



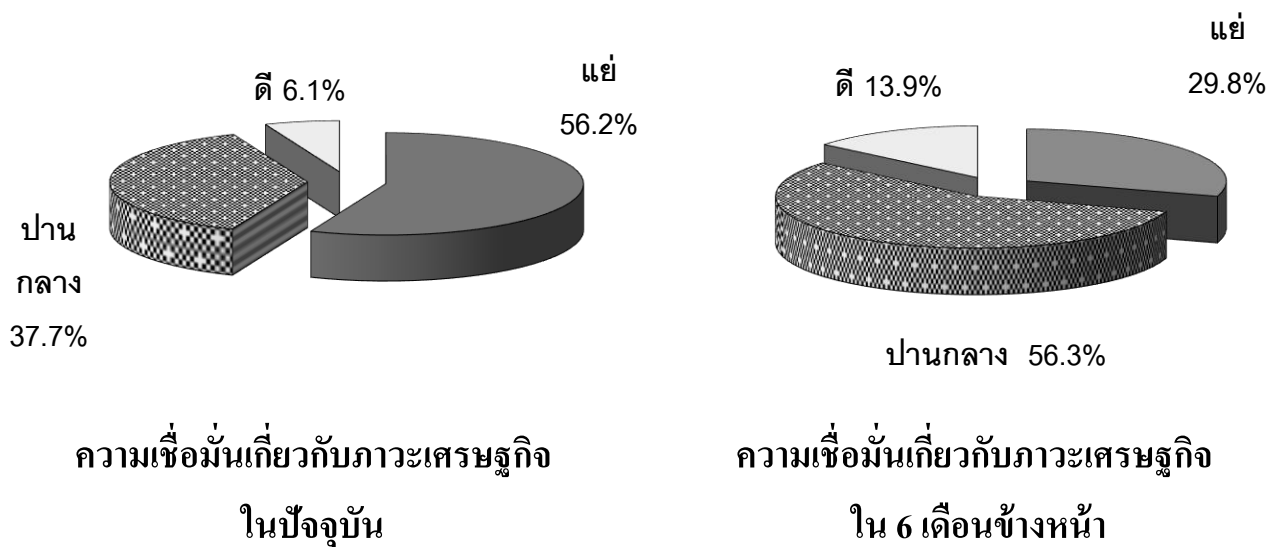
## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

# UTCC's Consumer Index

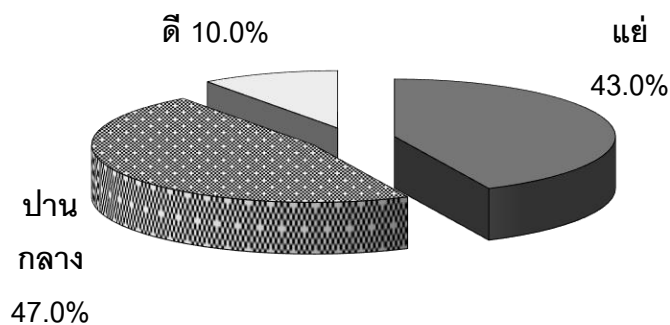
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมกราคม 2561  
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 36 เดือน

### เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



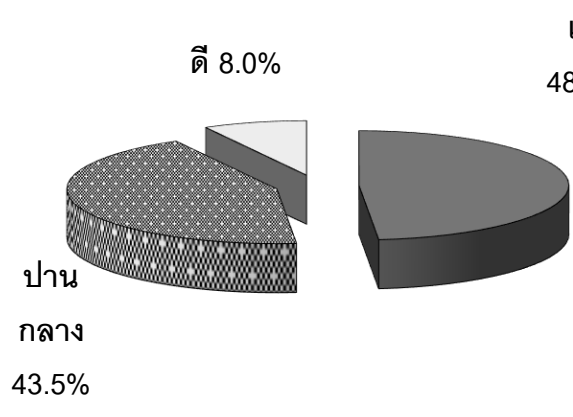
### ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



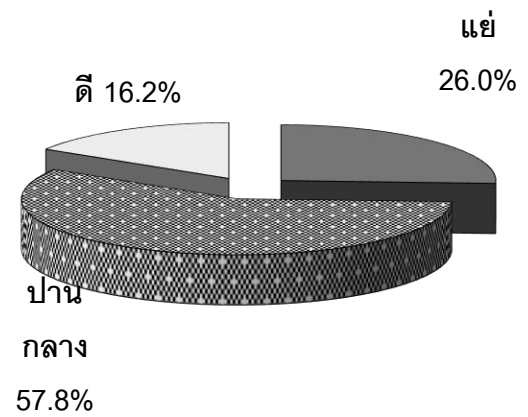
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 67.0

# ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

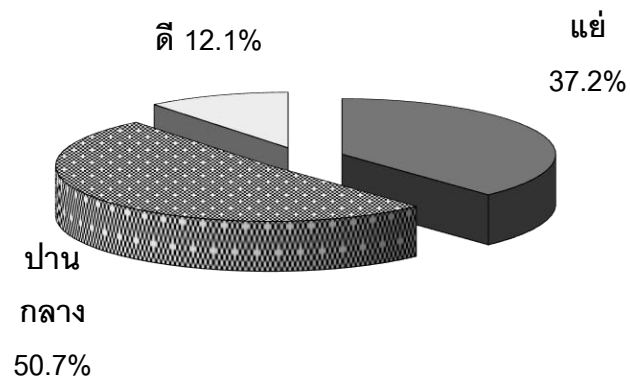


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

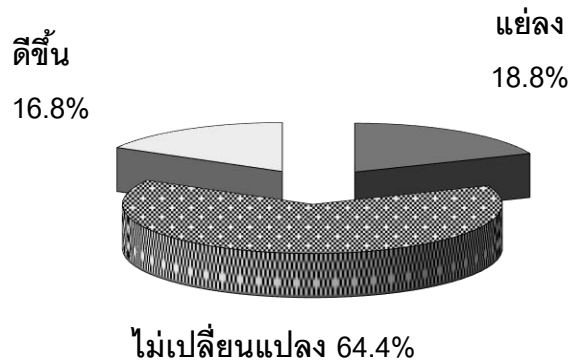
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 74.9

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 98.0

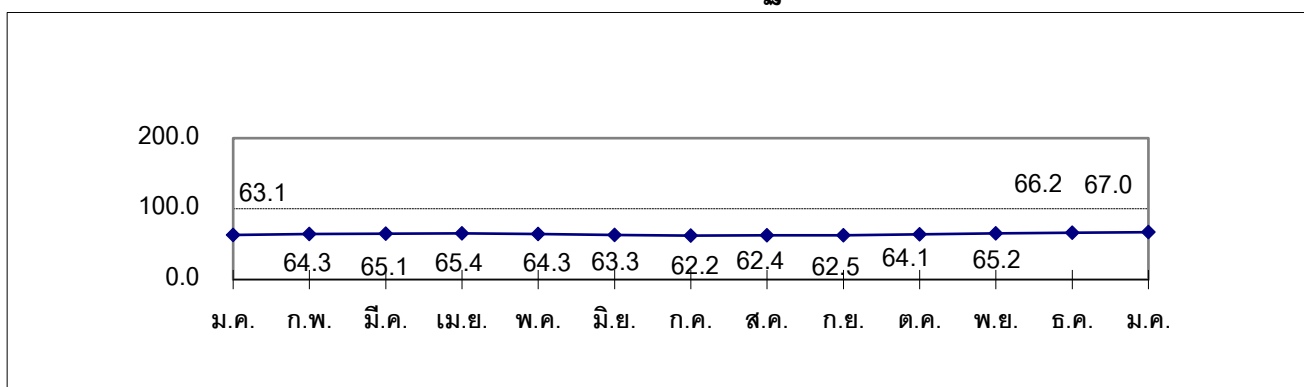
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2560 และมกราคม 2561

รายการ	ธันวาคม 2560			มกราคม 2561		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.7	37.4	56.9	6.1	37.7	56.2
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	14.2	55.3	30.5	13.9	56.3	29.8
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	7.6	43.1	49.3	8.0	43.5	48.5
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	15.9	57.8	26.3	16.2	58.0	25.8
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	16.7	64.1	19.2	16.8	64.4	18.8
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.9	46.4	43.7	10.0	47.0	43.0
7. โอกาสในการหางานรวม	11.8	50.4	37.8	12.1	50.7	37.2

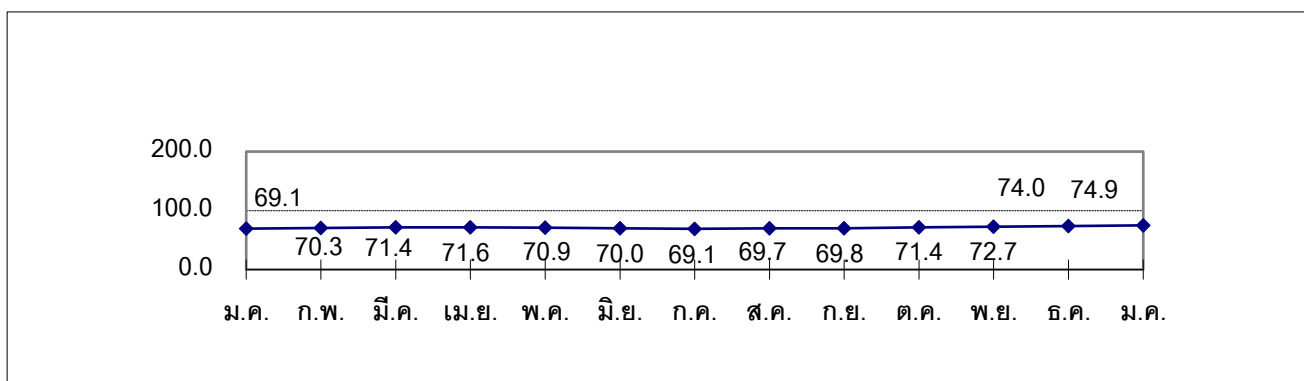
## ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2560 ถึงมกราคม 2561

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	62.4	62.5	64.1	65.2	66.2	67.0
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	69.7	69.8	71.4	72.7	74.0	74.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	91.5	92.7	94.4	96.1	97.5	98.0

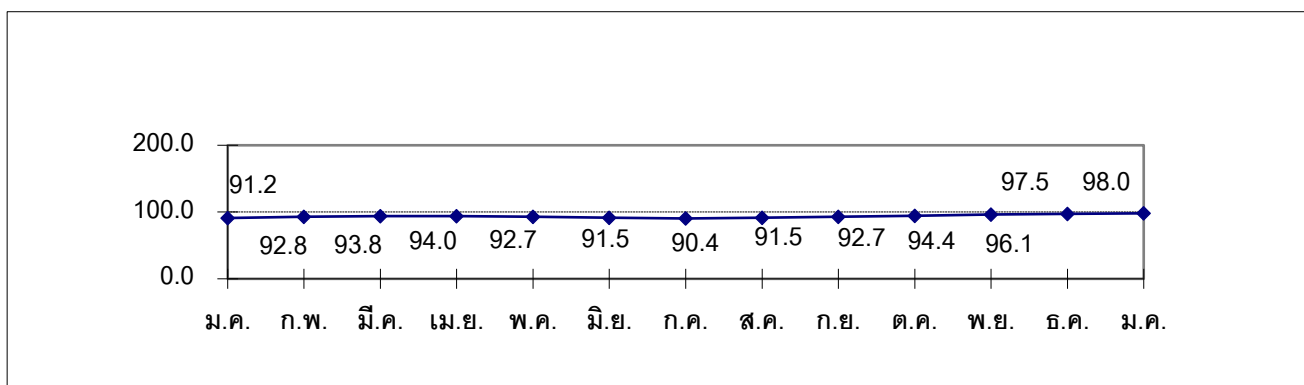
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



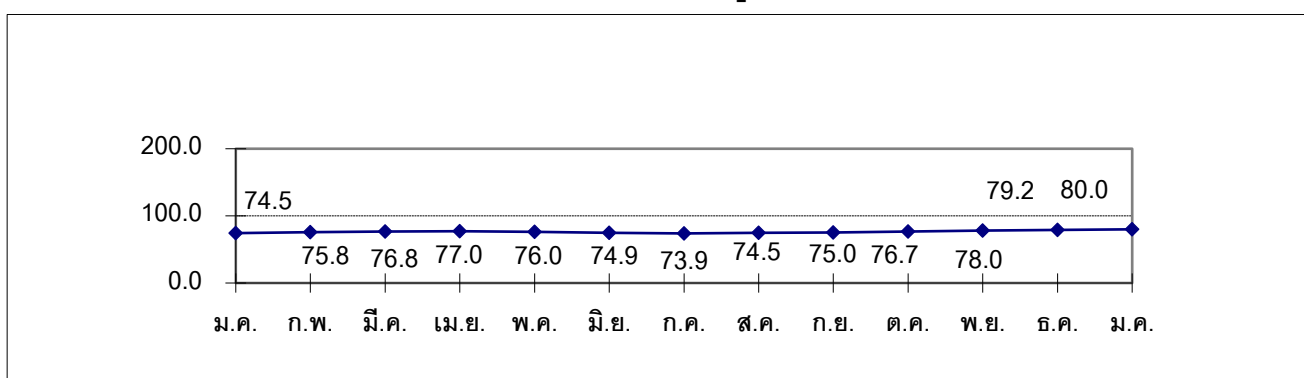
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



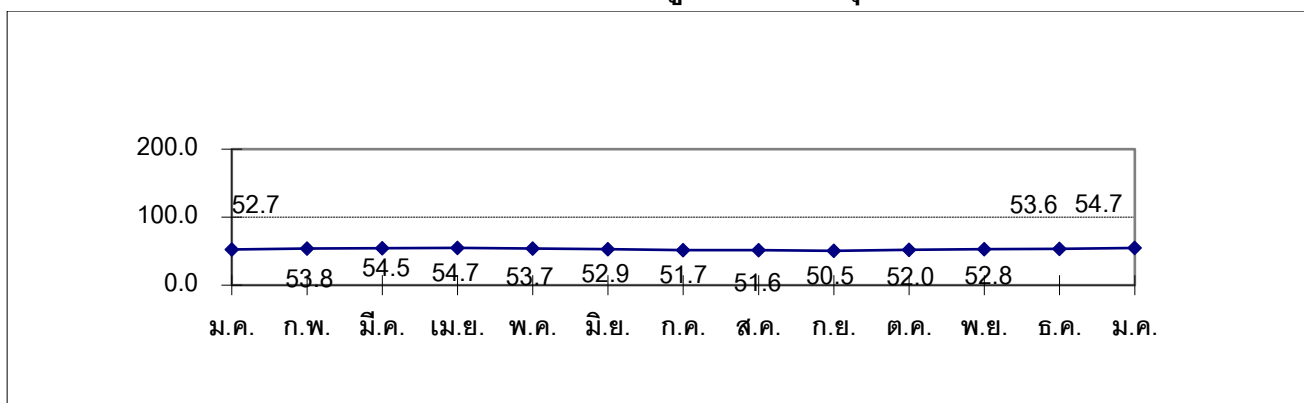
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนสิงหาคม 2560 ถึงมกราคม 2561

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.5	75.0	76.7	78.0	79.2	80.0
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.6	50.5	52.0	52.8	53.6	54.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.2	85.5	87.2	88.8	90.2	90.8

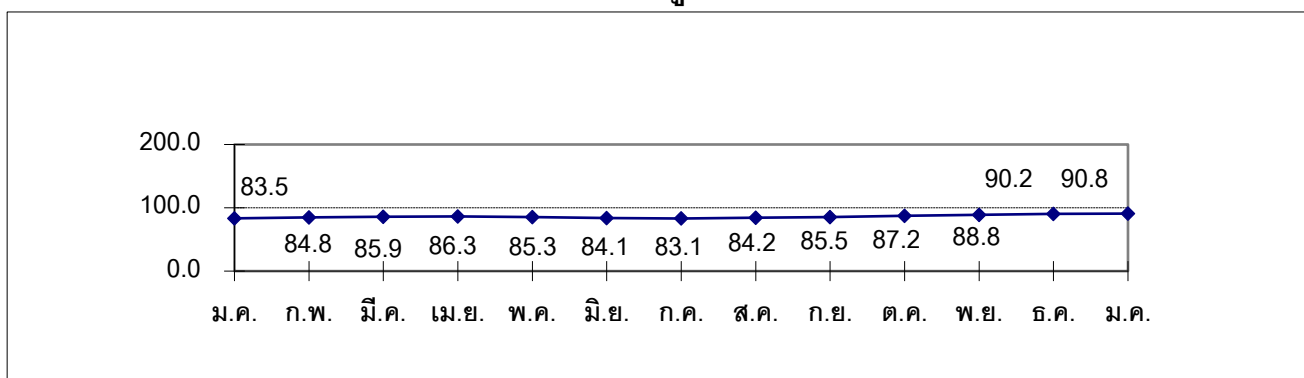
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2561 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,241 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.1 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.9 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2561

ในเดือนมกราคม 2561 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) เผยเศรษฐกิจไทยในปี 2560 จะสามารถขยายตัวได้ 4% เติบโตขึ้นจากปีก่อนหน้าที่ขยายตัว 3.2% โดยปรับเพิ่มจากประมาณการครั้งก่อนที่คาดจะโตได้ 3.8% เป็นผลจากการส่งออกสินค้าและการท่องเที่ยวที่ดีขึ้นต่อเนื่องตามเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่ขยายตัวชัดเจน
2. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจปี 2561 เพิ่มขึ้นเป็น 4.2% (กรอบ 3.7-4.7%) จากก่อนหน้านี้ที่เคยประมาณการไว้ที่ระดับ 3.8% ซึ่งเป็นการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2560 ที่เศรษฐกิจไทยเติบโตได้ในระดับ 4% โดยเป็นการแตะระดับ 4% เป็นครั้งแรกในรอบ 5 ปี นับตั้งแต่ปี 2556 ที่ GDP เติบโตได้ 2.7%
3. การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2560 มีมูลค่า 19,741.10 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.63 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 20,019.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.60 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 278.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 12 เดือนของปี 2560 ส่งออกได้รวม 236,694.19 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.89 และมีการนำเข้ารวม 222,763.45 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.71 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 13,930.74 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

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

5. SET Index ในเดือนมกราคม 2561 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 73.15 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,753.71 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2560 เป็น 1,826.86 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561 ซึ่งเป็นการปรับตัวมาอยู่ในระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่เปิดซื้อขายตลาดหลักทรัพย์ฯ ในปี 2518

6. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 32.666 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2560 เป็น 31.880 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคบางส่วนรู้สึกว่าค่าเงินบาทที่แข็งค่าขึ้นอย่างรวดเร็วจะส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและการท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมกราคม 2561 ได้แก่

1. ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว แม้ว่าราคาพืชหลายรายการ โดยเฉพาะราคาปาล์มน้ำมัน และมันสำปะหลังเริ่มมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในเดือนนี้

2. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.68 และ 27.95 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2560 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 28.18 และ 28.45 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.20 บาทต่อลิตร 0.70 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.19 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2560 มาอยู่ที่ระดับ 27.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2561

3. ความกังวลเกี่ยวกับปัจจัยทางการเมืองที่จะมีการเลื่อนการเลือกตั้งออกไป ได้ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของประชาชนและนักลงทุนกลับมาอีกครั้ง

4. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น นอกจากนี้ ยังกังวลว่าการปรับค่าแรงขั้นต่ำจะส่งผลกระทบต่อค่าครองชีพในอนาคต

5. ความกังวลเกี่ยวกับการแข็งค่าของค่าเงินบาทอย่างรวดเร็วซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

## การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่จะฟื้นตัวดีขึ้นในปัจจุบันและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของของภาครัฐที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังฟื้นตัวไม่เต็มที่เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ราคาพืชผลทางการเกษตรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคตอย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตมีแนวโน้มจะปรับตัวดีขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2561 มีดังนี้

### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนมกราคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 66.2 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 67.0 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 34 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2561 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 10.0% 47.0% และ 43.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2560 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 9.9% 46.4% และ 43.7% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากระดับ 48.9 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 49.9 ซึ่งเป็นระดับสูงสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2560 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.1% 37.7% และ 56.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.7% 37.4% และ 56.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมกราคม 2561 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 83.6 มาอยู่ที่ระดับ 84.1 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 58 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 เป็นต้นมา โดยในเดือนมกราคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 13.9% 56.3% และ 29.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2560 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 14.2% 55.3% และ 30.5% ตามลำดับ



ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ตุลาคม 2560	64.1	47.4	80.8
พฤศจิกายน 2560	65.2	48.2	82.3
ธันวาคม 2560	66.2	48.9	83.6
<b>มกราคม 2561</b>	<b>67.0</b>	<b>49.9</b>	<b>84.1</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>มกราคม 2561</b>	<b>67.0</b>	<b>49.9</b>	<b>84.1</b>

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 74.0 สู่ระดับ 74.9 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 57 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2556 เป็นต้นมา โดยในเดือนมกราคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.1% 50.7% และ 37.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2560 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.8% 50.4% และ 37.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมกราคม 2561 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากระดับ 58.3 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 59.5 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2559 เป็นต้นมา โดยในเดือนมกราคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.0% 43.5% และ 48.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2560 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.6% 43.1% และ 49.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยดัชนีปรับตัวดีขึ้นจาก 89.6 เป็น 90.4 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 13 ปี 6 เดือนหรือ 162 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2547 เป็นต้นมา โดยในเดือนมกราคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.2% 58.0% และ 25.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2560 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.9% 57.8% และ 26.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง แต่เริ่มรู้สึกว่าการจ้างงานจะกลับมาอยู่ในระดับปกติในอนาคตถ้าเศรษฐกิจฟื้นตัวอย่างเต็มที่

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ตุลาคม	2560	71.4	56.5	86.4
พฤศจิกายน	2560	72.7	57.5	88.0
ธันวาคม	2560	74.0	58.3	89.6
<b>มกราคม</b>	<b>2561</b>	<b>74.9</b>	<b>59.5</b>	<b>90.4</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>มกราคม</b>	<b>2561</b>	<b>74.9</b>	<b>59.5</b>	<b>90.4</b>

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมกราคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 จากระดับ 97.5 สู่ระดับ 98.0 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 37 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2561 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.8% 64.4% และ 18.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2560 ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.7% 64.1% และ 19.2% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 81.2% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิมไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 80.8% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
ตุลาคม 2560	94.4
พฤศจิกายน 2560	96.1
ธันวาคม 2560	97.5
<b>มกราคม 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
<b>มกราคม 2561</b>	<b>98.0</b>

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมกราคม 2561

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2561 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 53.6 ในเดือนธันวาคม 2560 มาอยู่ที่ระดับ 54.7 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 จากระดับ 90.2 เป็นระดับ 90.8 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 58 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 79.2 เป็น 80.0 ในเดือนมกราคม 2561 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 36 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ตุลาคม	2560	76.7	52.0	87.2
พฤศจิกายน	2560	78.0	52.8	88.8
ธันวาคม	2560	79.2	53.6	90.2
<b>มกราคม</b>	<b>2561</b>	<b>80.0</b>	<b>54.7</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>มกราคม</b>	<b>2561</b>	<b>80.0</b>	<b>54.7</b>	<b>90.8</b>

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2561

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2561 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่จะฟื้นตัวดีขึ้นในปัจจุบันและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของของภาครัฐที่จะเกิดขึ้นตั้งแต่ช่วงปลายปีที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน

อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังฟื้นตัวไม่เต็มที่เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ราคาพืชผลทางการเกษตรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว นอกจากนี้ ผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังกังวลต่อผลกระทบจากการแข็งค่าของเงินบาทอย่างรวดเร็ว และการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต แต่อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังรู้สึกว่าจะภาวะเศรษฐกิจมีแนวโน้มจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 67.0 74.9 และ 98.0 ตามลำดับ โดยปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนธันวาคม 2560 ที่อยู่ในระดับ 66.2 74.0 และ 97.5 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยอยู่ที่ระดับ 80.0 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 36 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยอยู่ที่ระดับ 53.6 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2558 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 จากระดับ 90.2 เป็นระดับ 90.8 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 58 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2556 เป็นต้นมา สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต

การปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม จะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมา มีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงครึ่งแรกของปีนี้ ซึ่งน่าจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้นในปลายไตรมาสที่ 2 และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 4.2-4.5% ได้ในปี 2561

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2561

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2561 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และภาคกลาง เป็นภูมิภาคที่ปรับตัวดีขึ้นมากกว่าภูมิภาคอื่น ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 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>
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนธันวาคม 2560</b>	<b>0.8</b>	<b>0.9</b>	<b>0.6</b>	<b>0.6</b>	<b>0.9</b>	<b>0.6</b>	<b>0.6</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



ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.9	48.4	48.2	48	47.8	50.1	52.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	83.6	81.2	86.3	84.1	80.7	85.3	89.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.3	57.6	56.1	59.2	53.1	63.9	62.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	89.6	90.6	88.3	87.2	86.9	91.8	90.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	97.5	99.4	95.3	97.2	95.9	92.1	100.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	66.2	64.8	67.3	66.1	64.3	67.7	70.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.0	74.1	72.2	73.2	70.0	77.9	76.4
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>79.2</b>	<b>79.4</b>	<b>78.3</b>	<b>78.8</b>	<b>76.7</b>	<b>79.2</b>	<b>82.5</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2560	1.2	1.4	0.9	1.0	1.2	1.1	1.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.6	53.0	52.2	53.6	50.5	57.0	57.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.2	90.4	90.0	89.5	87.8	89.7	93.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.2	47.6	47.5	47.4	47.1	49.8	51.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	82.3	79.7	85.1	83.2	79.3	84.4	87.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.5	56.7	55.4	58.6	52.1	63	61.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	87.9	88.8	86.8	85.7	85.4	90.2	88.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.1	97.8	94.6	96	94.5	90.8	98.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	65.2	63.7	66.3	65.3	63.2	67.1	69.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	72.7	72.8	71.1	72.2	68.8	76.6	74.9
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>78.0</b>	<b>78.1</b>	<b>77.3</b>	<b>77.8</b>	<b>75.5</b>	<b>78.2</b>	<b>81.1</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.8	52.2	51.5	53.0	49.6	56.4	56.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	88.8	88.8	88.8	88.3	86.4	88.5	91.7

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย