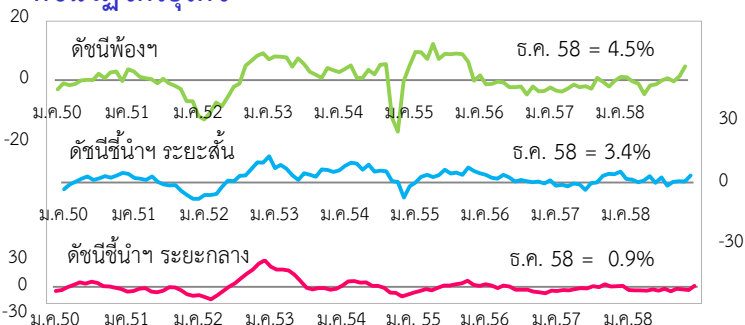


ดัชนีวัฏจักรธุรกิจ



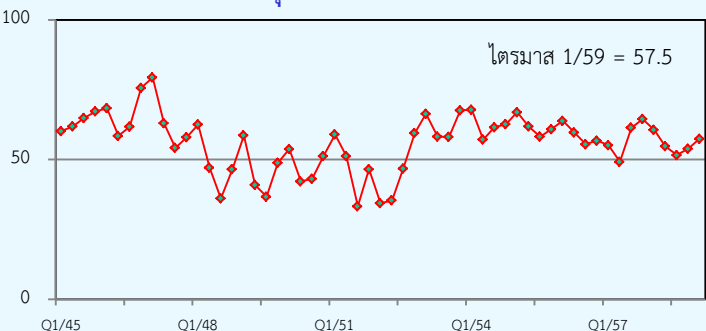
อัตราการขยายตัว (ธ.ค. 2558)

ร้อยละ

ดัชนีพ้องวัฏจักรธุรกิจ (ชี้ภาวะปัจจุบัน)	4.5
ดัชนีขึ้นน้ำวัฏจักรธุรกิจระยะสั้น (ขึ้นน้ำ 3-5 เดือน)	3.4
ดัชนีขึ้นน้ำวัฏจักรธุรกิจระยะกลาง (ขึ้นน้ำ 9-11 เดือน)	0.9

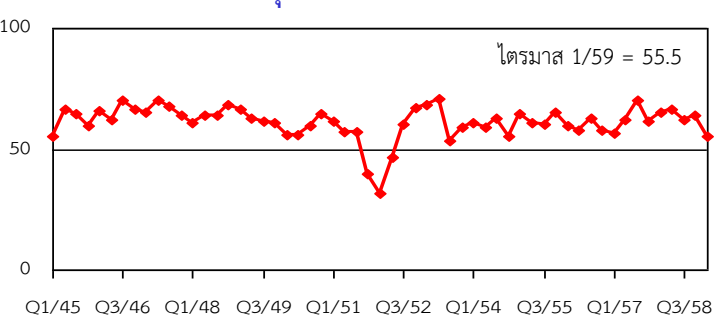
เศรษฐกิจไทยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง

ดัชนีคาดการณ์ภาวะธุรกิจ



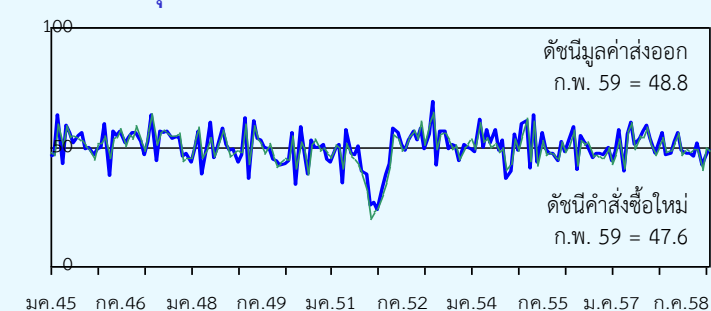
ไตรมาส 1/2559 (ม.ค.-มี.ค.2559) ความเชื่อมั่นผู้ประกอบการมีแนวโน้มที่ดีอย่างต่อเนื่อง แต่ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับความผันผวนของเศรษฐกิจโลก ภาวะภัยแล้ง และกำลังซื้อของผู้บริโภค ดัชนีมีค่า 57.5 โดยคาดว่าจะดีขึ้นร้อยละ 35.0 ไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 45.1 และไม่ดีขึ้นร้อยละ 19.9

ดัชนีคาดการณ์ภาวะธุรกิจส่งออก



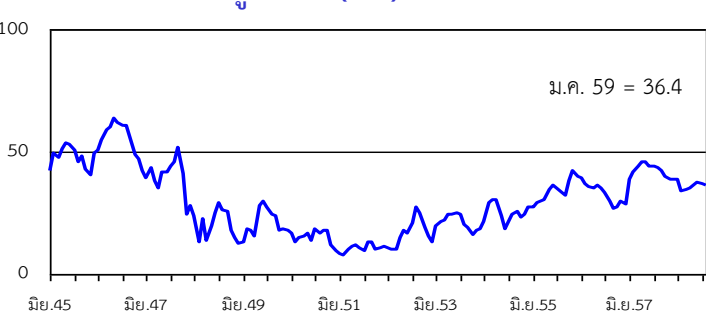
ไตรมาส 1/2559 (ม.ค.-มี.ค. 2559) มีค่า 55.5 คาดว่าจะดีขึ้นร้อยละ 22.4 ไม่เปลี่ยนแปลงร้อยละ 66.2 และ ลดลงร้อยละ 11.4 แสดงว่าผู้ประกอบการส่งออกมีความคิดเห็นว่าการส่งออกยังมีแนวโน้มที่ดี

ดัชนีภาวะธุรกิจส่งออก



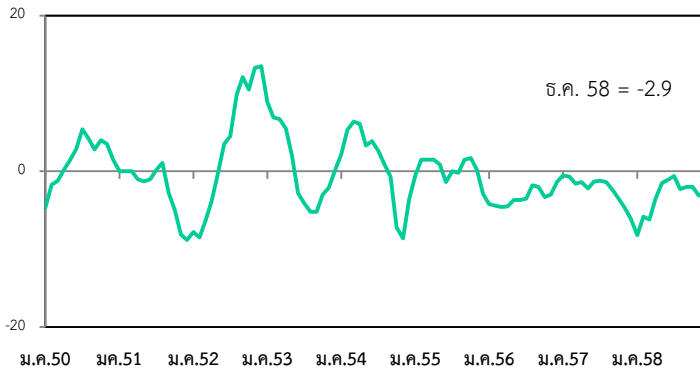
เดือนกุมภาพันธ์ 2559 ดัชนีมูลค่าส่งออก และ ดัชนีคำสั่งซื้อใหม่ มีค่า 48.8 และ 47.6 ตามลำดับ สะท้อนการส่งออกมีแนวโน้มชะลอลง

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI)



เดือนมกราคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค มีค่า 36.4 ทั้งนี้ค่าดัชนีฯ ที่อยู่ต่ำกว่าระดับ 50 สะท้อนให้เห็นว่าประชาชนยังมีความกังวลต่อภาวะเศรษฐกิจ

ดัชนีชี้แนวโน้มวัฏจักรเงินเพื่อ



อัตราการขยายตัว (ธ.ค.2558)

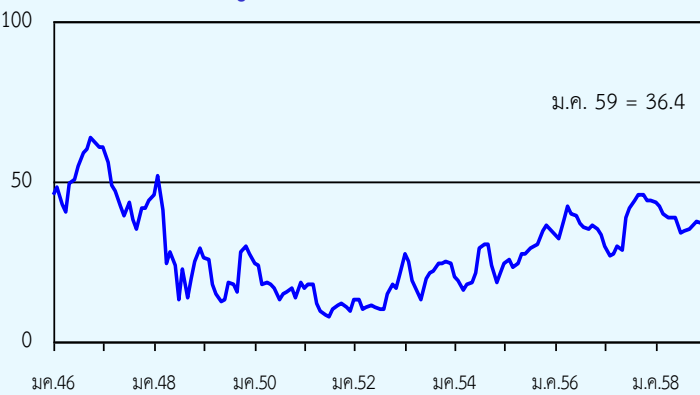
ร้อยละ

ดัชนีชี้แนวโน้มวัฏจักรเงินเพื่อ (ชี้นำ 7-9 เดือน)

-2.9

แรงกดดันเงินเพื่อยังอยู่ในระดับต่ำ

ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค (CCI)

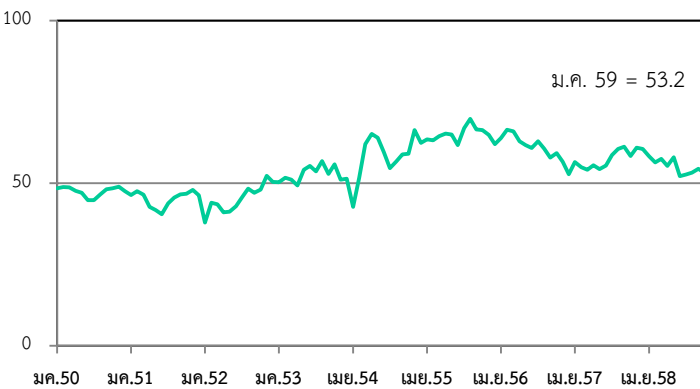


เดือนมกราคม 2559 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคมี

ค่า 36.4 ค่าดัชนีฯ ยังอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคยังขาดความเชื่อมั่นต่อภาวะเศรษฐกิจ

กำลังซื้อของผู้บริโภคยังไม่กระตือรือร้นขึ้นโดยดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภคต่ำกว่าระดับ Base Line (เส้น 50) มาตั้งแต่ปี 2547 แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคยังคงชะลอการใช้จ่ายเพราะความไม่มั่นใจในเศรษฐกิจปัจจุบัน

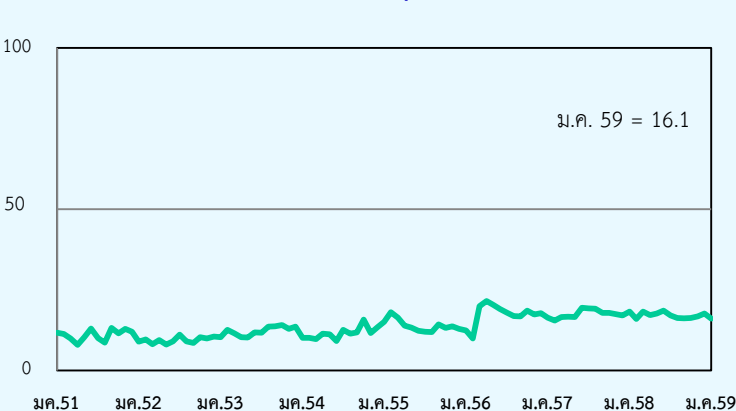
การบริโภคสินค้าอุปโภค-บริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพ



ผลจากการสำรวจการใช้จ่ายของประชาชนในการ

บริโภคสินค้าอุปโภค-บริโภค ที่จำเป็นต่อการครองชีพ ในเดือนมกราคม 2559 มีค่า 53.2 ค่าดัชนีสูงกว่าเส้น 50 แสดงให้เห็นว่าประชาชนยังคงใช้จ่ายเพื่อการอุปโภค-บริโภคที่จำเป็นต่อการครองชีพอย่างต่อเนื่อง

การวางแผนซื้อสินค้าคงทนต่างๆ ในระยะ 6 เดือนข้างหน้า



ขณะที่ผลการสำรวจข้อมูลการวางแผนใช้จ่าย

ในช่วง 6 เดือนข้างหน้า เพื่อซื้อสินค้าคงทนต่างๆ ได้แก่ เครื่องใช้ไฟฟ้า ตู้เย็น โทรทัศน์ รถยนต์ของผู้บริโภค ประจำเดือนมกราคม 2559 ดัชนีอยู่ที่ 16.1 ซึ่งค่าดัชนียังอยู่ในระดับที่ค่อนข้างต่ำ แสดงให้เห็นว่าความต้องการที่จะซื้อสินค้าเหล่านี้ยังไม่กระตือรือร้น