

อัตราเงินเฟ้อไทยในเดือนแรกของปี 2566 ชะลอตัวลงอยู่ระดับต่ำสุดในรอบ 9 เดือน

นายวิชานัน นินวาทจินดา รองผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เปิดเผยว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคของไทย เดือนมกราคม 2566 เท่ากับ 108.18 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน ซึ่งเท่ากับ 103.01 ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไป สูงขึ้นร้อยละ 5.02 (YoY) ชะลอตัวจากเดือนธันวาคม 2565 ที่สูงขึ้นร้อยละ 5.89 อยู่ระดับต่ำสุดในรอบ 9 เดือน ตามการชะลอตัวของราคาสินค้าในกลุ่มพลังงานและอาหาร ขณะที่อุปสงค์ในประเทศปรับตัวดีขึ้นจากภาคการท่องเที่ยว เทศกาลปีใหม่ และตรุษจีน ส่งผลให้การใช้จ่ายคึกคักกว่าปีที่ผ่านมา

เมื่อเทียบกับอัตราเงินเฟ้อต่างประเทศ (ข้อมูลล่าสุดเดือนธันวาคม 2565) พบว่า อัตราเงินเฟ้อของไทยอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าหลายเขตเศรษฐกิจ อาทิ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร อิตาลี และเม็กซิโก รวมถึงประเทศในอาเซียน ลาว ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ โดยเงินเฟ้อไทยต่ำเป็นอันดับที่ 32 จาก 129 เขตเศรษฐกิจที่มีการประกาศตัวเลข ส่วนอัตราเงินเฟ้อไทยเฉลี่ยทั้งปี 2565 สูงขึ้นร้อยละ 6.08 (AoA) ต่ำเป็นอันดับที่ 33 จาก 129 เขตเศรษฐกิจที่มีการประกาศตัวเลข

อัตราเงินเฟ้อในเดือนนี้ สูงขึ้นร้อยละ 5.02 (YoY) เป็นการสูงขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวของสินค้าในหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม สูงขึ้นร้อยละ 3.18 (YoY) (เดือนธันวาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 3.87) ตามราคาสินค้าในกลุ่มพลังงาน โดยเฉพาะน้ำมันเชื้อเพลิงที่สูงขึ้นทุกประเภท ค่าไฟฟ้า และก๊าซหุงต้ม รวมทั้งค่าโดยสารสาธารณะ (รถเมล์เล็ก/รถสองแถว รถแท็กซี่ เครื่องบิน) นอกจากนี้ วัสดุก่อสร้าง ค่าแรงช่าง ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล (สบู่อุดตัว ยาสีฟัน ค่าแต่งผมชาย) สิ่งที่เกี่ยวข้องกับทำความสะอาด (น้ำยาล้างจาน น้ำยาปรับผ้านุ่ม ผงซักฟอก) ราคาสูงขึ้น สำหรับสินค้าที่ปรับลดลง อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้า (เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า) เสื้อและกางเกง ผลิตภัณฑ์ป้องกันและบำรุงผิว แป้งผัดหน้า ผ้าอ้อมสำเร็จรูป และค่าสมาชิกเคเบิลทีวี และหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 7.70 (YoY) (เดือนธันวาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 8.87) โดยเฉพาะอาหารสำเร็จรูป (ก๋วยเตี๋ยวสำเร็จรูป ก๋วยเตี๋ยว ข้าวแกง/ข้าวกล่อง อาหารเข้า) ผักและผลไม้สด (ต้นหอม มะเขือ ผักบุ้ง แดงโม ส้มเขียวหวาน มะม่วง) ข้าวสาร และไข่ไก่ สาเหตุสำคัญยังคงเป็นต้นทุนที่อยู่ระดับสูง และอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว ตามสถานการณ์เศรษฐกิจของไทยที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง อาทิ เนื้อสุกร จากปริมาณที่มีเพียงพอต่อความต้องการ ผักสดและผลไม้บางชนิด (ขิง ถั่วฝักยาว พริกสด แครอท ทุเรียน)

เงินเพื่อพื้นฐาน เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออก สูงขึ้นร้อยละ 3.04 (YoY) ชะลอตัวเล็กน้อยจากเดือนก่อนหน้าที่สูงขึ้นร้อยละ 3.23 (YoY) ตามต้นทุนการผลิตที่ยังอยู่ในระดับสูง

ดัชนีราคาผู้บริโภคในเดือนนี้ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า สูงขึ้นร้อยละ 0.30 (MoM) ตามการสูงขึ้นของสินค้าในหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 0.41 สาเหตุสำคัญมาจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิงที่เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้ค่าโดยสารสาธารณะปรับสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีสินค้าสำคัญหลายรายการที่ราคาลดลง อาทิ สิ่งที่เกี่ยวข้องกับทำความสะอาด (น้ำยาล้างห้องน้ำ น้ำยาล้างจาน ผงซักฟอก) เสื้อผ้าบุรุษและสตรี ตู้เย็น และหม้อหุงข้าวไฟฟ้า และหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.13 อาทิ ผลไม้สด (ส้มเขียวหวาน องุ่น มะม่วง) จากอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลและไข่ไก่ เนื่องจากปริมาณมีไม่มากนัก สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง อาทิ ผักสด (ผักบุ้ง ผักชี ต้นหอม) เนื่องจากสภาพอากาศเอื้ออำนวยทำให้ผลผลิตกลับเข้ามาสู่ภาวะปกติ ข้าวสารเจ้าและข้าวสารเหนียว เนื่องจากการจัดโปรโมชั่น น้ำมันพืชปรับลดลงตามราคาปาล์มดิบ และซอสหอยนางรมปรับลดลงตามโปรโมชั่น

แนวโน้มเงินเพื่อเดือนกุมภาพันธ์ 2566 คาดว่าจะขยายตัวในอัตราที่ลดลง ปัจจัยที่ทำให้เงินเพื่อขยายตัวยังคงเป็นราคาสินค้าในกลุ่มพลังงาน ทั้งน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าไฟฟ้า และก๊าซหุงต้ม ที่ส่งผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเงินเพื่อและราคาสินค้าในกลุ่มอาหารที่ปรับสูงขึ้นตามต้นทุนการผลิตที่ยังอยู่ในระดับสูง เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งค่าวัตถุดิบ ค่าขนส่ง และค่าจ้างแรงงาน ประกอบกับอุปสงค์ในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นจากภาคการท่องเที่ยว และนโยบายกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มชะลอตัว ซึ่งจะทำให้ความต้องการบริโภคโดยรวมและราคาน้ำมันเชื้อเพลิงชะลอตัว และเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นจะส่งผลให้ต้นทุนการนำเข้าสินค้าของไทยลดลง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่กดดันให้อัตราเงินเพื่อของไทยไม่สูงมากนัก

ทั้งนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้คาดการณ์อัตราเงินเพื่อทั่วไปปี 2566 อยู่ระหว่างร้อยละ 2.0 – 3.0 ซึ่งเป็นอัตราที่สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจของไทย และหากสถานการณ์เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ จะมีการทบทวนอีกครั้ง

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนมกราคม 2566 ปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 51.3 จากระดับ 50.4 ในเดือนก่อนหน้า อยู่ในช่วงความเชื่อมั่นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ระดับสูงสุดในรอบ 44 เดือน เป็นการปรับเพิ่มขึ้นทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) อยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่น คือยังสูงกว่าระดับ 50 ติดต่อกันเป็นเดือนที่ 15 สาเหตุของการปรับเพิ่มขึ้นมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวที่มีการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และการเปิดประเทศของจีน ประกอบกับมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ รวมถึงราคาสินค้าเกษตรสำคัญอยู่ในเกณฑ์ดี ส่งผลให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์เศรษฐกิจสูงขึ้น ขณะที่ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคและน้ำมันเชื้อเพลิงชะลอตัวลง จะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

ตาราง สรุปดัชนีเศรษฐกิจการค้า ปี 2564 - 2566



	2564	2565												2566		
	เฉลี่ย	Jan	Feb	Mar	Apr	May	Jun	Jul	Aug	Sep	Oct	Nov	Dec	เฉลี่ย	Jan	เฉลี่ย
ดัชนีราคาผู้บริโภค CPI	1.23	3.23	5.28	5.73	4.65	7.10	7.66	7.61	7.86	6.41	5.98	5.55	5.89	6.08	5.02	5.02
เงินเพื่อทั่วไป (Headline CPI)																
-หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มี	-0.13	2.39	4.51	4.56	4.83	6.18	6.42	8.02	9.35	9.82	9.58	8.40	8.87	6.92	7.70	7.70
อาหารสด	-1.00	3.05	3.67	3.20	3.47	5.82	5.87	7.76	10.32	10.97	10.48	8.08	8.91	6.81	7.32	7.32
-หมวดอื่น ๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม	2.12	3.81	5.79	6.56	4.54	7.74	8.49	7.35	6.83	4.10	3.56	3.59	3.87	5.51	3.18	3.18
พลังงาน	11.88	19.22	29.22	32.43	21.07	37.24	39.97	33.82	30.50	16.10	13.07	13.09	14.62	24.49	11.08	11.08
เงินเพื่อพื้นฐาน (Core CPI)	0.23	0.52	1.80	2.00	2.00	2.28	2.51	2.99	3.15	3.12	3.17	3.22	3.23	2.51	3.04	3.04
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค																
- โดยรวม	43.0	44.6	44.6	43.8	45.7	44.7	44.3	45.5	46.3	46.4	47.7	49.9	50.4	46.2	51.3	51.3
ในปัจจุบัน	35.3	35.6	35.1	34.5	36.4	35.2	34.4	36.0	36.9	37.1	38.7	40.4	41.3	36.8	42.3	42.3
ในอนาคต	48.1	50.6	50.9	50.0	52.0	51.0	50.9	51.9	52.6	52.5	53.7	56.3	56.5	52.4	57.2	57.2
- กลุ่มอาชีพ																
เกษตรกร	43.6	47.0	46.3	45.5	46.9	45.7	45.4	46.4	47.1	47.9	49.1	49.2	50.9	47.3	50.6	50.6
พนักงานเอกชน	41.5	41.6	41.6	41.4	43.9	42.5	42.2	43.7	43.2	44.0	45.3	48.6	49.3	43.9	50.5	50.5
ผู้ประกอบการ	43.7	45.4	45.8	43.7	46.2	45.6	44.8	46.0	48.6	47.2	49.2	51.7	51.1	47.1	52.6	52.6
รับจ้างอิสระ	40.5	42.8	42.4	41.6	43.4	42.5	42.8	43.3	44.7	44.4	45.5	47.6	47.4	44.0	48.4	48.4
พนักงานของรัฐ	48.9	50.5	51.3	50.7	52.1	50.7	49.3	51.6	52.1	51.5	52.9	55.7	55.7	52.0	56.9	56.9
นักศึกษา	39.9	39.0	39.5	41.0	43.0	41.6	43.4	45.5	44.9	45.6	45.7	50.1	51.1	44.2	50.9	50.9
ไม่ได้ทำงาน	37.9	41.5	40.9	42.9	40.8	41.9	41.4	40.3	42.2	41.3	40.9	44.9	45.6	42.1	46.9	46.9
- ภูมิภาค																
กรุงเทพฯ/ปริมณฑล	40.7	35.4	38.6	42.0	42.7	40.7	44.2	43.4	43.1	43.8	48.5	50.8	48.0	43.4	52.2	52.2
กลาง	42.9	44.4	43.6	43.0	46.2	44.5	43.5	44.8	45.1	45.4	44.9	49.3	49.5	45.4	50.9	50.9
เหนือ	41.3	44.6	43.7	42.9	43.8	43.2	42.1	43.4	44.7	45.9	46.9	49.5	50.3	45.1	49.7	49.7
ตะวันออกเฉียงเหนือ	44.4	46.8	47.2	45.3	47.3	46.4	46.8	47.4	49.3	47.8	49.8	51.3	51.5	48.1	52.0	52.0
ใต้	44.0	45.0	45.2	44.4	47.0	46.8	44.2	46.6	46.7	46.8	48.5	48.7	50.5	46.7	51.1	51.1



สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
6 กุมภาพันธ์ 2566

ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนมกราคม 2566

ดัชนีราคาผู้บริโภค เดือนมกราคม 2566 เท่ากับ 108.18 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน อัตราเงินเฟ้อทั่วไป สูงขึ้นร้อยละ 5.02 (YoY) เป็นการสูงขึ้นในอัตราที่ชะลตัวของสินค้าในหมวดอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม สูงขึ้น ร้อยละ 3.18 (YoY) (เดือนธันวาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 3.87) ตามราคาสินค้าในกลุ่มพลังงาน และค่าโดยสารสาธารณะ นอกจากนี้ วัสดุก่อสร้าง ค่าแรงช่าง ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล สิ่งที่เกี่ยวข้องกับความสะอาด ราคาสูงขึ้น สำหรับสินค้าที่ปรับ ลดลง อาทิ เครื่องใช้ไฟฟ้า (เครื่องรับโทรทัศน์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องซักผ้า) เสื้อและกางเกง ผลิตภัณฑ์ป้องกันและ บำรุงผิว แป้งผัดหน้า ผ้าอ้อมสำเร็จรูป และค่าสมาชิกเคเบิลทีวี และหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้น ร้อยละ 7.70 (YoY) (เดือนธันวาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 8.87) โดยเฉพาะอาหารสำเร็จรูป ผักและผลไม้สด ข้าวสาร และไข่ไก่ สาเหตุสำคัญยังคงเป็นต้นทุนที่อยู่ระดับสูง และอุปสงค์ที่เพิ่มขึ้นในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาว ซึ่งในปีนี้อັคคึก กว่าปีที่ผ่านมา ตามสถานการณ์เศรษฐกิจของไทย สำหรับสินค้าที่ราคาลดลง อาทิ เนื้อสุกร จากปริมาณที่มีเพียงพอต่อ ความต้องการ และผักสดบางชนิด (ขิง ถั่วฝักยาว พริกสด แครอท) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

- หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 7.70 ได้แก่
 - กลุ่มข้าวแป้ง และผลิตภัณฑ์จากแป้ง ร้อยละ 5.48 (ข้าวสารเจ้า ข้าวสารเหนียว ขนมอบ)
 - กลุ่มเนื้อสัตว์ เป็ดไก่ และสัตว์น้ำ ร้อยละ 2.72 (ไก่สด ปลาหู ปลาชนิด)
 - กลุ่มไข่และผลิตภัณฑ์นม ร้อยละ 9.66 (ไข่ไก่ นมผง นมถั่วเหลือง)
 - กลุ่มผักสด ร้อยละ 19.62 (ต้นหอม มะเขือ ผักบุ้ง)
 - กลุ่มผลไม้สด ร้อยละ 10.11 (แตงโม ส้มเขียวหวาน มะม่วง)
 - กลุ่มเครื่องประกอบอาหาร ร้อยละ 5.61 (น้ำมันพืช ซีอิ๊ว น้ำพริกแกง)
 - กลุ่มเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 5.17 (กาแฟ / ชา (ร้อน / เย็น) กาแฟผงสำเร็จรูป น้ำหวาน)
 - กลุ่มอาหารบริโภคในบ้าน ร้อยละ 9.19 (กับข้าวสำเร็จรูป ก๋วยเตี๋ยว ข้าวแกง/ข้าวกล่อง)
 - กลุ่มอาหารบริโภคนอกบ้าน ร้อยละ 8.56 (อาหารเช้า อาหารกลางวัน (ข้าวราดแกง) อาหารเย็น (อาหารตามสั่ง))
- หมวดสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม สูงขึ้นร้อยละ 3.18 ได้แก่
 - หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ร้อยละ 0.22 (เครื่องแบบนักเรียนอนุบาล ค่าจ้างซักรีด เสื้อเชิ้ตสตรี)
 - หมวดเคหสถาน ร้อยละ 3.11 (ค่ากระแสไฟฟ้า ก๊าซหุงต้ม ผงซักฟอก)
 - หมวดการตรวจรักษา และบริการส่วนบุคคล ร้อยละ 1.94 (ยาสีฟัน ค่าแต่งผมชาย สบู่ถูตัว)
 - หมวดพาหนะ การขนส่ง และการสื่อสาร ร้อยละ 4.26 (น้ำมันเชื้อเพลิง ค่าโดยสารสาธารณะ)
 - หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา ร้อยละ 1.41 (ค่าเล่าเรียน-ค่าธรรมเนียมการศึกษา)
 - หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ร้อยละ 0.98 (เบียร์ ไวน์)

เงินเฟ้อพื้นฐาน เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออก สูงขึ้นร้อยละ 3.04 (YoY) ขณะที่ดัชนีราคาผู้บริโภค เมื่อเทียบกับ กับเดือนธันวาคม 2565 สูงขึ้นร้อยละ 0.30 (MoM)

ตารางแสดง ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปและอัตราการเปลี่ยนแปลง เดือนมกราคม 2566 (2562 = 100)

รายการ	สัดส่วน	เดือนมกราคม 2566					เดือนธันวาคม 2565			
		ดัชนี		อัตราการเปลี่ยนแปลง			ดัชนี		อัตราการเปลี่ยนแปลง	
	ม.ค. 66	ม.ค. 66	ม.ค. 65	M/M	Y/Y	A/A	ธ.ค. 65	M/M	Y/Y	A/A
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป	100.00	108.18	103.01	0.30	5.02	5.02	107.86	-0.06	5.89	6.08
หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	41.63	111.38	103.42	0.13	7.70	7.70	111.24	0.32	8.87	6.92
ข้าวแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง	3.72	97.71	92.63	-0.36	5.48	5.48	98.06	0.55	5.40	-0.91
เนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำ	9.70	117.28	114.18	0.15	2.72	2.72	117.11	-0.32	12.20	11.65
ไข่และผลิตภัณฑ์นม	2.15	113.02	103.06	1.45	9.66	9.66	111.41	-0.82	9.88	6.90
ผักและผลไม้	5.68	112.38	96.38	-0.11	16.60	16.60	112.50	2.15	5.61	4.21
- ผักสด	2.73	116.25	97.18	-2.30	19.62	19.62	118.99	4.74	1.20	4.77
- ผลไม้สด	2.29	104.66	95.05	1.78	10.11	10.11	102.83	-0.45	7.16	2.19
เครื่องประกอบอาหาร	2.36	117.00	110.79	-0.12	5.61	5.61	117.14	0.02	6.49	9.10
เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	2.18	106.75	101.50	0.08	5.17	5.17	106.66	0.18	5.25	2.80
อาหารบริโภค-ในบ้าน	8.97	111.55	102.16	0.27	9.19	9.19	111.25	0.30	9.94	7.52
อาหารบริโภค-นอกบ้าน	6.87	110.71	101.98	0.09	8.56	8.56	110.61	0.10	9.30	7.05
หมวดอื่น ๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม	58.37	106.18	102.91	0.41	3.18	3.18	105.75	-0.30	3.87	5.51
หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	2.06	99.88	99.66	-0.04	0.22	0.22	99.92	-0.06	0.26	0.04
หมวดเคหสถาน	22.17	103.66	100.53	0.35	3.11	3.11	103.30	0.00	3.53	4.75
หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล	5.39	102.74	100.78	0.18	1.94	1.94	102.56	0.03	1.84	1.12
หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร	23.25	111.57	107.01	0.64	4.26	4.26	110.86	-0.77	5.65	9.05
- ค่าโดยสารสาธารณะ	1.37	108.93	102.55	0.47	6.22	6.22	108.42	0.06	5.70	3.30
- น้ำมันเชื้อเพลิง	9.66	129.27	117.76	1.49	9.77	9.77	127.37	-1.86	13.78	23.93
- การสื่อสาร	4.02	99.89	99.88	0.00	0.01	0.01	99.89	0.02	0.01	-0.07
หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษาฯ	4.18	100.48	99.08	0.02	1.41	1.41	100.46	0.06	1.44	0.23
หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์	1.32	102.75	101.75	0.09	0.98	0.98	102.66	0.02	1.26	2.00
ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน *	64.47	104.06	100.99	0.08	3.04	3.04	103.98	0.06	3.23	2.51
กลุ่มอาหารสดและพลังงาน	35.53	116.03	106.65	0.69	8.80	8.80	115.23	-0.25	11.12	13.38
- อาหารสด	21.25	111.64	104.03	0.13	7.32	7.32	111.50	0.43	8.91	6.81
- พลังงาน	14.28	124.67	112.23	1.56	11.08	11.08	122.75	-1.27	14.62	24.49

หมายเหตุ : ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน หมายถึง ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปที่หักรายการสินค้ากลุ่มอาหารสดและสินค้ากลุ่มพลังงาน

Concept ดัชนีราคาผู้บริโภคประเทศไทย ปีฐาน 2562 มีจำนวนรายการสินค้าและบริการทั้งสิ้น 430 รายการ (ปีฐาน 2558 มีจำนวน 422 รายการ) ครอบคลุมสินค้าและบริการ 7 หมวดที่จำเป็นต่อการครองชีพ ได้แก่ 1) หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ 2) หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า 3) หมวดเคหสถาน 4) หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล 5) หมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร 6) หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษาฯ 7) หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ โดยการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปนั้น จะเปรียบเทียบราคาสินค้าในช่วงระยะเวลาหนึ่งกับราคาสินค้าในช่วงเวลาเริ่มต้น เรียกว่า “ปีฐาน” ที่กำหนดตัวเลขดัชนีเท่ากับ 100 ทั้งนี้ คริวเรือนผู้บริโภคที่ครอบคลุมในการคำนวณดัชนีปีฐาน 2562 ได้แก่ คริวเรือนรวมเขตเทศบาลนครรอบรายได้ 6,987 – 50,586 บาทต่อเดือนต่อครัวเรือน รวมค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงินไม่เกิน ร้อยละ 42.19 สมาชิกครัวเรือนตั้งแต่ 1 คนขึ้นไป ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภูมิภาค 4 ภาค รวมทั้งสิ้น 48 จังหวัด อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ดัชนีราคาผู้บริโภคสามารถสะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น ในปี 2566 ได้มีการเพิ่มจังหวัดตัวแทนอีก 4 จังหวัด รวมเป็น 52 จังหวัด ^{1/}

^{1/52} จังหวัด ที่ใช้ในการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภค ได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล 1. กรุงเทพมหานคร 2.นนทบุรี 3.ปทุมธานี 4.สมุทรปราการ 5.พระนครศรีอยุธยา 6.ลพบุรี 7.สิงห์บุรี 8.ชลบุรี 9.ระยอง 10.จันทบุรี 11.ปราจีนบุรี 12.ราชบุรี 13.สุพรรณบุรี 14.เพชรบุรี 15.ประจวบคีรีขันธ์ 16.ฉะเชิงเทรา 17.นครปฐม 18.สระแก้ว 19.กาญจนบุรี 20.นครสวรรค์ 21.ตาก 22.แพร่ 23.เชียงใหม่ 24.เชียงราย 25.อุตรดิตถ์ 26.พิษณุโลก 27.เพชรบูรณ์ 28.น่าน 29.พะเยา 30.ลำปาง 31.ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 31.นครราชสีมา 32.ขอนแก่น 33.สุรินทร์ 34.อุบลราชธานี 35.หนองคาย 36.ศรีสะเกษ 37.มุกดาหาร 38.อุดรธานี 39.ร้อยเอ็ด 40.นครพนม 41.เลย 42.กาฬสินธุ์ 43.บึงกาฬ 44.สุราษฎร์ธานี 45.นครศรีธรรมราช 46.ตรัง 47.สงขลา 48.ยะลา 49.ภูเก็ต 50.กระบี่ 51.นราธิวาส 52.ระนอง

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนมกราคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนมกราคม 2566 ปรับเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 51.3 จากระดับ 50.4 ในเดือนก่อนหน้า อยู่ในช่วงความเชื่อมั่นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ระดับสูงสุดในรอบ 44 เดือน เป็นการปรับเพิ่มขึ้นทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) อยู่ในระดับที่มีความเชื่อมั่น คือยังสูงกว่าระดับ 50 ติดต่อกันเป็นเดือนที่ 15 สาเหตุของการปรับเพิ่มขึ้นมาจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวที่มีการเปิดประเทศรับนักท่องเที่ยวอย่างเต็มรูปแบบ และการเปิดประเทศของจีน ประกอบกับมาตรการช่วยเหลือจากภาครัฐ รวมถึงราคาสินค้าเกษตรสำคัญอยู่ในเกณฑ์ดี ส่งผลให้ประชาชนมีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์เศรษฐกิจสูงขึ้น ขณะที่ราคาสินค้าอุปโภคบริโภคและน้ำมันเชื้อเพลิงชะลอตัวลง จะเป็นปัจจัยสำคัญทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

● ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค พบว่า

- 1) ด้านเศรษฐกิจไทย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.86
- 2) ด้านมาตรการของภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 12.93
- 3) ด้านเศรษฐกิจโลก คิดเป็นร้อยละ 10.33
- 4) ด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิง คิดเป็นร้อยละ 9.09
- 5) ด้านราคาสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 7.30
- 6) ด้านสังคม/ความมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 6.70
- 7) ด้านการเมือง คิดเป็นร้อยละ 5.70
- 8) ด้านภัยพิบัติ/โรคระบาด คิดเป็นร้อยละ 4.64
- 9) ด้านอื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 0.46

● **กลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นดีขึ้น** กลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นดีขึ้น มองว่าเศรษฐกิจไทย เศรษฐกิจโลก และมาตรการของภาครัฐ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น

● ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค พบว่า เกือบทุกภูมิภาคปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) กรุงเทพฯ และปริมณฑล เพิ่มขึ้นจากระดับ 48.0 มาอยู่ที่ระดับ 52.2
- 2) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพิ่มขึ้นจากระดับ 51.5 มาอยู่ที่ระดับ 52.0
- 3) ภาคกลาง เพิ่มขึ้นจากระดับ 49.5 มาอยู่ที่ระดับ 50.9
- 4) ภาคใต้ เพิ่มขึ้นจากระดับ 50.5 มาอยู่ที่ระดับ 51.1
- 5) ขณะที่ ภาคเหนือ ลดลงจากระดับ 50.3 มาอยู่ที่ระดับ 49.7

● ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกอาชีพ พบว่า มีระดับความเชื่อมั่น ดังนี้

- 1) กลุ่มพนักงานเอกชน เพิ่มขึ้นจากระดับ 49.3 มาอยู่ที่ระดับ 50.5
- 2) กลุ่มผู้ประกอบการ เพิ่มขึ้นจากระดับ 51.1 มาอยู่ที่ระดับ 52.6
- 3) กลุ่มรับจ้างอิสระ เพิ่มขึ้นจากระดับ 47.4 มาอยู่ที่ระดับ 48.4
- 4) กลุ่มพนักงานของรัฐ เพิ่มขึ้นจากระดับ 55.7 มาอยู่ที่ระดับ 56.9
- 5) กลุ่มไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ เพิ่มขึ้นจากระดับ 45.6 มาอยู่ที่ระดับ 46.9
- 6) ขณะที่ กลุ่มเกษตรกร ลดลงจากระดับ 50.9 มาอยู่ที่ระดับ 50.6
- 7) กลุ่มนักศึกษา ลดลงจากระดับ 51.1 มาอยู่ที่ระดับ 50.9

● เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงจากระดับ 50.6 มาอยู่ที่ระดับ 50.2

ตาราง แสดงดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนมกราคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	เฉลี่ย 2564	2565												เฉลี่ย 2565	2566 ม.ค.
		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.		
โดยรวม	43.0	44.6	44.6	43.8	45.7	44.7	44.3	45.5	46.3	46.4	47.7	49.9	50.4	46.2	51.3
ในปัจจุบัน	35.3	35.6	35.1	34.5	36.4	35.2	34.4	36.0	36.9	37.1	38.7	40.4	41.3	36.8	42.3
ในอนาคต	48.1	50.6	50.9	50.0	52.0	51.0	50.9	51.9	52.6	52.5	53.7	56.3	56.5	52.4	57.2
รายอาชีพ															
เกษตรกร	43.6	47.0	46.3	45.5	46.9	45.7	45.4	46.4	47.1	47.9	49.1	49.2	50.9	47.3	50.6
พนักงานเอกชน	41.5	41.6	41.6	41.4	43.9	42.5	42.2	43.7	43.2	44.0	45.3	48.6	49.3	43.9	50.5
ผู้ประกอบการ	43.7	45.4	45.8	43.7	46.2	45.6	44.8	46.0	48.6	47.2	49.2	51.7	51.1	47.1	52.6
รับจ้างอิสระ	40.5	42.8	42.4	41.6	43.4	42.5	42.8	43.3	44.7	44.4	45.5	47.6	47.4	44.0	48.4
พนักงานของรัฐ	48.9	50.5	51.3	50.7	52.1	50.7	49.3	51.6	52.1	51.5	52.9	55.7	55.7	52.0	56.9
นักศึกษา	39.9	39.0	39.5	41.0	43.0	41.6	43.4	45.5	44.9	45.6	45.7	50.1	51.1	44.2	50.9
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	37.9	41.5	40.9	42.9	40.8	41.9	41.4	40.3	42.2	41.3	40.9	44.9	45.6	42.1	46.9
รายภาค															
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	40.7	35.4	38.6	42.0	42.7	40.7	44.2	43.4	43.1	43.8	48.5	50.8	48.0	43.4	52.2
กลาง	42.9	44.4	43.6	43.0	46.2	44.5	43.5	44.8	45.1	45.4	44.9	49.3	49.5	45.4	50.9
เหนือ	41.3	44.6	43.7	42.9	43.8	43.2	42.1	43.4	44.7	45.9	46.9	49.5	50.3	45.1	49.7
ตะวันออกเฉียงเหนือ	44.4	46.8	47.2	45.3	47.3	46.4	46.8	47.4	49.3	47.8	49.8	51.3	51.5	48.1	52.0
ใต้	44.0	45.0	45.2	44.4	47.0	46.8	44.2	46.6	46.7	46.8	48.5	48.7	50.5	46.7	51.1

- หมายเหตุ : 1. สํารวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 4,879 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
2. การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)