



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

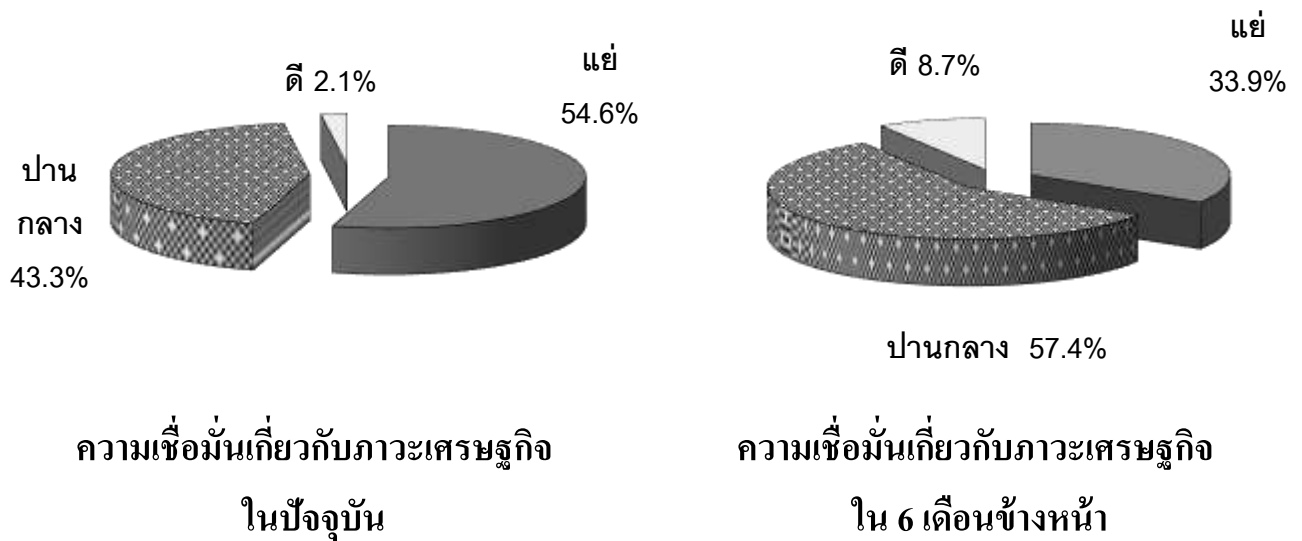
UTCC's Consumer Index

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

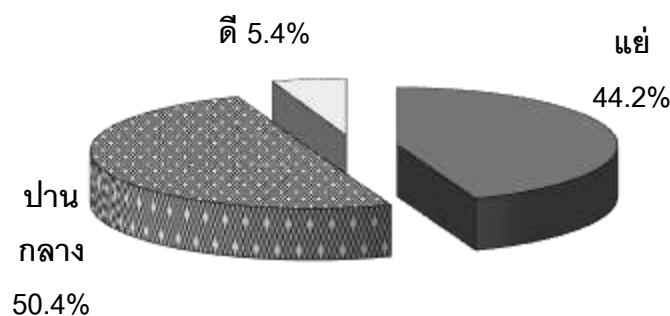
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนพฤศจิกายน 2559

ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



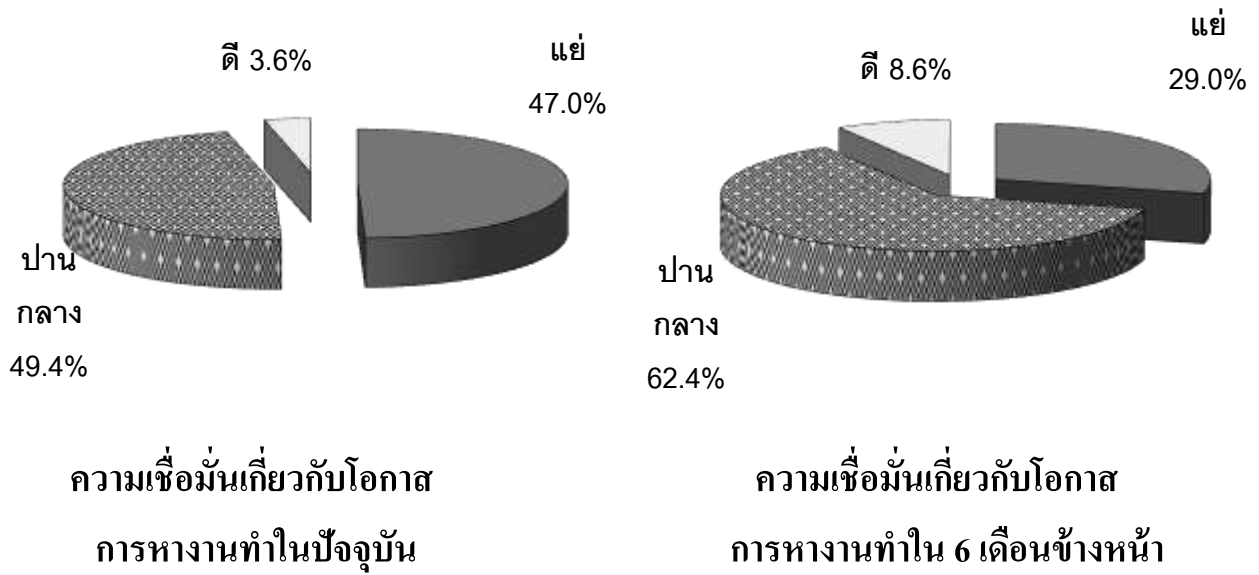
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



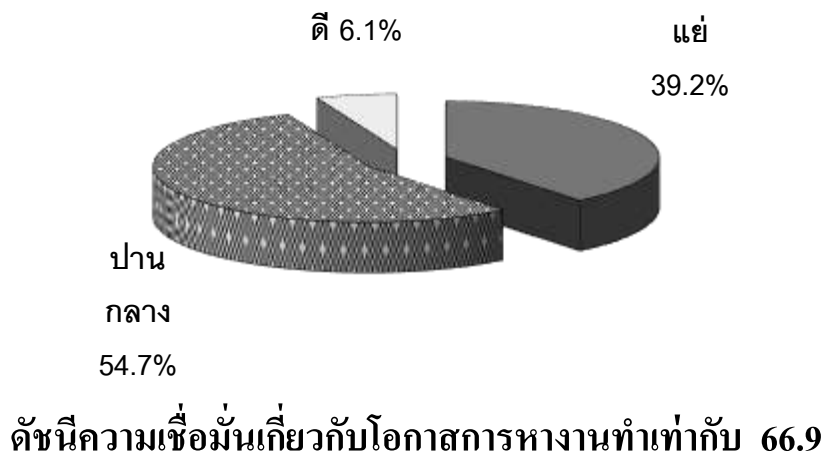
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 61.2

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

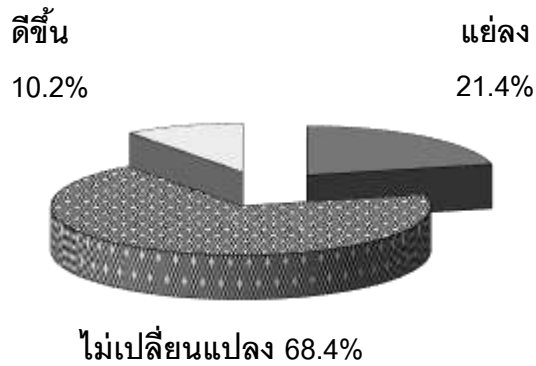


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 88.8

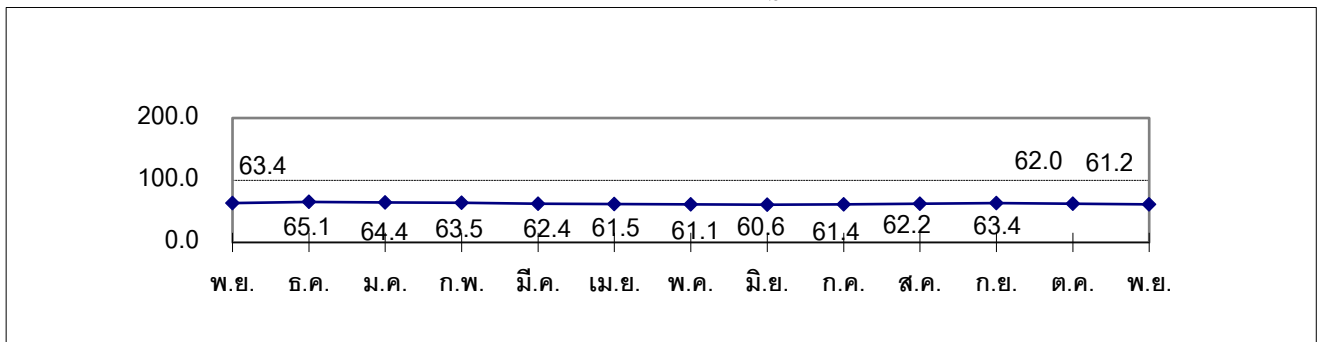
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน 2559

รายการ	ตุลาคม 2559			พฤศจิกายน 2559		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.9	44.9	53.2	2.1	43.3	54.6
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	8.2	58.9	32.9	8.7	57.4	33.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.1	49.0	47.9	3.6	47.0	49.4
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	8.3	63.3	28.4	8.6	62.4	29.0
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	10.7	68.3	21.0	10.2	68.4	21.4
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	5.1	51.9	43.0	5.4	50.4	44.2
7. โอกาสในการหางานรวม	5.7	56.2	38.1	6.1	54.7	39.2

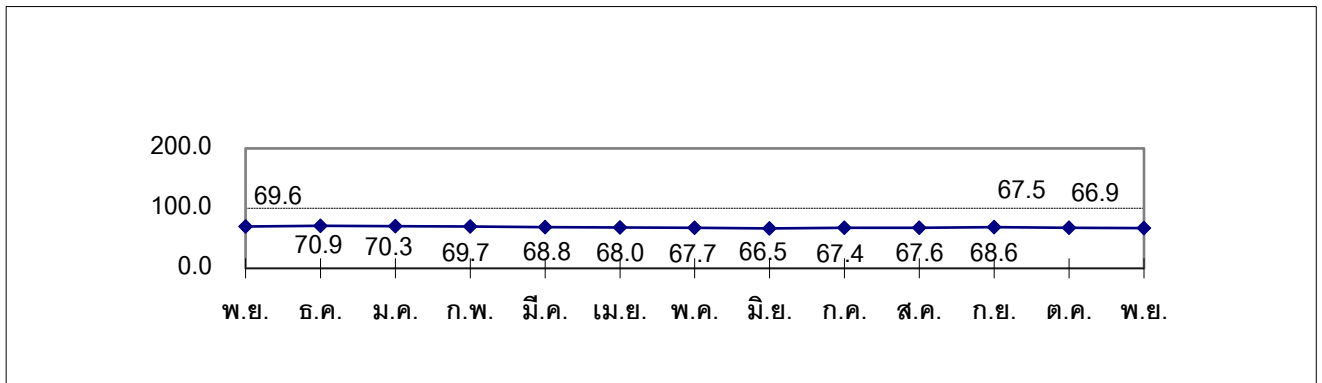
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2559

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	60.6	61.4	62.2	63.4	62.0	61.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	66.5	67.4	67.6	68.6	67.5	66.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	87.6	88.7	89.7	90.7	89.6	88.8

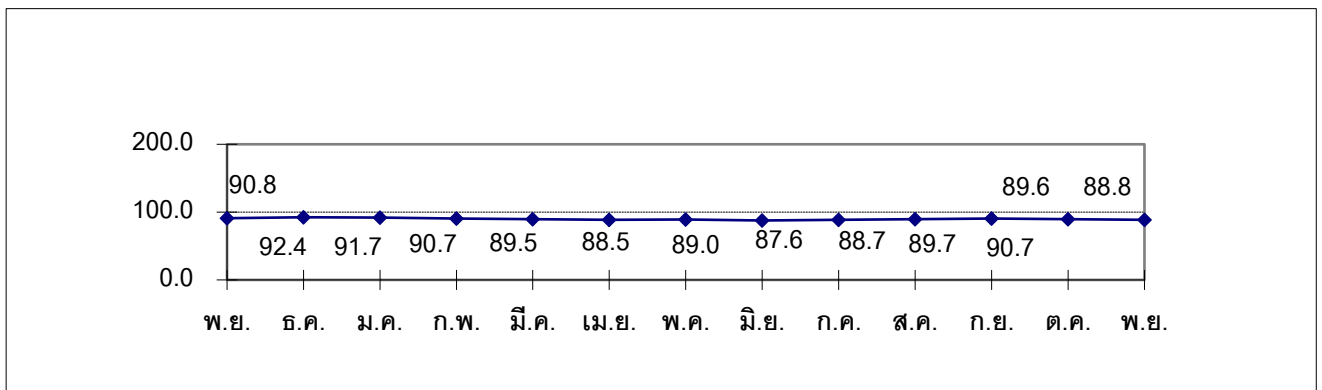
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



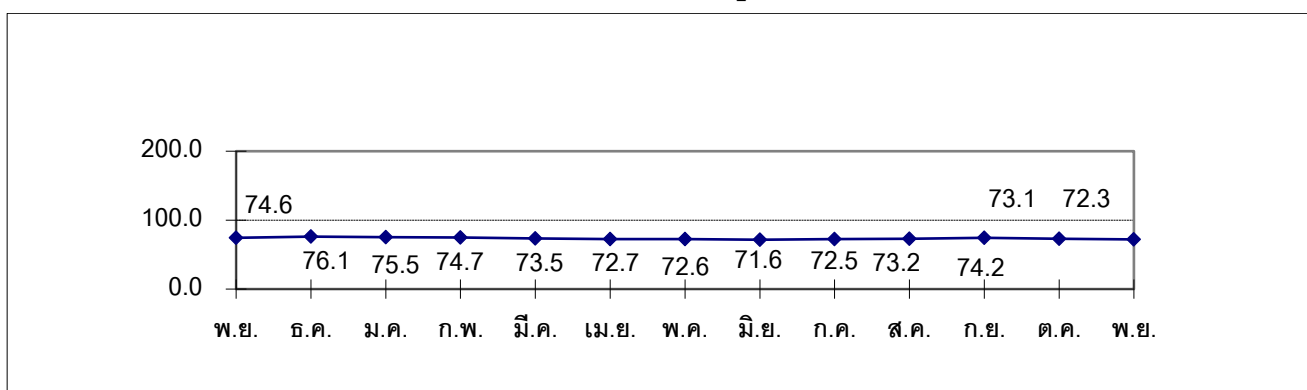
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



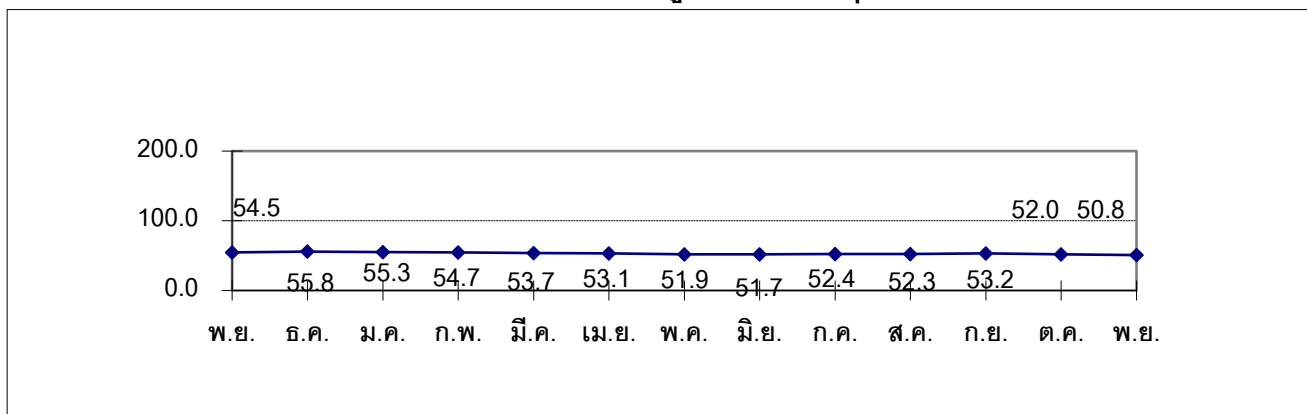
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2559

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	71.6	72.5	73.2	74.2	73.1	72.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.7	52.4	52.3	53.2	52.0	50.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	79.5	80.5	81.6	82.7	81.6	81.1

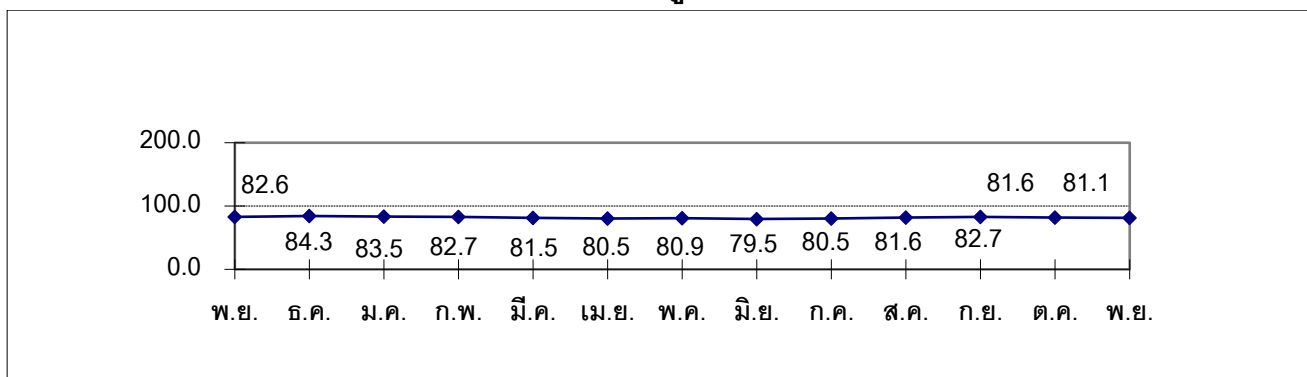
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 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 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559

ในเดือนพฤศจิกายน 2559 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยว่า เศรษฐกิจไทยไตรมาส 3/2559 ขยายตัว 3.2% เทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อนหน้าที่ขยายตัว 2.9% เนื่องจากการใช้จ่ายภาคครัวเรือนและการลงทุนภาครัฐขยายตัวดีต่อเนื่อง ขณะที่มูลค่าการส่งออกกลับมาขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 7 ไตรมาส การผลิตภาคการเกษตรปรับตัวเพิ่มขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 8 ไตรมาส โดยรายได้เกษตรกรเพิ่มขึ้นติดต่อกัน 2 ไตรมาส
2. รัฐบาลมีนโยบายในการดูแลราคาข้าวให้ปรับตัวสูงขึ้นและจะดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยในช่วงปลายปี
3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.50% ต่อปี เนื่องจากเห็นว่า การรักษาขีดความสามารถในการดำเนินนโยบาย (policy space) ยังมีความสำคัญ เพราะในระยะข้างหน้าเศรษฐกิจไทยยังจะต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนเพิ่มขึ้น ทั้งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังเปราะบาง และความไม่แน่นอนของทิศทางการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจและนโยบายการเงินของประเทศเศรษฐกิจหลักที่จะส่งผลให้เงินทุนเคลื่อนย้ายและอัตราแลกเปลี่ยนผันผวนมาก
4. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊ส โซฮอล ออกเทน 91 (E10) และแก๊ส โซฮอล ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 0.10 และ 0.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.58 และ 25.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 25.48 และ 25.75 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือน

พฤศจิกายน 2559 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกันประมาณ 0.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 24.59 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559 มาอยู่ที่ระดับ 24.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2559

5. SET Index ในเดือนพฤศจิกายน 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 14.52 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,495.72 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559 เป็น 1,510.24 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2559

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 35.060 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2559 เป็น 35.328 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2559 ซึ่งจะเป็นผลดีต่อภาคการส่งออกและการท่องเที่ยวของไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤศจิกายน 2559 ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยว่า เศรษฐกิจไทย (GDP) ปี 2559 จะขยายตัวได้ 3.2% ปรับลง 0.1% จากที่คาดว่าจะขยายตัว 3.0-3.5% หรือเฉลี่ย 3.3% โดยปัจจัยที่ทำให้ปรับคาดการณ์ลดลง เนื่องจากในไตรมาส 4 ด้านการท่องเที่ยวอาจมีผลกระทบบ้าง จากความไม่ชัดเจนในแนวทางการปฏิบัติตัวของนักท่องเที่ยว ในช่วงการไว้ทุกข์ 1 เดือนแรก และนโยบายการปราบปรามทัวร์ศูนย์เหรียญ ขณะที่การส่งออกตลอดทั้งปีนี้ คาดว่าจะไม่มีการขยายตัว โดยอยู่ที่ 0.0% จากเดิมที่คาดว่าจะติดลบ 1.9% นอกจากนี้ คาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ปี 2560 จะขยายตัว 3.0-4.0%

2. การส่งออกของไทยในเดือนตุลาคม 2559 มีมูลค่า 17,783.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.22 เป็นการกลับมาติดลบอีกครั้งในรอบ 2 เดือน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 17,534.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.50 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 248.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 10 เดือนของปี 2559 ส่งออกได้รวม 178,250.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.02 และมีการนำเข้ารวม 160,073.03 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.93 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 18,177.80 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

3. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายชนิดยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำในมุมมองของเกษตรกร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และผลผลิตบางชนิด เช่น ข้าว จากฝนตกที่หนักและมีความชื้นที่สูง ทำให้ราคาข้าวปรับตัวลดลง ส่งผลให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

4. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำท่วมในบางพื้นที่ อาจส่งผลกระทบต่อการค้าเดินชีวิต การท่องเที่ยว ผลผลิตทางการเกษตร และโอกาสในการทำธุรกิจ

6. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบในเชิงลบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันและอนาคตที่ยังปรับตัวดีขึ้นไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับสถานการณ์ราคาพืชผลทางการเกษตรในปัจจุบันและแนวโน้มที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวที่มีราคาต่ำจะส่งผลต่ออำนาจซื้อในปัจจุบันและอนาคตของประชาชนทั่วประเทศ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 62.0 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 61.2 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2559 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.4% 50.4% และ 44.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.1% 51.9% และ 43.0% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการส่งออกกับเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากเดือนตุลาคม ที่อยู่ที่ 48.7 สู่ระดับ 47.5 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 43.3% และ 54.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 44.9% และ 53.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤศจิกายน 2559 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 75.3 มาอยู่ที่ระดับ 74.9 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.7% 57.4% และ 33.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.2% 58.9% และ 32.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2559	61.2	47.5	74.9

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
ต.ค. – พ.ย. 2559	61.6	48.1	75.1

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากระดับ 67.5 สู่ระดับ 66.9 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 54.7% และ 39.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.7% 56.2% และ 38.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ได้ดีตามภาวะเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤศจิกายน 2559 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 55.2 สู่ระดับ 54.1 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.6% 47.0% และ 49.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.1% 49.0% และ 47.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีปรับตัวลดลงจาก 79.8 เป็น 79.6 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 62.4% และ 29.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.3% 63.3% และ 28.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2559	66.9	54.1	79.6

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
ต.ค. – พ.ย. 2559	67.2	54.7	79.7

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤศจิกายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 89.6 สู่ระดับ 88.8 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวลดลง ไม่เปลี่ยนแปลง และแ่ลง ประมาณ 10.2% 68.4% และ 21.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแ่ลง ประมาณ 10.7% 68.3% และ 21.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 78.6% ต่ำกว่าเดือนที่ผ่านมาเล็กน้อยซึ่งอยู่ที่ 79.0% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น แต่ยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามาก ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2559	88.8

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
ต.ค. – พ.ย. 2559	89.2

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559 เมื่อนำดัชนีประเภตต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 52.0 ในเดือนตุลาคม มาอยู่ที่ระดับ 50.8 ในเดือนพฤศจิกายน 2559 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 81.6 เป็นระดับ 81.1 ในเดือนพฤศจิกายน 2559 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 73.1 เป็น 72.3 ในเดือนพฤศจิกายน 2559

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2559	72.3	50.8	81.1

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
ต.ค. – พ.ย. 2559	72.7	51.4	81.3

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2559

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากประชาชนมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันและอนาคตที่ยังปรับตัวดีขึ้นไม่มากเท่าที่ควร ประกอบกับสถานการณ์ราคาพืชผลทางการเกษตรในปัจจุบันและแนวโน้มที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวที่มีราคาต่ำจะส่งผลกระทบต่ออำนาจซื้อในปัจจุบันและอนาคตของประชาชนทั่วประเทศ

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 61.2 66.9 และ 88.8 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนตุลาคม ที่อยู่ในระดับ 62.0 67.5 และ 89.6 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวลดลงของดัชนีเกือบทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยอยู่ที่ระดับ 72.3 ในเดือนพฤศจิกายน 2559 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง พืชผลทางการเกษตรทรงตัวต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 3 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 50.8 ในเดือนพฤศจิกายน 2559 แสดงว่าผู้บริโภครู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวดีนัก ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตที่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เช่นเดียวกัน โดยปรับตัวสู่ระดับ 81.1

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวไม่มากนักในไตรมาสสุดท้ายของปีนี้ เนื่องจากผู้บริโภคยังระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยเพราะมีความกังวลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในปัจจุบันและในอนาคต อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของภาคบริโภคน่าจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 1 ของปีหน้าเป็นต้นไป ถ้าสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกคลี่คลายลง และประสิทธิภาพของการใช้จ่ายและลงทุนของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวขึ้นเป็นรูปธรรมอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2559 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกภูมิภาคโดยเฉพาะภาคกลาง กทม. และปริมณฑลและ ตะวันออกเฉียงเหนือที่ปรับตัวลดลงมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	47.5	46.3	48.3	48.3	45.9	50.9	49.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	74.9	71.6	79.4	77.3	71.8	80.3	77
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	54.1	52.9	52.6	55.4	48.3	62.1	55.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.6	79.2	80.1	78.5	77.8	84.1	78.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	88.8	89.7	88.3	89.5	87.7	85.8	89.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	61.2	59.0	63.9	62.8	58.9	65.6	63.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	66.9	66.1	66.4	67.0	63.1	73.1	67.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	72.3	71.6	72.8	73.1	69.9	74.8	73.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนตุลาคม 2559	-0.8	-0.9	-0.2	-0.8	-1.1	-0.3	-0.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	50.8	49.6	50.5	51.9	47.1	56.5	52.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.1	80.2	82.6	81.8	79.1	83.4	81.7

ตารางที่ 9 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 10 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
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย