

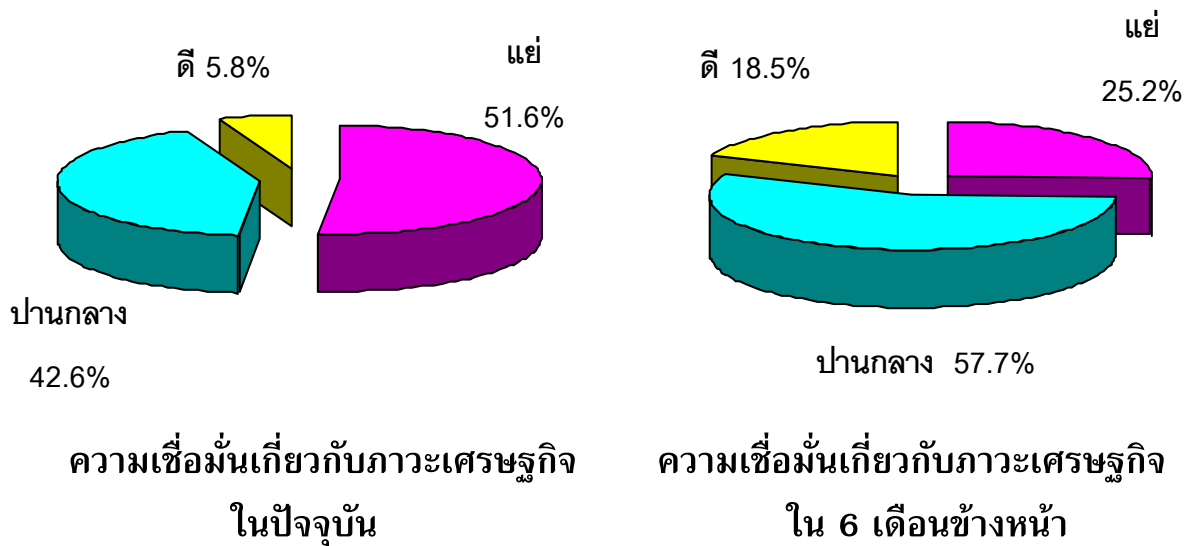
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index



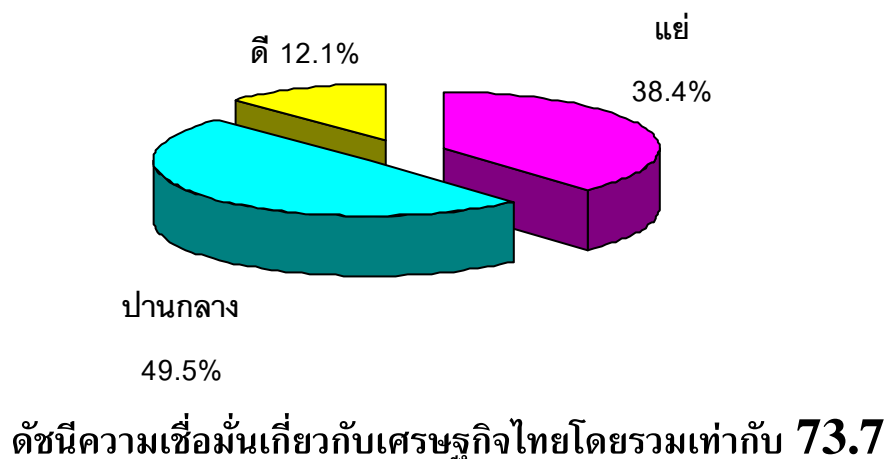
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกุมภาพันธ์ 2544
“ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคม 2544”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า

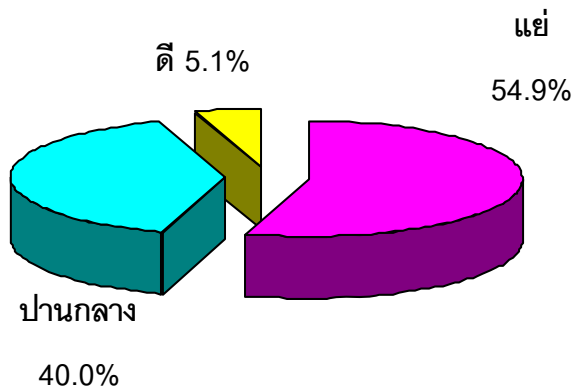


ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง

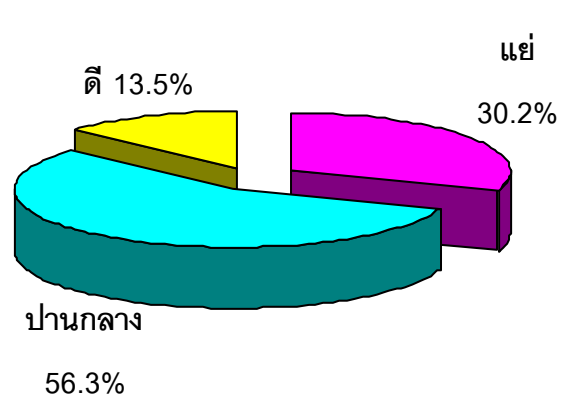


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

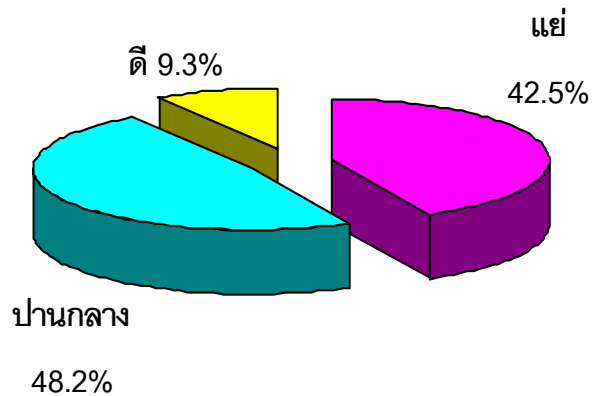


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

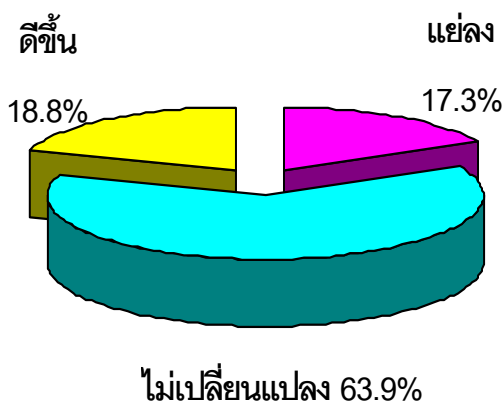
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **66.8**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **101.5**

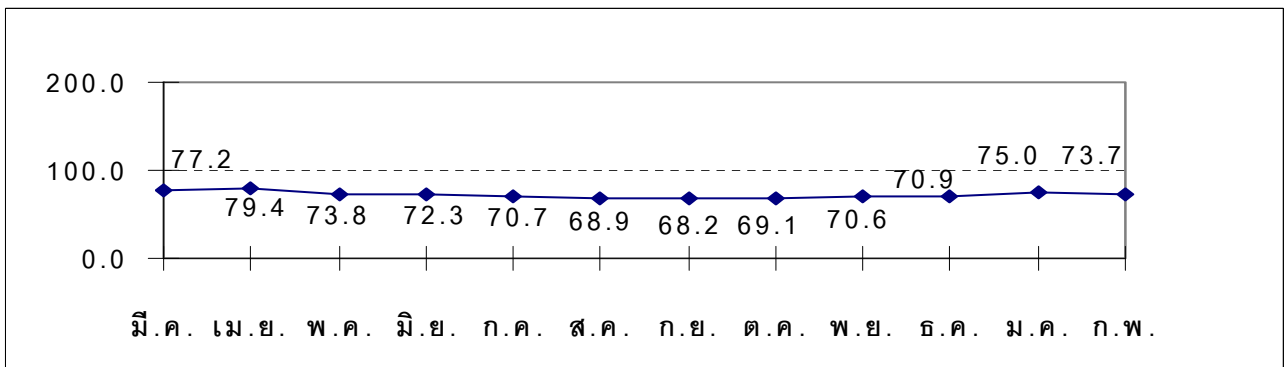
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ 2544

รายการ	มกราคม 2544 (%)			กุมภาพันธ์ 2544 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่ง/ แย่งลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่ง/ แย่งลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	6.1	42.5	51.4	5.8	42.6	51.6
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	18.9	57.7	23.4	18.5	56.3	25.2
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	5.8	38.6	55.6	5.1	40.0	54.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	14.6	55.2	30.3	13.5	56.3	30.2
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	19.8	62.8	17.4	18.8	63.9	17.3
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	12.5	50.1	37.4	12.1	49.5	38.4
7. โอกาสในการหางานรวม	10.2	46.9	42.9	9.3	48.2	42.5

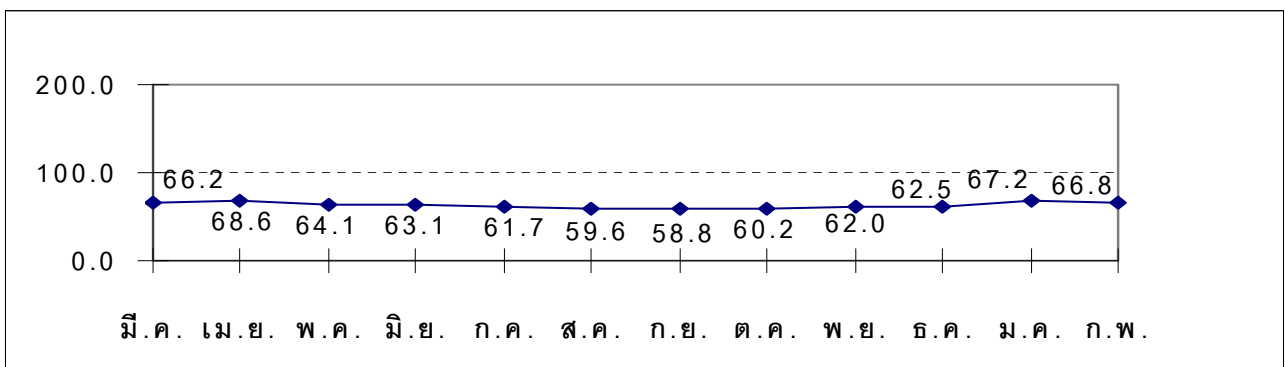
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2543 ถึงกุมภาพันธ์ 2544

รายการ	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	68.2	69.1	70.6	70.9	75.0	73.7
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	58.8	60.2	62.0	62.5	67.2	66.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.4	97.8	99.4	98.8	102.4	101.5

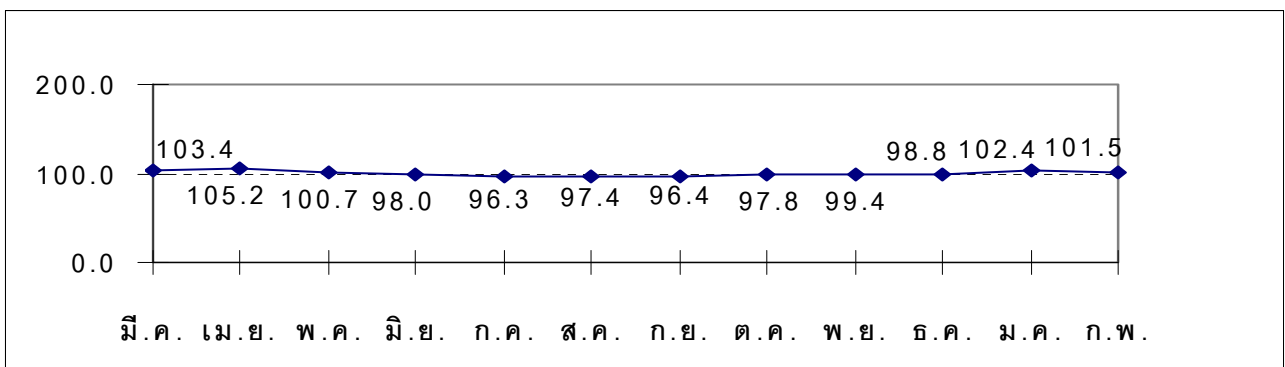
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



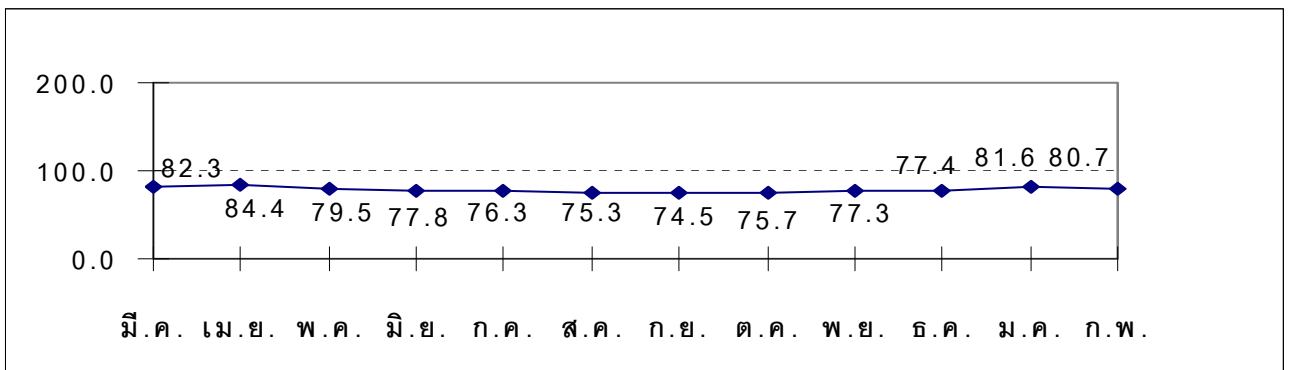
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



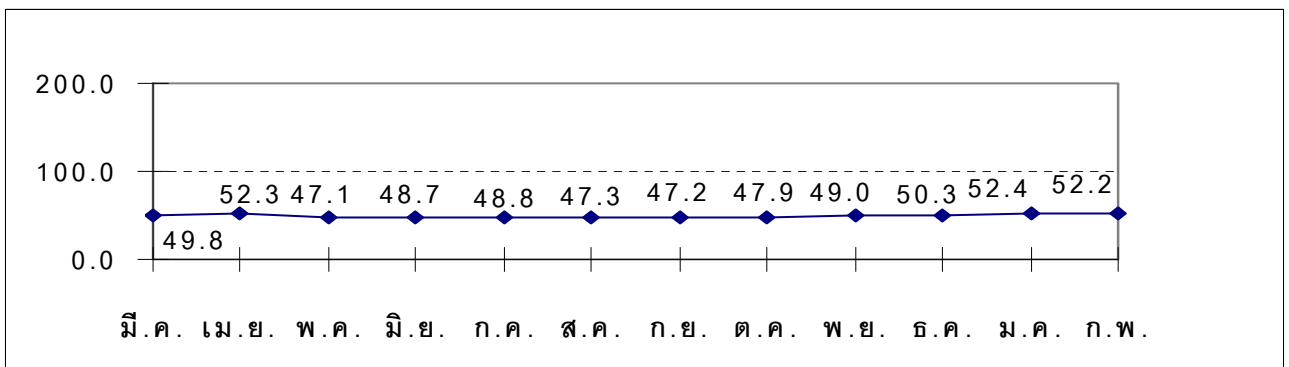
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลาเดือนกันยายน 2543 ถึงกุมภาพันธ์ 2544

รายการ	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	74.5	75.7	77.3	77.4	81.6	80.7
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	47.2	47.9	49.0	50.3	52.4	52.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.3	86.9	88.9	88.3	94.1	92.7

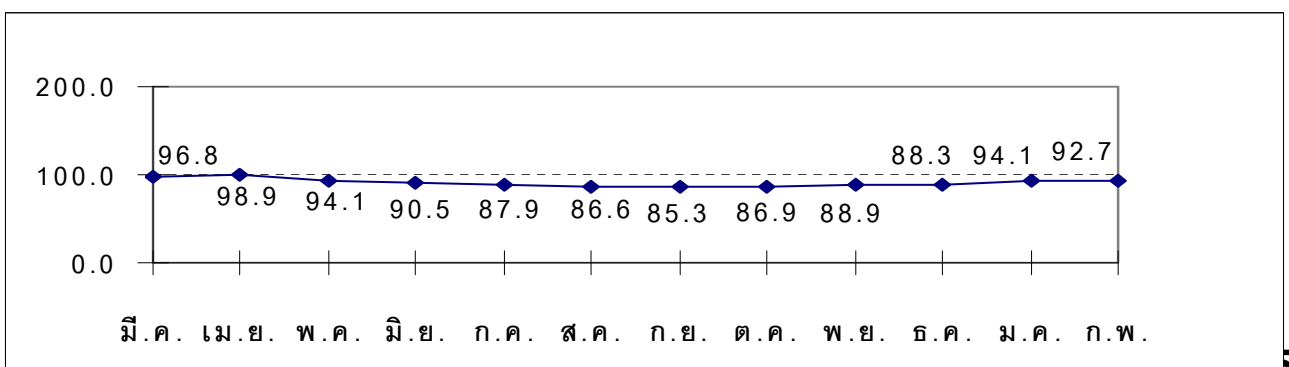
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2544

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,752 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.0 และต่างจังหวัดร้อยละ 60.0 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2544

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. รัฐบาลบาลใหม่ภายใต้การนำของพรรคไทยรักไทยเข้าบริหารประเทศ
2. รัฐบาลให้ความจริงจังกกับการจัดตั้ง AMC แห่งชาติไปสู่การปฏิบัติเพื่อแก้ไขปัญหาระบบสถาบันการเงิน
3. ธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงใช้นโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. กระทรวงพาณิชย์ระบุว่าในเดือนมกราคม 2544 ประเทศไทยขาดดุลการค้าเป็นครั้งแรกในรอบ 40 เดือน โดยการส่งออกและการนำเข้ามีมูลค่าประมาณ 5,213 และ 5,556 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวประมาณ -3.28% และ 34.84% ตามลำดับ ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 343 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
2. ธนาคารนิชย์ปรับลดอัตราดอกเบี้ยเงินฝากและเงินกู้ลงประมาณ 0.5%
3. ในเดือนกุมภาพันธ์ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับตัวสูงขึ้นเล็กน้อยประมาณ 30 สตางค์ต่อลิตร ขณะที่ราคาน้ำมันดีเซลปรับลดลงประมาณ 40 สตางค์ต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และ

น้ำมันดีเซลปรับตัวจาก 15.99 และ 13.44 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม ไปอยู่ที่ระดับ 16.29 และ 12.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์

4. ความกังวลเรื่องการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยยังคงเกิดขึ้น
5. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
6. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคม 2544 ซึ่งเป็นผลมาจากการขาดดุลการค้าในเดือนมกราคมและการปรับลดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์ลง 0.5% สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 73.7 เทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 75.0 ทั้งนี้ ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.1% 49.5% และ 38.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.5% 50.1% และ 37.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 54.2 ปรับตัวลดลงจากเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 54.6 ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.8% 42.6% และ 51.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 42.5% และ 51.4% ตามลำดับแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนกุมภาพันธ์อยู่ในระดับที่ยังไม่ดีและทรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนมกราคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกุมภาพันธ์อยู่ในระดับประมาณ 93.3 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 95.4 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 18.5% 56.3% และ 25.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 18.9% 57.7% และ 23.4% ตามลำดับ

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นว่าในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังไม่ได้ปรับตัวดีขึ้น แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีความหวังในเชิงจิตวิทยาว่ารัฐบาลใหม่อาจสามารถแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้นได้ ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตปรับตัวสูงขึ้นใกล้เคียงระดับ 100 อย่างไรก็ตาม ในเดือนนี้มีปัจจัยลบเกิดขึ้นค่อนข้างมาก ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตปรับตัวลดลงจากเดือนที่แล้ว

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2544	73.7	54.2	93.3

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
ม.ค.-ก.พ. 2544	74.4	54.4	94.3

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 66.8 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 67.2 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 9.3% 48.2% และ 42.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 10.2% 46.9% และ 42.9% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกุมภาพันธ์อยู่ในระดับประมาณ 50.3 ทรงตัวเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 50.2 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.1% 40.0% และ 54.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 5.8% 38.6% และ 55.6% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกุมภาพันธ์อยู่ในระดับประมาณ 83.3 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 84.3 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 13.5% 56.3% และ 30.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 14.6% 55.2% และ 30.3% ตามลำดับ **จะสังเกตได้ว่า การปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำนั้นจะปรับตัวไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจ**

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
มกราคม 2544	67.2	50.2	84.3
กุมภาพันธ์ 2544	66.8	50.3	83.3

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
ม.ค.-ก.พ. 2544	67.0	50.2	83.8

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตยังคงอยู่ในระดับที่เกินกว่า 100 โดยอยู่ที่ระดับประมาณ 101.5 ปรับตัวลดลงจากเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 102.4 แสดง

ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากดัชนียังคงในระดับเกิน 100 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 18.8% 63.9% และ 17.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 19.8% 62.8% และ 17.4% ตามลำดับ

ในเดือนมกราคม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นสูงกว่าระดับ 100 เป็นครั้งแรก นับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2543 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นสัญญาณที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แม้ว่าในเดือนนี้ดัชนีมีการปรับตัวลดลงแต่ยังคงเกินระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงมีความมั่นใจว่ารายได้ของตนในอนาคตยังไม่เปลี่ยนแปลง แต่จะสังเกตได้ว่า การปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตจะเป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้นตามความคาดหวังในภาวะเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งอาจไม่ยั่งยืนได้หากการปรับตัวของภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันไม่ดีขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม การที่ดัชนีนี้ยังคงอยู่ในระดับที่เกินกว่า 100 ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบันหรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่เริ่มปรับตัวดีขึ้น

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2544	101.5

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
ม.ค.-ก.พ. 2544	102.0

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกุมภาพันธ์ 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเล็กน้อยจากระดับ 52.4 ในเดือนมกราคมเป็นระดับ 52.2 ในเดือนกุมภาพันธ์ และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 94.1 ในเดือนมกราคมเป็นระดับ 92.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวลดลงเช่นกันจากเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 81.6 เป็น 80.7 ในเดือนกุมภาพันธ์

จะสังเกตได้ว่าในเดือนนี้ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงทุกรายการ แต่ค่าเฉลี่ยของดัชนีต่างๆ ในช่วง 2 เดือนแรกยังคงอยู่ในระดับสูงนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2543 เป็นต้นมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคใน

อนาคตที่ยังปรับตัวใกล้เคียงระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังมีความหวังว่าภาวะการณ์ต่างๆ อาจเริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมีความต้องการออมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
มกราคม 2544	81.6	52.4	94.1
กุมภาพันธ์ 2544	80.7	52.2	92.7

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
ม.ค.-ก.พ. 2544	81.1	52.3	93.4

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ดัชนีทุกประเภทอยู่ในระดับปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนก่อน ตามปัจจัยลบที่เกิดขึ้นมากในเดือนนี้ โดยเฉพาะเรื่องการขาดดุลการค้าในเดือนมกราคม 2544 (ซึ่งเป็นการขาดดุลการค้าครั้งแรกในรอบหลายเดือนที่ผ่านมา) และการปรับลดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารพาณิชย์เป็นสำคัญ

การปรับตัวลดลงของดัชนีในเดือนนี้เทียบกับการปรับตัวที่สูงขึ้นมากของดัชนีในเดือนที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังมีความเปราะบางและมีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้ง่ายตามภาวะการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในช่วง 5 เดือนที่ผ่านมายังแสดงแนวโน้มที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างช้าๆ แต่ (อีกครั้ง) ยังเร็วเกินไปที่จะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะปรับตัวดีขึ้นอย่างยั่งยืน คงจะต้องดูการเปลี่ยนแปลงของดัชนีในเดือนต่อไปว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะต่างๆ จะเป็นอย่างไร (ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือไม่)

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่เกินระดับ 100 และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ใกล้ระดับ 100 นั้นแสดงว่าผู้บริโภคยังมีความมั่นใจว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงไป ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ คาดว่าในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบันหรืออาจปรับการบริโภคเพิ่มขึ้นเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่แสดงแนวโน้มของการปรับตัวที่ดีขึ้นเล็กน้อย

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

