

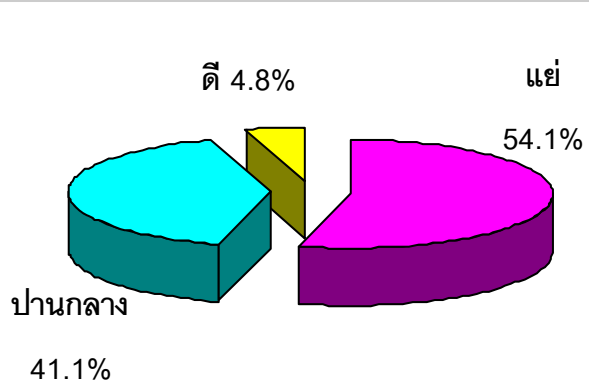


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index

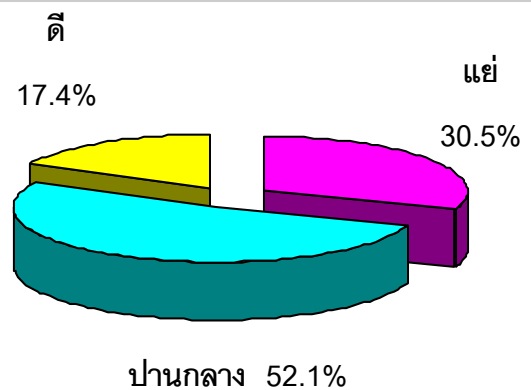
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย เดือนสิงหาคม 2543

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า

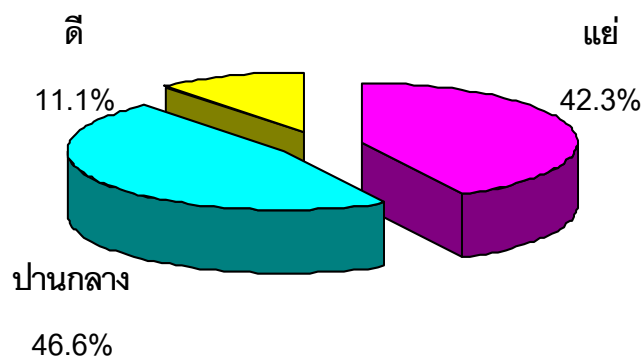


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

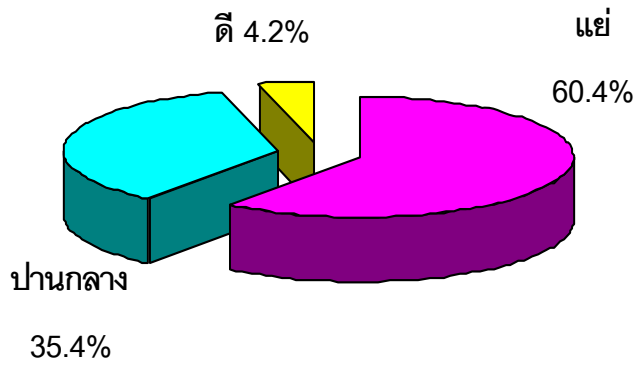
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



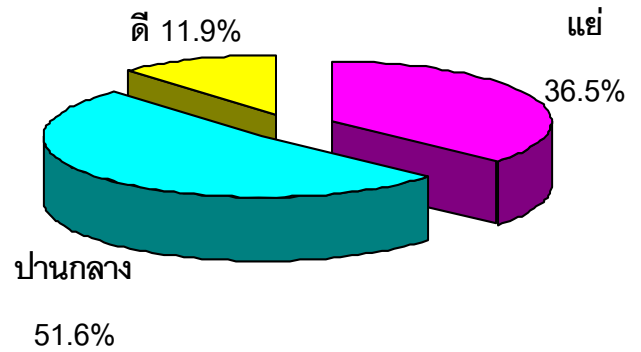
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 68.9

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

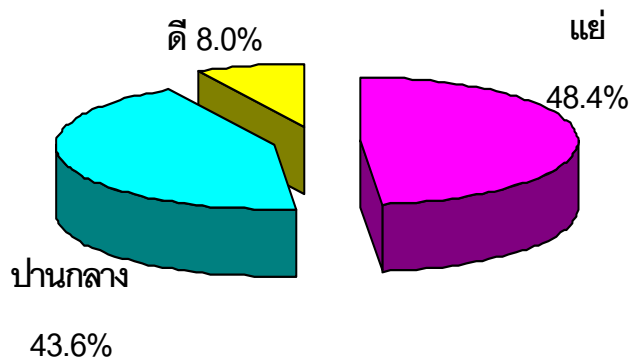


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

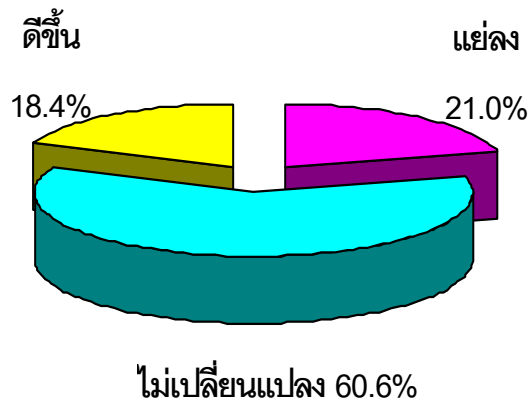
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับที่ไม่ดี



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **59.6**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **97.4**

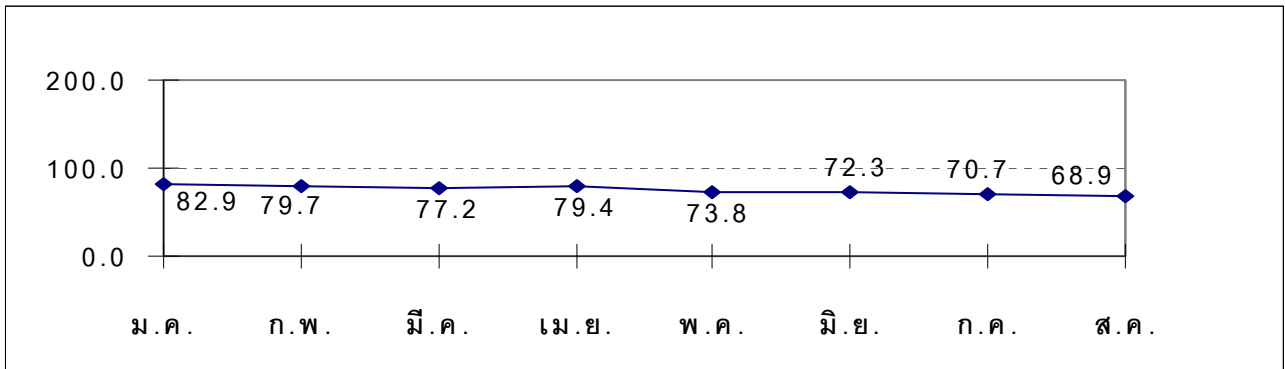
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม 2543

รายการ	กรกฎาคม 2543 (%)			สิงหาคม 2543 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่มาก/ แย่มาก	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่มาก/ แย่มาก
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.9	41.3	52.8	4.8	41.1	54.1
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	17.6	53.1	29.3	17.4	52.1	30.5
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	4.9	34.6	60.5	4.2	35.4	60.4
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	13.0	52.9	34.1	11.9	51.6	36.5
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	18.8	58.8	22.4	18.4	60.6	21.0
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	11.8	47.2	41.0	11.1	46.6	42.3
7. โอกาสในการหางานรวม	9.0	43.7	47.3	8.0	43.6	48.4

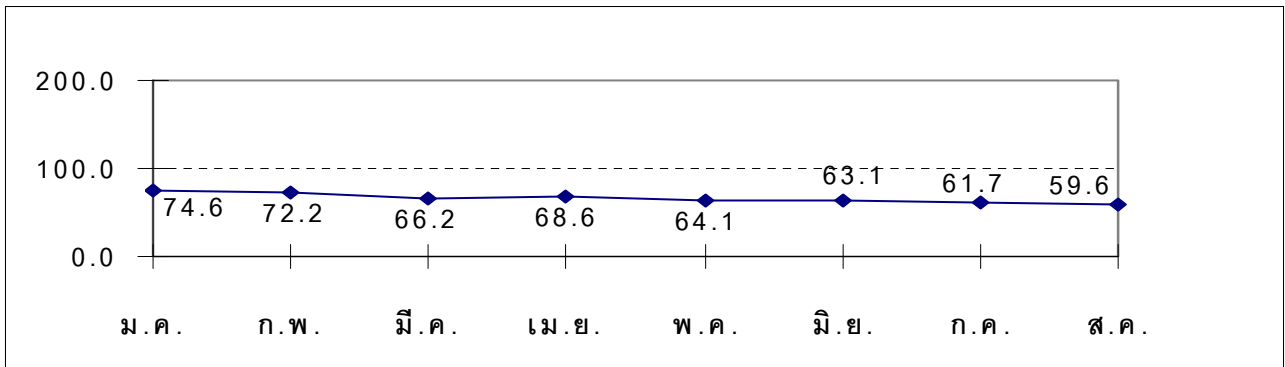
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2543

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	77.2	79.4	73.8	72.3	70.7	68.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	66.2	68.10	64.1	63.1	61.7	59.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	103.4	105.2	100.7	98.0	96.3	97.4

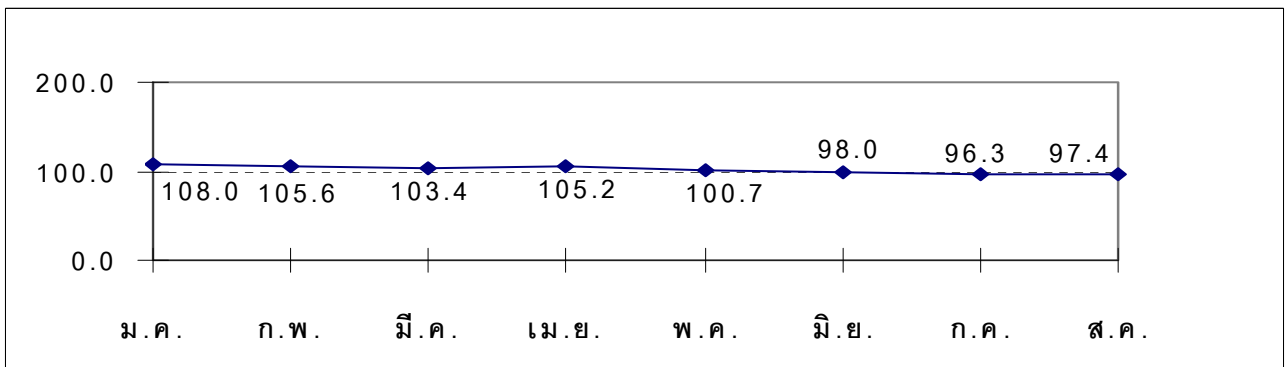
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



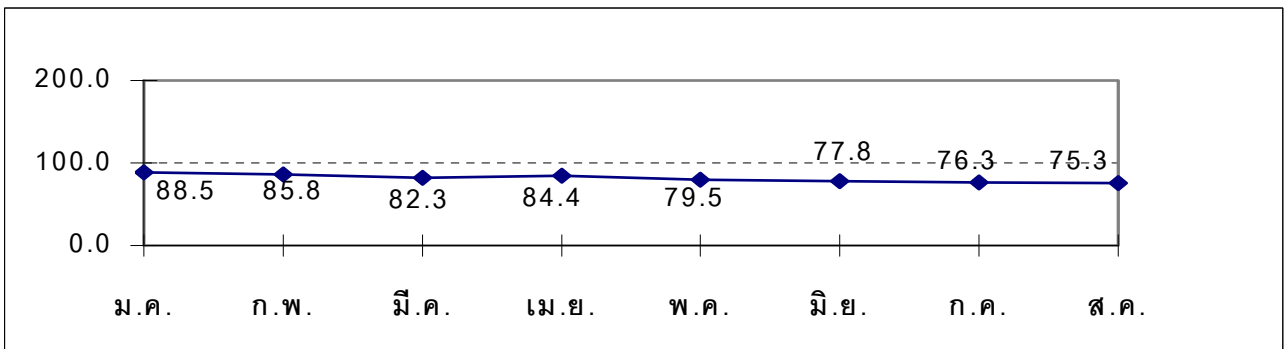
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



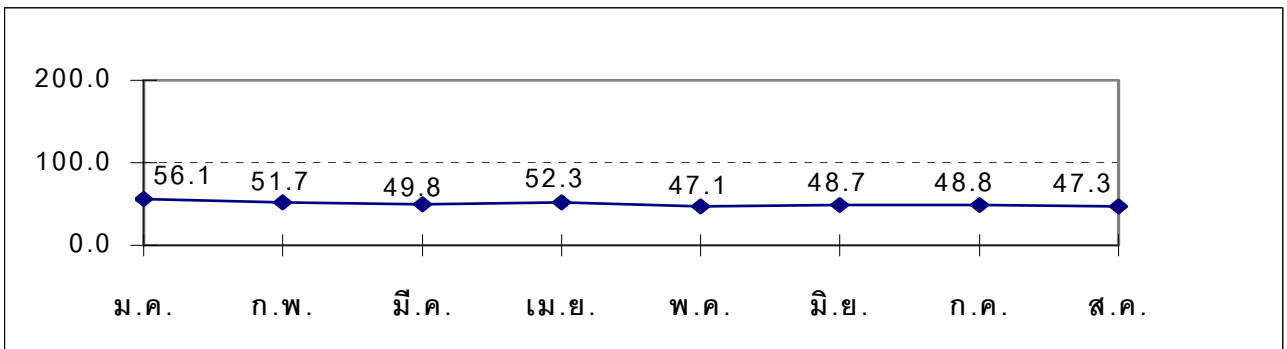
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลาในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2543

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	82.3	84.4	79.5	77.8	76.3	75.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	49.8	52.3	47.1	48.7	48.8	47.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	96.8	98.9	94.1	90.5	87.9	86.6

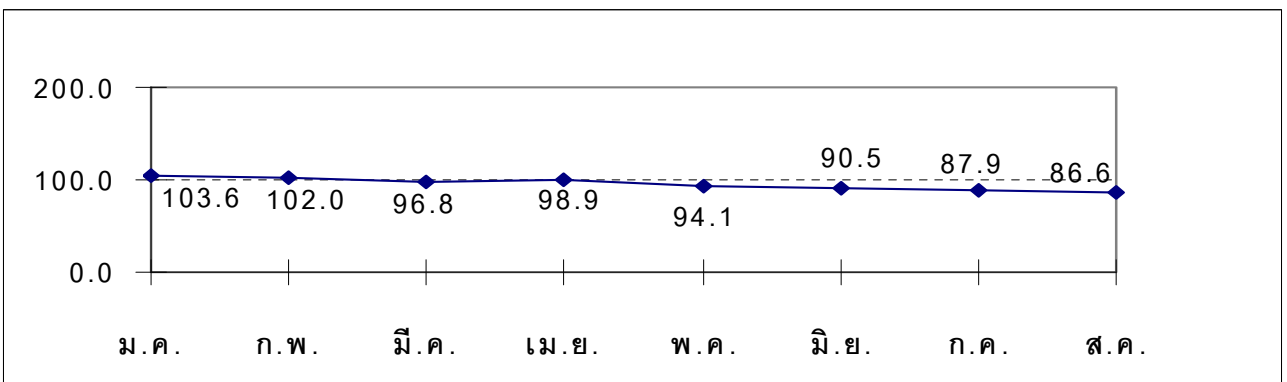
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2543

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนสิงหาคม 2543 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,700 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 41.2 และต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 58.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 48.6 และ 51.4 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2543

ในเดือนสิงหาคม 2543 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การส่งออกยังขยายตัวในระดับสูง โดยกระทรวงพาณิชย์ คาดว่า การส่งออกในปีนี้อาจมีมูลค่าสูงถึง 6.6-6.7 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือขยายตัวประมาณ 15% หากค่าเงินบาทอยู่ในระดับประมาณ 40-42 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ
2. ในเดือนสิงหาคม SET Index ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 23 จุด โดยปรับจาก 284.67 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม เป็น 307.83 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม ทั้งนี้ SET Index ปรับตัวเพิ่มขึ้นไปถึง 327.46 จุด ในกลางเดือน แต่ได้ปรับตัวลดลงจนถึงสิ้นเดือน
3. ธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงใช้นโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ในเดือนสิงหาคมราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวสูงขึ้น 60 สตางค์ต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวสูงขึ้นจาก 16.19 และ 13.29 บาทต่อลิตร ตามลำดับ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม ไปอยู่ที่ระดับ 16.79 และ 13.89 บาทต่อลิตร ตามลำดับ ณ สิ้น

เดือนสิงหาคม ในเดือนนี้ มีบริษัทน้ำมันบางยี่ห้อได้ปรับราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวสูงขึ้นถึง 17.09 และ 14.19 บาทต่อลิตร ตามลำดับ

2. ค่าเงินบาททรงตัวอยู่ในระดับ 40-41 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐตลอดเดือนสิงหาคม โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาททรงตัวในระดับใกล้เคียงกันจาก 40.985 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม เป็น 40.926 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม
3. นักวิชาการและสถาบันวิจัยมีการพูดถึงวิกฤตเศรษฐกิจรอบสองมากขึ้น
4. ศูนย์วิจัยกสิกรไทยและศูนย์วิจัยไทยพาณิชย์ ปรับเป้าหมายการคาดการณ์อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2543 ลดลงจาก 5% และ 4.8% เป็น 4.5% และ 4.4% ตามลำดับ เนื่องจากการบริโภคในประเทศไม่กระเตื้องขึ้นอย่างที่คาดไว้ และราคาน้ำมันที่มีแนวโน้มสูงขึ้น รวมถึงการกระตุ้นเศรษฐกิจของทางการเริ่มชะลอตัวลง นอกจากนี้ มีรายงานข่าวว่าทางสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ อาจจะปรับเป้าหมายตัวเลขการขยายตัวทางเศรษฐกิจลดลงจากระดับปัจจุบันที่ 4.7% เนื่องจากการที่ระดับราคาน้ำมันมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ข่าวนี้ได้รับการปฏิเสธในภายหลังจากกระทรวงการคลังและสภาพัฒน์
5. บริษัท สแตนดาร์ด แอนด์ พัวร์ ประเมินว่า ระบบธนาคารพาณิชย์ไทยจำเป็นต้องเพิ่มทุนอีกประมาณ 25,000 - 32,000 ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ หรือประมาณ 1 - 1.2 ล้านล้านบาท โดยมีสมมติฐานว่าระบบธนาคารพาณิชย์จะมีผลขาดทุนจากการแก้ไขปัญหาหนี้เสียถึง 60-70% จึงจำเป็นต้องเพิ่มทุนอีกเป็นจำนวนมาก
6. บริษัทมอร์แกน สแตนเลย์ แคปปิตอล อินเตอร์เนชั่นแนล ประกาศปรับลดน้ำหนักของตลาดหุ้นไทยที่รวมในการคำนวณดัชนีการลงทุนในภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก จากระดับ 2.41% เป็น 2.36% และลดน้ำหนักการลงทุนของตลาดหุ้นไทย ที่รวมในการคำนวณดัชนีอ้างอิงการลงทุนในตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market) จาก 1.64% เป็น 1.58% ซึ่งเป็นผลมาจากการลดลงของมูลค่าหุ้นของไทย
7. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า ปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้น และราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังไม่มีความแนวโน้มที่จะปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นในระยะสั้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2543 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกือบทุกประเภทยังคงปรับตัวลดลงจากเดือนก่อนโดยปัจจัยบวกและปัจจัยลบยังคงเป็นปัจจัยเดิมๆ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยลบมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่แย่งกว่าเดือนที่ผ่านมา ในขณะที่ปัจจัยบวกมีไม่มากนัก ทั้งนี้ปัจจัยลบที่ส่งผลโดยตรงต่อผู้บริโภคก็ยังคงเป็นปัจจัยเดิมคือ การปรับตัวสูงขึ้นของราคาน้ำมันในประเทศและปัญหาพืชผลการเกษตรยังอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในด้านลบ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ มีดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนสิงหาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 68.9 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ ภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 70.7 ทั้งนี้ ในเดือนสิงหาคมผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 11.1% 46.6% และ 42.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 11.8% 47.2% และ 41.0% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 50.8 ปรับตัวลดลงจากเดือนกรกฎาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 53.2 ซึ่งในเดือนสิงหาคมนี้ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.8% 41.1% และ 54.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.9% 41.3% และ 52.8% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนสิงหาคมอยู่ในระดับที่ยังไม่ดี และทรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนกรกฎาคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนสิงหาคมอยู่ในระดับประมาณ 86.9 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 88.3 โดยในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 17.4% 52.1% และ 30.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 17.6% 53.1% และ 29.3% ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนสิงหาคมได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สี่ (หลังจากที่ได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่า 100 ในเดือนพฤษภาคม) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตลดลงอย่างต่อเนื่อง

จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคมอาจพอสรุปได้ว่า ภาวะเศรษฐกิจไทยในสายตาของผู้บริโภคนั้นยังอยู่ในระดับที่ไม่ดีอย่างต่อเนื่อง **สัญญาณการปรับตัวของดัชนีเกี่ยวกับเศรษฐกิจในเดือนนี้ทุกรายการ แสดงให้เห็นถึงความไม่มั่นใจของผู้บริโภคยังคงไม่ดีเช่นเดียวกับเดือนก่อน โดยดัชนีความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคตยังคงแสดงแนวโน้มปรับตัวลดลงในช่วง 8 เดือนแรกของปี 2543 และอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 ติดต่อกันเป็นเวลา 4 เดือน ซึ่งเป็นสัญญาณเริ่มมีความชัดเจนมากขึ้นว่ ผู้บริโภคมีความไม่มั่นใจในระบบเศรษฐกิจว่จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคชะลอหรือลดระดับการบริโภคของตนต่อไประยะหนึ่ง**

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
มิถุนายน 2543	72.3	53.9	90.8
กรกฎาคม 2543	70.7	53.2	88.3
สิงหาคม 2543	68.9	50.8	86.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2543	75.1	54.6	95.7
ก.ค.-ส.ค. 2543	69.8	52.0	87.6

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนสิงหาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมมีค่าประมาณ 59.6 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 61.7 โดยในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 8.0% 43.5% และ 48.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก

ประมาณ 9.0% 43.7% และ 47.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมองเห็นว่าการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนสิงหาคมอยู่ในระดับประมาณ 43.8 ใกล้เคียงกับเดือนกรกฎาคมที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 44.4 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมองเห็นโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 35.4% และ 60.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมองเห็นโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.9% 34.6% และ 60.5% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนสิงหาคมอยู่ในระดับประมาณ 75.4 (อยู่ในระดับต่ำสุดนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนปีก่อน) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกรกฎาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 79.0 โดยในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.9% 51.6% และ 36.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมองเห็นโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.0% 52.9% และ 34.1% ตามลำดับ **จะสังเกตได้ว่าการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำนั้นจะปรับตัวไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจ กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจยังไม่ดี การจ้างงานจะยังไม่ดีขึ้นเช่นกัน**

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
มิถุนายน 2543	63.1	43.5	82.7
กรกฎาคม 2543	61.7	44.4	79.0
สิงหาคม 2543	59.6	43.8	75.4

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
ไตรมาสที่ 2 2543	65.3	44.1	84.5
ก.ค.-ส.ค. 2543	60.7	44.1	77.2

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนสิงหาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 97.4 ทรงตัวใกล้เคียงกับเดือนกรกฎาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 96.3 แสดงว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากดัชนียังคงในระดับใกล้เคียงกับระดับ 100 โดยในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 18.4% 60.6% และ 21.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 18.8% 58.8% และ 22.4% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่าแม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สาม ซึ่งเป็นสัญญาณที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มไม่มั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตค่อนข้างทรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนก่อน (หรือดีขึ้นเล็กน้อย) และผู้ตอบส่วนใหญ่ประมาณ 60.6% คาดว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบยังมีความมั่นใจในรายได้ของตนว่าจะไม่ลดลงมากนัก

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กันยายน 2542	97.1
ตุลาคม 2542	99.9
พฤศจิกายน 2542	114.4
ธันวาคม 2542	108.8
มกราคม 2543	108.0
กุมภาพันธ์ 2543	105.10
มีนาคม 2543	103.4
เมษายน 2543	105.2
พฤษภาคม 2543	100.7
มิถุนายน 2543	98.0
กรกฎาคม 2543	96.3
สิงหาคม 2543	97.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4 2541	90.7
ไตรมาสที่ 1 2542	90.9
ไตรมาสที่ 2 2542	97.0
ไตรมาสที่ 3 2542	100.10
ไตรมาสที่ 4 2542	107.7
ไตรมาสที่ 1 2543	105.7
ไตรมาสที่ 2 2543	101.3
ก.ค.-ส.ค. 2543	96.9

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนสิงหาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2543 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตจำนวนสามรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2543 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากระดับ 48.8 ในเดือนกรกฎาคมเป็นระดับ 47.3 ในเดือนสิงหาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 87.9 ในเดือนกรกฎาคมเป็นระดับ 86.6 ในเดือนสิงหาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวลดลงเช่นกันจากเดือนกรกฎาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 76.3 เป็น 75.3 ในเดือนสิงหาคม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ โอกาสงานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมีความต้องการออมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ทำให้การบริโภคในภาคประชาชนอาจจะยังไม่ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นมากนัก สำหรับสินค้าโดยทั่วไป

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
มิถุนายน 2543	77.8	48.7	90.5
กรกฎาคม 2543	76.3	48.8	87.9
สิงหาคม 2543	75.3	47.3	86.6

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
ไตรมาสที่ 2 2543	80.6	49.4	94.5
ก.ค.-ส.ค. 2543	75.8	48.0	87.3

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2543 ดัชนีทุกประเภทอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนก่อน ยังแสดงแนวโน้มปรับตัวลดลงต่อเนื่องจากเดือนก่อนเล็กน้อย โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในอนาคตปรับตัวลดต่ำกว่าระดับ 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สี่ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดต่ำกว่าระดับ 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สาม

สัญญาณการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ทุกรายการ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวลดลงเป็นลำดับนับตั้งแต่ต้นปีเป็นต้นมา การที่ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในระบบเศรษฐกิจและรายได้ในอนาคตของตนว่าจะปรับตัวดีขึ้น อาจทำให้ผู้บริโภคยังไม่เพิ่มการบริโภคของตนมากนักหรือชะลอการบริโภคของตนได้

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย