



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนธันวาคม 2562 และปี 2562

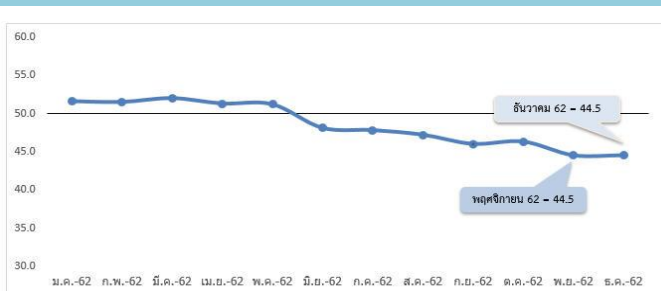
Consumer Confidence Index (CCI)

รายการ	พ.ย. 62	ธ.ค. 62	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	44.5	44.5	=
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.0	39.4	▲
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	48.2	48.0	▼

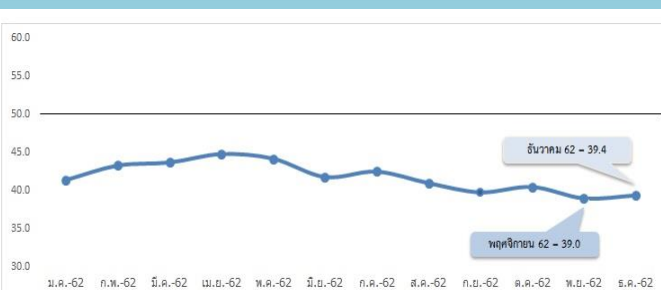
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนธันวาคม 2562 เท่ากับ 44.5

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนธันวาคม 2562 ทรงตัวอยู่ที่ระดับ 44.5 เท่ากับเดือนพฤศจิกายน 2562 โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 39.0 มาอยู่ที่ระดับ 39.4 ในขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากระดับ 48.2 มาอยู่ที่ระดับ 48.0 สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันที่ปรับตัวสูงขึ้น คาดว่าเป็นผลมาจากมาตรการต่างๆ ที่รัฐบาลออกมาเพิ่มเติมในช่วงปลายปี ประกอบกับการขับเคลื่อนการลงทุนของภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน



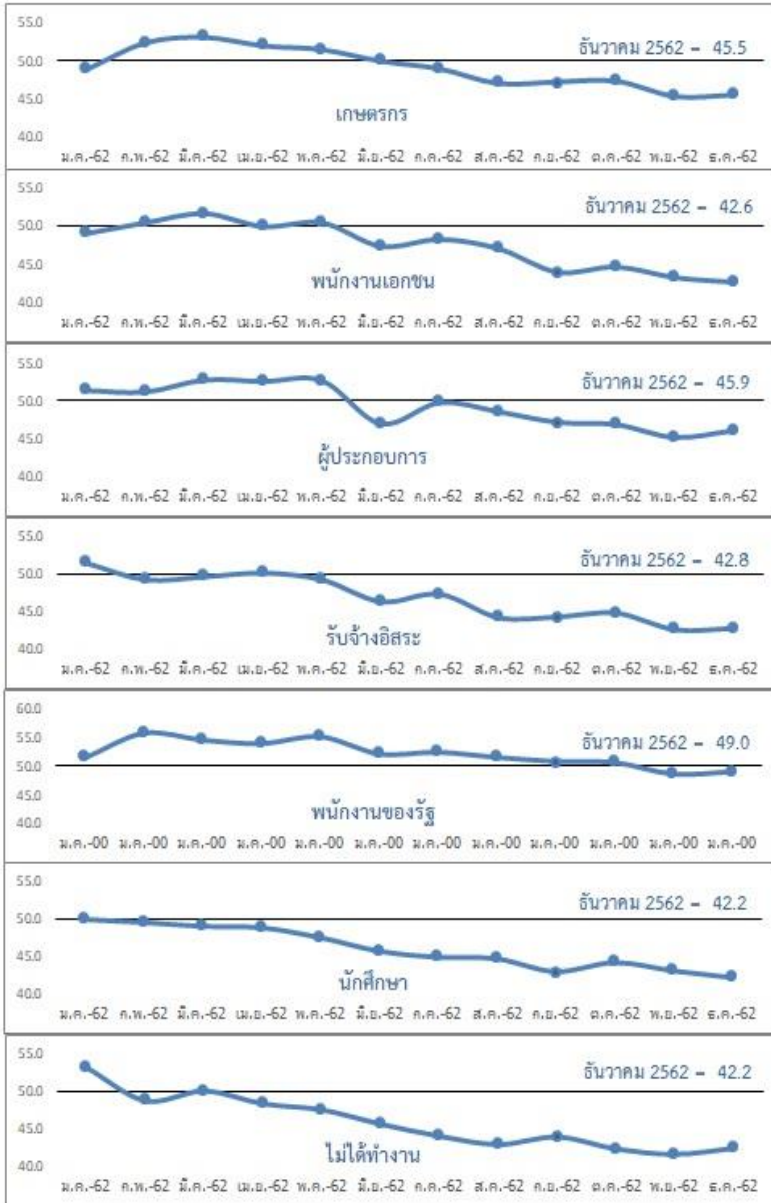
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปี 2562 เฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 48.4 โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันอยู่ที่ระดับ 41.8 และดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตอยู่ที่ระดับ 52.8 เป็นที่น่าสังเกตว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมในช่วง 5 เดือนแรกอยู่ในช่วงเชื่อมั่น แต่เริ่มลดลงต่ำกว่า 50 ในช่วงหลังจากนั้นจนถึงปลายปี อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตแม้จะมีแนวโน้มลดลงเช่นเดียวกัน แต่โดยเฉลี่ยทั้งปียังอยู่ในช่วงเชื่อมั่น โดยปัจจัยด้านลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีทั้งปัจจัยภายในและภายนอกประเทศ ได้แก่ ปัญหาหนี้ครัวเรือน การแข็งค่าของเงินบาท เสถียรภาพทางการเมือง การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน สำหรับปัจจัยสนับสนุนความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ได้แก่ มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่องในทุกๆ ด้าน อาทิ มาตรการช่วยเหลือค่าครองชีพ เช่น การช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ มาตรการด้านการเกษตร เช่น โครงการประกันรายได้เกษตรกร การขยายเวลาการชำระหนี้เงินกู้เกษตรกรในพื้นที่ภัยแล้ง มาตรการกระตุ้นการบริโภค เช่น โครงการชิมช้อปใช้ มาตรการด้านอสังหาริมทรัพย์ต่างๆ และโครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก เป็นต้น นอกจากนี้คาดว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงปลายปี 2562 จะเป็นแรงส่งให้เศรษฐกิจในปี 2563 ขยายตัวได้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ช่วยกระตุ้นอุปสงค์ภายในประเทศ และส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น

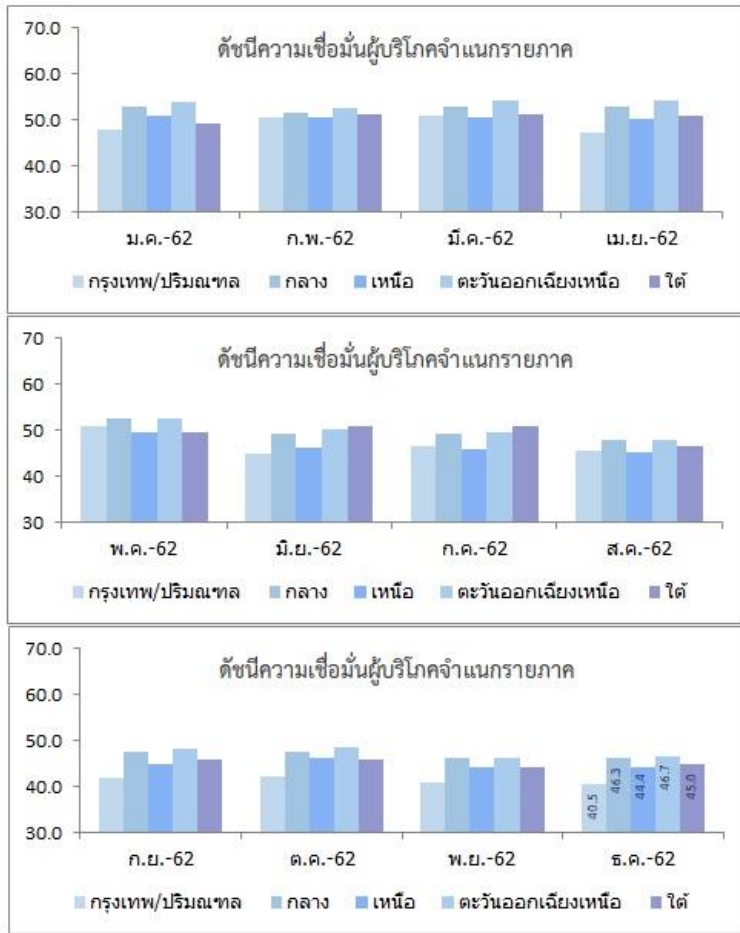
หมายเหตุ : ตั้งแต่เดือน ม.ค. 62 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าเริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมส่วนใหญ่ปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนก่อนหน้าเล็กน้อย ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร (ระดับ 45.5) กลุ่มผู้ประกอบการ (ระดับ 45.9) กลุ่มรับจ้างอิสระ (ระดับ 42.8) กลุ่มพนักงานของรัฐ (49.0) และกลุ่มไม่ได้ทำงาน (42.4) สำหรับกลุ่มพนักงานเอกชนและกลุ่มนักศึกษาดัชนีปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 42.6 และ 42.2 ตามลำดับ โดยสาเหตุหลักมาจากเรื่องโอกาสในการไม่มีงานทำ ซึ่งคาดว่ากระแสข่าวเรื่องการปิดกิจการและการเลิกจ้างงานที่มีอย่างต่อเนื่องในช่วงที่ผ่านมา เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของกลุ่มพนักงานเอกชนและกลุ่มนักศึกษา

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

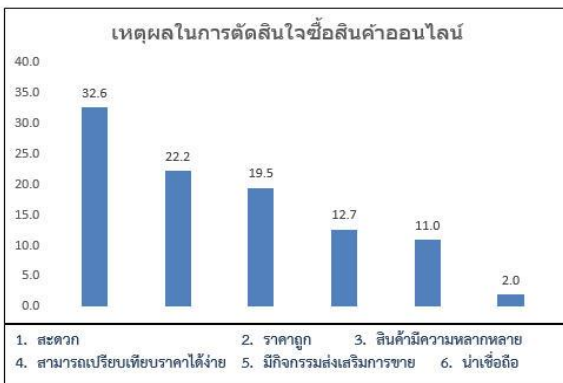


เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 44.1 46.7 44.2 มาอยู่ที่ระดับ 44.4 46.7 และ 45.0 ตามลำดับ สำหรับภาคกลาง ทรงตัวที่ระดับ 46.3 มีเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ดัชนีปรับตัวลดลงจากระดับ 41.0 มาอยู่ที่ระดับ 40.5

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนธันวาคม 2562



ช่องทางในการซื้อสินค้าออนไลน์ จากผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคนิยมซื้อสินค้าออนไลน์ที่ Lazada มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.1 รองลงมาได้แก่ Shopee คิดเป็นร้อยละ 25.3 และ Facebook คิดเป็นร้อยละ 18.6



เหตุผลในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีเหตุผลในการซื้อ คือ ความสะดวก ราคาถูก และสินค้ามีความหลากหลาย คิดเป็นร้อยละ 32.6 22.2 และ 19.5 ตามลำดับ

ตารางแสดงดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ม.ค.-62	ก.พ.-62	มี.ค.-62	เม.ย.-62	พ.ค.-62	มิ.ย.-62	ก.ค.-62	ส.ค.-62	ก.ย.-62	ต.ค.-62	พ.ย.-62	ธ.ค.-62	เฉลี่ย
- โดยรวม	50.5	51.5	52.0	51.3	51.2	48.1	47.8	47.2	46.0	46.3	44.5	44.5	48.4
ในปัจจุบัน	41.4	43.3	43.7	44.8	44.2	41.8	42.5	41.0	39.8	40.5	39.0	39.4	41.8
ในอนาคต	56.6	57.0	57.5	55.6	55.9	52.3	51.4	51.3	50.1	50.2	48.2	48.0	52.8
- รายอาชีพ													
เกษตรกร	48.8	52.3	53.0	51.9	51.4	49.9	48.9	47.0	47.2	47.3	45.3	45.5	49.0
พนักงานเอกชน	49.0	50.4	51.6	49.9	50.4	47.3	48.2	47.0	43.9	44.6	43.2	42.6	47.3
ผู้ประกอบการ	51.2	51.0	52.6	52.4	52.5	46.8	49.6	48.4	47.0	46.7	45.0	45.9	49.1
รับจ้างอิสระ	51.4	49.2	49.6	50.1	49.2	46.3	47.3	44.5	44.3	44.8	42.6	42.8	46.8
พนักงานของรัฐ	51.4	55.7	54.5	53.9	55.1	52.1	52.4	51.5	50.8	50.6	48.6	49.0	52.1
นักศึกษา	49.9	49.5	49.0	48.8	47.5	45.7	44.9	44.7	43.0	44.2	43.1	42.2	46.0
ไม่ได้ทำงาน	53.1	48.7	50.0	48.3	47.5	45.6	44.0	42.9	43.9	42.3	41.6	42.4	45.9
- ภูมิภาค													
กรุงเทพฯ/ปริมณฑล	47.8	50.6	50.9	47.2	50.9	44.8	46.5	45.5	42.0	42.2	41.0	40.5	45.8
กลาง	53.0	51.7	52.8	52.9	52.5	49.3	49.1	48.0	47.6	47.6	46.3	46.3	49.8
เหนือ	51.0	50.5	50.5	50.1	49.5	46.3	45.9	45.1	44.9	46.2	44.1	44.4	47.4
ตะวันออกเฉียงเหนือ	53.8	52.7	54.1	54.1	52.5	50.1	49.7	47.9	48.4	48.7	46.1	46.7	50.4
ใต้	49.2	51.2	51.1	50.8	49.5	50.8	51.0	46.6	45.8	45.8	44.2	45.0	48.4

- หมายเหตุ**
- วิธีการสำรวจข้อมูล : จัดเก็บข้อมูลใน 76 จังหวัด และกรุงเทพมหานคร ครอบคลุม 884 อำเภอ/เขต โดยเจ้าหน้าที่จากสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) และสถาบันการศึกษา
 - จำนวนตัวอย่าง : ประมาณ 7,000 – 10,000 ตัวอย่างต่อเดือน
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น)

กำหนดการแถลงข่าว “สถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ” ครั้งต่อไป ในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2563