



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

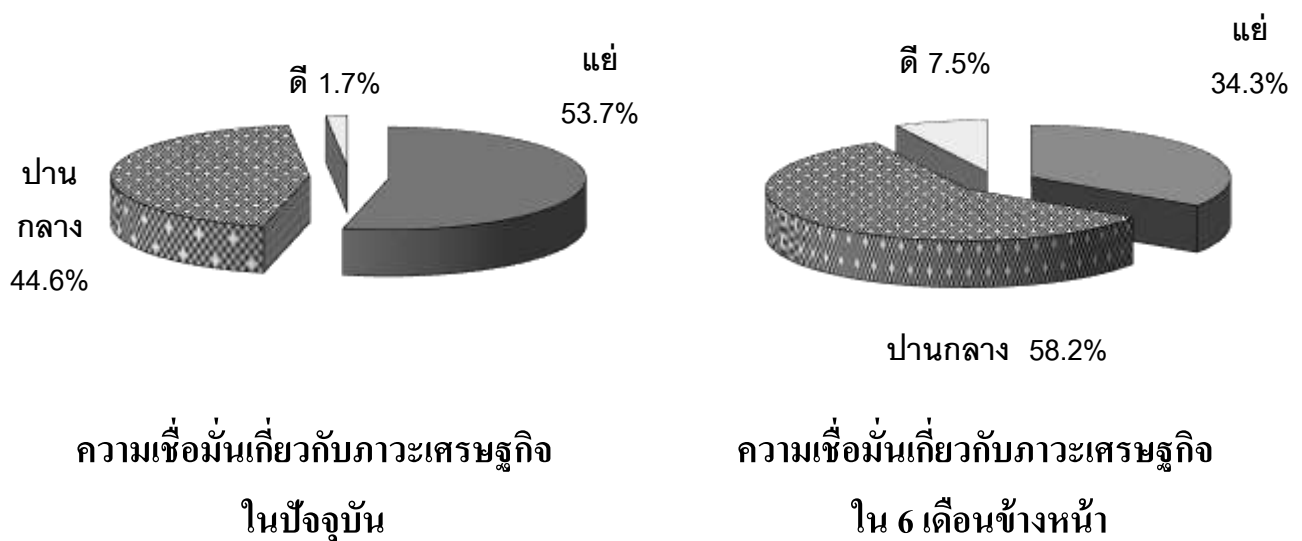
UTCC's Consumer Index

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

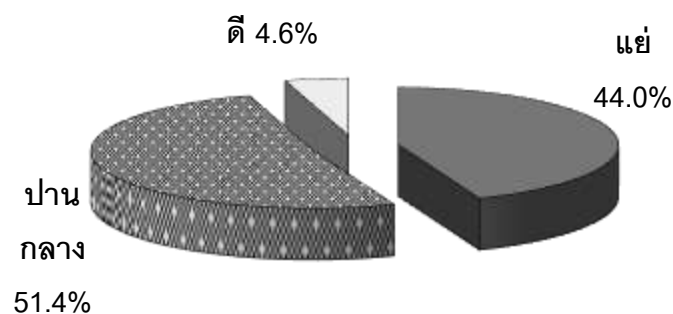
ผลการสำรวจความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยเดือนมิถุนายน 2559

ความเชื่อมั่นยังคงปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 ต่ำสุดในรอบ 25 เดือน

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



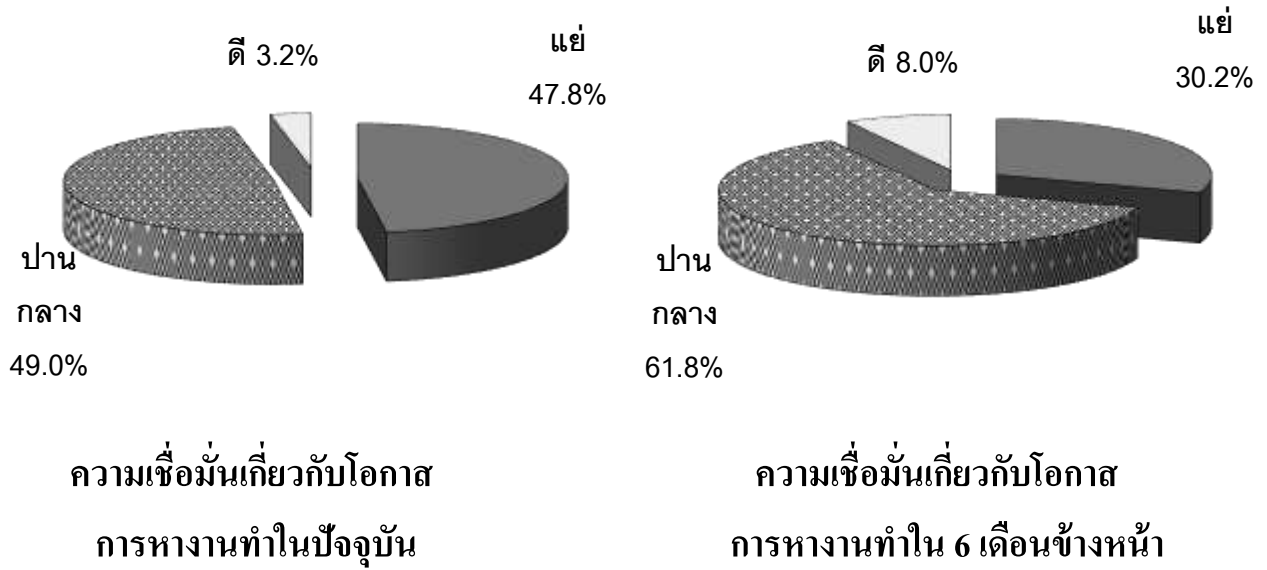
ประชาชนส่วนใหญ่ยังมีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยในระดับปานกลาง



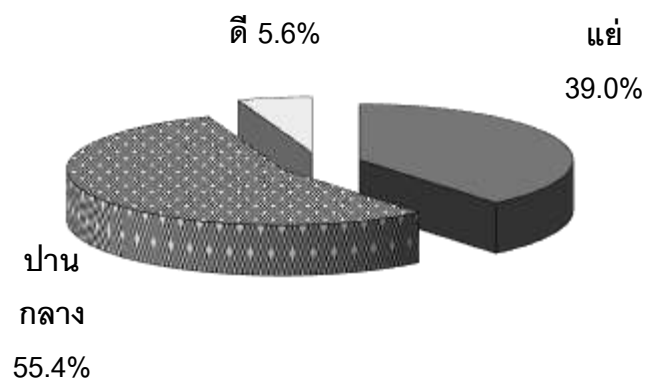
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจไทยโดยรวมเท่ากับ 60.6

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำโดยทั่วไป

เปรียบเทียบความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในปัจจุบันและใน 6 เดือนข้างหน้า



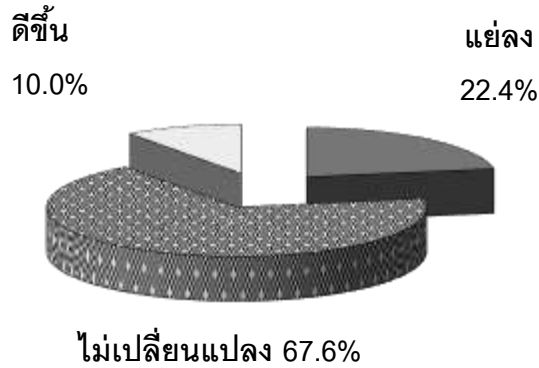
ประชาชนส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำในระดับปานกลาง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสการทำงานทำเท่ากับ 66.5

ความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ประชาชนส่วนใหญ่มั่นใจว่ารายได้ในอนาคตของตนไม่เปลี่ยนแปลง



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเท่ากับ 87.6

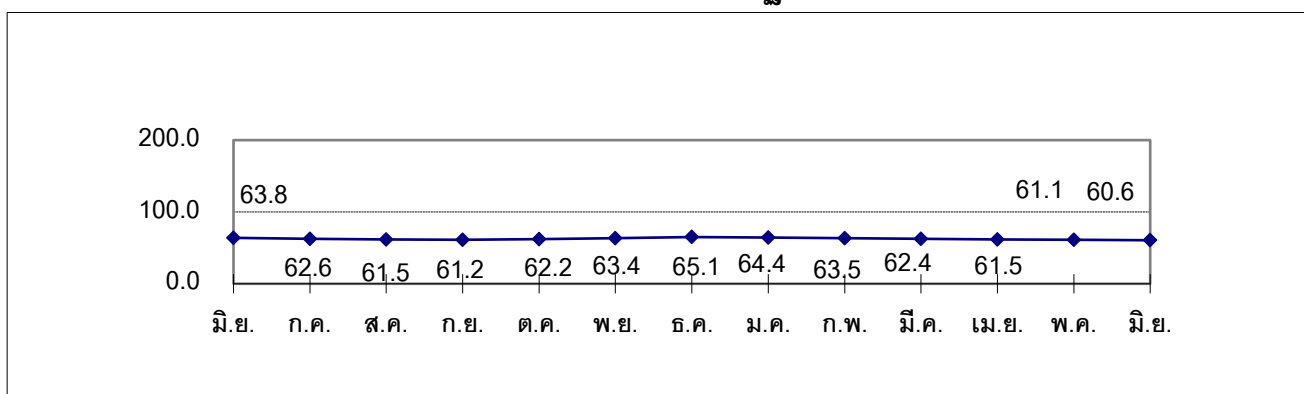
ตารางที่ 1 ผลสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนพฤษภาคมและมิถุนายน 2559

รายการ	พฤษภาคม 2559			มิถุนายน 2559		
	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง	ดี/ ดีขึ้น	ปานกลาง/ ไม่ เปลี่ยนแปลง	แย่/ แย่ลง
1. ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	1.1	45.4	53.6	1.7	44.6	53.7
2. ภาวะเศรษฐกิจใน 6 เดือนข้างหน้า	6.8	61.0	32.2	7.5	58.2	34.3
3. โอกาสในการหางานทำในปัจจุบัน	3.7	48.8	47.5	3.2	49.0	47.8
4. โอกาสในการหางานทำใน 6 เดือน ข้างหน้า	8.3	62.5	29.2	8.0	61.8	30.2
5. รายได้ใน 6 เดือนข้างหน้า	10.3	68.4	21.3	10.0	67.6	22.4
6. ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	3.9	53.2	42.9	4.6	51.4	44.0
7. โอกาสในการหางานรวม	6.0	55.7	38.3	5.6	55.4	39.0

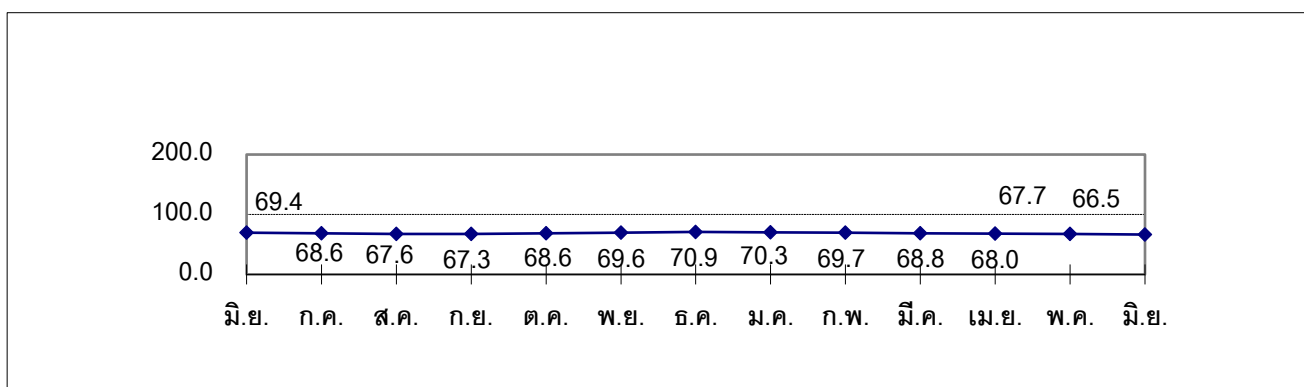
ตารางที่ 2 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2559

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม	64.4	63.5	62.4	61.5	61.1	60.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางาน	70.3	69.7	68.8	68.0	67.7	66.5
3. ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	91.7	90.7	89.5	88.5	89.0	87.6

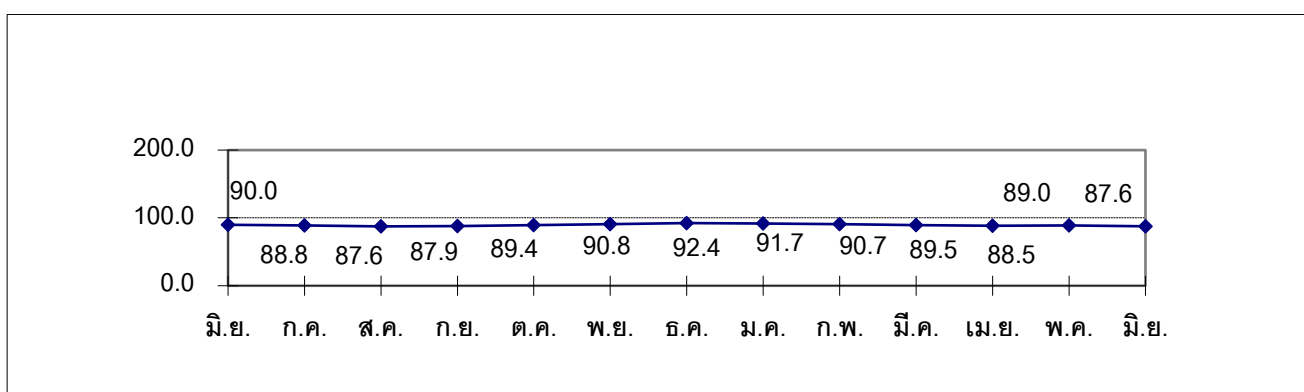
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม



ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ



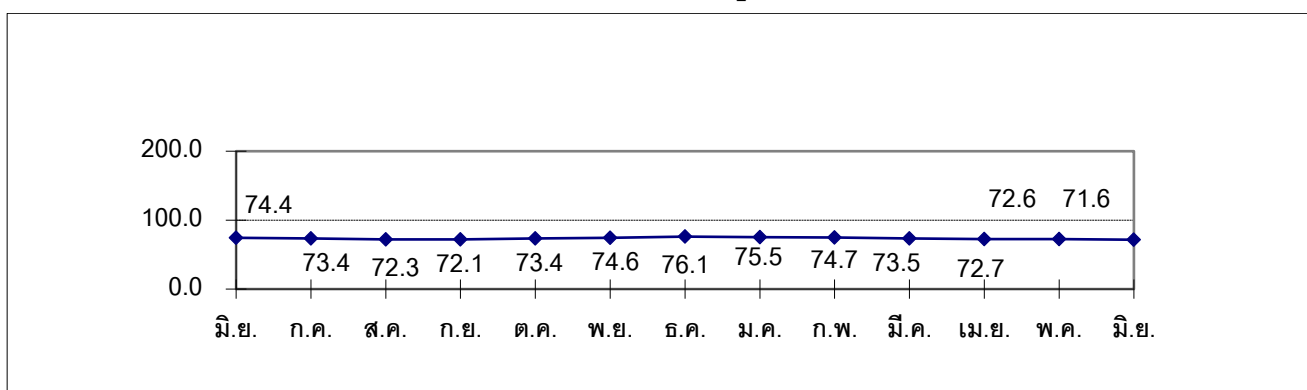
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต



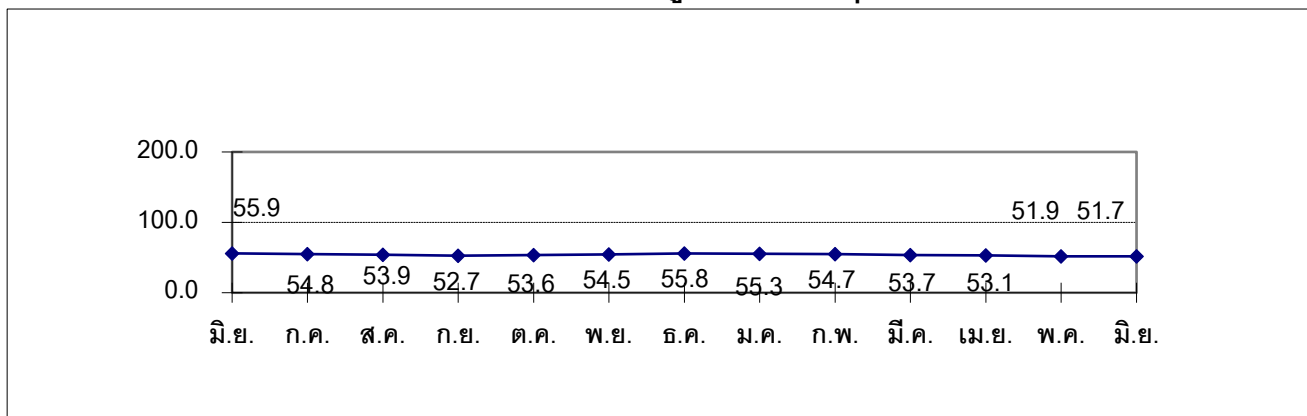
ตารางที่ 3 ดัชนีความเชื่อมั่นในแต่ละช่วงเวลาในเดือนมกราคมถึงมิถุนายน 2559

รายการ	มกราคม	กุมภาพันธ์	มีนาคม	เมษายน	พฤษภาคม	มิถุนายน
1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	75.5	74.7	73.5	72.7	72.6	71.6
2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	55.3	54.7	53.7	53.1	51.9	51.7
3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	83.5	82.7	81.5	80.5	80.9	79.5

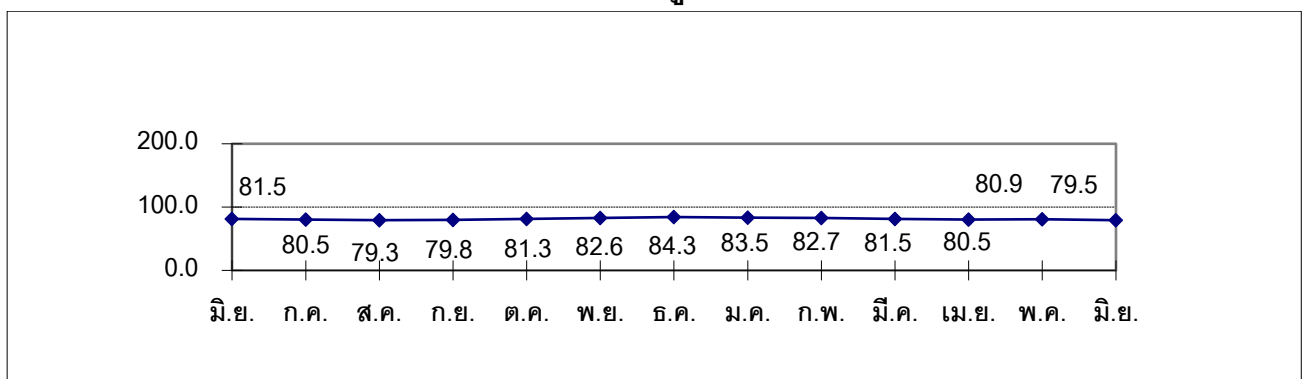
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต



ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559 ที่จัดทำโดยศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยและหอการค้าไทย ได้ดำเนินการโดยออกแบบสอบถามตัวอย่างจากประชาชนทั่วประเทศเป็นจำนวน 2,249 คน แยกเป็นกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ร้อยละ 40.1 และต่างจังหวัด ร้อยละ 59.9 โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงประมาณร้อยละ 49.7 และ 50.3 ตามลำดับ

การอ่านค่าดัชนี

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคจะมีค่าอยู่ระหว่าง 0-200 ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ดังนี้

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

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559

ในเดือนมิถุนายน 2559 มีปัจจัยหลายด้านที่เป็นปัจจัยบวกและปัจจัยลบที่ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค สำหรับปัจจัยที่เป็นปัจจัยบวก ได้แก่

1. สถานการณ์ภัยแล้งเริ่มมีสัญญาณคลี่คลายลง ส่งผลทำให้ราคาสินค้าเกษตรกรรมเริ่มปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งราคาขางพาราเริ่มปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน สอดคล้องกับราคาน้ำมันในตลาดโลกที่ปรับตัวสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มส่งสัญญาณฟื้นตัว ซึ่งจะส่งผลให้กำลังซื้อของภาคครัวเรือนและภาคเกษตรค่อยๆ มีแนวโน้มของการฟื้นตัว
2. ระดับราคาน้ำมันขายปลีกในประเทศปรับตัวลดลง โดยราคาน้ำมันขายปลีกแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 91 (E10) และแก๊สโซฮอล์ ออกเทน 95 (E10) ปรับตัวลดลงประมาณ 1.00 และ 1.00 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.18 และ 25.60 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559 ตามลำดับ มาอยู่ที่ระดับ 24.18 และ 24.60 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2559 ตามลำดับ สำหรับราคาน้ำมันดีเซลขายปลีกในประเทศ มีการปรับตัวลดลงเช่นกันประมาณ 0.40 บาทต่อลิตร จากระดับ 25.09 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559 มาอยู่ที่ระดับ 24.69 บาทต่อลิตร ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2559
3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) มีมติเป็นเอกฉันท์ ให้คงอัตราดอกเบี้ยนโยบายไว้ที่ร้อยละ 1.50 ต่อปี หลังจากประเมินแนวโน้มเศรษฐกิจยังฟื้นตัวได้ต่อเนื่อง และอัตราดอกเบี้ยในระดับนี้เอื้อต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจในระยะยาว

4. SET Index ในเดือนมิถุนายน 2559 ปรับตัวเพิ่มขึ้น 20.71 จุด โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจาก 1,424.28 จุด ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559 เป็น 1,444.99 จุด ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2559

5. ความคาดหวังของประชาชนว่ารัฐบาลเน้นการใช้จ่ายเพื่อการลงทุนและกระตุ้นเศรษฐกิจมากขึ้นในช่วงครึ่งปีหลัง

6. เงินบาทปรับตัวแข็งค่าขึ้นเล็กน้อย โดยอัตราแลกเปลี่ยนอ้างอิงค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้นเล็กน้อยจากระดับ 35.453 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนพฤษภาคม 2559 เป็น 35.305 บาทต่อดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นเดือนมิถุนายน 2559 สะท้อนว่ามีเงินทุนจากต่างประเทศสุทธิไหลเข้ามาในประเทศ

สำหรับปัจจัยลบในเดือนมิถุนายน 2559 ได้แก่

1. ความกังวลเกี่ยวกับผลการลงประชามติเมื่อวันที่ 23 มิถุนายน 2559 ที่สหราชอาณาจักร ตัดสินใจแยกตัวออกจากสหภาพยุโรป หรือ Brexit อาจส่งผลให้เกิดความผันผวนต่อเศรษฐกิจโลก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อเชิงลบต่อทิศทางการฟื้นตัวของการส่งออกและเศรษฐกิจไทยในอนาคต

2. การส่งออกของไทยในเดือนพฤษภาคม 2559 มีมูลค่า 17,616,93 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 4.40 กลับมาติดลบต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 หลังจากที่เพิ่มขึ้นมา 2 เดือนติดต่อกัน ขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 16,079.44 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.50 ส่งผลให้ดุลการค้าเกินดุล 1,537.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้ช่วง 5 เดือนแรกปี 2559 ส่งออกได้รวม 86,991.26 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 1.90 และมีการนำเข้ารวม 76,543.41 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 10.25 ส่งผลให้เกินดุลการค้ารวม 10,447.85 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

3. คณะกรรมการนโยบายการเงิน (กนง.) คงประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (จีดีพี) ปี 2559 คงไว้ที่ 3.1% หลังจากมีแรงส่งของอุปสงค์ในประเทศและการท่องเที่ยวที่เข้ามาช่วยชดเชยการส่งออกสินค้าที่ปรับลดลง โดยการส่งออกปีนี้คาดว่าจะติดลบ 2.5% จากเดิมคาดติดลบ 2.0% ทั้งนี้มีมติปรับลดประมาณการอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (จีดีพี) ปี 2560 มาอยู่ที่ 3.2% จากเดิมคาดไว้ที่ 3.3% เนื่องจากเศรษฐกิจขยายตัวชะลอลงกว่าที่ประเมินไว้เล็กน้อย ตามการส่งออกสินค้าที่ปรับลดลง

4. ราคาพืชผลทางการเกษตรแม้ว่าจะปรับตัวดีขึ้นแต่ยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ส่งผลให้รายได้ของเกษตรกรยังทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ ทำให้กำลังซื้อทั่วไปในต่างจังหวัดขยายตัวไม่มากนัก

5. ผู้บริโภคมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับปัญหาค่าครองชีพและราคาสินค้าที่ยังทรงตัวอยู่ในระดับสูง รวมถึงผู้บริโภคยังรู้สึกว่ารวยได้ในปัจจุบันไม่สอดคล้องกับค่าครองชีพที่ปรับตัวสูงขึ้น

การแปลผลดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ Brexit ที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย นอกจากนี้ผู้บริโภคยังรู้สึกภาวะเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันฟื้นตัวค่อนข้างล่าช้า โดยเฉพาะ

อย่างไร้เมื่อราคาพืชผลยังมีราคาต่ำ ส่งผลให้กำลังซื้อในประเทศยังฟื้นตัวไม่มาก สำหรับรายละเอียดของการปรับตัวของดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559 มีดังนี้

1. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา จากระดับ 61.1 ในเดือนที่ผ่านมาสู่ระดับ 60.6 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2559 เห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 4.6% 51.4% และ 44.0% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 3.9% 53.2% และ 42.9% ตามลำดับ การที่ดัชนียังคงอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 100 แสดงว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจโดยรวมไม่สูงมากนัก เนื่องมาจากผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก และกาส่งออกกับเศรษฐกิจไทยที่ยังมีการฟื้นตัวไม่ชัดเจน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อสถานการณ์ Brexit เกิดขึ้นยิ่งทำให้ความกังวลเพิ่มเติมมากขึ้น

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบันปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 6 เดือนเนื่องจากราคาพืชผลทางการเกษตรเริ่มปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้กำลังซื้อในต่างจังหวัดเริ่มปรับตัวดีขึ้นระดับหนึ่ง โดยดัชนีปรับตัวขึ้นจากเดือนพฤษภาคม ที่อยู่ที่ 47.5 สู่ระดับ 48.0 ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.7% 44.6% และ 53.7% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 1.1% 45.4% และ 53.6% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมแล้วผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความรู้สึกที่ว่าภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบันยังมีภาวะไม่ดีนัก

อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ของเดือนมิถุนายน 2559 ปรับตัวลดลงอีกครั้งหลังโดยปรับตัวลดลงจากระดับ 74.6 มาอยู่ที่ระดับ 73.2 เนื่องจากมีความกังวลเกี่ยวกับการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก การส่งออกของไทยและเศรษฐกิจไทยหลังจากเหตุการณ์ Brexit ผู้บริโภคยังมีความหวังว่ารัฐบาลจะเร่งลงทุนเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจในช่วงครึ่งปีหลัง โดยในเดือนมิถุนายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 7.5% 58.2% และ 34.3% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่มากประมาณ 6.8% 61.0% และ 32.2% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังมีความเห็นว่าภาวะเศรษฐกิจในช่วง 6 เดือนข้างหน้ายังมีความเสี่ยงต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลกที่จะมีผลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทย โดยมองว่าเศรษฐกิจไทยจะฟื้นตัวช้ากว่าและต่ำกว่าที่คาดไว้เดิม

ตารางที่ 4 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ		
	ภาวะเศรษฐกิจโดยรวม	ภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน	ภาวะเศรษฐกิจในอนาคต
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
มิถุนายน 2559	60.6	48.0	73.2

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
ไตรมาสที่ 2 2559	61.1	48.1	74.0

2. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม

ในเดือนมิถุนายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวมปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 67.7 สู่วระดับ 66.5 โดยในเดือนมิถุนายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 5.6% 55.4% และ 39.0% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 6.0% 55.7% และ 38.3% ตามลำดับ การที่ดัชนีมีค่าต่ำกว่าระดับ 100 และปรับตัวลดลงต่อเนื่อง แสดงว่าผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานโดยรวมโดยเห็นว่าโอกาสในการหางานทำจะไม่ดีตามภาวะเศรษฐกิจ

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันของเดือนมิถุนายน 2559 ปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 53 เดือนนับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2555 เป็นต้นมา (ระดับที่ 54.7 ในเดือนมกราคม 2555) โดยดัชนีปรับตัวจากระดับ 56.3 สู่วระดับ 55.4 โดยในเดือนมิถุนายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.2% 49.0% และ 47.8% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 3.7% 48.8% และ 47.5% ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันเคลื่อนไหวต่ำกว่าระดับ 100 และปรับตัวลดลงต่อเนื่องแสดงว่า ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในปัจจุบันยังไม่ดีนัก และรู้สึกว่าการจ้างงานในเศรษฐกิจไทยเพิ่มขึ้นไม่มากตามภาวะเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวไม่มากนัก

สำหรับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำในอนาคต (ใน 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงตามความกังวลต่อการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกที่อาจทำให้การส่งออกของไทยขยายตัวติดลบอย่างต่อเนื่องในปี โดยดัชนีปรับสูงลดลงจาก 79.1 เป็น 77.7 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 เป็นต้นมา โดยในเดือนมิถุนายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.0% 61.8% และ 30.2% ตามลำดับ ขณะที่ในเดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่าโอกาสในการหางานทำในอนาคตอยู่ในระดับที่ดี ปานกลาง และแย่ประมาณ 8.2% 62.4% และ 29.4% ตามลำดับ การที่ดัชนีทรงตัวอยู่ในระดับต่ำกว่า 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่มีความมั่นใจมากนักเกี่ยวกับภาวะการจ้างงานในอนาคตตามภาวะเศรษฐกิจที่ยังมีความไม่แน่นอนสูง

ตารางที่ 5 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสในการหางานทำ		
	การหางานทำโดยรวม	การหางานทำในปัจจุบัน	การหางานทำในอนาคต
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
มิถุนายน 2559	66.5	55.4	77.7

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
ไตรมาสที่ 2 2559	67.4	56.3	78.5

3. ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

ในเดือนมิถุนายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตปรับตัวลดลงอีกครั้ง หลังจากดัชนีในเดือนที่แล้วปรับตัวดีขึ้นเป็นครั้งแรกในรอบ 5 เดือน การปรับตัวลดลงของดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเกิดจากความกังวลของความผันผวนของเศรษฐกิจโลกจากเหตุการณ์ Brexit ที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของการส่งออกและเศรษฐกิจไทย โดยปรับตัวลดลงจากระดับ 89.0 มาอยู่ที่ระดับ 87.6 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 เป็นต้นมา ทั้งนี้ในเดือนมิถุนายน 2559 ผู้บริโภคเห็นว่ารายได้ในอนาคตของตน (ใน 6 เดือนข้างหน้า) จะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.0% 67.6% และ 22.4% ตามลำดับ ขณะที่เดือนพฤษภาคม ผู้บริโภคมีความเห็นว่า รายได้ในอนาคตของตนจะปรับตัวดีขึ้น ไม่เปลี่ยนแปลง และแย่ลง ประมาณ 10.3% 68.4% และ 21.3% ตามลำดับ

การที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณ 77.6% ซึ่งต่ำกว่าเดือนที่ผ่านมาที่อยู่ที่ 78.7% แสดงว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่ารายได้ของตนในอนาคตยังมีโอกาสปรับตัวดีขึ้น แต่ยังคงมีความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลก สถานการณ์ด้านราคาพืชผลทางการเกษตรที่ยังคงทรงตัวอยู่ในระดับต่ำ และการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยที่ล่าช้ามากขึ้น ทำให้มีความมั่นใจในการหารายได้ในอนาคตของตนจึงยังทรงตัวต่ำ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ในระดับใกล้เคียง 100 แสดงว่า ผู้บริโภคยังมีความมั่นใจในรายได้ในอนาคตของตนในระดับที่ใกล้เคียงปกติ แม้ว่าจะมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์เศรษฐกิจในปัจจุบันและอนาคตก็ตาม

ตารางที่ 6 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต
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
มิถุนายน 2559	87.6

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตเฉลี่ย
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
ไตรมาสที่ 2 2559	88.4

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค ในเดือนมิถุนายน 2559

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559 เมื่อได้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเกี่ยวกับภาวะเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคตรวมทั้งสิ้น 5 ประเภท เราสามารถนำมาคำนวณหาดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคได้ดังต่อไปนี้

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

จากผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559 เมื่อนำดัชนีประเภทต่างๆ มาคำนวณ โดยแบ่งตามระยะเวลาของการวิเคราะห์ ผลปรากฏว่า ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 55 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 เป็นต้นมา (ระดับที่ 51.5 ในเดือนพฤศจิกายน 2554) จากระดับ 51.9 ในเดือนพฤษภาคม มาอยู่ที่ระดับ 51.7 ในเดือนมิถุนายน 2559 เช่นเดียวกับดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต (ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า) ปรับตัวลดลงจากระดับ 80.9 เป็นระดับ 79.5 ในเดือนมิถุนายน 2559 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 เป็นต้นมา ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเล็กน้อยต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา จากระดับ 72.6 เป็น 72.6 ในเดือนมิถุนายน 2559

ตารางที่ 7 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

เดือน	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
มิถุนายน 2559	71.6	51.7	79.5

ไตรมาส	ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคเฉลี่ย		
	โดยรวม	ในปัจจุบัน	ในอนาคต
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
ไตรมาสที่ 2 2559	72.3	52.2	80.3

สรุปผลการสำรวจดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคประจำเดือนมิถุนายน 2559

ผลของการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวลดลงทุกรายการต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา เนื่องจากผู้บริโภคมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ Brexit ที่อาจส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทย นอกจากนี้ผู้บริโภคยังรู้สึกว่าการฟื้นตัวเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันฟื้นตัวค่อนข้างล่าช้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อราคาพืชผลยังมีราคาต่ำ ส่งผลให้กำลังซื้อในประเทศยังฟื้นตัวไม่มาก

ทั้งนี้ ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจโดยรวม ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำโดยรวม และดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคตอยู่ที่ระดับ 60.6 66.5 และ 87.6 ตามลำดับ เมื่อเทียบกับดัชนีในเดือนพฤษภาคม ที่อยู่ในระดับ 61.1 67.7 และ 89.0 ตามลำดับ การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคทุกรายการยังอยู่ในระดับต่ำกว่าปกติ (ที่ระดับ 100) แสดงว่าผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจเกี่ยวกับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ โอกาสในการหางานทำ และรายได้ในอนาคต

การปรับตัวของดัชนีทุกรายการดังกล่าวส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค (Consumer Confidence Index: CCI) ปรับตัวลดลงเล็กน้อยต่อเนื่องเป็นเดือน 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 25 เดือนนับตั้งแต่เดือนมิถุนายน 2557 เป็นต้นมา โดยอยู่ที่ระดับ 71.6 ในเดือนมิถุนายน 2559 การที่ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมยังคงเคลื่อนไหวคงอยู่ต่ำกว่าระดับ 100 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงเห็นว่าสถานการณ์เศรษฐกิจโดยรวมยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนัก ทั้งนี้ ผู้บริโภคยังมีความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกที่ยังมีความผันผวนสูงจากเหตุการณ์ Brexit การส่งออกที่ยังหดตัว ราคาพืชผลทางการเกษตรทรงตัวต่ำ ยังคงเป็นตัวบั่นทอนความเชื่อมั่นโดยรวมของประเทศไทยในอนาคต

สำหรับความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบันปรับตัวลดลงต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 6 และอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 55 เดือนนับตั้งแต่เดือนธันวาคม 2554 เป็นต้นมา (ระดับที่ 51.5 ในเดือนพฤศจิกายน 2554) โดยอยู่ที่ระดับ 51.7 ในเดือนมิถุนายน 2559 แสดงว่าภาวะเศรษฐกิจและการจ้างงานยังไม่ฟื้นตัวมากนัก อย่างไรก็ตาม ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคต่อสถานการณ์ในอนาคตปรับตัวลดลงอยู่ที่ระดับ 79.5 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำสุดในรอบ 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนกันยายน 2558 เป็นต้นมา

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย คาดการณ์ว่าการบริโภคของภาคประชาชนยังฟื้นตัวขึ้นไม่มากนักในช่วงนี้ เนื่องจากประชาชนมีความวิตกกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่แน่นอนของการฟื้นตัวของเศรษฐกิจไทยและเศรษฐกิจโลก อย่างไรก็ตาม การฟื้นตัวของบริโภคน่าจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นในช่วงปลายไตรมาสที่ 3 ของปีนี้ ถ้าสถานการณ์ความผันผวนของเศรษฐกิจโลกคลี่คลายลง และประสิทธิภาพของการใช้จ่ายและลงทุนของภาครัฐเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวขึ้นเป็นรูปธรรม

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในเดือนมิถุนายน 2559 เมื่อแยกตามภูมิภาคแล้วจะพบว่าความเชื่อมั่นของผู้บริโภคโดยรวมภูมิภาคต่างจังหวัดปรับตัวลดลงโดยเฉพาะกทม. และปริมณฑล และภาคตะวันออกที่ปรับตัวลดลงมากที่สุด เนื่องจากความกังวลของความผันผวนของเศรษฐกิจโลกจากเหตุการณ์ Brexit

ตารางที่ 8 ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคแยกตามภูมิภาคในเดือนมิถุนายน 2559

ดัชนีความเชื่อมั่น	ประเทศ	กทม. และ ปริมณฑล	เหนือ	ตะวันออก เฉียงเหนือ	กลาง	ใต้	ตะวันออก
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในปัจจุบัน	48.0	46.9	48.3	49.2	46.3	50.9	48.8
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับเศรษฐกิจในอนาคต	73.2	70.1	76.8	76.5	70.4	78.3	74.6
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในปัจจุบัน	55.4	54.5	53.1	57.2	50.1	62.3	57.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับโอกาสหางานทำในอนาคต	77.7	77.5	77.6	77.3	76.1	81.6	75.9
ดัชนีความเชื่อมั่นเกี่ยวกับรายได้ในอนาคต	87.6	88.7	86.4	88.8	86.4	84.5	88.1
ดัชนีความเชื่อมั่นเศรษฐกิจโดยรวม	60.6	58.5	62.6	62.9	58.4	64.6	61.7
ดัชนีความเชื่อมั่นโอกาสหางานทำโดยรวม	66.5	66.0	65.4	67.3	63.1	72.0	66.5
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภค	71.6	71.1	71.4	73.0	69.3	73.7	72.1
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนพฤษภาคม 2559	-1.0	-1.2	-0.7	-0.7	-1.0	-0.8	-1.2
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในปัจจุบัน	51.7	50.7	50.7	53.2	48.2	56.6	53.0
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคในอนาคต	79.5	78.8	80.3	80.9	77.6	81.5	79.5

ตารางที่ 9 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
ดัชนีความเชื่อมั่นของผู้บริโภคปรับตัวเทียบกับ เดือนเมษายน 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 10 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
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

ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ

และคณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย