



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

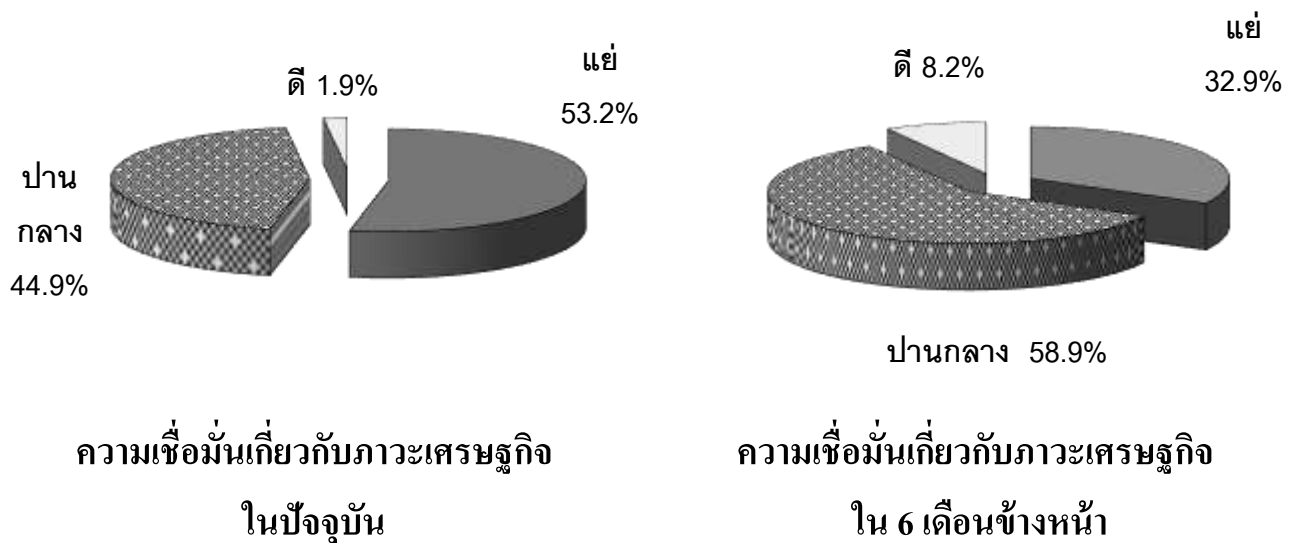
UTCC's Consumer Index

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

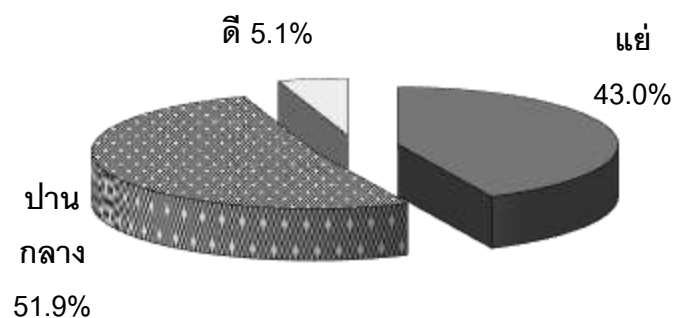
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนตุลาคม 2559

ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



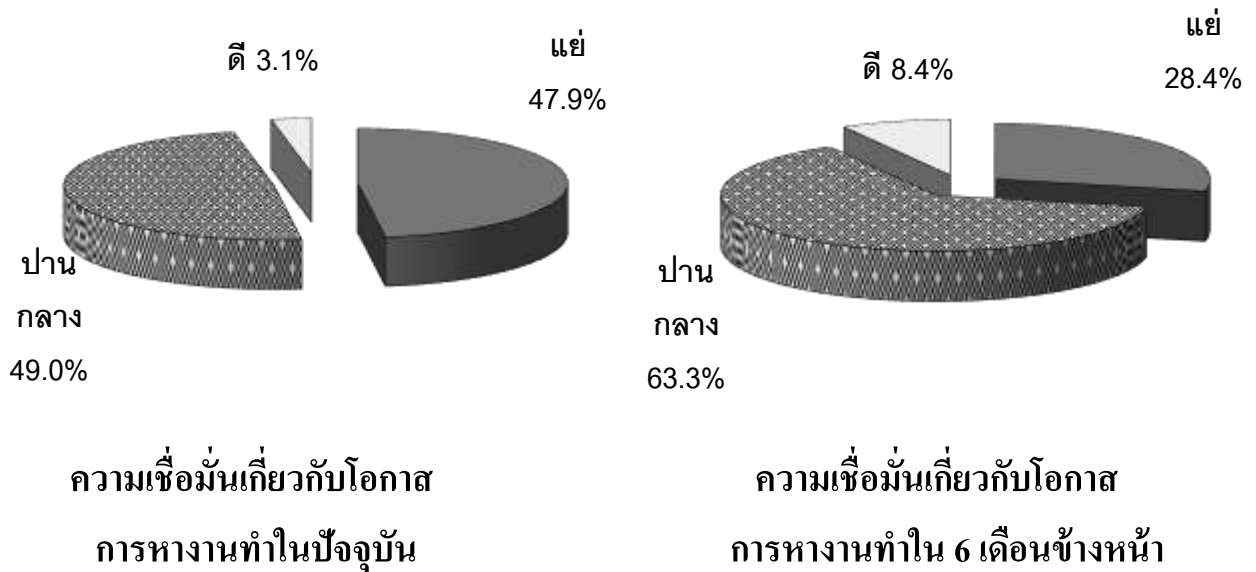
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



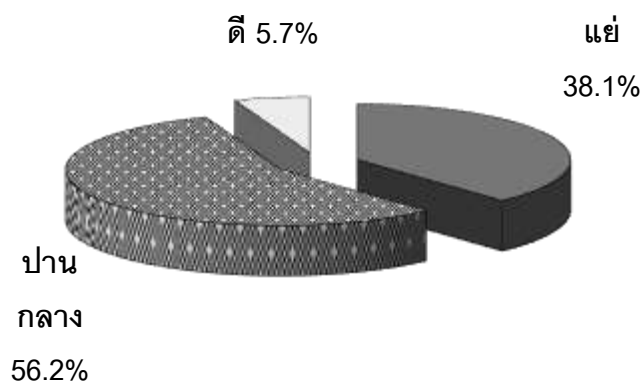
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 62.0

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



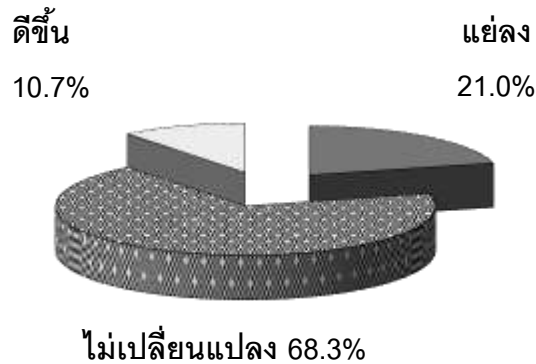
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 67.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 89.6

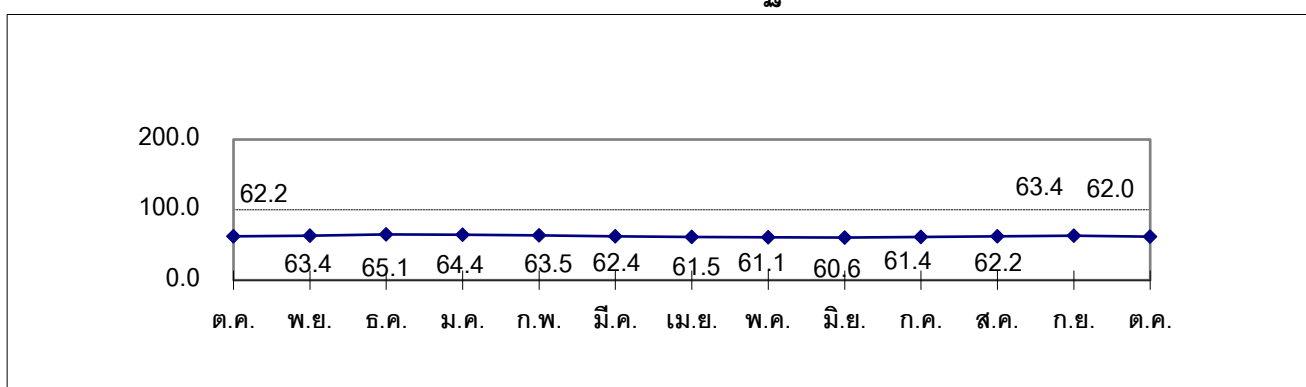
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายนและตุลาคม 2559

รายการ	กันยายน 2559			ตุลาคม 2559		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	2.1	45.9	52.0	1.9	44.9	53.2
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	8.6	59.4	32.0	8.2	58.9	32.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.3	49.8	46.9	3.1	49.0	47.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	8.7	63.4	27.9	8.3	63.3	28.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	11.0	68.7	20.3	10.7	68.3	21.0
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	5.4	52.6	42.0	5.1	51.9	43.0
7. โอกาสในการหางานรวม	6.0	56.6	37.4	5.7	56.2	38.1

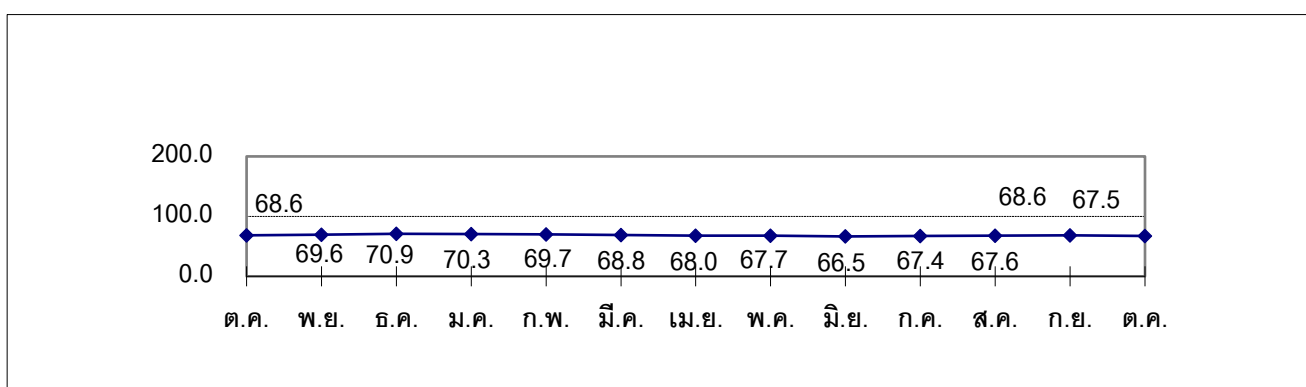
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม 2559

รายการ	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	61.1	60.6	61.4	62.2	63.4	62.0
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	67.7	66.5	67.4	67.6	68.6	67.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.0	87.6	88.7	89.7	90.7	89.6

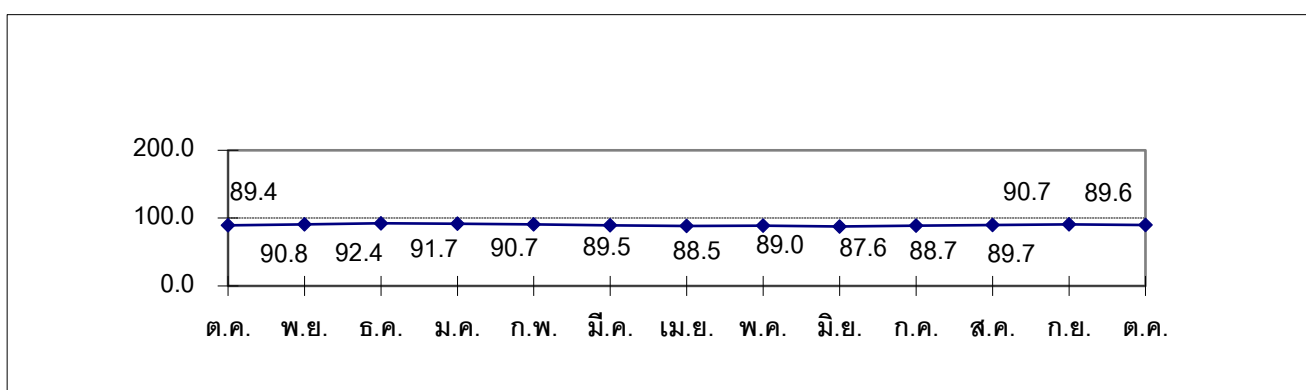
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



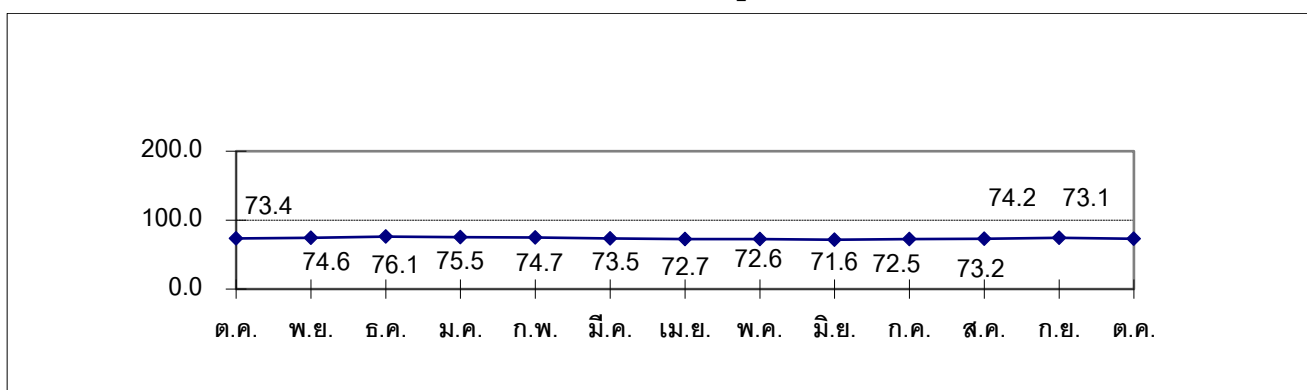
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



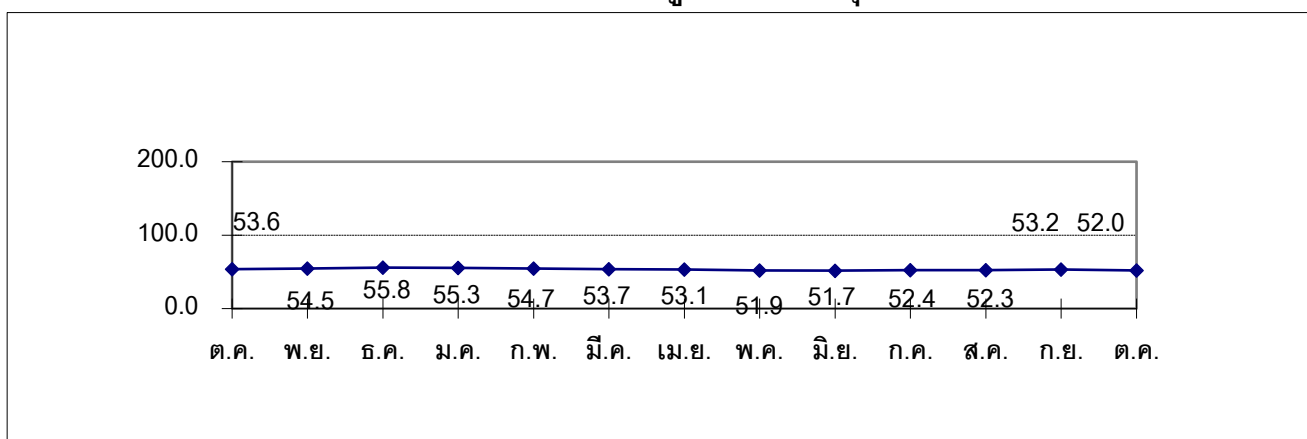
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม 2559

รายการ	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	72.6	71.6	72.5	73.2	74.2	73.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.9	51.7	52.4	52.3	53.2	52.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	80.9	79.5	80.5	81.6	82.7	81.6

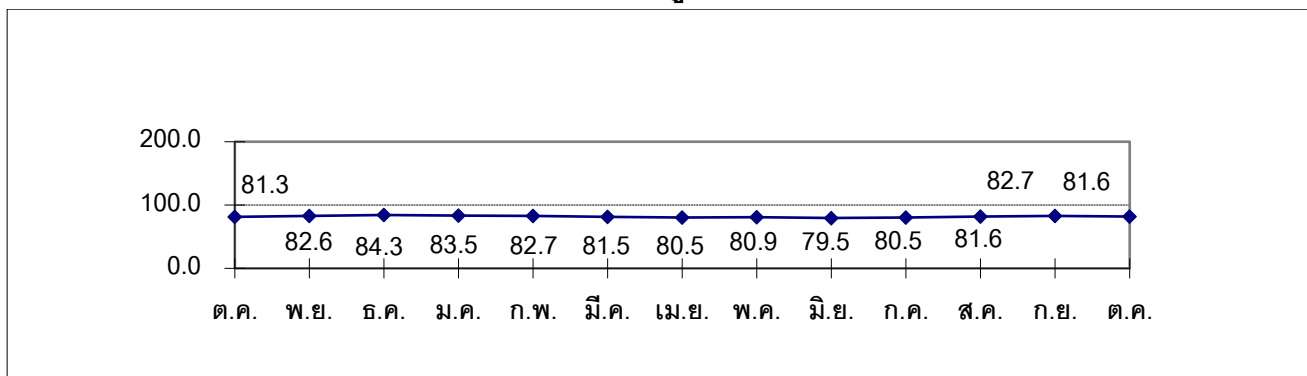
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการ โดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,243 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559

ในเดือนตุลาคม 2559 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การส่งออกของไทยในเดือนกันยายน 2559 มีมูลค่า 19,460.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.43 โดยเป็นการขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 16,914.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.57 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 2,545.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 9 เดือนของปี 2559 ส่งออกได้รวม 160,467.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.65 และมีการนำเข้ารวม 142,538.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 7.27 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 17,929.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
2. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ยังคงประมาณการเศรษฐกิจเติบโตปีนี้ไว้ ระดับเดิมที่ 3.3% มีช่วงคาดการณ์ที่ 3.0-3.5% โดยเป็นระดับที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัว 2.8% ส่วนประมาณการจีดีพีปี 2560 คาดการณ์ว่า จะขยายตัวได้ 3.4% โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 2.7-3.7%
3. SET Index ในเดือนตุลาคม 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 12.51 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,483.21 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน 2559 เป็น 1,495.72 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559
4. ความคาดหวังของประชาชนว่ารัฐบาลเน้นการใช้จ่ายเพื่อการลงทุนและกระตุ้นเศรษฐกิจมากขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง
5. สถานการณ์ภัยแล้งเริ่มมีสัญญาณคลี่คลายลงและราคาสินค้าทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้กำลังซื้อของภาคครัวเรือนและภาคการเกษตรค่อยๆ มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 34.737 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2559 เป็น 35.060 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559

สำหรับปัจจัยลบในเดือนตุลาคม 2559 ได้แก่

1. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายชนิดยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำในมุมมองของเกษตรกร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และผลผลิตบางชนิด เช่น ข้าว จากฝนตกที่หนักและมีความชื้นที่สูง ทำให้ราคาข้าวปรับตัวลดลง ส่งผลให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

2. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.00 และ 1.00 บาทต่อลิตร จากระดับ 24.58 และ 24.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2559 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 25.58 และ 25.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 1.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 23.29 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2559 มาอยู่ที่ระดับ 24.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559

3. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารวยได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

4. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำท่วมในบางพื้นที่ อาจส่งกระทบต่อการดำเนินชีวิต การท่องเที่ยว ผลผลิตทางการเกษตร และโอกาสในการทำธุรกิจ

5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เนื่องจากประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันและอนาคตที่ยังปรับตัวดีขึ้นไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับสถานการณ์ราคาพืชผลทางการเกษตรในปัจจุบันและแนวโน้มที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวที่มีราคาต่ำจะส่งผลต่ออำนาจซื้อในปัจจุบันและอนาคตของประชาชนทั่วประเทศ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนตุลาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน จากระดับ 63.4 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 62.0 ทั้งนี้ในเดือนตุลาคม 2559 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.1% 51.9% และ 43.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.4% 52.6% และ 42.0% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการส่งออกกับเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากเดือนกันยายน ที่อยู่ที่ 50.1 สู่ระดับ 48.7 ทั้งนี้ในเดือนตุลาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 44.9% และ 53.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 45.9% และ 52.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนตุลาคม 2559 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 76.6 มาอยู่ที่ระดับ 75.3 โดยในเดือนตุลาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.2% 58.9% และ 32.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 59.4% และ 32.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ตุลาคม 2558	62.2	49.3	75.1
พฤศจิกายน 2558	63.4	50.3	76.4
ธันวาคม 2558	65.1	51.8	78.3
มกราคม 2559	64.4	51.3	77.5
กุมภาพันธ์ 2559	63.5	50.5	76.6
มีนาคม 2559	62.4	49.5	75.3
เมษายน 2559	61.5	48.8	74.3
พฤษภาคม 2559	61.1	47.5	74.6
มิถุนายน 2559	60.6	48.0	73.2
กรกฎาคม 2559	61.4	48.8	74.1
สิงหาคม 2559	62.2	49.1	75.3
กันยายน 2559	63.4	50.1	76.6
ตุลาคม 2559	62.0	48.7	75.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2557	60.0	52.5	67.4
ไตรมาสที่ 2 2557	61.2	52.8	69.6
ไตรมาสที่ 3 2557	69.3	58.8	79.7
ไตรมาสที่ 4 2557	69.6	57.8	81.5
ไตรมาสที่ 1 2558	68.4	56.5	80.4
ไตรมาสที่ 2 2558	64.9	53.2	76.6
ไตรมาสที่ 3 2558	61.8	49.8	73.7
ไตรมาสที่ 4 2558	63.6	50.5	76.6
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
ตุลาคม 2559	62.0	48.7	75.3

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนตุลาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากระดับ 68.6 สู่ระดับ 67.5 โดยในเดือนตุลาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.7% 56.2% และ 38.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.0% 56.6% และ 37.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนตุลาคม 2559 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน จากระดับ 56.3 สู่ระดับ 55.2 โดยในเดือนตุลาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.1% 49.0% และ 32.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.3% 49.8% และ 46.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน โดยดัชนีปรับตัวลดลงจาก 80.8 เป็น 80.8 โดยในเดือนตุลาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 8.3% 63.3% และ 28.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 8.7% 63.4% และ 27.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ตุลาคม 2558	68.6	57.8	79.4
พฤศจิกายน 2558	69.6	58.6	80.6
ธันวาคม 2558	70.9	59.8	82.0
มกราคม 2559	70.3	59.3	81.4
กุมภาพันธ์ 2559	69.7	58.8	80.7
มีนาคม 2559	68.8	57.9	79.6
เมษายน 2559	68.0	57.4	78.7
พฤษภาคม 2559	67.7	56.3	79.1
มิถุนายน 2559	66.5	55.4	77.7
กรกฎาคม 2559	67.4	56.1	78.6
สิงหาคม 2559	67.6	55.5	79.8
กันยายน 2559	68.6	56.3	80.8
ตุลาคม 2559	67.5	55.2	79.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2557	63.9	57.2	70.6
ไตรมาสที่ 2 2557	64.7	57.6	71.8
ไตรมาสที่ 3 2557	72.7	63.6	81.8
ไตรมาสที่ 4 2557	73.8	63.8	83.9
ไตรมาสที่ 1 2558	73.1	63.1	83.0
ไตรมาสที่ 2 2558	70.3	60.6	80.1
ไตรมาสที่ 3 2558	67.8	57.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2558	69.7	58.8	80.7
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
ตุลาคม 2559	67.5	55.2	79.8

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนตุลาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน จากระดับ 90.7 สู่ระดับ 89.6 ทั้งนี้ในเดือนตุลาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวลดลง ไม่เปลี่ยนแปลง และแ่ล่ง ประมาณ 10.7% 68.3% และ 21.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแ่ล่ง ประมาณ 11.0% 68.7% และ 20.3% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 79.0% ต่ำกว่าเดือนที่ผ่านมาเล็กน้อยซึ่งอยู่ที่ 79.7% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น แต่ยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามาก ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
ตุลาคม 2558	89.4
พฤศจิกายน 2558	90.8
ธันวาคม 2558	92.4
มกราคม 2559	91.7
กุมภาพันธ์ 2559	90.7
มีนาคม 2559	89.5
เมษายน 2559	88.5
พฤษภาคม 2559	89.0
มิถุนายน 2559	87.6
กรกฎาคม 2559	88.7
สิงหาคม 2559	89.7
กันยายน 2559	90.7
ตุลาคม 2559	89.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 1 2557	86.4
ไตรมาสที่ 2 2557	87.6
ไตรมาสที่ 3 2557	95.5
ไตรมาสที่ 4 2557	97.2
ไตรมาสที่ 1 2558	95.7
ไตรมาสที่ 2 2558	91.4
ไตรมาสที่ 3 2558	88.1
ไตรมาสที่ 4 2558	90.9
ไตรมาสที่ 1 2559	90.6
ไตรมาสที่ 2 2559	88.4
ไตรมาสที่ 3 2559	89.7
ตุลาคม 2559	89.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนตุลาคม 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตจำนวนสามรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559 เมื่อนำดัชนีประเภตต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 3 เดือน จากระดับ 53.2 ในเดือนกันยายน มาอยู่ที่ระดับ 52.0 ในเดือนตุลาคม 2559 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน จากระดับ 82.7 เป็นระดับ 81.6 ในเดือนตุลาคม 2559 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน จากระดับ 74.2 เป็น 73.1 ในเดือนตุลาคม 2559

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ตุลาคม 2558	73.4	53.6	81.3
พฤศจิกายน 2558	74.6	54.5	82.6
ธันวาคม 2558	76.1	55.8	84.3
มกราคม 2559	75.5	55.3	83.5
กุมภาพันธ์ 2559	74.7	54.7	82.7
มีนาคม 2559	73.5	53.7	81.5
เมษายน 2559	72.7	53.1	80.5
พฤษภาคม 2559	72.6	51.9	80.9
มิถุนายน 2559	71.6	51.7	79.5
กรกฎาคม 2559	72.5	52.4	80.5
สิงหาคม 2559	73.2	52.3	81.6
กันยายน 2559	74.2	53.2	82.7
ตุลาคม 2559	73.1	52.0	81.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2557	70.1	54.8	74.8
ไตรมาสที่ 2 2557	71.2	55.2	76.3
ไตรมาสที่ 3 2557	79.2	61.2	85.7
ไตรมาสที่ 4 2557	80.2	60.8	87.5
ไตรมาสที่ 1 2558	79.1	59.8	86.4
ไตรมาสที่ 2 2558	75.5	56.9	82.7
ไตรมาสที่ 3 2558	72.6	53.8	79.9
ไตรมาสที่ 4 2558	74.7	54.6	82.7
ไตรมาสที่ 1 2559	74.6	54.6	82.5
ไตรมาสที่ 2 2559	72.3	52.2	80.3
ไตรมาสที่ 3 2559	73.3	52.7	81.6
ตุลาคม 2559	73.1	52.0	81.6

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2559

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เนื่องจากประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันและอนาคตที่ยังปรับตัวดีขึ้นไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับสถานการณ์ราคาพืชผลทางการเกษตรในปัจจุบันและแนวโน้มที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวที่มีราคาต่ำจะส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อในปัจจุบันและอนาคตของประชาชนทั่วประเทศ

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 62.0 87.5.6 และ 89.6 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงทุกรายการเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือนเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกันยายน ที่อยู่ในระดับ 63.4 68.6 และ 90.7 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีเกือบทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 73.1 ในเดือนตุลาคม 2559 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่า สถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง พืชผลทางการเกษตรทรงตัวต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 3 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 53.2 ในเดือนตุลาคม 2559 แสดงว่าผู้บริโภครู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวดีนัก ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตที่ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เช่นเดียวกัน โดยปรับตัวสู่ระดับ 82.7

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวไม่มากนักในไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ เนื่องจากผู้บริโภคยังระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยเพราะมีความกังวลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในปัจจุบันและในอนาคต อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของภาคบริโภคน่าจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในช่วงต้นไตรมาสที่ 1 ของปีหน้าเป็นต้นไป ถ้าสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกคลี่คลายลง และประสิทธิภาพของการใช้จ่ายและลงทุนของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวขึ้นเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2559 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกภูมิภาค โดยเฉพาะ กทม.และปริมณฑล ตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคตะวันออกที่ปรับตัวลดลงมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.7	47.4	49.1	49.5	47.4	51.7	50.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	75.3	72.3	78.9	77.8	72.6	80.0	77.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	55.2	54.2	53.1	56.5	50.0	62.6	57.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.8	79.6	79.6	78.8	78.5	83.7	78.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.6	90.6	88.8	90.4	88.8	86.4	90.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	62.0	59.9	64.0	63.7	60.0	65.9	64.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	67.5	66.9	66.4	67.7	64.3	73.2	68.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.1	72.5	73.1	73.9	71.0	75.1	74.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกันยายน 2559	-1.2	-1.3	-0.9	-1.2	-1.0	-1.0	-1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.0	50.8	51.1	53.0	48.7	57.2	53.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.6	80.8	82.4	82.3	80.0	83.4	82.3

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.1	49.0	50.2	50.7	48.7	52.8	51.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	76.6	73.6	79.8	79	73.7	81.2	78.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	56.3	55.6	53.9	57.6	50.9	63.4	58.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	80.8	80.8	80.5	79.9	79.4	84.6	79.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	90.7	91.9	89.6	91.6	89.8	87.4	91.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	63.4	61.3	65.0	64.9	61.2	67.0	65.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.6	68.2	67.2	68.8	65.2	74.0	68.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.2	73.8	73.9	75.1	72.1	76.1	75.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนสิงหาคม 2559	1.0	1.2	0.9	0.6	1.0	0.8	1.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.2	52.3	52.1	54.2	49.8	58.1	54.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	82.7	82.1	83.3	83.5	81.0	84.4	83.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.1	47.9	49.4	50.2	47.8	52	50.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	75.3	72.1	78.7	78.3	72.6	80.2	77.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	55.5	54.6	53.4	57.2	50.2	62.9	57.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.7	79.6	79.7	79.2	78.3	83.7	78.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.7	90.8	88.6	90.8	88.7	86.5	90.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	62.2	60.0	64.1	64.3	60.2	66.1	63.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	67.6	67.1	66.6	68.2	64.3	73.3	67.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.2	72.6	73.1	74.4	71.1	75.3	73.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.3	51.3	51.4	53.7	49.0	57.5	53.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.6	80.8	82.3	82.8	79.9	83.5	81.9

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย