

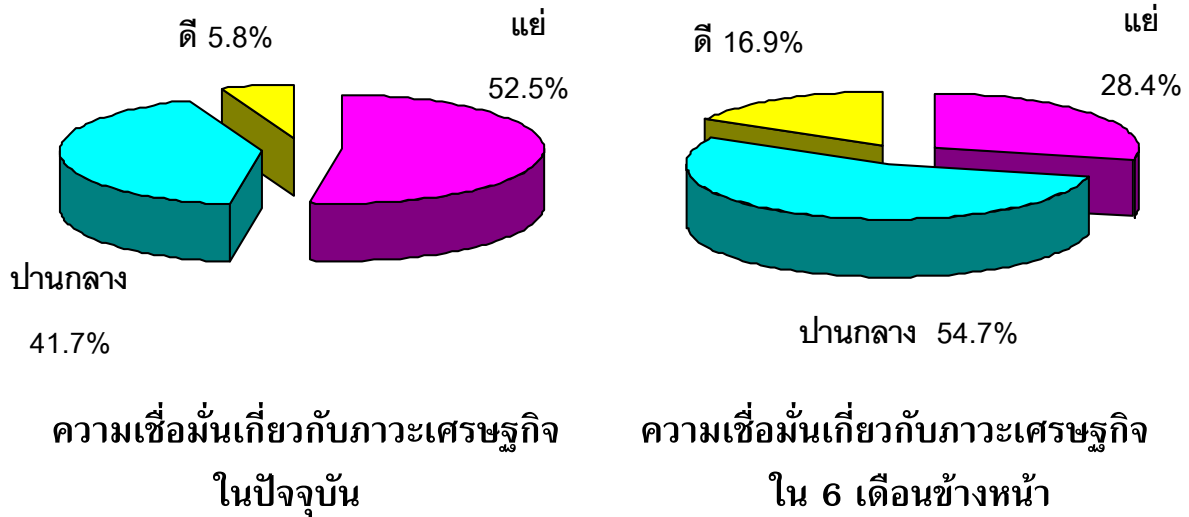


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index

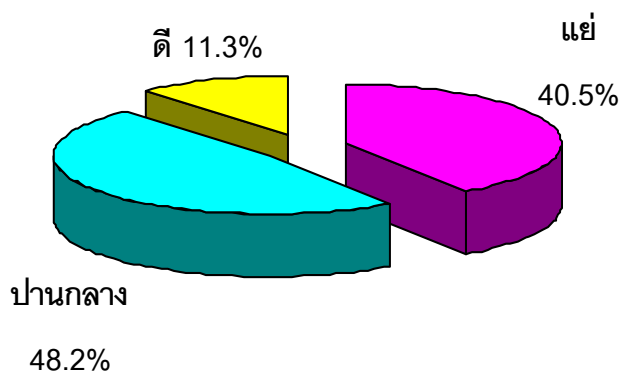
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนธันวาคม 2543
“ทรงตัวเมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2543”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



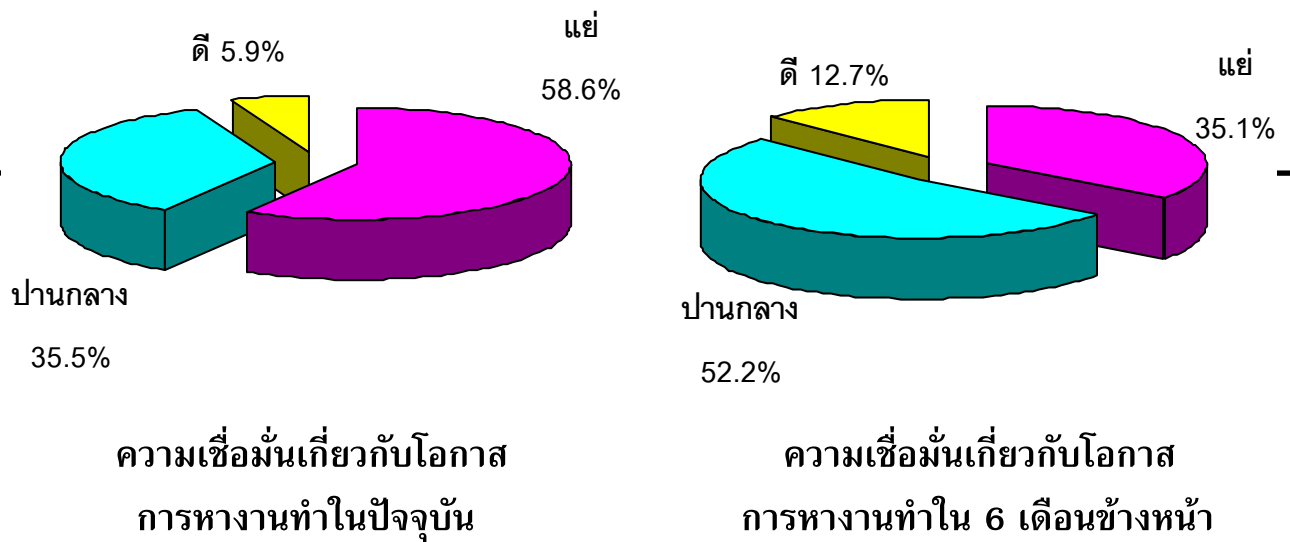
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



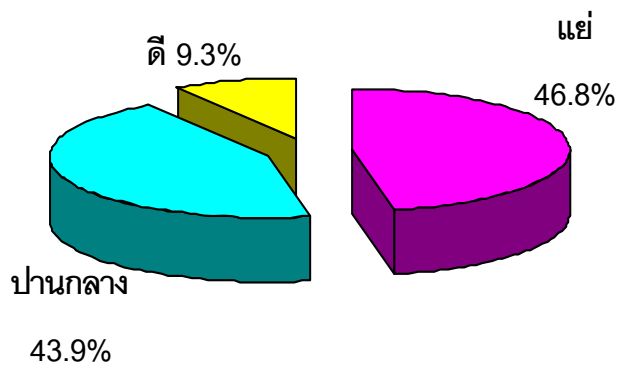
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ **70.9**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



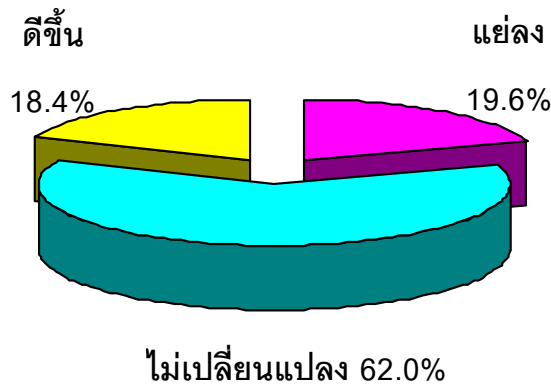
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับที่ไม่ดี



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **62.5**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **98.8**

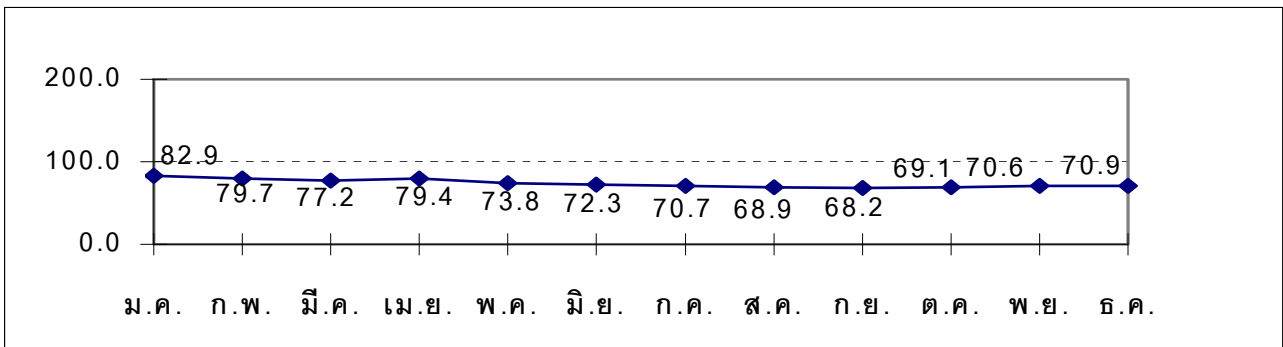
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายนถึงธันวาคม 2543

รายการ	พฤศจิกายน 2543 (%)			ธันวาคม 2543 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.5	41.0	53.5	5.8	41.7	52.5
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	17.4	54.4	28.2	16.9	54.7	28.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	5.3	35.3	59.4	5.9	35.5	58.6
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	13.0	52.0	35.0	12.7	52.2	35.1
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	19.2	61.0	19.8	18.4	62.0	19.6
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	11.5	47.6	40.9	11.3	48.2	40.5
7. โอกาสในการหางานรวม	9.1	43.7	47.2	9.3	43.9	46.8

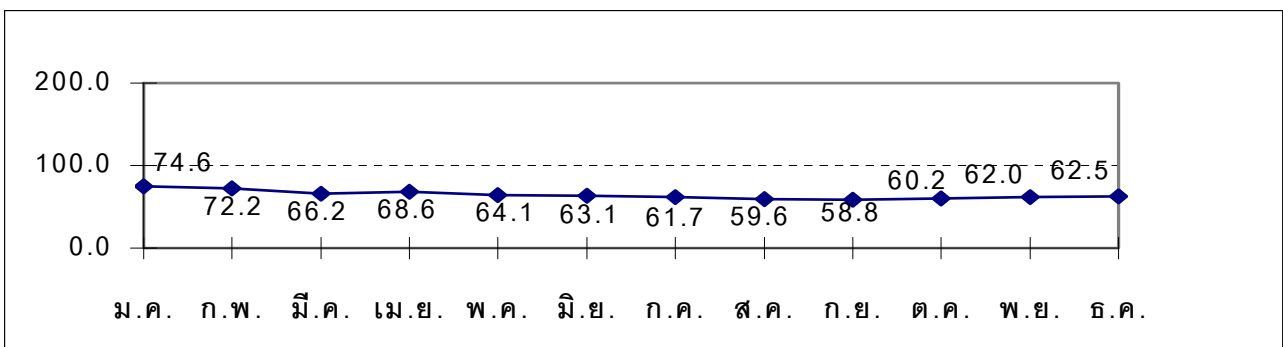
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม 2543

รายการ	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	70.7	68.9	68.2	69.1	70.6	70.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	61.7	59.6	58.8	60.2	62.0	62.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.3	97.4	96.4	97.8	99.4	98.8

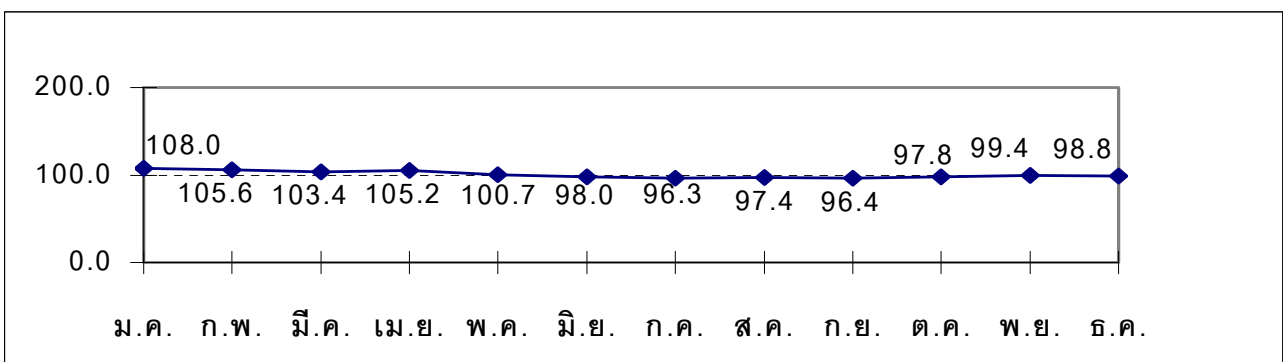
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



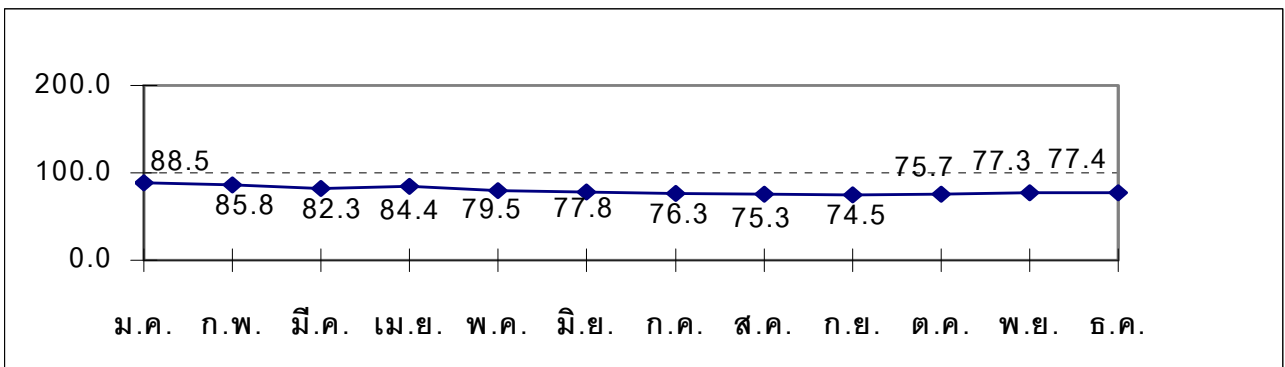
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



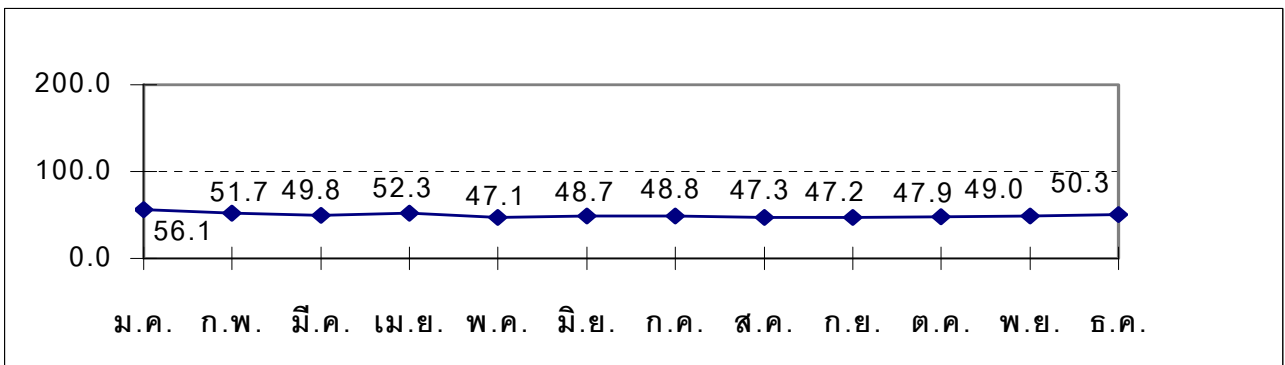
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลาในเดือนกรกฎาคมถึงธันวาคม 2543

รายการ	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	76.3	75.3	74.5	75.7	77.3	77.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	48.8	47.3	47.2	47.9	49.0	50.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	87.9	86.6	85.3	86.9	88.9	88.3

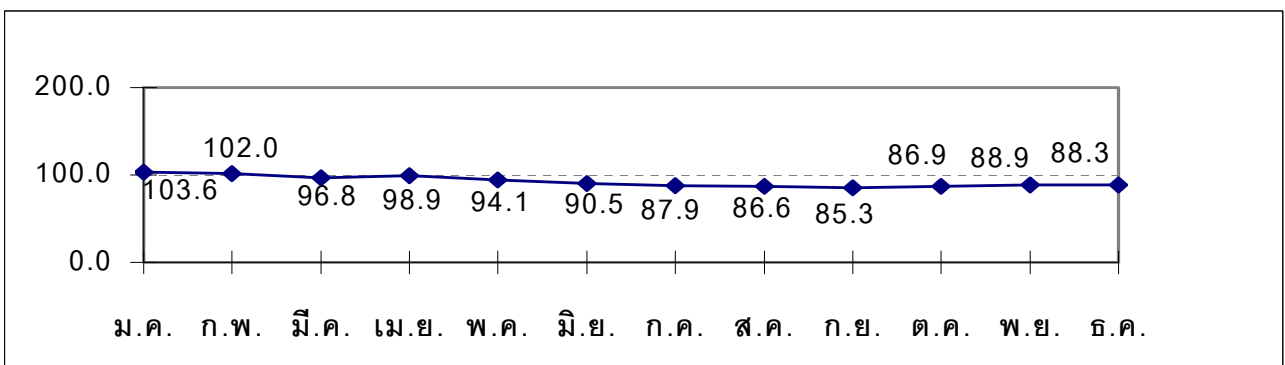
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2543

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนธันวาคม 2543 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,714 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.8 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.2 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.1 และ 50.9 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2543

ในเดือนธันวาคม 2543 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ในเดือนธันวาคม ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง ทั้งนี้ ราคาน้ำมันขายปลีกเบนซินไร้สารตะกั่วในประเทศปรับตัวลดลง 1.50 บาทต่อลิตร ขณะที่ราคาน้ำมันขายปลีกดีเซลปรับตัวลดลง 1.60 บาทต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวจาก 17.09 และ 14.74 บาทต่อลิตร บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน ไปอยู่ที่ระดับ 15.59 และ 13.14 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม
2. กระทรวงพาณิชย์คาดว่า การส่งออกทั้งปี 2543 จะมีมูลค่าสูงถึง 70,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวประมาณ 20% สำหรับมูลค่าการส่งออกในปี 2544 คาดว่าจะมีมูลค่าประมาณ 77,000-78,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวประมาณ 11.3%
3. ธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงใช้นโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ประมาณการว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ในไตรมาสที่ 3 ของปี 2543 ขยายตัวเพียง 2.6% (ปรับตัวลดลงจากครึ่งปีแรกของปี 2543 ที่เศรษฐกิจขยายตัว 5.7%) ทำให้สภาพัฒน์คาดว่าแนวโน้ม

เศรษฐกิจในปี 2543 เศรษฐกิจไทยจะขยายตัวเพียง 4.5% ต่ำกว่าที่ประมาณการไว้เดิมที่ระดับ 5% สำหรับแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในปี 2544 นั้น สภาพัฒน์คาดว่าเศรษฐกิจจะชะลอตัวลงโดยขยายตัวประมาณ 4-4.5% สำหรับธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ประมาณว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2543 และ 2544 จะขยายตัวในระดับใกล้เคียงกันคือประมาณ 4% นอกจากนี้สำนักวิจัยทางเศรษฐกิจหลายแห่งประมาณว่าเศรษฐกิจไทยในปี 2544 จะชะลอตัวลงจากปี 2543 พร้อมทั้งระบุว่าในปี 2544 ยังมีปัจจัยเสี่ยงทางเศรษฐกิจอีกมาก

2. มีความกังวลเรื่องการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยมากขึ้น
3. ในเดือนธันวาคมแม้ว่าค่าเงินบาทปรับตัวแข็งขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับตัวจากระดับ 43.924 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน เป็น 43.262 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนธันวาคม แต่ค่าเงินบาทเคลื่อนไหวอยู่ในระดับ 42-44 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐตลอดเดือนธันวาคม
4. ในเดือนธันวาคม SET Index ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ SET Index ปรับตัวลดลงประมาณ 8 จุด โดยปรับจาก 277.92 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน เป็น 269.19 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม
5. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
6. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังไม่มีแนวโน้มที่จะปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นในระยะสั้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนธันวาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2543 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคไม่เปลี่ยนแปลงมากนักเมื่อเทียบกับเดือนก่อน โดยดัชนีความเชื่อมั่นที่เกี่ยวกับภาวะการณ์ในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับอนาคตปรับตัวลดลง แต่ผลในด้านลบบวกมีมากกว่าผลในด้านลบ ส่งผลให้ดัชนีปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเนื่องจากเดือนที่แล้ว สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 70.9 เทียบกับเดือนพฤศจิกายนที่อยู่ในระดับประมาณ 70.6 ทั้งนี้ ในเดือนธันวาคมผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 11.3% 48.2% และ 40.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 11.5% 47.6% และ 40.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีนี้มีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 53.3 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนพฤศจิกายนที่อยู่ในระดับประมาณ 52.0 ซึ่งในเดือนธันวาคมนี้ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.8% 41.7% และ 52.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือน

พฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.5% 41.0% และ 53.5% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนธันวาคมอยู่ในระดับที่ยังไม่ดีและทรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนพฤศจิกายน

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนธันวาคมอยู่ในระดับประมาณ 88.4 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายนที่อยู่ในระดับประมาณ 89.2 โดยในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 16.9% 54.7% และ 28.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 17.4% 54.4% และ 28.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตในเดือนธันวาคมปรับตัวลดลงหลังจากที่ได้ปรับตัวสูงขึ้นติดต่อกันตั้งแต่เดือนตุลาคม เนื่องจากสำนักวิจัยหลายแห่งประมาณว่าเศรษฐกิจไทยอยู่ในช่วงของการชะลอตัวและในปี 2544 เศรษฐกิจไทยจะชะลอตัวลงกว่าปี 2543 อย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่าดัชนีปรับตัวลดลงไม่มากนักเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความหวังในเชิงจิตวิทยาว่าการเลือกตั้งที่มีขึ้นในเดือนมกราคมปี 2544 จะทำให้ได้รัฐบาลใหม่ซึ่งจะสามารถแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจได้

จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคมอาจพอสรุปได้ว่า ภาวะเศรษฐกิจไทยในสายตาของผู้บริโภคนั้นยังอยู่ในระดับที่ไม่ดีอย่างต่อเนื่อง เพราะดัชนีทุกตัวยังอยู่ต่ำกว่าระดับปกติแสดงให้เห็นถึงความไม่มั่นใจของผู้บริโภคยังคงไม่ดีเช่นเดียวกับเดือนก่อน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กันยายน 2543	68.2	50.4	86.0
ตุลาคม 2543	69.1	51.0	87.3
พฤศจิกายน 2543	70.6	52.0	89.2
ธันวาคม 2543	70.9	53.3	88.4

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
ไตรมาสที่ 3 2543	69.3	51.5	87.1
ไตรมาสที่ 4 2543	70.2	52.1	88.3

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนธันวาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 62.5 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายนที่อยู่ในระดับประมาณ 62.0 โดยในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 9.3% 43.9% และ 46.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 9.1% 43.7% และ 47.2% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนธันวาคมอยู่ในระดับประมาณ 47.3 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายนที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 45.9 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.9% 35.5% และ 58.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี และแย่มากประมาณ 5.3% 35.3% และ 59.4% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนธันวาคมอยู่ในระดับประมาณ 77.6 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนพฤศจิกายนที่อยู่ในระดับประมาณ 78.0 โดยในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 12.7% 52.2% และ 35.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 13.0% 52.0% และ 35.0% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า โดยปกติการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำนั้นจะปรับตัวไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจ

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กันยายน 2543	58.8	44.0	73.6
ตุลาคม 2543	60.2	44.8	75.5
พฤศจิกายน 2543	62.0	45.9	78.0
ธันวาคม 2543	62.5	47.3	77.6

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
ไตรมาสที่ 3 2543	60.3	44.1	76.0
ไตรมาสที่ 4 2543	61.5	46.0	77.0

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนธันวาคม 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 98.8 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนพฤศจิกายนที่อยู่ในระดับประมาณ 99.4 แสดงว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากดัชนียังคงในระดับใกล้เคียงกับระดับ 100 โดยในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และ แ่ลง ประมาณ 18.4% 62.0% และ 19.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และ แ่ลง ประมาณ 19.2% 61.0% และ 19.8% ตามลำดับ

ในเดือนนี้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 โดยที่ผู้ตอบส่วนใหญ่ประมาณ 62.0% คาดว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบยังมีความมั่นใจในรายได้ของตนในอนาคตว่าจะไม่ลดลงมากนัก ซึ่งเป็นสัญญาณที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบันหรือชะลอตัวลงเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่ดี อย่างไรก็ตาม การปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตที่ปรับตัวลดลงตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจ เป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจในอนาคตว่าจะส่งผลกระทบต่อรายได้ของตนในอนาคตได้

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
ธันวาคม 2542	108.8
มกราคม 2543	108.0
กุมภาพันธ์ 2543	105.6
มีนาคม 2543	103.4
เมษายน 2543	105.2
พฤษภาคม 2543	100.7
มิถุนายน 2543	98.0
กรกฎาคม 2543	96.3
สิงหาคม 2543	97.4
กันยายน 2543	96.4
ตุลาคม 2543	97.8
พฤศจิกายน 2543	99.4
ธันวาคม 2543	98.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 2 2543	101.3
ไตรมาสที่ 3 2543	96.7
ไตรมาสที่ 4 2543	98.7

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนธันวาคม 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2543 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2543 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 49.0 ในเดือนพฤศจิกายนเป็นระดับ 50.3 ในเดือนธันวาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 88.9 ในเดือนพฤศจิกายนเป็นระดับ 88.3 ในเดือนธันวาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันจากเดือนพฤศจิกายนที่อยู่ในระดับประมาณ 75.7 เป็น 77.4 ในเดือนธันวาคม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังคงมีความต้องการออมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ทำให้การบริโภคในภาคประชาชนอาจจะยังไม่ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นมากนัก สำหรับสินค้าโดยทั่วไป

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กันยายน 2543	74.5	47.2	85.3
ตุลาคม 2543	75.7	47.9	86.9
พฤศจิกายน 2543	77.3	49.0	88.9
ธันวาคม 2543	77.4	50.3	88.3

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
ไตรมาสที่ 3 2543	75.4	47.8	86.6
ไตรมาสที่ 4 2543	76.8	49.1	88.0

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2543 ดัชนีทุกประเภทอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนก่อนและยังอยู่ต่ำกว่าระดับปกติ (หรือระดับ100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะการณ์ต่างๆ โดยเฉพาะภาวะเศรษฐกิจและภาวะการจ้างงาน อย่างไรก็ตาม ในเดือนนี้ดัชนีเกี่ยวกับภาวะปัจจุบันทุกประเภทปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา แต่ดัชนีเกี่ยวกับภาวะในอนาคตปรับตัวลดลงเล็กน้อย การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะในอนาคตในเดือนธันวาคมปรับตัวลดลงหลังจากที่ได้ปรับตัวสูงขึ้นติดต่อกันตั้งแต่เดือนตุลาคม เนื่องจากสำนักวิจัยหลายแห่งประมาณว่าเศรษฐกิจไทยอยู่ในช่วงของการชะลอตัวและในปี 2544 เศรษฐกิจไทยจะชะลอตัวลงกว่าปี 2543 อย่างไรก็ตามจะสังเกตได้ว่าดัชนีปรับตัวลดลงไม่มากนักเนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังในเชิงจิตวิทยาว่าการเลือกตั้งที่มีขึ้นในเดือนมกราคมปี 2544 จะทำให้ได้รัฐบาลใหม่เข้ามาบริหารประเทศเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ

สัญญาณการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ทุกรายการ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทรงตัวเมื่อเทียบกับเดือนก่อน ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหตุการณ์ต่างๆ คงจะไม่แย่ไปกว่านี้ จึงมีความเห็นเกี่ยวกับภาวะการณ์ต่างๆ ว่าจะทรงตัวหรือดีขึ้นเล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ความวิตกกังวลเกี่ยวกับการชะลอตัวทางเศรษฐกิจอาจเป็นปัจจัยที่บั่นทอนความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ การจ้างงานและรายได้ของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการบริโภคโดยรวมของผู้บริโภคได้ในที่สุด

การปรับตัวของดัชนีในเดือนนี้ ยังเร็วเกินไปที่จะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะการณ์ต่างๆ ในอนาคตจะปรับลดลงอีกครั้ง และยังไม่มียุทธยานใดที่ชัดเจนที่แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับเริ่มดีขึ้น คงจะต้องดูการเปลี่ยนแปลงของดัชนีในเดือนต่อไปว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะต่างๆ จะเป็นอย่างไร (ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือปรับตัวลดลงอีก) การปรับตัวของดัชนีในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมาอยู่ในลักษณะที่พอสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อภาวะการณ์ต่างๆ ทรงตัวไม่มีการเปลี่ยนแปลง

ดังนั้น ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มีความเห็นว่าจากภาวะการณ์เช่นนี้คาดว่าในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบันหรือชะลอตัวลงเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่ดี

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย