



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

# UTCC's Consumer Index

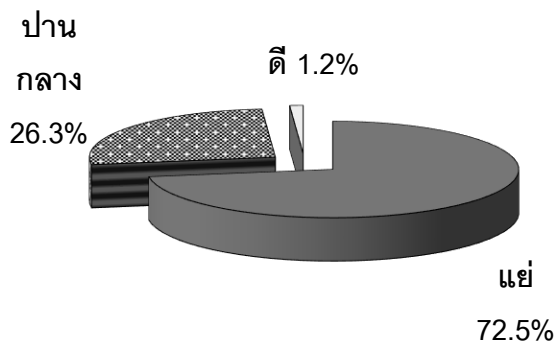
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

โทร. 0-2697-6340-1

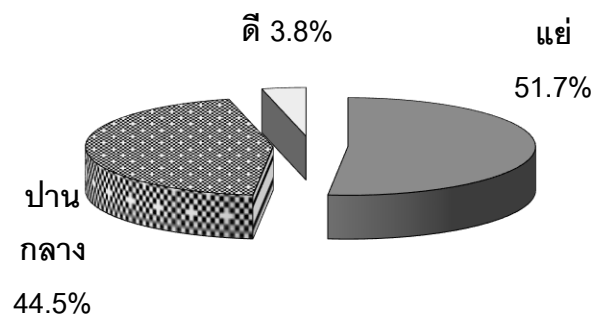
โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนเมษายน 2564  
ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงต่ำสุดเป็นประวัติการณ์เนื่องจากสถานการณ์โควิดระลอกที่ 3

### เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

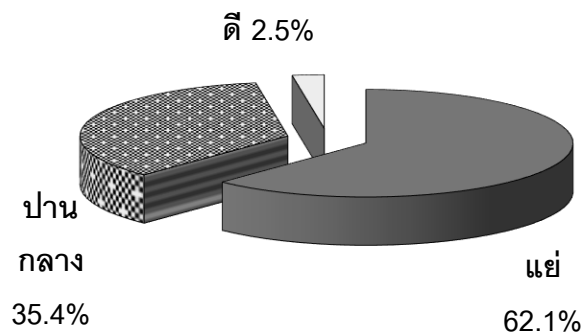


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ  
ใน 6 เดือนข้างหน้า

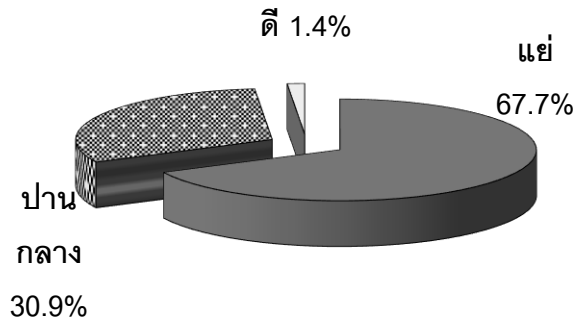
### ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับแย่



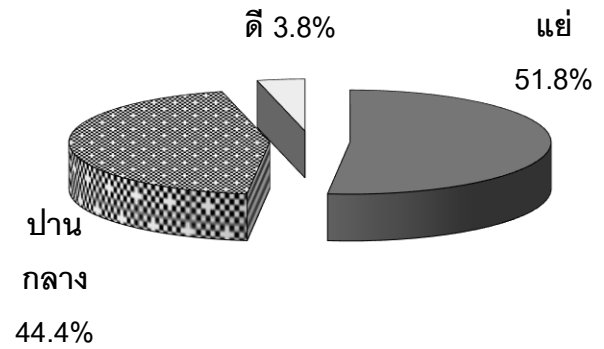
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 40.3

# ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

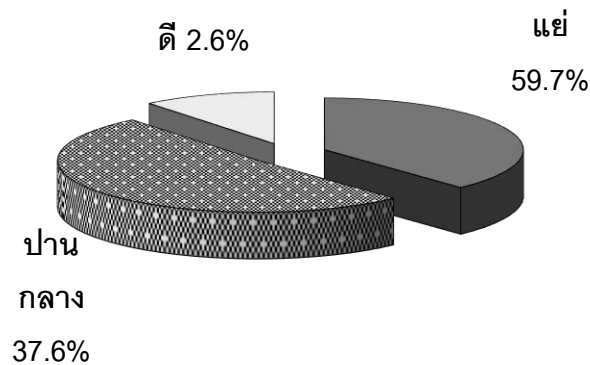


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส  
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

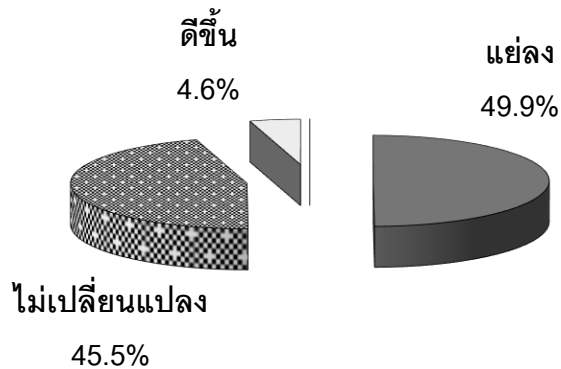
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับแย่



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 42.9

## ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะแย่ง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 54.7

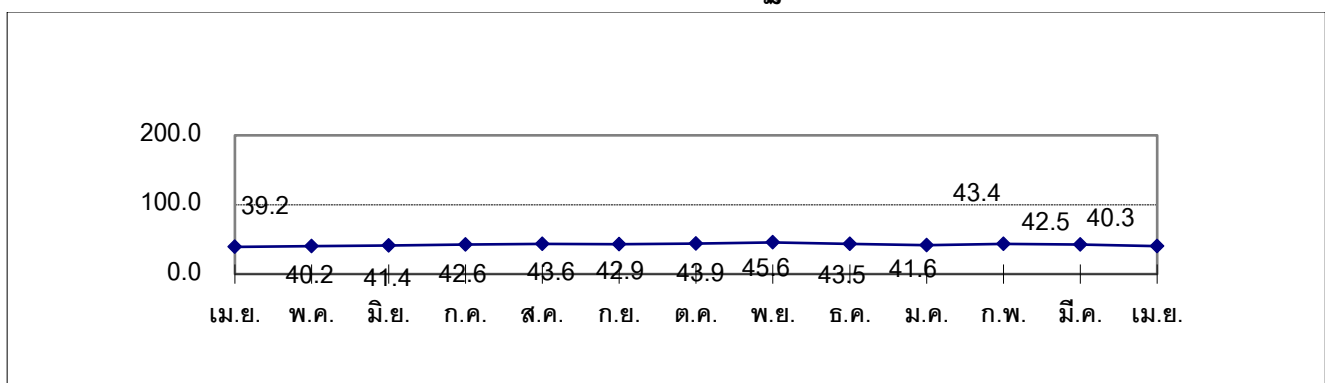
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคมและเมษายน 2564

| รายการ                                     | มีนาคม 2564   |                                |               | เมษายน 2564   |                                |               |
|--|---------------|--------------------------------|---------------|---------------|--------------------------------|---------------|
|  | ดี/<br>ดีขึ้น | ปานกลาง/<br>ไม่<br>เปลี่ยนแปลง | แย่ง/<br>แย่ง | ดี/<br>ดีขึ้น | ปานกลาง/<br>ไม่<br>เปลี่ยนแปลง | แย่ง/<br>แย่ง |
| 1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน                  | 1.6           | 27.1                           | 71.3          | 1.2           | 26.3                           | 72.5          |
| 2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า          | 4.6           | 45.5                           | 49.9          | 3.8           | 44.5                           | 51.7          |
| 3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน             | 1.9           | 31.8                           | 66.3          | 1.4           | 30.9                           | 67.7          |
| 4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน<br>ข้างหน้า | 4.7           | 45.6                           | 49.7          | 3.8           | 44.4                           | 51.8          |
| 5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า                | 6.0           | 45.8                           | 48.2          | 4.6           | 45.5                           | 49.9          |
| 6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม                      | 3.1           | 36.3                           | 60.6          | 2.5           | 35.4                           | 62.1          |
| 7. โอกาสในการหางานรวม                      | 3.3           | 38.7                           | 58.0          | 2.6           | 37.6                           | 59.7          |

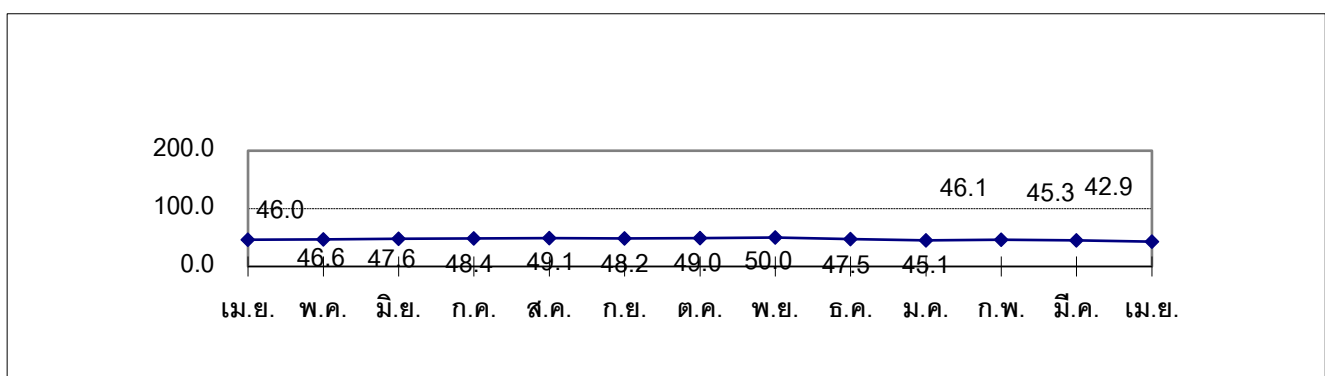
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึงเมษายน 2564

| รายการ  | พฤศจิกายน | ธันวาคม | มกราคม | กุมภาพันธ์ | มีนาคม | เมษายน |
|---|-----------|---------|--------|------------|--------|--------|
| 1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม  | 45.6      | 43.5    | 41.6   | 43.4       | 42.5   | 40.3   |
| 2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน | 50.0      | 47.5    | 45.1   | 46.1       | 45.3   | 42.9   |
| 3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต   | 61.6      | 59.2    | 56.8   | 58.7       | 57.7   | 54.7   |

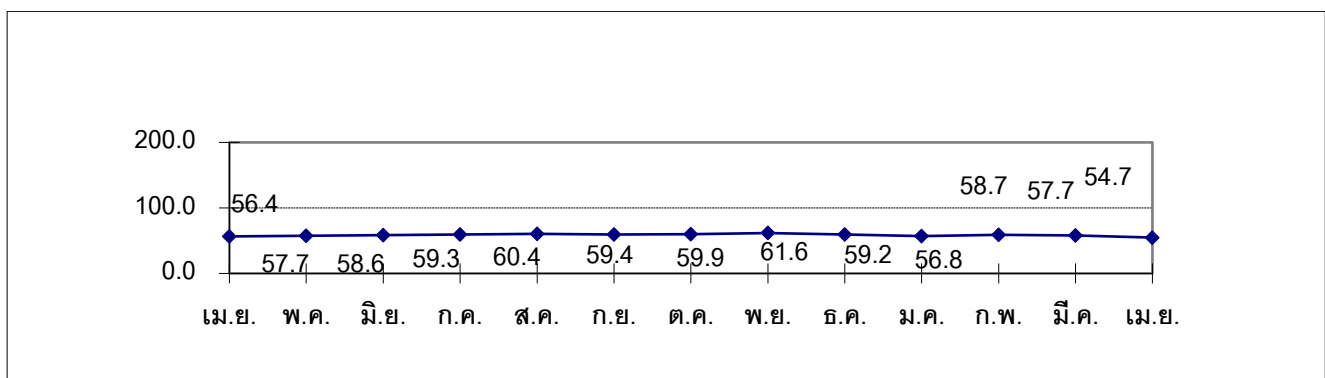
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



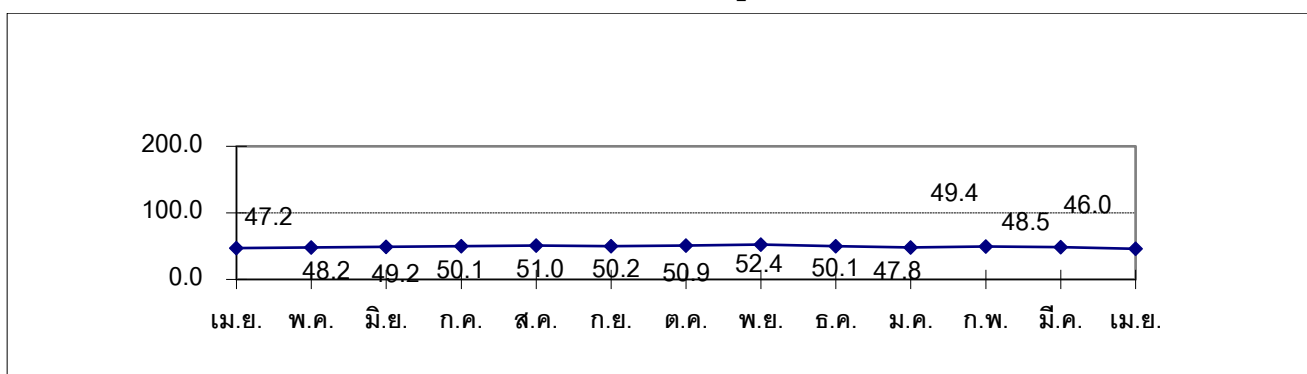
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



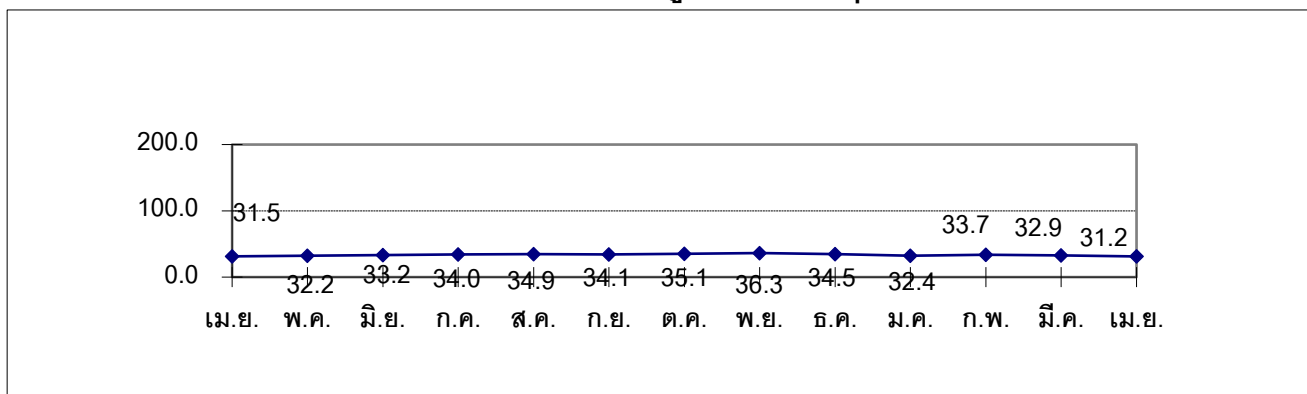
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนพฤศจิกายน 2563 ถึงเมษายน 2564

| รายการ                                      | พฤศจิกายน | ธันวาคม | มกราคม | กุมภาพันธ์ | มีนาคม | เมษายน |
|---|-----------|---------|--------|------------|--------|--------|
| 1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค           | 52.4      | 50.1    | 47.8   | 49.4       | 48.5   | 46.0   |
| 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน | 36.3      | 34.5    | 32.4   | 33.7       | 32.9   | 31.2   |
| 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต    | 60.1      | 57.4    | 55.1   | 56.8       | 55.8   | 52.9   |

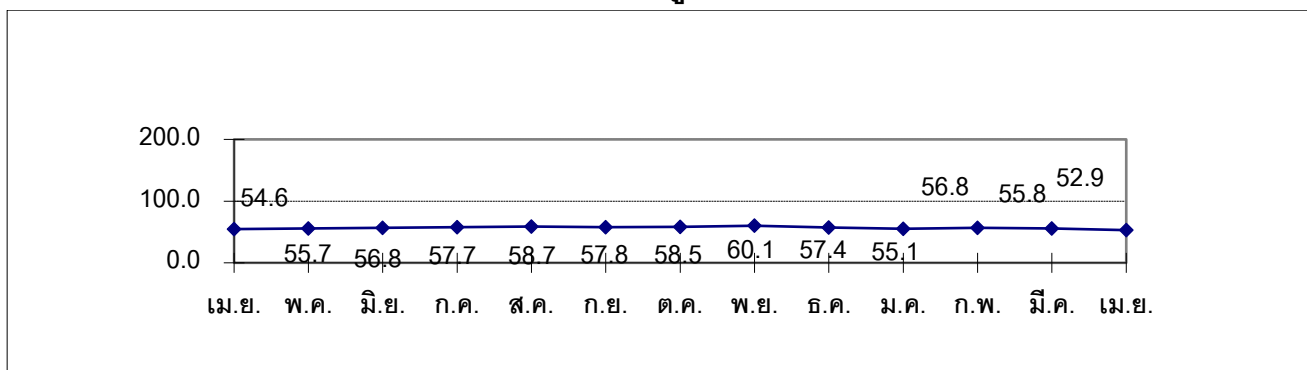
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2564 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,243 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชาย และเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.7 และ 50.3 ตามลำดับ

### การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

### ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2564

ในเดือนเมษายน 2564 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. ภาครัฐดำเนินมาตรการเพื่อสนับสนุนการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ประกอบด้วยโครงการ “เราชนะ” โครงการ “เรารักกัน” โครงการ “คนละครึ่ง” โครงการ “เราเที่ยวด้วยกัน” โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐมีส่วนช่วยกระตุ้นกำลังซื้อให้ปรับตัวดีขึ้นทั่วประเทศ
2. การส่งออกของไทยในเดือนมีนาคม 2564 มีมูลค่า 24,222.45 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.47 ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 23,511.65 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.12 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 710.80 ล้านดอลลาร์ฯ ทำให้ช่วง 3 เดือนแรกปี 2564 ส่งออกได้รวม 64,148.03 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.27 และมีการนำเข้ารวม 63,632.37 ล้านดอลลาร์ฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.37 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 515.66 ล้านดอลลาร์ฯ
3. ราคาพืชผลทางการเกษตรหลายรายการปรับตัวดีขึ้นหรือทรงตัวในระดับที่ดีโดยเฉพาะข้าว และยางพารา ส่งผลให้เกษตรกรเริ่มมีรายได้สูงขึ้น ทำให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้น

สำหรับปัจจัยลบในเดือนเมษายน 2564 ได้แก่

1. ความวิตกกังวลต่อการแพร่ระบาดของไวรัส COVID-19 ที่ยังมีการระบาดอยู่ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชาชน การทำธุรกิจ และภาวะเศรษฐกิจของประเทศในอนาคต โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและบริการต่างๆ

2. รัฐบาลออกมาตรการควบคุมการระบาดของโรคให้เข้มข้น และมาตรการควบคุมแบบบูรณาการ จำแนกตามเขตพื้นที่ ภายใต้ พ.ร.ก. บริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน เพื่อมิให้เหตุการณ์ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 อันเป็นสถานการณ์ฉุกเฉินที่ทวีความร้ายแรงมากขึ้น และให้สามารถยุติลงได้โดยเร็ว เช่น การปิดสถานบันเทิง ควบคุมเวลาการเปิดปิดห้างสรรพสินค้า/ร้านสะดวกซื้อ ร้านจำหน่ายอาหารหรือเครื่องดื่ม เป็นต้น พร้อมทั้งขอความร่วมมือประชาชนงดออกนอกเคหสถานในยามค่ำคืน

3. สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ปรับประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2564 โดยคาดว่าเศรษฐกิจไทย จะขยายตัวอยู่ที่ 2.3% ต่อปี (โดยมีช่วงคาดการณ์ที่ 1.8% ถึง 2.8%) ลดลงจากประมาณการเมื่อเดือนมกราคม 2564 ที่ 2.8% ต่อปี เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการระบาดระลอกใหม่ของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 ที่เกิดขึ้นในหลายประเทศ รวมถึงประเทศไทย ส่งผลกระทบต่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจของไทย การเดินทางระหว่างประเทศ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทย

4. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.60 บาทต่อลิตร จากระดับ 26.38 และ 26.65 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2564 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 26.98 และ 27.25 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2564 ตามลำดับ ส่วนราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ประมาณ 0.60 บาทต่อลิตร จากระดับ 26.49 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2564 มาอยู่ที่ระดับ 27.09 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2564

4. SET Index ในเดือนเมษายน 2564 ปรับตัวลดลง 4.08 จุด โดยปรับตัวลดลงจาก 1,587.21 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2564 เป็น 1,583.13 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน 2564

5. ความกังวลเกี่ยวกับเสถียรภาพทางการเมืองและสถานการณ์ทางการเมือง ตลอดจนการชุมนุมทางการเมือง ที่อาจส่งผลกระทบต่อประเทศไทยจะต้องเผชิญกับปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองเหมือนอดีตที่ผ่านมา

6. ผู้บริโภคมีความรู้สึกกังวลว่าเศรษฐกิจยังชะลอตัวลง ตลอดจนปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบัน ไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

7. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 30.789 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2564 เป็น 31.341 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2564 สะท้อนว่ามีการไหลออกสุทธิของเงินตราต่างประเทศ

## การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2564

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา เนื่องจากมีความกังวลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของในประเทศไทยในรอบที่ 3 ประกอบกับความกังวลในสถานการณ์ทางการเมืองที่มีเสถียรภาพน้อยลงและการฉีดวัคซีนให้กับประชาชนที่ล่าช้าส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าเศรษฐกิจไทยยังไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนักและขาดแรงกระตุ้นในการฟื้นตัว แม้ว่ามาตรการของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยเฉพาะโครงการ “เราชนะ” และโครงการต่างๆ จะมีส่วนช่วยกระตุ้นกำลังซื้อให้ปรับตัวดีขึ้นทั่วประเทศในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2564 มีดังนี้

### **1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม**

ในเดือนเมษายน 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 42.5 ในเดือนที่ผ่านมา สู่ระดับ 40.3 ซึ่งอยู่ในระดับซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2564 กลุ่มตัวอย่างเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 2.5% 35.4% และ 62.1% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.1% 36.3% และ 60.6% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 อย่างมากแสดงว่า ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวม เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยเนื่องจากสถานการณ์ COVID-19 ที่ยังคงแพร่ระบาดรอบใหม่ในไทยและทั่วโลก

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 30.3 ในเดือนก่อน สู่ระดับ 28.6 ซึ่งอยู่ในระดับกึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 11 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2563 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2564 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.2% 26.3% และ 72.5% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.6% 27.1% และ 71.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า โดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันมีภาวะที่แย่มาก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนเมษายน 2564 ปรับตัวลดลงจากระดับ 54.7 มาอยู่ที่ระดับ 52.1 ซึ่งอยู่ในระดับซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 12 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2563 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.8% 44.5% และ 51.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.6% 45.5% และ 49.9% ตามลำดับ



ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

| เดือน              | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ |                        |                     |
|--------------------|---|------------------------|---------------------|
|                    | ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม                      | ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน | ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต |
| เมษายน 2563        | 39.2                                    | 27.0                   | 51.4                |
| พฤษภาคม 2563       | 40.2                                    | 27.8                   | 52.6                |
| มิถุนายน 2563      | 41.4                                    | 28.8                   | 53.9                |
| กรกฎาคม 2563       | 42.6                                    | 29.9                   | 55.3                |
| สิงหาคม 2563       | 43.6                                    | 30.8                   | 56.5                |
| กันยายน 2563       | 42.9                                    | 30.2                   | 55.6                |
| ตุลาคม 2563        | 43.9                                    | 31.4                   | 56.5                |
| พฤศจิกายน 2563     | 45.6                                    | 32.8                   | 58.4                |
| ธันวาคม 2563       | 43.5                                    | 31.2                   | 55.8                |
| มกราคม 2564        | 41.6                                    | 29.5                   | 53.6                |
| กุมภาพันธ์ 2564    | 43.4                                    | 31.1                   | 55.7                |
| มีนาคม 2564        | 42.5                                    | 30.3                   | 54.7                |
| <b>เมษายน 2564</b> | <b>40.3</b>                             | <b>28.6</b>            | <b>52.1</b>         |

| ไตรมาส             | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย |                        |                     |
|--------------------|---|------------------------|---------------------|
|                    | ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม                            | ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน | ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต |
| 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                |
| ไตรมาสที่ 2 2563   | 40.3  | 27.9                   | 52.6                |
| ไตรมาสที่ 3 2563   | 43.5  | 30.8                   | 56.2                |
| ไตรมาสที่ 4 2563   | 44.4  | 31.8                   | 56.9                |
| ไตรมาสที่ 1 2564   | 42.5  | 30.3                   | 54.7                |
| <b>เมษายน 2564</b> | <b>40.3</b>                                   | <b>28.6</b>            | <b>52.1</b>         |

## 2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนเมษายน 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงจากระดับ 45.3 สู่ระดับ 42.9 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 266 เดือนหรือ 22 ปี 2 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 38.7% และ 58.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.3% 38.7% และ 58.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะแย่ลงตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังไม่ดีจากสถานการณ์ COVID-19

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนเมษายน 2564 ปรับตัวลดลงจากระดับ 35.6 ในเดือนก่อนสู่ระดับ 33.7 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 262 เดือนหรือ 21 ปี 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.4% 30.9% และ 67.7% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.9% 31.8% และ 66.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในปัจจุบันอยู่ในสถานการณ์ที่ไม่ปกติตามความเสี่ยงของภาวะเศรษฐกิจที่ไม่ดี

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจาก 55.0 เป็น 52.0 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 266 เดือนหรือ 22 ปี 2 เดือนนับตั้งแต่เดือนมีนาคม 2542 เป็นต้นมา ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.8% 44.4% และ 49.9% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า โอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.6% 45.5% และ 49.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่เห็นว่าภาวะการจ้างงานในอนาคตจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวช้า

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

| เดือน              | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ |                      |                   |
|--------------------|--|----------------------|-------------------|
|                    | การหางานทำโดยรวม                             | การหางานทำในปัจจุบัน | การหางานทำในอนาคต |
| เมษายน 2563        | 46.0   | 36.0                 | 56.0              |
| พฤษภาคม 2563       | 46.6   | 36.5                 | 56.7              |
| มิถุนายน 2563      | 47.6   | 37.5                 | 57.7              |
| กรกฎาคม 2563       | 48.4   | 38.2                 | 58.6              |
| สิงหาคม 2563       | 49.1   | 39.0                 | 59.3              |
| กันยายน 2563       | 48.2   | 38.0                 | 58.4              |
| ตุลาคม 2563        | 49.0   | 38.9                 | 59.0              |
| พฤศจิกายน 2563     | 50.0   | 39.8                 | 60.3              |
| ธันวาคม 2563       | 47.5   | 37.7                 | 57.4              |
| มกราคม 2564        | 45.1   | 35.3                 | 54.8              |
| กุมภาพันธ์ 2564    | 46.1   | 36.2                 | 56.0              |
| มีนาคม 2564        | 45.3   | 35.6                 | 55.0              |
| <b>เมษายน 2564</b> | <b>42.9</b>                                  | <b>33.7</b>          | <b>52.0</b>       |

| ไตรมาส             | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย |                      |                   |
|--------------------|--|----------------------|-------------------|
|                    | การหางานทำโดยรวม                                   | การหางานทำในปัจจุบัน | การหางานทำในอนาคต |
| 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              |
| ไตรมาสที่ 2 2563   | 46.7   | 36.7                 | 56.8              |
| ไตรมาสที่ 3 2563   | 48.8   | 38.6                 | 58.9              |
| ไตรมาสที่ 4 2563   | 48.8   | 38.8                 | 58.9              |
| ไตรมาสที่ 1 2564   | 45.5   | 35.7                 | 55.3              |
| <b>เมษายน 2564</b> | <b>42.9</b>  | <b>33.7</b>          | <b>52.0</b>       |

### 3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนเมษายน 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงจากระดับ 57.7 สู่ระดับ 54.7 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา และยังคงเป็นการปรับตัวลดลงกว่าระดับ 100 ต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 27 ทั้งนี้ในเดือนเมษายน 2564 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และ แ่ลง ประมาณ 4.6% 45.5% และ 49.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนมีนาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และ แ่ลง ประมาณ 6.0% 45.8% และ 48.2% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 95.4% เห็นว่ารายได้ในช่วง 6 เดือนข้างหน้าจะอยู่ในระดับ แ่ลงและไม่เปลี่ยนแปลง แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตอยู่ในระดับที่เหมาะสมต่อการใช้จ่ายใช้สอยในระดับที่ต่ำลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ห่างจากระดับ 100 อย่างมาก แสดงว่า ผู้บริโภคขาดความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับปกติ ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยอย่างมากในช่วง 3-6 เดือนข้างหน้า

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

| เดือน           | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต |
|-----------------|--|
| เมษายน 2563     | 56.4                                     |
| พฤษภาคม 2563    | 57.7                                     |
| มิถุนายน 2563   | 58.6                                     |
| กรกฎาคม 2563    | 59.3                                     |
| สิงหาคม 2563    | 60.4                                     |
| กันยายน 2563    | 59.4                                     |
| ตุลาคม 2563     | 59.9                                     |
| พฤศจิกายน 2563  | 61.6                                     |
| ธันวาคม 2563    | 59.2                                     |
| มกราคม 2564     | 56.8                                     |
| กุมภาพันธ์ 2564 | 58.7                                     |
| มีนาคม 2564     | 57.7                                     |
| เมษายน 2564     | 54.7                                     |

| ไตรมาส           | ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย |
|------------------|--|
| 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   |
| ไตรมาสที่ 2 2563 | 57.6   |
| ไตรมาสที่ 3 2563 | 59.9   |
| ไตรมาสที่ 4 2563 | 60.3   |
| ไตรมาสที่ 1 2564 | 57.7   |
| เมษายน 2564      | 54.7   |

#### ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนเมษายน 2564

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2564 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่าดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแบ่งตามระยะเวลาปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 32.9 มาอยู่ที่ระดับ 31.2 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 264 เดือนหรือ 22 ปี นับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2542 เป็นต้นมา ขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 55.8 มาอยู่ที่ระดับ 52.9 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 48.5 เป็น 46.0 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

| เดือน              | ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค |             |             |
|--------------------|--------------------------------|-------------|-------------|
|                    | โดยรวม                         | ในปัจจุบัน  | ในอนาคต     |
| เมษายน 2563        | 47.2                           | 31.5        | 54.6        |
| พฤษภาคม 2563       | 48.2                           | 32.2        | 55.7        |
| มิถุนายน 2563      | 49.2                           | 33.2        | 56.8        |
| กรกฎาคม 2563       | 50.1                           | 34.0        | 57.7        |
| สิงหาคม 2563       | 51.0                           | 34.9        | 58.7        |
| กันยายน 2563       | 50.2                           | 34.1        | 57.8        |
| ตุลาคม 2563        | 50.9                           | 35.1        | 58.5        |
| พฤศจิกายน 2563     | 52.4                           | 36.3        | 60.1        |
| ธันวาคม 2563       | 50.1                           | 34.5        | 57.4        |
| มกราคม 2564        | 47.8                           | 32.4        | 55.1        |
| มีนาคม 2564        | 49.4                           | 33.7        | 56.8        |
| มีนาคม 2564        | 48.5                           | 32.9        | 55.8        |
| <b>เมษายน 2564</b> | <b>46.0</b>                    | <b>31.2</b> | <b>52.9</b> |

| ไตรมาส             | ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย |             |             |
|--------------------|--------------------------------------|-------------|-------------|
|                    | โดยรวม                               | ในปัจจุบัน  | ในอนาคต     |
| 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        |
| ไตรมาสที่ 2 2563   | 48.2                                 | 32.3        | 55.7        |
| ไตรมาสที่ 3 2563   | 50.7                                 | 34.7        | 58.3        |
| ไตรมาสที่ 4 2563   | 51.1                                 | 35.3        | 58.7        |
| ไตรมาสที่ 1 2564   | 48.6                                 | 33.0        | 55.9        |
| <b>เมษายน 2564</b> | <b>46.0</b>                          | <b>31.2</b> | <b>52.9</b> |

## สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนเมษายน 2564

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2564 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการ โดยเฉพาะดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา เนื่องจากมีความกังวลในสถานการณ์การแพร่ระบาดของในประเทศไทยในรอบที่ 3 ประกอบกับความกังวลในสถานการณ์ทางการเมืองที่มีเสถียรภาพน้อยลงและการฉีดวัคซีนให้กับประชาชนที่ล่าช้าส่งผลให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเศรษฐกิจไทยยังไม่ฟื้นตัวขึ้นมากนักและขาดแรงกระตุ้นในการฟื้นตัว แม้ว่ามาตรการของรัฐบาลในการกระตุ้นเศรษฐกิจโดยเฉพาะโครงการ “เราชนะ” และโครงการต่างๆ จะมีส่วนช่วยกระตุ้นกำลังซื้อให้ปรับตัวดีขึ้นทั่วประเทศในระดับหนึ่งแล้วก็ตาม

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 40.3 42.9 และ 54.7 ตามลำดับ โดยปรับตัวลดลงทุกรายการเมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนมีนาคม ที่อยู่ในระดับ 42.5 45.3 และ 57.7 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ดัชนียังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มีความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตอย่างมาก เพราะมีความกังวลในวิกฤต COVID-19 รอบใหม่ในประเทศไทยและทั่วโลก ส่งผลกระทบให้เศรษฐกิจไทยและการจ้างงานมีโอกาสปรับตัวแย่ลงได้ในอนาคต ซึ่งจะทำให้รายได้ในอนาคตของผู้บริโภคลดลงในที่สุด

การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการในเดือนนี้ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงจากระดับ 48.5 เป็น 46.0 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังคงย่ำแย่จากวิกฤต COVID-19 ในประเทศไทยและทั่วโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบในเชิงลบอย่างมากต่อกำลังซื้อภายในประเทศ ภาคการท่องเที่ยว ภาคการส่งออก ธุรกิจโดยทั่วไป และการจ้างงานในอนาคต โดยบั่นทอนความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้งในปัจจุบันและในอนาคตได้อย่างต่อเนื่องในระยะอันใกล้

ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงจากระดับ 32.9 มาอยู่ที่ 31.2 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 264 เดือนหรือ 22 ปี นับตั้งแต่เดือนพฤษภาคม 2542 เป็นต้นมา แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันแย่มากในมุมมองของผู้บริโภค และดัชนีความเชื่อมั่นในอนาคตก็ปรับตัวลดลงเช่นเดียวกัน โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 55.8 มาอยู่ที่ระดับ 52.9 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ในรอบ 271 เดือนหรือ 22 ปี 7 เดือนนับตั้งแต่ทำการสำรวจในเดือนตุลาคม 2541 เป็นต้นมา และอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าปกติ (คือ 100) สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นอย่างมากเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในอนาคต

การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงอีกครั้งท่ามกลางความกังวลเกี่ยวกับการแพร่ระบาดของโคโรนาไวรัสใหม่ แสดงว่าผู้บริโภคยังคงวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์โควิดในประเทศไทยและในโลกว่าจะส่งผลกระทบต่อการทำงานของเศรษฐกิจไทย ส่งผลให้ผู้บริโภคจะระมัดระวังการใช้จ่ายใช้สอยในช่วงนี้ อย่างไรก็ตามต้องติดตามการแพร่กระจายของโคโรนาไวรัสใหม่ว่าจะเกิดขึ้นมากน้อยแค่ไหน รุนแรงเพียงใด และรัฐบาลจะมีมาตรการป้องกันและแก้ไขปัญหาอย่างไร รวมถึงจะมีการ Lockdown ในจังหวัดต่างๆ มากน้อยเพียงใด จะคลี่คลายลงเมื่อไร และจะมีการฉีดวัคซีนได้รวดเร็วแค่ไหน จะมีผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคตได้ และอาจส่งผลให้เศรษฐกิจไทยในปีนี้อาจขยายตัว 0.0-1.5% ได้

## ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2564

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2564 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้ว จะพบว่า ความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมในภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงทุกรายการในทุกภูมิภาค โดยเฉพาะกทม.และปริมณฑลภาคใต้ และภาคตะวันออก ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2564

| ดัชนีความเชื่อมั่น   | ประเทศ      | กทม. และ<br>ปริมณฑล | เหนือ       | ตะวันออก<br>เฉียงเหนือ | กลาง        | ใต้         | ตะวันออก    |
|--|-------------|---------------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน                        | 28.6        | 26.6                | 31.0        | 31.2                   | 30.3        | 25.5        | 31.6        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต                           | 52.1        | 49.2                | 56.5        | 55.6                   | 50.1        | 49.4        | 58.2        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน                    | 33.7        | 31.1                | 34.3        | 37.8                   | 30.6        | 36.3        | 38.5        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต                       | 52.0        | 51.1                | 55.8        | 55.7                   | 49.7        | 50.7        | 51.4        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต                             | 54.7        | 55.5                | 55.9        | 58.2                   | 53.9        | 46.2        | 56.8        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม                                     | 40.3        | 37.9                | 43.8        | 43.4                   | 40.2        | 37.5        | 44.9        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม                                 | 42.9        | 41.1                | 45.1        | 46.8                   | 40.2        | 43.5        | 45.0        |
| <b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>                                | <b>46.0</b> | <b>44.8</b>         | <b>48.2</b> | <b>49.5</b>            | <b>44.8</b> | <b>42.4</b> | <b>48.9</b> |
| <b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนมีนาคม 2564</b> | <b>-2.5</b> | <b>-2.8</b>         | <b>-2.3</b> | <b>-2.3</b>            | <b>-2.3</b> | <b>-2.6</b> | <b>-2.4</b> |
| ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน                             | 31.2        | 28.9                | 32.7        | 34.5                   | 30.5        | 30.9        | 35.1        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต                                | 52.9        | 51.9                | 56.1        | 56.5                   | 51.2        | 48.8        | 55.5        |



ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2564

| ดัชนีความเชื่อมั่น  | ประเทศ      | กทม. และ<br>ปริมณฑล | เหนือ       | ตะวันออก<br>เฉียงเหนือ | กลาง        | ใต้         | ตะวันออก    |
|---|-------------|---------------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน                     | 30.3        | 28.5                | 32.6        | 32.7                   | 32.0        | 27.3        | 33.2        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต                        | 54.7        | 52.0                | 58.7        | 58.0                   | 52.7        | 52.0        | 60.7        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน                 | 35.6        | 33.1                | 35.8        | 39.3                   | 32.4        | 38.1        | 40.4        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต                    | 55.0        | 54.3                | 58.6        | 58.6                   | 52.0        | 53.9        | 54.5        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต                          | 57.7        | 58.8                | 58.6        | 61.0                   | 56.5        | 49.3        | 59.5        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม                                  | 42.5        | 40.3                | 45.7        | 45.4                   | 42.4        | 39.7        | 47.0        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม                              | 45.3        | 43.7                | 47.2        | 49.0                   | 42.2        | 46.0        | 47.5        |
| <b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>                             | <b>48.5</b> | <b>47.6</b>         | <b>50.5</b> | <b>51.8</b>            | <b>47.0</b> | <b>45.0</b> | <b>51.3</b> |
| ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2564 | -0.9        | -0.9                | -0.5        | -0.9                   | -0.9        | -1.0        | -1.0        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน                          | 32.9        | 30.8                | 34.2        | 36.0                   | 32.2        | 32.7        | 36.8        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต                             | 55.8        | 55.0                | 58.6        | 59.2                   | 53.7        | 51.7        | 58.2        |

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2564

| ดัชนีความเชื่อมั่น                                | ประเทศ      | กทม. และ<br>ปริมณฑล | เหนือ       | ตะวันออก<br>เฉียงเหนือ | กลาง        | ใต้         | ตะวันออก    |
|---|-------------|---------------------|-------------|------------------------|-------------|-------------|-------------|
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน     | 31.1        | 29.3                | 33.1        | 33.7                   | 32.7        | 28.1        | 34.0        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต        | 55.7        | 53.1                | 59.2        | 59.0                   | 53.7        | 53.1        | 61.8        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน | 36.2        | 33.8                | 36.3        | 40.0                   | 33.1        | 38.9        | 41.1        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต    | 56.0        | 55.3                | 59.0        | 59.4                   | 53.0        | 55.0        | 55.6        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต          | 58.7        | 59.8                | 59.1        | 62.0                   | 57.5        | 50.4        | 60.7        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม                  | 43.4        | 41.2                | 46.2        | 46.4                   | 43.2        | 40.6        | 47.9        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม              | 46.1        | 44.6                | 47.7        | 49.7                   | 43.1        | 47.0        | 48.4        |
| <b>ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค</b>             | <b>49.4</b> | <b>48.5</b>         | <b>51.0</b> | <b>52.7</b>            | <b>47.9</b> | <b>46.0</b> | <b>52.3</b> |
| ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน          | 33.7        | 31.6                | 34.7        | 36.9                   | 32.9        | 33.5        | 37.6        |
| ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต             | 56.8        | 56.1                | 59.1        | 60.1                   | 54.7        | 52.8        | 59.4        |

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ  
และคณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย