ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศ เป็นจำนวน 2,233 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.1 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.9 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.9 และ 50.1 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

1) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่สูงกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ์ด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี

2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ์ด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง

3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ์ด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

<u>ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555</u>

ในเดือนมกราคม 2555 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. มาตรการช่วยเหลือประชาชน และผู้ประกอบการที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัยของภาครัฐ และสถาบันการเงิน เพื่อบรรเทาความเดือดร้อนและช่วยฟื้นฟูภายหลังน้ำลด

2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติปรับลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลง 0.25% จาก 3.25% เป็น 3.00% ต่อปี เนื่องจากเหตุอุทกภัยส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยมากกว่าที่คาดไว้ และกระบวนการฟื้นฟูคาดว่าจะล่าช้ากว่าที่เคยประเมินไว้อีก 1-2 เดือน จากเดิมที่คาดว่าการผลิตจะกลับมาเป็นปกติได้ในไตรมาส 2 ของปีนี้ไปเป็นไตรมาส 3 ประกอบกับเศรษฐกิจโลกอ่อนแอลง โดยเศรษฐกิจยุโรปคาดว่าจะเข้าสู่ภาวะถดถอย

3. คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้อนุมัติการปรับโครงสร้างเงินเดือนข้าราชการทั้งระบบ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายรัฐบาลเงินเดือนปริญญาตรี 1.5 หมื่นบาท โดยให้มีผลย้อนหลังตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2555 รวมถึงขยายระยะเวลาการลดอัตราภาษีสรรพสามิตน้ำมันดีเซลเหลือ 0.005 บาทต่อลิตร ออกไปอีก 1 เดือน จนถึงวันที่ 29 กุมภาพันธ์ 2555 นี้ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดภาระค่าครองชีพให้แก่ประชาชนและช่วยบรรเทาปัญหาความเดือดร้อนของประชาชนหลังจากต้องประสบวิกฤติอุทกภัยในปีที่ผ่านมา

4. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ระบุว่า ภาวะทางเศรษฐกิจของไทยได้ผ่านจุดต่ำสุดมาแล้วเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2554 ซึ่งเกิดสถานการณ์อุทกภัยครั้งใหญ่ และขณะนี้เริ่มมีสัญญาณฟื้นตัวทั้งจากการบริโภคและการลงทุน ดังนั้น ยังคงคาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจของไทย (GDP) ในปีนี้จะขยายตัวที่ระดับ 5%

5. SET Index ในเดือนมกราคม 2555 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 58.65 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,025.32 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2554 เป็น 1,083.97 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม 2554

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมกราคม 2555 ได้แก่

1. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 3.97 และ 4.07 บาทต่อลิตร จากระดับ 40.02 และ 34.97 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2554 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 43.99 และ 39.04 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2555 ตามลำดับ ขณะที่ระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ก็ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาเช่นกัน ประมาณ 2.24 บาทต่อลิตร จากระดับ 28.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2554 มาอยู่ที่ระดับ 31.13 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2555

2. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่รายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

3. ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยในเดือนธันวาคม 2554 พบว่า มียอดขาดดุลการค้า 238 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกมีมูลค่า 16,856 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 2.1 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 17,094 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 19.6 ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการนำเข้าทองคำค่อนข้างสูงหลังจากราคาทองคำในตลาดโลกปรับตัวลดลง

4. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก

5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงจากระดับ 31.219 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2554 เป็น 31.578 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม 2555 สะท้อนให้เห็นว่ามีเงินตราต่างประเทศไหลออกจากประเทศโดยสุทธิ

<u>การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2555</u>

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลงกลับสู่ภาวะปกติ พร้อมกับมาตรการเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังน้ำท่วมที่คาดว่าจะผลักดันให้เศรษฐกิจไทยในปี 2555 สามารถขยายตัวได้ 4.5-5% กอปรกับเทศกาลปีใหม่และตรุษจีนส่งผลให้มีกระแสการใช้จ่ายตามเทศกาลมากกว่าสถานการณ์ปกติ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 64.0 สู่ระดับ 63.1 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2555 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.7% 52.6% และ 41.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2554 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ ประมาณ 5.7% 51.7% และ 42.6% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อความล่าช้าในการป้องกันสถานการณ์น้ำท่วมในปีนี้ และการฟื้นฟูเศรฐษฐกิจไทยหลังจากน้ำท่วม ตลอดจนกังวลต่อความผันผวนของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะยุโรป ที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยในเดือนมกราคม 2555 ดัชนีปรับดีขึ้นจากเดือนธันวาคม 2554 ที่อยู่ที่ 52.4 สู่ระดับ 51.9 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.3% 47.8% และ 49.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2554 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 46.7% และ 50.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะซบเซาและยังได้รับผลกระทบต่อเนื่องอย่างมากจากสถานการณ์น้ำท่วม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมกราคม 2555 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากเดือนธันวาคม 2554 ที่ดัชนีอยู่ที่ระดับ 74.4 มาอยู่ที่ระดับ 75.5 โดยในเดือนมกราคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.1% 57.3% และ 33.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2554 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.8% 56.8% และ 34.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องการฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังน้ำลดรวมทั้งแนวโน้มค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

พิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในเดือนมกราคมเทียบกับช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจทุกรายการปรับตัวดีขึ้นกว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในไตรมาสที่แล้วแสดงว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นแล้วในระยะสั้น แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม เพราะดัชนียังอยู่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2554 (ซึ่งเป็นสถานการณ์ปกติก่อนน้ำท่วม)

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
		ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
มกราคม	2554	72.6	63.8	81.4
กุมภาพันธ์	2554	72.2	64.4	80.0
มีนาคม	2554	71.0	63.7	78.4
เมษายน	2554	70.5	62.4	78.7
พฤษภาคม	2554	71.1	61.9	80.2
มิถุนายน	2554	72.3	62.9	81.7
กรกฎาคม	2554	74.4	64.5	84.3
สิงหาคม	2554	73.8	64.0	83.6
กันยายน	2554	72.2	62.5	81.9
ตุลาคม	2554	62.8	52.6	72.9
พฤศจิกายน	2554	61.0	50.3	71.7
ธันวาคม	2554	63.1	51.9	74.4
มกราคม	**2555**	**64.0**	**52.4**	**75.5**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
		ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 4	2551	67.8	66.9	68.6
ไตรมาสที่ 1	2552	67.2	64.4	69.9
ไตรมาสที่ 2	2552	64.9	61.8	68.1
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
มกราคม	**2555**	**64.0**	**52.4**	**75.5**

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 64.2 สู่ระดับ 65.4 โดยในเดือนมกราคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.8% 55.8% และ 39.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2554 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.6% 55.0% และ 40.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมกราคม 2555 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จาก 53.7 สู่ระดับ 54.7 โดยในเดือนมกราคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.4% 49.9% และ 47.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2554 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.2% 49.4% และ 48.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันแย่และยังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมในปีที่ผ่านมาอยู่

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จาก 74.7 เป็น 76.1 โดยในเดือนมกราคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.3% 61.6% และ 31.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2554 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.0% 60.7% และ 32.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มมีความมั่นใจว่าโอกาสในการหางานทำจะดีขึ้นในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่น่าจะฟื้นตัวดีขึ้นในอีก 6 เดือนข้างหน้า

พิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในเดือนมกราคมเทียบกับช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำทุกรายการปรับตัวดีขึ้นกว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในไตรมาสที่ 4 ของปี 2554แสดงว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นแล้วในระยะสั้น แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม เพราะดัชนียังอยู่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2554 (ซึ่งเป็นสถานการณ์ปกติก่อนน้ำท่วม)

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
มกราคม	2554	72.8	65.6	80.1
กุมภาพันธ์	2554	72.6	66.2	79.0
มีนาคม	2554	71.6	65.6	77.7
เมษายน	2554	71.1	64.4	77.8
พฤษภาคม	2554	71.7	64.1	79.4
มิถุนายน	2554	72.9	65.0	80.8
กรกฎาคม	2554	74.9	66.4	83.5
สิงหาคม	2554	74.4	65.9	83.0
กันยายน	2554	73.0	64.6	81.4
ตุลาคม	2554	63.7	54.6	73.2
พฤศจิกายน	2554	62.5	52.8	72.1
ธันวาคม	2554	64.2	53.7	74.7
มกราคม	**2555**	**65.4**	**54.7**	**76.1**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 4	2551	68.4	67.3	69.5
ไตรมาสที่ 1	2552	66.5	63.8	69.1
ไตรมาสที่ 2	2552	64.3	61.4	68.3
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
มกราคม	**2555**	**65.4**	**54.7**	**76.1**

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมกราคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 93.1 มาอยู่ที่ระดับ 92.1 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 11.1% 71.0% และ 17.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2554 ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัว ดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.9% 70.2% และ 18.9% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 82.1% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และพยายามจะรักษาการใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับการบริโภคในระดับเดิม ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจมีไม่ฟื้นตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนหลังน้ำท่วมและระดับราคาสินค้าที่ปรับตัวสูงขึ้นนั้น

เมื่อพิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตในเดือนมกราคม เทียบกับค่าเฉลี่ยในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีในเดือนมกราคมมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยในไตรมาสที่ 4 ของปีที่แล้ว แสดงว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกว่ารายได้ในอนาคตน่าจะปรับตัวดีขึ้นแล้วหลังจากภาวะน้ำท่วมคลี่คลายลง

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
มกราคม	2554	99.2
กุมภาพันธ์	2554	97.9
มีนาคม	2554	96.8
เมษายน	2554	97.2
พฤษภาคม	2554	98.5
มิถุนายน	2554	99.8
กรกฎาคม	2554	102.8
สิงหาคม	2554	102.1
กันยายน	2554	100.3
ตุลาคม	2554	90.9
พฤศจิกายน	2554	89.5
ธันวาคม	2554	92.1
มกราคม	**2555**	**93.1**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4	2551	88.7
ไตรมาสที่ 1	2552	88.5
ไตรมาสที่ 2	2552	86.8
ไตรมาสที่ 3	2552	89.8
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
มกราคม	**2555**	**93.1**

<u>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมกราคม 2555</u>

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 52.8 ในเดือนธันวาคม 2554 เป็นระดับ 53.6 ในเดือนมกราคม 2555 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ

80.4 ในเดือนธันวาคม 2554 เป็นระดับ 81.6 ในเดือนมกราคม 2555 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวดีขึ้นจากเดือนธันวาคม 2554 ที่อยู่ในระดับประมาณ 73.1 เป็น 74.2

เมื่อพิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) ในเดือนมกราคมเทียบกับค่าเฉลี่ยในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในระยะสั้นหลังจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลง แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม (ไตรมาสที่ 3 ของปี 2554)

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
มกราคม	2554	81.5	64.7	86.9
กุมภาพันธ์	2554	80.9	65.3	85.6
มีนาคม	2554	79.8	64.6	84.3
เมษายน	2554	79.6	63.4	84.6
พฤษภาคม	2554	80.4	63.0	86.0
มิถุนายน	2554	81.7	63.9	87.4
กรกฎาคม	2554	84.1	65.4	90.2
สิงหาคม	2554	83.4	65.0	89.6
กันยายน	2554	81.8	63.5	87.8
ตุลาคม	2554	72.4	53.6	79.0
พฤศจิกายน	2554	71.0	51.5	77.8
ธันวาคม	2554	73.1	52.8	80.4
มกราคม	**2555**	**74.2**	**53.6**	**81.6**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 4	2551	74.9	67.1	75.6
ไตรมาสที่ 1	2552	74.0	64.2	75.8
ไตรมาสที่ 2	2552	72.0	61.6	74.1
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
มกราคม	**2555**	**74.2**	**53.6**	**81.6**

<u>สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2555</u>

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 นื่องจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลงกลับสู่ภาวะปกติ พร้อมกับมาตรการเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังน้ำท่วมที่คาดว่าจะผลักดันให้เศรษฐกิจไทยในปี 2555 สามารถขยายตัวได้ 4.5- 5% กอปรกับเทศกาลปีใหม่และตรุษจีนส่งผลให้มีกระแสการใช้จ่ายตามเทศกาลมากกว่าสถานการณ์ปกติ

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 64.0 65.4 และ93.1 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนธันวาคม 2554 ที่อยู่ในระดับ 63.1 64.2 และ92.1 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตภายหลังสถานการณ์น้ำท่วมอย่างมาก

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 73.1 ในเดือนธันวาคม 2554 เป็น 74.2 ในเดือนมกราคม 2555 ทั้งนี้ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจในสถานการณ์ต่างๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการฟื้นตัวของเศรษฐกิจหลังน้ำท่วม และสถานการณ์น้ำท่วมที่อาจเกิดขึ้นได้อีกในปีนี้ ตลอดจนความกังวลต่อค่าครองชีพที่อาจปรับตัวสูงขึ้นตามราคา

พลังงานที่มีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น รวมถึงความไม่แน่นอนของสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 52.8 ในเดือนธันวาคม 2554 เป็นระดับ 53.6 ในเดือนมกราคม 2555 แสดงว่าผู้บริโภคยังเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจไทยและโอกาสหางานทำในปัจจุบันยังได้รับผลกระทบอย่างต่อเนื่องจากสถานการณ์น้ำท่วม ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 80.4 ในเดือนธันวาคม 2554 เป็นระดับ 81.6 ในเดือนมกราคม 2555 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตไม่มากนัก โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองไทยยังมีความเสี่ยง

เมื่อพิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) ในเดือนมกราคมเทียบกับค่าเฉลี่ยในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในระยะสั้นหลังจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลง แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม (ไตรมาสที่ 3 ของปี 2554)

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนในปัจจุบันนั้นจะชะลอตัวลงจากปัจจุบันจนถึงกลางไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนยังคงมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากปัญหาน้ำท่วม ตลอดจนค่าครองชีพที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง และความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต แต่การที่รัฐบาลตั้งใจเร่งรัดการใช้นโยบายการคลังผ่านการใช้งบประมาณและนโยบายการเงินผ่านการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น เพื่อให้มีเงินหมุนเวียนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจมากขึ้นตั้งแต่ปลายไตรมาสแรกของปีนี้เป็นต้นไป คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะเริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัดในช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ ซึ่งจะทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการใช้จ่ายของประชาชนจะปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายไตรมาสที่ 2 ของปีนี้

ดังนั้น การเร่งรัดการเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจภายหลังสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลงให้เห็นอย่างรวดเร็วเป็นรูปธรรม จะทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาฟื้นตัวขึ้นได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน ขณะเดียวกันการดูแลราคาพลังงานและค่าครองชีพให้ปรับตัวอยู่ในระดับที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรายได้ของประชาชนที่ยังไม่ได้ฟื้นตัวมากนักในช่วงครึ่งแรกของปีนี้ จะเป็นการสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยได้อย่างดี และส่งเสริมให้เศรษฐกิจไทยในปีนี้ขยายตัวได้ 4.5-5%

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2555 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับดีขึ้นในทุกภูมิภาค อย่างไรก็ตาม ภาคที่ได้กระทบจากน้ำท่วมทั้งทางตรงและทางอ้อมคือภาคกลาง ภาคตะวันออกและภาคใต้ มีความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้นไม่มากนัก

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	52.4	49.0	54.6	58.6	44.9	62.8	52.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	75.5	68.4	82.6	84.1	66.6	90.7	77.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	54.7	48.2	60.0	62.4	46.1	69.6	56.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	76.1	71.2	81.7	81.5	69.4	88.6	75.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	93.1	89.0	97.1	99.7	89.3	100.1	92.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	64.0	58.7	68.6	71.4	55.8	76.8	64.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	65.4	59.7	70.9	72.0	57.8	79.1	66.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.2	69.1	78.9	81.0	67.6	85.3	74.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนธันวาคม 2554	1.0	1.1	1.2	1.1	0.9	0.6	0.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.6	48.6	57.3	60.5	45.5	66.2	54.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.6	76.2	87.1	88.4	75.1	93.1	81.9

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2554

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	51.9	48.5	53.9	57.8	44.7	62.5	51.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	74.4	67.2	81.1	82.7	65.5	89.9	76.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	53.7	47.1	59.1	61.5	45.3	69.0	56.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	74.7	69.7	80.1	80.1	68.1	87.6	74.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	92.1	87.8	95.9	98.6	88.4	99.7	91.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	63.1	57.9	67.5	70.3	55.1	76.2	64.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	64.2	58.4	69.6	70.8	56.7	78.3	65.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	**73.1**	**68.0**	**77.7**	**79.9**	**66.7**	**84.7**	**73.7**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2554	**2.2**	**2.5**	**1.6**	**1.8**	**2.4**	**1.1**	**2.5**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.8	47.8	56.5	59.7	45.0	65.8	53.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	80.4	74.9	85.7	87.1	74.0	92.4	80.9

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2554

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.3	46.4	52.4	56.3	43.5	61.7	50.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	71.7	63.8	79.0	80.9	62.6	88.6	73.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	52.8	46.4	57.9	60.4	44.2	68.1	55.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	72.1	66.8	77.4	78.0	65.3	86.4	71.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.5	84.8	94.8	96.4	85.1	98.5	88.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	61.0	55.1	65.7	68.6	53.1	75.2	62.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	62.5	56.6	67.7	69.2	54.8	77.3	63.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	**71.0**	**65.5**	**76.1**	**78.1**	**64.3**	**83.6**	**71.3**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.5	46.4	55.2	58.4	43.9	64.9	53.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	77.8	71.8	83.7	85.1	71.0	91.2	77.7

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย