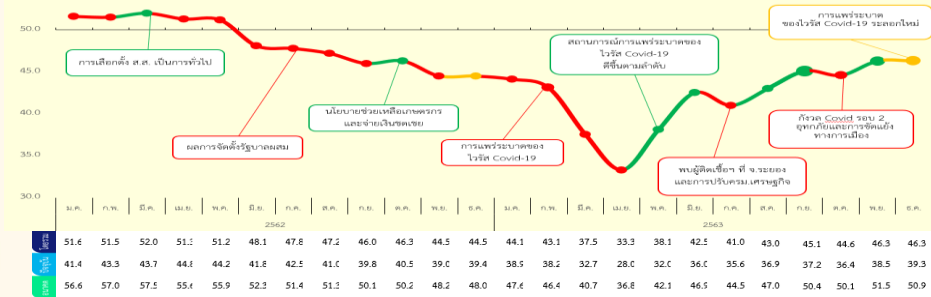
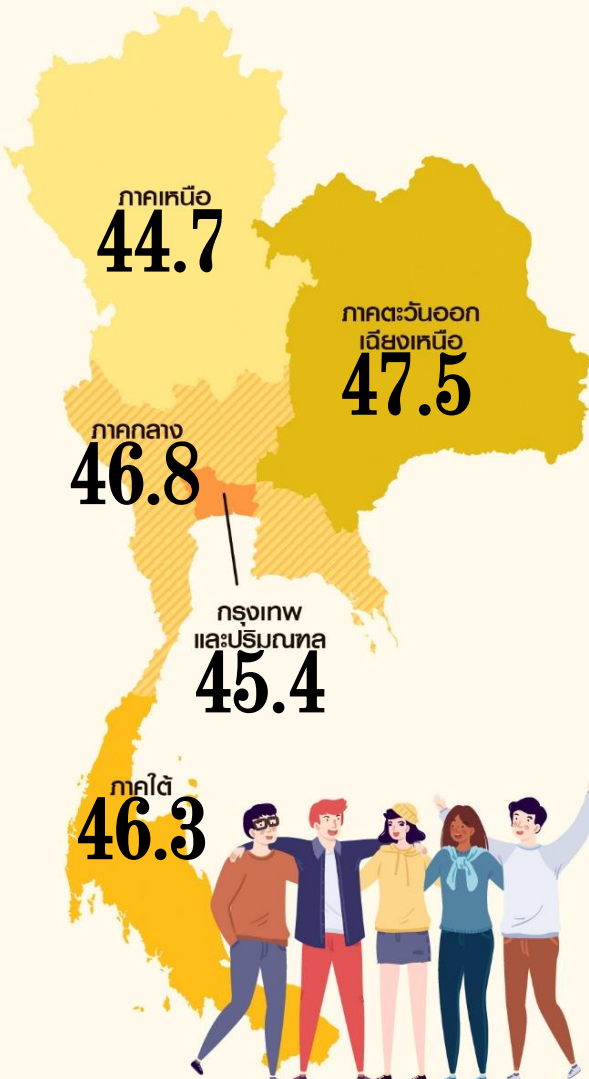


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

เดือนธันวาคม 2563 เท่ากับ 46.3

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนธันวาคม 2563 อยู่ที่ระดับ 46.3 เท่ากับเดือนก่อนหน้า โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 38.5 มาอยู่ที่ระดับ 39.3 สาเหตุสำคัญคาดว่ามาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล โดยเฉพาะโครงการคนละครึ่งที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของประชาชนให้กลับมาคึกคักอีกครั้ง ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 51.5 มาอยู่ที่ระดับ 50.9 แต่ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4 (สูงกว่าระดับ 50) คาดว่ามีสาเหตุสำคัญจากการระบอบใหม่ของ Covid-19 ซึ่งต้องติดตามดูอย่างใกล้ชิด

โดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปี 2563 ลดลงจากปี 2562 จาก 48.4 เป็น 42.1 เป็นการลดลงทั้งความเชื่อมั่นปัจจุบันและอนาคต (ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปัจจุบัน และอนาคต ลดลงจาก 41.8 และ 52.8 เป็น 35.8 และ 46.2 ตามลำดับ) โดยการระบาดของไวรัส Covid-19 ในช่วงไตรมาสแรกและความขัดแย้งทางการเมืองในช่วงที่ผ่านมาเป็นสาเหตุสำคัญ อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ความเชื่อมั่นผู้บริโภคของไทยสามารถกลับมาฟื้นตัวได้เร็วมากในช่วงไตรมาสที่สองและค่อยๆ ปรับดีขึ้นในช่วงไตรมาสที่เหลือ และหากสถานการณ์ Covid-19 ปรับตัวดีขึ้นน่าจะทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเข้าสู่ทิศทางปกติได้อีกครั้ง



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

	พฤศจิกายน 2563	ธันวาคม 2563	+ / -
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	44.1	45.4	▲
กลาง	46.7	46.8	▲
เหนือ	45.0	44.7	▼
ตะวันออกเฉียงเหนือ	47.1	47.5	▲
ใต้	47.1	46.3	▼

	พฤศจิกายน 2563	ธันวาคม 2563	+ / -
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค โดยรวม	46.3	46.3	=
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ในปัจจุบัน	38.5	39.3	▲
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ในอนาคต	51.5	51.9	▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ

อาชีพ	พ.ย. 63	ธ.ค. 63	+ / -
เกษตรกร	46.6	47.2	▲
พนักงานเอกชน	44.9	45.1	▲
ผู้ประกอบการ	47.0	46.2	▼
รับจ้างอิสระ	44.4	43.7	▼
พนักงานของรัฐ	51.8	52.5	▲
นักศึกษา	44.4	43.4	▼
ไม่ได้ทำงาน	42.9	41.8	▼