



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

# UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

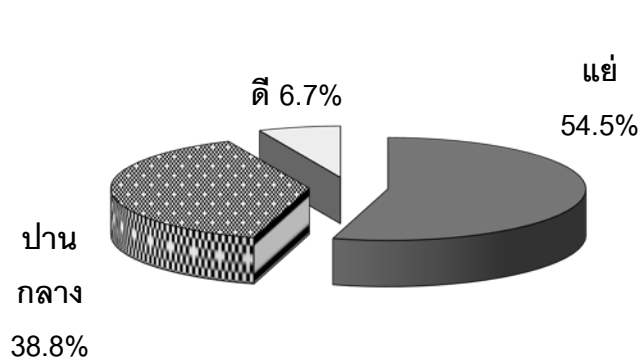
โทร. 0-2697-6340-1

โทรสาร 0-2697-6342

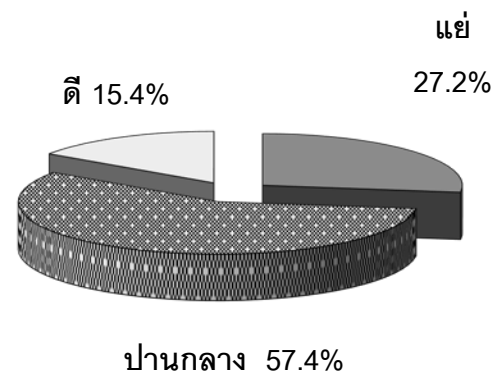
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนสิงหาคม 2561

ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องและอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 64 เดือน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

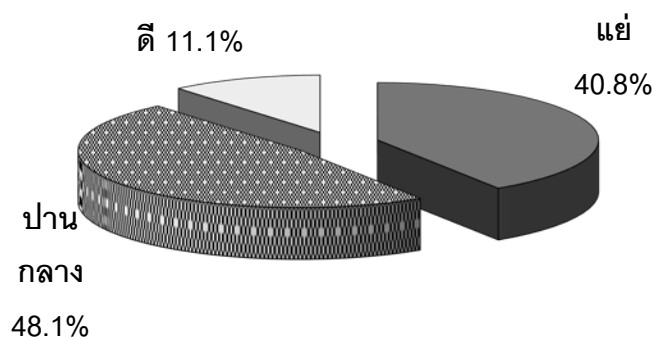


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ใน 6 เดือนข้างหน้า

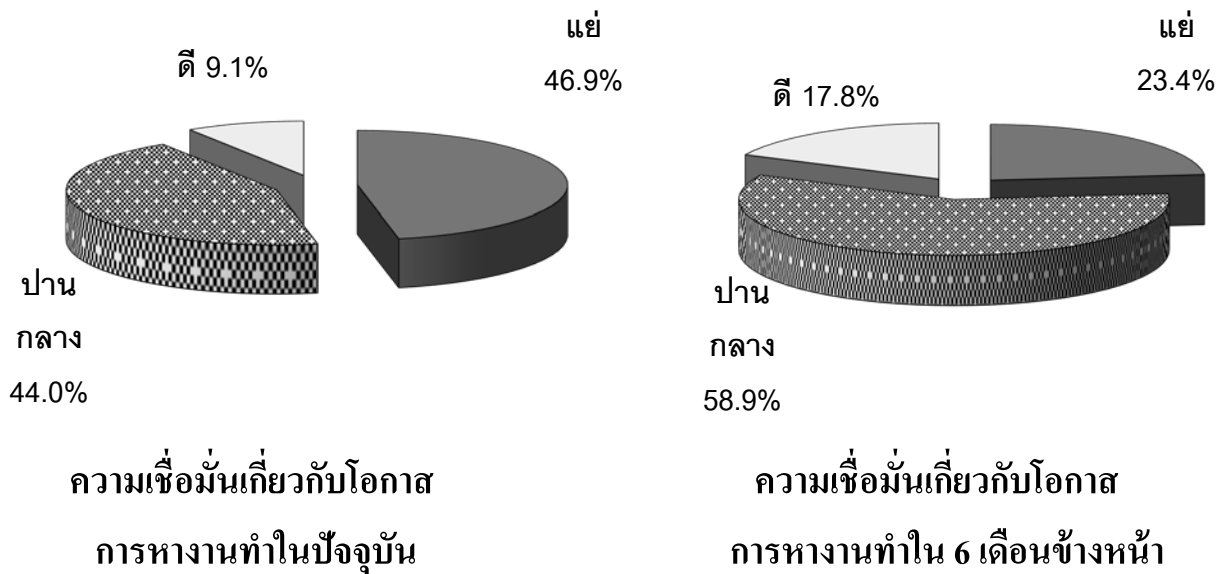
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



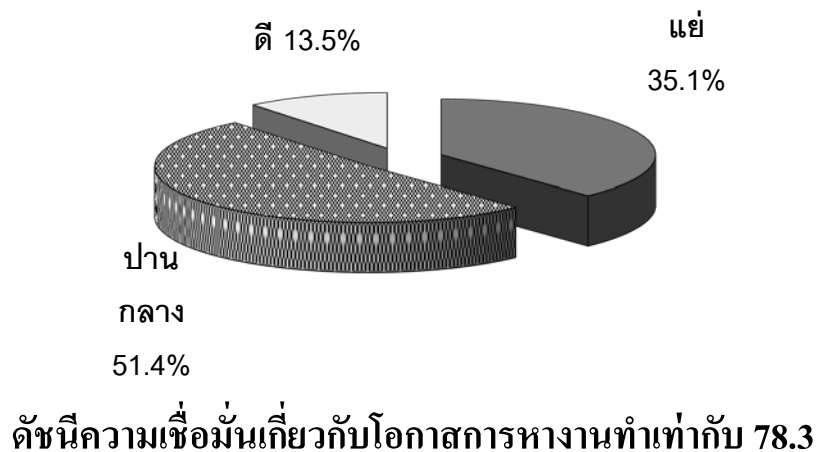
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 70.2

# ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

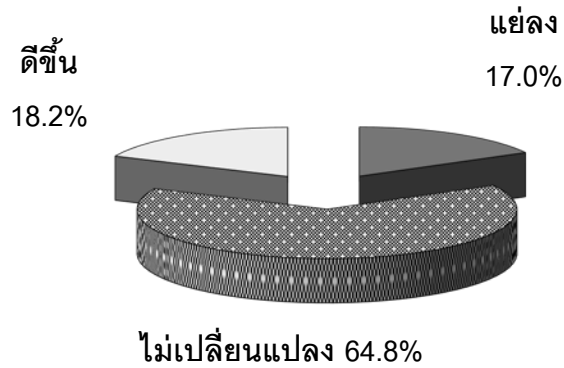


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 101.2

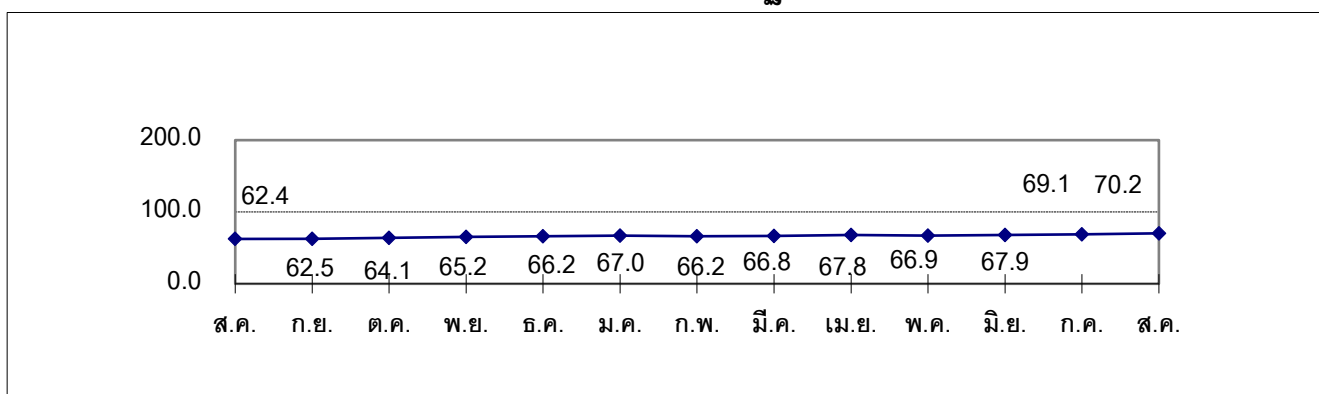
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม 2561

รายการ	กรกฎาคม 2561			สิงหาคม 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	6.4	38.4	55.2	6.7	38.8	54.5
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	15.0	56.9	28.1	15.4	57.4	27.2
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.6	44.0	47.4	9.1	44.0	46.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	17.1	59.1	23.8	17.8	58.9	23.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.7	64.8	17.5	18.2	64.8	17.0
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	10.7	47.7	41.6	11.1	48.1	40.8
7. โอกาสในการหางานรวม	12.9	51.5	35.6	13.5	51.4	35.1

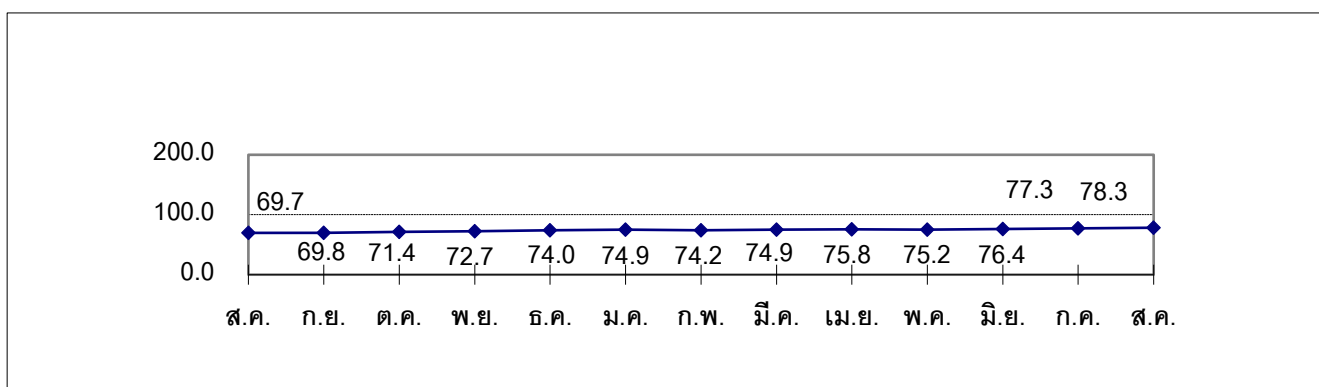
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2561

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	66.8	67.8	66.9	67.9	69.1	70.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	74.9	75.8	75.2	76.4	77.3	78.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.0	99.1	98.3	99.5	100.2	101.2

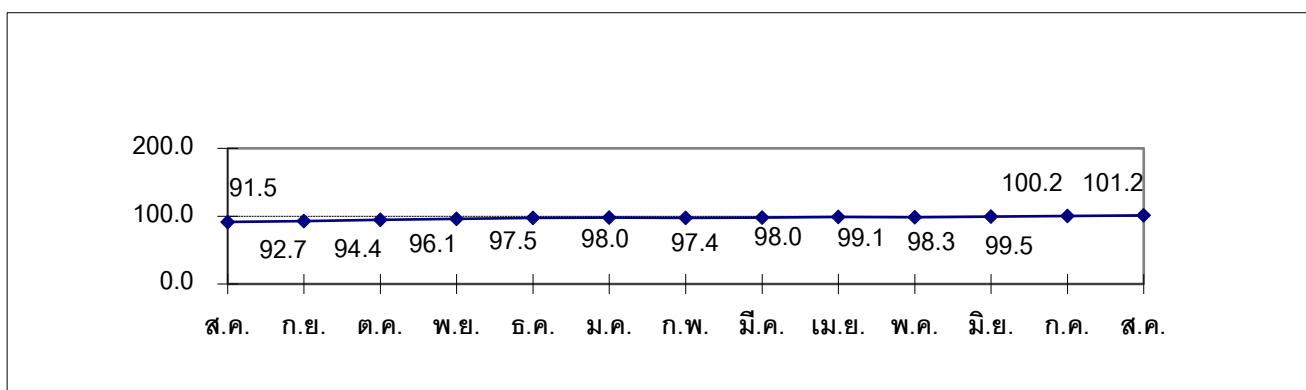
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



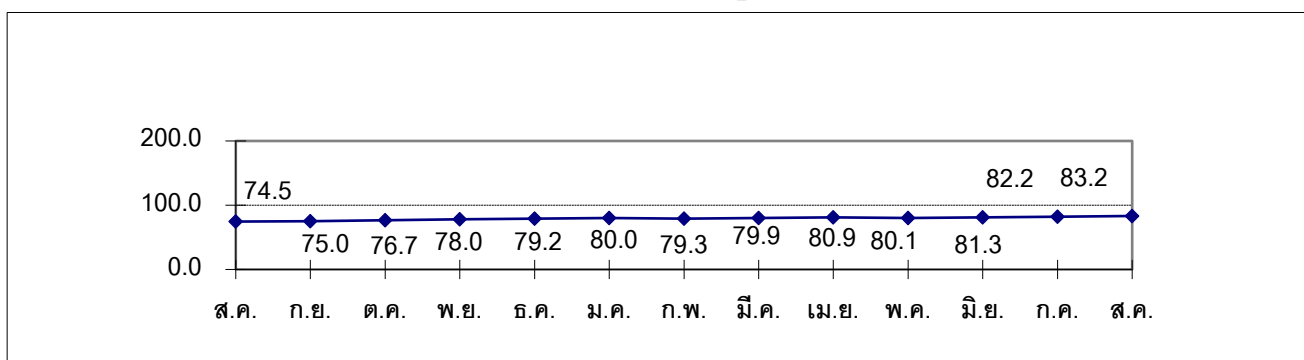
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



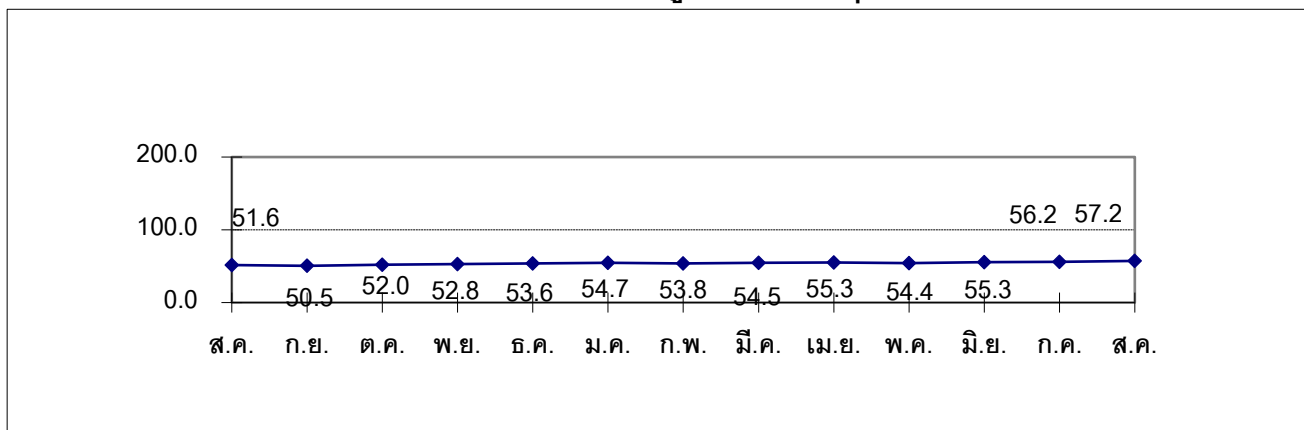
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2561

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.9	80.9	80.1	81.3	82.2	83.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.5	55.3	54.4	55.3	56.2	57.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.8	91.9	91.3	92.5	93.5	94.6

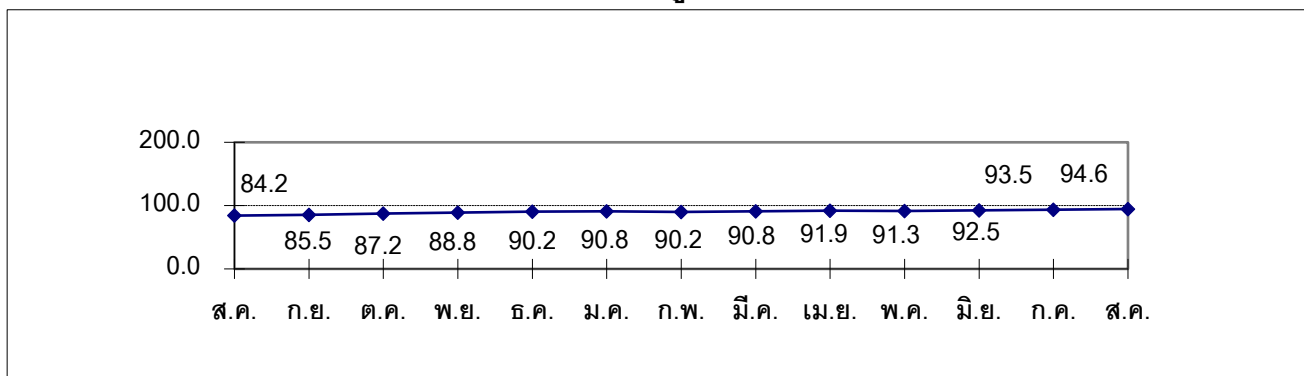
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,241 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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2561

ในเดือนสิงหาคม 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจไทย (GDP) ในไตรมาส 2/61 ขยายตัว 4.6% ส่งผลให้ครึ่งปีแรก GDP ขยายตัวที่ 4.8% เนื่องจากการบริโภคเอกชนและการลงทุนรวมขยายตัวเร่งขึ้น รวมทั้งการส่งออกขยายตัวในเกณฑ์สูง การใช้จ่ายภาครัฐขยายตัวต่อเนื่อง ด้านการผลิต ภาคเกษตร ขยายส่งออกผลิตภัณฑ์ในเกณฑ์สูงและเร่งตัวขึ้น

2. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ยังคงตัวเลขคาดการณ์ GDP ทั้งปีไว้ที่ 4.5% หรืออยู่ในช่วง 4.2-4.7% โดยมีแรงสนับสนุนที่สำคัญ ประกอบด้วย การขยายตัวของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้การส่งออกและการผลิตภาคสำคัญขยายตัวในเกณฑ์ดี แรงขับเคลื่อนจากการใช้จ่ายภาครัฐบาลและการลงทุนภาครัฐมีแนวโน้มเร่งตัวขึ้น การฟื้นตัวที่ชัดเจนมากขึ้นของการลงทุนภาคเอกชน และการปรับตัวดีขึ้นของฐานรายได้ในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ได้มีการปรับตัวเลขคาดการณ์การส่งออกเป็นขยายตัว 10% จากเดิมที่คาดว่าจะเติบโต 8.9% ส่วนนำเข้าคาดเติบโตได้ 15.4% จากเดิมคาด 12.7% แต่ปรับลดคาดการณ์การใช้จ่ายภาครัฐสูงทั้งการบริโภคและการลงทุน

3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติ 6 ต่อ 1 เสียง ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.50% ต่อปี โดยคณะกรรมการประเมินว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ต่อเนื่องตามแรงส่งจากภาคอุปสงค์ทั้งในและ

ต่างประเทศ อัตราเงินเฟ้อทั่วไปมีทิศทางเพิ่มขึ้นใกล้เคียงกับที่ประเมินไว้ ขณะที่อัตราเงินเฟ้อพื้นฐานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างช้าๆ ตามแรงกดดันด้านเงินเฟ้ออุปสงค์ที่ปรับขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไป

4. การส่งออกของไทยในเดือนกรกฎาคม 2561 มีมูลค่า 20,423.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 6.23 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 20,940.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.66 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 516.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ในช่วง 7 เดือนของปี 2561 ส่งออกได้รวม 146,235.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.57 และมีการนำเข้ารวม 143,296.24 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.84 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 2,939.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

5. SET Index ในเดือนสิงหาคม 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 19.79 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,701.79 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561 เป็น 1,721.58 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561

6. พืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าว และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวดีขึ้น

7. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 33.270 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561 เป็น 33.025 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลออก

สำหรับปัจจัยลบในเดือนสิงหาคม 2561 ได้แก่

1. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 29.78 และ 30.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 29.88 และ 30.15 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 29.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561 มาอยู่ที่ระดับ 29.59 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2561

2. ผู้บริโภคมีความรู้สึกไม่สบายใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและยังกระจุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะหลัง

3. แม้ว่าราคาพืชผลทางการเกษตรบางรายการจะปรับตัวดีขึ้น แต่บางรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะยางพารา มันสำปะหลัง และสับปะรด ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทั้งราคาพืชผลทางการเกษตรและราคาปศุสัตว์ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

4. สถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ ส่งผลกระทบในเชิงลบต่อเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่

5. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต

## การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนทุกรายการและดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 64 เดือน โดยเฉพาะความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นมากต่อเนื่องจนอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 165 เดือน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคเห็นว่าราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวขึ้นน่าจะส่งผลดีกำลังซื้อในหลายจังหวัดทั่วประเทศเริ่มปรับตัวขึ้นบ้าง สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2561 มีดังนี้

### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนสิงหาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 69.1 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 70.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 43 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.1% 48.1% และ 40.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.7% 47.7% และ 41.6% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวขึ้น จากระดับ 51.2 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 52.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 39 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.7% 38.8% และ 54.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคมผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.4% 38.4% และ 55.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนสิงหาคม 2561 ปรับตัวขึ้นจากระดับ 86.9 มาอยู่ที่ระดับ 88.3 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 163 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2548 เป็นต้นมา โดยในเดือนสิงหาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.4% 57.4% และ 27.2% ตามลำดับ ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.0% 56.9% และ 28.1% ตามลำดับ



ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กรกฎาคม 2561	69.1	51.2	86.9
<b>สิงหาคม 2561</b>	<b>70.2</b>	<b>52.2</b>	<b>88.3</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
<b>ก.ค. - ส.ค. 2561</b>	<b>69.6</b>	<b>51.7</b>	<b>87.6</b>

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนสิงหาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 77.3 สู่ระดับ 78.3 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 142 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2549 เป็นต้นมา โดยในเดือนสิงหาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.5% 51.4% และ 35.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.9% 51.5% และ 35.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนสิงหาคม 2561 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 61.2 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 62.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 41 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2558 เป็นต้นมา โดยในเดือนสิงหาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.1% 44.0% และ 46.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 44.0% และ 47.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 93.5 เป็น 94.4 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 170 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2547 เป็นต้นมา โดยในเดือนสิงหาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 17.8% 58.9% และ 23.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 17.1% 59.1% และ 23.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคตถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กรกฎาคม 2561	77.3	61.2	93.3
สิงหาคม 2561	<b>78.3</b>	<b>62.2</b>	<b>94.4</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ก.ค. - ส.ค. 2561	<b>77.8</b>	<b>61.7</b>	<b>93.8</b>

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนสิงหาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นเกินระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่สอง จากระดับ 100.2 สู่ระดับ 101.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 64 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2556 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 18.2% 64.8% และ 17.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.7% 64.8% และ 17.5% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 83.0% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 82.5% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับเกิน 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
กรกฎาคม 2561	100.2
สิงหาคม 2561	101.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
<b>ก.ค. - ส.ค. 2561</b>	<b>100.7</b>

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนสิงหาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวดีขึ้นทุกช่วงเวลา โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.2 ในเดือนกรกฎาคมมาอยู่ที่ระดับ 57.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 40 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 93.5 เป็นระดับ 94.6 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 165 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2547 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 82.2 เป็น 83.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 64 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2556 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กรกฎาคม 2561	82.2	56.2	93.5
<b>สิงหาคม 2561</b>	<b>83.2</b>	<b>57.2</b>	<b>94.6</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
<b>ก.ค. - ส.ค. 2561</b>	<b>82.7</b>	<b>56.7</b>	<b>94.0</b>

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนทุกรายการและดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 64 เดือน โดยเฉพาะความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นมากต่อเนื่องจนอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 165 เดือน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคเห็นว่าราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้นน่าจะส่งผลดีกำลังซื้อในหลายจังหวัดทั่วประเทศเริ่มปรับตัวขึ้นบ้าง

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 70.2 78.3 และ 101.2 ตามลำดับ โดยปรับตัวขึ้นทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกรกฎาคม 2561 ที่อยู่ในระดับ 69.1 77.3 และ 100.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวขึ้นจากระดับ 82.2 มาอยู่ที่ระดับ 83.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 64 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2556 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย สถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศโดยเฉพาะเรื่องสงครามการค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการ โดยเฉพาะข้าว ยางพารา ปาล์ม น้ำมัน และราคาสินค้าอุปโภคบริโภค ที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม อย่างไรก็ตามในเดือนนี้ผู้บริโภคกลับมาเชื่อมั่นมากขึ้นเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยอย่างต่อเนื่อง

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวขึ้นจากระดับ 56.2 มาอยู่ที่ระดับ 57.2 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร แม้ว่าจะอยู่ในระดับที่สูงสุดในรอบ 40 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมาก็ตาม ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 93.5 มาอยู่ที่ระดับ 94.6 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 165 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2547 เป็นต้นมา และเริ่มปรับตัวใกล้เคียงระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) มากขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้

การปรับตัวขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ เป็นสัญญาณที่ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อมั่นของผู้บริภคนน่าจะเริ่มกลับมาดีขึ้นเป็นลำดับต่อเนื่องอีกครั้ง หลังจากที่ปรับตัวลดลงชั่วคราวในช่วง 3 เดือนที่แล้ว เนื่องจากการส่งออกและการท่องเที่ยวของไทยยังขยายตัวดีอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวขึ้น ส่งผลให้รายได้ของภาคการเกษตรเริ่มปรับตัวขึ้น ทำให้คาดการณ์ได้ว่าภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวแบบกระจายตัวมากขึ้นในช่วงครึ่งหลัง ของปีนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตกลับมาสู่ระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 64 เดือน จะทำให้ผู้บริโภคกล้าใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้นเป็นลำดับ และจะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมามีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี ซึ่งจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้น และหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้มากกว่าระดับ 4.5% ได้ในปี 2561

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกภูมิภาค โดยเฉพาะ กทม. และปริมณฑล ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	52.2	53.0	50.0	50.2	51.1	52.1	55.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	88.3	87.3	89.3	87.5	85.2	88.7	93.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	62.2	62.5	58.5	61.8	56.8	66.4	66.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	94.4	96.5	92.0	90.9	91.0	96.2	95.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	101.2	104.0	98.3	100.3	99.2	95.3	103.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	70.2	70.2	69.7	68.9	68.2	70.4	74.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	78.3	79.5	75.3	76.4	73.9	81.3	80.8
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>83.2</b>	<b>84.6</b>	<b>81.1</b>	<b>81.8</b>	<b>80.4</b>	<b>82.3</b>	<b>86.3</b>
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2561</b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>0.9</b>	<b>0.9</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>	<b>1.0</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	57.2	57.8	54.3	56.0	54.0	59.3	61.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	94.6	95.9	93.2	92.9	91.8	93.4	97.5



ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	51.2	51.8	49.0	49.3	50.1	51.3	54.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	86.9	85.7	88.3	86.4	83.9	87.6	92.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	61.2	61.5	57.6	60.7	55.9	65.6	65.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	93.3	95.2	91.0	89.9	90.1	95.4	94.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	100.2	102.9	97.4	99.6	98.4	94.2	102.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.1	68.8	68.7	67.9	67.0	69.5	73.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	77.3	78.4	74.3	75.3	73.0	80.5	79.8
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>82.2</b>	<b>83.3</b>	<b>80.1</b>	<b>80.9</b>	<b>79.5</b>	<b>81.4</b>	<b>85.3</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมิถุนายน 2561	<b>0.9</b>	<b>1.1</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>	<b>1.0</b>	<b>0.7</b>	<b>0.8</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	56.2	56.7	53.3	55.0	53.0	58.5	60.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	93.5	94.6	92.2	92.0	90.8	92.4	96.4

ตารางที่ 10 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
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>81.3</b>	<b>82.2</b>	<b>79.5</b>	<b>80.0</b>	<b>78.5</b>	<b>80.7</b>	<b>84.5</b>
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย