



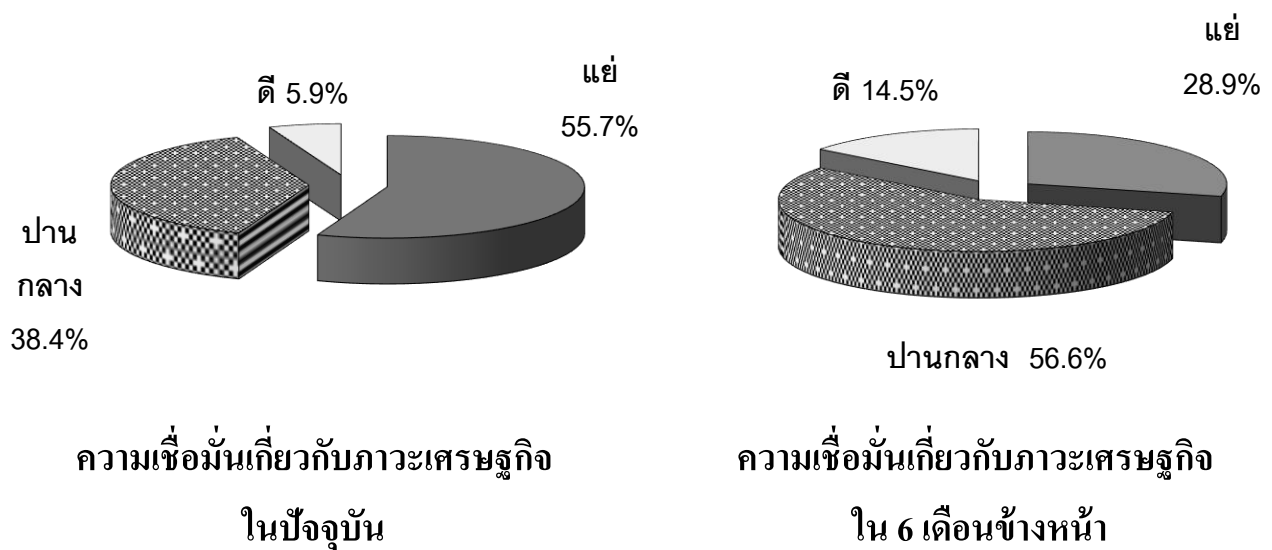
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

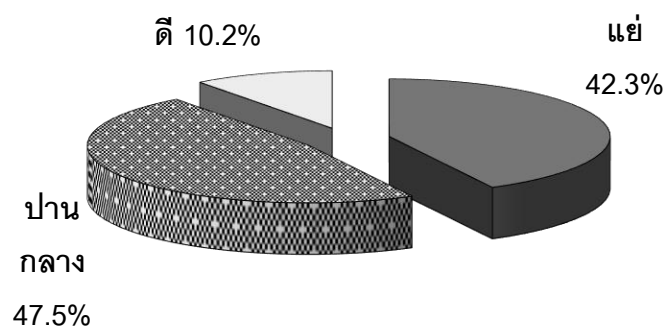
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมิถุนายน 2561
ความเชื่อมั่นผู้บริโภคกลับมาปรับตัวดีขึ้นอีกครั้งหลังจากราคาสินค้าเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้น

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



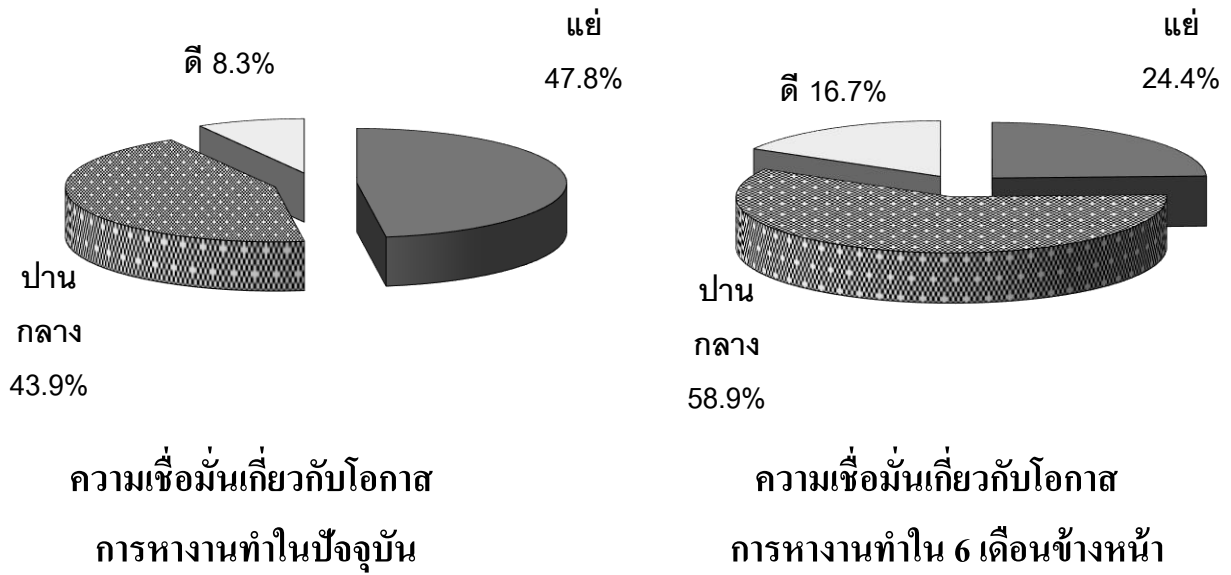
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



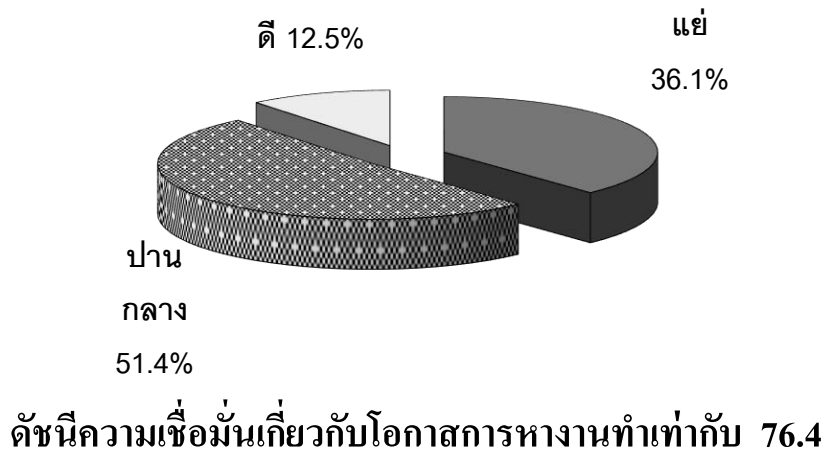
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 67.9

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

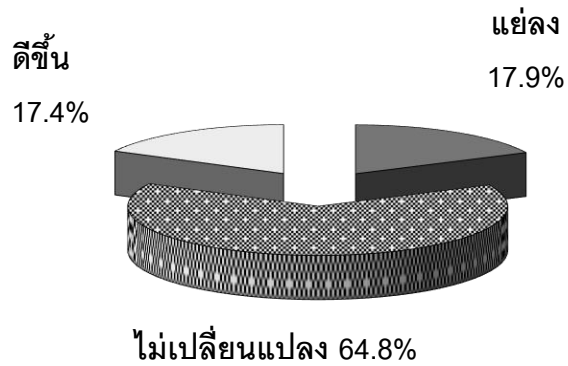


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 99.5

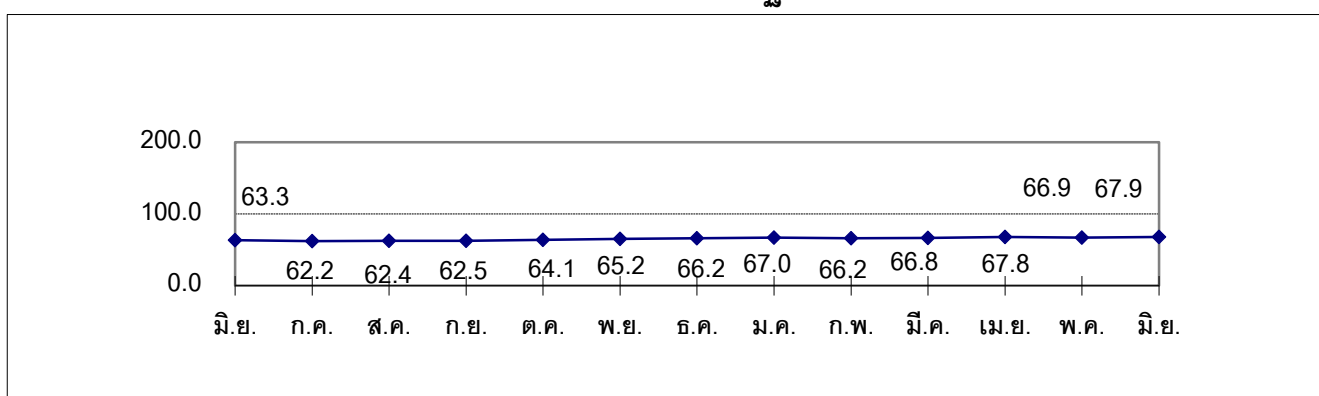
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน 2561

รายการ	พฤษภาคม 2561			มิถุนายน 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.8	37.7	56.5	5.9	38.4	55.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	14.2	56.1	29.7	14.5	56.6	28.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.0	43.5	48.5	8.3	43.9	47.8
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	16.1	58.8	25.1	16.7	58.9	24.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.0	64.4	18.6	17.4	64.8	17.9
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	10.0	46.9	43.1	10.2	47.5	42.3
7. โอกาสในการหางานรวม	12.1	51.1	36.8	12.5	51.4	36.1

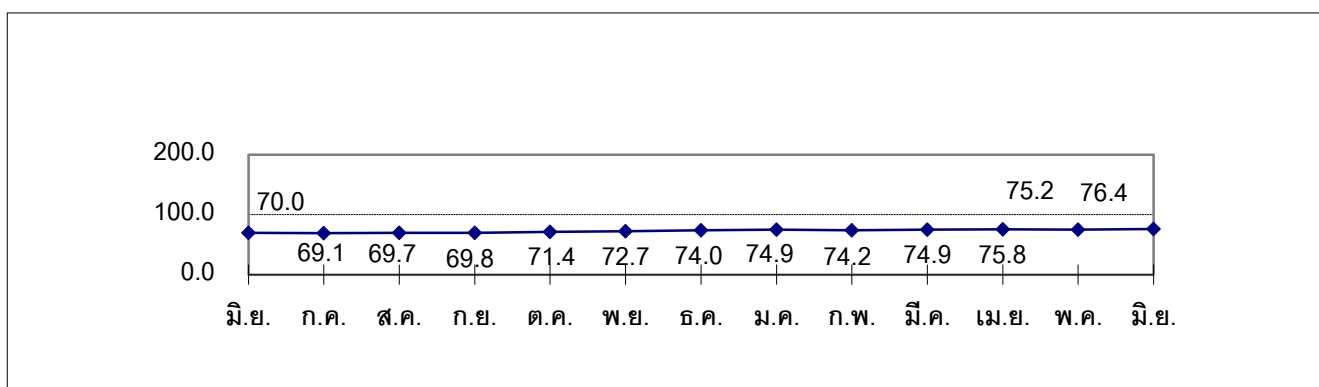
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2561

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	67.0	66.2	66.8	67.8	66.9	67.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	74.9	74.2	74.9	75.8	75.2	76.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.0	97.4	98.0	99.1	98.3	99.5

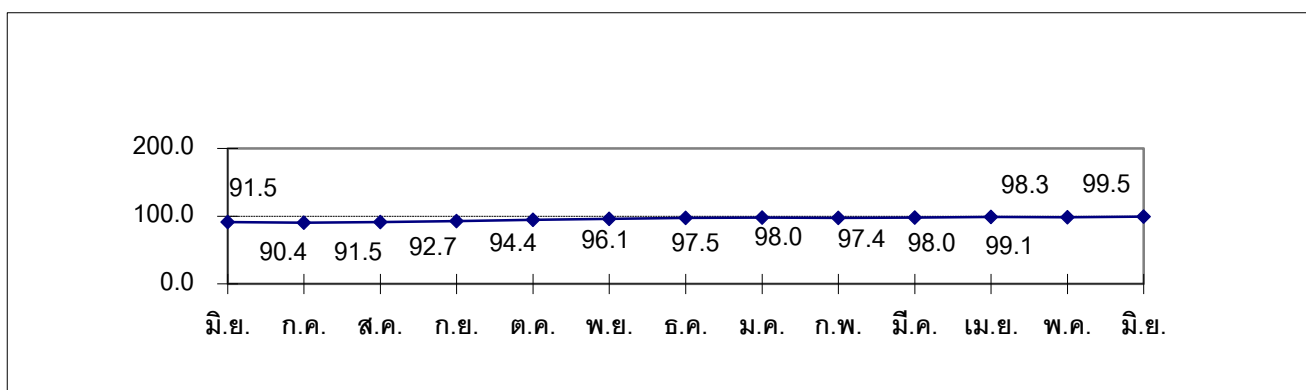
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



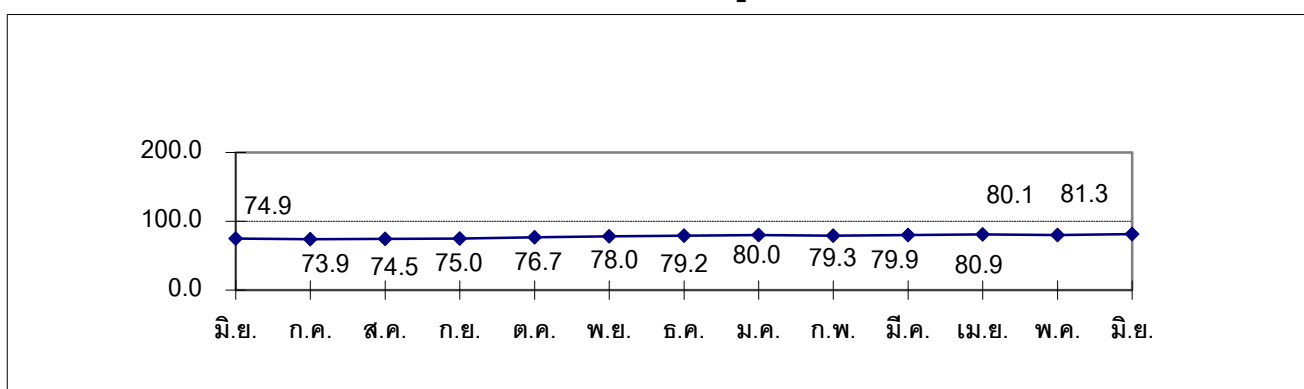
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



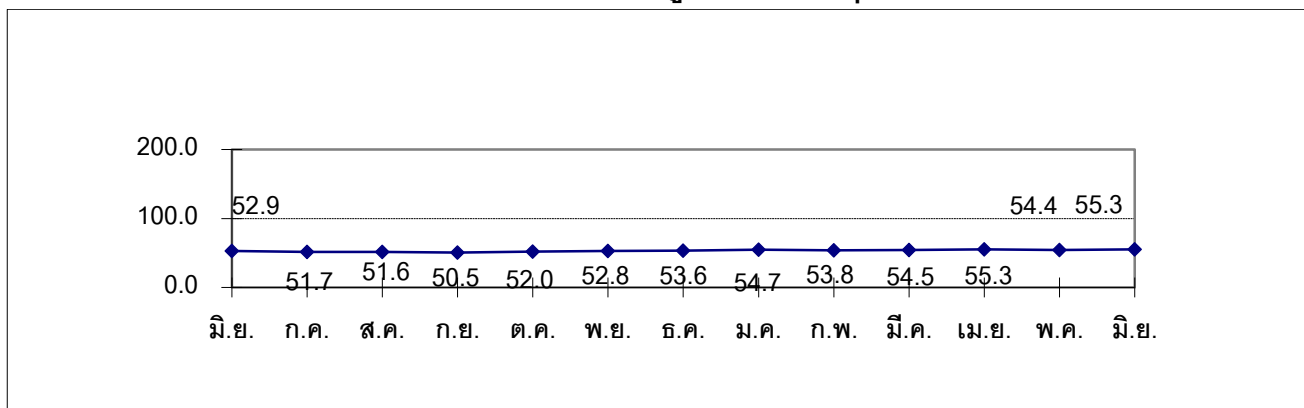
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2561

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.0	79.3	79.9	80.9	80.1	81.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.7	53.8	54.5	55.3	54.4	55.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.8	90.2	90.8	91.9	91.3	92.5

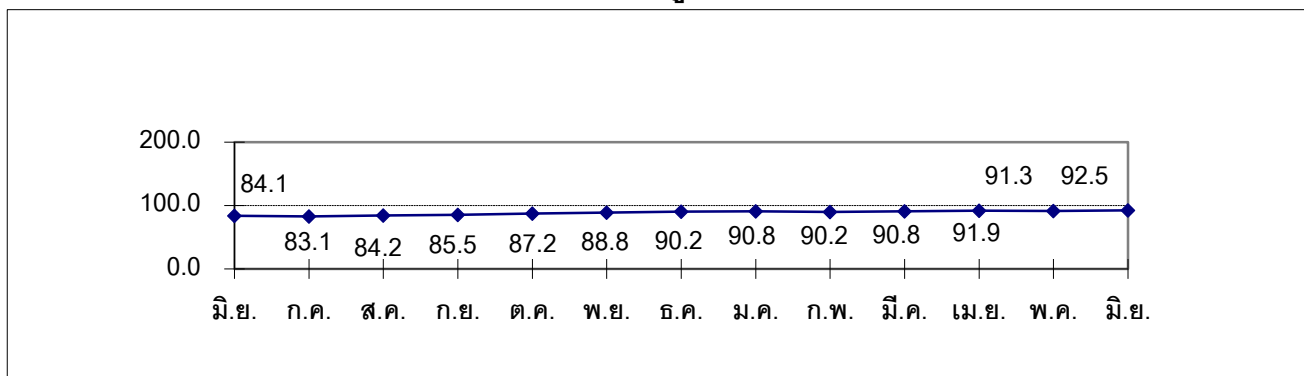
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,239 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2561

ในเดือนมิถุนายน 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเสียงข้างมากให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.50 ต่อปี เนื่องจากเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่องและสูงกว่าที่ประเมินไว้เดิมตามอุปสงค์ทั้งในและต่างประเทศที่มีแรงส่งเพิ่มขึ้น อัตราเงินเฟ้อทั่วไปปรับสูงขึ้นกว่าที่ประเมินไว้เล็กน้อย ขณะที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ ภาวะการเงินโดยรวมยังอยู่ในระดับผ่อนคลายและเอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ปรับเพิ่มคาดการณ์ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) ปี 2561 เป็นขยายตัวร้อยละ 4.4 จากเดิมร้อยละ 4.1 ส่วนปี 2562 จะขยายตัวเป็นร้อยละ 4.2 จากเดิมร้อยละ 4.1 ได้รับแรงขับเคลื่อนจากภาคการส่งออก คาดว่าปี 2561 จะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.0 และปี 2562 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.0
3. การส่งออกของไทยในเดือนพฤษภาคม 2561 มีมูลค่า 22,256 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.40 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 21,053 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.72 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,203 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 5 เดือนแรกปี 2561 ส่งออกได้รวม 104,031 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.55 และมีการนำเข้ารวม 102,154 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.60 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 1,877 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. พืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวขึ้น

5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 31.970 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2561 เป็น 32.470 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลออก แต่การที่เงินบาทมีค่าอ่อนลงน่าจะส่งผลดีต่อการส่งออกและการท่องเที่ยว

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมิถุนายน 2561 ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศยังคงทรงตัวอยู่ในระดับเดียวกับเดือนพฤษภาคม 2561 โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) อยู่ที่ระดับ 28.98 และ 29.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับเดิมเช่นเดียวกับเดือนพฤษภาคม 2561 โดยอยู่ที่ระดับ 28.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561

2. SET Index ในเดือนมิถุนายน 2561 ปรับตัวลดลง 131.39 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,726.97 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2561 เป็น 1,595.58 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561

3. ผู้บริโภคมีความรู้สึก เศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและยังระงุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะหลัง

4. แม้ว่าราคาพืชผลทางการเกษตรบางรายการจะปรับตัวดีขึ้น แต่บางรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทั้งราคาพืชผลทางการเกษตรและราคาปศุสัตว์ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

5. ความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองและปัจจัยทางการเมืองที่อาจจะมีการเลื่อนการเลือกตั้งออกไปเป็นเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนและนักลงทุน

6. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคเห็นว่าราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวขึ้นน่าจะส่งผลดีกำลังซื้อในหลายจังหวัดทั่วประเทศปรับตัวดีขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2561 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 66.9 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 67.9 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.2% 47.4% และ 42.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.0% 46.9% และ 43.1% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวขึ้น จากระดับ 49.3 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 50.2 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.9% 38.4% และ 55.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.8% 37.7% และ 56.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมิถุนายน 2561 ปรับตัวขึ้นจากระดับ 84.5 มาอยู่ที่ระดับ 85.7 โดยในเดือนมิถุนายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.5% 56.6% และ 28.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.2% 56.1% และ 29.7% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
พฤษภาคม 2561	66.9	49.3	84.5
มิถุนายน 2561	67.9	50.2	85.7

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
ไตรมาสที่ 2 2561	67.5	49.9	85.1

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 75.2 สู่ระดับ 76.4 โดยในเดือนมิถุนายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.5% 51.4% และ 36.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.1% 51.1% และ 36.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมิถุนายน 2561 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 59.5 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 60.5 โดยในเดือนมิถุนายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.3% 43.9% และ 47.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.0% 43.5% และ 48.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 91.0 เป็น 92.3 โดยในเดือนมิถุนายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.7% 58.9% และ 24.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.1% 58.8% และ 25.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มี ความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคตถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
พฤษภาคม 2561	75.2	59.5	91.0
มิถุนายน 2561	76.4	60.5	92.3

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
ไตรมาสที่ 2 2561	75.8	60.1	91.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมิถุนายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 98.3 สู่ระดับ 99.5 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.4% 64.8% และ 17.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.0% 64.4% และ 18.6% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 82.2% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 81.4% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
พฤษภาคม 2561	98.3
มิถุนายน 2561	99.5

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
ไตรมาสที่ 2 2561	99.0

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมิถุนายน 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวดีขึ้นทุกช่วงเวลา โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 54.4 ในเดือนพฤษภาคมมาอยู่ที่ระดับ 55.3 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 91.3 เป็นระดับ 92.5 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 80.1 เป็น 81.3

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
พฤษภาคม 2561	80.1	54.4	91.3
มิถุนายน 2561	81.3	55.3	92.5

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
ไตรมาสที่ 2 2561	80.8	55.0	91.9

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคเห็นว่าราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวขึ้นน่าจะส่งผลดีกำลังซื้อในหลายจังหวัดทั่วประเทศปรับตัวขึ้น

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 67.9 76.4 และ 99.5 ตามลำดับ โดยปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนพฤษภาคม 2561 ที่อยู่ในระดับ 66.9 75.2 และ 98.3 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 80.1 มาอยู่ที่ระดับ 81.3 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย สถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศโดยเฉพาะเรื่องสงครามการค้า ซึ่งอาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าว ยางพารา อ้อย ปาล์ม น้ำมัน และราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม อย่างไรก็ตาม ในเดือนนี้ ผู้บริโภคเริ่มกลับมาเชื่อมั่นมากขึ้นเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 54.4 มาอยู่ที่ระดับ 55.3 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 91.3 มาอยู่ที่ระดับ 91.9 ซึ่งยังคงใกล้เคียงระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ เป็นสัญญาณที่ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคน่าจะเริ่มกลับมาดีขึ้นเป็นลำดับอีกครั้ง หลังจากที่ปรับตัวลดลงชั่วคราวในเดือนที่แล้ว เนื่องจากในเดือนที่แล้วผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นใกล้ระดับจิตวิทยาที่ 30 บาทต่อลิตร แต่หลังจากที่รัฐบาลส่งสัญญาณตรึงราคาน้ำมันไม่ให้ปรับตัวสูงเกินกว่า 30 บาทต่อลิตร ประกอบกับการส่งออกและการท่องเที่ยวของไทยยังขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง และพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวขึ้นส่งผลให้รายได้ของภาคการเกษตรเริ่มปรับตัวขึ้น ทำให้คาดการณ์ได้ว่าภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวแบบกระจายตัวมากขึ้นภายในไตรมาสที่ 3-4 ของปีนี้ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมาเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปีนี้ ซึ่งน่าจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้นในปลายไตรมาสที่ 3 หรือต้นไตรมาสที่ 4 และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในใกล้เคียงระดับ 4.5% ได้ในปี 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม.และปริมณฑล และภาคกลาง ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.2	50.5	48.4	48.3	48.9	50.7	53.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	85.7	84.2	87.4	85.2	82.6	86.7	91.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	60.5	60.6	57.1	60.1	55.2	65.1	64.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	92.3	94.1	90.2	88.9	89.1	94.5	93.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	99.5	102	96.9	98.8	97.6	93.6	102.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.9	67.4	67.9	66.8	65.8	68.7	72.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	76.4	77.4	73.7	74.5	72.2	79.8	79.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	81.3	82.2	79.5	80.0	78.5	80.7	84.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนพฤษภาคม 2561	1.1	1.3	1.0	0.9	1.2	1.0	0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.3	55.6	52.8	54.2	52.1	57.9	59.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	92.5	93.4	91.5	91.0	89.8	91.6	95.5

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.3	49.4	47.7	47.6	47.8	50.1	52.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	84.5	82.8	86.4	84.2	81.4	85.8	90.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	59.5	59.5	56.1	59.2	54	64.3	63.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	91.0	92.6	89.1	87.9	87.8	92.6	92.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.3	100.6	95.8	97.8	96.4	92.6	101.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	66.9	66.1	67.1	65.9	64.6	68.0	71.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	75.2	76.1	72.6	73.6	70.9	78.5	78.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.1	80.9	78.5	79.1	77.3	79.7	83.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนเมษายน 2561	-0.7	-0.8	-0.8	-0.7	-0.7	-0.6	-0.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.4	54.5	51.9	53.4	50.9	57.2	58.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	91.3	92.0	90.4	90.0	88.5	90.3	94.6

ตารางที่ 10 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
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย