

พาณิชย์เผยผลสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4

นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) กระทรวงพาณิชย์ เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน จำนวน 5,682 ราย ซึ่งครอบคลุมประชาชนทั่วประเทศ พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนธันวาคม 2567 อยู่ที่ระดับ 51.6 ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นติดต่อกันเป็นเดือนที่ 4** สะท้อนว่าประชาชนมีมุมมองเชิงบวกต่อเศรษฐกิจไทย เนื่องจากภาครัฐมีการดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง โดยมุ่งเน้นส่งเสริมการบริโภคของประชาชน ควบคู่กับการสนับสนุนภาคธุรกิจ การส่งออกไทยที่เติบโตได้ดี รวมทั้งการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวในช่วงปลายปียังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยส่งเสริมธุรกิจบริการและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศอย่างมีนัยสำคัญ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนธันวาคม 2567 ยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นหรือมีค่ามากกว่าระดับ 50 โดยอยู่ที่ระดับ 51.6 แม้จะปรับตัวลดลงจากระดับ 53.2 ในเดือนก่อนหน้า โดยปัจจัยที่ส่งผลให้ดัชนียังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่น เนื่องจาก (1) ภาครัฐมีการดำเนินนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องตามเป้าหมายที่ต้องการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย แก้ปัญหาหนี้สิน และกระตุ้นการลงทุน อาทิ มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายใช้สอย ควบคู่กับการบรรเทาภาระค่าใช้จ่าย ผ่านกิจกรรมลดราคาสินค้าและบริการ และการแจกส่วนลดสินค้าบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ รวมถึงมาตรการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้รายย่อยและธุรกิจ SMEs (2) ภาคการท่องเที่ยวมีการขยายตัวในช่วงปลายปีและเทศกาลปีใหม่ รวมถึงมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศ อาทิ โครงการแอ่วเหนือคนละครึ่ง และการจัดงานแฟสติวัลในช่วงเทศกาล ช่วยสนับสนุนธุรกิจบริการฟื้นฟูการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค และเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ และ (3) การส่งออกของไทยเติบโตได้อย่างมีศักยภาพ โดยเฉพาะสินค้าเทคโนโลยี และความต้องการสินค้าเกษตรและอาหารในตลาดโลกที่ยังคงขยายตัวต่อเนื่อง

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค พบว่า ด้านเศรษฐกิจไทยส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 49.54 รองลงมาคือ มาตรการของภาครัฐ ร้อยละ 13.62 สังคม/ความมั่นคง ร้อยละ 8.03 เศรษฐกิจโลก ร้อยละ 7.55 ราคาสินค้าเกษตร ร้อยละ 7.34 การเมือง ร้อยละ 5.61 ผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 4.28 ภัยพิบัติ/โรครระบาด ร้อยละ 3.01 และปัจจัยอื่น ๆ ร้อยละ 1.02 ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายภูมิภาค จำนวน 5 ภูมิภาค พบว่า ดัชนีอยู่ในช่วงเชื่อมั่น 3 ภาค ได้แก่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อยู่ที่ระดับ 55.3 กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ที่ระดับ 54.1 และภาคเหนือ อยู่ที่ระดับ 50.5 โดยปัจจัยหลักที่ส่งผลให้มีความเชื่อมั่นคือ เศรษฐกิจไทย สังคม/ความมั่นคง มาตรการของภาครัฐ และเศรษฐกิจโลก ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคของภาคใต้และภาคกลางอยู่ต่ำกว่าระดับความเชื่อมั่นเล็กน้อย โดยอยู่ที่ระดับ 49.1 และ 48.7 ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายอาชีพ จำนวน 7 อาชีพ พบว่า ดัชนีอยู่ในช่วงเชื่อมั่น 5 อาชีพ ได้แก่ พนักงานของรัฐ อยู่ที่ระดับ 55.0 ผู้ประกอบการ อยู่ที่ระดับ 53.4 นักศึกษา อยู่ที่ระดับ 52.8 เกษตรกร อยู่ที่ระดับ 51.0 และพนักงานเอกชน อยู่ที่ระดับ 50.8 ยกเว้น อาชีพรับจ้างอิสระ อยู่ที่ระดับ 49.5 และไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ อยู่ที่ระดับ 45.6 สำหรับ **กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ** พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคยังอยู่ต่ำกว่าช่วงเชื่อมั่น โดยอยู่ที่ระดับ 42.3

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม ปี 2567 อยู่ในช่วงเชื่อมั่นเกือบตลอดทั้งปี จากปัจจัยหลักที่สนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวและการส่งออก รวมถึงมาตรการภาครัฐในการแก้ไขปัญหาค่าครองชีพ เช่น การปรับลดค่ากระแสไฟฟ้า การตรึงราคาน้ำมันดีเซล และโครงการเติมเงิน 10,000 บาทผ่าน Digital Wallet ที่ช่วยกระตุ้นการบริโภคในประเทศ อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม ความเชื่อมั่นปรับลดลงมาอยู่ระดับต่ำกว่าช่วงเชื่อมั่นเล็กน้อย เนื่องจากประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ฟื้นตัวช้า ภาระค่าครองชีพและภาระหนี้สินที่อยู่ในระดับสูง รวมถึงปัญหาอุทกภัยซึ่งสร้างความเสียหายต่อที่อยู่อาศัยและพื้นที่เกษตรกรรมในหลายพื้นที่

ทั้งนี้ นายพูนพงษ์ นัยนาภากรณ์ กล่าวทิ้งท้ายว่า ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีมุมมองเชิงบวกต่อภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตว่ามีแนวโน้มจะปรับตัวดีขึ้น โดยมาตรการของภาครัฐที่ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง และครอบคลุมทั้งมิติเศรษฐกิจและสังคม เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชน มีส่วนสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่น ทั้งนี้ มาตรการช่วยเหลือลดค่าครองชีพ การแก้ไขปัญหาหนี้สินของภาคครัวเรือนและธุรกิจ รวมถึงการปรับเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำทั่วประเทศ จะช่วยกระตุ้นการบริโภคและเพิ่มความเชื่อมั่นของประชาชนในระยะต่อไป

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

10 มกราคม 2568

ตาราง แสดงดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนธันวาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	2566	เฉลี่ย ปี 2566	2567												เฉลี่ย ปี 2567
	ธ.ค.		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.	
โดยรวม	54.8	54.2	54.5	54.2	54.1	51.9	52.4	52.3	49.7	49.5	51.6	52.9	53.2	51.6	52.3
ในปัจจุบัน	46.3	45.1	46.2	46.4	46.1	44.5	44.1	44.5	42.0	41.1	43.1	44.8	45.1	43.9	44.3
ในอนาคต	60.4	60.2	60.1	59.5	59.5	56.8	57.9	57.5	54.8	55.1	57.2	58.3	58.5	56.7	57.7
รายอาชีพ															
เกษตรกร	54.4	53.6	54.4	54.1	53.4	52.8	52.4	52.1	49.8	50.6	50.9	53.2	52.8	51.0	52.3
พนักงานเอกชน	54.6	53.0	54.2	53.3	53.4	50.7	51.1	51.3	48.3	48.7	51.1	52.1	52.7	50.8	51.5
ผู้ประกอบการ	56.2	56.3	56.9	54.5	56.0	53.4	54.2	53.7	51.1	50.0	53.2	54.2	54.6	53.4	53.8
รับจ้างอิสระ	51.6	52.0	50.1	52.2	51.3	48.3	49.0	49.2	47.6	46.8	48.4	50.9	49.8	49.5	49.4
พนักงานของรัฐ	58.8	58.8	58.9	59.5	58.7	55.9	57.6	57.7	53.8	53.2	56.1	55.0	57.4	55.0	56.6
นักศึกษา	54.0	53.2	53.7	54.6	53.3	52.5	53.0	52.5	51.1	48.8	52.9	55.3	54.6	52.8	52.9
ไม่ได้ทำงาน/บ้านอายุ	51.9	51.9	50.7	51.5	53.8	48.6	49.9	47.6	44.9	44.4	46.0	47.3	49.1	45.6	48.3
รายภาค															
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	59.1	55.3	58.6	56.2	58.9	55.0	54.3	52.6	54.0	54.0	57.5	55.8	56.0	54.1	55.6
กลาง	55.2	54.7	53.8	53.8	54.1	52.2	52.5	52.9	48.8	49.7	50.9	52.7	51.6	48.7	51.8
เหนือ	52.6	53.1	52.8	53.5	51.9	49.1	50.5	49.8	46.6	46.3	48.9	50.4	51.6	50.5	50.2
ตะวันออกเฉียงเหนือ	56.6	54.8	56.7	55.8	55.4	53.5	54.7	55.3	52.1	51.7	53.2	56.0	56.2	55.3	54.7
ใต้	50.5	52.6	51.6	51.1	50.4	49.6	49.1	49.6	47.2	45.8	48.1	48.9	50.6	49.1	49.3

- หมายเหตุ**
- สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคทั่วประเทศ จำนวน 5,682 คน แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
 - การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0 - 100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)