



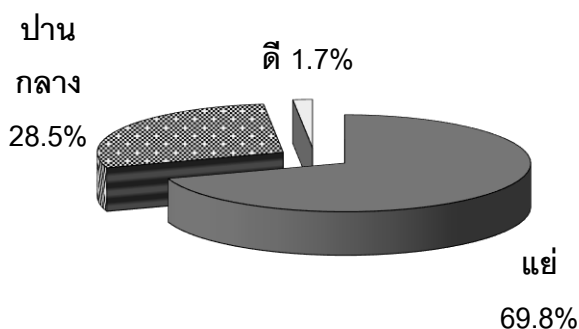
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

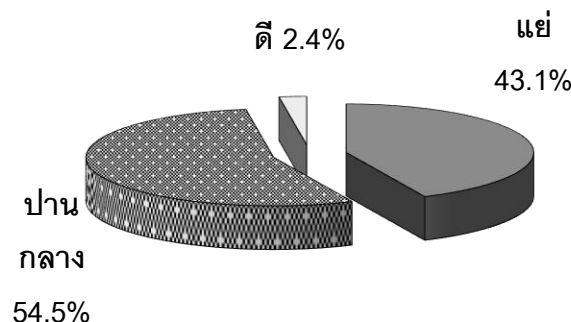
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนตุลาคม 2568

ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน เพราะมีความหวังและเชื่อมั่นว่ามาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

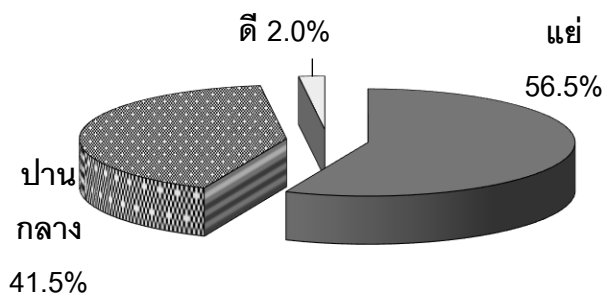


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

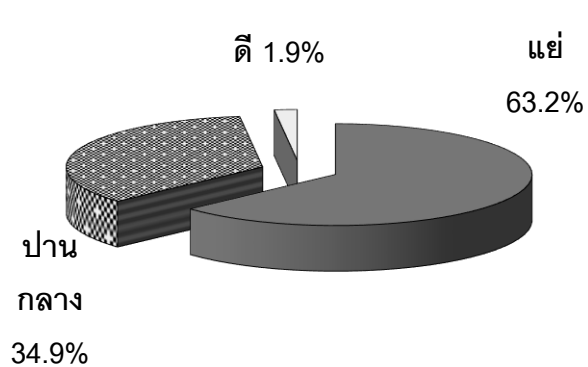
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



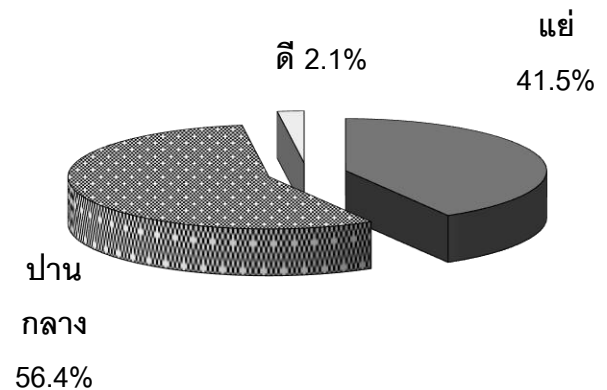
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 45.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

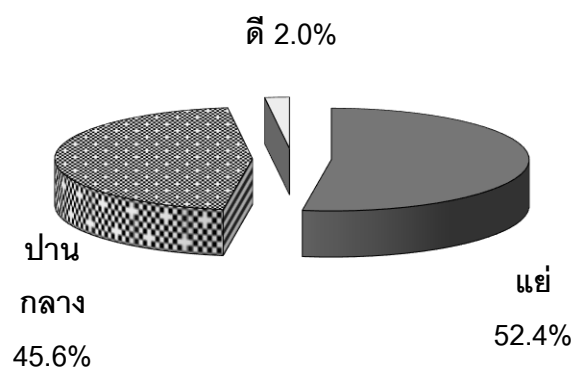


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

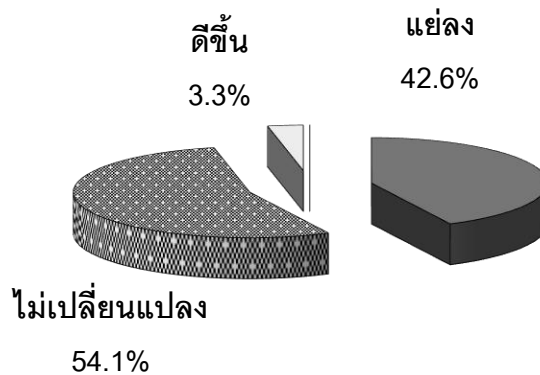
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 49.6

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 60.6

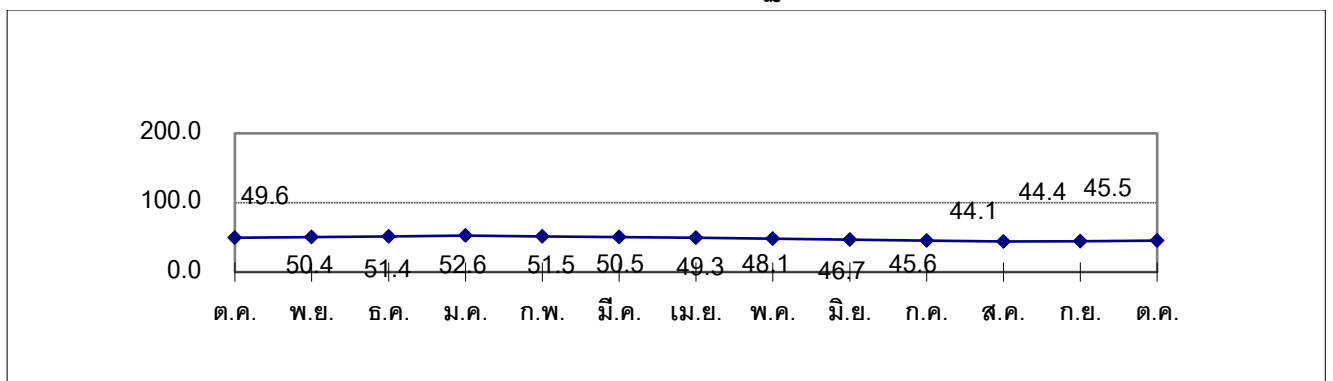
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายนและตุลาคม 2568

รายการ	กันยายน 2568			ตุลาคม 2568		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.6	27.9	70.5	1.7	28.5	69.8
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	2.1	53.5	44.4	2.4	54.5	43.1
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	1.7	34.3	64.0	1.9	34.9	63.2
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	1.9	55.3	42.8	2.1	56.4	41.5
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	3.0	53.3	43.7	3.3	54.1	42.6
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	1.9	40.7	57.4	2.0	41.5	56.5
7. โอกาสในการหางานรวม	1.8	44.8	53.4	2.0	45.6	52.4

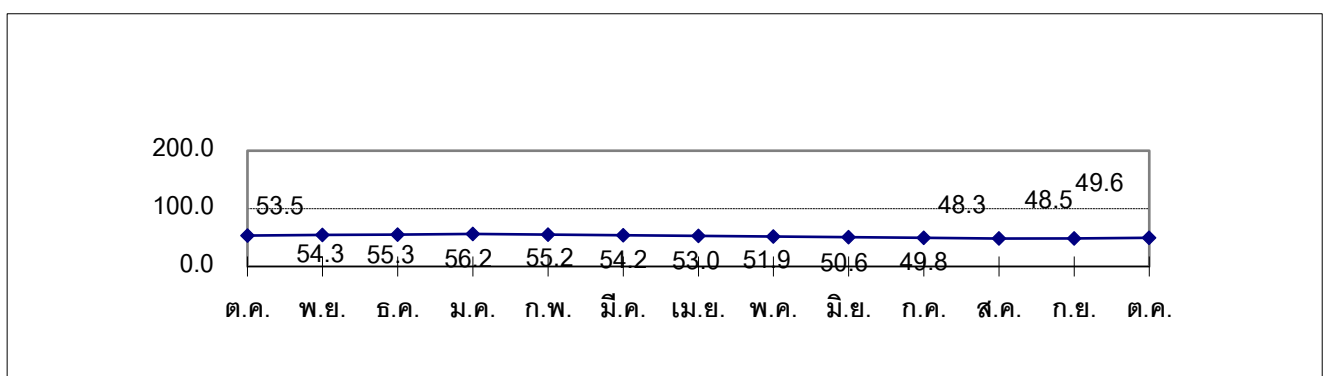
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม 2568

รายการ	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	48.1	46.7	45.6	44.1	44.4	45.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	51.9	50.6	49.8	48.3	48.5	49.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	62.7	60.9	59.6	58.0	59.3	60.6

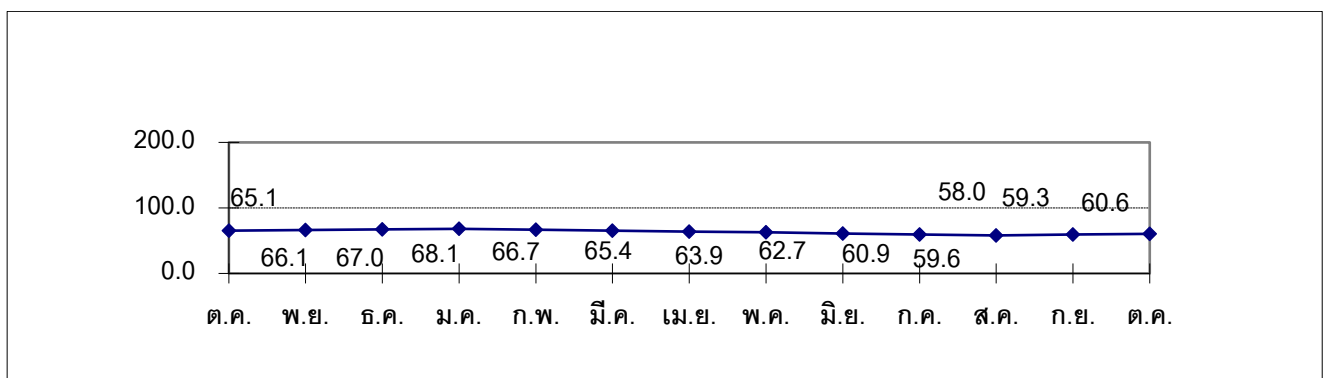
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



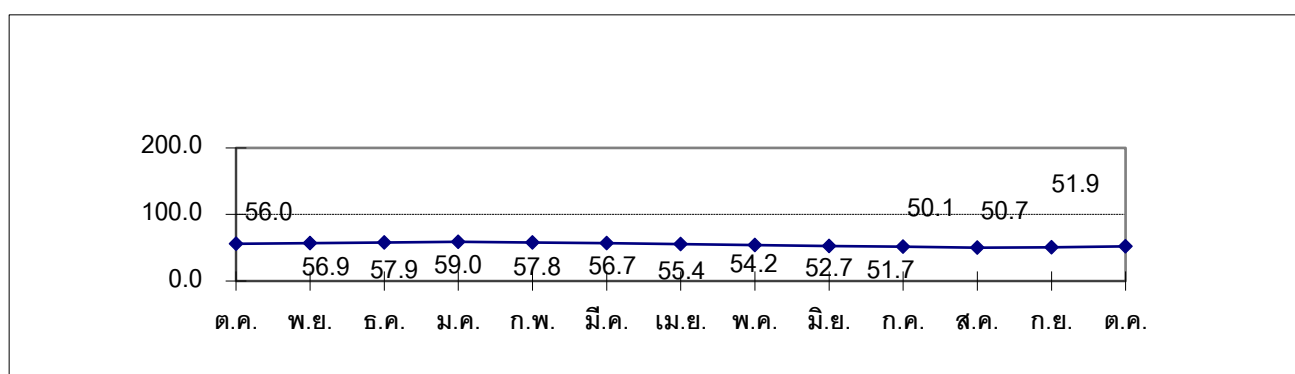
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



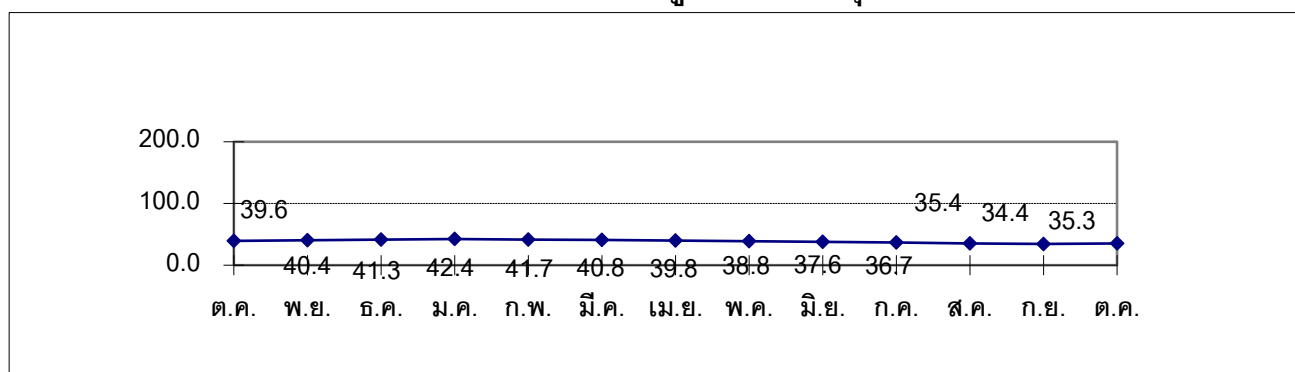
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนพฤษภาคมถึงตุลาคม 2568

รายการ	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	54.2	52.7	51.7	50.1	50.7	51.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	38.8	37.6	36.7	35.4	34.4	35.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	61.7	60.1	58.9	57.3	57.3	60.1

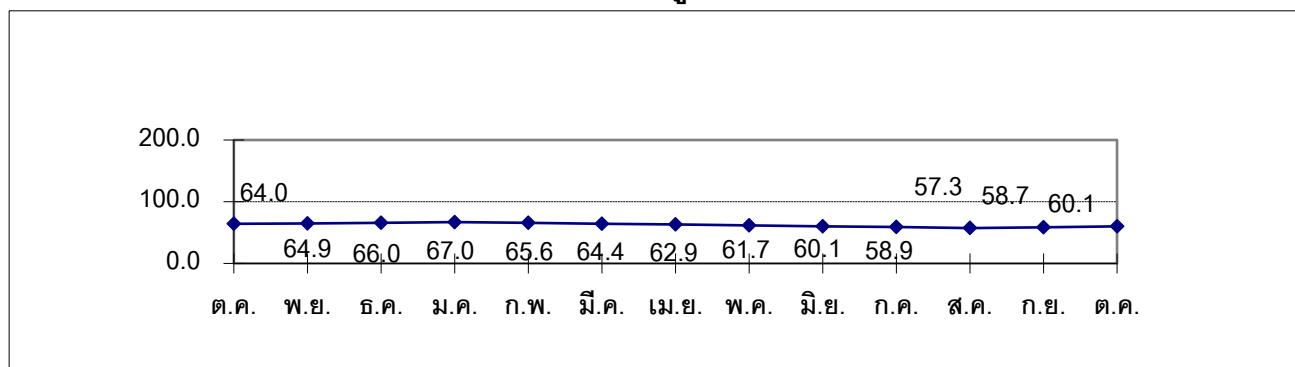
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2568 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,244 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ประมาณร้อยละ 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2568

ในเดือนตุลาคม 2568 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ปัจจัยการเมืองในประเทศเริ่มมีความชัดเจนขึ้น หลังจากมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งนายอนุทิน ชาญวีรกูล เป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 7 กันยายน 2568 พร้อมทั้งได้มีการแถลงนโยบายต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 29-30 กันยายน 2568 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจะหนุนความเชื่อมั่น บรรยากาศการลงทุน และภาวะเศรษฐกิจโดยรวม
2. รัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ ผ่านโครงการ “คนละครึ่งพลัส” คลอบคลุมประชาชน 20 ล้านคน เพื่อเพิ่มกำลังซื้อ ลดรายจ่ายและกระจายรายได้สู่ร้านค้าท้องถิ่น โดยเปิดลงทะเบียนผ่านแอป “เป๋าตัง” วันที่ 20-26 ตุลาคม 2568 และเริ่มใช้สิทธิตั้งแต่วันที่ 29 ตุลาคม – 31 ธันวาคม 2568 โดยต้องใช้สิทธิครั้งแรกภายใน 11 พฤศจิกายน 2568 ผู้ที่ยื่นภาษีได้รับวงเงินสิทธิสูงสุด 2,400 บาท ส่วนผู้ที่ไม่ยื่นภาษีได้รับสูงสุด 2,000 บาท
3. มาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ที่เปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถนำค่าใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ เช่น ค่าที่พัก และค่าอาหาร มาหักลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้สูงสุด 30,000 บาท โดยสามารถใช้สิทธิได้ระหว่างวันที่ 29 ตุลาคม - 15 ธันวาคม 2568 เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในประเทศให้เติบโตยิ่งขึ้น
4. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติ 5 ต่อ 2 เสียงให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.50% ต่อปี โดยกรรมการเสียงข้างมากเห็นว่า ควรรักษานโยบายการเงินให้อยู่ในระดับผ่อนคลายและรอผลของการลดดอกเบี้ยครั้งก่อน เนื่องจากขีดความสามารถของนโยบายการเงินมีจำกัด ขณะที่กรรมการ 2 เสียงเห็นว่า

ควรรลดอัตราดอกเบี้ยลง 0.25% เพื่อช่วยสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจและบรรเทาภาระหนี้ของกลุ่มเปราะบาง และคาดการณ์เศรษฐกิจไทยในปี 2568 จะขยายตัว 2.2% ส่วนปี 2569 จะขยายตัว 1.6%

5. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ปรับประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2568 โดยคาดว่าจะขยายตัว 2.4% ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ 1.9%-2.9%) ปรับเพิ่มจากประมาณการครั้งก่อนที่ขยายตัว 2.2% ต่อปี (ณ กรกฎาคม 2568) เนื่องจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลในช่วงปลายปี ที่คาดว่าจะกระตุ้นการบริโภคภายในประเทศให้ขยายตัวได้ดีในไตรมาสที่ 4 ของปี 2568 และภาคการส่งออกที่ยังขยายตัวได้ดีอย่างต่อเนื่อง ส่วนในปี 2569 คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัว 2.0% ต่อปี (ช่วงคาดการณ์ 1.5%-2.5%) เนื่องจากมีการเร่งส่งออกในปี 2568 เพื่อหลีกเลี่ยงผลกระทบจากมาตรการภาษีการค้าของสหรัฐเป็นสำคัญ

6. SET Index ในเดือนตุลาคม 2568 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 35.33 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,274.17 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน 2568 เป็น 1,309.50 จุด ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2568 โดยได้แรงหนุนจากความคาดหวังมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของภาครัฐ การคลี่คลายความตึงเครียดทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ภายหลังจากการประชุม APEC รวมถึงการลดอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางสหรัฐ (Fed) ลง 0.25%

7. การส่งออกของไทยในเดือนกันยายน 2568 มีมูลค่า 30,970.70 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 19.00% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 29,695.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 17.17% ส่งผลให้เกินดุลการค้า 1,275.15 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 9 เดือนปี 2568 ส่งออกได้รวม 254,146.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.94 และมีการนำเข้ารวม 254,575.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.92 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 429.32 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

8. ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติเห็นชอบขยายเวลาคงอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ไว้ที่ 7% ต่ออีก 1 ปี โดยนับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2568 ถึง 30 กันยายน 2569 เพื่อส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ

9. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 0.80 และ 0.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 32.28 และ 32.65 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2568 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 31.48 และ 31.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2568 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ปรับตัวลดลงประมาณ 1.00 บาทต่อลิตร จากระดับ 31.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2568 มาอยู่ที่ระดับ 30.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2568

10. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 32.006 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2568 เป็น 32.551 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนตุลาคม 2568 ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการส่งออกและกระตุ้นการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจโดยรวมของไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนตุลาคม 2568 ได้แก่

1. ผู้บริโภคมีความรู้สึกไม่สบายใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกไม่สบายใจในปัจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
2. ความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัดโดยเฉพาะในภาคเหนือ และภาคกลาง ที่สร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร
3. ราคาข้าวเปลือกเจ้า ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ มันสำปะหลัง และยางพารา อยู่ในระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่มากนัก มีผลต่อกำลังซื้อในบางพื้นที่ต่างจังหวัดในระยะนี้
4. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งบริเวณชายไทย - กัมพูชา ที่ยกระดับจนเกิดเหตุรุนแรงจนเกิดการสู้รบในช่วงปลายเดือนกรกฎาคม แม้ว่าจะมีการเจรจาหยุดยิงก็ตาม แต่สถานการณ์ดังกล่าว ยังส่งผลให้เกิดความกังวลต่อประชาชนในจังหวัดตามแนวชายแดนไทยกัมพูชา รวมทั้งบรรยากาศการค้า การท่องเที่ยว และการลงทุนที่ชะงักงัน
5. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและพลังงานโลกให้ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 9 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังและมีความเชื่อมั่นว่านโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลจะทำให้ฟื้นตัวได้ในระยะสั้น แม้จะยังมีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบจากสงครามการค้าที่สหรัฐฯ และสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างไทยกับกัมพูชาที่อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอาจฟื้นตัวได้ช้าก็ตาม สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนตุลาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 44.4 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 45.5 ทั้งนี้ ในเดือนตุลาคม 2568 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 41.5% และ 56.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 40.7% และ 57.4% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 31.1 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 31.9 ในเดือนตุลาคม 2568 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.7% 28.5% และ 69.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคเห็น

ว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.6% 27.9% และ 70.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนตุลาคม 2568 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 57.8 มาอยู่ที่ระดับ 59.2 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.4% 54.5% และ 43.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 52.2% และ 45.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนักเช่นกัน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ตุลาคม 2567	49.6	36.4	62.8
พฤศจิกายน 2567	50.4	37.2	63.6
ธันวาคม 2567	51.4	38.1	64.8
มกราคม 2568	52.6	39.4	65.8
กุมภาพันธ์ 2568	51.5	38.6	64.5
มีนาคม 2568	50.5	37.7	63.3
เมษายน 2568	49.3	36.7	61.9
พฤษภาคม 2568	48.1	35.6	60.6
มิถุนายน 2568	46.7	34.4	58.9
กรกฎาคม 2568	45.6	33.5	57.7
สิงหาคม 2568	44.1	32.2	56.1
กันยายน 2568	44.4	31.1	57.8
ตุลาคม 2568	45.5	31.9	59.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2566	51.7	39.5	63.9
ไตรมาสที่ 4 2566	55.2	42.3	68.1
ไตรมาสที่ 1 2567	57.2	43.9	70.4
ไตรมาสที่ 2 2567	54.3	41.4	67.2
ไตรมาสที่ 3 2567	50.1	37.2	63.0
ไตรมาสที่ 4 2567	50.5	37.2	63.7
ไตรมาสที่ 1 2568	51.5	38.5	64.5
ไตรมาสที่ 2 2568	48.0	35.6	60.4
ไตรมาสที่ 3 2568	44.7	31.7	57.7

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนตุลาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 48.5 สู่ระดับ 49.6 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 45.6% และ 52.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.8% 44.8% และ 53.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีมากนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนตุลาคม 2568 ปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 9 เดือน ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 37.8 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 38.7 โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 34.8% และ 63.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.7% 34.3% และ 64.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกละเลยการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 59.1 เป็น 60.6 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 56.4% และ 41.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 55.3% และ 42.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ตุลาคม 2567	53.5	42.8	64.2
พฤศจิกายน 2567	54.3	43.6	65.1
ธันวาคม 2567	55.3	44.5	66.1
มกราคม 2568	56.2	45.4	67.1
กุมภาพันธ์ 2568	55.2	44.7	65.7
มีนาคม 2568	54.2	43.9	64.4
เมษายน 2568	53.0	42.9	63.0
พฤษภาคม 2568	51.9	41.9	61.8
มิถุนายน 2568	50.6	40.8	60.4
กรกฎาคม 2568	49.8	39.9	59.3
สิงหาคม 2568	48.3	38.6	57.9
กันยายน 2568	48.5	37.8	59.1
ตุลาคม 2568	49.6	38.7	60.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2566	54.0	44.1	64.0
ไตรมาสที่ 4 2566	57.8	47.1	68.4
ไตรมาสที่ 1 2567	59.9	48.8	71.0
ไตรมาสที่ 2 2567	57.5	46.7	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	53.8	43.3	64.3
ไตรมาสที่ 4 2567	54.4	43.6	65.1
ไตรมาสที่ 1 2568	55.2	44.7	65.7
ไตรมาสที่ 2 2568	51.8	41.9	61.8
ไตรมาสที่ 3 2568	48.8	38.4	59.2

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนตุลาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวดีขึ้นจาก 59.3 สู่ระดับ 60.6 ทั้งนี้ในเดือนตุลาคม 2568 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 3.3% 54.1% และ 42.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกันยายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 3.0% 53.3% และ 43.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 96.7% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
ตุลาคม 2567	65.1
พฤศจิกายน 2567	66.1
ธันวาคม 2567	67.0
มกราคม 2568	68.1
กุมภาพันธ์ 2568	66.7
มีนาคม 2568	65.4
เมษายน 2568	63.9
พฤษภาคม 2568	62.7
มิถุนายน 2568	60.9
กรกฎาคม 2568	59.6
สิงหาคม 2568	58.0
กันยายน 2568	59.3
ตุลาคม 2568	60.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 4 2565	56.4
ไตรมาสที่ 1 2566	61.3
ไตรมาสที่ 2 2566	64.3
ไตรมาสที่ 3 2566	65.5
ไตรมาสที่ 4 2566	70.1
ไตรมาสที่ 1 2567	72.5
ไตรมาสที่ 2 2567	69.7
ไตรมาสที่ 3 2567	65.6
ไตรมาสที่ 4 2567	66.1
ไตรมาสที่ 1 2568	66.7
ไตรมาสที่ 2 2568	62.5
ไตรมาสที่ 3 2568	59.3

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนตุลาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2568 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 34.4 มาอยู่ที่ระดับ 35.3 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 58.7 มาอยู่ที่ระดับ 60.1 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวขึ้นจากระดับ 50.7 เป็น 51.9 ในเดือนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ตุลาคม 2567	56.0	39.6	64.0
พฤศจิกายน 2567	56.9	40.4	64.9
ธันวาคม 2567	57.9	41.3	66.0
มกราคม 2568	59.0	42.4	67.0
กุมภาพันธ์ 2568	57.8	41.7	65.6
มีนาคม 2568	56.7	40.8	64.4
เมษายน 2568	55.4	39.8	62.9
พฤษภาคม 2568	54.2	38.8	61.7
มิถุนายน 2568	52.7	37.6	60.1
กรกฎาคม 2568	51.7	36.7	58.9
สิงหาคม 2568	50.1	35.4	57.3
กันยายน 2568	50.7	34.4	58.7
ตุลาคม 2568	51.9	35.3	60.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2566	57.1	41.8	64.4
ไตรมาสที่ 4 2566	61.0	44.7	68.9
ไตรมาสที่ 1 2567	63.2	46.4	71.3
ไตรมาสที่ 2 2567	60.5	44.0	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	56.5	40.3	64.3
ไตรมาสที่ 4 2567	57.0	40.4	65.0
ไตรมาสที่ 1 2568	57.8	41.6	65.7
ไตรมาสที่ 2 2568	54.1	38.7	61.6
ไตรมาสที่ 3 2568	50.9	35.0	58.7

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนตุลาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 9 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคมีความหวังและมีความเชื่อมั่นว่านโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลจะทำให้ฟื้นตัวได้ในระยะสั้น แม้ว่ายังมีความกังวลเกี่ยวกับผลกระทบจากสงครามการค้าที่สหรัฐฯ และสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างไทยกับกัมพูชาที่อาจส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจไทยอาจฟื้นตัวได้ช้าก็ตาม

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 45.5 49.7 และ 60.6 ตามลำดับ ปรับตัวขึ้นทุกรายการเป็นครั้งแรกในรอบ 9 เดือน โดยปรับตัวขึ้นเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกันยายน ที่อยู่ในระดับ 44.4 48.5 และ 59.3 ตามลำดับ การที่ดัชนีทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำและรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจที่ยังไม่ชัดเจนแม้ว่ารัฐบาลจะมีนโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจ แต่ยังไม่มีความชัดเจนที่ออกมาเป็นรูปธรรมและค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลงจากสงครามการค้า และสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างไทยกับกัมพูชา ซึ่งจะส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสดังกล่าวได้ช้าในอนาคต ทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวขึ้นจากระดับ 50.7 เป็น 51.9 ปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้าและค่าครองชีพสูง ตลอดจนปัญหาสงครามการค้าและสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างไทยกับกัมพูชา ยังคงมีโอกาสนับถือนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 9 เดือน จากระดับ 34.4 เป็น 35.3 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 9 เดือน จาก 58.7 มาอยู่ที่ระดับ 60.1 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มีความเชื่อมั่นในปัจจุบัน แต่ผู้บริโภคเริ่มมีความหวังว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวได้จากนโยบายคนละครึ่งพลัสและนโยบายอื่นๆ ของรัฐบาล ซึ่งจะต้องตามดูสถานการณ์ต่อไปว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนถัดไปจะปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่องมากน้อยเพียงใด คาดว่าผู้บริโภคจะเริ่มจับจ่ายใช้สอยมากขึ้นในไตรมาสที่ 4 นี้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2568 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวเพิ่มขึ้นทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล และภาคใต้ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนตุลาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	31.9	31.2	31.4	32.1	32.9	31.1	34.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	59.2	56.4	62.1	62.4	57.1	58.6	65.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	38.7	36.6	36.9	40.7	35.2	43.8	43.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	60.6	59.3	63.6	63.8	58.3	62.6	59.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	60.6	60.4	60.5	64.9	61.3	55.9	61.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	45.5	43.8	46.8	47.3	45.0	44.9	49.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	49.6	48.0	50.3	52.3	46.8	53.2	51.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	51.9	50.7	52.5	54.8	51.0	51.3	54.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกันยายน 2568	1.2	1.3	1.1	1.1	1.1	1.3	1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.3	33.9	34.2	36.4	34.1	37.5	38.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	60.1	58.7	62.1	63.7	58.9	59.0	62.1

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	31.1	30.3	30.7	31.5	32.2	30.3	33.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	57.8	54.9	60.9	61.2	55.8	57.0	64.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	37.8	35.7	36.1	39.8	34.4	42.7	42.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	59.1	57.8	62.3	62.4	56.8	61.0	58.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	59.3	59.0	59.2	63.8	60.1	54.5	60.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	44.4	42.6	45.8	46.4	44.0	43.7	48.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	48.5	46.8	49.2	51.1	45.6	51.9	50.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	50.7	49.5	51.4	53.8	49.9	50.0	53.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนสิงหาคม 2568	0.6	0.5	0.7	0.8	0.6	0.8	0.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	34.4	33.0	33.4	35.7	33.3	36.5	37.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	58.7	57.2	60.8	62.5	57.6	57.5	60.8

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	32.2	31.6	31.5	32.4	33.4	31.1	34.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	56.1	53.3	59.2	59.3	53.9	55.2	62.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	38.6	36.7	36.8	40.5	35.3	43.1	43.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	57.9	56.7	61.0	61.0	55.5	59.7	56.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	58.0	57.8	57.8	62.4	58.8	53.0	59.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	44.1	42.5	45.4	45.9	43.7	43.2	48.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	48.3	46.7	48.9	50.8	45.4	51.4	50.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	50.1	49.0	50.7	53.0	49.3	49.2	52.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.4	34.2	34.2	36.5	34.4	37.1	38.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	57.3	55.9	59.3	60.9	56.1	56.0	59.4

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย