



# FACTSHEET – จังหวัดจันทบุรี

## ประจำเดือน มกราคม 2569

### ข้อมูลเศรษฐกิจการค้า Economic Figures

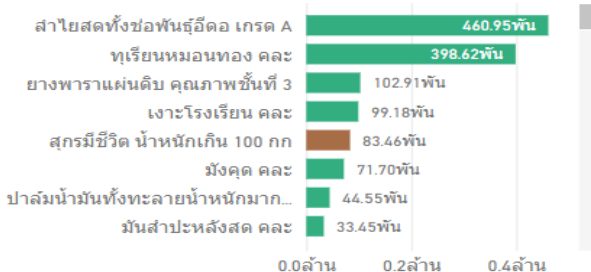


### ตัวชี้วัดการค้าการลงทุนที่สำคัญ Key indicators

	จำนวน	%YOY
▶ <b>นิติบุคคลจัดตั้งใหม่</b> ข้อมูลล่าสุด ประจำเดือนมกราคม 2569	34	2.86% ▼
▶ <b>SMEs รวม</b> ข้อมูลล่าสุด ณ ปี 2567	2,799	22.12% ▲
▶ <b>SMEs ขนาดย่อย (Micro)</b> ข้อมูลล่าสุด ณ ปี 2567	1,436	35.09% ▲
▶ <b>SMEs ขนาดเล็ก (S)</b> ข้อมูลล่าสุด ณ ปี 2567	1,078	9.22% ▲
▶ <b>SMEs ขนาดกลาง (M)</b> ข้อมูลล่าสุด ณ ปี 2567	285	17.77% ▲
▶ <b>สิทธิบัตร/อนุสิทธิบัตร</b> ข้อมูลล่าสุด ประจำเดือนมกราคม 2569	-	-
▶ <b>สินค้า GI</b> ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2569	3	-
▶ <b>การจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า</b> ข้อมูลล่าสุด ประจำปี 2568 ณ เดือนมกราคม	-	-
▶ <b>การจดทะเบียนลิขสิทธิ์</b> ข้อมูลล่าสุด ประจำปี 2568 ณ เดือนมกราคม	-	-
▶ <b>ตลาดต้องชม</b> ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2569	2	-
▶ <b>Farm Outlet</b> ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2569	2	-
▶ <b>หมู่บ้านทำมาค้าขาย</b> ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2569	5	-
▶ <b>ร้านอาหารรองฟ้าราคาประหยัด</b> ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2569	18	-
▶ <b>ร้านร่งฟ้าพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น</b> ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2569	1,065	2.31% ▲
▶ <b>ธุรกิจไฮโซ และห้องเย็น</b> ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2569	2	-
▶ <b>จำนวนวิสาหกิจชุมชน</b> ข้อมูลล่าสุด ณ ปี 2567	513	2.29% ▼

### สินค้าเกษตรสำคัญ TOP Agricultural Products

จังหวัดผลิตสินค้าเกษตรชนิดใดมากที่สุด  
ปริมาณผลผลิตรายประเภท (ตัน, ตั๋ว)



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

### สินค้าอัตลักษณ์ TOP Identity Goods

- 1 **อัญมณี**
- 2 **ทุเรียนจันทน์ (จันทบุรี 1 – 10), พันธุ์พวงมณี, พันธุ์นกหยับ, พันธุ์ทองลิ้นจี่, พันธุ์นวลทองจันทร์, พันธุ์บุขสุวรรณ**
- 3 **พริกไทยจันทน์**
- 4 **เล็องจันทุร**





# FACTSHEET – จังหวัดจันทบุรี

## ประจำเดือน มกราคม 2569

### ตัวบ่งชี้หรือสัญญาณทางเศรษฐกิจ Economic Figures

สัญลักษณ์	คำอธิบาย	ตัวบ่งชี้
GPP (Gross Provincial Product)	ดัชนีชี้วัดที่แสดงทั้งขนาด (Volume) ของรายได้จากการผลิตของจังหวัด	ตัวบ่งชี้อธิบายทิศทางการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (Economic Growth) ในช่วงเวลาต่างๆ
GPP Per Capita (Gross Provincial Product Per Capita)	ดัชนีชี้วัดค่าผลิตภัณฑ์จังหวัดต่อหัว	ตัวบ่งชี้ถึงศักยภาพการสร้างรายได้ของคนในจังหวัด
CCI (Consumer Confidence Index)	ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคระดับภูมิภาค	ตัวบ่งชี้ถึงมุมมองผู้บริโภคต่อเศรษฐกิจว่าจะดีขึ้นหรือแย่ลง ซึ่งส่งผลกระทบต่อการบริโภคในจังหวัด
UR (Unemployment rate)	อัตราการว่างงานในจังหวัด	ตัวบ่งชี้บอกถึงการขยายตัว/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

