

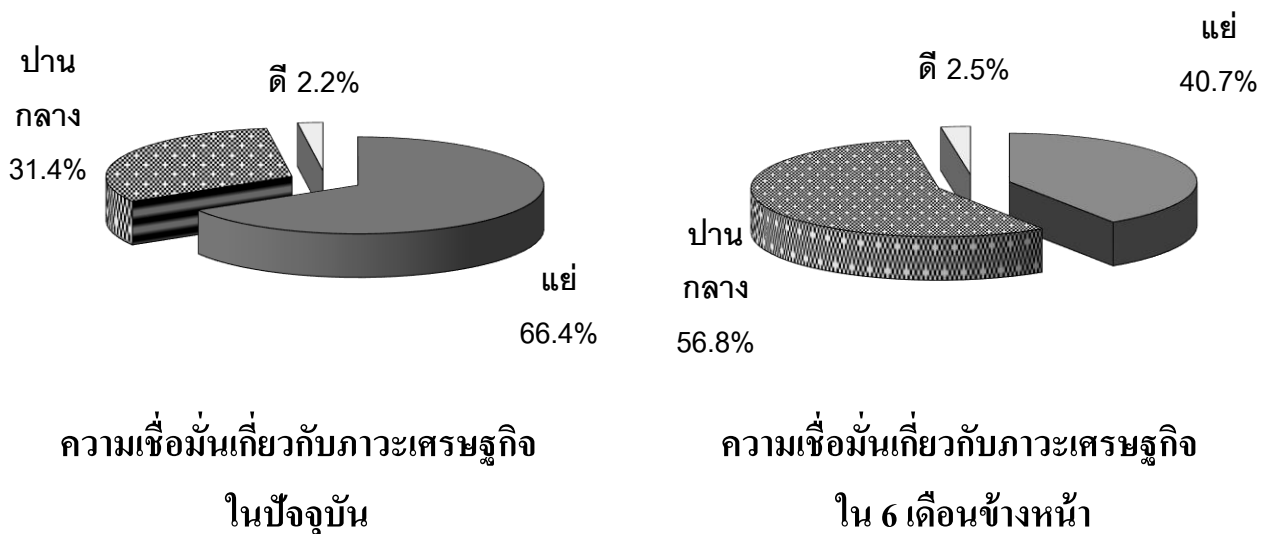


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

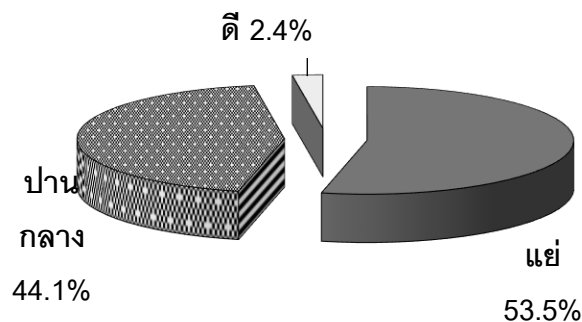
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนกันยายน 2567
ความเชื่อมั่นผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และต่ำสุดในรอบ 17 เดือน เพราะสถานการณ์น้ำท่วม

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



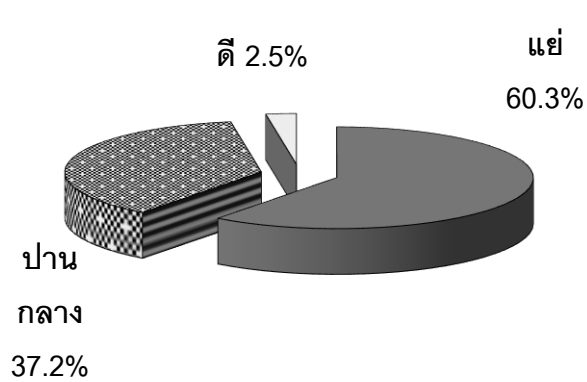
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



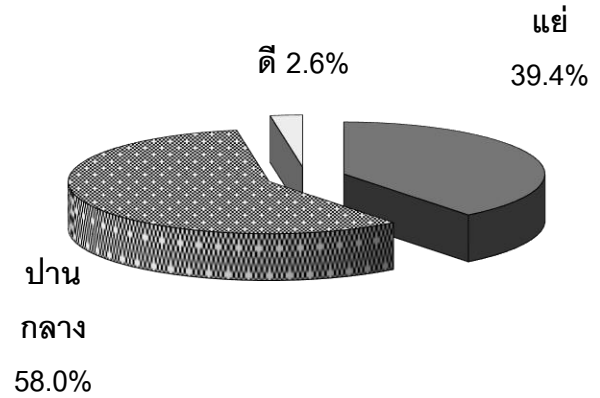
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 48.8

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

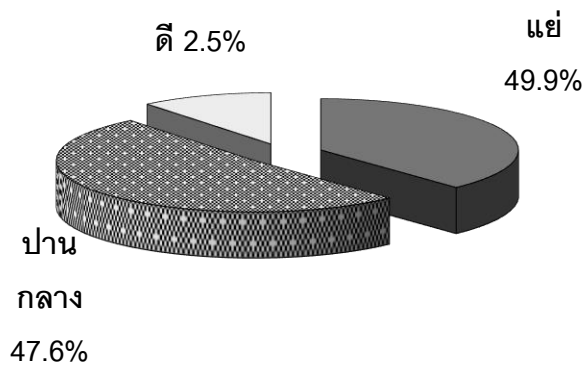


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

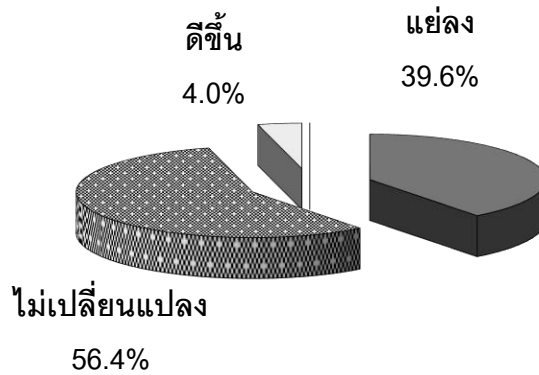
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่มาก



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 52.7

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 64.4

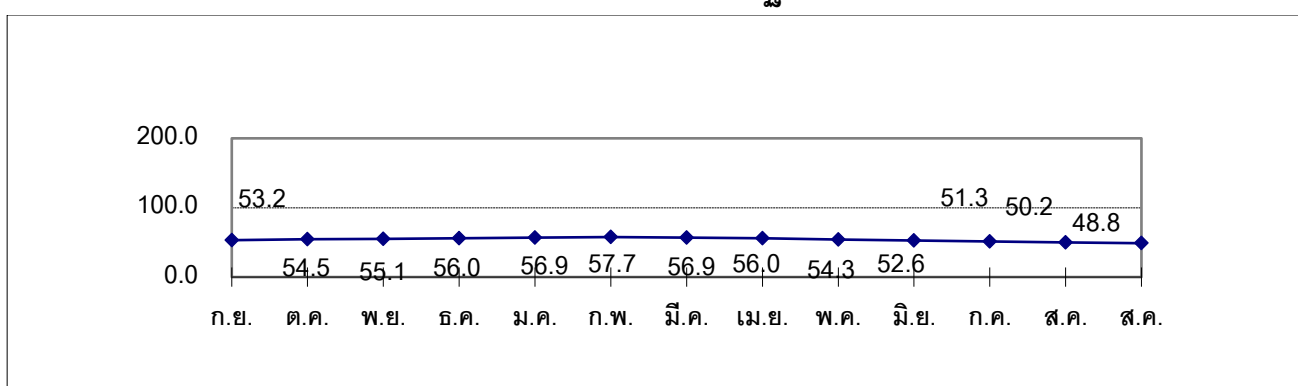
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคมและกันยายน 2567

รายการ	สิงหาคม 2567			กันยายน 2567		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	2.5	32.2	65.3	2.2	31.4	66.4
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	2.9	57.3	39.8	2.5	56.8	40.7
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	2.8	37.9	59.3	2.5	37.2	60.3
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	2.8	58.7	38.5	2.6	58.0	39.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	4.3	57.0	38.7	4.0	56.4	39.6
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	2.7	44.8	52.5	2.4	44.1	53.5
7. โอกาสในการหางานรวม	2.8	48.3	48.9	2.5	47.6	49.9

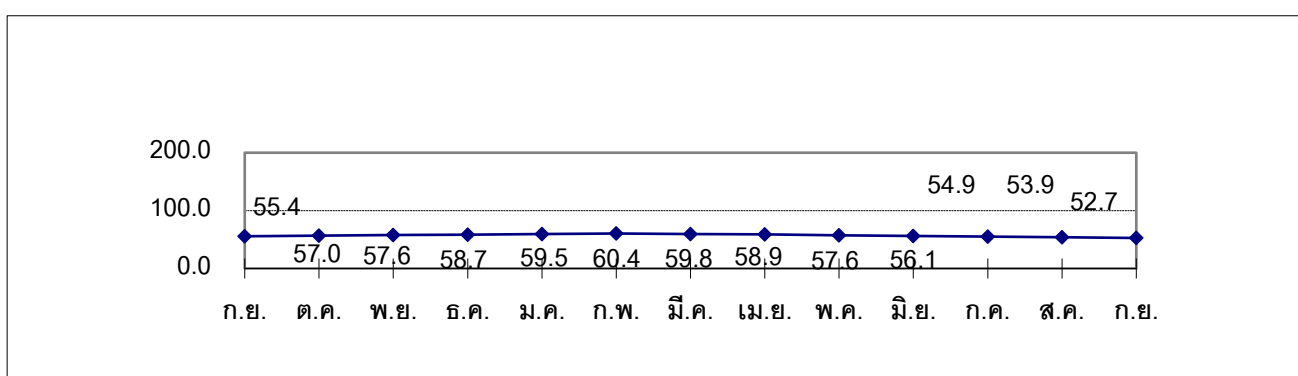
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนถึงกันยายน 2567

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	56.0	54.3	52.6	51.3	50.2	48.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	58.9	57.6	56.1	54.9	53.9	52.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	71.5	69.8	67.9	66.8	65.6	64.4

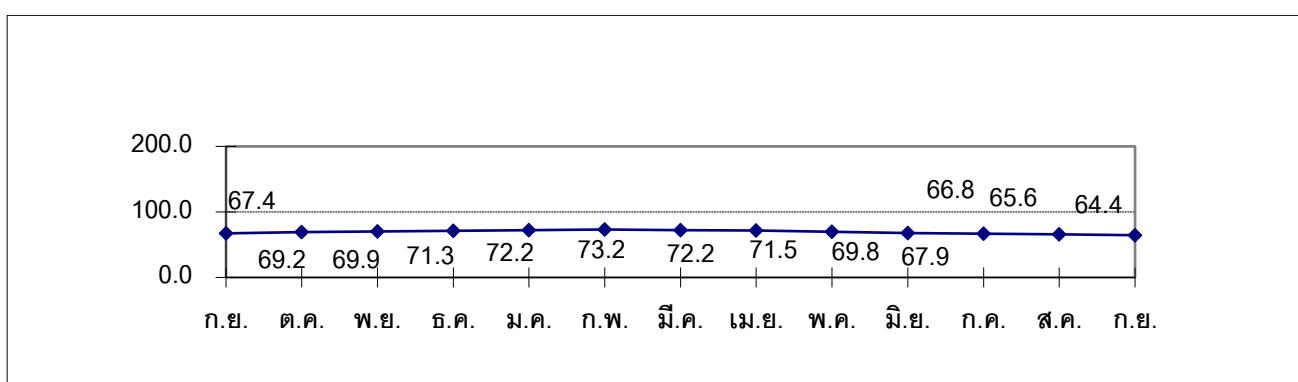
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



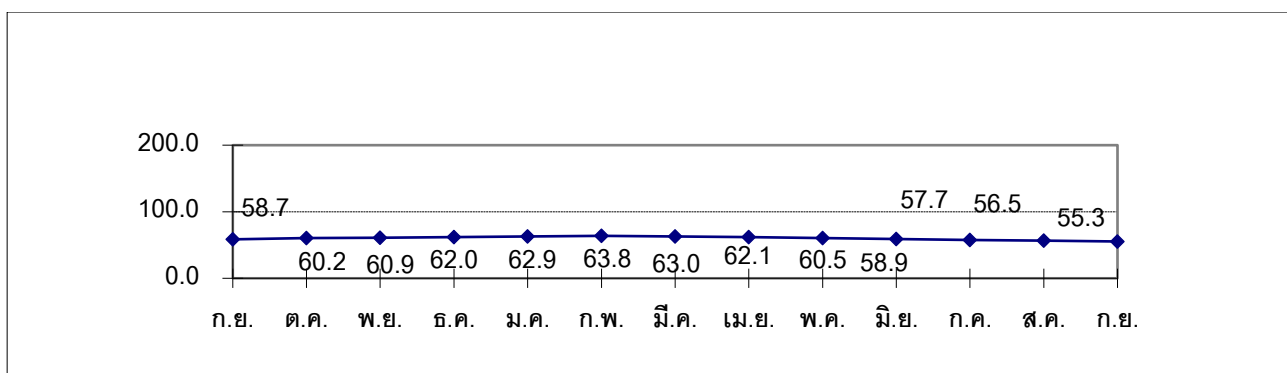
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



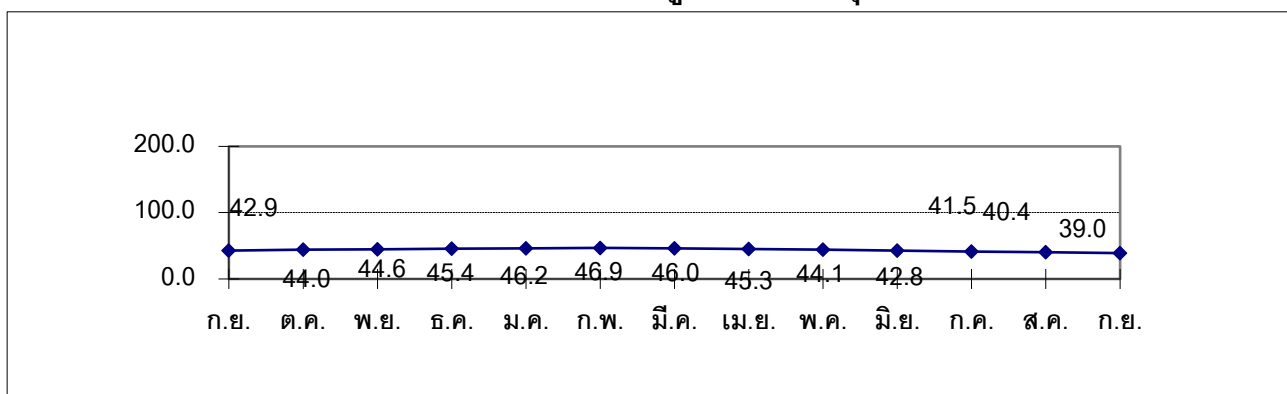
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนเมษายนถึงกันยายน 2567

รายการ	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม	กันยายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	62.1	60.5	58.9	57.7	56.5	55.3
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	45.3	44.1	42.8	41.5	40.4	39.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	70.2	68.4	66.7	65.4	64.3	63.1

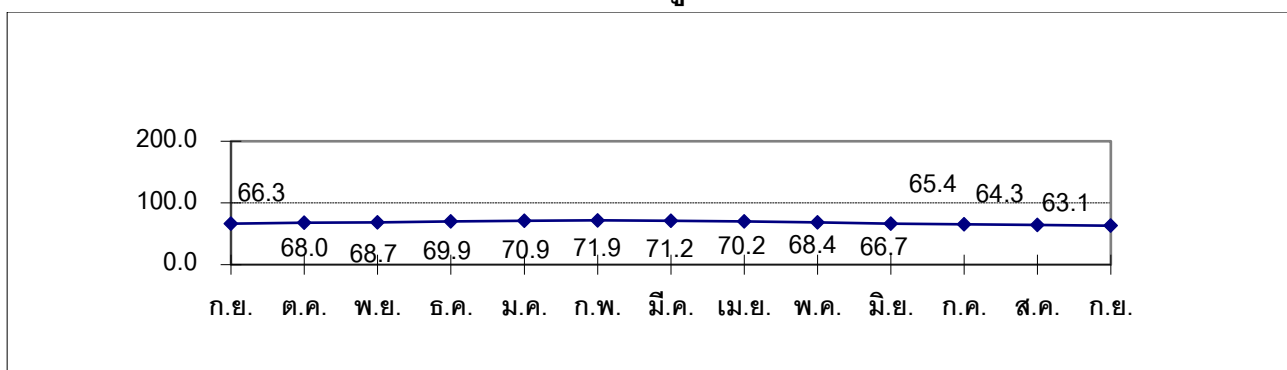
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2567 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,243 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ประมาณร้อยละ 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2567

ในเดือนกันยายน 2567 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ปัจจัยการเมืองในประเทศเริ่มมีความชัดเจนขึ้น หลังจากมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้งนางสาวแพทองธาร ชินวัตร เป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 16 สิงหาคม 2567 พร้อมทั้งได้มีการแถลงนโยบายต่อรัฐสภาเมื่อวันที่ 12-13 กันยายน 2567 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจะหนุนความเชื่อมั่น บรรยากาศการลงทุน และภาวะเศรษฐกิจโดยรวม
2. รัฐบาลดำเนินโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจ ปี 2567 ผ่านผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐและคนพิการ โดยเริ่มทำการโอนเงิน 10,000 บาท ให้แก่กลุ่มเป้าหมายรวม 14.55 ล้านคน ในระหว่างวันที่ 25-27 กันยายน และ 30 กันยายน 2567
3. ที่ประชุมคณะรัฐมนตรี (ครม.) มีมติเห็นชอบขยายเวลาคงอัตราภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ไว้ที่ 7% ต่ออีก 1 ปี โดยนับตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง 30 กันยายน 2568 เพื่อส่งเสริมการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ
4. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศตลอดจนยกเว้นการยื่นวีซ่านักท่องเที่ยว รวมการขยายระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น
5. การส่งออกของไทยในเดือนสิงหาคม 2567 มีมูลค่า 26,182.3 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 7.0% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 25,917.4 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 8.9% ส่งผลให้เกินดุลการค้า 264.9 ล้านดอลลาร์ ทำให้ช่วง 8

เดือนของปี 2567 ส่งออกได้รวม 197,192.8 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 4.2% และมีการนำเข้ารวม 203,543.8 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 5.0% ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 6,351.0 ล้านดอลลาร์

6. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีเกือบทุกรายการสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น

7. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.10 และ 1.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 35.98 และ 36.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2567 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 34.88 และ 35.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2567 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 32.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกันยายน 2567

8. SET Index ในเดือนกันยายน 2567 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 89.76 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,359.07 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2567 เป็น 1,448.83 จุด ณ สิ้นเดือนกันยายน 2567

9. รัฐบาลออกมาตรการภาษีเพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรอง 55 จังหวัด โดยให้มีผลตั้งแต่ 1 พฤษภาคม 2567 - 30 พฤศจิกายน 2567 และออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์ เพื่อเป็นการสนับสนุนการมีที่อยู่อาศัยของประชาชน กระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคอสังหาริมทรัพย์

สำหรับปัจจัยลบในเดือนกันยายน 2567 ได้แก่

1. ความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัด โดยเฉพาะในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่สร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร

2. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าการฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

3. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ตลอดจนสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่รุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

4. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นจากระดับ 34.755 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2567 เป็น 33.356 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกันยายน 2567 ทำให้มีความกังวลว่าจะส่งกระทบในเชิงลบต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดโลก

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2566 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังคงชะลอตัวลงและฟื้นตัวช้า และความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัด โดยเฉพาะในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่สร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร ประกอบกับราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น และผู้บริโภคยังคงกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว สงครามในตะวันออกกลางและสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครนที่ยังคงยืดเยื้ออาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวล่าช้าของเศรษฐกิจไทย แม้ว่าในเดือนนี้จะมีการแจกเงินให้กับกลุ่มเปราะบางคนละ 10,000 บาท ตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลก็ตาม

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 18 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 50.2 ในเดือนที่ผ่านมา สู่วระดับ 48.8 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2567 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.4% 44.1% และ 53.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.7% 44.8% และ 52.5% ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจโดยรวมยังอยู่ในระดับ “แย่” เกินกว่า 50% เป็นครั้งที่ 4 ในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2566 เป็นต้นมา และความเชื่อมั่นนี้อยู่ในระดับ “ปานกลาง” ในสัดส่วนที่ต่ำกว่า “แย่” ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 18 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 เป็นต้นมา ซึ่งลดลงจากระดับ 37.2 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 35.8 โดยในเดือนกันยายน 2567 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.2% 31.4% และ 66.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 32.2% และ 65.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนกันยายน 2567 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 63.1 มาอยู่ที่ระดับ 61.8 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 56.8% และ 40.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.9% 57.3% และ 39.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนัก

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
มิถุนายน 2567	52.6	40.0	65.3
กรกฎาคม 2567	51.3	38.6	64.0
สิงหาคม 2567	50.2	37.2	63.1
กันยายน 2567	48.8	35.8	61.8

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2567	54.3	41.4	67.2
ไตรมาสที่ 3 2567	50.1	37.2	63.0

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนกันยายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 53.9 สู่วระดับ 52.7 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 47.6% และ 49.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 48.3% และ 48.9% ตามลำดับ ทั้งนี้ ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับ “แย่” ยังคงอยู่ในระดับต่ำกว่า 50% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 12 อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีจากราคาน้ำมันแพง และค่าครองชีพสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนกันยายน 2567 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2566 เป็นต้นมา เช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 43.5 ในเดือนก่อน สู่วระดับ 42.2 โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 37.2% และ 60.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 37.9% และ 59.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 16 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจาก 64.3 เป็น 63.2 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 58.0% และ 39.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 58.7% และ 38.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจจะล่อตัวลงในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
มิถุนายน 2567	56.1	45.5	66.7
กรกฎาคม 2567	54.9	44.3	65.4
สิงหาคม 2567	53.9	43.5	64.3
กันยายน 2567	52.7	42.2	63.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2567	57.5	46.7	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	53.8	43.3	64.3

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนกันยายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่อง เป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 65.6 สู่วระดับ 64.4 ทั้งนี้ในเดือนกันยายน 2567 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.0% 56.4% และ 39.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนสิงหาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.3% 57.0% และ 38.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 96.0% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายให้สบายในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายให้สบายอย่างมากในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
มิถุนายน 2567	67.9
กรกฎาคม 2567	66.8
สิงหาคม 2567	65.6
กันยายน 2567	64.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 2 2567	69.7
ไตรมาสที่ 3 2567	65.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนกันยายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2567 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 ทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 18 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 เป็นต้นมา จากระดับ 40.4 มาอยู่ที่ระดับ 39.0 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 16 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2566 เป็นต้นมา จากระดับ 64.3 มาอยู่ที่ระดับ 63.1 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 56.5 เป็น 55.3 ในเดือนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
มิถุนายน 2567	58.9	42.8	66.7
กรกฎาคม 2567	57.7	41.5	65.4
สิงหาคม 2567	56.5	40.4	64.3
กันยายน 2567	55.3	39.0	63.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2567	60.5	44.0	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	56.5	40.3	64.3

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนกันยายน 2567

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2567 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2566 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังคงชะลอตัวลงและฟื้นตัวช้า และความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัด โดยเฉพาะในภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่สร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร ประกอบกับราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น และผู้บริโภคยังคงกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกชะลอตัว สงครามในตะวันออกกลางและสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครนที่ยังคงยืดเยื้ออาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวช้าของเศรษฐกิจไทย แม้ว่าในเดือนนี้จะมีการแจกเงินให้กับกลุ่มเปราะบางคนละ 10,000 บาท ตามมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลก็ตาม

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 48.8 52.7 และ 64.4 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนสิงหาคม ที่อยู่ในระดับ 50.2 53.9 และ 65.6 ตามลำดับ การที่ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศ ราคาพลังงานและค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 56.5 เป็น 55.3 เป็นการปรับตัวต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2566 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้าและค่าครองชีพสูง ตลอดจนสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน กับอิสราเอลกับฮามาสในฉนวนกาซาที่ยังคงยืดเยื้อ ส่งผลกระทบต่อทางจิตวิทยาในเชิงลบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยยังคงมีโอกาสบันทึกความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 40.4 เป็น 39.0 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 64.3 มาอยู่ที่ระดับ 63.1 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคกลับมาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 ทุกรายการ แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่แน่ใจว่าเศรษฐกิจจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นได้อย่างรวดเร็วหรือไม่ แม้ว่าจะมีมาตรการแจกเงินคนละ 10,000 บาทออกมาแล้วก็ตาม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกันยายน 2567 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑลและภาคเหนือ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกันยายน 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	35.8	35.7	35.2	36.1	37.0	33.5	37.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	61.8	59.5	64.7	64.7	59.7	59.6	68.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	42.2	40.7	40.5	44.6	38.3	45.6	46.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	63.2	62.7	65.9	65.4	60.7	63.6	62.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	64.4	64.5	64.2	68.6	65.0	58.2	65.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	48.8	47.6	50.0	50.4	48.4	46.6	53.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	52.7	51.7	53.2	55.0	49.5	54.6	54.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	55.3	54.6	55.8	58.0	54.3	53.1	57.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนสิงหาคม 2567	-1.2	-1.3	-1.5	-1.2	-1.2	-1.0	-1.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.0	38.2	37.9	40.4	37.7	39.6	42.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	63.1	62.2	64.9	66.2	61.8	60.5	65.5

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	37.2	37.1	37.0	37.5	38.3	34.7	39.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	63.1	60.8	66.1	65.9	60.9	60.6	69.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	43.5	42.0	42.1	46.0	39.5	46.7	47.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	64.3	63.8	67.3	66.6	61.7	64.5	63.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.6	65.8	65.5	69.7	66.2	59.2	67.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	50.2	49.0	51.6	51.7	49.6	47.7	54.4
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	53.9	52.9	54.7	56.3	50.6	55.6	55.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.5	55.9	57.3	59.2	55.5	54.2	59.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกรกฎาคม 2567	-1.1	-1.0	-1.4	-1.2	-1.1	-1.1	-1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.4	39.6	39.6	41.8	38.9	40.7	43.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.3	63.5	66.3	67.4	62.9	61.4	66.7

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2567

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	38.6	38.4	38.8	39.0	39.7	36.0	40.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	64.1	61.6	67.6	67.0	61.9	61.5	70.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	44.3	42.8	43.3	46.9	40.4	47.6	48.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	65.4	64.8	68.6	67.9	62.8	65.7	64.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	66.8	66.9	66.7	70.8	67.4	60.2	68.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	51.4	50.0	53.2	53.0	50.8	48.8	55.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	54.9	53.8	56.0	57.4	51.6	56.7	56.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	57.7	56.9	58.6	60.4	56.6	55.2	60.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	41.5	40.6	41.1	43.0	40.1	41.8	44.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	65.4	64.4	67.6	68.6	64.0	62.5	67.7

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย