

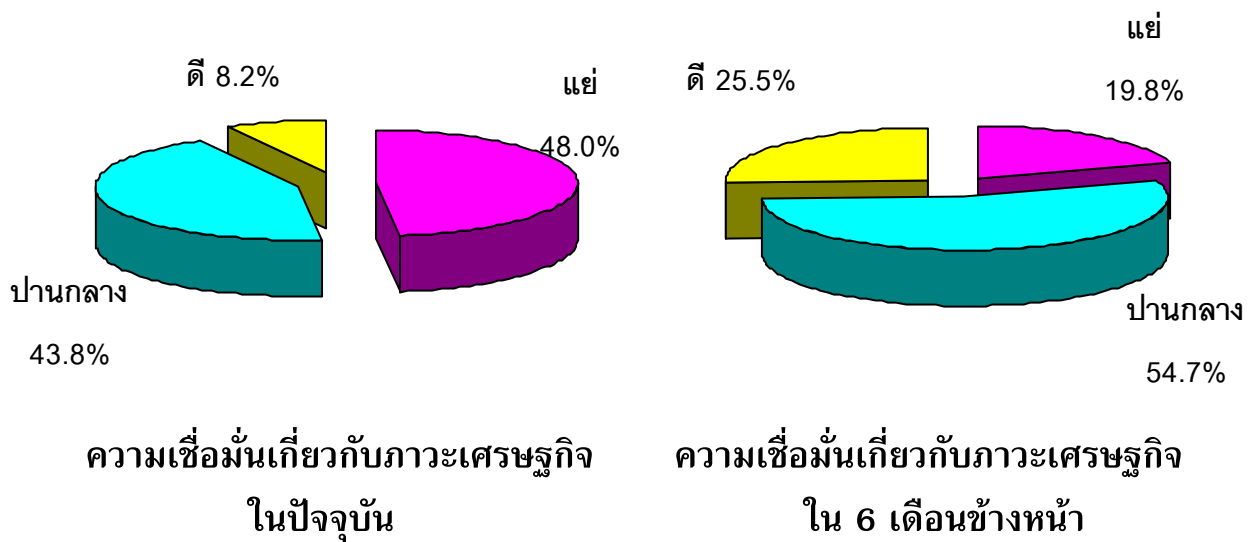
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index



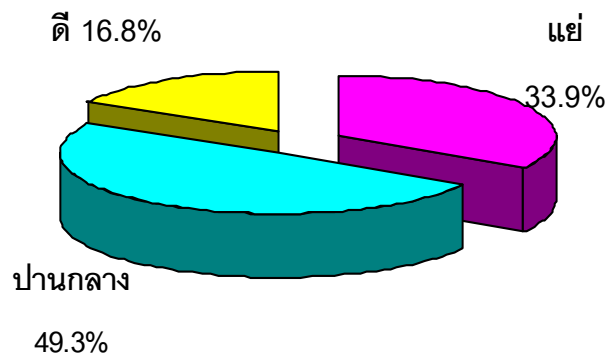
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย เดือนมกราคม 2543

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



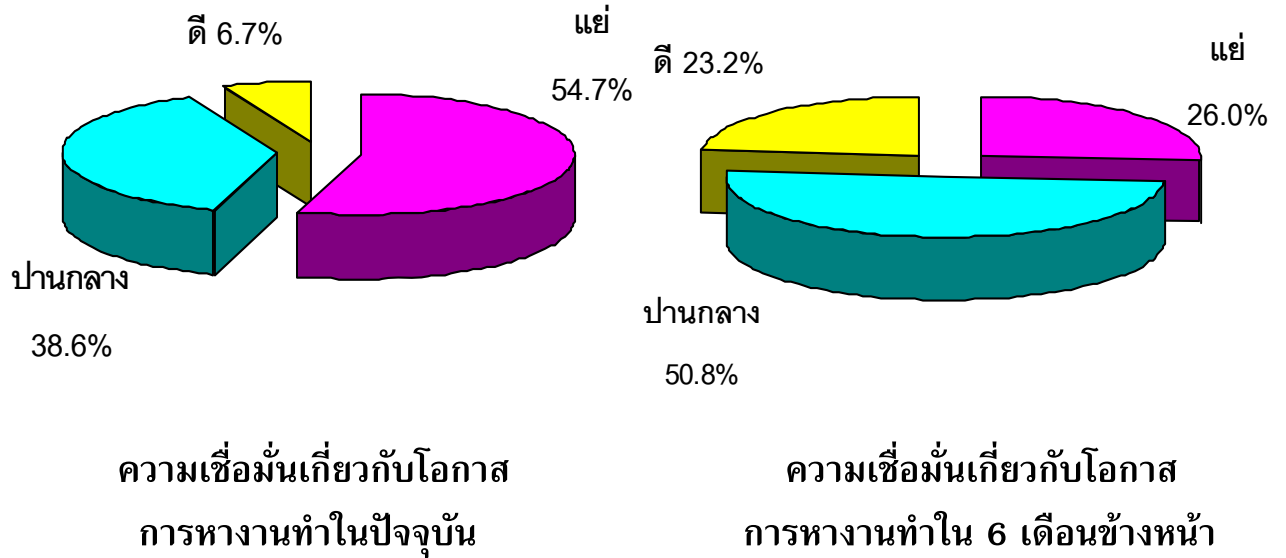
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



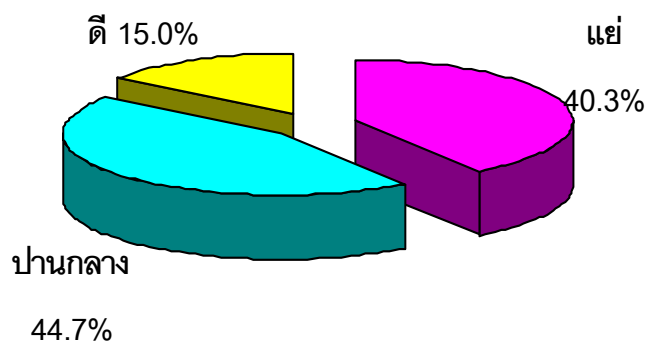
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 82.9

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



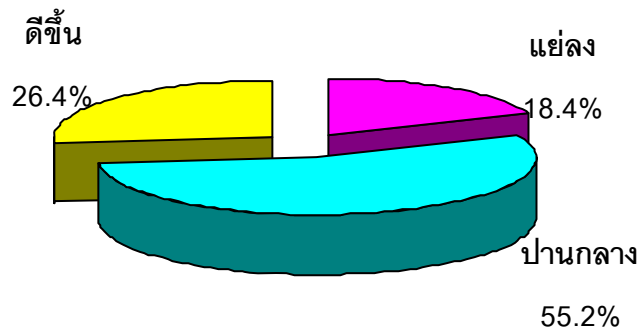
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 74.6

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **108.0**

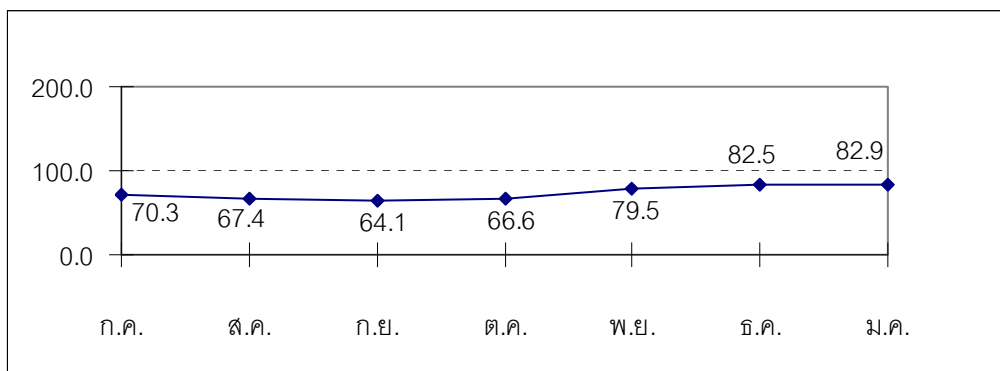
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2542 ถึง มกราคม 2543

รายการ	ธันวาคม 2542 (%)			มกราคม 2543 (%)		
	ดี/ ดีขึ้นไป	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่ง/ แย่งลง	ดี/ ดีขึ้นไป	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่ง/ แย่งลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	8.8	40.9	50.3	8.2	43.8	48.0
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	26.5	53.4	20.1	25.5	54.7	19.8
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	6.0	37.5	56.5	6.7	38.6	54.7
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	23.2	51.5	25.3	23.2	50.8	26.0
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	27.6	53.6	18.8	26.4	55.2	18.4
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	17.7	47.1	35.2	16.8	49.3	33.9
7. โอกาสในการหางานรวม	14.6	44.5	40.9	15.0	44.7	40.3

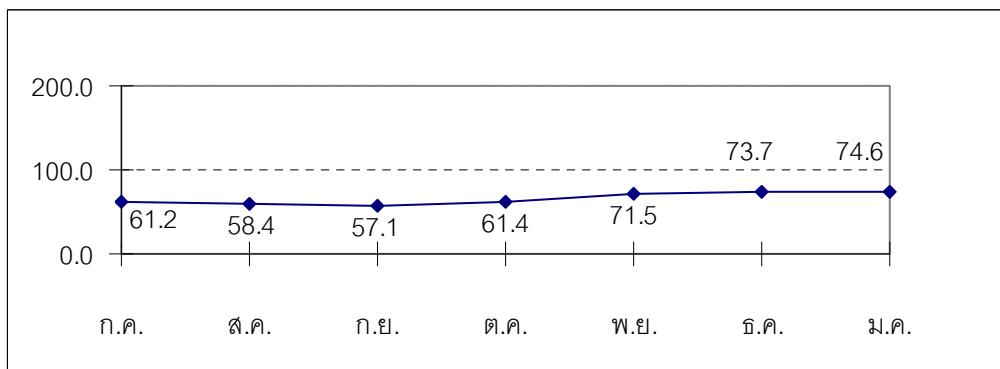
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2542 ถึงมกราคม 2543

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	67.4	64.1	66.6	79.5	82.5	82.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	58.4	57.1	61.6	71.5	73.7	74.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.7	97.1	99.9	114.4	108.8	108.0

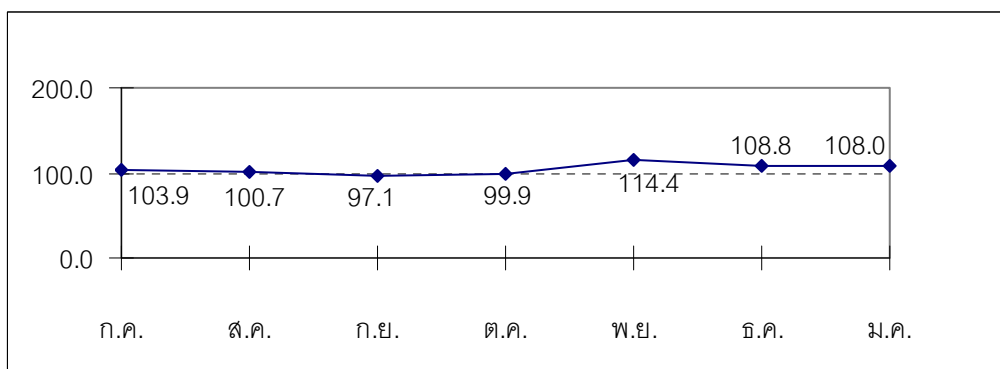
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



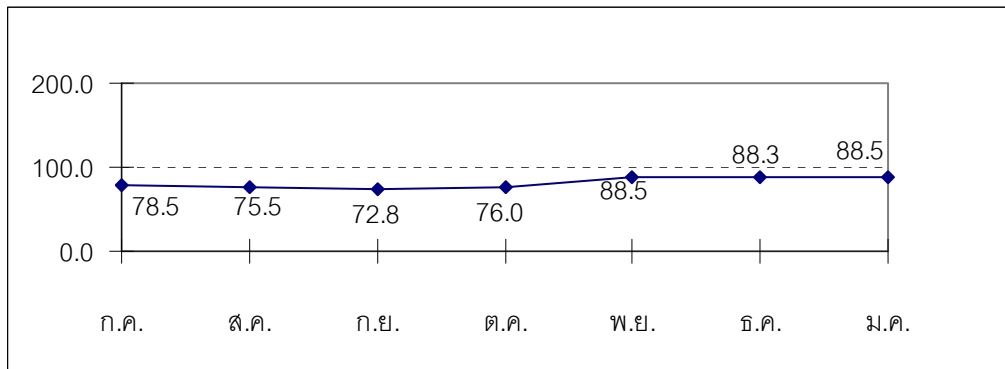
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



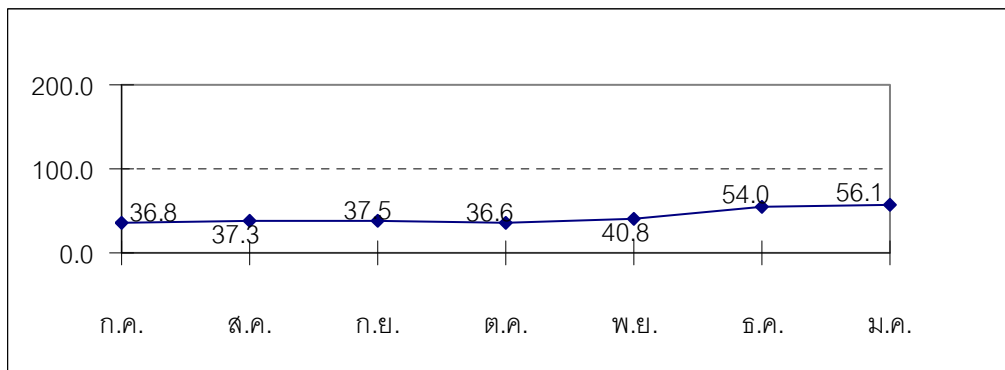
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแต่ละประเภทในเดือนสิงหาคม 2542
ถึงมกราคม 2543

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	75.5	72.8	76.0	88.5	88.3	88.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	37.3	37.5	36.6	40.8	54.0	56.1
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	92.6	88.3	94.2	111.7	104.4	103.6

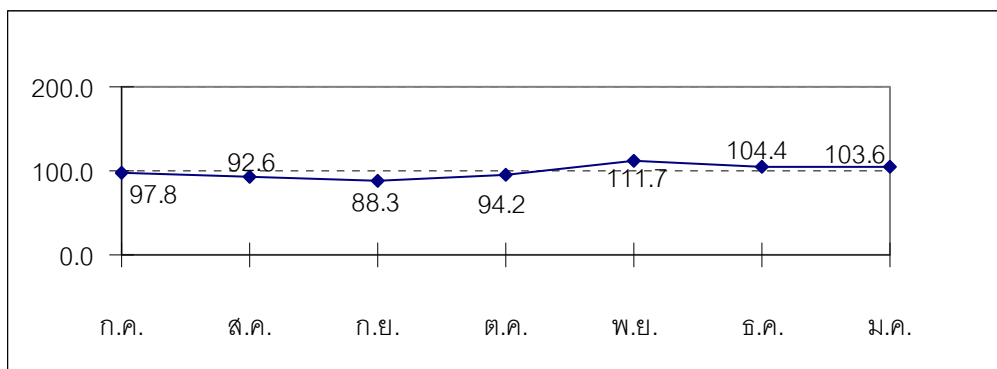
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2543

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนมกราคม 2543 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,745 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 40.3 และต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 59.7 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 48.9 และ 51.1 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

- 1) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100-200 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ้ด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ้ด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 0-100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ้ด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของบริโภคในเดือนมกราคม 2543 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภททรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมา โดยดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจและรายได้ในอนาคตยังอยู่ในระดับเกินกว่า 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สาม แสดงว่า ผู้บริโภคโดยทั่วไปยังมีความมั่นใจว่าเศรษฐกิจจะฟื้นตัวขึ้นในอนาคต สำหรับรายละเอียดของดัชนีต่างๆ ในเดือนมกราคม มีดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 82.9 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ ภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100)

ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2542 ที่อยู่ในระดับประมาณ 82.5 แสดงว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมา โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.8% 49.3% และ 33.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 17.7% 47.1% และ 35.2% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันของเดือนมกราคมอยู่ในระดับประมาณ 60.2 ปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 58.5 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.8% 40.9% และ 50.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.2% 43.8% และ 48.0% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนมกราคมดีกว่าเดือนธันวาคมเล็กน้อย

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนมกราคมอยู่ในระดับประมาณ 105.6 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 106.4 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 25.5% 54.7% และ 19.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 26.5% 53.4% และ 20.1% ตามลำดับ **อย่างไรก็ตาม แม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนมกราคมจะปรับตัวลดลงเล็กน้อย แต่การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับเกินกว่า 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สามนับจากเดือนที่ผ่านมา แสดงว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตอย่างต่อเนื่องและเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มอยู่ในระดับที่ดีและจะปรับตัวกลับมาสู่ภาวะเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวต่อไป**

ดังนั้น จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมอาจพอสรุปได้ว่า ภาพเศรษฐกิจไทยในสายตาของผู้บริโภคนั้น แม้ว่าผู้บริโภคนั้นยังมีความเห็นว่าเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีขึ้นมากนัก โดยยังคงอยู่ในระดับแย่ (เนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) แต่ก็ปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะกลับมาสู่ภาวะที่ดีที่มีการขยายตัวต่อเนื่องต่อไป

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กรกฎาคม 2542	70.3	34.4	106.2
สิงหาคม 2542	67.4	35.9	99.0
กันยายน 2542	64.1	35.7	92.6
ตุลาคม 2542	66.6	35.0	98.3
พฤศจิกายน 2542	79.5	43.3	115.9

ธันวาคม	2542	82.5	58.5	106.4
มกราคม	2543	82.9	60.2	105.6
ไตรมาส		ค่าดัชนีเฉลี่ย		
ไตรมาสที่ 4	2541	41.8	18.1	65.5
ไตรมาสที่ 1	2542	48.2	23.1	73.4
ไตรมาสที่ 2	2542	59.9	33.8	86.0
ไตรมาสที่ 3	2542	67.3	35.3	99.3
ไตรมาสที่ 4	2542	76.2	45.6	106.9
มกราคม	2543	82.9	60.2	105.6

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 74.6 (แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการจ้างงานโดยทั่วไปยังไม่ดีนักเนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 73.7 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 15.0% 44.7% และ 40.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 14.6% 44.5% และ 40.9% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมกราคมอยู่ในระดับประมาณ 52.0 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 49.5 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.7% 38.6% และ 54.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.0% 37.5% และ 56.5% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคตของเดือนมกราคมอยู่ในระดับประมาณ 97.3 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 97.9 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 23.2% 50.8% และ 26.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 23.2% 53.4% และ 25.3% ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กรกฎาคม 2542	61.2	39.3	83.2

สิงหาคม	2542	58.4	38.7	78.1
กันยายน	2542	57.1	39.2	75.1
ตุลาคม	2542	61.6	38.8	84.4
พฤศจิกายน	2542	71.5	38.2	104.9
ธันวาคม	2542	73.7	49.5	97.9
มกราคม	2543	74.6	52.0	97.3

ไตรมาส		ค่าดัชนีเฉลี่ย		
ไตรมาสที่ 4	2541	33.0	18.3	47.7
ไตรมาสที่ 1	2542	40.9	23.6	58.3
ไตรมาสที่ 2	2542	49.3	30.5	68.0
ไตรมาสที่ 3	2542	58.9	39.1	78.8
ไตรมาสที่ 4	2542	68.9	42.2	95.7
มกราคม	2543	74.6	52.0	97.3

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมกราคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 108.0 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 108.8 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 26.4% 55.2% และ 18.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 27.6% 53.6% และ 18.8% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าดัชนีในเดือนนี้จะปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนเล็กน้อย แต่ดัชนีปรับตัวเกินกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สาม แสดงว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นสูงมากกว่ารายได้ในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคเพิ่มระดับการบริโภคของตนอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
-------	------------------------------------------

กรกฎาคม	2542	103.9
สิงหาคม	2542	100.7
กันยายน	2542	97.1
ตุลาคม	2542	99.9
พฤศจิกายน	2542	114.4
ธันวาคม	2542	108.8
มกราคม	2543	108.0

ไตรมาส	ค่าดัชนีเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4 2541	90.7
ไตรมาสที่ 1 2542	90.9
ไตรมาสที่ 2 2542	97.0
ไตรมาสที่ 3 2542	100.6
ไตรมาสที่ 4 2542	107.7
มกราคม 2543	108.0

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมกราคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2542 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสามรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 88.5 (แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ ภาวะการณ์โดยรวมทั้งด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ในอนาคตยังไม่ดีนักเนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) ทรงตัวอยู่ในระดับเดียวกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 88.3 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 54.0 ในเดือนธันวาคมเป็นระดับ 56.1 ในเดือนมกราคม ปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 104.4 ในเดือนธันวาคมเป็นระดับ 103.6 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตในเดือนมกราคม ดังนั้น จะสังเกตได้ว่า การที่ดัชนีความเชื่อมั่น

ของผู้บริโภคโดยรวมในเดือนมกราคมทรงตัวอยู่ในระดับเดียวกับเดือนธันวาคมนี้มีสาเหตุมาจากการปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยของดัชนีความเชื่อมั่นในปัจจุบันและในขณะเดียวกันดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตปรับตัวสูงขึ้นเกินระดับ 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สาม แสดงว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจภาวะการณ์ในอนาคตว่าภาวะเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ของผู้บริโภคจะปรับตัวสู่ในระดับที่ดีในระยะเวลาอันใกล้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กรกฎาคม	2542	78.5	36.8	97.8
สิงหาคม	2542	75.5	37.3	92.6
กันยายน	2542	72.8	37.5	88.3
ตุลาคม	2542	76.0	36.6	94.2
พฤศจิกายน	2542	88.5	40.8	111.7
ธันวาคม	2542	88.3	54.0	104.4
มกราคม	2543	88.5	56.1	103.6
ไตรมาส		ค่าดัชนีเฉลี่ย		
ไตรมาสที่ 4	2541	55.2	18.2	68.0
ไตรมาสที่ 1	2542	60.0	23.4	74.2
ไตรมาสที่ 2	2542	68.7	32.2	83.7
ไตรมาสที่ 3	2542	75.6	37.2	92.9
ไตรมาสที่ 4	2542	84.3	43.8	103.4
มกราคม	2543	88.5	56.1	103.6

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปีเดือนมกราคม 2543 ผู้บริโภคจะมีความเชื่อมั่นในด้านต่างๆ ใกล้เคียงกับเดือนธันวาคม โดยผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตจะปรับตัวไปสู่ระดับที่ดีได้ ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตยังคงปรับตัวสูงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 4 ของปี 2542 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าในอนาคตภาวะการณ์ต่างๆ จะปรับตัวดีขึ้น ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่สนับสนุนให้การบริโภคขยายตัวในระดับสูงในอนาคตได้

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทมีการปรับตัวที่ดีขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี 2542 ต่อเนื่องถึงเดือนมกราคม 2543 ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดว่าการบริโภคของผู้บริโภคในปี 2543 จะปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทย ภาวะการจ้างงาน และรายได้ในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การบริโภคของภาคเอกชนขยายตัวในระดับที่สูงขึ้นมากกว่าช่วงที่ผ่านมา

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจและคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย