



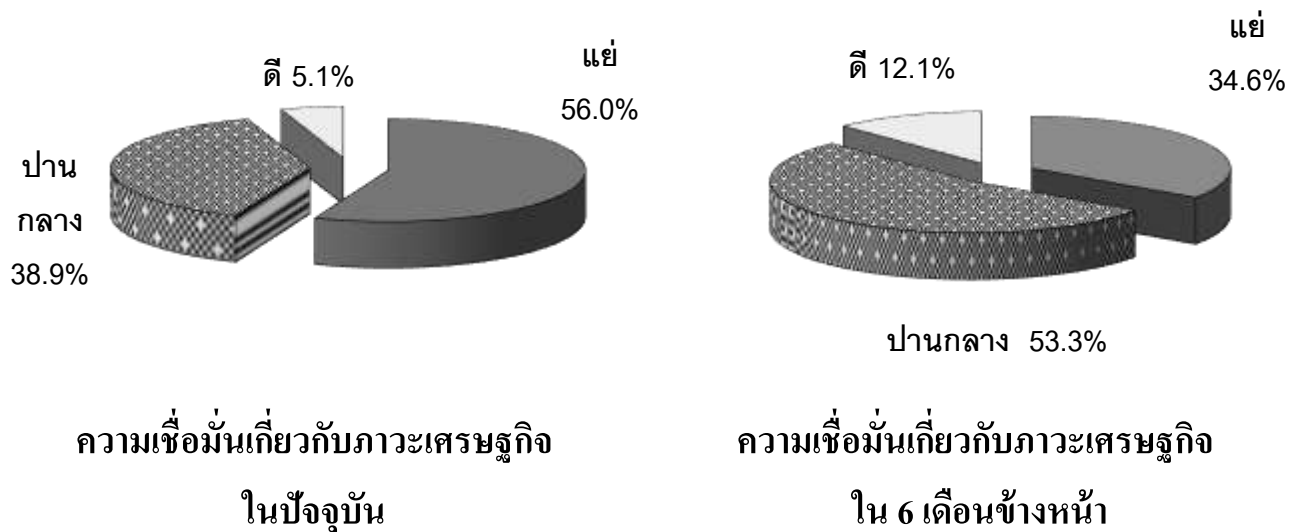
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

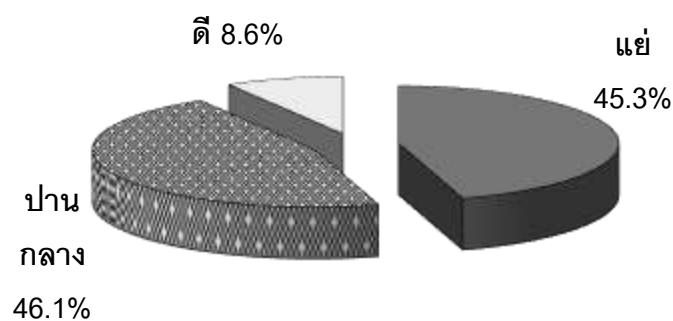
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมิถุนายน 2560
ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



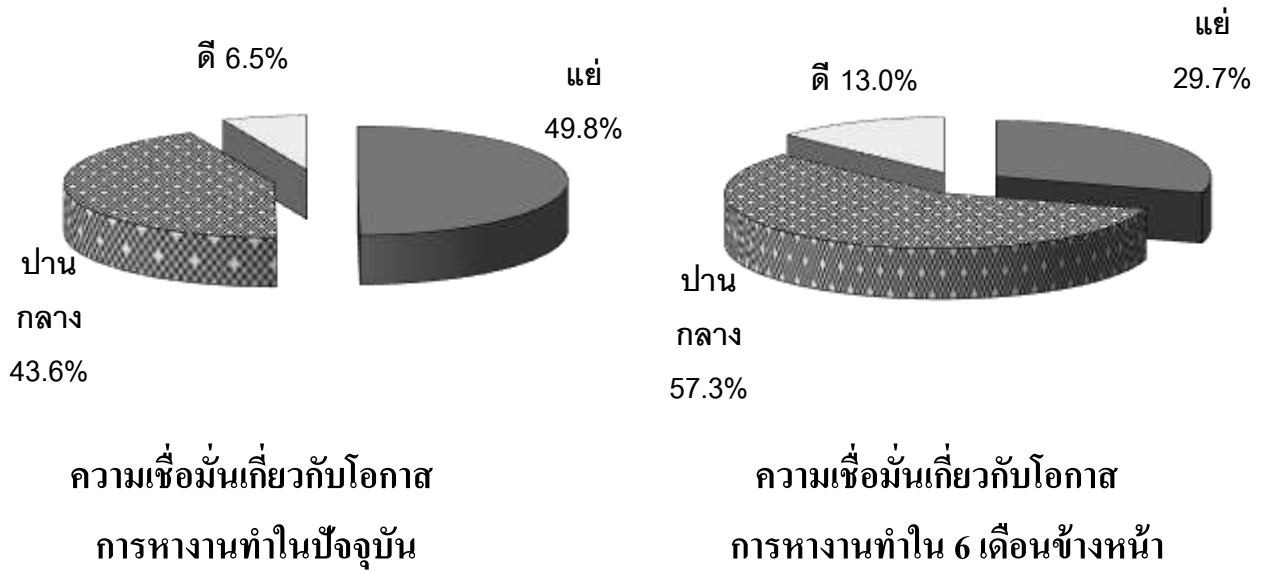
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



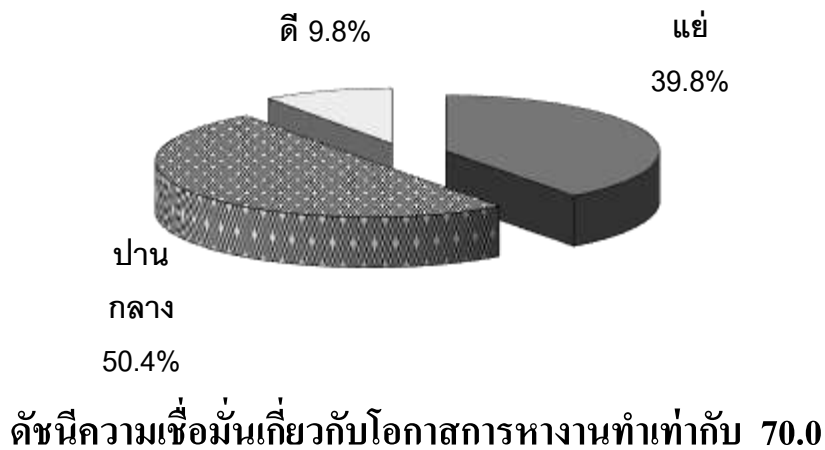
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 63.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

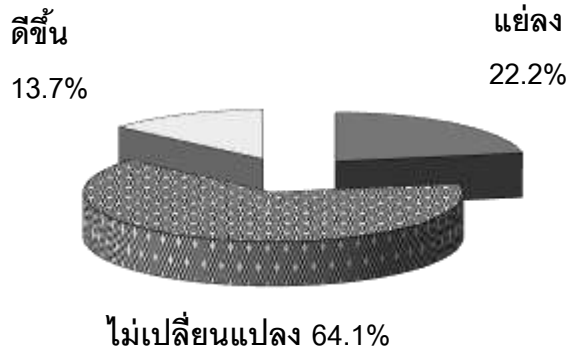


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 91.5

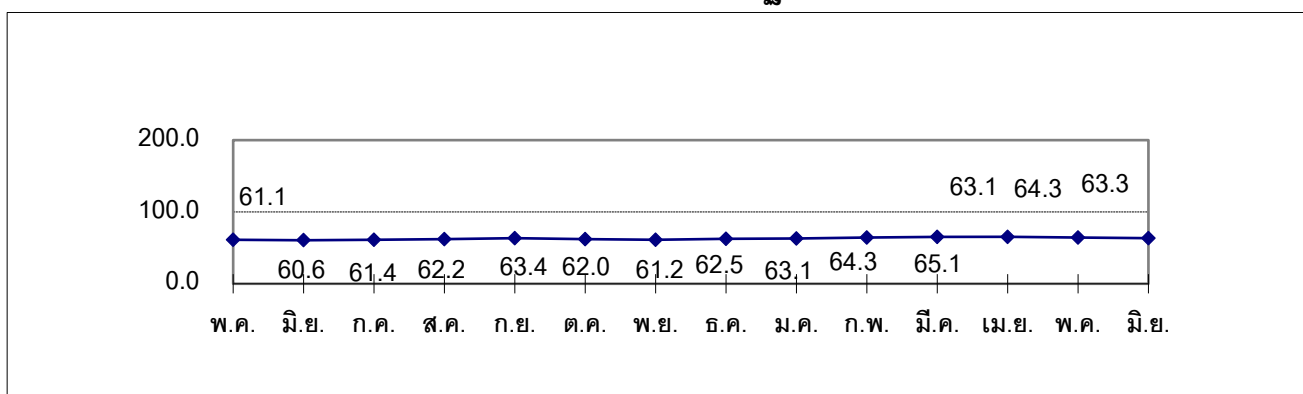
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน 2560

รายการ	พฤษภาคม 2560			มิถุนายน 2560		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.5	40.9	54.6	5.1	38.9	56.0
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	11.6	55.5	32.9	12.1	53.3	34.6
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	6.2	45.0	48.8	6.5	43.6	49.8
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	12.7	58.9	28.4	13.0	57.3	29.7
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	13.3	66.1	20.6	13.7	64.1	22.2
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	8.1	48.2	43.7	8.6	46.1	45.3
7. โอกาสในการหางานรวม	9.5	51.9	38.6	9.8	50.4	39.8

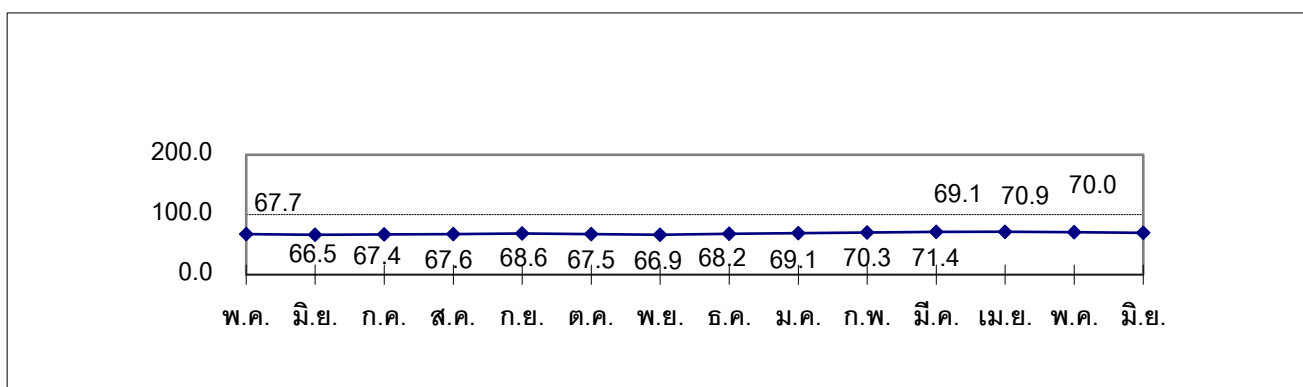
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2560

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	63.1	64.3	65.1	65.4	64.3	63.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	69.1	70.3	71.4	71.6	70.9	70.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	91.2	92.8	93.8	94.0	92.7	91.5

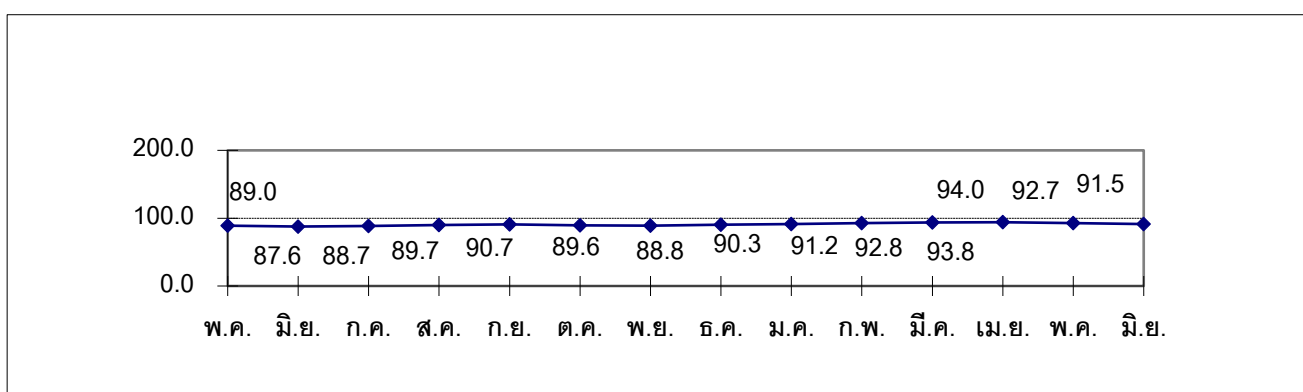
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



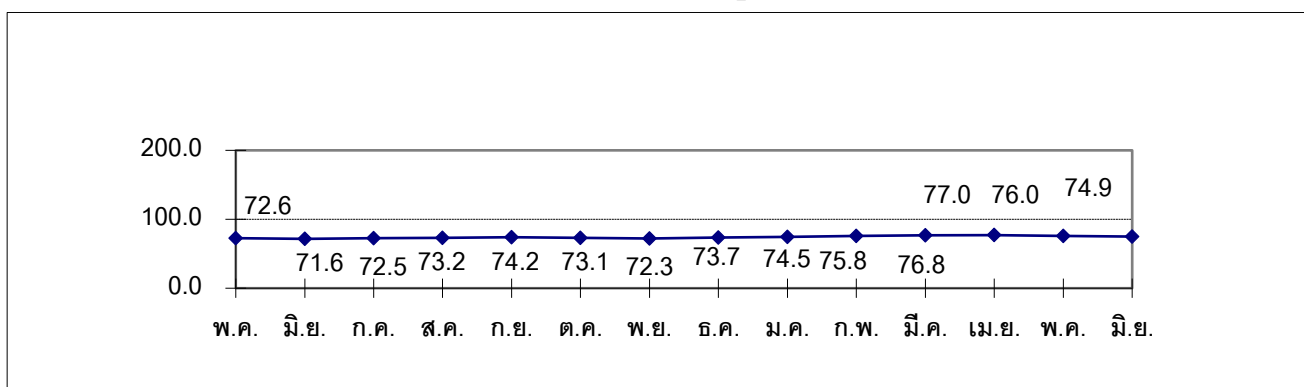
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



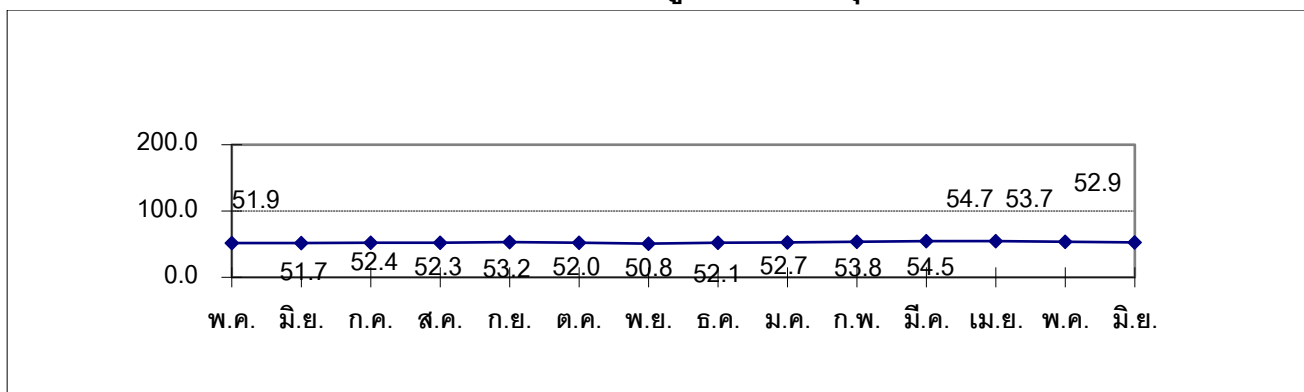
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2560

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.5	75.8	76.8	77.0	76.0	74.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.7	53.8	54.5	54.7	53.7	52.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	83.5	84.8	85.9	86.3	85.3	84.1

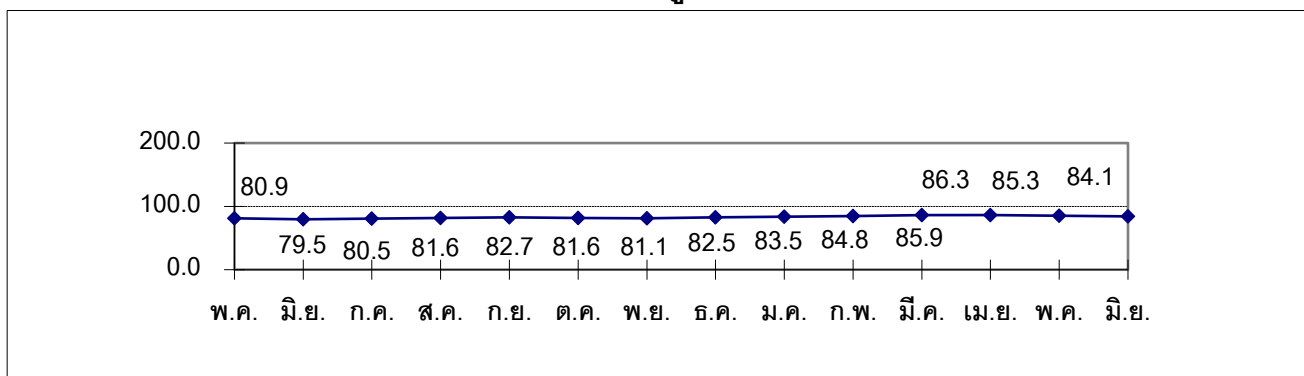
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,251 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.9 และ 50.1 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560

ในเดือนมิถุนายน 2560 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การส่งออกของไทยในเดือนพฤษภาคม 2560 มีมูลค่า 19,944.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.70 เป็นการขยายตัวสูงสุดในรอบ 52 เดือน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,000.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.35 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 944.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 5 เดือนแรกปี 2560 ส่งออกได้รวม 93,264.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.02 และมีการนำเข้ารวม 88,211.31 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.25 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 5,053.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.80 และ 1.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 26.58 และ 26.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2560 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 24.78 และ 25.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2560 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกันประมาณ 1.60 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.09 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2560 มาอยู่ที่ระดับ 23.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2560
3. SET Index ในเดือนมิถุนายน 2560 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 13.08 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,561.66 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2560 เป็น 1,574.74 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2560

4. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 34.452 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2560 เป็น 33.999 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2560 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมิถุนายน 2560 ได้แก่

1. ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น และหลายรายการมีราคาปรับลดลงในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว

2. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการใช้จ่ายในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

3. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก รวมถึงการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจของนายโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีสหรัฐฯ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2560

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น และหลายรายการมีราคาปรับลดลงในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการใช้จ่ายยังไม่ฟื้นตัวดีขึ้นมากนัก ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจึงปรับตัวลดลงต่อเนื่องในเดือนนี้ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน จากระดับ 64.3 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 63.3 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2560 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 46.1% และ 45.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.1% 48.2% และ 43.7% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากเดือนพฤษภาคม 2560 ที่อยู่ที่ 50.0 สู้อันดับ 49.0 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.1% 38.9% และ 56.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคมผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.5% 40.9% และ 54.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมิถุนายน 2560 ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 78.7 มาอยู่ที่ระดับ 77.6 โดยในเดือนมิถุนายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.1% 53.3% และ 34.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคมผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.6% 55.5% และ 32.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ธันวาคม 2559	62.5	48.8	76.2
มกราคม 2560	63.1	49.2	77.1
กุมภาพันธ์ 2560	64.3	50.2	78.3
มีนาคม 2560	65.1	50.7	79.5
เมษายน 2560	65.4	51.0	79.8
พฤษภาคม 2560	64.3	50.0	78.7
มิถุนายน 2560	63.3	49.0	77.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
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

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากระดับ 70.9 สู่ระดับ 70.0 โดยในเดือนมิถุนายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.8% 50.4% และ 39.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.5% 51.9% และ 38.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีดังที่มากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมิถุนายน 2560 ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 57.4 สู่ระดับ 56.7 โดยในเดือนมิถุนายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.5% 43.6% และ 49.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.2% 45.0% และ 48.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีปรับตัวลดลงจาก 84.3 เป็น 83.3 โดยในเดือนมิถุนายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.0% 57.3% และ 29.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.7% 58.9% และ 28.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ธันวาคม 2559	68.2	55.5	81.0
มกราคม 2560	69.1	56.3	82.0
กุมภาพันธ์ 2560	70.3	57.3	83.4
มีนาคม 2560	71.4	58.2	84.6
เมษายน 2560	71.6	58.3	84.9
พฤษภาคม 2560	70.9	57.4	84.3
มิถุนายน 2560	70.0	56.7	83.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
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

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมิถุนายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน จากระดับ 92.7 สู่ระดับ 91.5 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 13.7% 64.1% และ 22.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 13.3% 66.1% และ 20.6% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 77.8% ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ 79.4% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น แต่ยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามาก ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
มิถุนายน 2559	87.6
กรกฎาคม 2559	88.7
สิงหาคม 2559	89.7
กันยายน 2559	90.7
ตุลาคม 2559	89.6
พฤศจิกายน 2559	88.8
ธันวาคม 2559	90.3
มกราคม 2560	91.2
กุมภาพันธ์ 2560	92.8
มีนาคม 2560	93.8
เมษายน 2560	94.0
พฤษภาคม 2560	92.7
มิถุนายน 2560	91.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 4 2559	89.6
ไตรมาสที่ 1 2560	92.6
ไตรมาสที่ 2 2560	92.7

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมิถุนายน 2560

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน จากระดับ 53.7 ในเดือนพฤษภาคมมาอยู่ที่ระดับ 52.9 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน จากระดับ 85.3 เป็นระดับ 84.1 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน จากระดับ 76.0 เป็น 74.9 ในเดือนมิถุนายน 2560

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ธันวาคม 2559	73.7	52.1	82.5
มกราคม 2560	74.5	52.7	83.5
กุมภาพันธ์ 2560	75.8	53.8	84.8
มีนาคม 2560	76.8	54.5	85.9
เมษายน 2560	77.0	54.7	86.3
พฤษภาคม 2560	76.0	53.7	85.3
มิถุนายน 2560	74.9	52.9	84.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
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

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2560

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น และหลายรายการมีราคาปรับลดลงในช่วง 2-3 เดือนที่ผ่านมา ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเศรษฐกิจไทยยังไม่ฟื้นตัวดีขึ้นมากนัก

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 63.3 70.0 และ 91.5 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนพฤษภาคม 2560 ที่อยู่ในระดับ 64.3 70.9 และ 92.7 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 74.9 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะราคาข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 52.9 แสดงว่าผู้บริโภครู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวขึ้น ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน เช่นเดียวกัน โดยปรับตัวสู่ระดับ 84.1 ซึ่งสะท้อนว่าผู้บริโภคยังเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ ในอนาคต

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ เป็นการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือน ซึ่งเป็นการปรับตัวที่เกิดขึ้นจากราคาพืชผลทางการเกษตรที่สำคัญหลายรายการทรงตัวอยู่ในระดับต่ำได้แก่ ข้าว ยางพารา ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง และปาล์มน้ำมัน ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดทั่วประเทศซบเซา ดังนั้น รัฐบาลควรเร่งกระตุ้นการใช้จ่ายของภาครัฐ และเร่งรัดการลงทุนของภาครัฐให้เกิดขึ้นเป็นรูปธรรมครอบคลุมทั่วประเทศ เพื่อเพิ่มกำลังซื้อให้กับประชาชนทั่วประเทศจะช่วยให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการใช้จ่ายของภาคประชาชนปรับตัวขึ้นได้อย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งปีหลังของปีนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2560 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลง โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันออก และภาคกลาง ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.0	48.3	49	48.8	47.6	50.6	51.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	77.6	74.4	81.3	79.6	74.7	80.7	82.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	56.7	55.9	55	58.1	50.7	62.7	59.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	83.3	83.6	83.2	81.8	81	86.2	83.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	91.5	92.7	91.1	92	89.9	86.9	94
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	63.3	61.4	65.2	64.2	61.2	65.7	66.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	70.0	69.8	69.1	70.0	65.9	74.5	71.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.9	74.6	75.1	75.4	72.3	75.7	77.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤษภาคม 2560	-1.1	-1.1	-1.0	-0.8	-1.1	-1.0	-1.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.9	52.1	52.0	53.5	49.2	56.7	55.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.1	83.6	85.2	84.5	81.9	84.6	86.4

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.0	49.3	50.1	49.6	48.6	51.6	52.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	78.7	75.7	82.4	80.6	75.8	81.7	83.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.4	56.6	55.7	58.6	51.6	63.5	60.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	84.3	84.6	84.0	82.4	82.1	87.2	84.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	92.7	94	92.3	92.9	91.1	87.9	95.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	64.3	62.5	66.3	65.1	62.2	66.7	68.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	70.9	70.6	69.9	70.5	66.9	75.4	72.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	76.0	75.7	76.1	76.2	73.4	76.6	78.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนเมษายน 2560	-1.0	-1.3	-0.9	-0.9	-1.1	-0.9	-0.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.7	53.0	52.9	54.1	50.1	57.6	56.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.3	84.8	86.2	85.3	83.0	85.6	87.7

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	51.0	50.7	51	50.6	49.3	52.3	53
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	79.8	77.2	83.2	81.4	76.9	82.7	83.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.3	57.9	56.5	59.4	52.7	64.3	60.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	84.9	85.3	84.5	82.9	82.7	87.7	85
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	94.0	95.6	93.4	94.1	92.5	89.1	95.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	65.4	64.0	67.1	66.0	63.1	67.5	68.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	71.6	71.6	70.5	71.2	67.7	76.0	72.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	77.0	77.1	77.0	77.1	74.4	77.5	79.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.7	54.3	53.8	55.0	51.0	58.3	56.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	86.3	86.0	87.0	86.1	84.0	86.5	88.2

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย