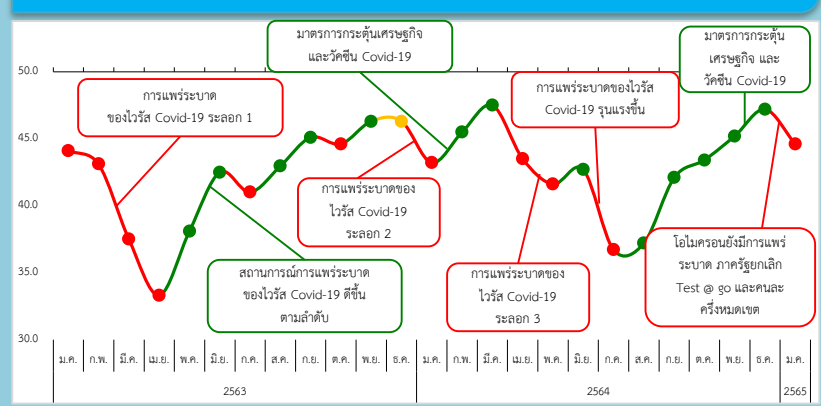


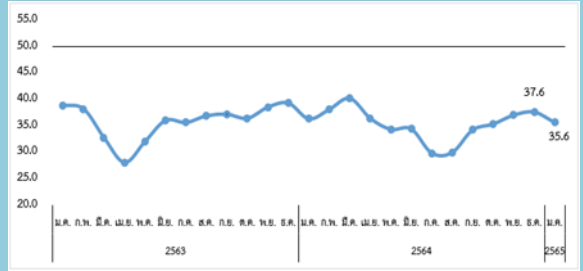
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนมกราคม 2565 เท่ากับ **44.6**

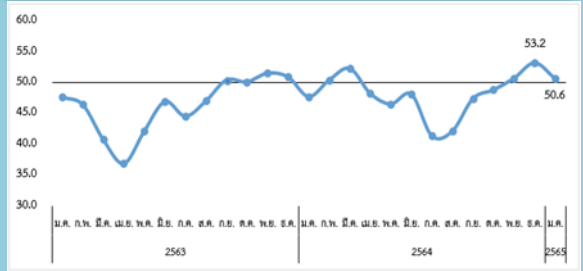


รายการ	ธ.ค. 64	ม.ค. 65	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	47.0	44.6	▼
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	37.6	35.6	▼
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า)	53.2	50.6	▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน

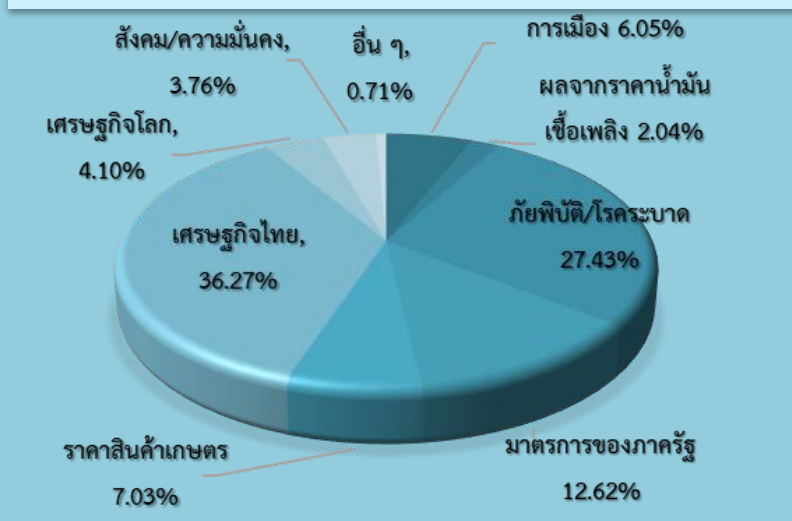


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนมกราคม 2565 ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 44.6 เทียบกับระดับ 47.0 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับตัวลดลงครั้งแรกในรอบ 6 เดือน ปรับตัวลดลงทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวลดลงจากระดับ 37.6 มาอยู่ที่ระดับ 35.6 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปรับลดลงจากระดับ 53.2 มาอยู่ที่ระดับ 50.6 แต่ยังคงอยู่ในช่วงที่มีความเชื่อมั่น เป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่เริ่มมีความเสี่ยงต่อการฟื้นตัวทั้งจากสถานการณ์โควิด-19 สายพันธุ์ “โอมิครอน” ที่ยังมีการแพร่ระบาดไปทั่วประเทศ ส่งผลให้ระงับการเดินทางในรูปแบบ Test & go และ Sandbox outside Phuket ซึ่งกระทบต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวของไทยที่ต้องสูญเสียรายได้ไม่เป็นไปตามที่คาดหวังไว้ ภาวะราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิงและอาหารสด ประกอบกับมาตรการของภาครัฐ เช่น โครงการคนละครึ่ง ที่ได้หมดเขตไปในช่วงสิ้นปีที่ผ่านมาส่งผลให้กำลังซื้อของภาคประชาชนลดลงจากช่วงที่ผ่านมา ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลง และยังคงอยู่ในช่วงที่มีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ

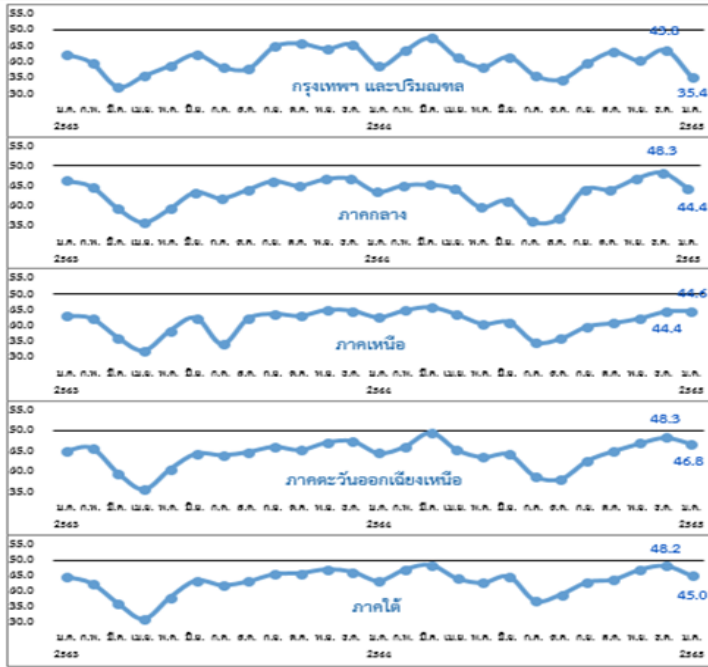
ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค



เมื่อพิจารณาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยเรื่องเศรษฐกิจไทย ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.27 รองลงมาคือ ด้านภัยพิบัติ/โรครระบาด คิดเป็นร้อยละ 27.43 ด้านมาตรการของภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 12.62 ด้านราคาสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 7.03 ด้านการเมือง คิดเป็นร้อยละ 6.05 ด้านเศรษฐกิจโลก คิดเป็นร้อยละ 4.10 ด้านสังคม/ความมั่นคง ร้อยละ 3.76 ผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 2.04 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.71 ตามลำดับ

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

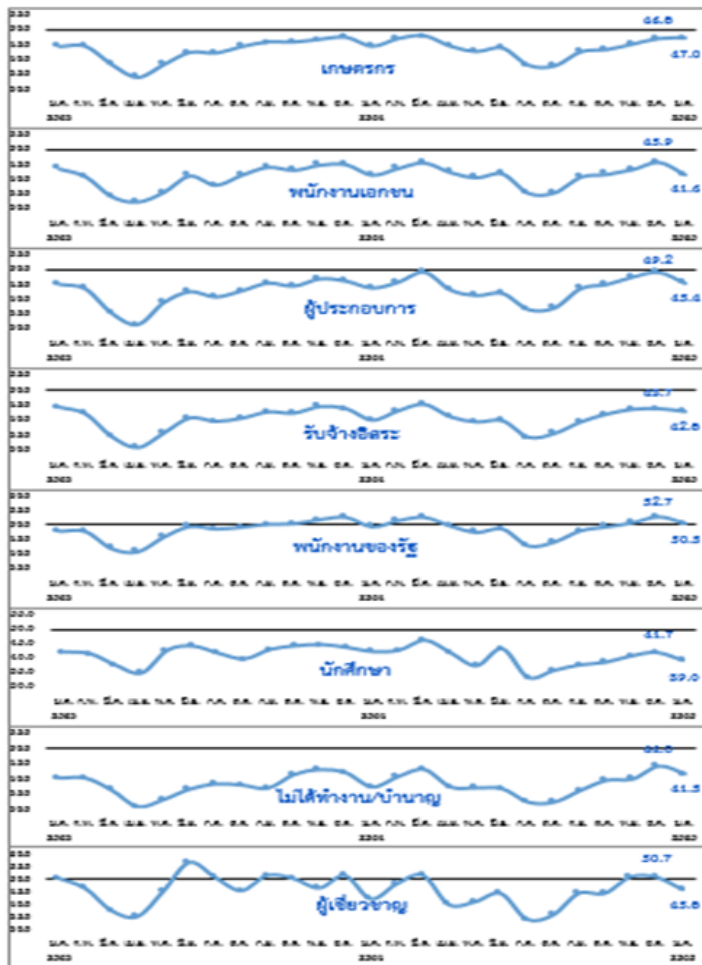
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายภาค



เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงเกือบทุกภูมิภาค** โดยกรุงเทพฯ และปริมณฑล ปรับตัวลดลงมากที่สุด จากระดับ 43.8 มาอยู่ที่ระดับ 35.4 รองลงมาคือ ภาคกลาง ดัชนีปรับตัวลดลงจากระดับ 48.3 มาอยู่ที่ระดับ 44.4 ภาคใต้ จากระดับ 48.2 มาอยู่ที่ระดับ 45.0 และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากระดับ 48.3 มาอยู่ที่ระดับ 46.8 โดยปัจจัยที่ส่งผลความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย รองลงมาคือ ภัยพิบัติ/โรคระบาด และมาตรการของรัฐ ตามลำดับ

ขณะที่ ภาคเหนือ ดัชนีปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 44.4 มาอยู่ที่ระดับ 44.6 โดยปัจจัยที่ส่งผลความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย รองลงมาคือ ภัยพิบัติ/โรคระบาด และมาตรการของรัฐ ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้าในเกือบทุกกลุ่มอาชีพ** โดยเฉพาะกลุ่มพนักงานเอกชน จากระดับ 45.9 มาอยู่ที่ระดับ 41.6 รองลงมาเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ จากระดับ 49.2 มาอยู่ที่ระดับ 45.4 กลุ่มนักศึกษา จากระดับ 41.7 มาอยู่ที่ระดับ 39.0 กลุ่มพนักงานของรัฐ จากระดับ 52.7 มาอยู่ที่ระดับ 50.5 จากปัจจัยสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย รองลงมาคือ ภัยพิบัติ/โรคระบาด และมาตรการของรัฐ ตามลำดับ กลุ่มไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุปรับตัวจากระดับ 44.0 มาอยู่ที่ระดับ 41.5 และกลุ่มรับจ้างอิสระจากระดับ 43.7 มาอยู่ที่ระดับ 42.8 จากปัจจัยสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านภัยพิบัติ/โรคระบาด รองลงมาคือ เศรษฐกิจไทย และมาตรการของรัฐ ตามลำดับ

ขณะที่กลุ่มเกษตรกร ดัชนีปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 46.8 มาอยู่ที่ระดับ 47.0 จากปัจจัยสำคัญ 3 อันดับแรก คือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย รองลงมาคือ ภัยพิบัติ/โรคระบาด และราคาสินค้าเกษตร ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนหน้า จากระดับ 50.7 มาอยู่ที่ระดับ 45.8 ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นผู้บริโภคจาก 7 กลุ่มอาชีพ

หมายเหตุ ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และมีการติดตามภาวะเศรษฐกิจเป็นประจำ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	เฉลี่ย 2563	2564												เฉลี่ย 2564	2565 ม.ค.
		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	42.1	43.2	45.5	47.5	43.5	41.6	42.7	36.7	37.2	42.1	43.4	45.2	47.0	43.0	44.6
ในปัจจุบัน	35.8	36.3	38.1	40.2	36.4	34.3	34.4	29.8	29.9	34.2	35.3	37.0	37.6	35.3	35.6
ในอนาคต	46.2	47.7	50.4	52.3	48.2	46.5	48.1	41.3	42.1	47.4	48.8	50.7	53.2	48.1	50.6
รายชื่ออาชีพ															
เกษตรกร	42.8	44.3	46.8	47.7	44.3	42.6	43.7	38.1	37.9	42.5	43.2	45.0	46.8	43.6	47.0
พนักงานเอกชน	40.4	41.5	43.8	45.7	42.4	40.6	41.9	35.2	35.4	40.8	41.7	43.4	45.9	41.5	41.6
ผู้ประกอบการ	41.9	43.8	45.8	49.3	43.1	41.2	41.9	36.3	36.9	43.6	45.0	47.6	49.2	43.7	45.4
รับจ้างอิสระ	40.1	39.9	43.0	45.1	41.0	39.3	39.7	34.2	35.5	39.3	41.9	43.5	43.7	40.5	42.8
พนักงานของรัฐ	48.0	49.3	51.4	52.5	49.6	47.4	48.6	42.8	44.2	48.0	49.3	50.7	52.7	48.9	50.5
นักศึกษา	41.4	42.0	42.5	45.9	41.6	37.1	43.0	33.1	35.5	37.4	38.3	40.5	41.7	39.9	39.0
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	38.0	37.2	40.6	42.9	37.2	36.9	36.6	32.2	32.3	36.1	39.4	39.8	44.0	37.9	41.5
รายภาค															
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	40.6	38.7	43.5	47.5	41.3	38.5	41.6	35.8	34.6	39.6	43.2	40.5	43.8	40.7	35.4
กลาง	43.3	43.5	45.1	45.3	43.8	39.7	41.3	36.1	36.8	44.1	44.1	46.8	48.3	42.9	44.4
เหนือ	40.6	42.6	44.8	45.8	43.6	40.5	41.1	34.7	35.9	39.7	40.8	42.2	44.4	41.3	44.6
ตะวันออกเฉียงเหนือ	43.8	44.5	46.1	49.6	45.0	43.5	44.2	38.7	38.1	42.6	45.0	46.9	48.3	44.4	46.8
ใต้	42.1	43.3	47.0	48.5	44.1	42.7	44.7	36.8	38.9	42.9	43.7	46.9	48.2	44.0	45.0

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 10,072 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 ในวันที่ 4 มีนาคม 2565

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ปัจจัย	เศรษฐกิจไทย (ร้อยละ)	เศรษฐกิจโลก (ร้อยละ)	มาตรการของรัฐ (ร้อยละ)	สังคม/ความมั่นคง (ร้อยละ)	การเมือง (ร้อยละ)	ภัยพิบัติ/โรคระบาด (ร้อยละ)	ราคาสินค้าเกษตร (ร้อยละ)	ผลจากราคาน้ำมัน เชื้อเพลิง (ร้อยละ)	อื่น ๆ (ร้อยละ)
รายอาชีพ									
เกษตรกร	35.26	3.19	9.00	2.20	5.10	29.90	12.36	2.07	0.91
พนักงานเอกชน	33.05	6.33	11.92	3.19	5.22	33.29	1.84	4.12	1.04
ผู้ประกอบการ	33.72	3.78	17.27	2.07	4.95	32.64	2.43	2.79	0.36
รับจ้างอิสระ	30.48	5.03	15.39	4.28	6.23	31.98	2.40	3.15	1.05
พนักงานของรัฐ	32.63	4.05	11.14	4.99	7.96	32.34	2.39	3.47	1.01
นักศึกษา	35.00	3.54	19.76	3.90	14.05	20.67	1.36	0.82	0.91
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	31.44	4.12	13.92	1.55	6.70	36.60	2.06	2.06	1.55
รายภาค									
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	29.21	2.68	20.57	3.13	8.20	28.91	4.17	2.68	0.45
กลาง	38.07	4.61	14.21	3.82	4.90	24.69	6.96	2.11	0.64
เหนือ	37.02	3.63	12.94	4.35	6.56	24.12	7.82	2.79	0.76
ตะวันออกเฉียงเหนือ	34.69	4.26	11.33	3.89	6.41	30.47	7.00	1.11	0.85
ใต้	37.99	4.47	9.56	2.91	5.30	30.04	7.07	2.03	0.62

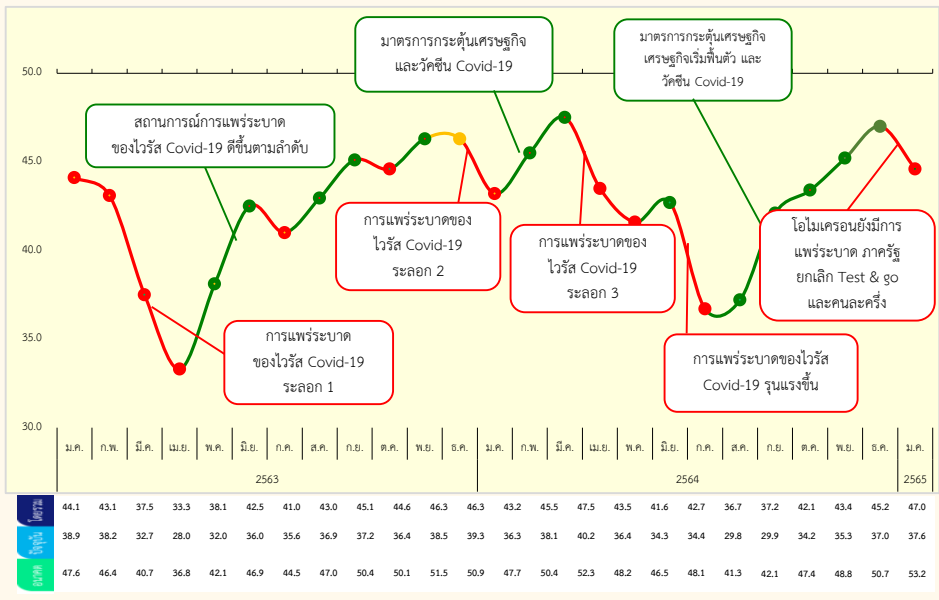
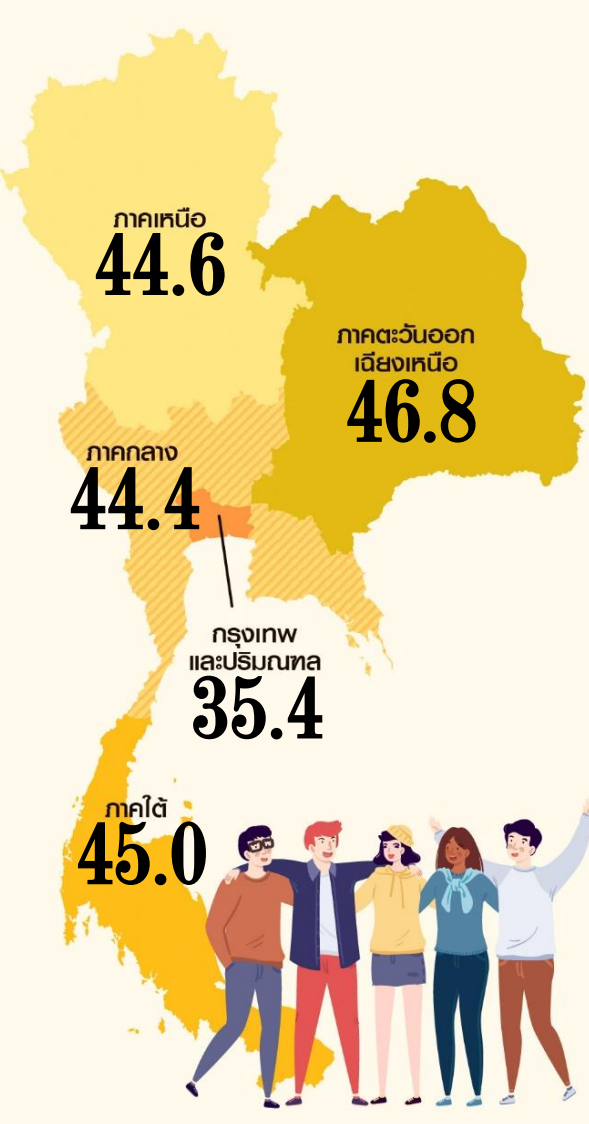
- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 10,072 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการเผยแพร่ “ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค” ครั้งต่อไป ในวันที่ 4 มีนาคม 2565

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้บริโภค

เดือนมกราคม 2565 เท่ากับ 44.6

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนมกราคม 2565 ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 44.6 เทียบกับระดับ 47.0 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับตัวลดลงครั้งแรกในรอบ 6 เดือน ปรับตัวลดลงทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวลดลงจากระดับ 37.6 มาอยู่ที่ระดับ 35.6 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปรับลดลงจากระดับ 53.2 มาอยู่ที่ระดับ 50.6 แต่ยังคงอยู่ในช่วงที่มีความเชื่อมั่น เป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศที่เริ่มมีความเสี่ยงต่อการฟื้นตัวทั้งจากสถานการณ์โควิด-19 สายพันธุ์ “โอมิครอน” ที่ยังมีการแพร่ระบาดไปทั่วประเทศ ส่งผลให้ระงับการเดินทางในรูปแบบ Test & go และ Sandbox outside Phuket ซึ่งกระทบต่อผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวของไทยที่ต้องสูญเสียรายได้ไม่เป็นที่คาดหวังไว้ ภาวะราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มน้ำมันเชื้อเพลิงและอาหารสด ประกอบกับมาตรการของภาครัฐ เช่น โครงการคนละครึ่ง ที่ได้หมดเขตไปในช่วงสิ้นปีที่ผ่านมาส่งผลให้กำลังซื้อของภาคประชาชนลดลงจากช่วงที่ผ่านมา ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลง และยังคงอยู่ในช่วงที่มีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

	ธันวาคม 2564	มกราคม 2565	+ / -
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	43.8	35.4	▼
กลาง	48.3	44.4	▼
เหนือ	44.4	44.6	▲
ตะวันออกเฉียงเหนือ	48.3	46.8	▼
ใต้	48.2	45.0	▼

	ธันวาคม 2564	มกราคม 2565	+ / -
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค โดยรวม	47.0	44.6	▼
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ในปัจจุบัน	37.6	35.6	▼
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ในอนาคต	53.2	50.6	▼

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ

อาชีพ	ธ.ค.64	ม.ค.65	+ / -
เกษตรกร	46.8	47.0	▲
พนักงานเอกชน	45.9	41.6	▼
ผู้ประกอบการ	49.2	45.4	▼
รับจ้างอิสระ	43.7	42.8	▼
พนักงานของรัฐ	52.7	50.5	▼
นักศึกษา	41.7	39.0	▼
ไม่ได้ทำงาน	44.0	41.5	▼