

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,232 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.1 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.9 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555

ในเดือนมิถุนายน 2555 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ปรับตัวลดลงประมาณ 1.30 และ 1.30 บาทต่อลิตร จากระดับ 46.00 และ 41.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 44.70 และ 39.75 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2555 ตามลำดับ ขณะที่ระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาเช่นกัน ประมาณ 0.30 บาทต่อลิตร จากระดับ 29.83 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม มาอยู่ที่ระดับ 29.53 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2555
2. ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยในเดือนพฤษภาคม 2555 พบว่า ดุลการค้าเกินดุล 574 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกมีมูลค่า 20,549 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 6.7 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,975 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวร้อยละ 16.8
3. SET Index ในเดือนมิถุนายน 2555 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 30.61 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,141.50 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2555 เป็น 1,172.11 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2555
4. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติคงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ระดับ 3.00% เนื่องจากเห็นว่าเศรษฐกิจโลกมีความเสี่ยงชะลอตัวมากกว่าที่เคยคาดไว้ จากความไม่แน่นอนเกี่ยวกับอนาคตของกรีซในกลุ่ม

ประเทศยุโรปและปัญหาภาคสถาบันการเงินในสเปน และอาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ รวมทั้งเศรษฐกิจเอเชียที่ชะลอตัวตามภาวะเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจจีน

5. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับเพิ่มประมาณการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2555 สู่ระดับ 5.7% (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 5.2-6.2%) โดยระบุว่า การฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติได้อย่างรวดเร็วจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัวเพียง 0.1% ภายหลังสถานการณ์อุทกภัยคลี่คลายลง การผลิตภาคอุตสาหกรรมที่เริ่มกลับมาทำการผลิตเพื่อตอบสนองอุปสงค์ทั้งในประเทศและต่างประเทศได้มากขึ้นตั้งแต่ช่วงต้นปี 2555 คาดว่าจะทำให้การบริโภคภาคเอกชน การลงทุนภาคเอกชน และการส่งออกกลับเข้าสู่ระดับปกติได้อย่างรวดเร็ว

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมิถุนายน 2555 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก
2. ผู้บริโภคเริ่มมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตที่มีความเห็นไม่สอดคล้องกันในการแก้ไขรัฐธรรมนูญและพรบ.ปรองดองที่จะนำเสนอเข้าพิจารณาในสภาผู้แทนราษฎร อาจทำให้มีการชุมนุมประท้วงของกลุ่มต่างๆ ได้อย่างต่อเนื่อง
3. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่รายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
4. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงจากระดับ 31.342 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม เป็น 31.656 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2555 สะท้อนให้เห็นว่ามีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าออกจากประเทศโดยสุทธิ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2555

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตทุกรายการปรับตัวดีขึ้นอีกครั้ง เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มคลี่คลายลง หลังจากการชุมนุมทางการเมืองนอกสภาฯ เกี่ยวกับการแก้ไขรัฐธรรมนูญ และ พรบ.ปรองดองยุติลงชั่วคราว และราคาน้ำมันที่เริ่มปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงทางการเมืองในอนาคตและปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปที่อาจส่งผลกระทบต่อขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 67.1 สู่ระดับ 68.5 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2555 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.8% 54.9% และ 38.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.6% 54.0% และ 39.4% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องมาจาก ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทยและความผันผวนของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะยุโรป ที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 สะท้อนให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยเริ่มปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับหลังจากสถานการณ์น้ำท่วมเมื่อปลายปีที่แล้ว โดยในเดือนมิถุนายน 2555 ดัชนีปรับตัวดีขึ้นจากเดือนพฤษภาคม ที่อยู่ที่ 55.6 สู่ระดับ 56.8 อ ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.4% 50.0% และ 46.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.1% 49.4% และ 47.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะซบเซา ค่าครองชีพที่สูงขึ้น และยังได้รับผลกระทบต่อเนื่องจากสถานการณ์น้ำท่วม แม้ว่าสถานการณ์การฟื้นตัวหลังน้ำท่วมจะเริ่มปรับตัวดีขึ้นแล้วก็ตาม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมิถุนายน 2555 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 78.7 มาอยู่ที่ระดับ 80.2 โดยในเดือนมิถุนายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.3% 59.6% และ 30.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.0% 58.7% และ 31.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเสถียรภาพทางการเมือง ปัญหานี้สาธารณะของยุโรปรวมทั้งแนวโน้มค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

พิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ เทียบกับค่าเฉลี่ยของไตรมาสแรกของปีนี้และไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจทุกรายการยังคงปรับตัวดีขึ้นกว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ ในช่วง 2 ไตรมาสที่ผ่านมาแสดงว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจยังคงมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม เพราะดัชนียังอยู่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2554 (ซึ่งเป็นสถานการณ์ปกติก่อนน้ำท่วม)

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2555	65.5	53.7	77.3
มีนาคม 2555	66.5	54.3	78.6
เมษายน 2555	67.5	55.2	79.8
พฤษภาคม 2555	67.1	55.6	78.7
มิถุนายน 2555	68.5	56.8	80.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 1 2555	65.3	53.5	77.1
ไตรมาสที่ 2 2555	67.7	55.9	79.6

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมเป็นการปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 68.1 สู่ระดับ 69.6 โดยในเดือนมิถุนายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.7% 58.2% และ 36.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.3% 57.5% และ 37.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมิถุนายน 2555 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 จาก 57.9 สู่ระดับ 59.2 โดยในเดือนมิถุนายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 52.5% และ 44.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 51.9% และ 45.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนักแถมยังได้รับผลกระทบจากสถานการณ์น้ำท่วมในปีที่ผ่านมาอยู่ แต่ค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในสายตาของผู้บริโภค

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 78.3 เป็น 80.0 โดยในเดือนมิถุนายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.1% 63.8% และ 28.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.6% 63.1% และ 29.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

เมื่อพิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในเดือนช่วงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้เทียบกับค่าเฉลี่ยในไตรมาสแรกของปีและไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำทุกรายการยังปรับตัวดีขึ้นกว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในช่วง 2 ไตรมาสที่ผ่านมาแสดงว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นแล้ว แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม เพราะดัชนียังอยู่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในไตรมาสที่ 3 ของปี 2554 (ซึ่งเป็นสถานการณ์ปกติก่อนน้ำท่วม)

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2555	66.7	55.8	77.7
มีนาคม 2555	67.4	56.2	78.5
เมษายน 2555	68.2	57.2	79.3
พฤษภาคม 2555	68.1	57.9	78.3
มิถุนายน 2555	69.6	59.2	80.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 1 2555	66.5	55.6	77.5
ไตรมาสที่ 2 2555	68.7	58.1	79.2

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมิถุนายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 96.1 มาอยู่ที่ระดับ 97.8 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2555 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.4% 73.0% และ 14.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือน พฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.0% 72.1% และ 15.9% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 85.4% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และพยายามจะรักษาการใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับการบริโภคในระดับเดิม ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจมีไม่ฟื้นตัวดีขึ้นมากนักและยังมีความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกและการเมืองไทยก็ตาม

เมื่อพิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้เทียบกับค่าเฉลี่ยในไตรมาสแรกของปีนี้และไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีในเดือนมิถุนายนมีค่าสูงกว่าค่าเฉลี่ยในช่วง 2 ไตรมาสที่ผ่านมา แสดงว่าผู้บริโภคมีความรู้สึกว่ารายได้ในอนาคตน่าจะปรับตัวดีขึ้น ได้ในอนาคต หากสถานการณ์ทางการเมืองไทยและปัญหาเศรษฐกิจโลกคลี่คลายลง

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
กุมภาพันธ์	2555	94.3
มีนาคม	2555	95.9
เมษายน	2555	97.1
พฤษภาคม	2555	96.1
มิถุนายน	2555	97.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 1 2555	94.5
ไตรมาสที่ 2 2555	97.0

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมิถุนายน 2555

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 จากระดับ 56.8 ในเดือนพฤษภาคม เป็นระดับ 58.0 ในเดือนมิถุนายน 2555 โดยอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา แสดงว่าเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังจากน้ำท่วมในปีที่ผ่านมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 84.4 ในเดือนพฤษภาคม เป็นระดับ 86.0 ในเดือนมิถุนายน 2555 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนพฤษภาคม ที่อยู่ในระดับประมาณ 77.1 เป็น 78.6 ในเดือนมิถุนายน 2555

เมื่อพิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) ในช่วง ไตรมาสที่ 2 ของปีนี้เทียบกับค่าเฉลี่ยในไตรมาสแรกของปีนี้และไตรมาสที่ 4 ของปี 2554 พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) ยังมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในระยะสั้นหลังจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลง แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม (ไตรมาสที่ 3 ของปี 2554)

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2555	75.5	54.8	83.1
มีนาคม 2555	76.6	55.2	84.4
เมษายน 2555	77.6	56.2	85.4
พฤษภาคม 2555	77.1	56.8	84.4
มิถุนายน 2555	78.6	58.0	86.0

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 1	2555	75.4	54.5	83.0
ไตรมาสที่ 2	2555	77.8	57.0	85.3

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2555

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมและความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตทุกรายการปรับตัวดีขึ้นอีกครั้ง เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มคลี่คลายลง หลังจากการชุมนุมทางการเมืองนอกสภาฯ เกี่ยวกับการแก้ไขรัฐธรรมนูญ และ พรบ.ปรองดองยุติลงชั่วคราว และราคาน้ำมันที่เริ่มปรับตัวลดลง อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงทางการเมืองในอนาคตและปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปที่อาจส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 68.5 69.6 และ 97.8 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนพฤษภาคม ที่อยู่ในระดับ 67.1 68.1 และ 96.1 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตภายหลังสถานการณ์น้ำท่วมอย่างมาก

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 77.1 ในเดือนพฤษภาคม เป็น 78.6 ในเดือนมิถุนายน 2555 ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจใน

สถานการณ์ต่างๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยและสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจากปัญหานี้สาธารณะของยุโรป

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.8 ในเดือนพฤษภาคม เป็นระดับ 58.0 ในเดือนมิถุนายน 2555 โดยอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา แสดงว่าเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานเริ่มกลับเข้าสู่ภาวะปกติหลังจากน้ำท่วมในปีที่ผ่านมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 84.4 ในเดือนพฤษภาคม เป็นระดับ 86.0 ในเดือนมิถุนายน 2555 การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์ทางการเมืองไทยและเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยงสูง

เมื่อพิจารณาการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) ในเดือนนี้เทียบกับค่าเฉลี่ยในช่วง 3 ไตรมาสที่ผ่านมา พบว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (CCI) มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนในระยะสั้น หลังจากสถานการณ์น้ำท่วมคลี่คลายลง แต่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติก่อนน้ำท่วม (ไตรมาสที่ 3 ของปี 2554)

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนในปัจจุบันนั้นจะเริ่มฟื้นตัวขึ้นในปลายไตรมาสที่ 3 ของปีนี้หากไม่มีความเสี่ยงทางการเมืองและเศรษฐกิจโลกเพิ่มเติม ทั้งนี้เนื่องจากประชาชนยังคงมีความวิตกกังวลและรอคอยสถานการณ์เกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีจากความเสี่ยงทางการเมืองและความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตตลอดจนค่าครองชีพที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง ทั้งนี้ การปรับตัวดีขึ้นของการใช้จ่ายใช้สอยของประชาชนจะเกิดขึ้นได้อย่างต่อเนื่องจะขึ้นอยู่กับการเร่งรัดการใช้นโยบายการคลังผ่านการใช้งบประมาณและนโยบายการเงินผ่านการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น เพื่อให้มีเงินหมุนเวียนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจมากขึ้น จะเป็นแรงพุงที่สำคัญเพื่อไม่ให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงตามเศรษฐกิจโลกด้วย

ดังนั้น การเร่งรัดการใช้จ่ายของรัฐบาลอย่างเป็นรูปธรรมและการทำให้การเมืองไทยมีเสถียรภาพ จะทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาฟื้นตัวขึ้นได้อย่างรวดเร็วเช่นกัน ขณะเดียวกันการดูแลราคาพลังงานและค่าครองชีพให้ปรับตัวอยู่ในระดับที่เหมาะสมและสอดคล้องกับรายได้ของประชาชนที่ยังไม่ได้ฟื้นตัวมากนักในนี้ จะเป็นการสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยได้ดี และส่งเสริมให้เศรษฐกิจไทยในปีนี้ขยายตัวได้ 5.5-6.0%

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2555 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับตัวขึ้นในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคที่ได้รับผลกระทบจากน้ำท่วมได้ฟื้นตัวขึ้นอย่างเห็นได้ชัดได้แก่กรุงเทพฯและปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออก มีความเชื่อมั่นเพิ่มสูงขึ้นมากกว่าภาคอื่นๆ

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	56.8	54.2	57.7	61.5	50.3	66.3	56.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	80.2	73.5	85.9	87.4	72.9	94.2	82.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	59.2	53.1	63.3	66.3	51.7	73.3	61.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	80.0	75.3	84.2	84.6	74.6	91.5	80.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.8	94.7	100.3	102.4	94.9	102.6	98.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	68.5	63.9	71.8	74.5	61.6	80.3	69.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.6	63.3	74.6	76.9	62.3	83.8	72.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	78.6	74.0	82.2	84.6	72.9	88.9	80.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤษภาคม 2555	1.5	1.9	0.8	1.0	1.8	0.7	1.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	58.0	53.7	60.5	63.9	51.0	69.8	59.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	86.0	81.2	90.1	91.5	80.8	96.1	87.3

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	55.6	52.7	56.8	60.6	49.1	65.7	55.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	78.7	71.4	85.0	86.7	71.2	93.5	81.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.9	51.5	62.5	65.2	50.1	72.5	60.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	78.3	73.3	83.1	83.4	72.5	90.4	78.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.1	92.6	99.7	101.2	92.7	101.9	96.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.1	62.1	70.9	73.7	60.2	79.6	68.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.1	61.5	73.8	76.0	60.7	83.0	70.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	77.1	72.0	81.5	83.6	71.2	88.2	78.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนเมษายน 2555	-0.5	-0.6	-0.4	-0.5	-0.3	-0.2	-0.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	56.8	52.1	59.7	62.9	49.6	69.1	57.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.4	79.1	89.3	90.4	78.8	95.3	85.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	55.2	52.2	56.3	60.9	48.6	65.1	55.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	79.8	72.9	85.9	87.6	72.1	94.2	82.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.2	50.9	62.0	64.7	48.9	72.0	59.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.3	74.6	83.9	84.1	73.3	91.1	79.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.1	93.8	100.6	102.2	93.6	102.6	97.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.5	62.6	71.1	74.3	60.4	79.7	68.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.2	61.6	73.8	75.9	60.3	82.9	70.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	77.6	72.6	81.8	84.1	71.4	88.4	78.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	56.0	51.4	59.1	62.6	48.8	68.6	57.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.4	80.5	90.1	91.3	79.7	96.0	86.3

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย