

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนเมษายน 2566 เท่ากับ 53.5



รายการ

มี.ค.66

เม.ย.66

+/-

1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

52.3

53.5

▲

2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน

43.4

44.3

▲

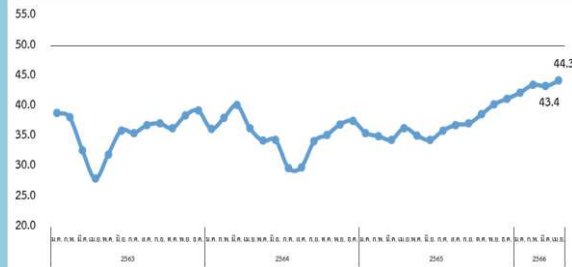
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า)

58.2

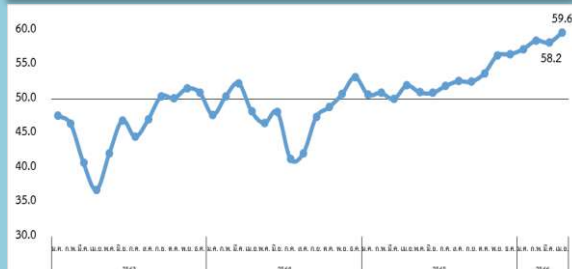
59.6

▲

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน

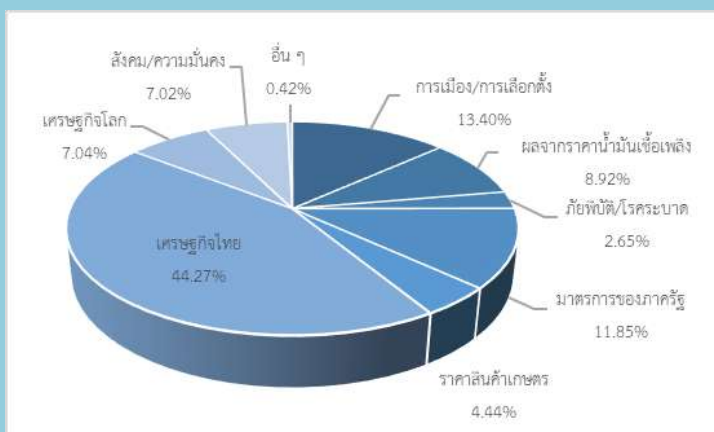


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า)



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนเมษายน 2566 ปรับเพิ่มมาอยู่ที่ระดับ 53.5 จากระดับ 52.3 ในเดือนก่อนหน้าและอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 5 (นับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565) สูงสุดในรอบ 52 เดือน (นับจากเดือนมกราคม 2562) สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันปรับเพิ่มมาอยู่ที่ระดับ 44.3 จากระดับ 43.4 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) ปรับเพิ่มมาอยู่ที่ระดับ 59.6 จากระดับ 58.2 สาเหตุของการปรับเพิ่มขึ้นโดยรวมมาจาก (1) การฟื้นตัวของเศรษฐกิจในประเทศ โดยเฉพาะเดือนเมษายนที่อยู่ในช่วงของเทศกาลสงกรานต์ จึงเกิดการเดินทางของประชาชนทั้งในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม (2) การใกล้ชิดช่วงของการเลือกตั้งในกลางเดือน พ.ค. ส่งผลให้ประชาชนมีการคาดหวังที่จะมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางทางการเมืองของประเทศ และ (3) ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงประเภทดีเซลปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตามการใช้จ่ายค่าไฟฟ้าที่ปรับสูงขึ้นจากการใช้ไฟฟ้ามามากขึ้นในช่วงของฤดูร้อน ทำให้ประชาชนมีความกังวลต่อค่าครองชีพที่สูงขึ้นด้วยเช่นกัน

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค

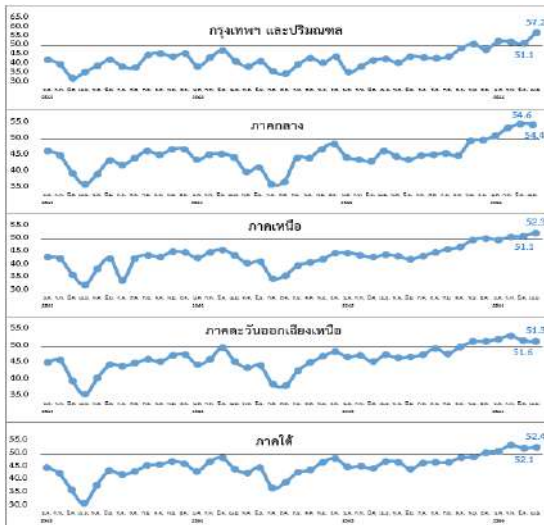


เมื่อพิจารณาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยเรื่องเศรษฐกิจไทยส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.27 รองลงมาคือ การเมือง/การเลือกตั้ง คิดเป็นร้อยละ 13.40 มาตรการของภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 11.85 ผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง คิดเป็นร้อยละ 8.92 เศรษฐกิจโลก คิดเป็นร้อยละ 7.04 สังคม/ความมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 7.02 ราคาสินค้าเกษตร คิดเป็นร้อยละ 4.44 ภัยพิบัติ/โรคระบาด คิดเป็นร้อยละ 2.65 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 0.42 ตามลำดับ

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

สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์ โทร 02 507 6761

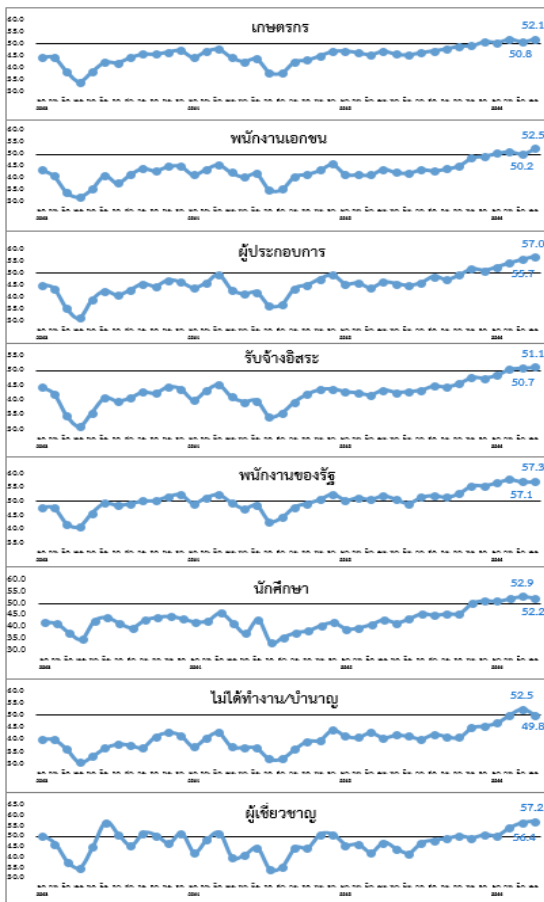
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายภาค



เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ กรุงเทพฯ และปริมณฑล จากระดับ 51.1 มาอยู่ที่ระดับ 57.2 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย สังคม/ความมั่นคง และผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ภาคเหนือ จากระดับ 51.1 มาอยู่ที่ระดับ 52.3 และภาคใต้ จากระดับ 52.1 มาอยู่ที่ระดับ 52.4 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย การเมือง/การเลือกตั้ง และมาตรการของภาครัฐ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ ภาคกลาง จากระดับ 54.6 มาอยู่ที่ระดับ 54.4 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย การเมือง/การเลือกตั้ง และผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากระดับ 51.6 มาอยู่ที่ระดับ 51.3 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และการเมือง/การเลือกตั้ง

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลุ่มอาชีพ ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้น ได้แก่ เกษตรกร จากระดับ 50.8 มาอยู่ที่ระดับ 52.1 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย ราคาสินค้าเกษตร และมาตรการของภาครัฐ

พนักงานเอกชน จากระดับ 50.2 มาอยู่ที่ระดับ 52.5 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย การเมือง/การเลือกตั้ง และผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง

กลุ่มผู้ประกอบการ จากระดับ 55.7 มาอยู่ที่ระดับ 57.0 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และการเมือง/การเลือกตั้ง

กลุ่มรับจ้างอิสระ จากระดับ 50.7 มาอยู่ที่ระดับ 51.1 และพนักงานของรัฐ จากระดับ 57.1 มาอยู่ที่ระดับ 57.3 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย การเมือง/การเลือกตั้ง และมาตรการของภาครัฐ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลง ได้แก่ กลุ่มนักศึกษา จากระดับ 52.9 มาอยู่ที่ระดับ 52.2 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย การเมือง/การเลือกตั้ง และมาตรการของภาครัฐ

กลุ่มไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ จากระดับ 52.5 มาอยู่ที่ระดับ 49.8 โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 อันดับแรก คือ เศรษฐกิจไทย มาตรการของภาครัฐ และการเมือง/การเลือกตั้ง

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้น จากระดับ 56.4 อยู่ที่ระดับ 57.2

หมายเหตุ ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และมีการติดตามภาวะเศรษฐกิจเป็นประจำ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	2565										เฉลี่ย 2565	2566			
	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
โดยรวม	43.8	45.7	44.7	44.3	45.5	46.3	46.4	47.7	49.9	50.4	46.2	51.3	52.5	52.3	53.5
ในปัจจุบัน	34.5	36.4	35.2	34.4	36.0	36.9	37.1	38.7	40.4	41.3	36.8	42.3	43.6	43.4	44.3
ในอนาคต	50.0	52.0	51.0	50.9	51.9	52.6	52.5	53.7	56.3	56.5	52.4	57.2	58.5	58.2	59.6
รายอาชีพ															
เกษตรกร	45.5	46.9	45.7	45.4	46.4	47.1	47.9	49.1	49.2	50.9	47.3	50.6	51.8	50.8	52.1
พนักงานเอกชน	41.4	43.9	42.5	42.2	43.7	43.2	44.0	45.3	48.6	49.3	43.9	50.5	51.2	50.2	52.5
ผู้ประกอบการ	43.7	46.2	45.6	44.8	46.0	48.6	47.2	49.2	51.7	51.1	47.1	52.6	54.2	55.7	57.0
รับจ้างอิสระ	41.6	43.4	42.5	42.8	43.3	44.7	44.4	45.5	47.6	47.4	44.0	48.4	50.4	50.7	51.1
พนักงานของรัฐ	50.7	52.1	50.7	49.3	51.6	52.1	51.5	52.9	55.7	55.7	52.0	56.9	58.0	57.1	57.3
นักศึกษา	41.0	43.0	41.6	43.4	45.5	44.9	45.6	45.7	50.1	51.1	44.2	50.9	52.0	52.9	52.2
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	42.9	40.8	41.9	41.4	40.3	42.2	41.3	40.9	44.9	45.6	42.1	46.9	50.1	52.5	49.8
รายภาค															
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	42.0	42.7	40.7	44.2	43.4	43.1	43.8	48.5	50.8	48.0	43.4	52.2	51.9	51.1	57.2
กลาง	43.0	46.2	44.5	43.5	44.8	45.1	45.4	44.9	49.3	49.5	45.4	50.9	53.3	54.6	54.4
เหนือ	42.9	43.8	43.2	42.1	43.4	44.7	45.9	46.9	49.5	50.3	45.1	49.7	50.7	51.1	52.3
ตะวันออกเฉียงเหนือ	45.3	47.3	46.4	46.8	47.4	49.3	47.8	49.8	51.3	51.5	48.1	52.0	53.0	51.6	51.3
ใต้	44.4	47.0	46.8	44.2	46.6	46.7	46.8	48.5	48.7	50.5	46.7	51.1	53.2	52.1	52.4

- หมายเหตุ** 1. สํารวจข้อมูลจากผู้บริโภคจํานวน 4,596 คน ในทุกอําเภอทั่วประเทศ (884 อําเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
2. การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0–100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการเผยแพร่ “ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค” ครั้งต่อไป ในวันพุธที่ 5 มิถุนายน 2566

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	43.57	5.71	12.62	3.10	8.81	2.38	19.05	3.81	0.95
พนักงานเอกชน	41.62	7.31	11.00	9.23	15.28	1.99	1.85	11.59	0.15
ผู้ประกอบการ	46.05	7.34	11.96	4.51	11.63	3.50	4.74	9.93	0.34
รับจ้างอิสระ	45.26	6.88	12.08	6.57	12.39	3.52	3.36	9.48	0.46
พนักงานของรัฐ	40.88	8.47	12.15	8.47	13.63	3.13	2.21	10.50	0.55
นักศึกษา	50.39	6.37	11.39	7.34	17.18	1.54	2.51	2.51	0.77
ไม่ได้ทำงาน/บำนาญ	42.22	6.67	15.56	8.89	10.00	1.11	5.56	10.00	0.00
รายภาค									
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	29.71	9.84	8.46	18.31	13.64	2.42	3.11	14.16	0.35
กลาง	50.69	7.07	8.26	5.69	13.59	2.57	2.30	9.64	0.18
เหนือ	39.01	6.50	15.60	4.73	16.90	1.77	3.19	11.82	0.47
ตะวันออกเฉียงเหนือ	46.86	6.02	15.79	5.06	11.87	3.14	6.02	4.80	0.44
ใต้	47.65	7.00	9.76	5.97	11.60	3.10	7.12	7.12	0.69

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 4,596 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภค มีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการเผยแพร่ “ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค” ครั้งต่อไป ในวันพุธที่ 5 มิถุนายน 2566