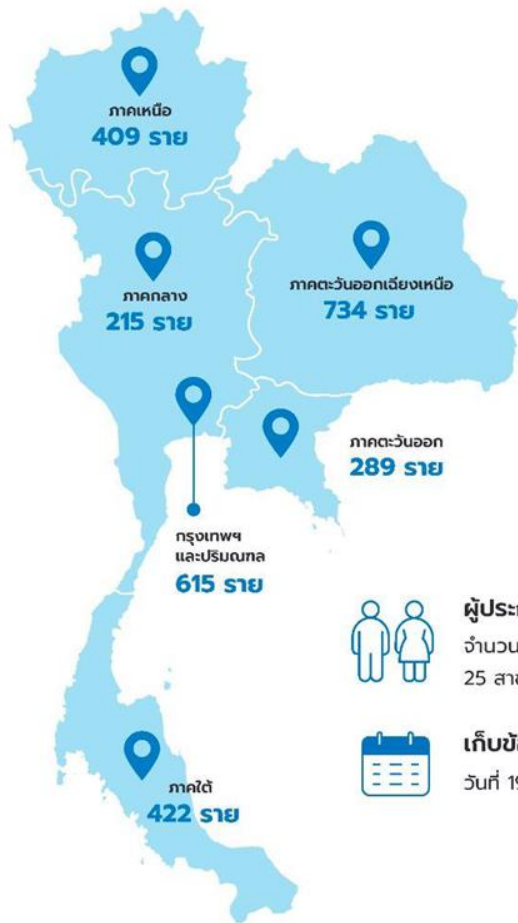


ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME

ประจำเดือน พฤศจิกายน 2565



ผู้ประกอบการ SME

จำนวน 2,684 ราย
25 สาขาธุรกิจ



เก็บข้อมูลระหว่าง

วันที่ 19-30 พฤศจิกายน 2565

สัดส่วนการเก็บข้อมูล

27.6%

ภาคการผลิต

จำนวน 740 ราย



28.6%

ภาคการค้า

จำนวน 767 ราย



40.2%

ภาคการบริการ

จำนวน 1,080 ราย



3.6%

ภาคการเกษตร

จำนวน 97 ราย



85.8%

Micro



11.7%

Small



2.5%

Medium

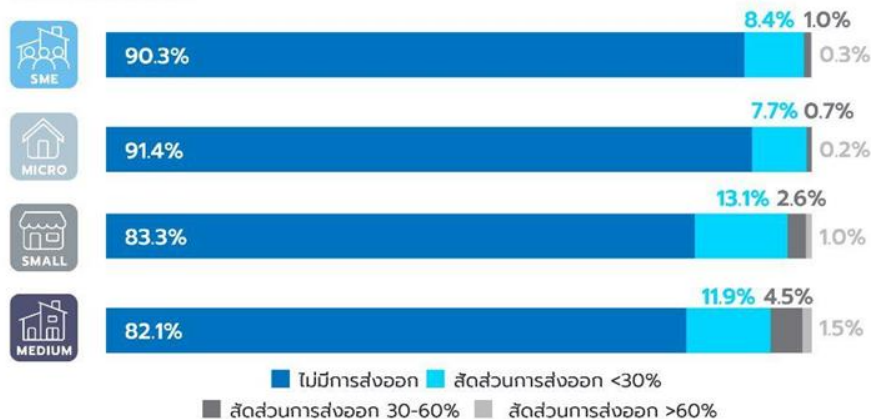
กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ



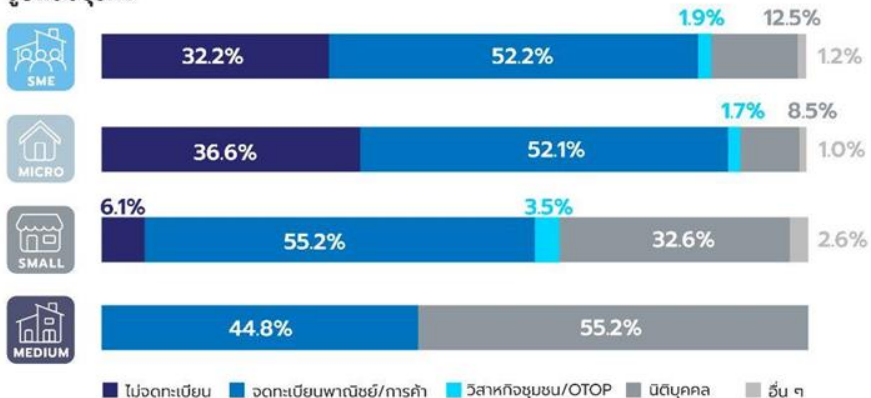
จำนวนแรงงานเฉลี่ย



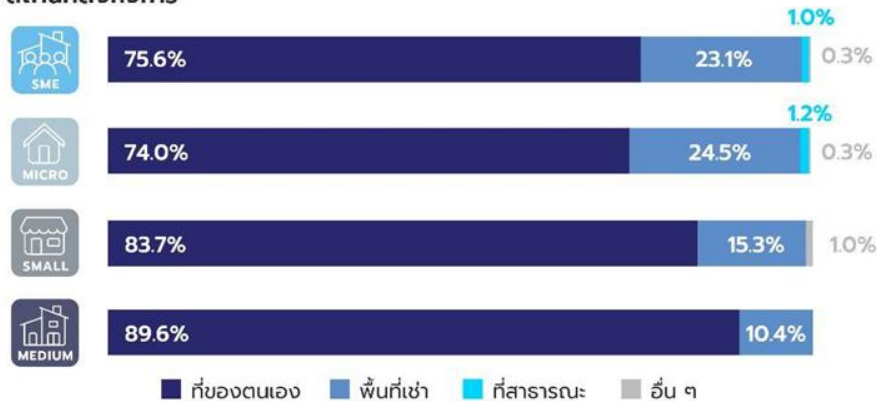
สัดส่วนการส่งออก



รูปแบบธุรกิจ



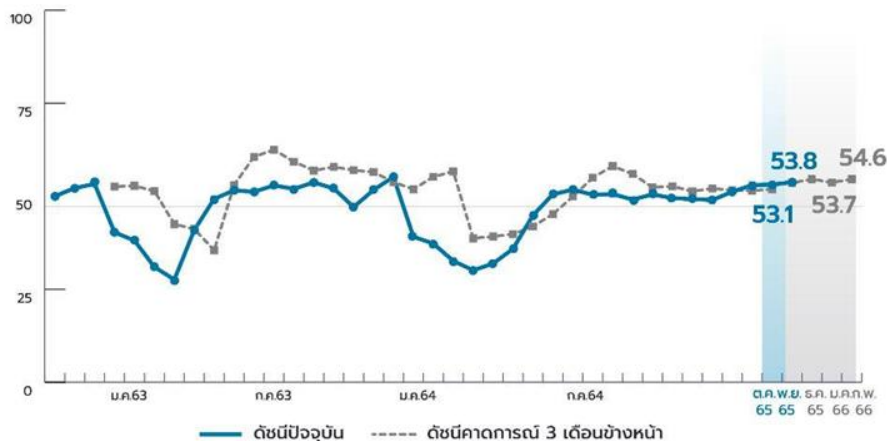
สถานที่ตั้งกิจการ



ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) เพิ่มขึ้นต่อเนื่องตามการเดินทางและท่องเที่ยวพุ่งสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ประเทศไทย

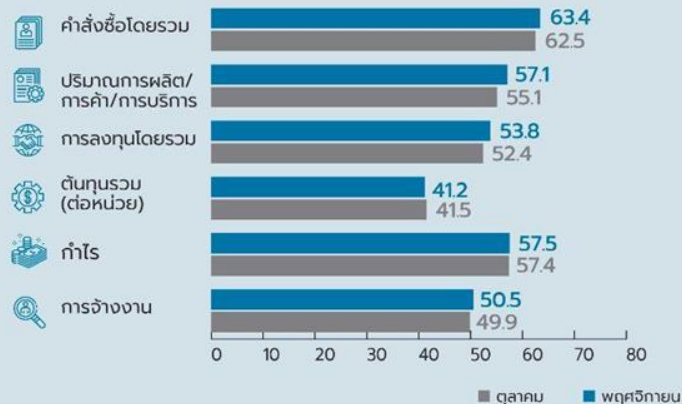
หน่วย : ดัชนี



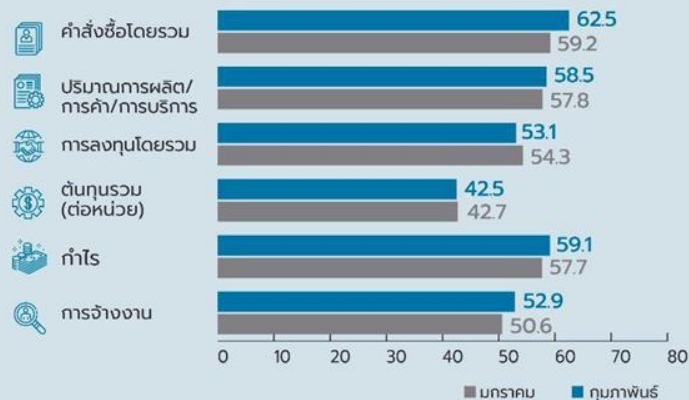
ความเชื่อมั่นฯ SME ปัจจุบันเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง จากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นเกือบเป็นปกติ โดยเฉพาะกำลังซื้อของภาคการท่องเที่ยวและภาคการค้าที่ขยายตัวชัดเจนตามจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ โดยเฉพาะพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศทางภาคเหนือ และภาคใต้ รวมถึงสถานการณ์ทางด้านต้นทุนธุรกิจก็มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากราคาพลังงาน และวัตถุดิบเป็นสำคัญ

แนวโน้มดัชนีค่าการณ 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาค จากการคาดการณ์การขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นอีกเมื่อเทียบกับปัจจุบัน รวมถึงสัญญาณบวกจากแนวโน้มต้นทุนธุรกิจทำให้คลายกังวลต่อค่าครองชีพและกำลังซื้อของผู้บริโภคในอนาคต

ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบันรวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ

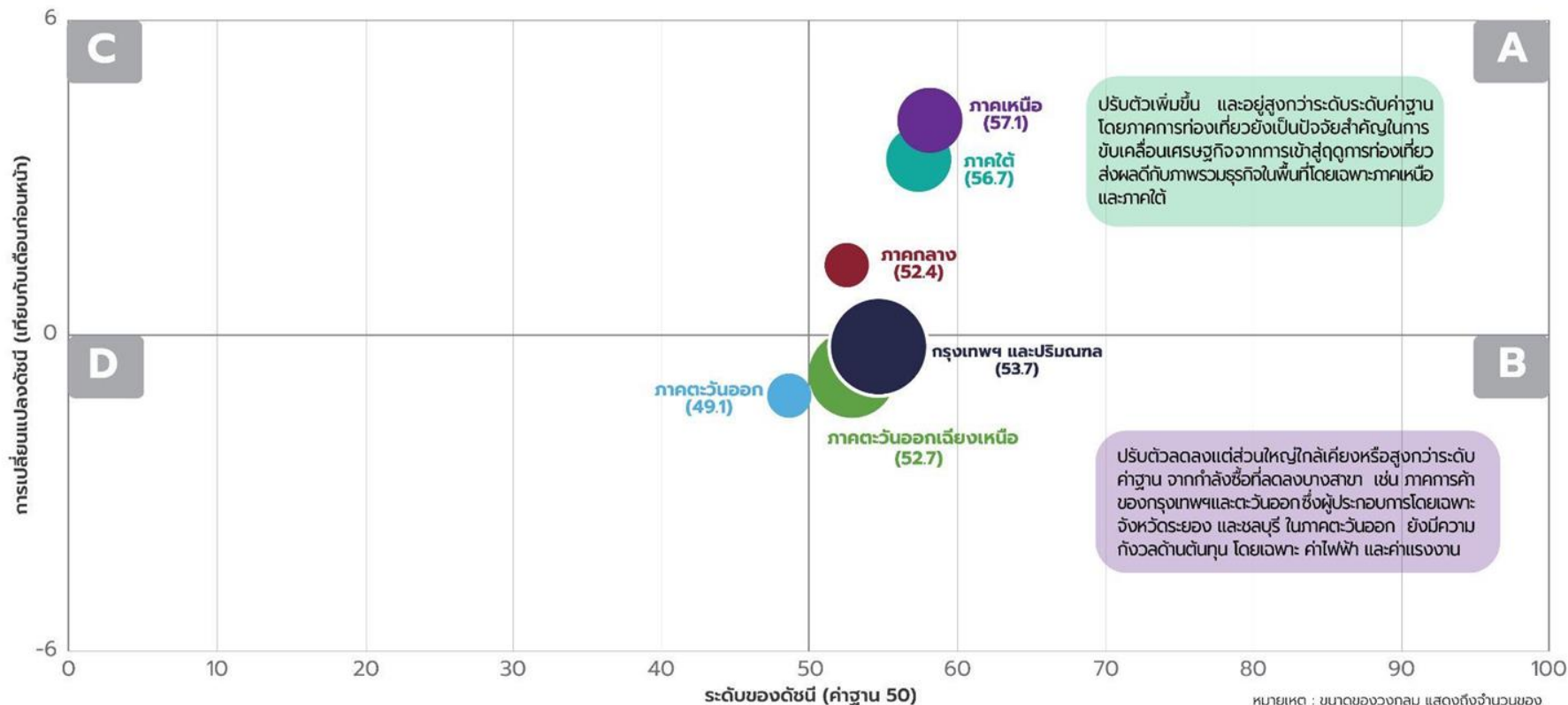


ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) รายภูมิภาค

“ภูมิภาคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นที่สูงกว่าค่าฐาน จากการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวต่อเนื่อง และแนวโน้มราคาต้นทุนสินค้าหลายรายการปรับตัวลดลง”



ปรับตัวเพิ่มขึ้น และอยู่สูงกว่าระดับระดับค่าฐาน โดยภาคการท่องเที่ยวยังเป็นปัจจัยสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากการเข้าสู่ฤดูการท่องเที่ยว ส่งผลดีกับภาพรวมธุรกิจในพื้นที่โดยเฉพาะภาคเหนือ และภาคใต้

ปรับตัวลดลงแต่ส่วนใหญ่ใกล้เคียงหรือสูงกว่าระดับค่าฐาน จากกำลังซื้อที่ลดลงบางสาขา เช่น ภาคการค้าของกรุงเทพฯและตะวันออกซึ่งผู้ประกอบการโดยเฉพาะจังหวัดระยอง และชลบุรี ในภาคตะวันออก ยังมีความกังวลด้านต้นทุน โดยเฉพาะ ค่าไฟฟ้า และค่าแรงงาน

หมายเหตุ : ขนาดของวงกลม แสดงถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บเพื่อใช้คำนวณดัชนี SMESI

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME รายภูมิภาค



ภาคเหนือ



เศรษฐกิจขยายตัวจากภาคการท่องเที่ยว และภาคการค้า เนื่องจากเข้าฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่ทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่งผลดีกับสาขาโรงแรม คาเฟ่และค้าส่ง เป็นต้น



ภาคใต้



กำลังซื้อเพิ่มขึ้นอย่างมากในภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขยายตัวชัดเจน รวมถึงมีเที่ยวบินเช่าเหมาลำ และเรือสำราญขนาดใหญ่จากต่างประเทศเข้ามาในพื้นที่จำนวนมาก ส่งผลดีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องทั้งภาคการค้าและบริการ



ภาคกลาง



สถานการณ์เงินเฟ้อที่เริ่มปรับตัวขึ้นทำให้การจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่เริ่มฟื้นตัว ซึ่งส่งผลดีกับภาคการค้า โดยเฉพาะค้าปลีก อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้านอาหารยังมีความกังวลกับต้นทุน โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์พลาสติก



กรุงเทพฯ และปริมณฑล



กำลังซื้อชะลอตัวเล็กน้อย จากภาคการค้าและการขนส่ง โดยผู้ประกอบการปรับตัวกรรมการซื้อต่อครั้งในปริมาณที่ลดลง ในส่วนของสาขาโรงแรมที่พักมีการขยายตัวต่อเนื่อง รวมถึงบริษัทท่องเที่ยวที่มียอดจองท่องเที่ยวไปต่างประเทศเพิ่มขึ้น



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



เศรษฐกิจชะลอตัวจากเดือนก่อนหน้า จากการที่งานเทศกาลประเพณีส่วนใหญ่สิ้นสุดลงทำให้กำลังซื้อในสาขาโรงแรมร้านอาหารและสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกชะลอตัวลง



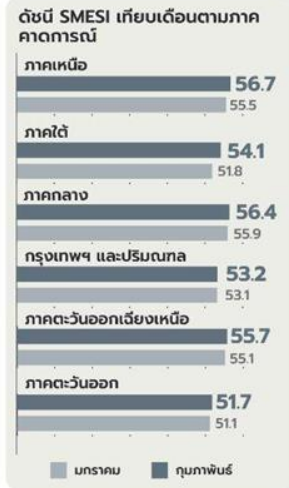
ภาคตะวันออก



กำลังซื้อชะลอตัวลงในสาขาผลิตภัณฑ์โลหะ คำวัสดุก่อสร้างและบริการซ่อมบำรุง เป็นสำคัญ รวมถึงผู้ประกอบการมีความกังวลต่อต้นทุน โดยเฉพาะค่าแรงและค่าไฟ แต่ภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสาขาโรงแรมขยายตัวตามการจัดอีเวนท์ในพื้นที่เพิ่มขึ้น ทั้งจากภาครัฐและเอกชน

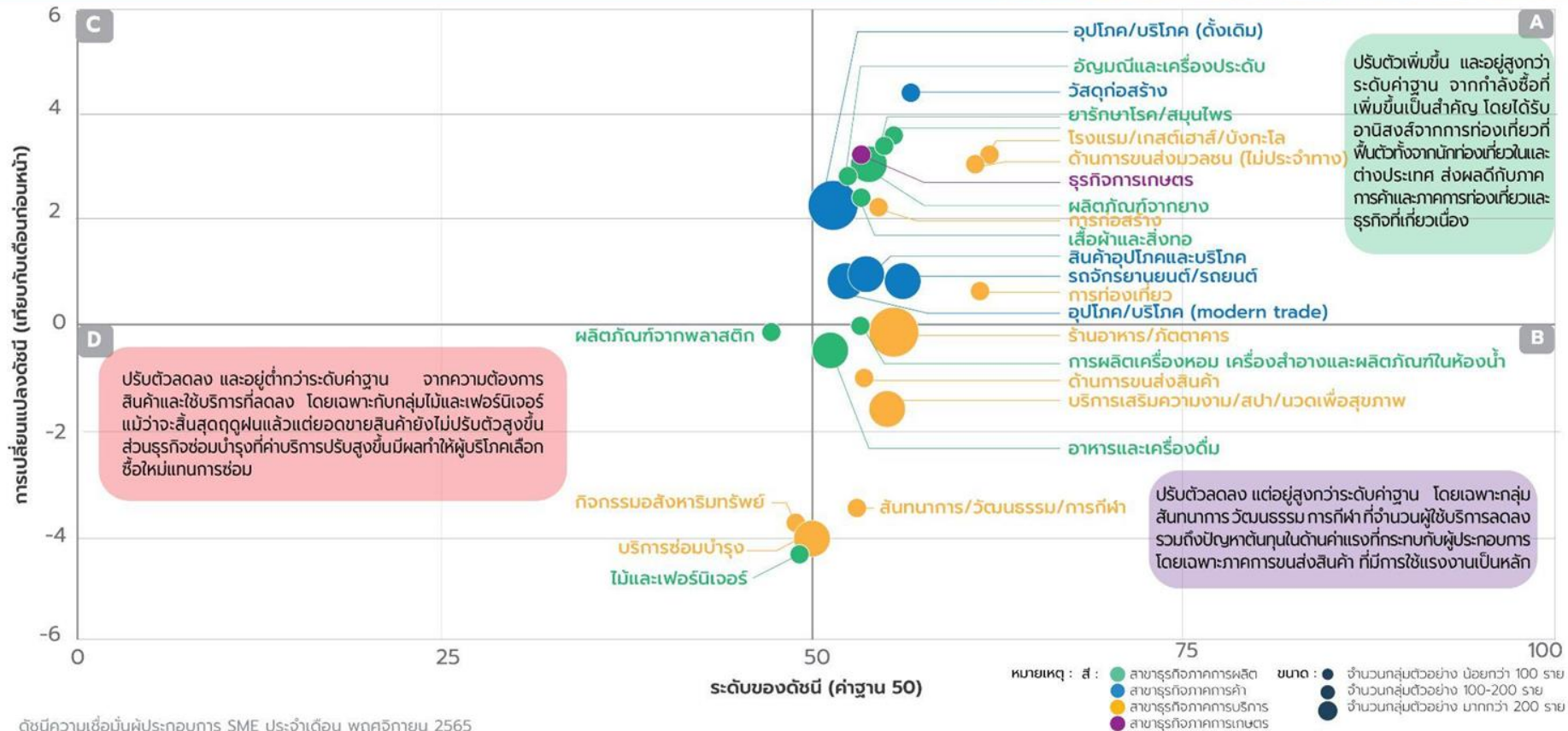


หมายเหตุ : ตัวเลขการเปลี่ยนแปลงคิดเทียบจากเดือนก่อนหน้า (MoM)



■ พฤศจิกายน ■ ตุลาคม

การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ MSME รายสาขาธุรกิจ

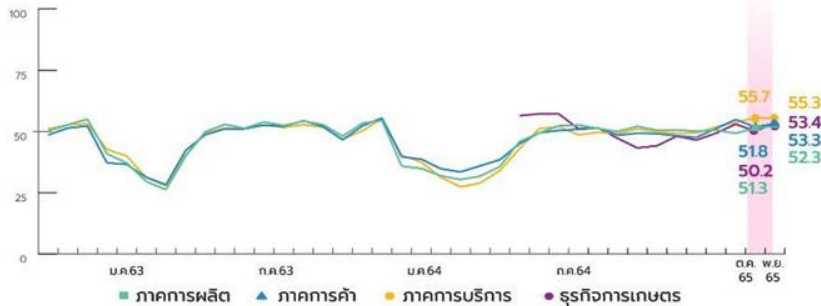


ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคธุรกิจ

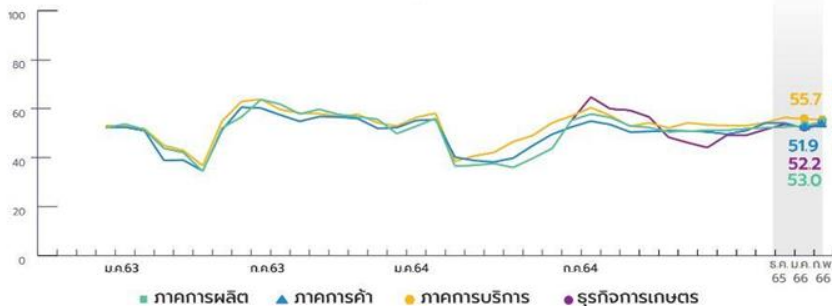
“ภาคธุรกิจขยายตัว จากภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องเป็นสำคัญ รวมถึงภาคเกษตรที่ได้ผลดีจากด้านต้นทุน”



ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ ภาคการณ 3 เดือนข้างหน้า



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

ภาคการผลิต



ปรับตัวดีขึ้นจากกำลังซื้อและต้นทุนที่มีแนวโน้มดีขึ้น โดยเฉพาะการผลิตที่เกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว รวมถึงกลุ่มยาสมุนไพร โดยผู้ประกอบการเริ่มมีการลงทุนในเครื่องจักร/อุปกรณ์ในการผลิตเพิ่มมากขึ้น

ภาคการค้า



ขยายตัวทั้งค้าปลีกและค้าส่ง โดยเฉพาะภาคเนื้อและภาคใต้ ที่ได้านิสงส์จากนักท่องเที่ยวขยายตัว แต่การค้ารายย่อยในพื้นที่ กทมฯ ชะลอตัวลง ส่วนหนึ่งมาจากการขาดปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐ

ภาคการบริการ



สาขาท่องเที่ยวและธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องเนื่องขยายตัว ส่วนสาขาที่ชะลอตัวลง เช่น อสังหาริมทรัพย์ จากผู้ประกอบการได้รับผลกระทบจากค่าสาธารณูปโภคที่สูงขึ้น และธุรกิจซ่อมบำรุงที่ค่าซ่อมบำรุงสูงใกล้เคียงกับราคาซื้อใหม่

ภาคการเกษตร

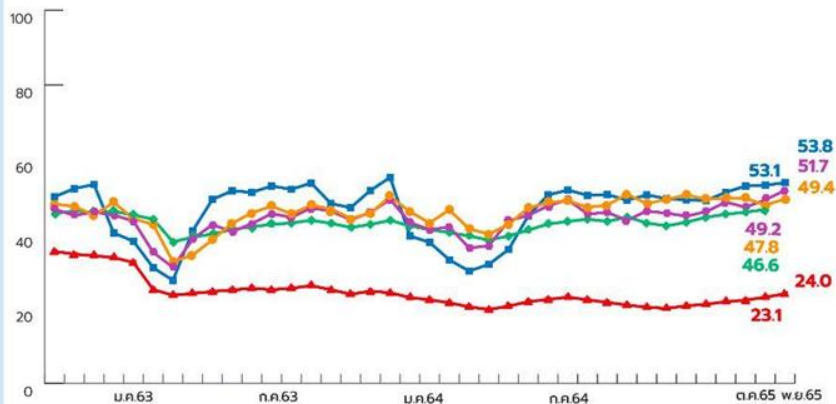


ขยายตัวอย่างมากจากการขายได้ราคาดี โดยเฉพาะกลุ่มพืชไร่ เช่น ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกเหนียว และกลุ่มไม้ดอกไม้ประดับ ที่ราคาปรับตัวดีกว่าปีก่อนหน้า รวมถึงต้นทุน โดยเฉพาะราคาปุ๋ยมีแนวโน้มลดลง

การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

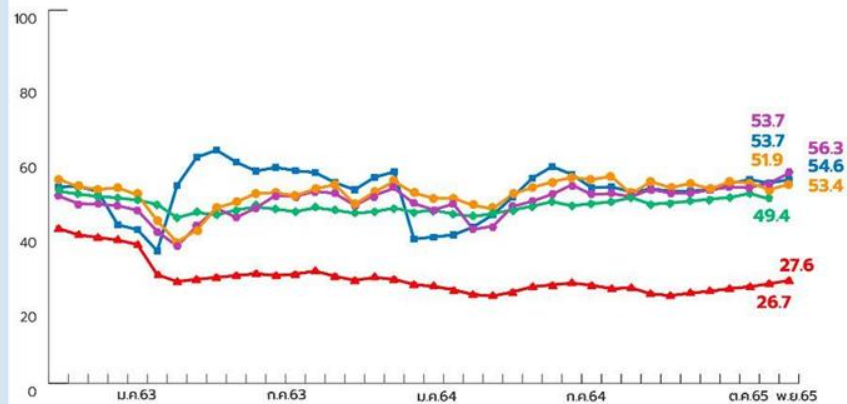
เปรียบเทียบความเชื่อมั่น **SMESI** และดัชนีอื่นๆ (ปัจจุบัน)

หน่วย : ดัชนี



เปรียบเทียบความเชื่อมั่น **SMESI** และดัชนีอื่นๆ (อนาคต)

หน่วย : ดัชนี



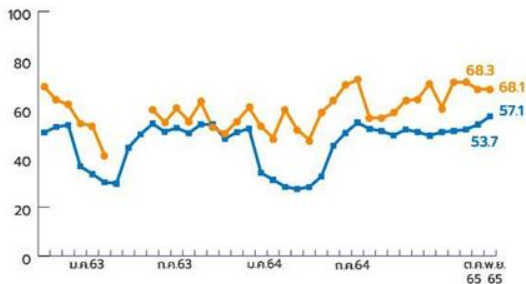
- ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI
- ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจ (BSI) ธนาคารแห่งประเทศไทย
- ▲ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้า
- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์
- ◆ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (TISI) สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

ดัชนี	SMESI	BSI	CCI ม.หอการค้า	CCI กระทรวงพาณิชย์	TISI
ปัจจุบัน	▲	▲	▲	▲	
คาดการณ์	▲	▲	▲	▲	

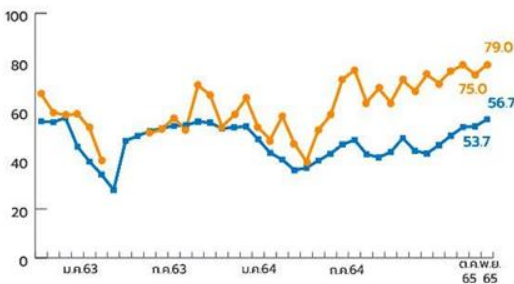
หมายเหตุ: 1) ดัชนี TISI และ CCI ม.หอการค้า ถูกปรับเป็นค่าฐาน 50, 2) ทุกดัชนีเป็นค่า Sentiment (ความคิดเห็น/ความเชื่อมั่น) เหมือนกัน แต่วิธีการเก็บและจำนวน/องค์ประกอบดัชนี/กลุ่มตัวอย่าง มีความแตกต่างกัน, 3) SMESI เป็นที่กลุ่มผู้ประกอบการรายย่อย (Micro) และคำนวณเชิงเปรียบเทียบ (Comparative) จากเดือนก่อนหน้า 4) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) ม.หอการค้าในกราฟปัจจุบัน เป็นดัชนีภาพรวมของดัชนีผู้บริโภค 5) ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) กลุ่มผู้ประกอบการกระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบัน เป็นดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคของผู้ประกอบการ แต่ในดัชนีคาดการณ์อนาคต เป็นดัชนีความเชื่อของผู้บริโภคโดยรวม

การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI

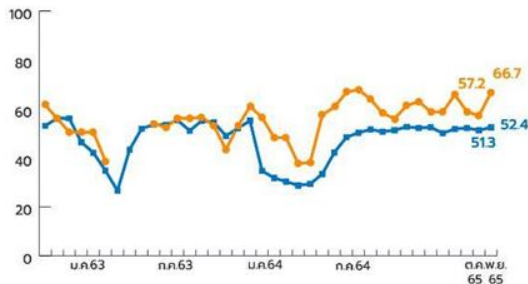
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคเหนือ



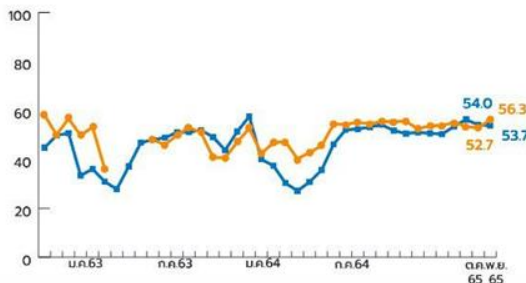
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคใต้



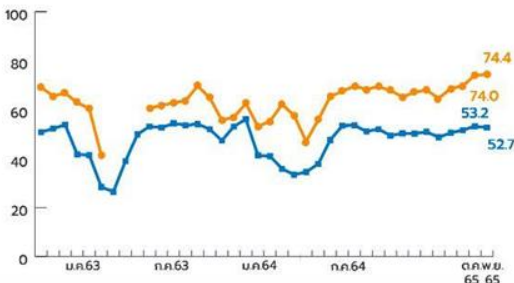
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคกลาง



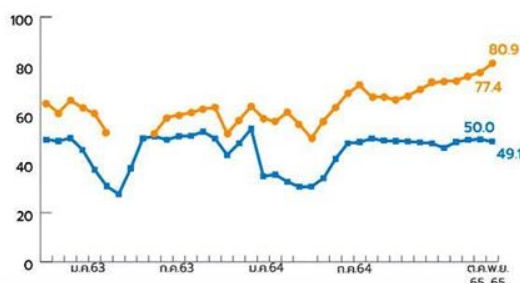
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI กรุงเทพฯ และปริมณฑล



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



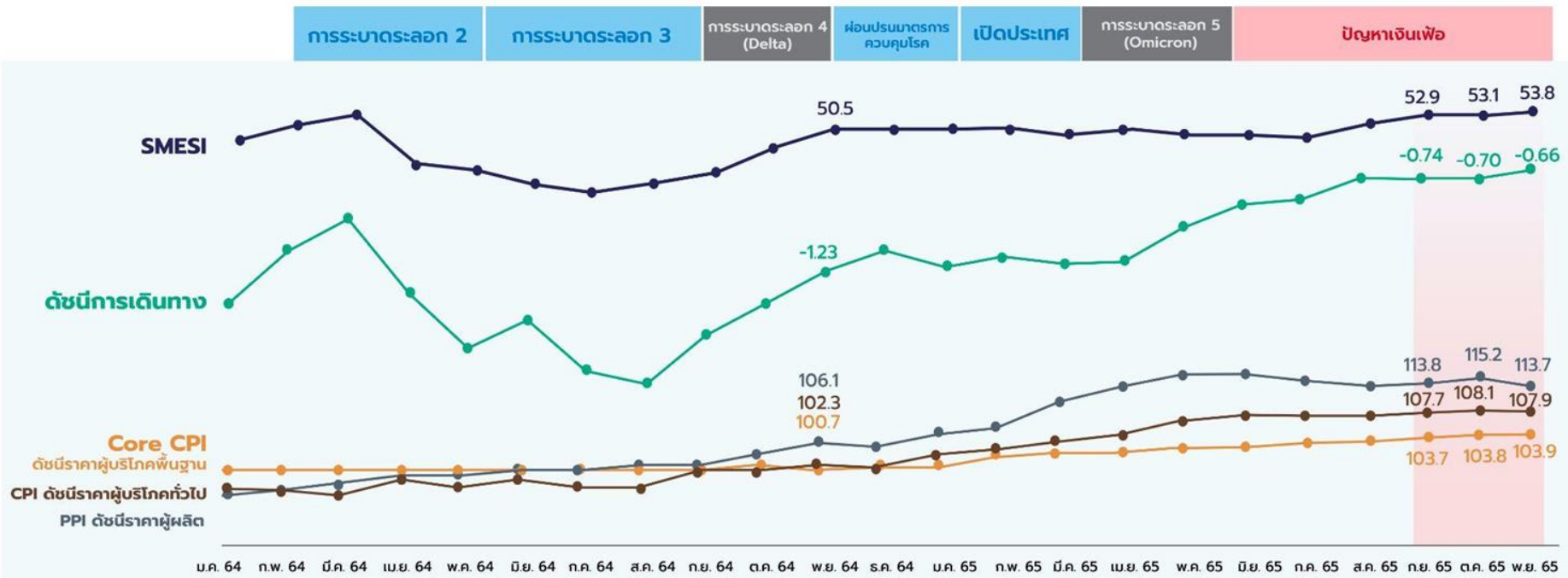
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออก



■ ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ● ดัชนีความเชื่อมั่น RSI สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง หมายเหตุ : ไม่สามารถรวบรวมข้อมูลดัชนี RSI เดือน พ.ค. - มิ.ย. 63 ได้

ดัชนี/ภูมิภาค	ภาคเหนือ	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ภาคตะวันออก	ภาคกลาง	ภาคใต้	กทมฯ และปริมณฑล
SMESI	▲	▲	▼	▲	▲	▼
RSI	▼	▲	▲	▲	▲	▲

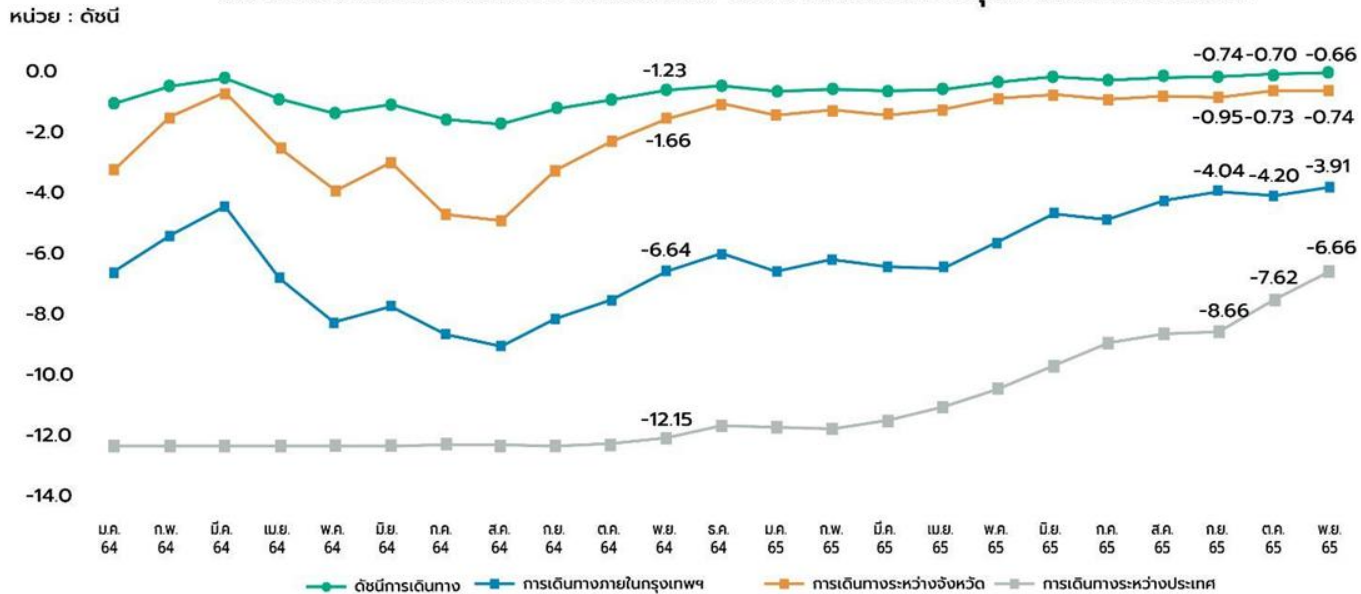
ดัชนี SMESI เพิ่มขึ้น ตามดัชนีการเดินทาง และกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และสัญญาณการปรับตัวดีขึ้นของราคาทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตลดความกังวลต่อต้นทุนธุรกิจ และค่าครองชีพและกำลังซื้อของบริโภคในภาค



ที่มา:

- ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป รวมทุกรายการสินค้า ทั้งประเทศ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2565
- ดัชนีราคาผู้ผลิต รวมทุกรายการสินค้า ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนพฤศจิกายน 2565
- ดัชนีการเดินทางบนโครงข่ายคมนาคม เป็นการคำนวณปริมาณการเคลื่อนที่ของประชากรจริงจากข้อมูลสำรวจของกระทรวงคมนาคมโดยนำเสนอในรูปแบบค่าดัชนีการเปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเวลาฐานในช่วงสถานการณ์ปกติก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 ในประเทศ (ช่วงเวลาค่าฐานคือเดือนมกราคม 2563)(สำรวจข้อมูลเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2565)

ดัชนีการเดินทางบนเครือข่ายคมนาคม โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง



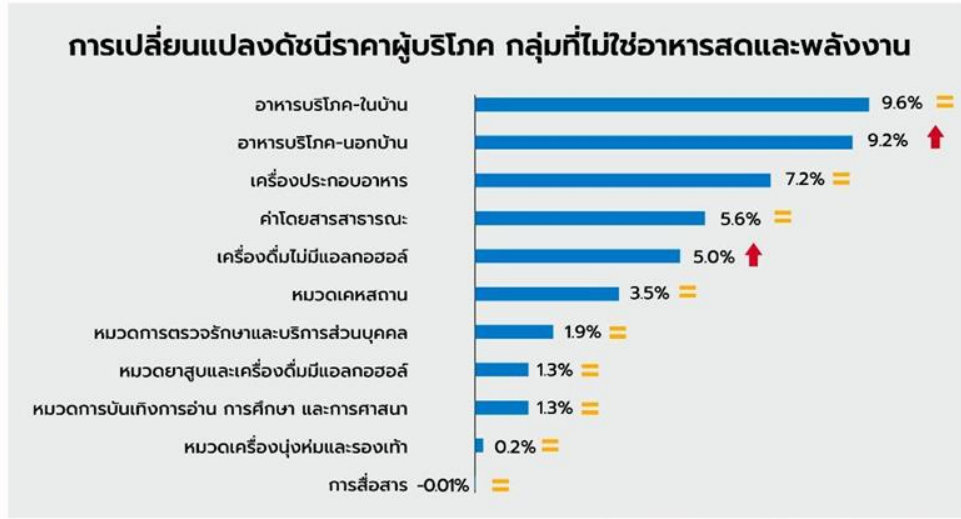
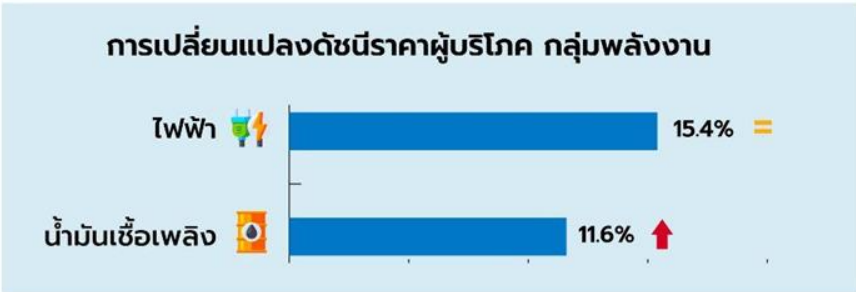
หมายเหตุ 1 ดัชนีการเดินทางบนโครงข่ายคมนาคม เป็นการคำนวณปริมาณการเคลื่อนที่ของประชากรจริงจากข้อมูลสำรวจของกระทรวงคมนาคม โดยแบ่งสัดส่วนการเดินทางเป็นการเดินทางภายในกรุงเทพฯ การเดินทางระหว่างจังหวัดในภูมิภาค และการเดินทางระหว่างประเทศ และแบ่งรูปแบบการเดินทางออกเป็น 4 ประเภท คือ ทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ โดยเปรียบเทียบในรูปแบบของค่าดัชนีการเปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเวลาฐานในช่วงสถานการณ์ปกติก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 ในประเทศ (ช่วงเวลาค่าฐานคือเดือนมกราคม 2563)

2 การเดินทางในแต่ละรูปแบบมีการบันทึกข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยการเดินทางภายในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลการเดินทางสาธารณะ (รถไฟฟ้า BTS, รถเมล์ ขสมก, เรือ, ฯลฯ) ส่วนการเดินทางระหว่างจังหวัดส่วนใหญ่เป็นข้อมูลการเดินทางของรถยนต์ที่ส่วนบุคคลและสาธารณะ และการเดินทางระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นข้อมูลจำนวนคนที่เดินทางเข้าออกประเทศ ซึ่งการคำนวณค่าดัชนีมีการทวนน้ำหนักตามปริมาณการเดินทางในช่วงเวลาฐาน

3.สำรวจข้อมูลเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2565

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป พ.ย. 2565 เพิ่มขึ้น 5.5% (YoY) โดยเป็นการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอลงติดกันเป็นเดือนที่ 3 และเมื่อเปรียบเทียบกับเดือนก่อนหน้าลดลง 0.13% (MoM) จากกลุ่มผักและผลไม้ที่ราคาเริ่มชะลอตัวลงเป็นสำคัญ ในขณะที่สินค้ากลุ่มอื่นที่ไม่ใช่อาหารสด ยังปรับเพิ่มขึ้นและอยู่ในระดับสูง

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภครายการสินค้าสำคัญ เดือน พฤศจิกายน 2565
หน่วย : %YoY



↓ ดัชนีปรับตัวลดลง (ลดลงมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว

= ดัชนีทรงตัว (เปลี่ยนแปลงระหว่าง -0.3% ถึง +0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว

↑ ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น (สูงขึ้นมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว



ที่มา : ดัชนีราคาผู้บริโภค,กระทรวงพาณิชย์

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิตรายการสินค้าสำคัญ เดือน พฤศจิกายน 2565
หน่วย : %YoY

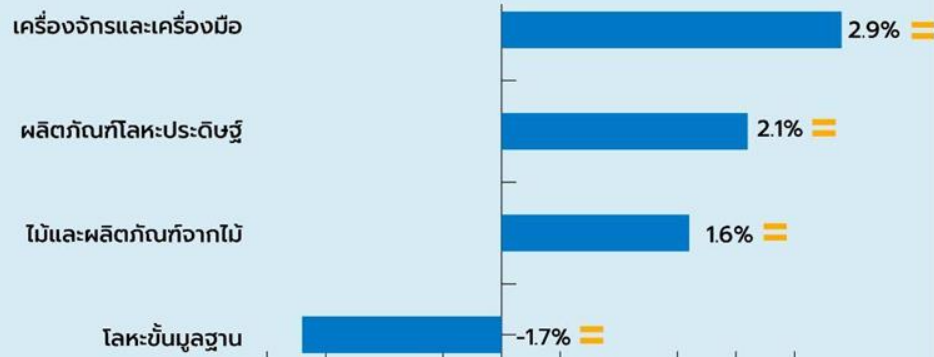
การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต อื่นๆ



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มสินค้าอุตสาหกรรม และวัสดุก่อสร้าง



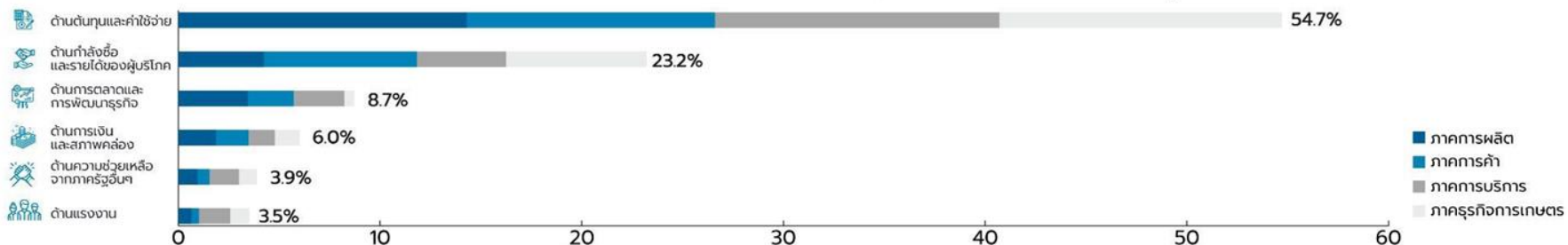
	ดัชนีปรับตัวลดลง (ลดลงมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
	ดัชนีทรงตัว (เปลี่ยนแปลงระหว่าง -0.3% ถึง +0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
	ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น (สูงขึ้นมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว



ที่มา : ดัชนีราคาผู้ผลิต,กระทรวงพาณิชย์

MSME กว่าร้อยละ 50 ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือด้านต้นทุน และค่าใช้จ่ายมากที่สุด โดยเฉพาะการลดอัตราค่าสาธารณูปโภค ส่วนด้านกำลังซื้อและรายได้ของผู้บริโภค MSME ต้องการให้ภาครัฐส่งเสริมมาตรการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดอื่นๆในแต่ละภูมิภาค เพื่อกระตุ้นให้เกิดการใช้รายไปยิ่งธุรกิจรายเล็ก

ความช่วยเหลือที่ MSME ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด



รูปแบบความช่วยเหลือที่ต้องการในแต่ละด้านสำคัญ

ด้านต้นทุน/ค่าใช้จ่าย

- ลดอัตราการเก็บค่าสาธารณูปโภค
- ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ
- ลดราคาน้ำมันเชื้อเพลิง
- ลดหย่อนภาษี
- ควบคุมค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำให้ไปตามภาวะเศรษฐกิจ

ด้านกำลังซื้อ และรายได้ของผู้บริโภค

- มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศ โดยเฉพาะกลุ่มจังหวัดเมืองรอง
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ
- ขยายโครงการเราชนะอีกครั้ง
- ขยายโครงการและเพิ่มวงเงินโครงการคนละครึ่ง
- ส่งเสริมการสร้างรายได้และอาชีพให้กับแรงงาน
- ขยายโครงการเราเที่ยวด้วยกัน

ด้านการตลาด และการพัฒนาธุรกิจ

- ปรับเงื่อนไขหรือข้อกำหนดที่เอื้อต่อการพัฒนาธุรกิจรายเล็ก
- ประชาสัมพันธ์และโปรโมทธุรกิจรายเล็กในตลาด
- ส่งเสริมความรู้ในการต่อยอดธุรกิจ
- ผลักดันให้ธุรกิจรายเล็กมีตลาดส่งออก
- ส่งเสริมความรู้ในการทำตลาด
- ส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ SME

ด้านอื่นๆ

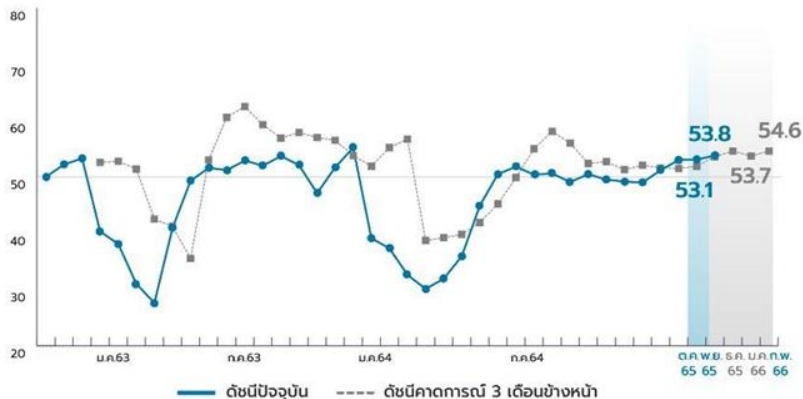
- ควบคุมค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำให้ไปตามภาวะเศรษฐกิจ
- ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้
- ส่งเสริมความรู้ในการจัดการด้านการเงินธุรกิจ
 - มาตรการช่วยเหลือธุรกิจแต่ละประเภทอย่างชัดเจน
- ส่งเสริมการเพิ่มทักษะและความเชี่ยวชาญเฉพาะให้กับแรงงาน
- ส่งเสริมการนำเข้าแรงงานต่างด้าว

ดัชนีเชื่อมั่น

ผู้ประกอบการ SME (SMESI)

เดือนพฤศจิกายน 2565

*เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 19-30 พฤศจิกายน 2565 จากผู้ประกอบการ SME 2,684 ราย จาก 25 สาขาธุรกิจ ใน 6 ภูมิภาค



ดัชนีปัจจุบัน

ความเชื่อมั่นฯ SME ปัจจุบันเพิ่มขึ้นต่อเนื่องจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้นเกือบเป็นปกติ โดยเฉพาะกำลังซื้อของภาคการท่องเที่ยว และภาคการค้า ที่ขยายตัวชัดเจนตามจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างชาติ รวมถึงสถานการณ์ทางด้านต้นทุนธุรกิจที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น จากราคาส่งงาน และวัตถุดิบ เป็นสำคัญ

ดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า

แนวโน้มดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวเพิ่มขึ้นในทุกภูมิภาค จากการคาดการณ์การขยายตัวของนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นอีกเมื่อเทียบกับปัจจุบัน รวมถึงสัญญาณบวกจากแนวโน้มต้นทุนธุรกิจ ทำให้คลายกังวลต่อค่าครองชีพและกำลังซื้อของผู้บริโภคในอนาคต



SMESI จำแนกตามภูมิภาค



ภาคเหนือ
เศรษฐกิจขยายตัวจากการท่องเที่ยว และภาคการค้า เนื่องจากเข้าฤดูการท่องเที่ยวของพื้นที่ ทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่งผลดีกับสาขาโรงแรม คาเฟ่และร้านอาหาร เป็นต้น

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
เศรษฐกิจชะลอตัวจากเดือนก่อนหน้า จากการที่งานเทศกาลประเพณีส่วนใหญ่สิ้นสุดลง ทำให้กำลังซื้อในสาขาโรงแรม ร้านอาหาร และสินค้าประเภทของฝากของที่ระลึกชะลอตัวลง

ภาคกลาง
สถานการณ์ดีขึ้นเพื่อที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น ทำให้ทรงจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่เริ่มฟื้นตัว ซึ่งส่งผลดีกับภาคการค้าโดยเฉพาะค้าปลีก อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการร้านอาหารยังมีความกังวลต้นทุน โดยเฉพาะธุรกิจที่พึ่งพาวัตถุดิบ

ภาคตะวันออก
กำลังซื้อชะลอตัวลงในสาขาสินค้าประเภทเสื้อผ้า รองเท้าเครื่องสำอาง และบริการซ่อมบำรุง เป็นสำคัญ รวมถึงผู้ประกอบการมีความกังวลต้นทุน โดยเฉพาะค่าขนส่ง และค่าไฟ

ภาคใต้
กำลังซื้อเพิ่มขึ้นอย่างมากในภาคการท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยังขยายตัวชัดเจน รวมถึงนักท่องเที่ยวเข้ามาล้น และเริ่มสร้างคุณภาพดีให้จากต่างประเทศเข้ามาในพื้นที่จำนวนมาก ส่งผลดีต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งภาคการค้าและบริการ

กรุงเทพฯ และปริมณฑล
กำลังซื้อชะลอตัวเล็กน้อย จากการการค้าและการขนส่งโดยผู้บริโภคนำการปรับพฤติกรรมเรื่องการจัดซื้อสินค้ามากขึ้น ในส่วนของสาขาโรงแรมที่พักมีการขยายตัวชัดเจน รวมถึงธุรกิจท่องเที่ยวที่มียอดจองท่องเที่ยวไปต่างประเทศเพิ่มขึ้น



ดัชนี SMESI มีค่าสูงสุดเท่ากับ 100 สมมติฐานเท่ากับ 50
 ดัชนี > 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "ดีขึ้น" จากเดือนก่อนหน้า
 ดัชนี = 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "ทรงตัว" จากเดือนก่อนหน้า
 ดัชนี < 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "ลดลง" จากเดือนก่อนหน้า