

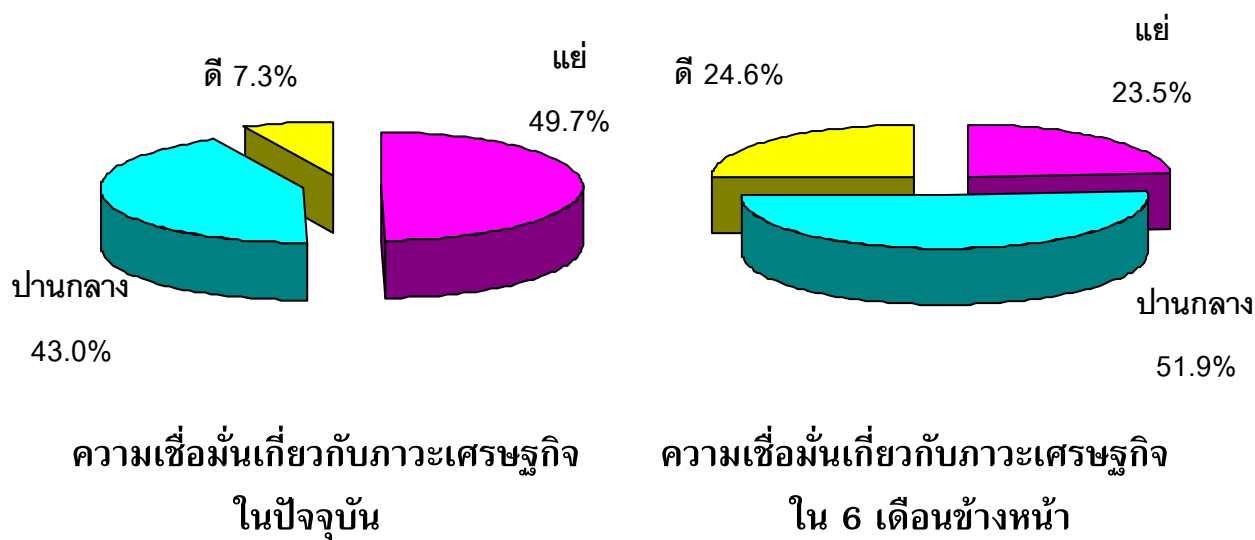


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Confidence Index

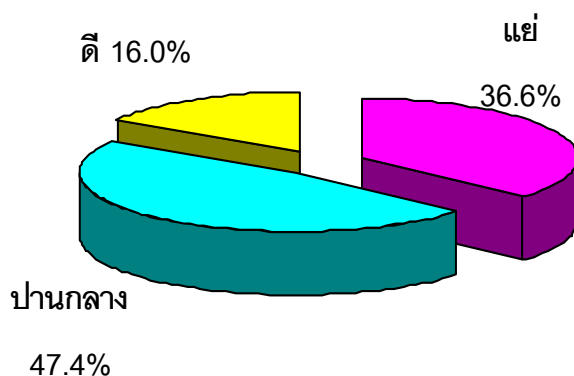
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 276-1040 หรือ 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทย เดือนเมษายน 2543

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



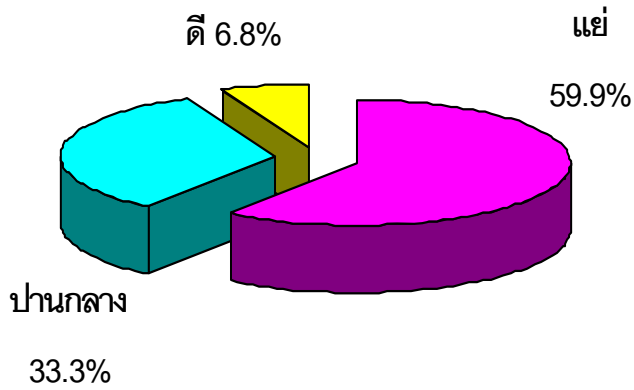
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



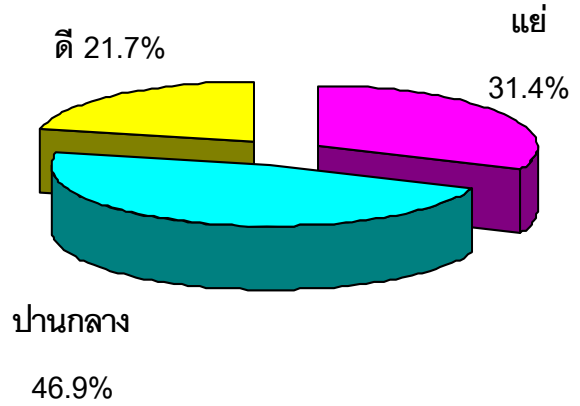
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 79.4

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

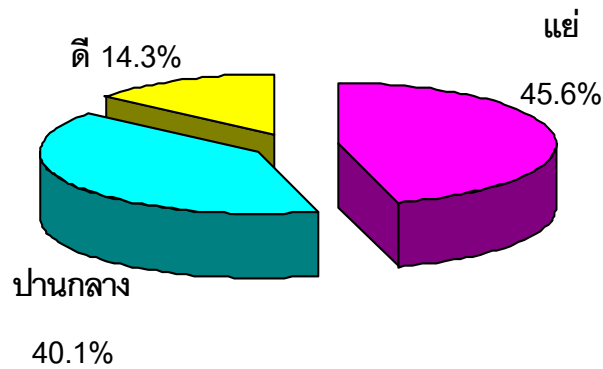


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

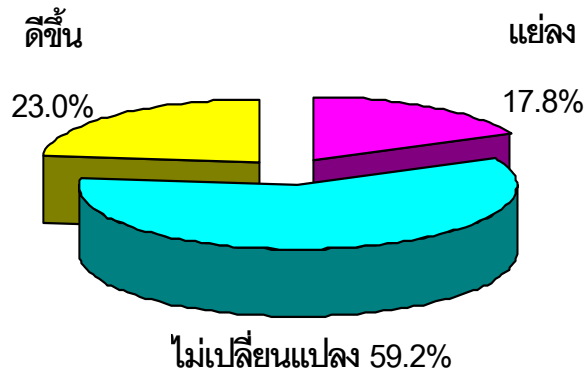
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับที่ไม่ดี



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **68.6**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **105.2**

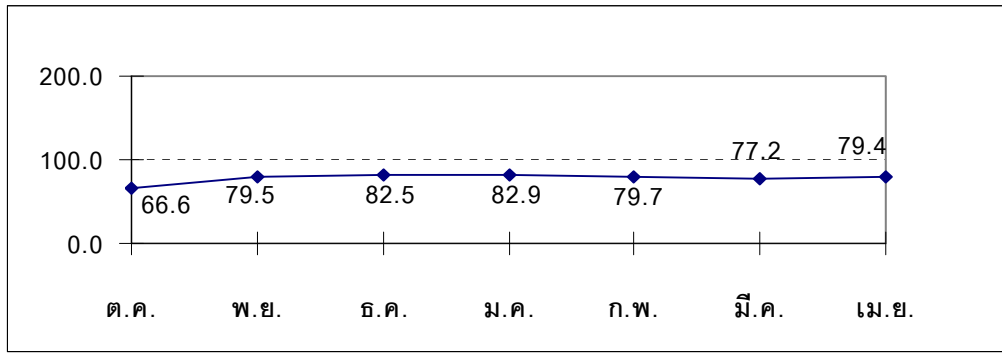
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมถึงเมษายน 2543

รายการ	กุมภาพันธ์ 2543 (%)			มีนาคม 2543 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	6.6	42.8	50.7	7.3	43.0	49.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	22.8	52.8	24.4	24.6	51.9	23.5
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	6.1	31.4	62.4	6.8	33.3	59.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	21.2	46.2	32.6	21.7	46.9	31.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	22.1	59.2	18.7	23.0	59.2	17.8
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	14.7	47.8	37.5	16.0	47.4	36.6
7. โอกาสในการหางานรวม	13.7	38.8	47.5	14.3	40.1	45.6

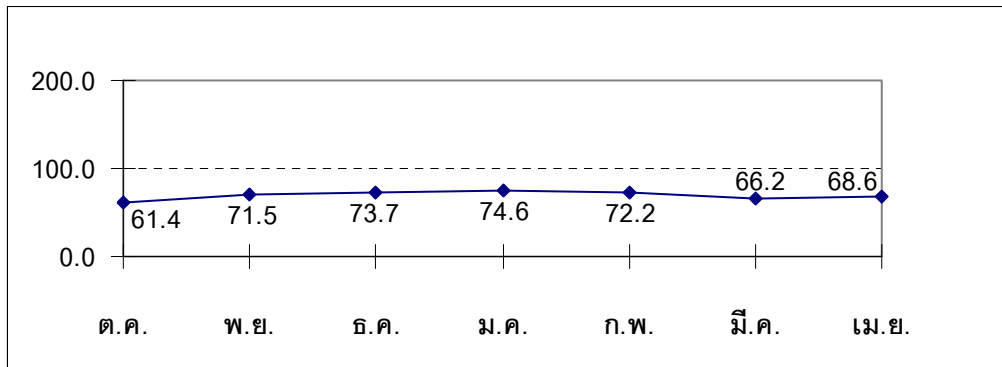
ตารางที่ 2 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2542 ถึงเมษายน 2543

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	79.5	82.5	82.9	79.7	77.2	79.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	71.5	73.7	74.6	72.2	66.2	68.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	114.4	108.8	108.0	105.6	103.4	105.2

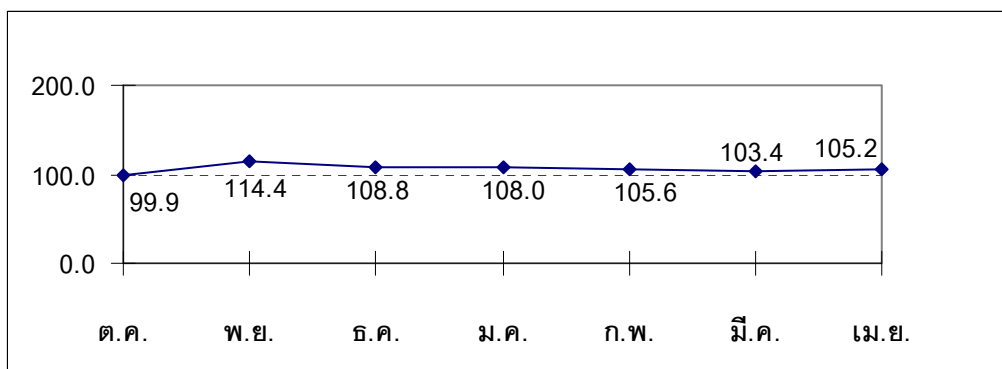
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



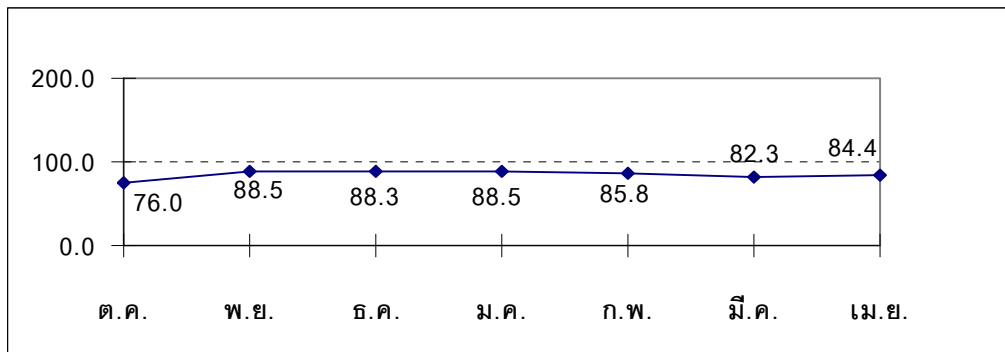
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



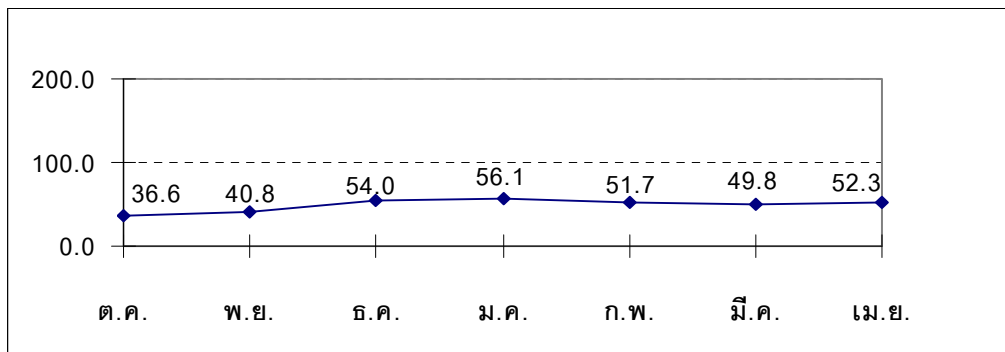
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแต่ละช่วงเวลา
ในเดือนพฤศจิกายน 2542 ถึงเมษายน 2543

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม	88.5	88.3	88.5	85.8	82.3	84.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.8	54.0	56.1	51.7	49.8	52.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	111.7	104.4	103.6	102.0	96.8	98.9

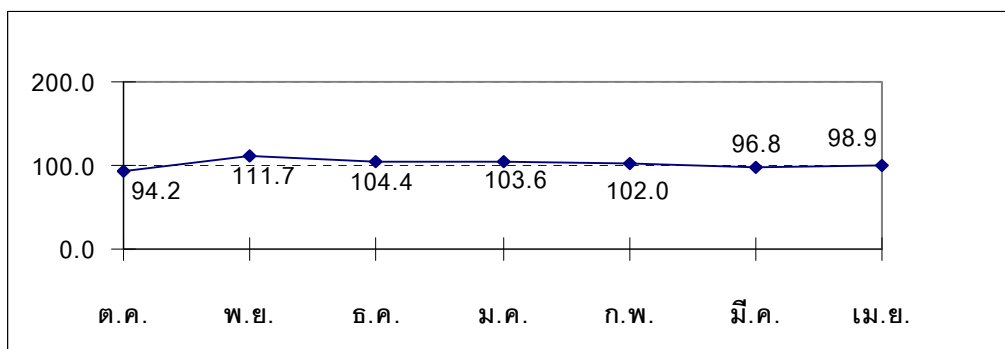
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2543

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนเมษายน 2543 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,720 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ประมาณร้อยละ 40.7 และต่างจังหวัดประมาณร้อยละ 59.3 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 48.8 และ 51.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2543

ในเดือนเมษายน 2543 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ตัวเลขเบื้องต้นของการส่งออกในไตรมาสแรกของปี 2543 มีมูลค่า 17,027.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สูงขึ้น 30.25% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 13,603.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 19.44% จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ดุลการค้าเกินดุล 3,424.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 103.38%
2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลงเล็กน้อยโดย ณ สิ้นเดือนเมษายน โดยราคาน้ำมันเบนซิน ไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 และน้ำมันดีเซลอยู่ในระดับ 14.29 และ 11.12 บาทต่อลิตร ตามลำดับ เทียบกับราคาน้ำมันเบนซิน ไร้สารตะกั่ว และน้ำมันดีเซล ที่ระดับ 14.69 และ 12.17 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม
3. การท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลสงกรานต์ส่งผลให้รายได้กระจายสู่ภูมิภาคมากขึ้น
4. ธนาคารกรุงไทยจัดตั้ง AMC แล้วโดยมีกองทุนฟื้นฟูฯ (FIDF) เป็นผู้ถือหุ้น 100%
5. ศาลล้มละลาย มีคำสั่งแต่งตั้ง “บริษัท เอฟพีเคทีพี แพลนเนอร์” ที่เจ้าหน้าที่ให้การสนับสนุนเข้าฟื้นฟูกิจการของบริษัทอุตสาหกรรมปิโตรเคมีกัลไทย (ทีพีไอ) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการฟื้นฟูกิจการที่เอื้อประโยชน์ต่อเจ้าหน้าที่มีความชัดเจนและส่งผลในทางปฏิบัติ

6. สถาบัน Moody กำลังทบทวนการปรับเพิ่มอันดับความน่าเชื่อถือของไทยและสถาบันการเงินของไทยสู่ระดับน่าลงทุน
7. ธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย (เอดีบี) คาดการณ์ว่า เศรษฐกิจของไทยจะฟื้นตัวขึ้นอย่างแข็งแกร่งในปี 2542 และ 2543 โดยจะขยายตัวในอัตรา 4.5 % และ 4.6 % ตามลำดับ
8. ธปท. ประเมินการว่าเศรษฐกิจไทยขยายตัวมากกว่า 5% เล็กน้อยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2543

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. ขวัญปัญหาความคิดเห็นที่ไม่ตรงกันระหว่างกระทรวงการคลังและธปท. เกี่ยวกับการรวมบัญชีของธปท. ในประเด็นทุนสำรองระหว่างประเทศ และการนำเงินไปชดเชยผลการขาดทุนของกองทุนฟื้นฟู ยังคงเกิดขึ้นและยังไม่มีข้อยุติ
2. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้าและปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้น โดย NPL ในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 มีจำนวนทั้งสิ้น 2,052 ล้านบาท หรือคิดเป็น 38.07% ลดลงจากเดือนมกราคมเพียง 3.19 หมื่นล้านบาท อย่างไรก็ตามในเดือนกุมภาพันธ์ มี NPL รายใหม่ และ NPL ที่ปรับโครงสร้างหนี้แล้วกลับมาเป็น NPL ใหม่ (Re-entry NPL) รวมกันทั้งสิ้น 3.98 หมื่นล้านบาท ซึ่งในจำนวนนี้ เป็น Re-entry NPL ประมาณ 1.37 หมื่นล้านบาท
3. สถาบันไควาของญี่ปุ่น รายงานว่าเศรษฐกิจไทยมีการฟื้นตัวอย่างเปราะบาง อาจเข้าสู่ภาวะถดถอยยาวนานเหมือนญี่ปุ่น เนื่องจากปัญหา 3 ประการ คือ ความซบเซาของตลาดหุ้นไทย มูลค่าอสังหาริมทรัพย์ที่ตกต่ำอย่างมาก และการขยายตัวของสินเชื่อดอลล
4. ปัญหาหนี้สาธารณะอยู่ในระดับสูงถึง 3.12 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 64% ของ GDP
5. ราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และยังไม่มีความแนวโน้มที่จะปรับตัวเพิ่มขึ้นในระยะสั้น
6. ปัญหาด้านแรงงาน ผลการประชุมคณะกรรมการค่าจ้างกลาง มีมติยังไม่มีการปรับค่าจ้างขั้นต่ำตามที่ผู้ใช้แรงงานร้องขอและให้คงอัตราเดิมต่อไป สำหรับแนวโน้มการปลดคนงานยังคงมีอยู่เช่นในสถาบันการเงิน คาดการณ์ว่าในปีนี้จะปลดพนักงานอีกประมาณ 1 – 2 หมื่นคน

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2543 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทอยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมาโดยปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย ซึ่งน่าจะเป็นผลมาจากการที่ปัจจัยบวกและปัจจัยลบต่างๆ ไม่แตกต่างจากเดือนที่ผ่านมามากนัก สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนเมษายน มีดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 79.4 (ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่า 100) ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 77.2 โดยในเดือนเมษายนผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 16.0% 47.4% และ 36.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 14.7% 47.8% และ 37.5% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 57.6 อยู่ในระดับใกล้เคียงกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 55.9 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 7.3% 43.0% และ 49.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 6.6% 42.8% และ 50.7% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนเมษายนอยู่ในระดับที่ยังไม่ดีและไม่ค่อยแตกต่างจากเดือนมีนาคมมากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายนอยู่ในระดับประมาณ 101.1 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 98.5 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 24.6% 51.9% และ 24.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 22.8% 52.8% และ 24.4% ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตของเดือนเมษายนได้ปรับตัวสูงกว่าระดับ 100 อีกครั้ง หลังจากที่ได้ปรับตัวลดลงในเดือนมีนาคมต่ำกว่า 100 เป็นครั้งแรกนับจากเดือนพฤศจิกายน 2542 แสดงว่าผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตว่าจะกลับมาสู่ในระดับที่ดีได้

ดังนั้น จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนอาจพอสรุปได้ว่า ภาพเศรษฐกิจไทยในสายตาของผู้บริโภคนั้นไม่แตกต่างจากเดือนกับเดือนที่ผ่านมา กล่าวคือผู้บริโภคยังคงมีความเห็นว่าเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีขึ้นมากนัก โดยยังคงอยู่ในระดับแย่ (เนื่องจากดัชนียังคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100) **แม้ว่า ผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่ภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะกลับมาสู่ภาวะที่ดีมีการขยายตัวต่อเนื่องต่อไป แต่การที่ความเชื่อมั่นต่อระบบเศรษฐกิจในอนาคตมีแนวโน้มปรับตัวลดลงตลอดช่วง 3 เดือนแรกของปี 2543 และปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยในเดือนเมษายน เป็นเรื่องที่ต้องติดตามกันต่อไปว่าดัชนีนี้จะปรับตัวเพิ่มขึ้นหรือลดลงอย่างไร เพื่อที่จะสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อการฟื้นตัวของภาวะเศรษฐกิจว่ายั่งยืนหรือไม่**

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
มีนาคม 2543	77.2	55.9	98.5
เมษายน 2543	79.4	57.6	101.1
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
ไตรมาสที่ 1 2543	79.9	57.2	102.6
เมษายน 2543	79.4	57.6	101.1

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับประมาณ 68.6 ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 66.2 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.3% 40.1% และ 45.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.7% 38.8% และ 47.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนเมษายนอยู่ในระดับประมาณ 46.9 ปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 43.7 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.8% 33.3% และ 59.9% ตามลำดับ ขณะที่

ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 6.1% 31.4% และ 62.4% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายนอยู่ในระดับประมาณ 90.3 ปรับตัวสูงขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 88.6 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 21.7% 46.9% และ 31.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 21.2% 46.2% และ 32.6% ตามลำดับ **แม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคตนั้นจะมีค่าใกล้เคียงระดับ 100 แต่มีแนวโน้มปรับตัวลดลงห่างจากระดับ 100 เป็นลำดับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 แสดงว่าผู้บริโภครู้สึกว่าการจ้างงานในอนาคตยังไม่สามารถปรับตัวเข้าสู่ภาวะที่ดีได้ตามภาวะเศรษฐกิจที่จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต**

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
มีนาคม 2543	66.2	43.7	88.6
เมษายน 2543	68.6	46.9	90.3
ไตรมาส	ค่าดัชนีเฉลี่ย		
ไตรมาสที่ 4 2541	33.0	18.3	47.7
ไตรมาสที่ 1 2542	40.9	23.10	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
เมษายน 2543	68.6	46.9	90.3

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนเมษายน 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 105.2 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 103.4 แสดงว่าผู้บริโภคเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลงเนื่องจากดัชนีมีค่าสูงเกินระดับ 100 โดยในเดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 23.0% 59.2% และ 17.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 22.1% 59.2% และ 18.7% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตทรงตัวอยู่ในระดับที่เกินกว่า 100 อย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่หกติดต่อกัน แสดงว่าผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะเป็นเครื่องชี้ที่สำคัญว่าในช่วงนี้ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนเนื่องจากยังมีความมั่นใจในรายได้ของตนว่าจะไม่ปรับตัวลดลงในอนาคตอันใกล้

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
มีนาคม 2543	103.4
เมษายน 2543	105.2
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
ไตรมาสที่ 1 2543	105.7
เมษายน 2543	105.2

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนเมษายน 2543

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2542 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2543 ดัชนีความเชื่อมั่นทุกประเภทปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย ส่งผลให้ดัชนีต่างๆ ที่แบ่งตามระยะเวลาวิเคราะห์ปรับตัวขึ้นทุกประเภทเช่นกัน อย่างไรก็ตาม ดัชนีประเภทต่างๆ ที่แบ่งตามระยะเวลาการวิเคราะห์ในเดือนเมษายนไม่แตกต่างจากเดือนก่อนมากนัก กล่าวคือ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวขึ้นจากระดับ 49.8 ในเดือนมีนาคมเป็นระดับ 52.3 ในเดือนเมษายน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวขึ้นจากระดับ 96.8 ในเดือนมีนาคมเป็นระดับ 98.9 ในเดือนเมษายน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมดีขึ้นจากเดือนมีนาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 82.3 เป็น 84.4 ในเดือนเมษายน การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างเต็มที่ ยังมีความต้องการออมเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต ทำให้การบริโภคในภาคประชาชนอาจจะยังไม่ขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นมากนัก สำหรับสินค้าโดยทั่วไป

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณในอนาคตมีค่าใกล้เคียงระดับ 100 ขณะที่ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันทรงตัวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 มาก (ประมาณ 50) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคฝากความหวังไว้กับอนาคตอย่างมาก แม้ว่าภาวะการณต่างๆ ในปัจจุบันยังไม่ดีขึ้น

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
มีนาคม 2543	82.3	49.8	96.8
เมษายน 2543	84.4	52.3	98.9
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
ไตรมาสที่ 1 2543	85.5	52.5	100.8
เมษายน 2543	84.4	52.3	98.9

สรุป

จากการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2543 แม้ว่าดัชนีต่างๆ จะปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อย แต่อาจกล่าวได้ว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในภาวะการณต่างๆ ใกล้เคียงกับเดือนมีนาคม ดัชนีต่างๆ แม้จะปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในอนาคตจะกลับขึ้นมาสูงเกินกว่าระดับ 100 อีกครั้ง แต่ยังไม่เร็วเกินไปที่จะกล่าวอย่างมั่นใจ (ในทัศนะของคุณพยากรณ์ฯ) ได้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้กลับเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้งอย่างยั่งยืน หลังจากที่มิแนวโน้มลดลงในรอบ 5 เดือนที่ผ่านมา

เป็นที่น่าสังเกตว่า ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวข้องกับภาวะเศรษฐกิจและโอกาสหางานทำในปัจจุบันนั้นมีค่าต่ำกว่า 100 มาโดยตลอดช่วงเวลาที่ทำการสำรวจ 19 เดือนที่ผ่านมา แสดงว่าการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในระดับมหภาคนั้นยังเกิดผลกับสาขาทางเศรษฐกิจบางสาขาเท่านั้น ผู้บริโภคโดยทั่วไปยังไม่ได้รับรู้หรือให้การยอมรับว่าภาวะเศรษฐกิจได้ปรับตัวอยู่ในระดับที่ดีแล้ว อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคส่วนใหญ่จะมีความหวังตลอดเวลา

ว่าภาวะเศรษฐกิจ โอกาสทางานทำ และรายได้ในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้น แม้ว่า ผลการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในระดับมหภาคยังไม่สามารถกระจายตัว และสร้างความเชื่อมั่นในภาวะการณ์ต่างๆ ในปัจจุบันให้กับผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน สถานการณ์เช่นนี้จึงเป็นเรื่องง่ายที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะลดลงได้หากมีปัจจัยด้านลบเกิดขึ้น และบั่นทอนความมั่นใจของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลต่อการขยายตัวของการบริโภคของภาคเอกชนได้ในที่สุด

สิ่งที่จำเป็นที่ภาครัฐบาลควรจะดำเนินการคือ การประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนเห็นแนวทางการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจทั่วทุกสาขาเศรษฐกิจที่เป็นรูปธรรม แนวนโยบายที่จะทำให้เกิดการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ตลอดจนแนวทางแก้ไขและรองรับปัญหาทางเศรษฐกิจและสังคมต่างๆ ในอนาคตอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้ผู้บริโภคโดยทั่วไปเกิดความเชื่อมั่นในภาวะการณ์ต่างๆ เพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ และเป็นการกระตุ้นให้การบริโภคของภาคเอกชนขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ชักนำการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย