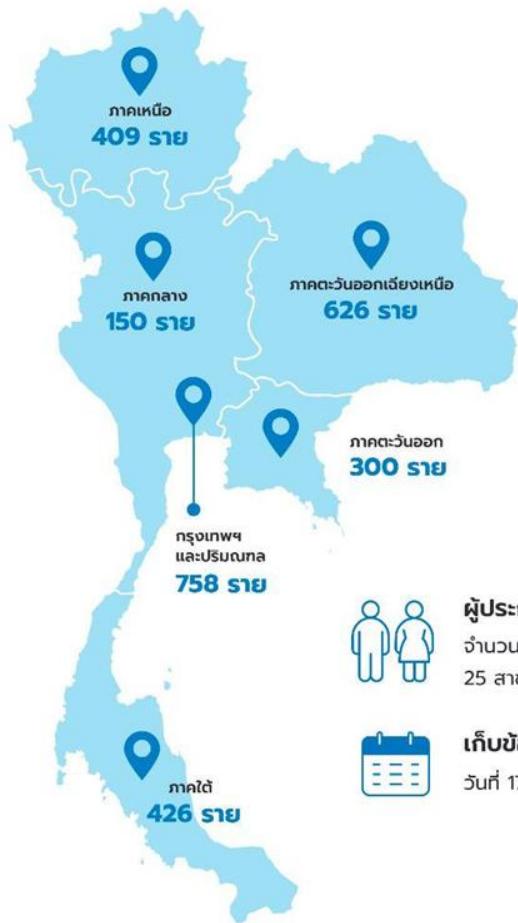


ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME

ประจำเดือน มีนาคม 2566



ผู้ประกอบการ SME

จำนวน 2,670 ราย

25 สาขาธุรกิจ



เก็บข้อมูลระหว่าง

วันที่ 17-25 มีนาคม 2566

สัดส่วนการเก็บข้อมูล

39.8% ภาคการผลิต
จำนวน 796 ราย



28.6% ภาคการค้า
จำนวน 763 ราย



38.0% ภาคการบริการ
จำนวน 1,015 ราย



3.6% ภาคการเกษตร
จำนวน 95 ราย



สัดส่วนกลุ่มตัวอย่าง



83.0%

MICRO



13.9%

SMALL



3.1%

MEDIUM

กลุ่มตัวอย่างธุรกิจ



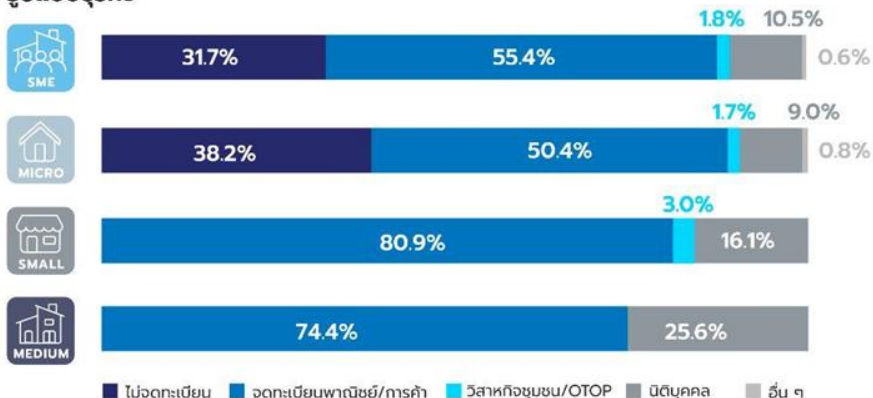
จำนวนแรงงานเฉลี่ย



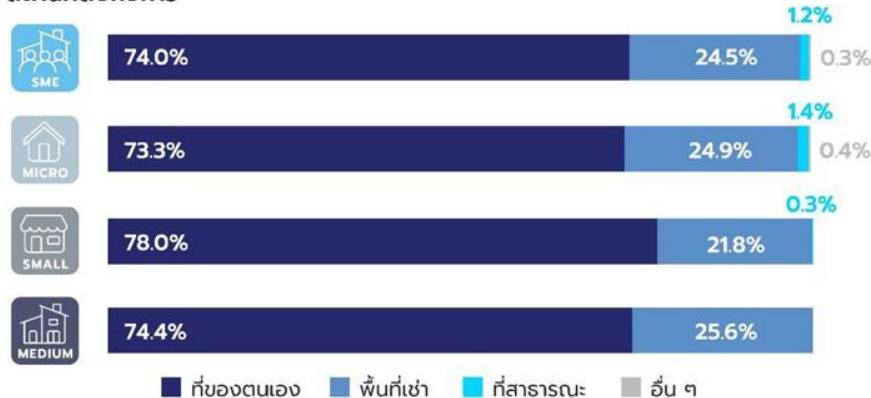
สัดส่วนการส่งออก



รูปแบบธุรกิจ



สถานที่ตั้งกิจการ

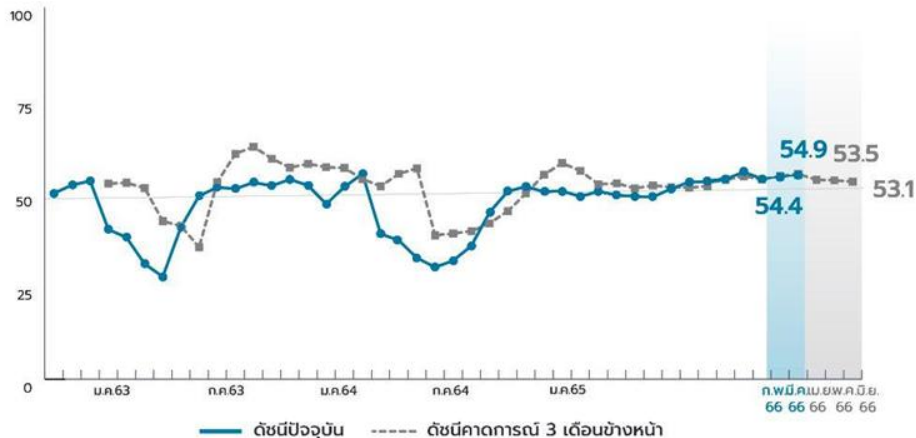


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน มีนาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) ปรับเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว รวมถึงภาคการผลิตโดยเฉพาะกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และเสื้อผ้า

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SME ประเทศไทย

หน่วย : ดัชนี



ภาพรวมเศรษฐกิจยังคงขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยมาจากกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องและนักท่องเที่ยวคนไทยที่ได้โอนเงินสดจากมาตรการโครงการเราเที่ยวด้วยกัน เฟส 5 ที่เริ่มใช้ในเดือนแรก และภาคการผลิตก็เริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัว โดยเฉพาะกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม และเสื้อผ้า รวมถึงภาคการค้าส่งที่มียอดขายเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการในช่วงเทศกาลในเดือนถัดไป

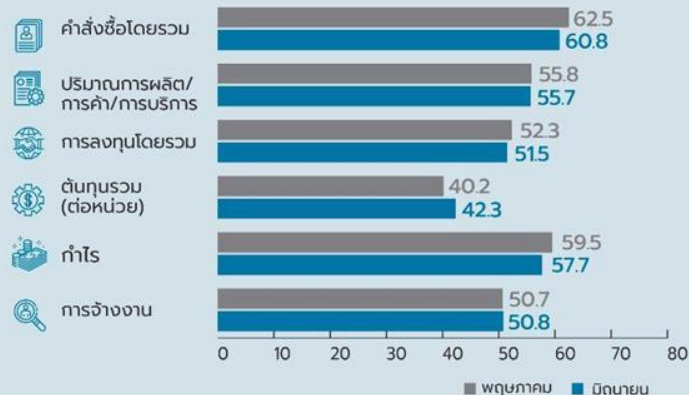
ดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวลดลง แต่ยังคงอยู่ในช่วงความเชื่อมั่น เนื่องจากยังมีความกังวลต่อต้นทุนและค่าครองชีพ โดยเฉพาะค่าไฟฟ้าที่ยังคงอยู่ในระดับที่สูง รวมถึงไม่แน่ใจต่อสถานการณ์เศรษฐกิจในช่วงหลังการเลือกตั้งอีกด้วย

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน มีนาคม 2566

ดัชนีองค์ประกอบปัจจุบันรวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ

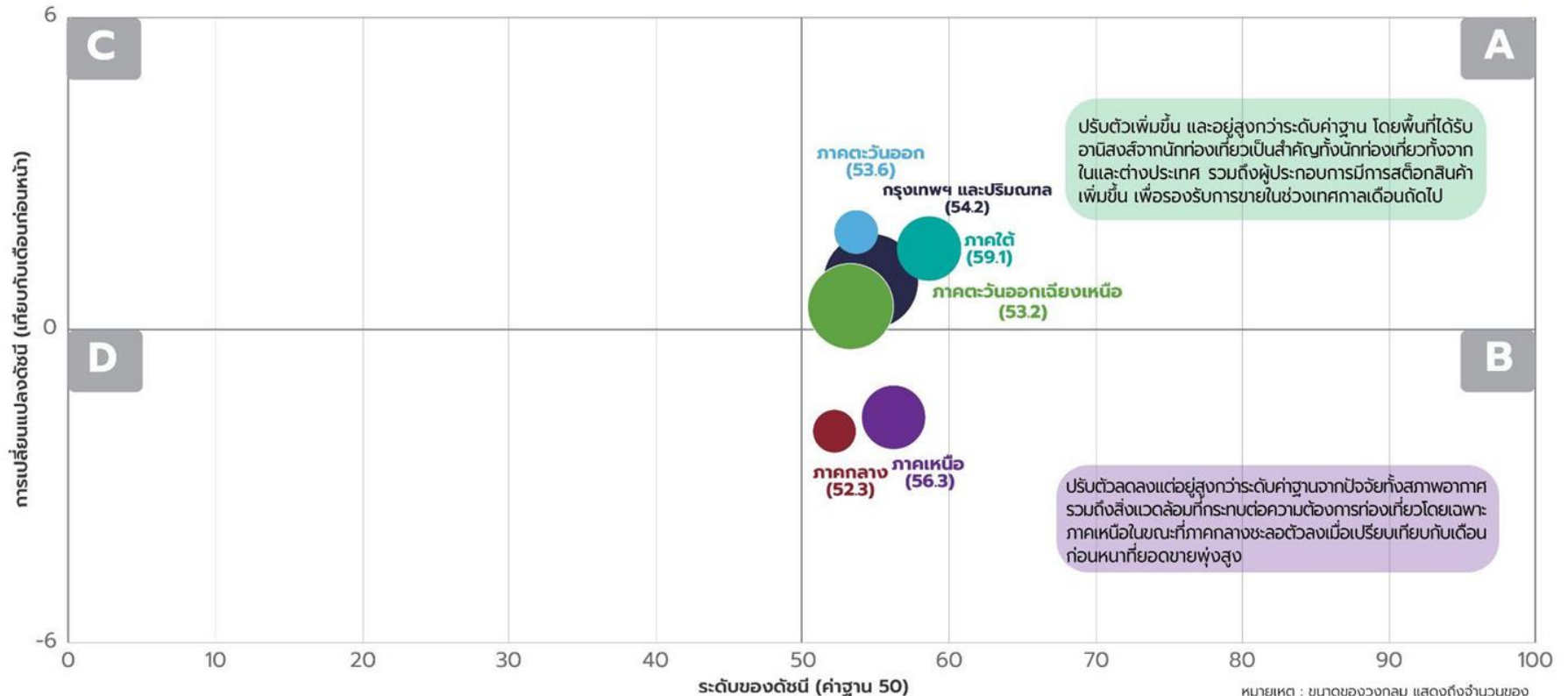


ดัชนีองค์ประกอบคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า รวมภาคธุรกิจ รวมประเทศ



การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) รายภูมิภาค

“ภูมิภาคทั้งหมดมีระดับความเชื่อมั่นอยู่สูงกว่าระดับค่าฐาน รวมถึงเกือบทั้งหมดปรับเพิ่มขึ้น จากกำลังซื้อที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะภูมิภาคที่ได้รับอานิสงส์จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ”



หมายเหตุ : ขนาดของวงกลม แสดงถึงจำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่เก็บเพื่อใช้คำนวณดัชนี SMESI

ดัชนีความเชื่อมั่นฯ (SMESI) และแนวโน้มธุรกิจ SME รายภูมิภาค



ภาคตะวันออก



ภาคธุรกิจยังขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการเริ่มมีการสต็อกสินค้าคงคลังเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนถัดไป ซึ่งเป็นผลดีกับกลุ่มค้าส่ง รวมถึงภาคการผลิตที่มีส่งสินค้าขายให้กับผู้ค้ารายอื่น เช่น การผลิตไม้และเฟอร์นิเจอร์ รวมถึงผลิตภัณฑ์จากโลหะ



ภาคใต้



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะจากรัสเซีย สิงคโปร์ และจีน อีกทั้งนักท่องเที่ยวไทยที่ได้โอนสิทธิ์จากโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 5 มากระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่อย่างมาก ส่งผลบวกกับธุรกิจภาคการผลิตที่กลุ่มอาหารและเสื้อผ้า รวมถึงกลุ่มบริการขนาดและสปา



กรุงเทพฯ และปริมณฑล



ภาคการท่องเที่ยวยังขยายตัวต่อเนื่องและมีการจองล่วงหน้าในช่วงเทศกาลในเดือนถัดไป รวมถึงธุรกิจก่อสร้างและร้านค้าวัสดุก่อสร้างที่ขยายตัวจากความต้องการปรับปรุงและขยายสถานที่เพื่อรองรับการขยายตัวของภาคท่องเที่ยว



ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ทั้งผลิตอาหาร และร้านอาหาร มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากคำสั่งซื้อในรูปแบบขายส่งของอาหารอีสานที่สามารถเก็บได้หลายวัน เช่น กุนเชียง หม่อม และปลาร้า รวมถึงผลดีจากต้นทุนวัตถุดิบที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลง



ภาคเหนือ



จากปัจจัยฤดูกาลที่ร้อนจัด รวมถึงปัญหาฝุ่น PM 2.5 ส่งผลลบต่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวคนไทย และเศรษฐกิจในพื้นที่ อย่างไรก็ตามพื้นที่ยังมีกำลังซื้อเสริมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ยังคงเพิ่มขึ้นอยู่ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน



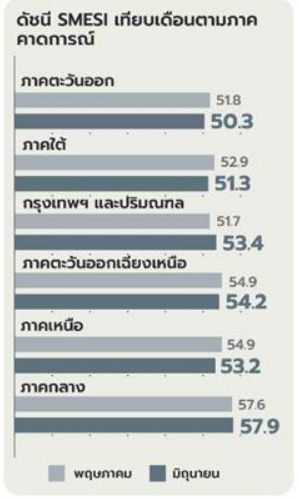
ภาคกลาง



แม้ความเชื่อมั่นฯ จะปรับตัวลดลง เป็นผลมาจากภาคการผลิต โดยเฉพาะกลุ่มผลิตอาหาร รวมถึงผลิตภัณฑ์จากโลหะและยาง ที่ชะลอตัวลงหลังจากที่ปรับตัวพุ่งสูงอย่างมากในเดือนก่อนหน้า แต่สถานการณ์ด้านต้นทุนในพื้นที่ที่มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น แม้จะยังอยู่ในระดับสูงก็ตาม

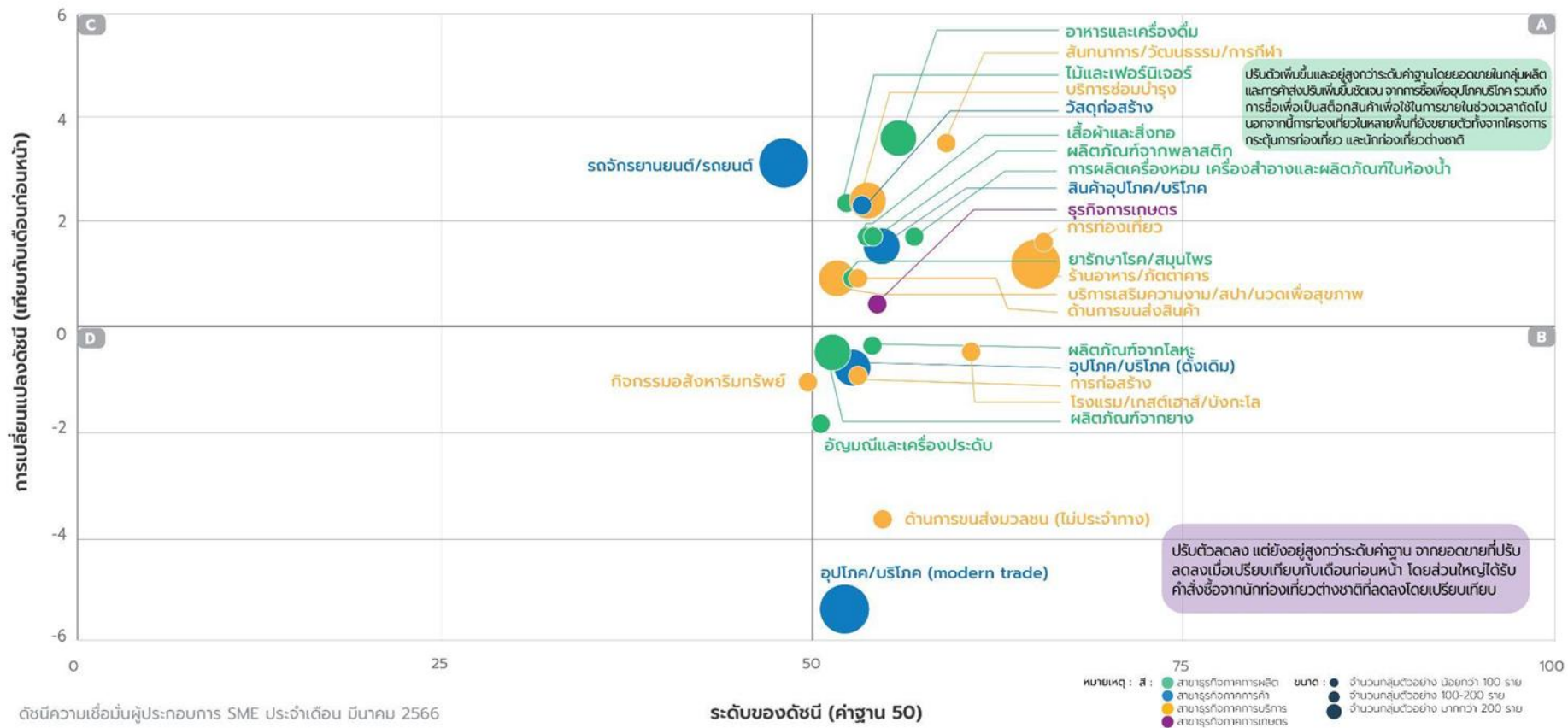


หมายเหตุ : ตัวเลขการเปลี่ยนแปลงคิดเทียบจากเดือนก่อนหน้า (MoM)



การเปลี่ยนแปลงและค่าระดับดัชนีความเชื่อมั่นฯ MSME รายสาขาธุรกิจ

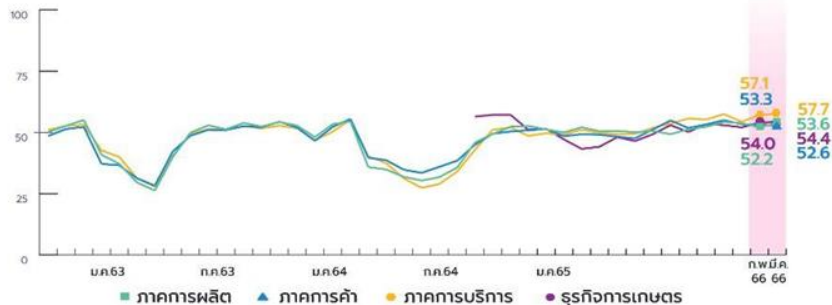
“สาขาธุรกิจส่วนใหญ่ยังอยู่สูงกว่าค่าฐาน โดยเฉพาะกับภาคการผลิต และการค้าส่ง
จากการซื้อเพื่อสต็อกสินค้า รวมถึงยังได้รับกำลังซื้อเพิ่มเติมจากโครงการสนับสนุนการท่องเที่ยว”



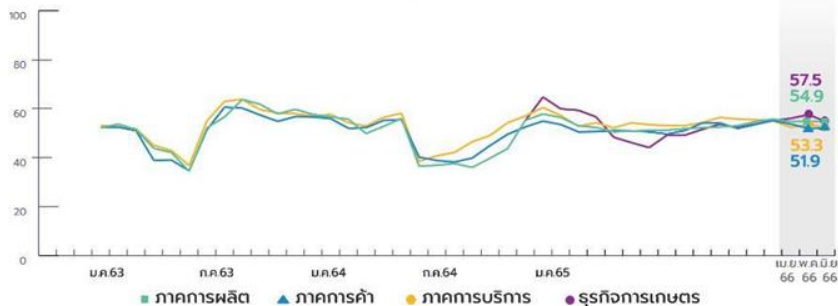
ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ภาคธุรกิจ

“การผลิต การบริการ และการเกษตรยังขยายตัว จากปัจจัยหลักทางด้านกำลังซื้อ และราคาสินค้าต้นทุนที่ปรับตัวดีขึ้น”

ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคธุรกิจ คาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า



หมายเหตุ: มีการเพิ่มสาขาธุรกิจภาคการผลิตและเริ่มมีข้อมูลตั้งแต่เดือน ต.ค. 64 ได้แก่ ผลิตภัณฑืยาง ผลิตภัณฑืพลาสติก ยารักษาโรค/สมุนไพร อัญมณี และเครื่องประดับ การผลิตเครื่องหอม เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑืในท้องถิ่น และบริการซ่อมบำรุง

ภาคการผลิต ↑1.4



ภาคการผลิตขยายตัว โดยยอดขายเพิ่มขึ้นทั้งจากกลุ่มสินค้าอาหารและสินค้าอุปโภค โดยมีกำลังซื้อมาจากทั้งผู้บริโภคและลูกค้าที่ซื้อมาขายไป นอกจากนี้ยังได้ปัจจัยบวกจากราคาสินค้าต้นทุนหลายรายการที่ปรับตัวดีขึ้น

ภาคการค้า ↓-0.7



ภาคการค้าโดยภาพรวมชะลอตัวลงจากในหลายพื้นที่ที่มีกำลังซื้อลดลงโดยเปรียบเทียบกับเดือนก่อนหน้า แต่อย่างไรก็ตาม ภาคการค้าส่งปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากลูกค้ามีการซื้อสินค้าเพื่อนำไปสต็อกสินค้าเพิ่มมากขึ้นเพื่อรองรับการขายในช่วงสงกรานต์

ภาคการบริการ ↑0.5



ภาคการบริการที่ได้รับอานิสงส์จากโครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” รวมถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้น เช่น กลุ่มการท่องเที่ยว และร้านอาหาร ยังขยายตัว นอกจากนี้กลุ่มสินค้านานาชาติ รวมถึงกลุ่มร้านสะดวกและสปา ก็ปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน

ภาคการเกษตร ↑0.4

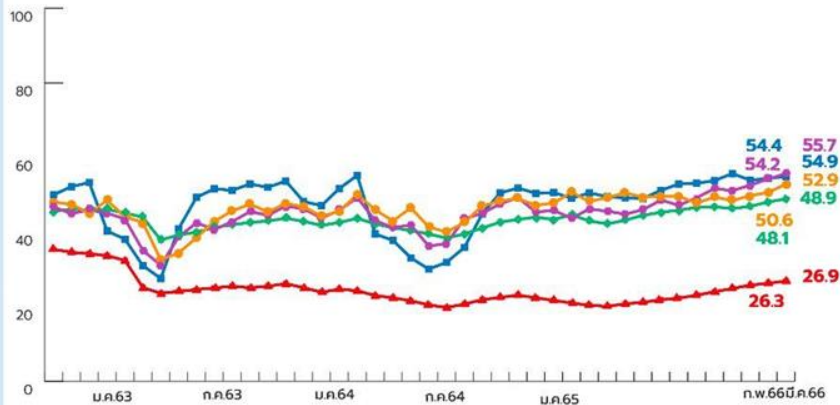


ภาคการเกษตรขยายตัว จากปัจจัยบวกทั้งด้านราคาขายที่ปรับสูงขึ้น ทั้งกลุ่มสินค้าพืชไร่ รวมถึงผักและผลไม้ ในขณะที่ราคาสินค้าต้นทุน เช่น ปุ๋ยปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน

การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนีอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

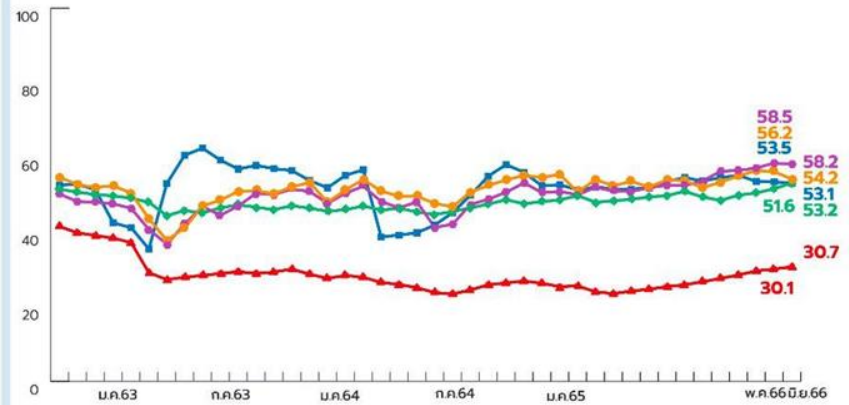
เปรียบเทียบความเชื่อมั่น **SMESI** และดัชนีอื่น ๆ (ปัจจุบัน)

หน่วย : ดัชนี



เปรียบเทียบความเชื่อมั่น **SMESI** และดัชนีอื่น ๆ (อนาคต)

หน่วย : ดัชนี



ดัชนี	SMESI ■	BSI ●	CCI ม.หอการค้า ▲	CCI กระทรวงพาณิชย์ ●	TISI ◆
ปัจจุบัน	▲	▲	▲	▲	▲
คาดการณ์	▼	▼	▲	▼	▲

หมายเหตุ 1) ทุกดัชนีเป็นค่า Sentiment เหมือนกัน แต่มีวิธีการเก็บและคำนวณที่องค์ประกอบ กลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน

3) BSI ดัชนีความเชื่อมั่นภาคธุรกิจโดยกลุ่มตัวอย่างมาจากการสุ่มทั้งจากในตลาดหลักทรัพย์และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า

5) CCI กระทรวงพาณิชย์ ปัจจุบันเป็น CCI กลุ่มผู้ประกอบการ ส่วนคาดการณ์ (อนาคต) เป็นข้อมูลของครัวเรือนของผู้บริโภค

7) ดัชนี TISI ถูกปรับค่าฐานเป็น 50

2) SMESI ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SMEs ที่เน้นรายย่อย (Micro) โดยคำนวณเปรียบเทียบกับเดือนก่อนหน้า

4) CCI ม.หอการค้า ดัชนีความเชื่อมั่นองค์กรร่วมของผู้บริโภค

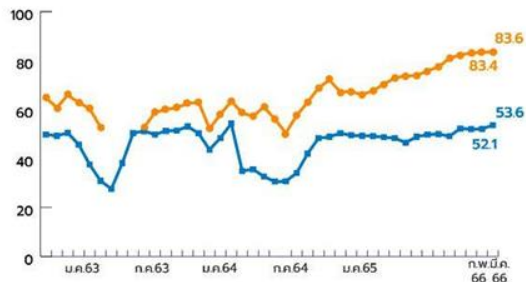
6) TISI ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมตั้งแต่ขนาดย่อมจนถึงขนาดใหญ่

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ประจำเดือน มีนาคม 2566

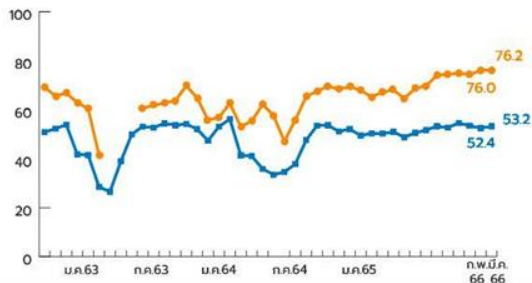
การเปรียบเทียบดัชนี SMESI กับดัชนี RSI



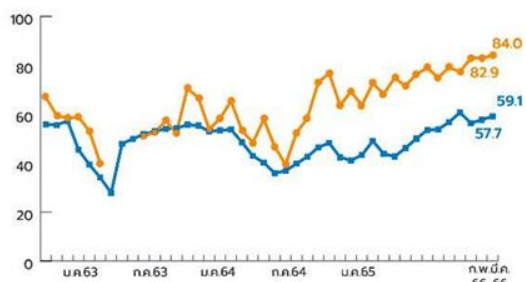
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออก



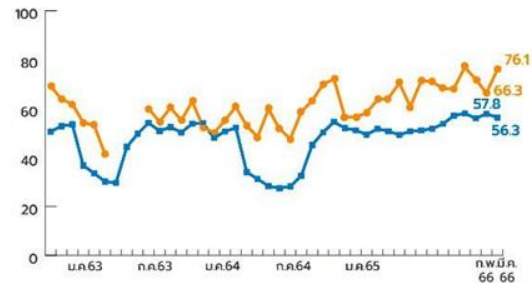
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ



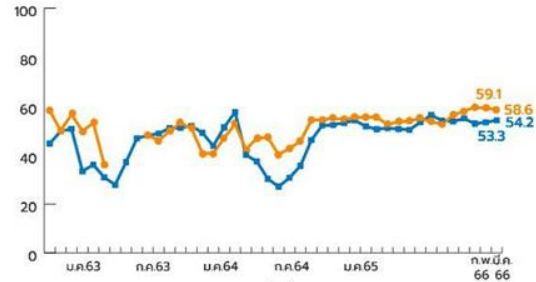
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคใต้



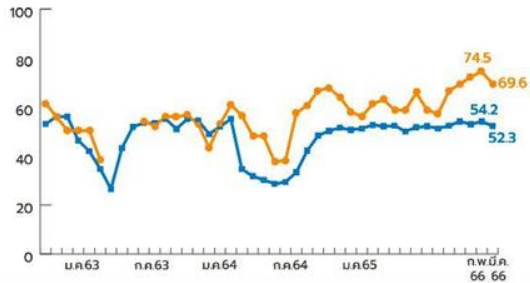
เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคเหนือ



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI กรุงเทพฯ และปริมณฑล



เปรียบเทียบดัชนี RSI และดัชนีความเชื่อมั่น SMESI ภาคกลาง



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

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

ดัชนี SMESI ปรับเพิ่มขึ้น ตามการเดินทางระหว่างจังหวัดและต่างประเทศที่ยังเพิ่มขึ้น รวมถึงปัจจัยบวกจากสถานการณ์เงินเฟ้อที่ปรับตัวดีขึ้น ทั้งดัชนีราคาผู้ผลิตและผู้บริโภค

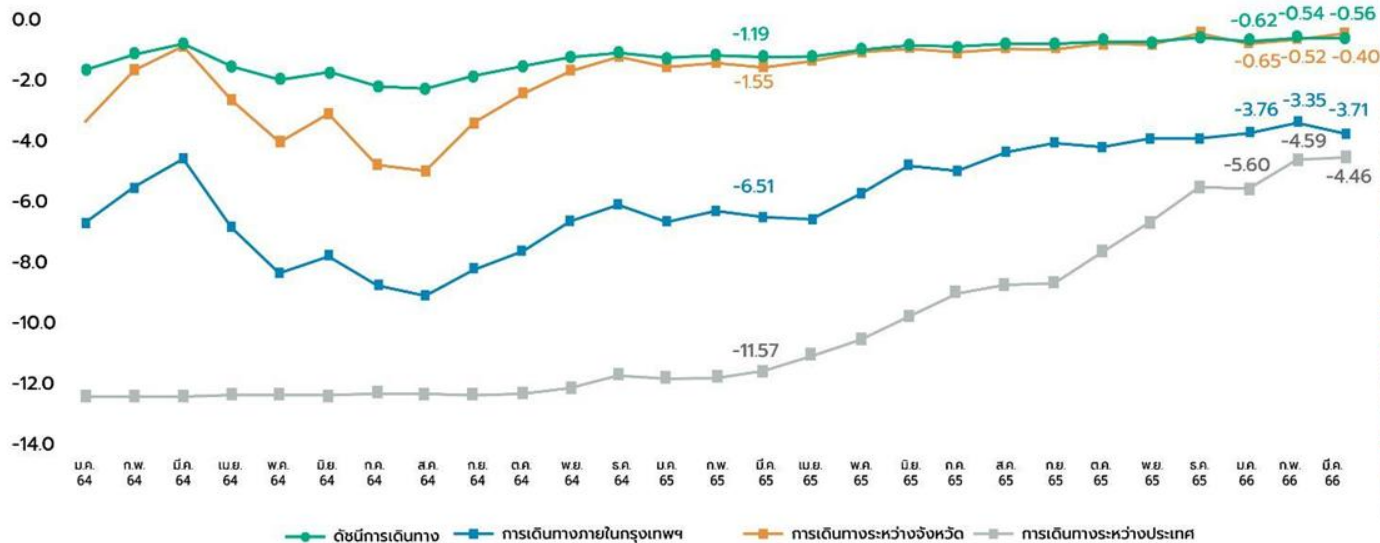


ที่มา:

- ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป รวมทุกรายการสินค้า ทั้งประเทศ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนมีนาคม 2566
- ดัชนีราคาผู้ผลิต รวมทุกรายการสินค้า ตั้งแต่เดือน มกราคม 2564 ถึงเดือนมีนาคม 2566
- ดัชนีการเดินทางบนโครงข่ายคมนาคม เป็นการคำนวณปริมาณการเคลื่อนที่ของประชากรจริงจากข้อมูลสำรวจของกระทรวงคมนาคมโดยนำเสนอในรูปแบบค่าดัชนีการเปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเวลาฐานในช่วงสถานการณ์ปกติก่อนเกิดการระบาดของ COVID-19 ในประเทศ (ช่วงเวลาค่าฐานคือเดือนมกราคม 2563) (สำรวจข้อมูลเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2566)

ดัชนีการเดินทางบนเครือข่ายคมนาคม โดยจำแนกตามวัตถุประสงค์การเดินทาง

หน่วย : ดัชนี

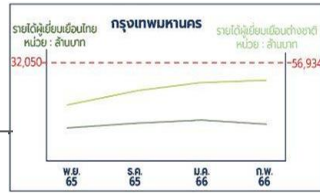
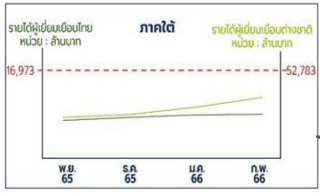
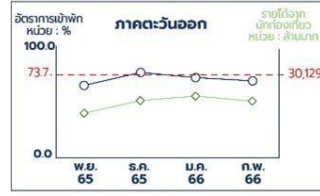
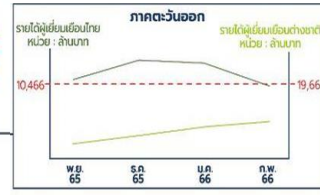
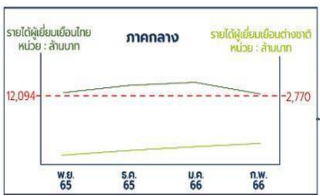
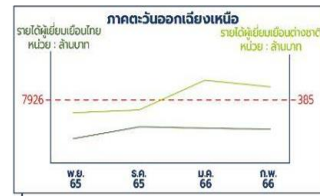
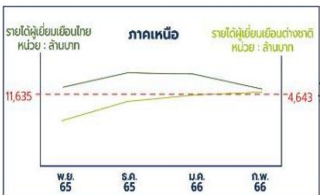


หมายเหตุ 1 ดัชนีการเดินทางบนโครงข่ายคมนาคม เป็นการคำนวณปริมาณการเคลื่อนที่ของประชากรจริงจากข้อมูลสำรวจของกระทรวงคมนาคม โดยแบ่งสัดส่วนการเดินทางเป็นการเดินทางภายในกรุงเทพฯ การเดินทางระหว่างจังหวัดในภูมิภาค และการเดินทางระหว่างประเทศ และแบ่งรูปแบบการเดินทางออกเป็น 4 ประเภท คือ ทางถนน ทางราง ทางน้ำ และทางอากาศ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

2 การเดินทางในแต่ละรูปแบบมีการบันทึกข้อมูลที่แตกต่างกัน โดยการเดินทางภายในกรุงเทพฯ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลการเดินทางสาธารณะ (รถไฟฟ้า BTS, รถเมย์ ขสมก, เรือ, ฯลฯ) ส่วนการเดินทางระหว่างจังหวัดส่วนใหญ่เป็นข้อมูลการเดินทางของรถยนต์ที่ส่วนบุคคลและสาธารณะ และการเดินทางระหว่างประเทศส่วนใหญ่เป็นข้อมูลจำนวนคนที่เดินทางเข้าออกประเทศ ซึ่งการคำนวณค่าดัชนีนี้มีการทวนน้ำหนักตามปริมาณการเดินทางในช่วงเวลาฐาน

3.สำรวจข้อมูลเมื่อวันที่ 2 มีนาคม 2566

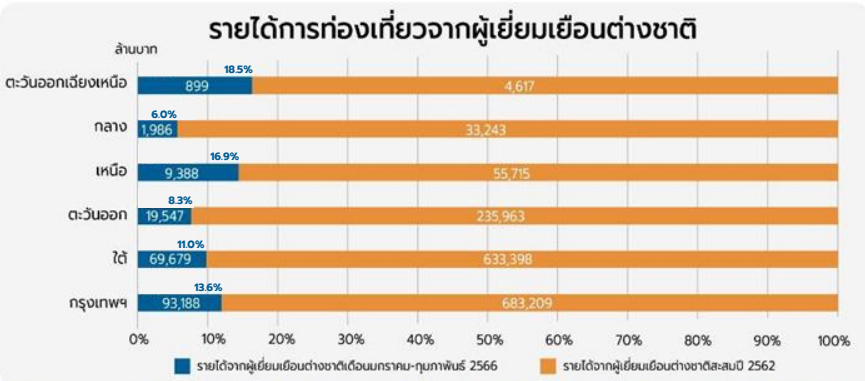
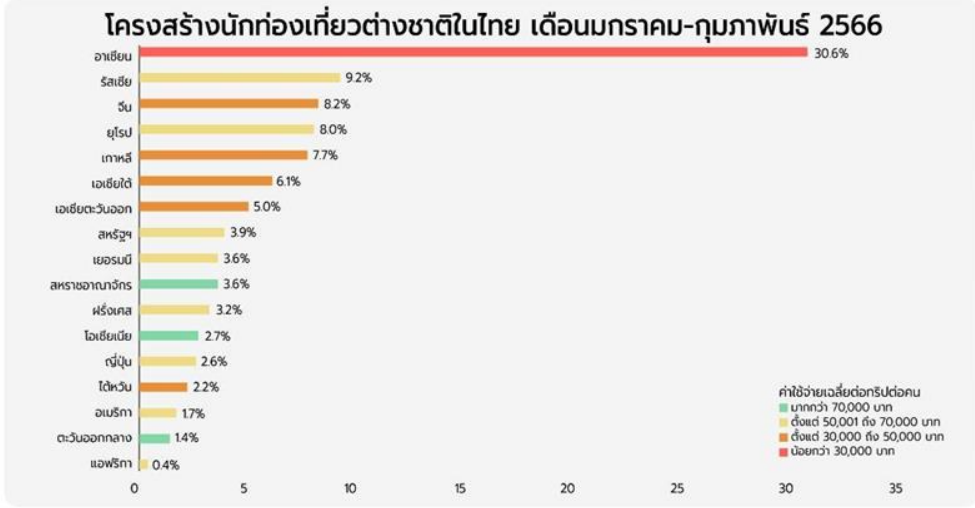
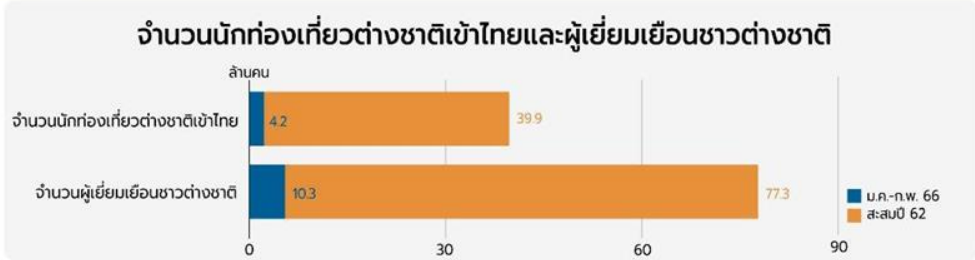
ภาพรวมการท่องเที่ยวในเกือบทุกภูมิภาคมีแนวโน้มฟื้นตัวดี โดยเฉพาะกับกลุ่มโรงแรมและที่พัก ส่วนรายได้การท่องเที่ยวจากผู้เยี่ยมเยือน มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติ



ฟื้นตัวได้ดี มากกว่า 80%
ฟื้นตัวค่อนข้างดี 60-80%
ฟื้นตัวค่อนข้างช้า น้อยกว่า 60%

การฟื้นตัวของอัตราการเข้าพัก
การฟื้นตัวของรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในไทยปี 2566 มีแนวโน้มฟื้นตัวดี แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวต่างชาติหลักที่เดินทางเข้ามาในไทย ยังเป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายน้อย



หมายเหตุ: 1) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทย คือ จำนวนคนต่างชาติที่เข้ามาในไทย ผ่านด่านตรวจคนเข้าเมือง
 2) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างชาติ คือ ผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และอื่น ๆ เช่น การเยี่ยมครอบครัว/ญาติ ทั้งที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน
 โดยเป็นการพักค้างในสถานพักแรม บ้านคนดี/บ้านเพื่อน และอื่น ๆ ซึ่งเป็นกรณีตามกิจกรรมการท่องเที่ยวแต่เพียงผู้เดียว ซึ่งอาจมีการนับซ้ำในบุคคลเดียวกัน
 3) ยุโรป เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ โอเชียเนีย อเมริกา และ ตะวันออกกลาง คือจำนวนรวมของทวีปนั้น โดยไม่ับรวมประเทศที่ถูกแบ่งไว้แล้ว
 4) โอเชียเนีย ประกอบด้วย ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

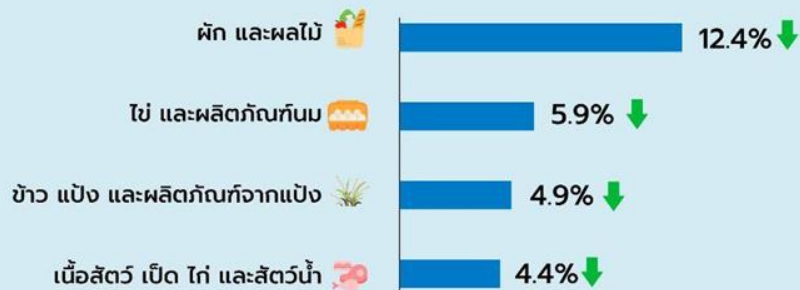
ที่มา : สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภครายการสินค้าสำคัญ เดือน มีนาคม 2566
หน่วย : %YoY

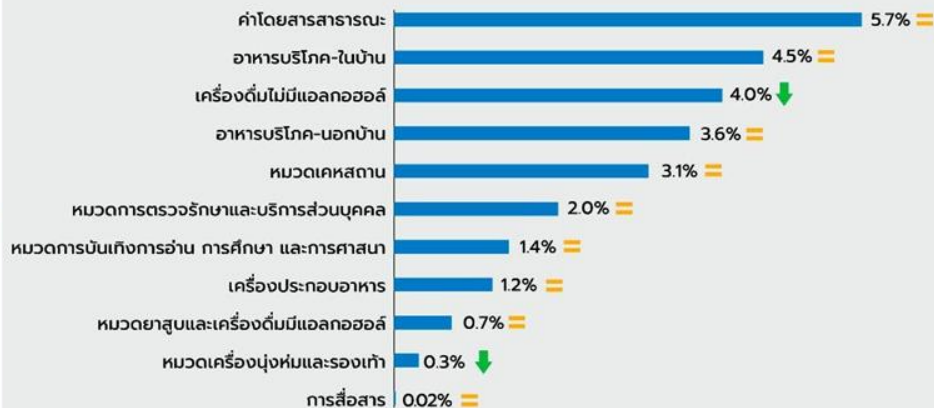
การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มพลังงาน



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มอาหารสด



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค กลุ่มที่ไม่ใช่อาหารสดและพลังงาน



↓ ดัชนีปรับตัวลดลง (ลดลงมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว

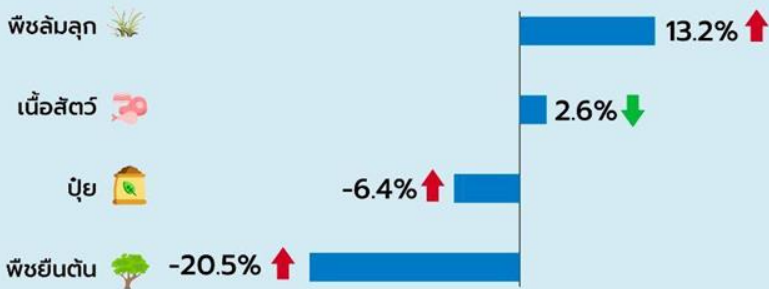
= ดัชนีทรงตัว (เปลี่ยนแปลงไประหว่าง -0.3% ถึง +0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว

↑ ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น (สูงขึ้นมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิตรายการสินค้าสำคัญ เดือน มีนาคม 2566
หน่วย : %YoY

การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต กลุ่มสินค้า
อุตสาหกรรม และวัสดุก่อสร้าง



การเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้ผลิต อื่น ๆ



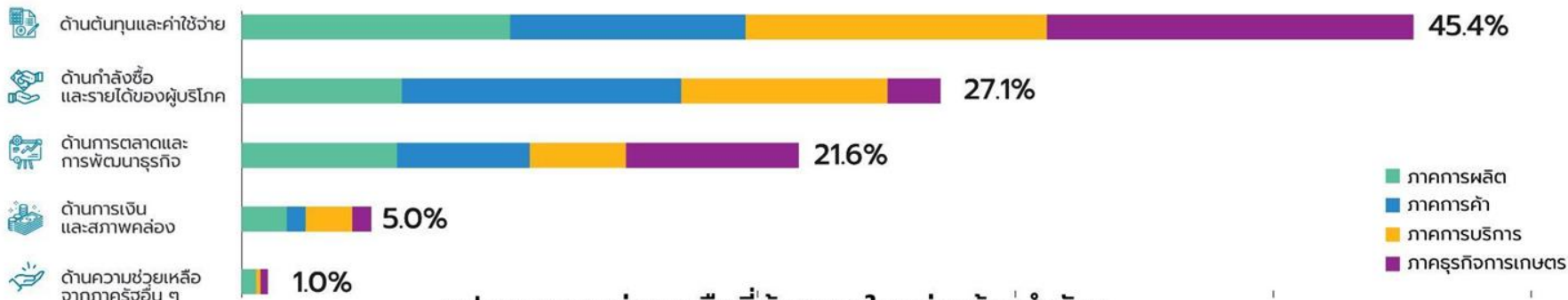
↓	ดัชนีปรับตัวลดลง (ลดลงมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
=	ดัชนีทรงตัว (เปลี่ยนแปลงไประหว่าง -0.3% ถึง +0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว
↑	ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น (สูงขึ้นมากกว่า 0.3%) เมื่อเทียบกับเดือนที่แล้ว



ที่มา : ดัชนีราคาผู้ผลิต,กระทรวงพาณิชย์

ความช่วยเหลือด้านต้นทุน และค่าใช้จ่ายยังเป็นปัญหาสำคัญที่ MSME ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือ รองลงมาคือ การขยายมาตรการกระตุ้นการใช้จ่าย โดยเฉพาะในกลุ่มโครงการเราชนะ/คนละครึ่ง รวมไปถึงโครงการเราเที่ยวด้วยกัน นอกจากนี้สัดส่วนความต้องการให้ช่วยเหลือด้านการตลาด และการพัฒนาธุรกิจเพิ่มขึ้น ตามการแข่งขันในตลาดที่สูงขึ้น

ความช่วยเหลือที่ MSME ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด



รูปแบบความช่วยเหลือที่ต้องการในแต่ละด้านสำคัญ

ด้านต้นทุน/ค่าใช้จ่าย

- ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ
- ลดค่าสาธารณูปโภค
- ควบคุมราคาน้ำมันเชื้อเพลิง
- ลดหย่อนภาษี
- เงินอุดหนุนค่าเช่า



ด้านกำลิ่งซื้อ และรายได้ของผู้บริโภค

- โครงการเราชนะ
- โครงการคนละครึ่ง
- มาตรการเราเที่ยวด้วยกัน



ด้านการตลาด และการพัฒนาธุรกิจ

- สนับสนุนการโปรโมทและการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ
- ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการขายให้ธุรกิจ
- เพิ่มการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการพัฒนาธุรกิจ
- ส่งเสริมทักษะ/ความเชี่ยวชาญเฉพาะสาขา
- ปรับข้อกำหนด/กฎหมายที่เอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจ
- ส่งเสริมการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์
- ส่งเสริมการจัดการแสดงสินค้า/เทศกาลในแต่ละพื้นที่

ด้านการเงินและสภาพคล่อง

- สินเชื่อ สำหรับธุรกิจรายเล็ก
- มาตรการพักชำระหนี้
- สินเชื่อรูปแบบระยะผ่อนนาน
- ปรับโครงสร้างหนี้



ด้านความช่วยเหลือจากภาครัฐอื่น ๆ

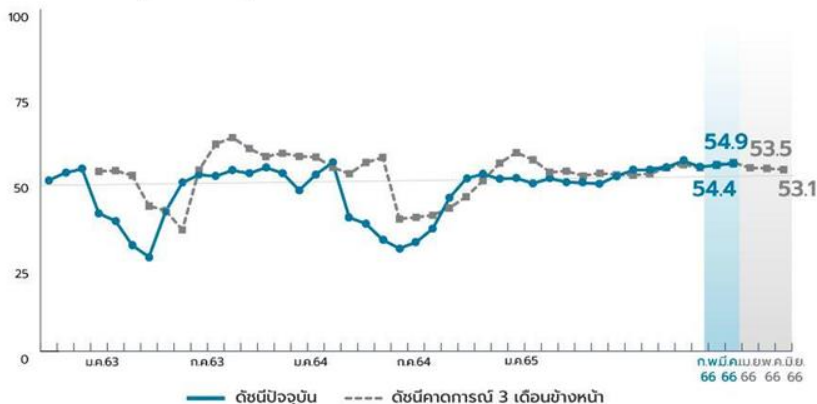
- ส่งเสริมการเพิ่มทักษะแรงงาน
- ส่งเสริมการนำเข้าแรงงานต่างด้าว
- ส่งเสริมการลงทุนในประเทศ



ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME (SMESI)

เดือนมีนาคม 2566

*เก็บข้อมูลระหว่างวันที่ 17-25 มีนาคม 2566 จากผู้ประกอบการ SME 2,670 ราย จาก 25 สาขาธุรกิจ ใน 6 ภูมิภาค



หมายเหตุ : ดัชนีความเชื่อมั่นฯ SMESI ทางธุรกิจ ปัจจุบัน

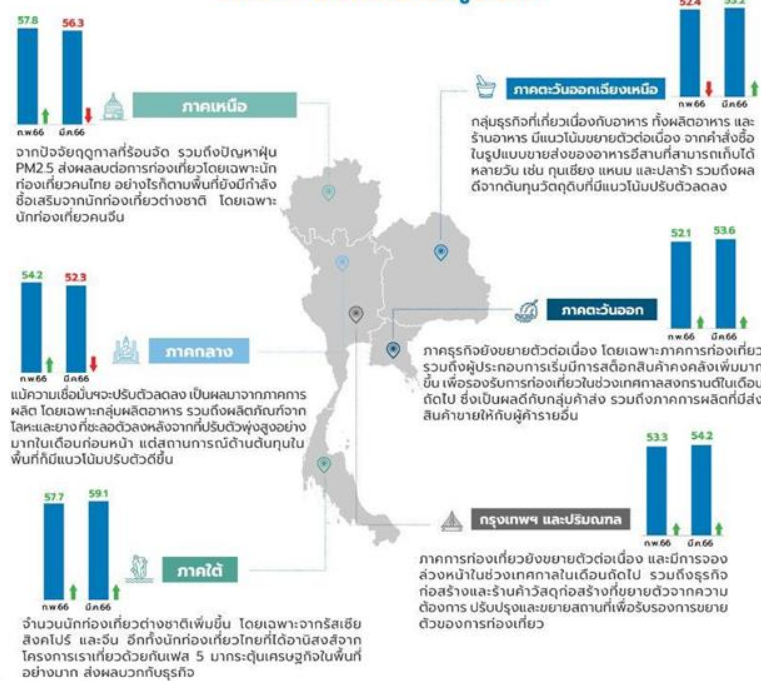
ดัชนีปัจจุบัน

ภาพรวมเศรษฐกิจยังคงขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยมาจากกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องและนักท่องเที่ยวคนไทยที่ได้อานิสงส์จากมาตรการโครงการเราเที่ยวด้วยกันพีเอส5ที่เริ่มใช้ในเดือนแรกและการผลิตที่เริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัว รวมถึงภาคการค้าส่งที่มียอดขายเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับกับความต้องการในช่วงเทศกาลในเดือนถัดไป

ดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้า

ดัชนีคาดการณ์ 3 เดือนข้างหน้าปรับตัวลดลง แต่ยังคงอยู่ในช่วงความเชื่อมั่นเนื่องจากยังมีความกังวลต่อต้นทุนและค่าครองชีพ โดยเฉพาะค่าไฟฟ้าที่ยังคงอยู่ในระดับที่สูงรวมถึงไม่แน่ใจต่อสถานการณ์เศรษฐกิจในช่วงหลังการเลือกตั้งอีกด้วย

SMESI จำแนกตามภูมิภาค



แนวโน้มความเชื่อมั่นจะปรับตัวลดลง เป็นผลมาจากการผลิต โดยเฉพาะกลุ่มผลิตอาหาร รวมถึงผลผลิตสินค้าจากโลกรและยางที่ชะลอตัวลงหลังจากที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างมากระหว่างเดือนก่อนหน้า แต่สถานการณ์ด้านต้นทุนในพื้นที่ที่เกี่ยวเนื่องปรับดีขึ้น

กลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ทั้งผลิตอาหาร และร้านอาหาร มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง จากคำสั่งซื้อในรูปแบบขายส่งของอาหารฮีสันที่สามารถเก็บได้หลายวัน เช่น กุ้งแช่เย็น และปลา รวมถึงผลดีจากดีมานด์ที่ฟื้นตัวขึ้นที่เม็ดเงินปรับตัวอย่างดี

ภาครัฐยังคงขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการเริ่มมีการสต็อกสินค้าคงคลังเพิ่มมากขึ้น เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ในเดือนถัดไป ซึ่งเป็นผลดีกับกลุ่มค้าส่ง รวมถึงจากการผลิตที่เพิ่มขึ้นค้าขายให้กับผู้ค้ารายอื่น

ภาคการท่องเที่ยวขยายตัวต่อเนื่อง และมีการก่อสร้างในพื้นที่ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ปีต่อไป รวมถึงธุรกิจก่อสร้างและค้าวัสดุก่อสร้างที่ยขยายตัวจากความต้องการ ปรับปรุงและขยายสถานที่เพื่อรองรับการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว



ดัชนี SMESI มีค่าสูงสุดเท่ากับ 100 และต่ำสุดเท่ากับ 50
 ดัชนี > 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "ดี" จากเดือนก่อนหน้า
 ดัชนี < 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "ทรุด" จากเดือนก่อนหน้า
 ดัชนี < 50 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ "ลดลง" จากเดือนก่อนหน้า