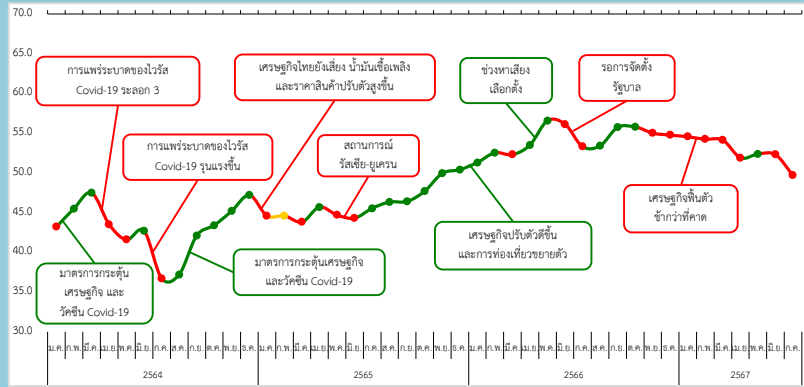


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนกรกฎาคม 2567 เท่ากับ 49.7

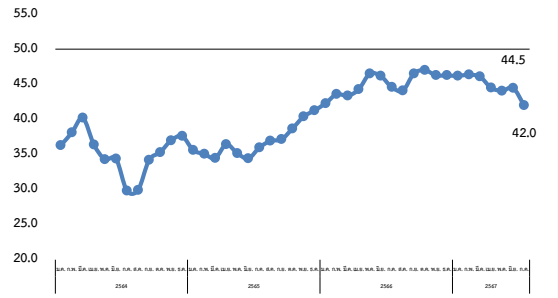


รายการ

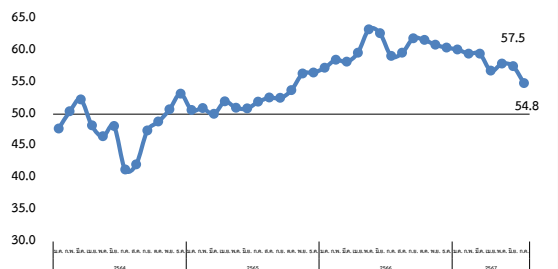
มิ.ย. 67 ก.ค. 67 +/-

รายการ	มิ.ย. 67	ก.ค. 67	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	52.3	49.7	▼
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	44.5	42.0	▼
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า)	57.5	54.8	▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน

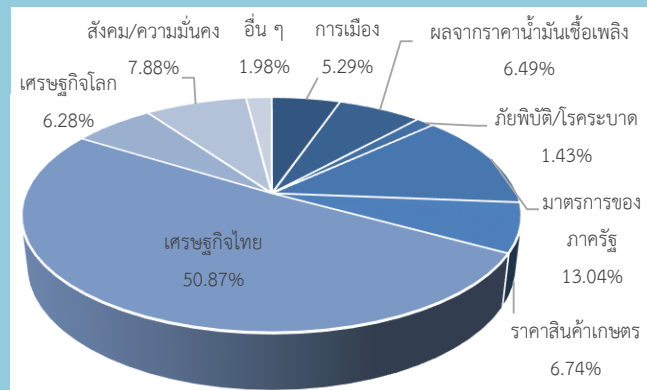


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนกรกฎาคม 2567 ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 49.7 จากระดับ 52.3 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับลดลงมาอยู่ในระดับไม่เชื่อมั่นครั้งแรกในรอบ 20 เดือน (นับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565) สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับ 42.0 จากระดับ 44.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปรับลดลงมาอยู่ที่ระดับ 54.8 จากระดับ 57.5 สาเหตุของการปรับลดคาดว่ามาจาก 1) ภาพรวมของเศรษฐกิจไทยชะลอตัว จากความตึงเครียดของสถานการณ์การค้าโลก และอุปสงค์ภายในประเทศที่อ่อนตัวลง โดยเฉพาะภาคอุตสาหกรรมยานยนต์และอสังหาริมทรัพย์ที่มีแนวโน้มหดตัวมากขึ้น 2) ปัญหาอุทกภัยที่สร้างความเสียหายต่อที่อยู่อาศัยและพื้นที่เกษตรกรรมในหลายพื้นที่ของประเทศ และ 3) ความกังวลของประชาชนต่อภาวะค่าครองชีพ ค่าไฟฟ้า ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง รวมถึงภาระหนี้สินครัวเรือนและธุรกิจที่อยู่ในระดับสูง อย่างไรก็ตาม มาตรการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง และความชัดเจนของโครงการดิจิทัลวอลเล็ตเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตอยู่ในระดับเชื่อมั่น

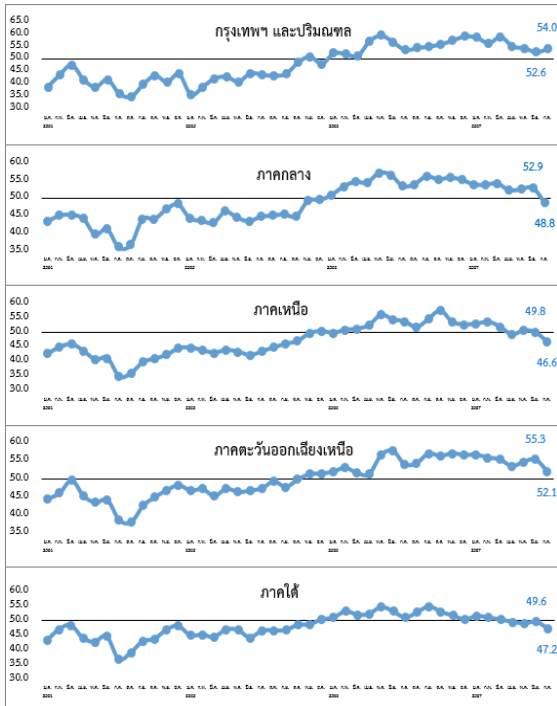
ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค



เมื่อพิจารณาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค พบว่าเศรษฐกิจไทยส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.87 รองลงมา คือ มาตรการของภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 13.04 สังคม/ความมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 7.88 ราคาสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 6.74 ผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง คิดเป็นร้อยละ 6.49 เศรษฐกิจโลก คิดเป็นร้อยละ 6.28 การเมือง คิดเป็นร้อยละ 5.29 อื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 1.98 และภัยพิบัติ/โรครระบาด คิดเป็นร้อยละ 1.43 ตามลำดับ

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

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค



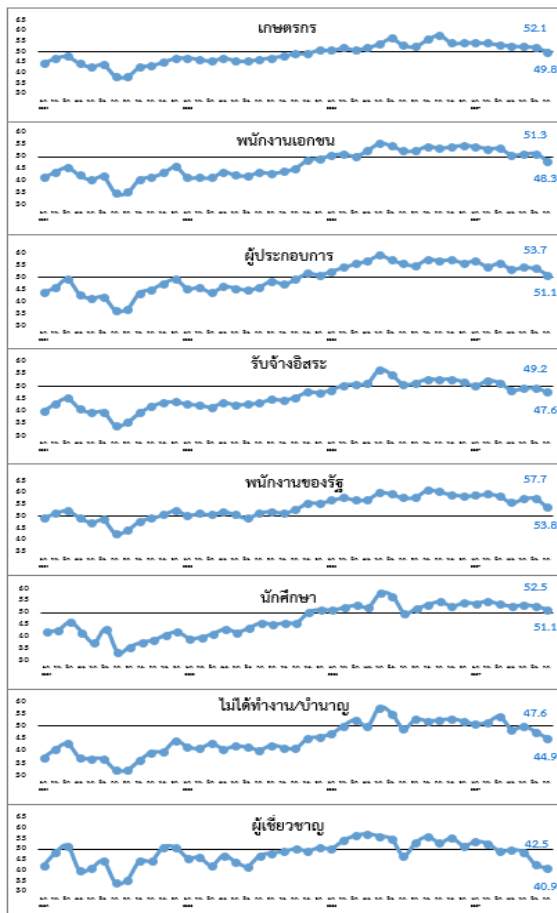
เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล ดัชนีปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 52.6 มาอยู่ที่ระดับ 54.0 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย สังคม/ความมั่นคง และมาตรการของภาครัฐ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคภูมิภาคที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ ภาคกลาง ดัชนีปรับตัวลดลงจากระดับ 52.9 มาอยู่ที่ระดับ 48.8 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

ภาคเหนือ จากระดับ 49.8 มาอยู่ที่ระดับ 46.6 และภาคใต้ จากระดับ 49.6 มาอยู่ที่ระดับ 47.2 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และราคาสินค้าเกษตร

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากระดับ 55.3 มาอยู่ที่ระดับ 52.1 โดยปัจจัยที่ส่งผล ต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และสังคม/ความมั่นคง

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลงทุกกลุ่มอาชีพ

เกษตรกร ดัชนีปรับตัวลดลงจากระดับ 52.1 มาอยู่ที่ระดับ 49.8 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย ราคาสินค้าเกษตร และมาตรการของภาครัฐ

พนักงานเอกชน จากระดับ 51.3 มาอยู่ที่ระดับ 48.3 ผู้ประกอบการ จากระดับ 53.7 มาอยู่ที่ระดับ 51.1 และไม่ได้ทำงาน/บำนาญ จากระดับ 47.6 มาอยู่ที่ระดับ 44.9 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และสังคม/ความมั่นคง

รับจ้างอิสระ จากระดับ 49.2 มาอยู่ที่ระดับ 47.6 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

พนักงานของรัฐ จากระดับ 57.7 มาอยู่ที่ระดับ 53.8 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และการเมือง

นักศึกษา จากระดับ 52.5 มาอยู่ที่ระดับ 51.1 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย สังคม/ความมั่นคง และมาตรการของภาครัฐ

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้สูงอายุ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลง จากระดับ 42.5 มาอยู่ที่ระดับ 40.9

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	2566						เฉลี่ย 2566	2567						
	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.
โดยรวม	53.3	53.4	55.7	55.8	55.0	54.8	54.2	54.5	54.2	54.1	51.9	52.4	52.3	49.7
ในปัจจุบัน	44.6	44.1	46.5	47.0	46.3	46.3	45.1	46.2	46.4	46.1	44.5	44.1	44.5	42.0
ในอนาคต	59.1	59.6	61.9	61.6	60.9	60.4	60.2	60.1	59.5	59.5	56.8	57.9	57.5	54.8
รายอาชีพ														
เกษตรกร	52.9	52.6	55.8	58.1	54.1	54.4	53.6	54.4	54.1	53.4	52.8	52.4	52.1	49.8
พนักงานเอกชน	52.4	52.5	54.3	53.4	54.2	54.6	53.0	54.2	53.3	53.4	50.7	51.1	51.3	48.3
ผู้ประกอบการ	55.7	55.0	57.6	57.0	57.4	56.2	56.3	56.9	54.5	56.0	53.4	54.2	53.7	51.1
รับจ้างอิสระ	50.6	51.3	52.8	52.6	52.9	51.6	52.0	50.1	52.2	51.3	48.3	49.0	49.2	47.6
พนักงานของรัฐ	57.9	58.3	61.3	60.5	59.3	58.8	58.8	58.9	59.5	58.7	55.9	57.6	57.7	53.8
นักศึกษา	49.5	51.6	53.2	54.4	52.5	54.0	53.2	53.7	54.6	53.3	52.5	53.0	52.5	51.1
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	48.9	52.6	52.0	52.4	52.8	51.9	51.9	50.7	51.5	53.8	48.6	49.9	47.6	44.9
รายภาค														
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	53.5	54.4	54.9	55.9	57.4	59.1	55.3	58.6	56.2	58.9	55.0	54.3	52.6	54.0
กลาง	53.4	53.9	56.1	55.3	55.7	55.2	54.7	53.8	53.8	54.1	52.2	52.5	52.9	48.8
เหนือ	53.6	51.6	54.5	57.3	53.4	52.6	53.1	52.8	53.5	51.9	49.1	50.5	49.8	46.6
ตะวันออก/เฉียงเหนือ	54.0	54.3	57.0	56.3	57.0	56.6	54.8	56.7	55.8	55.4	53.5	54.7	55.3	52.1
ใต้	51.1	52.9	54.9	53.1	51.8	50.5	52.6	51.6	51.1	50.4	49.6	49.1	49.6	47.2

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 4,838 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการเผยแพร่ “ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค” ครั้งต่อไป ในวันพฤหัสบดีที่ 5 กันยายน 2567

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ปัจจัย	เศรษฐกิจไทย (ร้อยละ)	เศรษฐกิจโลก (ร้อยละ)	มาตรการของรัฐ (ร้อยละ)	สังคม/ความมั่นคง (ร้อยละ)	การเมือง (ร้อยละ)	ภัยพิบัติ/โรคระบาด (ร้อยละ)	ราคาสินค้าเกษตร (ร้อยละ)	ผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง (ร้อยละ)	อื่น ๆ (ร้อยละ)
รายอาชีพ									
เกษตรกร	41.82	5.41	11.44	3.69	5.04	1.60	24.73	5.78	0.49
พนักงานเอกชน	48.22	8.01	15.69	10.24	4.46	1.90	2.81	7.18	1.49
ผู้ประกอบการ	51.58	6.86	15.30	7.13	5.54	1.98	4.35	6.60	0.66
รับจ้างอิสระ	56.51	4.29	13.65	5.08	4.44	0.95	2.54	10.95	1.59
พนักงานของรัฐ	46.87	6.45	14.42	8.35	9.30	0.95	3.03	7.97	2.66
นักศึกษา	62.13	5.39	6.68	11.17	4.49	0.77	2.70	1.41	5.26
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	49.17	6.67	15.00	8.33	5.83	0.83	4.17	6.67	3.33
ตามพื้นที่									
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	32.87	8.72	14.33	17.91	7.63	4.52	6.70	5.45	1.87
กลาง	51.53	5.83	10.55	6.38	6.20	1.11	7.03	8.32	3.05
เหนือ	56.52	4.21	13.16	3.16	4.74	0.10	8.95	7.58	1.58
ตะวันออกเฉียงเหนือ	52.09	6.74	14.50	8.99	4.73	1.08	4.73	5.43	1.71
ใต้	55.31	6.63	12.91	5.83	3.89	1.49	6.97	5.37	1.60

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 4,838 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการเผยแพร่ “ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค” ครั้งต่อไป ในวันพฤหัสบดีที่ 5 กันยายน 2567