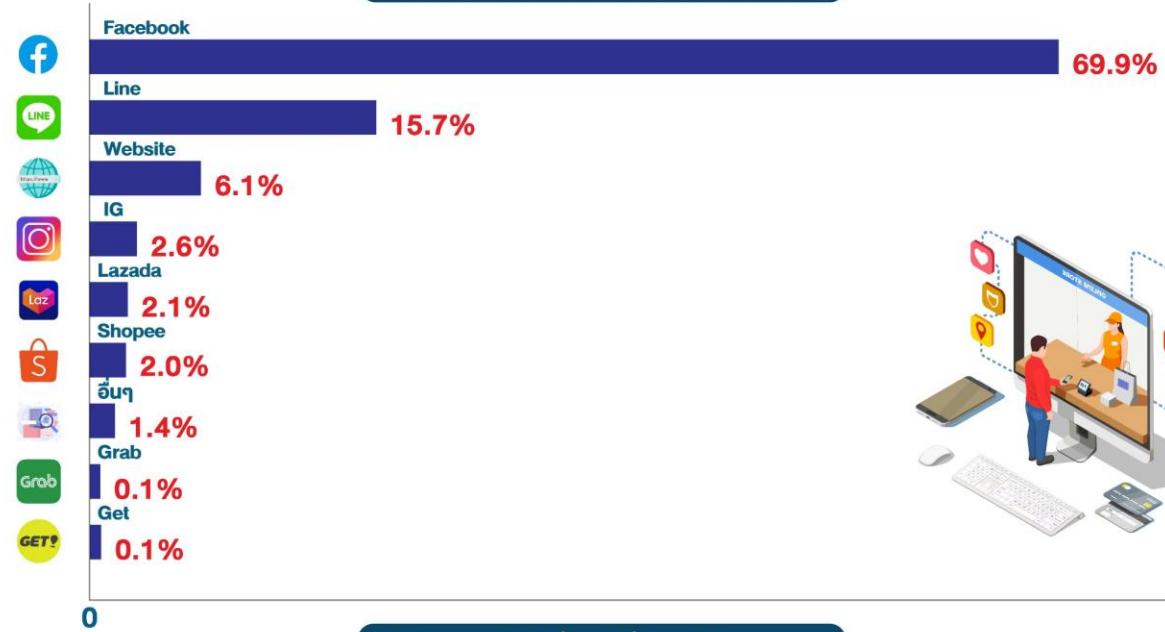
ที่สามารถชำระเงินผ่านทางออนไลน์



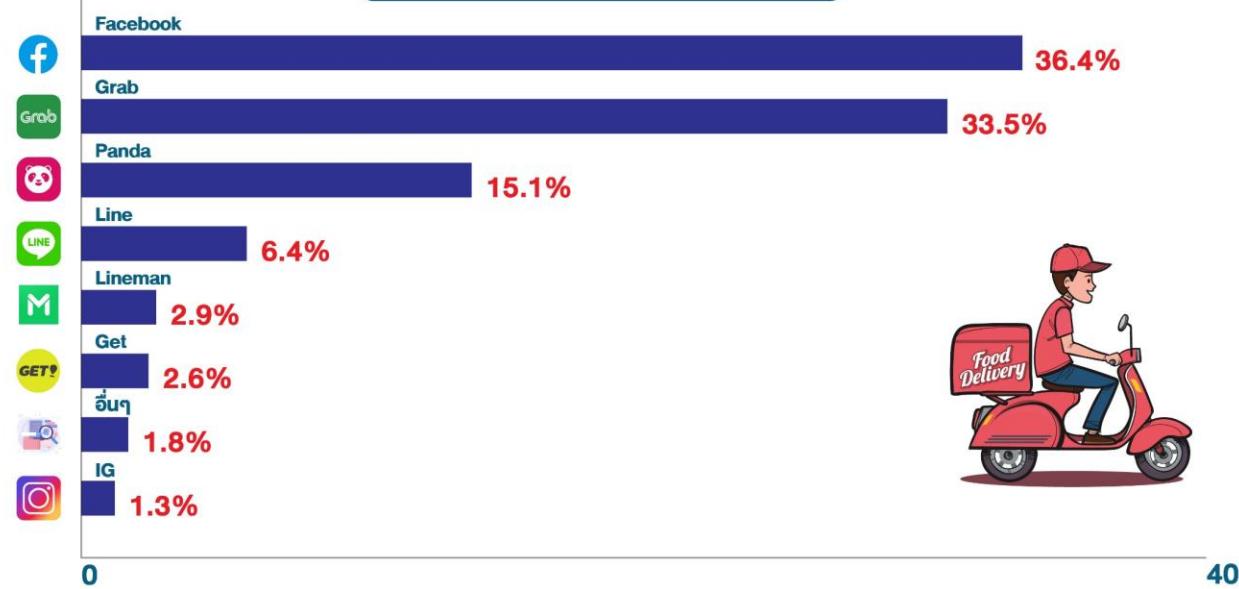
ธุรกิจ SME ที่มีช่องทางการขายออนไลน์



ช่องทางออนไลน์ที่ขายดีที่สุดของสินค้าทั่วไป



ช่องทางออนไลน์ที่ขายดีที่สุดของร้านอาหาร



ความคิดของ SME ต่อพฤติกรรมของลูกค้าหลังโควิด-19

เหตุผลสำคัญของคำตอบ
ตามการเปลี่ยนแปลง

การสั่งอาหารผ่านเดลิเวอรี่

เพิ่ม 13.1% คงเดิม 17.9%

การซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์

เพิ่ม 18.6% คงเดิม 9.7%

การหลีกเลี่ยงไปในพื้นที่ที่มีคนจำนวนมาก

เพิ่ม 29.4% คงเดิม 70.6%

การทำธุรกรรมการเงินทางออนไลน์

เพิ่ม 15.4% คงเดิม 81.9% ลดลง 2.7%

การทำงานที่บ้าน (Work from home)

เพิ่ม 60.8% คงเดิม 39.2%

การเว้นระยะห่างทางกายภาพ (Social distancing)

เพิ่ม 36.6% คงเดิม 63.4%

การเลือกสินค้า / บริการที่ดีและปลอดภัยต่อสุขภาพ

เพิ่ม 17.4% คงเดิม 78.5% ลดลง 4.1%

เพิ่ม คงเดิม ลดลง

เพิ่ม คงเดิม ลดลง

ผู้บริโภคสนใจความสะอาดมากขึ้น
และมีป्रอโมชันหลากหลาย

สามารถเลือกร้านและสินค้าได้หลากหลาย
และยังได้รับส่วนลดราคา

ประชาชนยังคงมีความกังวลต่อการติดเชื้อ

ลดการติดเชื้อโรค
จากการสัมผัสเงินสด

รูปแบบงานบางประเภทไม่สามารถนำ
กลับมาทำที่บ้านได้และการทำงานที่ทำงาน
ได้ประสิทธิภาพมากกว่า

ต้องการพบปะกับกลุ่มเพื่อน และคนใกล้ชิด

สินค้าและบริการเพื่อสุขภาพมีราคาสูง

แผนการปรับตัวของธุรกิจ SME หลังโควิด-19

ลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น

17.6%

พัฒนาคุณภาพสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์

13.4%

เพิ่มประเภทสินค้าและรูปแบบการให้บริการ

12.0%

เปลี่ยนแปลงจำนวนแรงงาน

11.6%

เพิ่มการประชาสัมพันธ์และการขายทางออนไลน์

9.9%

จัดโปรโมชั่น

9.2%

เพิ่มมาตรการดูแลความสะอาดและสุขอนามัย

6.9%

ปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงหน้าร้าน

6.8%

ลดราคาสินค้า

4.8%

ปรับปรุงเทคโนโลยีการผลิต

3.6%

ใช้ธุรกรรมการเงินออนไลน์

2.6%

พัฒนาฝีมือแรงงาน

1.6%



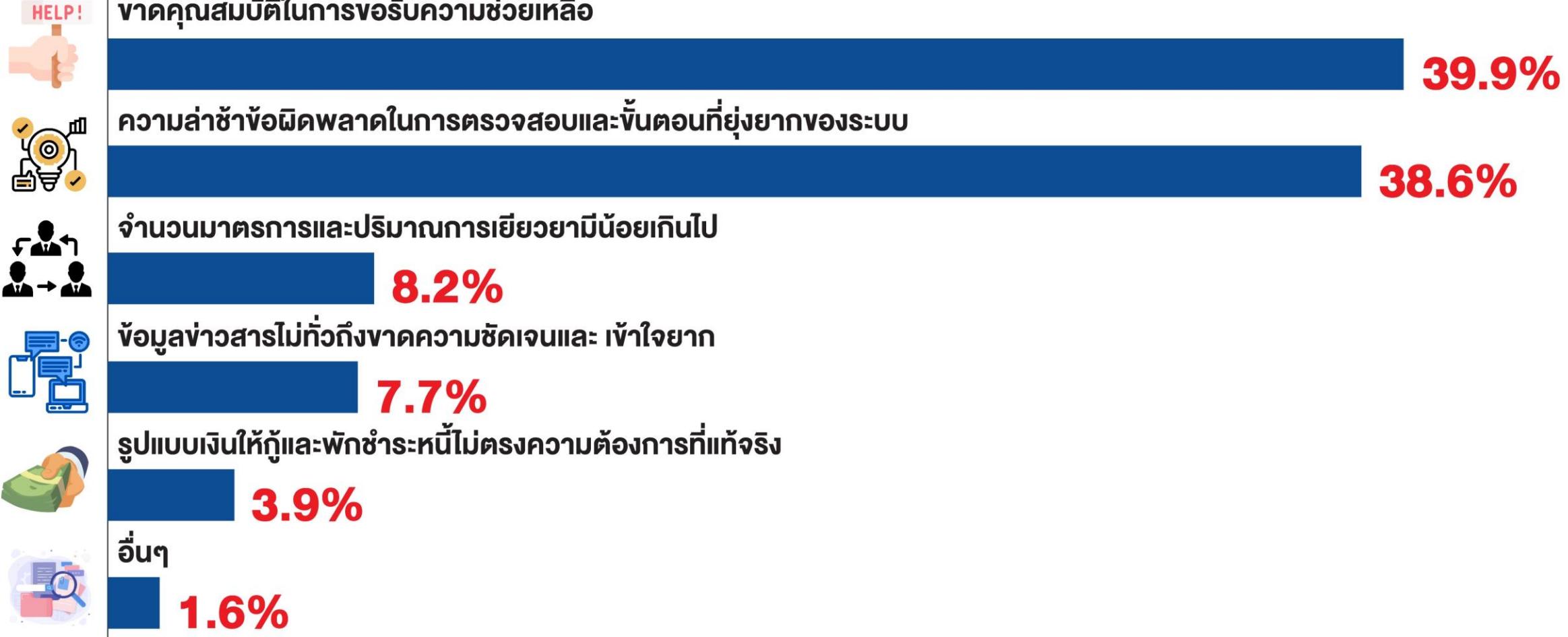
84.8%

มีแผนการปรับตัว

15.2%

ยังไม่มีแผน
และรอดูสถานการณ์

ปัญหาและอุปสรรคในการขอรับ ความช่วยเหลือมาตราการจากภาครัฐ



มาตรการที่ต้องการให้แก้ไขเร่งด่วน

