

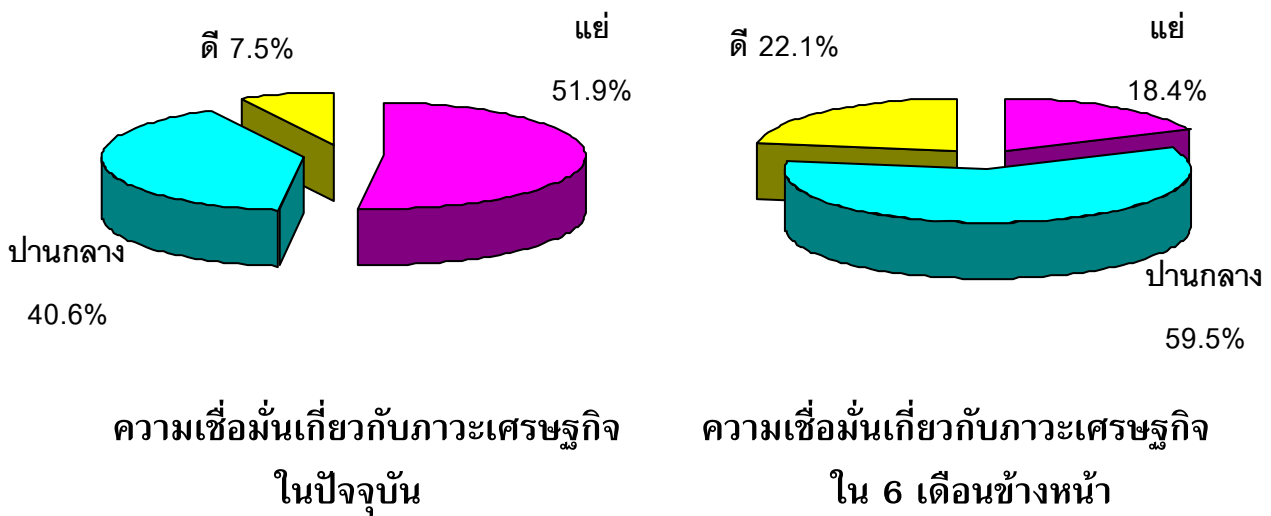


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index

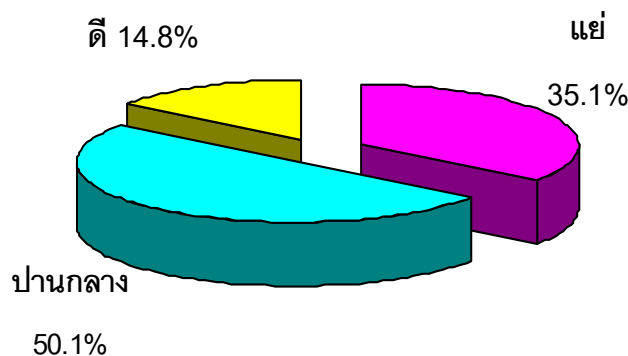
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย เดือนกุมภาพันธ์ 2543

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



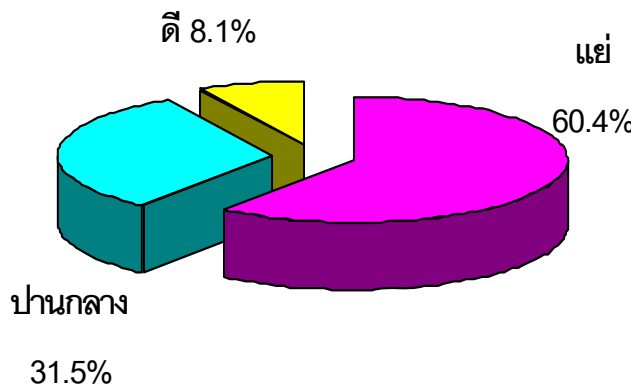
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



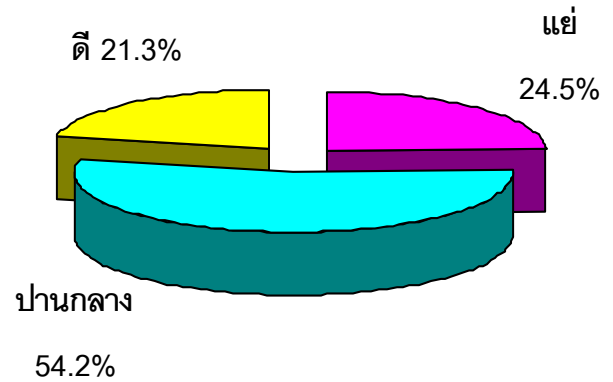
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 79.7

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

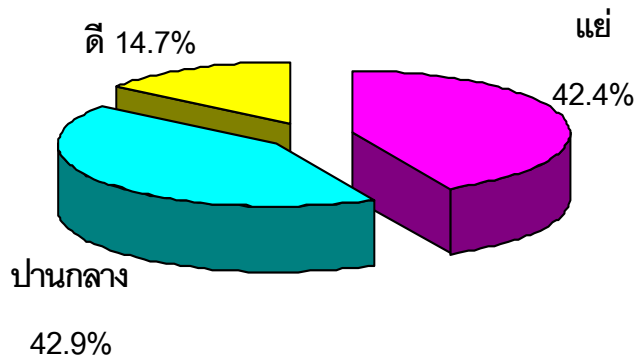


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

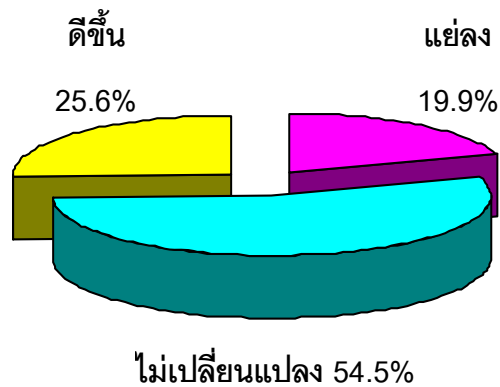
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 72.2

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **105.6**

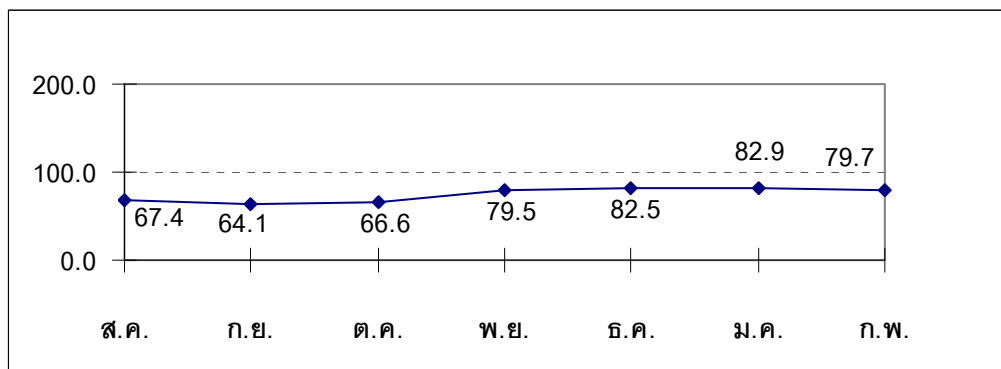
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมถึงกุมภาพันธ์ 2543

รายการ	มกราคม 2543 (%)			กุมภาพันธ์ 2543 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	8.2	43.8	48.0	7.5	40.6	51.9
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	25.5	54.7	19.8	22.1	59.5	18.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	6.7	38.6	54.7	8.1	31.5	60.4
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	23.2	50.8	26.0	21.3	54.2	24.5
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	26.4	55.2	18.4	25.6	54.5	19.9
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	16.8	49.3	33.9	14.8	50.1	35.1
7. โอกาสในการหางานรวม	15.0	44.7	40.3	14.7	42.9	42.4

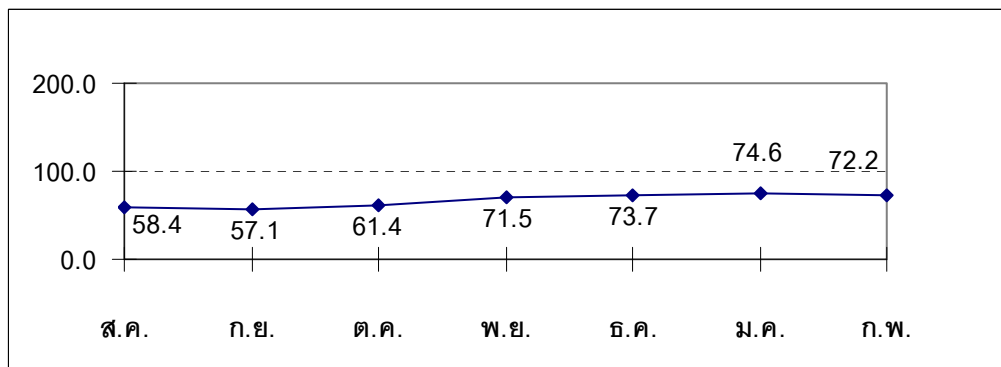
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2542 ถึงกุมภาพันธ์ 2543

รายการ	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	64.1	66.6	79.5	82.5	82.9	79.7
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	57.1	61.6	71.5	73.7	74.6	72.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.1	99.9	114.4	108.8	108.0	105.6

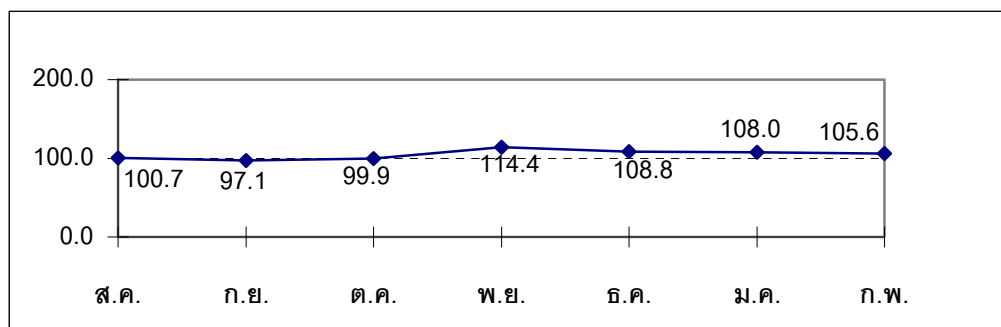
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



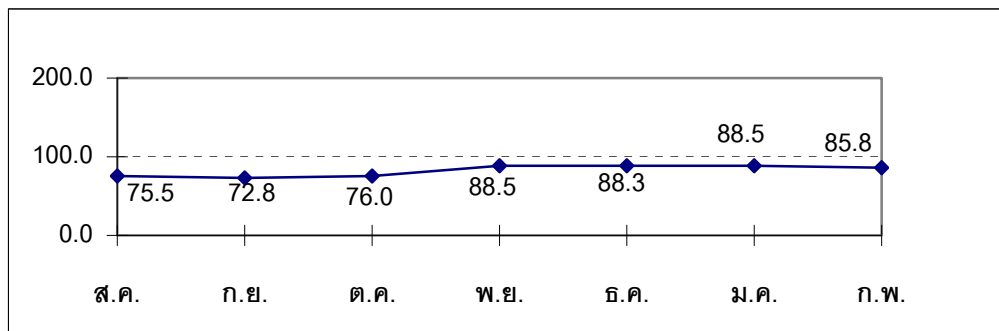
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



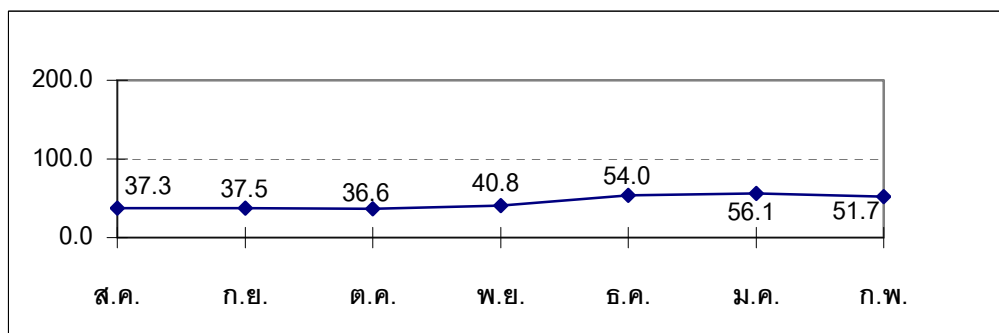
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแต่ละประเภทในเดือนกันยายน 2542 ถึงกุมภาพันธ์ 2543

รายการ	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	72.8	76.0	88.5	88.3	88.5	85.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	37.5	36.6	40.8	54.0	56.1	51.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	88.3	94.2	111.7	104.4	103.6	102.0

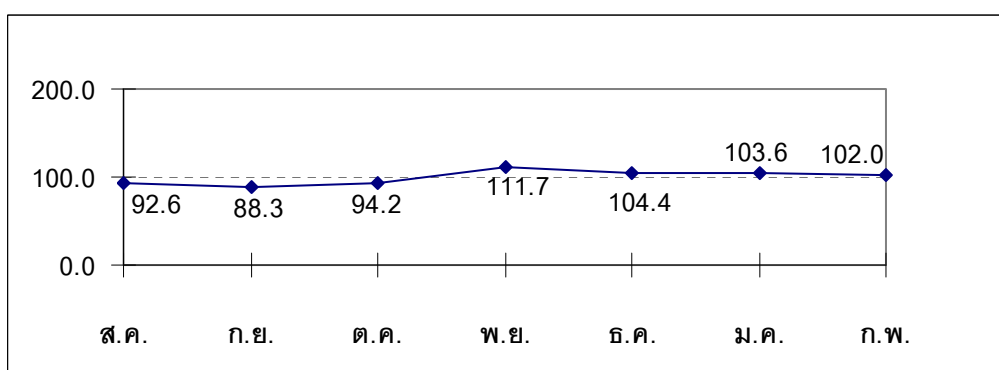
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2543

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,712 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 40.6 และต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 59.4 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.3 และ 50.7 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2543

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. งานบีไอไอแฟร์และการประชุมองค์กรครั้งที่ 10 ที่ประสบผลสำเร็จ ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดการลงทุนใหม่ๆ เกิดขึ้น ตลอดจนสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อประเทศไทย
2. ธนาคารแห่งประเทศไทยได้ปรับตัวเลขการประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทยในปี 2543 จาก 4.0% เป็น 4.5%
3. ธนาคารแห่งประเทศไทยประมาณการว่าหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) อาจลดลงเหลือ 10% ภายในสิ้นปี 2543
4. ตัวเลขการส่งออกในเดือนมกราคม 2543 ขยายตัวสูงถึง 33.2% ขณะที่การนำเข้าขยายตัว 23.5% ส่งผลให้เกินดุลการค้า 1.3 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวขึ้นรวม 2 ครั้งเป็นจำนวน 60 สตางค์ต่อลิตรในกลางเดือนกุมภาพันธ์ โดยราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับเพิ่มสูงขึ้นจาก 14.39 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม เป็น 14.99 บาทต่อลิตร และราคาน้ำมันดีเซล ปรับเพิ่มสูงขึ้นจาก 11.32 บาทต่อลิตร เป็น 11.82 บาทต่อลิตร

2. SET INDEX ปรับตัวลดลงในเดือนกุมภาพันธ์ประมาณ 100 จุด จาก 474.39 จุด ณ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ เป็น 374.32 จุด ณ วันที่ 29 กุมภาพันธ์ เนื่องมาจากการเทขายของนักลงทุนต่างประเทศที่มีความกังวลต่อปัญหาการปรับโครงสร้างหนี้ของสถาบันการเงินไทยที่มีความล่าช้า
3. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้าและเริ่มมีปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้ว

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมา ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่ปัจจัยลบต่างๆ มีผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะปัญหาการค่าน้ำมันที่มีการปรับตัวสูงขึ้น สำหรับรายละเอียดของดัชนีต่างๆ ในเดือนกุมภาพันธ์ มีดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 79.7 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 82.9 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 14.8% 50.1% และ 35.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 16.8% 49.3% และ 33.9% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 55.6 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 60.2 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.5% 40.6% และ 51.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 8.8% 40.9% และ 50.3% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนกุมภาพันธ์แย่มากจากเดือนมกราคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนกุมภาพันธ์อยู่ในระดับประมาณ 103.7 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 105.6 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 22.1% 59.5% และ 18.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 25.5% 54.7% และ 19.8%ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนกุมภาพันธ์จะปรับตัวลดลง แต่การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับเกินกว่า 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สี่ แสดงว่าผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตอย่างต่อเนื่องและเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มอยู่ในระดับที่ดีและจะปรับตัวกลับมาสู่ภาวะเศรษฐกิจที่มีการขยายตัวต่อไป

ดังนั้น จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์อาจพอสรุปได้ว่า ภาพเศรษฐกิจไทยในสายตาของผู้บริโภคนั้น ผู้บริโภคยังคงมีความเห็นว่าเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีขึ้นมากนัก โดยยังคงอยู่ในระดับแย่ (เนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) แม้ว่า ผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะกลับมาสู่ภาวะที่ดีมีการขยายตัวต่อเนื่องต่อไป แต่การที่ความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคตมีแนวโน้มปรับตัวลดลงตลอดช่วง 4 เดือนที่ผ่านมาเป็นเรื่องที่น่าเป็นห่วงว่า ผู้บริโภคอาจไม่มีความมั่นใจในระบบเศรษฐกิจทำให้ชะลอการบริโภคของตนได้อีกครั้ง

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กรกฎาคม 2542	70.3	34.4	106.2
สิงหาคม 2542	67.4	35.9	99.0
กันยายน 2542	64.1	35.7	92.6
ตุลาคม 2542	66.6	35.0	98.3
พฤศจิกายน 2542	79.5	43.3	115.9
ธันวาคม 2542	82.5	58.5	106.4
มกราคม 2543	82.9	60.2	105.6
กุมภาพันธ์ 2543	79.7	55.6	103.7
ไตรมาส	ค่าดัชนีเฉลี่ย		
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
ม.ค. – ก.พ. 2543	81.3	57.9	104.7

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 72.2 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 74.6 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.7% 42.9% และ 42.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.0% 44.7% และ 40.3% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือน
กุมภาพันธ์อยู่ในระดับประมาณ 47.8 ปรับตัวลดลงจากเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 52.0 แสดงให้เห็นว่า
ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่า
โอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.1% 31.5% และ 60.4% ตามลำดับ ขณะที่
ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.7%
38.6% และ 54.7% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคตของเดือนกุมภาพันธ์อยู่ใน
ระดับประมาณ 96.8 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 97.3 โดยในเดือนกุมภาพันธ์
ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 21.3% 54.2% และ
24.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี
ปานกลาง และแย่ประมาณ 23.2% 50.8% และ 26.0% ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กรกฎาคม 2542	61.2	39.3	83.2
สิงหาคม 2542	58.4	38.7	78.1
กันยายน 2542	57.1	39.2	75.1
ตุลาคม 2542	61.6	38.8	84.4
พฤศจิกายน 2542	71.5	38.2	104.9
ธันวาคม 2542	73.7	49.5	97.9
มกราคม 2543	74.6	52.0	97.3
กุมภาพันธ์ 2543	72.2	47.8	96.8
ไตรมาส	ค่าดัชนีเฉลี่ย		
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
ม.ค. – ก.พ. 2543	73.4	49.9	97.1

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 105.6 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 108.0 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 25.6% 54.5% และ 19.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 26.4% 55.2% และ 18.4% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าดัชนีในเดือนนี้จะปรับตัวลดลงจากเดือน แต่ดัชนีปรับตัวเกินกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สี่ แสดงว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งยังคงเป็นเครื่องชี้ที่สำคัญที่แสดงให้เห็นว่าในช่วงนี้ผู้บริโภคยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนเนื่องจากยังมีความมั่นใจในรายได้ของตน

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กรกฎาคม 2542	103.9
สิงหาคม 2542	100.7
กันยายน 2542	97.1
ตุลาคม 2542	99.9
พฤศจิกายน 2542	114.4
ธันวาคม 2542	108.8
มกราคม 2543	108.0
กุมภาพันธ์ 2543	105.6
ไตรมาส	ค่าดัชนีเฉลี่ย
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
ม.ค. – ก.พ. 2543	106.8

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2542 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นทุกประเภทปรับตัวลดลงส่งผลให้ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 56.1 ในเดือนมกราคมเป็นระดับ 51.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 103.6 ในเดือนมกราคมเป็นระดับ 102.0 ในเดือนกุมภาพันธ์ และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมลดลงอยู่ในระดับประมาณ 85.8 (แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ ภาวะการณ์โดยรวมทั้งด้านเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ในอนาคตยังไม่ดีนักเนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) ปรับตัวลดลงจากเดือนมกราคมที่อยู่ในระดับประมาณ 88.5

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณ์ในอนาคตปรับตัวสูงขึ้นเกินระดับ 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่สี่ แม้จะแสดงว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจภาวะการณ์ในอนาคตว่าภาวะเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ของผู้บริโภคจะปรับตัวสู่ในระดับที่ดีในระยะเวลาอันใกล้นี้ แต่การที่ดัชนีปรับตัวลดลงตลอดช่วง 4 เดือนที่ผ่านมาแสดงให้เห็นสัญญาณว่า การฟื้นตัวของเศรษฐกิจอาจไม่ยั่งยืนได้ หากผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในภาวะการณ์ในอนาคตอีก

ครั้ง

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กรกฎาคม 2542	78.5	36.8	97.8
สิงหาคม 2542	75.5	37.3	92.6
กันยายน 2542	72.8	37.5	88.3
ตุลาคม 2542	76.0	36.6	94.2
พฤศจิกายน 2542	88.5	40.8	111.7
ธันวาคม 2542	88.3	54.0	104.4
มกราคม 2543	88.5	56.1	103.6
กุมภาพันธ์ 2543	85.8	51.7	102.0
ไตรมาส	ค่าดัชนีเฉลี่ย		
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
ม.ค. – ก.พ. 2543	87.2	53.9	102.8

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปีเดือนกุมภาพันธ์ 2543 ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมกราคม แม้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตยังคงปรับตัวสูงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 4 ของปี 2542 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าในอนาคตภาวะการณ์ต่างๆ จะปรับตัวดีขึ้น ซึ่งจะเป็ปัจจัยที่สนับสนุนให้การบริโภคขยายตัวในระดับสูงในอนาคตได้ แต่การที่ดัชนีปรับตัวลดลงตลอดช่วง 4 เดือนที่ผ่านมาแสดงให้เห็นสัญญาณว่า การฟื้นตัวของภาคการบริโภคอาจไม่ยั่งยืนได้ หากผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นในภาวะการณ์ในอนาคตอีกครั้ง

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย