

TPSO JOURNAL

วารสาร สนย. ปีที่ 4 ฉบับที่ 33 เมษายน 2557



อาเซียน-ญี่ปุ่น :
ปรับระบอบกักจับกระแสโลก

ค่า K กับการก่อสร้างภาครัฐ

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย เดือนกุมภาพันธ์ 2557

สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน
อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร
: มีนาคม 2557

เครื่องประดับเงินไทย ในเยอรมนี

Editor's note

แม้เศรษฐกิจไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี 2557 จะบ่งชี้ถึงความเสี่ยงของการเข้าสู่ภาวะถดถอย หรือเติบโต 0% แต่หลายสำนักก็ยังคงมองในแง่บวกว่า หากสามารถจัดตั้งรัฐบาลได้ภายในไตรมาส 3 ความเชื่อมั่นของประเทศจะได้รับการฟื้นฟูให้กลับคืนมา และเศรษฐกิจไทยก็น่าจะกลับมาเร่งเครื่องได้ในช่วงครึ่งปีหลัง

แต่ ณ วันนี้ คงไม่ต้ออะไรจะดีไปกว่าการอยู่กับปัจจุบันและทำทุกอย่างให้ดีที่สุด หากปัจจุบันดี ย่อมจะส่งผลดีที่ไปถึงอนาคต คอลัมน์ Special Talk ชวนผู้อ่านมาจับกระแสการลงทุนของญี่ปุ่นในอาเซียน ความจริงเรากับญี่ปุ่นคุ้นเคยกันดี เพราะค้าขายกันมานาน แต่การรวมตัวกันเข้าเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน หรือ AEC ทั้งญี่ปุ่นและประเทศอาเซียนต่างก็ต้องปรับตัว ปรับนโยบายการค้า การลงทุน เพื่อรองรับการเติบโตของเศรษฐกิจร่วมกัน

ส่วนคอลัมน์ Special Report ฉบับนี้ ยังคงอัดแน่นสาระความรู้เพื่อหนุนให้ผู้ประกอบการก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นใจ เช่น ค่า K คืออะไร ผู้ประกอบการธุรกิจรับเหมาก่อสร้างหน้าใหม่ควรทราบอย่างยิ่ง หากคิดจะเข้าสู่ยุทธจักรนี้ อีกเรื่องเป็นโอกาสของเครื่องประดับฝีมือคนไทยที่มีแนวโน้มไปได้สวยในเยอรมนี ด้วยคุณภาพงานฝีมือของเราเป็นที่ยอมรับกันดีอยู่แล้ว แต่ความรู้ที่เรามอบให้จะช่วยเจียรไนสินค้าให้มีความโดดเด่นในตลาดการแข่งขันมากยิ่งขึ้น

จากกระแสการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ทำให้ทุกภาคส่วนจำเป็นต้องปรับตัวให้ทันสถานการณ์ ซึ่งการยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพก็เป็นสิ่งหนึ่งที่คนในองค์กรควรตระหนักเพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กรไปสู่ความเป็นเลิศ แนวทางจะเป็นอย่างไรติดตามได้ในปกหลัง

และสืบเนื่องจากรวบรวม สนย. ฉบับที่ 31 ประจำเดือนกุมภาพันธ์ 2557 เกิดความผิดพลาดในการลงรูปประกอบบทความ โดยในหน้า 7 ได้ตีพิมพ์เป็นรูปสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 ซึ่งที่ถูกต้องตามเนื้อหาที่ได้กล่าวไว้ ควรเป็นสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 4 ทางกองบรรณาธิการต้องขออภัยในความผิดพลาดมา ณ ที่นี้ด้วย

กองบรรณาธิการวารสาร สนย.

Contents

อาเซียน-ญี่ปุ่น : ปรับกระบวนทัพจับกระแสโลก	3
เครื่องประดับเงินไทยในเยอรมนี	4-5
ค่า K กับการก่อสร้างภาครัฐ	6-7
ภาพรวมเศรษฐกิจไทย	8
ตัวชี้วัดเศรษฐกิจการค้า	9
การค้าระหว่างประเทศของไทย : กุมภาพันธ์ 2557	10
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : มีนาคม 2557	11
ทำไมต้องพัฒนาคุณภาพ การบริหารจัดการองค์กร	12

บรรณาธิการ

ผู้อำนวยการ สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

ผู้จัดทำ

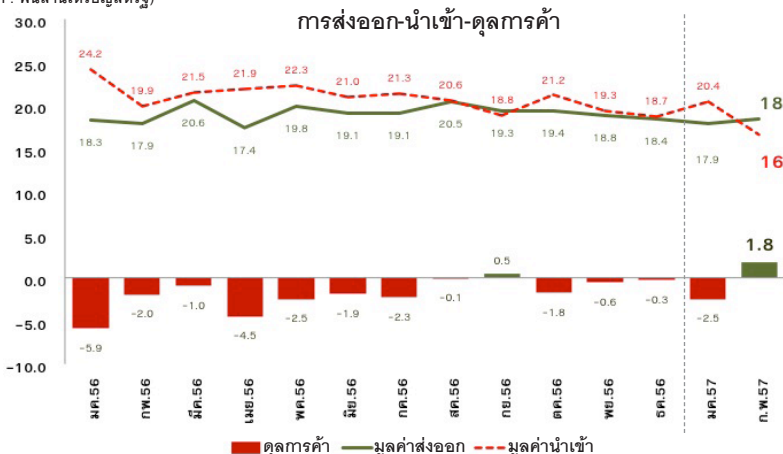
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

44/100 ถ.นนทบุรี 1 ต.บางกระสอ อ.เมือง จ.นนทบุรี 11000

โทรศัพท์ 0 2507 7895 โทรสาร 0 2547 5687

Getting Around with TPSO

(มูลค่า : พันล้านเหรียญสหรัฐ)



Getting Around ฉบับนี้ขอนำเสนอเรื่องการค้าระหว่างประเทศ และภาวะเงินเฟ้อของไทย ภายใต้สถานการณ์ชุมนุมที่ยืดเยื้อ กระทรวงพาณิชย์ได้แถลงตัวเลขการค้าระหว่างประเทศของไทยของเดือนกุมภาพันธ์ 2557 โดยการส่งออกของไทยมีมูลค่า 18,363 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 2.43 การนำเข้ามีมูลค่า 16,596 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 16.62 และดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ เดือนมีนาคม 2557 เท่ากับ 106.94 เทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2557 สูงขึ้นร้อยละ 0.22 และเมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2556 สูงขึ้นร้อยละ 2.11 เป็นอัตราเงินเฟ้อที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา ซึ่งเท่ากับร้อยละ 1.96 จากภาวะต้นทุนวัตถุดิบที่สูงขึ้นเนื่องจากสภาพอากาศร้อนจัด ด้านการบริโภคภาพรวมยังอยู่ในเกณฑ์ดีมีเสถียรภาพ โดยคาดการณ์อัตราเงินเฟ้อ ปี 2557 อยู่ระหว่างร้อยละ 2.00-2.80

สำนักบริหารกลาง

อาเซียน-ญี่ปุ่น : ปรับกระบวนการที่พจับกระแสโลก

โดย ดร.ไพศาล มະระพะฤกษ์วรรณ
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้าอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

*ญี่ปุ่นเปิดเกมรุกขยายห่วงโซ่อุปทานในอาเซียนหวังเป็นสะพานเชื่อมโยงสู่ตลาด
เติบโตเร็วในเอเชียและแอฟริกา ธุรกิจไทยควรมีอย่างก้าวอย่างไรเพื่อตอบรับกับกระแสโลก
ในปัจจุบันนับเป็นความท้าทายที่น่าจับตามอง*

อาเซียนเป็นเศรษฐกิจที่ใหญ่ที่สุดอันดับ 3 ในเอเชียทั้งในแง่ของประชากร (รองจากจีนและอินเดีย) และ GDP (รองจากจีนและญี่ปุ่น) อาเซียนมีการเติบโตของชนชั้นกลางและผู้มีรายได้สูงอย่างรวดเร็ว ซึ่งสอดคล้องกับการคาดการณ์ของสำนักวิจัยเศรษฐกิจหลายแห่งที่ระบุว่าคนชั้นกลางในเอเชียจะมีขนาด 1.75 พันล้านคน ภายในปี 2563 โดยมีแรงขับเคลื่อนสำคัญจากการเติบโตของเศรษฐกิจใหญ่ๆ อย่างจีน อินเดีย และอาเซียน

ความสัมพันธ์อาเซียน-ญี่ปุ่น มีความใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้นเป็นลำดับ โดยในปัจจุบันได้มีความตกลงหุ้นส่วนเศรษฐกิจอาเซียน-ญี่ปุ่น (AJCEP) ซึ่งได้เริ่มลดภาษีระหว่างกันตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2552 เป็นต้นมา ส่งผลให้การค้าสองฝ่ายในปี 2556 มีขนาด 228,812 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ขยายตัวถึง 1.5 เท่า เมื่อเทียบกับปี 2552 ทั้งนี้ญี่ปุ่นได้ให้ความสำคัญต่อการเติบโตของอาเซียนเป็นพิเศษ อันจะเห็นได้จากนโยบายเศรษฐกิจ “อาเบะโนมิกส์” ของนายกรัฐมนตรีอาเบะของญี่ปุ่นที่ได้เน้นย้ำเป็นพิเศษถึงการกระชับความสัมพันธ์กับอาเซียนให้ใกล้ชิดมากขึ้น ทั้งด้านการค้าการลงทุนและการช่วยเหลือและพัฒนาในด้านต่างๆ อย่างเต็มที่ **ญี่ปุ่นเป็นคู่แข่งที่สำคัญอันดับ 2 ของอาเซียน** โดยในปี 2556 มีมูลค่าการค้ารวม 228,812 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (รองจากจีน: 442,621 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) แต่ในด้านการลงทุน **ญี่ปุ่นกลับเป็นผู้ลงทุนอันดับ 1 ในอาเซียน** การลงทุนของญี่ปุ่นในอาเซียน (ปี 2555) มีมูลค่าสูงถึง 1.22 แสนล้านเหรียญสหรัฐฯ คิดเป็น 12% ของการลงทุนของญี่ปุ่นทั่วโลก สูงกว่าการลงทุนในจีนที่มีมูลค่า 93 พันล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยเป็นการลงทุนในไทยมากที่สุด (32%) รองลงมาเป็นฟิลิปปินส์ (24%) และมาเลเซีย (12%) ปัจจุบันบริษัทญี่ปุ่นเข้ามาลงทุนในอาเซียนมากกว่า 5,000 บริษัท **อาเซียนเป็น**



แหล่งผลิตและส่งออกที่สำคัญของญี่ปุ่น ทั้งยังเป็นแหล่งห่วงโซ่อุปทานสินค้า และแหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญของญี่ปุ่น อย่างเช่น ยางพารา ก๊าซ และน้ำมัน เป็นต้น **อาเซียนยังมีความสำคัญต่อญี่ปุ่นในแง่ของการเป็นฐานการผลิตเบื้องต้น** ผลผลิตสุดท้ายการผลิตสินค้าและบริการของบริษัทญี่ปุ่นที่มีเครือข่ายกระจายอยู่ทั่วเอเชีย ซึ่งรวมไปถึงอินเดีย จีนและแอฟริกาด้วย ตัวอย่างสำคัญคือบริษัทผลิตรถยนต์ของญี่ปุ่นที่มีฐานการผลิตรถยนต์และชิ้นส่วนกระจายอยู่หลายประเทศในอาเซียน ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย และมาเลเซีย โดยมีไทยเป็นศูนย์กลางในการกระจายการลงทุน ภายใต้แนวคิด Thailand Plus One อีกทั้งยังใช้ไทยเป็นฐานในการเปิดตลาดนอกอาเซียน อาทิเช่น ไทยได้ส่งชิ้นส่วนป้อนสายการผลิตในบังกลาเทศของอินเดียโดยใช้ประโยชน์จาก FTA อาเซียน-อินเดีย ขณะที่มิตซูบิชิซึ่งมียอดการผลิตในไทย 2 ล้านคันต่อปี ในจำนวนนี้ 13% เป็นการส่งออกไปขายแอฟริกา

นายมาซาฮิโร คาวาอิ กรรมการผู้จัดการของสถาบันวิจัยแห่ง ADB กล่าวว่าความมั่นคงทางเศรษฐกิจของอาเซียนมีความสำคัญต่อญี่ปุ่นและญี่ปุ่นเองก็เห็นความสำคัญของการสนับสนุนเป้าหมาย AEC ปี 2558 ส่วนความท้าทายที่สำคัญของอาเซียนในปัจจุบันคือความเหลื่อมล้ำในระดับการพัฒนาระหว่างประเทศอาเซียนด้วยกันซึ่งมีผลกระทบอย่างมากต่อความเข้มแข็งของ AEC อาทิเช่น GDP สิงคโปร์สูงกว่าค่าเฉลี่ยของอาเซียนถึง 14 เท่า และสูงกว่าพม่า 87 เท่า ในด้านประชากร อินโดนีเซียมีประชากรถึง 245 ล้านคนหรือราว 40% ของอาเซียนซึ่งมากกว่าบรูไน 570 เท่า และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การกระจายรายได้ (GINI coefficient) ของอินโดนีเซียและลาวก็จะเห็นความเหลื่อมล้ำของรายได้ในประเทศที่สูงมาก บ่งชี้ว่าอาเซียนจะต้องเพิ่มความพยายามในการลดความเหลื่อมล้ำระหว่างประเทศสมาชิกอย่างจริงจังมากขึ้น ทั้งนี้ ญี่ปุ่นมีความมุ่งมั่นที่จะสนับสนุนการลดความเหลื่อมล้ำดังกล่าว อาทิเช่น แนวคิด Thailand Plus One ของญี่ปุ่นที่จะใช้ไทยเป็นฐานในการขยายการค้า/การลงทุนสู่ประเทศในอาเซียน และการช่วยเหลือเชื่อมโยงโครงสร้างพื้นฐานในภูมิภาค เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม แนวคิด Thailand Plus One จะส่งผลกระทบต่อหลักเสี่ยงไม่ได้ คือ อุตสาหกรรม Low-Tech และอุตสาหกรรมปลายน้ำบางส่วนจะถูกมองถ่ายไปสู่ประเทศอื่น ๆ (เช่น พม่า เวียดนาม และอินโดนีเซีย) ที่แรงงานยังราคาถูกกว่าไทย เช่น เสื้อผ้า อุตสาหกรรมประกอบยานยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า/อิเล็กทรอนิกส์ ส่วนไทยก็จะได้รับอานิสงส์ด้านอุตสาหกรรมสนับสนุน/ต่อเนื่อง เช่น การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์และอิเล็กทรอนิกส์ ขณะเดียวกันธุรกิจไทยก็ต้องหันไปทำอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีสูง มีนวัตกรรมและสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มสูง เช่น การมีศูนย์วิจัยพัฒนายานยนต์ต้นแบบและศูนย์ทดสอบเป็นของตนเอง หรือ การนำซีพียูจากเวียดนามและพม่ามาแปรรูปส่งออกซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่า ส่วนภาคบริการก็ต้องใช้เทคโนโลยีขั้นสูง ให้การบริการที่เชื่อถือได้ปลอดภัย เช่น การตรวจสอบผู้โดยสารที่สนามบินสุวรรณภูมิต้องเข้มงวดและไฮเทคเพื่อสร้างความมั่นใจว่าผู้โดยสารจะได้รับความปลอดภัย 100% ตลอดการเดินทาง นอกจากนี้ ปัจจุบันหลายประเทศของอาเซียนก็เข้าสู่ยุค 4G แล้ว ลูกค้านำความต้องการความสะดวกสบายมากขึ้น จึงจำเป็นต้องมีการบริการผ่านช่องทางออนไลน์และโซเชียลมีเดียมากขึ้น

การสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ (Strategic Alliance) เป็นสิ่งจำเป็นโดยเฉพาะในกลุ่มอาเซียนด้วยกัน ขณะที่ไทยเข้มแข็งด้านการเป็น Kitchen of the World ส่วนบรูไนมีความเข้มแข็งด้านการมีเงินน้ำมันล้นคลังต้องมองถ่ายไปลงทุนในต่างประเทศ เช่น ไปทำธุรกิจด้านปศุสัตว์ในออสเตรเลียเพื่อส่งกลับไปเลี้ยงคนในบรูไนเอง ขณะที่บรูไนมีการขายเครื่องมือ “ฮาลาล” ของบรูไนซึ่งเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคในกลุ่ม GCC ดังนั้นหากธุรกิจอาหารของไทยมีการร่วมทุนกับบรูไนก็จะได้ประโยชน์ 2 ต่อ คือนอกจากจะสามารถเจาะตลาดบรูไนได้แล้ว ยังจะสามารถเจาะตลาด GCC ที่มีกำลังซื้อสูงได้ในเวลาเดียวกันด้วย ส่วนการสร้างแบรนด์ระดับโลกซึ่งสำคัญมากก็อาจใช้วิธีลัดโดยผ่านการสร้างพันธมิตรเชิงกลยุทธ์ได้เช่นกัน ดังเช่น กระทิ๊งแดง และมิสทีนที่สามารถเป็นแบรนด์ระดับโลกในเวลารวดเร็วด้วยการสร้างพันธมิตรฯ ในต่างประเทศ

สิ่งสำคัญที่มองข้ามไม่ได้เป็นอย่างยิ่งเห็นจะเป็นธุรกิจบริการด้านต่าง ๆ ที่จะได้รับอานิสงส์อย่างมากจากการหลั่งไหลเข้ามาของการลงทุนจากญี่ปุ่นและจีน อาทิเช่น โลจิสติกส์ แฟรนไชส์ การท่องเที่ยว ร้านอาหาร การท่องเที่ยว ล่องสเดย์ บริการการแพทย์ สุขภาพและความงาม การศึกษานานาชาติ การฝึกอบรม MICES ดิจิตอลคอนเทนต์ การโฆษณาและการพิมพ์ ซึ่งแน่นอนว่าบริษัทต่างชาติและนักลงทุนจะต้องบริการดังกล่าวมากขึ้นเป็นเงาตามตัว **T**

เครื่องประดับเงินไทยในเยอรมนี

อรอมา ปักเข็ม / ชลิดา เพียรสร้าง
สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สันค้ำอุตสาหกรรมและธุรกิจบริการ

เครื่องประดับแท่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ ของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับของไทย โดยในปี 2556 ไทยมีการส่งออกเครื่องประดับแท่ง ได้แก่ เครื่องประดับทอง เงิน แพลทินัม และอื่น ๆ มูลค่ามากกว่า 3,500 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นร้อยละ 37 ของมูลค่าการส่งออกอัญมณีและเครื่องประดับ ซึ่งเครื่องประดับทองมีการส่งออกสูงสุด รองลงมาเครื่องประดับเงิน โดยเครื่องประดับเงินเป็นสินค้าที่มีความน่าสนใจในแง่มูลค่าการส่งออก ที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยบวกจากภาวะเศรษฐกิจของตลาดส่งออกสำคัญหลัก ๆ ที่เริ่มฟื้นตัว

ภาพรวมตลาดเครื่องประดับเงินไทยในตลาดโลก

ประเทศไทยนับได้ว่าเป็นผู้ส่งออกเครื่องประดับเงิน (HS 711311) รายใหญ่ของโลก โดยในปี 2556 ประเทศไทยส่งออกเครื่องประดับเงินมูลค่า 1,579.5 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.0 ของมูลค่าการส่งออกเครื่องประดับแท่ง มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 4.5

ปี 2556 ตลาดส่งออกเครื่องประดับเงินที่สำคัญของไทยจากข้อมูลของ World Trade Atlas พบว่า สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับหนึ่งของไทย ด้วยมูลค่า 692.1 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 43.2 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 รองลงมา คือ เยอรมนี มีมูลค่า 352.8 ล้านดอลลาร์ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.3 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.8 และอันดับ 3-5 ได้แก่ ออสเตรเลีย ฮังการี และเดนมาร์ก ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 5.3, 3.8 และ 3.7 ตามลำดับ (เป็นที่น่าสังเกตว่าตลาดเครื่องประดับเงินของไทยส่วนใหญ่จะอยู่ในตลาดสหรัฐอเมริกา และตลาดยุโรป)

ตลาดเยอรมนี...ลูกค้าชั้นดีเครื่องประดับเงินไทย

เยอรมนีมีระบบเศรษฐกิจแบบตลาดเสรี ที่ให้ความสำคัญกับมิติด้านสังคมและมีบทบาททางเศรษฐกิจที่สำคัญของโลกในปี 2555 เยอรมนีมีเศรษฐกิจใหญ่ที่สุดในยุโรป ด้วยตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ 2.7 ล้านล้านยูโร (ประมาณ 3.4 ล้านล้านเหรียญสหรัฐ) อีกทั้งยังเป็นฐานการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมหนัก อาทิ รถยนต์ เครื่องจักร เครื่องใช้ไฟฟ้า และเคมีภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีบทบาทในฐานะ "เจ้าหนี้" รายใหญ่ของสหภาพยุโรปที่กำลังประสบปัญหาเศรษฐกิจ เนื่องจากเยอรมนีเป็นประเทศที่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสามารถฟื้นตัวจากภาวะเศรษฐกิจถดถอยได้เร็ว

การค้าระหว่างไทยกับเยอรมนี

ในปี 2556 เยอรมนีเป็นคู่ค้าอันดับ 1 ของไทย (เมื่อเทียบกับกลุ่มสหภาพยุโรปด้วยกัน) มีมูลค่าการค้ารวม 10,005.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

โดยไทยส่งออก 4,004.0 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และนำเข้า 6,101.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไทยเสียเปรียบดุลการค้า 2,097.6 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สินค้าสำคัญที่ไทยส่งออกไปเยอรมนี เช่น อัญมณีและเครื่องประดับ แผงวงจรไฟฟ้า เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เป็นต้น ส่วนสินค้าที่ไทยนำเข้าจากเยอรมนีที่สำคัญ เช่น เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ รถยนต์นั่งส่วนบุคคลและอุปกรณ์ยานยนต์ เป็นต้น

การค้าเครื่องประดับเงินระหว่างไทยกับเยอรมนี

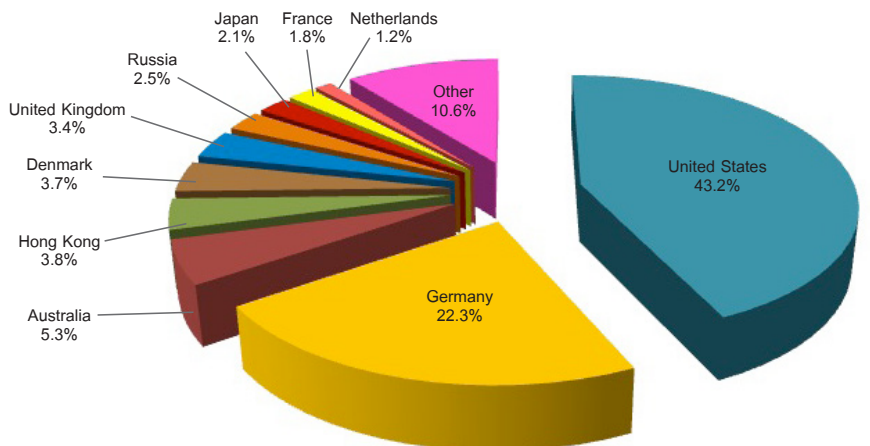
ไทยส่งออกเครื่องประดับเงินไปเยอรมนีมีมูลค่าเพิ่มขึ้นปีละประมาณร้อยละ 28-30 โดยในปี 2556 ไทยส่งออกเครื่องประดับเงินไปเยอรมนีมีมูลค่า 352.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.3 ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.8 และจากข้อมูลการส่งออกเครื่องประดับเงินปี 2552-2556 มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเงินของไทยไปยังเยอรมนี มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวสูงสุดในปี 2555 ขยายตัวที่ร้อยละ 117.7



พฤติกรรมผู้บริโภค

โดยทั่วไปผู้บริโภคชาวเยอรมนีนิยมซื้อเครื่องประดับที่มีคุณภาพดี และแม้ว่าสถานะเศรษฐกิจของสหภาพยุโรปค่อนข้างเปราะบาง ราคาจึงเป็นปัจจัยสำคัญประกอบการตัดสินใจซื้อ อีกทั้งราคาทองคำที่มีความผันผวนและมีแนวโน้มสูงขึ้น ทำให้ผู้บริโภคเยอรมนีซื้อเครื่องประดับที่มีราคาถูก โดยจะนิยมซื้อสินค้าเครื่องประดับเงินและเครื่องประดับเทียมที่ชุบโลหะเพิ่มมากขึ้น เน้นดีไซน์การออกแบบที่ทันสมัยใช้งานได้หลากหลายโอกาส สำหรับวัยรุ่นจะนิยมซื้อเครื่องประดับที่มีราคาถูกหรือราคาปานกลาง ส่วนชาวเยอรมนีที่มีรายได้เฉลี่ยสูง จะนิยมซื้อเครื่องประดับแท้ เครื่องประดับเพชร พลอย และอัญมณีมีค่าอื่น ๆ ซึ่งในรูปแบบสวยงาม มีเอกลักษณ์โดดเด่น สง่างาม ส่วนใหญ่ทำมาจากแพลทินัมหรือทองคำขาว เป็นต้น

ตลาดส่งออกเครื่องประดับเงิน (HS 711311) 10 อันดับแรก (ปี 2556)

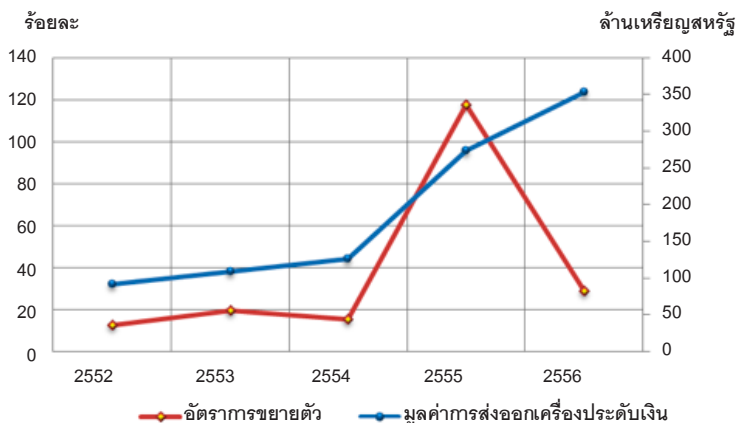


ที่มา : World Trade Atlas (น.พ.57)

1. สหภาพยุโรปกำหนดให้เครื่องประดับสามารถนำเข้ามาจำหน่ายในตลาดได้ต้องปราศจากสารนิเกิลหรือมีนิเกิลเป็นส่วนประกอบไม่เกินปริมาณที่กำหนด โดยเฉพาะสารนิเกิล สหภาพยุโรปจึงได้ตั้งกฎระเบียบที่จำกัดปริมาณนิเกิลที่ปล่อยจากเครื่องประดับ โดยกำหนดให้เครื่องประดับที่มีการสวมใส่และมีการสัมผัสกับผิวหนังโดยตรง เช่น ต่างหู สร้อยคอ สร้อยข้อมือ และแหวน อัตราการแผ่ของสารนิเกิลจะต้องไม่เกิน 0.5 ไมโครกรัม/ตร.ซม./สัปดาห์ ในขณะที่เครื่องประดับที่ต้องเจาะทะลุเข้าไปในผิวหนัง เช่น ต่างหู อัตราการแผ่ของสารนิเกิลจะต้องไม่เกิน 0.2 ไมโครกรัม/ตร.ซม./สัปดาห์

2. เยอรมนีไม่มีข้อบังคับว่าด้วยเรื่องค่าบริสุทธิ์ของเครื่องประดับที่ทำจากโลหะมีค่า รวมถึงการประทับตราเพื่อแสดงความบริสุทธิ์ของเครื่องประดับ แต่ทั้งนี้เครื่องประดับที่สามารถประทับตราเพื่อแสดงค่าความบริสุทธิ์ของทองคำและเงินได้นั้น จะต้องปริมาณโลหะดังกล่าวเป็นส่วนประกอบไม่ต่ำกว่า 585 ส่วนใน 1,000 ส่วน (14 กะรัต) และ 800 ส่วนใน 1,000 ส่วน

มูลค่าการส่งออกเครื่องประดับเงิน (HS 711311) ของไทยไปเยอรมนี (ระหว่างปี 2552-2556)



ที่มา : World Trade Atlas (n.พ.57)

แนวโน้มสินค้าและผลิตภัณฑ์

ผู้บริโภคชาวเยอรมนีนิยมสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับที่มีการออกแบบพิเศษ เรียบง่าย และมีความละเอียดประณีต หรือสินค้าในแนวแฟชั่นที่มีการออกแบบทันสมัย ใช้วัสดุที่ราคาไม่สูงมาก โดยสร้อยคอเป็นสินค้าที่ขายดีที่สุด สำหรับแนวโน้มสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับในตลาดเยอรมนีปี 2557 แยกได้ดังนี้

- สร้อยคอ จะเน้นชิ้นงานที่เป็นเงินล้วน เรียบง่าย แต่ดูมีสไตล์และมีคุณค่า
- สร้อยข้อมือ เป็นแบบเรียบง่าย ใช้เงิน ทอง หรือสั้มุกุทึ
- แหวน แนวโน้มที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง คือ แหวนที่มีลวดลายเป็นรูปปลายดอกไม้ และใช้หินหลากสีมาประดับ

- เครื่องประดับเพชรที่ตัวเรือนทำด้วยแพลทินัม หรือเครื่องประดับที่ทำจากแพลทินัมล้วน
- เครื่องประดับสำหรับสุภาพบุรุษ ผู้ชายชาวเยอรมนีดูแลเอาใจใส่เรื่องการแต่งกาย และติดตามแฟชั่นเพิ่มมากขึ้น สินค้าที่ได้รับความนิยมในตลาดเยอรมนี ได้แก่ นาฬิกาและเครื่องประดับเงิน โดยเฉพาะแหวนสร้อยคอจี้ประดับต่าง ๆ แต่ยังคงมีลักษณะค่อนข้างเรียบ ไม่หวือหวา แต่แลดูทันสมัยและมีดีไซน์

ข้อเสนอแนะในการขยายการส่งออกเครื่องประดับเงินในตลาดเยอรมนี

1. สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทย ยังคงเป็นที่ต้องการของตลาดเยอรมนีและนานาประเทศ เนื่องจากสินค้าของไทย เป็นที่ยอมรับเรื่อง

การขึ้นรูปเครื่องประดับด้วยมือ การประกอบตัวเรือนที่ประณีต การเจียรไนพลอยและความสามารถในการเผาพลอย อย่างไรก็ดีผู้ส่งออกไทยยังคงต้องเฝ้าจับตาอุปสรรคคู่แข่งสำคัญอื่น ๆ ด้วย อาทิ เวียดนาม จีน ฮังการี และตุรกี

2. การขายสินค้าตามแคตตาล็อกและทางอินเทอร์เน็ตได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นนับเป็นช่องทางการค้าที่มีศักยภาพที่ดี

3. ประชากรชาวเยอรมนีจำนวนหนึ่งที่แพ้สารโลหะที่เป็นส่วนผสมของเครื่องประดับ เช่น สารนิเกิล การเสนอขายสินค้าและระบุถึงข้อดีของสินค้าว่าปลอดสารดังกล่าว จะช่วยเพิ่มโอกาสทางการค้าและสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภคได้

4. ในปัจจุบัน สุภาพสตรีชาวเยอรมนีในวัยทำงาน สามารถทำงานหารายได้เพิ่มมากขึ้น มีความต้องการสินค้าที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ในที่ทำงาน ลูกค้ายุคนี้ก็จะซื้อเครื่องประดับแท้และใส่เครื่องประดับเป็นประจำทุกวัน ไม่ได้ใส่เฉพาะในโอกาสพิเศษเท่านั้น จัดเป็นกลุ่มลูกค้าที่ควรจับตามองและให้ความสนใจเป็นอย่างยิ่ง

5. ปัจจุบันสภาวะเศรษฐกิจของ EU ค่อนข้างเปราะบาง ทำให้การซื้อสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับมีแนวโน้มทรงตัว ราคากลายเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ

6. เครื่องประดับเงินยังเป็นที่นิยมของตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่นและเครื่องประดับพลอยเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้หญิงสูงอายุเพิ่มมากขึ้น

7. อัตราการขยายตัวของสินค้าเครื่องประดับของสุภาพบุรุษมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้น โดยเฉพาะสินค้านาฬิกา เครื่องประดับเงิน เช่น แหวน สร้อยคอ จี้ประดับต่าง ๆ ได้รับความนิยมในตลาดเยอรมนีเพิ่มมากขึ้น

อ้างอิง :

1. กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ
2. สถาบันวิจัยและพัฒนาอัญมณีและเครื่องประดับแห่งชาติ (องค์การมหาชน)
3. <http://www.mfa.go.th>
4. World Trade Atlas

SWOT เครื่องประดับเงินของไทยในตลาดเยอรมนี

จุดแข็ง	จุดอ่อน
<ol style="list-style-type: none"> 1. ความสามารถและมีมือการขึ้นรูปเครื่องประดับด้วยมือหรือประกอบตัวเรือนที่ประณีต 2. สินค้าอัญมณีและเครื่องประดับของไทยมีคุณภาพดีเป็นที่รู้จักและยอมรับ 3. ไทยเป็นผู้นำด้านการผลิตและส่งออกสินค้าสำเร็จรูป โดยเฉพาะเครื่องประดับเงิน 4. ไทยเป็นฐานการผลิตของอุตสาหกรรมอัญมณีและเครื่องประดับที่สำคัญ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ต้องนำเข้าวัตถุดิบ และเทคโนโลยีจากต่างประเทศ และแรงงานมีอัตราค่าจ้างสูงกว่าประเทศคู่แข่งเช่น ทำให้ต้นทุนการผลิตและราคาสินค้าสูงกว่า 2. ขาดการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้รูปแบบสินค้าสอดคล้องกับความต้องการของตลาด
โอกาส	ข้อจำกัด
<ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดอัญมณีและเครื่องประดับของเยอรมนีในปัจจุบันพึ่งพิงการนำเข้ามากขึ้น 2. จำนวนผู้หญิงทำงานในเยอรมนีเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นกลุ่มที่ซื้อเครื่องประดับจริงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ในที่ทำงานให้ดูดี และจะใส่เป็นประจำทุกวัน ไม่ได้ใส่เฉพาะในโอกาสพิเศษเท่านั้น 3. เครื่องประดับเงินยังเป็นที่นิยมของตลาด โดยเฉพาะในกลุ่มวัยรุ่น 4. การใช้อินเทอร์เน็ตในเยอรมนีเป็นที่แพร่หลาย เป็นโอกาสที่ผู้ประกอบการไทยจะใช้เป็นช่องทางในการขายสินค้าให้กับผู้บริโภคได้ 5. การขยายตัวของตลาดสินค้าเครื่องประดับสำหรับผู้ชาย 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคเยอรมันในสินค้าอัญมณีและเครื่องประดับค่อนข้างอยู่ในระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ย EU เนื่องจากชาวเยอรมันที่อยู่ในฝั่งตะวันออกเดิมยังเห็นว่าเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย 2. การแข่งขันในตลาดสูงมาก โดยเฉพาะด้านราคา 3. เครื่องประดับที่มีแบรนด์ที่มีชื่อเสียงยังเป็นปัจจัยสำคัญหนึ่งในการเลือกซื้อสินค้า โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่น

ค่า K กับการก่อสร้างภาครัฐ

หลาย ๆ ท่านอาจยังไม่เคยรับทราบมาก่อนว่า การก่อสร้างโครงการใด ๆ ก็ตามที่เป็นของภาครัฐ ก่อนดำเนินการจะต้องมีการคิดราคากลางงานก่อสร้างโครงการนั้น ๆ และเมื่อได้มูลค่าการใช้จ่ายแล้ว จึงมีการวงงบประมาณ เมื่อได้งบประมาณในการก่อสร้าง ก็จะมีการประมูลงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐและเอกชนผู้เป็นผู้รับเหมาก่อสร้าง จนได้ผู้ชนะการประมูลเป็นคู่สัญญาภาครัฐ เมื่อนั้น ผู้ที่ชนะการประมูลจะต้องมารับเอกสารค่า K จากกระทรวงพาณิชย์ ค่า K จึงมาเกี่ยวข้องกับโครงการก่อสร้างนับจากการประมูลโครงการสำเร็จ ท่านอาจสงสัยว่า ค่า K ที่กล่าวถึงนั้นคือค่าของอะไร และค่า K มาเกี่ยวข้องกับการก่อสร้างภาครัฐอย่างไร วันนี้จึงขอ นำท่านมาทำความรู้จักกับค่า K และความสัมพันธ์ของค่า K กับ การก่อสร้างภาครัฐ

ค่า K คืออะไร : ค่า K หรือ ESCALATION FACTOR ก็คือ ตัวเลขดัชนีที่ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงของค่างาน ณ ระยะเวลาที่ผู้รับเหมาก่อสร้างเปิดซองประกวดราคาได้เปรียบเทียบกับระยะเวลาที่ส่งงานในแต่ละงวด โดยมีเงื่อนไข คือ (1) จะใช้ ค่า K ได้เฉพาะในกรณีที่ผู้รับเหมาจ้างงานจากส่วนราชการ รัฐวิสาหกิจ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานอื่นที่มีกฎหมายบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการบริหารส่วนท้องถิ่น เท่านั้น (2) ในการทำสัญญาว่าจ้าง คู่สัญญาจะต้องระบุในสัญญาให้ชัดเจนว่า เป็นสัญญาแบบปรับราคาได้ในกรณีการประกวดราคาจ้างเหมาก่อสร้าง

ที่มาของค่า K : ได้มีการเริ่มนำค่า K มาใช้ ในช่วงปี 2516-2517 ขณะที่เกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ โดยสินค้าน้ำมันและวัสดุก่อสร้างสำคัญ คือ เหล็กสำเร็จรูปต่าง ๆ ขาดแคลนและมีราคาสูงขึ้นมาก ส่งผลกระทบต่อธุรกิจก่อสร้างอย่างรุนแรง ผู้รับเหมาก่อสร้างได้รับความเดือดร้อนทำให้บางรายต้องหยุดกิจการ และบางรายละทิ้งงานไป เพราะไม่สามารถรับภาระการขาดทุนต่อไปได้ ขณะเดียวกัน ผู้จ้างเหมา ก็ได้รับผลกระทบจากที่ ถูกทิ้งงานไปด้วยเช่นกัน คณะรัฐมนตรีจึงได้มีมติให้นำ ค่า K มาใช้ เพื่อช่วยเหลือผู้รับเหมา ให้ได้รับการชดเชยค่าเสียหาย ทั้งนี้ โดยมีคณะอนุกรรมการ เป็นผู้กำหนดหลักเกณฑ์ เงื่อนไข สูตร ประเภท และลักษณะงานที่เข้าข่ายการขอรับเงินชดเชยจากรัฐบาลได้ จนถึงปี 2524 รัฐบาลได้ประกาศยกเลิกการใช้ ค่า K เนื่องจากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจกลับเข้าสู่ภาวะปกติ อย่างไรก็ตาม เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2532 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้นำ ค่า K มาใช้อีกครั้ง เนื่องจากผลของภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวในอัตราสูง ก่อให้เกิดการลงทุนอย่างมากในธุรกิจหลายสาขา โดยเฉพาะธุรกิจการก่อสร้าง เพื่อรองรับเศรษฐกิจที่ขยายตัว เป็นเหตุให้วัสดุก่อสร้างสำคัญ คือ เหล็กเส้นขาดแคลนและราคาสูงขึ้นมากอย่างต่อเนื่อง ผู้ประกอบการธุรกิจก่อสร้างได้รับความเดือดร้อน รัฐบาลจึงให้ความช่วยเหลือโดยมีมติดังกล่าว ให้ใช้ ค่า K มาจนถึงปัจจุบัน

องค์ประกอบในการคำนวณ ค่า K ประกอบด้วย

- M = ดัชนีราคาสินค้าวัสดุก่อสร้าง (ไม่รวมเหล็กและซีเมนต์)
- S = ดัชนีราคาเหล็ก
- C = ดัชนีราคาซีเมนต์
- G = ดัชนีราคาเหล็กแผ่นเรียบ
- F = ดัชนีราคาน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว
- A = ดัชนีราคาแอสฟัลท์
- E = ดัชนีราคาเครื่องจักรกลและบริภัณฑ์
- GIP = ดัชนีราคาต่อเหล็กอบสังกะสี
- AC = ดัชนีราคาต่อซีเมนต์โยหิน
- PVC = ดัชนีราคาท่อ PVC
- PE = ดัชนีราคาท่อ HYDENSITY POLYETHYLENE
- W = ดัชนีราคาสายไฟฟ้า
- I = ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ



ค่า K ไม่ใช่แค่จะมีประโยชน์เฉพาะผู้รับเหมาอย่างเดียว ในส่วนของผู้จ้างเหมา ก็ได้รับประโยชน์ด้วย เพราะค่า K เป็นเครื่องมือช่วยเหลือทั้งผู้รับเหมาและผู้จ้างเหมาไปพร้อมกัน กล่าวคือ ช่วยลดความเสี่ยงของผู้รับเหมา กรณีที่ได้รับความเดือดร้อนจากวัสดุก่อสร้างมีราคาสูงขึ้น โดยให้ได้รับการชดเชยในส่วนของผลต่างราคาวัสดุก่อสร้าง ณ วันที่ประกวดราคาได้เทียบกับวันส่งมอบงานในแต่ละงวด ขณะเดียวกัน ผู้จ้างเหมาที่ใช้ค่า K เป็นเครื่องมือป้องกันมิให้ผู้รับเหมาเอาเปรียบ โดยการบวกราคาวัสดุก่อสร้างเพื่อการเปลี่ยนแปลงไว้ล่วงหน้ามาจกเงินไป

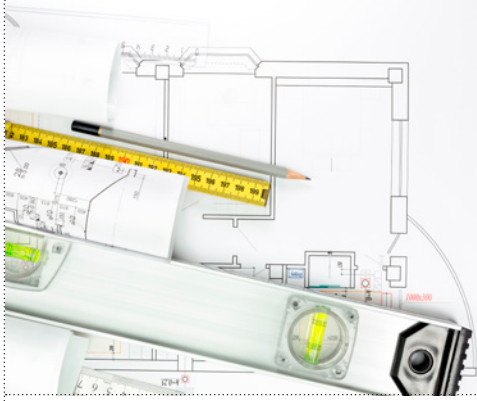
อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้รับเหมาจะทำสัญญากับผู้จ้างเหมา โดยปฏิบัติตามเงื่อนไข หลักเกณฑ์ ประเภท และลักษณะงานตามที่กำหนดไว้ในสัญญาแบบปรับราคาได้ครบถ้วนแล้วก็ตาม แต่ผู้รับเหมา ก็ไม่สามารถเรียกร้องรัฐบาลให้จ่ายเงินชดเชยได้เสมอไป กล่าวคือ จะต้องคำนวณค่า K โดยใช้สูตรตามประเภทงานก่อสร้าง ณ เดือนที่ส่งมอบงานเทียบกับ ค่า K เดือนที่เปิดซองประกวดราคา ถ้าการ

เปลี่ยนแปลงของ ค่า K แต่ละงวดงานมีค่ามากกว่า ร้อยละ 4 (หรือ 1.04) ผู้รับเหมาจึงจะสามารถนำ ค่า K ไปเรียกหรือขอรับเงินชดเชยได้ แต่ขณะเดียวกัน หากค่า K ของแต่ละงวดงานมีค่าน้อยกว่าร้อยละ 4 (หรือ 0.96) ผู้จ้างเหมา ก็จะเรียกค่างานคืนจากผู้รับเหมาในส่วนที่ราคาวัสดุก่อสร้างลดลง โดยอาจใช้วิธีการหักเงินค่างานในงวดถัดไป หรือหักเงินจากหลักประกันสัญญาแล้วแต่กรณี

นอกจากค่า K แล้ว ยังมีอีกค่าหนึ่งที่ใช้กันบ่อยในการก่อสร้างภาครัฐ คือ สัญญาแบบปรับราคาได้ ซึ่งหมายถึง เมื่อส่วนราชการจะดำเนินการก่อสร้างสถานที่ราชการ หรือถาวรวัตถุของประเทศ หลังจากได้ขออนุญาตว่าจะจ้างผู้ก่อสร้าง ก็จะทำสัญญาจ้างเหมาในรูปแบบ "สัญญาราคาเดียว" กับผู้รับเหมาก่อสร้างซึ่งในสัญญาจะระบุค่างานไว้เป็นการแน่นอน ไม่มีการเปลี่ยนแปลง วิธีการนี้ผู้รับเหมาคู่สัญญา จะต้องเสี่ยงต่อการกำไรหรือขาดทุน ตามสภาพราคาวัสดุก่อสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปในระหว่างการดำเนินงานก่อสร้าง เพราะทางราชการถือว่าผู้รับเหมา ได้คำนวณเปลี่ยนแปลงราคาเพิ่มในส่วนของความ

ผันผวนเปลี่ยนแปลงของราคาวัสดุก่อสร้างแล้ว แต่ข้อเท็จจริง ในระยะหลังมีผู้รับเหมาเกิดขึ้นใหม่เป็นจำนวนมาก จึงเกิดการแข่งขันด้านการประกวดราคาจ้างเหมาก่อสร้าง โดยไม่มีการเพิ่มราคาในอนาคต ดังนั้น ในบางขณะที่เกิดปัญหาด้านการตลาดของวัสดุก่อสร้าง เช่น เหล็กเส้น หรือปูนซีเมนต์ขาดแคลน ทำให้สินค้าขาดตลาดและมีราคาสูงขึ้น ผู้รับเหมาจะต้องรับภาระขาดทุน บางรายต่อสู้จากแรงกดดันไม่ได้ทำให้เกิดปัญหา “การทิ้งงาน” ตามมา หรือหากมองในมุมกลับ ถ้าผู้รับจ้างตามสัญญาได้เพิ่มราคาประกวดการจ้างเหมาก่อสร้างไว้แล้ว แต่ราคาวัสดุก่อสร้างในอนาคตลดลง ผู้รับเหมาจะได้กำไรมาก แต่ส่วนราชการจะเสียเงินงบประมาณรายจ่ายสูงขึ้นโดยไม่จำเป็น

ปัญหาดังกล่าว ทำให้เกิดการนำ “สัญญาแบบปรับราคาได้” มาใช้ในการจ้างเหมาก่อสร้าง ซึ่งครั้งแรกเริ่มมีการนำมาใช้ในปี 2517 แต่ได้ยกเลิกในปี 2524 และต่อมาปี 2531 ได้เกิดวิกฤตการณ์เกี่ยวกับราคาวัสดุก่อสร้างอีกครั้ง โดยมีผลจากภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างมาก ทำให้การก่อสร้างมีการขยายตัว ส่งผลทำให้ราคาวัสดุก่อสร้างขยับตัวสูงขึ้น หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องร่วมประชุมเพื่อแก้ไขปัญหาอีกครั้ง และรัฐบาลได้แต่งตั้ง “คณะกรรมการเฉพาะกิจพิจารณาแก้ไขปัญหาการก่อสร้าง” เมื่อวันที่ 22 พฤษภาคม 2532 โดยมี นายพงษ์ สารสิน รองนายกรัฐมนตรีเป็นประธานกรรมการ และในที่สุดคณะรัฐมนตรีได้มีมติ เมื่อวันที่ 22 สิงหาคม 2532 อนุมัติหลักการ เงื่อนไข และหลักสูตรการปรับราคาดังกล่าว โดยกำหนดให้ หน่วยงานรัฐวิสาหกิจ หน่วยงานตามกฎหมายว่าด้วยการบริหารราชการส่วนท้องถิ่น หน่วยงานอื่นที่มีกฎหมายอื่นบัญญัติให้มีฐานะเป็นราชการ



บริหารส่วนท้องถิ่น และหน่วยงานอื่นของรัฐ ให้ถือปฏิบัติเหมือนกันทั่วประเทศ ต่อมาเมื่อปี ครม. วันที่ 22 สิงหาคม 2532 กำหนดหลักเกณฑ์ประเภทงานก่อสร้าง สูตร และวิธีการคำนวณที่ใช้กับสัญญาแบบปรับราคาได้ ดังนี้

1. สัญญาแบบปรับราคาได้นี้ให้ใช้กับงานก่อสร้างทุกประเภท รวมถึงงานปรับปรุงและซ่อมแซมซึ่งเบิกจ่ายค่างานในลักษณะหมวดค่าครุภัณฑ์ ที่ดินและสิ่งก่อสร้าง หมวดเงินอุดหนุนและหมวดรายจ่ายอื่นที่เบิกจ่ายในลักษณะค่าที่ดิน และสิ่งก่อสร้าง ที่อยู่ในเงื่อนไขและหลักเกณฑ์ตามที่ได้กำหนดนี้
2. สัญญาแบบปรับราคาได้นี้ให้ใช้ทั้งกรณีเพิ่มหรือลดค่างานจากค่างานเดิมตามสัญญาเมื่อดัชนีราคาซึ่งจัดทำขึ้นโดยกระทรวงพาณิชย์มีการเปลี่ยนแปลงสูงขึ้นหรือลดลงจากวันเปิดซองประกวดราคา สำหรับกรณีที่จัดจ้างโดยวิธีอื่นให้ใช้วันเปิดซองราคาแทน
3. การนำสัญญาแบบปรับราคาได้ไปใช้นั้นผู้ว่าจ้างต้องแจ้งและประกาศให้ผู้รับจ้างทราบ เช่น ในประกาศประกวดราคาฯ และต้องระบุสัญญาจ้างด้วยว่างานจ้างเหมา นั้น ๆ จะใช้สัญญาแบบปรับราคาได้ พร้อมทั้งกำหนดประเภทของงาน

งานก่อสร้างที่จะสามารถนำ ค่า K มาคำนวณเพื่อขอรับเงินชดเชยได้ มี 5 ประเภท โดยมีสูตรที่ใช้คำนวณ 35 สูตร ดังนี้ งานอาคาร 1 สูตร / งานดิน 3 สูตร / งานทาง 7 สูตร / งานชลประทาน 7 สูตร / งานระบบสาธารณูปโภค 17 สูตร

ทั้งนี้ รวมถึงงานปรับปรุงและซ่อมแซมตามประเภทของงานดังกล่าวด้วย สำหรับสูตรที่จะใช้นั้นโดยทั่วไปมักจะระบุในสัญญาแบบปรับราคาได้อยู่แล้ว

ก่อสร้าง สูตรและวิธีการคำนวณที่มีการปรับเพิ่มหรือลดค่างานไว้ให้ชัดเจน

ในกรณีที่ม้งานก่อสร้างหลายประเภทในงานจ้างคราวเดียวกัน จะต้องแยกประเภทงานก่อสร้างแต่ละประเภทให้ชัดเจนตามลักษณะของงานก่อสร้างนั้น ๆ และให้สอดคล้องกับสูตรที่กำหนดไว้

4. การขอเงินเพิ่มค่างานก่อสร้างตามสัญญาแบบปรับราคาได้นี้ เป็นหน้าที่ของผู้รับจ้างที่จะต้องเรียกร้องภายในกำหนด 90 วัน นับตั้งแต่วันที่ผู้รับจ้างได้ส่งมอบงานงวดสุดท้าย หากพ้นกำหนดนี้ไปแล้วผู้รับจ้างไม่มีสิทธิที่จะเรียกร้องเงินเพิ่มค่างานก่อสร้างจากผู้ว่าจ้างได้อีกต่อไป และในกรณีที่ผู้ว่าจ้างจะต้องเรียกเงินคืนจากผู้รับจ้างให้ผู้ว่าจ้างที่เป็นคู่สัญญาเรียกเงินคืนจากผู้รับจ้างโดยเร็ว หรือให้หักค่างานของงวดต่อไป หรือให้หักเงินจากหลักประกันสัญญาแล้วแต่กรณี
5. การพิจารณาคำนวณเงินเพิ่มหรือลดและการจ่ายเงินเพิ่มหรือเรียกเงินคืนจากผู้รับจ้างตามเงื่อนไขสัญญาแบบปรับราคาได้ ต้องได้รับการตรวจสอบและเห็นชอบจากสำนักงบประมาณและให้ถือการพิจารณาวินิจฉัยของสำนักงบประมาณเป็นที่สิ้นสุด

วิธีคำนวณหาค่า K มีหลักการ ดังนี้

1. การคำนวณค่า K ค่าวนได้จากสูตรตามที่ระบุไว้ในสัญญา โดยใช้ตัวเลขของตัวแปร 13 ตัวแปรที่จัดทำโดยกระทรวงพาณิชย์เป็นเกณฑ์ในการคำนวณ
2. กรณีที่มีงานก่อสร้างหลายประเภท รวมอยู่ในสัญญาเดียวกัน จะต้องแยกค่างานก่อสร้างแต่ละประเภทให้ชัดเจนตามลักษณะงานนั้น และให้สอดคล้องกับสูตรที่กำหนดไว้
3. การคำนวณหาค่า K กำหนดให้ใช้เทคนิค 3 ตำแหน่ง ทุกขั้นตอนโดยไม่มีการปิดเศษ และกำหนดให้ทำเลขสัมพันธ์ (เปรียบเทียบ) ให้เป็นผลสำเร็จก่อน แล้วจึงนำผลลัพธ์ไปคูณกับตัวเลขคงที่หน้าเลขสัมพันธ์นั้น
4. ให้พิจารณาเงินเพิ่ม หรือลดราคา ค่างานจากราคาจากผู้รับจ้างทำสัญญาตกลงกับผู้ว่าจ้าง เมื่อค่า K ตามสูตรสำหรับงานก่อสร้างนั้น ๆ ในเดือนที่ส่งมอบงานมีค่าเปลี่ยนแปลงไปจากค่า K ในเดือนเปิดซองประกวดราคามากกว่า 4% ขึ้นไป โดยนำเฉพาะส่วนที่เกิน 4% มาคำนวณปรับเพิ่มหรือลดค่างานแล้วแต่กรณี (โดยไม่คิด 4% แรกให้)
5. ในกรณีที่ผู้รับจ้างไม่สามารถทำการก่อสร้างให้แล้วเสร็จตามระยะเวลาในสัญญา โดยเป็นความผิดของผู้รับจ้าง ค่า K ตามสูตรต่าง ๆ ที่จะนำมาใช้ในการคำนวณค่างานให้ใช้ค่า K ของเดือนสุดท้ายตามอายุสัญญา หรือค่า K ของเดือนที่ส่งมอบงานจริง แล้วแต่ว่าค่า K ตัวใดจะมีค่าน้อยกว่า
6. การจ่ายเงินแต่ละงวด ให้จ่ายค่างานที่ผู้รับจ้างทำได้แต่ละงวดตามสัญญาไปก่อน ส่วนค่างานเพิ่มหรือลดลง จะคำนวณได้ต่อเมื่อทราบดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ซึ่งนำมาคำนวณหาค่า K ของเดือนที่ส่งมอบงานงวดนั้น ๆ เป็นที่แน่นอนแล้ว เมื่อกำหนดเงินเพิ่มได้แล้ว ให้ขอทำความตกลงเรื่องเงินกับสำนักงบประมาณ

สนใจรายละเอียดเพิ่มเติม ติดต่อได้ที่ กลุ่มดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์

ภาพรวมเศรษฐกิจไทย



ประเทศ	อัตราเงินเฟ้อ	Real GDP	Real GDP ปี 57
	เฉลี่ยปี 2557 (ม.ค.-ก.พ. 57)	ปี 56 (%y-o-y)	คาดการณ์โดย IMF*
ไทย	1.95	2.9	5.0
มาเลเซีย	3.45	4.7	3.7
ฟิลิปปินส์	4.15	7.2	6.3
สิงคโปร์	0.90	4.1	3.0
จีน	2.25	7.7	7.5
อินโดนีเซีย	7.99	5.8	5.5
อินเดีย	8.45	-	5.4
เวียดนาม	5.05	5.4	5.4

ข้อมูลเศรษฐกิจไทย	ปี 56	ปี 56		ปี 57		
		Q3	Q4	ม.ค.	ก.พ.	
Real GDP (%y-o-y)						
อัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจ	2.9	2.7	0.6	-	-	
เสถียรภาพเศรษฐกิจ						
ดุลบัญชีเดินสะพัด (พันล้าน USD)	-2.8	-0.9	5.2	0.2	-	
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (พันล้าน USD)	167.2	172.3	167.2	166.7	168.1	
อัตราเงินเฟ้อทั่วไป (%y-o-y)	2.18	-	-	1.93	1.96	
อัตราเงินเฟ้อพื้นฐาน (%y-o-y)	1.00	-	-	1.04	1.22	
หนี้สาธารณะต่อ GDP (%)	45.7	45.5	45.7	45.8	-	
อัตราการว่างงาน (%)	0.7	0.8	0.6	0.9	-	
การส่งออก - นำเข้า (%y-o-y)						
มูลค่าการส่งออกในรูป USD	-0.31	-1.65	-1.03	-1.98	2.43	
มูลค่าการนำเข้าในรูป USD	0.29	-2.01	-7.90	-15.50	-16.62	
อุปทาน (%y-o-y)						
ดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตร	0.6	-2.9	3.0	3.23	1.89	
ดัชนีราคาสินค้าเกษตร	-	-	-	3.22	-1.69	
ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม	-3.2	-3.5	-7.1	-6.4	-4.4	
ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรม (ระดับ)	-	-	-	86.9	85.7	
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	19.6	26.1	10.7	0.1	-8.1	
การบริโภคเอกชน (%y-o-y)						
ภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาครั้งที่	-0.7	-7.3	-1.0	2.7	-2.4	
ยอดจำหน่ายรถยนต์นั่ง	-6.1	-24.8	-39.7	-55.9	-54.2	
ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์	-6.0	-8.7	-14.9	-30.3	-14.0	
รายได้เกษตรกรที่แท้จริง	-3.2	-4.8	-	2.7	-3.1	
ปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูป USD	4.4	6.2	-0.2	-5.3	-9.8	
การลงทุนเอกชน (%y-o-y)						
ปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูป USD	-5.9	-7.9	-16.6	-19.3	-6.6	
ยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์	-8.4	-26.2	-24.1	-36.2	-35.9	
ภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์	17.9	22.0	9.1	-5.5	-3.8	
ยอดขายปูนซีเมนต์	8.3	3.0	0.3	-1.4	-2.1	

เศรษฐกิจของไทย เดือนกุมภาพันธ์ 2557 ในภาพรวมหดตัวต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยืดเยื้อส่งผลให้การใช้จ่ายในประเทศชะลอตัว ทั้งการใช้จ่ายเพื่อการบริโภคและการลงทุน นอกจากนี้ การท่องเที่ยว และการผลิตภาคอุตสาหกรรมหดตัวลงเช่นกัน ส่วนภาคการส่งออกสินค้าปรับตัวดีขึ้นตามแนวโน้มอุปสงค์ของต่างประเทศ ทั้งนี้ เศรษฐกิจของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ดีและมีความมั่นคงเมื่อเทียบกับประเทศต่าง ๆ ในเอเชีย สำหรับประมาณการแนวโน้มเศรษฐกิจไทย ปี 2557 สศช. คาดการณ์ว่าจะขยายตัวร้อยละ 3 - 4

เสถียรภาพเศรษฐกิจในประเทศ เดือนกุมภาพันธ์ 2557 อยู่ในเกณฑ์ดี โดยอัตราเงินเฟ้อทั่วไปขยายตัวร้อยละ 1.96 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน อัตราการว่างงาน ข้อมูลล่าสุด ณ เดือนมกราคม 2557 สูงขึ้นเล็กน้อย แต่ยังคงอยู่ในระดับต่ำที่ร้อยละ 0.9 ของกำลังแรงงานรวม และสัดส่วนหนี้สาธารณะต่อ GDP อยู่ในระดับต่ำเช่นกันที่ร้อยละ 45.8 ซึ่งสถานะหนี้ของไทยยังมีความมั่นคงและต่ำกว่ากรอบความมั่นคงทางการคลังที่ตั้งไว้ คือไม่เกินร้อยละ 60.0 **ส่วนเสถียรภาพเศรษฐกิจนอกประเทศ** อยู่ในระดับมั่นคง สะท้อนได้จากทุนสำรองระหว่างประเทศ ณ สิ้นเดือนกุมภาพันธ์ 2557 อยู่ในระดับสูงที่ 168.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งสูงกว่าหนึ่งต่างประเทศระยะสั้นสามารถรองรับความเสี่ยงจากความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้

ภาคอุปทาน เดือนกุมภาพันธ์ 2557 ในภาพรวมหดตัวลงต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยืดเยื้อ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่ได้รับผลกระทบอย่างชัดเจน และหดตัวเป็นครั้งแรกในรอบ 27 เดือน ซึ่งหดตัวถึงร้อยละ 8.1 นอกจากนี้ ดัชนีผลผลิตสินค้าอุตสาหกรรม หดตัวร้อยละ 4.4 ส่งผลให้ดัชนีความเชื่อมั่นอุตสาหกรรมปรับตัวลดลงอยู่ที่ระดับ 85.7 จากระดับ 86.9 ในเดือนก่อนหน้า และดัชนีราคาสินค้าเกษตร หดตัวลงเช่นกันที่ร้อยละ 1.69 ส่วนดัชนีผลผลิตสินค้าเกษตรขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงที่ร้อยละ 1.89

การบริโภคภาคเอกชน เดือนกุมภาพันธ์ 2557 ในภาพรวมหดตัวลงต่อเนื่องจากเดือนที่ผ่านมา โดยเฉพาะยอดจำหน่ายรถยนต์นั่งที่หดตัวในระดับสูงที่ร้อยละ 54.2 ยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ หดตัวร้อยละ 14.0 ยอดการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ราคาครั้งที่ และปริมาณนำเข้าสินค้าอุปโภคบริโภคในรูปดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ 2.4 และ 9.8 ตามลำดับ นอกจากนี้ รายได้เกษตรกรที่แท้จริง ลดลงร้อยละ 3.1 ตามราคาสินค้าเกษตรที่หดตัวลง ประกอบกับผลผลิตสินค้าเกษตรมีแนวโน้มชะลอตัว

การลงทุนภาคเอกชน เดือนกุมภาพันธ์ 2557 ในภาพรวมหดตัวลง ทั้งการลงทุนในหมวดเครื่องมือเครื่องจักรและการก่อสร้าง เนื่องจากผู้ประกอบการชะลอการลงทุนเพื่อรอประเมินสถานการณ์เศรษฐกิจและการเมือง โดยสะท้อนได้จากปริมาณนำเข้าสินค้าทุนในรูปดอลลาร์สหรัฐ และยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ ที่หดตัวร้อยละ 6.6 และ 35.9 นอกจากนี้ ยอดการจัดเก็บภาษีธุรกรรมอสังหาริมทรัพย์ และยอดขายปูนซีเมนต์ หดตัวเช่นกันที่ร้อยละ 3.8 และ 2.1 ตามลำดับ **IT**

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, เว็บไซต์สำนักงานสถิติของประเทศต่าง ๆ, IMF (* คาดการณ์เดือน ต.ค. 56 และสิงคโปร์คาดการณ์โดย MTI of SINGAPOR)



ตัวชี้วัด เศรษฐกิจการค้า

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศ เดือนมีนาคม 2557 มีค่าเท่ากับ 106.94 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 2.11 ตามการสูงขึ้นของสินค้าหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ได้แก่ เนื้อสัตว์ เป็ด ไก่และสัตว์น้ำ ผักสดและผลไม้ ไข่และผลิตภัณฑ์นม เครื่องประกอบอาหาร เป็นต้น สำหรับสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ ปรับสูงขึ้นเล็กน้อย ได้แก่ สินค้าหมวดเคสสถาน หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.22 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มีนาคม 2557 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 สูงขึ้นร้อยละ 2.0

สำหรับภาคการณเงินเพื่อปี 2557 กระทรวงพาณิชย์คาดการณ์ว่า จะขยายตัวร้อยละ 2.0 - 2.8

ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐานของประเทศ (เป็นการคำนวณจากสินค้าและบริการของดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศที่หักสินค้ากลุ่มอาหารสดและพลังงาน) เดือนมีนาคม 2557 มีค่าเท่ากับ 104.22 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อนสูงขึ้นร้อยละ 1.31 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาสูงขึ้นร้อยละ 0.08 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มีนาคม 2557 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 สูงขึ้นร้อยละ 1.19

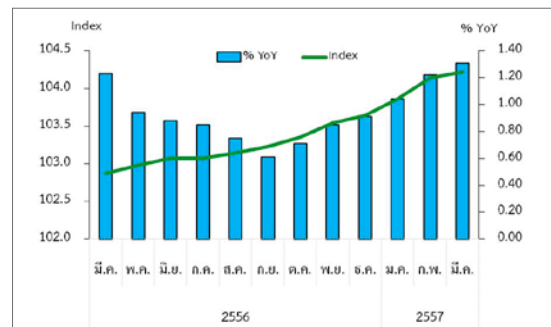
ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนมีนาคม 2557 มีค่าเท่ากับ 141.5 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.4 จากการสูงขึ้นของหมวดผลิตภัณฑ์จากเหมือง ตามการสูงขึ้นของราคาลิกไนต์ ปิโตรเลียมและก๊าซธรรมชาติ แร่โลหะ หมวดผลิตภัณฑ์เกษตรกรรม ตามการสูงขึ้นของราคาปลาและสัตว์น้ำ สัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ และหมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ตามการสูงขึ้นของราคาผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม สิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ผลิตภัณฑ์หนังและรองเท้า เป็นต้น เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาผู้ผลิตสูงขึ้นร้อยละ 0.1 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มีนาคม 2557 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 สูงขึ้นร้อยละ 1.2

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนมีนาคม 2557 มีค่าเท่ากับ 127.4 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.3 จากการสูงขึ้นของหมวดซีเมนต์ หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีต และหมวดวัสดุก่อสร้างอื่น ๆ เนื่องจากต้นทุนวัตถุดิบการผลิตและค่าแรงปรับสูงขึ้น ประกอบกับแหล่งธรรมชาติของหิน ทรายและดินหายาก สำหรับหมวดดัชนีราคาที่ดินลดลง ได้แก่ หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก หมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา หมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ เนื่องจากการก่อสร้างชะลอตัวจากสถานการณ์ทางการเมืองที่ยืดเยื้อ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง สูงขึ้นร้อยละ 0.4 และเฉลี่ยเดือนมกราคม - มีนาคม 2557 เทียบกับช่วงเดียวกันของปี 2556 สูงขึ้นร้อยละ 1.0

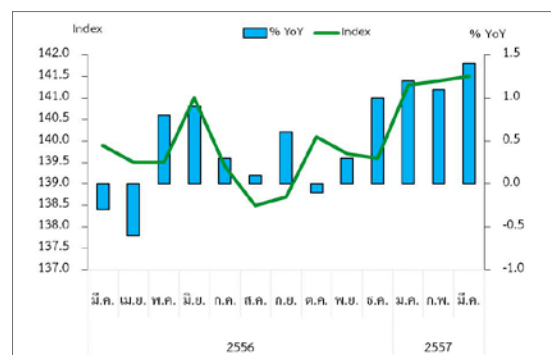
ที่มา : สำนักสารสนเทศและดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์



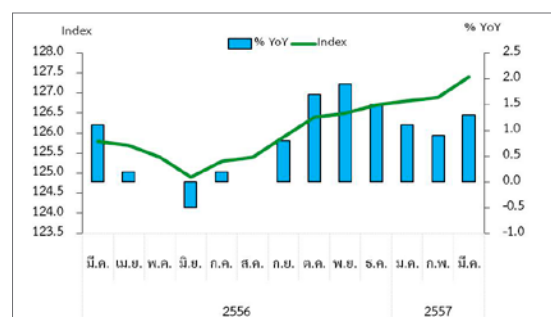
ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (ปี 2554 = 100)



ดัชนีราคาผู้ผลิต (ปี 2548 = 100)



ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ปี 2548 = 100)

การค้าระหว่างประเทศของไทย : กุมภาพันธ์ 2557

การค้าระหว่างประเทศของไทย

	มูลค่า (ล้านเหรียญสหรัฐฯ)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ม.ค. 57	ก.พ. 57	ม.ค.-ก.พ. 57	ม.ค. 57	ก.พ. 57	ม.ค.-ก.พ. 57
ส่งออก	17,907.5	18,363.4	36,270.8	-1.98	2.43	0.20
นำเข้า	20,428.1	16,596.4	37,024.5	-15.50	-16.62	-16.00
ดุลการค้า	-2,520.6	1,767.0	-753.7			

สินค้าและแหล่งส่งออก 5 อันดับแรก เดือนกุมภาพันธ์ 2557

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ และ อุปกรณ์	2,287.6	21.0	12.5	จีน	2,216.1	-0.8	12.1
คอมพิวเตอร์ และ อุปกรณ์	1,427.4	8.2	7.8	ญี่ปุ่น	1,854.3	2.7	10.1
อัญมณีและเครื่องประดับ	974.9	71.3	5.3	สหรัฐฯ	1,753.0	-2.3	9.5
เม็ดพลาสติก	763.7	3.1	4.2	ฮ่องกง	1,058.2	8.7	5.8
น้ำมันสำเร็จรูป	752.7	-18.2	4.1	มาเลเซีย	998.7	6.9	5.4

สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือนกุมภาพันธ์ 2557

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	2,513.9	-8.0	15.1	ญี่ปุ่น	2,719.8	-24.7	16.4
เครื่องจักรกล	1,681.7	-13.4	10.1	จีน	2,221.7	-19.8	13.4
เคมีภัณฑ์	1,084.4	9.5	6.5	สหรัฐฯ	1,263.0	19.6	7.6
เครื่องจักรไฟฟ้า	1,018.0	-18.2	6.1	มาเลเซีย	1,003.1	0.3	6.0
เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์	926.4	-23.4	5.5	สหรัฐฯ อารับฯ	994.0	-33.4	6.0

ดัชนีราคาส่งออก - นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)		
	ธ.ค. 56	ม.ค. 57	ก.พ. 57	ม.ค. 57	ก.พ. 57	ม.ค.-ก.พ. 57
ส่งออก	-0.1	-0.1	-0.2	-1.6	-1.9	-1.8
นำเข้า	-0.2	-0.1	0.1	-1.4	-1.5	-1.4

การส่งออก

เดือนกุมภาพันธ์ 2557 มีมูลค่า 18,363.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.43 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 5.7 โดยยางพารา (-13.8%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-26.9%) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป (-3.8%) น้ำตาล (-43.3%) ในขณะที่ข้าว (+17.4%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (+26%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.8 โดยรถยนต์และอุปกรณ์ (+21%) คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (+8.2%) อัญมณีและเครื่องประดับ (+71.3%) เม็ดพลาสติก (+3.1%) ในขณะที่น้ำมันสำเร็จรูป (-18.2%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-0.8%) ญี่ปุ่น (+2.7%) สหรัฐอเมริกา (-2.3%) ฮ่องกง (+8.7%) และมาเลเซีย (+6.9%)

ระยะ 2 เดือนแรกของปี 57 (ม.ค.-ก.พ.) มีมูลค่า 36,270.8 ล้านเหรียญสหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.20 โดยสินค้าเกษตร/อุตสาหกรรมเกษตร ภาพรวมลดลงร้อยละ 6.6 โดยยางพารา (-12.7%) กุ้งแช่แข็งและแปรรูป (-30.8%) ไก่สดแช่แข็งและแปรรูป (-5.9%) น้ำตาล (-33.1%) ในขณะที่ข้าว (+3.8%) ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง (+26.6%) ส่วนสินค้าอุตสาหกรรมสำคัญ ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.3 โดยรถยนต์และอุปกรณ์ (+1.8%) คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์ (+8.1%) อัญมณีและเครื่องประดับ (+76.9%) เม็ดพลาสติก (+4.1%) ในขณะที่น้ำมันสำเร็จรูป (-10%) ตลาดส่งออกสำคัญของไทย 5 ลำดับแรก ได้แก่ จีน (-0.8%) ญี่ปุ่น (+2.3%) สหรัฐอเมริกา (-1%) มาเลเซีย (+1.2%) และฮ่องกง (-3%)

การนำเข้า

เดือนกุมภาพันธ์ 2557 มีมูลค่า 16,596.4 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 16.62 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของน้ำมันดิบ (-8%) เครื่องจักรกล (-13.4%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-18.2%) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ (-23.4%) ในขณะที่เคมีภัณฑ์ (+9.5%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-24.7%) จีน (-19.8%) สหรัฐอเมริกา (+19.6%) มาเลเซีย (+0.3%) และสหรัฐอเมริกาฮับเอมิเรตส์ (-33.4%)

ระยะ 2 เดือนแรกของปี 57 (ม.ค.-ก.พ.) มีมูลค่า 37,024.5 ล้านเหรียญสหรัฐฯ ลดลงร้อยละ 16 เมื่อเทียบกับระยะเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยเป็นการลดลงของเครื่องจักรกล (-14.8%) เครื่องจักรไฟฟ้า (-11.7%) เหล็ก เหล็กกล้า และผลิตภัณฑ์ (-18.6%) ในขณะที่น้ำมันสำเร็จรูป (+6.4%) เคมีภัณฑ์ (+6.8%) แหล่งนำเข้าสำคัญของไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น (-23.6%) จีน (-7%) สหรัฐอเมริกา (-18.8%) สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (-18.2%) และมาเลเซีย (+1%)

ดุลการค้า

เดือนกุมภาพันธ์ 2557 ไทยได้ดุลการค้ามูลค่า 1,767.0 ล้านเหรียญสหรัฐฯ **ระยะ 2 เดือนแรกของปี 57 (ม.ค.-ก.พ.)** ขาดดุลการค้ามูลค่า 753.7 ล้านเหรียญสหรัฐฯ

ราคาสินค้าส่งออก

ดัชนีราคาสินค้าส่งออกเดือนกุมภาพันธ์ 2557 อยู่ที่ 98.5 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 1.9 เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันของปีก่อน จากการลดลงของดัชนีราคาส่งออกทุกหมวดสินค้า ได้แก่ หมวดสินค้าเกษตรกรรม ลดลงร้อยละ 8.6 หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ลดลงร้อยละ 1.1 หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ลดลงร้อยละ 0.7 และหมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง ลดลงร้อยละ 2.0

ราคาสินค้านำเข้า

ดัชนีราคาสินค้านำเข้าเดือนกุมภาพันธ์ 2557 อยู่ที่ 97.5 (ปี 2555=100) ลดลงร้อยละ 1.5 จากการลดลงของดัชนีราคานำเข้า หมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ร้อยละ 2.7 หมวดยานพาหนะและอุปกรณ์การขนส่ง ร้อยละ 3.5 และหมวดสินค้าเชื้อเพลิง ร้อยละ 1.7 ขณะที่ดัชนีราคานำเข้าหมวดสินค้าทุน และหมวดสินค้าอุปโภคบริโภค เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 และ 0.1 ตามลำดับ ■



สถานการณ์ ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร : มีนาคม 2557

ราคาทองคำ

ราคาทองคำในเดือนมีนาคมปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 20,523.08 บาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.3 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เนื่องจากนักลงทุนเข้าซื้อทองคำซึ่งเป็นสินทรัพย์ที่ปลอดภัย หลังจาก ADP ซึ่งเป็นบริษัทวิจัยตลาดแรงงานในสหรัฐฯ เปิดเผยว่า ตัวเลขการจ้างงานของภาคเอกชนในสหรัฐฯ ปรับตัวเพิ่มขึ้นน้อยกว่าที่คาดการณ์ไว้ รวมถึงสถานการณ์ที่ยังคงไม่แน่นอนในยุโรปและความกังวลการชะลอตัวของเศรษฐกิจจีน ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่นำเข้าทองคำรายใหญ่ของโลก

ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบในเดือนมีนาคมปรับตัวลดลงเล็กน้อย โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 100.80 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล ลดลงจากเดือนก่อนหน้าซึ่งอยู่ที่ 100.81 เหรียญสหรัฐต่อบาร์เรล เนื่องจากได้รับแรงกดดันจากการคาดการณ์ที่ว่าสต็อกน้ำมันดิบของสหรัฐฯ จะปรับตัวเพิ่มขึ้น อาจส่งผลต่อความต้องการพลังงานในสหรัฐฯ เริ่มชะลอตัวลง ประกอบกับข้อมูลเศรษฐกิจที่อ่อนแอของสหรัฐฯ นอกจากนี้ การบริโภคน้ำมันของจีนในเดือน ม.ค. และ ก.พ. ปรับตัวลดลงสอดคล้องกับตัวเลขเศรษฐกิจจีนออกมาต่ำกว่าที่คาด ส่งผลให้นักลงทุนมีความกังวลในเศรษฐกิจจีน ซึ่งเป็นผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจรายใหญ่เป็นอันดับสองของโลก

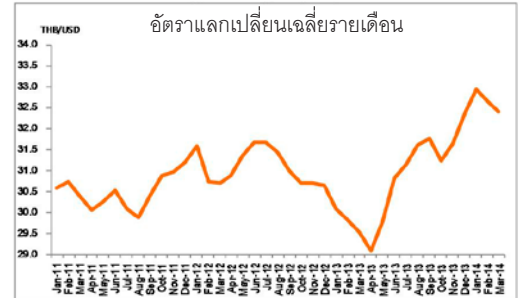
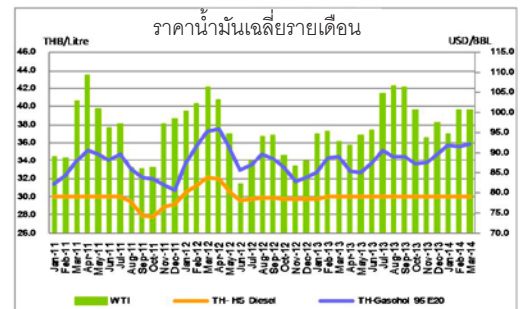
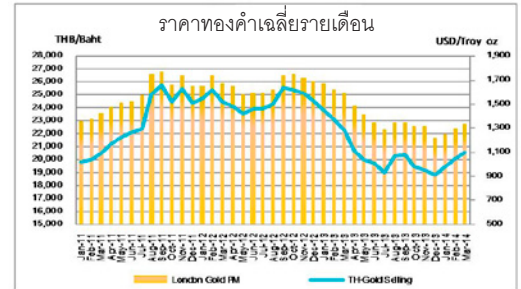
อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทในเดือนมีนาคมปรับตัวแข็งค่าโดยเฉลี่ยอยู่ที่ 32.39 บาทต่อเหรียญสหรัฐ แข็งค่าจาก 32.65 บาทต่อเหรียญสหรัฐ เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า โดยมีสาเหตุมาจากการอ่อนค่าของสกุลเงินดอลลาร์สหรัฐเมื่อเทียบกับเงินสกุลหลัก ภายหลังจากนักลงทุนเข้าถือครองสินทรัพย์ปลอดภัยโดยเฉพาะอย่างยิ่งทองคำเพิ่มมากขึ้น จากความกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ในยุโรปที่ยังไม่สามารถตกลงเรื่องเขตปกครองของไครเมียได้ อีกทั้งสกุลเงินบาทยังแข็งค่าตามสกุลเงินอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียหลังจากหลาย ๆ ประเทศในแถบเอเชียมีการประกาศอัตราดอกเบี้ย นอกจากนี้ เงินบาทได้รับแรงหนุนจากสถานการณ์การเมืองในประเทศที่มีสัญญาณผ่อนคลายเป็นบางส่วน หลังมีการยกเลิก พ.ร.ก.บริหารราชการในสถานการณ์ฉุกเฉิน

สินค้าเกษตร

ข้าว ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) ปรับตัวลดลงจาก 1,339.74 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,192.38 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากความต้องการข้าวในตลาดลดลง ผู้ประกอบการจึงชะลอการซื้อข้าว เพื่อรอดูสถานการณ์ราคาข้าวที่มีแนวโน้มลดลงอีก รวมทั้งมีการแข่งขันด้านราคาจากประเทศคู่แข่ง เช่นเดียวกับราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ปรับตัวลดลงจาก 3,007.11 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 2,899.05 บาท/100 กิโลกรัม เนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจไม่ดี กำลังซื้อของผู้บริโภคต่ำลง อีกทั้งมีข้าวหอมราคาถูกจากเวียดนามมาแย่งส่วนแบ่งตลาด สำหรับแนวโน้มเดือนเมษายน ผลผลิตข้าวนาปรังออกสู่ตลาดต่อเนื่อง และคาดว่าโรงสีจะปรับลดราคารับซื้อ ซึ่งอาจเป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาข้าวขาว 5% (ใหม่) และข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 ปรับตัวลดลง

ยางพารา ราคาขายแผ่นรมควันชั้น 3 และราคาขายแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนมีนาคม 2557 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 73.76 บาท และ 62.93 บาท ตามลำดับ ปรับตัวสูงขึ้นจากเดือนที่ผ่านมา เนื่องจากผลผลิตยางลดลง ตามฤดูกาลและสภาพอากาศที่แห้งแล้ง ประกอบกับผู้ประกอบการหลายรายพยายามพยุงราคาให้สูงขึ้นเพื่อขายยางที่มีอยู่จำนวนมากในโรงงาน สำหรับราคาขายในเดือนเมษายน 2557 คาดว่าราคาขายจะปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากสต็อกยางจีนปรับตัวลดลงกว่า 1.8 หมื่นตัน โดยสต็อกล่าสุด มีจำนวน 188,944 ตัน (21 มี.ค.57) ประกอบกับมีข่าวว่าผู้ผลิตยางล้อในอินเดียขาดแคลนยาง



ราคาสินค้ารายเดือน

สินค้า	เดือน	ก.พ.-57	มี.ค.-57	%Δ (MOM)	ม.ค.-มี.ค. 56	ม.ค.-มี.ค. 57	%Δ (YOY)
ข้าว : (Baht/100Kg)							
ข้าวขาว 5% (ใหม่)		1,339.74	1,192.38	-11.00	1,608.56	1,275.71	-20.69
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2		3,007.11	2,899.05	-3.59	3,255.99	3,032.88	-6.85
ยางพารา : (Baht/Kg)							
แผ่นรมควัน ชั้น3 (f.o.b)		70.31	73.76	4.91	94.41	73.77	-21.87
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)		62.31	62.93	1.00	88.73	65.48	-26.20
ทองคำ							
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)		1,301.53	1,334.99	2.57	1,630.46	1,293.77	-20.65
ไทย (THB/Baht)		20,060.87	20,523.08	2.30	23,093.12	20,002.98	-13.38
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)							
Dubai		105.26	104.33	-0.89	108.35	104.41	-3.64
WTI		100.81	100.80	-0.01	94.34	98.72	4.64
อัตราแลกเปลี่ยน							
THB/USD		32.65	32.39	-0.79	29.80	32.66	9.60

ที่มา : CEIC

ทำไมต้องพัฒนาคุณภาพ การบริหารจัดการองค์การ



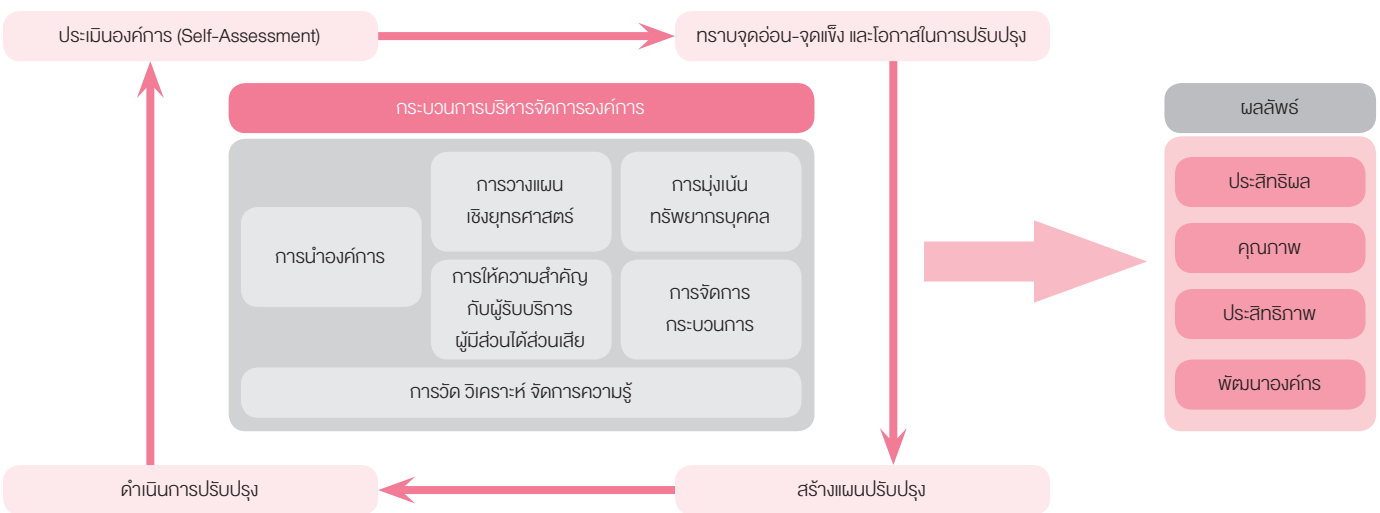
ปัจจุบันโลกกำลังเผชิญหน้ากับการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง กระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นทั้งในด้านสังคม เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม การเมือง และเทคโนโลยี มีความซับซ้อนและทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น การขับเคลื่อนประเทศท่ามกลางปัจจัย สภาพแวดล้อม ความเสี่ยงในด้านต่าง ๆ ของโลก และสถานการณ์บ้านเมืองที่เปลี่ยนไปจากเดิม ไปสู่การเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนนั้น ทุกภาคส่วนจะต้องปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลง โดยยกระดับการบริหารจัดการให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ จึงจะสามารถผลักดัน ประเทศให้ไปสู่เป้าหมายที่กำหนดได้

ประสบการณ์จากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจที่ผ่านมา ส่งผลให้ภาคเอกชน มีความตื่นตัวในการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการเพื่อเสริมสร้างองค์การ ให้มั่นคงและก้าวไปสู่การเติบโตอย่างยั่งยืน สำหรับองค์การภาคราชการแม้จะมี โครงสร้างที่มั่นคงและไม่ต้องแข่งขันเพื่อความอยู่รอด แต่ในฐานะที่เป็นกลไกสำคัญ ในการบริหารและพัฒนาประเทศ จำเป็นจะต้องยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการ องค์การให้ทันสมัยและมีประสิทธิภาพ เพื่อสร้างความเชื่อมั่น/ยอมรับจากภาคส่วน ต่าง ๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาชนผู้รับบริการ รวมทั้งภาครัฐด้วยกัน อันจะก่อให้เกิด ความร่วมมือกันในการขับเคลื่อนประเทศให้บรรลุเป้าหมาย

การยกระดับคุณภาพการบริหารจัดการภาครัฐ จำเป็นจะต้องมีเครื่องมือ ที่ช่วยให้การดำเนินการง่ายขึ้นและมองเห็นเป็นรูปธรรม **เกณฑ์รางวัลคุณภาพ การบริหารจัดการภาครัฐ (Public Sector Management Quality Award) หรือ ที่เรียกกันติดปากว่า "PMQA" จึงเป็นตัวช่วยที่สำคัญ** และหากถามว่าทำไมต้อง PMQA. คำตอบ...คือ PMQA มีที่มาจากเกณฑ์รางวัลคุณภาพแห่งชาติของ ประเทศสหรัฐอเมริกา (Malcolm Baldrige Nation Quality Award : MBNQA) ซึ่งเป็นเกณฑ์คุณภาพที่ได้รับการยอมรับว่า...เป็นแนวทางในการบริหารองค์การ ที่มีประสิทธิผลที่สุด หลายประเทศได้นำเกณฑ์คุณภาพนี้มาปรับใช้ในการยกระดับ การบริหารจัดการองค์การให้มีคุณภาพมาตรฐานจนเป็นองค์การชั้นนำและมี ภาพลักษณ์ที่ดี หัวใจสำคัญของการพัฒนาคุณภาพการบริหารจัดการองค์การ

คือ การบูรณาการทั่วทั้งองค์กร ภายใต้แนวคิด "การดำเนินการที่ดี จะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่ดี" กล่าวคือ ทุกภาคส่วนภายในองค์กรมีการตรวจประเมิน สถานะการดำเนินงานของตนเอง เปรียบเทียบกับเกณฑ์คุณภาพหรือองค์การที่มี ความเป็นเลิศ เพื่อหาข้อผิดพลาดจุดบกพร่อง/จุดอ่อนที่ทำให้ห้องคิขาดประสิทธิภาพ/ ประสิทธิภาพ ก่อนจะกำหนดวิธีการและดำเนินการปรับปรุงองค์การทั้งในด้าน การพัฒนาและการเติบโต ประสิทธิภาพกระบวนการภายในการสร้างศักยภาพ และความผาสุกให้แก่บุคลากร การใช้ข้อมูลในการบริหารจัดการเพื่อให้สามารถ ส่งมอบบริการที่มีคุณภาพให้แก่ประชาชนผู้รับบริการ ทั้งหมดที่กล่าวนี้ เป็นการ ขับเคลื่อนองค์การไปสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งจะมีภาพลักษณ์ที่ดีได้รับการยอมรับ และชื่นชมจากประชาชนผู้รับบริการ ผู้เกี่ยวข้อง รวมถึงส่วนราชการอื่น ๆ ด้วย ท่านผู้อ่านที่ติดตามมาจนถึงบรรทัดนี้อย่างน้อยที่สุดต้องทราบแล้วว่า PMQA ก็คือ การนำหลักเกณฑ์และแนวทางการบริหารองค์การที่เป็นเลิศซึ่งได้รับการยอมรับ เป็นมาตรฐานสากลระดับโลกมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาระบบบริหารจัดการของ หน่วยงานภาครัฐโดยอาศัยหลักการประเมินองค์การด้วยตนเองเป็นการทบทวน สิ่งที่ต้องดำเนินการดำเนินการอยู่ในปัจจุบันเทียบกับเกณฑ์คุณภาพการบริหารจัดการ ภาครัฐเมื่อตรวจสอบว่าเรื่องใดยังไม่อยู่ในระบบที่นำพาใจเมื่อเทียบกับเกณฑ์ฯ องค์การจะได้พัฒนาวิธีปฏิบัติเพื่อปรับปรุงองค์การไปสู่ความเป็นเลิศนั่นเอง **TP**

วงจรคุณภาพ



"ผลลัพธ์ที่ดี จะต้องขึ้นอยู่กับการบริหารจัดการที่ดีในทุก ๆ ด้าน"