



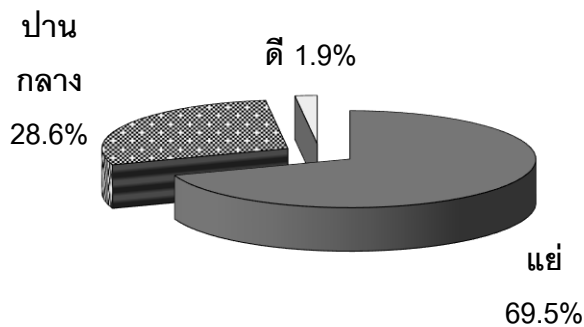
# ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

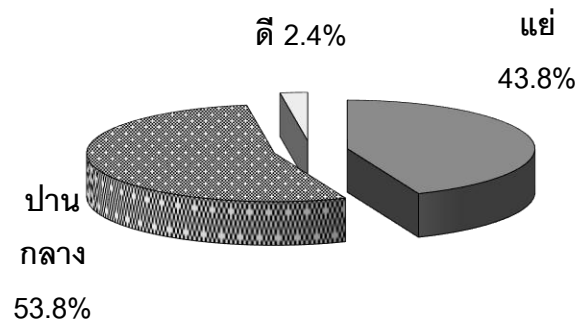
## ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมีนาคม 2569

ปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนเนื่องจากสงครามสหรัฐกับอิหร่านและราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น

### เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

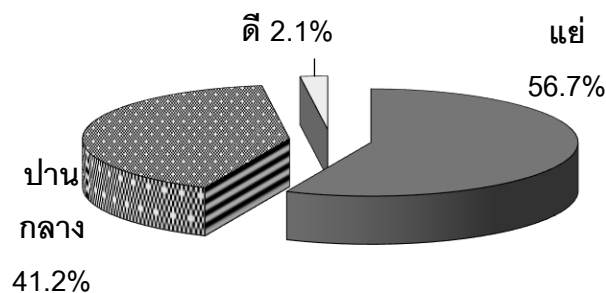


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ใน 6 เดือนข้างหน้า

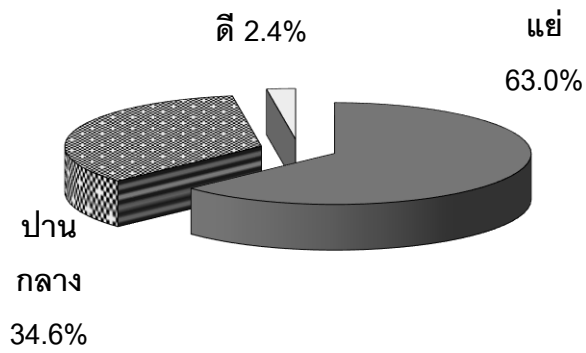
### ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



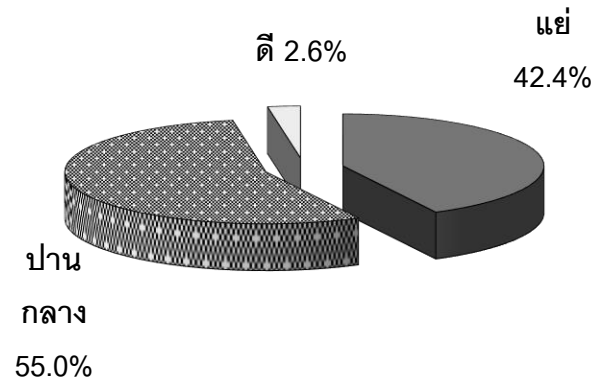
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 45.5

# ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

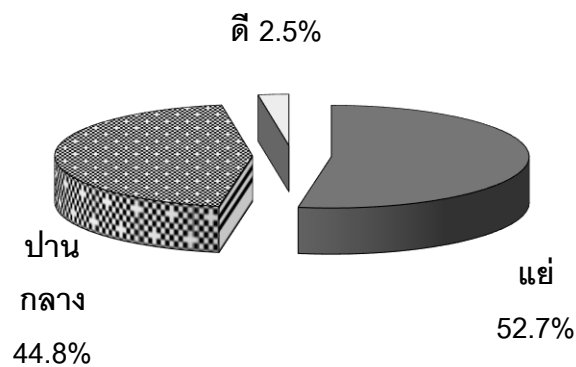


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

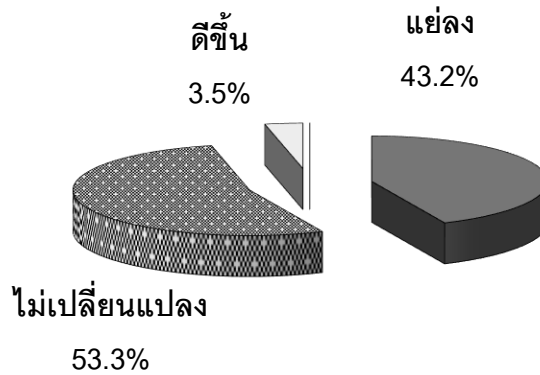
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่มาก



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 49.8

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 60.2

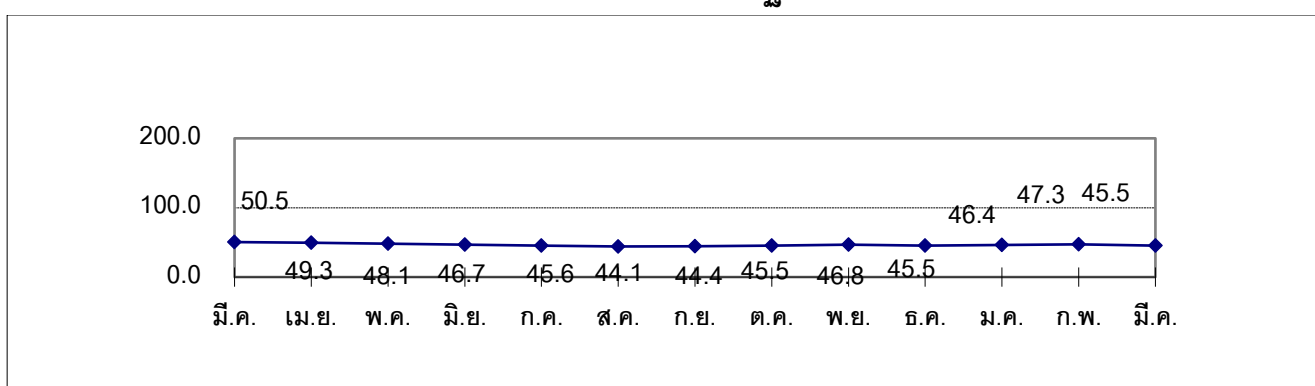
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคม 2569

รายการ	กุมภาพันธ์ 2569			มีนาคม 2569		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	2.1	29.7	68.2	1.9	28.6	69.5
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	2.6	55.3	42.1	2.4	53.8	43.8
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	2.6	35.7	61.7	2.4	34.6	63.0
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	2.9	56.5	40.7	2.6	55.0	42.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	3.7	54.9	41.4	3.5	53.3	43.2
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	2.4	42.5	55.1	2.1	41.2	56.7
7. โอกาสในการหางานรวม	2.7	46.1	51.2	2.5	44.8	52.7

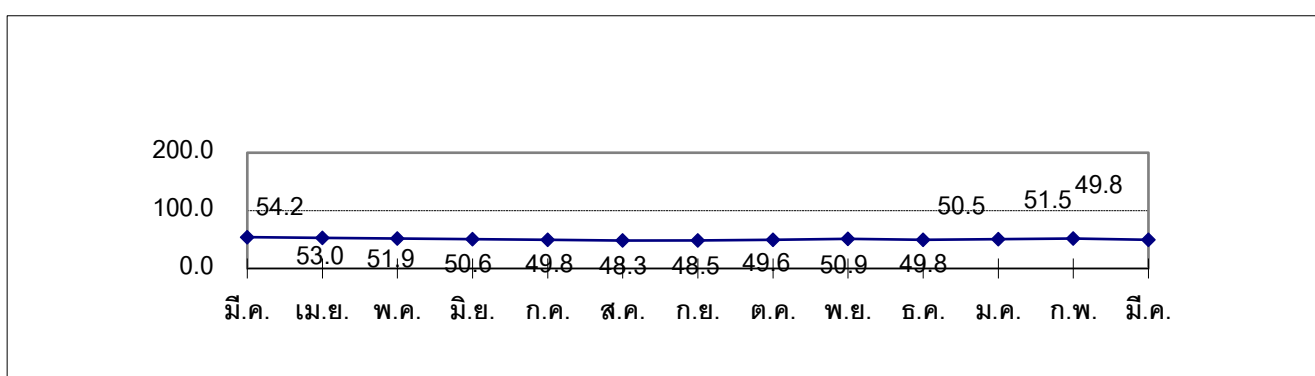
## ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2568 ถึงมีนาคม 2569

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	45.5	46.8	45.5	46.4	47.3	45.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	49.6	50.9	49.8	50.5	51.5	49.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	60.6	61.9	60.5	61.6	62.4	60.2

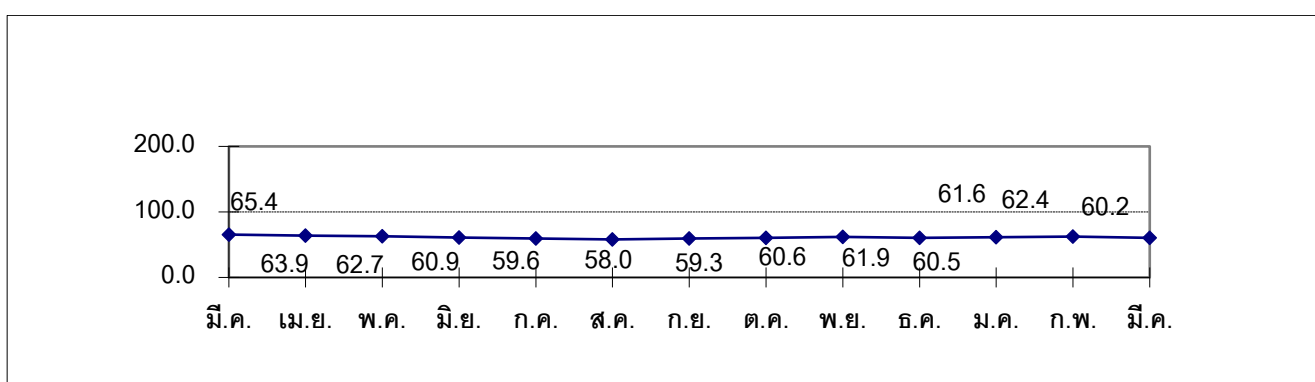
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



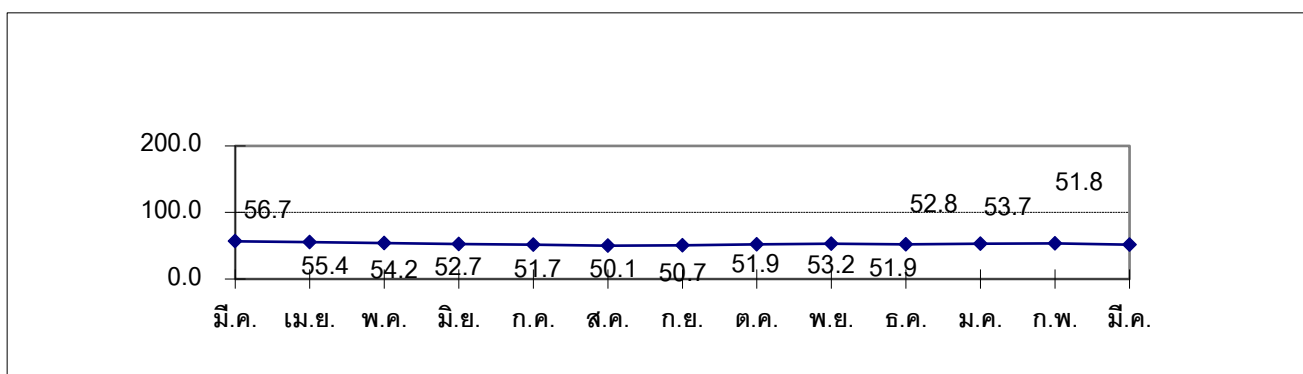
### ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



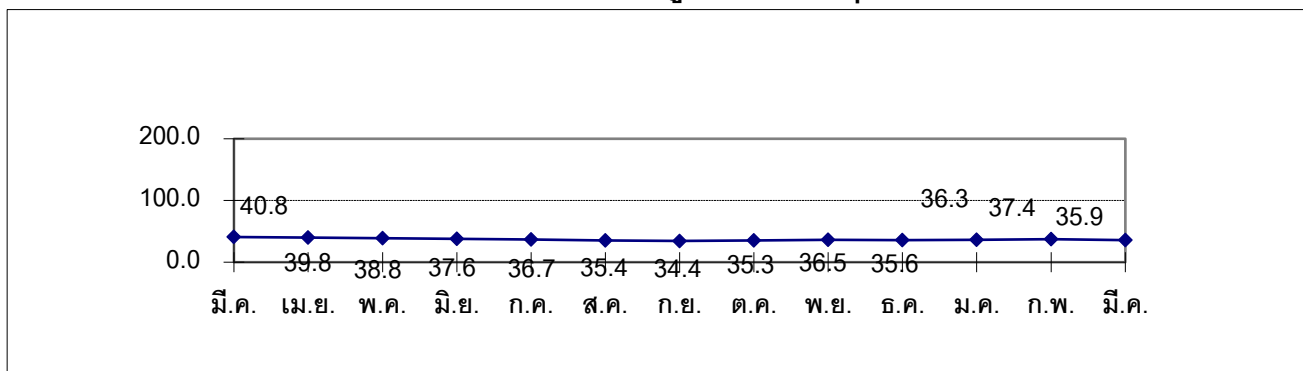
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนตุลาคม 2568 ถึงมีนาคม 2569

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	51.9	53.2	51.9	52.8	53.7	51.8
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.3	36.5	35.6	36.3	37.4	35.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	60.1	61.5	60.0	60.9	61.7	59.7

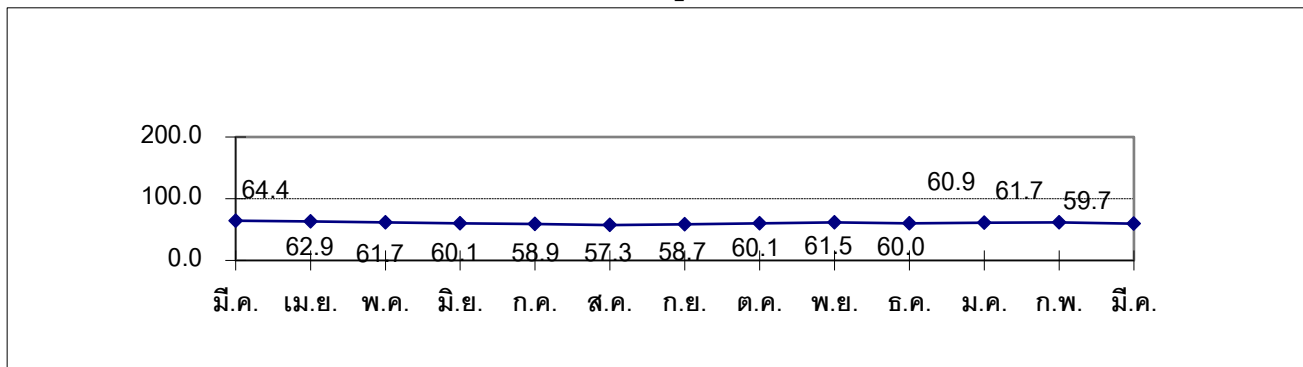
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2569 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,241 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิง ประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

### การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2569

ในเดือนมีนาคม 2569 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ปัจจัยการเมืองในประเทศเริ่มมีความชัดเจนขึ้น หลังจากมีพระบรมราชโองการโปรดเกล้าฯ แต่งตั้ง นายอนุทิน ชาญวีรกูล เป็นนายกรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 19 มีนาคม 2569 และมีการประกาศแต่งตั้งคณะรัฐมนตรีเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งจะหนุนความเชื่อมั่น บรรยากาศการลงทุน และภาวะเศรษฐกิจโดยรวม แม้ว่าอยู่ระหว่างการแถลงนโยบายของรัฐบาล
2. ความคาดหวังต่ออนนโยบายและมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลใหม่ที่ชัดเจนขึ้น รวมถึงเสถียรภาพและทิศทางทางการเมือง
3. การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2569 มีมูลค่า 29,439.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 9.87% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 32,273.29 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 31.80% ส่งผลให้ขาดดุลการค้า 2,833.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 2 เดือนแรกปี 2569 ส่งออกได้รวม 61,012.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.96 และมีการนำเข้ารวม 67,149.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.52 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 6,137.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมีนาคม 2569 ได้แก่

1. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน ที่เกิดเหตุการณ์การสู้รบในตะวันออกกลาง ซึ่งเป็นแหล่งผลิตน้ำมันและก๊าซธรรมชาติที่สำคัญของโลก ทำให้ราคาน้ำมันและก๊าซธรรมชาติ รวมถึงสิ่งที่ได้จากการผลิตน้ำมันก๊าซธรรมชาติ เช่น ปิโตรเคมี พลาสติก ในตลาดโลกได้ปรับตัวราคาขึ้นอย่างรวดเร็ว และการปิดช่องแคบฮอร์มุซ ทำให้ต้นทุนขนส่งเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลกระทบต่อไปทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่เพิ่มแรงกดดันของการฟื้นตัวของระบบเศรษฐกิจโลกให้ช้าลงหรือชะลอตัวลง และอาจส่งผลกระทบต่อตลาดต่อการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 11.50 และ 11.50 บาทต่อลิตร จากระดับ 30.18 และ 30.55 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2569 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 41.68 และ 42.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2569 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 10.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 29.94 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2569 มาอยู่ที่ระดับ 40.74 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2569 เป็นผลมาจากเหตุการณ์การสู้รบในตะวันออกกลาง และการปิดช่องแคบฮอร์มุซ

3. ผู้บริโภคมีความรู้สึกลัวว่าเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบัน ไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ประกอบกับราคาน้ำมันและพลังงานที่ผันผวนกดดันต้นทุนค่าครองชีพและค่าขนส่ง ทำให้ครัวเรือนบางส่วนปรับแผนการใช้จ่ายหรือเลื่อนการลงทุนเล็กน้อย

4. ราคาข้าวเปลือกเจ้า ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อ้อยโรงงาน ปาล์มน้ำมัน และยางพารา อยู่ในระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่มากนัก มีผลต่อกำลังซื้อในบางพื้นที่ต่างจังหวัดในระยะนี้

5. SET Index ในเดือนมีนาคม 2569 ปรับตัวลดลง 80.12 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,528.26 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2569 เป็น 1,448.14 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2569

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 31.254 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2569 เป็น 32.294 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2569 จากความตึงเครียดในตะวันออกกลางส่งผลให้ราคาน้ำมันดิบปรับตัวขึ้น ซึ่งกดดันเงินบาทและสกุลภูมิภาคเอเชียอื่นให้อ่อนค่าลงตาม

7. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งบริเวณชายไทย - กัมพูชา แม้ว่าจะมีการเจรจาหยุดยิงก็ตาม แต่สถานการณ์ดังกล่าว ยังส่งผลให้เกิดความกังวลต่อประชาชนในจังหวัดตามแนวชายแดนไทยกัมพูชา

8. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและพลังงานโลกให้ปรับตัวสูงขึ้น

9. ความกังวลต่อสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ในเขตพื้นที่ กทม. และปริมณฑล และในบางจังหวัดของภาคเหนือ และภาคกลาง ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชาชน

## การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568 เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน และราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยและค่าครองชีพของประชาชน สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนมีนาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 47.3 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 45.5 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2568 ทั้งนี้ ในเดือนมีนาคม 2569 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 41.2% และ 56.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.4% 42.5% และ 55.1% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 34.0 ในเดือนก่อนมาอยู่ที่ระดับ 32.4 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2568 ในเดือนมีนาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 28.6% และ 69.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 29.7% และ 68.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคม 2569 ปรับตัวลดลงจากระดับ 60.6 มาอยู่ที่ระดับ 58.5 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568 ในเดือนมีนาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.4% 53.8% และ 43.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.6% 55.3% และ 42.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้ว ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังแย่เช่นกัน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
กันยายน 2568	44.4	31.1	57.8
ตุลาคม 2568	45.5	31.9	59.2
พฤศจิกายน 2568	46.8	33.1	60.5
ธันวาคม 2568	45.5	32.2	58.9
มกราคม 2569	46.4	32.9	59.9
กุมภาพันธ์ 2569	47.3	34.0	60.6
<b>มีนาคม 2569</b>	<b>45.5</b>	<b>32.4</b>	<b>58.5</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2568	44.7	31.7	57.7
ไตรมาสที่ 4 2568	46.0	32.4	59.6
<b>ไตรมาสที่ 1 2569</b>	<b>46.4</b>	<b>33.1</b>	<b>59.7</b>

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 51.5 สู่วระดับ 49.8 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2568 ในเดือนมีนาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 2.5% 44.8% และ 52.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 2.7% 46.1% และ 51.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีขึ้นนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม 2569 ปรับตัวลดลงจากระดับ 40.9 ในเดือนก่อน สู่วระดับ 39.4 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2568 ในเดือนมีนาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 2.4% 34.6% และ 63.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 2.6% 35.7% และ 61.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 62.1 เป็น 60.2 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568 ในเดือนมีนาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 2.6% 55.0% และ 42.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 2.9% 56.5% และ 40.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตยังไม่ดีมากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
กันยายน 2568	48.5	37.8	59.1
ตุลาคม 2568	49.6	38.7	60.6
พฤศจิกายน 2568	50.9	39.9	61.9
ธันวาคม 2568	49.8	39.1	60.5
มกราคม 2569	50.5	39.7	61.3
กุมภาพันธ์ 2569	51.5	40.9	62.1
<b>มีนาคม 2569</b>	<b>49.8</b>	<b>39.4</b>	<b>60.2</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2568	48.8	38.4	59.2
ไตรมาสที่ 4 2568	50.1	39.2	61.0
<b>ไตรมาสที่ 1 2569</b>	<b>50.6</b>	<b>40.0</b>	<b>61.2</b>

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนธันวาคม 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 62.4 สู่ระดับ 60.2 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568 ทั้งนี้ในเดือน มีนาคม 2569 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และ แ่ลง ประมาณ 3.5% 53.3% และ 43.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแ่ลง ประมาณ 3.7% 54.9% และ 41.4% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 96.5% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแ่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
มีนาคม 2568	65.4
เมษายน 2568	63.9
พฤษภาคม 2568	62.7
มิถุนายน 2568	60.9
กรกฎาคม 2568	59.6
สิงหาคม 2568	58.0
กันยายน 2568	59.3
ตุลาคม 2568	60.6
พฤศจิกายน 2568	61.9
ธันวาคม 2568	60.5
มกราคม 2569	61.6
กุมภาพันธ์ 2569	62.4
มีนาคม 2569	60.2

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 3 2568	59.3
ไตรมาสที่ 4 2568	61.0
ไตรมาสที่ 1 2569	61.4

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2569 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 37.4 มาอยู่ที่ระดับ 35.9 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2568 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 61.7 มาอยู่ที่ระดับ 59.7 โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 53.7 เป็น 51.8 ในเดือนนี้ โดยปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
กันยายน 2568	50.7	34.4	58.7
ตุลาคม 2568	51.9	35.3	60.1
พฤศจิกายน 2568	53.2	36.5	61.5
ธันวาคม 2568	51.9	35.6	60.0
มกราคม 2569	52.8	36.3	60.9
กุมภาพันธ์ 2569	53.7	37.4	61.7
<b>มีนาคม 2569</b>	<b>51.8</b>	<b>35.9</b>	<b>59.7</b>

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 3 2568	50.9	35.0	58.7
ไตรมาสที่ 4 2568	52.6	36.1	60.7
<b>ไตรมาสที่ 1 2569</b>	<b>52.8</b>	<b>36.5</b>	<b>60.8</b>

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 6 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2568 เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน และราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยและค่าครองชีพของประชาชน

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 45.5 49.8 และ 60.2 ตามลำดับ ปรับตัวลดลงเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมกราคม ที่อยู่ในระดับ 47.3 51.5 และ 62.4 ตามลำดับ การที่ดัชนีทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงคราม ราคาน้ำมันและค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 53.7 เป็น 51.8 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้า และค่าครองชีพสูง ตลอดจนปัญหาสงครามระหว่างสหรัฐฯ กับอิหร่านที่ยังมีความไม่แน่นอนว่าจะคลี่คลายลงเมื่อไร ยังคงมีโอกาสนั่นทนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 37.4 เป็น 35.9 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 61.7 มาอยู่ที่ระดับ 59.7 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นในปัจจุบัน ทั้งนี้ ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่าบริโภคนยังคงระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยในช่วงครึ่งแรกของปีนี้ เนื่องจากรอความชัดเจนของสถานการณ์สงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน ว่ามีแนวโน้มเป็นอย่างไร รุนแรงมากขึ้นเพียงใด และจะยุติเร็วแค่ไหน ตลอดจนมาตรการของรัฐบาลในการบรรเทาผลกระทบจากภาวะสงครามและราคาพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น และมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลว่าจะเป็นอย่างไ

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2569 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล ภาคตะวันออก และภาคใต้ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	32.4	32.5	32.0	32.7	33.4	28.7	34.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	58.5	56.3	61.7	61.8	56.8	54.3	65.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	39.4	38.2	37.9	41.2	36.2	41.1	44.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	60.2	59.6	63.7	63.6	58.2	58.6	59.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	60.2	60.8	60.2	64.2	61.3	52.0	61.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	45.5	44.4	46.9	47.3	45.1	41.5	50.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	49.8	48.9	50.8	52.4	47.2	49.9	51.8
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>51.8</b>	<b>51.4</b>	<b>52.6</b>	<b>54.6</b>	<b>51.2</b>	<b>47.8</b>	<b>54.3</b>
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2569</b>	<b>-1.9</b>	<b>-1.9</b>	<b>-1.7</b>	<b>-1.8</b>	<b>-1.8</b>	<b>-2.0</b>	<b>-2.1</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	35.9	35.4	35.0	37.0	34.8	34.9	39.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	59.7	58.9	61.9	63.2	58.8	55.0	61.8

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2569

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	34.0	34.0	33.5	34.2	35.0	30.4	36.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	60.6	58.5	63.6	63.7	58.8	56.6	67.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	40.9	39.6	39.2	42.6	37.7	42.8	46.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	62.1	61.6	65.4	65.2	60.0	60.6	61.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	62.4	63.0	62.2	66.3	63.4	54.2	63.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	47.3	46.3	48.6	49.0	46.9	43.5	52.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	51.5	50.6	52.3	53.9	48.9	51.7	53.7
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>53.7</b>	<b>53.3</b>	<b>54.4</b>	<b>56.4</b>	<b>53.1</b>	<b>49.8</b>	<b>56.4</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2569	<b>0.9</b>	<b>1.0</b>	<b>0.7</b>	<b>0.7</b>	<b>0.8</b>	<b>0.9</b>	<b>0.9</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	37.4	36.8	36.4	38.4	36.4	36.6	41.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	61.7	61.0	63.7	65.1	60.7	57.1	64.0

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2569

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	32.9	32.9	32.6	33.3	34.0	29.4	35.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	59.9	57.7	63.0	63.0	58.0	55.8	66.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	39.7	38.4	38.3	41.7	36.6	41.6	45.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	61.3	60.7	64.8	64.5	59.3	59.9	60.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	61.6	62.1	61.5	65.7	62.7	53.4	62.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	46.4	45.3	47.8	48.2	46.0	42.6	51.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	50.5	49.6	51.6	53.1	48.0	50.8	52.7
<b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>	<b>52.8</b>	<b>52.3</b>	<b>53.6</b>	<b>55.7</b>	<b>52.2</b>	<b>48.9</b>	<b>55.5</b>
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.3	35.7	35.5	37.5	35.3	35.5	40.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	60.9	60.2	63.1	64.4	60.0	56.4	63.2

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย