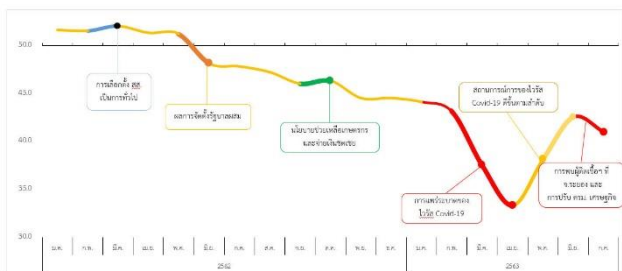


### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI) เดือนม.ค. 62 - ปัจจุบัน

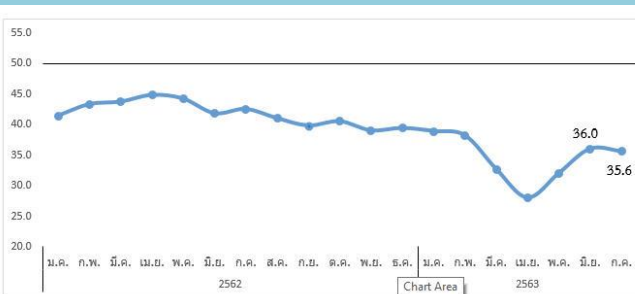


หมายเหตุ : ตั้งแต่เดือน ม.ค. 62 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการ

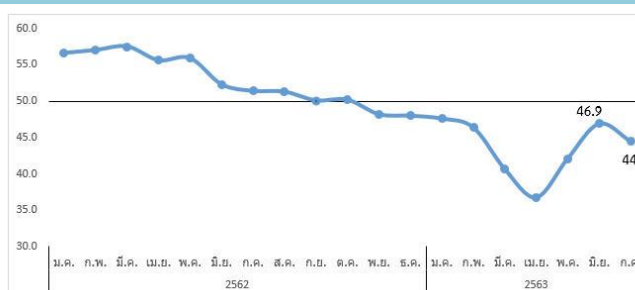
### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนกรกฎาคม 2563 เท่ากับ 41.0

รายการ	มิ.ย. 63	ก.ค. 63	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	42.5	41.0	▼
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.0	35.6	▼
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	46.9	44.5	▼

### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน



### ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต

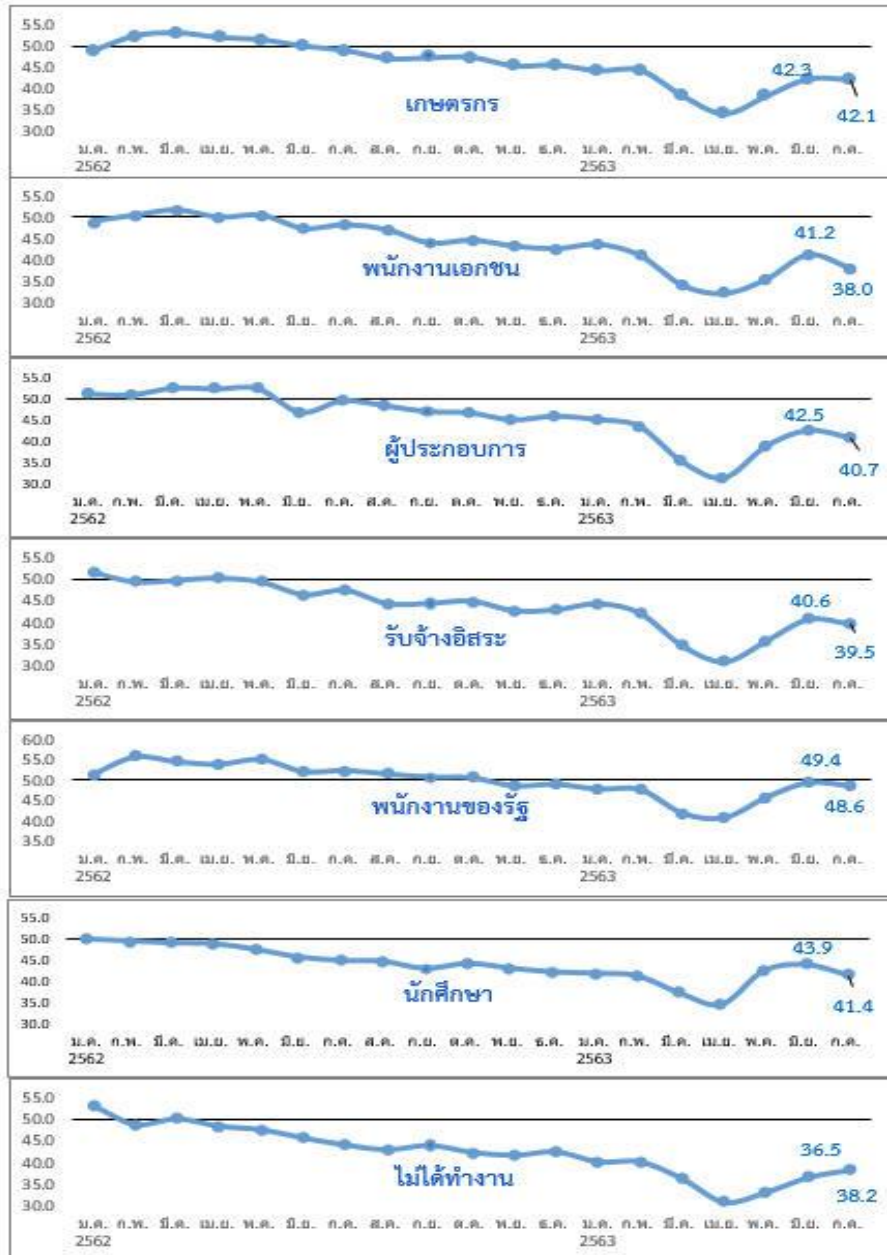


หมายเหตุ : ตั้งแต่เดือน ม.ค. 62 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า เริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมี การปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนกรกฎาคม 2563 ปรับตัวลดลง อยู่ที่ระดับ 41.0 เมื่อเทียบกับระดับ 42.5 ในเดือนก่อนหน้า จากการลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวลดลงจากระดับ 36.0 มาอยู่ที่ระดับ 35.6 และ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต ลดลงจากระดับ 46.9 มาอยู่ที่ระดับ 44.5 และเป็น การลดลงในทุกภูมิภาค

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนนี้ คาดว่ามาจากการที่ประชาชนมีความกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ที่อาจเกิดขึ้นในระลอกที่ 2 ซึ่งแม้ประเทศไทย จะสามารถควบคุมสถานการณ์ได้ค่อนข้างดี แต่ในหลายๆ ประเทศทั่วโลกยังประสบปัญหาการระลอกที่ 2 ประกอบกับความผันผวนทางการเมืองในช่วงที่ผ่านมา นอกจากนี้ ถึงแม้กิจกรรมทางเศรษฐกิจต่างๆ จะเริ่มเข้าสู่ ภาวะปกติแล้ว แต่ยังคงได้รับผลกระทบจากมาตรการล็อกดาวน์ ในช่วงที่ผ่านมา โดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยวที่ยังต้องพึ่งพา เฉพาะนักท่องเที่ยวในประเทศเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม คาดว่า มาตรการต่างๆ ที่ภาครัฐออกมาเพื่อดูแลประชาชนและ ภาคธุรกิจ รวมทั้งมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว น่าจะ เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ ในระยะต่อไป

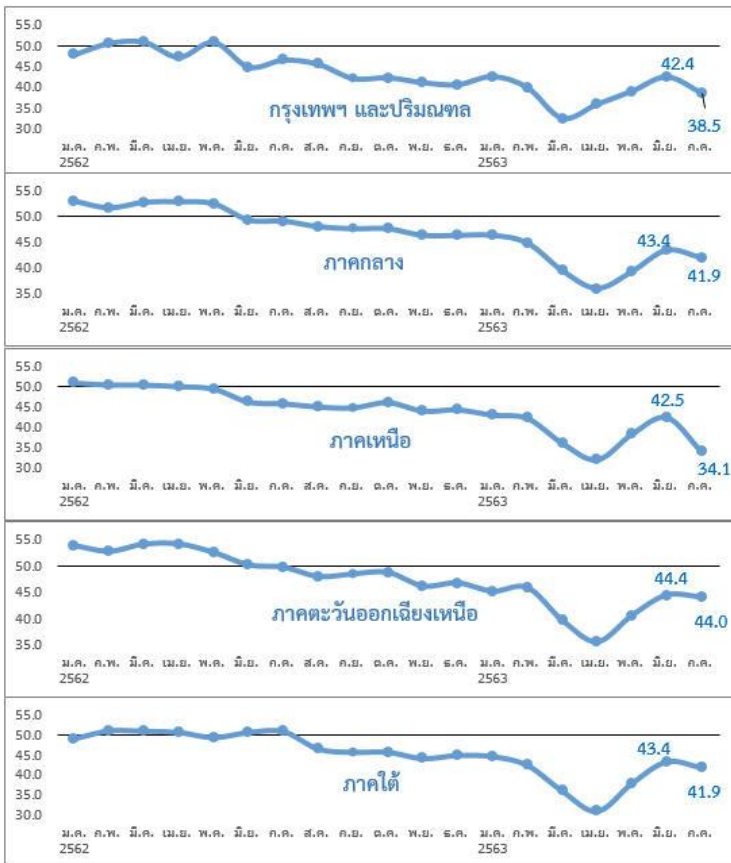
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้าในเกือบทุกกลุ่มอาชีพ โดยกลุ่มเกษตรกร ลดลงจากระดับ 42.3 เป็น 42.1 กลุ่มพนักงานเอกชน จากระดับ 41.2 เป็น 38.0 กลุ่มผู้ประกอบการ จากระดับ 42.5 เป็น 40.7 กลุ่มรับจ้างอิสระ จากระดับ 40.6 เป็น 39.5 กลุ่มพนักงานของรัฐ จากระดับ 49.4 เป็น 48.6 กลุ่มนักศึกษา จากระดับ 43.9 เป็น 41.4 ในขณะที่กลุ่มไม่ได้ทำงาน ดัชนีปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 36.5 เป็น 38.2

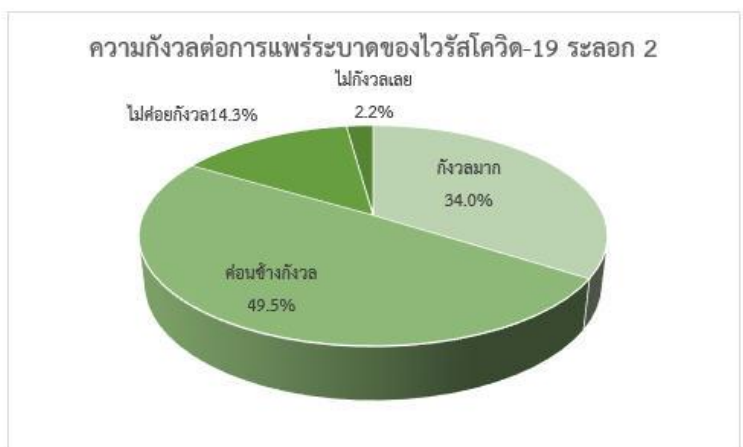
การสูงขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มไม่ได้ทำงาน คาดว่าน่าจะมีปัจจัยสนับสนุนจากเงินเยียวยาช่วยเหลือกลุ่มเปราะบาง (เด็ก ผู้สูงอายุ คนพิการ) ที่ได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ซึ่งได้รับในเดือนนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค



เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้าทุกภาค กรุงเทพฯ และปริมณฑลจากระดับ 42.4 มาอยู่ที่ระดับ 38.5 ภาคกลาง จากระดับ 43.4 มาอยู่ที่ระดับ 41.9 ภาคเหนือ จากระดับ 42.5 มาอยู่ที่ระดับ 34.1 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากระดับ 44.4 มาอยู่ที่ระดับ 44.0 และภาคใต้ จากระดับ 43.4 มาอยู่ที่ระดับ 41.9 เป็นที่น่าสังเกตว่า ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความเชื่อมั่นสูงที่สุดต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในขณะที่ภาคเหนือ มีความเชื่อมั่นต่ำที่สุด เมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนกรกฎาคม 2563



ความกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ระลอก 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ค่อนข้างกังวล คิดเป็นร้อยละ 49.5 กังวลมาก ร้อยละ 34.0 ไม่ค่อยกังวล ร้อยละ 14.3 และมีผู้บริโภครู้สึกไม่กังวลเลย คิดเป็นร้อยละ 2.2

## ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนกรกฎาคม 2563

การให้ความสำคัญกับการรักษาสุขอนามัยส่วนบุคคล เช่น การใส่หน้ากาก การล้างมือ การใช้แอลกอฮอล์ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญเพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 49.7 เท่าเดิม ร้อยละ 44.3 สำหรับผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญลดลง มีเพียงร้อยละ 6.0 สอดคล้องกับผลการสำรวจความกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ระลอก 2 ที่ผู้บริโภคกังวลถึงร้อยละ 83.5 ซึ่งประเด็นด้านสุขอนามัยเป็น New Normal ที่ส่งผลต่อพฤติกรรม การบริโภคและแนวโน้มของธุรกิจด้านนี้



ผลกระทบที่ผู้บริโภคได้รับจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่า เรื่องที่ผู้บริโภคได้รับผลกระทบมากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่

- ค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ร้อยละ 33.4
- รายได้ของกิจการลดลง ร้อยละ 20.0
- การเดินทางมีความยากลำบากมากขึ้น ร้อยละ 17.0



\* ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

## ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนกรกฎาคม 2563

แนวโน้มการท่องเที่ยวต่างจังหวัดของผู้บริโภคในช่วง 3 เดือนข้างหน้า พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตอบว่า ไม่แน่นอน คิดเป็นร้อยละ 71.0 เดือนละ 1 ครั้ง ร้อยละ 16.1 2-3 เดือน/ครั้ง ร้อยละ 9.3 สำหรับผู้บริโภคที่มีแนวโน้มท่องเที่ยวมากกว่าเดือนละครั้ง คิดเป็นร้อยละ 3.6



## ตารางดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ปี 2562							ปี 2563						
	ก.ค.	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.
โดยรวม	47.8	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
ในปัจจุบัน	42.5	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
ในอนาคต	51.4	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
รายอาชีพ														
เกษตรกร	48.9	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
พนักงานเอกชน	48.2	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
ผู้ประกอบการ	49.6	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
รับจ้างอิสระ	47.3	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
พนักงานของรัฐ	52.4	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
นักศึกษา	44.9	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
ไม่ได้ทำงาน	44.0	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
รายภาค														
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	46.5	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
กลาง	49.1	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
เหนือ	45.9	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
ตะวันออกเฉียงเหนือ	49.7	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
ใต้	51.0	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

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 7,837 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” ครั้งที่ 7 กันยายน 2563