

มติชน สุดสัปดาห์

Matchon Weekend
Circulation: 500,000
Ad Rate: 480

Section: First Section/-

วันที่: ศุกร์ 29 มิถุนายน - พุธที่ 5 กรกฎาคม 2561

ปีที่: 38

ฉบับที่: 1976

หน้า: 28(ล่างขวา)

Col.Inch: 31.10

Ad Value: 14,928

PRValue (x3): 44,784

คลิป: สีสี่

คอลัมน์: แนวโน้ม: สถาบันวิจัย เศรษฐกิจป่วย ถอดรหัส กรอบ เงินเฟ้อ

ปี ดี ดิษยทัต ผู้อำนวยการสถาบันวิจัย
เศรษฐกิจ ป่วย อังภากรณ์ ธนาคาร
แห่งประเทศไทย (ธปท.)

เปิดเผย

การเปลี่ยนแปลงของระดับราคา
2549-2559

รายการ	ร้อยละ
ดัชนีราคาผู้บริโภค (ซีพีไอ)	26
อาหารสด	84
อาหารพร้อมรับประทาน	43
ผลิตภัณฑ์สุขภาพ	14
ค่าใช้จ่ายทางการศึกษา	10
ซ่อมบำรุงยานพาหนะ	7
เช่าบ้าน	6
ของเล่น	5
ยานพาหนะ	4
เครื่องแต่งกาย	1
คอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล	-15
เครื่องมือสื่อสาร	-25
โทรศัพท์	-31

ที่มา : สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป่วย อังภากรณ์

แนวโน้ม



สถาบันวิจัย เศรษฐกิจป่วย ถอดรหัส กรอบ เงินเฟ้อ

ได้ร่วมกับทศพล อภัยทาน และพิมพ์ มโนทิ
โมกษ์ หัวหน้ากลุ่มงานวิจัย สถาบันวิจัยเศรษฐกิจ
กิจป่วยฯ ทำวิจัยเพื่อเข้าใจพฤติกรรมการณ์ตั้ง
ราคาผ่านบิกดาต้า

โดยนำข้อมูลราคาสินค้ากว่า 2 หมื่นรายการ
ใน 77 จังหวัด รวมข้อมูลกว่า 9 ล้านข้อมูลมา
ใช้พบว่า

ตัวเลขเงินเฟ้อที่เห็นว่าขึ้นร้อยละ 1.1.5 หรือ
เงินเฟ้อที่ขึ้นต่ำ แต่คนรู้ลึกกว่าของแพง เป็นเพราะ
เมื่อพิจารณาข้อมูลเชิงลึก มีความแตกต่างในการ
เปลี่ยนแปลงราคาสินค้าแต่ละหมวดมาก

สินค้าที่คนใช้ทุกวันราคาปรับขึ้นสูง แต่สินค้า
คงทนที่นานๆ ซื้อครั้งราคาลดลงมาก

ขณะที่ดัชนีราคาผู้บริโภคที่เป็นตัวชี้วัดเงินเฟ้อ
ซึ่งปรับขึ้นลงแต่ละเดือนก็มาจากการขึ้นลงของราคา

สินค้าบางรายการ ไม่ได้เป็นการเปลี่ยนแปลง
ราคาพร้อมกันทุกหมวดสินค้า

สะท้อนว่าการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง
แต่ละกลุ่มสินค้ามีผลกับเงินเฟ้อมากกว่านโยบาย
การเงิน

ดังนั้น การตั้งกรอบเป้าหมายเงินเฟ้อจึง
ควรเป็นกรอบระยะปานกลางและสามารถตั้ง
กรอบเป้าหมายเงินเฟ้อให้ต่ำลงกว่าเดิมได้เล็ก
น้อย และใช้เป็นแค่กรอบชี้แนวทาง ไม่จำเป็นต้อง
ตั้งกรอบนโยบายเงินเฟ้อสูงไปขัดแย้งการไม่
ปรับลดราคา

ผลวิจัยนี้เท่ากับตอบความสงสัยที่ว่า
เงินเฟ้อต่ำ ยังไม่เข้าเป้าหมาย แต่เหตุ
ใดประชาชนโดยทั่วไปกลับรู้สึกได้ว่าของ
แพงขึ้นทุกวัน เงินเฟ้อต่ำได้อย่างไร ●