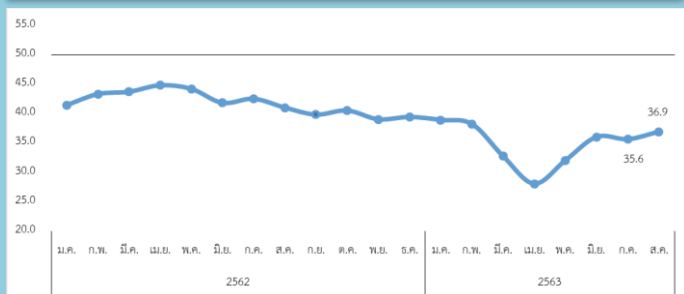


### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

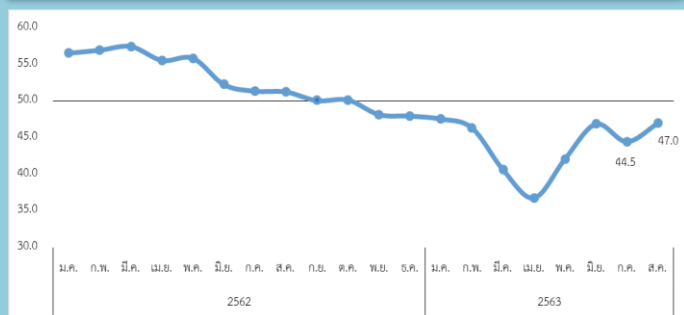
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนสิงหาคม 2563 เท่ากับ 43.0



### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน



### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต



รายการ	ก.ค. 63	ส.ค. 63	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	41.0	43.0	▲
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.6	36.9	▲
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	44.5	47.0	▲

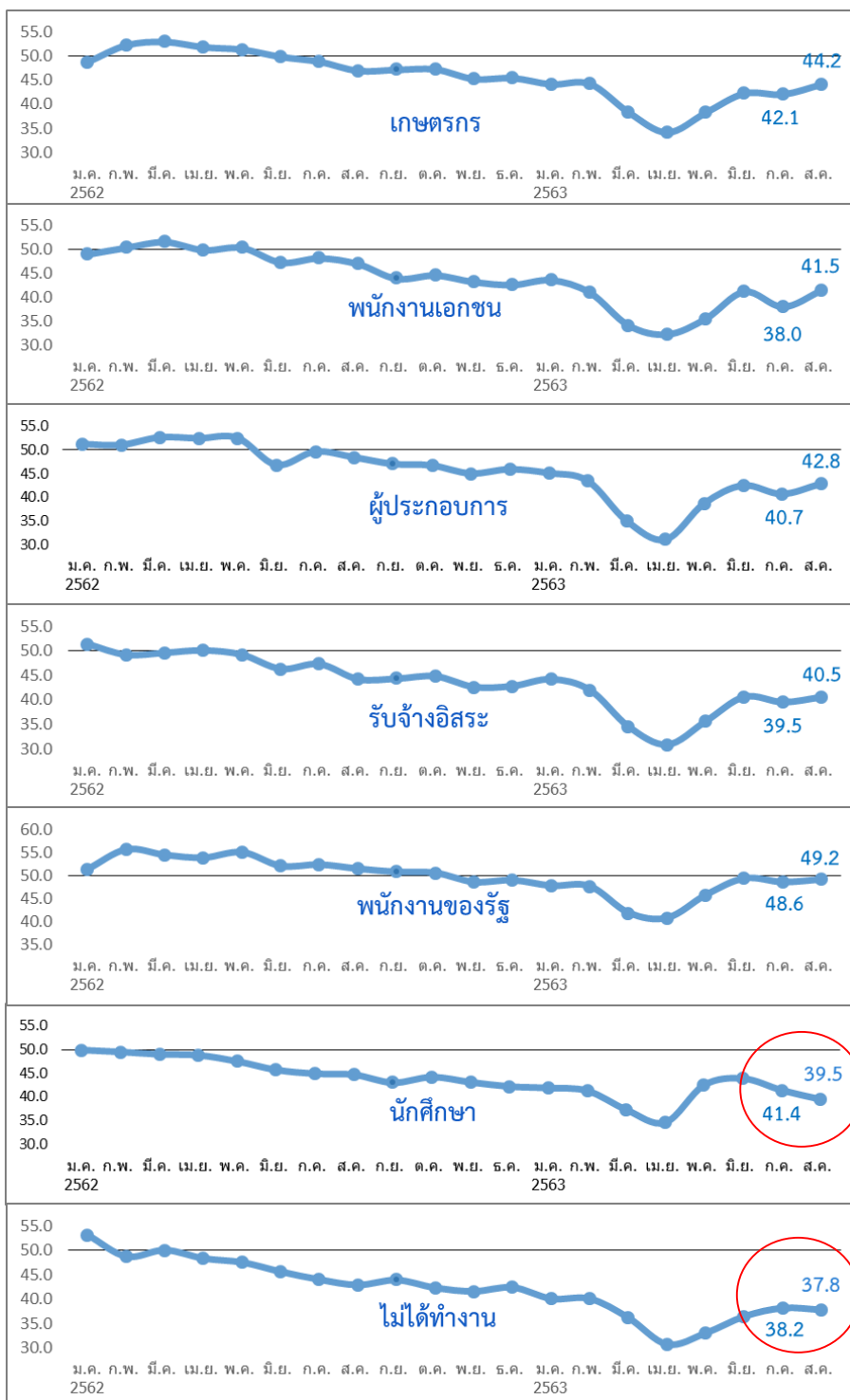
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนสิงหาคม 2563 ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 43.0 เทียบกับระดับ 41.0 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการเพิ่มขึ้นทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 35.6 มาอยู่ที่ระดับ 36.9 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตเพิ่มขึ้นจากระดับ 44.5 มาอยู่ที่ระดับ 47.0

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนนี้ มีสาเหตุสำคัญจากสถานการณ์เศรษฐกิจไทยที่เริ่มฟื้นตัวตามการผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 และมาตรการต่าง ๆ ของภาครัฐ ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ กลับเข้าสู่ภาวะปกติมากขึ้น ส่งผลดีต่อความเชื่อมั่นทั้งในปัจจุบันและอนาคต

เป็นที่น่าสังเกตว่าความเชื่อมั่นในอนาคตอยู่ในระดับที่สูงกว่าความเชื่อมั่นปัจจุบัน ซึ่งเป็นสัญญาณที่ดีว่าผู้บริโภคยังมีมุมมองในอนาคตว่าจะมีแนวโน้มที่ดีกว่าในปัจจุบัน

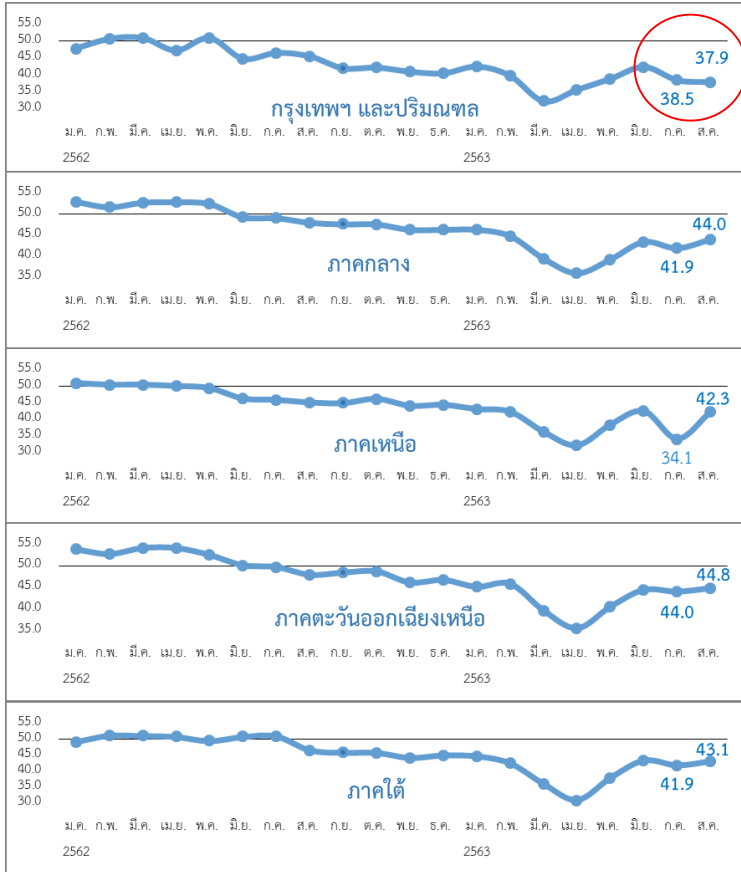
หมายเหตุ : ตั้งแต่เดือน ม.ค. 62 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการสำรวจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



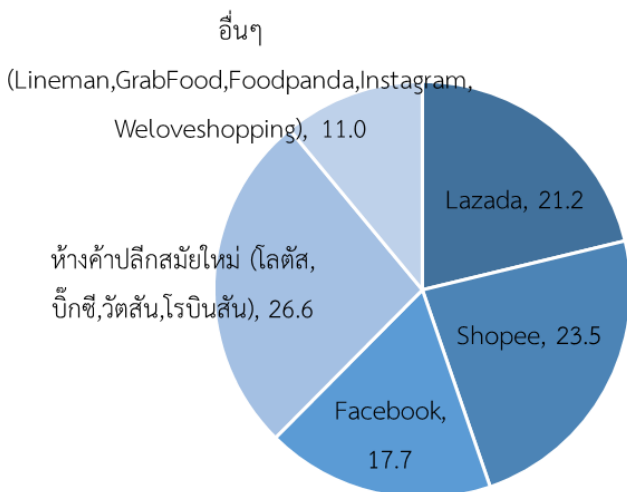
เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า ในเกือบทุกกลุ่มอาชีพ โดยกลุ่มเกษตรกร เพิ่มขึ้นจากระดับ 42.1 เป็น 44.2 กลุ่มพนักงานเอกชน จากระดับ 38.0 เป็น 41.5 กลุ่มผู้ประกอบการ จากระดับ 40.7 เป็น 42.8 กลุ่มรับจ้างอิสระ จากระดับ 39.5 เป็น 40.5 กลุ่มพนักงานของรัฐ จากระดับ 48.6 เป็น 49.2 และเป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มนักศึกษา และกลุ่มไม่ได้ทำงาน มีค่าดัชนีลดลงจาก 41.4 และ 38.2 เป็น 39.5 และ 37.8 ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค



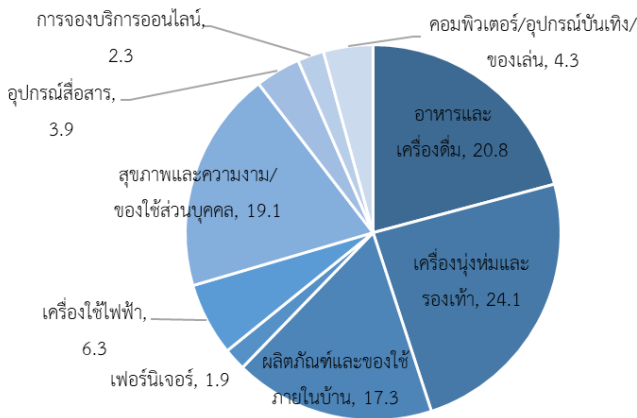
เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า ยกเว้น กรุงเทพฯ และปริมณฑลปรับตัวลดลงจากระดับ 38.5 มาอยู่ที่ระดับ 37.9 คาดว่ามาจากสถานการณ์การชุมนุมประท้วงทางการเมืองที่ขยายวงกว้าง ส่งผลต่อความเชื่อมั่นต่อเศรษฐกิจไทย ขณะที่ภาคกลางปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 41.9 มาอยู่ที่ระดับ 44.0 ภาคเหนือ จากระดับ 34.1 มาอยู่ที่ระดับ 42.3 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากระดับ 44.0 มาอยู่ที่ระดับ 44.8 และภาคใต้ จากระดับ 41.9 มาอยู่ที่ระดับ 43.1

ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและอื่นๆ

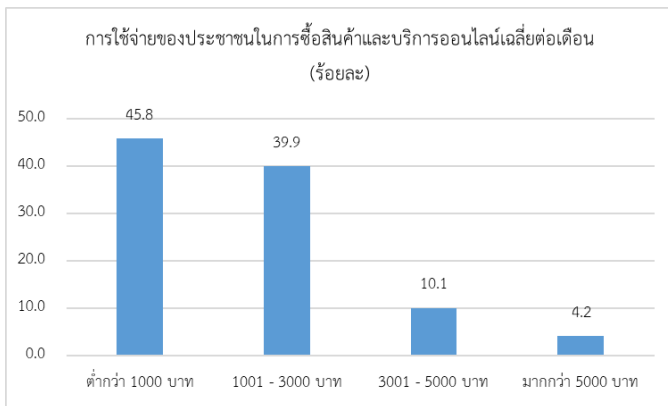


ในรอบเดือนที่ผ่านมาพบว่า ประชาชนซื้อสินค้าและบริการออนไลน์มีสัดส่วนร้อยละ 70.6 โดยผ่านช่องทาง platform สมัยใหม่ (Lazada, Shopee) มากที่สุด ร้อยละ 44.7 ตามด้วยห้างค้าปลีกสมัยใหม่ (โลตัส, บิ๊กซี, วัตสัน, โรบินสัน) ร้อยละ 26.6 และ Facebook ร้อยละ 17.7 ขณะที่ช่องทางอื่นๆ (Lineman, GrabFood, Foodpanda, Instagram, Weloveshopping) มีเพียงร้อยละ 11.0

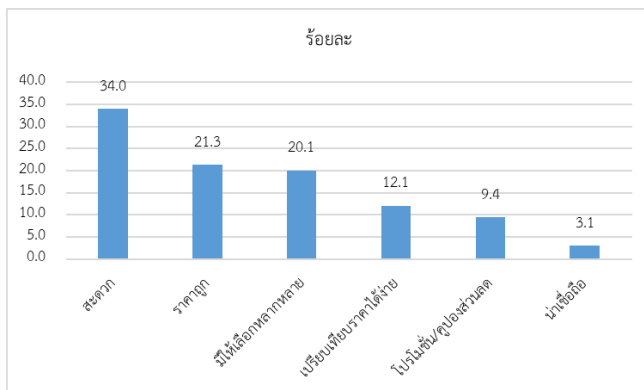
ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและอื่นๆ



ในรอบเดือนที่ผ่านมา ประชาชนซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ประเภทต่างๆ โดยเป็นเครื่องนุ่งห่มและรองเท้ามากที่สุด ร้อยละ 24.1 ตามด้วยอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 20.8 สุขภาพและความงาม/ของใช้ส่วนบุคคล ร้อยละ 19.1 ผลิตภัณฑ์และของใช้ภายในบ้าน ร้อยละ 17.3 ที่เหลือ ร้อยละ 18.6 ได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์สื่อสาร การจองบริการออนไลน์ และคอมพิวเตอร์/อุปกรณ์บันเทิง/ของเล่น



ในรอบเดือนที่ผ่านมา ประชาชนมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการออนไลน์เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 1,000 บาท ร้อยละ 45.8 ซื้อในช่วง 1,001-3,000 บาท ร้อยละ 39.9 ที่เหลือซื้อเกิน 3,000 บาท ร้อยละ 14.3



เหตุผลที่ประชาชนตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ ได้แก่ ความสะดวกสูงสุด ร้อยละ 34.0 ราคาถูก ร้อยละ 21.3 มีให้เลือกหลากหลาย ร้อยละ 20.1 เปรียบเทียบราคาได้ง่าย ร้อยละ 12.1 ที่เหลือร้อยละ 12.5 ได้แก่ โปรโมชั่น/คูปองส่วนลด และความน่าเชื่อถือ

## ตารางดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ปี 2562						ปี 2563							
	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	เฉลี่ย	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.
โดยรวม	47.2	46.0	46.3	44.5	44.5	48.8	44.1	43.1	37.5	33.3	38.1	42.5	41.0	43.0
ในปัจจุบัน	41.0	39.8	40.5	39.0	39.4	42.0	38.9	38.2	32.7	28.0	32.0	36.0	35.6	36.9
ในอนาคต	51.3	50.1	50.2	48.2	48.0	53.3	47.6	46.4	40.7	36.8	42.1	46.9	44.5	47.0
รายอาชีพ														
เกษตรกร	47.0	47.2	47.3	45.3	45.5	49.4	44.2	44.3	38.4	34.2	38.3	42.3	42.1	44.2
พนักงานเอกชน	47.0	43.9	44.6	43.2	42.6	47.8	43.6	41.0	34.1	32.2	35.5	41.2	38.0	41.5
ผู้ประกอบการ	48.4	47.0	46.7	45.0	45.9	49.4	45.1	43.5	35.1	31.1	38.7	42.5	40.7	42.8
รับจ้างอิสระ	44.5	44.3	44.8	42.6	42.8	47.2	44.2	42.0	34.5	30.8	35.6	40.6	39.5	40.5
พนักงานของรัฐ	51.5	50.8	50.6	48.6	49.0	52.4	47.8	47.7	41.9	40.8	45.8	49.4	48.6	49.2
นักศึกษา	44.7	43.0	44.2	43.1	42.2	46.4	41.9	41.3	37.3	34.6	42.5	43.9	41.4	39.5
ไม่ได้ทำงาน	42.9	43.9	42.3	41.6	42.4	46.2	40.1	40.1	36.2	30.8	33.1	36.5	38.2	37.8
รายภาค														
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	45.5	42.0	42.2	41.0	40.5	46.3	42.5	39.8	32.3	35.7	38.9	42.4	38.5	37.9
กลาง	48.0	47.6	47.6	46.3	46.3	50.1	46.3	44.8	39.4	35.9	39.2	43.4	41.9	44.0
เหนือ	45.1	44.9	46.2	44.1	44.4	47.6	43.1	42.3	36.2	32.1	38.4	42.5	34.1	42.3
ตะวันออกเฉียงเหนือ	47.9	48.4	48.7	46.1	46.7	50.7	45.1	45.8	39.6	35.5	40.5	44.4	44.0	44.8
ใต้	46.6	45.8	45.8	44.2	45.0	48.7	44.7	42.5	36.0	30.9	37.9	43.4	41.9	43.1

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 8,163 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละจังหวัด
  - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการแถลงข่าว “สถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ” ครั้งต่อไป ในวันที่ 5 ตุลาคม 2563