

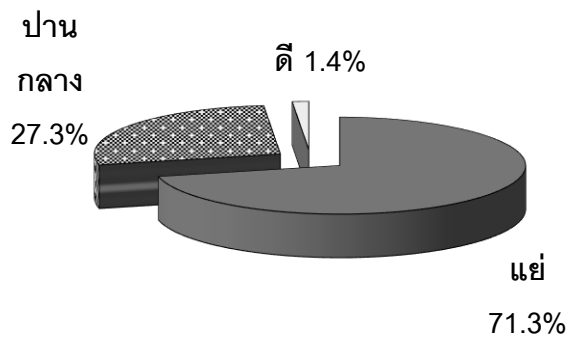


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

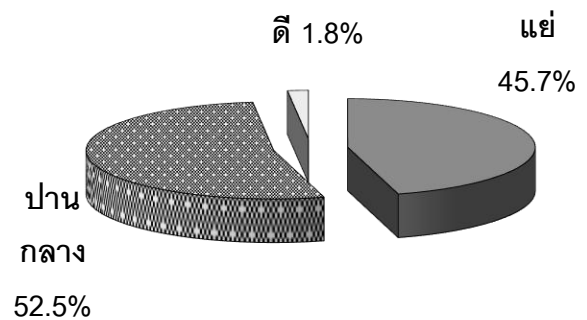
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนพฤษภาคม 2569
ปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 42 เดือนเนื่องจากสงครามสหรัฐกับอิหร่านและราคาน้ำมันที่อยู่ในระดับสูง

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

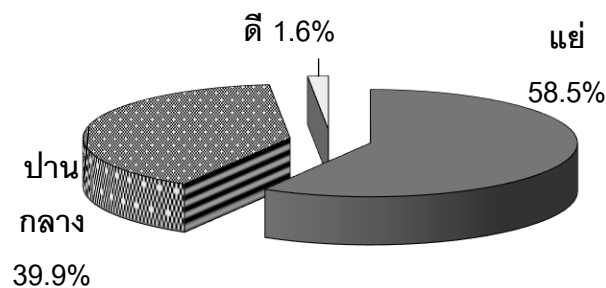


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

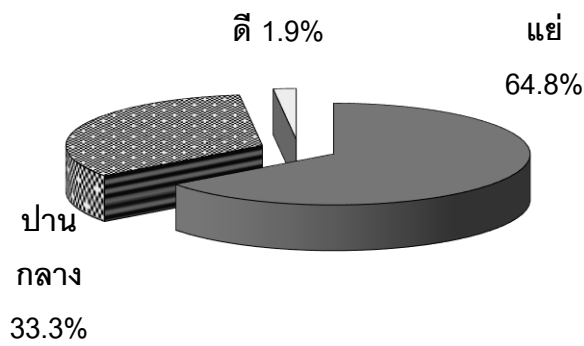
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่มาก



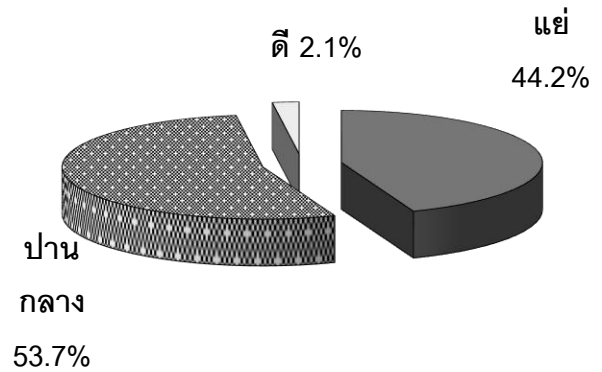
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 43.1

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

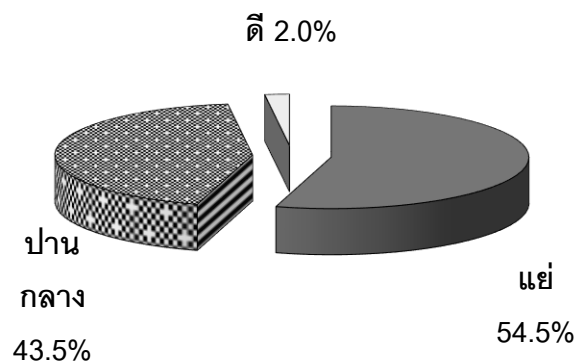


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

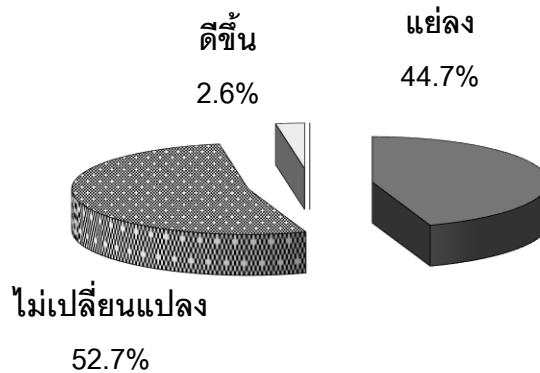
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 47.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 57.9

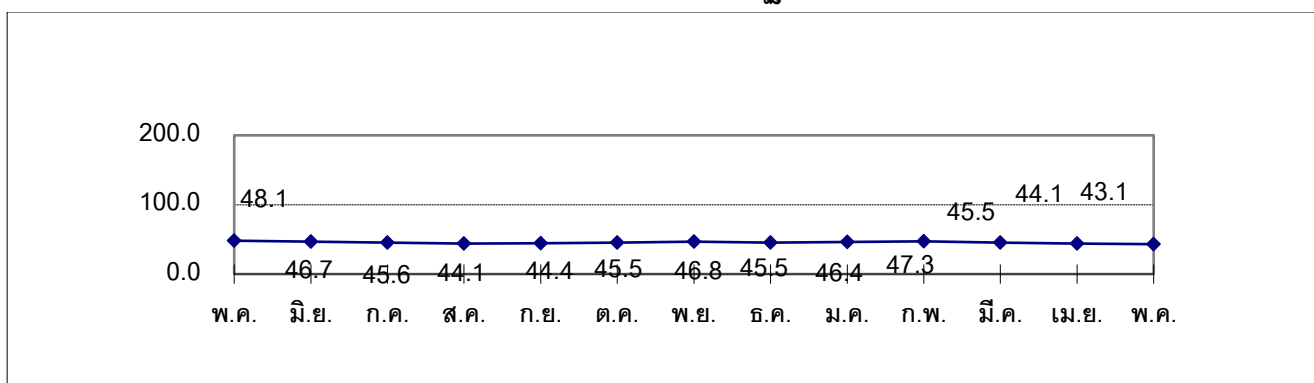
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนและพฤษภาคม 2569

รายการ	เมษายน 2569			พฤษภาคม 2569		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.7	27.7	70.6	1.4	27.3	71.3
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	2.1	52.8	45.1	1.8	52.5	45.7
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	2.1	34.0	63.9	1.9	33.3	64.8
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	2.4	54.1	43.5	2.1	53.7	44.2
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	3.1	52.9	44.0	2.6	52.7	44.7
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	1.9	40.3	57.8	1.6	39.9	58.5
7. โอกาสในการหางานรวม	2.3	44.0	53.7	2.0	43.5	54.5

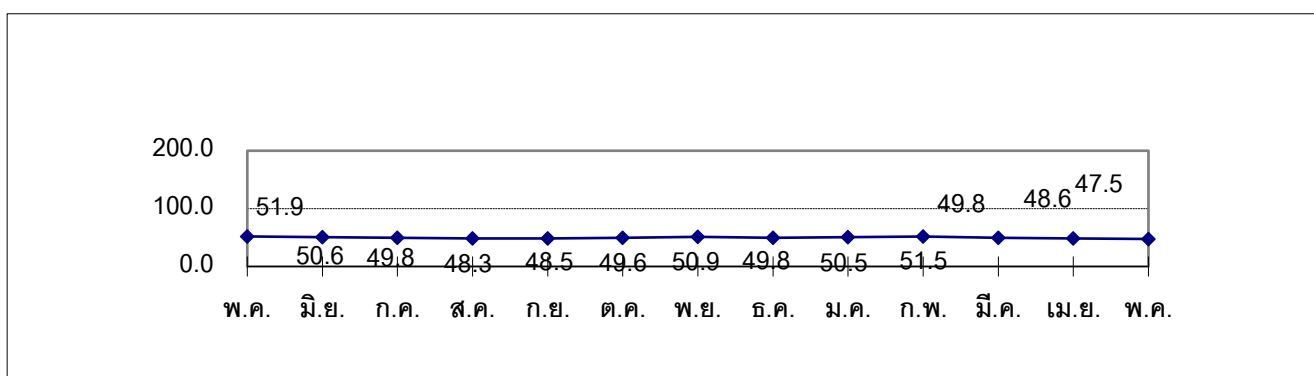
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2568 ถึงพฤษภาคม 2569

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	45.5	46.4	47.3	45.5	44.1	43.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	49.8	50.5	51.5	49.8	48.6	47.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	60.5	61.6	62.4	60.2	59.0	57.9

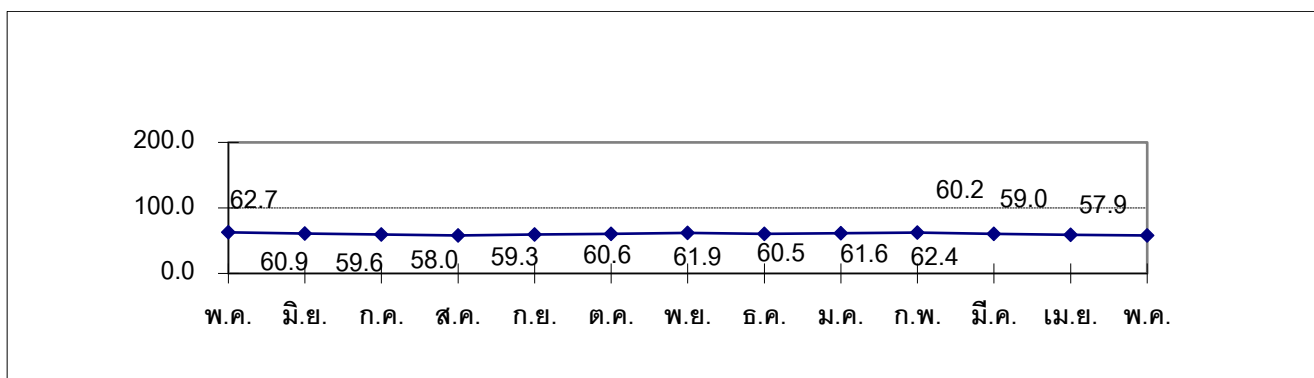
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



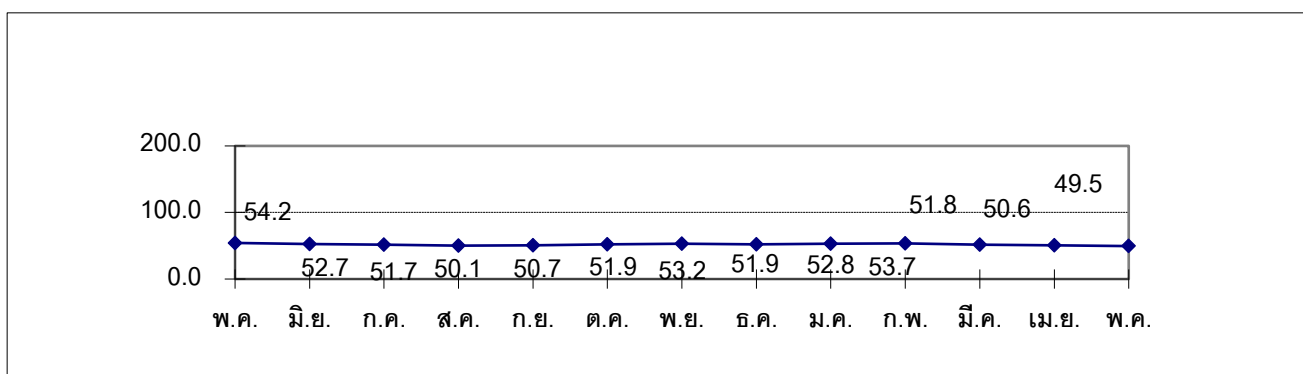
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



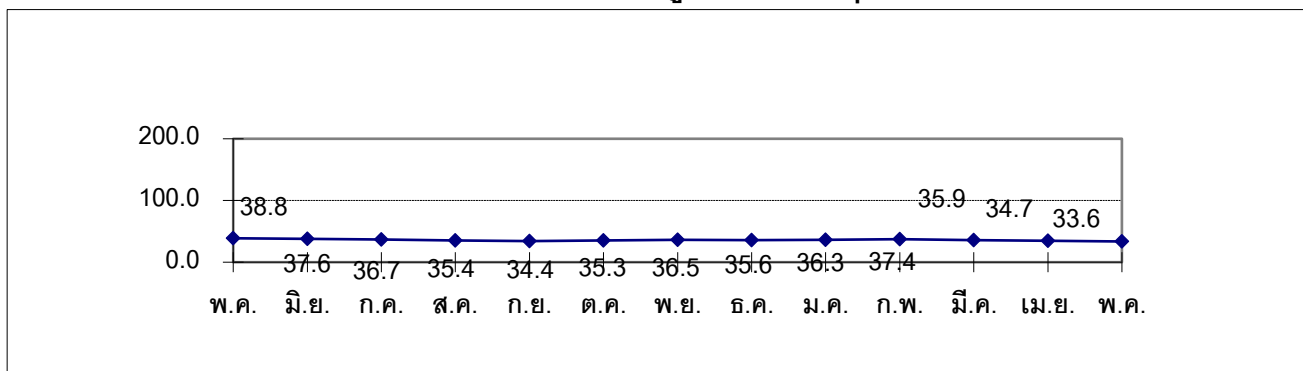
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนธันวาคม 2568 ถึงพฤษภาคม 2569

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	51.9	52.8	53.7	51.8	50.6	49.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.6	36.3	37.4	35.9	34.7	33.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	60.0	60.9	61.7	59.7	58.3	57.3

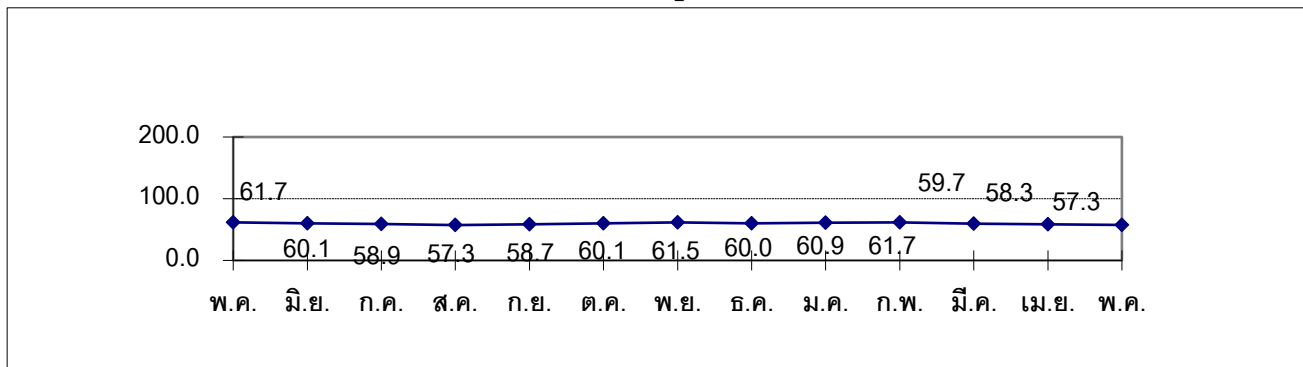
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2569 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,245 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2569

ในเดือนพฤษภาคม 2569 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. รัฐบาลดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการ “ไทยช่วยไทย พลัส 60/40” เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศและช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน รัฐบาลสนับสนุนเงินร่วมจ่าย 60% ไม่เกิน 200 บาทต่อคนต่อวัน และไม่เกิน 1,000 บาทต่อคนต่อเดือน ส่วนประชาชน ร่วมจ่าย 40% หรือต้องเติมเงินเพิ่ม 133 บาทต่อวัน หรือประมาณ 667 บาทต่อเดือน โดยได้มีเปิดใ้หลังทะเบียนเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2569 และเริ่มใช้สิทธิตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน - 30 กันยายน 2569
2. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ในไตรมาส 1 ปี 2569 ยังขยายตัวได้ 2.8% ต่อปี โดยเครื่องชี้ทางเศรษฐกิจทั้งภาคการใช้จ่ายและภาคการผลิตยังขยายตัวได้ ซึ่งตัวชี้ขยายตัวได้สูงขึ้น การลงทุนรวม ทั้งของภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนภาคเอกชนขยายตัวได้ถึง 10.1% ส่วนการส่งออกสินค้าก็ยังขยายตัวได้ถึง 12.6% พร้อมทั้งคงคาดการณ์อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (GDP) ของไทย ในปี 2569 ไว้ที่ 1.5-2.5% (ค่ากลาง 2.0%) เท่ากับประมาณการในรอบก่อน ทั้งนี้ ได้รวมผลกระทบจากสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง และแรงส่งจาก พ.ร.ก.กู้เงิน 4 แสนล้านบาท รวมไว้แล้ว
3. การส่งออกของไทยในเดือนเมษายน 2569 มีมูลค่า 31,582.99 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 23.12% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 41,604.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 45.02% ส่งผลให้ขาดดุลการค้า 10,021.30 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 4 เดือนแรกปี 2569 ส่งออกได้รวม 127,752.84 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.90

และมีการนำเข้ารวม 147,250.71 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.72 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 19,497.87 ล้านเหรียญสหรัฐฯ อย่างไรก็ตามแม้ว่าการส่งออกจะขยายตัวในอัตราสูง สะท้อนการฟื้นตัวของอุปสงค์จากต่างประเทศ แต่การนำเข้าที่ขยายตัวสูงกว่าส่งผลให้ยังคงขาดดุลการค้าในระดับสูง ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่ต้องติดตามต่อไป

4. SET Index ในเดือนพฤษภาคม 2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 74.68 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,493.69 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน 2569 เป็น 1,568.37 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569 สะท้อนมุมมองเชิงบวกของนักลงทุนต่อแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้า

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤษภาคม 2569 ได้แก่

1. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน ที่เกิดเหตุการณ์การสู้รบในตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นแหล่งผลิตน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญของโลก ทำให้ราคาน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ รวมถึงสิ่งที่ได้จากการผลิตน้ำมันก๊าซธรรมชาติ เช่น ปุ๋ย เม็ดพลาสติก ในตลาดโลกได้ปรับตัวราคาขึ้นอย่างรวดเร็ว และการปิดช่องแคบฮอร์มุซ ทำให้ต้นทุนขนส่งเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อตลาดต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.45 และ 0.45 บาทต่อลิตร จากระดับ 42.08 และ 42.45 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2569 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 42.53 และ 42.90 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 40.20 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2569 มาอยู่ที่ระดับ 40.70 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569

3. ผู้บริโภคมีความรู้สึกไม่มั่นใจว่าเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงยังรู้สึกได้ว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับราคาน้ำมันและพลังงานที่ผันผวนกดดันต้นทุนค่าครองชีพและค่าขนส่ง ทำให้ครัวเรือนบางส่วนปรับแผนการใช้จ่ายหรือเลื่อนการลงทุนเล็กน้อย

4. ราคาข้าวเปลือกเจ้า และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อยู่ในระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่มากนัก มีผลต่อกำลังซื้อในบางพื้นที่ต่างจังหวัดในระยะนี้

5. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งบริเวณชายไทย - กัมพูชา แม้ว่าจะมีการเจรจาหยุดยิงก็ตาม แต่สถานการณ์ดังกล่าว ยังส่งผลให้เกิดความกังวลต่อประชาชนในจังหวัดตามแนวชายแดนไทยกัมพูชา

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 32.347 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2569 เป็น 32.527 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569

7. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและพลังงานโลกให้ปรับตัวสูงขึ้น

8. ความกังวลต่อสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ในเขตพื้นที่ กทม. และปริมณฑล และในบางจังหวัดของภาคเหนือ และภาคกลาง ที่ส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน และราคาน้ำมันอยู่ในระดับสูง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยและค่าครองชีพของประชาชน สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 44.1 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 43.1 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 41 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ทั้งนี้ ในเดือนพฤษภาคม 2569 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.6% 39.9% และ 58.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 40.3% และ 57.8% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 31.1 ในเดือนก่อนมาอยู่ที่ระดับ 30.1 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา ในเดือนพฤษภาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.4% 27.3% และ 71.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.7% 27.7% และ 70.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤษภาคม 2569 ปรับตัวลดลงจากระดับ 57.0 มาอยู่ที่ระดับ 56.1 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดใน 41 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ในเดือนพฤษภาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.8% 52.5% และ 45.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 52.8% และ 45.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังแย่เช่นกัน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
พฤษภาคม 2568	48.1	35.6	60.6
มิถุนายน 2568	46.7	34.4	58.9
กรกฎาคม 2568	45.6	33.5	57.7
สิงหาคม 2568	44.1	32.2	56.1
กันยายน 2568	44.4	31.1	57.8
ตุลาคม 2568	45.5	31.9	59.2
พฤศจิกายน 2568	46.8	33.1	60.5
ธันวาคม 2568	45.5	32.2	58.9
มกราคม 2569	46.4	32.9	59.9
กุมภาพันธ์ 2569	47.3	34.0	60.6
มีนาคม 2569	45.5	32.4	58.5
เมษายน 2569	44.1	31.1	57.0
พฤษภาคม 2569	43.1	30.1	56.1

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2567	50.5	37.2	63.7
ไตรมาสที่ 1 2568	51.5	38.5	64.5
ไตรมาสที่ 2 2568	48.0	35.6	60.4
ไตรมาสที่ 3 2568	44.7	31.7	57.7
ไตรมาสที่ 4 2568	46.0	32.4	59.6
ไตรมาสที่ 1 2569	46.4	33.1	59.7
เม.ย. - พ.ค. 2569	43.6	30.6	56.6

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 48.6 สู่ระดับ 47.5 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 41 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ในเดือนพฤษภาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 2.0% 43.5% และ 54.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 2.3% 44.0% และ 53.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีมากนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤษภาคม 2569 ปรับตัวลดลงจากระดับ 38.2 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 37.1 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 41 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ในเดือนพฤษภาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.9% 33.3% และ 64.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 2.1% 34.0% และ 63.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 58.9 เป็น 57.9 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 41 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ในเดือนพฤษภาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 2.1% 53.7% และ 44.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 2.4% 54.1% และ 43.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตยังไม่ดีมากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
พฤษภาคม 2568	51.9	41.9	61.8
มิถุนายน 2568	50.6	40.8	60.4
กรกฎาคม 2568	49.8	39.9	59.3
สิงหาคม 2568	48.3	38.6	57.9
กันยายน 2568	48.5	37.8	59.1
ตุลาคม 2568	49.6	38.7	60.6
พฤศจิกายน 2568	50.9	39.9	61.9
ธันวาคม 2568	49.8	39.1	60.5
มกราคม 2569	50.5	39.7	61.3
กุมภาพันธ์ 2569	51.5	40.9	62.1
มีนาคม 2569	49.8	39.4	60.2
เมษายน 2569	48.6	38.2	58.9
พฤษภาคม 2569	47.5	37.1	57.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2567	54.4	43.6	65.1
ไตรมาสที่ 1 2568	55.2	44.7	65.7
ไตรมาสที่ 2 2568	51.8	41.9	61.8
ไตรมาสที่ 3 2568	48.8	38.4	59.2
ไตรมาสที่ 4 2568	50.1	39.2	61.0
ไตรมาสที่ 1 2569	50.6	40.0	61.2
เม.ย. - พ.ค. 2569	48.0	37.7	58.4

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤษภาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 59.0 สู่มาระดับ 57.9 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 2.6% 52.7% และ 44.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 3.1% 52.9% และ 44.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 97.4% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
พฤษภาคม 2568	62.7
มิถุนายน 2568	60.9
กรกฎาคม 2568	59.6
สิงหาคม 2568	58.0
กันยายน 2568	59.3
ตุลาคม 2568	60.6
พฤศจิกายน 2568	61.9
ธันวาคม 2568	60.5
มกราคม 2569	61.6
กุมภาพันธ์ 2569	62.4
มีนาคม 2569	60.2
เมษายน 2569	59.0
พฤษภาคม 2569	57.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 4 2567	66.1
ไตรมาสที่ 1 2568	66.7
ไตรมาสที่ 2 2568	62.5
ไตรมาสที่ 3 2568	59.3
ไตรมาสที่ 4 2568	61.0
ไตรมาสที่ 1 2569	61.4
เม.ย. - พ.ค. 2569	58.5

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤษภาคม 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2569 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 34.7 มาอยู่ที่ระดับ 33.6 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 58.3 มาอยู่ที่ระดับ 57.3 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 41 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 50.6 เป็น 49.5 ในเดือนนี้ โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
พฤษภาคม 2568	54.2	38.8	61.7
มิถุนายน 2568	52.7	37.6	60.1
กรกฎาคม 2568	51.7	36.7	58.9
สิงหาคม 2568	50.1	35.4	57.3
กันยายน 2568	50.7	34.4	58.7
ตุลาคม 2568	51.9	35.3	60.1
พฤศจิกายน 2568	53.2	36.5	61.5
ธันวาคม 2568	51.9	35.6	60.0
มกราคม 2569	52.8	36.3	60.9
กุมภาพันธ์ 2569	53.7	37.4	61.7
มีนาคม 2569	51.8	35.9	59.7
เมษายน 2569	50.6	34.7	58.3
พฤษภาคม 2569	49.5	33.6	57.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2567	57.0	40.4	65.0
ไตรมาสที่ 1 2568	57.8	41.6	65.7
ไตรมาสที่ 2 2568	54.1	38.7	61.6
ไตรมาสที่ 3 2568	50.9	35.0	58.7
ไตรมาสที่ 4 2568	52.6	36.1	60.7
ไตรมาสที่ 1 2569	52.8	36.5	60.8
เม.ย. - พ.ค. 2569	50.0	34.1	57.8

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ รอบ 42 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน และราคาน้ำมันอยู่ในระดับสูง ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการขายตัวของเศรษฐกิจไทยและค่าครองชีพของประชาชน

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 43.1 47.5 และ 57.9 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนเมษายน ที่อยู่ในระดับ 44.1 48.6 และ 59.0 ตามลำดับ การที่ดัชนีทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำและรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงคราม ราคาน้ำมันและค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 50.6 เป็น 49.5 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้า และค่าครองชีพสูง ตลอดจนปัญหาสงครามระหว่างสหรัฐฯกับอิหร่านที่ยังมีความไม่แน่นอนว่าจะคลี่คลายลงเมื่อไร ยังคงมีโอกาสนั่นทนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 34.7 เป็น 33.6 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 58.3 มาอยู่ที่ระดับ 57.3 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นในปัจจุบัน ทั้งนี้ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่าผู้บริโภคยังคงระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยในช่วงครึ่งแรกของปีนี้ เนื่องจากรอความชัดเจนของสถานการณ์สงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน ว่ามีแนวโน้มเป็นอย่างไร รุนแรงมากขึ้นเพียงใด และจะยุติเร็วแค่ไหน ตลอดจนมาตรการของรัฐบาลในการบรรเทาผลกระทบจากภาวะสงครามและราคาพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลว่าจะกระตุ้นเศรษฐกิจเร็วแค่ไหนและสามารถสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภคได้มากน้อยเพียงใด

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายนหรือเดือนหน้าจะเป็นเครื่องชี้วัดทิศทางความเชื่อมั่นของผู้บริโภคว่าเริ่มกลับมามั่นใจในภาวะเศรษฐกิจไทยทั้งในปัจจุบันและในอนาคตอย่างไร หลังจากที่รัฐบาลเริ่มอัดฉีดเม็ดเงินภายใต้โครงการไทยช่วยไทยพลัสในเดือนมิถุนายน เป็นต้นไปรวม 4 เดือนจนถึงเดือนกันยายน 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2569 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล และภาคใต้ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	30.1	29.9	30.0	30.6	31.2	26.9	32.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	56.1	53.7	59.7	60.0	54.4	51.9	62.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	37.1	35.6	35.7	39.2	34.0	38.9	42.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	57.9	57.1	61.5	61.6	55.9	56.3	56.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	57.9	58.3	58.1	62.2	59.0	49.7	59.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	43.1	41.8	44.9	45.3	42.8	39.4	47.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	47.5	46.4	48.6	50.4	45.0	47.6	49.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	49.5	48.8	50.5	52.6	48.9	45.6	52.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนเมษายน 2569	-1.0	-1.2	-0.9	-0.9	-0.9	-1.1	-0.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	33.6	32.8	32.9	34.9	32.6	32.9	37.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	57.3	56.4	59.8	61.3	56.4	52.6	59.6

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2569

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	31.1	31.0	30.8	31.6	32.0	27.9	33.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	57.0	54.7	60.4	60.7	55.2	52.8	63.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	38.2	36.9	36.9	40.2	35.0	40.1	43.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	58.9	58.2	62.4	62.4	56.9	57.4	57.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	59.0	59.5	59.1	63.2	60.0	50.8	60.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	44.1	42.9	45.6	46.2	43.6	40.4	48.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	48.6	47.6	49.7	51.3	46.0	48.8	50.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	50.6	50.0	51.5	53.6	49.9	46.6	53.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมีนาคม 2569	-1.3	-1.4	-1.2	-1.1	-1.4	-1.2	-1.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	34.7	34.0	33.9	35.9	33.5	34.0	38.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	58.3	57.5	60.6	62.1	57.4	53.7	60.4

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	32.4	32.5	32.0	32.7	33.4	28.7	34.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	58.5	56.3	61.7	61.8	56.8	54.3	65.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	39.4	38.2	37.9	41.2	36.2	41.1	44.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	60.2	59.6	63.7	63.6	58.2	58.6	59.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	60.2	60.8	60.2	64.2	61.3	52.0	61.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	45.5	44.4	46.9	47.3	45.1	41.5	50.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	49.8	48.9	50.8	52.4	47.2	49.9	51.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	51.8	51.4	52.6	54.6	51.2	47.8	54.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.9	35.4	35.0	37.0	34.8	34.9	39.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	59.7	58.9	61.9	63.2	58.8	55.0	61.8

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย