

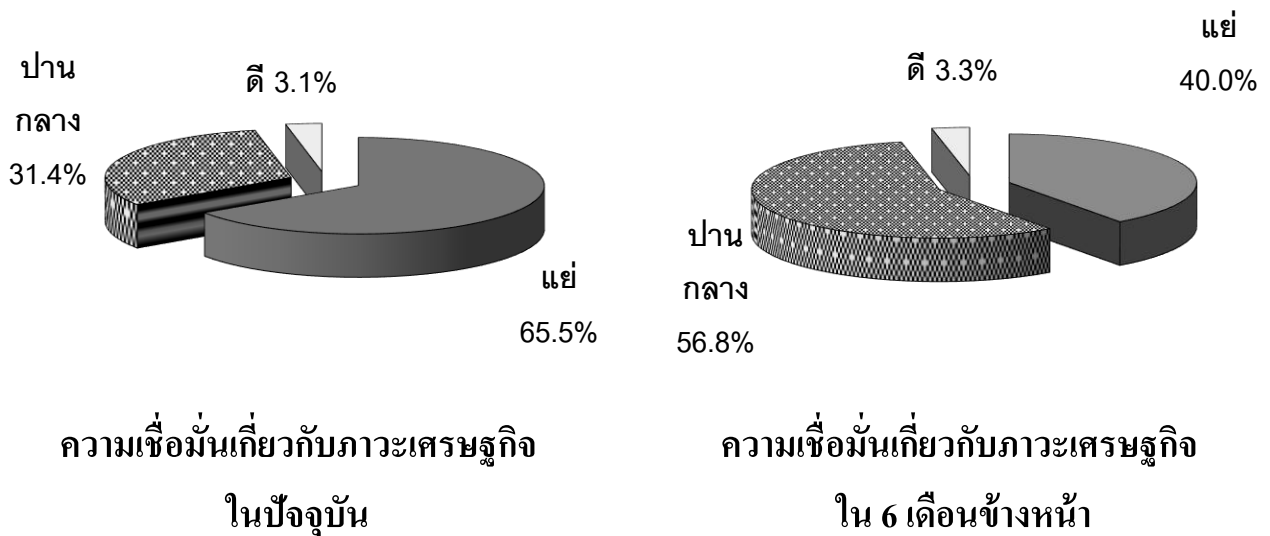


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

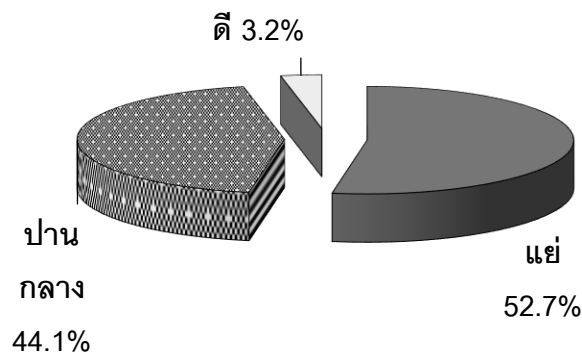
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมีนาคม 2568
ดัชนีความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนื่องจากวิตกกังวลเรื่องสงครามการค้า

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



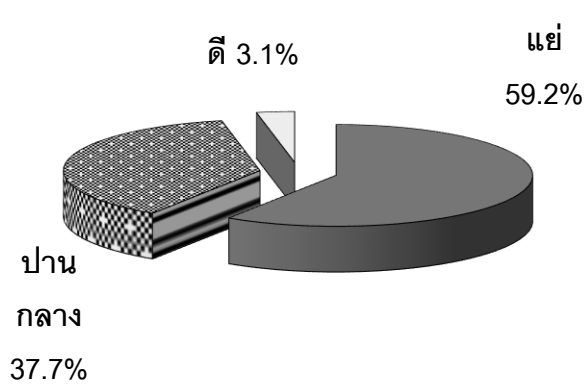
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



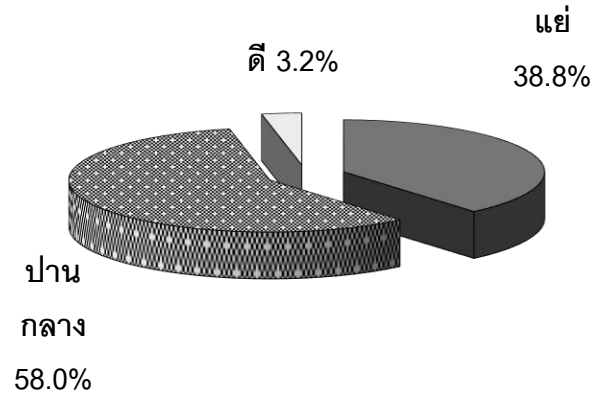
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 50.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

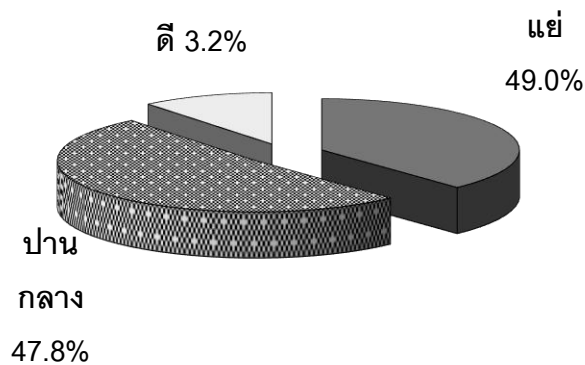


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

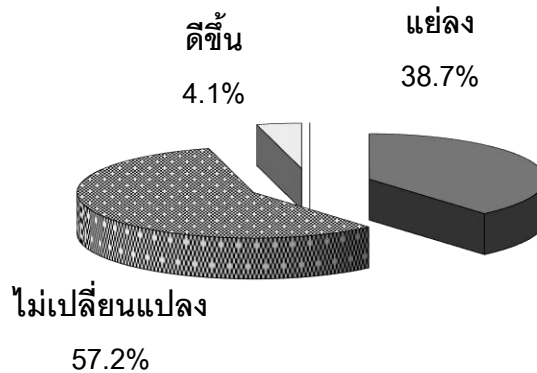
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่มาก



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 54.2

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 65.4

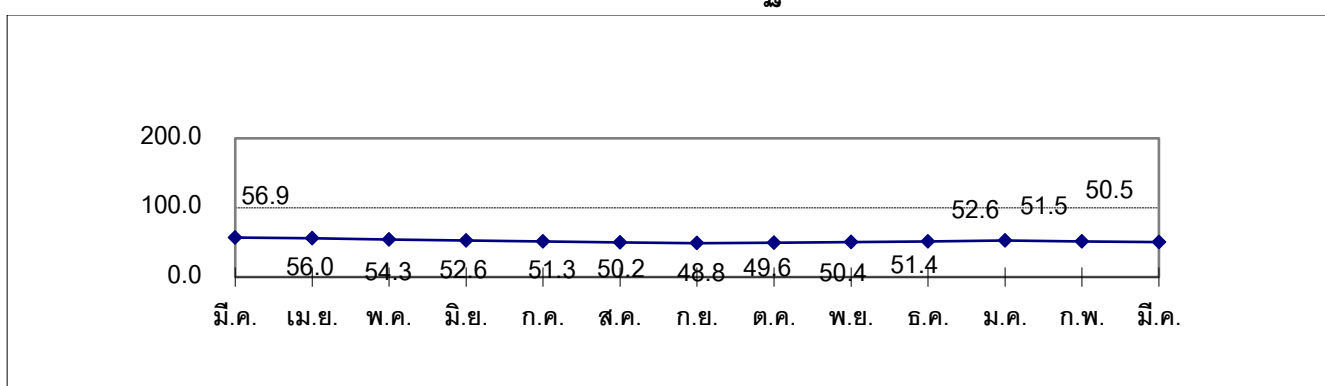
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคม 2568

รายการ	กุมภาพันธ์ 2568			มีนาคม 2568		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	3.3	32.0	64.7	3.1	31.4	65.5
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	3.5	57.5	39.0	3.3	56.8	40.0
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.3	38.2	58.5	3.1	37.7	59.2
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	3.4	58.9	37.8	3.2	58.0	38.8
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	4.4	57.9	37.7	4.1	57.2	38.7
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	3.4	44.7	51.9	3.2	44.1	52.7
7. โอกาสในการหางานรวม	3.4	48.5	48.1	3.2	47.8	49.0

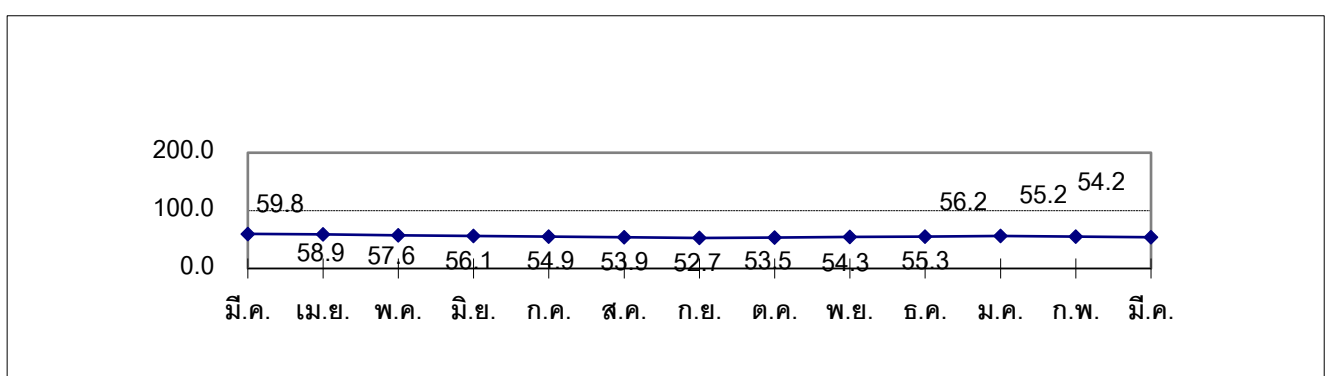
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2567 ถึงมีนาคม 2568

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	49.6	50.4	51.4	52.6	51.5	50.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	53.5	54.3	55.3	56.2	55.2	54.2
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.1	66.1	67.0	68.1	66.7	65.4

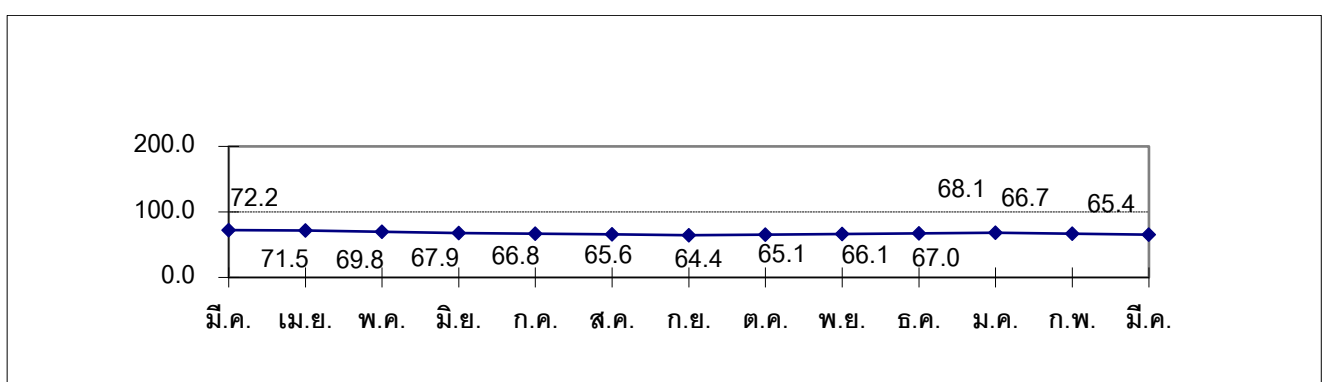
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



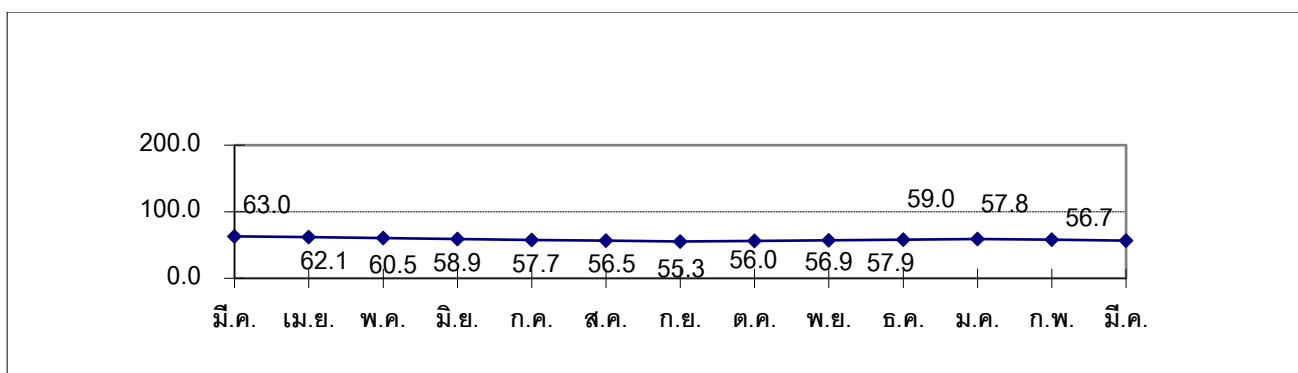
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



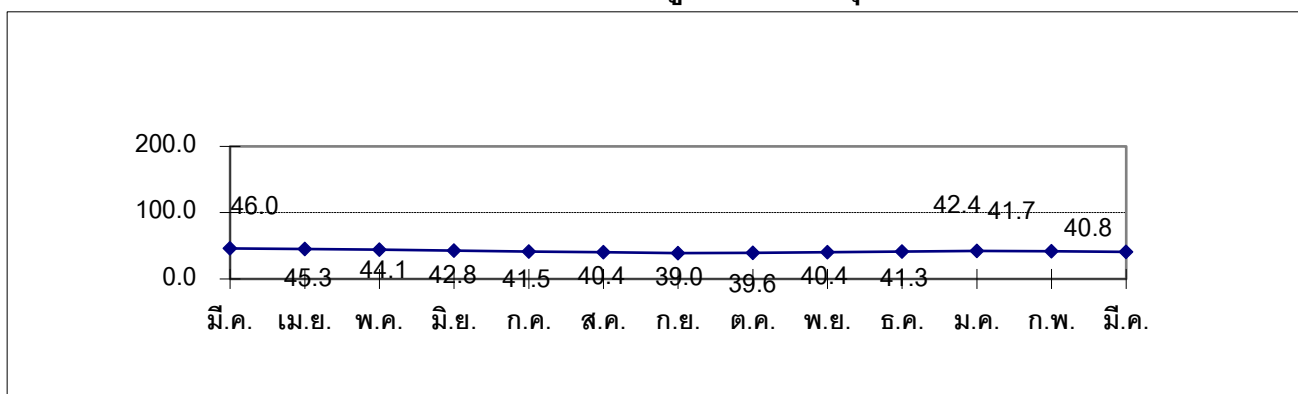
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนตุลาคม 2567 ถึงมีนาคม 2568

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.0	56.9	57.9	59.0	57.8	56.7
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	39.6	40.4	41.3	42.4	41.7	40.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.0	64.9	66.0	67.0	65.6	64.4

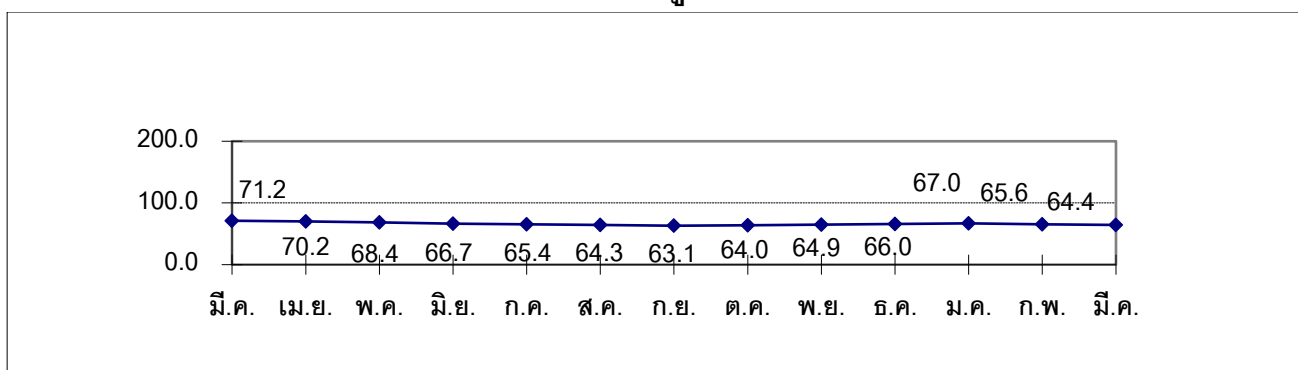
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2568 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.1 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.9 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2568

ในเดือนมีนาคม 2568 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมากขึ้นหลังจากการเปิดประเทศตลอดจนยกเว้นการยื่นวีซ่านักท่องเที่ยว รวมการขยายระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้เกิดเม็ดเงินหมุนเวียนในประเทศมากขึ้นและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ปรับตัวดีขึ้น
2. การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2568 มีมูลค่า 26,707.13 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 14.04% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 24,718.88 ล้านดอลลาร์ เพิ่มขึ้น 3.96% ส่งผลให้เกินดุลการค้า 1,988.25 ล้านดอลลาร์ ทำให้ช่วง 2 เดือนแรกปี 2568 ส่งออกได้รวม 51,984.09 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.80 และมีการนำเข้ารวม 51,876.05 ล้านดอลลาร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.97 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 108.04 ล้านดอลลาร์
3. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.20 และ 1.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 34.98 และ 35.35 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2568 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 33.78 และ 34.15 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2568 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวจากเดือนที่ผ่านมา โดยอยู่ที่ระดับ 32.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2568
4. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีเกือบทุกรายการสำคัญ ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น อย่างไรก็ตาม ราคายาง อ้อย และมันสำปะหลังมีราคาไม่ค่อยดี

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมีนาคม 2568 ได้แก่

1. ความกังวลต่อแนวทางนโยบายเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา และการตอบโต้ของประเทศต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบของนโยบาย Trump 2.0
2. ผู้บริโภคมีความรู้สึกลัวเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารวยได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
3. ความกังวลต่อเหตุแผ่นดินไหวที่มีศูนย์กลางอยู่ในประเทศเมียนมา ซึ่งก่อให้เกิดแรงสะเทือนถึงประเทศไทยหลายพื้นที่ และเกิดอาฟเตอร์ช็อกตามมาอีกหลายครั้ง ทั้งในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล และภาคเหนือ ทำให้พื้นที่ได้รับความเสียหาย และสร้างความวิตกกังวลให้หลายๆ คน
4. SET Index ในเดือนมีนาคม 2568 ปรับตัวลดลง 45.63 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,203.72 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2568 เป็น 1,158.09 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2568
5. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ตลอดจนสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่รุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต
6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 33.779 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2568 เป็น 33.822 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2568 สะท้อนว่ามีการไหลออกสุทธิของเงินตราต่างประเทศ
7. ราคาข้าว อ้อย และมันสำปะหลังอยู่ในระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา อาจส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่มากนัก มีผลต่อกำลังซื้อในบางพื้นที่ต่างจังหวัดในระยะนี้
8. ความกังวลต่อสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ในเขตพื้นที่ กทม. และปริมณฑล และในบางจังหวัดของภาคกลาง และภาคเหนือ ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชาชน
9. ความกังวลต่อสถานการณ์ภัยแล้ง ที่จะส่งผลกระทบต่อความต้องการใช้น้ำ ทั้งภาคเกษตร ภาคอุตสาหกรรม ภาคบริการ ตลอดจนภาคครัวเรือน

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 6 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับสงครามการค้าจากนโยบาย Trump 2.0 ส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์ของไทยและทั่วโลกปรับตัวลดลง แม้ว่ารัฐบาลจะออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลแต่ผู้บริโภครู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยยังฟื้นตัวได้ช้า สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 51.5 ในเดือนที่ผ่านมา สู่วาระระดับ 50.5 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2568 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.2% 44.1% และ 52.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.4% 44.7% และ 51.9% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 38.6 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 37.7 โดยในเดือนมีนาคม 2568 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.1% 31.4% และ 65.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 32.0% และ 64.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคม 2568 ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 64.5 มาอยู่ที่ระดับ 63.3 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 56.8% และ 40.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.5% 57.5% และ 39.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนักเช่นกัน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ตุลาคม 2567	49.6	36.4	62.8
พฤศจิกายน 2567	50.4	37.2	63.6
ธันวาคม 2567	51.4	38.1	64.8
มกราคม 2568	52.6	39.4	65.8
กุมภาพันธ์ 2568	51.5	38.6	64.5
มีนาคม 2568	50.5	37.7	63.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2567	50.5	37.2	63.7
ไตรมาสที่ 1 2568	51.5	38.5	64.5

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 55.2 สู่ระดับ 54.2 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.2% 47.8% และ 49.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.4% 48.5% และ 48.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีมากนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม 2568 ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 44.7 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 43.9 โดย ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.1% 37.7% และ 59.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.5% 38.2% และ 58.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจาก 65.7 เป็น 64.4 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.2% 58.0% และ 38.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.4% 58.9% และ 37.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตยังไม่ดีมากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ตุลาคม 2567	53.5	42.8	64.2
พฤศจิกายน 2567	54.3	43.6	65.1
ธันวาคม 2567	55.3	44.5	66.1
มกราคม 2568	56.2	45.4	67.1
กุมภาพันธ์ 2568	55.2	44.7	65.7
มีนาคม 2568	54.2	43.9	64.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2567	54.4	43.6	65.1
ไตรมาสที่ 1 2568	55.2	44.7	65.7

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 66.7 สู่ระดับ 65.4 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2568 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.1% 57.2% และ 38.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 4.4% 57.9% และ 37.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 95.9% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
ตุลาคม 2567	65.1
พฤศจิกายน 2567	66.1
ธันวาคม 2567	67.0
มกราคม 2568	68.1
กุมภาพันธ์ 2568	66.7
มีนาคม 2568	65.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 4 2567	66.1
ไตรมาสที่ 1 2568	66.7

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2568 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 41.7 มาอยู่ที่ระดับ 40.8 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 65.6 มาอยู่ที่ระดับ 64.4 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 57.8 เป็น 56.7 ในเดือนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ตุลาคม 2567	56.0	39.6	64.0
พฤศจิกายน 2567	56.9	40.4	64.9
ธันวาคม 2567	57.9	41.3	66.0
มกราคม 2568	59.0	42.4	67.0
กุมภาพันธ์ 2568	57.8	41.7	65.6
มีนาคม 2568	56.7	40.8	64.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 4 2567	57.0	40.4	65.0
ไตรมาสที่ 1 2568	57.8	41.6	65.7

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในรอบ 6 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับสงครามการค้าจากนโยบาย Trump 2.0 ส่งผลให้ตลาดหลักทรัพย์ของไทยและทั่วโลกปรับตัวลดลง แม้รัฐบาลจะออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลแต่ผู้บริโภครู้สึกว่าการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยยังฟื้นตัวได้ช้า

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 50.5 54.2 และ 64.4 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับ 51.5 55.2 และ 66.7 ตามลำดับ การที่ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศ และค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะงักงันจากสงครามการค้าที่กำลังเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 57.8 เป็น 56.7 ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้า และค่าครองชีพสูง ตลอดจนปัญหาสงครามการค้าที่มีแนวโน้มรุนแรงขึ้น ยังคงมีอุปสรรคที่บั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 41.7 เป็น 40.8 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 65.6 มาอยู่ที่ระดับ 64.4 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 แสดงว่า ผู้บริโภคอาจเริ่มมีความเชื่อมั่นของบริโภคลดลงได้ในอนาคตหากสงครามการค้ารุนแรงขึ้นและเศรษฐกิจไม่สามารถจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายใต้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2568 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะ กทม.และปริมณฑล ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	37.7	37.3	36.7	37.8	39.1	36.0	40.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	63.3	61.0	66.0	66.1	61.1	61.4	69.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	43.9	42.3	42.0	46.0	40.7	47.6	48.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	64.4	63.8	67.0	66.6	61.8	65.2	63.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.4	65.5	64.6	69.5	66.1	59.6	66.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	50.5	49.2	51.4	52.0	50.1	48.7	54.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	54.2	53.1	54.5	56.3	51.3	56.4	56.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.7	55.9	56.8	59.3	55.8	54.9	59.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2568	-1.1	-1.3	-1.0	-1.0	-1.1	-1.0	-1.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.8	39.8	39.4	41.9	39.9	41.8	44.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.4	63.4	65.9	67.4	63.0	62.1	66.6

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	38.6	38.3	37.5	38.6	39.9	36.8	40.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	64.5	62.4	66.9	67.1	62.3	62.5	71.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	44.7	43.2	42.8	46.8	41.5	48.4	49.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	65.7	65.2	68.1	67.8	63.1	66.4	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	66.7	66.9	65.9	70.6	67.2	60.7	68.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	51.5	50.4	52.2	52.9	51.1	49.7	55.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	55.2	54.2	55.5	57.3	52.3	57.4	57.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	57.8	57.2	57.9	60.3	56.9	55.9	60.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2568	-1.2	-1.3	-1.1	-1.1	-1.1	-1.1	-1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	41.7	40.8	40.2	42.7	40.7	42.6	45.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	65.6	64.8	67.0	68.5	64.2	63.2	67.9

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	39.4	39.2	38.3	39.4	40.7	37.4	41.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	65.8	63.8	68.1	68.3	63.5	63.8	72.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	45.4	44.0	43.5	47.6	42.0	49.0	49.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	67.1	66.7	69.4	69.0	64.6	67.8	66.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	68.1	68.4	67.2	71.9	68.5	62.1	69.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	52.6	51.5	53.2	53.9	52.1	50.6	56.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	56.2	55.4	56.5	58.3	53.3	58.4	58.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	59.0	58.4	59.0	61.4	58.0	57.0	61.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	42.4	41.6	40.9	43.5	41.4	43.2	45.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	67.0	66.3	68.2	69.7	65.5	64.6	69.3

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย