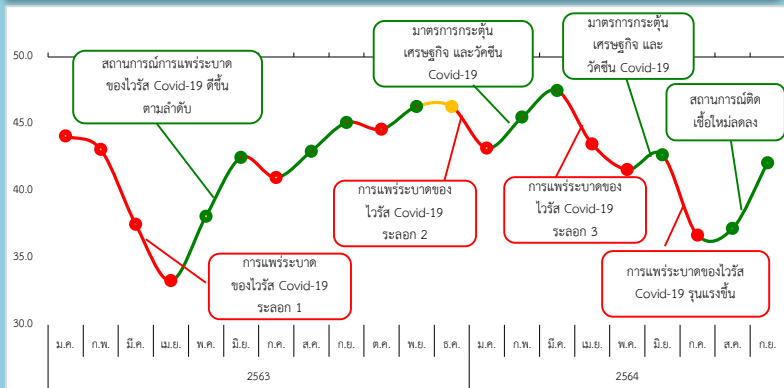


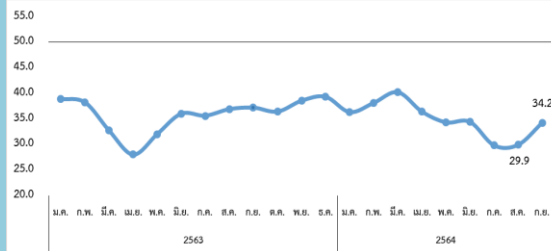
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนกันยายน 2564 เท่ากับ **42.1**

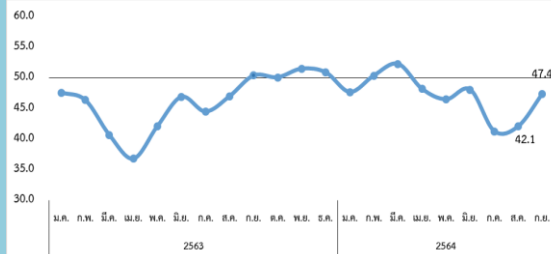


รายการ	ส.ค. 64	ก.ย. 64	+/-
1. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม	37.2	42.1	▲
2. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน	29.9	34.2	▲
3. ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต	42.1	47.4	▲

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน

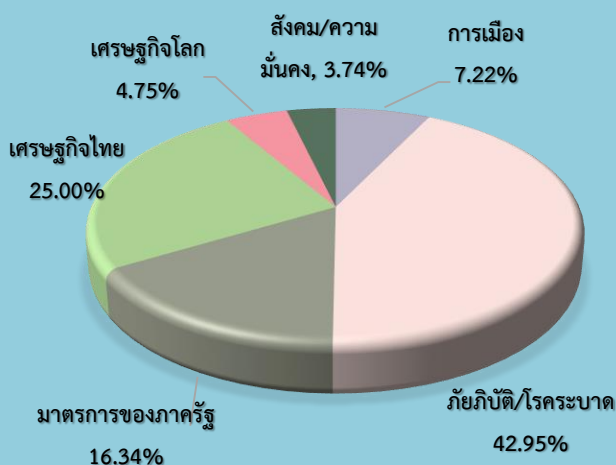


ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนกันยายน 2564 ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 42.1 เทียบกับระดับ 37.2 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่สอง โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 29.9 มาอยู่ที่ระดับ 34.2 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 42.1 มาอยู่ที่ระดับ 47.4 เป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid - 19 ที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ ประกอบกับภาครัฐได้มีการพิจารณาผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส Covid - 19 ทั้งการลดเวลาเคอร์ฟิวเป็น 22.00 - 04.00 น.และอนุญาตให้เปิดกิจการเพิ่มขึ้นอีก เช่น โรงภาพยนตร์ การเล่นดนตรีในร้านอาหาร กีฬาในร่ม ร้านทำเล็บ เป็นต้น รวมทั้งจะมีการเปิดพื้นที่นาร่องด้านการท่องเที่ยวอีก 10 พื้นที่ มีผลเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 นี้ ส่งผลให้ความเชื่อมั่นภาวะเศรษฐกิจของผู้ประกอบการและประชาชนเริ่มดีขึ้น ถึงแม้ว่าจะยังคงอยู่ในช่วงที่มีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจก็ตาม

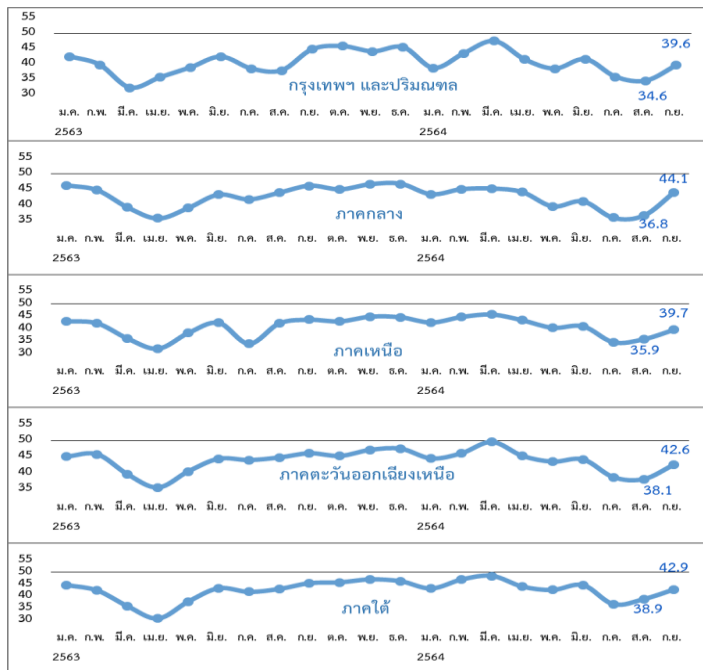
ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค



เมื่อพิจารณาปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคพบว่า ปัจจัยเรื่องภัยพิบัติ/โรคระบาด ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.95 รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย คิดเป็นร้อยละ 25.00 ปัจจัยด้านมาตรการของภาครัฐ คิดเป็นร้อยละ 16.34 ปัจจัยด้านการเมือง คิดเป็นร้อยละ 7.22 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจโลก คิดเป็นร้อยละ 4.75 และปัจจัยด้านสังคม/ความมั่นคง คิดเป็นร้อยละ 3.74 ตามลำดับ โดยกลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นดีขึ้น มองว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ที่มีผู้ติดเชื้อใหม่ลดลง ประกอบกับเศรษฐกิจยังพอไปได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสนับสนุนความเชื่อมั่น ขณะที่กลุ่มผู้บริโภคที่มีความเชื่อมั่นแย่ลง มองว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ที่ยังไม่สามารถระงับการแพร่ระบาดได้ ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังไม่ฟื้นตัว เป็นปัจจัยลบต่อความเชื่อมั่น

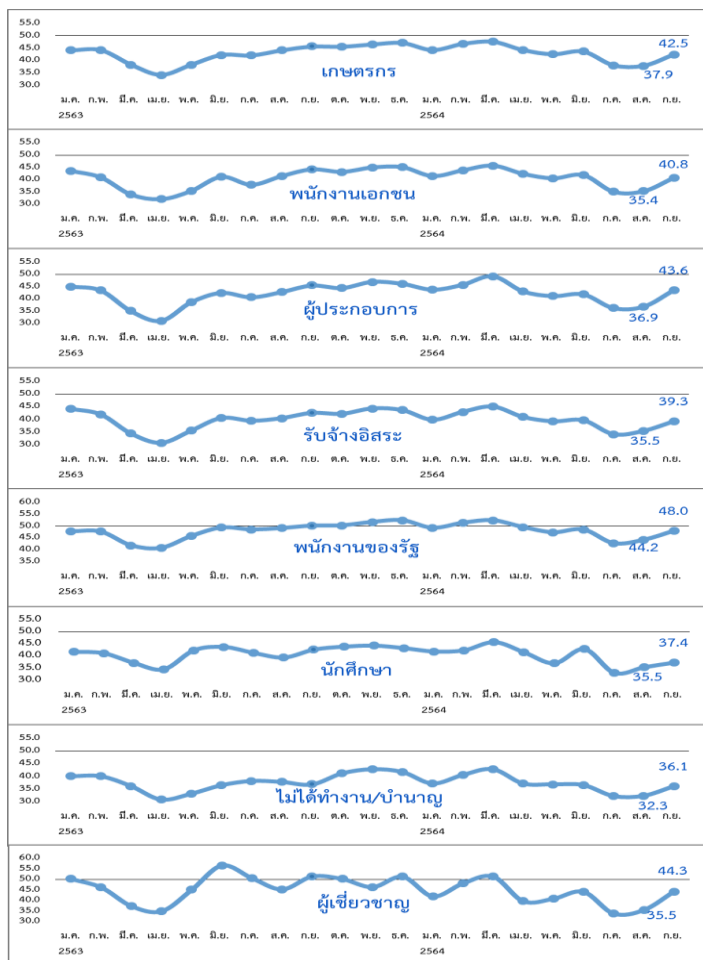
หมายเหตุ : ตั้งแต่เดือนมกราคม 62 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้จัดทำจำนวนกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถาม และวิธีการสำรวจ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายภาค



เมื่อพิจารณารายภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคกลาง มีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นมากที่สุด จากระดับ 36.8 มาอยู่ที่ระดับ 44.1 รองลงมาคือ กรุงเทพฯ และปริมณฑล จากระดับ 34.6 มาอยู่ที่ระดับ 39.6 ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จากระดับ 38.1 มาอยู่ที่ระดับ 42.6 ภาคใต้ จากระดับ 38.9 มาอยู่ที่ระดับ 42.9 และภาคเหนือ จากระดับ 35.9 มาอยู่ที่ระดับ 39.7 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนความเชื่อมั่นสอดคล้องกันในทุกภูมิภาค โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านภัยพิบัติ/โรครระบาด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย ด้านมาตรการของรัฐตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ



เมื่อพิจารณาจำแนกรายอาชีพ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้าในทุกกลุ่มอาชีพ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการ มีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นมากที่สุด จากระดับ 36.9 มาอยู่ที่ระดับ 43.6 รองลงมาคือ กลุ่มพนักงานเอกชน จากระดับ 35.4 มาอยู่ที่ระดับ 40.8 กลุ่มเกษตรกร จากระดับ 37.9 มาอยู่ที่ระดับ 42.5 กลุ่มพนักงานของรัฐ จากระดับ 44.2 มาอยู่ที่ระดับ 48.0 กลุ่มไม่ได้ทำงาน/บำนาญ จากระดับ 32.3 มาอยู่ที่ระดับ 36.1 กลุ่มรับจ้างอิสระ จากระดับ 35.5 มาอยู่ที่ระดับ 39.3 และกลุ่มนักศึกษา จากระดับ 35.5 มาอยู่ที่ระดับ 37.4 ตามลำดับ โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนความเชื่อมั่นสอดคล้องกันในทุกกลุ่มอาชีพ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่น 3 ลำดับแรก คือ ปัจจัยด้านภัยพิบัติ/โรครระบาด รองลงมาคือ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย ด้านมาตรการของรัฐตามลำดับ

เมื่อพิจารณาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนก่อนหน้า จากระดับ 35.5 มาอยู่ที่ระดับ 44.3 ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นผู้บริโภคจาก 7 กลุ่มอาชีพ

หมายเหตุ ผู้เชี่ยวชาญ คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางเศรษฐกิจของประเทศไทย และมีการติดตามภาวะเศรษฐกิจเป็นประจำ

ตารางดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	ปี 2563								เฉลี่ย ปี 63	ปี 2564								
	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.
โดยรวม	38.1	42.5	41.0	43.0	45.1	44.6	46.3	46.3	42.1	43.2	45.5	47.5	43.5	41.6	42.7	36.7	37.2	42.1
ในปัจจุบัน	32.0	36.0	35.6	36.9	37.2	36.4	38.5	39.3	35.8	36.3	38.1	40.2	36.4	34.3	34.4	29.8	29.9	34.2
ในอนาคต	42.1	46.9	44.5	47.0	50.4	50.1	51.5	50.9	46.2	47.7	50.4	52.3	48.2	46.5	48.1	41.3	42.1	47.4
รายอาชีพ																		
เกษตรกร	38.3	42.3	42.1	44.2	45.7	45.7	46.6	47.2	42.8	44.3	46.8	47.7	44.3	42.6	43.7	38.1	37.9	42.5
พนักงานเอกชน	35.5	41.2	38.0	41.5	44.2	43.2	44.9	45.1	40.4	41.5	43.8	45.7	42.4	40.6	41.9	35.2	35.4	40.8
ผู้ประกอบการ	38.7	42.5	40.7	42.8	45.5	44.5	47.0	46.2	41.9	43.8	45.8	49.3	43.1	41.2	41.9	36.3	36.9	43.6
รับจ้างอิสระ	35.6	40.6	39.5	40.5	42.6	42.2	44.4	43.7	40.1	39.9	43.0	45.1	41.0	39.3	39.7	34.2	35.5	39.3
พนักงานของรัฐ	45.8	49.4	48.6	49.2	50.2	50.3	51.8	52.5	48.0	49.3	51.4	52.5	49.6	47.4	48.6	42.8	44.2	48.0
นักศึกษา	42.5	43.9	41.4	39.5	42.8	44.0	44.4	43.4	41.4	42.0	42.5	45.9	41.6	37.1	43.0	33.1	35.5	37.4
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	33.1	36.5	38.2	37.8	36.8	41.2	42.9	41.8	38.0	37.2	40.6	42.9	37.2	36.9	36.6	32.2	32.3	36.1
รายภาค																		
กรุงเทพฯ และ ปริมณฑล	38.9	42.4	38.5	37.9	44.8	44.5	44.1	45.4	40.6	38.7	43.5	47.5	41.5	38.5	41.6	35.8	34.6	39.6
กลาง	39.2	43.4	41.9	44.0	46.2	45.0	46.7	46.8	43.3	43.5	45.1	45.3	44.2	39.7	41.3	36.1	36.8	44.1
เหนือ	38.4	42.5	34.1	42.3	43.7	43.1	45.0	44.7	40.6	42.6	44.8	45.8	43.5	40.5	41.1	34.7	35.9	39.7
ตะวันออกเฉียงเหนือ	40.5	44.4	44.0	44.8	46.1	45.3	47.1	47.5	43.8	44.5	46.1	49.6	45.3	43.5	44.2	38.7	38.1	42.6
ใต้	37.9	43.4	41.9	43.1	45.5	45.8	47.1	46.3	42.0	43.3	47.0	48.5	44.1	42.7	44.7	36.8	38.9	42.9

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 8,409 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 ในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2564

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค

ปัจจัย	เศรษฐกิจ ไทย (ร้อยละ)	เศรษฐกิจ โลก (ร้อยละ)	มาตรการ ของรัฐ (ร้อยละ)	สังคม/ความ มั่นคง (ร้อยละ)	การเมือง (ร้อยละ)	ภัยพิบัติ/ โรคระบาด (ร้อยละ)
รายอาชีพ						
เกษตรกร	26.91	4.57	13.21	2.75	6.43	46.14
พนักงานเอกชน	22.36	4.29	19.14	3.64	7.07	43.50
ผู้ประกอบการ	23.23	5.45	18.65	3.49	6.98	42.20
รับจ้างอิสระ	25.39	4.87	15.48	3.65	7.30	43.30
พนักงานของรัฐ	21.99	5.53	15.09	5.76	5.99	45.64
นักศึกษา	30.05	3.52	21.36	3.40	11.62	30.05
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	23.32	2.07	15.54	2.07	8.29	48.70
ภูมิภาค						
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	26.15	2.83	21.91	3.18	6.18	39.75
กลาง	22.08	4.71	20.79	4.83	6.54	41.05
เหนือ	24.10	3.91	15.52	3.13	9.71	43.63
ตะวันออก/เฉียงเหนือ	25.19	5.64	15.65	3.89	6.87	42.75
ใต้	28.60	5.12	11.64	3.20	5.82	45.62

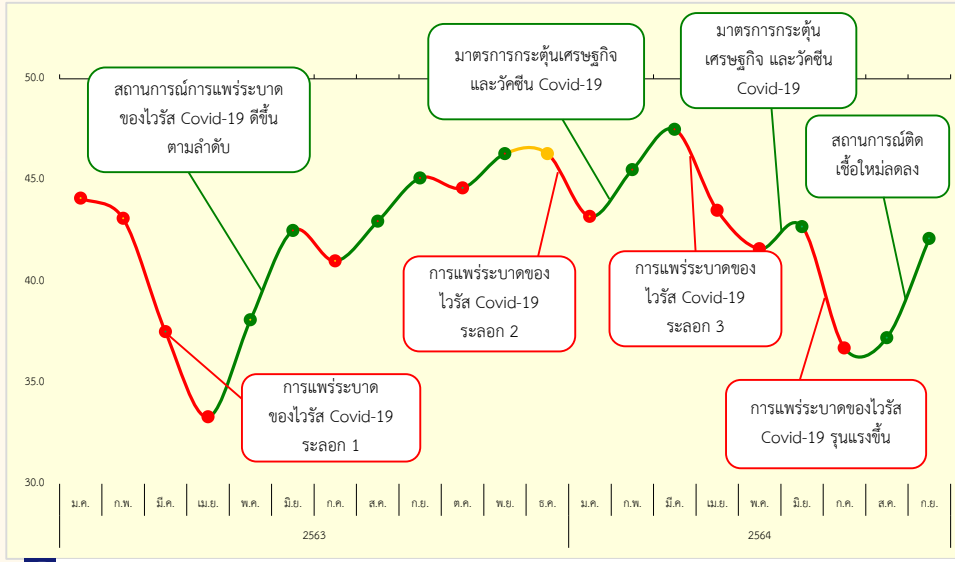
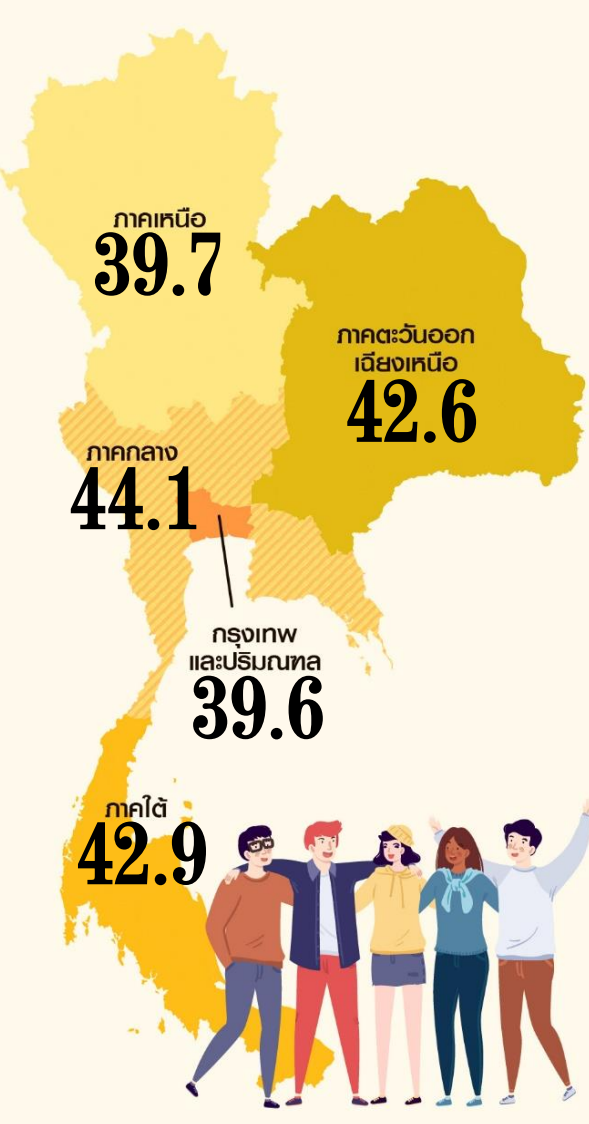
- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 8,409 คน ในทุกอำเภอทั่วประเทศ (884 อำเภอ/เขต) แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0-100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)

กำหนดการเผยแพร่ “ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค” ครั้งต่อไป ในวันที่ 10 พฤศจิกายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น ผู้บริโภค

เดือนกันยายน 2564 เท่ากับ 42.1

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนกันยายน 2564 ปรับตัวเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 42.1 เทียบกับระดับ 37.2 ในเดือนก่อนหน้า เป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่สอง โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นทั้งดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบันและ ในอนาคต โดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 29.9 มาอยู่ที่ระดับ 34.2 และดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคตปรับเพิ่มขึ้นจากระดับ 42.1 มาอยู่ที่ระดับ 47.4 เป็นผลจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ที่ปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ ประกอบกับภาครัฐได้มีการพิจารณาผ่อนคลายมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัส Covid-19 ทั้งการลดเวลาเคอร์ฟิวเป็น 22.00-04.00 น. และอนุญาตให้เปิดกิจการเพิ่มขึ้นอีก เช่น โรงภาพยนตร์ การเล่นดนตรีในร้านอาหาร กีฬาในร่ม เป็นต้น รวมทั้งจะมีการเปิดพื้นที่นำร่องด้านการท่องเที่ยวอีก 10 พื้นที่ มีผลเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2564 นี้ ส่งผลให้ความเชื่อมั่นภาวะเศรษฐกิจของผู้ประกอบการและประชาชนเริ่มดีขึ้น ถึงแม้ว่าจะยังคงอยู่ในช่วงที่มีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจก็ตาม



ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายภาค

	สิงหาคม 2564	กันยายน 2564	+ / -
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	34.6	39.6	▲
กลาง	36.8	44.1	▲
เหนือ	35.9	39.7	▲
ตะวันออกเฉียงเหนือ	38.1	42.6	▲
ใต้	38.9	42.9	▲

	สิงหาคม 2564	กันยายน 2564	+ / -
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค โดยรวม	37.2	42.1	▲
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ในปัจจุบัน	29.9	34.2	▲
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ในอนาคต	42.1	47.4	▲

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค จำแนกรายอาชีพ

อาชีพ	ส.ค. 64	ก.ย. 64	+ / -
เกษตรกร	37.9	42.5	▲
พนักงานเอกชน	35.4	40.8	▲
ผู้ประกอบการ	36.9	43.6	▲
รับจ้างอิสระ	35.5	39.3	▲
พนักงานของรัฐ	44.2	48.0	▲
นักศึกษา	35.5	37.4	▲
ไม่ได้ทำงาน	32.3	36.1	▲