ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคเดือนเมษายน 2569 ปรับลดลง ท่ามกลางแรงกดดันด้านต้นทุนพลังงานจากสถานการณ์ความขัดแย้งในตะวันออกกลาง

นายนันทพงษ์ จิระเลิศพงษ์ ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (ผอ.สนค.) เปิดเผยผลสำรวจความคิดเห็นของประชาชน จำนวน 5,321 ราย ซึ่งครอบคลุมประชาชนทั่วประเทศ พบว่า **ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนเมษายน 2569 อยู่ที่ระดับ 45.0** ปรับตัวลดลงต่อเนื่องและอยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น จากแรงกดดันของเศรษฐกิจในประเทศที่ยังคงมีทิศทางของการฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ควบคู่กับราคาพลังงานที่ยังอยู่ในระดับสูงจากสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลาง ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนและราคาสินค้า ขณะที่กำลังซื้อยังฟื้นตัวได้จำกัด อย่างไรก็ดี ภาคการท่องเที่ยวและการส่งออกยังช่วยประคับประคองเศรษฐกิจ โดยภาครัฐมีการติดตามสถานการณ์อย่างใกล้ชิดและดำเนินมาตรการอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคโดยรวม เดือนเมษายน 2569 อยู่ที่ระดับ 45.0 ปรับตัวลดลงจากระดับ 45.5 ในเดือนก่อนหน้า ซึ่งเป็นการปรับลดลงมาอยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น (ต่ำกว่าระดับ 50) ติดต่อกันเป็นเดือนที่สอง สำหรับ**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในปัจจุบัน อยู่ที่ระดับ 35.0** ปรับตัวลดลงจากระดับ 36.8 ในเดือนก่อนหน้าและยังคงอยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น โดยปัจจัยสำคัญที่ลดทอนความเชื่อมั่นของประชาชนมาจาก (1) ภาวะเศรษฐกิจไทยโดยรวมที่ยังขยายตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป (2) ราคาพลังงานที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง จากสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลางที่ยืดเยื้อและมีความไม่แน่นอน ส่งผ่านมายังต้นทุนการผลิตและราคาสินค้าอุปโภคบริโภคให้ปรับตัวสูงขึ้น ขณะเดียวกันกำลังซื้อของประชาชนยังฟื้นตัวในกรอบที่จำกัด ประกอบกับภาคธุรกิจต้องเผชิญกับต้นทุนเพิ่มขึ้นแต่ไม่สามารถปรับราคาขายได้เต็มที่ (3) หนี้สินของภาคครัวเรือนและภาคธุรกิจยังอยู่ในระดับสูง และ (4) ภาคเกษตรเผชิญกับต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นและความผันผวนของราคาผลผลิต อย่างไรก็ดี ยังมีปัจจัยที่ช่วยพยุงเศรษฐกิจในภาพรวม อาทิ การฟื้นตัวของภาคการท่องเที่ยวที่ได้รับแรงหนุนจากช่วงเทศกาลและการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และภาคการส่งออกที่ยังขยายตัวได้ดี ซึ่งมีส่วนช่วยประคับประคองกิจกรรมทางเศรษฐกิจท่ามกลางแรงกดดันรอบด้าน ส่วน**ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในอนาคต (3 เดือนข้างหน้า) อยู่ที่ระดับ 51.7** ปรับตัวสูงขึ้นจากระดับ 51.2 ในเดือนก่อนหน้า และยังอยู่ในช่วงเชื่อมั่น โดยมีปัจจัยสนับสนุนจากความคาดหวังของประชาชนต่อมาตรการของภาครัฐในการกระตุ้นเศรษฐกิจและบรรเทาภาระค่าครองชีพ ซึ่งอาจช่วยเพิ่มกำลังซื้อได้ในระยะสั้น ทั้งนี้ หากสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลางมีแนวโน้มคลี่คลาย และราคาน้ำมันปรับลดลงอย่างต่อเนื่อง จะเอื้อต่อการลดลงของต้นทุนในระบบเศรษฐกิจ ส่งผลให้เศรษฐกิจมีโอกาสค่อย ๆ ฟื้นตัว และช่วยให้ระดับความเชื่อมั่นปรับตัวดีขึ้นในระยะถัดไป

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภค พบว่า ด้านเศรษฐกิจไทยส่งผลต่อความเชื่อมั่นผู้บริโภคมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 32.25 รองลงมา คือ ผลจากราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ร้อยละ 30.61 เศรษฐกิจโลก ร้อยละ 14.32 มาตรการของภาครัฐ ร้อยละ 9.21 ราคาสินค้าเกษตร ร้อยละ 4.53 สังคม/ความมั่นคง ร้อยละ 3.48 การเมือง ร้อยละ 3.10 ปัจจัยอื่น ๆ ร้อยละ 2.03 และ ภัยพิบัติ/โรคระบาด ร้อยละ 0.47 ตามลำดับ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายภูมิภาค จำนวน 5 ภูมิภาค พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในทุกภูมิภาคยังคงอยู่ในระดับไม่เชื่อมั่น โดยกรุงเทพมหานครและปริมณฑล อยู่ที่ระดับ 49.7 ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ที่ระดับ 46.8 ภาคใต้อยู่ที่ระดับ 44.5 ภาคเหนือ อยู่ที่ระดับ 43.2 และภาคกลาง อยู่ที่ระดับ 43.1

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคจำแนกรายอาชีพ จำนวน 7 อาชีพ พบว่า ทุกกลุ่มอาชีพอยู่ในระดับไม่เชื่อมั่น โดยพนักงานของรัฐ อยู่ที่ระดับ 48.9 ผู้ประกอบการ อยู่ที่ระดับ 46.8 พนักงานเอกชน อยู่ที่ระดับ 45.5 ไม่ได้ทำงาน/บำนาญ อยู่ที่ระดับ 45.3 นักศึกษา อยู่ที่ระดับ 43.1 อาชีพรับจ้างอิสระ อยู่ที่ระดับ 42.9 และเกษตรกร อยู่ที่ระดับ 42.8 เช่นเดียวกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคยังคงอยู่ในระดับไม่เชื่อมั่นและปรับตัวลดลงมาอยู่ในระดับ 30.6 ในเดือนปัจจุบัน

นายนันทพงษ์ฯ กล่าวทิ้งท้ายว่า การปรับลดลงอย่างต่อเนื่องของดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคในเดือนเมษายน 2569 นี้ สะท้อนถึงแรงกดดันทางเศรษฐกิจที่ยังคงมีอยู่ ทั้งจากภาวะเศรษฐกิจในประเทศที่ฟื้นตัวไม่เต็มที่ และปัจจัยภายนอก โดยเฉพาะสถานการณ์ความขัดแย้งในภูมิภาคตะวันออกกลางที่ส่งผลต่อราคาพลังงานและต้นทุนในระบบเศรษฐกิจ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาโครงสร้างปัจจัยที่มีผลต่อความเชื่อมั่นพบว่า สัดส่วนความสำคัญของปัจจัยด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิงได้ปรับเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และขยับขึ้นมาเป็นปัจจัยสำคัญอันดับสอง รองจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจไทย อย่างไรก็ดี เศรษฐกิจไทยยังมีแรงประคับประคองจากภาคการท่องเที่ยวและการส่งออก ขณะที่ความเชื่อมั่นในระยะข้างหน้าหรือในอนาคตยังคงอยู่ในช่วงเชื่อมั่นจากความคาดหวังต่อมาตรการภาครัฐ และหากสถานการณ์ภายนอกคลี่คลาย โดยเฉพาะด้านพลังงาน จะมีส่วนช่วยสนับสนุนให้ความเชื่อมั่นทยอยปรับดีขึ้น

ในการนี้ กระทรวงพาณิชย์ได้กำหนดแนวทางการดำเนินนโยบายสำคัญในระยะต่อไปทั้งในระยะสั้นและระยะยาว เพื่อดูแลค่าครองชีพของประชาชน ควบคู่กับการยกระดับโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืน โดยมีนโยบายสำคัญ ดังนี้ (1) การดูแลค่าครองชีพ สร้างรายได้ ยกระดับชุมชน เร่งดำเนินมาตรการลดภาระค่าใช้จ่ายและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชน ผ่านการขับเคลื่อนโครงการสำคัญของภาครัฐ ควบคู่กับการกำกับดูแลราคาสินค้าอุปโภคบริโภค และการบริหารจัดการต้นทุนการผลิต โดยเฉพาะในภาคเกษตร เพื่อลดแรงกดดันด้านค่าครองชีพและเสริมสภาพคล่องให้ครัวเรือน (2) การรักษาเสถียรภาพและเพิ่มมูลค่าสินค้าเกษตรดูแลสินค้าเกษตรตลอดห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยส่งเสริมการบริหารจัดการผลผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด ยกระดับคุณภาพและมาตรฐานสินค้า พัฒนากระบวนการแปรรูปและโลจิสติกส์ รวมทั้งขยายช่องทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าเกษตรไทย (3) การสร้างความเข้มแข็งให้ SMEs และชุมชน เร่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ โดยเฉพาะ SMEs และผู้ประกอบการชุมชน ผ่านการพัฒนาทักษะ (Upskill/Reskill) การขยายช่องทางการตลาด การสร้างเครือข่ายธุรกิจ รวมถึงการยกระดับสินค้าและบริการด้วยอัตลักษณ์ท้องถิ่น เช่น สินค้า GI เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้และกระจายความเจริญสู่ภูมิภาค (4) การสร้างสมดุลการส่งออกมุ่งสร้างสมดุลการค้าโดยสนับสนุนผู้ประกอบการไทยให้เข้าถึงตลาดต่างประเทศได้มากขึ้น ทั้งการรักษาตลาดเดิมควบคู่กับการขยายตลาดใหม่ รวมถึงการผลักดันสินค้าไทยให้มีมูลค่าสูงผ่านการแปรรูปและการพัฒนา Local Content เพื่อยกระดับโครงสร้างการส่งออกของประเทศในระยะยาว และ (5) การยกระดับเทคโนโลยีการให้บริการและการปรับปรุงกฎระเบียบเร่งพัฒนาระบบบริการภาครัฐสู่ดิจิทัล ยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการและอำนวยความสะดวกทางการค้า พร้อมปรับปรุงกฎระเบียบให้มีความทันสมัย โปร่งใส และเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจ โดยนำเทคโนโลยีและข้อมูลมาใช้เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ ทั้งนี้ นโยบายและมาตรการดังกล่าวจะช่วยประคับประคองค่าครองชีพและส่งผลให้ความเชื่อมั่นผู้บริโภคมีทิศทางปรับตัวดีขึ้นในระยะต่อไป

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

12 พฤษภาคม 2569

ตาราง แสดงดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนเมษายน 2569

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค	2568									เฉลี่ยปี 2568	2569			
	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.		ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.
โดยรวม	48.8	48.9	46.7	48.4	47.9	49.4	50.9	51.8	51.8	49.9	52.6	53.0	45.5	45.0
ในปัจจุบัน	40.5	40.1	37.8	39.7	39.2	39.6	40.9	42.6	43.2	41.2	43.9	43.3	36.8	35.0
ในอนาคต	54.4	54.8	52.6	54.2	53.7	56.0	57.6	58.0	57.6	55.7	58.4	59.4	51.2	51.7
รายอาชีพ														
เกษตรกร	48.6	49.9	46.7	49.0	46.4	48.1	49.4	49.9	52.1	49.5	51.9	52.6	44.4	42.8
พนักงานเอกชน	48.0	47.8	45.9	46.9	47.5	49.1	50.0	51.7	50.9	49.1	52.4	52.5	45.2	45.5
ผู้ประกอบการ	49.4	49.2	47.6	49.3	49.0	50.5	53.0	53.8	53.3	51.0	53.7	53.9	47.2	46.8
รับจ้างอิสระ	47.2	46.6	44.4	47.0	46.5	47.5	49.2	49.8	49.3	48.1	50.3	50.6	43.6	42.9
พนักงานของรัฐ	53.1	53.0	50.2	51.4	52.0	53.3	55.1	56.3	55.3	53.9	56.5	57.4	49.4	48.9
นักศึกษา	48.8	49.2	48.6	49.6	48.9	52.3	53.1	50.2	52.0	50.8	50.8	51.7	41.1	43.1
ไม่ได้ทำงาน/บำนาญ	43.9	46.3	44.9	49.3	45.8	48.5	49.8	49.7	52.8	48.2	52.8	52.0	45.8	45.3
รายภาค														
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	49.4	49.3	43.6	45.9	46.0	49.9	56.0	61.1	59.4	51.5	58.3	57.2	44.1	49.7
กลาง	46.5	47.4	45.1	46.1	46.7	48.8	48.8	52.4	49.4	48.3	50.9	50.9	43.9	43.1
เหนือ	47.6	45.7	45.5	46.7	45.8	46.9	48.6	50.7	51.2	48.0	52.4	52.1	44.4	43.2
ตะวันออกเฉียงเหนือ	52.7	53.0	50.4	53.5	50.4	51.9	52.9	50.6	53.0	52.8	53.5	54.3	48.3	46.8
ใต้	47.7	47.7	47.1	47.9	48.8	48.7	51.1	49.9	50.5	49.1	50.8	51.5	45.2	44.5

หมายเหตุ

1. สำรวจข้อมูลจากผู้บริโภคทั่วประเทศ จำนวน 5,321 คน แยกเป็น 7 กลุ่มอาชีพ ตามโครงสร้างอาชีพประชากรในแต่ละภาค โดยได้รับความร่วมมือจากธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) และสถาบันการศึกษาทั่วประเทศ
2. การอ่านค่าดัชนี : ระดับค่าของดัชนีมีค่าอยู่ระหว่าง 0 – 100 หากค่าของดัชนีมีค่าตั้งแต่ระดับ 50 ขึ้นไป หมายถึง ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงเชื่อมั่น) และหากค่าดัชนีต่ำกว่า 50 หมายถึง ผู้บริโภคมีความไม่เชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ (อยู่ในช่วงไม่เชื่อมั่น)