



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

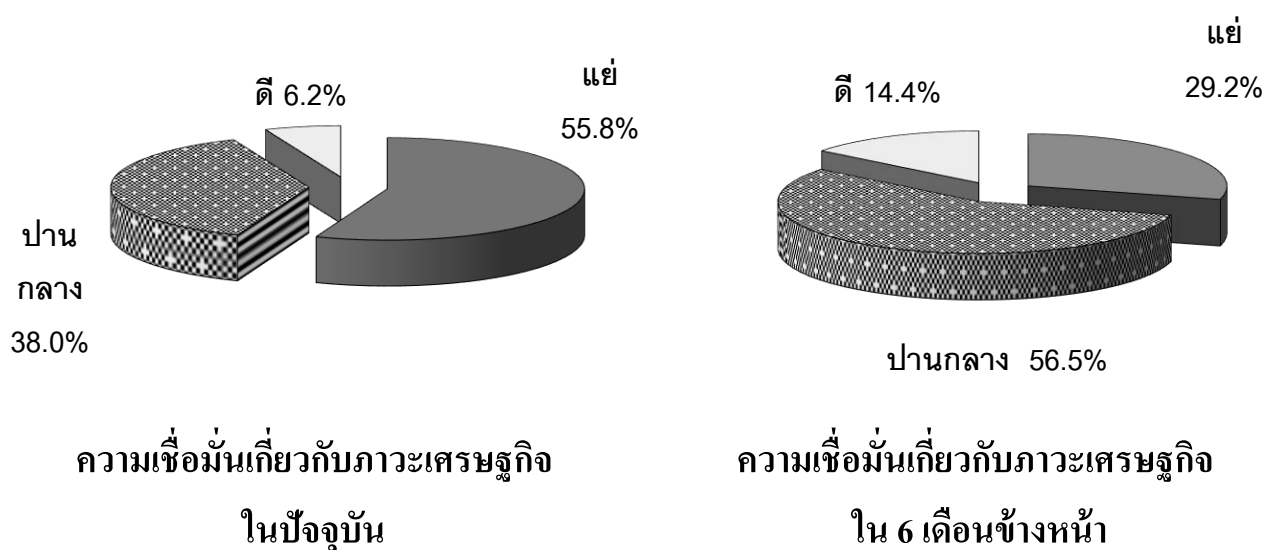
UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

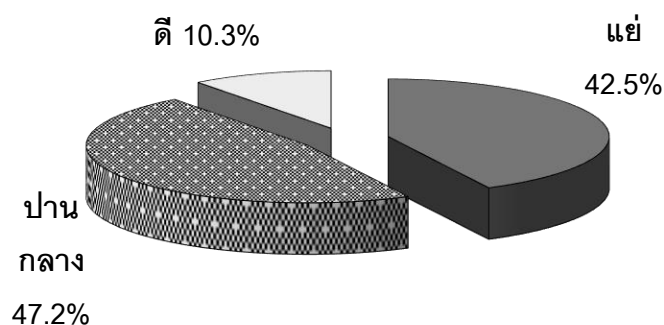
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนเมษายน 2561
ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นสูงสุดในรอบ 40 เดือนตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ดีขึ้น

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



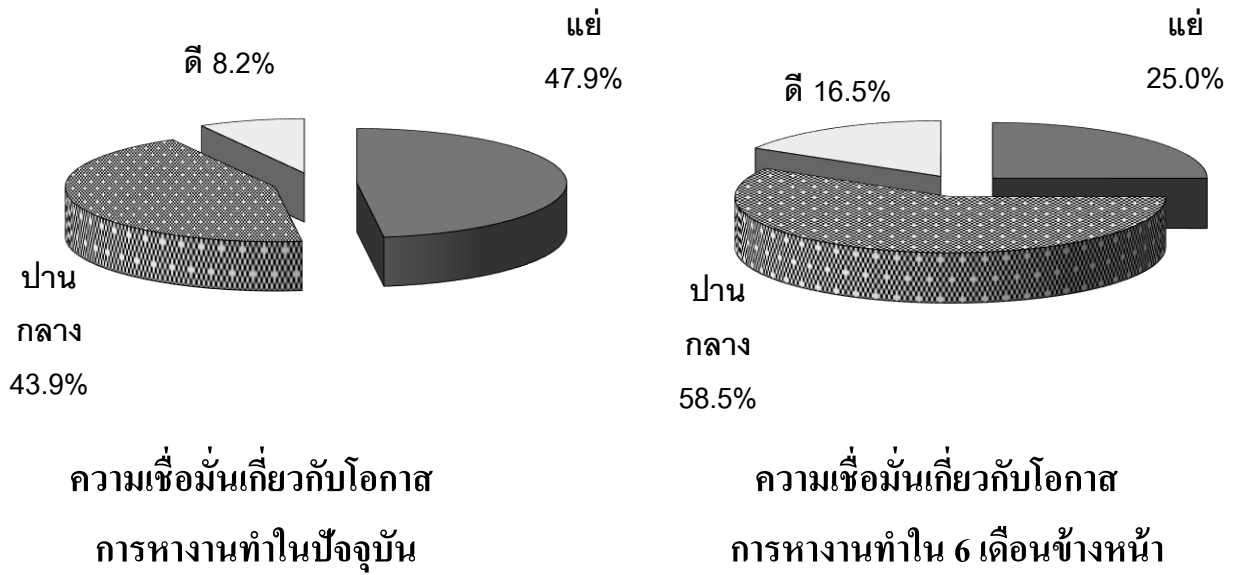
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



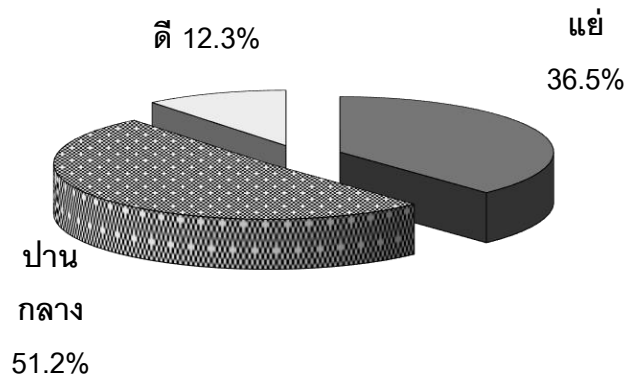
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 67.8

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



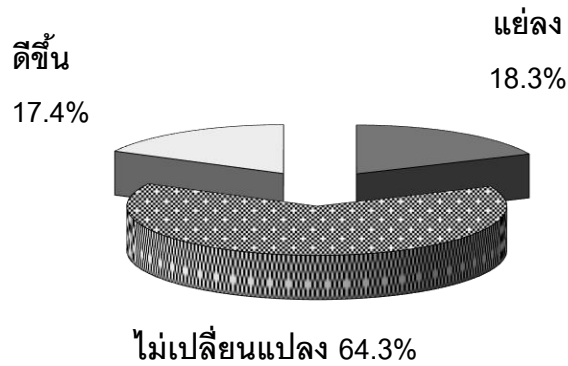
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 75.8

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 99.1

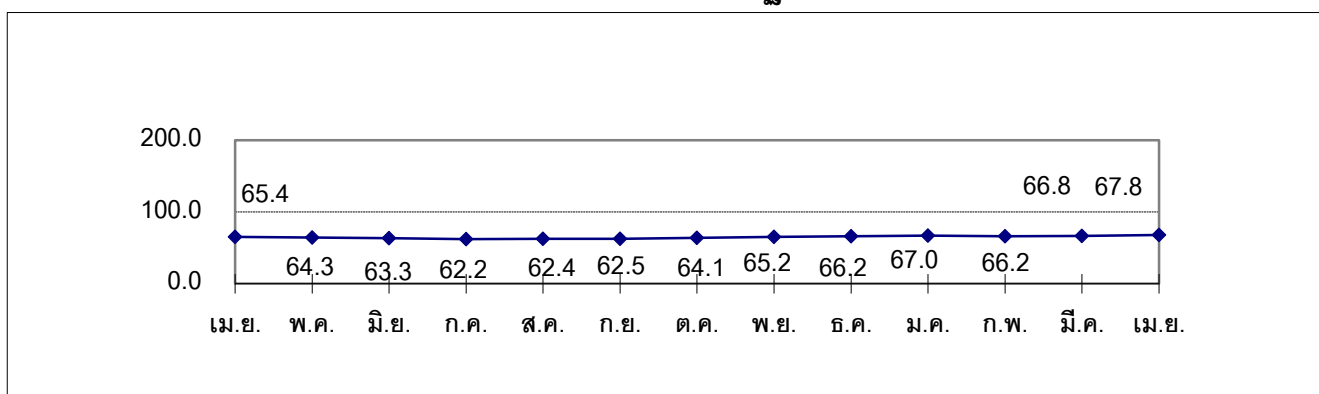
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม และเมษายน 2561

รายการ	มีนาคม 2561			เมษายน 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.9	37.8	56.3	6.2	38.0	55.8
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	13.9	56.1	30.0	14.4	56.5	29.2
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	7.9	43.6	48.5	8.2	43.9	47.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	16.1	58.3	25.7	16.5	58.5	25.0
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.0	64.0	19.0	17.4	64.3	18.3
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.9	46.9	43.2	10.3	47.2	42.5
7. โอกาสในการหางานรวม	12.0	50.9	37.1	12.3	51.2	36.5

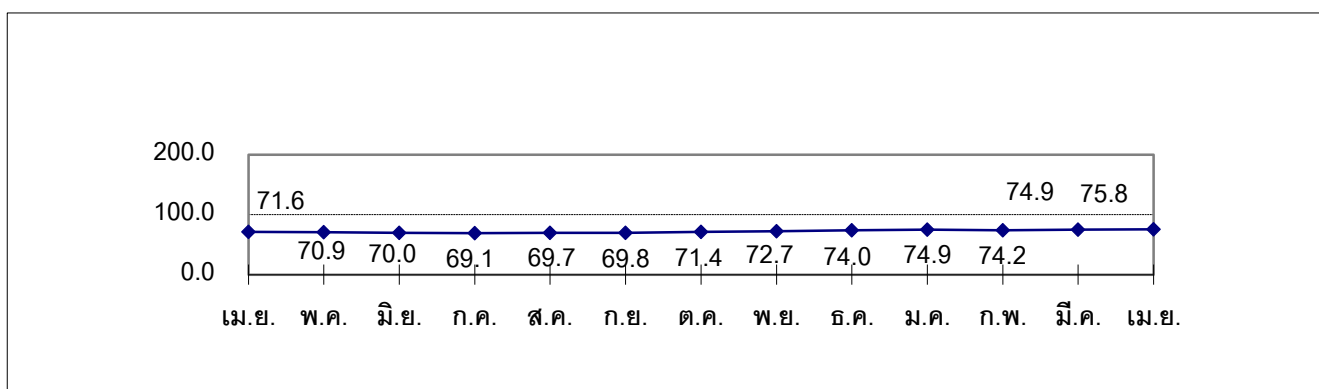
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560 ถึงเมษายน 2561

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	65.2	66.2	67.0	66.2	66.8	67.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	72.7	74.0	74.9	74.2	74.9	75.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.1	97.5	98.0	97.4	98.0	99.1

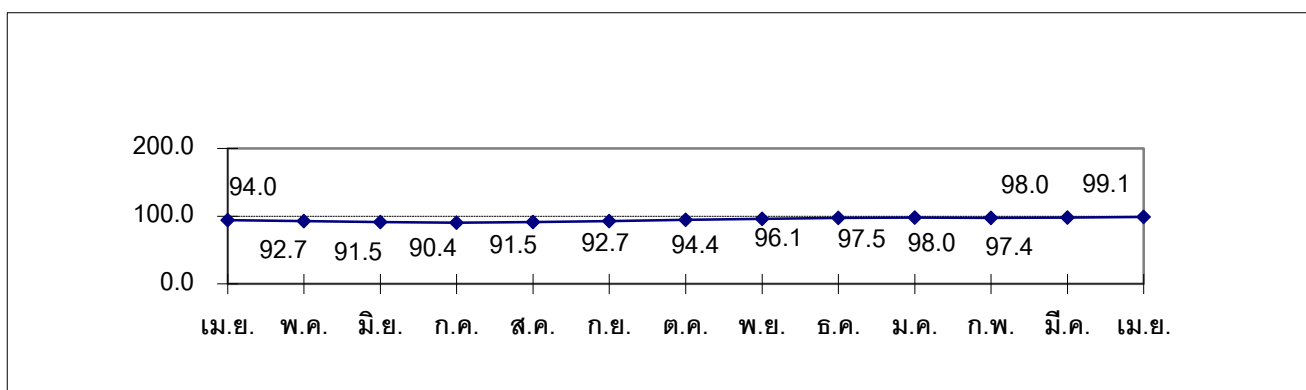
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



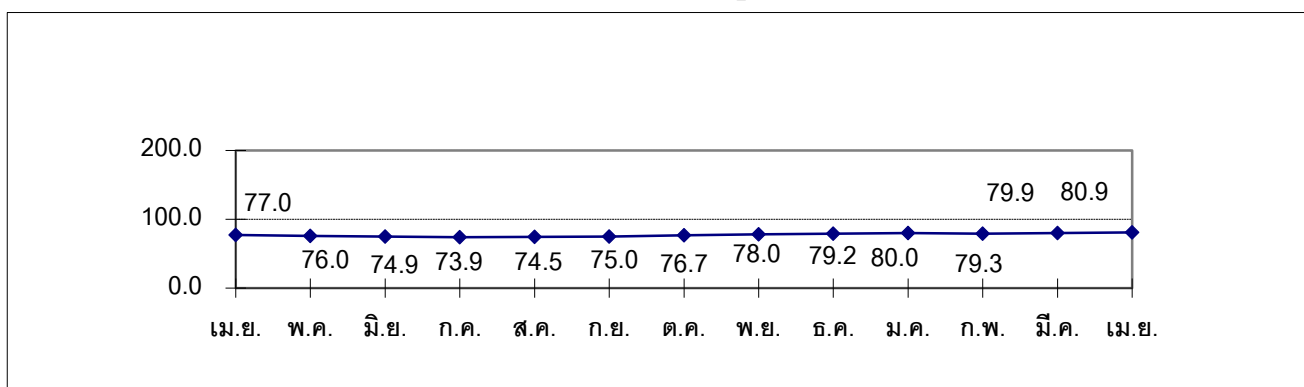
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



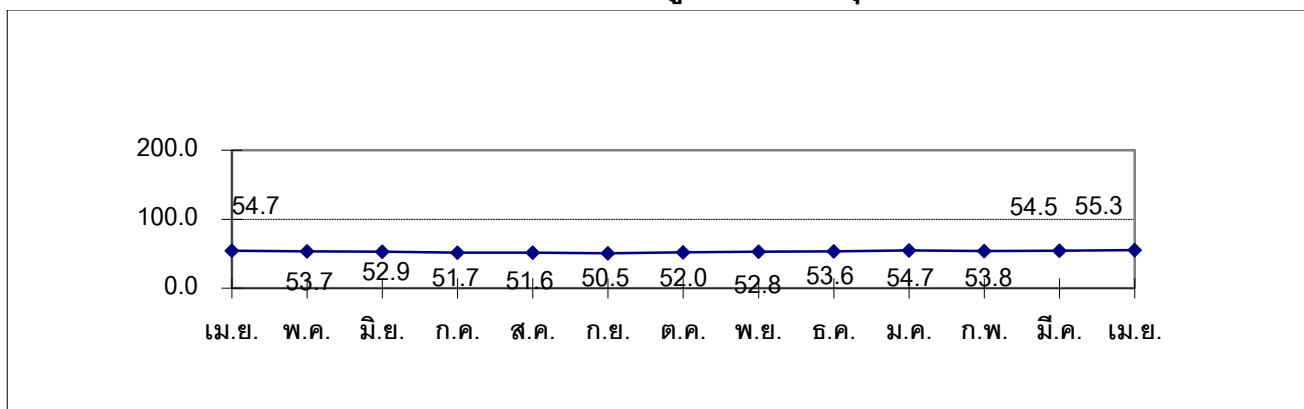
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนพฤศจิกายน 2560 ถึงเมษายน 2561

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	78.0	79.2	80.0	79.3	79.9	80.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.8	53.6	54.7	53.8	54.5	55.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	88.8	90.2	90.8	90.2	90.8	91.9

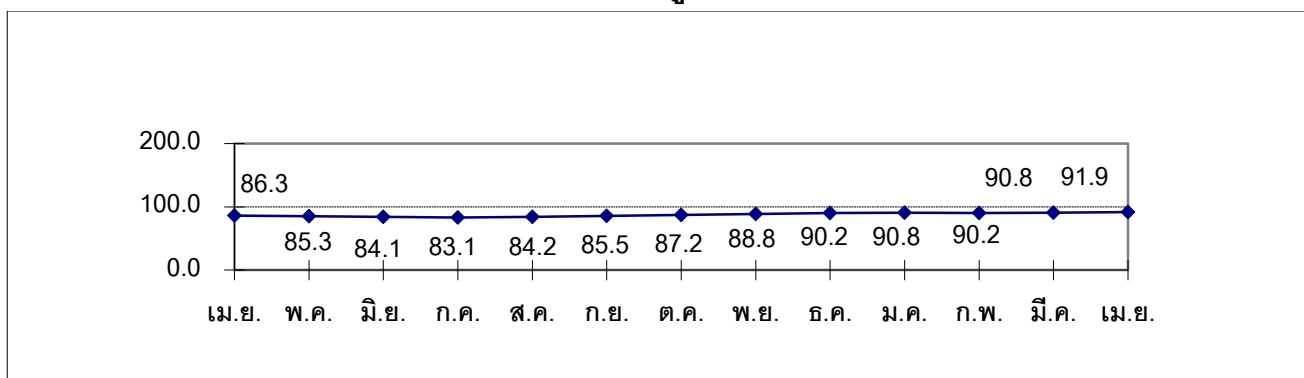
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 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 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ้ด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ้ด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณ้ด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2561

ในเดือนเมษายน 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) คงเป้าหมายการเติบโตของเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ในปี 2561 ไว้ที่ 4.2% โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 3.9-4.5% โดยมีการส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญ สอดคล้องกับการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่ขยายตัวอย่างชัดเจนประกอบกับการใช้จ่ายภาครัฐที่ยังเป็นแรงขับเคลื่อนเศรษฐกิจที่สำคัญ ตามกรอบรายจ่ายเพื่อการบริโภคและการลงทุนภาครัฐประจำปีงบประมาณ 2561 ที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง การจัดหางบประมาณกลางปี 2561 วงเงิน 1.5 แสนล้านบาท
2. ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) เผยว่า เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 1 ปี 2561 มีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องจากไตรมาสที่ 4 ของปี 2560 โดยมีแรงขับเคลื่อนหลักมาจากการส่งออกที่ขยายตัวดีในเกือบทุกหมวดสินค้า และภาคการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีต่อเนื่องตามจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะจากจีน ดังนั้นในไตรมาส 1 ปีนี้ คาดว่าจะโตต่อเนื่องใกล้เคียงกับไตรมาส 4 ปีที่แล้ว ซึ่งอยู่ที่ระดับ 4%
3. การส่งออกของไทยในเดือนมีนาคม 2561 มีมูลค่า 22,362.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.06 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 21,094.68 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.47 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,268.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 3 เดือนแรกปี 2561 ส่งออกได้รวม 62,829.45 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.29 และมีการนำเข้ารวม 60,872.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.16 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 1,956.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. SET Index ในเดือนเมษายน 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 3.85 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,776.26 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561 เป็น 1,780.11 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน 2561

5. พืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวดีขึ้น

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 31.259 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561 เป็น 31.315 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคบางส่วนยังเห็นว่าค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นในช่วงที่ผ่านมาจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนเมษายน 2561 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองและปัจจัยทางการเมืองที่จะมีการเลื่อนการเลือกตั้งออกไปเป็นเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนและนักลงทุน

2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 28.08 และ 28.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 28.28 และ 28.55 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.30 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.59 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561 มาอยู่ที่ระดับ 27.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2561

3. แม้ว่าราคาพืชผลทางการเกษตรบางรายการจะปรับตัวดีขึ้น แต่บางรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทั้งราคาพืชผลทางการเกษตรและราคาปศุสัตว์ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

4. ความกังวลเกี่ยวกับการแข็งค่าของค่าเงินบาทอย่างรวดเร็วและปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

5. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ยังกังวลว่าการปรับค่าแรงขั้นต่ำจะส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับค่าแรงขั้นต่ำที่ปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่ต้นเดือนเมษายน 2561 ส่งผลให้กำลังซื้อและภาวะเศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ ในมุมมองของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวไม่มากนัก อีกทั้งยังฟื้นตัวช้า และการฟื้นตัวยังกระจุกตัวไม่กระจายตัวทั่วทุกภูมิภาค สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2561 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 66.8 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 67.8 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.3% 47.2% และ 42.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.9% 46.9% และ 43.2% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 49.6 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 50.4 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.2% 38.0% และ 55.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.9% 37.8% และ 56.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายน 2561 ดีขึ้น โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 83.9 มาอยู่ที่ระดับ 85.2 โดยในเดือนเมษายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.4% 56.5% และ 29.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.9% 56.1% และ 30.0% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2561	66.2	49.0	83.3
มีนาคม 2561	66.8	49.6	83.9
เมษายน 2561	67.8	50.4	85.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 1 2561	66.7	49.5	83.8
เมษายน 2561	67.8	50.4	85.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 74.9 สู่ระดับ 75.8 โดยในเดือนเมษายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.3% 51.2% และ 36.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.0% 50.9% และ 37.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีนี้มีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนเมษายน 2561 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 59.4 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 60.2 โดยในเดือนเมษายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.2% 43.9% และ 47.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.9% 43.6% และ 48.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้น โดยดัชนีปรับตัวดีขึ้นจาก 90.5 เป็น 91.5 โดยในเดือนเมษายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.5% 58.5% และ 25.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.1% 58.3% และ 25.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มี ความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคตถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กุมภาพันธ์	2561	74.2	58.7	89.8
มีนาคม	2561	74.9	59.4	90.5
เมษายน	2561	75.8	60.2	91.5

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 1	2561	74.7	59.2	90.2
เมษายน	2561	75.8	60.2	91.5

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนเมษายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 98.0 สู่ระดับ 99.1 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.4% 64.3% และ 18.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.0% 64.0% และ 19.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 81.7% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับเพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 81.0% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
มีนาคม 2561	98.0
เมษายน 2561	99.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 1 2561	97.8
เมษายน 2561	99.1

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนเมษายน 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 54.5 ในเดือนมีนาคมมาอยู่ที่ระดับ 55.3 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 90.8 เป็นระดับ 91.9 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 61 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 79.9 เป็น 80.9 ในเดือนเมษายน 2561 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 40 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2561	79.3	53.8	90.2
มีนาคม 2561	79.9	54.5	90.8
เมษายน 2561	80.9	55.3	91.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 1 2561	79.7	54.4	90.6
เมษายน 2561	80.9	55.3	91.9

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 40 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องประกอบกับค่าแรงขั้นต่ำที่ปรับตัวสูงขึ้นตั้งแต่ต้นเดือนเมษายน 2561 ส่งผลให้กำลังซื้อและภาวะเศรษฐกิจเริ่มปรับตัวขึ้นเป็นลำดับ ในมุมมองของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวไม่มากนัก อีกทั้งยังฟื้นตัวช้า และการฟื้นตัวยังกระจุกตัวไม่กระจายตัวทั่วทุกภูมิภาค

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 67.8 75.8 และ 99.1 ตามลำดับ โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมีนาคม 2561 ที่อยู่ในระดับ 66.8 74.9 และ 98.0 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้น โดยอยู่ที่ระดับ 80.9 ซึ่งเป็นระดับที่สูงที่สุดในรอบ 40 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย สถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศโดยเฉพาะเรื่องสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อค่าเงินบาทของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตรโดยเฉพาะข้าว ยางพารา อ้อย ปาล์ม น้ำมัน และราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น โดยอยู่ที่ระดับ 55.3 ซึ่งเป็นระดับที่สูงที่สุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 90.8 เป็นระดับ ระดับ 91.9 ซึ่งเป็นระดับที่สูงที่สุดในรอบ 61 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 เป็นต้นมา สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้ไม่มากนัก

การปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในเดือนนี้และอยู่ในระดับที่สูงที่สุดในรอบ 40 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 เป็นต้นมา เป็นจุดที่ต้องสังเกตต่อไปว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องหรือไม่ อย่างไรในอนาคต เนื่องจากปัจจัยเสี่ยงของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยยังคงมีอยู่มาก อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคเริ่มกลับมามีความมั่นใจอย่างต่อเนื่องทั้งสถานการณ์เศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมืองทั้ง

ภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวแบบกระจายตัวมากขึ้นภายในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมามีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปีนี้ ซึ่งน่าจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้นในปลายไตรมาสที่ 2 และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 4.2-4.6% ได้ในปี 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะกทม.และปริมณฑล และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.4	50.6	48.9	48.6	48.9	51	53.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	85.2	83.6	87.1	84.8	82.1	86.3	90.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	60.2	60.2	57	60	54.5	65	64.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	91.5	93.1	89.5	88.4	88.4	93	92.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	99.1	101.5	96.5	98.3	97.1	93.2	102
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.8	67.1	68.0	66.7	65.5	68.7	72.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	75.8	76.7	73.3	74.2	71.5	79.0	78.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.9	81.8	79.3	79.7	78.0	80.3	84.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมีนาคม 2561	1.0	1.2	0.8	0.8	0.8	0.9	1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.3	55.4	53.0	54.3	51.7	58.0	59.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	91.9	92.7	91.0	90.5	89.2	90.8	95.1

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.6	49.7	48.4	48.1	48.3	50.4	52.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	83.9	82.1	86.2	83.7	80.9	85.2	89.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	59.4	59.2	56.4	59.2	53.8	64.2	63.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	90.5	91.9	88.8	87.6	87.7	92.1	91.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.0	100.3	95.4	97.4	96.2	92.3	100.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	66.8	65.9	67.3	65.9	64.6	67.8	71.2
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.9	75.6	72.6	73.4	70.8	78.2	77.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.9	80.6	78.4	78.9	77.2	79.4	83.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2561	0.6	0.8	0.5	0.5	0.5	0.5	0.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.5	54.5	52.4	53.7	51.1	57.3	58.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.8	91.4	90.1	89.6	88.3	89.9	93.9

ตารางที่ 10 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
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.3	79.8	77.9	78.4	76.7	78.9	82.6
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