

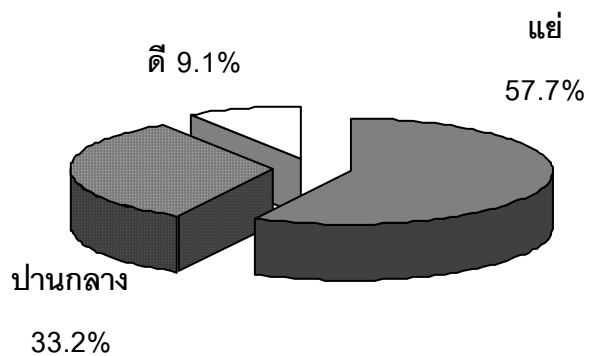


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer

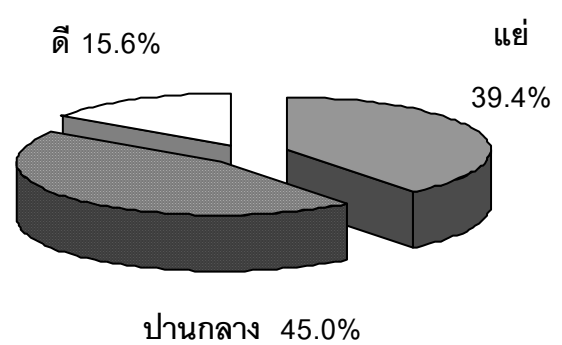
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. และ โทรสาร 692-3050 ต่อ 1366

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนพฤศจิกายน 2544
“ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2544”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า

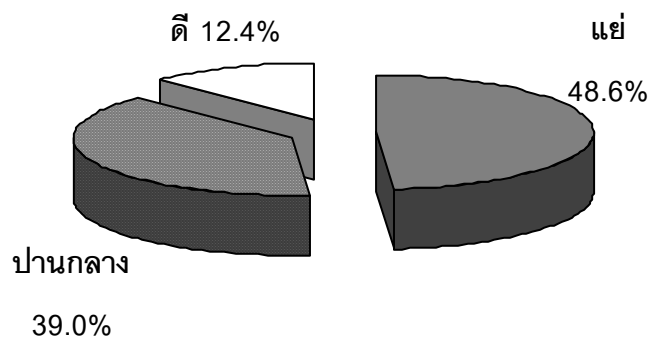


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

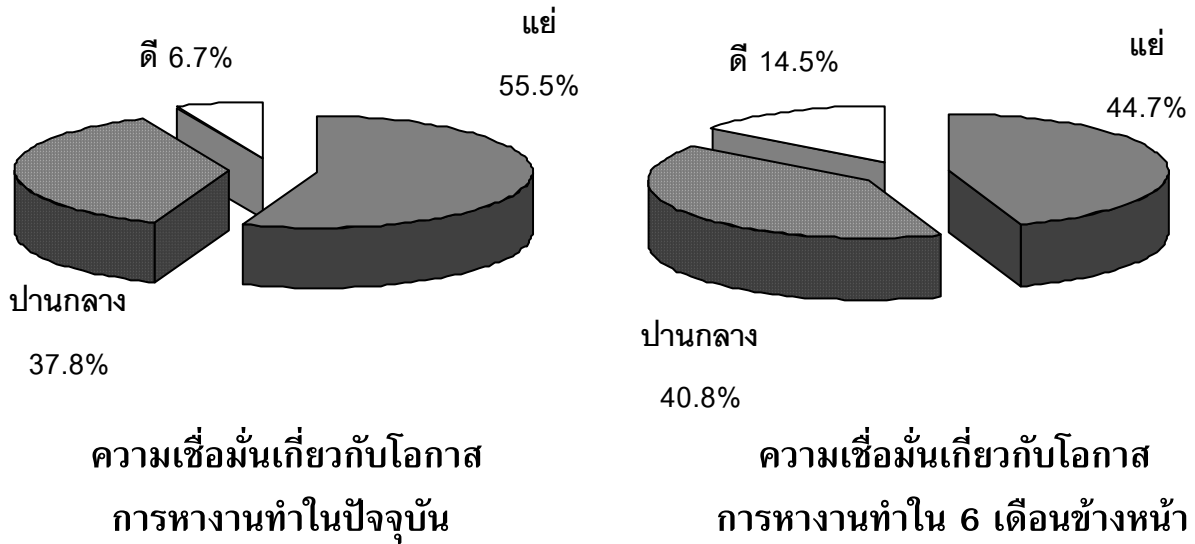
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่มาก



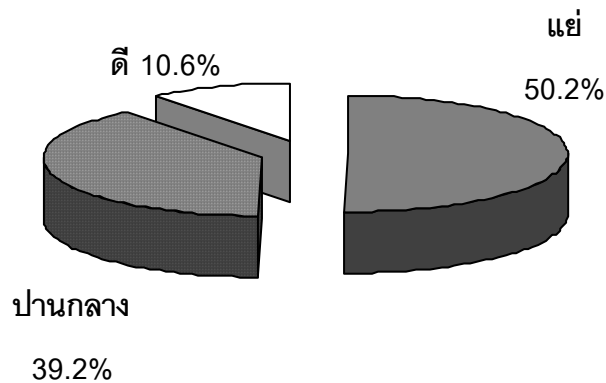
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 63.8

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



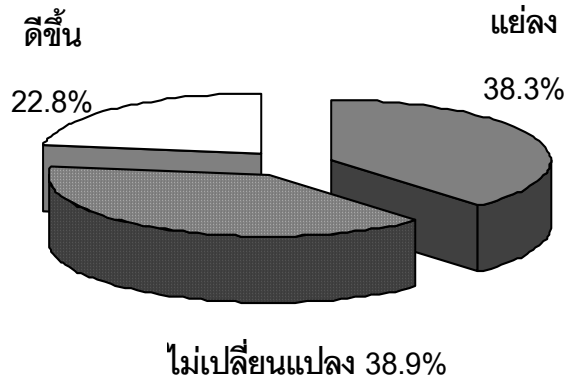
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย้



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ **60.4**

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ **84.5**

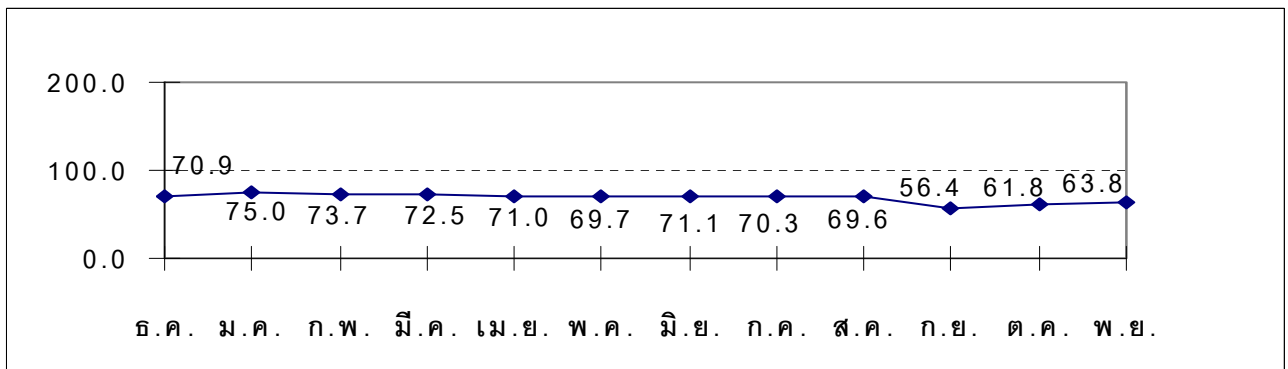
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน 2544

รายการ	ตุลาคม 2544 (%)			พฤศจิกายน 2544 (%)		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่มาก/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง / ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่มาก/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	7.1	36.9	56.0	9.1	33.2	57.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	11.7	49.0	39.3	15.6	45.0	39.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	4.5	36.2	59.3	6.7	37.8	55.5
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	12.6	42.0	45.4	14.5	40.8	44.7
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	19.1	45.0	35.9	22.8	38.9	38.3
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.4	42.9	47.7	12.4	39.0	48.6
7. โอกาสในการหางานรวม	8.6	39.0	52.4	10.6	39.2	50.2

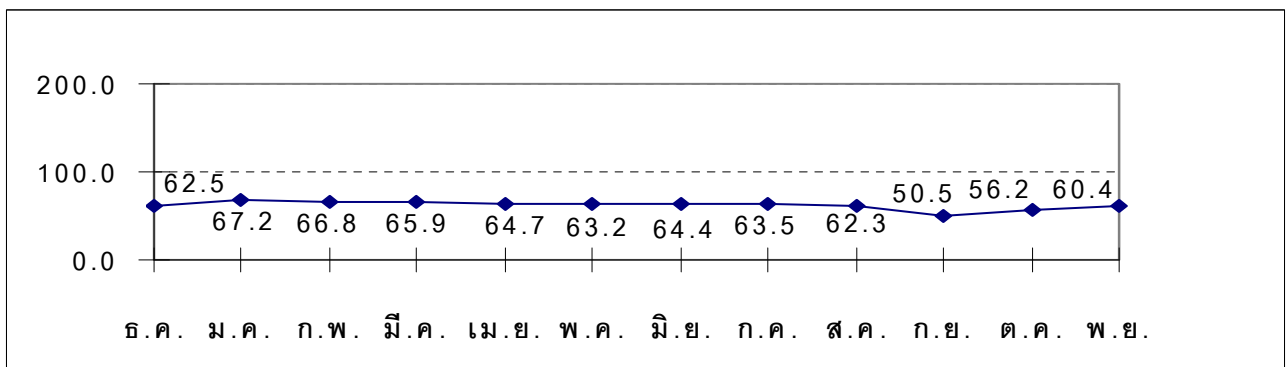
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2544

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	71.1	70.3	69.6	56.4	61.8	63.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	64.4	63.5	62.3	50.5	56.2	60.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.2	98.3	97.2	82.6	83.2	84.5

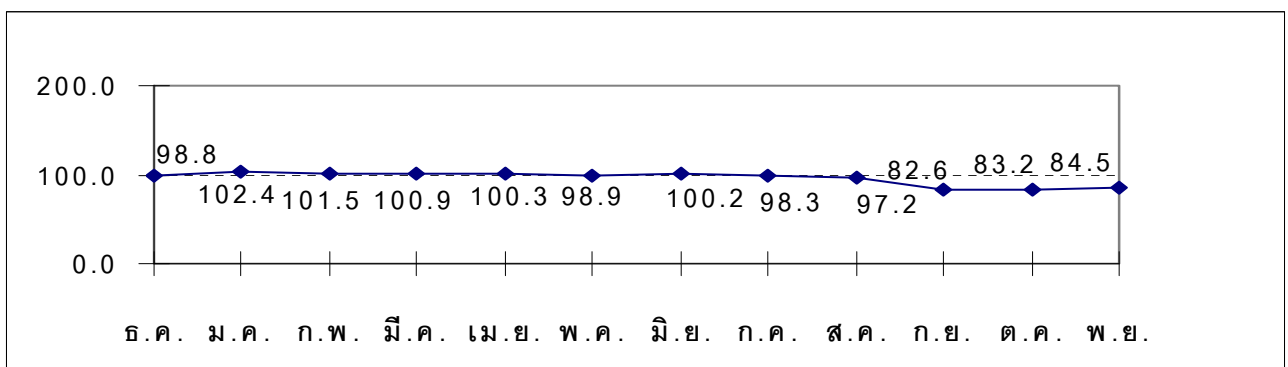
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



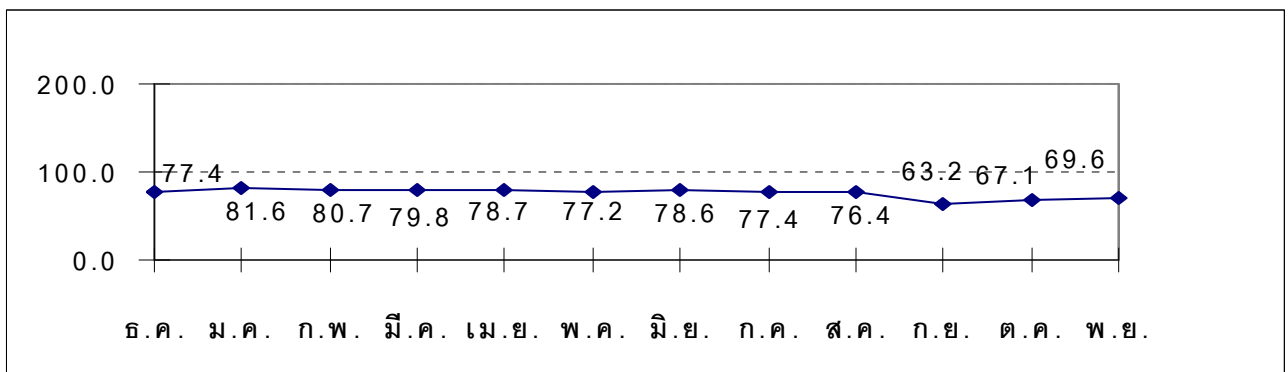
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



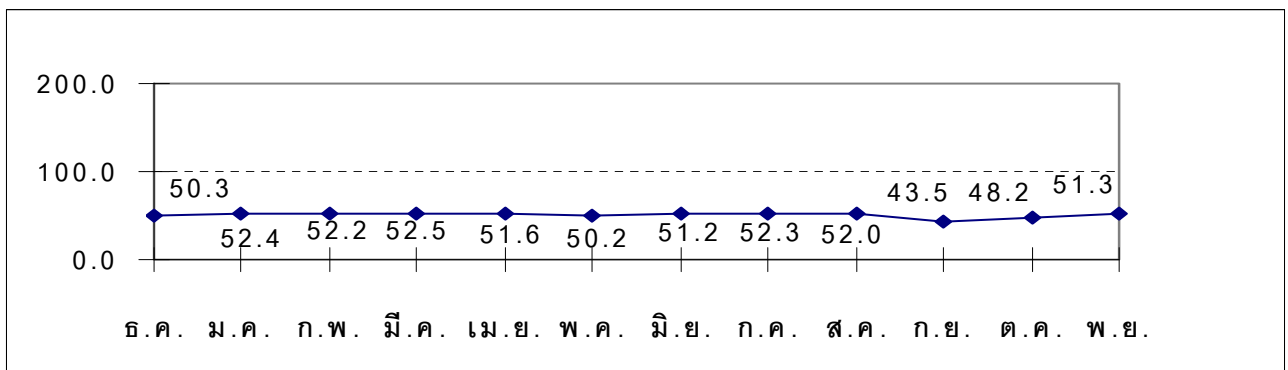
ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2544

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	78.6	77.4	76.4	63.2	67.1	69.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.2	52.3	52.0	43.5	48.2	51.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	89.7	87.1	86.4	69.9	74.3	76.8

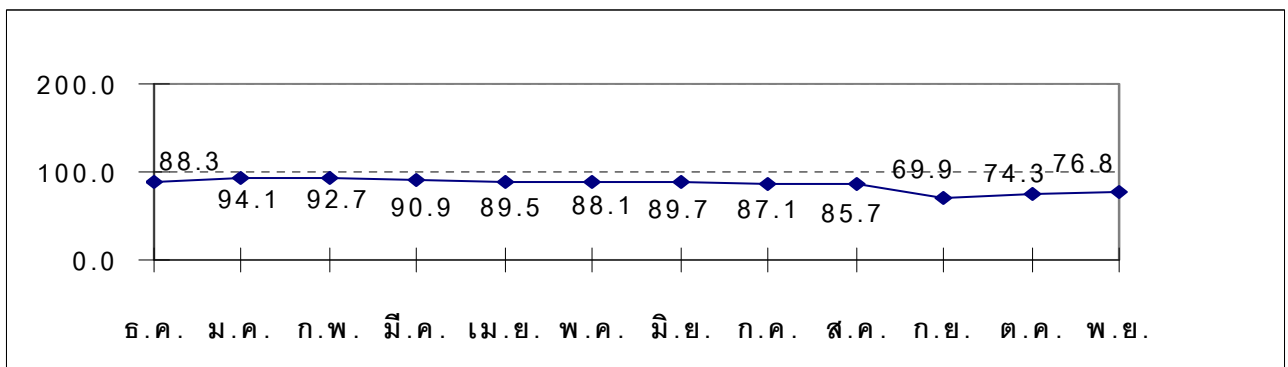
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2544

การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทยในเดือนพฤศจิกายน 2544 ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,982 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.5 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.5 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 47.5 และ 52.5 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2544

ในเดือนพฤศจิกายน 2544 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ในเดือนพฤศจิกายน ราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง 1 บาทต่อลิตร จาก 12.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม มาอยู่ที่ระดับ 11.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน ขณะที่ราคาน้ำมันเบนซินไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับตัวลดลง 80 สตางค์ต่อลิตร จาก 13.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม มาอยู่ที่ระดับ 12.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน
2. SET Index ในเดือนพฤศจิกายนปรับตัวดีขึ้นประมาณ 27.53 จุด เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยปรับตัวสูงขึ้นจาก 275.09 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม เป็น 302.62 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน
3. ค่าเงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้น โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นจากระดับ 44.657 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม เป็น 43.989 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. เศรษฐกิจโลกยังมีแนวโน้มชะลอตัวลง โดยเฉพาะเศรษฐกิจสหรัฐและญี่ปุ่นยังคงชะลอตัวลงและก้าวเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ทำให้เกิดความกังวลว่าการส่งออกของไทยและภาวะเศรษฐกิจไทยจะชะลอตัวลงตามเศรษฐกิจโลกซึ่งจะทำให้ปัญหาการว่างงานจะมีความรุนแรงขึ้นในอนาคต
2. คณะกรรมการพิจารณานโยบายพลังงาน (กพง.) ประกาศปรับราคาขายส่งก๊าซหุงต้มปรับสูงขึ้น 0.99 บาทต่อกิโลกรัม ส่งผลให้ราคาขายปลีกก๊าซหุงต้มขนาด 15 กิโลกรัม ปรับสูงขึ้นถึงละ 15 บาทจากราคาถึงละ 189 บาท เป็น 204 บาท มีผลตั้งแต่วันที่ 15 พฤศจิกายน 2544
3. การแก้ไขปัญหา NPL ยังมีความล่าช้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง และราคาสินค้าทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มคลายความกังวลเกี่ยวกับเหตุการณ์สงครามระหว่างสหรัฐฯ กับกลุ่มก่อการร้ายในอัฟกานิสถาน เนื่องจากสงครามที่เกิดขึ้นเป็นสงครามที่จำกัดบริเวณและไม่ได้มีแนวโน้มขยายขอบเขตของความรุนแรงอันจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกในวงกว้าง นอกจากนี้ ราคาน้ำมันก็ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง และราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกก็ปรับตัวดีขึ้นใกล้เคียงกับช่วงก่อนเกิดวินาศกรรมในสหรัฐฯ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนพฤศจิกายน 2544 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 63.8 เทียบกับเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 61.8 ทั้งนี้ ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.4% 39.0% และ 48.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.4% 42.9% และ 47.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 51.4 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 51.1 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.1% 33.2% และ 57.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.1% 36.9% และ 56.0% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนพฤศจิกายนยังอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกับภาวะเศรษฐกิจในเดือนตุลาคม

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤศจิกายนอยู่ในระดับประมาณ 76.2 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 72.4 โดยในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.6%

45.0% และ 39.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.7% 49.0% และ 39.3% ตามลำดับ

แม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา แต่ ดัชนียังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์วินาศกรรมในสหรัฐ (ในช่วงเดือนสิงหาคม 2544) แสดงให้เห็น ว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยในอนาคตว่าจะปรับตัวสู่ระดับที่ดีได้เพราะความคาดหวัง ในอนาคตยังอยู่ในทิศทางที่ปรับตัวลดลง ซึ่งจะสังเกตได้ชัดเจนเมื่อพิจารณาถึงดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะ เศรษฐกิจในอนาคตเป็นรายไตรมาส

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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	42.4	70.5
ตุลาคม 2544	61.8	51.1	72.4
พฤศจิกายน 2544	63.8	51.4	76.2

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
ต.ค. - พ.ย. 2544	62.8	51.3	74.3

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 60.4 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 56.2 อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการจ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 โดยในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.6% 39.2% และ 50.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 39.0% และ 52.4% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤศจิกายนอยู่ในระดับประมาณ 51.1 ปรับตัวดีขึ้นเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคมที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 45.2 แสดงว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่โอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังคงไม่ดีในช่วงนี้ โดยในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.7% 37.8% และ 55.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 4.5% 36.2% และ 59.3% ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤศจิกายนอยู่ในระดับประมาณ 69.7 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 67.2 โดยในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.5% 40.8% และ 44.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.6% 42.0% และ 45.4%ตามลำดับ จะสังเกตได้ว่า ทิศทางการปรับตัวของความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจและโอกาสหางานทำยังคงปรับตัวในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภครู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นได้ในอนาคต ก็จะมีความรู้สึกว่าโอกาสในการหางานทำจะปรับตัวดีขึ้นตามไปด้วย

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ตุลาคม 2544	56.2	45.2	67.2
พฤศจิกายน 2544	60.4	51.1	69.7

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
ต.ค. - พ.ย. 2544	58.3	48.2	68.5

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤศจิกายน 2544 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 84.5 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 83.2 โดยในเดือนพฤศจิกายน ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 22.8% 38.9% และ 38.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 19.1% 45.0% และ 35.9% ตามลำดับ

แม้ว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นว่ารายได้ของตนในอนาคตจะไม่เปลี่ยนแปลง และกลุ่มตัวอย่างที่คาดว่าจะมีรายได้เพิ่มมากขึ้นจะมีจำนวนมากขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา แต่มีข้อที่น่าสังเกตคือ สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่คิดว่ารายได้ในอนาคตของตนจะแย่ลงยังมีอยู่เป็นจำนวนมากโดยอยู่ในระดับประมาณ 38.3% โดยสัดส่วนนี้ยังคงเพิ่มสูงขึ้นหลังจากการก่อวินาศกรรมในสหรัฐ โดยเพิ่มสูงขึ้นจากระดับ 19.3% 32.6% และ 35.9% ในเดือนสิงหาคม กันยายน และตุลาคม ตามลำดับ นอกจากนี้ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวเข้าสู่ระดับที่ต่ำกว่า 100 ติดต่อกันเป็นเดือนที่ห้าแสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความกังวลและไม่มั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าอาจมีการเปลี่ยนแปลงและมีโอกาสปรับตัวลดลงได้ ทำให้ในระยะ 1-3 เดือนนี้ การบริโภคโดยทั่วไปไม่น่าจะมีการขยายตัวมากนัก

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
ตุลาคม 2544	83.2
พฤศจิกายน 2544	84.5

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
ต.ค. - พ.ย. 2544	84.5

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤศจิกายน 2544

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2544 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2544 เนื่องจากดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะการณต่างๆ ปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ ดังนั้น เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวดีขึ้นเช่นกัน โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวเพิ่มขึ้นจากระดับ 48.2 ในเดือนตุลาคมเป็นระดับ 51.3 ในเดือนพฤศจิกายน ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 74.3 ในเดือนตุลาคมเป็นระดับ 76.8 ในเดือนพฤศจิกายน ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index) ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนตุลาคมที่อยู่ในระดับประมาณ 67.1 เป็น 69.6 ในเดือนพฤศจิกายน

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมี ความต้องการออมอย่างต่อเนื่องอีกต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ตุลาคม 2544	67.1	48.2	74.3
พฤศจิกายน 2544	69.6	51.3	76.8

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
ต.ค. – พ.ย. 2544	68.3	49.7	75.8

สรุป

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2544 ดัชนีเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนตุลาคม 2544 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มคลายความกังวลเกี่ยวกับเหตุการณ์สงครามระหว่างสหรัฐฯ กับกลุ่มก่อการร้ายในอัฟกานิสถาน เนื่องจากสงครามที่เกิดขึ้นเป็นสงครามที่จำกัดบริเวณและไม่ได้มีแนวโน้มขยายขอบเขตของความรุนแรงอันจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลกในวงกว้าง นอกจากนี้ ราคาน้ำมันก็ปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่อง และราคาหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ทั่วโลกก็ปรับตัวดีขึ้นใกล้เคียงกับช่วงก่อนเกิดวินาศกรรมในสหรัฐฯ

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นกลับมาปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องติดต่อกันเป็นเดือนที่สองเป็นการแสดงออกถึงการคลายความกังวลและวิตกต่อสถานการณ์สงครามระหว่างสหรัฐฯ กับกลุ่มก่อการร้ายในอัฟกานิสถาน อย่างไรก็ตาม ในขณะนี้ยังไม่มีสัญญาณที่ชี้ว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะเริ่มกลับมาปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากระดับของดัชนีความเชื่อมั่นทุกประเภทยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับในเดือนสิงหาคม 2544 (ในช่วงก่อนเกิดเหตุการณ์วินาศกรรมในสหรัฐฯ) และเมื่อพิจารณาการเคลื่อนไหวของดัชนีความเชื่อมั่นทุกประเภทเป็นรายไตรมาสจะพบว่าดัชนีความเชื่อมั่นยังปรับตัวในทิศทางที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปีนี้

จากผลของการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา นับตั้งแต่การเกิดวินาศกรรมในประเทศสหรัฐฯ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ ยังแสดงความเห็นเช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา ว่าจากภาวะการณ์เช่นนี้คาดว่าในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนใกล้เคียงกับระดับปัจจุบันหรือปรับตัวลดลงเล็กน้อยตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่ดี และยังไม่เห็นเหตุผลอันใดที่จะทำให้ผู้บริโภคปรับลดการบริโภคอย่างมากในช่วงนี้

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย