



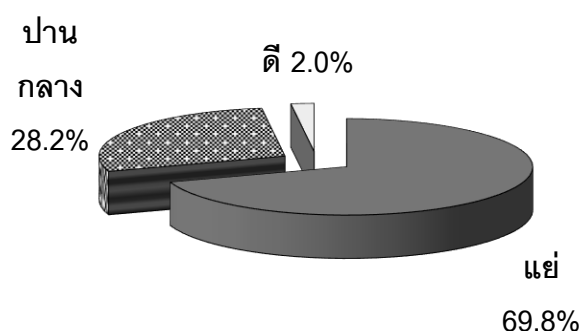
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

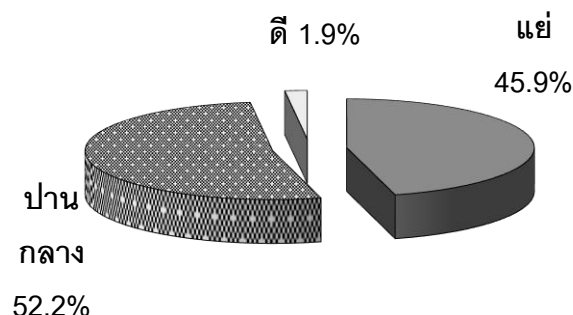
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนสิงหาคม 2568

ปรับตัวลดลงเป็นเดือนที่ 7 และต่ำสุดในรอบ 32 เดือนเพราะการเมือง ความขัดแย้งไทยกับกัมพูชา และสงครามการค้า

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

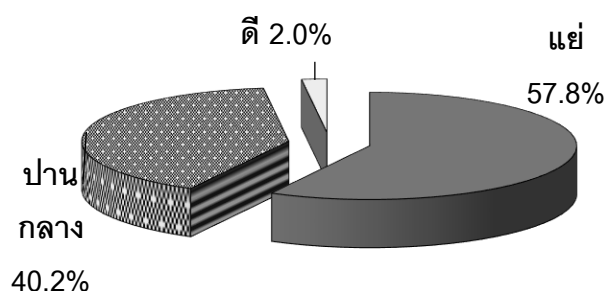


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

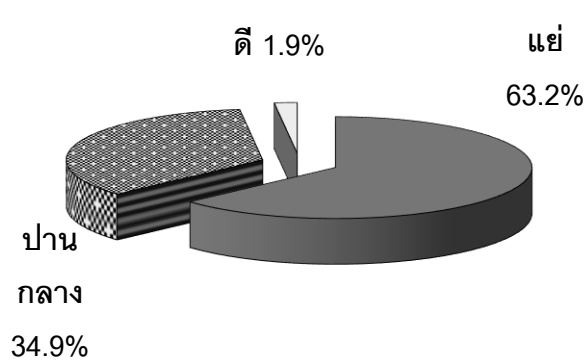
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



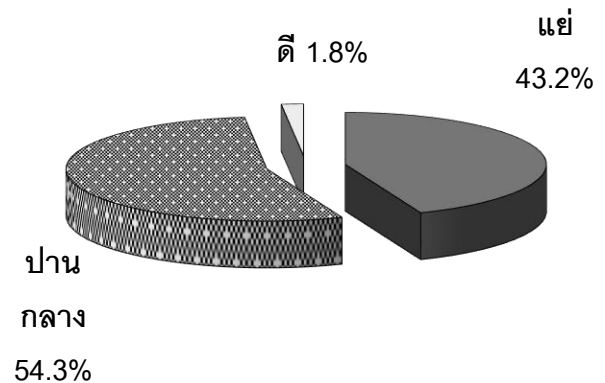
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 44.1

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

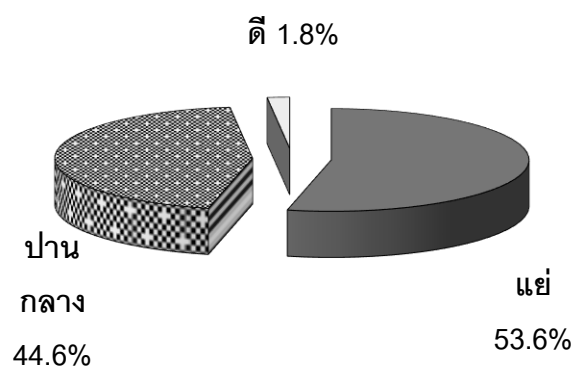


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

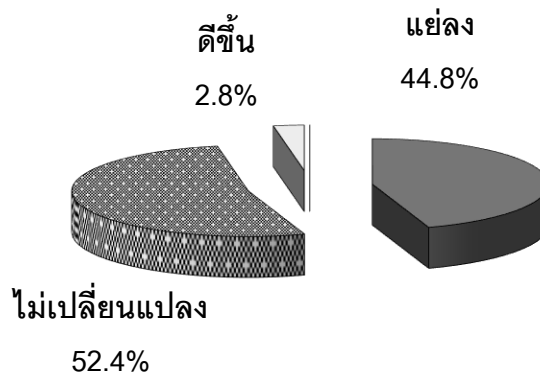
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 48.3

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 58.0

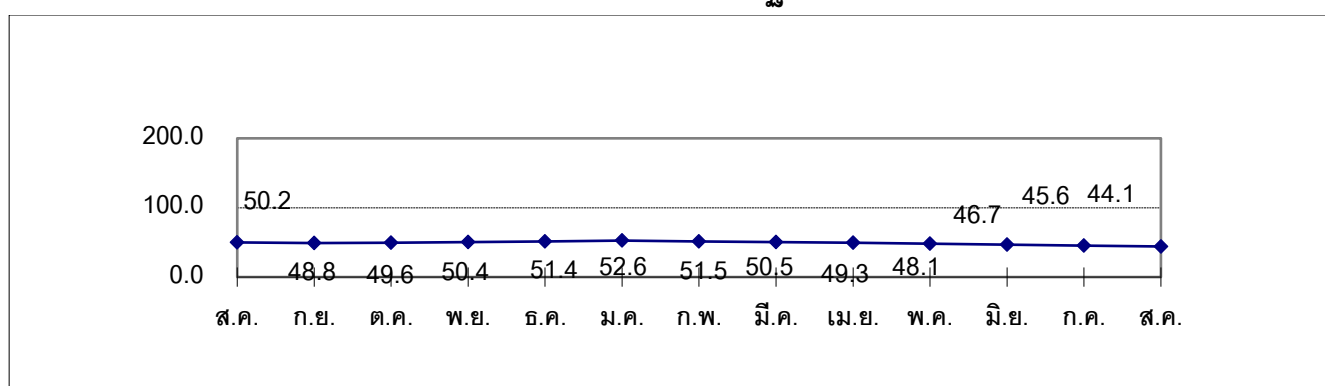
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกรกฎาคมและสิงหาคม 2568

รายการ	กรกฎาคม 2568			สิงหาคม 2568		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	2.3	28.9	68.8	2.0	28.2	69.8
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	2.0	53.6	44.4	1.9	52.2	45.9
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	2.2	35.4	62.4	1.9	34.9	63.2
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	1.9	55.5	42.6	1.8	54.3	43.9
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	3.0	53.6	43.4	2.8	52.4	44.8
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	2.1	41.3	56.6	2.0	40.2	57.8
7. โอกาสในการหางานรวม	2.1	45.7	52.2	1.8	44.6	53.6

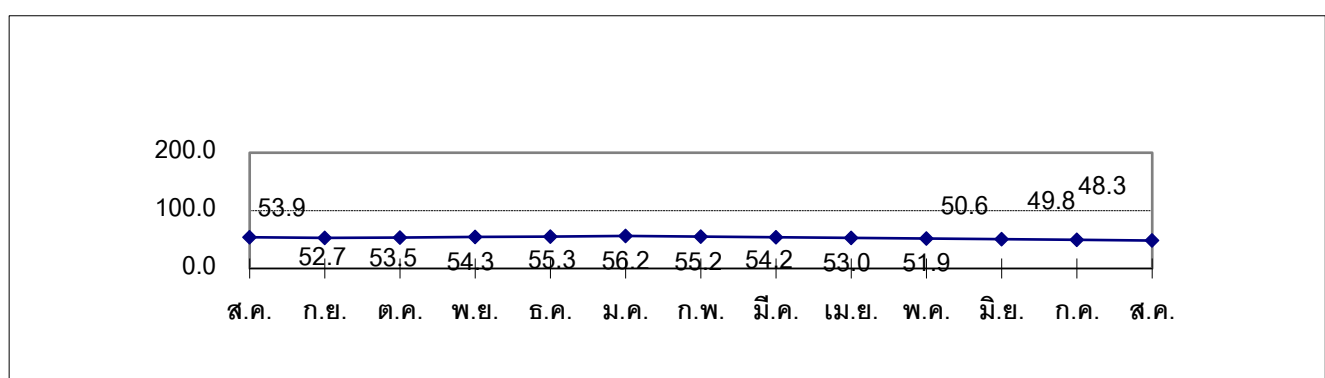
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2568

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	50.5	49.3	48.1	46.7	45.6	44.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	54.2	53.0	51.9	50.6	49.8	48.3
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	65.4	63.9	62.7	60.9	59.6	58.0

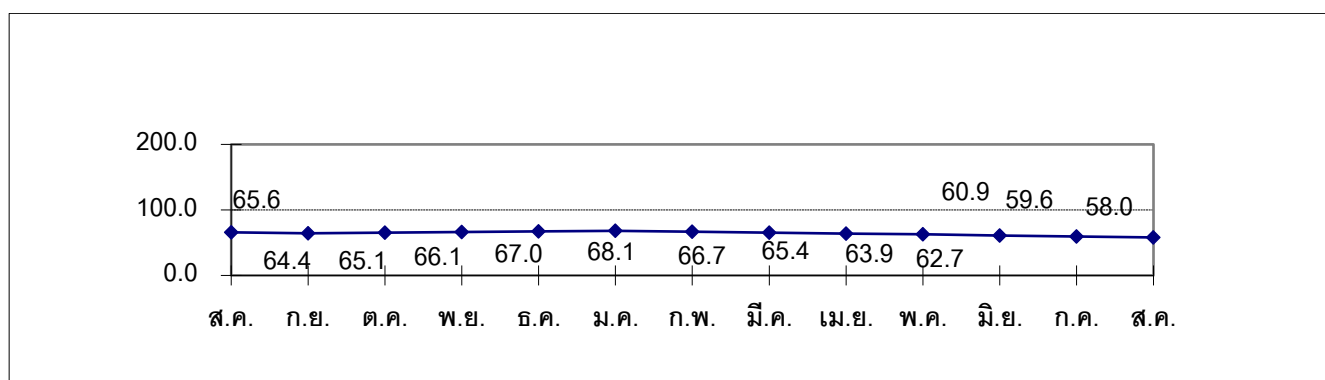
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



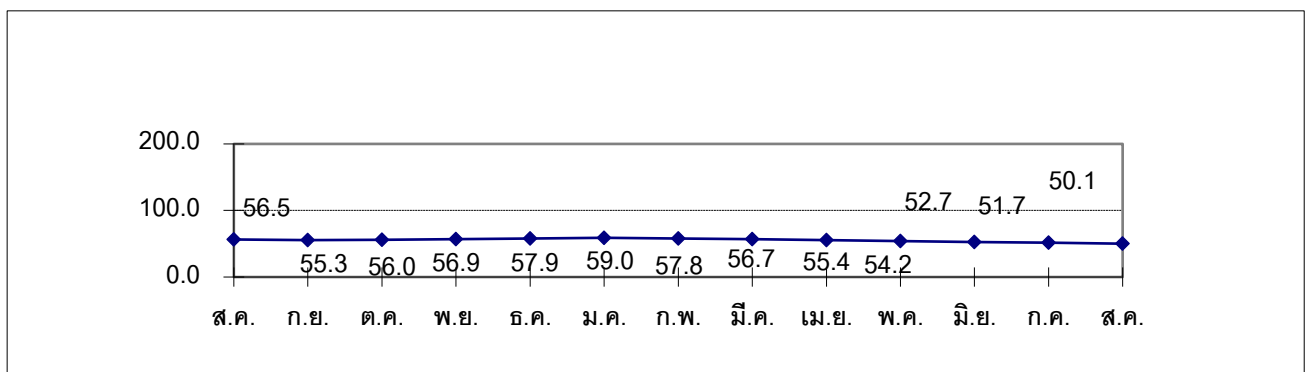
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



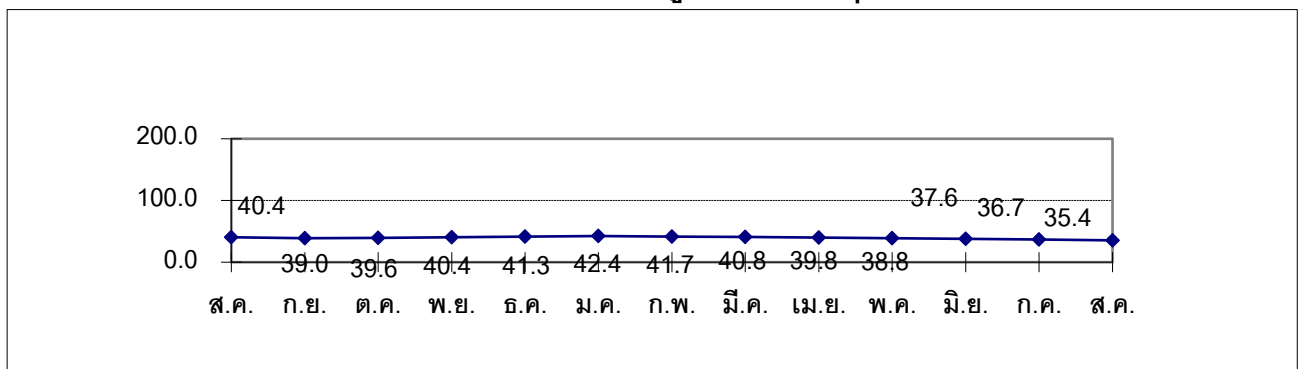
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมีนาคมถึงสิงหาคม 2568

รายการ	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน	กรกฎาคม	สิงหาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	56.7	55.4	54.2	52.7	51.7	50.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	40.8	39.8	38.8	37.6	36.7	35.4
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	64.4	62.9	61.7	60.1	58.9	57.3

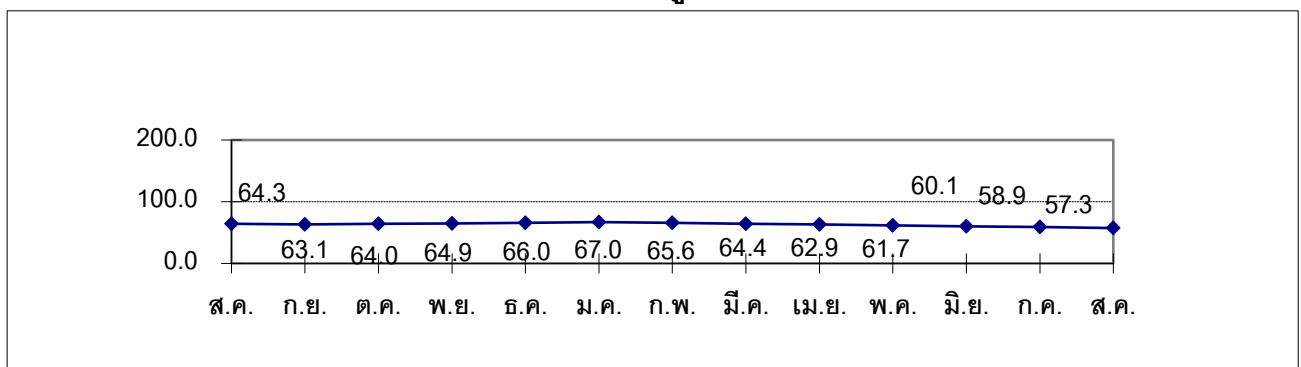
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2568 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,244 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 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2568

ในเดือนสิงหาคม 2568 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยภาวะเศรษฐกิจไทย ไตรมาสที่ 2/2568 ขยายตัว 2.8% และแนวโน้มครึ่งแรกของปี 2568 ขยายตัว 3.0% พร้อมทั้งปรับประมาณการ GDP ปี 2568 เพิ่มขึ้นเป็น 1.8–2.3% (โดยรวมของค่ากลาง 2.0%) จากเดิมที่คาดไว้ที่ 1.3–2.3% (ค่ากลาง 1.8%) สะท้อนถึงแนวโน้มจากการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การส่งออกที่กลับมาเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงครึ่งหลังของปี ซึ่งส่งผลดีต่อกิจกรรมเศรษฐกิจโดยรวมของไทย

2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ให้ลดอัตราดอกเบี้ยนโยบาย 0.25% ต่อปี จาก 1.75% เป็น 1.50% ต่อปี แม้ว่าเศรษฐกิจไทยในช่วงครึ่งปีแรกขยายตัวดีกว่าที่ประเมินไว้ แต่ผลจากมาตรการภาษีของสหรัฐฯ จะซ้ำเติมปัญหาเชิงโครงสร้างและขีดความสามารถการแข่งขันในช่วงครึ่งปีหลังและปีหน้า ส่งผลให้เอสเอ็มอีและครัวเรือนบางภาคส่วนเปราะบางมากขึ้น ประกอบกับเงินเฟ้อทั่วไปมีแนวโน้มอยู่ในระดับต่ำทำให้ไม่มีปัญหาต่อการลดดอกเบี้ยขณะที่สินเชื่อยาวตัวในระดับต่ำมาก

3. ผลการเจรจาทางการค้าระหว่างรัฐบาลไทยและสหรัฐฯ ที่สหรัฐฯ ได้ลดอัตราภาษีนำเข้าลงมาเหลือ 19% โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2568 เป็นต้นไป ซึ่งเป็นการลดลงจากภาษีนำเข้าก่อนหน้านี้ที่สูงถึง 36% การเจรจาดังนี้ถือเป็นความสำเร็จที่ช่วยรักษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในตลาดสหรัฐฯ ให้อยู่ในระดับที่เทียบเท่ากับประเทศในภูมิภาคอาเซียนและคู่แข่งอื่นๆ และช่วยให้ไทยยังคงความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลกได้ดี

4. รัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว โครงการ “เที่ยวไทยคนละครึ่ง” ประจำปี 2568 เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภาคประชาชน ผ่านการท่องเที่ยวภายในประเทศช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้ผู้ประกอบการ ธุรกิจโรงแรมและธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องสนับสนุนการสร้างงานและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งสามารถจองใช้สิทธิ์ ได้ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม 2568 เป็นต้นไป และสามารถเริ่มใช้สิทธิ์ได้ตั้งแต่วันที่ 4 กรกฎาคม ถึง 31 ตุลาคม 2568

5. การส่งออกของไทยในเดือนกรกฎาคม 2568 มีมูลค่า 28,580.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 11.02% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 28,258.62 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้น 5.14% ส่งผลให้เกินดุลการค้า 322.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทำให้ช่วง 7 เดือนปี 2568 ส่งออกได้รวม 195,432.60 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.42 และมีการนำเข้ารวม 195,172.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.60 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 259.89 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 32.439 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2568 เป็น 32.454 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2568 สะท้อนว่ามีการไหลเข้าสุทธิของเงินตราต่างประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนสิงหาคม 2568 ได้แก่

1. ศาลรัฐธรรมนูญมีคำสั่งให้นายกฯ แพทองธาร ชินวัตร หยุดปฏิบัติหน้าที่ชั่วคราวตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2568 เป็นต้นมา และเมื่อวันที่ 29 สิงหาคม 2568 ศาลรัฐธรรมนูญ ได้วินิจฉัยให้พ้นตำแหน่ง นายกรัฐมนตรี จากกรณีคลิปเสียงสนทนาส่วนตัวกับประธานวุฒิสภากัมพูชา ทำให้คณะรัฐมนตรีทั้งคณะต้องพ้นตำแหน่งด้วย ส่งผลให้สถานการณ์ความไม่แน่นอนทางการเมืองมีสูงขึ้น

2. SET Index ในเดือนสิงหาคม 2568 ปรับตัวลดลง 5.74 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,242.35 จุด ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2568 เป็น 1,236.61 จุด ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2568 ซึ่งเป็นการไหลออกของเงินทุนต่างชาติ จากทั้งตลาดพันธบัตรและหุ้นไทย ท่ามกลางส่วนต่างอัตราดอกเบี้ยพันธบัตรรัฐบาลของไทยและสหรัฐที่กว้างขึ้น

3. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งบริเวณชายไทย - กัมพูชา ที่ยกระดับจนเกิดเหตุรุนแรงจนเกิดการสู้รบในช่วงปลายเดือนกรกฎาคม แม้ว่าจะมีการเจรจาหยุดยิงก็ตาม แต่สถานการณ์ดังกล่าว ยังส่งผลให้เกิดความกังวลต่อประชาชนในจังหวัดตามแนวชายแดนไทยกัมพูชา รวมทั้งบรรยากาศการค้า การท่องเที่ยว และการลงทุนที่ชะงักงัน

4. ผู้บริโภคมีความรู้สึกว่าเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

5. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.50 และ 0.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 32.08 และ 32.45 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกรกฎาคม 2568 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 32.58 และ 32.95 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2568 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ยังคงทรงตัวจากเดือนที่มา โดยอยู่ที่ระดับ 31.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนสิงหาคม 2568

6. ราคาข้าวเปลือกเจ้า มั่นสำปะหลัง และยางพารา อยู่ในระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา อาจส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่มากนัก มีผลต่อกำลังซื้อในบางพื้นที่ต่างจังหวัดในระยะนี้

7. ความกังวลต่อสถานการณ์น้ำท่วมที่เกิดขึ้นในหลายจังหวัดโดยเฉพาะในภาคเหนือ ที่สร้างความเสียหายต่อทรัพย์สินของประชาชน รวมถึงผลผลิตทางการเกษตร

8. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ตลอดจนสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลางที่รุนแรงขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและพลังงานโลกยังทรงตัวสูง และกระทบต่อต้นทุนการผลิตสินค้า ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่อง เป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมืองหลังจากศาลรัฐธรรมนูญ ได้วินิจฉัยให้นายกฯ แพทองธาร ชินวัตร พ้นตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ผลกระทบจากสงครามการค้าที่สหรัฐฯ ได้ลดอัตราภาษีนำเข้าจาก 36% มาเหลือ 19% และสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างไทยกับกัมพูชา ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเศรษฐกิจไทยกำลังชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง และฟื้นตัวได้ช้า สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนสิงหาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 45.6 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 44.1 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2568 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 40.2% และ 57.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 41.3% และ 56.6% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 33.5 ในเดือนก่อน มาอยู่ที่ระดับ 32.2 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา โดยในเดือนสิงหาคม 2568 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 28.2% และ 69.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.3% 28.9% และ 68.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนสิงหาคม 2568 ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 57.7 มาอยู่ที่ระดับ 56.1 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่

ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 52.2% และ 45.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 53.6% และ 44.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังฟื้นตัวไม่ดีขึ้นมากนักเช่นกัน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
เมษายน 2568	49.3	36.7	61.9
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2568	48.0	35.6	60.4
ก.ค. - ธ.ค. 2568	44.8	32.8	56.9

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนสิงหาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 49.8 สู่ระดับ 48.3 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือน นับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.8% 44.6% และ 53.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 45.7% และ 52.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีมากนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนสิงหาคม 2568 ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 39.9 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 38.6 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา โดยผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 34.9% และ 63.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.2% 35.4% และ 62.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยปรับตัวลดลงจาก 59.3 เป็น 57.9 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.8% 54.3% และ 43.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 55.5% และ 42.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตยังไม่ดีมากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
เมษายน 2568	53.0	42.9	63.0
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2568	51.8	41.9	61.8
ก.ค. - ธ.ค. 2568	49.0	39.3	58.6

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนสิงหาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 59.6 สู่ระดับ 58.0 ซึ่งเป็นระดับที่ต่ำสุดในรอบ 33 เดือน นับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2565 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนสิงหาคม 2568 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 2.8% 52.4% และ 44.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกรกฎาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 3.0% 53.6% และ 43.4% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 97.2% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
เมษายน 2568	63.9
พฤษภาคม 2568	62.7
มิถุนายน 2568	60.9
กรกฎาคม 2568	59.6
สิงหาคม 2568	58.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 2 2568	62.5
ก.ค. - ส.ค. 2568	58.8

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนสิงหาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2568 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 36.7 มาอยู่ที่ระดับ 35.4 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 58.9 มาอยู่ที่ระดับ 57.3 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 51.7 เป็น 50.1 ในเดือนนี้

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน		ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
		โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
เมษายน	2568	55.4	39.8	62.9
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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2568	54.1	38.7	61.6
ก.ค. - ธ.ค. 2568	50.9	36.0	58.1

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนสิงหาคม 2568

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2568 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่อง เป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมืองหลังจากศาลรัฐธรรมนูญ ได้วินิจฉัยให้นายกฯ แพทองธาร ชินวัตร พ้นตำแหน่งนายกรัฐมนตรี ผลกระทบจากสงครามการค้าที่สหรัฐฯ ได้ลดอัตราภาษีนำเข้าลงจาก 36% มาเหลือ 19% และสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างไทยกับกัมพูชา ส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกไม่สบายใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยกำลังชะลอตัวอย่างต่อเนื่อง และฟื้นตัวได้ช้า

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 44.1 48.3 และ 58.0 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่อง เป็นเดือนที่ 7 โดยปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกรกฎาคม ที่อยู่ในระดับ 45.6 49.8 และ 59.6 ตามลำดับ การที่ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี的信心เกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำและรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การเมืองในประเทศและค่าครองชีพที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง ตลอดจนปัญหาเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงเข้าสู่ภาวะชะลอตัวลงจากสงครามการค้าที่กำลังเกิดขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 51.7 เป็น 50.1 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 และอยู่ในระดับที่ต่ำสุดในรอบ 32 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2566

เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้า และค่าครองชีพสูง ตลอดจนปัญหาสงครามการค้า ยังคงมีโอกาสนับถือนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 36.7 เป็น 36.0 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 58.9 มาอยู่ที่ระดับ 58.1 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 แสดงว่า ผู้บริโภคเริ่มมีความเชื่อมั่นของบริโภคลดลงได้ในอนาคตหากการเมืองไทยขาดเสถียรภาพและเศรษฐกิจไม่สามารถจะกลับมาฟื้นตัวดีขึ้นได้อย่างรวดเร็วภายใต้มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาล

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนสิงหาคม 2568 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคเหนือ กรุงเทพฯและปริมณฑล ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนสิงหาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	32.2	31.6	31.5	32.4	33.4	31.1	34.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	56.1	53.3	59.2	59.3	53.9	55.2	62.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	38.6	36.7	36.8	40.5	35.3	43.1	43.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	57.9	56.7	61.0	61.0	55.5	59.7	56.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	58.0	57.8	57.8	62.4	58.8	53.0	59.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	44.1	42.5	45.4	45.9	43.7	43.2	48.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	48.3	46.7	48.9	50.8	45.4	51.4	50.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	50.1	49.0	50.7	53.0	49.3	49.2	52.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกรกฎาคม 2568	-1.5	-1.5	-1.6	-1.5	-1.5	-1.3	-1.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.4	34.2	34.2	36.5	34.4	37.1	38.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	57.3	55.9	59.3	60.9	56.1	56.0	59.4

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกรกฎาคม 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	33.5	32.9	33.0	33.8	34.8	32.2	35.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	57.7	55.0	60.9	60.7	55.6	56.6	64.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	39.9	38.0	38.2	41.9	36.6	44.2	44.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	59.3	58.2	62.4	62.4	56.8	60.9	58.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	59.6	59.4	59.5	64.0	60.3	54.4	60.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	45.6	44.0	47.0	47.3	45.2	44.4	49.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	49.8	48.1	50.3	52.2	46.7	52.6	51.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	51.7	50.5	52.3	54.5	50.7	50.5	53.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมิถุนายน 2568	-1.1	-1.1	-1.0	-1.3	-1.2	-0.9	-1.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.7	35.5	35.6	37.9	35.7	38.2	40.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	58.9	57.5	60.9	62.4	57.6	57.3	60.9

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2568

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	34.4	33.7	33.9	35.0	35.8	33.1	36.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	58.9	56.2	62.0	62.2	56.7	57.5	65.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	40.8	38.8	39.0	43.1	37.6	44.9	45.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	60.4	59.3	63.4	63.7	57.8	61.8	59.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	60.9	60.7	60.5	65.4	61.7	55.5	62.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	46.7	45.0	48.0	48.6	46.3	45.3	50.9
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	50.6	49.1	51.2	53.4	47.7	53.4	52.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	52.7	51.6	53.2	55.8	51.9	51.4	55.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	37.6	36.3	36.5	39.1	36.7	39.0	41.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	60.1	58.7	62.0	63.8	58.7	58.3	62.1

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย