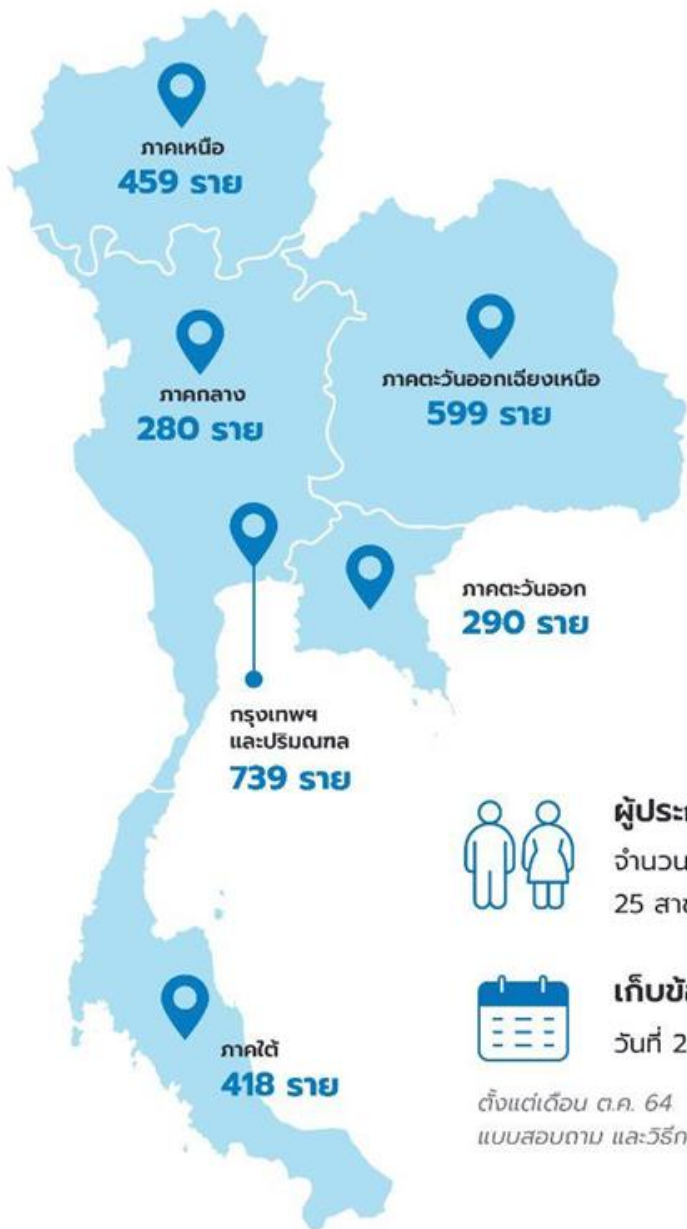


ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME

ประจำเดือน มกราคม 2565



ผู้ประกอบการ SME

จำนวน 2,785 ราย

25 สาขาธุรกิจ



เก็บข้อมูลระหว่าง

วันที่ 20-28 มกราคม 2565

ตั้งแต่เดือน ต.ค. 64 มีการปรับปรุงกลุ่มตัวอย่าง
แบบสอบถาม และวิธีการสำรวจ

สัดส่วนการเก็บข้อมูล

30.5%

ภาคการผลิต

จำนวน 703 ราย



25.2%

ภาคการค้า

จำนวน 850 ราย



40.7%

ภาคการบริการ

จำนวน 1,132 ราย



3.6%

ภาคการเกษตร

จำนวน 100 ราย



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน มกราคม 2565

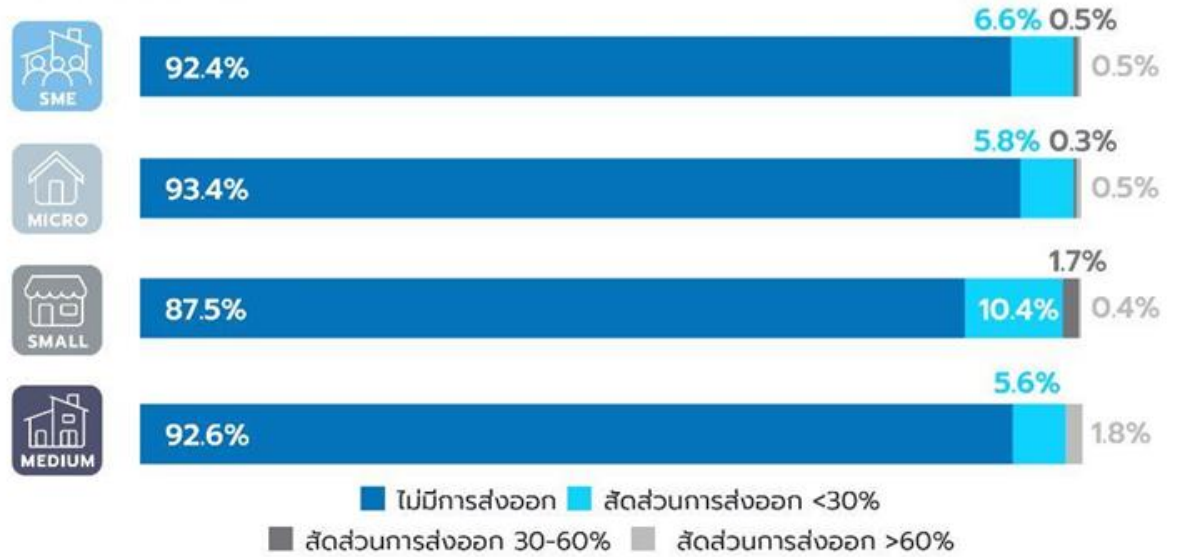
กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ



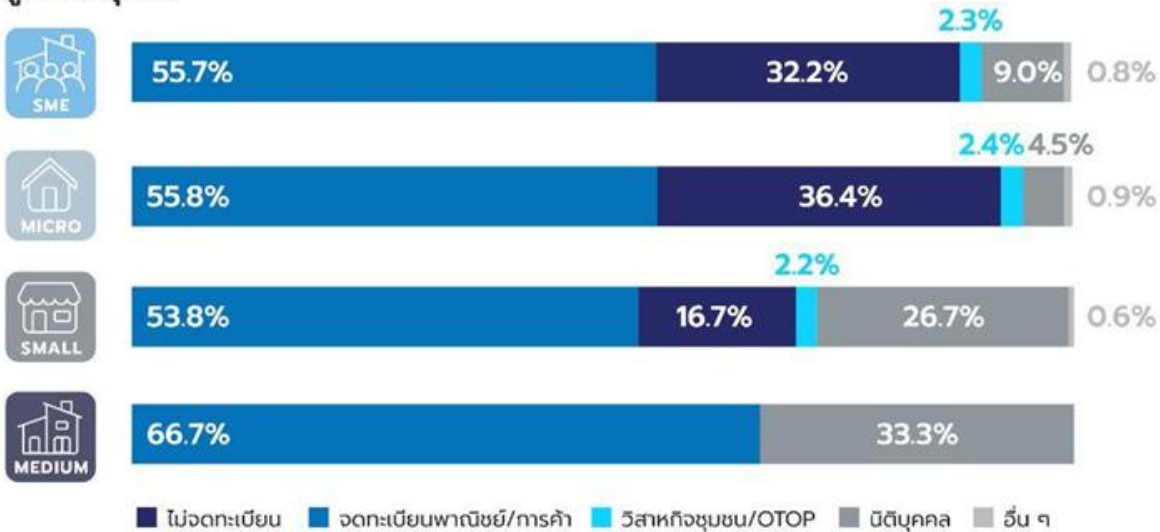
จำนวนแรงงานเฉลี่ย



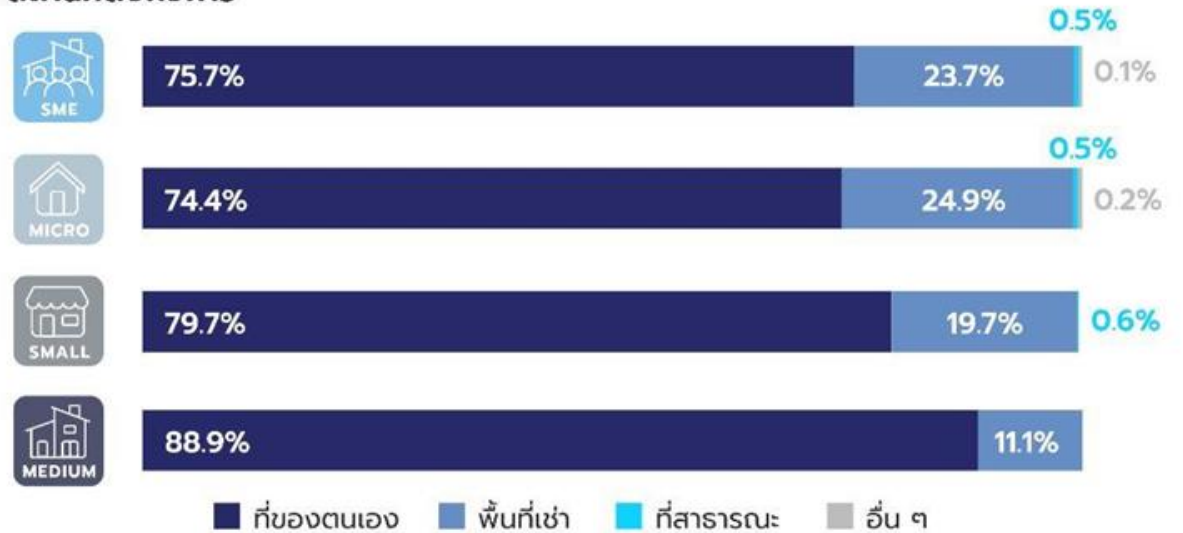
สัดส่วนการส่งออก



รูปแบบธุรกิจ



สถานที่ตั้งกิจการ

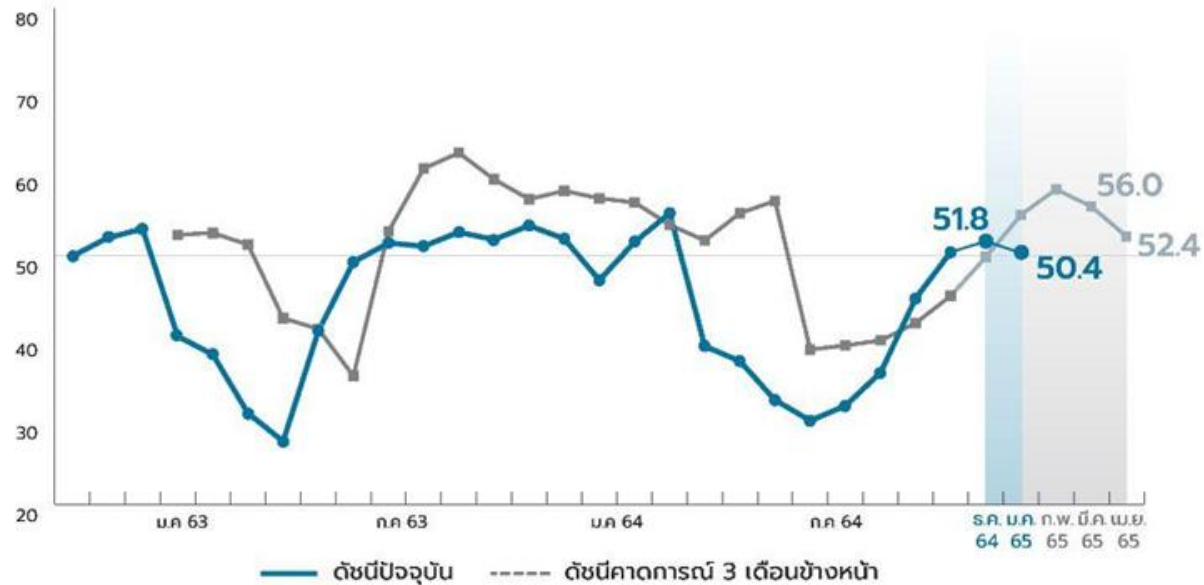




ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI)
และแนวโน้มธุรกิจ SME ประเทศไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ประเทศไทย

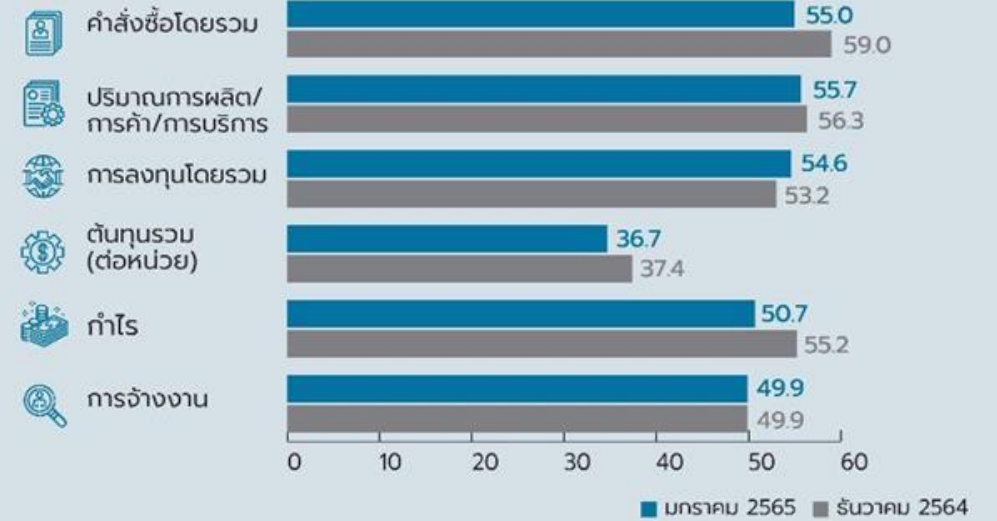
หน่วย : ดัชนี



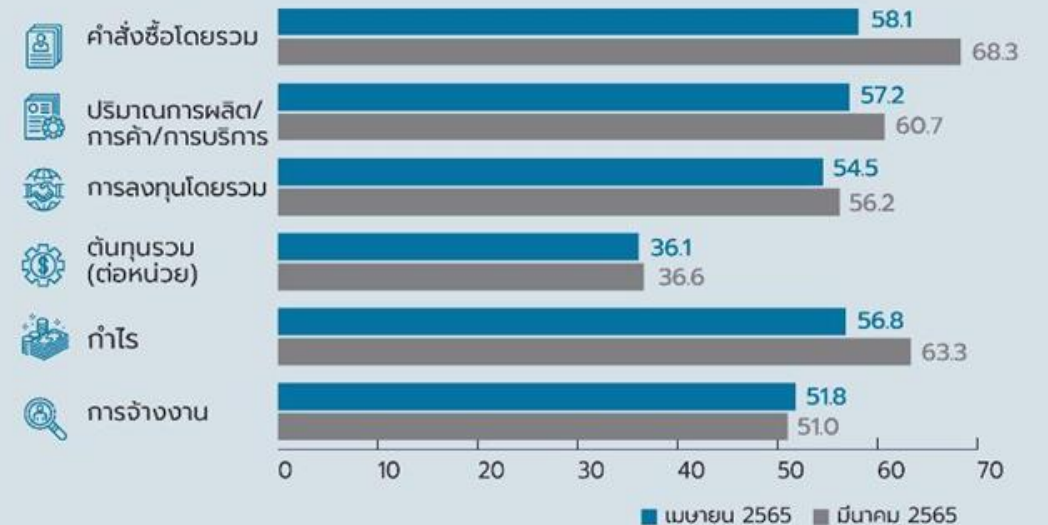
ดัชนีความเชื่อมั่นฯ ปรับตัวลดลงทั้งปัจจุบันและคาดการณ์ในอนาคต โดยค่าดัชนี SMESI ปัจจุบันเดือนมกราคม 2565 อยู่ที่ระดับ 50.4 ปรับลดลงจากเดือนก่อนหน้าที่ระดับ 51.8 เป็นผลกระทบจากโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน ที่ทำให้ออดขาย/การให้บริการปรับตัวลดลง โดยเฉพาะกลุ่มบริการที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการท่องเที่ยว รวมไปถึง SME กำลังเผชิญกับราคาวัตถุดิบสินค้าที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตามผลกระทบของระลอกโอมิครอนคาดว่าจะไม่รุนแรงเหมือนระลอกก่อนหน้าจากจำนวนผู้ได้รับวัคซีนที่มากขึ้นและความรุนแรงของการป่วยที่น้อยกว่า รวมไปถึงความสามารถในการปรับตัวทั้งผู้บริโภค และผู้ประกอบการเอง

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าอยู่ที่ระดับ 52.4 ปรับลดลงจากเดือนก่อนหน้าที่ระดับ 56.0 ซึ่งเป็นการปรับลดต่อเนื่องติดต่อกัน 2 เดือน เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังมีความไม่แน่นอนและยังกังวลเกี่ยวราคาต้นทุน โดยเฉพาะราคาวัตถุดิบและน้ำมัน ที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบันรวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



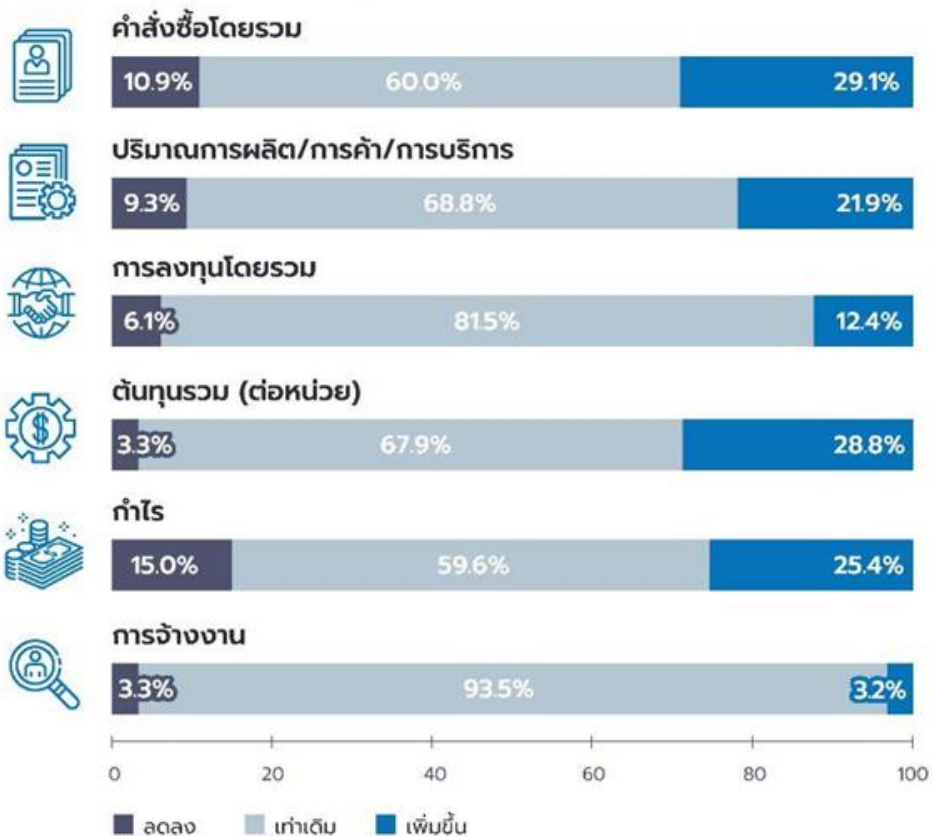
ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



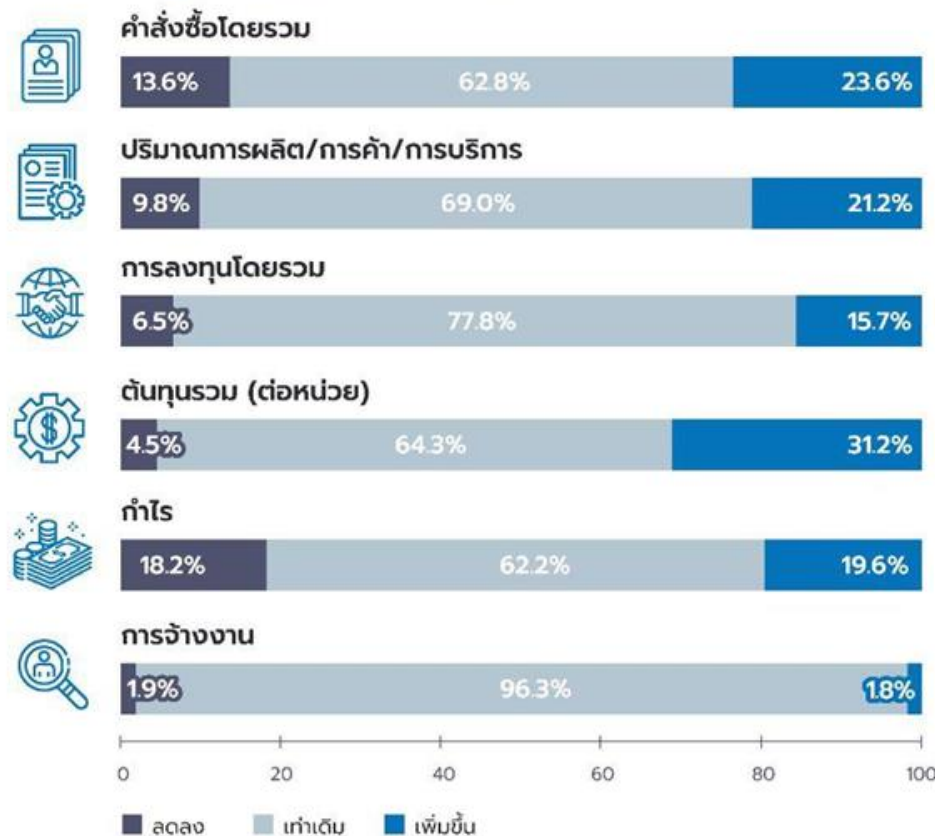
จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบดัชนีปัจจุบัน SME พบว่าการตอบในเดือนมกราคม ที่ลดลงนั้น เกิดจากองค์ประกอบดัชนี โดยเฉพาะด้านคำสั่งซื้อ ปริมาณการผลิต/การค้า/การบริการ กำไร และต้นทุนที่ลดลง ส่วนหนึ่ง มาจากความกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน ประกอบกับโครงการ "คนละครึ่ง เฟส 3" ที่เพิ่งหมดไป และกำลังรอเริ่มต้นเฟสใหม่ และต้นทุนราคาสินค้า ราคาวัตถุดิบ และค่าบรรจุภัณฑ์ที่ยังมีราคาสูง

สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

ปัจจุบัน เดือนธันวาคม 2564



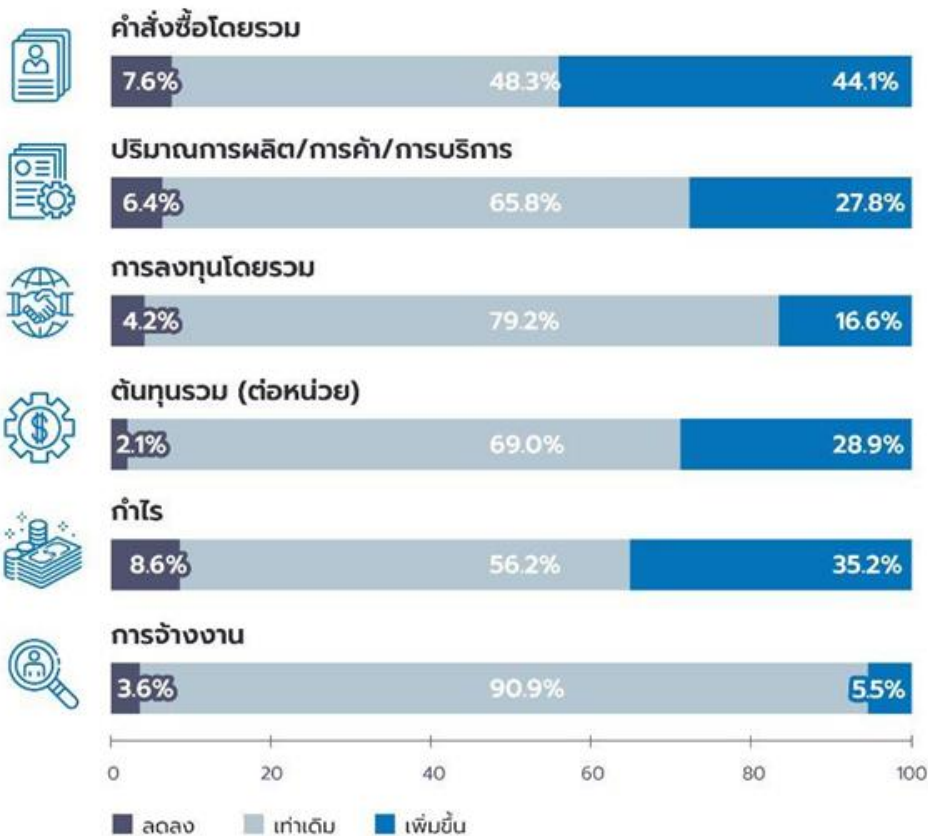
ปัจจุบัน เดือนมกราคม 2565



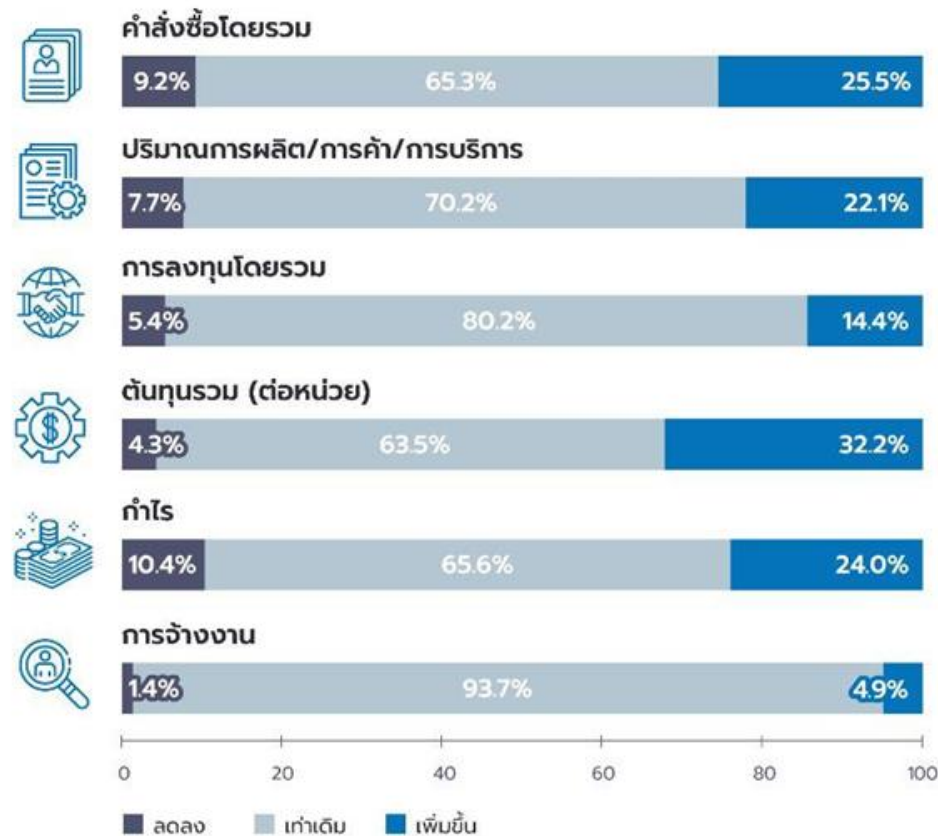
จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบดัชนีคาดการณ์ SME พบว่าการตอบคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้า นั้น (เดือนเมษายน 2565) มีแนวโน้ม ลดลง จากองค์ประกอบดัชนีด้านคำสั่งซื้อ ปริมาณการผลิต/การค้า/การบริการ และกำไรเป็นสำคัญ เนื่องจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ยังมีความไม่แน่นอน และยังคงกังวลเกี่ยวกับราคาต้นทุน โดยเฉพาะราคา วัตถุดิบและน้ำมัน ที่ปรับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

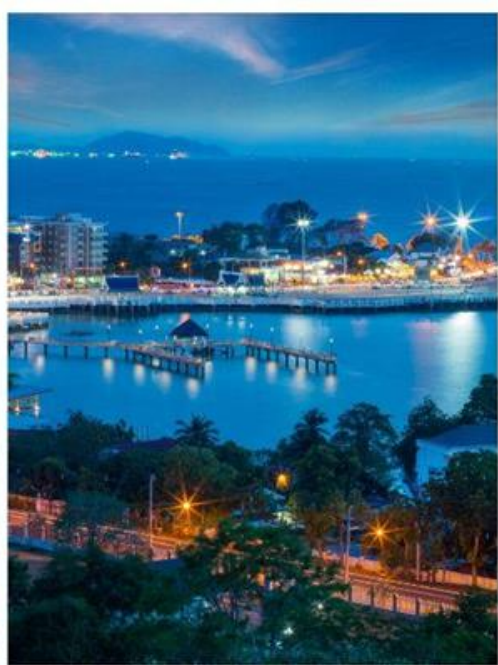
สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า เดือนมีนาคม 2565



คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า เดือนเมษายน 2565





ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI)
และแนวโน้มธุรกิจ SME
รายภูมิภาค

ดัชนีความเชื่อมั่น ๔ SME (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME รายภูมิภาค



ภาคตะวันออก



การกลับเข้ามาในพื้นที่ของผู้บริโภคกลุ่มแรงงาน หลังจากวันหยุดยาว ส่งผลบวกต่อการจับจ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในร้านโชห่วย สินค้าอุปโภคบริโภค และภาคการผลิตอาหารและเครื่องดื่ม อย่างไรก็ตามผลกระทบจากเหตุการณ์น้ำท่วมฉับพลันในทะเล ที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงความกังวลต่อความปลอดภัยและคุณภาพของอาหารทะเล ยังคงต้องติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิด



ภาคกลาง



ภาพรวมยังมีการขยายตัวต่อเนื่องจากภาคการผลิต และภาคการค้าปลีก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นสินค้าในหมวดอาหาร/เครื่องดื่ม และแอลกอฮอล์ โดยเป็นกำลังซื้อของคนในพื้นที่เป็นหลัก อีกทั้งธุรกิจมีการลงทุนในกิจการเพิ่มเติม โดยเฉพาะสาขาโมเดิร์นเทรด



กรุงเทพฯ และปริมณฑล



เศรษฐกิจภูมิภาคยังคงขยายตัว จากกำลังซื้อในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยเฉพาะในหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค อาหารและเครื่องดื่ม ยาสมุนไพร ด้านโควิด อีกทั้งการปรับตัวเพิ่มขึ้นของยอดจองห้องพัก บ้านเช่า จากการประกาศเปิดเรียนของสถานศึกษา รวมไปถึงเทรนด์เครื่องประดับเสริมดวง และมูเตลูที่กำลังเป็นที่นิยม ส่งผลดีต่อธุรกิจอัญมณี และเครื่องประดับ ที่มียอดขายเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากเดือนก่อนหน้า



ภาคเหนือ



ต้นทุนในการดำเนินธุรกิจที่เพิ่มสูงขึ้น และยอดคำสั่งซื้อต่อครั้งที่ลดลง ส่งผลต่อผลประกอบการของธุรกิจ โดยเฉพาะร้านอาหาร ธุรกิจผลิตอาหารในหมวดอาหารแปรรูปที่นิยมซื้อเป็นของฝาก เช่น แคนหมู ไข่ฉัว และอาหารที่แปรรูปจากเนื้อสัตว์ เป็นต้น ในส่วนของภาคการเกษตร เกษตรกรในพื้นที่บางส่วนได้รับผลกระทบจากการนำเข้าผลผลิตผัก ผลไม้จากประเทศจีน ทำให้มีการแข่งขันทางด้านราคา โดยเฉพาะผักกาดขาว และหอมแดง



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



การเดินทางออกจากพื้นที่ของกลุ่มแรงงานหลังจากช่วงวันหยุดสิ้นปี ส่งผลต่อภาพรวมเศรษฐกิจในภูมิภาคให้ชะลอตัวลงเมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า และการชะลอการเดินทางประชุม/สัมมนา จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน ประกอบกับมาตรการโครงการ "คนละครึ่ง เฟส3" ที่หมดลง ส่งผลต่อกำลังซื้อ/บริการที่ชะลอตัวลง

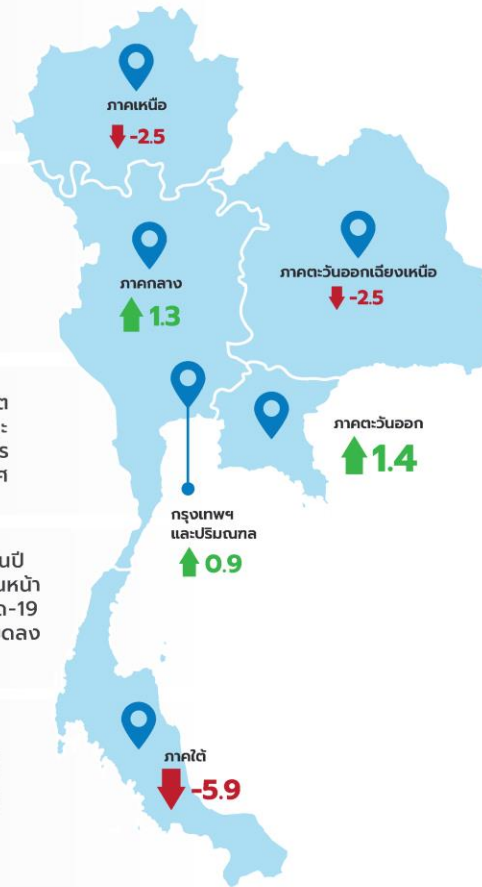


ภาคใต้

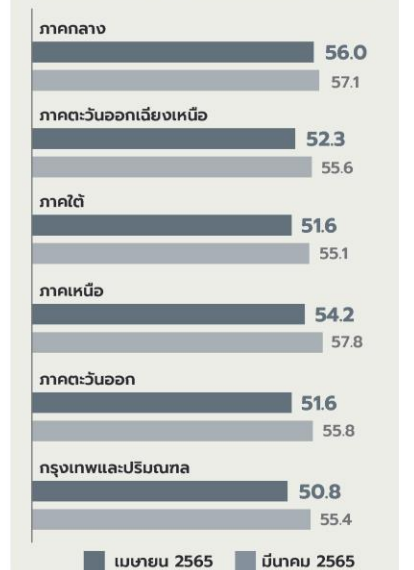


จากยอดเข้าพัก และการจองห้องพักล่วงหน้าใหม่ชะลอตัวลงจากเดือนก่อน เป็นผลจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน และการเลื่อนอนุมัติโครงการ "Test&Go" ส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติชะลอการเดินทาง เพื่อรอดูความชัดเจน ส่งผลให้ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องชะลอตัวลง

■ มกราคม ■ ธันวาคม



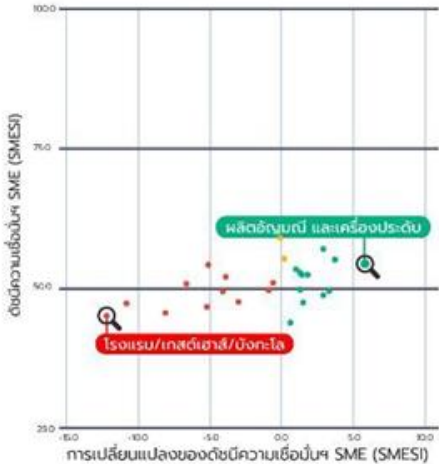
ดัชนีความเชื่อมั่น ๔ ภาคการณ 3 เดือนข้างหน้า



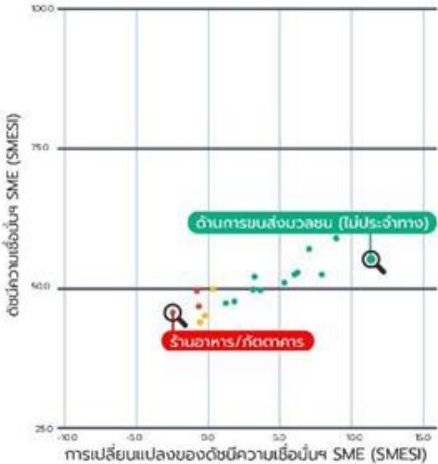
จากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอน ที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของภาคธุรกิจ และผู้คนเริ่มกังวลต่อการเดินทางออกมาทำกิจกรรมข้างนอกอีกครั้ง รวมไปถึงการเลื่อนอนุมัติโครงการ Test&Go ส่งผลกระทบในหลายสาขาธุรกิจ โดยเฉพาะธุรกิจภาคการบริการ เช่น โรงแรม การท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามภาคธุรกิจการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ภาคธุรกิจยังได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านต้นทุน ทั้งในหมวดเนื้อสัตว์ และเครื่องปรุงอาหาร รวมถึงราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้น

การเปลี่ยนแปลงของดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME (SMESI)

สัดส่วนการเปลี่ยนแปลงจากค่าดัชนีความเชื่อมั่นฯ เดือนมกราคม 2565 เทียบกับเดือนธันวาคม 2564 (MoM)



สัดส่วนการเปลี่ยนแปลงจากค่าดัชนีความเชื่อมั่นฯ เดือนมกราคม 2565 เทียบกับเดือนมกราคม 2564 (YoY)



หน่วย : การเปลี่ยนแปลงดัชนี SMESI เป็นการเปรียบเทียบระดับดัชนีจากเดือนมกราคม 2565 เทียบกับเดือนธันวาคม 2564 (MoM), เปรียบเทียบระดับดัชนีจากเดือนมกราคม 2565 เทียบกับเดือนมกราคม 2564 (YoY), ค่าฐานของดัชนี เท่ากับ 50



สาขาธุรกิจ	ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ปัจจุบัน (MoM)
ผลิตอัญมณี และเครื่องประดับ	54.5 (5.8)
ผลิตภัณฑ์จากยาง	55.2 (3.7)
กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์	49.7 (3.3)
ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	57.1 (2.9)
ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก	48.9 (2.9)
บริการสินค้าการ/วัฒนธรรม/กีฬา	52.5 (1.8)
บริการซ่อมบำรุง	47.6 (1.5)
ค่าปลีกจากรถยนต์/รถยนต์	52.5 (1.4)
ค้าปลีกอุปโภค/บริโภค (modern trade)	52.9 (1.3)
ค้าปลีกอุปโภค/บริโภค (ดั้งเดิม)	49.9 (1.3)
ผลิตยาโรครักษาโรค/สมุนไพร	53.5 (1.0)
ค้าส่งวัสดุก่อสร้าง	44.0 (0.6)
ด้านการขนส่งมวลชน (ไม่ประจำทาง)	55.4 (0.2)
ด้านการขนส่งสินค้า	59.0 (-0.1)
ผลิตเสื้อผ้าและสิ่งทอ	51.1 (-0.6)
ค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค	49.8 (-0.9)
ค้าส่งวัสดุก่อสร้าง	47.7 (-3.0)
บริการเสริมความงาม/สปา/นวดเพื่อสุขภาพ	52.1 (-3.9)
ผลิตภัณฑ์จากโลหะ	49.6 (-4.1)
ผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ	54.3 (-5.1)
ผลิตไม้และเฟอร์นิเจอร์	46.8 (-5.2)
ธุรกิจการเกษตร	51.1 (-6.1)
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	45.8 (-8.1)
บริการการท่องเที่ยว	47.4 (-10.8)
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล	45.2 (-12.2)

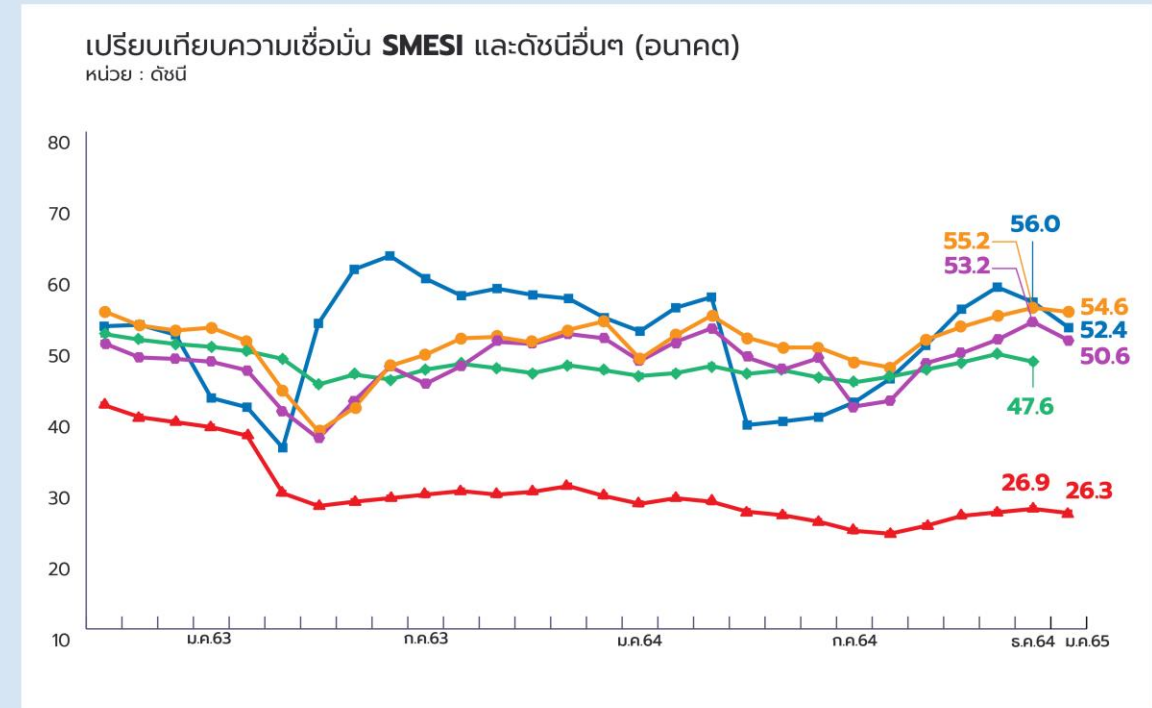
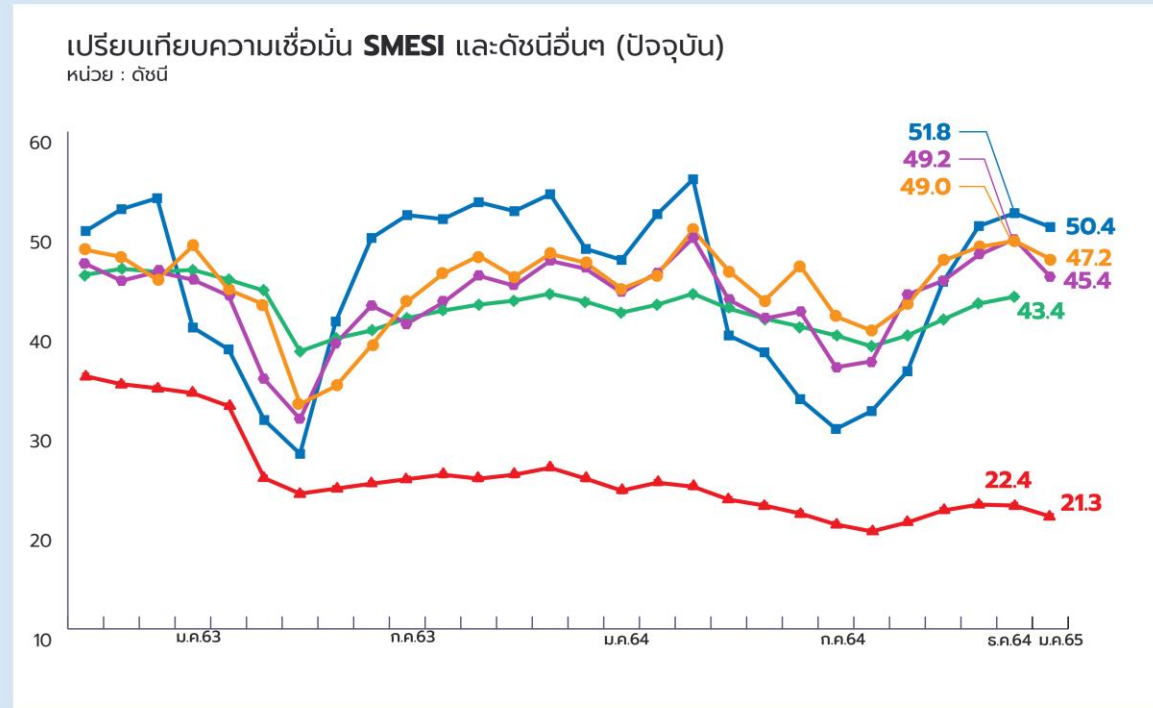
สาขาธุรกิจ	ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ปัจจุบัน (YoY)
ด้านการขนส่งมวลชน (ไม่ประจำทาง)	55.4 (11.4)
ด้านการขนส่งสินค้า	59.0 (9.0)
ค่าปลีกจากรถยนต์/รถยนต์	52.5 (8.0)
ผลิตอาหารและเครื่องดื่ม	57.1 (7.1)
ค้าปลีกอุปโภค/บริโภค (modern trade)	52.9 (6.3)
บริการสินค้าการ/วัฒนธรรม/กีฬา	52.5 (6.1)
ผลิตเสื้อผ้าและสิ่งทอ	51.1 (5.4)
กิจกรรมอสังหาริมทรัพย์	49.7 (3.7)
บริการเสริมความงาม/สปา/นวดเพื่อสุขภาพ	52.1 (3.3)
ค้าส่งสินค้าอุปโภคและบริโภค	49.8 (3.2)
บริการการก่อสร้าง	47.7 (1.9)
บริการการท่องเที่ยว	47.4 (1.3)
ค้าปลีกอุปโภค/บริโภค (ดั้งเดิม)	49.9 (0.4)
โรงแรม/เกสต์เฮาส์/บังกะโล	45.2 (-0.2)
ค้าส่งวัสดุก่อสร้าง	44.0 (-0.5)
ผลิตไม้และเฟอร์นิเจอร์	46.8 (-0.6)
ผลิตภัณฑ์จากโลหะ	49.6 (-0.7)
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	45.8 (-2.4)

หมายเหตุ : มีการเพิ่มสาขาธุรกิจภาคการผลิต และเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่เดือน ต.ค 64 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ยาโรครักษาโรค/สมุนไพร อัญมณี และเครื่องประดับ การผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ และบริการซ่อมบำรุง

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

การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ม.ค. 65 ดัชนีความเชื่อมั่นฯ ต่างๆ ทั้งปัจจุบันและคาดการณ์อนาคต ปรับตัวลดลงในทุกดัชนี



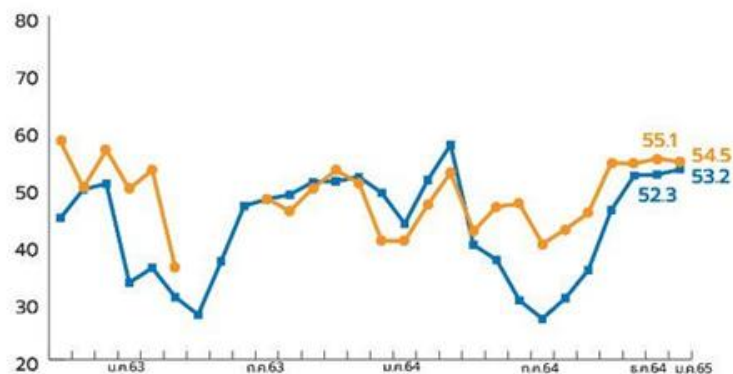
- ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
- ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจ (BSI) ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ▲ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้า
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (TISI) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

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

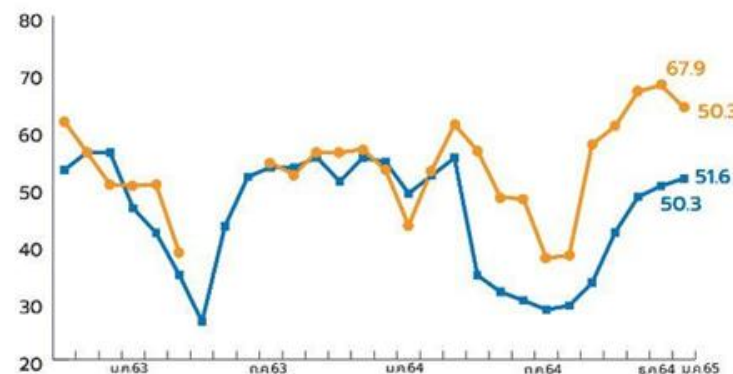
การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI

ในเดือนมกราคม 2565 ค่าดัชนีความเชื่อมั่นอนาคตเศรษฐกิจภูมิภาค (RSI) ในเกือบทุกภูมิภาคปรับตัวลดลง มีเพียงในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ค่อนข้างทรงตัว ส่วนค่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME (SMESI) มีภูมิภาคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ ภาคตะวันออก ภาคกลาง และกรุงเทพฯ และปริมณฑล และภูมิภาคที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ เป็นภูมิภาคที่มีการปรับตัวลดลงมากที่สุด

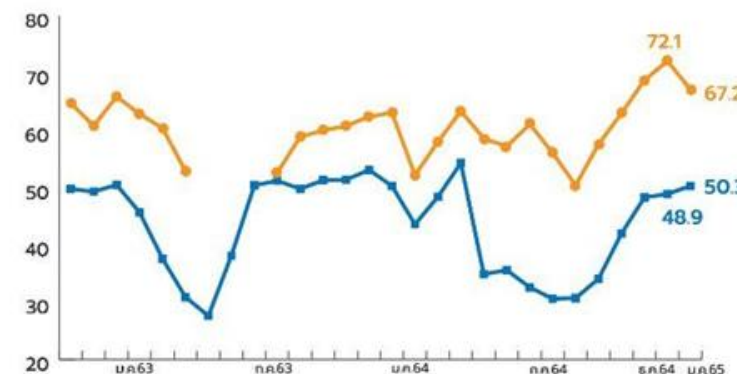
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
กรุงเทพฯ และปริมณฑล



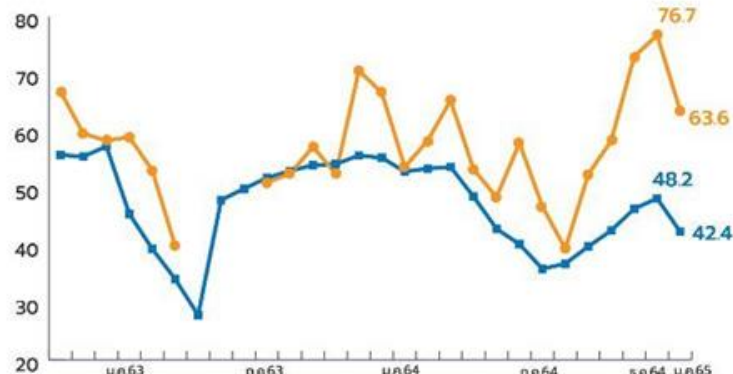
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคกลาง



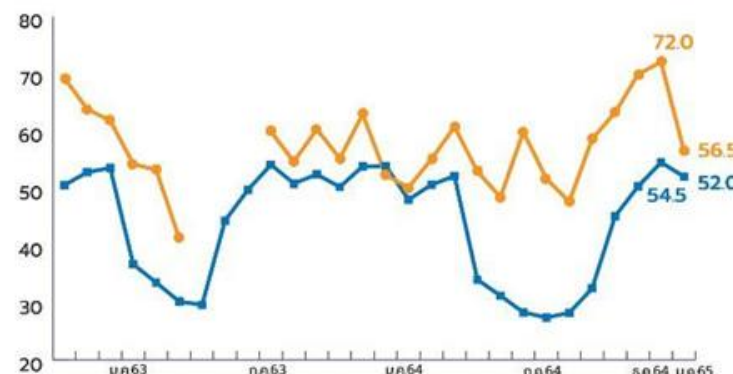
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคตะวันออก



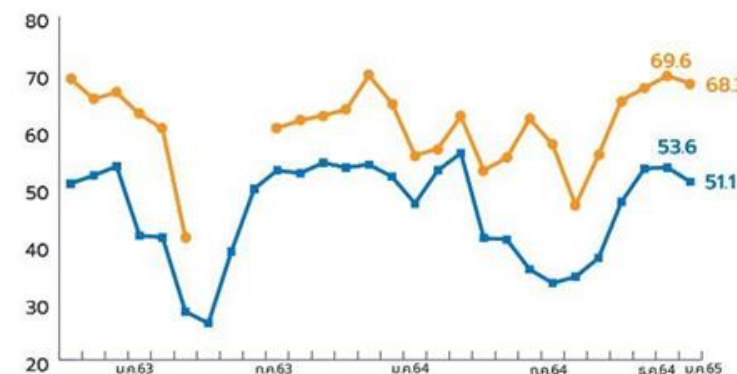
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคใต้



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคเหนือ



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



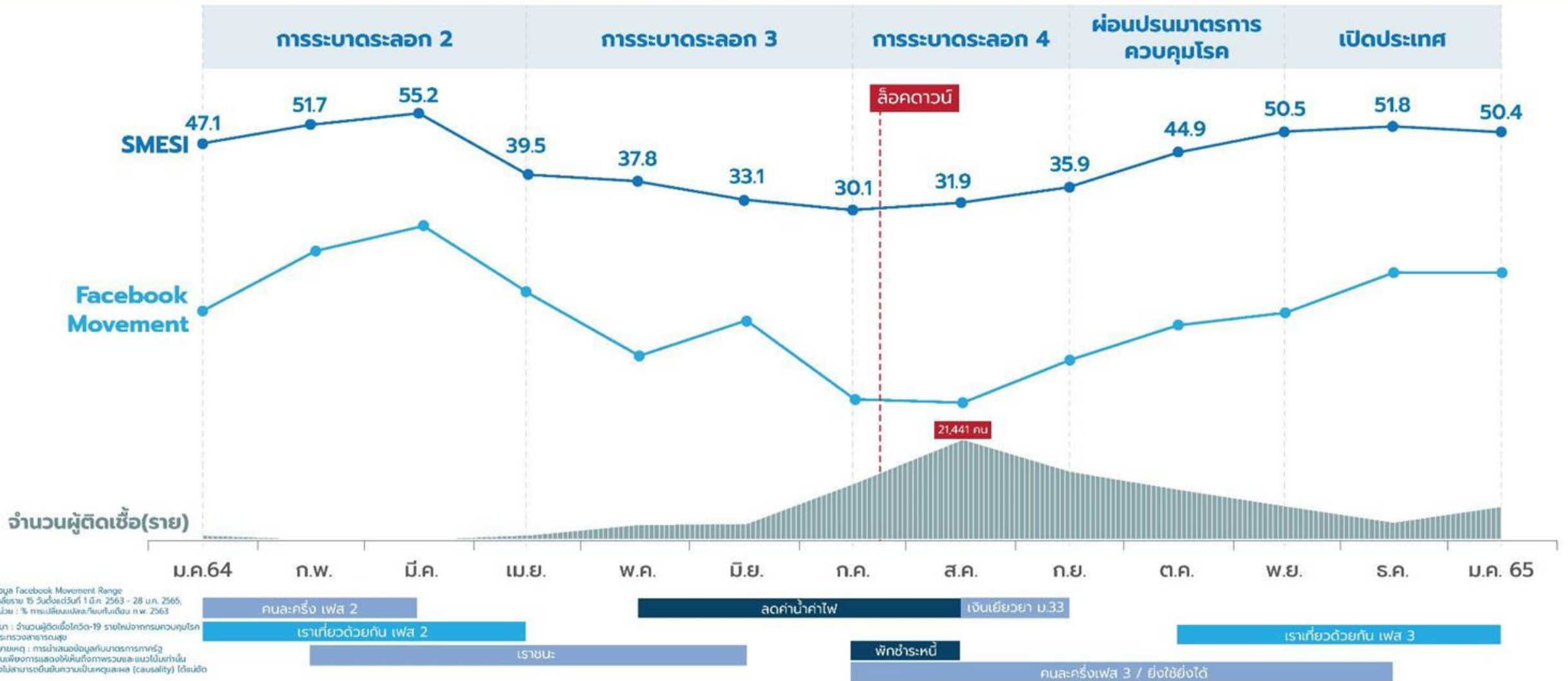
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน มกราคม 2565

■ ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ● ดัชนีความเชื่อมั่น RSI สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง

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

สรุปสถานการณ์โควิด-19 ,การเดินทางของผู้คน, ดัชนี SMESI และมาตรการภาครัฐ ปี 2564

จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่ และ Facebook Movement Range เฉลี่ยรายเดือน ม.ค.



ข้อมูล Facebook Movement Range เฉลี่ยราย 15 วันตั้งแต่เดือนที่ 1 มี.ค. 2563 - 28 ม.ค. 2565, หน่วย : % การเปลี่ยนแปลงเทียบกับเดือน ก.พ. 2563
 ที่มา : จำนวนผู้ติดเชื้อโควิด-19 รายใหม่จากกรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
 หมายเหตุ : การนำเสนอข้อมูลกับมาตรการภาครัฐ เป็นเพียงการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมและแนวโน้มเท่านั้น ยังไม่สามารถยืนยันความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (causality) ได้แน่นอน

คนละครึ่ง เฟส 2
ลดค่าน้ำค่าไฟ
เงินเยียวยา ม.33

เราเที่ยวด้วยกัน เฟส 2
เราชนะ
พักชำระหนี้
เราเที่ยวด้วยกัน เฟส 3

คนละครึ่งเฟส 3 / ยิงให้ยั่งยืน

สรุปการเดินทางของผู้คน, ดัชนี SMESI สาขาที่เกี่ยวข้อง และโครงการคนละครึ่ง ปี 2564

Payment Successful
Payment Successful



หน่วย : ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงเทียบกับ baseline (ช่วงวันที่ baseline 1 ม.ค.64 - 31 ม.ค. 65)
 หมายเหตุ : การนำเสนอข้อมูลลักษณะการภาครัฐเป็นเพียงการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมและแนวโน้มเท่านั้น ยังไม่สามารถยืนยันความเป็นเหตุและผล (causality) ได้แน่ชัด (หน่วย: ดัชนี)

สรุปข้อมูลการท่องเที่ยว, ดัชนี SMESI สาขาที่เกี่ยวข้อง และโครงการเราเที่ยวด้วยกัน ปี 2564

ดัชนี SMESI เจลลี่ (สาขาที่สามารถเข้าร่วม โครงการเราเที่ยวด้วยกัน)

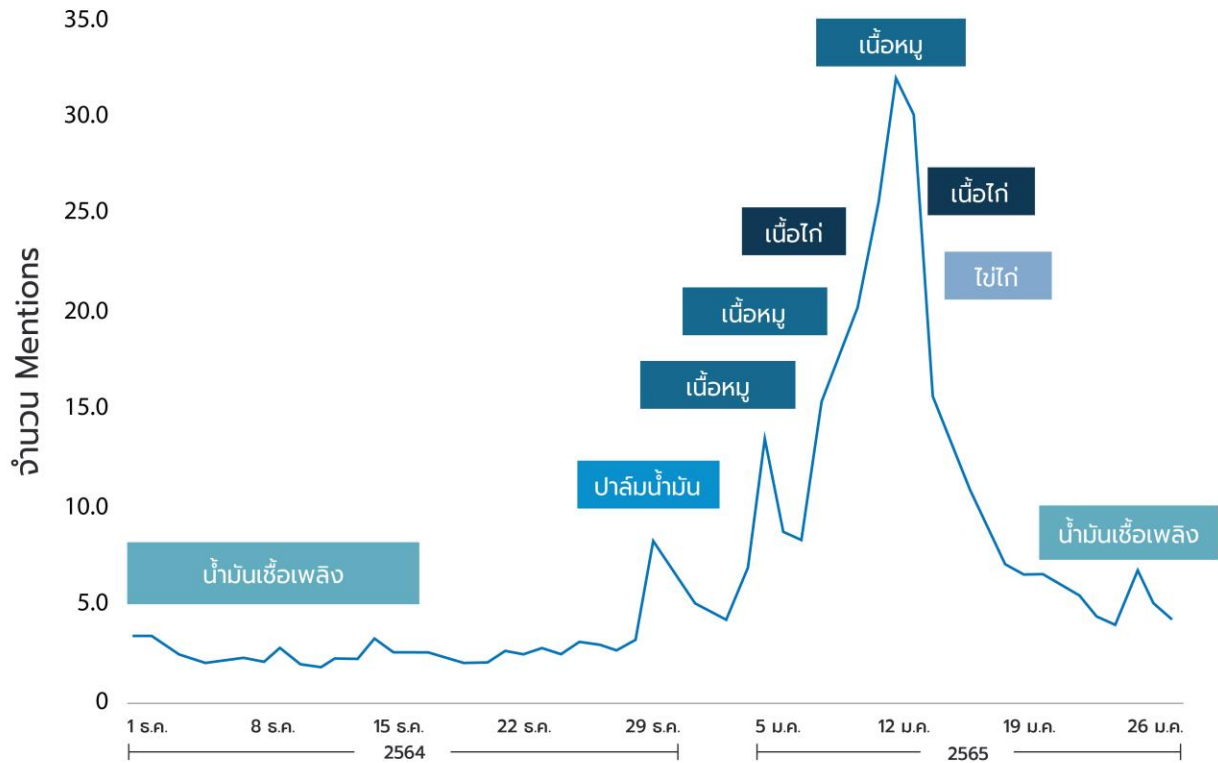
- การท่องเที่ยว
- ร้านอาหาร
- โรงแรม/เกสเฮาส์/บังกะโล



การค้นหายอดนิยมของนักท่องเที่ยวในประเทศ (ร้อยละ)
จำนวนผู้เดินทางผ่านท่าอากาศยานในประเทศไทย (ร้อยละ)

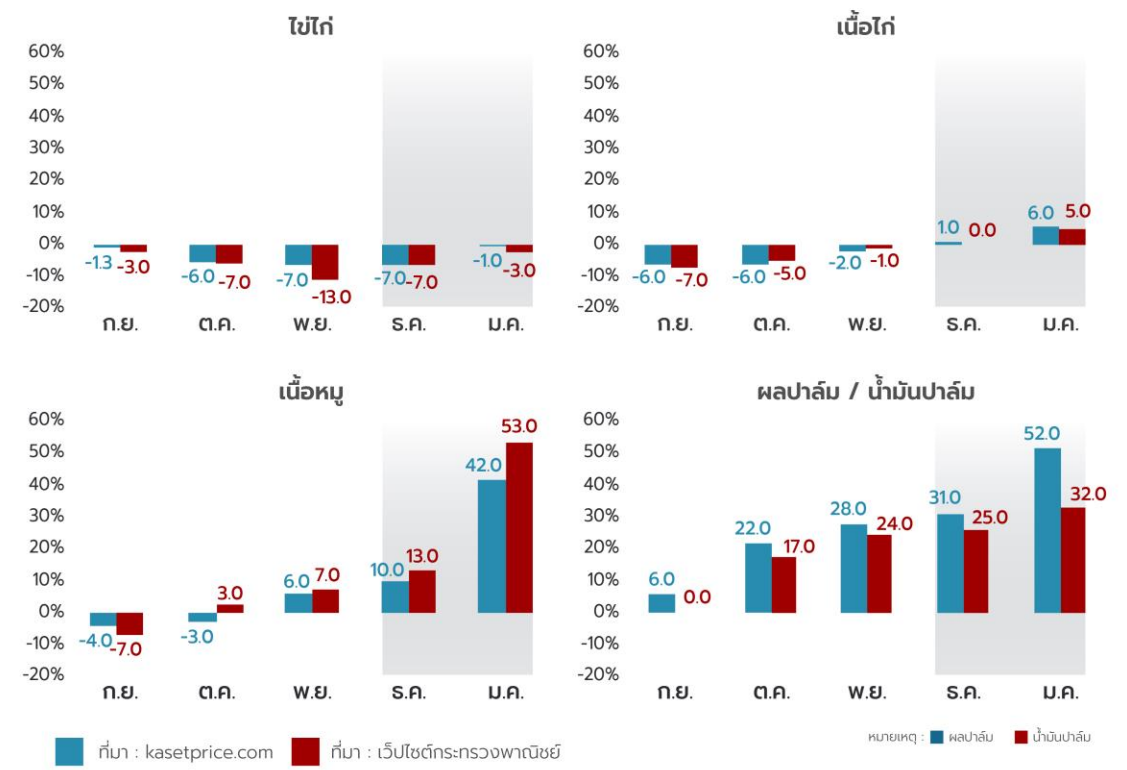
การค้นหายอดนิยมของนักท่องเที่ยว อัตราการเข้าพักโรงแรมทั่วประเทศ (ร้อยละ)

ข้อมูล Monitoring Travel (จาก Google)
เจลลี่รายเดือน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 25 มกราคม 2565
ที่มา: จำนวนผู้เดินทางผ่านท่าอากาศยานในประเทศไทย จากศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงคมนาคม, อัตราการเข้าพักโรงแรมทั้งประเทศ จากกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
หมายเหตุ: การนำเสนอข้อมูลด้านมาตรการภาครัฐเป็นเพียงการแสดงให้เห็นถึงภาพรวมและแนวโน้มเท่านั้น ยังไม่สามารถยืนยันถึงความเชื่อมโยงและผล (causality) ได้แน่นอน








Keywords: ขยับ+ราคา,ปรับราคา,ราคาพุ่ง,ราคาแพง,แพง,ราคาสูง,ราคา+แพง,ขึ้นราคา
 Keywords Tag: หมู+ขึ้นราคา,หมู+ปรับราคา,หมู+ราคาพุ่ง,หมู+แพง,ไก่+ขึ้นราคา,ไก่+ปรับราคา,ไก่+ราคาพุ่ง,ไก่+แพง,ไช้ไก่+ขึ้นราคา,ไช้ไก่+ปรับราคา,ไช้ไก่+ราคาพุ่ง,ไช้ไก่+แพง,น้ำมันปาล์ม+ขึ้นราคา,น้ำมันปาล์ม+ปรับราคา,น้ำมันปาล์ม+ราคาพุ่ง,น้ำมันปาล์ม+แพง,ปาล์ม+ขึ้นราคา,ปาล์ม+ปรับราคา,ปาล์ม+ราคาพุ่ง,ปาล์ม+แพง,

อัตราการเปลี่ยนแปลงของราคา (ร้อยละ) โดยใช้เดือนสิงหาคม 2564 เป็นฐาน



จำนวนผู้ประกาศหางานบนแพลตฟอร์มฟรีแลนซ์ (Freelance)
ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทยช่วงปี 2020 - 2022

หมวดหมู่	รายละเอียด	สัดส่วน	ราคา (บาท)	จำนวนงานที่มีการทำสำเร็จในช่วงวันที่ 27 ม.ค. 2565 - 4 ก.พ. 2565 (ครั้ง)	คำอธิบาย
 43% Graphic design	Banner	21%	800	90	รับทำป้ายโฆษณาตัวสินค้า หรือบริการที่สามารถแสดงผ่านหน้าเว็บไซต์บนระบบ internet ได้ ออกแบบโลโก้ ออกแบบตัวละคร ตัวการ์ตูน คาแรคเตอร์ดีไซน์รูปแบบต่างๆ มีเอกลักษณ์ ถ่ายทอดเรื่องราว วาดภาพประกอบ ออกแบบสื่อการนำเสนอ
	Logo	14%	2,000	90	
	Character design	11%	900	92	
	Illustration	11%	900		
	Presentation	9%	700		
	Others	35%			
 26% Writing translation	Typing and data entry	34%	300	31	บริการพิมพ์งาน ทำรายงาน งานนำเสนอ จัดรูปเล่ม คีย์ข้อมูล แปลภาษา แปลบทความ แปลหนังสือต่างๆ เขียนบทความ คอนเท้นท์ เพื่อใช้ประกอบการประชาสัมพันธ์ พิสูจน์อักษร แปลงสื่อในรูปแบบเสียง หรือวีดีโอ ให้อยู่ในรูปแบบอักษร ถอดเทป ถอดบทความจากวีดีโอ
	Translation	33%	300	61	
	Content writing	14%	1,100	67	
	Proofreading	8%	300		
	Transcription	5%	700		
	Others	6%			
 14% Photography Video	Videography	35%	3,000		ตัดต่อวีดีโอทุกรูปแบบ รีวีว/โฆษณา/Vlog ถ่ายภาพวัดพรอบสินค้าเพิ่มยอดขายและการโฆษณา พากย์เสียง ตัดแต่งเสียง ใส่คำบรรยายบนสื่อวีดีโอ
	Photography	25%	3,000	19	
	Voice over	15%	700	19	
	Sound engineering	8%	3,000		
	Subtitle	8%	300		
	Others	9%		16 (Podcast)	
 9% Web Programming	Web develop	45%	7,000	26	พัฒนาระบบ/อัพเกรด/แก้ไข/แก้บั๊ก/เพิ่มความเร็ว โปรแกรม/เว็บ/ฐานข้อมูล รับทำเว็บไซต์ด้วยโปรแกรม wordpress ออกแบบเว็บไซต์ แก้ปัญหา พัฒนางานด้าน IT โปรแกรม ต่างๆ รับเขียนโปรแกรม
	Wordpress	15%	5,500		
	Design for web app	10%	13,700	9	
	IT solution and support	9%	5,000	15	
	Desktop application	8%	12,000		
	Others	13%			
 7% Marketing Advertising	Blogger netidol	22%	1,700	11	โปรโมท ผลิตภัณฑ์ งานรีวีวสินค้า เพจต่างๆ โปรโมทเพจหรือเว็บไซต์ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยในการทำการตลาด รับวิเคราะห์ และปรึกษาเรื่องต่าง ๆ เกี่ยวกับการทำ SEO
	Reviews	21%	1,300		
	Promote page	17%	700	45	
	Data analyst	14%	5,000		
	Seo	11%	10,000	18	
	Others	14%			

ที่มา : จากการดึงข้อมูลบนเว็บไซต์แพลตฟอร์มฟรีแลนซ์ (Freelance) ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทยระหว่าง วันที่ 27 ม.ค. 2565 - 4 ก.พ. 2565

ਕਰਕੌ

