



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

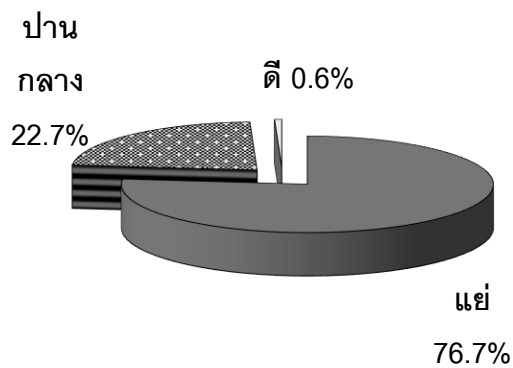
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โทร. 0-2697-6340-1

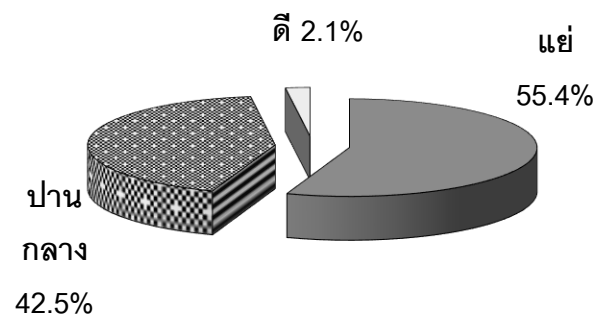
โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกรกฎาคม 2564
ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

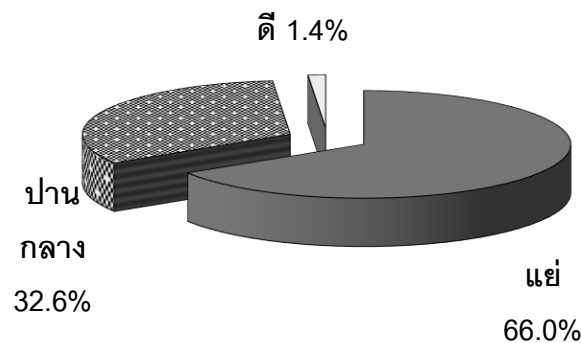


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

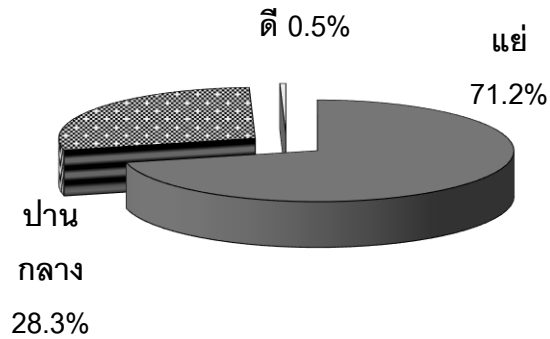
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



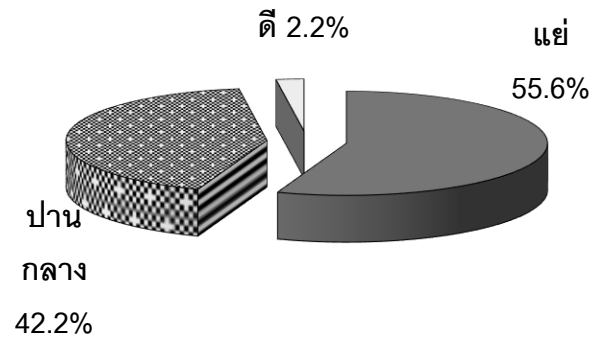
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 35.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

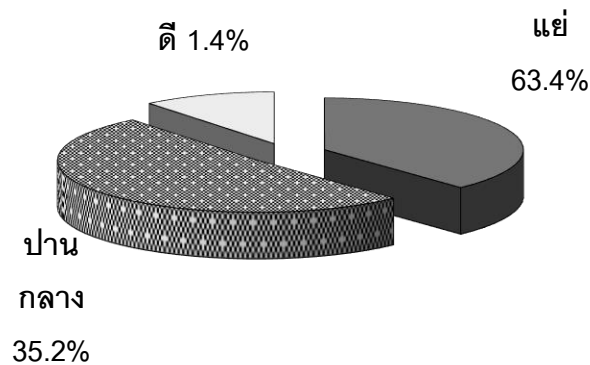


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

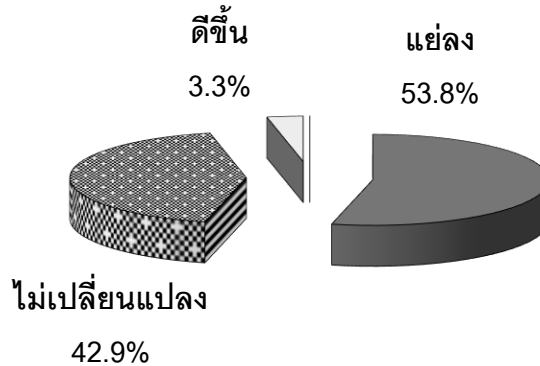
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่มาก



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 38.0

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะแย่ง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 49.6

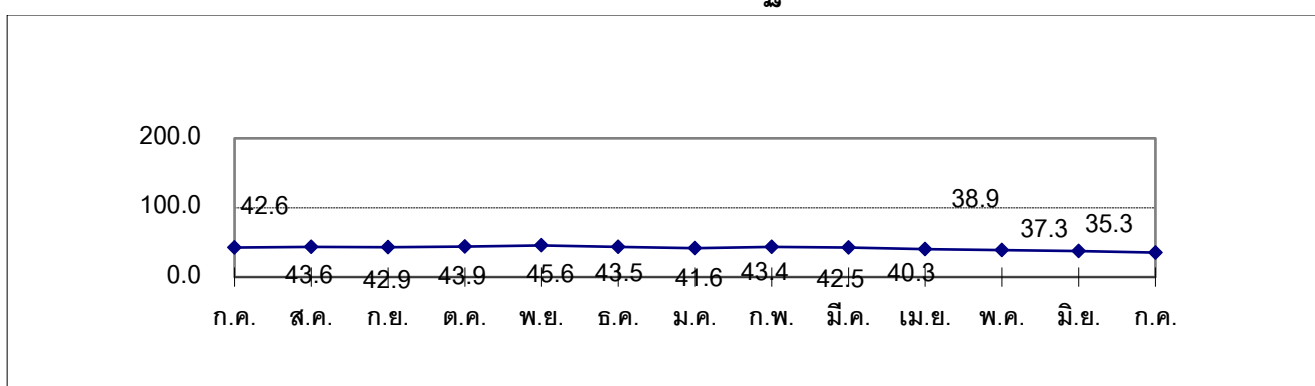
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม 2564

รายการ	มิถุนายน 2564			กรกฎาคม 2564		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่ง/ แย่ง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่ง/ แย่ง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	0.8	24.0	75.2	0.6	22.7	76.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	2.9	43.3	53.8	2.1	42.5	55.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	0.8	29.2	70.0	0.5	28.3	71.2
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	2.6	44.0	53.4	2.2	42.2	55.6
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	3.7	44.6	51.7	3.3	42.9	53.8
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	1.9	33.6	64.5	1.4	32.6	66.0
7. โอกาสในการหางานรวม	1.7	36.6	61.7	1.4	35.2	63.4

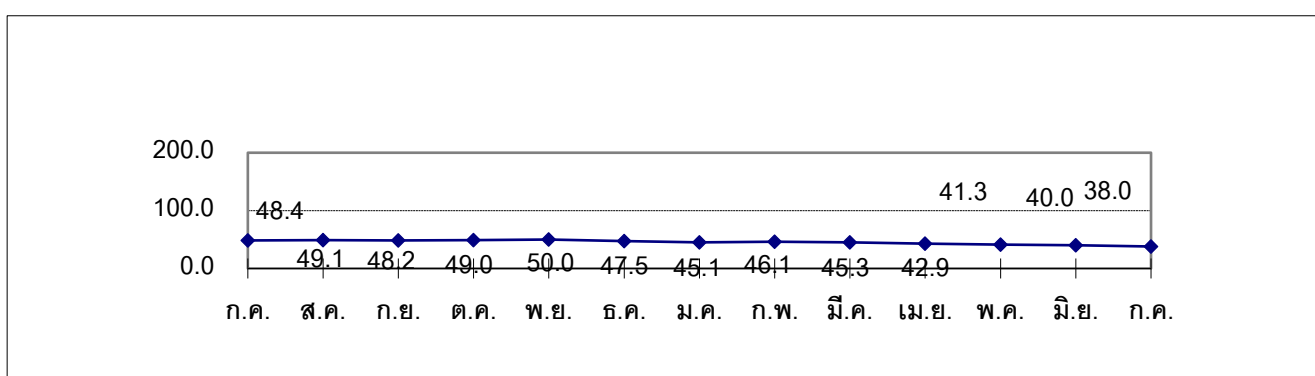
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2564

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	43.4	42.5	40.3	38.9	37.3	35.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	46.1	45.3	42.9	41.3	40.0	38.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	58.7	57.7	54.7	53.9	52.1	49.6

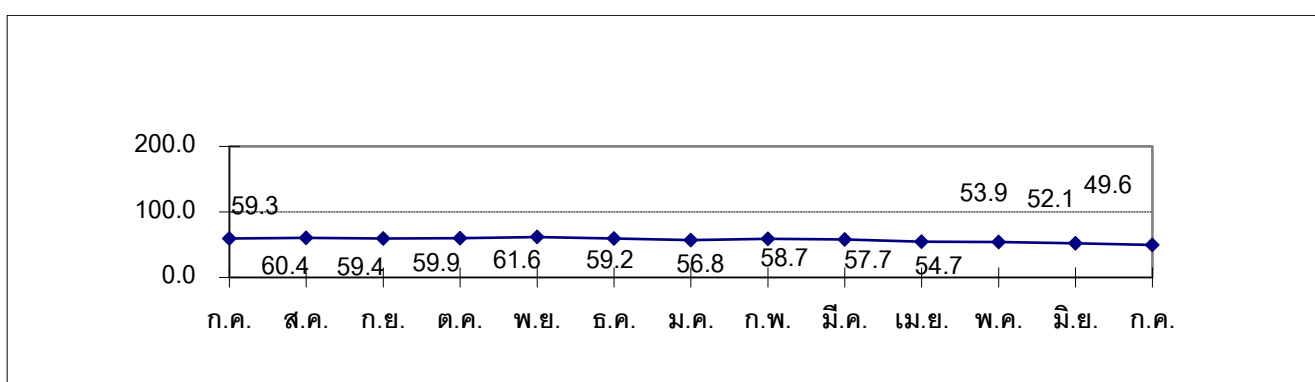
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



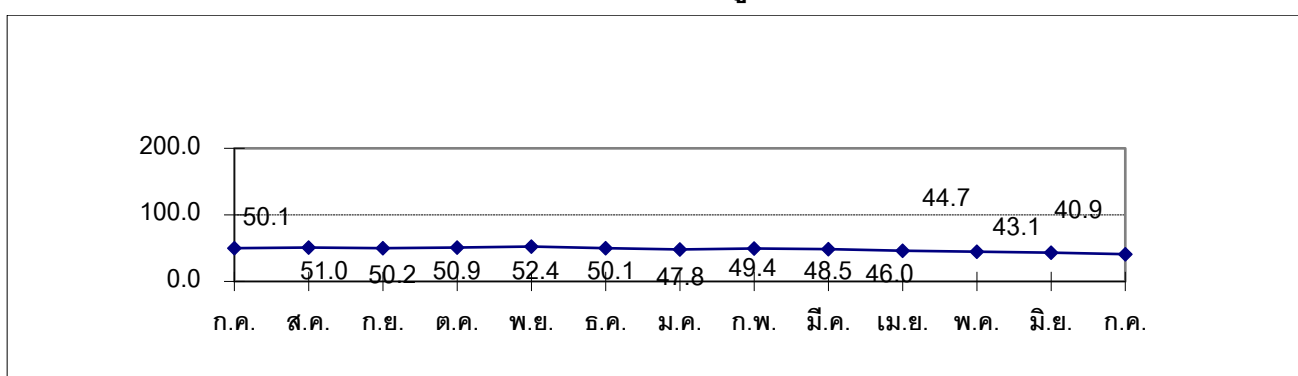
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



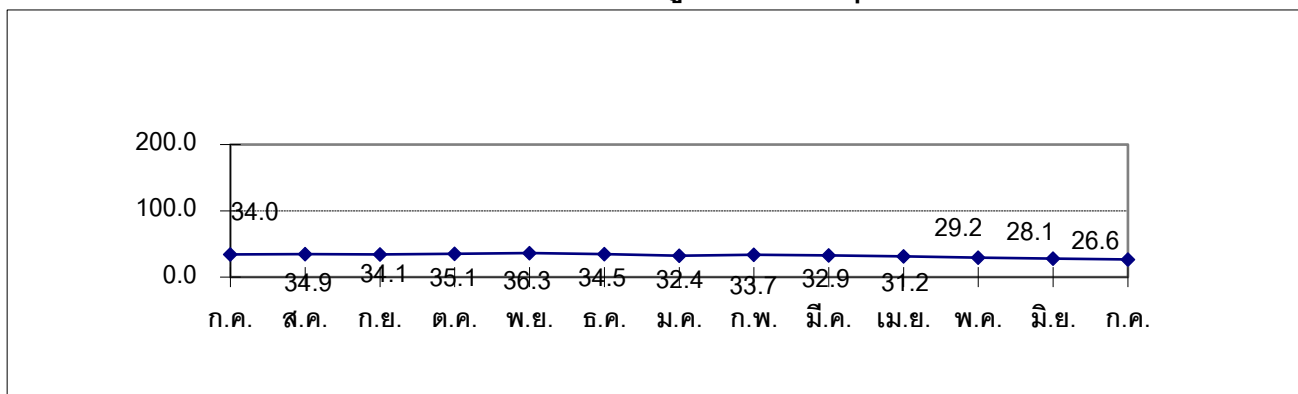
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2564

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	49.4	48.5	46.0	44.7	43.1	40.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	33.7	32.9	31.2	29.2	28.1	26.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	56.8	55.8	52.9	52.0	50.1	47.6

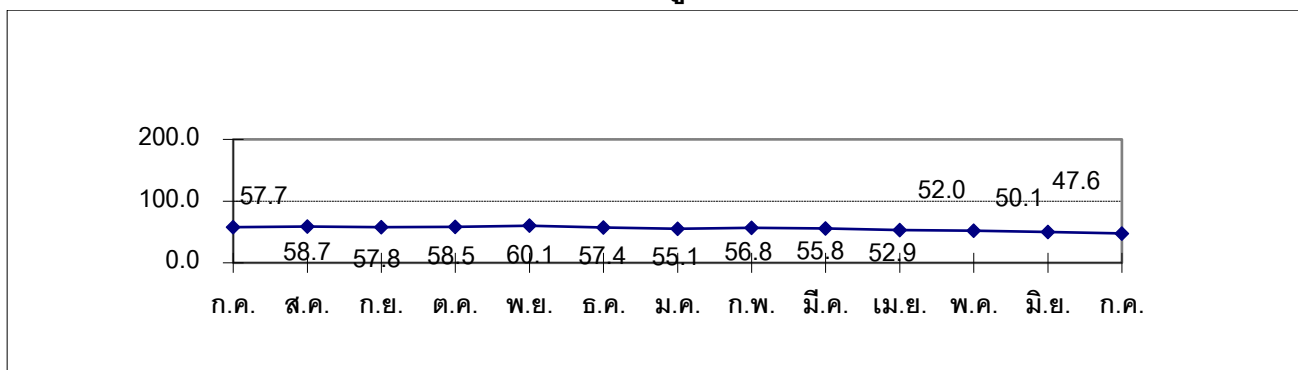
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2564

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2564 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,238 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2564

ในเดือนกรกฎาคม 2564 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ภาครัฐดำเนินมาตรการเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ประกอบด้วยโครงการ “เราชนะ” โครงการ “ม.33 เรารักกัน” โครงการ “คนละครึ่งเฟส 3” โครงการ “ชิ่งใช้ชิ่งได้” โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ระยะที่ 3 โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ ที่จะช่วยสนับสนุนกำลังซื้อของผู้บริโภคได้ในระดับหนึ่ง รวมถึงการออกมาตรการเยียวยาแรงงานและผู้ประกอบการเพิ่มเติม ในพื้นที่กลุ่ม 13 จังหวัดในพื้นที่สีแดงเข้ม (ควบคุมเข้มงวดและสูงสุด) ตลอดจนการเริ่มเปิดรับนักท่องเที่ยวในโครงการนำร่องอย่าง Phuket Sandbox และ Samui plus
2. การฉีดวัคซีนของทั้งโลกทำให้สถานการณ์ COVID-19 ในระดับโลกปรับตัวดีขึ้น และการฉีดวัคซีน COVID ในประเทศเริ่มเกิดขึ้นเป็นรูปธรรมมากขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นและคลายความวิตกกังวลลง
3. การส่งออกของไทยในเดือนมิถุนายน 2564 มีมูลค่า 23,699.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 43.82 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 22,754.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 53.75 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 945.06 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 6 เดือนแรกปี 2564 ส่งออกได้รวม 132,334.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.53 และมีการนำเข้ารวม 129,895.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.15 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 2,439.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีโดยเฉพาะข้าว ปาล์ม น้ำมัน และยางพารา ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมิถุนายน 2564 ได้แก่

1. ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ระลอกที่ 3 และ 4 ตั้งแต่ต้นเดือนเมษายนที่ผ่านมา และการระบาดของสายพันธุ์ Delta ที่แพร่กระจายได้เร็วกว่าสายพันธุ์เดิม โดยจำนวนผู้ติดเชื้อรายวันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ศูนย์บริหารสถานการณ์การโควิด-19 (ศบค.) ขยายพื้นที่ควบคุมสูงสุดและเข้มงวดจากเดิม 10 จังหวัด เป็น 13 จังหวัด เพื่อควบคุมการระบาดไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ

2. ความกังวลต่อแผนการกระจายวัคซีนที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย ซึ่งอาจทำให้สถานการณ์ COVID-19 ยืดเยื้อออกไป

3. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับลดคาดการณ์การขยายตัวทางเศรษฐกิจ (จีดีพี) ของไทย ปี 2564 เหลือ 1.3% ซึ่งลดลงจากครั้งที่ผ่านมา ที่คาดว่าจะขยายตัว 2.3% เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการระบาดระลอกใหม่ของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การเดินทางระหว่างประเทศ แต่มีการส่งออกเป็นปัจจัยบวก รวมถึงมาตรการกระตุ้นใช้จ่ายจากภาครัฐ ส่วนในปี 2565 คาดว่าจีดีพีจะเติบโตได้ 4.0-5.0% เนื่องจากมองว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 เริ่มคลี่คลายลง ให้กิจกรรมเศรษฐกิจต่างๆ เริ่มกลับมาฟื้นตัว รวมทั้งแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวหลัง COVID

4. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.90 บาทต่อลิตร จากระดับ 28.78 และ 29.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2564 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 29.68 และ 29.95 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2564 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ประมาณ 0.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 28.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2564 มาอยู่ที่ระดับ 29.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2564

5. ความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองและสถานการณ์ทางการเมือง ตลอดจนการชุมนุมทางการเมือง ที่อาจส่งผลประเทศไทยจะต้องเผชิญกับปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองเหมือนอดีตที่ผ่านมา

6. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการชะลอตัวลง ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

7. SET Index ในเดือนกรกฎาคม 2564 ปรับตัวลดลง 65.87 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,587.79 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2564 เป็น 1,521.92 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2564

8. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 31.438 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2564 เป็น 32.611 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2564 สะท้อนว่ามีการไหลออกสุทธิของเงินตราต่างประเทศ

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2564

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา เนื่องจากมีความกังวลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของในประเทศไทยในรอบที่ 4 และการที่รัฐบาลกำหนดพื้นที่ควบคุมสูงสุด 13 จังหวัดโดยออกมาตรการมาตรการล็อกดาวน์และเคอร์ฟิว 21.00-04.00 น. เพื่อควบคุมการระบาดของไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับความกังวลในสถานการณ์ทางการเมืองที่มีเสถียรภาพน้อยลงและการฉีกฉีกกันให้กับประชาชนที่ล่าช้าส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงและขาดแรงกระตุ้นในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2564 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 37.3 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 35.3 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2564 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.4% 32.6% และ 66.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 33.6% และ 64.5% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมากแสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องจากจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 สายพันธุ์เดลต้าที่ยังคงแพร่ระบาดรอบใหม่ในไทยและทั่วโลก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 25.5 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 23.9 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 269 เดือนหรือ 22 ปี 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2564 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 0.6% 22.7% และ 76.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 0.8% 24.0% และ 75.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคม 2564 ปรับตัวลดลงจากระดับ 49.2 มาอยู่ที่ระดับ 46.7 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 42.5% และ 55.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.9% 43.3% และ 53.8% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กรกฎาคม 2563	42.6	29.9	55.3
สิงหาคม 2563	43.6	30.8	56.5
กันยายน 2563	42.9	30.2	55.6
ตุลาคม 2563	43.9	31.4	56.5
พฤศจิกายน 2563	45.6	32.8	58.4
ธันวาคม 2563	43.5	31.2	55.8
มกราคม 2564	41.6	29.5	53.6
กุมภาพันธ์ 2564	43.4	31.1	55.7
มีนาคม 2564	42.5	30.3	54.7
เมษายน 2564	40.3	28.6	52.1
พฤษภาคม 2564	38.9	26.7	51.1
มิถุนายน 2564	37.3	25.5	49.2
กรกฎาคม 2564	35.3	23.9	46.7

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2561	69.6	51.7	87.5
ไตรมาสที่ 4 2561	67.4	49.3	85.5
ไตรมาสที่ 1 2562	68.3	50.0	86.7
ไตรมาสที่ 2 2562	64.8	47.0	82.6
ไตรมาสที่ 3 2562	60.8	43.5	78.1
ไตรมาสที่ 4 2562	56.8	40.3	73.2
ไตรมาสที่ 1 2563	49.7	35.2	64.2
ไตรมาสที่ 2 2563	40.3	27.9	52.6
ไตรมาสที่ 3 2563	43.5	30.8	56.2
ไตรมาสที่ 4 2563	44.4	31.8	56.9
ไตรมาสที่ 1 2564	42.5	30.3	54.7
ไตรมาสที่ 2 2564	38.9	26.9	50.8
กรกฎาคม 2564	35.3	23.9	46.7

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 40.0 สู่ระดับ 38.0 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 269 เดือนหรือ 22 ปี 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.4% 35.2% และ 63.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.7% 36.6% และ 61.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีจากสถานการณ์ COVID-19

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกรกฎาคม 2564 ปรับตัวลดลงจากระดับ 30.7 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 29.3 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 269 เดือนหรือ 22 ปี 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 0.5% 28.3% และ 71.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 0.8% 29.2% และ 70.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจาก 49.2 เป็น 46.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2542 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 2.2% 42.2% และ 55.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 2.6% 44.0% และ 53.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้า

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กรกฎาคม 2563	48.4	38.2	58.6
สิงหาคม 2563	49.1	39.0	59.3
กันยายน 2563	48.2	38.0	58.4
ตุลาคม 2563	49.0	38.9	59.0
พฤศจิกายน 2563	50.0	39.8	60.3
ธันวาคม 2563	47.5	37.7	57.4
มกราคม 2564	45.1	35.3	54.8
กุมภาพันธ์ 2564	46.1	36.2	56.0
มีนาคม 2564	45.3	35.6	55.0
เมษายน 2564	42.9	33.7	52.0
พฤษภาคม 2564	41.3	31.7	50.9
มิถุนายน 2564	40.0	30.7	49.2
กรกฎาคม 2564	38.0	29.3	46.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2561	77.7	61.7	93.7
ไตรมาสที่ 4 2561	75.6	59.5	91.6
ไตรมาสที่ 1 2562	76.5	60.3	92.6
ไตรมาสที่ 2 2562	73.4	57.8	89.0
ไตรมาสที่ 3 2562	69.7	54.7	84.7
ไตรมาสที่ 4 2562	65.7	51.4	80.1
ไตรมาสที่ 1 2563	58.2	45.7	70.7
ไตรมาสที่ 2 2563	46.7	36.7	56.8
ไตรมาสที่ 3 2563	48.8	38.6	58.9
ไตรมาสที่ 4 2563	48.8	38.8	58.9
ไตรมาสที่ 1 2564	45.5	35.7	55.3
ไตรมาสที่ 2 2564	41.4	32.1	50.7
กรกฎาคม 2564	38.0	29.3	46.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกรกฎาคม 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 52.1 สู่ระดับ 49.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา และยังคงเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 30 ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2564 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 3.3% 42.9% และ 53.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 3.7% 44.6% และ 51.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 96.7% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กรกฎาคม 2563	59.3
สิงหาคม 2563	60.4
กันยายน 2563	59.4
ตุลาคม 2563	59.9
พฤศจิกายน 2563	61.6
ธันวาคม 2563	59.2
มกราคม 2564	56.8
กุมภาพันธ์ 2564	58.7
มีนาคม 2564	57.7
เมษายน 2564	54.7
พฤษภาคม 2564	53.9
มิถุนายน 2564	52.1
กรกฎาคม 2564	49.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 3 2561	100.4
ไตรมาสที่ 4 2561	98.2
ไตรมาสที่ 1 2562	99.2
ไตรมาสที่ 2 2562	95.1
ไตรมาสที่ 3 2562	90.4
ไตรมาสที่ 4 2562	85.7
ไตรมาสที่ 1 2563	74.5
ไตรมาสที่ 2 2563	57.6
ไตรมาสที่ 3 2563	59.9
ไตรมาสที่ 4 2563	60.3
ไตรมาสที่ 1 2564	57.7
ไตรมาสที่ 2 2564	53.6
กรกฎาคม 2564	49.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกรกฎาคม 2564

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2564 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 28.1 มาอยู่ที่ระดับ 26.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 269 เดือนหรือ 22 ปี 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 50.1 มาอยู่ที่ระดับ 47.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 43.1 เป็น 40.9 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กรกฎาคม 2563	50.1	34.0	57.7
สิงหาคม 2563	51.0	34.9	58.7
กันยายน 2563	50.2	34.1	57.8
ตุลาคม 2563	50.9	35.1	58.5
พฤศจิกายน 2563	52.4	36.3	60.1
ธันวาคม 2563	50.1	34.5	57.4
มกราคม 2564	47.8	32.4	55.1
กุมภาพันธ์ 2564	49.4	33.7	56.8
มีนาคม 2564	48.5	32.9	55.8
เมษายน 2564	46.0	31.2	52.9
พฤษภาคม 2564	44.7	29.2	52.0
มิถุนายน 2564	43.1	28.1	50.1
กรกฎาคม 2564	40.9	26.6	47.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2561	82.6	56.7	93.9
ไตรมาสที่ 4 2561	80.4	54.4	91.8
ไตรมาสที่ 1 2562	81.3	55.2	92.8
ไตรมาสที่ 2 2562	77.8	52.4	88.9
ไตรมาสที่ 3 2562	73.6	49.1	84.4
ไตรมาสที่ 4 2562	69.4	45.8	79.7
ไตรมาสที่ 1 2563	60.8	40.4	69.8
ไตรมาสที่ 2 2563	48.2	32.3	55.7
ไตรมาสที่ 3 2563	50.7	34.7	58.3
ไตรมาสที่ 4 2563	51.1	35.3	58.7
ไตรมาสที่ 1 2564	48.6	33.0	55.9
ไตรมาสที่ 2 2564	44.6	29.5	51.7
กรกฎาคม 2564	40.9	26.6	47.6

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2564

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา เนื่องจากมีความกังวลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของในประเทศไทยในรอบที่ 4 และการที่รัฐบาลกำหนดพื้นที่ควบคุมสูงสุด 13 จังหวัดโดยออกมาตรการมาตรการล็อกดาวน์และเคอร์ฟิว 21.00-04.00 น. เพื่อควบคุมการระบาดไวรัส COVID-19 ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศ ประกอบกับความกังวลในสถานการณ์ทางการเมืองที่มีเสถียรภาพน้อยลงและการฉีดวัคซีนให้กับประชาชนที่ล่าช้าส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงและขาดแรงกระตุ้นในการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 35.3 38.0 และ 49.6 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมิถุนายน ที่อยู่ในระดับ 37.3 40.0 และ 52.1 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตอย่างมาก เพราะมีความกังวลในวิกฤต COVID-19 รอบใหม่ในประเทศไทยและทั่วโลก ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสปรับตัวแยกลงได้ในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคลดลงในที่สุด

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 43.1 เป็น 40.9 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงแย่จากวิกฤต COVID-19 ในประเทศไทยและทั่วโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเชิงลบอย่างมากต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 28.1 มาอยู่ที่ 26.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 269 เดือนหรือ 22 ปี 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา แสดงว่า ภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันแย่มากในมุมมองของผู้บริโภค และดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตก็ปรับตัวลดลงเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 50.1 มาอยู่ที่ระดับ 47.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 274 เดือนหรือ 22 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา และอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าปกติ (คือ 100) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นอย่างมากเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอีกครั้งท่ามกลางความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโคโรนาที่ 4 แสดงว่าผู้บริโภคยังคงวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิดในประเทศไทยและในโลกว่าจะส่งผลกระทบต่อชะลอตัวของเศรษฐกิจไทย ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายในช่วงนี้ อย่างไรก็ตาม ต้องติดตามของการฉีดวัคซีนทั่วประเทศในเดือนสิงหาคม เป็นต้นไป การแพร่กระจายของโคโรนาที่ 4 ว่าจะรุนแรงมากน้อยแค่ไหน และจะควบคุมการแพร่ระบาดของโควิดได้รวดเร็วเพียงไร รัฐบาลจะมีการประกาศ Lockdown เพิ่มเติมหรือไม่และอย่างไร ตลอดจนรัฐบาลจะมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจในอนาคตเพิ่มเติมหรือไม่ และมากน้อยเพียงใด จะมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคตได้ และอาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในปีนี้อาจขาดตัว 0 ถึง -2% ได้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2564

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2564 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	23.9	21.5	27.1	27.2	25.8	20.7	26.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	46.7	43.2	52.3	51.2	44.9	44.0	52.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	29.3	26.2	30.5	34.0	26.4	31.8	33.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	46.6	45.2	51.0	51.0	44.4	45.6	45.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	49.6	49.8	51.2	53.9	49.0	41.2	51.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	35.3	32.4	39.7	39.2	35.4	32.4	39.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	38.0	35.7	40.8	42.5	35.4	38.7	39.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	40.9	39.3	43.9	45.2	39.9	37.4	43.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมิถุนายน 2564	-2.2	-2.4	-2.0	-1.9	-2.2	-2.0	-2.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	26.6	23.9	28.8	30.6	26.1	26.3	30.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	47.6	46.1	51.5	52.0	46.1	43.6	50.1

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	25.5	23.3	28.4	28.6	27.3	22.2	28.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	49.2	46.1	54.3	53.3	47.4	46.3	55.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	30.7	27.7	31.7	35.2	27.8	33.2	35.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	49.2	48.0	53.4	53.2	47.0	48.0	48.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	52.1	52.5	53.6	56.1	51.5	43.5	54.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	37.3	34.7	41.4	41.0	37.4	34.3	42.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	40.0	37.9	42.6	44.2	37.4	40.6	41.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	43.1	41.7	45.8	47.1	42.1	39.5	46.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤษภาคม 2564	-1.6	-1.7	-1.4	-1.4	-1.4	-1.5	-1.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	28.1	25.5	30.1	31.9	27.6	27.7	31.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	50.1	48.9	53.8	54.2	48.6	45.9	52.7

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2564

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	26.7	24.5	29.5	29.7	28.4	23.3	29.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	51.1	48.2	55.8	54.8	49.3	48.2	57.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	31.7	28.8	32.6	36.1	28.8	34.1	36.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	50.9	49.9	54.9	54.8	48.6	49.6	50.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	53.9	54.5	55.2	57.6	53.0	45.3	56.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	38.9	36.4	42.7	42.3	38.9	35.8	43.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	41.3	39.4	43.8	45.5	38.7	41.9	43.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	44.7	43.4	47.2	48.4	43.5	41.0	47.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	29.2	26.7	31.1	32.9	28.6	28.7	33.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	52.0	50.9	55.3	55.7	50.3	47.7	54.6

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย