

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2558

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 50.2 และ 49.8 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. SET Index ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย 5.76 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,581.25 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม 2558 เป็น 1,587.21 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2558
2. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เผยแพร่แนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจไตรมาส 4/2557 ว่าจะเติบโตในอัตราเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 2.3 โดยได้แรงหนุนจากการฟื้นตัวของการบริโภค การลงทุนภาคเอกชน การส่งออก และการใช้จ่ายภาครัฐ ส่งผลทำให้เศรษฐกิจไทยโดยรวมทั้งปี 2557 ขยายตัวร้อยละ 0.7

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คงคาดเศรษฐกิจไทยปี 2558 ว่าจะขยายตัวร้อยละ 3.5-4.5 โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวอย่างช้าๆของภาคการส่งออกตามการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การฟื้นตัวของการลงทุนภาคเอกชนและภาคการท่องเที่ยว การเร่งรัดการใช้จ่ายและการดำเนินโครงการลงทุนที่สำคัญของภาครัฐ การเริ่มกลับมาขยายตัวของปริมาณการผลิตและจำหน่ายรถยนต์ และการลดลงของราคาน้ำมันในตลาดโลก ส่วนข้อจำกัดที่สำคัญ คือ ราคาสินค้าเกษตรในตลาดโลกยังไม่มีแนวโน้มฟื้นตัวชัดเจน ระบบเศรษฐกิจและการเงินโลกยังมีความผันผวนสูง แนวโน้มการอ่อนค่าของสกุลเงินประเทศคู่ค้าและคู่แข่ง รวมถึงอัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงปรับตัวเพิ่มขึ้น

2. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 2.80 และ 2.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.58 และ 26.90 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2558 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 28.38 และ 29.70 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ตามลำดับ ส่วนระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ประมาณ 2.30 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.09 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2558 มาอยู่ที่ระดับ 27.39 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ตามลำดับ

3. การส่งออกของไทยในเดือนมกราคม 2558 มีมูลค่า 17,248.63 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 3.46 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 17,705.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 13.33 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 456.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเฉพาะข้าวและยางพารา รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

5. เงินบาทปรับปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 32.738 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม 2558 เป็น 32.572 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ซึ่งก็สะท้อนถึงมีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าสุทธิ แต่การที่เงินบาทยังมีแนวโน้มแข็งค่าขึ้นส่งผลให้เกิดความกังวลต่อการฟื้นตัวของการส่งออกและการท่องเที่ยว

6. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่ผู้บริโภครู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

7. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเงินบาทต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2558

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศจะปรับตัวสูงขึ้น ราคาพืชผลทางการเกษตรโดยเฉพาะข้าวและยางพาราที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ภาวะภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตร ตลอดจนการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ภายใต้ค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น ทำให้กำลังซื้อโดยรวมทั่วประเทศยังปรับตัวเพิ่มขึ้นไม่มากนัก สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 69.7 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 68.4 ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.5% 57.5% และ 37.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.9% 58.0% และ 36.2% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยไม่สูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวไม่ชัดเจน รวมทั้งระดับราคาสินค้าทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับที่ต่ำ และราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศที่ปรับตัวสูงขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงเช่นกัน โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากเดือนมกราคม ที่อยู่ที่ 57.6 สู่ระดับ 56.6 ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.3% 52.0% และ 45.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 52.5% และ 45.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีนัก รวมทั้งสถานการณ์ทางด้านของราคาพืชผลทางการเกษตรที่อยู่ในระดับต่ำ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ปรับตัวลดลง จากระดับ 81.9 มาอยู่ที่ระดับ 80.3 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.7% 62.9% และ 28.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.6% 63.5% และ 26.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2557	59.7	52.2	67.3
มีนาคม 2557	58.7	51.5	66.0
เมษายน 2557	57.7	50.4	64.9
พฤษภาคม 2557	60.7	52.3	69.0
มิถุนายน 2557	65.3	55.8	74.7
กรกฎาคม 2557	68.5	58.2	78.8
สิงหาคม 2557	70.1	59.5	80.7
กันยายน 2557	69.2	58.6	79.8
ตุลาคม 2557	69.6	58.1	81.1
พฤศจิกายน 2557	68.8	57.0	80.6
ธันวาคม 2557	70.5	58.2	82.7
มกราคม 2558	69.7	57.6	81.9
กุมภาพันธ์ 2558	68.4	56.6	80.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2555	69.4	59.9	78.8
ไตรมาสที่ 1 2556	73.8	64.1	83.5
ไตรมาสที่ 2 2556	72.9	63.7	82.0
ไตรมาสที่ 3 2556	69.3	60.8	77.9
ไตรมาสที่ 4 2556	65.0	57.1	72.8
ไตรมาสที่ 1 2557	60.0	52.5	67.4
ไตรมาสที่ 2 2557	61.2	52.8	69.6
ไตรมาสที่ 3 2557	69.3	58.8	79.7
ไตรมาสที่ 4 2557	69.6	57.8	81.5
ม.ค. – ก.พ. 2558	69.1	57.1	81.1

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 74.1 สู่ระดับ 73.0 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.7% 59.6% และ 33.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.1% 60.0% และ 33.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ปรับตัวลดลง จาก 63.8 สู่ระดับ 63.1 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 55.3% และ 40.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 55.6% และ 40.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวไม่มากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลง จาก 84.3 เป็น 83.0 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.5% 64.0% และ 26.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.0% 64.3% และ 25.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2557	63.6	56.9	70.4
มีนาคม 2557	62.9	56.4	69.4
เมษายน 2557	61.9	55.6	68.1
พฤษภาคม 2557	64.2	57.1	71.2
มิถุนายน 2557	68.1	60.0	76.1
กรกฎาคม 2557	71.7	62.7	80.6
สิงหาคม 2557	73.6	64.5	82.7
กันยายน 2557	72.9	63.6	82.1
ตุลาคม 2557	73.8	64.1	83.5
พฤศจิกายน 2557	73.1	63.1	83.2
ธันวาคม 2557	74.6	64.2	85.0
มกราคม 2558	74.1	63.8	84.3
กุมภาพันธ์ 2558	73.0	63.1	83.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2555	70.9	62.7	79.1
ไตรมาสที่ 1 2556	74.9	66.4	83.5
ไตรมาสที่ 2 2556	74.5	66.3	82.7
ไตรมาสที่ 3 2556	71.5	63.8	79.2
ไตรมาสที่ 4 2556	68.1	60.8	75.3
ไตรมาสที่ 1 2557	63.9	57.2	70.6
ไตรมาสที่ 2 2557	64.7	57.6	71.8
ไตรมาสที่ 3 2557	72.7	63.6	81.8
ไตรมาสที่ 4 2557	73.8	63.8	83.9
ม.ค. – ก.พ. 2558	73.6	63.5	83.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 97.4 มาอยู่ที่ระดับ 95.8 ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 11.7% 72.4% และ 15.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.1% 73.2% และ 14.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 84.1% ซึ่งใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมาที่อยู่ที่ 85.3% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลงมากนัก แต่ยังคงมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ นอกจากนี้ การปรับเพิ่มของราคาน้ำมัน ก๊าซ LPG และ NGV ที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อให้ต้นทุนค่าครองชีพสูงขึ้น และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังคงมีความวิตกกังวลเล็กน้อย แต่ก็ยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2557	86.3
มีนาคม 2557	84.9
เมษายน 2557	83.8
พฤษภาคม 2557	87.1
มิถุนายน 2557	92.0
กรกฎาคม 2557	94.6
สิงหาคม 2557	96.4
กันยายน 2557	95.5
ตุลาคม 2557	97.0
พฤศจิกายน 2557	96.3
ธันวาคม 2557	98.3
มกราคม 2558	97.4
กุมภาพันธ์ 2558	95.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 1 2555	94.5
ไตรมาสที่ 2 2555	97.0
ไตรมาสที่ 3 2555	95.3
ไตรมาสที่ 4 2555	96.8
ไตรมาสที่ 1 2556	101.7
ไตรมาสที่ 2 2556	100.5
ไตรมาสที่ 3 2556	96.6
ไตรมาสที่ 4 2556	91.9
ไตรมาสที่ 1 2557	86.4
ไตรมาสที่ 2 2557	87.6
ไตรมาสที่ 3 2557	95.5
ไตรมาสที่ 4 2557	97.2
ม.ค. – ก.พ. 2558	96.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 เมื่อนำดัชนีประเภต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 60.7 ในเดือนมกราคม มาอยู่ที่ระดับ 59.8 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 87.9 ในเดือนมกราคม เป็นระดับ 86.4 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากเดือนมกราคม ที่อยู่ในระดับประมาณ 80.4 เป็น 79.1 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2557	69.9	54.5	74.7
มีนาคม 2557	68.8	53.9	73.4
เมษายน 2557	67.8	53.0	72.3
พฤษภาคม 2557	70.7	54.7	75.8
มิถุนายน 2557	75.1	57.9	80.9
กรกฎาคม 2557	78.2	60.4	84.7
สิงหาคม 2557	80.1	62.0	86.6
กันยายน 2557	79.2	61.1	85.8
ตุลาคม 2557	80.1	61.1	87.2
พฤศจิกายน 2557	79.4	60.0	86.7
ธันวาคม 2557	81.1	61.2	88.7
มกราคม 2558	80.4	60.7	87.9
กุมภาพันธ์ 2558	79.1	59.8	86.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2555	79.0	61.3	84.9
ไตรมาสที่ 1 2556	83.5	65.2	89.6
ไตรมาสที่ 2 2556	82.6	65.0	88.4
ไตรมาสที่ 3 2556	79.2	62.3	84.6
ไตรมาสที่ 4 2556	75.0	59.0	80.0
ไตรมาสที่ 1 2557	70.1	54.8	74.8
ไตรมาสที่ 2 2557	71.2	55.2	76.3
ไตรมาสที่ 3 2557	79.2	61.2	85.7
ไตรมาสที่ 4 2557	80.2	60.8	87.5
ม.ค. – ก.พ. 2558	79.7	60.3	87.1

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2558

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลต่อความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศที่จะปรับตัวสูงขึ้น ราคาพืชผลทางการเกษตรโดยเฉพาะข้าวและยางพาราที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ภาวะภัยแล้งที่ส่งผลกระทบต่อภาคการเกษตร ตลอดจนการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ภายใต้อาณัติบาทที่มีแนวโน้มแข็งค่าขึ้น ทำให้กำลังซื้อโดยรวมทั่วประเทศยังปรับตัวเพิ่มขึ้นไม่มากนัก

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 68.4 73.0 และ 95.8 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมกราคม ที่อยู่ในระดับ 69.7 74.2 และ 97.4 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับลดลง โดยอยู่ที่ระดับ 79.1 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก แม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น แต่ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ค่าครองชีพ รวมทั้งระดับรายได้ในอนาคตนั้นยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเช่นกัน โดยอยู่ที่ระดับ 59.8 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานยังไม่ฟื้นตัวมากนัก รวมทั้งดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวลดลง จากระดับ 87.9 ในเดือนมกราคม เป็นระดับ 86.4 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 แสดงว่าเริ่มมีความวิตกกังวลเล็กน้อยกับสถานการณ์ในอนาคตถึงภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ รวมทั้งรายได้ในอนาคต

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนักในระยะนี้ เนื่องจากประชาชนมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก รวมทั้งระดับราคาพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าวและยางพารายังมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในระดับที่ต่ำ ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศ อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของภาคการบริโภคจะเร็วหรือช้าขึ้นอยู่กับ การเร่งเบิกจ่ายเงินลงทุนของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจเป็นสำคัญในช่วงที่การส่งออกและการท่องเที่ยวยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ในภาวะที่เศรษฐกิจโลกยังมีความผันผวนอยู่ อย่างไรก็ตาม ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่าการบริโภคน่าจะฟื้นตัวช่วงหลังสงกรานต์ หากรัฐบาลเร่งเบิกจ่ายเงินงบประมาณอย่างเด่นชัดในเดือนมีนาคม เป็นต้นไป

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับตัวลดลงในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีเศรษฐกิจผูกพันกับภาคการเกษตรมากจะมีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ เล็กน้อย

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2558

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	56.6	55.5	56.2	58.2	54.9	60.1	57.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	80.3	77.1	82.1	82.7	77.8	86.5	83.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	63.1	61.6	60.7	64.6	58.8	70	66.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	83.0	83.2	80.6	81.6	81.7	87.2	83.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	95.8	97.1	93.2	95.7	95.3	92.6	97.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	68.4	66.3	69.2	70.5	66.4	73.3	70.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	73.0	72.4	70.7	73.1	70.3	78.6	74.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.1	78.6	77.7	79.8	77.3	81.5	80.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมกราคม 2558	-1.3	-1.3	-1.6	-1.4	-1.0	-1.3	-1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	59.8	58.6	58.5	61.4	56.9	65.1	61.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	86.4	85.8	85.3	86.7	84.9	88.8	88.1

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2558

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	57.6	56.4	57.4	59.4	55.6	60.9	58.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	81.9	78.7	83.8	84.3	79.1	88	84.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	63.8	62.2	61.9	65.7	59.3	70.8	66.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	84.3	84.5	82.2	83.1	82.6	88.3	84.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.4	98.8	95.1	97.3	96.5	94.3	99
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.7	67.6	70.6	71.9	67.4	74.5	71.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.1	73.4	72.1	74.4	71.0	79.6	75.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.4	79.9	79.3	81.2	78.3	82.8	82.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2557	-0.7	-0.7	-0.8	-0.9	-0.7	-0.7	-0.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	60.7	59.3	59.7	62.6	57.5	65.9	62.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	87.9	87.3	87.0	88.2	86.1	90.2	89.5

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	58.2	57.3	57.5	59.6	56.2	61.1	59.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	82.7	79.4	84.7	85.3	79.9	88.9	85.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	64.2	62.6	62.4	66.3	59.8	71.3	66.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	85.0	85.1	83	84.1	83	88.8	85.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.3	99.6	96.3	98.5	97.4	95.4	99.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	70.5	68.4	71.1	72.5	68.1	75.0	72.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.6	73.9	72.7	75.2	71.4	80.1	76.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	81.1	80.6	80.0	82.1	79.0	83.5	82.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	61.2	60.0	60.0	63.0	58.0	66.2	63.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	88.7	88.0	88.0	89.3	86.8	91.0	90.3

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย