

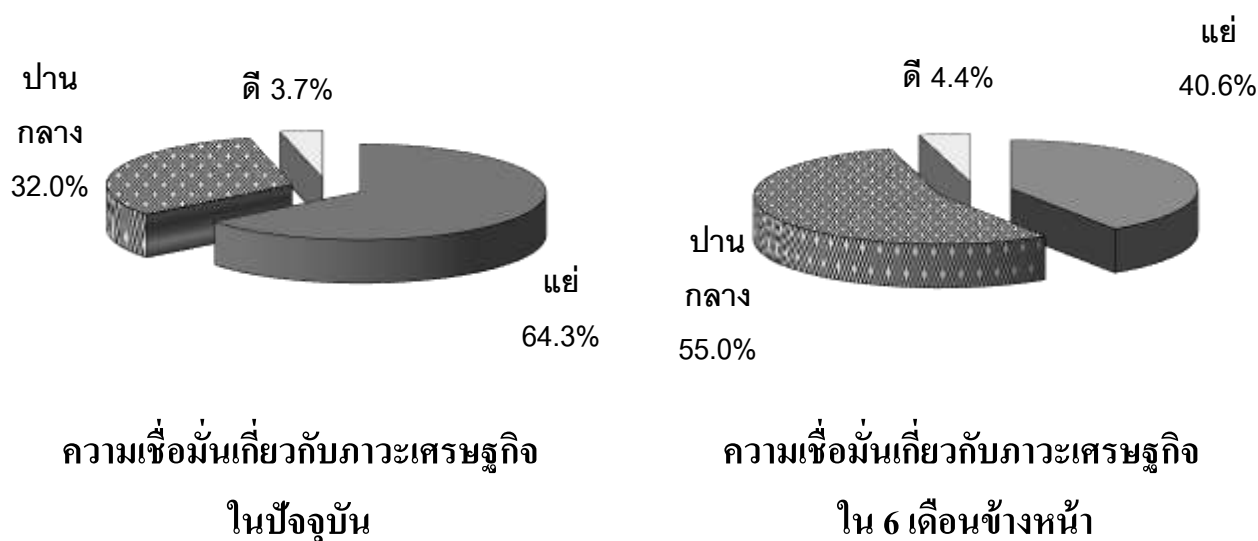


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

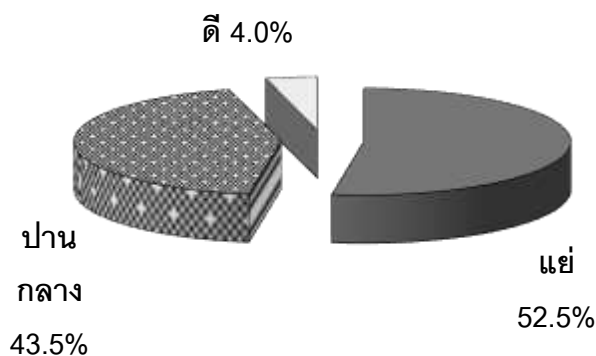
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนสิงหาคม 2566
ความเชื่อมั่นทุกรายการปรับตัวดีขึ้นอีกครั้งหลังมีการแต่งตั้งนายกรัฐมนตรีของไทยคนที่ 30

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



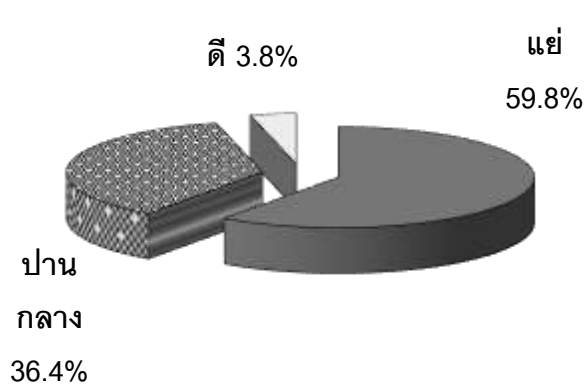
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



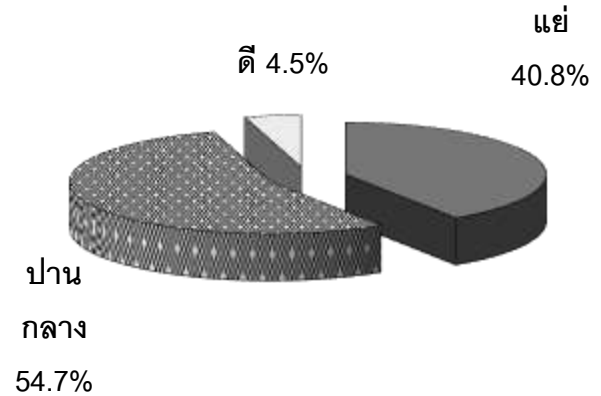
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 51.6

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

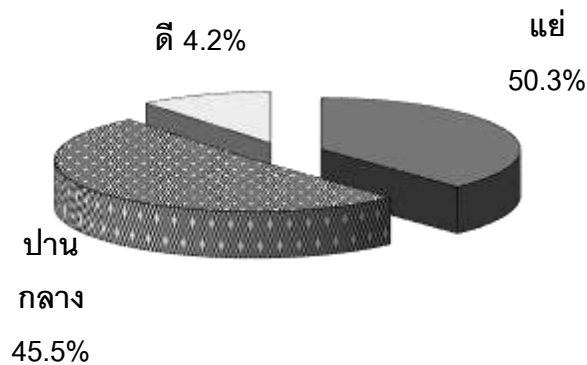


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

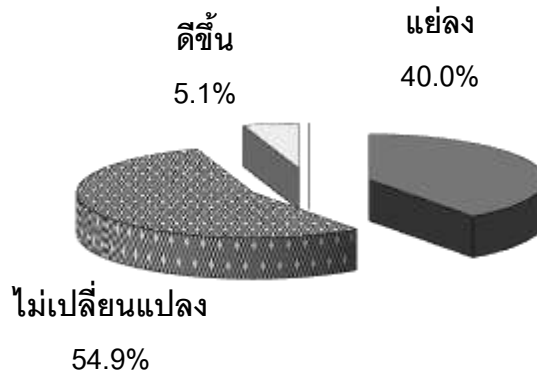
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่มาก



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 53.9

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 65.2

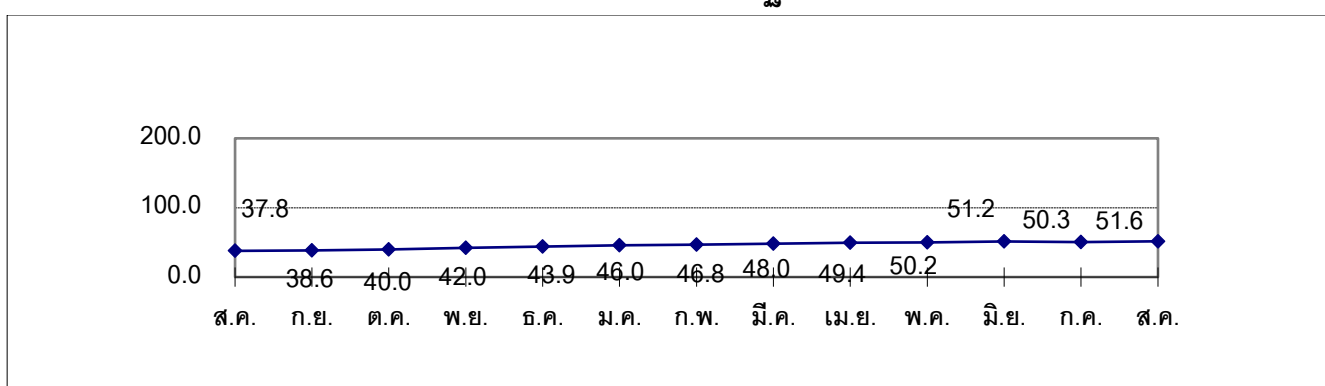
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม 2566

รายการ	กรกฎาคม 2566			สิงหาคม 2566		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.6	31.2	65.2	3.7	32.0	64.3
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	4.1	53.9	41.9	4.4	55.0	40.6
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.7	35.7	60.6	3.8	36.4	59.8
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	4.2	54.0	41.8	4.5	54.7	40.8
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	4.7	54.5	40.8	5.1	54.9	40.0
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	3.9	42.6	53.5	4.0	43.5	52.5
7. โอกาสในการหางานรวม	4.0	44.8	51.2	4.2	45.5	50.3

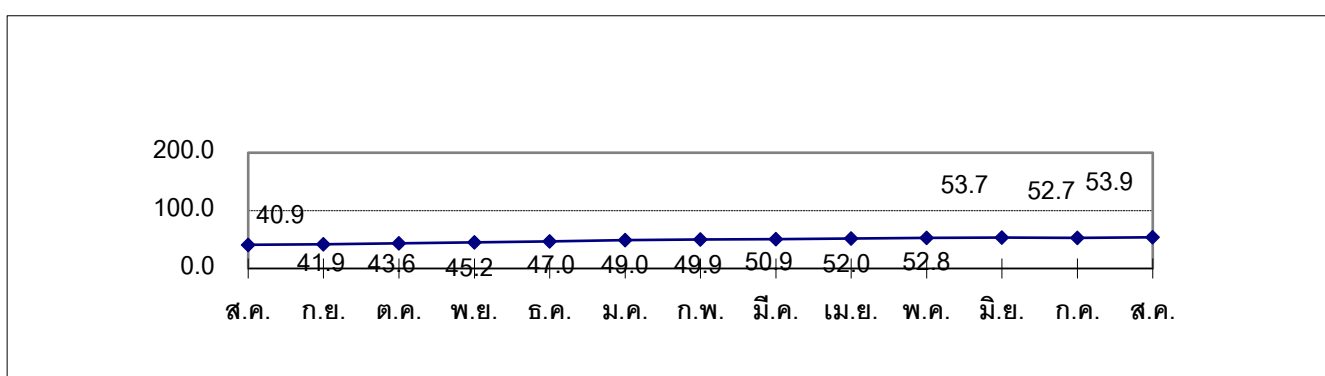
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2566

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	48.0	49.4	50.2	51.2	50.3	51.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	50.9	52.0	52.8	53.7	52.7	53.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	62.5	63.6	64.2	65.1	63.9	65.2

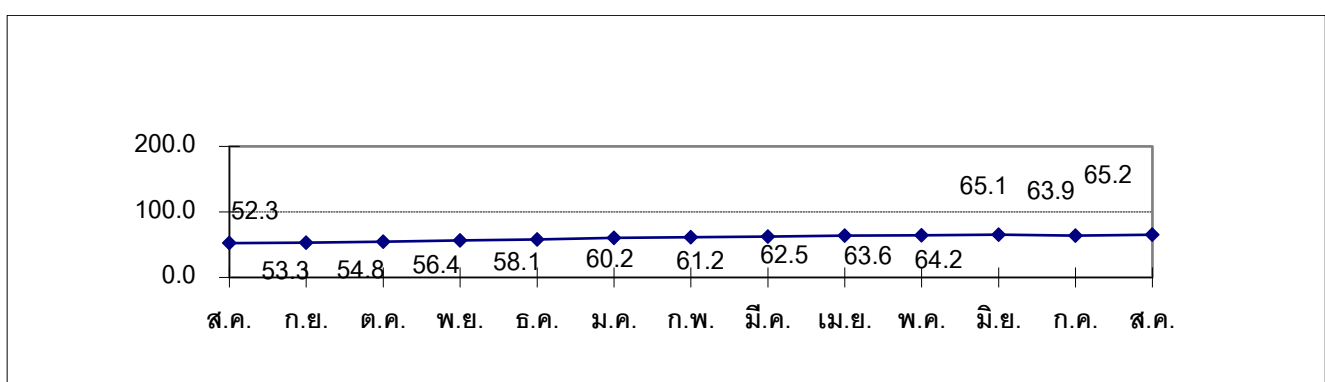
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



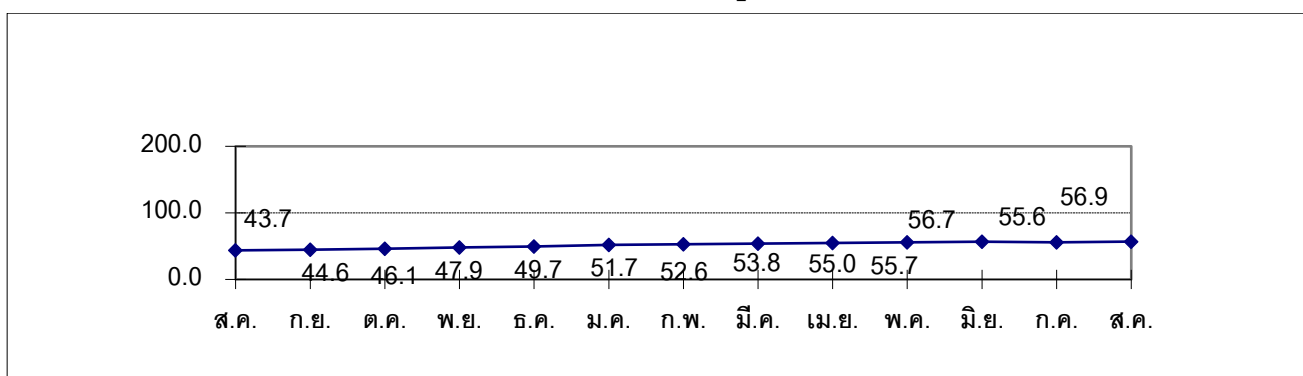
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



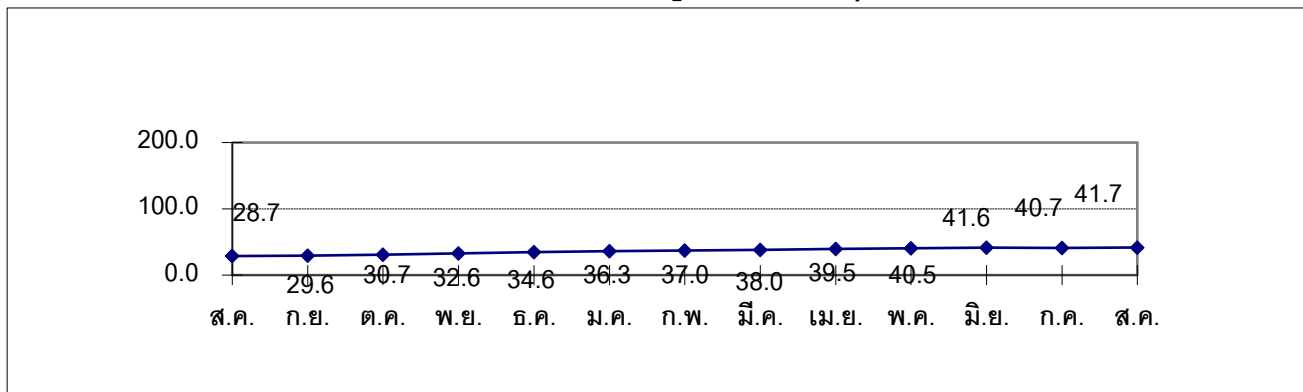
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2566

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	53.8	55.0	55.7	56.7	55.6	56.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	38.0	39.5	40.5	41.6	40.7	41.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	61.4	62.5	63.1	63.9	62.8	64.2

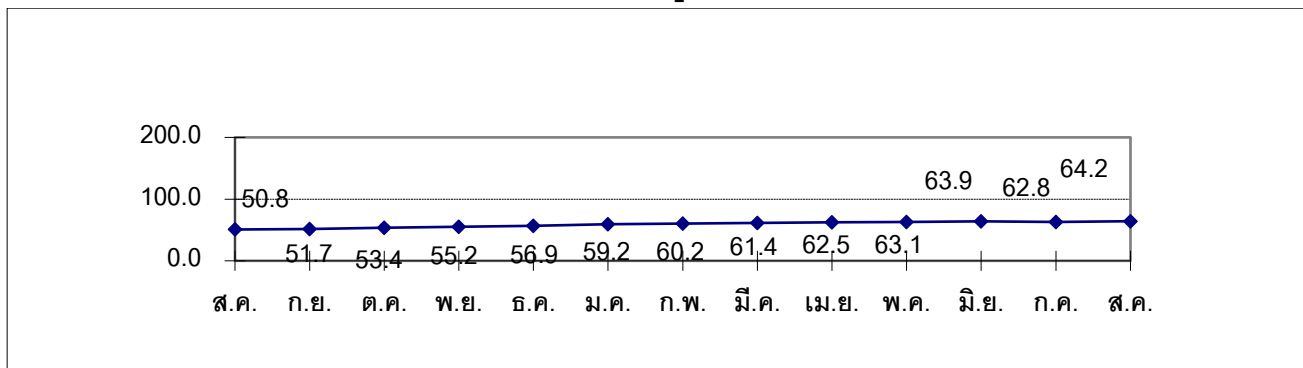
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2566 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,244 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2566

ในเดือนสิงหาคม 2566 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ปัจจัยการเมืองในประเทศเริ่มมีความชัดเจนขึ้น หลังจากมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้ง นายเศรษฐา ทวีสิน เป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2566 หลังจากที่มีการเลือกตั้งในวันที่ 14 พฤษภาคม 2566 ที่ผ่านมา ซึ่งจะหนุนต่อการลงทุนและภาวะเศรษฐกิจโดยรวม แม้ว่าอยู่ระหว่างการแต่งตั้งคณะรัฐมนตรี และการแถลงนโยบายของรัฐบาล
2. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศ ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น
3. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีเกือบทุกรายการสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น
4. ราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 31.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2566
5. SET Index ในเดือนสิงหาคม 2566 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 9.88 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,556.06 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2566 เป็น 1,565.94 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2566 ซึ่งบรรยากาศการลงทุนทั่วโลกยังมีความกังวลเรื่องการขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางต่างๆ ทั่วโลกเพื่อสกัดกั้นเงินเฟ้อ อาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 34.627 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2566 เป็น 35.047 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2566 สะท้อนว่ามีการไหลเข้าสู่สุทธิของเงินตราต่างประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนสิงหาคม 2566 ได้แก่

1. ผู้บริโภครู้สึกว่าเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ โดยเฉพาะราคาน้ำมันและค่าไฟฟ้า รวมถึงผู้บริโภครู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

2. ผู้บริโภครู้สึกกังวลต่อความล่าช้าและความไม่แน่นอนในการจัดตั้งรัฐบาล ตลอดจนเสถียรภาพทางการเมืองหลังจัดตั้งรัฐบาล

3. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยภาวะเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ในไตรมาส 2 ปี 2566 ขยายตัว 1.8% ชะลอจากไตรมาสแรกที่ขยายตัว 2.6% รวมครึ่งปีแรกขยายตัว 2.2% พร้อมทั้งปรับลดประมาณการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ปี 2566 ลงเหลือ 2.5-3.0% จากเดิมคาด 2.7-3.7% เนื่องจากการหดตัวของการส่งออกอย่างต่อเนื่องถึง 3 ไตรมาส ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจของประเทศคู่ค้าหลักยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ รวมถึงการเบิกจ่ายงบประมาณ 2567 ล่าช้าจากปกติ

4. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.70 บาทต่อลิตร จากระดับ 38.08 และ 38.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2566 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 39.78 และ 40.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2566 ตามลำดับ

5. สถานการณ์เศรษฐกิจโลกและปัญหาสถาบันการเงินในสหรัฐฯ ส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อเศรษฐกิจไทย ผู้บริโภคเชื่อว่าเศรษฐกิจโลกจะเข้าสู่ภาวะถดถอยและอาจมีปัญหารุนแรงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในที่สุด

6. การส่งออกของไทยในเดือนกรกฎาคม 2566 มีมูลค่า 22,143.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 6.23 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 24,120.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 11.05 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 1,977.76 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 7 เดือนของปี 2566 ส่งออกได้รวม 163,313.52 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.49 และมีการนำเข้ารวม 171,598.86 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.65 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 8,285.34 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

7. ความกังวลต่อสถานการณ์เอลนีโญ และภัยแล้ง ที่จะส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้น้ำ ทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ และภาคครัวเรือน

8. ความกังวลต่อสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ที่อาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2566

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นอีกครั้งหลังจากเดือนที่แล้วที่ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน เนื่องจาก ผู้บริโภคเริ่มกลับมามีความเชื่อมั่นในการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ว่าจะจัดตั้งได้เร็วเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวขึ้นหลังจากที่มีการแต่งตั้งนายเศรษฐา ทวีสิน เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 30 ของประเทศไทย และเห็นว่าการเมืองไทยจะมีเสถียรภาพมากขึ้นในอนาคตหลังจากที่มีการจัดตั้งรัฐบาลหลายชั่วคราวเมืองต่างๆ ที่มีความเห็นแตกต่างกัน โดยที่ความขัดแย้งทางการเมืองน่าจะคลี่คลายลง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ยังทรงตัวสูง โดยเฉพาะค่าไฟฟ้ารวมถึงความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ตลอดจนการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทยทำให้การส่งออกในช่วงนี้หดตัวลง และมีผลกระทบในเชิงลบต่อกำลังซื้อของประชาชนในทุกภูมิภาค สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนสิงหาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 50.3 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 51.6 ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2566 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 43.5% และ 52.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 42.6% และ 53.5% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย ประกอบกับปัญหาค่าครองชีพและราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูงในปัจจุบัน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 38.4 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 39.4 โดยในเดือนสิงหาคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.7% 32.0% และ 64.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.6% 31.2% และ 65.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนสิงหาคม 2566 ยังคงปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 62.2 มาอยู่ที่ระดับ 63.7 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.4% 55.0% และ 40.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 53.9% และ 41.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนัก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
สิงหาคม 2565	37.8	25.8	49.8
กันยายน 2565	38.6	26.6	50.5
ตุลาคม 2565	40.0	27.8	52.2
พฤศจิกายน 2565	42.0	29.8	54.3
ธันวาคม 2565	43.9	31.8	55.9
มกราคม 2566	46.0	33.6	58.3
กุมภาพันธ์ 2566	46.8	34.3	59.4
มีนาคม 2566	48.0	35.3	60.7
เมษายน 2566	49.4	37.0	61.8
พฤษภาคม 2566	50.2	38.0	62.3
มิถุนายน 2566	51.2	39.2	63.2
กรกฎาคม 2566	50.3	38.4	62.2
สิงหาคม 2566	51.6	39.4	63.7

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2564	34.9	22.9	46.9
ไตรมาสที่ 4 2564	38.9	26.0	51.9
ไตรมาสที่ 1 2565	37.2	24.6	49.9
ไตรมาสที่ 2 2565	34.9	23.1	46.6
ไตรมาสที่ 3 2565	37.6	25.7	49.5
ไตรมาสที่ 4 2565	42.0	29.8	54.2
ไตรมาสที่ 1 2566	46.9	34.4	59.5
ไตรมาสที่ 2 2566	50.2	38.0	62.4
ก.ค. - ส.ค. 2566	50.9	38.9	63.0

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนสิงหาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 52.7 สู่ระดับ 53.9 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 45.5% และ 50.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 44.8% และ 51.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีจากราคาน้ำมันแพง และค่าครองชีพสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนสิงหาคม 2566 ปรับตัวดีขึ้น เช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน จากระดับ 43.1 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 43.9 โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.8% 36.4% และ 59.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.7% 35.7% และ 60.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 62.4 เป็น 63.8 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.5% 54.7% และ 40.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 54.0% และ 41.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจชะลอตัวลงในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
สิงหาคม 2565	40.9	31.6	50.2
กันยายน 2565	41.9	32.6	51.3
ตุลาคม 2565	43.6	33.6	53.1
พฤศจิกายน 2565	45.2	35.4	54.9
ธันวาคม 2565	47.0	37.3	56.7
มกราคม 2566	49.0	39.1	58.9
กุมภาพันธ์ 2566	49.9	39.7	60.0
มีนาคม 2566	50.9	40.6	61.1
เมษายน 2566	52.0	42.0	62.1
พฤษภาคม 2566	52.8	42.9	62.6
มิถุนายน 2566	53.7	44.0	63.3
กรกฎาคม 2566	52.7	43.1	62.4
สิงหาคม 2566	53.9	43.9	63.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2564	37.3	28.0	46.7
ไตรมาสที่ 4 2564	41.5	31.3	51.7
ไตรมาสที่ 1 2565	40.1	30.2	50.1
ไตรมาสที่ 2 2565	38.3	29.3	47.4
ไตรมาสที่ 3 2565	40.9	31.6	50.2
ไตรมาสที่ 4 2565	45.3	35.5	54.9
ไตรมาสที่ 1 2566	49.9	39.8	60.0
ไตรมาสที่ 2 2566	52.8	43.0	62.7
ก.ค. - ส.ค. 2566	53.3	43.5	63.1

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนสิงหาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 63.9 สู่อันดับ 65.2 ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 5.1% 54.9% และ 40.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.7% 54.5% และ 40.8% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 94.9% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
สิงหาคม 2565	52.3
กันยายน 2565	53.3
ตุลาคม 2565	54.8
พฤศจิกายน 2565	56.4
ธันวาคม 2565	58.1
มกราคม 2566	60.2
กุมภาพันธ์ 2566	61.2
มีนาคม 2566	62.5
เมษายน 2566	63.6
พฤษภาคม 2566	64.2
มิถุนายน 2566	65.1
กรกฎาคม 2566	63.9
สิงหาคม 2566	65.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 3 2563	59.9
ไตรมาสที่ 4 2563	60.3
ไตรมาสที่ 1 2564	57.7
ไตรมาสที่ 2 2564	53.6
ไตรมาสที่ 3 2564	49.7
ไตรมาสที่ 4 2564	54.6
ไตรมาสที่ 1 2565	52.7
ไตรมาสที่ 2 2565	49.3
ไตรมาสที่ 3 2565	52.1
ไตรมาสที่ 4 2565	56.4
ไตรมาสที่ 1 2566	61.3
ไตรมาสที่ 2 2566	64.3
ก.ค. - ส.ค. 2566	64.5

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนสิงหาคม 2566

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2566 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 40.7 มาอยู่ที่ระดับ 41.7 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 62.8 มาอยู่ที่ระดับ 64.2 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 55.6 เป็น 56.9

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
สิงหาคม 2565	43.7	28.7	50.8
กันยายน 2565	44.6	29.6	51.7
ตุลาคม 2565	46.1	30.7	53.4
พฤศจิกายน 2565	47.9	32.6	55.2
ธันวาคม 2565	49.7	34.6	56.9
มกราคม 2566	51.7	36.3	59.2
กุมภาพันธ์ 2566	52.6	37.0	60.2
มีนาคม 2566	53.8	38.0	61.4
เมษายน 2566	55.0	39.5	62.5
พฤษภาคม 2566	55.7	40.5	63.1
มิถุนายน 2566	56.7	41.6	63.9
กรกฎาคม 2566	55.6	40.7	62.8
สิงหาคม 2566	56.9	41.7	64.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2564	40.6	25.5	47.7
ไตรมาสที่ 4 2564	45.0	28.6	52.7
ไตรมาสที่ 1 2565	43.4	27.4	50.9
ไตรมาสที่ 2 2565	40.8	26.2	47.8
ไตรมาสที่ 3 2565	43.5	28.7	50.6
ไตรมาสที่ 4 2565	47.9	32.6	55.2
ไตรมาสที่ 1 2566	52.7	37.1	60.3
ไตรมาสที่ 2 2566	55.8	40.5	63.1
ก.ค. - ส.ค. 2566	56.2	41.2	63.5

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2566

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นอีกครั้งหลังจากเดือนที่แล้วที่ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน เนื่องจาก ผู้บริโภคเริ่มกลับมาเชื่อมั่นในการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ว่าจะจัดตั้งได้เร็วเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวขึ้นหลังจากที่มีการแต่งตั้ง นายเศรษฐา ทวีสิน เป็นนายกรัฐมนตรีคนที่ 30 ของประเทศไทย และเห็นว่าการเมืองไทยจะมีเสถียรภาพมากขึ้นในอนาคตหลังจากที่มีการจัดตั้งรัฐบาลสลายขั้วการเมืองต่างๆ ที่มีความเห็นแตกต่างกันโดยที่ความขัดแย้งทางการเมืองน่าจะคลี่คลายลง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ยังทรงตัวสูง โดยเฉพาะค่าไฟฟ้ารวมถึงความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ตลอดจนการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทยทำให้การส่งออกในช่วงนี้หดตัวลง และมีผลกระทบในเชิงลบต่อกำลังซื้อของประชาชนในทุกภูมิภาค

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 51.6 53.9 และ 65.2 ตามลำดับ ปรับตัวดีขึ้นทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกรกฎาคม ที่อยู่ในระดับ 50.3 52.7 และ 63.9 ตามลำดับ แสดงว่าผู้บริโภคเริ่มกลับมาเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยสามารถกลับมาฟื้นตัวได้หลังมีการจัดตั้งรัฐบาล อย่างไรก็ตาม ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศ ราคาพลังงานและค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมี โอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ที่ปรับตัวจากระดับ 55.6 เป็น 56.9 เป็นการปรับตัวดีขึ้นหลังจากการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือนเพราะการจัดตั้งรัฐบาลที่ล่าช้า อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้าค่าครองชีพสูงและการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยและทั่วโลก ส่งผลกระทบทางจิตวิทยาในเชิงลบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยยังคงมีโอกาสนับถือนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 40.7 เป็น 41.7 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวดีขึ้นเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 62.8 มาอยู่ที่ระดับ 64.2 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่เริ่มกลับมาปรับตัวขึ้นจากสถานการณ์การเมืองและการจัดตั้งรัฐบาลใหม่ที่มีเสถียรภาพ ให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคน่าจะปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง หากรัฐบาลใหม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจไทยให้ฟื้นตัวขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมอย่างรวดเร็วภายใต้ นโยบายที่ได้หาเสียงไว้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2566 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกรายการในทุกภูมิภาค ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	39.4	39.2	39.7	40.0	40.4	36.3	41.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	63.7	61.3	67.4	66.6	61.8	60.4	69.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	43.9	42.3	43.2	46.9	40.3	46.5	48.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	63.8	64.1	67.6	67.5	62.3	64.2	63.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.2	65.9	65.6	69.8	63.7	57.6	66.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	51.6	50.3	53.6	53.3	51.1	48.4	55.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	53.9	53.2	55.4	57.2	51.3	55.4	56.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.9	56.5	58.2	60.1	55.4	53.8	59.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกรกฎาคม 2566	1.2	1.3	1.1	1.0	1.2	1.3	1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	41.7	40.8	41.5	43.5	40.4	41.4	45.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.2	63.8	66.9	68.0	62.6	60.7	66.9

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	38.4	38.0	38.7	39.1	39.4	35.2	40.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	62.2	59.8	66.1	65.4	60.3	58.9	68.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	43.1	41.3	42.4	46.1	39.5	45.5	47.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	62.4	62.7	66.3	66.4	61.2	62.8	62.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	63.9	64.5	64.4	68.7	62.4	56.1	65.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	50.3	48.9	52.4	52.3	49.9	47.1	54.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	52.7	52.0	54.4	56.3	50.4	54.2	55.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	55.6	55.1	57.1	59.1	54.2	52.4	58.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมิถุนายน 2566	-1.0	-1.0	-0.7	-0.7	-0.8	-0.7	-0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.7	39.7	40.6	42.6	39.5	40.4	44.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	62.8	62.3	65.6	66.8	61.3	59.3	65.7

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2566

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	39.2	39.0	39.5	39.9	40.2	35.9	41.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	63.2	61.0	66.8	66.0	61.2	59.8	69.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	44.0	42.3	43.3	46.9	40.5	46.5	48.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	63.3	62.7	66.3	66.4	61.2	62.8	62.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.1	65.8	65.4	69.6	63.5	57.0	67.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	51.2	50.0	53.2	53.0	50.7	47.9	55.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	53.7	52.5	54.8	56.7	50.9	54.7	55.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.7	56.1	57.8	59.7	55.0	53.2	59.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	41.6	40.7	41.4	43.4	40.4	41.2	45.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	63.9	63.2	66.2	67.3	62.0	59.9	66.5

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย