



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

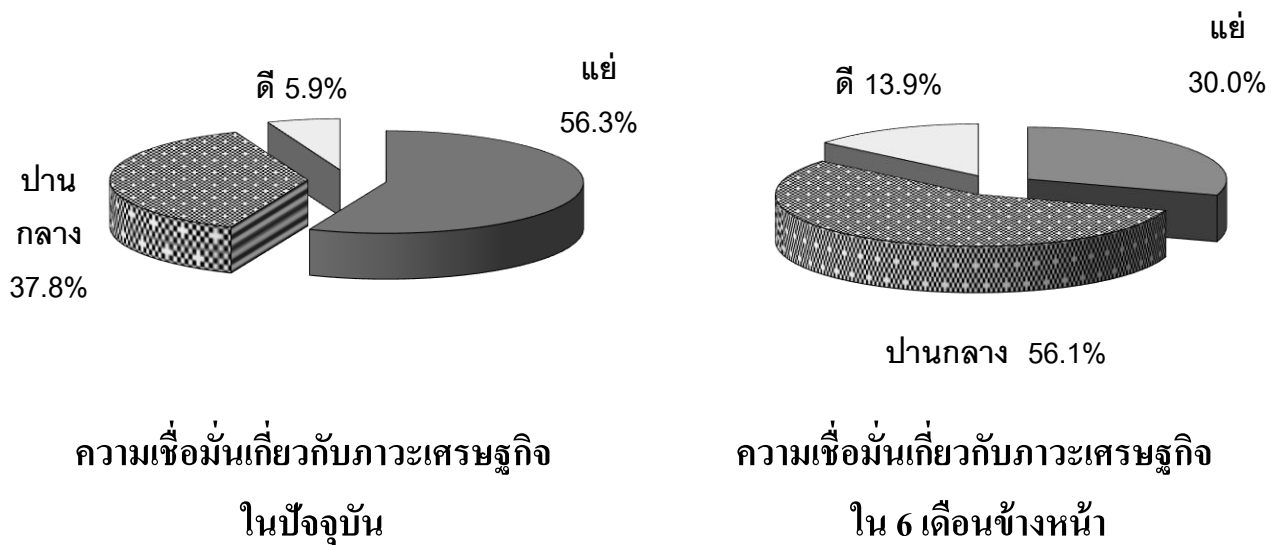
# UTCC's Consumer Index

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

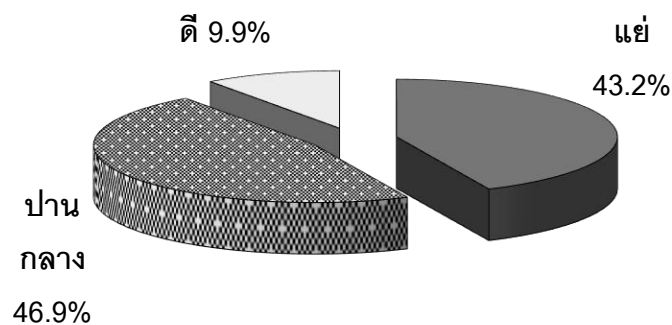
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมีนาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ยาวตัวดีขึ้น

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



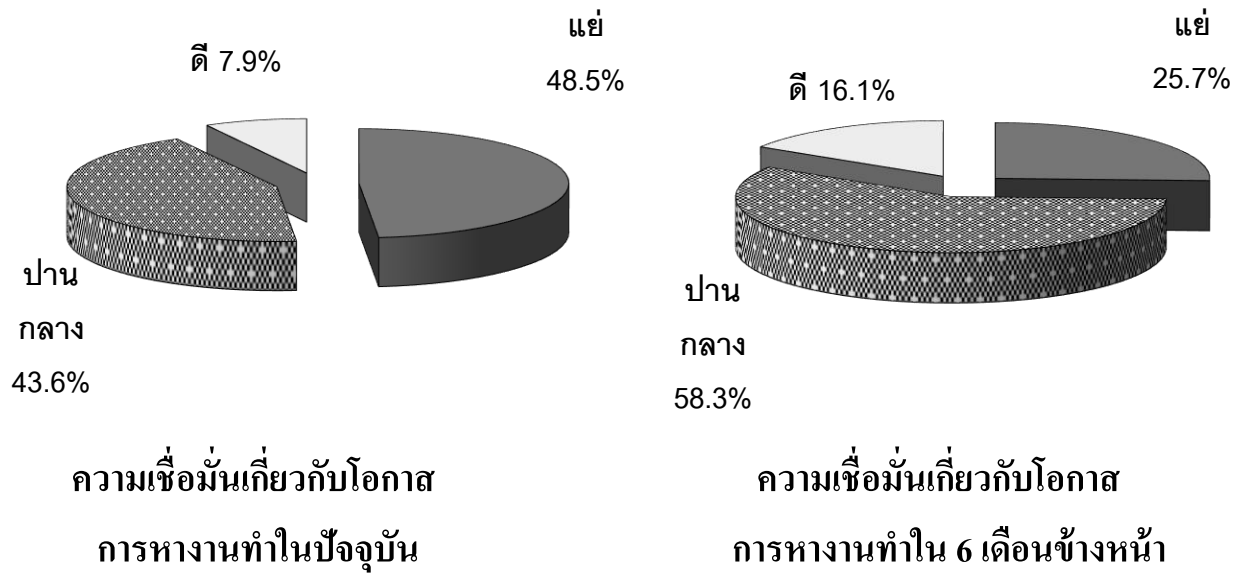
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



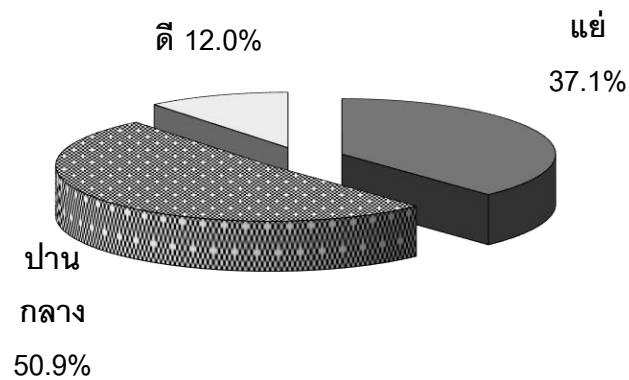
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 66.8

# ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



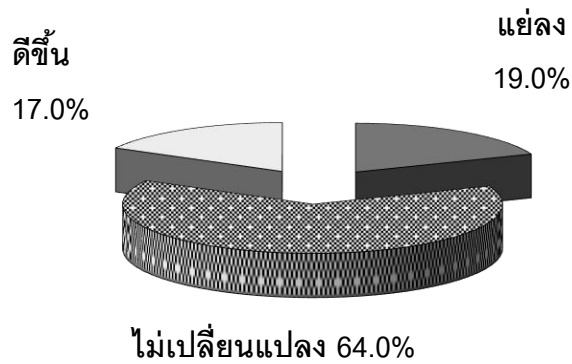
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 74.9

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 98.0

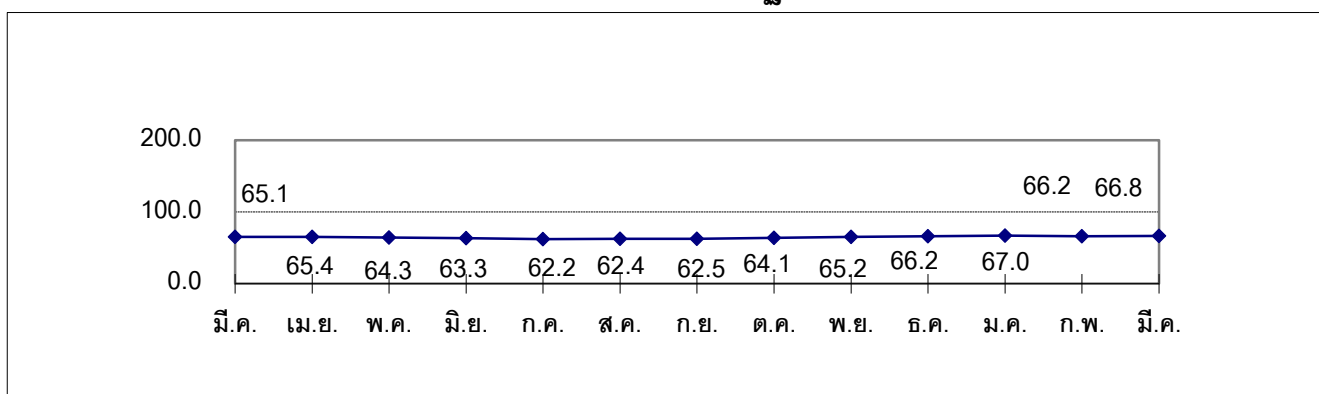
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคม 2561

รายการ	กุมภาพันธ์ 2561			มีนาคม 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.8	37.4	56.8	5.9	37.8	56.3
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	13.6	56.1	30.3	13.9	56.1	30.0
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	7.7	43.2	49.1	7.9	43.6	48.5
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	15.9	58.0	26.1	16.1	58.3	25.7
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	16.8	63.9	19.3	17.0	64.0	19.0
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.7	46.7	43.6	9.9	46.9	43.2
7. โอกาสในการหางานรวม	11.8	50.6	37.6	12.0	50.9	37.1

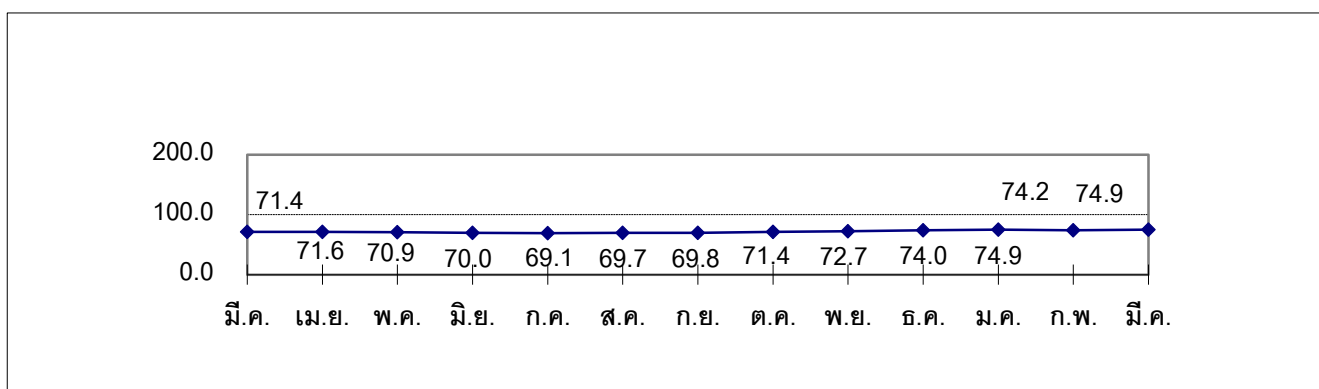
## ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2560 ถึงมีนาคม 2561

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	64.1	65.2	66.2	67.0	66.2	66.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	71.4	72.7	74.0	74.9	74.2	74.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	94.4	96.1	97.5	98.0	97.4	98.0

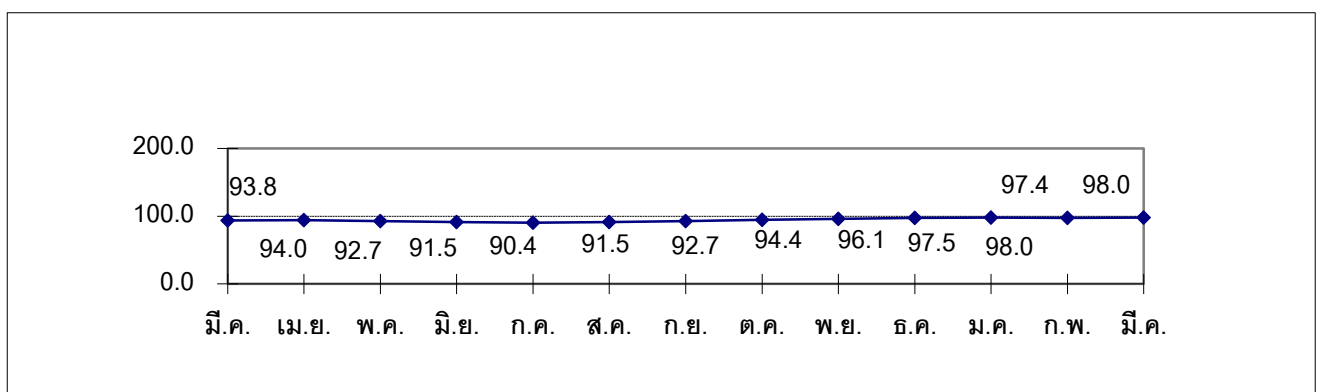
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



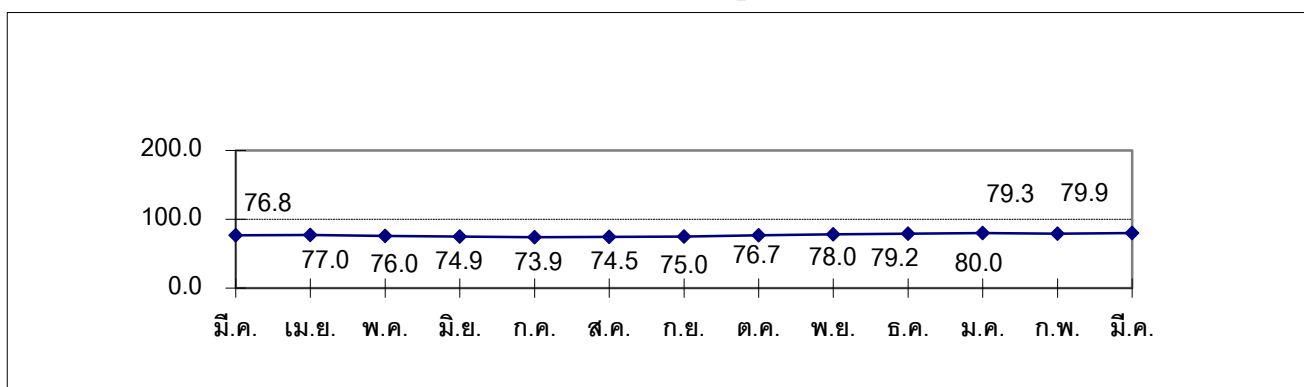
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



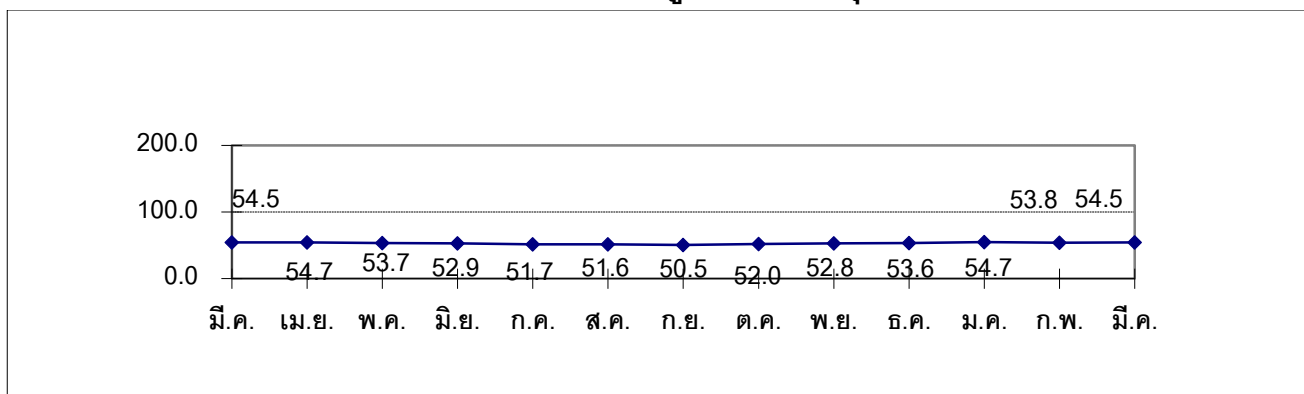
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนตุลาคม 2560 ถึงมีนาคม 2561

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	76.7	78.0	79.2	80.0	79.3	79.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.0	52.8	53.6	54.7	53.8	54.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.5	88.8	90.2	90.8	90.2	90.8

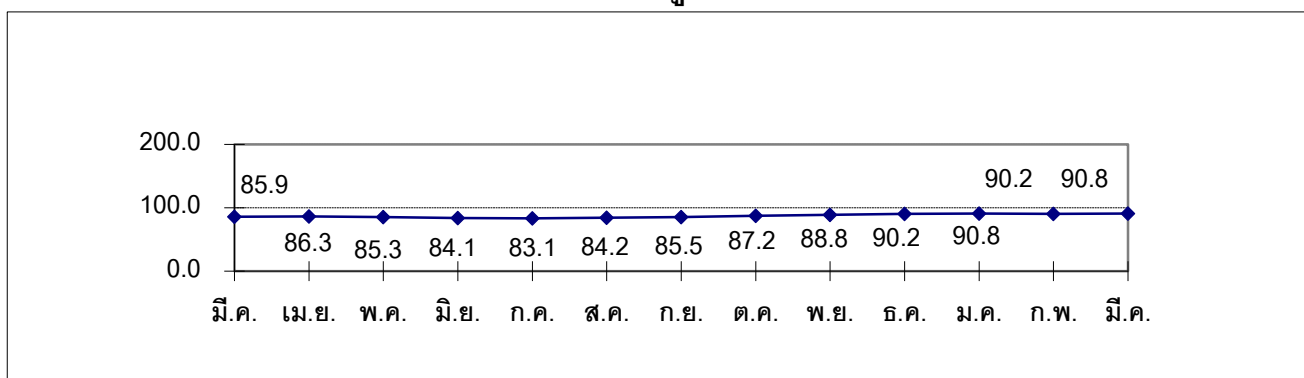
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2561

ในเดือนมีนาคม 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติ 6 ต่อ 1 เสียง ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.50% ต่อปี โดยส่วนใหญ่เห็นว่า นโยบายการเงินที่ผ่อนคลายในระดับปัจจุบันมีส่วนช่วยสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจ และเอื้อให้อัตราเงินเฟ้อทั่วไปกลับเข้าสู่กรอบเป้าหมายได้ แม้อาจต้องใช้เวลาอีกระยะหนึ่ง จึงเห็นควรให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ อย่างไรก็ตาม 1 ท่าน ให้ขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบาย 0.25% เป็น 1.75% เพราะเห็นว่าภาวะการเงินที่ผ่อนคลายมากอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน อาจส่งผลให้ประชาชนและภาคธุรกิจประเมินความเสี่ยงของภาวะการเงินในอนาคตต่ำกว่าที่ควร

2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ปรับเพิ่มประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ของไทยในปี 2561 เป็น 4.1% จากก่อนหน้าคาดไว้ที่ 3.9% เนื่องจากเศรษฐกิจไทยในภาพรวมมีแนวโน้มการขยายตัวได้ต่อเนื่องและดีกว่าที่ประเมินไว้เดิม โดยเฉพาะการส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวที่ปรับดีขึ้นต่อเนื่อง ส่วนแนวโน้มปี 2562 คาดว่า GDP จะขยายตัวได้ 4.1%

3. การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 มีมูลค่า 20,365.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.26 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,557.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.00 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 807.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 2 เดือนแรกปี 2561 ส่งออกได้รวม 40,466.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น

ร้อยละ 13.77 และมีการนำเข้ารวม 39,778,13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 20.06 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 688.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. พืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การจับจ่ายใช้สอยในจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวดีขึ้น

5. คณะกรรมการค่าจ้างเสนอขึ้นค่าจ้างระหว่าง 5-22 บาทต่อวันตั้งแต่ 308-330 บาทต่อวัน โดยมีผลบังคับตั้งแต่ 1 เมษายน 2561 ส่งผลให้ผู้ใช้แรงงานคาดว่าจะมีรายได้ในอนาคตเพิ่มขึ้น ขณะที่ผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs รู้สึกว่าต้นทุนค่าแรงงานปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อกำไรในอนาคต

6. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 31.476 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 เป็น 31.259 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคบางส่วนรู้สึกว่าค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างรวดเร็วจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การเพิ่มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมีนาคม 2561 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองและปัจจัยทางการเมืองที่จะมีการเลื่อนการเลือกตั้งออกไปเป็นเดือนกุมภาพันธ์ 2562 ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนและนักลงทุน

2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.28 และ 27.55 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 28.08 และ 28.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.90 บาทต่อลิตร จากระดับ 26.69 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 มาอยู่ที่ระดับ 27.59 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561

3. SET Index ในเดือนมีนาคม 2561 ปรับตัวลดลง 53.87 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,830.13 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2561 เป็น 1,776.26 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2561

4. แม้ว่าราคาพืชผลทางการเกษตรบางรายการจะปรับตัวดีขึ้น แต่บางรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทั้งราคาพืชผลทางการเกษตรและราคาปศุสัตว์ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

5. ความกังวลเกี่ยวกับการแข็งค่าของค่าเงินบาทอย่างรวดเร็วและปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

6. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ยังกังวลว่าการปรับค่าแรงขั้นต่ำจะส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพในอนาคต

## การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อน เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองไทยและสถานการณ์การเมืองระหว่าง โดยเฉพาะสงครามการค้า ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกที่เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวไม่มากนัก อีกทั้งยังฟื้นตัวช้า และการฟื้นตัวยังกระจุกตัวไม่กระจายตัวทั่วทุกภูมิภาค สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2561 มีดังนี้

### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนมีนาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 66.2 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 66.8 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 9.9% 46.9% และ 43.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 9.7% 46.7% และ 43.6% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 49.0 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 49.6 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 5.9% 37.8% และ 56.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 5.8% 37.4% และ 56.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคม 2561 ดีขึ้น โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 83.3 มาอยู่ที่ระดับ 83.9 โดยในเดือนมีนาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.9% 56.1% และ 30.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.6% 56.1% และ 30.3% ตามลำดับ



ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2561	66.2	49.0	83.3
<b>มีนาคม 2561</b>	<b>66.8</b>	<b>49.6</b>	<b>83.9</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>ไตรมาสที่ 1 2561</b>	<b>66.7</b>	<b>49.5</b>	<b>83.8</b>

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 74.2 สู่ระดับ 74.9 โดยในเดือนมีนาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.0% 50.9% และ 37.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.8% 50.6% และ 37.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม 2561 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 58.7 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 58.7 โดยในเดือนมีนาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.9% 43.6% และ 48.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.7% 43.2% และ 49.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้น โดยดัชนีปรับตัวขึ้นจาก 89.8 เป็น 90.5 โดยในเดือนมีนาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.1% 58.3% และ 25.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.9% 58.0% และ 26.1% ตามลำดับ การที่ดัชนี ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคตถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2561	74.2	58.7	89.8
<b>มีนาคม 2561</b>	<b>74.9</b>	<b>59.4</b>	<b>90.5</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>ไตรมาสที่ 1 2561</b>	<b>74.7</b>	<b>59.2</b>	<b>90.2</b>

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 97.4 สู่ระดับ 98.0 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.0% 64.0% และ 19.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.8% 63.9% และ 19.3% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 81.0% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น ลดลงจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 80.7% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

#### ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
<b>มีนาคม 2561</b>	<b>98.0</b>

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
ไตรมาสที่ 1 2561	97.8

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 53.8 ในเดือนกุมภาพันธ์มาอยู่ที่ระดับ 54.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 90.2 เป็นระดับ 90.8 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 79.3 เป็น 79.9 ในเดือนมีนาคม 2561

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2561	79.3	53.8	90.2
<b>มีนาคม 2561</b>	<b>79.9</b>	<b>54.5</b>	<b>90.8</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>ไตรมาสที่ 1 2561</b>	<b>79.7</b>	<b>54.4</b>	<b>90.6</b>

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้น เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่เริ่มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้เศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นเป็นลำดับ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองไทย และสถานการณ์การเมืองระหว่างโดยเฉพาะสงครามการค้า ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำ นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลกระทบต่ออาชีพของเศรษฐกิจไทยในอนาคต นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังมีความรู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวไม่มากนัก อีกทั้งยังฟื้นตัวช้า และการฟื้นตัวยังกระจุกตัวไม่กระจายตัวทั่วทุกภูมิภาค

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 66.8 74.9 และ 98.0 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 ที่อยู่ในระดับ 66.2 74.2 และ 97.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวเพิ่มขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้น โดยอยู่ที่ระดับ 79.9 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย สถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศโดยเฉพาะเรื่องสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่ออาชีพของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตรโดยเฉพาะข้าว ยางพารา อ้อย ปาล์ม น้ำมัน และราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น โดยอยู่ที่ระดับ 54.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 90.2 เป็นระดับ 90.8 สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้ไม่มากนัก

การปรับตัวดีขึ้นเพียงเล็กน้อยในเดือนนี้ เป็นจุดที่ต้องสังเกตต่อไปว่าความเชื่อมั่นจะปรับตัวอย่างไรต่อไปในอนาคตอันใกล้เนื่องจากปัจจัยเสี่ยงของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยยังคงมีอยู่มาก อย่างไรก็ตาม หากผู้บริโภคเริ่มกลับมา มีความมั่นใจอย่างต่อเนื่องทั้งสถานการณ์เศรษฐกิจและสถานการณ์ทางการเมืองทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ตลอดจนภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวแบบกระจายตัวมากขึ้นภายในไตรมาสที่ 2 ของปีนี้ จะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมา มีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปีนี้ ซึ่งน่าจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้นในปลายไตรมาสที่ 2 และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 4.2-4.6% ได้ในปี 2561

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะกทม.และปริมณฑล ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 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
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>79.9</b>	<b>80.6</b>	<b>78.4</b>	<b>78.9</b>	<b>77.2</b>	<b>79.4</b>	<b>83.1</b>
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2561</b>	<b>0.6</b>	<b>0.8</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>	<b>0.5</b>
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 9 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>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2561	<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 10 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>
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย