



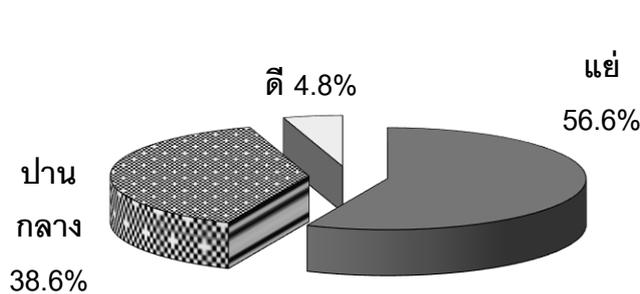
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

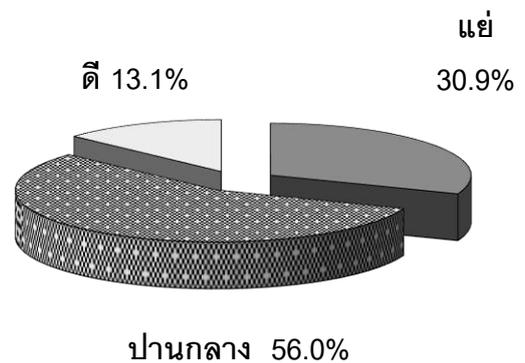
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนพฤศจิกายน 2560
ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 33 เดือน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

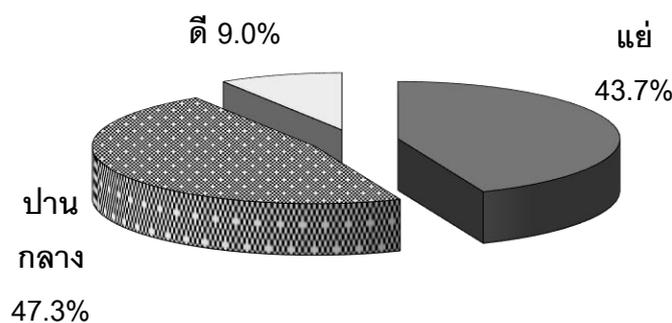


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

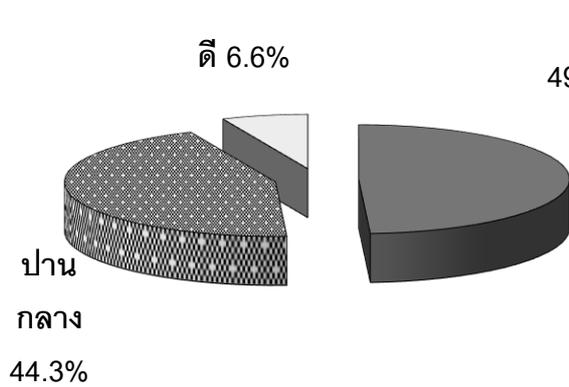
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



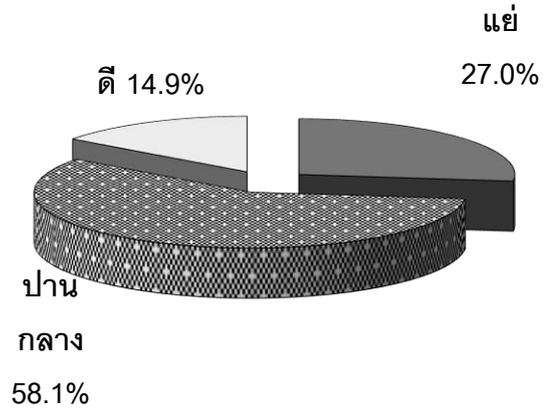
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 65.2

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

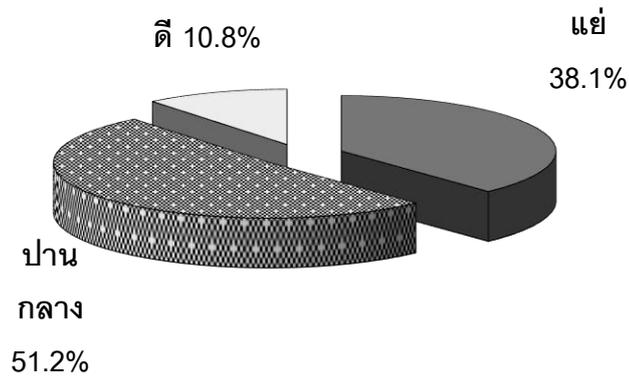


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

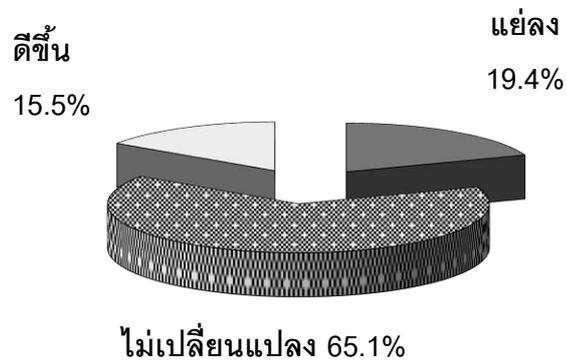
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 72.7

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 96.1

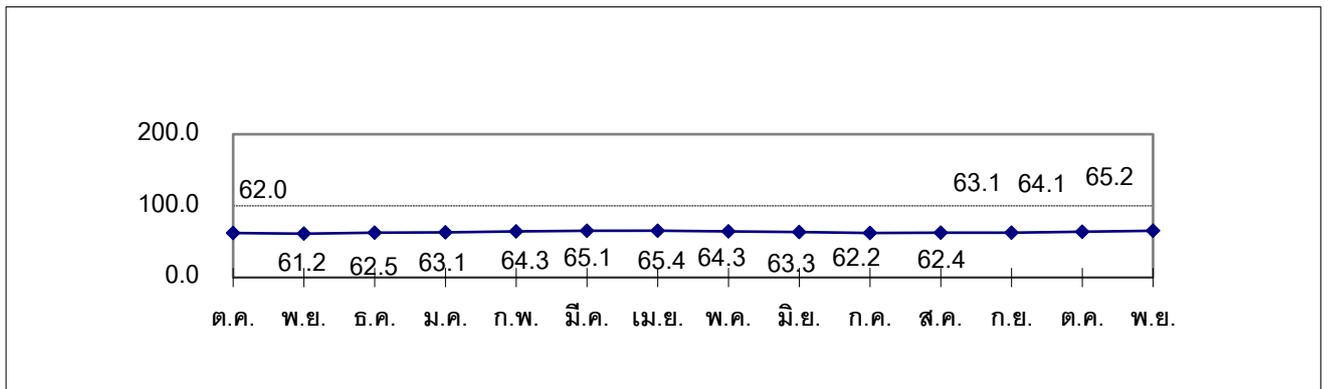
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน 2560

รายการ	ตุลาคม 2560			พฤศจิกายน 2560		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	4.6	38.3	57.1	4.8	38.6	56.6
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	12.9	55.1	32.0	13.1	56.0	30.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	6.4	43.6	50.0	6.6	44.3	49.1
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	14.4	57.6	28.0	14.9	58.2	26.9
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	15.0	64.4	20.6	15.5	65.1	19.4
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	8.7	46.7	44.6	9.0	47.3	43.7
7. โอกาสในการหางานรวม	10.4	50.6	39.0	10.8	51.2	38.0

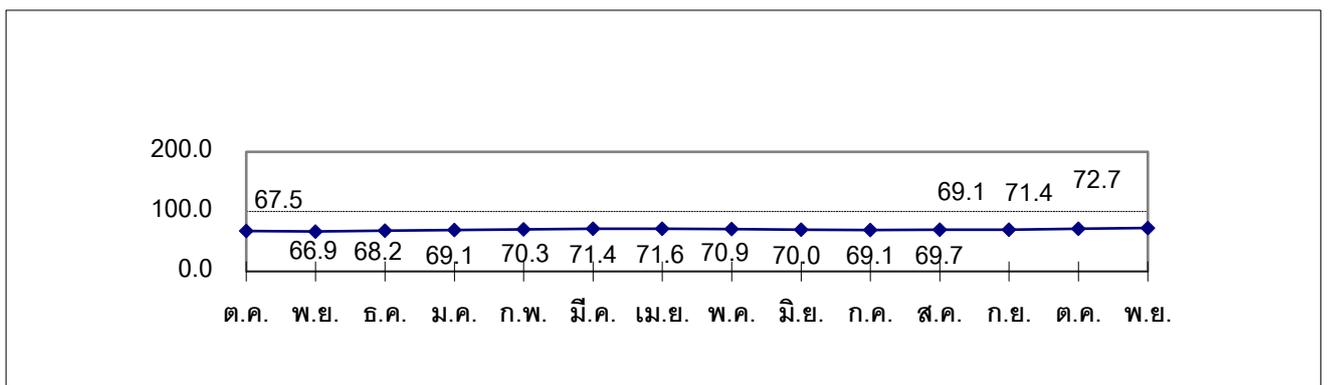
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2560

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	63.3	63.1	62.4	62.5	64.1	65.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	70.0	69.1	69.7	69.8	71.4	72.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	91.5	90.4	91.5	92.7	94.4	96.1

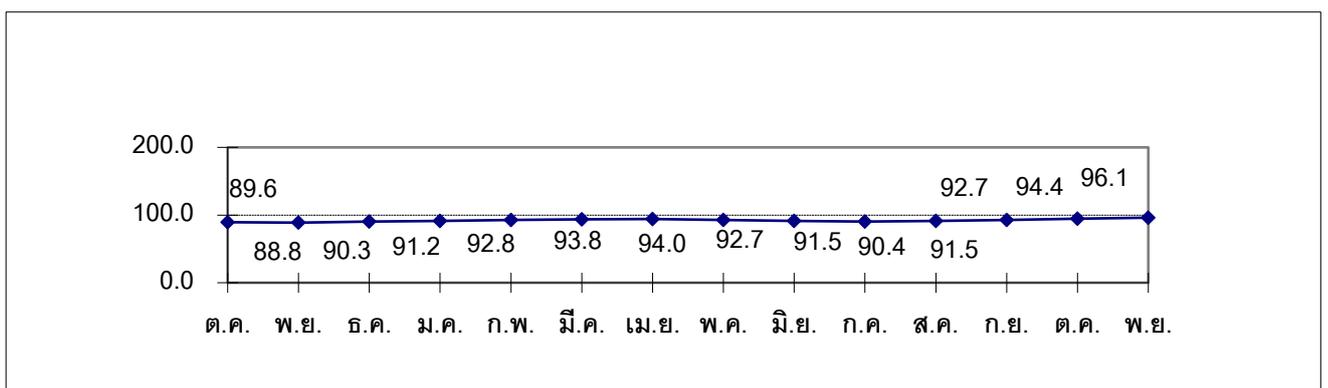
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



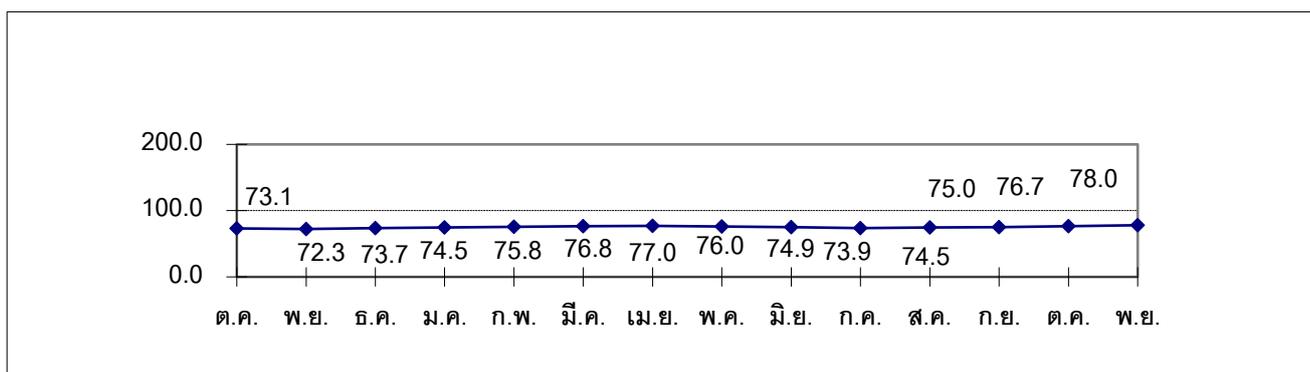
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



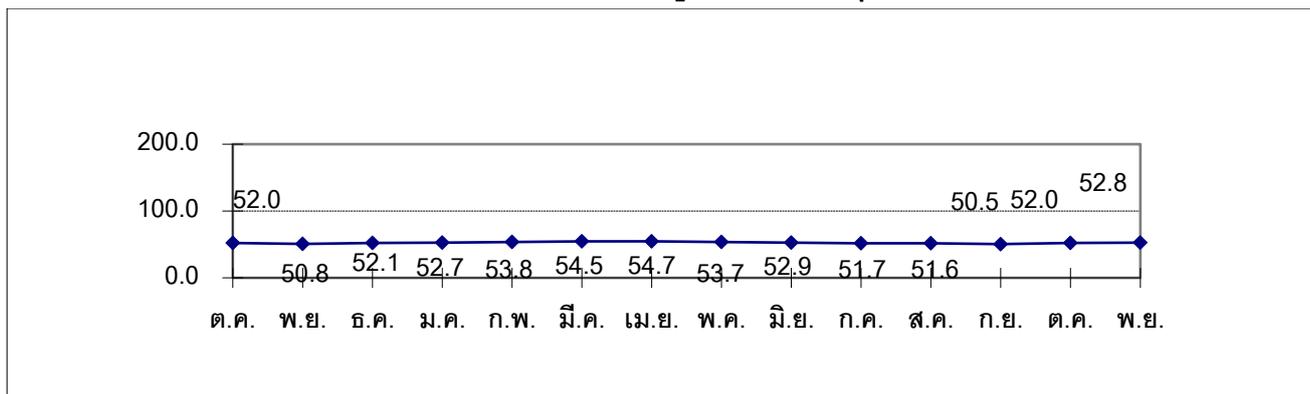
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมิถุนายนถึงพฤศจิกายน 2560

รายการ	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.9	73.9	74.5	75.0	76.7	78.0
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.9	51.7	51.6	50.5	52.0	52.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.1	83.1	84.2	85.5	87.2	88.8

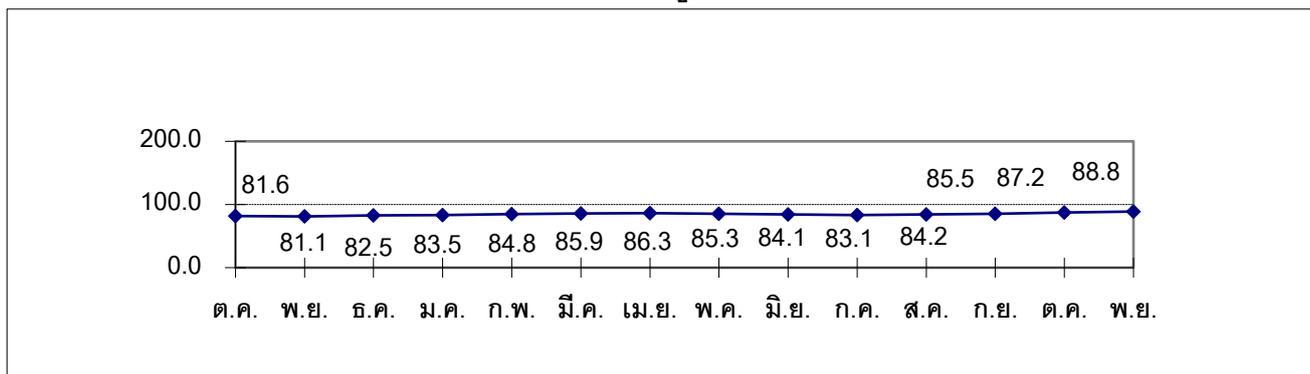
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,243 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560

ในเดือนพฤศจิกายน 2560 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยตัวเลขอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (GDP) ไตรมาส 3/2560 ขยายตัว 4.3% สูงสุดในรอบ 18 เดือน โดยมีปัจจัยสนับสนุนมาจากการส่งออกสินค้าและการบริโภคภาคเอกชน การใช้จ่ายภาครัฐและการลงทุน
2. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้ปรับคาดการณ์ GDP ของไทยทั้งปี 2560 เป็นขยายตัว ร้อยละ 3.9 จากเดิมที่คาดไว้ในช่วงร้อยละ 3.5-4.0 หรือค่ากลางที่ ร้อยละ 3.7 และคาดการณ์ GDP ในปี 2561 จะเติบโตในช่วง ร้อยละ 3.6-4.6 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากการส่งออกและการท่องเที่ยวที่เติบโตต่อเนื่อง
3. คณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติเห็นชอบมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการบริโภค หรือมาตรการซื้อช่วยเหลือชาติ โดยให้นำค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ ระหว่างวันที่ 11 พฤศจิกายน - 3 ธันวาคม 2560 มาหักเป็นค่าใช้จ่ายเพื่อลดหย่อนภาษีได้ไม่เกิน 15,000 บาท
4. นโยบายการช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อยผ่านบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เพื่อช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือน และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง
5. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.5% ต่อปี หลังประเมินว่า เศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวได้ดีกว่าที่คาดเช่นเดียวกับอุปสงค์ในประเทศขยายตัวได้ดีต่อเนื่อง

รวมไปถึงอัตราเงินเฟ้อทั่วไปมีทิศทางปรับสูงขึ้นอย่างค่อยเป็นค่อยไปตามที่ประเมินไว้ และน่าจะกลับเข้าสู่เป้าหมายในกลางปีหน้า ด้านภาวะการเงินโดยรวมยังอยู่ในระดับผ่อนคลาย เอื้อต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และเสถียรภาพระบบการเงินโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี

6. การส่งออกของไทยในเดือนตุลาคม 2560 มีมูลค่า 20,083.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.10 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,868.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.50 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 214.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 10 เดือนของปี 2560 ส่งออกได้รวม 195,518.39 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.65 และมีการนำเข้ารวม 183,072.57 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.61 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 12,445.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

7. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 33.254 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2560 เป็น 32.926 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2560 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤศจิกายน 2560 ได้แก่

1. ราคาพืชผลทางการเกษตรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว แม้ว่าราคาพืชหลายรายการโดยเฉพาะราคาข้าว และมันสำปะหลังเริ่มมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในเดือนนี้

2. สถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะในภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในพื้นที่

3. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 26.78 และ 27.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2560 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 27.98 และ 28.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2560 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2560 มาอยู่ที่ระดับ 26.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2560

4. SET Index ในเดือนพฤศจิกายน 2560 ปรับตัวลดลง 23.98 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,721.37 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2560 เป็น 1,697.39 จุด ณ สิ้นเดือนพฤศจิกายน 2560

5. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

6. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาทางการเมืองระหว่างประเทศ โดยเฉพาะปัญหาเกาหลีเหนือ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2560

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่จะฟื้นตัวดีขึ้นในปัจจุบันและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของของภาครัฐที่จะเกิดขึ้นในช่วงครึ่งหลัง อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังฟื้นตัวไม่เต็มที่เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังฟื้นตัวดีขึ้นไม่มากเท่าที่ควร แม้จะรู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในอนาคตมีแนวโน้มจะปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจนก็ตาม สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 64.1 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 65.2 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2560 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.0% 47.3% และ 43.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.7% 46.7% และ 44.6% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 47.4 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 48.2 ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.8% 38.6% และ 56.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคมผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.6% 38.3% และ 57.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤศจิกายน 2560 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 80.8 มาอยู่ที่ระดับ 82.3 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2558 เป็นต้นมา โดยในเดือนพฤศจิกายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.1% 56.0% และ 30.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคมผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.9% 55.1% และ 32.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ตุลาคม 2560	64.1	47.4	80.8
พฤศจิกายน 2560	65.2	48.2	82.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ต.ค. - พ.ย. 2560	64.7	47.8	81.6

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤศจิกายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 71.4 สู่ระดับ 72.7 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.8% 51.2% และ 38.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.4% 50.6% และ 39.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤศจิกายน 2560 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 56.5 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 57.5 โดยในเดือนพฤศจิกายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.6% 44.3% และ 49.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.4% 43.6% และ 50.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยดัชนีปรับตัวดีขึ้นจาก 86.4 เป็น 88.0 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 13 ปี หรือ 156 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2547 เป็นต้นมา โดยในเดือนพฤศจิกายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.9% 58.2% และ 26.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.4% 57.6% และ 28.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มี ความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ตุลาคม 2560	71.4	56.5	86.4
พฤศจิกายน 2560	72.7	57.5	88.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ต.ค. - พ.ย. 2560	72.1	57.0	87.2

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤศจิกายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากระดับ 94.4 สู่อันดับ 96.1 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 34 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนพฤศจิกายน 2560 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 15.5% 65.1% และ 19.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนตุลาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 15.0% 64.4% และ 20.6% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 80.6% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิมไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 79.4% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำกว่าระดับ 100 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
ตุลาคม 2560	94.4
พฤศจิกายน 2560	96.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ต.ค. - พ.ย. 2560	95.3

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤศจิกายน 2560

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2560 เป็นต้นมา ตามดัชนีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันที่ปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 52.0 ในเดือนตุลาคมมาอยู่ที่ระดับ 52.8 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากระดับ 87.2 เป็นระดับ 88.8 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 55 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2556 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 76.7 เป็น 78.0 ในเดือนพฤศจิกายน 2560 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 33 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2558 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ตุลาคม 2560	76.7	52.0	87.2
พฤศจิกายน 2560	78.0	52.8	88.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ต.ค. - พ.ย. 2560	77.3	52.4	88.0

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤศจิกายน 2560

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการส่งออกและการท่องเที่ยวที่จะฟื้นตัวดีขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของของภาครัฐที่จะเกิดขึ้นในช่วงครึ่งหลัง ประกอบกับผู้บริโภคส่วนใหญ่เริ่มคลายกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบัน และเห็นว่าสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตน่าจะมีเสถียรภาพมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคยังฟื้นตัวไม่มากนักเนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ในปัจจุบันที่ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ เช่น ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ปาล์มน้ำมัน และสับปะรดโรงงาน เป็นต้น ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในหลายจังหวัดทั่วประเทศขยายตัวในระดับต่ำและไม่คล่องตัว ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนัก แม้จะรู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นก็ตาม

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 65.2 72.7 และ 96.1 ตามลำดับ โดยปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนตุลาคม 2560 ที่อยู่ในระดับ 64.1 71.4 และ 94.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยอยู่ที่ระดับ 78.0 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 33 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2558 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูง ราคาพืชผลทางการเกษตร โดยเฉพาะราคาข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ และปาล์มน้ำมัน ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวม

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2560 เป็นต้นมา โดยอยู่ที่ระดับ 52.8 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 โดยปรับตัวสู่ระดับ 88.8 ซึ่งเป็นระดับที่สูงสุดในรอบ 55 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2556 เป็นต้นมา สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยจะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต

การปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม จะส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มกลับมา มีความมั่นใจในการบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้นในช่วงปลายปีนี้ ซึ่งน่าจะมีส่วนสำคัญที่ทำให้เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวเด่นชัดขึ้นในไตรมาสที่ 4 โดยน่าจะขยายตัวได้ 4.6-4.7% และเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เศรษฐกิจไทยขยายตัวได้ในระดับ 3.9-4.0% ได้ในปี 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2560 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออก เป็นภูมิภาคที่ปรับตัวดีขึ้นมากกว่าภูมิภาคอื่น ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	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
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	78.0	78.1	77.3	77.8	75.5	78.2	81.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนตุลาคม 2560	1.4	1.6	1.0	1.1	1.4	1.0	1.5
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

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2560

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	47.4	46.7	46.9	46.7	46.2	49.2	50.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	80.8	78	84.1	82.1	77.7	83.4	86
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	56.5	55.6	54.5	57.7	51	62.2	60.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	86.4	87.1	85.7	84.5	83.9	88.9	86.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	94.4	95.8	93.5	94.8	92.9	89.5	97
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	64.1	62.4	65.5	64.4	62.0	66.3	68.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	71.4	71.4	70.1	71.1	67.5	75.6	73.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	76.7	76.5	76.4	76.8	74.1	77.1	79.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกันยายน 2560	1.6	1.8	1.5	1.7	1.8	1.3	1.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.0	51.2	50.7	52.2	48.6	55.7	55.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	87.2	87.0	87.8	87.1	84.8	87.3	90.0

ตารางที่ 10 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
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย