

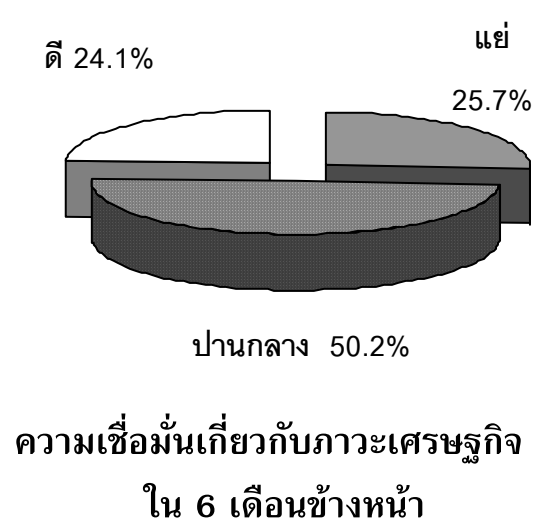
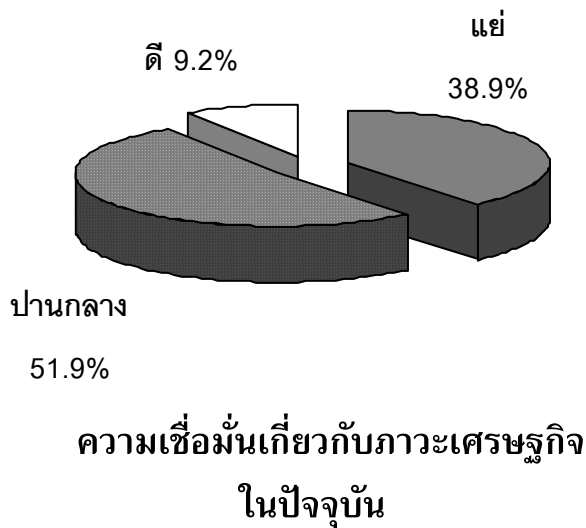


# ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer

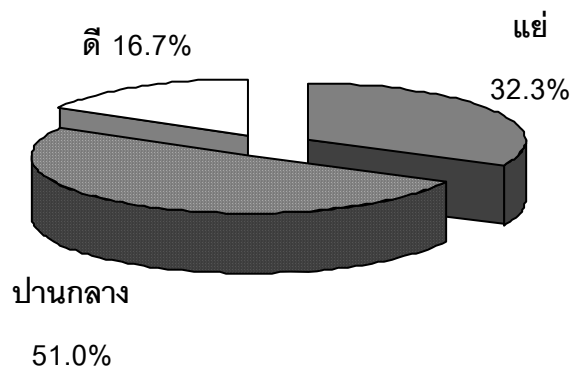
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
โทร. 692-3050 ต่อ 1366 และ โทรสาร 692-3050 ต่อ 3004

## ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกรกฎาคม 2545 “ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายน 2545”

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและ 6 เดือนข้างหน้า



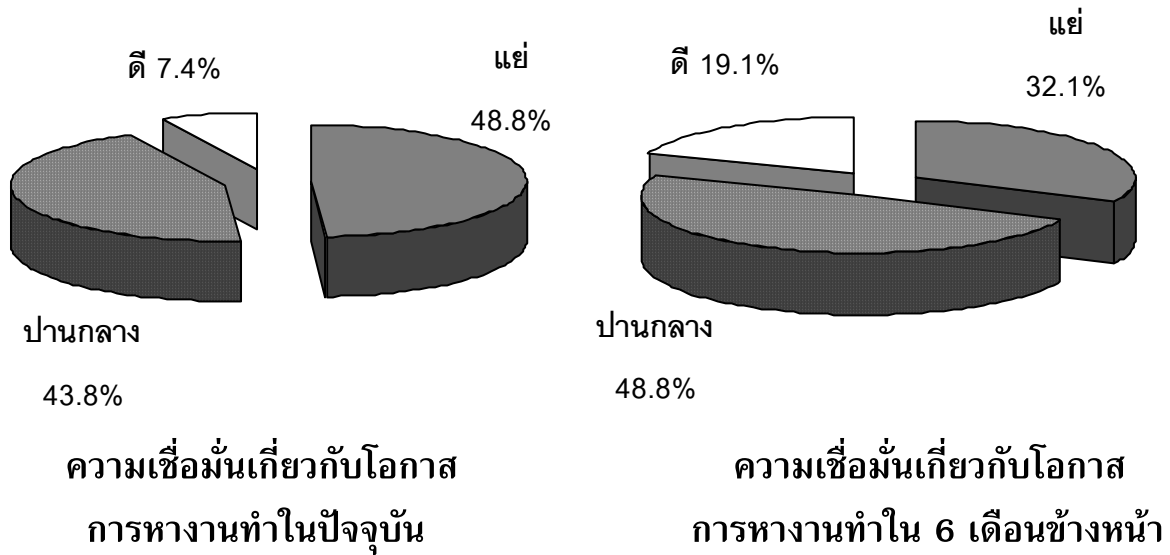
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



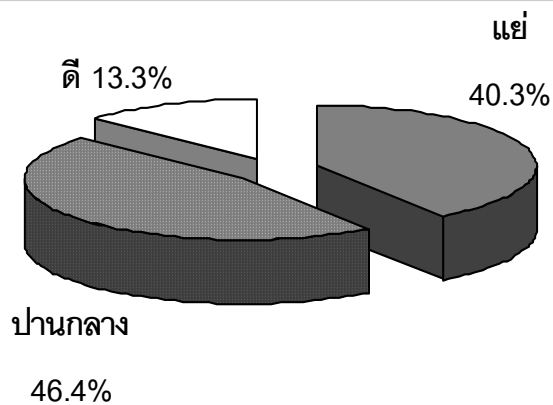
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 84.3

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



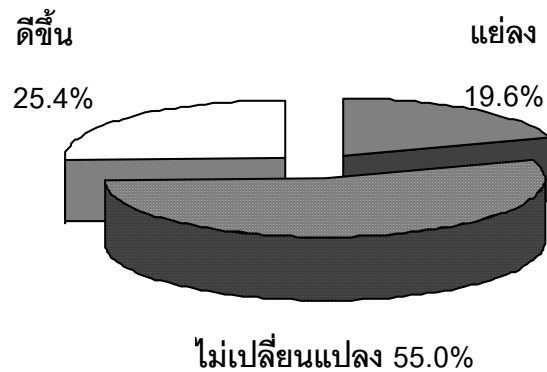
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 73.0

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 105.8

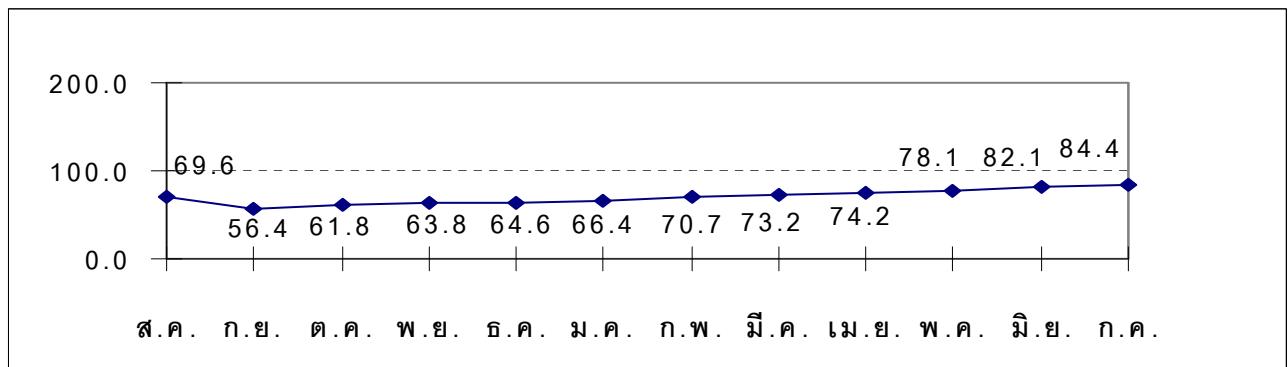
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม 2545

| รายการ                                     | มิถุนายน 2545 (%) |                                 |               | กรกฎาคม 2545 (%) |                                 |               |
|--|-------------------|---------------------------------|---------------|------------------|---------------------------------|---------------|
|  | ดี/<br>ดีขึ้น     | ปานกลาง /<br>ไม่<br>เปลี่ยนแปลง | แย่/<br>แย่ลง | ดี/<br>ดีขึ้น    | ปานกลาง /<br>ไม่<br>เปลี่ยนแปลง | แย่/<br>แย่ลง |
| 1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน                  | 8.6               | 50.1                            | 41.3          | 9.2              | 51.9                            | 38.9          |
| 2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า          | 25.4              | 46.0                            | 28.6          | 24.1             | 50.2                            | 25.7          |
| 3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน             | 6.8               | 42.8                            | 50.4          | 7.4              | 43.8                            | 48.8          |
| 4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน<br>ข้างหน้า | 21.7              | 42.0                            | 36.3          | 19.1             | 48.8                            | 32.1          |
| 5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า                | 28.1              | 50.3                            | 21.6          | 25.4             | 55.0                            | 19.6          |
| 6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม                      | 17.0              | 48.1                            | 34.9          | 16.7             | 51.0                            | 32.3          |
| 7. โอกาสในการหางานรวม                      | 14.2              | 42.5                            | 43.3          | 13.3             | 46.4                            | 40.3          |

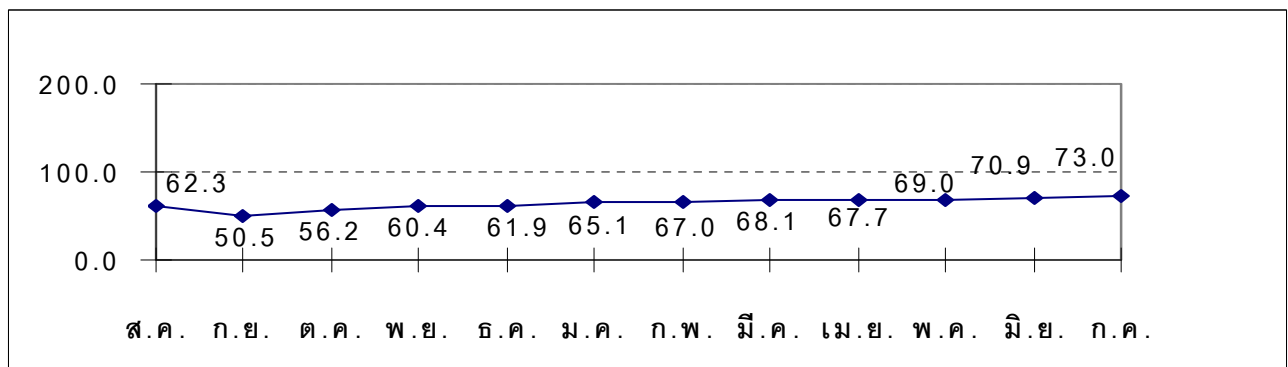
## ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2545

| รายการ  | กุมภาพันธ์ | มีนาคม | เมษายน | พฤษภาคม | มิถุนายน | กรกฎาคม |
|---|------------|--------|--------|---------|----------|---------|
| 1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม  | 70.7       | 73.2   | 74.2   | 78.1    | 82.1     | 84.4    |
| 2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน | 67.0       | 68.1   | 67.7   | 69.0    | 70.9     | 73.0    |
| 3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต   | 90.6       | 95.1   | 97.5   | 102.3   | 106.5    | 105.8   |

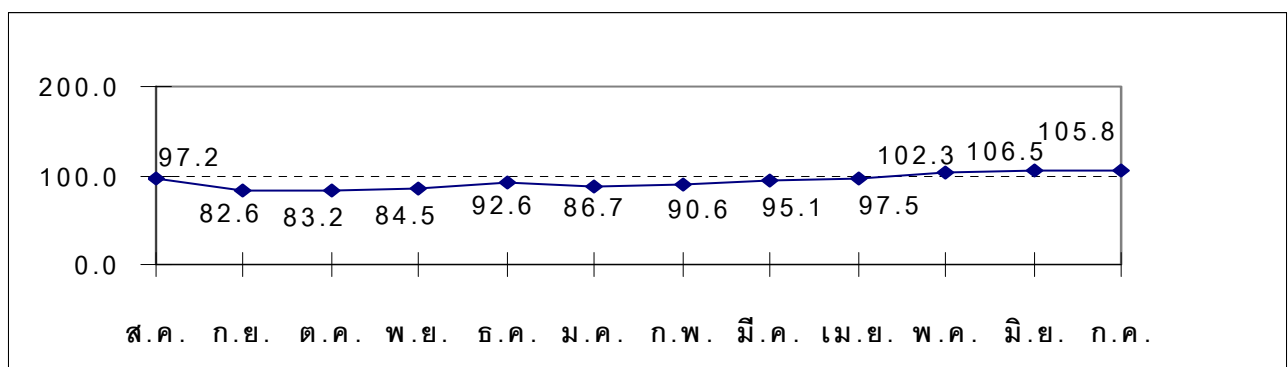
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



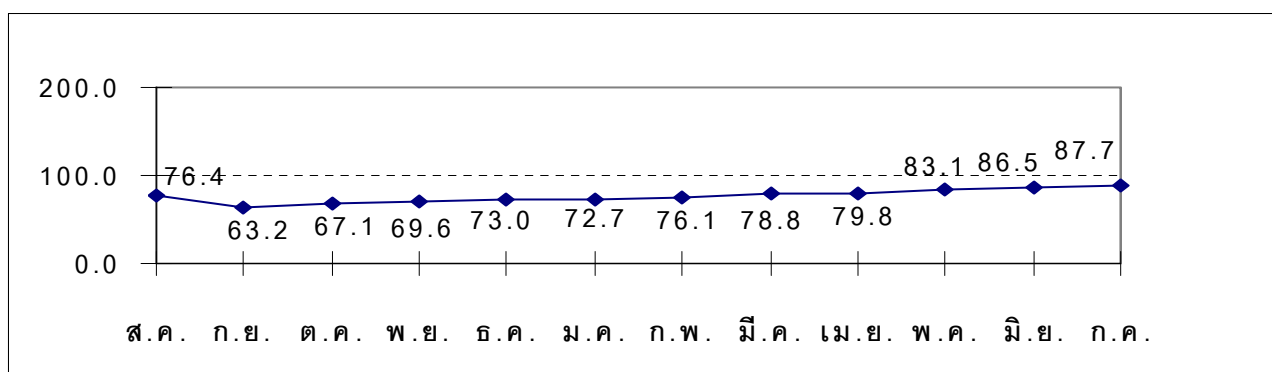
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



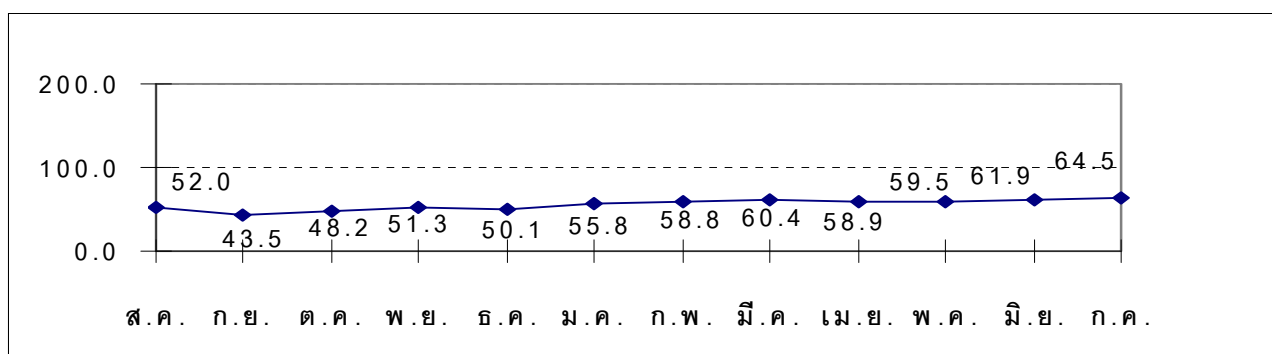
### ตารางที่3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2545

| รายการ                                      | กุมภาพันธ์ | มีนาคม | เมษายน | พฤษภาคม | มิถุนายน | กรกฎาคม |
|---|------------|--------|--------|---------|----------|---------|
| 1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค           | 76.1       | 78.8   | 79.8   | 83.1    | 86.5     | 87.7    |
| 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน | 58.8       | 60.4   | 58.9   | 59.5    | 61.9     | 64.5    |
| 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต    | 82.8       | 85.6   | 87.6   | 92.5    | 96.2     | 97.1    |

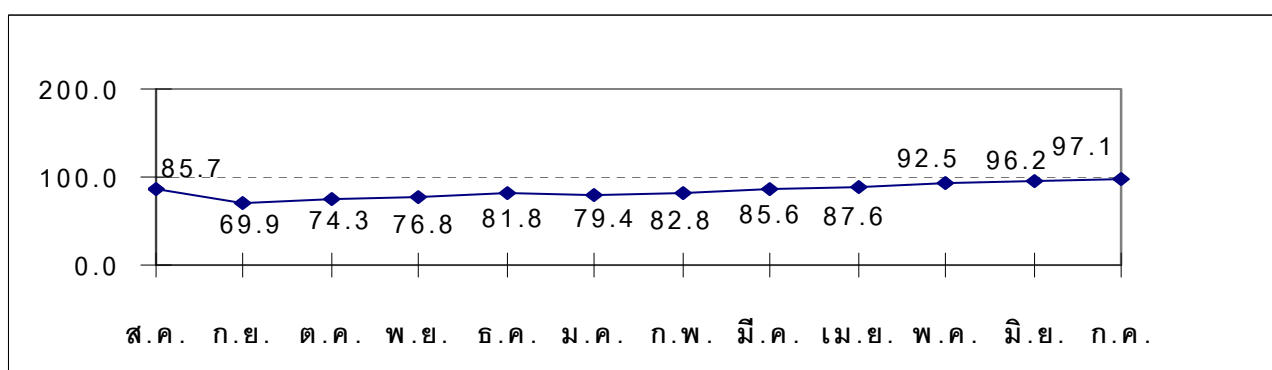
#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2545

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2545 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 1,752 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2545

ในเดือนกรกฎาคม 2545 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การส่งออกของไทยเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยในเดือนมิถุนายน 2545 มูลค่าการส่งออกในรูปดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่สาม โดยมีมูลค่าการส่งออกขยายตัวประมาณ 4.5% เทียบกับเดือนเมษายน และพฤษภาคม 2545 ที่มีมูลค่าการส่งออกขยายตัวประมาณ 1.1 และ 4.3 % ตามลำดับ
2. ในเดือนกรกฎาคม ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยราคาน้ำมันเบนซิน ไร้สารตะกั่ว ออกเทน 95 ปรับตัวลดลง 30 สตางค์ต่อลิตร จาก 15.19 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน มาอยู่ที่ระดับ 14.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม ตามลำดับ ขณะที่ราคาน้ำมันดีเซลทรงตัวอยู่ที่ 12.79บาทต่อลิตร
3. ค่าเงินบาทปรับตัวอ่อนลงเล็กน้อยซึ่งจะเอื้ออำนวยต่อการส่งออกมากขึ้น โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทปรับค่าอ่อนลงจากระดับ 41.558 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน เป็น 41.962 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม
4. รัฐบาลยังคงดำเนินนโยบายอัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อกระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจ

ทางด้านปัจจัยลบ ได้แก่

1. SET Index ในเดือนกรกฎาคมปรับตัวลดลงประมาณ 13.08 จุด เมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา โดยปรับตัวลดลงจาก 389.10 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน เป็น 376.02 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม

2. มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจของสหรัฐฯ และปัญหาการตกต่ำของดัชนีของบริษัทในสหรัฐฯ และการอ่อนลงของค่าเงินดอลลาร์สหรัฐฯ จะส่งผลกระทบต่อ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก เศรษฐกิจไทยและการส่งออกของไทย
3. การแก้ไขปัญหา NPL ยังไม่มีความคืบหน้า และปัญหาการเกิด NPL ใหม่หลังจากที่มีการปรับโครงสร้างหนี้ไปแล้วยังคงเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง

### **การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2545**

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมา ยกเว้นดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตที่ปรับตัวลดลงเล็กน้อย สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนกรกฎาคม 2545 มีดังนี้

#### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนกรกฎาคม 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา โดยมีค่าประมาณ 84.4 เทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 82.1 โดยในเดือนกรกฎาคม บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.7% 51.0% และ 32.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 17.0% 48.1% และ 34.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังไม่ดีนัก แต่ดัชนีมีแนวโน้มปรับตัวเข้าสู่ระดับ 100 อย่างต่อเนื่องเป็นลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับประมาณ 70.4 ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 67.4 ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.2% 51.9% 38.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 50.1% 41.3% ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในเดือนกรกฎาคมค่อนข้างมีแนวโน้มที่ดีขึ้นเมื่อเทียบกับภาวะเศรษฐกิจในเดือนมิถุนายน

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคมอยู่ในระดับประมาณ 98.3 ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 96.8 โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 24.1% 50.2% และ 25.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 25.4% 46.0% และ 28.6% ตามลำดับ

#### **ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ**

| เดือน | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ |
|-------|---|
|-------|---|

|                |             | ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม | ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน | ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต |
|----------------|-------------|--------------------|------------------------|---------------------|
| 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                |
| ธันวาคม        | 2544        | 64.6               | 50.6                   | 78.6                |
| มกราคม         | 2545        | 66.4               | 54.2                   | 78.5                |
| กุมภาพันธ์     | 2545        | 70.7               | 60.8                   | 80.6                |
| มีนาคม         | 2545        | 73.2               | 62.7                   | 83.6                |
| เมษายน         | 2545        | 74.2               | 61.6                   | 86.7                |
| พฤษภาคม        | 2545        | 78.1               | 64.0                   | 92.2                |
| มิถุนายน       | 2545        | 82.1               | 67.4                   | 96.8                |
| <b>กรกฎาคม</b> | <b>2545</b> | <b>84.4</b>        | <b>70.4</b>            | <b>98.3</b>         |

| 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        |
| ไตรมาสที่ 4    | 2544  | 63.4                   | 51.0                | 75.8        |
| ไตรมาสที่ 1    | 2545  | 70.1                   | 59.3                | 80.9        |
| ไตรมาสที่ 2    | 2545  | 78.1                   | 63.4                | 91.9        |
| <b>กรกฎาคม</b> | <b>2545</b>                                   | <b>84.4</b>            | <b>70.4</b>         | <b>98.3</b> |

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ที่ระดับ 73.0 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 70.9 อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการ



จ้างงานโดยรวมยังไม่ดี เนื่องจากดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 และผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังรู้สึกว่าโอกาสในการหางานทำยังอยู่ในระดับที่ไม่ดี โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.3% 46.4% และ 40.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.5% 42.0% และ 44.5% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกรกฎาคมอยู่ในระดับประมาณ 58.7 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่ดัชนีอยู่ในระดับประมาณ 56.4 แสดงว่าผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 7.4% 43.8% และ 48.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี 6.8% 42.8% และ 50.4% ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคมอยู่ในระดับประมาณ 87.1 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 85.4 โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 19.1% 48.8% และ 32.1 ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 21.7% 42.0% และ 36.3% ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

| เดือน | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ |                      |                   |
|-------|--|----------------------|-------------------|
|       | การหางานทำโดยรวม                             | การหางานทำในปัจจุบัน | การหางานทำในอนาคต |
|       |  |                      |                   |

|                |             |             |             |             |
|----------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 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        |
| ธันวาคม        | 2544        | 61.9        | 49.6        | 74.3        |
| มกราคม         | 2545        | 65.1        | 57.4        | 72.9        |
| กุมภาพันธ์     | 2545        | 67.0        | 56.7        | 77.3        |
| มีนาคม         | 2545        | 68.1        | 58.1        | 78.0        |
| เมษายน         | 2545        | 67.7        | 56.2        | 78.5        |
| พฤษภาคม        | 2545        | 69.0        | 54.9        | 83.0        |
| มิถุนายน       | 2545        | 70.9        | 56.4        | 85.4        |
| <b>กรกฎาคม</b> | <b>2545</b> | <b>73.1</b> | <b>58.7</b> | <b>87.1</b> |

| 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              |
| ไตรมาสที่ 4 2544    | 59.5   | 48.6                 | 70.4              |
| ไตรมาสที่ 1 2545    | 66.7   | 57.4                 | 76.1              |
| ไตรมาสที่ 2 2545    | 69.2   | 55.9                 | 82.3              |
| <b>กรกฎาคม 2545</b> | <b>73.1</b>  | <b>58.7</b>          | <b>87.1</b>       |

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกรกฎาคม 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับประมาณ 105.8 ปรับตัวลดลงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 106.5 โดยในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่งลง ประมาณ

25.4% 55.0% และ 19.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 28.1% 50.3% และ 21.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าสูงกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตจะปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวกลับเข้าสู่ระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สามแสดงว่าผู้บริโภคเริ่มมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะปรับตัวดีขึ้นและมีโอกาสน้อยที่จะปรับตัวลดลง ทำให้คาดการณ์ได้ว่า ในระยะ 1-3 เดือนนี้ การบริโภคของภาคเอกชนน่าจะเริ่มมีการขยายตัวมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง สำหรับการบริโภคอุปโภคในสินค้าโดยทั่วไป

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

| เดือน           | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต |
|-----------------|--|
| กรกฎาคม 2544    | 98.3                                     |
| สิงหาคม 2544    | 97.2                                     |
| กันยายน 2544    | 82.6                                     |
| ตุลาคม 2544     | 83.2                                     |
| พฤศจิกายน 2544  | 84.5                                     |
| ธันวาคม 2544    | 92.6                                     |
| มกราคม 2545     | 86.7                                     |
| กุมภาพันธ์ 2545 | 90.6                                     |
| มีนาคม 2545     | 95.1                                     |
| เมษายน 2545     | 97.5                                     |
| พฤษภาคม 2545    | 102.3                                    |
| มิถุนายน 2545   | 106.5                                    |
| กรกฎาคม 2545    | <b>105.8</b>                             |

| 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         |
| ไตรมาสที่ 4    | 2544        | 86.8         |
| ไตรมาสที่ 1    | 2545        | 90.8         |
| ไตรมาสที่ 2    | 2545        | 102.1        |
| <b>กรกฎาคม</b> | <b>2545</b> | <b>105.8</b> |

### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกรกฎาคม 2545

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2545 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2545 จากการที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะการณต่างๆ ทุกรายการปรับตัวดีขึ้น ดังนั้น เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 61.9 ในเดือนมิถุนายนเป็นระดับ 64.5 ในเดือนกรกฎาคม และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 96.2 ในเดือนมิถุนายนเป็นระดับ 97.1 ในเดือนกรกฎาคม (ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2544 เป็นต้นมา) ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index) ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับประมาณ 86.5 เป็น 87.7 ในเดือนกรกฎาคม

*การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีค่าต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ ว่าอยู่ในระดับที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และ ยังมีความต้องการออมอย่างต่อเนื่องอีกต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต อย่างไรก็ตาม การ*

ที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตปรับตัวดีขึ้นและเข้าใกล้ระดับ 100 เป็นลำดับ (โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการณในอนาคตที่มีค่าประมาณ 97.1) แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคมีความคาดหวังถึงการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ โอกาสหางานทำ และรายได้ในอนาคตว่ามีโอกาสปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ ซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคเริ่มมีความมั่นใจในการจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

| เดือน           | ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค |            |         |
|-----------------|--------------------------------|------------|---------|
|                 | โดยรวม                         | ในปัจจุบัน | ในอนาคต |
| 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    |
| ธันวาคม 2544    | 73.0                           | 50.1       | 81.8    |
| มกราคม 2545     | 72.7                           | 55.8       | 79.4    |
| กุมภาพันธ์ 2545 | 76.1                           | 58.8       | 82.8    |
| มีนาคม 2545     | 78.8                           | 60.4       | 85.6    |
| เมษายน 2545     | 79.8                           | 58.9       | 87.6    |
| พฤษภาคม 2545    | 83.1                           | 59.5       | 92.5    |
| มิถุนายน 2545   | 86.5                           | 61.9       | 96.2    |
| กรกฎาคม 2545    | 87.7                           | 64.5       | 97.1    |

| 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  |
| ไตรมาสที่ 3 | 2544 | 72.3 | 49.2 | 80.9  |
| ไตรมาสที่ 4 | 2544 | 69.9 | 49.8 | 77.6  |
| ไตรมาสที่ 1 | 2545 | 75.9 | 58.3 | 85.6  |
| ไตรมาสที่ 2 | 2545 | 83.1 | 60.1 | 92.1  |
| กรกฎาคม     | 2545 | 87.7 | 64.5 | 97.1  |

### สรุป

ผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2545 ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม และโอกาสหางานทำโดยรวม อยู่ในระดับ 84.4 และ 73.0 ตามลำดับ ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมิถุนายนที่อยู่ในระดับ 82.1 และ 70.9 ตามลำดับ ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตในเดือนนี้ปรับตัวลดลงเล็กน้อยจาก 106.5 ในเดือนก่อนมาอยู่ที่ระดับ 105.8 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวขึ้นจาก 86.5 ในเดือนมิถุนายน เป็น 87.7 ในเดือนกรกฎาคม ทั้งนี้จะสังเกตได้ว่าความเชื่อมั่นที่ปรับตัวขึ้นเป็นผลมาจากความมั่นใจต่อสถานการณ์ในปัจจุบันเป็นสำคัญ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวขึ้นจากระดับ 61.9 ในเดือนมิถุนายนเป็นระดับ 64.5 ในเดือนกรกฎาคม ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 96.2 ในเดือนมิถุนายนเป็นระดับ 97.1 ในเดือนกรกฎาคม อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีเกือบทุกประเภทยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในภาวะการณด้านเศรษฐกิจ และโอกาสหางานทำว่าอยู่ในระดับที่ดี **ซึ่งจะส่งผลให้ผู้บริโภคยังบริโภคอย่างระมัดระวัง และยังมีความต้องการออมอย่างต่อเนื่องอีกต่อไปเพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคต แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าผู้บริโภคมีความมั่นใจในสถานการณ์ในอนาคตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับเนื่องจากดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตเข้าใกล้สู่ระดับ 100 มาขึ้นเป็นลำดับ**

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกประเภทปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นลำดับนับตั้งแต่ไตรมาสที่ 4 ของปี 2544 เป็นต้นมา แสดงว่าผู้บริโภคเริ่มมีความเชื่อมั่นว่าภาวะการณต่างๆ จะปรับตัวดีขึ้น ทั้งนี้ ในเดือนนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวกลับเข้าสู่ระดับเกินกว่า 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สามติดต่อกันแสดงว่า ผู้บริโภคเริ่มมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนว่าจะปรับตัวดีขึ้น เป็นที่น่าสังเกตว่า การปรับตัวที่ดีขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในระยะนี้ ยังเป็นการปรับตัวที่ดีขึ้นจากความคาดหวังในอนาคตเป็นสำคัญว่า เศรษฐกิจจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต ขณะที่ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเศรษฐกิจปัจจุบันและโอกาสหางานทำในปัจจุบัน ไม่ได้มีการปรับดีขึ้นมากเท่ากับความคาดหวัง ดังนั้น การบริโภคที่ขยายตัวในปัจจุบันส่วนหนึ่งจะมาจาก

ความมั่นใจหรือความคาดหวังในอนาคต การดำเนินนโยบายของภาครัฐเพื่อฟื้นเศรษฐกิจและการจ้างงานให้เห็นเป็นรูปธรรม ตลอดจนการจัดปัญหาหรือความเสี่ยงต่างๆ ทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะปัญหา NPL ยังคงจำเป็นต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นการสนับสนุนให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจทั้งในสถานการณ์ปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งจะให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นในการใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการต่างๆ อย่างต่อเนื่อง

นอกจากนี้ สถานการณ์ของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของสหรัฐที่ยังมีความไม่แน่นอนยังคงเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อระบบเศรษฐกิจไทยและอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ในอนาคต

อย่างไรก็ตาม จากการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนนี้ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ ยังแสดงความเห็นเช่นเดียวกับเดือนที่ผ่านมา โดยคาดว่าในช่วง 3 เดือนข้างหน้า ผู้บริโภคจะยังคงรักษาระดับการบริโภคของตนใกล้เคียงกับระดับปัจจุบันตามความมั่นใจในภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานที่ยังมีไม่มากนัก และยังไม่มีความเห็นใดๆ ที่จะทำให้ผู้บริโภคปรับการบริโภคอย่างมากในช่วงนี้

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย