

ดัชนีราคาผู้บริโภค

(CONSUMER PRICE INDEX)

1. แนวความคิดในการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค

ดัชนีราคาผู้บริโภคกำเนิดขึ้นจากความต้องการศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัว และการวัดระดับการครองชีพของประชากร เพื่อยกระดับมาตรฐานการครองชีพของประชาชนให้ดียิ่งขึ้น

แนวความคิดพื้นฐานของดัชนีราคาผู้บริโภค พัฒนามาจากแนวความคิดของดัชนีค่าครองชีพ (COST OF LIVING INDEX) ซึ่งต้องการวัดค่าใช้จ่ายในการบริโภคของผู้บริโภคในเดือนหนึ่ง ๆ โดยยังคงรักษามาตรฐานการครองชีพตามระดับที่กำหนดไว้ได้ ซึ่งเป็นไปได้ยากในทางปฏิบัติ เนื่องจากมาตรฐานการครองชีพยังขึ้นกับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ รายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ภาษี คุณภาพสินค้า เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงและราคาสินค้าที่เปลี่ยนแปลง

ดังนั้น ได้มีการนำดัชนีราคาผู้บริโภคให้มีปริมาณและลักษณะของสินค้า แต่เปลี่ยนแปลงเฉพาะราคาสินค้าเท่านั้น แก้ปัญหานี้โดยการกำหนดให้กลุ่มสินค้าอุปโภคและบริโภคที่ประชาชนใช้บริโภคคงที่ แทนการกำหนดให้มาตรฐานการครองชีพคงที่และวัดค่าใช้จ่ายในการบริโภคในเดือนหนึ่ง ๆ เพื่อผู้บริโภคยังคงบริโภคสินค้าและบริการอย่างเดิม ถึงแม้ดัชนีราคาผู้บริโภคจะไม่สามารถแทนดัชนีค่าครองชีพได้อย่างสมบูรณ์ แต่อาจกล่าวได้ว่าดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นตัวประมาณค่าดัชนีค่าครองชีพได้ดีในเรื่องของค่าใช้จ่ายในการบริโภค

2. ประวัติการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย

การจัดทำดัชนีราคาในประเทศไทย ได้เริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2486 โดยกรมการสนเทศ แต่เป็นการจัดทำเพื่อใช้ภายในหน่วยงานราชการเท่านั้น ต่อมาได้มีการปรับปรุงและพัฒนาเป็นลำดับจนได้เผยแพร่ครั้งแรก ปี พ.ศ. 2491 โดยใช้ปี 2491 นี้เป็นฐาน

ในการพัฒนาปรับปรุงการจัดทำดัชนีราคา จนมาเป็นดัชนีราคาผู้บริโภคในปัจจุบันนี้ สามารถแบ่งคร่าว ๆ ได้เป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 ระยะเริ่มต้น (ปี 2486 - 2504)

- ดัชนีค่าครองชีพ

ได้มีการจัดทำดัชนีราคา ที่เรียกว่า ดัชนีค่าครองชีพ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวัดการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายของแรงงาน และข้าราชการที่มีรายได้น้อยในกรุงเทพฯ มีรายการสินค้าที่สำรวจเพียง 21 รายการเท่านั้น ดัชนีชุดนี้มีการคำนวณเผยแพร่ตั้งแต่ปี 2491 และพัฒนามาเป็นดัชนีราคาผู้บริโภคในปัจจุบัน

- ดัชนีราคาขายปลีก

ได้มีการคำนวณดัชนีราคาอย่างง่าย ๆ โดยไม่มีการถ่วงน้ำหนัก เป็นราคาเฉลี่ยสัมพัทธ์ของสินค้า 58 ชนิด ที่ซื้อขายในกรุงเทพฯ โดยดัชนีชุดนี้มีการจัดทำตั้งแต่ปี 2491 ถึงปี 2505

ระยะที่ 2 ระยะพัฒนา (ปี 2505 – 2519)

ในช่วงต้นของยุคนี้ได้มีการปฏิรูป การจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ครั้งใหญ่ ให้มีการจัดทำตามระบบสากลมากขึ้น การปฏิรูปครั้งนั้นประสบความสำเร็จเนื่องจากปัจจัย 2 ประการ คือ

1. สำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้เริ่มสำรวจรายจ่ายของครอบครัวในเขตกรุงเทพฯ และธนบุรีในปี 2505 ซึ่งกรมการสนเทศได้นำข้อมูลดังกล่าวมาคำนวณน้ำหนักในการทำดัชนีราคาผู้บริโภค และได้อาศัยข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ มาใช้ในการจัดทำและปรับปรุงดัชนีราคาผู้บริโภคมาจนถึงปัจจุบัน

2. ในปี 2505 รัฐบาลไทยได้รับความช่วยเหลือจากประเทศสหรัฐอเมริกา ให้นาย แอบเนอร์ เฮอร์วิทซ์ (Mr. Abner Hurwitz) ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติมาช่วยปรับปรุงงานสถิติให้แก่สำนักงานสถิติแห่งชาติ และในโอกาสนี้ก็ได้มาช่วยให้คำแนะนำ และปรับปรุงการจัดทำดัชนีราคาของกรมการสนเทศด้วย โดยการนำผลการสำรวจค่าใช้จ่ายในปี 2505 มาใช้ และเพิ่มรายการสินค้าเป็น 232 รายการ และเปลี่ยนชื่อจากดัชนีราคาค่าครองชีพ มาเป็นดัชนีราคาผู้บริโภคด้วย นอกจากนี้ได้ยกเลิกการจัดทำดัชนีราคาขายปลีก และต่อมาในปี 2507 ได้ขยายขอบเขตการจัดทำดัชนีราคาให้ครอบคลุมไปสู่ภูมิภาคทั้ง 4 ภาค โดยเพิ่มจังหวัดที่มีการสืบราคาอีก 20 จังหวัด

ระยะที่ 3 ระยะสืบสานและก้าวหน้า (ปี 2519 – ปัจจุบัน)

ระยะนี้เป็นระยะที่มีการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคเข้าสู่ระบบสากลแล้ว มีการปรับปรุงน้ำหนัก และรายการสินค้าเป็นระยะ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมกรรมการบริโภคที่เปลี่ยนไป มีการปรับปรุงการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภคให้ทันสมัยอยู่ตลอดเวลาตามวิทยาการที่ก้าวหน้าขึ้น

มีการปรับปรุงน้ำหนักและรายการสินค้า ดังนี้

1. ได้มีการปรับปรุงน้ำหนักและรายการสินค้า โดยใช้ข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายครัวเรือน ปี 2519 และเปลี่ยนปีฐานเป็นปี 2519 ลดรายการสินค้าที่ใช้คำนวณดัชนีราคาผู้บริโภค จาก 232 รายการ เหลือ 214 รายการ และเพิ่มจังหวัดที่จัดเก็บราคาในภูมิภาคเป็น 24 จังหวัด

2. ในปี 2528 ได้มีการปรับปรุงน้ำหนักที่ใช้ในการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคใหม่ โดยใช้ข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายครัวเรือนปี 2524 และเรียกดัชนีราคาผู้บริโภคเดิมว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป เพื่อให้แตกต่างจากดัชนีราคาผู้บริโภคที่จัดทำใหม่อีก 2 ชุด คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค รายได้น้อย และดัชนีราคาผู้บริโภคเขตชนบท เพิ่มจำนวนรายการสินค้าเป็น 216 รายการ ปีฐานยังคงใช้ปี 2519

3. ปี 2533 ได้มีการปรับปรุงน้ำหนักอีกครั้งหนึ่งโดยใช้ข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายครัวเรือน ปี 2529 ด้วย มีการเพิ่มรายการสินค้าเป็น 238 รายการ และขยายจังหวัดที่จัดเก็บราคาในส่วนภูมิภาคเป็น 37 จังหวัด

4. ปี 2538 ได้มีการปรับปรุงน้ำหนักตามข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายครัวเรือนปี 2533 และเปลี่ยนปีฐานเป็นปี 2533 และมีการเปลี่ยนแปลงรายการสินค้า (เพิ่มและลดสินค้าบางรายการ) เป็น 248 รายการ

5. ในปี 2540 ได้มีการปรับปรุงน้ำหนักตามข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายครัวเรือนปี 2539 และเปลี่ยนปีฐานเป็นปี 2537 และปรับเปลี่ยนรายการสินค้าเป็น 260 รายการ โดยเฉลี่ยของทั้งกรุงเทพฯและภูมิภาค 4 ภาค

6. ในปี 2545 ได้มีการปรับปรุงน้ำหนักและรายการสินค้า โดยใช้ข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายครัวเรือน ปี 2541 เป็นปีฐาน และมีการเปลี่ยนแปลงรายการสินค้า จาก 260 รายการ เป็น 326 รายการ (มีรายการเพิ่มขึ้น 65 รายการ และลดลง 15 รายการ โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น 50 รายการ เมื่อเทียบกับปี 2537)

สรุป นับตั้งแต่ได้มีการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค เมื่อปี 2505 ได้มีการปรับน้ำหนัก 7 ครั้ง ปรับปีฐาน 6 ครั้ง ดังนี้

	ปี	ข้อมูลการสำรวจฯ ปี	ปีฐาน	รายการสินค้า
เริ่ม	2505 – 2518	2505	2505	232
ปรับครั้งที่ 1	2519 – 2523	2519	2519	214
ปรับครั้งที่ 2	2524 – 2528	2524	2519	216
ปรับครั้งที่ 3	2529 – 2533	2529	2529	238
ปรับครั้งที่ 4	2533 – 2537	2533	2533	248
ปรับครั้งที่ 5	2537 – 2544	2537	2537	260
ปรับครั้งที่ 6	2545 - ปัจจุบัน	2541	2541	326

หมายเหตุ ปีฐาน คือ ปีที่กำหนดให้ดัชนีราคาผู้บริโภคเท่ากับ 100

3. ขั้นตอนการจัดทำ

3.1 ความหมายของดัชนีราคา

ดัชนีราคาผู้บริโภค เป็นตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการ โดยเฉลี่ย ที่ผู้บริโภคจ่ายไป สำหรับกลุ่มสินค้าและบริการที่กำหนด

กลุ่มสินค้าและบริการที่กำหนด มีคำเฉพาะเรียกว่า ตะกร้าสินค้า (Market Basket) คือ กลุ่มสินค้าและบริการที่กลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายส่วนใหญ่ซื้อเป็นประจำ การจัดตะกร้าสินค้านั้น ได้ข้อมูลมาจากการสำรวจค่าใช้จ่ายการบริโภคของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

การวัดการเปลี่ยนแปลงในราคานั้น จะเปรียบเทียบราคาสินค้าในช่วงระยะเวลาหนึ่ง ๆ กับราคาสินค้าอย่างเดียวกันในช่วงเวลาดั้งเดิม ซึ่งมีคำเฉพาะเรียกว่าปีฐาน (Base Year) ในทางปฏิบัติ ปีฐานหมายถึงปีที่กำหนดให้ตัวเลขดัชนีมีค่าเท่ากับ 100

น้ำหนัก (Weight) เป็นค่าที่ควรทราบในเรื่องดัชนีราคา หมายถึงการให้ความสำคัญสำคัญของสินค้าแต่ละรายการในตะกร้าสินค้าแตกต่างกัน เพราะในการทำดัชนีราคาจะใช้ค่าเฉลี่ยแบบถ่วงน้ำหนักของราคาสินค้าทุกรายการในตะกร้าสินค้า สินค้าที่ผู้บริโภคใช้จ่ายในการบริโภคมากจะมีความสำคัญมาก นั่นคือ มีน้ำหนักมาก การจัดทำน้ำหนักของสินค้าในตะกร้าสินค้าก็จะต้องอาศัยข้อมูลจากการสำรวจค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคเช่นกัน

3.2 กำหนดวัตถุประสงค์และลักษณะครัวเรือนดัชนีราคา

ในการจัดทำดัชนีราคา ชั้นแรกและสำคัญที่สุด คือ การกำหนดวัตถุประสงค์ให้ชัดเจนว่าดัชนีราคาที่ทำมีวัตถุประสงค์เพื่ออะไร ต้องการวัดหรือชี้อะไร สำหรับประเทศไทย ปัจจุบันได้กำหนดกรอบลักษณะของครัวเรือนตัวอย่างที่ใช้วัด เป็น 3 ชุด ซึ่งมีวัตถุประสงค์ต่างกัน ดังนี้

1. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป ประกอบด้วย
 - ครัวเรือนที่ตั้ง อยู่ในเขตเทศบาลเมือง 4 ภาค กรุงเทพฯ และปริมณฑล
 - มีสมาชิกในครัวเรือน ตั้งแต่ 2 - 6 คน
 - มีรายได้ ตั้งแต่ 6,000 – 43,000 บาท ต่อเดือนต่อครัวเรือน
 - มีรายได้ที่ไม่เป็นตัวเงินต่อเดือน น้อยกว่าร้อยละ 30 ของรายได้ทั้งหมด (เช่น สวัสดิการต่างๆ , ที่พักอาศัย , เสื้อผ้า เป็นต้น)
2. ดัชนีราคาผู้บริโภคมีรายได้น้อย ประกอบด้วย
 - ครัวเรือนที่ตั้งอยู่ในเขตเทศบาลเมือง 4 ภาค กรุงเทพฯ และปริมณฑล
 - มีสมาชิกในครัวเรือนตั้งแต่ 2 - 6 คน
 - มีรายได้ตั้งแต่ 6,000 – 12,000 บาท ต่อเดือนต่อครัวเรือน
 - มีรายได้ที่ไม่เป็นตัวเงินต่อเดือนน้อยกว่าร้อยละ 30 ของรายได้ทั้งหมด
3. ดัชนีราคาผู้บริโภคเขตชนบท ประกอบด้วย
 - ครัวเรือนที่ตั้งอยู่ในเขตสุขาภิบาล อำเภอตัวแทน ภูมิภาค 4 ภาค
 - มีสมาชิกในครัวเรือนตั้งแต่ 2 - 6 คน
 - มีรายได้ตั้งแต่ 2,000 – 10,000 บาท ต่อเดือนต่อครัวเรือน
 - มีรายได้ที่ไม่เป็นตัวเงินต่อเดือนน้อยกว่าร้อยละ 40 ของรายได้ทั้งหมด

3.3 การสำรวจค่าใช้จ่ายของครัวเรือนดัชนี

ในการสร้างดัชนีราคาผู้บริโภคจำเป็นต้องทำการสำรวจค่าใช้จ่ายของครัวเรือนดัชนีซึ่งได้กำหนดกรอบไว้เรียบร้อยแล้ว เพื่อต้องการทราบสินค้าและบริการที่ครัวเรือนต่าง ๆ ใช้จ่ายในการดำรงชีพเป็นอย่างไร เพื่อนำไปใช้เป็นน้ำหนักที่จะให้ความสำคัญมากน้อยแก่สินค้าและบริการที่ครัวเรือนใช้จ่ายไปตามลำดับ ซึ่งมีผลทำให้ทราบถึงลักษณะการดำรงชีพของประชากรในระดับต่าง ๆ เกี่ยวกับรายได้ รายจ่าย และการออมและเกี่ยวเนื่องถึงลักษณะการบริโภคและชี้วัดความเป็นอยู่ของพลเมืองส่วนใหญ่ว่ามีลักษณะการบริโภคและการดำรงชีพอย่างไร

ในการสำรวจค่าใช้จ่ายของครัวเรือนในประเทศไทยจะจัดโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ และกระทรวงพาณิชย์จะนำผลการสำรวจมาใช้ในการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค

3.4 การจัดทำน้ำหนัก (Weight) และความสำคัญเปรียบเทียบ (Relative importance) ของรายการสินค้า

ดัชนีราคาผู้บริโภคคำนวณจากค่าเฉลี่ยของการเปลี่ยนแปลงราคาของรายการสินค้าต่าง ๆ ในพื้นที่ แต่เนื่องจากรายการสินค้าแต่ละรายการมีความสำคัญไม่เท่ากัน ขึ้นกับค่าใช้จ่ายที่ผู้บริโภคใช้จ่ายและจำนวนผู้บริโภคที่ใช้จ่ายในรายการนั้น ๆ รายการสินค้าที่มีการใช้จ่ายในการบริโภคมากจะมีความสำคัญมาก ในทางตรงกันข้ามราคาสินค้าที่มีการใช้จ่ายในการบริโภคน้อยก็มีความสำคัญน้อย

ค่าใช้จ่ายในการบริโภคของแต่ละรายการสินค้าที่ได้จากการสำรวจ จะนำมาคำนวณเปรียบเทียบสัดส่วนกัน เพื่อหาน้ำหนักของแต่ละรายการสินค้า รายการสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายมากจะมีน้ำหนักมาก รายการสินค้าที่มีค่าใช้จ่ายน้อยจะมีน้ำหนักน้อย น้ำหนักของแต่ละรายการสินค้าจะคงที่ตลอดการคำนวณดัชนีราคาจนกว่าจะมีการจัดทำน้ำหนักใหม่จึงจะเปลี่ยนแปลงอีกครั้งหนึ่ง

ส่วนความสำคัญเปรียบเทียบนั้น เป็นการเปรียบเทียบสัดส่วนค่าใช้จ่ายของผู้บริโภคในรายการสินค้าต่าง ๆ ในเดือนหนึ่ง ๆ ที่เกิดขึ้น ค่าใช้จ่ายนี้คำนวณจากประมาณการบริโภคสินค้า (หรือน้ำหนักของรายการสินค้าซึ่งกำหนดให้คงที่) คูณกับราคาสินค้านั้น ๆ ที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละเดือน ฉะนั้นความสำคัญเปรียบเทียบของแต่ละรายการสินค้าจะเปลี่ยนแปลงทุกเดือนด้วย ส่วนจะเปลี่ยนแปลงมากน้อยขึ้นกับอัตราการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้านั้น ๆ ในแต่ละเดือน สินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงราคาสูงกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยของราคาสินค้าทั้งหมดในตะกร้าสินค้า สินค้านั้นก็มีความสำคัญเปรียบเทียบเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้ามสินค้าที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงราคาต่ำกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงโดยเฉลี่ยของราคาสินค้าทั้งหมดในตะกร้าสินค้า สินค้านั้นก็มีความสำคัญเปรียบเทียบลดลง

การคำนวณความสำคัญเปรียบเทียบของรายการสินค้าในแต่ละเดือน จะชี้ให้เห็นถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงราคาของรายการสินค้านั้น ๆ ต่อดัชนีราคาผู้บริโภคทั้งหมดในเดือนหนึ่ง ๆ

ขั้นตอนในการจัดทำน้ำหนัก มีดังนี้

1. ให้น้ำหนักขั้นต้นแก่รายการสินค้าที่ถูกคัดเลือกตามค่าใช้จ่ายที่ได้จากการสำรวจผู้บริโภค
2. ให้น้ำหนักหรือค่าใช้จ่ายของแต่ละรายการสินค้าที่ไม่ถูกต้องคัดเลือกเข้าไปรวมกับน้ำหนักของรายการที่ถูกคัดเลือกตามวิธีการ ดังนี้
 - การรวมน้ำหนักโดยตรง คือ การเอาน้ำหนักของรายการที่ไม่ถูกต้องคัดเลือกไปรวมกับรายการที่ถูกคัดเลือกโดยตรง โดยมีข้อแม้ว่ารายการที่นำไปรวมด้วยนั้นจะต้องมีลักษณะใกล้เคียงกัน เช่น น้ำมันพืชกับน้ำมันหมู และที่สำคัญ คือ ควรมีแนวโน้มของการเปลี่ยนแปลงราคาไปในทางเดียวกัน

ในทางปฏิบัติบางทีจะมีการพิจารณาด้วยว่า เมื่อรวมน้ำหนักของรายการสินค้าที่ไม่ถูกต้องคัดเลือกเข้าไป จะต้องไม่ทำให้รายการสินค้าที่ถูกเพิ่มน้ำหนักมีน้ำหนักมากเกินไป เพราะอาจจะทำให้รายการสินค้านั้นมีความสำคัญมากเกินไปจนความเป็นจริง ส่งผลให้ความเคลื่อนไหวของราคาสินค้านั้น ๆ กระทบต่อความเปลี่ยนแปลงของดัชนีมากเกินไป

- การรวมน้ำหนักโดยอ้อม คือการเปลี่ยนน้ำหนักของรายการสินค้าที่ไม่ถูกต้องคัดเลือกไปให้รายการสินค้าทุกรายการที่ถูกคัดเลือกในหมวดเดียวกันตามสัดส่วนน้ำหนักเดิมของสินค้านั้น ๆ บางรายการสินค้าไม่เข้าหลักเกณฑ์การรวมน้ำหนักโดยตรงก็จะใช้การเปลี่ยนน้ำหนักโดยวิธีนี้

3. กำหนดน้ำหนักขั้นสุดท้าย โดยแต่ละหมวดจะเหลือเฉพาะรายการสินค้าที่ถูกคัดเลือกและน้ำหนักสุดท้ายคือ น้ำหนักหรือค่าใช้จ่ายในรายการนั้นที่ได้จากการสำรวจ รวมกับน้ำหนักที่ได้เพิ่มมาจากข้อ 2 (ในกรณีที่มีการรวมน้ำหนักเกิดขึ้น) ผลรวมของน้ำหนักจากทุกรายการสินค้าในทุกหมวดจะต้องเท่ากับค่าใช้จ่ายรวมของผู้บริโภคที่ได้จากการสำรวจ

น้ำหนักที่คำนวณของแต่ละรายการสินค้าจะคงที่ และใช้ตลอดการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคนั้น จนกว่าจะมีการปรับปรุงรายการสินค้าและน้ำหนักจากการสำรวจค่าใช้จ่ายในการบริโภคครั้งใหม่

3.5 การจัดหมวดหมู่สินค้า

โดยทั่วไปสินค้าที่นำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต่าง ๆ รวมทั้งประเทศไทย จะแยกออกเป็นหมวดใหญ่ ๆ ได้ 7 หมวด คือ

1. หมวดอาหารและเครื่องดื่ม
2. หมวดเครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า
3. หมวดเคหสถาน
4. หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล
5. หมวดพาหนะ การขนส่ง และการสื่อสาร
6. หมวดการบันเทิง การอ่าน และการศึกษา
7. หมวดยาสูบ และเครื่องดื่มมีแอลกอฮอล์

ในแต่ละหมวดใหญ่เหล่านี้ ยังได้จำแนกออกเป็นหมวดย่อย ๆ ได้ดังนี้

1. หมวดอาหารและเครื่องดื่ม จำแนกเป็น
 - ข้าวแป้งและผลิตภัณฑ์จากแป้ง
 - เนื้อสัตว์ เป็ดไก่ และสัตว์น้ำ
 - ไข่และผลิตภัณฑ์นม
 - ผักและผลไม้
 - เครื่องประกอบอาหาร
 - เครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์
 - อาหารสำเร็จรูป
2. หมวดเครื่องนุ่งห่ม และรองเท้า
3. หมวดเคหสถาน
 - ค่าที่พักอาศัย
 - ไฟฟ้า เชื้อเพลิง น้ำประปาและแสงสว่าง
 - สิ่งทอสำหรับใช้ในบ้าน
 - สิ่งที่เกี่ยวข้องกับทำความสะอาด
4. หมวดการตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล
 - ค่าตรวจรักษาและค่ายา
 - ค่าใช้จ่ายส่วนบุคคล
5. หมวดพาหนะ การขนส่งและการสื่อสาร
 - ค่าโดยสารสาธารณะ
 - ยานพาหนะและน้ำมันเชื้อเพลิง
 - การสื่อสาร

6. หมวดการบินเหิง การอ่านและการศึกษา
7. หมวดยาสูบและเครื่องดื่มแอลกอฮอล์

3.6 การเลือกรายการสินค้า

จากข้อมูลการสำรวจค่าใช้จ่ายของครัวเรือนดัชนี ทำให้ทราบรายการสินค้าและบริการที่ครัวเรือนดัชนีใช้จ่าย พร้อมมีความสำคัญของแต่ละรายการสินค้าและบริการ (โดยดูจากค่าใช้จ่ายของครัวเรือนดัชนีในแต่ละรายการสินค้า) จำนวนหนึ่งเพื่อใช้ในการคำนวณแทนสินค้าและบริการทั้งหมด หลักเกณฑ์ในการเลือกรายการสินค้า ในทางปฏิบัติที่ไม่ใช่สินค้าและบริการทุกรายการที่ครัวเรือนดัชนีใช้จ่ายมาจัดทำดัชนี แต่จะเลือกรายการสินค้า โดยมีวิธีการดังนี้

1. เลือกรายการสินค้าที่มีความสำคัญ ซึ่งข้อมูลที่คัดเลือกรายการได้มาจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ โดยใช้หลักเกณฑ์การเลือกรายการสินค้าที่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายของสินค้าแต่ละรายการต่อค่าใช้จ่ายรวมตั้งแต่ร้อยละ 0.01 ของสินค้าทั้งหมด
2. ดูแนวโน้มของสัดส่วนค่าใช้จ่ายของสินค้านั้น ๆ เทียบกับการสำรวจที่ผ่านมา ถ้ามีแนวโน้มมากขึ้นและคาดว่าจะมีการใช้จ่ายในสินค้านี้มากขึ้น จะคัดเลือกไว้เป็นตัวแทน
3. สินค้าบางอย่างในขณะที่สำรวจอาจจะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายน้อยแต่มีการคาดการณ์ว่า จะมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นในอนาคต ก็จะมีการรวมรายการเหล่านั้นมาใช้ในการคำนวณดัชนีด้วย
4. สินค้าที่คัดเลือกสามารถกำหนดลักษณะจำเพาะได้ชัดเจน
5. เป็นสินค้าที่มีการซื้อขายกันอยู่ในท้องตลาดทั่วไปสามารถจัดเก็บราคาได้

การเลือกตัวอย่าง

ในการเลือกทำดัชนีราคาผู้บริโภค นอกจากความถูกต้องน่าเชื่อถือแล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่ควรคำนึงถึง คือ ความรวดเร็วทันต่อเวลา การจัดเก็บราคาสินค้าทุก ๆ ชนิดในแต่ละรายการ และทุกท้องที่ ทุกร้าน จะทำให้ล่าช้ามาก และเสียค่าใช้จ่ายสูง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการคัดเลือกตัวอย่างในการจัดเก็บราคาสินค้า

3.7 การกำหนดลักษณะจำเพาะของสินค้า

จากผลการสำรวจค่าใช้จ่ายของครัวเรือนดัชนี และการคัดเลือกรายการสินค้า จะทำให้ทราบรายการสินค้าทุกรายการที่จะจัดเก็บราคา แต่ก่อนที่จะให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการจัดเก็บราคานั้นจะต้องมีการกำหนดรายละเอียดลักษณะจำเพาะของสินค้าที่จะจัดเก็บราคาให้แน่ชัดเสียก่อนเนื่องจาก

- (1) สินค้าแต่ละรายการมีมากมายหลายประเภท เช่น น้ำมัน อาจจะมือน้ำมันพืช ประเภทต่าง ๆ เช่น น้ำมันรำ น้ำมันปาล์ม น้ำมันถั่วเหลือง น้ำมันผสม เป็นต้น
- (2) สินค้าแต่ละประเภทมีหลายตรา เช่น น้ำมันปาล์ม มีหลายตรา เช่น ทิพ มรกต คิงส์ โพล่า เป็นต้น
- (3) สินค้าแต่ละประเภท มีหลายขนาด (ปริมาณ , น้ำหนัก) แตกต่างกันไป
- (4) สินค้าบางประเภทมีลักษณะจำเพาะเฉพาะแยกย่อยลงไปอีกมากมาย ขึ้นกับวัตถุดิบที่ใช้ สี กลิ่น คุณภาพ รุ่น หรือเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไป

ตามวิธีการคำนวณดัชนีราคาแบบลาสเปร์รี่ มีหลักเกณฑ์ว่า สินค้าที่จะเก็บราคาต้องเป็นสินค้าชนิด ขนาด ลักษณะและตราเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการเปรียบเทียบราคา ฉะนั้นจึงต้องมีการกำหนดลักษณะจำเพาะของสินค้าแต่ละรายการให้แน่ชัดเสียก่อน และจะจัดเก็บราคาสินค้านั้นตลอดไปจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง เช่น รายการสินค้านั้นไม่เป็นที่นิยมอีกต่อไป หรือสินค้านั้นขาดหายไปจากท้องตลาดหรือเลิกผลิต ก็จะมีการกำหนดลักษณะจำเพาะของรายการสินค้านั้น ๆ ใหม่

การเลือกหรือกำหนดลักษณะจำเพาะของสินค้า มีอยู่ 2 วิธี คือ

วิธีที่ 1 วิธีการกำหนดโดยการพิจารณา

เป็นการกำหนดลักษณะจำเพาะของสินค้า โดยเลือกสินค้าชนิด ขนาด ลักษณะและตราที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายในท้องตลาด ในขณะที่ในสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้าใช้วิธีการนี้เนื่องจากสะดวก ไม่ซับซ้อน สินค้าที่ถูกคัดเลือกโดยวิธีนี้จะเหมือนกันทุกท้องที่

วิธีที่ 2 การกำหนดโดยการสุ่มทางสถิติวิธีนี้ใช้หลักสถิติในการเลือกสินค้า โดยมีหลักว่าสินค้าแต่ละชนิดในรายการสินค้านั้นๆมีโอกาสที่จะถูกเลือกเป็นตัวแทน แต่ด้วยความน่าจะเป็นที่ไม่เท่ากัน ขึ้นกับปริมาณยอดขายของสินค้าแต่ละชนิดในท้องตลาด วิธีกรนี้มีคามซับซ้อนกว่า แต่ไม่มีความเอนเอียง (Unbiasness) ในการเลือก

การเลือกโดยวิธีนี้ลักษณะจำเพาะของสินค้าในรายการเดียวกันอาจจะไม่เหมือนกันในแต่ละท้องที่ ขึ้นกับผลการสุ่ม แต่มีข้อดี คือ

- (1) ขจัดปัญหาสินค้าขาดหาย เพราะแน่ใจได้ว่า สินค้าที่ถูกเลือกมีจำหน่ายในท้องที่นั้นอย่างแน่นอน
- (2) ทำให้ดัชนีราคาผู้บริโภควัดระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปได้ดีขึ้น เพราะในกรณีที่กำหนดสินค้าโดยวิธีพิจารณา ถ้าสินค้านั้นมีการเคลื่อนไหวของราคาด้อย ก็จะทำให้ดัชนีราคาเคลื่อนไหวน้อย ในทางตรงกันข้าม ถ้าสินค้านั้นมีการเปลี่ยนแปลงราคามาก จะทำให้ดัชนีราคาเคลื่อนไหวมากตามไปด้วย แต่ในการเลือกโดยการสุ่มทางสถิติจะทำให้ได้สินค้าหลากหลาย ซึ่งจะสะท้อนความเป็นจริงในการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในรายการนั้นได้ดีกว่า
- (3) สามารถวัดประเมินผลความผิดพลาดในการจัดเก็บราคาสินค้าที่เกิดขึ้นได้

3.8 การกำหนดพื้นที่จัดเก็บราคาสินค้า

หลังจากกำหนดวัตถุประสงค์ในการจัดทำดัชนี และกำหนดลักษณะครัวเรือนดัชนีแล้ว ขั้นตอนต่อไปคือการคัดเลือกตัวอย่างจังหวัดจากพื้นที่ทั้งหมด เพื่อเป็นตัวแทนในการจัดเก็บราคา

ในทางปฏิบัติสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้ามีหลักเกณฑ์ในการคัดเลือกจังหวัดเพื่อเป็นตัวแทน ดังนี้

- (1) เป็นจังหวัดที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจการค้าของประเทศ หรือของภาคนั้น เช่น เป็นจังหวัดท่องเที่ยว จังหวัดที่มีการค้าชายแดน จังหวัดที่เป็นแหล่งผลิตการเกษตรบางอย่างที่สำคัญ จังหวัดที่เป็นแหล่งการค้าและธุรกิจ
- (2) เลือกจังหวัดขนาดเล็กที่ไม่อยู่ในเกณฑ์ข้อ 1 มาบางจังหวัดเพื่อเป็นจังหวัดตัวอย่างด้วย แต่ต้องเป็นจังหวัดที่มีแหล่งค้าขายซึ่งประชาชนมาจับจ่ายใช้สอย นอกเหนือจากการบริโภคสินค้าที่ผลิตเองในครัวเรือนหรือท้องถิ่น
- (3) คำนึงถึงการกระจายจังหวัดตัวอย่างทั่วภูมิภาค และประเทศ
- (4) คำนึงถึงงบประมาณและกำลังคนที่มี

3.9 การกำหนดแหล่งจัดเก็บราคา

บางประเทศที่มีการพัฒนาการจัดทำดัชนีราคาอย่างมาก จะมีการสำรวจร้านค้าและแหล่งขายสินค้าที่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนิยมไปจับจ่ายใช้สอย เพื่อเป็นข้อมูลการกำหนดแหล่งจัดเก็บราคา พร้อมกันนี้อาจจะมีการหมุนเวียนแหล่งจัดเก็บราคาเป็นระยะ ๆ เพื่อให้การจัดเก็บราคาเป็นไปอย่างทั่วถึงและทันสมัยด้วย

สำหรับในประเทศไทยยังไม่มี การสำรวจร้านค้าหรือแหล่งขายสินค้า เนื่องจากข้อจำกัดด้านงบประมาณและกำลังคน จึงได้วางกฎเกณฑ์ในการเลือกตลาดเพื่อจัดเก็บราคา ดังนี้

- (1) เป็นร้านค้าประจำ เพื่อสะดวกแก่การที่เจ้าหน้าที่จัดเก็บราคาจะสามารถจัดเก็บราคาได้ตลอดไป หรือถ้าเป็นแผงลอยต้องเป็นแผงที่ขายเป็นประจำ
- (2) เป็นร้านค้าที่มีสินค้าจำหน่ายจำนวนมากและหลายชนิดที่ครอบคลุมครัวดัชนีใช้บริโภค
- (3) เป็นตลาดที่ผู้บริโภคเดินทางมาซื้อสินค้าได้สะดวก
- (4) เป็นตลาดที่เป็นแหล่งจับจ่ายของผู้บริโภคทั่วไป ไม่ใช่เฉพาะสำหรับผู้บริโภคกลุ่มที่มีรายได้สูงมากหรือต่ำมากเพียงเฉพาะกลุ่มเดียว
- (5) สำหรับในเขตกรุงเทพมหานคร จะพยายามหาตลาดให้กระจายครอบคลุมพื้นที่มากที่สุด
- (6) สำหรับในภูมิภาคจะเลือกตลาดที่ตั้งอยู่ในอำเภอเมือง

หลักเกณฑ์ในการเลือกร้านค้าเพื่อจัดเก็บราคา มีดังนี้

- (1) เป็นร้านค้าประจำ เพื่อสะดวกแก่การที่เจ้าหน้าที่จัดเก็บราคาจะสามารถจัดเก็บราคาได้ตลอดไป หรือถ้าเป็นแผงลอยต้องเป็นแผงที่ขายเป็นประจำ
- (2) เป็นร้านค้าที่สินค้าจำหน่ายจำนวนมากและหลายชนิดที่ครอบคลุมครัวดัชนีใช้บริโภค
- (3) เป็นร้านค้าที่อยู่ในย่านชุมชน เดินทางไป – มาสะดวก
- (4) เป็นร้านค้าที่ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมมาซื้อสินค้า
- (5) เป็นร้านค้าที่ให้ความร่วมมืออย่างดีแก่เจ้าหน้าที่ในการสอบถามข้อมูลและจัดเก็บราคา
- (6) ในแต่ละพื้นที่ จะกำหนดให้เลือกร้านค้าเพื่อจัดเก็บราคาอย่างน้อย 3 ร้านค้า รายชื่อตลาดที่จัดเก็บราคาอยู่ในภาคผนวก

3.10 การจัดเก็บราคา

ในการจัดเก็บราคาสินค้า เจ้าหน้าที่จะมีแบบฟอร์มที่กำหนดรายการสินค้าและลักษณะจำเพาะ เพื่อให้เจ้าหน้าที่จัดบันทึกข้อมูลราคา เจ้าหน้าที่ทุกคนจะได้รับการฝึกอบรมและมีการตรวจสอบจากเจ้าหน้าที่ดูแลในเรื่องการจัดทำดัชนีราคาเป็นระยะ ๆ เพื่อให้แน่ใจว่าข้อมูลราคาที่นำมาทำดัชนีนั้นถูกต้อง และรวดเร็วทันเวลา

หลักเกณฑ์ในการจัดเก็บราคาสินค้า มีดังนี้

1. เป็นราคาที่ซื้อขายกันโดยปกติ ไม่ใช่ราคาที่ลดให้เป็นพิเศษ หรือการต่อรองเป็นพิเศษ หรือราคาขายเลหลังหรือราคาที่ยกเลิกเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นวันเกิดหรือวันพิเศษของร้าน
2. เป็นราคาที่ซื้อขายในปริมาณที่พอสมควรกับการใช้บริโภคในครัวเรือน ไม่ใช่ราคาที่ซื้อขายกันในปริมาณมาก ๆ
3. เป็นราคาที่ซื้อขายกันจริง ๆ ซึ่งผู้บริโภคสามารถซื้อได้และผู้ขายก็สามารถจะขายได้ ถึงแม้ผู้ขายยังไม่ได้ขายแต่พร้อมที่จะขายได้ตามราคาดังนั้น ๆ ถ้ามีการซื้อขายกันจริง ๆ
4. เป็นราคาที่ซื้อขายกันด้วยเงินสด ไม่ใช่เงินเชื่อหรือเงินผ่อน
5. เป็นราคาขายสำหรับสินค้านั้นโดยเฉพาะ ไม่รวมส่วนประกอบอย่างอื่นที่แถมให้เป็นพิเศษ รวมถึงค่าบริการ ค่าขนส่ง หรือบรรจุหีบห่อ
6. เป็นราคาที่ซื้อขายกันในเวลาปัจจุบัน ไม่ใช่ราคาย้อนหลังหรือราคาซื้อขายล่วงหน้า
7. เป็นราคาที่ซื้อขายกันในเวลาปัจจุบัน ไม่ใช่ราคาย้อนหลังหรือราคาซื้อขายล่วงหน้า
8. ไม่ใช่ราคาที่ลดให้เป็นพิเศษสำหรับสมาชิก
9. การเก็บราคาควรจัดเก็บตามระยะเวลาที่กำหนด เช่น สินค้าที่มีการเปลี่ยนแปลงราคามาก จะให้มีการจัดเก็บราคาเป็นรายสัปดาห์ ทุก ๆ สัปดาห์ ส่วนสินค้าทั่วไปก็จะจัดเก็บราคาเป็นรายเดือน
10. ช่วงเวลาที่จัดเก็บควรเป็นช่วงเดียวกัน มิฉะนั้นอาจจะมีผลต่อราคาได้ เช่น ราคาผักในช่วงเช้า จะแตกต่างจากราคาผักในช่วงเย็น เป็นต้น
11. ควรพิจารณาคุณภาพของสินค้าว่าตรงตามลักษณะจำเพาะที่ตั้งไว้หรือไม่ เพราะอาจจะมีผลอย่างมากต่อราคา เช่น สินค้าที่มีตำหนิจะมีราคาต่ำกว่าปกติ

3.11 ค่าเช่าบ้าน

ในการจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค ราคาเช่าบ้านที่อยู่อาศัยเป็นปัจจัยสำคัญที่แสดงการเคลื่อนไหวของราคา เช่นเดียวกับการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าผู้บริโภคอุปโภคอื่น ๆ ซึ่งเป็นหนึ่งในปัจจัย 4 ที่มีความจำเป็นต้องการดำรงชีพน้ำหนักค่าใช้จ่ายสำหรับค่าเช่าบ้านในปี 2541 ซึ่งเป็นปีฐานในการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศในหมวดเคหสถานคิดเป็นร้อยละ 25.85 และมีน้ำหนักของค่าเช่าบ้านประมาณร้อยละ 18.01 ของน้ำหนักทั้งหมดในการคำนวณ ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาปัจจัยที่กำหนดราคาในรายการดังกล่าวให้ชัดเจนและถูกต้อง นอกจากนี้

พฤติกรรมกรรมการเลือกที่อยู่อาศัยของประชากรในเมืองใหญ่ ๆ มีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบไปจากเดิม ประชากรที่เคยเช่าบ้านเพื่ออยู่อาศัย ก็เปลี่ยนมาเป็นการเช่าห้องชุด ได้แก่ อพาร์ทเมนต์ คอนโดมิเนียม และแบบชั้นมากขึ้น ฉะนั้น ในการจัดทำค่าเช่าบ้านจะมีสำรวจและพัฒนาใหม่ประมาณ 4-5 ปี ต่อครั้ง

วิธีการจัดทำตัวอย่างบ้านเช่า

1. การกำหนดขอบเขตของพื้นที่บ้านเช่า

- กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เขตในกรุงเทพมหานครมีทั้งหมด 52 เขต ในการสำรวจจะเลือกตัวอย่างโดยวิธีพิจารณาเขตที่เหมาะสมให้มีการกระจายครอบคลุมทั้งที่กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม 16 เขต ดังนี้

- ก. เขตชั้นนอก จำนวน 7 เขต คือ เขตบางกะปิ วังทองหลาง ลาดพร้าว ดอนเมือง หลักสี่ พระโขนง และบางนา
- ข. เขตชั้นใน จำนวน 5 เขต คือ เขตจตุจักร บางคอแหลม ยานนาวา ห้วยขวาง และคูสิต
- ค. เขตฝั่งธนบุรี จำนวน 4 เขต คือ เขตจอมทอง ภาษีเจริญ บางพลัด ธนบุรี

สำหรับปริมณฑลทางประกอบด้วย 3 จังหวัด คือ นนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ

2. ส่วนภูมิภาค แบ่งออกเป็น 4 ภาค รวม 37 จังหวัด โดยใช้ตัวอย่างจังหวัดที่เป็นแหล่งจัดเก็บราคาสินค้าสำหรับการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคเพื่อให้แบบแผนการค่าใช้จ่าย สอดคล้องกัน คือ

- ก. ภาคกลาง 13 จังหวัด ได้แก่ ชลบุรี ราชบุรี ระยอง จันทบุรี ปราจีนบุรี สุพรรณบุรี พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สิงห์บุรี ชัยนาท สมุทรสาคร สมุทรสงคราม เพชรบุรี
- ข. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 8 จังหวัด ได้แก่ อุบลราชธานี ขอนแก่น นครราชสีมา หนองคาย ร้อยเอ็ด สุรินทร์ ศรีสะเกษ และมุกดาหาร
- ค. ภาคเหนือ 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ นครสวรรค์ พิชญ์โลก เชียงราย ตาก อุตรดิตถ์ เพชรบูรณ์ และแพร่
- ง. ภาคใต้ 8 จังหวัด ได้แก่ สงขลา สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช นราธิวาส ยะลา ตรัง กระบี่ และภูเก็ต

3.12 การคำนวณดัชนีราคา

การคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภค คือ การหาสัดส่วน ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า (ในตะกร้าสินค้าที่กำหนด) ตามราคาสินค้าของเดือนปัจจุบัน (เดือนที่คำนวณดัชนี) เทียบกับค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า (ในตะกร้าสินค้านั้น) ณ ปีฐาน

สูตรที่ใช้คำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคปัจจุบันใช้สูตรของ ลาสเปร์ (Laspeyres Formula) ซึ่งได้ดัดแปลงเพื่อให้เหมาะสำหรับการคำนวณวัดความเคลื่อนไหวของราคาสินค้า เมื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาที่กำหนดไว้ และสามารถแก้ไขปัญหาเรื่องการเชื่อมต่อของราคา เนื่องจากการสับเปลี่ยนสินค้า เปลี่ยนลักษณะคุณภาพจำเพาะใหม่เพิ่มรายการคำนวณหรือตัดรายการคำนวณ สูตรนี้ได้แก่

$$I_t = \left(\frac{\sum \frac{P_t}{P_{t-1}} \times P_{t-1} Q_0}{\sum P_{t-1} Q_0} \right) \times I_{t-1}$$

I_t = ดัชนีราคา ณ เวลา t (ปัจจุบัน)

I_{t-1} = ดัชนีราคา ณ เดือนที่ผ่านมา (t-1)

P_t = ราคาสินค้า ณ เวลา t (ปัจจุบัน)

P_{t-1} = ราคาสินค้า ณ เดือนที่ผ่านมา (t-1)

$P_{t-1} Q_0$ = ค่าใช้จ่ายหรือน้ำหนักแต่ละรายการ ณ เวลาปัจจุบัน

$P_t Q_0$ = ค่าใช้จ่ายหรือน้ำหนักแต่ละรายการ ณ ปีฐาน

4. การรายงานดัชนีราคาผู้บริโภค

สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้าจะเผยแพร่ และรายงานดัชนีราคาผู้บริโภคทุก ๆ เดือน การรายงานการเคลื่อนไหวของดัชนีราคามักจะเปรียบเทียบในรูปของร้อยละมากกว่าที่จะเปรียบเทียบตัวเลขของดัชนีราคาโดยตรง

ตัวอย่าง : ดัชนีราคาผู้บริโภคของเดือนกุมภาพันธ์ 2543 เท่ากับ 129.8

ดัชนีราคาผู้บริโภคของเดือนมกราคม 2543 เท่ากับ 129.3

การเปรียบเทียบตัวเลขโดยตรง เท่ากับ $129.8 - 129.3 = 0.5$

หมายความว่า ดัชนีราคาของเดือนกุมภาพันธ์ เพิ่มขึ้นจากเดือนก่อน 0.5

การคำนวณการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาในรูปของร้อยละ จะมีการเปรียบเทียบอยู่ 4 ลักษณะ คือ

(1) การคำนวณอัตราเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาเดือนปัจจุบันเทียบกับเดือนที่ผ่านมา เช่น อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค ของเดือนกุมภาพันธ์ 2543 เทียบกับเดือนมกราคม 2543 มีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนี} &= \frac{\text{ดัชนีเดือน กพ. 43}}{\text{ดัชนีเดือน มค. 43}} \times 100 - 100 \\ &= \frac{129.8}{129.3} \times 100 - 100 \\ &= 0.4 \end{aligned}$$

หมายความว่า ราคาสินค้าและบริการโดยเฉลี่ยในเดือนกุมภาพันธ์ 2543 เพิ่มขึ้นจากราคาเฉลี่ยในเดือนมกราคม 2543 ร้อยละ 0.4

(2) การคำนวณอัตราการเปลี่ยนแปลงจุดต่อจุดในรอบ 12 เดือน เช่นอัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค ของเดือนกุมภาพันธ์ 2543 เทียบกับเดือนกุมภาพันธ์ 2542 ซึ่งมีค่าดัชนีราคาเท่ากับ 128.7 มีวิธีการคำนวณ ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนี} &= \frac{\text{ดัชนีเดือน กพ. 43}}{\text{ดัชนีเดือน กพ. 42}} \times 100 - 100 \\ &= \frac{129.8}{128.7} \times 100 - 100 \\ &= 0.9 \end{aligned}$$

หมายความว่า ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา (กุมภาพันธ์ 2542 – กุมภาพันธ์ 2543) ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย หรือดัชนีราคาผู้บริโภคสูงขึ้นร้อยละ 0.9

(3) การคำนวณอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยทั้งปี เช่น อัตราเงินเฟ้อปี 2541 เทียบกับปี 2542 มีวิธีการคำนวณ ดังนี้

คำนวณดัชนีราคาเฉลี่ยทั้งปี ของปี 2542

$$\text{ดัชนีราคาเฉลี่ยปี 2542} = \frac{\text{ดัชนีราคาปี 2542 ของเดือนมค. + กพ. + ... + ธค.}}{12}$$

คำนวณดัชนีราคาเฉลี่ยทั้งปี ของปี 2541

$$\text{ดัชนีราคาเฉลี่ยปี 2541} = \frac{\text{ดัชนีราคาปี 2541 ของเดือน มค.+กพ.+...ธค.}}{12}$$

คำนวณอัตราเปลี่ยนแปลง

$$\begin{aligned} \text{อัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาผู้บริโภค} &= \frac{\text{ดัชนีเฉลี่ยปี 2542}}{\text{ดัชนีเฉลี่ยปี 2541}} \times 100 - 100 \\ &= \frac{128.2}{127.8} \times 100 - 100 \\ &= 0.3 \end{aligned}$$

หมายความว่า ช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2542 ราคาสินค้า โดยเฉลี่ยสูงขึ้นจากช่วงเดือนมกราคม-ธันวาคม 2541 ร้อยละ 0.3 หรือ หมายความว่า ในปี 2542 ถ้าต้องการซื้อสินค้าและบริการที่เคยบริโภคในปี 2541 ต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นอีก ร้อยละ 0.3

5. ประโยชน์ของดัชนีราคาผู้บริโภค

ประโยชน์ของดัชนีราคาผู้บริโภค มีดังนี้ คือ

1. ใช้วัดอัตราเงินเฟ้อของประเทศ
2. ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาในการวางนโยบาย แผน และประเมินผลกระทบ

ของนโยบาย และแผนต่าง ๆ ทางเศรษฐกิจ

3. ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาประกอบการปรับค่าจ้าง เงินเดือนของราชการและเอกชน
4. ใช้เป็นแนวทางในการพิจารณาในการกำหนดเงินบำนาญ และเงินช่วยเหลือหรือสวัสดิการในรูปแบบต่าง ๆ
5. ใช้ในการประเมินรายรับที่ควรจะเป็นในการทำสัญญาระยะยาว เช่น สัญญาซื้อขายในระยะยาว
6. ใช้เป็นแนวทางในการวิจัย พยากรณ์การตลาด และราคาสินค้าต่าง ๆ
7. ใช้ในการหาค่าของเงินหรือมูลค่าที่แท้จริง

การคำนวณค่าของเงินที่แท้จริง

$$\text{ค่าของเงินที่แท้จริงในเวลาใด ๆ} = \frac{\text{จำนวนเงินในเวลาใด ๆ}}{\text{ดัชนีในเวลาใด ๆ}} \times \text{ดัชนีในเวลาอ้างอิง}$$

เทียบกับค่าของเงินในเวลาอ้างอิง

ตัวอย่าง ดัชนีราคาผู้บริโภคของปี 2542 เท่ากับ 128.2 ดัชนีราคาของปี 2537 เท่ากับ 100 เงิน 100 บาท ในปี 2542 จะมีมูลค่าที่แท้จริงเท่าใดเทียบค่าเงินในปี 2537

$$\begin{aligned} \text{ค่าของเงินที่แท้จริงของเงิน 100 บาท ในปี 2542} &= \frac{100}{128.2} \times 100 \\ \text{เทียบกับค่าของเงินในปี 2537} &= 78.00 \text{ บาท} \end{aligned}$$

6. ข้อจำกัดของดัชนีราคาผู้บริโภค

ถึงแม้ดัชนีราคาผู้บริโภคจะใช้ประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน แต่ก็มีข้อจำกัดในการนำมาใช้และแปลผล คือ

6.1 ดัชนีราคาผู้บริโภคไม่สามารถตอบคำถามต่าง ๆ เกี่ยวกับราคาของผู้บริโภคในทุก ๆ กลุ่มได้ เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปจะแสดงถึงการเคลื่อนไหวของราคาสินค้าในกลุ่มที่ผู้บริโภค รายได้ปานกลางในเขตเทศบาลใช้บริโภคเท่านั้น ไม่ได้รวมถึงสินค้าฟุ่มเฟือย หรือสินค้าในกลุ่มที่ผู้บริโภคที่รายได้สูงใช้บริโภค

6.2 การเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นตัวเลขที่แสดงการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าโดยเฉลี่ย อาจจะมีสินค้าในตะกร้าสินค้าบางตัวที่มีการเปลี่ยนแปลงมากกว่าหรือน้อยกว่าดัชนีราคาในแต่ละเดือนก็ได้

6.3 ดัชนีราคาผู้บริโภค ไม่สามารถใช้เปรียบเทียบค่าครองชีพ หรือราคาสินค้าระหว่างท้องถิ่นได้ ยกตัวอย่าง เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภคภาคเหนือเท่ากับ 131.5 ขณะที่ดัชนีราคาภาคกลางเท่ากับ 135.4 เราไม่สามารถสรุปจากข้อมูลนี้ได้ว่า ราคาสินค้าของภาคเหนือสูงกว่า ภาคกลาง ทั้งนี้ดัชนีราคาผู้บริโภคแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงราคา โดยเฉลี่ยของสินค้าต่าง ๆ ในแต่ละพื้นที่ แต่เราไม่สามารถทราบได้จากตัวเลขดัชนีราคาผู้บริโภคว่า ราคาสินค้าในแต่ละพื้นที่เป็นเท่าใดในทำนองเดียวกัน ถึงแม้ว่าในท้องถิ่นที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคามากกว่าอีกท้องถิ่นหนึ่งก็ไม่ได้หมายความว่า ในท้องถิ่นที่มีการเปลี่ยนแปลงดัชนีราคาสูงนั้นมีราคาสินค้าสูงกว่า

6.4 การจัดทำดัชนีราคาผู้บริโภค ใช้การเลือกตัวอย่างมาเพื่อประมาณค่าการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าที่เกิดขึ้นจริง ๆ ฉะนั้น อาจจะมีข้อผิดพลาดเกิดขึ้นจากการเลือกตัวอย่าง หรือการจับเก็บราคาได้ แต่ในทางปฏิบัติ สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า ได้มีการตรวจสอบ และตรวจตรา พร้อมทั้งปรับปรุงวิธีการต่าง ๆ ตลอดเวลา เพื่อให้ดัชนีราคาผู้บริโภคประมาณค่าการเปลี่ยนแปลงราคาที่เกิดขึ้นจริง ๆ ได้ใกล้เคียงที่สุดนั้น

ผู้ที่ใช้ข้อมูลราคาดัชนีราคาผู้บริโภค ควรจะทราบและคำนึงถึงข้อจำกัดของดัชนีราคาผู้บริโภคด้วย

7. ภาวะเงินเฟ้อ

ภาวะเงินเฟ้อเป็นภาวะทางเศรษฐกิจที่ค่าของเงินลดลงเนื่องจากราคาสินค้าโดยทั่วไปสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงได้ใช้การเปลี่ยนแปลงราคาเฉลี่ยเป็นเครื่องชี้ความรุนแรงของภาวะเงินเฟ้อ หากราคาเฉลี่ยสูงขึ้นเพียงครั้งเดียวและไม่ต่อเนื่อง ก็จะไม่เรียกว่าประเทศมีภาวะเงินเฟ้อ แต่ถ้าราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง และอัตราการเปลี่ยนสูงก็จะถือว่าภาวะเงินเฟ้อมีความรุนแรง

สาเหตุของภาวะเงินเฟ้อ

ในทางทฤษฎี เมื่อนักเศรษฐศาสตร์ กล่าวถึง “ภาวะ” เงินเฟ้อ ก็มักจะหมายถึงช่วงเวลาที่ยาวนาน เช่น 1 ปี หรือ 6 เดือน จึงมักจะกล่าวว่าสาเหตุสำคัญก็คือ เศรษฐกิจรวม มีปริมาณ

เงินมากกว่าปริมาณสินค้าและบริการในช่วงเวลาเดียวกันนั้น เมื่อเงินหมุนเวียนในระบบมีมากกว่าปริมาณสินค้าและบริการ ก็จะจุดให้ระดับราคาโดยทั่วไปสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงเวลาดังกล่าว เพราะปริมาณสินค้าและบริการไม่สามารถขยายตัวได้เร็วเท่ากับการขยายตัวของปริมาณเงินที่ถือโดยสาธารณชน ดังนั้นในทางเศรษฐศาสตร์การขยายแก้ไขภาวะเงินเฟ้อจึงเป็นเรื่องของการใช้มาตรการทางการเงินและการคลังที่เหมาะสม

แต่ในทางปฏิบัติหรือในชีวิตประจำวันทั่วไปได้มีการติดตามภาวะเงินเฟ้อในระยะสั้น เช่น เดือนต่อเดือน ดังนั้น จึงมีการอธิบายสาเหตุของภาวะเงินเฟ้ออย่างง่าย ๆ ว่ามีสาเหตุ 3 ประการ

7.1 ความต้องการสินค้าและบริการสูง มากกว่าการขยายตัวของปริมาณสินค้าและบริการที่มีอยู่

โดยปกติแล้ว เมื่อรายได้สูงขึ้นความต้องการสินค้าก็จะสูงขึ้น และราคาโดยทั่วไปก็จะสูงขึ้น ซึ่งจะจุดให้การผลิตขยายตัวเพื่อสนองความต้องการนั้น และในระบบเศรษฐกิจแบบเปิด หากการผลิตในประเทศขยายตัวไม่ทัน ก็จะมีการนำสินค้าชนิดเดียวกันเข้ามาจากต่างประเทศเพื่อให้พอใช้ ก็จะเป็นการผ่อนปรนไม่ให้ภาวะเงินเฟ้อยาวนาน

ในทางตรงกันข้าม หากการผลิตขยายตัวช้า ภาษีศุลกากรสูง ต้นทุนการนำเข้าสูง ภาวะเงินเฟ้อก็จะยาวนาน

ทั้งนี้ รายได้รวมของประเทศอาจสูงขึ้นจนความต้องการสูงขึ้นได้เนื่องจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว การลงทุนมากขึ้น การส่งออกมากขึ้น การขึ้นเงินเดือนเป็นต้น

7.2 ต้นทุนการผลิตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ถ้าต้นทุนสูง และอุตสาหกรรมอยู่ในภาวะที่แข่งขันกันจนกำไรที่ผู้ประกอบการได้รับเป็นกำไรปกติ ผู้ผลิตต้องเพิ่มราคาจึงจะอยู่ได้ แม้ว่าการเพิ่มราคานี้โดยทั่วไปมักจะเป็นการเพิ่มครั้งเดียว แต่มักจะกระทบกับอุตสาหกรรมอื่น จนมีการเปลี่ยนแปลงราคาอย่างต่อเนื่องได้เช่นกัน ดังนั้นภาวะเงินเฟ้อเมื่อมองในระยะสั้นจึงค่อนข้างจะเห็นว่ามาจากต้นทุนที่สูงขึ้น แต่ในระยะยาวโดยทั่วไปเป็นการที่ความต้องการสูงตามสาเหตุในข้อ 2.1 มากกว่า

ทั้งนี้ ต้นทุนการผลิตอาจสูงขึ้น เนื่องจากราคาปัจจัยการผลิตสูงขึ้น สิ่งที่เกิดขึ้นบ่อยคือ ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงสูงขึ้น การปรับค่าแรง ราคาวัตถุดิบจากต่างประเทศสูงขึ้น หรือภาษีศุลกากรสูงขึ้น ก็จะทำให้ต้นทุนการนำเข้าและต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

7.3 ผลทางด้านจิตวิทยา

เมื่อมีข่าวว่าสินค้าจะขาดแคลน หรือจะเกิดภาวะเงินเฟ้อ ก็จะมีการกักตุน หรือเร่งขึ้นราคาก่อนหน้า ที่จะเกิดความจำเป็น เพราะพ่อค้าและผู้ผลิตคาดว่าอำนาจซื้อจะลดลงเนื่องจากภาวะเงินเฟ้อ จึงต้องเพิ่มอำนาจซื้อ นอกจากนี้การดำเนินนโยบายที่รุนแรง ก็ทำให้สาธารณชนเกิดความตระหนกและก่อปฏิกิริยา ที่ทำให้ภาวะเงินเฟ้อสูงขึ้น ไปกว่าที่ควร
