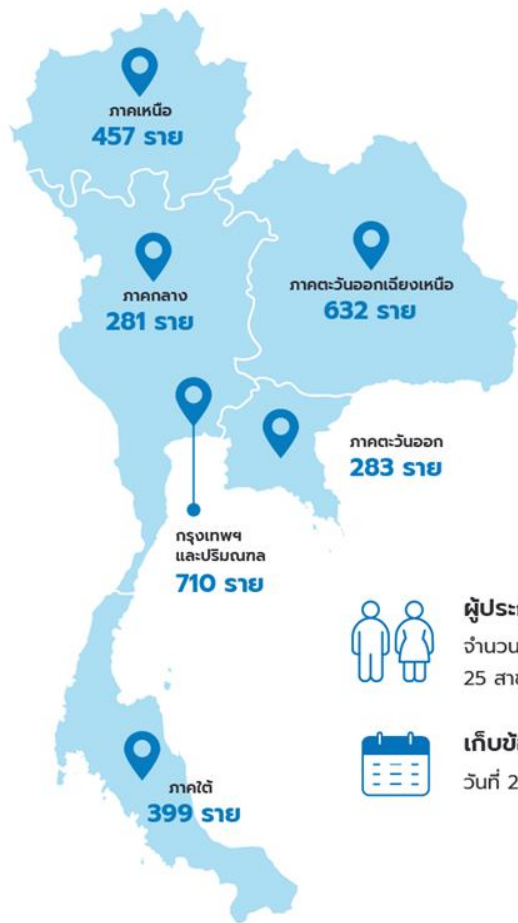


ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME

ประจำเดือน สิงหาคม 2565



ผู้ประกอบการ SME

จำนวน 2,762 ราย
25 สาขาธุรกิจ



เก็บข้อมูลระหว่าง

วันที่ 28-31 สิงหาคม 2565

สัดส่วนการเก็บข้อมูล

25.4%

ภาคการผลิต

จำนวน 702 ราย



30.2%

ภาคการค้า

จำนวน 833 ราย



40.7%

ภาคการบริการ

จำนวน 1,125 ราย



3.7%

ภาคการเกษตร

จำนวน 102 ราย



กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ



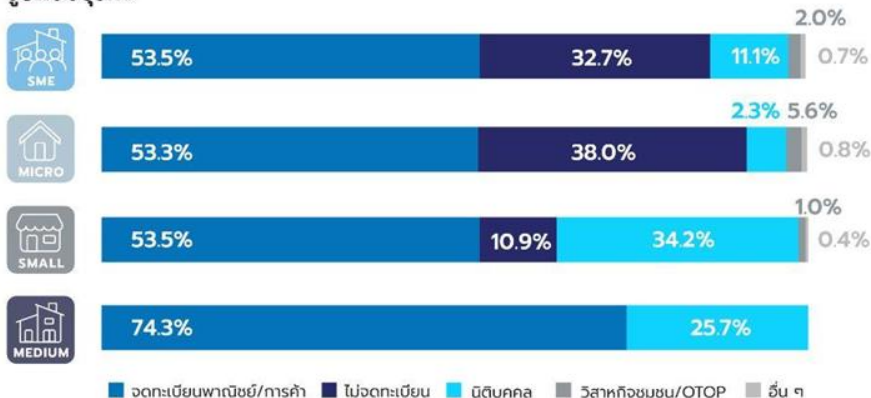
จำนวนแรงงานเฉลี่ย



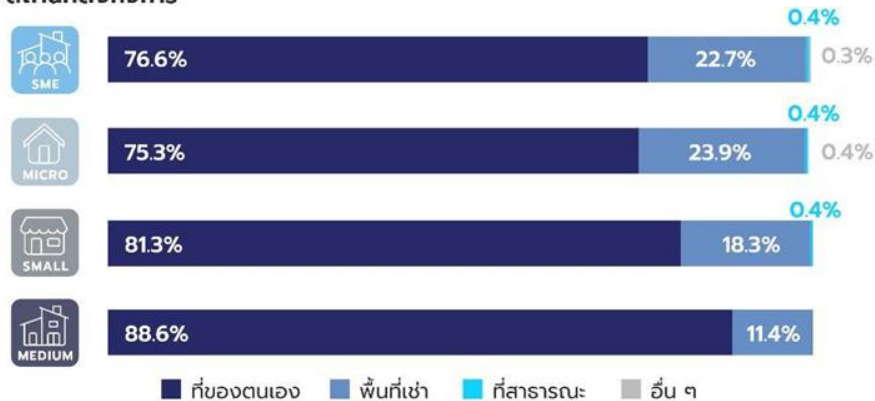
สัดส่วนการส่งออก



รูปแบบธุรกิจ

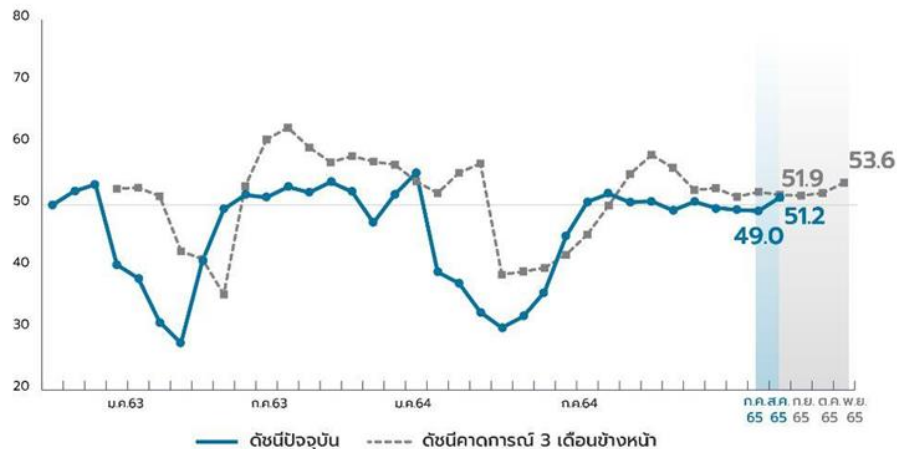


สถานที่ตั้งกิจการ



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ประเทศ

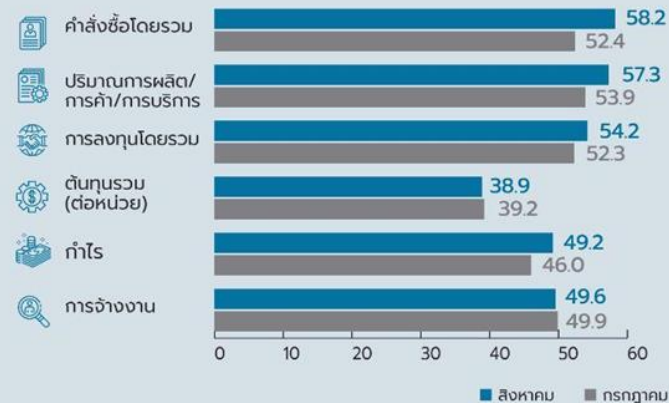
หน่วย : ดัชนี



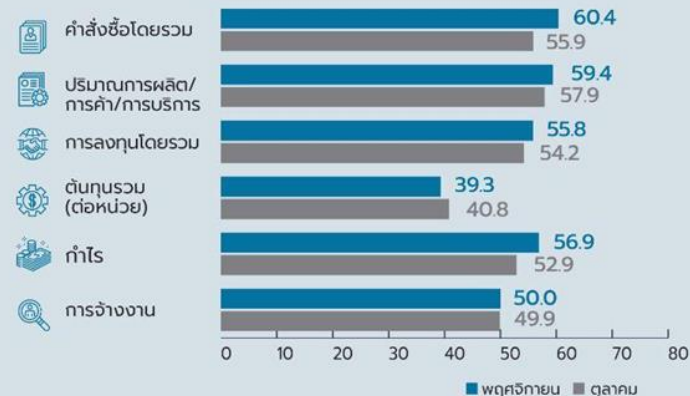
ความเชื่อมั่นฯ SME เพิ่มขึ้น ตามการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะภาคการค้า และการบริการ ที่ได้านิสงส์จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทย และต่างชาติ และมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากภาครัฐ รวมถึงการเร่งจัดกิจกรรมอบรม/สัมมนาของหน่วยงานภาครัฐ และการจัดอีเวนต์ของภาคเอกชนในหลายพื้นที่ ที่ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอยของประชาชน และการลงทุนของผู้ประกอบการ SME อย่างไรก็ตามประเด็นด้านต้นทุนยังเป็นความกังวลสำคัญของผู้ประกอบการ SME โดยเฉพาะภาคการผลิต ในกลุ่มการผลิตอาหาร การผลิตเสื้อผ้า ไม้และเฟอร์นิเจอร์

แนวโน้มดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวเพิ่มขึ้น จากความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการที่คาดว่าเศรษฐกิจในประเทศจะขยายตัวต่อเนื่องในช่วงปลายปี โดยเฉพาะกำลังซื้อ และกำไรที่ดีขึ้น จากสัญญาณการชะลอตัวของราคาสินค้าในกลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิง

ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบันรวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



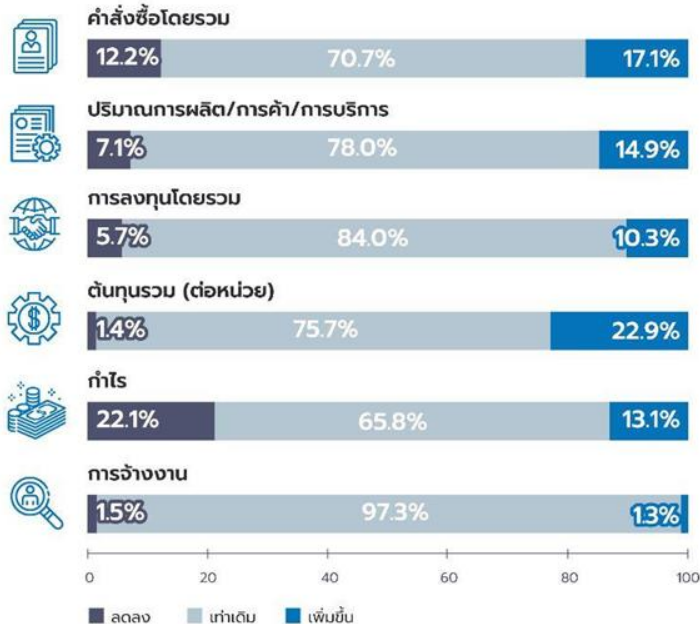
ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



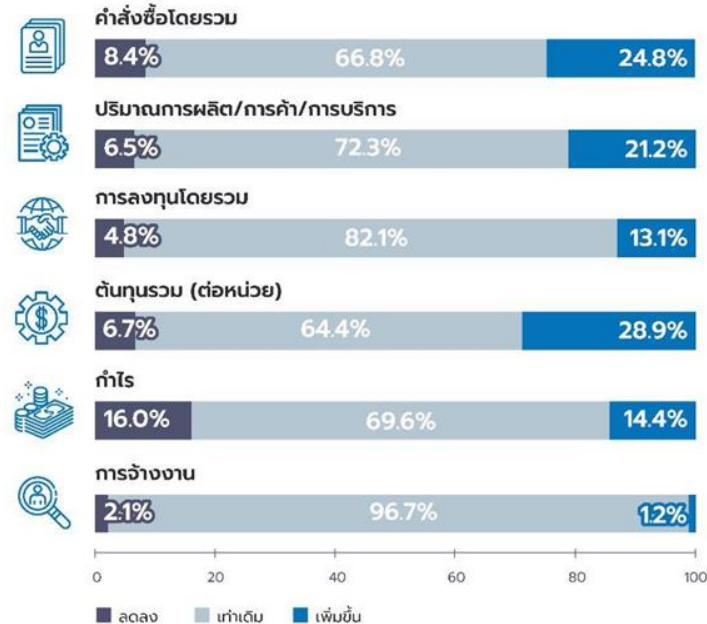
จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ ดัชนีปัจจุบัน SME พบว่าการตอบในเดือนสิงหาคมที่เพิ่มขึ้น เกิดจากองค์ประกอบด้านคำสั่งซื้อ ปริมาณการผลิต/การค้า/การบริการ ต้นทุนรวม และกำไร เป็นสำคัญ โดยต้นทุนยังเป็นประเด็นสำคัญที่ผู้ประกอบการมีความกังวล แม้จะมีแนวโน้มราคาน้ำมันเชื้อเพลิงปรับตัวลดลง แต่หมวดอาหาร เนื้อสัตว์ ไข่ไก่ ยังคงมีราคาสูงต่อเนื่อง

สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

ปัจจุบัน เดือนกรกฎาคม 2565



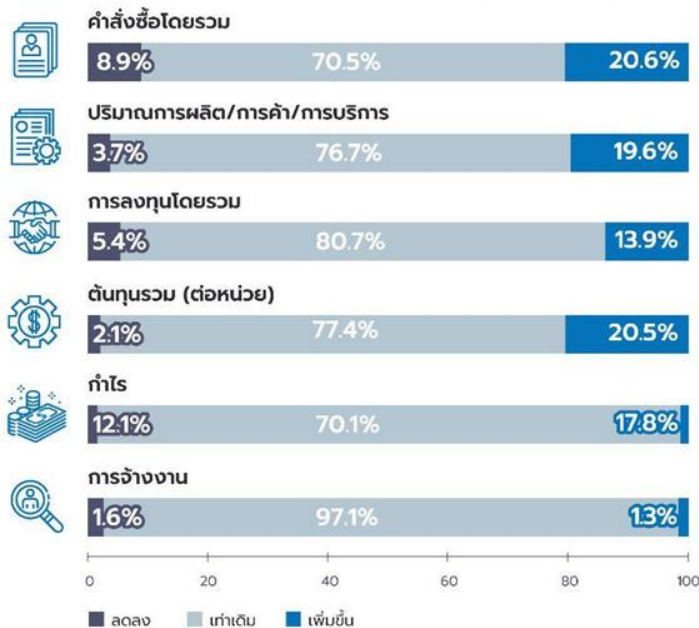
ปัจจุบัน เดือนสิงหาคม 2565



จากสัดส่วนการตอบการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ ดัชนีคาดการณ์ SME พบว่าการตอบคาดการณ์ในอีก 3 เดือนข้างหน้า (เดือนพฤศจิกายน 2565) ที่เพิ่มขึ้น จากกำลังซื้อ ปริมาณการผลิต/การค้า/การบริการ และกำไร เพราะมีสัญญาณการฟื้นตัวของกำลังซื้อ และเป็นช่วง high season ปลายปีที่มีแนวโน้มการจับจ่ายใช้สอยขยายตัว

สัดส่วน SME ตอบการเปลี่ยนแปลงในประเด็น 6 ดัชนี

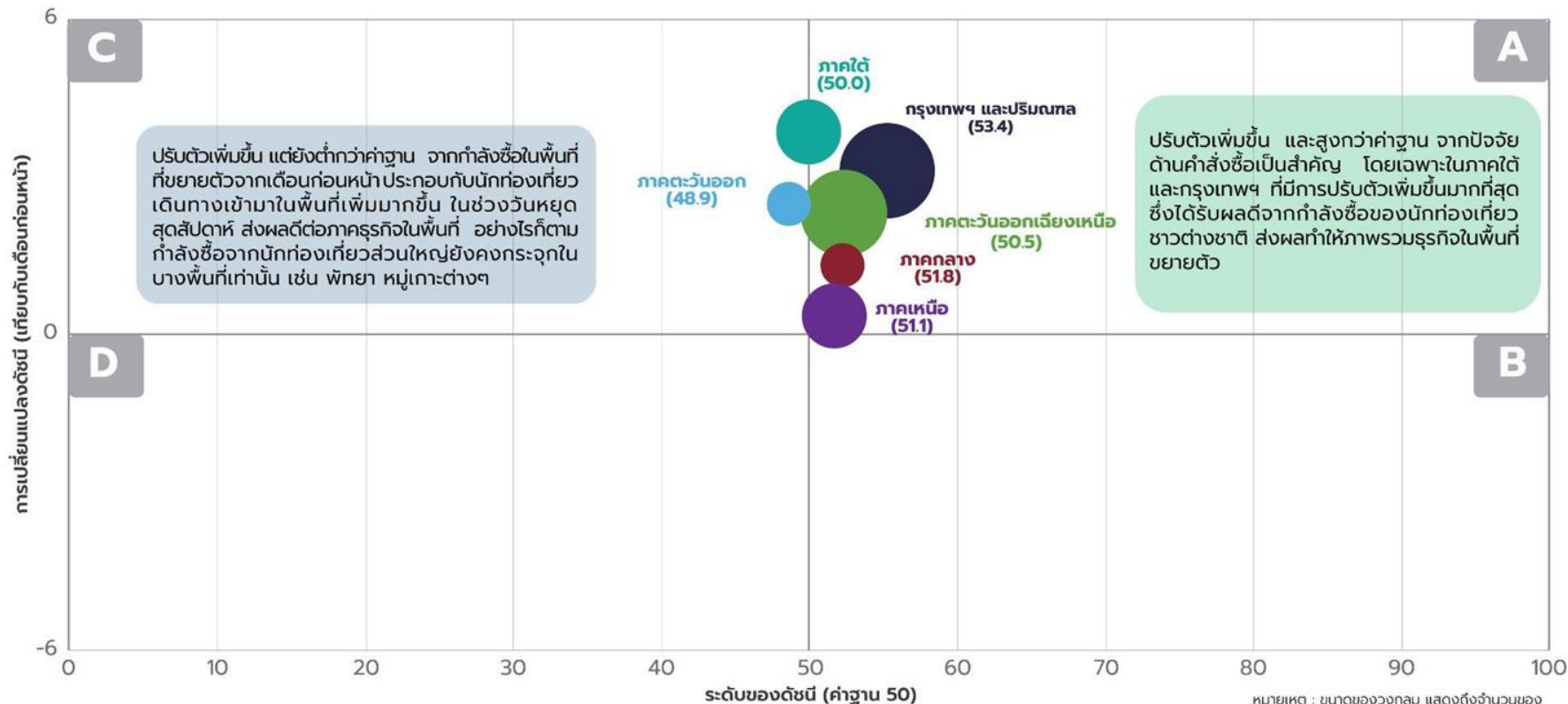
คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า เดือนตุลาคม 2565



คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า เดือนพฤศจิกายน 2565



การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) รายภูมิภาค



หมายเหตุ : ขนาดของวงกลม แสดงถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บเพื่อใช้คำนวณดัชนี SMESI

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME รายภูมิภาค



ภาคใต้



ภาคธุรกิจในพื้นที่ได้รับผลดี จากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวทั้งคนไทย และต่างชาติ ซึ่งกลุ่มหลัก คือ อินเดีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เดินทางเข้าไปในพื้นที่เพื่อจัดอบรม/สัมมนา ส่งผลให้เกิดการจับจ่ายใช้สอยในธุรกิจการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง



กรุงเทพฯ และปริมณฑล



ธุรกิจปรับตัวดีขึ้น จากกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง ประกอบกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในพื้นที่ ส่งผลดีต่อภาคธุรกิจ โดยเฉพาะร้านอาหาร สินค้าอุปโภคบริโภค และร้านค้าที่อยู่ใกล้สถานศึกษา เป็นผลมาจากกำลังซื้อของนักเรียน นักศึกษา ที่กลับมาเรียนแบบปกติเต็มรูปแบบ ประกอบกับผู้ประกอบการคาดว่าโครงการคนละครึ่ง เฟส 5 จะช่วยกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยให้ขยายตัวได้มากขึ้น



ภาคตะวันออก



กำลังซื้อในพื้นที่ขยายตัว จากผู้บริโภคลงกลุ่มแรงงานที่กลับมาทำงานเต็มเวลาตามปกติ ประกอบกับนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในพื้นที่มากขึ้น ส่งผลดีต่อภาคธุรกิจทั้งหมดสินค้าอุปโภคบริโภค หมวดของฝากของที่ระลึก ประเภทเครื่องหอม น้ำมันหอมระเหย เป็นต้น อย่างไรก็ตามกำลังซื้อจากนักท่องเที่ยวยังคงกระจุกในบางพื้นที่เท่านั้น เช่น พักยา หมู่เกาะต่างๆ



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



เศรษฐกิจในพื้นที่ขยายตัว ตามความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ส่งผลต่อกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้นในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภค ร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจการเกษตรที่ขายสินค้าได้ราคาดีขึ้นในธุรกิจกลุ่มผัก และฟาร์มสุกร



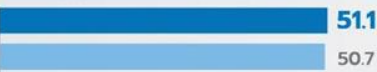
ภาคกลาง



ธุรกิจขยายตัว ทั้งจากโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 4 ส่วนขยาย และการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและเชิงวัฒนธรรม เช่น แม่น้ำ ส่องแก่ง หรือวัดเก่า เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้กำลังซื้อขยายตัว โดยเฉพาะธุรกิจผลิดอาหาร และของฝากที่ระลึก



ภาคเหนือ



ภาคการท่องเที่ยวขยายตัว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งยุโรป ที่มาแบบครอบครัว ส่งผลดีต่อธุรกิจในพื้นที่ เช่น ธุรกิจร้านอาหาร โรงแรม และโฮมสเตย์ และมีแนวโน้มยอดจองล่วงหน้าเพิ่มมากขึ้น รวมถึงมีการลงทุนเพื่อปรับปรุง/ซ่อมแซม และรีโนเวทธุรกิจ ไว้สำหรับช่วง high season ปลายปี ส่งผลดีกับธุรกิจรับเหมาก่อสร้างขนาดเล็กอีกด้วย

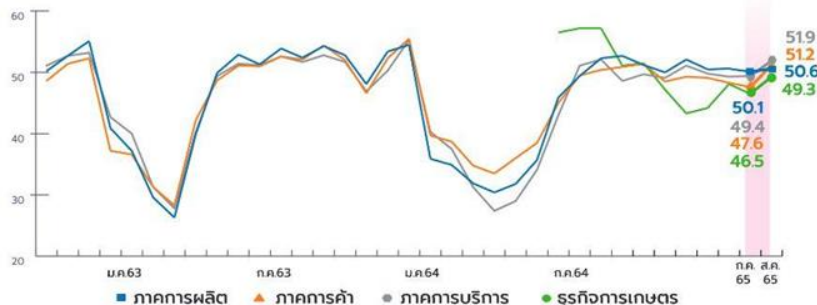


หมายเหตุ : ตัวเลขการเปลี่ยนแปลงคิดเทียบจากเดือนก่อนหน้า (MoM)

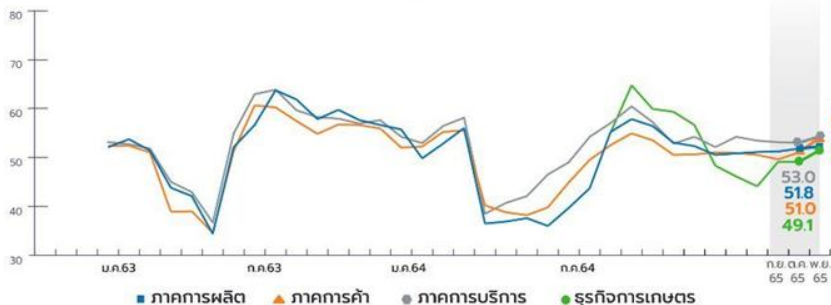


ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคธุรกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า



หมายเหตุ: มีการเพิ่มสาขาธุรกิจภาคการผลิตและเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่เดือน ต.ค. 64 ได้แก่ ผลิตภัณฑยาง ผลิตภัณฑพลาสติก ยารักษาโรค/สมุนไพร อัญมณี และเครื่องประดับ การผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑในท้องถิ่น และบริการซ่อมบำรุง

ภาคการผลิต



จากกำลังซื้อและการผลิตขยายตัว โดยเฉพาะภาคการผลิตอาหาร กลุ่มเบเกอรี่ ขนมเบรค ที่กลับมาฟื้นตัว จากการจัดกิจกรรมงานอบรม/สัมมนา ที่มีมากขึ้น อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านต้นทุนยังเป็นปัญหาในการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะการผลิตอาหาร การผลิตเสื้อผ้าและสิ่งทอ ไม้และเฟอร์นิเจอร์

ภาคการค้า



กำลังซื้อในประเทศปรับตัวดีขึ้น มาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่มีอย่างต่อเนื่อง ที่ช่วยกระตุ้นผู้คนออกมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น ประกอบกับการยกเลิกระบบ Thailand Pass ชาวต่างชาติ (ตั้งแต่วันที่ 1 ก.ค. 2565) ส่งผลให้นักท่องเที่ยว ประเทศเพื่อนบ้านเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยในประเทศเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะมาเลเซีย และสิงคโปร์

ภาคการบริการ



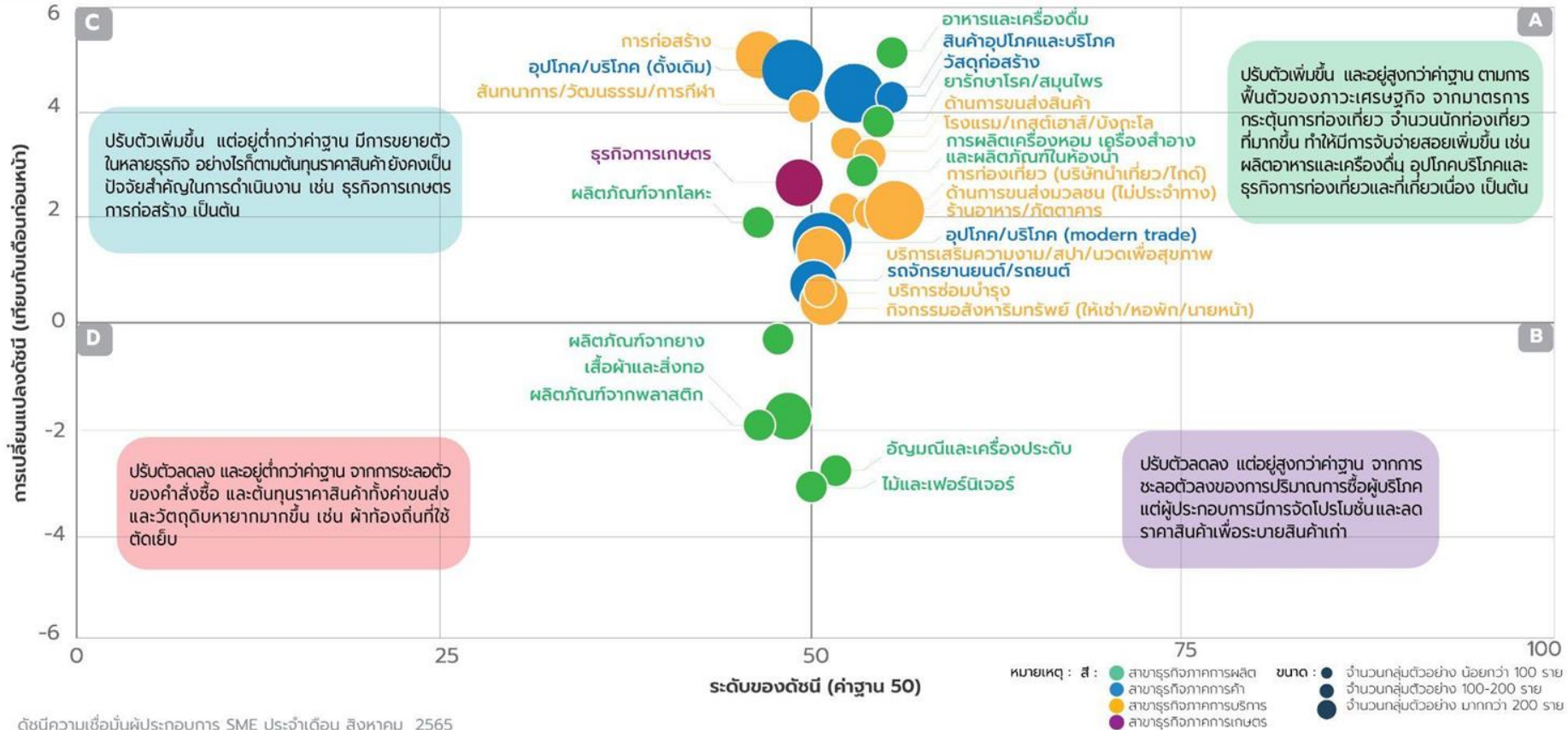
ภาคการท่องเที่ยวได้รับผลดีทั้งจากกำลังซื้อในประเทศ และต่างประเทศ ประกอบกับจัดงานอบรม/สัมมนาของภาครัฐและเอ็นบีทีของหน่วยงานเอกชน ส่งผลดีต่อธุรกิจรับจัดทัวร์ รถรับเหมา-นำเที่ยว รวมไปถึงงานรับเหมาก่อสร้างที่ภาคธุรกิจเริ่มซ่อมแซมและรีโนเวท เพื่อเตรียมรับลูกค้าในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว

ภาคการเกษตร



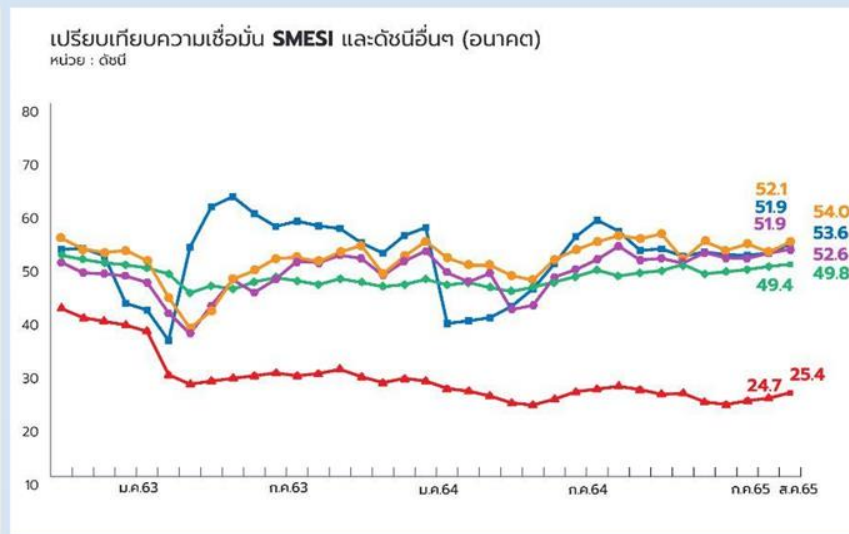
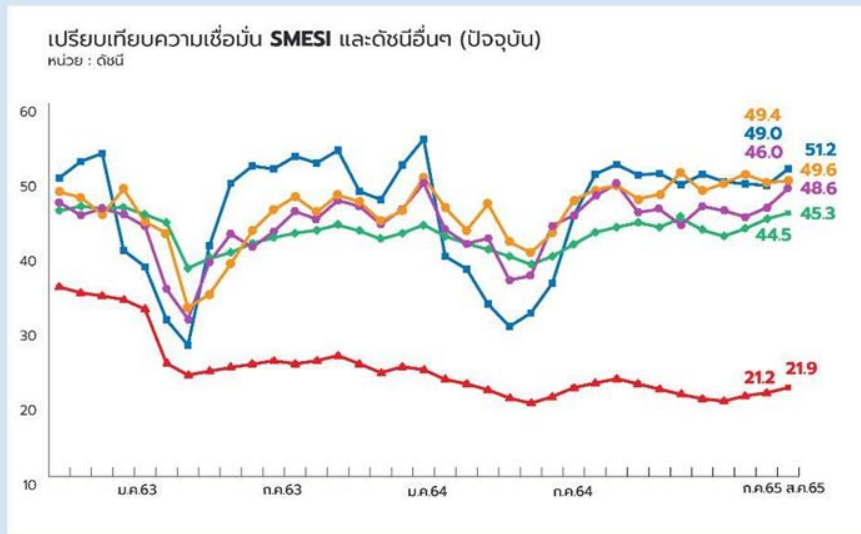
ภาคการเกษตร ปรับตัวดีขึ้น จากความต้องการสินค้าทางการเกษตรที่มีมากขึ้น โดยกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่คาดว่ายอดขายจะเพิ่มขึ้นช่วงสิ้นปี ทำให้มีการสต็อกสินค้าเพิ่มมากขึ้น เช่น กล้าไม้ เมล็ดพันธุ์ ต้นไม้ประดับ ปุ๋ย เป็นต้น ในส่วนต้นทุนค่าวัตถุดิบอาหารสัตว์ยังคงอยู่ในระดับที่สูง ส่งผลให้ราคาสินค้ายังมีทิศทางเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะหมู ไก่ และไข่ไก่

การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ MSME รายสาขาธุรกิจ



การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

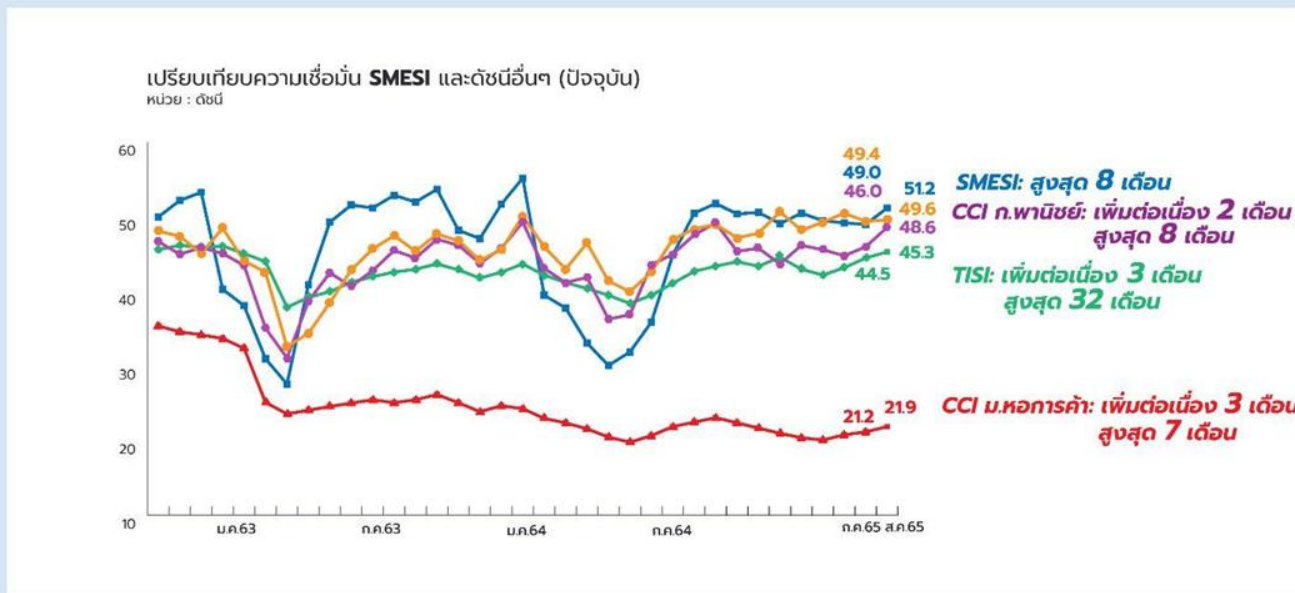
เดือนสิงหาคม 2565 ปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกดัชนี ทั้งในปัจจุบัน และคาดการณ์ ได้แก่ ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค CCI (กลุ่มผู้ประกอบการ) กระทรวงพาณิชย์ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค CCI (กลุ่มผู้ประกอบการ) ม.หอการค้า ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (TISI) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย และดัชนีความเชื่อมั่นฯ BSI รบท.



- 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 4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้าในกราฟปัจจุบัน เป็นดัชนีภาพรวมของดัชนีผู้บริโภค 5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบัน เป็นดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคของผู้ประกอบการ แต่ในดัชนีคาดการณ์อนาคต เป็นดัชนีความเชื่อของผู้บริโภคโดยรวม

การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง



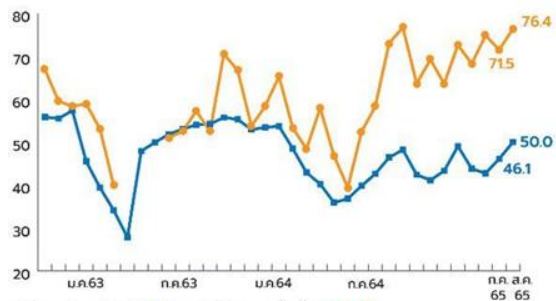
- ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
- ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจ (BSI) ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ▲ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้า
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (TISI) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

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 4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้าในกราฟปัจจุบัน เป็นดัชนีภาพรวมของดัชนีผู้บริโภค 5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบัน เป็นดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคของผู้ประกอบการ แต่ในดัชนีภาคการธนาคาร เป็นดัชนีความเชื่อของผู้บริโภคโดยรวม

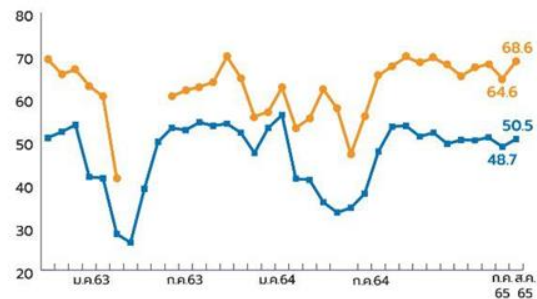
การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI

ในเดือนสิงหาคม 2565 ค่าดัชนีความเชื่อมั่นอนาคตเศรษฐกิจภูมิภาค (RSI) และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาค

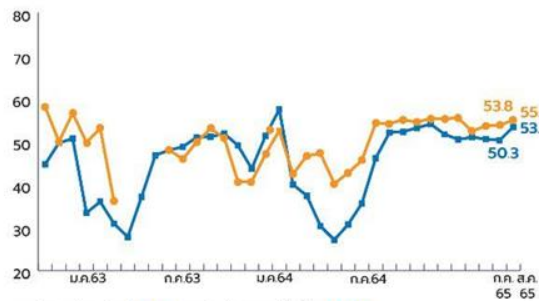
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคใต้



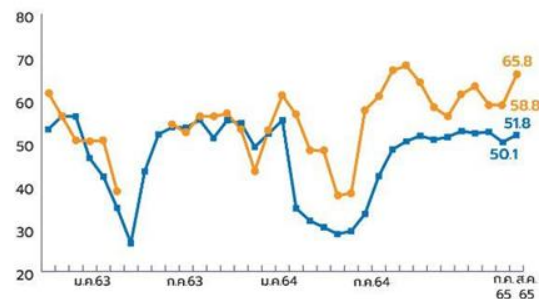
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



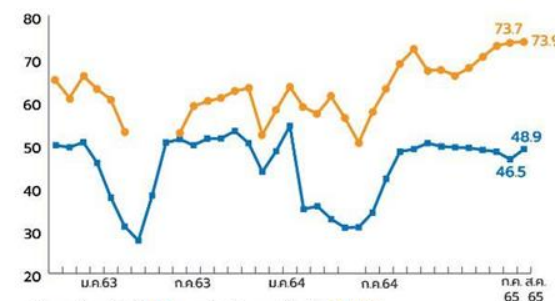
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI กรุงเทพฯ และปริมณฑล



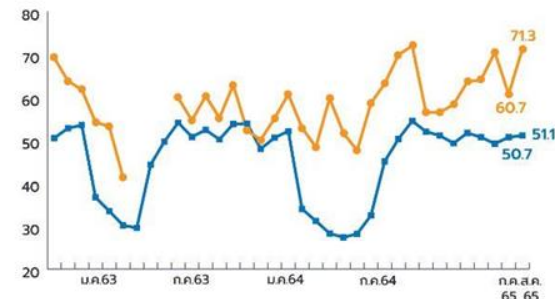
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคกลาง



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออก



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคเหนือ

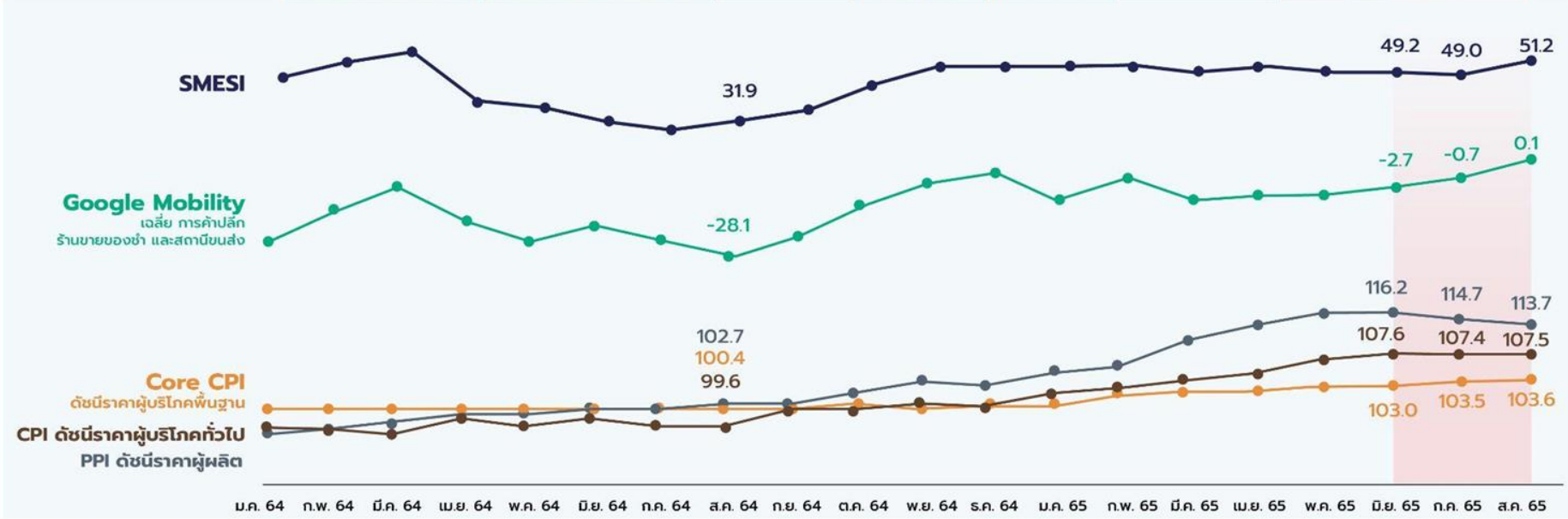


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน สิงหาคม 2565

■ ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ● ดัชนีความเชื่อมั่น RSI สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง

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

Google Mobility Index เติ้ลยรายเดือน



ที่มา:
 1) ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป รวมทุกรายการสินค้า ทั้งประเทศ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงเดือนสิงหาคม 2565
 2) Google Mobility Index (เฉลี่ยเฉพาะค้าปลีก,ร้านขายของชำ และสถานียขนส่ง) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 - 31 ส.ค. 2565 หน่วย: % การเปลี่ยนแปลงเทียบกับเดือน ม.ค. - ก.พ. 2563
 3) ดัชนีราคาผู้ผลิต รวมทุกรายการสินค้า ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2564 ถึงเดือนสิงหาคม 2565

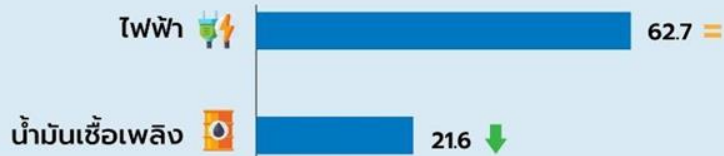
อัตราการเข้าพัก (occupancy rate) แต่ละภูมิภาค ในเดือนกรกฎาคม 65 เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตามจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะ กรุงเทพฯ แต่ยังไม่เท่ากับช่วงก่อนโควิด (ปี 2562)



ที่มา : อัตราการเข้าพักโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ระหว่าง 2562 - กรกฎาคม 2565 หน่วยเป็น % การเข้าพัก

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภครายการสินค้าสำคัญ เดือน สิงหาคม 2565
หน่วย : %YoY

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มพลังงาน



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มอาหารสด



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มที่ไม่ใช่อาหารสดและพลังงาน



เครื่องหมายเป็นการเทียบกับเดือนก่อนหน้า (MoM)

↓ = ↑

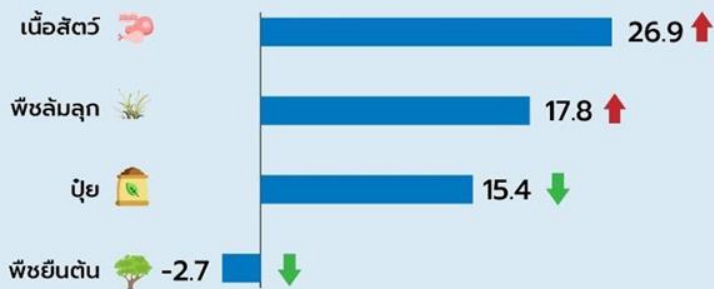


ที่มา : ดัชนีราคาผู้บริโภค,กระทรวงพาณิชย์

ดัชนีราคาผู้ผลิต ส.ค. 65 เพิ่มขึ้น 10.7% แบบ YoY และ ลดลง 0.9% แบบ MoM โดยชะลอตัวลงต่อเนื่องจากสินค้าหลายรายการปรับตัวลดลง ยกเว้น หมวดเนื้อสัตว์มีชีวิต เช่น สุกรมีชีวิต ไก่มีชีวิต เนื่องจากปริมาณออกสู่ตลาดน้อย และต้นทุนอาหารสัตว์แพงเป็นสำคัญ

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิตรายการสินค้าสำคัญ เดือน สิงหาคม 2565
หน่วย : %YoY

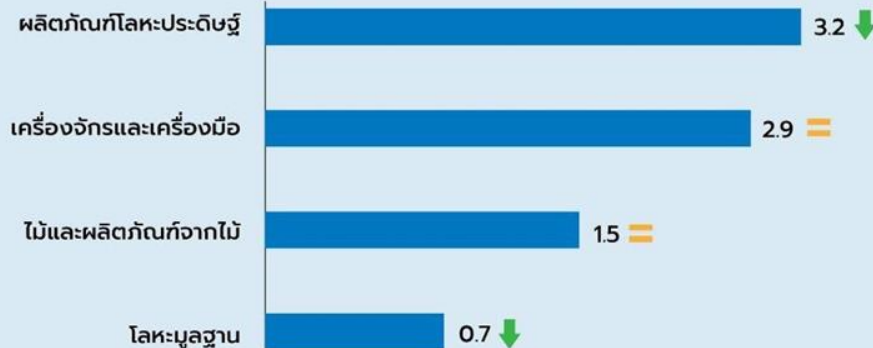
การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต อื่นๆ



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และวัสดุก่อสร้าง



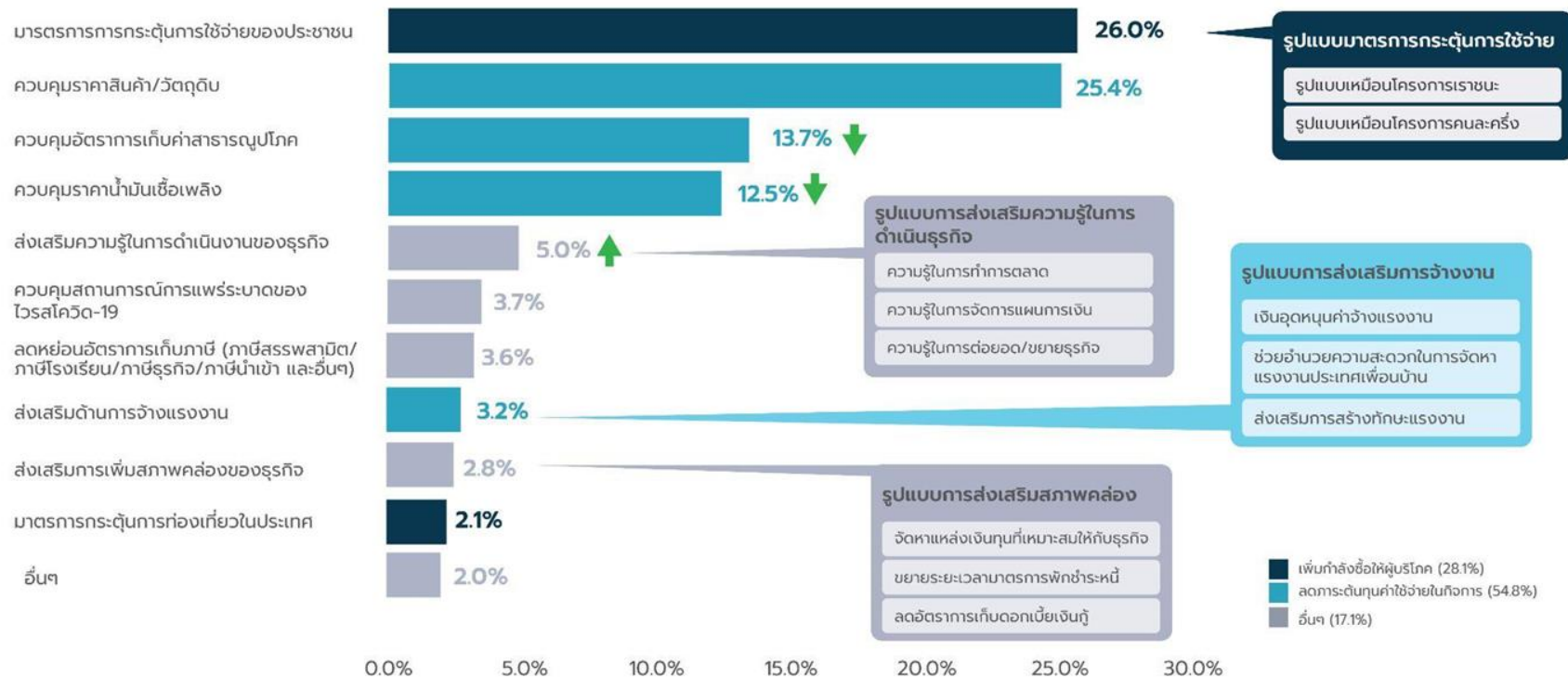
เครื่องหมายเป็นการเทียบ
กับเดือนก่อนหน้า (MoM)






ที่มา : ดัชนีราคาผู้ผลิต,กระทรวงพาณิชย์

MSME กว่าร้อยละ 50 ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือในด้านการลดภาระต้นทุนค่าใช้จ่ายในกิจการ โดยเฉพาะการควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ และอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค รองลงมา MSME ร้อยละ 28.1 ต้องการให้ภาครัฐออกมาตรการเพิ่มกำลังซื้อให้กับผู้บริโภค

สิ่งที่ธุรกิจ MSME ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด



5 อันดับสิ่งที่ธุรกิจ MSME ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด แยกรายภาคธุรกิจ

ภาคธุรกิจ	5 อันดับสิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด
 ภาคการผลิต	<ol style="list-style-type: none">1.ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ2.มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน3.ควบคุมอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค4.ควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง5.ลดหย่อนอัตราการเก็บภาษี (ภาษีสรรพสามิต/ภาษีโรงเรียน/ภาษีธุรกิจ/ภาษีนำเข้า และอื่นๆ)
 ภาคการค้า	<ol style="list-style-type: none">1.มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน2.ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ3.ควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง4.ควบคุมอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค5.ส่งเสริมความรู้ในการดำเนินงานของธุรกิจ (เช่น การทำการตลาด การบริหารจัดการแผนการเงิน)
 ภาคการบริการ	<ol style="list-style-type: none">1.ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ2.ควบคุมอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค3.มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน4.ควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง5.มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวภายในประเทศ (เช่น เพิ่มโครงการใหม่ ขยายระยะเวลามาตรการเราเที่ยวด้วยกัน)
 ภาคการเกษตร	<ol style="list-style-type: none">1.ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ2.มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายของประชาชน3.ควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง4.ส่งเสริมการเพิ่มสภาพคล่องของธุรกิจ (เช่น มาตรการพักชำระหนี้)5.ควบคุมอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค

สสว. SMESE

ฝ่ายวิเคราะห์สถานการณ์และเตือนภัยทางเศรษฐกิจ
สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม
เลขที่ 21 อาคาร ทีเอสที ถนนวิภาวดีรังสิต
เว็บไซต์ www.sme.go.th