

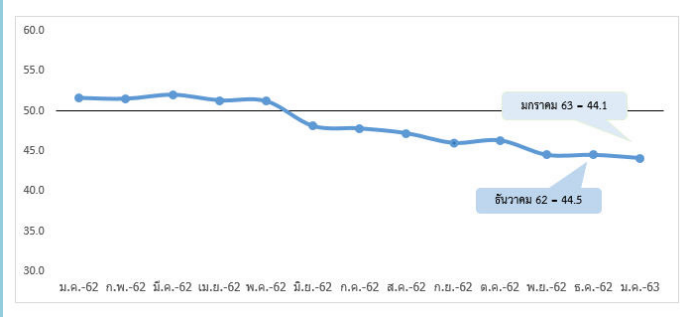


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

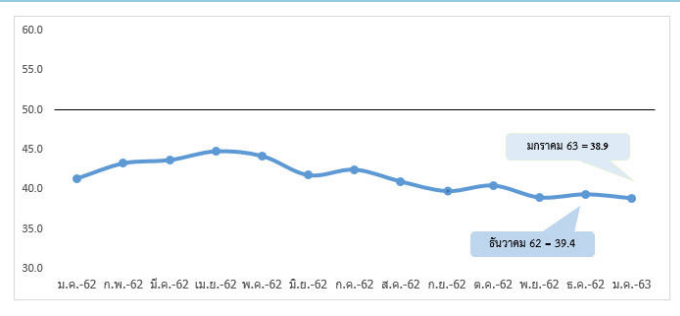
เดือนมกราคม 2563

6 มกราคม 2563

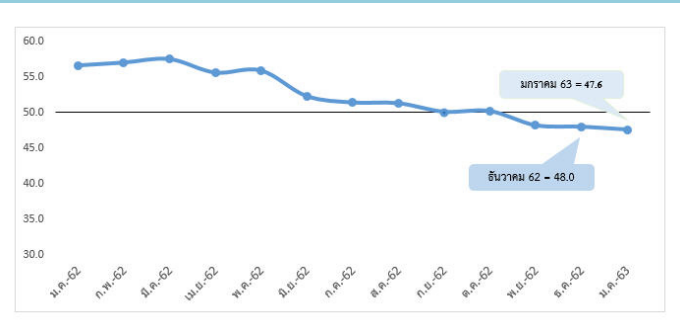
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต



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

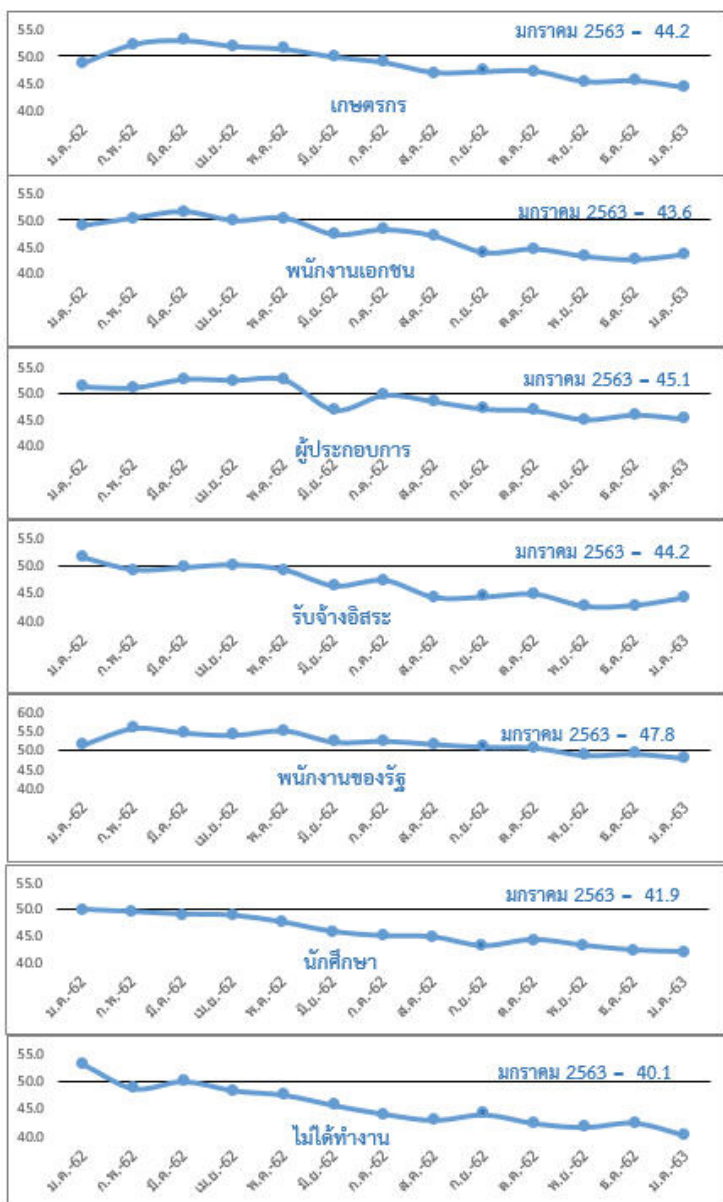
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนมกราคม 2563 เท่ากับ 44.1

รายการ	ธ.ค. 62	ม.ค. 63	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	44.5	44.1	▼
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.4	38.9	▼
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	48.0	47.6	▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนมกราคม 2563 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยอยู่ที่ระดับ 44.1 เป็นการลดลงของทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 39.4 มาอยู่ที่ระดับ 38.9 ในขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 48.0 มาอยู่ที่ระดับ 47.6

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคคาดว่าสาเหตุหลักน่าจะมาจากความกังวลต่อสถานการณ์โรคระบาดไวรัสสายพันธุ์ใหม่ และสถานการณ์โลกที่ค่อนข้างผันผวนในช่วงที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม คาดว่ามาตรการต่างๆ ที่รัฐบาลออกมาอย่างต่อเนื่อง จะช่วยเป็นแรงส่งให้เศรษฐกิจในปี 2563 สามารถปรับตัวดีขึ้น และส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นได้

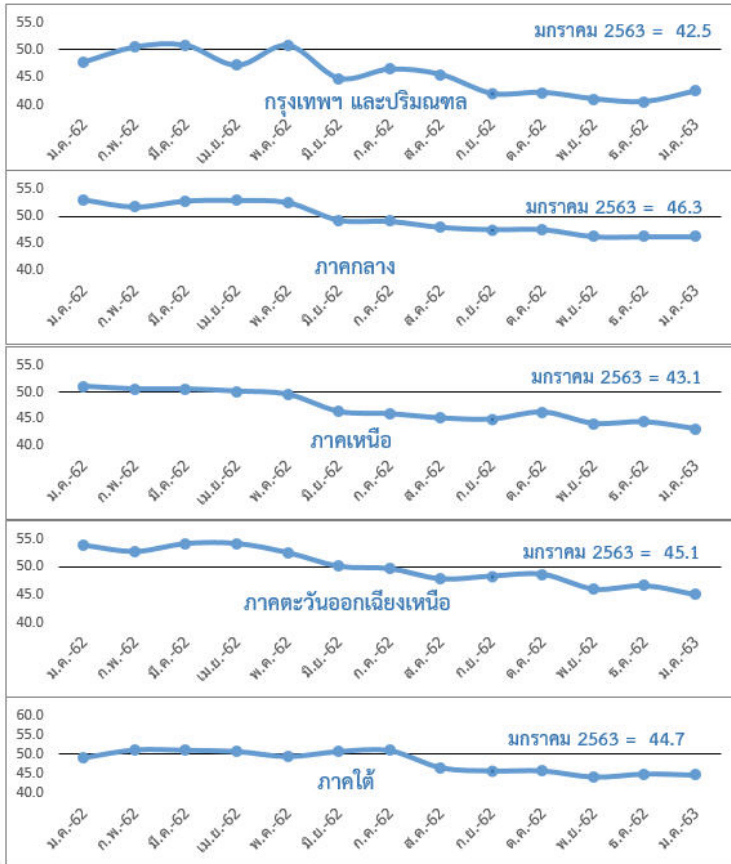
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้า ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร (ระดับ 44.2) กลุ่มผู้ประกอบการ (ระดับ 45.1) กลุ่มพนักงานของรัฐ (47.8) กลุ่มนักศึกษา (41.9) และกลุ่มไม่ได้ทำงาน (40.1) สำหรับกลุ่มพนักงานเอกชนและกลุ่มรับจ้างอิสระ ดัชนีปรับตัวสูงขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 43.6 และ 44.2 ตามลำดับ

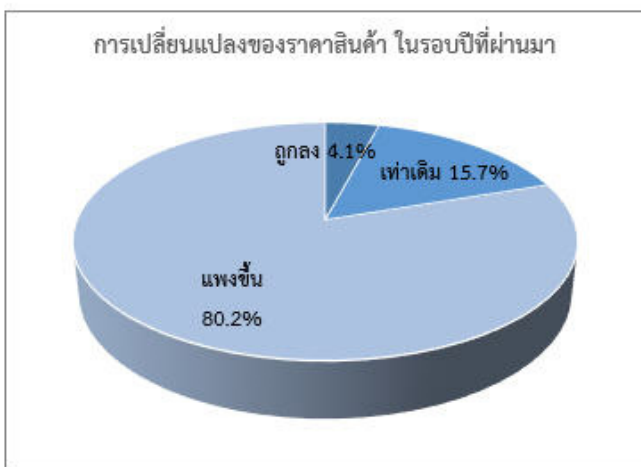
เป็นที่น่าสังเกตว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของกลุ่มเกษตรกรในทุกภาคปรับตัวสูงขึ้น ยกเว้นในภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ดัชนีปรับตัวลดลง คาดว่าสาเหตุหลักมาจากปัญหาภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อเป็นวงกว้าง นอกจากนี้พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของกลุ่มผู้ประกอบการปรับตัวลดลงในทุกภาคยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑล

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค



เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ปรับตัวลดลงจากระดับ 44.4 46.7 และ 45.0 มาอยู่ที่ระดับ 43.1 45.1 และ 44.7 ตามลำดับ สำหรับภาคกลาง ทรงตัวที่ระดับ 46.3 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 มีเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑลที่ดัชนีปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 40.5 มาอยู่ที่ระดับ 42.5

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนมกราคม 2563



การสำรวจความเห็นต่อราคาสินค้าในรอบปีที่ผ่านมา ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ราคาสินค้าในรอบปีที่ผ่านมาก

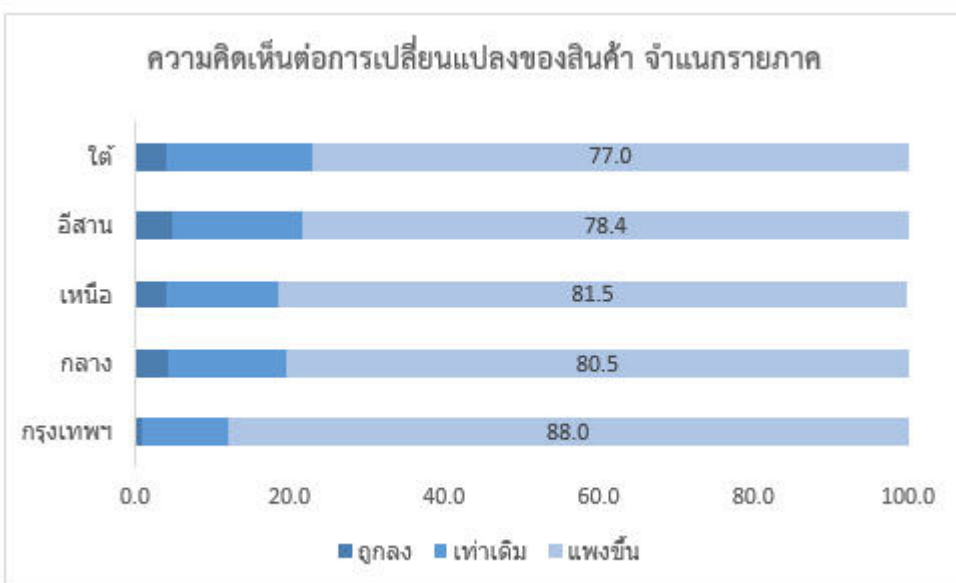
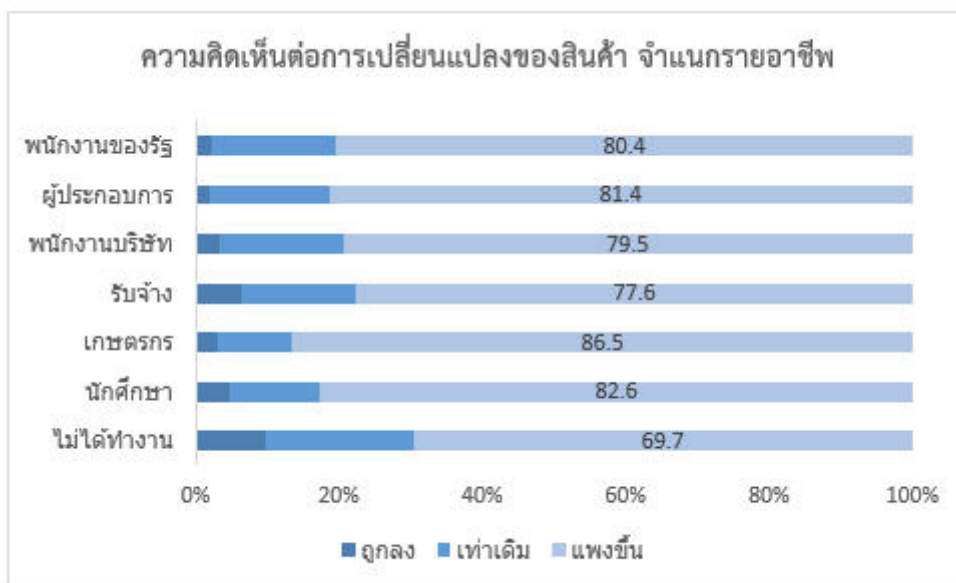
แพงขึ้น ร้อยละ 80.2

เท่าเดิม ร้อยละ 15.7

ถูกลง ร้อยละ 4.1

เป็นที่น่าสังเกตว่า แม้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปจะอยู่ในระดับต่ำ แต่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 80.2 ยังคงเห็นว่าราคาสินค้าสูงขึ้น คาดว่า สินค้ากลุ่มที่ราคาสูงขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะอาหาร ค่าโดยสาร และค่าบริการอื่นๆ ซึ่งผู้บริโภคต้องใช้จ่ายเป็นประจำ น่าจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจค่อนข้างมาก ดังนั้น การดูแลและติดตามราคาสินค้าเหล่านี้ให้เคลื่อนไหวสอดคล้องกับเหตุและผลจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนมกราคม 2563



ความคิดเห็นต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าในรอบปีที่ผ่านมา

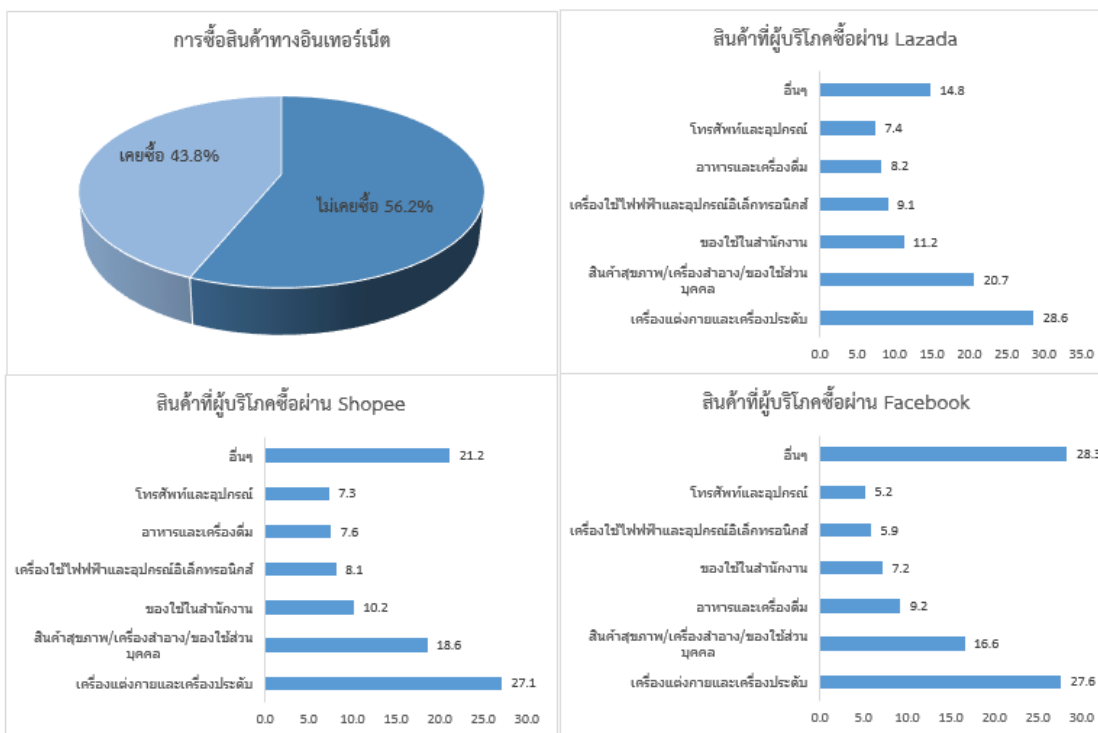
จำแนกรายอาชีพ

พบว่า ผู้บริโภค **กลุ่มเกษตรกร** มีความเห็นว่าราคาสินค้าในรอบปีที่ผ่านมาแพงขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 86.5 รองลงมาได้แก่ กลุ่มนักศึกษา ร้อยละ 82.6 และกลุ่มผู้ประกอบการ ร้อยละ 81.4

จำแนกรายภาค

พบว่า ผู้บริโภคใน **กรุงเทพฯและปริมณฑล** มีความเห็นว่าราคาสินค้าในรอบปีที่ผ่านมาแพงขึ้นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 88.0 รองลงมาได้แก่ ภาคเหนือ ร้อยละ 81.5 และภาคกลาง ร้อยละ 80.5

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนมกราคม 2563



การซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต

พบว่า ผู้บริโภค **เคยซื้อ**สินค้าทางอินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 43.8) และ**ไม่เคยซื้อ** (ร้อยละ 56.2)

โดยผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อเครื่องแต่งกาย/เครื่องประดับ สินค้าสุขภาพ/เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนบุคคลมากที่สุด

สินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อผ่านช่องทาง Lazada และ Shopee มากที่สุด ได้แก่

- กลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ร้อยละ 28.6 และ 27.1
- กลุ่มสินค้าสุขภาพ/เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนบุคคล ร้อยละ 20.7 และ 18.6
- กลุ่มของใช้ในสำนักงาน ร้อยละ 11.2 และ 10.2

สินค้าที่ผู้บริโภคนิยมซื้อผ่านช่องทาง Facebook มากที่สุด ได้แก่

- กลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ร้อยละ 27.6
- กลุ่มสินค้าสุขภาพ/เครื่องสำอาง/ของใช้ส่วนบุคคล ร้อยละ 16.6
- กลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 9.2

กลุ่มอาชีพที่นิยมซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ **กลุ่มพนักงานเอกชน** คิดเป็นร้อยละ 69.6 รองลงมาได้แก่ กลุ่มพนักงานของรัฐ ร้อยละ 65.4 และกลุ่มนักศึกษา ร้อยละ 59.8

ภาคที่นิยมซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด คือ **กรุงเทพฯ และปริมณฑล** คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมาได้แก่ ภาคใต้ ร้อยละ 54.2 และภาคกลาง ร้อยละ 49.8

ตารางดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ปี 2562													ปี 2563
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	ม.ค.	ก.พ.	เฉลี่ย	ม.ค.
- 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	48.8	44.1
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	42.0	38.9
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	53.3	47.6
- 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	49.4	44.2
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	47.8	43.6
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	49.4	45.1
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	47.2	44.2
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	52.4	47.8
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	46.4	41.9
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	46.2	40.1
- รายภาค														
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	46.3	42.5
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	50.1	46.3
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	47.6	43.1
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	50.7	45.1
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	48.7	44.7

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 8,362 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละจังหวัด
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น)

กำหนดการแถลงข่าว “สถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ” ครั้งต่อไป ในวันที่ 5 มีนาคม 2563