

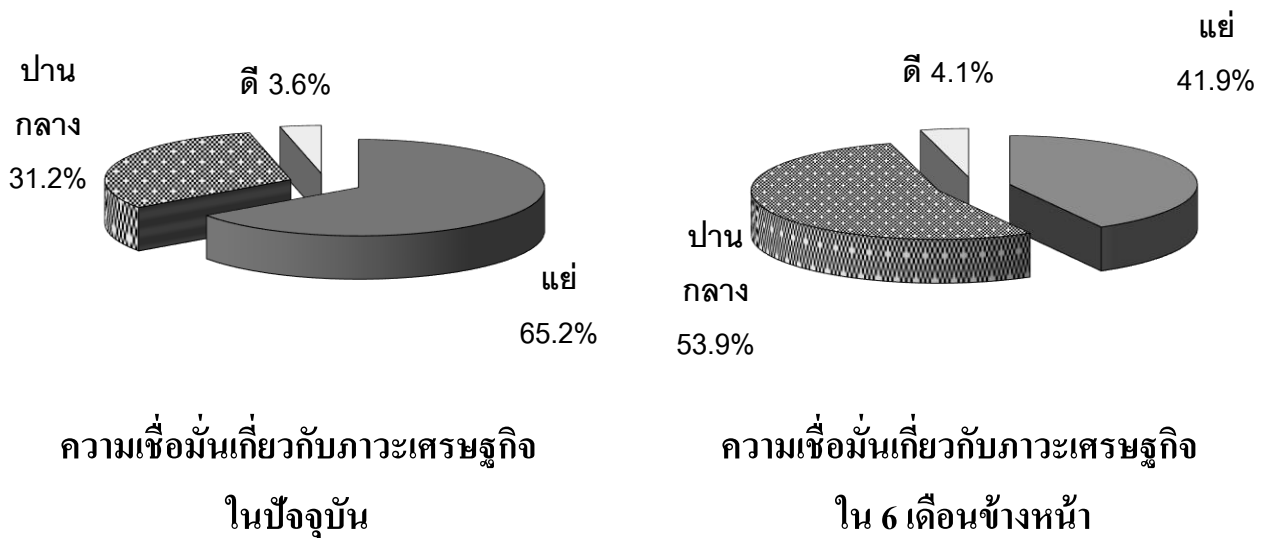


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

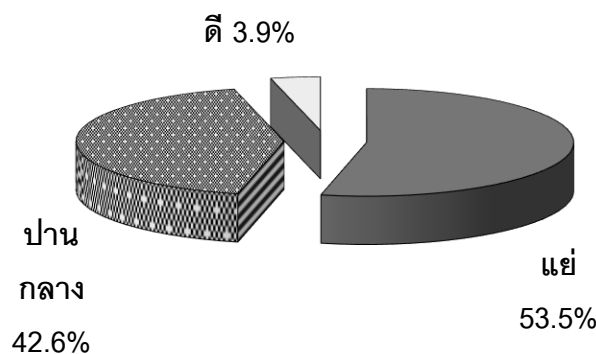
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกรกฎาคม 2566
ความเชื่อมั่นทุกรายการปรับตัวลดลงครั้งแรกในรอบ 14 เดือนเนื่องจากความไม่มั่นใจทางการเมือง

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



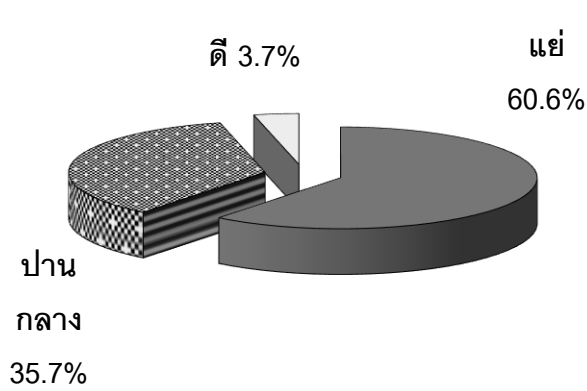
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



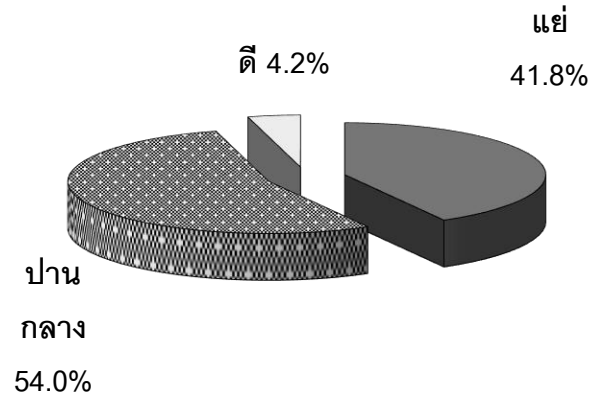
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 50.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

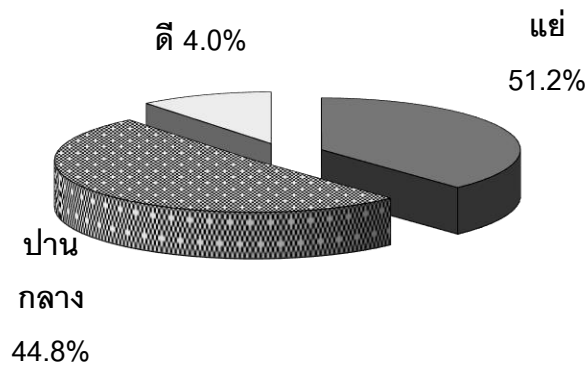


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

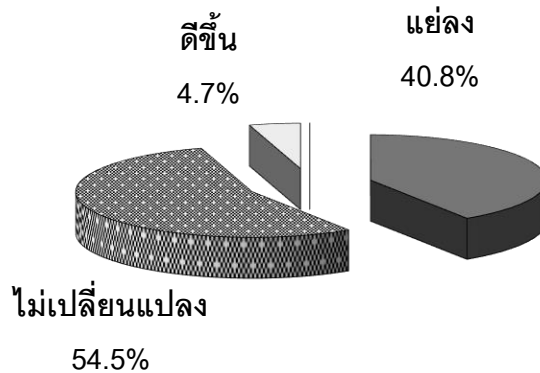
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่มาก



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 52.7

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 63.9

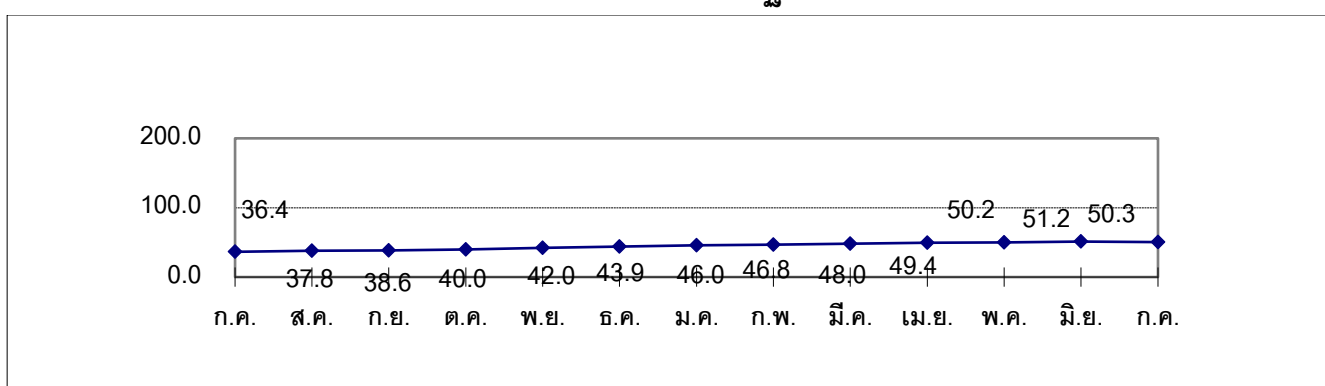
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนและกรกฎาคม 2566

รายการ	มิถุนายน 2566			กรกฎาคม 2566		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.7	31.8	64.5	3.6	31.2	65.2
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	4.4	54.5	41.1	4.1	53.9	41.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.9	36.2	59.9	3.7	35.7	60.6
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	4.5	54.4	41.1	4.2	54.0	41.8
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	5.1	54.9	40.0	4.7	54.5	40.8
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	4.0	43.1	52.8	3.9	42.6	53.5
7. โอกาสในการหางานรวม	4.2	45.3	50.5	4.0	44.8	51.2

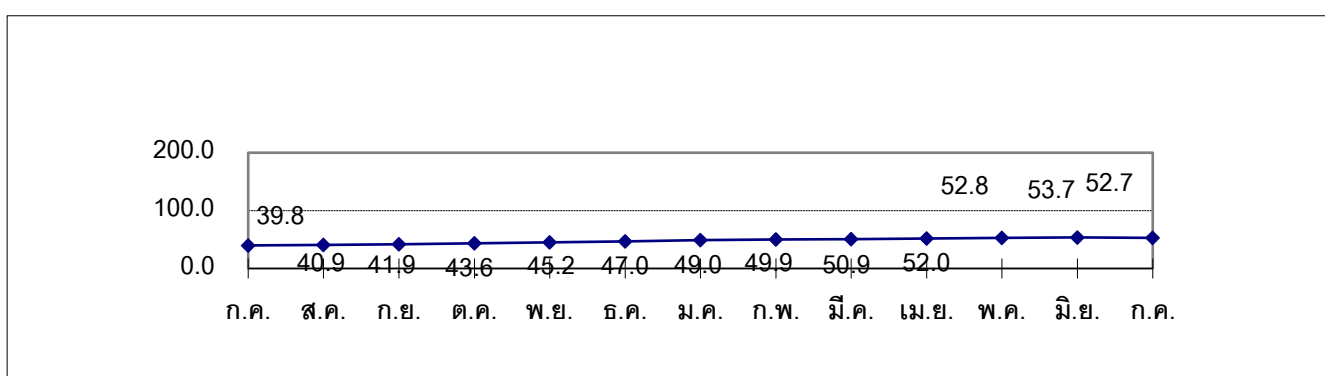
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2566

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	46.8	48.0	49.4	50.2	51.2	50.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	49.9	50.9	52.0	52.8	53.7	52.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	61.2	62.5	63.6	64.2	65.1	63.9

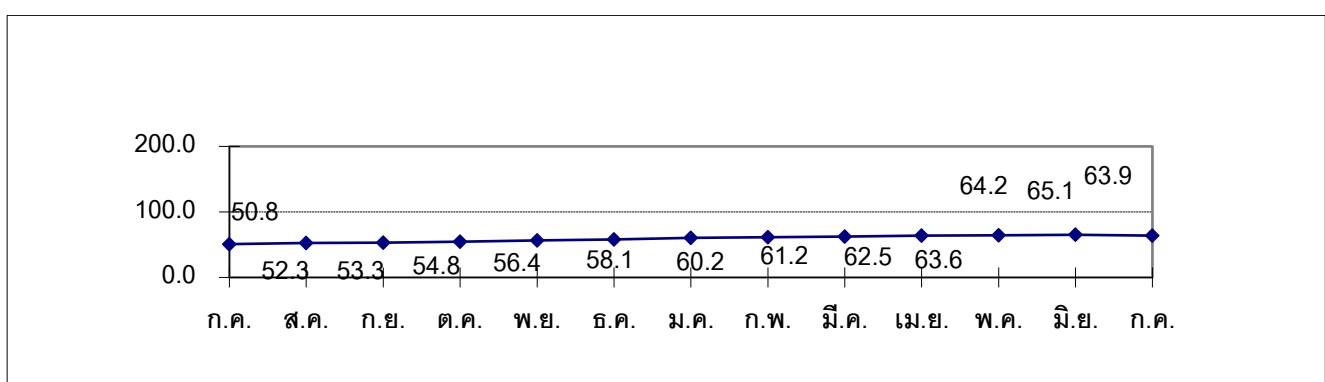
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



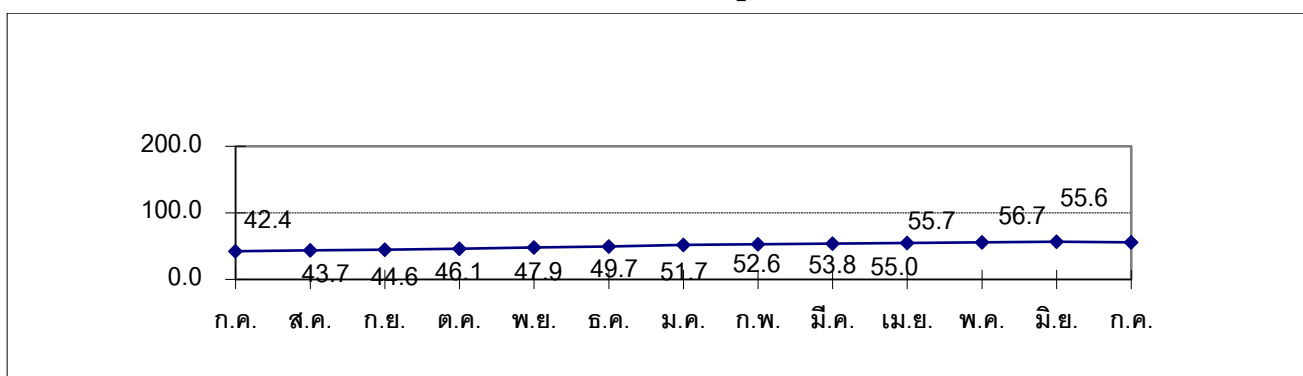
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



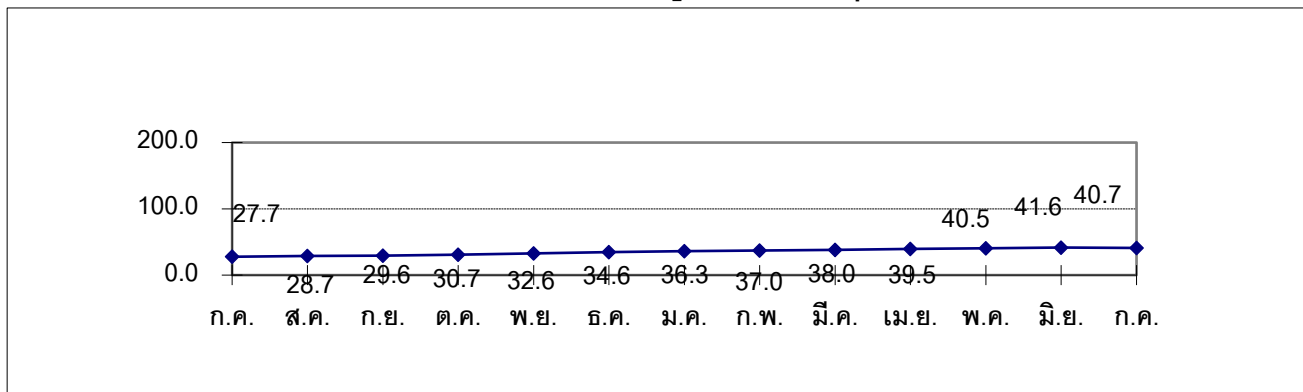
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนกุมภาพันธ์ถึงกรกฎาคม 2566

รายการ	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	52.6	53.8	55.0	55.7	56.7	55.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	37.0	38.0	39.5	40.5	41.6	40.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	60.2	61.4	62.5	63.1	63.9	62.8

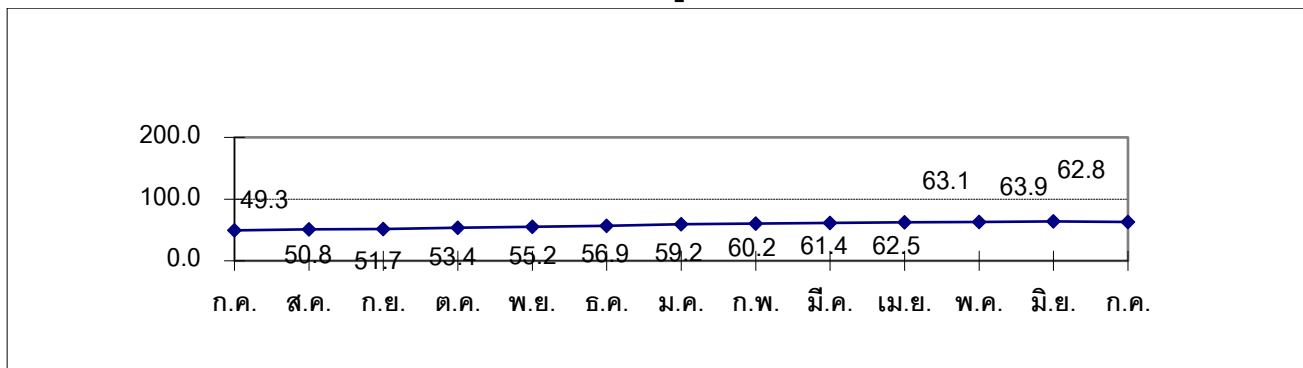
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2566 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,246 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2566

ในเดือนกรกฎาคม 2566 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศ ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น
2. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีเกือบทุกรายการสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวขึ้น
3. ราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 31.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2566
4. SET Index ในเดือนกรกฎาคม 2566 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 52.96 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,503.10 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2566 เป็น 1,556.06 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2566 ซึ่งบรรยากาศการลงทุนทั่วโลกยังมีความกังวลเรื่องการขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางต่างๆ ทั่วโลกเพื่อสกัดกั้นเงินเฟ้อ อาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย
5. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 34.923 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2566 เป็น 34.627 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2566 สะท้อนว่ามีการไหลเข้าสู่สุทธิของเงินตราต่างประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกรกฎาคม 2566 ได้แก่

1. ผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนในการจัดตั้งรัฐบาล และเสถียรภาพทางการเมืองหลังจัดตั้งรัฐบาล

2. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการส่งออกสินค้าเกษตรยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ โดยเฉพาะราคาน้ำมันและค่าไฟฟ้า รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้ขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบาย 0.25% ต่อปี จาก 2.00% เป็น 2.25% ต่อปี โดยให้มีผลทันที เนื่องจากเห็นว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวจากภาคการท่องเที่ยวและการบริโภคภาคเอกชนเป็นสำคัญ ขณะที่การส่งออกสินค้าหดตัวในระยะสั้น ส่วนหนึ่งตามเศรษฐกิจจีน และวัฏจักรอิเล็กทรอนิกส์โลกที่ฟื้นตัวได้ช้า แต่คาดว่าจะปรับดีขึ้นในระยะข้างหน้าสอดคล้องกับแนวโน้มการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจมีมากขึ้น ทั้งจากภาคการส่งออกสินค้าที่อาจฟื้นตัวช้ากว่าคาด รวมถึงสถานการณ์การเมืองที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

4. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับลดคาดการณ์เศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ในปี 2566 ลงเหลือ 3.5% โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 3.0-4.0% จากคาดการณ์เดิมที่ 3.6% โดยได้รับแรงสนับสนุนจากภาคการท่องเที่ยวและอุปสงค์ภายในประเทศที่ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ประกอบอัตราเงินเฟ้อที่ลดลง ทั้งนี้ยังต้องติดตามแนวโน้มเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าสำคัญของไทยที่จะส่งผลกระทบต่อค่าของเงินบาทในช่วงครึ่งหลังของปี 2566 และสถานการณ์ความขัดแย้งทางภูมิรัฐศาสตร์โลกที่ยังมีความไม่แน่นอน

5. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 3.20 บาทต่อลิตร จากราคา 34.88 และ 35.15 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2566 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 38.08 และ 38.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2566 ตามลำดับ

6. สถานการณ์เศรษฐกิจโลกและปัญหาสถาบันการเงินในสหรัฐ ส่งผลกระทบต่อทางจิตวิทยาในเชิงลบต่อผู้บริโภคว่าเศรษฐกิจโลกจะเข้าสู่ภาวะถดถอยและอาจมีปัญหารุนแรงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในที่สุด

7. การส่งออกของไทยในเดือนมิถุนายน 2566 มีมูลค่า 24,826.04 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 3.14 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 24,768.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 10.26 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 57.69 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 6 เดือนแรกปี 2566 ส่งออกได้รวม 141,170.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 5.38 และมีการนำเข้ารวม 147,477.87 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 3.52 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 6,307.58 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

8. ความกังวลต่อสถานการณ์เอลนีโญ และภัยแล้ง ที่จะส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้น้ำ ทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ และภาคครัวเรือน

9. ความกังวลต่อสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ที่อาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อในเชิงลบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2566

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือนตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 เป็นต้นมา เนื่องจาก ผู้บริโภครู้สึกกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนในการจัดตั้งรัฐบาลและเสถียรภาพทางการเมืองหลังการเลือกตั้งและจัดตั้งรัฐบาลซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันและในอนาคต ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวลดลง นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ยังทรงตัวสูง โดยเฉพาะค่าไฟฟ้ารวมถึงความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ตลอดจนการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อการส่งออกของไทยทำให้การส่งออกในช่วงนี้หดตัวลง และมีผลกระทบในเชิงลบต่อกำลังซื้อของประชาชนในทุกภูมิภาค สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 51.2 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 50.3 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2566 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 42.6% และ 53.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 43.1% และ 52.8% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องจากผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย ประกอบกับปัญหาค่าครองชีพและราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูงในปัจจุบัน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 39.2 ในเดือนก่อนมาอยู่ที่ระดับ 38.4 โดยในเดือนกรกฎาคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.6% 31.2% และ 65.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.7% 31.8% และ 64.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกรกฎาคม 2566 ยังคงปรับตัวลดลงจากระดับ 63.2 มาอยู่ที่ระดับ 62.2 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 53.9% และ 41.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.4% 54.5% และ 41.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนัก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
กรกฎาคม 2565	36.4	24.7	48.2
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

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
กรกฎาคม 2566	50.3	38.4	62.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกรกฎาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 53.7 สู่ระดับ 52.7 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 44.8% และ 51.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 45.3% และ 50.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีจากราคาน้ำมันแพง และค่าครองชีพสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกรกฎาคม 2566 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน เช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันจากระดับ 44.0 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 43.1 โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.7% 35.7% และ 60.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 36.2% และ 59.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจาก 63.3 เป็น 62.4 ปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 54.0% และ 41.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.5% 54.4% และ 41.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจชะลอตัวลงในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
กรกฎาคม	2565	39.8	30.7	48.9
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

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
กรกฎาคม	2566	52.7	43.1	62.4

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกรกฎาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 65.1 สู่ระดับ 63.9 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน ทั้งนี้ในเดือนกรกฎาคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.7% 54.5% และ 40.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมิถุนายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 5.1% 54.9% และ 40.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 95.3% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
กรกฎาคม 2565	50.8
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

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
กรกฎาคม 2566	63.9

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกรกฎาคม 2566

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2566 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือนจากระดับ 41.6 มาอยู่ที่ระดับ 40.7 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 63.9 มาอยู่ที่ระดับ 62.8 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 56.7 เป็น 55.6

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
กรกฎาคม 2565	42.4	27.7	49.3
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

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
กรกฎาคม 2566	55.6	40.7	62.8

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกรกฎาคม 2566

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือนตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2565 เป็นต้นมา เนื่องจาก ผู้บริโภครู้สึกกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนในการจัดตั้งรัฐบาลและเสถียรภาพทางการเมืองหลังการเลือกตั้งและจัดตั้งรัฐบาล ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อการทำงานของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันและในอนาคต ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวลดลง นอกจากนี้ผู้บริโภทยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ยังทรงตัวสูง โดยเฉพาะค่าไฟฟ้ารวมถึงความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว ตลอดจนการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อส่งออกของไทยทำให้การส่งออกในช่วงนี้หดตัวลง และมีผลกระทบในเชิงลบต่อกำลังซื้อของประชาชนในทุกภูมิภาค

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 50.3 52.7 และ 63.9 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมิถุนายน ที่อยู่ในระดับ 51.2 53.7 และ 65.1 ตามลำดับ แสดงว่าผู้บริโภคเริ่มมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนเศรษฐกิจไทย อย่างไรก็ตาม ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำและรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศ ราคาพลังงานและค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ที่ปรับตัวลดลงจากระดับ 56.7 เป็น 55.6 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้าค่าครองชีพสูงและการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยและทั่วโลก ส่งผลกระทบต่อทางจิตวิทยาในเชิงลบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยยังคงมีโอกาสบันทึกความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลง จากระดับ 41.6 เป็น 40.7 ซึ่งเป็นการปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือน ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือนเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 63.9 มาอยู่ที่ระดับ 62.8 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องทุกรายการ แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ลดลงมาจากสถานการณ์การเมืองและการจัดตั้งรัฐบาลที่ไม่แน่นอน หากการจัดตั้งรัฐบาลใหม่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายในเดือนสิงหาคมหรือกันยายนและรัฐบาลใหม่มีเสถียรภาพ คาดว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะกลับมาฟื้นตัวขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคม 2566 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 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 9 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
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤษภาคม 2566	0.9	1.0	0.9	1.0	0.8	0.9	1.0
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

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	38.0	37.6	38.4	38.9	39.1	34.8	40.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	62.3	60.1	66.0	65.1	60.3	59.0	68.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	42.9	41.3	42.3	46.0	39.5	45.5	47.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	62.6	61.9	65.6	65.6	60.4	62.1	62.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	64.2	65.0	64.6	68.5	62.9	56.0	66.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	50.2	48.9	52.2	52.0	49.7	46.9	54.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	52.8	51.6	54.0	55.8	50.0	53.8	54.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	55.7	55.2	56.9	58.8	54.2	52.2	58.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.5	39.5	40.4	42.5	39.3	40.2	44.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	63.1	62.3	65.4	66.4	61.2	59.0	65.6

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย