



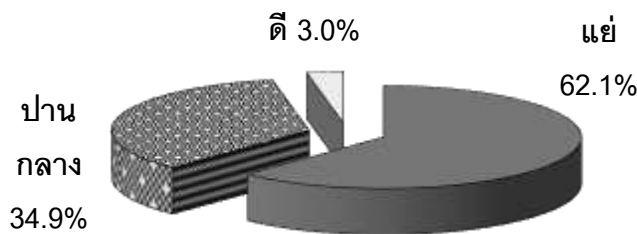
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

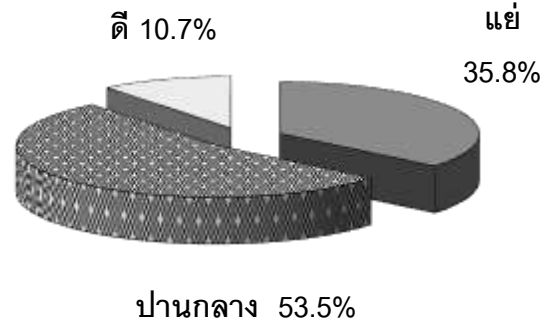
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนตุลาคม 2562
ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงเป็นเดือนที่ 8 ต่ำสุดในรอบ 65 เดือน เนื่องจากห่วงสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมือง

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

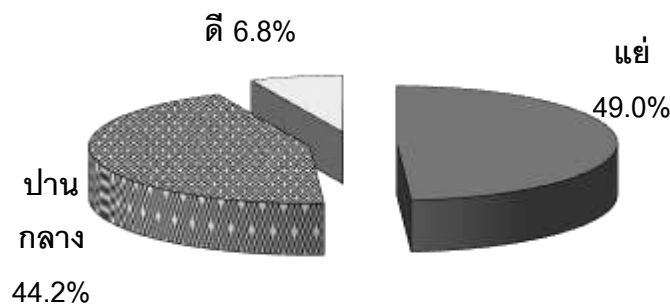


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

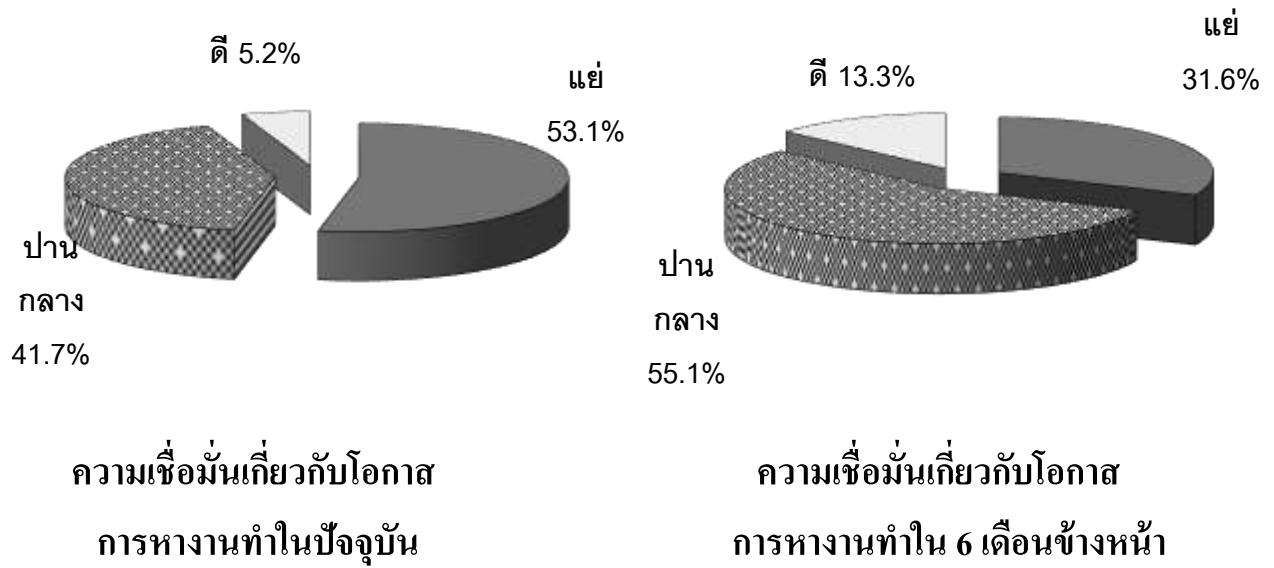
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



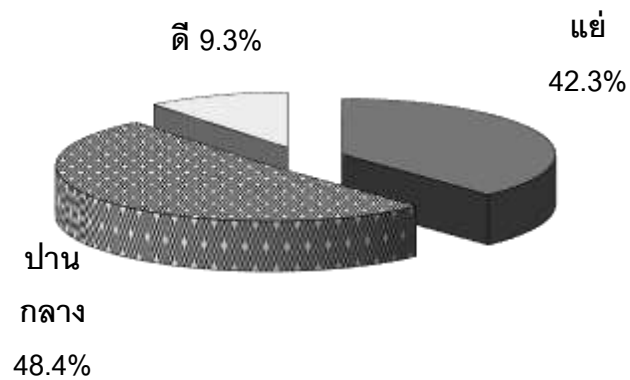
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 57.9

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



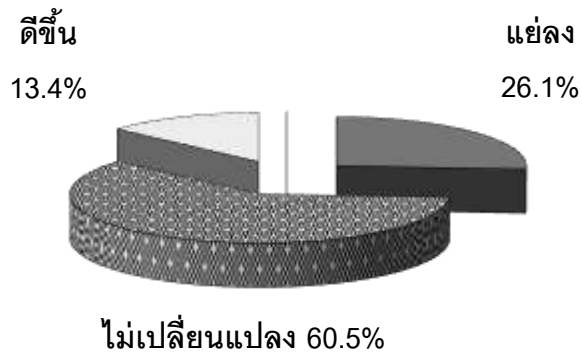
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 67.0

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 87.3

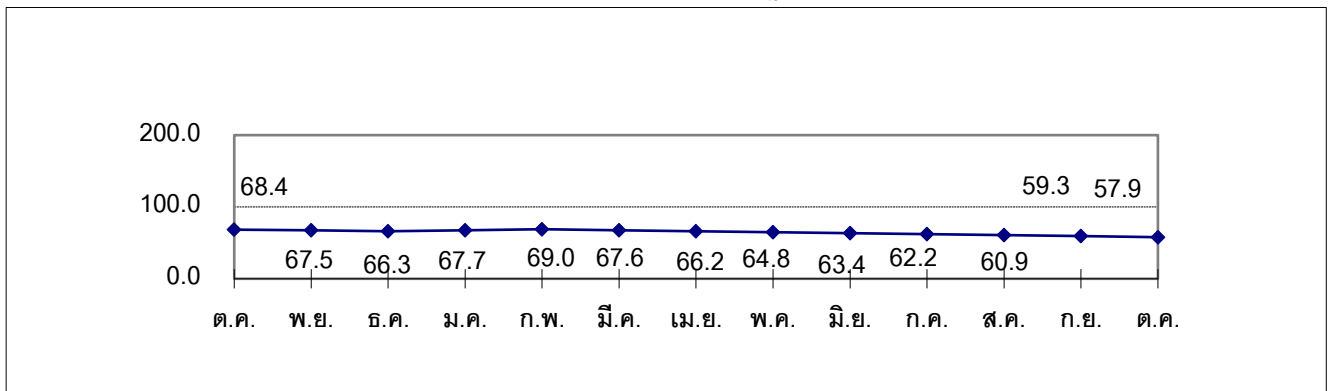
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายนและตุลาคม 2562

รายการ	กันยายน 2562			ตุลาคม 2562		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.3	35.6	61.1	3.0	34.9	62.1
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	11.1	54.2	34.7	10.7	53.5	35.8
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	5.6	42.4	52.0	5.2	41.7	53.1
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	13.7	56.0	30.3	13.3	55.1	31.6
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	13.8	61.2	25.0	13.4	60.5	26.1
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	7.2	44.9	47.9	6.8	44.2	49.0
7. โอกาสในการหางานรวม	9.7	49.2	41.1	9.3	48.4	42.3

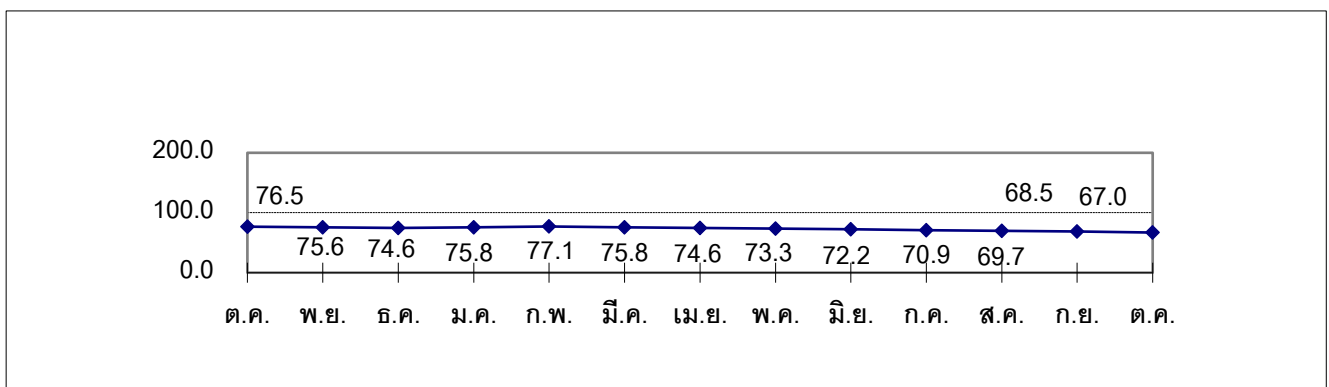
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม 2562

รายการ	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	64.8	63.4	62.2	60.9	59.3	57.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	73.3	72.2	70.9	69.7	68.5	67.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	95.0	93.5	91.9	90.4	88.9	87.3

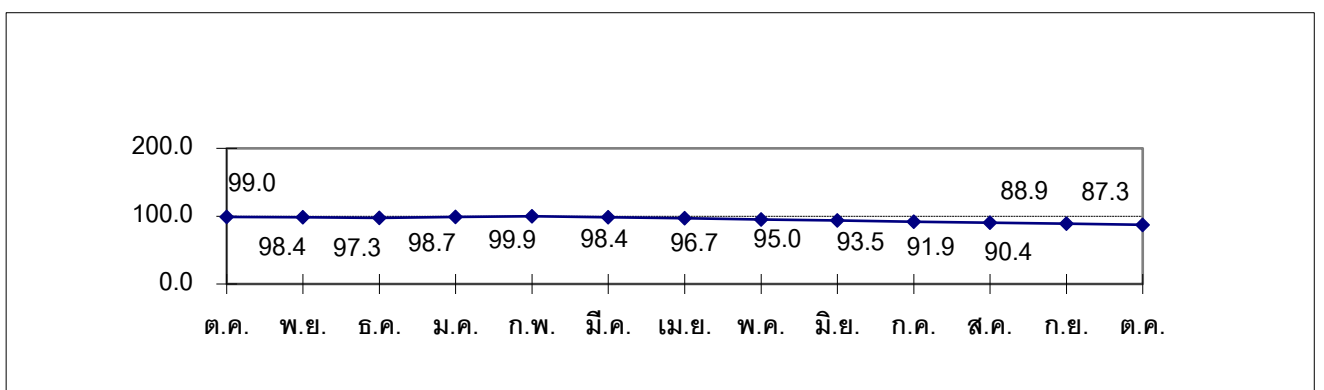
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



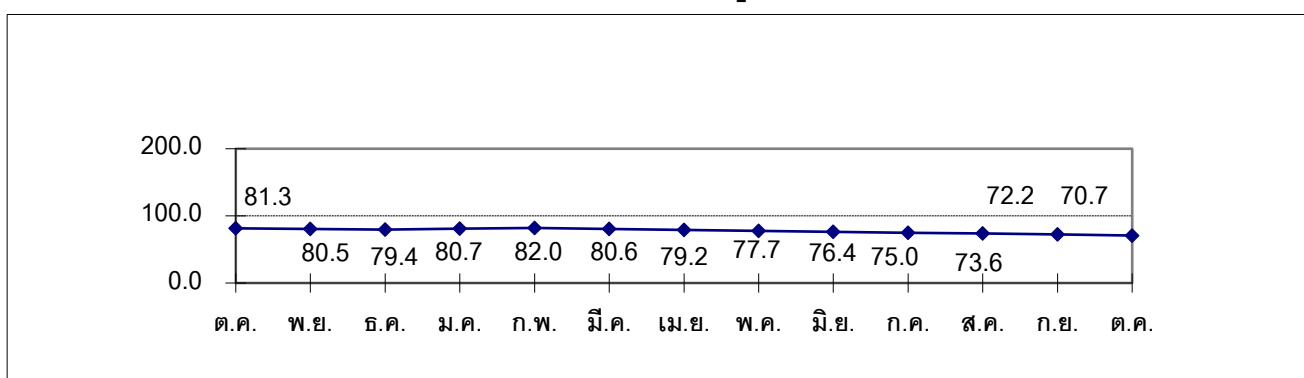
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



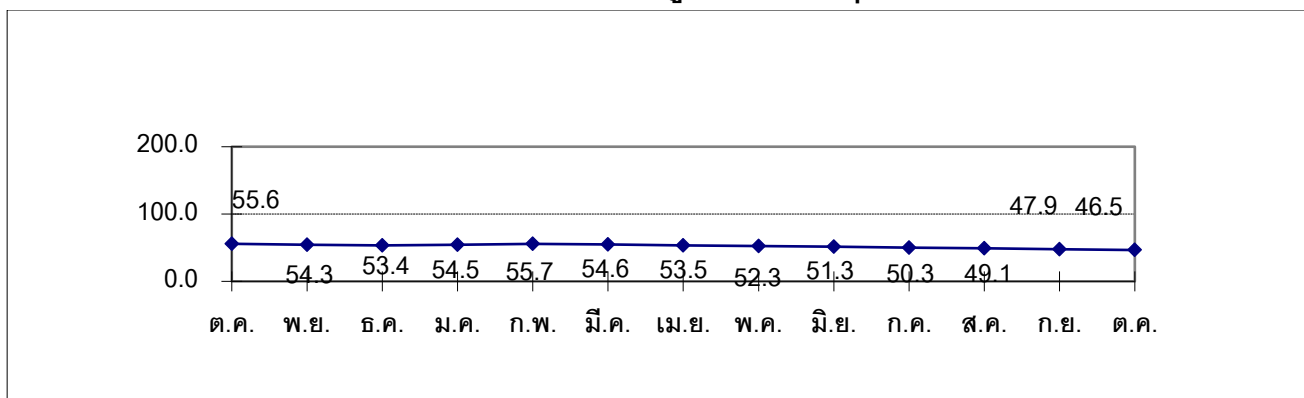
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม 2562

รายการ	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	77.7	76.4	75.0	73.6	72.2	70.7
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	52.3	51.3	50.3	49.1	47.9	46.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	88.8	87.4	85.8	84.4	82.9	81.3

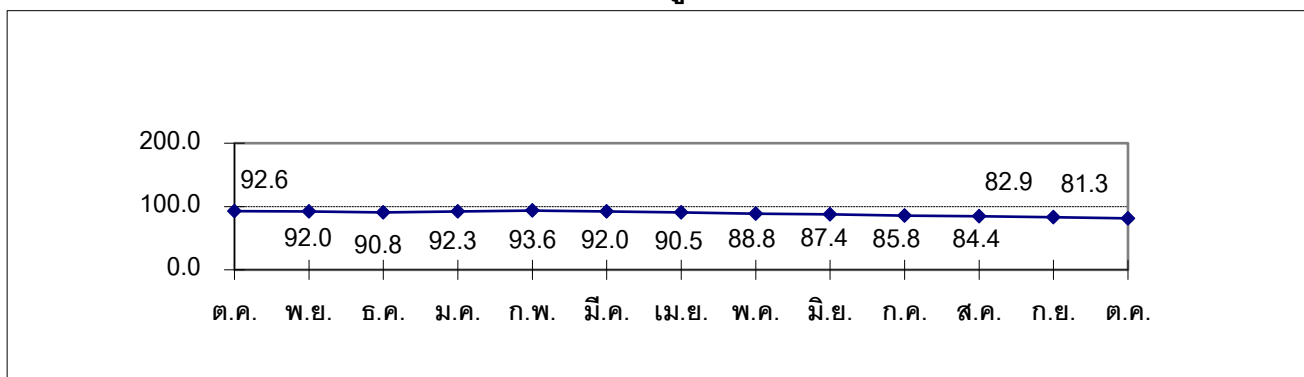
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2562

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,249 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562

ในเดือนตุลาคม 2562 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) เห็นชอบมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2562 ระยะที่ 2 เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการสนับสนุนการขยายตัวของเศรษฐกิจต่อจากการดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจที่ผ่านมา ประกอบด้วย 4 มาตรการ ได้แก่ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยว ชิมช้อปใช้ เฟส 2 มาตรการลดภาระให้กับผู้ซื้อที่อยู่อาศัย มาตรการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของ ธอส. และมาตรการเร่งรัดการเบิกจ่ายค่าใช้จ่ายด้านการฝึกอบรม สัมมนา ประจำปีงบประมาณ 2562 รวมเป็นงบประมาณทั้งสิ้น 5,834.38 ล้านบาท
2. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐบาลเริ่มเข้ามากระตุ้นเศรษฐกิจไทยมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเฉพาะ “ชิม ช้อป ใช้” เฟส 1 ได้รับการตอบสนองอย่างมากจากภาคประชาชน ทำให้เกิดการหมุนเวียนของการใช้จ่ายของภาครัฐบาลและภาคประชาชนเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับ และรัฐบาลได้ดำเนินมาตรการ “ชิม ช้อป ใช้” เฟส 2 เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการกระตุ้นเศรษฐกิจ
3. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.00 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.28 และ 27.55 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2562 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 26.28 และ 26.55 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2562 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกัน ประมาณ 0.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.99 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2562 มาอยู่ที่ระดับ 25.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2562

4. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 30.570 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2562 เป็น 30.667 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2562 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามายังประเทศไทย อย่างไรก็ตาม การที่ค่าเงินบาทมีแนวโน้มแข็งค่าอย่างต่อเนื่องมากกว่าการแข็งค่าของเงินสกุลของประเทศคู่แข่งในปัจจุบัน ส่งผลกระทบในเชิงลบกับผู้ส่งออก

สำหรับปัจจัยลบในเดือนตุลาคม 2562 ได้แก่

1. สหรัฐฯ ประกาศตัดสิทธิ GSP ประเทศไทยสำหรับสินค้าไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐฯ จำนวน 573 รายการ มูลค่าประมาณ 1,300 ล้านดอลลาร์ สหรัฐฯ

2. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับประมาณการเศรษฐกิจไทยในปี 2562 คาดว่าจะขยายตัว 2.8% (มีช่วงคาดการณ์ 2.6-3.0%) โดยการส่งออกคาดว่าจะติดลบ 2.5% ซึ่งเป็นการปรับลดลงจากที่เคยประเมินไว้เมื่อเดือนกรกฎาคม 2562 ว่าเศรษฐกิจจะขยายตัว 3.0% ส่งออกขยายตัว -0.9% ส่วนในปี 2563 คาดว่าเศรษฐกิจจะขยายตัว 3.3% ส่งออกขยายตัว 3.3%

3. การส่งออกของไทยในเดือนกันยายน 2562 มีมูลค่า 20,481.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.39 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,206.11 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.24 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,275.21 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ในช่วง 9 เดือนของปี 2562 ส่งออกได้รวม 186,571.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 2.11 และมีการนำเข้ารวม 179,190.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 3.68 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 7,381.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. ราคาพืชผลทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะยางพารา ข้าวเปลือกเจ้า และมันสำปะหลัง ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

5. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสงครามการค้าในระดับโลก โดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน และปัญหา Brexit รวมทั้งกรณีที่สหรัฐฯ ประกาศตัดสิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร (GSP) สินค้าไทย จำนวน 573 รายการ มีผลบังคับใช้ 25 เมษายน 2563 ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

6. SET Index ในเดือนตุลาคม 2562 ปรับตัวลดลง 35.73 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,637.22 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน 2562 เป็น 1,601.49 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2562

7. ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่เศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและยังกระจุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2562

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 แม้ว่ารัฐบาลเริ่มมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจออกมามากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองทั้งในปัจจุบันและในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวช้าและกำลังซื้อของประชาชนยังไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนัก ประกอบกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกเนื่องจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน และปัญหา Brexit รวมถึงการที่สหรัฐฯ ประกาศตัดสิทธิ GSP สำหรับสินค้าไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐฯ จำนวน 573 รายการ สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนตุลาคม 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 66 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 59.3 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 57.9 ทั้งนี้ในเดือนตุลาคม 2562 เห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.8% 44.2% และ 49.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.2% 44.9% และ 47.9% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 240 เดือนหรือ 20 ปี ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 เป็นต้นมา จากระดับ 42.2 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 40.9 ทั้งนี้ในเดือนตุลาคม 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 34.9% และ 62.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 35.6% และ 61.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนตุลาคม 2562 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 40 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2559 เป็นต้นมา จากระดับ 76.5 มาอยู่ที่ระดับ 74.8 โดยในเดือนตุลาคม 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 10.7% 53.5% และ 35.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.1% 54.3% และ 34.7% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ตุลาคม 2561	68.4	50.5	86.4
พฤศจิกายน 2561	67.5	49.1	85.8
ธันวาคม 2561	66.3	48.1	84.4
มกราคม 2562	67.7	49.3	86.1
กุมภาพันธ์ 2562	69.0	50.6	87.5
มีนาคม 2562	67.6	49.4	85.8
เมษายน 2562	66.2	48.2	84.3
พฤษภาคม 2562	64.8	47.0	82.6
มิถุนายน 2562	63.4	45.9	81.0
กรกฎาคม 2562	62.2	44.8	79.6
สิงหาคม 2562	60.9	43.5	78.2
กันยายน 2562	59.3	42.2	76.5
ตุลาคม 2562	57.9	40.9	74.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2560	64.2	50.0	78.3
ไตรมาสที่ 2 2560	64.3	50.0	78.7
ไตรมาสที่ 3 2560	62.4	46.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2560	65.2	48.2	82.2
ไตรมาสที่ 1 2561	66.7	49.5	83.8
ไตรมาสที่ 2 2561	67.5	49.9	85.1
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
ตุลาคม 2562	57.9	40.9	74.8

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนตุลาคม 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 68.5 สู่ระดับ 67.0 ในเดือนตุลาคม 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.3% 48.4% และ 42.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.7% 49.2% และ 41.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนตุลาคม 2562 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 214 เดือนหรือ 17 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2545 เป็นต้นมา จากระดับ 53.6 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 52.2 โดยในเดือนตุลาคม 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.2% 41.7% และ 53.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.6% 42.4% และ 52.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 34 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2560 เป็นต้นมา จาก 83.4 เป็น 81.8 โดยในเดือนตุลาคม 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.3% 55.1% และ 31.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.7% 56.0% และ 30.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ตุลาคม 2561	76.5	60.6	92.4
พฤศจิกายน 2561	75.6	59.4	91.8
ธันวาคม 2561	74.6	58.6	90.7
มกราคม 2562	75.8	59.6	92.0
กุมภาพันธ์ 2562	77.1	60.8	93.3
มีนาคม 2562	75.8	59.9	91.8
เมษายน 2562	74.6	58.8	90.5
พฤษภาคม 2562	73.3	57.7	89.0
มิถุนายน 2562	72.2	56.8	87.7
กรกฎาคม 2562	70.9	55.8	86.0
สิงหาคม 2562	69.7	54.7	84.7
กันยายน 2562	68.5	53.6	83.4
ตุลาคม 2562	67.0	52.2	81.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2560	70.3	57.3	83.3
ไตรมาสที่ 2 2560	70.8	57.5	84.2
ไตรมาสที่ 3 2560	69.5	55.6	83.5
ไตรมาสที่ 4 2560	72.7	57.4	88.0
ไตรมาสที่ 1 2561	74.7	59.2	90.2
ไตรมาสที่ 2 2561	75.8	60.1	91.6
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
ตุลาคม 2562	67.0	52.2	81.8

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนตุลาคม 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 66 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา และยังคงเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 โดยปรับลดลงจากระดับ 88.9 สู่อันดับ 87.3 ทั้งนี้ในเดือนตุลาคม 2562 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 13.4% 60.5% และ 26.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 13.8% 61.2% และ 25.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 73.9% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับลดลงจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 75.0% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
ตุลาคม 2561	99.0
พฤศจิกายน 2561	98.4
ธันวาคม 2561	97.3
มกราคม 2562	98.7
กุมภาพันธ์ 2562	99.9
มีนาคม 2562	98.4
เมษายน 2562	96.7
พฤษภาคม 2562	95.0
มิถุนายน 2562	93.5
กรกฎาคม 2562	91.9
สิงหาคม 2562	90.4
กันยายน 2562	88.9
ตุลาคม 2562	87.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 1 2560	92.6
ไตรมาสที่ 2 2560	92.7
ไตรมาสที่ 3 2560	91.5
ไตรมาสที่ 4 2560	96.0
ไตรมาสที่ 1 2561	97.8
ไตรมาสที่ 2 2561	99.0
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
ตุลาคม 2562	87.3

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนตุลาคม 2562

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 ในทุกช่วงเวลา โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 217 เดือนหรือ 18 ปี 1 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 เป็นต้นมา จากระดับ 47.9 ในเดือนกันยายน มาอยู่ที่ระดับ 46.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2559 เป็นต้นมา จากระดับ 82.9 เป็นระดับ 81.3 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 65 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา ลดลงจากระดับ 72.2 เป็น 70.7

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ตุลาคม 2561	81.3	55.6	92.6
พฤศจิกายน 2561	80.5	54.3	92.0
ธันวาคม 2561	79.4	53.4	90.8
มกราคม 2562	80.7	54.5	92.3
กุมภาพันธ์ 2562	82.0	55.7	93.6
มีนาคม 2562	80.6	54.6	92.0
เมษายน 2562	79.2	53.5	90.5
พฤษภาคม 2562	77.7	52.3	88.8
มิถุนายน 2562	76.4	51.3	87.4
กรกฎาคม 2562	75.0	50.3	85.8
สิงหาคม 2562	73.6	49.1	84.4
กันยายน 2562	72.2	47.9	82.9
ตุลาคม	70.7	46.5	81.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 1 2560	75.7	53.7	84.7
ไตรมาสที่ 2 2560	76.0	53.7	85.2
ไตรมาสที่ 3 2560	74.5	51.3	84.3
ไตรมาสที่ 4 2560	78.6	53.2	89.5
ไตรมาสที่ 1 2561	79.7	54.4	90.6
ไตรมาสที่ 2 2561	80.8	55.0	91.9
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
ตุลาคม 2562	70.7	46.5	81.3

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2562

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 แม้ว่ารัฐบาลเริ่มมีมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจออกมามากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองทั้งในปัจจุบันและในอนาคต นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวช้าและกำลังซื้อของประชาชนยังไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนัก ประกอบกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลกเนื่องจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน และปัญหา Brexit รวมถึงการที่สหรัฐฯ ประกาศตัดสิทธิ GSP สำหรับสินค้าไทยที่ส่งออกไปยังสหรัฐฯ จำนวน 573 รายการ

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 57.9 67.0 และ 87.3 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกันยายน ที่อยู่ในระดับ 59.3 68.5 และ 88.9 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี的信心เกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 ดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 65 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2559 เป็นต้นมา จากระดับ 72.2 มาอยู่ที่ระดับ 70.7 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัวในปัจจุบัน สถานการณ์ทางการเมืองของไทย ตลอดจนสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองระหว่างประเทศทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยเฉพาะเรื่อง Brexit ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในปีนี้อีกทั้งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนสูง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม และความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคตที่ยับยั้งความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้ลดลงไปอีก

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 47.9 มาอยู่ที่ระดับ 46.5 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 217 เดือนหรือ 18 ปี 1 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 เป็นต้นมา แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีอย่างมาในมุมมองของผู้บริโภค ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลงเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 82.9 มาอยู่ที่ระดับ 81.3 ซึ่งยังปรับตัวอยู่ใกล้เคียงระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นในอนาคต หากไม่มีปัจจัยลบของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยเข้ามาเพิ่มเติมมากไปกว่าปัจจุบัน

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการต่อเนื่อง เนื่องมาจากความไม่มั่นใจในสถานการณ์การเมือง อีกทั้งผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงสูง ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ จะส่งผลให้ต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเชิงลบในอนาคต และทำให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างต่อเนื่องไปจนถึงสิ้นปีนี้เป็นอย่างน้อย ดังนั้น รัฐบาลควรดำเนินนโยบายการเงินและการคลังผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2562

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	40.9	40.7	40.1	41.0	40.0	40.0	44.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	74.8	72.8	77.0	75.5	72.3	74.7	81.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	52.2	51.7	49.0	53.0	46.8	56.0	57.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	81.8	83.0	81.0	79.7	78.6	83.0	82.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	87.3	89.2	85.4	87.8	86.1	81.0	89.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	57.9	56.8	58.6	58.3	56.2	57.4	62.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	67.0	67.4	65.0	66.4	62.7	69.5	70.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	70.7	71.1	69.7	70.8	68.3	69.3	74.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกันยายน 2562	-1.5	-1.6	-1.4	-1.4	-1.5	-1.5	-1.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	46.5	46.2	44.6	47.0	43.4	48.0	50.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.3	81.7	81.1	81.0	79.0	79.6	84.6

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	42.2	42.0	41.2	42.3	41.2	41.2	45.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	76.5	74.6	78.4	77.1	74.0	76.3	83.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	53.6	53.2	50.2	54.5	48.2	57.5	59.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	83.4	84.6	82.4	81.2	80.1	84.7	84.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	88.9	90.8	87.1	89.1	87.7	82.6	91.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	59.3	58.3	59.8	59.7	57.6	58.8	64.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.5	68.9	66.3	67.9	64.2	71.1	71.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	72.2	72.7	71.1	72.2	69.8	70.8	75.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนสิงหาคม 2562	-1.4	-1.5	-1.4	-1.2	-1.3	-1.3	-1.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	47.9	47.6	45.7	48.4	44.7	49.4	52.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	82.9	83.3	82.6	82.5	80.6	81.2	86.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	43.5	43.5	42.7	43.4	42.5	42.4	46.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	78.2	76.4	80.1	78.6	75.3	77.7	85.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	54.7	54.4	51.3	55.4	49.3	58.3	60.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	84.7	86.0	83.6	82.4	81.4	86.2	85.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	90.4	92.4	88.5	90.2	89.1	84.1	93.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	60.9	60.0	61.4	61.0	58.9	60.1	66.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.7	70.2	67.5	68.9	65.4	72.3	73.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.6	74.2	72.5	73.4	71.1	72.1	77.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	49.1	49.0	47.0	49.4	45.9	50.4	53.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.4	84.9	84.1	83.7	81.9	82.7	88.0

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย