

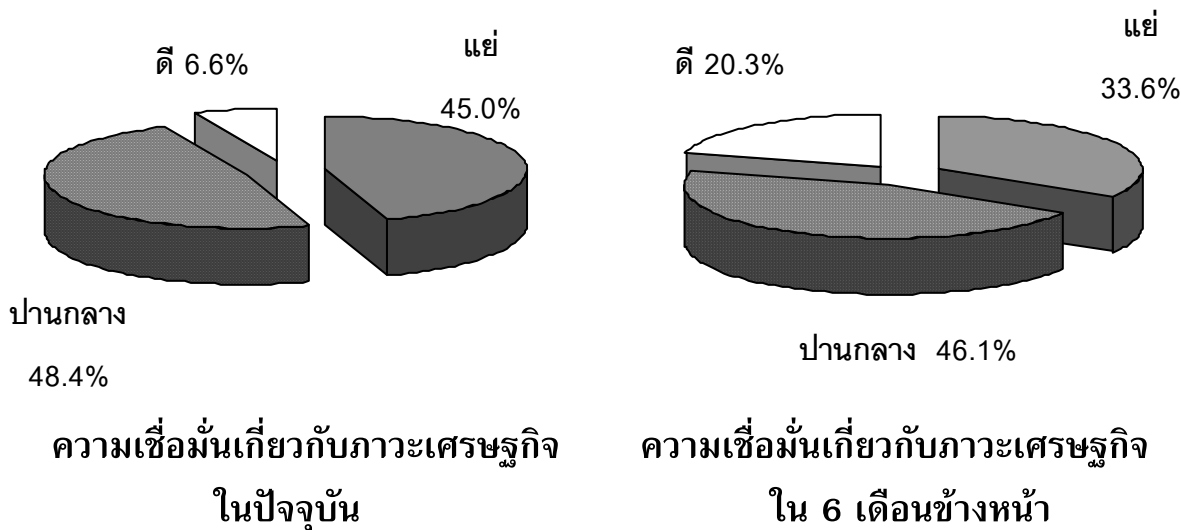


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer

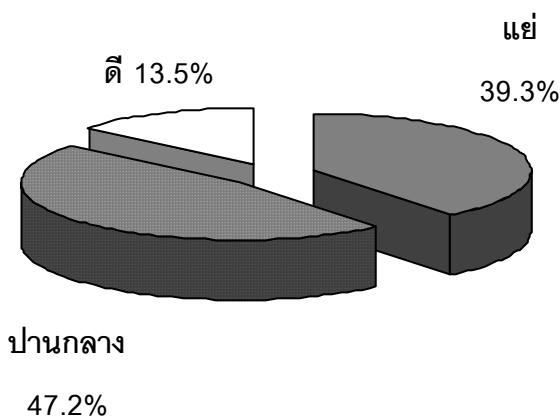
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 692-3050 ต่อ 1366 และ โทรสาร 692-3050 ต่อ 3004

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนเมษายน 2545 “ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2545”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



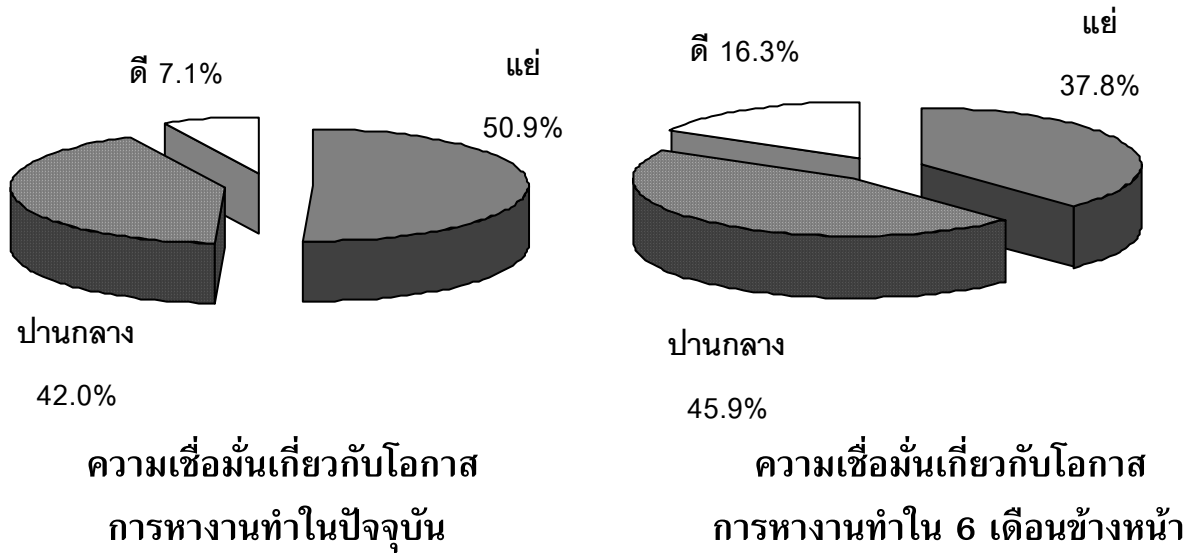
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



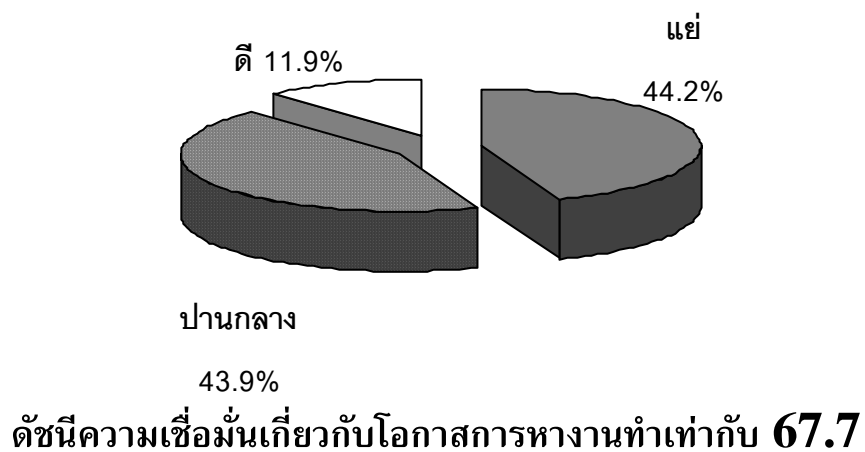
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ **74.2**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

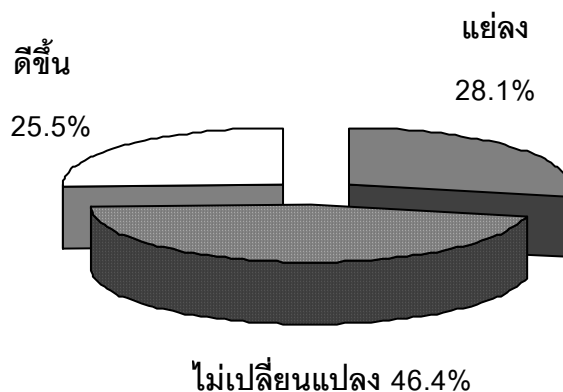


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **97.5**

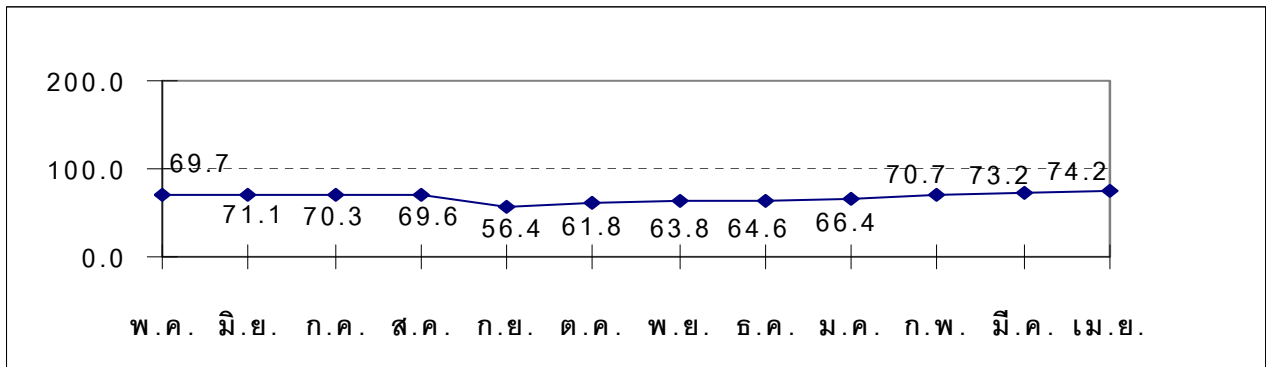
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมและเมษายน 2545

รายการ	มีนาคม 2545 (%)			เมษายน 2545 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	7.9	46.9	45.2	6.6	48.4	45.0
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	19.2	45.3	35.5	20.3	46.1	33.6
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.6	40.9	50.5	7.1	42.0	50.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	16.6	44.8	38.6	16.3	45.9	37.8
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	25.1	44.9	30.0	25.5	46.4	28.1
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	13.5	46.1	40.4	13.5	47.2	39.3
7. โอกาสในการหางานรวม	12.6	42.9	44.5	11.9	43.9	44.2

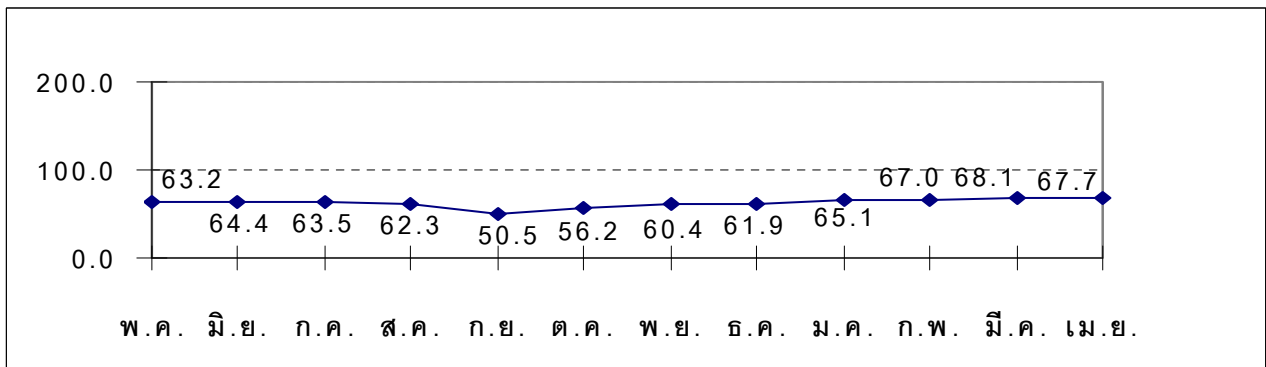
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2544 ถึงเมษายน 2545

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	63.8	64.6	66.4	70.7	73.2	74.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	60.4	61.9	65.1	67.0	68.1	67.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	84.5	92.6	86.7	90.6	95.1	97.5

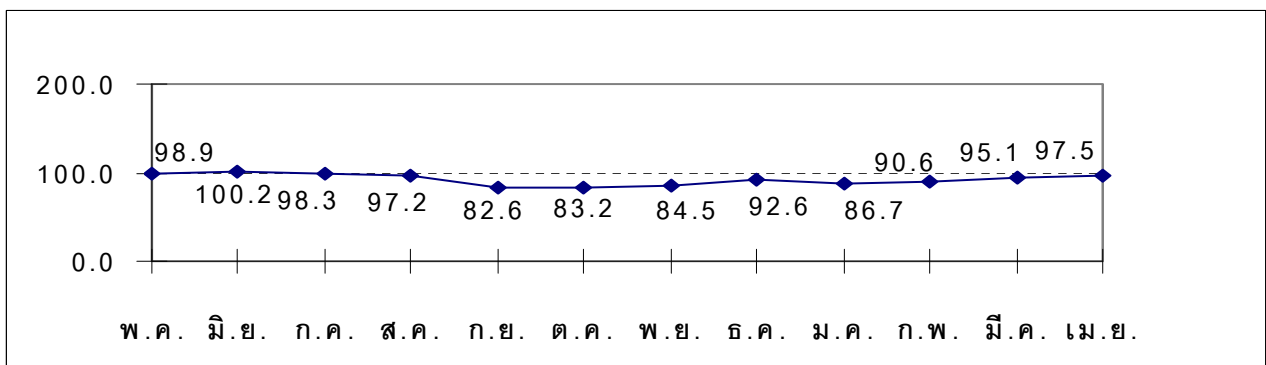
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



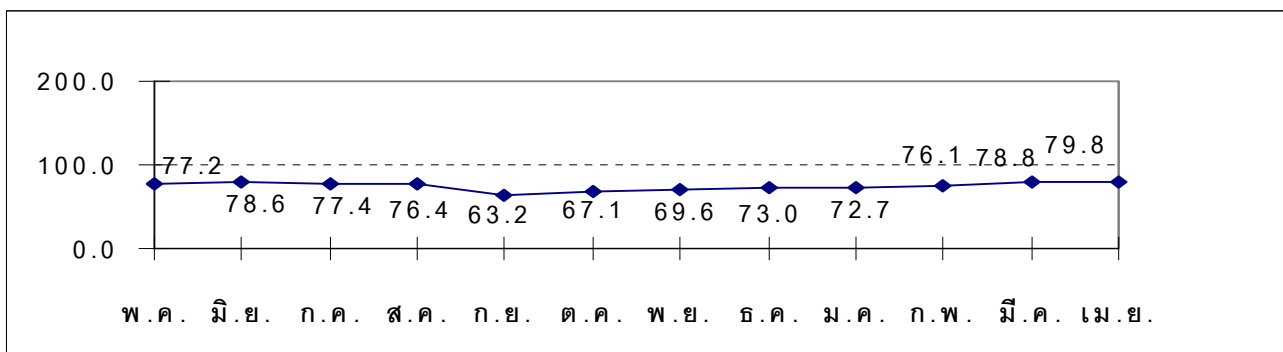
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



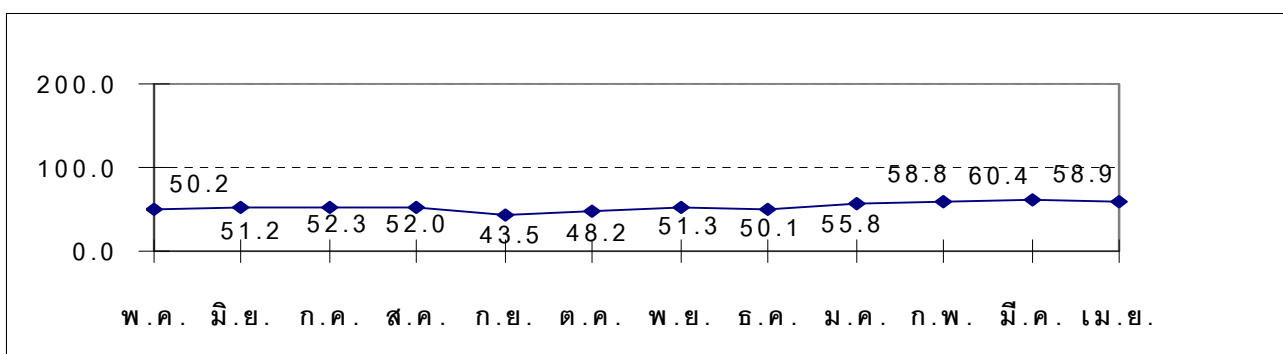
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาเดือนพฤศจิกายน 2544 ถึงเมษายน 2545

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	69.6	73.0	72.7	76.1	78.8	79.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.3	50.1	55.8	58.8	60.4	58.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	76.8	81.8	79.4	82.8	85.6	87.6

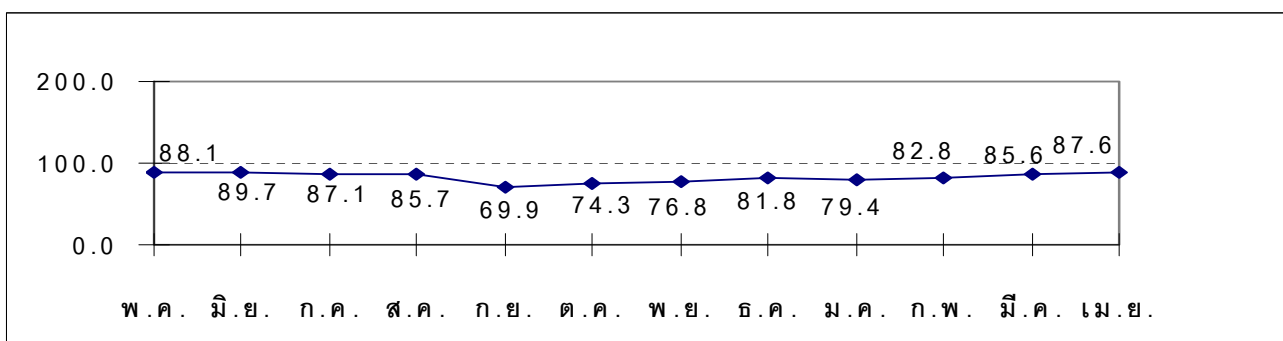
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2545

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนเมษายน 2545 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,766 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.4 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.6 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.0 และ 51.0 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2545

ในเดือนเมษายน 2545 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การที่ เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ทำให้มีการคาดการณ์ว่าการส่งออกของไทยและภาวะเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นตามเศรษฐกิจโลก ทั้งนี้ กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) ได้ปรับตัวเลขการคาดการณ์แนวโน้มการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลกในปี 2545 ว่าจะขยายตัวประมาณ 2.8% สูงขึ้นจากการประมาณเดิมที่ 2.4% และ IMF คาดว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2545 จะขยายตัวประมาณ 2.7% (สูงจากที่ประมาณการไว้เดิมที่ 2%)
2. การที่เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ทำให้หลายหน่วยงานทางเศรษฐกิจได้มีการปรับประมาณการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2545 สูงขึ้น เช่น สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวประมาณ 3.6% (สูงขึ้นจากที่ประมาณการไว้เดิมที่ 3.4%) และธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวประมาณ 2.5-3.5% (สูงขึ้นจากที่ประมาณการไว้เดิมที่ 2-3%)
3. ค่าเงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้น โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับค่าแข็งขึ้นจากระดับ 43.517 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม เป็น 43.234 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน
4. รัฐบาลยังคงดำเนินนโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ในเดือนเมษายนราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวสูงขึ้น 60 สตางค์ต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวสูงขึ้น จาก 15.49 และ 12.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม มาอยู่ที่ระดับ 16.09 และ 13.49 บาทต่อลิตร บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายนตามลำดับ
2. การส่งออกของไทยในช่วง 3 เดือนแรกของปีนี้ยังคงขยายตัวในอัตราที่ติดลบ โดยมีมูลค่าประมาณ 15,452.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัว -6.7% (จากข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์) ทั้งนี้ ในเดือนมกราคม กุมภาพันธ์ และมีนาคม การส่งออกของไทยมีมูลค่าประมาณ 4,870.4 4,863.7 และ 5,718.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัว -6.1% -8.4% และ -5.8% ตามลำดับ
3. SET Index ในเดือนเมษายนปรับตัวลดลงเล็กน้อยประมาณ 2.53 จุด เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยปรับตัวลดลงจาก 373.95 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม เป็น 371.42 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน
4. ธนาคารพาณิชย์บางแห่งได้มีการปรับลดอัตราดอกเบี้ยทั้งอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ลง 0.25% เนื่องจากธนาคารพาณิชย์ทั้งระบบยังมีสภาพคล่องล้นระบบประมาณ 5-6 แสนล้านบาท และมีการคาดการณ์ว่าอัตราดอกเบี้ยยังมีโอกาสปรับตัวลดลงได้อีกในอนาคต ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารบางแห่งปรับตัวลดลงเหลือ 1.25% ซึ่งเป็นระดับที่ส่งผลกระทบต่อทางจิตวิทยาในเชิงลบต่อผู้ออมเงิน
5. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2545

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคส่วนใหญ่โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนเมษายน 2545 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 74.2 (ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2544 เป็นต้นมา) เทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 73.2 ทั้งนี้ ในเดือนเมษายนบริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.5% 47.2% และ 39.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.5% 46.1% และ 40.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 61.6 ปรับตัวลดลงจากเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 62.7 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.6% 48.4% 45.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่า

ภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.9% 46.9% 45.2% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนเมษายนค่อนข้างมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับภาวะเศรษฐกิจในเดือนมีนาคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายนอยู่ในระดับประมาณ 86.7 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 83.6 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 20.3% 46.1% และ 33.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 19.2% 45.3% และ 35.5% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
เมษายน 2544	71.0	53.0	89.1
พฤษภาคม 2544	69.7	51.8	87.5
มิถุนายน 2544	71.1	52.6	89.7
กรกฎาคม 2544	70.3	53.6	87.0
สิงหาคม 2544	69.6	54.0	85.1
กันยายน 2544	56.4	42.4	70.5
ตุลาคม 2544	61.8	51.1	72.4
พฤศจิกายน 2544	63.8	51.4	76.2
ธันวาคม 2544	64.6	50.6	78.6
มกราคม 2545	66.4	54.2	78.5
กุมภาพันธ์ 2545	70.7	60.8	80.6
มีนาคม 2545	73.2	62.7	83.6
เมษายน 2545	74.2	61.6	86.7

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย
--------	---

		ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 1	2543	79.9	57.2	102.6
ไตรมาสที่ 2	2543	75.1	54.6	95.7
ไตรมาสที่ 3	2543	69.3	51.5	87.1
ไตรมาสที่ 4	2543	70.2	52.1	88.3
ไตรมาสที่ 1	2544	73.7	54.2	93.2
ไตรมาสที่ 2	2544	70.6	52.6	88.8
ไตรมาสที่ 3	2544	65.4	50.0	80.9
ไตรมาสที่ 4	2544	63.4	51.0	75.8
ไตรมาสที่ 1	2545	70.1	59.3	80.9
เมษายน	2545	74.2	61.6	86.7

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 67.7 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 68.1 อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการจ้างงานโดยรวมยังไม่มีดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.9% 43.9% และ 44.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.6% 42.9% และ 44.5% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนเมษายนอยู่ในระดับประมาณ 56.2 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 58.1 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.1% 42.0% และ 50.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 8.6% 40.9% และ 50.5% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายนอยู่ในระดับประมาณ 78.5 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 78.0 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.3% 45.9% และ 37.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.6% 44.8% และ 38.6% ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
เมษายน 2544	64.7	50.3	79.1
พฤษภาคม 2544	63.2	48.6	77.8
มิถุนายน 2544	64.4	49.8	79.0
กรกฎาคม 2544	63.5	51.0	76.1
สิงหาคม 2544	62.9	49.9	74.6
กันยายน 2544	50.5	44.5	56.5
ตุลาคม 2544	56.2	45.2	67.2
พฤศจิกายน 2544	60.4	51.1	69.7
ธันวาคม 2544	61.9	49.6	74.3
มกราคม 2545	65.1	57.4	72.9
กุมภาพันธ์ 2545	67.0	56.7	77.3
มีนาคม 2545	68.1	58.1	78.0
เมษายน 2545	67.7	56.2	78.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2543	71.0	47.8	94.2
ไตรมาสที่ 2 2543	65.3	44.1	84.5
ไตรมาสที่ 3 2543	60.3	44.1	76.0
ไตรมาสที่ 4 2543	61.5	46.0	77.0
ไตรมาสที่ 1 2544	66.6	50.5	82.8
ไตรมาสที่ 2 2544	64.1	49.6	78.6
ไตรมาสที่ 3 2544	58.8	48.5	69.1
ไตรมาสที่ 4 2544	59.5	48.6	70.4
ไตรมาสที่ 1 2545	66.7	57.4	76.1
เมษายน 2545	67.7	56.2	78.5

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนเมษายน 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 97.5 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 95.1 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ใน

อนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 25.5% 46.4% และ 28.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 25.1% 44.9% และ 30.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตยังไม่ดีขึ้นมากนัก

การดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวเข้าสู่ระดับที่ต่ำกว่า 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สิบ แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความกังวลและไม่มั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าอาจมีการเปลี่ยนแปลงและมีโอกาสปรับตัวลดลงได้อีก ทำให้ในระยะ 1-3 เดือนนี้ การบริโภคโดยทั่วไปไม่น่าจะมีการขยายตัวมากนัก อย่างไรก็ตาม เป็นที่น่าสังเกตว่า ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเริ่มปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับโดยเคลื่อนตัวเข้าใกล้ระดับ 100 มากขึ้นเป็นลำดับ

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
เมษายน 2544	100.3
พฤษภาคม 2544	98.9
มิถุนายน 2544	100.2
กรกฎาคม 2544	98.3
สิงหาคม 2544	97.2
กันยายน 2544	82.6
ตุลาคม 2544	83.2
พฤศจิกายน 2544	84.5
ธันวาคม 2544	92.6
มกราคม 2545	86.7
กุมภาพันธ์ 2545	90.6
มีนาคม 2545	95.1
เมษายน 2545	97.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
--------	--

ไตรมาสที่ 1	2543	105.7
ไตรมาสที่ 2	2543	101.3
ไตรมาสที่ 3	2543	96.7
ไตรมาสที่ 4	2543	98.7
ไตรมาสที่ 1	2544	101.6
ไตรมาสที่ 2	2544	99.8
ไตรมาสที่ 3	2544	92.7
ไตรมาสที่ 4	2544	86.8
ไตรมาสที่ 1	2545	90.8
เมษายน	2545	97.5

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนเมษายน 2545

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2545 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2545 จากการที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะการณต่างๆ ทุกรายการปรับตัวดีขึ้น ดังนั้น เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 60.4 ในเดือนมีนาคมเป็นระดับ 58.9 ในเดือนเมษายน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 85.6 ในเดือนมีนาคมเป็นระดับ 87.6 ในเดือนเมษายน ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index) ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 78.8 เป็น 79.8 ในเดือนเมษายน

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมี ความต้องการออมอย่างต่อเนื่องอีกต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
เมษายน 2544	78.7	51.6	89.5
พฤษภาคม 2544	77.2	50.2	88.1
มิถุนายน 2544	78.6	51.2	89.7
กรกฎาคม 2544	77.4	52.3	87.1
สิงหาคม 2544	76.4	52.0	85.7
กันยายน 2544	63.2	43.5	69.9
ตุลาคม 2544	67.1	48.2	74.3
พฤศจิกายน 2544	69.6	51.3	76.8
ธันวาคม 2544	73.0	50.1	81.8
มกราคม 2545	72.7	55.8	79.4
กุมภาพันธ์ 2545	76.1	58.8	82.8
มีนาคม 2545	78.8	60.4	85.6
เมษายน 2545	79.8	58.9	87.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2543	85.5	52.5	100.8
ไตรมาสที่ 2 2543	80.6	49.4	94.5
ไตรมาสที่ 3 2543	75.4	47.8	86.6
ไตรมาสที่ 4 2543	76.8	49.1	88.0
ไตรมาสที่ 1 2544	80.7	52.4	92.5
ไตรมาสที่ 2 2544	78.2	51.0	89.1
ไตรมาสที่ 3 2544	72.3	49.2	80.9
ไตรมาสที่ 4 2544	69.9	49.8	77.6
ไตรมาสที่ 1 2545	75.9	58.3	85.6
เมษายน 2545	79.8	58.9	87.6

สรุป

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม โอกาสหางานทำโดยรวม และรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับ 74.2 67.7 และ 97.5 ตามลำดับ ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับ 73.2 68.1 และ 95.1 ตามลำดับ ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจาก 78.8 ในเดือนมีนาคม เป็น 79.8 ในเดือนเมษายน การที่ดัชนีทุกประเภทยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมี ความต้องการออมอย่างต่อเนื่องต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2544 เป็นต้นมา แสดงว่าผู้บริโภคเริ่มมีความเชื่อมั่นว่าภาวะการณ์ต่างๆ จะปรับตัวดีขึ้น จะสังเกตได้ว่าในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจและโอกาสหางานทำมีทิศทาง การปรับตัวดีขึ้นจากช่วงไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปีที่ผ่านมาอย่างต่อเนื่อง ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตมีทิศทาง การปรับตัวดีขึ้นจากช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีที่ผ่านมาอย่างเห็นได้ชัด โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเคลื่อนไหวตัวเข้าใกล้ระดับ 100 มากขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นถึงสัญญาณเปลี่ยน แนวโน้มการปรับตัวของความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (จากความเชื่อมั่นที่มีแนวโน้มปรับตัวลดลงตลอดปี 2544 มาเป็นการปรับตัวในทิศทางที่ความเชื่อมั่นเริ่มมีมากขึ้นเป็นลำดับ) หากการปรับตัวของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ดีขึ้นในลักษณะนี้เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องไปอีก 3 เดือน จะส่งผลให้การบริโภคของประชาชนเริ่มขยายตัวมากขึ้นเมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา

อย่างไรก็ตาม ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ ยังแสดงความเห็นเช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา โดยคาดว่าในช่วง 3 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนใกล้เคียงกับระดับปัจจุบัน ตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังมีไม่มากนัก และยังไม่มีความเห็นว่าจะทำให้ผู้บริโภคปรับการบริโภคอย่างมากในช่วงนี้

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย