

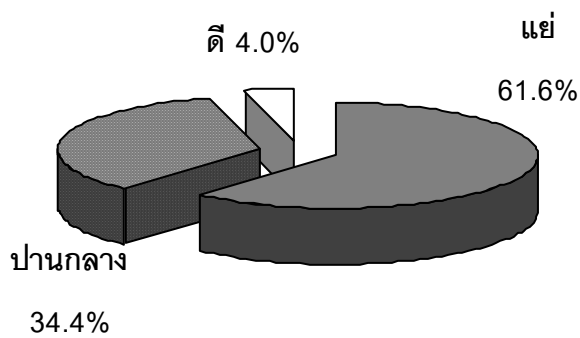


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer

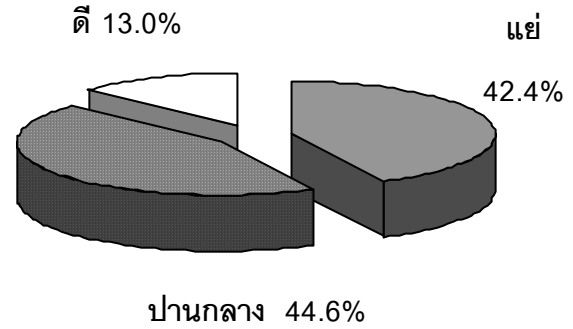
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกันยายน 2544 “ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2544”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า

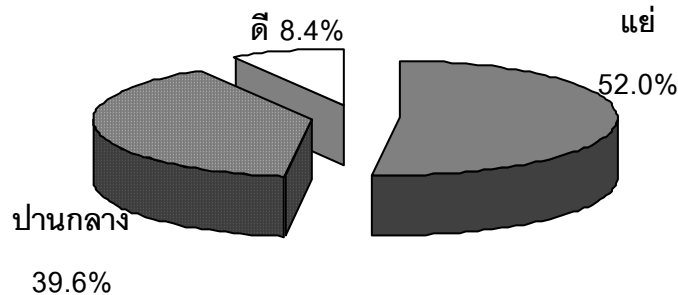


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

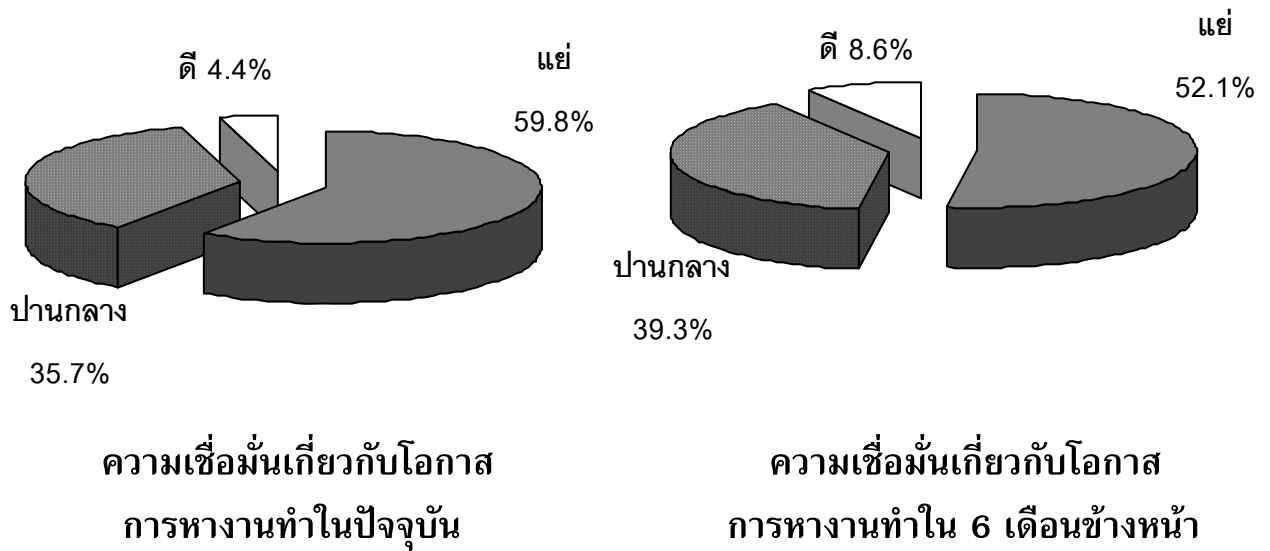
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่มาก



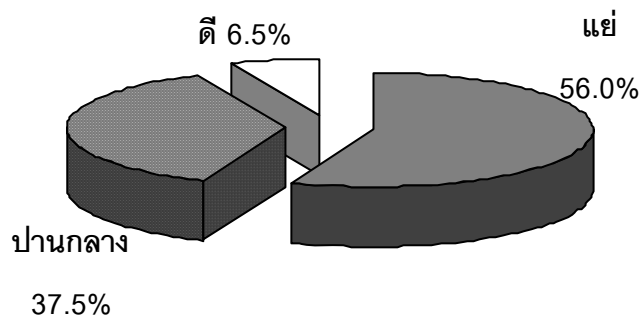
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 56.4

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



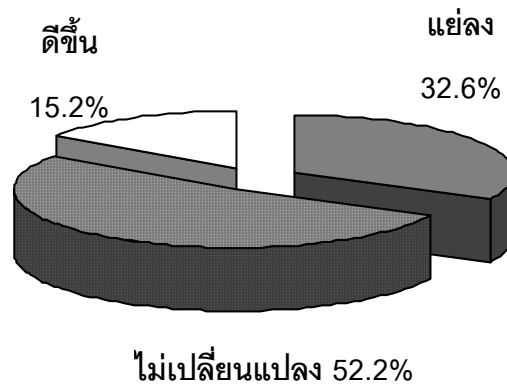
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 50.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **82.6**

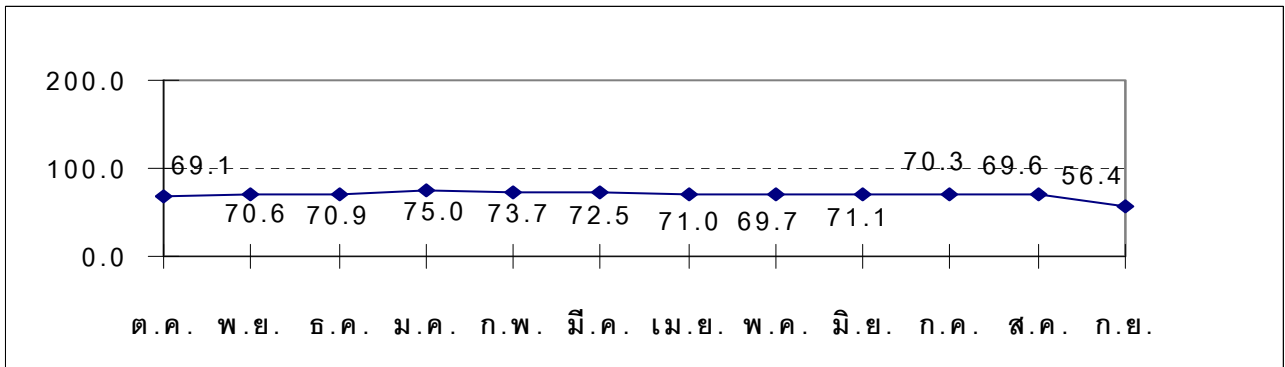
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคมถึงกันยายน 2544

รายการ	สิงหาคม 2544 (%)			กันยายน 2544 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.3	43.4	51.3	4.0	34.4	61.6
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	15.5	54.1	30.4	13.0	44.6	42.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	4.2	41.5	54.3	4.4	35.7	59.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	10.7	53.2	36.1	8.6	39.3	52.1
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	16.6	64.1	19.3	15.2	52.2	32.6
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	10.4	48.7	40.9	8.4	39.6	52.0
7. โอกาสในการหางานรวม	7.5	47.3	45.2	6.5	37.5	56.0

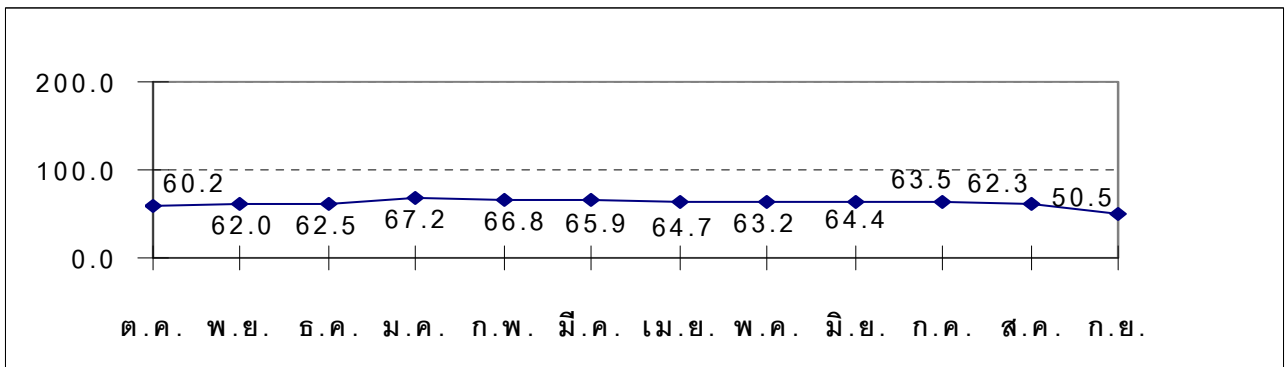
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนถึงกันยายน 2544

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	71.0	69.7	71.1	70.3	69.6	56.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	64.7	63.2	64.4	63.5	62.3	50.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.3	98.9	100.2	98.3	97.2	82.6

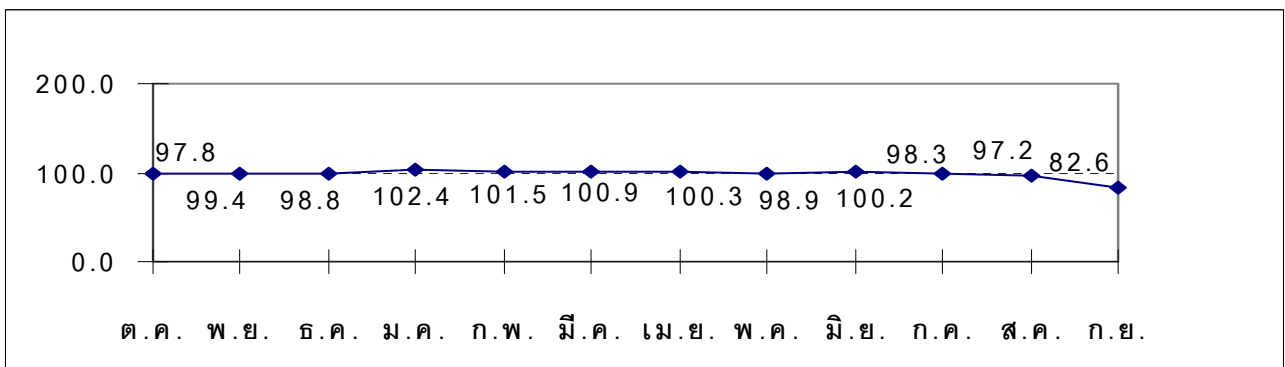
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



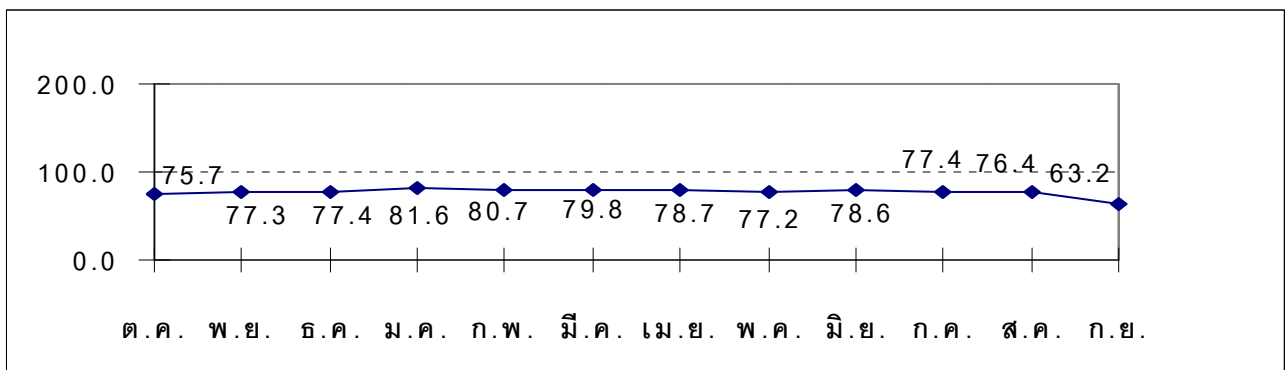
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



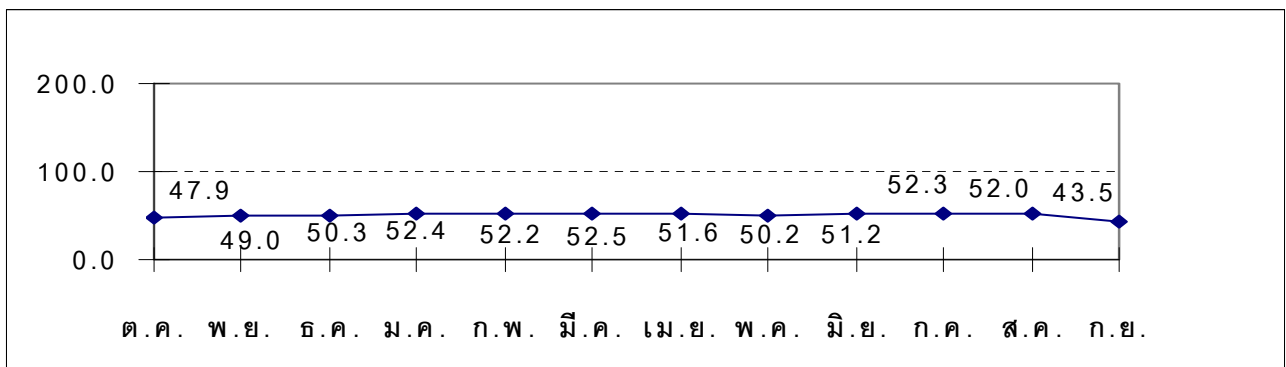
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาเดือนเมษายนถึงกันยายน 2544

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	78.7	77.2	78.6	77.4	76.4	63.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.6	50.2	51.2	52.3	52.0	43.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	89.5	88.1	89.7	87.1	86.4	69.9

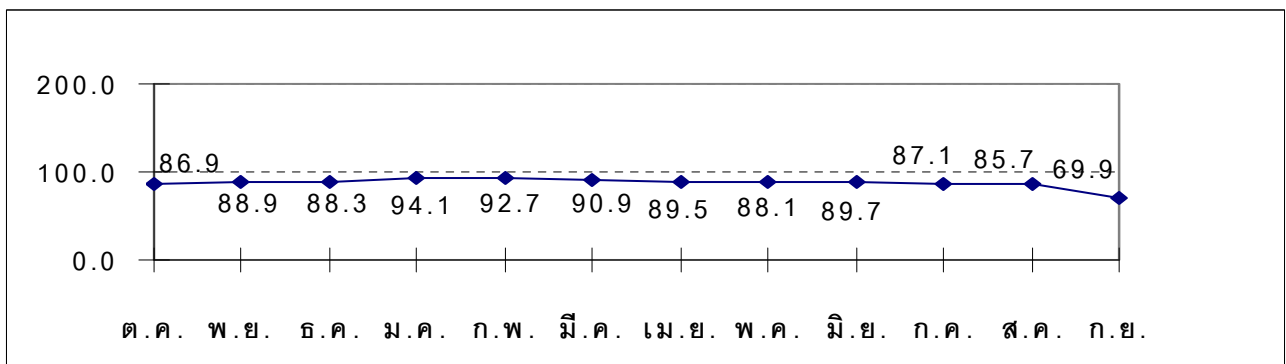
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2544

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนกันยายน 2544 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,891 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.4 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.6 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 48.2 และ 51.8 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2544

ในเดือนกันยายน 2544 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ในเดือนกันยายนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง 50 สตางค์ต่อลิตร จาก 14.14 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม ไปอยู่ที่ระดับ 13.64 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน ขณะที่ราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 อยู่ในระดับเดิมคือ 15.69 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน
2. ค่าเงินบาททรงตัวอยู่ในระดับ 44 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับตัวอ่อนตัวลงเล็กน้อยจากระดับ 44.104 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม เป็น 44.441 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกันยายน

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. เกิดเหตุการณ์ก่อวินาศกรรมในประเทศสหรัฐฯ ในวันที่ 11 กันยายน 2544 ส่งผลให้เกิดความกังวลว่าจะทำให้เกิดสงครามขึ้นซึ่งจะส่งผลกระทบในเชิงลบต่อเศรษฐกิจโลก ตลาดเงินตลาดทุน และราคาน้ำมัน ทั้งนี้ มีการคาดการณ์กันโดยทั่วไปว่าผลจากการก่อวินาศกรรมในสหรัฐฯ ในครั้งนี้ จะทำให้เศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะเศรษฐกิจสหรัฐฯชะลอตัวลง
2. ผลจากการก่อวินาศกรรมในสหรัฐฯ จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจไทย ทำให้หน่วยงานต่างๆ มีการพิจารณาปรับลดตัวเลขประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ การส่งออก และการ

ท่องเที่ยวของไทย ซึ่งส่งผลให้คาดการณ์ว่าปัญหาการว่างงานจะมีความรุนแรงขึ้นในอนาคต ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สภาพัฒน์) ปรับประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2544 จากเดิมที่ระดับ 2.0-3.0% เหลือ 1.5-2.0% เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในภาวะชะลอตัวลงและผลกระทบเฉพาะการก่อวินาศกรรมในสหรัฐ โดยคาดว่า การส่งออกจะขยายตัว -6.7% ขณะที่กระทรวงพาณิชย์ปรับเป้าหมายการส่งออกในปี 2544 ขยายตัว -8.1%

3. SET Index ปรับตัวลดลงประมาณ 58.53 จุดในเดือนกันยายน โดยปรับตัวลดลงจาก 335.57 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม เป็น 277.04 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน
4. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2544 โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะในอนาคตที่ปรับตัวลดลงอย่างมากทุกรายการ ซึ่งเป็นผลมาจากความกังวลเกี่ยวกับการก่อวินาศกรรมในสหรัฐอาจเป็นชนวนที่ทำให้เกิดภาวะสงครามและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก โดยมีการคาดการณ์จากหลายฝ่ายว่าผลของการก่อวินาศกรรมจะทำให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงตาม กอปรกับในขณะนี้การฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจไทยยังไม่มีผลทางรูปธรรมที่ชัดเจน ทำให้ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาการว่างงานที่อาจจะทวีความรุนแรงขึ้นเป็นปัญหาที่หลายฝ่ายให้ความห่วงใยมากขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนกันยายน 2544 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 56.4 เทียบกับเดือนสิงหาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 69.6 ทั้งนี้ ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.4% 39.6% และ 52.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.4% 48.6% และ 41.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 42.4 ปรับตัวลดลงจากเดือนสิงหาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 54.0 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 34.4% และ 61.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.3% 43.4% และ 51.3% ตามลำดับ แสดงให้

เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกรู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจในเดือนกันยายนยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าภาวะเศรษฐกิจในเดือนสิงหาคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกันยายนอยู่ในระดับประมาณ 70.5 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 85.1 โดยในเดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.0% 44.6% และ 42.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.5% 54.1% และ 30.4% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคสูญเสียความมั่นใจอย่างมากเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตว่าจะปรับตัวสู่ระดับที่ดีภายหลังจากเหตุการณ์วินาศกรรมในสหรัฐ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
สิงหาคม 2544	69.6	54.0	85.1
กันยายน 2544	56.4	42.2	70.5

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
ไตรมาสที่ 3	2544	65.4	50.0	80.9

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 50.5 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 62.3 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 โดยในเดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.5% 37.5% และ 56.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.5% 47.3% และ 45.2% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกันยายนอยู่ในระดับประมาณ 44.5 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคมที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 49.9 แสดงว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.4% 35.7% และ 59.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 4.2% 41.5% และ 54.3% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกันยายนอยู่ในระดับประมาณ 56.5 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 74.6 โดยในเดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 8.6% 39.6% และ 52.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 10.7% 53.2% และ 36.1% ตามลำดับ **จะสังเกตได้ว่า เมื่อผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มปรับตัวลดลง ก็จะมีความรู้สึกว่โอกาสในการหางานทำจะลดลงตามไปด้วย**

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
สิงหาคม 2544	62.9	49.9	74.6
กันยายน 2544	50.5	44.5	56.5

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
ไตรมาสที่ 3 2544	58.8	48.5	69.1

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกันยายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 82.6 ปรับตัวลดลงจากเดือนสิงหาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 97.2 โดยในเดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 15.2% 52.2% และ 32.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.6% 64.1% และ 19.3% ตามลำดับ

แม้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ (ประมาณ 52%) ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง แต่สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ารายได้ในอนาคตของตนจะแยลงมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นจาก 19.3% ในเดือนสิงหาคม เป็น 32.6% ในเดือนกันยายน และในเดือนกันยายนนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวเข้าสู่ระดับที่ต่ำกว่า 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สามโดยเฉพาะการปรับตัวลดลงอย่างมากในเดือนนี้ แสดงว่าผู้บริโภคเริ่มมีความกังวลและไม่มั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าอาจมีการเปลี่ยนแปลงและมีโอกาสปรับตัวลดลงได้ในอนาคตหลังจากการก่อวินาศกรรมในสหรัฐ

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
สิงหาคม 2544	97.2
กันยายน 2544	82.6

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
ไตรมาสที่ 3 2544	92.7

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกันยายน 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2544 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2544 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งต่างตามระยะเวลาวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 52.0 ในเดือนสิงหาคมเป็นระดับ 52.0 ในเดือนกันยายน ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 85.7 ในเดือนสิงหาคมเป็นระดับ 85.7 ในเดือนกันยายนเนื่องจากดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ต่างๆ ในอนาคตปรับตัวลดลงทุกรายการ ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงตามไปด้วย โดยลดลงจากเดือนสิงหาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 76.4 เป็น 76.4 ในเดือนกันยายน

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณ์ด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมี ความต้องการออมอย่างต่อเนื่องอีกต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งจะสังเกตได้ว่าการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคระยะหลังนั้น กลุ่มตัวอย่างมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตลดลงถอยลงอย่างมาก

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
สิงหาคม 2544	76.4	52.0	85.7
กันยายน 2544	63.2	43.5	69.9

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
ไตรมาสที่ 3 2544	72.3	49.2	80.9

สรุป

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนสิงหาคม 2544 โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตที่ปรับตัวลดลงอย่างมากทุกรายการ ซึ่งเป็นผลมาจากความกังวลเกี่ยวกับการก่อวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกาที่เป็นชนวนที่ทำให้เกิดภาวะสงครามและส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก โดยมีการคาดการณ์จากหลายฝ่ายว่าผลของการก่อวินาศกรรมจะทำให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัวลง ซึ่งจะทำให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงตาม กอปรกับในขณะนั้นการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจไทยยังไม่มีผลทางรูปธรรมที่ชัดเจน ทำให้ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาการว่างงานที่อาจจะทวีความรุนแรงขึ้นเป็นปัญหาที่หลายฝ่ายให้ความห่วงใยมากขึ้น

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงอย่างมากในเดือนนี้ อาจเป็นการแสดงออกถึงความกังวลและวิตกต่อสถานการณ์การก่อวินาศกรรมอย่างมากโดยเฉพาะภาวะการณ์ในอนาคตทั้งด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ในอนาคต ซึ่งปฏิกิริยาตอบสนองของเหตุการณ์ในครั้งนี้ ยังไม่อาจจะใช้เป็นสัญญาณชี้้นำได้อย่างชัดเจนว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะปรับตัวลดลงอย่างมากอย่างต่อเนื่อง ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจจำเป็นต้องติดตามการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อไปอีก 2-3 เดือนว่าดัชนีจะอยู่ในระดับใด ปรับตัวดีขึ้นหรือปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องก่อนที่จะสรุปได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอย่างมาก เนื่องจากการพิจารณาปฏิกิริยาตอบสนองของกลุ่มตัวอย่างเพียงเดือนเดียวอาจยังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร (อย่างไรก็ตาม ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจมีความเห็นว่า การเร่งนำมาตราการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลให้เกิดผลในทางปฏิบัติโดยดำเนินมาตรการต่างๆ ให้เกิดการจ้างงานให้มากขึ้น เนื่องจากการจ้างงานที่มากขึ้นคือผลสำเร็จในเชิงรูปธรรมของมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจซึ่งจะเป็นการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นมากขึ้น)

ดังนั้น จากผลของการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ ยังแสดงความเห็นเช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา ว่าจากภาวะการณ์เช่นนี้คาดว่าในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนใกล้เคียงกับระดับปัจจุบันปรับตัวลดลงเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่ดี *อย่างไรก็ตาม หากดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ต่างๆ ยังปรับลดลงอย่างต่อเนื่องไปอีก 2-3 เดือน อาจส่งสัญญาณให้เห็นว่าการบริโภคอาจปรับตัวลดลงได้ในอนาคต*

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย