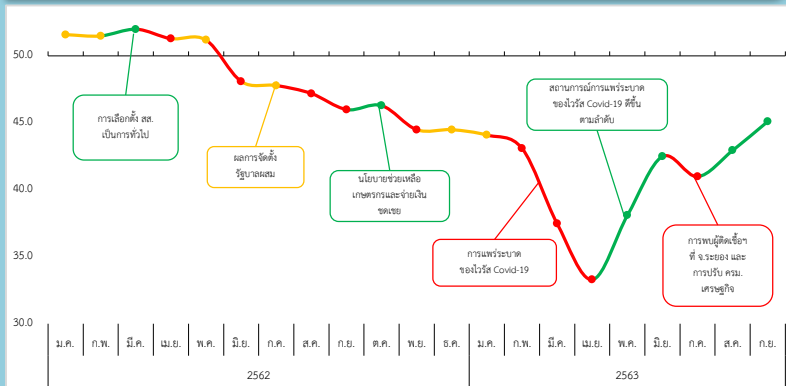


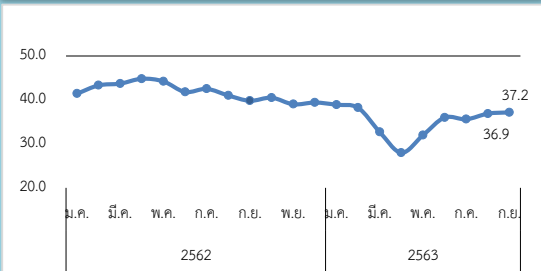
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนกันยายน 2563 เท่ากับ **45.1**

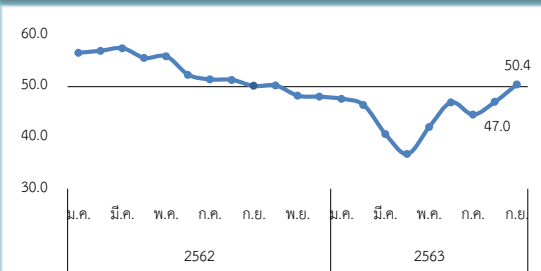


รายการ	ส.ค. 63	ก.ย. 63	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	43.0	45.1	▲
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.9	37.2	▲
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	47.0	50.4	▲

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน

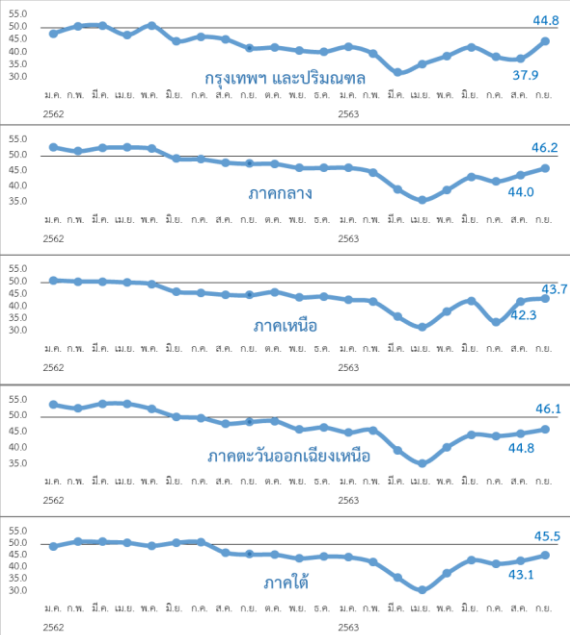


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนกันยายน 2563 ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 45.1 เทียบกับระดับ 43.0 ในเดือนก่อนหน้า ซึ่งเป็นระดับสูงที่สุดในรอบปี เป็นการเพิ่มขึ้นทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตที่กลับเข้าสู่ช่วงความเชื่อมั่น (สูงกว่าระดับ 50) ได้อีกครั้งในรอบ 11 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 50.4 ในขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 36.9 มาอยู่ที่ระดับ 37.2 สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับในหลายสาขา ประกอบกับสถานการณ์ Covid-19 ยังมีทิศทางที่ดีขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

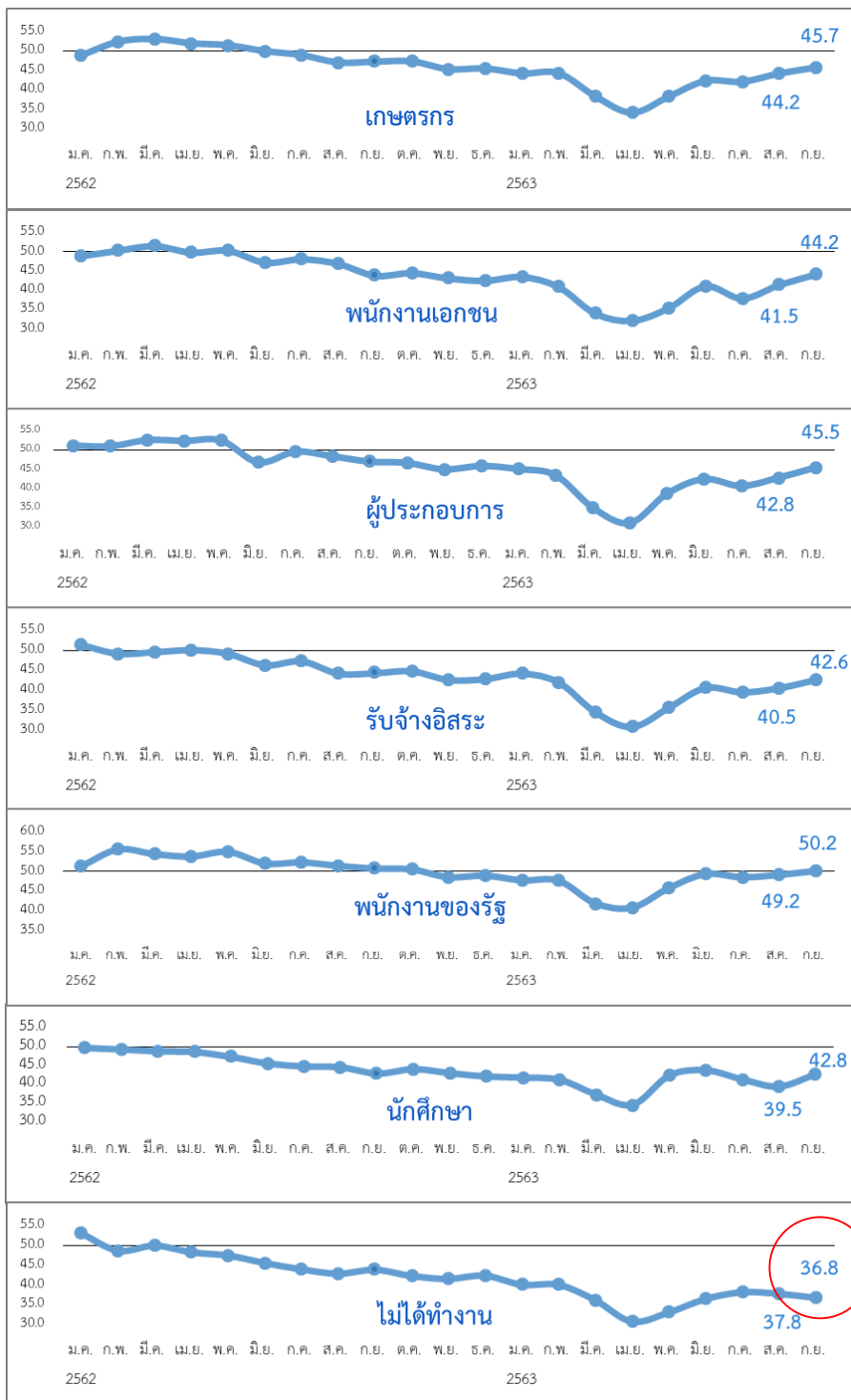


เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าในทุกภูมิภาค โดยกรุงเทพฯ และปริมณฑลปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 37.9 มาอยู่ที่ระดับ 44.8 ภาคกลาง ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 44.0 มาอยู่ที่ระดับ 46.2 ภาคเหนือ จากระดับ 42.3 มาอยู่ที่ระดับ 43.7 ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ จากระดับ 44.8 มาอยู่ที่ระดับ 46.1 และภาคใต้ จากระดับ 43.1 มาอยู่ที่ระดับ 45.5 เป็นที่น่าสังเกตว่า การเพิ่มขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในส่วนภูมิภาค คาดว่ามาจากราคาสินค้าเกษตรที่ปรับตัวสูงขึ้น ได้แก่ ข้าวเปลือกเจ้า ข้าวเปลือกหอมมะลิ ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ยางพาราแผ่นดิบ มันสำปะหลัง และสุกร สำหรับกรุงเทพฯ และปริมณฑล น่าจะเป็นผลจากการชุมนุมที่ผ่อนคลายลง และไม่มี ความรุนแรงเกิดขึ้น

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

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

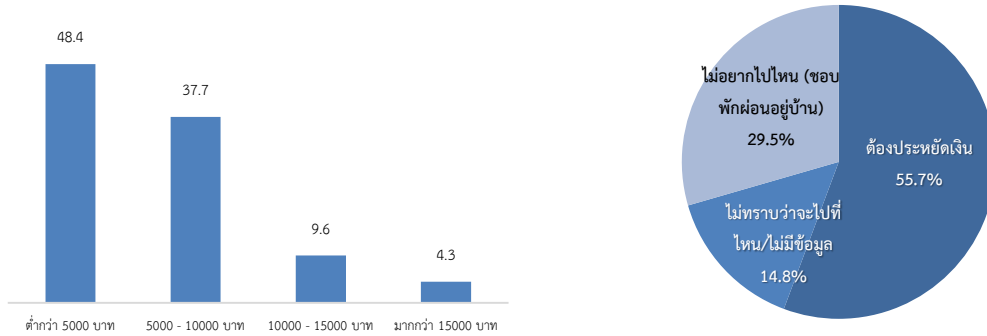
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า ในเกือบทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มไม่ได้ทำงาน (ดัชนีลดลงจาก 37.8 เป็น 36.8) โดยกลุ่มเกษตรกร ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 44.2 เป็น 45.7 กลุ่มพนักงานเอกชน จากระดับ 41.5 เป็น 44.2 กลุ่มผู้ประกอบการ จากระดับ 42.8 เป็น 45.5 กลุ่มรับจ้างอิสระ จากระดับ 40.5 เป็น 42.6 กลุ่มพนักงานของรัฐจากระดับ 49.2 เป็น 50.2 และกลุ่มนักศึกษาจากระดับ 39.5 เป็น 42.8

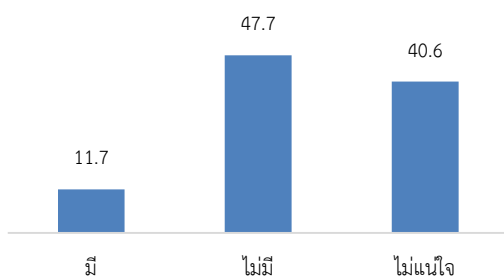
ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคและอื่นๆ

การเดินทางในช่วงวันหยุดยาว (เดือนกรกฎาคม - กันยายน 2563)



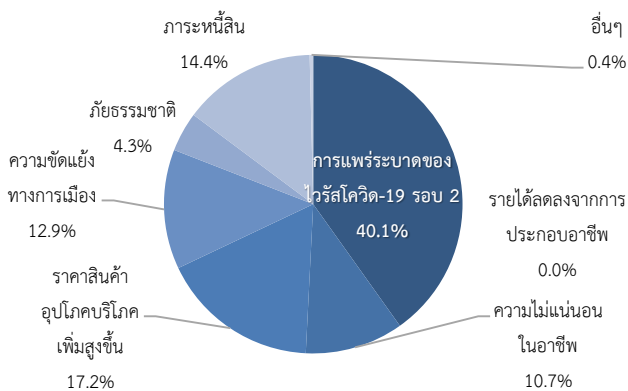
ประชาชนเดินทางในช่วงวันหยุดยาว ในเวลาดังกล่าว เพียงร้อยละ 27.4 โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ร้อยละ 56.0 และกลับภูมิลำเนา ร้อยละ 44.0 และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ไม่เกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 86.1 (ต่ำกว่า 5,000 บาท มากที่สุด ร้อยละ 48.4 รองลงมาเป็น 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.7) และใช้จ่ายเกิน 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 13.9 สำหรับสาเหตุที่ประชาชนไม่เดินทางไปต่างจังหวัดในช่วงวันหยุดยาว เนื่องจากต้องประหยัดเงิน และไม่อยากไปไหน (ชอบพักผ่อนอยู่บ้าน) มีสัดส่วนรวมกัน คิดเป็นร้อยละ 85.2 (ร้อยละ 55.7 และ 29.5 ตามลำดับ) ในขณะที่ไม่ทราบว่าจะไปที่ไหน/ไม่มีข้อมูล คิดเป็นร้อยละ 14.8

การเดินทางในวันหยุดยาวเดือนตุลาคม 2563



สำหรับในวันหยุดยาวเดือนตุลาคม 2563 ที่จะถึงนี้ ส่วนใหญ่ไม่มีแผนการเดินทางไปต่างจังหวัดร้อยละ 47.7 รองลงมา คือ ไม่แน่ใจ ร้อยละ 40.6 และสุดท้ายคือ มีแผนเดินทางไปต่างจังหวัดร้อยละ 11.7

ความกังวลของผู้บริโภค



ประชาชนยังมีความกังวลในเรื่องของ การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รอบ 2 เป็นอันดับแรก คิดเป็นร้อยละ 40.1 รองลงมา คือ ราคาสินค้าอุปโภค-บริโภคเพิ่มสูงขึ้น คิดเป็นร้อยละ 17.2 และลำดับที่ 3 เป็นภาวะหนี้สิน คิดเป็นร้อยละ 14.4

ตารางดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ปี 2562					ปี 2563								
	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.	ก.ย.
โดยรวม	46.0	46.3	44.5	44.5	48.4	44.1	43.1	37.5	33.3	38.1	42.5	41.0	43.0	45.1
ในปัจจุบัน	39.8	40.5	39.0	39.4	41.8	38.9	38.2	32.7	28.0	32.0	36.0	35.6	36.9	37.2
ในอนาคต	50.1	50.2	48.2	48.0	52.8	47.6	46.4	40.7	36.8	42.1	46.9	44.5	47.0	50.4
รายอาชีพ														
เกษตรกร	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	45.7
พนักงานเอกชน	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	44.2
ผู้ประกอบการ	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	45.5
รับจ้างอิสระ	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	42.6
พนักงานของรัฐ	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	50.2
นักศึกษา	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	42.8
ไม่ได้ทำงาน	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	36.8
รายภาค														
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	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	44.8
กลาง	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	46.2
เหนือ	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	43.7
ตะวันออกเฉียงเหนือ	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	46.1
ใต้	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	45.5

- หมายเหตุ** 1. สํารวจข้อมูลจากผู้บริโภคจํานวน 8,124 คน ในทุกอําเภอทั่วประเทศ (884 อําเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละจังหวัด
2. การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการแถลงข่าว “สถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการ” ครั้งที่ 5 พฤศจิกายน 2563