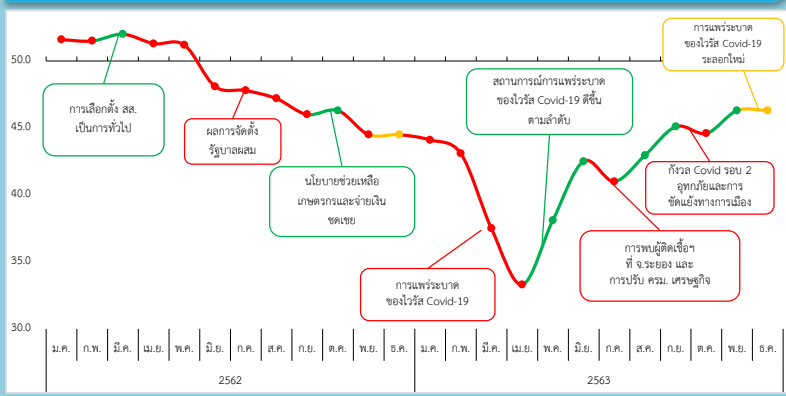


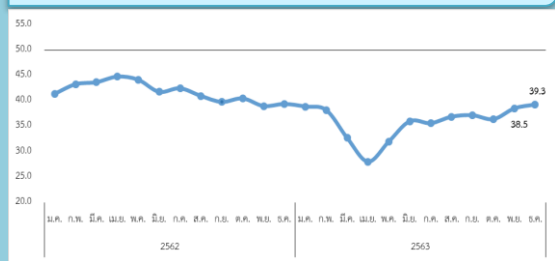
### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนธันวาคม 2563 เท่ากับ **46.3**

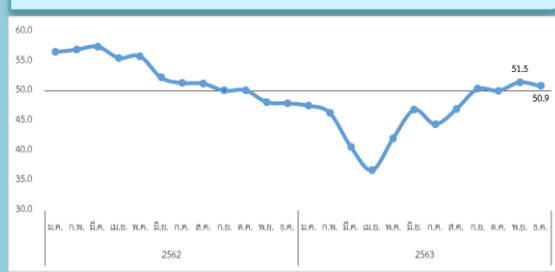


รายการ	พ.ย. 63	ธ.ค. 63	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	46.3	46.3	—
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	38.5	39.3	▲
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	51.5	50.9	▼

### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน



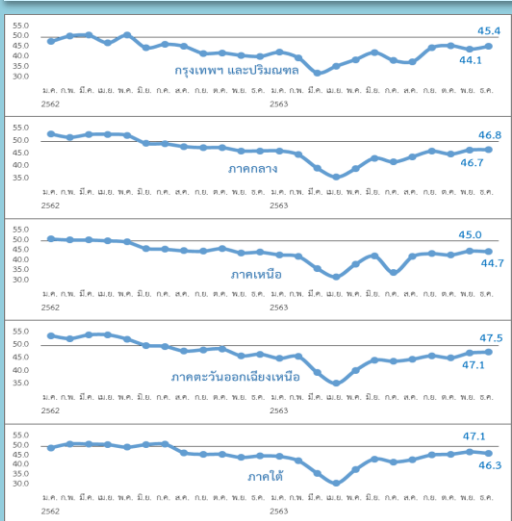
### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต



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

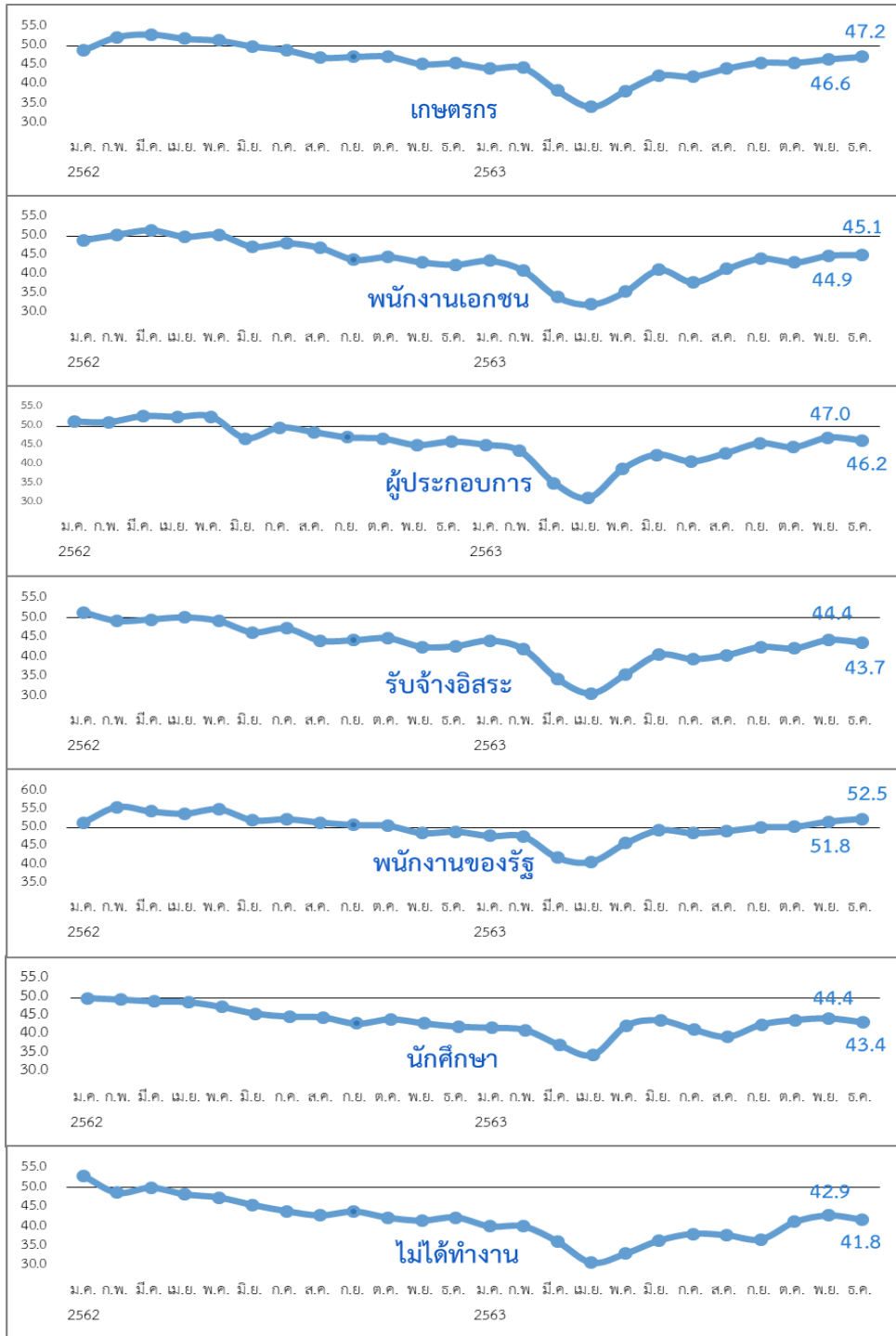
โดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปี 2563 ลดลงจากปี 2562 จาก 48.4 เป็น 42.1 เป็นการลดลงทั้งความเชื่อมั่นปัจจุบันและอนาคต (ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปัจจุบัน และอนาคต ลดลงจาก 41.8 และ 52.8 เป็น 35.8 และ 46.2 ตามลำดับ) โดยการระบาดของไวรัส Covid-19 ในช่วงไตรมาสแรกและความขัดแย้งทางการเมืองในช่วงที่ผ่านมาเป็นสาเหตุสำคัญ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

### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายภาค



เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในส่วนภูมิภาคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้น จากระดับ 44.1 มาอยู่ที่ระดับ 45.4 ภาคกลาง ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้น จากระดับ 46.7 มาอยู่ที่ระดับ 46.8 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 47.1 มาอยู่ที่ระดับ 47.5 ขณะที่ภาคเหนือปรับตัวลดลง จากระดับ 45.0 มาอยู่ที่ระดับ 44.7 คาดว่าอาจมาจากกรณีพบผู้ติดเชื้อ Covid-19 ที่เชียงใหม่ เชียงราย และพะเยา ส่งผลต่อการท่องเที่ยว และภาคใต้ปรับตัวลดลง จากระดับ 47.1 มาอยู่ที่ระดับ 46.3 เนื่องจากสภาพน้ำท่วมหนักและปัญหาवादภัยในหลายพื้นที่ติดต่อกัน

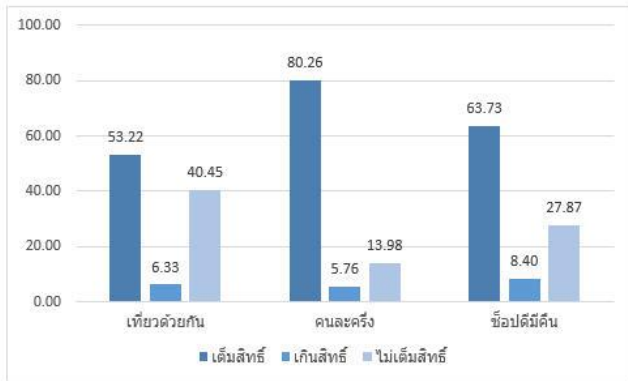
## ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มอาชีพที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 46.6 มาอยู่ที่ 47.2 กลุ่มพนักงานเอกชน จากระดับ 44.9 มาอยู่ที่ 45.1 กลุ่มพนักงานของรัฐจากระดับ 51.8 มาอยู่ที่ 52.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลง ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ จากระดับ 47.0 มาอยู่ที่ 46.2 กลุ่มรับจ้างอิสระ จากระดับ 44.4 มาอยู่ที่ระดับ 43.7 กลุ่มนักศึกษา จากระดับ 44.4 มาอยู่ที่ 43.4 และกลุ่มไม่ได้ทำงาน จากระดับ 42.9 มาอยู่ที่ระดับ 41.8

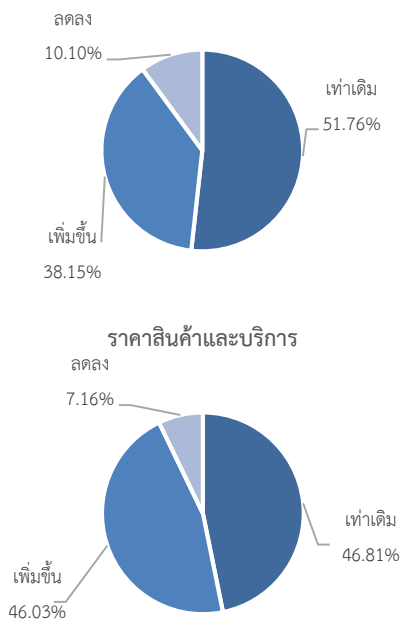
ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและอื่นๆ

**พฤติกรรมผู้บริโภคในการเข้าร่วมมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ**



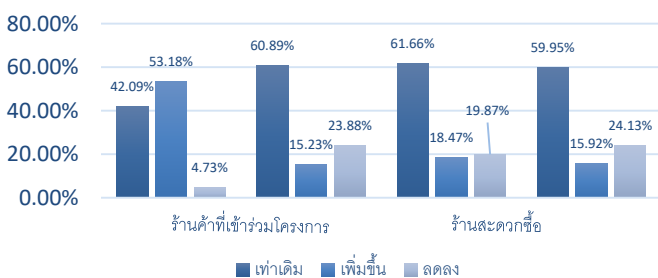
พฤติกรรมผู้บริโภคในการเข้าร่วมมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ พบว่า โครงการคนละครึ่งเป็นโครงการที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยผู้ที่เข้าร่วมโครงการคนละครึ่งมีแนวโน้มจะใช้สิทธิ์เติมวงเงินหรือเกินวงเงินถึงร้อยละ 86.02 ในขณะที่ผู้ที่ใช้สิทธิ์ไม่เติมวงเงินมีแนวโน้มใช้จ่ายถึงร้อยละ 61.26 ของวงเงินที่ได้รับ สำหรับโครงการเราเที่ยวด้วยกันและโครงการช้อปดีมีคืน แม้มีผู้เข้าร่วมโครงการน้อยกว่าโครงการคนละครึ่ง (เพียงร้อยละ 28.64 และ 18.77 ของจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม ตามลำดับ) แต่ผู้ที่เข้าร่วมโครงการมีแนวโน้มใช้จ่ายเติมสิทธิ์หรือเกินสิทธิ์เกินครึ่ง (ร้อยละ 59.55 สำหรับโครงการเราเที่ยวด้วยกัน และร้อยละ 72.13 สำหรับโครงการช้อปดีมีคืน)

**การใช้จ่าย**



การใช้จ่ายของประชาชนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยร้อยละ 90 คาดว่าจะใช้จ่ายเพิ่มขึ้นหรือเท่าเดิม ขณะที่มีเพียงร้อยละ 10 เท่านั้นที่จะใช้จ่ายลดลง ในส่วนของราคาสินค้าและบริการส่วนใหญ่ราคาไม่เปลี่ยนแปลง อย่างไรก็ตาม ประชาชนถึงร้อยละ 46.03 มองว่าราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น

**การซื้อจากร้านประเภทต่างๆ**



ประชาชนใช้จ่ายในร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.18 ขณะที่ การใช้จ่ายในร้านค้าที่ไม่เข้าร่วมโครงการ ร้านสะดวกซื้อ และห้างค้าปลีก ลดลงถึงร้อยละ 23.88 19.87 และ 24.13 ตามลำดับ

เป็นที่น่าสังเกตว่า ผู้ที่เข้าร่วมโครงการมีความคุ้นเคยกับระบบการชำระเงินผ่านโทรศัพท์มือถือสูงถึงร้อยละ 80 และจะมีแนวโน้มชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 31.50

## ตารางดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	เฉลี่ย ปี 62	ปี 2563											เฉลี่ย ปี 63	
		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	48.4	44.1	43.1	37.5	33.3	38.1	42.5	41.0	43.0	45.1	44.6	46.3	46.3	42.1
ในปัจจุบัน	41.8	38.9	38.2	32.7	28.0	32.0	36.0	35.6	36.9	37.2	36.4	38.5	39.3	35.8
ในอนาคต	52.8	47.6	46.4	40.7	36.8	42.1	46.9	44.5	47.0	50.4	50.1	51.5	50.9	46.2
รายอาชีพ														
เกษตรกร	49.0	44.2	44.3	38.4	34.2	38.3	42.3	42.1	44.2	45.7	45.7	46.6	47.2	42.8
พนักงานเอกชน	47.3	43.6	41.0	34.1	32.2	35.5	41.2	38.0	41.5	44.2	43.2	44.9	45.1	40.4
ผู้ประกอบการ	49.1	45.1	43.5	35.1	31.1	38.7	42.5	40.7	42.8	45.5	44.5	47.0	46.2	41.9
รับจ้างอิสระ	46.8	44.2	42.0	34.5	30.8	35.6	40.6	39.5	40.5	42.6	42.2	44.4	43.7	40.1
พนักงานของรัฐ	52.1	47.8	47.7	41.9	40.8	45.8	49.4	48.6	49.2	50.2	50.3	51.8	52.5	48.0
นักศึกษา	46.0	41.9	41.3	37.3	34.6	42.5	43.9	41.4	39.5	42.8	44.0	44.4	43.4	41.4
ไม่ได้ทำงาน	45.9	40.1	40.1	36.2	30.8	33.1	36.5	38.2	37.8	36.8	41.2	42.9	41.8	38.0
รายภาค														
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	45.8	42.5	39.8	32.3	35.7	38.9	42.4	38.5	37.9	44.8	44.5	44.1	45.4	40.6
กลาง	49.8	46.3	44.8	39.4	35.9	39.2	43.4	41.9	44.0	46.2	45.0	46.7	46.8	43.3
เหนือ	47.4	43.1	42.3	36.2	32.1	38.4	42.5	34.1	42.3	43.7	43.1	45.0	44.7	40.6
ตะวันออกเฉียงเหนือ	50.4	45.1	45.8	39.6	35.5	40.5	44.4	44.0	44.8	46.1	45.3	47.1	47.5	43.8
ใต้	48.4	44.7	42.5	36.0	30.9	37.9	43.4	41.9	43.1	45.5	45.8	47.1	46.3	42.1

- หมายเหตุ** 1. สํารวจข้อมูลจากผู้บริโภคจํานวน 8,195 คน ในทุกอําเภอทั่วประเทศ (884 อําเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละจังหวัด โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
2. การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภค มีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อ ภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการแถลงข่าว “สถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ” ครั้งต่อไป ในวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2564