

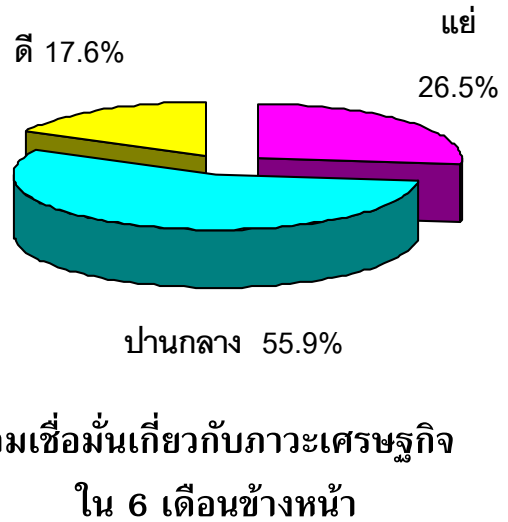
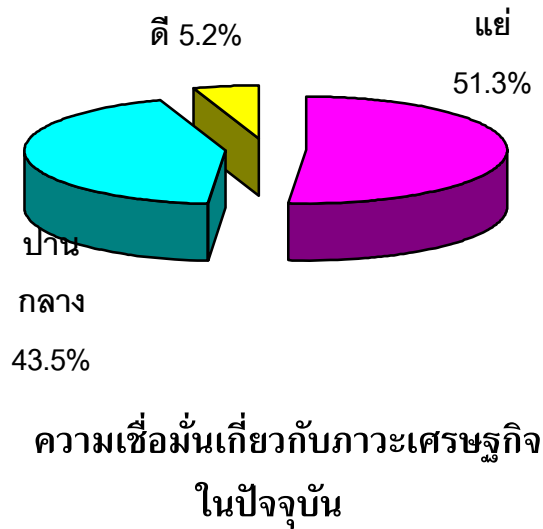


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index

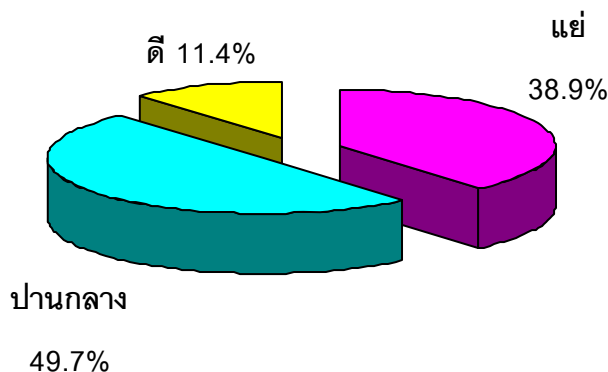
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมีนาคม 2544
“ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2544”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



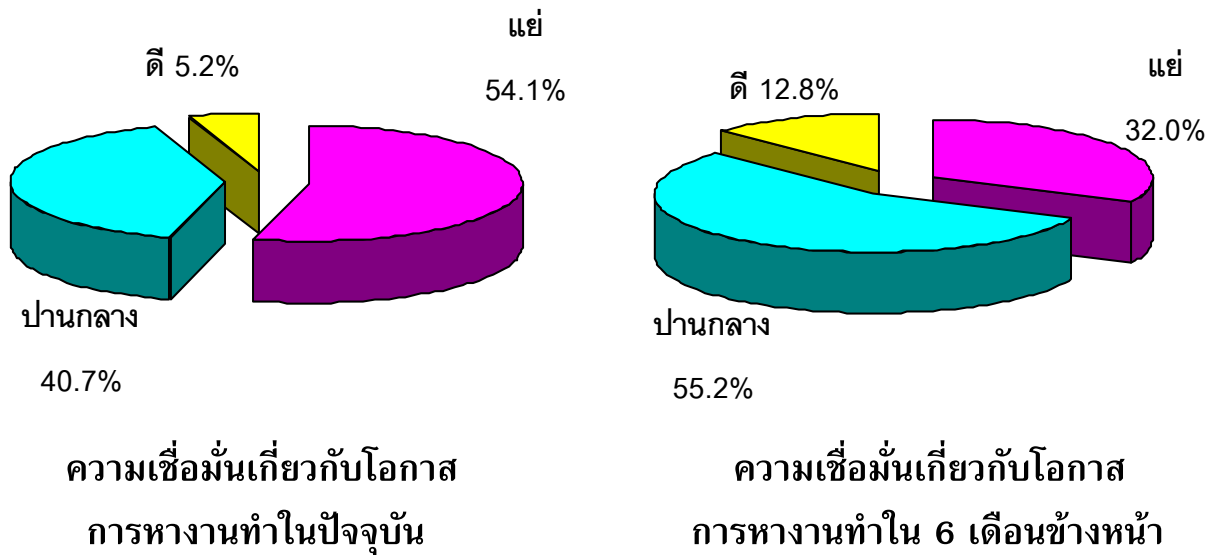
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



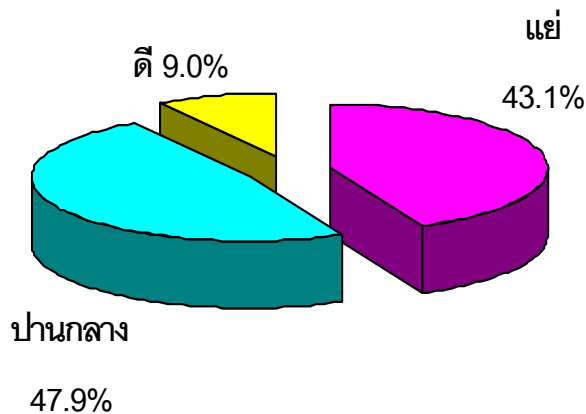
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ **72.5**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



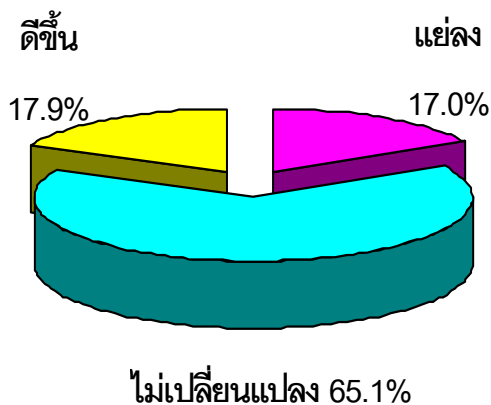
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **65.9**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **100.9**

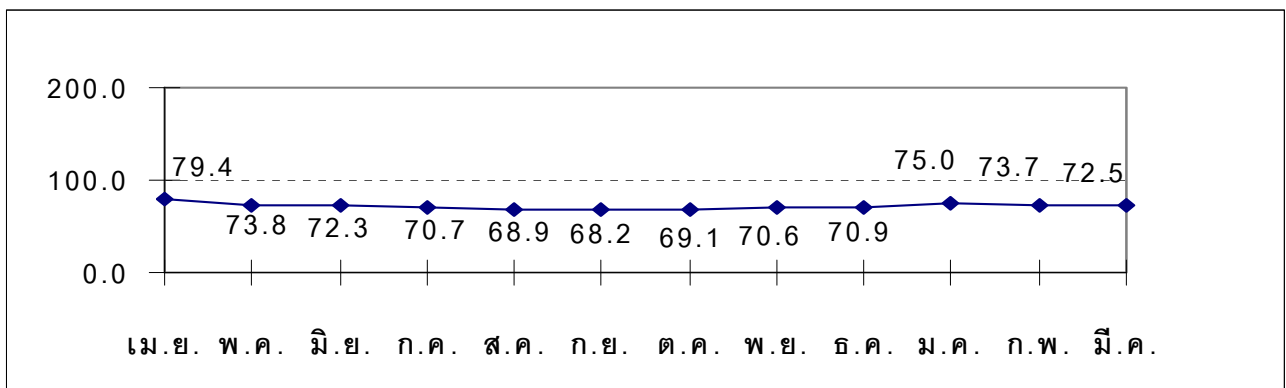
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2544

| รายการ | กุมภาพันธ์ 2544 (%) | | | มีนาคม 2544 (%) | | |
|--------------------------------------------|---------------------|---------------------------------|---------------|-----------------|---------------------------------|---------------|
| | ดี/ ดีขึ้น | ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง | แย่/ แย่ลง | ดี/ ดีขึ้น | ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง | แย่/ แย่ลง |
| 1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน | 5.8 | 42.6 | 51.6 | 5.2 | 43.5 | 51.3 |
| 2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า | 18.5 | 56.3 | 25.2 | 17.6 | 55.9 | 26.5 |
| 3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน | 5.1 | 40.0 | 54.9 | 5.2 | 40.7 | 54.1 |
| 4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า | 13.5 | 56.3 | 30.2 | 12.8 | 55.2 | 32.0 |
| 5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า | 18.8 | 63.9 | 17.3 | 17.9 | 65.1 | 17.0 |
| 6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม | 12.1 | 49.5 | 38.4 | 11.4 | 49.7 | 38.9 |
| 7. โอกาสในการหางานรวม | 9.3 | 48.2 | 42.5 | 9.0 | 47.9 | 43.1 |

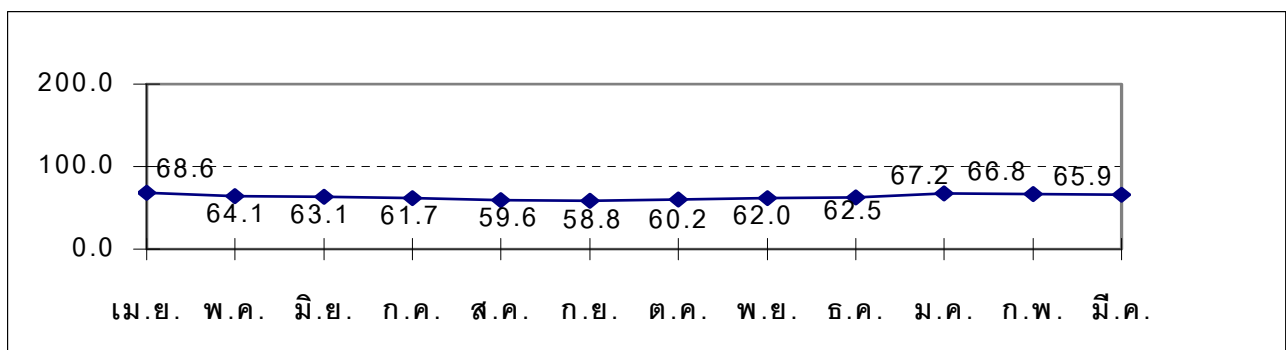
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2543 ถึงมีนาคม 2544

| รายการ | ตุลาคม | พฤศจิกายน | ธันวาคม | มกราคม | กุมภาพันธ์ | มีนาคม |
|-----------------------------------------------|--------|-----------|---------|--------|------------|--------|
| 1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม | 69.1 | 70.6 | 70.9 | 75.0 | 73.7 | 72.5 |
| 2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน | 60.2 | 62.0 | 62.5 | 67.2 | 66.8 | 65.9 |
| 3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต | 97.8 | 99.4 | 98.8 | 102.4 | 101.5 | 100.9 |

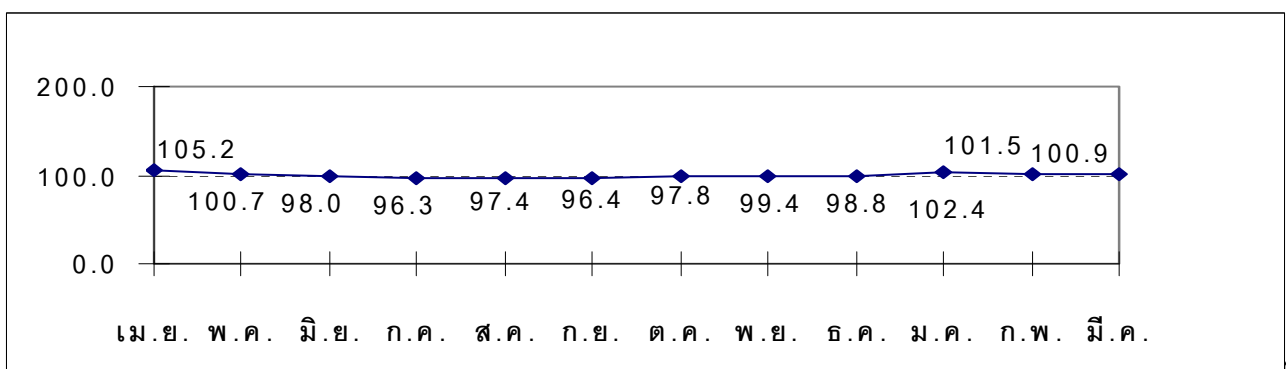
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



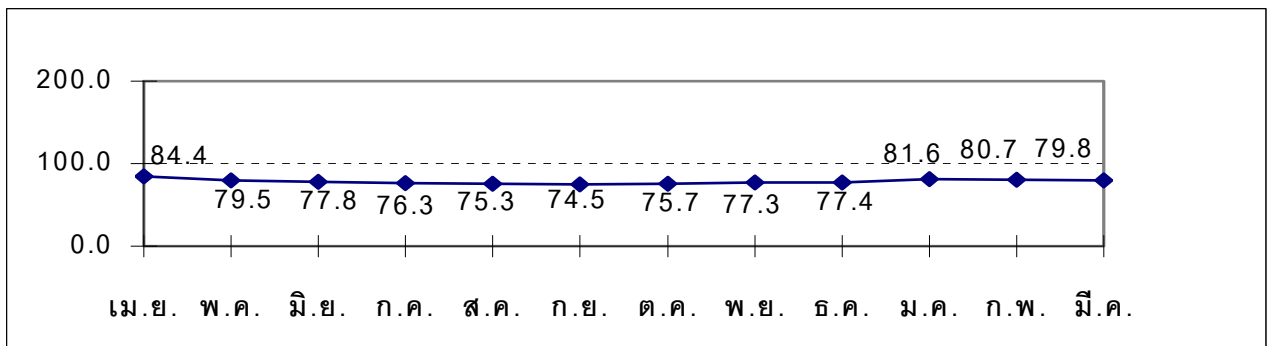
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



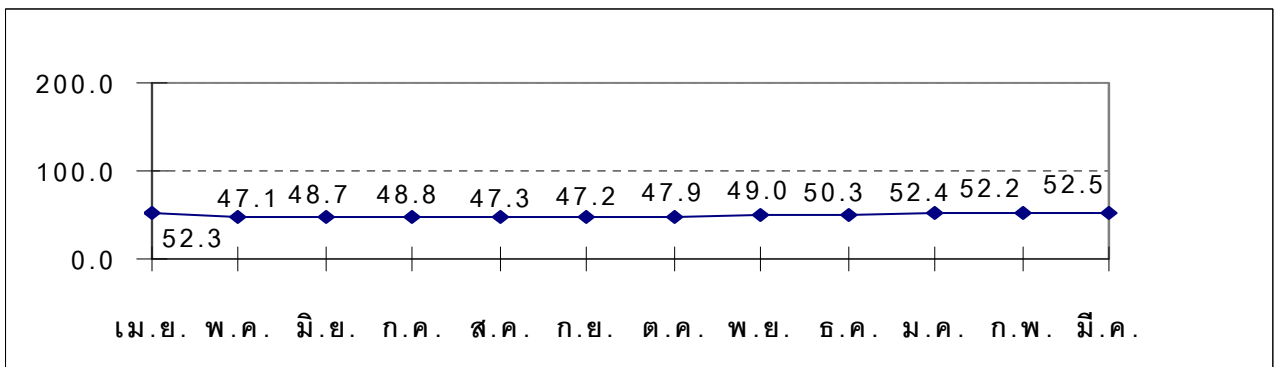
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลาเดือนตุลาคม 2543 ถึงมีนาคม 2544

| รายการ | ตุลาคม | พฤศจิกายน | ธันวาคม | มกราคม | กุมภาพันธ์ | มีนาคม |
|---------------------------------------------|--------|-----------|---------|--------|------------|--------|
| 1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม | 75.7 | 77.3 | 77.4 | 81.6 | 80.7 | 79.8 |
| 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน | 47.9 | 49.0 | 50.3 | 52.4 | 52.2 | 52.5 |
| 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต | 86.9 | 88.9 | 88.3 | 94.1 | 92.7 | 90.9 |

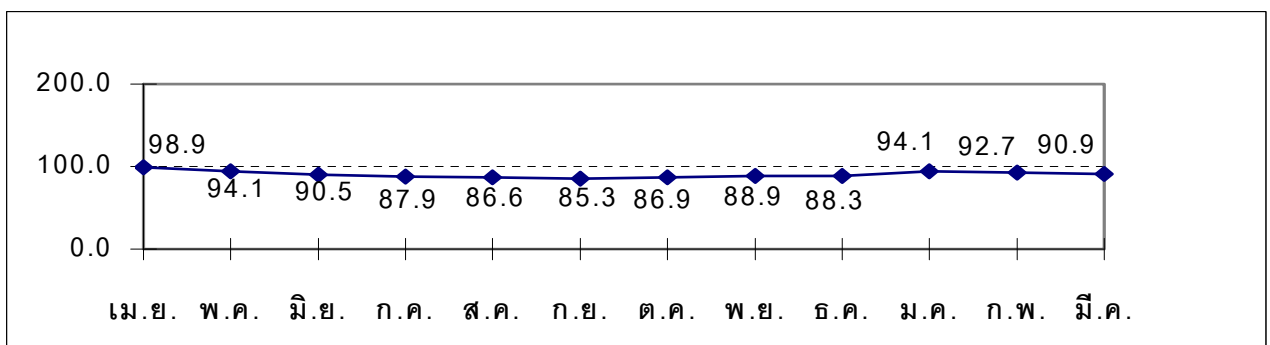
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2544

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนมีนาคม 2544 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,726 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.6 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.4 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.3 และ 50.7 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

- 1) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่สูงกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการดำเนินงานจะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการดำเนินงานจะไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการดำเนินงานจะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2544

ในเดือนมีนาคม 2544 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. รัฐบาลมีแผนการปรับระบบการเลื่อนขึ้นเงินเดือนของข้าราชการจากปีละ 1 ครั้ง มาเป็นปีละ 2 ครั้ง เริ่มเดือนเมษายน ศกนี้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของข้าราชการ
2. โครงการพักหนี้เกษตรกรรายย่อยและ 30 บาทรักษาทุกโรค จะมีผลในทางปฏิบัติในเดือนเมษายน
3. การจัดตั้งบรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย (TAMC) เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และระบบสถาบันการเงินเป็นรูปธรรมมากขึ้น
4. รัฐบาลมีแผนการกระตุ้นและฟื้นฟูภาคก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย
5. ธนาคารแห่งประเทศไทยยังคงใช้นโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ได้ปรับประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2544 จากเดิมที่ ระดับ 4.0-4.5% เหลือ 3.5-4.0%
2. แม้ว่าในเดือนกุมภาพันธ์ ดุลการค้าจะเกินดุลประมาณ 218 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หลังจากที่ดุลการค้าขาดดุลในเดือนมกราคมประมาณ 282 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่มูลค่าการส่งออกในเดือน

- กุมภาพันธ์ยังคงชะลอตัวลงต่อเนื่องจากเดือนมกราคม โดยการส่งออกในเดือนกุมภาพันธ์ 2544 มีมูลค่าประมาณ 5,151 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวประมาณ -3.7% เทียบกับเดือนมกราคมที่การส่งออกมีมูลค่าประมาณ 5,040 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัวประมาณ -3.9%
3. กระทรวงพาณิชย์ปรับลดเป้าหมายการส่งออกปี 2544 ลงเหลือ 76,480 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัว 9.46% จากเป้าหมายเดิมที่ระดับ 77,800 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัว 11.3% เนื่องจากเศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง
 4. ในเดือนมีนาคม SET Index ปรับตัวลดลงประมาณ 33.26 จุด โดยปรับเพิ่มสูงขึ้นจาก 325.20 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ เป็น 291.94 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม
 5. ในเดือนมีนาคม ค่าเงินบาทปรับตัวอ่อนลงอย่างมากเมื่อเทียบกับดอลลาร์สหรัฐฯ และปรับตัวอ่อนลงใกล้เคียงกับระดับ 45 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับตัวจากระดับ 42.94 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ เป็น 44.868 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม
 6. ในเดือนมีนาคม ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับตัวลดลงประมาณ 30 สตางค์ต่อลิตร ขณะที่ราคาน้ำมันดีเซลปรับลดลงประมาณ 40 สตางค์ต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวจาก 16.29 และ 12.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ ไปอยู่ที่ระดับ 16.09 และ 13.34 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม
 7. ความกังวลเรื่องการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเศรษฐกิจของสหรัฐฯ และญี่ปุ่นที่จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยขยายวงกว้างขึ้น และในกลางเดือนนี้มีการวิพากษ์วิจารณ์กันว่าเศรษฐกิจไทยอาจเข้าสู่วิกฤติเศรษฐกิจรอบสองได้
 8. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
 9. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2544 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลงและมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจมากขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 72.5 เทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 73.7 ทั้งนี้ ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.4% 49.7% และ 38.9%

ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 12.1% 49.5% และ 38.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 53.9 ปรับตัวลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 54.2 ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.2% 43.5% และ 51.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.8% 42.6% และ 51.6% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ว่าภาวะเศรษฐกิจในเดือนมีนาคมยังอยู่ในระดับที่ไม่ดีและทรงตัวใกล้เคียงกับภาวะในเดือนกุมภาพันธ์

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคมอยู่ในระดับประมาณ 91.0 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 93.3 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 17.6% 55.9% และ 26.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 18.5% 56.3% และ 25.2% ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนพฤศจิกายนได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สิบเอ็ด (หลังจากที่ได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่า 100 นับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2543 เป็นต้นมา) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวสู่ระดับที่ดีรวมเป็นเวลาเกือบหนึ่งปีแล้ว

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำอย่างต่อเนื่องแสดงให้เห็นว่าในทัศนะของกลุ่มตัวอย่าง ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังไม่ได้ปรับตัวดีขึ้น แต่เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างยังมีความหวังในเชิงจิตวิทยาว่ารัฐบาลใหม่จะสามารถแก้ไขปัญหาทางเศรษฐกิจให้ดีขึ้นได้ ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตยังคงทรงตัวใกล้เคียงระดับ 100 อย่างไรก็ตาม ในเดือนนี้มีปัจจัยลบเกิดขึ้นค่อนข้างมาก ทำให้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องจากเดือนที่แล้ว

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเป็นรายไตรมาสจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในไตรมาสแรกของปีนี้อยู่ในระดับที่ดีกว่าความเชื่อมั่นในไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปีที่แล้ว แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ น่าจะอยู่ในระดับที่ดีกว่าครึ่งหลังของปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

| เดือน | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ | | |
|--------------------|-----------------------------------------|------------------------|---------------------|
| | ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม | ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน | ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต |
| 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 |
| มีนาคม 2544 | 72.5 | 53.9 | 91.0 |

| 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 |
| ไตรมาสที่ 1 2544 | 73.7 | 54.2 | 93.2 |

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 65.9 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 66.8 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.0% 47.9% และ 43.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.3% 48.2% และ 42.5% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม อยู่ในระดับประมาณ 51.0 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 50.3 แต่ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.2% 40.7% และ 54.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 5.1% 40.0% และ 54.9% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคมอยู่ในระดับประมาณ 80.8 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 83.3 โดยในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.8% 55.2% และ 32.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.5% 56.3% และ 30.2% ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่าการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำนั้นจะปรับตัวไปในทิศทางเดียวกับความเชื่อมั่นในภาวะเศรษฐกิจ

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเป็นรายไตรมาสจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในไตรมาสแรกของปีนี้อยู่ในระดับที่ดีกว่าความเชื่อมั่นในไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปีที่แล้ว แสดงว่าภาวะการจ้างงานในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ น่าจะอยู่ในระดับที่ดีกว่าครึ่งหลังของปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

| เดือน | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ | | |
|--------------------|----------------------------------------------|----------------------|-------------------|
| | การหางานทำโดยรวม | การหางานทำในปัจจุบัน | การหางานทำในอนาคต |
| 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 |
| มีนาคม 2544 | 65.9 | 51.0 | 80.8 |

| 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 |
| ไตรมาสที่ 1 2544 | 66.6 | 50.5 | 82.8 |

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 100.9 ปรับตัวลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 101.5 แสดงว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากดัชนียังคงในระดับเกิน 100 ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.9% 65.1% และ 17.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 18.8% 63.9% และ 17.3% ตามลำดับ

ในเดือนมีนาคม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตยังคงอยู่ในระดับที่เกินกว่า 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สาม นับตั้งแต่เดือนมกราคม 2544 เป็นต้นมา ซึ่งเป็นสัญญาณที่สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าอาจมีแนวโน้มที่ดีขึ้น แม้ว่าในเดือนนี้ดัชนีมีการปรับตัวลดลงแต่ยังคงเกินระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงมีความมั่นใจว่ารายได้ของตนในอนาคตยังไม่เปลี่ยนแปลง แต่จะสังเกตได้ว่า การปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตจะเป็นการปรับตัวเพิ่มขึ้นตามความคาดหวังในภาวะเศรษฐกิจในอนาคต ซึ่งอาจไม่ยั่งยืนได้หากการปรับตัวของภาวะเศรษฐกิจไม่ดีขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม

การที่ดัชนีนี้ยังคงอยู่ในระดับที่เกินกว่า 100 ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วง 6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบัน

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

| เดือน | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต |
|-----------------|------------------------------------------|
| 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 |
| มีนาคม 2544 | 100.9 |

| 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 |
| ไตรมาสที่ 1 2544 | 101.6 |

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2544 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2544 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 52.2 ในเดือนกุมภาพันธ์เป็นระดับ 52.5 ในเดือนมีนาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 92.7 ในเดือนกุมภาพันธ์เป็นระดับ 90.9 ในเดือนมีนาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวลดลงเช่นกันจากเดือนกุมภาพันธ์ที่อยู่ในระดับประมาณ 80.7 เป็น 79.8 ในเดือนมีนาคม

จะสังเกตได้ว่าแม้ว่าในเดือนนี้ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมปรับตัวลดลง แต่ค่าเฉลี่ยของดัชนีต่างๆ ในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้ยังคงอยู่ในระดับสูงนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2543 เป็นต้นมา โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของ

ผู้บริหารในอนาคตที่ยังปรับตัวใกล้เคียงระดับ 100 แสดงว่าผู้บริหารยังมีความหวังว่าภาวะการณต่างๆ อาจเริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริหารยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริหารยังบริหารกิจอย่างระมัดระวัง และยังมีความต้องการออมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นของผู้บริหารเป็นรายไตรมาสจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริหารเกี่ยวกับภาวะการณในปัจจุบัน และการคาดการณ์ในอนาคตในไตรมาสแรกของปีนี้อยู่ในระดับที่ดีกว่าความเชื่อมั่นในไตรมาสที่ 3 และ 4 ของปีที่แล้ว แสดงว่าภาวะการณโดยทั่วไปทั้งด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ในอนาคตในช่วงไตรมาสแรกของปีนี้น่าจะอยู่ในระดับที่ดีกว่าครึ่งหลังของปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริหาร

| เดือน | ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริหาร | | |
|--------------------|--------------------------------|-------------|-------------|
| | โดยรวม | ในปัจจุบัน | ในอนาคต |
| 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 |
| มีนาคม 2544 | 79.8 | 52.5 | 90.9 |

| 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 |
| ไตรมาสที่ 1 2544 | 80.7 | 52.4 | 92.5 |

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2544 ดัชนีทุกประเภทอยู่ในระดับปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนก่อนตามปัจจัยลบที่เกิดขึ้นมากในเดือนนี้ โดยเฉพาะเรื่องการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐและญี่ปุ่น ซึ่งส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจไทย ทำให้มีการปรับลดเป้าหมายการส่งออกและอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของปี 2544 ลง การปรับตัวลดลงของดัชนีในเดือนนี้ต่อเนื่องจากเดือนที่แล้วเทียบกับการปรับตัวที่สูงขึ้นมากของดัชนีในเดือนมกราคม แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีความเปราะบางและมีโอกาสเปลี่ยนแปลงได้ง่าย ตามภาวะการณ์ต่างๆ ที่เปลี่ยนแปลงไป

แม้ว่าทิศทางการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังคงแสดงถึงแนวโน้มที่ปรับตัวดีขึ้น (จากการพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายไตรมาส) แต่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในช่วง 2 เดือนที่ผ่านมาที่ปรับตัวลดลงเป็นสัญญาณที่ควรค่าแก่การจับตามอง เนื่องจากสถานการณ์ทางเศรษฐกิจโลกที่อยู่ในช่วงชะลอตัวลง และผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อการส่งออกและการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของไทย น่าจะเป็นปัจจัยสำคัญที่เริ่มบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคลง อย่างไรก็ตาม ยังเร็วเกินไปที่จะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะปรับตัวดีขึ้น หรือเริ่มปรับตัวลดลง คงจะต้องดูการเปลี่ยนแปลงของดัชนีในเดือนต่อไปว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะต่างๆ จะเป็นอย่างไร (ดีขึ้นอีกครั้งหรือไม่ หรือยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่สาม)

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย