

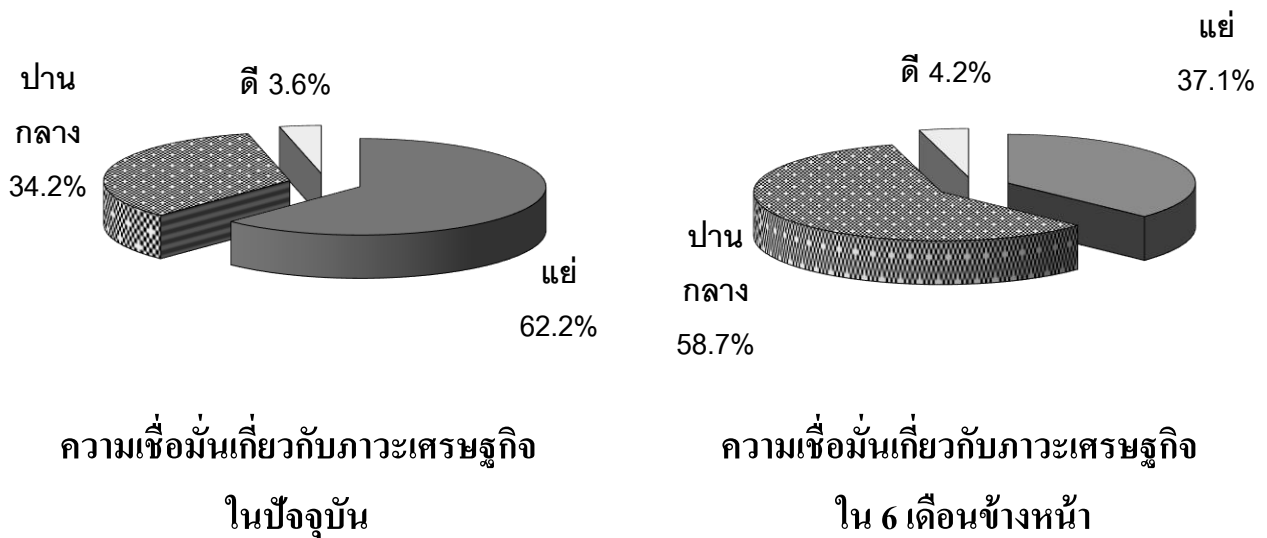


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

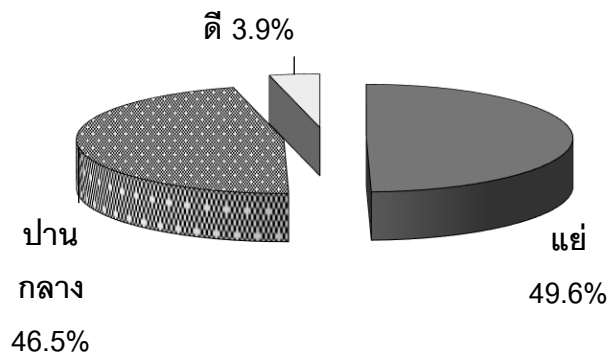
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนพฤษภาคม 2567
ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 เพราะกังวลสถานการณ์ทางการเมือง

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



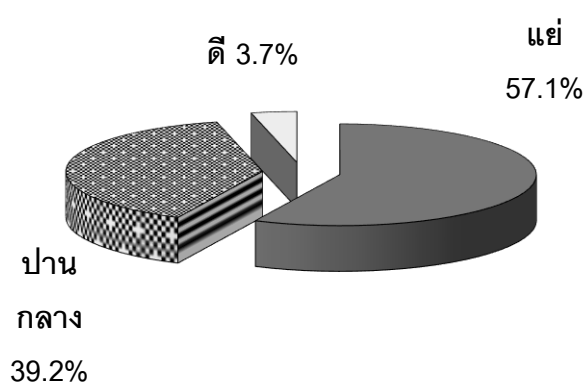
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



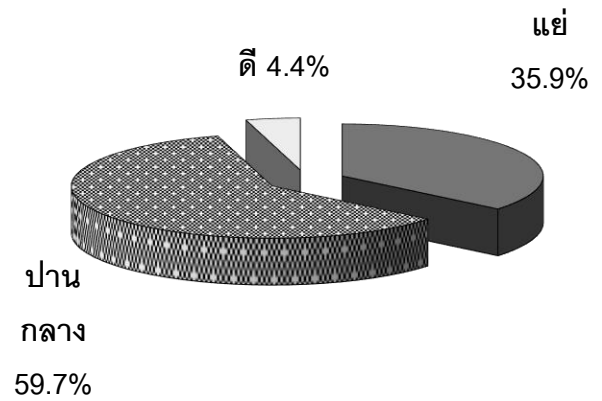
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 54.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

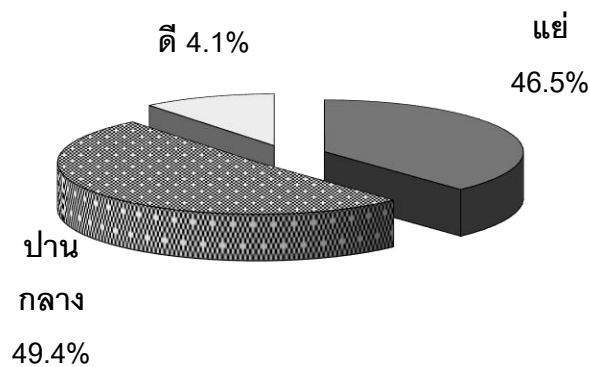


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

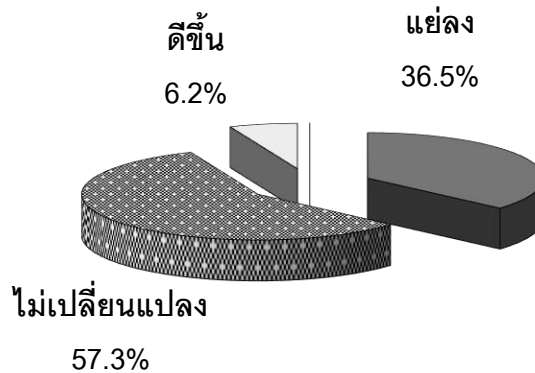
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 57.6

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 69.8

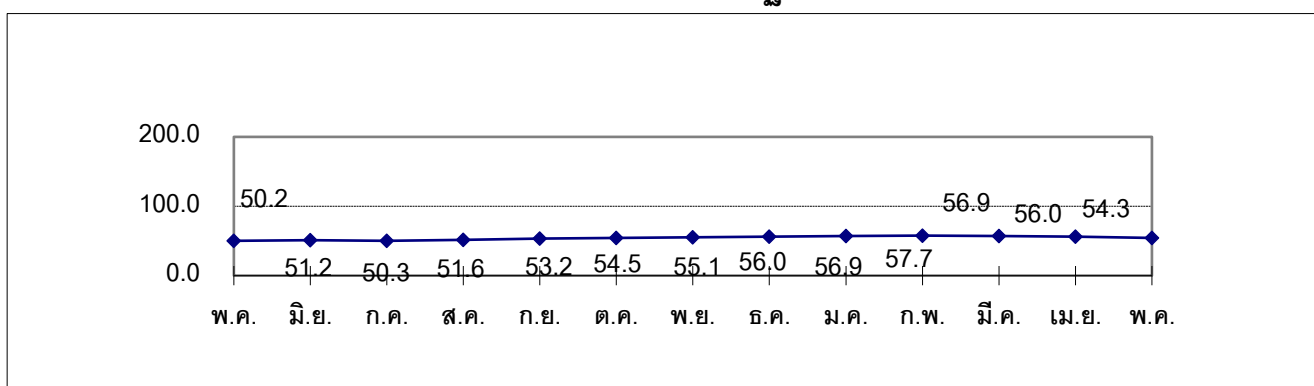
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนและพฤษภาคม 2567

รายการ	เมษายน 2567			พฤษภาคม 2567		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.9	34.9	61.2	3.6	34.2	62.2
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	4.6	59.9	35.5	4.2	58.7	37.1
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	4.1	39.6	56.3	3.7	39.2	57.1
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	5.1	59.8	35.1	4.4	59.7	35.9
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	6.7	58.0	35.3	6.2	57.3	36.5
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	4.3	47.4	48.3	3.9	46.5	49.6
7. โอกาสในการหางานรวม	4.6	49.7	45.7	4.1	49.4	46.5

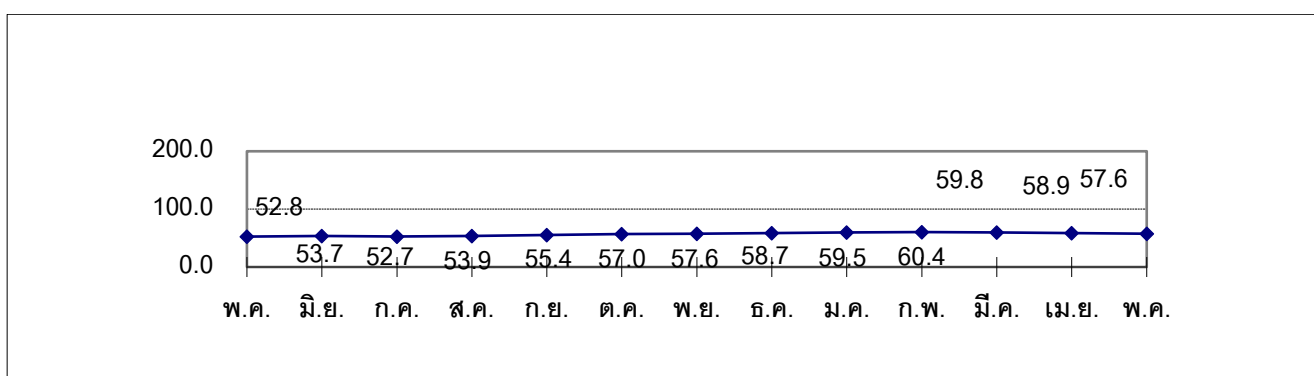
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2566 ถึงพฤษภาคม 2567

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	56.0	56.9	57.7	56.9	56.0	54.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	58.7	59.5	60.4	59.8	58.9	57.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	71.3	72.2	73.2	72.2	71.5	69.8

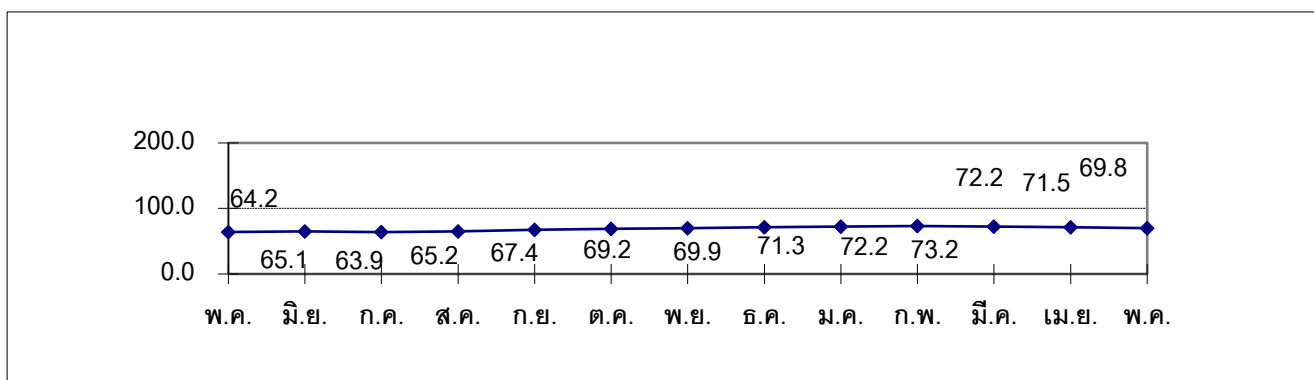
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



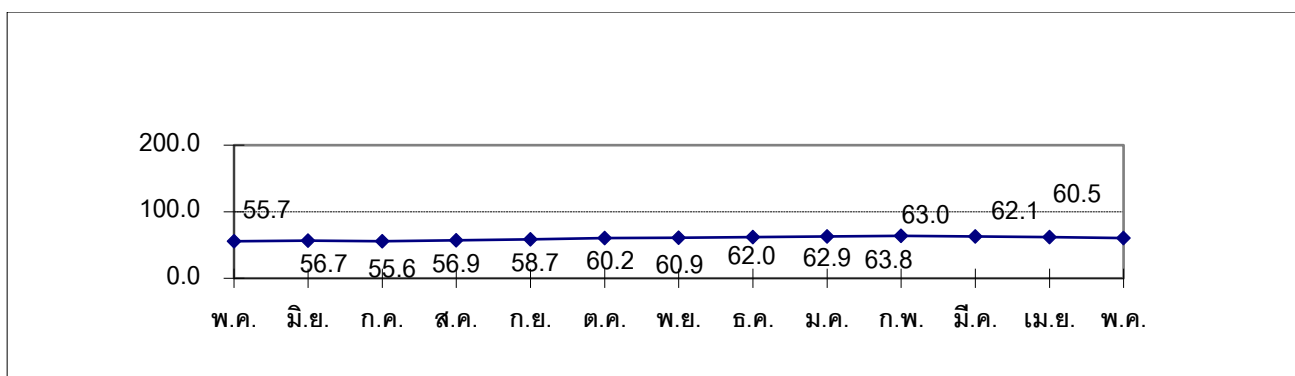
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



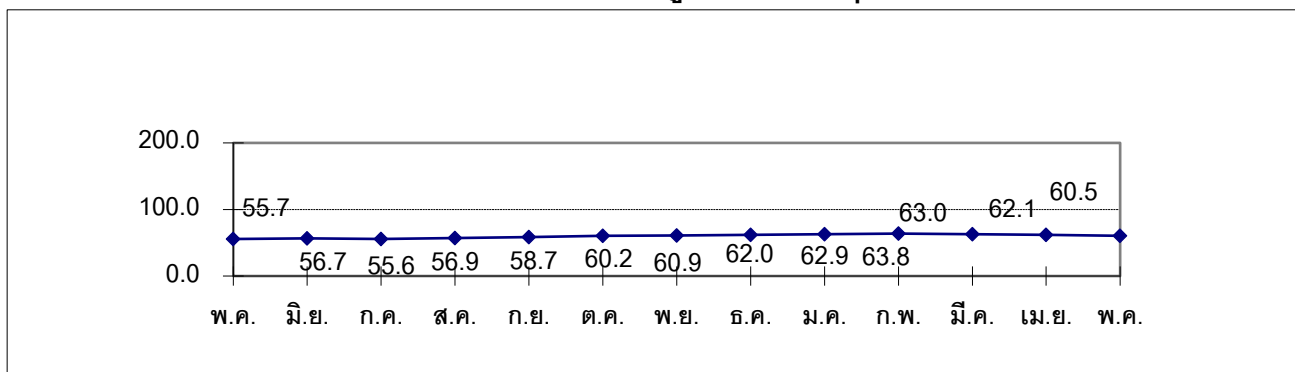
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนธันวาคม 2566 ถึง พฤษภาคม 2567

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	62.0	62.9	63.8	63.0	62.1	60.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	45.4	46.2	46.9	46.0	45.3	44.1
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	69.9	70.9	71.9	71.2	70.2	68.4

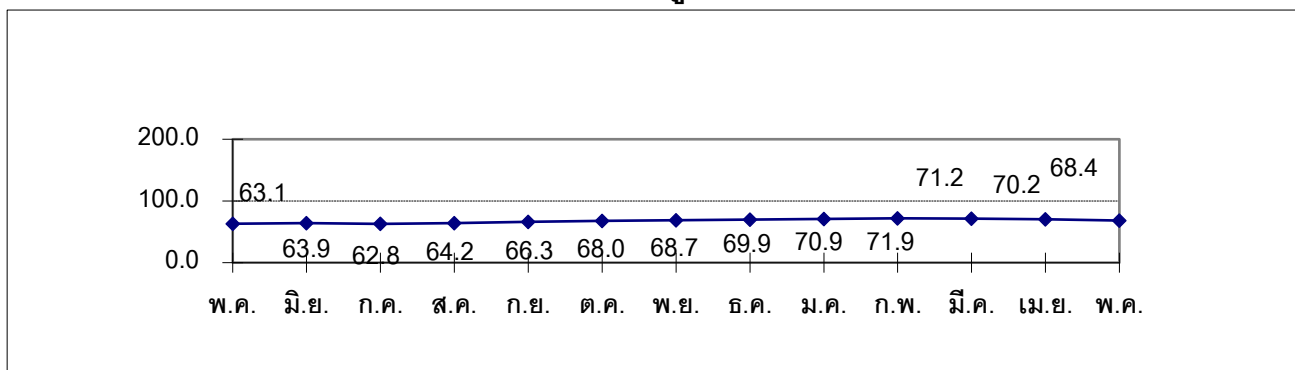
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2567 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,245 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2567

ในเดือนพฤษภาคม 2567 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. รัฐบาลออกมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด โดยให้มีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2567 - 30 พฤศจิกายน 2567 ได้แก่ (1) มาตรการหักลดหย่อนภาษีบุคคลธรรมดา สำหรับค่าใช้จ่ายด้านบริการที่พัก และค่าบริการนำเที่ยว จากการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองท่องเที่ยวรอง ตามที่จ่ายจริงแต่ไม่เกิน 15,000 บาท และ (2) มาตรการหักลดหย่อนภาษีนิติบุคคล สำหรับรายจ่ายการอบรมจัดสัมมนาในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวรอง
2. รัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการมีที่อยู่อาศัยของประชาชน กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคอสังหาริมทรัพย์ และเพื่อเตรียมการรองรับการขยายระดับประเทศไทยสู่ศูนย์กลางเมือง และอุตสาหกรรมระดับโลก
3. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศ ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น
4. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.50 และ 2.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 39.28 และ 40.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2567 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 37.78 และ 38.15 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2567 ตามลำดับ

5. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีเกือบทุกรายการสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น

6. การส่งออกของไทยในเดือนเมษายน 2567 มีมูลค่า 23,278.59 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 6.81% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 24,920.30 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 8.35% ส่งผลให้ขาดดุลการค้า 1,641.71 ล้านดอลลาร์ ทำให้ช่วง 4 เดือนแรกปี 2567 ส่งออกได้รวม 94,273.88 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 1.42% และมีการนำเข้ารวม 100,390.75 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 4.90% ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 6,116.87 ล้านดอลลาร์

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤษภาคม 2567 ได้แก่

1. ศาลรัฐธรรมนูญรับคำร้องของ 40 สว. เกี่ยวกับความเป็นรัฐมนตรีของนายกรัฐมนตรีเศรษฐา ทวีสิน กรณีที่แต่งตั้งบุคคลที่ถูกกล่าวหาว่าขาดคุณสมบัติเป็นรัฐมนตรี ส่งผลให้ผู้บริโภคเริ่มมีความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมือง

2. สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสแรกปี 2567 ขยายตัวต่อเนื่องที่ 1.5% เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยได้แรงขับเคลื่อนจากการบริโภคภาคเอกชน และการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งปรับลดประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2567 คาดว่าจะขยายตัว 2.5% ในช่วงคาดการณ์ 2.0-3.0% ลดลงจากที่คาดไว้ก่อนหน้านี้ที่คาดว่าจะขยายตัวได้ 2.7% (2.2-3.2%)

3. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

4. ราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 2.00 บาทต่อลิตร จากระดับ 30.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2567 มาอยู่ที่ระดับ 32.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2567

5. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ตลอดจนสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่รุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในอนาคต

6. SET Index ในเดือนพฤษภาคม 2567 ปรับตัวลดลง 22.29 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,367.95 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน 2567 เป็น 1,345.66 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2567 ซึ่งบรรยากาศการลงทุนทั่วโลกยังมีความกังวลเรื่องการขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางต่างๆ ทั่วโลกเพื่อสกัดกั้นเงินเฟ้อ อาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยและอาจมีปัญหารุนแรงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยในที่สุด

7. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 36.789 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2567 เป็น 36.636 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2567 สะท้อนว่ามีการไหลออกสุทธิของเงินตราต่างประเทศ

8. ความกังวลต่อสถานการณ์เอเลนีโญ และภัยแล้ง ที่จะส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้น้ำ ทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ ตลอดจนภาคครัวเรือน

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2566 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มกลับมากังวลว่าการเมืองไทยเริ่มขาดเสถียรภาพหลังจากศาลรัฐธรรมนูญรับคำร้องของ 40 สว. เกี่ยวกับคุณสมบัติของนายรัฐมนตรี และกังวลเศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงและฟื้นตัวช้า ประกอบกับราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้นโดยเฉพาะน้ำมันเบนซิน และผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว สงครามในตะวันออกกลางที่อาจยืดเยื้อบานปลาย อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวช้าของเศรษฐกิจไทย สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 56.0 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 54.3 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2567 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 46.5% และ 49.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.3% 47.4% และ 48.3% ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังอยู่ในระดับ “แย่มาก” ต่ำกว่า 50% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ในรอบ 55 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 เป็นต้นมา แต่ความเชื่อมั่นนี้อยู่ในระดับ “ปานกลาง” ในสัดส่วนที่ต่ำกว่า “แย่มาก” เป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย ประกอบกับปัญหาค่าครองชีพและราคาน้ำมันที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมา ซึ่งลดลงจากระดับ 42.7 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 41.4 โดยในเดือนพฤษภาคม 2567 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.6% 34.2% และ 62.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 34.9% และ 61.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤษภาคม 2567 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 69.2 มาอยู่ที่ระดับ 67.2 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.2% 58.7% และ 37.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.6% 59.9% และ 35.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนัก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
พฤษภาคม 2566	50.2	38.0	62.3
มิถุนายน 2566	51.2	39.2	63.2
กรกฎาคม 2566	50.3	38.4	62.2
สิงหาคม 2566	51.6	39.4	63.7
กันยายน 2566	53.2	40.6	65.7
ตุลาคม 2566	54.5	41.7	67.3
พฤศจิกายน 2566	55.1	42.3	67.9
ธันวาคม 2566	56.0	43.0	68.9
มกราคม 2567	56.9	43.7	70.0
กุมภาพันธ์ 2567	57.7	44.4	71.0
มีนาคม 2567	56.9	43.6	70.3
เมษายน 2567	56.0	42.7	69.2
พฤษภาคม 2567	54.3	41.4	67.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
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
เม.ย. - พ.ค. 2567	55.1	42.1	68.2

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 58.9 สู่วระดับ 57.6 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.1% 49.4% และ 46.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.6% 49.7% และ 45.7% ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับ “แย่มาก” ต่ำกว่า 50% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีขึ้นจากค่าน้ำมันแพง และค่าครองชีพสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤษภาคม 2567 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมา เช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 47.9 ในเดือนก่อน สู่วระดับ 46.7 โดยผู้บริโภคนำเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.7% 39.2% และ 57.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.1% 39.6% และ 56.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีขึ้น และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจาก 69.9 เป็น 68.4 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.4% 59.7% และ 35.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.1% 59.8% และ 35.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจจะลดตัวลงในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
พฤษภาคม 2566	52.8	42.9	62.6
มิถุนายน 2566	53.7	44.0	63.3
กรกฎาคม 2566	52.7	43.1	62.4
สิงหาคม 2566	53.9	43.9	63.8
กันยายน 2566	55.4	45.2	65.7
ตุลาคม 2566	57.0	46.4	67.6
พฤศจิกายน 2566	57.6	47.0	68.3
ธันวาคม 2566	58.7	47.9	69.4
มกราคม 2567	59.5	48.6	70.4
กุมภาพันธ์ 2567	60.4	49.3	71.5
มีนาคม 2567	59.8	48.5	71.0
เมษายน 2567	58.9	47.9	69.9
พฤษภาคม 2567	57.6	46.7	68.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
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
เม.ย. - พ.ค. 2567	58.2	47.3	69.2

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤษภาคม 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 71.5 สู่อันดับ 69.8 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2567 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 6.2% 57.3% และ 36.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 6.7% 58.0% และ 35.3% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 93.8% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
พฤษภาคม 2566	64.2
มิถุนายน 2566	65.1
กรกฎาคม 2566	63.9
สิงหาคม 2566	65.2
กันยายน 2566	67.4
ตุลาคม 2566	69.2
พฤศจิกายน 2566	69.9
ธันวาคม 2566	71.3
มกราคม 2567	72.2
กุมภาพันธ์ 2567	73.2
มีนาคม 2567	72.2
เมษายน 2567	71.5
พฤษภาคม 2567	69.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 3 2566	65.5
ไตรมาสที่ 4 2566	70.1
ไตรมาสที่ 1 2567	72.5
เม.ย. - พ.ค. 2567	70.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤษภาคม 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2567 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมาทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 45.3 มาอยู่ที่ระดับ 44.1 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 70.2 มาอยู่ที่ระดับ 68.4 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 62.1 เป็น 60.5 ในเดือนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
พฤษภาคม 2566	55.7	40.5	63.1
มิถุนายน 2566	56.7	41.6	63.9
กรกฎาคม 2566	55.6	40.7	62.8
สิงหาคม 2566	56.9	41.7	64.2
กันยายน 2566	58.7	42.9	66.3
ตุลาคม 2566	60.2	44.0	68.0
พฤศจิกายน 2566	60.9	44.6	68.7
ธันวาคม 2566	62.0	45.4	69.9
มกราคม 2567	62.9	46.2	70.9
กุมภาพันธ์ 2567	63.8	46.9	71.9
มีนาคม 2567	63.0	46.0	71.2
เมษายน 2567	62.1	45.3	70.2
พฤษภาคม 2567	60.5	44.1	68.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
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
เม.ย. - พ.ค. 2567	61.3	44.7	69.3

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2566 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มกลับมากังวลว่าการเมืองไทยเริ่มขาดเสถียรภาพหลังจากศาลรัฐธรรมนูญรับคำร้องของ 40 สว. เกี่ยวกับคุณสมบัติของนายกรัฐมนตรี และกังวลเศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงและฟื้นตัวช้า ประกอบกับราคาลงงานปรับตัวสูงขึ้น โดยเฉพาะน้ำมันเบนซิน และผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว สงครามในตะวันออกกลางที่อาจยืดเยื้อบานปลาย อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวช้าของเศรษฐกิจไทย

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 54.3 57.6 และ 69.8 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 10 เดือน ทุกรายการ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนเมษายน ที่อยู่ในระดับ 56.0 58.9 และ 71.5 ตามลำดับ การที่ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มีมีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำและรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศ ราคาลงงานและค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 62.1 เป็น 60.5 เป็นการปรับตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้าค่าครองชีพสูงและการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยและทั่วโลก ตลอดจนสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน กับอิสราเอลกับฮามาสในฉนวนกาซาที่ยังคงยืดเยื้อ ส่งผลกระทบต่อทางจิตวิทยาในเชิงลบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยยังคงมีโอกาสนับถือนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 45.3 เป็น 44.1 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 70.2 มาอยู่ที่ระดับ 68.4 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 10 เดือนทุกรายการ แสดงว่า ผู้บริโภคเริ่มไม่แน่ใจว่าเศรษฐกิจจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นได้อย่างรวดเร็วหรือไม่ โดยเฉพาะเมื่อสถานการณ์การเมืองในปัจจุบันเริ่มมีความผันผวนมากขึ้นในมุมมองของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ความเชื่อมั่นของผู้บริภคน่าจะปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องได้ในอนาคตอันใกล้ หากรัฐบาลเร่งเบิกจ่ายงบประมาณและกระตุ้นเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวขึ้นอย่างเป็นรูปธรรมอย่างรวดเร็วในช่วงครึ่งหลังของปีนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2567 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	41.4	41.3	41.3	41.7	42.4	38.4	43.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	67.2	65.1	70.2	69.8	64.9	64.3	73.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	46.7	45.4	45.3	49.1	42.8	49.7	51.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	68.4	68.1	71.1	70.3	65.7	68.2	67.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	69.8	70.3	69.5	73.4	70.4	62.8	71.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	54.3	53.2	55.8	55.8	53.7	51.4	58.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	57.6	56.8	58.2	59.7	54.3	59.0	59.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	60.5	60.1	61.2	63.0	59.4	57.7	63.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนเมษายน 2567	-1.6	-1.6	-1.5	-1.4	-1.5	-1.6	-1.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	44.1	43.4	43.3	45.4	42.6	44.1	47.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	68.4	67.8	70.3	71.2	67.0	65.1	70.9

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	42.7	42.7	42.5	43.0	43.5	39.8	44.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	69.2	67.2	72.0	71.4	66.8	66.3	75.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	47.9	46.6	46.5	50.2	44.1	50.9	52.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	69.9	69.6	72.6	71.8	67.2	69.7	69.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	71.5	72.0	71.0	75.0	72.0	64.5	73.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	56.0	55.0	57.3	57.2	55.2	53.1	60.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	58.9	58.1	59.6	61.0	55.7	60.3	60.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	62.1	61.7	62.6	64.4	60.9	59.3	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมีนาคม 2567	-0.8	-1.1	-0.8	-1.0	-0.3	-0.8	-1.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	45.3	44.7	44.5	46.6	43.8	45.4	48.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	70.2	69.6	71.9	72.7	68.7	66.8	72.6

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	43.6	43.7	43.2	43.8	44.5	40.7	45.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	70.3	68.4	73.0	72.4	67.9	67.3	76.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	48.5	47.2	47.0	50.8	44.8	51.4	53.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	71.0	70.7	73.6	72.9	68.4	70.6	70.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	72.2	73.2	71.7	76.1	71.0	65.2	74.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	56.9	56.1	58.1	58.1	56.2	54.0	61.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	59.8	59.0	60.3	61.9	56.6	61.0	61.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	63.0	62.7	63.4	65.4	61.3	60.1	65.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	46.0	45.5	45.1	47.3	44.7	46.1	49.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	71.2	70.8	72.8	73.8	69.1	67.7	73.7

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย