



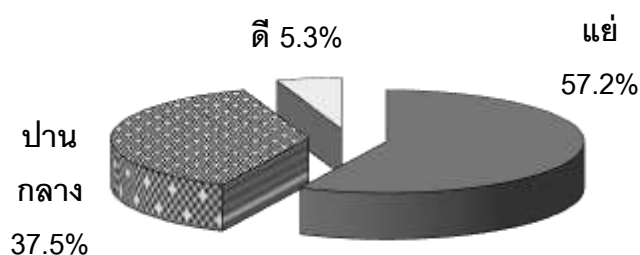
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

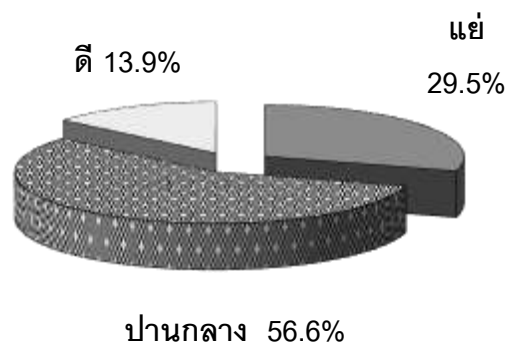
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนธันวาคม 2561
ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 เนื่องจากความกังวลเรื่องสงครามการค้าและนักท่องเที่ยวจีน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

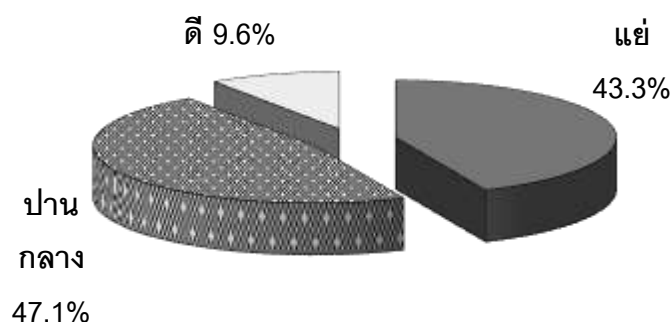


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

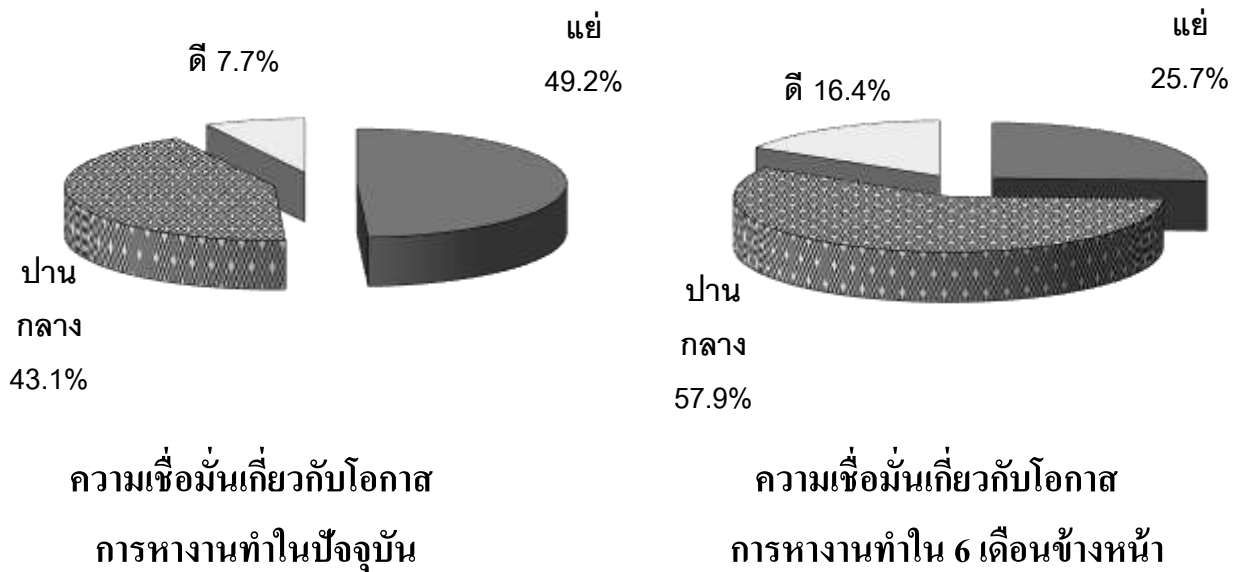
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



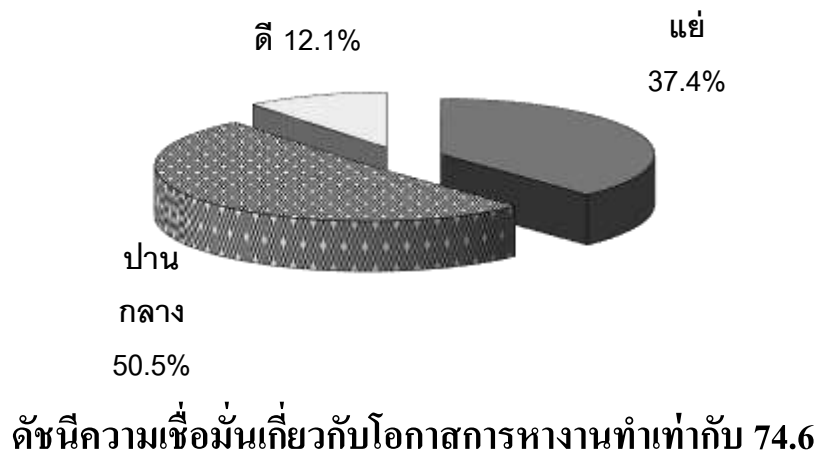
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 66.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

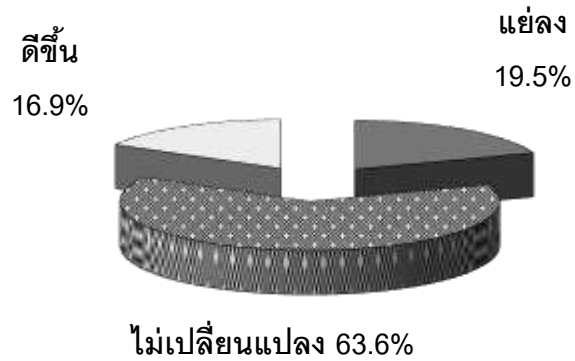


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 97.3

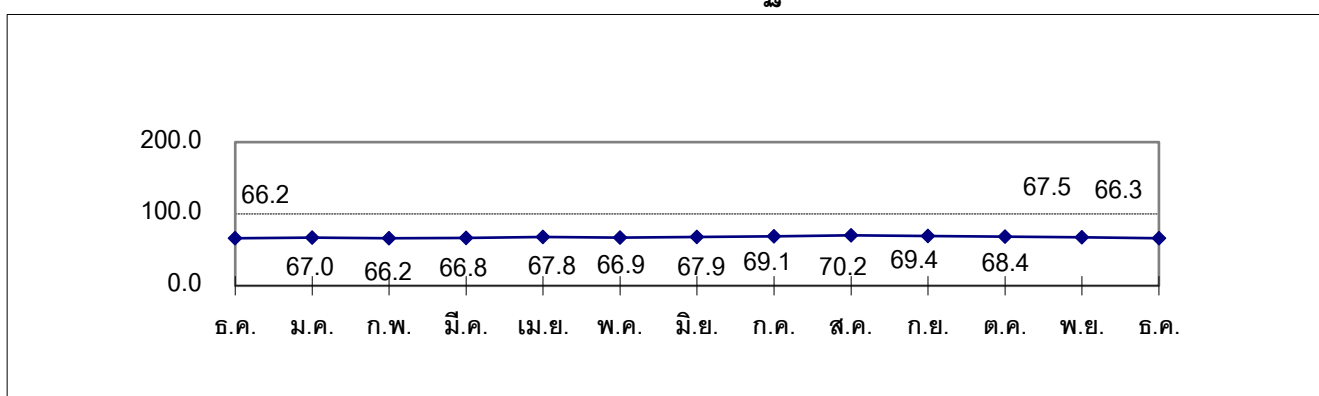
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายนและธันวาคม 2561

รายการ	พฤศจิกายน 2561			ธันวาคม 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.6	37.9	56.5	5.3	37.5	57.2
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	14.3	57.2	28.5	13.9	56.6	29.5
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.0	43.4	48.6	7.7	43.1	49.2
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	16.7	58.4	24.9	16.4	57.9	25.7
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.2	63.9	18.9	16.9	63.6	19.5
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.9	47.6	42.5	9.6	47.1	43.3
7. โอกาสในการหางานรวม	12.4	50.9	36.7	12.1	50.5	37.4

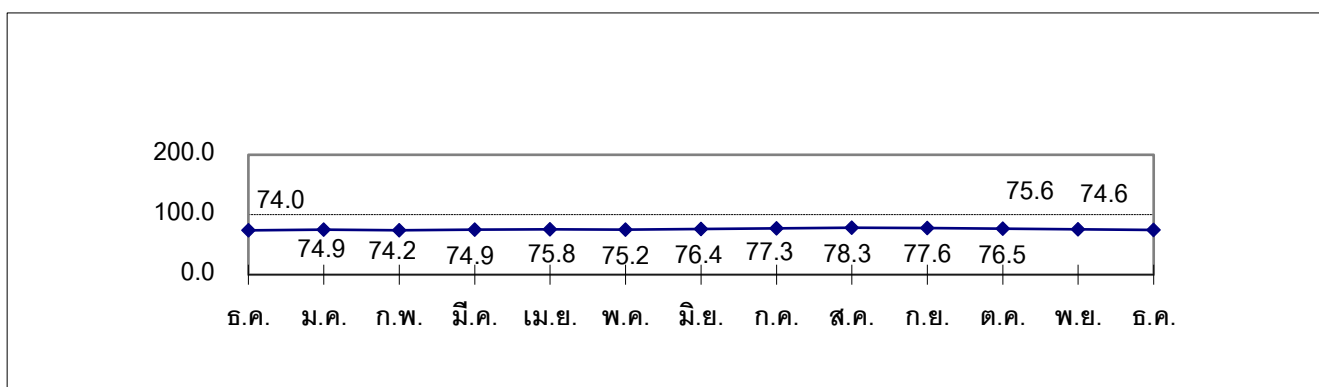
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม 2561

รายการ	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	69.1	70.2	69.4	68.4	67.5	66.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	77.3	78.3	77.6	76.5	75.6	74.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.2	101.2	100.0	99.0	98.4	97.3

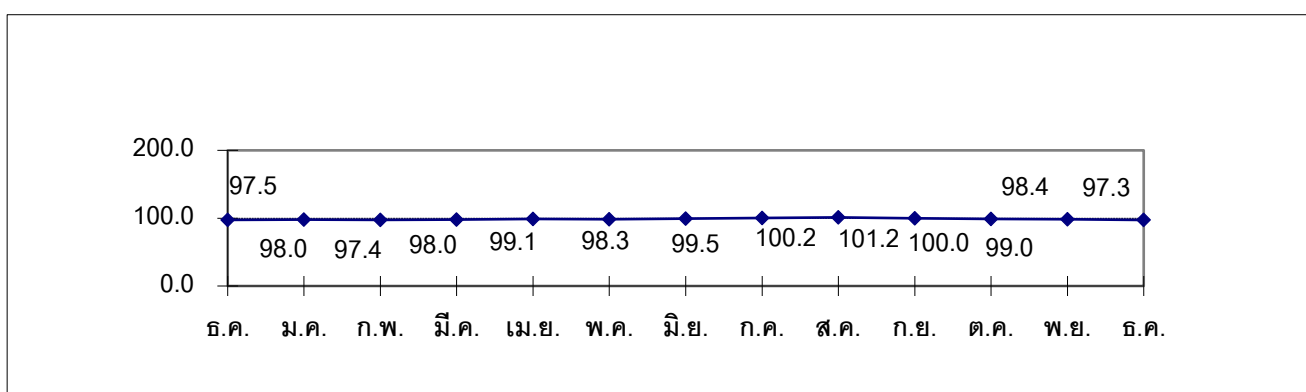
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



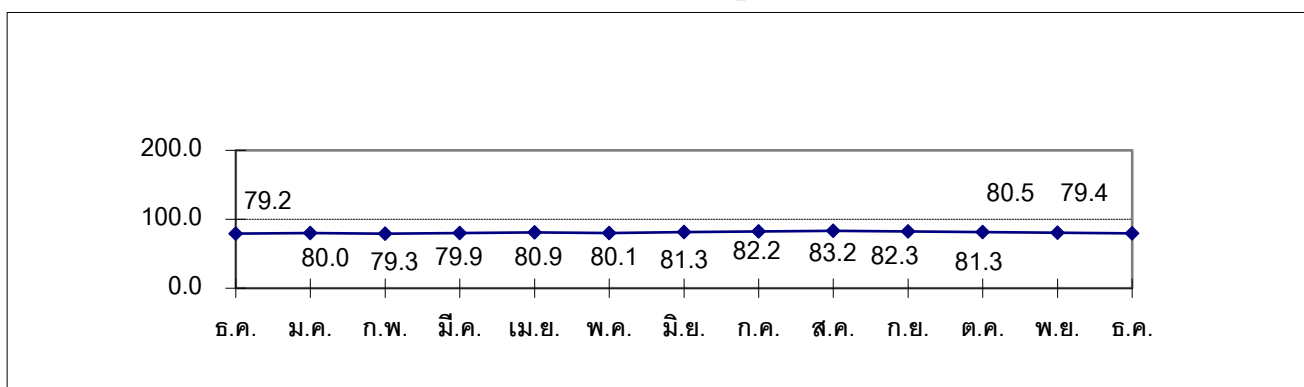
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



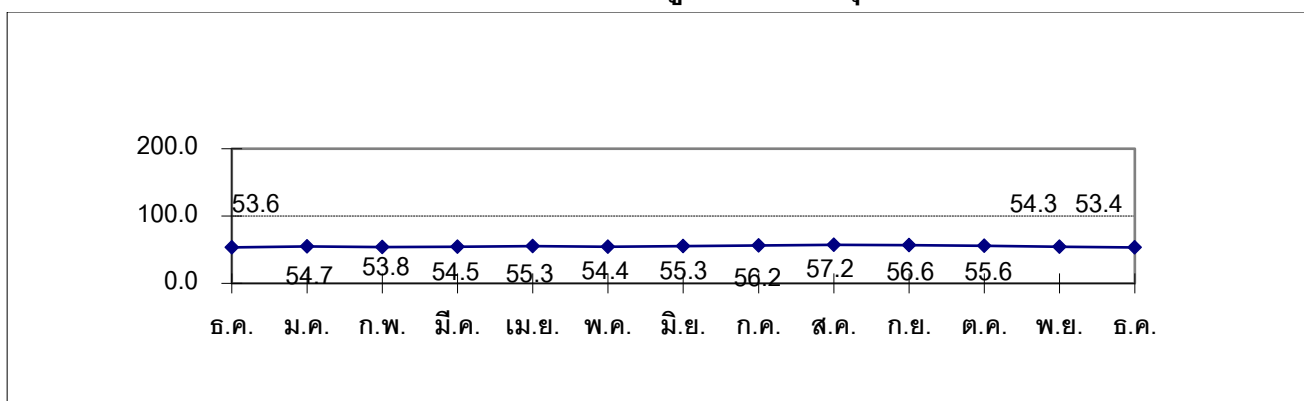
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม 2561

รายการ	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	82.2	83.2	82.3	81.3	80.5	79.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	56.2	57.2	56.6	55.6	54.3	53.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	93.5	94.6	93.6	92.6	92.0	90.8

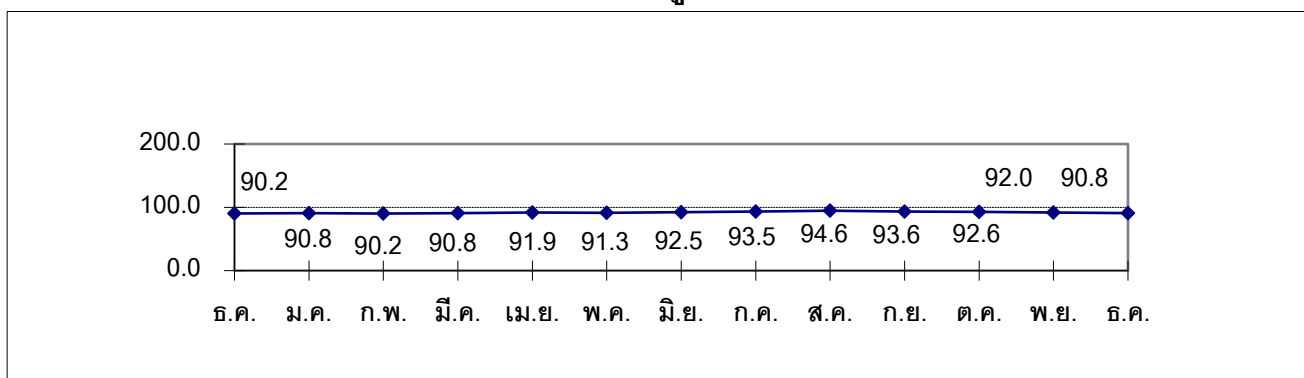
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,246 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.3 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.7 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.7 และ 50.3 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

- 1) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่สูงกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณั้ด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณั้ด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณั้ด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2561

ในเดือนธันวาคม 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.90 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.38 และ 27.65 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2561 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 25.48 และ 25.75 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกันประมาณ 2.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.29 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2561 มาอยู่ที่ระดับ 24.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2561
2. พืชผลการเกษตรบางรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และสินค้าปศุสัตว์ ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยในหลายจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้น เริ่มปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม เกษตรกรส่วนใหญ่ยังเห็นว่าราคาสินค้าเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ
3. มาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายจากรัฐบาลทั้งมาตรการ “ช้อปช่วยชาติ” และ “เที่ยวเพื่อชาติ” สามารถนำไปหักเป็นค่าลดหย่อนสำหรับการคำนวณภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ตามที่จ่ายจริงแต่สูงสุดไม่เกิน 15,000 บาท
4. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 32.970 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2561 เป็น 32.701 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามายังประเทศไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนธันวาคม 2561 ได้แก่

1. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติ 5 ต่อ 2 เสียง ให้ขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบาย 0.25% ต่อปี จาก 1.50% เป็น 1.75% ซึ่งถือเป็นการขึ้นดอกเบี้ยครั้งแรกในรอบ 7 ปี นับตั้งแต่ปี 2554 โดยคณะกรรมการเห็นว่า เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องตามแรงส่งของอุปสงค์ในประเทศ แม้อุปสงค์ต่างประเทศชะลอลง ขณะที่ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปและอัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน มีแนวโน้มใกล้เคียงกับที่ประเมินไว้ ขณะที่ภาวะการเงินโดยรวมยังอยู่ในระดับผ่อนคลายและเอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ปรับลดคาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ของไทยในปี 2561 ลงเหลือร้อยละ 4.2 จากเดิมที่เคยคาดการณ์ไว้ในเดือนกันยายน 2561 ที่ระดับร้อยละ 4.4 ส่วนในปี 2562 คาดว่าจะเติบโตได้ร้อยละ 4.0 จากเดิมคาดไว้ร้อยละ 4.2 เนื่องจากมองว่าการลงทุนภาครัฐและการส่งออกจะขยายตัวได้ต่ำกว่าที่เคยประเมินไว้
3. การส่งออกของไทยในเดือนพฤศจิกายน 2561 มีมูลค่า 21,237.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ กลับมาปรับตัวลดลงหลังจากขยายตัวเป็นบวกในเดือนตุลาคมที่ผ่านมา โดยลดลงร้อยละ 0.95 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 22,415.00 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.66 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 1,177.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ในช่วง 11 เดือนของปี 2561 ส่งออกได้รวม 232,725.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.29 และมีการนำเข้ารวม 231,343.91 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.77 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 1,381.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
4. SET Index ในเดือนธันวาคม 2561 ปรับตัวลดลง 77.92 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,641.80 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2561 เป็น 1,563.88 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2561
5. ราคาพืชผลทางการเกษตรส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะยางพารา มันสำปะหลัง และ ปาล์มน้ำมัน ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัด ขยายตัวไม่มากนัก
6. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับ จีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต แม้ว่าสหรัฐฯ กับจีนจะอยู่ในช่วงเจรจายุติปัญหาสงครามการค้าภายใน 90 วัน ซึ่งผลการเจรจายังไม่มีความคืบหน้าใดเกิดขึ้น
7. ปัญหานักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลงกว่าปกติ ส่งผลให้รายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่องขยายตัวน้อยกว่าที่ควรจะเป็น
8. ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่เศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและยังกระจุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับ ปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่ สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการค่าน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นส่งผลให้อำนาจซื้อลดน้อยลง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังมีราคาต่ำ นักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดน้อยลง และสถานการณ์สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ยังมีปัญหากันอยู่จนส่งผลให้เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจจีนชะลอตัวลง ทำให้กำลังซื้อในปัจจุบันชะลอตัวลง และความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ปัจจัยบวกที่ส่งผลดีต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคคือ ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้นและราคาน้ำมันขายปลีกทั้งราคาน้ำมันเบนซินและดีเซลปรับตัวลดลงต่ำกว่า 30 บาทต่อลิตร สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2561 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 67.5 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 66.3 ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.6% 47.1% และ 43.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายนผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.9% 47.6% และ 42.5% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลง จากระดับ 49.1 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 48.1 ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.3% 37.5% และ 57.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายนผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.6% 37.9% และ 56.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนธันวาคม 2561 ปรับตัวลดลงจากระดับ 85.8 มาอยู่ที่ระดับ 84.4 โดยในเดือนธันวาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.9% 56.6% และ 29.5% ตามลำดับ ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายนผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.3% 57.2% และ 28.5% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ธันวาคม 2560	66.2	48.9	83.6
มกราคม 2561	67.0	49.9	84.1
กุมภาพันธ์ 2561	66.2	49.0	83.3
มีนาคม 2561	66.8	49.6	83.9
เมษายน 2561	67.8	50.4	85.2
พฤษภาคม 2561	66.9	49.3	84.5
มิถุนายน 2561	67.9	50.2	85.7
กรกฎาคม 2561	69.1	51.2	86.9
สิงหาคม 2561	70.2	52.2	88.3
กันยายน 2561	69.4	51.6	87.2
ตุลาคม 2561	68.4	50.5	86.4
พฤศจิกายน 2561	67.5	49.1	85.8
ธันวาคม 2561	66.3	48.1	84.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2559	63.5	50.4	76.5
ไตรมาสที่ 2 2559	61.1	48.1	74.0
ไตรมาสที่ 3 2559	62.3	49.3	75.3
ไตรมาสที่ 4 2559	61.9	48.3	75.5
ไตรมาสที่ 1 2560	64.2	50.0	78.3
ไตรมาสที่ 2 2560	64.3	50.0	78.7
ไตรมาสที่ 3 2560	62.4	46.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2560	65.2	48.2	82.2
ไตรมาสที่ 1 2561	66.7	49.5	83.8
ไตรมาสที่ 2 2561	67.5	49.9	85.1
ไตรมาสที่ 3 2561	69.6	51.7	87.5
ไตรมาสที่ 4 2561	67.4	49.3	85.5

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 75.6 สู่ระดับ 74.6 ในเดือนธันวาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 12.1% 50.5% และ 37.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 12.4% 50.9% และ 36.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนธันวาคม 2561 ปรับตัวลดลงจากระดับ 59.4 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 58.6 โดยในเดือนธันวาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 7.7% 43.1% และ 49.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 8.0% 43.4% และ 48.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจาก 91.8 เป็น 90.7 โดยในเดือนธันวาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 16.4% 57.9% และ 25.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 16.7% 58.4% และ 24.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีเชื่อมั่นมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคต ถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวขึ้น

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ธันวาคม 2560	74.0	58.3	89.6
มกราคม 2561	74.9	59.5	90.4
กุมภาพันธ์ 2561	74.2	58.7	89.8
มีนาคม 2561	74.9	59.4	90.5
เมษายน 2561	75.8	60.2	91.5
พฤษภาคม 2561	75.2	59.5	91.0
มิถุนายน 2561	76.4	60.5	92.3
กรกฎาคม 2561	77.3	61.2	93.3
สิงหาคม 2561	78.3	62.2	94.4
กันยายน 2561	77.6	61.7	93.5
ตุลาคม 2561	76.5	60.6	92.4
พฤศจิกายน 2561	75.6	59.4	91.8
ธันวาคม 2561	74.6	58.6	90.7

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2559	69.6	58.7	80.5
ไตรมาสที่ 2 2559	67.4	56.3	78.5
ไตรมาสที่ 3 2559	67.9	56.0	79.8
ไตรมาสที่ 4 2559	67.5	54.9	80.1
ไตรมาสที่ 1 2560	70.3	57.3	83.3
ไตรมาสที่ 2 2560	70.8	57.5	84.2
ไตรมาสที่ 3 2560	69.5	55.6	83.5
ไตรมาสที่ 4 2560	72.7	57.4	88.0
ไตรมาสที่ 1 2561	74.7	59.2	90.2
ไตรมาสที่ 2 2561	75.8	60.1	91.6
ไตรมาสที่ 3 2561	77.7	61.7	93.7
ไตรมาสที่ 4 2561	75.6	59.5	91.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนธันวาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 และเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 98.4 สู่ระดับ 97.3 ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.9% 63.6% และ 19.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.2% 63.9% และ 18.9% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 80.5% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 81.1% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
ธันวาคม 2560	97.5
มกราคม 2561	98.0
กุมภาพันธ์ 2561	97.4
มีนาคม 2561	98.0
เมษายน 2561	99.1
พฤษภาคม 2561	98.3
มิถุนายน 2561	99.5
กรกฎาคม 2561	100.2
สิงหาคม 2561	101.2
กันยายน 2561	100.0
ตุลาคม 2561	99.0
พฤศจิกายน 2561	98.4
ธันวาคม 2561	97.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 1 2559	90.6
ไตรมาสที่ 2 2559	88.4
ไตรมาสที่ 3 2559	89.7
ไตรมาสที่ 4 2559	89.6
ไตรมาสที่ 1 2560	92.6
ไตรมาสที่ 2 2560	92.7
ไตรมาสที่ 3 2560	91.5
ไตรมาสที่ 4 2560	96.0
ไตรมาสที่ 1 2561	97.8
ไตรมาสที่ 2 2561	99.0
ไตรมาสที่ 3 2561	100.4
ไตรมาสที่ 4 2561	98.2

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนธันวาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ทุกช่วงเวลา โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 54.3 ในเดือนพฤศจิกายนมาอยู่ที่ระดับ 53.4 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 92.0 เป็นระดับ 90.8 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 80.5 เป็น 79.4 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ธันวาคม 2560	79.2	53.6	90.2
มกราคม 2561	80.0	54.7	90.8
กุมภาพันธ์ 2561	79.3	53.8	90.2
มีนาคม 2561	79.9	54.5	90.8
เมษายน 2561	80.9	55.3	91.9
พฤษภาคม 2561	80.1	54.4	91.3
มิถุนายน 2561	81.3	55.3	92.5
กรกฎาคม 2561	82.2	56.2	93.5
สิงหาคม 2561	83.2	57.2	94.6
กันยายน 2561	82.3	56.6	93.6
ตุลาคม 2561	81.3	55.6	92.6
พฤศจิกายน 2561	80.5	54.3	92.0
ธันวาคม 2561	79.4	53.4	90.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 2 2559	72.3	52.2	80.3
ไตรมาสที่ 3 2559	73.3	52.7	81.6
ไตรมาสที่ 4 2559	73.0	51.6	81.7
ไตรมาสที่ 1 2560	75.7	53.7	84.7
ไตรมาสที่ 2 2560	76.0	53.7	85.2
ไตรมาสที่ 3 2560	74.5	51.3	84.3
ไตรมาสที่ 4 2560	78.6	53.2	89.5
ไตรมาสที่ 1 2561	79.7	54.4	90.6
ไตรมาสที่ 2 2561	80.8	55.0	91.9
ไตรมาสที่ 3 2561	82.6	56.7	93.9
ไตรมาสที่ 4 2561	80.4	54.4	91.8

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นส่งผลให้อำนาจซื้อลดน้อยลง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังมีราคาต่ำ นักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดน้อยลง และสถานการณ์สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ยังมีปัญหายู่อันส่งผลให้เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจจีนชะลอตัวลง ส่งผลให้กำลังซื้อในปัจจุบันชะลอตัวลง และความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ปัจจัยบวกที่ส่งผลดีต่อกำลังซื้อของผู้บริโภคคือ ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้นและราคาน้ำมันขายปลีกทั้งราคาน้ำมันเบนซินและดีเซลปรับตัวลดลงต่ำกว่า 30 บาทต่อลิตร

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 66.3 74.6 และ 97.3 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนพฤศจิกายน 2561 ที่อยู่ในระดับ 67.5 75.6 และ 98.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 80.5 มาอยู่ที่ระดับ 79.4 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัวในปัจจุบัน ปัญหานักท่องเที่ยวจีนที่ยังชะลอตัวลง สถานการณ์ทางการเมืองของไทย ตลอดจนสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองระหว่างประเทศ โดยเฉพาะเรื่อง Brexit ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในปีนี้อีกทั้งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนสูง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการ โดยเฉพาะยางพาราและปาล์มน้ำมัน ที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 54.3 มาอยู่ที่ระดับ 53.4 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 92.0 มาอยู่ที่ระดับ 90.8 ซึ่งยังปรับตัวอยู่ใกล้เคียงระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) มากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยมีโอกาสดปรับตัวดีขึ้นในอนาคต

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ในเดือนนี้ เป็นการปรับตัวที่ลดลงอันเนื่องมาจากความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงสูงจากสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐฯ และ Brexit ซึ่งน่าจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างต่อเนื่องในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้อย่างไรก็ตาม ปัจจัยบวกเริ่มมีมากขึ้น โดยเฉพาะราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้นและสงครามการค้าระหว่างจีนกับสหรัฐฯ เริ่มมีการเจรจกัน ประกอบกับรัฐบาลมีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวผ่านการยกเว้นค่าธรรมเนียม VISA on Arrival และการเลือกตั้งที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันใกล้ น่าจะทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอาจปรับตัวดีขึ้นได้ในอนาคตอันใกล้ หากปัจจัยเสี่ยงต่างๆ คลี่คลายลงในช่วงไตรมาสแรกของปี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะ กทม. และปริมณฑล ภาคใต้ ภาคกลาง และภาคตะวันออก ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.1	48.2	47.1	47.8	47.1	47.1	51.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	84.4	82.9	86.4	84.8	81.7	84.3	90.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.6	58.2	55.4	59.3	53.4	62.5	63.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	90.7	92.2	89.4	88.3	87.6	92.0	91.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.3	99.5	95.2	97.1	95.6	91.1	99.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	66.3	65.6	66.8	66.3	64.4	65.7	70.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.6	75.2	72.4	73.8	70.5	77.3	77.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.4	80.1	78.1	79.1	76.8	78.0	82.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2561	-1.1	-1.3	-0.8	-0.8	-1.1	-1.2	-1.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.4	53.2	51.3	53.6	50.3	54.8	57.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.8	91.5	90.3	90.1	88.3	89.1	93.8

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.1	49.4	47.6	48.5	48.2	48.3	52.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	85.8	84.5	87.3	85.6	82.8	85.8	91.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	59.4	59.2	56.1	59.8	54.2	63.6	64.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	91.8	93.5	90.2	89.1	88.7	93.2	92.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.4	100.8	96.1	98.1	96.8	92.2	100.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.5	67.0	67.5	67.1	65.5	67.1	71.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	75.6	76.4	73.2	74.5	71.5	78.4	78.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.5	81.4	78.9	79.9	77.9	79.2	83.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนตุลาคม 2561	-0.8	-1.0	-0.6	-0.6	-0.8	-1.0	-0.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.3	54.3	51.9	54.2	51.2	56.0	58.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	92.0	92.9	91.2	90.9	89.4	90.4	95.0

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.5	51.0	48.5	49.4	49.5	49.9	53.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	86.4	85.2	87.6	85.9	83.4	86.6	92.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	60.6	60.6	57.0	60.7	55.4	64.7	65.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	92.4	94.2	90.6	89.5	89.2	94.0	93.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	99.0	101.5	96.6	98.7	97.3	92.9	101.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	68.4	68.1	68.1	67.7	66.5	68.3	73.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	76.5	77.4	73.8	75.1	72.3	79.4	79.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	81.3	82.3	79.5	80.5	78.7	80.2	84.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.6	55.8	52.8	55.1	52.5	57.3	59.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	92.6	93.6	91.6	91.4	90.0	91.2	95.6

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย