



ประเด็นที่น่าสนใจ

โครงสร้างต้นทุน และพฤติกรรมลูกค้าของ MSME ในปัจจุบัน

เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ MSME จำนวน 2,610 ราย จาก 6 ภูมิภาค ระหว่างวันที่ 22 - 31 สิงหาคม 2566

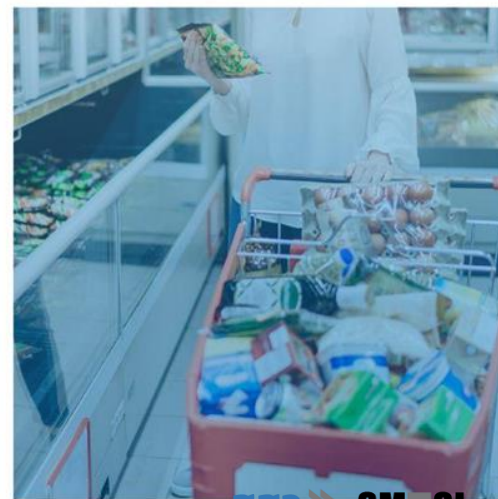
ภาพรวมต้นทุนเฉลี่ยปี 2566 (ม.ค - ส.ค)

สูงขึ้น

โดยเปรียบเทียบกับเฉลี่ยปี 2565

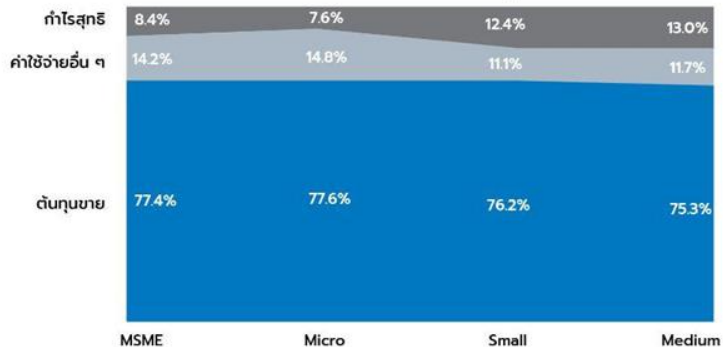
ต้นทุนสำคัญที่เพิ่มขึ้น

และกระทบ MSME มาก

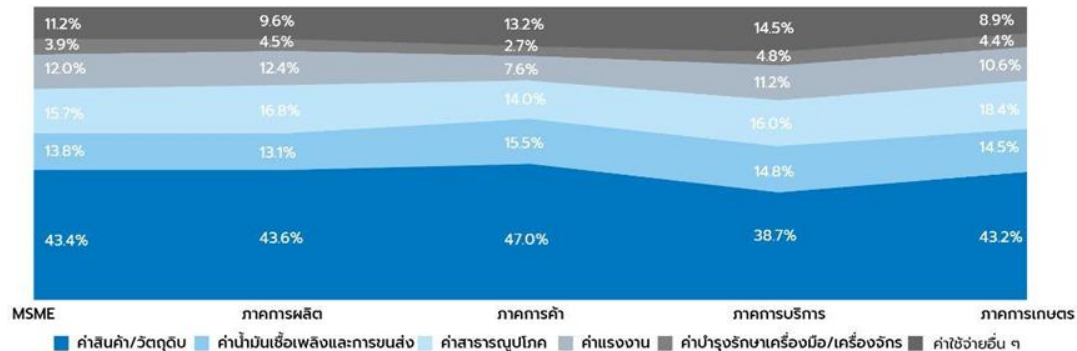


MSME ส่วนใหญ่มีสัดส่วนต้นทุนรวมต่อการขายสินค้าอยู่ที่ประมาณร้อยละ 90.0 โดยต้นทุนหลักอยู่ในหมวดสินค้า/วัตถุดิบ รองลงมาคือ หมวดน้ำมันเชื้อเพลิงและการขนส่ง ค่าสาธารณูปโภค และค่าแรง ตามลำดับ

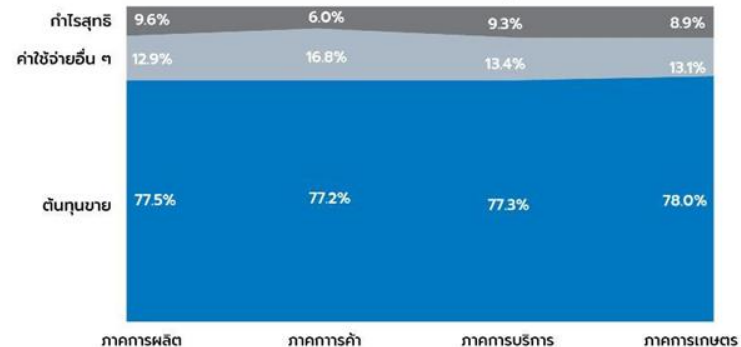
โครงสร้างทางการเงินของธุรกิจ MSME



โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจ MSME

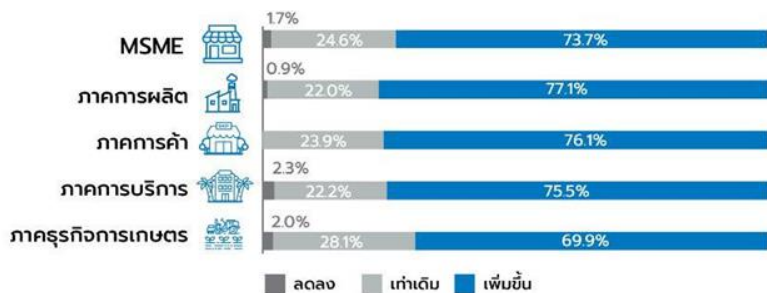


โครงสร้างทางการเงินของธุรกิจ MSME



สสว» ภาพรวม MSME ส่วนใหญ่เผชิญภาวะต้นทุนปรับเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยเปรียบเทียบ (ปี 2565) และ หมวดค่าสินค้า/SMESI วัตถุดิบ และค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าสาธารณูปโภค และค่าแรง เป็นรายการที่เพิ่มขึ้นมาก และกระทบทางลบสูง

ภาพรวมการเปลี่ยนแปลงต้นทุนธุรกิจ MSME ในปัจจุบัน เมื่อเทียบกับปี 2565



รายการต้นทุนที่ปรับเพิ่ม และส่งผลกระทบต่อทางลบมากที่สุดของธุรกิจ MSME



หมายเหตุ : รายการต้นทุนที่ส่งผลกระทบต่อทางลบมากที่สุด เป็นการหาค่าเฉลี่ยตัวงน้ำหนัก



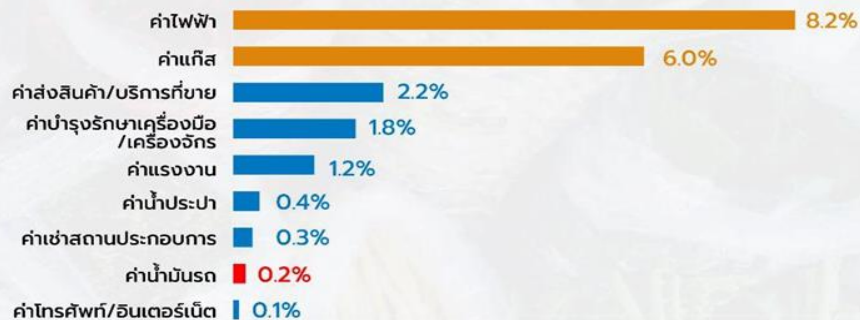
ต้นทุนวัตถุดิบปี 2566 มีอัตราเพิ่มขึ้น โดยเปรียบเทียบกับ ปี 2565 โดยเฉพาะกลุ่มผักสด ผลไม้สด รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่น ๆ หมวดแก๊ส ไฟฟ้า ตามลำดับ และกลุ่มพลังงานสูงขึ้นค่อนข้างเมื่อเทียบกับปีฐาน (2562)

อัตราการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนสินค้า/วัตถุดิบ และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ เดือนสิงหาคม ปี 2566 เทียบเดือนสิงหาคมปี 2565

อัตราการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มค่าสินค้า/วัตถุดิบ



อัตราการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มค่าใช้จ่ายอื่น ๆ



การเปลี่ยนแปลงของดัชนี โดยเป็นการเทียบกับปีฐาน (ปี 2562)

- ดัชนีราคากลุ่มสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า 20%
- ดัชนีราคากลุ่มสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้นมากกว่า 10%
- ดัชนีราคากลุ่มสินค้าปรับตัวเพิ่มขึ้นไม่เกิน 10%
- ดัชนีราคากลุ่มสินค้าปรับตัวลดลง

MSME ส่วนใหญ่มีจำนวนลูกค้าค่อนข้างทรงตัวต่อเนื่องจากปี 2565 แต่มี MSME ร้อยละ 31.8 ที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้น โดยเปรียบเทียบ (ปี 2565) โดยสาขาที่เพิ่มขึ้นชัดเจน ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่ได้รับอานิสงส์จากการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมทางสังคม

สถานการณ์จำนวนลูกค้าของธุรกิจ MSME ในปัจจุบัน เมื่อเทียบกับในปี 2565

MSME



ภาคการผลิต

เฉลี่ยเพิ่มขึ้น
26.5%

ภาคการค้า

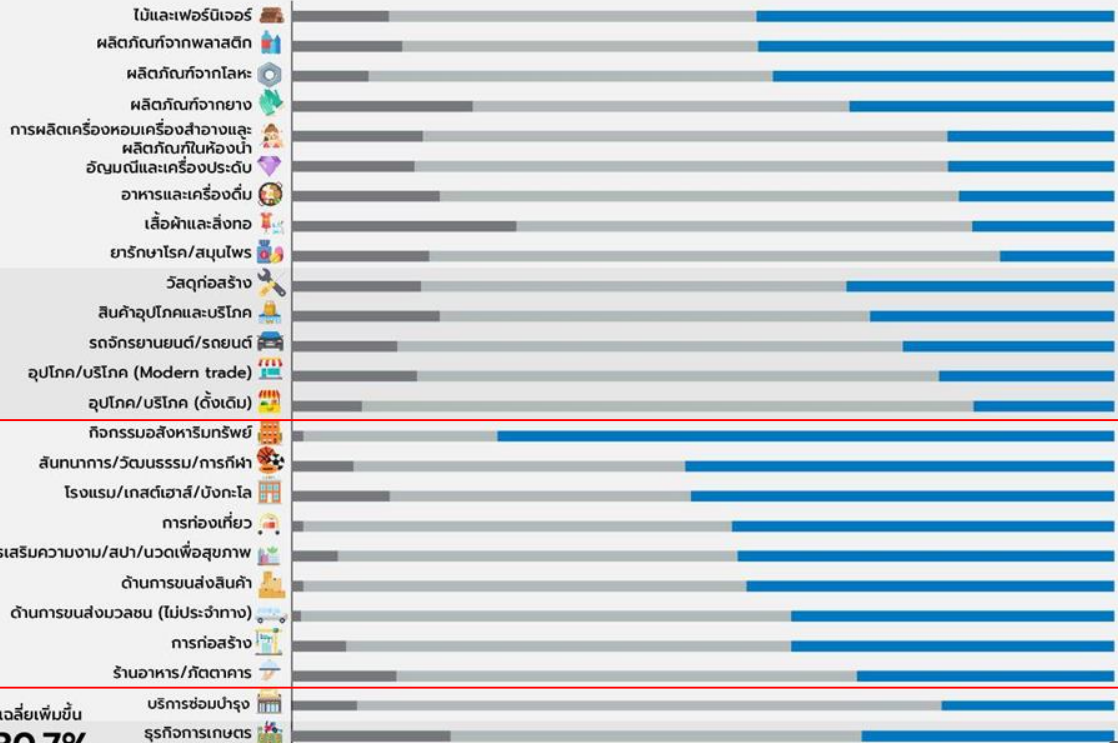
เฉลี่ยเพิ่มขึ้น
24.0%

ภาคการบริการ

เฉลี่ยเพิ่มขึ้น
41.1%

ภาคธุรกิจการเกษตร

เฉลี่ยเพิ่มขึ้น
30.7%





พฤติกรรมผู้บริโภคที่

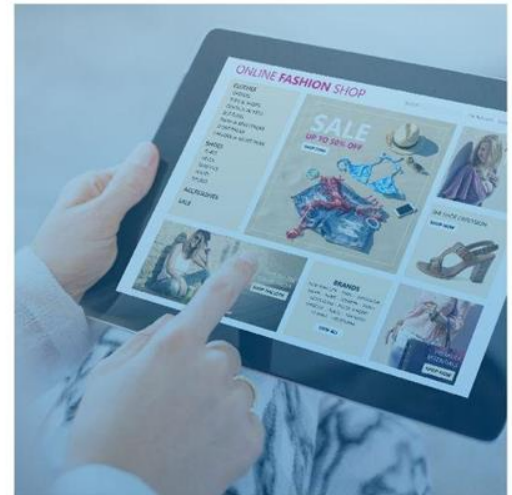
MSME กำลังเผชิญ

กำลังซื้อลดลง

แข่งกับออนไลน์

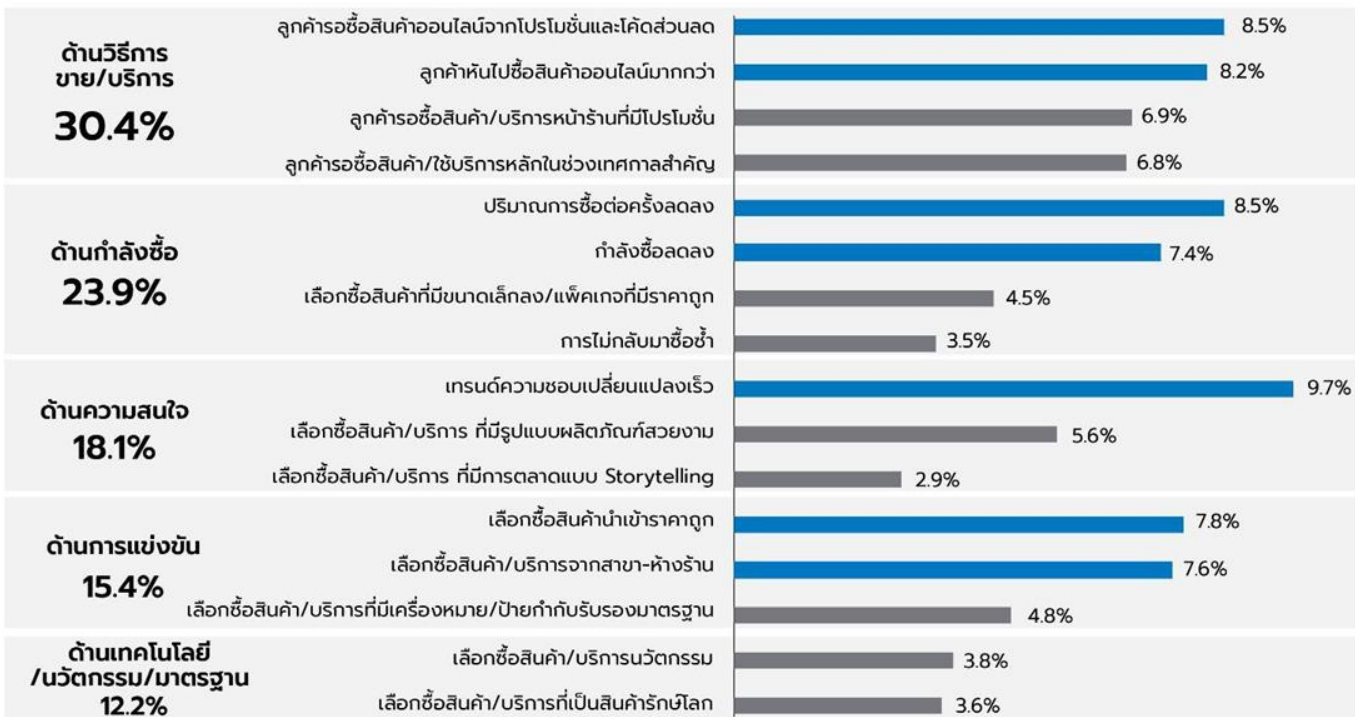
เทรนด์เปลี่ยนไว

เน้นโปรโมชั่น



หมายเหตุ : การประเมินกำลังซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภคเป็นมุมมองของผู้ประกอบการ MSME ที่ประเมินต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

กำลังซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ธุรกิจ MSME กำลังเผชิญในปัจจุบัน



3 อันดับกำลังซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ภาคธุรกิจกำลังเผชิญมากที่สุด



ภาคการผลิต

1. เทรนด์ความชอบเปลี่ยนแปลงเร็ว
2. ลูกค้ารอซื้อสินค้าออนไลน์จากโปรโมชันและโค้ดส่วนลด
3. ปริมาณการซื้อต่อครั้งลดลง



ภาคการค้า

1. ลูกค้ารอซื้อสินค้าออนไลน์จากโปรโมชันและโค้ดส่วนลด
2. เทรนด์ความชอบเปลี่ยนแปลงเร็ว
3. ลูกค้าหันไปซื้อสินค้าออนไลน์มากกว่า



ภาคการบริการ

1. เทรนด์ความชอบเปลี่ยนแปลงเร็ว
2. เลือกซื้อสินค้า /บริการจากสาขา-ห้างร้าน
3. ปริมาณการซื้อต่อครั้งลดลง

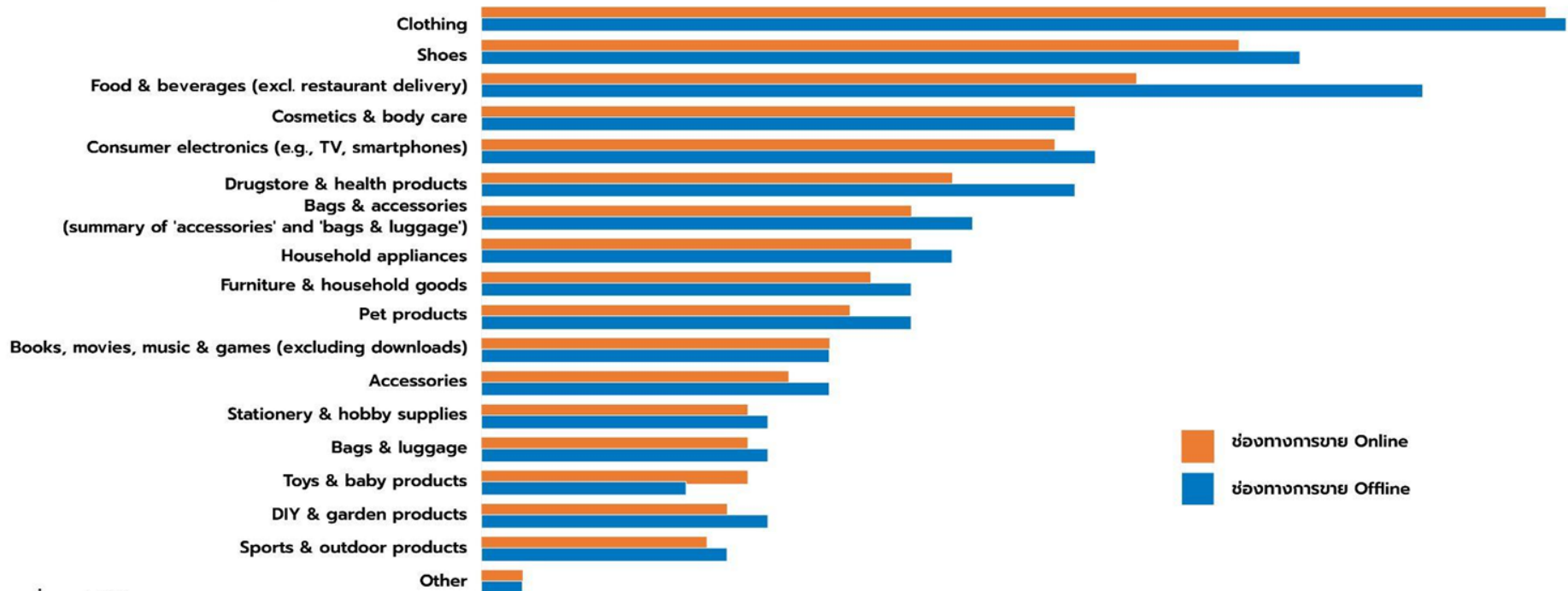


ภาคธุรกิจการเกษตร

1. เลือกซื้อสินค้า /บริการจากสาขา-ห้างร้าน
2. ลูกค้ารอซื้อสินค้าออนไลน์จากโปรโมชันและโค้ดส่วนลด
3. ปริมาณการซื้อต่อครั้งลดลง

เครื่องแต่งกาย รองเท้า อาหาร/เครื่องดื่ม อิเล็กทรอนิกส์ เป็นกลุ่มที่มีการซื้อออนไลน์สูง โดยเฉพาะเครื่องสำอางค์/ดูแลผิว ที่มีการซื้อสูงและมีสัดส่วนซื้อออนไลน์มากกว่าแบบ offline รวมถึง หนังสือ/หนัง/เพลง/เกมส์ และของเล่น/ผลิตภัณฑ์ของเด็ก

รายการสินค้าที่ผู้บริโภคซื้อผ่านช่องทาง Online และ Offline ในช่วงที่ผ่านมา



ที่มา : statista

หมายเหตุ : ข้อมูลเป็นการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในประเทศไทย โดย statista เก็บผ่านช่องทางออนไลน์ระหว่างวันที่ 12 เมษายน - 21 มิถุนายน 2566 จำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 2,092 ราย อายุตั้งแต่ 18 ถึง 64 ปี



10 ประเภทสินค้าที่มีมากที่สุดในกลุ่มร้านยอดนิยมของแพลตฟอร์มซื้อขายออนไลน์



หมวดสินค้าย่อย 3 ลำดับแรกที่มีมากที่สุด

1. ที่ผ้าและกิจกรรมกลางแจ้ง
- เสื้อผ้าที่ผ้า
 - อุปกรณ์ฟิตเนสและออกกำลังกาย
 - อุปกรณ์ตั้งแคมป์และเดินป่า

2. เครื่องเขียน หนังสือ และงานอดิเรก
- ของที่ระลึก
 - อุปกรณ์ DIY และงานปาร์ตี้
 - อุปกรณ์เครื่องเขียน

3. สื่อบันเทิงภายในบ้าน
- หูฟัง
 - เครื่องเสียง และอุปกรณ์เสริม
 - ลำโพง



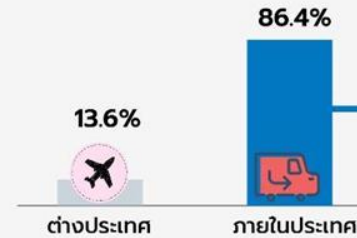
ที่มา : แพลตฟอร์มซื้อขายออนไลน์ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทย

หมายเหตุ : 1. เวลาในการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 4 ถึง วันที่ 14 กันยายน 2566 จำนวนประมาณ 8,300 ร้านค้า

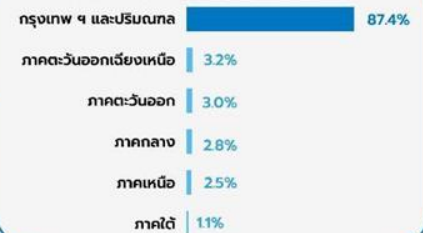
2. ร้านยอดนิยม คือ ร้านที่เป็นที่นิยมในช่วง ณ เวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่มา

3. ร้าน Official Brands คือ ร้านค้าชั้นนำ ที่มีใบรับรองสินค้าที่ขายต้องเป็นของแท้ 100%

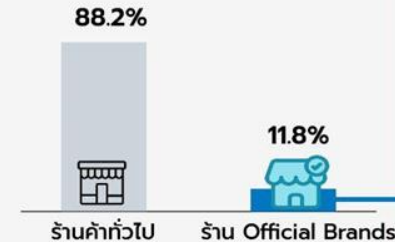
พื้นที่ที่ติดตั้งจัดส่งสินค้าของร้านยอดนิยม



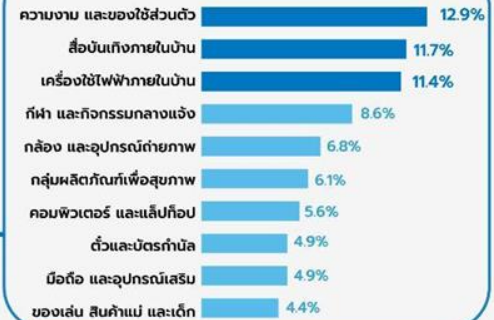
3 พื้นที่ที่ติดตั้งจัดส่งสินค้าภายในประเทศ



ลักษณะของร้านยอดนิยม



10 ประเภทหมวดสินค้าที่เป็นร้าน Official Brands



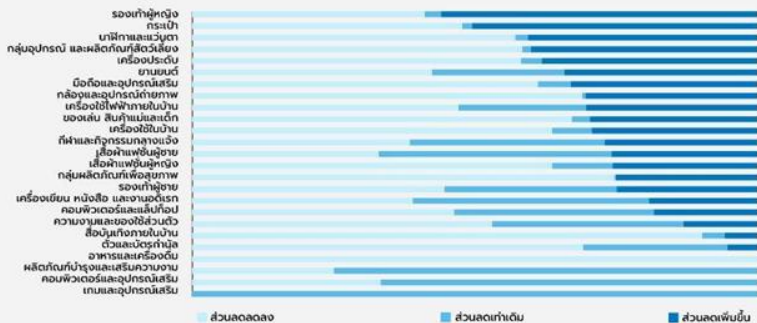
การจัดโปรโมชั่นของร้านค้าในแพลตฟอร์มออนไลน์



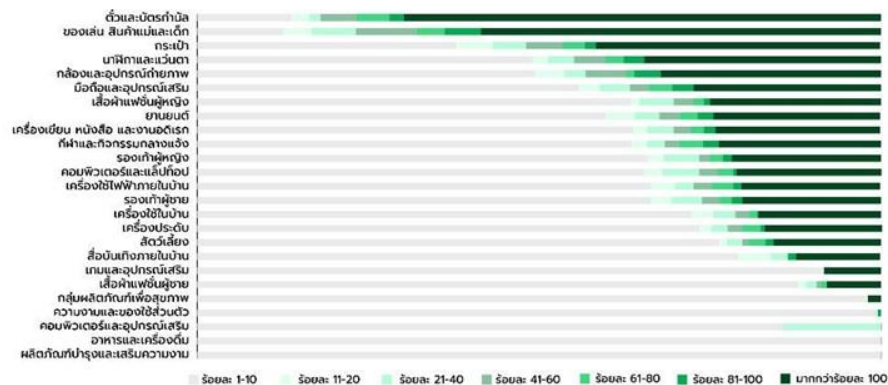
การจัดโปรโมชั่นส่วนลดของร้านยอดนิยมในแพลตฟอร์มซื้อขายออนไลน์



การปรับโปรโมชั่นส่วนลดในช่วง 9.9 เทียบกับช่วงเวลาก่อนโปรโมชั่น



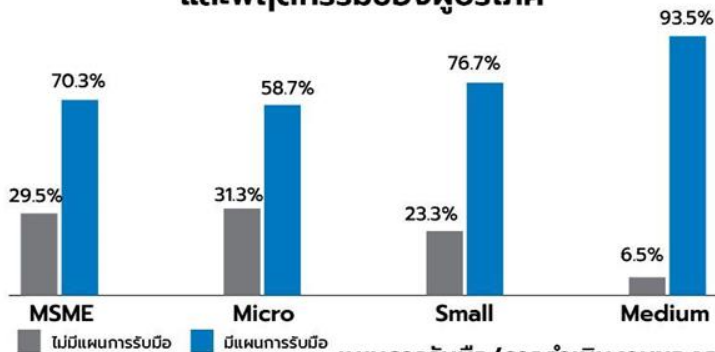
การเพิ่มขึ้นของยอดจำหน่ายในช่วงโปรโมชั่น 9.9 เทียบกับช่วงก่อนโปรโมชั่น



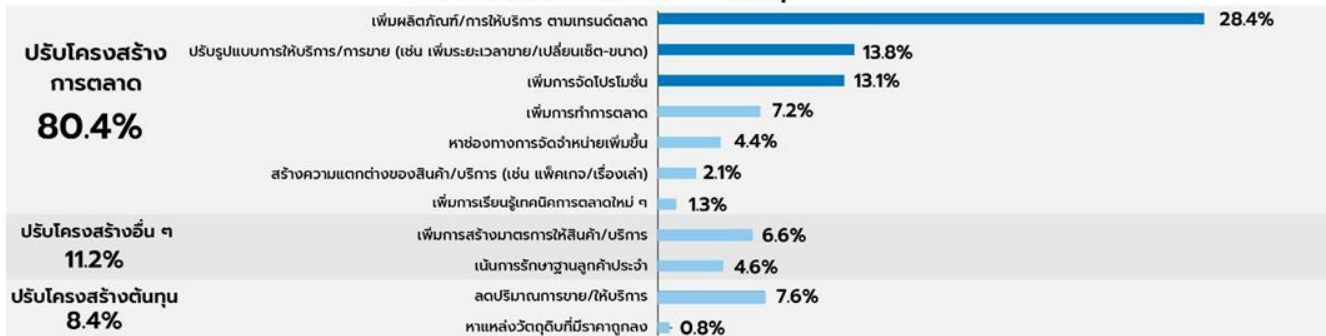
- ที่มา : แพลตฟอร์มซื้อขายออนไลน์ขนาดใหญ่แห่งหนึ่งในประเทศไทย
 หมายเหตุ : 1. เวลาในการรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 4 ถึง วันที่ 14 กันยายน 2566
 จำนวนประมาณ 8,300 ร้านค้า
 2. ร้านยอดนิยม คือ ร้านที่เป็นที่นิยมในช่วง ณ เวลาที่เก็บรวบรวมข้อมูลที่มา
 3. ยอดจำหน่ายเป็นยอดจำหน่ายสะสมของร้านค้า การคำนวณการเพิ่มขึ้นเป็นการเทียบยอดจำหน่ายช่วงก่อนโปรโมชั่น 9.9 เทียบกับช่วงก่อนโปรโมชั่น 9.9

MSME กว่าร้อยละ 70 มีแผนการรับมือการเปลี่ยนแปลงของกำลังซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภค แต่ส่วนใหญ่เป็นการปรับเชิงรับ โดยเฉพาะการเพิ่มผลิตภัณฑ์ หรือปรับการให้บริการ ตามเทรนด์ความต้องการ การปรับรูปแบบการให้บริการ การจัดโปรโมชั่น เป็นต้น

แผนการรับมือ/การดำเนินงานจากการเปลี่ยนแปลงของกำลังซื้อ และพฤติกรรมของผู้บริโภค



แผนการรับมือ/การดำเนินงานของธุรกิจ MSME



3 อันดับแผนการรับมือ/การดำเนินงานของภาคธุรกิจ



ภาคการผลิต

1. เพิ่มผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ตามเทรนด์ตลาด
2. ลดปริมาณการขาย/ให้บริการ
3. เพิ่มการจัดโปรโมชั่น



ภาคการค้า

1. เพิ่มผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ตามเทรนด์ตลาด
2. เพิ่มการจัดโปรโมชั่น
3. ปรับรูปแบบการให้บริการ/การขาย (เช่น เพิ่มระยะเวลาขาย/เปลี่ยนเขต-ขนาด)



ภาคการบริการ

1. เพิ่มผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ตามเทรนด์ตลาด
2. ปรับรูปแบบการให้บริการ/การขาย (เช่น เพิ่มระยะเวลาขาย/เปลี่ยนเขต-ขนาด)
3. เพิ่มการจัดโปรโมชั่น



ภาคธุรกิจการเกษตร

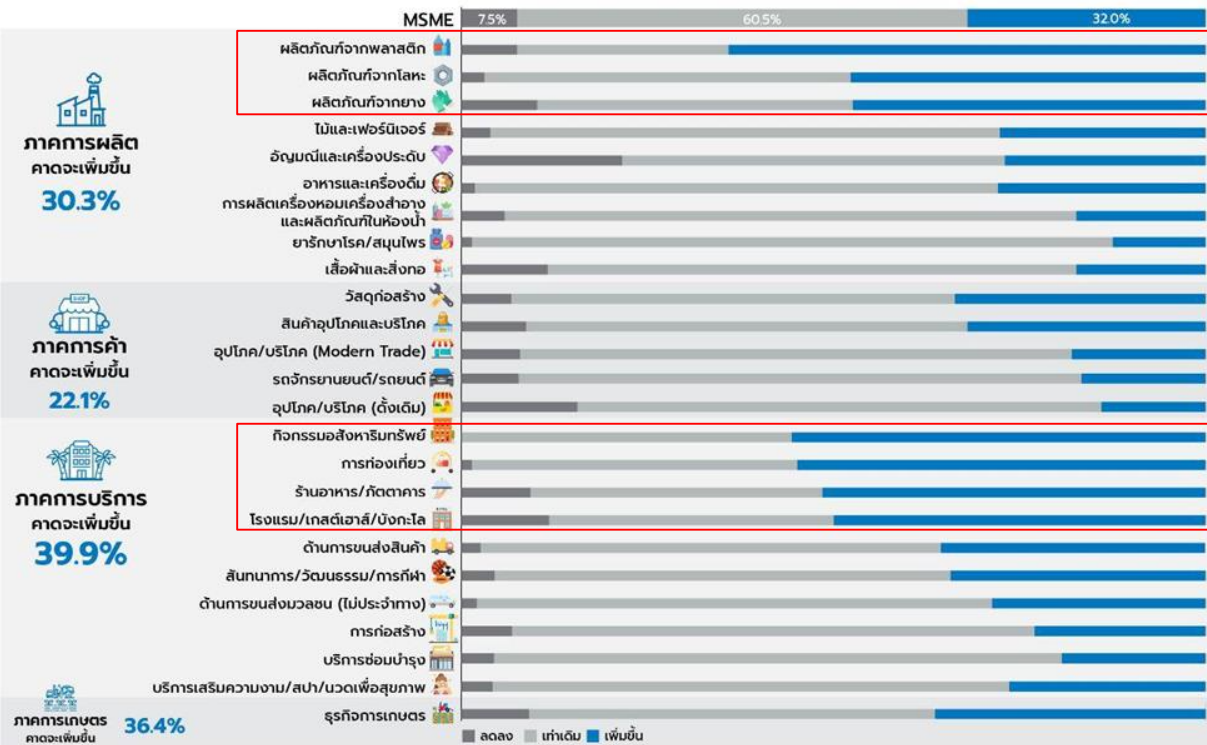
1. เพิ่มผลิตภัณฑ์/การให้บริการ ตามเทรนด์ตลาด
2. เพิ่มการสร้างมาตรฐานให้สินค้า/บริการ
3. หาช่องทางการจำหน่ายเพิ่มขึ้น

น่าสังเกตว่าประเด็นท้าทายที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคใหม่ ๆ ในอนาคต MSME ยังไม่พูดถึงมากนัก เช่น

- การสร้าง Branding ที่ยั่งยืน
- กลยุทธ์การขายในโลก online/platform ใหม่ ๆ
- มาตรฐานหรือเทรนด์สินค้าในอนาคต
- Carbon issue
- AI
- New skills

MSME คาดการณ์กำลังซื้อของผู้บริโภคปลายปี 66 จะเพิ่มขึ้นมากกว่าจะลดลง โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และภาคการผลิตบางสาขา โดยเหตุผลหลักมาจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงปลายปี และมาตรการทางเศรษฐกิจจากภาครัฐ

คาดการณ์กำลังซื้อของลูกค้าธุรกิจ MSME ในช่วงปลายปี 2566



ภาคการผลิต
คาดจะเพิ่มขึ้น
30.3%

ภาคการค้า
คาดจะเพิ่มขึ้น
22.1%

ภาคการบริการ
คาดจะเพิ่มขึ้น
39.9%

ภาคการเกษตร
คาดจะเพิ่มขึ้น
36.4%

MSME ที่มองว่ากำลังซื้อของลูกค้าจะเพิ่มขึ้น

ส่วนใหญ่ประเมินจากช่วงเทศกาลสิ้นปี จะมีแรงกระตุ้นให้ผู้บริโภคออกมาจับจ่ายใช้สอยมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มสาขาภาคการท่องเที่ยว และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งในช่วงสิ้นปีจะเป็นช่วงการปรับเปลี่ยนและโยกย้ายถิ่นฐาน ทำให้การคาดการณ์การให้บริการห้องเช่าห้องพักมี ยอดคำสั่งซื้อเพิ่มขึ้น

3 มุมมองการฟื้นตัวของกำลังซื้อลูกค้า

กิจกรรมทางทางสังคมและเศรษฐกิจในช่วงปลายปี **76.4%**

มาตรการทางเศรษฐกิจของภาครัฐ **8.2%**

ปัจจัยด้านรายได้/เงินนียของกลุ่มแรงงาน **7.8%**

MSME ที่มองว่ากำลังซื้อของลูกค้าจะลดลง

ส่วนใหญ่ประเมินจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันไปซื้อสินค้าออนไลน์ ส่งผลกระทบต่อยอดขายหน้าร้าน และธุรกิจที่ไม่มีการให้บริการออนไลน์ โดยเฉพาะในกลุ่มค้าปลีกอุปโภค/บริโภคดั้งเดิม รวมถึงการแข่งขันในพื้นที่มากขึ้น โดยเฉพาะการแข่งขันกับกลุ่มนายทุนรายใหญ่

มุมมองการชะลอตัวของกำลังซื้อลูกค้า

พฤติกรรมผู้บริโภคหันไปซื้อสินค้าออนไลน์/ห้างร้าน **50.6%**

กำลังซื้อลูกค้ายังชะลอตัว **35.2%**

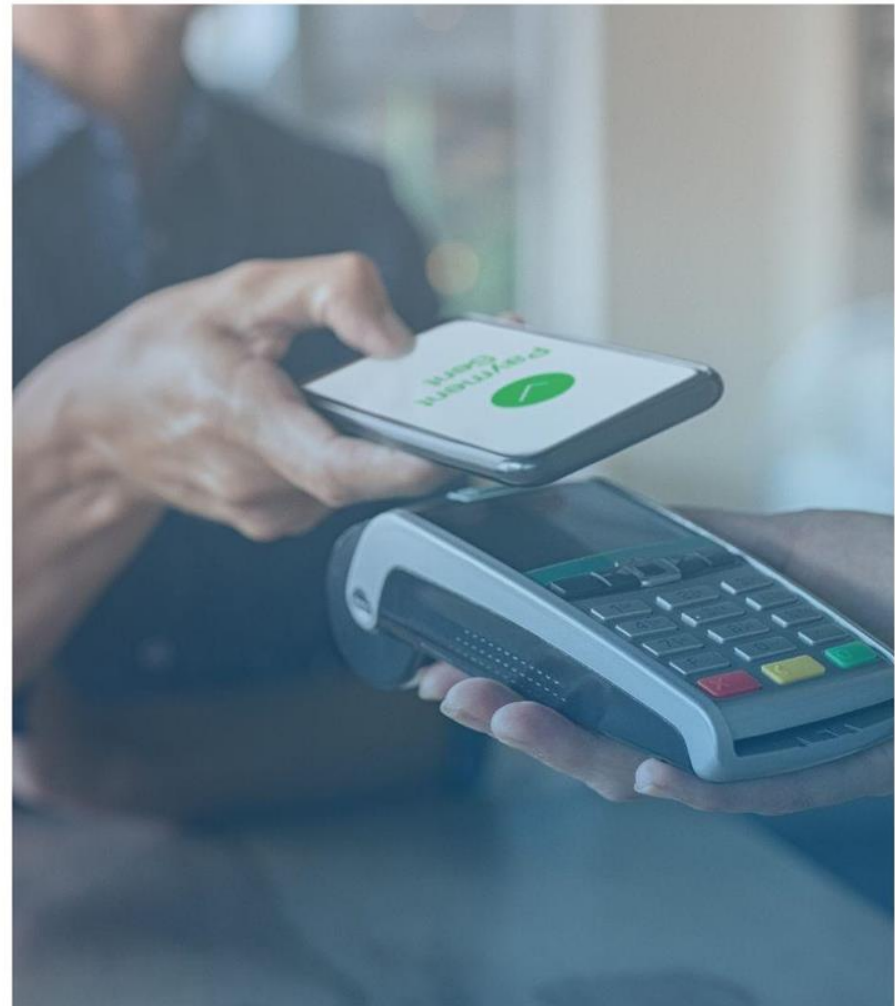
พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนตลอด **6.8%**



ความช่วยเหลือที่ MSME ต้องการจากภาครัฐมากที่สุด คือ

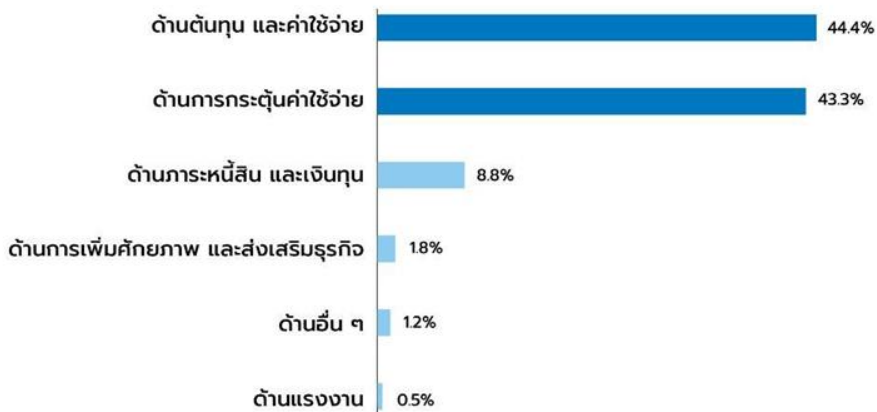
ลดต้นทุนค่าใช้จ่าย

กระตุ้นกำลังซื้อ



สสว > **ลดต้นทุน และค่าใช้จ่าย และกระตุ้นการใช้จ่ายเป็นสิ่ง MSME ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด**
SMESI ในทุกภาคธุรกิจ ซึ่ง MSME มองว่าควรเป็นการช่วยเหลือที่ควบคู่กันไป เพื่อครอบคลุม และบรรเทาปัญหา

สิ่งที่ธุรกิจ MSME ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด



หมายเหตุ : การตอบประเด็นความช่วยเหลือเป็นความต้องการช่วยเหลือในประเด็นหลักด้านต้นทุน และกำลังซื้อ และเปิดประเด็นความช่วยเหลืออื่น ๆ

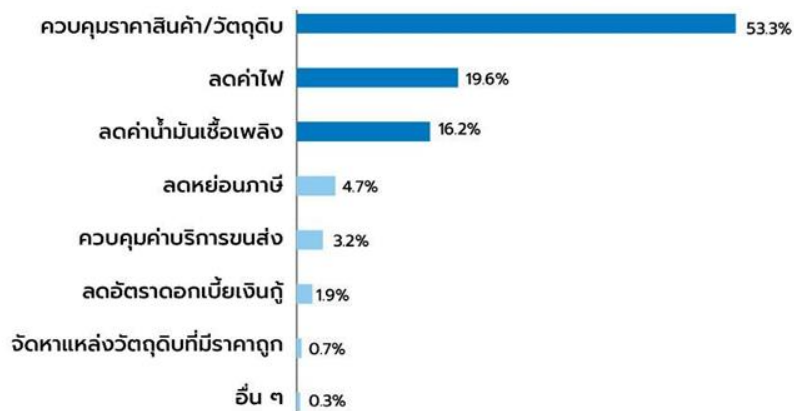
ด้านความช่วยเหลือ	Micro	Small	Medium
ด้านต้นทุน และค่าใช้จ่าย	43.6%	47.9%	52.5%
ด้านการกระตุ้นค่าใช้จ่าย	44.7%	37.3%	27.3%
ด้านภาระหนี้สิน และเงินทุน	8.5%	10.1%	12.9%
ด้านการเพิ่มศักยภาพ และส่งเสริมธุรกิจ	1.8%	1.6%	2.9%
ด้านอื่น ๆ	1.2%	1.8%	1.4%
ด้านแรงงาน	0.2%	1.3%	3.0%

ด้านความช่วยเหลือ	ภาคการผลิต	ภาคการค้า	ภาคบริการ	ภาคการเกษตร
ด้านต้นทุน และค่าใช้จ่าย	45.7%	46.8%	42.4%	39.6%
ด้านการกระตุ้นค่าใช้จ่าย	43.8%	45.6%	41.3%	44.7%
ด้านภาระหนี้สิน และเงินทุน	8.9%	6.6%	10.3%	6.9%
ด้านการเพิ่มศักยภาพ และส่งเสริมธุรกิจ	0.7%	0.5%	3.4%	1.3%
ด้านอื่น ๆ	0.6%	0.1%	2.1%	6.3%
ด้านแรงงาน	0.3%	0.4%	0.5%	1.2%



ประเด็นด้านราคาสินค้า/วัตถุดิบ ค่าไฟฟ้า และน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐเข้ามาช่วยเหลือมากที่สุด

สิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด “ด้านต้นทุน และค่าใช้จ่าย”



ด้านความช่วยเหลือ

	Micro	Small	Medium
ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ	52.9%	46.0%	45.1%
ลดค่าไฟ	19.8%	13.4%	24.6%
ลดค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	17.5%	26.6%	17.8%
ลดหย่อนภาษี	4.2%	6.4%	4.0%
ควบคุมค่าบริการขนส่ง	2.6%	5.2%	5.3%
ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	1.9%	1.9%	3.0%
จัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูก	0.7%	0.4%	0.1%
อื่น ๆ	0.4%	0.1%	0.1%

ด้านความช่วยเหลือ

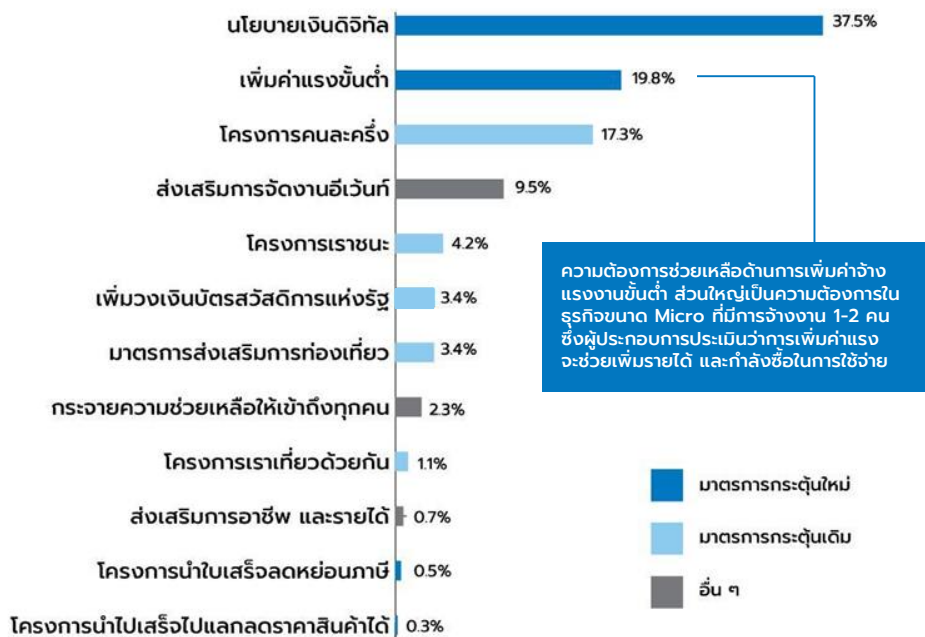
	ภาคการผลิต	ภาคการค้า	ภาคบริการ	ภาคการเกษตร
ควบคุมราคาสินค้า/วัตถุดิบ	53.8%	49.7%	53.9%	65.0%
ลดค่าไฟ	27.2%	13.6%	17.7%	27.4%
ลดค่าน้ำมันเชื้อเพลิง	6.0%	21.9%	20.6%	1.6%
ลดหย่อนภาษี	8.8%	5.2%	1.8%	
ควบคุมค่าบริการขนส่ง	2.0%	5.0%	3.5%	4.0%
ลดอัตราดอกเบี้ยเงินกู้	1.6%	4.4%	0.8%	1.0%
จัดหาแหล่งวัตถุดิบที่มีราคาถูก	0.5%	0.2%	1.0%	
อื่น ๆ	0.1%		0.9%	1.0%



สสว ➤ **MSME ส่วนใหญ่คาดหวังมาตรการเพิ่มกำลังซื้อของผู้บริโภค** ไม่ว่าจะเป็กรูปแบบนโยบายใหม่ หรือรูปแบบนโยบายที่ผ่านมา



สิ่งที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด “ด้านการกระตุ้นการใช้จ่าย”



ความต้องการช่วยเหลือด้านการเพิ่มค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ ส่วนใหญ่เป็นความต้องการในธุรกิจขนาด Micro ที่มีจ้างงาน 1-2 คน ซึ่งผู้ประกอบการประเมินว่าการเพิ่มค่าแรงจะช่วยเพิ่มรายได้ และกำลังซื้อในการใช้จ่าย

ด้านความช่วยเหลือ

	Micro	Small	Medium
นโยบายเงินดิจิทัล	35.1%	58.1%	55.0%
เพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ	21.4%	4.8%	5.0%
โครงการคนละครึ่ง	18.3%	8.7%	
ส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์	10.0%	4.8%	10.0%
โครงการเราชนะ	4.3%	4.8%	
เพิ่มวงเงินบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ	3.5%	2.9%	
มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว	2.9%	8.7%	5.0%
กระจายความช่วยเหลือให้เข้าถึงทุกคน	1.8%	5.8%	15.0%
โครงการเราเที่ยวด้วยกัน	1.2%		
ส่งเสริมอาชีพ และรายได้	0.7%	1.4%	10.0%
โครงการนำใบเสร็จลดหย่อนภาษี	0.5%		
โครงการนำไปเสร็จไปแลกลดราคาสินค้าได้	0.3%		

ด้านความช่วยเหลือ

	ภาคการผลิต	ภาคการค้า	ภาคบริการ	ภาคการเกษตร
นโยบายเงินดิจิทัล	29.2%	26.4%	49.1%	65.7%
เพิ่มค่าแรงขั้นต่ำ	31.3%	30.6%	5.2%	
โครงการคนละครึ่ง	15.7%	13.6%	20.4%	25.7%
ส่งเสริมการจัดงานอีเวนต์	13.1%	15.5%	3.4%	2.9%
โครงการเราชนะ	2.3%	5.8%	5.0%	
เพิ่มวงเงินบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ	3.1%	2.1%	4.4%	5.7%
มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว	1.6%	2.1%	5.8%	
กระจายความช่วยเหลือให้เข้าถึงทุกคน	0.8%	2.4%	3.6%	
โครงการเราเที่ยวด้วยกัน	1.0%	0.3%	1.8%	
ส่งเสริมอาชีพ และรายได้	1.0%	0.3%	0.8%	
โครงการนำใบเสร็จลดหย่อนภาษี	0.5%	0.6%	0.4%	
โครงการนำไปเสร็จไปแลกลดราคาสินค้าได้	0.3%	0.3%	0.2%	

MSME ต้องการการเข้าถึงสินเชื่อที่ตรงกับความสามารถในการชำระคืนมากขึ้น รวมถึงนโยบาย แก้ปัญหานี้สินเดิม ทั้งในระบบสถาบัน และนอกระบบ ส่วนด้านการส่งเสริมธุรกิจ MSME ส่วนใหญ่ต้องการให้ส่งเสริมความรู้ รวมถึงการทำตลาด เพื่อสร้างโอกาสในการแข่งขันได้มากขึ้น



ด้านภาระหนี้สิน และเงินทุน



ด้านการเพิ่มศักยภาพ และส่งเสริมธุรกิจ



ด้านแรงงาน



ด้านอื่นๆ





EXECUTIVE SUMMARY

- จากการสอบถามธุรกิจ MSME กับโครงสร้างต้นทุน และพฤติกรรมลูกค้าของ MSME ในปัจจุบันพบว่า MSME ส่วนใหญ่สัดส่วนต้นทุนรวมต่อการขายสินค้าอยู่ที่ประมาณร้อยละ 90.0 โดยต้นทุนหลักอยู่ในหมวดสินค้า/วัตถุดิบ รองลงมาคือ หมวดน้ำมันเชื้อเพลิงและการขนส่ง ค่าสาธารณูปโภค และค่าแรง ตามลำดับ
- ภาพรวม MSME ส่วนใหญ่เผชิญภาวะต้นทุนปรับเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยเปรียบเทียบ (ปี 2565) และหมวดค่าสินค้า/วัตถุดิบ และค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าสาธารณูปโภค และค่าแรง เป็นรายการที่เพิ่มขึ้นมากและกระทบทางลบสูง
- MSME ส่วนใหญ่มีจำนวนลูกค้าค่อนข้างทรงตัวต่อเนื่องจากปี 2565 แต่มี MSME ร้อยละ 31.8 ที่มีลูกค้าเพิ่มขึ้น โดยเปรียบเทียบ (ปี 2565) โดยสาขาที่เพิ่มขึ้นชัดเจน ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มธุรกิจที่ได้รับอานิสงส์จากการท่องเที่ยว และการจัดกิจกรรมทางสังคม
- เทรนด์ความชอบเปลี่ยนเร็ว และกำลังซื้อผู้บริโภคลดลง เป็นประเด็นสำคัญที่ MSME กำลังเผชิญ รวมถึงการใช้จ่ายบนโลกออนไลน์ และรอซื้อสินค้าที่มีการจัดโปรโมชั่นที่มากขึ้น
- MSME กว่าร้อยละ 70 มีแผนการรับมือการเปลี่ยนแปลงของกำลังซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภค แต่ส่วนใหญ่เป็นการปรับเชิงรับ โดยเฉพาะการเพิ่มผลิตภัณฑ์ หรือปรับการให้บริการ ตามเทรนด์ความต้องการ การปรับรูปแบบการให้บริการ การจัดโปรโมชั่น เป็นต้น
- MSME คาดการณ์กำลังซื้อของผู้บริโภคปลายปี 66 จะเพิ่มขึ้นมากกว่าจะลดลง โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว และภาคการผลิตบางสาขา โดยเหตุผลหลักจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมในช่วงปลายปี และมาตรการทางเศรษฐกิจจากรัฐ
- ลดต้นทุน และค่าใช้จ่าย และกระตุ้นการใช้จ่ายเป็นสิ่ง that MSME ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด
- ในทุกภาคธุรกิจ ซึ่ง MSME มองว่าควรเป็นการช่วยเหลือที่ควบคู่กันไป เพื่อครอบคลุม และบรรเทาปัญหา

ประเด็นที่น่าสนใจ

โครงสร้างต้นทุน และพฤติกรรมของลูกค้า MSME ในปัจจุบัน

เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ MSME จำนวน 2,610 ราย จาก 6 ภูมิภาค ระหว่างวันที่ 22-31 สิงหาคม 2566



ต้นทุนหลักของ MSME อยู่ในหมวดสินค้า/วัตถุดิบ

รองลงมาคือ หมวดน้ำมันเชื้อเพลิงและการขนส่ง



ภาพรวม MSME ส่วนใหญ่เผชิญภาวะต้นทุนปรับเพิ่มสูงขึ้นมาก โดยเปรียบเทียบ (ปี 2565)



รายการต้นทุนที่ปรับเพิ่ม และส่งผลกระทบต่อผลกำไรมากที่สุดของธุรกิจ MSME

เทรนด์ความชอบเปลี่ยนเร็ว และกำลังซื้อผู้บริโภคลดลง เป็นประเด็นสำคัญที่ MSME กำลังเผชิญ

7 พฤติกรรมของผู้บริโภค

1. เทรนด์ความชอบเปลี่ยนแปลงเร็ว
2. ลูกค้ารอซื้อสินค้าออนไลน์จากโปรโมชั่นและโค้ดส่วนลด
3. ปริมาณการซื้อต่อครั้งลดลง
4. ลูกค้าหันไปซื้อสินค้าออนไลน์มากกว่า
5. เลือกซื้อสินค้าเข้าราคาถูก
6. เลือกซื้อสินค้า/บริการจากสาขา-ห้างร้าน
7. กำลังซื้อลดลง



MSME กว่าร้อยละ 70 มีแผนการรับมือการเปลี่ยนแปลงของกำลังซื้อ และพฤติกรรมผู้บริโภค แต่ส่วนใหญ่เป็นการปรับเซ็รับ โดยเฉพาะการเพิ่มผลิตภัณฑ์ หรือปรับการให้บริการ



ลดต้นทุน และค่าใช้จ่าย และการใช้จ่ายเป็นสิ่งจำเป็นที่ MSME ต้องการให้ภาครัฐช่วยเหลือมากที่สุด

- 44.4% ด้านต้นทุน และค่าใช้จ่าย
- 43.3% ด้านการกระตุ้นค่าใช้จ่าย
- 8.8% ด้านภาระหนี้สิน และเงินทุน
- 1.8% ด้านการเพิ่มศักยภาพ และส่งเสริมธุรกิจ
- 1.2% ด้านอื่น ๆ
- 0.5% ด้านแรงงาน