

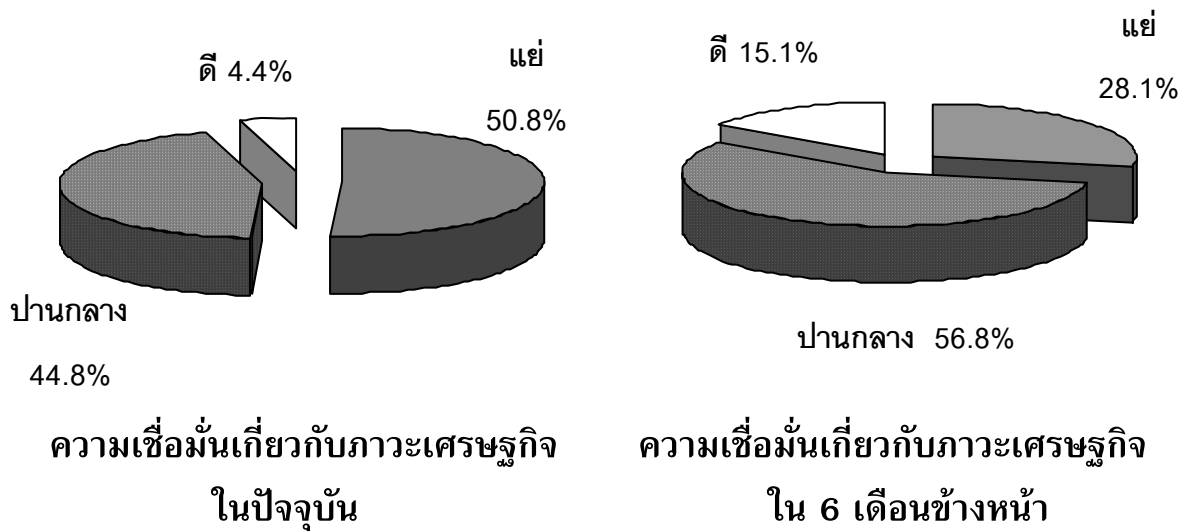


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer

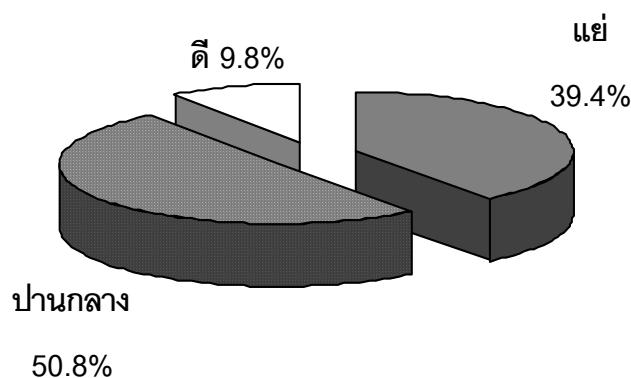
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกรกฎาคม 2544 “ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2544”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



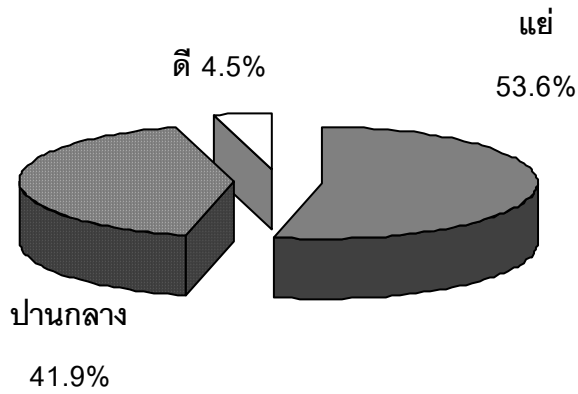
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



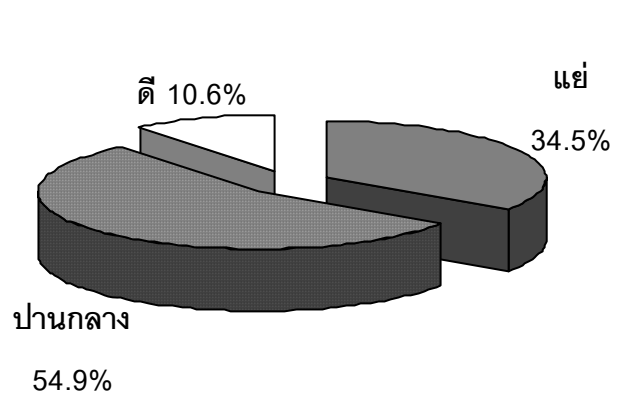
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 70.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

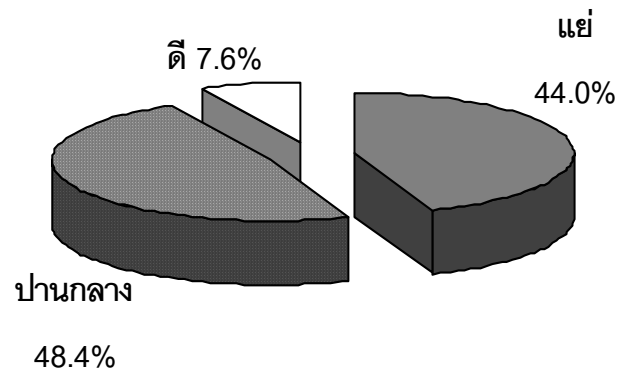


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

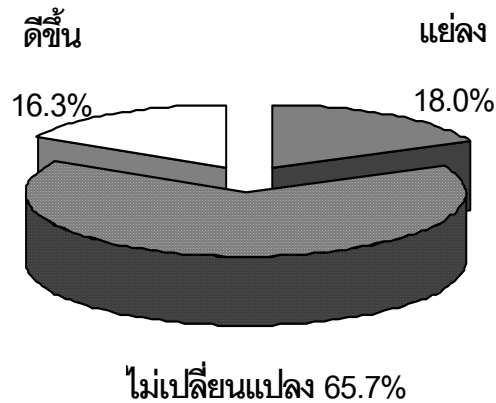
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **63.5**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **98.3**

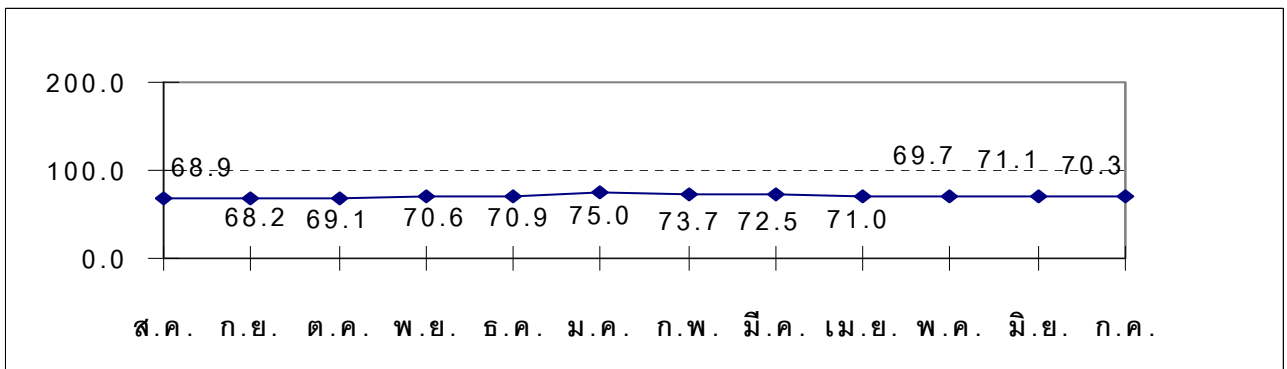
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนถึงกรกฎาคม 2544

รายการ	มิถุนายน 2544 (%)			กรกฎาคม 2544 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่มาก/ แย่มาก	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่มาก/ แย่มาก
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.1	44.3	51.6	4.4	44.8	50.8
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	15.6	58.5	25.9	15.1	56.8	28.1
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	4.3	41.2	54.5	4.5	41.9	53.6
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	11.3	56.4	32.3	10.6	54.9	34.5
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.4	65.4	17.2	16.3	65.7	18.0
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.9	51.4	38.7	9.8	50.8	39.4
7. โอกาสในการหางานรวม	7.8	48.8	43.4	7.6	48.4	44.0

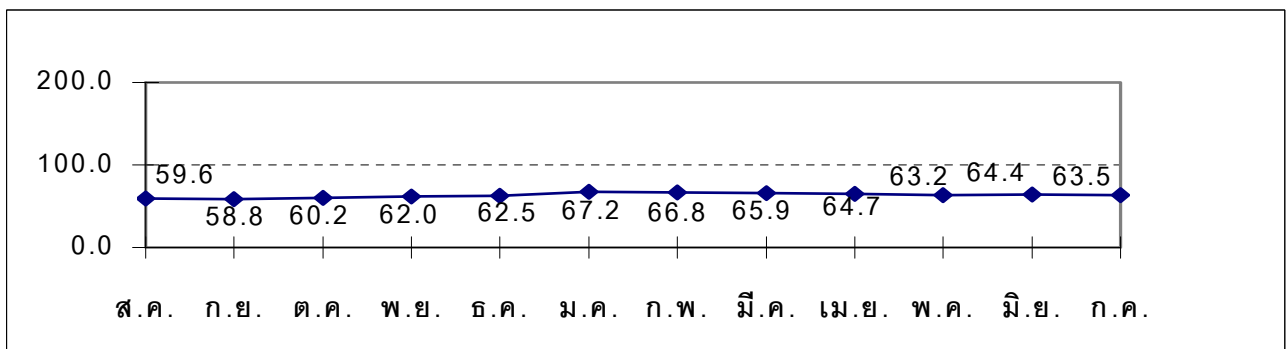
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2544

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	73.7	72.5	71.0	69.7	71.1	70.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	66.8	65.9	64.7	63.2	64.4	63.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	101.5	100.9	100.3	98.9	100.2	98.3

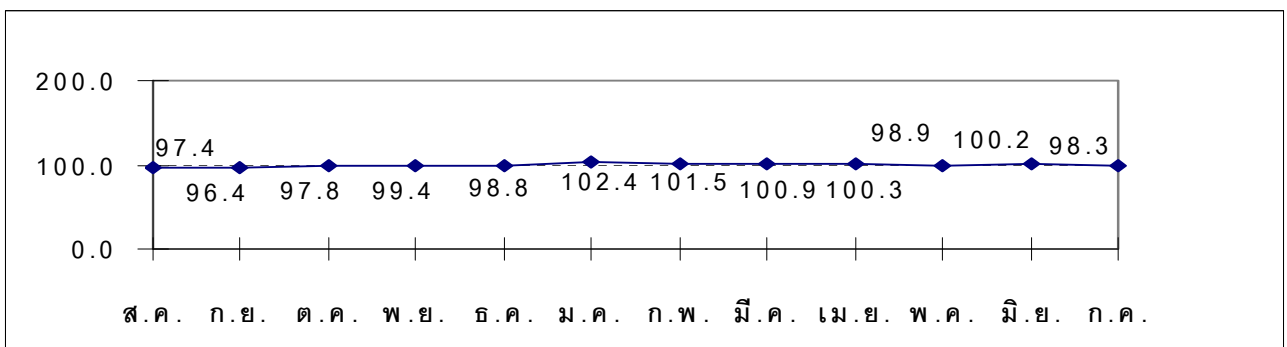
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



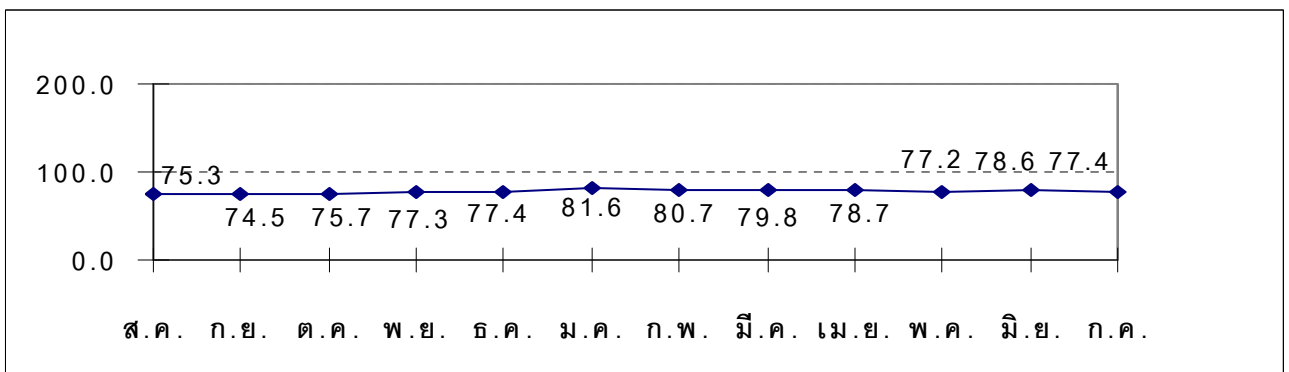
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



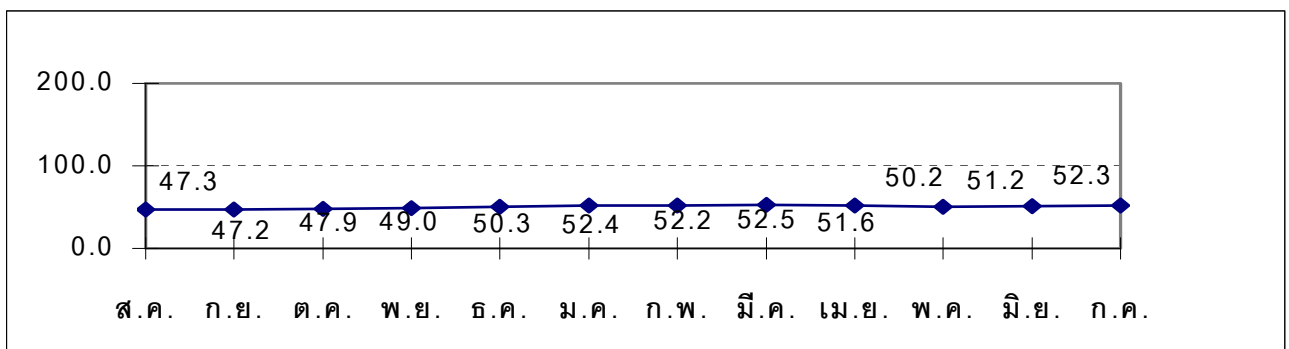
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2544

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.7	79.8	78.7	77.2	78.6	77.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.2	52.5	51.6	50.2	51.2	52.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	92.7	90.9	89.5	88.1	89.7	87.1

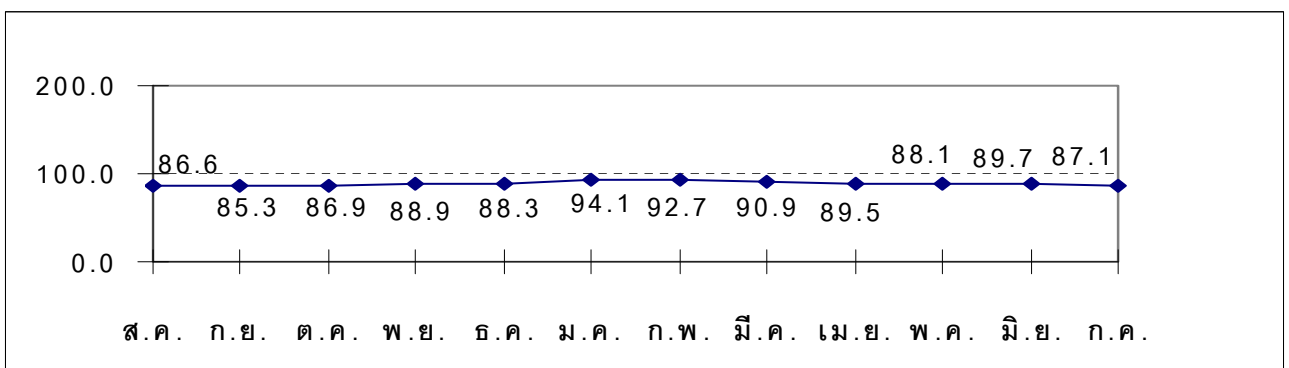
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2544

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนกรกฎาคม 2544 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,725 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.6 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.4 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.5 และ 50.5 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2544

ในเดือนกรกฎาคม 2544 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลมีการดำเนินการเป็นรูปธรรมมากขึ้นตามลำดับ เช่น การเริ่มดำเนินการในโครงการกองทุนหมู่บ้าน ธนาคารประชาชน และการจัดตั้งบรรษัทบริหารสินทรัพย์ไทย (TAMC) เพื่อแก้ไขปัญหาหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) และระบบสถาบันการเงิน
2. ในเดือนกรกฎาคม ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวลดลงประมาณ 40 สตางค์ต่อลิตร โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลปรับตัวลดลงจาก 15.19 และ 14.04 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน ไปอยู่ที่ระดับ 14.79 และ 13.64 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม
3. คณะรัฐมนตรี ได้มีมติปรับเป้าหมายการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2544 เป็นระดับ 2.5% และอัตราเงินเฟ้อเท่ากับ 2.3% และวางเป้าหมายการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2545-2549 อยู่ในระดับเฉลี่ยประมาณ 5.6% ต่อปี และอัตราเงินเฟ้ออยู่ในระดับประมาณ 2.6% ต่อปี และได้ให้ความเห็นชอบในกรอบแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ในเดือนนี้มีการปรับขึ้นราคาขายส่งและขายปลีกก๊าซหุงต้ม 1 บาทต่อกิโลกรัม ส่งผลให้ราคาขายปลีกก๊าซหุงต้มถึงขนาด 15 กิโลกรัมเพิ่มสูงขึ้นจาก 174 บาทต่อถังเป็น 189 บาทต่อถัง
2. ธนาคารแห่งประเทศไทยปรับประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2544 จากเดิมที่ระดับ 2.5-4.0% เหลือ 2.0-3.0% โดยมูลค่าการส่งออกในรูปแบบดอลลาร์สหรัฐฯ จะขยายตัว -1.0% ถึง -4.0%
3. ค่าเงินบาททรงตัวอยู่ในระดับ 45 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับตัวอ่อนลงประมาณ 50 สตางค์ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ จากระดับ 45.260 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน เป็น 45.726 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม
4. SET Index ปรับตัวลดลงประมาณ 24.86 จุดในเดือนกรกฎาคม โดยปรับตัวลดลงจาก 322.55 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน เป็น 297.69 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม
5. การส่งออกของไทยในช่วง 6 เดือนแรกของปีนี้มีแนวโน้มชะลอตัวลง โดยกระทรวงพาณิชย์ระบุว่า การส่งออกในรูปแบบดอลลาร์สหรัฐฯ มีมูลค่า 32,781 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือขยายตัว -0.25%
6. ความกังวลเรื่องการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเศรษฐกิจของสหรัฐและญี่ปุ่นที่จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทยยังคงมีอยู่ และปัญหาการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการส่งออกของประเทศในภูมิภาคเอเชีย เช่น จีน เกาหลีใต้ ไต้หวัน สิงคโปร์ และมาเลเซีย เริ่มปรากฏเป็นข่าวมากขึ้น
7. ความไม่แน่นอนทางการเมืองมีสูงมากขึ้นในเดือนกรกฎาคม
8. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคหลายประเภทปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2544 โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตที่ปรับตัวลดลงทุกรายการ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ราคาพลังงานยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะราคาก๊าซหุงต้มที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจยังไม่มีผลทางรูปธรรมที่ชัดเจน และความไม่แน่นอนทางการเมืองมีมากขึ้นในเดือนกรกฎาคมนี้ (แม้ว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเริ่มดำเนินการเป็นรูปธรรมมากขึ้นเป็นลำดับและราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลงก็ตาม) ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่ยังคงเกิดขึ้นอยู่อย่างต่อเนื่องเหล่านี้ เป็นปัจจัยสำคัญที่จุดรั้งให้ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงอีกครั้ง สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 70.3 เทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 71.1 ทั้งนี้ ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.8% 50.8% และ 39.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.9% 51.4% และ 38.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 53.6 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 52.6 ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.4% 44.8% และ 50.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 44.3% และ 51.6% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนกรกฎาคมยังอยู่ในระดับที่ไม่ดีและทรงตัวใกล้เคียงกับภาวะเศรษฐกิจในเดือนมิถุนายน

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคมอยู่ในระดับประมาณ 87.0 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 89.7 โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.1% 56.8% และ 28.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.6% 58.5% และ 25.9% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนกรกฎาคม 2544 ยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่ 15 (หลังจากที่ได้ปรับตัวลดลงต่ำกว่า 100 นับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2543 เป็นต้นมา) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวสู่ระดับที่โดยรวมเป็นเวลาหนึ่งปีกว่าแล้ว ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่บั่นทอนความมั่นใจของผู้บริโภคในการใช้จ่ายใช้สอยสินค้า ทำให้การขยายตัวของการบริโภคไม่น่าจะขยายตัวสูงมากนักในระยะ 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กรกฎาคม 2544	70.3	53.6	87.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กรกฎาคม 2544	70.3	53.6	87.0

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 63.5 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 64.4 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.6% 48.4% และ 44.9% ตามลำดับ

ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.8% 48.8% และ 43.4% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกรกฎาคมอยู่ในระดับประมาณ 51.0 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 49.8 แต่ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่ว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.5% 41.9% และ 53.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 4.3% 41.2% และ 54.5% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคมอยู่ในระดับประมาณ 76.1 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 79.0 โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 10.6% 54.9% และ 34.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 11.3% 56.4% และ 32.3% ตามลำดับ **จะสังเกตได้ว่า เมื่อผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มปรับตัวลดลง ก็จะมีความรู้สึกว่าโอกาสในการหางานทำจะมีลดลงตามไปด้วย**

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กรกฎาคม 2544	63.5	51.0	76.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กรกฎาคม 2544	63.5	51.0	76.1

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกรกฎาคม 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 98.3 ปรับตัวลดลงจากเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 100.2 แสดงว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.3% 65.7% และ 18.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.4% 65.4% และ 17.2% ตามลำดับ

จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวกลับเข้ามาสู่ระดับที่ต่ำกว่า 100 อีกครั้งหลังจากที่ปรับตัวสูงกว่าระดับ 100 ในเดือนที่ผ่านมาเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน อย่างไรก็ตาม จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตทรงตัวอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 มาโดยตลอดและยังไม่มีแนวโน้มว่าจะปรับตัวลดลงไป ซึ่งเป็นสัญญาณที่แสดงให้เห็นว่าดัชนีดังกล่าวน่าจะทรงตัวอยู่ในระดับเกินกว่า 100 อย่างต่อเนื่องต่อไป และผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะไม่เปลี่ยนแปลงและมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นได้ในอนาคต

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตยังคงทรงตัวใกล้เคียงระดับ 100 ทำให้คาดการณ์ได้ว่าในช่วง 3 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนไว้ในระดับปัจจุบัน แต่การบริโภคคงยังไม่ขยายตัวมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและโอกาสหางานทำเท่าที่ควร

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
กรกฎาคม 2544	98.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
กรกฎาคม 2544	98.3

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกรกฎาคม 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของบริโภคในเดือนกรกฎาคม 2544 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตจำนวนสามรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2544 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 51.2 ในเดือนมิถุนายนเป็นระดับ 52.3 ในเดือนกรกฎาคม ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 89.7 ในเดือนมิถุนายนเป็นระดับ 87.1 ในเดือนกรกฎาคมเนื่องจากดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ต่างๆ ในอนาคตปรับตัวลดลงทุกรายการ ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงตามไปด้วย โดยลดลงจากเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 78.6 เป็น 77.4 ในเดือนกรกฎาคม **การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังคงมีความต้องการออมอย่างต่อเนื่องอีกต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต**

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กรกฎาคม 2544	77.4	52.3	87.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กรกฎาคม 2544	77.4	52.3	87.1

สรุป

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคหลายประเภทปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2544 โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตที่ปรับตัวลดลงทุกรายการ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการที่ราคาพลังงานยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะราคาก๊าซหุงต้มที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจยังไม่มีผลทางรูปธรรมที่ชัดเจน และความไม่แน่นอนทางการเมืองมีมากขึ้นในเดือนกรกฎาคมนี้ (แม้ว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเริ่มดำเนินการเป็นรูปธรรมมากขึ้นเป็นลำดับและราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลงก็ตาม) ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ยังคงเกิดขึ้นอยู่อย่างต่อเนื่องเหล่านี้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ถูกระงับให้ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงอีกครั้ง

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงอีกครั้งในเดือนนี้ หลังจากที่ปรับตัวดีขึ้นในเดือนที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าแม้ว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลเริ่มดำเนินการเป็นรูปธรรมมากขึ้นเป็นลำดับและกลุ่มตัวอย่างมีความหวังว่ารัฐบาลจะแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจให้ปรับตัวดีขึ้นได้ แต่ตราบดีที่การฟื้นตัวของเศรษฐกิจยังไม่ปรากฏผลเป็นรูปธรรมที่ชัดเจน ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังมีความเปราะบางและอาจปรับเปลี่ยนไปตามสถานการณ์หรือปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ดังนั้น ภาครัฐบาลควรเร่งประชาสัมพันธ์มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจให้ประชาชนรับทราบถึงความคืบหน้าและความสำเร็จของมาตรการ ตลอดจนเร่งดำเนินการให้มาตรการต่างๆ เกิดผลเป็นรูปธรรม ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้ปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้ การดำเนินมาตรการต่างๆ ควรจะเน้นให้เกิดการจ้างงานให้มากขึ้น เนื่องจากการจ้างงานที่มากขึ้นคือผลความสำเร็จของมาตรการต่างๆ และผลในเชิงรูปธรรมของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้เกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น

ดังนั้น ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มีความเห็นว่าจากภาวะการณ์เช่นนี้คาดว่าในช่วง 3 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนใกล้เคียงกับระดับปัจจุบันตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่ดีนัก