



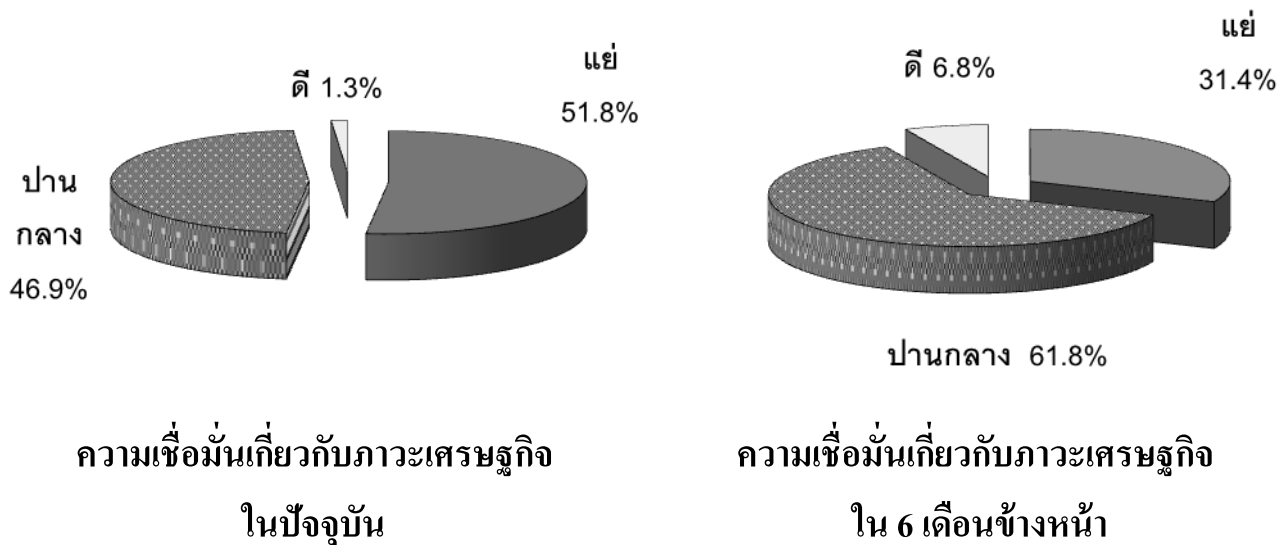
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

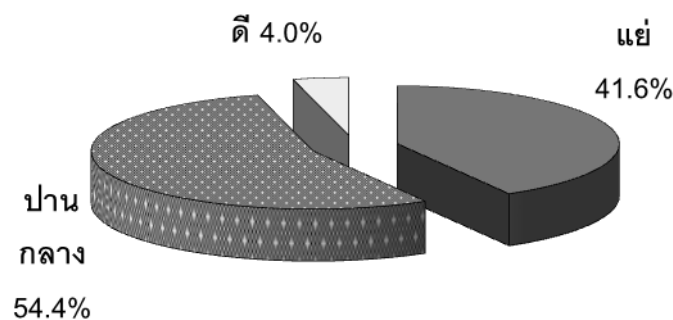
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมีนาคม 2559
ความเชื่อมั่นปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ต่ำสุดในรอบ 5 เดือนเนื่องจากสถานการณ์ภัยแล้ง

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



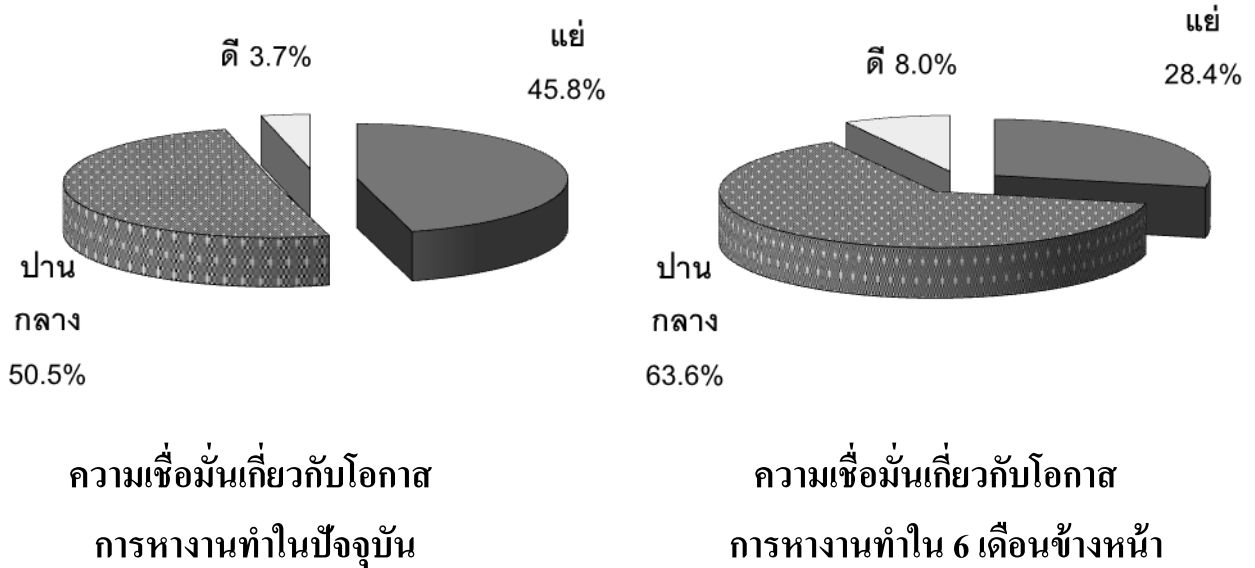
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



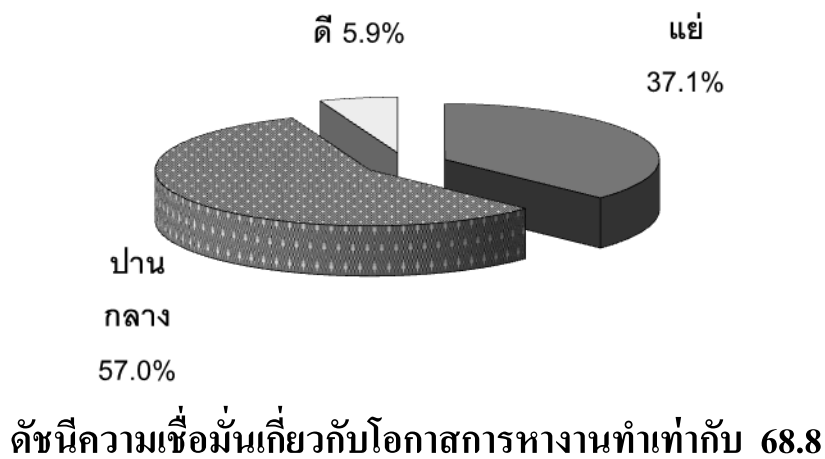
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 62.4

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

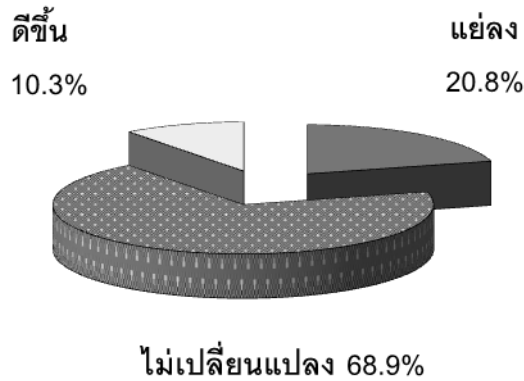


ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 89.5

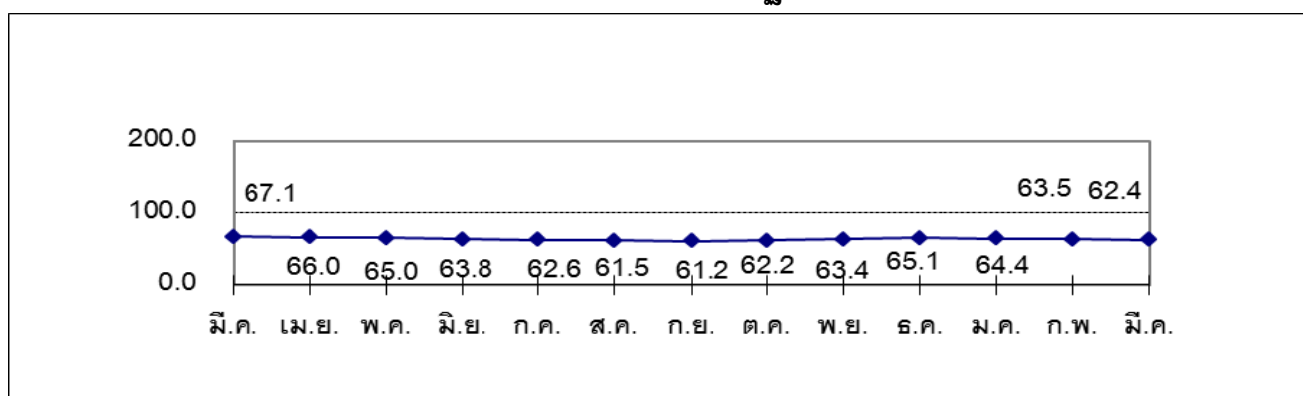
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนกุมภาพันธ์และมีนาคม 2559

รายการ	กุมภาพันธ์ 2559			มีนาคม 2559		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.6	47.4	51.0	1.3	46.9	51.8
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	7.1	62.3	30.6	6.8	61.8	31.4
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.9	51.0	45.1	3.7	50.5	45.8
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	8.3	64.0	27.7	8.0	63.6	28.4
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	10.7	69.3	20.0	10.3	68.9	20.8
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	4.3	54.9	40.8	4.0	54.4	41.6
7. โอกาสในการหางานรวม	6.1	57.5	36.4	5.9	57.0	37.1

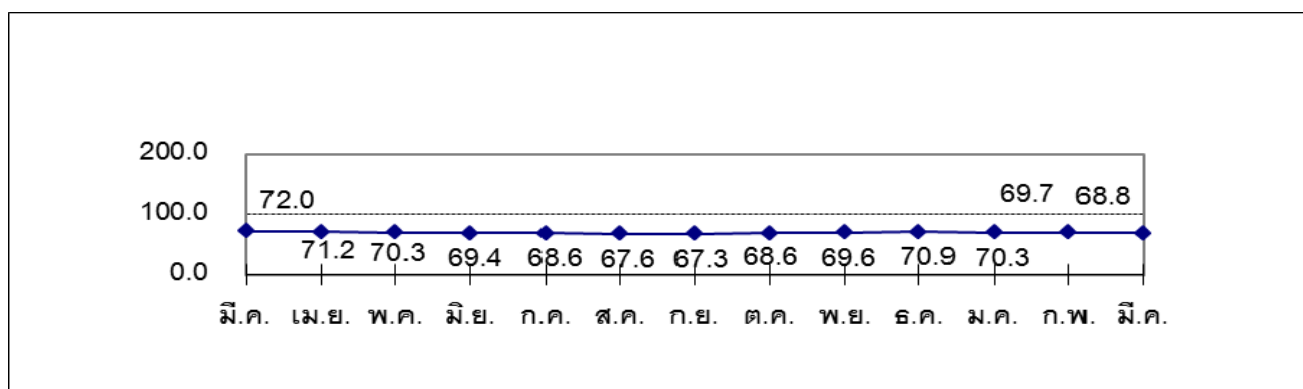
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนตุลาคม 2558 ถึงมีนาคม 2559

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	62.2	63.4	65.1	64.4	63.5	62.4
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	68.6	69.6	70.9	70.3	69.7	68.8
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.4	90.8	92.4	91.7	90.7	89.5

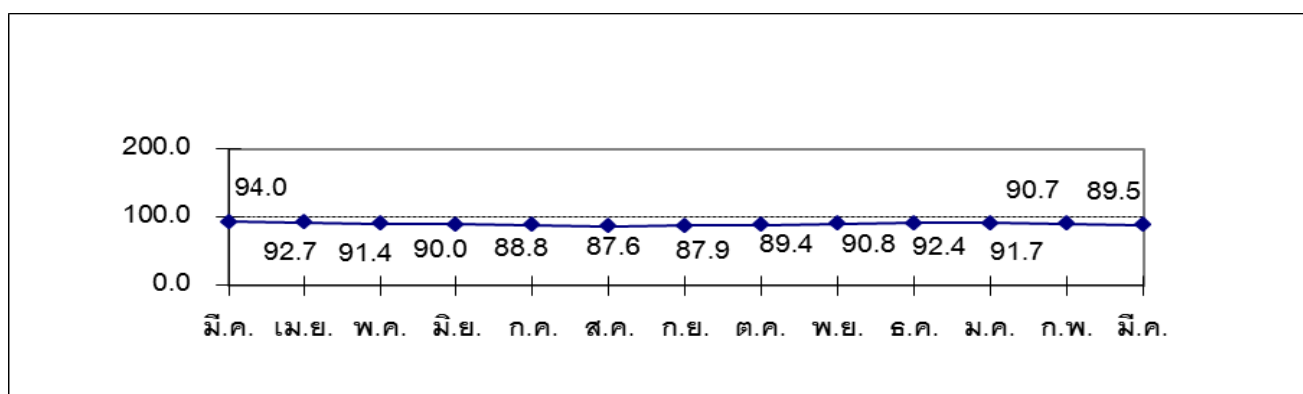
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



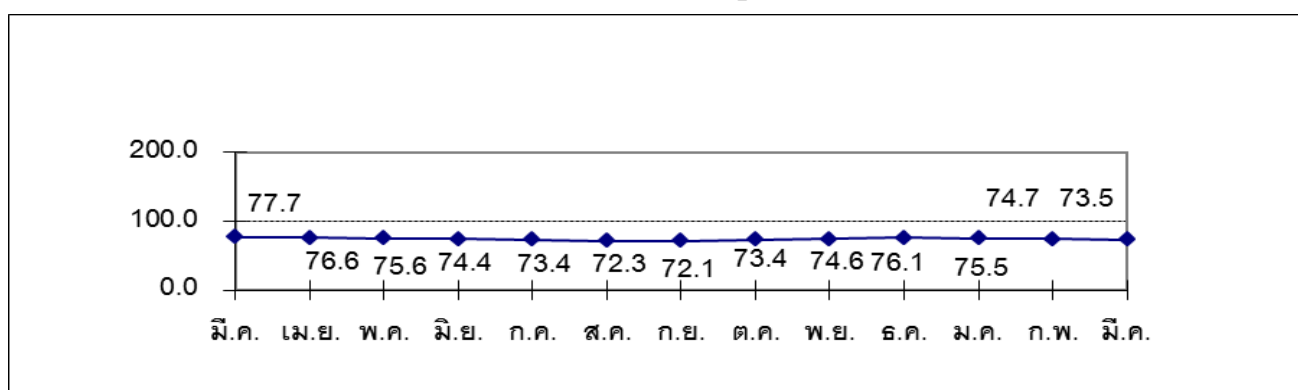
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



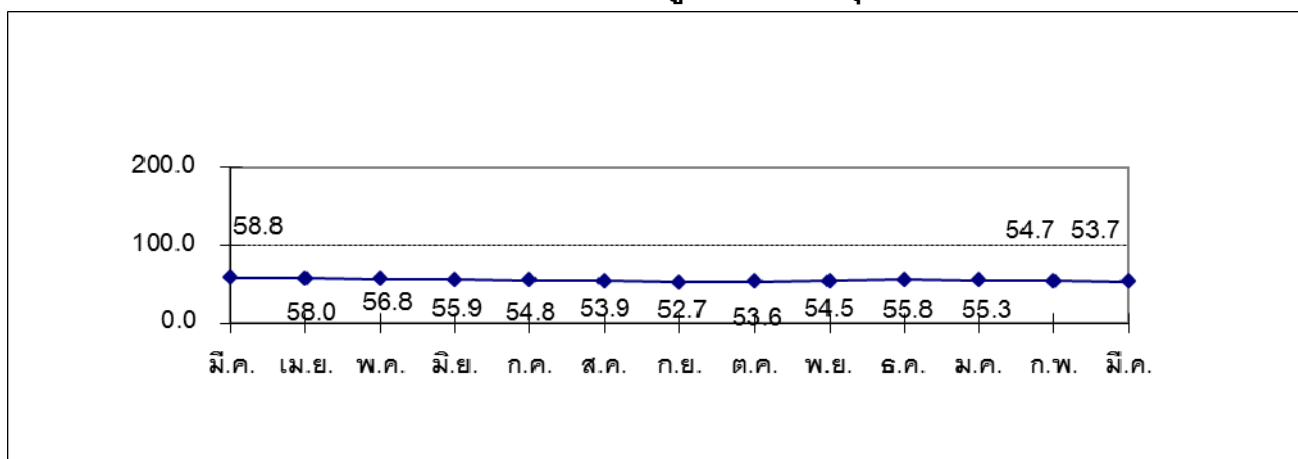
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนตุลาคม 2558 ถึงมีนาคม 2559

รายการ	ตุลาคม	พฤศจิกายน	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.4	74.6	76.1	75.5	74.7	73.5
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.6	54.5	55.8	55.3	54.7	53.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.3	82.6	84.3	83.5	82.7	81.5

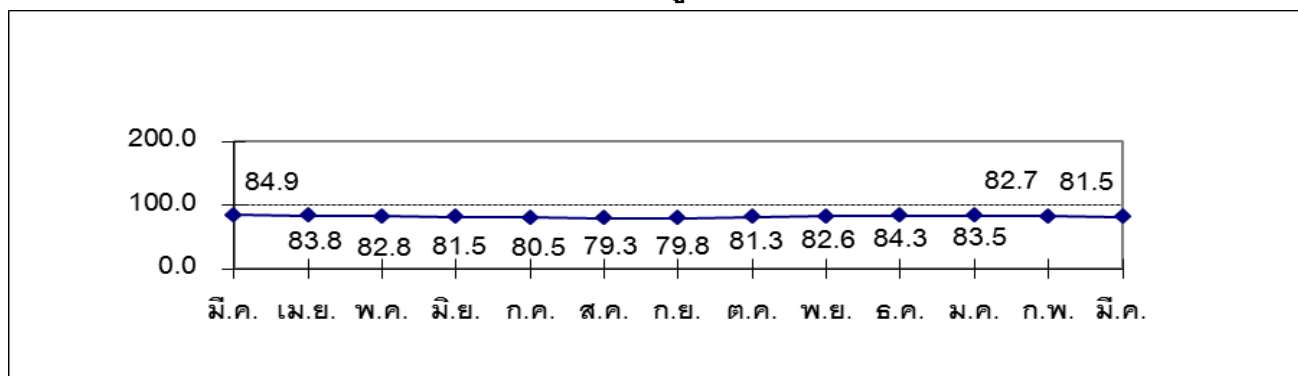
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการ โดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,247 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.2 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.8 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.8 และ 50.2 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559

ในเดือนมีนาคม 2559 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. การส่งออกของไทยในเดือนกุมภาพันธ์ 2559 มีมูลค่า 18,993.56 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.27 ซึ่งเป็นการปรับเพิ่มเป็นครั้งแรกในรอบ 14 เดือนขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 14,007.77 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 16.82 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 4,985.79 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 2 เดือนแรกปี 2559 ส่งออกได้รวม 34,704.82 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.67 และมีการนำเข้ารวม 29,481.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 14.54 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 5,223.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเอกฉันท์ ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.5 ต่อปี เนื่องจากเห็นว่า เศรษฐกิจไทยยังฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ยังมีความเสี่ยงเนื่องจากเศรษฐกิจโลกรวมทั้งทิศทางนโยบายการเงินของประเทศอุตสาหกรรมหลักที่อาจแตกต่างกันมากขึ้น ส่งผลต่อเงินทุนเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศและอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการเงินในปัจจุบันอยู่ในระดับผ่อนปรน
3. SET Index ในเดือนมีนาคม 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 75.33 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,332.37 จุด ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2559 เป็น 1,407.70 จุด ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2559

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมีนาคม 2559 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยแล้งที่อาจส่งผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตรและการหารายได้ของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ

2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) ปรับลดอัตราดอกเบี้ยของเศรษฐกิจไทย (จีดีพี) ปี 2559 ลงเหลือ 3.1% จากเดิมคาดการณ์ว่าจะขยายตัว 3.5% เนื่องจากเศรษฐกิจไทยมีสัญญาณอ่อนแรงลง หลังจากผลชั่วคราวของมาตรการกระตุ้นการใช้จ่ายช่วงก่อนปีใหม่และการเร่งซื้อรถยนต์ก่อนปรับขึ้นภาษีสรรพสามิตหมดลง ขณะที่มูลค่าการส่งออกสินค้ายังหดตัวสูง และมีแนวโน้มฟื้นตัวช้าจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า ส่งผลให้การส่งออกของไทยติดลบต่อเนื่องเป็นปีที่ 3 คาดว่าการส่งออกปีนี้จะติดลบ 2% จากเดิมที่คาดว่าจะไม่ขยายตัว และคาดการณ์จีดีพีปี 2560 ขยายตัว 3.3%

3. ความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน การปรับตัวลดลงของตลาดหุ้นโลกและราคาน้ำมันในตลาดโลก ตลอดจนสถานการณ์การเมืองระหว่างประเทศที่ยังไม่มีเสถียรภาพ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก และเศรษฐกิจไทยในอนาคต

4. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 2.10 และ 2.10 บาทต่อลิตร จากระดับ 21.68 และ 22.10 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2559 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 23.78 และ 24.20 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2559 ตามลำดับ ส่วนระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ประมาณ 1.60 บาทต่อลิตร จากระดับ 20.69 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2559 มาอยู่ที่ระดับ 22.29 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2559

5. ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว โดยเฉพาะยางพารา ข้าว และปศุสัตว์ รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

6. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 35.604 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2559 เป็น 35.236 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมีนาคม 2559

7. ปัญหาภัยก่อการร้ายจากเหตุระเบิดที่ในกรุงบรัสเซลส์ ประเทศเบลเยียม ส่งผลทางจิตวิทยาในเชิงลบต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อ การส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคตได้

8. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูงแม้ว่าอัตราเงินเฟ้อจะติดลบ นอกจากนี้ผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันฟื้นตัวค่อนข้างล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อ

ภาวะภัยแล้งเริ่มมีปัญหารุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ตลอดจนปัจจัยเสี่ยงของเศรษฐกิจ โลกเริ่มมีมากขึ้นจนส่งผลกระทบต่อการผลิตของการส่งออกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยยังเผชิญกับการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัวและราคาสินค้าเกษตรที่ยังทรงตัวต่ำ โดยเฉพาะราคายางพาราและข้าว ทำให้กำลังซื้อในประเทศยังฟื้นตัวไม่มากนัก สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา จากระดับ 63.5 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 62.4 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2559 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.0% 54.4% และ 41.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.3% 54.9% และ 40.8% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจ โลก และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ไทยที่ยังฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ที่ 50.5 สู่ระดับ 49.5 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.3% 46.9% และ 51.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.6% 47.4% และ 51.0% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีขึ้น

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมีนาคม 2559 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา จากระดับ 76.6 มาอยู่ที่ระดับ 75.3 เนื่องจากกังวลว่าเศรษฐกิจอาจปรับตัวลดลงได้จากความผันผวนของเศรษฐกิจ โลก โดยในเดือนมีนาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.8% 61.8% และ 31.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.1% 62.3% และ 30.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจ โลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจ ไทย โดยมองว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวช้ากว่าและต่ำกว่าที่คาดไว้เดิม

แม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจในเดือนนี้จะปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 แต่ดัชนีเฉลี่ยในไตรมาสแรกของปีนี้อยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีก่อนและอยู่ในระดับใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 4 แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจยังพร้อมกลับมาฟื้นตัวได้หากสถานการณ์เสี่ยงต่างๆ คลี่คลายลง โดยเฉพาะภัยแล้ง

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
มีนาคม 2558	67.1	55.3	78.9
เมษายน 2558	66.0	54.4	77.6
พฤษภาคม 2558	65.0	53.2	76.8
มิถุนายน 2558	63.8	52.1	75.5
กรกฎาคม 2558	62.6	50.8	74.4
สิงหาคม 2558	61.5	50.0	73.1
กันยายน 2558	61.2	48.7	73.7
ตุลาคม 2558	62.2	49.3	75.1
พฤศจิกายน 2558	63.4	50.3	76.4
ธันวาคม 2558	65.1	51.8	78.3
มกราคม 2559	64.4	51.3	77.5
กุมภาพันธ์ 2559	63.5	50.5	76.6
มีนาคม 2559	62.4	49.5	75.3

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
ไตรมาสที่ 2 2556	72.9	63.7	82.0
ไตรมาสที่ 3 2556	69.3	60.8	77.9
ไตรมาสที่ 4 2556	65.0	57.1	72.8
ไตรมาสที่ 1 2557	60.0	52.5	67.4
ไตรมาสที่ 2 2557	61.2	52.8	69.6
ไตรมาสที่ 3 2557	69.3	58.8	79.7
ไตรมาสที่ 4 2557	69.6	57.8	81.5
ไตรมาสที่ 1 2558	68.4	56.5	80.4
ไตรมาสที่ 2 2558	64.9	53.2	76.6
ไตรมาสที่ 3 2558	61.8	49.8	73.7
ไตรมาสที่ 4 2558	63.6	50.5	76.6
ไตรมาสที่ 1 2559	63.5	50.4	76.5

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมีนาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 69.7 สู่ระดับ 68.8 โดยในเดือนมีนาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.9% 57.0% และ 37.1% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.1% 57.5% และ 36.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 และปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมีนาคม 2559 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 58.8 สู่ระดับ 57.9 โดยในเดือนมีนาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.7% 50.5% และ 45.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 51.0% และ 45.1% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 และปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวไม่มากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา ตามความคาดหวังต่อเศรษฐกิจที่จะปรับตัวลดลง จาก 80.7 เป็น 79.6 โดยในเดือนมีนาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.0% 63.6% และ 28.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.3% 64.0% และ 27.7% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 และกลับมาปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

แม้ว่าดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในเดือนนี้จะปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 แต่ดัชนีเฉลี่ยในไตรมาสแรกของปีนี้ยังอยู่ในระดับที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีก่อนและอยู่ในระดับใกล้เคียงกับไตรมาสที่ 4 เช่นเดียวกับความเชื่อมั่นทางเศรษฐกิจ แสดงว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำยังพร้อมกลับมาฟื้นตัวได้หากสถานการณ์เสี่ยงต่างๆ คลี่คลายลง โดยเฉพาะภัยแล้ง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
มีนาคม 2558	72.0	62.2	81.9
เมษายน 2558	71.2	61.5	80.9
พฤษภาคม 2558	70.3	60.5	80.2
มิถุนายน 2558	69.4	59.8	79.1
กรกฎาคม 2558	68.6	58.8	78.4
สิงหาคม 2558	67.6	57.9	77.3
กันยายน 2558	67.3	56.8	77.8
ตุลาคม 2558	68.6	57.8	79.4
พฤศจิกายน 2558	69.6	58.6	80.6
ธันวาคม 2558	70.9	59.8	82.0
มกราคม 2559	70.3	59.3	81.4
กุมภาพันธ์ 2559	69.7	58.8	80.7
มีนาคม 2559	68.8	57.9	79.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
ไตรมาสที่ 2 2556	74.5	66.3	82.7
ไตรมาสที่ 3 2556	71.5	63.8	79.2
ไตรมาสที่ 4 2556	68.1	60.8	75.3
ไตรมาสที่ 1 2557	63.9	57.2	70.6
ไตรมาสที่ 2 2557	64.7	57.6	71.8
ไตรมาสที่ 3 2557	72.7	63.6	81.8
ไตรมาสที่ 4 2557	73.8	63.8	83.9
ไตรมาสที่ 1 2558	73.1	63.1	83.0
ไตรมาสที่ 2 2558	70.3	60.6	80.1
ไตรมาสที่ 3 2558	67.8	57.9	77.8
ไตรมาสที่ 4 2558	69.7	58.8	80.7
ไตรมาสที่ 1 2559	69.6	58.7	80.5

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมีนาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา จากระดับ 90.7 มาอยู่ที่ระดับ 89.5 ทั้งนี้ในเดือนมีนาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.3% 68.9% และ 20.8% ตามลำดับ ขณะที่เดือนกุมภาพันธ์ ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.7% 69.3% และ 20.0% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 79.2% ซึ่งใกล้เคียงกับเดือนที่ผ่านมาที่อยู่ที่ 80.0% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น แต่มีความวิตกกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามากขึ้น ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนน้อยลง การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
มีนาคม 2558	94.0
เมษายน 2558	92.7
พฤษภาคม 2558	91.4
มิถุนายน 2558	90.0
กรกฎาคม 2558	88.8
สิงหาคม 2558	87.6
กันยายน 2558	87.9
ตุลาคม 2558	89.4
พฤศจิกายน 2558	90.8
ธันวาคม 2558	92.4
มกราคม 2559	91.7
กุมภาพันธ์ 2559	90.7
มีนาคม 2559	89.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
ไตรมาสที่ 2 2556	100.5
ไตรมาสที่ 3 2556	96.6
ไตรมาสที่ 4 2556	91.9
ไตรมาสที่ 1 2557	86.4
ไตรมาสที่ 2 2557	87.6
ไตรมาสที่ 3 2557	95.5
ไตรมาสที่ 4 2557	97.2
ไตรมาสที่ 1 2558	95.7
ไตรมาสที่ 2 2558	91.4
ไตรมาสที่ 3 2558	88.1
ไตรมาสที่ 4 2558	90.9
ไตรมาสที่ 1 2559	90.6

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมีนาคม 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทั้ง 5 รายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันจำนวนสองรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคอนาคต โดยนำดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคตจำนวนสามรายการมารวมกันแล้วคำนวณหาค่าเฉลี่ย

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 54.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ มาอยู่ที่ระดับ 53.7 ในเดือนมีนาคม 2559 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 จากระดับ 82.7 ในเดือนกุมภาพันธ์ เป็นระดับ 81.5 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา จากเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับประมาณ 74.7 เป็น 73.5 ในเดือนมีนาคม 2559

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
มีนาคม 2558	77.7	58.8	84.9
เมษายน 2558	76.6	58.0	83.8
พฤษภาคม 2558	75.6	56.8	82.8
มิถุนายน 2558	74.4	55.9	81.5
กรกฎาคม 2558	73.4	54.8	80.5
สิงหาคม 2558	72.3	53.9	79.3
กันยายน 2558	72.1	52.7	79.8
ตุลาคม 2558	73.4	53.6	81.3
พฤศจิกายน 2558	74.6	54.5	82.6
ธันวาคม 2558	76.1	55.8	84.3
มกราคม 2559	75.5	55.3	83.5
กุมภาพันธ์ 2559	74.7	54.7	82.7
มีนาคม 2559	73.5	53.7	81.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
ไตรมาสที่ 2 2556	82.6	65.0	88.4
ไตรมาสที่ 3 2556	79.2	62.3	84.6
ไตรมาสที่ 4 2556	75.0	59.0	80.0
ไตรมาสที่ 1 2557	70.1	54.8	74.8
ไตรมาสที่ 2 2557	71.2	55.2	76.3
ไตรมาสที่ 3 2557	79.2	61.2	85.7
ไตรมาสที่ 4 2557	80.2	60.8	87.5
ไตรมาสที่ 1 2558	79.1	59.8	86.4
ไตรมาสที่ 2 2558	75.5	56.9	82.7
ไตรมาสที่ 3 2558	72.6	53.8	79.9
ไตรมาสที่ 4 2558	74.7	54.6	82.7
ไตรมาสที่ 1 2559	74.6	54.6	82.5

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมีนาคม 2559

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าการะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันฟื้นตัวค่อนข้างล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อภาวะภัยแล้งเริ่มมีปัญหารุนแรงมากขึ้นเป็นลำดับ ตลอดจนปัจจัยเสี่ยงของเศรษฐกิจโลกเริ่มมีมากขึ้นจนส่งผลกระทบต่อการหดตัวของ การส่งออกอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยยังเผชิญกับการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัวและราคาสินค้าเกษตรที่ยังทรงตัวต่ำ โดยเฉพาะราคาขางพาราและข้าว ทำให้กำลังซื้อในประเทศยังฟื้นตัวไม่มากนัก

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 62.4 68.8 และ 89.5 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนกุมภาพันธ์ ที่อยู่ในระดับ 63.5 69.7 และ 90.7 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 5 เดือนนับตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2558 เป็นต้นมา โดยอยู่ที่ระดับ 73.5 ในเดือนมีนาคม 2559 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่แน่นอน การส่งออกที่ยังหดตัว ปัญหาภัยแล้ง ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 6 เดือน โดยอยู่ที่ระดับ 53.7 ในเดือนมีนาคม 2559 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานยังไม่ฟื้นตัวมากนัก นอกจากนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 ในรอบ 7 เดือน เป็นระดับ 81.5 ในเดือนมีนาคม 2559 เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกและการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยในอนาคต

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนักในช่วงนี้ เนื่องจากประชาชนมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของบริโภคน่าจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายไตรมาสที่ 2 หรือต้นไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ ถ้าสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกคลี่คลายลง

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมีนาคม 2559 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลง โดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล ภาคตะวันออกและภาคกลางที่ได้รับผลกระทบจากการส่งออกที่ยังไม่ฟื้นตัว และสถานการณ์ภัยแล้ง

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมีนาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	49.5	49.1	49.1	49.9	47.4	51.9	50.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	75.3	72.8	78.2	78	72.2	79.6	77.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.9	57.4	55	59.3	52.6	64.4	59.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.6	80.2	78.9	78.6	78	82.9	77.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.5	91	87.9	90.2	88	85.9	90.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	62.4	61.0	63.7	64.0	59.8	65.8	63.8
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.8	68.8	67.0	69.0	65.3	73.7	68.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	73.5	73.6	72.8	74.4	71.0	75.1	74.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนกุมภาพันธ์ 2559	-1.9	-1.9	-1.8	-1.9	-2.0	-1.8	-2.4
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.7	53.3	52.1	54.6	50.0	58.2	55.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	81.5	81.3	81.7	82.3	79.4	82.8	81.7

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนกุมภาพันธ์ 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	50.5	50.2	49.9	50.7	48.4	52.9	51.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	76.6	74.3	78.9	79.1	73.1	80.8	78.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	58.8	58.3	55.6	59.9	53.6	65.3	60.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	80.7	81.5	79.7	79.5	78.8	83.9	79.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	90.7	92.3	88.9	91.2	89.1	87.1	91.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	63.5	62.3	64.4	64.9	60.8	66.9	65.2
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	69.7	69.9	67.7	69.7	66.2	74.6	70.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	74.7	74.8	73.7	75.3	72.0	76.2	75.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมกราคม 2559	-0.8	-0.7	-1.0	-1.0	-1.0	-0.8	-1.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	54.7	54.3	52.8	55.3	51.0	59.1	56.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	82.7	82.7	82.5	83.3	80.3	83.9	83.2

ตารางที่ 10 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมกราคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	51.3	50.9	50.8	51.7	49.4	53.6	52.5
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	77.5	75	80	80.2	74.2	81.8	80
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	59.3	58.7	56.4	60.6	54.4	65.7	61.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	81.4	82	80.5	80.3	79.7	84.6	80.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	91.7	93.2	90	92.3	90.3	88	92.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	64.4	63.0	65.4	66.0	61.8	67.7	66.3
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	70.3	70.4	68.5	70.5	67.1	75.2	71.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	75.5	75.5	74.6	76.2	73.1	77.0	76.6
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.3	54.8	53.6	56.2	51.9	59.7	57.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	83.5	83.4	83.5	84.3	81.4	84.8	84.3

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย