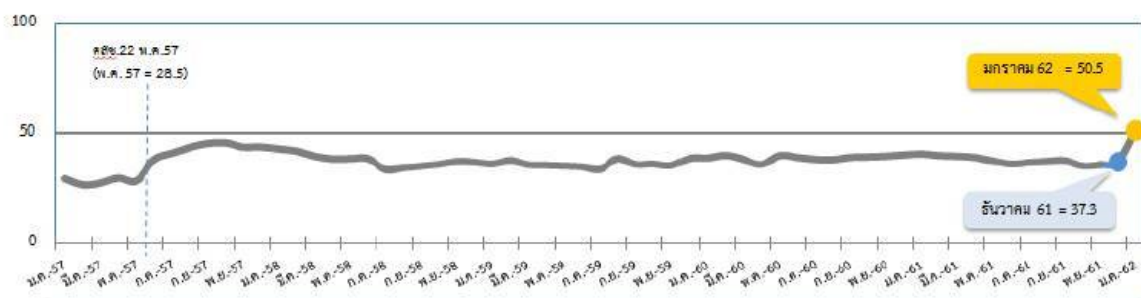


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนมกราคม 2562 ปรับตัวขึ้นที่ระดับ 50.5 สูงที่สุดในรอบเกือบ 14 ปี

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนมกราคม 2562 โดยรวม อยู่ที่ระดับ 50.5 ซึ่งอยู่ในช่วงความเชื่อมั่นสูงสุดเป็นครั้งแรกในรอบ 13 ปี 10 เดือน โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน อยู่ที่ระดับ 41.4 และดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคต อยู่ที่ระดับ 56.6 ซึ่งสถานการณ์ความเชื่อมั่นเศรษฐกิจของไทยมีทิศทางแนวโน้มที่ดี โดยเฉพาะในช่วง 3 เดือนข้างหน้า สอดคล้องกับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (อยู่ในระดับเชื่อมั่นทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม ปัจจุบัน และอนาคต ที่ระดับ 59.8 51.2 และ 65.6 ตามลำดับ) ทั้งนี้ กลุ่มที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด ได้แก่ กลุ่มไม่ได้ทำงาน กลุ่มรับจ้างอิสระและพนักงานของรัฐเท่ากัน กลุ่มผู้ประกอบการ ในขณะที่กลุ่มอื่นๆ ยังอยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น ได้แก่ นักศึกษา กลุ่มพนักงานเอกชน และกลุ่มเกษตรกร

โดยรวม คาดว่าสถานการณ์ความเชื่อมั่นที่อยู่ในระดับดังกล่าว จะทำให้ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการ และเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อเงินเฟ้อที่มาจากความต้องการ (Demand Pull) ให้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง



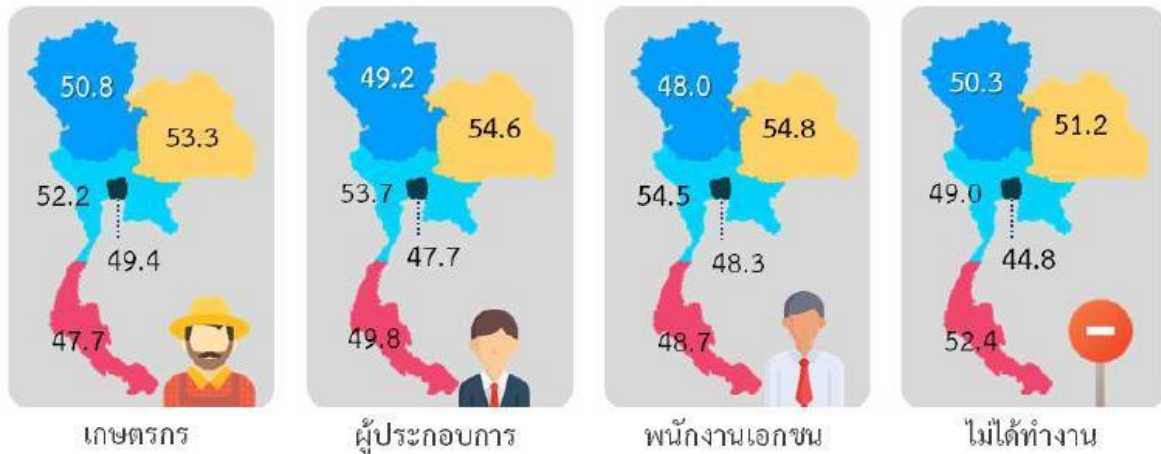
รายการ	ธ.ค.61	ม.ค.62	+ / -
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	37.3	50.5	↑
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	28.1	41.4	↑
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	43.4	56.6	↑

หมายเหตุ: ตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าจะเริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการประมวลผล โดยเพิ่มดัชนีความเชื่อมั่นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้เป็นตัวเลขอ้างอิง (ไม่ได้คำนวณดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

กลุ่มที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด ได้แก่ กลุ่มไม่ได้ทำงาน (ระดับ 53.1) กลุ่มรับจ้างอิสระและพนักงานของรัฐมีความเชื่อมั่นเท่ากัน (ระดับ 51.4) กลุ่มผู้ประกอบการ (ระดับ 51.2) ในขณะที่กลุ่มอื่นๆ ยังไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา (ระดับ 49.9) กลุ่มพนักงานเอกชน (ระดับ 49.0) และกลุ่มเกษตรกร (ระดับ 48.8) เป็นที่น่าสังเกตว่า ความเชื่อมั่นโดยรวมของกลุ่มเกษตรกรในเกือบทุกภาคอยู่ในช่วงเชื่อมั่น (ยกเว้นภาคใต้ และ กทม./ปริมณฑล)

จำแนกรายอาชีพ	
เกษตรกร	48.8
พนักงานเอกชน	49.0
ผู้ประกอบการ	51.2
รับจ้างอิสระ	51.4
พนักงานของรัฐ	51.4
นักศึกษา	49.9
ไม่ได้ทำงาน	53.1



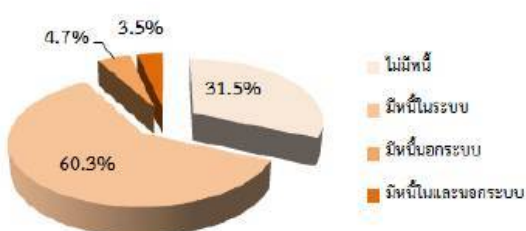
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนมกราคม 2562 จำแนกรายภาค พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับเชื่อมั่น มีเพียงภาคใต้ และกทม./ปริมณฑล เท่านั้น ที่ยังไม่เชื่อมั่น โดยเฉพาะภาคใต้ ที่เกือบทุกกลุ่มอาชีพ (ยกเว้นกลุ่มพนักงานของรัฐ และกลุ่มไม่ได้ทำงาน) ยังไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม ซึ่งคาดว่า สาเหตุหลักน่าจะมาจากราคาสินค้าเกษตรที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นของภาคเป็นสำคัญ



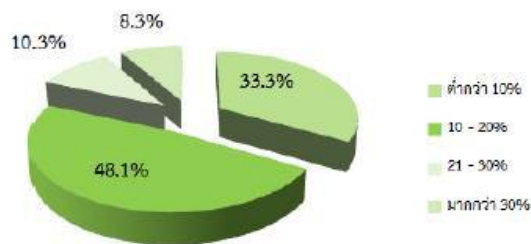
กรุงเทพฯ / ปริมณฑล		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้	
เกษตรกร	49.4	เกษตรกร	52.2	เกษตรกร	50.8	เกษตรกร	53.3	เกษตรกร	47.7
พนักงานเอกชน	48.3	พนักงานเอกชน	54.5	พนักงานเอกชน	48.0	พนักงานเอกชน	54.8	พนักงานเอกชน	48.7
ผู้ประกอบการ	44.7	ผู้ประกอบการ	53.7	ผู้ประกอบการ	49.2	ผู้ประกอบการ	54.6	ผู้ประกอบการ	49.8
รับจ้างอิสระ	45.0	รับจ้างอิสระ	50.6	รับจ้างอิสระ	48.0	รับจ้างอิสระ	51.1	รับจ้างอิสระ	48.7
พนักงานของรัฐ	53.2	พนักงานของรัฐ	56.3	พนักงานของรัฐ	55.9	พนักงานของรัฐ	57.5	พนักงานของรัฐ	53.9
นักศึกษา	46.0	นักศึกษา	51.5	นักศึกษา	50.9	นักศึกษา	53.0	นักศึกษา	47.0
ไม่ได้ทำงาน	44.8	ไม่ได้ทำงาน	49.0	ไม่ได้ทำงาน	50.3	ไม่ได้ทำงาน	51.2	ไม่ได้ทำงาน	52.4

ผลการศึกษาอื่นๆ ที่น่าสนใจประจำเดือนมกราคม 2562



ภาระหนี้สินของประชาชน จากผลการสำรวจ พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 31.5 ไม่มีภาระหนี้สิน ในขณะที่ 68.5 มีภาระหนี้สิน และส่วนใหญ่เป็นภาระหนี้ในระบบ (ร้อยละ 88.1) ส่วนภาระหนี้นอกระบบมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.8 ที่เหลือเป็นกลุ่มที่มีหนี้ทั้งในระบบและนอกระบบ (ร้อยละ 5.1) โดยกลุ่มที่มีภาระหนี้สิน มีความเห็นว่า ภาระหนี้ดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อการบริโภคของตน

มากเพียงร้อยละ 38.1 ในขณะที่ร้อยละ 46.8 เห็นว่ามีผลกระทบน้อย และไม่มีผลกระทบ ร้อยละ 15.1 อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคร้อยละ 51.7 ยังมีความเห็นว่า รายได้ยังไม่ค่อยเพียงพอต่อการใช้จ่าย



สัดส่วนการออม จากผลการสำรวจ พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการออมโดยเฉลี่ยร้อยละ 15.5 ของรายได้ โดยกลุ่มที่มีสัดส่วนการออมมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ กลุ่มพนักงานของรัฐ และกลุ่มนักศึกษาเท่ากัน (ร้อยละ 17.1 ของรายได้) ในขณะที่กลุ่มไม่ได้ทำงาน และกลุ่มรับจ้างอิสระ มีสัดส่วนการออมต่ำที่สุด (ร้อยละ 13.7 และร้อยละ 13.3 ของรายได้ ตามลำดับ)

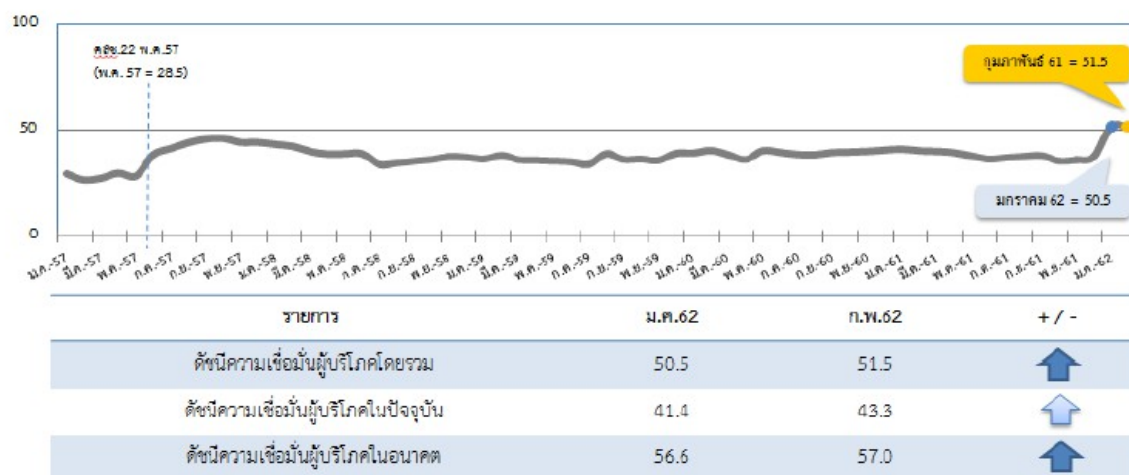
ในจำนวนนี้พบว่า กลุ่มผู้มีรายได้น้อย (รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน) มีสัดส่วนการออมเพียงร้อยละ 9.8 ของรายได้ และกลุ่มผู้มีรายได้สูง (รายได้มากกว่า 100,000 บาท/เดือน) มีสัดส่วนการออมถึงร้อยละ 32.5 ของรายได้ ซึ่งตัวเลขเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของประชาชนในกลุ่มเป้าหมาย (Marginal Propensity to Consume: MPC) และผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินนโยบาย/มาตรการของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพมากขึ้น

.....

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
1 กุมภาพันธ์ 2562

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 50.5 มาอยู่ที่ระดับ 51.5

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนกุมภาพันธ์ 2562 โดยรวม อยู่ที่ระดับ 51.5 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนมกราคม 2562 ที่ระดับ 50.5 ซึ่งอยู่ในช่วงความเชื่อมั่นสูงสุดเกินเกณฑ์ 50 เป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งปัจจุบันและอนาคต ชี้ให้เห็นว่าสถานการณ์ความเชื่อมั่นในระดับดังกล่าว จะทำให้ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการ และเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อเงินเฟ้อที่มาจากความต้องการ (Demand Pull) ให้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง



หมายเหตุ: ตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าได้เริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการประมวลผล โดยเพิ่มดัชนีความเชื่อมั่นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้เป็นตัวเลขว้างอิง (ไม่ได้คำนวณดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน และอนาคต ปรับตัวเพิ่มขึ้น จากระดับ 41.4 มาอยู่ที่ 43.3 และจากระดับ 56.6 มาอยู่ที่ระดับ 57.0 ตามลำดับ ชี้ว่าสถานการณ์ความเชื่อมั่นเศรษฐกิจของไทยมีทิศทางที่ดี สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (อยู่ในระดับเชื่อมั่นทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม และอนาคต ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 59.8 และ 65.6 มาอยู่ที่ 60.4 และ 68.5 ตามลำดับ ขณะที่ ระดับความเชื่อมั่นปัจจุบันปรับตัวลดลงจาก 51.2 มาอยู่ที่ 48.2)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

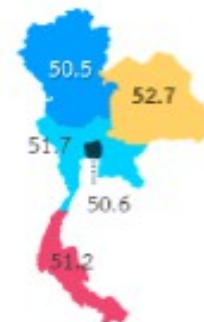
กลุ่มที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด ได้แก่ พนักงานของรัฐ (55.7) รองลงมา ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร (52.3) ผู้ประกอบการ (51.0) และพนักงานเอกชน (50.4) ตามลำดับ **ข้อบ่งชี้ในกลุ่มที่มีความเชื่อมั่นสูง** คือ เป็นกลุ่มที่มีรายได้ มีเงินเดือนประจำ และกลุ่มเกษตรกรที่มีความเชื่อมั่นสูงกว่าระดับ 50 ทุกภูมิภาค ซึ่งสอดคล้องกับรายได้เกษตรกร ขยายตัวดีขึ้นจากร้อยละ 1.50 มาเป็น 1.88^(ป) (ที่มา : สศก.) ขณะที่กลุ่มอื่นๆ ยังอยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น ได้แก่ ไม่ได้ทำงาน รับจ้างอิสระ และ นักศึกษา ที่มีรายได้ไม่แน่นอน มีทัศนคติต่อเศรษฐกิจด้านการเงินและการหางานทำไม่ดีนัก



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

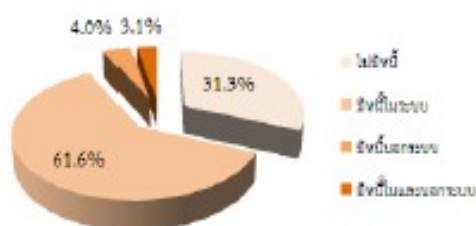
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนกุมภาพันธ์ 2562 จำแนกรายภาค พบว่า ทุกภาคอยู่ในระดับเชื่อมั่น และเปรียบเทียบเดือนมกราคม 2562 จำแนกได้ดังนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคภาค	มกราคม 2562	กุมภาพันธ์ 2562	+ / - MoM
กรุงเทพฯ/ปริมณฑล	47.8	50.6	↑
กลาง	53.0	51.7	↓
เหนือ	51.0	50.5	↓
ตะวันออก/เฉียงเหนือ	53.8	52.7	↓
ใต้	49.2	51.2	↑



กรุงเทพฯ / ปริมณฑล		ภาคกลาง		ภาคเหนือ		ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ		ภาคใต้	
เกษตรกร	53.0	เกษตรกร	53.4	เกษตรกร	51.9	เกษตรกร	51.9	เกษตรกร	52.0
พนักงานเอกชน	50.8	พนักงานเอกชน	50.2	พนักงานเอกชน	48.7	พนักงานเอกชน	51.5	พนักงานเอกชน	49.6
ผู้ประกอบการ	47.6	ผู้ประกอบการ	50.0	ผู้ประกอบการ	47.7	ผู้ประกอบการ	55.6	ผู้ประกอบการ	52.4
รับจ้างอิสระ	46.7	รับจ้างอิสระ	49.6	รับจ้างอิสระ	47.8	รับจ้างอิสระ	51.1	รับจ้างอิสระ	48.2
พนักงานของรัฐ	55.5	พนักงานของรัฐ	55.9	พนักงานของรัฐ	55.3	พนักงานของรัฐ	55.7	พนักงานของรัฐ	55.7
นักศึกษา	49.2	นักศึกษา	49.5	นักศึกษา	49.3	นักศึกษา	50.3	นักศึกษา	49.4
ไม่ได้ทำงาน	49.1	ไม่ได้ทำงาน	47.9	ไม่ได้ทำงาน	48.9	ไม่ได้ทำงาน	48.6	ไม่ได้ทำงาน	49.9

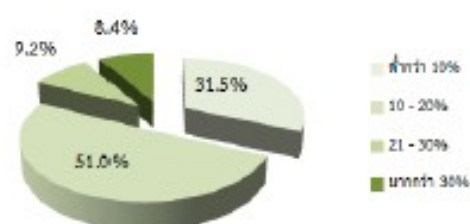
ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2562



การะหนึ่สิน	มกราคม 2562	กุมภาพันธ์ 2562	+ / - MoM
ไม่มีไฟฟ้า	31.5	30.0	↓
มีไฟฟ้าในระบบ	88.1	89.7	↑
มีไฟฟ้าไม่ในระบบ	6.8	5.9	↓
มีไฟฟ้าในระบบแต่ไม่ในระบบ	5.1	4.4	↓

การะหนึ่สินของประชาชน

จากผลการสำรวจ พบว่า ผู้บริโภคร้อยละ 30.0 ไม่มีการะหนึ่สิน ในขณะที่ร้อยละ 70.0 มีการะหนึ่สิน และส่วนใหญ่เป็นการะหนึ่สินในระบบ (ร้อยละ 89.7) ส่วนการะหนึ่สินนอกระบบมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 5.9 ที่เหลือเป็นกลุ่มที่มีไฟฟ้าทั้งในระบบและนอกระบบ (ร้อยละ 4.4) โดยกลุ่มที่มีการะหนึ่สิน มีความเห็นว่า การะหนึ่สินดังกล่าว ส่งผลกระทบต่อการบริโภคของตนมากร้อยละ 34.1 ในขณะที่ร้อยละ 51.9 เห็นว่ามีผลกระทบน้อย และไม่มีผลกระทบ ร้อยละ 14.0 อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคร้อยละ 47.4 ยังมีความเห็นว่า รายได้ยังไม่ค่อยเพียงพอต่อการใช้จ่าย



การะหนึ่สิน	มกราคม 2562	กุมภาพันธ์ 2562	+ / - MoM
ต่ำกว่า 10%	33.3	31.5	↑
10 - 20 %	48.1	51.0	↑
21 - 30 %	10.3	9.2	↓
มากกว่า 30%	8.3	8.4	↑

สัดส่วนการออม

จากผลการสำรวจ พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการออมโดยเฉลี่ยร้อยละ 12.1 ของรายได้ โดยกลุ่มที่มีสัดส่วนการออมมากที่สุด ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา ร้อยละ 17.6 ของรายได้ รองลงมา ได้แก่ กลุ่มพนักงานของรัฐ ร้อยละ 13.3 ผู้ประกอบการ ร้อยละ 12.5 รับจ้างอิสระ ร้อยละ 11.1 ในขณะที่ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มพนักงานเอกชน และกลุ่มไม่ได้ทำงาน มีสัดส่วนการออมต่ำที่สุด (ร้อยละ 10.8 ร้อยละ 10.7 และร้อยละ 9.5 ของรายได้ตามลำดับ)

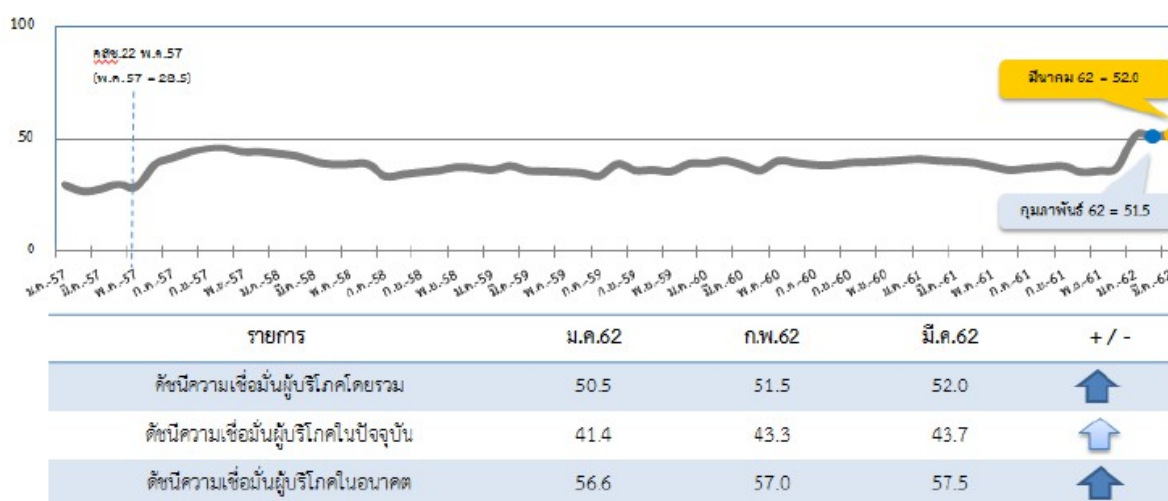
ในจำนวนนี้พบว่า กลุ่มที่มีรายได้ต่ำ (รายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท/เดือน) มีสัดส่วนการออมร้อยละ 12.9 กลุ่มผู้มีรายได้น้อย (รายได้ 5,000 - 10,000 บาท/เดือน) มีสัดส่วนการออมร้อยละ 11.4 ของรายได้ และกลุ่มผู้มีรายได้สูง (รายได้มากกว่า 100,000 บาท/เดือน) มีสัดส่วนการออมถึงร้อยละ 17.9 ของรายได้ (ซึ่งมีรายได้เพียงพอจากรายจ่ายคิดเป็นร้อยละ 13.2 และค่อนข้างพอร้อยละ 58.8)

ข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของประชาชนในกลุ่มเป้าหมาย (Marginal Propensity to Consume: MPC) และผลของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในรูปแบบต่างๆ ได้อย่างถูกต้อง ซึ่งจะส่งผลให้การดำเนินนโยบาย/มาตรการของภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนมีนาคม 2562

ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 51.5 มาอยู่ที่ระดับ 52.0

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนมีนาคม 2562 โดยรวม อยู่ที่ระดับ 52.0 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ที่ระดับ 51.5 ซึ่งอยู่ในช่วงความเชื่อมั่นสูงสุดเกินเกณฑ์ 50 เป็นเดือนที่ 3 (เดือนมกราคม 2562 อยู่ในช่วงความเชื่อมั่นเป็นครั้งแรกในรอบ 13 ปี 10 เดือน) โดยกลุ่มผู้มีรายได้น้อย (ต่ำกว่า 10,000 บาท) มีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 50.4 กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลาง (10,000 - 100,000 บาท) มีความเชื่อมั่นอยู่ที่ 53.3 และกลุ่มผู้มีรายได้สูง (100,000 บาทขึ้นไป) มีความเชื่อมั่น 57.6 ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งปัจจุบัน และอนาคต ชี้ให้เห็นว่าสถานการณ์ความเชื่อมั่นในระดับดังกล่าว จะทำให้ผู้บริโภคมีการใช้จ่ายในทิศทางที่สอดคล้องกับความต้องการ และเป็นปัจจัยสนับสนุนต่อเงินเฟ้อที่มาจากความต้องการ



(Demand Pull) ให้ปรับตัวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

หมายเหตุ: ตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าจะเริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการประมวลผล โดยเพิ่มดัชนีความเชื่อมั่นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้เป็นตัวเลขอ้างอิง (ไม่ได้คำนวณดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน และอนาคต ปรับตัวเพิ่มขึ้น จากระดับ 43.3 มาอยู่ที่ 43.7 และจากระดับ 57.0 มาอยู่ที่ระดับ 57.5 ตามลำดับ ชี้ว่าสถานการณ์ความเชื่อมั่นเศรษฐกิจของไทยมีทิศทางที่ดี สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับเชื่อมั่นทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม และอนาคต ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นปัจจุบันยังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 50 (ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวม และอนาคต ปรับตัวลดลงจากระดับ 60.4 และ 68.5 มาอยู่ที่ 59.9 และ 67.2 ตามลำดับ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 48.2 มาอยู่ที่ 49.0)

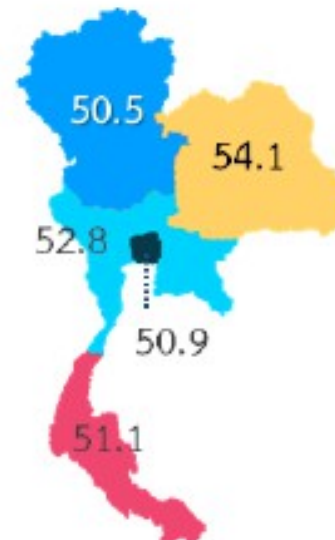
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	2562			
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	MoM
เกษตรกร	48.8	52.3	53.0	↑
พนักงานเอกชน	49.0	50.4	51.6	↑
ผู้ประกอบการ	51.2	51.0	52.6	↑
รับจ้างอิสระ	51.4	49.2	49.6	↑
พนักงานของรัฐ	51.4	55.7	54.5	↓
นักศึกษา	49.9	49.5	49.0	↓
ไม่ได้ทำงาน	53.1	48.7	50.0	↑

ความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นพนักงานของรัฐ และนักศึกษา โดยกลุ่มที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด ได้แก่ พนักงานของรัฐ (54.5) รองลงมา ได้แก่ กลุ่มเกษตรกร (53.0) ผู้ประกอบการ (52.6) และพนักงานเอกชน (51.6) ตามลำดับ ขณะที่กลุ่มไม่ได้ทำงาน มีระดับความเชื่อมั่นอยู่ที่ระดับ 50.0 ส่วนกลุ่มที่ยังอยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น ได้แก่ รับจ้างอิสระ และ นักศึกษา โดยเฉพาะกลุ่มนักศึกษาที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

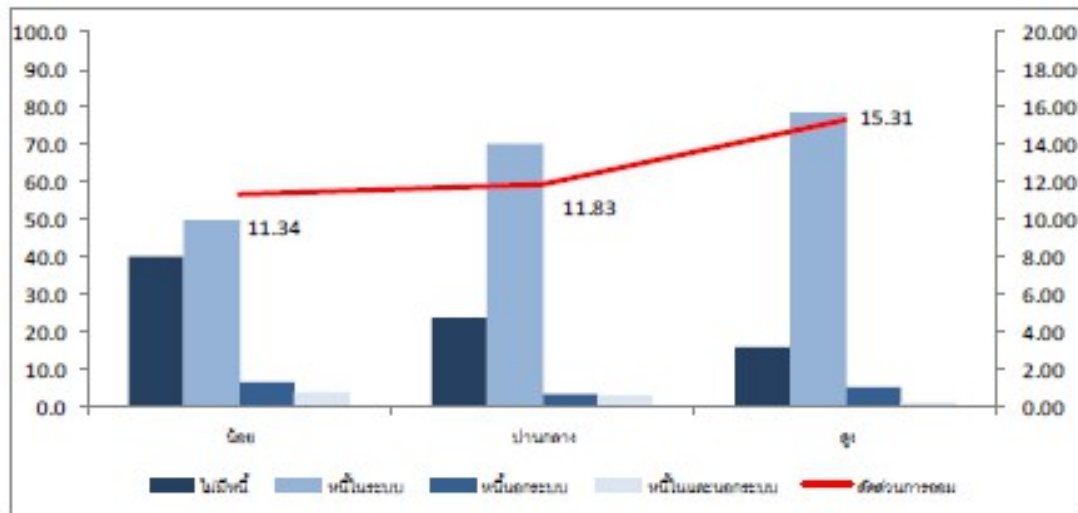
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนมีนาคม 2562 จำแนกรายภาค พบว่า ทุกภาคอยู่ในระดับเชื่อมั่น โดยภาคที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือ ภาคตะวันออกเฉยงเหนือ และเป็นที่น่าสังเกตว่าทุกภาคปรับตัวดีขึ้น ยกเว้นภาคเหนือที่ทรงตัวและภาคใต้ที่ลดลง เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2562 จำแนกได้ดังนี้



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคภาค	ม.ค. 2562	ก.พ. 2562	มี.ค. 2562	+ / - MoM
กรุงเทพฯ/ปริมณฑล	47.8	50.6	50.9	↑
กลาง	53.0	51.7	52.8	↑
เหนือ	51.0	50.5	50.5	=
ตะวันออกเฉยงเหนือ	53.8	52.7	54.1	↑
ใต้	49.2	51.2	51.1	↓

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนมีนาคม 2562

รายได้	สัดส่วนหนี้ (ร้อยละ)			
	ไม่มี	ในระบบ	นอกระบบ	ในและนอกระบบ
น้อย	40.2	49.9	6.1	3.8
ปานกลาง	23.8	70.0	3.3	2.9
สูง	15.7	78.4	4.9	1.0
รวม	32.3	60.2	4.3	3.2



- **สัดส่วนการอ้อมรอบปัจจุบัน** (ข้อมูลสำรวจ 3 เดือน) พบว่าผู้บริโภคมีสัดส่วนการอ้อมเฉลี่ยร้อยละ 12.5 ของรายได้ ซึ่งให้เห็นว่าพฤติกรรมการอ้อมของผู้บริโภคมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตามรายได้ที่สูงขึ้น โดยกลุ่มผู้มีรายได้สูง มีสัดส่วนการอ้อมเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 15.3 ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้น้อย มีสัดส่วนการอ้อมเฉลี่ยร้อยละ 11.8 และ 11.3 ของรายได้ ตามลำดับ

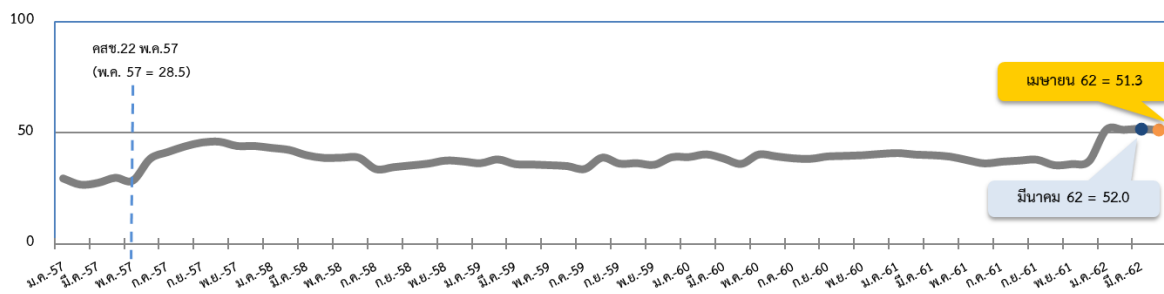
- **ภาระหนี้สินของประชาชน** จากผลการสำรวจ พบว่า จำนวนผู้บริโภคที่มีภาระหนี้ มีสัดส่วนร้อยละ 67.7 ของผู้บริโภคทั้งหมดที่ทำการสำรวจ โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีรายได้น้อยมีภาระหนี้สินร้อยละ 59.8 ในขณะที่ผู้บริโภคที่มีรายได้ปานกลางและสูงมีภาระหนี้สินร้อยละ 77.2 และ 84.3 ตามลำดับ ในกลุ่มที่มีภาระหนี้สินนี้ พบว่าเป็นหนี้ในระบบถึงร้อยละ 89.0 ในขณะที่หนี้นอกระบบมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 6.8

เป็นที่น่าสังเกตว่า กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางและรายได้สูง มีรายได้เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ในขณะที่กลุ่มผู้มีรายได้น้อยมีรายได้อาจไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่าย ดังนั้น ต้องศึกษาต่อไปว่า การไม่เพียงพอของรายได้ของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยดังกล่าว เกิดจากพฤติกรรมการใช้จ่ายของผู้บริโภคเอง หรือเกิดจากรายได้ต่ำกว่าค่าครองชีพที่พึงเผชิญหรือไม่

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
1 เมษายน 2562

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนเมษายน 2562 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากระดับ 52.0 มาอยู่ที่ระดับ 51.3

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนเมษายน 2562 โดยรวม อยู่ที่ระดับ 51.3 ปรับตัวลดลงจากเดือนมีนาคม 2562 เล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในช่วงความเชื่อมั่นสูงสุดเกินเกณฑ์ 50 เป็นเดือนที่ 4 (เดือนมกราคม 2562 อยู่ในช่วงความเชื่อมั่นเป็นครั้งแรกในรอบ 13 ปี 10 เดือน) โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 43.7 เป็น 44.8 สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันเพิ่มขึ้น ในขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 57.5 เป็น 55.6



รายการ	มี.ค.62	เม.ย. 62	+ / -
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	52.0	51.3	↓
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	43.7	44.8	↑
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	57.5	55.6	↓

หมายเหตุ: ตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าจะเริ่มใช้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีการปรับปรุงใหม่ (REV. CCI 2019) ซึ่งมีการปรับปรุงทั้งจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการประมวลผล โดยเพิ่มดัชนีความเชื่อมั่นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญเพื่อใช้เป็นตัวเลขอ้างอิง (ไม่ได้คำนวณดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค)

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับเชื่อมั่นทั้งความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม ปัจจุบัน และอนาคต (ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวม และอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 59.9 และ 67.2 มาอยู่ที่ 58.7 และ 62.9 ตามลำดับ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 49.0 มาอยู่ที่ 52.5)

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกตามกลุ่มอาชีพ

อาชีพ	2562		
	มี.ค.	เม.ย.	MoM
เกษตรกร	53.0	51.9	↓
พนักงานเอกชน	51.6	49.9	↓
ผู้ประกอบการ	52.6	52.4	↓
รับจ้างอิสระ	49.6	50.1	↑
พนักงานของรัฐ	54.5	53.9	↓
นักศึกษา	49.0	48.8	↓
ไม่ได้ทำงาน	50.0	48.3	↓

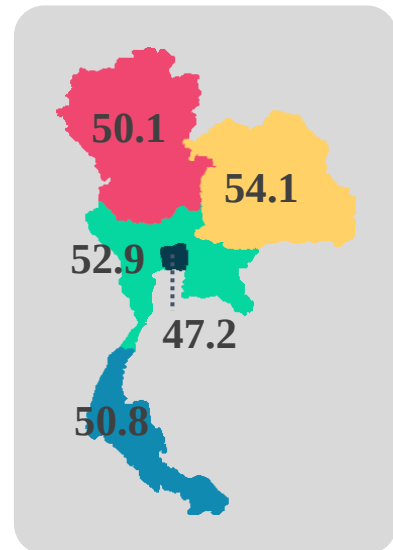
ความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนนี้ปรับลดลงทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นกลุ่มรับจ้างอิสระ ดัชนีปรับตัวสูงขึ้น อยู่ที่ 50.1 แต่อย่างไรก็ตาม กลุ่มพนักงานของรัฐ ผู้ประกอบการ และเกษตรกร ยังมีความเชื่อมั่นในระดับที่เกิน 50 โดยมีค่าดัชนี 53.9 52.4 และ 51.9 ตามลำดับ

ส่วนกลุ่มที่ยังอยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น ได้แก่ กลุ่มพนักงานเอกชน กลุ่มไม่ได้ทำงาน และกลุ่มนักศึกษาที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวมเดือนเมษายน 2562 จำแนกรายภาค พบว่า ทุกภาคอยู่ในระดับเชื่อมั่น ยกเว้นกรุงเทพฯ และปริมณฑล โดยภาคที่มีความเชื่อมั่นสูงสุด คือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้พบว่าทุกภาค ดัชนีปรับตัวลดลง ยกเว้นภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่ทรงตัว และภาคกลางที่สูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยสูงขึ้นในทุกกลุ่มอาชีพ ยกเว้นอาชีพเกษตรกร

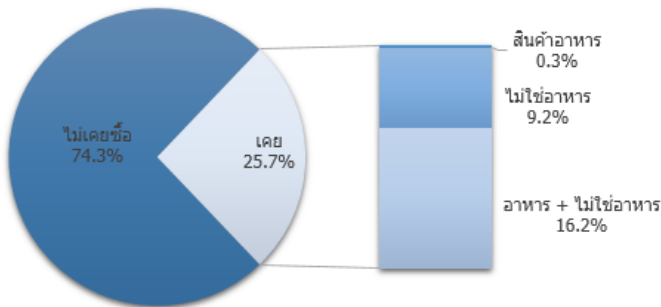
เมื่อเปรียบเทียบกับเดือนมีนาคม 2562 จำแนกได้ดังนี้



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคภาค	มี.ค. 2562	เม.ย. 62	+ / - MoM
กรุงเทพฯ/ปริมณฑล	50.9	47.2	↓
กลาง	52.8	52.9	↑
เหนือ	50.5	50.1	↓
ตะวันออกเฉียงเหนือ	54.1	54.1	=
ใต้	51.1	50.8	↓

ผลการศึกษาประเด็นที่น่าสนใจประจำเดือนเมษายน 2562

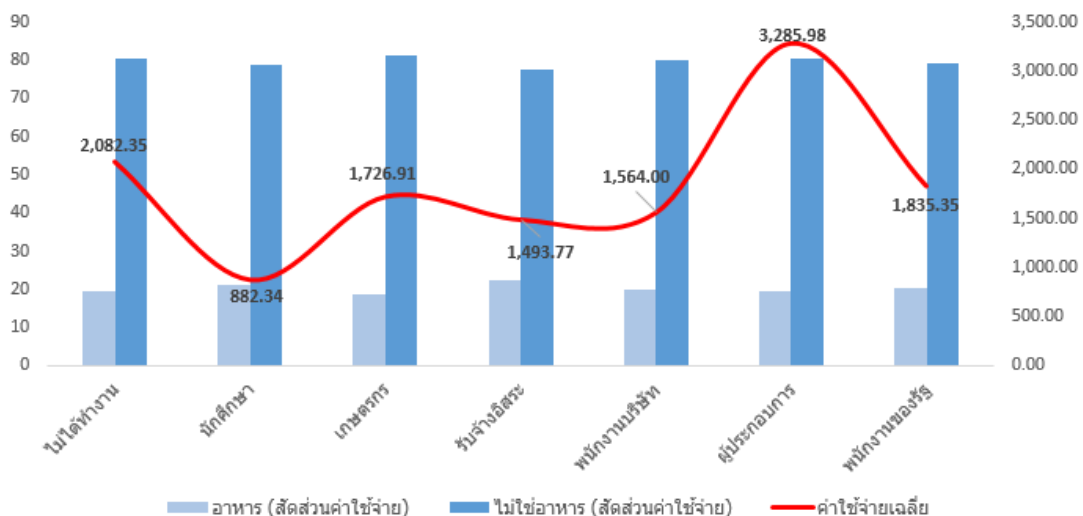
การซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต



การซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต

จากผลการสำรวจพบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 74.3 และเคยซื้อ ร้อยละ 25.7 โดยสามารถจำแนกประเภทสินค้าที่ซื้อได้ดังนี้ สินค้าอาหาร สินค้าที่ไม่ใช่อาหาร และซื้อสินค้าทั้ง 2 ประเภท ร้อยละ 0.3 9.2 และ 16.2 ตามลำดับ

การใช้จ่ายในการซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต



จากผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเดือนละ 10,451.73 บาท/เดือน (ไม่รวมค่าใช้จ่ายในการผ่อนชำระต่างๆ เช่น บ้าน รถ ฯลฯ) ซึ่งเป็นการซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ต 1,640.95 บาท/เดือน (ร้อยละ 15.7 ของค่าใช้จ่าย) โดยกลุ่มที่มีการใช้จ่ายซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตต่อเดือนสูงที่สุดคือ กลุ่มผู้ประกอบการ (3,285.98 บาท/เดือน) กลุ่มไม่ได้ทำงาน (2,082.35 บาท/เดือน) ในขณะที่กลุ่มรับจ้างอิสระและกลุ่มนักศึกษา มีการใช้จ่ายซื้อสินค้าทางอินเทอร์เน็ตต่อเดือนต่ำที่สุด (1,493.77 และ 882.34 บาท/เดือน ตามลำดับ)

กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า
กระทรวงพาณิชย์
1 พฤษภาคม 2562