

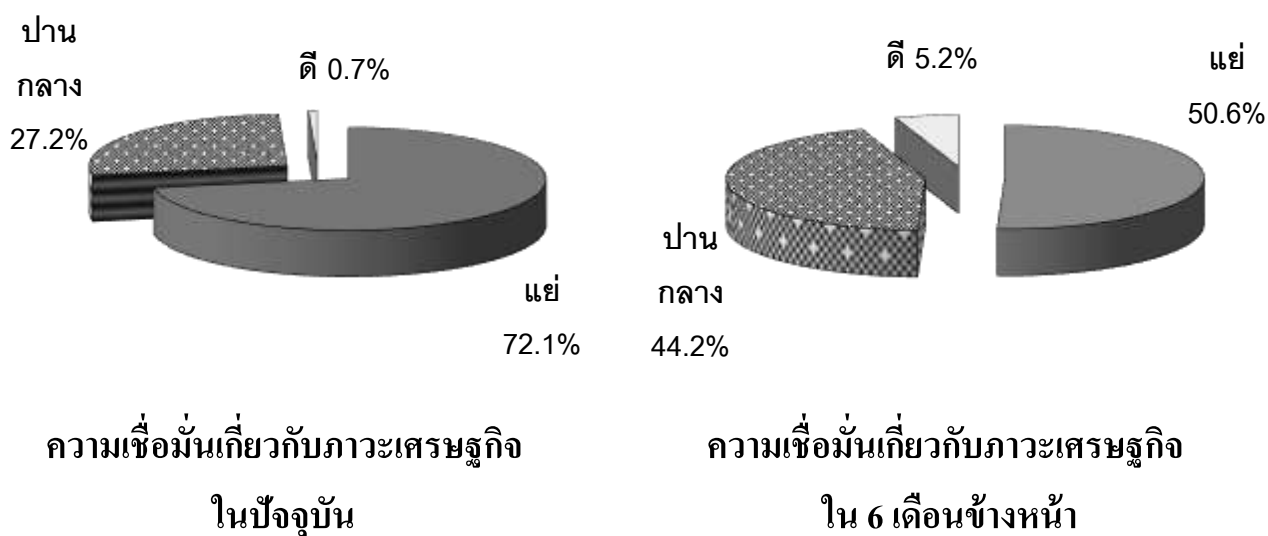


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

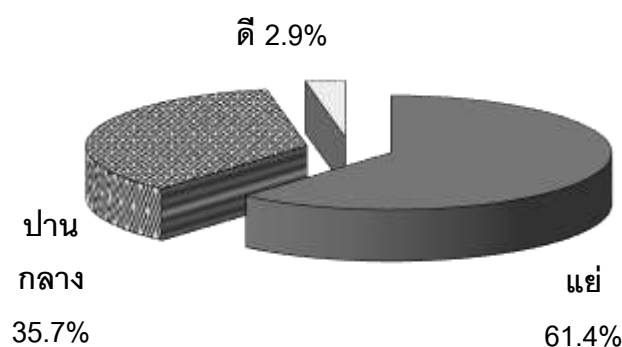
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมีนาคม 2563
ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่ำสุดเป็นประวัติการณ์เนื่องจากสถานการณ์ COVID19

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



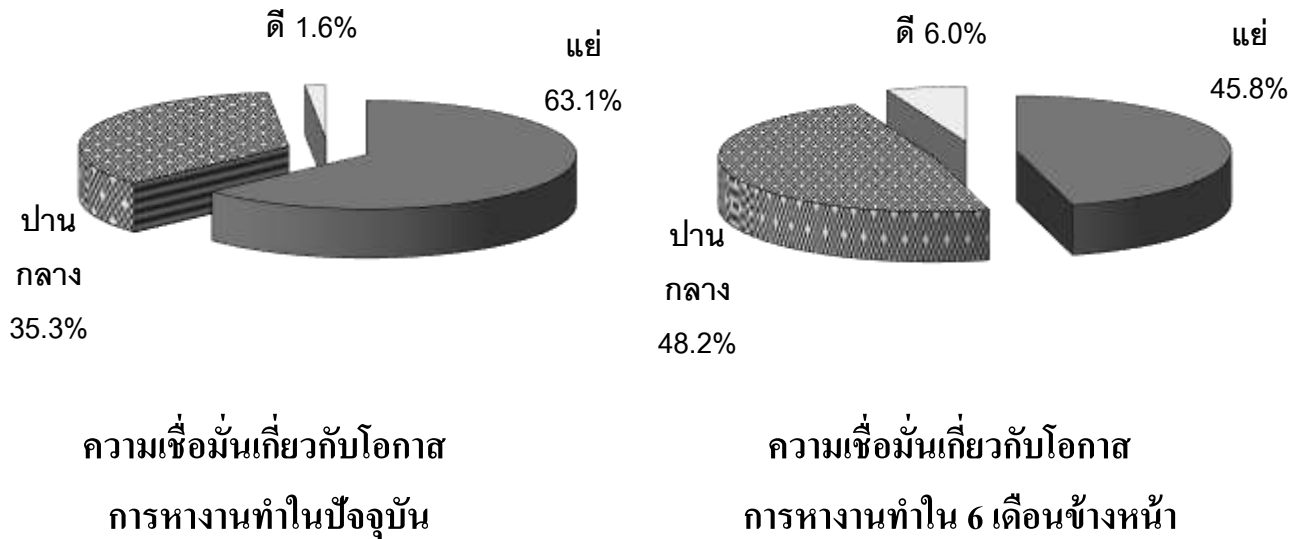
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



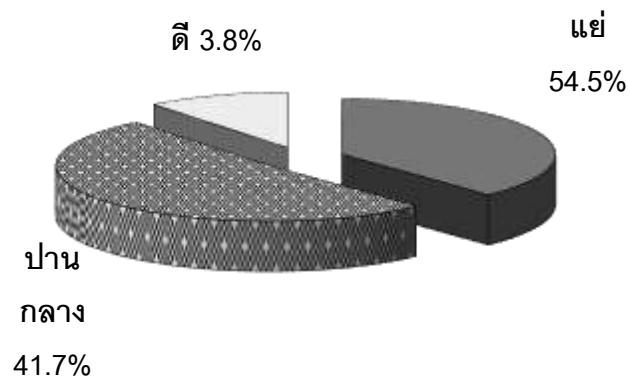
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 52.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



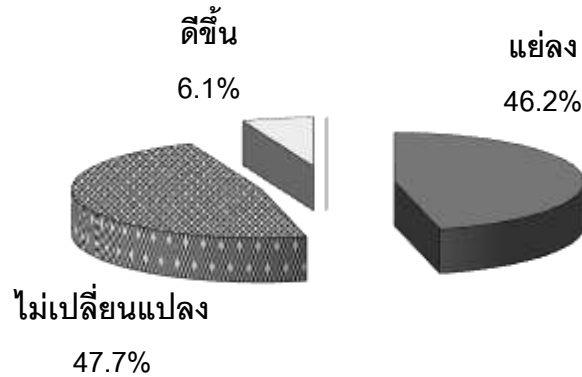
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 61.4

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่ยังมั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 80.4

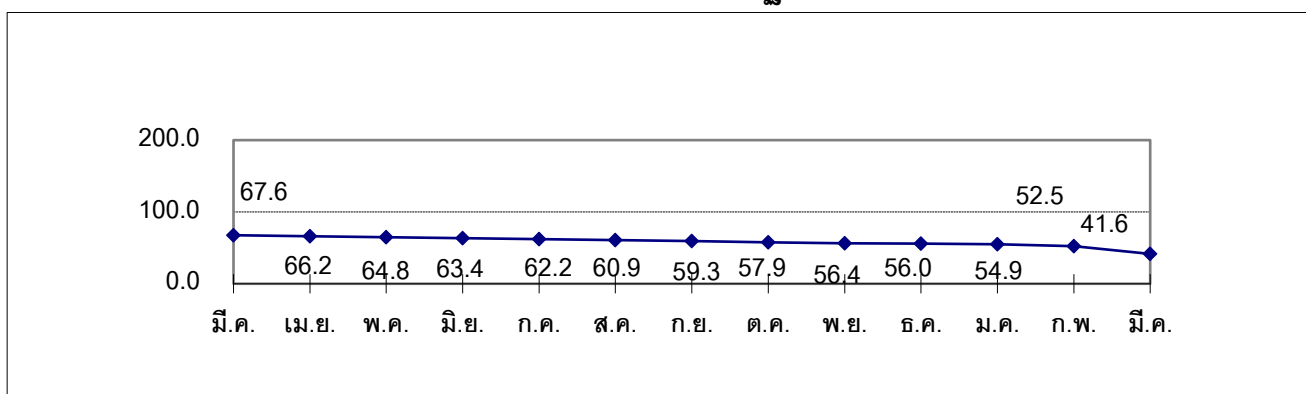
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคม 2563

รายการ	กุมภาพันธ์ 2563			มีนาคม 2563		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.7	34.0	64.3	0.7	27.2	72.1
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	8.0	51.7	40.3	5.2	44.2	50.6
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.9	40.3	55.8	1.6	35.3	63.1
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	10.6	53.7	35.7	6.0	48.2	45.8
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	10.9	58.6	30.5	6.1	47.7	46.2
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	4.8	42.9	52.3	2.9	35.7	61.4
7. โอกาสในการหางานรวม	7.2	47.0	45.8	3.8	41.7	54.5

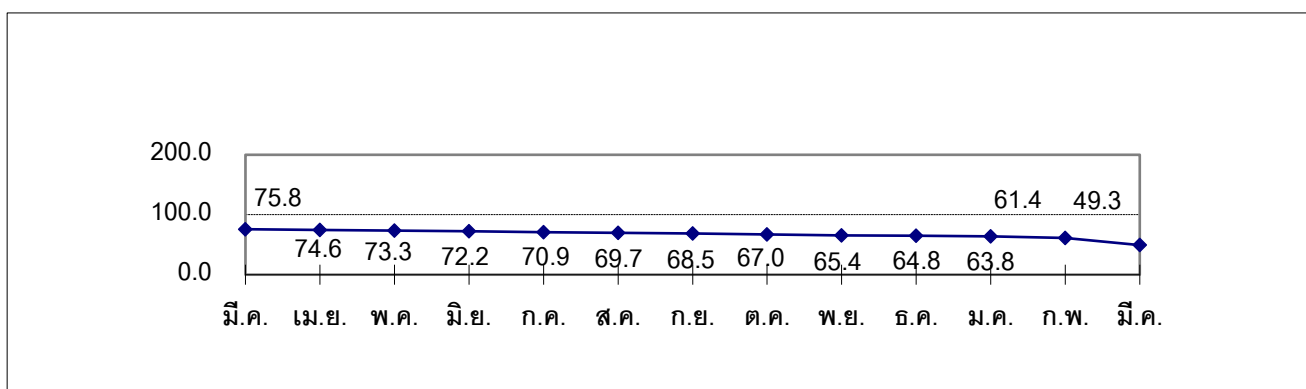
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2562 ถึงมีนาคม 2563

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	57.9	56.4	56.0	54.9	52.5	41.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	67.0	65.4	64.8	63.8	61.4	49.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	87.3	85.6	84.2	83.0	80.4	59.9

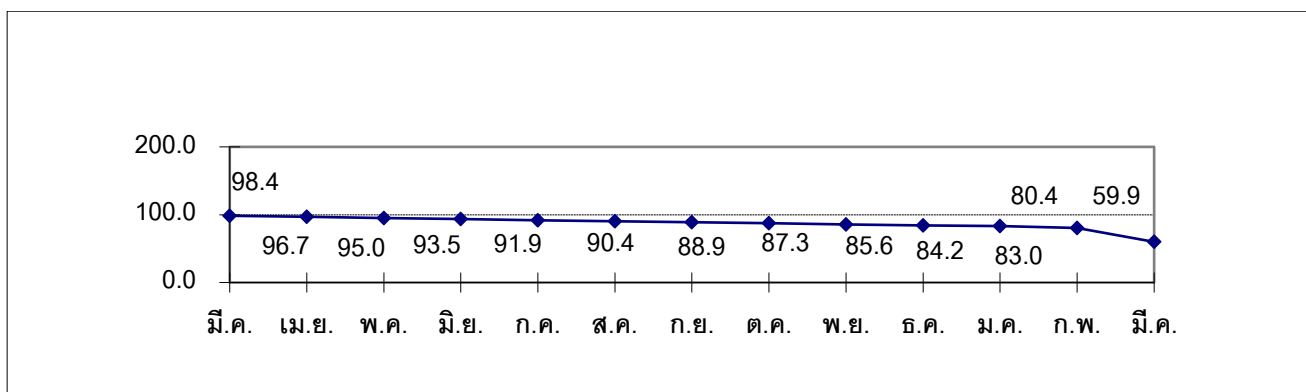
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน



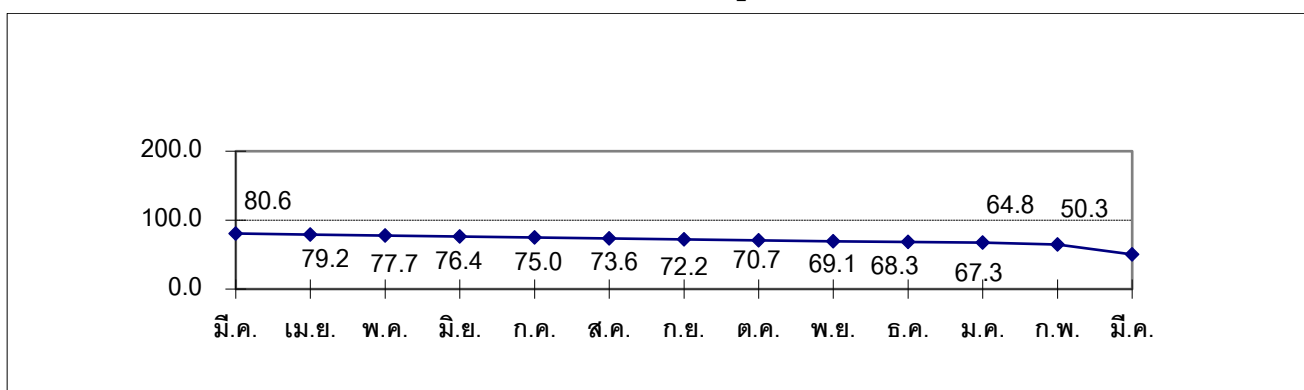
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



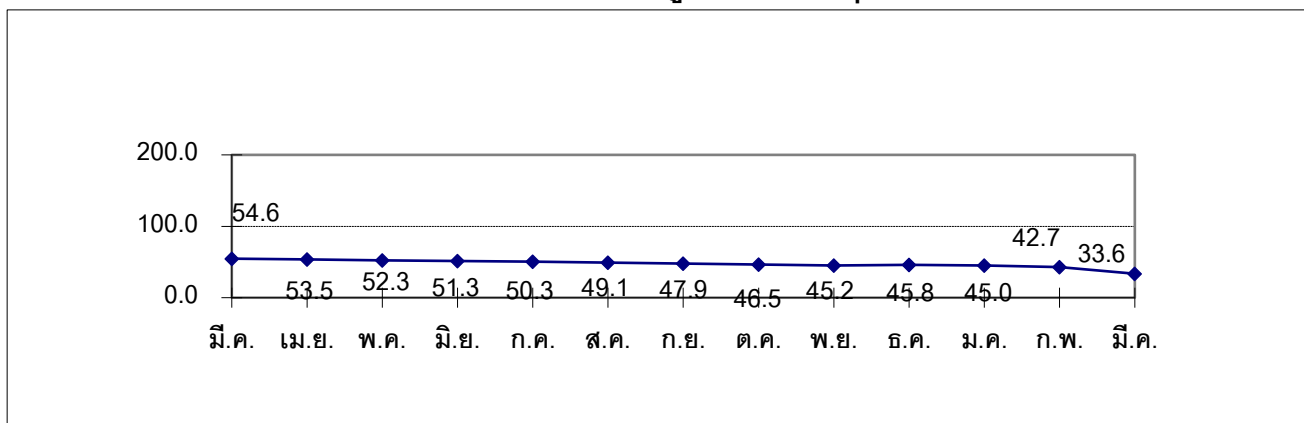
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนตุลาคม 2562 ถึงมีนาคม 2563

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	70.7	69.1	68.3	67.3	64.8	50.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	46.5	45.2	45.8	45.0	42.7	33.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	82.9	79.6	78.1	76.8	74.3	58.2

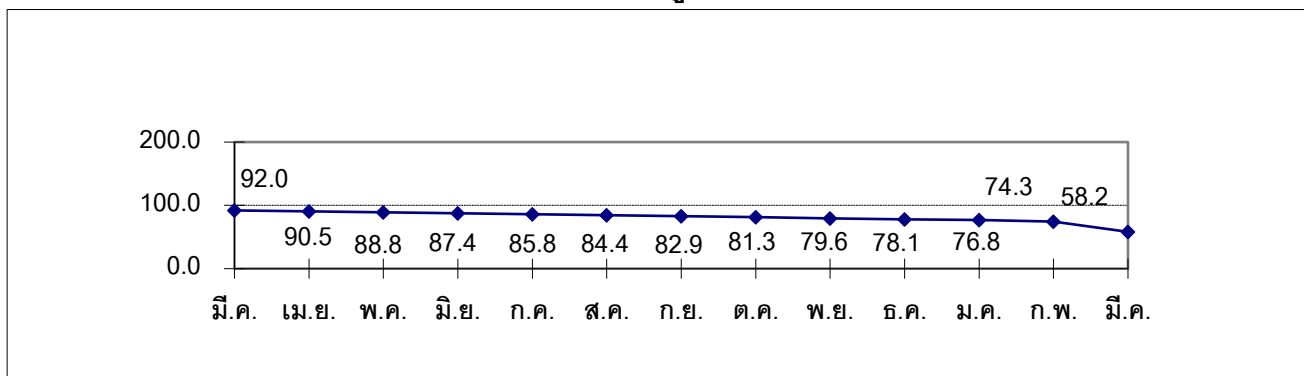
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2563

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2563 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,250 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.4 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.6 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.5 และ 50.5 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2563

ในเดือนมีนาคม 2563 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติ 4 ต่อ 2 เสียง ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ระดับ 0.75% ต่อปีตามเดิม หลังจากเพิ่งปรับลดลง 0.25% จาก 1.00% เหลือ 0.75% เมื่อการประชุม กนง. (นัดพิเศษ) เมื่อวันที่ 20 มีนาคม 2563 ที่ผ่านมา เนื่องจากเห็นว่าภาวะระบาดของไวรัส COVID19 จะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ โดยมีแนวโน้มชะลอตัวแรงจากปีก่อน และอัตราเงินเฟ้อทั่วไปมีแนวโน้มติดลบ แต่ระบบการเงินโดยรวมยังมีเสถียรภาพ ซึ่งตลาดการเงินได้เริ่มกลับมาทำงานปกติ
2. รัฐบาลดำเนินมาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากสถานการณ์ COVID19 เพื่อช่วยเหลือประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการ
3. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 6.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.08 และ 25.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 18.58 และ 18.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกันประมาณ 4.70 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2563 มาอยู่ที่ระดับ 20.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมีนาคม 2563 ได้แก่

1. ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID19 เนื่องจากสถานการณ์ตัวเลขผู้ติดเชื้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว

2. รัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.ก. บริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน มีผลบังคับวันที่ 26 มีนาคม 2563 เพื่อบริหารจัดการและควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID19 ประกอบกับการสั่งปิดห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ ทำให้เกิดการปิดกิจการ ยกเลิกการจ้างงาน มีแรงงานตกงาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจมากขึ้นอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ปรับลดประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของไทย (จีดีพี) ในปี 2563 จะขยายตัวลดลง 5.3% จากเดิมคาดว่าจะขยายตัว 2.8% เนื่องจากสถานการณ์โรคระบาดไวรัส COVID19 กระทบต่อประเทศต่างๆ ทั่วโลก รวมถึงไทย ทั้งด้านตลาดการเงิน เศรษฐกิจ และสังคม และหากสถานการณ์ไม่สามารถควบคุมได้ ฐานแรงเหมือนกรณีอิตาลี เศรษฐกิจไทยจะชะลอตัวลงไปอีก แต่ก็คาดว่าจะกลับมาขยายตัวได้ 3% ในปี 2564

4. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยแล้งที่อาจส่งผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตรและการหารายได้ของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ

5. การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 มีมูลค่า 20,641.75 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 8.24 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 16,744.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.30 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 110,226.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 2 เดือนแรกปี 2563 ส่งออกได้รวม 40,267.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 0.81 และมีการนำเข้ารวม 37,925.92 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 6.32 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 2,341.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

6. ราคาพืชผลทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวเปลือกเจ้า ยางพารา และมันสำปะหลัง ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

7. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 31.339 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็น 32.108 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ COVID19 แต่ก็ยังสะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลออกจากประเทศไทย

8. SET Index ในเดือนมีนาคม 2563 ปรับตัวลดลง 214.66 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,340.52 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็น 1,125.86 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563

9. ความกังวลต่อสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ในเขตพื้นที่ กทม. และปริมณฑล และต่างจังหวัด ที่ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินชีวิตของประชาชน

10. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการฟื้นตัวช้าและยังระงับตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2563

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 258 เดือนหรือ 21 ปี 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2542 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับวิกฤต COVID19 ที่ระบาดอย่างมากทั่วโลก ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงอย่างมากในอนาคต สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2563 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 257 เดือนหรือ 20 ปี 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2541 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากระดับ 52.5 ในเดือนที่ผ่านมารู้อยู่ระดับ 41.6 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2563 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.9% 35.7% และ 61.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.8% 42.9% และ 52.3% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมากแสดงว่า ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่อาจปรับตัวเข้าสู่ภาวะถดถอยเนื่องจากวิกฤต COVID19 ทั่วโลก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 37.3 ในเดือนก่อนรู้อยู่ระดับ 28.6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 252 เดือนหรือ 21 ปีตั้งแต่เดือนเมษายน 2542 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 0.7% 27.2% และ 72.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.7% 34.0% และ 64.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคม 2563 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 258 เดือนหรือ 21 ปี 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2542 เป็นต้นมา จากระดับ 67.7 มาอยู่ที่ระดับ 54.5 โดยในเดือนมีนาคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.2% 44.2% และ 50.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.0% 51.7% และ 40.3% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2563	52.5	37.3	67.7
มีนาคม 2563	41.6	28.6	54.5

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
ไตรมาสที่ 1 2563	49.7	35.2	64.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 249 เดือนหรือ 20 ปี 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2542 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากระดับ 61.4 สู่อันดับ 49.3 ในเดือนมีนาคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.8% 41.7% และ 54.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.2% 47.0% และ 45.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม 2563 ปรับตัวลดลง และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 245 เดือนหรือ 20 ปี 5 เดือน นับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2542 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 48.1 ในเดือนก่อนสู่อันดับ 38.5 โดยในเดือนมีนาคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.6% 35.3% และ 63.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.9% 40.3% และ 55.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ลงอย่างรวดเร็วเพราะ COVID19

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 253 เดือนหรือ 21 ปี 1 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 จาก 74.8 เป็น 60.2 โดยในเดือนมีนาคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.1% 47.7% และ 46.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 10.6% 58.6% และ 30.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2563	61.4	48.1	74.8
มีนาคม 2563	49.3	38.5	60.2

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
ไตรมาสที่ 1 2563	58.2	45.7	70.7

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 258 เดือนหรือ 21 ปี 6 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา และยังคงเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 16 โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากระดับ 80.4 สู่ระดับ 59.9 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2563 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 6.1% 47.7% และ 46.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.9% 58.6% และ 30.5% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 93.9% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมากและต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ แสดงว่า ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
กุมภาพันธ์ 2563	80.4
มีนาคม 2563	59.9

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
ไตรมาสที่ 1 2563	74.5

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2563

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2563 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลง และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 249 เดือนหรือ 20 ปี 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2542 เป็นต้นมาจากระดับ 42.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ มาอยู่ที่ระดับ 33.6 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 258 เดือนหรือ 21 ปี 6 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา จากระดับ 74.3 เป็นระดับ 58.2 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 258 เดือนหรือ 21 ปี 6 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา โดยลดลงจากระดับ 64.8 เป็น 50.3

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
มกราคม 2562	68.3	45.8	78.1
มกราคม 2563	67.3	45.0	76.8
กุมภาพันธ์ 2563	64.8	42.7	74.3
มีนาคม 2563	50.3	33.6	58.2

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
ไตรมาสที่ 1 2563	60.8	40.4	69.8

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2563

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 258 เดือนหรือ 21 ปี 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2542 เป็นต้นมา

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 41.6 49.3 และ 59.9 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ที่อยู่ในระดับ 52.2 61.4 และ 80.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตอย่างมาก เนื่องจากการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละรายการปรับตัวลดลงมากกว่า 10 จุดภายในเดือนเดียวเนื่องจากความกังวลในวิกฤต COVID19 ทั่วโลก ซึ่งการปรับตัวลดลงอย่างมากภายในเดือนเดียวทุกรายการเช่นนี้ไม่เคยเกิดขึ้นเลยตลอด 21 ปี 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2542 ที่ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยทำการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมา

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 13 และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 21 ปี 6 เดือน โดยลดลงอย่างมากจากระดับ 64.8 เป็น 50.3 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมน่าจะปรับตัวเข้าสู่ภาวะถดถอยจากวิกฤต COVID19 ทั่วโลก อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต นอกจากนี้ปัญหาก็ยังซ้ำเติมปัญหาต่อภาคการเกษตรในหลายพื้นที่ ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงอย่างมาก จากระดับ 42.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ มาอยู่ที่ระดับ 33.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 249 เดือนหรือ 20 ปี 9 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2542 เป็นต้นมาแสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันไม่ดีอย่างมากในมุมมองของผู้บริโภค ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลงอย่างมากเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 74.3 มาอยู่ที่ระดับ 58.2 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 21 ปี 6 เดือน สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นอย่างมากเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการต่อเนื่องและปรับตัวลดลงอย่างมากจนทุกรายการในเดือนนี้ นอกจากนี้ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมยังปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 21 ปี 6 เดือน และคาดว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะยังคงปรับตัวลดลงต่อเนื่องต่อไปในอนาคตจนกว่าสถานการณ์ COVID19 จะคลายตัวลง ดังนั้นคาดว่าผู้บริโภคจะชะลอการใช้จ่ายอย่างมากไปอย่างน้อย 3-6 เดือนนับจากนี้เป็นต้นไป

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2563

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2563 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกรุงเทพฯ และปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคใต้ และภาคกลาง ที่ได้รับผลกระทบจาก COVID19 ในภาคการท่องเที่ยวและบริการ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2563

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	28.6	27.2	29.5	30.8	29.2	27.5	30.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	54.5	51.4	58.1	57.4	52.4	54.7	60.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	38.5	36.2	38.3	41.2	34.6	43.1	43.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	60.2	59.7	62.8	62.4	57.2	60.8	59.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	59.9	60.4	60.3	62.8	58.8	53.7	61.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	41.6	39.3	43.8	44.1	40.8	41.1	45.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	49.3	48.0	50.6	51.8	45.9	52.0	51.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	50.3	49.2	51.6	52.9	48.5	48.9	53.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2563	-14.5	-15.4	-12.9	-12.8	-14.3	-14.7	-15.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	33.6	31.7	33.9	36.0	31.9	35.3	37.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	58.2	57.2	60.4	60.9	56.1	56.4	60.7

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2563

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	37.3	36.7	37.3	38.2	36.7	36.5	40.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	67.7	65.1	69.8	69.3	66.0	68.1	73.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	48.1	47.0	46.0	49.7	43.0	52.7	53.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	74.8	75.5	74.7	73.8	72.0	76.2	75.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	80.4	81.8	79.3	81.5	79.4	74.2	82.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	52.5	50.9	53.6	53.8	51.4	52.3	57.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	61.4	61.3	60.4	61.8	57.5	64.5	64.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	64.8	64.7	64.4	65.7	62.8	63.7	68.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2563	-2.5	-2.8	-2.1	-2.0	-2.3	-2.4	-2.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	42.7	41.9	41.7	44.0	39.9	44.6	46.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	74.3	74.1	74.6	74.9	72.5	72.8	77.3

ตารางที่ 10 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
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย