

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2558

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,250 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 50.2 และ 49.8 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558

ในเดือนธันวาคม 2558 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. รัฐบาลมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “ช้อปเพื่อชาติ” ระหว่างวันที่ 25-31 ธันวาคม 2558 เพื่อมอบเป็นของขวัญให้กับประชาชน ได้จับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการในช่วงเทศกาลปีใหม่ โดยสามารถนำมลดหย่อนภาษีได้ไม่เกิน 15,000 บาท
2. ธนาคารแห่งประเทศไทย ปรับเพิ่มประมาณการเศรษฐกิจในปี 2558 เพิ่มขึ้นเป็นขยายตัว 2.8% จากเดิมคาดการณ์ขยายตัว 2.7 % เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในไตรมาส 3 ขยายตัวสูงกว่าที่คาด โดยประเมินจีดีพีไตรมาส 3 ขยายตัว 2.9% และไตรมาส 4 ขยายตัว 2.7% โดยแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญเป็นผลจากการลงทุนภาครัฐและการบริโภคภาคเอกชนมีแนวโน้มขยายตัวสูงกว่าที่ประเมินไว้
3. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.40 และ 1.40 บาทต่อลิตร จากระดับ 24.78 และ 25.20 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2558 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 23.38 และ 23.80 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2558 ตามลำดับ ส่วนระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกัน ประมาณ 2.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 22.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2558 มาอยู่ที่ระดับ 20.59 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2558

สำหรับปัจจัยลบในเดือนธันวาคม 2558 ได้แก่

1. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) คาดการณ์เศรษฐกิจไทยในปี 2559 จะขยายตัวได้ 3.5% ต่ำกว่าประมาณการเดิมเล็กน้อยที่ 3.7% เนื่องจากเศรษฐกิจจีนชะลอตัวต่อเนื่องจากการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจ โดยลดการพึ่งพาการส่งออกและการลงทุน ทำให้ความต้องการสินค้านำเข้าจากประเทศอื่นลดลง ขณะที่เศรษฐกิจเอเชียขยายตัวต่ำกว่าที่คาดจากการส่งออกสินค้าที่หดตัวต่อเนื่อง ทั้งที่ส่งออกไปจีนและค้าขายภายในภูมิภาค
2. การส่งออกของไทยในเดือนพฤศจิกายน 2558 มีมูลค่า 17,166.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 7.42 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 16,868.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 9.53 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 298.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 11 เดือนของปี 2558 ส่งออกได้รวม 197,275.02 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.51 และมีการนำเข้ารวม 187,041.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 11.16 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 10,233.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
3. ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเฉพาะยางพารา ข้าว และปศุสัตว์ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก
4. SET Index ในเดือนธันวาคม 2558 ปรับตัวลดลง 71.68 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,359.70 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2558 เป็น 1,288.02 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2558
5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 35.783 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2558 เป็น 36.014 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2558
6. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง แม้ว่าอัตราเงินเฟ้อจะติดลบ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
7. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2558

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 12 เดือน และปรับตัวอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 7 เดือน นับตั้งแต่เดือนเมษายน 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกถึงภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย และมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวได้ในอนาคตอันใกล้จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลก และการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัวขึ้นพร้อมกับราคาสินค้าเกษตรที่ยังทรงตัวต่ำ โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุการณ์วุ่นวายทางการเมืองระหว่างประเทศ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 12 เดือน จากระดับ 63.4 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 65.1 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 8 เดือน นับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2558 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.9% 55.3% และ 39.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.3% 54.8% และ 40.9% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีจะเริ่มปรับตัวดีขึ้น แต่การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยดัชนีปรับตัวขึ้นจากเดือนพฤศจิกายน ที่อยู่ที่ 50.3 สู่ระดับ 51.8 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 48.0% และ 50.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.4% 47.5% และ 51.1% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีจะเริ่มปรับตัวขึ้น การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่คั่น

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนธันวาคม 2558 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากระดับ 76.4 มาอยู่ที่ระดับ 78.3 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากมีความหวังว่เศรษฐกิจอาจปรับตัวขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลและฤดูกาลท่องเที่ยว โดยในเดือนธันวาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.9% 62.6% และ 29.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.2% 62.0% และ 30.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่ภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย โดยมองว่เศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวช้ากว่าและต่ำกว่าที่คาดไว้เดิม

จะสังเกตได้ว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจในช่วงไตรมาสที่ 4 เริ่มปรับตัวสูงขึ้นจากค่าเฉลี่ยของไตรมาสที่ 3 แสดงว่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นจริง แต่ยังไม่ยังขึ้นภายใต้ความเสี่ยงของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในอนาคต ต้องรอให้ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องติดต่อกัน 2 ไตรมาสจะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจฟื้นตัวขึ้นแล้วอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2558	63.4	50.3	76.4
ธันวาคม 2558	65.1	51.8	78.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2558	63.6	50.5	76.6

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 12 เดือน โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 69.6 สู่ระดับ 70.9 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา โดยในเดือนธันวาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.5% 57.9% และ 35.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 57.4% และ 36.5% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีปรับตัวดีขึ้นแต่การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนธันวาคม 2558 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 58.6 สู่ระดับ 59.8 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 เป็นต้นมา โดยในเดือนธันวาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 51.4% และ 44.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.8% 51.0% และ 45.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวไม่มากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็น เดือนที่ 4 ตามความคาดหวังต่อเศรษฐกิจที่จะปรับตัวดีขึ้นแล้วจะทำให้การจ้างงานดีขึ้นจาก 80.6 เป็น 82.0 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2558 เป็นต้นมา โดยในเดือนธันวาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.8% 64.4% และ 26.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.4% 63.7% และ 27.9% ตามลำดับ แม้ว่าดัชนีจะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 แต่การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มี ความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

จะสังเกตได้ว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำไตรมาสที่ 4 เริ่มปรับตัวสูงขึ้นจากค่าเฉลี่ยของไตรมาสที่ 3 แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการจ้างงานเริ่มปรับตัวดีขึ้นจริง แต่ยังไม่มีสัญญาณได้ความแข็งแรงของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในอนาคต ต้องรอให้ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องติดต่อกัน 2 ไตรมาสจะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับการจ้างงานฟื้นตัวขึ้นแล้วอย่างยั่งยืน

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2558	69.6	58.6	80.6
ธันวาคม 2558	70.9	59.8	82.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2558	69.7	58.8	80.7

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนธันวาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากระดับ 90.8 มาอยู่ที่ระดับ 92.4 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2558 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 11.3% 69.8% และ 18.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.7% 69.4% และ 19.9% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 81.1% ซึ่งใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมาอยู่ที่ 80.1% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้น แต่มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามากขึ้น ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนน้อยลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2558	90.8
ธันวาคม 2558	92.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 4 2558	90.9

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนธันวาคม 2558

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 เมื่อนำดัชนีประเภต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 54.5 ในเดือนพฤศจิกายน มาอยู่ที่ระดับ 55.8 ในเดือนธันวาคม 2558 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 34 จากระดับ 82.6 ในเดือนพฤศจิกายน เป็นระดับ 84.3 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากเดือนพฤศจิกายน ที่อยู่ในระดับประมาณ 74.6 เป็น 76.1 ในเดือนธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2558	74.6	54.5	82.6
ธันวาคม 2558	76.1	55.8	84.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2558	74.7	54.6	82.7

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2558

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 12 เดือน และปรับตัวอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 7 เดือน นับตั้งแต่เดือนเมษายน 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย และมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวได้ในอนาคตอันใกล้จากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลก และการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัวขึ้นพร้อมกับราคาสินค้าเกษตรที่ยังทรงตัวต่ำ โดยเฉพาะเมื่อเกิดเหตุการณ์วุ่นวายทางการเมืองระหว่างประเทศ

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 65.1 70.9 และ 92.4 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนพฤศจิกายน ที่อยู่ในระดับ 63.4 69.6 และ 90.8 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยอยู่ที่ระดับ 76.1 ในเดือนธันวาคม 2558 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 เป็นต้นมา แม้ว่าดัชนีจะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องแต่การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่แน่นอน การส่งออกที่ยังหดตัว ปัญหาภัยแล้ง ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยอยู่ที่ระดับ 55.8 ในเดือนธันวาคม แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานยังไม่ฟื้นตัวมากนัก อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 เป็นระดับ 84.3 ในเดือนธันวาคม 2558 เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังว่าเศรษฐกิจในอนาคตจะเริ่มฟื้นตัวมากขึ้นจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนักในช่วงนี้ เนื่องจากประชาชนมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของภาคบริโภคน่าจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายปีหลังจากเม็ดเงินจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเข้าไปหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจมากขึ้นในช่วงปลายปีนี้ เป็นต้นไป ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่าการบริโภคน่าจะเริ่มฟื้นตัวขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายไตรมาสแรก ปีนี้เป็นต้นไป และจะฟื้นตัวชัดเจนขึ้นในช่วงกลางไตรมาสที่ 2

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2558

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันออก และภาคกลางที่เริ่มส่งสัญญาณดีขึ้นกว่าภูมิภาคอื่นๆ

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 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
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.6	57.9	55.7	59.9	53.6	65.2	61.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	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
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	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
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤศจิกายน 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 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 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
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.6	57.9	55.7	59.9	53.6	65.2	61.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	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
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	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
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนตุลาคม 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 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2558

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	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
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.8	56.9	55	59.2	52.7	64.7	60.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	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
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.6	68.4	66.3	68.9	65.2	73.9	69.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.4	73.1	72.5	74.4	71.1	75.5	74.5
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย