



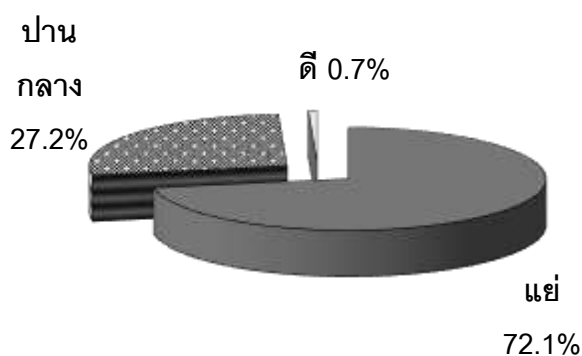
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

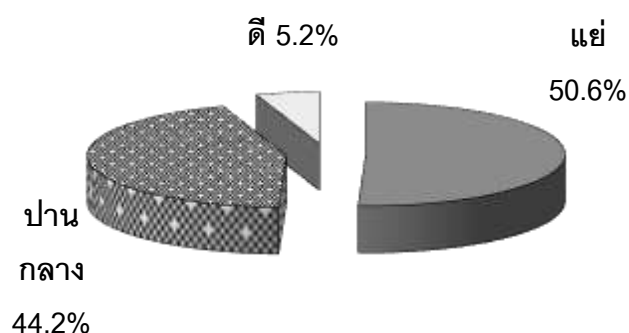
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนเมษายน 2563
ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ต่อเนื่องเพราะสถานการณ์ COVID-19

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

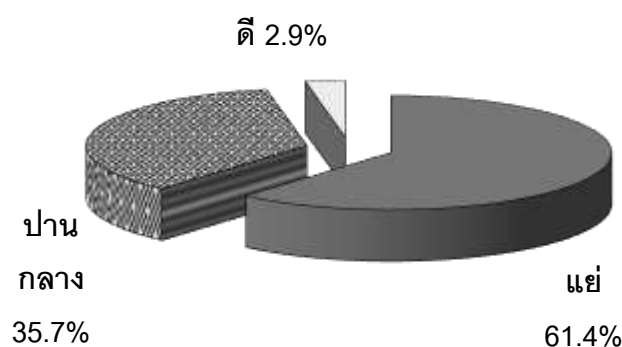


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

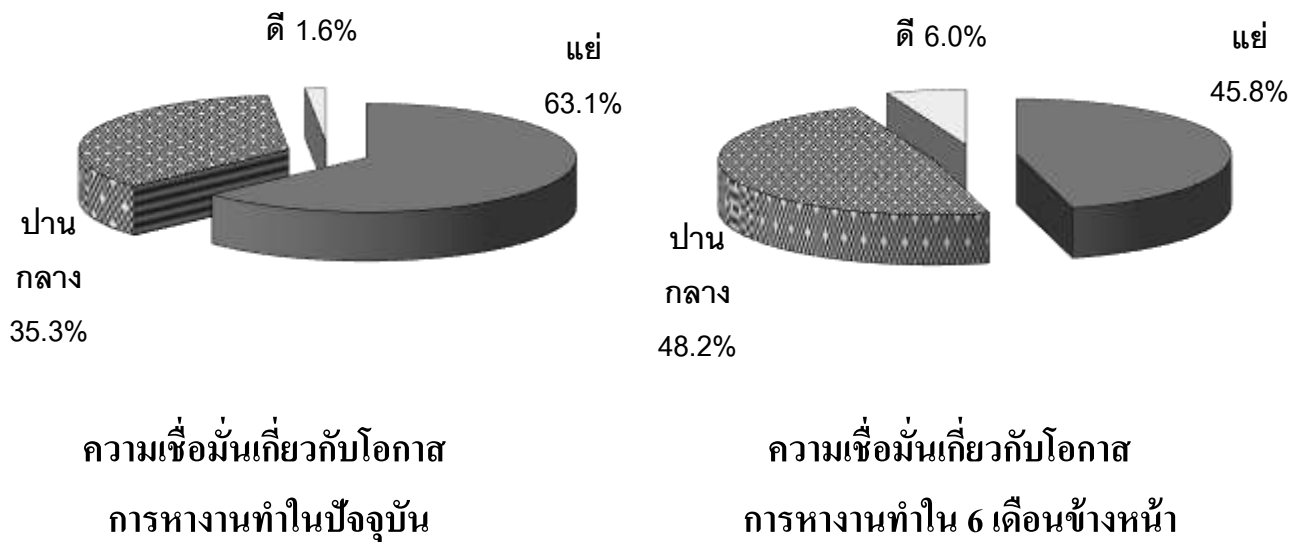
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



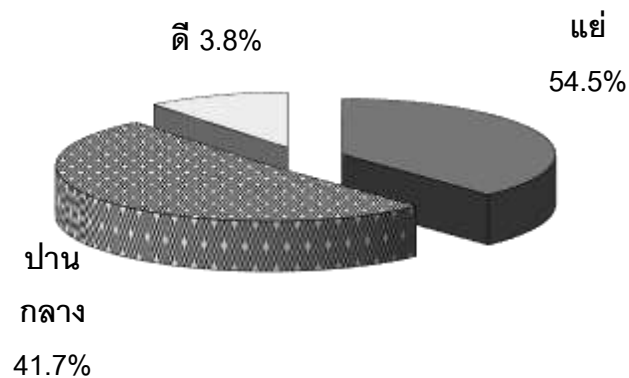
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 39.2

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



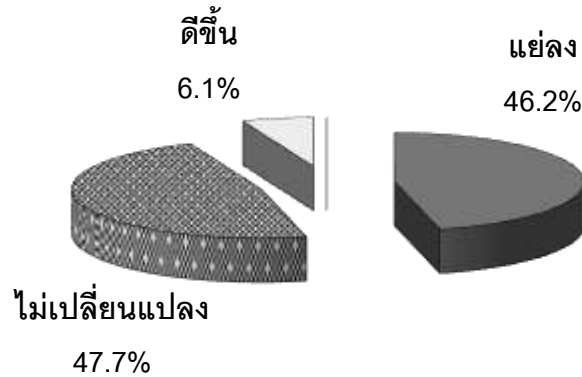
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 46.0

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่ยังมั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 56.4

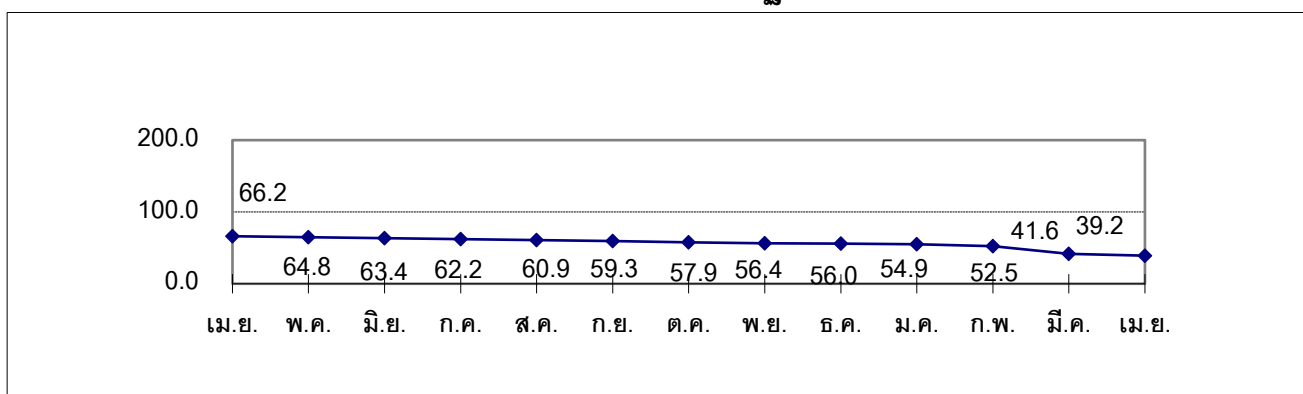
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมและเมษายน 2563

รายการ	มีนาคม 2563			เมษายน 2563		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	0.7	27.2	72.1	0.6	25.7	73.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	5.2	44.2	50.6	4.1	43.1	52.8
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	1.6	35.3	63.1	1.2	33.6	65.2
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	6.0	48.2	45.8	5.1	45.8	49.1
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	6.1	47.7	46.2	5.0	46.4	48.6
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	2.9	35.7	61.4	2.4	34.4	63.2
7. โอกาสในการหางานรวม	3.8	41.7	54.5	3.1	39.7	57.2

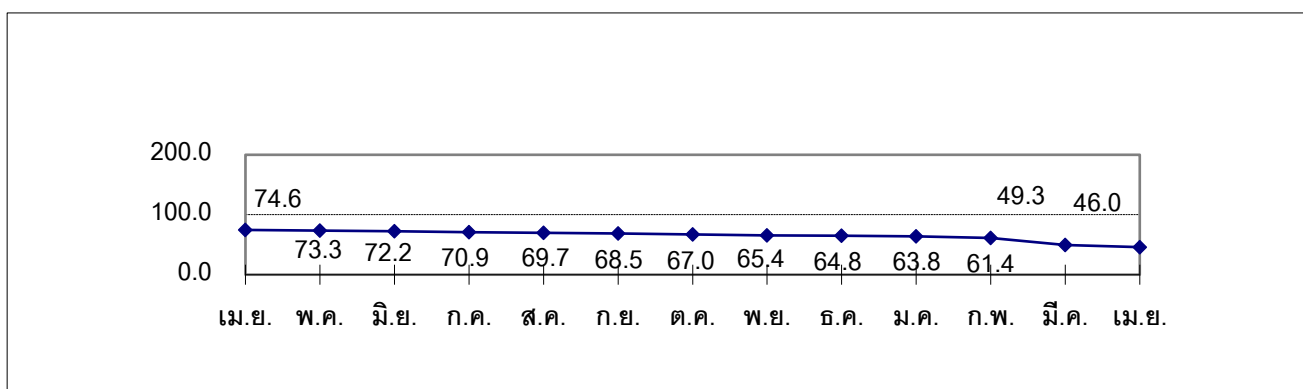
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงเมษายน 2563

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	56.4	56.0	54.9	52.5	41.6	39.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	65.4	64.8	63.8	61.4	49.3	46.0
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	85.6	84.2	83.0	80.4	59.9	56.4

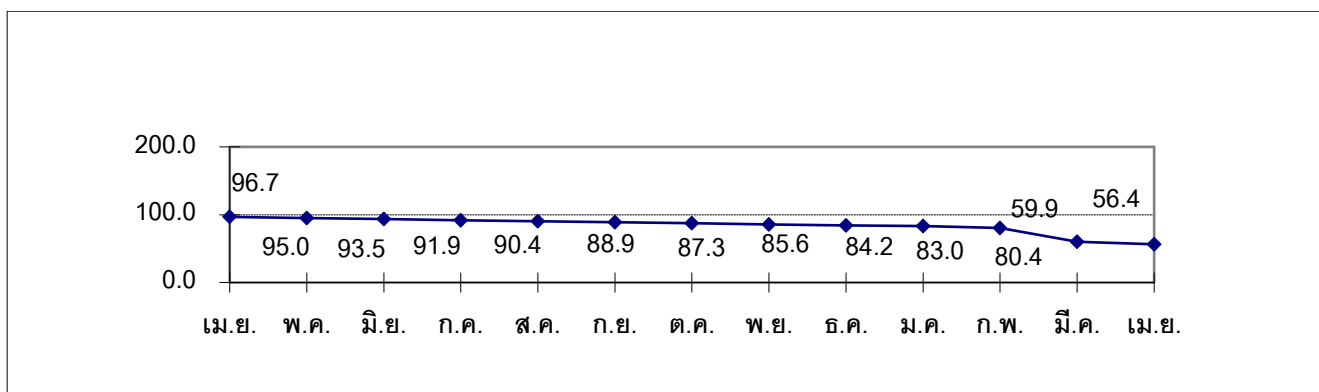
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



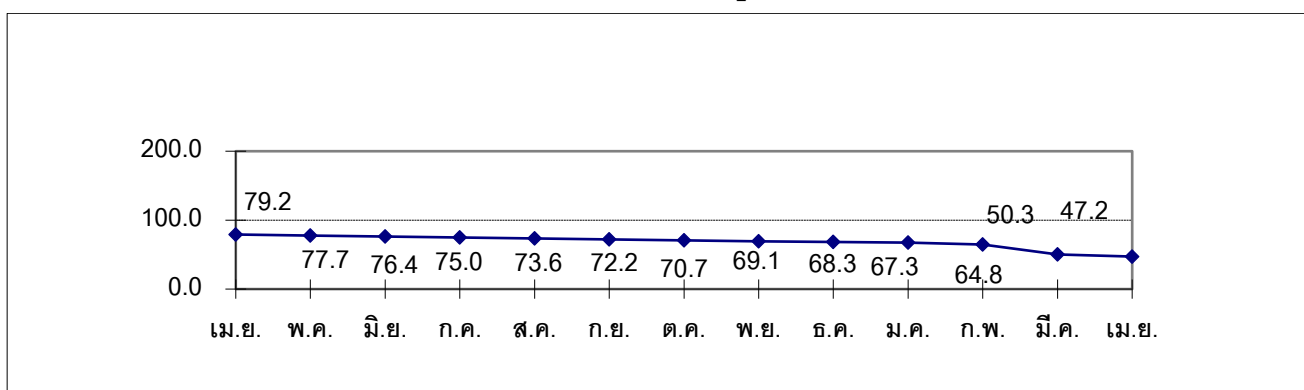
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



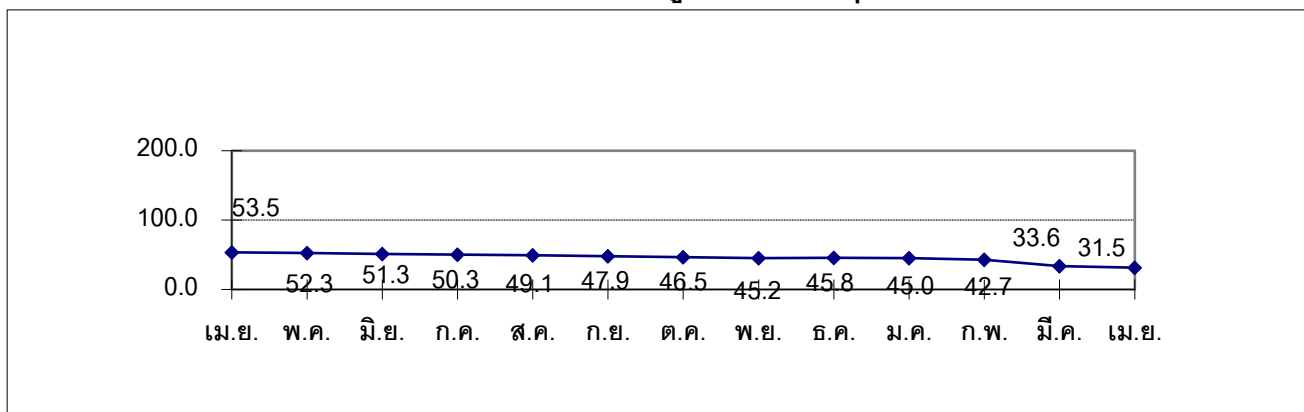
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนพฤศจิกายน 2562 ถึงเมษายน 2563

รายการ	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	69.1	68.3	67.3	64.8	50.3	47.2
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	45.2	45.8	45.0	42.7	33.6	31.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	79.6	78.1	76.8	74.3	58.2	54.6

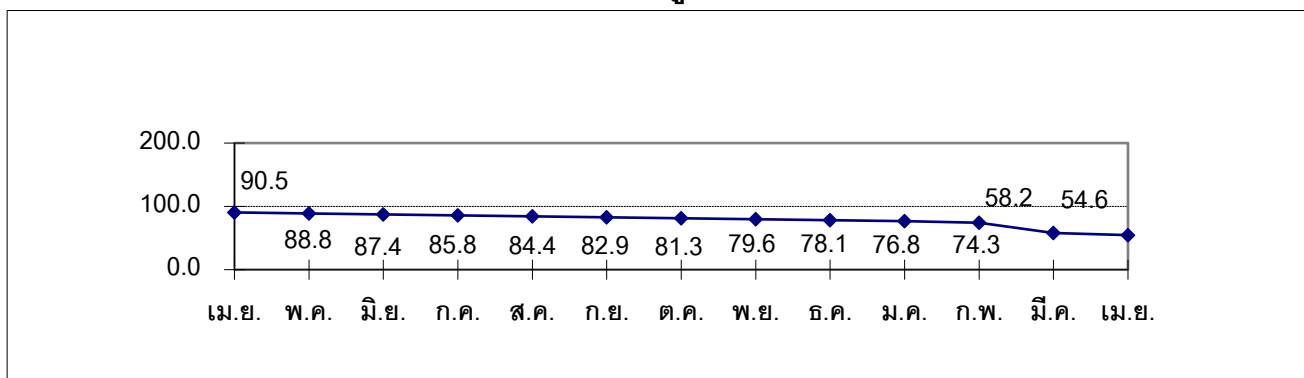
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2563

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2563 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,241 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.3 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.7 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.5 และ 50.5 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2563

ในเดือนเมษายน 2563 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. รัฐบาลดำเนินมาตรการดูแลและเยียวยาผลกระทบจากสถานการณ์ COVID-19 เพื่อช่วยเหลือประชาชนทั่วไป และผู้ประกอบการ
2. การส่งออกของไทยในเดือนมีนาคม 2563 มีมูลค่า 22,404.59 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.17 เป็นการขยายตัวในรอบ 8 เดือน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 20,812.51 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.25 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,592.08 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 3 เดือนแรกปี 2563 ส่งออกได้รวม 62,672.07 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.91 และมีการนำเข้ารวม 58,738.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.92 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 3,933.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
3. SET Index ในเดือนเมษายน 2563 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 175.80 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,125.86 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 เป็น 1,301.66 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน 2563
4. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.90 บาทต่อลิตร จากระดับ 18.58 และ 18.85 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 16.68 และ 16.95 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2563 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกันประมาณ 3.40 บาทต่อลิตร จากระดับ 20.79 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 มาอยู่ที่ระดับ 17.39 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2563

สำหรับปัจจัยลบในเดือนเมษายน 2563 ได้แก่

1. ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เนื่องจากสถานการณ์ตัวเลขผู้ติดเชื้อมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่งผลกระทบต่อการค้าเงินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในอนาคตโดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยว และบริการต่างๆ
2. รัฐบาลประกาศใช้ พ.ร.ก. บริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน มีผลบังคับวันที่ 26 มีนาคม 2563 เพื่อบริหารจัดการและควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 เช่น การสั่งปิดห้างสรรพสินค้าและสถานที่ต่างๆ ส่งผลให้เกิดการปิดกิจการ ยกเลิกการจ้างงาน มีแรงงานตกงาน ซึ่งได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ พร้อมทั้งได้มีการขยายระยะเวลาออกไปอีก 1 เดือน (1-31 พฤษภาคม 2563)
3. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยแล้งที่อาจส่งผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตรและการหารายได้ของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ
4. ราคาพืชผลทางการเกษตรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ โดยเฉพาะข้าวเปลือกเจ้า ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และมันสำปะหลัง ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรโดยส่วนใหญ่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก
5. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 32.108 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2563 เป็น 32.634 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2563 โดยส่วนหนึ่งเป็นผลจากความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของ COVID-19 แต่ก็ยังสะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลออกจากประเทศไทย
6. ผู้บริโภคมีความรู้สึกไม่สบายใจเกี่ยวกับเศรษฐกิจฟื้นตัวช้าและยังกระจุกตัว และผู้บริโภคยังมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2563

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 259 เดือนหรือ 21 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับวิกฤต COVID-19 ที่ระบาดอย่างหนักทั่วโลก ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวลงอย่างมากในปัจจุบันและในอนาคต ตลอดจนผู้บริโภคห่วงใยเกี่ยวกับภาวะการว่างงานสูง สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2563 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 259 เดือนหรือ 21 ปี 17 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากระดับ 41.6 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 39.2 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2563 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่า ภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.4% 34.4% และ 63.2% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.9% 35.7% และ 61.4% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมากแสดงว่า ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยที่อาจปรับตัวเข้าสู่ภาวะถดถอยเนื่องจากวิกฤต COVID-19 ทั่วโลก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 จากระดับ 28.6 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 27.0 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 253 เดือนหรือ 21 ปี 1 เดือนตั้งแต่เดือนเมษายน 2542 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 0.6% 25.7% และ 73.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 0.7% 27.2% และ 72.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกลัวว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายน 2563 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 259 เดือนหรือ 21 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2542 เป็นต้นมา จากระดับ 54.5 มาอยู่ที่ระดับ 51.4 โดยในเดือนเมษายน 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.1% 43.1% และ 52.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.2% 44.2% และ 50.6% ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
เมษายน 2562	66.2	48.2	84.3
พฤษภาคม 2562	64.8	47.0	82.6
มิถุนายน 2562	63.4	45.9	81.0
กรกฎาคม 2562	62.2	44.8	79.6
สิงหาคม 2562	60.9	43.5	78.2
กันยายน 2562	59.3	42.2	76.5
ตุลาคม 2562	57.9	40.9	74.8
พฤศจิกายน 2562	56.4	39.7	73.2
ธันวาคม 2562	56.0	40.4	71.7
มกราคม 2563	54.9	39.6	70.3
กุมภาพันธ์ 2563	52.5	37.3	67.7
มีนาคม 2563	41.6	28.6	54.5
เมษายน 2563	39.2	27.0	51.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2562	64.8	47.0	82.6
ไตรมาสที่ 3 2562	60.8	43.5	78.1
ไตรมาสที่ 4 2562	56.8	40.3	73.2
ไตรมาสที่ 1 2563	49.7	35.2	64.2
เมษายน 2563	39.2	27.0	51.4

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 254 เดือนหรือ 21 ปี 2 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากระดับ 49.3 สู่อันดับ 46.0 ในเดือนเมษายน 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.1% 39.7% และ 57.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.8% 41.7% และ 54.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจถดถอยลงจาก COVID-19

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนเมษายน 2563 ปรับตัวลดลง และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 250 เดือนหรือ 20 ปี 10 เดือน นับตั้งแต่เดือนกรกฎาคม 2542 เป็นต้นมา โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 38.5 ในเดือนก่อนสู่อันดับ 36.0 โดยในเดือนเมษายน 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.2% 33.6% และ 65.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.6% 35.3% และ 63.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ย่ำแย่ลงอย่างรวดเร็วเพราะ COVID-19

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 254 เดือนหรือ 21 ปี 2 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 จาก 60.2 เป็น 56.0 โดยในเดือนเมษายน 2563 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 5.1% 46.4% และ 48.6% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.1% 47.7% และ 46.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่อาจเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยในอนาคต

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
เมษายน 2562	74.6	58.8	90.5
พฤษภาคม 2562	73.3	57.7	89.0
มิถุนายน 2562	72.2	56.8	87.7
กรกฎาคม 2562	70.9	55.8	86.0
สิงหาคม 2562	69.7	54.7	84.7
กันยายน 2562	68.5	53.6	83.4
ตุลาคม 2562	67.0	52.2	81.8
พฤศจิกายน 2562	65.4	50.7	80.1
ธันวาคม 2562	64.8	51.2	78.4
มกราคม 2563	63.8	50.4	77.2
กุมภาพันธ์ 2563	61.4	48.1	74.8
มีนาคม 2563	49.3	38.5	60.2
เมษายน 2563	46.0	36.0	56.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2562	73.4	57.8	89.0
ไตรมาสที่ 3 2562	69.7	54.7	84.7
ไตรมาสที่ 4 2562	65.7	51.4	80.1
ไตรมาสที่ 1 2563	58.2	45.7	70.7
เมษายน 2563	46.0	36.0	56.0

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนเมษายน 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 259 เดือนหรือ 21 ปี 7 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา และยังคงเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 17 โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 59.9 สู่ระดับ 56.4 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2563 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 5.0% 46.4% และ 48.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 6.1% 47.7% และ 46.2% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 95.0% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับแย่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมากและต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ แสดงว่า ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
เมษายน 2562	96.7
พฤษภาคม 2562	95.0
มิถุนายน 2562	93.5
กรกฎาคม 2562	91.9
สิงหาคม 2562	90.4
กันยายน 2562	88.9
ตุลาคม 2562	87.3
พฤศจิกายน 2562	85.6
ธันวาคม 2562	84.2
มกราคม 2563	83.0
กุมภาพันธ์ 2563	80.4
มีนาคม 2563	59.9
เมษายน 2563	56.4

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 2 2562	95.1
ไตรมาสที่ 3 2562	90.4
ไตรมาสที่ 4 2562	85.7
ไตรมาสที่ 1 2563	74.5
เมษายน 2563	56.4

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนเมษายน 2563

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2563 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณโดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลง และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 251 เดือนหรือ 20 ปี 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2542 เป็นต้นมา จากระดับ 33.6 ในเดือนมีนาคม มาอยู่ที่ระดับ 31.5 ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 259 เดือนหรือ 21 ปี 7 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา จากระดับ 58.2 เป็นระดับ 54.6 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 259 เดือนหรือ 21 ปี 7 เดือน ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา โดยลดลงจากระดับ 50.3 เป็น 47.2

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
เมษายน 2562	79.2	53.5	90.5
พฤษภาคม 2562	77.7	52.3	88.8
มิถุนายน 2562	76.4	51.3	87.4
กรกฎาคม 2562	75.0	50.3	85.8
สิงหาคม 2562	73.6	49.1	84.4
กันยายน 2562	72.2	47.9	82.9
ตุลาคม 2562	70.7	46.5	81.3
พฤศจิกายน 2562	69.1	45.2	79.6
ธันวาคม 2562	68.3	45.8	78.1
มกราคม 2563	67.3	45.0	76.8
กุมภาพันธ์ 2563	64.8	42.7	74.3
มีนาคม 2563	50.3	33.6	58.2
เมษายน 2563	47.2	31.5	54.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2562	77.8	52.4	88.9
ไตรมาสที่ 3 2562	73.6	49.1	84.4
ไตรมาสที่ 4 2562	69.4	45.8	79.7
ไตรมาสที่ 1 2563	60.8	40.4	69.8
เมษายน 2563	47.2	31.5	54.6

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2563

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยส่วนใหญ่ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 259 เดือนหรือ 21 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2542 เป็นต้นมา

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 39.2 46.0 และ 56.4 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมีนาคม 2563 ที่อยู่ในระดับ 41.6 49.3 และ 59.9 ตามลำดับ ทั้งนี้ ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตอย่างมาก เนื่องจากการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละรายการปรับตัวลดลงอย่างมากต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 เพราะมีความกังวลในวิกฤต COVID-19 ในประเทศไทยและทั่วโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจไทยและการจ้างงานในปัจจุบันและในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคลดลงในที่สุด

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 14 และดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจในรอบ 21 ปี 7 เดือน โดยลดลงอย่างมากจากระดับ 50.3 เป็น 47.2 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมน่าจะปรับตัวเข้าสู่ภาวะถดถอยจากวิกฤต COVID-19 ทั่วโลก อาจส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต นอกจากนี้ปัญหายกยั้งยังซ้ำเติมปัญหาต่อภาคการเกษตรในหลายพื้นที่ ประกอบกับราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงมาก จากระดับ 33.6 ในเดือนมีนาคม มาอยู่ที่ระดับ 31.5 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 251 เดือนหรือ 20 ปี 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2542 เป็นต้นมา แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันแย่มากในมุมมองของผู้บริโภค ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลงอย่างมากเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 58.2 มาอยู่ที่ระดับ 54.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 21 ปี 7 เดือน สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่นอย่างมากเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงของดัชนีทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และยังปรับตัวลดลงมากในทุกรายการในเดือนนี้ นอกจากนี้ดัชนีความเชื่อมั่นโดยรวมยังปรับตัวลดลงอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์นับตั้งแต่ทำการสำรวจ 21 ปี 7 เดือน ดังนั้นคาดว่าผู้บริโภคยังคงชะลอการใช้จ่ายอย่างมากไปอย่างน้อย 3-6 เดือนนับจากนี้เป็นต้นไป จนกว่าสถานการณ์ COVID-19 จะคลายตัวลงและมีการเปิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจและธุรกิจอย่างกว้างขวาง พร้อมกับรัฐบาลออกมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจของที่เป็นรูปธรรมชัดเจนในการพลิกฟื้นเศรษฐกิจหลัง COVID-19 เพื่อฟื้นความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2563

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2563 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะภาคใต้ ภาคตะวันออก กรุงเทพฯ และปริมณฑล และภาคกลาง ที่ได้รับผลกระทบอย่างสูงจาก COVID19 โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและบริการ ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2563

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	27.0	25.4	28.3	29.6	27.4	25.7	29.0
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	51.4	48.1	55.4	54.6	49.4	51.1	57.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	36.0	33.7	36.0	39.0	32.3	40.2	40.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	56.0	55.2	59.0	58.5	53.0	56.2	55.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	56.4	57.1	57.1	59.6	55.3	49.8	58.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	39.2	36.8	41.9	42.1	38.4	38.4	43.1
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	46.0	44.5	47.5	48.8	42.7	48.2	48.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	47.2	46.1	48.8	50.2	45.5	45.5	49.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมีนาคม 2563	-3.1	-3.1	-2.7	-2.8	-3.1	-3.5	-3.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	31.5	29.6	32.2	34.3	29.9	33.0	34.8
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	54.6	53.5	57.2	57.6	52.6	52.4	57.0

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2563

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	28.6	27.2	29.5	30.8	29.2	27.5	30.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	54.5	51.4	58.1	57.4	52.4	54.7	60.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	38.5	36.2	38.3	41.2	34.6	43.1	43.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	60.2	59.7	62.8	62.4	57.2	60.8	59.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	59.9	60.4	60.3	62.8	58.8	53.7	61.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	41.6	39.3	43.8	44.1	40.8	41.1	45.6
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	49.3	48.0	50.6	51.8	45.9	52.0	51.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	50.3	49.2	51.6	52.9	48.5	48.9	53.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2563	-14.5	-15.4	-12.9	-12.8	-14.3	-14.7	-15.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	33.6	31.7	33.9	36.0	31.9	35.3	37.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	58.2	57.2	60.4	60.9	56.1	56.4	60.7

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2563

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	37.3	36.7	37.3	38.2	36.7	36.5	40.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	67.7	65.1	69.8	69.3	66.0	68.1	73.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	48.1	47.0	46.0	49.7	43.0	52.7	53.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	74.8	75.5	74.7	73.8	72.0	76.2	75.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	80.4	81.8	79.3	81.5	79.4	74.2	82.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	52.5	50.9	53.6	53.8	51.4	52.3	57.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	61.4	61.3	60.4	61.8	57.5	64.5	64.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	64.8	64.7	64.4	65.7	62.8	63.7	68.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	42.7	41.9	41.7	44.0	39.9	44.6	46.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	74.3	74.1	74.6	74.9	72.5	72.8	77.3

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ
และคณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย