



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

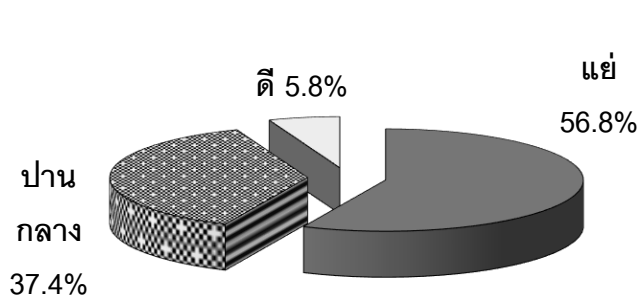
# UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

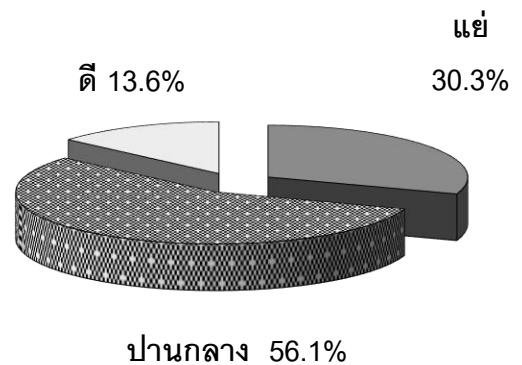
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

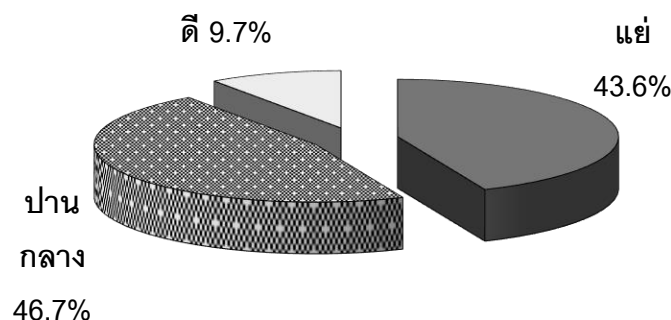


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ใน 6 เดือนข้างหน้า

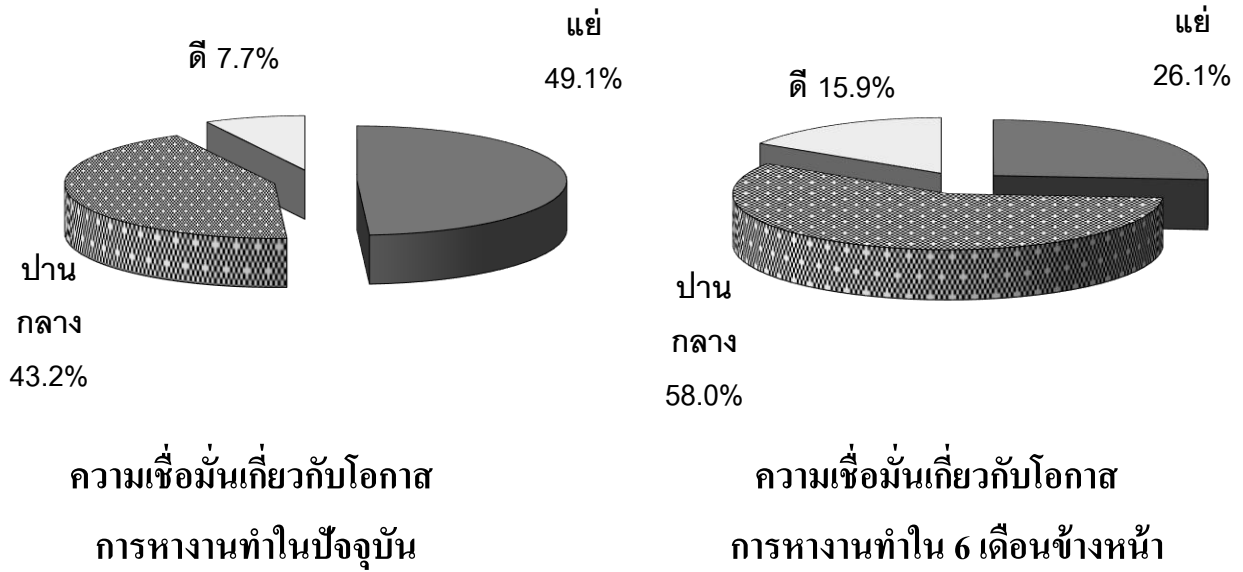
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



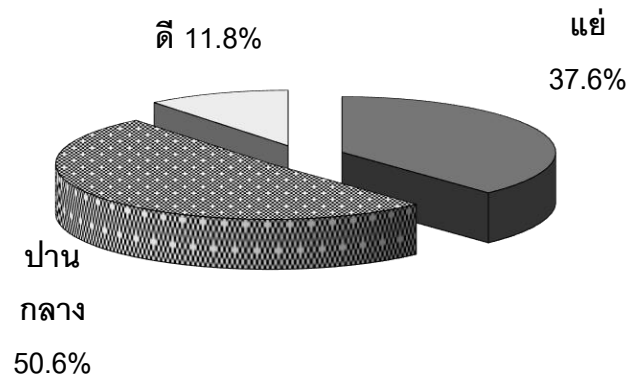
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 66.1

# ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



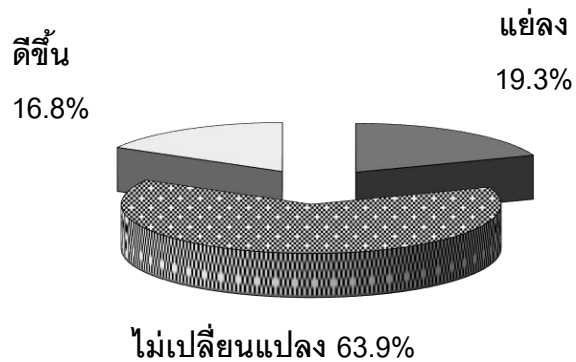
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 74.2

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 97.4

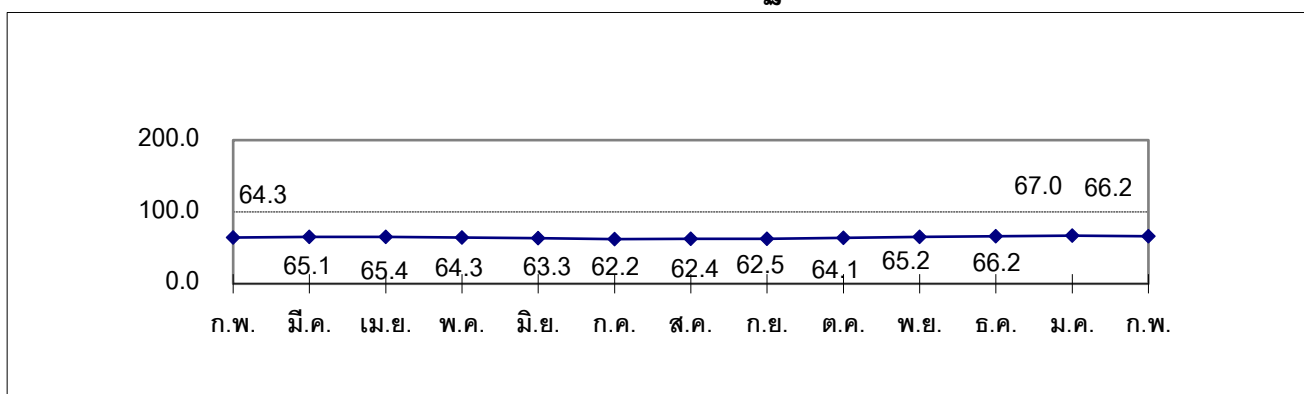
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ 2561

รายการ	มกราคม 2561			กุมภาพันธ์ 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	6.1	37.7	56.2	5.8	37.4	56.8
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	13.9	56.3	29.8	13.6	56.1	30.3
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.0	43.5	48.5	7.7	43.2	49.1
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	16.2	58.0	25.8	15.9	58.0	26.1
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	16.8	64.4	18.8	16.8	63.9	19.3
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	10.0	47.0	43.0	9.7	46.7	43.6
7. โอกาสในการหางานรวม	12.1	50.7	37.2	11.8	50.6	37.6

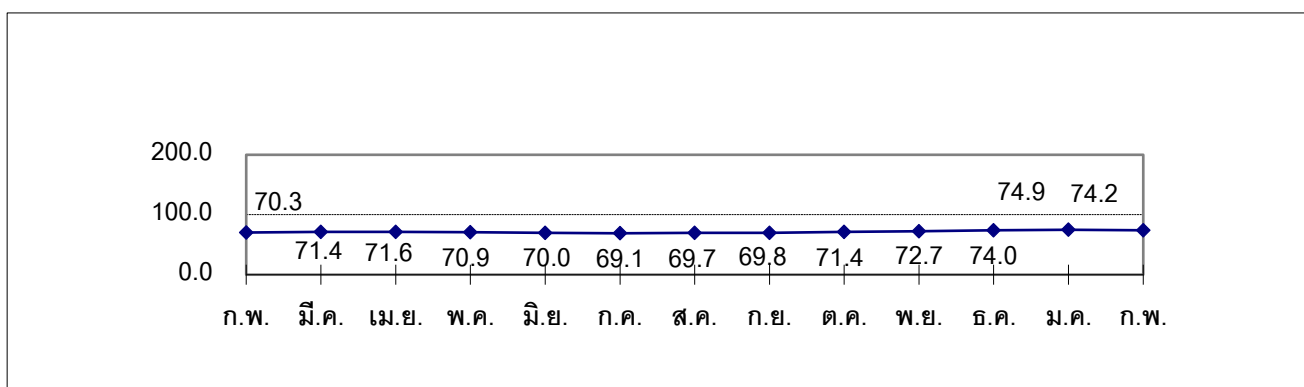
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 ถึงกุมภาพันธ์ 2561

รายการ	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	62.5	64.1	65.2	66.2	67.0	66.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	69.8	71.4	72.7	74.0	74.9	74.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	92.7	94.4	96.1	97.5	98.0	97.4

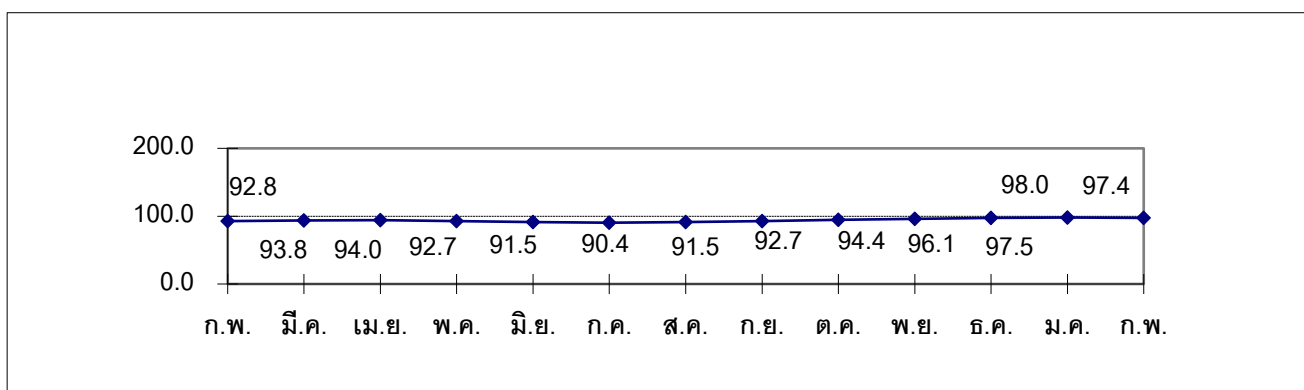
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



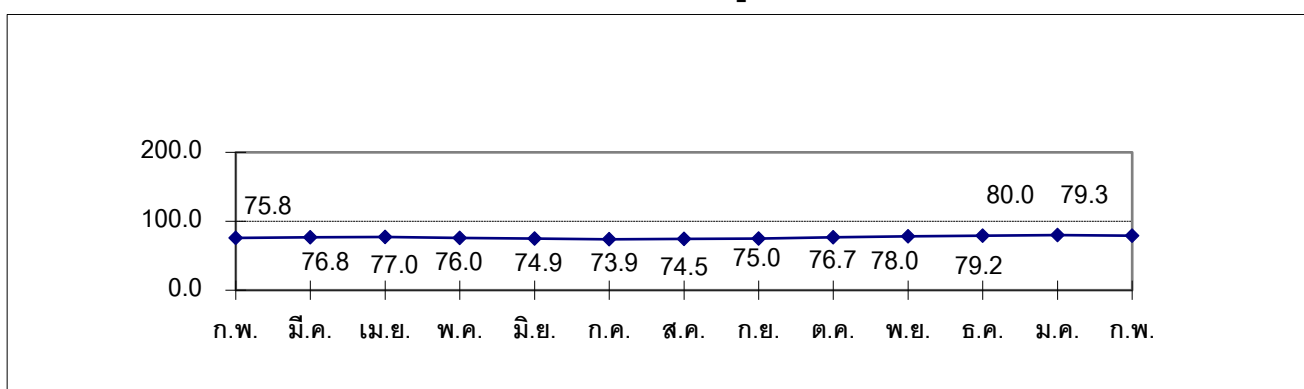
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



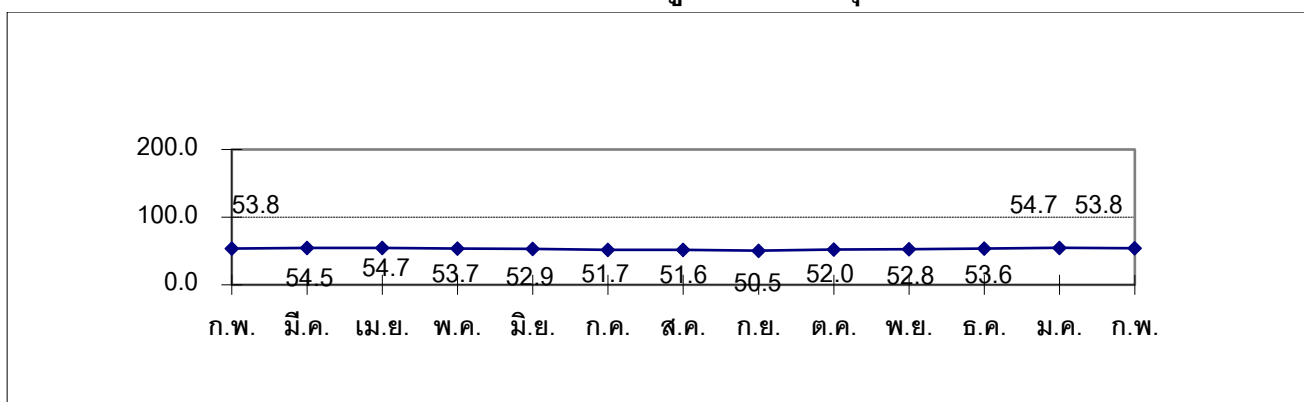
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนกันยายน 2560 ถึงกุมภาพันธ์ 2561

รายการ	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	75.0	76.7	78.0	79.2	80.0	79.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	50.5	52.0	52.8	53.6	54.7	53.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.5	87.2	88.8	90.2	90.8	90.2

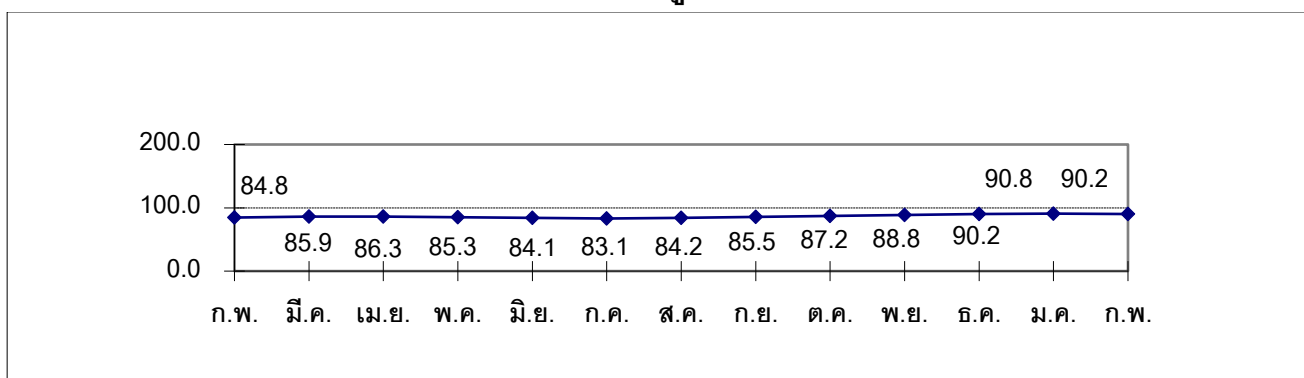
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,234 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.1 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.9 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

### การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (จีดีพี) ว่า เศรษฐกิจไทยไตรมาส 4 ปี 2560 ขยายตัว 4.0% หลังการด้านการใช้จ่ายทั้ง การบริโภคเอกชน การใช้จ่ายรัฐบาล และการส่งออก ขยายตัว แม้ภาคเกษตรจะหดตัวลงจากเหตุการณ์น้ำท่วม ส่งผลให้ทั้งปี 2560 เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ตามเป้าหมาย 3.9% ปรับตัวดีขึ้นจากปีก่อนที่ขยายตัว 3.3%
2. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) คาดว่า เศรษฐกิจไทย ปี 2561 จะขยายตัว 3.6-4.6% หลังจากเศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นจากที่คาดการณ์ไว้ ส่งผลให้การผลิตภาคอุตสาหกรรมขยายตัวเร่งขึ้น จนช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจในภาพรวมได้มากขึ้น เช่นเดียวกับแรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐที่ยังอยู่ในเกณฑ์ดี รวมถึงการลงทุนภาครัฐมีแนวโน้มเร่งตัวขึ้น
3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.50 ต่อปี เนื่องจากเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวชัดเจนมากขึ้น โดยได้รับแรงส่งจากภาคต่างประเทศที่ทยอยฟื้นตัวขึ้น อัตราเงินเฟ้อมีทิศทางปรับตัวเพิ่มขึ้น และภาวะการเงินโดยรวมยังอยู่ในระดับผ่อนคลายและเอื้อต่อภาวะการเติบโตของเศรษฐกิจ

4. การส่งออกของไทยในเดือนมกราคม 2561 มีมูลค่า 20,101.40 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.56 ซึ่งถือเป็นการขยายตัวสูงสุดในรอบ 62 เดือน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 20,220.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.26 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 119.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

5. ราคือน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 0.90 บาทต่อลิตร จากราคี 28.18 และ 28.45 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 27.28 และ 27.55 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกันประมาณ 1.20 บาทต่อลิตร จากราคี 27.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561 มาอยู่ที่ระดับ 26.69 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561

6. พืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้อเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวดีขึ้น

7. คณะกรรมการค่าจ้างเสนอขึ้นค่าจ้างระหว่าง 5-22 บาทต่อวันตั้งแต่ 308-330 บาทต่อวัน โดยมีผลบังคับตั้งแต่ 1 เมษายน 2561 ส่งผลให้ผู้ใช้แรงงานคาดว่าจะมีรายได้อในอนาคดเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs รู้สึกลัวว่าต้นทุนค่าแรงงานปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อกำไรในอนาคด

8. SET Index ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.27 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,826.86 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561 เป็น 1,830.13 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ซึ่งเป็นการปรับตัวมาอยู่ในระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่เปิดซื้อขายตลาดหลักทรัพย์ฯ ในปี 2518 เป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกัน

9. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 31.880 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561 เป็น 31.476 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคบางส่วนรู้สึกวาค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างรวดเร็วจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองและปัจจัยทางการเมืองที่จะมีการเลื่อนการเลือกตั้งออกไปเป็นเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนและนักลงทุน

2. แม้ว่าราคาพืชผลทางการเกษตรบางรายการจะปรับตัวดีขึ้น แต่บางรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้รายได้อของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่อยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

3. ความกังวลเกี่ยวกับการแข็งค่าของค่าเงินบาทอย่างรวดเร็วซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคด

4. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกวารายได้อในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ยังกังวลวาค่าแรงขึ้นต่ำจะส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพในอนาคด

## การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 มีดังนี้

### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 67.0 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 66.2 ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.7% 46.7% และ 43.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.0% 47.0% และ 43.0%ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 49.9 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 49.0 ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.8% 37.4% และ 56.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคมผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 37.7% และ 56.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 84.1 มาอยู่ที่ระดับ 83.3 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.6% 56.1% และ 30.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.9% 56.3% และ 29.8% ตามลำดับ



ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2560	64.3	50.2	78.3
มีนาคม 2560	65.1	50.7	79.5
เมษายน 2560	65.4	51.0	79.8
พฤษภาคม 2560	64.3	50.0	78.7
มิถุนายน 2560	63.3	49.0	77.6
กรกฎาคม 2560	62.2	47.8	76.6
สิงหาคม 2560	62.4	47.1	77.7
กันยายน 2560	62.5	45.9	79.1
ตุลาคม 2560	64.1	47.4	80.8
พฤศจิกายน 2560	65.2	48.2	82.3
ธันวาคม 2560	66.2	48.9	83.6
มกราคม 2561	67.0	49.9	84.1
<b>กุมภาพันธ์ 2561</b>	<b>66.2</b>	<b>49.0</b>	<b>83.3</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 2 2558	64.9	53.2	76.6
ไตรมาสที่ 3 2558	61.8	49.8	73.7
ไตรมาสที่ 4 2558	63.6	50.5	76.6
ไตรมาสที่ 1 2559	63.5	50.4	76.5
ไตรมาสที่ 2 2559	61.1	48.1	74.0
ไตรมาสที่ 3 2559	62.3	49.3	75.3
ไตรมาสที่ 4 2559	61.9	48.3	75.5
ไตรมาสที่ 1 2560	64.2	50.0	78.3
ไตรมาสที่ 2 2560	64.3	50.0	78.7
ไตรมาสที่ 3 2560	62.4	46.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2560	65.2	48.2	82.2
<b>ม.ค. - ก.พ. 2561</b>	<b>66.6</b>	<b>49.5</b>	<b>83.7</b>

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 74.9 สู่ระดับ 74.2 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.8% 50.6% และ 37.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.1% 50.7% และ 37.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 59.5 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 58.7 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.7% 43.2% และ 49.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.0% 43.5% และ 48.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา โดยดัชนีปรับตัวลดลงจาก 90.4 เป็น 89.8 โดยในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.9% 58.0% และ 26.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.2% 58.0% และ 25.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคตถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2560	70.3	57.3	83.4
มีนาคม 2560	71.4	58.2	84.6
เมษายน 2560	71.6	58.3	84.9
พฤษภาคม 2560	70.9	57.4	84.3
มิถุนายน 2560	70.0	56.7	83.3
กรกฎาคม 2560	69.1	55.7	82.4
สิงหาคม 2560	69.7	56.1	83.4
กันยายน 2560	69.8	55.1	84.6
ตุลาคม 2560	71.4	56.5	86.4
พฤศจิกายน 2560	72.7	57.5	88.0
ธันวาคม 2560	74.0	58.3	89.6
มกราคม 2561	74.9	59.5	90.4
<b>กุมภาพันธ์ 2561</b>	<b>74.2</b>	<b>58.7</b>	<b>89.8</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 2 2558	70.3	60.6	80.1
ไตรมาสที่ 3 2558	67.8	57.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2558	69.7	58.8	80.7
ไตรมาสที่ 1 2559	69.6	58.7	80.5
ไตรมาสที่ 2 2559	67.4	56.3	78.5
ไตรมาสที่ 3 2559	67.9	56.0	79.8
ไตรมาสที่ 4 2559	67.5	54.9	80.1
ไตรมาสที่ 1 2560	70.3	57.3	83.3
ไตรมาสที่ 2 2560	70.8	57.5	84.2
ไตรมาสที่ 3 2560	69.5	55.6	83.5
ไตรมาสที่ 4 2560	72.7	57.4	88.0
<b>ม.ค. – ก.พ. 2561</b>	<b>74.6</b>	<b>59.1</b>	<b>90.1</b>

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 98.0 สู่อันดับ 97.4 ทั้งนี้ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.8% 63.9% และ 19.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมกราคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.8% 64.4% และ 18.8% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 80.7% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น ลดลงจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 81.2% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2560	92.8
มีนาคม 2560	93.8
เมษายน 2560	94.0
พฤษภาคม 2560	92.7
มิถุนายน 2560	91.5
กรกฎาคม 2560	90.4
สิงหาคม 2560	91.5
กันยายน 2560	92.7
ตุลาคม 2560	94.4
พฤศจิกายน 2560	96.1
ธันวาคม 2560	97.5
มกราคม 2561	98.0
กุมภาพันธ์ 2561	97.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 2 2558	91.4
ไตรมาสที่ 3 2558	88.1
ไตรมาสที่ 4 2558	90.9
ไตรมาสที่ 1 2559	90.6
ไตรมาสที่ 2 2559	88.4
ไตรมาสที่ 3 2559	89.7
ไตรมาสที่ 4 2559	89.6
ไตรมาสที่ 1 2560	92.6
ไตรมาสที่ 2 2560	92.7
ไตรมาสที่ 3 2560	91.5
ไตรมาสที่ 4 2560	96.0
<b>ม.ค. - ก.พ. 2561</b>	<b>97.7</b>

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 54.7 ในเดือนมกราคมมาอยู่ที่ระดับ 53.8 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 90.8 เป็นระดับ 90.2 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 80.0 เป็น 79.3 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กุมภาพันธ์ 2560	75.8	53.8	84.8
มีนาคม 2560	76.8	54.5	85.9
เมษายน 2560	77.0	54.7	86.3
พฤษภาคม 2560	76.0	53.7	85.3
มิถุนายน 2560	74.9	52.9	84.1
กรกฎาคม 2560	73.9	51.7	83.1
สิงหาคม 2560	74.5	51.6	84.2
กันยายน 2560	75.0	50.5	85.5
ตุลาคม 2560	76.7	52.0	87.2
พฤศจิกายน 2560	78.0	52.8	88.8
ธันวาคม 2560	79.2	53.6	90.2
มกราคม 2561	80.0	54.7	90.8
<b>กุมภาพันธ์ 2561</b>	<b>79.3</b>	<b>53.8</b>	<b>90.2</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 2 2558	75.5	56.9	82.7
ไตรมาสที่ 3 2558	72.6	53.8	79.9
ไตรมาสที่ 4 2558	74.7	54.6	82.7
ไตรมาสที่ 1 2559	74.6	54.6	82.5
ไตรมาสที่ 2 2559	72.3	52.2	80.3
ไตรมาสที่ 3 2559	73.3	52.7	81.6
ไตรมาสที่ 4 2559	73.0	51.6	81.7
ไตรมาสที่ 1 2560	75.7	53.7	84.7
ไตรมาสที่ 2 2560	76.0	53.7	85.2
ไตรมาสที่ 3 2560	74.5	51.3	84.3
ไตรมาสที่ 4 2560	78.6	53.2	89.5
<b>ม.ค. - ก.พ. 2561</b>	<b>79.6</b>	<b>54.3</b>	<b>90.5</b>

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 66.2 74.2 และ 97.4 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมกราคม 2561 ที่อยู่ในระดับ 67.0 74.9 และ 98.0 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา โดยอยู่ที่ระดับ 79.3 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2560 เป็นต้นมา โดยอยู่ที่ระดับ 53.8 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 90.8 เป็นระดับ 90.2 สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้ไม่มากนัก

การปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม เป็นจุดที่ต้องสังเกตต่อไปว่าความเชื่อมั่นจะปรับตัวอย่างไรต่อไปในอนาคตอันใกล้ หากผู้บริโภคเริ่มกลับมามีความมั่นใจในสถานการณ์ทางการเมืองและภาวะเศรษฐกิจเริ่มฟื้นตัวแบบกระจายตัวมากขึ้นภายในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมามีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปีนี้ ซึ่งน่าจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้นในปลายไตรมาสที่ 2 และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 4.2-4.6% ได้ในปี 2561

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกภูมิภาคเป็นครั้งแรกในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2560 เป็นต้นมา ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.0	48.9	47.9	47.6	47.8	49.9	52.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	83.3	81.3	85.7	83.2	80.4	84.7	89.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.7	58.3	55.8	58.7	53.2	63.7	62.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	89.8	91	88.2	87.1	87.2	91.6	90.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.4	99.7	94.9	96.9	95.7	91.8	100.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	66.1	65.1	66.8	65.4	64.1	67.3	70.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.2	74.7	72.0	72.9	70.2	77.7	76.9
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>79.3</b>	<b>79.8</b>	<b>77.9</b>	<b>78.4</b>	<b>76.7</b>	<b>78.9</b>	<b>82.6</b>
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมกราคม 2561</b>	<b>-0.7</b>	<b>-0.5</b>	<b>-1.0</b>	<b>-1.1</b>	<b>-1.0</b>	<b>-0.9</b>	<b>-0.5</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.8	53.6	51.9	53.2	50.5	56.8	57.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.2	90.7	89.6	89.1	87.8	89.4	93.3



ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.9	49.7	49.0	48.7	48.9	50.9	53.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	84.1	81.9	86.8	84.5	81.3	85.8	89.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	59.5	58.9	56.8	60.0	54.3	64.7	63.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	90.4	91.4	89.1	88.1	88.1	92.5	91.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.0	100.1	95.8	97.7	96.6	92.5	100.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.0	65.8	67.9	66.6	65.1	68.4	71.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.9	75.2	73.0	74.1	71.2	78.6	77.3
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>80.0</b>	<b>80.4</b>	<b>78.9</b>	<b>79.5</b>	<b>77.6</b>	<b>79.8</b>	<b>83.1</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนธันวาคม 2560	0.8	0.9	0.6	0.6	0.9	0.6	0.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.7	54.3	52.9	54.4	51.6	57.8	58.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.8	91.1	90.6	90.1	88.7	90.3	93.8

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.9	48.4	48.2	48	47.8	50.1	52.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	83.6	81.2	86.3	84.1	80.7	85.3	89.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.3	57.6	56.1	59.2	53.1	63.9	62.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	89.6	90.6	88.3	87.2	86.9	91.8	90.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.5	99.4	95.3	97.2	95.9	92.1	100.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	66.2	64.8	67.3	66.1	64.3	67.7	70.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.0	74.1	72.2	73.2	70.0	77.9	76.4
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>79.2</b>	<b>79.4</b>	<b>78.3</b>	<b>78.8</b>	<b>76.7</b>	<b>79.2</b>	<b>82.5</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.6	53.0	52.2	53.6	50.5	57.0	57.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.2	90.4	90.0	89.5	87.8	89.7	93.3

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย