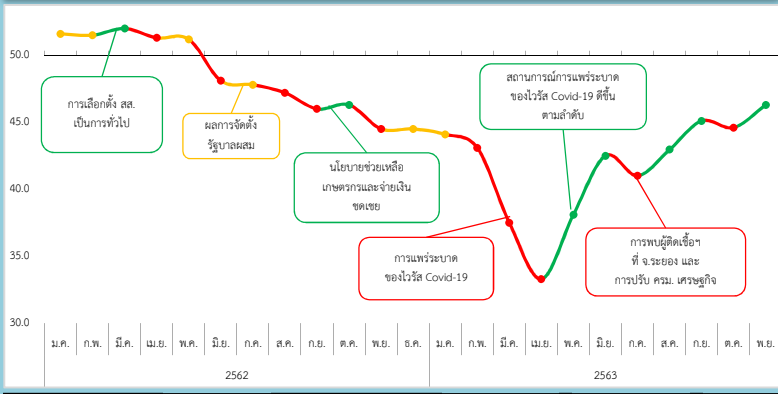


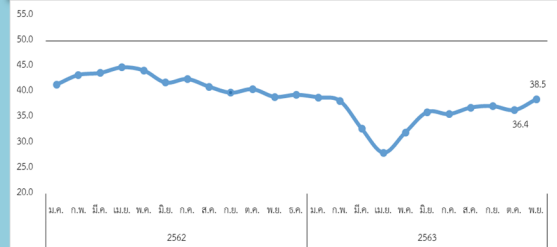
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนพฤศจิกายน 2563 เท่ากับ **46.3**

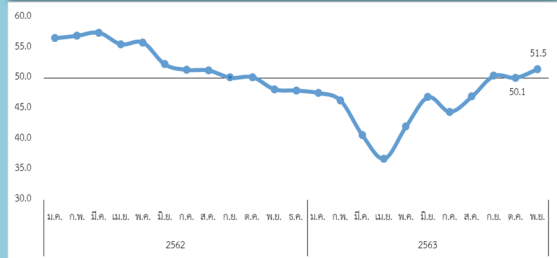


รายการ	ต.ค. 63	พ.ย. 63	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	44.6	46.3	▲
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.4	38.5	▲
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	50.1	51.5	▲

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน

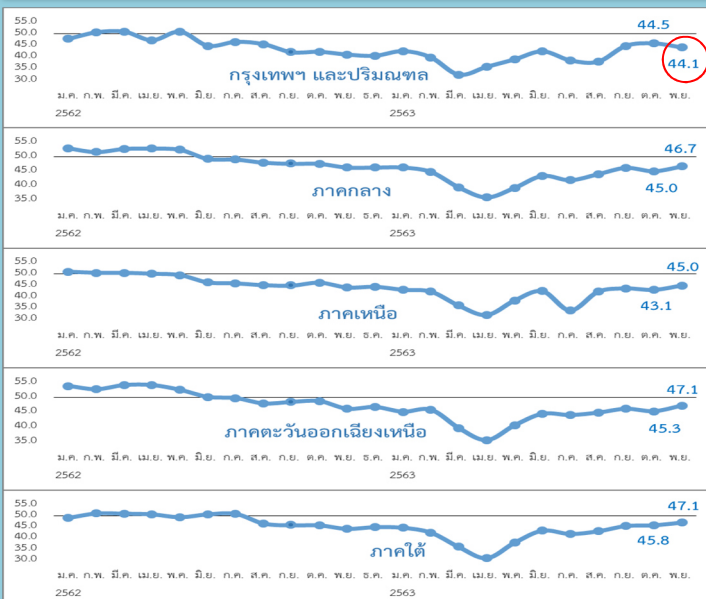


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนพฤศจิกายน 2563 ปรับตัวดีขึ้นอยู่ที่ระดับ 46.3 จากระดับ 44.6 ในเดือนก่อนหน้า โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 36.4 มาอยู่ที่ระดับ 38.5 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตที่ปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 50.1 มาอยู่ที่ระดับ 51.5 และอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 3 (สูงกว่าระดับ 50) สาเหตุสำคัญคาดว่าน่าจะมาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในด้านต่างๆ ของภาครัฐที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง และความกังวลต่อการระบาดของโควิด-19 เริ่มผ่อนคลายลงตามลำดับ ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนโดยรวม อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ในประเทศเพื่อนบ้าน และความขัดแย้งทางการเมือง จากหลายฝ่ายยังยืดเยื้อ ยังคงเป็นปัจจัยกดดันที่ส่งผลทางลบต่อความเชื่อมั่นของประชาชน ซึ่งจะต้องติดตามอย่างใกล้ชิดต่อไป

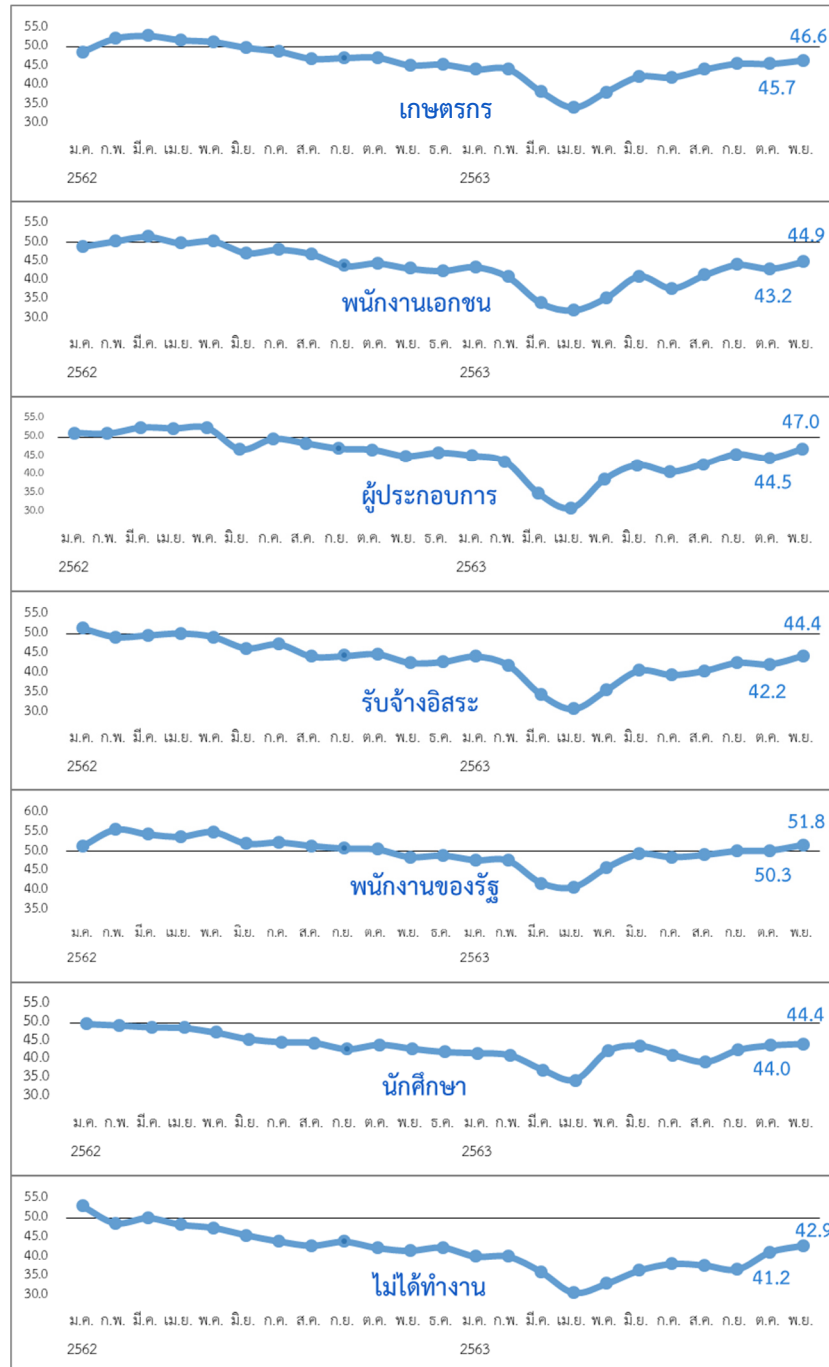
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายภาค



เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้น ภาคกลาง ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 45.0 มาอยู่ที่ระดับ 46.7 ภาคเหนือ จากระดับ 43.1 มาอยู่ที่ระดับ 45.0 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ มาอยู่ที่ระดับ 47.1 จากระดับ 45.3 และ 45.8 ตามลำดับ คาดว่ามาจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ และการประกันรายได้เกษตรกรของรัฐบาล ประกอบกับราคาสินค้าเกษตรโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้น ขณะที่กรุงเทพฯ และปริมณฑล ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงจากระดับ 44.5 มาอยู่ที่ระดับ 44.1 คาดว่าน่าจะมาจากสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ

หมายเหตุ : ตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุง ทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการสำรวจ

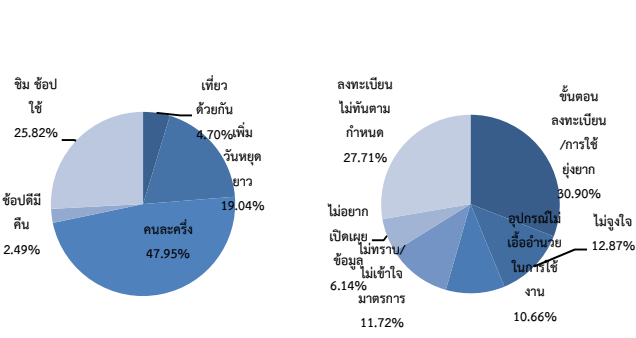
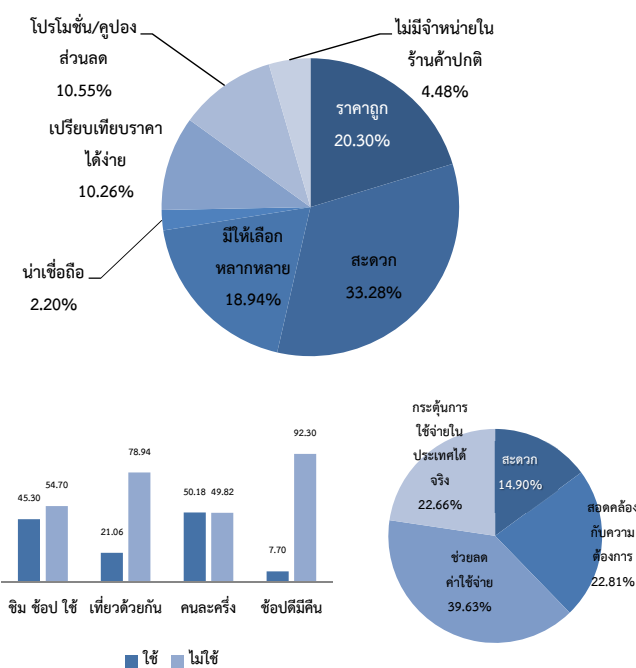
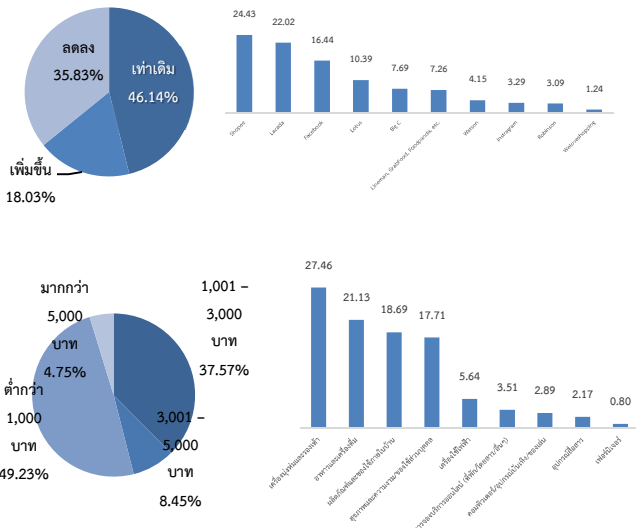
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคทุกกลุ่มอาชีพปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า โดยกลุ่มเกษตรกร ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 45.7 มาอยู่ที่ 46.6 กลุ่มพนักงานเอกชน จากระดับ 43.2 มาอยู่ที่ 44.9 กลุ่มผู้ประกอบการ จากระดับ 44.5 มาอยู่ที่ 47.0 กลุ่มพนักงานของรัฐจากระดับ 50.3 มาอยู่ที่ 51.8 กลุ่มไม่ได้ทำงาน จากระดับ 41.2 เป็น 42.9 กลุ่มรับจ้างอิสระและนักศึกษา ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้น มาอยู่ที่ระดับ 44.4 จากระดับ 42.2 และ 44.0 ตามลำดับ คาดว่าเป็นผลมาจากเศรษฐกิจไทยที่ฟื้นตัวดี ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากความต้องการที่สะสมในช่วงก่อนหน้าหลังจากมีการผ่อนปรนมาตรการล็อกดาวน์ ประกอบกับมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายครัวเรือนของภาครัฐเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้น

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและอื่นๆ

พฤติกรรมผู้บริโภคในการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์



ผลการสำรวจพฤติกรรมการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า ผู้บริโภคมีการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์ ส่วนใหญ่เท่าเดิม (ร้อยละ 46.14) ซึ่งลดลง (ร้อยละ 35.83) และซื้อเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 18.03) ซึ่งผู้ที่ซื้อเพิ่มขึ้นส่วนใหญ่เป็นกลุ่มข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานรัฐ และกลุ่มนักศึกษา โดยนิยมซื้อสินค้าและบริการผ่าน Platform สมัยใหม่ อาทิ Lazada, Shopee มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.45 รองลงมาคือ ห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (Lotus/Big C/Watson/Robinson) ร้อยละ 25.32 และ Facebook ร้อยละ 16.44 สำหรับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่มียอดซื้อต่ำกว่า 1,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 49.23 รองลงมา คือ 1,001-3,000 บาท ร้อยละ 37.57 และมากกว่า 3,000 บาท ร้อยละ 8.45 สำหรับสินค้าและบริการที่นิยมซื้อผ่านออนไลน์มากที่สุด ได้แก่ เครื่องนุ่งห่มและรองเท้า ร้อยละ 27.46 อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 21.13 ผลิตภัณฑ์และของใช้ภายในบ้าน ร้อยละ 18.69 และสุขภาพและความงาม/ของใช้ส่วนบุคคล ร้อยละ 17.71 โดยเหตุผลหลักในการซื้อสินค้าออนไลน์ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นเรื่องความสะดวก ร้อยละ 33.28 รองลงมา คือ ราคาถูก ร้อยละ 20.30 และมีให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 18.94

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะสั้นของภาครัฐ พบว่า โครงการคนละครึ่งได้รับความนิยมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.18 ตามด้วย ชิม ช้อป ใช้ ร้อยละ 45.30 เทียบด้วยกัน ร้อยละ 21.06 และช้อปดีมีคืน ร้อยละ 7.70 ทั้งนี้ ประชาชนที่เข้าร่วมกับโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ เห็นว่าโครงการดังกล่าวจะช่วยลดค่าใช้จ่าย ร้อยละ 39.63 สอดคล้องกับความต้องการ ร้อยละ 22.81 สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศได้จริง ร้อยละ 22.66 และเห็นว่าใช้สะดวก ร้อยละ 14.90 ทั้งนี้ โครงการที่ประชาชนชื่นชอบมากที่สุด ได้แก่ โครงการคนละครึ่ง สูงถึงร้อยละ 47.95 ชิม ช้อป ใช้ ร้อยละ 25.82 เพิ่มวันหยุดยาว ร้อยละ 19.04 เทียบด้วยกัน ร้อยละ 4.70 และช้อปดีมีคืน ร้อยละ 2.49 สำหรับเหตุผลหลักของผู้ไม่เข้าร่วมโครงการ คือ ขั้นตอนลงทะเบียน/การใช้ยุ่งยาก (ร้อยละ 30.90) รองลงมา ลงทะเบียนไม่ทันตามกำหนด (ร้อยละ 27.71) และเหตุผลอื่นๆ อาทิ ไม่สนใจอุปกรณ์ไม่เอื้ออำนวยในการใช้งาน ไม่ทราบ/ไม่เข้าใจมาตรการ ไม่อยากเปิดเผยข้อมูล (ร้อยละ 41.39)

ตารางดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ปี 2562		เฉลี่ย ปี 62	ปี 2563										
	พ.ย.	ธ.ค.		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.
โดยรวม	44.5	44.5	48.4	44.1	43.1	37.5	33.3	38.1	42.5	41.0	43.0	45.1	44.6	46.3
ในปัจจุบัน	39.0	39.4	41.8	38.9	38.2	32.7	28.0	32.0	36.0	35.6	36.9	37.2	36.4	38.5
ในอนาคต	48.2	48.0	52.9	47.6	46.4	40.7	36.8	42.1	46.9	44.5	47.0	50.4	50.1	51.5
รายอาชีพ														
เกษตรกร	45.3	45.5	49.0	44.2	44.3	38.4	34.2	38.3	42.3	42.1	44.2	45.7	45.7	46.6
พนักงานเอกชน	43.2	42.6	47.3	43.6	41.0	34.1	32.2	35.5	41.2	38.0	41.5	44.2	43.2	44.9
ผู้ประกอบการ	45.0	45.9	49.1	45.1	43.5	35.1	31.1	38.7	42.5	40.7	42.8	45.5	44.5	47.0
รับจ้างอิสระ	42.6	42.8	46.8	44.2	42.0	34.5	30.8	35.6	40.6	39.5	40.5	42.6	42.2	44.4
พนักงานของรัฐ	48.6	49.0	52.1	47.8	47.7	41.9	40.8	45.8	49.4	48.6	49.2	50.2	50.3	51.8
นักศึกษา	43.1	42.2	46.0	41.9	41.3	37.3	34.6	42.5	43.9	41.4	39.5	42.8	44.0	44.4
ไม่ได้ทำงาน	41.6	42.4	45.9	40.1	40.1	36.2	30.8	33.1	36.5	38.2	37.8	36.8	41.2	42.9
รายภาค														
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	41.0	40.5	45.8	42.5	39.8	32.3	35.7	38.9	42.4	38.5	37.9	44.8	44.5	44.1
กลาง	46.3	46.3	49.8	46.3	44.8	39.4	35.9	39.2	43.4	41.9	44.0	46.2	45.0	46.7
เหนือ	44.1	44.4	47.4	43.1	42.3	36.2	32.1	38.4	42.5	34.1	42.3	43.7	43.1	45.0
ตะวันออกเฉียงเหนือ	46.1	46.7	50.4	45.1	45.8	39.6	35.5	40.5	44.4	44.0	44.8	46.1	45.3	47.1
ใต้	44.2	45.0	48.4	44.7	42.5	36.0	30.9	37.9	43.4	41.9	43.1	45.5	45.8	47.1

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 8,072 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละจังหวัด โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภค มีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการแถลงข่าว “สถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ” ครั้งต่อไป ในวันที่ 5 มกราคม 2564