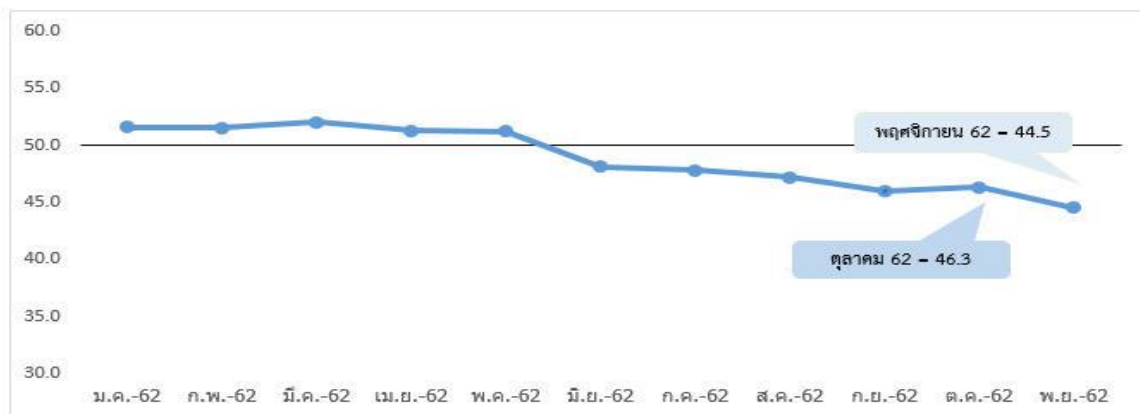


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนพฤศจิกายน 2562 ปรับตัวลดลงมาอยู่ที่ระดับ 44.5 จากเดือนตุลาคม 2562 ที่ระดับ 46.3

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนพฤศจิกายน 2562 โดยรวม อยู่ที่ระดับ 44.5 ปรับตัวลดลง จากระดับ 46.3 ในเดือนตุลาคม 2562 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงทั้งความเชื่อมั่นในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและอนาคต ปรับตัวลดลงจากระดับ 40.5 และ 50.2 มาอยู่ที่ 39.0 และ 48.2 ตามลำดับ และเป็นที่น่าสังเกตว่าการลดลงในเดือนนี้เป็นการลดลงในทุกภาคและทุกอาชีพ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลง คาดว่ามาจากความกังวลต่อปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจ ซึ่งถึงแม้รัฐบาลจะมีมาตรการต่างๆ ออกมาอย่างต่อเนื่อง แต่ยังไม่มีความมั่นใจในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ชัดเจน จึงยังไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้ และยังคงส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต สะท้อนจากดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตที่ปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 50 เป็นครั้งแรกในรอบปี อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มผู้เชี่ยวชาญยังอยู่ในช่วงเชื่อมั่น ทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมและอนาคต (ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวม ปัจจุบัน และอนาคต อยู่ที่ระดับ 50.2 44.2 และ 54.3 ตามลำดับ)



รายการ	ต.ค. 62	พ.ย. 62	+ / -
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	46.3	44.5	▼
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.5	39.0	▼
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	50.2	48.2	▼

หมายเหตุ : ตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าเริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการ

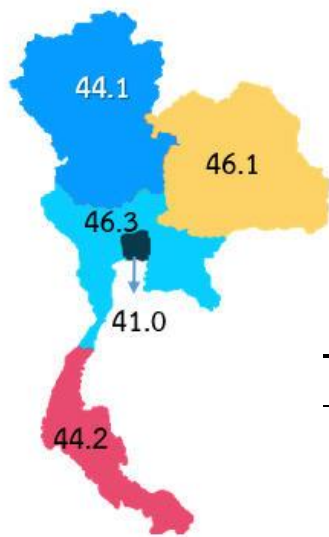
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือน พฤศจิกายน 2562 จำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีปรับตัวลดลงในทุกกลุ่มอาชีพ โดยกลุ่มเกษตรกร ลดลงจากระดับ 47.3 เป็น 45.3 กลุ่มพนักงานเอกชน จาก 44.6 เป็น 43.2 กลุ่มผู้ประกอบการ จาก 46.7 เป็น 45.0 กลุ่มรับจ้างอิสระ จาก 44.8 เป็น 42.6 กลุ่มพนักงานของรัฐ จาก 50.6 เป็น 48.6 กลุ่มนักศึกษา

อาชีพ	ต.ค. 62	พ.ย. 62	MoM
เกษตรกร	47.3	45.3	▼
พนักงานเอกชน	44.6	43.2	▼
ผู้ประกอบการ	46.7	45.0	▼
รับจ้างอิสระ	44.8	42.6	▼
พนักงานของรัฐ	50.6	48.6	▼
นักศึกษา	44.2	43.1	▼
ไม่ได้ทำงาน	42.3	41.6	▼

จาก 44.2 เป็น 43.1 และกลุ่มไม่ได้ทำงาน จาก 42.3 เป็น 41.6 เป็นที่น่าสังเกตว่าดัชนีความเชื่อมั่นของกลุ่มพนักงานของรัฐปรับลดลงต่ำกว่าระดับ50 เป็นครั้งแรกในรอบปี

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

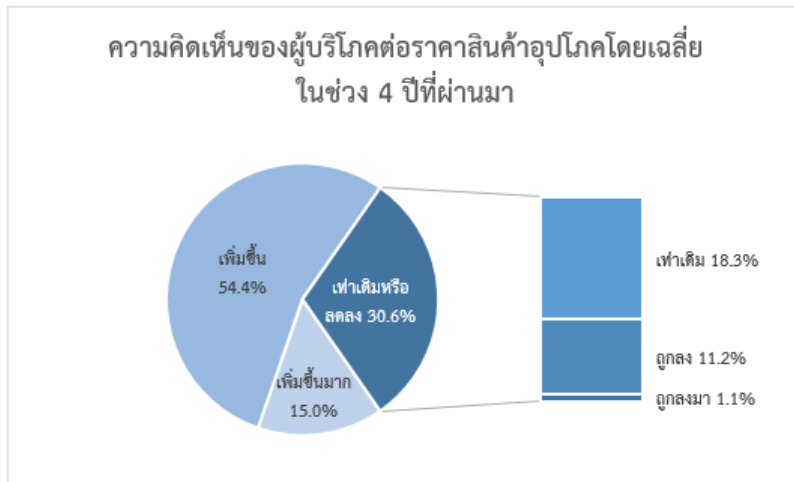


เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวลดลงทุกภาค โดยกรุงเทพฯ และปริมณฑล ลดลง จาก 42.2 เป็น 41.0 ภาคกลาง จาก 47.6 เป็น 46.3 ภาคเหนือ จาก 46.2 เป็น 44.1 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จาก 48.7 เป็น 46.1 และภาคใต้ จาก 45.8 เป็น 44.2

ภาค	ต.ค. 62	พ.ย. 62	MoM
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	42.2	41.0	▼
กลาง	47.6	46.3	▼
เหนือ	46.2	44.1	▼
ตะวันออกเฉียงเหนือ	48.7	46.1	▼
ใต้	45.8	44.2	▼

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนพฤศจิกายน 2562

ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อราคาสินค้าอุปโภคต่างๆ เช่น โทรศัพท์มือถือ เครื่องใช้ไฟฟ้า เสื้อผ้า รองเท้า พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 69.4 มีความเห็นว่า ราคาสินค้าและบริการในรอบ 4 ปี เพิ่มขึ้น โดยเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 54.4) เพิ่มขึ้นมาก (ร้อยละ 15.0) ในขณะที่ร้อยละ 30.6 เห็นว่าราคาเท่าเดิมหรือลดลง (เท่าเดิม ร้อยละ 18.3 ถูกลง ร้อยละ 11.2 ถูกลงมาก ร้อยละ 1.1)



การซื้อสินค้าและบริการออนไลน์ พบว่า เคยซื้อ คิดเป็นร้อยละ 42.3 ไม่เคยซื้อ ร้อยละ 57.7 โดยผู้ที่เคยซื้อนิยมซื้อสินค้ากลุ่มเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 16.9 รองลงมา ได้แก่ กลุ่มสินค้าสุขภาพ/เครื่องสำอางค์/ของใช้ส่วนบุคคล ร้อยละ 14.8 และกลุ่มอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 14.2

