

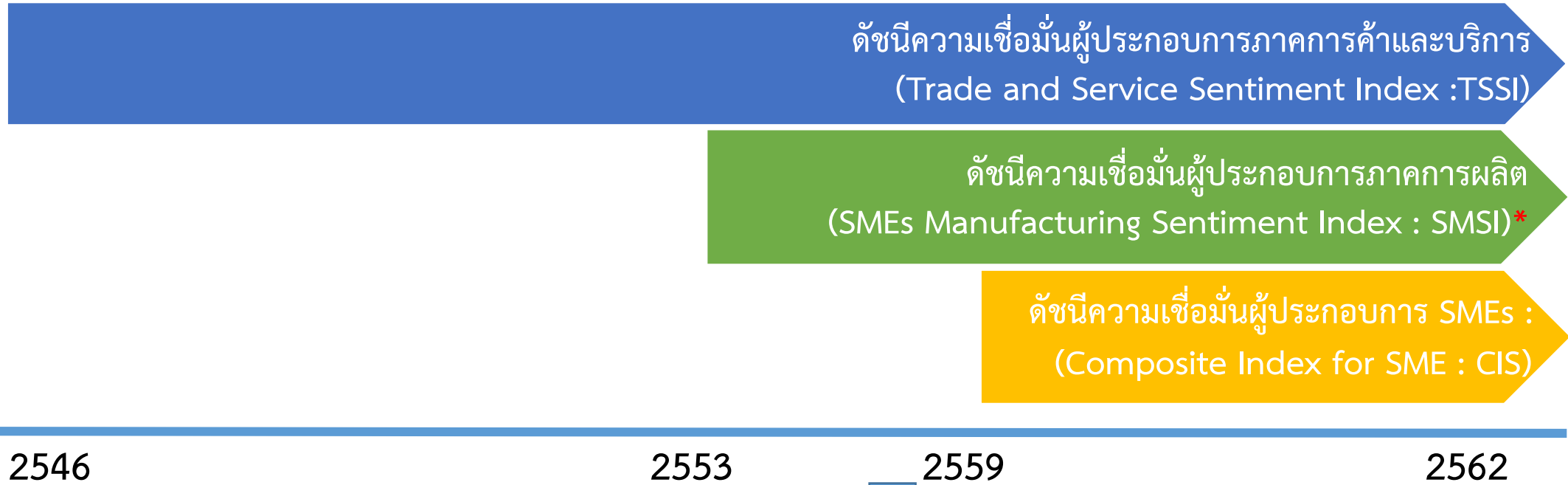
โครงการจ้างที่ปรึกษา เพื่อดำเนินการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME รายเดือน ปี 2563

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
18 ธันวาคม 2562



หลักการและเหตุผล

ดำเนินการจัดทำโดย



- เป็นเครื่องมือสะท้อนภาวะการณ์การดำเนินธุรกิจของ SME ในภาคการค้า การบริการ การผลิต และภาพรวมของประเทศ
- เป็นประโยชน์แก่ผู้จัดทำนโยบายสนับสนุนและผู้ประกอบการ SME ในการติดตามภาวะการณ์ในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

*หมายเหตุ : สำรวจและวิเคราะห์ผลข้อมูลรายภาคโดย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ , มหาวิทยาลัยขอนแก่น, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และมหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ และประมวลผลภาพรวม โดยมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เป็นการ**พัฒนาฐานข้อมูล**เพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นทั้งในปัจจุบันและอนาคตของ SME ในภาคการค้า ภาคบริการ และภาคผลิต อย่างต่อเนื่อง



2. เผยแพร่**สถานการณ์ของ SME** ภาคการค้า ภาคบริการ และภาคผลิตในพื้นที่ภูมิภาค รวมทั้ง**ประเด็นที่น่าสนใจ**เกี่ยวกับ SME ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งให้กับผู้บริหาร หน่วยงานส่งเสริม SME และผู้ประกอบการ SME



3. เป็น**ข้อมูลสนับสนุน**สำหรับหน่วยงานในการ**จัดทำนโยบาย แผนงาน และโครงการ**ในการสนับสนุนช่วยเหลือ SME และเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการ SME เพื่อใช้ประโยชน์ในการ**วางแผนทางธุรกิจ**



ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษาทบทวนกรอบแนวทางหรือแนวคิดในการจัดทำดัชนี



4. ประมวลผลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ของประเทศแบบฤดูกาลและขจัดฤดูกาล



7. จัดประชุมระดมความคิด (Focus group) และ/หรือสัมภาษณ์เชิงลึกกับองค์กรภาครัฐองค์กร ภาคเอกชน กลุ่มตัวแทน SME หรือสมาคมในพื้นที่ 2 ครั้ง



2. สํารวจข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ 2,400 ตัวอย่างต่อเดือน ใน 6 ภูมิภาค (จำแนกภาคการค้า บริการ การผลิต)



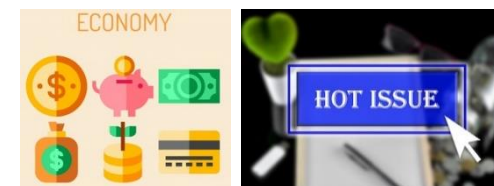
5. การเขียนรายงานและบทวิเคราะห์ภาพรวมดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าบริการ และการผลิต และสาขาที่มีความสำคัญพร้อมทั้งเทียบกับดัชนีของหน่วยงานอื่นๆ เป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปี



8. จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press) และดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์



3. การสำรวจข้อมูลประเด็นเพิ่มเติมตามที่หารือร่วมกับ สสว.



6. จัดทำ infographic สรุปผลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME กับดัชนีของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับสถานการณ์ SME พร้อมข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ และ SME



9. จัดทำข้อมูลในรูปแบบ Soft file (Excel) ให้กับ สสว.



แนวคิดทฤษฎี (1)

1.แนวคิดการรับรู้ ทฤษฎีการรับรู้ (Perception Theory)

1.ความหมายการรับรู้ การรับรู้เป็นขบวนการประมวลและตีความข้อมูลต่างๆ ที่อยู่รอบๆ ตัวมนุษย์ ซึ่งเป็นกระบวนการที่ร่างกายรับสัมผัสสิ่งแวดล้อมและแปลความหมายการสัมผัสที่ได้รับโดยใช้ความรู้เดิมและประสบการณ์เดิมเป็นเครื่องช่วยในการแปลความหมาย

2.ปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่อการรับรู้ (Robbins, 2003: 124)

1 ปัจจัยด้านสถานการณ์ (Factors in the situation)

- เวลา
- สภาพแวดล้อมในการทำงาน
- สภาพแวดล้อมทางสังคม

2 ปัจจัยด้านตัวผู้รับรู้ (Factors in the perceiver)

- ทักษะคติ (attitudes)
- แรงขับ (motive)
- ความสนใจ (interests)
- ประสบการณ์ (experience)
- ความคาดหวัง (expectation)

3 ปัจจัยด้านเป้าหมาย (Factors in the target)

- ความใหม่ (novelty)
- การเคลื่อนที่ (motion)
- เสียง (sound)
- ขนาด (size)
- ภาพด้านหลัง (background)
- ความใกล้ไกล (proximity)
- ความเหมือน (similarity)

3.แนวคิดเกี่ยวกับการเลือกรับสาร

- 1) การเลือกรับรู้หรือตีความ (Selective Perception or Selective Interpretation) ผู้รับสารอาจมีการเลือกรับรู้ และเลือกตีความสารที่ได้รับ ตามประสบการณ์ของแต่ละคน ผู้รับสารอาจตีความข่าวสารที่ได้รับมาตามความเข้าใจของตนเอง
- 2) การเลือกจดจำ (Selective Retention) บุคคลก็จะเลือกจดจำข่าวสารเฉพาะที่ตรงกับความสนใจ ความต้องการ และทัศนคติของตนเอง
- 3) การเลือกเปิดรับหรือเลือกสนใจ (Selective Exposure or Selective Attention) บุคคลมักจะแสวงหาข่าวสารเพื่อสนับสนุนทัศนคติเดิมที่มีอยู่ และหลีกเลี่ยงข่าวสารที่ขัดแย้งกับความรู้สึกรู้สึกนึกคิดเดิมของตนเองที่ก่อให้เกิดความไม่สมดุลทางจิตใจ หรือความไม่สบายใจ ที่เรียกว่า Cognitive Dissonance

“ดัชนีชี้วัดหรือดัชนีความเชื่อมั่น” หมายถึง ตัวแบบที่สร้างขึ้นเพื่อการสำรวจและการประเมินประเด็นต่างๆ ที่ต้องการวัดจากกลุ่มเป้าหมายที่รับรู้หรือมีประสบการณ์ในประเด็นนั้นๆ เป้าหมายของดัชนีชี้วัดหรือดัชนีความเชื่อมั่น ก็เพื่อให้ได้ถึงข้อมูลเกี่ยวกับสถานการณ์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องโดยวัดจากการรับรู้ของผู้ประเมิน ซึ่งในที่สุด การวิเคราะห์การรับรู้ดังกล่าว จะนำไปสู่ความเข้าใจในประเด็นที่จะต้องการวัดอย่างแท้จริง

2. แนวคิดพื้นฐานในการจัดการข้อมูล

1. *อนุกรมเวลา* คือ เซตของข้อมูลเชิงปริมาณที่จัดเก็บในช่วงเวลาหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ดัชนีตลาดหลักทรัพย์ในแต่ละวันเมื่อปิดทำการซื้อขายในแต่ละวัน รายได้ประชาชาติ (GNP) รายไตรมาส รายรับในแต่ละปีของบริษัทแห่งหนึ่ง เป็นต้น

2. *ลักษณะของข้อมูลอนุกรมเวลา (Time Series data)* คือ ชุดของข้อมูลที่เก็บรวบรวมตามระยะเวลาเป็นช่วงๆ อย่างต่อเนื่องกัน เช่น ข้อมูลยอดขายสินค้าที่เก็บรวบรวมต่อเนื่องกันไปเป็นระยะเวลาหลายๆ เดือน ข้อมูลรายได้ประชาชาติปีต่างๆ ที่เก็บรวบรวมต่อเนื่องกันไปเป็นระยะเวลาหลายๆ ปี เป็นต้น ข้อมูลอนุกรมเวลาอาจอยู่ในลักษณะที่เป็นข้อมูลรายปี รายไตรมาส หรือรายเดือนก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์

3. *แบบจำลองแบบคลาสสิก (classical model)* เป็นการอธิบายถึงองค์ประกอบของการแปรผันของอนุกรมเวลา 4 ส่วน ดังนี้

1. *ค่าแนวโน้ม (Secular trend)* แทนด้วย T_t
2. *การเปลี่ยนแปลงหรือความแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation)* แทนด้วย S_t
3. *การเปลี่ยนแปลงหรือความผันแปรตามวัฏจักร (Cyclical Variation)* แทนด้วย C_t
4. *การเปลี่ยนแปลงหรือความผันแปรเนื่องจากเหตุการณ์ผิดปกติ (Irregular Variation)* แทนด้วย I_t

การศึกษาครั้งนี้พบว่าลักษณะของข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการมักมีส่วนของการเปลี่ยนแปลงหรือความแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation) มาเกี่ยวข้อง ดังนั้นเพื่อขจัดอิทธิพลของฤดูกาลออกจากดัชนีความเชื่อมั่นต่างๆ จะทำให้รู้ถึงสภาพที่แท้จริงของดัชนีความเชื่อมั่นต่างๆ ว่าถ้าไม่มีเรื่องฤดูกาลเข้ามาเกี่ยวข้องข้อมูลควรจะเป็นอย่างไร โดยผ่านโปรแกรม EViews

1. ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ของธนาคารแห่งประเทศไทย

1.ความเป็นมา ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ ของธนาคารแห่งประเทศไทยเริ่มการสำรวจตั้งแต่เดือนมกราคม พ.ศ. 2542 และได้มีการสำรวจเป็นประจำทุกเดือน โดยสาเหตุในการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจเริ่มมีขึ้นหลังจากที่ไทยประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจ ในปี พ.ศ.2540 โดยมีจุดประสงค์เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับภาวะธุรกิจทั้งหมด เพื่อหาสัญญาณเตือนภัยแก่นักธุรกิจ และใช้เป็นเครื่องมือในการกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจของภาครัฐอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป โดยวัตถุประสงค์ของการสำรวจต้องการทราบถึงสถานการณ์โดยรวมของภาคธุรกิจ

2. แบบสอบถาม

1

ส่วนที่ 1

เป็นตัวแปรที่ใช้เป็นองค์ประกอบของดัชนี
มีคำถาม 6 ข้อ

- 1) สถานะเศรษฐกิจหรือผลประกอบการของธุรกิจ
- 2) คำสั่งซื้อทั้งหมด
- 3) การลงทุน
- 4) การจ้างงาน
- 5) ต้นทุนการประกอบการหรือการผลิต
- 6) การผลิต

2

ส่วนที่ 2

เป็นตัวแปรที่สะท้อนถึงความเชื่อมั่นทางธุรกิจ
(แต่ไม่ใช่องค์ประกอบของดัชนี) มีคำถาม 8 ข้อ

- 1) ปริมาณสินค้าคงคลัง
- 2) สภาพการเงินของธุรกิจ
- 3) แนวโน้มตลาดเงินที่คาดการณ์
- 4) ราคาขาย
- 5) การส่งออก
- 6) กำลังการผลิต
- 7) อัตราเงินเฟ้อที่คาดการณ์
- 8) ข้อจำกัดธุรกิจ

3.การคำนวณค่าดัชนี ในแต่ละคำถาม จะแบ่งตัวเลือกออกเป็น 3 คำตอบ และมีการให้คะแนนในแต่ละคำตอบดังนี้

“เพิ่มขึ้น” 1 คะแนน “ไม่เปลี่ยนแปลง” 0.5 คะแนน “แย่งลง” 0 คะแนน นำข้อมูลที่ได้มาคำนวณโดยใช้หลักการของดัชนีการกระจาย (Diffusion Index) โดยการอ่านค่าดัชนีเป็นดังนี้

ค่าดัชนีสูงกว่า 50 สถานะทางด้านธุรกิจดีขึ้น

ค่าดัชนีเท่ากับ 50 สถานะทางด้านธุรกิจทรงตัว

ค่าดัชนีต่ำกว่า 50 สถานะทางด้านธุรกิจแย่งลง

2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

1.ความเป็นมา ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคตั้งแต่เดือนตุลาคมปี 2541 เป็นต้นมา โดยพิจารณาเป็นภาพรวมของประเทศ จัดเก็บข้อมูลเป็นรายเดือน โดยอิงการศึกษาวิธีการจัดทำ Consumer Confidence Index ของมหาวิทยาลัยมิชิแกน สหรัฐอเมริกา

2.แบบสอบถาม

1	ภาวะในปัจจุบัน	2	เทียบเดือนปัจจุบัน กับ 6 เดือนที่ผ่านมา	3	การคาดการณ์ ในอีก 6 เดือนข้างหน้า
1) สถานการณ์ทั่วไปของเศรษฐกิจและธุรกิจ 2) รายได้ที่ได้รับ 3) โอกาสในการหางานทำ		1) สถานการณ์ทั่วไปของเศรษฐกิจและธุรกิจ 2) รายได้ที่ได้รับ 3) โอกาสในการหางานทำ		1) สถานการณ์ทั่วไปของเศรษฐกิจและธุรกิจ 2) รายได้ที่ได้รับ 3) โอกาสในการหางานทำ	

3.การคำนวณค่าดัชนี ในการคำนวณค่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จะพิจารณาในกรณีที่ตอบว่า “ดี” และ “แย่” ส่วนผู้ที่ตอบว่า “ไม่เปลี่ยนแปลง/ปานกลาง” จะไม่นำมาคำนวณด้วย สูตรในการคำนวณเป็นดังนี้

$$\text{ค่าดัชนี} = 100 + (\% \text{ ของผู้ตอบว่า "ดี"} - \% \text{ ของผู้ตอบว่า "แย่"})$$

ซึ่งค่าของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 โดยมีค่ากลางเท่ากับ 100 คะแนน การอ่านค่าดัชนีเป็นดังนี้

ค่าดัชนีสูงกว่า 100	ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
ค่าดัชนีเท่ากับ 100	ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าดัชนีต่ำกว่า 100	ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

3. ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม (Thai Industries Sentiment Index : TISI) ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย

1.ความเป็นมา ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมตั้งแต่เดือนตุลาคมปี 2545 เป็นต้นมา โดยพิจารณาเป็นภาพรวมของประเทศ และจำแนกออกเป็น 30 สาขาอุตสาหกรรม จัดเก็บข้อมูลเป็นรายเดือน

2.แบบสอบถาม

ประเด็นคำถาม

- 1) ดัชนีความเชื่อมั่นในยอดขายโดยรวมในปัจจุบัน
- 2) ดัชนีความเชื่อมั่นในยอดคำสั่งซื้อโดยรวมในปัจจุบัน
- 3) ดัชนีความเชื่อมั่นในต้นทุนการประกอบการในปัจจุบัน
- 4) ดัชนีความเชื่อมั่นในกำไรสุทธิในปัจจุบัน
- 5) ดัชนีความเชื่อมั่นในปริมาณการผลิตในอนาคต

3.การคำนวณค่าดัชนี ในการคำนวณค่าดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม จะพิจารณาในกรณีที่ตอบว่า “ดี” และ “แย่” ส่วนผู้ที่ตอบว่า “ไม่เปลี่ยนแปลง/ปานกลาง” จะไม่นำมาคำนวณด้วย สูตรในการคำนวณเป็นดังนี้

$$\text{ค่าดัชนี} = 100 + (\% \text{ ของผู้ตอบว่า "ดี"} - \% \text{ ของผู้ตอบว่า "แย่"})$$

ซึ่งค่าของดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรมจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 โดยมีค่ากลางเท่ากับ 100 คะแนน การอ่านค่าดัชนีเป็นดังนี้

ค่าดัชนีสูงกว่า 100	ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
ค่าดัชนีเท่ากับ 100	ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าดัชนีต่ำกว่า 100	ผู้ประกอบการมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ จะแย่งหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ระเบียบวิธีการศึกษา

1. ศึกษาทบทวนกรอบแนวทาง หรือแนวคิดในการจัดทำดัชนี

- ดัชนีความเชื่อมั่นทางธุรกิจ
- ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค
- ดัชนีความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม
- ดัชนีอื่นๆ



BSI

BANK OF THAILAND



CCI



TISI

สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย
THE FEDERATION OF THAI INDUSTRIES

ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

2. การสำรวจภาคสนามรายเดือน

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในประเภทของการวิจัยแบบสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามที่มีโครงสร้างแน่นอน (Structured Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Interview) และการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์ (Telephone Interview) เนื่องจากเป็นการเก็บข้อมูลต่อเนื่องกันทุกเดือน และมีการประสานกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน และมีการหากลุ่มตัวอย่างใหม่เพื่อทดแทนกลุ่มตัวอย่างเดิมในกรณีที่กลุ่มตัวอย่างเดิมไม่ให้ความร่วมมือหรือไม่สะดวกในการตอบแบบสอบถามในเดือนนั้นๆ และการดำเนินการสัมภาษณ์จะสอบถามให้แล้วเสร็จในช่วงสัปดาห์ที่ 3 ของแต่ละเดือน



ตารางที่ 1 จำนวนกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เป้าหมายจำแนกตามภาคการค้า ภาคบริการ และภาคผลิต

ภาค	กลุ่มตัวอย่าง			รวมทั้งหมด
	การค้า	บริการ	ผลิต	
กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	216	269	154	639
ตะวันออกเฉียงเหนือ	200	250	148	598
เหนือ	138	170	100	408
กลาง	81	101	60	242
ตะวันออก	66	82	60	208
ใต้	110	130	77	317
รวม	811	1,002	599	2,412

ที่มา : จากการคำนวณสัดส่วนตาม GDP SME ประกอบกับจำนวนผู้ประกอบการ SME จำแนกภูมิภาค (สสว.)

หมายเหตุ : 1. จำนวนกลุ่มตัวอย่างอาจมีการเปลี่ยนแปลงตามสถานการณ์การค้าดำเนินงานจริง|

2. สัดส่วนอาจมีการเปลี่ยนแปลงเมื่อได้ข้อมูลรายสาขาเพิ่มเติมจาก สสว.

3. สัดส่วนอาจมีการเปลี่ยนแปลงหลังจากที่หารือกับคณะทำงานของ สสว.

สำหรับการสำรวจ ในปี 2562 สุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการ SME กระจายตามภาคการค้า ภาคบริการ และภาคการผลิต ที่ผู้ประกอบการธุรกิจอยู่ในแต่ละภูมิภาคทั่วประเทศ ขนาดตัวอย่างในการสำรวจไม่น้อยกว่า 2,400 ตัวอย่าง/เดือน ในพื้นที่ใน 6 ภูมิภาค ซึ่งประกอบด้วย กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคตะวันออก และภาคใต้

ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพของกิจการ โดยจะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative) เป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการดำเนินกิจการของตน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับศักยภาพทางเศรษฐกิจและการเงิน จะเป็นคำถามในเชิงคุณภาพ (Qualitative) โดยจะเป็นการถามความรู้สึกในด้านต่างๆ เกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศและการเงินของกิจการ เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา และการคาดการณ์ใน 3 เดือนข้างหน้า

ส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อกิจการ เป็นเหตุผลประกอบการอธิบายดัชนี แสดงถึงปัจจัยต่างๆ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่น่าจะมีผลกระทบต่อธุรกิจโดยรวม โดยจะถามผู้ประกอบการว่าปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อกิจการของผู้ประกอบการหรือไม่ และมีผลกระทบในระดับใด โดยคำถามในส่วนนี้อาจมีการปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ต่างๆ ที่มีการเปลี่ยนแปลงไป

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับสถานการณ์ ซึ่งจะมีการปรับเปลี่ยนในแต่ละเดือนตามที่ สสว. กำหนดร่วมกันกับที่ปรึกษาเพื่อใช้ในการติดตามสถานการณ์ของ SME ในช่วงเวลานั้นๆ คาดการณ์สถานการณ์อนาคตที่ส่งผลกระทบต่อ SME และเก็บรวบรวมข้อมูล SME ในประเด็นด้านนโยบายที่สำคัญ รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ต้องการนำเสนอต่อภาครัฐ

ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

4. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME

1. ตรวจสอบข้อมูลและการให้รหัสข้อมูลทุกแบบสอบถาม ขณะที่ปริญจะตรวจสอบแบบสอบถามและการให้รหัสทุกแบบสอบถาม ความถูกต้องของแบบสอบถาม สำหรับข้อมูลที่เป็นการพรรณนาจะถูกกำหนดในรูปรหัสของตัวเลข เพื่อการคำนวณโดยคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ ขณะที่ปริญจะได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความสอดคล้องของคำตอบในแบบสอบถามทุกฉบับ และมีการตรวจสอบการลงรหัสและการป้อนข้อมูลของคำตอบในแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรม Microsoft Excel **ซึ่งในขั้นตอนนี้จะแล้วเสร็จประมาณสัปดาห์ที่ 4 ของเดือนที่ทำการสำรวจ**

2. การประมวลผลจากแบบสอบถามและการวิเคราะห์ประเด็นเพิ่มเติม จากคำถามที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพแปลงเป็นข้อมูลเชิงปริมาณ แล้วนำมาจัดสร้างเป็นดัชนี (Index) ในส่วนของประเด็นการสำรวจเพิ่มเติมขณะที่ปริญจะทำการประมวลผลและ/หรือวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และการวิเคราะห์ทางสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ โดยใช้เทคนิคทางสถิติต่างๆ อาทิ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และการจัดอันดับ **ซึ่งในขั้นตอนนี้จะแล้วเสร็จประมาณปลายสัปดาห์ที่ 1 ของเดือนถัดไป** เพื่อให้ทาง สสว. สามารถรายงานผลต่อสาธารณะได้ภายในสัปดาห์ที่ 2 ของเดือนถัดไป

ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

4. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME (ต่อ)

3.วิธีการคำนวณดัชนีความเชื่อมั่น สำหรับดัชนีความเชื่อมั่น SME ประกอบด้วย 3 ดัชนี คือ ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการค้า ดัชนีความเชื่อมั่นภาคบริการ และดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิต โดยดัชนีดังกล่าวจะประมวลผลในลักษณะของการคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ โดยข้อคำถามที่ใช้ในการคำนวณดัชนีจะให้คะแนนผลการตอบ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ของประเทศจะใช้ข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นภาคการค้า ภาคบริการ และภาคการผลิต มาคำนวณโดยถ่วงน้ำหนักจากสัดส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมของ SME โดยมีรายละเอียดดังนี้²

ดีขึ้น/เพิ่มขึ้น	ให้คะแนน	1
เท่าเดิม/คงเดิม	ให้คะแนน	0.5
แย่ลง/ลดลง	ให้คะแนน	0

สูตรในการคำนวณหาค่าดัชนีความเชื่อมั่นในภาคการค้า ภาคบริการ และภาคการผลิต จะใช้สูตรเดียวกันแต่มีองค์ประกอบในการคำนวณที่แตกต่างกันไป ดังนี้

ภาคการค้า (5 องค์ประกอบ)	ภาคบริการ (5 องค์ประกอบ)	ภาคการผลิต (6 องค์ประกอบ)
<ul style="list-style-type: none"> • ยอดจำหน่าย • กำไร • ต้นทุน • การจ้างงาน • การลงทุน 	<ul style="list-style-type: none"> • ยอดจำหน่าย • กำไร • ต้นทุน • การจ้างงาน • การลงทุน 	<ul style="list-style-type: none"> • ยอดคำสั่งซื้อ • กำไร • ต้นทุนการประกอบการ • การจ้างงาน • สินค้าคงคลัง • ปริมาณการผลิต

ดัชนีความเชื่อมั่น

- ภาคการค้า
- ภาคบริการ
- ภาคการผลิต

$$= \left(\frac{\text{ผลรวมของคะแนนนับในแต่ละข้อคำถาม}}{\text{จำนวนนับทั้งหมดของแต่ละข้อคำถาม}} \right) \times 100$$

²การให้คะแนนในองค์ประกอบด้านต้นทุนจะให้คะแนนในลักษณะผกผันคือ ถ้าตอบว่าเพิ่มขึ้นให้คะแนน 0 ลดลงให้คะแนน 1

ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

4. ประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME (ต่อ)

สูตรในการคำนวณหาค่าดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ภาพรวมจะใช้สูตร ดังนี้

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้ประกอบการ SME ของประเทศ	=	ดัชนีความเชื่อมั่น ● ภาคการค้า ● ภาคบริการ ● ภาคการผลิต	×	สัดส่วน GDP SME จำแนกตามภาคการค้า บริการ และการผลิต
---	---	--	---	---

โดยค่าดัชนีความเชื่อมั่นจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 100 ซึ่งการแปลผลของดัชนีเป็นดังนี้

ค่าดัชนีสูงกว่า 50	ผู้ประกอบการ SME มีความเห็นว่าภาวะของธุรกิจในช่วงเวลานั้น จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
ค่าดัชนีเท่ากับ 50	ผู้ประกอบการ SME มีความเห็นว่าภาวะของธุรกิจในช่วงเวลานั้น ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าดัชนีต่ำกว่า 50	ผู้ประกอบการ SME มีความเห็นว่าภาวะของธุรกิจในช่วงเวลานั้น จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

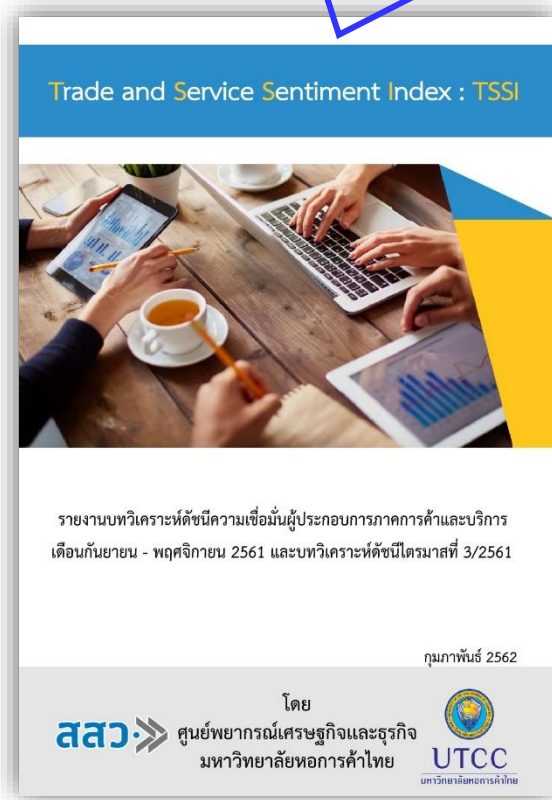
²การให้คะแนนในองค์ประกอบด้านต้นทุนจะให้คะแนนในลักษณะผกผันคือ ถ้าตอบว่าเพิ่มขึ้นให้คะแนน 0 ลดลงให้คะแนน 1

ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

5. การเขียนรายงานและบทวิเคราะห์ภาพรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME เป็นรายเดือน รายไตรมาส และรายปี

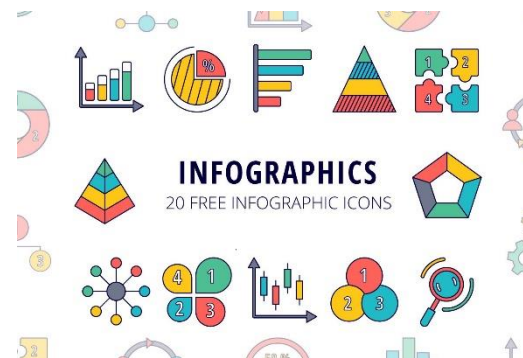
1. รายงานวิเคราะห์รายเดือน
2. รายงานวิเคราะห์รายไตรมาส
3. รายงานวิเคราะห์รายปี
4. วิเคราะห์เชื่อมโยงกับดัชนีของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
5. บทสรุปการนำเสนอข้อมูล



ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

6. การจัดทำ Infographic

1. สรุปลดดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME เชื่อมโยงกับดัชนีของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. ประเด็นที่น่าสนใจเกี่ยวกับสถานการณ์ SME พร้อมข้อเสนอแนะต่อภาครัฐและข้อเสนอแนะต่อ SME



7. การจัดประชุมระดมความคิด (Focus group) และ/หรือสัมภาษณ์เชิงลึก

การจัดประชุมระดมความคิด (Focus group) และ/หรือสัมภาษณ์เชิงลึกองค์กรภาครัฐองค์กรภาคเอกชน กลุ่มตัวแทน SME หรือสมาคมในพื้นที่ จำนวน 2 พื้นที่ และจัดทำรายงานสรุปผลการประชุมในแต่ละครั้ง



ระเบียบวิธีการศึกษา (ต่อ)

8. จัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press) และดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รายงาน

ที่ปรึกษาจัดทำข่าวประชาสัมพันธ์ (Press) และดำเนินการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์รายงานผลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ให้แก่กลุ่มเป้าหมายกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจ โดยผ่านช่องทาง E-mail เฉพาะกลุ่มที่ให้ความสนใจรับข้อมูลข่าวสารดังกล่าวในทุกเดือน



9. จัดทำข้อมูลการสำรวจ และการประมวลผลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ในรูปแบบ Soft file (Excel)

ที่ปรึกษาจะจัดทำข้อมูลการสำรวจ และการประมวลผลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ในรูปแบบ Soft file (Excel) โดยจัดเก็บข้อมูลอย่างเป็นระบบ และเป็นอนุกรมเวลา เพื่อความสะดวกในการเผยแพร่ของ สสว. ในรูปแบบข้อมูลอนุกรมเวลา โดยที่ปรึกษาจะนำส่งข้อมูลดังกล่าวให้กับ สสว. เป็นประจำในทุกเดือน



กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์

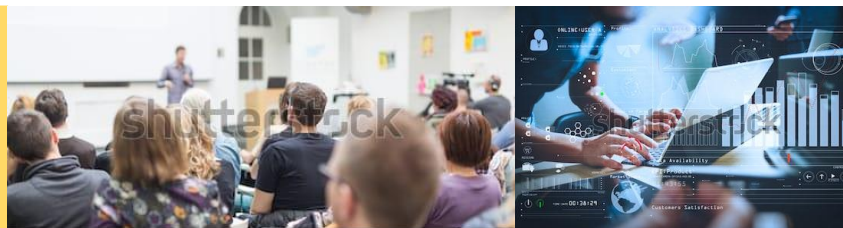
1. วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคการค้า
ภาคบริการ และภาคผลิต ทั้งประเทศ



2. หน่วยงานในการจัดทำนโยบายและแผนงาน
ในการสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม



3. ผู้ที่สนใจทั่วไปที่ติดตามภาวะของวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อม



ข้อเสนอเพิ่มเติม

1. การนำเสนอผลการวิเคราะห์ ส่วนที่ 5 (ประเด็นเพิ่มเติม) ใน รูปแบบ Power point

2. บทวิเคราะห์รายปีดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ของประเทศ ภาคการค้า ภาคบริการ และภาคการผลิต

3. การประชาสัมพันธ์ผลดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ของประเทศ ผ่านช่องทางสื่อสารของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

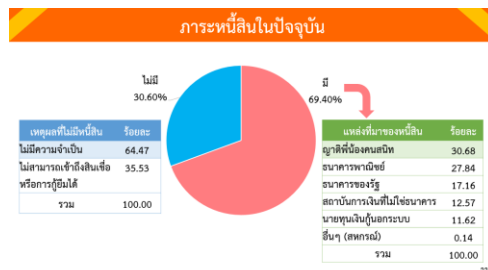
ปัญหาเกี่ยวกับร้านค้าโชห่วย

- คู่แข่งใหม่ๆ ทั้งร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ ธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และ Modern Trend
- ต้องเผชิญหน้ากับการแข่งขันที่รุนแรง เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไป
- ประสิทธิภาพด้านการตลาด การบัญชี การบริหารจัดการพื้นที่ขายสินค้า
- ต้นทุนค่าที่สูงขึ้น และคุณภาพสินค้าในการจัดจำหน่าย
- ขาดทุนและรายได้น้อยลง

ที่มา : รวบรวมจากสื่อต่างๆ

ข้อเสนอแนะที่ทันต่อการใช้งานรัฐบาลเร่งแก้ไขปัญหา

- การพัฒนาในด้านธุรกิจท่องเที่ยวให้มีการเติบโตอย่างมีนัย
- การพัฒนาสินค้าเกษตรที่เป็นที่ยอมรับ ณ ระดับ World Class
- พัฒนาการสร้างรายได้เพิ่มให้เกษตรกรและระดับจังหวัด
- รัฐบาลควรมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ครอบคลุมทุกพื้นที่
- รัฐบาลควรให้บริการสวัสดิการแก่รัฐใช้ได้กับทุกร้านค้าหรือทุก Modern trade เพื่อให้มีการกระจายรายได้มากขึ้น

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการค้าและบริการของ SME ทั้ง 6 ภูมิภาคและผลวิเคราะห์เป็นรายเดือน และรายไตรมาส ที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ

2.ดัชนีความเชื่อมั่นภาคการผลิตของ SME ทั้ง 6 ภูมิภาคและผลวิเคราะห์เป็นรายเดือน และรายไตรมาสที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ

3.ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ของประเทศและผลวิเคราะห์เป็นรายเดือน และรายไตรมาสที่มีความชัดเจนถูกต้องและน่าเชื่อถือ

4.มีบทวิเคราะห์ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ที่เชื่อมโยงกับดัชนีของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และบทวิเคราะห์สถานการณ์ผู้ประกอบการ SME ในประเด็นที่น่าสนใจเป็นรายเดือน ที่มีความชัดเจนและน่าเชื่อถือ

5.มีองค์ความรู้และฐานข้อมูลการติดตาม และวิเคราะห์เตือนภัยสถานการณ์เศรษฐกิจของ SME ทันสมัยถูกต้องไว้เผยแพร่แก่หน่วยงานภาครัฐภาคเอกชน

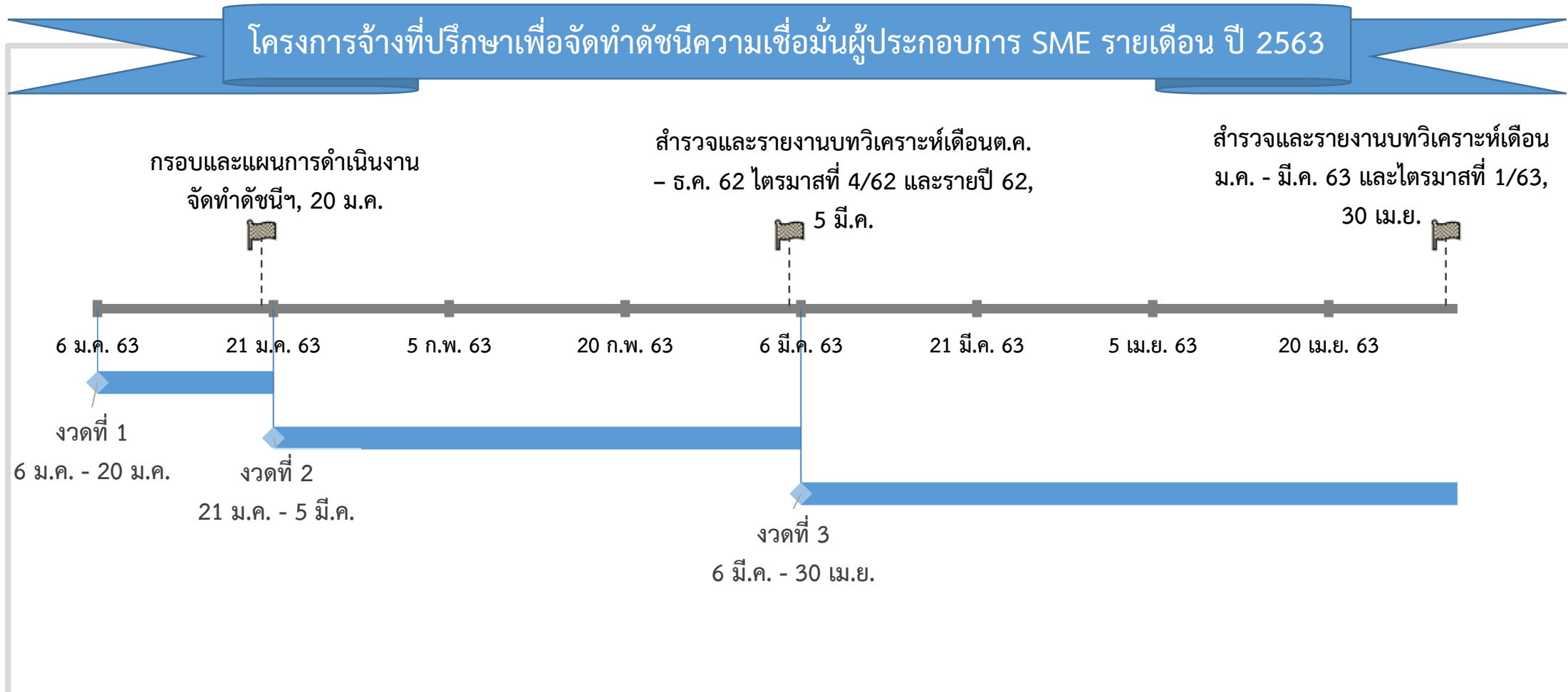
6.ผู้ประกอบการ SME สามารถใช้ประโยชน์จากข้อมูลและบทวิเคราะห์สถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับ SME ในการวางแผนธุรกิจได้



แผนการดำเนินงาน

สรุปแผนการดำเนินงานตลอดทั้งโครงการ

โครงการจ้างที่ปรึกษาเพื่อจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME รายเดือน ปี 2563



ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ และแผนการดำเนินงาน

กิจกรรม		ม.ค.				ก.พ.				มี.ค.				เม.ย.			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1. ประชุมทีมงานเพื่อจัดทำกรอบและแผนการดำเนินงานในการจัดทำรายงานดัชนีความเชื่อมั่น SME รายเดือน ปี 2563	แผน	→															
2. จัดทำกรอบและเขียนแผนการดำเนินงานในการจัดทำรายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME รายเดือน ปี 2563	แผน	→															
3. ส่งมอบงานงวดที่ 1 (กรอบและแผนการดำเนินงานในการจัดทำรายงานดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME รายเดือน ปี 2563) 15 วันหลังจากลงนามสัญญา	ผล		☑														
1. ประชุมทีมงานพร้อมหารือข้อคำถามเพิ่มเติมในส่วนที่ 5 ของเดือนต.ค. - ธ.ค. 62 กับ สสว.	แผน	→															
2. สํารวจภาคสนามของดัชนีฯ เดือน ต.ค. - ธ.ค. 62	แผน	→	→														
3. ตรวจสอบและบันทึกข้อมูลพร้อมทั้งประมวลผลดัชนีฯ เดือน ต.ค. - ธ.ค. 62	แผน				→												
4. เขียนรายงานพร้อมบทวิเคราะห์ผลดัชนีฯ เดือน ต.ค. - ธ.ค. 62 ไตรมาสที่ 4/62 และรายปี 62	แผน						→	→									
5. สรุปบทวิเคราะห์เพิ่มเติมในส่วนที่ 5	แผน							→	→								
6. ส่งมอบงานงวดที่ 2 (ข้อมูลการสำรวจเดือนต.ค. - ธ.ค. 62 และรายงานบทวิเคราะห์เดือนต.ค. - ธ.ค. 62 ไตรมาสที่ 4/62 และรายปี 62) 60 วันหลังจากลงนามสัญญา	ผล									☑							
1. ประชุมทีมงานพร้อมหารือข้อคำถามเพิ่มเติมในส่วนที่ 5 ของเดือนม.ค. - มี.ค. 63 กับ สสว.	แผน	→				→				→							
2. จัดประชุมระดมความคิด (Focus group) 2 ภูมิภาค	แผน									→	→	→	→	→	→	→	→
3. สํารวจภาคสนามของดัชนีฯ เดือนม.ค. - มี.ค. 63	แผน		→	→			→	→			→	→					
4. ตรวจสอบและบันทึกข้อมูลพร้อมทั้งประมวลผลดัชนีฯ เดือน ม.ค. - มี.ค. 63	แผน				→				→	→			→	→			
5. เขียนรายงานพร้อมบทวิเคราะห์ผลดัชนีฯ เดือนม.ค. - มี.ค. 63 ไตรมาสที่ 1/63	แผน						→	→			→	→			→	→	
6. สรุปบทวิเคราะห์เพิ่มเติมในส่วนที่ 5	แผน					→				→	→			→	→		
7. รายงานสรุปจัดประชุมระดมความคิด	แผน								→	→						→	→
8. ส่งมอบงานงวดที่ 3 (ข้อมูลการสำรวจเดือนม.ค. - มี.ค. 63 และรายงานบทวิเคราะห์เดือนม.ค. - มี.ค. 63 ไตรมาสที่ 1/63) วันที่ 30 เม.ย. 63	ผล																☑

หมายเหตุ : ระยะเวลาในการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนอาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามความเหมาะสม

โครงการจ้างปรึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม พร้อมบันทึกข้อมูล เพื่อจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจฐานราก และผลสำรวจความคิดเห็น (Poll) 2560

โครงการจ้างที่ปรึกษาโครงการการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นภาคการค้าและบริการรายเดือนปี 2562

โครงการจ้างที่ปรึกษาจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ของประเทศ รายเดือน ปี 2562



รายงานผลการตรวจสอบข้อมูล

“โครงการจ้างที่ปรึกษาดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม พร้อมบันทึกข้อมูล เพื่อจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจฐานรากและผลสำรวจความคิดเห็น (Poll) 2560”
ประจำไตรมาสที่ 1/2560

เสนอต่อ
ธนาคารออมสิน
โดย
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
2560



Trade and Service Sentiment Index : TSSI



รายงานทวิเคราะห์ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการภาคการค้าและบริการ
เดือนมิถุนายน - สิงหาคม 2562 และทวิเคราะห์ดัชนีไตรมาสที่ 2/2562

กันยายน 2562



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการ SME ของประเทศ ปี 2562
เดือนกรกฎาคม - กันยายน 2562 ดัชนีไตรมาสที่ 3 ปี 2562 และ
สรุปรายงานภาพรวมทั้งปี (ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2561 - กันยายน 2562)



Composite Index for SME

กันยายน 2562

สวอ UTCC
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ตัวอย่างผลงานของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ (ต่อ)

โครงการหอการค้า Poll



สถานการณ์หนี้ครัวเรือนไทย ปี 2562

วันที่ 28 พฤศจิกายน 2562

สำรวจทั่วประเทศ จำนวน 1,201 ตัวอย่าง
วันที่ 11-23 พฤศจิกายน 2562



สถานการณ์แรงงานไทย:
กรณีศึกษาผู้มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท

สำรวจทั่วประเทศ จำนวน 1,200 ตัวอย่าง
วันที่ 29 เมษายน 2562

โครงการดัชนีความเชื่อมั่นหอการค้าไทย



ดัชนีความเชื่อมั่นหอการค้าไทย
ประจำเดือนพฤศจิกายน 2562
(TCC CONFIDENCE INDEX)



หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย