



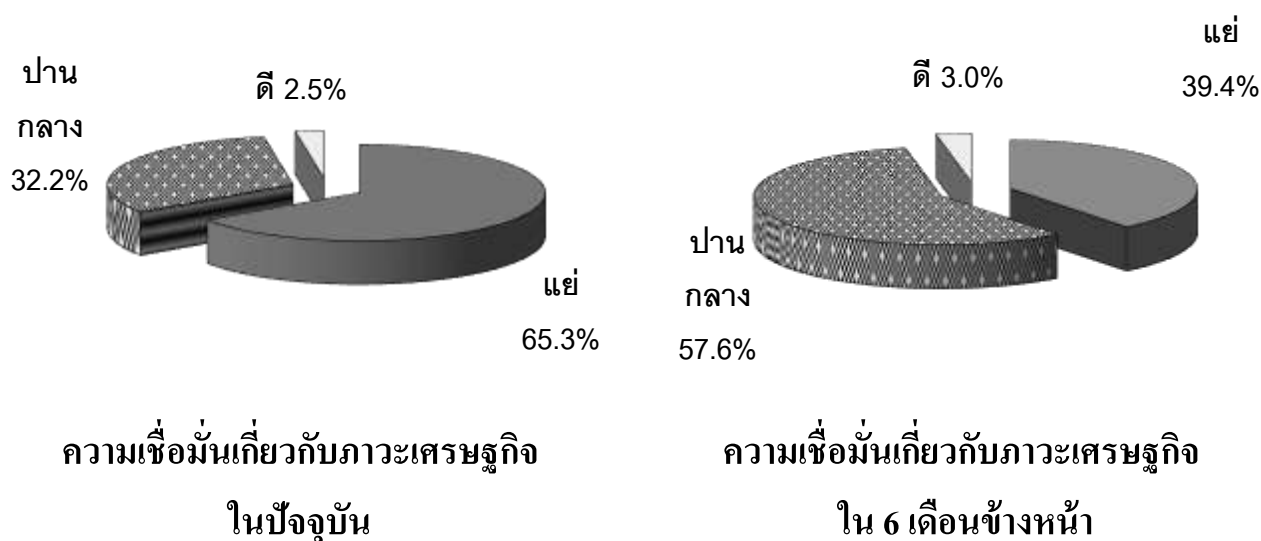
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

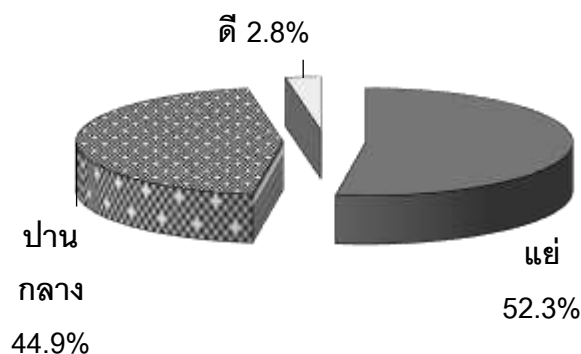
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนพฤศจิกายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



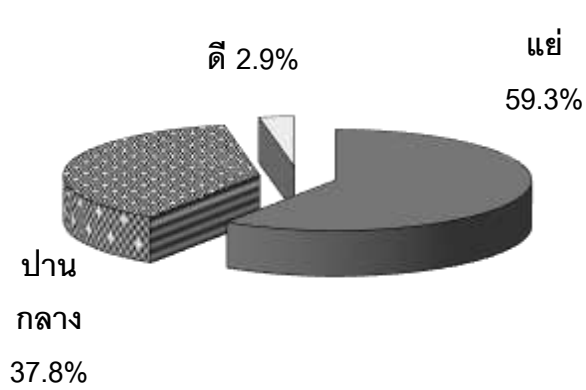
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



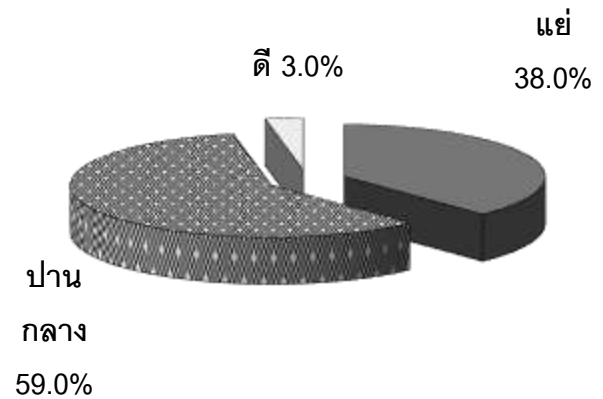
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 50.4

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

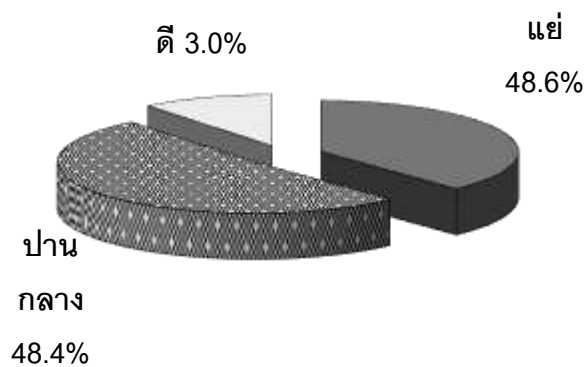


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

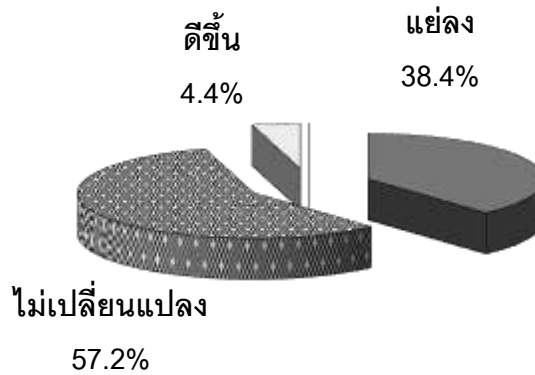
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่มาก



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 54.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 66.1

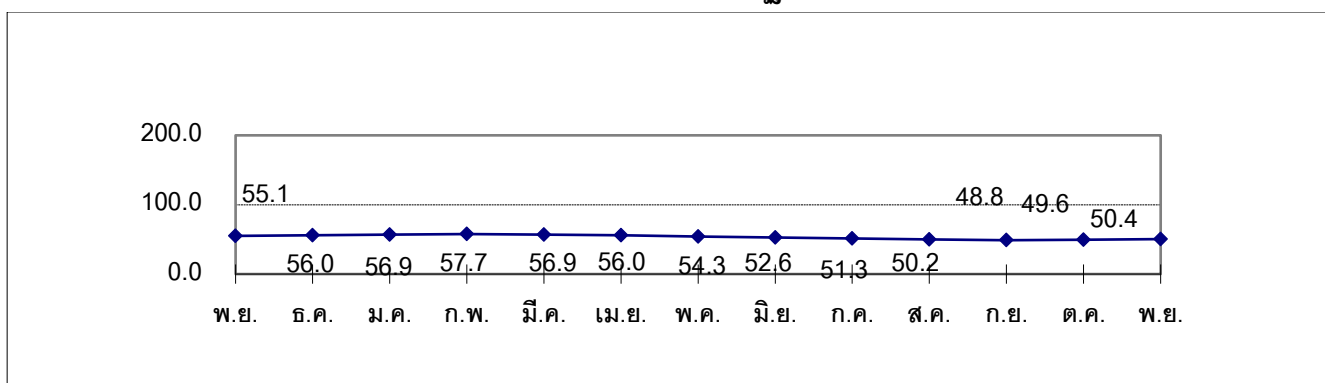
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน 2567

รายการ	ตุลาคม 2567			พฤศจิกายน 2567		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	2.3	31.7	66.0	2.5	32.2	65.3
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	2.8	57.1	40.1	3.0	57.6	39.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	2.7	37.4	59.9	2.9	37.8	59.3
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	2.8	58.6	38.6	3.0	59.0	38.0
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	4.2	56.7	39.1	4.4	57.2	38.4
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	2.6	44.4	53.0	2.8	44.9	52.3
7. โอกาสในการหางานรวม	2.7	48.0	49.3	3.0	48.4	48.6

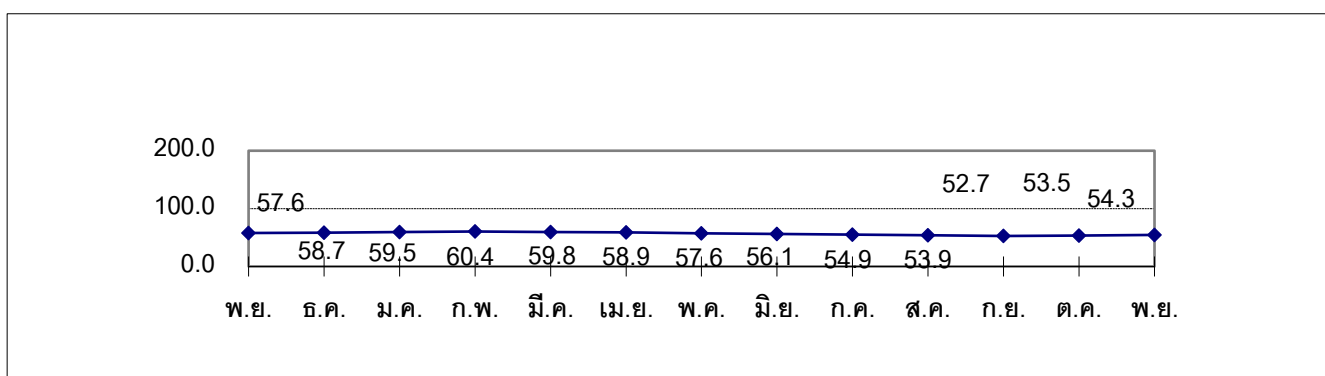
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2567

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	52.6	51.3	50.2	48.8	49.6	50.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	56.1	54.9	53.9	52.7	53.5	54.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	67.9	66.8	65.6	64.4	65.1	66.1

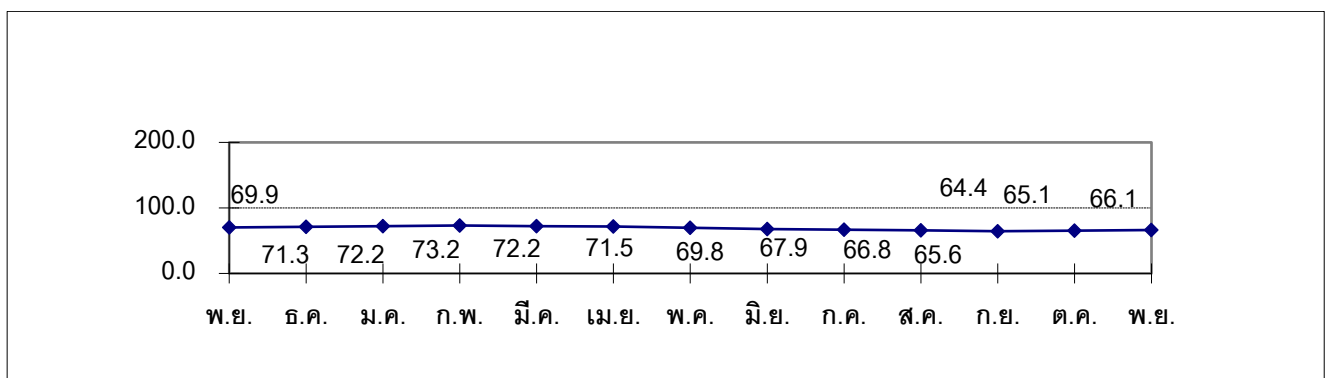
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



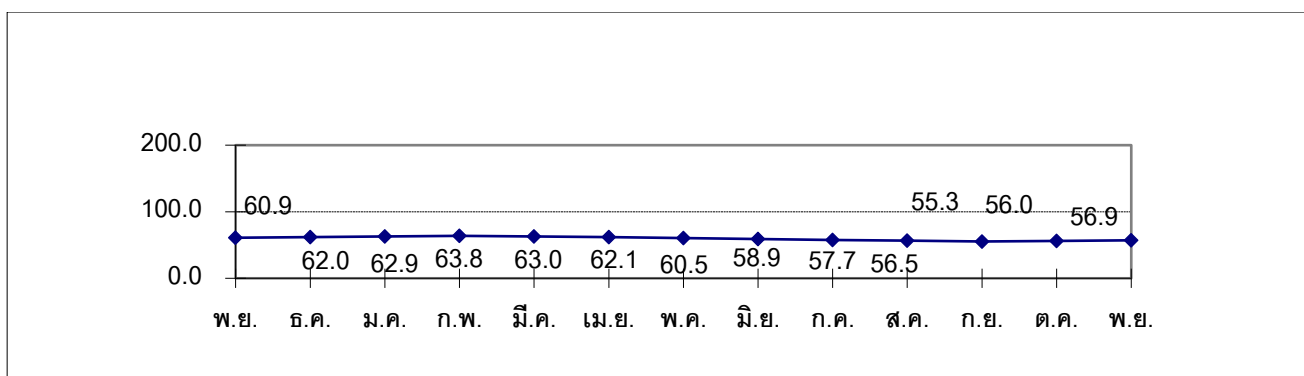
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



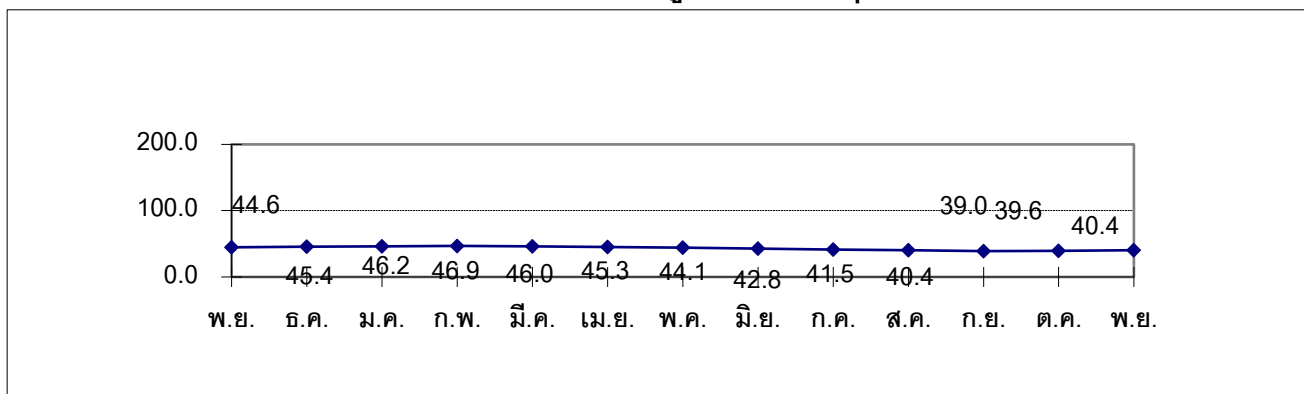
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2567

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	58.9	57.7	56.5	55.3	56.0	56.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	42.8	41.5	40.4	39.0	39.6	40.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	66.7	65.4	64.3	63.1	64.0	64.9

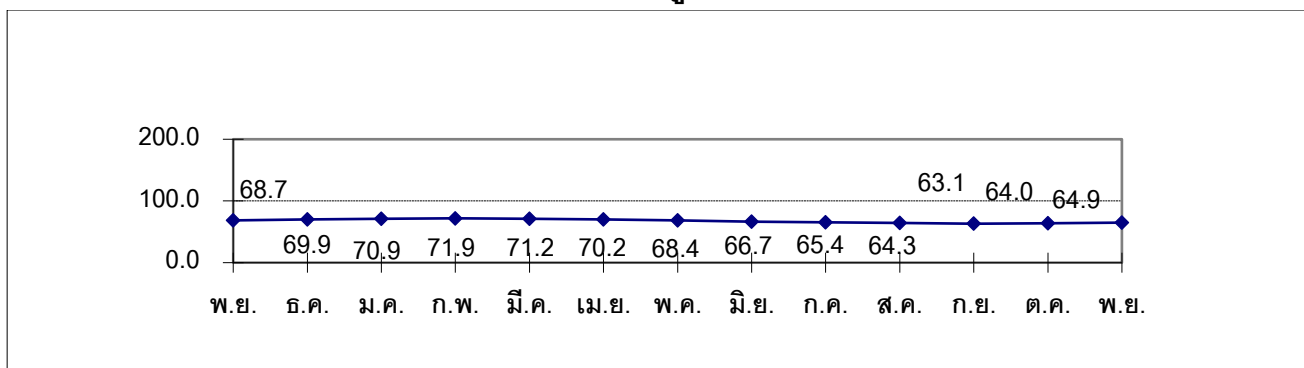
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) เผยตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ไตรมาส 3 ปี 2567 ว่า เศรษฐกิจขยายตัว 3.0% เติบโตจากการขยายตัว 2.2% ในไตรมาส 2 ปี 2567 ส่วนช่วง 9 เดือนของปี 2567 ขยายตัว 2.3% โดยทั้งปี 2567 คาดจะขยายตัว 2.6% สูงกว่าการประเมินครั้งก่อนว่าจะอยู่ที่ 2.3-2.8% โดยมีค่ากลางที่ 2.5% ส่วนปี 2568 คาดจะขยายตัว 2.3-3.3% มีค่ากลาง 2.8%"
2. รัฐบาลดำเนินโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ ปี 2567 ผ่านผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและคนพิการ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายรวม 14.55 ล้านคน โดยเริ่มทำการโอนเงิน 10,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2567 เป็นต้นมา
3. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศตลอดจนยกเว้นการขึ้นวีซ่านักท่องเที่ยว รวมการขยายระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น
4. การส่งออกของไทยในเดือนตุลาคม 2567 มีมูลค่า 27,222.05 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 14.60% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 28,016.40 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 7.11% ส่งผลให้ขาดดุลการค้า 794.35 ล้านดอลลาร์ ทำให้ช่วง 10 เดือนของปี 2567 ส่งออกได้รวม 250,398.03 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 4.94% และมีการนำเข้ารวม 257,149.23 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 9.90% ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 6,751.20 ล้านดอลลาร์
5. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีเกือบทุกรายการสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น

6. ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติเห็นชอบขยายเวลาคงอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ไว้ที่ 7% ต่ออีก 1 ปี โดยนับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง 30 กันยายน 2568 เพื่อส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ

7. รัฐบาลออกมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด โดยให้มีผลตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2567 - 30 พฤศจิกายน 2567 และออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการมีที่อยู่อาศัยของประชาชน กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคอสังหาริมทรัพย์

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤศจิกายน 2567 ได้แก่

1. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการฟื้นตัวในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.10 และ 1.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 34.88 และ 35.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2567 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 35.98 และ 36.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 32.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567

3. SET Index ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ปรับตัวลดลง 38.50 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,466.04 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2567 เป็น 1,427.54 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567

4. ความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัด โดยเฉพาะในภาคใต้ ที่สร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร

5. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ตลอดจนสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่รุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อในเชิงลบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 33.372 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2567 เป็น 34.448 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567 ทำให้มีความกังวลว่าจะส่งกระทบในเชิงลบต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มเห็นว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลช่วยผ่อนคลายให้สถานการณ์เศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นและการท่องเที่ยวในประเทศเริ่มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องหลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 49.6 ในเดือนที่ผ่านมา สู่อันดับ 50.4 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2567 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 44.9% และ 52.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 44.4% และ 53.0% ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ในสัดส่วนที่ต่ำกว่า “แย่” ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนซึ่งดีขึ้นจากระดับ 36.4 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 37.2 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2567 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 32.2% และ 65.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.3% 31.7% และ 66.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤศจิกายน 2567 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนโดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 62.8 มาอยู่ที่ระดับ 63.6 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 57.6% และ 39.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 57.1% และ 40.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนัก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	55.1	42.3	67.9
ธันวาคม 2566	56.0	43.0	68.9
มกราคม 2567	56.9	43.7	70.0
กุมภาพันธ์ 2567	57.7	44.4	71.0
มีนาคม 2567	56.9	43.6	70.3
เมษายน 2567	56.0	42.7	69.2
พฤษภาคม 2567	54.3	41.4	67.2
มิถุนายน 2567	52.6	40.0	65.3
กรกฎาคม 2567	51.3	38.6	64.0
สิงหาคม 2567	50.2	37.2	63.1
กันยายน 2567	48.8	35.8	61.8
ตุลาคม 2567	49.6	36.4	62.8
พฤศจิกายน 2567	50.4	37.2	63.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2564	38.9	26.0	51.9
ไตรมาสที่ 1 2565	37.2	24.6	49.9
ไตรมาสที่ 2 2565	34.9	23.1	46.6
ไตรมาสที่ 3 2565	37.6	25.7	49.5
ไตรมาสที่ 4 2565	42.0	29.8	54.2
ไตรมาสที่ 1 2566	46.9	34.4	59.5
ไตรมาสที่ 2 2566	50.2	38.0	62.4
ไตรมาสที่ 3 2566	51.7	39.5	63.9
ไตรมาสที่ 4 2566	55.2	42.3	68.1
ไตรมาสที่ 1 2567	57.2	43.9	70.4
ไตรมาสที่ 2 2567	54.3	41.4	67.2
ไตรมาสที่ 3 2567	50.1	37.2	63.0
ต.ค. - พ.ย. 2567	50.0	36.8	63.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 53.5 สู่ระดับ 54.3 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 48.4% และ 48.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.7% 48.0% และ 49.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีมากนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤศจิกายน 2567 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนเช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 42.8 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 43.6 โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.9% 37.8% และ 59.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.7% 37.4% และ 59.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนโดยปรับตัวดีขึ้นจาก 64.2 เป็น 65.1 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 59.0% และ 38.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 58.6% และ 38.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจชะลอตัวลงในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	57.6	47.0	68.3
ธันวาคม 2566	58.7	47.9	69.4
มกราคม 2567	59.5	48.6	70.4
กุมภาพันธ์ 2567	60.4	49.3	71.5
มีนาคม 2567	59.8	48.5	71.0
เมษายน 2567	58.9	47.9	69.9
พฤษภาคม 2567	57.6	46.7	68.4
มิถุนายน 2567	56.1	45.5	66.7
กรกฎาคม 2567	54.9	44.3	65.4
สิงหาคม 2567	53.9	43.5	64.3
กันยายน 2567	52.7	42.2	63.2
ตุลาคม 2567	53.5	42.8	64.2
พฤศจิกายน 2567	54.3	43.6	65.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2564	41.5	31.3	51.7
ไตรมาสที่ 1 2565	40.1	30.2	50.1
ไตรมาสที่ 2 2565	38.3	29.3	47.4
ไตรมาสที่ 3 2565	40.9	31.6	50.2
ไตรมาสที่ 4 2565	45.3	35.5	54.9
ไตรมาสที่ 1 2566	49.9	39.8	60.0
ไตรมาสที่ 2 2566	52.8	43.0	62.7
ไตรมาสที่ 3 2566	54.0	44.1	64.0
ไตรมาสที่ 4 2566	57.8	47.1	68.4
ไตรมาสที่ 1 2567	59.9	48.8	71.0
ไตรมาสที่ 2 2567	57.5	46.7	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	53.8	43.3	64.3
ต.ค. - พ.ย. 2567	53.9	43.2	64.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 65.1 สู่ระดับ 66.1 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.4% 57.2% และ 38.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.2% 56.7% และ 39.1% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 95.8% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	69.9
ธันวาคม 2566	71.3
มกราคม 2567	72.2
กุมภาพันธ์ 2567	73.2
มีนาคม 2567	72.2
เมษายน 2567	71.5
พฤษภาคม 2567	69.8
มิถุนายน 2567	67.9
กรกฎาคม 2567	66.8
สิงหาคม 2567	65.6
กันยายน 2567	64.4
ตุลาคม 2567	65.1
พฤศจิกายน 2567	66.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4 2564	54.6
ไตรมาสที่ 1 2565	52.7
ไตรมาสที่ 2 2565	49.3
ไตรมาสที่ 3 2565	52.1
ไตรมาสที่ 4 2565	56.4
ไตรมาสที่ 1 2566	61.3
ไตรมาสที่ 2 2566	64.3
ไตรมาสที่ 3 2566	65.5
ไตรมาสที่ 4 2566	70.1
ไตรมาสที่ 1 2567	72.5
ไตรมาสที่ 2 2567	69.7
ไตรมาสที่ 3 2567	65.6
ต.ค. - พ.ย. 2567	65.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤศจิกายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 39.6 มาอยู่ที่ระดับ 40.4 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 64.0 มาอยู่ที่ระดับ 64.9 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.0 เป็น 56.9 ในเดือนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	60.9	44.6	68.7
ธันวาคม 2566	62.0	45.4	69.9
มกราคม 2567	62.9	46.2	70.9
กุมภาพันธ์ 2567	63.8	46.9	71.9
มีนาคม 2567	63.0	46.0	71.2
เมษายน 2567	62.1	45.3	70.2
พฤษภาคม 2567	60.5	44.1	68.4
มิถุนายน 2567	58.9	42.8	66.7
กรกฎาคม 2567	57.7	41.5	65.4
สิงหาคม 2567	56.5	40.4	64.3
กันยายน 2567	55.3	39.0	63.1
ตุลาคม 2567	56.0	39.6	64.0
พฤศจิกายน 2567	56.9	40.4	64.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2564	45.0	28.6	52.7
ไตรมาสที่ 1 2565	43.4	27.4	50.9
ไตรมาสที่ 2 2565	40.8	26.2	47.8
ไตรมาสที่ 3 2565	43.5	28.7	50.6
ไตรมาสที่ 4 2565	47.9	32.6	55.2
ไตรมาสที่ 1 2566	52.7	37.1	60.3
ไตรมาสที่ 2 2566	55.8	40.5	63.1
ไตรมาสที่ 3 2566	57.1	41.8	64.4
ไตรมาสที่ 4 2566	61.0	44.7	68.9
ไตรมาสที่ 1 2567	63.2	46.4	71.3
ไตรมาสที่ 2 2567	60.5	44.0	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	56.5	40.3	64.3
ต.ค. - พ.ย. 2567	56.5	40.0	64.5

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มเห็นว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลช่วยผ่อนคลายให้สถานการณ์เศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นและการท่องเที่ยวในประเทศเริ่มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องหลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 50.4 54.3 และ 66.1 ตามลำดับ ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนตุลาคม ที่อยู่ในระดับ 49.6 53.5 และ 65.1 ตามลำดับ การที่ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศและค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลงจากสงครามการค้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมี โอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.0 เป็น 56.9 เป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้า และค่าครองชีพสูง ตลอดจนสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน กับอิสราเอลกับฮามาสในฉนวนกาซาที่ยังคงยืดเยื้อ ส่งผลกระทบต่อจิตวิทยาในเชิงลบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยยังคงมีโอกาสนั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 39.6 เป็น 40.4 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 64.0 มาอยู่ที่ระดับ 64.9 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนทุกรายการ แสดงว่า ผู้บริโภคเริ่มมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นในอนาคตได้ หากรัฐบาลขับเคลื่อนและกระตุ้นเศรษฐกิจได้ต่อเนื่องและไม่มีปัจจัยเสี่ยงใดๆ เกิดขึ้นเพิ่มเติมทั้งความเสี่ยงภายในและภายนอกประเทศ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	37.2	37.2	36.2	37.3	38.4	35.0	39.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	63.6	61.6	66.0	66.2	61.2	61.4	70.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	43.6	42.3	41.8	45.9	39.8	47.0	48.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	65.1	64.7	67.5	67.1	62.4	65.6	64.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	66.1	66.4	65.4	70.0	66.4	60.0	67.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	50.4	49.4	51.1	51.8	49.8	48.2	54.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	54.3	53.5	54.7	56.5	51.1	56.3	56.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.9	56.4	57.1	59.4	55.8	54.8	59.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนตุลาคม 2567	0.9	1.0	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.4	39.8	39.0	41.6	39.1	41.0	43.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.9	64.2	66.3	67.8	63.3	62.3	67.2

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	36.4	36.4	35.5	36.5	37.6	34.2	38.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	62.8	60.6	65.3	65.4	60.5	60.7	69.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	42.8	41.4	41.0	45.1	39.0	46.2	47.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	64.2	63.8	66.7	66.3	61.6	64.8	63.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.1	65.3	64.7	69.2	65.7	59.0	66.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	49.6	48.5	50.4	51.0	49.1	47.5	53.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	53.5	52.6	53.9	55.7	50.3	55.5	55.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.0	55.5	56.3	58.6	55.0	54.0	58.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกันยายน 2567	0.7	0.9	0.5	0.6	0.7	0.9	0.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.6	38.9	38.3	40.8	38.3	40.2	42.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.0	63.2	65.6	67.0	62.6	61.5	66.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2567

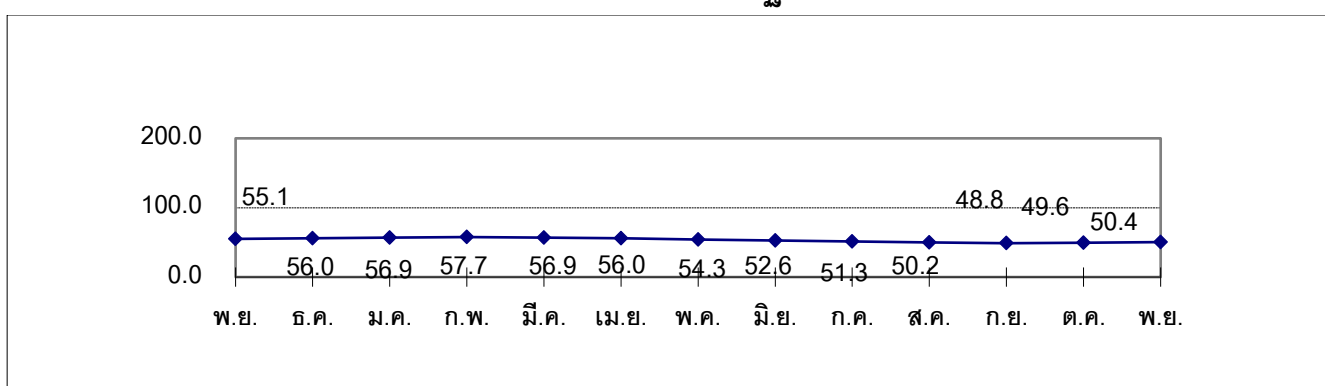
ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	35.8	35.7	35.2	36.1	37.0	33.5	37.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	61.8	59.5	64.7	64.7	59.7	59.6	68.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	42.2	40.7	40.5	44.6	38.3	45.6	46.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	63.2	62.7	65.9	65.4	60.7	63.6	62.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	64.4	64.5	64.2	68.6	65.0	58.2	65.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	48.8	47.6	50.0	50.4	48.4	46.6	53.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	52.7	51.7	53.2	55.0	49.5	54.6	54.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	55.3	54.6	55.8	58.0	54.3	53.1	57.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.0	38.2	37.9	40.4	37.7	39.6	42.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	63.1	62.2	64.9	66.2	61.8	60.5	65.5

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

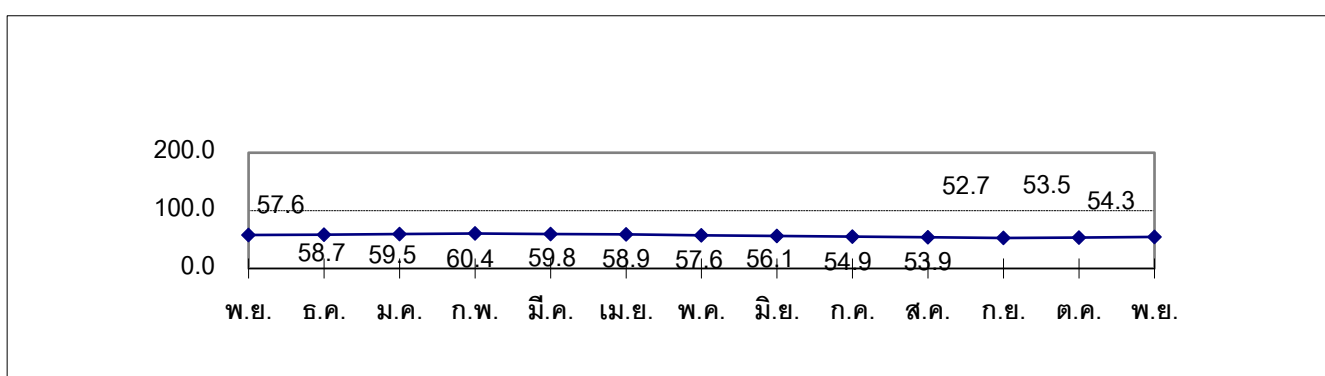
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2567

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	52.6	51.3	50.2	48.8	49.6	50.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	56.1	54.9	53.9	52.7	53.5	54.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	67.9	66.8	65.6	64.4	65.1	66.1

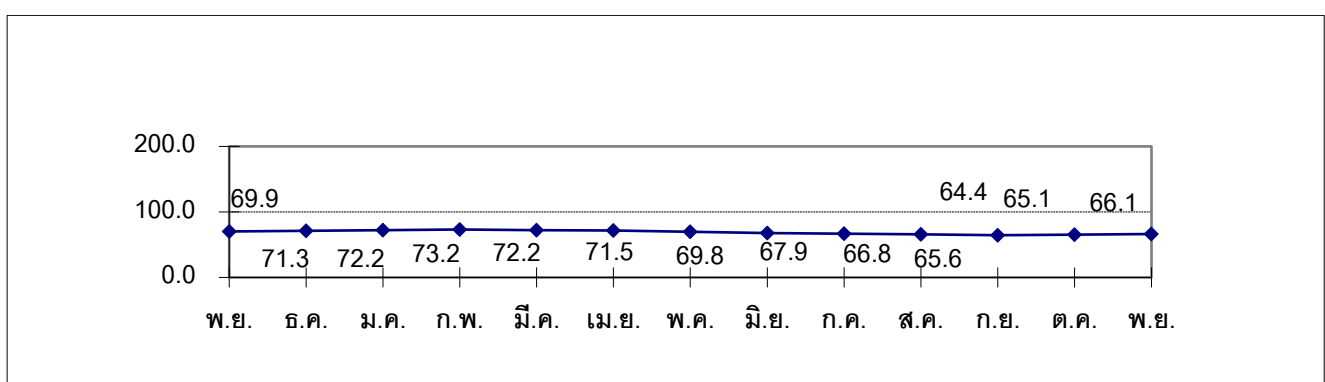
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



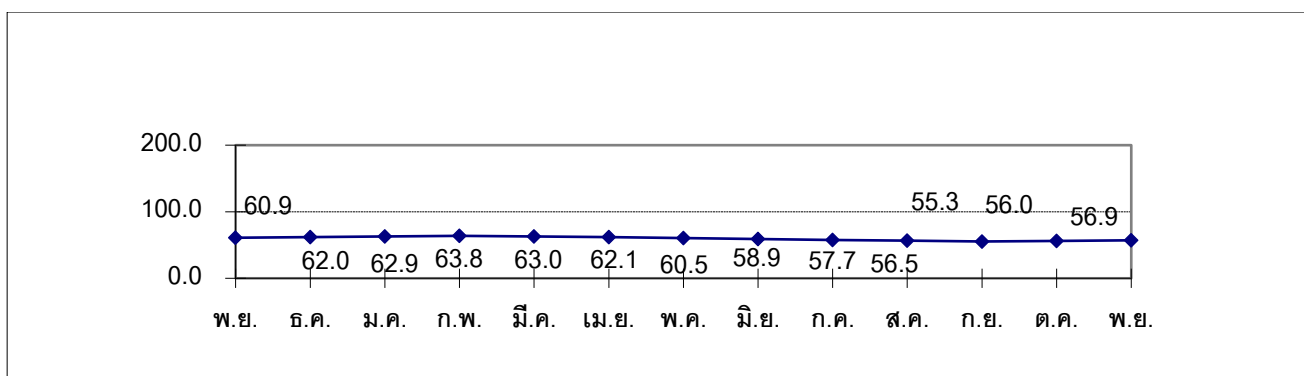
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



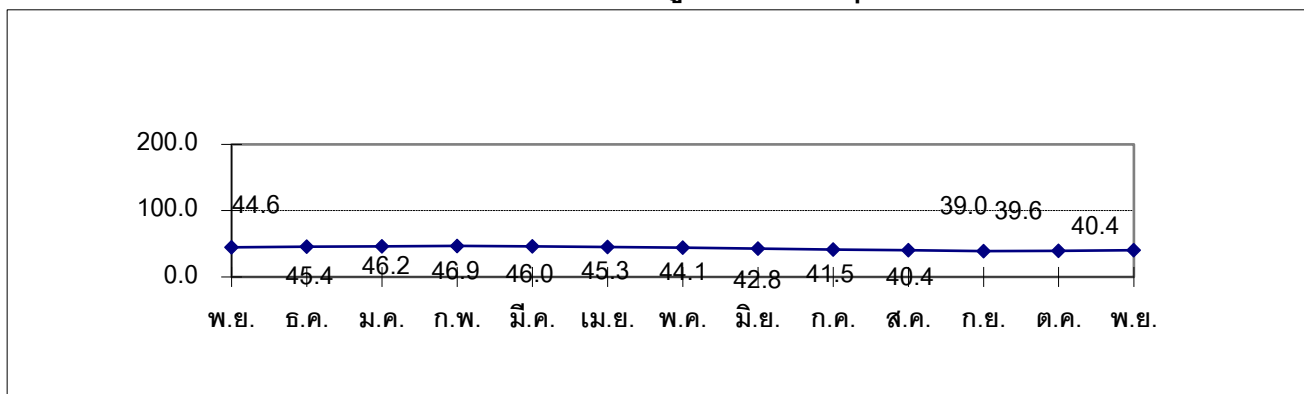
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2567

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	58.9	57.7	56.5	55.3	56.0	56.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	42.8	41.5	40.4	39.0	39.6	40.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	66.7	65.4	64.3	63.1	64.0	64.9

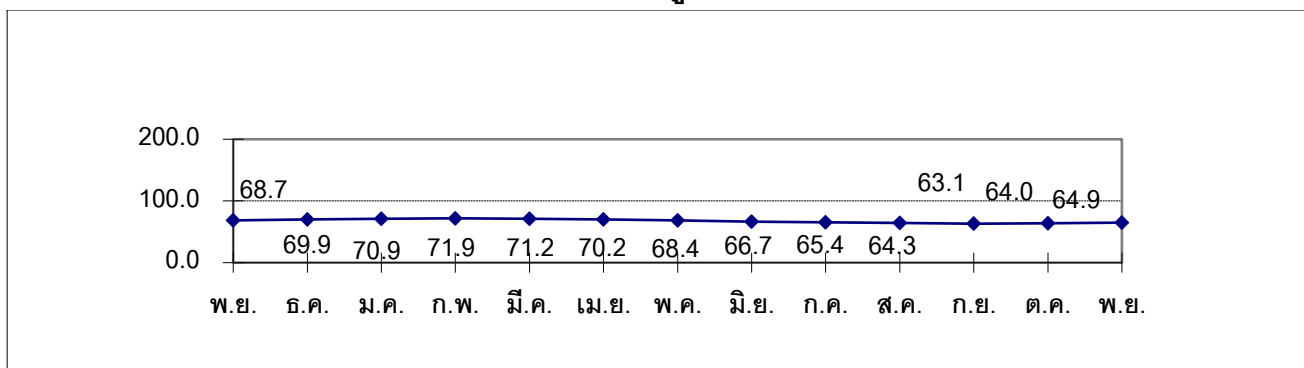
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) เผยตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ไตรมาส 3 ปี 2567 ว่า เศรษฐกิจขยายตัว 3.0% เติบโตจากการขยายตัว 2.2% ในไตรมาส 2 ปี 2567 ส่วนช่วง 9 เดือนของปี 2567 ขยายตัว 2.3% โดยทั้งปี 2567 คาดจะขยายตัว 2.6% สูงกว่าการประเมินครั้งก่อนว่าจะอยู่ที่ 2.3-2.8% โดยมีค่ากลางที่ 2.5% ส่วนปี 2568 คาดจะขยายตัว 2.3-3.3% มีค่ากลาง 2.8%"
2. รัฐบาลดำเนินโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ ปี 2567 ผ่านผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและคนพิการ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายรวม 14.55 ล้านคน โดยเริ่มทำการโอนเงิน 10,000 บาท ตั้งแต่วันที่ 25 กันยายน 2567 เป็นต้นมา
3. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศตลอดจนยกเว้นการขึ้นวีซ่านักท่องเที่ยว รวมการขยายระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น
4. การส่งออกของไทยในเดือนตุลาคม 2567 มีมูลค่า 27,222.05 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 14.60% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 28,016.40 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 7.11% ส่งผลให้ขาดดุลการค้า 794.35 ล้านดอลลาร์ ทำให้ช่วง 10 เดือนของปี 2567 ส่งออกได้รวม 250,398.03 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 4.94% และมีการนำเข้ารวม 257,149.23 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 9.90% ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 6,751.20 ล้านดอลลาร์
5. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีเกือบทุกรายการสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น

6. ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติเห็นชอบขยายเวลาคงอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ไว้ที่ 7% ต่ออีก 1 ปี โดยนับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง 30 กันยายน 2568 เพื่อส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ

7. รัฐบาลออกมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด โดยให้มีผลตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2567 - 30 พฤศจิกายน 2567 และออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการมีที่อยู่อาศัยของประชาชน กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคอสังหาริมทรัพย์

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤศจิกายน 2567 ได้แก่

1. ผู้บริโภคมีความรู้สึกไม่มั่นใจว่าเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการใช้จ่ายในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.10 และ 1.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 34.88 และ 35.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2567 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 35.98 และ 36.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 32.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567

3. SET Index ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ปรับตัวลดลง 38.50 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,466.04 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2567 เป็น 1,427.54 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567

4. ความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัด โดยเฉพาะในภาคใต้ ที่สร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร

5. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ตลอดจนสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่รุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 33.372 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2567 เป็น 34.448 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2567 ทำให้มีความกังวลว่าจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มเห็นว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลช่วยผ่อนคลายให้สถานการณ์เศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นและการท่องเที่ยวในประเทศเริ่มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องหลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 49.6 ในเดือนที่ผ่านมา สู่อันดับ 50.4 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2567 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 44.9% และ 52.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 44.4% และ 53.0% ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังอยู่ในระดับ “ปานกลาง” ในสัดส่วนที่ต่ำกว่า “แย่” ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนซึ่งดีขึ้นจากระดับ 36.4 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 37.2 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2567 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 32.2% และ 65.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.3% 31.7% และ 66.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤศจิกายน 2567 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนโดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 62.8 มาอยู่ที่ระดับ 63.6 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 57.6% และ 39.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 57.1% และ 40.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนัก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	55.1	42.3	67.9
ธันวาคม 2566	56.0	43.0	68.9
มกราคม 2567	56.9	43.7	70.0
กุมภาพันธ์ 2567	57.7	44.4	71.0
มีนาคม 2567	56.9	43.6	70.3
เมษายน 2567	56.0	42.7	69.2
พฤษภาคม 2567	54.3	41.4	67.2
มิถุนายน 2567	52.6	40.0	65.3
กรกฎาคม 2567	51.3	38.6	64.0
สิงหาคม 2567	50.2	37.2	63.1
กันยายน 2567	48.8	35.8	61.8
ตุลาคม 2567	49.6	36.4	62.8
พฤศจิกายน 2567	50.4	37.2	63.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2564	38.9	26.0	51.9
ไตรมาสที่ 1 2565	37.2	24.6	49.9
ไตรมาสที่ 2 2565	34.9	23.1	46.6
ไตรมาสที่ 3 2565	37.6	25.7	49.5
ไตรมาสที่ 4 2565	42.0	29.8	54.2
ไตรมาสที่ 1 2566	46.9	34.4	59.5
ไตรมาสที่ 2 2566	50.2	38.0	62.4
ไตรมาสที่ 3 2566	51.7	39.5	63.9
ไตรมาสที่ 4 2566	55.2	42.3	68.1
ไตรมาสที่ 1 2567	57.2	43.9	70.4
ไตรมาสที่ 2 2567	54.3	41.4	67.2
ไตรมาสที่ 3 2567	50.1	37.2	63.0
ต.ค. - พ.ย. 2567	50.0	36.8	63.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 53.5 สู่ระดับ 54.3 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 48.4% และ 48.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.7% 48.0% และ 49.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีมากนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤศจิกายน 2567 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนเช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 42.8 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 43.6 โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.9% 37.8% และ 59.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.7% 37.4% และ 59.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนโดยปรับตัวดีขึ้นจาก 64.2 เป็น 65.1 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 59.0% และ 38.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 58.6% และ 38.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจชะลอตัวลงในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	57.6	47.0	68.3
ธันวาคม 2566	58.7	47.9	69.4
มกราคม 2567	59.5	48.6	70.4
กุมภาพันธ์ 2567	60.4	49.3	71.5
มีนาคม 2567	59.8	48.5	71.0
เมษายน 2567	58.9	47.9	69.9
พฤษภาคม 2567	57.6	46.7	68.4
มิถุนายน 2567	56.1	45.5	66.7
กรกฎาคม 2567	54.9	44.3	65.4
สิงหาคม 2567	53.9	43.5	64.3
กันยายน 2567	52.7	42.2	63.2
ตุลาคม 2567	53.5	42.8	64.2
พฤศจิกายน 2567	54.3	43.6	65.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2564	41.5	31.3	51.7
ไตรมาสที่ 1 2565	40.1	30.2	50.1
ไตรมาสที่ 2 2565	38.3	29.3	47.4
ไตรมาสที่ 3 2565	40.9	31.6	50.2
ไตรมาสที่ 4 2565	45.3	35.5	54.9
ไตรมาสที่ 1 2566	49.9	39.8	60.0
ไตรมาสที่ 2 2566	52.8	43.0	62.7
ไตรมาสที่ 3 2566	54.0	44.1	64.0
ไตรมาสที่ 4 2566	57.8	47.1	68.4
ไตรมาสที่ 1 2567	59.9	48.8	71.0
ไตรมาสที่ 2 2567	57.5	46.7	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	53.8	43.3	64.3
ต.ค. - พ.ย. 2567	53.9	43.2	64.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 65.1 สู่ระดับ 66.1 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2567 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.4% 57.2% และ 38.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.2% 56.7% และ 39.1% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 95.8% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	69.9
ธันวาคม 2566	71.3
มกราคม 2567	72.2
กุมภาพันธ์ 2567	73.2
มีนาคม 2567	72.2
เมษายน 2567	71.5
พฤษภาคม 2567	69.8
มิถุนายน 2567	67.9
กรกฎาคม 2567	66.8
สิงหาคม 2567	65.6
กันยายน 2567	64.4
ตุลาคม 2567	65.1
พฤศจิกายน 2567	66.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4 2564	54.6
ไตรมาสที่ 1 2565	52.7
ไตรมาสที่ 2 2565	49.3
ไตรมาสที่ 3 2565	52.1
ไตรมาสที่ 4 2565	56.4
ไตรมาสที่ 1 2566	61.3
ไตรมาสที่ 2 2566	64.3
ไตรมาสที่ 3 2566	65.5
ไตรมาสที่ 4 2566	70.1
ไตรมาสที่ 1 2567	72.5
ไตรมาสที่ 2 2567	69.7
ไตรมาสที่ 3 2567	65.6
ต.ค. - พ.ย. 2567	65.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤศจิกายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 39.6 มาอยู่ที่ระดับ 40.4 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 64.0 มาอยู่ที่ระดับ 64.9 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.0 เป็น 56.9 ในเดือนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
พฤศจิกายน 2566	60.9	44.6	68.7
ธันวาคม 2566	62.0	45.4	69.9
มกราคม 2567	62.9	46.2	70.9
กุมภาพันธ์ 2567	63.8	46.9	71.9
มีนาคม 2567	63.0	46.0	71.2
เมษายน 2567	62.1	45.3	70.2
พฤษภาคม 2567	60.5	44.1	68.4
มิถุนายน 2567	58.9	42.8	66.7
กรกฎาคม 2567	57.7	41.5	65.4
สิงหาคม 2567	56.5	40.4	64.3
กันยายน 2567	55.3	39.0	63.1
ตุลาคม 2567	56.0	39.6	64.0
พฤศจิกายน 2567	56.9	40.4	64.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2564	45.0	28.6	52.7
ไตรมาสที่ 1 2565	43.4	27.4	50.9
ไตรมาสที่ 2 2565	40.8	26.2	47.8
ไตรมาสที่ 3 2565	43.5	28.7	50.6
ไตรมาสที่ 4 2565	47.9	32.6	55.2
ไตรมาสที่ 1 2566	52.7	37.1	60.3
ไตรมาสที่ 2 2566	55.8	40.5	63.1
ไตรมาสที่ 3 2566	57.1	41.8	64.4
ไตรมาสที่ 4 2566	61.0	44.7	68.9
ไตรมาสที่ 1 2567	63.2	46.4	71.3
ไตรมาสที่ 2 2567	60.5	44.0	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	56.5	40.3	64.3
ต.ค. - พ.ย. 2567	56.5	40.0	64.5

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มเห็นว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลช่วยผ่อนคลายให้สถานการณ์เศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นและการท่องเที่ยวในประเทศเริ่มปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องหลังจากเหตุการณ์น้ำท่วมที่ภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 50.4 54.3 และ 66.1 ตามลำดับ ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนตุลาคม ที่อยู่ในระดับ 49.6 53.5 และ 65.1 ตามลำดับ การที่ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศ และค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลงจากสงครามการค้าที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมี โอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.0 เป็น 56.9 เป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้า และค่าครองชีพสูง ตลอดจนสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน กับอิสราเอลกับฮามาสในฉนวนกาซาที่ยังคงยืดเยื้อ ส่งผลกระทบต่อจิตวิทยาในเชิงลบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยยังคงมีโอกาสนั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 39.6 เป็น 40.4 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 64.0 มาอยู่ที่ระดับ 64.9 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือนทุกรายการ แสดงว่า ผู้บริโภคเริ่มมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นในอนาคตได้ หากรัฐบาลขับเคลื่อนและกระตุ้นเศรษฐกิจได้ต่อเนื่องและไม่มีปัจจัยเสี่ยงใดๆ เกิดขึ้นเพิ่มเติมทั้งความเสี่ยงภายในและภายนอกประเทศ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2567 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	37.2	37.2	36.2	37.3	38.4	35.0	39.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	63.6	61.6	66.0	66.2	61.2	61.4	70.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	43.6	42.3	41.8	45.9	39.8	47.0	48.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	65.1	64.7	67.5	67.1	62.4	65.6	64.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	66.1	66.4	65.4	70.0	66.4	60.0	67.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	50.4	49.4	51.1	51.8	49.8	48.2	54.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	54.3	53.5	54.7	56.5	51.1	56.3	56.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.9	56.4	57.1	59.4	55.8	54.8	59.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนตุลาคม 2567	0.9	1.0	0.7	0.8	0.8	0.9	0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.4	39.8	39.0	41.6	39.1	41.0	43.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.9	64.2	66.3	67.8	63.3	62.3	67.2

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	36.4	36.4	35.5	36.5	37.6	34.2	38.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	62.8	60.6	65.3	65.4	60.5	60.7	69.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	42.8	41.4	41.0	45.1	39.0	46.2	47.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	64.2	63.8	66.7	66.3	61.6	64.8	63.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.1	65.3	64.7	69.2	65.7	59.0	66.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	49.6	48.5	50.4	51.0	49.1	47.5	53.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	53.5	52.6	53.9	55.7	50.3	55.5	55.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.0	55.5	56.3	58.6	55.0	54.0	58.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกันยายน 2567	0.7	0.9	0.5	0.6	0.7	0.9	0.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.6	38.9	38.3	40.8	38.3	40.2	42.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.0	63.2	65.6	67.0	62.6	61.5	66.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	35.8	35.7	35.2	36.1	37.0	33.5	37.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	61.8	59.5	64.7	64.7	59.7	59.6	68.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	42.2	40.7	40.5	44.6	38.3	45.6	46.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	63.2	62.7	65.9	65.4	60.7	63.6	62.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	64.4	64.5	64.2	68.6	65.0	58.2	65.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	48.8	47.6	50.0	50.4	48.4	46.6	53.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	52.7	51.7	53.2	55.0	49.5	54.6	54.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	55.3	54.6	55.8	58.0	54.3	53.1	57.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.0	38.2	37.9	40.4	37.7	39.6	42.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	63.1	62.2	64.9	66.2	61.8	60.5	65.5

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย