

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2556

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 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 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ(สศช.) เผยว่า ในช่วงไตรมาส 4/55 อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (GDP) ขยายตัวที่ระดับ 18.9% ซึ่งถือว่าเป็นการขยายตัวสูงสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่มีการจัดทำประมาณการณื GDP ของไทยตั้งแต่ปี 2536 อันเป็นผลมาจากเมื่อเทียบกับฐานในช่วงเดียวกันของปีก่อน คือไตรมาส 4/2555 ที่เศรษฐกิจไทยขยายตัวในระดับต่ำเนื่องจากประสบกับวิกฤติอุทกภัย สำหรับการคาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในปี 2556 พบว่า จะขยายตัวอยู่ที่ 4.5-5.5% โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกเริ่มมีความชัดเจนขึ้น การฟื้นตัวของสินค้าคอมพิวเตอร์และอิเล็กทรอนิกส์อุปสงค์ในประเทศยังอยู่ในเกณฑ์ดี เม็ดเงินที่ได้จากการเบิกจ่ายงบประมาณในภาครัฐ และแรงกดดันจากอัตราเงินเฟ้อยังอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติ 6 ต่อ 1 เสียง ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 2.75% ต่อปี เนื่องจากเศรษฐกิจโลกยังมีความไม่แน่นอน ประกอบกับเศรษฐกิจในประเทศยังมีความเสี่ยงด้านเสถียรภาพการเงิน จากการเร่งขึ้นของราคาสินทรัพย์บางประเภทค่อนข้างมาก แต่ยังไม่เห็นสัญญาณที่จะก่อให้เกิดภาวะฟองสบู่

3. SET Index ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 67.38 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,474.20 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม 2556 เป็น 1,541.58 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2556

4. ภาวะการค้าระหว่างประเทศของไทยในเดือนมกราคม 2556 ปรับตัวดีขึ้น โดยการส่งออกฟื้นตัวขึ้นอย่างชัดเจน โดยมีมูลค่า 18,269.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 16.1% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 23,755.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวเพิ่มขึ้น 40.9% ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 5,486.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

5. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้น โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นจากระดับ 30.069 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม 2556 เป็น 29.825 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2556 สะท้อนให้เห็นว่าเงินตราต่างประเทศไหลเข้าประเทศโดยสุทธิ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการเริ่มมีความกังวลว่าเงินบาทแข็งค่าเร็วเกินไป

6. การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศตั้งแต่เดือนมกราคม 2556 เป็นการเพิ่มรายได้และสร้างกำลังซื้อของประชาชนที่มีรายได้น้อย

7. การใช้จ่ายของภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจยังคงดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ได้แก่

1. ระดับราคาน้ำมัน ขยายปฏิกิริยาในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขยายปฏิกิริยาน้ำมันเบนซินออกเทน 95 และน้ำมันเบนซินออกเทน 91 ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 2.00 และ 2.00 บาทต่อลิตร จากระดับ 46.75 และ 44.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2556 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 48.75 และ 46.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ตามลำดับ ขณะที่ระดับระดับราคาน้ำมันดีเซลขยายปฏิกิริยาในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาเช่นกัน ประมาณ 0.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 29.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2556 มาอยู่ที่ระดับ 29.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2556

2. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ของวิกฤติไฟฟ้า ในช่วงระหว่างวันที่ 5-14 เมษายน 2556 ที่หยุดการจ่ายก๊าซมาให้ประเทศไทย เนื่องจากจะหยุดซ่อมแซมท่อก๊าซ

3. ความกังวลเรื่องค่าเงินบาทที่แข็งตัวอย่างรวดเร็วซึ่งอาจทำให้ส่งผลกระทบต่อ การส่งออก การท่องเที่ยวและการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยรวม

4. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ขณะที่รายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

6. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองได้ในอนาคตและสถานการณ์ความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

#### **การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2556**

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และปรับตัวอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวสูงเกิน

ระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สองในรอบ 17 เดือนเช่นเดียวกัน เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศ และเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน จนส่งผลให้การบริโภค การลงทุน การส่งออกและการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น รวมทั้งการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ และการรับจํานาเข้าอย่างต่อเนื่องส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมเพิ่มสูงขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 มีดังนี้

### 1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมดีขึ้นจากระดับ 72.1 สู่ระดับ 74.3 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.3% 57.7% และ 34.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.8% 56.5% และ 35.7% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย ทั้งนี้ เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะปัญหาหนี้สาธารณะยุโรป ที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคต ตลอดจนสถานการณ์การเมืองภายในประเทศในอนาคตยังมีความไม่แน่นอน แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ดัชนีปรับตัวขึ้นจากเดือนมกราคม ที่อยู่ที่ 62.5 สู่ระดับ 64.5 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.7% 53.1% และ 41.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.0% 52.5% และ 42.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการปรับตัวดีขึ้นในปัจจุบันยังมิอาจเป็นผลมาจากการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลกที่ส่งผลกระทบต่อการบริโภคไทยและความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 81.7 มาอยู่ที่ระดับ 84.0 ซึ่งเป็นการปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และเป็นระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.9% 62.3% และ 26.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.6% 60.5% และ 28.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในอนาคตว่าจะมีเสถียรภาพหรือไม่ ปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรปรวมทั้งแนวโน้มค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
มกราคม 2556	72.1	62.5	81.7
กุมภาพันธ์ 2556	74.3	64.5	84.0

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
ม.ค. – ก.พ. 2556	73.2	63.5	82.9

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมเป็นการปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 72.9 สู่ระดับ 75.5 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 74 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 เป็นต้นมา โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.4% 60.7% และ 31.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.6% 59.8% และ 33.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมของไทย โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจที่ยังปรับตัวอยู่ในระดับต่ำกว่าระดับปกติ แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยกำลังปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 51 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2551 เป็นต้นมา จาก 64.5 สู่ระดับ 66.8 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.7% 55.5% และ 38.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.0% 54.5% และ 40.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก แต่เริ่มมีความรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยกำลังปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 81.4 เป็น 84.1 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และเป็นระดับสูงสุดในรอบ 96 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2548 เป็นต้นมา โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.1% 65.9% และ 25.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.2% 65.0% และ 26.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีเชื่อมั่นมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
มกราคม 2556	72.9	64.5	81.4
กุมภาพันธ์ 2556	75.5	66.8	84.1

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
ม.ค. – ก.พ. 2556	74.2	65.6	82.8

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 100.0 มาอยู่ที่ระดับ 102.2 ซึ่งการปรับตัวสู่ระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สองในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 13.5% 75.3% และ 11.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.6% 74.8% และ 12.6% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 88.8% ยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่ลดลง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับหนึ่ง และพยายามจะรักษาการใช้จ่ายให้ใกล้เคียงกับการบริโภคในระดับเดิม ถึงแม้ว่าเศรษฐกิจเพิ่งเริ่มฟื้นตัวดีขึ้นและยังมีความเสี่ยงในอนาคตจากเศรษฐกิจโลกและการเมืองไทยก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
มกราคม 2556	100.0
กุมภาพันธ์ 2556	102.2

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
ม.ค. – ก.พ. 2556	101.1

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เมื่อนำดัชนีประเภตต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 63.5 ในเดือนมกราคม เป็นระดับ 65.6 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 29 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 จากระดับ 87.7 ในเดือนมกราคม เป็นระดับ 90.1 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 จากเดือนมกราคม ที่อยู่ในระดับประมาณ 81.7 เป็น 84.0 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา



ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
มกราคม	2556	81.7	63.5	87.7
กุมภาพันธ์	2556	84.0	65.6	90.1

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
ม.ค. – ก.พ.	2556	82.8	64.6	88.9

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2556

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และปรับตัวอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวสูงขึ้นระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สองในรอบ 17 เดือนเช่นเดียวกัน เนื่องจากสถานการณ์เศรษฐกิจภายในประเทศและเศรษฐกิจโลกปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน จนส่งผลให้การบริโภค การลงทุน การส่งออกและการท่องเที่ยวปรับตัวดีขึ้น รวมทั้งการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ และการรับจ่านำเข้าอย่างต่อเนื่องส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมเพิ่มสูงขึ้น

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 74.3 75.5 และ 102.2 ตามลำดับ เทียบกับดัชนีในเดือนมกราคม ที่อยู่ในระดับ 72.1 72.9 และ 100.0 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 จากระดับ 81.7 ในเดือนมกราคม เป็น 84.0 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา ทั้งนี้การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงไม่มั่นใจในสถานการณ์ต่างๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการฟื้นตัวของการส่งออก ค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคตและสถานการณ์เศรษฐกิจโลกจากปัญหาหนี้สาธารณะของยุโรป แต่ผู้บริโภคเริ่มมีความรู้สึกว่าสถานการณ์ด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน และโอกาสในการหารายได้กำลังปรับตัวดีขึ้นตามลำดับ

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน จากระดับ 63.5 ในเดือนมกราคม เป็นระดับ 65.6 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 29 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2553 เป็นต้นมา และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 87.7 ในเดือนมกราคม เป็นระดับ 90.1 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 19 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2554 เป็นต้นมา การที่ดัชนียังอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นต่อสถานการณ์ในอนาคตมากนัก โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกยังมีความเสี่ยง

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนในปัจจุบันนั้นจะขยายตัวดีขึ้นเป็นลำดับตั้งแต่ปัจจุบันถึงไตรมาสที่ 2 ของปีนี้เนื่องจากประชาชนมีรายได้มากขึ้นจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย อีกทั้งรายได้ของประชาชนยังปรับตัวสูงขึ้นการนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ 300 บาททั่วประเทศ นโยบายการจ่านำเข้า การปรับโครงสร้างภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและนิติบุคคล และนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐต่างๆ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความวิตกกังวลและรอคอยสถานการณ์เกี่ยวกับผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีจากความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตตลอดจนค่าครองชีพที่ทรงตัวอยู่ในระดับสูง และความผันผวนทางการเมืองไทย ทั้งนี้ การปรับตัวดีขึ้นของการใช้จ่ายใช้สอยของ

ประชาชนจะฟื้นขึ้นได้อย่างต่อเนื่องจากปัจจุบัน ถ้ารัฐบาลเร่งรัดการใช้นโยบายการคลังผ่านการใช้งบประมาณ เพื่อให้มีเงินหมุนเวียนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจมากขึ้น จะเป็นแรงพยุงที่สำคัญเพื่อไม่ให้เศรษฐกิจไทยผันผวนตามเศรษฐกิจโลก

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2556 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมของทุกภูมิภาคปรับตัวดีขึ้นในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันออก และภาคกลาง มีการปรับตัวดีขึ้นสูงสุด

ตารางที่ 8 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
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>84.0</b>	<b>81.3</b>	<b>85.9</b>	<b>87.1</b>	<b>79.6</b>	<b>90.6</b>	<b>85.6</b>
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2556</b>	<b>2.3</b>	<b>2.9</b>	<b>1.2</b>	<b>1.2</b>	<b>3.3</b>	<b>1.0</b>	<b>2.6</b>
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 9 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
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>81.7</b>	<b>78.3</b>	<b>84.6</b>	<b>85.9</b>	<b>76.3</b>	<b>89.6</b>	<b>83.0</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนธันวาคม 2555	1.4	1.7	1.2	1.1	1.5	1.1	1.5
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

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2555

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	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
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>80.2</b>	<b>76.7</b>	<b>83.4</b>	<b>84.8</b>	<b>74.8</b>	<b>88.5</b>	<b>81.4</b>
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย