

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2557

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,252 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 50.1 และ 49.9 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557

ในเดือนกันยายน 2557 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี แถลงนโยบายของรัฐบาลต่อสภานิติบัญญัติแห่งชาติ (สนช.) โดยระบุว่า มีการกิจหลัก 3 การกิจ คือ การบริหารราชการแผ่นดิน การปฏิรูป และการส่งเสริมความสามัคคี ซึ่งในทางจิตวิทยาอาจเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อประชาชน และนักลงทุนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 2.0% ต่อปี เนื่องจากประเมินว่า นโยบายการเงินที่ผ่อนปรนในปัจจุบันยังมีความจำเป็นต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ยังอยู่ในระยะเริ่มแรก โดยไม่ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านเสถียรภาพการเงิน
3. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศยังคงอยู่ในระดับทรงตัว โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ยังคงอยู่ในระดับทรงตัวจากเดือนที่ผ่าน อยู่ทีระดับ 37.80 และ 35.78 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2557 ตามลำดับ ขณะที่ระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงอยู่ในระดับทรงตัวจากเดือนที่ผ่านเช่นกัน อยู่ทีระดับ 29.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2557
4. SET Index ในเดือนกันยายน 2557 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 24.04 จุด โดยปรับเพิ่มขึ้นจาก 1,561.63 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2557 เป็น 1,585.67 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน 2557

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกันยายน 2557 ได้แก่

1. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ยังคงคาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยปี 2557 ที่ 1.5% เท่ากับประมาณการครั้งก่อน โดยฟื้นตัวต่อเนื่องตามการใช้ภายในประเทศที่ปรับดีขึ้นมากกว่าที่คาดไว้ แต่ถูกหักล้างลงด้วยการส่งออกและการท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มฟื้นตัวช้ากว่าที่ประเมินไว้เดิม และคาดการณ์การเติบโตของเศรษฐกิจไทยในปี 2558 จะขยายตัวต่ำกว่าประมาณการเดิม โดยคาดว่าปี 2558 GDP จะขยายตัวที่ 4.8% จากก่อนหน้านี้คาดว่าจะขยายตัว 5.5%
2. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) จึงปรับลดคาดการณ์ GDP ทั้งปี 2557 เหลือเติบโตในช่วง 1.6-2.0% จากเดิมที่เคยคาดว่าจะเติบโตได้ 1.5-2.5% เนื่องจากการส่งออกยังไม่ฟื้นตัวได้ด้อยกว่าที่คาดหวัง
3. ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเฉพาะข้าว ยางพารา และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกร ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่สูงมากนัก
4. การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2557 มีมูลค่า 18,943.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 7.4 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 17,797.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 14.2 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,146.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 8 เดือนของปี 2557 ส่งออกได้รวม 150,543.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.4 และมีการนำเข้ารวม 150,263.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 12.7 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 280.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งเป็นการกลับมาเกินดุลอีกครั้งหลังจากที่มีการหุดตัดในเดือนก่อนหน้านี้
5. เงินบาทปรับปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 32.009 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2557 เป็น 32.189 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2557 ซึ่งก็สะท้อนถึงมีเงินตราต่างประเทศไหลออกสุทธิ ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ยังไม่ฟื้นตัว
6. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่ผู้บริโภครู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
7. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเงินบาทต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2557

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการและเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นและเริ่มมีสัญญาณชะลอตัวลง อันเป็นผลมาจากราคาพืชผลทางการเกษตรยังทรงตัวต่ำโดยเฉพาะยางพาราและข้าว นอกจากนี้การส่งออกและการท่องเที่ยวที่ยังไม่ฟื้นตัวส่งผลให้ผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับรายได้ของผู้บริโภคในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา โดยลดลงจากระดับ 70.1 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 69.2 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2557 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.2% 56.8% และ 37.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.6% 56.9% และ 36.5% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยไม่สูงนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับ ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวไม่ชัดเจน

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากเดือนสิงหาคม ที่อยู่ที่ 59.5 สู่ระดับ 58.6 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 52.0% และ 44.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.6% 52.4% และ 44.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่คึกคัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกันยายน 2557 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน จากระดับ 80.7 มาอยู่ที่ระดับ 79.8 โดยในเดือนกันยายน 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.1% 61.6% และ 29.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.6% 61.4% และ 29.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กันยายน 2556	67.9	59.6	76.3
ตุลาคม 2556	66.6	58.6	74.7
พฤศจิกายน 2556	65.0	57.4	72.7
ธันวาคม 2556	63.2	55.4	71.1
มกราคม 2557	61.4	53.8	69.0
กุมภาพันธ์ 2557	59.7	52.2	67.3
มีนาคม 2557	58.7	51.5	66.0
เมษายน 2557	57.7	50.4	64.9
พฤษภาคม 2557	60.7	52.3	69.0
มิถุนายน 2557	65.3	55.8	74.7
กรกฎาคม 2557	68.5	58.2	78.8
สิงหาคม 2557	70.1	59.5	80.7
กันยายน 2557	69.2	58.6	79.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2554	69.6	59.7	79.5
ไตรมาสที่ 4 2554	62.3	51.6	73.0
ไตรมาสที่ 1 2555	65.3	53.5	77.1
ไตรมาสที่ 2 2555	67.7	55.9	79.6
ไตรมาสที่ 3 2555	67.9	58.2	77.7
ไตรมาสที่ 4 2555	69.4	59.9	78.8
ไตรมาสที่ 1 2556	73.8	64.1	83.5
ไตรมาสที่ 2 2556	72.9	63.7	82.0
ไตรมาสที่ 3 2556	69.3	60.8	77.9
ไตรมาสที่ 4 2556	65.0	57.1	72.8
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

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน จากระดับ 73.6 สู่ระดับ 72.9 โดยในเดือนกันยายน 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.4% 58.0% และ 34.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.8% 58.1% และ 34.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกันยายน 2557 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน จาก 64.5 สู่ระดับ 63.6 โดยในเดือนกันยายน 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 55.3% และ 40.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.6% 55.3% และ 40.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยกำลังปรับตัวเปลี่ยนแปลงตามภาวะเศรษฐกิจ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน จาก 82.7 เป็น 82.1 โดยในเดือนกันยายน 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.7% 60.7% และ 28.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.0% 60.8% และ 28.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กันยายน 2556	70.6	63.0	78.2
ตุลาคม 2556	69.4	62.0	76.8
พฤศจิกายน 2556	68.2	61.1	75.3
ธันวาคม 2556	66.7	59.5	73.9
มกราคม 2557	65.1	58.2	72.0
กุมภาพันธ์ 2557	63.6	56.9	70.4
มีนาคม 2557	62.9	56.4	69.4
เมษายน 2557	61.9	55.6	68.1
พฤษภาคม 2557	64.2	57.1	71.2
มิถุนายน 2557	68.1	60.0	76.1
กรกฎาคม 2557	71.7	62.7	80.6
สิงหาคม 2557	73.6	64.5	82.7
กันยายน 2557	72.9	63.6	82.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2554	70.4	61.7	79.2
ไตรมาสที่ 4 2554	63.4	53.7	73.3
ไตรมาสที่ 1 2555	66.5	55.6	77.5
ไตรมาสที่ 2 2555	68.7	58.1	79.2
ไตรมาสที่ 3 2555	69.2	60.6	77.9
ไตรมาสที่ 4 2555	70.9	62.7	79.1
ไตรมาสที่ 1 2556	74.9	66.4	83.5
ไตรมาสที่ 2 2556	74.5	66.3	82.7
ไตรมาสที่ 3 2556	71.5	63.8	79.2
ไตรมาสที่ 4 2556	68.1	60.8	75.3
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

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกันยายน 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน จากระดับ 94.6 มาอยู่ที่ระดับ 95.5 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2557 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.0% 71.4% และ 16.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.4% 71.6% และ 16.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 83.4% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และเริ่มการบริโภคมากขึ้นเนื่องจากมีความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจและรายได้ในอนาคตของตนมากขึ้น

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กันยายน 2556	95.1
ตุลาคม 2556	93.7
พฤศจิกายน 2556	91.8
ธันวาคม 2556	90.3
มกราคม 2557	88.1
กุมภาพันธ์ 2557	86.3
มีนาคม 2557	84.9
เมษายน 2557	83.8
พฤษภาคม 2557	87.1
มิถุนายน 2557	92.0
กรกฎาคม 2557	94.6
สิงหาคม 2557	96.4
กันยายน 2557	95.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 3 2554	97.7
ไตรมาสที่ 4 2554	90.8
ไตรมาสที่ 1 2555	94.5
ไตรมาสที่ 2 2555	97.0
ไตรมาสที่ 3 2555	95.3
ไตรมาสที่ 4 2555	96.8
ไตรมาสที่ 1 2556	101.7
ไตรมาสที่ 2 2556	100.5
ไตรมาสที่ 3 2556	96.6
ไตรมาสที่ 4 2556	91.9
ไตรมาสที่ 1 2557	86.4
ไตรมาสที่ 2 2557	87.6
ไตรมาสที่ 3 2557	95.5

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกันยายน 2557

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557 เมื่อนำดัชนีประเภต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 62.0 ในเดือนสิงหาคม เป็นระดับ 61.1 ในเดือนกันยายน 2557 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 86.6 ในเดือนสิงหาคม เป็นระดับ 85.8 ในเดือนกันยายน 2557 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) จากเดือนสิงหาคม ที่อยู่ในระดับประมาณ 80.1 เป็น 79.2 ในเดือนกันยายน 2557 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนเช่นเดียวกัน

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กันยายน 2556	77.9	61.3	83.2
ตุลาคม 2556	76.6	60.3	81.7
พฤศจิกายน 2556	75.0	59.2	79.9
ธันวาคม 2556	73.4	57.4	78.4
มกราคม 2557	71.5	56.0	76.4
กุมภาพันธ์ 2557	69.9	54.5	74.7
มีนาคม 2557	68.8	53.9	73.4
เมษายน 2557	67.8	53.0	72.3
พฤษภาคม 2557	70.7	54.7	75.8
มิถุนายน 2557	75.1	57.9	80.9
กรกฎาคม 2557	78.2	60.4	84.7
สิงหาคม 2557	80.1	62.0	86.6
กันยายน 2557	79.2	61.1	85.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2554	79.2	60.7	85.5
ไตรมาสที่ 4 2554	72.1	52.2	79.1
ไตรมาสที่ 1 2555	75.4	54.5	83.0
ไตรมาสที่ 2 2555	77.8	57.0	85.3
ไตรมาสที่ 3 2555	77.5	59.4	83.6
ไตรมาสที่ 4 2555	79.0	61.3	84.9
ไตรมาสที่ 1 2556	83.5	65.2	89.6
ไตรมาสที่ 2 2556	82.6	65.0	88.4
ไตรมาสที่ 3 2556	79.2	62.3	84.6
ไตรมาสที่ 4 2556	75.0	59.0	80.0
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

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2557

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการและเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ฟื้นและเริ่มมีสัญญาณชะลอตัวลง อันเป็นผลมาจากราคาดัชนีผลทางการเกษตรยังทรงตัวต่ำโดยเฉพาะยางพาราและข้าว นอกจากนี้การส่งออกและการท่องเที่ยวที่ยังไม่ฟื้นตัวส่งผลให้ผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับรายได้ของผู้บริโภคในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 69.2 72.9 และ 95.5 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนสิงหาคม ที่อยู่ในระดับ 70.1 73.6 และ 96.4ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน โดยอยู่ในระดับ 79.2 ในเดือนกันยายน 2557 ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก แม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนเช่นกัน จากระดับ 62.0 ในเดือนสิงหาคม เป็นระดับ 61.1 ในเดือนกันยายน 2557 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานยังไม่ฟื้นตัวและเริ่มมีสัญญาณชะลอตัวลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวลดลง จากระดับ 86.6 ในเดือนสิงหาคม เป็นระดับ 86.6 ในเดือนกันยายน 2557 แสดงว่าผู้บริโภคมีความหวังและมีความเชื่อมั่นว่าภาวะเศรษฐกิจ การจ้างงานและการหารายได้จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนอาจยังไม่ฟื้นไม่มากนักในระยะนี้เนื่องจากความเชื่อมั่นของผู้บริโภคไม่ได้ปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่รัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงต้นเดือนตุลาคมที่ลดต้นทุนให้กับขานาวเงิน 4 หมื่นล้านบาท และใช้งบประมาณอีก 3 แสนล้านบาทในการสร้างการจ้างงานและกระตุ้นเศรษฐกิจให้มีเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจในไตรมาสที่ 4 จะเป็นแรงผลักดันสำคัญที่จะส่งผลให้การบริโภคของประชาชนเริ่มฟื้นตัวขึ้นอย่างชัดเจนในไตรมาสที่สี่ของปีนี้ เป็นต้นไป แต่ทั้งนี้ รัฐบาลต้องเร่งเบิกจ่ายเงินเข้าสู่มือประชาชนอย่างรวดเร็วและเกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมเพื่อผลักดันให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 1.5-2.0% ในปีนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2557

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2557 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับลดลงในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ที่พึ่งพาสินค้าเกษตรมีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	58.6	57.4	58.2	60.3	56.5	62.2	59.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	79.8	75.9	83.4	83.2	76.8	87	81.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	63.6	61.2	62.8	66	59.5	71.5	65.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	82.1	81.4	81.5	81.9	80	86.9	82.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	95.5	95.5	95.3	96.7	94.8	94.3	96.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.2	66.7	70.8	71.8	66.7	74.6	70.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	72.9	71.3	72.2	74.0	69.8	79.2	74.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.2	77.8	79.4	80.8	77.1	82.7	80.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนสิงหาคม 2557	-0.9	-0.7	-1.1	-1.0	-0.9	-1.0	-0.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	61.1	59.3	60.5	63.2	58.0	66.9	62.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.8	84.3	86.7	87.3	83.9	89.4	87.0

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	59.5	58.1	59.2	61.4	57.3	63	60.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	80.7	76.6	84.5	84.4	77.6	88.1	82.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	64.5	61.9	63.9	67.2	60.4	72.6	66.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	82.7	81.8	82.3	82.8	80.9	87.9	82.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.4	96.3	96.5	97.6	95.9	95.3	97.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	70.1	67.4	71.9	72.9	67.5	75.6	71.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	73.6	71.9	73.1	75.0	70.7	80.3	74.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.1	78.5	80.5	81.8	78.0	83.7	81.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกรกฎาคม 2557	1.8	2.4	1.1	1.1	1.7	1.2	1.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	62.0	60.0	61.6	64.3	58.9	67.8	63.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	86.6	84.9	87.8	88.3	84.8	90.4	87.6

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	58.2	56.5	58.5	60.6	56.2	62.1	59.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	78.8	73.9	83.4	83.4	75.8	86.9	80.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	62.7	59.7	62.7	66.1	58.6	71.3	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	80.6	78.9	81.1	81.6	78.9	86.4	80.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	94.6	93.9	95.2	96.3	94.1	94.3	95.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	68.5	65.2	71.0	72.0	66.0	74.5	70.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	71.7	69.3	71.9	73.9	68.8	78.9	72.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	78.2	76.1	79.4	80.7	76.3	82.6	79.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	60.4	58.1	60.6	63.4	57.4	66.7	62.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.7	82.2	86.6	87.1	82.9	89.2	85.6

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย