

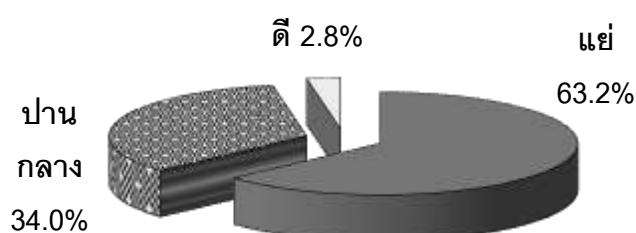


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

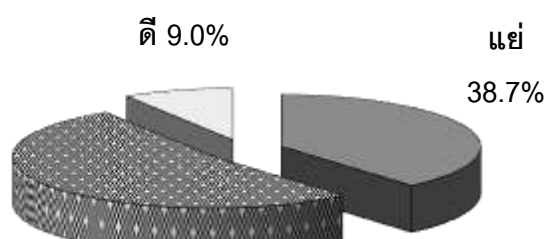
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมกราคม 2563
ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงในรอบ 69 เดือนเนื่องจากห่วงปัญหาไวรัสโคโรนาฯ งบประมาณล่าช้า และภัยแล้ง

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

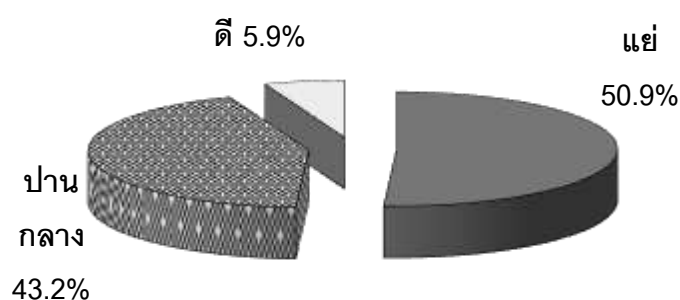


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

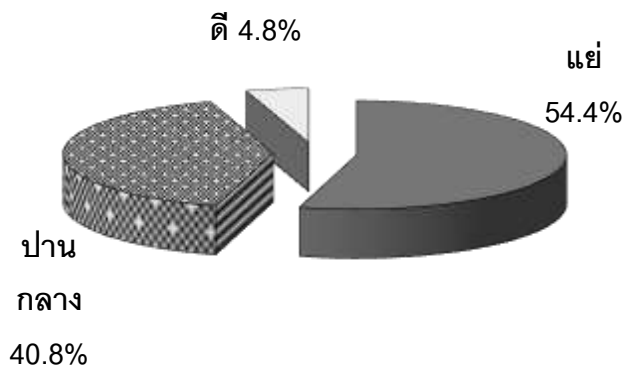
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่มาก



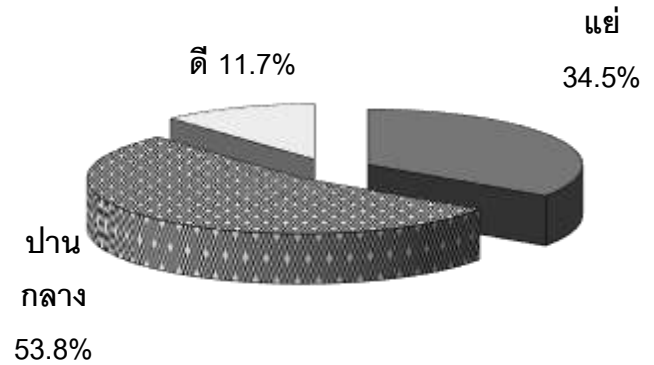
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 54.9

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

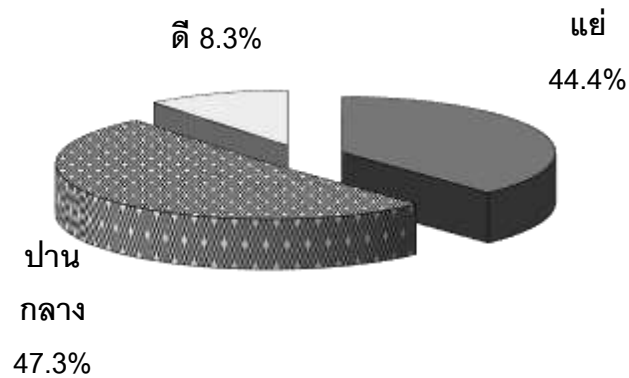


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

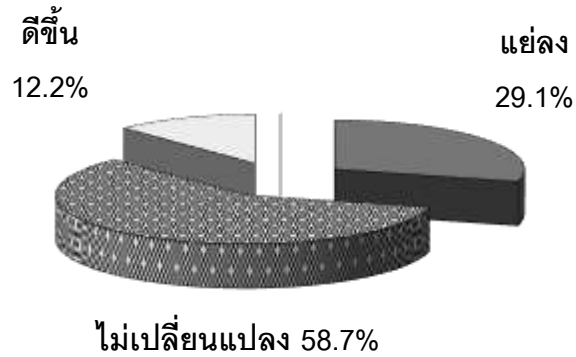
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 63.8

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 83.0

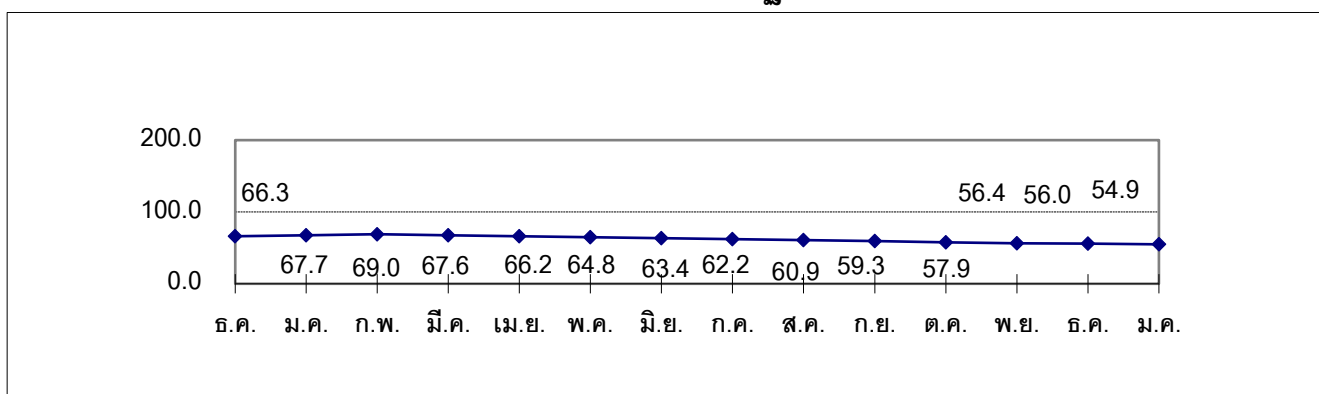
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2562 และ มกราคม 2563

รายการ	ธันวาคม 2562			มกราคม 2563		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.0	34.4	62.6	2.8	34.0	63.2
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	9.6	52.5	37.9	9.0	52.4	38.7
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	5.1	41.0	53.9	4.8	40.8	54.4
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	12.0	54.4	33.6	11.7	53.8	34.5
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	12.5	59.3	28.2	12.2	58.7	29.1
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	6.3	43.5	50.3	5.9	43.2	50.9
7. โอกาสในการหางานรวม	8.6	47.7	43.7	8.3	47.3	44.4

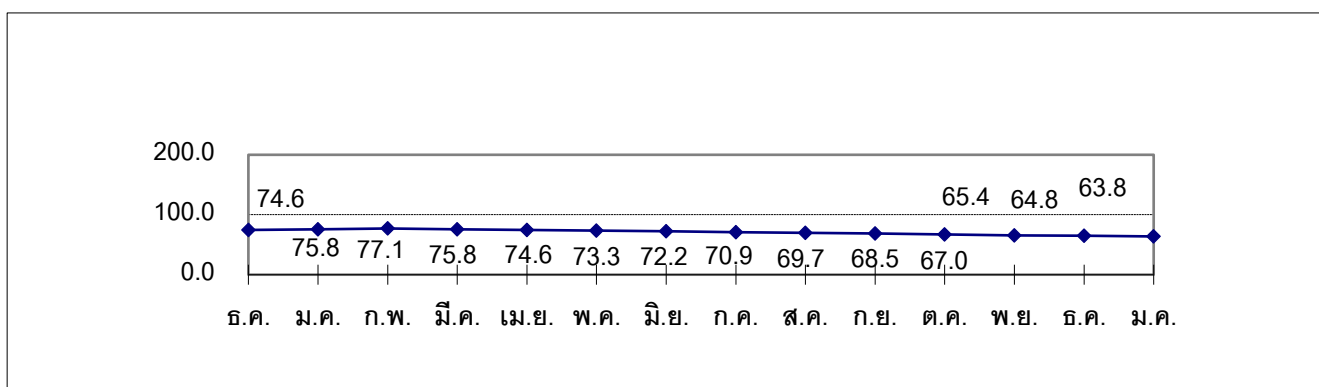
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2562 ถึงมกราคม 2563

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	60.9	59.3	57.9	56.4	56.0	54.9
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	69.7	68.5	67.0	65.4	64.8	63.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	90.4	88.9	87.3	85.6	84.2	83.0

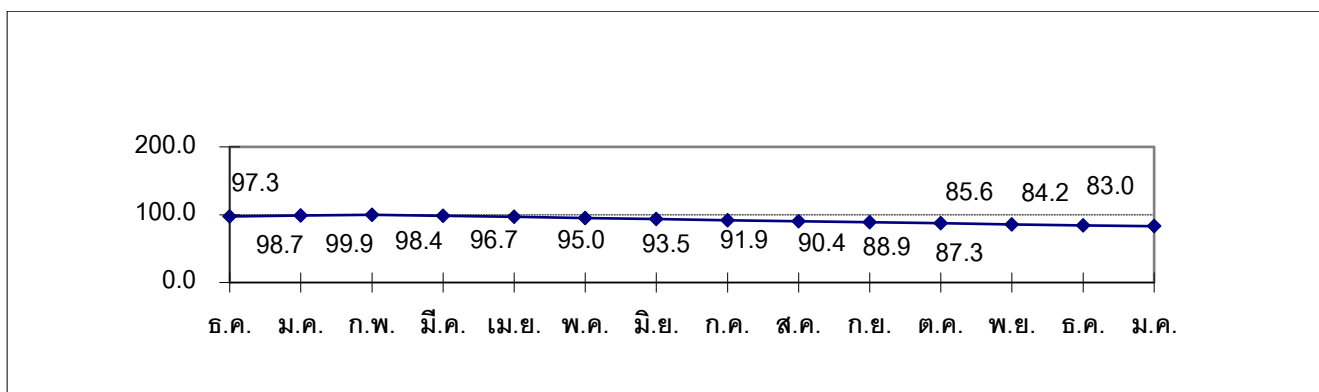
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



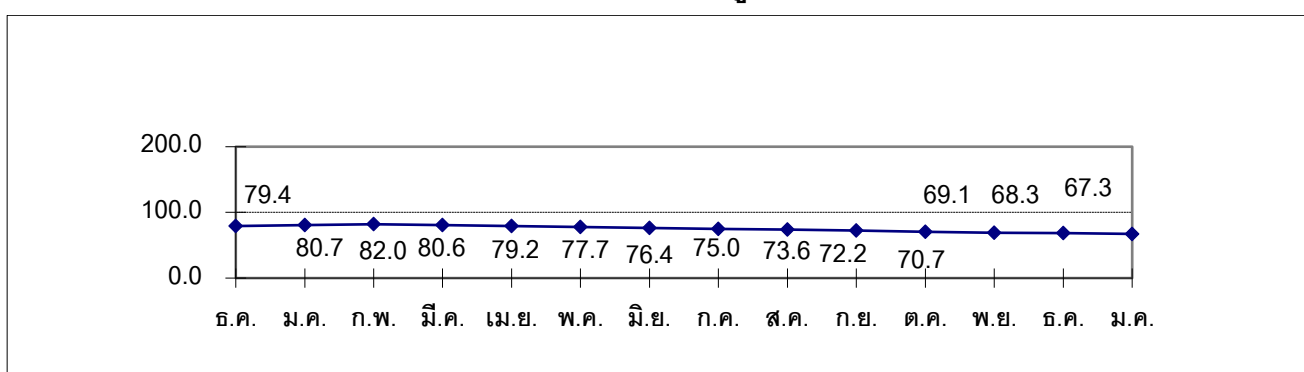
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



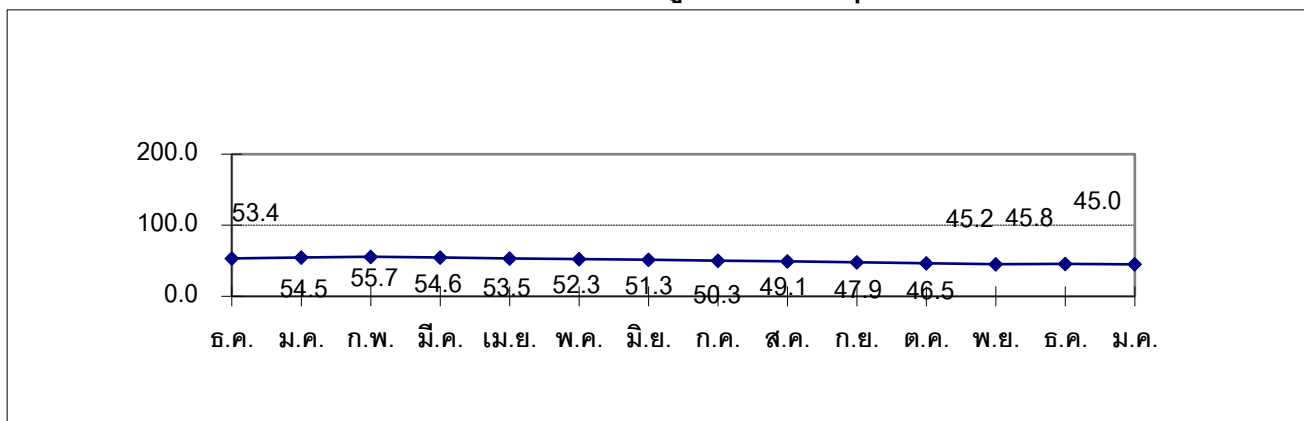
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนสิงหาคม 2562 ถึงมกราคม 2563

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.6	72.2	70.7	69.1	68.3	67.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	49.1	47.9	46.5	45.2	45.8	45.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.4	82.9	82.9	79.6	78.1	76.8

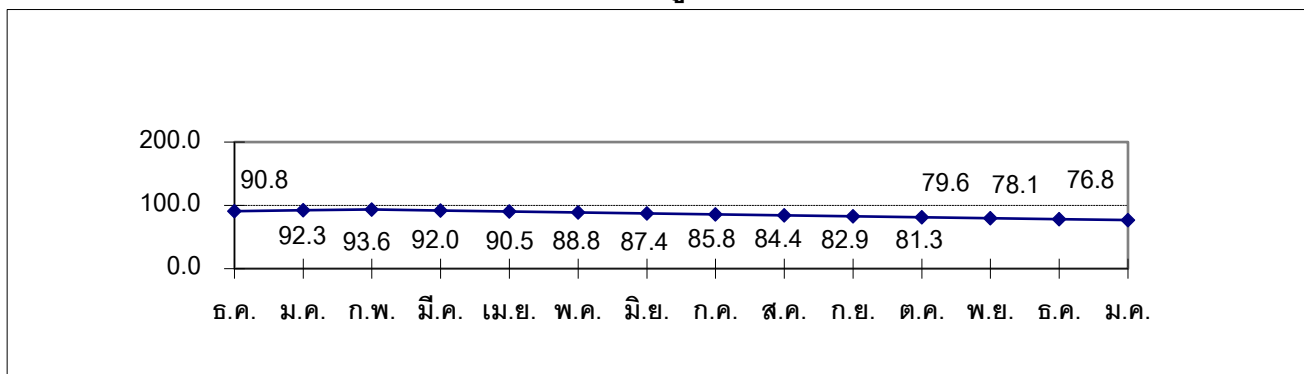
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2563

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2563 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,247 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2563

ในเดือนมกราคม 2563 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 0.60 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.98 และ 26.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2562 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 25.38 และ 25.65 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2563 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยทรงตัวอยู่ที่ระดับ 26.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2563

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมกราคม 2563 ได้แก่

1. ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาจากประเทศจีน ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าและชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว
2. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับลดคาดการณ์การเติบโตทางเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ปี 2562 เหลือ 2.5% ลดลงจากคาดการณ์เดิมที่ 2.8% เนื่องจากปัจจัยเสี่ยงสำคัญในภาคการส่งออกที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว รวมถึงความเสี่ยงจากสถานการณ์การค้าโลกที่ถูกกระทบจากปัญหาสงครามการค้าระหว่างสหรัฐและจีน (เทรดวอร์) ทำให้ภาพรวมการส่งออกของไทยในปีที่ผ่านมาขยายตัว -3.2% สูงกว่าคาดการณ์ที่ -2.5%

3. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับลดประมาณการขยายตัวทางเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ปี 2563 ลง จากเดิมคาดเติบโต 3.3% เหลือเติบโตที่ 2.8% โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 2.3-3.3% โดยประเมินผลกระทบจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นจริงทั้งจากการส่งออกที่ชะลอ สถานการณ์การระบาดจากไวรัสโคโรนาที่จะมีผลต่อการบริโภคและการท่องเที่ยวในประเทศ รวมถึงความล่าช้าของงบประมาณรายจ่ายปี 2563 ที่จะ มีผลกระทบต่อการใช้จ่าย

4. การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2562 มีมูลค่า 19,154.17 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.28 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 18,558.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.54 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 595.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ในปี 2562 ส่งออกได้รวม 246,244.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 2.65 และมีการนำเข้ารวม 236,639.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.66 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 4,755.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 30.223 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2562 เป็น 30.440 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม 2563 โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา แต่ก็ยังสะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลออกจากประเทศไทย

6. ความกังวลต่อการบังคับใช้งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2563 ที่อาจล่าช้า ที่ต้องรอการวินิจฉัยของศาลรัฐธรรมนูญ ซึ่งแม้รัฐบาลจะสามารถใช้จ่ายงบประมาณประจำปี 2562 ไปได้พลางก่อน แต่ไม่สามารถลงทุนใหม่กระตุ้นเศรษฐกิจได้

7. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยแล้งที่อาจส่งผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตรและการหารายได้ของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ

8. ความกังวลต่อสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ในเขตพื้นที่ กทม. และปริมณฑล และต่างจังหวัด ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน

9. ราคาพืชผลทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวเปลือกเจ้า ยางพารา และมันสำปะหลัง ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

10. SET Index ในเดือนมกราคม 2563 ปรับตัวลดลง 65.70 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,579.84 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2562 เป็น 1,514.14 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม 2563

11. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการฟื้นตัวช้าและยังกระจุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2563

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และเนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับโรคระบาดไวรัสโคโรนา งบประมาณที่ล่าช้า ภัยแล้ง ตลอดจนเสถียรภาพทางการเมืองทั้งในปัจจุบันและในอนาคตที่อาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงได้มากขึ้นในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2563 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 69 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 56.0 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 54.9 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2563 เห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.9% 43.2% และ 50.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2562 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.3% 43.4% และ 50.3% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงอีกครั้งและอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 243 เดือนหรือ 20 ปี 3 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 40.4 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 39.6 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 34.0% และ 63.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 34.1% และ 63.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมกราคม 2563 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 68 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา จากระดับ 71.7 มาอยู่ที่ระดับ 70.3 โดยในเดือนมกราคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.0% 52.4% และ 38.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2562 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.6% 52.5% และ 37.9% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2562	56.4	39.7	73.2
ธันวาคม 2562	56.0	40.4	71.7
มกราคม 2563	54.9	39.6	70.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2562	56.8	40.3	73.2
มกราคม 2563	54.9	39.6	70.3

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 68 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 64.8 สู่ระดับ 63.8 ในเดือนมกราคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.3% 47.3% และ 44.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2562 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.6% 47.7% และ 43.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมกราคม 2563 ปรับตัวลดลง และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 217 เดือนหรือ 18 ปี 1 เดือน นับตั้งแต่เดือนมกราคม 2545 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 51.2 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 50.4 โดยในเดือนมกราคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.8% 40.8% และ 54.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2562 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.1% 41.0% และ 53.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 43 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2559 เป็นต้นมา จาก 78.4 เป็น 77.2 โดยในเดือนมกราคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.7% 53.8% และ 34.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2562 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.0% 54.4% และ 33.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2562	65.4	50.7	80.1
ธันวาคม 2562	64.8	51.2	78.4
มกราคม 2563	63.8	50.4	77.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2562	65.7	51.4	80.1
มกราคม 2563	63.8	50.4	77.2

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมกราคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 69 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา และยังคงเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 โดยปรับลดลงจากระดับ 84.2 สู่ระดับ 83.0 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.2% 58.7% และ 29.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2562 ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 12.5% 59.3% และ 28.2% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 70.9% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับลดลงจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 71.8% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้นในปัจจุบัน

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
พฤศจิกายน 2562	85.6
ธันวาคม 2562	84.2
มกราคม 2563	83.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 4 2562	85.7
มกราคม 2563	83.0

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมกราคม 2563

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2563 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลง และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 220 เดือนหรือ 18 ปี 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 เป็นต้นมา จากระดับ 45.8 ในเดือนธันวาคม 2562 มาอยู่ที่ระดับ 45.0 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 67 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา จากระดับ 78.1 เป็นระดับ 76.8 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 69 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา ลดลงจากระดับ 68.3 เป็น 67.3

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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 2562	70.7	46.5	81.3
พฤศจิกายน 2562	69.1	45.2	79.6
ธันวาคม 2562	68.3	45.8	78.1
มกราคม 2563	67.3	45.0	76.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2562	69.4	45.8	79.7
มกราคม 2563	67.3	45.0	76.8

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2563

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และเนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับโรคระบาดไวรัสโคโรนา งบประมาณที่ล่าช้า ภัยแล้ง ตลอดจนเสถียรภาพทางการเมืองทั้งในปัจจุบันและในอนาคตที่อาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงได้มากขึ้นในอนาคต

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 54.9 63.8 และ 83.0 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนธันวาคม 2562 ที่อยู่ในระดับ 56.0 64.8 และ 84.2 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 11 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 69 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2557 เป็นต้นมา จากระดับ 68.3 มาอยู่ที่ระดับ 67.3 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนาจากจีน อาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต ทั้งภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก และกำลังซื้อภายในประเทศ นอกจากนี้งบประมาณรายจ่ายประจำปี 2563 ล่าช้าออกไป และปัญหาภัยแล้งอาจเป็นปัจจัยลบที่ซ้ำเติมเศรษฐกิจไทยในอนาคต ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม และความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคตยังบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงอีกครั้ง จากระดับ 45.8 ในเดือนธันวาคม 2562 มาอยู่ที่ระดับ 45.0 แต่ยังคงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 220 เดือนหรือ 18 ปี 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีอย่างมา ในมุมมองของผู้บริโภค ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลงเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 78.1 มาอยู่ที่ระดับ 76.8 อยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 68 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา และเริ่มปรับตัวอยู่ห่างจากระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) อย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มขาดความมั่นใจมากขึ้นเป็นลำดับว่าเศรษฐกิจไทยมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นในอนาคต และหากมีปัจจัยลบของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยเข้ามาเพิ่มเติมมากขึ้นกว่าปัจจุบันจะยิ่งทำให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงได้โดยง่าย โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา ปัญหางบประมาณล่าช้า ปัญหาภัยแล้ง และสถานการณ์การเมืองในประเทศ

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการต่อเนื่อง เนื่องมาจากความไม่มั่นใจในสถานการณ์การเมือง อีกทั้งผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงสูง ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ จะส่งผลให้ต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเชิงลบในอนาคต และทำให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายอย่างต่อเนื่องไปจนถึงกลางไตรมาสที่ 2 ของปีนี้เป็นอย่างน้อย ดังนั้น รัฐบาลควรดำเนินนโยบายการเงินและการคลังผ่อนคลายอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2563

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2563 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑลภาคใต้ และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2563

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	39.6	39.3	38.8	39.8	38.7	38.6	42.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	70.3	68.0	72.8	71.3	68.2	70.5	76.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	50.4	49.6	47.8	51.5	45.3	54.8	55.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	77.2	78.1	76.8	75.8	74.4	78.5	77.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	83.0	84.7	81.5	83.8	81.9	76.8	85.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	54.9	53.7	55.8	55.6	53.5	54.6	59.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	63.8	63.9	62.3	63.7	59.9	66.7	66.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	67.3	67.4	66.5	67.7	65.1	66.0	70.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนธันวาคม 2562	-1.1	-1.1	-1.0	-1.0	-1.0	-1.1	-1.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	45.0	44.5	43.3	45.7	42.0	46.7	49.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	76.8	76.9	77.0	77.0	74.8	75.3	79.9

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	40.4	40.2	39.5	40.4	39.5	39.4	43.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	71.7	69.3	74.1	72.6	69.4	71.8	78.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	51.2	50.5	48.4	52.2	46.0	55.3	56.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	78.4	79.4	77.9	76.8	75.4	79.8	79.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	84.2	85.9	82.6	85.0	83.0	78.0	86.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	56.0	54.8	56.8	56.5	54.5	55.6	60.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	64.8	65.0	63.2	64.5	60.7	67.6	67.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	68.3	68.5	67.5	68.7	66.1	67.1	71.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤศจิกายน 2562	-0.8	-0.9	-0.7	-0.7	-0.8	-0.7	-0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	45.8	45.4	44.0	46.3	42.8	47.4	50.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	78.1	78.2	78.2	78.1	75.9	76.5	81.3

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	39.7	39.4	39.0	39.8	38.8	38.7	42.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	73.2	71.0	75.6	74.1	70.8	73.2	79.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	50.7	50.2	47.7	51.7	45.4	54.7	56.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	80.1	81.2	79.4	78.2	77.0	81.3	80.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	85.6	87.4	83.8	86.3	84.4	79.3	88.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	56.4	55.2	57.3	57.0	54.8	56.0	61.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	65.4	65.7	63.6	65.0	61.2	68.0	68.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	69.1	69.4	68.2	69.4	66.8	67.8	72.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	45.2	44.8	43.4	45.8	42.1	46.7	49.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	79.6	79.9	79.6	79.5	77.4	77.9	82.9

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย