

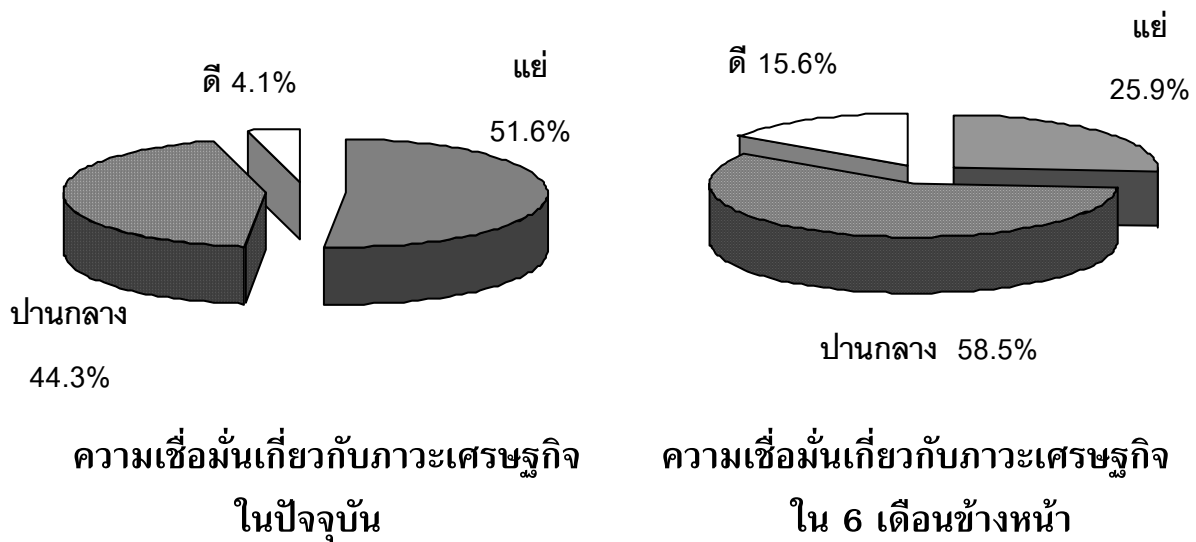


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer

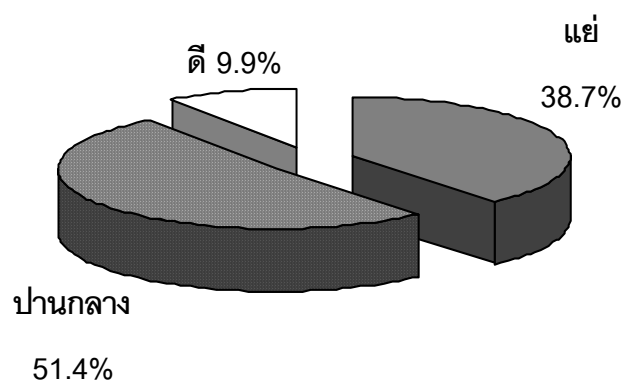
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมิถุนายน 2544 “ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2544”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



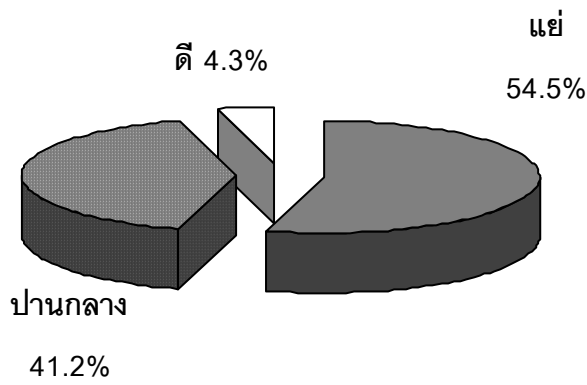
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



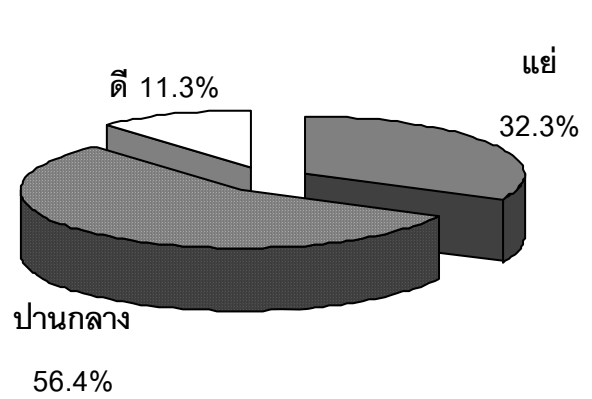
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 71.1

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

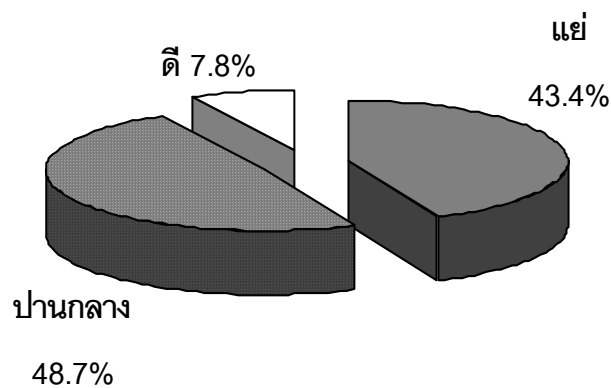


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

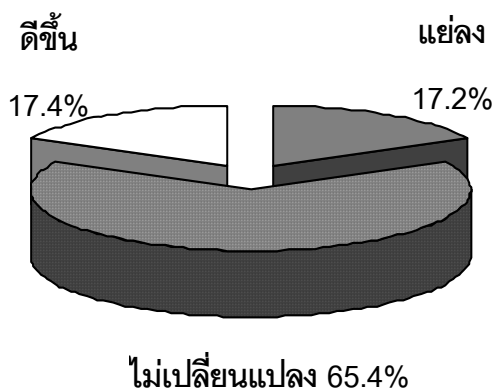
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **64.4**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **100.2**

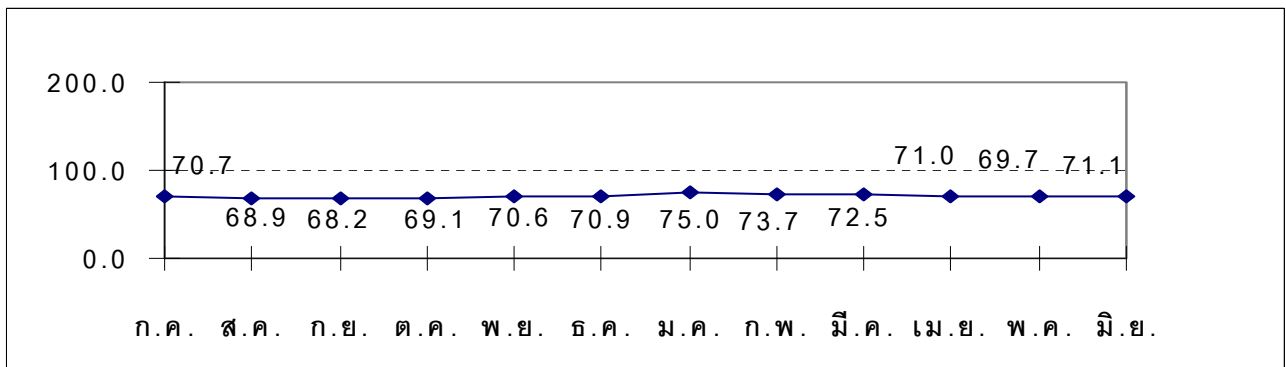
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน 2544

รายการ	พฤษภาคม 2544 (%)			มิถุนายน 2544 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.0	43.8	52.2	4.1	44.3	51.6
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	14.6	58.3	27.1	15.6	58.5	25.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	4.1	40.4	55.5	4.3	41.2	54.5
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	10.9	56.0	33.1	11.3	56.4	32.3
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	16.4	66.1	17.5	17.4	65.4	17.2
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.3	51.1	39.6	9.9	51.4	38.7
7. โอกาสในการหางานรวม	7.5	48.2	44.3	7.8	48.8	43.4

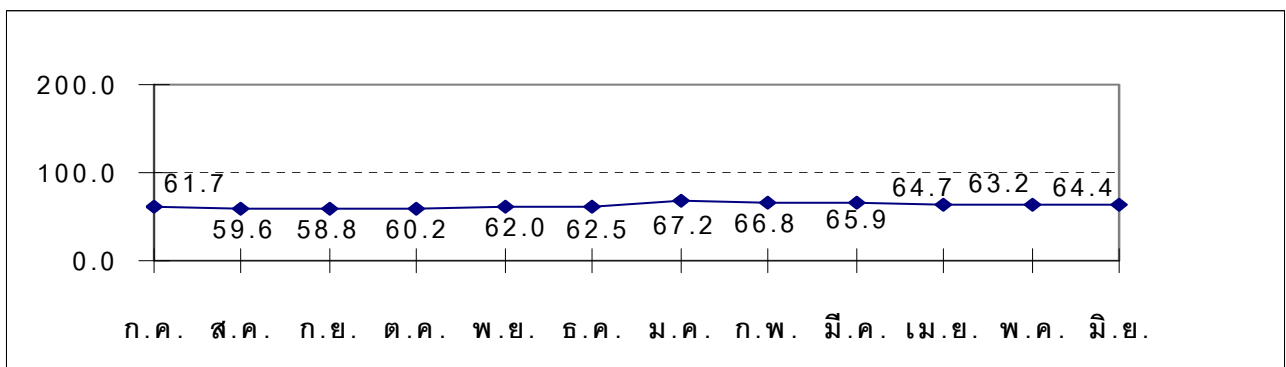
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2544

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	75.0	73.7	72.5	71.0	69.7	71.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	67.2	66.8	65.9	64.7	63.2	64.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	102.4	101.5	100.9	100.3	98.9	100.2

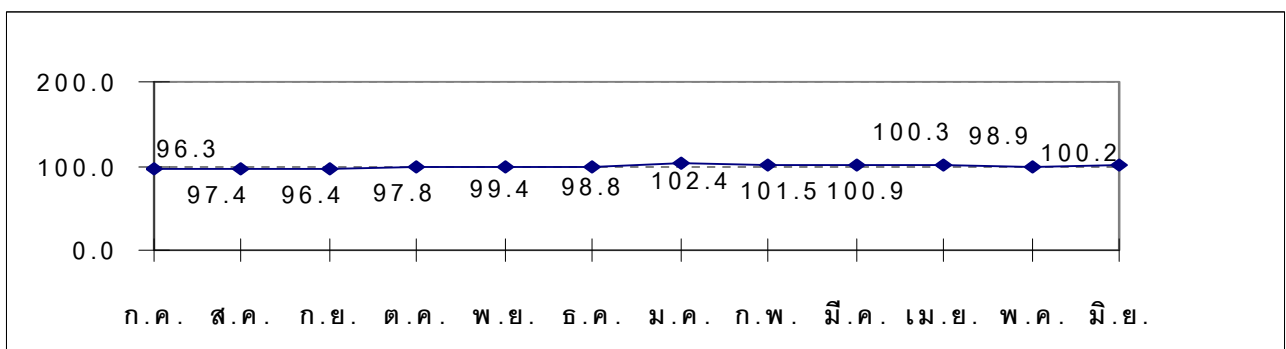
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



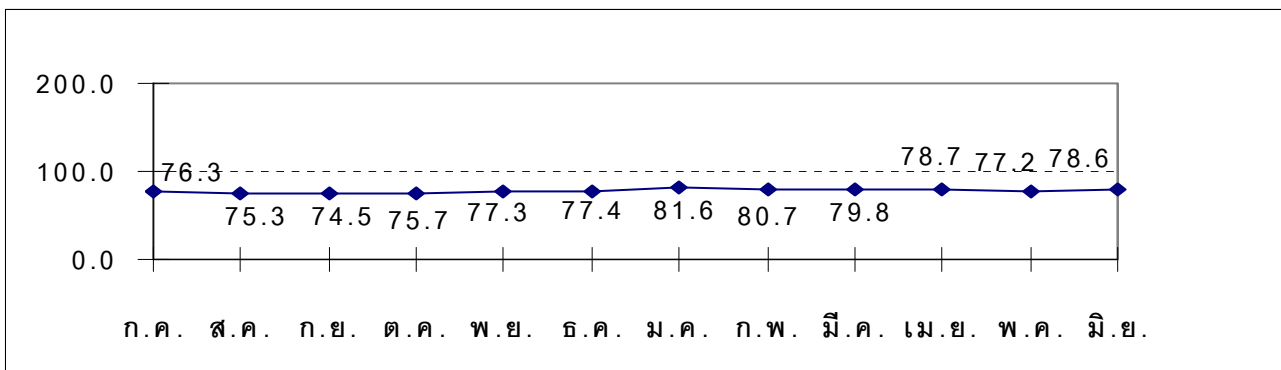
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



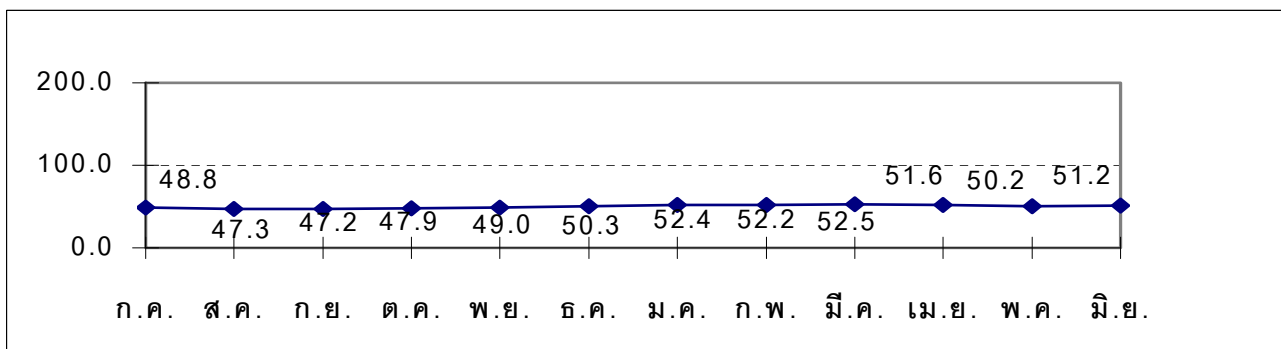
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2544

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	81.6	80.7	79.8	78.7	77.2	78.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.4	52.2	52.5	51.6	50.2	51.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	94.1	92.7	90.9	89.5	88.1	89.7

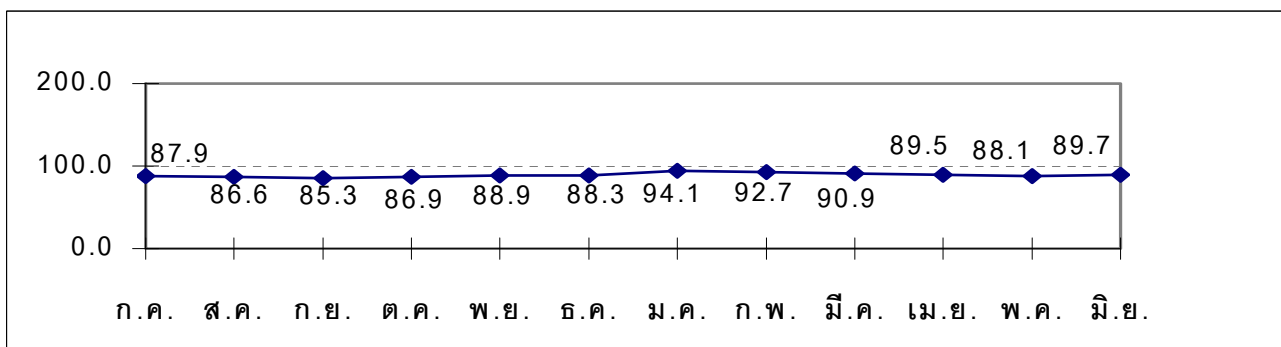
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2544

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนมิถุนายน 2544 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,720 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.7 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.3 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2544

ในเดือนมิถุนายน 2544 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเริ่มมีการดำเนินการเป็นรูปธรรมมากขึ้น เช่น การเปิดดำเนินการของธนาคารประชาชน การจัดตั้งบรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย (TAMC) เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และระบบสถาบันการเงิน ตลอดจนโครงการกองทุนหมู่บ้านมีความคืบหน้ามากขึ้น
2. ในเดือนมิถุนายน ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับตัวลดลงประมาณ 1.60 บาทต่อลิตร ขณะที่ราคาน้ำมันดีเซลปรับตัวลดลงประมาณ 50 สตางค์ต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวจาก 16.79 และ 14.54 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม ไปอยู่ที่ระดับ 15.19 และ 14.04 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน
3. SET Index ปรับตัวสูงขึ้นประมาณ 11.32 จุดในเดือนมิถุนายน โดยปรับเพิ่มสูงขึ้นจาก 310.13 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม เป็น 322.55 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน
4. ค่าเงินบาททรงตัวอยู่ในระดับ 45 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับตัวจากระดับ 45.333 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม เป็น 45.260 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ประมาณการว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (จีดีพี) ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2544 ขยายตัวเพียง 1.8% (ปรับตัวลดลงจากไตรมาสที่ 4 ของปี 2543 ที่เศรษฐกิจขยายตัว 3.2%) แสดงให้เห็นว่าเศรษฐกิจไทยยังอยู่ในภาวะชะลอตัวลง ส่งผลให้สภาพัฒน์ปรับประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2544 จากเดิมที่ระดับ 3.5-4.0% เหลือ 2.0-3.0% ซึ่งเป็นผลมาจากการปรับประมาณการมูลค่าการส่งออกจากเดิมที่คาดว่าจะขยายตัวประมาณ 7.0-9.0% ลดลงมาเหลือ -2.0% ถึง -0.5%
2. การส่งออกของไทยในช่วง 5 เดือนแรกของปีนี้มีแนวโน้มชะลอตัวลง
3. ความกังวลเรื่องการชะลอตัวลงของเศรษฐกิจโลกโดยเฉพาะเศรษฐกิจของสหรัฐและญี่ปุ่นที่จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยยังคงมีอยู่
4. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง
5. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2544 ซึ่งเป็นผลมาจากการที่มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเริ่มดำเนินการเป็นรูปธรรมมากขึ้นเป็นลำดับ ประกอบกับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลงอย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจยังคงเกิดขึ้นอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยที่กระตุ้นให้ความเชื่อมั่นปรับตัวสูงขึ้นไม่มากนัก สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 71.1 เทียบกับเดือนพฤษภาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 69.7 ทั้งนี้ ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.9% 51.4% และ 38.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.3% 51.1% และ 39.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 52.6 ปรับตัวลดลงจากเดือนพฤษภาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 51.8 ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 44.3% และ 51.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 43.8% และ 52.2% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนมิถุนายนยังอยู่ในระดับที่ไม่ดีและทรงตัวใกล้เคียงกับภาวะเศรษฐกิจในเดือนพฤษภาคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือน มิถุนายนอยู่ในระดับประมาณ 89.7 ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 87.5 โดยในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.6% 58.5% และ 25.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.6% 58.3% และ 27.1% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนมิถุนายน 2544 ยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่ 14 (หลังจากที่ได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่า 100 นับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2543 เป็นต้นมา) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังไม่มีมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวสู่ระดับที่ดีรวมเป็นเวลาหนึ่งปีกว่าแล้ว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่บั่นทอนความมั่นใจของผู้บริโภคในการใช้จ่ายใช้สอยสินค้า ทำให้การขยายตัวของกรบริโภคไม่น่าจะขยายตัวสูงมากนักในระยะ 3 เดือนข้างหน้า **อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในอนาคตเริ่มปรับตัวดีขึ้นอีกครั้งในเดือนนี้ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มกลับมามีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยอาจปรับตัวดีขึ้นได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าหลังจากที่นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเริ่มต้นดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรมและมีความคืบหน้ามากขึ้นเป็นลำดับ ไม่ว่าจะเป็นธนาคารประชาชน กองทุนหมู่บ้าน หรือการจัดตั้งบรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย**

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
เมษายน 2544	71.0	53.0	89.1
พฤษภาคม 2544	69.7	51.8	87.5
มิถุนายน 2544	71.1	52.6	89.7

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
ไตรมาสที่ 2 2544	70.6	52.6	88.8

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 64.4 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 63.2 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่าภาวะการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 โดยในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.8% 48.8% และ 43.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.5% 48.2% และ 44.3% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือน มิถุนายนอยู่ในระดับประมาณ 49.8 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคมที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 48.6 แต่ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.3% 41.2% และ 54.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 4.1% 40.4% และ 55.5% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของ เดือนมิถุนายนอยู่ในระดับประมาณ 79.0 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนพฤษภาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 77.8 โดยในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ ประมาณ 11.3% 56.4% และ 32.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการ หางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.9% 56.0% และ 33.1% ตามลำดับ **จะสังเกต ได้ว่า เมื่อผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจมีการปรับตัวดีขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่เห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะมี มากขึ้นตามไปด้วย**

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
เมษายน 2544	64.7	50.3	79.1
พฤษภาคม 2544	63.2	48.6	77.8
มิถุนายน 2544	64.4	49.8	79.0

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
ไตรมาสที่ 2 2544	64.1	49.6	78.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมิถุนายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 100.2 ปรับตัวลดลงจากเดือนพฤษภาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 98.9 แสดงว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง โดยในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.4% 65.4% และ 17.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.4% 66.1% และ 17.5% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวกลับเข้ามาสู่ระดับที่สูงกว่า 100 อีกครั้ง (หลังจากที่ปรับตัวลดลงต่ำกว่าระดับ 100 ในเดือนที่ผ่านมาเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน) ซึ่งเป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นว่าดัชนีดังกล่าวน่าจะทรงตัวอยู่ในระดับเกินกว่า 100 อย่างต่อเนื่องต่อไป และผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะไม่เปลี่ยนแปลงและมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นได้ในอนาคต

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตยังคงทรงตัวอยู่ในระดับ 100 ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วง 3 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบัน แต่การบริโภคคงยังไม่ขยายตัวมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและโอกาสงานทำเท่าที่ควร อย่างไรก็ตามคงต้องจับตาดูอย่างใกล้ชิดว่าดัชนีนี้จะมีการปรับตัวอย่างไรในอนาคต (ปรับตัวดีขึ้นต่อไป ทรงตัว หรือลดลงอีกครั้ง) เพราะสัญญาณด้านรายได้เป็นปัจจัยสะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของการบริโภคในอนาคตของผู้บริโภค

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
เมษายน 2544	100.3
พฤษภาคม 2544	98.9
มิถุนายน 2544	100.2

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
ไตรมาสที่ 2 2544	99.8

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมิถุนายน 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2544 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2544 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 50.2 ในเดือนพฤษภาคมเป็นระดับ 51.2 ในเดือนมิถุนายน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 88.1 ในเดือนพฤษภาคมเป็นระดับ 89.7 ในเดือนมิถุนายน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันจากเดือนพฤษภาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 77.2 เป็น 78.6 ในเดือนมิถุนายน **การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมีความต้องการออมอย่างต่อเนื่องอีกต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต**

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
เมษายน 2544	78.7	51.6	89.5
พฤษภาคม 2544	77.2	50.2	88.1
มิถุนายน 2544	78.6	51.2	89.7

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
ไตรมาสที่ 1 2544	80.7	52.4	92.5
ไตรมาสที่ 2 2544	78.2	51.0	89.1

สรุป

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2544 ดัชนีทุกประเภทอยู่ในระดับปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนก่อน ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนที่ผ่านมา หลังจากที่ดัชนีทุกประเภทปรับลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2544 เป็นต้นมา

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นเป็นผลมาจากการที่มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเริ่มดำเนินการเป็นรูปธรรมมากขึ้นเป็นลำดับและกลุ่มตัวอย่างมีความหวังว่ารัฐบาลจะแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจให้ปรับตัวดีขึ้นได้ นอกจากนี้การที่ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลงก็มีส่วนช่วยให้กลุ่มตัวอย่างรู้สึกว่าการปรับลดทางด้านราคาพลังงานเริ่มคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น ดังนั้น ภาครัฐบาลควรเร่งประชาสัมพันธ์มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ประชาชนรับทราบถึงความคืบหน้าและความสำเร็จของมาตรการ ตลอดจนเร่งดำเนินการให้มาตรการต่างๆ เกิดผลเป็นรูปธรรม ซึ่งจะช่วยเหลือเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป ทั้งนี้ การดำเนินมาตรการต่างๆ ควรจะเน้นให้เกิดการจ้างงานให้มากขึ้น เนื่องจากการจ้างงานที่มากขึ้นคือผลความสำเร็จของมาตรการต่างๆ และผลในเชิงรูปธรรมของการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจยังคงเกิดขึ้นอยู่อย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ดูครั้งให้ความเชื่อมั่นปรับตัวสูงขึ้นไม่มากนักในเดือนนี้ นอกจากนี้ ปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวยังมีโอกาสที่จะทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับลดลงได้ในอนาคต หากปัจจัยเสี่ยงดังกล่าวทวีความรุนแรงและเป็นอุปสรรคต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจมากขึ้น

สัญญาณการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนนี้ทุกรายการ แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้น แต่ยังมีแนวโน้มที่จะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องต่อไป เพราะการปรับตัวของดัชนีในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงพฤษภาคมอยู่ในลักษณะที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อภาวะการณ์ต่างๆ ยังคงปรับตัวลดลง และโอกาสของการปรับลดของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังคงมีอยู่ตามความเสี่ยงทางเศรษฐกิจในอนาคต คงจะต้องดูการเปลี่ยนแปลงของดัชนีในเดือนต่อไปว่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะต่างๆ จะเป็นอย่างไรดีขึ้นอย่างต่อเนื่องหรือปรับตัวลดลงอีก

ดังนั้น ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มีความเห็นว่าจากภาวะการณ์เช่นนี้คาดว่าในช่วง 3 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนใกล้เคียงกับระดับปัจจุบันตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่ดีนัก

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย