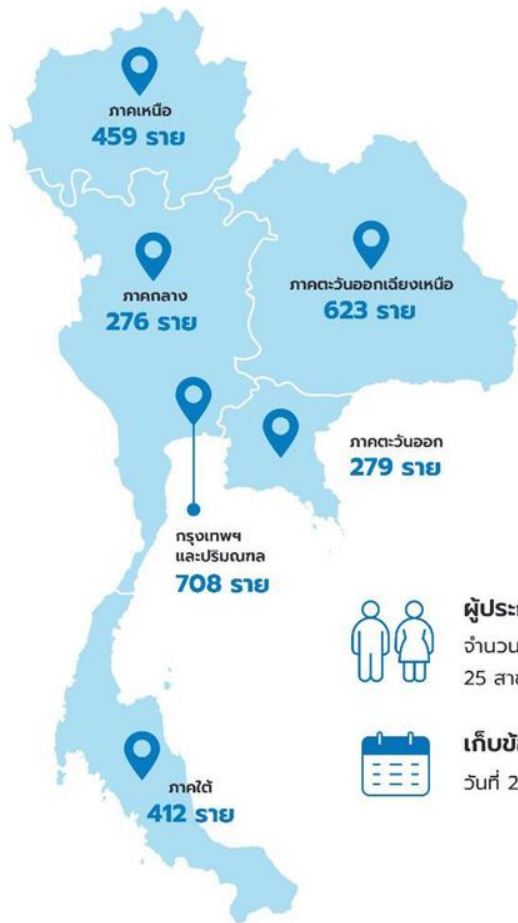


# ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME

ประจำเดือน กรกฎาคม 2565



ผู้ประกอบการ SME

จำนวน 2,757 ราย  
25 สาขาธุรกิจ



เก็บข้อมูลระหว่าง

วันที่ 21-28 กรกฎาคม 2565

## สัดส่วนการเก็บข้อมูล

**25.6%** ภาคการผลิต  
จำนวน 706 ราย



**30.0%** ภาคการค้า  
จำนวน 828 ราย



**40.8%** ภาคการบริการ  
จำนวน 1,125 ราย



**3.6%** ภาคการเกษตร  
จำนวน 98 ราย





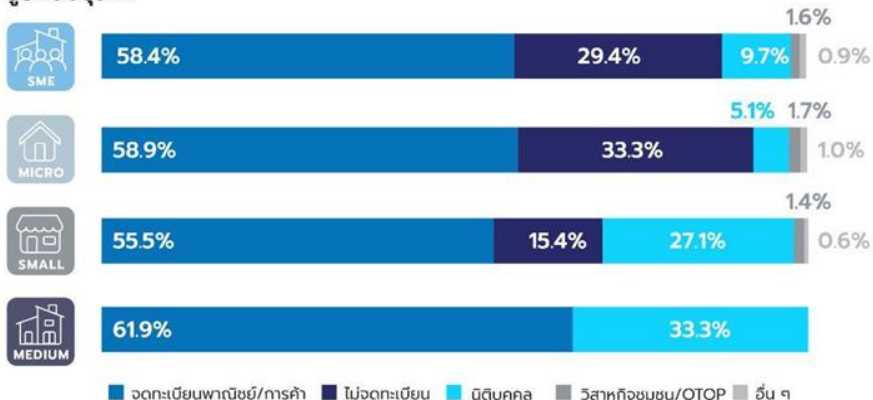
# กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ



## จำนวนแรงงานเฉลี่ย



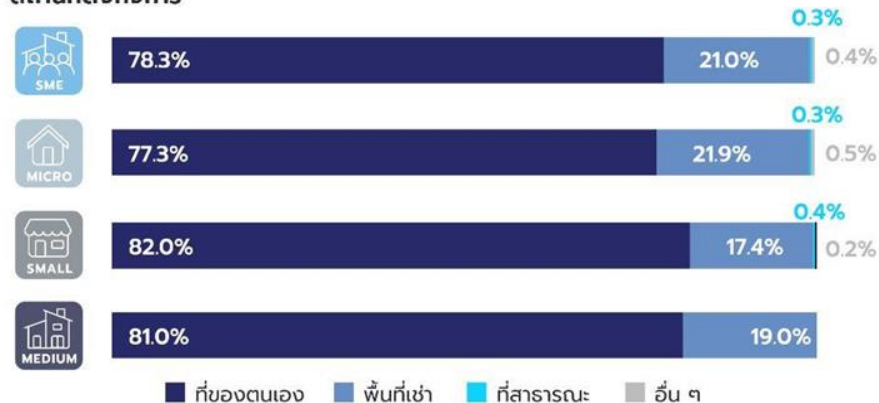
## รูปแบบธุรกิจ



## สัดส่วนการส่งออก

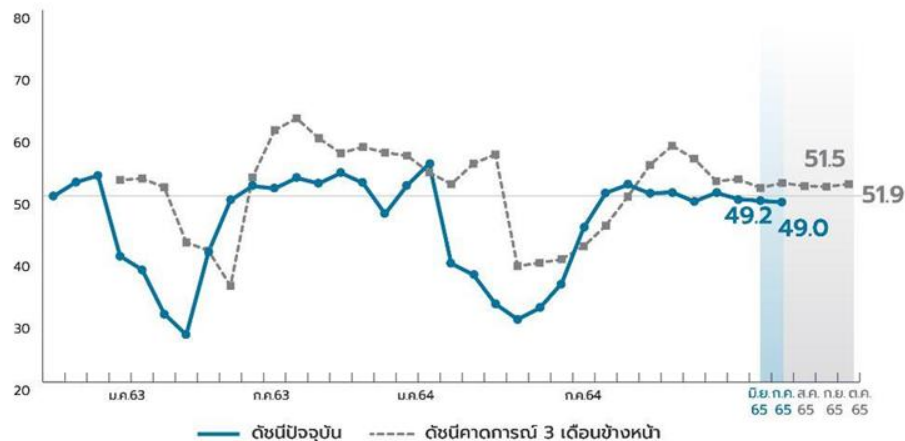


## สถานที่ตั้งกิจการ



## ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ประเทศ

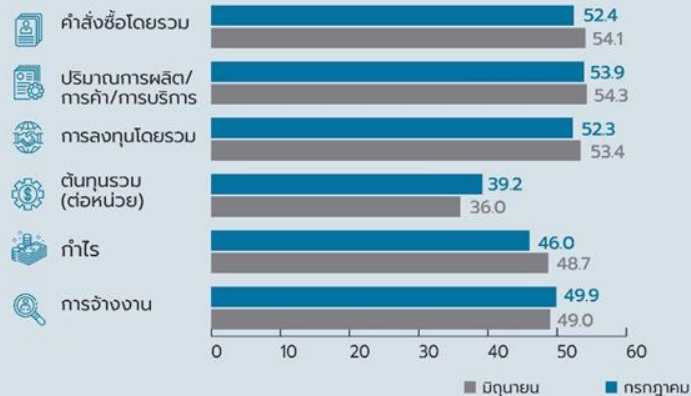
หน่วย : ดัชนี



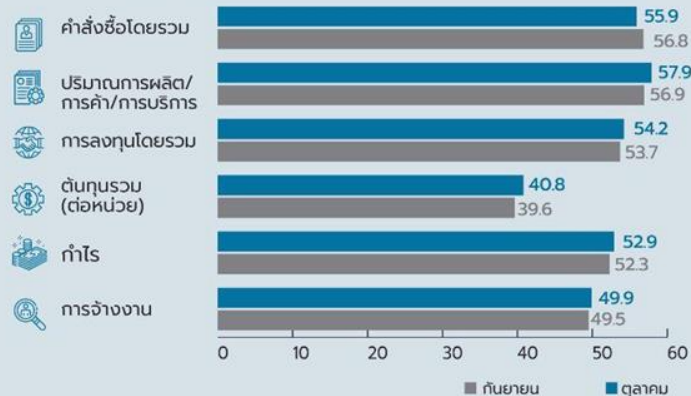
ดัชนีปัจจุบันชะลอตัวเล็กน้อยจากปัจจัยด้านคำสั่งซื้อและกำไรทางธุรกิจเนื่องจากความไม่แน่นอนต่อภาวะเศรษฐกิจในประเทศ และรายได้ รวมถึงค่าครองชีพยังอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านต้นทุนมีแนวโน้มดีขึ้น จากการลดลงของราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และธุรกิจการท่องเที่ยว และที่เกี่ยวข้องขยายตัว จากโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 4 ส่วนขยาย และการเปิดสถานบันเทิงเต็มรูปแบบทั่วประเทศ ทำให้นวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น

แนวโน้มดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าเพิ่มขึ้น จากแนวโน้มราคาน้ำมันที่ดีขึ้น และมีมาตรการภาครัฐกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอย รวมถึงมีสัญญาณการเดินทางและการท่องเที่ยว จากคนไทยและต่างชาติเพิ่มมากขึ้นในช่วงปลายปี อย่างไรก็ตาม องค์กรประกอบด้านต้นทุนยังอยู่ในระดับต่ำ เนื่องจากราคาสินค้าส่วนใหญ่ยังอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะกลุ่มอาหารสด และวัตถุดิบ ค่าขนส่ง ค่าเช่า ที่อาจส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพและกำลังซื้อผู้บริโภคในอนาคต

## ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบันรวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



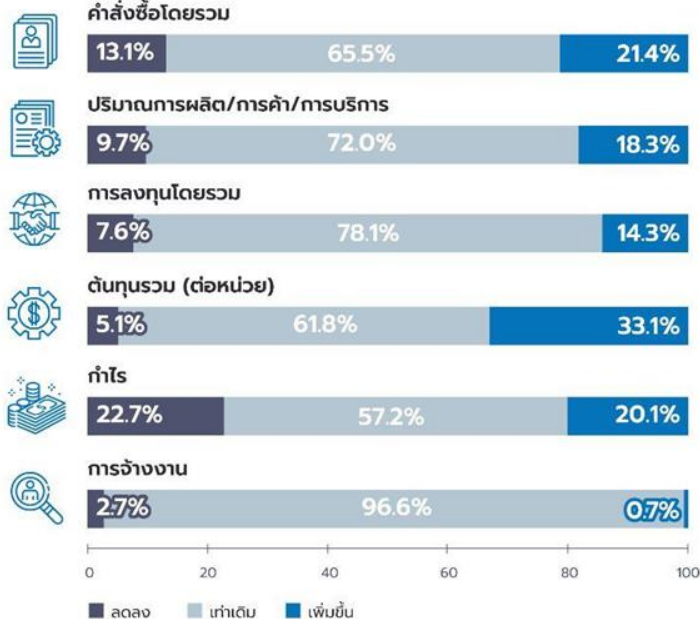
## ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



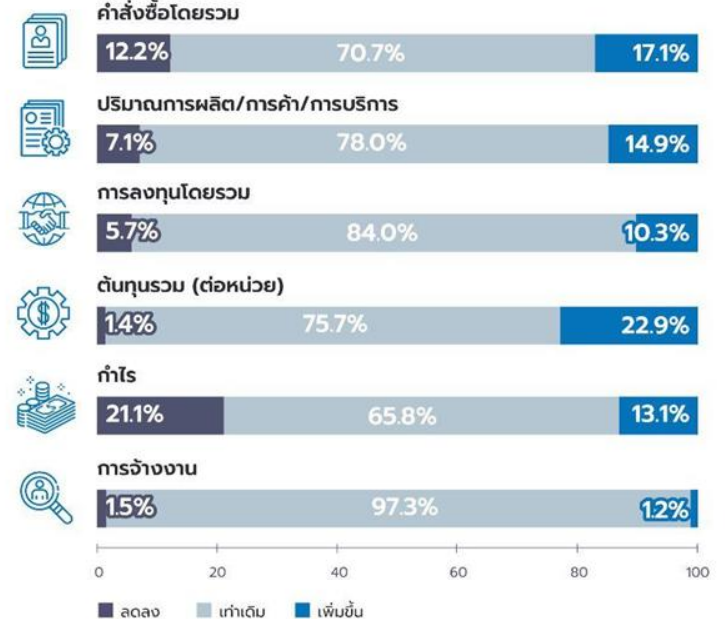
จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ ดัชนีปัจจุบัน SME พบว่าการตอบในเดือนกรกฎาคมที่ลดลง เกิดจากองค์ประกอบด้านคำสั่งซื้อ ปริมาณการผลิต/การค้า/การบริการ ทำไร เป็นสำคัญ ส่วนต้นทุนปรับตัวดีขึ้นจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่มีแนวโน้มปรับลดลง

### สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

#### ปัจจุบัน เดือนมิถุนายน 2565



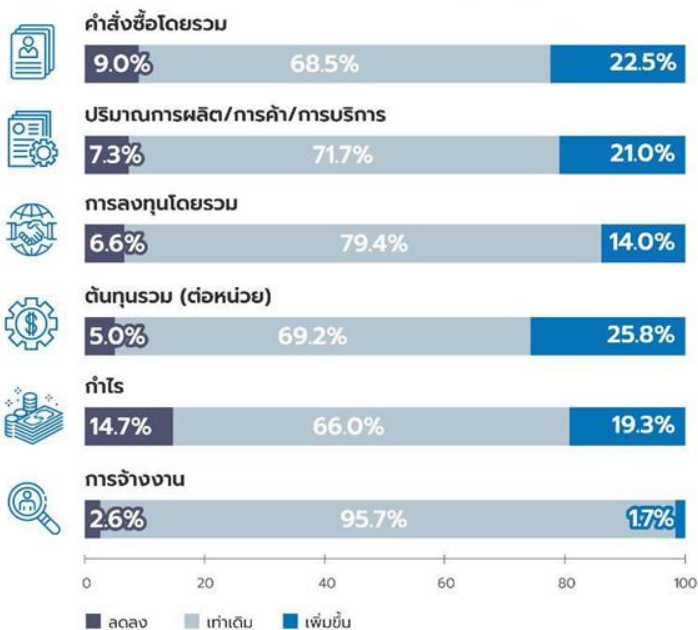
#### ปัจจุบัน เดือนกรกฎาคม 2565



จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ ดัชนีคาดการณ์ SME พบว่าการตอบคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้า (เดือนตุลาคม 2565) ที่เพิ่มขึ้น จากปัญหาด้านต้นทุนมีแนวโน้มปรับตัวดี อย่างไรก็ตามกำลังซื้อของผู้บริโภคยังคงอ่อนแอ จากค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูง ทำให้กำลังซื้อ และปริมาณการผลิต รวมถึงกำไรเพิ่มขึ้นไม่มากนัก คาดว่าภาคธุรกิจจะทยอยปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

### สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

#### คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า เดือนกันยายน 2565

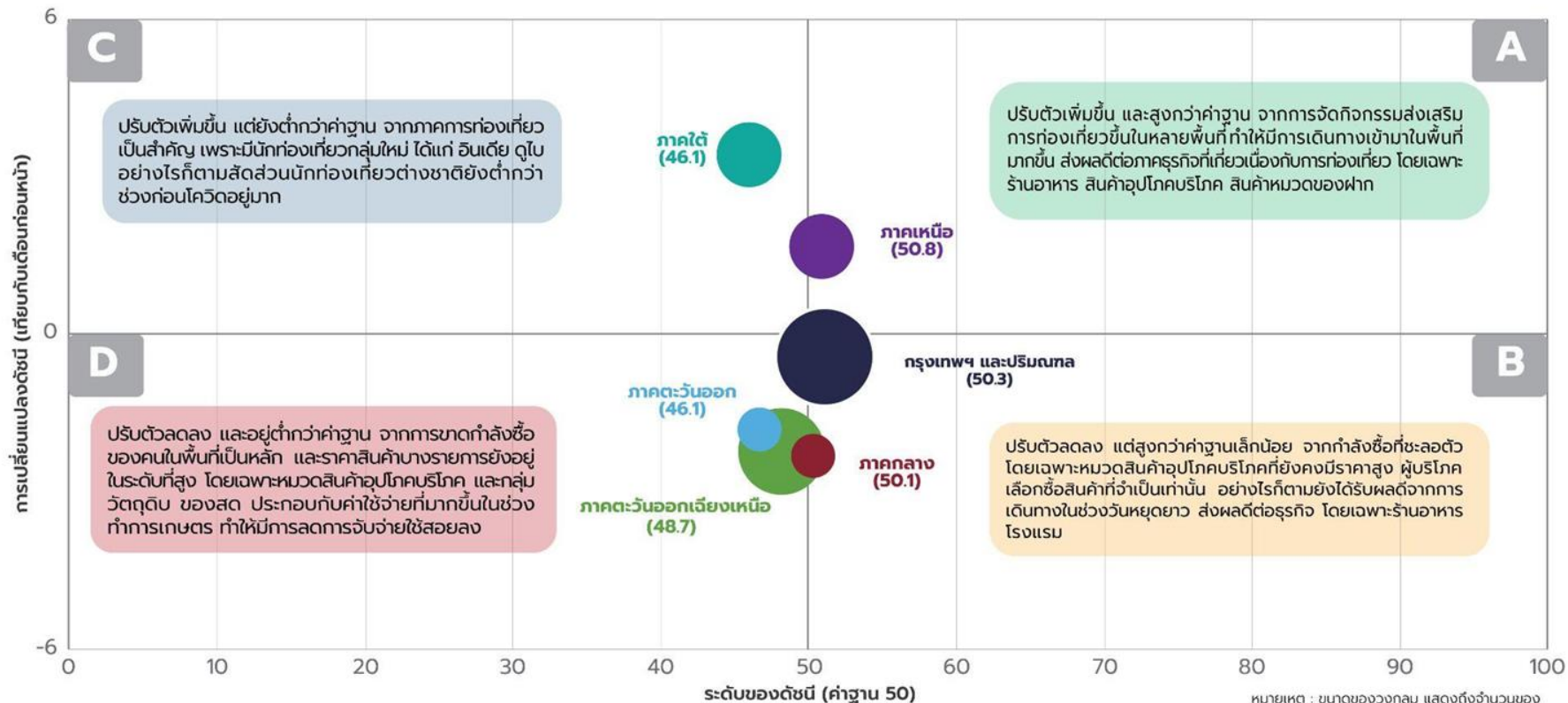


#### คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า เดือนกรกฎาคม 2565





# การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) รายภูมิภาค



**C**

ปรับตัวเพิ่มขึ้น แต่ยังต่ำกว่าค่าฐาน จากภาคการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ เพราะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ได้แก่ อินเดีย ดูไบ อย่างไรก็ตามสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติยังต่ำกว่าช่วงก่อนโควิดอยู่มาก

**A**

ปรับตัวเพิ่มขึ้น และสูงกว่าค่าฐาน จากการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นในหลายพื้นที่ ทำให้มีการเดินทางเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น ส่งผลต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะร้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าหมวดของฝาก

**D**

ปรับตัวลดลง และอยู่ต่ำกว่าค่าฐาน จากการขาดคำสั่งซื้อของคนในพื้นที่เป็นหลัก และราคาสินค้าบางรายการยังอยู่ในระดับที่สูง โดยเฉพาะหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค และกลุ่มวัตถุดิบ ของสด ประกอบกับค่าใช้จ่ายที่มากขึ้นในช่วงทำการเกษตร ทำให้มีการลดการจับจ่ายใช้สอยลง

**B**

ปรับตัวลดลง แต่สูงกว่าค่าฐานเล็กน้อย จากคำสั่งซื้อที่ชะลอตัว โดยเฉพาะหมวดสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังคงมีราคาสูง ผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าที่จำเป็นเท่านั้น อย่างไรก็ตามยังได้รับผลดีจากการเดินทางในช่วงวันหยุดยาว ส่งผลต่อธุรกิจ โดยเฉพาะร้านอาหาร โรงแรม

หมายเหตุ : ขนาดของวงกลม แสดงถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บเพื่อใช้คำนวณดัชนี SMESI

# ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME รายภูมิภาค



## ภาคใต้



ภาพรวมธุรกิจขยายตัวจากภาคการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น เพราะมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ ได้แก่ อินเดีย ญี่ปุ่น ประกอบกับประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นทางด้านชายแดน โดยเฉพาะในพื้นที่สงขลา อย่างไรก็ตามจากการแข่งขันทางด้านราคา และการจัดโปรโมชั่นของกลุ่มโรงแรมรายใหญ่ ส่งผลให้ธุรกิจโรงแรมรายเล็กยังไม่ฟื้นตัวมากเท่าที่ควร



## ภาคเหนือ



การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นในหลายพื้นที่ ทำให้มีการเดินทางเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น ส่งผลดีต่อภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะร้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าหมวดของฝาก



## กรุงเทพฯ และปริมณฑล



ภาพรวมธุรกิจค่อนข้างทรงตัว โดยได้ผลดีจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามามากขึ้น อย่างไรก็ตามหลายธุรกิจยังประสบปัญหาต้นทุน โดยเฉพาะภาคการค้า และไม่สามารถปรับราคาสินค้าได้



## ภาคตะวันออก



กำลังซื้อในพื้นที่ชะลอตัวลง โดยเฉพาะในหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค และสินค้าฟุ่มเฟือย อย่างไรก็ตามกลุ่มร้านอาหาร โรงแรม และอู่/ร้านซ่อมรถ ได้รับปัจจัยกระตุ้นจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ แต่กระจุดเฉพาะในบางพื้นที่เท่านั้น



## ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



ภาคธุรกิจยังคงเผชิญกับต้นทุนราคาสินค้า แม้ว่าสินค้าบางรายการมีการปรับลดบ้างแล้ว แต่ยังคงอยู่ในระดับสูงจากค่าขนส่ง ประกอบกับเข้าสู่ฤดูทำการเกษตร ส่งผลให้คนในพื้นที่มีค่าใช้จ่ายในการทำการเกษตรมากขึ้น และลดการใช้จ่ายในกลุ่มอื่นๆ โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคบริโภค



## ภาคกลาง



ภาคธุรกิจชะลอตัว จากกำลังซื้อของคนในพื้นที่ลดลง โดยเฉพาะหมวดสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังคงมีราคาสูง ส่งผลให้ปริมาณในการซื้อต่อครั้งลดลง อย่างไรก็ตามธุรกิจที่อยู่ใกล้สถานที่ท่องเที่ยวธรรมชาติ ยังคงได้รับผลดีจากการเดินทางเข้ามาในพื้นที่ของจังหวัดใกล้เคียง โดยเฉพาะร้านอาหาร และรถตู้รับเหมา



หมายเหตุ : ดัชนีการเปลี่ยนแปลงจากรายงานจากเดือนก่อนหน้า (MoM)



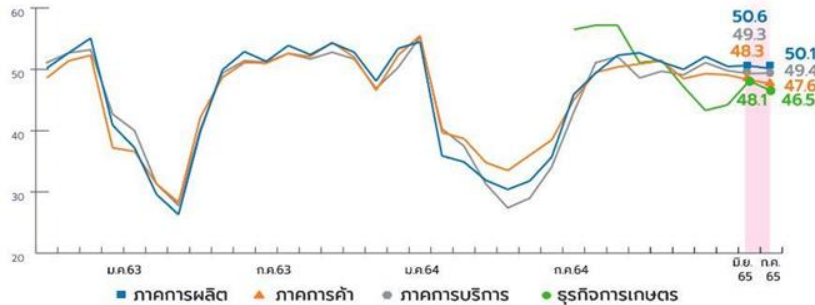
■ มิถุนายน ■ กรกฎาคม



# ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคธุรกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ



## ภาคการผลิต



ภาคการผลิต ปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้า จากกำลังซื้อที่ชะลอตัวลง และราคาวัตถุดิบที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะภาคการผลิตอาหาร กลุ่มเบเกอรี่ ขนมเบรค งานอบรม/สัมมนา

## ภาคการค้า



ภาคการค้า ปรับตัวลดลง จากกำลังซื้อของผู้บริโภค แม้ราคาค่าน้ำมันเชื้อเพลิงปรับราคาลดลง แต่ราคาของสินค้าอุปโภคบริโภคยังคงมีราคาที่สูง ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค และที่เลือกใช้จ่ายในสินค้าที่จำเป็นเท่านั้น

## ภาคการบริการ



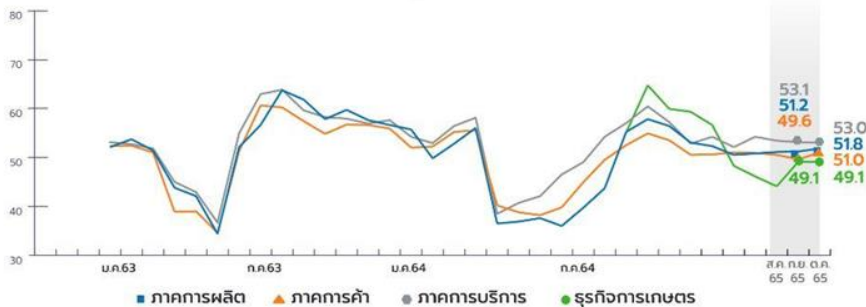
ภาคบริการค่อนข้างทรงตัว แต่ปรับตัวดีขึ้นอย่างมากในธุรกิจการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง จากมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว และมีนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มใหม่ ได้แก่ อินเดีย และดูไบ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยเฉพาะในภาคใต้ ส่งผลดีต่อธุรกิจบริการ โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และรถรับเหมา

## ภาคการเกษตร



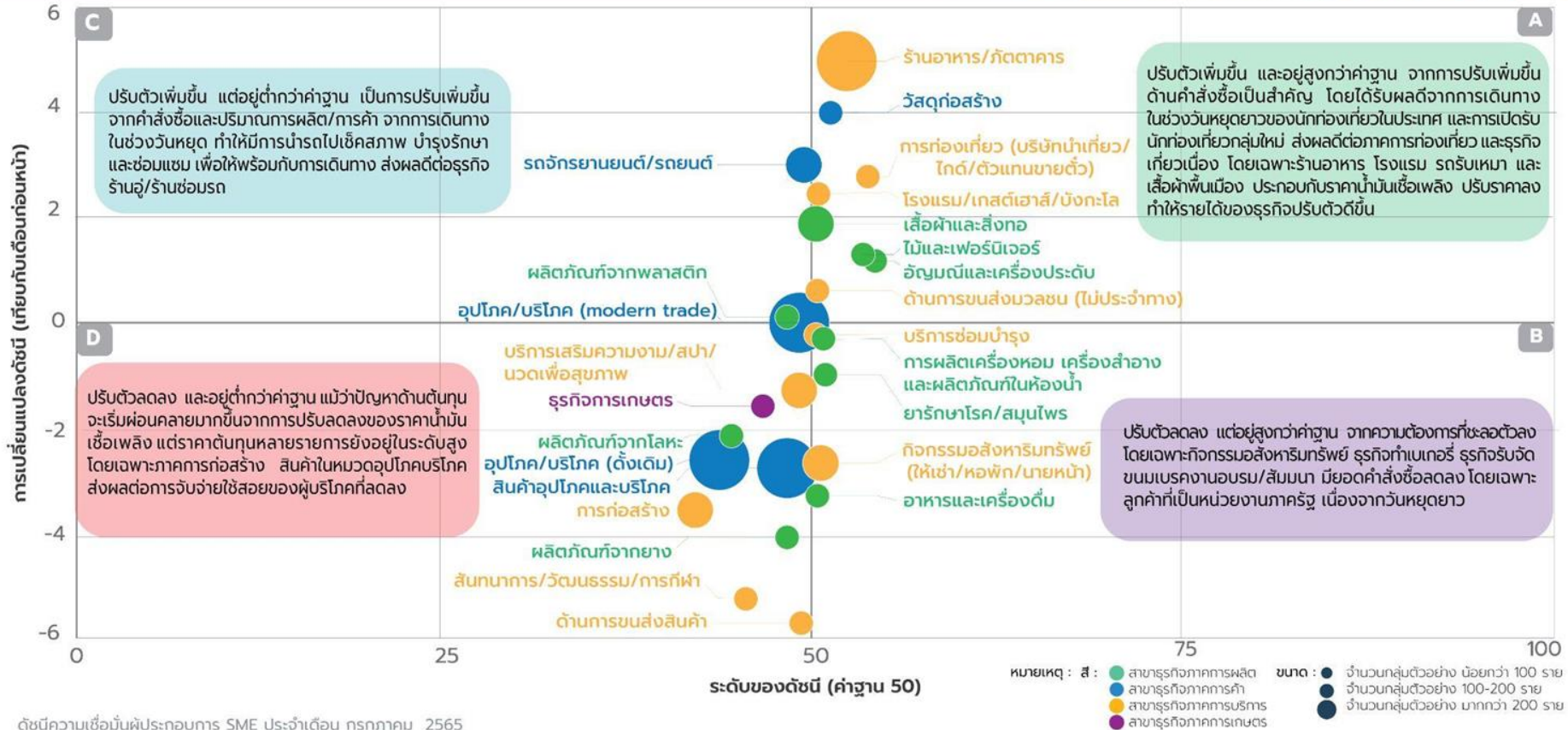
ภาคการเกษตร ปรับตัวลดลง จากปัญหาด้านราคาต้นทุนการเกษตรที่อยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะ ปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ และยาฆ่าแมลง ประกอบกับในบางพื้นที่ได้รับผลกระทบจากพายุฝน ทำให้ผลผลิตเสียหายอย่างหนัก โดยเฉพาะผักประเภทผักหัว เช่น หัวหอม หอมแขก หอมแดง เป็นต้น ส่งผลต่อรายได้ของภาคการเกษตร

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า



หมายเหตุ: มีการเพิ่มสาขาธุรกิจภาคการผลิตและเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่เดือน ต.ค. 64 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ยารักษาโรค/สมุนไพร อัญมณี และเครื่องประดับ การผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์ในห้องน้ำ และบริการซ่อมบำรุง

# การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ MSME รายสาขาธุรกิจ

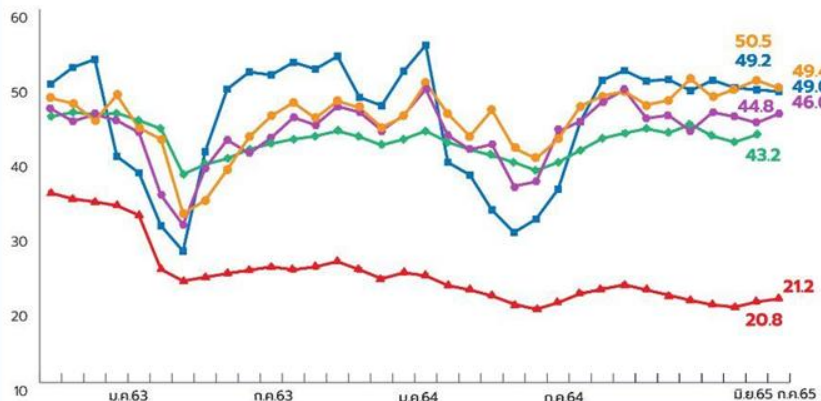




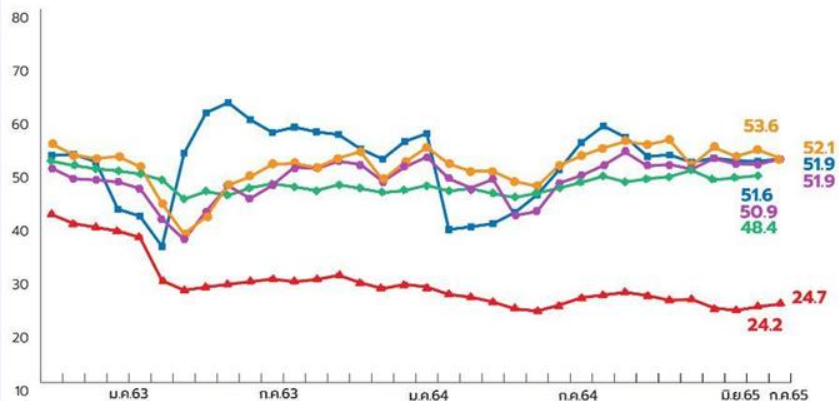
# การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ในเดือนกรกฎาคม 2565 ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ปัจจุบันปรับลดลงเล็กน้อย และคาดการณ์ปรับเพิ่มขึ้น ส่วนดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค CCI (กลุ่มผู้ประกอบการ) ทรูกรวงพาณิชย์ และดัชนี CCI ม.หอการค้า ปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งปัจจุบันและคาดการณ์ ในขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นฯ BSI ธนาคารแห่งประเทศไทย ปรับตัวลดลงทั้งในปัจจุบันและคาดการณ์

เปรียบเทียบความเชื่อมั่น SMESI และดัชนีอื่นๆ (ปัจจุบัน)  
หน่วย : ดัชนี



เปรียบเทียบความเชื่อมั่น SMESI และดัชนีอื่นๆ (อนาคต)  
หน่วย : ดัชนี



- 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 แบ่งกลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และคำนวณเชิงเปรียบเทียบ (Comparative) จากเดือนก่อนหน้า 4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้าในกราฟปัจจุบัน เป็นดัชนีภาพรวมของดัชนีผู้บริโภค 5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบัน เป็นดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคของผู้ประกอบการ แต่ในดัชนีคาดการณ์อนาคต เป็นดัชนีความเชื่อของผู้บริโภคโดยรวม

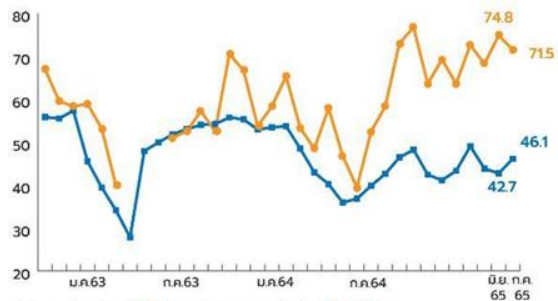


# การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI

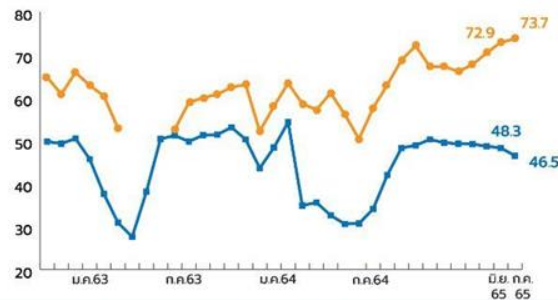


ในเดือนกรกฎาคม 2565 ค่าดัชนีความเชื่อมั่นอนาคตเศรษฐกิจภูมิภาค (RSI) ภูมิภาคที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ ภาคเหนือปรับตัวลดลงมากที่สุด รองลงมา คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยภาคตะวันออก เป็นภูมิภาคเดียวที่มีการปรับตัวเพิ่มขึ้น

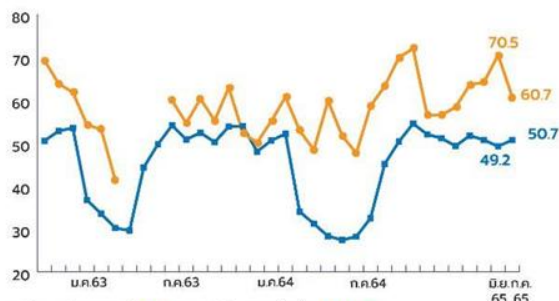
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคใต้



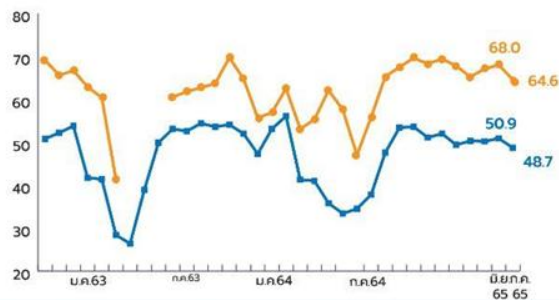
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออก



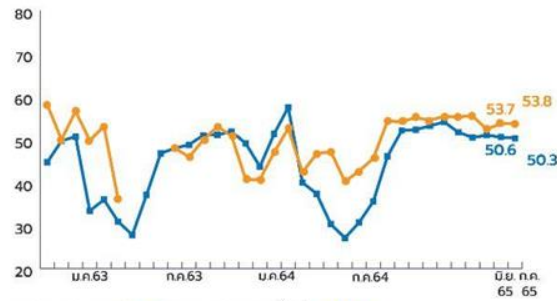
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคเหนือ



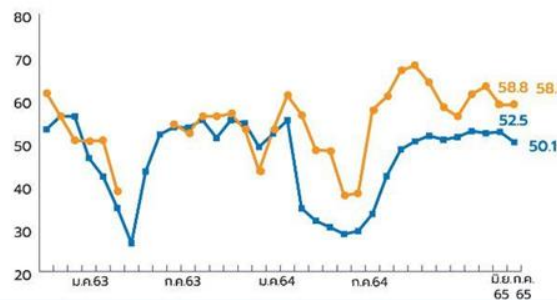
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI กรุงเทพฯ ๑ และปริมณฑล

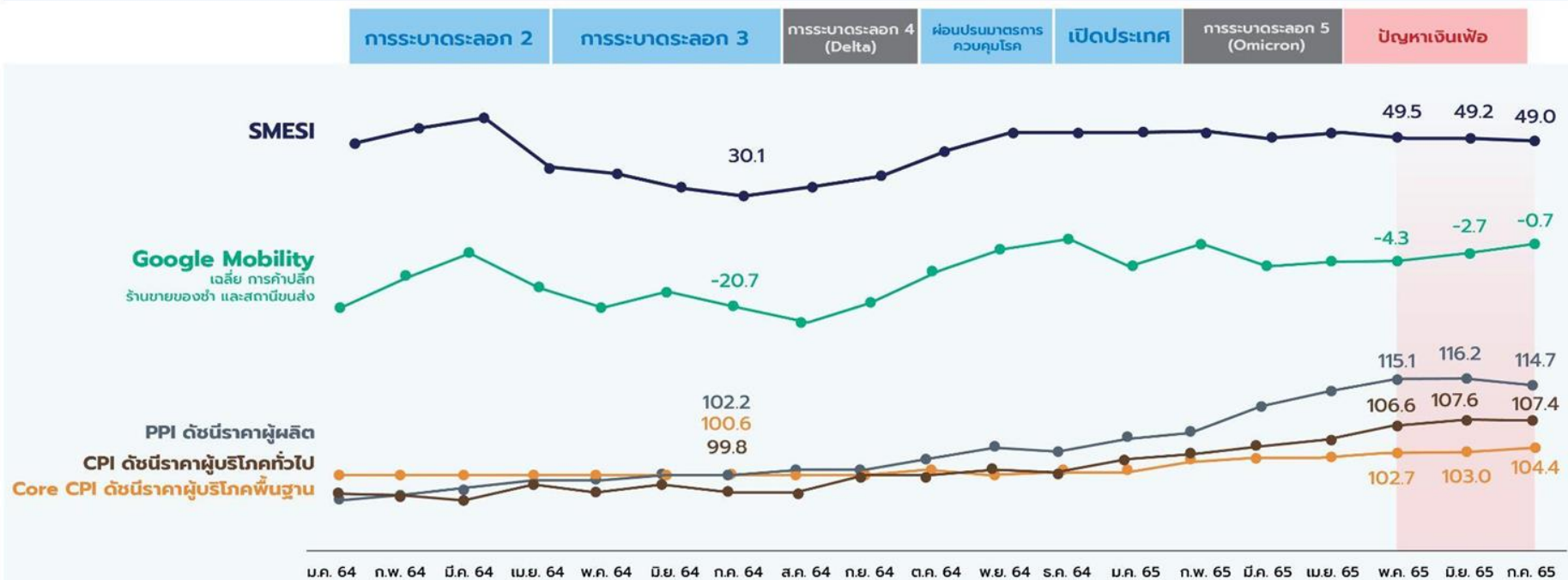


เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคกลาง



ข้อมูล SMESI ชะลอตัวลงต่อเนื่อง ตามแนวโน้มราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพ และกำลังซื้อผู้บริโภค แต่สถานการณ์โควิด และการจำกัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มผ่อนคลายลงชัดเจนสะท้อนจากข้อมูล Google Mobility Index ที่ปรับตัวใกล้เคียงกับช่วงก่อนโควิด

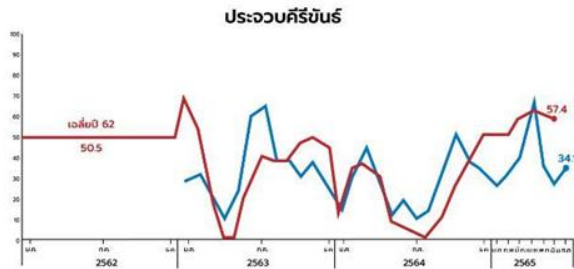
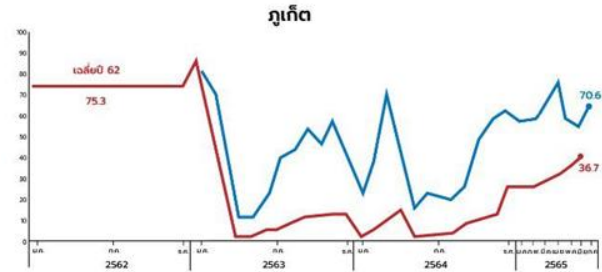
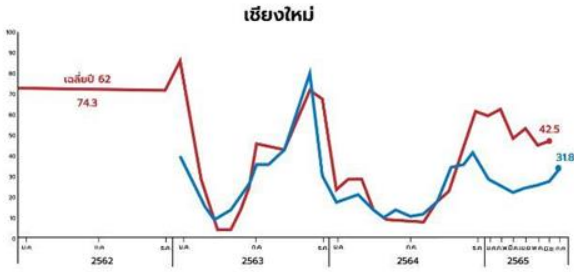
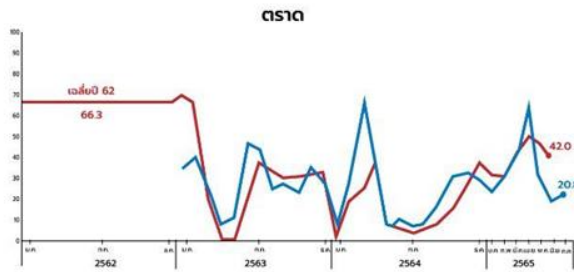
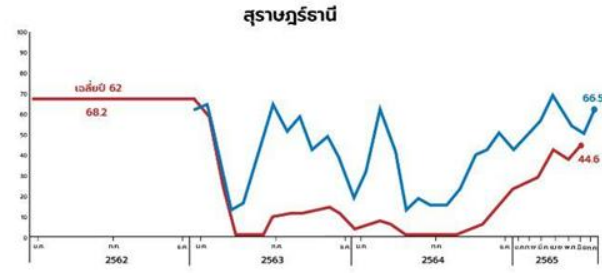
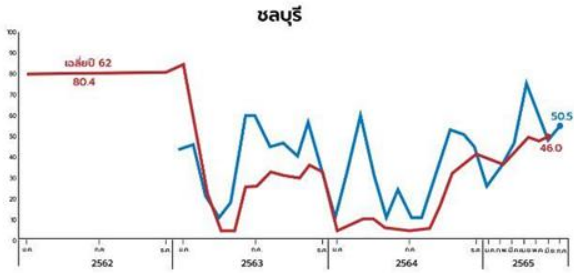
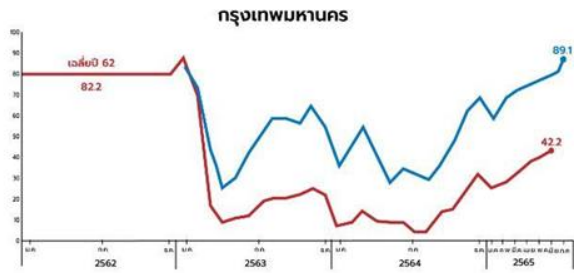
## Google Mobility Index เติบโตรายเดือน



ที่มา:

- ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป รวมทุกรายการสินค้า ทั้งประเทศ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนกรกฎาคม 2565
- Google Mobility Index (เฉลี่ยเฉพาะค่าปลีก, ร้านขายของชำ และสถานีขนส่ง) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 - 31 ก.ค. 2565 หน่วย: % การเปลี่ยนแปลงเทียบกับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2563
- ดัชนีราคาผู้ผลิต รวมทุกรายการสินค้า ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนกรกฎาคม 2565

**ข้อมูลประกอบ** สถานการณ์ธุรกิจที่พัก/โรงแรม แหล่งสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ อัตราการเข้าพัก (occupancy rate) และอัตราการค้นหาที่พัก (Google Destination) ของจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทย ส่วนใหญ่ปรับตัวสูงขึ้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า



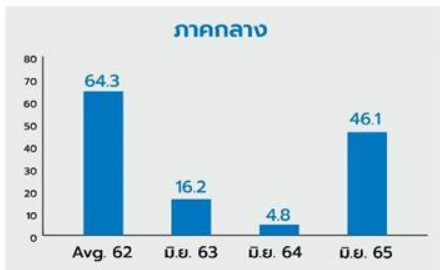
■ อัตราการเข้าพักจริง ■ อัตราการค้นหาที่พักผ่าน Google destination

ที่มา

1. อัตราการเข้าพักโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่าง 2562 - มิถุนายน 2565 หน่วยเป็น % การเข้าพัก
2. ข้อมูลการค้นหาที่พักผ่าน Google Destination ระหว่างวันที่ 1 มกราคม 2563 - 30 กรกฎาคม 2565 หน่วยเป็น %



# อัตราการเข้าพัก (occupancy rate) ทุกจังหวัดในแต่ละภูมิภาค เดือน มิถุนายน 2565 เพิ่มขึ้น แต่ยังไม่เท่ากับ ช่วงก่อนโควิด (ปี 2562)



ที่มา : อัตราการเข้าพักโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่าง 2562 - มิถุนายน 2565 หน่วยเป็น % การเข้าพัก

เมืองรองมีแนวโน้มการฟื้นตัวได้ดีโดยเปรียบเทียบ เพราะฐานนักท่องเที่ยวค่อนข้างต่ำในช่วงก่อนโควิด ส่วนเมืองหลัก ส่วนใหญ่ฟื้นตัวได้ดีในจังหวัดที่เน้นนักท่องเที่ยวคนไทย

การฟื้นตัวของอัตราการเข้าพัก Q2/2565 เทียบ Q2/2562  
หน่วย : %

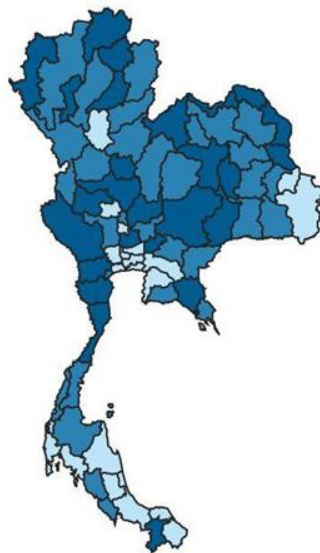
10 อันดับ เมืองหลัก  
อัตราการฟื้นตัวอัตราเข้าพักสูงสุด

1	ประจวบคีรีขันธ์	129%
2	กาญจนบุรี	95%
3	เพชรบุรี	90%
4	นครราชสีมา	87%
5	ขอนแก่น	86%
6	พระนครศรีอยุธยา	83%
7	สระบุรี	79%
8	สุราษฎร์ธานี	65%
9	เชียงใหม่	65%
10	ระยอง	61%

10 อันดับ เมืองรอง  
อัตราการฟื้นตัวอัตราเข้าพักสูงสุด

1	พะเยา	141%
2	เชียงราย	136%
3	แพร่	118%
4	น่าน	113%
5	แม่ฮ่องสอน	109%
6	นครพนม	109%
7	มหาสารคาม	104%
8	ราชบุรี	101%
9	บุรีรัมย์	99%
10	ลพบุรี	92%

\*ประเมินจากอัตราการเข้าพัก ช่วงเดือน เมษายน - มิถุนายน 2565 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2562



การฟื้นตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยว Q2/2565 เทียบ Q2/2562  
หน่วย : %

10 อันดับ เมืองหลัก  
อัตราการฟื้นตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยว

1	สระบุรี	101%
2	ประจวบคีรีขันธ์	90%
3	เพชรบุรี	87%
4	กาญจนบุรี	83%
5	ฉะเชิงเทรา	80%
6	นครปฐม	73%
7	ขอนแก่น	56%
8	เชียงใหม่	56%
9	นนทบุรี	53%
10	พระนครศรีอยุธยา	52%

10 อันดับ เมืองรอง  
อัตราการฟื้นตัวของรายได้จากนักท่องเที่ยว

1	พะเยา	212%
2	แพร่	175%
3	สมุทรสงคราม	167%
4	บุรีรัมย์	156%
5	เชียงราย	119%
6	สตูล	113%
7	ลพบุรี	111%
8	อุทัยธานี	107%
9	ลำปาง	105%
10	บึงกาฬ	95%

\*ประเมินจากรายได้จากผู้เยี่ยมชม ช่วงเดือน เมษายน - มิถุนายน 2565 เทียบกับช่วงเวลาเดียวกันในปี 2562

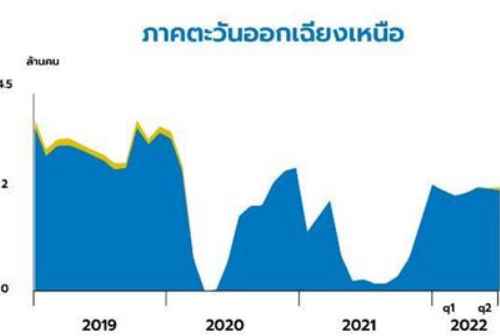
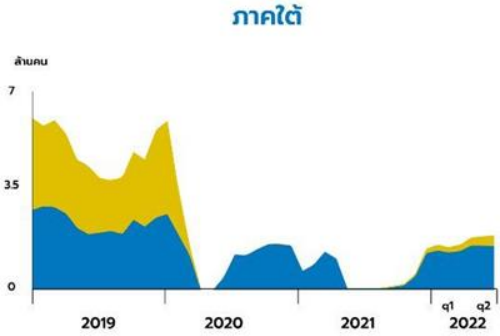
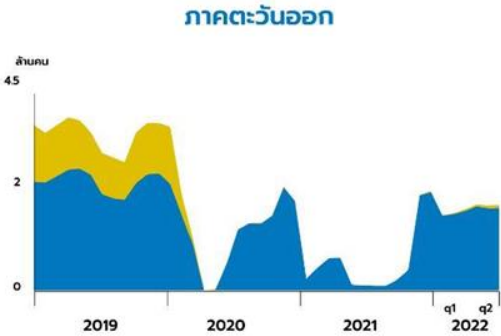
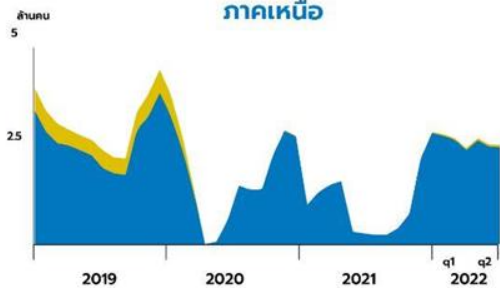
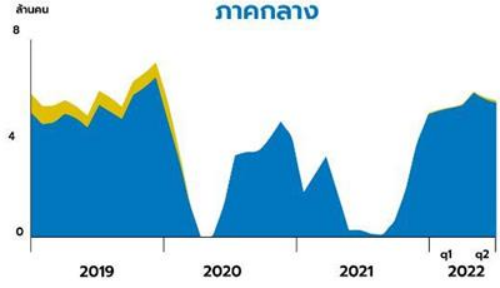
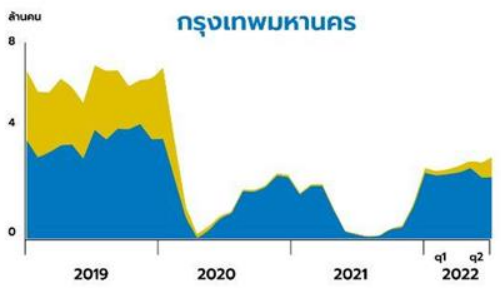
ฟื้นตัวได้ดี  
(มากกว่า 80%)

ฟื้นตัวค่อนข้างดี  
(60 - 80%)

ฟื้นตัวได้น้อย  
(น้อยกว่า 60%)

# จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยแต่ละภูมิภาค

จำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยปรับตัวเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับช่วงก่อนโควิดเกือบทุกภูมิภาค แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติยังน้อยกว่าอยู่มากโดยเฉพาะพื้นที่กรุงเทพฯ ภาคตะวันออก และภาคใต้

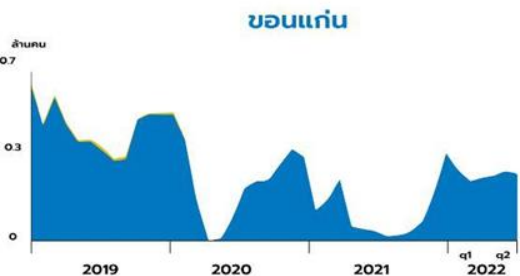
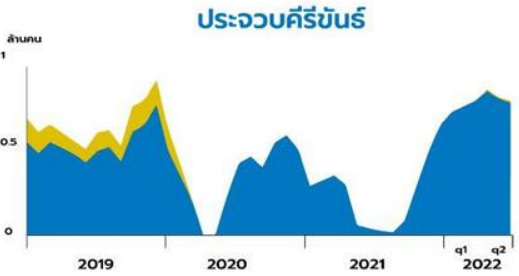
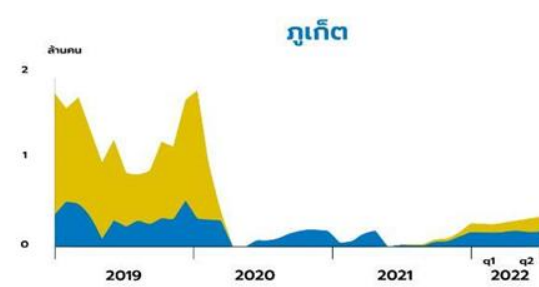
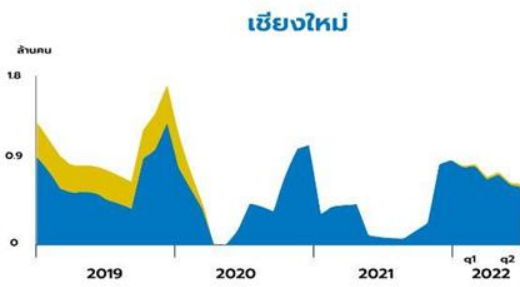
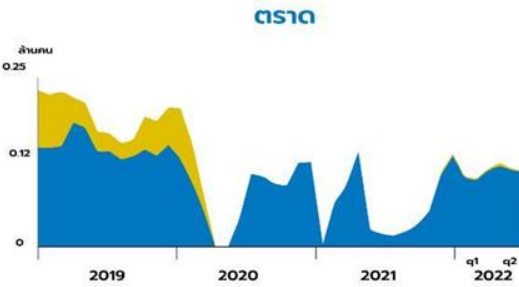
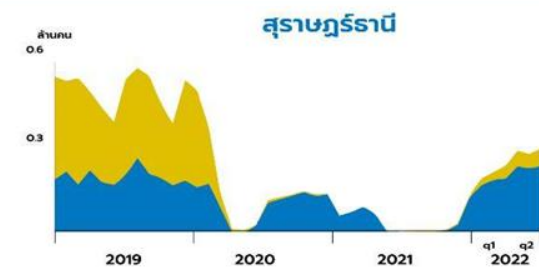
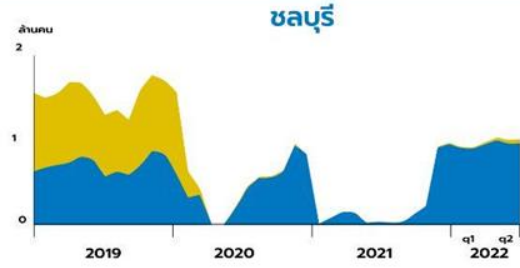
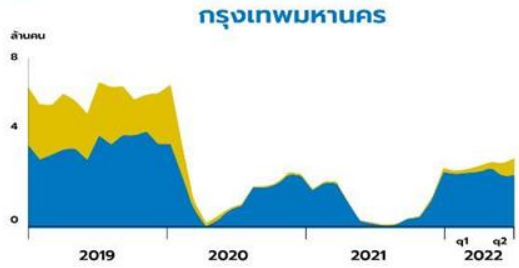


ที่มา : จำนวนผู้เยี่ยมชมโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่าง 2562 - มิถุนายน 2565 หน่วย : ล้านคน  
 หมายถึง : ■ นักท่องเที่ยวชาวไทย ■ นักท่องเที่ยวต่างชาติ



# จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวสำคัญ

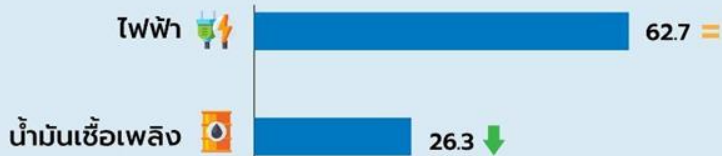
เมืองหลัก (กรุงเทพฯ ชลบุรี สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต ตราด) การฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวขึ้นกับนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นสำคัญ



ที่มา : จำนวนผู้เยี่ยมชมโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่าง 2562 - มิถุนายน 2565 หน่วย : ล้านคน  
 หมายเหตุ :   
■ นักท่องเที่ยวชาวไทย  
■ นักท่องเที่ยวต่างชาติ

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภครายการสินค้าสำคัญ เดือน กรกฎาคม 2565  
หน่วย : %YoY

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มพลังงาน



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มอาหารสด



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มที่ไม่ใช่อาหารสดและพลังงาน



เครื่องหมายเป็นการเทียบ  
กับเดือนก่อนหน้า (MoM)

↓ = ↑



ที่มา : ดัชนีราคาผู้บริโภค,กระทรวงพาณิชย์

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิตรายการสินค้าสำคัญ เดือน กรกฎาคม 2565  
หน่วย : %YoY

### การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร



### การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต อื่นๆ



### การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และวัสดุก่อสร้าง



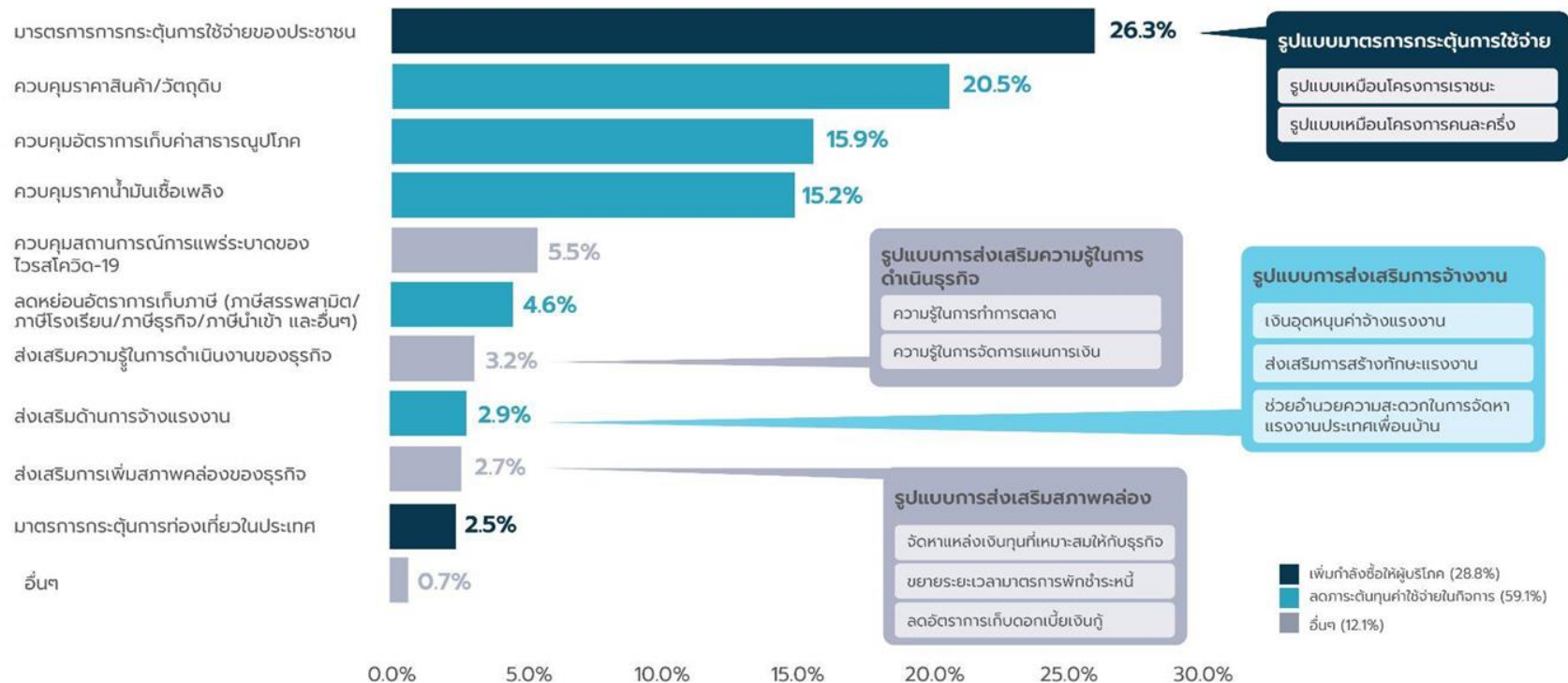
เครื่องหมายเป็นการเทียบ  
กับเดือนก่อนหน้า (MoM)








**MSME เกือบร้อยละ 60 ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือในด้านการลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายในกิจการ โดยเฉพาะการควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ และอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค รองลงมา MSME ร้อยละ 28.8 ต้องการให้ภาครัฐออกมาตรการเพิ่มกำลังซื้อให้กับผู้บริโภค**

**สิ่งที่ธุรกิจ MSME ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด**



# ข้อเสนอแนะมาตรการความช่วยเหลือธุรกิจ MSME

ด้านความช่วยเหลือ	ข้อเสนอแนะความช่วยเหลือ
 <p><b>ด้านต้นทุน</b></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ</li><li>2. ควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง</li><li>3. ควบคุมอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค</li><li>4. ส่งเสริมความรู้ในการวางแผนจัดการต้นทุนของธุรกิจ</li><li>5. เงินอุดหนุนค่าสถานที่ประกอบการ</li><li>6. ควบคุมการตั้งราคากลาง GP SME เพื่อลดต้นทุนค่าขนส่ง</li><li>7. ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการจัดการระบบบัญชี</li></ol>
 <p><b>ด้านผู้บริโภค และกำลังซื้อ</b></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ขยายระยะเวลามาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายในรูปแบบโครงการเราชนะ/คนละครึ่ง</li><li>2. ผลักดันการท่องเที่ยวเชิงพื้นที่/วัฒนธรรม หรือความโดดเด่นในพื้นที่</li><li>3. โครงการกระตุ้นการใช้บริการบริษัททัวร์ โดยผู้ให้บริการสามารถนำไปลดหย่อนภาษีได้</li><li>4. โครงการเงินอุดหนุนค่าเที่ยวบิน</li><li>5. มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว ที่รูปแบบคล้ายโครงการคนละครึ่ง</li><li>6. เพิ่มสาขาธุรกิจในโครงการเราเที่ยวด้วยกัน เช่น ธุรกิจทัวร์</li></ol>
 <p><b>ด้านแรงงาน</b></p>	<ol style="list-style-type: none"><li>1. เงินอุดหนุนค่าจ้างแรงงาน</li><li>2. ส่งเสริมการสร้างบุคคลากร/แรงงานให้มีทักษะ และมีใบรับรอง เช่น ทักษะบริการบริษัทนำเที่ยว ทักษะการใช้งานเทคโนโลยี</li><li>3. ช่วยเหลือด้านการนำเข้าแรงงานต่างชาติ เช่น การลดขั้นตอนการดำเนินงานเอกสาร</li><li>4. จัดทำศูนย์กลางรวมแรงงาน/ธุรกิจที่ต้องการแรงงาน เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงได้ง่าย</li><li>5. มีฐานรวบรวมข้อมูลแรงงาน เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบก่อนรับเข้าทำงาน</li></ol>



# ข้อเสนอแนะมาตรการความช่วยเหลือธุรกิจ MSME

## ด้านความช่วยเหลือ



### ด้านหนี้สินกิจการ

## ข้อเสนอแนะความช่วยเหลือ

1. ขยายมาตรการพักชำระหนี้ (เช่น เพิ่มระยะเวลามาตรการพักชำระหนี้อีก 2 ปี)
2. ปรับลดอัตราดอกเบี้ยดอกเบียดอกเบี้ย
3. มีนโยบายเงินกู้ออกเบียดอกเบี้ยต่ำ ที่มีเงื่อนไข/คุณสมบัติที่เหมาะสมกับธุรกิจ SME และผู้ประกอบการอาชีพอิสระ
4. มีหน่วยงานคอยให้คำแนะนำ และช่วยเหลือในการเตรียมยื่นขอสินเชื่อ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือ และโอกาสในการได้รับอนุมัติการขอสินเชื่อ
5. โครงการสินเชื่อ แบบเพื่อนคำเพื่อน เป็นโครงการที่ดีควรมีกระจายไปในสาขาธุรกิจอื่นๆ
6. มีหน่วยงาน/ศูนย์ไกล่เกลี่ยปัญหานี้สิน โดยคอยให้คำปรึกษาในการแก้ปัญหาหนี้ หรือการเจรจาระหว่างธุรกิจ และธนาคาร
7. เพิ่มโครงการสินเชื่อ SMEs One
8. จัดตั้งธนาคารเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อให้ความช่วยเหลือธุรกิจภาคการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



### ด้านอื่นๆ

1. ปรับขั้นตอนการเบิกจ่ายเงินในโครงการช่วยเหลือของภาครัฐให้เร็วขึ้น
2. ส่งเสริม และเพิ่มโอกาสให้ธุรกิจมีใบอนุญาตประกอบธุรกิจ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเติบโต เช่น การปรับปรุงเงื่อนไข คุณสมบัติ หรือกฎหมายในการรับรอง
3. ส่งเสริมความรู้ให้ธุรกิจรายเล็ก เข้าถึงการใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล
4. ส่งเสริมการสร้างแบรนด์/ต่อยอดธุรกิจ
5. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเข้าถึงข้อมูลเชิงลึก (ตั้งแต่เหตุผลในการตัดสินใจประกอบอาชีพ จนถึงทักษะการแก้ไขปัญหา)
6. ส่งเสริมความรู้ในการทำตลาดอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ ที่มีเทรนด์การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา
7. มีระบบฐานข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลการทำธุรกิจ กิจกรรมต่างๆของภาครัฐ รวมไปถึง การประชาสัมพันธ์มาตรการความช่วยเหลือของภาครัฐให้กับธุรกิจ

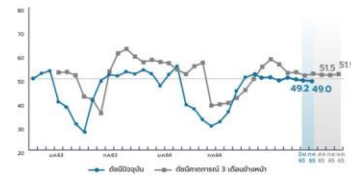




## ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME (SMESI)

### เดือนกรกฎาคม 2565

นับตั้งแต่ระหว่างวันที่ 21-28 กรกฎาคม 2565 จากผู้ประกอบการ SME 2,757 ราย จาก 25 สาขาธุรกิจ ใน 6 ภูมิภาค



### ดัชนีปัจจุบัน

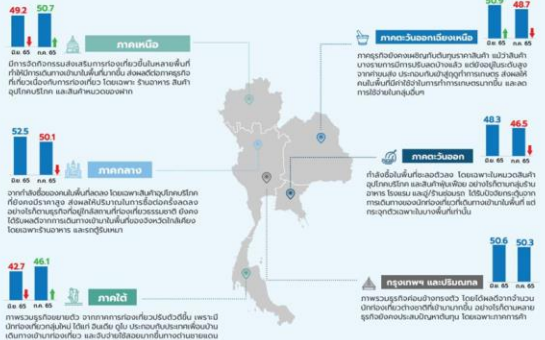
ลดลงเล็กน้อยจากเดือนก่อนเล็กน้อย และทำให้ออเดอร์ใหม่ลดลงจากครึ่งปีอยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตามด้วยดัชนีปัจจุบันอยู่ในระดับสูง จากการลดลงของราคาพลังงานเชื้อเพลิง และธุรกิจการท่องเที่ยว และกิจกรรมเชิงพาณิชย์

### ดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า

จากแนวโน้มราคาน้ำมันที่ขึ้น และนิคมอุตสาหกรรมที่ถูกระงับร่วมกับปัญหาของเศรษฐกิจโลก การเงินต่างประเทศที่แข็งค่ามากขึ้น และค่าจ้างที่เพิ่มขึ้นในช่วงต้นปีนี้ อย่างไรก็ตามดัชนีความเชื่อมั่นด้านต้นทุนอยู่ในระดับต่ำ เพราะราคาสินค้าส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระดับสูง



## SMESI จำแนกตามภูมิภาค



ดัชนี SMESI มีจุดเริ่มต้นที่ 100 เมื่อเดือนพฤษภาคม 60  
 ดัชนี > 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง > 60 หมายถึงระดับสูงมาก  
 ดัชนี < 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับต่ำ < 40 หมายถึงระดับต่ำมาก  
 ดัชนี < 30 หมายถึง ความเชื่อมั่นอยู่ในระดับต่ำมาก < 20 หมายถึงระดับต่ำสุด

สสว.  SMESE

ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ  
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
เลขที่ 21 อาคาร ทีเอสที ถนนวิภาวดีรังสิต  
เว็บไซต์ [www.sme.go.th](http://www.sme.go.th)