

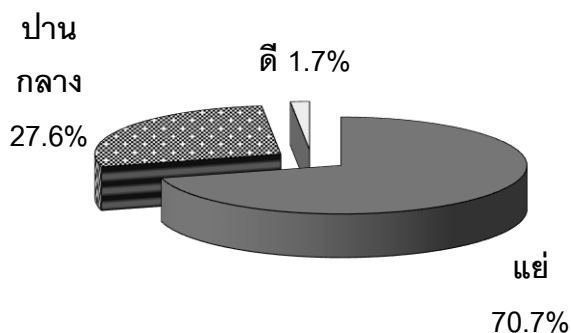


ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค UTCC's Consumer Index

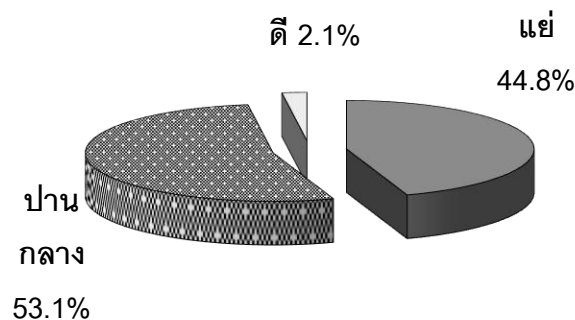
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมิถุนายน 2569
ปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เนื่องจากสงครามสหรัฐฯ กับอิหร่านคลี่คลายและไทยช่วยไทยพลัส

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

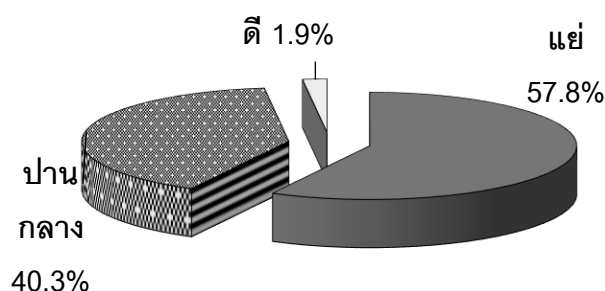


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

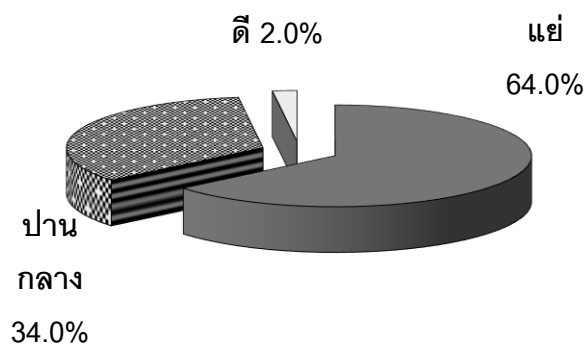
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



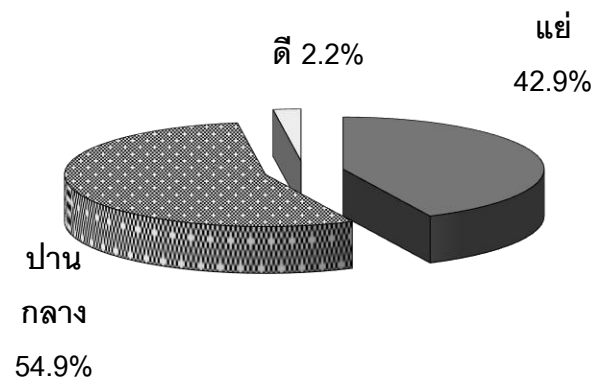
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 44.1

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

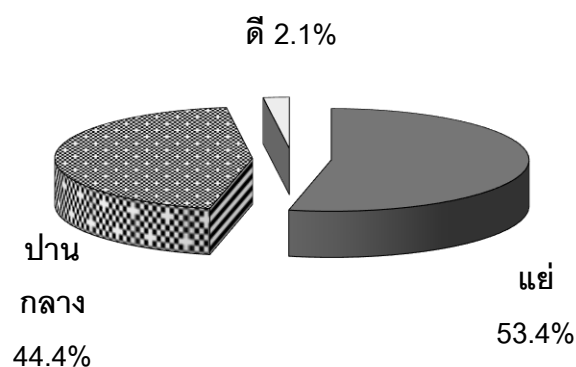


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

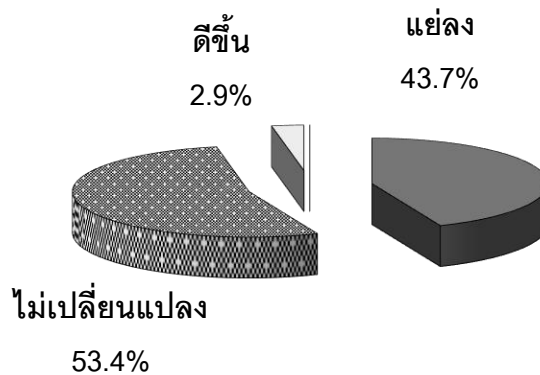
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 48.7

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่เชื่อว่ารายได้ในอนาคตของตนจะไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 59.3

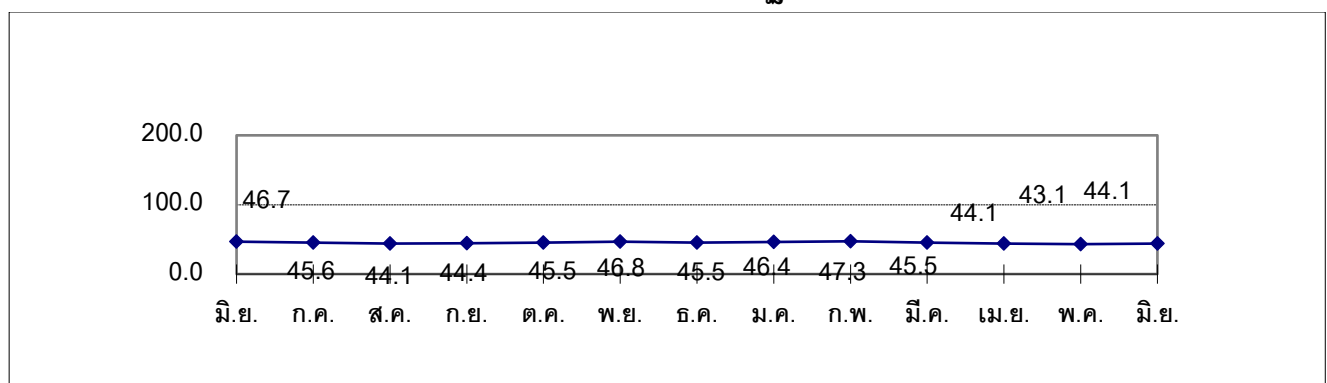
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน 2569

รายการ	พฤษภาคม 2569			มิถุนายน 2569		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.4	27.3	71.3	1.7	27.6	70.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	1.8	52.5	45.7	2.1	53.1	44.8
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	1.9	33.3	64.8	2.0	34.0	64.0
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	2.1	53.7	44.2	2.2	54.9	42.9
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	2.6	52.7	44.7	2.9	53.4	43.7
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	1.6	39.9	58.5	1.9	40.3	57.8
7. โอกาสในการหางานรวม	2.0	43.5	54.5	2.1	44.4	53.4

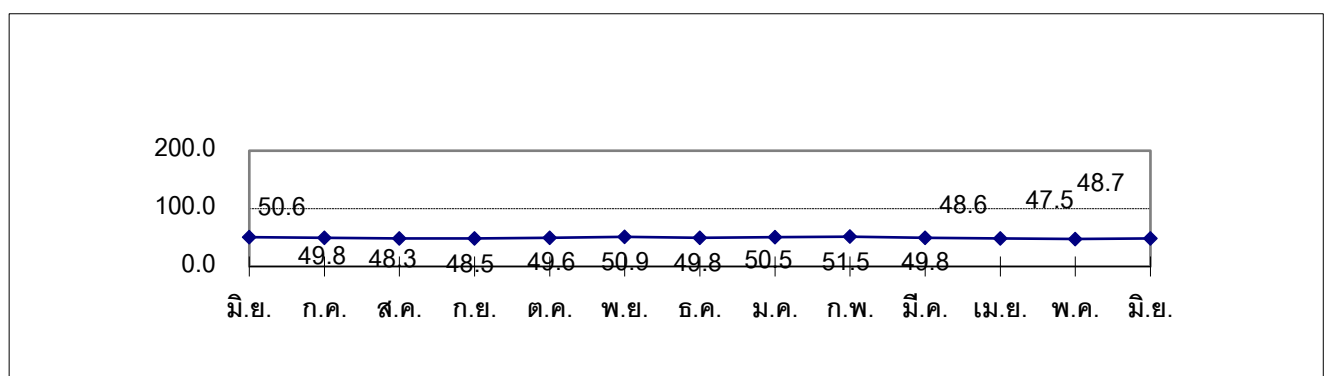
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2569

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	46.4	47.3	45.5	44.1	43.1	44.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	50.5	51.5	49.8	48.6	47.5	48.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	61.6	62.4	60.2	59.0	57.9	59.3

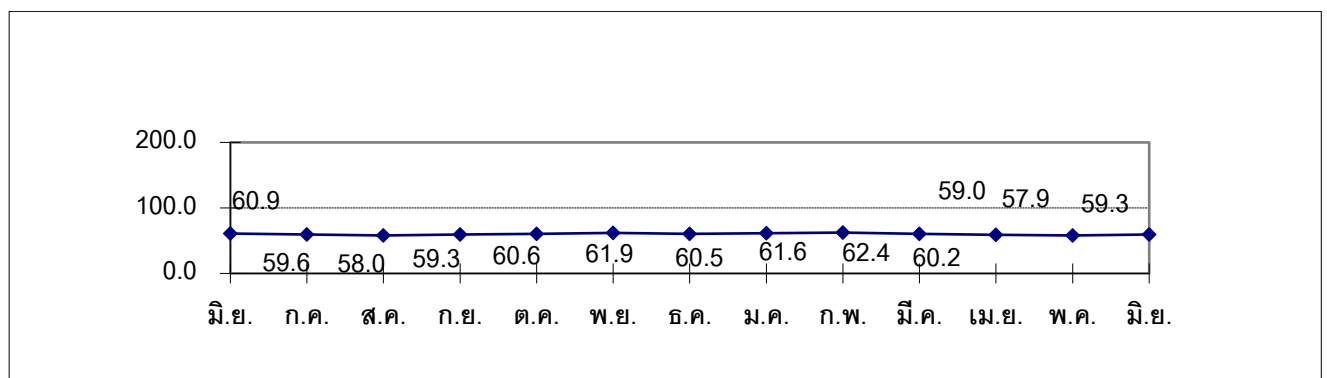
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



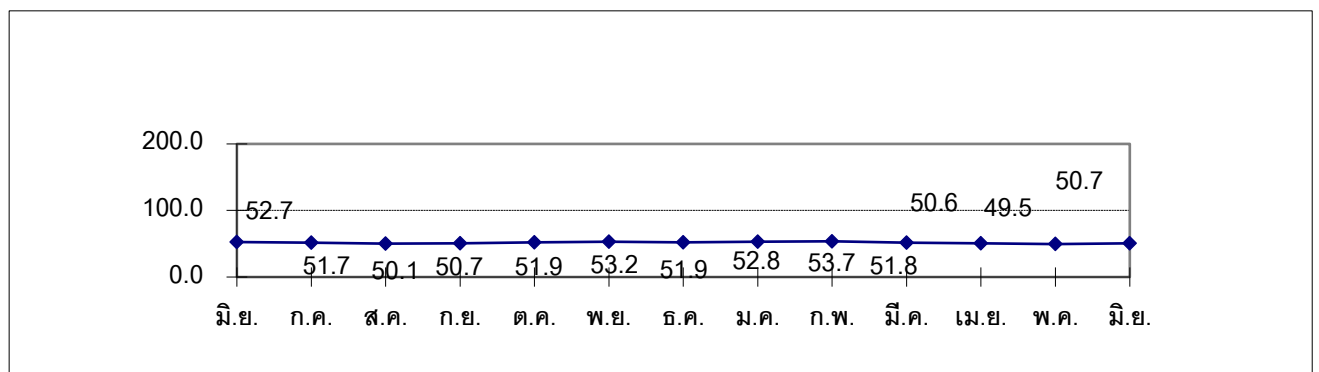
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



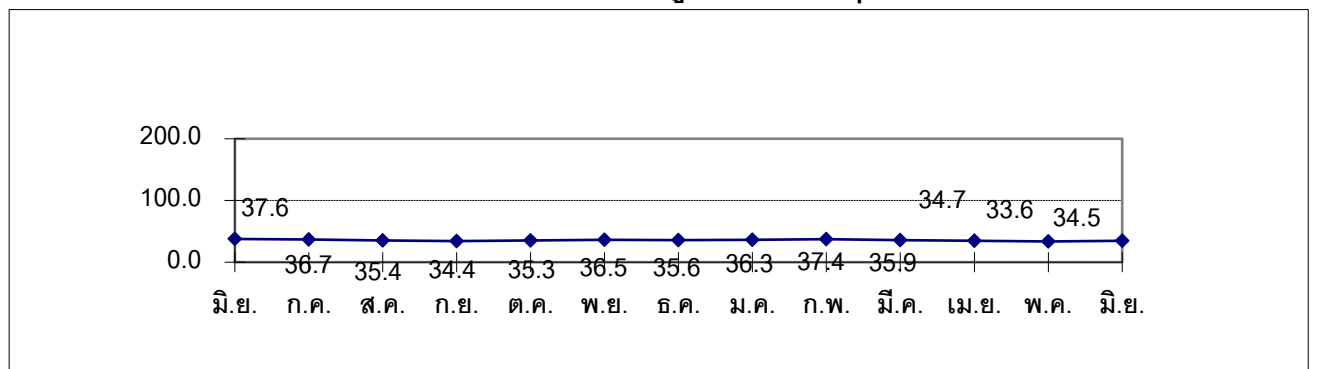
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2569

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	52.8	53.7	51.8	50.6	49.5	50.7
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	36.3	37.4	35.9	34.7	33.6	34.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	60.9	61.7	59.7	58.3	57.3	58.7

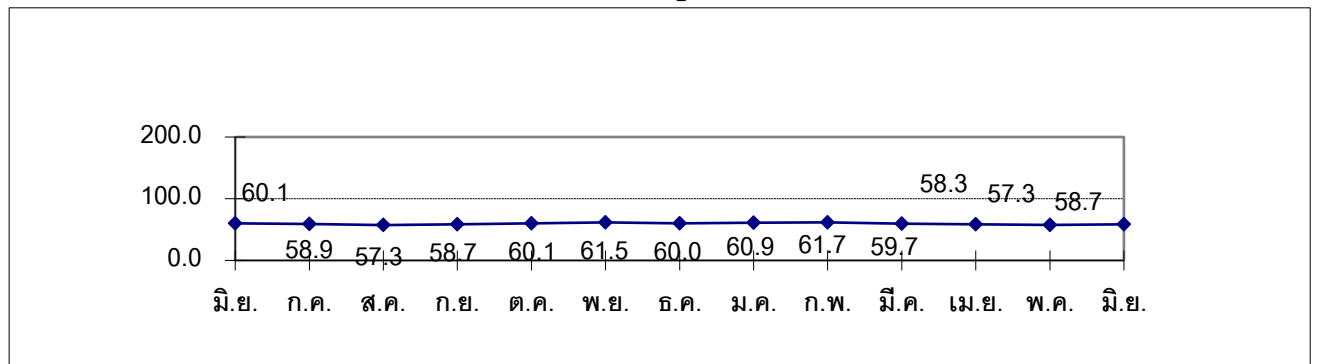
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2569 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2569

ในเดือนมิถุนายน 2569 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. รัฐบาลดำเนินมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการ “ไทยช่วยไทย พลัส 60/40” เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศและช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของประชาชน รัฐบาลสนับสนุนเงินร่วมจ่าย 60% ไม่เกิน 200 บาทต่อคนต่อวัน และไม่เกิน 1,000 บาทต่อคนต่อเดือน ส่วนประชาชน ร่วมจ่าย 40% หรือต้องเติมเงินเพิ่ม 133 บาทต่อวัน หรือประมาณ 667 บาทต่อเดือน โดยได้มีเปิดให้ลงทะเบียนเมื่อวันที่ 25 พฤษภาคม 2569 และเริ่มใช้สิทธิตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน - 30 กันยายน 2569
2. สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่านเริ่มคลี่คลายอย่างชัดเจนในเดือนมิถุนายน 2569 โดยทั้งสองฝ่ายได้บรรลุข้อตกลงและลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) หยุดยิงชั่วคราวเมื่อวันที่ 19 มิถุนายน 2026 ที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ ถือเป็นการยุติสงครามความขัดแย้งที่ยืดเยื้อมานานกว่า 3 เดือน ซึ่งมีจุดเริ่มต้นมาตั้งแต่ปลายเดือนกุมภาพันธ์ 2569
3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ 7 ต่อ 0 เสียง ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ 1.00% ต่อปี โดยเห็นว่าเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัวสูงกว่าที่ประเมินไว้ แต่อัตราการเติบโตอยู่ในระดับต่ำและไม่ทั่วถึง ขณะที่อัตราเงินเฟ้อมีแนวโน้มปรับสูงขึ้น จากปัจจัยด้านอุปทาน แต่คาดว่าจะลดลงหลังปัจจัยด้านอุปทานทยอยคลี่คลาย สำหรับสินเชื่อโดยรวมขยายตัวต่ำ โดยต้องติดตามคุณภาพสินเชื่อ SMEs และครัวเรือนกลุ่มเปราะบาง พร้อมทั้งปรับเพิ่มคาดการณ์ตัวเลขเศรษฐกิจ (จีดีพี) ในปี 2569 เพิ่มขึ้นเป็น 2.3% จากคาดการณ์เดิมที่ 1.5% ส่วนปี 2570 ที่ 1.8% ลดลงจากคาดการณ์เดิมที่ 2.0%

4. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 4.85 และ 4.85 บาทต่อลิตร จากระดับ 42.53 และ 42.90 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 37.68 และ 38.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2569 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ ปรับตัวลดลงประมาณ 3.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 40.70 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569 มาอยู่ที่ระดับ 37.50 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2569

5. การส่งออกของไทยในเดือนพฤษภาคม 2569 มีมูลค่า 34,333.07 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้น 10.59% ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 40,044.49 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้น 35.11% ส่งผลให้ขาดดุลการค้า 5,711.42 ล้านดอลลาร์ฯ ทำให้ช่วง 5 เดือนแรกปี 2569 ส่งออกได้รวม 162,085.91 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 17.04 และมีการนำเข้ารวม 187,295.20 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 35.58 ส่งผลให้ขาดดุลการค้ารวม 25,209.29 ล้านดอลลาร์ฯ

6. SET Index ในเดือนมิถุนายน 2569 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 22.87 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,568.37 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569 เป็น 1,591.24 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2569 สะท้อนมุมมองเชิงบวกของนักลงทุนต่อแนวโน้มเศรษฐกิจไทยในระยะข้างหน้า

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมิถุนายน 2569 ได้แก่

1. ผู้บริโภคมีความรู้สึกลัวว่าเศรษฐกิจยังฟื้นตัวช้า ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพ รวมถึงยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น
2. ราคาข้าวเปลือกเจ้า และข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ อยู่ในระดับต่ำกว่าปีที่ผ่านมา ส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้เพิ่มขึ้นไม่มากนัก มีผลต่อกำลังซื้อในบางพื้นที่ต่างจังหวัดในระยะนี้
3. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งบริเวณชายไทย - กัมพูชา แม้ว่าจะมีการเจรจาหยุดยิงก็ตาม แต่สถานการณ์ดังกล่าว ยังส่งผลให้เกิดความกังวลต่อประชาชนในจังหวัดตามแนวชายแดนไทยกัมพูชา
4. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย จากระดับ 32.527 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2569 เป็น 32.911 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2569
5. ความกังวลต่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางด้านภูมิรัฐศาสตร์ของโลกที่ยังคงยืดเยื้อ ทั้งสถานการณ์สงครามระหว่างรัสเซียและยูเครน การสู้รบระหว่างอิสราเอลกับขบวนการฮามาส (Hamas) ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อราคาน้ำมันและพลังงานโลกให้ปรับตัวสูงขึ้น
6. ความกังวลต่อสถานการณ์ฝุ่นละอองขนาดเล็ก PM 2.5 ในเขตพื้นที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ที่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชาชน

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มคลายความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน ที่เริ่มคลี่คลายอย่างชัดเจนหลังจากที่ทั้งสองฝ่ายได้บรรลุข้อตกลงและลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) หยุดยิงชั่วคราว และราคาน้ำมันในตลาดโลกและในประเทศเริ่มปรับตัวลดลง ประกอบกับรัฐบาลเริ่มกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการไทยช่วยไทยพลัสเป็นเดือนแรก ส่งผลทางจิตวิทยาในเชิงบวก และเพิ่มกำลังซื้อของประชาชนในประชนซึ่งส่งผลบวกต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเป็นผลดีต่อค่าครองชีพของประชาชน สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคมีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 43.1 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 44.1 โดยปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ทั้งนี้ ในเดือนมิถุนายน 2569 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 40.3% และ 57.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.6% 39.9% และ 58.5% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 30.1 ในเดือนก่อนมาอยู่ที่ระดับ 30.9 โดยปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ในเดือนมิถุนายน 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.7% 27.6% และ 70.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันอยู่ในระดับที่ดีปานกลาง และแย่ประมาณ 1.4% 27.3% และ 71.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมิถุนายน 2569 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 56.1 มาอยู่ที่ระดับ 57.4 โดยปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ในเดือนมิถุนายน 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 53.1% และ 44.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.8% 52.5% และ 45.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจในอนาคตยังแย่เช่นกัน

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
มิถุนายน 2568	46.7	34.4	58.9
กรกฎาคม 2568	45.6	33.5	57.7
สิงหาคม 2568	44.1	32.2	56.1
กันยายน 2568	44.4	31.1	57.8
ตุลาคม 2568	45.5	31.9	59.2
พฤศจิกายน 2568	46.8	33.1	60.5
ธันวาคม 2568	45.5	32.2	58.9
มกราคม 2569	46.4	32.9	59.9
กุมภาพันธ์ 2569	47.3	34.0	60.6
มีนาคม 2569	45.5	32.4	58.5
เมษายน 2569	44.1	31.1	57.0
พฤษภาคม 2569	43.1	30.1	56.1
มิถุนายน 2569	44.1	30.9	57.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2566	51.7	39.5	63.9
ไตรมาสที่ 4 2566	55.2	42.3	68.1
ไตรมาสที่ 1 2567	57.2	43.9	70.4
ไตรมาสที่ 2 2567	54.3	41.4	67.2
ไตรมาสที่ 3 2567	50.1	37.2	63.0
ไตรมาสที่ 4 2567	50.5	37.2	63.7
ไตรมาสที่ 1 2568	51.5	38.5	64.5
ไตรมาสที่ 2 2568	48.0	35.6	60.4
ไตรมาสที่ 3 2568	44.7	31.7	57.7
ไตรมาสที่ 4 2568	46.0	32.4	59.6
ไตรมาสที่ 1 2569	46.4	33.1	59.7
ไตรมาสที่ 2 2569	43.8	30.7	56.8

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 47.5 สู่ระดับ 48.7 โดยปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ในเดือนมิถุนายน 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 44.4% และ 53.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 43.5% และ 54.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำยังไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีมากนัก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมิถุนายน 2569 ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 37.1 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 38.0 โดยปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ในเดือนมิถุนายน 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.0% 34.0% และ 64.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 33.3% และ 64.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 57.9 เป็น 59.3 โดยปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ในเดือนมิถุนายน 2569 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.2% 54.9% และ 42.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.1% 53.7% และ 44.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตยังไม่ดีมากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้าในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
มิถุนายน 2568	50.6	40.8	60.4
กรกฎาคม 2568	49.8	39.9	59.3
สิงหาคม 2568	48.3	38.6	57.9
กันยายน 2568	48.5	37.8	59.1
ตุลาคม 2568	49.6	38.7	60.6
พฤศจิกายน 2568	50.9	39.9	61.9
ธันวาคม 2568	49.8	39.1	60.5
มกราคม 2569	50.5	39.7	61.3
กุมภาพันธ์ 2569	51.5	40.9	62.1
มีนาคม 2569	49.8	39.4	60.2
เมษายน 2569	48.6	38.2	58.9
พฤษภาคม 2569	47.5	37.1	57.9
มิถุนายน 2569	48.7	38.0	59.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2566	54.0	44.1	64.0
ไตรมาสที่ 4 2566	57.8	47.1	68.4
ไตรมาสที่ 1 2567	59.9	48.8	71.0
ไตรมาสที่ 2 2567	57.5	46.7	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	53.8	43.3	64.3
ไตรมาสที่ 4 2567	54.4	43.6	65.1
ไตรมาสที่ 1 2568	55.2	44.7	65.7
ไตรมาสที่ 2 2568	51.8	41.9	61.8
ไตรมาสที่ 3 2568	48.8	38.4	59.2
ไตรมาสที่ 4 2568	50.1	39.2	61.0
ไตรมาสที่ 1 2569	50.6	40.0	61.2
ไตรมาสที่ 2 2569	48.2	37.8	58.7

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมิถุนายน 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 57.9 สู่ระดับ 59.3 โดยปรับตัวขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2569 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 2.9% 53.4% และ 43.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 2.6% 52.7% และ 44.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 97.1% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่าผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยในช่วง 3 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

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

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 3 2566	65.5
ไตรมาสที่ 4 2566	70.1
ไตรมาสที่ 1 2567	72.5
ไตรมาสที่ 2 2567	69.7
ไตรมาสที่ 3 2567	65.6
ไตรมาสที่ 4 2567	66.1
ไตรมาสที่ 1 2568	66.7
ไตรมาสที่ 2 2568	62.5
ไตรมาสที่ 3 2568	59.3
ไตรมาสที่ 4 2568	61.0
ไตรมาสที่ 1 2569	61.4
ไตรมาสที่ 2 2569	58.8

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมิถุนายน 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2569 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 33.6 มาอยู่ที่ระดับ 34.5 โดยปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 57.3 มาอยู่ที่ระดับ 58.7 โดยปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 49.5 เป็น 50.7 ในเดือนนี้ โดยปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
มิถุนายน 2568	52.7	37.6	60.1
กรกฎาคม 2568	51.7	36.7	58.9
สิงหาคม 2568	50.1	35.4	57.3
กันยายน 2568	50.7	34.4	58.7
ตุลาคม 2568	51.9	35.3	60.1
พฤศจิกายน 2568	53.2	36.5	61.5
ธันวาคม 2568	51.9	35.6	60.0
มกราคม 2569	52.8	36.3	60.9
กุมภาพันธ์ 2569	53.7	37.4	61.7
มีนาคม 2569	51.8	35.9	59.7
เมษายน 2569	50.6	34.7	58.3
พฤษภาคม 2569	49.5	33.6	57.3
มิถุนายน 2569	50.7	34.5	58.7

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2566	57.1	41.8	64.4
ไตรมาสที่ 4 2566	61.0	44.7	68.9
ไตรมาสที่ 1 2567	63.2	46.4	71.3
ไตรมาสที่ 2 2567	60.5	44.0	68.4
ไตรมาสที่ 3 2567	56.5	40.3	64.3
ไตรมาสที่ 4 2567	57.0	40.4	65.0
ไตรมาสที่ 1 2568	57.8	41.6	65.7
ไตรมาสที่ 2 2568	54.1	38.7	61.6
ไตรมาสที่ 3 2568	50.9	35.0	58.7
ไตรมาสที่ 4 2568	52.6	36.1	60.7
ไตรมาสที่ 1 2569	52.8	36.5	60.8
ไตรมาสที่ 2 2569	50.3	34.2	58.1

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2569

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2569 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน เนื่องจากผู้บริโภคเริ่มคลายความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน ที่เริ่มคลี่คลายอย่างชัดเจนหลังจากที่ทั้งสองฝ่ายได้บรรลุข้อตกลงและลงนามในบันทึกความเข้าใจ (MOU) หยุดยิงชั่วคราว และราคาน้ำมันในตลาดโลกและในประเทศเริ่มปรับตัวลดลง ประกอบกับรัฐบาลเริ่มกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านโครงการไทยช่วยไทยพลัสเป็นเดือนแรก ส่งผลทางจิตวิทยาในเชิงบวกและเพิ่มกำลังซื้อของประชาชนในประชาชนซึ่งส่งผลบวกต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเป็นผลดีต่อค่าครองชีพของประชาชน

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 44.1 48.7 และ 59.3 ตามลำดับ ปรับตัวดีขึ้นเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนพฤษภาคม ที่อยู่ในระดับ 43.1 47.5 และ 57.9 ตามลำดับ การที่ดัชนีทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต เพราะมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะสงครามที่ยังมีความไม่แน่นอน ราคาน้ำมันและค่าครองชีพที่ยังคงทรงตัวสูงซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีความเสี่ยงที่จะฟื้นตัวได้ช้าในอนาคต ทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคมีความไม่แน่นอนสูง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 49.5 เป็น 50.7 ปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 4 เดือน การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงฟื้นตัวช้า และค่าครองชีพสูง ตลอดจนปัญหาสงครามระหว่างสหรัฐกับอิหร่านที่ยังมีความไม่แน่นอนว่าจะคลี่คลายลงถาวรหรือไม่ ยังคงมีโอกาสนั่นทนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 33.6 เป็น 34.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตปรับตัวดีขึ้นจากระดับ 57.3 มาอยู่ที่ระดับ 58.7 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังไม่มี ความเชื่อมั่นในปัจจุบัน ทั้งนี้ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดว่าผู้บริโภคยังคงระมัดระวังในการใช้จ่ายใช้สอยในช่วงนี้ แต่จะเริ่มใช้จ่ายมากขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ เนื่องจากการกระตุ้นจากโครงการไทยช่วยไทยพลัสที่เริ่มตั้งแต่เดือนมิถุนายนจนถึงเดือนกันยายน 2569 และหากสถานการณ์สงครามระหว่างสหรัฐฯ อิสราเอล และอิหร่าน คลี่คลายลงอย่างถาวรและราคาน้ำมันลดลงกลับมาเป็นปกติ คาดว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะฟื้นตัวอย่างต่อเนื่องและการบริโภคจะปรับตัวจะกลับมาดีขึ้นอย่างชัดเจนในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 และไตรมาสที่ 4 ของปีนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2569 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวดีขึ้นทุกรายการในทุกภูมิภาค ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2569

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	30.9	30.7	30.9	31.4	32.0	27.9	33.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	57.4	54.9	61.0	61.2	55.5	53.2	64.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	38.0	36.6	36.6	40.1	35.0	40.0	43.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	59.3	58.5	63.0	63.0	57.2	57.9	58.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	59.3	59.7	59.4	63.5	60.3	51.2	60.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	44.1	42.8	46.0	46.3	43.8	40.6	48.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	48.7	47.6	49.8	51.6	46.1	49.0	50.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	50.7	50.0	51.7	53.8	50.1	46.9	53.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤษภาคม 2569	1.2	1.2	1.2	1.2	1.1	1.3	1.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	34.5	33.7	33.8	35.8	33.5	34.0	38.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	58.7	57.7	61.1	62.6	57.7	54.1	60.9

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2569

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

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2569

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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย