



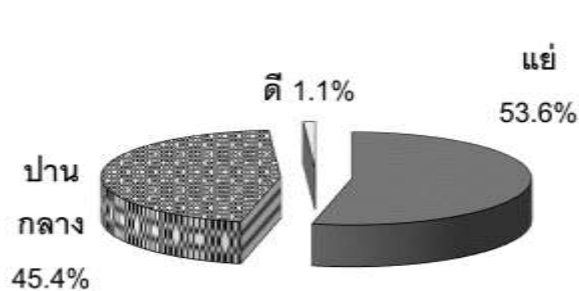
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

UTCC's Consumer Index

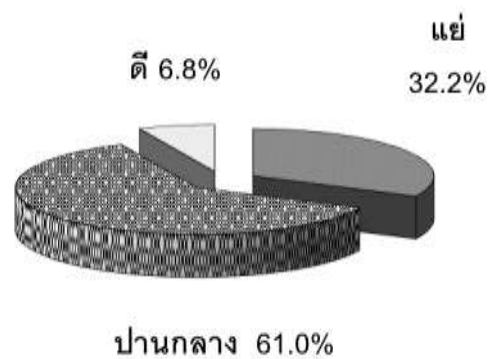
ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
โทร. 0-2697-6340-1 โทรสาร 0-2697-6342

ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนพฤษภาคม 2559
ความเชื่อมั่นยังคงปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 ต่ำสุดในรอบ 8 เดือน แต่เริ่มมีสัญญาณฟื้นตัว

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า

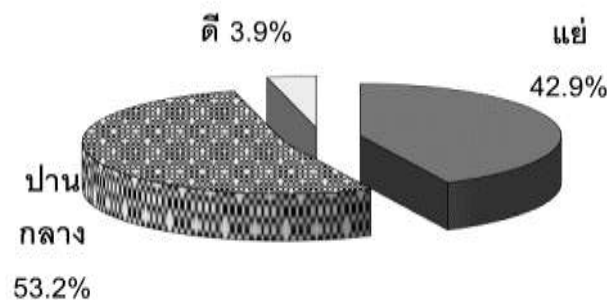


ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ในปัจจุบัน



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ
ใน 6 เดือนข้างหน้า

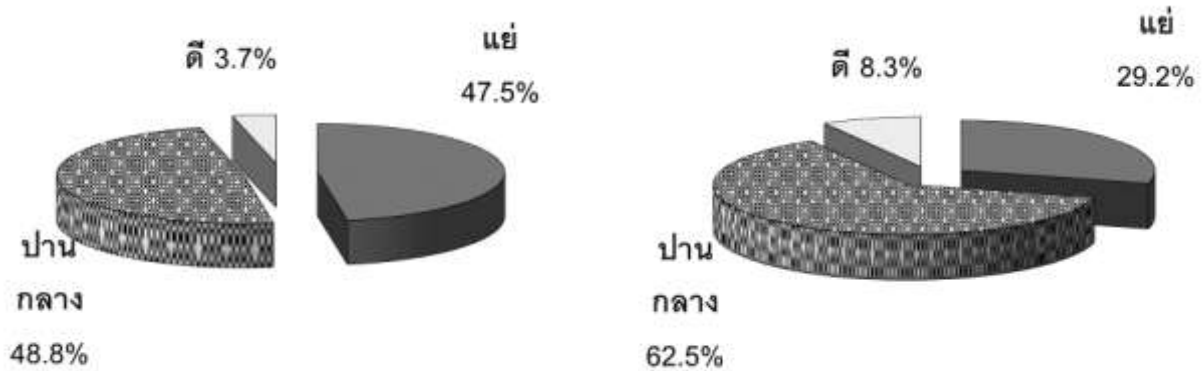
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 61.1

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

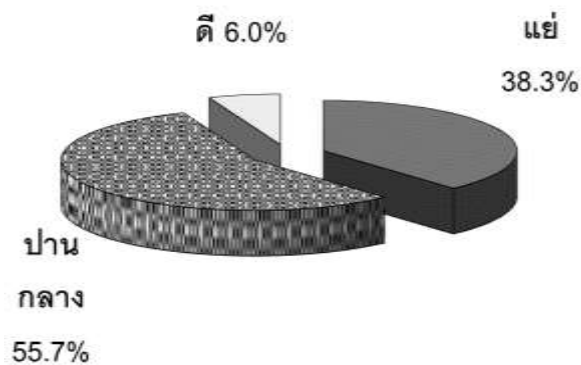
เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำในปัจจุบัน

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาส
การทำงานทำใน 6 เดือนข้างหน้า

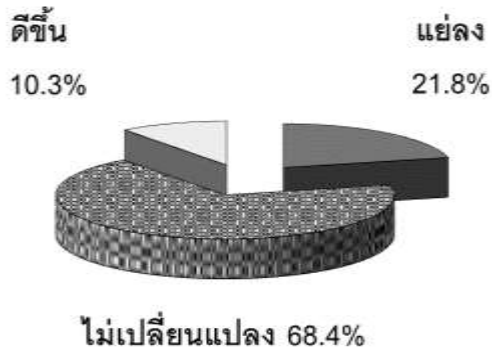
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 67.7

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 89.0

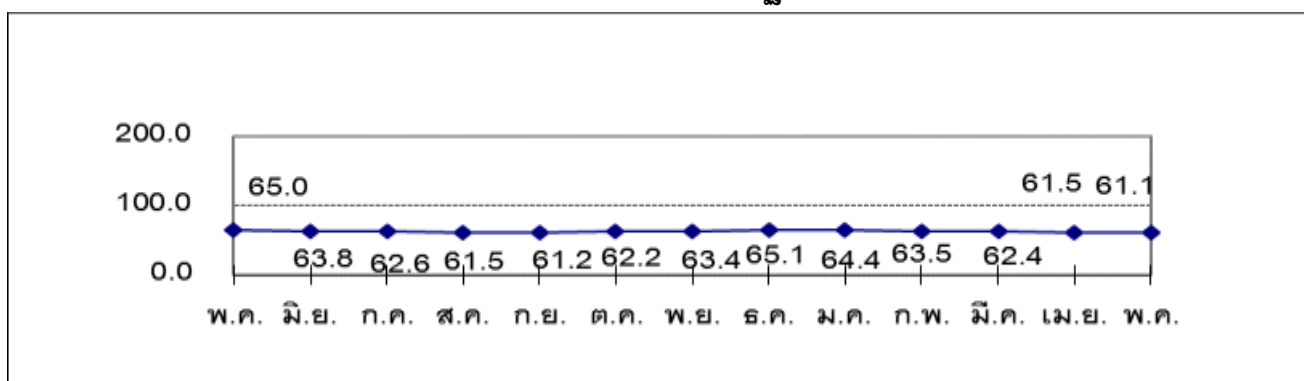
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนเมษายนและพฤษภาคม 2559

รายการ	เมษายน 2559			พฤษภาคม 2559		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.4	46.0	52.6	1.1	45.4	53.6
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	6.7	60.9	32.4	6.8	61.0	32.2
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.8	49.7	46.5	3.7	48.8	47.5
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	8.2	62.4	29.4	8.3	62.5	29.2
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	10.2	68.1	21.7	10.3	68.4	21.3
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	4.0	53.5	42.5	3.9	53.2	42.9
7. โอกาสในการหางานรวม	6.0	56.1	37.9	6.0	55.7	38.3

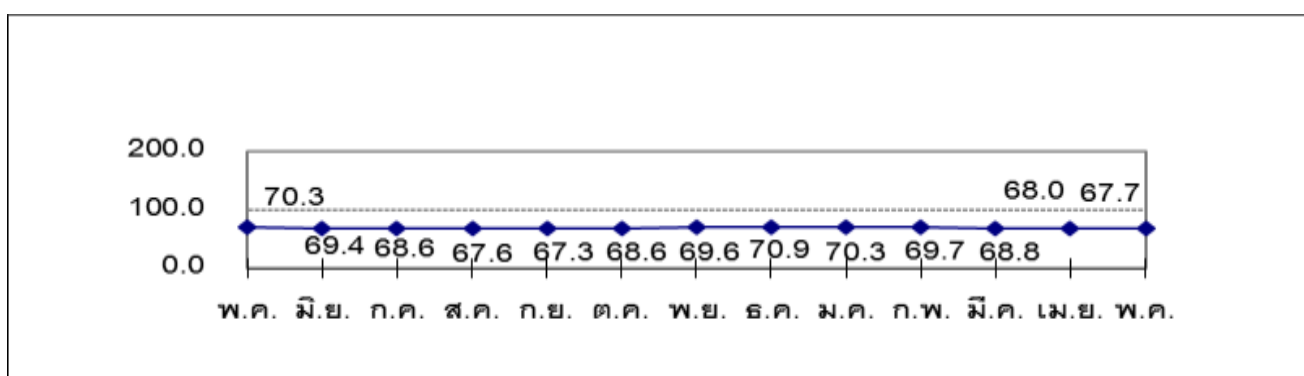
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนธันวาคม 2558 ถึงพฤษภาคม 2559

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	65.1	64.4	63.5	62.4	61.5	61.1
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	70.9	70.3	69.7	68.8	68.0	67.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	92.4	91.7	90.7	89.5	88.5	89.0

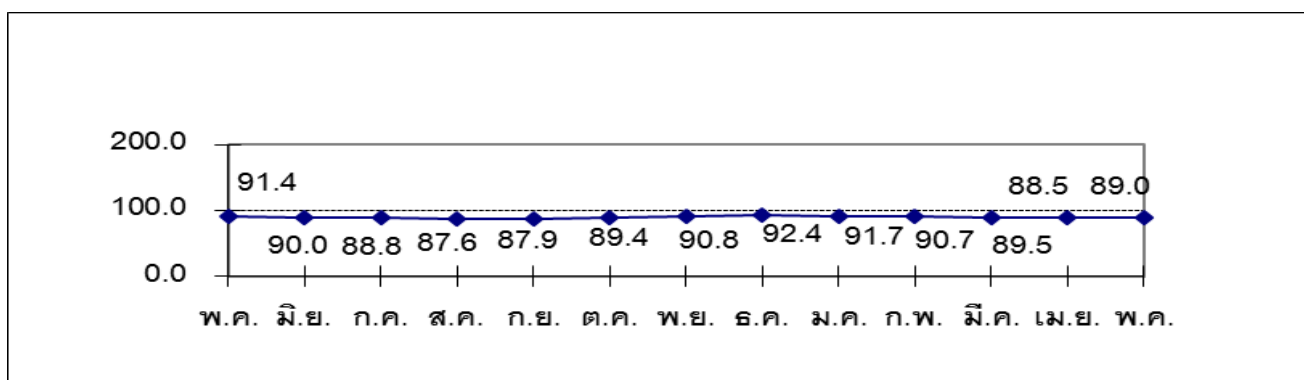
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



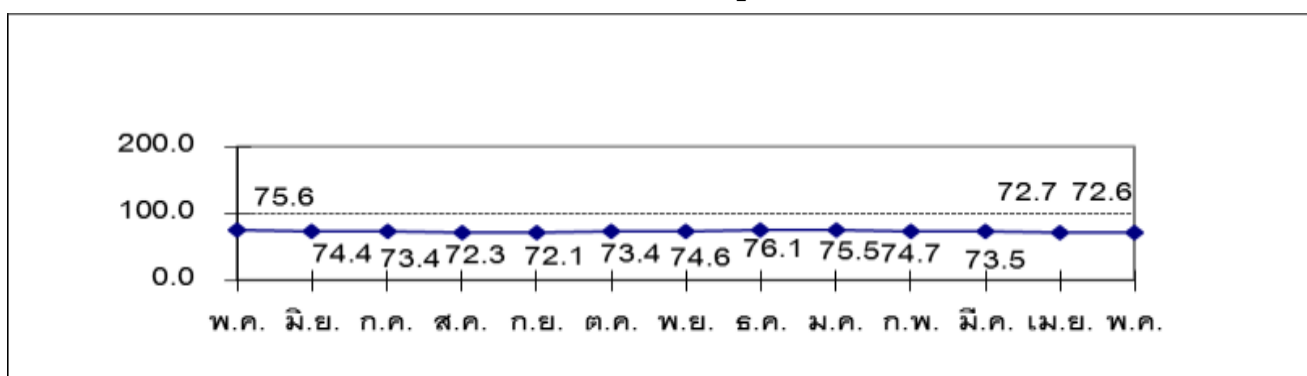
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



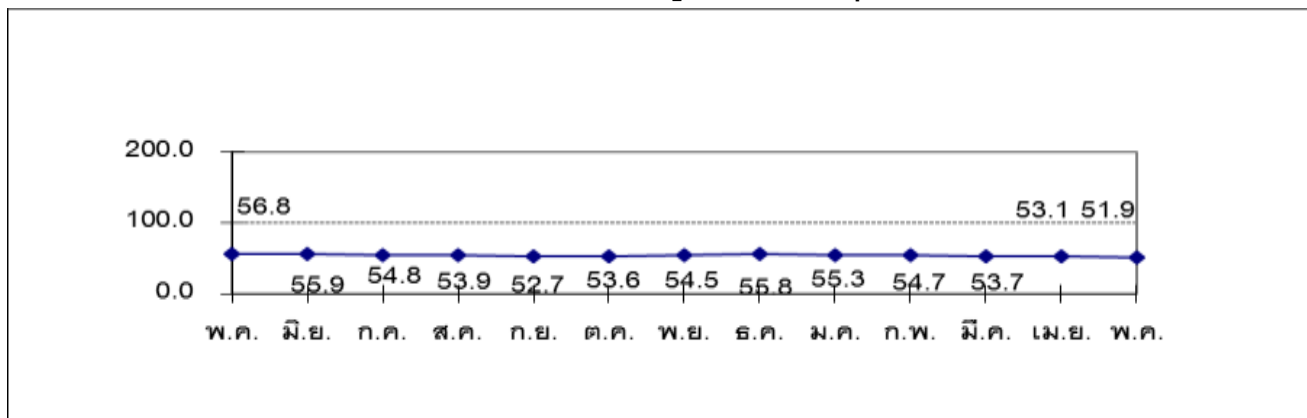
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนธันวาคม 2558 ถึงพฤษภาคม 2559

รายการ	ธันวาคม	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	76.1	75.5	74.7	73.5	72.7	72.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.8	55.3	54.7	53.7	53.1	51.9
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	84.3	83.5	82.7	81.5	80.5	80.9

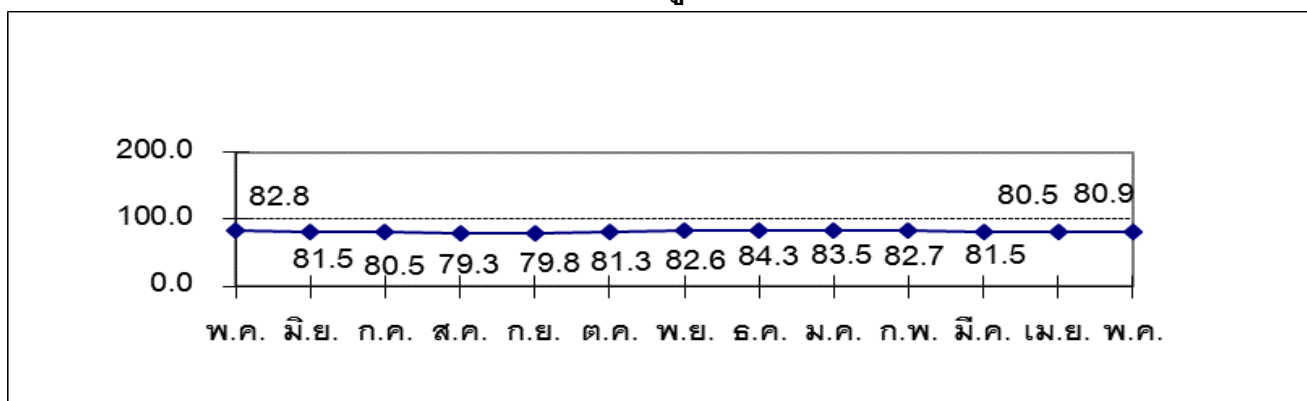
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการ โดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,248 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 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะดีขึ้นหรืออยู่ในระดับดี
- 2) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับ 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ ไม่เปลี่ยนแปลงหรือทรงตัวในระดับปานกลาง
- 3) ถ้าดัชนีอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่าผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะการณืด้านนั้นๆ จะแย่ลงหรืออยู่ในระดับไม่ดี

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559

ในเดือนพฤษภาคม 2559 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เผยว่า เศรษฐกิจไทยไตรมาส 1 ปี 2559 ขยายตัวได้ร้อยละ 3.2 เติบโตขึ้นจากไตรมาส 4 ปี 2558 ที่อยู่ที่ร้อยละ 2.8 ซึ่งเป็นการขยายตัวสูงสุดในรอบ 12 ไตรมาส หรือในรอบ 3 ปี เป็นผลมาจากการใช้จ่ายและการลงทุนภาครัฐ การใช้จ่ายภาคครัวเรือน รวมทั้งการส่งออกบริการท่องเที่ยวขยายตัวสูงขึ้น ส่วนแนวโน้มเศรษฐกิจไทยทั้งปี 2559 ยังคงคาดการณ์จะขยายตัวได้ร้อยละ 3.3 เท่าเดิม หรืออยู่ในกรอบร้อยละ 3.0-3.5 ซึ่งได้ปรับกรอบให้แคบลงจากเดิมที่คาดว่าจะอยู่ที่ร้อยละ 2.8-3.8
2. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.50 ต่อปี โดยมองว่า เศรษฐกิจไทยยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไป ได้รับแรงสนับสนุนจากการใช้จ่ายรัฐและการท่องเที่ยว การส่งออกไม่รวมทองคำยังหดตัว และการลงทุนภาคเอกชนยังอยู่ในระดับต่ำ การบริโภคภาคเอกชนมีสัญญาณอ่อนแรง ส่วนหนึ่งจากครัวเรือนภาคเกษตรได้รับผลกระทบจากภัยแล้ง ทำให้ความเสี่ยงต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโน้มไปด้านต่ำมากขึ้น ขณะที่การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกยังฟื้นตัวอย่างประปราย
3. ราคาขางพาราเริ่มปรับตัวสูงขึ้นสอดคล้องกับราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัวขึ้น
4. SET Index ในเดือนพฤษภาคม 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 19.67 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,404.61 จุด ณ สิ้นเดือนเมษายน 2559 เป็น 1,424.28 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559

5. ความคาดหวังของประชาชนว่ารัฐบาลเน้นการใช้จ่ายเพื่อการลงทุนและกระตุ้นเศรษฐกิจมากขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง

6. เงินบาทปรับตัวอ่อนค่าลงเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทอ่อนค่าลงเล็กน้อยจากระดับ 35.095 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนเมษายน 2559 เป็น 35.453 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนพฤษภาคม 2559 ได้แก่

1. การส่งออกของไทยในเดือนเมษายน 2559 มีมูลค่า 15,544.96 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 8.00 ปรับตัวลดลงอีกครั้ง หลังจากที่เพิ่มขึ้นมา 2 เดือนติดต่อกัน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 14,823.61 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 14.92 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 721.35 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 4 เดือนแรกปี 2559 ส่งออกได้รวม 69,374.33 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.24 และมีการนำเข้ารวม 60,463.97 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 12.73 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 8,910.36 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

2. ราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวเพิ่มขึ้นประมาณ 0.60 และ 0.60 บาทต่อลิตร จากระดับ 24.58 และ 25.00 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2559 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 25.18 และ 25.60 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559 ตามลำดับ ส่วนระดับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเช่นกัน ประมาณ 1.20 บาทต่อลิตร จากระดับ 23.89 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนเมษายน 2559 มาอยู่ที่ระดับ 25.09 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559

3. ความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อทิศทางการฟื้นตัวของการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

4. ความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ภัยแล้งที่อาจส่งผลกระทบต่อพืชผลทางการเกษตรและการหารายได้ของประชาชนในภูมิภาคต่างๆ

5. ราคาพืชผลทางการเกษตรที่ทรงตัวอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่แล้ว รวมถึงภาวะภัยแล้งที่เกิดขึ้นอยู่ในปัจจุบันที่ส่งผลกระทบต่อผลผลิตทางการเกษตร ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

6. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารายได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่าภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันฟื้นตัวค่อนข้างล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อภาวะภัยแล้งและราคาพืชผลยังมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้กำลังซื้อในประเทศยังฟื้นตัวไม่มาก

แต่ผู้บริโภครู้กลับเริ่มมีความหวังว่าเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการลงทุนของภาครัฐในครึ่งปีหลัง และเศรษฐกิจโลกที่เริ่มมีแนวโน้มฟื้นตัวขึ้น สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงเล็กน้อยต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 24 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา จากระดับ 61.5 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 61.1 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2559 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.9% 53.2% และ 42.9% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 4.0% 53.5% และ 42.5% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และกาส่งออกกับเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 176 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2544 เป็นต้นมา (ระดับที่ 42.4 ในเดือนกันยายน 2544) โดยดัชนีปรับตัวลดลงจากเดือนเมษายน ที่อยู่ที่ 48.8 สู่ระดับ 47.5 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.1% 45.4% และ 53.6% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 1.4% 46.0% และ 52.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีนัก

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนพฤษภาคม 2559 ปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนจากระดับ 74.3 มาอยู่ที่ระดับ 74.6 เนื่องจากมีความหวังว่ารัฐบาลจะเร่งลงทุนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลัง ประกอบกับราคายางพาราเริ่มปรับตัวสูงขึ้นสอดคล้องกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ส่งสัญญาณฟื้นตัวขึ้น โดยในเดือนพฤษภาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.8% 61.0% และ 32.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.7% 60.9% และ 32.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย โดยมองว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวช้ากว่าและต่ำกว่าที่คาดไว้เดิม

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
เมษายน 2559	61.5	48.8	74.3
พฤษภาคม 2559	61.1	47.5	74.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจเฉลี่ย		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
เม.ย. – พ.ค. 2559	61.3	48.2	74.5

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนพฤษภาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงเล็กน้อยต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2558 เป็นต้นมา โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 68.0 สู่อันดับ 67.7 โดยในเดือนพฤษภาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 6.0% 55.7% และ 38.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 6.0% 56.1% และ 37.9% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 และปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 3 แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวม โดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนพฤษภาคม 2559 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 24 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา (ระดับที่ 52.3 ในเดือนพฤษภาคม 2557) โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 57.4 สู่อันดับ 56.3 โดยในเดือนพฤษภาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 3.7% 48.8% และ 47.5% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 3.8% 49.7% และ 46.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 และปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 แสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวไม่มากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนตามความคาดหวังต่อเศรษฐกิจที่จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต โดยดัชนีปรับสูงขึ้นเล็กน้อยจาก 78.7 เป็น 79.1 โดยในเดือนพฤษภาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 8.2% 62.4% และ 29.4% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มาก 8.2% 62.4% และ 29.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มี ความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
เมษายน 2559	68.0	57.4	78.7
พฤษภาคม 2559	67.7	56.3	79.1
ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำเฉลี่ย		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
เม.ย. – พ.ค. 2559	67.9	56.8	78.9

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนพฤษภาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนตามความคาดหวังต่อเศรษฐกิจที่จะปรับตัวดีขึ้นในอนาคต จากระดับ 88.5 มาอยู่ที่ระดับ 89.0 ทั้งนี้ในเดือนพฤษภาคม 2559 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.3% 68.4% และ 21.3% ตามลำดับ ขณะที่เดือนเมษายน ผู้บริโภคมีความเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.2% 68.1% และ 21.7% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 78.7% ซึ่งสูงกว่าเดือนที่ผ่านมาที่อยู่ที่ 78.3% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น แต่ยังคงมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามากขึ้น ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังไม่ปรับตัวขึ้นมากนัก การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
เมษายน 2559	88.5
พฤษภาคม 2559	89.0

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
เม.ย. – พ.ค. 2559	88.7

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนพฤษภาคม 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559 เมื่อนำดัชนีประเภตต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 54 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 เป็นต้นมา (ระดับที่ 51.5 ในเดือนพฤศจิกายน 2554) จากระดับ 53.1 ในเดือนเมษายน มาอยู่ที่ระดับ 51.9 ในเดือนพฤษภาคม 2559 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน จากระดับ 80.5 เป็นระดับ 80.9 ในเดือนพฤษภาคม 2559 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเล็กน้อยต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2558 เป็นต้นมา จากระดับ 72.7 เป็น 72.6 ในเดือนพฤษภาคม 2559

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
เมษายน 2559	72.7	53.1	80.5
พฤษภาคม 2559	72.6	51.9	80.9

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
เม.ย. – พ.ค. 2559	72.6	52.5	80.7

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนพฤษภาคม 2559

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2558 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภครู้สึกว่ภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันฟื้นตัวค่อนข้างล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อภาวะภัยแล้งและราคาพืชผลยังมีราคาต่ำเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่งผลให้กำลังซื้อในประเทศยังฟื้นตัวไม่มาก แต่ผู้บริโภคกลับเริ่มมีความหวังว่าเศรษฐกิจ การจ้างงาน และรายได้ในอนาคตจะปรับตัวดีขึ้นตามการลงทุนของภาครัฐในครึ่งปีหลัง และเศรษฐกิจโลกที่เริ่มมีแนวโน้มฟื้นตัวขึ้น

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 61.1 67.7 และ 89.0 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนเมษายน ที่อยู่ในระดับ 61.5 68.0 และ 88.5 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเล็กน้อยต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 8 เดือนนับตั้งแต่เดือนตุลาคม 2558 เป็นต้นมา โดยอยู่ที่ระดับ 72.6 ในเดือนพฤษภาคม 2559 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่แน่นอน การส่งออกที่ยังหดตัว ปัญหาภัยแล้ง ราคาพืชผลทางการเกษตรตกต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 5 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 54 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 เป็นต้นมา (ระดับที่ 51.5 ในเดือนพฤศจิกายน 2554) โดยอยู่ที่ระดับ 51.9 ในเดือนพฤษภาคม 2559 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานยังไม่ฟื้นตัวมากนัก อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือนอยู่ที่ระดับ 74.6 เนื่องจากมีความหวังว่ารัฐบาลจะเร่งลงทุนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลัง ประกอบกับราคายางพาราเริ่มปรับตัวสูงขึ้นสอดคล้องกับราคาน้ำมันที่ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ส่งสัญญาณฟื้นตัวขึ้น

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนักในช่วงนี้จนถึงกลางไตรมาสที่ 3 ของปี เนื่องจากประชาชนมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของการบริโภคน่าจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ ถ้าสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกคลี่คลายลง และประสิทธิภาพของการใช้จ่ายและลงทุนของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวขึ้นเป็นรูปธรรม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคม 2559 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงโดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล และภาคตะวันออกที่ปรับตัวลดลงมากที่สุด

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนพฤษภาคม 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	47.5	46.5	47.9	48.4	45.7	50.4	48.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	74.6	71.8	77.8	77.5	71.7	79.5	76.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	56.3	55.5	53.7	58	51.2	63.2	58.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	79.1	79.2	78.6	78.3	77.4	82.7	77.4
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	89.0	90.3	87.5	89.9	87.7	85.6	89.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	61.1	59.2	62.9	63.0	58.7	65.0	62.5
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	67.7	67.4	66.2	68.2	64.3	73.0	67.9
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	72.6	72.3	72.2	73.7	70.2	74.5	73.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับเดือนเมษายน 2559	-0.1	-0.3	0.1	0.1	-0.1	0.2	-0.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.9	51.0	50.8	53.2	48.5	56.8	53.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	80.9	80.4	81.3	81.9	78.9	82.6	81.2

ตารางที่ 9 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนเมษายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.8	48.2	48.6	49.3	46.8	51.2	49.7
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	74.3	71.6	77.4	77	71.3	78.8	76.3
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	57.4	56.7	54.5	58.8	52.2	63.9	59.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	78.7	79	78.2	77.8	77.1	82.1	77
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	88.5	89.9	87	89.3	87.2	84.9	89.2
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	61.5	59.9	63.0	63.2	59.1	65.0	63.0
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	68.0	67.9	66.4	68.3	64.7	73.0	68.3
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	72.7	72.6	72.1	73.6	70.3	74.3	73.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนมีนาคม 2559	-0.8	-1.0	-0.7	-0.8	-0.7	-0.8	-0.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	53.1	52.5	51.6	54.1	49.5	57.6	54.7
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	80.5	80.2	80.9	81.4	78.5	81.9	80.8

ตารางที่ 10 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
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย