



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

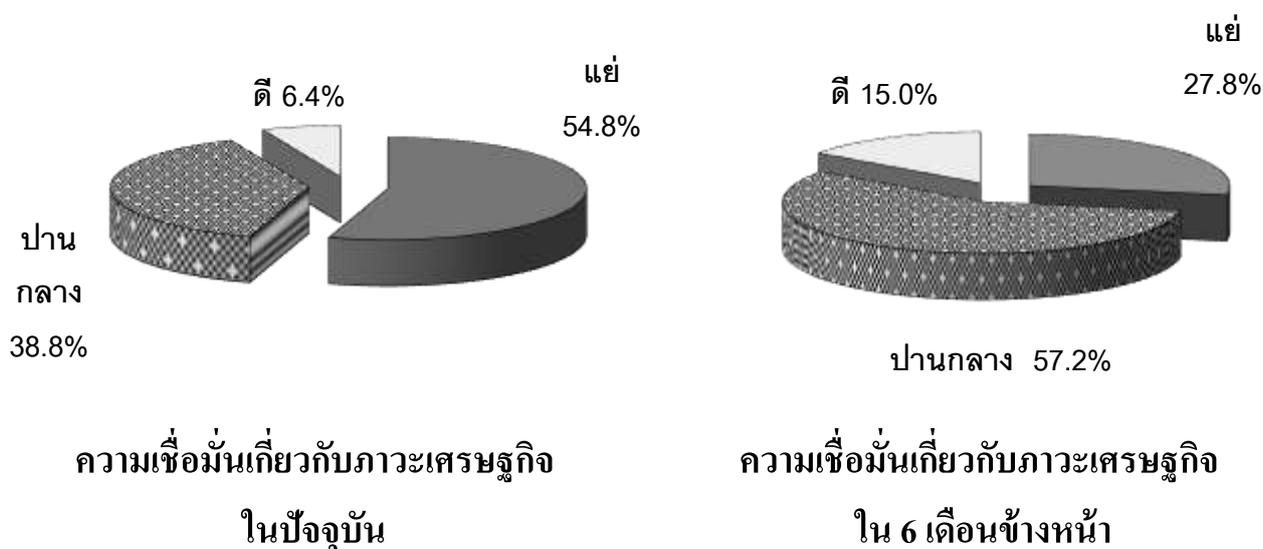
โทร. 0-2697-6340-1

โทรสาร 0-2697-6342

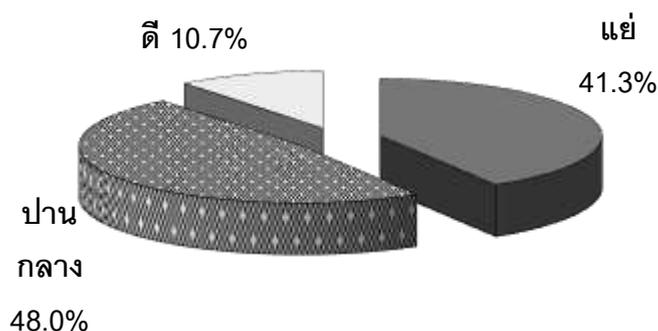
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกันยายน 2561

ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงครั้งแรกในรอบ 4 เดือนเนื่องจากความกังวลเรื่องสงครามการค้าและราคาน้ำมันแพง

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



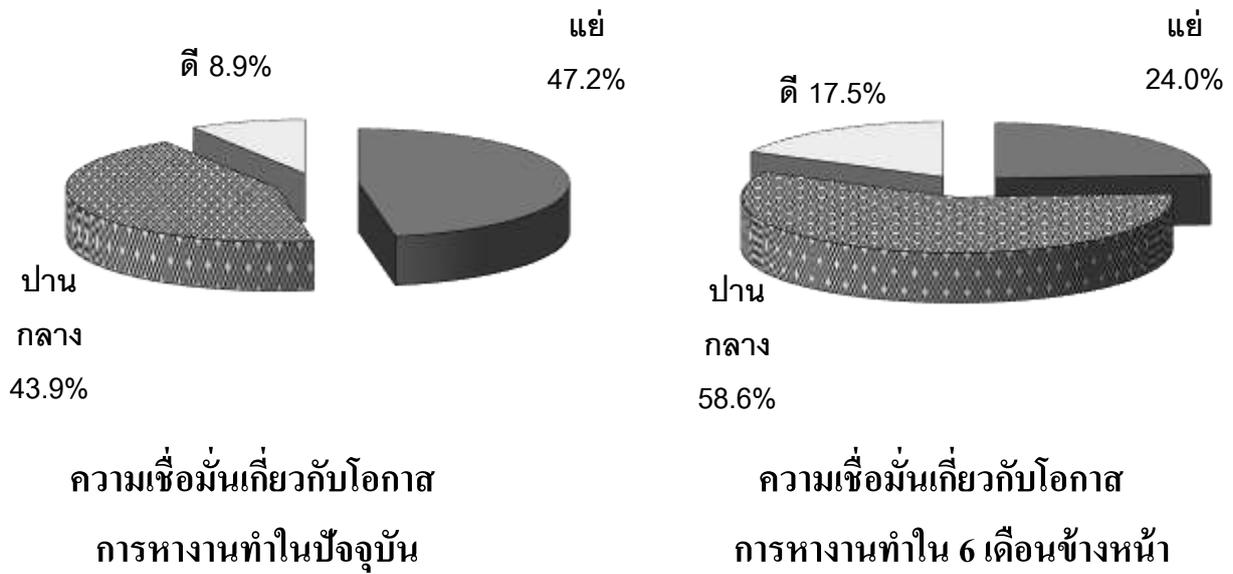
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



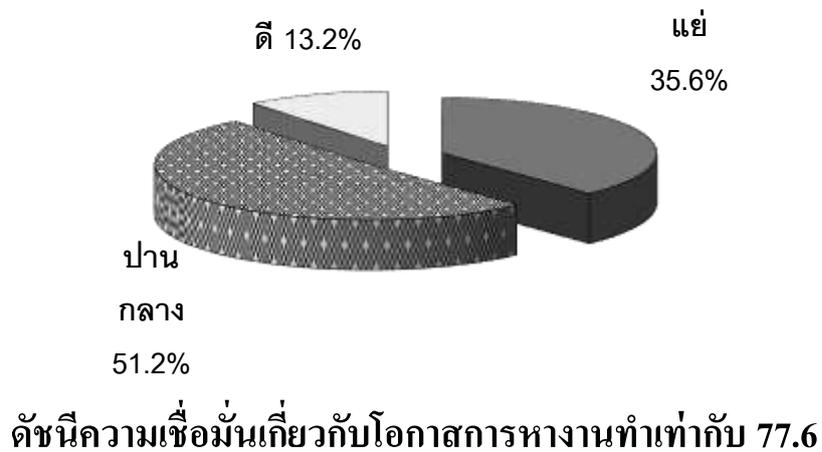
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 69.4

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

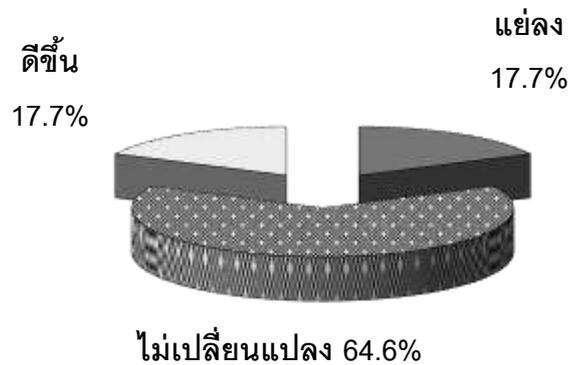


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 100.0

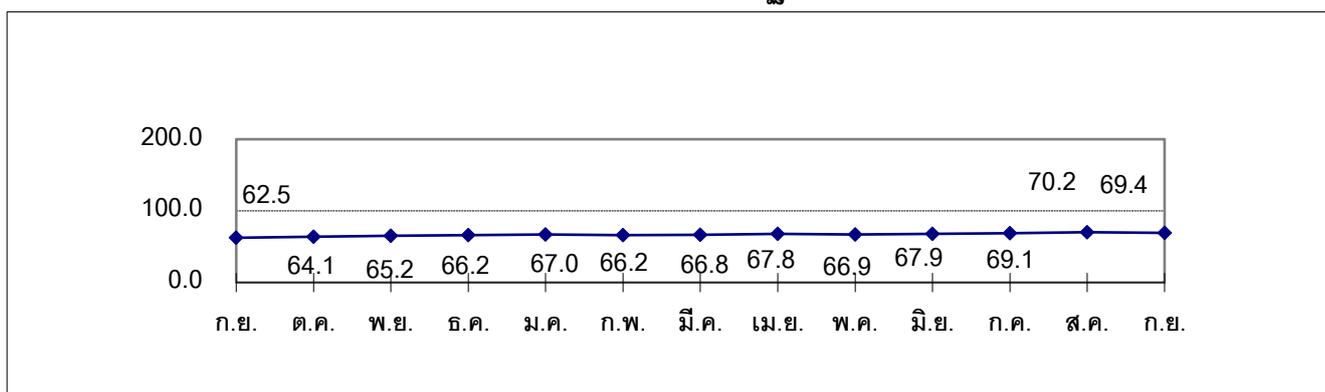
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคมและกันยายน 2561

รายการ	สิงหาคม 2561			กันยายน 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	6.4	38.4	55.2	6.7	38.8	54.5
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	15.0	56.9	28.1	15.4	57.4	27.2
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.6	44.0	47.4	9.1	44.0	46.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	17.1	59.1	23.8	17.8	58.9	23.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.7	64.8	17.5	18.2	64.8	17.0
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	10.7	47.7	41.6	11.1	48.1	40.8
7. โอกาสในการหางานรวม	12.9	51.5	35.6	13.5	51.4	35.1

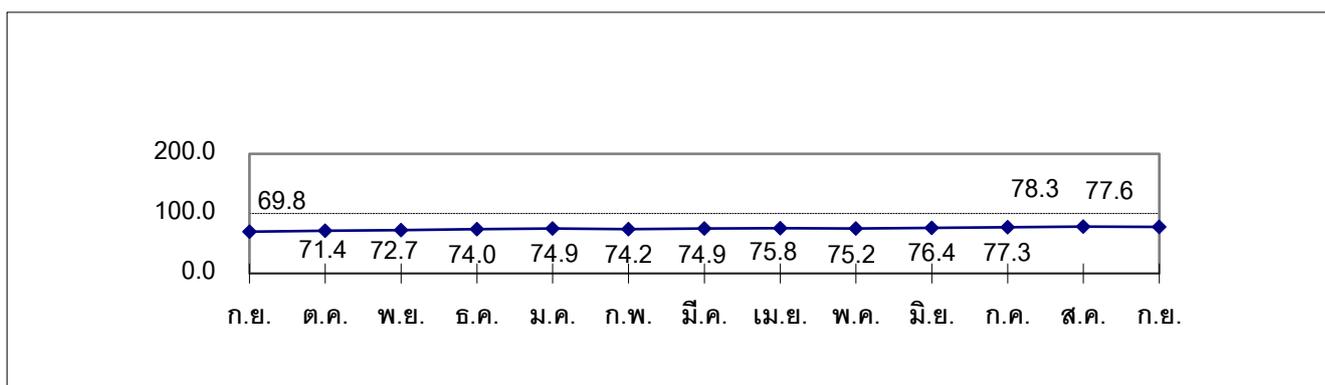
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนถึงกันยายน 2561

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	67.8	66.9	67.9	69.1	70.2	69.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	75.8	75.2	76.4	77.3	78.3	77.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	99.1	98.3	99.5	100.2	101.2	100.0

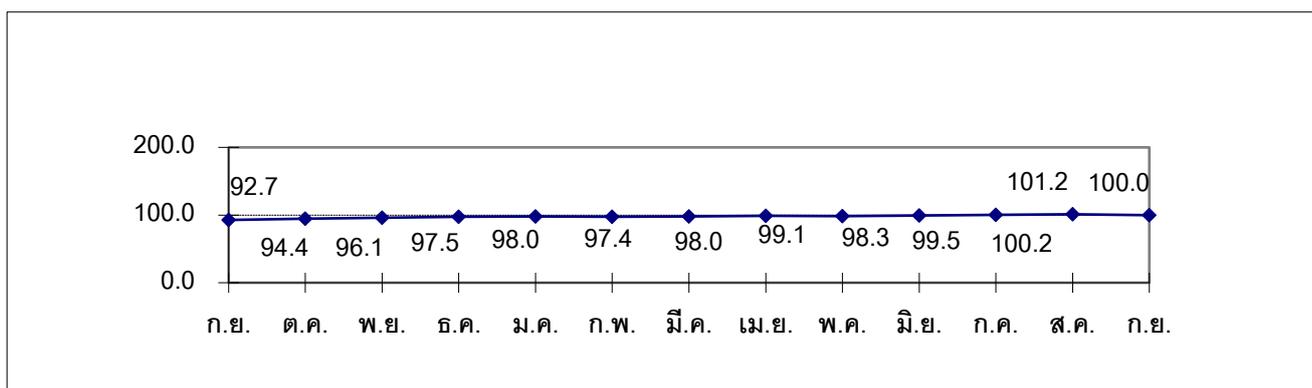
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



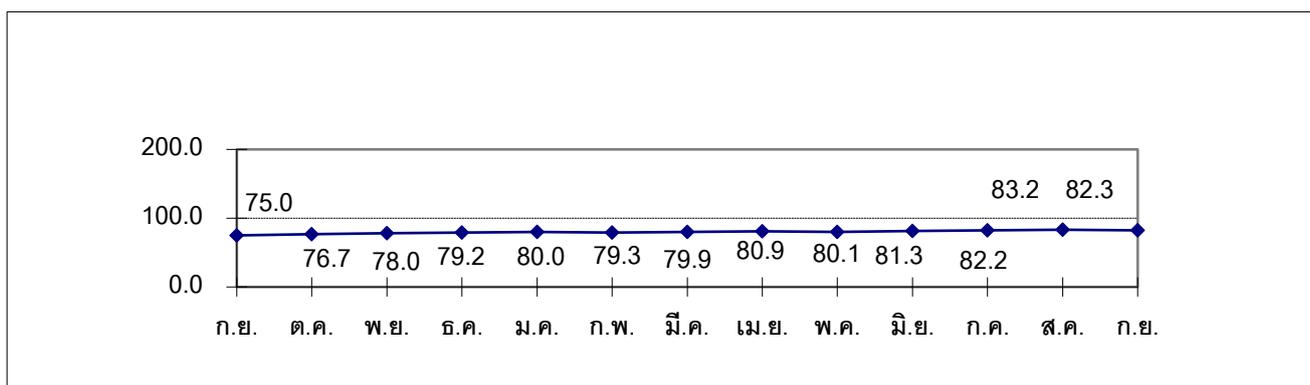
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



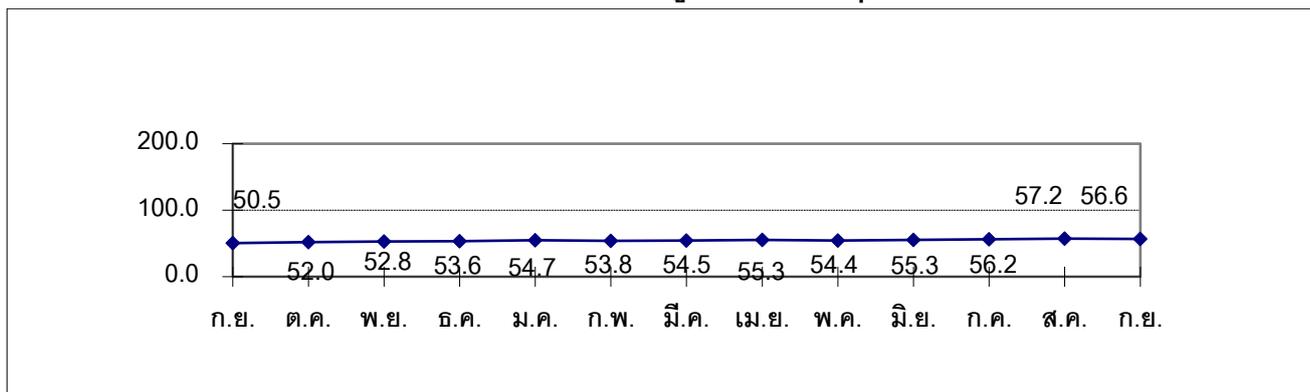
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนเมษายนถึงกันยายน 2561

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.9	80.1	81.3	82.2	83.2	82.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.3	54.4	55.3	56.2	57.2	56.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	91.9	91.3	92.5	93.5	94.6	93.6

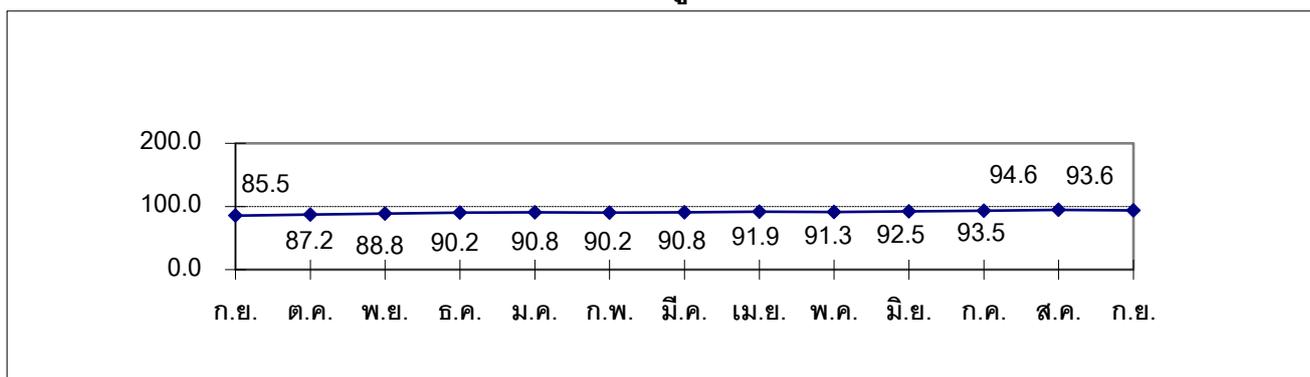
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,243 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2561

ในเดือนกันยายน 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ยังคงคาดการณ์อัตราขยายตัวทางเศรษฐกิจ (จีดีพี) ปี 2561 ไว้ที่ระดับ 4.4% และปี 2562 ที่ระดับ 4.2% เนื่องจากเห็นว่าเศรษฐกิจในภาพรวมยังมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง มีแรงขับเคลื่อนจากการส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวตามเศรษฐกิจโลกที่ฟื้นตัว
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติ 5 ต่อ 2 เสียง ให้คงอัตราดอกเบี้ยไว้ที่ 1.50% ต่อปี เนื่องจากส่วนใหญ่ยังเห็นว่านโยบายการเงินที่ผ่อนคลาย จะช่วยสนับสนุนการขยายตัวเศรษฐกิจและสอดคล้องกับกรอบเป้าหมายเงินเฟ้อ
3. การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2561 มีมูลค่า 22,794.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 6.68 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 23,382.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.80 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 588.14 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ในช่วง 8 เดือนของปี 2561 ส่งออกได้รวม 169,030.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.03 และมีการนำเข้ารวม 166,678.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.89 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 2,351.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
4. SET Index ในเดือนกันยายน 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 34.83 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,721.58 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561 เป็น 1,756.41 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน 2561

5. พืชผลทางการเกษตรบางรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าวหอมมะลิ มันสำปะหลัง และสินค้าปศุสัตว์ ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยในหลายจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม เกษตรกรส่วนใหญ่ยังเห็นว่าราคาสินค้าเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

6. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 33.025 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561 เป็น 32.681 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามายังประเทศไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกันยายน 2561 ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.00 บาทต่อลิตร จากระดับ 29.88 และ 30.15 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 30.88 และ 31.15 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.30 บาทต่อลิตร จากระดับ 29.59 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561 มาอยู่ที่ระดับ 29.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2561

2. ราคาพืชผลทางการเกษตรส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวและยางพารา ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

3. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

4. ปัญหานักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยลงกว่าปกติ ส่งผลให้รายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและธุรกิจต่อเนื่องขยายตัวน้อยกว่าที่ควรจะเป็น

5. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการขึ้นค่าครองชีพและยังกระจุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะหลัง

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการขึ้นค่าครองชีพส่งผลให้อำนาจซื้อลดน้อยลง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังมีราคาต่ำ นักท่องเที่ยวจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดน้อยลง และสถานการณ์สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่มีเริ่มรุนแรงมากขึ้น ส่งผลให้กำลังซื้อในปัจจุบันชะลอลง และความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลง สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2561 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 70.2 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 69.4 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.7% 48.0% และ 41.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.1% 48.1% และ 40.8% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลง จากระดับ 52.2 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 51.6 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.4% 38.8% และ 54.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคมผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.7% 38.8% และ 54.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกันยายน 2561 ปรับตัวลดลงจากระดับ 88.3 มาอยู่ที่ระดับ 87.2 โดยในเดือนกันยายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.0% 57.2% และ 27.8% ตามลำดับ ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.4% 57.4% และ 27.2% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กันยายน 2560	62.5	45.9	79.1
ตุลาคม 2560	64.1	47.4	80.8
พฤศจิกายน 2560	65.2	48.2	82.3
ธันวาคม 2560	66.2	48.9	83.6
มกราคม 2561	67.0	49.9	84.1
กุมภาพันธ์ 2561	66.2	49.0	83.3
มีนาคม 2561	66.8	49.6	83.9
เมษายน 2561	67.8	50.4	85.2
พฤษภาคม 2561	66.9	49.3	84.5
มิถุนายน 2561	67.9	50.2	85.7
กรกฎาคม 2561	69.1	51.2	86.9
สิงหาคม 2561	70.2	52.2	88.3
กันยายน 2561	69.4	51.6	87.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2560	62.4	46.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2560	65.2	48.2	82.2
ไตรมาสที่ 1 2561	66.7	49.5	83.8
ไตรมาสที่ 2 2561	67.5	49.9	85.1
ไตรมาสที่ 3 2561	69.6	51.7	87.5

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 78.3 สู่ระดับ 77.6 ในเดือนกันยายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.2% 51.2% และ 35.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.5% 51.4% และ 35.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกันยายน 2561 ปรับตัวลดลงจากระดับ 62.2 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 61.7 โดยในเดือนกันยายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 8.9% 43.9% และ 47.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 9.1% 44.0% และ 46.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจาก 94.4 เป็น 93.5 โดยในเดือนกันยายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 17.5% 58.6% และ 24.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 17.8% 58.9% และ 23.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคต ถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กันยายน 2560	69.8	55.1	84.6
ตุลาคม 2560	71.4	56.5	86.4
พฤศจิกายน 2560	72.7	57.5	88.0
ธันวาคม 2560	74.0	58.3	89.6
มกราคม 2561	74.9	59.5	90.4
กุมภาพันธ์ 2561	74.2	58.7	89.8
มีนาคม 2561	74.9	59.4	90.5
เมษายน 2561	75.8	60.2	91.5
พฤษภาคม 2561	75.2	59.5	91.0
มิถุนายน 2561	76.4	60.5	92.3
กรกฎาคม 2561	77.3	61.2	93.3
สิงหาคม 2561	78.3	62.2	94.4
กันยายน 2561	77.6	61.7	93.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2560	69.5	55.6	83.5
ไตรมาสที่ 4 2560	72.7	57.4	88.0
ไตรมาสที่ 1 2561	74.7	59.2	90.2
ไตรมาสที่ 2 2561	75.8	60.1	91.6
ไตรมาสที่ 3 2561	77.7	61.7	93.7

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกันยายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน แต่ยังปรับตัวเกินระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 101.2 สู่ระดับ 100.0 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.7% 64.6% และ 17.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 18.2% 64.8% และ 17.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 82.0% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 83.0% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับเกิน 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กันยายน 2560	92.7
ตุลาคม 2560	94.4
พฤศจิกายน 2560	96.1
ธันวาคม 2560	97.5
มกราคม 2561	98.0
กุมภาพันธ์ 2561	97.4
มีนาคม 2561	98.0
เมษายน 2561	99.1
พฤษภาคม 2561	98.3
มิถุนายน 2561	99.5
กรกฎาคม 2561	100.2
สิงหาคม 2561	101.2
กันยายน 2561	100.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 3 2560	91.5
ไตรมาสที่ 4 2560	96.0
ไตรมาสที่ 1 2561	97.8
ไตรมาสที่ 2 2561	99.0
ไตรมาสที่ 3 2561	100.4

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกันยายน 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงทุกช่วงเวลา โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 57.2 ในเดือนสิงหาคมมาอยู่ที่ระดับ 56.6 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 94.6 เป็นระดับ 93.6 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 83.2 เป็น 82.3 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2561 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กันยายน 2560	75.0	50.5	85.5
ตุลาคม 2560	76.7	52.0	87.2
พฤศจิกายน 2560	78.0	52.8	88.8
ธันวาคม 2560	79.2	53.6	90.2
มกราคม 2561	80.0	54.7	90.8
กุมภาพันธ์ 2561	79.3	53.8	90.2
มีนาคม 2561	79.9	54.5	90.8
เมษายน 2561	80.9	55.3	91.9
พฤษภาคม 2561	80.1	54.4	91.3
มิถุนายน 2561	81.3	55.3	92.5
กรกฎาคม 2561	82.2	56.2	93.5
สิงหาคม 2561	83.2	57.2	94.6
กันยายน 2561	82.3	56.6	93.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2560	74.5	51.3	84.3
ไตรมาสที่ 4 2560	78.6	53.2	89.5
ไตรมาสที่ 1 2561	79.7	54.4	90.6
ไตรมาสที่ 2 2561	80.8	55.0	91.9
ไตรมาสที่ 3 2561	82.6	56.7	93.9

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2561 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าราคาน้ำมันปรับตัวสูงขึ้นส่งผลให้อำนาจซื้อลดน้อยลง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังมีราคาต่ำนักท่องเที่ยวเงินที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดน้อยลง และสถานการณ์สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่มีเรื้อรังมากขึ้น ส่งผลให้กำลังซื้อในปัจจุบันชะลอตัวลง และความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลง

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 69.4 77.6 และ 100.0 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนสิงหาคม 2561 ที่อยู่ในระดับ 70.2 78.3 และ 101.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 83.2 มาอยู่ที่ระดับ 82.3 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับการปรับตัวสูงขึ้นของราคาน้ำมันในประเทศไทยและในตลาดโลก สถานการณ์ทางการเมืองของไทย สถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศโดยเฉพาะเรื่องสงครามการค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อภาพฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการ โดยเฉพาะข้าว และยางพารา ที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 57.2 มาอยู่ที่ระดับ 56.6 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 94.6 มาอยู่ที่ระดับ 93.6 ซึ่งยังปรับตัวอยู่ใกล้เคียงระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) มากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะ กทม. และปริมณฑล ภาคใต้ และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	51.6	52.2	49.4	50.5	50.5	51.1	54.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	87.2	86.1	88.4	86.8	84.2	87.5	92.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	61.7	61.8	58.1	61.5	56.4	65.8	66.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	93.5	95.4	91.5	90.4	90.3	95.2	94.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.0	102.6	97.4	99.5	98.2	94.1	102.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.4	69.2	68.9	68.7	67.4	69.3	73.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	77.6	78.6	74.8	76.0	73.4	80.5	80.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	82.3	83.5	80.4	81.4	79.6	81.3	85.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนสิงหาคม 2561	-0.9	-1.1	-0.7	-0.5	-0.8	-1.0	-0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	56.6	57.0	53.8	56.0	53.5	58.5	60.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	93.6	94.7	92.4	92.2	90.9	92.3	96.4

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	52.2	53.0	50.0	50.2	51.1	52.1	55.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	88.3	87.3	89.3	87.5	85.2	88.7	93.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	62.2	62.5	58.5	61.8	56.8	66.4	66.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	94.4	96.5	92.0	90.9	91.0	96.2	95.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	101.2	104.0	98.3	100.3	99.2	95.3	103.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	70.2	70.2	69.7	68.9	68.2	70.4	74.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	78.3	79.5	75.3	76.4	73.9	81.3	80.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	83.2	84.6	81.1	81.8	80.4	82.3	86.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2561	1.1	1.2	0.9	0.9	1.0	1.0	1.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	57.2	57.8	54.3	56.0	54.0	59.3	61.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	94.6	95.9	93.2	92.9	91.8	93.4	97.5

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	51.2	51.8	49.0	49.3	50.1	51.3	54.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	86.9	85.7	88.3	86.4	83.9	87.6	92.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	61.2	61.5	57.6	60.7	55.9	65.6	65.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	93.3	95.2	91.0	89.9	90.1	95.4	94.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.2	102.9	97.4	99.6	98.4	94.2	102.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.1	68.8	68.7	67.9	67.0	69.5	73.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	77.3	78.4	74.3	75.3	73.0	80.5	79.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	82.2	83.3	80.1	80.9	79.5	81.4	85.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	56.2	56.7	53.3	55.0	53.0	58.5	60.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	93.5	94.6	92.2	92.0	90.8	92.4	96.4

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย