ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศ เป็นจำนวน 2,243 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>ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555</u>

ในเดือนธันวาคม 2555 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) คาดการณ์อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในปี 2555 ว่าจะขยายตัวอยู่ที่ระดับร้อยละ 5.8 ดีกว่าที่คาดการณ์ไว้ก่อนหน้านี้ที่อยู่ระดับ 5.7% ส่วนในปี 2556 คาดว่าจะขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 4.6% เช่นเดิม อันเป็นผลมาจากแรงขับเคลื่อนจากอุปสงค์ในประเทศที่เป็นการใช้จ่ายของภาคเอกชนตามนโยบายบ้านหลังแรกและรถยนต์คันแรกของรัฐบาลที่มีผลกระตุ้นเศรษฐกิจ นอกจากนี้ภาคเอกชนที่ได้รับความเสียหายจากเหตุอุทกภัยเมื่อปลายปี 2554 ยังจะมีการลงทุนเพิ่มเติม โดยเฉพาะในกลุ่มอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอิเลคทรอนิกส์ และการลงทุนโครงการขนาดใหญ่ของภาครัฐ

2. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งปี 2555 จะสูงถึง 21.5 ล้านคน สูงกว่าเป้าหมายที่ตั้งไว้ที่ 20 ล้านคน และคาดว่าจะทำให้มีรายได้เข้าประเทศสูงถึง 8 แสนล้านบาท เหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากในปีนี้ ส่วนหนึ่งมาจากเรื่องภัยธรรมชาติในหลายประเทศ และปัญหาข้อขัดแย้งที่เกิดขึ้นระหว่างจีนกับญี่ปุ่น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น

3. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศยังคงอยู่ในระดับทรงตัวในระดับเดิมเช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา โดยราคาน้ำมันขายปลีกน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และน้ำมันเบนซินออกเทน 91 อยู่ที่ระดับ 49.60 และ 43.75 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2555 ตามลำดับ ขณะที่ ระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศยังคงอยู่ในระดับทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมาเช่นกัน อยู่ที่ระดับ 29.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2555

4. SET Index ในเดือนธันวาคม 2555 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 67.89 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,324.04 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2555 เป็น 1,391.93 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2555

5. ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยในเดือนพฤศจิกายน 2555 เริ่มปรับตัวดีขึ้นโดยการส่งออกมีมูลค่า 19,555.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 26.9% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 21,010.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 24.5% ทำให้ช่วง 11 เดือนแรกปี 2555 ส่งออกได้รวม 211,417.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 2.3% และมีการนำเข้ารวม 227,123.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 8.6% ส่งผลให้ขาดทุนการค้ารวม 15,706.0 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

6. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นจากระดับ 30.709 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน เป็น 30.637 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2555 สะท้อนให้เห็นว่ามีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าประเทศโดยสุทธิ

7. การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศตั้งแต่เดือนมกราคม 2556 เป็นการเพิ่มรายได้และสร้างกำลังซื้อของประชาชนที่มีรายได้น้อย

8. การใช้จ่ายของภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

สำหรับปัจจัยลบในเดือนธันวาคม 2555 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

2. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่รายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

3. ความกังวลเรื่องการถูกเลิกจ้างงานเมื่อมีการปรับขึ้นค่าแรง 300 บาททั่วประเทศ

4. ความกังวลในประเด็นการแก้ไขรัฐธรรมนูญ ซึ่งจะอาจเป็นชนวนก่อให้เกิดความวุ่นวายทางการเมืองได้ในอนาคต

5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

<u>การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2555</u>

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และปรับตัวอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2555 เป็นต้นมา เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้น จนส่งผลให้การบริโภค การลงทุน การส่งออกและการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้นจากระดับ 69.4 สู่ระดับ 70.6 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2555 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.3% 56.0% และ 36.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ ประมาณ 6.9% 55.6% และ 37.5% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะยุโรป ที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ตลอดจนสถานการณ์การเมืองภายในประเทศในอนาคตยังมีความไม่แน่นอน

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในเดือนธันวาคม 2555 ดัชนีปรับตัวดีขึ้นจากเดือนพฤศจิกายน ที่อยู่ที่ 59.9 สู่ระดับ 61.2 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.5% 52.1% และ 43.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 51.5% และ 44.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีนัก ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนธันวาคม 2555 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 78.8 มาอยู่ที่ระดับ 80.0 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และเป็นระดับสูงสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2555 เป็นต้นมา โดยในเดือนธันวาคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.0% 60.0% และ 30.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.5% 59.8% และ 30.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในอนาคตว่าจะมีเสถียรภาพหรือไม่ ปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปรวมทั้งแนวโน้มค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
		ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
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**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
		ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3	2555	67.9	58.2	77.7
ไตรมาสที่ 4	**2555**	69.4	59.9	78.8

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมเป็นการปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 71.2 สู่ระดับ 71.7 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในเดือนธันวาคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 59.4% และ 34.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.0% 59.1% และ 34.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนธันวาคม 2555 ปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา จาก 62.9 สู่ระดับ 63.6 โดยในเดือนธันวาคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.7% 54.2% และ 41.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.5% 53.9% และ 41.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 79.4 เป็น 79.4 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และเป็นระดับสูงสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2555 เป็นต้นมา โดยในเดือนธันวาคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.7% 64.5% และ 27.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.6% 64.2% และ 28.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
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**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3	2555	69.2	60.6	77.9
ไตรมาสที่ 4	**2555**	**70.9**	**62.7**	**79.1**

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนธันวาคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 96.8 มาอยู่ที่ระดับ 98.3 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนธันวาคม 2555 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.2% 73.9% และ 13.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 11.7% 73.4% และ 14.9% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 86.1% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และพยายามจะรักษาการใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับการบริโภคในระดับเดิม ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจมีไม่ฟื้นตัวดีขึ้นมากนักและยังมีความเสี่ยงจากเศรษฐกิจโลกและการเมืองไทยก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
กรกฎาคม	2555	96.8
สิงหาคม	2555	95.8
กันยายน	2555	94.8
ตุลาคม	2555	95.3
พฤศจิกายน	2555	96.8
ธันวาคม	**2555**	**98.3**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 3	2555	95.3
ไตรมาสที่ 4	**2555**	**96.8**

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนธันวาคม 2555

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 61.4 ในเดือนพฤศจิกายน เป็นระดับ 62.4 ในเดือนธันวาคม 2555 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 85.0 ในเดือนพฤศจิกายน เป็นระดับ 86.1 ในเดือนธันวาคม 2555 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา เช่นกันส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 เช่นกัน จากเดือน

พฤศจิกายน ที่อยู่ในระดับประมาณ 79.1 เป็น 80.2 ในเดือนธันวาคม 2555 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือน นับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
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**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3	2555	77.5	59.4	83.6
ไตรมาสที่ 4	**2555**	**79.0**	**61.3**	**84.9**

<u>สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2555</u>

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตทุกรายการปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคคลายความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทย โดยสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้น จนส่งผลให้การบริโภค การลงทุน การส่งออกและการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 70.6 71.7 และ 98.3 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนพฤศจิกายน ที่อยู่ในระดับ 69.4 71.2 และ 96.8 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 79.1 ในเดือนพฤศจิกายน เป็น 80.2 ในเดือนธันวาคม 2555 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจในสถานการณ์ต่างๆ อยู่

อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการฟื้นตัวของการส่งออก ค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคตและสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน จากระดับ 61.4 ในเดือนพฤศจิกายน เป็นระดับ 62.4 ในเดือนธันวาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 85.0 ในเดือนพฤศจิกายน เป็นระดับ 86.1 ในเดือนธันวาคม 2555 การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยงสูง

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนในปัจจุบันนั้นจะทรงตัวหรือขยายตัวดีขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ปัจจุบันถึงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้เนื่องจากประชาชนมีรายได้มากขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย อีกทั้งรายได้ของประชาชนยังปรับตัวสูงขึ้นการนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ นโยบายการจำนำข้าว การปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐต่างๆ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความวิตกกังวลและรอดูสถานการณ์เกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีจากความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ตลอดจนค่าครองชีพที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง และความผันผวนทางการเมืองไทย ทั้งนี้ การปรับตัวดีขึ้นของการจับจ่ายใช้สอยของประชาชนจะฟื้นขึ้นได้อย่างต่อเนื่องจากปัจจุบัน ถ้ารัฐบาลเร่งรัดการใช้นโยบายการคลังผ่านการใช้งบประมาณและนโยบายการเงินผ่านการปล่อยสินเชื่อมากขึ้น เพื่อให้มีเงินหมุนเวียนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจมากขึ้น จะเป็นแรงพยุงที่สำคัญเพื่อไม่ให้เศรษฐกิจไทยผันผวนตามเศรษฐกิจโลก

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2555 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับดีขึ้นในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑลมีการปรับตัวสูงที่สุด

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	61.2	59.8	61.9	65.0	53.7	69.1	61.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	80.0	73.5	85.8	87.2	72.8	92.9	82.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	63.6	58.2	66.7	70.2	56.1	76.5	66.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.9	75.7	84.2	84.5	74.2	90.6	80.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.3	96.4	100.8	100.8	95.9	100.9	99.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	70.6	66.7	73.9	76.1	63.3	81.0	71.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	71.7	67.0	75.5	77.4	65.2	83.6	73.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.2	76.7	83.4	84.8	74.8	88.5	81.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2555	1.1	1.6	0.6	0.6	1.0	0.5	1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	62.4	59.0	64.3	67.6	54.9	72.8	63.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	86.1	81.9	90.3	90.8	81.0	94.8	87.4

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	59.9	58.2	61.0	64.0	52.5	68.0	59.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	78.8	72.0	84.9	86.3	71.7	92.1	81.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	62.9	57.2	66.2	69.6	55.6	76.2	65.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.4	74.9	83.9	84.1	73.8	90.9	79.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.8	94.0	100.3	100.3	94.4	100.4	97.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.4	65.1	73.0	75.2	62.1	80.1	70.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	71.2	66.1	75.1	76.9	64.7	83.6	72.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	**79.1**	**75.1**	**82.8**	**84.1**	**73.7**	**88.0**	**80.3**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนตุลาคม 2555	**1.4**	**1.9**	**1.0**	**0.6**	**1.7**	**0.7**	**0.9**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	61.4	57.7	63.6	66.8	54.1	72.1	62.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.0	80.3	89.7	90.2	80.0	94.5	86.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	58.7	56.8	59.9	63.1	51.4	67.1	58.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	77.5	70.6	83.8	85.2	70.3	91.0	80.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	61.5	55.7	65.0	68.4	54.1	75.0	64.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	78.1	73.4	82.7	82.9	72.4	89.6	78.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	95.3	92.1	99.1	99.5	92.7	99.9	96.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	68.1	63.7	71.9	74.2	60.9	79.1	69.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.8	63.6	74.4	76.8	62.5	83.0	72.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	**77.8**	**73.1**	**81.8**	**83.5**	**72.0**	**87.3**	**79.4**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	60.1	56.3	62.5	65.8	52.8	71.1	61.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	83.6	78.7	88.5	89.2	78.5	93.5	84.9

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย