

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,256 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 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557

ในเดือนมีนาคม 2557 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. SET Index ในเดือนมีนาคม 2557 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 50.93 จุด โดยปรับเพิ่มขึ้นจาก 1,325.33 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2557 เป็น 1,376.26 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2557
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติให้ลดอัตราดอกเบี้ยนโยบายลง 0.25% จาก 2.25% เหลือ 2.00% เนื่องจากประเมินว่าความเสี่ยงต่อเศรษฐกิจมีมากขึ้นท่ามกลางสถานการณ์การเมืองที่ยังยืดเยื้อ เงินเพื่อพื้นฐานแม้ปรับขึ้นแต่ยังอยู่ในระดับต่ำ นโยบายการเงินจึงสามารถผ่อนคลายเพิ่มเติมได้บ้าง เพื่อเพิ่มแรงสนับสนุนให้กับเศรษฐกิจฟื้นตัว
3. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นจากระดับ 32.651 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2557 เป็น 32.394 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2557 แต่ยังคงมีเสถียรภาพ หรือปรับตัวในช่วงแคบๆ เท่านั้น
4. การประกาศยกเลิกใช้ พ.ร.ก. สถานการณ์ฉุกเฉิน ส่งผลในทางจิตวิทยาเชิงบวกต่อความเชื่อมั่นในการบริโภค การลงทุนและการท่องเที่ยว
5. ระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงอยู่ในระดับทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมาเช่นกัน อยู่ที่ระดับ 29.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2557

6. การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2557 มีมูลค่า 18,363.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.4 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 16,596.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 16.6 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,767.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 2 เดือนแรกปี 2557 ส่งออกได้รวม 36,270.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.2 และมีการนำเข้ารวม 37,024.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 16.0 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 753.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมีนาคม 2557 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับการชุมนุมทางการเมือง และมีการปิดสถานที่สำคัญต่างๆ ในกรุงเทพมหานคร (Bangkok Shutdown) รวมถึงการที่ศาลรัฐธรรมนูญวินิจฉัยให้การเลือกตั้งเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2557 เป็นโมฆะ ส่งผลต่อการจัดตั้งรัฐบาลชุดใหม่ที่จะเข้ามาบริหารประเทศล่าช้า

2. ศาลรัฐธรรมนูญ มีมติเห็นว่า ร่างพ.ร.บ.เงินกู้ 2 ล้านล้านบาท ขัดรัฐธรรมนูญ ส่งผลให้ร่างพ.ร.บ.ฯ ดังกล่าวต้องตกไป เนื่องจากเนื้อหาและกระบวนการไม่ชอบด้วยรัฐธรรมนูญ ทำให้เงินลงทุนในโครงการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานในอนาคตที่คาดว่าจะเข้ามาหมุนเวียนและกระตุ้นเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ปีนี้ไม่สามารถดำเนินการได้

3. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ปรับคาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ(GDP) ในปี 2557 ลงเหลือเติบโตเพียง 2.7% จากเดิมคาดว่าจะเติบโต 3% และคาดการณ์ GDP ปี 58 จะเติบโตเพิ่มเป็น 4.8% เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจในปีนี้จะลดลงตามอุปสงค์ในประเทศที่อ่อนแอในช่วงครึ่งปีแรก จากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยังยืดเยื้อ รวมถึงส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวชะลอตัว ขณะเดียวกันการส่งออกที่ค่อย ๆ พื้นตัวตามเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า และจะเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในปีนี้

4. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับประมาณการอัตราเติบโตของเศรษฐกิจไทย (GDP) ในปีนี้เหลือ 2.6% จาก 4.0% ที่ประเมินไว้ก่อนหน้านี้ เนื่องจากการชะลอตัวของอุปสงค์ภายในประเทศจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยืดเยื้อมาจากการปี 2556 ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค นักลงทุน และนักท่องเที่ยวต่างชาติ มาตรการปรับลด QE ของสหรัฐฯ และเศรษฐกิจจีนที่มีแนวโน้มชะลอตัวจากมาตรการลดการลงทุน โรคระบาดและภัยธรรมชาติ

5. ระดับราคาน้ำมัน ขาปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขาปลีกแก๊สโซฮอล์ออกเทน 91 (E10) แก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) และน้ำมันเบนซินออกเทน 95 ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.50 บาทต่อลิตร จากราคา 40.53 38.08 และ 48.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2557 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 41.03 38.58 และ 48.55 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2557 ตามลำดับ

6. ความล่าช้าของการจ่ายเงินในโครงการรับจำนำข้าว ส่งผลให้ชาวนาส่วนใหญ่ยังไม่ได้รับเงินจากโครงการ และยังไม่แน่ใจว่าจะได้รับในช่วงระยะเวลาใด ส่งผลให้การบริโภคและการใช้จ่ายใช้สอยของชาวนาลดลง ในหลายจังหวัดทั่วประเทศ

7. ความกังวลเกี่ยวกับราคาพืชผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเฉพาะยางพาราและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกร ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่สูงมากนัก

8. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่ผู้บริโภครู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

9. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบในเชิงลบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2557

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการและเป็นการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 149 เดือน นับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2544 เป็นต้นมา เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองไทย การชะลอตัวลงของเศรษฐกิจไทย และความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบในเชิงลบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและรายได้ของผู้บริโภคในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 จากระดับ 59.7 สู่ระดับ 58.7 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 150 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2557 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 53.5% และ 43.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 54.6% และ 42.8% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจไทยที่จะส่งผลกระทบต่อรายได้ของผู้บริโภคในอนาคต

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลง โดยในเดือนมีนาคม 2557 ดัชนีปรับตัวลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ที่ 52.2 สู่ระดับ 51.5 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 28 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.2% 49.0% และ 49.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.2% 49.8% และ 49.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคม 2557 ปรับตัวลดลงจากระดับ 67.3 มาอยู่ที่ระดับ 66.0 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 183 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2542 โดยในเดือนมีนาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 58.0% และ 38.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 59.3% และ 36.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
มีนาคม 2556	75.0	65.3	84.6
เมษายน 2556	73.9	64.6	83.3
พฤษภาคม 2556	72.8	63.7	82.0
มิถุนายน 2556	71.8	62.8	80.9
กรกฎาคม 2556	70.6	61.9	79.4
สิงหาคม 2556	69.5	61.0	78.0
กันยายน 2556	67.9	59.6	76.3
ตุลาคม 2556	66.6	58.6	74.7
พฤศจิกายน 2556	65.0	57.4	72.7
ธันวาคม 2556	63.2	55.4	71.1
กุมภาพันธ์ 2557	61.4	53.8	69.0
กุมภาพันธ์ 2557	59.7	52.2	67.3
มีนาคม 2557	58.7	51.5	66.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
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

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 จากระดับ 63.6 สู่ระดับ 62.9 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 28 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 โดยในเดือนมีนาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 56.8% และ 40.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 57.7% และ 39.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม 2557 ปรับตัวลดลงจาก 56.9 สู่ระดับ 56.4 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 24 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2555 ที่ผ่านมา โดยในเดือนมีนาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 52.4% และ 45.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 53.0% และ 45.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยกำลังปรับตัวแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจาก 70.4 เป็น 69.4 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 56 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2552 โดยในเดือนมีนาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 61.2% และ 34.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 62.4% และ 33.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
มีนาคม	2556	76.4	67.8	85.0
เมษายน	2556	75.5	67.1	83.9
พฤษภาคม	2556	74.4	66.2	82.6
มิถุนายน	2556	73.5	65.4	81.5
กรกฎาคม	2556	72.4	64.5	80.3
สิงหาคม	2556	71.6	64.0	79.3
กันยายน	2556	70.6	63.0	78.2
ตุลาคม	2556	69.4	62.0	76.8
พฤศจิกายน	2556	68.2	61.1	75.3
ธันวาคม	2556	66.7	59.5	73.9
กุมภาพันธ์	2557	65.1	58.2	72.0
กุมภาพันธ์	2557	63.6	56.9	70.4
มีนาคม	2557	62.9	56.4	69.4

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
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

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 จากระดับ 86.3 มาอยู่ที่ระดับ 84.9 ซึ่งเป็นระดับที่อยู่ต่ำกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 10 และอยู่ต่ำสุดในรอบ 183 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2542 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 7.9% 69.1% และ 23.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 8.1% 70.2% และ 21.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 77.0% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และพยายามจะรักษาการใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับการบริโภคในระดับเดิม ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจเริ่มมีสัญญาณชะลอตัวลงและยังมีความเสี่ยงในอนาคตจากเศรษฐกิจโลกและการเมืองไทยก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
มีนาคม	2556	102.9
เมษายน	2556	101.8
พฤษภาคม	2556	100.4
มิถุนายน	2556	99.4
กรกฎาคม	2556	97.9
สิงหาคม	2556	96.7
กันยายน	2556	95.1
ตุลาคม	2556	93.7
พฤศจิกายน	2556	91.8
ธันวาคม	2556	90.3
กุมภาพันธ์	2557	88.1
กุมภาพันธ์	2557	86.3
มีนาคม	2557	84.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
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

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2557

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557 เมื่อนำดัชนีประเภต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 54.5 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 53.9 ในเดือนมีนาคม 2557 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2555 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 74.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 73.4 ในเดือนมีนาคม 2557 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 58 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2552 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 จากเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับประมาณ 69.9 เป็น 69.9 ในเดือนมีนาคม 2557 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 149 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2544 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
มีนาคม 2556	84.8	66.6	90.8
เมษายน 2556	83.7	65.9	89.7
พฤษภาคม 2556	82.5	65.0	88.3
มิถุนายน 2556	81.6	64.1	87.3
กรกฎาคม 2556	80.3	63.2	85.9
สิงหาคม 2556	79.3	62.5	84.7
กันยายน 2556	77.9	61.3	83.2
ตุลาคม 2556	76.6	60.3	81.7
พฤศจิกายน 2556	75.0	59.2	79.9
ธันวาคม 2556	73.4	57.4	78.4
กุมภาพันธ์ 2557	71.5	56.0	76.4
กุมภาพันธ์ 2557	69.9	54.5	74.7
มีนาคม 2557	68.8	53.9	73.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
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

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2557

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการและเป็นการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 149 เดือน นับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2544 เป็นต้นมา เนื่องจากความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองไทย การชะลอตัวลงของเศรษฐกิจไทย และความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและรายได้ของผู้บริโภคในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 58.7 62.9 และ 84.9 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับ 59.7 63.6 และ 86.3 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 ลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับประมาณ 69.9 เป็น 68.8 ในเดือนมีนาคม 2557 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 149 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2544 เป็นต้นมา ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจในสถานการณ์ต่างๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคต อาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงต่อเนื่องต่อไป นอกจากนี้ การที่ค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูงในความรู้สึกของผู้บริโภค และสถานการณ์เศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงและผันผวนสูง ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยและรายได้ของผู้บริโภคในอนาคตมีแนวโน้มชะลอตัวลงต่อเนื่อง

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเช่นกัน จากระดับ 54.5 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 53.9 ในเดือนมีนาคม 2557 และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวลดลงจากระดับ 74.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 73.4 ในเดือนมีนาคม 2557 การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์เศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยงที่จะชะลอตัวลงได้อยู่

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังมีแนวโน้มชะลอตัวลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปลายไตรมาสที่ 2 ของปีนี้เป็นอย่างน้อยเนื่องจากเศรษฐกิจไทยที่ชะลอตัวลงยังไม่มีสัญญาณปรับฟื้นตัวขึ้น และคาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นเมื่อสถานการณ์ทางการเมืองคลี่คลายลง ซึ่งยังไม่มี ความชัดเจนว่าจะสถานการณ์ทางการเมืองจะคลี่คลายลงเมื่อไร เพราะผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีจากความเสี่ยงจากสถานการณ์ทางการเมืองไทย ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ตลอดจนค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2557 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับลดลงในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล และภาคตะวันออก

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	51.5	47.8	53.6	56.1	49.2	57.2	53.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	66.0	57.3	75.2	75.8	62.2	77.0	68.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	56.4	51.4	58.5	61.9	50.9	67.9	59.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	69.4	64.2	74.3	75.2	65.7	79.3	69.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	84.9	82.0	88.7	88.3	84.5	86.8	85.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	58.7	52.6	64.4	66.0	55.7	67.1	61.2
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	62.9	57.8	66.4	68.6	58.3	73.6	64.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	68.8	64.1	73.2	74.3	66.2	75.8	70.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกุมภาพันธ์ 2557	-1.1	-1.2	-0.9	-0.8	-1.0	-0.9	-1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.9	49.6	56.1	59.0	50.1	62.6	56.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	73.4	67.8	79.4	79.8	70.8	81.0	74.7

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	52.2	48.8	54.2	56.6	49.9	57.9	53.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	67.3	58.9	76.2	76.7	63.4	78.1	70.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	56.9	52.0	58.9	62.3	51.4	68.3	59.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	70.4	65.3	75.4	76.0	66.5	80.3	70.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	86.3	83.6	90.0	89.5	85.9	87.8	87.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	59.7	53.9	65.2	66.7	56.7	68.0	61.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	63.6	58.7	67.2	69.2	59.0	74.3	65.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	69.9	65.4	74.1	75.1	67.2	76.7	71.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกุมภาพันธ์ 2557	-1.6	-1.8	-1.2	-1.2	-1.7	-2.2	-1.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.5	50.4	56.6	59.5	50.7	63.1	56.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	74.7	69.3	80.5	80.7	71.9	82.1	76.0

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	53.8	50.5	55.4	57.8	51.6	60.3	55.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	69.0	60.7	77.3	77.9	65.1	80.6	71.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.2	53.4	60.0	63.5	52.8	69.8	60.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	72.0	67.0	76.5	77.1	68.3	82.4	73.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	88.1	85.6	91.3	90.8	87.8	90.1	89.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	61.4	55.6	66.4	67.9	58.4	70.5	63.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	65.1	60.2	68.3	70.3	60.6	76.1	67.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	71.5	67.1	75.3	76.3	68.9	78.9	73.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	56.0	52.0	57.7	60.7	52.2	65.1	58.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	76.4	71.1	81.7	81.9	73.7	84.4	78.0

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย