

# ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

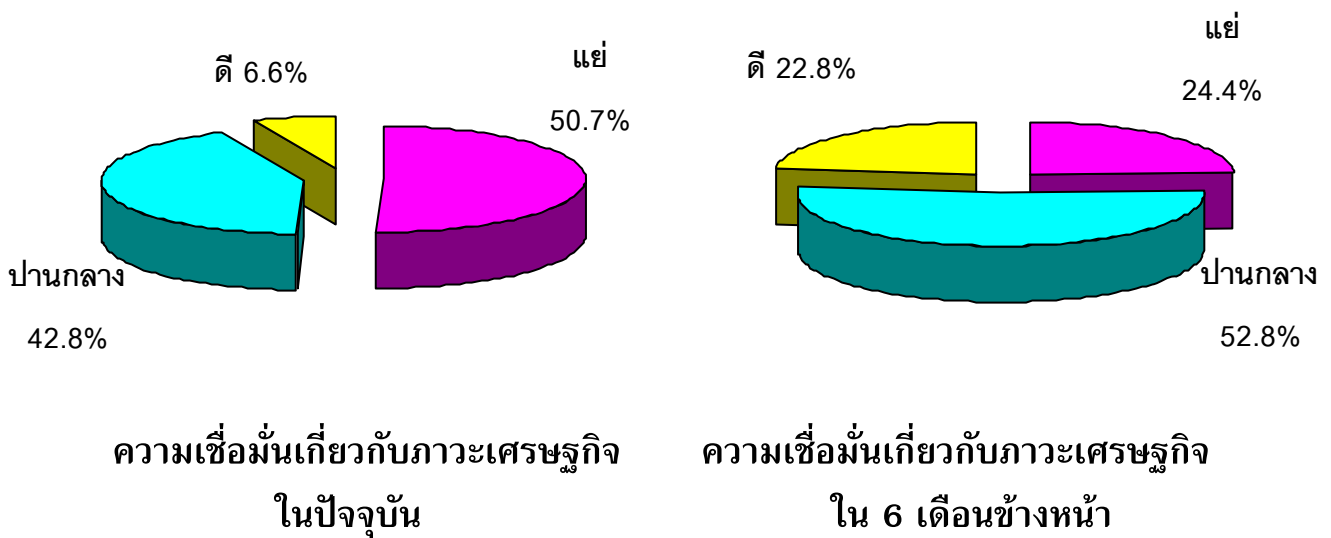
## UTCC's Consumer Confidence Index



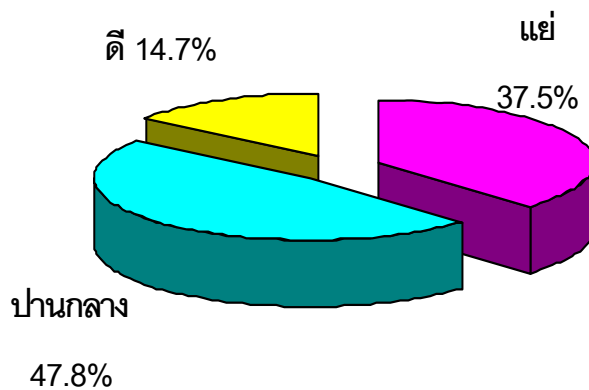
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

### ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย เดือนมีนาคม 2543

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



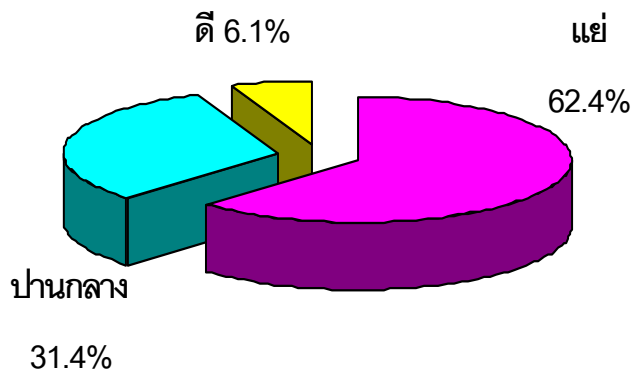
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



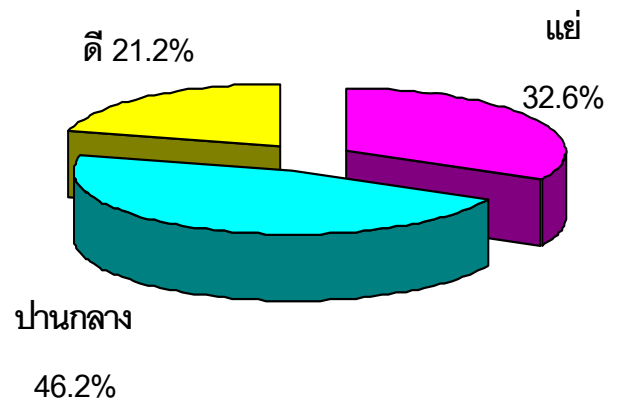
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 77.2

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

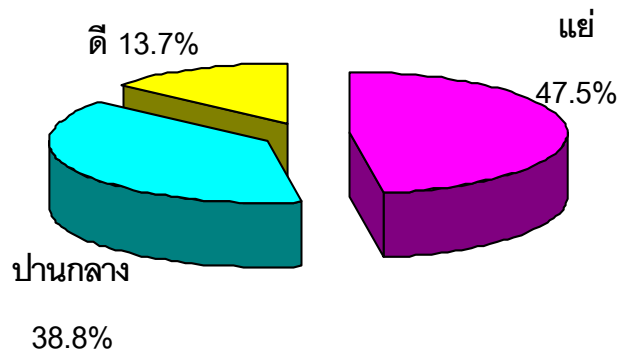


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

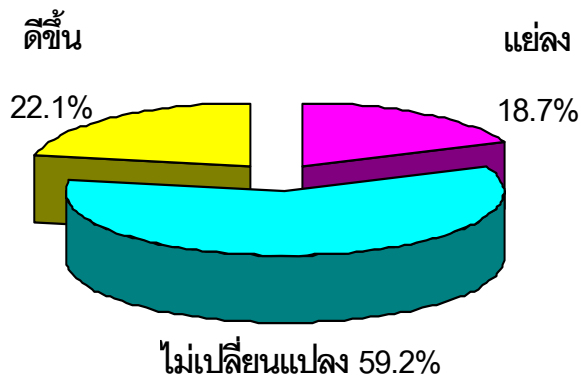
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับที่ไม่ดี



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **66.2**

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **103.6**

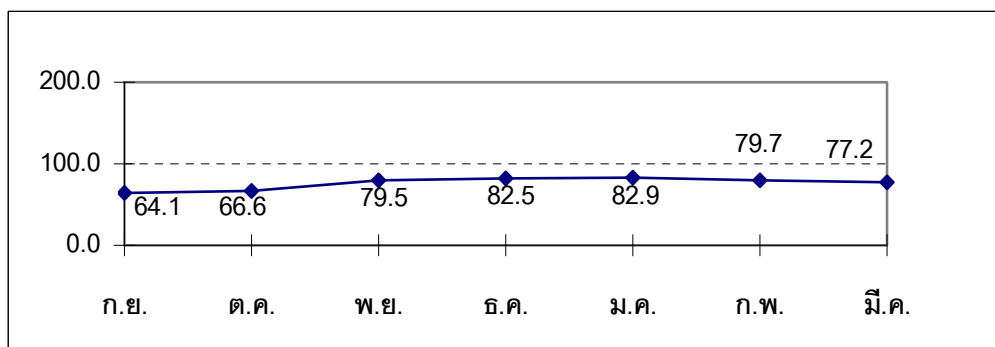
### ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2543

รายการ	กุมภาพันธ์ 2543 (%)			มีนาคม 2543 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	7.5	40.6	51.9	6.6	41.6	51.8
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	22.1	59.5	18.4	22.8	51.3	25.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.1	31.5	60.4	6.1	31.4	62.4
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	21.3	54.2	24.5	21.2	46.2	32.6
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	25.6	54.5	19.9	22.1	59.2	18.7
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	14.8	50.1	35.1	14.7	46.5	38.8
7. โอกาสในการหางานรวม	14.7	42.9	42.4	13.7	38.8	47.5

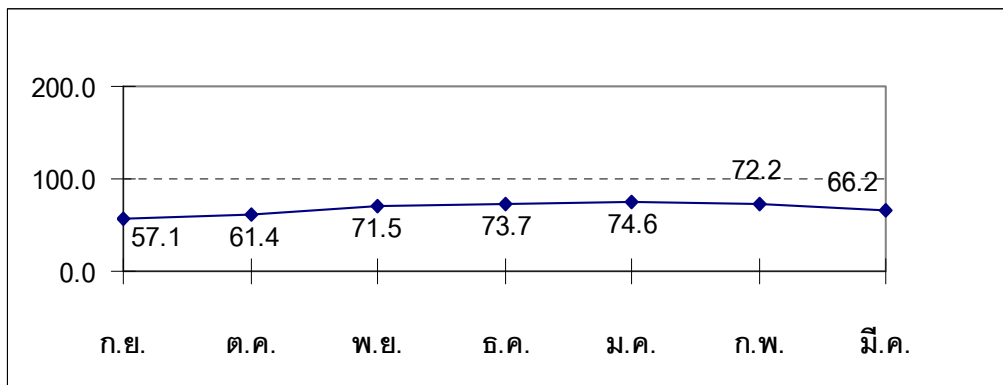
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2542 ถึงมีนาคม 2543

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	66.6	79.5	82.5	82.9	79.7	77.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	61.6	71.5	73.7	74.6	72.2	66.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	99.9	114.4	108.8	108.0	105.6	103.4

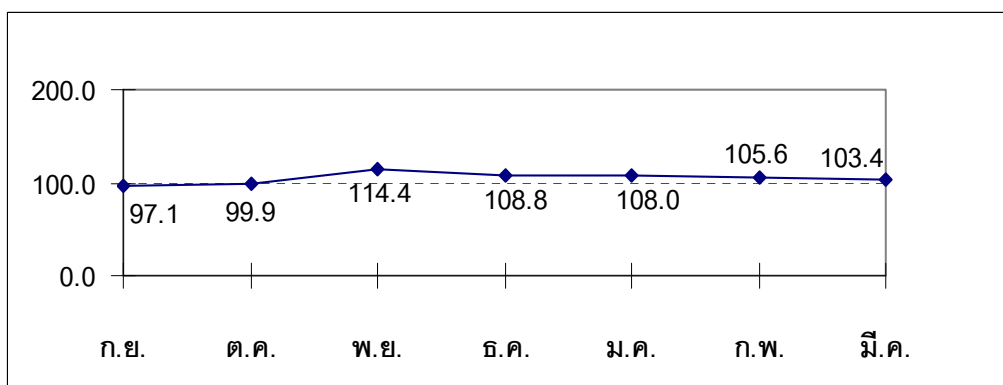
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



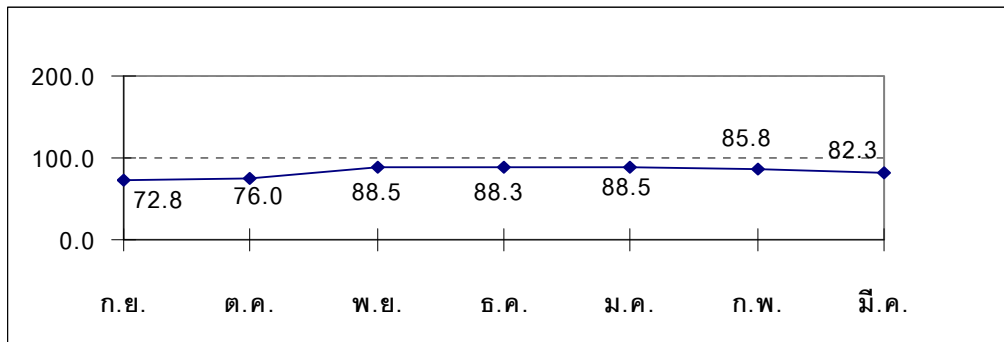
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



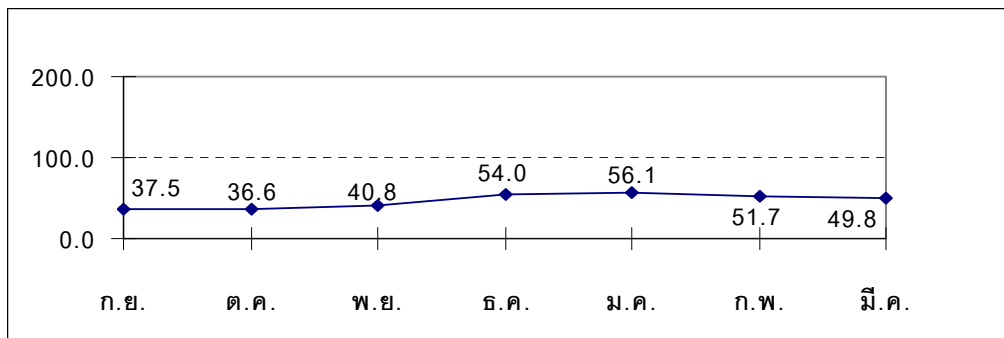
**ตารางที่3** ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลา  
ในเดือนตุลาคม 2542 ถึงมีนาคม 2543

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	76.0	88.5	88.3	88.5	85.8	82.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.6	40.8	54.0	56.1	51.7	49.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	94.2	111.7	104.4	103.6	102.0	96.8

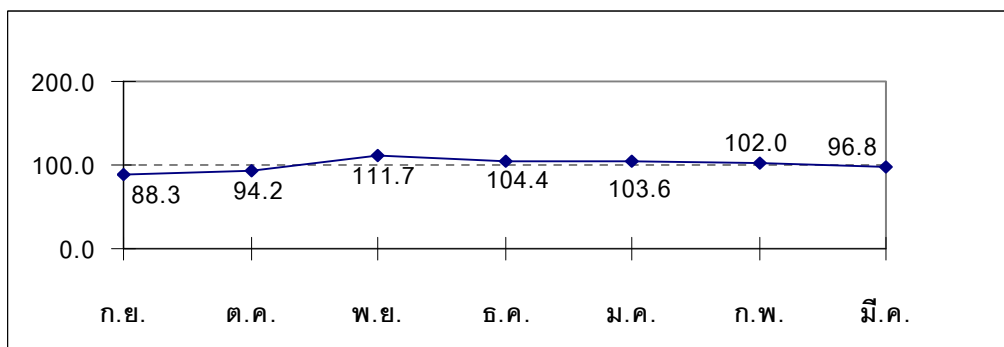
**ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม**



**ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน**



**ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต**



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2543

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนมีนาคม 2543 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,751 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 40.0 และต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 60.0 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 48.8 และ 51.2 ตามลำดับ

### การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2543

ในเดือนมีนาคม 2543 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับตัวเลขการประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2543 จาก 4.0% เป็น 4.5%
2. ศาลล้มละลาย ได้มีคำสั่งให้มีการฟื้นฟูกิจการของบริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย (ทีพีไอ) ตามคำร้องขอของเจ้าหนี้ โดยพิจารณาว่าทีพีไอตกอยู่ในสภาพหนี้สินล้นพ้นตัว ซึ่งแสดงให้เห็นการพิจารณาคดีของระบบศาลไทยที่เอื้ออำนวยให้กระบวนการฟื้นฟูกิจการตามคำร้องขอของเจ้าหนี้มีความชัดเจนขึ้น
3. สภาพัฒน์ประกาศตัวเลขอัตราการขยายตัวในไตรมาสที่ 4 ปี 2542 อยู่ในระดับ 6.5% ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในปี 2542 ขยายตัวอยู่ในระดับ 4.2% อย่างไรก็ตาม สภาพัฒน์ระบุว่าภาคการเงินแม้ว่าจะมีการปรับตัวดีขึ้นแต่ยังขยายตัวติดลบ ภาคการเกษตรมีปริมาณผลผลิตลดลง และราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอาจส่งผลกระทบต่ออัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
4. กลุ่มประเทศผู้ส่งออกน้ำมัน (OPEC) ได้ประชุมกันในวันที่ 27 มีนาคม ตกลงที่จะเพิ่มกำลังการผลิตสูงขึ้นประมาณวันละ 1.7 ล้านบาร์เรลต่อวัน ซึ่งคาดว่าจะส่งผลให้ราคาน้ำมันในตลาดโลกปรับตัวลดลง

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวขึ้นรวม 3 ครั้งเป็นจำนวน 1 บาทต่อลิตรในช่วงต้นเดือน มีนาคม (1-9 มีนาคม) โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับเพิ่มสูงขึ้นจาก 14.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ เป็น 15.99 บาทต่อลิตร และราคาน้ำมันดีเซล ปรับเพิ่มสูงขึ้นจาก 11.82 บาทต่อลิตร เป็น 12.82 บาทต่อลิตร อย่างไรก็ตาม ในช่วง กลางเดือนเป็นต้นมา ราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วปรับลดลงรวม 4 ครั้งเป็นจำนวน 1.3 บาทต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับลดลงเป็น 14.69 บาทต่อ ลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม ขณะที่ราคาน้ำมันดีเซลปรับลดเพียง 3 ครั้งเป็นจำนวน 65 สตางค์ ต่อลิตร โดยราคาน้ำมันดีเซล ปรับลดลงเหลือ 12.17 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม
2. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้าและเริ่มมีปัญหากการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับ โครงสร้างหนี้ไปแล้ว โดยผู้ว่าการธนาคารแห่งประเทศไทยรายงานให้ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี เศรษฐกิจในวันที่ 13 มีนาคม ว่า การแก้ไขปัญหา NPL ให้อยู่ในระดับที่ไม่เป็นปัญหาต่อ ระบบเศรษฐกิจคือประมาณ 5-10% ต้องใช้เวลาประมาณ 5-8 ปี และการที่ NPL เนื่องจากยังมีลูกหนี้ที่ใจไม่จ่ายหนี้ (Strategic NPL) ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลตั้งแต่ ตุลาคม 2542 ถึง มกราคม 2543 พบว่า NPL ที่เกิดขึ้นใหม่มีประมาณเดือนละ 4-5 หมื่นล้านบาท ขณะที่ NPL ที่ปรับโครงสร้างหนี้แล้วและกลับมาเป็น NPL ใหม่ (Re-entry NPL) เกิดขึ้นประมาณเดือนละ 1 หมื่นล้านบาท
3. กระทรวงการคลังและธปท. มีความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันเกี่ยวกับการรวมบัญชีของธปท. ใน ประเด็นทุนสำรองระหว่างประเทศ และการนำเงินไปชดเชยผลการขาดทุนของกองทุนฟื้นฟู
4. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

### การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2543 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภค ทุกประเภทปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่ปัจจัยลบต่างๆ มีผลต่อความเชื่อมั่นของ ประชาชนที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะปัญหาราคาน้ำมันที่มีการปรับตัวสูงขึ้น สำหรับรายละเอียดของ ดัชนีต่างๆ ในเดือนมีนาคม มีดังต่อไปนี้

## 1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 77.2 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 79.7 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 14.7% 47.8% และ 37.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 14.8% 50.1% และ 35.1% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 55.9 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 55.6 ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.6% 42.8% และ 50.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.5% 40.6% และ 51.9% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนมีนาคมไม่แตกต่างจากเดือนกุมภาพันธ์มากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคมอยู่ในระดับประมาณ 98.5 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 106.2 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 22.8% 51.3% และ 24.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 22.1% 59.5% และ 18.4% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนมีนาคมจะปรับตัวลดลงต่ำกว่า 100 เป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือนที่ผ่านมา แสดงว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตลดลงและเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจมีโอกาสที่จะปรับตัวอยู่ในระดับที่ไม่ดีได้ ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่า ผู้บริโภคที่เห็นว่าในอนาคตเศรษฐกิจไทยจะอยู่ในระดับแย่มากมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นจากเดือนกุมภาพันธ์ อย่างไรก็ตาม คงจะต้องติดตามต่อไปว่าดัชนีนี้จะปรับตัวลดลงต่อเนื่องหรือไม่

ดังนั้น จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมอาจพอสรุปได้ว่า ภาพเศรษฐกิจไทยในสายตาของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคยังคงมีความเห็นว่าเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีขึ้นมากนัก โดยยังคงอยู่ในระดับแย่มาก (เนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) แม้ว่า ผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่ภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะกลับมาสู่ภาวะที่ดีมีการขยายตัวต่อเนื่องต่อไป แต่การที่ความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคตมีแนวโน้มปรับตัวลดลงตลอดช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาตั้งแต่เดือนมกราคม 2542 เป็นต้นมา เป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงว่า ผู้บริโภคอาจไม่มีความมั่นใจในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งอาจทำให้ชะลอการบริโภคของคุณได้อีกครั้ง



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
กุมภาพันธ์ 2543	79.7	55.6	103.7
มีนาคม 2543	77.2	55.9	98.5
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
ไตรมาสที่ 1 2543	79.9	57.2	102.6

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 66.2 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 72.2 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.7% 38.8% และ 47.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.7% 42.9% และ 42.4% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม อยู่ในระดับประมาณ 43.7 ปรับตัวลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 47.8 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 31.4% และ 62.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.1% 31.5% และ 60.4% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคมอยู่ในระดับประมาณ 88.6 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 96.8 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 21.2% 46.2% และ 32.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 21.3% 54.2% และ 24.5% 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
กุมภาพันธ์ 2543	72.2	47.8	96.8
มีนาคม 2543	66.2	43.7	88.6
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
ไตรมาสที่ 1 2543	71.0	47.8	94.2

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 103.4 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 107.6 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแยกลงประมาณ 22.1% 59.2% และ 18.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแยกลง ประมาณ 25.6% 54.5% และ

19.9% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าดัชนีในเดือนนี้จะปรับตัวลดลงจากเดือน แต่ดัชนีปรับตัวเกินกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ห้า แสดงว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งยังคงเป็นเครื่องชี้ที่สำคัญที่แสดงให้เห็นว่าในช่วงนี้ผู้บริโภคยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนเนื่องจากยังมีความมั่นใจในรายได้ของตน แต่การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตมีแนวโน้มปรับตัวลดลงเป็นลำดับ และปรับตัวลดลงตามความเชื่อมั่นที่มีต่อภาวะเศรษฐกิจและโอกาสในการหางานทำ ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงว่าผู้บริโภคอาจจะชะลอการบริโภคของตนได้ในอนาคต

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
กุมภาพันธ์ 2543	105.6
มีนาคม 2543	103.4
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
ไตรมาสที่ 1 2543	105.7

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2542 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2543 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นทุกประเภทปรับตัวลดลงส่งผลให้ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 51.7 ในเดือนกุมภาพันธ์เป็นระดับ 49.8 ในเดือนมีนาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 102.0 ในเดือนกุมภาพันธ์เป็นระดับ 96.8 ในเดือนมีนาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมลดลงอยู่ในระดับประมาณ 82.3 (แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ ภาวะการณ์โดยรวมทั้งด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ในอนาคตยังไม่ดีนักเนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) ปรับตัวลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 85.8

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 เป็นครั้งแรกนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 เป็นต้นมา จะแสดงว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจใภาวะการณ์ในอนาคตว่าภาวะเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ของผู้บริโภคจะปรับตัวสู่ในระดับที่ดีในระยะเวลาอันใกล้นี้ และการที่ดัชนีปรับตัวลดลงตลอดช่วง 5 เดือนที่ผ่านมาแสดงให้เห็นสัญญาณว่า การฟื้นตัวของการบินบริโภคอาจไม่ยั่งยืนได้ เพราะเริ่มมีสัญญาณที่ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคอาจเริ่มขาดความเชื่อมั่นในภาวะการณ์ต่างๆ ในอนาคต

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
กุมภาพันธ์ 2543	85.8	51.7	102.0
มีนาคม 2543	82.3	49.8	96.8
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
ไตรมาสที่ 1 2543	85.5	52.5	100.8

## สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปีเดือนมีนาคม 2543 ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ และเป็นที่น่าสังเกตว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในอนาคตและดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 เป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคอาจมีความมั่นใจในภาวะการณ์ต่างๆ ในอนาคตลดน้อยลง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่บั่นทอนการขยายตัวของ การบริโภคของภาคเอกชนได้ นอกจากนี้ การที่ดัชนีปรับตัวลดลงตลอดช่วงเวลา 5 เดือนที่ผ่านมาแสดงให้เห็นสัญญาณว่า การฟื้นตัวของ การบริโภคอาจไม่ยั่งยืนได้ หากผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในภาวะการณ์ในอนาคตอีกครั้ง ซึ่งจะต้องติดตามต่อไปว่าความมั่นใจในภาวะการณ์ต่างๆ หรือการปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องติดต่อกันหรือไม่

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและ

ธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย