



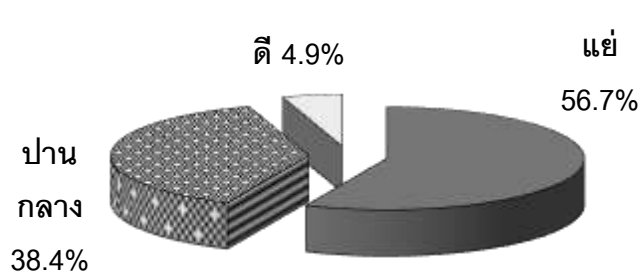
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

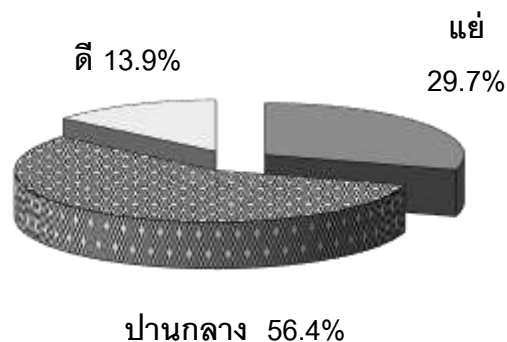
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนเมษายน 2562
ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ต่ำสุดในรอบ 16 เดือนเนื่องจากสถานการณ์การเมืองในอนาคตก

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

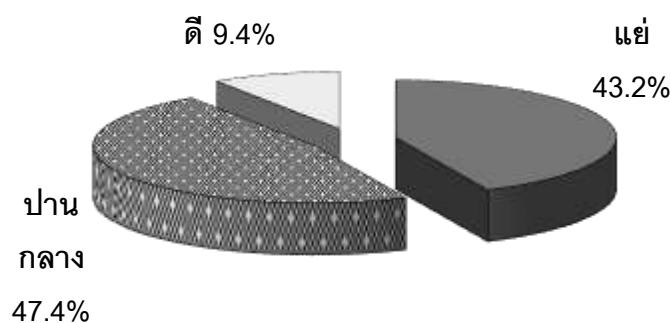


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

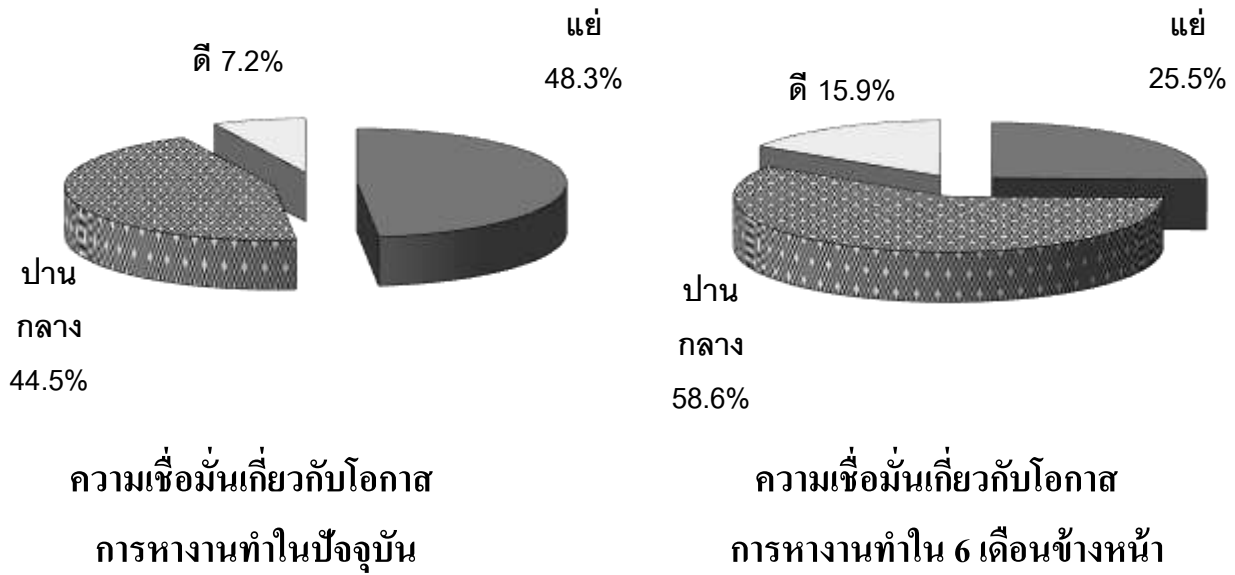
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



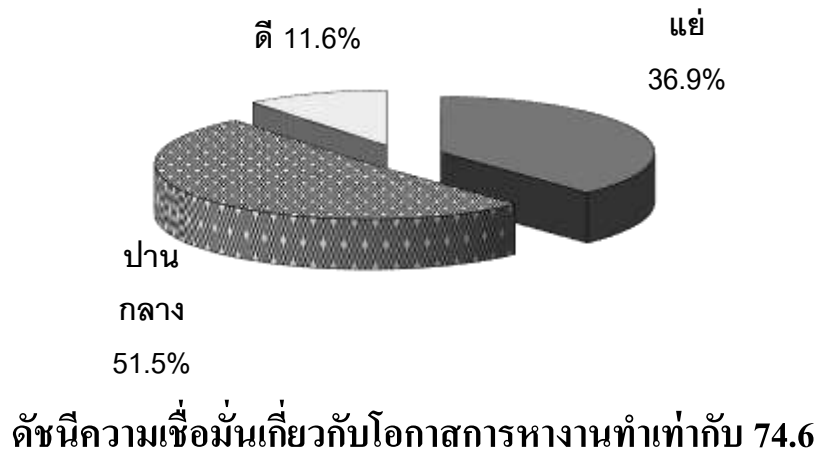
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 66.2

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

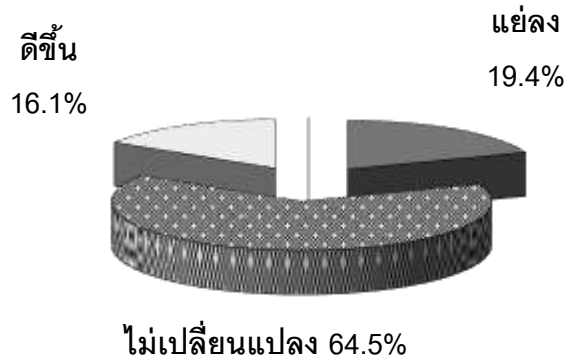


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 96.7

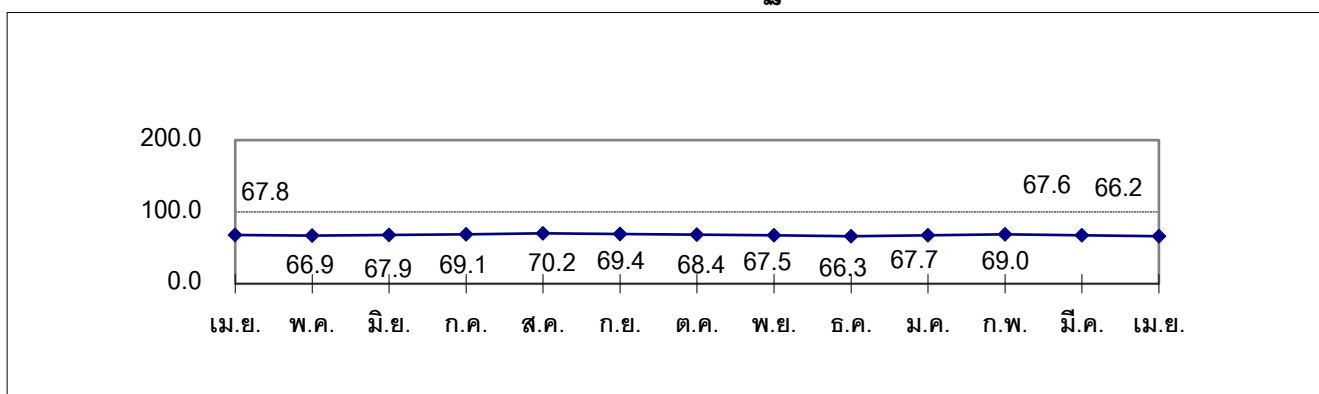
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมและเมษายน 2562

รายการ	มีนาคม 2562			เมษายน 2562		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	5.3	38.8	55.9	4.9	38.4	56.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	14.4	57.0	28.6	13.9	56.4	29.7
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	7.6	44.6	47.8	7.2	44.5	48.3
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	16.4	59.0	24.6	15.9	58.6	25.5
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	17.1	64.3	18.6	16.1	64.5	19.4
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	9.9	47.9	42.2	9.4	47.4	43.2
7. โอกาสในการหางานรวม	12.0	51.8	36.2	11.6	51.5	36.9

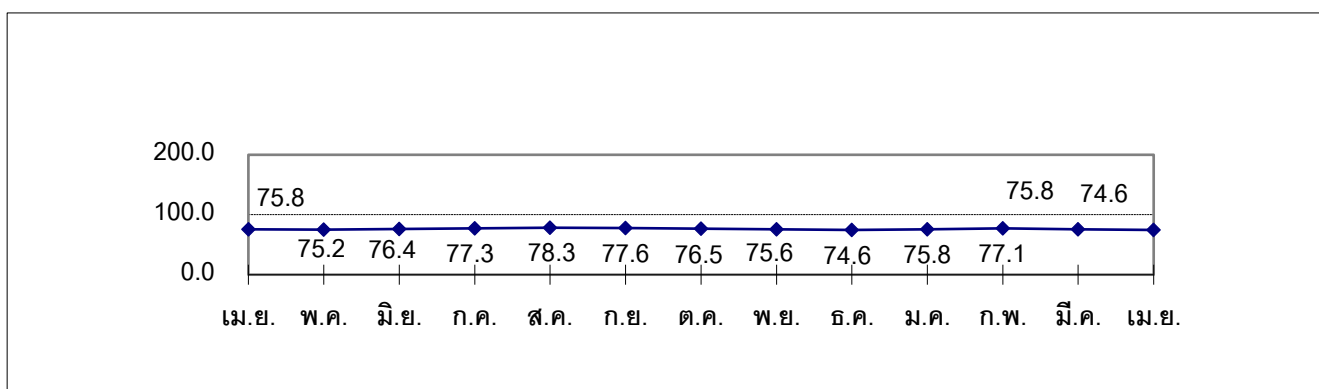
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2561 ถึงเมษายน 2562

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	67.5	66.3	67.7	69.0	67.6	66.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	75.6	74.6	75.8	77.1	75.8	74.6
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.4	97.3	98.7	99.9	98.4	96.7

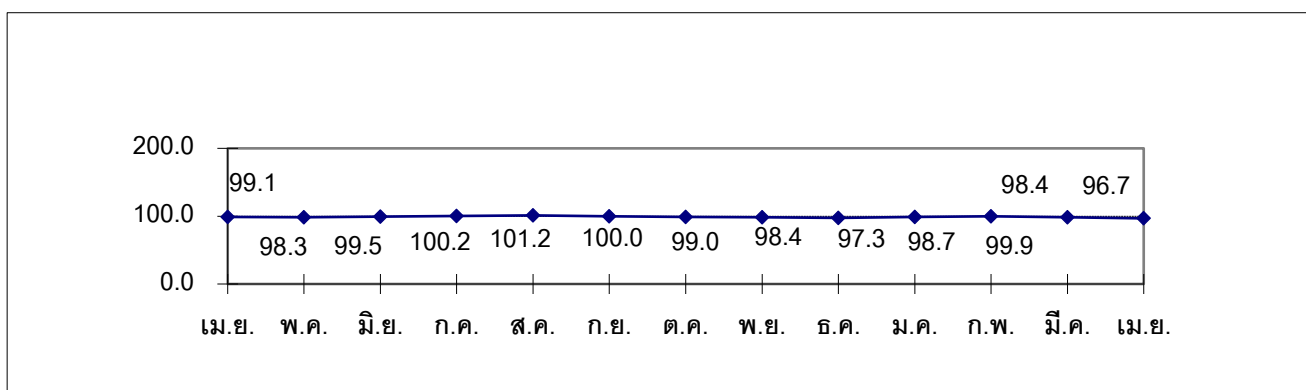
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



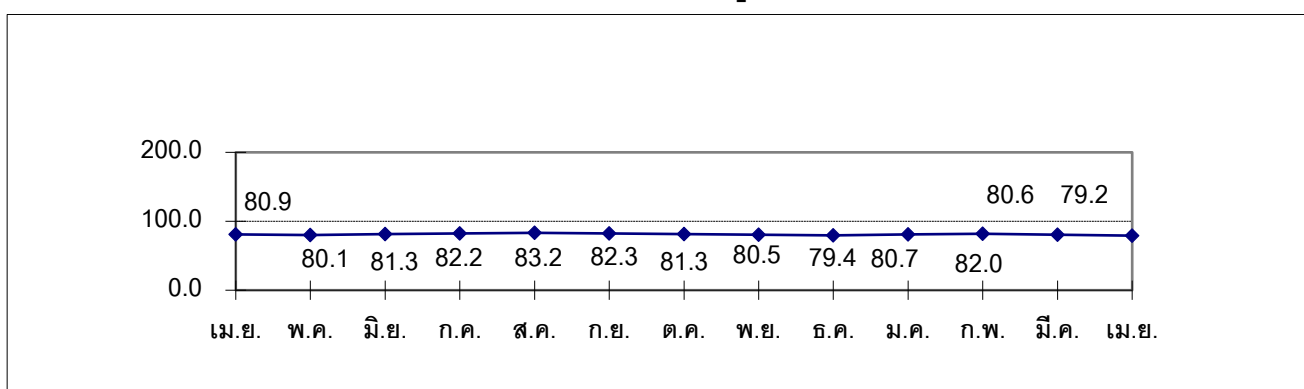
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



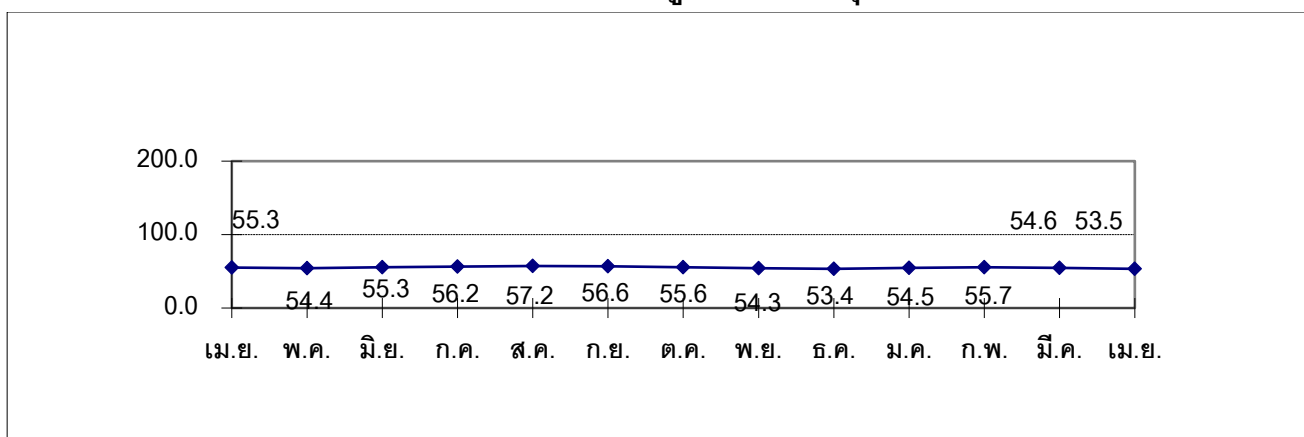
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนพฤศจิกายน 2561 ถึงเมษายน 2562

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.5	79.4	80.7	82.0	80.6	79.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.3	53.4	54.5	55.7	54.6	53.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	92.0	90.8	92.3	93.6	92.0	90.5

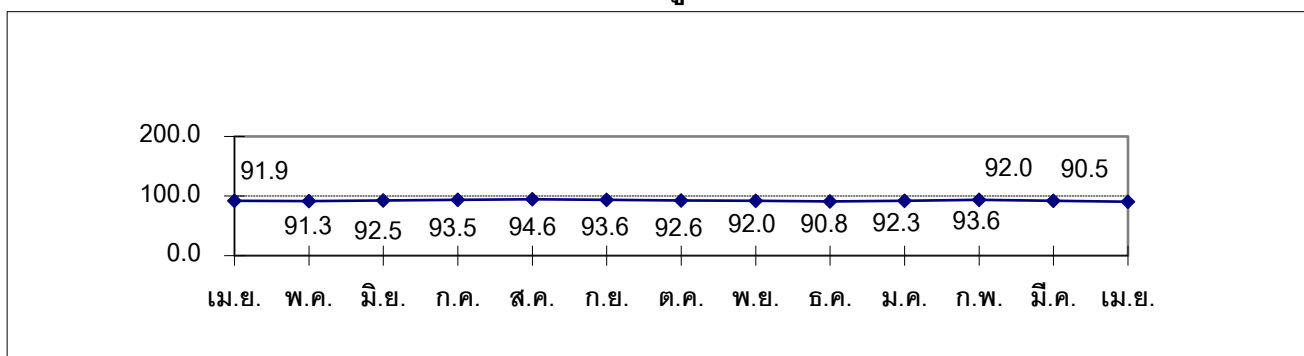
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2562

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2562 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,242 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2562

ในเดือนเมษายน 2562 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. SET Index ในเดือนเมษายน 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 34.87 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,638.65 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2562 เป็น 1,673.52 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน 2562
2. ปัญหาสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนเริ่มคลี่คลายลงหลังจากที่สหรัฐฯ และจีน ได้มีการเจรจาการค้ากัน 2 ครั้งในช่วงที่ผ่านมา หลังจากที่ได้ยุติสงครามการค้าเป็นการชั่วคราว 90 วัน
3. นักท่องเที่ยวจีนเริ่มกลับเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้นหลังจากประเทศไทยยกเว้นค่าธรรมเนียม VISA on Arrival
4. พืชผลทางการเกษตรบางรายการเริ่มปรับตัวดีขึ้น ทำให้เกษตรกรบางกลุ่มเริ่มมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้การใช้จ่ายใช้สอยในหลายจังหวัดที่ราคาสินค้าเกษตรดีขึ้นเริ่มปรับตัวดีขึ้น อย่างไรก็ตาม เกษตรกรส่วนใหญ่ยังเห็นว่าราคาสินค้าเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ
5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 31.729 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2562 เป็น 31.860 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2562 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามายังประเทศไทย

สำหรับปัจจัยลบในเดือนเมษายน 2562 ได้แก่

1. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับลดคาดการณ์อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจไทย (GDP) ไทยปี 2562 เหลือโต 3.8% จากก่อนหน้านี้คาดการณ์โต 4.0% หลังคาดมูลค่าการส่งออกหดตัวเหลือโต 3.4% จากเดิมคาดจะขยายตัวได้ 4.5% เนื่องจากภาพรวมมูลค่าการส่งออกในไตรมาส 1/62 ติดลบ 1.6% ตามทิศทางการชะลอตัวของเศรษฐกิจและการค้าโลก และนโยบายกีดกันทางการค้าของสหรัฐฯ รวมถึงการตอบโต้จากประเทศต่างๆ ส่งผลให้การส่งออกสินค้ามีแนวโน้มชะลอตัวลง

2. ความวิตกกังวลของผู้บริโภคเกี่ยวกับการจัดตั้งรัฐบาลและสถานการณ์ทางการเมืองในอนาคตอาจมีความไม่แน่นอนและขาดเสถียรภาพ

3. การส่งออกของไทยในเดือนมีนาคม 2562 มีมูลค่า 21,440.20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.88 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 19,435.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 8.29 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 2,004.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 3 เดือนแรกปี 2562 ส่งออกได้รวม 61,987.78 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.64 และมีการนำเข้ารวม 59,981.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.20 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 2,006.71 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

4. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยแล้งที่อาจส่งผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตรและการหารายได้ของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ

5. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 28.98 และ 29.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2562 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 29.78 และ 30.05 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2562 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกันประมาณ 0.80 บาทต่อลิตร จากระดับ 27.29 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2562 มาอยู่ที่ระดับ 28.09 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2562

6. ราคาพืชผลทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

7. ผู้บริโภคมีความรู้สึกที่เศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและยังกระจุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

8. ความกังวลเกี่ยวกับปัญหาสงครามการค้าในระดับโลกโดยเฉพาะสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต แม้ว่าสหรัฐฯ กับจีนจะอยู่ในช่วงเจรจายุติปัญหาสงครามการค้า

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2562

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบหลายเดือน เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองหลังการเลือกตั้ง นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวช้าและกำลังซื้อของประชาชนยังไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนัก ประกอบกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2562 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 16 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 เป็นต้นมา โดยปรับลดลงจากระดับ 67.6 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 66.2 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2562 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.4% 47.4% และ 43.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 9.9% 47.9% และ 42.2% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 เป็นต้นมา จากระดับ 49.4 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 48.2 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.9% 38.4% และ 56.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.3% 38.8% และ 55.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีเท่าที่ควร

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายน 2562 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 15 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2561 เป็นต้นมา จากระดับ 85.8 มาอยู่ที่ระดับ 84.3 โดยในเดือนเมษายน 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 13.9% 56.4% และ 29.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 14.4% 57.0% และ 28.6% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
เมษายน 2561	67.8	50.4	85.2
พฤษภาคม 2561	66.9	49.3	84.5
มิถุนายน 2561	67.9	50.2	85.7
กรกฎาคม 2561	69.1	51.2	86.9
สิงหาคม 2561	70.2	52.2	88.3
กันยายน 2561	69.4	51.6	87.2
ตุลาคม 2561	68.4	50.5	86.4
พฤศจิกายน 2561	67.5	49.1	85.8
ธันวาคม 2561	66.3	48.1	84.4
มกราคม 2562	67.7	49.3	86.1
กุมภาพันธ์ 2562	69.0	50.6	87.5
มีนาคม 2562	67.6	49.4	85.8
เมษายน 2562	66.2	48.2	84.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2559	62.3	49.3	75.3
ไตรมาสที่ 4 2559	61.9	48.3	75.5
ไตรมาสที่ 1 2560	64.2	50.0	78.3
ไตรมาสที่ 2 2560	64.3	50.0	78.7
ไตรมาสที่ 3 2560	62.4	46.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2560	65.2	48.2	82.2
ไตรมาสที่ 1 2561	66.7	49.5	83.8
ไตรมาสที่ 2 2561	67.5	49.9	85.1
ไตรมาสที่ 3 2561	69.6	51.7	87.5
ไตรมาสที่ 4 2561	67.4	49.3	85.5
ไตรมาสที่ 1 2562	68.3	50.0	86.7
เมษายน 2562	66.2	48.2	84.3

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 เป็นต้นมา โดยปรับลดลงจากระดับ 75.9 สู่ระดับ 74.7 ในเดือนเมษายน 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 11.6% 51.5% และ 36.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 12.0% 51.8% และ 36.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีมากนักตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังฟื้นตัวไม่เต็มที่

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนเมษายน 2562 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 4 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 เป็นต้นมา จากระดับ 59.9 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 58.8 โดยในเดือนเมษายน 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.2% 44.5% และ 48.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 7.6% 44.6% และ 47.8% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัว

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 13 เดือนนับตั้งแต่เดือนเมษายน 2561 เป็นต้นมา จาก 91.8 เป็น 90.5 โดยในเดือนเมษายน 2562 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 15.9% 58.6% และ 25.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 16.4% 59.0% และ 24.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีเชื่อมั่นมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
เมษายน 2561	75.8	60.2	91.5
พฤษภาคม 2561	75.2	59.5	91.0
มิถุนายน 2561	76.4	60.5	92.3
กรกฎาคม 2561	77.3	61.2	93.3
สิงหาคม 2561	78.3	62.2	94.4
กันยายน 2561	77.6	61.7	93.5
ตุลาคม 2561	76.5	60.6	92.4
พฤศจิกายน 2561	75.6	59.4	91.8
ธันวาคม 2561	74.6	58.6	90.7
มกราคม 2562	75.8	59.6	92.0
กุมภาพันธ์ 2562	77.1	60.8	93.3
มีนาคม 2562	75.8	59.9	91.8
เมษายน 2562	74.6	58.8	90.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 3 2559	67.9	56.0	79.8
ไตรมาสที่ 4 2559	67.5	54.9	80.1
ไตรมาสที่ 1 2560	70.3	57.3	83.3
ไตรมาสที่ 2 2560	70.8	57.5	84.2
ไตรมาสที่ 3 2560	69.5	55.6	83.5
ไตรมาสที่ 4 2560	72.7	57.4	88.0
ไตรมาสที่ 1 2561	74.7	59.2	90.2
ไตรมาสที่ 2 2561	75.8	60.1	91.6
ไตรมาสที่ 3 2561	77.7	61.7	93.7
ไตรมาสที่ 4 2561	75.6	59.5	91.6
ไตรมาสที่ 1 2562	76.5	60.3	92.6
เมษายน 2562	74.6	58.8	90.5

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนเมษายน 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2560 เป็นต้นมา และยังคงเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 7 โดยปรับลดลงจากระดับ 98.4 สู่อันดับ 96.7 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2562 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 16.1% 64.5% และ 19.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 17.1% 64.3% และ 18.6% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 79.6% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับเดิม ไม่ลดลงหรือจะปรับตัวดีขึ้น โดยปรับตัวลดลงจากเดือนที่ผ่านมาซึ่งอยู่ที่ระดับ 81.4% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอย การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
เมษายน 2561	99.1
พฤษภาคม 2561	98.3
มิถุนายน 2561	99.5
กรกฎาคม 2561	100.2
สิงหาคม 2561	101.2
กันยายน 2561	100.0
ตุลาคม 2561	99.0
พฤศจิกายน 2561	98.4
ธันวาคม 2561	97.3
มกราคม 2562	98.7
กุมภาพันธ์ 2562	99.9
มีนาคม 2562	98.4
เมษายน 2562	96.7

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 3 2559	89.7
ไตรมาสที่ 4 2559	89.6
ไตรมาสที่ 1 2560	92.6
ไตรมาสที่ 2 2560	92.7
ไตรมาสที่ 3 2560	91.5
ไตรมาสที่ 4 2560	96.0
ไตรมาสที่ 1 2561	97.8
ไตรมาสที่ 2 2561	99.0
ไตรมาสที่ 3 2561	100.4
ไตรมาสที่ 4 2561	98.2
ไตรมาสที่ 1 2562	99.2
เมษายน 2562	96.7

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนเมษายน 2562

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2562 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ในทุกช่วงเวลา โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 17 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2560 เป็นต้นมา จากระดับ 54.6 ในเดือนมีนาคม มาอยู่ที่ระดับ 53.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 14 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2561 เป็นต้นมา จากระดับ 92.0 เป็นระดับ 90.5 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 16 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 เป็นต้นมา ลดลงจากระดับ 80.6 เป็น 79.2

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
เมษายน 2561	80.9	55.3	91.9
พฤษภาคม 2561	80.1	54.4	91.3
มิถุนายน 2561	81.3	55.3	92.5
กรกฎาคม 2561	82.2	56.2	93.5
สิงหาคม 2561	83.2	57.2	94.6
กันยายน 2561	82.3	56.6	93.6
ตุลาคม 2561	81.3	55.6	92.6
พฤศจิกายน 2561	80.5	54.3	92.0
ธันวาคม 2561	79.4	53.4	90.8
มกราคม 2562	80.7	54.5	92.3
กุมภาพันธ์ 2562	82.0	55.7	93.6
มีนาคม 2562	80.6	54.6	92.0
เมษายน 2562	79.2	53.5	90.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 4 2559	73.0	51.6	81.7
ไตรมาสที่ 1 2560	75.7	53.7	84.7
ไตรมาสที่ 2 2560	76.0	53.7	85.2
ไตรมาสที่ 3 2560	74.5	51.3	84.3
ไตรมาสที่ 4 2560	78.6	53.2	89.5
ไตรมาสที่ 1 2561	79.7	54.4	90.6
ไตรมาสที่ 2 2561	80.8	55.0	91.9
ไตรมาสที่ 3 2561	82.6	56.7	93.9
ไตรมาสที่ 4 2561	80.4	54.4	91.8
ไตรมาสที่ 1 2562	81.3	55.2	92.8
เมษายน 2562	79.2	53.5	90.5

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2562

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2562 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบหลายเดือน เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองหลังการเลือกตั้ง นอกจากนี้ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจไทยที่ยังฟื้นตัวช้าและกำลังซื้อของประชาชนยังไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนัก ประกอบกับสถานการณ์ไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 66.2 74.6 และ 96.7 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมีนาคม ที่อยู่ในระดับ 67.6 75.8 และ 98.4 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตมากนัก

การปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 16 เดือนนับตั้งแต่เดือนมกราคม 2561 เป็นต้นมา จากระดับ 80.6 มาอยู่ที่ระดับ 79.2 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีนที่ส่งผลให้เศรษฐกิจโลกชะลอตัวในปัจจุบัน สถานการณ์ทางการเมืองของไทย ตลอดจนสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมืองระหว่างประเทศทั้งในปัจจุบันและในอนาคต โดยเฉพาะเรื่อง Brexit ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยในปีนี้อีกทั้งการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันยังมีความเสี่ยงจากความผันผวนสูง ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวม และความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนทางการเมืองไทยในอนาคตยังบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคให้ลดลงไปอีก

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 54.6 มาอยู่ที่ระดับ 53.5 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันยังไม่ดีเท่าที่ควร ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลงเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 92.0 มาอยู่ที่ระดับ 90.5 ซึ่งยังปรับตัวอยู่ใกล้เคียงระดับ 100 (ซึ่งเป็นระดับปกติ) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังมีความเชื่อมั่นว่าเศรษฐกิจไทยมีโอกาสปรับตัวดีขึ้นในอนาคตหากไม่มีปัจจัยลบเพิ่มเติมมากไปกว่าปัจจุบัน

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เนืองมาจากความไม่มั่นใจในสถานการณ์การเมืองในอนาคตเป็นสำคัญ อีกทั้งผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่มีความเสี่ยงสูง ตลอดจนราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้ผู้บริโภคยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายอย่างต่อเนืองในช่วงครึ่งแรกของปีนี้

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2562

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2562 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะ ภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคกลาง ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.2	48.5	47.1	47.6	47.5	46.8	51.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	84.3	82.8	86.0	84.3	81.7	83.6	90.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.8	58.6	55.2	59.2	53.8	62.3	63.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	90.5	92.0	89.0	87.8	87.1	91.3	91.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	96.7	99.2	94.4	96.1	95.4	90.2	99.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	66.2	65.7	66.6	66.0	64.6	65.2	71.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	74.6	75.3	72.1	73.5	70.5	76.8	77.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	79.2	80.1	77.7	78.5	76.8	77.4	82.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมีนาคม 2562	-1.4	-1.3	-1.6	-1.5	-1.5	-1.6	-1.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.5	53.6	51.2	53.4	50.7	54.6	57.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	90.5	91.3	89.8	89.4	88.1	88.4	93.7

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.4	49.6	48.5	48.9	48.7	48.2	52.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	85.8	84.3	87.7	85.9	83.2	85.4	91.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	59.9	59.5	56.5	60.3	54.9	63.5	64.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	91.8	93.3	90.5	89.2	88.8	92.9	92.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	98.4	100.8	96.3	98.0	97.1	92.1	100.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	67.6	67.0	68.1	67.4	66.0	66.8	72.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	75.8	76.4	73.5	74.8	71.9	78.2	78.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	80.6	81.4	79.3	80.1	78.3	79.0	83.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2562	-1.3	-1.5	-1.4	-1.3	-1.3	-1.1	-1.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.6	54.6	52.5	54.6	51.8	55.9	58.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	92.0	92.8	91.5	91.0	89.7	90.1	94.9

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2562

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.6	50.9	49.7	50.0	49.7	49.1	53.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	87.5	86.2	89.5	87.5	84.9	86.7	93.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	60.8	60.7	57.7	61.2	55.8	64.3	65.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	93.3	95.0	91.9	90.6	90.3	94.2	93.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	99.9	102.4	97.7	99.3	98.5	93.3	102.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	69.0	68.6	69.6	68.8	67.3	67.9	73.2
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	77.1	77.9	74.8	75.9	73.1	79.3	79.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	82.0	82.9	80.7	81.3	79.6	80.2	85.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.7	55.8	53.7	55.6	52.8	56.7	59.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	93.6	94.5	93.0	92.5	91.2	91.4	96.4

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย