

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2558

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 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 แสดงว่าผู้บริโภค มีความเห็นว่าภาระณ์ด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี

2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภค มีความเห็นว่าภาระณ์ด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง

3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภค มีความเห็นว่าภาระณ์ด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558

ในเดือนพฤษภาคม 2558 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) คาดการณ์ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) ทั้งปี 2558 คาดว่าจะขยายตัวได้ 2.9% ต่อปี ถือว่าเป็นอัตราการขยายตัวที่สูงที่สุดในรอบ 3 ปี ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2557 ที่ขยายตัวเพียง 0.9% โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล ส่วนแนวโน้มเศรษฐกิจในไทยปี 2559 คาดว่าจะขยายตัวในระดับร้อยละ 3-4 เนื่องจากธุรกิจภาคเร่งการใช้จ่ายการลงทุน มีแรงขับเคลื่อนจากการกระตุ้นเศรษฐกิจ การที่เศรษฐกิจโลกฟื้นตัวอย่างช้าๆ เป็นต้น

2. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (ศศค.) คาดว่าเศรษฐกิจไทยปี 2558 มีโอกาสขยายตัวได้เกินร้อยละ 3 มากกว่าที่คาดไว้จะขยายตัวร้อยละ 2.8 เนื่องจากการดำเนินนโยบายต่างๆ ของรัฐบาล ที่ส่งผลทำให้เศรษฐกิจขยายตัวได้เพิ่มขึ้น สำหรับแนวโน้มเศรษฐกิจในปี 2559 คาดว่าจะขยายตัวได้ร้อยละ 3.8 ซึ่งเป็นผลมาจากการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานที่มีเม็ดเงินเข้าสู่ระบบมากขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา

3. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศไทยปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซล ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซล ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 0.40 และ 0.40 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.18 และ 25.60 บาทต่อลิตร ณ ลิ้นเดือนตุลาคม 2558 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 24.78 และ 25.20 บาทต่อลิตร ณ ลิ้นเดือนพฤษภาคม 2558 ตามลำดับ ส่วนระดับราคาน้ำมันดิเซลขายปลีกในประเทศไทย มีการปรับตัวลดลงเช่นกัน ประมาณ

0.20 บาทต่อลิตร จากราดับ 22.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2558 มาอยู่ที่ระดับ 22.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2558

4. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติออกนั้นที่ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.5% ต่อปี เนื่องจากประเมินว่า นโยบายการเงินชักกระอยู่ในระดับผ่อนปรนอย่างเพียงพอและต่อเนื่อง และติดตามผลของมาตรการทางการคลังต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ และภาวะการเงิน ในตลาดโลกอย่างใกล้ชิด

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤษภาคม 2558 ได้แก่

1. เหตุการณ์ก่อการร้ายในฝรั่งเศสและกรณีพิพาทระหว่างรัสเซียกับตุรกีส่งผลกระทบจิตวิทยาในเชิงลบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคตได้

2. การส่งออกของไทยในเดือนตุลาคม 2558 มีมูลค่า 18,566.19 ล้านдолลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 8.11 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 16,465.26 ล้านдолลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 18.21 ส่งผลให้คุณการค้าเกินดุล 2,100.93 ล้านдолลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 10 เดือนของปี 2558 ส่งออกได้รวม 180,129.34 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.32 และมีการนำเข้ารวม 170,270.00 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 11.27 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 9,859.35 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

3. ราคายี่ห้อผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเฉพาะยางพารา ข้าว และปศุสัตว์ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อหด退ยวิปโยคในต่างจังหวัดขยายตัวไม่นานนัก

4. SET Index ในเดือนพฤษภาคม 2558 ปรับตัวลดลง 45.94 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,394.94 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2558 เป็น 1,359.70 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2558

5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากราดับ 35.718 บาทต่อдолลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2558 เป็น 35.783 บาทต่อдолลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2558

6. ผู้บริโภcmีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูงแม้ว่าอัตราเงินเฟ้อจะติดลบ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

### การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2558

จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยและมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวได้ในอนาคตอันใกล้จากการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลก และการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัวขึ้นพร้อมกับราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวต่ำ โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุการณ์ก่อการร้ายในฝรั่งเศสและกรณีพิพาทระหว่างรัสเซียกับตุรกี สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558 มีดังนี้

## 1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้น ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือน จากระดับ 62.2 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 63.4 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2558 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.3% 54.8% และ 40.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภค มีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 54.0% และ 41.9% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีจะเริ่มปรับตัวดีขึ้น แต่การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภค มีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยไม่สูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือน เช่นกัน โดยดัชนีปรับตัวดีขึ้นจากเดือนตุลาคม ที่อยู่ที่ 49.3 สู่ระดับ 50.3 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.4% 47.5% และ 51.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.2% 46.9% และ 51.9% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีจะเริ่มปรับตัวดีขึ้น การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวม แล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่คืนดี

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤษภาคม 2558 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 75.1 มาอยู่ที่ระดับ 76.4 เนื่องจากมีความหวังว่าเศรษฐกิจอาจปรับตัวดีขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลและภาครัฐท่องเที่ยว โดยในเดือนพฤษภาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.2% 62.0% และ 30.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภค มีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.0% 61.1% และ 31.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย โดยมองว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวช้ากว่าและต่ำกว่าที่คาดไว้เดิม

จะสังเกตได้ว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจในช่วง 2 เดือนแรกของไตรมาสที่ 4 เริ่มปรับตัวสูงขึ้นจากค่าเฉลี่ยของไตรมาสที่ 3 แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นจริง แต่ยังไม่ยั่งยืนภายใต้ความเสี่ยงของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในอนาคต ต้องรอให้ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องติดต่อกัน 2 ไตรมาสจะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวขึ้นแล้วอย่างชัดเจน

**ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ**

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
พฤษภาคม 2557	68.8	57.0	80.6
ธันวาคม 2557	70.5	58.2	82.7
มกราคม 2558	69.7	57.6	81.9
กุมภาพันธ์ 2558	68.4	56.6	80.3
มีนาคม 2558	67.1	55.3	78.9
เมษายน 2558	66.0	54.4	77.6
พฤษภาคม 2558	65.0	53.2	76.8
มิถุนายน 2558	63.8	52.1	75.5
กรกฎาคม 2558	62.6	50.8	74.4
สิงหาคม 2558	61.5	50.0	73.1
กันยายน 2558	61.2	48.7	73.7
ตุลาคม 2558	62.2	49.3	75.1
พฤษภาคม 2558	<b>63.4</b>	<b>50.3</b>	<b>76.4</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
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
ต.ค. - พ.ย. 2558	<b>62.8</b>	<b>49.8</b>	<b>75.8</b>

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้น ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือน โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 68.6 สู่ระดับ 69.6 โดยในเดือนพฤษภาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 57.4% และ 36.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภค มีความเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.9% 56.8% และ 37.3% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีปรับตัวดีขึ้นแต่การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการทำงานทำในปัจจุบันของเดือนพฤษภาคม 2558 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือน 57.8 สู่ระดับ 58.6 โดยในเดือนพฤษภาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.8% 51.0% และ 45.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภค มีความเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.6% 50.7% และ 45.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการทำงานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้น ไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวไม่มากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการทำงานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็น เดือนที่ 3 ตามความคาดหวังต่อเศรษฐกิจที่จะปรับตัวดีขึ้นแล้วจะทำให้การจ้างงานดีขึ้น จาก 79.4 เป็น 80.6 โดยในเดือนพฤษภาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.4% 63.7% และ 27.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภค มีความเห็นว่าโอกาสในการทำงานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.2% 62.9% และ 28.8% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีจะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 แต่การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการณ์จ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

จะสังเกตได้ว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการทำงานทำในช่วง 2 เดือนแรกของไตรมาสที่ 4 เริ่มปรับตัวสูงขึ้นจากค่าเฉลี่ยของไตรมาสที่ 3 แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการจ้างงานเริ่มปรับตัวดีขึ้นจริง แต่ยังไม่ยืนยันภายใต้ความเสี่ยงของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในอนาคต ต้องรอให้ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องติดต่อกัน 2 ไตรมาสจะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการจ้างงานฟื้นตัวขึ้นแล้วอย่างชัดเจน

**ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการทำงานทำ**

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการทำงานทำ		
	การทำงานทำโดยรวม	การทำงานทำในปัจจุบัน	การทำงานทำในอนาคต
พฤษภาคม 2557	73.1	63.1	83.2
ธันวาคม 2557	74.6	64.2	85.0
มกราคม 2558	74.1	63.8	84.3
กุมภาพันธ์ 2558	73.0	63.1	83.0
มีนาคม 2558	72.0	62.2	81.9
เมษายน 2558	71.2	61.5	80.9
พฤษภาคม 2558	70.3	60.5	80.2
มิถุนายน 2558	69.4	59.8	79.1
กรกฎาคม 2558	68.6	58.8	78.4
สิงหาคม 2558	67.6	57.9	77.3
กันยายน 2558	67.3	56.8	77.8
ตุลาคม 2558	68.6	57.8	79.4
พฤษภาคม 2558	<b>69.6</b>	<b>58.6</b>	<b>80.6</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการทำงานทำเฉลี่ย		
	การทำงานทำโดยรวม	การทำงานทำในปัจจุบัน	การทำงานทำในอนาคต
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
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
ต.ค. - พ.ย. 2558	<b>69.1</b>	<b>58.2</b>	<b>80.0</b>

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤษภาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 89.4 มาอยู่ที่ระดับ 90.8 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.7% 69.4% และ 19.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภค มีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.5% 68.4% และ 21.1% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 80.1% ซึ่ง ใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมาที่อยู่ที่ 78.9% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้น แต่มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านราค้าเพื่อผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามากขึ้น ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนน้อยลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
พฤษภาคม 2557	96.3
ธันวาคม 2557	98.3
มกราคม 2558	97.4
กุมภาพันธ์ 2558	95.8
มีนาคม 2558	94.0
เมษายน 2558	92.7
พฤษภาคม 2558	91.4
มิถุนายน 2558	90.0
กรกฎาคม 2558	88.8
สิงหาคม 2558	87.6
กันยายน 2558	87.9
ตุลาคม 2558	89.4
พฤษภาคม 2558	<b>90.8</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 4 2557	97.2
ไตรมาสที่ 1 2558	95.7
ไตรมาสที่ 2 2558	91.4
ไตรมาสที่ 3 2558	88.1
ต.ค. - พ.ย. 2558	90.1

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤษภาคม 2558

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558 เมื่อไหร่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการทำงานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการรวมกันแล้ว คำนวณหาค่าเฉลี่ย
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการรวมกันแล้ว คำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตจำนวนสามรายการรวมกันแล้ว คำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558 เมื่อนำมาดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาระบองการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือนจากระดับ 53.6 ในเดือนตุลาคม มาอยู่ที่ระดับ 54.5 ในเดือนพฤษภาคม 2558 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 81.3 ในเดือนตุลาคม เป็นระดับ 81.3 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือนจากเดือนตุลาคม ที่อยู่ในระดับประมาณ 73.4 เป็น 74.6 ในเดือนพฤษภาคม 2558

**ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค**

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
พฤษภาคม 2557	79.4	60.0	86.7
ธันวาคม 2557	81.1	61.2	88.7
มกราคม 2558	80.4	60.7	87.9
กุมภาพันธ์ 2558	79.1	59.8	86.4
มีนาคม 2558	77.7	58.8	84.9
เมษายน 2558	76.6	58.0	83.8
พฤษภาคม 2558	75.6	56.8	82.8
มิถุนายน 2558	74.4	55.9	81.5
กรกฎาคม 2558	73.4	54.8	80.5
สิงหาคม 2558	72.3	53.9	79.3
กันยายน 2558	72.1	52.7	79.8
ตุลาคม 2558	73.4	53.6	81.3
พฤษภาคม 2558	<b>74.6</b>	<b>54.5</b>	<b>82.6</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
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
ต.ค. – พ.ย. 2558	<b>74.0</b>	<b>54.0</b>	<b>82.0</b>

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2558

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยและมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวได้ในอนาคตอันใกล้จากการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลก และการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัวขึ้นพร้อมกับราคาสินค้าเกษตรที่ยังทรงตัวต่ำ โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุการณ์ก่อการร้ายในฝรั่งเศสและการณีพิพาทระหว่างรัสเซียกับตุรกี

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 63.4 69.6 และ 90.8 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนตุลาคม ที่อยู่ในระดับ 62.2 68.6 และ 89.4 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการทำงานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 74.6 ในเดือนพฤษภาคม 2558 แม้ว่าดัชนีจะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องแต่การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวลงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่แน่นอน การส่งออกที่ยังคงต่ำปัญหาภัยแล้ง ราคាបีชผลทางการเกษตรตกต่ำ ยังคงเป็นตัวบ่งชี้ท่องความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 11 เดือน เช่นกัน โดยอยู่ที่ระดับ 54.5 ในเดือนพฤษภาคม และแสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานยังไม่ฟื้นตัวมากนัก อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 81.3 ในเดือนตุลาคม เป็นระดับ 82.6 ในเดือนพฤษภาคม 2558 เนื่องจากผู้บริโภค มีความหวังว่าเศรษฐกิจในอนาคตจะเริ่มฟื้นตัวมากขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนักในช่วงนี้ เนื่องจากประชาชนมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของการบริโภคน่าจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายปีหลังจากเม็ดเงินจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเข้าไปหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้นในช่วงปลายปีนี้ นี้เป็นต้นไป ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่า การบริโภคน่าจะเริ่มฟื้นตัวดีขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสที่ 4 นี้เป็นต้นไป และจะฟื้นตัวชัดเจนขึ้นในช่วงกลางไตรมาสแรกของปีหน้า

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2558

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2558 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันออก และภาคกลางที่เริ่มส่งสัญญาณดีขึ้นกว่าภูมิภาคอื่นๆ

**ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2558**

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.3	49.8	49.7	51.1	48.5	52.9	51.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	76.4	73.7	78.7	79.1	73	81.1	78.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำในปัจจุบัน	58.6	57.9	55.7	59.9	53.6	65.2	61.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำในอนาคต	80.6	81.3	78.6	79.6	78.9	84	79.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	90.8	92.3	88.8	91.3	89.7	87.2	91.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	63.4	61.8	64.2	65.1	60.8	67.0	65.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสทางงานทำโดยรวม	69.6	69.6	67.2	69.8	66.3	74.6	70.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.6	74.6	73.4	75.4	72.2	76.3	75.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนตุลาคม 2558	1.2	1.5	0.9	1.0	1.1	0.8	1.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.5	53.9	52.7	55.5	51.1	59.1	56.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	82.6	82.4	82.0	83.3	80.5	84.1	83.4

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2558

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศไทย	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.3	48.6	49.1	50.3	47.6	52.1	50.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	75.1	72.1	77.7	78.1	71.9	80.2	77.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำในปัจจุบัน	57.8	56.9	55	59.2	52.7	64.7	60.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำในอนาคต	79.4	79.8	77.6	78.5	77.7	83.1	78.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.4	90.6	87.8	90.2	88.4	86.3	90.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	62.2	60.4	63.4	64.2	59.8	66.2	63.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสทางงานทำโดยรวม	68.6	68.4	66.3	68.9	65.2	73.9	69.3
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>73.4</b>	<b>73.1</b>	<b>72.5</b>	<b>74.4</b>	<b>71.1</b>	<b>75.5</b>	<b>74.5</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเที่ยงกับเดือนกันยายน 2558	1.3	1.5	1.0	1.0	1.2	0.9	1.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.6	52.8	52.1	54.8	50.2	58.4	55.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.3	80.8	81.0	82.3	79.3	83.2	82.0

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2558

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศไทย	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.7	47.8	48.6	49.9	47.1	51.7	49.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	73.7	70.4	76.6	76.9	70.7	79.1	75.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำในปัจจุบัน	56.8	55.7	54.3	58.3	51.8	63.9	59.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสทางงานทำในอนาคต	77.8	77.9	76.4	77.3	76.2	81.9	76.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	87.9	88.9	86.7	89	86.9	85.2	88.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	61.2	59.1	62.6	63.4	58.9	65.4	62.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสทางงานทำโดยรวม	67.3	66.8	65.4	67.8	64.0	72.9	68.0
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>72.1</b>	<b>71.6</b>	<b>71.6</b>	<b>73.4</b>	<b>69.9</b>	<b>74.5</b>	<b>73.1</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.7	51.8	51.5	54.1	49.5	57.8	54.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	79.8	79.1	79.9	81.1	77.9	82.1	80.5

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย