



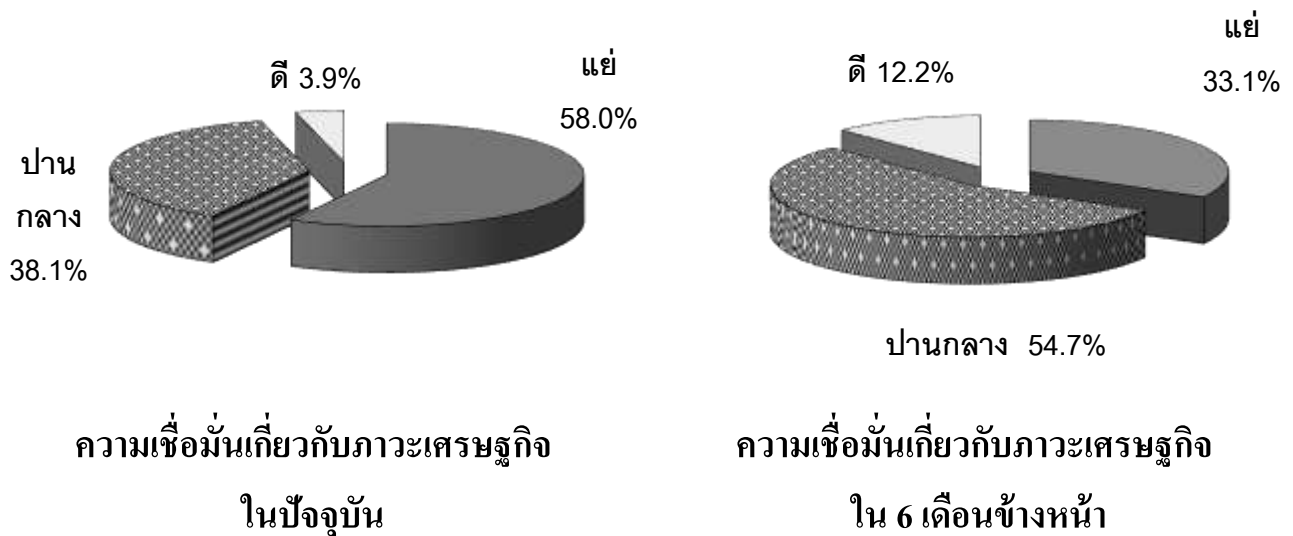
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

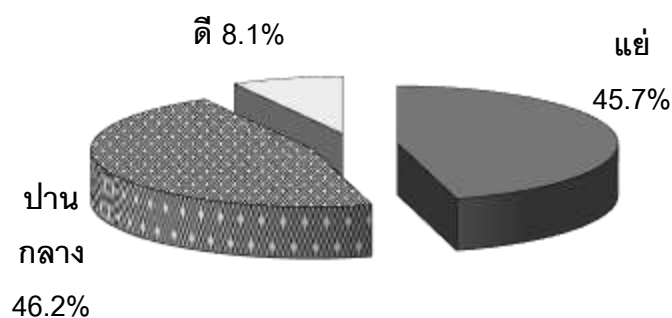
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกันยายน 2560
ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เพียงเล็กน้อยโดยเห็นว่าเศรษฐกิจยังไม่ดี

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



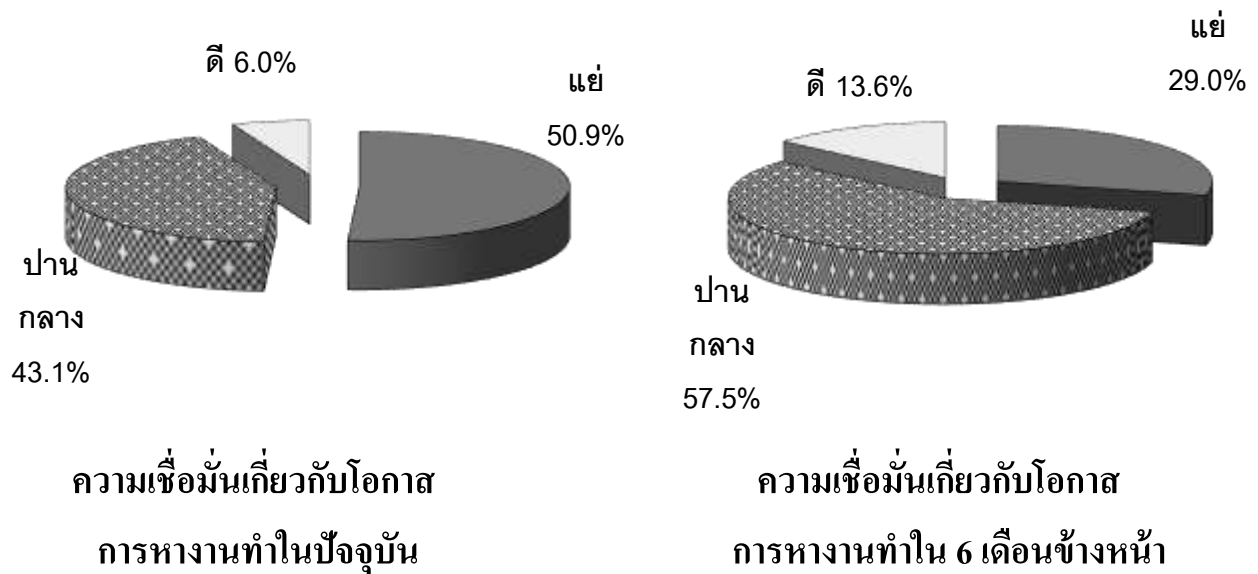
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



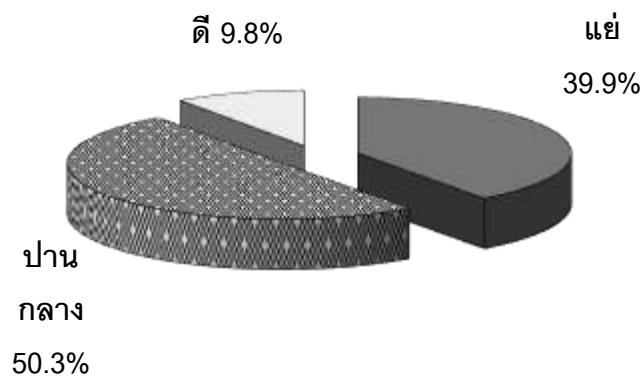
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 62.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



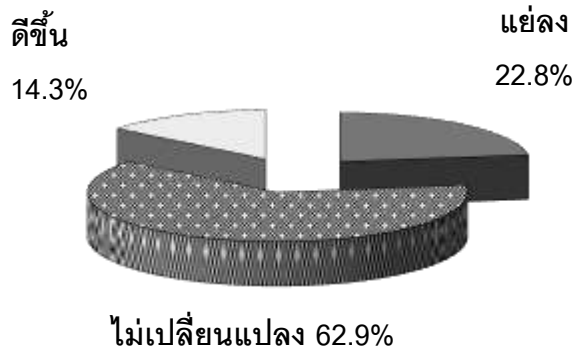
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 69.8

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 92.7

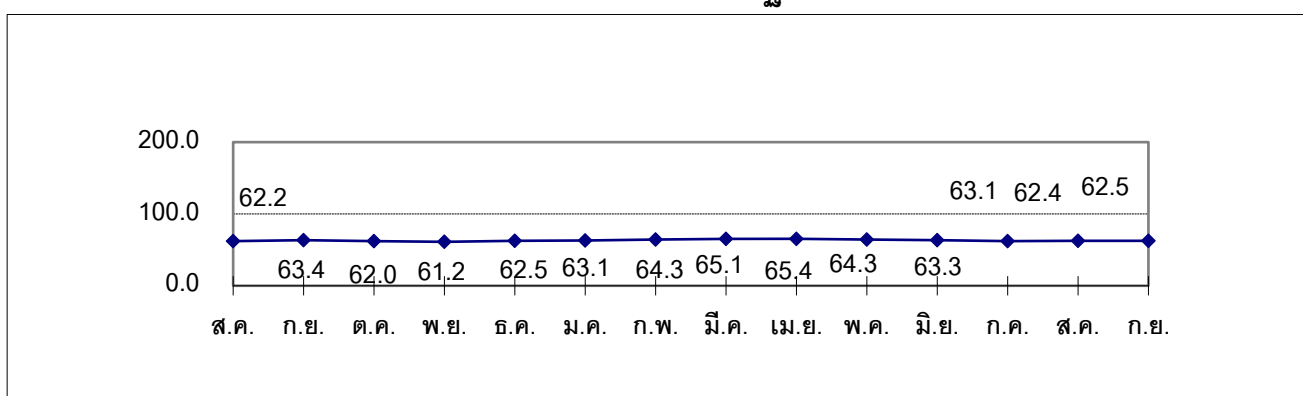
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคมและกันยายน 2560

รายการ	สิงหาคม 2560			กันยายน 2560		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.3	38.5	57.2	3.9	38.1	58.0
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	11.9	53.9	34.2	12.2	54.7	33.1
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	6.5	43.1	50.4	6.0	43.1	50.9
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	13.4	56.6	30.0	13.6	57.5	29.0
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	14.3	62.9	22.8	14.3	64.1	21.6
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	8.1	46.2	45.7	8.0	46.4	45.6
7. โอกาสในการหางานรวม	10.0	49.8	40.2	9.8	50.3	39.9

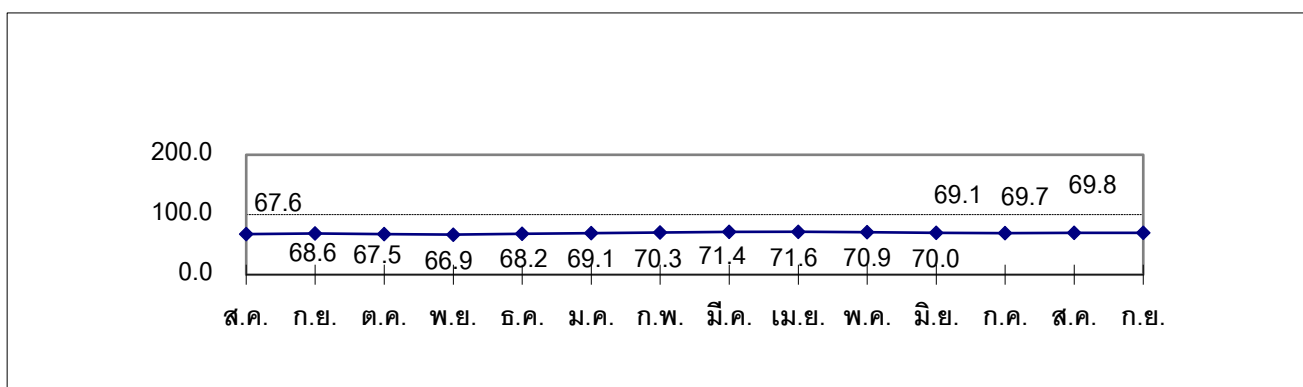
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนถึงกันยายน 2560

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	65.4	64.3	63.3	63.1	62.4	62.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	71.6	70.9	70.0	69.1	69.7	69.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	94.0	92.7	91.5	90.4	91.5	92.7

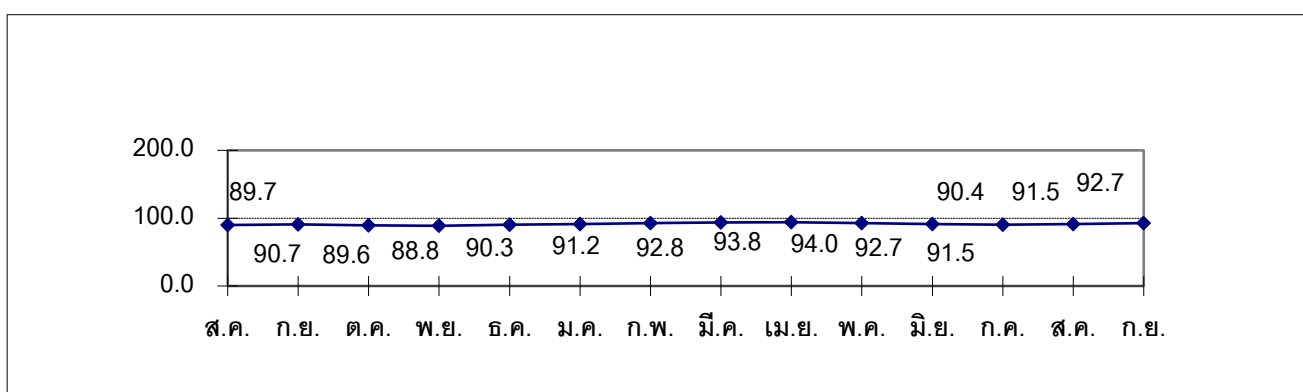
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



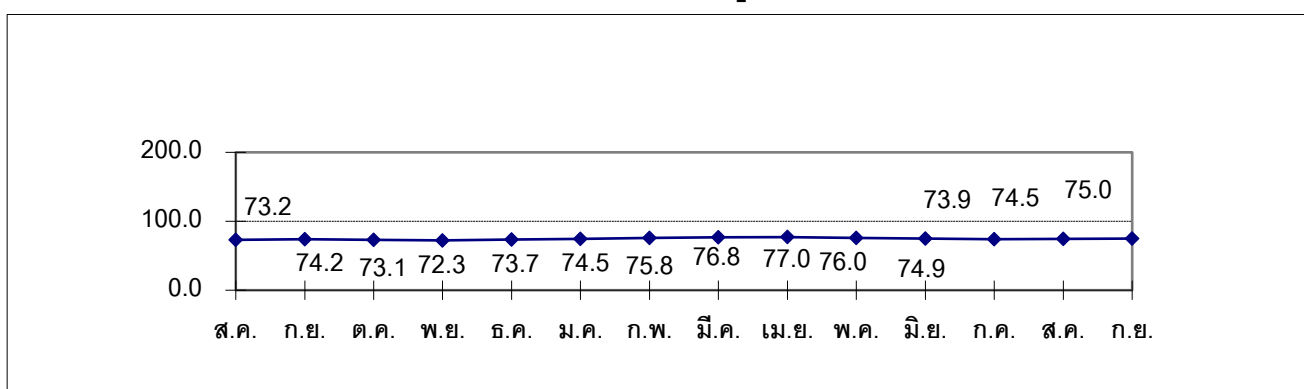
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



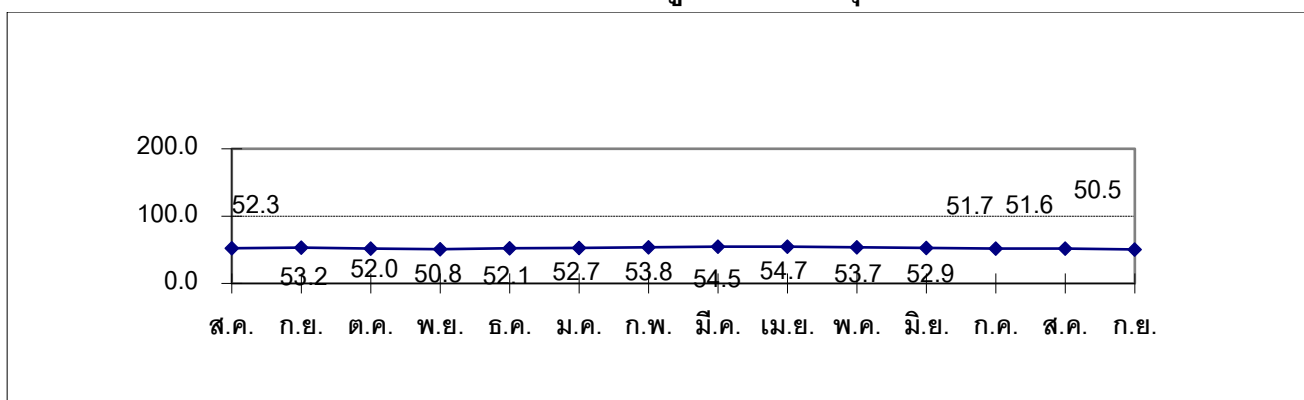
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนเมษายนถึงกันยายน 2560

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	77.0	76.0	74.9	73.9	74.5	75.0
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.7	53.7	52.9	51.7	51.6	50.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	86.3	85.3	84.1	83.1	84.2	85.5

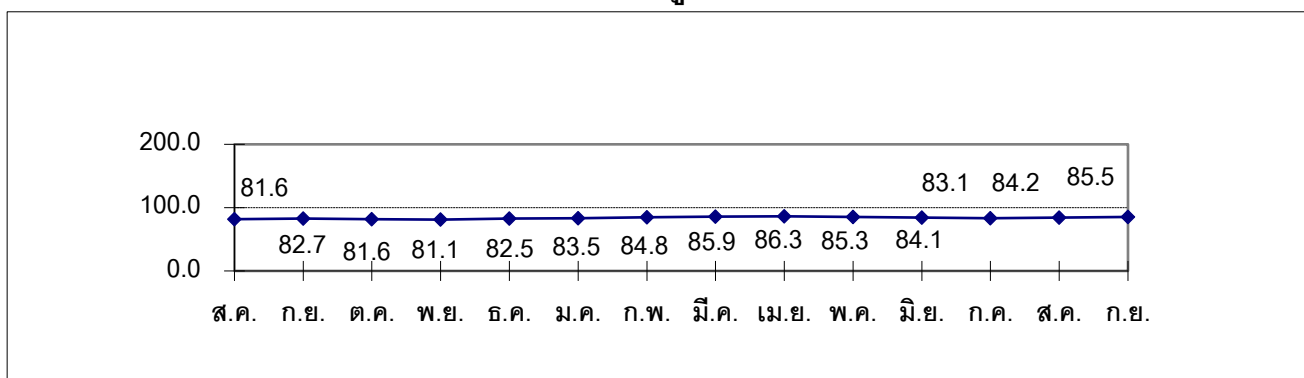
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,259 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัดร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.9 และ 50.1 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

- 1) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่สูงกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560

ในเดือนกันยายน 2560 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2560 มีมูลค่า 21,223.83 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.23 เป็นการขยายตัวสูงสุดในรอบ 55 เดือน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,133.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.93 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 2,090.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 8 เดือนของปี 2560 ส่งออกได้รวม 153,622.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.87 และมีการนำเข้ารวม 144,749.66 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.42 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 8,873.18 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ปรับเพิ่มอัตรการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ปี 2560 จะเติบโต 3.8% จากเดิมที่คาดการณ์ไว้ที่ 3.5% และปรับเพิ่มจีดีพีปี 2561 จะเติบโต 3.8% จากเดิมที่คาดการณ์ไว้ 3.7% เนื่องจากเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวชัดเจนขึ้นจากการส่งออกสินค้าและบริการที่ปรับดีขึ้น
3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.50% ต่อปี เนื่องจากเห็นว่า ระบบการเงินโดยรวมมีเสถียรภาพ แต่ยังคงติดตามความเสี่ยงในบางจุดที่อาจจะสร้างความเปราะบางให้กับเสถียรภาพระบบการเงินได้ในอนาคต โดยเฉพาะพฤติกรรมแสวงหาผลตอบแทนที่สูงขึ้นในภาวะอัตราดอกเบี้ยต่ำเป็นเวลานาน ซึ่งอาจนำไปสู่การประเมินความเสี่ยงต่ำกว่าที่ควร

4. SET Index ในเดือนกันยายน 2560 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 57.00 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,616.16 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2560 เป็น 1,673.16 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน 2560 ซึ่งเป็นการปรับตัวมาอยู่ในระดับสูงสุดและเกินกว่าระดับ 1,600 จุดเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกัน

5. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 33.261 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2560 เป็น 33.151 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2560 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ

6. การเริ่มคลายความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกันยายน 2560 ได้แก่

1. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.30 บาทต่อลิตร จากระดับ 26.88 และ 27.15 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2560 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 27.18 และ 27.45 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2560 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.30 บาทต่อลิตร จากระดับ 24.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2560 มาอยู่ที่ระดับ 25.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2560

2. สถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในพื้นที่

3. ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว

4. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารวยได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก รวมถึงการดำเนินนโยบายทางเศรษฐกิจของนายโดนัลด์ ทรัมป์ ประธานาธิบดีสหรัฐฯ และปัญหาการทางการเมืองระหว่างประเทศ โดยเฉพาะปัญหาเกาหลีเหนือ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2560

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่จะฟื้นตัวดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง ประกอบการการลงทุนของภาครัฐที่จะเกิดขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังฟื้นตัวไม่มากเนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่ว

ประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวดีขึ้น แม้จะรู้สึกว่าการเศรษฐกิจในอนาคตมีแนวโน้มจะปรับตัวดีขึ้นก็ตาม สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนี ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง เป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวขึ้นเพียงเล็กน้อยจากระดับ 62.4 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 62.5 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2560 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.0% 46.4% และ 45.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.1% 46.2% และ 45.7% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อ ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 จาก เดือนสิงหาคม 2560 ที่อยู่ที่ 47.1 สู่ระดับ 45.9 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ใน ระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 38.1% และ 58.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะ เศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.3% 38.5% และ 57.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับ ต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะ ไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือน กันยายน 2560 ปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 77.7 มาอยู่ที่ระดับ 79.1 โดยในเดือน กันยายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.2% 54.7% และ 33.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคมผู้บริโภคมองเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.9% 53.9% และ 34.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้ เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบ เศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กันยายน 2559	63.4	50.1	76.6
ตุลาคม 2559	62.0	48.7	75.3
พฤศจิกายน 2559	61.2	47.5	74.9
ธันวาคม 2559	62.5	48.8	76.2
มกราคม 2560	63.1	49.2	77.1
กุมภาพันธ์ 2560	64.3	50.2	78.3
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2557	69.6	57.8	81.5
ไตรมาสที่ 1 2558	68.4	56.5	80.4
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

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวดีขึ้นเพียงเล็กน้อยจากระดับ 69.7 สู่ระดับ 69.8 โดยในเดือนกันยายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 9.8% 50.3% และ 39.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 10.0% 49.8% และ 40.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกันยายน 2560 ปรับตัวลดลง จากระดับ 56.1 สู่ระดับ 55.1 โดยในเดือนกันยายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 6.0% 43.1% และ 50.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 6.5% 43.1% และ 50.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีปรับตัวดีขึ้นจาก 83.4 เป็น 84.6 โดยในเดือนกันยายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.6% 57.5% และ 29.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 13.4% 56.6% และ 30.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กันยายน 2559	68.6	56.3	80.8
ตุลาคม 2559	67.5	55.2	79.8
พฤศจิกายน 2559	66.9	54.1	79.6
ธันวาคม 2559	68.2	55.5	81.0
มกราคม 2560	69.1	56.3	82.0
กุมภาพันธ์ 2560	70.3	57.3	83.4
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2557	73.8	63.8	83.9
ไตรมาสที่ 1 2558	73.1	63.1	83.0
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

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกันยายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 91.5 สู่ระดับ 92.7 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 14.3% 64.1% และ 21.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 14.3% 62.9% และ 22.8% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 78.4% ปรับตัวดีขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ 77.2% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น แต่ยังคงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามาก ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กันยายน 2559	90.7
ตุลาคม 2559	89.6
พฤศจิกายน 2559	88.8
ธันวาคม 2559	90.3
มกราคม 2560	91.2
กุมภาพันธ์ 2560	92.8
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4 2557	97.2
ไตรมาสที่ 1 2558	95.7
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

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกันยายน 2560

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตจำนวนสามรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นเดือนที่ 5 ตามดัชนีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ยังปรับตัวลดลง โดยลดลงจากระดับ 51.6 ในเดือนสิงหาคมมาอยู่ที่ระดับ 51.6 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 จากระดับ 84.2 เป็นระดับ 85.5 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 74.5 เป็น 75.0 ในเดือนกันยายน 2560

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กันยายน 2559	74.2	53.2	82.7
ตุลาคม 2559	73.1	52.0	81.6
พฤศจิกายน 2559	72.3	50.8	81.1
ธันวาคม 2559	73.7	52.1	82.5
มกราคม 2560	74.5	52.7	83.5
กุมภาพันธ์ 2560	75.8	53.8	84.8
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2557	80.2	60.8	87.5
ไตรมาสที่ 1 2558	79.1	59.8	86.4
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

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2560

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่จะฟื้นตัวดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง ประกอบการการลงทุนของภาครัฐที่จะเกิดขึ้นในช่วงครึ่งหลังของปี ประกอบกับผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มคลายกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันและเห็นว่าสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตน่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังฟื้นตัวไม่มากนักเนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวดีขึ้นมากนัก ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังเป็นดัชนีเดียวที่ยังคงปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 แม้จะรู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นก็ตาม

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 62.5 69.8 และ 92.7 ตามลำดับ โดยปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนสิงหาคม 2560 ที่อยู่ในระดับ 62.4 69.7 และ 91.5 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยอยู่ที่ระดับ 75.0 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะราคาข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ตามดัชนีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ยังปรับตัวลดลง โดยอยู่ที่ระดับ 50.5 แสดงว่าผู้บริโภครู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและการจ้างงานในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวขึ้นนัก ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน โดยปรับตัวสู่ระดับ 85.5 ซึ่งสะท้อนว่าผู้บริโภคยังเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต

การปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม จะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมา มีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 4 ของปีนี้ ซึ่งน่าจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้นในไตรมาสที่ 4 และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 3.7-4.0% ได้ในปี 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2560 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง เป็นภูมิภาคที่ปรับตัวดีขึ้นมากกว่าภูมิภาคอื่น ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	45.9	45.1	45.5	45.2	44.6	48.1	49.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	79.1	76.1	82.3	80.4	76.2	82	84.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	55.1	54.2	53.1	56.2	49.3	61.2	58.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	84.6	85	84.2	82.7	82	87.5	85
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	92.7	93.9	92	93	91	88	95.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	62.5	60.6	63.9	62.8	60.4	65.1	66.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.8	69.6	68.7	69.5	65.7	74.4	71.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	75.0	74.7	74.9	75.1	72.4	75.8	78.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนสิงหาคม 2560	0.5	0.5	0.4	0.5	0.4	0.5	0.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	50.5	49.7	49.3	50.7	47.0	54.7	53.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	85.5	85.0	86.2	85.4	83.1	85.8	88.3

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	47.1	46.4	46.8	46.2	46	48.9	50.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	77.7	74.6	81.1	79.3	74.8	80.7	82.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	56.1	55.3	54.1	57.3	50.4	62.2	59.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	83.4	83.8	83.1	81.5	80.9	86.2	83.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	91.5	92.7	90.9	91.6	89.8	86.9	94.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	62.4	60.5	64.0	62.8	60.4	64.8	66.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.7	69.6	68.6	69.4	65.7	74.2	71.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.5	74.3	74.5	74.6	72.0	75.3	77.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2560	0.7	0.8	0.4	0.4	0.8	0.7	0.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.6	50.9	50.5	51.8	48.2	55.6	54.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.2	83.7	85.0	84.1	81.8	84.6	86.9

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	47.8	46.9	47.8	47.4	46.4	49.5	50.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	76.6	73.3	80.3	78.5	73.6	79.7	81.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	55.7	54.8	53.9	57	49.8	61.8	58.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	82.4	82.6	82.4	80.7	80	85.3	82.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	90.4	91.5	90.1	90.8	88.7	85.8	93.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	62.2	60.1	64.1	63.0	60.0	64.6	66.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.1	68.7	68.2	68.9	64.9	73.6	70.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.9	73.4	74.1	74.2	71.2	74.7	76.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.7	50.9	50.9	52.2	48.1	55.7	54.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	83.1	82.5	84.3	83.3	80.8	83.6	85.7

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย