



# ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME (SMESI)

ประจำเดือนกันยายน ปี 2563

## สัดส่วนการเก็บข้อมูล



**ภาคการผลิต**  
615 ราย 23.8%



**ภาคการค้า**  
891 ราย 34.5%



**ภาคบริการ**  
1,079 ราย 41.7%



**รายย่อย (Micro)**  
2,065 ราย 79.9%

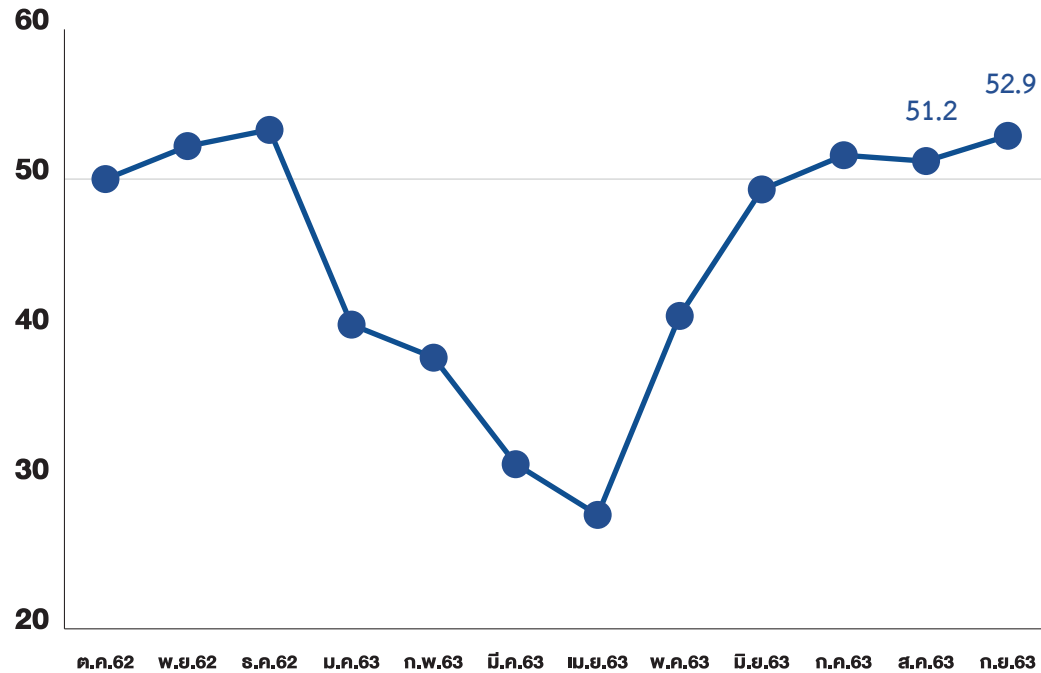


**ขนาดเล็ก (Small)**  
460 ราย 17.8%



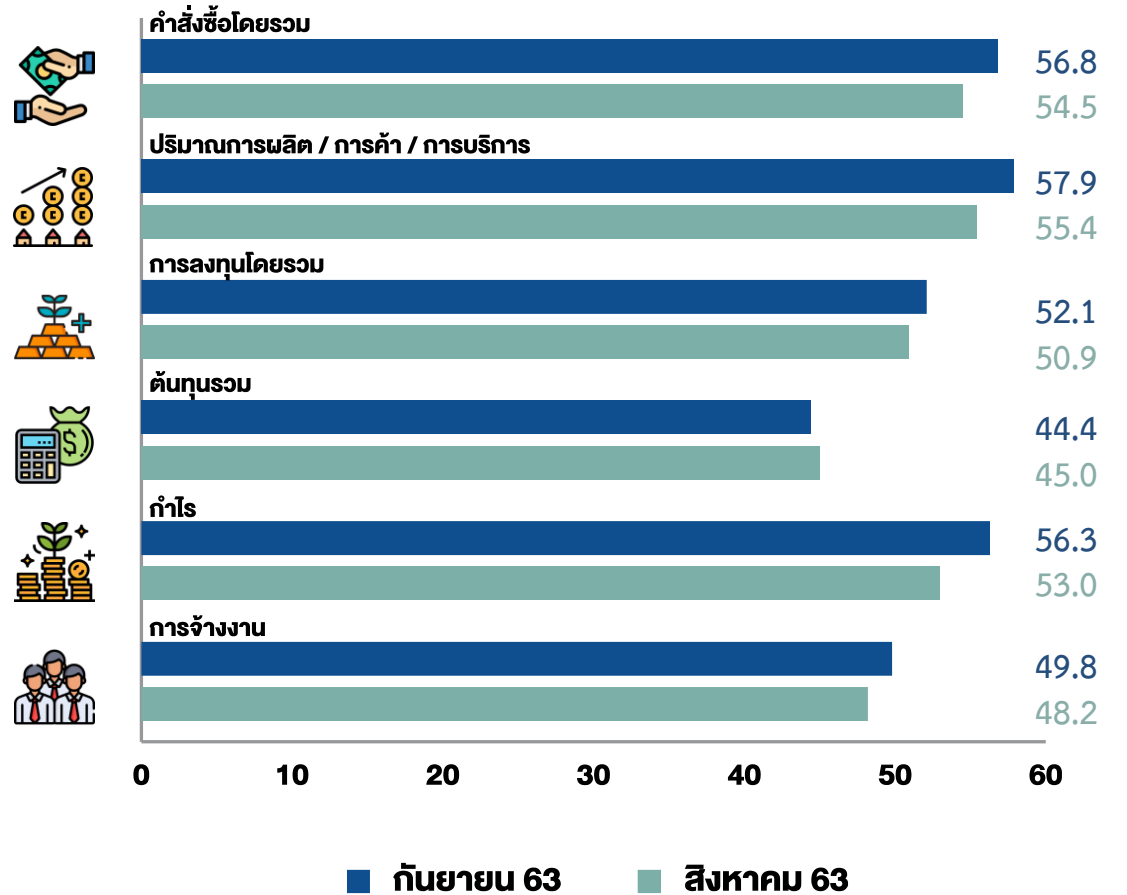
**ขนาดกลาง (Medium)**  
60 ราย 2.3%

# ดัชนีความเชื่อมั่น ปัจจุบัน SME ประเทศไทย



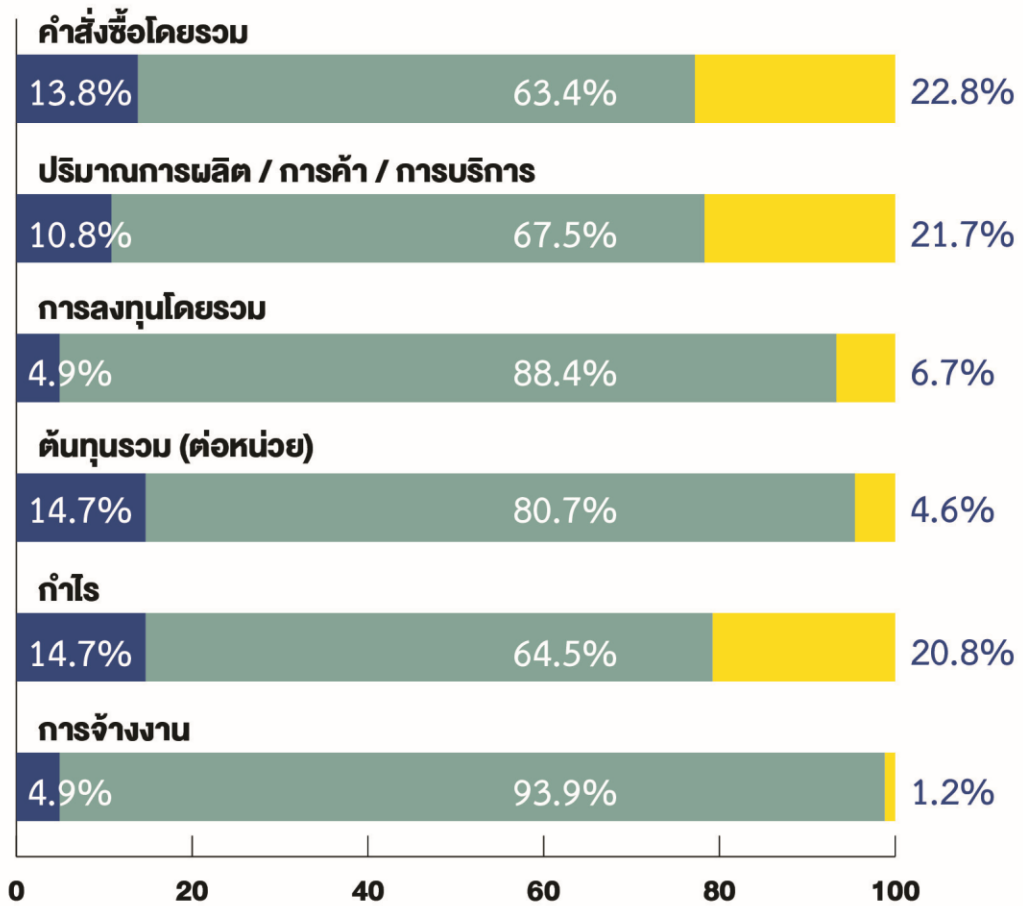
เนื่องจากมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐ โดยเฉพาะกลุ่มการท่องเที่ยวและสาขาที่เกี่ยวข้อง ทั้งบริษัทจำหน่ายตั๋วเดินทาง โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร และบริการรถเพื่อท่องเที่ยวทำให้ธุรกิจปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปประกอบกับภาวะเศรษฐกิจในประเทศกำลังฟื้นตัว จากการขยายตัวของกำลังซื้อในทุกภูมิภาค

## ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบัน รวมภาคธุรกิจรวมประเทศ

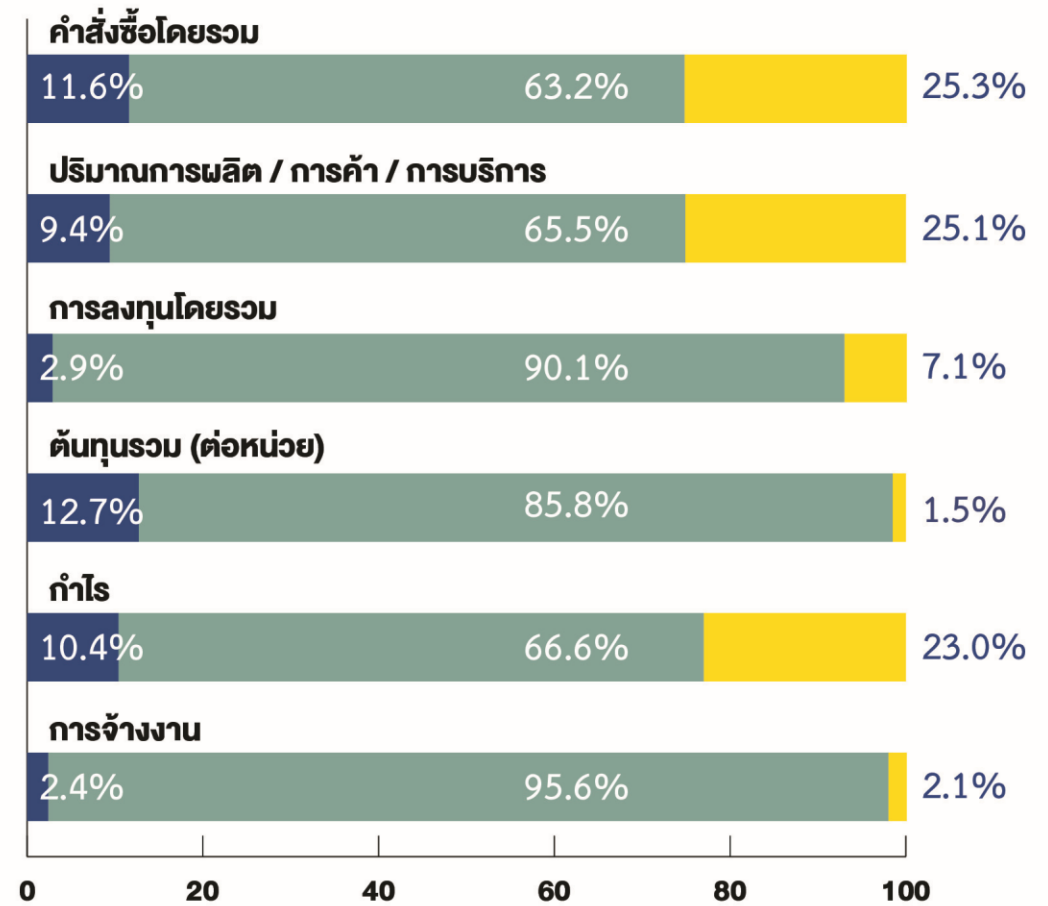


# สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในเดือน 6 ดัชนี

## ปัจจุบัน เดือนสิงหาคม 63



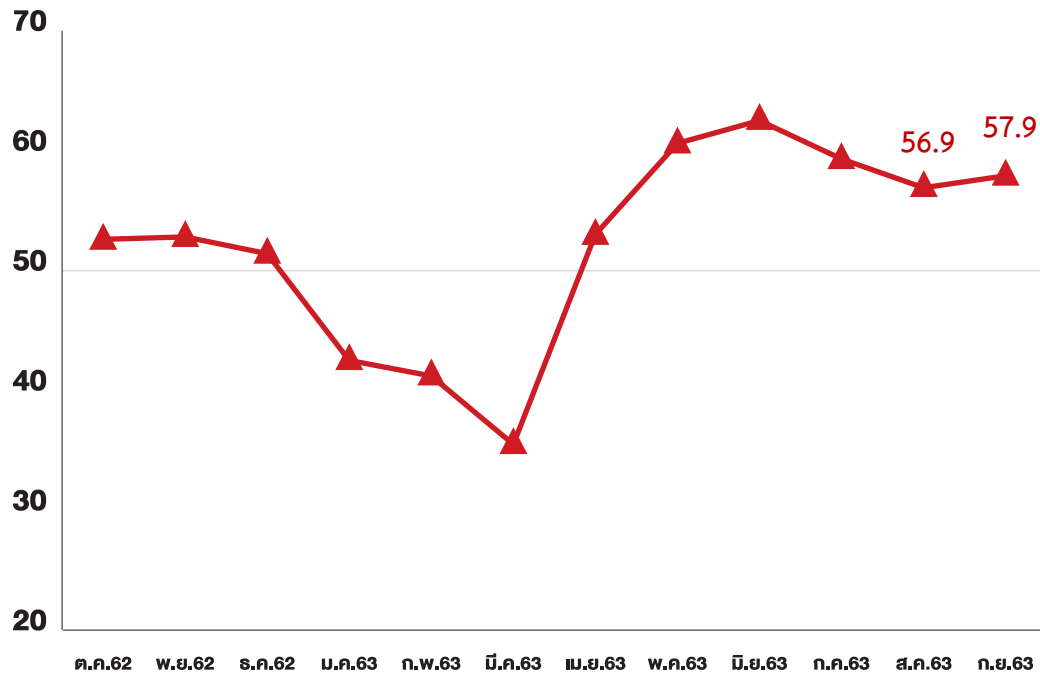
## ปัจจุบัน เดือนกันยายน 63



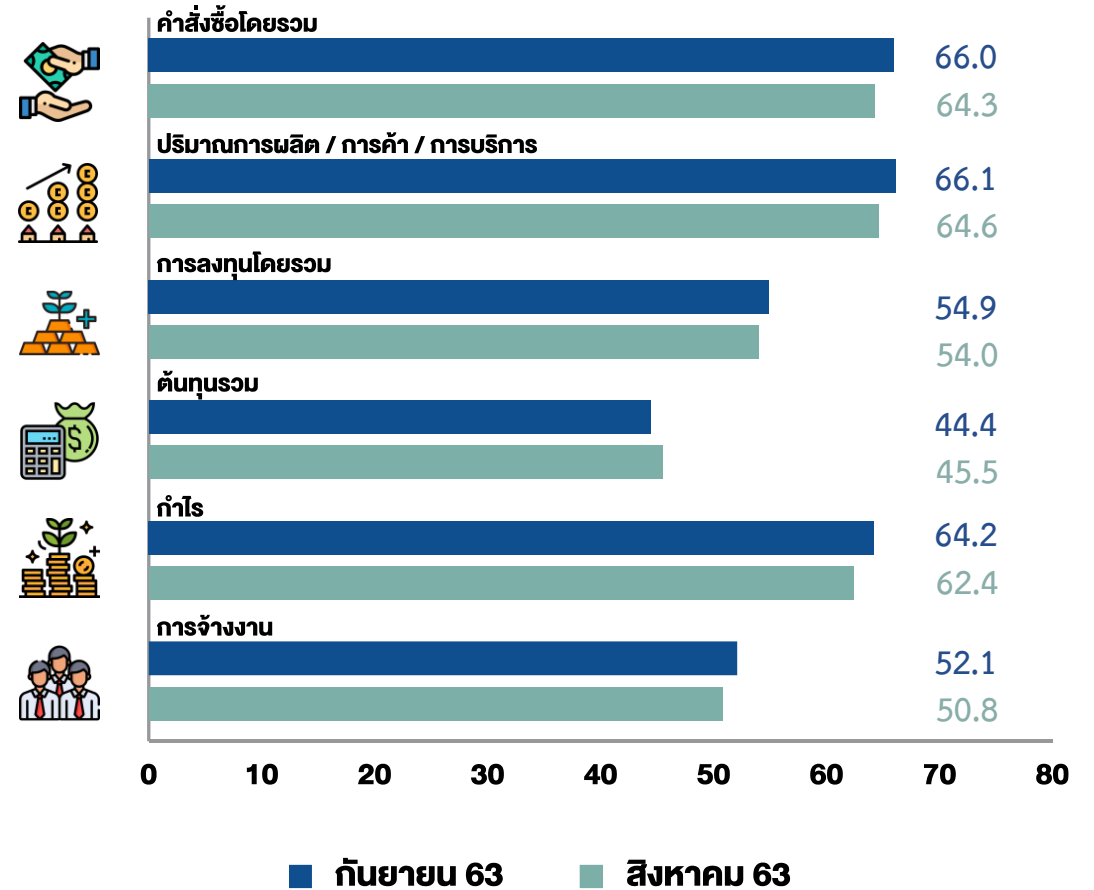
■ ลดลง ■ เท่าเดิม ■ เพิ่มขึ้น

องค์ประกอบดัชนีเกือบทุกตัวปรับตัวดีขึ้น

# ดัชนีความเชื่อมั่น คาดการณ์ SME ประเทศไทย



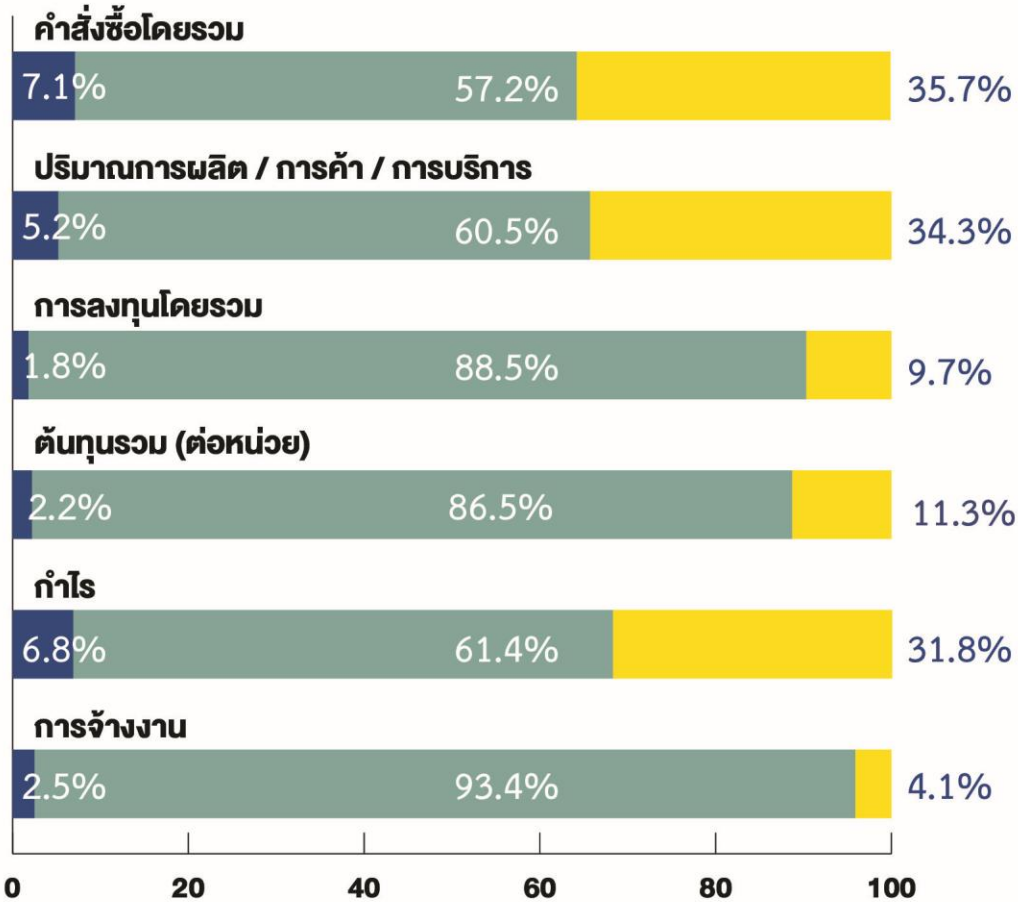
## ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



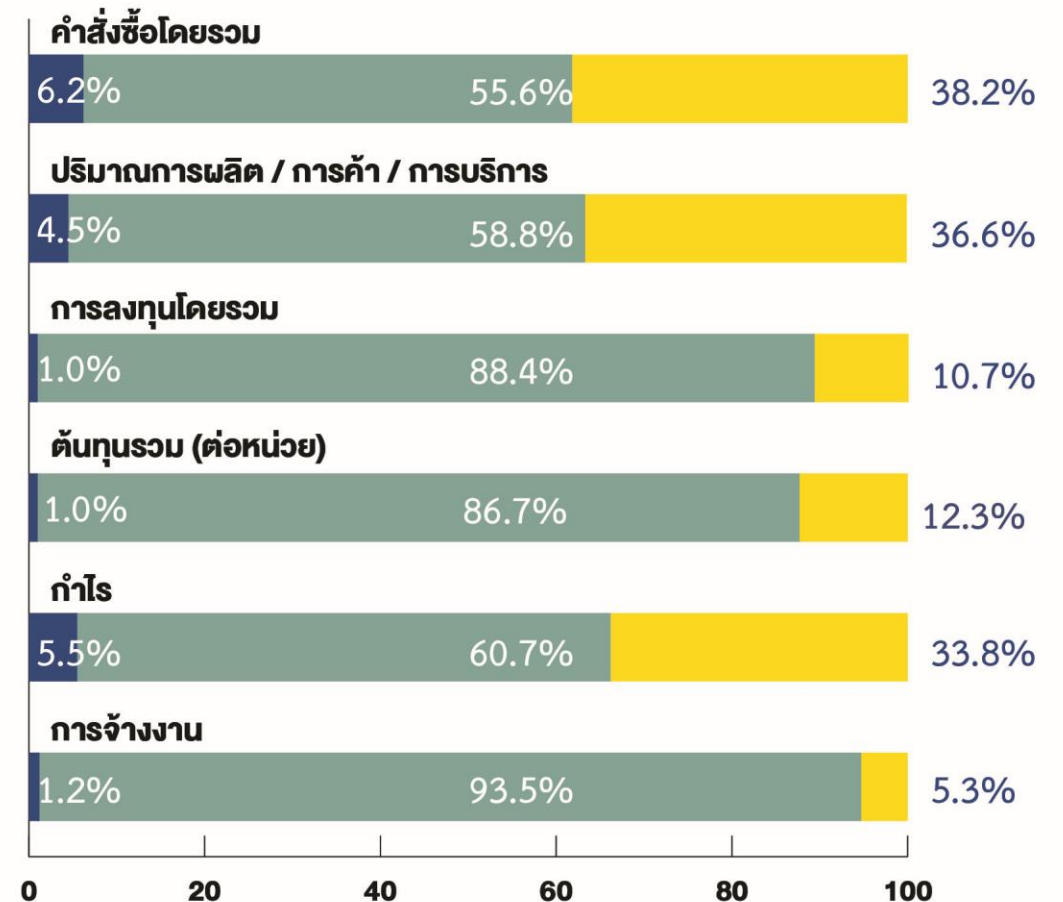
จากการขยายตัวของกำลังซื้อในปัจจุบันและความคาดหวังในมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจจากภาครัฐเพิ่มเติม แม้จะยังมีความกังวลเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตและผลกระทบต่อภาระรอบใหม่ แต่ผลกระทบคาดว่าจะอยู่ในวงจำกัด และไม่รุนแรงเท่ากับช่วงวิกฤตก่อนหน้า

# สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

## คาดการณ์ เดือนสิงหาคม 63



## คาดการณ์ เดือนกันยายน 63

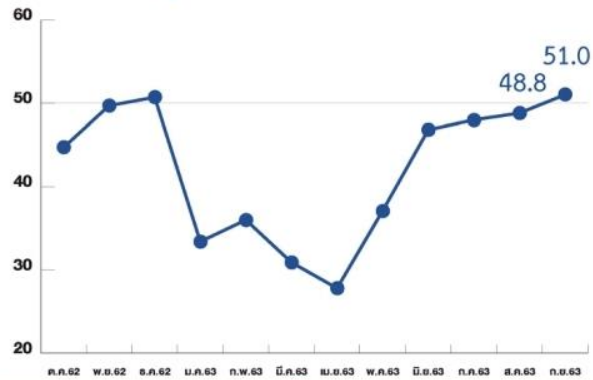


■ ลดลง ■ เท่าเดิม ■ เพิ่มขึ้น

องค์ประกอบดัชนีเกือบทุกตัวปรับตัวดีขึ้น ยกเว้นต้นทุน

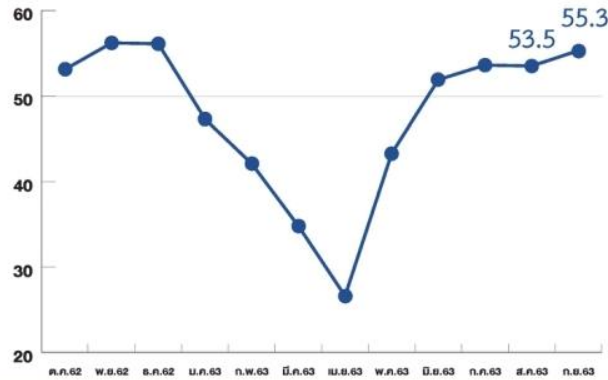
# ดัชนีความเชื่อมั่น ปัจจุบัน SME จำแนกตามภูมิภาค

กรุงเทพฯ และปริมณฑล



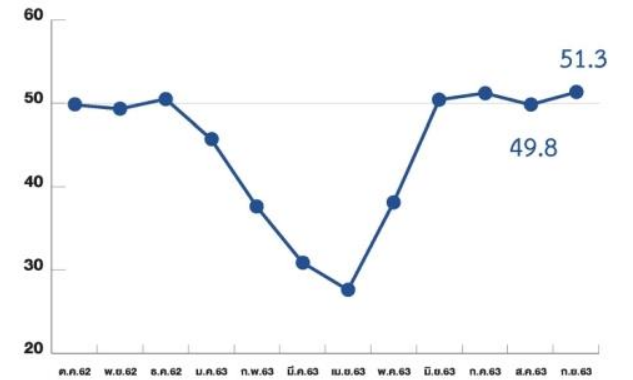
จากการขยายตัวของธุรกิจกลุ่มค้าปลีก โดยเฉพาะการค้าอุปโภค/ บริโภค ทั้งแบบค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) และแบบดั้งเดิม

ภาคกลาง



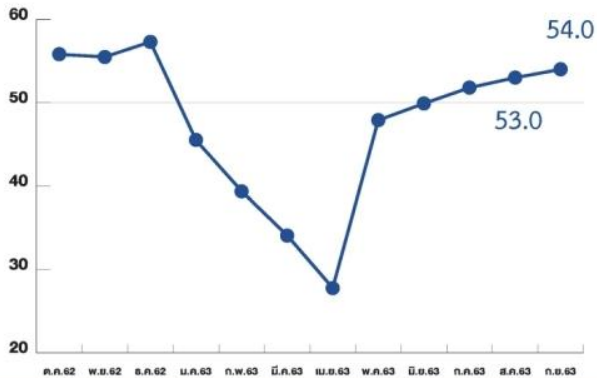
เป็นผลจากราคาสินค้าเกษตรปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะ ราคาข้าวเปลือก ทำให้กำลังซื้อในภาคการเกษตรปรับตัวดีขึ้นส่งผลดีต่อสินค้าและบริการกลุ่มอุปโภค/บริโภค รวมไปถึงสินค้าคงทน เช่น รถจักรยานยนต์

ภาคตะวันออก



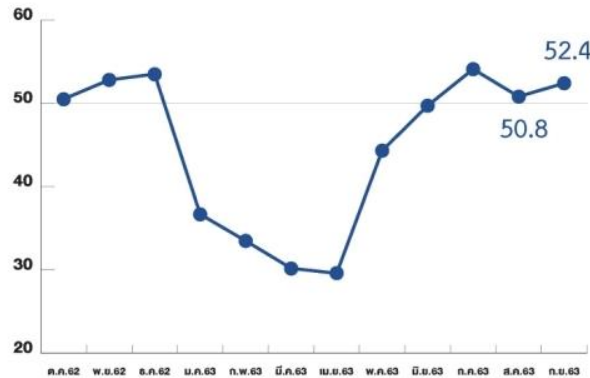
มีการขยายตัวในหลายธุรกิจ โดยเฉพาะกลุ่มท่องเที่ยวในจังหวัดใกล้กรุงเทพฯ อาทิ ชลบุรี และระยอง

ภาคใต้



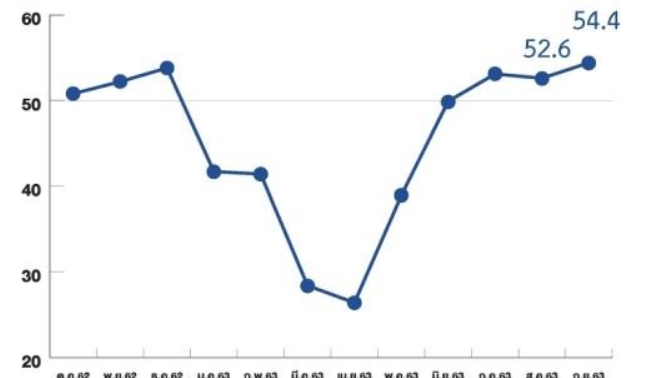
เป็นผลจากมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐและมาตรการวันหยุดยาวทำให้เกิดการเดินทางและใช้จ่ายใช้สอยในกลุ่มการท่องเที่ยวในประเทศและสาขาที่เกี่ยวข้องเนื่องประกอบกับผลของกำลังซื้อภาคการเกษตรปรับตัวดีขึ้นจากราคายางพาราที่เพิ่มขึ้น แต่ยังมีข้อจำกัดเรื่องกำลังซื้อจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยังไม่ฟื้นตัวนอกจากนี้สาขาการก่อสร้างและการค้าวัสดุก่อสร้างมีการหดตัวเล็กน้อยจากปัจจัยฤดูกาล

ภาคเหนือ



จากการเพิ่มขึ้นของการใช้จ่ายใช้สอยในช่วงวันหยุดยาวและการขยายตัวของธุรกิจโรงแรมและที่พักจากการจองล่วงหน้ารวมถึงการผลิตและจำหน่ายเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ชุมชนในกลุ่มของฝากที่ระลึก

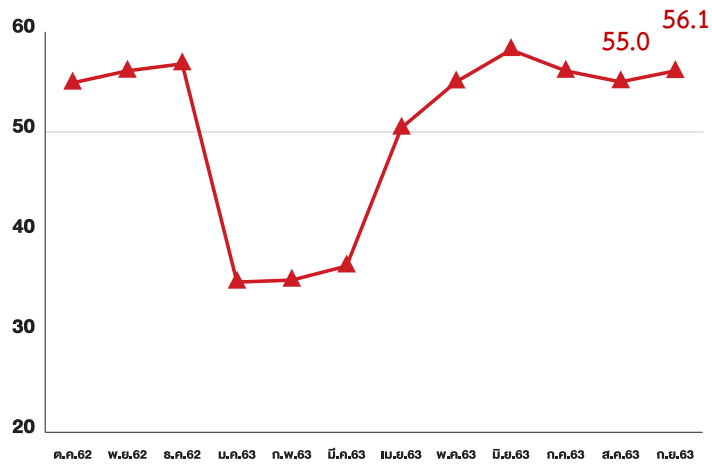
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



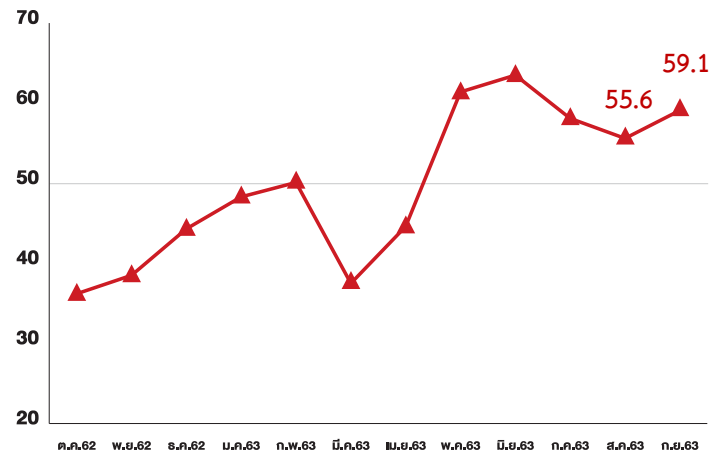
มีการขยายตัวในกลุ่มการผลิตโดยเฉพาะอาหารและเครื่องดื่ม และเสื้อผ้าและสิ่งทอ รวมไปถึงกลุ่มรับเหมาก่อสร้าง

# ดัชนีความเชื่อมั่น ภาคการฯ SME จำแนกตามภูมิภาค

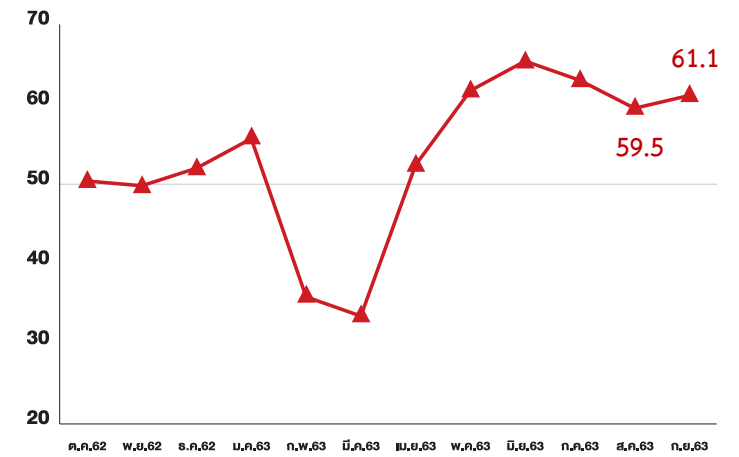
กรุงเทพฯ และปริมณฑล



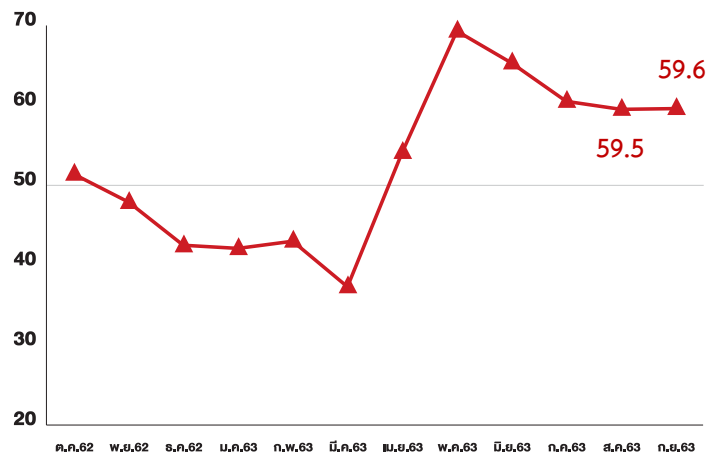
ภาคกลาง



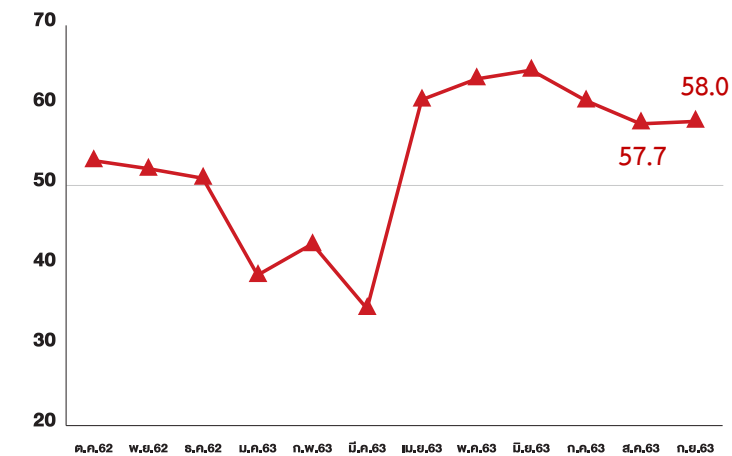
ภาคตะวันออก



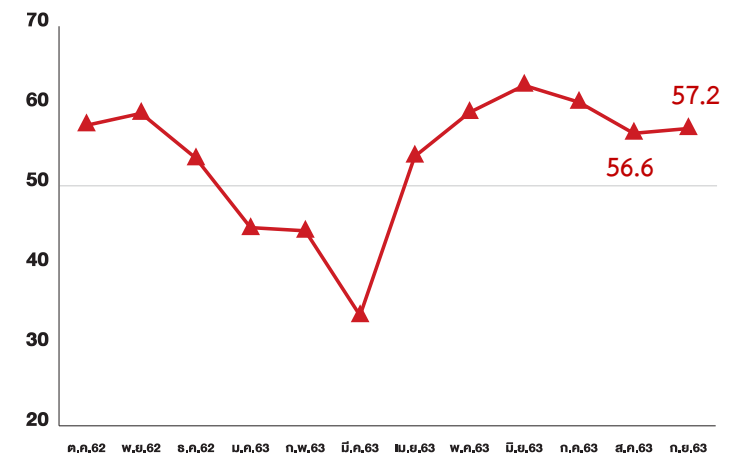
ภาคใต้



ภาคเหนือ



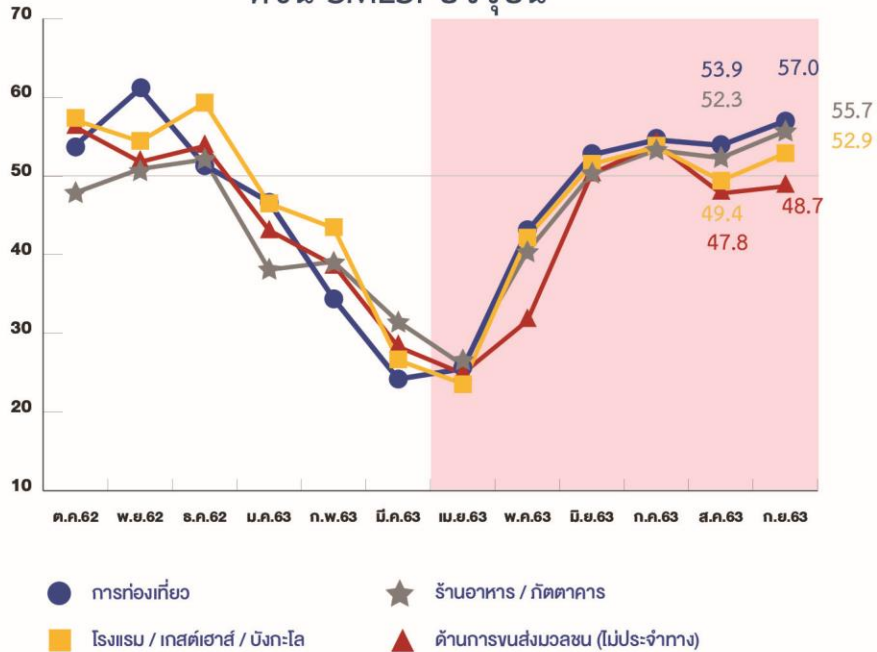
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



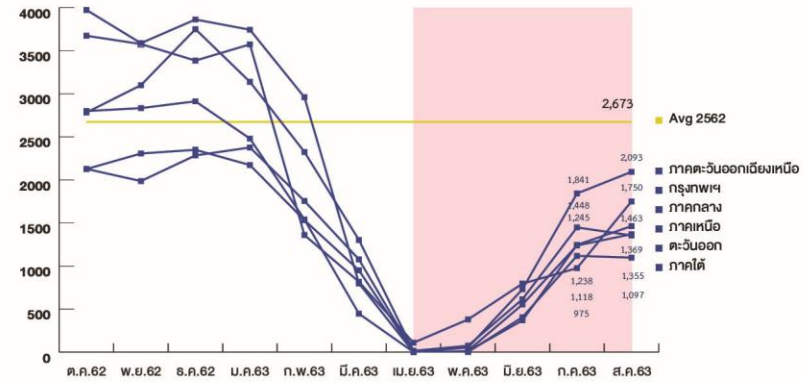


# กลุ่มการท่องเที่ยว

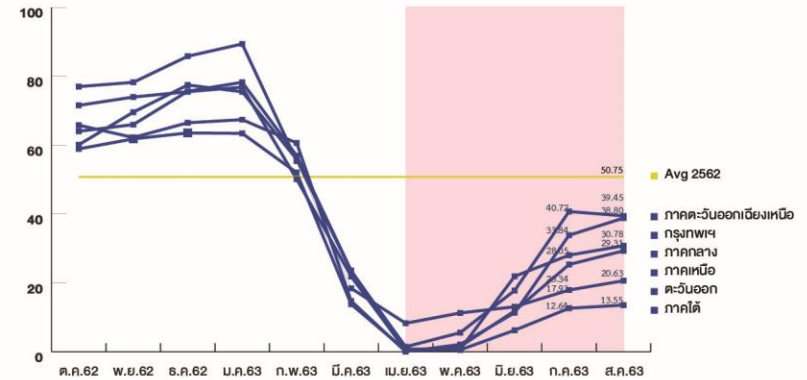
ดัชนี SMESI ปัจจุบัน



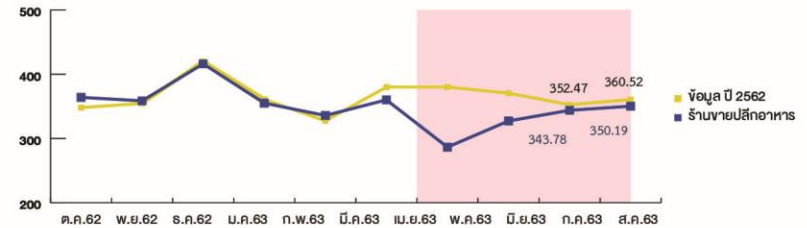
1) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย (พันคน) รายภูมิภาค



2) อัตราการเข้าพักของสถานพักแรม (ร้อยละ) รายภูมิภาค



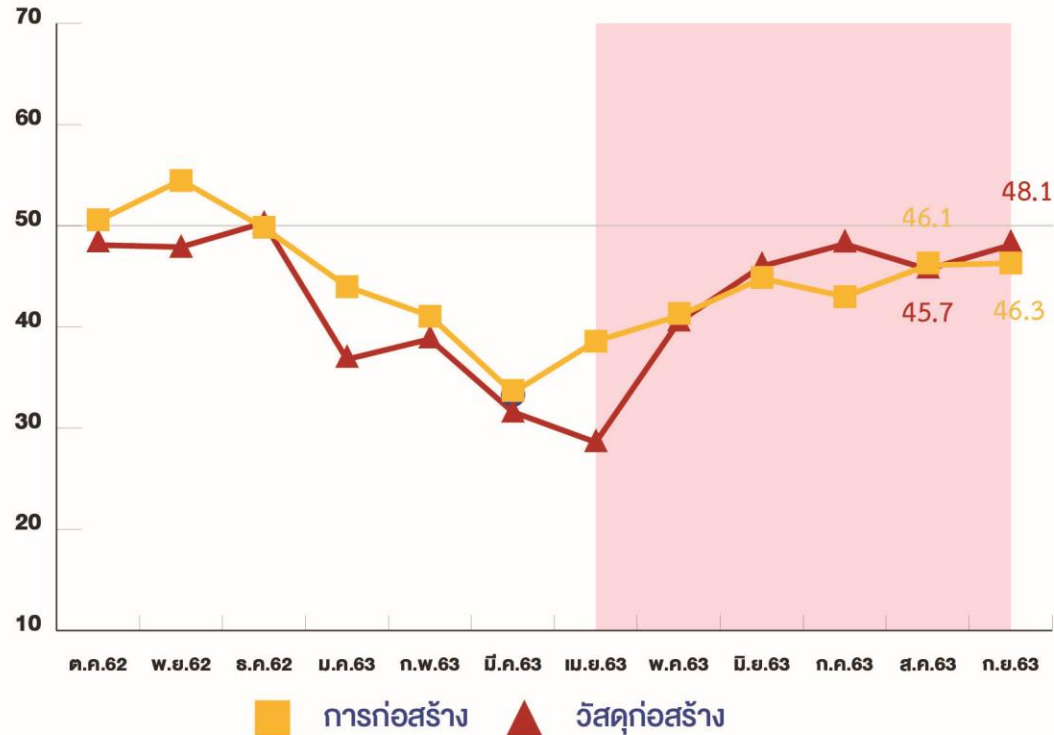
3) ดัชนีการค้าปลีกร้านอาหาร



- มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว ทำให้เกิดการเดินทางและใช้บริการธุรกิจกลุ่มการท่องเที่ยวมากขึ้น
- ธุรกิจที่เน้นนักท่องเที่ยวต่างชาติยังคงซบเซาแต่ธุรกิจบริการรถเพื่อการท่องเที่ยวมีการปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยและการฟื้นตัวยังคงต้องใช้เวลา

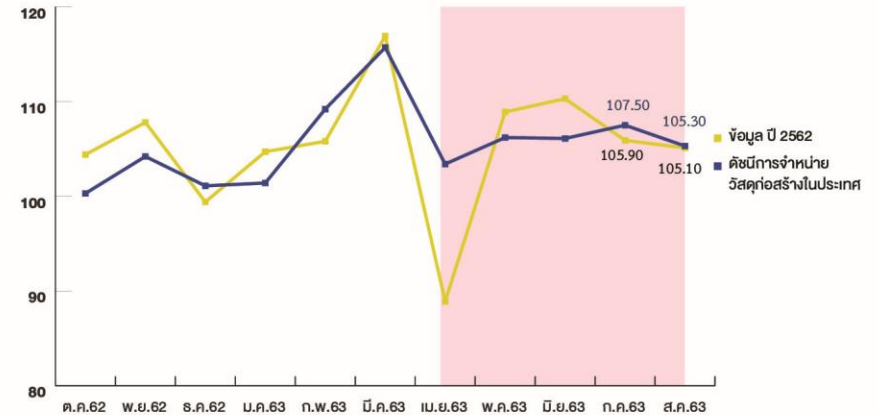
# กลุ่มการก่อสร้าง

ดัชนี SMESI ปัจจุบัน

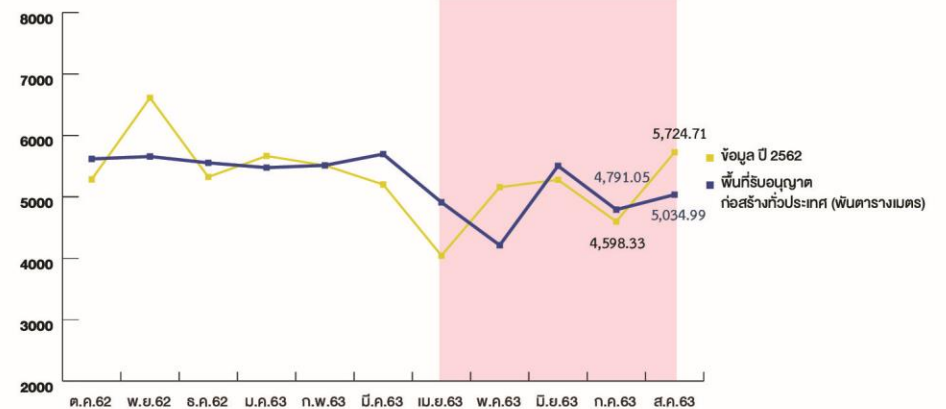


- ธุรกิจจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง SME เน้นจำหน่ายสินค้าที่ใช้ในการซ่อมแซมอาคาร/บ้านเรือน เป็นหลัก
- การก่อสร้างกลุ่ม SME มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย
- ร้านค้าวัสดุก่อสร้าง SME เผชิญการแข่งขันที่รุนแรงกับธุรกิจรายใหญ่ในพื้นที่

1) ดัชนีการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในประเทศ



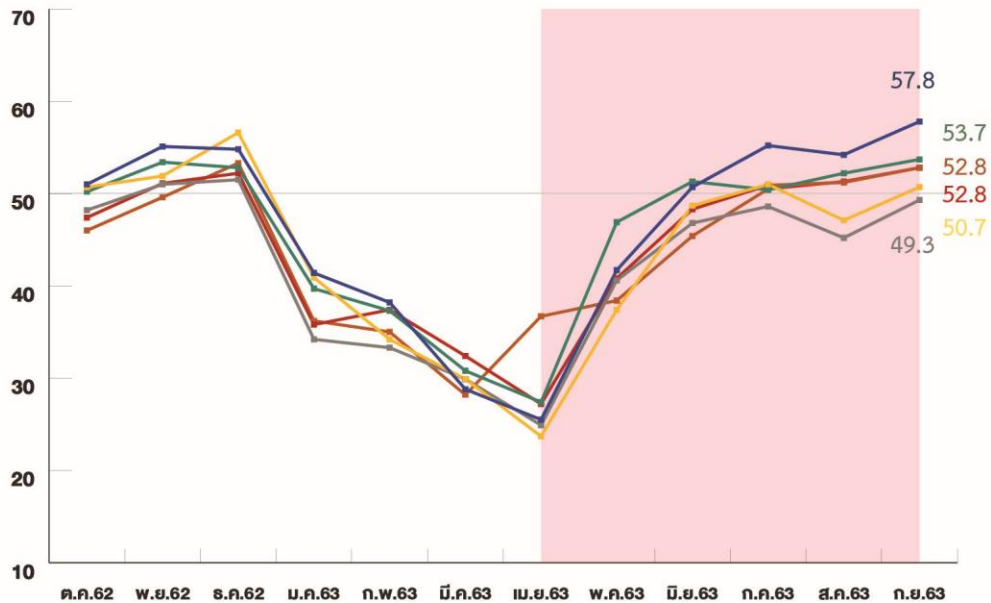
2) พื้นที่รับอนุญาตก่อสร้างทั่วประเทศ (พันตารางเมตร)



ที่มา : 1) และ 2) ธนาคารแห่งประเทศไทย

# กลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค

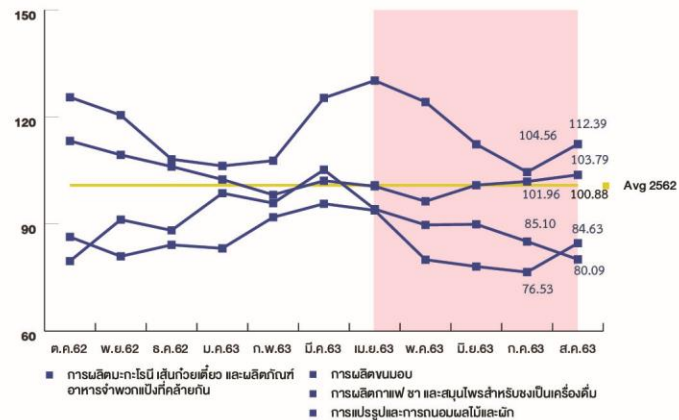
ดัชนี SMESI ปัจจุบัน



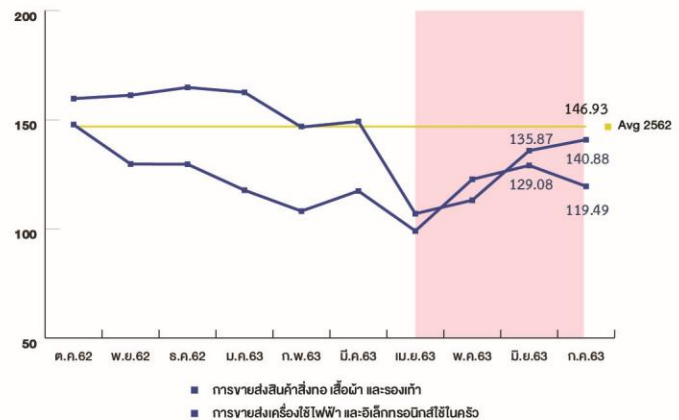
- อาหารและเครื่องดื่ม
- เสื้อผ้าและสิ่งทอ
- สินค้าอุปโภคและบริโภค
- อุปโภค / บริโภค (Modern trade)
- อุปโภค / บริโภค (ดั้งเดิม)
- สินค้าเกษตร

- ได้รับผลกระทบจากวิกฤตค่อนข้างน้อย และฟื้นตัวได้เร็วโดยเปรียบเทียบ
- ราคาสินค้าเกษตรอยู่ในระดับดีทั้งข้าวและยางพาราส่งผลดีต่อรายได้เกษตรกรและชาวสวนยาง
- ยอดขายร้านค้าปลีกอุปโภค/บริโภคขนาดเล็กทั้งสมัยใหม่และดั้งเดิมเพิ่มขึ้นกับยอดขายเครื่องดีมกลุ่มแอลกอฮอล์มากกว่าร้อยละ 40 จึงได้รับผลกระทบจากการห้ามจำหน่ายสินค้าดังกล่าว
- ธุรกิจ SME กลุ่มนี้ยังขึ้นอยู่กับยอดขายออฟไลน์มากกว่าออนไลน์

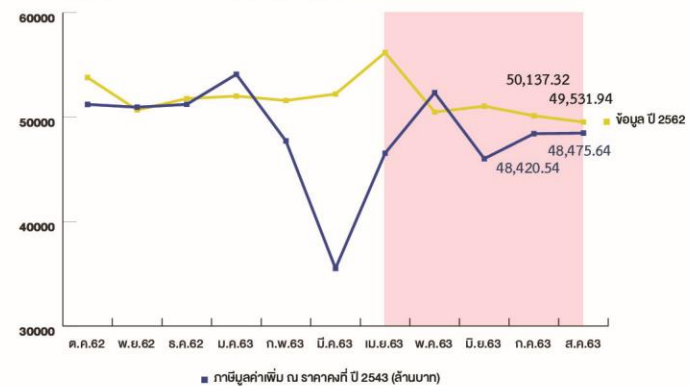
1) ดัชนีผลผลิตสินค้าอาหารและเครื่องดื่ม



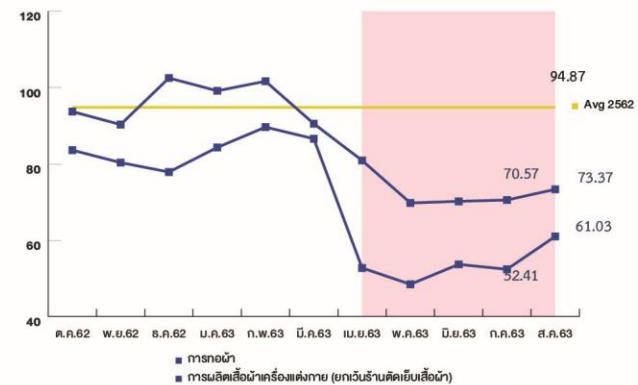
3) ดัชนีการคำสั่งสินค้าอุปโภคและบริโภค



2) ดัชนีปัจจัยเศรษฐกิจ ภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาคงที่ ปี 2543 (ล้านบาท)



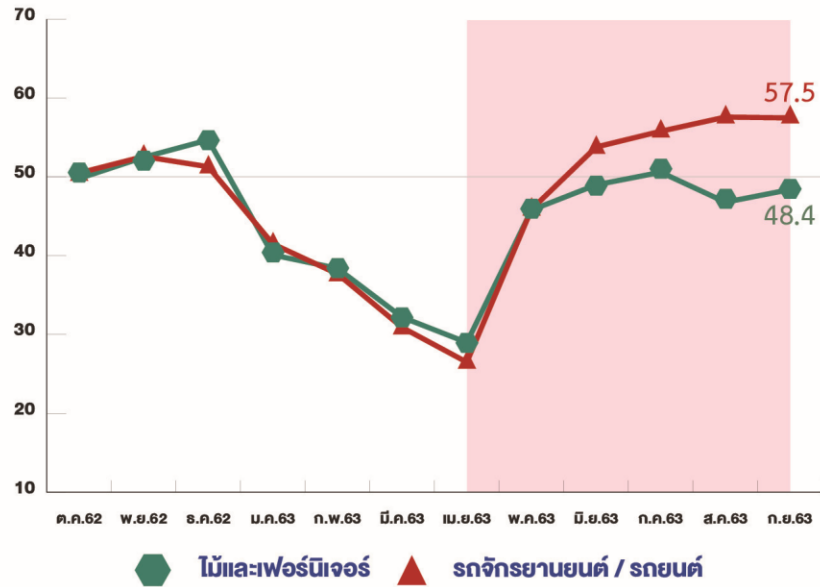
4) ดัชนีผลผลิตการทอผ้า และผลิตเสื้อผ้า



ที่มา : 1) และ 4) สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม  
2) และ 3) ธนาคารแห่งประเทศไทย

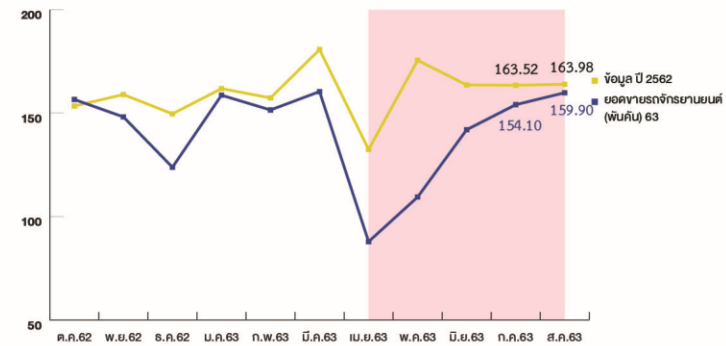
# กลุ่มสินค้าคงทน

ดัชนี SMESI ปัจจุบัน

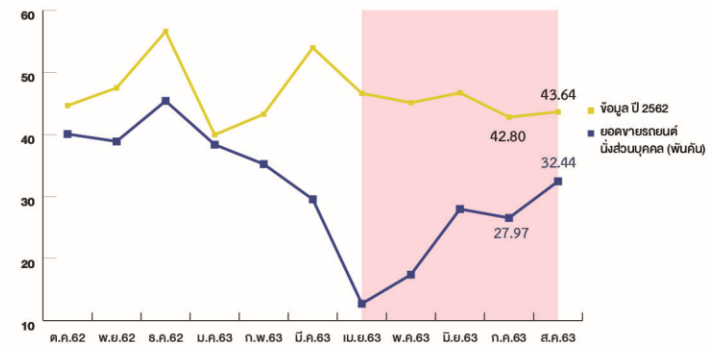


- มีการปรับตัวได้ค่อนข้างเร็ว จากราคาสินค้าเกษตรที่สูงขึ้น และรายได้ของเกษตรกรเพิ่มขึ้น
- ช่วงกักตัวธุรกิจกลุ่มเฟอร์นิเจอร์รายใหญ่มีแนวโน้มขยายตัวมากกว่ารายเล็ก

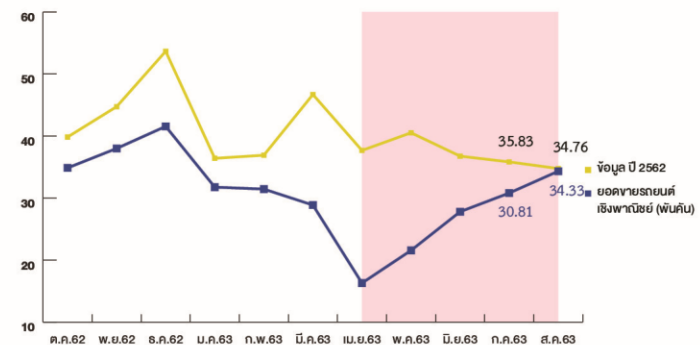
1) ยอดขายรถจักรยานยนต์ (พันคัน)



2) ยอดขายรถยนต์นั่งส่วนบุคคล (พันคัน)



3) ยอดขายรถยนต์เชิงพาณิชย์ (พันคัน)



ที่มา : 1) , 2) และ 3) ธนาคารแห่งประเทศไทย

# กลุ่มธุรกิจอื่นๆ

## ดัชนี SMESI ปัจจุบัน

### ภาคการผลิต



### ภาคการค้า



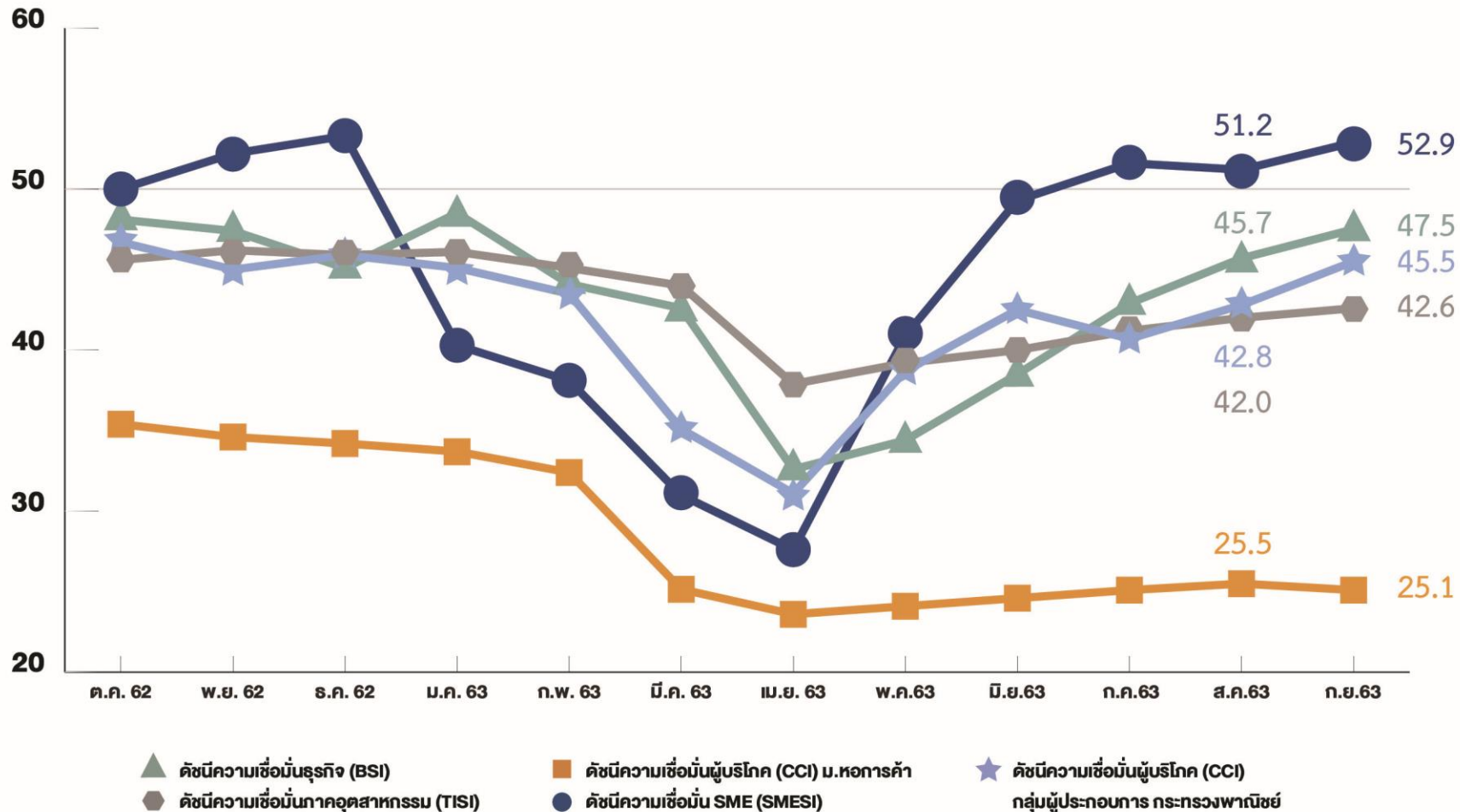
### ภาคการบริการ



**อันดับ**      **รวมประเทศ**      **กรุงเทพฯ และปริมณฑล**      **ตะวันออก**      **ใต้**      **เหนือ**      **อีสาน**      **กลาง**

1	 <p>ภาวะเศรษฐกิจ ในประเทศและอำนาจซื้อ ของประชาชน</p>	 <p>ภาวะเศรษฐกิจ ในประเทศและอำนาจซื้อ ของประชาชน</p>	 <p>ภาวะเศรษฐกิจ ในประเทศและอำนาจซื้อ ของประชาชน</p>	 <p>ภาวะเศรษฐกิจ ในประเทศและอำนาจซื้อ ของประชาชน</p>	 <p>ภาวะเศรษฐกิจ ในประเทศและอำนาจซื้อ ของประชาชน</p>	 <p>ภาวะเศรษฐกิจ ในประเทศและอำนาจซื้อ ของประชาชน</p>	 <p>ภาวะเศรษฐกิจ ในประเทศและอำนาจซื้อ ของประชาชน</p>
2	 <p>การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>	 <p>การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>	 <p>การแข่งขันในตลาด</p>	 <p>การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>	 <p>การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>	 <p>การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>	 <p>มาตรการในด้านต่างๆ ของรัฐบาลต่อกิจการ</p>
3	 <p>มาตรการในด้านต่างๆ ของรัฐบาลต่อกิจการ</p>	 <p>การแข่งขันในตลาด</p>	 <p>การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>	 <p>มาตรการในด้านต่างๆ ของรัฐบาลต่อกิจการ</p>	 <p>มาตรการในด้านต่างๆ ของรัฐบาลต่อกิจการ</p>	 <p>การแข่งขันในตลาด</p>	 <p>ราคาต้นทุนสินค้า ค่าแรงงาน</p>
4	 <p>การแข่งขันในตลาด</p>	 <p>มาตรการในด้านต่างๆ ของรัฐบาลต่อกิจการ</p>	 <p>มาตรการในด้านต่างๆ ของรัฐบาลต่อกิจการ</p>	 <p>การแข่งขันในตลาด</p>	 <p>ราคาต้นทุนสินค้า ค่าแรงงาน</p>	 <p>มาตรการในด้านต่างๆ ของรัฐบาลต่อกิจการ</p>	 <p>การแข่งขันในตลาด</p>
5	 <p>ราคาต้นทุนสินค้า ค่าแรงงาน</p>	 <p>ราคาต้นทุนสินค้า ค่าแรงงาน</p>	 <p>ราคาต้นทุนสินค้า ค่าแรงงาน</p>	 <p>ราคาต้นทุนสินค้า ค่าแรงงาน</p>	 <p>การแข่งขันในตลาด</p>	 <p>ราคาต้นทุนสินค้า ค่าแรงงาน</p>	 <p>การเปลี่ยนแปลง พฤติกรรมของผู้บริโภค</p>

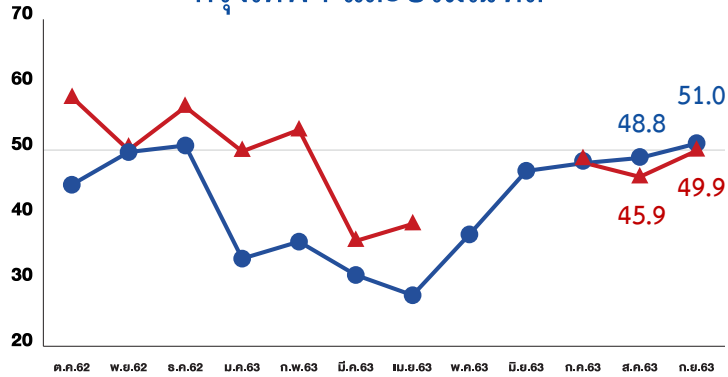
# การเปรียบเทียบดัชนี TISI , CCI , BSI และ SMESI



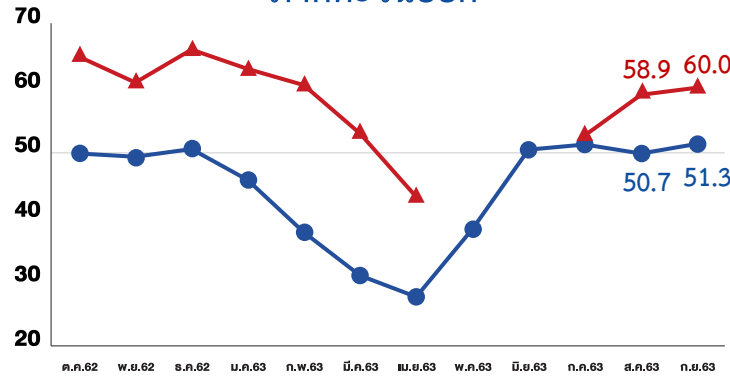
หมายเหตุ : 1) ดัชนี TISI และ CCI ม.หอการค้า ถูกปรับเป็นค่าฐาน 50  
 2) ทุกดัชนีเป็นค่า sentiment (ความคิดเห็น/ความเชื่อมั่น) เหมือนกัน แต่วิธีการเก็บและคำนวณ/องค์ประกอบดัชนี/กลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างกัน  
 3) SMESI เน้นที่กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และคำนวณเชิงเปรียบเทียบ (Comparative) จากเดือนก่อนหน้า

# การเปรียบเทียบดัชนี RSI และ SMESI

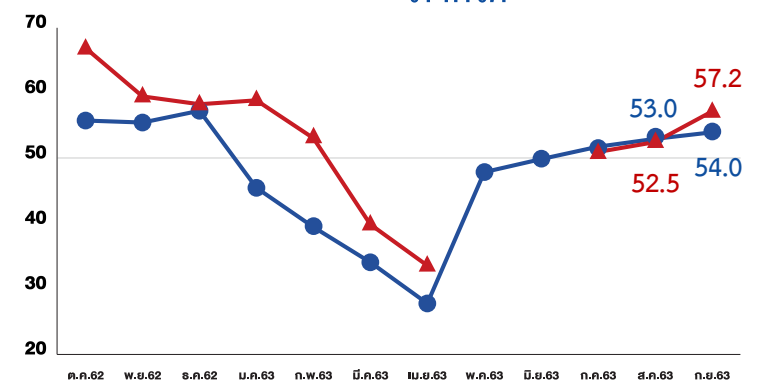
กรุงเทพฯ และปริมณฑล



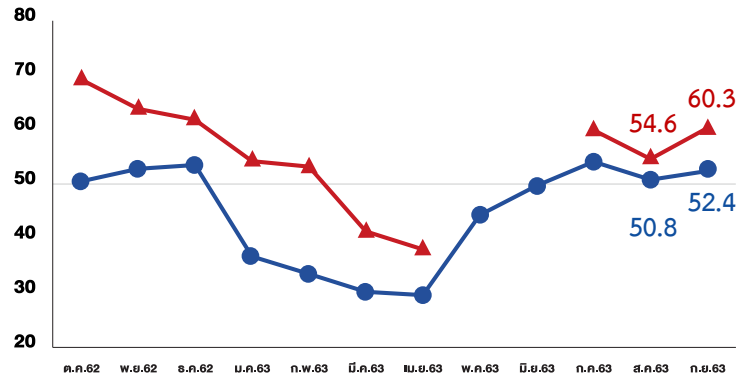
ภาคตะวันออก



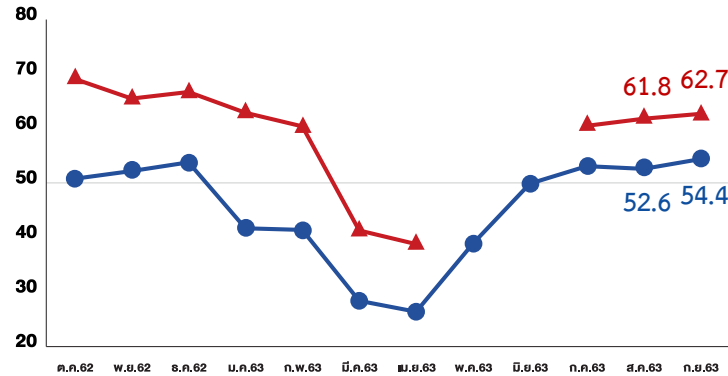
ภาคใต้



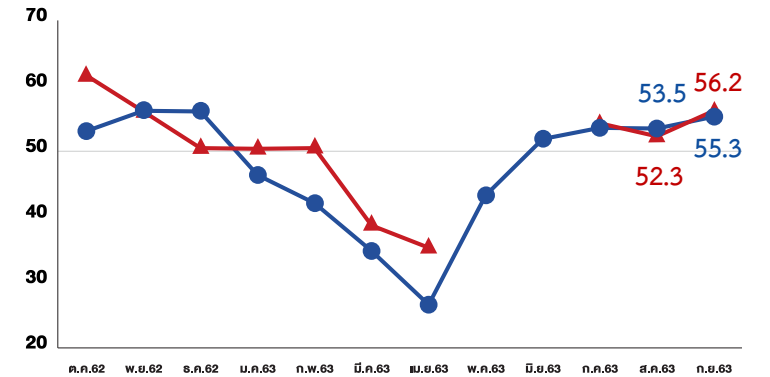
ภาคเหนือ



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาคกลาง



● ดัชนีความเชื่อมั่นภาคเศรษฐกิจภูมิภาค (RSI) ● ดัชนีความเชื่อมั่น SME (SMESI)

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



Q&A