

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,247 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.1 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.9 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.9 และ 50.1 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555

ในเดือนพฤศจิกายน 2555 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับความวุ่นวายทางการเมืองคลาญตัวลง หลังการชุมนุมของกลุ่มองค์กรพิทักษ์สยามในวันที่ 24 พฤศจิกายน 2555 สิ้นสุดลงอย่างรวดเร็วภายในวันเดียวโดยไม่เกิดเหตุการณ์รุนแรงหรือยึดเชื้อจนกระทบต่อการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชน
2. SET Index ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 25.17 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,298.87 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2555 เป็น 1,324.04 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2555
3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 2.75% เนื่องจากปัจจัยอุปสงค์ในประเทศยังเติบโตดี เศรษฐกิจฟื้นดีกว่าคาด และการลงทุนขยายตัวสูง โดยภาวะความเสี่ยงด้านการขยายตัวทางเศรษฐกิจลดลง ขณะที่แรงกดดันเงินเฟ้อยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และเห็นว่าอัตราดอกเบี้ยนโยบายในปัจจุบันยังอยู่ในระดับผ่อนปรนและเหมาะสมต่อการเติบโตของเศรษฐกิจในระยะต่อไป
4. ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยในเดือนตุลาคม 2555 เริ่มปรับตัวดีขึ้นโดยการส่งออกมีมูลค่า 19,524.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 15.6% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 21,993.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 21.6% ทำให้ช่วง 10 เดือนแรกปี 2555 ส่งออกได้รวม 191,861.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 0.34% และมีการนำเข้ารวม 206,113.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 7.15% ส่งผลให้ขาดทุนการค้ารวม 14,251.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

5. การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศตั้งแต่เดือนมกราคม 2556 เป็นการเพิ่มรายได้และสร้างกำลังซื้อของประชาชนที่มีรายได้น้อย

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงจากระดับ 30.694 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนตุลาคม เป็น 30.709 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2555 สะท้อนให้เห็นว่ามีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าประเทศโดยสุทธิ

7. การใช้จ่ายของภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

8. ผู้บริโภคคลายกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำท่วมทำให้มีความมั่นใจในการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤศจิกายน 2555 ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ปรับลดคาดการณ์การขยายตัวทางเศรษฐกิจลง โดยแนวโน้มเศรษฐกิจปี 2555 คาดว่าจะขยายตัวได้ 5.5% จากเดิมที่คาดว่าจะขยายตัว 5.5-6.0% ส่วนแนวโน้มเศรษฐกิจปี 2556 คาดว่าจะขยายตัว 4.5-5.5% โดยมีปัจจัยเสี่ยงและข้อจำกัดเศรษฐกิจในปีหน้า คือ ปัญหาภัยแล้งยังเป็นปัจจัยเสี่ยงที่สำคัญต่อการขยายตัวของการผลิตในภาคเกษตร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อรายได้ของเกษตรกร การบริโภคภาคเอกชน และการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยรวม

2. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.70 และ 0.70 บาทต่อลิตร จากระดับ 48.90 และ 43.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 49.60 และ 43.75 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2555 ตามลำดับ ส่วนระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศยังคงอยู่ในระดับทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 29.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2555

3. ความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงทางการเมืองที่อาจเกิดขึ้นได้อีกในอนาคต แม้ว่าเหตุการณ์ชุมนุมของกลุ่มองค์กรพิทักษ์สยามในวันที่ 24 พฤศจิกายน 2555 ที่ผ่านมาจะคลี่คลายลง

4. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

5. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่รายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

6. ความกังวลเรื่องการถูกเลิกจ้างงานเมื่อมีการปรับขึ้นค่าแรง 300 บาททั่วประเทศ

7. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2555

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากผู้บริโภคคลายความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง ประกอบกับภาวะการท่องเที่ยวที่ดี สถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศที่ยังมีการใช้จ่ายปกติ และแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่มีสัญญาณปรับตัวดีขึ้นหลังจาก

สหรัฐฯ ประกาศใช้มาตรการ QE3 ทำให้การส่งออกเริ่มปรับตัวดีขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนี ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้นจากระดับ 68.1 สู่ระดับ 69.4 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2555 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.9% 55.6% และ 37.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.4% 55.3% และ 38.3% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะยุโรป ที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ตลอดจนสถานการณ์การเมืองภายในประเทศในอนาคต

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในเดือนพฤศจิกายน 2555 ดัชนีปรับตัวดีขึ้นจากเดือนตุลาคม ที่อยู่ที่ 58.7 สู่ระดับ 59.9 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 51.5% และ 44.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.8% 51.1% และ 45.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤศจิกายน 2555 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 77.5 มาอยู่ที่ระดับ 78.8 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.5% 59.8% และ 30.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.1% 59.4% และ 31.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในอนาคตว่าจะมีเสถียรภาพหรือไม่ ปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปรวมทั้งแนวโน้มค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
พฤศจิกายน 2554	61.0	50.3	71.7
ธันวาคม 2554	63.1	51.9	74.4
มกราคม 2555	64.0	52.4	75.5
กุมภาพันธ์ 2555	65.5	53.7	77.3
มีนาคม 2555	66.5	54.3	78.6
เมษายน 2555	67.5	55.2	79.8
พฤษภาคม 2555	67.1	55.6	78.7
มิถุนายน 2555	68.5	56.8	80.2
กรกฎาคม 2555	68.2	57.3	79.1
สิงหาคม 2555	68.4	58.5	78.3
กันยายน 2555	67.5	57.8	77.1
ตุลาคม 2555	68.1	58.7	77.5
พฤศจิกายน 2555	69.4	59.9	78.8
ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2552	67.3	63.7	71.0
ไตรมาสที่ 4 2552	69.2	64.4	73.9
ไตรมาสที่ 1 2553	70.9	65.2	76.5
ไตรมาสที่ 2 2553	68.0	61.6	74.3
ไตรมาสที่ 3 2553	72.6	64.5	80.7
ไตรมาสที่ 4 2553	71.3	62.7	79.9
ไตรมาสที่ 1 2554	71.9	64.0	79.9
ไตรมาสที่ 2 2554	71.3	62.4	80.2
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
ต.ค. – พ.ย. 2555	68.8	59.3	78.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมเป็นการปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 69.8 สู่ระดับ 71.2 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในเดือนพฤศจิกายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.0% 59.1% และ 34.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.5% 58.7% และ 35.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือน พฤศจิกายน 2555 ปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา จาก 61.5 สู่ระดับ 62.9 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.5% 53.9% และ 41.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 53.7% และ 42.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 78.1 เป็น 79.4 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.6% 64.2% และ 28.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.3% 63.5% และ 29.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
พฤศจิกายน 2554	62.5	52.8	72.1
ธันวาคม 2554	64.2	53.7	74.7
มกราคม 2555	65.4	54.7	76.1
กุมภาพันธ์ 2555	66.7	55.8	77.7
มีนาคม 2555	67.4	56.2	78.5
เมษายน 2555	68.2	57.2	79.3
พฤษภาคม 2555	68.1	57.9	78.3
มิถุนายน 2555	69.6	59.2	80.0
กรกฎาคม 2555	69.3	59.7	79.0
สิงหาคม 2555	69.6	60.8	78.3
กันยายน 2555	68.9	60.3	77.4
ตุลาคม 2555	69.8	61.5	78.1
พฤศจิกายน 2555	71.2	62.9	79.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2552	66.4	63.1	69.7
ไตรมาสที่ 4 2552	67.9	63.6	72.1
ไตรมาสที่ 1 2553	69.5	64.9	74.2
ไตรมาสที่ 2 2553	67.2	62.2	72.2
ไตรมาสที่ 3 2553	71.9	65.2	78.5
ไตรมาสที่ 4 2553	71.3	64.2	78.4
ไตรมาสที่ 1 2554	72.4	65.8	78.9
ไตรมาสที่ 2 2554	71.9	64.5	79.3
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
ต.ค. – พ.ย. 2555	70.5	62.2	78.8

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 95.3 มาอยู่ที่ระดับ 96.8 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 11.7% 73.4% และ 14.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 11.3% 72.7% และ 16.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 85.1% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และพยายามจะรักษาการใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับการบริโภคในระดับเดิม ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจมีไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนักและยังมีความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกและการเมืองไทยก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
พฤศจิกายน	2554	89.5
ธันวาคม	2554	92.1
มกราคม	2555	93.1
กุมภาพันธ์	2555	94.3
มีนาคม	2555	95.9
เมษายน	2555	97.1
พฤษภาคม	2555	96.1
มิถุนายน	2555	97.8
กรกฎาคม	2555	96.8
สิงหาคม	2555	95.8
กันยายน	2555	94.8
ตุลาคม	2555	95.3
พฤศจิกายน	2555	96.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4 2552	92.5
ไตรมาสที่ 1 2553	94.7
ไตรมาสที่ 2 2553	92.4
ไตรมาสที่ 3 2553	98.1
ไตรมาสที่ 4 2553	97.5
ไตรมาสที่ 1 2554	97.9
ไตรมาสที่ 2 2554	98.5
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
ค.ค. – พ.ย. 2555	96.1

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤศจิกายน 2555

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555 เมื่อนำดัชนีประเภต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 60.1 ในเดือนตุลาคม เป็นระดับ 61.4 ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 14 เดือน นับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 83.6 ในเดือนตุลาคม เป็นระดับ 85.0 ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือนเช่นกัน จากเดือนตุลาคม ที่อยู่ในระดับประมาณ 77.8 เป็น 79.1 ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
พฤศจิกายน 2554	71.0	51.5	77.8
ธันวาคม 2554	73.1	52.8	80.4
มกราคม 2555	74.2	53.6	81.6
กุมภาพันธ์ 2555	75.5	54.8	83.1
มีนาคม 2555	76.6	55.2	84.4
เมษายน 2555	77.6	56.2	85.4
พฤษภาคม 2555	77.1	56.8	84.4
มิถุนายน 2555	78.6	58.0	86.0
กรกฎาคม 2555	78.1	58.5	85.0
สิงหาคม 2555	77.9	59.7	84.2
กันยายน 2555	77.0	59.1	83.1
ตุลาคม 2555	77.8	60.1	83.6
พฤศจิกายน 2555	79.1	61.4	85.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2552	74.5	63.4	76.8
ไตรมาสที่ 4 2552	76.5	64.0	78.9
ไตรมาสที่ 1 2553	78.4	65.1	81.8
ไตรมาสที่ 2 2553	75.9	61.9	79.6
ไตรมาสที่ 3 2553	80.8	64.8	85.8
ไตรมาสที่ 4 2553	80.0	63.5	85.2
ไตรมาสที่ 1 2554	80.7	64.9	85.6
ไตรมาสที่ 2 2554	80.6	63.4	86.0
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
ต.ค. – พ.ย. 2555	78.4	60.8	84.3

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2555

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตทุกรายการปรับตัวดีขึ้นเป็นเดือนครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคคลายความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์น้ำท่วม ประกอบกับภาวะการท่องเที่ยวที่ดี สถานการณ์เศรษฐกิจในประเทศที่ยังมีการใช้จ่ายปกติ และแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่มีสัญญาณปรับตัวดีขึ้นหลังจากสหรัฐฯ ประกาศใช้มาตรการ QE3 แม้ว่าผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกและการส่งออกของไทยที่ขยายตัวต่ำกว่าคาดการณ์ ที่อาจส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต ประกอบกับยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศในอนาคต แต่ผู้บริโภคก็มีความรู้สึกในเชิงบวกต่อสถานการณ์ต่างๆ ในเศรษฐกิจไทยมากขึ้น

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 69.4 71.2 และ 96.8 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนตุลาคม ที่อยู่ในระดับ 68.1 69.8 และ 95.3 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 77.8 ในเดือนตุลาคม เป็น 79.1 ในเดือนพฤศจิกายน 2555 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหว อยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจในสถานการณ์ต่างๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ การฟื้นตัวของการส่งออก ค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคตและสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน จากระดับ 60.1 ในเดือนตุลาคม เป็นระดับ 61.4 ในเดือนพฤศจิกายน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 83.6 ในเดือนตุลาคม เป็นระดับ 85.0 ในเดือนพฤศจิกายน 2555 การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยงสูง

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชน ในปัจจุบันนี้นั้นจะทรงตัวหรือขยายตัวเล็กน้อยตั้งแต่ปัจจุบันถึงกลางไตรมาสที่ 1 ของปีหน้าเนื่องจากประชาชนยังคงมีความวิตกกังวลและรอดูสถานการณ์เกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีจากความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่อาจเกิดขึ้นได้ ในอนาคตตลอดจนค่าครองชีพที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ การปรับตัวดีขึ้นของการใช้จ่ายใช้สอยของประชาชนจะเพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่องจากปัจจุบัน ถ้ารัฐบาลเร่งรัดการใช้นโยบายการคลังผ่านการใช้งบประมาณและนโยบายการเงินผ่านการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น เพื่อให้มีเงินหมุนเวียนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจมากขึ้น จะเป็นแรงพยุงที่สำคัญเพื่อไม่ให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงตามเศรษฐกิจโลก

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2555 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับดีขึ้นในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีการปรับตัวสูงที่สุด

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	59.9	58.2	61.0	64.0	52.5	68.0	59.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	78.8	72.0	84.9	86.3	71.7	92.1	81.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	62.9	57.2	66.2	69.6	55.6	76.2	65.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.4	74.9	83.9	84.1	73.8	90.9	79.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.8	94.0	100.3	100.3	94.4	100.4	97.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.4	65.1	73.0	75.2	62.1	80.1	70.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	71.2	66.1	75.1	76.9	64.7	83.6	72.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.1	75.1	82.8	84.1	73.7	88.0	80.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนตุลาคม 2555	1.4	1.9	1.0	0.6	1.7	0.7	0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	61.4	57.7	63.6	66.8	54.1	72.1	62.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.0	80.3	89.7	90.2	80.0	94.5	86.3

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	58.7	56.8	59.9	63.1	51.4	67.1	58.7

ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	77.5	70.6	83.8	85.2	70.3	91.0	80.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	61.5	55.7	65.0	68.4	54.1	75.0	64.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	78.1	73.4	82.7	82.9	72.4	89.6	78.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	95.3	92.1	99.1	99.5	92.7	99.9	96.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	68.1	63.7	71.9	74.2	60.9	79.1	69.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.8	63.6	74.4	76.8	62.5	83.0	72.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	77.8	73.1	81.8	83.5	72.0	87.3	79.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกันยายน 2555	0.7	0.8	0.7	0.7	0.6	0.4	0.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	60.1	56.3	62.5	65.8	52.8	71.1	61.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	83.6	78.7	88.5	89.2	78.5	93.5	84.9

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	57.8	55.5	58.9	62.3	51.0	66.8	58.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	77.1	70.2	83.2	84.6	70.1	90.7	79.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	60.3	54.5	63.7	67.1	53.1	73.9	63.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	77.4	72.7	82.0	82.1	71.9	89.0	77.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	94.8	91.5	98.7	99.0	92.1	99.5	95.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.5	62.9	71.1	73.5	60.6	78.8	68.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.9	62.5	73.6	76.0	61.7	82.4	71.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	77.0	72.3	81.1	82.8	71.5	86.9	78.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	59.1	55.0	61.3	64.7	52.1	70.4	60.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	83.1	78.1	88.0	88.6	78.0	93.1	84.5

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย