

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2556

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,253 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.9 และ 50.1 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556

ในเดือนมีนาคม 2556 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ปรับตัวลดลงประมาณ 2.00 และ 0.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 48.75 และ 46.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 46.75 และ 45.45 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2556 ตามลำดับ ขณะที่ระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงอยู่ในระดับทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมาอยู่ที่ระดับ 29.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2556
2. SET Index ในเดือนมีนาคม 2556 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 19.48 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,541.58 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เป็น 1,561.06 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2556
3. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้น โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นจากระดับ 29.825 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เป็น 29.519 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2556 สะท้อนให้เห็นว่ามีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าประเทศโดยสุทธิ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการเริ่มมีความกังวลว่าเงินบาทแข็งค่าเร็วเกินไป
4. ร่าง พ.ร.บ.ให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงิน เพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่งของประเทศ วงเงิน 2 ล้านล้านบาท ผ่านสภาผู้แทนราษฎรในวาระแรก ซึ่งจะทำให้เกิดการลงทุนโครงสร้างพื้นฐานและกระตุ้นการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในอนาคต

5. การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศตั้งแต่เดือนมกราคม 2556 เป็นการเพิ่มรายได้และสร้างกำลังซื้อของประชาชนที่มีรายได้น้อย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมีนาคม 2556 ได้แก่

1. ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 พบว่า มูลค่าการค้าขาดดุล 1,557.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยการส่งออกมีมูลค่า 17,928.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวลง 5.8% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,485.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 5.3% ทำให้ช่วง 2 เดือนแรกปี 2556 ส่งออกได้รวม 36,196.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 4.1% และมีการนำเข้ารวม 43,240.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 22.2% ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 7,044.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

2. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป หลังจากวิกฤตการณ์ทางการเงินและเศรษฐกิจของไซปรัส อาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

3. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ของวิกฤติไฟฟ้าดับ ในช่วงระหว่างวันที่ 5-14 เมษายน 2556 ในช่วงที่สภาพเมียนมาร์หยุดการจ่ายก๊าซธรรมชาติมายังประเทศไทย

4. ความกังวลเรื่องค่าเงินบาทที่แข็งตัวอย่างรวดเร็วซึ่งอาจทำให้ส่งผลกระทบต่อ การส่งออก การท่องเที่ยวและการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยรวม

5. ความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมืองไทยในอนาคตและสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

6. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่รายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2556

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และปรับตัวอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 85 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2549 เป็นต้นมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตยังคงปรับตัวสูงเกินระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน จนส่งผลให้การบริโภค การลงทุน การส่งออกและการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น รวมทั้งการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ และการรับจํานําเข้าอย่างต่อเนื่องส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่เศรษฐกิจโลกมีความผันผวนมากขึ้น ประกอบกับความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่มีมากขึ้น ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานการณ์ในอนาคตทุกรายการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวลง สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้นจากระดับ 74.3 สู่อันดับ 75.0 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 75 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2556 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.4% 58.2% และ 33.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.3% 57.7% และ 34.0% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะยุโรป ที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ตลอดจนสถานการณ์การเมืองภายในประเทศในอนาคตยังมีความไม่แน่นอน แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการปรับปรุงตัวดีขึ้นตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 37 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2553 เป็นต้นมา โดยในเดือนมีนาคม 2556 ดัชนีปรับตัวดีขึ้นจากเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ 64.5 สู่อันดับ 65.3 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.8% 53.7% และ 40.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.7% 53.1% และ 41.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการปรับปรุงตัวดีขึ้นในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการปรับปรุงตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคม 2556 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 84.0 มาอยู่ที่ระดับ 84.6 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และเป็นระดับสูงสุดในรอบ 107 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 เป็นต้นมา โดยในเดือนมีนาคม 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.0% 62.6% และ 26.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.9% 62.3% และ 26.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในอนาคตว่าจะมีเสถียรภาพหรือไม่ ปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปรวมทั้งแนวโน้มค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กรกฎาคม 2555	68.2	57.3	79.1
สิงหาคม 2555	68.4	58.5	78.3
กันยายน 2555	67.5	57.8	77.1
ตุลาคม 2555	68.1	58.7	77.5
พฤศจิกายน 2555	69.4	59.9	78.8
ธันวาคม 2555	70.6	61.2	80.0
มกราคม 2556	72.1	62.5	81.7
กุมภาพันธ์ 2556	74.3	64.5	84.0
มีนาคม 2556	75.0	65.3	84.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
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

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมเป็นการปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 75.5 สู่ระดับ 76.4 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 75 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 เป็นต้นมา โดยในเดือนมีนาคม 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.5% 61.4% และ 31.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.4% 60.7% และ 31.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยกำลังปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม 2556 ปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 53 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2551 เป็นต้นมา จาก 66.8 สู่ระดับ 67.8 โดยในเดือนมีนาคม 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.8% 56.3% และ 37.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.7% 55.5% และ 38.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยกำลังปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 84.1 เป็น 85.0 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และเป็นระดับสูงสุดในรอบ 108 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2548 เป็นต้นมา โดยในเดือนมีนาคม 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.2% 66.5% และ 24.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.1% 65.9% และ 25.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีเชื่อมั่นมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กรกฎาคม 2555	69.3	59.7	79.0
สิงหาคม 2555	69.6	60.8	78.3
กันยายน 2555	68.9	60.3	77.4
ตุลาคม 2555	69.8	61.5	78.1
พฤศจิกายน 2555	71.2	62.9	79.4
ธันวาคม 2555	71.7	63.6	79.9
มกราคม 2556	72.9	64.5	81.4
กุมภาพันธ์ 2556	75.5	66.8	84.1
มีนาคม 2556	76.4	67.8	85.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
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

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 102.2 มาอยู่ที่ระดับ 102.9 ซึ่งการปรับตัวสู่ระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และ เป็นระดับสูงสุดในรอบ 107 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2556 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 13.7% 75.5% และ 10.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 13.5% 75.3% และ 11.2% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 89.2% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และพยายามจะรักษาการใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับการบริโภคในระดับเดิม ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจเพิ่งเริ่มฟื้นตัวดีขึ้นและยังมีความเสี่ยงในอนาคตจากเศรษฐกิจโลกและการเมืองไทยก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
มีนาคม	2555	95.9
เมษายน	2555	97.1
พฤษภาคม	2555	96.1
มิถุนายน	2555	97.8
กรกฎาคม	2555	96.8
สิงหาคม	2555	95.8
กันยายน	2555	94.8
ตุลาคม	2555	95.3
พฤศจิกายน	2555	96.8
ธันวาคม	2555	98.3
มกราคม	2556	100.0
กุมภาพันธ์	2556	102.2
มีนาคม	2556	102.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 3 2555	95.3
ไตรมาสที่ 4 2555	96.8
ไตรมาสที่ 1 2556	101.7

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2556

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556 เมื่อนำดัชนีประเภต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 65.6 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 66.6 ในเดือนมีนาคม 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 52 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2551 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 จากระดับ 90.1 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 90.8 ในเดือนมีนาคม 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 107 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 จากเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับประมาณ 84.0 เป็น 84.8 ในเดือนมีนาคม 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 85 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กรกฎาคม	2555	78.1	58.5	85.0
สิงหาคม	2555	77.9	59.7	84.2
กันยายน	2555	77.0	59.1	83.1
ตุลาคม	2555	77.8	60.1	83.6
พฤศจิกายน	2555	79.1	61.4	85.0
ธันวาคม	2555	80.2	62.4	86.1
มกราคม	2556	81.7	63.5	87.7
กุมภาพันธ์	2556	84.0	65.6	90.1
มีนาคม	2556	84.8	66.6	90.8

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
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

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2556

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และปรับตัวอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 85 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2549 เป็นต้นมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตยังคงปรับตัวสูงเกินระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน จนส่งผลให้การบริโภค การลงทุน การส่งออกและการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น รวมทั้งการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ และการรับจำนำข้าวอย่างต่อเนื่องส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมเพิ่มสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่เศรษฐกิจโลกมีความผันผวนมากขึ้น ประกอบการความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศที่มีมากขึ้น ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับสถานการณ์ในอนาคตทุกรายการเพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวลง

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 75.0 76.4 และ 102.9 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับ 74.3 75.5 และ 102.2 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 จากระดับ 84.0 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็น 84.8 ในเดือนมีนาคม 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 85 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 เป็นต้นมา ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหว อยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจในสถานการณ์ต่างๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการฟื้นตัวของการส่งออก ค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคตและสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป แต่ผู้บริโภคเริ่มมีความรู้สึกว่าสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน และโอกาสในการหารายได้กำลังปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน จากระดับ 65.6 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 66.6 ในเดือนมีนาคม 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 52 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2551 เป็นต้นมา และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 90.1 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 90.8 ในเดือนมีนาคม 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 107 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 เป็นต้นมา แต่การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์เศรษฐกิจไทย และเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยง

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชน ในปัจจุบันนั้นจะขยายตัวดีขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ปัจจุบันเนื่องจากประชาชนมีรายได้มากขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย อีกทั้งรายได้ของประชาชนยังปรับตัวสูงขึ้นการนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ นโยบายการจำนำข้าว การปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐต่างๆ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความวิตกกังวลและรอคอยสถานการณ์เกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีจากความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต โดยเฉพาะหลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางการเงินและเศรษฐกิจในไต้หวัน ตลอดจนค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง และความผันผวนทางการเมืองไทย ทั้งนี้ การปรับตัวดีขึ้นของการใช้จ่ายใช้สอยของประชาชนจะเพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่องจากปัจจุบัน ถ้ารัฐบาลเร่งรัดการใช้นโยบายการคลังผ่านการใช้งบประมาณ เพื่อให้มีเงินหมุนเวียนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจมากขึ้น จะเป็นแรงพยุ่งที่สำคัญเพื่อไม่ให้เศรษฐกิจไทยผันผวนตามเศรษฐกิจโลก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2556

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2556 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับตัวดีขึ้นในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันออก และภาคกลาง มีการปรับตัวดีขึ้นสูงสุด

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2556

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	65.3	64.4	64.7	67.4	60.9	71.3	65.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	84.6	79.1	89.5	89.9	79.3	95.3	87.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	67.8	63.5	69.2	72.9	61.9	78.9	70.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	85.0	81.9	87.7	87.8	80.2	93.5	85.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	102.9	102.2	103.6	103.8	101.5	103.6	104.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	75.0	71.8	77.1	78.7	70.1	83.3	76.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	76.4	72.7	78.5	80.4	71.1	86.2	78.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	84.8	82.2	86.4	87.6	80.9	91.0	86.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกุมภาพันธ์ 2556	0.8	0.9	0.5	0.5	1.3	0.4	0.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	66.6	64.0	67.0	70.2	61.4	75.1	67.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.8	87.7	93.6	93.8	87.0	97.5	92.6

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	64.5	63.4	64.1	67.0	59.0	71.1	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	84.0	78.4	89.0	89.5	78.8	94.8	86.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	66.8	62.2	68.7	72.4	60.2	78.4	69.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	84.1	80.8	87.1	87.4	78.6	93.1	85.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	102.2	101.4	103.1	103.2	100.4	103.2	103.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	74.3	70.9	76.6	78.3	68.9	83.0	75.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	75.5	71.5	77.9	79.9	69.4	85.8	77.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	84.0	81.3	85.9	87.1	79.6	90.6	85.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2556	2.3	2.9	1.2	1.2	3.3	1.0	2.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	65.6	62.8	66.4	69.7	59.6	74.8	67.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.1	86.9	93.1	93.4	85.9	97.0	91.8

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2556

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	62.5	61.2	63.0	66.1	54.8	70.3	62.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	81.7	75.4	87.6	88.7	74.7	93.9	84.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	64.5	59.2	67.6	71.0	57.1	77.2	66.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	81.4	77.3	85.4	85.7	75.6	91.9	81.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.0	98.4	102.0	101.9	97.8	102.2	101.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	72.1	68.3	75.3	77.4	64.8	82.1	73.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	72.9	68.3	76.5	78.4	66.4	84.6	74.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	81.7	78.3	84.6	85.9	76.3	89.6	83.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	63.5	60.2	65.3	68.6	56.0	73.8	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	87.7	83.7	91.7	92.1	82.7	96.0	89.1

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย