

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.3 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.7 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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557

ในเดือนกรกฎาคม 2557 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. คณะรักษาความสงบแห่งชาติ (คสช.) เห็นชอบแผนยุทธศาสตร์ลงทุน โครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม ช่วงปี 2558-2565 วงเงิน 2.4 ล้านล้านบาท จะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจไทยในอนาคต
2. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) คาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2558 ว่าเศรษฐกิจไทยจะเติบโตได้ถึง 5%
3. การส่งออกของไทยในเดือนมิถุนายน 2557 มีมูลค่า 19,842.3 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.9 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 18,049.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 14.0 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,792.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 6 เดือนแรกปี 2557 ส่งออกได้รวม 112,704.4 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.4 และมีการนำเข้ารวม 112,647.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 14.0 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 236.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ สะท้อนให้เห็นว่าการส่งออกซึ่งเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญเริ่มมีสัญญาณของการฟื้นตัว
4. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 0.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 40.73 และ 38.28 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2557 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 40.23 และ 37.78 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2557 ตามลำดับ ส่วนระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงอยู่ในระดับทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมาเช่นกัน อยู่ที่ระดับ 29.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2557

5. SET Index ในเดือนกรกฎาคม 2557 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 16.64 จุด โดยปรับเพิ่มขึ้นจาก 1,485.75 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2557 เป็น 1,502.39 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2557

6. เงินบาทปรับปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 32.514 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2557 เป็น 32.101 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2557 สะท้อนว่าเงินมีเสถียรภาพมีเงินไหลเข้าสุทธิ อันเป็นผลมาจากปัจจัยนักลงทุนเชื่อมั่นต่อการเมืองและเศรษฐกิจไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกรกฎาคม 2557 ได้แก่

1. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับลดคาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2557 ลงเหลือขยายตัว 2.0% หรือเติบโตอยู่ในช่วงคาดการณ์ 1.5-2.5% ซึ่งลดลงจากเดิมที่เคยคาดว่าจะขยายตัว 2.6% เนื่องจากปัญหาการเมืองส่งผลให้เศรษฐกิจไตรมาสแรกหดตัวมากกว่าที่คาดการณ์ไว้
2. ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้วโดยเฉพาะข้าว ยางพาราและข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกร ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่สูงมากนัก
3. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่ผู้บริโภครู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
4. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อในเชิงลบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

#### การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2557

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการและเป็นการปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 11 เดือน เนื่องจากมีความมั่นใจในสถานการณ์ทางการเมืองไทยว่ามีเสถียรภาพมากขึ้น และคิดว่าเศรษฐกิจไทยน่าจะฟื้นตัวขึ้นในอนาคตอัน ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกต่อการฟื้นตัวของรายได้ของผู้บริโภคในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557 มีดังนี้

#### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนกรกฎาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 68.5 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 65.3 ซึ่งเป็นระดับที่สูงที่สุดในรอบ 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2557 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 56.3% และ 37.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายนผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 57.3% และ 38.7% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า แม้ว่าความเชื่อมั่นที่ปรับตัวดีขึ้น แต่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของ

ประเทศไทยไม่สูงนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคมองว่ามีความกังวลเกี่ยวกับ ความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวไม่ชัดเจนมากนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยดัชนีปรับตัวดีขึ้นจากเดือนมิถุนายน ที่อยู่ที่ 55.8 สู่อันดับ 58.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2556 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 51.6% และ 45.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายนผู้บริโภคนำเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 52.0% และ 46.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีความไม่คึกคัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคม 2557 ปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 74.7 มาอยู่ที่ระดับ 78.8 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 12 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.9% 61.0% และ 30.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.0% 62.7% และ 31.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
มกราคม 2557	61.4	53.8	69.0
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2557	61.2	52.8	69.6
กรกฎาคม 2557	68.5	58.2	78.8

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 68.1 สู่ระดับ 71.7 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 12 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2556 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.2% 57.3% และ 35.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.7% 58.7% และ 36.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกรกฎาคม 2557 ปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จาก 60.0 สู่ระดับ 62.7 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 54.3% และ 41.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 54.4% และ 42.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยกำลังปรับตัวแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จาก 76.1 เป็น 80.6 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 13 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2556 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.2% 60.2% และ 29.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.6% 62.9% และ 30.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
มกราคม 2557	65.1	58.2	72.0
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2557	64.7	57.6	71.8
กรกฎาคม 2557	71.7	62.7	80.6

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกรกฎาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 92.0 มาอยู่ที่ระดับ 94.6 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 เป็นต้นมา และเป็นระดับที่อยู่ต่ำกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2557 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 11.9% 70.8% และ 17.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายนผู้บริโภคมองเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.7% 70.6% และ 18.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 82.7% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และเริ่มการบริโภคมากขึ้นเนื่องจากมีความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจและรายได้ในอนาคตของตนมากขึ้น

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กรกฎาคม 2556	97.9
สิงหาคม 2556	96.7
กันยายน 2556	95.1
ตุลาคม 2556	93.7
พฤศจิกายน 2556	91.8
ธันวาคม 2556	90.3
มกราคม 2557	88.1
กุมภาพันธ์ 2557	86.3
มีนาคม 2557	84.9
เมษายน 2557	83.8
พฤษภาคม 2557	87.1
มิถุนายน 2557	92.0
กรกฎาคม 2557	94.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 2 2557	87.6
กรกฎาคม 2557	94.6

### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกรกฎาคม 2557

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557 เมื่อนำดัชนีประเภต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 57.9 ในเดือนมิถุนายน เป็นระดับ 60.4 ในเดือนกรกฎาคม 2557 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2556 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 80.9 ในเดือนมิถุนายน เป็นระดับ 84.7 ในเดือนกรกฎาคม 2557 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากเดือนมิถุนายน ที่อยู่ในระดับประมาณ 75.1 เป็น 78.2 ในเดือนกรกฎาคม 2557 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 เป็นต้นมา



ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
มกราคม 2557	71.5	56.0	76.4
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	<b>78.2</b>	<b>60.4</b>	<b>84.7</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2557	71.2	55.2	76.3
กรกฎาคม 2557	<b>78.2</b>	<b>60.4</b>	<b>84.7</b>

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2557

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการและเป็นการปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 11 เดือน เนื่องจากมีความมั่นใจในสถานการณ์ทางการเมืองไทยว่ามีเสถียรภาพมากขึ้น และคิดว่าเศรษฐกิจไทยน่าจะฟื้นตัวขึ้นในอนาคตอันใกล้ ซึ่งจะส่งผลในเชิงบวกต่อการฟื้นตัวของรายได้ของผู้บริโภคในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 68.5 71.7 และ 94.6 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนมิถุนายน ที่อยู่ในระดับ 65.3 68.1 และ 92.0 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยอยู่ในระดับ 78.2 ในเดือนกรกฎาคม 2557 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2556 เป็นต้นมา ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก แม้ว่าสถานการณ์ทางการเมืองเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน จากระดับ 57.9 ในเดือนมิถุนายน เป็นระดับ 60.4 ในเดือนกรกฎาคม 2557 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานเริ่มมีสัญญาณปรับตัวดีขึ้น และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวขึ้นมาก จากระดับ 80.9 ในเดือนมิถุนายน เป็นระดับ 84.7 ในเดือนกรกฎาคม 2557 แสดงว่าผู้บริโภคมีความหวังและมีความเชื่อมั่นว่าภาวะเศรษฐกิจ การจ้างงานและการหารายได้จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนจะมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปีนี้ โดยเฉพาะในเดือนกันยายนนี้เป็นต้นไป ทั้งนี้ การบริโภคจะเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญในช่วงครึ่งหลังของปีนี้ ภายใต้อิทธิพลของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่น่าจะปรับตัวขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 2-2.5% ในปีนี้

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2557 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับดีขึ้นในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออกที่มีความเชื่อมั่นปรับตัวสูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ

### ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	58.2	56.5	58.5	60.6	56.2	62.1	59.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	78.8	73.9	83.4	83.4	75.8	86.9	80.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	62.7	59.7	62.7	66.1	58.6	71.3	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	80.6	78.9	81.1	81.6	78.9	86.4	80.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	94.6	93.9	95.2	96.3	94.1	94.3	95.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	68.5	65.2	71.0	72.0	66.0	74.5	70.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	71.7	69.3	71.9	73.9	68.8	78.9	72.7
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>78.2</b>	<b>76.1</b>	<b>79.4</b>	<b>80.7</b>	<b>76.3</b>	<b>82.6</b>	<b>79.4</b>
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมิถุนายน 2557</b>	<b>3.1</b>	<b>4.4</b>	<b>1.8</b>	<b>1.6</b>	<b>3.9</b>	<b>1.6</b>	<b>2.7</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	60.4	58.1	60.6	63.4	57.4	66.7	62.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.7	82.2	86.6	87.1	82.9	89.2	85.6

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	55.8	53.5	56.6	59.0	53.6	60.3	57.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	74.7	67.9	81.2	81.7	71.3	84.8	77.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	60.0	55.9	60.8	64.7	54.5	70.2	63.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	76.1	72.5	79.1	80.2	72.4	84.8	76.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	92.0	90.3	93.9	94.6	91.2	92.7	93.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	65.3	60.7	68.9	70.4	62.5	72.6	67.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.1	64.2	70.0	72.5	63.5	77.5	69.7
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>75.1</b>	<b>71.7</b>	<b>77.6</b>	<b>79.1</b>	<b>72.4</b>	<b>80.9</b>	<b>76.7</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤษภาคม 2557	4.5	5.6	2.9	3.1	4.5	3.2	4.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	57.9	54.7	58.7	61.9	54.1	65.3	60.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	80.9	76.9	84.7	85.5	78.3	87.4	82.2

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2557

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	52.3	48.7	54.5	57.0	50.0	58.1	54.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	69.0	60.7	77.7	78.3	65.1	80.4	71.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.1	52.1	59.2	62.9	51.6	68.5	60.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	71.2	66.7	75.4	76.5	67.4	81.2	71.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	87.1	84.3	90.5	90.7	86.7	89.2	87.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	60.7	54.7	66.1	67.7	57.6	69.3	62.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	64.2	59.4	67.3	69.7	59.5	74.9	65.5
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>70.7</b>	<b>66.1</b>	<b>74.6</b>	<b>76.0</b>	<b>67.9</b>	<b>77.8</b>	<b>72.0</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.7	50.4	56.9	60.0	50.8	63.3	57.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	75.8	70.6	81.2	81.8	73.1	83.6	76.7

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย