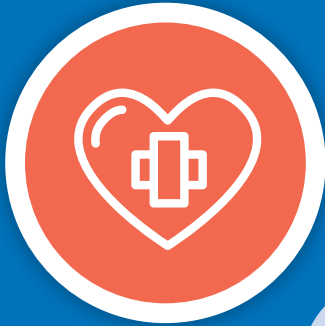


## + Special Report

- แนวทางการพัฒนาดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2562
- รู้หรือไม่ ค่า K สำคัญอย่างไร



## + Special Talk

การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน  
เชื่อมโยงการปรับปรุงตะกร้าเงินเฟ้อ



ISSN 2408-2465



9 772408 246502

ทศรามสยามินทร์  
ทรงปริชาสามารถ  
สยามภักดีแช่ซ้อง  
นามมงคลรัชสมัย

ปิ่นมกุฎฯ เถลิงราชย์  
ปวงราชภู์ เทิดไท้  
ก๊กก้อง ถวายชัย  
จารึกไว้ ในประชา

นับเป็นช่วงเวลาอันเป็นมหามงคลยิ่งในช่วงชีวิตหนึ่งของพสกนิกรชาวไทย ในโอกาสพระราชพิธีบรมราชาภิเษก สมเด็จพระเจ้าอยู่หัวมหาวชิราลงกรณ บดินทรเทพยวรางกูร ขึ้นเป็น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ตามโบราณราชประเพณี ซึ่งจะจัดขึ้นระหว่างวันที่ 4 - 6 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ขอน้อมถวายความจงรักภักดีและขอน้อมนำพระราชโองการที่พระราชทานไว้ เมื่อวันที่ 29 มีนาคม พ.ศ. 2562 เนื่องในวันข้าราชการพลเรือน ความว่า “ข้าราชการมีสิ่งสำคัญที่ควรยึดมั่นอยู่ 2 อย่าง. อย่างหนึ่งคือผลประโยชน์ของแผ่นดิน อีกอย่างหนึ่งคือความถูกต้องเป็นธรรม ผลประโยชน์ของแผ่นดิน เป็นเป้าหมายสูงสุดของการปฏิบัติราชการ ส่วนความถูกต้องเป็นธรรมเป็นทั้งรากฐานและแนวทางปฏิบัติเพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายนั้น” มายึดมั่นและถือปฏิบัติสืบไป

ขอพระองค์ทรงพระเจริญยิ่งยืนนาน

ด้วยเกล้าด้วยกระหม่อม ขอเดชะ

ข้าพระพุทธเจ้า ผู้บริหาร ข้าราชการ และเจ้าหน้าที่  
สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า

(บทกลอนประพันธ์โดย นายณัฐวัชร อัครณีนังค์ นักวิชาการพาณิชย์ปฏิบัติการ)

## Getting Around with TPSO



■ เมื่อวันที่ 26 เมษายน 2562 นางสาวพิมพ์ชนก วอนขอพร ผู้อำนวยการสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ร่วมเป็นกรรมการตัดสิน (Judging) การประกวด Hackathon 2019 ไทยแลนด์ฟู้ดฮีโร่ (Thailand Food Heroes) ณ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงราย ร่วมกับการร่วมการผู้ทรงคุณวุฒิ จาก Grow Asia ประเทศสิงคโปร์, ธนาคารกสิกรไทย และสำนักงานมาตรฐานเกษตรอินทรีย์

การจัดงาน Hackathon ที่เสนอโดย Grow Asia เป็นรูปแบบการจัด Workshop ระดมสมองต่อเนื่องมาราธอนตั้งแต่วางกลางวันถึงกลางคืน เพื่อร่วมกัน Hack ปัญหาและร่วมกันหาแนวทางแก้ไข ปัญหา ซึ่งครั้งนี้ถือเป็นครั้งแรกของประเทศไทย สำหรับการจัด Hackathon ของสินค้าเกษตร โดยได้นำร่องในกลุ่มสินค้าข้าวอินทรีย์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าข้าวอินทรีย์และเพิ่มรายได้เกษตรกรไทยแลนด์ฟู้ดฮีโร่ การจัดงานครั้งนี้ผู้เข้าร่วมงานมองว่าเป็นกิจกรรมที่มีประโยชน์ เป็นการเปิดประสบการณ์ใหม่ให้ทุกคนได้รู้จักการทำ Workshop ในรูปแบบ Hackathon นำมาสู่ผลลัพธ์ด้านแนวทางการพัฒนาและยกระดับสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ซึ่งเป็นข้อเสนอที่จับต้องได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยทุกกลุ่มได้รับคำปรึกษาอย่างใกล้ชิดในระหว่างการทำ Hackathon Canvas จากทีม Grow Asia

สำหรับทีมที่ชนะการประกวดไอดีได้แก่ ทีม AgriLink (รู้จัก รู้ใจ ในข้าวอินทรีย์) ได้รับเงินรางวัล 60,000 บาท จาก สนค. และตัวเครื่องบินเดินทางไปร่วมแข่งขันเพื่อประกวดไอดีที่งาน Hackathon ณ ประเทศสิงคโปร์ ในช่วงเดือนมิถุนายน 2562 นี้อีกด้วย

วารสาร สนค.

ปีที่ 9 ฉบับที่ 94 พฤษภาคม 2562

[www.tpsococ.go.th](http://www.tpsococ.go.th)

## Contents

### 03 Special Talk

การสำรวจภาวะเศรษฐกิจ

และสังคมของครัวเรือน

เชื่อมโยงการปรับปรุงตะกร้าเงินเพื่อ

### 04 Special Report

แนวทางการพัฒนา

ดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2562

### 06 Special Report

รู้หรือไม่ว่า ค่า K สำคัญอย่างไร

### 08 Economic Indicator

ภาพรวมเศรษฐกิจ

### 10 International Trade Focus

การค้าระหว่างประเทศของไทย :

มีนาคม 2562

### 11 Commodities & FX

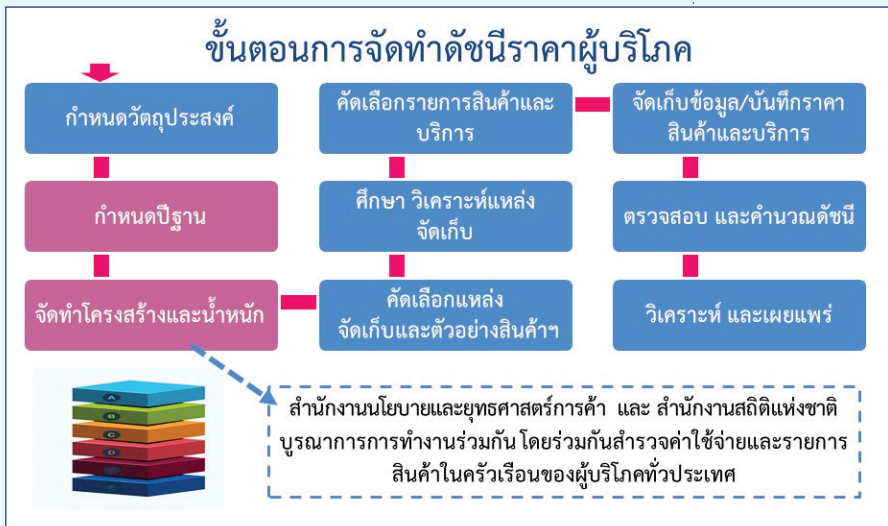
สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน

อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร :

เมษายน 2562

# การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน เชื่อมโยงการปรับปรุงตะกร้าเงินเฟ้อ

■ ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer prices index) หรือเงินเฟ้อ (Inflation) เป็นเครื่องชี้วัดค่าครองชีพที่สำคัญของประชาชนในประเทศ และเป็นเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจหลักอันดับต้นๆ ของประเทศและนานาชาติ ในการเปรียบเทียบสถานการณ์เศรษฐกิจของแต่ละประเทศ รวมถึงใช้ประกอบการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดอัตราดอกเบี้ย ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ ค่าจ้างแรงงาน/เงินเดือน รวมถึงนโยบายในการกำกับดูแลด้านปริมาณและราคาสินค้า ให้เพียงพอ ราคาเหมาะสมและเป็นธรรม จะเห็นได้ว่าดัชนีราคาผู้บริโภคมีความสำคัญต่อทุกภาคส่วนในหลายมิติ ซึ่งจำเป็นต้องพัฒนาปรับปรุงให้ทันสมัย ถูกต้องและได้มาตรฐาน เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และถูกต้องแม่นยำ



ในปี 2562 สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้าอยู่ระหว่างดำเนินการปรับเปลี่ยนปีฐาน จากปี 2558 เป็นปี 2562 เพื่อให้รายการสินค้าที่ใช้ในการคำนวณเงินเฟ้อของประเทศ หรือที่เรียกว่า ตะกร้าเงินเฟ้อ (Inflation Basket) มีความทันสมัยสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในปัจจุบันให้มากที่สุด ซึ่งการปรับเปลี่ยนปีฐานดังกล่าว เป็นไปตามแผนและมาตรฐานด้านดัชนีที่ต้องการมีการปรับปรุงรายการสินค้าในตะกร้าเงินเฟ้อให้ทันสมัยทุก 4 ปี โดยในครั้งนี้ **สำนักงานฯ ได้รับความร่วมมือจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในการสำรวจครัวเรือนทั่วประเทศ ตามโครงการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน (Household socio-economic survey)** ซึ่งจะมีการสำรวจทุก 4 ปี ซึ่งข้อมูลการสำรวจฯ ประกอบด้วย 2 ส่วน ที่สำนักงานฯ ได้นำมาใช้ในการปรับเปลี่ยนปีฐาน ได้แก่

• **รายได้ครัวเรือน** ได้แก่ รายได้ประจำ (ค่าแรงและเงินเดือน กำไรจากการประกอบธุรกิจ กำไรจากการประกอบการเกษตร รายได้จากทรัพย์สิน เงินช่วยเหลือ/เงินสงเคราะห์ รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน) และ **รายได้อื่นๆ** (เงินรางวัลจากสลากกินแบ่ง เงินรับจากประกันภัย เงินของขวัญ) ซึ่งสำนักงานฯ ได้นำข้อมูลรายได้ประจำของครัวเรือนดังกล่าว มากำหนดลำดับขั้นรายได้ของครัวเรือน (Household Income Decile) เพื่อจัดทำกรอบครัวเรือนดัชนีราคาผู้บริโภคต่อไป

• **รายจ่ายครัวเรือน** ได้แก่ รายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค (ค่าอาหาร เครื่องดื่ม ยาสูบ เครื่องนุ่งห่ม รองเท้าที่อยู่อาศัยและเครื่องใช้ในบ้าน ค่ารักษาและใช้จ่ายส่วนบุคคล ยานพาหนะ และสื่อสาร) และรายจ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค (ค่าภาษีเบียดเบียน ดอกเบี้ยเงินกู้) โดยสำนักงานฯ ได้นำข้อมูลรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภคมาใช้ในการจัดทำน้ำหนักค่าใช้จ่ายของครัวเรือนดัชนีราคาผู้บริโภคทั้ง 3 ชุด (ชุดทั่วไป ชุดรายได้น้อย และชุดชนบท) ซึ่งปีฐาน 2558 มีจำนวน 422 รายการ โดยจำแนกหมวดโครงสร้างสินค้าและบริการ ตามมาตรฐาน COICOP (Classification of Individual Consumption According to Purpose) ของ UN โดยปรับปรุงให้เหลือ 7 หมวด (จากทั้งสิ้น 12 หมวด) จำนวน 422 รายการ ปัจจุบันสำนักงานสถิติแห่งชาติอยู่ระหว่างการดำเนินการสำรวจ โดยจะใช้เวลาสำรวจ 12 เดือน และเริ่มดำเนินการไปแล้วตั้งแต่เดือนมกราคม 2562 ที่ผ่านมา และคาดว่าจะการพัฒนาและปรับปรุงดัชนีราคาผู้บริโภคปีฐาน 2562 จะแล้วเสร็จพร้อมเผยแพร่ในเดือนมกราคม 2564 ต่อไป

ทั้งนี้ การพัฒนาและปรับปรุงดัชนีราคาผู้บริโภคดังกล่าว จะส่งผลให้ดัชนีราคาผู้บริโภคหรือเงินเฟ้อของประเทศไทยที่มีการจัดทำและพัฒนาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 70 ปี ได้รับการปรับปรุงให้เหมาะสม ทันสมัย และสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันมากที่สุด ซึ่งจะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคของกระทรวงพาณิชย์เป็นเครื่องชี้วัดที่สะท้อนเสถียรภาพ ด้านราคาและค่าครองชีพของประเทศได้ดียิ่งขึ้น และจะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานอื่นๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้อย่างดี



# แนวทางการพัฒนาดัชนีราคาผู้บริโภคปี 2562

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า (สนค.) มีภารกิจในการจัดทำเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจการค้า ทั้งดัชนีราคาและดัชนีเศรษฐกิจ อาทิ ดัชนีราคาผู้บริโภค ดัชนีราคาผู้ผลิต ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค ดัชนีภาวะธุรกิจส่งออก ซึ่งมีการจัดทำและพัฒนามาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 70 ปี โดยเฉพาะ **ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer prices index) หรือเงินเฟ้อ (Inflation)** ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจหลักอันดับต้นๆ ของทั้งไทยและนานาประเทศ ใช้ในการเปรียบเทียบสถานการณ์เศรษฐกิจของแต่ละประเทศ รวมถึงใช้ประกอบการกำหนดนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการกำหนดอัตราดอกเบี้ย ปริมาณเงินในระบบเศรษฐกิจ ค่าจ้างแรงงาน/เงินเดือน รวมถึงนโยบายในการกำกับดูแลด้านปริมาณและราคาสินค้า ให้เพียงพอ ราคาเหมาะสมและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย จะเห็นได้ว่าดัชนีราคาผู้บริโภคมีความสำคัญต่อทุกภาคส่วนในหลายมิติ จึงจำเป็นต้องพัฒนา ปรับปรุงให้ทันสมัย ถูกต้อง และได้มาตรฐาน เพื่อให้หน่วยงานต่างๆ นำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและถูกต้องแม่นยำ โดยมีแนวทางการพัฒนาและปรับปรุง ดังนี้

## แนวทางที่ 1 ปรับปรุงและพัฒนาดัชนีราคาผู้บริโภคที่ดำเนินการอยู่ในปัจจุบัน

### • ปรับปรุงโครงสร้างและนำหลักปฏิธานให้สอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจปัจจุบัน

ปัจจุบันบริบทด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศของไทยเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับประเทศกำลังก้าวเข้าสู่ประเทศไทย 4.0 ทำให้ประชากรของประเทศซึ่งมีมากกว่า 66 ล้านคน ได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมบริการให้ทันต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลง การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมดังกล่าวจะส่งผลกระทบต่อดัชนีราคาผู้บริโภค ซึ่งเป็นเครื่องชี้วัดค่าครองชีพของประชาชน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงโครงสร้างและนำหลักปฏิธานของดัชนีราคาผู้บริโภคให้ทันสมัย ได้มาตรฐาน และสอดคล้องกับพฤติกรรมบริการในปัจจุบัน ทั้งนี้ ดัชนีราคาผู้บริโภคของไทย ได้ปรับปรุงโครงสร้างและนำหลักปฏิธานตามมาตรฐานสากลอย่างต่อเนื่องทุกๆ 4 ปี ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการปรับเปลี่ยนปฏิธานจากปี 2558 เป็นปี 2562 โดยบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่าง สนค. และสำนักงานสถิติแห่งชาติ ที่ร่วมกันสำรวจค่าใช้จ่ายและรายการสินค้าในครัวเรือนผู้บริโภคทั่วประเทศ โดยเริ่มสำรวจในปี 2562 จากนั้นจัดทำกรอบครัวเรือนผู้บริโภค ปรับปรุงนำหลักโครงสร้างและรายการสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้ตะกร้าสินค้าและบริการ (Inflation Basket) ซึ่งอาจจะมีการนำสินค้าเก่าบางรายการออกและนำรายการใหม่



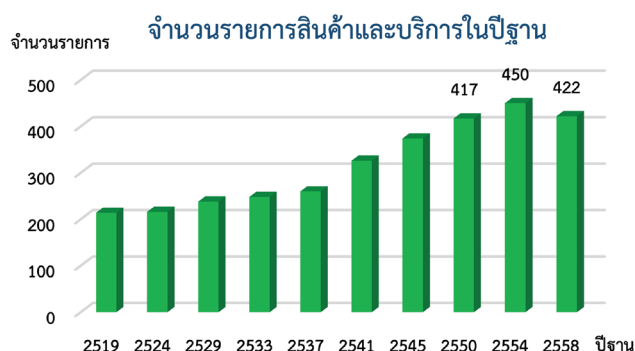
เข้าในตะกร้าให้สอดคล้องกับการใช้จ่ายของผู้บริโภค ดังนั้นจำนวนรายการสินค้าและบริการที่ใช้คำนวณดัชนีอาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงจากเดิม และจะมีการรับฟังความเห็นจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ก่อนเผยแพร่ดัชนีราคาผู้บริโภค ปีฐาน 2562 ในเดือนกุมภาพันธ์ 2564

### • เพิ่มแหล่งจัดเก็บสินค้าและบริการให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

การเลือกพื้นที่และแหล่งจัดเก็บสินค้าเป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญในการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค พื้นที่และแหล่งจัดเก็บราคาสินค้าที่ดีจะสะท้อนราคาสินค้าและบริการที่ครัวเรือนใช้จ่ายได้เป็นอย่างดี ปัจจุบันแหล่งจัดเก็บราคาสินค้าและบริการ สำหรับจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคชุดทั่วไปของประเทศ อาทิ ตลาดสด ร้านค้าทั่วไป ห้างสรรพสินค้า ในพื้นที่กรุงเทพฯ 14 เขต ปริมาณพล 3 จังหวัด และภูมิภาคทั้ง 4 ภาค รวมทั้งสิ้น 43 จังหวัดทั่วประเทศ อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันภาวะทางเศรษฐกิจและสังคมในภูมิภาคได้เปลี่ยนแปลงไป ทั้งด้านรายได้ ค่าใช้จ่าย ประชากร และแหล่งใช้จ่ายใช้สอย ซึ่งส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมบริการผู้บริโภค ดังนั้นจึงได้ปรับปรุงพื้นที่ในการสำรวจจัดเก็บข้อมูลราคาสินค้าและบริการให้ครอบคลุม (Coverage) ครัวเรือนดัชนีให้มากที่สุด สอดคล้องกับพฤติกรรมบริการและสภาพเศรษฐกิจและสังคม โดยการเพิ่มพื้นที่แหล่งในการสำรวจจัดเก็บข้อมูลราคาสินค้าและบริการในภูมิภาคอีก 5 จังหวัด (ภาคกลาง 3 จังหวัด : นครปฐม ฉะเชิงเทรา และสระแก้ว ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 2 จังหวัด : กาฬสินธุ์ และเลย) และพื้นที่กรุงเทพฯ 1 เขต รวมทั้งสิ้น 48 จังหวัด และ 15 เขต ในกรุงเทพฯ

### • การจัดการสินค้าฤดูกาล (Seasonal Adjustment)

ดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นการวัดการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคกลุ่มนั้นใช้จ่ายเพื่อการบริโภค-อุปโภคในชีวิตประจำวัน ซึ่งเรียกว่า “ตะกร้าสินค้าและบริการ” ในช่วงเวลาหนึ่งเปรียบเทียบกับปีฐาน ปัจจุบันปีฐาน 2558 มีจำนวน 422 รายการ ซึ่งการเคลื่อนไหวของราคานั้น นอกเหนือจากปัจจัยด้านความต้องการ (Demand) และปัจจัยด้านการผลิต (Supply) แล้ว ยังมีปัจจัยด้านฤดูกาลที่จำเป็นต้องพิจารณาประกอบ เพื่อให้การวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของราคาสินค้าและบริการมีความถูกต้องและสอดคล้องกับสถานการณ์อย่างแท้จริง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีวิธีการจัดการกับสินค้าฤดูกาลที่เหมาะสม ทั้งในระดับโครงสร้างการบริโภคและในระดับการคำนวณการเปลี่ยนแปลง ซึ่งจะทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภคที่ได้รับการปรับปรุงปัจจัยฤดูกาลแล้ว มีความเหมาะสมและสามารถสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของราคาตามอุปสงค์และอุปทานได้อย่างแท้จริง



### • ลดความซ้ำซ้อนในกระบวนการจัดเก็บข้อมูล

กระบวนการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค ประกอบด้วยขั้นตอนการจัดเก็บข้อมูลราคาสินค้าและบริการตามแหล่งต่างๆ ทั้งตลาดสด ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาร์เก็ต และร้านค้าทั่วไป ในพื้นที่กรุงเทพฯ และจังหวัดตัวแทนทั่วประเทศ

ปัจจุบัน สนค. ได้มีการบูรณาการการทำงานร่วมกันกับกรมการค้าภายใน (คน.) ซึ่งมีภารกิจในการติดตาม และสำรวจความเคลื่อนไหวราคาสินค้า ทั้งสินค้าต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เพื่อลดความซ้ำซ้อนในการจัดเก็บราคา โดยเริ่มจากตลาดในพื้นที่กรุงเทพฯ เป็นลำดับแรก

จากการสำรวจราคาสินค้าอุปโภค-บริโภคในห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ พบว่า ราคาสินค้าอุปโภค-บริโภคของห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ในสวนกลาง และภูมิภาคมีราคาไม่ต่างกันอย่างไร้ความสำคัญ ดังนั้น การลดการเก็บราคาสินค้าจากห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ทั่วประเทศ เป็นจัดเก็บเพียงประเภทละแห่งเดียวในสวนกลาง ซึ่งจะช่วยลดความซ้ำซ้อนในการจัดเก็บข้อมูล ลดเวลาและงบประมาณ รวมทั้งเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บข้อมูลได้เป็นอย่างดี

## แนวทางที่ 2 จัดทำดัชนีราคาผู้บริโภครายสาขาและดัชนีราคาตัวใหม่

### • ดัชนีราคาสินค้าปัจจัย 4

ในช่วงที่ผ่านมาเศรษฐกิจไทยขยายตัวต่อเนื่อง โดย 3 ไตรมาสแรกของปี 2561 ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.27 สอดคล้องกับการผลิตทั้งภาคเกษตร อุตสาหกรรมและบริการ รวมถึงการใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค และการส่งออก-นำเข้า อย่างไรก็ตาม เศรษฐกิจของประเทศไทยที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นนี้เป็นผลจากการขยายตัวภาคอุตสาหกรรมและบริการเป็นสำคัญ รายได้ที่สูงขึ้น จึงเป็นของผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมและบริการ และขยายตัวในเขตเมือง ส่วนชนบทเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก ประชาชนฐานรากของประเทศไทยยังมีรายได้น้อย ต้องอาศัยเกษตรกรรม ซึ่งผลตอบแทนต่ำเป็นพื้นฐานดำรงชีวิต ขณะที่สินค้าที่จำเป็นต่อการครองชีพมีแนวโน้มสูงขึ้นตามภาวะเศรษฐกิจที่ขยายตัวด้วยเหตุผลดังกล่าว จึงเกิดปัญหาความเหลื่อมล้ำทั้งทางเศรษฐกิจและสังคม รัฐบาลจึงต้องเร่งแก้ไขปัญหามาตรการแก้ไขปัญหาความยากจน และกระตุ้นเศรษฐกิจฐานราก ด้วยการเพิ่มรายได้ ลดภาระค่าใช้จ่ายในการครองชีพ ดังนั้นการจัดทำดัชนีราคาสินค้าปัจจัย 4 จะเป็นเครื่องมือชี้วัดค่าครองชีพของประชาชนฐานราก ซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ในประเทศ เพื่อใช้ประกอบในการกำหนดมาตรการและนโยบายสำหรับแก้ไขปัญหาความยากจน ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคม อันจะส่งผลให้ประชาชนฐานรากมีคุณภาพและชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และมีปัจจัยพื้นฐานเพื่อการดำรงชีวิตที่ดี

### • ดัชนีราคากลุ่มบริการ (Services Price Index)

เศรษฐกิจไทยมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องจากยุคที่เน้นภาคเกษตรมาสู่ภาคอุตสาหกรรม โดยมีภาคบริการเป็นตัวขับเคลื่อนใหม่ของระบบเศรษฐกิจในการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต สนับสนุนการประกอบธุรกิจ นอกจากนี้ ภาคบริการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสนับสนุนการขยายตัวของการผลิตในห่วงโซ่มูลค่าโลก (Global Value Chains) ซึ่งเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยภาคบริการทวีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยมากขึ้น ปี 2560 มีมูลค่าประมาณร้อยละ 62 ของ GDP และเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา นอกจากนี้ภาคบริการยังเป็นแหล่งการจ้างงานหลักของไทย ประมาณร้อยละ 45 ของการจ้างงานรวม ทั้งนี้ ดัชนีราคาผู้บริโภคเกิดจากการคำนวณราคา 2 กลุ่ม คือกลุ่มที่เป็นสินค้ามี 337 รายการ และกลุ่มบริการมี 85 รายการ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 80 และร้อยละ 20 ของจำนวนสินค้าและบริการในตะกร้าตามลำดับ ซึ่งมีรูปแบบการเคลื่อนไหวของราคาและแรงกดดันต่อเงินเฟ้อที่แตกต่างกัน ดังนั้น การจัดทำดัชนีราคากลุ่มบริการโดยเฉพาะจะเป็นประโยชน์

ต่อการวิเคราะห์ความเคลื่อนไหวของราคา เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาการกำหนดมาตรการหรือนโยบายที่เกี่ยวข้องกับภาคบริการของภาครัฐและเอกชนให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

### • ดัชนีค่าครองชีพ (Cost of Living Index)

ดัชนีราคาผู้บริโภค เป็นตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงค่าครองชีพของผู้บริโภคกลุ่มที่เราสนใจ โดยวัดจากการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคกลุ่มนั้นใช้จ่ายเพื่อการบริโภค-อุปโภคในชีวิตประจำวันซึ่งเรียกว่า “ตะกร้าสินค้าและบริการ” ในช่วงเวลาหนึ่งเปรียบเทียบกับปีฐาน อย่างไรก็ตาม การวัดค่าครองชีพโดยใช้ดัชนีราคาผู้บริโภคจะเป็นการวัดเฉพาะสินค้าและบริการที่อยู่ในตะกร้า (Fixed base) ซึ่งไม่ใช่การวัดค่าครองชีพของประชาชนที่สมบูรณ์ที่สุด เนื่องจากไม่ได้คำนึงถึงความสามารถในการทดแทนกันของสินค้าและบริการ ซึ่งในทางปฏิบัติ ผู้บริโภคสามารถเลือกการบริโภคสินค้าและบริการต่างๆ ที่อยู่ในกลุ่มที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ ดังนั้น การจัดทำดัชนีค่าครองชีพจะทำให้สามารถวัดค่าครองชีพที่แท้จริงของประชาชนได้แม่นยำและสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

### • ดัชนีราคาผู้บริโภครายกลุ่มผู้ใช้แรงงาน (Worker Consumer Price Index)

ปี 2561 ประเทศไทยมีกำลังแรงงานรวมกว่า 38 ล้านคน และมีการจ้างงานกว่า 37 ล้านคน เกินครึ่งของประชากรทั้งประเทศ แรงงานส่วนใหญ่อยู่ภาคบริการสูงสุดร้อยละ 45.7 รองลงมาคือภาคอุตสาหกรรมร้อยละ 22.9 และภาคเกษตรร้อยละ 31.5 ตามลำดับ ทั้งนี้ กลุ่มผู้ใช้แรงงานมีความสำคัญในฐานะที่เป็นปัจจัยการผลิต และเป็นทุนมนุษย์ที่มีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต หากประเทศไทยที่มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างความเป็นอยู่ที่ดีให้แรงงาน ก็เปรียบเสมือนการมีรากฐานทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งและมั่นคง ดังนั้น การจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภครายกลุ่มผู้ใช้แรงงาน ซึ่งเป็นเครื่องมือชี้วัดค่าครองชีพของกลุ่มผู้ใช้แรงงานจะส่งผลให้การกำหนดมาตรการ นโยบายของภาครัฐ รวมถึงผู้ประกอบการมีประสิทธิภาพตรงกลุ่มเป้าหมาย สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างความเป็นอยู่ที่ดี และได้รับการดูแลอย่างเหมาะสม อันจะส่งผลให้ผลิตภาพด้านแรงงานและการผลิตของประเทศเพิ่มสูงขึ้น

## แนวทางที่ 3 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของมาตรการ/นโยบายภาครัฐ สถานการณ์เศรษฐกิจที่ส่งผลต่อดัชนีราคาผู้บริโภค

สนค. ให้ความสำคัญกับการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลึกที่อาจเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงของมาตรการ/นโยบายภาครัฐ รวมถึงสถานการณ์ทางเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งในและต่างประเทศ โดยผลของการเปลี่ยนแปลงอาจส่งผลกระทบต่อเงินเฟ้อทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลึกที่เกิดขึ้น โดยการสร้างตัวแบบหรือโมเดลตามหลักวิชาการที่ได้มาตรฐาน และมีความแม่นยำสูง จะเป็นเครื่องมือสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมทางเศรษฐกิจและประเมินผลการดำเนินงานของภาครัฐได้อย่างมีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง





## รู้หรือไม่ ค่า K สำคัญอย่างไร

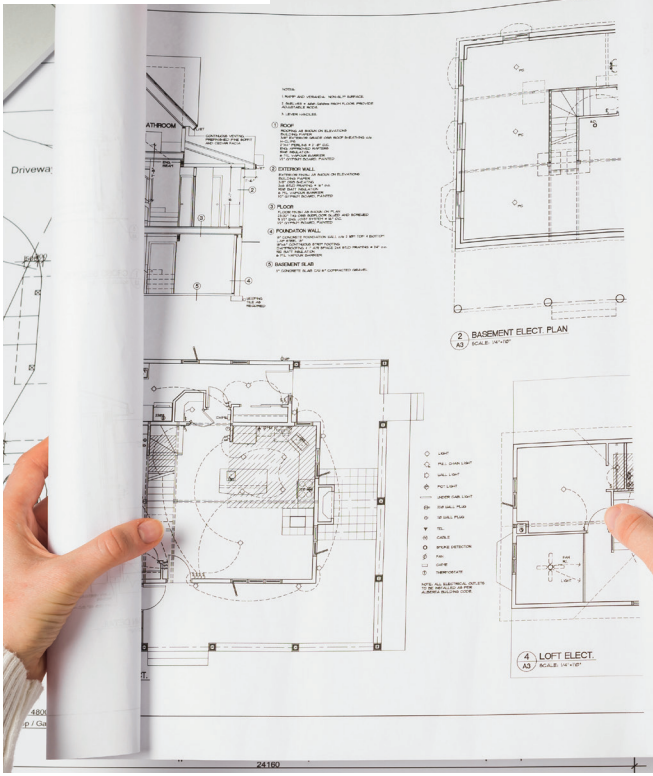


### ที่มาของค่า K

■ ในระหว่างปี 2516 - 2517 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อธุรกิจการก่อสร้าง สินค้าเหล็กขาดแคลนและราคาสูงขึ้นมาก ผู้รับเหมาก่อสร้างประสบภาวะขาดทุนและส่วนหนึ่ง “ละทิ้งงาน” รัฐบาลจึงเข้ามาช่วยเหลือเพื่อให้เกิดความเป็นธรรมทั้ง 2 ฝ่าย โดยกำหนดให้มีการจัดทำสัญญาการก่อสร้างของทางราชการ เป็นสัญญาแบบปรับราคาได้ (คือ สัญญาที่ทำงานอาจมีการเปลี่ยนแปลงในระหว่างสัญญาการก่อสร้าง ตามการเปลี่ยนแปลงของราคาวัสดุก่อสร้าง) โดยให้นำค่า K มาใช้ในการปรับค่างาน ตามความเคลื่อนไหวของดัชนีราคาที่กระทรวงพาณิชย์จัดทำ ต่อมาเมื่อเศรษฐกิจฟื้นตัวเข้าสู่ภาวะปกติได้มีการยกเลิกการใช้ค่า K ในปี 2524 แต่ภายหลังเกิดผลกระทบอีกครั้ง คณะรัฐมนตรีจึงมีมติให้นำค่า K กลับมาใช้ใหม่และใช้เรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน

### ค่า K คืออะไร

ค่า K คือตัวเลขที่ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงค่างาน โดยเป็นการเทียบค่าดัชนีราคาในวันเปิดซองประกวดราคากับค่าดัชนีราคาในวันที่ส่งมอบงาน โดยใช้ดัชนีราคาของกระทรวงพาณิชย์จัดทำเป็นตัวแปรในการคำนวณ มติ ครม. ตามหนังสือที่ นร 0203/ว109 ลงวันที่ 24 สิงหาคม 2532 กำหนดให้โครงการก่อสร้างของทางราชการ ทำสัญญาแบบปรับราคาได้ โดยแบ่งลักษณะโครงการเป็น 5 หมวดงาน และในแต่ละงานใช้สูตรการคำนวณค่า K แตกต่างกันไป ซึ่งรวมสูตรได้ทั้งสิ้น จำนวน 35 สูตร แบ่งแยกรายละเอียดได้ดังนี้



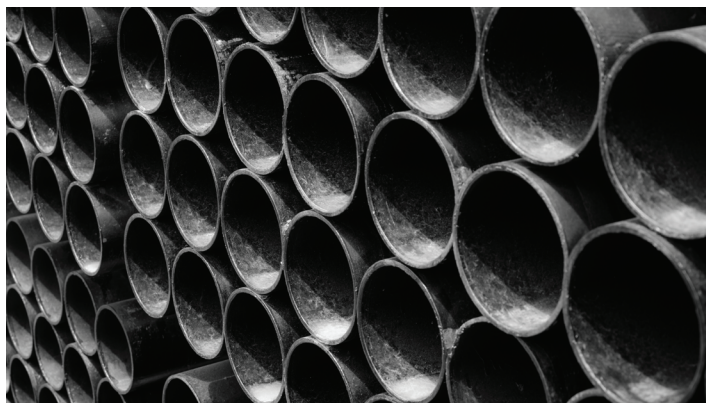
- หมวดงานอาคาร	แบ่งได้ 1 งาน	ใช้สูตรคำนวณค่า K	จำนวน 1 สูตร
- หมวดงานดิน	แบ่งได้ 3 งาน	ใช้สูตรคำนวณค่า K	จำนวน 3 สูตร
- หมวดงานทาง	แบ่งได้ 7 งาน	ใช้สูตรคำนวณค่า K	จำนวน 7 สูตร
- หมวดงานชลประทาน	แบ่งได้ 7 งาน	ใช้สูตรคำนวณค่า K	จำนวน 7 สูตร
- หมวดงานระบบสาธารณูปโภค	แบ่งได้ 17 งาน	ใช้สูตรคำนวณค่า K	จำนวน 17 สูตร



### กระทรวงพาณิชย์กับค่า K


มติ ครม. กำหนดให้กระทรวงพาณิชย์จัดทำและประกาศตัวเลขดัชนีราคาประจำเดือนเพื่อใช้เป็นตัวแปรแทนค่าในการคำนวณค่า K จำนวน 13 ดัชนี ได้แก่

- I ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ
- F ดัชนีราคาน้ำมันดีเซลหมุนเร็ว
- C ดัชนีราคาซีเมนต์
- AC ดัชนีราคาท่อซีเมนต์ใยหิน
- M ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง (ไม่รวมเหล็กและซีเมนต์)
- PVC ดัชนีราคาท่อ PVC
- S ดัชนีราคาเหล็ก
- GIP ดัชนีราคาท่อเหล็กอบสังกะสี
- G ดัชนีราคาเหล็กแผ่นเรียบ
- PE ดัชนีราคาท่อ HYDENSITY POLYETHYLENE
- A ดัชนีราคาแอสฟัลท์
- W ดัชนีราคาสายไฟฟ้า
- E ดัชนีราคาเครื่องจักรกลและปริภัณฑ์



สำหรับการคำนวณค่า K นั้น ผู้ว่าจ้าง (หน่วยงานเจ้าของโครงการภาครัฐ) และผู้รับจ้าง (ผู้รับเหมาในโครงการนั้นๆ) ต้องเป็นผู้รับผิดชอบเอง โดยใช้ดัชนีราคาของกระทรวงพาณิชย์ (จำนวน 13 ดัชนี) ในการคำนวณ โดยวิธีการคำนวณค่า K ให้นำค่าดัชนีของกระทรวงพาณิชย์ที่เผยแพร่ในแต่ละเดือนเป็นตัวแปรในการแทนค่าในแต่ละสูตรตามลักษณะในแต่ละโครงการ โดยเปรียบเทียบดัชนีวันเปิดซองประกวดราคากับดัชนีวันส่งงาน หากได้ผลลัพธ์ค่า K สูงขึ้นเกินกว่าร้อยละ 4 ผู้ประกอบการสามารถขอเงินจากหน่วยงานเจ้าของโครงการได้ในส่วนที่เกินกว่าร้อยละ 4 หากได้ผลลัพธ์ค่า K ลดลงเกินกว่าร้อยละ 4 หน่วยงานเจ้าของโครงการจะต้องเรียกเงินคืนจากผู้ประกอบการในส่วนที่ลดลงเกินกว่าร้อยละ 4 หากค่า K สูงขึ้นหรือลดลงไม่เกินกว่าร้อยละ 4 จะไม่มีการขอเงินเพิ่มหรือเรียกเงินคืน

การนำค่า K มาใช้กับสัญญาแบบปรับราคาได้ในโครงการก่อสร้างของทางราชการนั้น เป็นประโยชน์แก่ทั้งผู้ประกอบการและภาครัฐ โดยลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ ในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงราคาวัสดุก่อสร้างอย่างไร้เสถียรภาพ และช่วยให้ผู้ประกอบการไม่จำเป็นต้องคิดค่าความเสี่ยงเพิ่มในราคาวัสดุก่อสร้างเกินความจำเป็น เป็นการลดภาระงบประมาณของภาครัฐ จึงถือได้ว่าค่า K เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความเป็นธรรมให้คู่สัญญาทั้งสองฝ่ายได้ในระดับหนึ่ง

การจัดทำดัชนีราคาของกระทรวงพาณิชย์ เพื่อใช้ประกอบการคำนวณค่า K ตามมติ ครม. (ปัจจุบันใช้ปีฐาน 2530 = 100) เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่เดือนกันยายน 2532 (โดยกรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ ซึ่งปัจจุบันถูกยุบไปแล้วตามการปรับเปลี่ยนโครงสร้างของกระทรวงพาณิชย์) ปัจจุบันอยู่ในความรับผิดชอบของสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า สำหรับเอกสารดัชนีราคาเพื่อใช้ประกอบการคำนวณค่า K ชุดนี้ ในยุคเริ่มแรกมีการจำหน่ายเอกสารที่มีตารางงาประทับรับรองค่าดัชนีเพื่อใช้เป็นหลักฐานประกอบในการขอเงินค่า K ฉบับละ 10 บาท ซึ่งต่อมา ลดลงเหลือฉบับละ 5 บาท (ตามพ.ร.บ. ข้อมูลข่าวสารของราชการ พ.ศ. 2540 กำหนดอัตราการคิดค่าธรรมเนียมรับรองเอกสารของทางราชการ ให้เหลือเพียงฉบับละ 5 บาท) อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน (พ.ศ. 2561) สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ได้ดำเนินการให้สอดคล้องกับการเป็นรัฐบาล 4.0 จึงได้อำนวยความสะดวกแก่ผู้ใช้ข้อมูลโดยสามารถดาวน์โหลดเอกสารเพื่อใช้ประกอบในการคำนวณค่า K ได้จาก [www.price.moc.go.th](http://www.price.moc.go.th) โดยไม่ต้องเดินทางไปรับเอกสารรับรองที่กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งสร้างความสะดวกให้แก่ผู้ใช้ข้อมูลทำให้ประหยัดเวลาและไม่เสียค่าใช้จ่าย ทั้งนี้สำนักงบประมาณได้เห็นชอบในแนวทางดังกล่าวแล้ว 



## ภาพรวมเศรษฐกิจเดือนเมษายน 2562

■ ภาพรวม เงินเพื่อทั่วไปเดือนเมษายน 2562 สูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 4 ของปี โดยสินค้ากลุ่มอาหารสดและกลุ่มพลังงานยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญในการสูงขึ้นของเงินเพื่อในเดือนนี้ โดยเฉพาะกลุ่มอาหารสด สูงขึ้นร้อยละ 3.30 ตามการสูงขึ้นของผักสด ที่ยังคงได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่ร้อน แห้งแล้งและมีแนวโน้มรุนแรงกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้พืชผักเสียหาย ปริมาณผลผลิตเข้าสู่ตลาดน้อยลง ส่วนกลุ่มพลังงานสูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 หลังจากที่ลดลงในช่วงก่อนหน้า โดยสูงขึ้นร้อยละ 2.33 ตามภาวะราคาน้ำมันเชื้อเพลิงในตลาดโลกที่ลดอัตรากำลังการผลิต เมื่อหักอาหารสดและพลังงานออก เงินเพื่อพื้นฐานขยายตัวร้อยละ 0.61 (YoY) การสูงขึ้นของเงินเพื่อในเดือนนี้ สอดคล้องกับดัชนีราคาผู้ผลิตและดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ที่ปรับตัวเป็นบวกต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยดัชนีราคาผู้ผลิตปรับสูงขึ้นจากหมวดผลผลิตเกษตรกรรม และปิโตรเลียม ส่วนดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง ปรับสูงขึ้นจากราคาเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็กเป็นสำคัญ นอกจากนี้ดัชนีความเชื่อมั่นผู้บริโภค เดือนเมษายน 2562 อยู่ในช่วงความเชื่อมั่น (สูงกว่า 50) สอดคล้องกับเครื่องชี้วัดด้านอุปสงค์ โดยยอดการจดทะเบียนรถจักรยานยนต์เพิ่มและภาษีจากการนำเข้า เดือนมีนาคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 2.2 และ 5.7 ตามลำดับ รวมทั้งยอดจำหน่ายรถยนต์เชิงพาณิชย์ และยอดจำหน่ายรถจักรยานยนต์ ในเดือนมีนาคม 2562 สูงขึ้นเช่นกันที่ร้อยละ 4.6 และ 2.3 ตามลำดับ ในขณะที่รายได้เกษตรกรแม้ยังหดตัว แต่ปรับตัวสูงขึ้นจากที่ลดลงร้อยละ 4.0 เป็นลดลงร้อยละ 0.96 สะท้อนถึงแนวโน้มการบริโภคที่มีเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

### เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจที่สำคัญ เดือนเมษายน 2562

		%MoM	%YoY	%AoA
	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป Headline CPI	0.44	1.23	0.86
	เงินเพื่อพื้นฐาน Core CPI	0.06	0.61	0.62
	ดัชนีราคาผู้ผลิต PPI	0.7	0.7	-0.1
	ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง CMI	0.2	0.7	0.2

### อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์

เทียบกับเดือน เม.ย. 61 (%YoY)		เทียบกับเดือน มี.ค. 62 (%MoM)
2.20	หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	0.61
3.33	ข้าวแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง	-0.09
3.33	เนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำ	-0.07
0.29	ไข่และผลิตภัณฑ์นม	0.24
4.26	ผักและผลไม้	4.93
12.74	- ผักสด	8.95
-0.50	- ผลไม้สด	2.45
3.39	เครื่องประกอบอาหาร	-0.08
0.66	เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์	-0.02
0.75	อาหารบริโภค-ในบ้าน	0.11
1.80	อาหารบริโภค-นอกบ้าน	0.00

### อัตราการเปลี่ยนแปลงหมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม

เทียบกับเดือน เม.ย. 61 (%YoY)		เทียบกับเดือน มี.ค. 62 (%MoM)
0.67	หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม	0.34
0.35	หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า	0.04
0.52	หมวดเคหสถาน	0.02
0.34	หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล	0.04
1.06	หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร	0.86
1.91	- ค่าโดยสารสาธารณะ	1.62
2.72	- น้ำมันเชื้อเพลิง	2.35
-0.04	- การสื่อสาร	0.00
0.32	หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา	0.03
-0.03	หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์	0.00

ดัชนีราคาผู้บริโภค (เงินเพื่อทั่วไป) เดือนเมษายน 2562 เทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 1.23 (YoY) ชะลอตัวเล็กน้อยจากเดือนก่อนหน้า (มีนาคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 1.24) โดยมีการเคลื่อนไหวในระดับสินค้าดังนี้ **หมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์** สูงขึ้นร้อยละ 2.20 โดยเฉพาะผักสดสูงขึ้นถึงร้อยละ 12.74 (อาทิ พริกสด ต้นหอม ถั่วฝักยาว) เนื่องจากได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่ร้อนและแห้งแล้ง ซึ่งมีแนวโน้มรุนแรงกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้พืชผักเสียหาย ข้าวแปงและผลิตภัณฑ์จากแป้ง และเนื้อสัตว์ เป็ดไก่และสัตว์น้ำสูงขึ้นในอัตราเท่ากันที่ร้อยละ 3.33 เครื่องประกอบอาหารสูงขึ้นร้อยละ 3.39 (อาทิ น้ำพริกแกง น้ำปลา กะปิ) เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ สูงขึ้นร้อยละ 0.66 (อาทิ กาแฟร้อน/เย็น น้ำอัดลม) ไข่และผลิตภัณฑ์นม สูงขึ้นร้อยละ 0.29 (อาทิ ไข่ไก่ ไข่เป็ด ครีมเทียม) อาหารบริโภคในบ้านและนอกบ้าน สูงขึ้นร้อยละ 0.75 และ 1.80 ตามลำดับ (อาทิ ข้าวราดแกง อาหารเช้า กับข้าวสำเร็จรูป) ขณะที่ผลไม้ ลดลงร้อยละ 0.50 ตามการลดลงของเงาะและส้มเขียวหวานเป็นสำคัญ **หมวดอื่นๆ ไม่ใช่อาหารและเครื่องดื่ม** สูงขึ้นร้อยละ 0.67 ตามการสูงขึ้นของน้ำมันเชื้อเพลิงร้อยละ 2.72 โดยราคาน้ำมันเชื้อเพลิงขึ้นเกือบทุกประเภท ยกเว้นดีเซลราคาตกลง ค่าโดยสารสาธารณะ สูงขึ้นร้อยละ 1.91 (ค่าโดยสารรถ ขสมก./บขส. ค่ารถรับส่งนักเรียน ค่าโดยสารเครื่องบิน) ส่งผลให้หมวดพาหนะการขนส่งและการสื่อสาร สูงขึ้นร้อยละ 1.06 หมวดเคหสถาน สูงขึ้นร้อยละ 0.52 (ค่าเช่าบ้าน ค่ากระแสไฟฟ้า) หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า สูงขึ้นร้อยละ 0.35 (เครื่องแบบนักเรียนหญิง/ชาย) หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล สูงขึ้นร้อยละ 0.34 (ผลิตภัณฑ์ป้องกันและบำรุงผิว ค่าแต่งผมชาย/สตรี) หมวดการบันเทิง การอ่าน การศึกษา ร้อยละ 0.32 ขณะที่หมวดยาสูบและเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์ ลดลงร้อยละ 0.03

ดัชนีราคาผู้บริโภค เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 0.44 (MoM) และเมื่อพิจารณาเฉลี่ย 4 เดือน (ม.ค.- เม.ย.) ปี 2562 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.86 (AoA)



## การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าผู้ผลิตที่สำคัญ เมษายน 2562

เทียบกับเดือน เม.ย. 61 (YoY)

สูงขึ้น	ข้าวเปลือก ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ยางพารา (น้ำยางข้น ยางแผ่นดิบ)	สุกรมีชีวิต ไข่ไก่ ก๊าซปิโตรเลียมเหลว (LPG)
ลดลง	กุ้งแวนนาไม ผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี เยื่อกระดาษ	เม็ดพลาสติก เหล็กแผ่นและเหล็กเส้น ทองคำ

เทียบกับเดือน มี.ค. 62 (MoM)

สูงขึ้น	ข้าวเปลือก หัวมันสำปะหลังสด อ้อย	พืชผัก ยางพารา น้ำมันปิโตรเลียมดิบ
ลดลง	ผลปาล์มสด กุ้งแวนนาไม ปุย	น้ำมันปาล์มบริสุทธิ์ เหล็กแผ่นรีดเย็น ทองคำ

## การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าวัสดุก่อสร้างที่สำคัญ เมษายน 2562

เทียบกับเดือน เม.ย. 61 (YoY)

สูงขึ้น	ลดลง
<ul style="list-style-type: none"> <li>ไม้และไม้แปรรูป</li> <li>ปูนซีเมนต์</li> <li>คอนกรีตบล็อก/คอนกรีตผสมเสร็จ</li> <li>คอนกรีตขยาย</li> <li>กระเบื้องบุผนัง/ปูพื้น กระเบื้องยาง</li> <li>ยางมะตอย</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>เหล็กเส้น</li> <li>เหล็กรูปพรรณ</li> <li>ท่อเหล็ก</li> <li>เหล็กแผ่นเรียบดำ/ตะปู</li> <li>ท่อร้อยสายไฟ</li> <li>ท่อพีวีซี/ข้อต่อ/สามทาง</li> <li>ท่อระบายน้ำพีวีซี</li> <li>อิฐมอญ อิฐโปร่ง</li> </ul>

เทียบกับเดือน มี.ค. 62 (MoM)

สูงขึ้น	ลดลง
<ul style="list-style-type: none"> <li>เหล็กเส้นกลมผิวเรียบ-ข้ออ้อย</li> <li>เหล็กตัวซี/เหล็กฉาก/เหล็กรางน้ำ</li> <li>ท่อเหล็ก</li> <li>วงกบประตู</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>โถส้วมชักโครก</li> <li>ที่ปัสสาวะ</li> <li>กระจกเงา</li> <li>ยางมะตอย</li> </ul>

ดัชนีราคาผู้ผลิต เดือนเมษายน 2562 สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (YoY) เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 และปรับตัวดีกว่าเดือนที่ผ่านมาที่สูงขึ้นร้อยละ 0.4 ตามการสูงขึ้นของสินค้าในหมวดผลผลิตเกษตรกรรม ร้อยละ 6.5 สินค้าสำคัญที่ราคาสูงขึ้น ได้แก่ ข้าวเปลือก ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ยางพารา และพืชผัก (มะนาว แตงกวา ต้นหอม) เป็นช่วงที่ผลผลิตออกสู่ตลาดน้อย ประกอบกับความต้องการของตลาดมีอย่างต่อเนื่อง กลุ่มผลไม้ และกลุ่มสัตว์มีชีวิตและผลิตภัณฑ์ (สุกรมีชีวิต ไข่ไก่) ปรับสูงขึ้นตามความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ สำหรับสินค้าสำคัญที่ราคาลดลงคือ กุ้งแวนนาไม เนื่องจากผลผลิตในตลาดโลกมีปริมาณมากส่งผลให้ราคาลดลง หมวดผลิตภัณฑ์จากเหมืองสูงขึ้นร้อยละ 7.3 จากการสูงขึ้นของกลุ่มสินค้าก๊าซธรรมชาติเป็นสำคัญ ขณะที่หมวดผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดัชนีราคาลดลงร้อยละ 0.3 ตามการลดลงของสินค้ากลุ่มเคมีภัณฑ์ (อินนทรีรี่) ที่ปรับลดลงตามราคาตลาดโลก กลุ่มเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก (เหล็กแผ่น เหล็กเส้น) จากการแข่งขันสูงกับสินค้าเหล็กที่นำเข้ามาจากจีน กลุ่มผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ปิโตรเคมี (เอทิลีน โพรพิลีน เบนซีน) และเม็ดพลาสติก ที่เป็นสินค้าเกี่ยวเนื่อง ความต้องการลดลงตามภาวะเศรษฐกิจโลกที่ชะลอตัว ดัชนีราคาผู้ผลิต เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (MoM) และเมื่อพิจารณาเฉลี่ย 4 เดือน (ม.ค.- เม.ย.) ปี 2562 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ลดลงร้อยละ 0.1 (AoA)

ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เดือนเมษายน 2562 สูงขึ้นร้อยละ 0.7 (YoY) เมื่อเทียบกับเดือนเดียวกันปีก่อน สูงขึ้นต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 โดยเดือนก่อนหน้าสูงขึ้นร้อยละ 0.3 ตามการสูงขึ้นของราคาสินค้าในหมวดไม้และผลิตภัณฑ์ไม้ ร้อยละ 11.2 (ไม้พื้น ไม้ฝา ไม้คาน ไม้โครงคร่าว ไม้แบบ วงกบประตูหน้าต่างบานประตู) เนื่องจากไม้นำเข้าราคาสูงขึ้น หมวดผลิตภัณฑ์คอนกรีตสูงขึ้นร้อยละ 2.0 (คอนกรีตบล็อกปูพื้น คอนกรีตผสมเสร็จ คอนกรีตขยาย) ปรับสูงขึ้นตามราคาปูนซีเมนต์ ประกอบกับความต้องการใช้คอนกรีตผสมเสร็จมีมากขึ้น หมวดกระเบื้องสูงขึ้นร้อยละ 1.7 (กระเบื้องบุผนัง-ปูพื้น กระเบื้องยาง) หมวดซีเมนต์ สูงขึ้นร้อยละ 0.6 (ปูนซีเมนต์ผสม) และหมวดวัสดุฉนวนสูงขึ้นร้อยละ 0.3 (สีรองพื้นปูน ชิลิโคน) ตามความต้องการที่ขยายตัวสูงขึ้นสำหรับสินค้าที่ราคาลดลง ได้แก่ หมวดเหล็กและผลิตภัณฑ์เหล็ก ลดลงร้อยละ 1.7 (เหล็กเส้น เหล็กตัวซี เหล็กฉาก ลวดผูกเหล็ก ท่อเหล็กดำ ท่อสแตนเลส เหล็กแผ่น ตะปู) เนื่องจากการแข่งขันด้านราคากับเหล็กนำเข้าจากจีน และหมวดอุปกรณ์ไฟฟ้าและประปา ลดลงร้อยละ 1.2 (ท่อร้อยสายไฟและสายโทรศัพท์พีวีซี ท่อพีวีซี ข้อต่อ-สามทางพีวีซี ท่อระบายน้ำเสียพีวีซี) จากต้นทุนวัตถุดิบ (เม็ดพลาสติก) ที่ปรับราคาลดลงตามราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ดัชนีราคาวัสดุก่อสร้าง เมื่อเทียบกับเดือนมีนาคม 2562 สูงขึ้นร้อยละ 0.2 (MoM) และเมื่อพิจารณาเฉลี่ย 4 เดือน (ม.ค.-เม.ย.) ปี 2562 เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน สูงขึ้นร้อยละ 0.2 (AoA)

### สรุปสถานการณ์เงินเฟ้อเดือนเมษายน 2562

การสูงขึ้นของเงินเฟ้อในเดือนนี้ มีปัจจัยสำคัญจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของราคาอาหารสด โดยได้รับผลกระทบจากสภาพอากาศที่ร้อนแห้งแล้งและมีแนวโน้มรุนแรงกว่าปีที่ผ่านมา ทำให้ปริมาณผลผลิตสินค้าเกษตรหลายชนิดลดลง รวมทั้งราคาพลังงานที่มีแนวโน้มสูงขึ้นตามภาวะราคาในตลาดโลก ขณะที่ความต้องการบริโภคยังคงอยู่ในระดับที่มีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับเครื่องชี้วัดทางเศรษฐกิจอื่นๆ โดยภาพรวมสถานการณ์ด้านราคาสินค้าและบริการของประเทศยังอยู่ในระดับมีเสถียรภาพและแนวโน้มที่ดี สอดคล้องกับเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจทั้งด้านอุปสงค์และอุปทาน ทั้งนี้กระทรวงพาณิชย์คาดว่า เงินเฟ้อตลอดทั้งปีจะยังคงเคลื่อนไหวในกรอบคาดการณ์ของกระทรวงพาณิชย์ ที่ร้อยละ 0.7 - 1.7 (ค่ากลางร้อยละ 1.2) ↗

## การค้าระหว่างประเทศของไทย : มีนาคม 2562

### การส่งออก

การส่งออกของไทยในเดือนมีนาคม 2562 กลับมาหดตัวที่ร้อยละ 4.9 มีมูลค่า 21,440.2 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ตามแนวโน้มการค้าโลกและอุปสงค์ของคู่ค้าสำคัญ ซึ่งมาจากประเด็นข้อพิพาททางการค้าที่ยังคงยืดเยื้อ แม้ว่าเริ่มมีสัญญาณความชัดเจนมากขึ้น และจากปัจจัยภายนอกอื่นๆ อาทิ ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าในสหรัฐฯ และการเมืองในยุโรป รวมถึงความเสี่ยงของภาคสินค้าของชนาการจีน นอกจากนี้ราคาส่งออกยังถูกกดดันจากราคาน้ำมันที่ยังขยายตัวในระดับต่ำ อย่างไรก็ตาม มูลค่าการส่งออกในเดือนนี้อยู่ในระดับที่มีเสถียรภาพ และมีแนวโน้มสูงขึ้นจากต้นปี 2562 สินค้ารายการสำคัญขยายตัวได้ดี อาทิ สินค้ากลุ่มอาหาร (พุน้ำกระป๋อง ผัก ผลไม้สด แช่แข็ง กระป๋องและแปรรูป ไก่สด แซ่แข็งและแปรรูป) รถยนต์และส่วนประกอบ และผลิตภัณฑ์ยาง โดยคิดเป็นสัดส่วนการส่งออกประมาณร้อยละ 40 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมด

ปัจจัยเชิงบวก ที่สนับสนุนต่อการส่งออกในเดือนมีนาคม 2562 เช่น บรรยากาศสงครามการค้าเริ่มคลี่คลายลง ราคาน้ำมันในตลาดโลกเพิ่มขึ้น ค่าเงินบาทมีแนวโน้มอ่อนลง ภาพลักษณ์ของสินค้าที่สร้างความเชื่อมั่นต่อผู้บริโภค รวมถึงมาตรการส่งเสริมการค้าเชิงรุกเจาะตลาดรายพื้นที่ในหลายเขต/รัฐ ของจีนและอินเดีย อย่างไรก็ตาม ยังคงต้องเฝ้าระวัง ปัจจัยเสี่ยงภายนอก อาทิ ความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยน นโยบายการค้าและการมีผลใช้บังคับของ FTA ในประเทศต่างๆ ที่อาจกระทบต่อความสามารถในการส่งออกของไทย

การส่งออกในตลาดส่วนใหญ่ยังหดตัว ส่วนมากยังได้รับผลกระทบจากนโยบายภาษีการนำเข้าของสหรัฐฯ และจีน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสินค้าที่ถูกปรับขึ้นภาษี และผลกระทบทางอ้อมผ่านเศรษฐกิจประเทศคู่ค้าที่อ่อนแอและบรรยากาศการค้าที่มีความไม่แน่นอนเพิ่มขึ้น ทำให้การส่งออกของโลกและไทยได้รับผลกระทบเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม การส่งออกไทยขยายตัวได้ดีในบางประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เวียดนาม อินเดีย และสหราชอาณาจักร เป็นผลจากรายสินค้าสำคัญในแต่ละตลาด ทั้งนี้ การส่งออกไปยังตลาดหลักขยายตัวร้อยละ 1.0 อันเป็นผลจากการส่งออกไปญี่ปุ่นขยายตัวร้อยละ 7.4 ขณะที่การส่งออกไปสหรัฐฯ และสหภาพยุโรปหดตัวร้อยละ 1.4 และ 2.6 ตามลำดับ ด้านการส่งออกไปตลาดศักยภาพสูงหดตัวร้อยละ 8.9 เป็นผลมาจากการส่งออกไปอาเซียน-5 และจีนหดตัวร้อยละ 15.6 และ 9.0 ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม การส่งออกไปตลาด CLMV และเอเชียใต้ยังคงขยายตัวร้อยละ 0.3 และ 1.6 ตามลำดับ สำหรับตลาดศักยภาพระดับรองหดตัวที่ร้อยละ 5.5 เนื่องจากการส่งออกไปทวีปออสเตรเลีย กลุ่มประเทศ CIS และลาตินอเมริกา หดตัวร้อยละ 15.0, 8.5 และ 1.2 ตามลำดับ ขณะที่การส่งออกไปตะวันออกกลางกลับมาขยายตัวครั้งแรกในรอบ 1 ปี

ในไตรมาส 1 ปี 2562 ภาพรวมการส่งออกไทยชะลอตัวตามแนวโน้มการค้าโลกและอุปสงค์ของคู่ค้าสำคัญจากปัจจัยที่แตกต่างกันของแต่ละประเทศ กระทบต่อความเชื่อมั่นและกดดันเศรษฐกิจ อาทิ ความไม่แน่นอนของนโยบายการค้าในสหรัฐฯ ความไม่แน่นอนทางการเมืองในยุโรป ความเสี่ยงในตลาดสินค้าของจีนจากการผิมนัดชำระหนี้ของเอกชน และความตึงเครียดของสถานการณ์ความขัดแย้งทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ทั้งนี้ ตลาดเริ่มคลายความกังวลภายหลังการเจรจาในประเด็นสำคัญมีความคืบหน้าอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เดือนมีนาคม 2562 และเริ่มเข้าสู่การหารือไกลการบังคับใช้ข้อตกลงของทั้งสองฝ่าย โดยคาดว่าจะได้ข้อสรุปในเดือนมิถุนายน 2562 เป็นปัจจัยสนับสนุนการค้าโลกในครึ่งปีหลัง นอกจากนี้ การดำเนินนโยบายภาครัฐในหลายประเทศเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจน่าจะส่งสัญญาณบวกต่อเศรษฐกิจและการค้าโดยรวมได้ในระยะเดียวกัน อาทิ การส่งสัญญาณคว่ำบาตรดอกเบี้ยของสหรัฐฯ นโยบายการเงินแบบผ่อนคลายในยุโรป ญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร รวมถึงนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจทางการเงินและการคลังของจีน เพื่อชดเชยผลกระทบทางลบจากการขึ้นภาษีทางการค้า

กระทรวงพาณิชย์ เชื่อว่าแผนกิจกรรมส่งเสริมการค้าตลอดทั้งปีจะช่วยให้การส่งออกขยายตัวได้ในช่วงเวลาที่เหลือของปี 2562 นี้ โดยกระทรวงฯ ยังเร่งจัดกิจกรรมกระตุ้นการส่งออก ไม่ว่าจะเป็นการส่งเสริมการขายในรูปแบบออนไลน์บนเว็บไซต์ Thaitrade.com และการเชื่อมต่อ e-Marketplace ขึ้นนำ เดินหน้าผลักดันกิจกรรมเจาะตลาดศักยภาพเป็นรายเขต/รัฐ ในตลาดจีนและอินเดีย และการจัดคณะผู้แทนเพื่อขยายการส่งออกในตลาดใหม่ อาทิ ตลาดแอฟริกา ลาตินอเมริกา และยุโรปตะวันออก นอกจากนี้ กระทรวงพาณิชย์พร้อมเดินหน้าขยายโอกาสการค้าการลงทุนผ่านการสร้างหุ้นส่วนเชิงยุทธศาสตร์กับคู่ค้าศักยภาพ (Strategic Partnership) และสร้างเครือข่ายทางธุรกิจ (International Business Network) เพื่อกระจายความเสี่ยงลดการพึ่งพาทลาดใดเพียงแห่งเดียว และเสริมสร้างพื้นฐานการส่งออกไทยให้มีความยืดหยุ่นต่อปัจจัยเสี่ยงภายนอกและเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ

### การนำเข้า

เดือนมีนาคม การนำเข้า มีมูลค่า 19,435.5 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หดตัวร้อยละ 7.6

### การค้าระหว่างประเทศของไทย

หน่วย (Unit) : (ล้านเหรียญสหรัฐฯ) (Million USD)	มี.ค. 2562 Mar 2019	ม.ค. - มี.ค. 2562 Jan - Mar 2019
มูลค่าการส่งออก (Export value)	21,440.2 -4.9%	61,987.8 -1.6%
มูลค่าการนำเข้า (Import value)	19,435.5 -7.6%	59,981.1 -1.2%
ดุลการค้า (Trade Balance)	+2,004.7	+2,006.7

### สินค้าและตลาดส่งออก 5 อันดับแรก เดือน มี.ค. 62

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
รถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ	2,728	+5.63	12.7	สหรัฐฯ อเมริกา	2,026	-1.4	11.2
เครื่องคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ	1,480	-19.96	6.9	จีน	2,409	-9.0	11.2
อัญมณีและเครื่องประดับ	985	-6.56	4.6	ญี่ปุ่น	2,220	+7.4	10.4
ผลิตภัณฑ์ยาง	988	+14.79	4.6	สหภาพยุโรป	2,026	-2.6	9.4
เม็ดพลาสติก	783	+8.3	3.7	เวียดนาม	1,151	+8.4	5.4

### สินค้าและแหล่งนำเข้า 5 อันดับแรก เดือน มี.ค. 62

สินค้า	มูลค่า	Δ	สัดส่วน	ประเทศ	มูลค่า	Δ	สัดส่วน
	(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)		(ล้าน USD)	(%YoY)	(%)
น้ำมันดิบ	2,227	-4.6	11.5	จีน	3,711.0	+5.1	19.1
เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	1,803	+13.0	9.3	ญี่ปุ่น	2,820.3	-6.9	14.5
เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	1,422	+0.2	7.3	ตะวันออกกลาง	2,080.9	-1.8	10.7
เคมีภัณฑ์	1,356	-6.2	7.0	สหภาพยุโรป	1,589.6	-19.5	8.2
อุปกรณ์ ส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์	1,144	-11.1	5.9	สหรัฐฯ อเมริกา	1,211	-1.4	6.2

### ดัชนีราคาส่งออก-นำเข้า

ดัชนีราคา	การเปลี่ยนแปลง (%MoM)			การเปลี่ยนแปลง (%YoY)	
	ม.ค. 62	ก.พ. 62	มี.ค. 62	มี.ค. 62	ดัชนี มี.ค. 62
ส่งออก	+0.2	+0.4	+0.4	+0.5	101.1
นำเข้า	-0.4	+1.1	+0.3	+0.4	93.1

### ดูการค้า

เดือนมีนาคม 2562 เกินดุลการค้ามูลค่า 2,004.7 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

### ราคาสินค้าส่งออก-นำเข้า

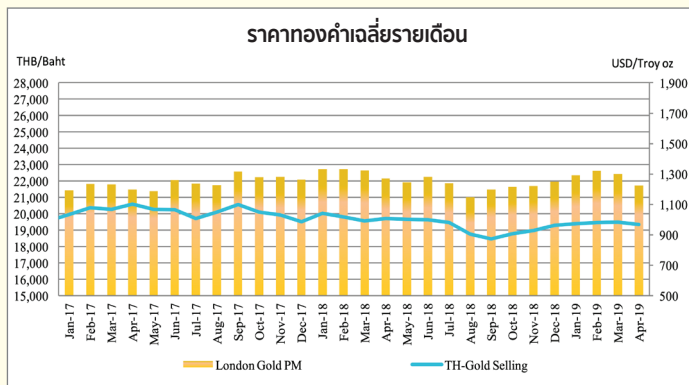
ดัชนีราคาส่งออก เดือนมีนาคม 2562 เท่ากับ 101.1 (ปี 2555 = 100) เทียบกับเดือนมีนาคม 2561 ปรับตัวสูงขึ้นร้อยละ 0.5 (YoY) ปรับตัวสูงขึ้นต่อเนื่องตามทิศทางราคาน้ำมันในตลาดโลกที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ประกอบกับคำสั่งซื้อจากตลาดต่างประเทศที่มีอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้หมวดสินค้าที่ทำให้ดัชนีราคาส่งออกปรับตัวสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าแร่และเชื้อเพลิง โดยเฉพาะน้ำมันสำเร็จรูป และน้ำมันดิบ รองลงมาคือ หมวดสินค้าอุตสาหกรรม ได้แก่ เครื่องอิเล็กทรอนิกส์ ผลิตภัณฑ์ยาง เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ หมวดสินค้าเกษตรกรรม ได้แก่ ไก่สด แซ่แข็งแช่แข็ง ข้าว ผัก ผลไม้สดแช่แข็งแช่แข็งและแห้ง และยางพารา ขณะที่หมวดสินค้าอุตสาหกรรมการเกษตร ยังคงปรับตัวลดลง ได้แก่ น้ำตาลทราย และอาหารทะเลกระป๋องและแปรรูป

ดัชนีราคานำเข้า เดือนมีนาคม 2562 เท่ากับ 93.1 (ปี 2555 = 100) เทียบกับเดือนมีนาคม 2561 สูงขึ้นร้อยละ 0.4 (YoY) หมวดสินค้าที่ปรับสูงขึ้น ประกอบด้วย หมวดสินค้าเชื้อเพลิง ได้แก่ น้ำมันดิบ ก๊าซธรรมชาติปิโตรเลียม และน้ำมันสำเร็จรูป หมวดสินค้าทุน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์โลหะ เครื่องมือ เครื่องใช้ทางวิทยาศาสตร์ การแพทย์ และการทดสอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ ขณะที่หมวดสินค้าที่ดัชนีราคานำเข้าลดลง ประกอบด้วย หมวดยานพาหนะ และอุปกรณ์การขนส่ง ได้แก่ ส่วนประกอบและอุปกรณ์ยานยนต์ ส่วนประกอบและอุปกรณ์จักรยานยนต์และรถจักรยาน หมวดสินค้าอุปโภคบริโภค ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เวชกรรมและเภสัชกรรม สบู่ ผงซักฟอกและเครื่องสำอาง และผัก ผลไม้และของปรุงแต่งที่ทำจากผัก ผลไม้ และหมวดสินค้าวัตถุดิบและกึ่งสำเร็จรูป ได้แก่ เคมีภัณฑ์ เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ สินแร่โลหะ ผลิตภัณฑ์จากพลาสติก วัสดุทำจากยาง และปุ๋ย และยากำจัดศัตรูพืชและสัตว์

## สถานการณ์ราคาทองคำ ราคาน้ำมัน อัตราแลกเปลี่ยน และราคาสินค้าเกษตร

เมษายน 2562

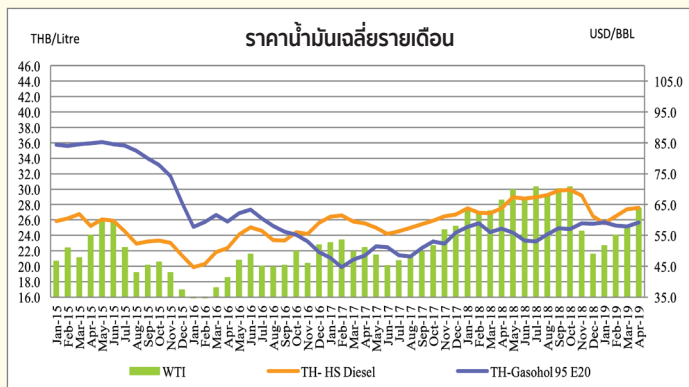
ราคาทองคำเฉลี่ยรายเดือน



### ราคาทองคำ

ราคาทองคำเดือนเมษายนเฉลี่ยอยู่ที่ 19,340.91 บาท ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.71 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้า เป็นการลดลงครั้งแรกหลังจากที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นเวลา 6 เดือน สอดคล้องกับทิศทางราคาทองคำในตลาดโลก ที่ปรับลดลงค่อนข้างมากร้อยละ 5.82 เมื่อเทียบกับเดือนก่อนหน้ามาอยู่ที่ 1,225.20 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทรอยออนซ์ การลดลงของราคาทองคำส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการอ่อนค่าของเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐฯ และนักลงทุนขายสินทรัพย์ปลอดภัย (ทองคำ) หลังดัชนีดาวโจนส์ตลาดหุ้นสหรัฐฯปรับตัวขึ้น แนวโน้มเศรษฐกิจของสหรัฐฯดีขึ้น แต่ยังมี ความกังวลของการชะลอตัวเศรษฐกิจโลก คาดการณ์ว่าราคาทองคำในไตรมาส 2 ของปี 2562 จะยังรักษาระดับอยู่ที่ 1,200 - 1,300 เหรียญสหรัฐฯ ต่อทรอยออนซ์

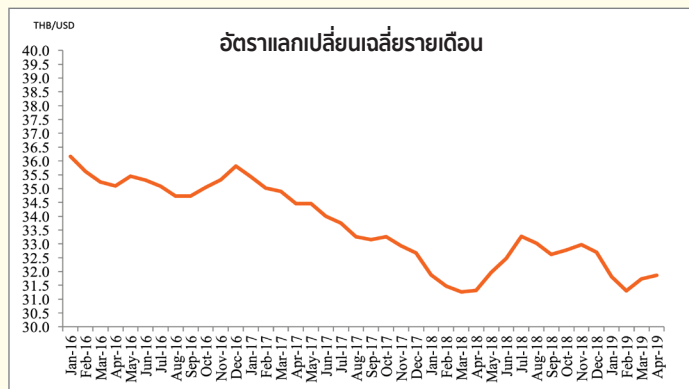
ราคาน้ำมันเฉลี่ยรายเดือน



### ราคาน้ำมัน

ราคาน้ำมันดิบเดือนเมษายนขายยตัวต่อเนื่องในรอบ 4 เดือน โดยราคาน้ำมันดิบ WTI เฉลี่ยอยู่ที่ 63.85 เหรียญสหรัฐฯ ต่อบาร์เรล เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.82 จากเดือนก่อนหน้า อย่างไรก็ตาม เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าหดตัวร้อยละ 3.74 เนื่องจากอุปทานน้ำมันดิบโลกตึงตัว การลดกำลังการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตน้ำมัน มาตรการคว่ำบาตรของสหรัฐฯ กับอิหร่านและเวเนซุเอลา และทิศทางสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนมีแนวโน้มที่ดีขึ้น ส่วนราคาน้ำมันในประเทศปรับตัวสูงขึ้นเช่นกัน โดยราคาน้ำมันดีเซล อยู่ที่ 27.59 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.77 จากเดือนก่อนหน้า และราคาน้ำมันแก๊สโซฮอล์ อยู่ที่ 25.68 บาท/ลิตร เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.15 จากเดือนก่อนหน้า

อัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยรายเดือน



### อัตราแลกเปลี่ยน

ค่าเงินบาทเดือนเมษายนเฉลี่ยอยู่ที่ 31.85 บาท ต่อเหรียญสหรัฐฯ อ่อนค่าเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.4 จากเดือนก่อนหน้า เป็นการอ่อนค่าต่อเนื่องเป็นเดือนที่ 2 ติดต่อกัน เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อนหน้าซึ่งเป็นช่วงที่ค่าเงินแข็งค่ามากที่สุดในรอบ 3 ปี อ่อนค่าขึ้นร้อยละ 1.71 เนื่องจากเงินทุนไหลออก นักลงทุนคาดการณ์แนวโน้มเศรษฐกิจและเงินเฟ้อของสหรัฐฯในทิศทางที่ดีขึ้น และแนวโน้มการบรรลุข้อตกลงระหว่างสหรัฐฯ กับจีน ส่วนปัจจัยภายในประเทศ เศรษฐกิจของไทยยังขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ลดลงเล็กน้อยจากปีก่อนหน้า เนื่องจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ทั้งนี้ คาดว่าในไตรมาสที่สองของปี 2562 อัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มอยู่ในช่วง 31.50 - 32.50 บาทต่อเหรียญสหรัฐฯ

ราคาสินค้ารายเดือน

เดือน	Mar-62	Apr-62	%Δ(MOM)	Apr-61	Apr-62	%Δ(YOY)
สินค้า						
ข้าว : (Baht/100Kg)						
ข้าวขาว 5% (ใหม่)	1,135.00	1,170.56	3.13	1,263.13	1,170.56	-7.33
ข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2	3,325.00	3,325.00	0.00	3,291.25	3,325.00	1.03
ยางพารา : (Baht/Kg)						
แผ่นรมควัน ชั้น3 (f.o.b)	55.70	55.95	0.45	53.95	55.95	3.71
ยางแท่ง STR20 (f.o.b)	48.86	49.54	1.39	44.48	49.54	11.39
ทองคำ						
ลอนดอน PM (USD/Troy oz.)	1,300.91	1,225.20	-5.82	1,271.20	1,225.20	-3.62
ไทย (THB/Baht)	19,478.60	19,340.90	-0.71	19,709.50	19,340.90	-1.90
น้ำมันดิบ : (USD/BBL)						
WTI	58.14	63.85	9.82	66.33	63.85	-3.74
อัตราแลกเปลี่ยน						
THB/USD	31.72	31.85	0.40	31.31	31.85	1.71

### ข่าว

ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวขาว 5% (ใหม่) เดือนเมษายน 2562 ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากเดือนมีนาคม จากราคา 1,135.00 บาท/100 กิโลกรัม เป็น 1,170.56 บาท/100 กิโลกรัม ขณะที่ราคาขายส่งเฉลี่ยข้าวหอมมะลิ 100% ชั้น 2 (ใหม่) ทรงตัวที่ 3,325.00 บาท/100 กิโลกรัม โดยภาพรวมราคาข้าวปรับตัวสูงขึ้น เนื่องจากความต้องการข้าวของทั้งตลาดภายในและต่างประเทศยังคงมีอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับปัญหาภัยแล้งในบางพื้นที่ในปี 2561 ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตที่ออกสู่ตลาดลดลง

### ยางพารา

ราคายางแผ่นรมควันชั้น 3 และราคายางแท่ง STR 20 (ราคาเฉลี่ย ณ ท่าเรือกรุงเทพฯ และท่าเรือสงขลา) เดือนเมษายน 2562 เฉลี่ยอยู่ที่กิโลกรัมละ 55.95 บาท และ 49.54 บาท ตามลำดับ เพิ่มขึ้นจากเดือนที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 0.45 และ 1.39 ราคายางเดือนนี้ปรับตัวสูงขึ้นตามความต้องการของผู้ซื้อทั้งในและต่างประเทศ ปริมาณยางที่เข้าสู่ตลาดน้อยลง เพราะอยู่ในช่วงปิดกรีต และได้รับแรงหนุนจากมาตรการจำกัดปริมาณการส่งออก (Agreed Export Tonnage Scheme : AETS) ครั้งที่ 6



# CLMVT FORUM 2019

## THE NEW VALUE CHAIN HUB OF ASIA

Exceptional opportunities to shine in the new global value chain

The whole world will witness the advancement of the unity and synergy between the CLMVT countries (*Cambodia, Lao PDR, Myanmar, Vietnam, and Thailand*) towards becoming the new value chain hub and the center for trade and investment that are seamlessly connected with ASEAN, Asia, and the world.

### 23-24 June 2019

At Renaissance Bangkok Ratchaprasong Hotel Bangkok, Thailand

[www.clmvtforum.com](http://www.clmvtforum.com)  
Hosted by the Ministry of Commerce  
and partnering agencies



### ศูนย์ข้อมูลข่าวสารของราชการ

☎ 02-507-7895 | [www.tps0.moc.go.th](http://www.tps0.moc.go.th)

