

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME

ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564



Contents

สารบัญ

- 3** บทสรุปผู้บริหาร
- 5** สัดส่วนการเก็บข้อมูล
- 6** กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ
- 7** ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME ประเทศ
- 13** ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME ภูมิภาค
- 20** ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME ภาคธุรกิจสำคัญ
- 29** การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 30** การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI
- 31** ภาวะเศรษฐกิจไทย และธุรกิจ SME กับการเปิดประเทศ
- 40** ประเด็นที่น่าสนใจ : การปรับตัวของธุรกิจ SME ภายหลังเผชิญวิกฤตโควิด-19
- 48** ข้อมูลเพิ่มเติม

บทสรุปผู้บริหาร

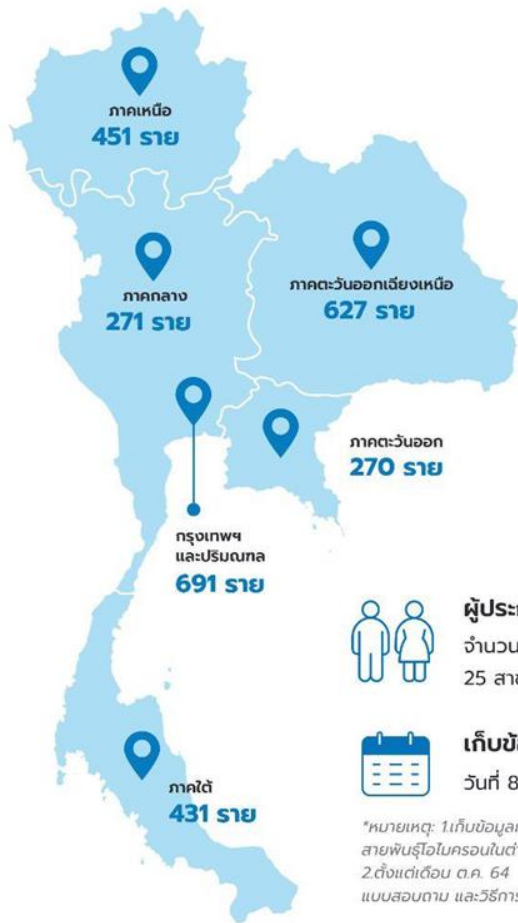


- ดัชนีความเชื่อมั่น SME ประเทศเดือนพฤศจิกายน อยู่ที่ 50.5 จากเดือนก่อนหน้าที่ 44.9 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเกินระดับค่าฐาน (50) เป็นครั้งแรกตั้งแต่เกิดการระบาดในปี 2564 (เม.ย. 64) เป็นผลมาจากเกือบทุกองค์ประกอบดัชนีและปรับตัวดีขึ้นในทุกสาขาธุรกิจ โดยเฉพาะภาคบริการ จากการผ่อนคลายการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐและผ่อนปรนอนุญาตการดำเนินธุรกิจได้มากขึ้น รวมไปถึงมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของผู้บริโภคที่ส่งเสริมธุรกิจรายย่อย ส่วนการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย 2564 ส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเมืองท่องเที่ยว
- ดัชนีความเชื่อมั่นฯ ภาคการนิคมอีก 3 เดือนข้างหน้า เพิ่มขึ้นต่อเนื่องอยู่ที่ 58.1 จากเดือนก่อนหน้าที่ 55.0 และเพิ่มขึ้นในทุกสาขาธุรกิจ จากแนวโน้มการขยายตัวของยอดขายสินค้าและการให้บริการที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศเพิ่มมากขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ยังคงมีความกังวลต่อการระบาดระลอกใหม่อย่างมากรวมถึงความกังวลต่อการปรับเพิ่มขึ้นของต้นทุน โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบและสินค้า ค่าน้ำมัน และการขนส่ง
- ดัชนีความเชื่อมั่นทั้งปัจจุบัน และคาดการณ์อีก 3 เดือนข้างหน้ารายภูมิภาค ทุกภูมิภาคปรับตัวเพิ่มขึ้นตามกำลังซื้อภายในประเทศเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตามในหลายพื้นที่ทางภาคใต้ประสบปัญหาน้ำท่วม และผลกระทบจากมรสุมฝั่งอ่าวไทยส่งผลต่อการดำเนินธุรกิจในบางส่วน ยกเว้นจังหวัดภูเก็ตที่มีการเดินทาง และมีการค้นหาการเดินทาง/ที่พักเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
- ดัชนีความเชื่อมั่นปัจจุบันเพิ่มขึ้นในทุกสาขาธุรกิจโดยเฉพาะภาคการบริการ สาขาที่มีการปรับตัวมากที่สุด ได้แก่ บริการการท่องเที่ยว การขนส่งมวลชน (ไม่ประจำทาง) บริการเสริมความงาม/สปา/นวดเพื่อสุขภาพ ร้านอาหาร/ภัตตาคาร บริการสันทนาการ/วัฒนธรรม/กีฬา และโรงแรม/ที่พัก ตามลำดับ

บทสรุปผู้บริหาร



- จากการสอบถามธุรกิจ SME กับการเปิดประเทศ พบว่าร้อยละ 59.1 ตอบว่าได้รับประโยชน์ (ทางตรงหรือทางอ้อม) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสาขาการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ส่วนที่ตอบว่าไม่ได้รับประโยชน์เพราะกลุ่มลูกค้าหลักเป็นคนในพื้นที่ และไม่ได้อยู่ในแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ อย่างไรก็ตามแนวโน้มการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวมีการเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนการเปิดประเทศตามมาตรการผ่อนปรนการควบคุมโรคระบาด และการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากโครงการเราเที่ยวด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศ ส่วนการเปิดประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติ คาดว่ามีผลอย่างมากในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ เช่น กรุงเทพฯ และภูเก็ต เป็นต้น
- ข้อกังวลต่อธุรกิจ SME ในอนาคต กว่าร้อยละ 70 เป็นเรื่องการแพร่ระบาดของโรคใหม่ แม้การเก็บข้อมูลจะเกิดขึ้นก่อนการพบการระบาดของโอไมครอนในต่างประเทศแสดงให้เห็นถึงความเสี่ยงและความไม่มั่นใจอย่างมากกรณีหากเกิดการระบาดอีกครั้งในประเทศไทย
- ประเด็นปัญหาในปัจจุบันและความกังวลในอนาคตที่สำคัญอีกเรื่อง คือ ต้นทุนกิจการโดยเป็นองค์ประกอบเดียวของดัชนีความเชื่อมั่นฯ ที่แยลงทั้งในปัจจุบันและคาดการณ์ ซึ่งการสำรวจพบว่า ค่าวัตถุดิบและค่าสินค้าที่มาจำหน่าย และค่าการผลิต/บริหารจัดการ เป็นต้นทุนค่าใช้จ่ายที่มีการปรับตัวสูงขึ้นมากที่สุด
- การสำรวจยังพบว่าจากวิกฤตโควิดที่ผ่านมา SME ที่มีการปรับตัวทางธุรกิจแล้ว กว่าร้อยละ 75 จะดำเนินการในรูปแบบที่มีการปรับตัวต่อไป และหากเกิดการแพร่ระบาดอีกครั้งกว่าร้อยละ 65.9 มีแผนปรับตัว อาทิ ใช้ช่องทางออนไลน์ ใช้มาตรการป้องกันสุขอนามัย ลดชั่วโมงทำงาน เป็นต้น
- นอกจากนั้นผู้ประกอบการ SME กว่าร้อยละ 80 ที่มีการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น จะกลับไปจ้างงานลูกจ้างรายเดิม เนื่องจากมีทักษะเดิม สามารถ up-skills/re-skills และเข้าใจการทำงานอยู่แล้ว ในส่วนของผู้ประกอบการ SME ที่มีการจ้างงานลูกจ้างรายใหม่พบว่ามีความต้องการทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและด้านการบริการ และดูแลลูกค้ามากที่สุด



ผู้ประกอบการ SME

จำนวน 2,741 ราย
25 สาขาธุรกิจ



เก็บข้อมูลระหว่าง

วันที่ 8-23 พฤศจิกายน 2564

*หมายเหตุ: 1.เก็บข้อมูลก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19
สายพันธุ์โอไมครอนในต่างประเทศ
2.ตั้งแต่เดือน ต.ค. 64 มีการปรับปรุงกลุ่มตัวอย่าง
แบบสอบถาม และวิธีการสำรวจ

สัดส่วนการเก็บข้อมูล

25.5%

ภาคการผลิต

จำนวน 700 ราย



30.4%

ภาคการค้า

จำนวน 833 ราย



39.9%

ภาคการบริการ

จำนวน 1,093 ราย



4.2%

ภาคการเกษตร

จำนวน 115 ราย



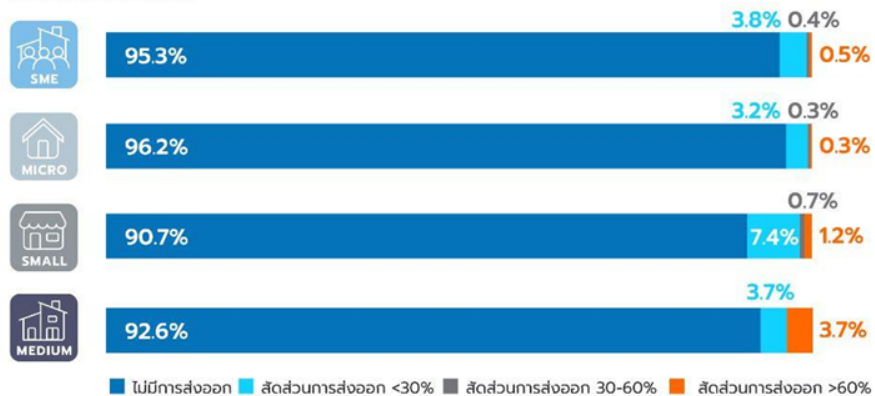
กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ



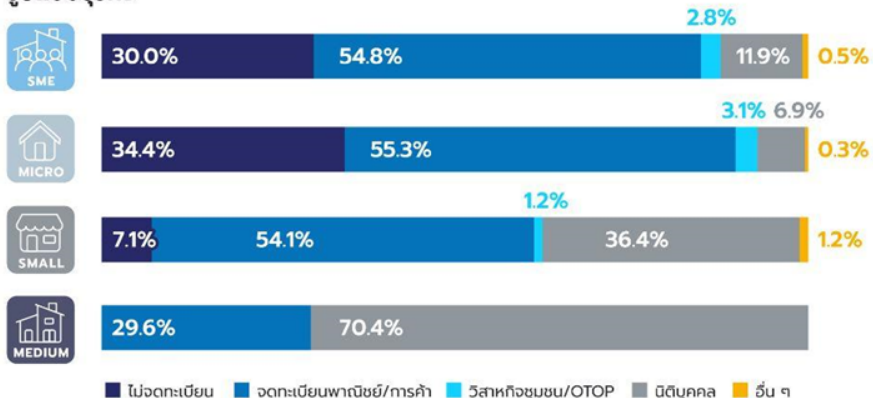
จำนวนแรงงานเฉลี่ย



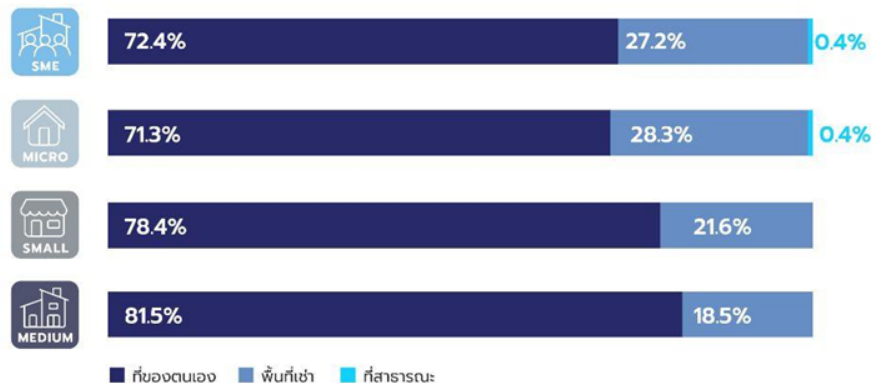
สัดส่วนการส่งออก



รูปแบบธุรกิจ



สถานที่ตั้งกิจการ



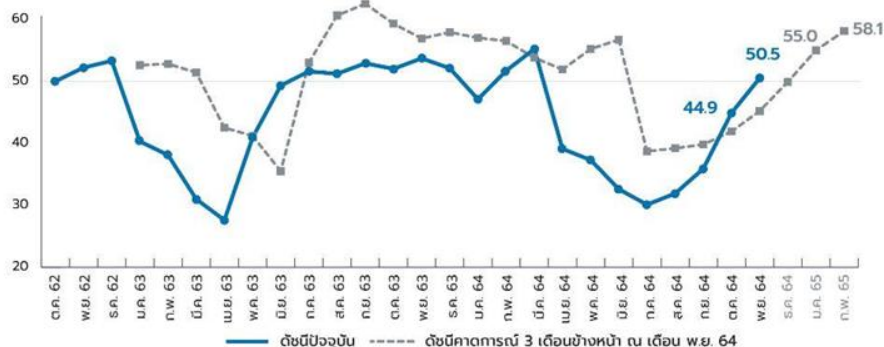


ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME ประเทศ

1. เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 8 - 23 พฤศจิกายน 2564

2. เก็บข้อมูลก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 สายพันธุ์โอไมครอน
ในต่างประเทศ

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ประเทศ



ภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน



ภาวะเศรษฐกิจ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า

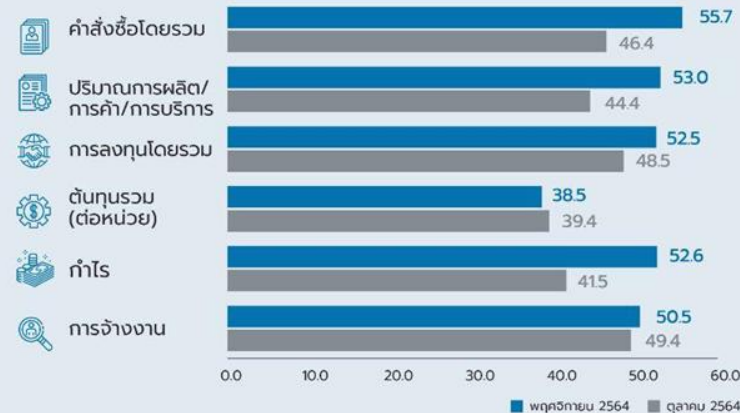


ดัชนีความเชื่อมั่น SME ประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นเกินระดับค่าฐาน (50) เป็นครั้งแรกตั้งแต่เกิดการระบาดในปี 2564 (เม.ย. 64) จากเกือบทุกองค์ประกอบดัชนี และปรับตัวดีขึ้นในทุกสาขาธุรกิจ โดยเฉพาะภาคบริการ เป็นผลจากการผ่อนคลายการควบคุมการแพร่ระบาดของภาครัฐในเรื่องข้อจำกัดการเดินทาง และผ่อนปรนอนุญาตการดำเนินธุรกิจได้มากขึ้นโดยเฉพาะธุรกิจร้านอาหารรวมไปถึงมาตรการกระตุ้นการใช้ของผู้บริโภคที่ส่งเสริมธุรกิจรายย่อยส่วนการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่วันที่ 1 พ.ย. 2564 ส่งผลต่อภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะในเมือท่องเที่ยวเป็นหลัก

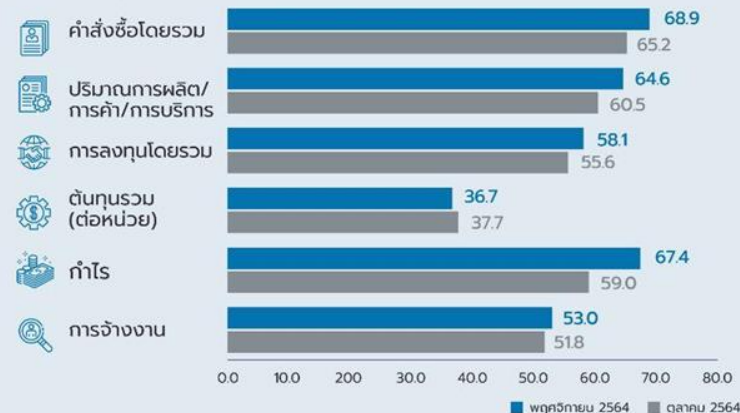
การคาดการณ์ความเชื่อมั่นฯ อีก 3 เดือนข้างหน้า เพิ่มขึ้นในทุกสาขาธุรกิจ จากแนวโน้มการขยายตัวของยอดขายสินค้าและการให้บริการที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องที่คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศเพิ่มมากขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่ยังคงมีความกังวลต่อการระบาดระลอกใหม่อย่างมาก รวมไปถึงความกังวลต่อการปรับเพิ่มขึ้นของต้นทุน โดยเฉพาะค่าวัตถุดิบและสินค้าป้อน และการขนส่ง

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564

ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบัน รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ เดือนพฤศจิกายน 2564

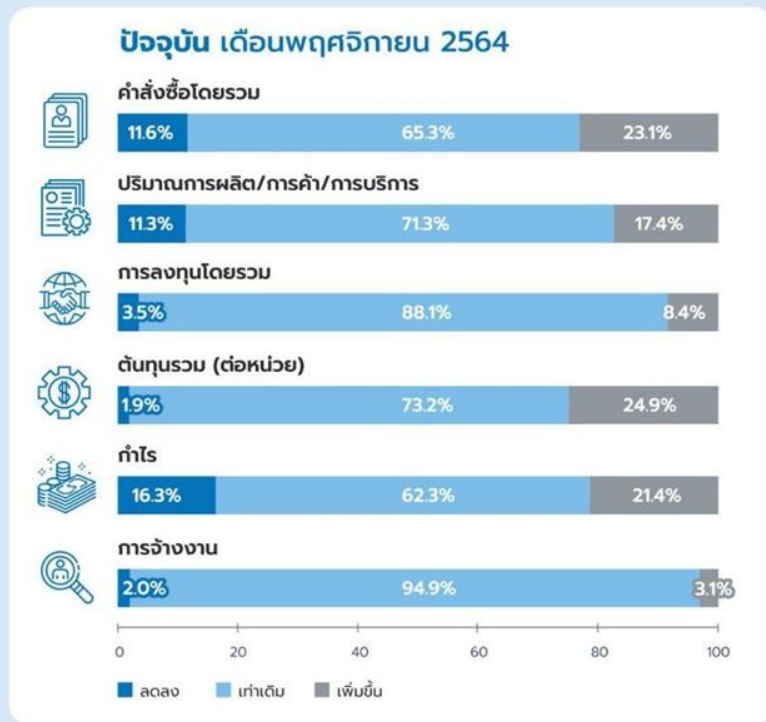
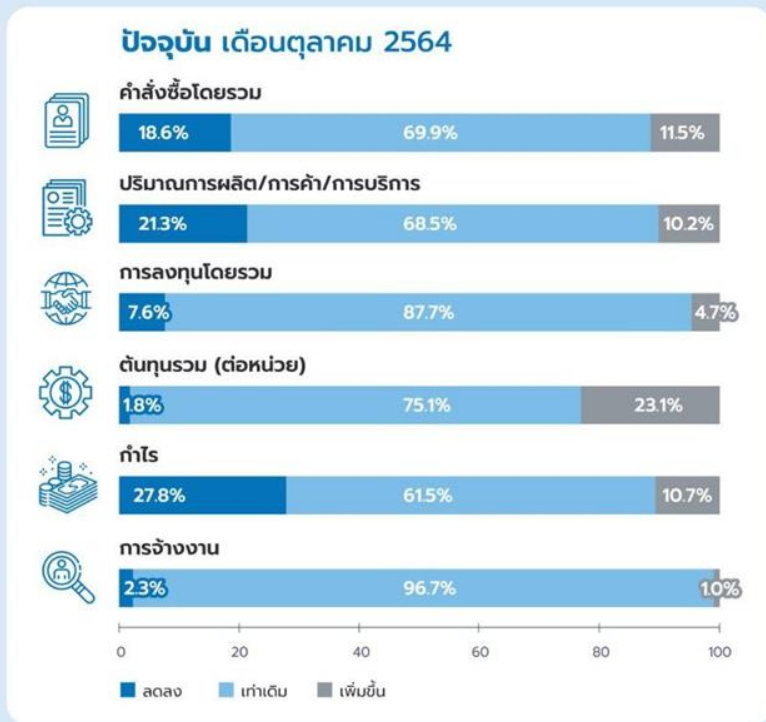


ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ ณ เดือนพฤศจิกายน 2564



จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบดัชนีปัจจุบัน SME พบว่าการตอบในเดือน พ.ย. ที่ **เพิ่มขึ้น** นั้น เกิดจากทุกองค์ประกอบโดยเฉพาะคำสั่งซื้อ ปริมาณการผลิต และกำไร ส่วนองค์ประกอบด้านต้นทุนที่ลดลง เป็นผลมาจากต้นทุนในการดำเนินงานที่ปรับตัวสูงขึ้น

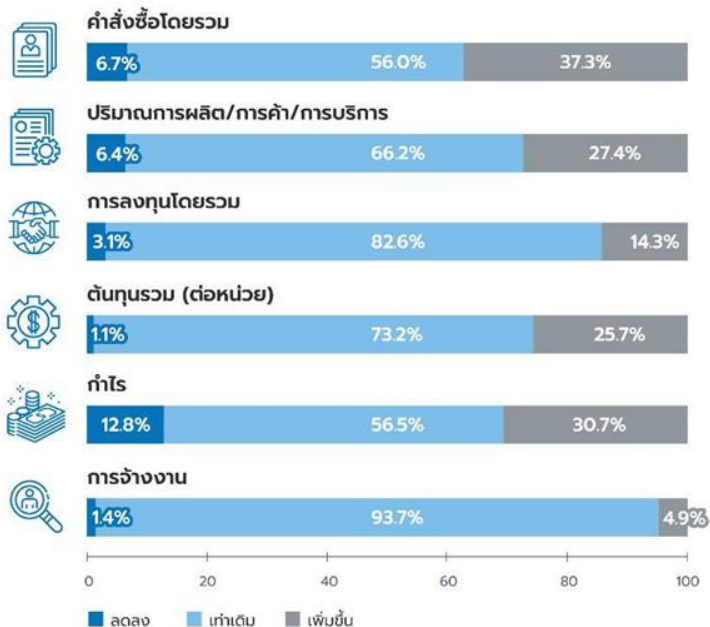
สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี



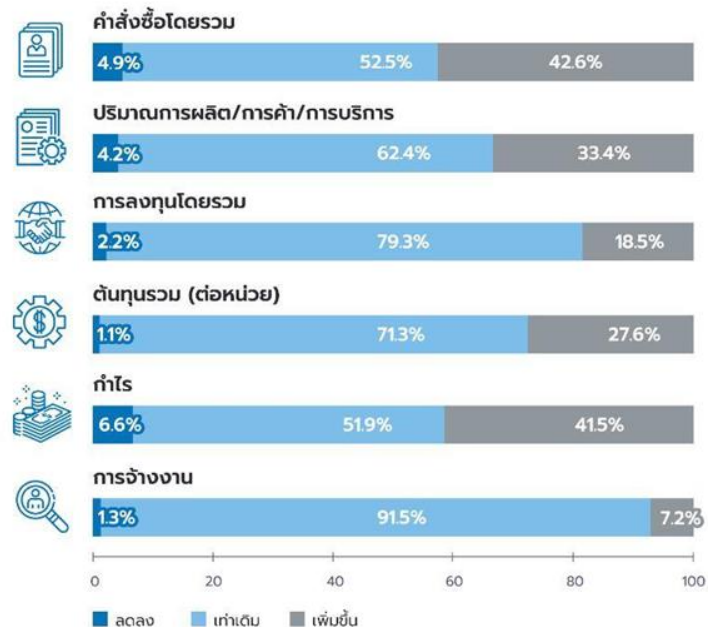
จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบดัชนีคาดการณ์ SME พบว่าการตอบคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือน พ.ย. ที่ **จะเพิ่มขึ้น** เกิดขึ้นในทุกองค์ประกอบเช่นเดียวกัน

สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

คาดการณ์ ณ เดือนตุลาคม 2564

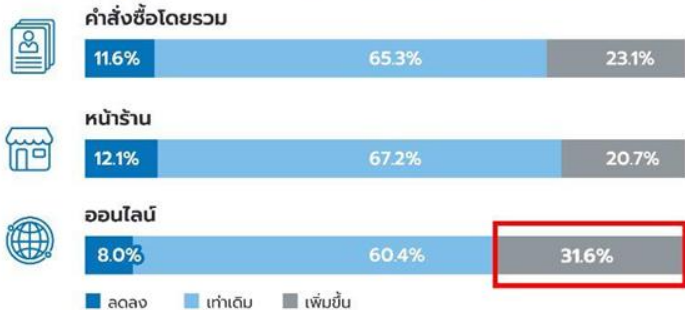


คาดการณ์ ณ เดือนพฤศจิกายน 2564

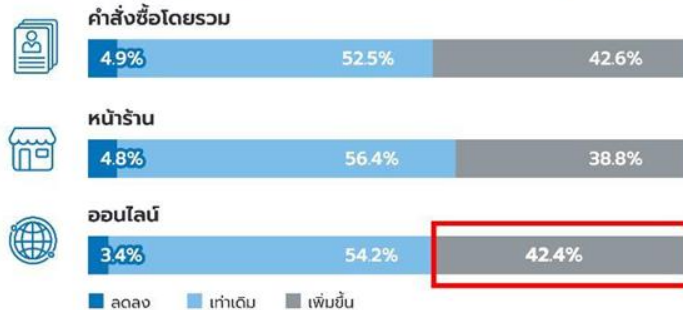


จากสัดส่วนการตอบช่องทางทางการขายระหว่างหน้าร้าน และ ออนไลน์ (กรณีที่มีการขายออนไลน์) พบว่าเดือน พ.ย. สัดส่วนที่เพิ่มขึ้นของช่องทางออนไลน์มากกว่าหน้าร้านทั้งในปัจจุบัน และคาดการณ์อีก 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือน พ.ย. 2564

ปัจจุบัน คำสั่งซื้อโดยรวม เดือนพฤศจิกายน 2564

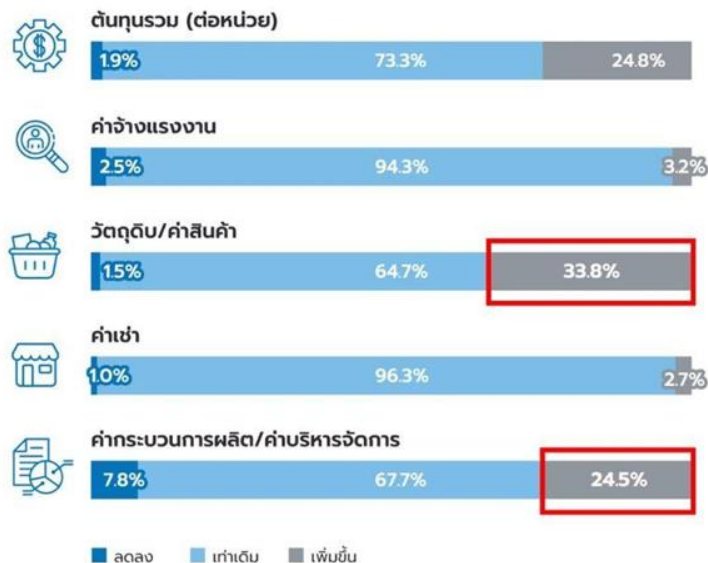


คาดการณ์ คำสั่งซื้อโดยรวม ณ เดือนพฤศจิกายน 2564

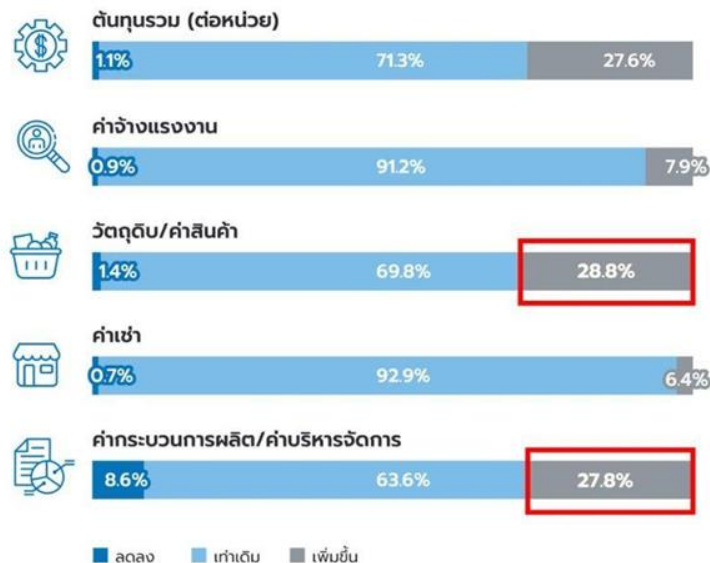


จากสัดส่วนการตอบประเด็นการเปลี่ยนแปลงด้านต้นทุน พบว่า SME ที่กำลังประสบปัญหาและมีความกังวลทาง ด้านต้นทุนที่เพิ่มขึ้นในอนาคต (ดัชนีความเชื่อมั่นฯ ลดลง) ส่วนใหญ่ คือ ค่าวัตถุดิบและค่าสินค้าที่นำมาจัดจำหน่าย รวมไปถึง ค่ากระบวนการผลิตและบริหารจัดการอื่นๆ เช่น ค่าใช้จ่ายในการป้องกันและรักษาสุขอนามัย ในสถานประกอบการ เป็นต้น

ปัจจุบัน ต้นทุนรวม (ต่อหน่วย) เดือนพฤศจิกายน 2564



คาดการณ์ ต้นทุนรวม (ต่อหน่วย) ณ เดือนพฤศจิกายน 2564





ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI)
และแนวโน้มธุรกิจ SME
รายภูมิภาค

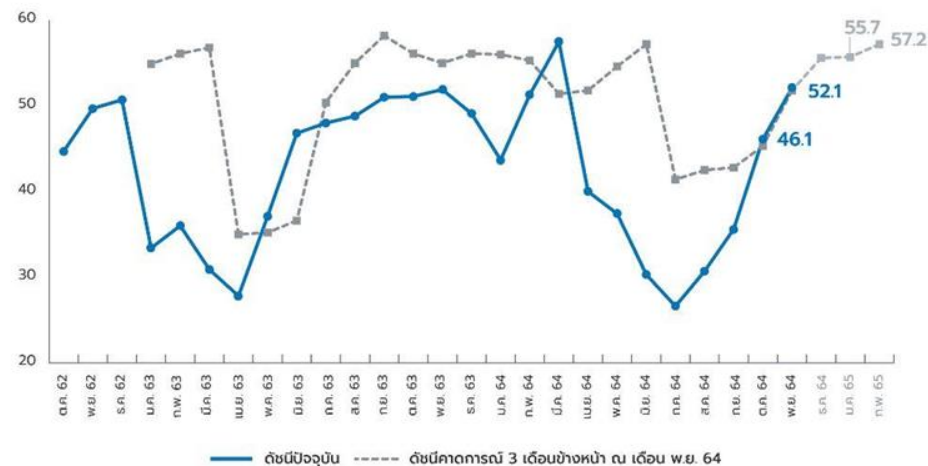


ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI กรุงเทพฯ และปริมณฑล

หน่วย : ดัชนี



ภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน



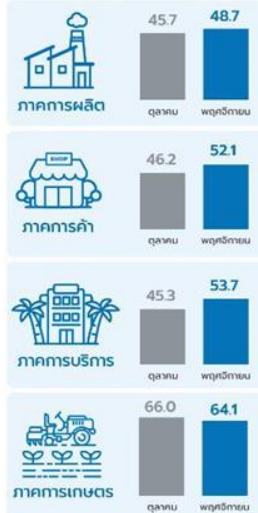
ภาวะเศรษฐกิจ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือนพฤศจิกายน 2564



กิจกรรมทางเศรษฐกิจในสาขาต่างๆมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นผลมาจากการดำเนินการขับเคลื่อนด้านเศรษฐกิจ ควบคู่กับการกำหนดมาตรการควบคุมและป้องกันโรคในพื้นที่แบบบูรณาการ ของเขตพื้นที่ กทม. นอกจากนี้จากมาตรการเปิดประเทศและเปิดเมืองรับนักท่องเที่ยวแบบไม่กักตัว โดย กทม. เป็น 1 ในพื้นที่สี่ฟ้า มุ่งรณรงค์เพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลทำให้ภาคการบริการมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุด เมื่อเทียบกับภาคธุรกิจอื่นๆ อาทิ บริการท่องเที่ยว โรงแรม และร้านอาหาร มีการปรับตัวของกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก เนื่องจากเป็นศูนย์กลางก่อนการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวไปยังภูมิภาคอื่นๆ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ กรุงเทพฯ และปริมณฑล



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

ปัจจัย "บวก"

- ด้านการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน/ภาครัฐ
- ด้านมาตรฐานการผลิต/ความปลอดภัย/สุขอนามัย
- ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม

ปัจจัย "ลบ"

- ด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19
- ด้านหนี้สินกิจการ
- ด้านคู่แข่ง

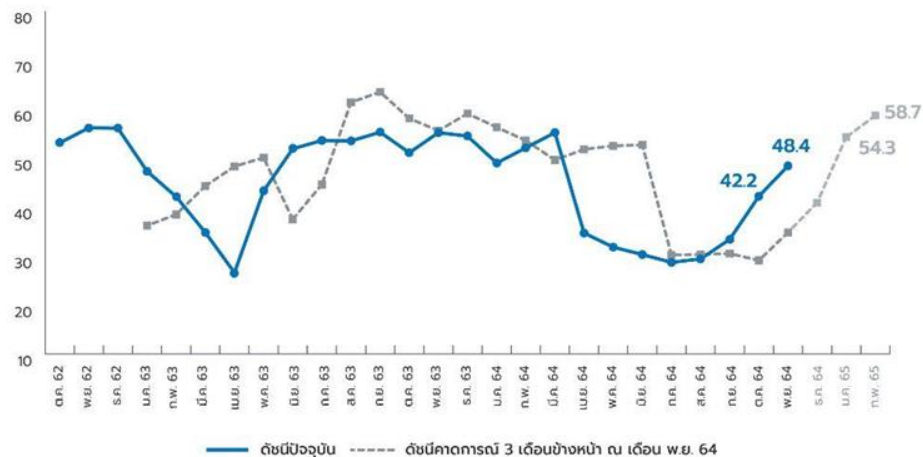


ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI)
และแนวโน้มธุรกิจ SME

ภาคกลาง

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคกลาง

หน่วย : ดัชนี



ภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน



ภาวะเศรษฐกิจ ค่าการณ 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือนพฤศจิกายน 2564



ภาพรวมธุรกิจปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะภาคการบริการ และภาคการค้า จากการที่ประชาชนคลายความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดและมีการออกมาทำกิจกรรมนอกบ้านของคนในพื้นที่เป็นอย่างมาก รวมถึงความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ ส่งผลดีต่อคำสั่งซื้อในธุรกิจร้านอาหาร บริการรถรับเหมา และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจภาคกลาง



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

ปัจจัย "บวก"

- ด้านการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน/ภาครัฐ
- ด้านมาตรฐานการผลิต/ความปลอดภัย/สุขอนามัย
- ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม

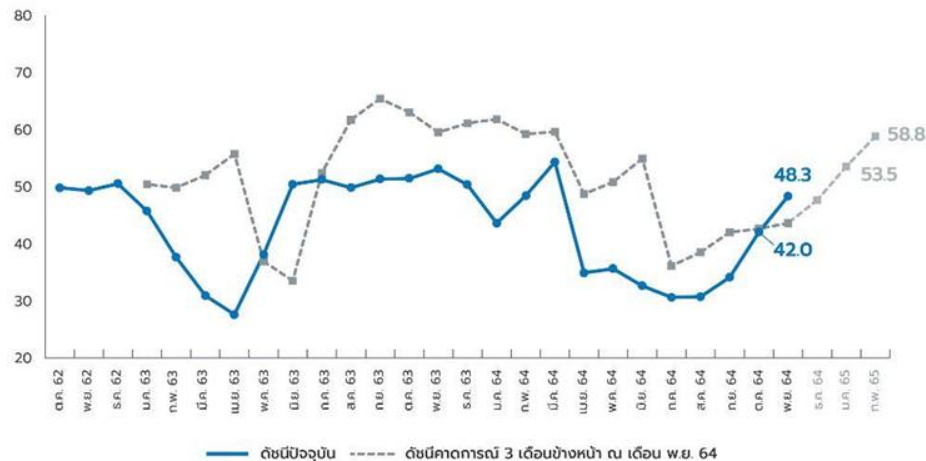
ปัจจัย "ลบ"

- ด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- ด้านหนี้สินกิจการ
- ด้านคู่แข่ง



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME ภาคตะวันออก

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออก หน่วย : ดัชนี



ภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน



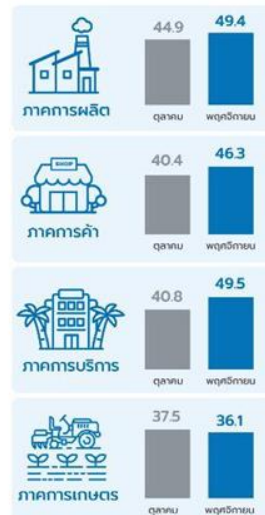
ภาวะเศรษฐกิจ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือนพฤศจิกายน 2564



ธุรกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากการลดช่วงเวลาเคอร์ฟิวและผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรค ทำให้ดัชนีฯ ของธุรกิจร้านอาหารปรับตัวสูงขึ้น การผ่อนคลายและอนุญาตให้มีการรวมกลุ่มและสามารถจัดกิจกรรมภายใต้มาตรการป้องกันโควิดทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวและสินค้าการ วัฒนธรรม ที่ฟ้า มีดัชนีฯ ที่สูงขึ้นเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางแบบไปเช้าเย็นกลับ รวมไปถึงการแข่งขันด้านราคาและการทำโปรโมชั่นของธุรกิจโรงแรมรายใหญ่ ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรม ที่พัก ขนาดเล็กโดยรวมปรับตัวลงเล็กน้อย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจภาคตะวันออก



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

ปัจจัย "บวก"

- ด้านการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน/ภาครัฐ
- ด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- ด้านข้อมูลสนับสนุนจากภาครัฐ

ปัจจัย "ลบ"

- ด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- ด้านหนี้สินกิจการ
- ด้านต้นทุน

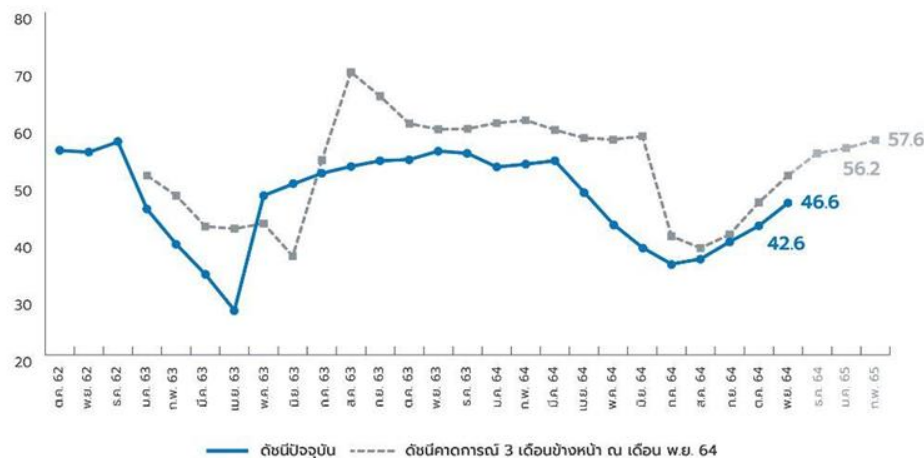


ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME

ภาคใต้

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคใต้

หน่วย : ดัชนี



ภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน



ภาวะเศรษฐกิจ ภาคการณ 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือนพฤศจิกายน 2564



การขยายตัวมาจากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยงของภาครัฐ และการเปิดประเทศ เนื่องจากสถานที่ท่องเที่ยงหลายแห่งในภูมิภาคเป็นจุดหมายปลายทางของเหล่านักท่องเที่ยงทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยเฉพาะจังหวัดภูเก็ตที่เปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมาก่อนตามโครงการนำร่องได้เข้าสู่ฤดูกาลที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยง (High Season) และเกาะสมุยที่เริ่มเปิดให้บริการสนามบินต้อนรับเที่ยวบินจากต่างชาติตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม พ.ย. ส่งผลให้ธุรกิจภาคการท่องเที่ยงขยายตัวชัดเจน โดยเฉพาะบริการรถรับเหมา ร้านอาหาร และบริการท่องเที่ยง อย่างไรก็ตามหลายพื้นที่ในภาคใต้ประสบปัญหาฝนตกหนัก ลมมรสุม และน้ำท่วม โดยเฉพาะจังหวัดสงขลาและนครศรีธรรมราช ส่งผลทางลบกับบางธุรกิจ เช่น หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค บริการก่อสร้าง และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่อง เป็นต้น

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจภาคใต้



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

ปัจจัย "บวก"

- ด้านมาตรฐานการผลิต/ความปลอดภัย/สุขอนามัย
- ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม
- ด้านการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน/ภาครัฐ

ปัจจัย "ลบ"

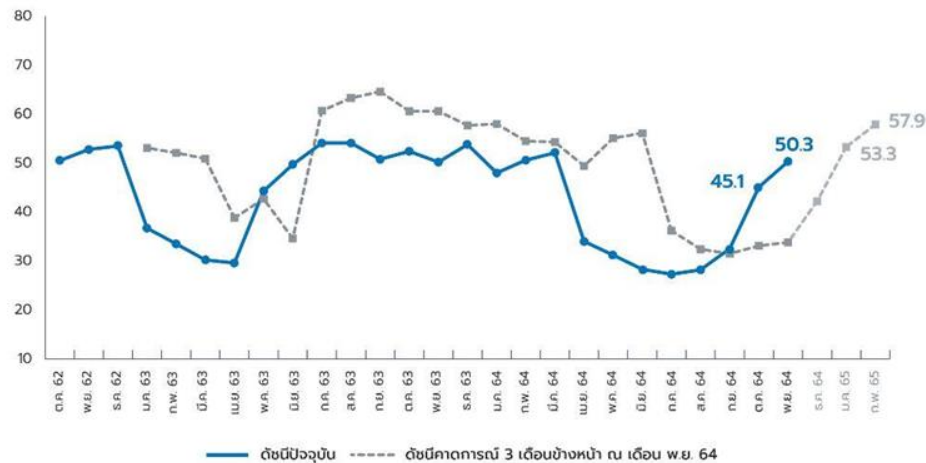
- ด้านสถานการณ์แพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- ด้านคู่แข่ง
- ด้านภัยพิบัติทางธรรมชาติ



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME **ภาคเหนือ**

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคเหนือ

หน่วย : ดัชนี



ภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน



ภาวะเศรษฐกิจ ค่าการณ 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือนพฤศจิกายน 2564



ประชาชนในพื้นที่ออกมาทำกิจกรรมทางสังคมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับ
ประเพณีการทอดกฐินและเทศกาลลอยกระทง ส่งผลให้การใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มสูงขึ้นจาก
นักท่องเที่ยวในพื้นที่และต่างจังหวัด โดยเฉพาะหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค บริการรถรับเหมา
ร้านขายของฝาก/ของที่ระลึกร้านอาหารโรงแรมและที่พักแก่กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติยัง
อยู่ในระดับที่ต่ำ ส่งผลให้ยอดขายคำสั่งซื้อในกลุ่มการจัดทัวร์ หรือไกด์นำเที่ยวปรับตัว
เพิ่มขึ้นแต่อยู่ในระดับที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับบริการรถรับเหมา

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ ภาคเหนือ



ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

ปัจจัย "บวก"

- ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม
- ด้านกฎระเบียบในการดำเนินธุรกิจ
- ด้านข้อมูลสนับสนุนจากภาครัฐ

ปัจจัย "ลบ"

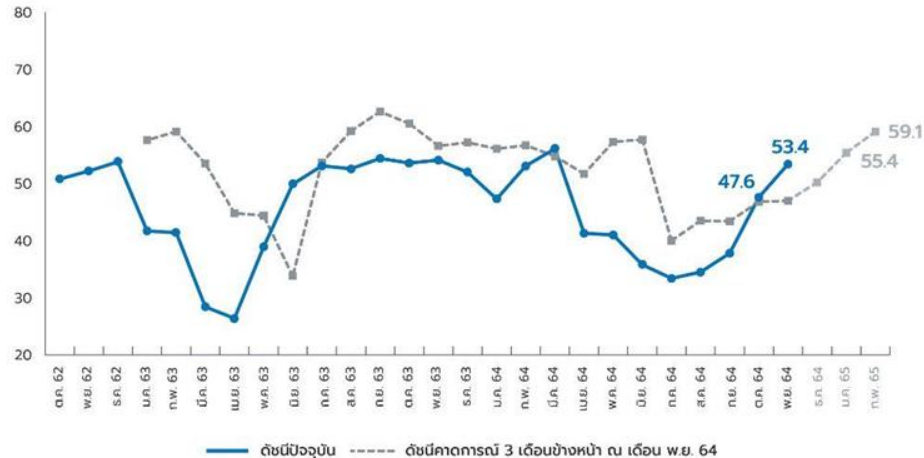
- ด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
- ด้านต้นทุน
- ด้านหนี้สินกิจการ



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI)
และแนวโน้มธุรกิจ SME
ภาคตะวันออก
เฉิงเหมือ

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออกเฉิงเหมือ

หน่วย : ดัชนี



ภาวะเศรษฐกิจ ปัจจุบัน



ภาวะเศรษฐกิจ ภาคการณ 3 เดือนข้างหน้า ณ เดือนพฤศจิกายน 2564



จากมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐในโครงการคนละครึ่งเฟส 3 และการผ่อนปรนมาตรการควบคุมโรคระบาดทำให้มีการจับจ่ายใช้สอยเพิ่มขึ้นในภูมิภาค โดยเฉพาะร้านอาหารและการให้บริการเสริมความงาม/สปา/นวดเพื่อสุขภาพรวม ไปถึงความต้องการสินค้าอุปโภคและบริโภคปรับตัวดีขึ้นเช่นเดียวกัน ส่วนในภาคการเกษตรปรับตัวลดลงเล็กน้อย ตามฤดูกาลของการเพาะปลูกสินค้าเกษตร

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน พฤศจิกายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจภาคตะวันออกเฉิงเหมือ



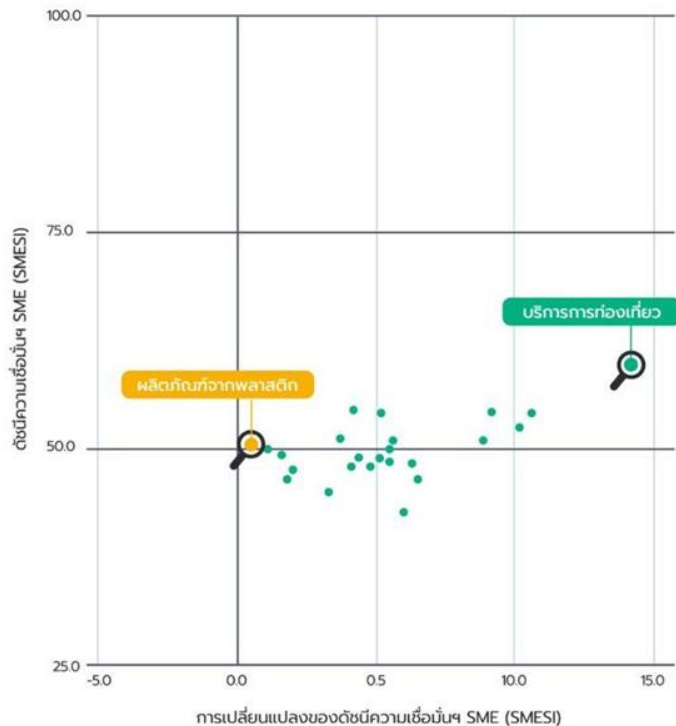
ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

- ปัจจัย "บวก"**
- ด้านการได้รับความร่วมมือจากหน่วยงาน/ภาครัฐ
 - ด้านเทคโนโลยี/ดิจิทัล/นวัตกรรม
 - ด้านมาตรฐานการผลิต/ความปลอดภัย/สุขอนามัย
- ปัจจัย "ลบ"**
- ด้านสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19
 - ด้านหนี้สินกิจการ
 - ด้านคู่แข่ง

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME ภาคธุรกิจสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงของดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI)

หน่วย : การเปลี่ยนแปลงของดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI) จำนวนสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงจากค่าดัชนีความเชื่อมั่นฯ เดือนพฤศจิกายน 2564 เทียบกับเดือนตุลาคม 2564, ค่าฐานของดัชนี เท่ากับ 50



สาขาธุรกิจ	ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ปัจจุบัน
บริการการท่องเที่ยว	59.7 (14.2)
ด้านการขนส่งมวลชน (ไม่ประจำทาง)	54.2 (10.6)
บริการเสริมความงาม/สปา/นวดเพื่อสุขภาพ	52.5 (10.2)
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	54.3 (9.2)
บริการสันทนาการ/วัฒนธรรม/กีฬา	51 (8.9)
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล	46.5 (6.5)
บริการการก่อสร้าง	48.3 (6.3)
กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์	42.7 (6)
ด้านการขนส่งสินค้า	50.9 (5.6)
คำสั่งสินค้าอุปโภคและบริโภค	50.0 (5.5)
คำปลักรถจักรยานยนต์/รถยนต์	48.5 (5.5)
ผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ	54.2 (5.2)
คำปลักรถจักรยาน/จักรยาน (modern trade)	48.9 (5.1)
ผลิตเสื้อผ้าและสิ่งทอ	48.0 (4.8)
ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	49.0 (4.4)
ผลิตภัณฑ์จากยาง	54.5 (4.2)
ผลิตไม้และเฟอร์นิเจอร์	47.9 (4.1)
คำปลักรถจักรยาน/จักรยาน (ดั้งเดิม)	51.2 (3.7)
ผลิตภัณฑ์จากโลหะ	45.0 (3.3)
ผลิตยารักษาโรค/สมุนไพร	47.6 (2)
คำสั่งวัสดุก่อสร้าง	46.5 (1.8)
บริการซ่อมบำรุง	49.3 (1.6)
ผลิตวิทยุชนิด และเครื่องประดับ	50.1 (1.1)
ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก	50.6 (0.5)

ดัชนีภาคธุรกิจปรับเพิ่มขึ้นในทุกสาขาธุรกิจ โดยเฉพาะในบริการการท่องเที่ยว ที่มีการปรับตัวขึ้นมากที่สุด



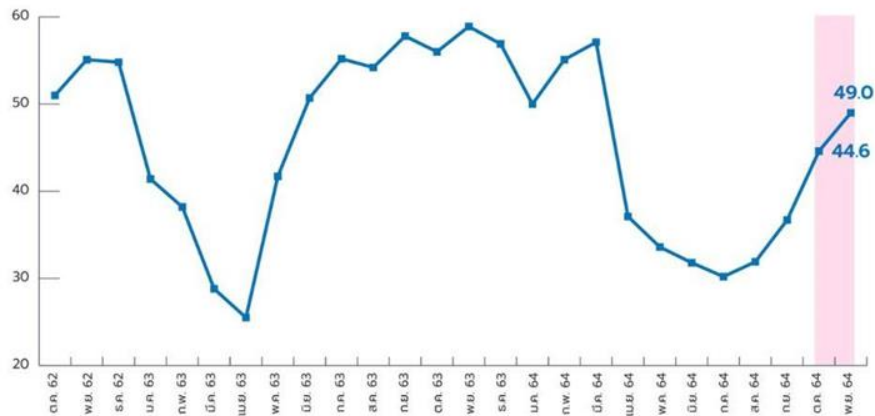
หมายเหตุ การเปลี่ยนแปลงดัชนี SMESI เป็นการเปรียบเทียบระดับดัชนีจากเดือนพฤศจิกายน 2564 เทียบกับเดือนตุลาคม 2564

ปรับตัวลดลง หมายถึง ระดับดัชนีลดลงมากกว่า 0.5
ทรงตัว หมายถึง ระดับดัชนีเปลี่ยนแปลงไม่เกิน +/- 0.5
ปรับตัวเพิ่มขึ้น หมายถึง ระดับดัชนีเพิ่มขึ้นมากกว่า 0.5

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคการผลิตอาหาร และเครื่องดื่ม

ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม

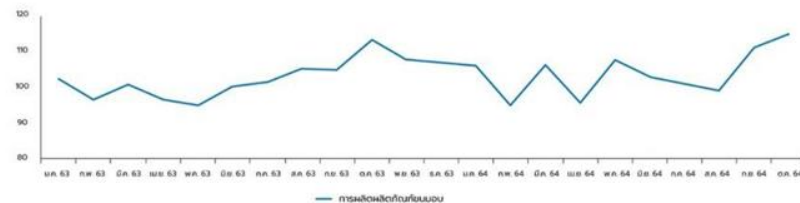
หน่วย : ดัชนี



ธุรกิจผลิตอาหารและเครื่องดื่มปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากความต้องการสินค้าของผู้บริโภคทั่วไป รวมไปถึงยอดคำสั่งซื้อจากธุรกิจคู่ค้า โดยเฉพาะกลุ่มร้านค้าสินค้าอุปโภคบริโภคทั่วไป ร้านอาหาร และโรงแรม ที่พักสอดคล้องกับข้อมูลดัชนีการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมอบ สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเดือน ตุลาคม 2564 ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ดัชนีอุตสาหกรรม

หน่วย : ดัชนี

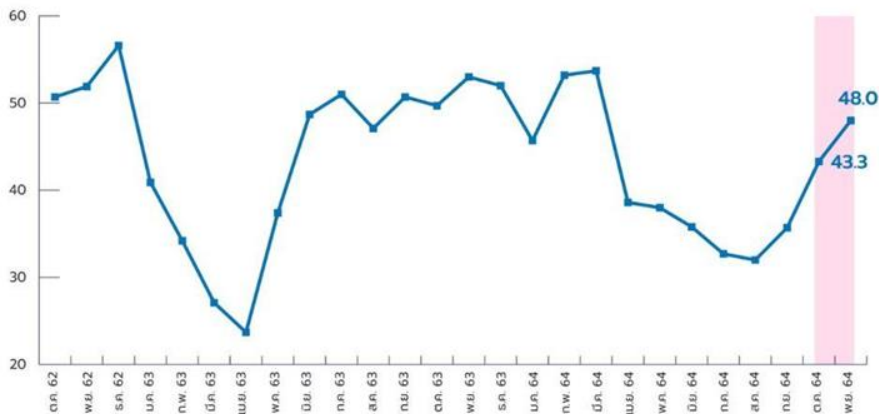


ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม *หมายเหตุ: ดัชนีอุตสาหกรรม ตั้งแต่เดือนมกราคม - ตุลาคม 2564

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคการผลิตเสื้อผ้า และสิ่งทอ

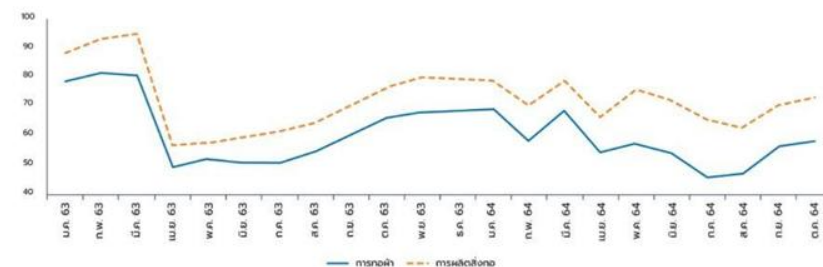
ภาคการผลิตเสื้อผ้า และสิ่งทอ

หน่วย : ดัชนี



ดัชนีอุตสาหกรรม

หน่วย : ดัชนี



ที่มา: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม *หมายเหตุ: ดัชนีอุตสาหกรรม ตั้งแต่เดือนมกราคม - ตุลาคม 2564



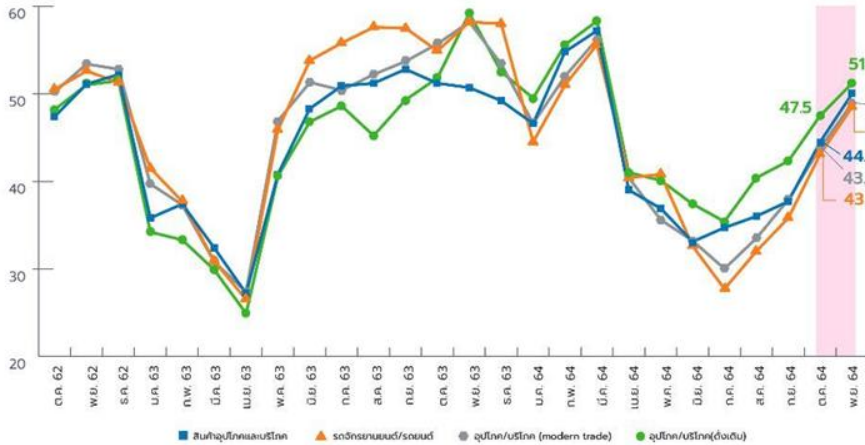
กิจกรรมทางสังคมที่เริ่มฟื้นตัว รวมถึงตลาดนัดสินค้าหรือการจัดกิจกรรมการแสดงสินค้าที่เริ่มเปิดดำเนินงานในพื้นที่ต่างๆ ส่งผลให้สินค้าในหมวดเสื้อผ้า และสิ่งทอออกสู่ตลาดมากขึ้น

โดยเฉพาะกลุ่มชุดเครื่องแบบ และชุดออกงาน อีกทั้งหมวดเสื้อผ้าพื้นเมือง และผลิตภัณฑ์จากผ้าในร้านค้าของที่ระลึก/ของฝากตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปใช้บริการเพิ่มมากขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลดัชนีการผลิตเสื้อผ้าและผลิตสิ่งทอของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรมเดือน ตุลาคม 2564 ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคการค้า



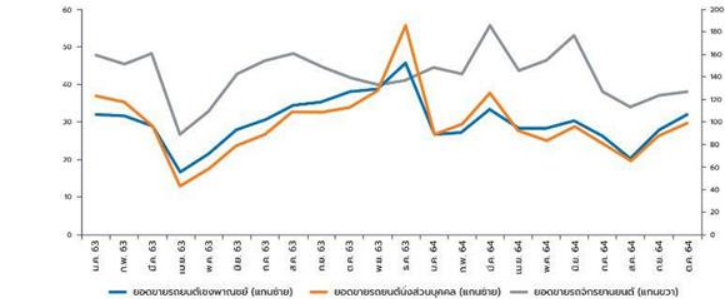
ภาคการค้า
หน่วย : ดัชนี



กิจกรรมทางเศรษฐกิจปรับตัวเพิ่มขึ้น รวมถึงกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจภาครัฐ ส่งผลต่อความต้องการสินค้ากลุ่มอุปโภคและบริโภค สอดคล้องกับตัวเลขล่าสุดการเดินทางของผู้คน Google mobility index ที่เดินทางไปยังกลุ่มร้านค้าปลีก และที่หย่อนใจ ร้านอาหารและร้านขายยาปรับตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจการซ่อมแซม และบำรุงยานพาหนะขยายตัวเพิ่มขึ้น จากแนวโน้มการเดินทางและการใช้ยานพาหนะเพิ่มขึ้นจากการออกมาทำกิจกรรมข้างนอก รวมถึงการบริโภคสินค้าหมวดคงทนที่ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

ยอดขายรถยนต์เชิงพาณิชย์ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล และรถจักรยานยนต์ (พันคัน)



ที่มา: ยอดขายรถยนต์เชิงพาณิชย์ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์ จากกรมการขนส่งทางบก
หมายเหตุ: ยอดขายรถยนต์เชิงพาณิชย์ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและรถจักรยานยนต์ ตั้งแต่เดือน ม.ค. 2563 - ธ.ค. 2564

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



ที่มา: จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และข้อมูล Google Mobility Index ru 1 ส.ค. 2564
หมายเหตุ: จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ ราย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 20 พ.ย. 2564
Google Mobility Index ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 27 พ.ย. 2564

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคบริการก่อสร้าง และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



ภาคบริการก่อสร้าง และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

หน่วย : ดัชนี



การฟื้นตัวของการลงทุนในภาคธุรกิจ
ภายหลังที่มีการคลายล็อกดาวน์และภาวะเศรษฐกิจ
ที่เริ่มปรับตัวไปในทิศทางที่ดีขึ้น ส่งผลให้มีการ
ทยอยฟื้นตัวของการก่อสร้าง ทั้งภาคที่อยู่อาศัย
และอาคารเพื่อการพาณิชย์ รวมถึงการลงทุนใน
โครงสร้างพื้นฐานของภาครัฐทำให้ความต้องการ
สินค้าวัสดุในการก่อสร้างปรับตัวเพิ่มขึ้น

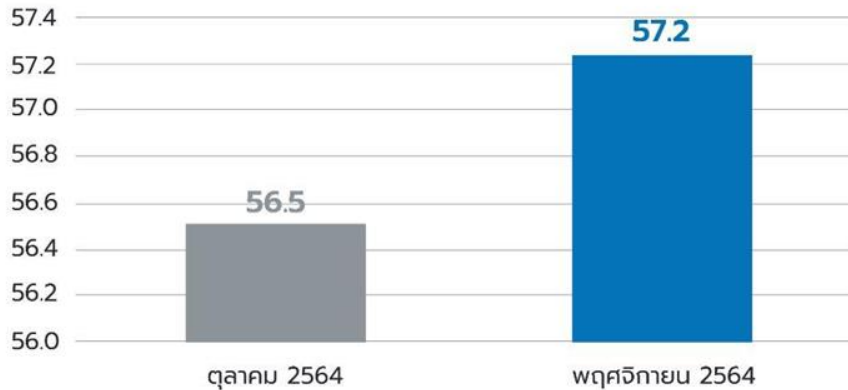
อย่างไรก็ตามธุรกิจยังต้องเผชิญประเด็น
ด้านค่าขนส่งที่ปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากราคาน้ำมัน
ที่พุ่งตัวขึ้น กระทบต่อเนื่องให้ราคาวัสดุ
ก่อสร้างเพิ่มขึ้น โดยดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง
เพิ่มขึ้นจากเดือนตุลาคม 2564 ร้อยละ 0.5

(ข้อมูลดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนพฤศจิกายน 2564,
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์)

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคธุรกิจการเกษตร

ภาคธุรกิจการเกษตร

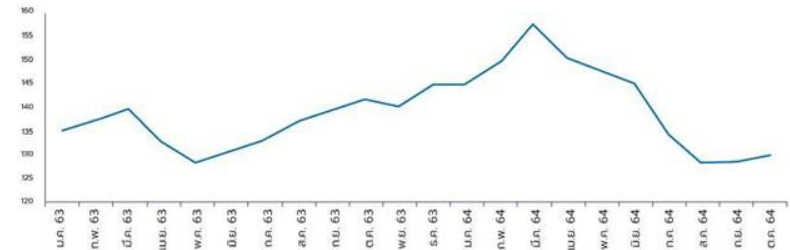
หน่วย : ดัชนี



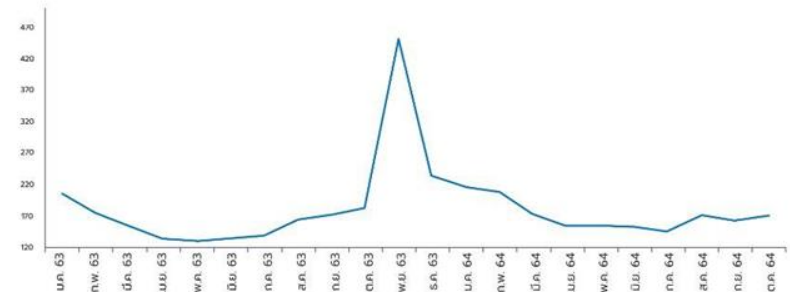
ธุรกิจการเกษตรได้รับผลดี ตามความต้องการสินค้าในประเทศที่เพิ่มขึ้น ทั้งในภาคการผลิตของธุรกิจ ที่เริ่มกลับมาเปิดดำเนินงานมากขึ้น เช่นร้านอาหาร และผลิตอาหาร และความต้องการใช้บริโภคในครัวเรือน รวมถึงราคาสินค้าเกษตรที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เช่น ปาล์ม น้ำมัน และข้าว ส่งผลดีต่อผลประกอบการของกิจการ

อย่างไรก็ตามภาคเกษตรต้องเผชิญปัญหาอุทกภัยในหลายพื้นที่ เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ส่งผลกระทบต่อปริมาณสินค้าเกษตรออกสู่ตลาดลดลง และธุรกิจค้าสินค้าเกษตรขาดสินค้ามาขายในกิจการ ทำให้ผลประกอบการของภาคเกษตรปรับตัวเพิ่มขึ้นได้ไม่มากนัก รวมถึงราคาปุ๋ยที่มีทิศทางปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อต้นทุนในการเพาะปลูก

1) ดัชนีราคาสินค้าทางการเกษตร



2) ดัชนีรายได้เกษตรกร

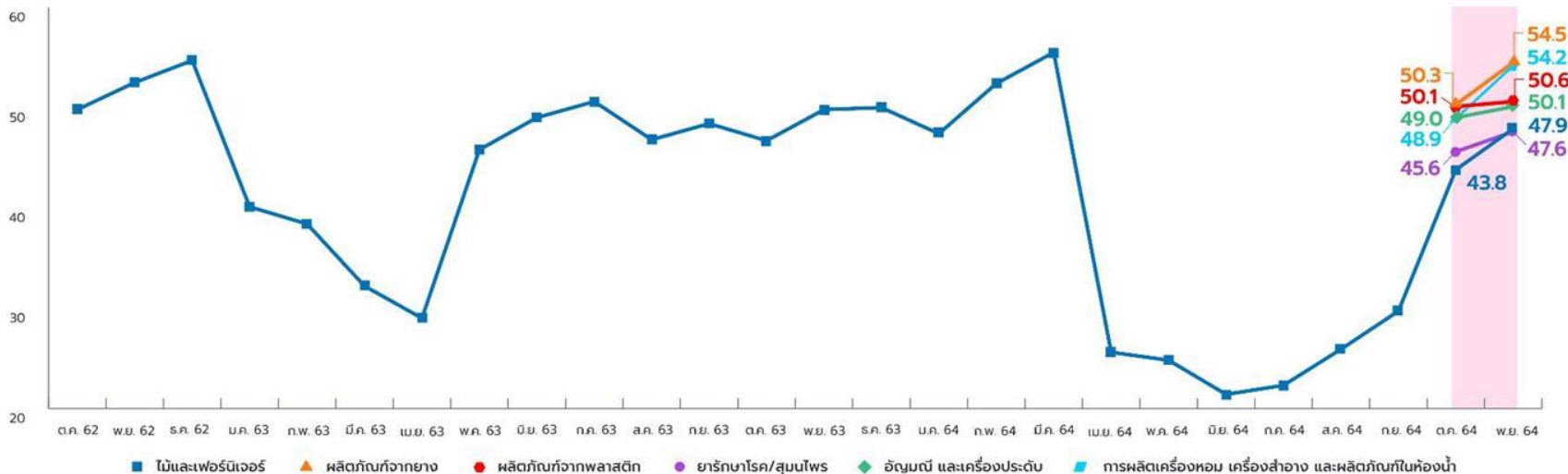


ที่มา 1) และ 2) ศูนย์ข้อมูลเกษตรแห่งชาติ สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร
หมายเหตุ: ข้อมูลดัชนีราคาสินค้าเกษตร และดัชนีรายได้เกษตรกร ตั้งแต่เดือนมกราคม 2563 - ตุลาคม 2564

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคการผลิตอื่นๆ

ภาคการผลิตอื่นๆ

หน่วย : ดัชนี



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ ภาคการผลิตปรับเพิ่มขึ้นในทุกสาขา ปรับเพิ่มขึ้นในทุกองค์ประกอบ โดยเฉพาะคำสั่งซื้อ และปริมาณการผลิต จากการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจ อุปสงค์ความต้องการสินค้าในประเทศ และความต้องการสินค้าในห่วงโซ่อุปทาน รวมถึงการคลายล็อกดาวน์มาตรการต่างๆ ทำให้กิจกรรมการส่งออกสินค้าสามารถจัดดำเนินงานได้ ส่งผลให้ธุรกิจสามารถนำสินค้าออกสู่ตลาดมากขึ้น โดยเฉพาะการผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ และผลิตยารักษาโรค และสมุนไพร

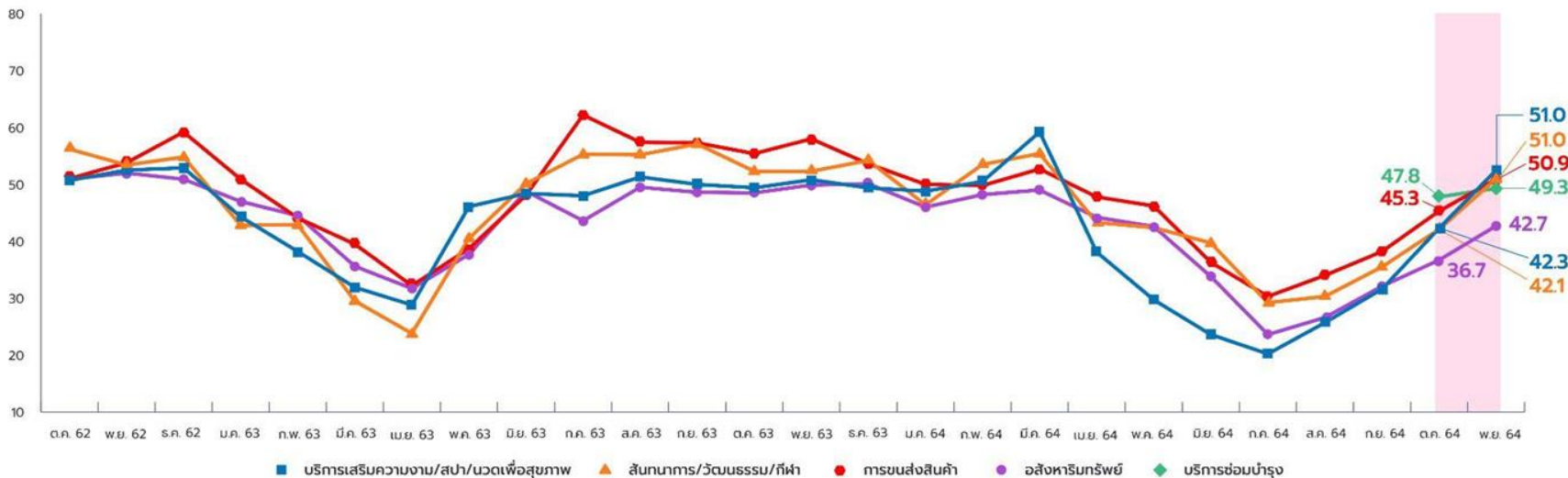
หมายเหตุ : มีการเพิ่มสารธุรกิจภาคการผลิตและเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่เดือน ต.ค. 64 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากยาง ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก ยารักษาโรค/สมุนไพร อัญมณี และเครื่องประดับ และการผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคการบริการอื่นๆ



ภาคการบริการอื่นๆ

หน่วย : ดัชนี

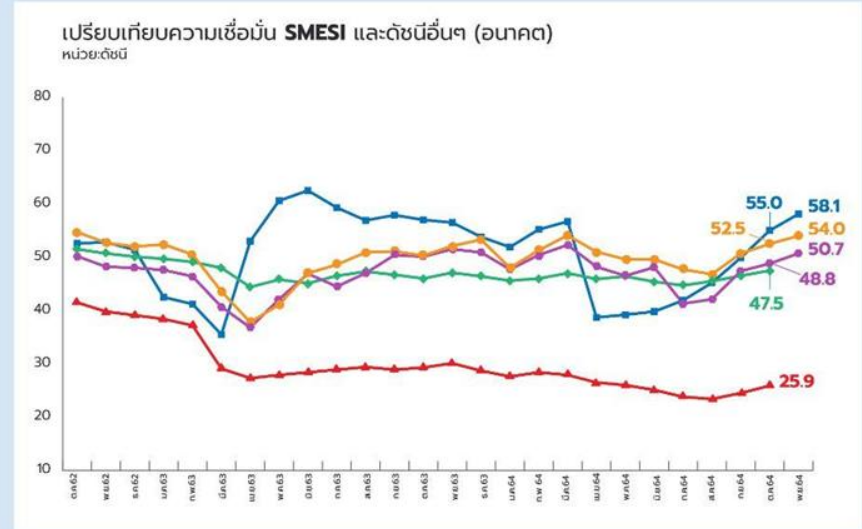
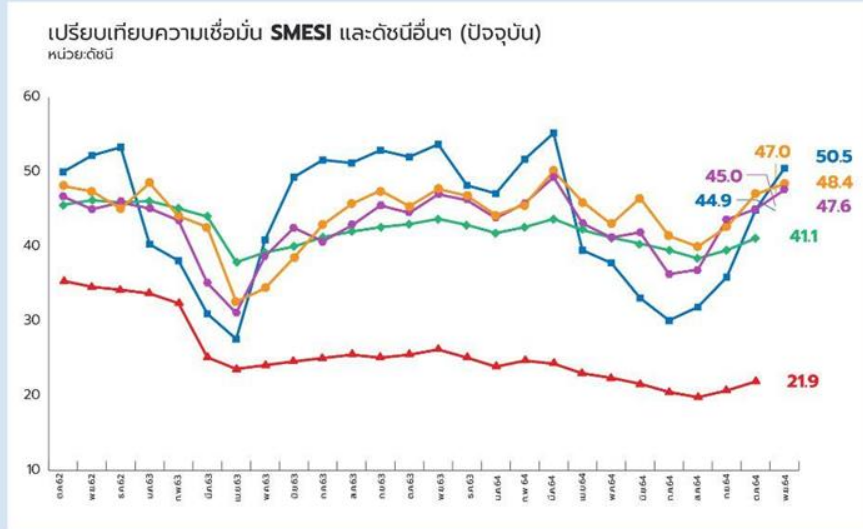


จากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรค ส่งผลให้ธุรกิจที่ถูกจำกัดการให้บริการในช่วงที่ผ่านมา ทอยกลับมาเปิดดำเนินการ เช่น สาขาธุรกิจบริการเสริมความงาม/สปา/ นวดเพื่อสุขภาพ และสันทนาการ/วัฒนธรรม/กีฬา โดยเฉพาะในธุรกิจบริการเสริมความงามที่มีค่าดัชนีความเชื่อมั่นฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้น มาอยู่ที่ระดับ 52.5 ปรับตัวเพิ่มขึ้นมากที่สุดและมีค่าดัชนีอยู่ในระดับที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับสาขาธุรกิจ ในภาคบริการอื่นๆ จากการกลับมาเปิดให้บริการได้ในหลากหลายรูปแบบ และมีความเชื่อมั่นต่อการเปิดรับกลุ่มลูกค้ามากขึ้น จากจำนวนประชาชนที่ได้รับวัคซีนเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หมายเหตุ : มีการเพิ่มสาขาธุรกิจบริการและเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 64 ได้แก่ บริการซ่อมบำรุง

การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

พ.ย. 64 ดัชนีความเชื่อมั่น 4 ต่างๆ ทั้งปัจจุบันและคาดการณ์อนาคต ปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกดัชนี



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME (SMESI) ในเดือนพฤศจิกายน 2564 ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 50.5 จากเดือนตุลาคม 2564 ที่ระดับ 44.9 ซึ่งสอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ (BSI) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น มาอยู่ที่ระดับ 48.4 จากเดือนตุลาคม 2564 ที่ระดับ 47.0 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มผู้ประกอบการ (CCI ก.พาณิชย์) ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 47.6 จากเดือนตุลาคม 2564 ที่ระดับ 45.0 เป็นผลมาจากการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโรค และการเปิดประเทศ ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจภายในประเทศฟื้นตัว และความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่เริ่มฟื้นตัวจากการกลับมาเปิดดำเนินการของธุรกิจ ในส่วนคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าทุกกลุ่มดัชนีคาดการณ์ทิศทางภาวะเศรษฐกิจจะปรับตัวดีขึ้น ตามภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และแนวโน้มการออกมาจับจ่ายใช้สอยของผู้บริโภคจะเพิ่มสูงขึ้น

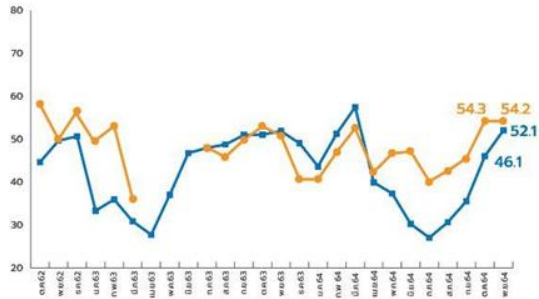
หมายเหตุ: 1) ดัชนี TSI และ CCI มหอการค้า ถูกปรับเป็นค่าฐาน 50, 2) ทุกดัชนีเป็นค่า Sentiment (ความคิดเห็น/ความเชื่อมั่น) เหมือนกัน แต่วิธีการเก็บและคำนวณ/องค์ประกอบดัชนี/กลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างกัน, 3) SMESI เน้นที่กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และคำนวณเชิงเปรียบเทียบ (Comparative) จากเดือนก่อนหน้า

- ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
- ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจ (BSI) ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ▲ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ (CCI) มหอการค้า
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภครวม (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (TSI) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

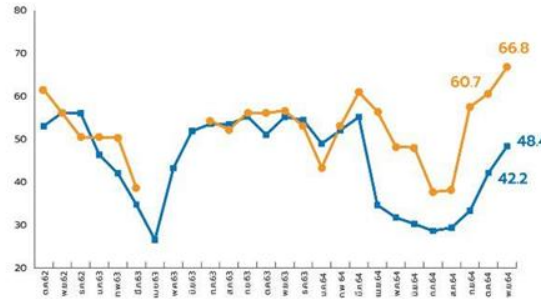
การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI

ในเดือนพฤศจิกายน 2564 ค่าดัชนีความเชื่อมั่นภาคเศรษฐกิจภูมิภาค (RSI) ในเกือบทุกภูมิภาคปรับตัวเพิ่มขึ้น มีเพียงในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ที่ค่อนข้างทรงตัว ซึ่งค่อนข้างเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาค

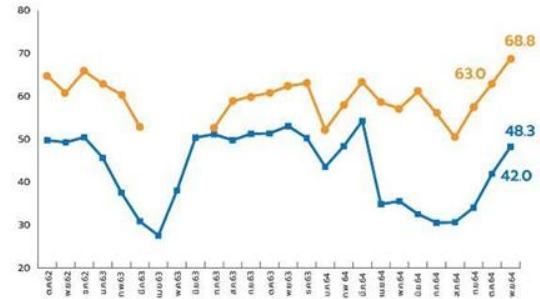
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
กรุงเทพฯ และปริมณฑล



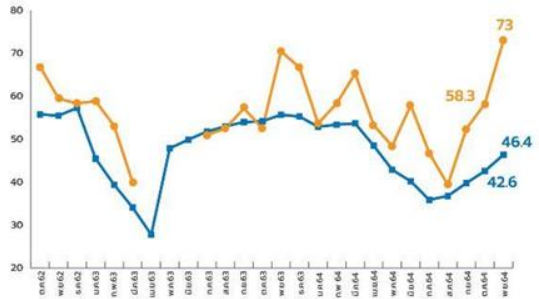
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคกลาง



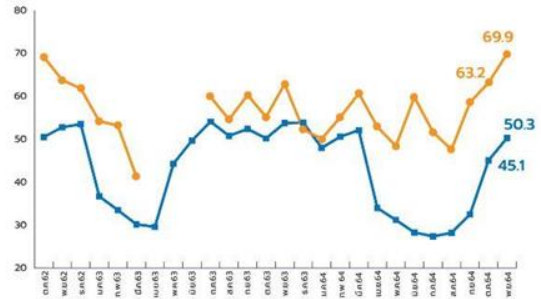
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคตะวันออก



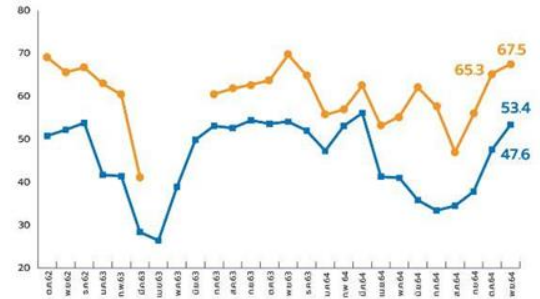
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคใต้



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคเหนือ



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ





ภาวะเศรษฐกิจไทย และธุรกิจ SME กับการเปิดประเทศ

ที่มาข้อมูล :

- 1) การสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการ SME ทั้งหมด 2,741 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 8-23 พฤศจิกายน 2564
- 2) ข้อมูล Facebook Movement Range
 - ข้อมูลการเคลื่อนไหวที่ Facebook เผยแพร่โดยบันทึกการเดินทางผู้ใช้งานแยกตามจังหวัดที่มีหน่วยเป็นร้อยละการเปลี่ยนแปลงเทียบวันที่อ้างอิง
- 3) ข้อมูล Monitoring Travel Trends
 - ข้อมูลการ Search ค้นหาที่พักหรือสายการบินของ google จากสถานที่ต่างๆ
- 4) ข้อมูล Social Data
 - ข้อมูลที่รวบรวมจากการพูดถึง (Mentions) ใน Social media เช่น Facebook, Twitter, Instagram จากเครื่องมือ Social listening tool ชื่อ Mandala analytics โดยผ่านการ Cleansing ข้อมูล
- 5) ข้อมูล secondary จากแหล่งต่างๆ

ธุรกิจ SME 59.1% ตอบว่าได้รับประโยชน์จากการเปิดประเทศ ส่วนใหญ่เป็นสาขาการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ตอบว่าไม่ได้รับประโยชน์เพราะกลุ่มลูกค้าหลักเป็นคนในพื้นที่ และไม่ได้อยู่ในแหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ

- สถานการณ์ธุรกิจ SME หลังจากที่มีการเปิดเมือง/เปิดประเทศ

59.1%

ได้รับประโยชน์

40.9%

ไม่ได้รับประโยชน์

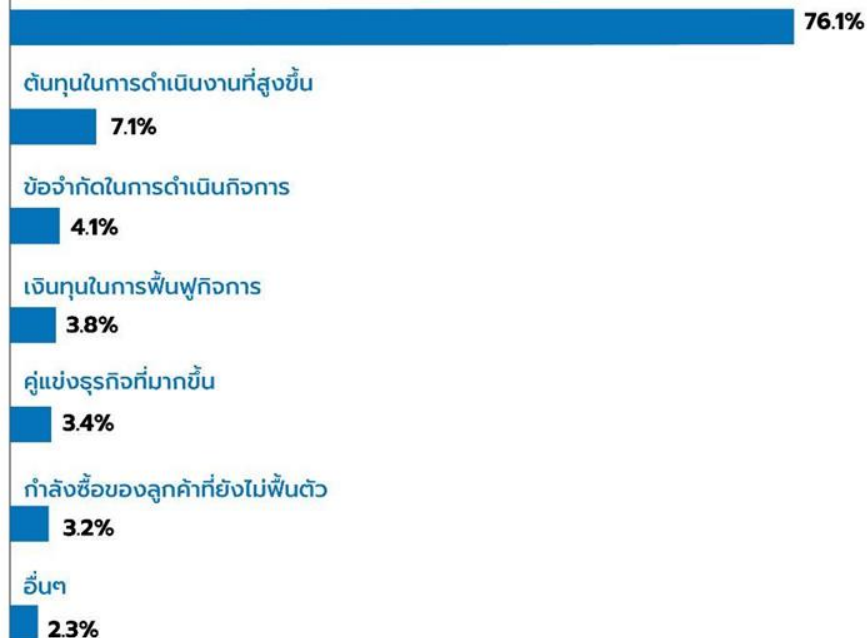
- 5 อันดับสาขา ที่ได้รับประโยชน์จากการเปิดประเทศมากที่สุด



นอกจากนั้น ผู้ประกอบการ SME มากกว่าร้อยละ 70 ยังคงกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ระลอกใหม่

- ประเด็น/ปัญหาที่ธุรกิจ SME ที่ส่งผลกระทบต่อการทำงาน หลังจากที่มีการเปิดเมือง/เปิดประเทศ

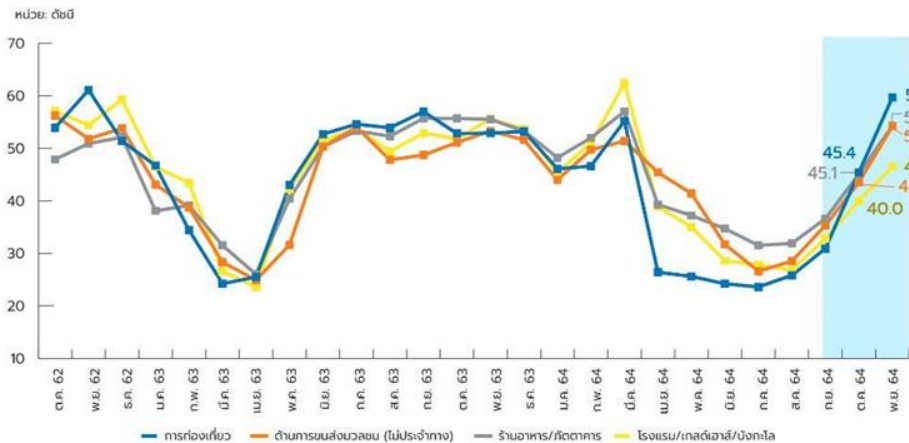
ความกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ระลอกใหม่



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

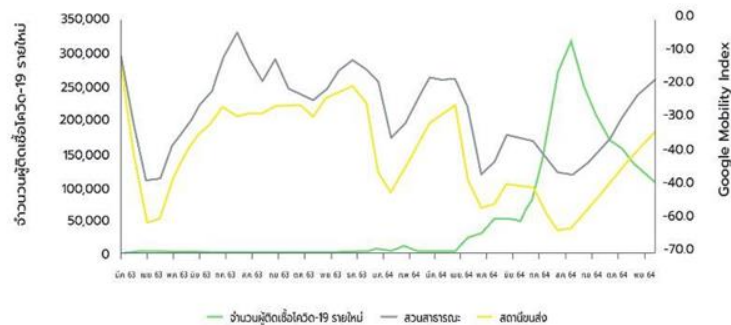


ภาคการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

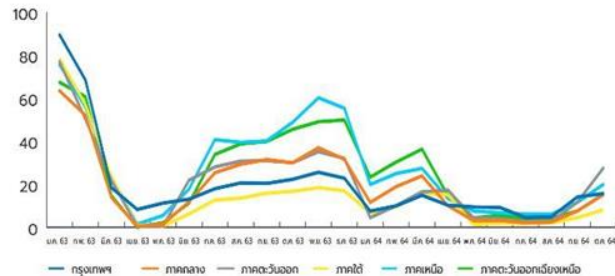


การเปิดประเทศคาดว่าจะส่งผลดีต่อภาคการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เนื่อง แต่การฟื้นตัวของภาคธุรกิจมีการปรับตัวต่อเนื่องมาตั้งแต่ก่อนการประกาศ โดยเฉพาะมาตรการผ่อนปรนการควบคุมโรคระบาด และนโยบายเราเที่ยวด้วยกัน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศ ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่น SME กลุ่มการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้นมากที่สุดเทียบกับสาขาธุรกิจอื่นๆ (ดัชนีการท่องเที่ยว 59.7), ดัชนีการขนส่งมวลชน (ไม่ประจำทาง) 54.2, ดัชนีร้านอาหาร 54.3 ส่วนดัชนีโรงแรมและที่พัก 46.5 (เพิ่มขึ้น 6.5) สอดคล้องกับข้อมูลกิจกรรมการเดินทาง Google mobility ของผู้คนไปยังสวนสาธารณะ และสถานี่ขนส่งเพิ่มมากขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่เดือน ก.ย.64 ในส่วนข้อมูลอัตราการเข้าพักรวมก็เพิ่มขึ้นตั้งแต่เดือน ก.ย. 64 เช่นเดียวกัน

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



2) อัตราการเข้าพักรวม



ที่มา: 1) จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข และข้อมูล Google Mobility Index ณ 1 ส.ค. 2564
 2) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแห่งประเทศไทย
 หมายเหตุ: จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ ราย 15 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 20 พ.ย. 2564
 Google Mobility Index ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 27 พ.ย. 2564

การค้นหากที่พักรและเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมายังประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่เดือนกันยายน 2564 ส่วนข้อมูลจำนวนผู้เดินทางเข้าประเทศทางท่าอากาศยานก็เพิ่มสูงขึ้นในช่วงเวลาเดียวกัน และมากที่สุดในช่วงของการเปิดประเทศ

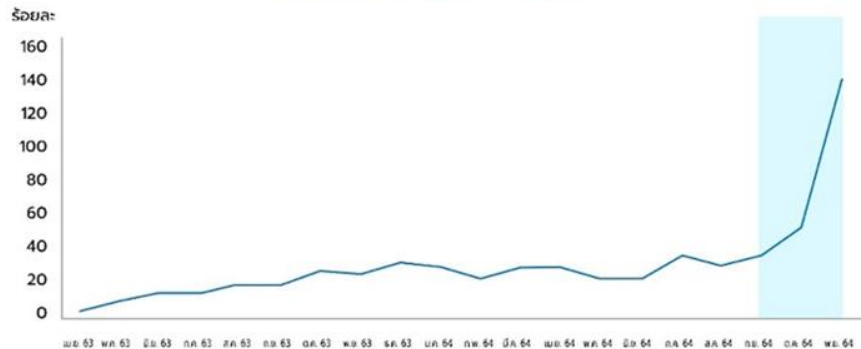


ข้อมูล Monitoring Travel Trends ข้อมูลเฉลี่ยรายสัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค 63 - 25 พ.ย. 2564 Baseline คือ วันที่มีการค้นหากที่พักรและเที่ยวบินมากที่สุดจะมีค่าร้อยละการค้นหากเท่ากับ 100

การค้นหากที่พักรและเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ข้อมูลจำนวนผู้เดินทางเข้าประเทศทางท่าอากาศยาน ตั้งแต่เดือนเม.ย. 2563 - พ.ย. 2564



การค้นหากที่พักรและเที่ยวบินมายังประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (คนที่อาศัยนอกประเทศไทย) เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่เดือนกันยายน 2564 คาดว่ามาจากโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ 7+7 ที่เริ่มตั้งแต่วันที่ 16 สิงหาคม 2564 แม้ภายหลังการเปิดประเทศในวันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 จะมีแนวโน้มการค้นหากที่ลดลง แต่ก็ยังคงอยู่ในระดับที่สูงกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปี 2563 โดย 5 อันดับแรกของประเทศที่มีการค้นหากที่พักรและเที่ยวบินมายังประเทศไทยมากที่สุดในเดือนพฤศจิกายน 2564 ได้แก่ อินเดีย เยอรมนี สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และฝรั่งเศส ตามลำดับ

จำนวนผู้เดินทางเข้าประเทศทางท่าอากาศยานเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่เดือนกันยายน 2564 และเพิ่มสูงขึ้นเป็นอย่างมากในเดือนพฤศจิกายน 2564 ที่มีการเปิดประเทศ ประมาณ 1.4 แสนคน อย่างไรก็ตามตัวเลขดังกล่าวยังไม่ได้ตามเป้าที่วางเอาไว้ที่ประมาณ 3 แสนคนต่อเดือน

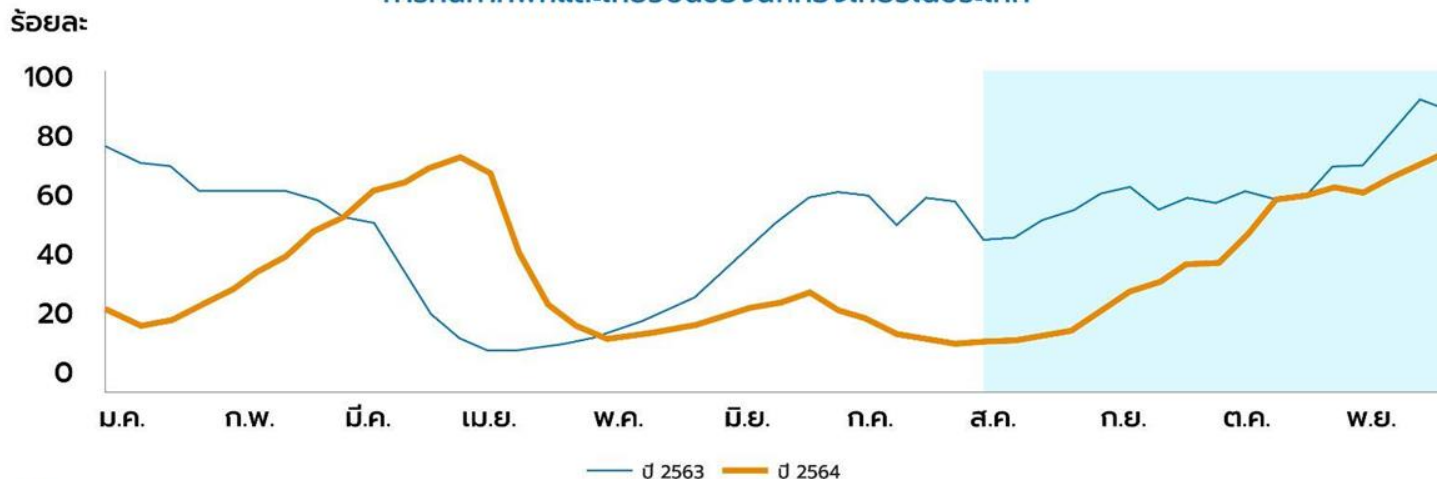
หมายเหตุ: ข้อมูลจำนวนผู้เดินทางเข้าราชอาณาจักรทางอากาศตั้งแต่วันที่ 1-30 พฤศจิกายน 2564 จากกรมควบคุมโรค พบว่าประเทศที่ผู้เดินทางเข้ามายังประเทศไทย มากที่สุด ได้แก่ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร รัสเซีย ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เกาหลีใต้ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และอิสราเอล ตามลำดับ

ที่มา: จำนวนผู้เดินทางเข้าประเทศผ่านท่าอากาศยาน ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม
หมายเหตุ: ข้อมูลแสดงจำนวนผู้เดินทางเข้าประเทศทางท่าอากาศยานโดยนับทั้งคนไทยและต่างชาติ

การค้นหาที่พิกและเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ ส.ค.-ก.ย. 64 จากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมโรค และโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 3

ข้อมูล **Monitoring Travel Trends** ข้อมูลเฉลี่ยรายสัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค 63 - 25 พ.ย. 2564
Baseline คือ วันที่มีการค้นหาที่พิกและเที่ยวบินมากที่สุดจะมีค่าร้อยละการค้นหาเท่ากับ 100

การค้นหาที่พิกและเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวในประเทศ



การค้นหาที่พิกและเที่ยวบินใน Google ของคนที่อยู่ในประเทศ (ส่วนใหญ่คือนักท่องเที่ยวภายในประเทศ) เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่เดือนสิงหาคม-กันยายน 2564 จากการผ่อนปรนมาตรการควบคุมโรค และโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 3 ที่เริ่มลงทะเบียน 24 กันยายน และใช้สิทธิ์วันที่ 8 ตุลาคม แต่แนวโน้มทั้งประเทศยังต่ำกว่าเมื่อเทียบกับปี 63



การค้นหากที่พิกและเที่ยวบินของนักท่องเที่ยวที่อยู่ในประเทศไปยัง 6 จังหวัดสำคัญ พบว่า เกือบทั้งหมดเพิ่มขึ้นตั้งแต่ช่วง ส.ค.-ก.ย. 64 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวในประเทศ ส่วนการเปิดประเทศคาดว่าจะมีผลกับแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ภูเก็ต

ข้อมูล **Monitoring Travel Trends** ข้อมูลเฉลี่ยรายสัปดาห์ ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค 63 - 25 พ.ย. 2564

Baseline คือ วันที่มีการค้นหากที่พิกและเที่ยวบินมากที่สุดจะมีค่าร้อยละการค้นหากเท่ากับ 100

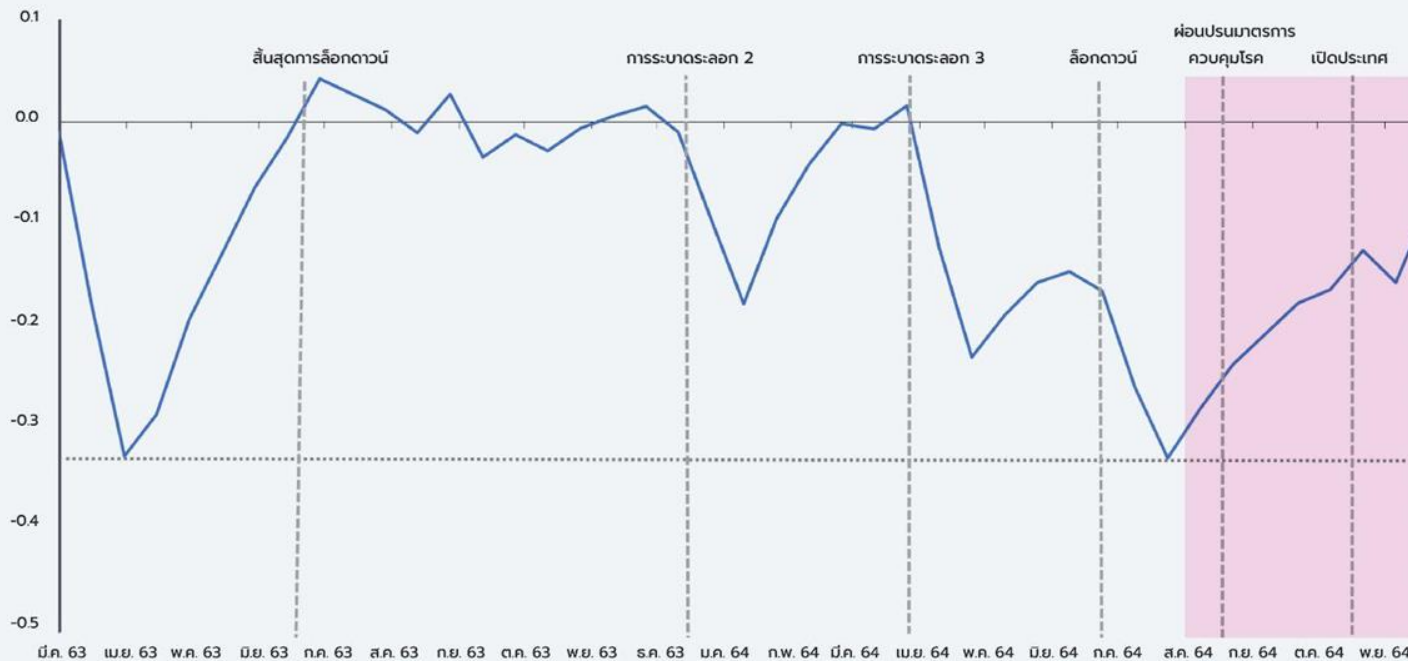


การค้นหากที่พิก 6 จังหวัด และเที่ยวบิน 4 จังหวัด (ที่มีสายการบิน) พบว่า ทุกจังหวัดมีแนวโน้มการค้นหากที่เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ช่วงเดือนสิงหาคม-กันยายน 2564 เนื่องจากมาตรการผ่อนปรนการควบคุมโรคระบาด และโครงการเราเที่ยวด้วยกัน ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศเริ่มมีการฟื้นตัว อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบช่วงเวลาเดียวกันในปี 2563 หลายจังหวัดยังมีระดับที่ต่ำกว่าปี 63 มีเพียงจังหวัดภูเก็ตที่มีร้อยละการค้นหากที่พิกและเที่ยวบินสูงกว่า ปี 2563 คาดว่ามาจากโครงการภูเก็ตแซนด์บ็อกซ์ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน และการเปิดประเทศในช่วงเดือนพฤศจิกายน เป็นสำคัญ

แนวโน้มการเดินทางของคนทั้งประเทศจากข้อมูล Facebook movement range เพิ่มสูงขึ้น ตั้งแต่ ส.ค.-ก.ย. เป็นต้นมา และมากกว่าช่วงล็อกดาวน์ แต่ยังไม่เท่ากับช่วงการระบาดระลอก 3 (เม.ย. 64)

Facebook Movement Range

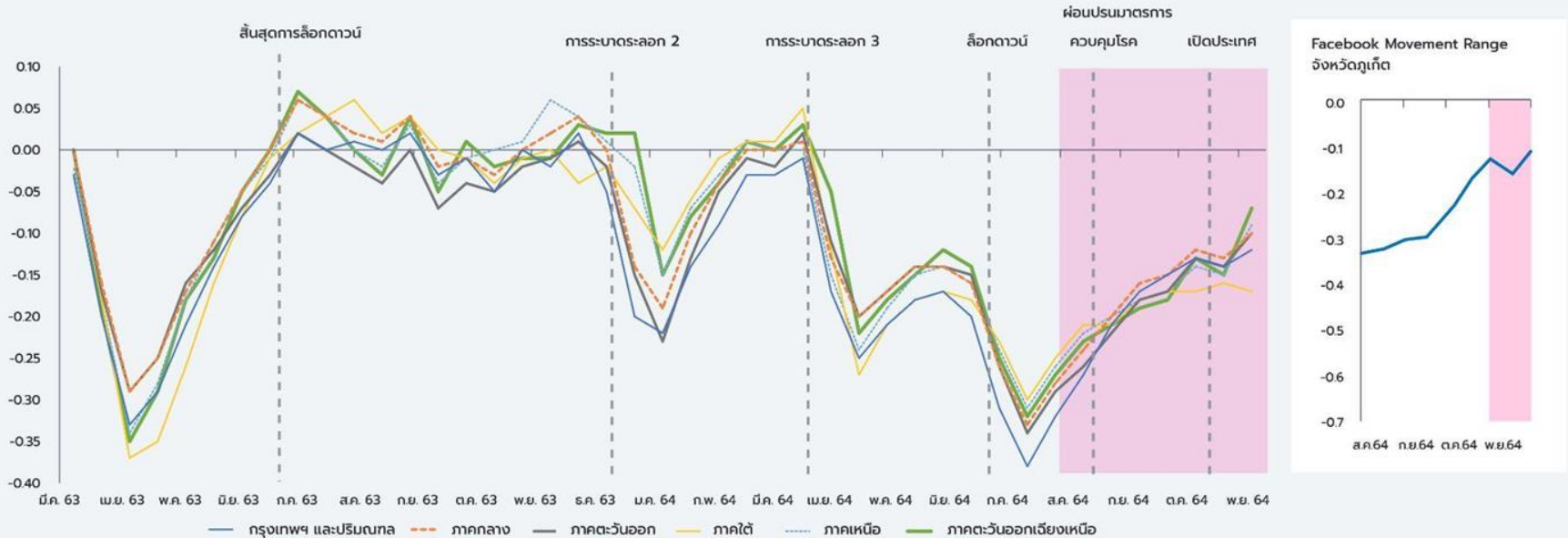
หน่วย: % การเปลี่ยนแปลงเทียบกับเดือน ก.พ. 2563 ข้อมูลเฉลี่ย 15 วันตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 30 พ.ย. 2564, ข้อมูลวันที่ 21 พ.ย. - 30 พ.ย. 2564 เป็นข้อมูลเฉลี่ย 10 วัน



แนวโน้มการเดินทางของคนรายภูมิภาคจากข้อมูล Facebook movement range เพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ ส.ค.-ก.ย. เป็นต้นมาจนถึงการเปิดประเทศ เดือน พ.ย. ยกเว้นทางใต้ (ไม่ใช่ภูเก็ต) ที่ประสบปัญหาน้ำท่วม

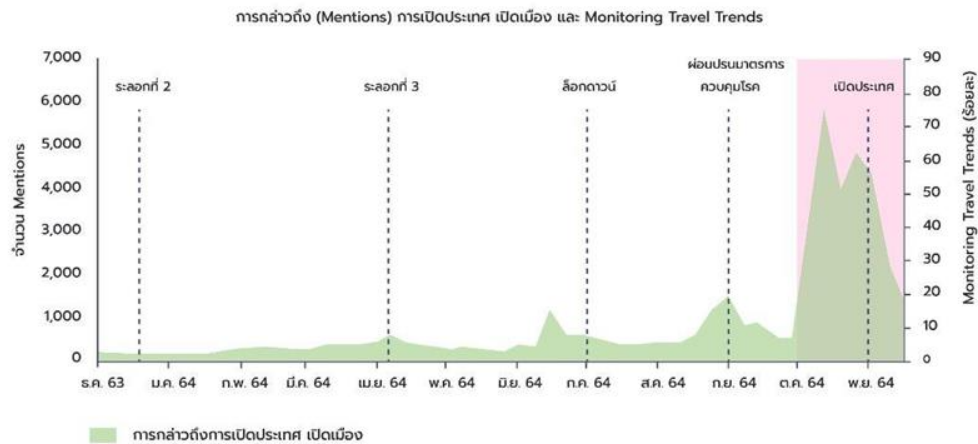
Facebook Movement Range รายภูมิภาค

หน่วย: % การเปลี่ยนแปลงเทียบกับเดือน ก.พ. 2563 ข้อมูลเฉลี่ย 15 วันตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 30 พ.ย. 2564, ข้อมูลวันที่ 21 พ.ย. - 30 พ.ย. 2564 เป็นข้อมูลเฉลี่ย 10 วัน



จากกราฟ Facebook Movement Range รายภูมิภาค พบว่าการเดินทางเพิ่มขึ้นต่อเนื่องตั้งแต่การผ่อนปรนการควบคุมโรค (ส.ค. - ก.ย.) ต่อเนื่องจนถึงการเปิดประเทศ (พ.ย.) ในทุกภูมิภาค ยกเว้นภาคใต้ที่กลับมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ ต.ค. เนื่องจากประสบปัญหาน้ำท่วมในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะพื้นที่เศรษฐกิจของจังหวัดสงขลา และเพชรบูรณ์ รวมถึงเลฝั่งอ่าวไทยทำให้เกิดฝนตกหนักในหลายพื้นที่ ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น ภูเก็ต ยังคงมีแนวโน้มการเดินทางที่เพิ่มสูงขึ้นต่อเนื่องอยู่จนถึงปัจจุบัน ซึ่งคาดว่ามาจากการโครงการเราเที่ยวด้วยกัน และการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การเปิดประเทศ/เปิดเมืองถูกพูดถึงใน Social อย่างมากในช่วงเริ่มต้น และลดลงในเวลาต่อมา คาดว่าผู้ได้รับประโยชน์ส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ



ที่มา: อัตราการเข้าพัก จำนวนผู้เยี่ยมเยือนคนไทย และจำนวนผู้เยี่ยมเยือนต่างชาติ จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ข้อมูลการเปิดประเทศ/เปิดเมืองบนโลก Social

ข้อมูล Mandala Analytics ตั้งแต่วันที่ 1 ธ.ค. 63 – 22 พ.ย. 64 โดยรวบรวมข้อมูลจาก Social Platform ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram : เปิดประเทศ, นักท่องเที่ยวต่างชาติ, ต่างชาติเดินทาง, ต่างชาติเที่ยว, เปิดต่างชาติ, เปิดเมือง, พ่อค้าขาย+มาตรการ, พ่อปรน+มาตรการ, นักท่องเที่ยว+ในประเทศ, ลด+เคอร์ฟิว, ลด+เคอร์ฟิว, คลายล็อก, เปิดเที่ยว, เปิดเดินทาง

จากกราฟมีการกล่าวถึง (Mentions) การเปิดประเทศ/เปิดเมือง ของผู้คนในสังคมออนไลน์เป็นอย่างมาก ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2564 ที่มีการประกาศแผนการเปิดประเทศในเดือนพฤศจิกายน 2564 โดยส่วนหนึ่งมองว่าเป็นโอกาสในการดำเนินธุรกิจ อย่างไรก็ตามยังมีความคิดเห็นที่มีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของโรคใหม่ รวมไปถึงการกล่าวถึงถึงการเปิดประเทศตั้งแต่วันที่ 1 พฤศจิกายน 2564 มีแนวโน้มลดลง

คาดว่าธุรกิจส่วนใหญ่ที่ได้รับผลประโยชน์จากการเปิดประเทศ เป็นธุรกิจที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ที่เปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ธุรกิจโดยทั่วไปไม่ได้รับผลประโยชน์มากนัก



ประเด็นที่น่าสนใจ

การปรับตัวของธุรกิจ SME ภายหลังเผชิญวิกฤตไวรัสโควิด-19

การสำรวจข้อมูลจากผู้ประกอบการ SME ทั้งหมด 2,741 ตัวอย่าง เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 8-23 พฤศจิกายน 2564

ธุรกิจ SME ส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจมากขึ้น

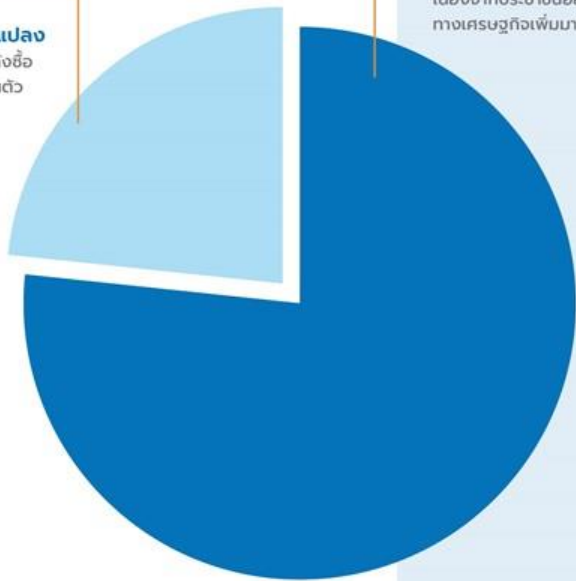
ภายหลังสถานการณ์การได้รับวัคซีนของคนไทยในปัจจุบัน และเริ่มมีการลงทุนทั้งในการสต็อกสินค้า และการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ เพื่อรองรับการขยายตัวของลูกค้าที่ออกมาจับจ่ายใช้สอย

● สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของธุรกิจ SME

ภายหลังที่มีการได้รับวัคซีนของคนไทยในปัจจุบัน

23.3%

ยังไม่มีเปลี่ยนแปลง
เนื่องจากแนวโน้มกำลังซื้อ
ของผู้บริโภคยังไม่ฟื้นตัว



76.7%

ธุรกิจปรับตัวดีขึ้น

เนื่องจากประชาชนออกมาทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจเพิ่มมากขึ้น

โดยธุรกิจ SME มีการดำเนินงาน ภายหลังการได้รับวัคซีนของประชาชน ดังนี้

ลงทุนเพิ่มเติม (สต็อกสินค้าเพิ่ม/เพิ่มปริมาณการผลิต/ขยายสาขา)

44.6%

เพิ่มสินค้า/การบริการรูปแบบใหม่

22.8%

เพิ่มมาตรการดูแล และปฏิบัติตามมาตรการควบคุมโรคอย่างเคร่งครัด

14.2%

ควบคุมต้นทุนในการดำเนินงานของธุรกิจ

9.5%

นำเทคโนโลยีมาใช้ในกิจการ (เช่น ระบบจัดการหน้าร้าน POS)

6.8%

อื่นๆ

2.1%

ความไม่แน่นอนของสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

เป็นปัญหาสำคัญที่ธุรกิจ SME ยังมีความกังวลต่อการดำเนินงานในปัจจุบัน แม้การสำรวจจะเกิดขึ้นก่อนมีข่าวการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์โอไมครอน อาจเป็นผลมาจากผู้ประกอบการกังวลต่อการเกิดคลัสเตอร์ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากในพื้นที่ อีกทั้งยังกังวลด้านการระดมทุนค่าใช้จ่ายที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างมาก โดยเฉพาะราคาสินค้าและวัตถุดิบ

5 อันดับ ประเด็นปัญหาที่ธุรกิจ SME กังวลต่อการดำเนินงานในปัจจุบัน

67.0%

กังวลต่อความไม่แน่นอน
ของสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19

10.7%

ภาวะต้นทุนของธุรกิจที่สูงขึ้น



- ต้นทุนวัตถุดิบและสินค้าราคาสูงขึ้น
- ต้นทุนค่าน้ำมันสูงขึ้น
- ต้นทุนค่าอุปกรณ์ดูแล และป้องกันการติดเชื้อ

6.7%

กำลังซื้อของลูกค้าที่ยังไม่ฟื้นตัว

6.2%

เงินทุนหมุนเวียนในกิจการไม่เพียงพอ

3.9%

ภาระหนี้สินของกิจการ



จากผลกระทบที่ธุรกิจต้องเผชิญในวิกฤตที่ผ่านมา ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญในการบริหารจัดการ เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจ ทำให้ผู้ประกอบการ SME ส่วนใหญ่มีแผนสำรองไว้แล้ว



การวางแผนการดำเนินงานของธุรกิจ SME หากต้องเผชิญสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ระลอกใหม่



การขยายตัวของธุรกิจเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ เป็นแผนการดำเนินงานที่ธุรกิจ SME ส่วนใหญ่เลือกที่จะทำจากความต้องการซื้อสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์นั้นที่กลายเป็นช่องทางการซื้อของผู้บริโภคที่สำคัญมากขึ้น โดยเฉพาะในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่มีการอยู่รอดของธุรกิจออนไลน์สูงมาก



31.0%

ขยายช่องทางการขายสินค้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์



20.9%

มีมาตรการป้องกันของร้านอย่างเข้มงวด โดยเฉพาะการให้ความสำคัญของพนักงานที่มาให้บริการ และการคัดกรองการเข้าใช้บริการ



9.5%

ลดปริมาณการผลิต/ค้า/บริการ



9.5%

ปรับลดชั่วโมงการทำงาน

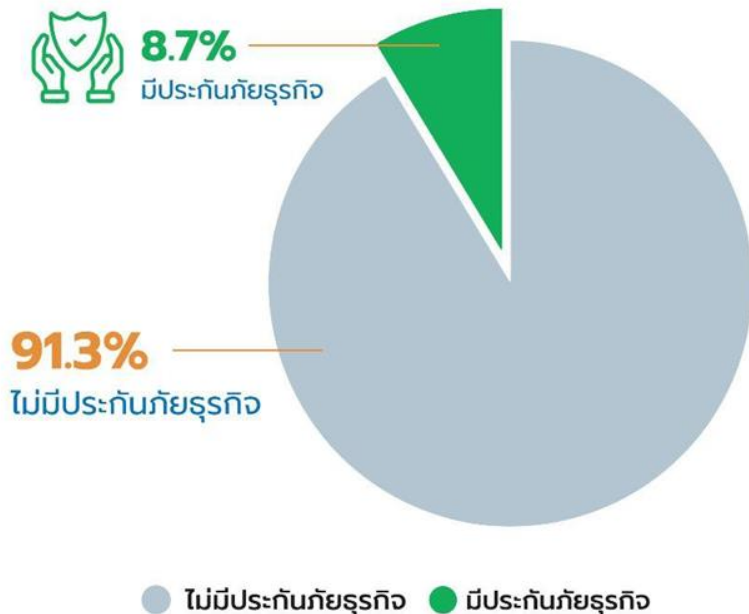


7.5%

ควบคุมต้นทุน และบริหารจัดการสภาพคล่องของธุรกิจ

กว่าร้อยละ 90 ของธุรกิจ SME ยังไม่มีการทำประกันภัยธุรกิจ
เนื่องจากธุรกิจ SME จะมีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวได้ง่าย
และรวดเร็ว

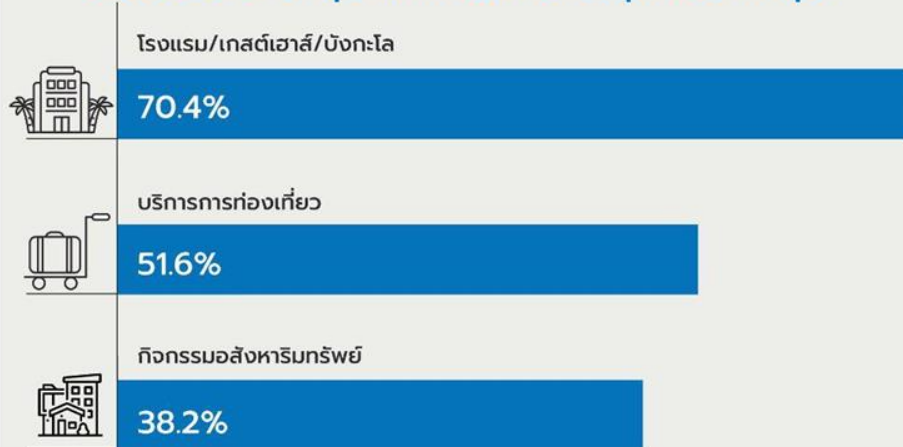
การทำประกันภัยของธุรกิจ SME



การทำประกันภัยให้กับธุรกิจ เป็นการบริหารจัดการความเสี่ยงและ
ลดความรุนแรงต่อสถานการณ์ต่างๆที่จะเกิดขึ้นกับธุรกิจ
โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจด้านการบริการ



3 อันดับ สาขาธุรกิจที่ทำประกันภัยธุรกิจมากที่สุด



ในช่วงวิกฤตโควิดที่ผ่านมา ธุรกิจ SME ปรับตัวด้านต้นทุน โดยเฉพาะด้านแรงงาน และการหาช่องทางทางการขายสินค้าออนไลน์ เป็นสำคัญ

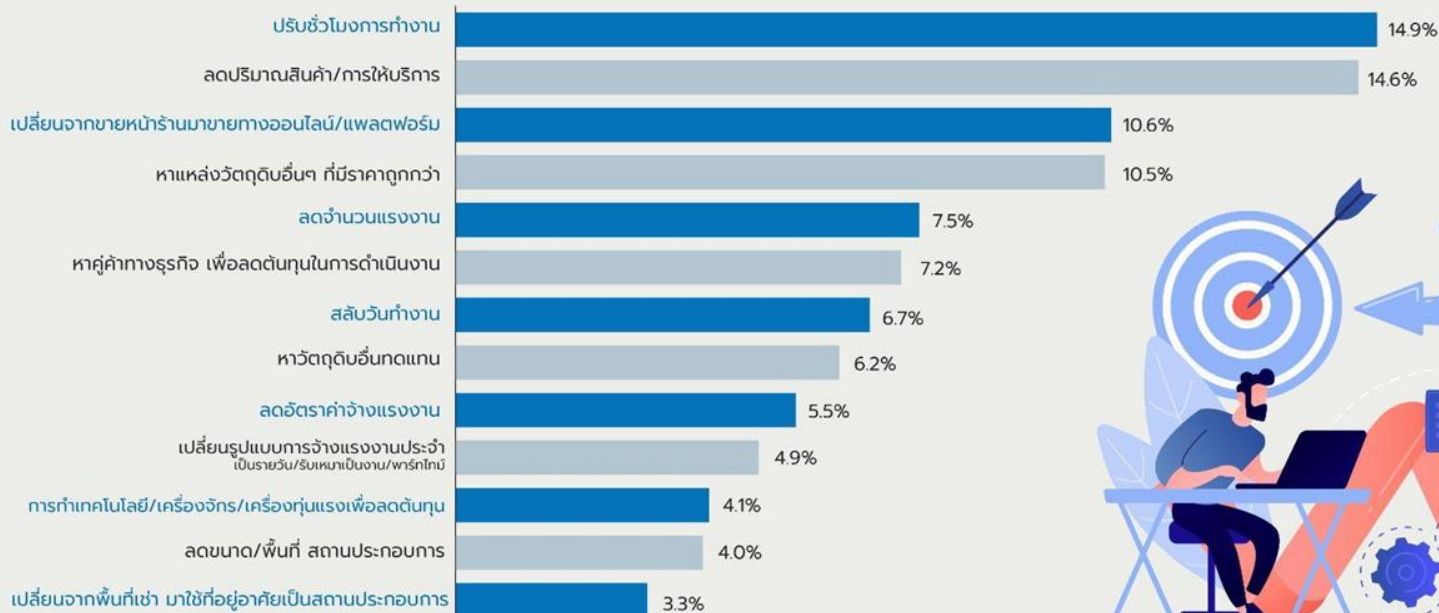
12.4%

ไม่มีการปรับตัว

87.6%

ปรับตัว

• การปรับตัวในการดำเนินงานของธุรกิจ SME ในช่วงวิกฤตโควิด-19 ที่ผ่านมา



ธุรกิจ SME ที่มีการปรับรูปแบบการดำเนินงานในช่วงที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะยังมีการดำเนินงานในรูปแบบที่ปรับตัวแล้วต่อไป

- รูปแบบการดำเนินงานของธุรกิจ SME ในอนาคต ภายหลังจากที่มีการปรับตัวแล้วในช่วงวิกฤตที่ผ่านมา

11.7%
รูปแบบเดิมก่อนวิกฤต

เหตุผลสำคัญที่จะกลับไปใช้รูปแบบเดิมก่อนวิกฤต

47.2%

ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ และเดินทางมาใช้บริการที่หน้าร้าน ทำให้ไม่จำเป็นต้องมีการขายผ่านช่องทางออนไลน์

26.0%

ขาดเงินทุนในการดำเนินงาน

13.1%
รูปแบบใหม่

รูปแบบการดำเนินงานที่ธุรกิจต้องการปรับใหม่

36.9%

ธุรกิจยังไม่มีทางเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ เล็งเห็นถึงความสำคัญของการค้าออนไลน์ทำให้ต้องการเข้าสู่แพลตฟอร์มออนไลน์มากขึ้น

18.2%

วางแผนจะมีการเปลี่ยนแปลง แต่ต้องรอดูสถานการณ์เศรษฐกิจให้นิ่งกว่านี้ก่อน

15.3%

ต้องการขยายตลาด/สาขา เช่นเปิดตลาดส่งออก หรือขยายสาขาไปในพื้นที่ต่างๆ

14.3%

ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่ และตามเทรนด์ความต้องการของลูกค้า

9.6%

ธุรกิจให้ความสำคัญกับระบบการจัดการต้นทุน แต่เมื่อก่อนยังขาดความรู้และความเข้าใจในการบริหาร

75.2%
รูปแบบในปัจจุบันที่มีการปรับตัวแล้ว

เหตุผลสำคัญที่ยังใช้รูปแบบในปัจจุบันที่มีการปรับตัวแล้ว

66.0%

ใช้รูปแบบที่มีการปรับตัวแล้ว เพราะการดำเนินงานของธุรกิจลงตัวแล้ว

21.1%

ลูกค้ารู้จักร้านผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น ทำให้ยังต้องรักษาทั้งลูกค้าหน้าร้าน และออนไลน์

7.3%

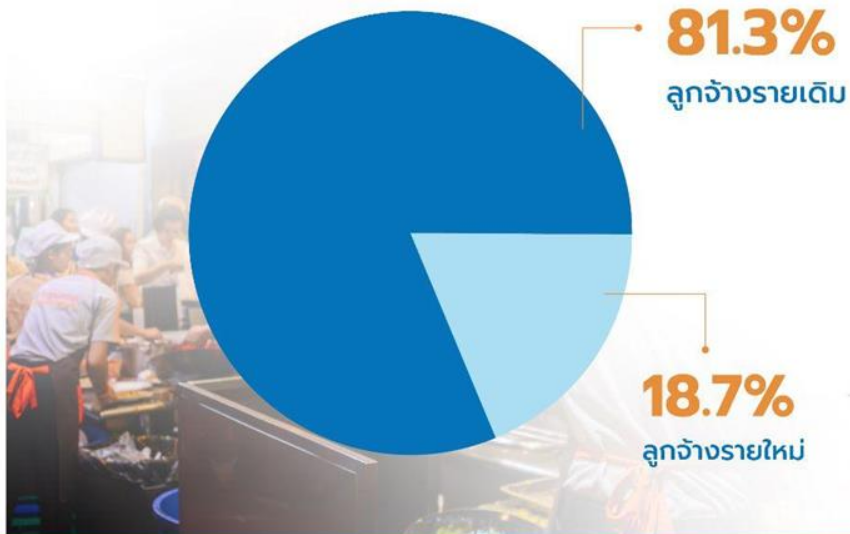
ยังกังวลต่อความไม่แน่นอนของสถานการณ์การติดเชื้อ ทำให้ยังไม่อยากปรับระบบการทำงานมาก

5.6%

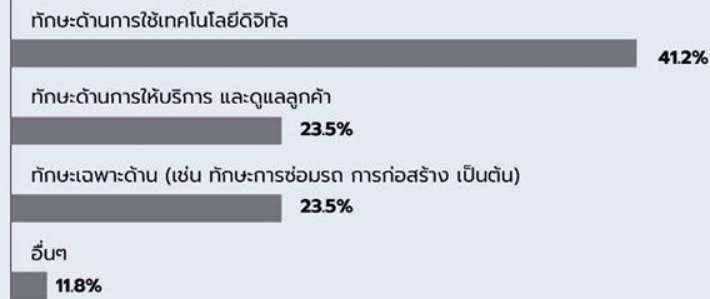
รูปแบบที่ปรับตัวแล้ว สามารถช่วยลดต้นทุนได้จริง

- กว่าร้อยละ 80 ผู้ประกอบการธุรกิจ SME ที่มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ยังคงจ้างงานลูกจ้างรายเดิมเนื่องจากมีทักษะและเข้าใจงานอยู่แล้ว ในส่วนของผู้ประกอบการ SME ที่มีการจ้างแรงงานใหม่ จะเห็นได้ว่าธุรกิจให้ความสำคัญเกี่ยวกับแรงงานที่มีทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และด้านการให้บริการ และดูแลลูกค้ามากที่สุด

สถานการณ์การจ้างแรงงานของธุรกิจ SME ที่มีการ **“จ้างแรงงานเพิ่มขึ้น”**
(การจ้างแรงงานในเดือนพฤศจิกายนเทียบกับเดือนตุลาคม 2564)



- ทักษะของลูกจ้างรายใหม่ ที่ธุรกิจ SME มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น



ข้อมูลเพิ่มเติม

1

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่และสัดส่วน จำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ต่อจำนวนการตรวจโควิด-19

- ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ รายวัน
ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 29 พ.ย. 2564

2

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ รายภูมิภาค

- ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ รายวัน
ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 29 พ.ย. 2564

3

Social Data

- ข้อมูลที่รวบรวมจากการพูดถึง (Mentions) ใน Social media เช่น Facebook, Twitter, Instagram จากเครื่องมือ Social listening tool ชื่อ Mandala analytics โดยผ่านทาง Cleansing ข้อมูล

4

Web Scraping

- ข้อมูลที่รวบรวมจากหน้าเว็บเพจหรือเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจจากเครื่องมือชื่อ Octoparse แล้งจัดข้อมูลอยู่ในรูปแบบ Database เพื่อใช้ในการวิเคราะห์เชิงลึก

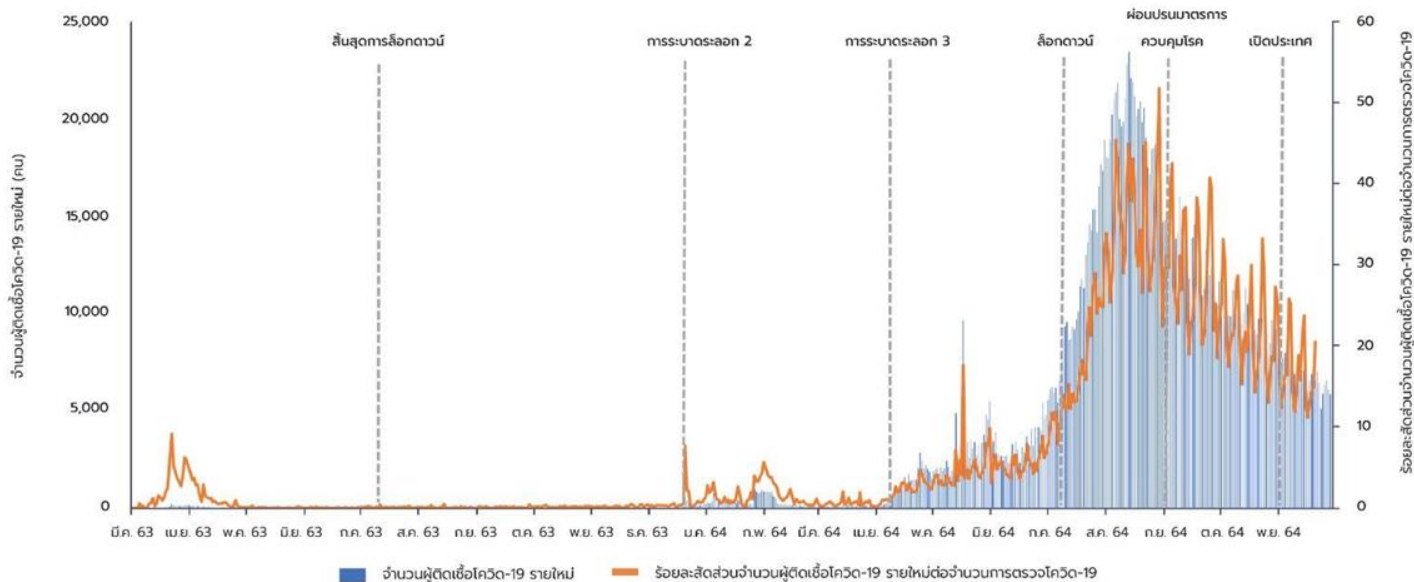
*หมายเหตุ: เก็บข้อมูลก่อนการแพร่ระบาดของโควิด-19 สายพันธุ์โอไมครอนในต่างประเทศ

สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงกลางเดือนกันยายน 2564 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีต่อระดับความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ และความพร้อมในการเปิดประเทศในระยะต่อไป

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ และร้อยละสัดส่วนจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ต่อจำนวนการตรวจโควิด-19

ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ รายวัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 29 พ.ย. 2564

ข้อมูลร้อยละสัดส่วนจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ต่อจำนวนการตรวจโควิด-19 รายวัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2653 - 20 พ.ย. 2564

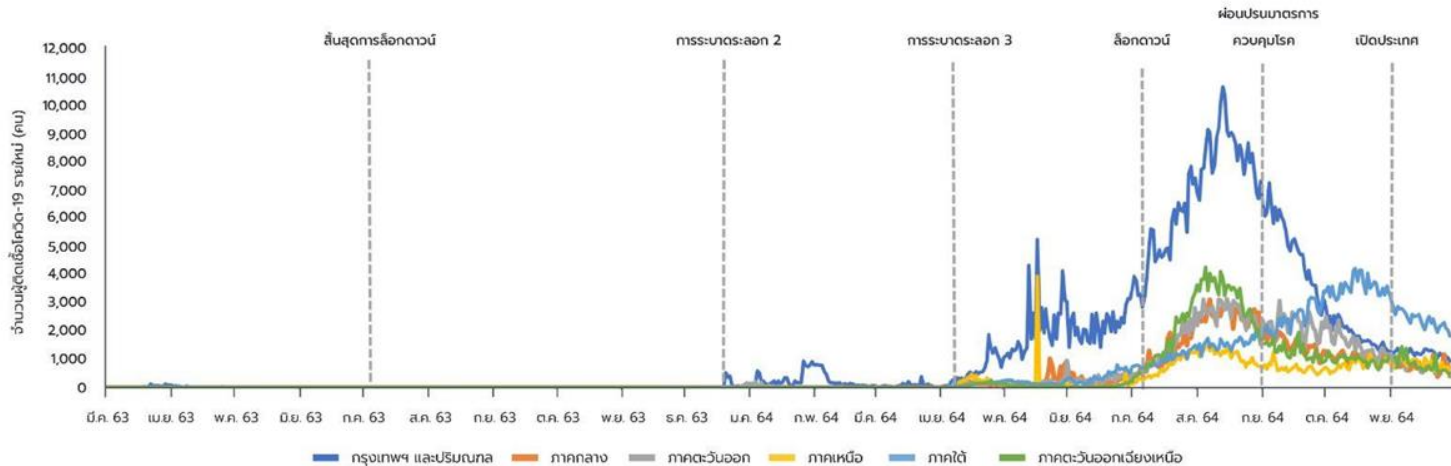


ที่มา: 1. จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข 2. จำนวนการตรวจโควิด-19 จากกรมวิทยาศาสตร์การแพทย์ กระทรวงสาธารณสุข

ในเดือนพฤศจิกายนจำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ รายภูมิภาคมีแนวโน้มลดลง โดยภาพรวม ยกเว้นเพียงภาคเหนือที่ยังมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นจากการเกิดคลัสเตอร์โรงงานและสถานประกอบการในจังหวัดเชียงใหม่และภาคใต้ที่แม้ว่ามีแนวโน้มที่ดีขึ้น แต่จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 ยังคงอยู่ในระดับที่สูงกว่าภาคอื่น ๆ และอาจส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจและความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ รายภูมิภาค

ข้อมูลจำนวนผู้ติดเชื้อรายใหม่ รายวัน ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค. 2563 - 29 พ.ย. 2564

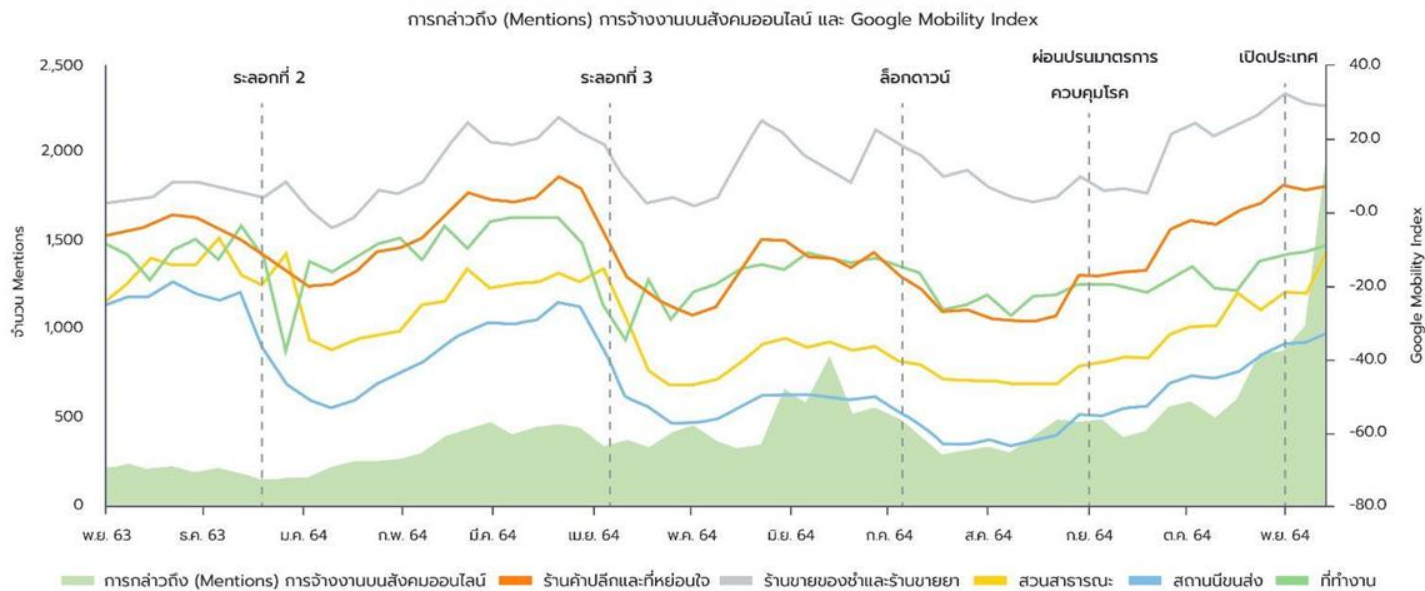


ที่มา: จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

การกล่าวถึงการจ้างงานจะพบว่าการประกาศจ้างงานบนสังคมออนไลน์มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นตั้งแต่ช่วงเดือนตุลาคม 2564 และต่อเนื่องมายังเดือนพฤศจิกายน 2564 ที่มีนโยบายการเปิดประเทศทำให้ธุรกิจมีความต้องการแรงงานกลับเข้ามาในกิจการสอดคล้องกับการปรับตัวเพิ่มขึ้นของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ โดยสะท้อนจากแนวโน้มของ Google Mobility Index ที่เพิ่มสูงขึ้น

Social Data การกล่าวถึงการจ้างงาน

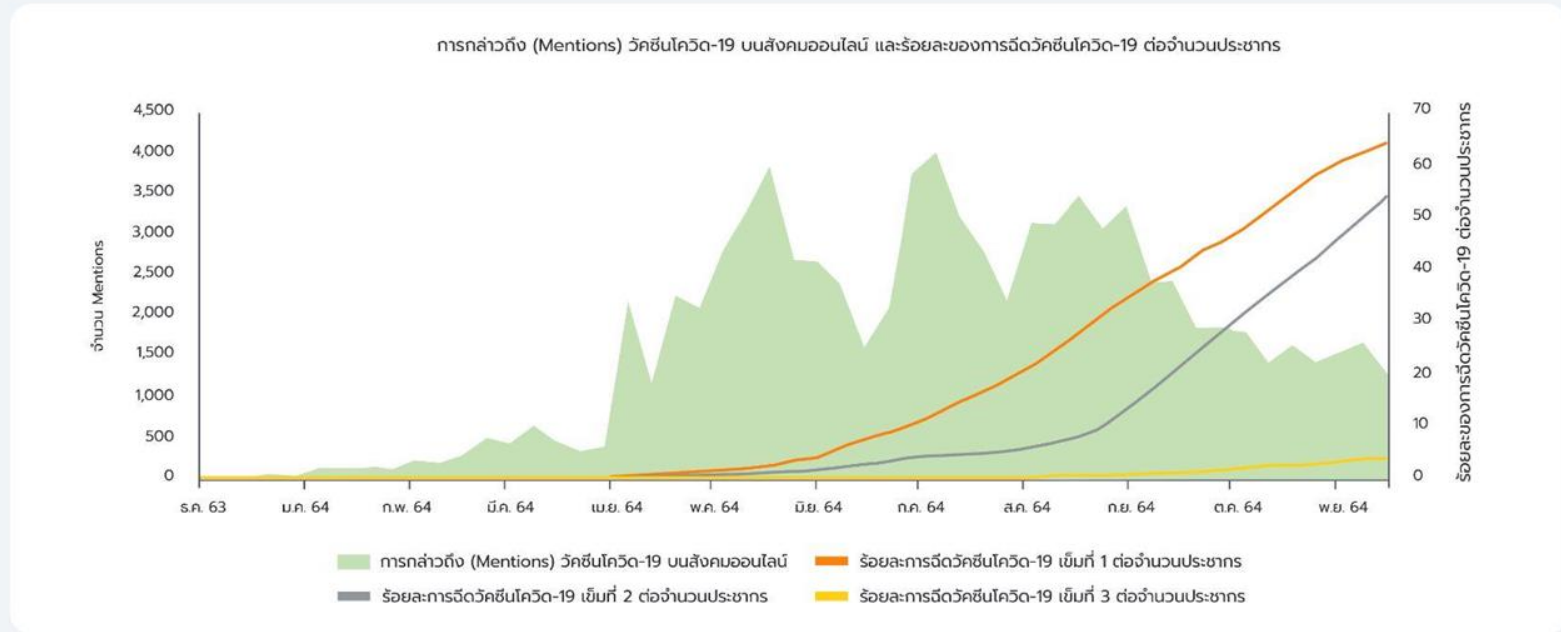
ข้อมูล Mandala Analytics ตั้งแต่วันที่ 4 พ.ย. 63 – 22 พ.ย. 64 โดยรวบรวมข้อมูลจาก Social Platform ได้แก่ Facebook, Twitter และ Instagram | Keywords: จ้างงาน, ประกาศรับสมัครงาน, รับสมัครตำแหน่ง, รับคนงาน, รับพนักงาน, รับสมัคร | ข้อมูล Google Mobility Index เฉลี่ย 7 วัน ตั้งแต่วันที่ 4 พ.ย. 63 – 22 พ.ย. 64, Baseline คือ การเปลี่ยนแปลงเทียบกับค่ากลางของการเดินทางในแต่ละวันของสัปดาห์ในช่วงวันที่ 3 ม.ค. 2563 - 6 ก.พ. 2563



ผู้คนในสังคมออนไลน์มีการกล่าวถึงวัคซีนโควิด-19 ลดลงเนื่องจากจำนวนผู้ได้รับการฉีดวัคซีนโควิด-19 มีมากขึ้น อย่างไรก็ตามยังคงมีการกล่าวถึงความต้องการวัคซีนประเภท mRNA และความกังวลต่อผลกระทบจากการฉีดวัคซีนอยู่

Social Data การกล่าวถึงวัคซีนโควิด-19

ข้อมูล Mandala Analytics ตั้งแต่วันที่ 1 ธ.ค. 63 – 22 พ.ย. 64 โดยรวบรวมข้อมูลจาก Social Platform ได้แก่ Facebook, Twitter, Instagram และ YouTube | Keywords: วัคซีน+โควิด, วัคซีน+covid
ข้อมูลร้อยละของผู้ฉีดวัคซีนโควิด-19 ต่อจำนวนประชากร ตั้งแต่วันที่ 27 ก.พ. - 22 พ.ย. 64



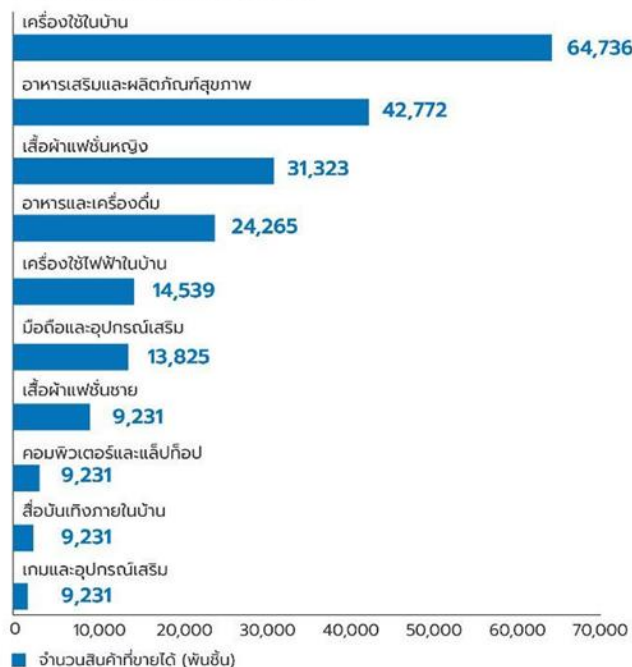
ที่มา: ข้อมูลผู้ฉีดวัคซีนโควิด-19 จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

ข้อมูลจากแพลตฟอร์มการขายสินค้าออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย พบว่าสินค้าที่มีจำนวนขายได้สะสมและยอดขายสินค้าสะสมมากที่สุดในเดือนพฤศจิกายน 2564 คือ หมวดสินค้าเครื่องใช้ในบ้าน และอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ

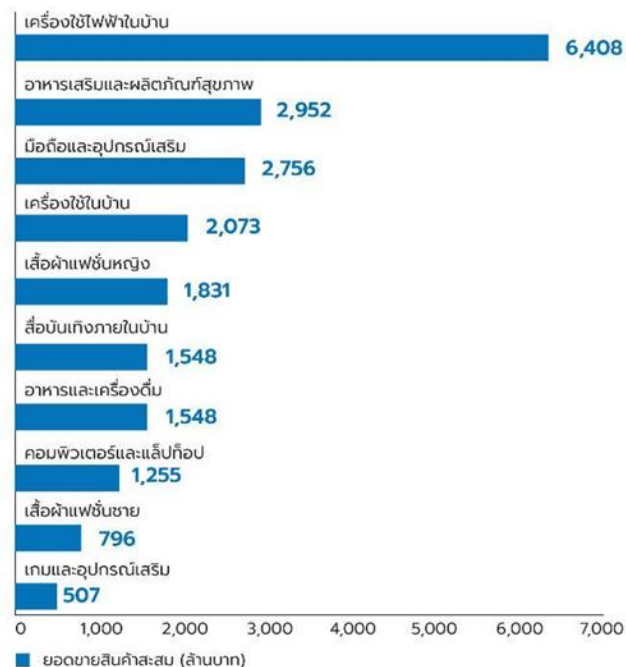
Web scraping

สินค้ายอดนิยมในแพลตฟอร์มออนไลน์, ข้อมูลจำนวนสินค้าที่ขายได้สะสม และยอดขายสินค้าสะสม 10 กลุ่มสินค้า จากแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย, ข้อมูล ณ วันที่ 27 พ.ย. 2564

จำนวนสินค้าที่ขายได้ (พันชิ้น)



ยอดขายสินค้าสะสม (ล้านบาท)



หมายเหตุ: กลุ่มสินค้าที่นำมารวบรวมมี 10 กลุ่ม จากจำนวนกลุ่มสินค้าทั้งหมด 23 กลุ่มจากเว็บไซต์ขายของออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่ม, คอมพิวเตอร์และแล็ปท็อป, สื่อบันเทิงภายในบ้าน, เกมและอุปกรณ์เสริม, อาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ, เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน, มือถือและอุปกรณ์เสริม, เครื่องใช้ในบ้าน, เสื้อผ้าแฟชั่นหญิง, เสื้อผ้าแฟชั่นชาย

สินค้าที่มีจำนวนขายได้สะสมมากที่สุดในหมวดเครื่องใช้ในบ้าน หมวดอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ และเสื้อผ้าแฟชั่นหญิง เช่น กลุ่มอุปกรณ์ทำสวน และอุปกรณ์ตกแต่งบ้าน หน้ากากอนามัย ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ และเสริมความงาม และชุดชั้นใน

Web scraping

3 อันดับ สินค้ายอดนิยมจาก 10 กลุ่มสินค้า (เรียงตามจำนวนสินค้าที่ขายได้สะสม), ข้อมูลจากแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย

อันดับ 1

เครื่องใช้ในบ้าน (พันชิ้น)

13,128 อุปกรณ์ทำสวน/
กระถางปลูกต้นไม้

11,022 อุปกรณ์ตกแต่งบ้าน

7,954 อุปกรณ์จัดเก็บ

6,527 ผลิตภัณฑ์ซักผ้าและอุปกรณ์
ทำความสะอาด

4,918 เครื่องใช้ในครัว

อันดับ 2

อาหารเสริม
และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (พันชิ้น)

30,514 หน้ากากอนามัย

2,297 ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ
และเสริมความงาม

1,873 อุปกรณ์ดูแลสุขภาพ

1,782 ผลิตภัณฑ์ดูแลสุขภาพ
ทางเพศ

1,345 ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด
ฆ่าเชื้อ

อันดับ 3

อาหารเสริม
และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (พันชิ้น)

16,335 ชุดชั้นใน

5,314 เสื้อ

3,799 กางเกง

1,394 ชุดนอน

1,057 เสื้อผ้าสาวอวบ



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

สินค้าที่มียอดขายสินค้าสะสมมากที่สุดในหมวดเครื่องใช้ในบ้าน หมวดอาหารเสริมและผลิตภัณฑ์สุขภาพ และมือถือ และอุปกรณ์เสริม เช่น เครื่องดูดฝุ่น และเครื่องฟอกอากาศ หน้ากากอนามัย ผลิตภัณฑ์พดูแลผิว และเสริมความงาม โทรศัพท์มือถือ และอุปกรณ์เสริมมือถือ เป็นต้น

Web scraping

3 อันดับ สินค้ายอดนิยมจาก 10 กลุ่มสินค้า (เรียงตามจำนวนสินค้าที่ขายได้สะสม), ข้อมูลจากแพลตฟอร์มขายสินค้าออนไลน์แห่งหนึ่งในประเทศไทย

อันดับ 1

เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน (ล้านบาท)

750 เครื่องดูดฝุ่น

725 เครื่องฟอกอากาศ/ความชื้น

594 หม้อแรงดัน/หม้ออบ/
หม้อไฟฟ้า

482 เครื่องปรับอากาศ

401 ตู้แช่/ตู้เย็น

อันดับ 2

อาหารเสริม
และผลิตภัณฑ์สุขภาพ (ล้านบาท)

603 อาหารเสริมโปรตีน

550 ผลิตภัณฑ์ดูแลผิว
และเสริมความงาม

451 หน้ากากอนามัย

408 ผ้าอ้อมและผ้าอ้อมสำเร็จรูป

179 ผลิตภัณฑ์บำรุงสายตา
และอาหารเสริม

อันดับ 3

มือถือและอุปกรณ์เสริม (ล้านบาท)

672 โทรศัพท์มือถือ

554 อุปกรณ์เสริมมือถือ

481 อุปกรณ์เน็ตเวิร์ค

339 แท็บเล็ต

191 เคสและซองมือถือ



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

ਕਰਕੌ

