



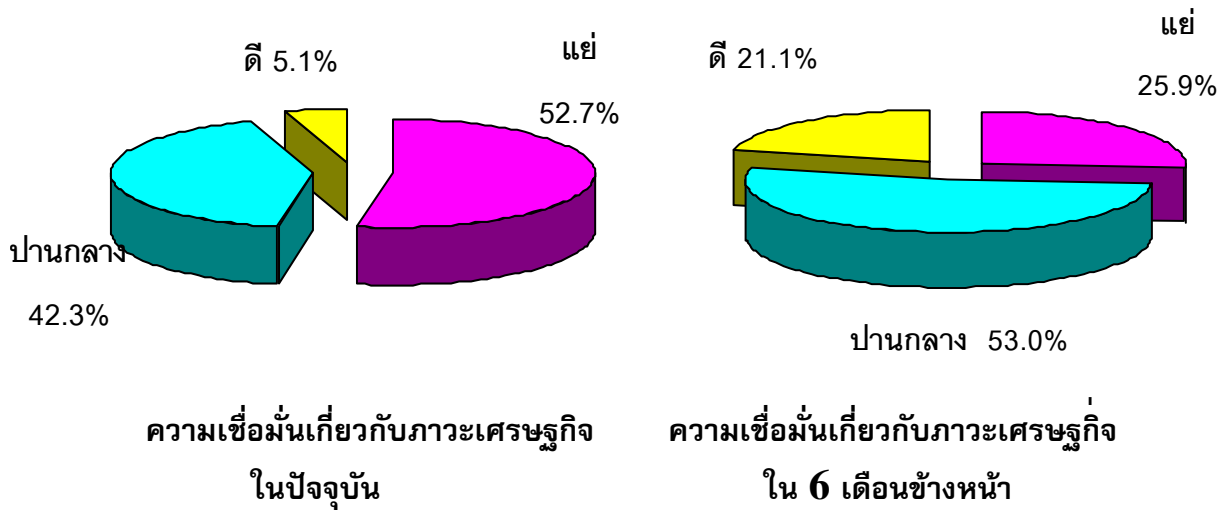
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Confidence Index

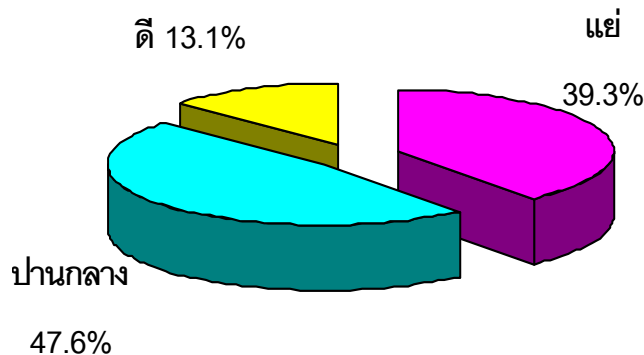
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย เดือนพฤษภาคม 2543

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



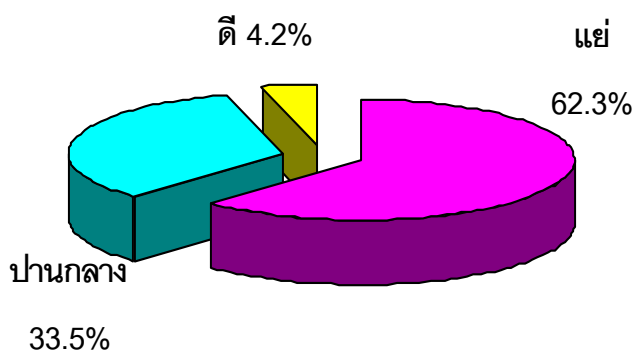
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



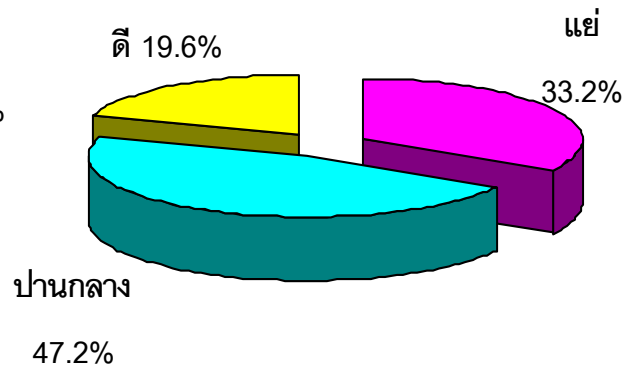
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ **73.8**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

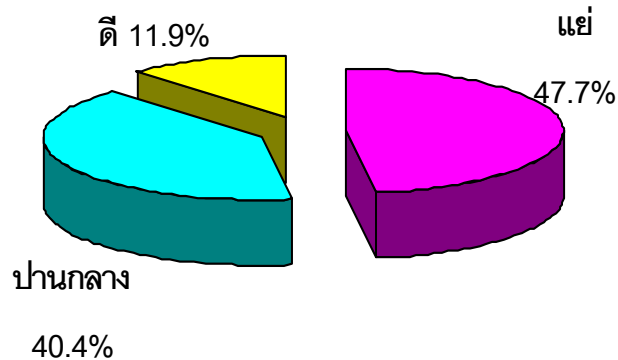


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

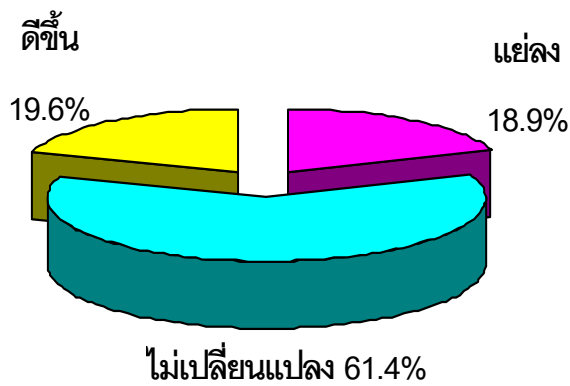
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับที่ไม่ดี



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **64.1**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **100.7**

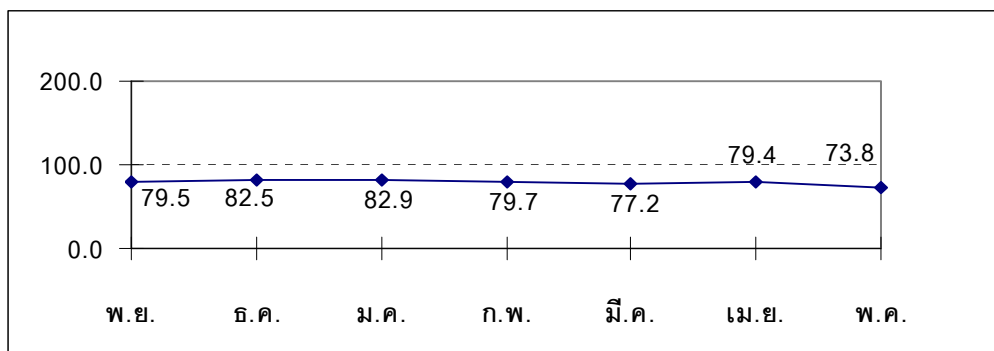
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนถึงพฤษภาคม 2543

รายการ	เมษายน 2543 (%)			พฤษภาคม 2543 (%)		
	ดี/ ดีขึ้นไป	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้นไป	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	7.3	43.0	49.7	5.1	42.3	52.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	24.6	51.9	23.5	21.1	53.0	25.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	6.8	33.3	59.9	4.2	33.5	62.3
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	21.7	46.9	31.4	19.6	47.2	33.2
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	23.0	59.2	17.8	19.6	61.4	18.9
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	16.0	47.4	36.6	13.1	47.6	39.3
7. โอกาสในการหางานรวม	14.3	40.1	45.6	11.9	40.4	47.7

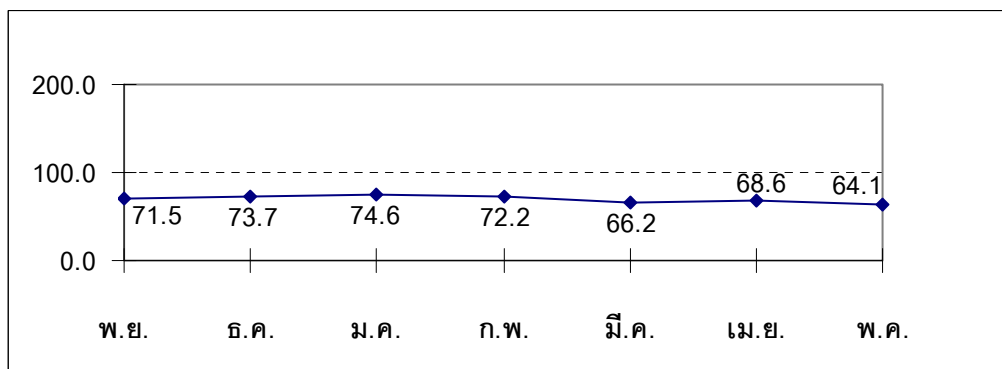
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2542 ถึงพฤษภาคม 2543

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	82.5	82.9	79.7	77.2	79.4	73.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	73.7	74.6	72.2	66.2	68.6	64.1
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	108.8	108.0	105.6	103.4	105.2	100.7

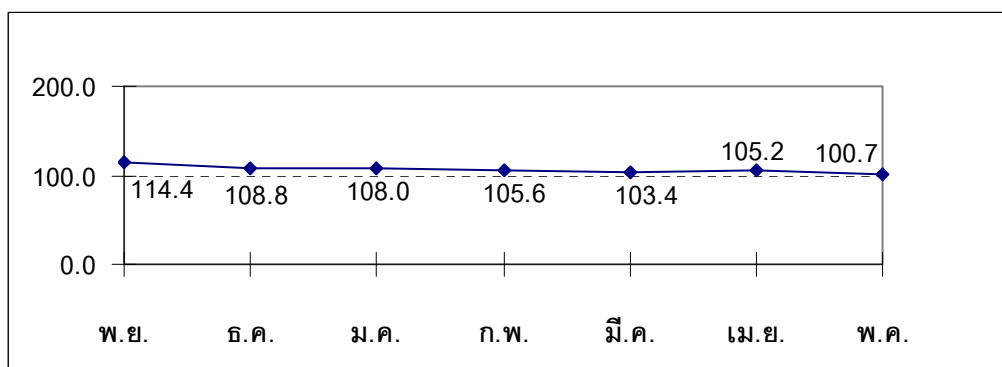
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



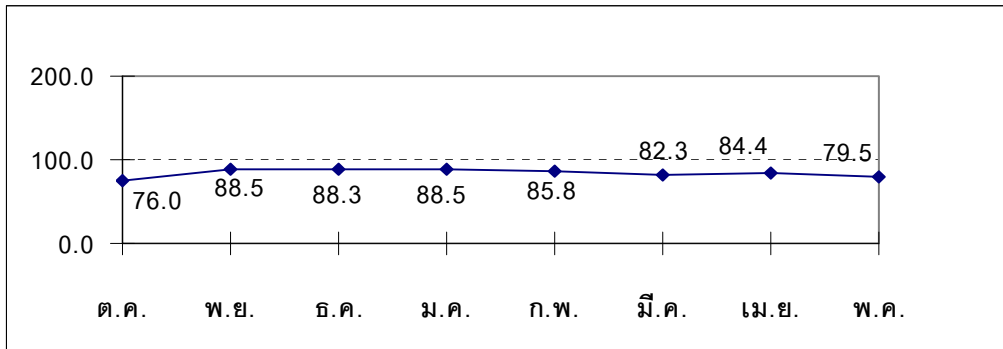
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



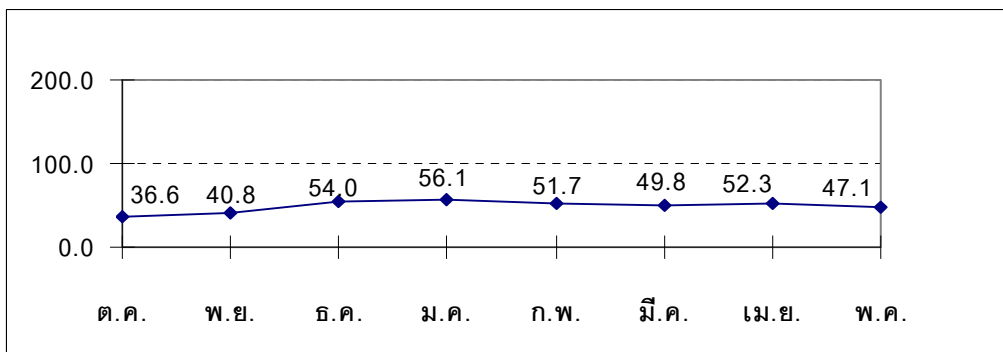
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลา
ในเดือนธันวาคม 2542 ถึงพฤษภาคม 2543

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	88.3	88.5	85.8	82.3	84.4	79.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.0	56.1	51.7	49.8	52.3	47.1
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	104.4	103.6	102.0	96.8	98.9	94.1

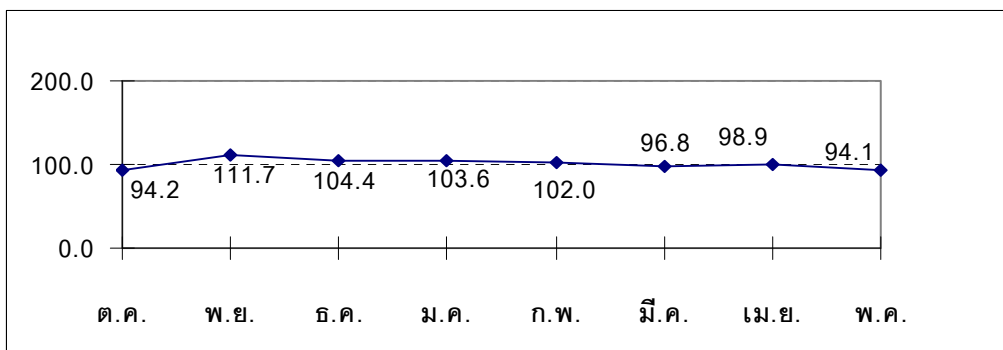
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2543

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนพฤษภาคม 2543 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,732 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 40.4 และต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 59.6 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.6 และ 50.4 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2543

ในเดือนพฤษภาคม 2543 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การส่งออกในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2543 ยังขยายตัวในระดับสูง โดยมีมูลค่า 21,937 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงขึ้น 24.28% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 18,280 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 20.77% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ดุลการค้าเกินดุล 3,657 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 46.22%
2. จากการที่การส่งออกขยายตัวในระดับสูง จึงมีการปรับเป้าหมายการส่งออกในปี 2543 จากเดิมกำหนดเป้าหมายว่าในปี 2543 การส่งออกจะมีมูลค่าประมาณ 62,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวประมาณ 6% เป็น 64,000-65,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวประมาณ 9.5-12%
3. การรวมบัญชีของ ธปท. ผ่านไปได้ด้วยความเห็นร่วมกันระหว่างกระทรวงการคลังและธปท.

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวสูงขึ้น 5 ครั้งในเดือนพฤษภาคม โดยมีการปรับราคาตั้งแต่วันที่ 3 จนถึง 24 พฤษภาคม ส่งผลให้ราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซล สูงถึงระดับ 15.69 และ 12.22 บาทต่อลิตร ตามลำดับ เทียบกับราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว และน้ำมันดีเซล ที่ระดับ 14.29 และ 11.12 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน อย่างไรก็ตาม ในวันที่ 26

พฤษภาคมมีการปรับลดราคาโดยปรับลดราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และ น้ำมันดีเซลลงอยู่ในระดับ 15.39 และ 12.02 บาทต่อลิตร ตามลำดับ

2. SET Index ปรับตัวลดลงในเดือนพฤษภาคมประมาณ 60 จุดจาก 390.77 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน เป็น 323.29 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม โดย SET Index ปรับตัวลดต่ำสุดที่ระดับ 307.23 ซึ่งต่ำมากในรอบ 18 เดือนที่ผ่านมา การที่ SET Index ปรับตัวลดลงอย่างมากเนื่องมา การปรับลดน้ำหนักของตลาดหุ้นไทยในการคำนวณดัชนี MSCI โดย Morgan Stanley Capital /international Inc. และการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยของสหรัฐ ส่งผลให้ความเชื่อมั่นในตลาดหุ้นไทยปรับตัวลดลง ทำให้มีแรงเทขายหุ้นเกิดขึ้น โดยเฉพาะจากการเทขายของนักลงทุนต่างประเทศ
3. ความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจสหรัฐที่มีแนวโน้มชะลอตัวลง ซึ่งหากการชะลอตัวลงอย่างมากและรุนแรง (hard landing) อาจส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยได้ ทั้งนี้ ล่าสุด ในวันที่ 16 พฤษภาคม ธนาคารกลางสหรัฐ (Federal Reserves: Fed) ประกาศขึ้นอัตราดอกเบี้ย 0.5% ส่งผลให้อัตราดอกเบี้ยระหว่างธนาคาร (Fed Fund Rate) ปรับสูงขึ้นจาก 6.0% เป็น 6.5% และอัตราดอกเบี้ยมาตรฐาน (Discount Rate) 5.5% เป็น 6.0% เพื่อชะลอภาวะเศรษฐกิจของสหรัฐที่ร้อนแรงและยังยั้งภาวะเงินเฟ้อไม่ให้อยู่ในระดับสูง และมีแนวโน้มว่า Fed อาจปรับอัตราดอกเบี้ยให้สูงขึ้น 0.5-0.75% ภายในสิ้นปีนี้
4. เริ่มมีข่าวเกี่ยวกับความกังวลในเรื่องของการเกิดวิกฤตเศรษฐกิจรอบสองกับระบบเศรษฐกิจไทย
5. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้าและปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้น
6. ปัญหาหนี้สาธารณะอยู่ในระดับสูง
7. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และยังไม่มีความแนวโน้มที่จะปรับตัวเพิ่มขึ้นในระยะสั้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2543 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนและอยู่ในระดับที่ต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปีก่อนหลายรายการ ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่ปัจจัยลบในเดือนนี้มีมาก และเป็นปัจจัยลบที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้บริโภคซึ่งได้แก่ การปรับตัวสูงขึ้นของราคาน้ำมันในประเทศเกินกว่า 1 บาทต่อลิตรภายในเดือนเดียว และราคาสินค้าเกษตรยังคงตกต่ำ ทำให้เกษตรกรออกมาเรียกร้องให้รัฐบาลช่วยเหลือบ่อยครั้งขึ้น ในขณะที่ปัจจัยบวกนั้นมีน้อยมากและเป็นปัจจัยเดิมๆ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนพฤษภาคม มีดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 เป็นต้นมา โดยมีค่าประมาณ 73.8 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนเมษายนที่อยู่

ระดับประมาณ 79.4 โดยในเดือนพฤษภาคมผู้บริโภครู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 13.1% 47.6% และ 39.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 16.0% 47.4% และ 36.6% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 57.6 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนเมษายนที่อยู่ในระดับประมาณ 57.6 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.1% 42.3% และ 52.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.3% 43.0% และ 49.7% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ว่าภาวะเศรษฐกิจในเดือนพฤษภาคมอยู่ในระดับที่ยังไม่ดี และอยู่ในระดับที่แย่สุดในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นับตั้งแต่เดือนธันวาคมปีก่อน

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤษภาคมอยู่ในระดับประมาณ 95.2 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนเมษายนที่อยู่ในระดับประมาณ 101.1 โดยในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 21.1% 53.0% และ 25.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 24.6% 51.9% และ 24.5% ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนพฤษภาคมได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 อีกครั้ง (หลังจากที่ได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่า 100 ในเดือนมีนาคม และปรับตัวสูงขึ้นเกิน 100 ในเดือนเมษายน) แสดงให้เห็นว่า สัญญาณการฟื้นตัวของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่แสดงในเดือนเมษายนยังไม่ยั่งยืน และอาจแปลความได้ว่าผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ต้นปีเป็นต้นมา นอกจากนี้ การที่ดัชนีประเภนี้ปรับตัวลดลงต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2542 เป็นต้นมา แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นลดลงอย่างมากเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในอนาคต

จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมอาจพอสรุปได้ว่า ภาวะเศรษฐกิจไทยในสายตาของผู้บริโภคนั้นยังอยู่ในระดับที่ไม่ดี เนื่องจากดัชนีทุกตัวยังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 นอกจากนี้ ดัชนีทุกตัวอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 5-7 เดือน **สัญญาณการปรับตัวของดัชนีเกี่ยวกับเศรษฐกิจในเดือนนี้ทุกรายการ แสดงให้เห็นถึงการหักล้างสัญญาณการฟื้นตัวของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนก่อน ดังนั้นความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคตยังคงแสดงแนวโน้มปรับตัวลดลงตลอดช่วง 5 เดือนแรกของปี 2543 ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงว่า ผู้บริโภคเริ่มไม่มีความมั่นใจในระบบเศรษฐกิจมากขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคชะลอหรือลดระดับการบริโภคของตนได้ และจะส่งผลต่อการบริโภคโดยรวมของประเทศได้ในที่สุด**

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
เมษายน 2543	79.4	57.6	101.1
พฤษภาคม 2543	73.8	52.4	95.2
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
เม.ย.-พ.ค. 2543	76.6	55.5	98.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 เป็นต้นมา โดยมีค่าประมาณ 64.1 (การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดีนัก) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนเมษายนที่อยู่ในระดับประมาณ 68.6 โดยในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 11.9% 40.4% และ 47.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 14.3% 40.1% และ 45.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือน พฤษภาคมอยู่ในระดับประมาณ 41.9 (อยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นับตั้งแต่เดือนธันวาคมปีก่อน) ปรับตัวลดลงจากเดือนเมษายนที่อยู่ในระดับประมาณ 46.9 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.2% 33.5% และ 62.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.8% 33.3% และ 59.9% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือน พฤษภาคมอยู่ในระดับประมาณ 86.4 (อยู่ในระดับต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปีก่อน) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนเมษายนที่อยู่ในระดับประมาณ 90.3 โดยในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 19.6% 47.2% และ 33.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 21.7% 46.9% และ 31.4% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่าการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำนั้นจะปรับตัวไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคเห็นว่าเมื่อภาวะเศรษฐกิจยังไม่ดี การจ้างงานจะยังไม่ดีขึ้นเช่นกัน ส่งผลให้ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับการจ้างงานในอนาคตนั้นมีแนวโน้มปรับตัวลดลง ห่างจากระดับ 100 เป็นลำดับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 เป็นต้นมา

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
เมษายน 2543	68.6	46.9	90.3
พฤษภาคม 2543	64.1	41.9	86.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
เม.ย.-พ.ค. 2543	66.4	44.4	88.4

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤษภาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 100.7 ปรับตัวลดลงอย่างมากเมื่อเทียบกับเดือนเมษายนที่อยู่ในระดับประมาณ 105.2 แสดงว่าผู้บริโภคเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากดัชนียังคงมีค่าสูงเกินระดับ 100 โดยในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 19.6% 61.4% และ 18.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 23.0% 59.2% และ 17.8% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตทรงตัวอยู่ในระดับที่เกินกว่า 100 อย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 นับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปีก่อน แสดงว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเป็นเครื่องชี้ที่สำคัญว่าในช่วงนี้ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนเนื่องจากยังมีความมั่นใจในรายได้ของตนว่าจะไม่ปรับตัวลดลงในอนาคตอันใกล้

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในอนาคตของตนลดลงเป็นลำดับ เนื่องจากดัชนีนี้มีแนวโน้มปรับตัวลดลงเป็นลำดับนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนเป็นต้นมา และการที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปีก่อน แสดงให้เห็นถึงสัญญาณที่ไม่ดีนัก เพราะหากผู้บริโภคไม่มั่นใจในรายได้ในอนาคตของตน (อาจแสดงได้จากกรณีที่ดัชนีนี้อยู่ต่ำกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องกันเป็นเวลา 3 เดือน) อาจทำให้ผู้บริโภคชะลอหรือลดระดับการบริโภคของตนลงได้

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
เมษายน 2543	105.2
พฤษภาคม 2543	100.7
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
เม.ย.-พ.ค. 2543	103.0

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤษภาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2542 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตจำนวนสามรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นทุกประเภทปรับตัวลดลง ส่งผลให้ดัชนีต่างๆ ที่แบ่งตามระยะเวลาวิเคราะห์ปรับตัวลดลงทุกประเภทเช่นกัน และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปีก่อน กล่าวคือ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 52.3 ในเดือนเมษายนเป็นระดับ 47.1 ในเดือนพฤษภาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 98.9 ในเดือนเมษายนเป็นระดับ 94.1 ในเดือนพฤษภาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมดีขึ้นจากเดือนเมษายนที่อยู่ในระดับประมาณ 84.4 เป็น 79.5 ในเดือนพฤษภาคม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมีความต้องการออมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ทำให้การบริโภคในภาคประชาชนอาจจะยังไม่ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นมากนัก สำหรับสินค้าโดยทั่วไป

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
กุมภาพันธ์ 2543	85.8	51.7	102.0
มีนาคม 2543	82.3	49.8	96.8
เมษายน 2543	84.4	52.3	98.9
พฤษภาคม 2543	79.5	47.1	94.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
เม.ย.-พ.ค. 2543	82.0	49.7	96.5

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2543 ดัชนีต่างๆ ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนก่อนดัชนีทุกรายการอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในช่วง 5-7 เดือนที่ผ่านมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในอนาคตปรับตัวต่ำกว่าระดับ 100 อีกครั้ง และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตที่อยู่ในระดับใกล้เคียง 100 **สัญญาณการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ทุกรายการ แสดงให้เห็นถึงการหักล้างสัญญาณการฟื้นตัวของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนก่อน ซึ่งเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงว่าผู้บริโภคอาจไม่มีความมั่นใจในระบบเศรษฐกิจทำให้ชะลอการบริโภคของตนได้**

เป็นที่น่าสังเกตว่า ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจและโอกาสหางานทำในปัจจุบันนั้นมีค่าต่ำกว่า 100 มาโดยตลอดช่วงเวลาที่ทำการสำรวจ 20 เดือนที่ผ่านมา แสดงว่าการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในระดับมหภาคนั้นบังเกิดผลกับสาขาทางเศรษฐกิจบางสาขาเท่านั้น ผู้บริโภคโดยทั่วไปยังไม่ได้รับรู้หรือให้การยอมรับว่าภาวะเศรษฐกิจได้ปรับตัวอยู่ในระดับที่ดีแล้ว อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความหวังตลอดเวลาว่าภาวะเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้น แม้ว่าผลการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคยังไม่สามารถกระจายตัวและสร้างความเชื่อมั่นในภาวะการณ์ต่างๆ ในปัจจุบันให้กับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน เมื่อมีปัจจัยลบจำนวนมากเกิดขึ้นในระบบเศรษฐกิจ จึงเป็นเรื่องง่ายที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะลดลงได้ ซึ่งจะสังเกตได้ว่าในช่วงนี้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตเริ่มปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะเป็นปัจจัยที่บั่นทอนการขยายตัวของการบริโภคของภาคเอกชนได้ในที่สุด

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย