UTCC University of the Thai Chamber of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

UTCC
Center for Economic and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นหอการค้าไทย : TCC CONFIDENCE INDEX

UTCC University of the Thai Chamber of Commerce
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

UTCC Center for Economic and Business Forecasting
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

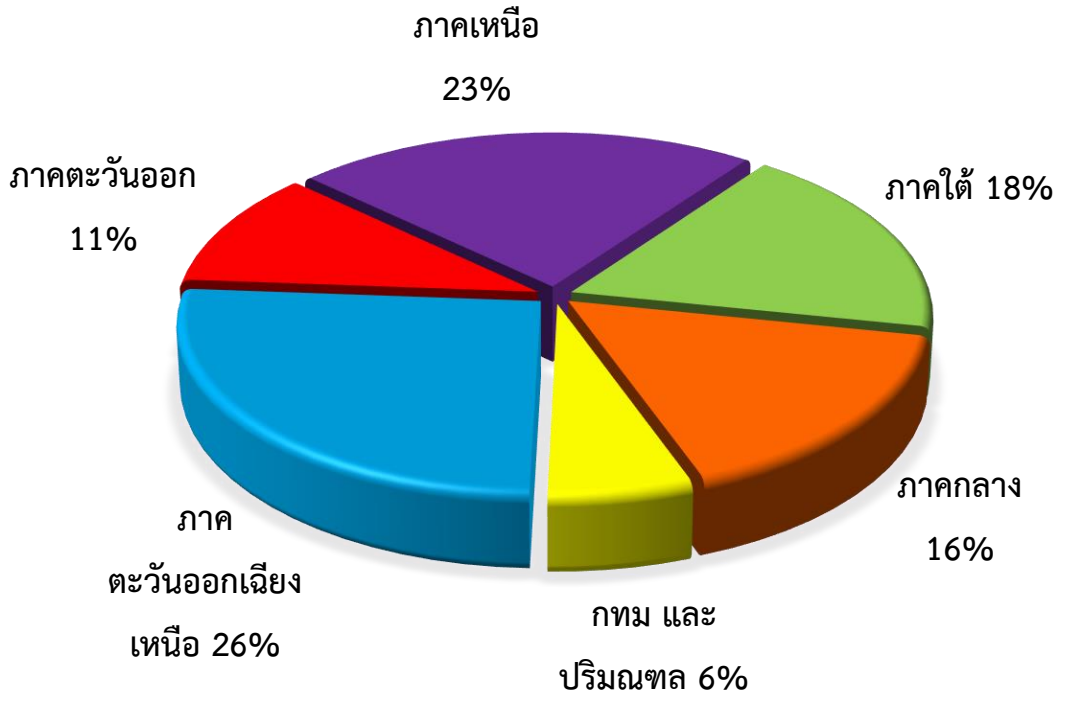
ดัชนีความเชื่อมั่นหอการค้าไทย
ประจำเดือนมกราคม 2566
(TCC CONFIDENCE INDEX)

หอการค้าไทย ร่วมกับ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

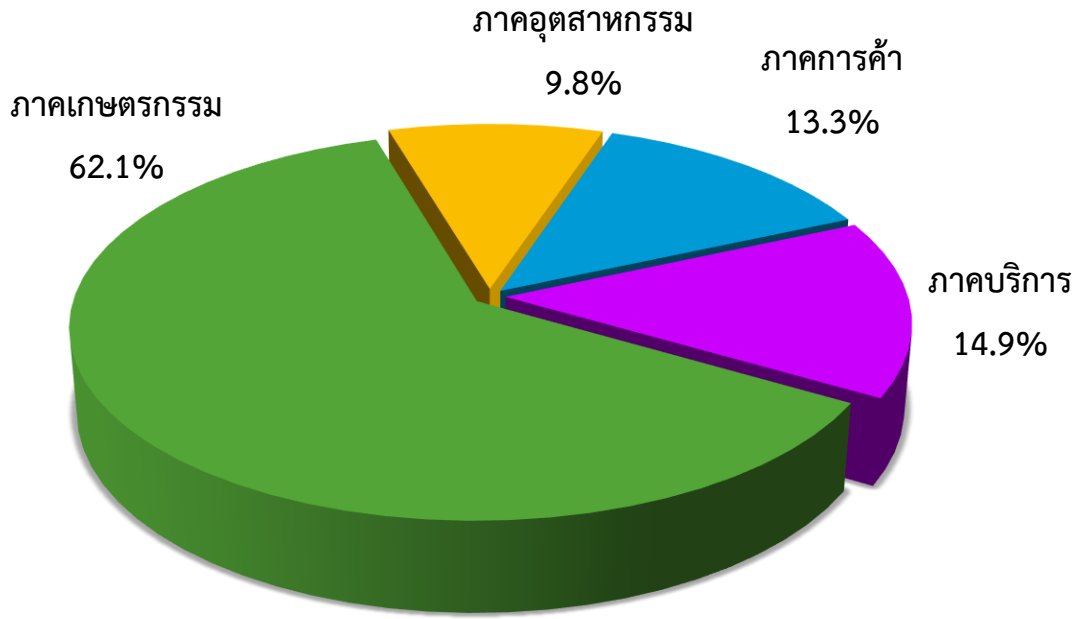
© 2023 The Center for Economic and Business Forecasting (CEBF)

สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่าง

จำแนกตามภูมิภาค



ภาคเศรษฐกิจที่เด่นของจังหวัด



ช่วงที่สำรวจข้อมูล: 23-31 มกราคม 2566

จำนวนตัวอย่าง: 369 ตัวอย่าง

© 2023 The Center for Economic and Business Forecasting (CEBF)

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อดัชนีความเชื่อมั่นของหอการค้าไทย

ปัจจัยด้านลบ

- เศรษฐกิจโลกมีแนวโน้มชะลอตัวส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออก คาดว่าจะมีการชะลอลง แต่ทั้งนี้เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวได้ใกล้เคียงเดิม
- กนง. มีมติเป็นเอกฉันท์ให้ปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบาย 0.25% ต่อปี จาก 1.25% เป็น 1.50% ต่อปี
- การส่งออกของไทยเดือน ธ.ค. 65 หดตัวร้อยละ 14.56 มูลค่าอยู่ที่ 21,718.81 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขณะที่การนำเข้าเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.95 มีมูลค่าอยู่ที่ 22,752.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 1,033.90 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
- ราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล ออกเทน 95 (E10) ในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.90 บาทต่อลิตร มาอยู่ที่ระดับ 36.38 และ 36.65 บาทต่อลิตร ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 34.94 บาทต่อลิตร
- สถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน รวมถึงจีนกับไต้หวันที่อาจส่งผลให้การเติบโตของเศรษฐกิจโลกชะลอตัว ราคาพลังงาน ราคาอาหาร และเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้น
- ความวิตกกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ยังคงเกิดขึ้นและยิ่งมีการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างต่อเนื่อง ส่งผลทำให้ประชาชนยังต้องระมัดระวังการดำเนินชีวิตประจำวันมากขึ้น

ปัจจัยด้านบวก

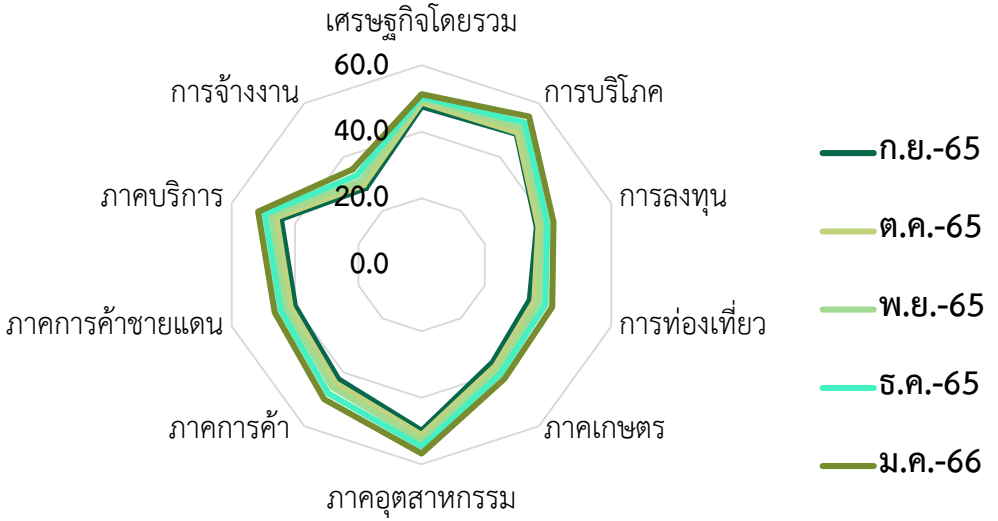
- นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้น เนื่องจากประเทศจีนยกเลิกมาตรการควบคุมโควิด 19 และอนุญาตให้ประชาชนสามารถเดินทางออกนอกประเทศได้ตั้งแต่วันที่ 8 ม.ค. 66
- มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2566 ให้ประชาชนอย่างต่อเนื่อง อย่างมาตรการช้อปดีมีคืน, มาตรการลดภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง เป็นต้น
- SET Index เดือน ม.ค. 66 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.80 จุด จาก 1,668.66 ณ สิ้นเดือน ธ.ค. 65 เป็น 1,671.46 ณ สิ้นเดือน ม.ค. 66
- การผ่อนคลายมาตรการคุมเข้มโควิด 19 ทำให้ตลาดเริ่มฟื้นตัวจากโควิดกลับมาดำเนินชีวิตตามปกติ โดยเฉพาะช่วงเทศกาลท่องเที่ยวและจับจ่ายและการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ
- ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดี โดยเฉพาะข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น
- ค่าเงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 34.795 ฿/$ ณ สิ้นเดือน ธ.ค. 65 เป็น 33.225 ฿/$ ณ สิ้นเดือน ม.ค. 66

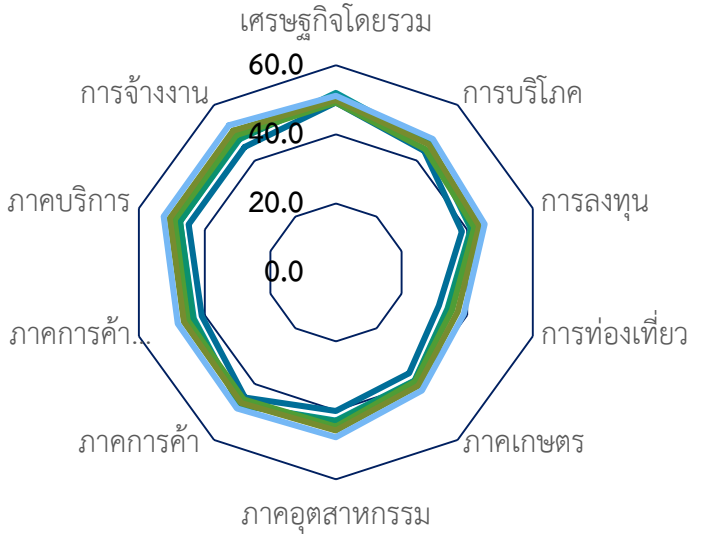
สถานการณ์เศรษฐกิจของจังหวัด ประจำเดือนมกราคม 2566

ประเด็น	ปัจจุบัน			คาดการณ์ 6 เดือนข้างหน้า		
	แย่ลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น	แย่ลง	ไม่เปลี่ยนแปลง	ดีขึ้น
เศรษฐกิจของจังหวัดโดยรวม	28.9	39.7	31.4	36.2	25.3	38.5
การบริโภคภายในจังหวัด	30.3	29.3	40.4	45.6	13.2	41.2
การลงทุนของภาคเอกชนในจังหวัด	49.8	16.9	33.3	46.4	16.5	37.1
การท่องเที่ยวภายในจังหวัด	56.7	4.1	39.2	57.2	7.7	35.1
ภาคเกษตรกรรมของจังหวัด	55.7	3.8	40.5	50.4	14.5	35.1
ภาคอุตสาหกรรมของจังหวัด	37.0	12.5	50.5	44.5	15.5	40.0
ภาคการค้าของจังหวัด	42.3	15.5	42.2	45.6	11.2	43.2
ภาคการค้าชายแดนของจังหวัด	51.4	4.3	44.3	38.8	26.0	35.2
ภาคบริการของจังหวัดปัจจุบัน	40.8	15.1	44.1	43.8	7.4	48.8
การจ้างงานในจังหวัดปัจจุบัน	60.6	8.0	31.4	26.4	41.8	31.8

© 2023 The Center for Economic and Business Forecasting (CEBF)

ดัชนีความเชื่อมั่นของหอการค้าไทย





ปัจจุบัน

โดยรวม

อนาคต

	เศรษฐกิจโดยรวม	การบริโภค	การลงทุน	การท่องเที่ยว	ภาคเกษตร	ภาคอุตสาหกรรม	ภาคการค้า	ภาคการค้าชายแดน	ภาคบริการ	การจ้างงาน
ต.ค.-65	49.9	47.8	39.2	34.9	38.3	47.3	45.8	42.5	46.8	38.8
พ.ย.-65	49.5	47.5	40.2	36.3	39.1	48.8	45.6	44.0	48.4	40.1
ธ.ค.-65	50.2	49.3	41.7	38.1	40.6	50.3	47.3	45.4	50.1	42.0
ม.ค.-66	51.2	51.4	43.6	40.1	42.4	52.3	49.4	47.3	52.1	44.1
ผลต่าง mom	1.0	2.1	1.8	2.0	1.8	2.0	2.1	1.9	2.0	2.1

© 2023 The Center for Economic and Business Forecasting (CEBF)

ดัชนีความเชื่อมั่นหอการค้าไทย (Thai Chamber of Commerce Confidence Index)

Month	ปัจจุบัน	อนาคต	TCC-CI
ม.ค.-65	38.1	36.2	37.2
ก.พ.-65	36.7	35.5	36.1
มี.ค.-65	35.9	35.1	35.5
เม.ย.-65	35.5	35.3	35.4
พ.ค.-65	34.9	35.5	35.2
มิ.ย.-65	35.5	37.1	36.3
ก.ค.-65	36.7	39.1	37.9
ส.ค.-65	38.6	41.4	40.0
ก.ย.-65	40.9	44.1	42.5
ต.ค.-65	42.0	44.2	43.1
พ.ย.-65	43.5	44.4	43.9
ธ.ค.-65	45.2	45.7	45.5
ม.ค.-66	47.2	47.6	47.4

© 2023 The Center for Economic and Business Forecasting (CEBF)

สถานการณ์เศรษฐกิจของจังหวัดในปัจจุบันและคาดการณ์ 6 เดือนข้างหน้า ประจำเดือนมกราคม 2566

© 2023 The Center for Economic and Business Forecasting (CEBF)

กรุงเทพฯ และปริมณฑล

ปัจจัยบวกที่สำคัญของ กทม. และปริมณฑล

1. จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะประเทศจีนได้มีการอนุญาตให้ประชาชนสามารถออกเดินทางไปต่างประเทศได้ตั้งแต่วันที่ 8 ม.ค. 66
2. ความต้องการสินค้าอุตสาหกรรมของประชาชนในพื้นที่เพิ่มขึ้น

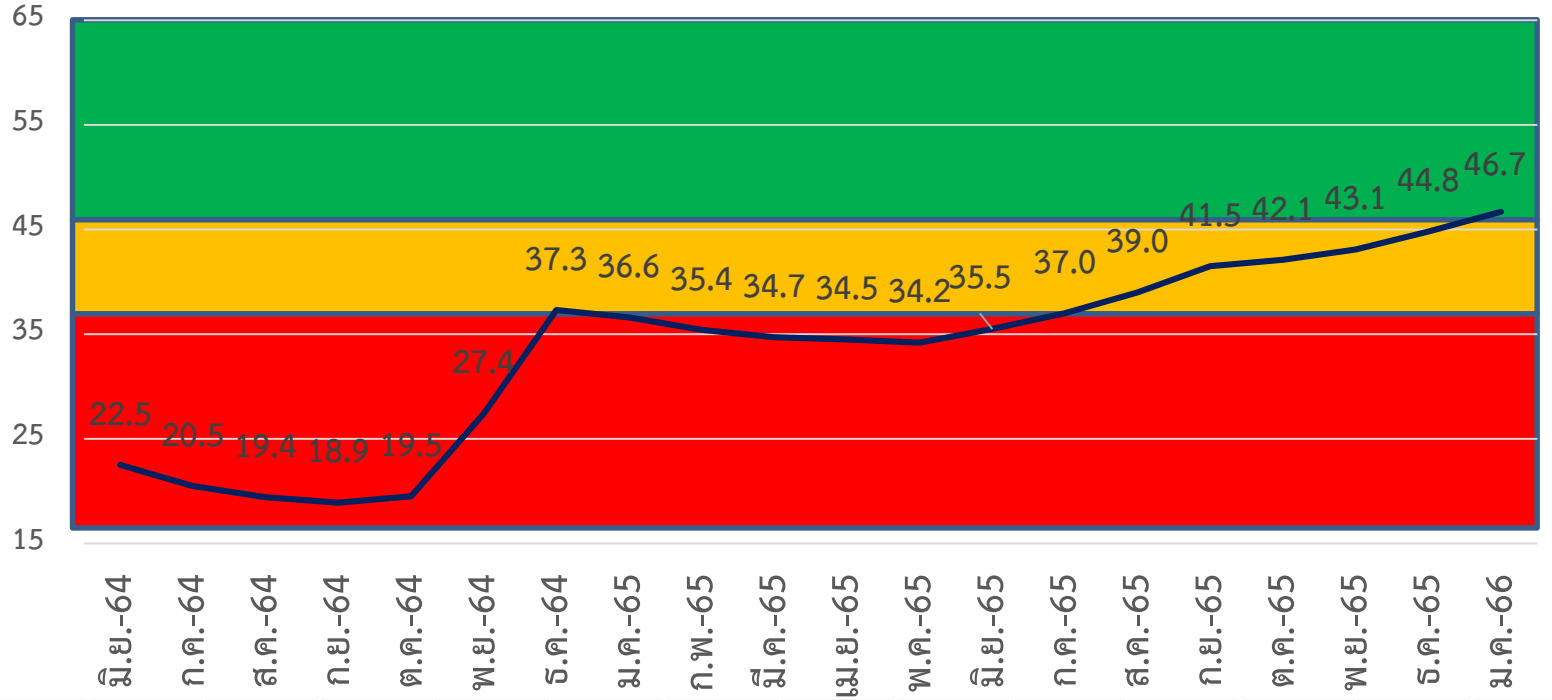
ปัจจัยลบที่สำคัญของ กทม. และปริมณฑล

1. ราคาของต้นทุนการผลิตและการดำเนินธุรกิจมีความไม่แน่นอนทำให้ผู้ประกอบการต้องเตรียมรับมืออย่างต่อเนื่อง
2. ปัญหาค่าครองชีพสูงขึ้นจากระดับราคาสินค้าที่จำเป็นปรับตัวสูงขึ้น
3. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19 ที่เริ่มกลับมาระลอกใหม่ จากการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ
4. ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ความตึงเครียดระหว่างสหรัฐกับจีน และรัสเซียกับยูเครน

สิ่งที่ต้องการให้เร่งแก้ไข

1. ควบคุมราคาสินค้าที่จำเป็นต่อต้นทุนการผลิต และจำเป็นในการอุปโภค-บริโภค
2. แนวทางการป้องกันเชื้อโควิด 19 เมื่อมีการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติอย่างเต็มรูปแบบ

	เศรษฐกิจของจังหวัด	การบริโภค	การลงทุน	ท่องเที่ยว	เกษตรกรรม	อุตสาหกรรม	การค้า	การค้าชายแดน	ภาคบริการ	การจ้างงาน
ธ.ค.	50.0	47.2	39.9	36.1	40.4	50.8	48.0	45.9	48.1	42.3
ม.ค.	51.1	49.3	41.8	38.2	42.3	52.7	50.2	47.8	50.2	44.5
mom	1.1	2.1	1.9	2.1	1.9	1.9	2.2	1.9	2.1	2.2



	ม.ค.-65	ก.พ.-65	มี.ค.-65	เม.ย.-65	พ.ค.-65	มิ.ย.-65	ก.ค. -65	ส.ค.-65	ก.ย.-65	ต.ค.-65	พ.ย.-65	ธ.ค.-65	ม.ค.-66
ปัจจุบัน	35.1	33.6	32.7	32.2	31.4	32.2	33.3	35.1	37.4	38.5	40.1	42.1	44.3
อนาคต	38.0	37.2	36.7	36.8	37.0	38.7	40.6	42.9	45.6	45.7	46.1	47.5	49.1

ภาคกลาง

ปัจจัยบวกที่สำคัญของ ภาคกลาง

1. หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในพื้นที่จัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเพิ่มขึ้น
2. ผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมและบริการในพื้นที่จ้างแรงงานเพิ่มขึ้น จากผลประกอบการที่ปรับตัวดีขึ้น

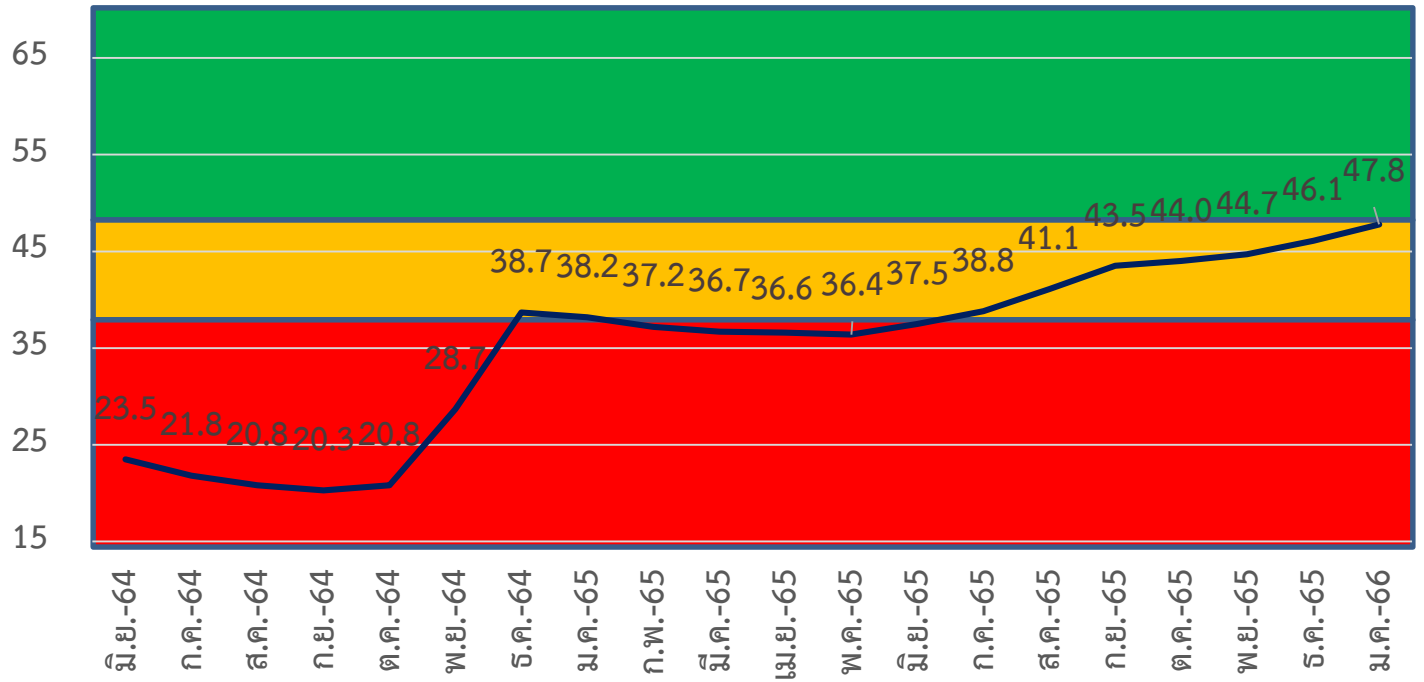
ปัจจัยลบที่สำคัญของ ภาคกลาง

1. ภาพรวมของภาวะเศรษฐกิจที่ยังอยู่ในช่วงชะลอตัว
2. ราคาของต้นทุนสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ระดับราคาสินค้ามีโอกาสขยับสูงขึ้น
3. ธุรกิจเริ่มขาดสภาพคล่อง โดยเฉพาะ SMEs
4. ค่าครองชีพสูงขึ้น
5. หนี้ครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับสูง
6. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19

สิ่งที่ต้องการให้เร่งแก้ไข

1. มาตรการช่วยเหลือทางการเงินสำหรับผู้ประกอบการที่ต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูงขึ้น ทำให้ธุรกิจเริ่มขาดสภาพคล่อง
2. มาตรการจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้าเที่ยวชมที่เป็นเมืองรอง

	เศรษฐกิจของจังหวัด	การบริโภค	การลงทุน	ท่องเที่ยว	เกษตรกรรม	อุตสาหกรรม	การค้า	การค้าชายแดน	ภาคบริการ	การจ้างงาน
ธ.ค.	53.0	49.3	42.7	38.2	39.3	51.1	48.2	46.6	50.3	40.7
ม.ค.	53.9	51.3	44.4	40.0	41.0	53.0	50.1	48.4	52.1	42.6
mom	0.9	2.0	1.7	1.8	1.7	1.9	1.9	1.8	1.8	1.9



	ม.ค.-65	ก.พ.-65	มี.ค.-65	เม.ย.-65	พ.ค.-65	มิ.ย.-65	ก.ค. -65	ส.ค.-65	ก.ย.-65	ต.ค.-65	พ.ย.-65	ธ.ค.-65	ม.ค.-66
ปัจจุบัน	38.6	37.3	36.6	36.2	35.5	36.1	37.0	39.0	41.2	42.1	43.4	44.9	46.7
อนาคต	37.8	37.1	36.8	37.0	37.3	38.8	40.6	43.1	45.7	45.8	45.9	47.2	48.8

ภาคตะวันออก

ปัจจัยบวกที่สำคัญ ภาคตะวันออก

1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่จะเริ่มทยอยเดินทางเข้ามาในประเทศมากขึ้น
2. สินค้าอุตสาหกรรมของคู่ค้าต่างประเทศจะปรับตัวเพิ่มขึ้น

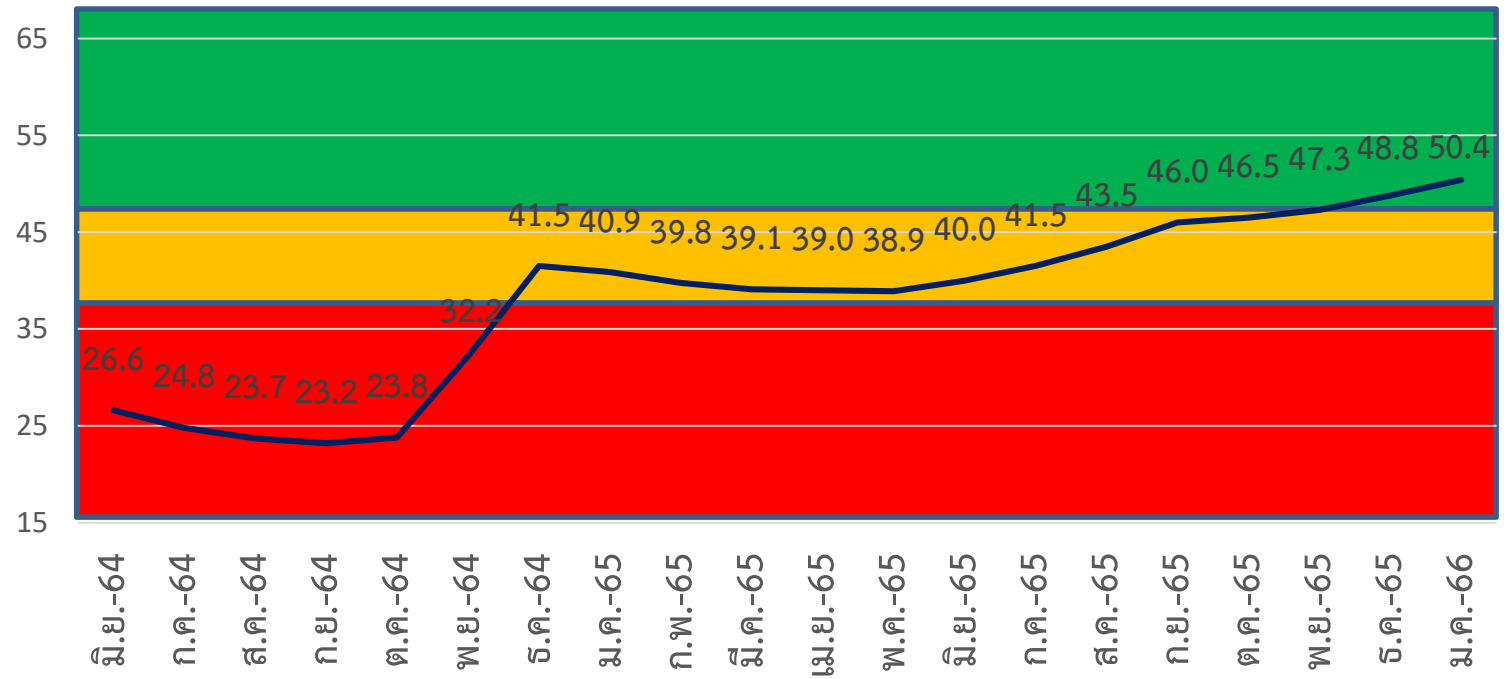
ปัจจัยลบที่สำคัญ ภาคตะวันออก

1. ความกังวลกับสถานการณ์ที่ไม่แน่นอนของเศรษฐกิจในภาพรวม
2. ต้นทุนราคาสินค้าวัตถุดิบยังอยู่ในระดับสูงซึ่งยังส่งผลต่อการดำเนินกิจการของภาคธุรกิจ
3. ราคาพลังงานปรับตัวสูงขึ้น ส่งผลต่อต้นทุนการดำเนินงาน
4. กำลังซื้อในภาคประชาชนยังอยู่ในระดับทรงตัว
5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19 ที่เริ่มกลับมาระลอกใหม่ จากการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สิ่งที่ต้องการให้เร่งแก้ไข

1. การดูแลค่าเงินให้อยู่สภาพสมดุลเพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบต่อการส่งออก
2. เร่งหามาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยว

	เศรษฐกิจของจังหวัด	การบริโภค	การลงทุน	ท่องเที่ยว	เกษตรกรรม	อุตสาหกรรม	การค้า	การค้าชายแดน	ภาคบริการ	การจ้างงาน
ธ.ค.	55.3	54.6	47.5	41.4	47.3	51.0	50.6	47.0	50.4	42.9
ม.ค.	56.3	56.8	49.4	43.4	49.1	53.1	52.8	49.0	52.4	45.0
mom	1.0	2.2	1.9	2.0	1.8	2.1	2.2	2.0	2.0	2.1



	ม.ค.-65	ก.พ.-65	มี.ค.-65	เม.ย.-65	พ.ค.-65	มิ.ย.-65	ก.ค. -65	ส.ค.-65	ก.ย.-65	ต.ค.-65	พ.ย.-65	ธ.ค.-65	ม.ค.-66
ปัจจุบัน	41.9	40.4	39.6	39.2	38.5	39.0	40.2	42.0	44.3	45.1	46.6	48.3	50.0
อนาคต	39.9	39.1	38.6	38.8	39.2	40.9	42.7	45.0	47.7	47.8	47.9	49.3	50.7

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ปัจจัยบวกที่สำคัญ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเนื่องจากมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกทั้งยังมีการจัดงานประเพณีประจำท้องถิ่นในบางพื้นที่ร่วมด้วย
2. ผู้ประกอบการภาคบริการมีแนวโน้มจะขยายธุรกิจของตนเพิ่มขึ้น

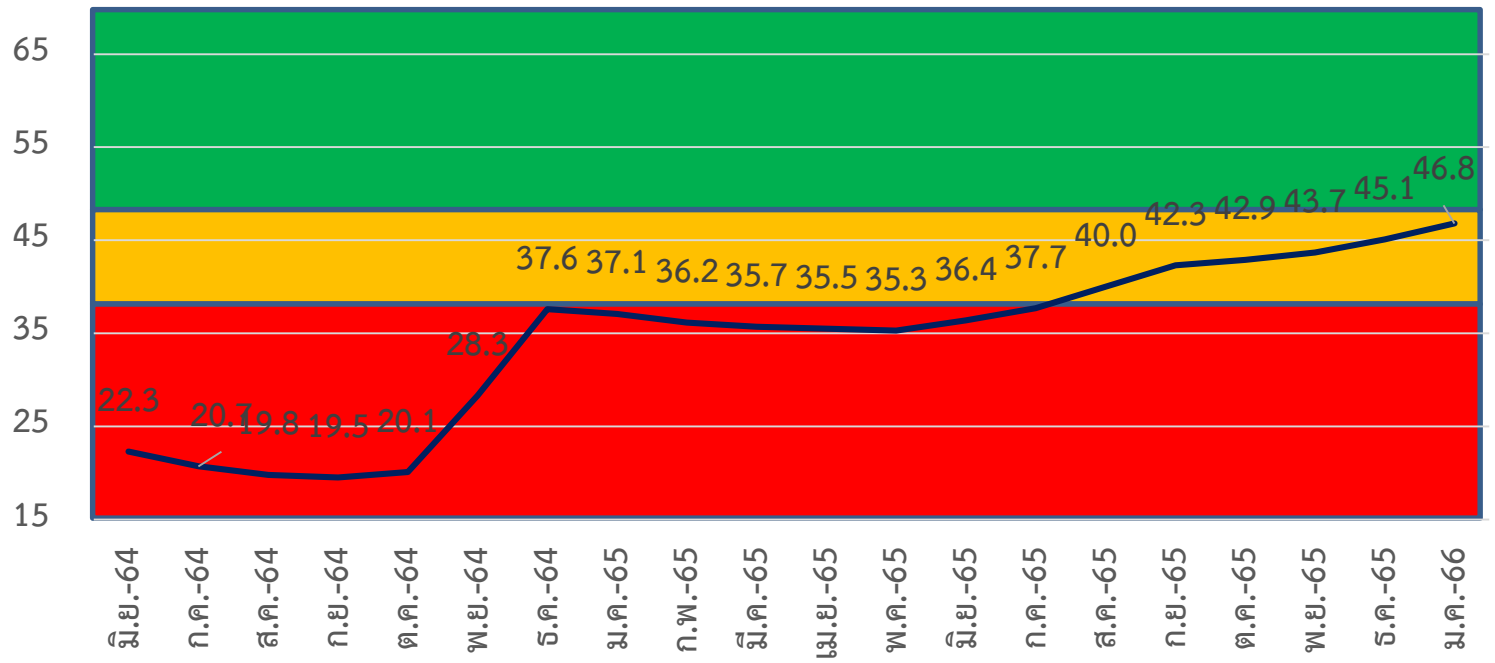
ปัจจัยลบที่สำคัญ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1. ภาพรวมของภาวะเศรษฐกิจที่ยังอยู่ในช่วงชะลอตัว
2. กำลังซื้อภาคประชาชนทรงตัว ยังไม่กล้าใช้จ่ายและซื้อสินค้าเกินความจำเป็น
3. ความกังวลเรื่องของการจ้างงานในภาคธุรกิจบางประเภทที่ยังไม่ฟื้นตัวดีขึ้น
4. ภาระหนี้ครัวเรือนยังคงทรงตัวในระดับสูง
5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19 ที่อาจจะเริ่มกลับมาสูงขึ้นอีกครั้ง จากการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สิ่งที่ต้องการให้เร่งแก้ไข

1. แนวทางช่วยเหลือทางการเงินกับกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังต้องแบกรับภาระต้นทุนที่สูง โดยเฉพาะอัตราดอกเบี้ย

	เศรษฐกิจของจังหวัด	การบริโภค	การลงทุน	ท่องเที่ยว	เกษตรกรรม	อุตสาหกรรม	การค้า	การค้าชายแดน	ภาคบริการ	การจ้างงาน
ธ.ค.	51.2	47.0	41.9	35.3	44.7	49.1	45.7	44.6	46.9	41.5
ม.ค.	52.0	49.1	43.5	37.2	46.4	50.9	47.6	46.4	48.7	43.4
mom	0.8	2.1	1.6	1.9	1.7	1.8	1.9	1.8	1.8	1.9



	ม.ค.-65	ก.พ.-65	มี.ค.-65	เม.ย.-65	พ.ค.-65	มิ.ย.-65	ก.ค. -65	ส.ค.-65	ก.ย.-65	ต.ค.-65	พ.ย.-65	ธ.ค.-65	ม.ค.-66
ปัจจุบัน	37.4	36.1	35.4	35.0	34.4	35.1	36.1	38.2	40.4	41.5	42.9	44.4	46.2
อนาคต	36.8	36.2	35.9	36.0	36.1	37.6	39.3	41.7	44.2	44.3	44.5	45.8	47.4

ภาคเหนือ

ปัจจัยบวกที่สำคัญของ ภาคเหนือ

1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน
2. ผู้ประกอบการภาคบริการในพื้นที่มีแนวโน้มจะขยายธุรกิจของตน เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

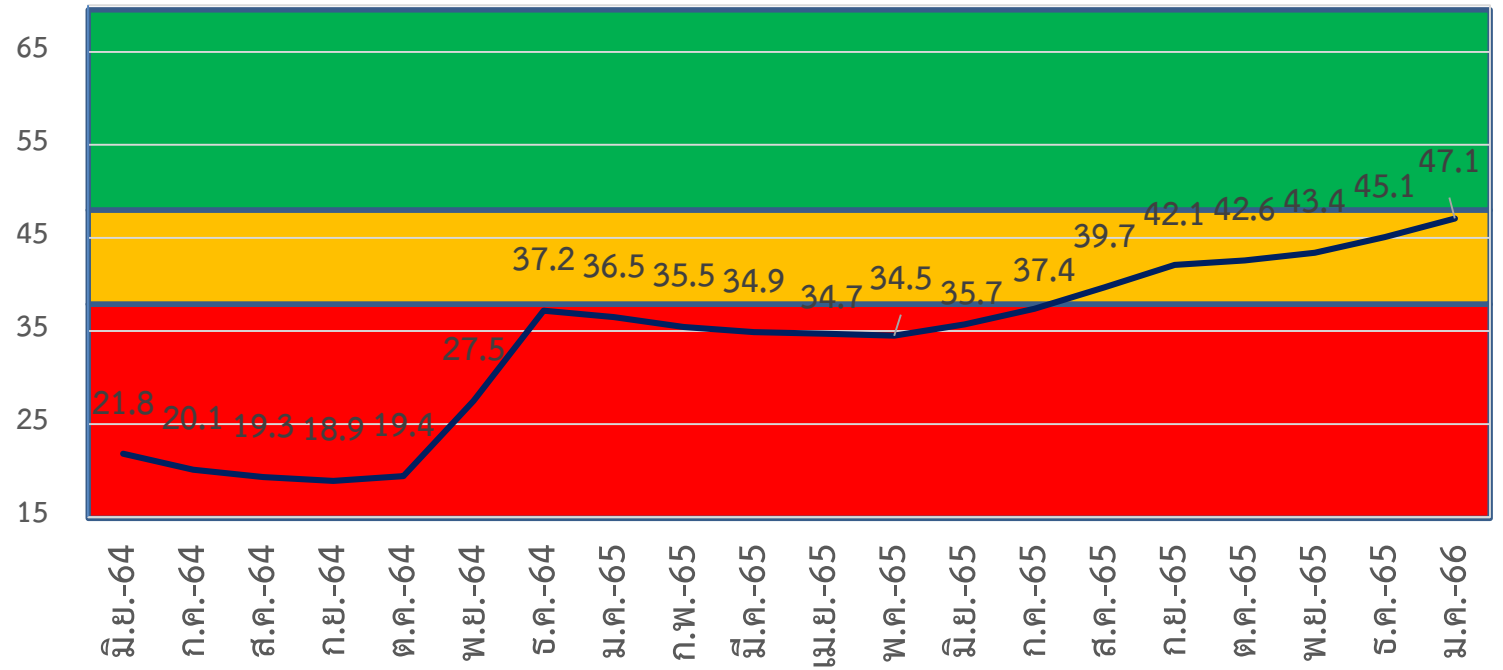
ปัจจัยลบที่สำคัญของ ภาคเหนือ

1. ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจยังคงอยู่ในระดับสูง
2. กำลังซื้อของประชาชนยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างทรงตัว
3. ระดับของค่าเงินบาทที่ค่อนข้างผันผวน
4. การเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ ฝุ่นควัน
5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19

สิ่งที่ต้องการให้เร่งแก้ไข

1. การดูแลและรักษาระดับของค่าเงินให้มีความเสถียรภาพ
2. มาตรการลดภาระด้านต้นทุนทางการเงิน และระดับพลังงานที่สูงขึ้น

	เศรษฐกิจของจังหวัด	การบริโภค	การลงทุน	ท่องเที่ยว	เกษตรกรรม	อุตสาหกรรม	การค้า	การค้าชายแดน	ภาคบริการ	การจ้างงาน
ธ.ค.	51.2	50.2	41.9	39.7	42.9	49.8	46.4	44.4	48.8	40.5
ม.ค.	52.3	52.4	43.8	41.7	44.7	51.8	48.4	46.5	50.9	42.7
mom	1.1	2.2	1.9	2.0	1.8	2.0	2.0	2.1	2.1	2.2



	ม.ค.-65	ก.พ.-65	มี.ค.-65	เม.ย.-65	พ.ค.-65	มิ.ย.-65	ก.ค. -65	ส.ค.-65	ก.ย.-65	ต.ค.-65	พ.ย.-65	ธ.ค.-65	ม.ค.-66
ปัจจุบัน	37.7	36.3	35.5	35.1	34.3	35.2	36.6	38.4	40.9	41.8	43.2	45.1	47.1
อนาคต	35.2	34.6	34.2	34.3	34.6	36.2	38.1	40.6	43.2	43.4	43.6	45.1	47.0

ภาคใต้

ปัจจัยบวกที่สำคัญ ภาคใต้

1. กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในพื้นที่เพิ่มขึ้น ประกอบกับการมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้น
2. ผลประกอบการที่ดีขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการมีแนวโน้มลงทุนเพิ่มขึ้น

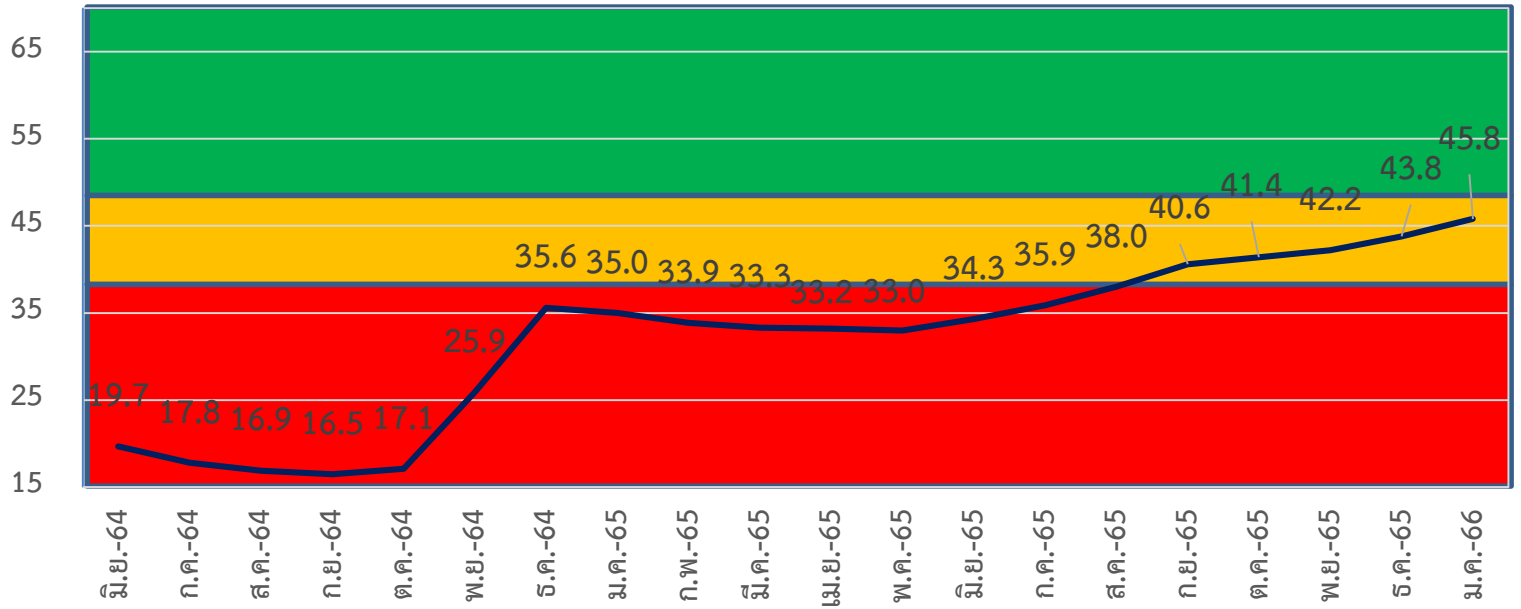
ปัจจัยลบที่สำคัญ ภาคใต้

1. ภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังมีแนวโน้มของการชะลอตัว
2. ราคาสินค้าวัตถุดิบมียังคงปรับตัวขึ้นอย่างต่อเนื่อง
3. ต้นทุนค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการดำเนินธุรกิจยังคงอยู่ในระดับสูง เช่น อัตราดอกเบี้ย ค่าพลังงานมีแนวโน้มสูงขึ้น
4. กำลังซื้อของประชาชนยังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างทรงตัว
5. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิด 19 ที่อาจจะเริ่มกลับมาสูงขึ้นอีกครั้ง จากการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น

สิ่งที่ต้องการให้เร่งแก้ไข

1. การดูแลรักษาระดับค่าเงินให้มีความเสถียรภาพเสมอ
2. ดูแลต้นทุนการประกอบการธุรกิจให้อยู่ในระดับต่ำ

	เศรษฐกิจของจังหวัด	การบริโภค	การลงทุน	ท่องเที่ยว	เกษตรกรรม	อุตสาหกรรม	การค้า	การค้าชายแดน	ภาคบริการ	การจ้างงาน
ธ.ค.	50.7	47.5	40.2	40.6	32.6	47.9	42.9	43.4	48.3	41.9
ม.ค.	51.7	49.6	42.0	42.7	34.5	50.0	45.2	45.4	50.4	44.0
mom	1.0	2.1	1.8	2.1	1.9	2.1	2.3	2.0	2.1	2.1



	ม.ค.-65	ก.พ.-65	มี.ค.-65	เม.ย.-65	พ.ค.-65	มิ.ย.-65	ก.ค. -65	ส.ค.-65	ก.ย.-65	ต.ค.-65	พ.ย.-65	ธ.ค.-65	ม.ค.-66
ปัจจุบัน	36.9	35.4	34.7	34.3	33.6	34.3	35.5	37.3	39.7	41.2	42.8	44.7	46.7
อนาคต	33.0	32.3	31.9	32.1	32.4	34.2	36.3	38.6	41.4	41.5	41.6	42.9	44.8

ข้อเสนอแนะต่อภาครัฐ
และแนวทางการดำเนินการของภาคเอกชน

แนวทางการดำเนินการในการแก้ไขปัญหา

- ดูแลรักษาต้นทุนการประกอบธุรกิจที่มีแนวโน้มสูงขึ้นในเรื่องอัตราค่าไฟฟ้า และค่าน้ำมันที่มีแนวโน้มปรับขึ้นราคา ซึ่งปัจจัยด้านพลังงานถือเป็นต้นทุนสำคัญของภาคธุรกิจต่างๆ
- สภาพคล่องทางการเงินในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ ของธุรกิจ ดูแลเรื่องอัตราดอกเบี้ยไม่ให้สูง และดูแลค่าเงินบาทให้เอื้อต่อธุรกิจส่งออกนำเข้าอย่างเหมาะสม
- การว่างงานจากสภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่ ทำให้ธุรกิจส่วนใหญ่ไม่พร้อมที่จะดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจอย่างเต็มที่
- มาตรการรับมือในการป้องกันและควบคุมการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ที่อาจจะเริ่มกลับมาสูงขึ้นอีกครั้ง จากการเปิดรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมากขึ้น

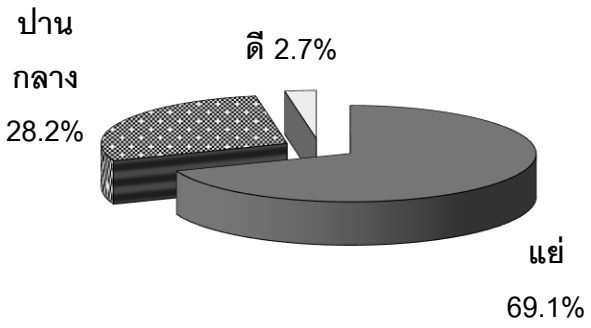
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค
UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

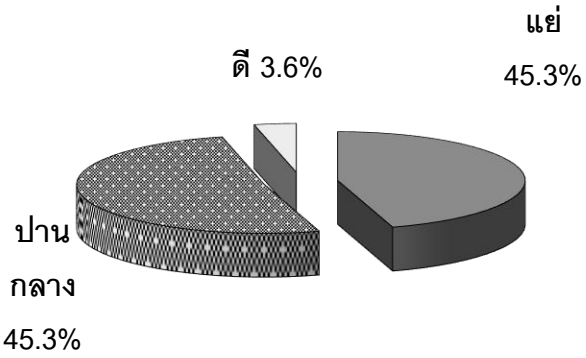
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมกราคม 2566

ความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนจากการฟื้นตัวของการท่องเที่ยว

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

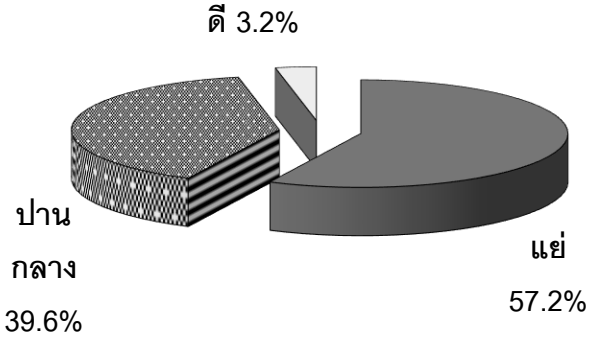


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า

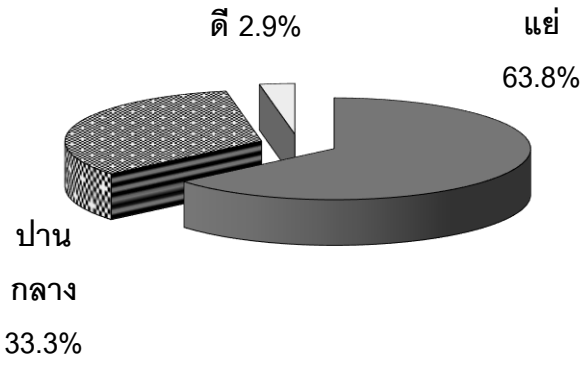
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



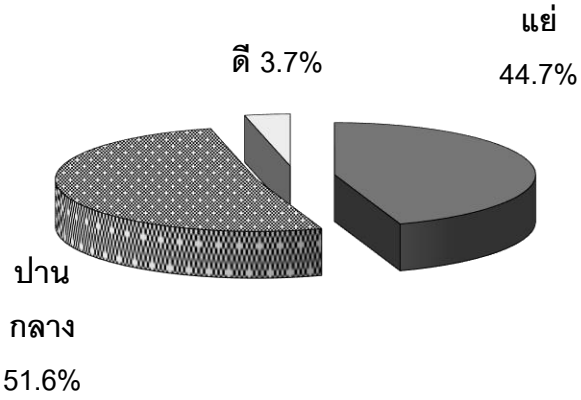
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 46.0

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการหางานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการหางานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

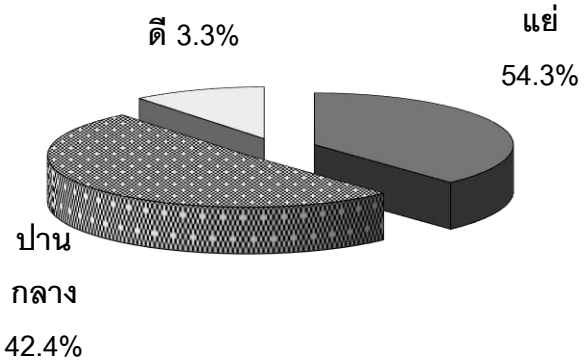


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การหางานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การหางานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

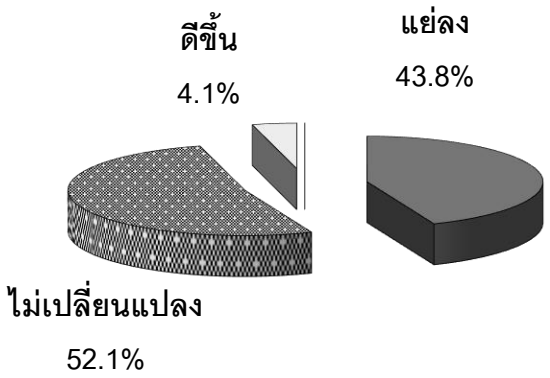
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการหางานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการหางานทำเท่ากับ 49.0

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 60.2

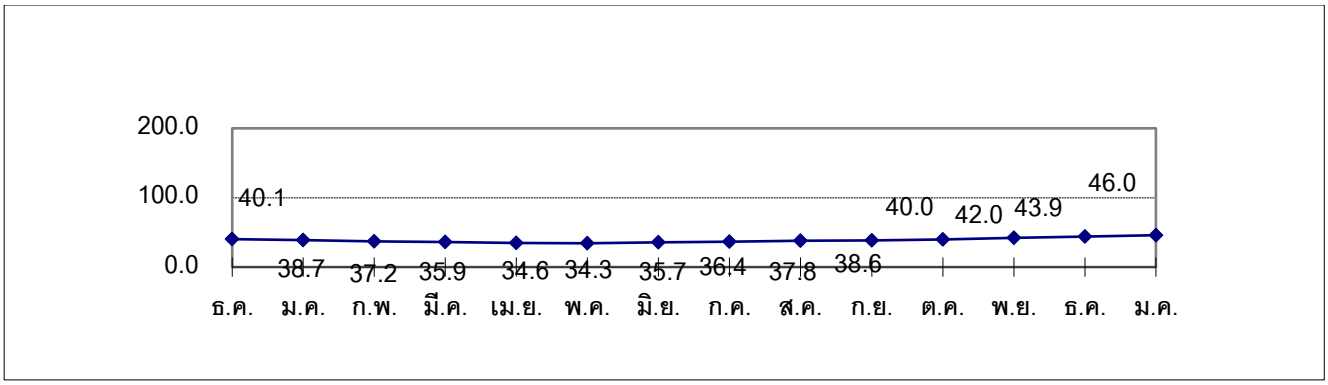
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2565 และมกราคม 2566

รายการ	ธันวาคมน 2565			มกราคม 2566		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	2.5	26.8	70.7	2.7	28.2	69.1
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	3.1	49.8	47.1	3.6	51.1	45.3
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	2.6	32.1	65.3	2.9	33.3	63.8
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือนข้างหน้า	3.3	50.1	46.6	3.7	51.6	44.7
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	3.7	50.7	45.6	4.1	52.1	43.8
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	2.8	38.3	58.9	3.2	39.6	57.2
7. โอกาสในการหางานรวม	3.0	41.1	55.9	3.3	42.4	54.3

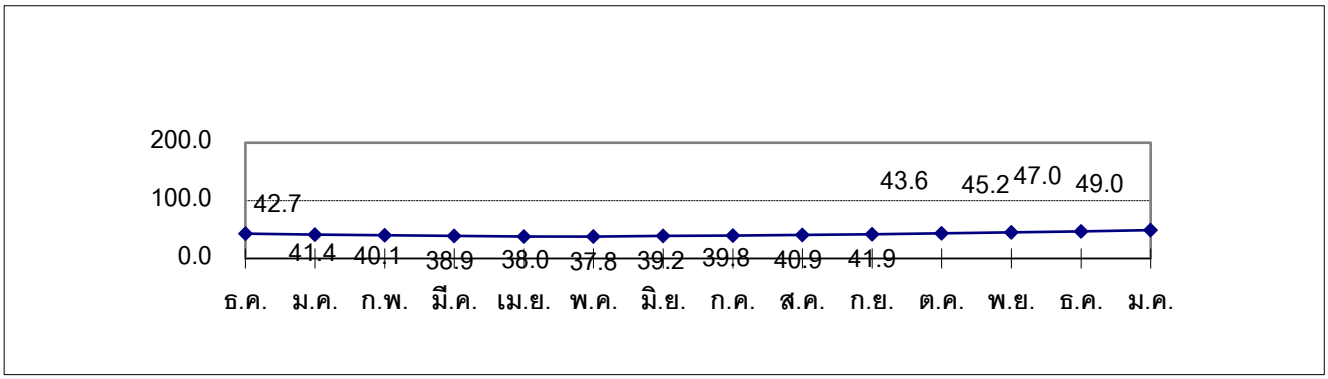
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2565 ถึงมกราคม 2566

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	37.8	38.6	40.0	42.0	43.9	46.0
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	40.9	41.9	43.6	45.2	47.0	49.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	52.3	53.3	54.8	56.4	58.1	60.2

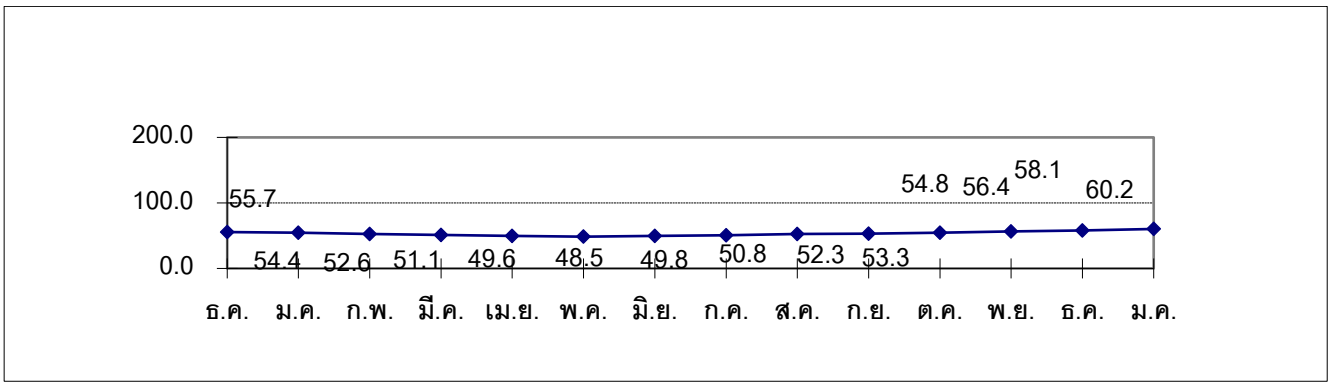
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



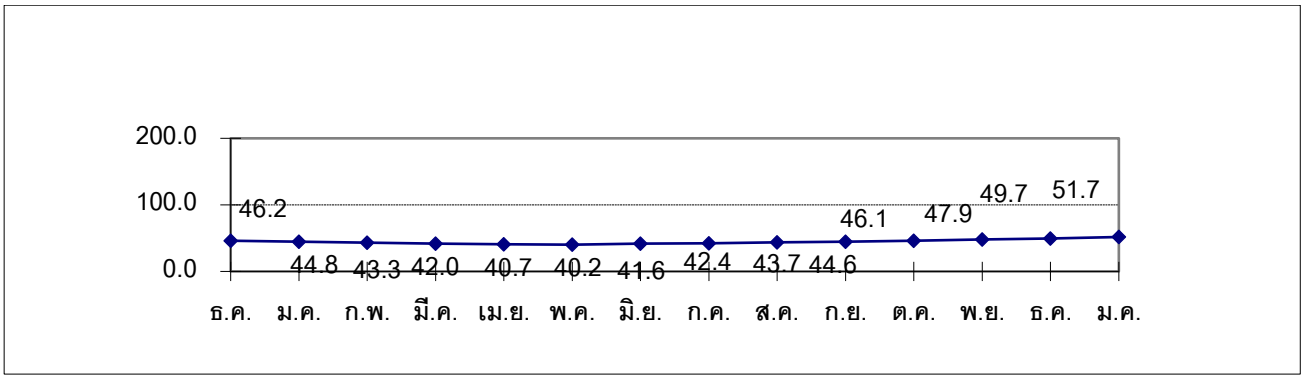
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



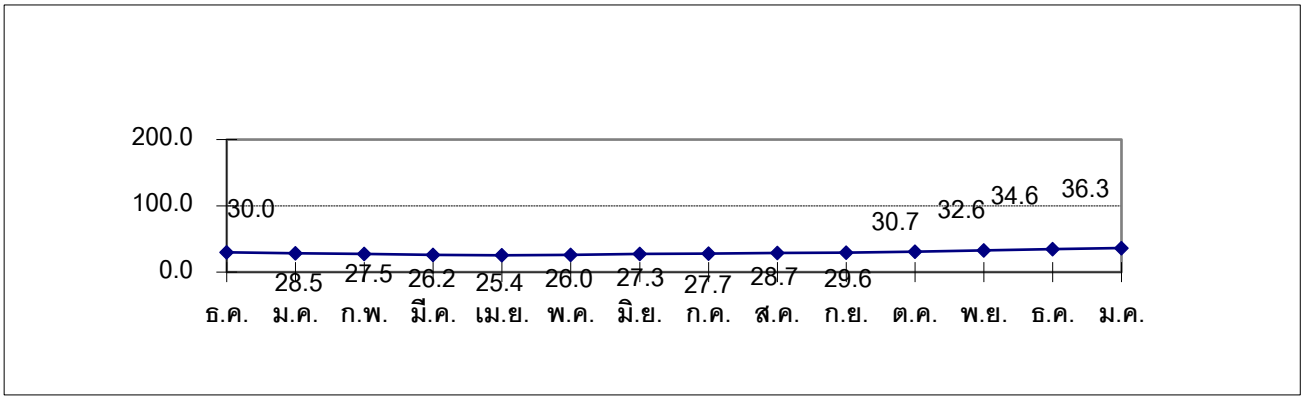
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนสิงหาคม 2565 ถึงมกราคม 2566

รายการ	สิงหาคม	กันยายน	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	43.7	44.6	46.1	47.9	49.7	51.7
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	28.7	29.6	30.7	32.6	34.6	36.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	50.8	51.7	53.4	55.2	56.9	59.2

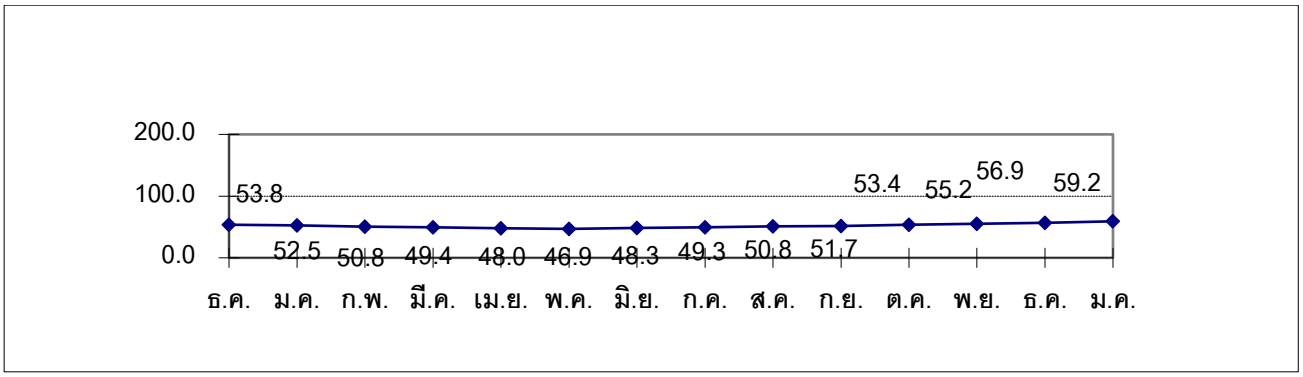
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,244 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

1) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่สูงกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวการณ์ด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี

2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวการณ์ด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง

3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวการณ์ด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

<u>ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566</u>

ในเดือนมกราคม 2566 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจปี 2566 จากภาครัฐเพื่อมอบเป็นของขวัญปีใหม่ 2566 ให้ประชาชนอย่างต่อเนื่อง อย่างมาตรการช้อปดีมีคืน ปี 2566 ตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 15 กุมภาพันธ์ 2566 ด้วยวงเงินสูงถึง 40,000 บาท มาตรการลดภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ปี 2566 ในอัตรา 15%, ลดค่าธรรมเนียมจดสิทธิบัตรที่อยู่อาศัย, มาตรการช่วยเหลือผู้กู้ยืมเงิน ไปจนถึงการส่งเสริมให้ประชาชนและผู้ลงทุนมีศักยภาพในการสร้างสุขภาพการเงินที่ดี ซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจไทยปี 2566 ให้คึกคักมากยิ่งขึ้นกว่าเดิมอีกด้วย

2. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศประกอบกับประเทศจีนได้มีการเปิดประเทศ โดยหนึ่งในเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวอันดับต้นๆ ของชาวจีน คือ ประเทศไทย ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น

3. SET Index ในเดือนมกราคม 2566 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 2.80 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,668.66 จุด ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2565 เป็น 1,671.46 จุด ณ สิ้นเดือนมกราคม 2566 แม้ว่าบรรยากาศการลงทุนทั่วโลกยังมีความกังวลเรื่องการขึ้นอัตราดอกเบี้ยของธนาคารกลางต่างๆ ทั่วโลกเพื่อสกัดกั้นเงินเฟ้อ อาจส่งผลให้เศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย

4. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีโดยเฉพาะข้าว มันสำปะหลัง และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น

5. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 34.795 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2565 เป็น 33.225 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมกราคม 2566 สะท้อนว่ามีการไหลเข้าสุทธิของเงินตราต่างประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมกราคม 2566 ได้แก่

1. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

2. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 1.90 บาทต่อลิตร จากระดับ 34.48 และ 34.75 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนธันวาคม 2565 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 36.38 และ 36.65 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2566 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 34.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมกราคม 2566

3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้ปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยนโยบาย 0.25% ต่อปี จาก 1.25% เป็น 1.50% ต่อปี โดยให้มีผลทันที หลังจากประเมินเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง จากการเปิดประเทศของจีน ช่วยภาคการท่องเที่ยวและการบริโภคภาคเอกชน แม้ภาคส่งออกปีนี้ชะลอตัว แต่คาดว่าจะกลับไปขยายตัวในปี 2567 ตามแนวโน้มเศรษฐกิจโลกที่ปรับดีขึ้น

4. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ปรับประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2565 โดยคาดว่า จะขยายตัว 3.00% (ช่วงคาดการณ์ที่ 2.8-3.3%) จากเดิมที่คาดว่าจะโตถึง 3.4% ซึ่งเป็นผลจากการส่งออกที่ลดลงติดต่อกันหลายเดือน ทั้งนี้การผ่อนปรนมาตรการการเดินทางระหว่างประเทศของประเทศต่างๆ ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดภายในประเทศที่ปรับดีขึ้น ส่งผลให้ภาคการท่องเที่ยวทั้งต่างชาติและภายในประเทศสามารถฟื้นตัวได้อย่างต่อเนื่อง ส่วนในปี 2566 คาดว่าเศรษฐกิจไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้น 3.8% (ช่วงคาดการณ์ที่ 3.3%-4.3%) ได้รับแรงสนับสนุนจากการฟื้นตัวจากภาคการท่องเที่ยวและอุปสงค์ภายในประเทศที่ฟื้นตัว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียที่จะเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้น

5. การส่งออกของไทยในเดือนธันวาคม 2565 มีมูลค่า 21,718.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 14.56 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 22,752.71 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 11.95 ส่งผลให้ดุลการค้าขาดดุล 1,033.90 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ทำให้ตลอดทั้งปี 2565 ส่งออกได้รวม 287,067.86 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.54 และมีการนำเข้ารวม 303,190.67 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.69 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 16,122.81 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

6. ความกังวลต่อสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ที่อาจส่งผลให้ราคาน้ำมันโลกมีแนวโน้มปรับตัวสูงขึ้น และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบในเชิงลบต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

7. ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ยังคงเกิดขึ้นทั่วประเทศ ยังคงส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต

<u>การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2566</u>

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าเศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นหลังจากที่การท่องเที่ยวฟื้นตัวขึ้นอย่างชัดเจนทั้งการท่องเที่ยวของคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่เริ่มเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังจากที่จีนเปิดประเทศรวมถึงสถานการณ์โควิดในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับราคาน้ำมันเบนซินปรับตัวลดลงอย่างมากจากช่วงครึ่งปีแรกทำให้ประชาชนรู้สึกผ่อนคลายเรื่องค่าครองชีพลง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวดีขึ้นทุกรายการอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ยังทรงตัวสูงรวมถึงความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ตลอดจนการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 43.9 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 46.0 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2566 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.2% 39.6% และ 57.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.8% 38.3% และ 58.9% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมเนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย ประกอบกับปัญหาค่าครองชีพและราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นมากในปัจจุบัน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา โดยปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 31.8 ในเดือนก่อนมาอยู่ที่ระดับ 33.6 เนื่องจากสถานการณ์โควิดในประเทศเริ่มคลี่คลายลงและนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลับเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น โดยในเดือนมกราคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.7% 28.2% และ 69.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 26.8% และ 70.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมกราคม 2566 ยังคงปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 55.9 มาอยู่ที่ระดับ 58.3 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.6% 51.1% และ 45.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.1% 49.8% และ 47.1% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
		ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
มกราคม	2565	38.7	25.7	51.6
กุมภาพันธ์	2565	37.2	24.6	49.7
มีนาคม	2565	35.9	23.3	48.5
เมษายน	2565	34.6	22.3	46.9
พฤษภาคม	2565	34.3	22.9	45.7
มิถุนายน	2565	35.7	24.2	47.1
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**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
		ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 1	2563	49.7	35.2	64.2
ไตรมาสที่ 2	2563	40.3	27.9	52.6
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
มกราคม	**2566**	**46.0**	**33.6**	**58.3**

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 47.0 สู่ระดับ 49.0 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 42.4% และ 54.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.0% 41.1% และ 55.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีจากราคาน้ำมันแพง และค่าครองชีพสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมกราคม 2566 ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา เช่นเดียวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันจากระดับ 37.3 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 39.1 โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.9% 33.3% และ 63.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 32.1% และ 65.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจาก 56.7 เป็น 58.9 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.7% 51.6% และ 44.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 50.1% และ 46.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจชะลอตัวลงในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
มกราคม	2565	41.4	31.2	51.5
กุมภาพันธ์	2565	40.1	30.3	49.9
มีนาคม	2565	38.9	29.1	48.7
เมษายน	2565	38.0	28.4	47.6
พฤษภาคม	2565	37.8	29.1	46.5
มิถุนายน	2565	39.2	30.3	48.0
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**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
		การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 1	2563	58.2	45.7	70.7
ไตรมาสที่ 2	2563	46.7	36.7	56.8
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
มกราคม	**2566**	**49.0**	**39.1**	**58.9**

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 58.1 สู่ระดับ 60.2 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.1% 52.1% และ 43.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 3.7% 50.7% และ 45.6% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 95.9% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการจับจ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการจับจ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
มกราคม	2565	54.4
กุมภาพันธ์	2565	52.6
มีนาคม	2565	51.1
เมษายน	2565	49.6
พฤษภาคม	2565	48.5
มิถุนายน	2565	49.8
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**

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 1 2563	74.5
ไตรมาสที่ 2 2563	57.6
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
มกราคม 2566	**60.2**

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมกราคม 2566

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวดีขึ้นทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 จากระดับ 34.6 มาอยู่ที่ระดับ 36.3 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัวขึ้นจากการท่องเที่ยวและสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิดเริ่มคลี่คลายลงเป็นลำดับ และรัฐบาลเริ่มผ่อนคลายการดำเนินธุรกรรมทางเศรษฐกิจธุรกิจและการเปิดประเทศมากขึ้น ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.9 มาอยู่ที่ระดับ 59.2 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือน 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 49.7 เป็น 51.7 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
มกราคม	2565	44.8	28.5	52.5
กุมภาพันธ์	2565	43.3	27.5	50.8
มีนาคม	2565	42.0	26.2	49.4
เมษายน	2565	40.7	25.4	48.0
พฤษภาคม	2565	40.2	26.0	46.9
มิถุนายน	2565	41.6	27.3	48.3
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**

ไตรมาส		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 1	2563	60.8	40.4	69.8
ไตรมาสที่ 2	2563	48.2	32.3	55.7
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
มกราคม	**2566**	**51.7**	**36.3**	**59.2**

<u>สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2566</u>

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าเศรษฐกิจเริ่มปรับตัวดีขึ้นหลังจากที่การท่องเที่ยวฟื้นตัวขึ้นอย่างชัดเจนทั้งการท่องเที่ยวของคนไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจีนที่เริ่มเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยหลังจากที่จีนเปิดประเทศรวมถึงสถานการณ์โควิดในประเทศที่ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับราคาน้ำมันเบนซินปรับตัวลดลงอย่างมากจากช่วงครึ่งปีแรกทำให้ประชาชนรู้สึกผ่อนคลายเรื่องค่าครองชีพลง ส่งผลให้ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวดีขึ้นทุกรายการอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับค่าครองชีพที่ยังทรงตัวสูงรวมถึงความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน ตลอดจนการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยเพื่อแก้ไขปัญหาเงินเฟ้อของประเทศต่างๆ ทั่วโลก ที่อาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอย

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 46.0 49.0 และ 60.2 ตามลำดับ ปรับตัวดีขึ้นทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนธันวาคม 2565 ที่อยู่ในระดับ 43.9 47.0 และ 58.1 ตามลำดับ แสดงว่าผู้บริโภคเริ่มมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยกำลังฟื้นตัวขึ้น อย่างไรก็ตาม ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันและค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ตลอดจนยังคงกังวลในสถานการณ์โควิดในประเทศไทยและทั่วโลกที่ยังคงมีอยู่แม้ว่าจะคลายตัวลงก็ตาม ซึ่งจะส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

การปรับตัวดีขึ้นของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ที่ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 49.7 เป็น 51.7 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้าจากวิกฤต COVID-19 อัตราเงินเฟ้อสูงและการปรับขึ้นอัตราดอกเบี้ยในประเทศไทยและทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อมีปัญหาสงครามระหว่างรัสเซียกับยูเครนเข้ามาซ้ำเติม ยิ่งส่งผลกระทบทางจิตวิทยาในเชิงลบอย่างมากต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยยังคงมีโอกาสบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้นี้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น จากระดับ 34.6 เป็น 36.3 ซึ่งเป็นการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 26 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา โดยปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.9 มาอยู่ที่ระดับ 59.2 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้น

ต่อเนื่องทุกรายการ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเริ่มกลับมาเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจเริ่มกลับมาฟื้นตัวขึ้น และจะเริ่มจับจ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้นเป็นลำดับในไตรมาสแรกของปีนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคใต้ กทม. และปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2566

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	33.6	32.9	34.7	34.7	34.9	30.4	36.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	58.3	55.7	62.6	61.7	56.3	55.2	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	39.1	37.0	39.0	42.8	36.0	41.6	43.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	58.9	57.9	62.0	62.0	57.0	58.3	58.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	60.2	60.7	61.0	65.0	59.4	52.1	62.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	46.0	44.3	45.2	44.6	42.0	38.7	46.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	49.0	47.5	50.5	52.4	46.5	50.0	50.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	**51.7**	**50.8**	**52.2**	**54.0**	**49.3**	**46.9**	**53.3**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนธันวาคม 2565	**5.6**	**6.0**	**4.0**	**3.8**	**4.4**	**4.8**	**4.3**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.3	35.0	36.9	38.8	35.5	36.0	39.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	59.2	58.1	61.9	62.9	57.6	55.2	61.7

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนธันวาคม 2565

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	31.8	31.1	32.8	33.0	33.1	28.4	34.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	55.9	53.1	60.3	59.5	53.9	52.6	62.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	37.3	35.2	37.1	41.1	34.0	39.7	41.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	56.7	55.5	60.1	60.2	55.0	56.0	56.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	58.1	58.6	59.0	63.0	57.2	49.8	60.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	43.9	42.1	45.2	44.6	42.0	38.7	46.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	47.0	45.4	48.6	50.7	44.5	47.9	48.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	**49.7**	**48.7**	**50.9**	**52.8**	**47.9**	**45.5**	**51.9**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนพฤศจิกายน 2565	**3.5**	**3.9**	**2.7**	**2.6**	**3.0**	**3.3**	**2.9**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	34.6	33.2	35.0	37.1	33.6	34.1	37.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	56.9	55.7	59.8	60.9	55.4	52.8	59.5

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤศจิกายน 2565

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออกเฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	29.8	29.0	31.1	31.2	31.2	26.3	32.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	54.3	51.4	58.8	58.0	52.2	51.0	60.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	35.4	33.1	35.6	39.6	32.2	37.8	39.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	54.9	53.6	58.7	58.8	53.3	53.9	54.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	56.4	56.8	57.5	61.4	55.6	48.1	58.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	42.0	40.2	45.2	44.6	42.0	38.7	46.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	45.2	43.4	47.2	49.2	42.8	45.9	47.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	**47.9**	**46.8**	**50.0**	**51.7**	**46.8**	**44.2**	**50.8**
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	32.6	31.1	33.4	35.4	31.7	32.1	36.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	55.2	53.9	58.3	59.4	53.7	51.0	57.9

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจภาวการณ์ใช้จ่ายของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2566

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ดำเนินการสำรวจภาวการณ์ใช้จ่ายของผู้บริโภคร่วมกับการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566 ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

ตาราง ผลสำรวจความเหมาะสมของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2565 และมกราคม 2566

รายการ	ธันวาคม 2565 (%)			มกราคม 2566 (%)		
	เหมาะสม/เหมาะสมมาก	ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	ไม่เหมาะสม/ไม่เหมาะสมมาก	เหมาะสม/เหมาะสมมาก	ไม่แน่ใจ/ไม่ทราบ	ไม่เหมาะสม/ไม่เหมาะสมมาก
1. การซื้อรถยนต์คันใหม่ในปัจจุบัน	11.1	35.6	53.3	12.1	36.8	51.1
2. การซื้อบ้านหลังใหม่ในปัจจุบัน	9.8	19.2	71.0	10.3	20.8	68.9
3. การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน	17.2	31.3	51.5	18.4	33.5	48.1
4. การลงทุนทำธุรกิจ SMEs ในปัจจุบัน	5.2	18.7	76.1	6.7	20.4	72.9

จากผลของการสำรวจความเหมาะสมของผู้บริโภคในเดือนมกราคม 2566 พบว่า ดัชนีความเหมาะสมของผู้บริโภคในการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจทุกรายการปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 ตามดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีต่างๆ ในเดือนมกราคม 2566 มีดังนี้

1. ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อรถยนต์คันใหม่

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อรถยนต์คันใหม่ในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้น โดยดัชนีในเดือนมกราคม 2566 อยู่ในระดับ 61.0 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 38 เดือน นับตั้งแต่เดือนธันวาคม 25622 เป็นต้นมา โดยปรับตัวดีขึ้นจากเดือนธันวาคม 2565 ที่อยู่ในระดับ 57.8 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาในการซื้อรถยนต์คันใหม่ในปัจจุบันอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสมประมาณ 12.1% 36.8% และ 51.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาในการซื้อรถยนต์ใหม่ในปัจจุบันอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสมประมาณ 11.1% 35.6% และ 53.3% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีอยู่ระดับต่ำกว่า 100 และกลุ่มตัวอย่าง 87.9% เห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมปานกลางถึงน้อยในการซื้อรถยนต์คันใหม่ ซึ่งเป็นระดับที่เกินกว่า 50% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 39 แสดงว่าผู้บริโภคเห็นว่า ในช่วงนี้ยังไม่มีความเหมาะสมในการซื้อรถยนต์คันใหม่ แต่มีแนวโน้มว่าความต้องการซื้อรถยนต์จะมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ตาราง ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อรถยนต์คันใหม่

เดือน	ปี	ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อรถยนต์คันใหม่ในปัจจุบัน
มกราคม	2565	41.2
กุมภาพันธ์	2565	38.3
มีนาคม	2565	35.9
เมษายน	2565	33.6
พฤษภาคม	2565	31.1
มิถุนายน	2565	34.2
กรกฎาคม	2565	36.4
สิงหาคม	2565	40.3
กันยายน	2565	42.4
ตุลาคม	2565	47.5
พฤศจิกายน	2565	52.5
ธันวาคม	2565	57.8
มกราคม	**2566**	**61.0**

2. ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อบ้านหลังใหม่

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อบ้านหลังใหม่ในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 41.4 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 39 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 เป็นต้นมา โดยปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2565 ที่ดัชนีอยู่ในระดับ 38.8 ทั้งนี้ ในเดือนมกราคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่า ในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาในการซื้อบ้านหลังใหม่ในปัจจุบันอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสม 10.3% 20.8% และ 68.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาในการซื้อบ้านหลังใหม่ ในปัจจุบันอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสมประมาณ เหมาะสม 9.8% 19.2% และ 71.0% ตามลำดับ และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 89.7% เห็นว่า ในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมปานกลางจนถึงน้อยในการซื้อบ้านหลังใหม่ แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่า ในช่วงนี้ยังเป็นช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมในการซื้อบ้านหลังใหม่แต่เริ่มมีแนวโน้มที่จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต

ตาราง ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อบ้านหลังใหม่

เดือน	ปี	ดัชนีความเหมาะสมในการซื้อบ้านหลังใหม่ในปัจจุบัน
มกราคม	2565	26.3
กุมภาพันธ์	2565	23.6
มีนาคม	2565	20.5
เมษายน	2565	18.0
พฤษภาคม	2565	16.2
มิถุนายน	2565	18.4
กรกฎาคม	2565	19.9
สิงหาคม	2565	22.9
กันยายน	2565	25.5
ตุลาคม	2565	29.8
พฤศจิกายน	2565	34.1
ธันวาคม	2565	38.8
มกราคม	**2566**	**41.4**

3. ดัชนีความเหมาะสมในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเหมาะสมในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 70.3 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 44 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2562 เป็นต้นมาโดยปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2565 ที่อยู่ในระดับ 65.7 ทั้งนี้ในเดือนมกราคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่า ในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบันอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสม ประมาณ 18.4% 33.5% และ 48.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบันอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสม ประมาณ 17.2% 31.3% และ 51.5% อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีต่ำกว่าระดับ 100 ค่อนข้างมาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 81.6% เห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมปานกลางจนถึงน้อย แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเห็นว่าในช่วงนี้ยังเป็นช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากนัก แต่มีแนวโน้มว่าความต้องการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ตาราง ดัชนีความเหมาะสมในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว

เดือน	ปี	ดัชนีความเหมาะสมในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในปัจจุบัน
มกราคม	2565	47.5
กุมภาพันธ์	2565	45.0
มีนาคม	2565	41.6
เมษายน	2565	38.9
พฤษภาคม	2565	37.8
มิถุนายน	2565	40.1
กรกฎาคม	2565	42.2
สิงหาคม	2565	45.6
กันยายน	2565	49.0
ตุลาคม	2565	53.7
พฤศจิกายน	2565	59.9
ธันวาคม	2565	65.7
มกราคม	**2566**	**70.3**

4. ดัชนีความเหมาะสมในการลงทุนทำธุรกิจ SMEs

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความเหมาะสมในการลงทุนทำธุรกิจ SMEs ในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 33.8 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 43 เดือนที่ผ่านมานับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2562 เป็นต้นมา โดยปรับตัวดีขึ้นจากเดือนธันวาคม 2565 ที่อยู่ในระดับประมาณ 29.1 ในเดือนมกราคม 2566 ผู้บริโภคเห็นว่าการลงทุนทำธุรกิจ SMEs ในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสมประมาณ 6.7% 20.4% และ 72.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 ผู้บริโภคเห็นว่า ในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาในการลงทุนทำธุรกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่แน่ใจ และไม่เหมาะสมประมาณ 5.2% 18.7% และ 76.1% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การที่ค่าดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 มาก และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ 93.3% เห็นว่าในปัจจุบันยังไม่ใช่ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการลงทุนทำธุรกิจ SMEs แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าในเดือนมกราคม 2566 ยังเป็นช่วงเวลาที่ไม่เหมาะสมในการลงทุนทำธุรกิจ SMEs แต่เริ่มมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นในอนาคต

ตาราง ดัชนีความเหมาะสมในการลงทุนทำธุรกิจ

เดือน	ปี	ดัชนีความเหมาะสมในการลงทุนทำธุรกิจในปัจจุบัน
มกราคม	2565	16.7
กุมภาพันธ์	2565	15.6
มีนาคม	2565	13.7
เมษายน	2565	11.2
พฤษภาคม	2565	10.4
มิถุนายน	2565	12.8
กรกฎาคม	2565	14.1
สิงหาคม	2565	16.8
กันยายน	2565	20.0
ตุลาคม	2565	22.9
พฤศจิกายน	2565	26.0
ธันวาคม	2565	29.1
มกราคม	**2566**	**33.8**

ผลการสำรวจภาวการณ์ทางสังคมของผู้บริโภคประจำเดือนมกราคม 2566

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ได้ดำเนินการสำรวจความคิดเห็นทางสังคมของผู้บริโภคร่วมกับการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2549 เนื่องจากการจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคนั้นมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญในการวัดการเปลี่ยนแปลงของการบริโภคของภาคเอกชนและการเปลี่ยนแปลงของผลผลิตมวลภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) เป็นสำคัญ การจัดทำดัชนีความเชื่อมั่นทางสังคมที่จัดทำขึ้นใหม่ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาดัชนีที่ใช้ชี้วัดการวัดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางสังคมและการเปลี่ยนแปลงของความสุขโดยรวมของคนในประเทศ (Gross Domestic Happiness: GDH) สำหรับผลการสำรวจในเดือนมกราคม 2565 มีดังต่อไปนี้

ตาราง ผลสำรวจความคิดเห็นทางสังคมของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2565 และมกราคม 2566

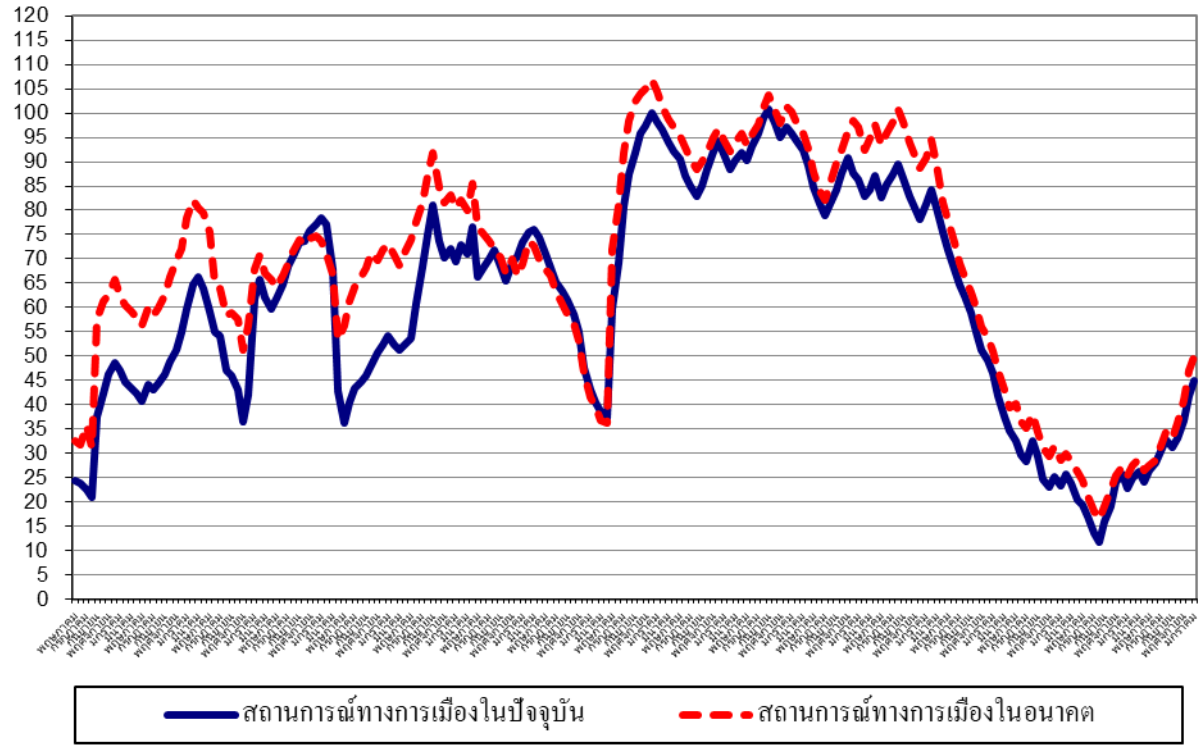
ความคิดเห็นเกี่ยวกับ	การสำรวจในเดือนมกราคม 2566							
	ปัจจุบัน (%)				3 เดือนข้างหน้า (%)			
	ดีหรือมาก/เหมาะสม	ปานกลาง/พอสมควร	แย่หรือน้อย/ไม่เหมาะสม	ดัชนี	ดีหรือมาก/เหมาะสม	ปานกลาง/พอสมควร	แย่หรือน้อย/ไม่เหมาะสม	ดัชนี
1. ความสุขในการดำเนินชีวิต	8.3	32.4	59.3	**49.0**	9.1	33.8	57.1	**52.0**
2. ภาวะค่าครองชีพ	6.5	15.6	77.9	**28.6**	5.6	25.5	68.9	**36.7**
3. ปัญหายาเสพติด	3.9	19.1	77.0	**26.9**	4.8	25.3	69.9	**34.9**
4. สถานการณ์ทางการเมือง	7.1	30.8	62.1	**45.0**	7.6	34.7	57.7	**49.9**

ความคิดเห็นเกี่ยวกับ	การสำรวจในเดือนธันวาคม 2565							
	ปัจจุบัน (%)				ปัจจุบัน (%)			
	ดีหรือมาก/เหมาะสม	ปานกลาง/เหมาะสม	แย่หรือน้อย/ไม่เหมาะสม	ดัชนี	ดีหรือมาก/เหมาะสม	ปานกลาง/เหมาะสม	แย่หรือน้อย/ไม่เหมาะสม	ดัชนี
1. ความสุขในการดำเนินชีวิต	7.8	30.1	62.1	**45.7**	8.5	32.1	59.4	**49.1**
2. ภาวะค่าครองชีพ	5.2	13.7	81.1	**24.1**	4.9	23.7	71.4	**33.5**
3. ปัญหายาเสพติด	3.5	18.2	78.3	**25.2**	4.6	23.7	71.7	**32.9**
4. สถานการณ์ทางการเมือง	6.2	29.4	64.4	**41.8**	7.2	32.6	60.2	**47.0**

1. ดัชนีวัดความสุขในการดำรงชีวิต

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีวัดความสุขในการดำรงชีวิตในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 49.0 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา เนื่องจากสถานการณ์โควิดโอมิครอนและภาวะเศรษฐกิจเริ่มคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น แม้ว่าราคาน้ำมันและค่าครองชีพจะทรงตัวสูง ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่มีความสุขในการดำรงชีวิตในระดับมาก ปานกลาง และน้อยประมาณ 8.3% 32.4% และ 59.3% ตามลำดับ โดยดัชนีวัดความสุขในการดำรงชีวิตในเดือนมกราคม 2566 ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2565 ซึ่งอยู่ที่ระดับ 45.7 ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่มีความสุขในการดำรงชีวิตในระดับมาก ปานกลาง และน้อย 7.8% 30.1% และ 62.1% ตามลำดับ

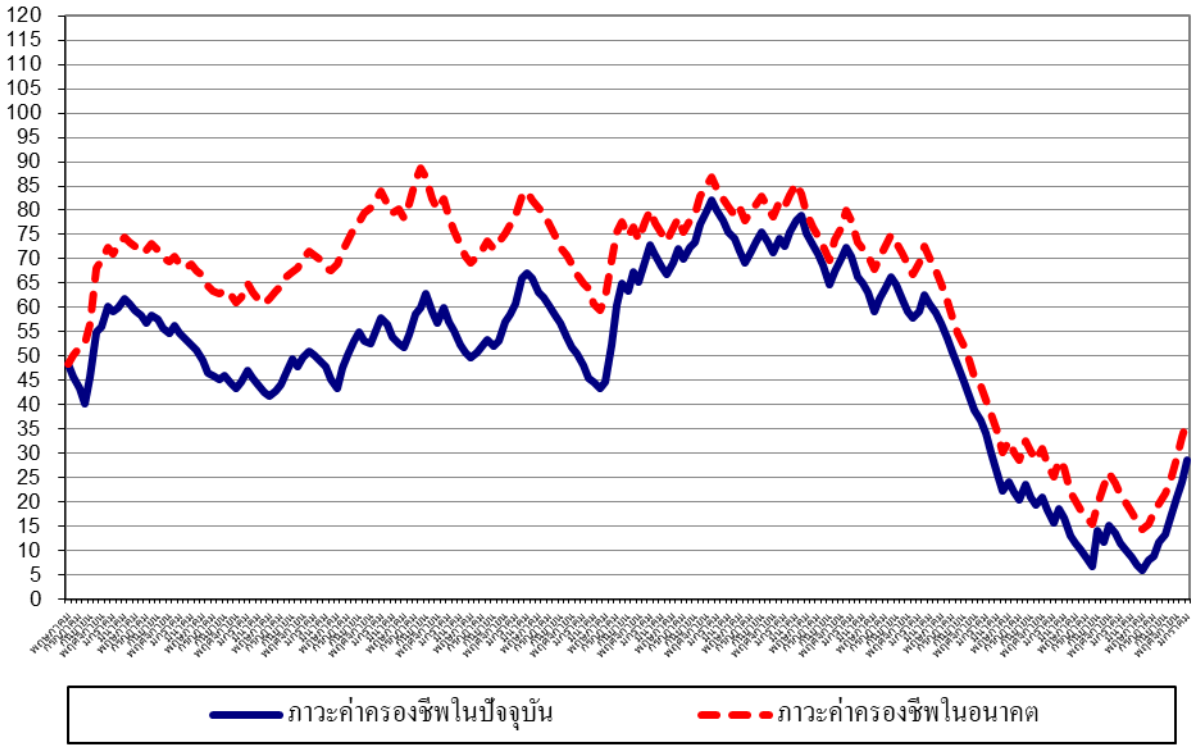
สำหรับการคาดหวังในความสุขในการดำรงชีวิตในช่วง 3 เดือนข้างหน้านั้น ดัชนีวัดความสุขในการดำรงชีวิตในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 29 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2563 เป็นต้นมา โดยมาอยู่ที่ระดับ 52.0 ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ในอนาคตเป็นช่วงเวลาที่มีความสุขในการดำรงชีวิตจะอยู่ในระดับมาก ปานกลาง และน้อยประมาณ 9.1% 33.8% และ 57.1% ตามลำดับ เนื่องจากสถานการณ์โควิดโอมิครอนเริ่มคลี่คลายไปในทิศทางที่ดีขึ้น และเศรษฐกิจไทยปรับตัวดีขึ้นตามการท่องเที่ยวที่ฟื้นตัวขึ้น แต่ยังมีความกังวลเกี่ยวกับราคาน้ำมันและค่าครองชีพที่คาดว่าจะปรับตัวสูงขึ้นในอนาคต ตลอดจนความกังวลเกี่ยวกันภาวะเศรษฐกิจไทยว่าจะฟื้นตัวได้เร็วแค่ไหนในอนาคต



2. ดัชนีภาวะค่าครองชีพ

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีภาวะค่าครองชีพในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมาโดยมาอยู่ที่ระดับ 28.6 ทั้งนี้ประชาชนยังรู้สึกว่าประสบกับภาวะค่าครองชีพที่สูงกว่าระดับปกติ (ระดับปกติจะมีค่าดัชนีที่ระดับ 100) และการเพิ่มขึ้นของรายได้ยังไม่เหมาะสมกับค่าครองชีพในปัจจุบันเท่าที่ควร ทั้งนี้กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่มีภาวะค่าครองชีพอยู่ในระดับดี (เหมาะสม) ปานกลาง และแย่ (ไม่เหมาะสม) ประมาณ 6.5% 15.6% และ 77.9% ตามลำดับ เมื่อเทียบกับเดือนธันวาคม 2565 ที่ดัชนีภาวะค่าครองชีพในปัจจุบันอยู่ที่ระดับ 24.1 เทียบกับเดือนที่ผ่านมาที่ดัชนีภาวะค่าครองชีพอยู่ในระดับดี (เหมาะสม) ปานกลาง และแย่ (ไม่เหมาะสม) ประมาณ 5.2% 13.7% และ 81.1% ตามลำดับ

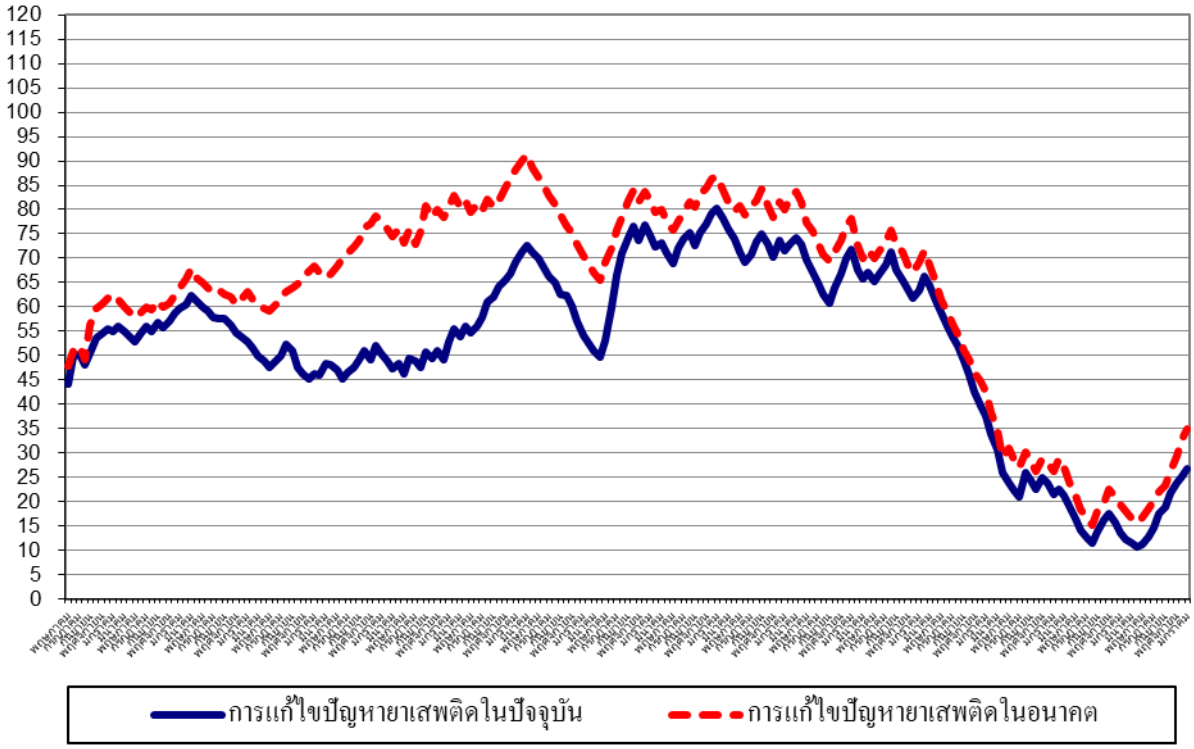
สำหรับดัชนีภาวะค่าครองชีพในช่วง 3 เดือนข้างหน้านั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในอนาคตภาวะค่าครองชีพอยู่ในระดับดี (เหมาะสม) ปานกลาง และแย่ (ไม่เหมาะสม) ประมาณ 5.6% 25.5% และ 68.9% ตามลำดับ ส่งผลให้ดัชนีภาวะค่าครองชีพในอนาคตปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 36.7 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 8 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 35 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2563 เป็นต้นมา เทียบกับเดือนที่ผ่านมาที่ดัชนีมีค่าอยู่ที่ระดับ 33.5 อย่างไรก็ตาม การที่ดัชนีภาวะค่าครองชีพในอนาคตยังมีค่าต่ำกว่าระดับปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภครู้สึกว่า ค่าครองชีพที่ยังอยู่ในระดับสูงในอนาคตและอาจบั่นทอนอำนาจซื้อในอนาคต



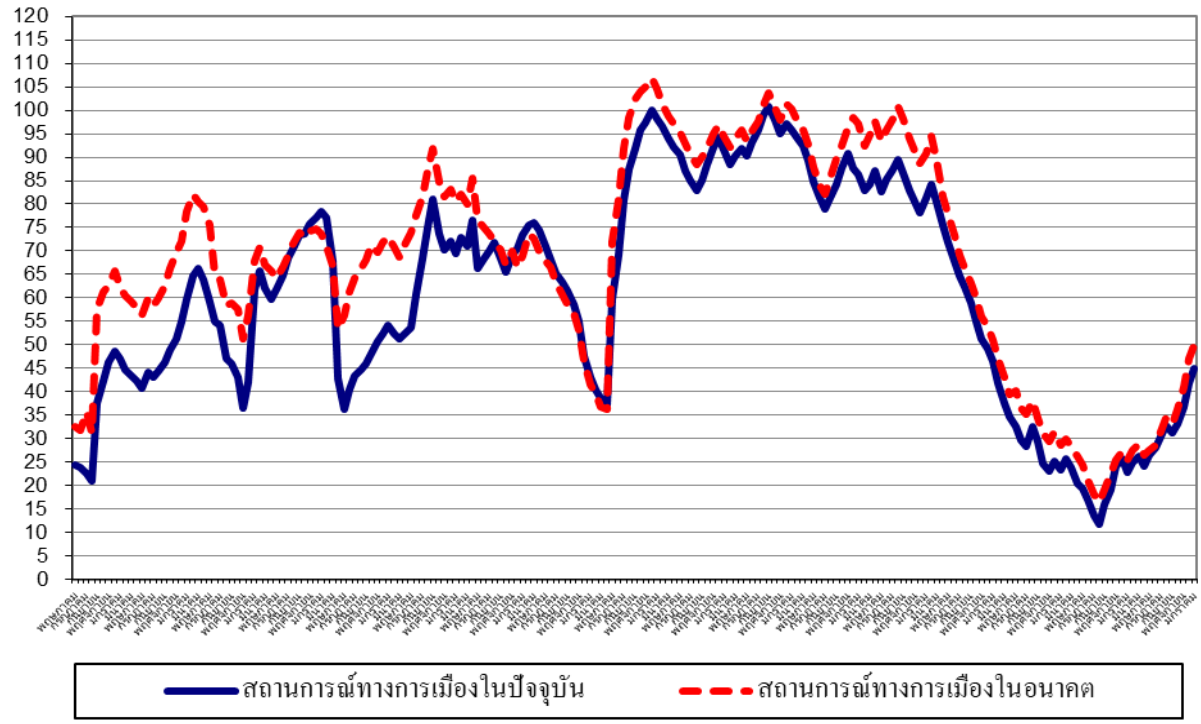
3. ดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหายาเสพติด

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหายาเสพติดในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 26.9 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 ทั้งนี้ ประชาชนคิดว่าปัญหายาเสพติดยังอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าระดับปกติ (ระดับปกติจะมีค่าดัชนีที่ระดับ 100) โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่มีปัญหายาเสพติดอยู่ในระดับดี (มีปัญหาน้อย) ปานกลาง และแย่ (มีปัญหามาก) ประมาณ 3.9% 19.1% และ 77.0% ตามลำดับ ดัชนีในเดือนนี้ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับเดือนที่ผ่านมาที่อยู่ในระดับ 25.2 ที่กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในเดือนธันวาคม 2565 เป็นช่วงเวลาที่มีปัญหายาเสพติดอยู่ในระดับดี (มีปัญหาน้อย) ปานกลาง และแย่ (มีปัญหามาก) ประมาณ 3.5% 18.2% และ 78.3% ตามลำดับ

สำหรับดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหายาเสพติดในช่วง 3 เดือนข้างหน้านั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในอนาคตปัญหายาเสพติดอยู่ในระดับดี (มีปัญหาน้อย) ปานกลาง และแย่ (มีปัญหามาก) ประมาณ 4.8% 25.3% และ 69.9% ตามลำดับ ส่งผลให้ดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหายาเสพติดในอนาคตปรับตัวดีขึ้นมาอยู่ที่ระดับ 34.9 ซึ่งปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 9 เช่นเดียวกัน เทียบกับค่าดัชนีเดือนก่อนที่อยู่ที่ระดับ 32.9 การที่ดัชนียังมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าประชาชนมีความเห็นว่าปัญหายาเสพติดเป็นปัญหาที่สำคัญสำหรับสังคมไทยที่ต้องเร่งแก้ไข



4. ดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมือง

ในเดือนมกราคม 2566 ดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 36 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมาโดยอยู่ที่ในระดับ 45.0 เทียบกับระดับที่ 41.8 ในเดือนธันวาคม 2565 โดยกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าในปัจจุบันเป็นช่วงเวลาที่มีสถานการณ์ทางการเมืองอยู่ในระดับดี (มีเสถียรภาพ) ปานกลาง และแย่ (ขาดเสถียรภาพ) ประมาณ 7.1% 30.8% และ 62.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนธันวาคม 2565 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า สถานการณ์ทางการเมืองอยู่ในระดับดี (มีเสถียรภาพ) ปานกลาง และแย่ (ขาดเสถียรภาพ) ประมาณ 6.2% 29.4% และ 64.4% ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในปัจจุบันในระดับแย่เกินกว่า 50.0% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 40 นับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2562 เป็นต้นมา

สำหรับการคาดหวังในสถานการณ์ทางการเมืองในช่วง 3 เดือนข้างหน้านั้น กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตไม่ค่อยมีเสถียรภาพ โดยเห็นว่าในอนาคตสถานการณ์ทางการเมืองอยู่ในระดับดี (มีปัญหาน้อย) ปานกลาง และแย่ (มีปัญหามาก) ประมาณ 7.6% 34.7% และ 57.7% ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 และอยู่ในระดับสูงสุดในรอบ 36 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2563 เป็นต้นมาเป็นต้นมา โดยมาอยู่ที่ระดับ 49.9 เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนธันวาคม 2565 ที่อยู่ที่ระดับ 47.0 อย่างไรก็ตาม กลุ่มตัวอย่างยังมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตในระดับแย่เกินกว่า 50.0% ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 39 นับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2562 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตปรับตัวห่างจากระดับ 100 มากขึ้น แสดงว่า ในมุมมองของผู้บริโภคเห็นว่าสถานการณ์การเมืองของประเทศไทยไม่มีเสถียรภาพมากนัก