

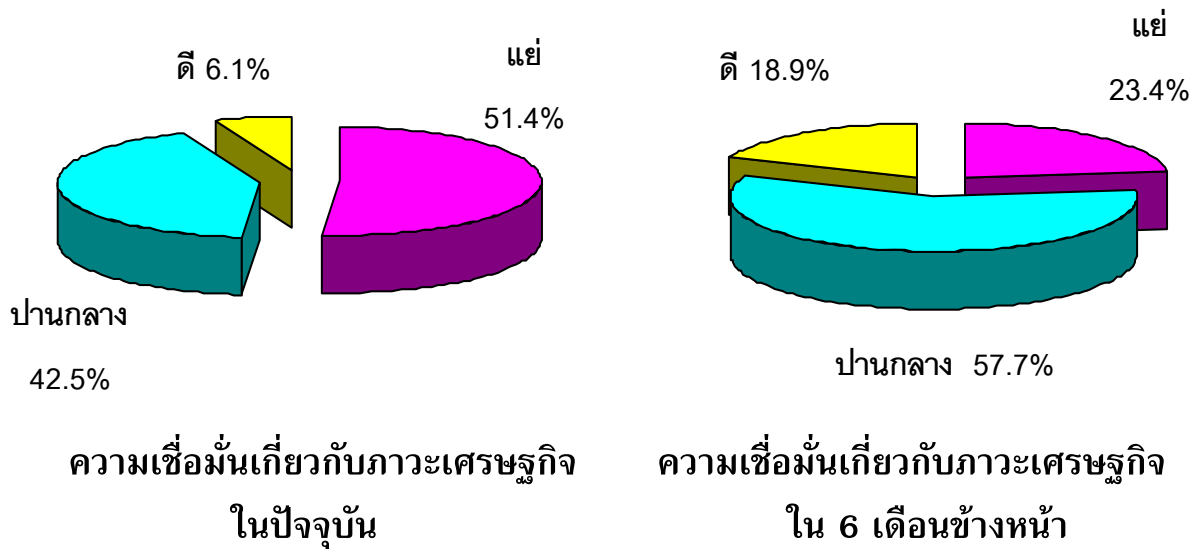


# ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index

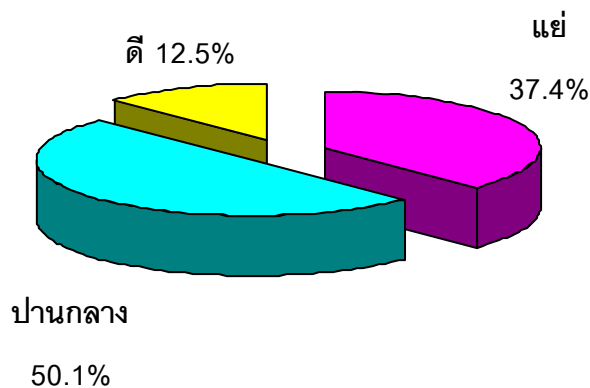
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมกราคม 2544  
“ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2543”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



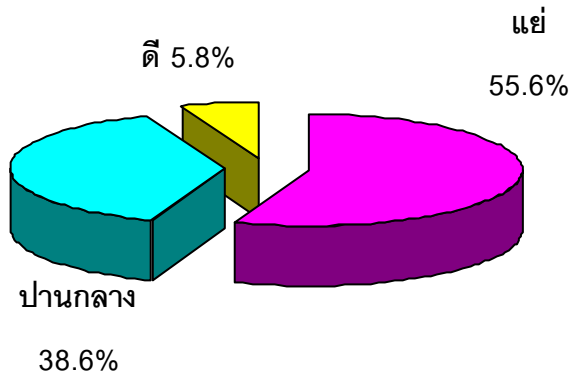
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



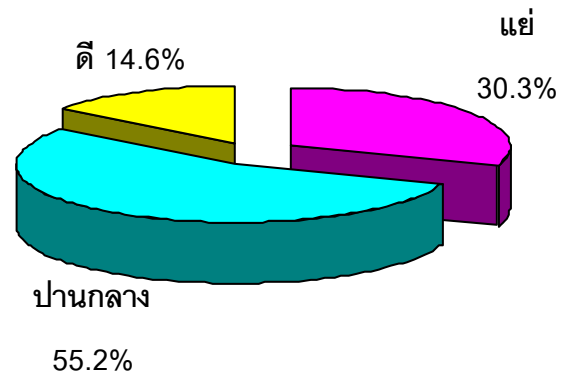
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 75.0

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

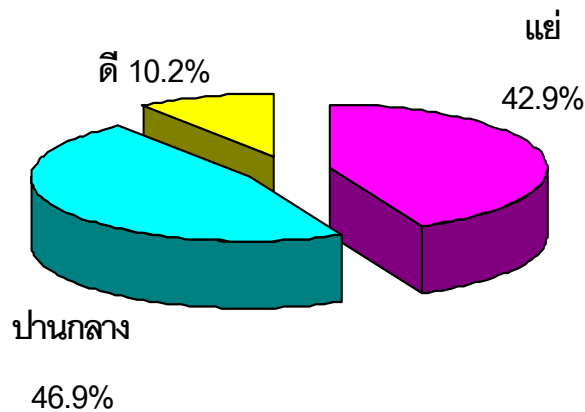


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

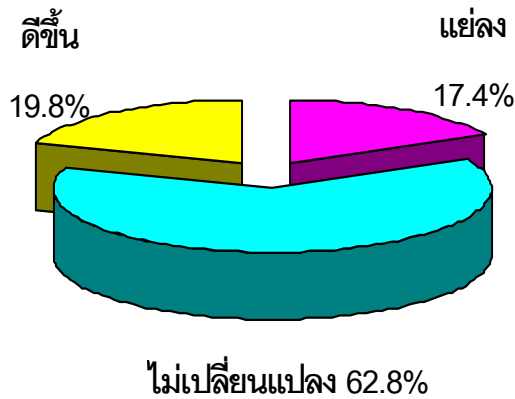
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับที่ไม่ดี



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **67.2**

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **102.4**

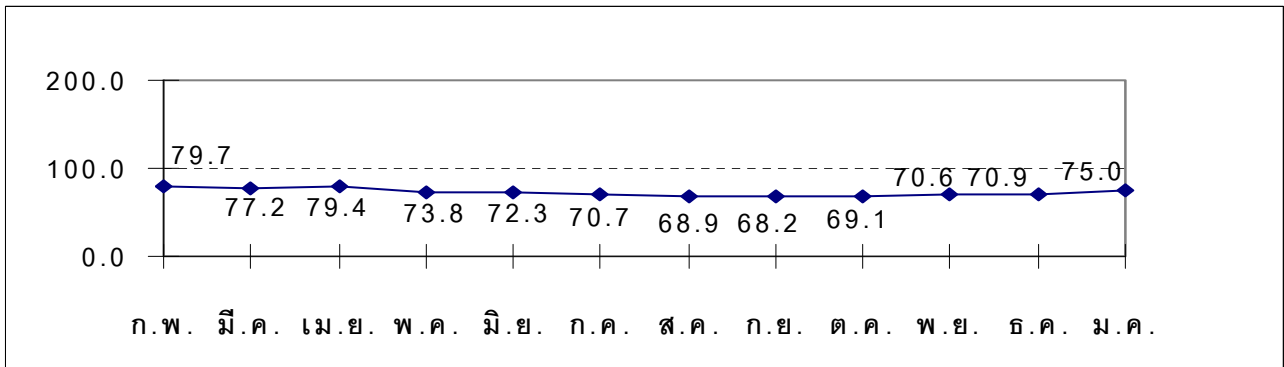
### ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2543 ถึงมกราคม 2544

รายการ	ธันวาคม 2543 (%)			มกราคม 2544 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.8	41.7	52.5	6.1	42.5	51.4
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	16.9	54.7	28.4	18.9	57.7	23.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	5.9	35.5	58.6	5.8	38.6	55.6
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	12.7	52.2	35.1	14.6	55.2	30.3
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	18.4	62.0	19.6	19.8	62.8	17.4
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	11.3	48.2	40.5	12.5	50.1	37.4
7. โอกาสในการหางานรวม	9.3	43.9	46.8	10.2	46.9	42.9

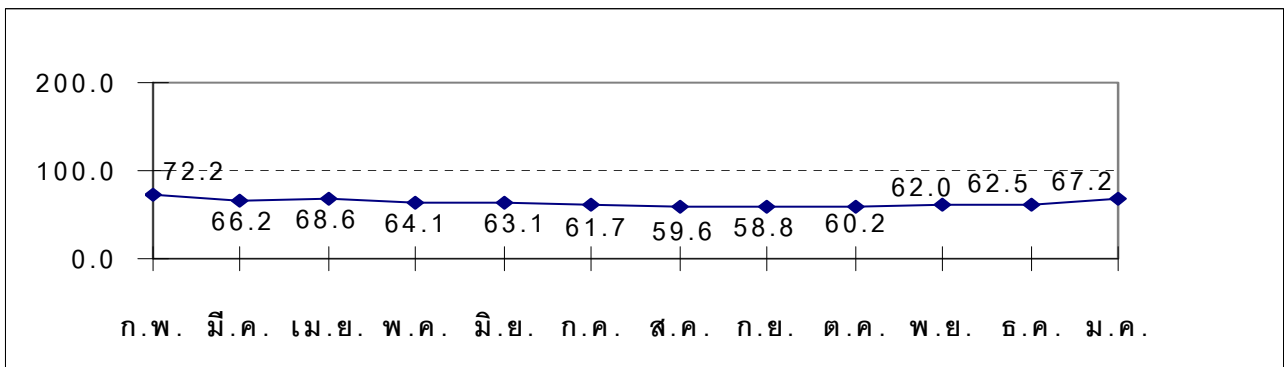
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2543 ถึงมกราคม 2544

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	68.9	68.2	69.1	70.6	70.9	75.0
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	59.6	58.8	60.2	62.0	62.5	67.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.4	96.4	97.8	99.4	98.8	102.4

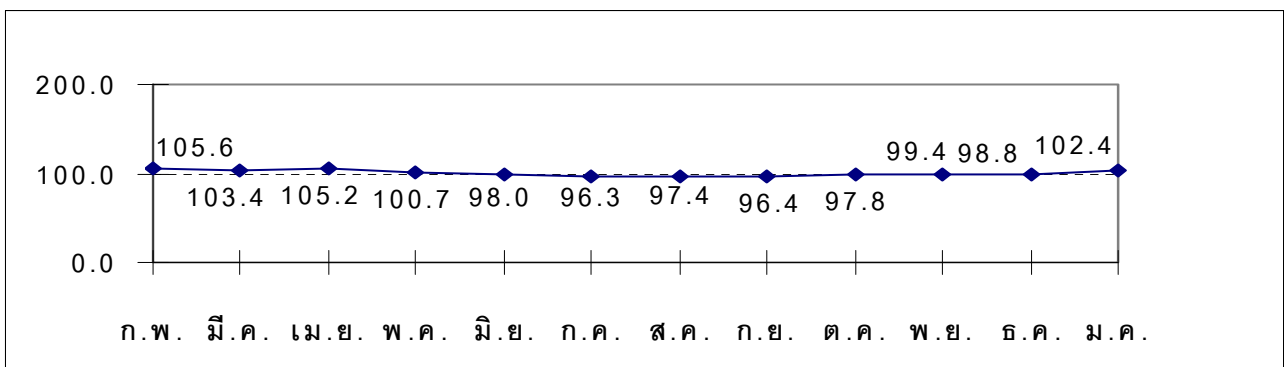
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



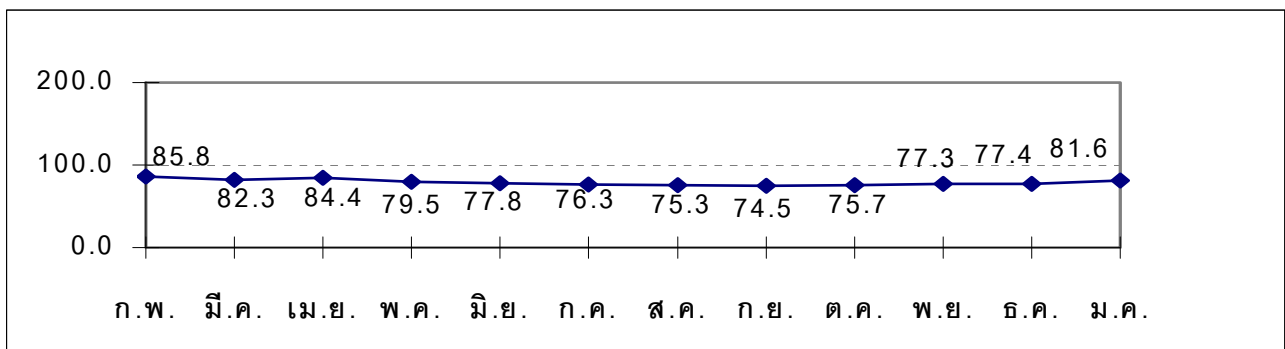
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



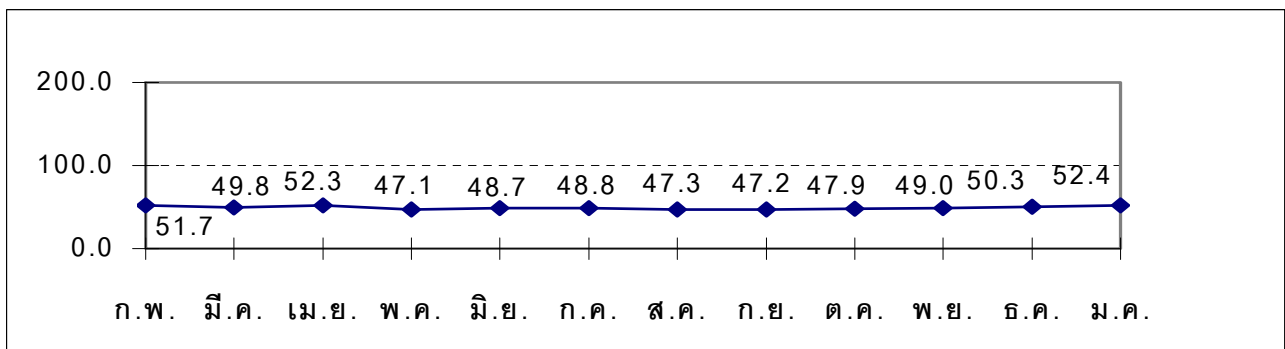
**ตารางที่ 3** ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลาเดือนสิงหาคม 2543 ถึงมกราคม 2544

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	75.3	74.5	75.7	77.3	77.4	81.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	47.3	47.2	47.9	49.0	50.3	52.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	86.6	85.3	86.9	88.9	88.3	94.1

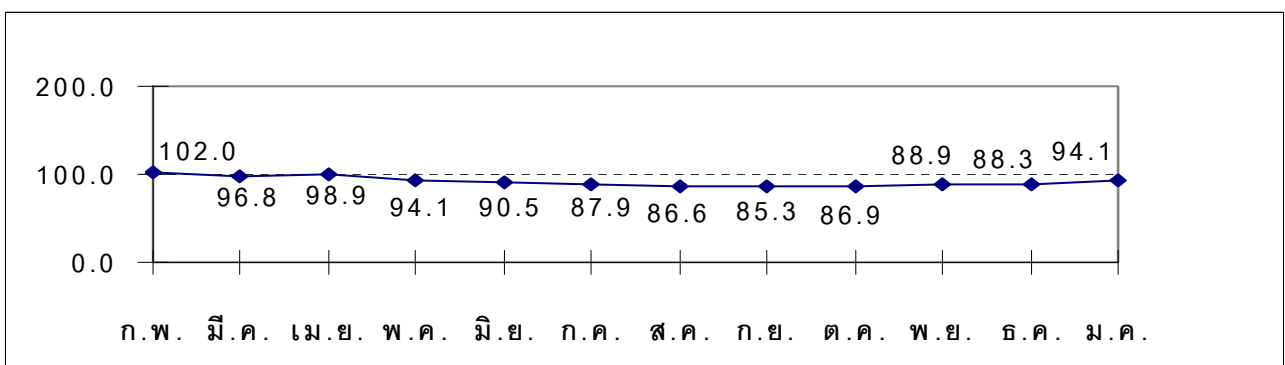
**ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม**



**ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน**



**ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต**



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2544

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนมกราคม 2544 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,728 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.5 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.5 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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2544

ในเดือนมกราคม 2544 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ผลการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรปรากฏว่าพรรคไทยรักไทยได้รับเสียงข้างมากในสภาผู้แทนราษฎรและได้เป็นพรรคแกนนำในการจัดตั้งรัฐบาลใหม่
2. ในเดือนมกราคม SET Index ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ 63.58 จุด โดยปรับเพิ่มสูงขึ้นจาก 269.19 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม เป็น 332.77 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม
3. ในเดือนมกราคม ค่าเงินบาทปรับตัวแข็งขึ้นเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับตัวจากระดับ 43.262 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม เป็น 42.568 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม
4. ธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงใช้นโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ได้ปรับลดอัตราดอกเบี้ยขาขึ้นของเศรษฐกิจไทยในปี 2544 จากเดิม 4.0 - 4.5% เป็น 3.0 - 4.5%
2. ในเดือนมกราคม ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยประมาณ 30 สตางค์ต่อลิตร ทั้งน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่วและน้ำมันดีเซลปรับลดลง โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออก

แทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวจาก 15.59 และ 13.14 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม ไปอยู่ที่ระดับ 15.99 และ 13.44 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม

3. มีความกังวลเรื่องการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยมากขึ้น
4. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
5. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังไม่มีแนวโน้มที่จะปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้นในระยะสั้น

## การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นทุกรายการเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2543 ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและความคาดหวังที่มีต่อรัฐบาลใหม่ในการแก้ไขและพลิกฟื้นภาวะเศรษฐกิจให้มีการปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้จะสังเกตได้จากการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นในเรื่องต่างๆ ในอนาคตจะปรับตัวสูงขึ้นมาก สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ มีดังนี้

### 1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 75.0 เทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 70.9 ทั้งนี้ ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.5% 50.1% และ 37.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.3% 48.2% และ 40.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 54.6 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 53.3 ซึ่งในเดือนมกราคมนี้ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 42.5% และ 51.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.8% 41.7% และ 52.5% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนมกราคมอยู่ในระดับที่ยังไม่ดีและทรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนธันวาคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมกราคมอยู่ในระดับประมาณ 95.4 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 88.4 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 18.9% 57.7% และ 23.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.9% 54.7% และ 28.4% ตามลำดับ

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นว่าในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังไม่ได้ปรับตัวดีขึ้น แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความหวังในเชิงจิตวิทยาว่ารัฐบาลใหม่อาจสามารถแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้นได้ ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตปรับตัวสูงขึ้นใกล้เคียงระดับ 100 อีกครั้ง

จะสังเกตได้ว่าในเดือนนี้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจปรับตัวดีขึ้นทุกรายการและอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2543 เป็นต้นมา (ซึ่งเป็นเดือนที่ปัญหาการคาน้ำมันสูงขึ้นจนทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องในปีที่ผ่านมา) ซึ่งนับว่าเป็นจุดสังเกตและสัญญาณทดสอบว่าการบริโภคในประเทศอาจเริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องและยั่งยืนตั้งแต่บัดนี้เป็นต้นไป

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
มกราคม 2544	75.0	54.6	95.4

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
<b>มกราคม</b>	<b>2544</b>	<b>75.0</b>	<b>54.6</b>	<b>95.4</b>

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 67.2 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 62.5 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.2% 46.9% และ 42.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.3% 43.9% และ 46.8% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมกราคมอยู่ในระดับประมาณ 50.2 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 47.3 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่าการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.8% 38.6% และ 55.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 5.9% 35.5% และ 58.6% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมกราคมอยู่ในระดับประมาณ 84.3 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 47.3 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.6% 55.2% และ 30.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.7% 52.2% และ 35.1% ตามลำดับ **จะสังเกตได้ว่า การปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำนั้นจะปรับตัวไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจ**

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
<b>มกราคม 2544</b>	<b>67.2</b>	<b>50.2</b>	<b>84.3</b>

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
<b>ไตรมาสที่ 4 2543</b>	<b>61.5</b>	<b>46.0</b>	<b>77.0</b>
<b>มกราคม 2544</b>	<b>67.2</b>	<b>50.2</b>	<b>84.3</b>

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมกราคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 102.4 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 98.8 แสดงว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากดัชนียังคงในระดับใกล้เคียงกับระดับ 100 โดยในเดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และ แ่ลง ประมาณ 19.8% 62.8% และ 17.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และ แ่ลง ประมาณ 18.4% 62.0% และ 19.6% ตามลำดับ

ในเดือนนี้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นสูงกว่าระดับ 100 เป็นครั้งแรกในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2543 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นสัญญาณที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น การปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตจะเป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้นตามความคาดหวังในภาวะเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งอาจไม่ยั่งยืนได้หากการปรับตัวของภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่ดีขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบันหรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
มกราคม 2544	102.4

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
<b>มกราคม</b>	<b>2544</b>	<b>102.4</b>

### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมกราคม 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2544 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2544 เมื่อนำดัชนีประเภทย่อยต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 50.3 ในเดือนธันวาคมเป็นระดับ 52.4 ในเดือนมกราคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 88.3 ในเดือนธันวาคมเป็นระดับ 94.1 ในเดือนมกราคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันจากเดือนธันวาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 77.4 เป็น 81.6 ในเดือนมกราคม

จะสังเกตได้ว่าในเดือนนี้ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นทุกรายการและอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2543 เป็นต้นมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตที่ปรับตัวใกล้เคียงระดับ 100 อีกครั้งแสดงว่าผู้บริโภคเริ่มมีความหวังว่าภาวะการณต่างๆ อาจเริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ โอกาสงานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมีความต้องการออมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
<b>มกราคม 2544</b>	<b>81.6</b>	<b>52.4</b>	<b>94.1</b>

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
<b>มกราคม 2544</b>	<b>81.6</b>	<b>52.4</b>	<b>94.1</b>

## สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2544 ดัชนีทุกประเภทอยู่ในระดับปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนก่อน โดยดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นสูงกว่าระดับ 100 เป็นครั้งแรกในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2543 เป็นต้นมา และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจทุกรายการอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2543 เป็นต้นมา

สัญญาณการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ทุกรายการ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเริ่มปรับตัวดีขึ้น ซึ่งอาจจะเป็นผลมาจากการที่ผู้บริโภคเห็นว่าเหตุการณ์ต่างๆ คงจะไม่แย่ไปกว่านี้ จึงมีความเห็นเกี่ยวกับภาวะการณ์ต่างๆ ว่าจะทรงตัวหรือดีขึ้นเล็กน้อย นอกจากนี้ อาจเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและความคาดหวังที่มีต่อรัฐบาลใหม่ในการแก้ไขและพลิกฟื้นภาวะเศรษฐกิจให้มีการปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้ จะสังเกตได้จาก การปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นในเรื่องต่างๆ ในอนาคตจะปรับตัวสูงขึ้นมาก

**การปรับตัวของดัชนีในเดือนนี้ ยังเร็วเกินไปที่จะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะการณ์ต่างๆ ในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องอีกครั้ง แม้ว่าเริ่มมีสัญญาณที่แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเริ่มปรับตัวดีขึ้น คงจะต้องดูการเปลี่ยนแปลงของดัชนีในเดือนต่อไปว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะต่างๆ จะเป็นอย่างไร (ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือไม่)**

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มีความเห็นว่าจากภาวะการณ์เช่นนี้คาดว่าในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบันหรืออาจปรับการบริโภคเพิ่มขึ้นเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย