



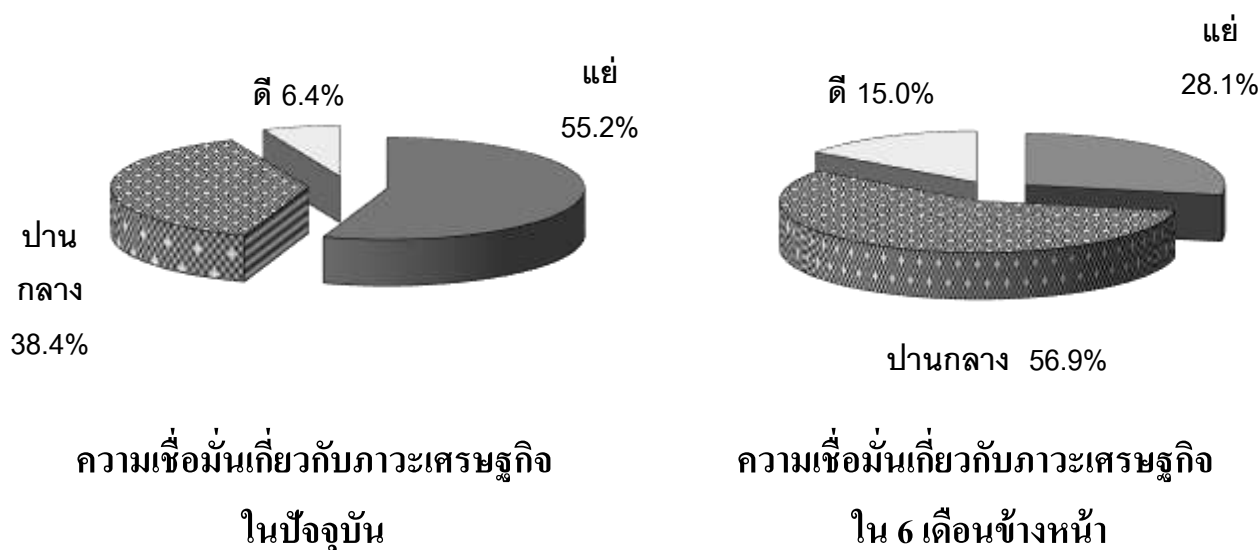
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

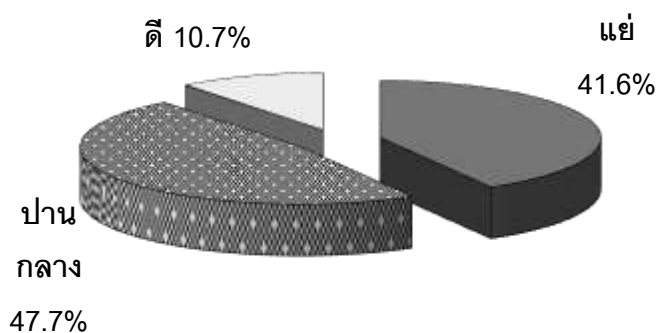
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกรกฎาคม 2561
ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวสูงสุดในรอบ 62 เดือนเนื่องจากความหวังในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้น

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



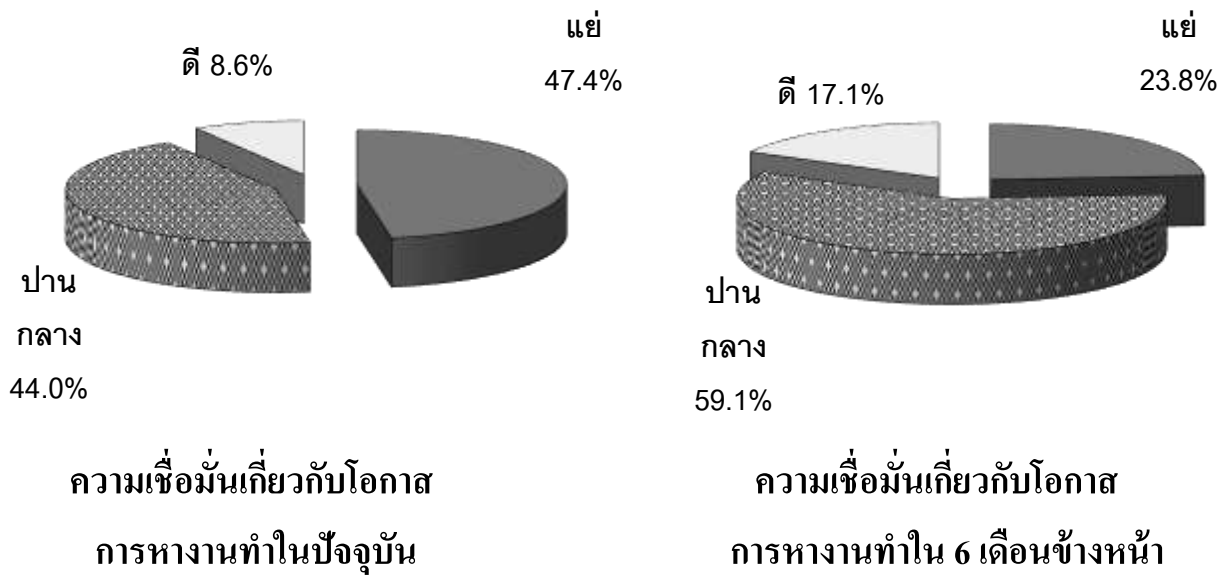
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



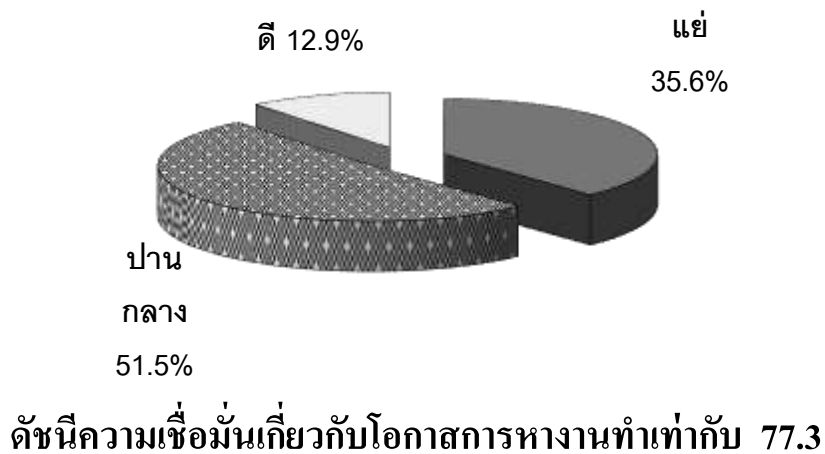
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 69.1

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

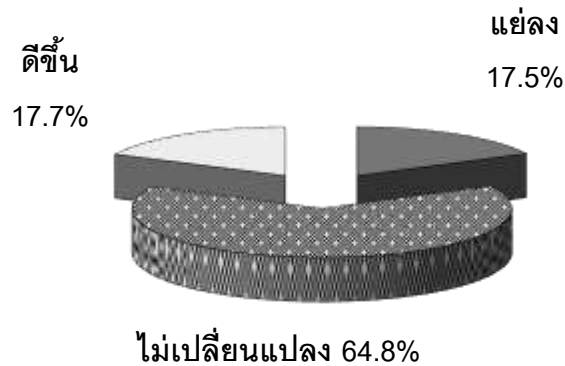


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 100.2

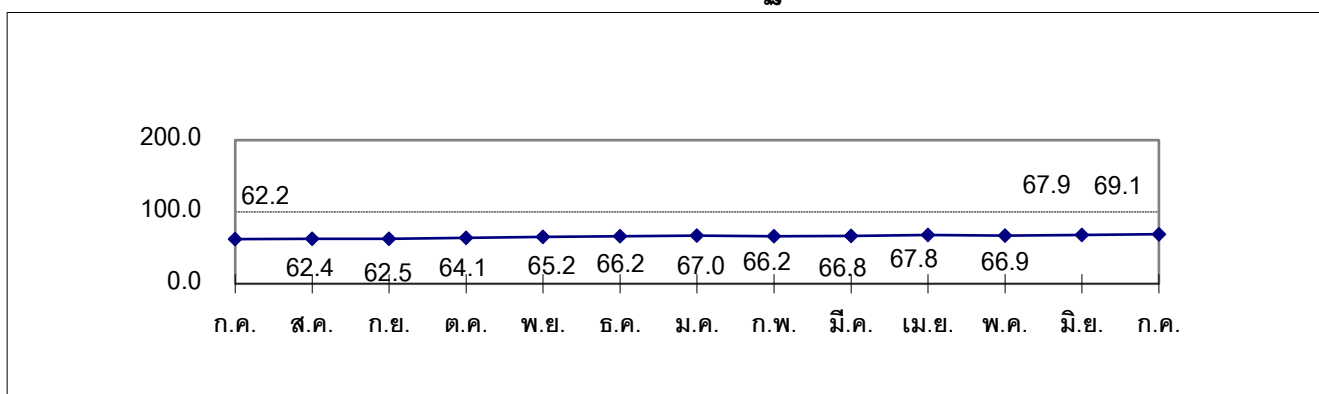
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม 2561

รายการ	มิถุนายน 2561			กรกฎาคม 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.9	38.4	55.7	6.4	38.4	55.2
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	14.5	56.6	28.9	15.0	56.9	28.1
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	8.3	43.9	47.8	8.6	44.0	47.4
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	16.7	58.9	24.4	17.1	59.1	23.8
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.4	64.8	17.9	17.7	64.8	17.5
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	10.2	47.5	42.3	10.7	47.7	41.6
7. โอกาสในการหางานรวม	12.5	51.4	36.1	12.9	51.5	35.6

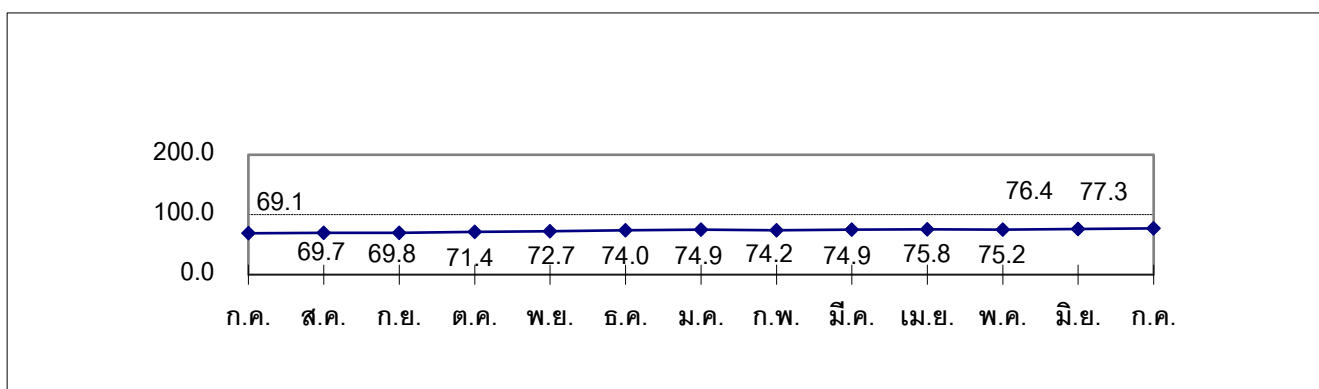
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2561

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	66.2	66.8	67.8	66.9	67.9	69.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	74.2	74.9	75.8	75.2	76.4	77.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.4	98.0	99.1	98.3	99.5	100.2

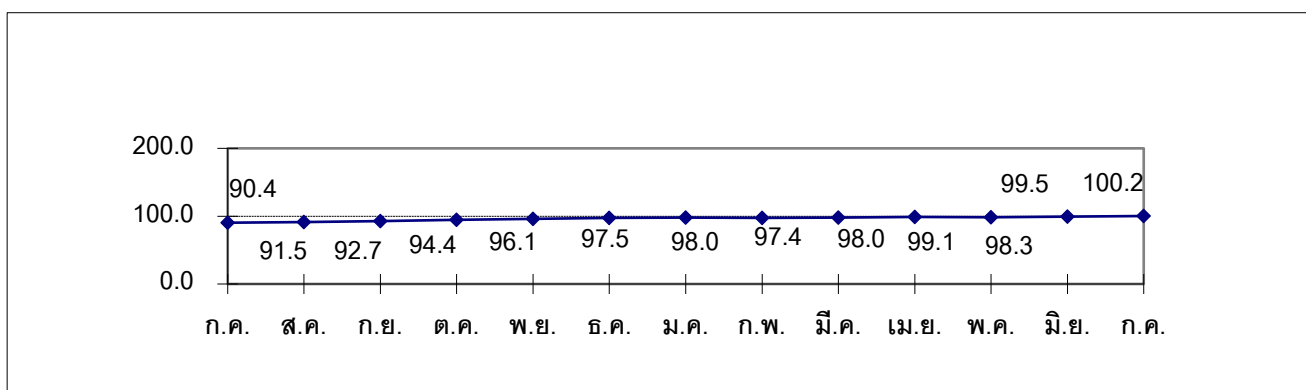
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



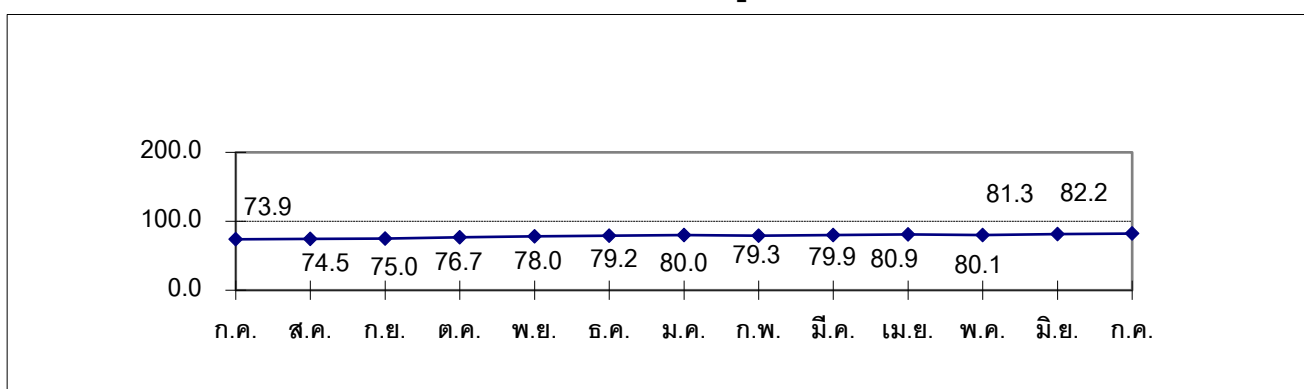
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



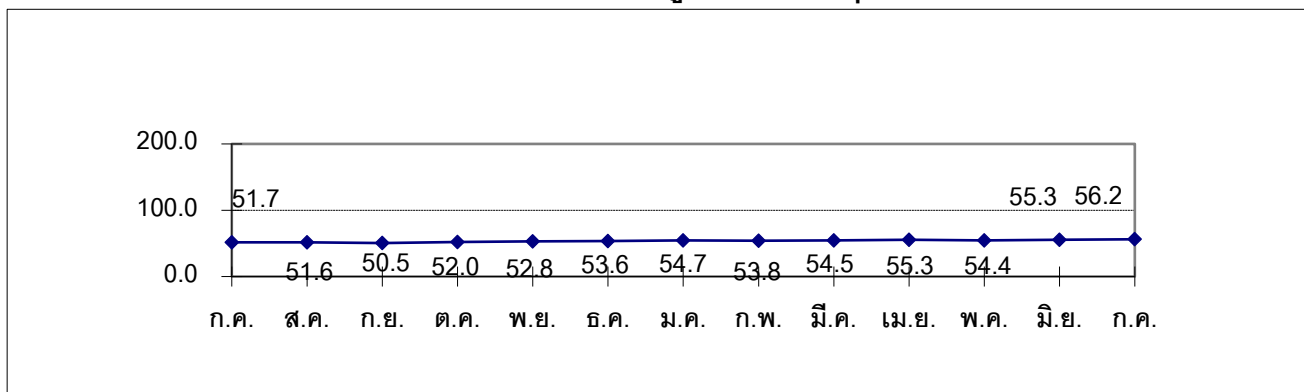
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2561

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.3	79.9	80.9	80.1	81.3	82.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.8	54.5	55.3	54.4	55.3	56.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.2	90.8	91.9	91.3	92.5	93.5

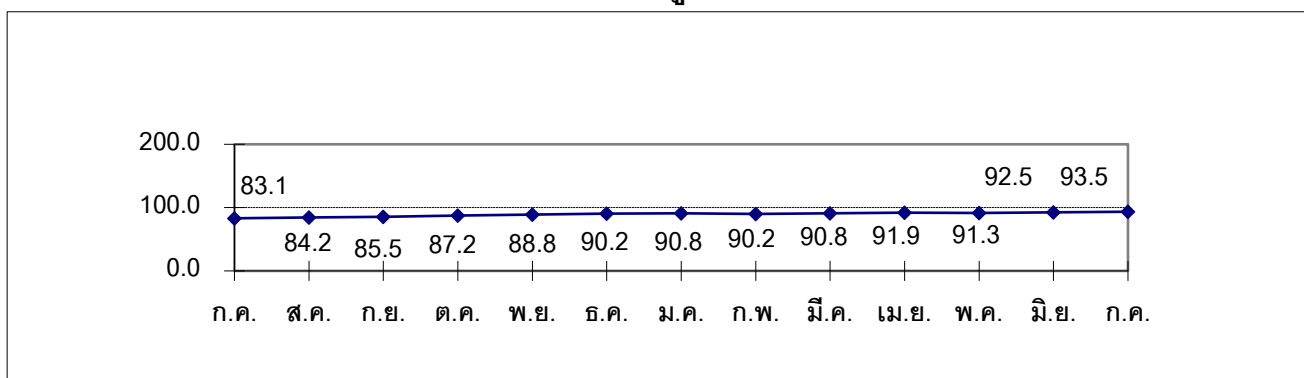
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,244 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2561

ในเดือนกรกฎาคม 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติเห็นชอบตามที่กระทรวงการคลังเสนอให้ขยายเวลาการลดอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) เหลือร้อยละ 7 จากที่จะสิ้นสุดในวันที่ 30 กันยายน 2561 ออกไปอีก 1 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2561 ถึง 30 กันยายน 2562
2. การส่งออกของไทยในเดือนมิถุนายน 2561 มีมูลค่า 21,779.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.19 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 20,201.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.83 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,578.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 6 เดือนแรกปี 2561 ส่งออกได้รวม 125,811.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.95 และมีการนำเข้ารวม 122,356.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.61 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 3,455.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
3. SET Index ในเดือนกรกฎาคม 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 106.21 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,595.58 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561 เป็น 1,701.79 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561
4. พืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และมันสำปะหลัง ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การใช้จ่ายในจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวดีขึ้น

5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 32.470 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561 เป็น 33.270 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลออก แต่การที่เงินบาทมีค่าอ่อนลงน่าจะส่งผลดีต่อการส่งออกและการท่องเที่ยว

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกรกฎาคม 2561 ได้แก่

1. ราคับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 28.98 และ 29.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 29.78 และ 30.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.70 บาทต่อลิตร จากระดับ 28.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2561 มาอยู่ที่ระดับ 29.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2561

2. ผู้บริโภคมีความรู้สึกไม่สบายใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและยังระงับตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นอย่างรวดเร็วในระยะหลัง

3. แม้ว่าราคาพืชผลทางการเกษตรบางรายการจะปรับตัวดีขึ้น แต่บางรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะยางพารา และสับปะรด ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทั้งราคาพืชผลทางการเกษตรและราคาปศุสัตว์ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

4. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนทุกรายการ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นมาก เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคเห็นว่าราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้นน่าจะส่งผลดีกำลังซื้อในหลายจังหวัดทั่วประเทศปรับตัวดีขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2561 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 67.9 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 69.1 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.7% 47.7% และ 41.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายนผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.2% 47.4% และ 42.3% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวขึ้น จากระดับ 50.2 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 51.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 30 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2559 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.4% 38.4% และ 55.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายนผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.9% 38.4% และ 55.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคม 2561 ปรับตัวขึ้นจากระดับ 85.7 มาอยู่ที่ระดับ 86.9 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 162 เดือนหรือ 13 ปี 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2548 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.0% 56.9% และ 28.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายนผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.5% 56.6% และ 28.9% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กรกฎาคม 2561	69.1	51.2	86.9

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
กรกฎาคม 2561	69.1	51.2	86.9

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 76.4 สู่ระดับ 77.3 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 139 เดือนหรือ 11 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2550 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.9% 51.5% และ 35.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายนผู้บริโภคมองเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.5% 51.4% และ 36.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกรกฎาคม 2561 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 60.5 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 61.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 39 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 44.0% และ 47.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายนผู้บริโภคมองเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.3% 43.9% และ 47.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 92.3 เป็น 93.5 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 168 เดือนหรือ 14 ปี นับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2547 เป็นต้นมา โดยในเดือนกรกฎาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 17.1% 59.1% และ 23.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายนผู้บริโภคมองเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.7% 58.9% และ 24.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคตถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กรกฎาคม 2561	77.3	61.2	93.3

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
กรกฎาคม 2561	77.3	61.2	93.3

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกรกฎาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 99.5 สู่ระดับ 100.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดและเข้าระดับ 100 เป็นครั้งแรกในรอบ 62 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2556 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.7% 64.8% และ 17.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.4% 64.8% และ 17.9% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 82.5% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 82.1% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่า จะมีความวิตกกังวลเกี่ยวสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
กรกฎาคม 2561	100.2

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
กรกฎาคม 2561	100.2

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกรกฎาคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวดีขึ้นทุกช่วงเวลา โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 55.3 ในเดือนมิถุนายนมาอยู่ที่ระดับ 56.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 38 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2558 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 92.5 เป็นระดับ 93.5 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 81.3 เป็น 82.2 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 62 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2556 เป็นต้นมา

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
กรกฎาคม 2561	82.2	56.2	93.5

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
กรกฎาคม 2561	82.2	56.2	93.5

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นจากเดือนก่อนทุกรายการ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นเกี่ยวกับสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นมาก เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการส่งออกและการท่องเที่ยวที่ขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องจะช่วยกระตุ้นให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคเห็นว่าราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้นน่าจะส่งผลดีกำลังซื้อในหลายจังหวัดทั่วประเทศปรับตัวดีขึ้น

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 69.1 77.3 และ 100.2 ตามลำดับ โดยปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมิถุนายน 2561 ที่อยู่ในระดับ 67.9 76.4 และ 99.5 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 81.3 มาอยู่ที่ระดับ 82.2 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองของไทย สถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศโดยเฉพาะเรื่องสงครามการค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการ โดยเฉพาะข้าว ยางพารา ปาล์มน้ำมันและราคาสินค้าอุปโภคบริโภคที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม อย่างไรก็ตาม ในเดือนนี้ ผู้บริโภคเริ่มกลับมาเชื่อมั่นมากขึ้นเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 55.3 มาอยู่ที่ระดับ 56.2 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 92.5 มาอยู่ที่ระดับ 93.5 ซึ่งยังคงใกล้เคียงระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคตอันใกล้

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ เป็นสัญญาณที่ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคน่าจะเริ่มกลับมาดีขึ้นเป็นลำดับต่อเนื่องอีกครั้ง หลังจากที่ปรับตัวลดลงชั่วคราวในช่วง 2 เดือนที่แล้วเนื่องจากในเดือนที่แล้วผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นใกล้ระดับจิตวิทยาคือ 30 บาทต่อลิตร แต่หลังจากที่รัฐบาลส่งสัญญาณตรึงราคาน้ำมันไม่ให้ปรับตัวสูงเกินกว่า 30 บาทต่อลิตร ประกอบกับการส่งออกและการท่องเที่ยวของไทยยังขยายตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง และพืชผลทางการเกษตรหลายรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้รายได้ของภาคการเกษตรเริ่มปรับตัวดีขึ้น ทำให้คาดการณ์ได้ว่าภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวแบบกระจายตัวมากขึ้นในช่วงครึ่งหลัง ของปีนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตกลับมาสู่ระดับ 100 เป็นครั้งแรกในรอบ 62 เดือน น่าจะทำให้ผู้บริโภคกล้าใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้นในอนาคต และจะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมาเชื่อมั่นในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี ซึ่งจะ

เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้น และหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้มากกว่าระดับ 4.5%
ได้ในปี 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม.และปริมณฑล และภาคกลาง ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 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
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	82.2	83.3	80.1	80.9	79.5	81.4	85.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมิถุนายน 2561	0.9	1.1	0.6	0.9	1.0	0.7	0.8
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 9 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 10 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
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย