

เงินเพื่อเคนยา มี.ค. ขยับขึ้น 4.4% ราคาสินค้าผันผวนหลายหมวด



ที่มา : เว็บไซต์ <https://businesstoday.co.ke/kenyas-monthly-inflation-rate-up-to-4-4/>

อัตราเงินเฟ้อของประเทศ Kenya ในเดือนมีนาคม 2569 ปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยอยู่ที่ร้อยละ 4.4 จากร้อยละ 4.3 ในเดือนกุมภาพันธ์ สะท้อนผลกระทบจากวิกฤตในภูมิภาคอ่าวอาหรับที่เริ่มส่งผ่านสู่เศรษฐกิจภายในประเทศ

หมวดอาหารเป็นปัจจัยหลักที่ผลักดันเงินเฟ้อ โดยราคามะเขือเทศและเนื้อวัวปรับเพิ่มขึ้นสูงสุด ร้อยละ 13.3 และ 1.8 ตามลำดับ ขณะที่ราคาน้ำตาล ข้าวโพดเมล็ด และกะหล่ำปลี ปรับลดลงร้อยละ 1.3, 2.4 และ 3.8 ตามลำดับ ช่วยบรรเทาภาระค่าครองชีพของครัวเรือน โดยรวมราคาหมวดอาหารและเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.1

ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ถึงมีนาคม 2569 ราคาสินค้าในหมวดขนส่งมีความผันผวน โดยราคาน้ำมันดีเซลและน้ำมันเบนซินทรงตัว เนื่องจากข้อตกลงระหว่างรัฐบาลกับประเทศผู้ผลิตน้ำมัน ขณะที่หมวดที่อยู่อาศัย น้ำ ไฟฟ้า ก๊าซ และเชื้อเพลิงอื่น มีส่วนผลักดันเงินเฟ้อรายเดือนร้อยละ 0.4

ประชาชนมีภาระค่าไฟฟ้าเพิ่มขึ้น โดยค่าไฟฟ้าสำหรับการใช้ 50 กิโลวัตต์ชั่วโมง และ 200 กิโลวัตต์ชั่วโมง เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 และ 2.2 ตามลำดับ ในขณะที่ราคาก๊าซหุงต้ม (LPG) ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.1 และค่าเช่าห้องเดี่ยวทรงตัว

หมวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ และสารเสพติด ปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 โดยราคาเบียร์เพิ่มขึ้น ร้อยละ 0.3 ขณะที่ราคามิรา (Miraa หรือ khat) ลดลงร้อยละ 1.2

หมวดเครื่องนุ่งห่มและรองเท้า มีอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 0.1 โดยราคากางเกงหรือกางเกงขาสั้น เด็กชาย และเสื้อเชิ้ตผู้ชาย ลดลงเล็กน้อยร้อยละ 0.2 และ 0.1 ตามลำดับ ขณะที่รองเท้าหนังเด็กชายและ เครื่องแบบนักเรียนหญิงปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 และ 0.4

หมวดเครื่องเรือน อุปกรณ์ในครัวเรือน และการบำรุงรักษาที่อยู่อาศัย มีอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 0.1 โดยครีมหรือยาขัดรองเท้าเพิ่มขึ้นสูงสุดร้อยละ 0.7 ขณะที่สบู่ซักผ้าและผงซักฟอกเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3

ด้านสาธารณสุข มีอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 0.3 โดยค่าบริการแพทย์ทั่วไปเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 0.1 และราคายารักษาโรคมะเร็งเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 2.8

หมวดข้อมูลข่าวสารและการสื่อสาร มีอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 0.1 โดยราคาคอมพิวเตอร์แท็บเล็ต ลดลงร้อยละ 2.5 ขณะที่ราคาทีวีและโทรศัพท์มือถือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.3 และ 0.4 ตามลำดับ

หมวดนันทนาการ กีฬา และวัฒนธรรม มีอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 0.1 โดยราคาสมุดแบบฝึกหัดลด ร้อยละ 0.4 ขณะที่แฟ้มเกจท่องเที่ยวและฮันนีมูนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.7

ด้านการศึกษา ค่าเล่าเรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรลดลงเล็กน้อย ขณะที่ค่าเล่าเรียนระดับ บัณฑิตศึกษาปรับเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1

หมวดร้านอาหารและที่พัก เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1 โดยราคาขนมและของว่างในโรงแรมและ ร้านอาหารลดลงร้อยละ 0.1 ขณะที่อาหารปรุงสำเร็จทั้งในร้านและซื้อกลับบ้านเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1

ค่าเบี้ยประกันสุขภาพและประกันภัยรถยนต์ทรงตัวในช่วงเวลาดังกล่าว

ในส่วนของสินค้าอุปโภคบริโภคส่วนบุคคลและของใช้ในครัวเรือน ปรับเพิ่มขึ้นทุกประเภท โดยกระดาษชำระเพิ่มขึ้นสูงสุดร้อยละ 1.4

ราคาสินค้ารายการสำคัญมีการเปลี่ยนแปลง ดังนี้ กะหล่ำปลี 1 กิโลกรัม ลดลงจาก 74.33 เป็น 71.52 ซิลลิงเคนยา ข้าวโพดเมล็ดลดลงจาก 72.19 เป็น 70.44 ซิลลิงเคนยา และผักโขมลดลงจาก 113.11 เป็น 111.58 ซิลลิงเคนยา ขณะที่ก๊าซหุงต้มขนาด 13 กิโลกรัม ลดลงเล็กน้อยจาก 3,134.75 เป็น 3,132.34 ซิลลิง เคนยา

ในทางกลับกัน ค่าไฟฟ้าเพิ่มขึ้น โดยการใช้ไฟฟ้า 200 กิโลวัตต์ชั่วโมง เพิ่มจาก 5,564.78 เป็น 5,689.98 ซิลลิงเคนยา และ 50 กิโลวัตต์ชั่วโมง เพิ่มจาก 1,265.96 เป็น 1,297.26 ซิลลิงเคนยา ขณะที่ราคาน้ำมัน เบนซิน 1 ลิตรคงที่ที่ 179.35 ซิลลิงเคนยา

ทั้งนี้ หมวดบริการส่วนบุคคล เช่น การทำผม ปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อยร้อยละ 0.1 สะท้อนแรงกดดัน ด้านราคาที่ยังคงมีอยู่ในบางภาคส่วนของเศรษฐกิจ แม้ภาพรวมเงินเฟ้อจะขยับขึ้นเพียงเล็กน้อยก็ตาม

ความคิดเห็นของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงไนโรบี

อัตราเงินเฟ้อของเคนยาแม้จะเป็นการเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย แต่มีนัยสำคัญต่อการวางตำแหน่งสินค้าในตลาดเคนยาอย่างมาก เนื่องจากสินค้านำเข้าจากไทยจำนวนหนึ่งอยู่ในกลุ่มอาหารแปรรูป เครื่องปรุงรส บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมทาน รวมถึงสินค้าอุปโภคบริโภคในครัวเรือน ซึ่งมักถูกจัดอยู่ในกลุ่มสินค้าที่ผู้บริโภคใช้ทดแทนเมื่อราคาสินค้าอาหารสดเพิ่มขึ้น ดังนั้น แม้เงินเฟ้อจะอยู่ในระดับไม่สูงมาก แต่แรงกดดันด้านค่าใช้จ่ายครัวเรือนจะยังทำให้ความต้องการสินค้า “คุ้มค่า ราคาเข้าถึงง่าย และอิมพอร์ต” ของไทยยังมีศักยภาพเติบโตต่อเนื่อง ผู้ประกอบการไทยที่ต้องการรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดเคนยา ควรให้ความสำคัญกับการออกแบบสินค้าในรูปแบบที่เหมาะสมกับภาวะเงินเฟ้อระดับปานกลาง เช่น การลดขนาดบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ราคาต่อหน่วยเข้าถึงง่ายขึ้น การพัฒนา product line ที่มีระดับราคาแตกต่างกันอย่างชัดเจน และการเน้นสินค้าที่ใช้วัตถุดิบพื้นฐานซึ่งมีความผันผวนราคาต่ำ เพื่อหลีกเลี่ยงแรงกดดันจากต้นทุนอาหารโลกที่ยังแปรปรวน ซึ่งในขณะเดียวกัน สินค้ากลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ เช่น โทรศัพท์มือถือ ทีวี และแท็บเล็ต มีราคาปรับเพิ่มขึ้นเล็กน้อย สะท้อนว่าตลาดผู้บริโภคเคนยายังคงมีความต้องการสินค้ากลุ่มดิจิทัลและเทคโนโลยี แม้กำลังซื้อจะไม่ขยายตัวรวดเร็ว ดังนั้นสินค้าไทยในกลุ่มอิเล็กทรอนิกส์ราคาประหยัด อุปกรณ์เสริมสมาร์ตโฟน หรือสินค้าไลฟ์สไตล์ที่เชื่อมกับดิจิทัลคอมเมอร์ซ ยังสามารถเติบโตได้ หากสามารถวาง positioning ให้สอดคล้องกับการใช้จ่ายแบบระมัดระวังของผู้บริโภค

ตลาดเคนยาจึงยังเปิดโอกาสให้สินค้าไทย โดยเฉพาะกลุ่มอาหารแปรรูป สินค้าอุปโภคบริโภค ราคาคุ้มค่า และสินค้าไลฟ์สไตล์ราคากลาง-ล่าง สามารถขยายตัวได้ต่อเนื่อง หากผู้ประกอบการสามารถปรับรูปแบบสินค้าและโครงสร้างราคาให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่ “ระมัดระวังการใช้จ่าย แต่ยังไม่ลดการบริโภค”

แหล่งที่มา : <https://businesstoday.co.ke/kenyas-monthly-inflation-rate-up-to-4/>

จัดทำโดย สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงไนโรบี

22 เมษายน 2569