

FACTSHEET – จังหวัดเชียงใหม่

ประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2566

ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า

Economic Figures



ตัวชี้วัดการค้าการลงทุนที่สำคัญ

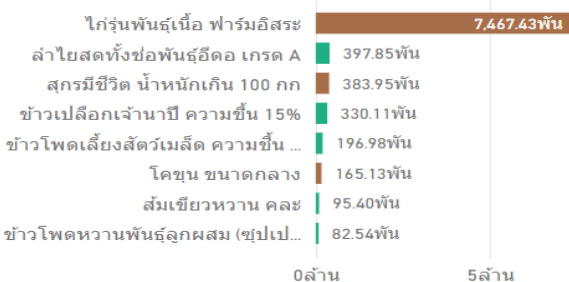
Key indicators

	จำนวน	%YOY
▶ นิติบุคคลจัดตั้งใหม่ ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2566	321	10.69% ▲
▶ SMEs รวม ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2564	18,026	5.03% ▲
▶ SMEs ขนาดย่อย (Micro) ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2564	11,362	8.50% ▲
▶ SMEs ขนาดเล็ก (S) ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2564	6,078	-0.18% ▼
▶ SMEs ขนาดกลาง (M) ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2564	586	-2.66% ▼
▶ สิทธิบัตรจดทะเบียนใหม่ ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2566	19	-82.41% ▼
▶ สินค้า GI ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2566	11	22.22% ▲
▶ การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2566	104	-78.51% ▼
▶ การจดทะเบียนสิทธิบัตร ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2566	13	-58.33% ▼
▶ ตลาดต้องชม ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2565	7	-
▶ Farm Outlet ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2566	2	-
▶ หมู่บ้านทำมาค้าขาย ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนตุลาคม 2565	4	-
▶ ร้านอาหารรองฟ้าราคาประหยัด ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2565	9	-
▶ ร้านธงฟ้า เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนพฤศจิกายน 2565	58	-78.11% ▼
▶ ธุรกิจไฮโซ และห้องเย็น ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนธันวาคม 2565	8	-
▶ ธุรกิจคลังสินค้า ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนกุมภาพันธ์ 2566	-	-

สินค้าเกษตรสำคัญ

TOP Agricultural Products

จังหวัดผลิตสินค้าเกษตรชนิดใดมากที่สุด
ปริมาณผลผลิตรายประเภท (ตัน, ตัว)



ที่มา : เกษตร(ต้น)-สดก., ปศุสัตว์(ตัว)-กรมปศุสัตว์, ประมง(ต้น)-กรมประมง

สินค้าอัตลักษณ์

TOP Identity Goods

1	เครื่องปั้นดินเผา เครื่องไม้แกะสลัก	บริษัท สยาม ศิลาดล พอตเทอร์ จำกัด
2	ผ้าชิ้นตีนจอก	แม่แจ่ม
3	เครื่องเงิน	วังลาย
4	อาหารสำเร็จรูป/แปรรูป/พร้อมทาน	น้ำพริกหนุ่ม ไส้จั่ว แคปหมู
5	ร่มบ่อสร้าง	สินค้าแพง





FACTSHEET – จังหวัดเชียงใหม่

ประจำเดือน กุมภาพันธ์ 2566

ตัวบ่งชี้หรือสัญญาณทางเศรษฐกิจ Economic Figures

สัญลักษณ์	คำอธิบาย	ตัวบ่งชี้
GPP (Gross Provincial Product)	ดัชนีชี้วัดที่แสดงทั้งขนาด (Volume) ของรายได้จากการผลิตของจังหวัด	ตัวบ่งชี้อธิบายทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ในช่วงเวลาต่างๆ
GPP (Good Pharmacy Practice Per Capita)	ดัชนีชี้วัดค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัว	ตัวบ่งชี้ถึงศักยภาพการสร้างรายได้ของคนในจังหวัด
CCI (Consumer Confidence Index)	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคระดับภูมิภาค	ตัวบ่งชี้ถึงมุมมองผู้บริโภคต่อเศรษฐกิจว่าจะดีขึ้นหรือแย่ลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริโภคในจังหวัด
UR (Unemployment rate)	อัตราการว่างงานในจังหวัด	ตัวบ่งชี้บ่งถึงการขยายตัว/หดตัวของเศรษฐกิจ โดยปัจจุบันต้องพิจารณารวมกับตัวบ่งชี้ดัชนีผู้สูงอายุของจังหวัด (ซึ่งยังไม่มีหน่วยงานไหนจัดทำตัวชี้วัดดังกล่าว) เนื่องจากอัตราการว่างงานที่ต่ำ อาจตีความในอีกมุมหนึ่งได้ว่า หาแรงงานได้ยากเพราะโครงสร้างประชากรประเทศกำลังวัยเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ
IR (Inflation Rate)	อัตราเงินเฟ้อทั่วไปของจังหวัด	ตัวบ่งชี้ถึงราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตและอัตราดอกเบี้ยเงินกู้การลงทุนในประเทศ
Motor Vehicle Registered	ยอดจดทะเบียนรถยนต์ในจังหวัด	ตัวบ่งชี้ถึงความเชื่อมั่นของภาคเอกชน ที่มีผลต่อความเชื่อมั่นภาคอุตสาหกรรม เช่นเดียวกับเครื่องชี้เศรษฐกิจด้านการลงทุนภาคเอกชน
Number of Visitors	จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนในจังหวัด	ตัวบ่งชี้ถึงการเติบโตด้านการผลิตบริการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
Otop Sale	ยอดจำหน่ายสินค้า Otop ในจังหวัด	ตัวบ่งชี้ถึงการสร้างรายได้ให้แก่ ชุมชน อย่างเป็นรูปธรรม ตามนโยบายการพัฒนาที่มีชุมชนเป็นฐาน

