



**TPSO**  
Trade Policy and Strategy Office  
Ministry Of Commerce

# หลักการจัดเก็บข้อมูลความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ

กลุ่มวิเคราะห์ดัชนีเศรษฐกิจการค้า(วด.)

# เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ



### ดัชนีราคา

- ✓ ราคาสินค้าขายปลีก (CPI)
- ✓ ราคาสินค้าผู้ผลิต (PPI)
- ✓ ราคาสินค้าวัสดุก่อสร้าง (CMI)
- ✓ ราคาสินค้าส่งออก-นำเข้า (XMPIs)
- ✓ ราคาบริการขนส่ง

### ดัชนีเศรษฐกิจ

- ✓ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI)
- ✓ ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจ (BCI)
- ✓ ดัชนีความเชื่อมั่นธุรกิจส่งออก (EBI/EBEI)
- ✓ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ค้าปลีก (RCI) อยู่ระหว่างศึกษา



เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ

ของกระทรวงพาณิชย์

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

Consumer Confidence Index : CCI

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

(Consumer Confidence Index : CCI)



**TPSO**  
Trade Policy and Strategy Office  
Ministry Of Commerce

## จุดกำเนิด origin

- ✓ ปี 2540 (ก.ค.) **“วิกฤตต้มยำกุ้ง”** วิกฤตการณ์ทางการเงินทวีปเอเชีย
  - เงินบาท จาก 26 บาท/เหรียญสหรัฐฯ อ่อนค่าต่อเนื่อง
  - ปลดพนักงานเอกชน/ธนาคาร
  - ระงับการปล่อยสินเชื่อ
  - ภาวะเศรษฐกิจโลกชะงักงัน
- ✓ กระทรวงพาณิชย์ ได้คิด เครื่องเตือนภัยทางเศรษฐกิจ ของประเทศ
- ✓ **“ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค”** (Consumer Confidence Index : CCI)
- ✓ เผยแพร่ตั้งแต่ 1 กันยายน 2543

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

(Consumer Confidence Index : CCI)



**TPSO**  
Trade Policy and Strategy Office  
Ministry Of Commerce

## วัตถุประสงค์ objective

---

1. เพื่อให้ทราบถึงแนวโน้มการใช้จ่าย การบริโภคสินค้าและบริการ ทั้งในปัจจุบันและอนาคตอันใกล้
2. เพื่อให้ทราบถึงความมั่นใจของผู้บริโภคต่อระบบเศรษฐกิจ
3. เพื่อใช้เป็นสัญญาณเตือนภัยทางเศรษฐกิจล่วงหน้า
4. เพื่อใช้การวางแผนและนโยบายเพื่อเตรียมพร้อมรับมือกับ สถานการณ์ต่างๆที่อาจจะเกิดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



(Consumer Confidence Index : CCI)

## ต้นแบบ prototype

---

- ✓ ศึกษาจากการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ของสหรัฐอเมริกา
  - The Conference Board (Consumer Confidence Index)
  - University of Michigan (Consumer Sentiment Index)

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



**TPSO**  
Trade Policy and Strategy Office  
Ministry Of Commerce

การสำรวจ ความรู้สึกของผู้บริโภค

## ประชากรของประเทศไทยทั้งหมด

ศึกษาและวิเคราะห์

- โครงสร้างพื้นฐานของประชากรของประเทศไทยทั่วประเทศ
- โครงสร้างมูลค่ารายได้ต่อหัวของประชากร(GPP)
- โครงสร้างผังเมืองในเขตกรุงเทพมหานคร
- โครงสร้างการปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ

สำรวจทั่วประเทศ 77 จังหวัด มากกว่า 65 ล้านคน





## ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

### การสำรวจ ความรู้สึกของผู้บริโภค

## 7 กลุ่มอาชีพหลักทางเศรษฐกิจและสังคม

1. ไม่มีงานทำ
2. กำลังศึกษา
3. เกษตรกร
4. รับจ้างรายวัน/งานอิสระ
5. พนักงานเอกชน
6. นักรธุรกิจ
7. ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ

สำรวจทั่วประเทศ 77 จังหวัด รวมกว่า 3,500 ตัวอย่าง

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



## ทัศนคติ (attitude)

### ระดับการบริโภค

เป็นการวัดระดับการบริโภคของประเทศที่สะท้อนผ่านทัศนคติของประชาชนต่อภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและคาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตแต่ละช่วงเวลา ในด้านต่าง ๆ

- สถานะทางการเงิน
- การใช้จ่าย ซื้อสินค้าอุปโภค-บริโภค
- ซื้อสินค้าคงทน
- ซื้อทรัพย์สิน
- หนี้สิน

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ระเบียบวิธี : การจัดเก็บข้อมูล



จัดเก็บข้อมูลจากผู้บริโภค  
ทั้ง 76 จังหวัด (ทั้งประเทศ)

ส่วนภูมิภาคจังหวัดละ 40 แบบ  
กรุงเทพฯ 500 แบบ

โดยมี 7 สาขาอาชีพ

จัดเก็บข้อมูลเป็นรายเดือน  
(ช่วงระหว่างวันที่ 1 - 15 ของทุกเดือน)  
ข้อมูลในแต่ละเดือน 3,500 แบบ

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

## ข้อจำกัด (limitation)

### ใช้หลักสถิติในการสุ่มตัวอย่าง

- ด้านเวลา (1เดือน)
- บุคลากร
- งบประมาณ

ทำให้ไม่สามารถสอบถามความคิดเห็นของประชาชนทั้งประเทศในเวลาเดียวกันได้ จึงใช้หลักเกณฑ์ทางสถิติและเศรษฐศาสตร์ ในการคัดเลือกตัวอย่างเพื่อเป็นตัวแทนที่ดีและสะท้อนความคิดเห็นของประชาชนทั้งประเทศได้

**ข้อมูลไม่ครบทั้ง 7 กลุ่มอาชีพ ไม่ครอบคลุม ตามกลุ่มเป้าหมาย**

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

แก้ไขปรับปรุง (adjust)

## สร้างภาคีพันธมิตร

### หมายถึง

- องค์กรหรือหน่วยงานที่มีลักษณะเป็นพันธมิตร
- มีวัตถุประสงค์และส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมหรืองานที่คล้ายคลึงกัน
- เข้ามาร่วมมือกันทำงาน

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



แก้ไขปรับปรุง (adjust)

## สร้างภาคีพันธมิตร

องค์กรหรือหน่วยงานที่มีวัตถุประสงค์และส่วนได้ส่วนเสียในกิจกรรมหรืองานที่คล้ายคลึงกัน เข้ามาร่วมมือกันทำงาน

- เกษตรกร ➤ เกษตร/สหกรณ์จังหวัด
- ผู้ประกอบการ ➤ หอการค้าจังหวัด
- พนักงานเอกชน ➤ หอการค้าจังหวัด
- นักเรียน/นักศึกษา ➤ สถาบันการศึกษา
- ผู้ว่างงาน ➤ กรมการจัดหางาน

- ข้าราชการ ➤ พาณิชย์จังหวัด
- รับจ้างอิสระ ➤ พาณิชย์จังหวัด

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

แก้ไขปรับปรุง (adjust)

## พัฒนาเครื่องมือจัดเก็บ

☐ เอกสาร

➤ Online Website

➤ Mobile Application

- ✓ ความครอบคลุม
- ✓ ถูกต้อง
- ✓ รวดเร็ว
- ✓ มีประสิทธิภาพ
- ✓ ลดต้นทุน



# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

## การทำงาน (teamwork)

**Start**

ภาคีพันธมิตร

↓ เจ้าหน้าที่จ้างเหมาฯ พณ. / เจ้าหน้าที่

การสำรวจข้อมูล/บันทึกส่ง ONLINE

1-20



ข้อมูลส่งตรง

ข้อมูล เจ้าหน้าที่จ้างเหมาฯ พณ. รวบรวมบันทึก ONLINE ส่ง

รวบรวมตรวจสอบข้อมูล(ระดับภาค)





# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

## การทำงาน (teamwork)

ข้อมูลส่งตรง

ข้อมูล เจ้าหน้าที่จ้างเหมาฯ พณ. รวบรวมบันทึก Online ส่ง

กทม.

กลาง

เหนือ

อีสาน

ใต้

No

ครบถ้วน / ถูกต้อง

Yes

รวมรวมการตรวจสอบข้อมูล

20 - 25

ประมวลผล -  
เผยแพร่

26 - 30

- ประมวลผล
- วิเคราะห์
- จัดทำเอกสาร
- เสนอผู้บริหาร

ประกาศและเผยแพร่  
pirce.moc.go.th

Stop

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

## การทำงาน (teamwork)

### ความพร้อมของข้อมูลทั่วประเทศ

จัดเก็บข้อมูล  
ประสาน/วาง  
แบบ/สำรวจ/  
รวบรวม/ส่ง  
Online

ส่วนกลาง  
รวบรวม/  
ตรวจสอบข้อมูล

อาทิตย์	จันทร์	อังคาร	พุธ	พฤหัสบดี	ศุกร์	เสาร์
	1	2	3	4	5	6
7	8	9	10	11	12	13
14	15	16	17	18	19	20
21	22	23	24	25	26	27
28	29	30				

ส่วนกลาง  
ประมวลผล/วิเคราะห์ดัชนี/นำเสนอ/เผยแพร่

# ความเข้าใจ : การจัดเก็บข้อมูล



## ตรวจสอบ (check)

### ภูมิภาค 76 จังหวัด ( 140 แบบ)

01]

๑๓

- 5.6 ร่วมจัดเก็บ บันทึก ข้อมูลแบบสอบถามทางเศรษฐกิจ ด้านความเชื่อมั่นผู้บริโภค 7 กลุ่มอาชีพ คือผู้ไม่ทำงาน กำลังศึกษา เกษตรกร รับจ้าง รายวัน/รับจ้าง พนักงานเอกชน นักธุรกิจ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ เป็นรายเดือน ครอบคลุมพื้นที่อำเภอเมือง ตามที่กองดัชนีเศรษฐกิจการค้าและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดกำหนด
- 5.7 จัดเก็บ บันทึก ข้อมูลมูลค่าค้าปลีก เป็นรายเดือน ไม่น้อยกว่า 40 แบบ ครอบคลุมพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่ ตามที่กองดัชนีเศรษฐกิจการค้าและสำนักงานพาณิชย์จังหวัดกำหนด
- 5.8 ติดตามสถานการณ์และจัดทำสรุปรายงานภาวะราคาสินค้า ตามข้อ 5.1 – 5.5

➤ **กรรมการตรวจรับงานจ้างเหมาระดับจังหวัด**

➤ **ส่วนกลาง ดศ. ตรวจสอบแบบให้ครบถ้วน**

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



## การคำนวณ (Calculation)

### สูตร

$$\text{ค่าดัชนี} = \left( \frac{\% \text{ของผู้ตอบว่า "ดี"}}{\% \text{ของผู้ตอบว่า "ดี"} + \% \text{ของผู้ตอบว่า "ไม่ดี"}} \right) \times 100$$

### การอ่านค่าดัชนี

ค่าดัชนีแสดงถึงความแตกต่าง (Diffusion) ของความคิดเห็น และทัศนคติของผู้บริโภคต่อภาวะเศรษฐกิจ รายได้ รายจ่าย ที่ตอบว่า ดี กับ ไม่ดี ว่าด้านใดจะมีมากกว่ากัน ซึ่งค่าของดัชนีจะมีค่าระหว่าง 0 - 100 โดยมีเกณฑ์การอ่านค่า ดังนี้

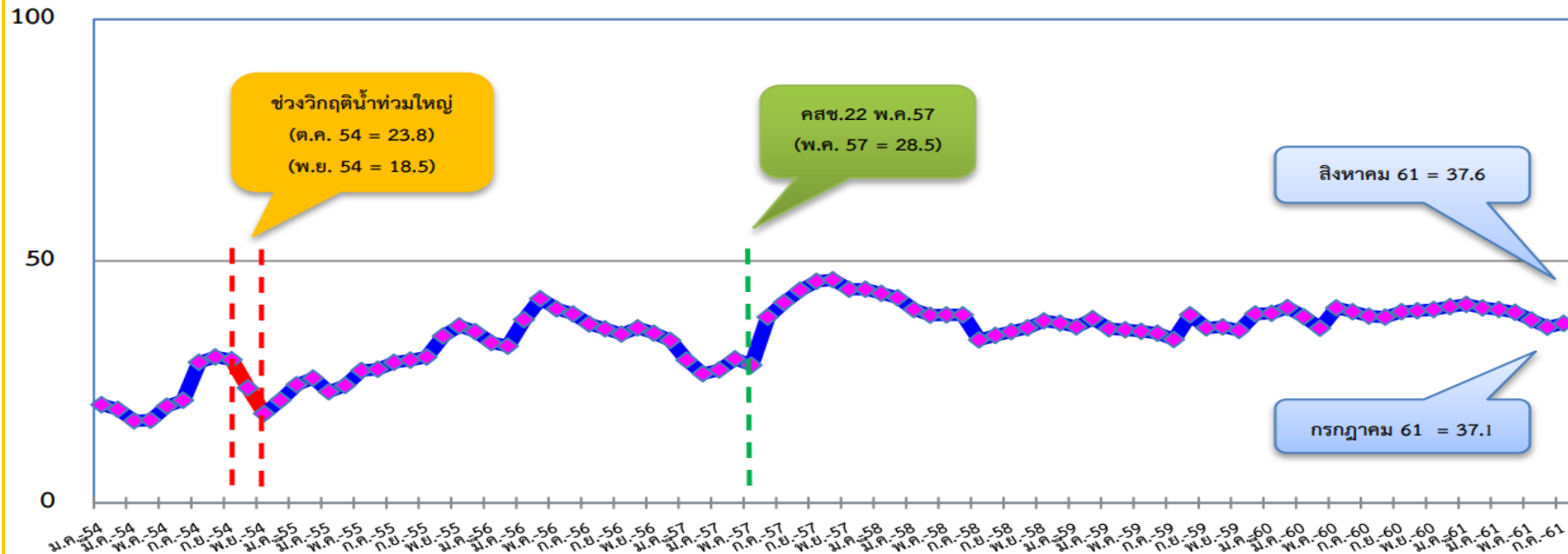


# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

## การคำนวณ (Calculation)

### การอ่านค่าดัชนี

- ดัชนีมีค่า เข้าใกล้ 100 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้บริโภคต่อภาวะเศรษฐกิจ “ดี”
- ดัชนีมีค่า เข้าใกล้ 0 หมายถึง ความเชื่อมั่นผู้บริโภคต่อภาวะเศรษฐกิจ “ไม่ดี”



# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค



## ประโยชน์ (benefit)

- เป็นเครื่องชี้วัดสภาวะเศรษฐกิจระดับมหภาคของประเทศ
- ประกอบการวางแผน กำหนดนโยบายต่าง ๆ ของภาครัฐ
- ปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ทางการตลาดของภาคเอกชน
- ทราบถึงปัญหาความจริงในปัจจุบัน
- สามารถแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจได้และทันต่อสถานการณ์
- เป็นสัญญาณเตือนภัยล่วงหน้าทางเศรษฐกิจ

# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

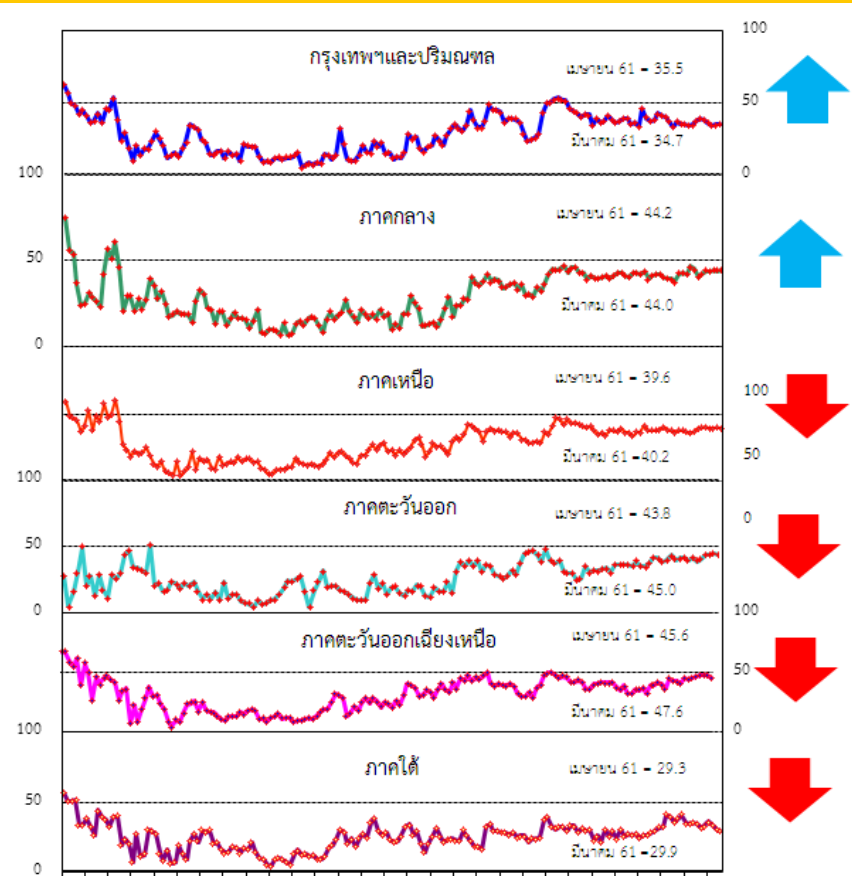


**TPSO**  
Trade Policy and Strategy Office  
Ministry Of Commerce

## การเผยแพร่ (Dissemination)

### เผยแพร่เป็นประจำทุกเดือน

- ระดับประเทศ
- ภูมิภาคกทม./ปริมณฑล
- กลาง
- เหนือ
- ตะวันออก
- ตะวันออกเฉียงเหนือ
- ใต้



ทุกต้นเดือนแรกของเดือนถัดไป



# ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

## ตัวชี้วัด Agenda สำคัญที่รัฐมนตรีกำหนด

### ตัวชี้วัด Agenda สำคัญที่รัฐมนตรีกำหนด

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2562

ของกระทรวงพาณิชย์ โดย กองดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ตัวชี้วัด Agenda สำคัญ	เป้าหมายขั้นต่ำ	เป้าหมายมาตรฐาน	เป้าหมายขั้นสูง
การพัฒนาคุณภาพ ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (Consumer Confidence Index )	ดำเนินการทุกเดือน ๆ ละ 3,500 ตัวอย่าง โดย วิธีการสำรวจภาคสนาม	ดำเนินการทุกเดือน ๆ ละ 8,100 ตัวอย่าง โดย วิธีการผสมระหว่างการ สำรวจภาคสนามและมี ส่วนร่วมของพันธมิตร	ดำเนินการทุกเดือน ๆ ละ 10,000 ตัวอย่าง โดย วิธีการผสมระหว่างการ สำรวจภาคสนามและมี ส่วนร่วมของพันธมิตร

วัดผลสำเร็จจากการจัดทำเครื่องชี้วัดความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่มีต่อสถานการณ์เศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต (3-6 เดือนข้างหน้า) โดยมีเป้าหมายจะดำเนินการทุกเดือน ๆ ละ 10,000 ตัวอย่าง โดยวิธีการผสมระหว่างการสำรวจภาคสนามและมีส่วนร่วมของพันธมิตร

หมายเหตุ ตัวชี้วัด Agenda ของกระทรวงพาณิชย์ ในองค์ประกอบที่ 2 ประสิทธิภาพในการดำเนินงานตามหลักภารกิจ ยุทธศาสตร์ แนวทางปฏิรูปภาครัฐ นโยบายเร่งด่วนหรือภารกิจสำคัญที่ได้รับมอบหมายเป็นพิเศษ





# Question & Answer

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

## Consumer Confidence Index : CCI

ท่านคิดว่าภาวะเศรษฐกิจในเดือนนี้เป็นอย่างไร ??

(ท่านเข้าใจว่าคำถามนี้ ท่านมีมุมมองประเด็น 1 หรือ 2)

ภาวะเศรษฐกิจ

1.



มุมมองออกไป ต่อ ศก.  
ดี / ไม่ดี / ไม่เปลี่ยนแปลง  
อย่างไร

ภาวะเศรษฐกิจ

2.



มุมมอง ศก.เข้ามา  
กระทบตัวเรา  
ดี / ไม่ดี อย่างไร