



วารสาร การเงินการคลัง

พื้นที่ความคิด เศรษฐกิจการคลัง ของคนทันสมัย



สถาบันคุ้มครองเงินฝาก

ให้ความมั่นใจ

ทุกครั้งที่คุณฝากเงิน

กับสถาบันการเงินทั้ง

34 แห่ง



เงินฝาก **ได้รับความคุ้มครอง**
ทันทีที่เปิดบัญชี



ได้รับเงินคุ้มครอง

หากสถาบันการเงิน
ถูกเพิกถอนใบอนุญาต



รับเงินคุ้มครองรวดเร็ว

ภายใน 30 วัน ผ่าน PromptPay
ที่ผูกกับหมายเลขบัตรประชาชน

สอบถามรายละเอียดการคุ้มครองเงินฝาก และรายชื่อสถาบันการเงิน
ที่อยู่ภายใต้ความคุ้มครองได้ที่ โทร. 1158 หรือ www.dpa.or.th

Contents

ปีที่ 34 ฉบับที่ 110 ไตรมาสที่ 3 ปี 2565

บทความที่น่าสนใจ

08 มุมมองเชิงลึกหนี้ครัวเรือนไทย
โดย นรพัทธ์ อัครวัลลภ
กวิณ เอี่ยมตระกูล

16 การระดมทุนสาธารณะ
เพื่อพัฒนาบ้านเกิด : กรณีศึกษา
Hometown Tax ประเทศญี่ปุ่น
โดย กวิณ เอี่ยมตระกูล
ประกอบสุริเยนทรากร
ศักดิ์สิทธิ์ สว่างสุข
กุสุมา จารุมนี

23 เปิดโลก InsurTech...
ธุรกิจประกันภัยในยุคดิจิทัล
โดย สัณห์รัฐ เศรษฐศาสตร์

30 การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG
ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน
โดย คงขวัญ ศิลา
บุญทริกา ชลพิทักษ์วงศ์

40 STAR ระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงรุก
เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ
โดย สมิทธิธนา ชัยเจนกิจ
นรพัทธ์ อัครวัลลภ
กวิณ เอี่ยมตระกูล
คงขวัญ ศิลา
กุสุมา จารุมนี

55 การท่องเที่ยวไทยฟื้นตัวแล้วหรือยัง?
โดย กาญจนา จันทระ
พิมพ์ภาภรณ์ สุททหลวง
ธัญลักษณ์ โกษาเสวียง
ศุภชัย ธรรมสุปรีย์

74 การจัดการปัญหาขยะมูลฝอย
ผ่านภาษีหลุมฝังกลบ (Landfill Tax)
โดย ศราวุธ พรหมพันธ์



79 การพัฒนาตลาดพันธบัตรสีเขียว
(Green Bond) เพื่อส่งเสริมโครงการ
ด้านการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลง
สภาพภูมิอากาศ (Climate Change)
โดย ศราวุธ พรหมพันธ์

91 Geopolitics คืออะไร
และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจาก Geopolitics
จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ
และภาคธุรกิจอย่างไร
โดย นายศศิน พริ้งพงษ์

99 จากวิกฤตศรีลังกาสู่บทบาททาง
เศรษฐกิจของไทย
โดย ศิรพล ฤทธิประศาสน์
พุทธิสมบัติ ปานกุล
กันตา สุขสาตร

EDITOR



นายนรพัชร์ อัครวัลลภ
บรรณาธิการ

fpojournaleditor@gmail.com

สวัสดิ์ผู้เขียนและผู้อ่านทุกท่านครับ กลับมาพบกันอีกครั้งกับวารสารการเงินการคลังในรูปแบบออนไลน์ (E-Book) โดยครั้งนี้เป็น ปีที่ 34 ฉบับที่ 110 ประจำไตรมาสที่ 3 ปี 2565 กันแล้ว

วารสารการเงินการคลังฉบับนี้ ยังคงอัดแน่นไปด้วยสาระที่หลากหลาย ครอบคลุมความเป็นสากล และทันเหตุการณ์ในยุคดิจิทัล โดยมีเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจและนโยบาย อาทิ หนี้ครัวเรือน การท่องเที่ยว วิกฤตเศรษฐกิจ ความสำคัญของ Geopolitics ที่กระทบต่อระบบเศรษฐกิจ และเรื่องของธุรกิจ ประกันภัยในยุค Digital Transformation ที่รู้จักในคำว่า “InsurTech” นอกจากนี้ ยังมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับปัญหาสิ่งแวดล้อม อาทิ การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG การพัฒนาตลาดพันธบัตรสีเขียว (Green Bond) การจัดการปัญหาขยะมูลฝอยผ่านภาษีหลุมฝังกลบ และ Hometown Tax ประเทศญี่ปุ่น อีกทั้งยังมีบทความที่เล่าถึงสาระสำคัญส่วนหนึ่งจากผลงานที่ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับ Gold จากการประกวดผลงานประกวดรางวัลเพชรอายุภักดิ์ ครั้งที่ 8 ประจำปี พ.ศ. 2564 ประเภทคณะบุคคลประเภทแนวคิด กระบวนการทำงานใหม่ของกระทรวงการคลัง เรื่อง STAR ระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงรุก เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ

ผมขอขอบคุณ ผู้เขียน ผู้อ่าน ทีมงาน และผู้สนับสนุนทุกท่านที่ทำให้เกิด E-Book ฉบับนี้ เป็นอย่างสูงครับ วารสารของเราเปิดโอกาสให้กับทุกท่านที่สนใจได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอบทความผ่านวารสารการเงินการคลัง โดยส่งบทความของท่านมาได้ที่ Email: fpojournaleditor@gmail.com นอกจากนี้ หากวารสารการเงินการคลังสามารถเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์องค์กรหรือผลิตภัณฑ์ของท่านได้ โปรดติดต่อเข้ามาทางโทรศัพท์ 09 2258 6782 หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ fiscaljournal@gmail.com ได้เลยครับ แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าครับ

15 สิงหาคม 2565



คณะที่ปรึกษา

- ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
- ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจการคลัง
- ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจการเงิน
- ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายการคลัง
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายภาษี
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายระบบการเงินและสถาบันการเงิน
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายการออมและการลงทุน
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายระบบการคุ้มครองผลประโยชน์ทางการเงิน
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ
- ผู้อำนวยการสำนักนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน
- เลขานุการกรม
- ผู้อำนวยการสำนักกฎหมาย
- ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ
- ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร
- ผู้อำนวยการศูนย์บริการงานวิจัยและบรรณสารสนเทศ

บรรณาธิการ

นายนรพัทธ์ อัครวัลลภ

รองบรรณาธิการ

นายมยุร บุญยะรัตน์
นางสุมาพร มานะสันต์

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวอรณิชา สว่างฟ้า
นายอริก เล้าสกุล
นายกวิณ เอี่ยมตระกูล
นายสันหมั่นฐ์ เศรษฐศัศิกดาศิริ
นางสาวกฤษมา จารุมณี
นางสาวพิมลชญา สุขโข
นายสุขุมภัทร จุฬิวรรณ

เลขานุการ

นางสาวคงขวัญ คีลา

เจ้าหน้าที่การเงิน

นางสาวรัตนา ผิวงาม
นางสาวพรสุรีย์ เชื้อรัฐพงศ์

ติดต่อ: วารสารการเงินการคลัง

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ถนนพระรามที่ 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์: 02 273 9020 ต่อ 3254 (คุณนรพัทธ์), 3169 (คุณรัตนา), 3236 (คุณคงขวัญ)

โทรสาร: 02 273 9139 E-mail: fpojournaleditor@gmail.com





พลิกฟื้นสินทรัพย์ ขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย

Transforming assets, driving the Thai economy

เสริมสร้างรากฐานทางการเงินที่มั่นคง เพื่อเศรษฐกิจเติบโตอย่างยั่งยืน



รอไม่ได้แล้ว

อยากแก้หนี้เสียบัตร!!

คลินิกแก้หนี้ by SAM

ปรับเปลี่ยนใหม่
เป็นหนี้เสีย* ก่อน 1 เม.ย. 65

คุณสมบัติผู้เข้าร่วมโครงการ

- ✓ **หนี้เสีย** ของบุคคลธรรมดา ที่มีรายได้ อายุไม่เกิน 70 ปี
- ✓ **หนี้เสีย** บัตรเครดิต บัตรกดเงินสด หรือสินเชื่อส่วนบุคคล ที่ไม่มีหลักประกันของสถาบันที่เข้าร่วมโครงการ
- ✓ **หนี้เสีย** (NPL) ก่อน 1 เม.ย. 65 (ตามรายงานเครดิตบูโร ณ เดือน มี.ค. 65 ต้องมีสถานะค้างชำระ 91-120 วันขึ้นไป)
- ✓ **หนี้เสีย** รวมไม่เกิน 2 ล้านบาท

สมัครวันนี้
รับดอกเบี้ยเพียง 5% ต่อปี
ตลอดโครงการ

www.คลินิกแก้หนี้.com

เอกสารครบใจ

- ✓ รายงานเครดิตบูโร
- ✓ สำเนาบัตรประชาชน และสำเนาทะเบียนบ้าน
- ✓ ใบเปลี่ยนชื่อสกุล (หากมี)
- ✓ เอกสารแสดงรายได้
พนักงานประจำ
 - สลิปเงินเดือนย้อนหลัง 1 เดือน
 - หรือหนังสือรับรองเงินเดือน
- อาชีพอิสระ
 - รายการเดินบัญชีย้อนหลัง 3 เดือน

🔊 **พ่อนขึ้นต่ำ** อยู่ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้

*หนี้เสียบัตรเครดิต บัตรกดเงินสด สินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน

ความมั่นคงในชีวิต คือการมีสิทธิ์ เลือกบ้านเป็นของตัวเอง

ข้าราชการ
กู้ง่าย

ผ่อน
สบาย



สินเชื่อที่อยู่อาศัยเพื่อ **บุคลากรภาครัฐ** Q 3 ปี 2565

ดอกเบี้ยปีแรก

***MRR-4.15%** ต่อปี

ปีที่ 2 = *MRR-3.65% ต่อปี

ปีที่ 3 = *MRR-3.15% ต่อปี

ปีที่ 4 - 5 = *MRR-2.00% ต่อปี

ยกเว้น

• ค่าประเมินราคาหลักประกัน

>> ยื่นคำขอกู้ภายในวันที่ 30 ธันวาคม 2565

>> ทำนิติกรรมภายในวันที่ 31 มกราคม 2566

ผ่อนสบายสูงสุด

40 ปี



www.ghbank.co.th

หมายเหตุ: * ปีที่ 6 เป็นต้นไป = *MRR - 1.00% ต่อปี • กู้ชำระหนี้ฯ / กู้ซื้ออุปกรณ์ = *MRR

• วงเงินในโครงการมีจำนวนจำกัด • เงื่อนไขอื่น ๆ เป็นไปตามระเบียบธนาคาร • อัตราดอกเบี้ยลอยตัว *MRR = 6.150% ต่อปี ประกาศ ณ วันที่ 25 พ.ค. 63

• อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงตลอดอายุสัญญา (EIR) = 4.13% / กู้ชำระหนี้ฯ / กู้ซื้ออุปกรณ์ = 4.62%

• อัตราดอกเบี้ยที่แท้จริงข้างต้นเป็นเพียงการแสดงตัวอย่าง โดยคำนวณจากวงเงินกู้ 1 ล้านบาท ระยะเวลากู้ 20 ปี

ข้อมูล ณ วันที่ 15 มิ.ย. 65



รางวัลเกียรติยศ แห่งความภาคภูมิใจ ของธนาคารอาคารสงเคราะห์

ธนาคารที่ดีที่สุด สำหรับผู้มี "บ้าน" 🏠

G H Bank Call Center 0-2645-9000 www.ghbank.co.th



EXIM

SOLAR ORCHESTRA

สินเชื่อดอกเบี้ยต่ำระบบไฟฟ้า (Solar Rooftop)

- ✓ วงเงินกู้ **7** ปี ให้กู้ **100%** ของเงินลงทุน เพื่อชำระผู้รับเหมาเมื่อติดตั้งเสร็จ
- ✓ อัตราดอกเบี้ยต่ำสุด **2.75%** ต่อปี
- ✓ สิทธิขึ้นทะเบียน **คาร์บอนเครดิต**
- ✓ สิทธิ BOI ยกเว้นภาษี 3 ปี **50%** ของเงินลงทุน

EXIM
THAILAND

ธนาคารเพื่อการส่งออก
และนำเข้าแห่งประเทศไทย

ปรึกษาปัญหารุ้รกิจการกับ EXIM BANK โทร. 0 2169 9999

เงื่อนไขเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด



www.exim.go.th



EXIM Bank of Thailand



@EXIMThailand



Purra

LIFE IS NATURAL WONDERS

เพอร์ร่า น้ำแร่ธรรมชาติ 100%

มุมมองเชิงลึก หนี้ครัวเรือนไทย

บทความโดย

นรพัชร อัครวัลลภ

กวิณ เอี่ยมตระกูล

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



บทความนี้เผยแพร่ครั้งแรกบนเว็บไซต์

<http://www.fpojournl.com>

เมื่อวันที่ 23 พ.ค. 2565

เมื่อกล่าวถึงหนี้โดยรวมของประเทศ ในภาพใหญ่ๆ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ หนี้สาธารณะและหนี้ภาคเอกชน ในขณะที่หนี้ภาคเอกชนก็สามารถแบ่งได้เป็นอีก 2 ประเภทคือ หนี้ที่ก่อโดยนิติบุคคล และหนี้ที่ก่อโดยบุคคลธรรมดา ในบทความนี้จะกล่าวถึงเฉพาะในส่วนของหนี้ที่ก่อโดยบุคคลธรรมดาหรือที่มักจะเรียกกันว่า หนี้ครัวเรือน (Household Debt)

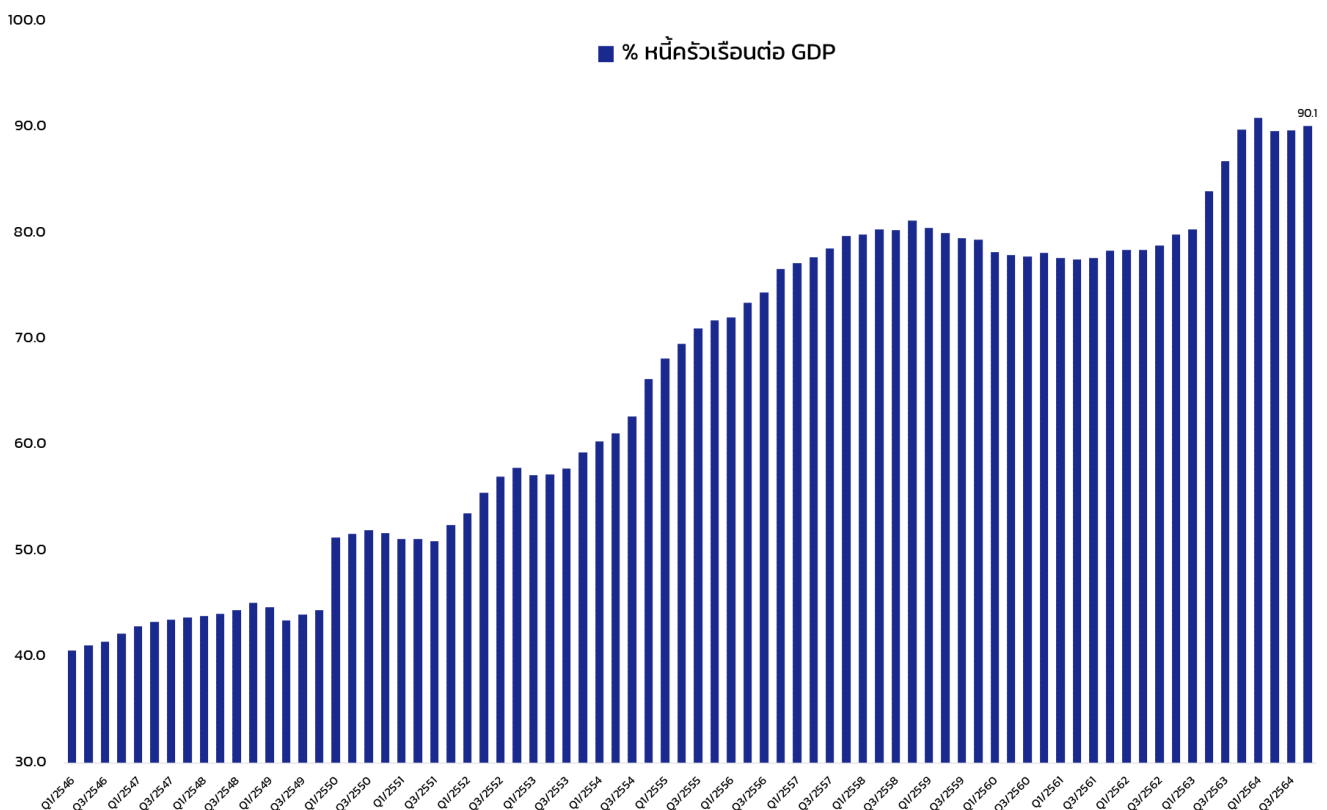
ตัวเลขสถิติที่เป็นทางการของหนี้ครัวเรือนจัดทำโดยธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นรายไตรมาส ข้อมูลล่าสุดขณะนี้อยู่ที่ระดับ 14,581,137 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 90.1 ของ GDP ในไตรมาสที่ 4 ปี 2564 โดยจะเห็นได้จากภาพที่ 1 ว่าสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยมาจนกระทั่งอยู่ในระดับที่เริ่มมีเสถียรภาพที่ราวร้อยละ 80 ในช่วงปี 2557-2562 ก่อนที่จะเพิ่มขึ้นมาอยู่ที่ราวร้อยละ 90 ในช่วงปี 2563

ถึงปัจจุบันในภาวะที่เศรษฐกิจไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : สัดส่วนหนี้ครัวเรือนไทยต่อ GDP (ร้อยละ)
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย และประมวลผลโดยผู้เขียน

หน่วย: ร้อยละ



ในบทความฉบับนี้ ต้องการที่จะพิจารณามุมมองของภาวะหนี้ครัวเรือนไทยในมิติที่เกี่ยวข้องกับรายได้ซึ่งโดยทั่วไปแล้วฐานข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทยในการจัดทำภาวะหนี้ครัวเรือนส่วนหนึ่งจะอิงอยู่กับฐานข้อมูลจากบริษัทข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด ซึ่งไม่มีข้อมูลรายได้ของผู้กู้ยืม ดังนั้นบทความฉบับนี้จึงศึกษาข้อมูลหนี้ครัวเรือนผ่านฐานข้อมูล Micro Data จากข้อมูลสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ซึ่งการสำรวจด้านรายได้ที่มีข้อมูลปี 2562 และ 2564 ในขณะนี้เป็พื้นฐานข้อมูลหลักในการวิเคราะห์

ข้อมูลหนี้ครัวเรือนจากการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี 2564 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจากทั่วประเทศจำนวน 46,840 ครัวเรือน คิดเป็นจำนวน 130,669 ราย โดยทั่วไปเมื่อก้าวถึงหนี้ครัวเรือนคนทั่วไปมักจะนึกถึงระดับหนี้ต่อ GDP ดังแสดงในภาพที่ 1 แต่หากอาศัยฐานข้อมูลการสำรวจกลุ่มตัวอย่างของสำนักงานสถิติแห่งชาติจะสามารถมองเห็นถึงข้อมูลเชิงลึก

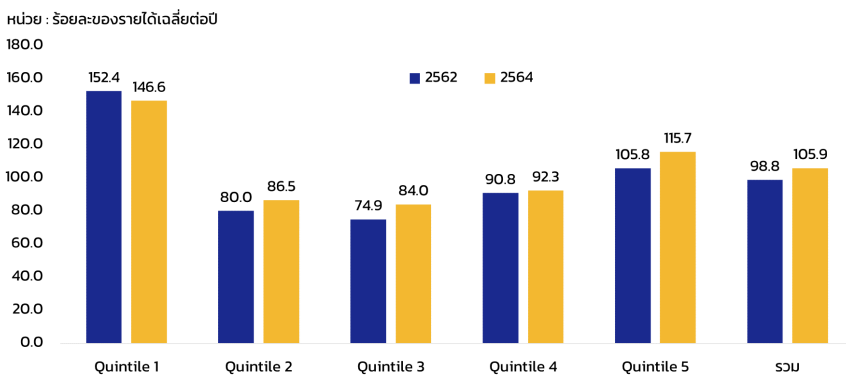
ที่มากขึ้น โดยสามารถประเมินความเป็นหนี้และสภาพคล่องของครัวเรือน พิจารณาจากสัดส่วนหนี้ต่อรายได้เฉลี่ยต่อปีของครัวเรือน (Debt to income Ratio: DTI) โดยหากมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น แสดงว่าครัวเรือนมีสภาพคล่องลดลง ทั้งนี้ DTI สอดคล้องกับสภาพคล่องของครัวเรือนที่เป็นจริงมากกว่า กล่าวคือ รายได้ที่นำมาหารในงานศึกษานี้เป็นรายได้หลังหักภาษี (Disposable Income)* ของเฉพาะครัวเรือนที่เป็นหนี้เท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากกรณีสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ที่เป็นที่รู้จักกันทั่วไป เนื่องจาก GDP จะรวมทั้งรายได้ของบุคคลธรรมดาที่ไม่มีหนี้ อีกทั้งยังรวมถึงรายได้ของนิติบุคคลอีกด้วย จึงเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้สัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อรายได้ที่คำนวณจากฐานข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติมีแนวโน้มที่จะสูงกว่าสัดส่วนหนี้ครัวเรือนต่อ GDP ของธนาคารแห่งประเทศไทย

หากเปรียบเทียบสัดส่วนหนี้ต่อรายได้เฉลี่ยต่อปีของครัวเรือนระหว่างปี 2562 และ 2564 ในมิติรายได้ ดังปรากฏดังภาพที่ 2 จะพบว่า ในภาพรวม ค่า DTI ของครัวเรือนปี 2564 อยู่ที่ร้อยละ 105.9 ของรายได้เฉลี่ยต่อปีของครัวเรือน ปรับเพิ่มขึ้นจากปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ซึ่งมีค่า DTI ที่ร้อยละ 98.8 ของรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อปีของครัวเรือน เนื่องจากครัวเรือนมีหนี้เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะครัวเรือนรายได้น้อย (Quintile 1) และครัวเรือนที่มีรายได้สูง (Quintile 5) ซึ่งมีสัดส่วนหนี้สูงกว่าภาพรวมของทั้งประเทศ



ส่วนครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลาง (Quintile 2-4) จะมีค่า DTI ที่ต่ำกว่ากลุ่มอื่น โดยหนี้ของครัวเรือนที่มีรายได้น้อยส่วนใหญ่จะเป็นหนี้เพื่อใช้อุปโภคบริโภคในครัวเรือนและหนี้เพื่อใช้ทำการเกษตร ในขณะที่หนี้ส่วนใหญ่ของครัวเรือนที่มีรายได้สูงส่วนใหญ่จะเป็นหนี้สินเพื่อที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นหนี้ระยะยาว หากเปรียบเทียบกับลักษณะหนี้สินของครัวเรือนผู้มีรายได้น้อยที่มีหนี้สินระยะสั้นมากกว่า ดังนั้น หากเปรียบเทียบสัดส่วนหนี้ต่อรายได้ในระดับเดียวกัน หากหนี้สินมีลักษณะที่เป็นระยะยาวมากกว่าก็จะส่งผลต่อภาระการชำระหนี้ในช่วงเวลาหนึ่งๆ ที่น้อยกว่า

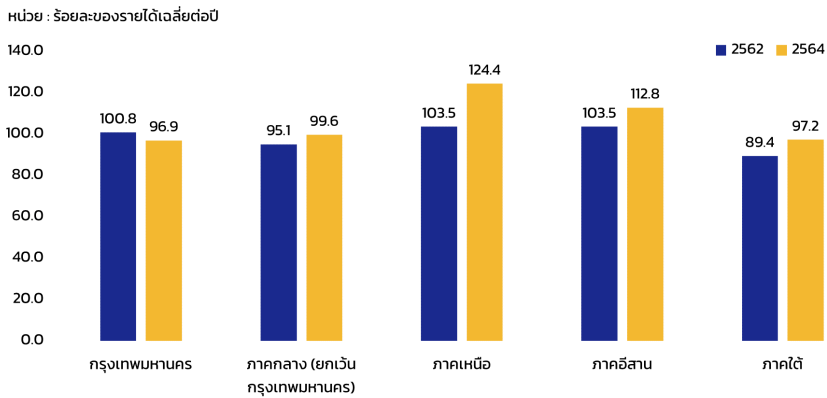
อย่างไรก็ดี ครัวเรือนที่มีรายได้น้อย (Quintile 1) มีค่า DTI ลดลงจากร้อยละ 152.4 ของรายได้เฉลี่ยต่อปี ในปี 2562 เป็นร้อยละ 146.6 ในปี 2564 เนื่องจาก ครัวเรือนในระดับรายได้ดังกล่าวมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากนโยบายการช่วยเหลือต่างๆ ที่รัฐอุดหนุน ทั้งที่รัฐจ่ายเงินเข้าบัญชีให้แก่ประชาชน และการอุดหนุนในรูปแบบที่ไม่เป็น ตัวเงินผ่านแอปพลิเคชัน คุปอง หรือในรูปแบบการลดค่าสาธารณูปโภค (ค่าน้ำประปา ค่าไฟฟ้า เป็นต้น) นอกจากนี้ หากพิจารณาในมิติเชิงพื้นที่ ภาพที่ 3 จะพบว่า ภาคเหนือและภาคอีสานจะมีค่า DTI ที่สูงกว่าข้อมูลภาพรวมของประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นครัวเรือนที่มีรายได้น้อย (Quintile 1) และเป็นหนี้ที่ใช้ในการทำการเกษตร



ภาพที่ 2 : สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้เฉลี่ยต่อปีของครัวเรือน (Debt to income Ratio: DTI) จำแนกตามกลุ่มรายได้

หมายเหตุ : คำนวณข้อมูลเฉพาะครัวเรือนที่ไม่มีหนี้ ทุกครัวเรือนแม้ว่าครัวเรือนนั้นจะมีรายได้ติดลบก็ตาม ขณะที่ข้อมูลรายได้ใช้รายได้หลังหักภาษี (Disposable Income) ซึ่งไม่นับรวมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีเงินได้ ภาษีบำรุงท้องที่ ค่าบริการทางการเงินและค่าธรรมเนียม
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ประมวลผลโดยผู้เขียน





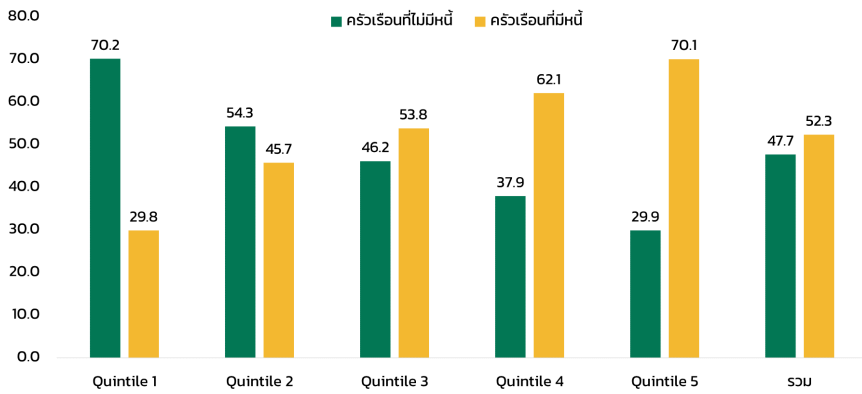
ภาพที่ 3 : สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้เฉลี่ยต่อปีของครัวเรือน (Debt to income Ratio: DTI) จำแนกตามพื้นที่
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ประมวลผลโดยผู้เขียน

ในอีกแง่มุมหนึ่ง เพื่อที่จะทำความเข้าใจลักษณะการเป็นหนี้ของครัวเรือนไทยให้มากขึ้น ภาพที่ 2 และ 3 แสดงถึงข้อมูลของครัวเรือนที่มีหนี้เท่ากัน แต่ในภาพที่ 4 และ 5 จะแสดงถึงจำนวนและสัดส่วนของครัวเรือนที่มีหนี้และไม่มีหนี้เปรียบเทียบกันด้วย เมื่อพิจารณาจำนวนครัวเรือนปี 2564 จะเห็นได้ว่าครัวเรือนที่มีรายได้น้อยจะมีสัดส่วนของคนมีหนี้ต่ำ และคนไม่มีหนี้สูง แต่เมื่อขยับชั้นรายได้สูงขึ้นจะเห็นได้ว่าสัดส่วนคนมีหนี้สูงขึ้น และคนไม่มีหนี้ลดลง อย่างค่อนข้างชัดเจน ทั้งนี้ เป็นไปตามเครดิตหรือความสามารถในการก่อหนี้ของครัวเรือนแต่ละกลุ่มที่มีรายได้ต่างกัน ครัวเรือนที่มีรายได้น้อยสร้างหนี้ได้น้อย ในขณะที่ครัวเรือนที่มีรายได้มากจะสร้างหนี้ได้มาก ขณะที่ในมิติเชิงพื้นที่จะสังเกตได้ว่าภายใต้

กลุ่ม Quintile ที่มีรายได้เท่ากัน ในแต่ละกลุ่มมักจะพบว่าครัวเรือนภาคอีสานและภาคเหนือจะมีสัดส่วนของครัวเรือนที่มีหนี้สูงกว่าภาคอื่นๆเสมอ ในขณะที่ครัวเรือนในกทม. จะมีสัดส่วนของครัวเรือนที่มีหนี้ต่ำที่สุดเสมอ ดังนั้นในแง่มุมนี้ อาจสรุปได้ว่าไม่เพียงแต่ปัจจัยรายได้เท่านั้นที่ส่งผลต่อภาวะการเป็นหนี้ของครัวเรือน แต่ปัจจัยเชิงพื้นที่ยังมีส่วนสำคัญต่อภาวะการเป็นหนี้ของครัวเรือนไทยอีกด้วย

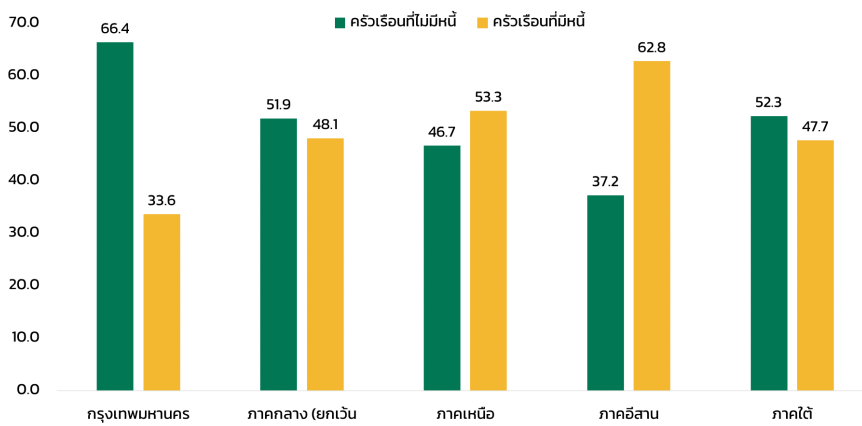


หน่วย : ร้อยละของจำนวนครัวเรือน



ภาพที่ 4 : สัดส่วนครัวเรือนที่มีหนี้และไม่มีหนี้ ปี 2564 จำแนกตามกลุ่มรายได้
หมายเหตุ : คำนวณจากภาระหนี้สินของครัวเรือน โดยเลือก Filed Name AD08 อย่างไรก็ตามก็ได้อ้างอิงข้อมูลรายงานรายได้และรายจ่ายของครัวเรือนที่เผยแพร่ ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ระบุว่าครัวเรือนที่ไม่มีหนี้สินมีจำนวนร้อยละ 48.8 ของครัวเรือนทั้งหมด ขณะที่ครัวเรือนที่มีหนี้สินมีจำนวนร้อยละ 51.5 ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ประมวลผลโดยผู้เขียน

หน่วย : ร้อยละของจำนวนครัวเรือน



ภาพที่ 5 : สัดส่วนครัวเรือนที่มีหนี้และไม่มีหนี้ ปี 2564 จำแนกตามกลุ่มรายได้
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ประมวลผลโดยผู้เขียน

ทั้งนี้ หากกลับมาพิจารณาถึงผลกระทบของภาวะการเป็นหนี้ต่อระบบเศรษฐกิจ การพิจารณาลำพังเพียงเฉพาะยอดหนี้ต่อรายได้ตามภาพที่ 1 อาจสื่อนัยที่คลาดเคลื่อนได้ ดังที่ได้อธิบายข้างต้นว่าองค์ประกอบของหนี้ที่เป็นหนี้ระยะสั้นและหนี้ระยะยาวย่อมส่งผลกระทบต่อแตกต่างกัน ดังนั้น การพิจารณาว่าสถานะหนี้สินของครัวเรือนในลักษณะใดมีความเปราะบางหรือมีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจมากกว่าควรพิจารณาที่ภาระในการชำระหนี้ของครัวเรือนเป็นสำคัญ ซึ่งประเมินจากสัดส่วนรายจ่ายในการชำระหนี้ทั้งเงินต้นและดอกเบี้ยต่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (Debt Service Ratio) ซึ่งค่า DSR สามารถสื่อถึงผลกระทบต่อเศรษฐกิจได้ใน 2 แง่มุม คือ

1) การเติบโตทางเศรษฐกิจ เนื่องจากหากรายได้ของครัวเรือนต้องถูกแบ่งไปเพื่อการชำระคืนเงินต้นและดอกเบี้ยเงินกู้มากเกินไป ก็จะทำให้ความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยลดลงโดยส่วนมาก มักใช้สัดส่วนภาระในการชำระหนี้ต่อรายได้ที่ร้อยละ 30 เป็นเกณฑ์ทั่วไป (Rule of Thumb) โดยหากค่า DSR ที่มากกว่าร้อยละ 30 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของครัวเรือน จะถือเป็นจุดวกกลับ (Turning point)¹ ที่การก่อกำเนิดจะเปลี่ยนบทบาทจากการกระตุ้นเป็นการฉุดรั้งการบริโภคของครัวเรือน และหากค่า DSR สูงกว่าร้อยละ 40² ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาจถือว่าครัวเรือนได้เข้าสู่ระดับความเปราะบางและมีโอกาสผิดนัดชำระหนี้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

2) เสถียรภาพทางเศรษฐกิจ โดยหากค่า DSR อยู่ในระดับสูงย่อมเพิ่มโอกาสที่ครัวเรือนจะผิดนัดชำระหนี้และส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพเศรษฐกิจการเงินได้

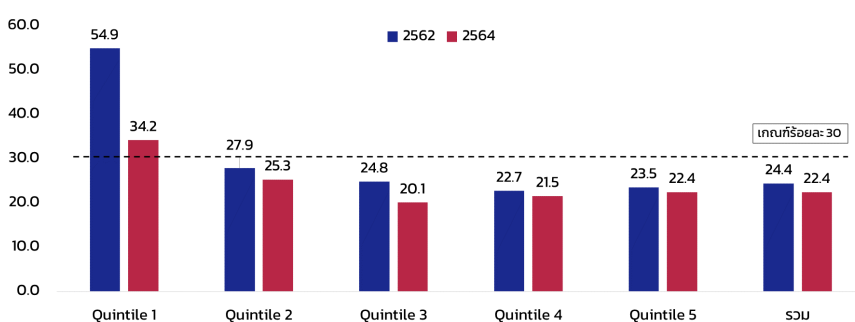
1 Drehmann, M., & Juselius, M. (2012). Do debt service costs affect macroeconomic and financial stability?. BIS Quarterly Review September.
2 Faruqui (2008). Indebtedness and the Household Financial Health: An Examination of the Canadian Debt Service Ratio Distribution, Bank of Canada.

ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนที่เผยแพร่โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ในช่วงก่อนเกิดวิกฤตโควิด 19 (ปี 2562) ในภาพรวมค่า DSR อยู่ที่ร้อยละ 24.4 แต่ค่า DSR ปี 2564 กลับปรับตัวลดลงที่ร้อยละ 22.4 เนื่องจากภาครัฐมีมาตรการช่วยเหลือต่างๆ เช่น การปรับโครงสร้างหนี้ และการพักชำระหนี้ เป็นต้น ซึ่งมีส่วนช่วยลดความรุนแรงของผลกระทบจากภาวะหนี้ครัวเรือนต่อระบบเศรษฐกิจลง รายละเอียดดังภาพที่ 6 แต่หากพิจารณาในมิติรายได้ พบว่า ครัวเรือนรายได้น้อย (Quintile 1) มีภาระในการชำระหนี้ที่สูงมาก โดยส่วนใหญ่ชำระหนี้ที่เกี่ยวข้องกับการอุปโภคบริโภค และชำระหนี้ที่ใช้ในการทำเกษตร แสดงถึงความเปราะบางของสถานะทางเศรษฐกิจที่สามารถส่งผลต่อภาวะเศรษฐกิจ ทั้งในแง่การเติบโตทางเศรษฐกิจและเสถียรภาพเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าค่า DSR มีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องเมื่อชั้นรายได้เพิ่มสูงขึ้น (Quintile 2-5) โดยเฉพาะครัวเรือนรายได้ปานกลาง (Quintile 3) ในปี 2564 มีค่า DSR ต่ำที่สุดที่ร้อยละ 20.1 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน สะท้อนว่ามีความเปราะบางทางเศรษฐกิจน้อยที่สุด ดังนั้น แม้ว่าครัวเรือนที่มีรายได้น้อยจะมีค่า DSR ที่มากกว่าร้อยละ 30 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ครัวเรือนไทยในภาพรวมยังมีค่า DSR ที่ต่ำกว่าร้อยละ 30 ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ภาระในการชำระหนี้ของครัวเรือนยังไม่เป็นปัญหา ครัวเรือนไทยจึงอยู่ในระดับที่แข็งแกร่งและมีเสถียรภาพ



หากพิจารณาในเชิงพื้นที่ จะพบว่า ครัวเรือนในภาคอีสานและภาคเหนือมีสัดส่วนภาระหนี้ต่อรายได้สูงกว่าภูมิภาคอื่นๆ โดยเฉพาะภาคอีสานในปี 2562 ที่มีค่า DSR สูงถึงร้อยละ 29 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ซึ่งสื่อถึงความเปราะบางทางเศรษฐกิจที่มากกว่า ในขณะที่ครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและภาคใต้มีค่า DSR ที่ต่ำกว่าภูมิภาคอื่นๆ อย่างไรก็ตาม ค่า DSR ทั้งในปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดวิกฤตโควิด-19 และปี 2564 ของทุกภูมิภาคก็ยังต่ำกว่าร้อยละ 30 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

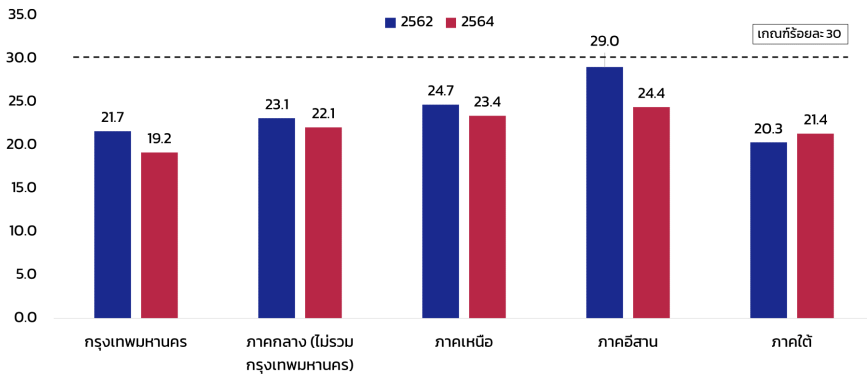
หน่วย : ร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน



ภาพที่ 6 : สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้เฉลี่ยต่อปีของครัวเรือน (Debt Service Ratio: DSR) จำแนกตามกลุ่มรายได้

หมายเหตุ** คำนวณเฉพาะครัวเรือนที่มีหนี้ และมีการชำระหนี้ / รายได้ทั้งหมด ประกอบด้วย รายได้ที่เป็นตัวเงิน (Cash) และไม่เป็นตัวเงิน (in-kind) โดยคำนวณจากรายได้หลังหักภาษี (Disposable Income) ซึ่งไม่นับรวมค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับภาษีเงินได้ ภาษีบำรุงท้องที่ ค่าบริการทางการเงินและค่าธรรมเนียม
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ประมวลผลโดยผู้เขียน

หน่วย : ร้อยละของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน



ภาพที่ 7 : สัดส่วนหนี้สินต่อรายได้เฉลี่ยต่อปีของครัวเรือน (Debt Service Ratio: DSR) จำแนกตามพื้นที่ ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ ประมวลผลโดยผู้เขียน

โดยสรุป จะเห็นได้ว่าความเปราะบางทางเศรษฐกิจอันเกิดจากภาระในการชำระหนี้ของครัวเรือน พิจารณาได้ใน 2 มิติ กล่าวคือ

1) **มิติรายได้** ครัวเรือนกลุ่มที่มีรายได้น้อยแม้จะมีสัดส่วนครัวเรือนที่มีหนี้้น้อย แต่ก็เปราะบางเพราะความสามารถในการก่อหนี้ที่ไม่สูงนัก อย่างไรก็ตาม เมื่อสามารถก่อหนี้ได้แล้ว ส่วนใหญ่จะมีสัดส่วนภาระหนี้ต่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่สูงกว่าครัวเรือนในกลุ่มรายได้ที่สูงกว่า ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ครัวเรือนที่มีรายได้น้อยมักกู้เงินเพื่อการใช้จ่ายในระยะสั้นโดยเปรียบเทียบกับครัวเรือนในช่วงชั้นรายได้ที่สูงกว่า ซึ่งเป็นจุดอ่อนหรือจุดเปราะบางทางเศรษฐกิจของไทย ในขณะที่ครัวเรือนที่มีรายได้สูงสุด แม้จะมีสัดส่วนหนี้ต่อรายได้เฉลี่ยต่อปีที่สูง แต่กลับไม่ใช่จุดเปราะบางของเศรษฐกิจ เนื่องจากมีสัดส่วนภาระในการชำระหนี้ต่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่ำกว่าโดยเปรียบเทียบกับครัวเรือนในช่วงชั้นรายได้อื่นๆ ซึ่งแสดงถึงรายได้ส่วนที่เหลือจากการชำระหนี้ยังอยู่ในระดับสูงสามารถนำมาใช้จ่ายในระบบเศรษฐกิจได้มากกว่า อีกทั้งยังมีความเสี่ยงที่จะผิคนัดชำระหนี้้น้อยกว่าจากสัดส่วนภาระหนี้สินที่ต่ำกว่า

2) **มิติเชิงพื้นที่** จะเห็นได้ว่าพื้นที่ภาคอีสานและภาคเหนือมีสัดส่วนของครัวเรือนที่มีหนี้มากกว่าภูมิภาคอื่นๆ ในทุกช่วงชั้นของกลุ่มรายได้ ในขณะที่ครัวเรือนในกรุงเทพมหานครจะมีสัดส่วนของครัวเรือนที่มีหนี้สินน้อยกว่าภูมิภาคอื่นๆ ในทุกช่วงชั้นของกลุ่มรายได้เช่นกัน อีกทั้ง เมื่อพิจารณาสัดส่วนภาระในการชำระหนี้ต่อรายได้เฉลี่ยต่อเดือนจะเห็นว่า ครัวเรือนในภาค



อีสานและภาคเหนือมีสัดส่วนภาระหนี้ต่อรายได้ที่สูงกว่าภาคอื่นๆ ในขณะที่ครัวเรือนในกรุงเทพมหานครและภาคใต้มีสัดส่วนภาระในการชำระหนี้ต่อรายได้ที่ต่ำกว่าภาคอื่นๆ แสดงให้เห็นถึงความเปราะบางทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ในภาคอีสานและภาคเหนือจากภาระหนี้ครัวเรือนของไทย อย่างไรก็ตามก็ดีสำหรับทิศทางในอนาคตมั่นใจได้ว่า เมื่อเศรษฐกิจไทยฟื้นตัวได้แล้วหลังสถานการณ์โควิด-19 คาดว่าระดับหนี้ครัวเรือนไทยจะปรับตัวลดลงสอดคล้องกับ GDP ที่ขยายตัวและรายได้ภาคประชาชนที่เพิ่มขึ้น

การระดมทุนสาธารณะ เพื่อพัฒนาบ้านเกิด : กรณีศึกษา Hometown Tax ประเทศญี่ปุ่น

บทความโดย

กวิน เอี่ยมตระกูล

ประกอบ สุริเยนทรากร

ศักดิ์สิทธิ์ สว่างสุข

กฤษมา จารุมณี

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทความนี้เป็นความเห็นเชิงวิชาการ ไม่อาจสะท้อนความคิดเห็นของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การระดมทุนสาธารณะ (Crowdfunding) เป็นแนวทางที่ได้รับความนิยมสำหรับธุรกิจที่ขาดแคลนเงินทุน ไม่ว่าจะเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises) หรือวิสาหกิจรายใหม่ (Start-up) ที่ระดมทุนจากประชาชนและนักลงทุนเพื่อดำเนินกิจกรรมของธุรกิจ อย่างไรก็ตาม การระดมทุนสาธารณะไม่ใช่เรื่องที่เกิดขึ้นใหม่ แต่แนวคิดดังกล่าวได้เกิดขึ้นมานานแล้ว โดยในระยะแรกเป็นการระดมทุนที่ของกิจการสาธารณะที่ไม่หวังผลตอบแทน หรือ Civic Crowdfunding ตัวอย่างที่สำคัญ ได้แก่ การระดมทุนสร้าง “เทพีเสรีภาพ” ณ นครนิวยอร์ก สหรัฐอเมริกา¹ โดยหลังจากที่ฝรั่งเศส ส่งมอบเทพีเสรีภาพให้กับสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นการชื่นชมที่ชาวอเมริกันมีความกล้าหาญในการประกาศอิสรภาพจากสหราชอาณาจักร ปัญหาที่ตามมาคือ American Committee ไม่สามารถที่จะหาสถานที่ตั้งและจัดสร้างฐานเทพีเสรีภาพได้ จึงทำให้ Joseph Pulitzer นักหนังสือพิมพ์ชาวอเมริกัน จึงได้จัดทำโครงการระดมทุนจากพลเมืองชาวอเมริกัน ทั้งนักเรียน นักธุรกิจ และนักการเมือง กว่า 1 แสนคน เป็นเวลา 6 เดือน และสามารถระดมทุนได้แก่ 1 แสนดอลลาร์สหรัฐ ทำให้สามารถสร้างเทพีเสรีภาพได้สำเร็จ ส่วนในกรณีของประเทศไทย คือโครงการคนละก้าวของคุณ บอดีแสลม เพื่อระดมทุนช่วยเหลือในการซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ให้กับโรงพยาบาล เป็นต้น

1 Anonymous. (2013, April). The Statue of Liberty and America’s crowdfunding pioneer. BBC NEWS, <https://www.bbc.com/news/magazine-21932675>



อย่างไรก็ดี จะเห็นได้ว่ารูปแบบการระดมทุนสาธารณะในอดีตส่วนใหญ่นิยมใช้การบริจาค (Donation-based) เป็นสำคัญ แต่ด้วยการความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ประกอบกับอินเทอร์เน็ตเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น การระดมทุนสาธารณะจึงได้ก้าวเข้าสู่รูปแบบแพลตฟอร์ม (Platform) โดยอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัล จึงทำให้การระดมทุนสาธารณะมีรูปแบบที่เปลี่ยนไปจากการบริจาค (Donation-based) มาสู่การเป็นเจ้าของกิจการ (Equity-based) การแสวงหากำไรจากกู้เงิน (Loan-based) และการให้ผลตอบแทนเป็นสินค้าที่จะผลิต (Reward-based) โดยในปัจจุบันบริษัทผู้พัฒนาการระดมทุนสาธารณะจะสร้างแพลตฟอร์ม ผ่านเว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เป็นตัวกลาง (Funding portal) ซึ่งผู้ลงทุน

สามารถเลือกการลงทุนได้ในจำนวนมากหรือน้อยตามความต้องการ โดยมีเงื่อนไขการลงทุนต่างระบุไว้อย่างชัดเจน โดยแหล่งเงินทุนดังกล่าวสามารถเข้าถึงได้ทุกคนทั่วโลกอย่างเท่าเทียมกัน ทั้งฝั่งผู้ต้องการระดมทุนและผู้ที่ต้องการลงทุน

ในปัจจุบัน หน่วยงานท้องถิ่นในต่างประเทศได้ดำเนินโครงการการระดมทุนสาธารณะ เพื่อพัฒนาพื้นที่ให้ตอบโจทย์กับความต้องการของคนในชุมชน ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างควมมีส่วนร่วมและเสริมสร้างความเข้มแข็งของคนในชุมชนแล้ว ยังเป็นการช่วยลดภาระงบประมาณของภาครัฐในการบริการสาธารณะอีกด้วย ตัวอย่างเช่น โครงการ The Hampline ของเมือง Memphis ในรัฐเทนเนสซี ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่มีการระดมทุนสาธารณะเพื่อสร้างช่องทางเดินรถจักรยานในเมือง เพื่อเชื่อมต่อสถานที่สำคัญๆ ทั้งธุรกิจ ท่องเที่ยว ราชการ และย่านที่พักอาศัยเข้าด้วยกัน² และ โครงการ Community Park ของเมือง Liverpool ของประเทศอังกฤษ โดยกลุ่ม Friends of Flyover ได้ทำโครงการ (Campaign) ระดมทุนผ่านแพลตฟอร์ม Spacehive เพื่อสร้างสะพานรกร้างที่เทศบาลได้เตรียมงบประมาณในการทบทึง เป็นสวนสาธารณะใหม่ของเมือง (Elevated Park)³ เป็นต้น

จากตัวอย่างข้างต้น การระดมทุนสาธารณะเพื่อพัฒนาท้องถิ่นในบางประเทศ ประโยชน์ที่ประชาชนในพื้นที่จะได้รับคือสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่ได้รับการปรับปรุงให้ดีขึ้น แต่ประชาชนผู้ระดมทุนนั้นอาจไม่ได้รับผลประโยชน์ที่เป็นตัวเงินเป็นการตอบแทน ซึ่งหากโครงการไม่เป็นที่พอใจหรือสร้างผลกระทบและการเปลี่ยนแปลงเพียงพอก็ไม่อาจระดมทุนได้ครบตามเป้าหมาย ดังนั้น รัฐบาลในประเทศต่างๆ จึงพยายามออกแบบนโยบายการระดมทุนสาธารณะที่สร้างแรงจูงใจให้ประชาชนสำนึกกรักบ้านเกิดและได้สิทธิประโยชน์ไปในคราวเดียวกัน โดยบทความนี้คณะผู้เขียนจะของยกตัวอย่างประเทศญี่ปุ่นเป็นหลัก

2 Barnes, E. (2014, Oct). Case Study: The Hampline, <https://blog.ioby.org/case-study-the-hampline/>

3 Anonymous. (2014, March). Friends of The Flyover' Project Aims to Turn Flyover into Urban Park, <https://liverpoolnoise.com/friends-of-the-flyover-project-aims-to-turn-flyover-into-urban-park/>



Hometown Tax

กรณีศึกษาประเทศญี่ปุ่น

ประเทศญี่ปุ่นเคยเผชิญกับความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ ประชาชนชาวญี่ปุ่นจำนวนมากที่เติบโตในพื้นที่ชนบทได้มีการย้ายถิ่นไปอาศัยในเมืองหลวงมากขึ้น เพื่อโอกาสทางการศึกษาและการทำงานที่ดีกว่า ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นหลังสงครามโลกครั้งที่สองเป็นต้นมา โดยการกระจุกตัวของประชาชนในเขตเมืองใหญ่ทำให้เกิดปัญหาทรัพยากรและโครงสร้างพื้นฐานไม่เพียงพอ ชุมชนแออัด และการจราจรติดขัด ประกอบกับสังคมผู้สูงอายุที่รัฐบาลต้องจัดสรรงบประมาณเพื่อดูแลเงินบำนาญและสวัสดิการให้กับผู้สูงอายุจำนวนมาก ปัญหาเหล่านี้นับเป็นความท้าทายด้านเศรษฐกิจและสังคมที่สำคัญของประเทศญี่ปุ่น

โดยทั่วไป โครงสร้างภาษีของประเทศญี่ปุ่นแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) ภาษีระดับประเทศ คือ ภาษีที่ต้องชำระเข้าส่วนกลางหรือระดับประเทศ ประกอบด้วยภาษีเงินได้และภาษีมูลค่าเพิ่ม และ 2) ภาษีท้องถิ่น คือ ภาษีที่ประชาชนในพื้นที่จ่ายให้ท้องถิ่นที่ตนอาศัย เช่น ภาษีเพื่อการอยู่อาศัย ภาษีการค้า ภาษีอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ทั้งนี้แบ่งได้ออกเป็น 2 ระดับ คือ ภาษีของจังหวัด (Prefecture) และ ภาษีของเทศบาล (Municipality)

ทั้งนี้ เมื่อประชาชนที่เติบโตและใช้ประโยชน์จากบริการสาธารณะที่ทางท้องถิ่นจัดหาให้ แต่กลับย้ายถิ่นฐานเข้าไปอยู่ในเมืองหลวงมากขึ้น ท้องถิ่นจึงได้รับผลกระทบ เนื่องจากประชาชนในพื้นที่กลับไปเสียภาษีให้กับพื้นที่เขตเมือง ทำให้รัฐบาลท้องถิ่นจัดเก็บภาษีได้น้อยลงและไม่สามารถจัดทำบริการสาธารณะเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนในพื้นที่ได้อย่างเพียงพอ ขณะเดียวกันเงินอุดหนุนจากงบประมาณส่วนกลางก็ไม่เพียงพอที่จะนำไปใช้ในกรณีฉุกเฉินได้อย่างทันต่อสถานการณ์ ดังนั้น รัฐบาลญี่ปุ่นในสมัยนายชินโซะ อาเบะนายกรัฐมนตรี จึงได้ริเริ่มระบบการชำระภาษีเพื่อพัฒนาบ้านเกิด (Hometown Tax) หรือ Furusato Nozei และได้ดำเนินการในปี 2551 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อระดมทุนสาธารณะจากเงินบริจาคของประชาชน

ให้กับเทศบาลท้องถิ่นสำหรับใช้ประโยชน์ในกิจการสาธารณะของพื้นที่ โดยไม่จำเป็นต้องเป็นพื้นที่บ้านเกิดของตนเอง แต่สามารถเลือกเทศบาลที่ต้องการสนับสนุนได้ทุกแห่ง และเงินบริจาคนั้นสามารถนำมาลดหย่อนภาษีได้ ขณะเดียวกันก็จะได้รับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเป็นของขวัญตอบแทนค่าขอบคุณ

Hometown Tax นอกจากจะเปิดโอกาสให้กับคนย้ายถิ่นมีส่วนร่วมและจิตสำนึกในการฟื้นฟูและพัฒนาบ้านเกิดแล้วยังช่วยให้ท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นและลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ระหว่างเขตเมืองกับชนบทอีกด้วย โดยในช่วงเริ่มต้นของโครงการระหว่างปี 2551-2556 มียอดบริจาคสะสมจำนวนรวมประมาณ 1 หมื่นล้านบาท⁴ จนกระทั่งในปี 2558 รัฐบาลได้มีการยกเลิกแบบฟอร์มการบริจาค และสร้างระบบการยื่นขอคืนภาษีแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One-Stop Service)⁵ ซึ่งช่วยคำนวณภาษีและเพดานเงินบริจาคที่ลดหย่อนได้ มีระบบติดตามของสมมนาคุณและอำนวยความสะดวกในการคืนภาษี⁶ รวมทั้งเพิ่มเพดานลดหย่อนภาษีจากเดิมร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 20 ทำให้มียอดบริจาคเพิ่มขึ้น แต่ปัญหาที่ตามมาคือ ท้องถิ่นแข่งขันดึงดูดเงินบริจาคด้วยของสมมนาคุณราคาสูง ซึ่งอาจไม่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น อาทิ ผู้ที่บริจาคเงินมากกว่า 8 ล้านบาทจะได้รับเปียโนแกรนด์เป็นของที่ระลึก⁷ หรือกรณีที่ผู้บริจาคมำคูปองที่ได้รับเป็นของตอบแทนไปประมูลต่อบนเว็บไซต์ออนไลน์จากปัญหาที่เกิดขึ้น ทำให้ในปี 2561 รัฐบาลได้กำหนดมูลค่าของสมมนาคุณไม่เกินร้อยละ 30 ของเงินบริจาค ทำให้เงินบริจาคในปี 2562 ลดลงเล็กน้อย

4 Anonymous. (2021, Sep). Japanese Hometown Tax System Sees Record Breaking Donations in 2020, <https://www.nippon.com/en/japan-data/h01108>.

5 ระบบการยื่นขอคืนภาษีแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว (One-Stop Service) <https://www.furusato-tax.jp/> ของ TRUST BANK, Inc.

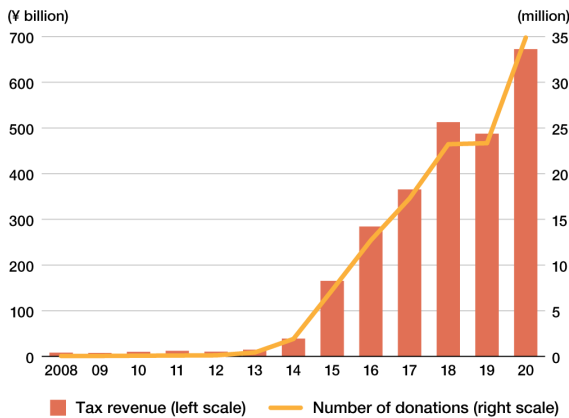
6 พิฑูร ชมสุข, เพชรลักษณ์ บุญญาคุณากร และ จิรวัดณ์ ภูงาม. (2564). ลดความเหลื่อมล้ำบ้านเกิดด้วย Hometown Tax. Regional Letter แบ่งปันความรู้สู่ภูมิภาค ฉบับที่ 9/2564.

7 Brasor, P., & Tsubuku, M. (2018, Dec). Abuse is the Norm for Japan's Hometown Tax Donation System, <https://www.japantimes.co.jp/news/2018/12/07/business/abuse-norm-japans-hometown-tax-donation-system>.

ข้อมูลล่าสุดของกระทรวงกิจการภายในและการสื่อสารได้รายงานว่าเป็นปีงบประมาณ 2563 ระบบHometown Tax สามารถจัดเก็บภาษีได้สูงถึง 6.72 แสนล้านเยน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าจำนวน 2.85 แสนล้านเยน หรือคิดเป็นร้อยละ 38.0 ต่อปี โดยมีจำนวนครั้งการบริจาคสูงที่สุดถึง 34.89 ล้านครั้ง รายละเอียดดังภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่าแม้ประเทศญี่ปุ่นจะเผชิญกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัส COVID-19 แต่รายได้จากภาษีและจำนวนครั้งการบริจาคกลับไม่ได้ลดลง โดยเมืองมียวาโกโนะโจ จังหวัดมียวาซากิ ซึ่งให้ของสมมนาคุณเป็นเนื้อหมูและเนื้อวัว จัดเก็บภาษีได้สูงสุดจำนวน 1.35 หมื่นล้านเยน ลำดับถัดไปคือเมือง 3 แห่งในจังหวัดฮอกไกโด ได้แก่ มงเบตสึ มุโระ และชิรานุกะ ที่จัดเก็บภาษีได้จำนวน 1.34 1.25 และ 0.97 หมื่นล้านเยน ตามลำดับ โดยทั้ง 3 เมืองส่วนใหญ่มอบอาหารทะเลเป็นการตอบแทนแก่ผู้บริจาค อย่างไรก็ตามเมื่อหักเงินลดหย่อนจากภาษีที่ได้รับจากประชาชนภายใต้ระบบ

Hometown Tax ในปี 2563 ทำให้คาดว่าจะรัฐบาลจะสูญเสียรายได้จากภาษีในปี 2564 จำนวน 4.31 แสนล้านบาท และมีผู้ได้รับการลดหย่อนประมาณ 4.3 ล้านคน รายละเอียดดังภาพที่ 2 โดยเมืองโยโกฮาม่า จังหวัดคานางาวะเป็นเมืองที่มีการหักลดหย่อนภาษีมากที่สุดจำนวน 1.77 หมื่นล้านบาท สะท้อนว่าผู้คนที่ย้ายถิ่นฐานจากบ้านเกิดของตนเองมาประกอบอาชีพในเมืองดังกล่าวมีอยู่เป็นจำนวนมาก

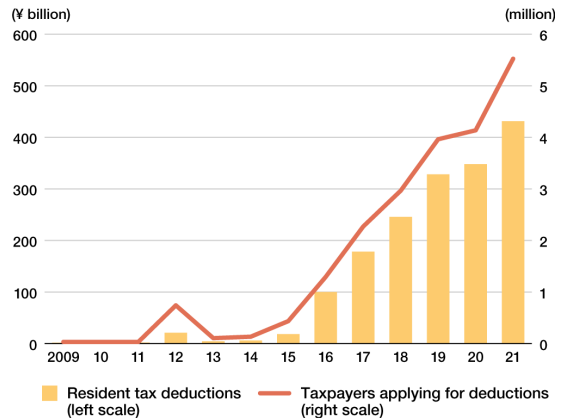
Rising Revenue and Donations



Created by Nippon.com based on data from the Ministry of Internal Affairs and Communications. nippon.com

ภาพที่ 1 : จำนวนภาษีภายใต้ระบบ Hometown Tax
ที่มา : <https://www.nippon.com/en/japan-data/h01108>
โดยนำข้อมูลมาจากกระทรวงกิจการภายในและการสื่อสาร

Furusato Nōzei Resident Tax Deductions



Created by Nippon.com based on data from Ministry of Internal Affairs and Communications. nippon.com

ภาพที่ 2 : จำนวนการลดหย่อนภายใต้ระบบ Hometown Tax
ที่มา : <https://www.nippon.com/en/japan-data/h01108>
โดยนำข้อมูลมาจากกระทรวงกิจการภายในและการสื่อสาร

ระบบ Hometown Tax ได้นำมาใช้ในการระดมทุนสาธารณะที่แตกต่างกันไปตามพื้นที่และวัตถุประสงค์ตัวอย่างเช่น เมืองซากาตะ จังหวัดยามากาตะ ประสบปัญหาที่สำคัญคือ ชาวประมงปลาหมึกพื้นที่เผชิญกับภัยคุกคามจากซีปนาวุธของประเทศเกาหลีเหนือ ซึ่งบุกรุกน่านน้ำของประเทศญี่ปุ่นอย่างผิดกฎหมาย ปัญหาดังกล่าวทำให้เดือนสิงหาคม 2560 เทศบาลเมืองซากาตะได้ดำเนินการระดมทุนสาธารณะภายใต้ระบบ Hometown Tax เพื่อช่วยเหลือชาวประมงพื้นที่ โดยมีเป้าหมายขอรับเงินบริจาคผ่านทางระบบออนไลน์ จำนวน 5.35 ล้านบาท แต่ภายหลังการระดมทุนสิ้นสุด ณ เดือนธันวาคม 2560 ก็มียอดบริจาคมากกว่า 10 ล้านบาท ทั้งนี้เงินระดมทุนดังกล่าวได้นำไปใช้ในการสร้างโรงอาบน้ำแก่ชาวประมงใกล้กับท่าเรือของเมืองซากาตะและชำระค่ารถเช่าของชาวประมงที่ใช้เดินทางจากที่พักอาศัยไปยังท่าเรือ⁸

8 Kezuka, H. (2017). CROWDFUNDING IN JAPAN: Expanding as the Popular Measure to Success and Support.[Degree Programme in Business Management, CENTRIA UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES]. <https://www.theseus.fi/handle/10024/139981>

ในขณะที่เมืองฮิโรโนะ จังหวัดฟูกูชิม่า ได้เคยเผชิญ วิกฤตขาดแคลนแพทย์ที่ดูแล ผู้ป่วยกว่า 100 คน หลังจาก ที่แพทย์ประจำเพียงคนเดียว ของโรงพยาบาลทานานาโอะ ได้เสียชีวิตลงในเดือนธันวาคม 2559⁹ และโรงพยาบาล ใกล้เคียงจำนวน 5 แห่งได้ ปิดตัวลงเนื่องจากแผ่นดินไหว ครั้งใหญ่ทางตะวันออกของ ญี่ปุ่น ภัยพิบัติจากสึนามิและ นิวเคลียร์ ดังนั้น เมืองฮิโรโนะ จึงได้ออกแคมเปญการระดมทุน สาธารณะผ่านแพลตฟอร์ม ReadyFor จำนวน 2.5 ล้านเยน เพื่อรองรับเป็นค่าเดินทางและ ค่าที่พักให้กับแพทย์อาสาสมัคร ดูแลผู้ป่วย โดยปลายเดือน มีนาคม 2560 มียอดบริจาค สูงถึง 3 ล้านเยน และมีแพทย์ อาสาสมัครเข้าร่วมโครงการ กว่า 30 คน ทั้งประเทศ ทั้งนี้ เงินบริจาคขั้นต่ำคือจำนวน 3,000 เยน และสามารถนำไป ลดหย่อนภาษีต่อไปได้



นอกจากนี้ ระบบ Hometown Tax ยังได้นำมาใช้ในการระดมทุน สาธารณะด้านศิลปะอีกด้วย โดยพิพิธภัณฑ์ Eisei Bunko ในกรุงโตเกียว ซึ่งจัดแสดงเอกสารสำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุและงานจิตรกรรม ของตระกูล Hosokawa โดยเฉพาะ จิตรกรรมญี่ปุ่นสมัยใหม่ของประเทศอย่าง Black Cat ของ Shunso Hishida ซึ่งเป็นจิตรกรที่มีชื่อเสียงญี่ปุ่นสมัยเมจิ ทั้งนี้ ผลงานจิตรกรรมบางส่วนมีความทรุดโทรม ประกอบกับการแพร่ ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา-19 ได้ส่งผลให้รายได้จาก การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ลดลง ในเดือนกรกฎาคม 2563 ทางพิพิธภัณฑ์จึงได้มีแนวคิดที่จะระดมทุนสาธารณะเพื่อฟื้นฟู ผลงานดังกล่าว โดยมีเป้าหมายการระดมทุนจำนวน 10 ล้านเยน และภายหลังสิ้นสุดโครงการก็สามารถระดมทุนได้ 14.75 ล้านเยน ทั้งนี้ ผู้บริจาคเงินเพื่อระดมทุนจะได้รับสิ่งจูงใจเป็นผลตอบแทน ในรูปแบบของการเข้าฟังบรรยายออนไลน์โดยภัณฑารักษ์ของ พิพิธภัณฑ์และกระเป๋าที่ระลึก¹⁰

10 Shimbun, Y. (2022, Jan). Crowdfunding, Hometown Tax Payments Help Repair Japan's Cultural Properties, <https://the-japan-news.com/news/article/0008117652>

9 Mainichi. (2017, Jan). Crowdfunding for Fukushima Hospital with No Full-time Doctors A Huge Hit, <https://mainichi.jp/english/articles/20170111/p2a/00m/0na/008000c>

เปิดโลก InsurTech...

ธุรกิจประกันภัยในยุคดิจิทัล

บทความโดย

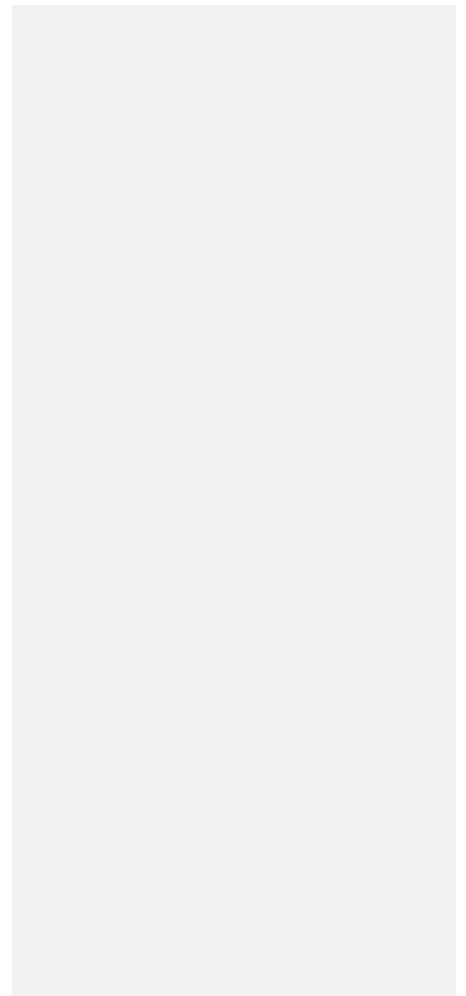
สัณห์ณัฐ เศรษฐศาสตร์กิตติ

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



บทนำ

ในปัจจุบันนี้ ธุรกิจประกันภัยได้ก้าวเข้าสู่ยุค Digital Transformation และผู้ประกอบการเริ่มนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินธุรกิจมากขึ้น ทำให้เป็นประโยชน์และสะดวกต่อการเข้าถึงของลูกค้า ทั้งในด้านการเลือกซื้อบริการประกันภัย การพิจารณารับประกันภัย การแจ้งเคลม และการคืนเบี้ยประกัน ซึ่งในช่วงที่ผ่านมา เราจึงเริ่มได้ยินคำว่า “InsurTech” กันมากขึ้น คำว่า “InsurTech” เป็นการนำประกันภัย (insurance) และเทคโนโลยี (technology) มาประกอบกันรวมแล้วมีความหมายว่า การใช้เทคโนโลยีมาพัฒนาธุรกิจประกันภัย ซึ่ง InsurTech เป็นหนึ่งในรูปแบบของ FinTech (Financial Technology) โดยในต่างประเทศมีการทำประกันภัยในรูปแบบของ InsurTech มาระยะหนึ่งแล้ว ขณะที่ในประเทศไทยยังอยู่ในช่วงเริ่มพัฒนา หลายบริษัทประกันได้เริ่มนำเทคโนโลยีมาใช้มากขึ้น เพื่อตอบสนองต่อความต้องการและอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า



การใช้ InsurTech ในต่างประเทศ

ธุรกิจประกันภัยในต่างประเทศ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในวงการทำงานในรูปแบบของ InsurTech อย่างแพร่หลาย เริ่มตั้งแต่การเลือกซื้อประกันภัยตามความต้องการ การรับชำระเบี้ยประกัน อิเล็กทรอนิกส์ การพิจารณารับประกันจากบริษัท การแจ้งเคลม และการคืนเบี้ยประกันแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ผู้เขียนได้รวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจประกันภัยในรูปแบบ InsurTech ซึ่งดังที่ทุกมุมโลกไว้ ดังนี้

บริษัท/Startup	ประเทศ	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
Trov	อังกฤษ	สร้างแอปพลิเคชันบนมือถือให้ลูกค้าสามารถซื้อประกันคุ้มครองทรัพย์สินของคุณเป็นรายชิ้น และเลือกเปิด-ปิดความคุ้มครองเอง โดยลูกค้าสามารถปรับแต่งกรมธรรม์ตามต้องการ
Cuvva	อังกฤษ	ออกแบบโปรแกรมคุ้มครองเกี่ยวกับรถยนต์ระยะสั้นผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือโดยลูกค้าสามารถเลือกการคุ้มครองตามระยะเวลาที่ยอมรับมาใช้งาน แม้จะเป็นเวลาสั้นเพียงหลัก ชั่วโมงก็เลือกประกันเพื่อคุ้มครองได้ โดยเบี้ยประกันที่ลูกค้าต้องจ่าย จะคำนวณตามระยะเวลาการใช้งานจริง ซึ่งต่างกับรูปแบบปกติ ที่ต้องจ่ายเป็นก้อน และไม่สามารถเลือกระยะเวลาการคุ้มครองเป็นช่วงสั้น ๆ ได้
Lemonade	สหรัฐอเมริกา	นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) มาใช้ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลของลูกค้าและเสนอราคาค่าเบี้ยประกัน รวมถึงการจ่ายเงินเคลมประกันของลูกค้า อีกทั้ง สร้างแอปพลิเคชันบนมือถือที่มี ChatBot คอยช่วยเหลือลูกค้าอยู่ตลอด 24 ชั่วโมง ทั้งนี้ ประกันที่ให้บริการในปัจจุบันคือ ประกันภัยอสังหาริมทรัพย์ เช่น บ้านและคอนโดมิเนียม ซึ่งเป็นกรณีที่มีของหายหรือสิ่งของในที่พักอาศัยเกิดการชำรุด และประกันภัยสำหรับสัตว์เลี้ยง
Slice	สหรัฐอเมริกา	สร้างแพลตฟอร์มออนไลน์แสดงผลผลิตภัณฑ์ประกันภัยแบบออนดีมานด์ (on-demand) ที่ให้ลูกค้าเลือกซื้อความคุ้มครองตามสถานการณ์ เช่น ผู้ประกอบธุรกิจเข้าบ้านสามารถซื้อกรมธรรม์ที่คุ้มครองความเสียหายภายในที่พักอาศัยเป็นรายวันได้ เมื่อมีการให้บริการเข้าบ้านแก่ลูกค้า
Zhong An	จีน	มีการใช้ระบบ Big Data ในการออกแบบกรมธรรม์ให้เหมาะกับความต้องการของลูกค้า อาทิ ประกันภัยอุบัติเหตุการเดินทางระหว่างประเทศ ประกันภัยการคลอดบุตร และประกันภัยชีวิต ในวันหยุด ทั้งนี้ ลูกค้าสามารถชำระเบี้ยประกันผ่านระบบออนไลน์ได้ นอกจากนี้ มีประกันบางประเภทจะต้องซื้อผ่านแอปพลิเคชันได้เท่านั้น เช่น ประกันภัยรูปแบบ Bububao จะซื้อได้เมื่อดาวน์โหลด XiaoMi Step Tracking Application ซึ่งมีจุดเด่นคือผู้ใช้บริการสามารถเปลี่ยนจำนวนก้าวเดินมาเป็นเงินเพื่อใช้ชำระค่าเบี้ยประกัน อีกทั้ง ยังออกแบบแพลตฟอร์มการขอรับเบี้ยประกันภัย แพลตฟอร์มการเรียกร้องสินไหมทดแทน และสามารถคาดการณ์ความต้องการของตลาด รวมถึงการบริหารความเสี่ยงได้แบบอัตโนมัติ ทำให้ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูล เลือกซื้อ และใช้บริการอื่น ๆ ได้บนโทรศัพท์มือถือ

การใช้ InsurTech ในประเทศไทย

การดำเนินธุรกิจประกันภัยในรูปแบบ InsurTech ของประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น หลายบริษัทเริ่มตื่นตัวมากขึ้นในการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี เพื่อพัฒนารูปแบบของการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในช่วงการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ซึ่งผู้เขียนได้รวบรวมรายละเอียดเกี่ยวกับธุรกิจประกันภัยในรูปแบบ InsurTech ในประเทศไทย ไว้ดังนี้

บริษัท/Startup	ลักษณะการดำเนินธุรกิจ
KBTG ร่วมกับ เมืองไทยประกันภัย (MTC)	พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยนำเทคโนโลยี AI เข้ามาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพระบบตรวจสอบสภาพรถยนต์ ก่อนทำประกันภัยแบบ Self Service โดย AI จะทำการประมวลผลจากรูป ถ้าพบความเสียหายของตัวถังรถ ระบบจะทำเครื่องหมายให้อัตโนมัติ ก่อนจะส่งไปยังหน้าจอของทีมตรวจสอบสภาพรถยนต์เพื่อทำการยืนยันอีกครั้งหนึ่ง กระบวนการทั้งหมดใช้เวลาเพียงไม่กี่นาที ผ่านระบบออนไลน์ที่ใช้งานง่ายได้ตลอด 24 ชั่วโมง
เมืองไทยประกันชีวิต (MTL) ร่วมกับ ZA Tech ของจีน	พัฒนาประกันดิจิทัลเต็มรูปแบบ พร้อมทั้งทำประกันให้เข้าถึงได้ง่ายขึ้น ยึดหยุ่นตามความต้องการของลูกค้า โดยเริ่มนำร่องผลิตภัณฑ์ตัวแรกคือ ประกันวัคซีนโควิด โดยมีแพลตฟอร์มช่วยให้ลูกค้าเข้าถึงการซื้อได้ง่าย และออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้ความยืดหยุ่นกับลูกค้าในการเลือกความคุ้มครอง จากผลข้างเคียงของวัคซีนได้ด้วยตนเองและเป็นราคาที่ลูกค้าสามารถจ่ายได้
ไทยประกันภัย (TIC)	ได้ก่อตั้ง TIC Lab เพื่อศึกษาและพัฒนานวัตกรรมด้านประกันภัยรูปแบบใหม่ อาทิ <ul style="list-style-type: none">• พืช้างออนไลน์ (PChang Online) ระบบขายประกันออนไลน์บนคอมพิวเตอร์และมือถือที่ลูกค้าสามารถรับกรมธรรม์อิเล็กทรอนิกส์ได้• การนำ Machine Learning มาปรับใช้บนเว็บไซต์ Thaiins.com เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและการใช้งานของลูกค้ามากขึ้น• พัฒนาแอปพลิเคชันมือถือชื่อ "TIC The Surveyor" ในการเคลมประกันรถยนต์ได้บนมือถือ• พัฒนา Agent Platform เพื่อช่วยให้ตัวแทนสามารถการคำนวณเบี้ยประกัน เคลม และให้บริการหลังการขายได้ดีขึ้น• พัฒนา Open API เพื่อร่นระยะเวลาในการเชื่อมต่อกับคู่ค้าให้สั้นลง
ประกันภัยไทยวิวัฒน์	พัฒนาระบบเปิด-ปิดประกันรถยนต์อัจฉริยะ "TVI Connect" โดยอาศัยเทคโนโลยี IoT โดย TVI Connect สามารถทำงานเปิดปิดประกันได้โดยทันทีเมื่อมีการสตาร์ทและดับเครื่องยนต์ของรถที่ทำประกันไว้ โดยลูกค้าสามารถตรวจสอบสถานการณ์ใช้งานจากแอปพลิเคชัน Thaivivat Motor โดยจะมีการส่ง Notification แจ้งเตือนทุกครั้งที่มีการเปิดและปิดประกัน อีกทั้ง พัฒนาแอปพลิเคชันในการจัดการเรื่องประกันรถ (End-to-End Solution) เพื่อให้การดูแลผู้เอาประกันอย่างครอบคลุม
ทิพยประกันภัย	พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อคืนเบี้ยประกันภัยโควิด-19 ให้ลูกค้าในรูปแบบเงินดิจิทัลหรือเรียกว่า TIP Coin โดยลูกค้าจะได้รับ TIP Coin มูลค่าเท่ากับเบี้ยประกันภัยที่จ่ายไป เช่น ถ้าจ่ายเบี้ยไป 500 บาท จะได้รับ TIP Coin มูลค่า 500 เช่นกัน อีกทั้ง สร้างนวัตกรรมประกันภัยรถยนต์รูปแบบใหม่ "iON GO Ultimate Safe Drive by TIP" ขับปลอดภัย ให้เงินคืนตลอดปี โดยลูกค้าที่ซื้อประกันภัยรถยนต์ภาคสมัครใจผ่านแอปฯ iON GO และมีพฤติกรรมขับขี่ปลอดภัย ไม่มีเคลม
เมืองไทยประกันชีวิต	พัฒนาแอปพลิเคชันที่ชื่อ "MuangThai Claim Di" เพื่อให้ลูกค้าได้เคลมประกันรถด้วยตนเอง โดยลูกค้าสามารถแจ้งอุบัติเหตุหรือแจ้งรถเสียฉุกเฉินได้ทันที รวมถึงแจ้งตรวจสอบสภาพรถได้บนแอปพลิเคชันดังกล่าว

นโยบายส่งเสริม การใช้ InsurTech ในประเทศไทย

ในปัจจุบัน ภาครัฐมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ภาคธุรกิจนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินกิจการ ซึ่ง InsurTech เป็นสิ่งใหม่ที่กำลังได้รับความสนใจของวงการประกันภัยและภาครัฐกำลังเดินหน้าผลักดันการส่งเสริมอย่างจริงจัง ทั้งนี้ ผู้เขียนได้รวบรวมแผนยุทธศาสตร์และทิศทางการดำเนินนโยบายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริม InsurTech สรุปได้ดังนี้

1. แผนพัฒนาการประกันภัยฉบับที่ 4 (พ.ศ.2564–2568)

สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) ได้จัดทำแผนพัฒนาการประกันภัยฉบับที่ 4 (พ.ศ.2564–2568) เพื่อส่งเสริมให้ระบบประกันภัยไทย มีความมั่นคง ยั่งยืน และแข่งขันได้ในเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี ภาครัฐ ภาคเอกชนและประชาชนเข้าถึง การประกันภัย และใช้ประโยชน์ในการรองรับความเสี่ยง โดยแผนยุทธศาสตร์ที่ 1 ประเด็นเรื่องการพัฒนาและส่งเสริมให้ธุรกิจประกันภัยปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมใหม่ พบว่า มีมาตรการที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการดำเนินธุรกิจประกันภัยในรูปแบบ InsurTech อาทิ



มาตรการ	การดำเนินกิจกรรมสำคัญ
มาตรการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Insurtech Hub และ Capacity Center	<ul style="list-style-type: none"> ขยายบทบาทของ Center of InsurTech (CIT) ให้เป็น One Stop Service ด้านการประกันภัย เพื่อเป็นที่ปรึกษาให้คำแนะนำให้แก่บริษัทประกันภัย และ Startup ในทุกมิติ (Capacity Center) รวมถึงส่งเสริมและสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นผู้นำด้านเทคโนโลยีการประกันภัย เพื่อมุ่งสู่การเป็น InsurTech Hub ปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อรองรับกิจการ InsurTech และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากบริษัทประกันภัยได้มากขึ้น สนับสนุนให้ Startup สามารถเข้าสู่ตลาดประกันภัยได้เร็วขึ้น เพื่อส่งเสริมให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมและรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ๆ เช่น การสร้างโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลเพื่อเปิดโอกาสให้ Startup ใช้บริการได้ง่ายและลดค่าใช้จ่ายในการลงทุน เป็นต้น
มาตรการสนับสนุนให้ภาคธุรกิจมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจและปรับตัวให้เป็นดิจิทัลมากขึ้น	<ul style="list-style-type: none"> ศึกษาและปรับปรุงหลักเกณฑ์ที่เหมาะสมในการทดสอบนวัตกรรมการประกันภัยใน Regulatory Sandbox รวมถึงการเปิดโอกาสให้บริษัทสามารถทดสอบนวัตกรรมใน Sandbox ของตนเอง (Own Sandbox) เพื่อให้เกิดความยืดหยุ่นและคล่องตัวในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในธุรกิจประกันภัย สนับสนุนให้บริษัทสามารถใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนารูปแบบการดำเนินธุรกิจและการให้บริการ ประชาชนที่จะช่วยลดต้นทุนค่าใช้จ่าย รวมถึงลดกระบวนการทำงานของบริษัท สนับสนุนให้บริษัทมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมใหม่ และ พฤติกรรมผู้บริโภค รวมถึงศึกษาแนวทางและความเหมาะสมในการเปิดโอกาสให้ Virtual Insurer เข้ามาในตลาด ส่งเสริมให้บริษัทมีการปรับกระบวนการดำเนินธุรกิจให้เป็นระบบอัตโนมัติมากยิ่งขึ้นตั้งแต่ต้นจนจบ เช่น การใช้เทคโนโลยี Blockchain ในกระบวนการเก็บข้อมูลการเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน และการใช้ AI ในการกระบวนการทำงาน เป็นต้น เพื่อช่วยลด ค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการดำเนินงาน

2. ทิศทางการดำเนินงานปี 2565

คปภ. ได้กำหนดทิศทางการดำเนินงานปี 2565 โดยมุ่งเน้นการส่งเสริมการสู่ “Digital Insurance” เพื่อเอื้ออำนวยให้ธุรกิจประกันภัยสามารถพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ได้อย่างเต็มรูปแบบด้วย 5 มิติหลัก ประกอบด้วย

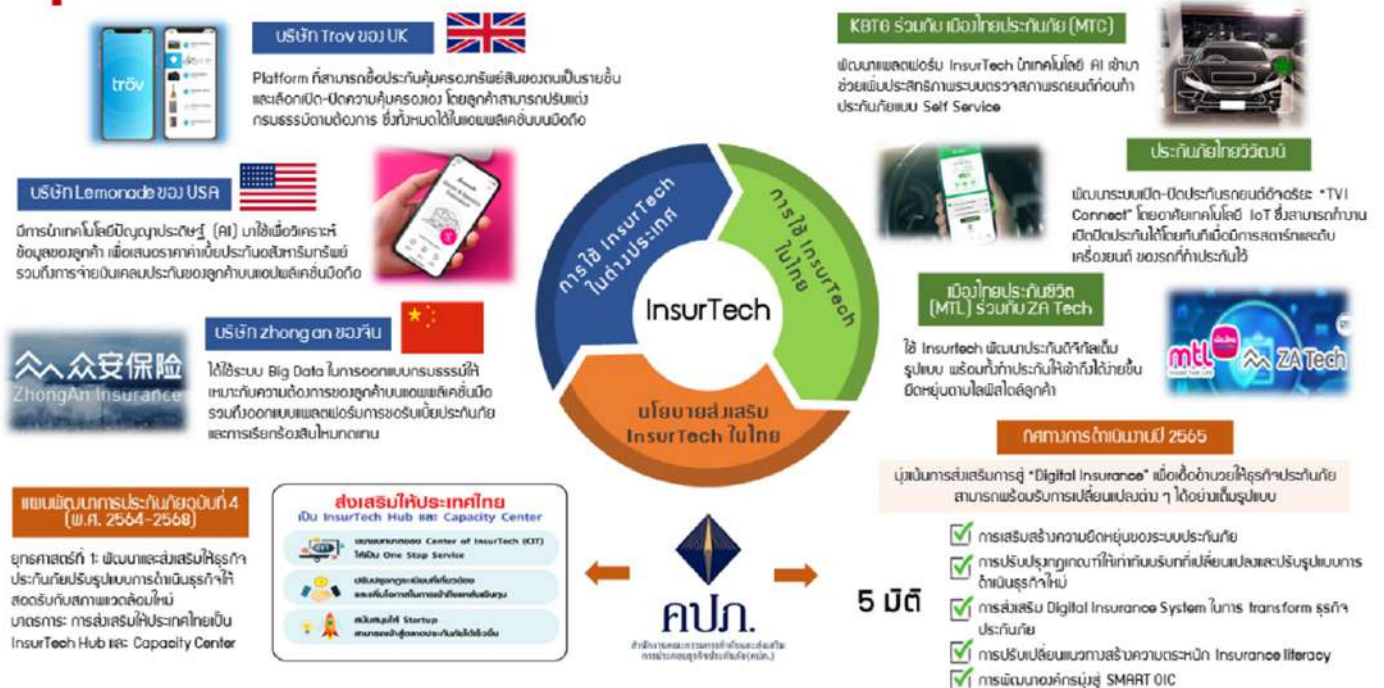
- 1) การเสริมสร้างความทนทานยืดหยุ่นและเสถียรภาพของระบบประกันภัย
- 2) การปรับปรุงกฎเกณฑ์และมาตรการให้เท่าทันบริบทที่เปลี่ยนแปลงและปรับรูปแบบการดำเนินธุรกิจใหม่ โดยการปรับกรอบการกำกับดูแล พัฒนากล้องข้อมูล และเครื่องมือใหม่ รวมทั้งนำเทคโนโลยีมาใช้ในการกำกับดูแลธุรกิจ
- 3) การส่งเสริม Digital Insurance System ในการ transform ธุรกิจประกันภัย โดย คปภ. จะเป็น Facilitator สนับสนุนให้ธุรกิจและผู้ประกอบการสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้บริการ เข้าถึงและพัฒนาผลิตภัณฑ์และการบริการที่ตรงความต้องการของลูกค้าได้มากขึ้น พร้อมกันนำมาใช้ในกระบวนการดำเนินธุรกิจ end-to-end process

- 4) การปรับเปลี่ยนแนวทางการเข้าถึงและสร้างความตระหนัก Insurance literacy ที่มุ่งเน้นประชาชนและภาคธุรกิจ และยกระดับมาตรฐานและบทบาทคนกลางประกันภัย รวมถึงการปรับเปลี่ยนทัศนคติของประชาชนเกี่ยวกับการบริหารความเสี่ยง โดยจะปรับเปลี่ยนวิธีการ ช่องทาง และพัฒนาเครื่องมือใหม่ๆ
- 5) การพัฒนาองค์กรมุ่งสู่ SMART OIC เพื่อการ transform องค์กรสู่ Digital regulators ในทุกมิติ

บทสรุป

ธุรกิจประกันภัยในต่างประเทศ มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการรูปแบบของ InsurTech มานานหลายปีแล้ว ขณะที่ธุรกิจประกันภัยของไทย กำลังอยู่ในช่วงการเปลี่ยนแปลงไปสู่ Tech Insurance ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทั้งในด้านการเงิน ช่องทางการทำธุรกิจ และกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่างๆ เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การพัฒนา InsurTech ของภาคธุรกิจได้อย่างเต็มกำลัง ในขณะที่เดียวกัน ภาคประชาชน จำเป็นต้องมีทักษะความเข้าใจและใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital literacy) เพื่อที่จะสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์และบริการ InsurTech ของธุรกิจประกันภัย ซึ่งทั้งหมดจะอยู่บนแอปพลิเคชันและแพลตฟอร์มดิจิทัล ฉะนั้น ภาครัฐควรดำเนินนโยบายการส่งเสริมการใช้ InsurTech และการมี Digital literacy ของประชาชนควบคู่กันไปด้วย

การใช้ประโยชน์และนโยบายส่งเสริม InsurTech :



การประยุกต์ใช้แนวคิด BCG ในการดำเนินธุรกิจ เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

บทความโดย

คงขวัญ ศิลา

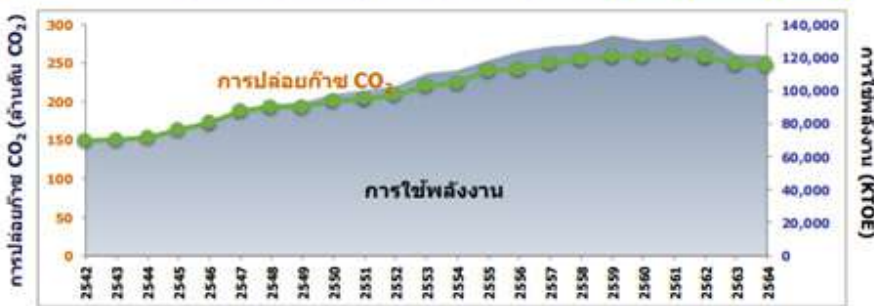
บุณฑริกา ชลพิทักษ์วงศ์

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



ประเด็นเรื่องวิกฤตสิ่งแวดล้อมในปัจจุบันนั้นไม่ใช่ภัยเงียบอีกต่อไป จากรายงานสถานการณ์การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากภาคพลังงานปี 2564 ได้กล่าวถึงการใช้ทรัพยากรและการผลิตพลังงานที่ใช้แล้วหมดไปอย่างน้ำมัน ถ่านหิน ก๊าซธรรมชาติ และเชื้อเพลิงฟอสซิล เป็นผลให้เกิดมลพิษทางอากาศ โดยเฉพาะในพื้นที่หรือจังหวัดที่มีคนอาศัยอยู่หนาแน่น ความต้องการใช้พลังงานก็ยิ่งเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ต้องมีการผลิตพลังงานจำนวนมากอย่างรวดเร็ว ก่อให้เกิดก๊าซเรือนกระจก ส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อน และจากการที่อุณหภูมิโลกสูงขึ้นก็จะมีผลกระทบต่อเนื่องก็คือภัยธรรมชาติต่างๆ ทั้งนี้สถานการณ์การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) ของประเทศไทยจากการใช้พลังงานในปี 2564 อยู่ที่ 246.9 ล้านตัน (ภาพที่ 1) ซึ่งลดลงเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.6 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเป็นการลดลงของภาคการผลิตไฟฟ้า ภาคขนส่ง และภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ซึ่งได้รับผลกระทบต่อการแพร่ระบาดของโควิด-19 และสอดคล้องกับการใช้พลังงานทดแทนที่เพิ่มมากขึ้นตามนโยบายส่งเสริมพลังงานทดแทนของรัฐบาล ในขณะที่ภาคอุตสาหกรรมปล่อยก๊าซ CO₂ จากการใช้พลังงานเพิ่มขึ้น ทำให้เรื่องพลังงานสะอาดหรือพลังงานทดแทนเป็นสิ่งใกล้ตัวที่เราทุกคนต้องร่วมมือกันในการพัฒนาและปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินชีวิต และปัจจุบันหลายประเทศเริ่มหันมาช่วยโลกให้มากขึ้นด้วยการใช้พลังงานทดแทนหรือพลังงานสะอาด ซึ่งเป็นพลังงานที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหรือเกิดมลภาวะที่เป็นพิษอย่างน้อยที่สุดในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การผลิต แปรรูป การนำไปใช้งาน จนถึงการจัดการของเสีย ซึ่งพลังงานสะอาดนั้นสามารถนำมาใช้ทดแทนพลังงานแบบเดิมได้อย่างไม่จำกัดและมีหลากหลายชนิดด้วยกัน ไม่ว่าจะเป็น พลังงานแสงอาทิตย์ พลังงานน้ำ พลังงานลม และพลังงานเชื้อเพลิงชีวมวล

	2560 (2017)	2561 (2018)	2562 (2019)	2563 (2020)	2564 (2021)	การเปลี่ยนแปลง (%)		
						2562	2563	2564
การใช้พลังงานของไทย (TTOE)	130,453	131,531	133,056	121,820	121,089	1.2	-8.4	-0.6
การปล่อยก๊าซ CO ₂ (ล้านตัน CO ₂)	258.5	263.4	257.4	248.5	246.9	-2.3	-3.5	-0.6



ภาพที่ 1 : การปล่อยก๊าซ CO₂ และการใช้พลังงานของไทย
ที่มา : รายงานสถานการณ์การปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์จากภาคพลังงานรายปี 2564, สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน

บทความนี้จะพาผู้อ่านไปติดตามความเป็นมาและทำความเข้าใจเกี่ยวกับธุรกิจพลังงานทดแทนและพลังงานสะอาด ซึ่งปัจจุบันหลายประเทศต่างให้ความสำคัญ ทั้งนี้ คำนิยามของ BCG (Bio-Circular-Green Economy) หรือ เศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว ตามที่สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) นิยามไว้ คือ การเป็นโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่

ยั่งยืน โดยนำแนวคิดทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปยกระดับความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้กับ 4 อุตสาหกรรมเป้าหมาย (S-curves) ได้แก่ อุตสาหกรรมเกษตร และอาหาร อุตสาหกรรมพลังงานและวัสดุ อุตสาหกรรมสุขภาพ และการแพทย์ และอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ โดยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมจะเข้าไปช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพให้กับผู้ผลิตที่เป็นฐานการผลิตเดิม ทั้งยังสนับสนุน การพัฒนานวัตกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจหมุนเวียน คือ สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิด ของเสียน้อยที่สุด (Eco-design & Zero-Waste) ส่งเสริมการใช้ซ้ำ (Reuse, Refurbish, Sharing) และให้ความสำคัญกับการจัดการของ เสียจากการผลิตและบริโภค ด้วยการนำวัสดุที่ผ่านการผลิตและ บริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพเพื่อกลับมาใช้ใหม่ (Recycle, Upcycle) ซึ่งต่างจากระบบเศรษฐกิจแบบดั้งเดิมที่เน้น การใช้ทรัพยากร การผลิต และการสร้างของเสีย (Linear Economy) เพื่อทำความเข้าใจในรายละเอียดของการประยุกต์ใช้แนวคิด BCG ในการดำเนินธุรกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยเฉพาะสถานะและ การดำเนินงานของธุรกิจเกี่ยวกับพลังงานทดแทนในเชิงลึกมากขึ้น สำนักนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง และ วารสารการเงินการคลัง ได้รับเกียรติในการสัมภาษณ์ คุณสมโภชน์ อานุทัย ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน) (Energy Absolute : EA) เกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แนวคิด BCG ในการดำเนินธุรกิจเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน เมื่อวันที่ 4 เมษายน 2565 ที่ผ่านมา โดยมีสาระสำคัญ ดังนี้



คุณสมโภชน์ อานุทัย
ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร
บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน)

1. ความเป็นมาของบริษัท พลังงานบริสุทธิ์

บริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน) (Energy Absolute : EA) ก่อตั้งขึ้นมาเมื่อปี 2549 ในชื่อเดิมคือ บจก. ชันเทค ปาล์มออยล์ ต่อมาในปี 2551 ได้จดทะเบียนแปรสภาพเป็น บริษัทมหาชน และเปลี่ยนชื่อ เป็นบริษัท พลังงานบริสุทธิ์ จำกัด (มหาชน) เริ่มต้นจากเข้ามาดำเนินธุรกิจไบโอดีเซล เนื่องจากในช่วงเวลานั้น รัฐบาล สนับสนุนให้มีการนำน้ำมัน ไบโอดีเซลเข้ามาผสมกับน้ำมัน ดีเซล บริษัท EA นับเป็น บริษัท แรกๆ ที่เริ่มเข้ามาดำเนินการ ในธุรกิจนี้ ปัจจุบันบริษัทมีกำลัง การผลิต อยู่ที่ ประมาณ



800,000 ลิตรต่อวัน ลูกค้าหลักๆ คือ บริษัท ปตท. เซลล์ และเซฟรอน คอร์ปอเรชั่น หลังจากเริ่มดำเนินการมา 4-5 ปี บริษัท EA ได้ขยายไปทำธุรกิจพลังงานสะอาด เช่น พลังงานโซลาร์ ซึ่งในสมัยก่อนพลังงานโซลาร์ยังไม่ได้รับความนิยมและหลายคนมองว่าต้นทุนสูง แต่ บริษัท EA มองเห็นโอกาสจึงเข้าไปเริ่มทำธุรกิจพลังงานโซลาร์ ปัจจุบัน บริษัท EA มีกำลังการผลิตอยู่ที่ 278 เมกะวัตต์ มีโครงการอยู่ 4 แห่ง ได้แก่ นครสวรรค์ ลพบุรี ลำปาง และพิษณุโลก หลังจากเริ่มดำเนินการธุรกิจโซลาร์ได้ขยายมาทำโรงไฟฟ้าพลังงานลมในภาคอีสานและภาคใต้ ได้แก่ จังหวัดชัยภูมิใน 5 โครงการ จังหวัดสงขลา และจังหวัดนครศรีธรรมราช อีก 3 โครงการ พลังงานการผลิตรวมกัน 386 เมกะวัตต์

อย่างไรก็ตาม บริษัท EA ทราบดีว่าพลังงานสะอาดที่เป็นพลังงานทดแทนมีความไม่เสถียร จึงเริ่มมีการศึกษาเรื่องแบตเตอรี่มา เป็นระยะเวลากว่า 10 ปี และเมื่อ 6 ปีที่แล้ว บริษัท EA ได้เข้าไปร่วมลงทุนกับบริษัท อมิตา เทคโนโลยี จำกัด ของประเทศ

ไต้หวัน เพื่อให้ได้มาซึ่งเทคโนโลยีสำหรับการดำเนินการโรงงานผลิตแบตเตอรี่ลิเทียมไอออน และระบบกักเก็บพลังงานแบบครบวงจรที่ทันสมัยและมีกำลังการผลิตขนาดใหญ่ที่สุดในระดับโลก ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้ประเทศไทยขึ้นแท่นเป็นแหล่งผลิตยานยนต์ไฟฟ้าและอุตสาหกรรมกักเก็บพลังงานไฟฟ้าในระดับภูมิภาค มีกำลังการผลิตอยู่ที่ 1 จิกะวัตต์ชั่วโมงต่อปี พอมีการดำเนินการเรื่องแบตเตอรี่ EA จึงได้ลงไปทำแอปพลิเคชัน เรื่อง EV เกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้า

2. แนวโน้มของโลก มุ่งในเรื่องพลังงานสะอาดและพลังงานทางเลือก

แนวโน้มในปัจจุบันของหลายประเทศจะเห็นได้ว่ามุ่งเน้นไปทางพลังงานสะอาด โดยประเทศต่างๆ ทั่วโลกเริ่มออกมามีข้อตกลงร่วมกันที่จะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของแต่ละประเทศลง ประเทศไทยเองก็มีเป้าหมาย Carbon Neutral ในปี 2050 และ Net Zero Emission ในปี 2065 เพราะฉะนั้นต้องเริ่มลดการดำเนินกิจกรรมที่จะมีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง ประเทศไทยเป็นประเทศที่พึ่งพาพลังงานฟอสซิลมากถึง 60-70% ส่งผลทำให้ประเทศไทยเสียเปรียบในการส่งออกเพราะโดนเก็บภาษีปลายทาง เห็นได้ว่าในปัจจุบันโลกเริ่มบีบให้เราต้องมาใช้พลังงานสะอาดกันมากขึ้น คำถามคือ ประเทศไทยจะไปสู่พลังงานสะอาดได้อย่างไร โดยประเทศไทยเรามีแสงแดดที่เพียงพอ มีลมบ้างเป็นจุด แต่สัดส่วนของการใช้พลังงาน (Energy Mix) ของไทยต้องมีการปรับเปลี่ยนอย่างมาก และในปัจจุบันมองว่านโยบายของภาครัฐก็ยังไม่ชัดเจน



3. ข้อเสนอแนะที่จะเป็น quick win ของประเทศไทย เพื่อให้เศรษฐกิจไทยสามารถกลับมา มีความสามารถทางการแข่งขัน ในการเป็นพลังงานทดแทนหรือพลังงานสะอาด

ส่วนใหญ่ทั่วโลกการเปลี่ยนแปลงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก จะเริ่มจากด้านการขนส่ง (transportation) เพราะเป็นภาคส่วนที่สามารถดำเนินการเปลี่ยนแปลงได้ค่อนข้างรวดเร็ว และมีจุดคุ้มทุนทางเศรษฐศาสตร์ค่อนข้างชัดเจน หลายประเทศจึงมุ่งมาเปลี่ยนแปลงทางด้านการขนส่งเป็นหลัก

สำหรับประเทศไทยเรื่องสัดส่วนการใช้พลังงาน (Energy Mix) อาจจะต้องมีการตั้งขอบเขตการทำงานที่ชัดเจนว่าเราจะเดินทางนี้อย่างไร มองว่าแนวโน้มหลักของไทยต้องไปทางพลังงานโซลาร์ (Solar Energy) เป็นหลัก ด้านพลังงานลม (Wind Energy) อาจจะทำดำเนินการได้บางส่วน สำหรับพลังงานไฮโดรเจน (Hydrogen Energy) ซึ่งจริงๆ ทรัพยากรไฮโดรเจนรอบๆ ประเทศไทยมีค่อนข้างเยอะ ถ้าสามารถดึงมาทดแทนพลังงานฟอสซิลได้ จะเป็นประโยชน์อย่างมาก ซึ่งปัจจุบันพลังงานฟอสซิลเช่น น้ำมัน และก๊าซธรรมชาติมีราคาแพงกว่าไฮโดรในระยะเวลา หากไทยสามารถปรับเปลี่ยน energy mix ตรงนี้ได้ก็จะทำให้สามารถบรรลุเป้าหมาย Carbon Neutral ในปี 2050 ได้ไม่ยาก

4. จุดเริ่มต้นของธุรกิจกำจัดขยะของ บริษัท EA

สมัยก่อนการฝังกลบคือวิธีการกำจัดขยะที่มีต้นทุนที่ถูกที่สุด แต่ด้วยปัจจุบันเรามีเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซที่ทำลายชั้นบรรยากาศ และการฝังกลบเป็นวิธีที่ทำให้เกิดก๊าซมีเทน ซึ่งก๊าซมีเทนทำลายชั้นบรรยากาศมากกว่าคาร์บอนไดออกไซด์ถึง 28 เท่า ถ้าเราเอาต้นทุนของการฝังกลบเข้ามาคิดจะเป็นสิ่งที่ยอมรับไม่ได้สำหรับยุคปัจจุบันที่พยายามดูแลสุขภาพบรรยากาศ เพราะจะทำให้เรามีภาระในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากขึ้น และวิธีที่ดีกว่าการฝังกลบคือการนำเอาขยะมาเผาด้วยอุณหภูมิที่สูง โดยต้องมีการรณรงค์อย่างจริงจังเพื่อปรับเปลี่ยนโมเดลจากการฝังกลบมาเป็นการเผา และ บริษัท EA มองว่านี่คือ

กระแสใหม่ ประกอบกับผู้บริโภคเข้าใจเทคโนโลยีนี้มากขึ้น บริษัท EA จึงเริ่มเข้าสู่ธุรกิจนี้ ด้านหนึ่งเป็นเรื่องของการลงทุน แต่อีกด้านหนึ่ง EA มองว่าเป็นเรื่องของการช่วยเหลือสังคมใน การที่จะช่วยให้สิ่งแวดล้อมดีขึ้น

5. ความสำเร็จของบริษัท EA ที่โดดเด่น

การดำเนินการของ EA มีเรื่องตื่นเต็นมาเป็นช่วงๆ เพราะสิ่งที่ดำเนินการมาตลอดเป็นพันธกิจ (Mission) ที่ค่อนข้างท้าทาย อย่างตอนที่เริ่มทำพลังงานโซลาร์ ในตอนนั้นโซลาร์ฟาร์มที่ใหญ่ที่สุดอยู่ที่ประเทศเยอรมันและมีกำลังการผลิตอยู่ที่ 20 เมกะวัตต์ และเรามีเป้าหมายที่จะทำอยู่ที่ 90 เมกะวัตต์ ซึ่งถือว่าใหญ่มาก เมื่อเทียบกับระดับโลก และบริษัท EA ดำเนินการในรูปแบบ Solar tracker เป็นการหันตามแสงอาทิตย์ ซึ่งมีขนาดใหญ่และท้าทาย อีกทั้งยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน หากย้อนกลับไปตอนทำไบโอดีเซล จิตวิญญาณของบริษัท EA คือการทำการวิจัยและพัฒนา (Research & Development: R&D) โดย EA

เป็นบริษัทที่ให้ความสำคัญกับการลงไปทำ R&D ในบริษัท ไม่เน้นการซื้อเทคโนโลยี เพราะมองว่าการที่บริษัทสามารถทำแบบนี้ได้จะเป็นการลดต้นทุนและทำให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงกว่าคู่แข่ง โดยตอนดำเนินโครงการโรงงานไบโอดีเซล คู่แข่งใช้เงินประมาณ 1,000 ล้านบาท ในการสร้างโรงงานที่มีขนาดเล็กกว่า ขณะที่บริษัท EA ใช้เพียง 200 ล้านบาท และสร้างโรงงานที่มีขนาดใหญ่กว่า และพิสูจน์แล้วว่าโรงงานสามารถดำเนินการมาได้กว่า 10 ปีอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ ตอนที่เริ่มดำเนินธุรกิจพลังงานลม บริษัท EA แตกต่างจากบริษัทคู่แข่งคือดำเนินการในรูปแบบโครงการลักษณะยาว (แบบเส้นก๋วยเตี๋ยว) ที่แรกทีภาคใต้ มีลักษณะยาวไปตามชายหาด ระยะทางประมาณ 70 กิโลเมตร โครงการนี้ก็เป็นอีกหนึ่งความท้าทาย เพราะการทำในลักษณะเป็นเส้นก๋วยเตี๋ยว ต้องมีการเจรจากับชาวบ้าน ค่อนข้างเยอะ และเจรจากับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) 5 - 6 แห่ง ประกอบกับตอนที่ดำเนินการ โครงการลักษณะเส้นก๋วยเตี๋ยว ทำให้การตั้งเสาแบบเดิมที่เป็นการใช้รถเครนแบบตีนตะขาบ (Crawler Crane) ใช้ไม่ได้ ต้องเปลี่ยนมาใช้แบบทาวเวอร์เครน (Tower Cranes) เป็นโครงการแรกในโลกที่ใช้ทาวเวอร์เครนในการสร้าง ซึ่งระยะเวลาในการสร้างไม่ช้าไปกว่าใช้เครนแบบตีนตะขาบ เป็นอีกหนึ่งความภาคภูมิใจของบริษัท และทุกครั้งที่ดำเนินธุรกิจ บริษัท EA จะมุ่งเน้นการนำนวัตกรรมเข้ามาดำเนินการ นอกจากนี้ เมื่อเริ่มตั้งโครงการพลังงานลมที่จังหวัดชัยภูมิ บริษัท EA ได้ใช้ทาวเวอร์เครนอีกแบบหนึ่ง เป็นฟรีสแตนดาร์ดสูง 170 เมตร ทำให้บริษัทภูมิใจที่มีบริษัทชั้นนำของโลกมาขอถ่ายทำสารคดี เพราะหลายประเทศไม่คิดว่าการดำเนินการในลักษณะนี้จะสามารถทำได้ ในต้นทุนและระยะเวลาแบบที่เราดำเนินการได้

ต่อมาเมื่อมีการดำเนินการเรื่องแบตเตอรี่ บริษัท EA ก็ยังเน้นการลงมือทำเอง โดยไม่ซื้อเทคโนโลยี จากการนำคนของบริษัทไปร่วมกันออกแบบโรงงาน ทำให้เราเข้าใจจริงๆ ว่าโรงงานแบตเตอรี่ที่ดีควรจะเป็นอย่างไร เมื่อเข้าใจอย่างลึกซึ้งแล้วจะสามารถปรับตัวในธุรกิจได้เป็นอย่างดี จุดสำคัญคือการลงมือทำจริง รู้จริง



มีความสามารถในการแข่งขัน จะทำให้บริษัทปรับตัวสำหรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว นี่คือจุดแข็งของ บริษัท EA

6. ในอนาคตจะมีแพลตฟอร์มการเชื่อมโยงอย่างครบวงจรของธุรกิจพลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) มากขึ้น

บริษัท EA พยายามเชื่อมโยงทุกภาคส่วนในธุรกิจเข้าด้วยกัน (Connecting Dots) เพื่อเป็นยุทธศาสตร์หลักของภาพรวมในบริษัท ด้วยความเชื่อว่าถ้าการทำของเป็นชิ้นๆ จะไม่สามารถ

ตอบโจทย์ในระยะยาวได้ ต้องพยายามเอาของแต่ละชิ้นมาต่อ และประกอบกันเพื่อให้เกิดเป็นแอปพลิเคชัน ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น และเชื่อว่าหากดำเนินการได้ บริษัทจะมีความสามารถในการแข่งขันที่ดีขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การทำแบตเตอรี่ หากพูดว่าต้องการนำแบตเตอรี่ไปใช้กับพลังงานทดแทน จะเห็นได้ว่าตอนนี้ราคาแบตเตอรี่ยังสูงอยู่ ซึ่งหากรอให้ราคาแบตเตอรี่ถูกลง โอกาสก็จะหายไป จึงเป็นที่มาว่าต้องมีการคิดว่าจะมีธุรกิจอะไรที่จะนำแบตเตอรี่ไปใช้ก่อนแล้วสามารถหยุด (Freeze) ในตอนนี้ แล้วเมื่อใช้ไปแล้วค่อยกลับมาทำพลังงานทดแทนใหม่ นั่นก็คือ รถยนต์เชิงพาณิชย์ ซึ่งบริษัท EA มองว่าหากเราจะสร้างแบตเตอรี่บริษัทควรลงไปทำรถยนต์ก่อน แต่การที่ลงไปทำรถยนต์จะกลับไปติดเรื่องการชาร์จแบตเตอรี่ให้เร็ว โดย บริษัท EA ลงไปศึกษาการพัฒนาการชาร์จไฟในแบตเตอรี่ได้เร็ว เกิด Ecosystem system ที่เรียกว่า ultra-fastcharging solution อันนี้ก็จะเป็นการต่อ dots ทุกตัวเข้าด้วยกัน



7. ข้อเสนอแนะสำหรับหน่วยงานภาครัฐต่ออุตสาหกรรมรถยนต์ต่อยอดให้เป็นอุตสาหกรรมรถไฟฟ้า

ปัจจุบันมองว่าภาครัฐเริ่มตระหนักถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมรถยนต์ให้เป็นอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า เริ่มมีการโปรโมทจากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (BOI) โดยการสร้างแรงจูงใจ (Incentive) แก่ผู้ผลิตรถยนต์ที่จะเข้ามาประกอบรถยนต์ในประเทศไทย รวมถึงเข้ามาลงทุนในประเทศไทย แต่ทั้งหมดในตอนนี้ ยังมุ่งเน้นไปที่รถยนต์นั่งส่วนบุคคลเป็นหลัก ซึ่งเป็น Red Ocean¹ ประเทศไทย อาจจะได้เปรียบประเทศเพื่อนบ้าน แต่ก็ยังมีข้อเสียคือเขตการค้าเสรี (Free Trade Area : FTA) ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่อนุญาตให้มีการนำเข้ารถยนต์ราคาถูกจากประเทศจีนเข้ามาประเทศไทยได้เสรี บริษัท EA มองว่าสิ่งที่ทำอยู่ทั้งหมด ยังไม่สามารถทำให้เกิดอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้าที่มั่นคงได้ ด้วยปริมาณที่เกิดขึ้นยังไม่มากพอที่จะทำให้เกิดอุตสาหกรรมที่เป็นองค์ประกอบ

1 Red Ocean คือ น่านน้ำสีแดงที่หมายถึงตลาดที่มีการแข่งขันสูงจนทำให้แต่ละฝ่ายมุ่งเน้นไปที่การแข่งขันด้านราคาเป็นหลัก

หลักทั้ง 3 ตัวของอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า ได้แก่ อุตสาหกรรมแบตเตอรี่ อุตสาหกรรมไดรฟ์เทรน (Drivetrain) และอุตสาหกรรมมอเตอร์ไฟฟ้า ให้เกิดขึ้นได้ โดยหากรัฐบาลให้ความสำคัญเพิ่มในด้านอุตสาหกรรมยานยนต์เชิงพาณิชย์ ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีอุปสงค์การใช้แบตเตอรี่สูงพอ จะทำให้เกิด economy of scale ได้เร็วกว่า และในขณะเดียวกัน ก็ลด PM 2.5 ลดมลพิษได้ และอีกด้านหนึ่ง ก็จะทำให้เกิดอุตสาหกรรมใหม่ๆ ในประเทศขึ้นอีกด้วย

8. มุมมองต่อประเทศไทยในรูปแบบ Next Normal

สหรัฐอเมริกาเปรียบเสมือนประเทศที่มีสภาพคล่องเยอะ (Liquidity) แต่พื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ (Fundamental) ไม่ดี ตอนนี้ทั้งเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันก็เริ่มถดถอยลง ในขณะที่ประเทศยักษ์ใหญ่อย่างจีนมีพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งมากขึ้น แต่ไม่ได้ควบคุมระบบการเงินหรือระบบเศรษฐกิจของโลก เปรียบเสมือนบริษัทที่มี fundamental ดี แต่ liquidity ควบคุมไม่ได้ ซึ่งในวันนี้การที่

รัสเซียไปแทรกแซงระบบการเงิน มองว่าเป็นการเปลี่ยนชั่วคราวชัดเจน มีโอกาสสูงที่เงินเปโตรดอลลาร์จะถูกแทนด้วยสกุลอื่น เพราะว่าแรงกดดันจะเกิดการขาย Arbitrage (อาบิทราจ) ระหว่างทองคำกับเงินดอลลาร์ค่อนข้างเยอะ ถ้าเงินดอลลาร์แย่งเงินเฟ้อในสหรัฐฯ จะสูงขึ้นค่อนข้างมาก เพราะสหรัฐฯ พึ่งพาการนำเข้าของสินค้าอุปโภคบริโภคค่อนข้างเยอะ ถ้าธนาคารกลางสหรัฐฯ ขึ้นดอกเบี้ย เศรษฐกิจจะแบกภาระเยอะขึ้น ตรงนี้เป็นหัวเลี้ยวหัวต่อ ถ้าจีนและรัสเซียไม่เปลี่ยนแปลง อาจมีการเปลี่ยนชั่วคราวที่ค่อนข้างจะชัดเจนได้

เมื่อมองย้อนกลับมาดูที่ประเทศไทย ไทยนับเป็นประเทศที่อยู่ในจุดยุทธศาสตร์ค่อนข้างดี ในกลุ่มอาเซียน ประเทศจีนค่อนข้างเป็นมิตรที่ดีกับไทย จึงอยู่ที่เราแล้วว่าเราจะสร้างนโยบายอะไรให้ดึงดูดการลงทุนมาที่ประเทศไทย ซึ่งจะสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจของไทยขึ้นมาได้ ต้องเปลี่ยนโควิด-19 ให้เป็นโอกาส ตอนนี้ต้องเริ่มพูดแล้วว่า Post Covid ไทยจะทำอะไร มากกว่าการที่จะมานั่งคิดหาวิธีการแก้โควิด-19 ในภาพรวมมองว่าไทยอยู่ในตำแหน่งที่ดี แต่ถ้าในอีก 1-2 ปี ไทยยังไม่มียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนในการดึงดูดการลงทุนเข้ามาในประเทศ หรือมาต่อยอดกับอุตสาหกรรมที่มีอยู่ให้แข็งแกร่งขึ้นจะส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในระยะยาว

9. เหตุผลที่ บริษัท EA เลือกทำธุรกิจกับไต้หวัน

เหตุผลที่เลือกไต้หวันเพราะว่าเทคโนโลยีแบตเตอรี่เกิดที่เอเชีย ประเทศที่มีเทคโนโลยีเมื่อ 6 ปีที่แล้วสมัยที่ บริษัท EA เริ่มดำเนินธุรกิจแบตเตอรี่มีเพียง 3 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และไต้หวัน นอกจากนี้ไต้หวันยังมีพื้นฐานเศรษฐกิจเป็น OEM² Country จึงมองว่าเราสามารถเข้าเรียนรู้เทคโนโลยีจากไต้หวันได้อีกทั้งคนไต้หวันมองคนไทยดี เวลาเราเข้าไปในไต้หวันเขาเลยต้อนรับเราเป็นอย่างดี ในปัจจุบันก็ยังมีการทำวิจัยเรื่องแบตเตอรี่ร่วมกันกับไต้หวัน เวลาจะรับสมัครวิศวกรจากไต้หวันมาไทย คนก็ให้ความสนใจค่อนข้างมาก

2 Original Equipment Manufacturer (OEM) ลักษณะของโรงงานที่รับผลิตสินค้า

10. บริษัท EA มองการลงทุน ในอนาคตอย่างไร อุปสรรคที่ ทำให้การลงทุนในประเทศไทย มีอะไรบ้าง และกฎเกณฑ์ใน ประเทศไทยมีอะไรที่ควรปรับ เพื่อที่จะเอื้อต่อการลงทุน ของทั้งภาคเอกชนไทยและ ต่างประเทศ

ต้องเริ่มจากกรอบความคิด (Mindset) ของเราก่อน ตอนนี้เรามองว่าการดึงคนมาลงทุนในประเทศไทยเพื่อให้เข้ามาเป็นฐานการส่งออก (Export base) เพื่อที่จะเป็นการส่งออกไปในประเทศอื่นๆ เรายังมีเป้าหมายที่ไม่ได้จะสร้าง champion products จริงๆ ที่จะทำให้ประเทศไทยโตขึ้นไปอีกระดับหนึ่ง เพราะในวันนี้สินค้าที่เรามีอยู่ในประเทศมีมูลค่าสูง แต่มูลค่าเพิ่มของสินค้าไม่ได้สูงตาม เพราะฉะนั้นเราต้องตั้งเป้าใหม่ เพื่อต้องการให้มี champion products ในประเทศไทยเกิดขึ้น ผลักดันบริษัทไทยที่มีพื้นฐานที่ดี ซึ่งมีหลายบริษัท ให้ผู้ประกอบการเหล่านั้นสามารถเติบโตขึ้นมาได้ ใช้อุปสงค์ในประเทศให้เกิดประโยชน์ ยกตัวอย่างจากบริษัท EA ในตอนแรกเราเริ่มทำแบตเตอรี่ ซึ่งไม่เคยคิดว่าการทำแบตเตอรี่จะทำเพื่อเข้ามา

ทดแทนการนำเข้าของประเทศ แต่ตั้งเป้าหมายไว้ว่าทำอย่างไรให้วันหนึ่งแบตเตอรี่ของเราสามารถไปสู้กับ บริษัท แอลจี อีเลคทรอนิคส์ (LG) ได้ นอกจากนี้มองว่าภาครัฐกับภาคเอกชนควรประสานเป็นเนื้อเดียวกันเพื่อร่วมมือกันดำเนินนโยบายสร้างการร่วมมือกันระหว่างภาคการศึกษาและภาคเอกชน มีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน ถึงแม้การดำเนินการช่วงแรกๆ อาจจะยาก แต่นโยบายของรัฐต้องเปิดโอกาสให้สินค้าของคนไทยได้มีโอกาสได้ลองทำก่อน ในตอนนี้เราพูดเพียงแต่ว่าอยากให้สินค้าของคนไทยเกิด แต่พอไปดูภาคการจัดซื้อจัดจ้างจะเห็นได้ว่ากฎหมายเหล่านี้ก็ดันบริษัทขนาดเล็กที่เขาต้องการโอกาส โดยภาพรวมคงต้องเริ่มที่กรอบแนวคิดก่อน พยายามสร้างนโยบายที่สนับสนุนให้สิ่งเหล่านี้เกิดการพัฒนาร่วมกัน



11. Key Success ของการพัฒนาเศรษฐกิจไทยให้เป็น Green Economy

ต้องพยายามเริ่มจากสิ่งที่มีโดยการพยายามสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่เราทำอยู่ให้ได้มากขึ้น เช่น ภาคเกษตรแทนที่จะส่งวัตถุดิบ (Raw Material) ออกไป ก็ส่งเป็นกระบวนการผลิต (Process Material) ออกไปแทน หรือแม้กระทั่งส่งสินค้าที่มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น อย่างบ้านเราที่ทำเกษตรค่อนข้างมาก ต้องอัปเดตตัวเองเป็นอุตสาหกรรมออร์แกนิก ยกตัวอย่างอุตสาหกรรมรถยนต์ การจะเปลี่ยนโครงสร้างพื้นฐานมาเป็นอุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้าก็ต้องใช้ให้เป็นประโยชน์เพื่อที่จะให้เกิดอุตสาหกรรม 3 องค์ประกอบหลัก (แบตเตอรี่ ไดรฟ์เทรน มอเตอร์) ส่วนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยควรปรับจากการเที่ยวยา ต้องเปลี่ยนแปลง (Transform) ธุรกิจ โดยการใส่นโยบายหรือเป้าหมายเข้าไปอย่างชัดเจน จะทำให้อุตสาหกรรมของไทยมีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น การที่จะทำอย่างนี้ได้ เราต้องปรับปรุงประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมของเราก่อนไม่เช่นนั้นต้นทุนจะสูงขึ้นตามไปด้วย

12. หากนึกถึงตัวเองในวัย 20 ปี อยากแนะนำคนรุ่นใหม่ในวันนี้เกี่ยวกับชีวิตการทำงานอย่างไร

ช่วงอายุ 20-30 ปี เป็นช่วงการค้นหาตัวตนของตัวเองว่าตนเองชอบและถนัดอะไร การประสบความสำเร็จในชีวิตไม่เพียงแต่เป็นการประสบความสำเร็จในชีวิตในหน้าที่การงานเท่านั้น แต่ต้องรวมกันหลายๆ ด้าน ทั้งด้านสังคม ด้านสิ่งแวดล้อม และการได้ทำงานที่มีความสุขที่ได้ทำ หากเจออะไรใหม่ๆ ต้องให้โอกาสตัวเองได้เข้าไปทำ ต้องกระตือรือร้นที่จะเข้าไปทำงานทุกอย่างที่เราได้ลงมือทำคือประสบการณ์ที่จะมาหล่อหลอมให้เป็นตัวเราขึ้นมา เมื่อถึงจุดหนึ่งเราจะเริ่มรู้แล้วว่าอะไรที่เราทำแล้วมีความสุข อย่างไรก็ตาม **วันหนึ่งเมื่อเราพร้อม การไปอยู่ถูกที่ถูกเวลา จะทำให้เรามีโอกาสในการประสบความสำเร็จ**



STAR ระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงรุก เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ

บทความโดย
สมิทธิธนา ชัยเจนกิจ
สำนักงานปลัดกระทรวงการคลัง

นรพัชร์ อัครวัลลภ
คงขวัญ ศิลา
กวิณ เอี่ยมตระกูล
กุสุมา จารุมนี
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทความนี้เป็นการสรุปสาระสำคัญส่วนหนึ่งจากผลงานเรื่อง “STAR ระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงรุก เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ” ซึ่งได้รับรางวัลชนะเลิศระดับ Gold จากการประกวดผลงานประกวดรางวัลเพชรอายุรักษ์ ครั้งที่ 8 ประจำปี พ.ศ. 2564 ประเภทคณะบุคคลประเภทแนวคิดกระบวนการทำงานใหม่ และขอขอบคุณ นางสาวอภิญญา เจนธัญญารักษ์ เศรษฐกรชำนาญการ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำหรับคำแนะนำและความช่วยเหลือให้งานนวัตกรรมชิ้นนี้สำเร็จไปได้ด้วยดี

บทนำ

การติดตามภาวะเศรษฐกิจอย่างใกล้ชิดในปัจจุบันมีความลำบากมากยิ่งขึ้น เนื่องจากภาวะเศรษฐกิจมีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงรวดเร็วมากขึ้น ทำให้ข้อมูลเศรษฐกิจที่ใช้เพื่อการติดตามภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันอาจไม่มีความครบถ้วนสมบูรณ์และรวดเร็วเพียงพอ อีกทั้งเครื่องชี้เศรษฐกิจโดยทั่วไปมักจะขาดมิติทางสังคมที่สะท้อนมาจากภาคสาธารณสุขอย่างรอบด้าน ทำให้การติดตามเศรษฐกิจเพื่อประโยชน์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำนโยบาย หรือการวางแผนธุรกิจ อาจไม่ตั้งอยู่บนพื้นฐานของข้อเท็จจริงที่ทันต่อสถานการณ์และครบถ้วนเพียงพอ

งานศึกษานี้จึงเกิดขึ้นเพื่อสร้างระบบการติดตามข้อมูลข่าวสารด้านเศรษฐกิจ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทวิเคราะห์ และบทความวิชาการ และสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อนำมาประมวลผลด้วยวิทยาการสมัยใหม่ที่สามารถประมวลผลข้อมูลขนาดใหญ่ได้ด้วยความรวดเร็ว โดยอาศัยวิธีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นกระบวนการ Neural Language Processing (NLP) การจัด Category การสร้างระบบ Machine Learning โดยมีกระบวนการ Training Model ให้มีการเรียนรู้ข้อมูลและทำนายกลุ่มข้อมูลที่เรียนรู้เพื่อสร้างเป็นฐานข้อมูล อีกทั้งยังผสมผสานด้วยกระบวนการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ในการหาความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มค่าต่างๆ และกิจกรรมทางเศรษฐกิจแล้วนำมาจัดทำเป็น Policy Dashboard ที่มีข้อมูลแนวโน้ม (Trend) และการประมวลผลทางสถิติในการจับสัญญาณ โอกาส ในการออกนโยบาย กลยุทธ์ต่างๆ ได้ตรงตามความต้องการของประชาชน แล้วนำมาประยุกต์เป็น **ตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Indicator)** เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารในการตัดสินใจเชิงรุกในด้านนโยบายต่างๆ อย่าง **“ตรงจุด ตรงประเด็น และตรงเวลา”**



ที่มา

การออกแบบระบบ STAR ในครั้งนี้มีเจตนาในการจัดทำขึ้นเพื่อเป็นเครื่องมือให้แก่ผู้บริหารของกระทรวงการคลังพิจารณาใช้เป็นทางเลือกเพื่อประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ตามภารกิจของกระทรวงการคลัง ซึ่งถือเป็นหน่วยงานหลักที่มีบทบาทและหน้าที่ในการบริหารเศรษฐกิจของประเทศ โดยมีเป้าหมายในการรักษาเสถียรภาพและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ควบคู่ไปกับการกระจายรายได้ การสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจให้แก่ประชาชน และการแก้ไขปัญหาทางสังคม โดยผสมผสานเครื่องมือทางการคลังประเภทต่างๆ ได้แก่ เครื่องมือด้านการจัดเก็บรายได้ การใช้จ่ายงบประมาณ การบริหารทรัพย์สินและการก่อหนี้สาธารณะ ในขณะเดียวกันหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลังก็ยังให้ความสำคัญกับประสิทธิภาพการดำเนินงานที่เน้นความโปร่งใสและความยั่งยืนทางการคลังอีกด้วย

หากแต่ภายใต้สถานการณ์ปัจจุบัน สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกประเทศเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การเพิ่มศักยภาพและความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนเครื่องมือการบริหารราชการเพื่อตอบสนองความต้องการของระบบที่เปลี่ยนแปลงไปสามารถทำได้โดยนำหลักการบริหารงานภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) มาปรับใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการที่มุ่งสู่ความเป็นเลิศ โดยคำนึงถึงหลักความคุ้มค่าและเน้นความโปร่งใส ตลอดจนการมุ่งเน้นการให้บริการแก่ประชาชนโดยคำนึงถึงคุณภาพเป็นสำคัญ

ทั้งนี้ ที่ผ่านมามีกระทรวงการคลังได้ส่งเสริมให้หน่วยงานในสังกัดได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารเข้ามาใช้ในการบริการประชาชน ด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่มาเป็นกลไกในการขับเคลื่อนประเทศ อาทิ การผลักดันนโยบาย National e-Payment เพื่อก้าวสู่ Thailand 4.0 โดยเริ่มจาก โครงการพร้อมเพย์ โครงการบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ โครงการเราไม่ทิ้งกัน และโครงการคนละครึ่ง เป็นต้น ในขณะเดียวกันกระทรวงการคลังได้นำดิจิทัลแพลตฟอร์ม วางโครงสร้างระบบงานผ่านบล็อกเชน เพื่อยกระดับประสิทธิภาพระบบงานและลดขั้นตอนการทำงาน อีกทั้งอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนและผู้มาติดต่อขอใช้บริการต่างๆ กับกระทรวงการคลังได้ดียิ่งขึ้น

การที่กระทรวงการคลังได้ปฏิรูปกระบวนการทำงานที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างต่อเนื่องนั้น จึงเป็นโอกาสให้กระทรวงการคลังสามารถเข้าถึงข้อมูลและความรู้สึกของประชาชนเพิ่มขึ้น เพื่อที่จะสามารถตอบสนองประชาชนได้อย่างตรงจุด หากทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชนได้อย่างชัดเจน ประกอบกับข้อมูลข่าวสารเชิงคุณภาพทั้งที่เป็นของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคธุรกิจมีอยู่อย่างแพร่หลายในสื่อที่สามารถเข้าถึงได้จากหลายช่องทาง (Open source) ดังนั้น กระทรวงการคลังสามารถที่จะนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์และจัดทำเป็นตัวชี้วัดที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริหารเพิ่มเติมได้

เพื่อให้การจัดทำมาตรการต่างๆ
ตอบสนองต่อความต้องการของ
ประชาชนได้อย่างเหมาะสม

ในระยะหลังมานี้ งานศึกษาของ
ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
อาทิ ธนาคารแห่งประเทศไทย
กองทุนการเงินระหว่างประเทศ
(IMF) และธนาคารกลางแห่ง
ซานฟรานซิสโก (Federal
Reserve Bank of San Francisco)
และอื่นๆ เริ่มนำข้อความ (Text)
จากข้อความในหนังสือพิมพ์
Facebook หรือ Twitter มาใช้ในการ
ติดตามภาวะเศรษฐกิจ
เนื่องจากเป็นข้อมูลที่มีความเป็น
ปัจจุบัน (Real time) สูง และ
สะท้อนพฤติกรรมของประชาชน
ในปัจจุบันได้มากที่สุด

อย่างไรก็ดี นวัตกรรมขั้นนี้ม
ความตั้งใจที่จะขยายขอบเขต
ของงานที่มากกว่างานศึกษา
ในอดีต โดยจะนำข้อความ (Text)
ของข่าวสารในเว็บไซต์ (Website)
จากข้อเท็จจริง บทวิเคราะห์ใน
หนังสือพิมพ์ บทความวิชาการ
ของหน่วยงานเศรษฐกิจต่างๆ
เช่น ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจของ
ธนาคารพาณิชย์และบริษัท
หลักทรัพย์ สถาบันการศึกษา
และหน่วยงานราชการ เป็นต้น
ควบคู่ไปกับข้อความที่แสดง

ความคิดเห็น การวิเคราะห์อารมณ์ และความรู้สึก (Sentiment)
จาก Twitter และ Facebook เพื่อนำ Keywords ที่ประชาชนให้ความ
เห็น มาจัดทำ Social Category ของหน่วยงานต่างๆ ใน
กระทรวงการคลัง และจัดทำ Policy Dashboard รวมทั้ง
สร้างตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Indicators) เพื่อให้ผู้บริหาร
ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของประชาชน สอดคล้องกับ
หลักการการสื่อสารสองทาง (Two-way communication) ทำให้
ผู้บริหารสามารถตัดสินใจเชิงรุกในด้านนโยบายต่างๆ อย่าง
“ตรงจุด ตรงประเด็น และตรงเวลา” สอดคล้องกับสถานการณ์
เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง



วัตถุประสงค์/เป้าหมายของผลงาน

ผลงานนวัตกรรมแนวคิดกระบวนการทำงานใหม่นี้ ประกอบด้วย 2 วัตถุประสงค์หลัก ดังนี้

1. เพื่อจัดทำ Social Category ของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงการคลัง จากแหล่งข้อมูลเป้าหมายสำคัญด้านเศรษฐกิจ อาทิ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร บทวิเคราะห์ และบทความวิชาการ และสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Twitter และ Facebook เป็นต้น และนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์กับสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น
2. เพื่อจัดทำ Policy Dashboard ที่มีข้อมูลความรู้สึกของประชาชน (Economic Sentiment) ในรูปแบบ Visualization ที่มีข้อมูลแนวโน้ม (Trend) และการประมวลผลทางสถิติ เพื่อประโยชน์ในการจับสัญญาณเศรษฐกิจและการจัดทำนโยบาย กลยุทธ์ต่างๆ ให้ตรงตามความต้องการของประชาชน ถือเป็นการสื่อสารสองทาง (Two-way communication)
3. เพื่อนำประยุกต์ใช้ข้อความ (Text) มาจัดทำตัวชี้วัดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Indicator) เพื่อเป็นข้อมูลสำหรับผู้บริหารสำหรับการตัดสินใจเชิงรุกในด้านนโยบายต่างๆ อย่าง “ตรงจุด ตรงประเด็น และตรงเวลา”



ความสอดคล้องกับเป้าหมายระดับประเทศ หรือระดับโลก

จุดเริ่มต้นของงานนวัตกรรม ชีวนี้เกิดจากการสื่อสารของ รัฐบาลไปยังประชาชน ส่วนใหญ่ที่ผ่านมามากเป็น การสื่อสารทางเดียว (One-way communication) ดังนั้น หากสามารถที่จะพัฒนา ให้การสื่อสาร รับฟัง เป็นไปอย่าง รอบด้านมากขึ้นก็จะทำให้ สามารถดำเนินนโยบายรัฐบาล เพื่อลดความเหลื่อมล้ำและเพิ่ม ชีตความสามารถในการแข่งขัน ได้อย่างตรงจุด ตรงประเด็น และตรงเวลา ทั้งนี้ แนวคิดของ กระบวนการทำงานใหม่นี้ สอดคล้องกับกรอบ ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 - 2579) ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 6 ด้านการปรับ สมดุล และพัฒนาระบบ การบริหารจัดการภาครัฐ ในประเด็นภาครัฐมีความทันสมัย หัวข้อการพัฒนาและปรับ ระบบวิธีการปฏิบัติราชการให้ ทันสมัย โดยมีการกำหนด นโยบายและการบริหารจัดการ ที่ตั้งอยู่บนข้อมูลและหลักฐาน เชิงประจักษ์ มุ่งผลสัมฤทธิ์

มีความโปร่งใสยืดหยุ่นและ คล่องตัวสูง นำนวัตกรรม เทคโนโลยี ข้อมูลขนาดใหญ่ ระบบการทำงานที่เป็นดิจิทัล มาใช้ในการบริหารและ การตัดสินใจ รวมทั้งนำองค์ ความรู้ในแบบสหสาขาวิชา เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อสร้าง คุณค่าและแนวทางปฏิบัติที่ เป็นเลิศในการตอบสนองกับ สถานการณ์ต่างๆ ได้อย่างทัน เวลา พร้อมทั้งมีการจัดการ ความรู้และถ่ายทอดความรู้ อย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาภาครัฐ ให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ รวมทั้งมีลักษณะเปิดกว้าง เชื่อมโยงถึงกันและเปิดโอกาส ให้ทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วม เพื่อตอบสนองความต้องการ ของประชาชนได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และ โปร่งใส รวมถึง สอดคล้องกับหลักของ

ธรรมาภิบาลในภาครัฐ (Good Governance) ในด้านพัฒนา ศักยภาพและความสามารถของ ส่วนบริหารจัดการอย่างต่อเนื่อง และให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ผลงานชิ้นนี้ยัง สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ การบริหารการเปลี่ยนแปลง กระทรวงการคลัง พ.ศ. 2560 – 2564 ได้แก่ 1) ยุทธศาสตร์ สร้างสรรค์นวัตกรรม (Create Innovation) โดยการสร้างภาพลักษณ์การเปลี่ยนแปลง (Build Change Image) และบูรณาการ ข้อมูลอัจฉริยะ (Integrate Intelligence Data) และ 2) ยุทธศาสตร์สร้างวัฒนธรรม กระทรวงการคลัง (Construct MOF Culture) โดยการสร้าง แรงบันดาลใจสู่นวัตกรรม (Inspire Innovation) และสร้างวิถี คนคลัง (Build MOF Way)



กระบวนการ/กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ

1. ลำดับขั้นตอนในการพัฒนาผลงาน

(1) ศึกษาแหล่งข้อมูล (Data Source) และเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลต่างๆ ที่เป็นที่ยอมรับ มีผู้ติดตาม เป็นที่ยอมรับในเชิงเศรษฐกิจ ประกอบด้วย

- Emenscr แสดงข้อมูลเอกสารและ e-form ต่างๆ ที่เกี่ยวกับเงินงบประมาณแผ่นดิน
- Thaimo เพื่อติดตามข้อมูลภาครัฐ เช่น พรก. เงินกู้
- Social News offline- Online ข่าวด้านเศรษฐกิจ จากสำนักข่าวสำคัญต่างๆ เช่น กรุงเทพธุรกิจ ข่าวสด โพลทูเดย์ เป็นต้น
- ศูนย์วิจัยทางเศรษฐกิจของธนาคารต่างๆ ในประเทศ ข้อมูลบทวิเคราะห์ทางเศรษฐกิจของศูนย์วิจัยธนาคารต่างๆ
- Google Trend การ Search ข้อมูลใน Google trend เพื่อดูความสนใจจากประชาชน
- Influencer บทความของผู้มีอิทธิพล หรือผู้เชี่ยวชาญด้านเศรษฐกิจ
- แหล่งข้อมูลอื่นๆ ในสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ Facebook และ Twitter เป็นต้น

(2) นำข้อความ (Text) เข้ากระบวนการ Neural Language Processing (NLP) ในการวิเคราะห์ทางด้านภาษาศาสตร์ และการตีความจากข้อความ ซึ่งคำส่วนใหญ่จะเป็นข้อความ (Text) ที่เกี่ยวกับเศรษฐกิจ และกระทรวงการคลัง ได้แก่ ธุรกิจหนีตาย “บาทแข็ง” จ่อปลดคนเพิ่ม หรือ “คลังถังแตก” เงินคงคลังไม่พอใช้ ครม.อนุมัติกู้เงินเพิ่มเติม ฯลฯ เป็นต้น ในการนี้โปรแกรม Python จะเลือกคำ บาทแข็ง และคลังถังแตก ออกมาจากประโยคของข้อความ ซึ่งคำที่เกี่ยวข้องได้การคัดกรองมานี้จะถูกเก็บไว้ในระบบฐานข้อมูลของกระทรวงการคลัง (MOF Data Lake)

(3) หลังจากทำการวิเคราะห์ คำสำคัญ ที่เกิดในบทความ ประโยคแล้ว จะนำมาประเภท (Categorization System) โดยคำในประเภทเดียวกันจะมีความหมายที่สอดคล้องกัน และแตกต่างจากคำในประเภทอื่นๆ เช่น คำในกลุ่ม COVID อาจประกอบด้วย โควิด ระบาด และวัคซีน เป็นต้น

ตัวอย่าง การจัด Category คำ จากข้อความที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ

	article	covid	gasoline	traveling	service	asset	food
0	news_1	1	1	0	0	1	0
1	news_2	1	1	1	1	0	1
2	news_3	1	1	1	1	1	1
3	news_4	1	1	1	0	1	1
4	news_5	1	0	0	0	1	0
5	news_6	0	0	0	0	0	0
6	news_7	1	1	0	0	0	0
7	news_8	1	1	0	1	0	1

(4) รับทราบความเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ (Domain Expert) ในการตรวจสอบความถูกต้อง (Approve) ในการจัด Category ของข้อความต่างๆ ว่าถูกต้องตามกลุ่มประเภทหรือไม่ อย่างไร

(5) การสร้างระบบ Machine Learning Process กระบวนการ Training Model ให้ทำการเรียนรู้ ข้อมูล Text และทำนายกลุ่มตาม Category ที่ได้เรียนรู้ ซึ่งจะมีประโยชน์สำหรับการกลุ่มข้อความในครั้งต่อไป

ตัวอย่าง การทำนายการจัด Category

```
covid = ["โควิด", "ระบาด", "วัคซีน"]
gasoline = ["รถ", "น้ำมัน", "ปิโตรเคมี"]
traveling = ["ท่องเที่ยว", "เที่ยว"]
service = ["บริการ"]
asset = ["คอนโดฯ", "อสังหาริมทรัพย์", "สินทรัพย์"]
food = ["อาหาร"]
```

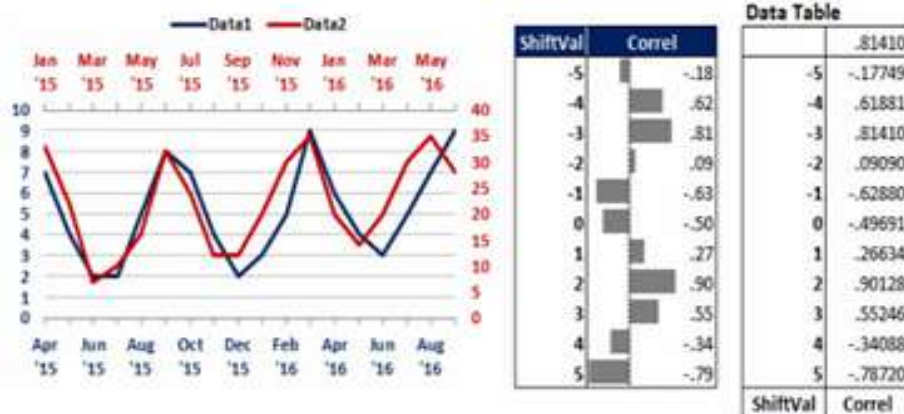
(6) กระบวนการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับเครื่องชี้ทางเศรษฐกิจต่างๆ เช่น การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณค้นหาคำว่า “หางาน” “สมัครงาน” ใน Google Trend กับอัตราการว่างงาน เป็นต้น ซึ่งโดยปกติจะใช้เกณฑ์สหสัมพันธ์ (Correlation) สูงที่มากกว่าร้อยละ 70 ขึ้นไป



ตัวอย่างการทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างการ Search และ เครื่องซีทางเศรษฐกิจ

Cross Correlation Analysis Shift = -3, Correlation= .81

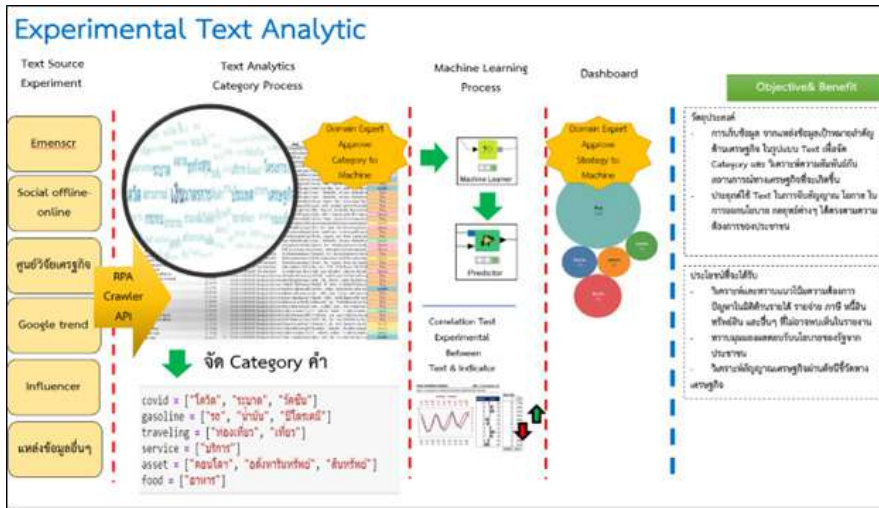
Data 1 is compared to a Data2 that has been shifted back by 3 months.



(7) การแสดงผลผ่าน Dashboard เพื่อให้เห็นแนวโน้ม หรือการเติบโตของกลุ่มคำที่ชัดเจนตรงจุดในมิติต่างๆ โดยการแสดงผลในรูปแบบ Data Visualization นั้นจะช่วยให้การนำเสนอข้อมูลเชิงปริมาณมีความง่ายมากขึ้น

(8) หลังจากนั้น นำข้อมูลในกลุ่มประเภทคำมาจัดทำเป็น Sentiment ในกลุ่ม ติดตาม แก้ไข รับมือ ฟันฟู ส่งเสริม เพื่อเสนอต่อผู้บริหาร กระทรวงการคลังต่อไป

2. ลำดับขั้นตอนในการดำเนินงาน สามารถแสดงได้ดังแผนภูมิต่อไปนี้



ผลสำเร็จที่คาดว่าจะได้รับ

ระบบวิเคราะห์ข้อมูลเชิงรุก เพื่อสร้างกลยุทธ์ทางเศรษฐกิจ หรือระบบ STAR นี้เป็นแนวคิดใหม่ที่เป็นกลไกการสื่อสารแบบสองทาง (Two-way communication) กล่าวคือ ภาครัฐสามารถรับรู้มุมมองผลตอบรับนโยบายของรัฐจากประชาชนผ่านข้อความ (Text) ที่เผยแพร่ในเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ ในขณะที่ความถี่และความถี่ความต้องการนี้จะถูกเปลี่ยนเป็นนโยบายเพื่อช่วยเหลือผู้ที่มีส่วนได้เสียได้อย่างตรงประเด็น และทราบแนวโน้มความต้องการ หรือปัญหาในมิติด้านรายได้ รายจ่าย ภาษี หนี้สิน ทรัพย์สิน และอื่นๆ ที่ไม่อาจพบเห็นในรายงานอื่นๆ รวมทั้งวิเคราะห์สัญญาณเศรษฐกิจได้รวดเร็วขึ้นซึ่งจะเป็นการแก้ไขผลกระทบที่เกิดขึ้นได้ดียิ่งขึ้น ลดงบประมาณ เพิ่มความเข้มแข็งและสร้างความยั่งยืนให้แก่ประชาชนและธุรกิจต่อไป และทำให้เกิดสโลแกนที่เรียกว่า “วันนี้ประชาชนต้องการอะไร ภาครัฐต้องรู้” เช่น หากผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ต้องการดำเนินธุรกิจในลักษณะ E-commerce แต่ขาดความรู้ เงินทุน และช่องทางในการดำเนินงาน (Channel) กระทรวงการค้าและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถช่วยเหลือผู้ประกอบการดังกล่าวในการจัดทำดิจิทัลแพลตฟอร์มให้แก่ร้านค้าที่เข้ามาลงทะเบียนเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยจัดกลุ่มผู้ค้าตามหมวดหมู่สินค้า ร้านค้าและสถานที่ หรือช่วงเวลา เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา รวมทั้งมีการให้ใบประกาศ (Certificate) จากภาครัฐ หรือ Rating และ Review จากผู้บริโภค เป็นต้น ทั้งนี้ การสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มดังกล่าว นอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการ SMEs มีช่องทางการขายสินค้ามากขึ้น ยังช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากสถาบันการเงินได้มากขึ้นอีกด้วย ตัวอย่างข้างต้นเป็นการทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและประชาชน อีกทั้งข้อมูลที่ได้ก็นำไปบูรณาการกับข้อมูลอื่นๆ ของภาครัฐ เพื่อใช้ในการกำหนดรัฐสวัสดิการได้ตรงกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น

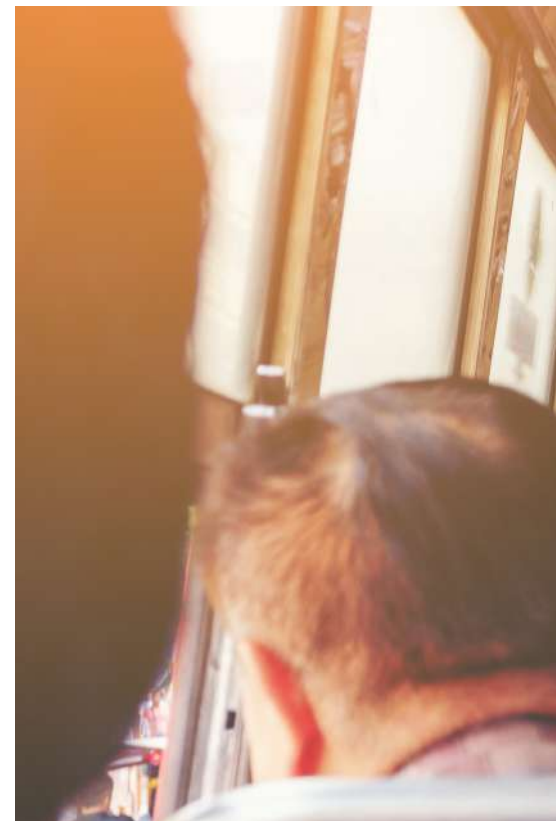


ตัวอย่างการนำระบบ STAR มาวิเคราะห์โครงการคนละครึ่ง (ช่วงการวิเคราะห์เดือนตุลาคม 2563 - มิถุนายน 2564)

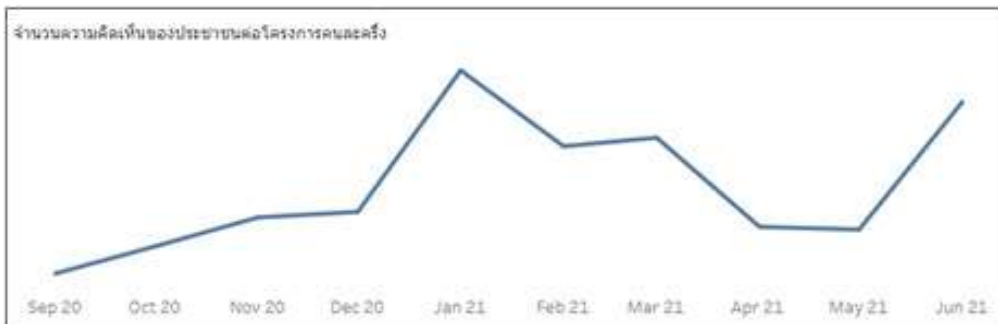
การทดลองระบบ STAR แม้จะยังไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มรูปแบบแต่ก็สามารถแยกพัฒนาชิ้นงานบางส่วนเพื่อนำมาประยุกต์เข้ากับกรณีโครงการคนละครึ่งเพื่อเป็นตัวอย่างของระบบที่เป็นรูปธรรมในเบื้องต้นได้ ดังนี้

สถานการณ์การแพร่ระบาดของ COVID-19 ได้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจและความเป็นอยู่ของประชาชน เป็นวงกว้าง รัฐบาลจึงได้มีการดำเนินนโยบายเพื่อสนับสนุน การฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยการกระตุ้นและรักษาระดับการบริโภค ภายในประเทศในไตรมาสที่ 4 ของปี 2563 ซึ่งรวมถึงโครงการ คนละครึ่ง และต่อมาได้มีการขยายเป็นโครงการคนละครึ่ง ระยะที่ 2 เพื่อรักษาระดับและทิศทางของการเจริญเติบโตทาง เศรษฐกิจ โดยโครงการคนละครึ่งและโครงการคนละครึ่ง ระยะที่ 2 มีขึ้นระหว่างวันที่ 23 ตุลาคม 2563 - 31 มีนาคม 2564 หลังจากนั้นเพื่อรักษาระดับและทิศทางของการเจริญเติบโต ทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง รัฐบาลจึงได้มีการโครงการคนละครึ่ง ระยะที่ 3 ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม - 31 ธันวาคม 2564 และ โครงการคนละครึ่ง ระยะที่ 4 ระหว่างวันที่ 1 กุมภาพันธ์ถึงวันที่ 30 เมษายน 2565

ทั้งนี้ ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการ คนละครึ่งจะมีการใช้จ่ายผ่าน g-Wallet บนแอปพลิเคชัน “เป๋าตัง” ขณะที่ผู้ประกอบการ ที่เข้าร่วมโครงการที่รับชำระเงิน ด้วยแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน”



ดังนั้น กระทรวงการคลังจึงมีข้อมูลส่วนบุคคล (inside out) ซึ่งมีการติดตามเป็นประจำผ่านแอปพลิเคชัน ในขณะที่ ระบบ STAR ให้ความสนใจชุดข้อมูลจากความคิดเห็นที่สะท้อนออกมาผ่านสื่อต่างๆ หรือ Social Media (outside in) ซึ่งนับเป็นผลสะท้อนกลับหรือคำติชมของประชาชนที่มีต่อโครงการคนละครึ่ง



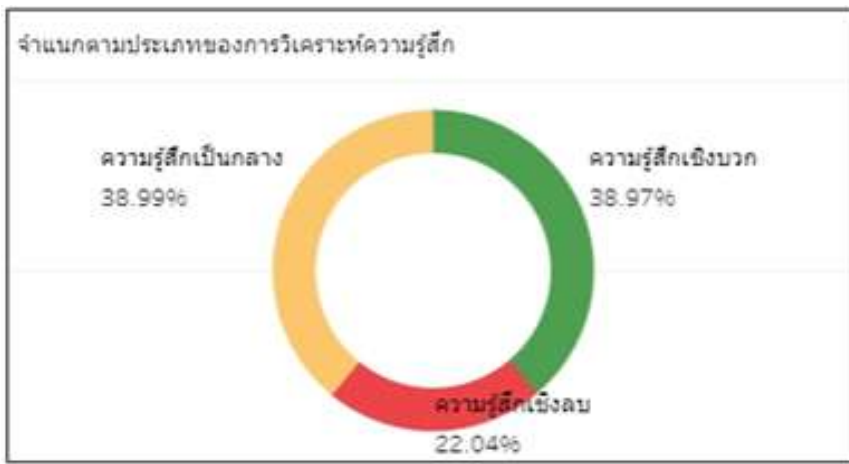
ข้อสังเกต : โครงการคนละครึ่งเริ่มมีการกล่าวถึงในโซเชียลมีเดียในช่วงต้นปี 2564 ซึ่งเป็นช่วงเดียวกับวิกฤต "โควิด-19" ดังนัยกราฟ แนวโน้มดังกล่าว แสดงให้เห็นถึงการตอบรับของนโยบายที่เชื่อมโยงสถานการณ์ดังกล่าวได้

ภาพที่ 1 : ภาพรวมจำนวนความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการคนละครึ่งที่ระบบ STAR นำมาวิเคราะห์ในช่วงเดือนตุลาคม 2563 – มิถุนายน 2564

หากพิจารณาข้อมูลจากภาพที่ 1 จะพบว่าในภาพรวมมีจำนวนความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการคนละครึ่ง หรือมีความถี่ที่ประชาชนพูดถึงโครงการฯ ผ่านสื่อต่างๆ มากขึ้นในระยะเริ่มต้นของโครงการฯ ระยะที่ 2 ช่วงเดือนธันวาคม 2563 และไปสูงสุดที่เดือนมกราคม 2564 จากนั้นมีจำนวนความคิดเห็นเกี่ยวกับโครงการฯ

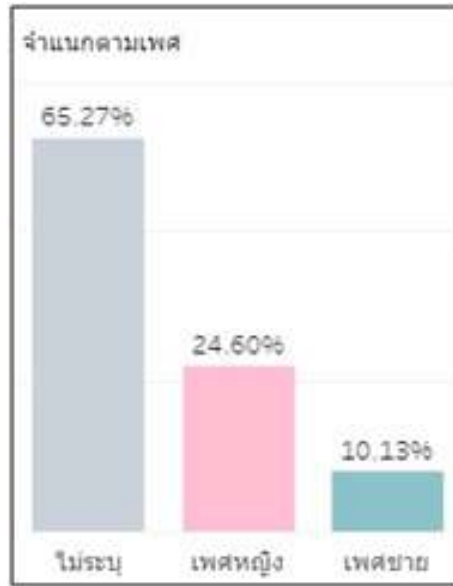
ลดลง และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในเดือนมิถุนายน 2564 ซึ่งเป็นช่วงก่อนจะเริ่มโครงการฯ ระยะที่ 3 (1 กรกฎาคม - 31 ธันวาคม 2564)





ภาพที่ 2 : จำแนกตามประเภทของการวิเคราะห์อารมณ์และความรู้สึกต่อโครงการคนละครึ่ง (ช่วงเดือนตุลาคม 2563 - มิถุนายน 2564) STAR นำมาวิเคราะห์ในช่วงเดือนตุลาคม 2563 - มิถุนายน 2564

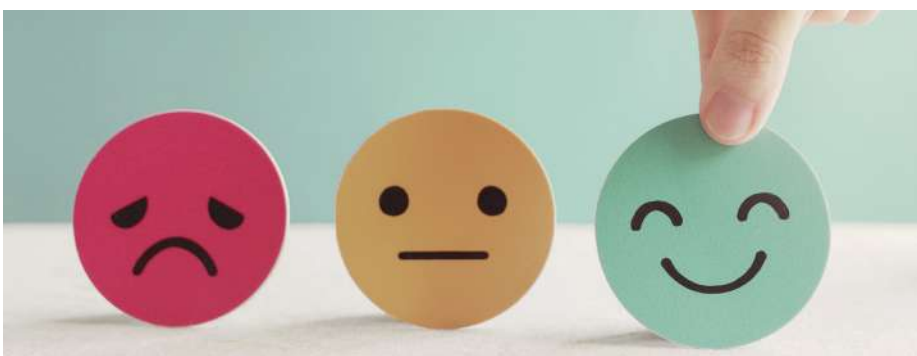
นอกจากนี้ ระบบ STAR ยังสามารถวิเคราะห์อารมณ์และความรู้สึกจากข้อความ (Sentiment Analysis) เพื่อบ่งบอกความรู้สึกของประชาชนที่มีต่อโครงการคนละครึ่งว่าเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบได้อีกด้วย โดยผลการวิเคราะห์แสดงได้จากภาพที่ 2 ซึ่งพบว่าภาพรวมของการวิเคราะห์อารมณ์และความรู้สึกต่อโครงการคนละครึ่ง เป็นความรู้สึกเชิงบวกประมาณ 40 % เป็นความรู้สึกเชิงลบประมาณ 20% และความรู้สึกเป็นกลางประมาณ 40% ทำให้ประเมินได้ว่าในภาพรวมประชาชนรู้สึกต่อโครงการคนละครึ่งในทิศทางที่ดี

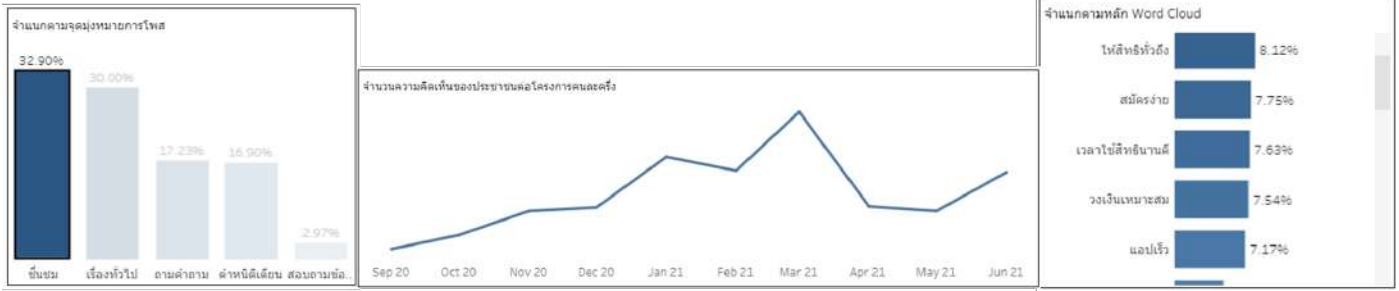


ภาพที่ 3 : จำแนกตามเพศจากการวิเคราะห์ของระบบ STAR

อีกทั้งระบบ STAR ยังทำการจำแนกเพศได้อีกด้วยเพื่อประโยชน์ในการวางกลยุทธ์เรื่องการวางนโยบาย โดยจากภาพที่ 3 พบว่า โครงการคนละครึ่งหรือเรื่องของการจับจ่ายใช้สอย มีผลกับเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ ระบบ STAR สามารถจำแนกความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการคนละครึ่งได้ตามจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ อาทิเช่น เชิงการชื่นชม ต่ำหนิติเตียน หรือข้อสงสัยต่างๆ โดยจากภาพที่ 4 พบว่าความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการคนละครึ่งเป็นไปในด้านชื่นชมสูงสุด โดยเป็นการชื่นชมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนสิ้นสุดโครงการคนละครึ่งระยะที่ 2 ในเดือนมีนาคม 2564 จากนั้นมีการแสดงความคิดเห็นเชิงชื่นชมเพิ่มอีกครั้งในเดือนมิถุนายน 2564 ก่อนเริ่มโครงการคนละครึ่งระยะที่ 3 (วันที่ 1 กรกฎาคม - 31 ธันวาคม 2564) นอกจากนี้ ยังสามารถวิเคราะห์ได้ลึกลงไปอีกว่า หัวข้อในการชื่นชมนั้นมีอะไร อาทิ การให้สิทธิทั่วถึง การสมัครง่าย เวลาในการใช้สิทธิ์ วงเงินเหมาะสม และแอปพลิเคชันเร็ว เป็นต้น

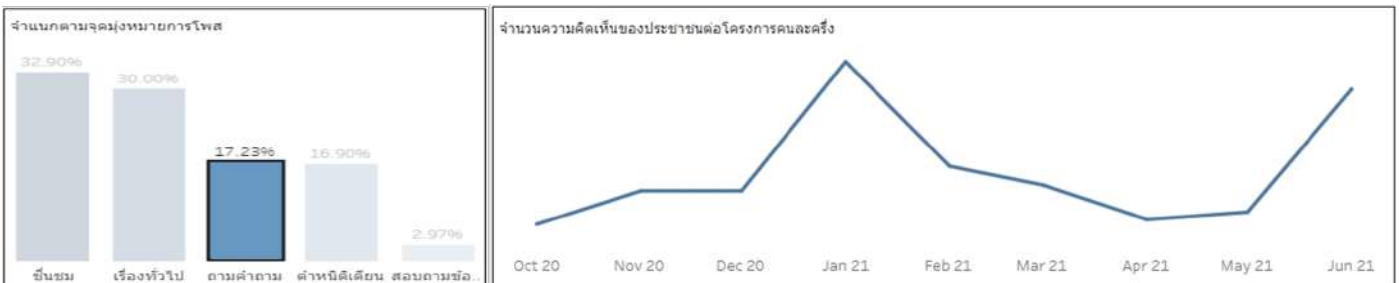




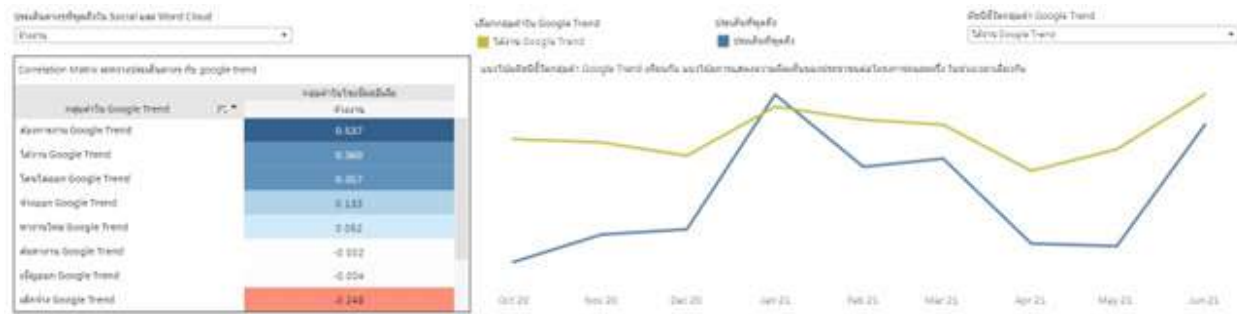
นอกจากการจำแนกความคิดเห็นของประชาชนต่อโครงการคนละครึ่งตามจุดมุ่งหมายด้านชื่นชมแล้ว ในภาพที่ 5 เป็นเรื่องของข้อสงสัยหรือการถามคำถาม ซึ่งพบว่า ประชาชนมีการถามคำถามเกี่ยวกับโครงการฯ เพิ่มขึ้นในช่วงระยะเริ่มต้นของโครงการฯ ระยะที่ 1-2 และในเดือนตุลาคม 2563 มกราคมและมีนาคม 2564 ตามลำดับ จากนั้นลดลง และเพิ่มขึ้นอีกครั้งในเดือนมิถุนายน 2564 ซึ่งเป็นช่วงก่อนจะเริ่มโครงการฯ ระยะที่ 3 ส่วนหนึ่งเนื่องจากข้อมูลหรือการประชาสัมพันธ์ต่างๆ เกี่ยวกับโครงการฯ อาจจะยังไม่ทั่วถึงซึ่งทางปฏิบัติระบบ STAR สามารถทำการติดตาม (Monitor) ได้เป็นรายวัน ซึ่งจะช่วยให้ภาครัฐสามารถตอบสนองความต้องการหรือตอบคำถามข้อสงสัยของประชาชนได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

ภาพที่ 4 : จำแนกตามจุดมุ่งหมายการแสดงความเห็น “ชื่นชม” ของประชาชน ต่อโครงการคนละครึ่ง

ภาพที่ 5 : จำแนกตามจุดมุ่งหมายการแสดงความเห็น “ถามคำถาม” ของประชาชน ต่อโครงการคนละครึ่ง



ต่อมาเป็นการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างโครงการคนละครึ่ง กับผลในภาพรวมทางเศรษฐกิจ (Correlation Matrix ระหว่างประเด็นต่างๆ กับ google trend) (ภาพที่ 6) จากตัวอย่าง หากเลือกคำว่าจ้างงาน จะพบว่าคำว่าจ้างงานจากโครงการคนละครึ่งจะมีความสัมพันธ์สูงที่สุดกับ Google Trend ในคำว่าต้องการงานและได้งาน ดังนั้น สามารถตอบโจทย์เศรษฐกิจได้จากการวิเคราะห์ข้อความภาษาไทยด้วยเทคโนโลยี Text Analytics ได้ว่าโครงการคนละครึ่งมีส่วนช่วยคนที่กำลังหางาน และได้งานทำเป็นต้น



ภาพที่ 6 : การวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างโครงการคนละครึ่งกับผลในภาพรวมทางเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ ระบบ STAR สามารถประเมินเป็นภาพรวม โดยสรุปจากการวิเคราะห์ความรู้สึกและอารมณ์จากข้อความของประชาชน (Sentiment Analysis) โดยตอบคำถามได้ว่า โครงการคนละครึ่งควรไปต่อหรือไม่ (ภาพที่ 7) ซึ่งพบว่า 74.12 % เห็นว่าโครงการควรจะไปต่อ (ภายใต้เงื่อนไขว่าทุกอย่างทำเหมือนเดิม) อย่างไรก็ตามสามารถหาข้อบกพร่องได้จากการวิเคราะห์ข้อความ (Text Analytics) ได้ โดยหากมีการแก้ไขข้อบกพร่องของโครงการฯ ต่อๆ ไป ก็จะลดผล (Feedback) ทางด้านลบและสามารถเพิ่มผลทางด้านบวก เพื่อให้เครื่องมือนี้เป็นเครื่องมือการวิเคราะห์เชิงรุก สำหรับผู้บริหารที่จะตอบสนองประชาชนได้อย่างตรงจุดตรงประเด็น และตรงเวลา



ภาพที่ 7 : การแสดงผลการวิเคราะห์โครงการคนละครึ่งว่าควรไปต่อหรือไม่

การท่องเที่ยวไทย ฟื้นตัวแล้วหรือยัง?

บทความโดย

กาญจนา จันทระชิต

พิมพ์พารณีย์ สุทธิหลวง

ธัญลักษณ์ โกษาเสวียง

ศุภชัย ธรรมสุปรีย์ดี (นักศึกษาฝึกงาน)

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ขอขอบคุณ นายณัฐพล ศรีพจนารถ ผู้อำนวยการส่วนส่วนการวิเคราะห์เศรษฐกิจมหภาค

สำหรับข้อเสนอแนะ อนึ่ง บทความนี้เป็นความเห็นของผู้เขียน ไม่ได้สะท้อนความเห็นของหน่วยงาน

บทนำ :

ภาคการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้องมีความสำคัญ

ภาคการท่องเที่ยวถือเป็นเครื่องยนต์หลักที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยตลอดหลายปีที่ผ่านมา โดยในปี 2562 รายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ที่ 3.0 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 17.8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) โดยแบ่งเป็นรายได้ของการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมูลค่า 1.91 ล้านล้านบาท และรายได้จากการท่องเที่ยวภายในประเทศ 1.08 ล้านล้านบาท นอกจากนี้บริการทางการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง อาทิ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการขนส่งยังช่วยให้เกิดการจ้างงานภายในประเทศอีกด้วย โดยในปี 2562 พบว่ามีแรงงานเกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยว จำนวน 4.4 ล้านคน จากจำนวนแรงงานทั้งหมด 37.6 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.6 ของการจ้างงานทั้งหมด โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของการจ้างงานในสาขาต่างๆ ของภาคการท่องเที่ยวพบว่าสาขาการบริการอาหาร

และเครื่องดื่มมีสัดส่วนร้อยละ 52.3 ของสาขาการท่องเที่ยวทั้งหมด รองลงมา ได้แก่ สาขาการบริการโรงแรมและที่พัก และสาขาการขนส่งผู้โดยสารทางรถยนต์ที่มีสัดส่วนเท่ากันที่ร้อยละ 12.96 ของสาขาการท่องเที่ยวทั้งหมด

อย่างไรก็ดี ในช่วงต้นปี 2563 การท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ทั่วโลกมีการออกมาตรการจำกัดการเดินทาง โดยในส่วนของประเทศไทยภาครัฐมีการประกาศล็อกดาวน์เพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ในช่วงไตรมาส 2 และ 3 ของปี 2563 ไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และแม้ว่าสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 จะมีแนวโน้มที่ดีขึ้นจนทำให้ไตรมาส 4 ปี 2563 ได้มีการอนุญาตให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประเภท Special Tourist VISA (STV) เดินทางเข้าประเทศไทยได้

แต่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวไทยได้เพียง 10,822 คน ส่งผลให้ในปี 2563 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 6.7 ล้านคน ลดลงจากปี 2562 ถึงร้อยละ -83.2 ต่อปี และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง 3.3 แสนล้านบาท ลดลงร้อยละ -82.6 ต่อปี ซึ่งเป็นการหดตัวสูงสุดเป็นประวัติการณ์ และจากที่เคยมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติถึง 1.91 ล้านล้านบาท ในปี 2562 ซึ่งเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เศรษฐกิจไทยในปี 2563 หดตัวลงถึงร้อยละ -6.2 ต่อปี



Country	Share Tourism to GDP 2019 (%)	Proportion of tourism sector 2019		Real GDP (%)	Real GDP (%)
		International	Domestic	2019	2020
Maldives	52.6	93	7	6.9	-33.5
Philippines	22.5	16	84	6.1	-9.6
Thailand	17.8	70	30	2.2	-6.2
Portugal	17.1	59	41	2.7	-8.4
Spain	14.1	57	43	2.1	-10.8
Italy	13.1	24	76	0.5	-9.0
China (Hong Kong)	12.0	72	28	-1.7	-6.5
Malaysia	11.7	81	19	4.4	-5.6
Singapore	11.1	71	29	1.1	-4.1
United Kingdom	10.1	18	82	1.7	-9.3

ตารางที่ 1 : สัดส่วนรายได้การท่องเที่ยวต่อ GDP และส่วนแบ่งการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศของแต่ละประเทศปี 2019
ที่มา : กองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF) และ World Travel & Tourism Council

ขณะที่ปี 2564 สถานการณ์การท่องเที่ยวของชาวต่างชาติยังคงได้รับผลกระทบรุนแรงต่อเนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ที่มีการกลายพันธุ์เป็นสายพันธุ์เดลต้าซึ่งมีความรุนแรงของโรคและสามารถแพร่กระจายได้เร็วขึ้น ทำให้รัฐบาลหลายประเทศยังคงมีการใช้นโยบายจำกัดการเดินทางระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการใช้นโยบายควบคุมโควิด-19 เป็นศูนย์ (Zero-Covid-19) ของประเทศจีนตั้งแต่เกิดการแพร่ระบาดจนถึงปัจจุบัน ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาเที่ยวไทยเพียง 4.3 แสนคน ลดลงจากปี 2563 ที่ร้อยละ -93.6 ต่อปี ขณะที่ข้อมูลจากข้อมูลของ World Tourism Organization a UN Specialized Agency (UNWTO) ระบุว่าการท่องเที่ยวทั่วโลกก็ยังคงหดตัวสูงที่ร้อยละ -71.0 ซึ่งสอดคล้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ลดลงร้อยละ -55.15

อย่างไรก็ดี ในปี 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 มีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้รัฐบาลแต่ละประเทศ รวมถึงประเทศไทยได้ผ่อนคลายมาตรการควบคุมโควิด-19 ลง ส่งผลให้การท่องเที่ยวมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น จึงเป็นที่มาของการศึกษาในครั้งนี้ว่าภาคการท่องเที่ยวของไทยฟื้นตัวขึ้นแล้วหรือยัง รวมถึงแนวโน้มในการขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวในระยะต่อไปควรทำอย่างไร จึงจะทำให้ภาคการท่องเที่ยวสามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืน

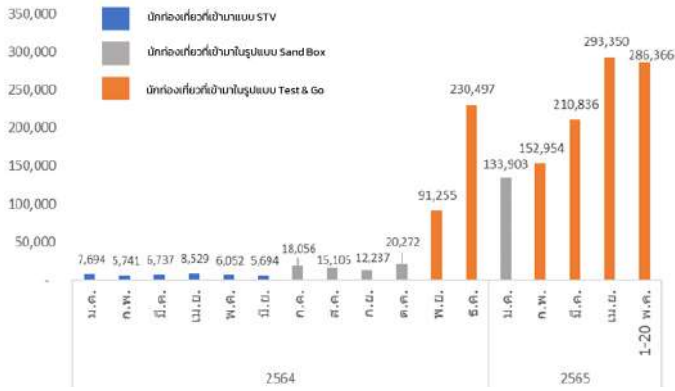
เจาะลึกสถานการณ์ภาคการท่องเที่ยวของไทยในช่วง 5 เดือนแรกปี 2565

สำหรับการติดตามและประเมินสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย จะสะท้อนจากเครื่องชี้วัดเศรษฐกิจในด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ 1) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย 2) จำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย และ 3) จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางผ่านท่าอากาศยาน 25 สนามบิน

1. เจาะลึกสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วง 5 เดือนแรกปี 2565

- สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2565 เริ่มส่งสัญญาณของการกลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง สะท้อนจากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (เบื้องต้น) ที่รายงานโดยกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 20 พฤษภาคม 2565 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้วจำนวน 1.1 ล้านคน แม้จะอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงกว่าทั้งปี 2564 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง 4.3 แสนคน โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐที่เปิดให้ลงทะเบียน Thailand Pass อีกครั้งในวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565 และในวันที่ 1 พฤษภาคม 2565 ได้มีการยกเลิกมาตรการ Test & Go และผ่อนคลายเงื่อนไขการยื่นขอลงทะเบียน Thailand Pass เช่น การลงทะเบียนขอให้แสดงหลักฐานวัคซีนและประกันภัยเท่านั้น จากเดิมที่ต้องมีการแสดงหลักฐานการตรวจหาเชื้อโควิด-19 การจองห้องพัก และอื่นๆ รวมทั้งลดวงเงินประกันภัยหรือประกันในรูปแบบอื่นๆ เหลือ 10,000 USD จากเดิม 20,000 USD รวมทั้งการยกเลิกการตรวจหาเชื้อโควิด-19 แบบวิธี RT-PCR เมื่อมาถึงโดยแนะนำให้ตรวจ Self-ATK ระหว่างพำนักแทน ซึ่งมาตรการเหล่านี้จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องภายในประเทศก็ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรปเป็นสำคัญ อาทิ นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร เยอรมนี และฝรั่งเศส เนื่องจากกลุ่มประเทศยุโรปมีการผ่อนคลายมาตรการเกี่ยวกับการควบคุมโรคโควิด-19 มากขึ้นและรวดเร็วเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศอื่นๆ ขณะที่นักท่องเที่ยวรัสเซียมีสัดส่วนต่อนักท่องเที่ยวรวมลดลงจากช่วงเดือนมกราคม – มีนาคม 2565 ที่มีสัดส่วนเป็นอันดับ 1 ที่ร้อยละ 10 เนื่องจากได้รับผลกระทบจากการที่รัสเซียถูกนานาชาติประเทศคว่ำบาตรจากการที่รัสเซียโจมตียูเครน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวอินเดียยังมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากการที่มีการทำ Travel Bubble ระหว่างไทยและอินเดียในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ที่ผ่านมา ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์ และออสเตรเลีย ก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเช่นกันจากการที่ประเทศข้างต้นมีการผ่อนคลายมาตรการเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นในช่วงเดือนมีนาคม 2565 เป็นต้นมา



ภาพที่ 1 : จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในช่วง 5 เดือนแรกปี 65 ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
หมายเหตุ : * ตัวเลขเบื้องต้นจาก กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ลำดับ	ประเทศ	จำนวน (คน)	สัดส่วน (%)
1	UK	70,865	9%
2	Germany	62,105	8%
3	Russia	56,042	7%
4	USA	46,860	6%
5	France	46,266	6%
6	India	44,177	6%
7	Australia	34,145	4%
8	Singapore	30,035	4%
9	Israel	24,183	3%
10	China	22,466	3%
	Others	353,899	45%
	รวม	791,043	100%

ตารางที่ 2 : จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติรายสัญชาติ เดือน ม.ค.-เม.ย. 2565 ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2. เจาะลึกสถานการณ์การท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในช่วง 4 เดือนแรกปี 2565

- สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในปี 2565 ส่งสัญญาณปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ สะท้อนจากจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในช่วง 4 เดือนแรกปี 2565 อยู่ที่ 62.7 ล้านคน ขยายตัวจากช่วงเดียวกันปีก่อนที่ร้อยละ 87.6 โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ภายในประเทศปรับตัวดีขึ้น ประกอบกับการฉีดวัคซีนที่กระจายทั่วถึงมากขึ้น รวมถึงปัจจัยสนับสนุนจากมาตรการภาครัฐในการกระตุ้นการท่องเที่ยว ได้แก่ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน และโครงการทัวร์เที่ยวไทย และการกระตุ้นการใช้จ่ายภายในประเทศ (โครงการคนละครึ่ง และโครงการช้อปดีมีคืน)
- ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจำนวนผู้เยี่ยมเยือนเป็นรายภูมิภาคและจังหวัด พบว่า ภาคกลางและภาคตะวันออก เฉียงเหนือมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนสูงสุด โดยเฉพาะจังหวัดกาญจนบุรี สุพรรณบุรี ราชบุรี อุตรดิตถ์ บุรีรัมย์ และร้อยเอ็ด



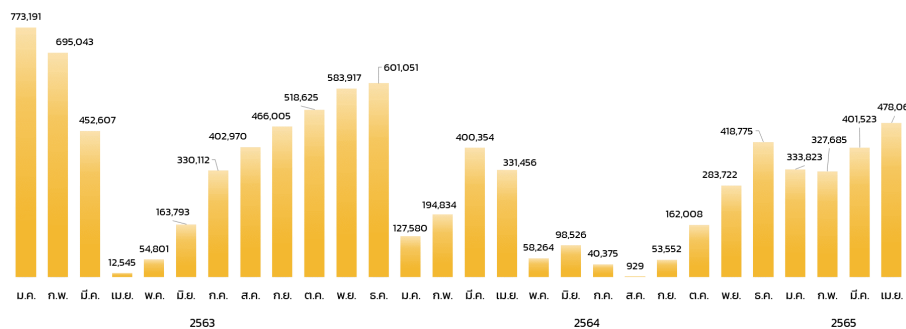
จำนวนผู้เยี่ยมชม รายภูมิภาค (หน่วย: ล้านคน)	2562	2563	2564	Q3/64	Q4/64	Q1/65	มี.ค.65	เม.ย.65	4 เดือนแรก ปี 2565
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	42.1	23.0	12.9	0.8	5.2	7.2	2.4	2.6	9.8
ภาคเหนือ	30.6	19.3	12.4	0.9	5.6	7.6	2.3	2.6	10.1
ภาคตะวันตก	31.1	19.3	13.1	0.6	6.4	9.1	3.1	3.3	12.4
กทม.	42.1	18.8	11.9	0.8	4.1	7.0	2.4	2.6	9.6
ภาคกลาง	31.5	14.8	8.8	0.3	4.4	6.7	2.3	2.6	9.3
ภาคตะวันออก	26.7	14.6	7.0	0.4	4.4	4.7	1.6	1.7	6.4
ภาคใต้	25.7	13.4	5.7	0.2	1.8	3.7	1.2	1.4	5.1
ทั้งประเทศ	229.7	123.2	71.9	4.0	31.8	46.0	15.4	16.7	62.7

ตารางที่ 3 : จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนรายภูมิภาคในปี พ.ศ. 2563 – 2565 (4 เดือนแรกปี 2565)
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

3. เจาะลึกสถานการณ์การท่องเที่ยวของผู้โดยสารที่เดินทางผ่านกรมท่าอากาศยานในช่วง 4 เดือนแรกปี 2565

- นอกจากนี้เมื่อพิจารณาสถานการณ์การท่องเที่ยว ผ่านเครื่องขึ้นจำนวนผู้โดยสารขาเข้าที่เดินทางผ่านกรมท่าอากาศยาน¹ ในช่วง 4 เดือนแรกในปี 2565 พบว่าอยู่ที่ 1.54 ล้านคน สูงกว่าในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2564 ที่มีจำนวนอยู่ที่ 1.05 ล้านคน เพิ่มขึ้น 4.87 แสนคน หรือคิดอัตราการขยายตัวที่ร้อยละ 46.2

1 จำนวนผู้โดยสารผ่านท่าอากาศยานไทยจำนวน 28 สนามบิน เป็นหนึ่งในเครื่องขึ้นที่ได้รับการพัฒนาขึ้น เพื่อใช้ชั่วคราวเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ



ภาพที่ 2 : จำนวนผู้โดยสารกรมท่าอากาศยานรายเดือนในปี พ.ศ. 2563– 2565 (หน่วย:คน)
ที่มา : กรมท่าอากาศยาน รวบรวมข้อมูลโดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



หากพิจารณาจำนวนผู้โดยสารขาเข้าที่เดินทางผ่านกรมท่าอากาศยานรายเดือนในช่วงปี 2563 – 2565 พบว่าจำนวนผู้โดยสารกรมท่าอากาศยานมีแนวโน้มที่ลดลง โดยเป็นผลมาจากจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยช่วงที่ผู้โดยสารมีจำนวนลดลงอย่างมีนัยสำคัญสามารถแบ่งออกเป็น 4 ช่วง ดังนี้

ช่วงที่ 1 ในเดือนเมษายน 2563 จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางผ่านกรมท่าอากาศยานมีจำนวน 12,545 คน ซึ่งปรับตัวลดลงจากเดือนมีนาคม 2563 ที่มีจำนวน 452,607 คน เนื่องจากเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2563 รัฐบาลได้มีการประกาศล็อกดาวน์โดยห้ามประชาชนเดินทางข้ามจังหวัดในช่วงเทศกาลสงกรานต์และห้ามอากาศยานทำการบินเข้าสู่ประเทศไทยเป็นการชั่วคราวเพื่อควบคุมการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ก่อนจะมีการเริ่มผ่อนคลายมาตรการอีกครั้งในเดือนพฤษภาคม 2563

ช่วงที่ 2 ในเดือนมกราคม 2564 จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางผ่านกรมท่าอากาศยานมีจำนวน 127,580 คน ลดลงจากเดือนก่อนที่มีจำนวน 601,051 คน เนื่องจากพบคลัสเตอร์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกใหม่ระบาดเพิ่มขึ้นจากตลาดกลางกุ้ง จังหวัดสมุทรสาคร โดยพบผู้ติดเชื้อสูงถึง 516 คน และกลายเป็นจุดเริ่มต้นระบาดระลอกใหม่ในเวลาต่อมา โดยรัฐบาลได้ควบคุมการแพร่ระบาดอีกครั้งจากการห้ามเข้าออกพื้นที่ 5 จังหวัด ประกอบด้วย สมุทรสาคร ชลบุรี จันทบุรี และตราด

ช่วงที่ 3 ในเดือนพฤษภาคม 2564 สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 กลับมาแพร่ระบาดรุนแรงอีกครั้ง โดยต้นตอจากแคมป์คนงานหลักสี่ และเริ่มพบเชื้อโควิด-19 สายพันธุ์อินเดียหรือเดลต้า ซึ่งมีการอัตราแพร่กระจายหรือติดต่อได้ง่ายกว่าสายพันธุ์อื่นๆ ขณะเดียวกันแคมป์ก่อสร้างจังหวัดนราธิวาสมีการตรวจพบสายพันธุ์แอฟริกาใต้หรือเบต้า ซึ่งเป็นคลัสเตอร์อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาสจากผู้ลักลอบเข้าเมืองในเวลาเดียวกันส่งผลให้จำนวนผู้โดยสารกรมท่าอากาศยานในเดือนดังกล่าวมีจำนวนลดลงมาอยู่ที่ 58,264 คน จากเดือนก่อนหน้าที่มีจำนวน 331,456 คน

ช่วงที่ 4 ในเดือนมกราคม 2565 จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางผ่านกรมท่าอากาศยานมีจำนวน 333,823 คน ลดลงจากเดือนธันวาคม 2564 ที่มีจำนวน 418,775 คน เนื่องจากมีการระบาดของเชื้อโควิด-19 สายพันธุ์โอมิครอนที่จังหวัดกาฬสินธุ์จากสองสามีภรรยาที่เดินทางกลับมาจากต่างประเทศ และได้มีการเดินทางไปหาญาติ จังหวัดอุดรธานี ทำให้พบผู้ติดเชื้อสายพันธุ์ดังกล่าวในช่วงเวลานั้นจำนวน 205 คน

ทั้งนี้ แม้ว่าในช่วงตั้งแต่ปี 2563 เป็นต้นมา จำนวนผู้โดยสารขาเข้าที่เดินทางผ่านท่าอากาศยานต่างๆ จะได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนของการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในแต่ละระลอก แต่หลังจากช่วงท้ายของปี 2564 สถานการณ์การเดินทางผ่านท่าอากาศยานมีสัญญาณของการปรับตัวดีขึ้น โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ 2 ปัจจัย ได้แก่ 1) สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ปรับตัวดีขึ้น แม้จะมีการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอมิครอนแต่มีความรุนแรงน้อยกว่าสายพันธุ์ที่มีการแพร่



ระบาคก่อนหน้า และ 2) การกระตุ้นเศรษฐกิจของภาครัฐ ได้แก่ โครงการเราเที่ยวด้วยกัน โครงการคนละครึ่ง โครงการช้อปดีมีคืน และโครงการยิ่งใช้ยิ่งได้ ซึ่งมีส่วนช่วยกระตุ้นการเดินทางภายในประเทศและการใช้จ่ายของคนไทยให้เพิ่มมากขึ้น

ลำดับ	ภูมิภาค	2562	2563	2564	2565 (4 เดือนแรก)
1	ภาคใต้	4,076,135	2,252,134	898,008	640,027
2	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3,968,799	2,312,060	1,060,827	764,305
3	ภาคเหนือ	823,103	475,372	208,508	133,437
4	ภาคตะวันตก	44,998	15,094	3,032	3,323
รวม 25 สนามบิน		8,913,035	5,054,660	2,170,375	1,541,092

ตารางที่ 4 : จำนวนผู้โดยสารกรมท่าอากาศยานในปี 2562-2565 ในแต่ละภาค
ที่มา : กรมท่าอากาศยาน รวบรวมข้อมูลโดยผู้เขียน



หากพิจารณาจำนวนผู้โดยสารขาเข้าที่เดินทางผ่านท่าอากาศยาน 25 สนามบิน ในช่วง 4 เดือนแรกของปี 2565 พบว่า มีจำนวนผู้โดยสาร 1.54 ล้านคน และเมื่อวิเคราะห์เป็นรายภูมิภาคพบว่า ภาคที่มีจำนวนผู้โดยสารเดินทางมากที่สุดเป็นอันดับแรกคือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำนวน 7.6 แสนคน รองลงมาเป็นภาคใต้และภาคเหนือจำนวน 6.4 และ 1.3 แสนคน ตามลำดับ ขณะที่ภาคตะวันตกมีผู้โดยสารมีจำนวน 3.3 พันคน บ่งชี้ว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ผ่านเครื่องชี้จำนวนผู้โดยสารผ่านท่าอากาศยาน 25 สนามบิน มีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่องจากปีก่อน ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายในประเทศมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น ส่งผลให้ภาครัฐผ่อนคลายมาตรการควบคุม ซึ่งส่งผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง ประกอบกับการฉีดวัคซีนป้องกันโรคโควิด-19 ได้ครอบคลุมประชากรส่วนใหญ่ โดยข้อมูลล่าสุดจากกระทรวงสาธารณสุข

ณ วันที่ 26 พฤษภาคม 2565 พบว่ามีประชาชนที่ได้รับการฉีดวัคซีนเข็มหนึ่งถึงร้อยละ 81.1 เข็มสองร้อยละ 75.1 และเข็มกระตุ้นร้อยละ 39.5 ของประชากรในประเทศไทยทั้งหมด นอกจากนี้ภาครัฐได้มีมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว ผ่านโครงการเราเที่ยวด้วยกันที่มีการเพิ่มจำนวนอีก 1.5 ล้านสิทธิ และขยายเวลาของโครงการไปจนถึง 30 กันยายน 2565 ซึ่งคาดว่าจะมีส่วนกระตุ้นการท่องเที่ยวในปี 2565 ให้มีการฟื้นตัวได้ต่อไป

สนับสนุนและปัจจัยกดดันของการท่องเที่ยวไทย

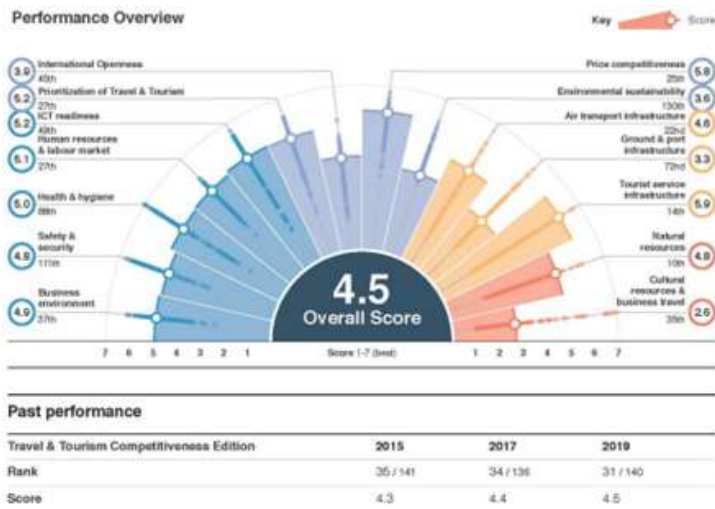
1. ปัจจัยสนับสนุนของการท่องเที่ยวไทย

1) ประเทศไทยมีศักยภาพทางการท่องเที่ยว

- ที่ตั้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ และศูนย์กลางการขนส่งภายในภูมิภาค โดยเฉพาะเส้นทางคมนาคมของไทยที่เชื่อมโยงกับเส้นทางการเดินทางไปสู่ประเทศอื่นในภูมิภาคได้โดยง่าย รวมไปถึงของระบบโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ด้านคมนาคมขนส่ง ทั้งทางบก ทางเรือ และอากาศที่มีความพร้อมอย่างมาก โดยเฉพาะด้านการขนส่งทางอากาศ สะท้อนจากการมีสนามบินนานาชาติที่กระจายตัวอยู่ในทุกภูมิภาค ทำให้มีการเดินทางเข้า – ออก ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสะดวกและไม่กระจุกตัวเพียงสนามบินหลักเท่านั้น นอกจากนี้บริษัททำอากาศยานไทยยังมีแผนที่จะขยายอาคารรองรับผู้โดยสารของสนามบินสุวรรณภูมิ และสนามบินดอนเมืองเพื่อให้รองรับจำนวนผู้โดยสารได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมศักยภาพด้านของขนส่งของไทยให้เพิ่มขึ้นในอนาคต

- ความพร้อมทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุกกลุ่ม โดยประเทศไทยมีชื่อเสียงทั่วระดับโลกในด้านการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เช่น ทะเล และชายหาดที่สวยงามในจังหวัดภูเก็ต กระบี่ พังงา สุราษฎร์ธานี ชลบุรี ระยอง และตราด ภูเขา อุทยานแห่งชาติต่างๆ รวมถึงการท่องเที่ยวทางการแพทย์ และการท่องเที่ยวเพื่อความบันเทิงที่มีหลายรูปแบบ อาทิ สวนสนุก โรงละคร แหล่งช้อปปิ้ง และสถานบันเทิงต่างๆ ที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับ ตั้งแต่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงที่สามารถใช้จ่ายในระดับสูงไปจนถึงนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัด จึงกล่าวได้ว่าประเทศไทยเป็นศูนย์รวมแหล่งท่องเที่ยวที่ครบวงจรที่สามารถตอบโจทย์ทุกกลุ่มนักท่องเที่ยว

- ความพร้อมในด้านขีดความสามารถทางการแข่งขันในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจากรายงาน Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 (World Economic Forum) ซึ่งเป็นดัชนีที่แสดงให้เห็นถึงขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ 140 ประเทศ ในปี 2562 โดยพิจารณาจากดัชนี 14 รายการและแต่ละรายการมีคะแนนเต็ม 7 คะแนน โดยพบว่าประเทศไทยมีคะแนนรวมอยู่ที่ 4.5 คะแนน (จาก 7.0 คะแนน) ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 31 (จาก 140 ประเทศ) ปรับตัวดีขึ้นจากปี 2560 ที่อยู่ที่อันดับ 34 และอยู่ในอันดับที่ 3 ของภูมิภาคอาเซียนรองจากประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย ซึ่งจากรายงานดังกล่าว พบว่า ประเทศไทยมีความพร้อมสูงในด้านทรัพยากรธรรมชาติ (อันดับที่ 10) โครงสร้างพื้นฐานบริการด้านการท่องเที่ยว (อันดับที่ 14) โครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งทางอากาศ (อันดับที่ 22) และการแข่งขันด้านราคา (อันดับที่ 25) เป็นต้น อย่างไรก็ตามด้านที่ประเทศไทยได้รับคะแนนน้อย คือด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (อันดับที่ 130) และด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว (อันดับที่ 111) ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขในระยะต่อไป

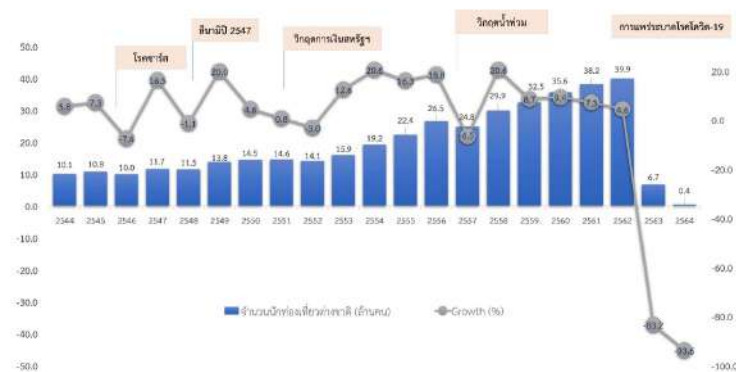


ภาพที่ 3 : ระดับคะแนนขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทยในปี 2562
ที่มา : รายงาน Travel & Tourism Competitiveness Report 2019 ,World Economic Forum

2) นโยบายภาครัฐในการกระตุ้นภาคการท่องเที่ยว เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2565 รัฐบาลได้ประกาศให้เริ่มต้นเปิดประเทศอย่างเต็มรูปแบบด้วยการยกเลิกระบบ Test & Go สำหรับผู้เดินทางที่ได้รับวัคซีนครบตามเกณฑ์ ซึ่งการผ่อนคลายมาตรการดังกล่าว จะช่วยให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาได้รับความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มในส่วนการตรวจหาเชื้อ หรือเป็นภาระในการจองห้องพักล่วงหน้า ทำให้คาดว่าจะสามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางเข้าประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการขยายเวลาโครงการเราเที่ยวด้วยกันระยะที่ 4 ไปจนถึง 30 กันยายน 2565 และเพิ่มจำนวนสิทธิโครงการฯ อีก 1.5 ล้านสิทธิ ซึ่งจะช่วยสนับสนุนการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของประชาชน

2. ปัจจัยกดดันของการท่องเที่ยวไทย

1) ความเสี่ยงต่อความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ซึ่งอาจกล่าวได้ว่าภาคการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์ความไม่แน่นอนต่างๆ สูง เนื่องจากความต้องการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว ดังนั้น เมื่อเกิดเหตุการณ์ที่กระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจตัดสินใจที่จะงดการเดินทาง เช่น ปัญหาความมั่นคงทางการเมือง การแพร่ระบาดของโรคติดต่อต่างๆ หรือ เหตุการณ์ที่มีผลต่อความมั่นคงทั้งในเรื่องเศรษฐกิจและความปลอดภัย ได้ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยลดลง



ภาพที่ 4 : จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยในระยะเวลา 20 ปี
ที่มา : กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

2) การดำเนินนโยบายการเดินทางต่างประเทศของประเทศต้นทาง เพื่อควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 เช่น นโยบายปลอดโควิด (Zero COVID Policy) ของจีน ทำให้รัฐบาลต้องตั้งลีดดาว์นกว่า 45 เมือง รวมถึงความเข้มงวดในการเข้าออกประเทศ ซึ่งหากจีนยังไม่ปรับเปลี่ยนการใช้นโยบายดังกล่าวจะทำให้นักท่องเที่ยวจีน (ซึ่งเป็นตลาดอันดับ 1 ด้วยสัดส่วนร้อยละ 30 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยทั้งหมดในปี 2562) จะยังไม่สามารถเดินทางมาไทยได้อย่างปกติได้

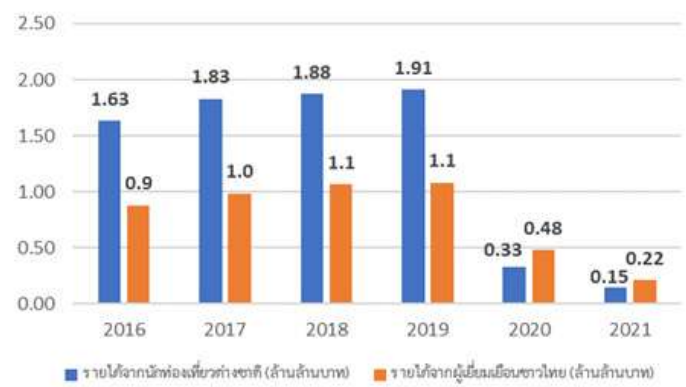
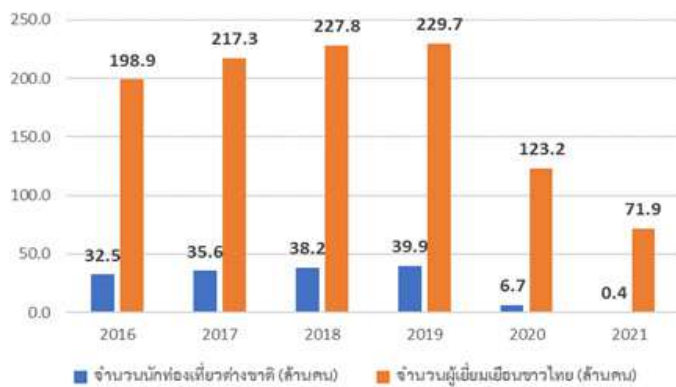
3) ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครน รวมถึงมาตรการคว่ำบาตรรัสเซียโดยหลายประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางออกนอกประเทศ เนื่องจากความไม่สะดวกในเรื่องระบบการชำระเงิน ซึ่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของคนรัสเซียที่จะเดินทางออกนอกประเทศ นอกจากนี้ จากปัญหาดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อระดับราคาพลังงาน และระดับราคาสินค้าหรืออัตราเงินเฟ้อทั่วโลกปรับตัวสูงขึ้นมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศปรับเพิ่มขึ้น ซึ่งปัญหาเงินเฟ้อนี้ ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคเท่านั้น ยังส่งผลกระทบต่อต้นทุนการผลิตและการบริหารจัดการของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องด้วย

4) ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ทำให้มีผู้ประกอบการต้องปรับลดขนาดการดำเนินธุรกิจลงชั่วคราวและจำเป็นต้องเลิกจ้างพนักงานไปกว่าร้อยละ 50 ซึ่งแรงงานบางส่วนได้กลับไปภูมิลำเนาเพื่อประกอบอาชีพการเกษตรและอาชีพอื่นๆ ทำให้คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวกลับมาเพิ่มขึ้น แต่ธุรกิจภาคการท่องเที่ยวอาจยังขาดแคลนแรงงาน

5) ปัญหาเรื่องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ทั้งปัญหาหมอกควันพิษอย่าง PM 2.5 ปัญหาบริหารจัดการขยะมูลฝอยในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางธรรมชาติที่เกิดจากปัญหาในเรื่องของคุณภาพของนักท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งปัญหาต่างๆ เหล่านี้ จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นระบบและจริงจัง เนื่องจากจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทยในอนาคต

6) ภาคการท่องเที่ยวของไทยยังมีปัญหาในส่วนของโครงสร้างที่ไม่สมดุล ทั้งในแง่ของโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีการพึ่งพานักท่องเที่ยวจีนสูง ทำให้ได้รับผลกระทบจากนโยบาย Zero-Covid ของจีน ขณะเดียวกันยังมีความไม่สมดุลของการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเมื่อเปรียบเทียบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในปี 2562 หรือก่อนที่จะมีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด -19 จะพบว่าในแง่ของจำนวนนั้น จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย (สะท้อนการท่องเที่ยวภายในประเทศของไทย) ในปี 2562 มีจำนวนถึง 230 ล้านคน หรือเฉลี่ยแล้วคนไทย 1 คนเที่ยว 3 ครั้งต่อปี มากกว่าที่ชาวต่างชาติมาเที่ยวไทยเกือบ 6 เท่า อย่างไรก็ตามปริมาณที่มากกว่าไม่ได้สะท้อนว่าจะมีการใช้จ่ายที่มากกว่า

ซึ่งเมื่อพิจารณาจากภาพที่ 5 และภาพที่ 6 พบว่าผู้เยี่ยมชมเยือน 230 ล้านคน ใช้จ่ายเงินรวมกันคิดเป็นมูลค่า 1.1 ล้านล้านบาท หรือเฉลี่ย 4,708 บาท/คน/ครั้ง ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ 40 ล้านคน ใช้จ่ายเงินรวมกันคิดเป็นมูลค่า 1.9 ล้านล้านบาท หรือเฉลี่ย 47,895 บาท/คน/ครั้ง บ่งชี้ว่าการท่องเที่ยวของไทยมีการพึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก นอกจากนี้รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยยังมีปัญหากระจุกตัวเพียง 22 จังหวัดเมืองหลัก โดยมีสัดส่วนร้อยละ 84 ของรายได้ของการท่องเที่ยวทั้งหมด ขณะที่ 55 จังหวัดเมืองรอง มีสัดส่วนร้อยละ 16 ของรายได้ของการท่องเที่ยวทั้งหมด

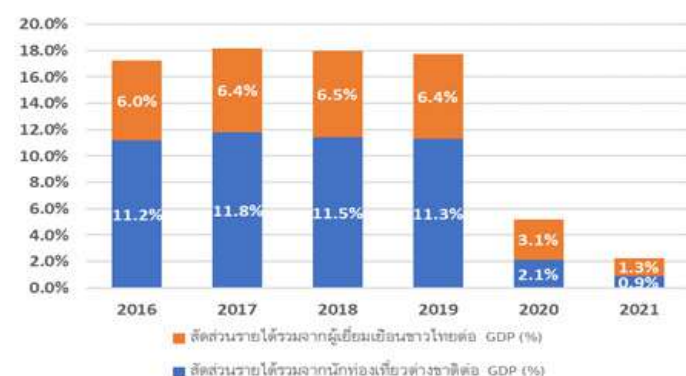


ภาพที่ 5 : เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2016-2021

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

ภาพที่ 6 : เปรียบเทียบรายได้นักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวไทย ปี 2016-2021

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



ภาพที่ 7 : สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อ GDP ปี 2016-2021

ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจาก กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา

ภาพที่ 8 : สัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวไทยและชาวต่างชาติต่อ GDP ปี 2016-2021

ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวจาก กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬา

แนวโน้มการท่องเที่ยวของไทยปี 2565

1. แนวโน้มการท่องเที่ยวต่างชาติ

ภาคการท่องเที่ยวของไทยในปัจจุบันเริ่มเห็นสัญญาณของการกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งจากการที่รัฐบาลได้มีการผ่อนคลายมาตรการการป้องกันการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 โดยในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รัฐบาลก็ได้มีการผ่อนคลายมาตรการการเดินทางระหว่างประเทศ โดยเปิดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศผ่านการลงทะเบียน Thailand Pass ตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2564 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตาม ในช่วงเดือนมกราคม 2565 ได้มีการระงับการลงทะเบียนดังกล่าวจากผลของการแพร่ระบาดของสายพันธุ์โอมิครอน แต่หลังจากที่มีการเปิดให้ลงทะเบียน Thailand Pass อีกครั้งในเดือนกุมภาพันธ์ 2565 ก็พบว่ามีความสนใจเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง ต่อมาเมื่อในวันที่ 22 เมษายน 2565 ที่ผ่านมานี้ที่ประชุมศูนย์บริหารสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (ศบค.)

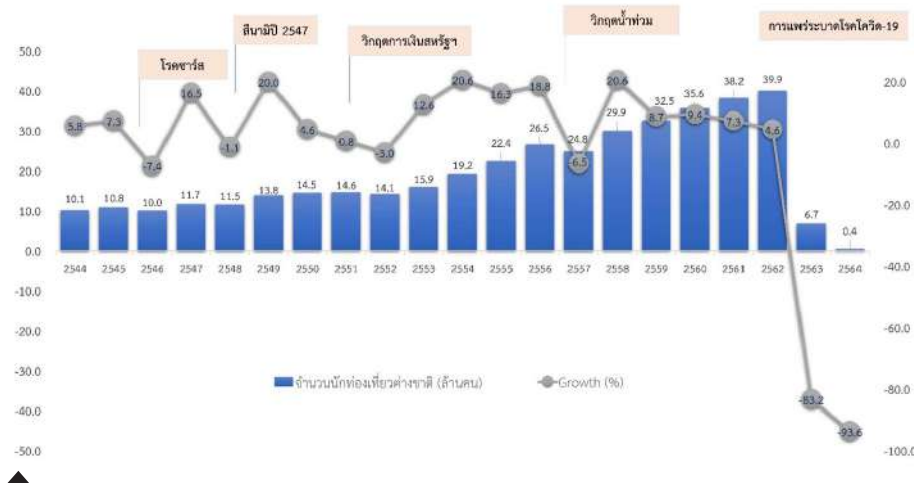
ยังได้มีการแถลงมาตรการผ่อนคลายเป็นการเดินทางระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยจะมีการยกเลิกมาตรการ Test and Go (ยกเลิกวิธีการตรวจหาเชื้อด้วยวิธี RT-PCR สำหรับนักท่องเที่ยวที่ฉีดวัคซีนครบ 3 เข็มตามหลักเกณฑ์ขององค์การอนามัยโลก และยกเลิกนโยบายการไม่ต้องกักตัว) ทำให้หลักเกณฑ์ในการยื่นขอลงทะเบียนเข้าประเทศผ่านระบบ Thailand Pass ลดลงไปด้วย รวมทั้งมีรายละเอียดอื่นๆ ที่มีความผ่อนคลายมากขึ้น ทั้งนี้ มาตรการดังกล่าวจะมีผลตั้งแต่วันที่ 1 พฤษภาคม 2565 ซึ่งผู้เขียนก็คาดว่าจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย สะท้อนจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเบื้องต้นที่รายงานโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยตั้งแต่วันที่ 1 - 20 พฤษภาคม 2565 ที่มีจำนวน 286,366 คน (เฉลี่ยวันละ 14,318 คน ขณะที่เดือนเมษายน 2565 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาเฉลี่ย

วันละ 8,784 คน) ขณะเดียวกันหลายประเทศ เช่น สิงคโปร์ อินเดีย ฟิลิปปินส์ และเกาหลีใต้ ก็เริ่มมีการผ่อนคลายมาตรการการเดินทางระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน รวมทั้งประเทศเพื่อนบ้านที่เริ่มมีการเปิดด่านชายแดนระหว่างประเทศ ซึ่งก็คาดว่ามาตรการเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวในระยะถัดไป

ทำให้คาดว่าในระยะถัดไปภาคการท่องเที่ยวจะค่อยๆ ปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจะเห็นภาพชัดเจน ได้ในช่วงครึ่งหลังของปี 2565 เนื่องจากปัจจุบันแม้จะมีสัญญาณของการฟื้นตัว แต่ยังคงมีปัจจัยเสี่ยงและแรงกดดันในเรื่องต่างๆ อาทิ ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียลดลง โดยสถานการณ์ความขัดแย้งดังกล่าว ยังส่งผ่านไปยังภาวะเงินเฟ้อจากแรงกดดันด้านพลังงานและสินค้าอุปโภคบริโภคต่างๆ ทั่วโลกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ขณะที่การดำเนินนโยบายโควิด-19 เป็นศูนย์ของ

จีน และการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่คาดว่าจะดำเนินต่อไป ทำให้มีการปรับลดคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงไตรมาส 3 และ 4 ลงจากครั้งก่อน

ทั้งนี้ ในปี 2565 ผู้เขียนคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาเที่ยวไทย ทั้งสิ้น 6.1 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 1,315 ต่อปี ขณะที่รายรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติลงมาอยู่ที่ 3.7 แสนล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 883 ต่อปี และคาดว่าจะค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริป อยู่ที่ 61,047 บาท ลดลงจากปี 2564 เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในปี 2564 เป็นนักท่องเที่ยวจากตลาดที่มีศักยภาพการใช้จ่ายค่อนข้างสูง ขณะที่ในปี 2565 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการคัดกรองผู้ติดเชื้อโควิด-19 ที่ลดลง



ภาพที่ 9 : คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ปี 2565 (ล้านคน)
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา คาดการณ์โดยผู้เขียนบทความ

2. แนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและผู้โดยสารขาเข้าที่เดินทางผ่านสนามบินของกรมท่าอากาศยาน

สำหรับแนวโน้มการท่องเที่ยวของภายในประเทศของไทย จะได้รับปัจจัยสนับสนุน 3 ปัจจัย ได้แก่

- 1) ความคืบหน้าของการฉีดวัคซีน ซึ่งจะช่วยในการลดอัตราการเสียชีวิตจากแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยว
- 2) มาตรการผ่อนคลายนโยบายในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีการอนุญาตให้มีการเปิดกิจกรรมเป็นปกติ รวมถึงรัฐบาล



ได้มีสนับสนุนการท่องเที่ยวจากโครงการเราเที่ยวด้วยกันเฟส 4 ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - พฤษภาคม 2565 ซึ่งคาดว่าเศรษฐกิจไทยจะมีแนวโน้มการท่องเที่ยวกลับมาคึกคักอีกครั้ง และ 3) สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย-ยูเครน ที่ทำให้ราคาพลังงานในให้ระดับราคาสินค้าภายในประเทศ (อัตราเงินเฟ้อ) รวมถึง

ต้นทุนการผลิตและต้นทุนการขนส่งปรับตัวเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเป็นปัจจัยกดดันการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวในระยะต่อไป

ทั้งนี้ ผู้เขียนคาดว่าในปี 2565 จะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยประมาณ 185.6 ล้านคน และจำนวนผู้โดยสารขาเข้าที่เดินทางผ่านกรมท่าอากาศยานจำนวน 5.6 ล้านคน โดยส่วนหนึ่งพิจารณาปัจจัยสนับสนุน ได้แก่ การฟื้นตัวของสถานการณ์โควิด-19 วันหยุดยาวหรือเทศกาลต่างๆ ในแต่ละเดือนของปี 2565 และมาตรการการสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ นอกจากนี้ ยังพิจารณาถึงปัจจัยเสี่ยงต่างๆ ได้แก่ สถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างรัสเซียและยูเครนที่ส่งผลต่อราคาพลังงานที่ปรับตัวสูงขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าและต้นทุนการผลิต



▲ ภาพที่ 10 : ประมาณการจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและจำนวนผู้โดยสารท่าอากาศยาน ที่มา: กรมท่าอากาศยาน ประมาณการโดยผู้เขียน



แนวนโยบายที่จะช่วยขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

1. จากการที่การท่องเที่ยวของไทยประสบปัญหาไม่สมดุลในด้านโครงสร้าง โดยเฉพาะโครงสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวที่มีการกระจุกตัวอยู่ 22 เมืองหลัก ดังนั้น จึงต้องเร่งผลักดันรายได้จากการท่องเที่ยวให้มีกระจายตัวสู่เมืองรองเพิ่มมากขึ้น รวมถึงกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อให้เป็นตัวขับเคลื่อนเศรษฐกิจหรือพยุงเศรษฐกิจในช่วงที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่สามารถเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยได้

2. ขยายฐานตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมในทุกกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะ โดยมุ่งเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังอุตสาหกรรมบริการที่มีคุณภาพสูง ได้แก่

- **การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ** ซึ่งถือเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ทั้งทะเล ชายหาด ภูเขา ที่สวยงามงามและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและผู้เยี่ยมชมได้จำนวนมากในแต่ละปี

- **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and Wellness Tourism)** ที่นำบริการด้านสุขภาพมาผสมผสานกับการท่องเที่ยว เช่น การนวดสมุนไพร การฝึกโยคะ การบริการส่วนบุคคล วารีบำบัด การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ การรักษาโรคต่างๆ บริการทันตกรรม การผ่าตัดเสริมความงาม เป็นต้น

- **การท่องเที่ยวเชิงกีฬา** เจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบการออกกำลังกาย เช่น ปีนหน้าผา พร้อมทั้งเปิดมิติใหม่ด้วยการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬา เช่น การวิ่งมาราธอน การแข่งขันไตรกีฬา ตลอดจนการเข้าชมการแข่งขันกีฬาประเภทต่างๆ

- **การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** เป็นการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยนักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้ มีประสบการณ์ร่วมและประทับใจในคุณค่าของวัฒนธรรม นำไปสู่ความรู้สึกผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวและคน

ในพื้นที่การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้สัมผัสเรียนรู้ ชื่นชม และเข้าใจผลกระทบของมนุษย์ที่มีต่อระบบนิเวศ

- **การท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ** เป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามศาสนสถาน เพื่อตอบสนองด้านจิตวิญญาณและความศรัทธารวมทั้งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับพิธีกรรมที่เกี่ยวข้องกับศาสนา เช่น พานักท่องเที่ยวไปสักการะสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เข้าร่วมประเพณี วัฒนธรรมทางศาสนา เช่น เทศกาลกินเจ งานบุญบั้งไฟ พญานาค งานแห่เทียนพรรษา ต่อยอดความเข้มแข็งไปพร้อมๆ กับการรักษาธรรมชาติที่พื้นตัวดีขึ้น โดยสนับสนุนการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว ตลอดจนเจ้าหน้าที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่รับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อมลดของเสียให้มากที่สุด (Zero Waste) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนต่อทรัพยากรธรรมชาติและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ภาคการท่องเที่ยวของไทย

3. เน้นขยายและแสวงหากลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพในพื้นที่มีศักยภาพใหม่ๆ เช่น มองโกเลีย เกาหลีใต้ ขณะที่พื้นที่ในตลาดเดิม New Partner สร้างพันธมิตรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มเติม New Infrastructure ใช้เส้นทางการคมนาคมใหม่ๆ ให้เกิดการกระจายนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะเส้นทางรถไฟความเร็วสูงเชื่อมต่อคุนหมิง สาธารณรัฐประชาชนจีน – สปป.ลาว ที่สามารถเชื่อมโยงการเดินทางมายังจังหวัดหนองคายได้ และ New Way คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ (Millennials) ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

4. ส่งเสริมให้เกิด Greatest Change ด้วย Soft Power of Thailand ตามแนวทาง 5F : 4M คือ Food Film Fashion Festival Fight Music Museum Master และ Meta เพื่อเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวคุณภาพ และสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง นำอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบและดิจิทัล เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้หลัก Inclusive Tourism เจาะกลุ่มเป้าหมายคุณภาพและนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง เต็มใจจ่ายเพื่อตอบสนองคุณค่าของประสบการณ์ แสดงออกซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม

5. พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวให้มีความพร้อมที่รองรับนักท่องเที่ยว เช่น การเชื่อมโยงด้านคมนาคมในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และยกระดับให้ได้มาตรฐาน การออกแบบโครงสร้างพื้นฐานให้รองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม ทั้งกลุ่มผู้มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มสูงวัย รวมทั้งการจัดระเบียบสิ่งอำนวยความสะดวกภายในพื้นที่ เช่น ที่จอดรถ ห้องน้ำต่างๆ เป็นต้น



ภาพรวมการท่องเที่ยว

จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ภายในประเทศมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ภาครัฐได้มีการผ่อนคลายมาตรการควบคุม รวมถึงทยอยเปิดประเทศให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในช่วงที่เปิดให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศในรูปแบบ Test & Go ผ่านการลงทะเบียน Thailand Pass ในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ 2565 เป็นต้นมา ทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยเฉลี่ยกว่า 2 แสนคนต่อเดือน สอดคล้องกับการท่องเที่ยวภายในประเทศส่งสัญญาณฟื้นตัวเช่นกัน ซึ่งส่วนหนึ่งได้รับปัจจัยบวกจากมาตรการภาครัฐที่ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายและการท่องเที่ยวภายในประเทศ อาทิ โครงการคนละครึ่ง โครงการเราเที่ยวด้วยกัน เป็นต้น ทำให้คาดว่าภาคการท่องเที่ยวมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง ขณะที่แนวโน้มนโยบายการท่องเที่ยวที่ควรดำเนินการในระยะต่อไป ได้แก่

- 1) ผลักดันการท่องเที่ยวให้มีกระจายตัวสู่เมืองรองเพิ่มมากขึ้น
- 2) ขยายฐานตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมในทุกกลุ่มของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะ โดยการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังอุตสาหกรรมบริการที่มีคุณภาพสูง
- 3) ส่งเสริมให้เกิด Greatest Change ด้วย Soft Power of Thailand ตามแนวทาง 5F : 4M คือ Food Film Fashion Festival Fight Music Museum Master และ Meta และ
- 4) พัฒนาลิขสิทธิ์อำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองให้มีความพร้อมที่รองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะช่วยขับเคลื่อนการท่องเที่ยวของไทยให้เติบโตอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน และเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไทยต่อไป

บทสรุป

ภาคการท่องเที่ยวของไทยมีความสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจอย่างมาก สะท้อนจากรายได้จากจากท่องเที่ยวในปี 2562 อยู่ที่ 3.0 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 17.8 ของ GDP นอกจากนี้ ยังช่วยให้เกิดการจ้างงานภายในประเทศด้วย โดยในปี 2562 พบว่ามีจำนวนแรงงานในที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวมีจำนวน 4.4 ล้านคน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 11.6 ของการจ้างงานทั้งหมด

ในปี 2563-2564 ประเทศไทยได้รับผลกระทบจากการแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา -2019 ทำให้ส่งผลให้เศรษฐกิจไทยชะลอตัวอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ในช่วง 5 เดือนแรกของปี 2565 การท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มปรับตัวดีขึ้น สะท้อนจากตัวเลขเบื้องต้นที่รายงานโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาว่ามีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้วจำนวน 1.1 ล้านคน (วันที่ 1 มกราคม - 20 พฤษภาคม 2565) แม้จะอยู่ในระดับต่ำกว่าช่วงก่อนการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 แต่ถือว่าเป็นตัวเลขที่สูงกว่าทั้งปี 2564 ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพียง 4.3 แสนคน สอดคล้องกับจำนวนผู้เยี่ยมเยือนไทยในช่วง 4 เดือนแรกปี 2565 อยู่ที่ 62.7 ล้านคน ขยายตัวจากช่วงเดียวกัน

ปีก่อนที่ร้อยละ 87.60 ทั้งนี้ คาดว่าในปี 2565 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาในประเทศไทย อยู่ที่ 6.1 ล้านคน

สำหรับปัจจัยสนับสนุนของการท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ 1) ประเทศไทยมีศักยภาพทางด้าน การท่องเที่ยว (ที่ตั้งที่เป็นจุดยุทธศาสตร์ และศูนย์กลางการขนส่งภายในภูมิภาค ความพร้อมทางด้าน แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุกกลุ่ม ความพร้อมในด้านขีดความสามารถทางการแข่งขันในด้านการท่องเที่ยว) และ 2) นโยบาย ภาครัฐ เช่น เราเที่ยวด้วยกัน ทวีร์เที่ยวไทย เป็นต้น ขณะที่ปัจจัยกดดันของการท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ 1) ความเสี่ยงต่อความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต 2) การดำเนินนโยบายการเดินทางต่างประเทศ ของประเทศต้นทาง เพื่อควบคุมการระบาดของโรคติดเชื้อโควิด-19 3) ความขัดแย้งระหว่างรัสเซีย และยูเครน รวมถึงมาตรการคว่ำบาตรรัสเซียโดยหลายประเทศ 4) ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของ โรคโควิด-19 5) ปัญหาเรื่องทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม และ 6) ภาคการท่องเที่ยวของไทยยังมีปัญหา ในส่วนของโครงสร้างที่ไม่สมดุล

ข้อเสนอแนะนโยบายที่จะช่วยขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ได้แก่ 1) ผลักดันการท่องเที่ยว ให้มีกระจายตัวสู่เมืองรองเพิ่มมากขึ้น 2) ขยายฐานตลาดกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมในทุกกลุ่ม ของนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการเฉพาะ โดยมุ่งเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปยังอุตสาหกรรมบริการที่มี คุณภาพสูง 3) ส่งเสริมให้เกิด Greatest Change ด้วย Soft Power of Thailand ตามแนวทาง 5F : 4M คือ Food Film Fashion Festival Fight Music Museum Master และ Meta และ 4) พัฒนา สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวเมืองรองให้มีความพร้อมที่รองรับนักท่องเที่ยว



การจัดการปัญหาขยะมูลฝอย ผ่านภาษีหลุมฝังกลบ (Landfill Tax)

บทความโดย

ศราวุธ พรหมพันธ์

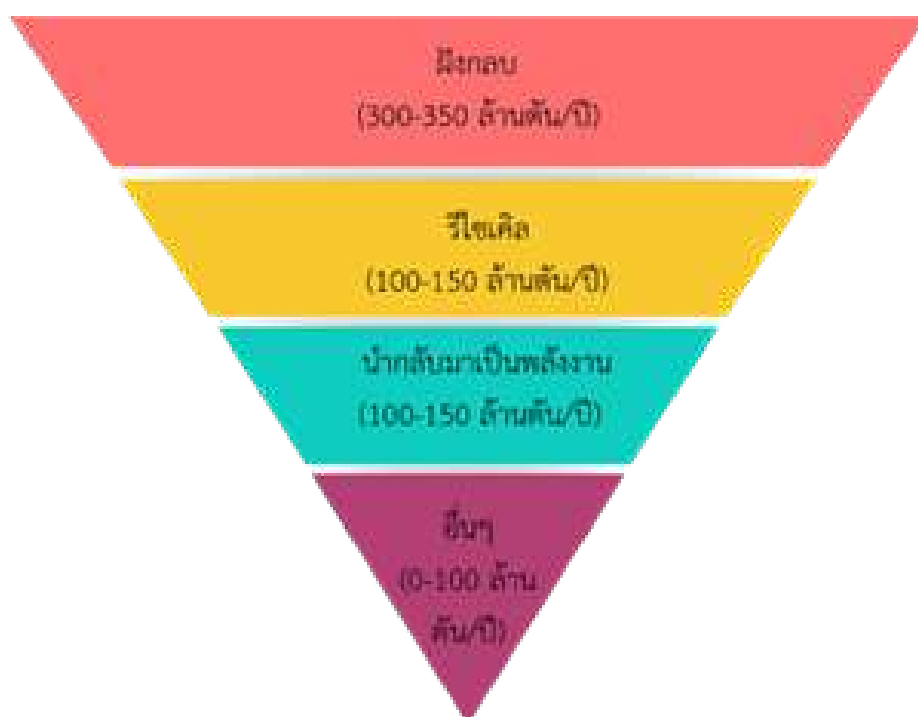
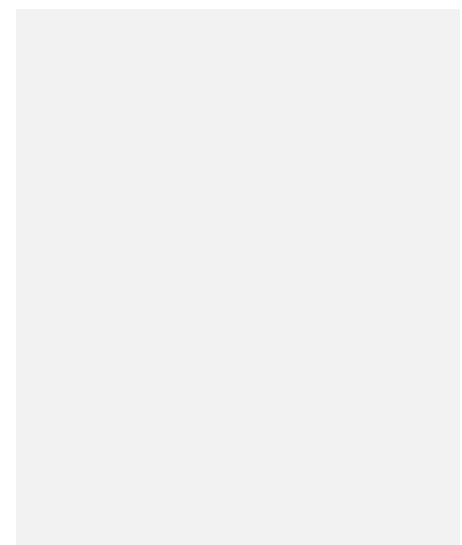
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



ภาหิหุลุมฝังกลบเป็นนึงในเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์สำหรับใช้ในการบริหารจัดการขยะมูลฝอยที่นิยมอย่างแพร่หลายโดยเฉพาะในประเทศแถบยุโรป ซึ่งจัดเก็บภาหิหิจากขยะมูลฝอยหรือของเสียที่ถูกกำจัดด้วยวิธีฝังกลบ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อลดปริมาณขยะมูลฝอย และส่งเสริมทางเลือกในการนำขยะมูลฝอยกลับไปใช้ประโยชน์ เช่น การรีไซเคิล เป็นต้น แทนการกำจัดขยะมูลฝอยด้วยวิธีฝังกลบ

ในปัจจุบัน การกำจัดขยะมูลฝอยด้วยวิธีฝังกลบส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมหลายประการ เช่น การฝังกลบก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศของโลก (Climate Change) โดยจากข้อมูลบทความวารสารทางด้านสิ่งแวดล้อมของ Nature Climate Change ซึ่งเขียนโดย Jon T.Powell ในปี 2558 ชี้ให้เห็นว่า ขยะมูลฝอยในหลุมฝังกลบนั้นสามารถปล่อยแก๊สมีเทน (Methane) ออกมาจากกระบวนการย่อยสลายของสารอินทรีย์ ซึ่งแก๊สดังกล่าวเป็นหนึ่งในแก๊สเรือนกระจกที่นำไปสู่ภาวะโลกร้อน อีกทั้งการฝังกลบที่ไม่ถูกหลักสุขาภิบาลก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของหน้าดินหรือสารปนเปื้อนจากขยะมูลฝอยอาจรั่วซึ่งลงสู่แม่น้ำลำธารซึ่งก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสุขภาพของชุมชนในละแวกนั้นได้

นอกจากนี้ การนำขยะมูลฝอยไปกำจัดด้วยวิธีฝังกลบก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านทรัพยากรดินและที่ดิน เนื่องจากขยะมูลฝอยหลายประเภท เช่น ถุงพลาสติก โฟม เป็นต้น มีอายุการย่อยสลายนานกว่า 100 ปี ส่งผลให้หลุมฝังกลบที่รองรับขยะมูลฝอยเหล่านี้ต้องใช้พื้นที่จำนวนมาก



ภาพที่ 1 : ปริมาณขยะมูลฝอยทั่วโลกที่ถูกกำจัดด้วยวิธีต่างๆ ที่มา : World Bank, 2555

จากข้อมูลด้านการจัดการขยะมูลฝอยโดยธนาคารโลก ในปี 2555 พบว่า การจัดการขยะมูลฝอยด้วยวิธีการฝังกลบเป็นที่นิยมมากที่สุดทั่วโลก โดยรองรับปริมาณขยะมูลฝอยมากถึง 340 ล้านตันต่อปี (ภาพที่ 1) ด้วยเหตุนี้ นานาประเทศจึงได้มีมาตรการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบขึ้น โดยในบทความนี้จะขอยกตัวอย่างการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบในต่างประเทศ ได้แก่ สหราชอาณาจักร สเปน (คาตาโลเนีย) และ ไอร์แลนด์ ซึ่งประเทศเหล่านี้ประสบความสำเร็จในด้านการลดการกำจัดขยะมูลฝอยด้วยวิธีฝังกลบ รวมทั้งสถานการณ์ขยะมูลฝอยในประเทศไทยมานำเสนอ ดังนี้

ตารางที่ 1 : โครงสร้างการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบแต่ละประเทศ
ที่มา : Good Practice Catalonia: Waste Disposal Tax, Regions for recycling, Landfill tax: GOV.UK, Country Landfill Tax and Ban Overview: CEWEP/ Landfill Tax in the United Kingdom: Eumonia

1. ภาษีหลุมฝังกลบในต่างประเทศ

ภาษีหลุมฝังกลบ	 สหราชอาณาจักร	 สเปน (คาตาโลเนีย)	 ไอร์แลนด์
ผู้เสียภาษี	เจ้าของ/ผู้ประกอบการพื้นที่หลุมฝังกลบ		
อัตราภาษี/ฐานภาษี	ในปี 2560 ประกอบด้วย 2 อัตรา ได้แก่ 1.) ของเสียที่ย่อยสลายไม่ได้ (Inert Waste / inactive Waste) = 2.70 ปอนด์ต่อตัน (ประมาณ 118 บาทต่อตัน) 2.) ของเสียที่ย่อยสลายได้ (Non-inert Waste / Active Waste) = 86.10 ปอนด์ต่อตัน (ประมาณ 3,763 บาทต่อตัน)	ในปี 2561 จัดเก็บจาก ของเสียที่ถูกส่งไปฝังกลบใน อัตรา 35.6 ยูโรต่อตัน (ประมาณ 1,385 บาทต่อตัน)	จัดเก็บจากของเสียที่ถูก ส่งไปฝังกลบในอัตรา 75 ยูโรต่อตัน (ประมาณ 2,917 บาทต่อตัน) (เป็นอัตรา ซึ่งใช้ตั้งแต่ปี 2556)
หน่วยงานจัดเก็บภาษี	กรมสรรพากรและศุลกากร แห่งสหราชอาณาจักร (HMRC)	หน่วยงานภาครัฐอิสระ(Waste Agency of Catalonia)	รัฐบาลท้องถิ่น
วัตถุประสงค์ของการนำรายได้ภาษีไปใช้ประโยชน์	รายได้ของแผ่นดิน	รายได้ร้อยละ 50 เข้ากองทุนเพื่อการจัดการของเสีย (Waste Management Fund) ส่วนที่เหลือคืนให้ท้องถิ่น	รายได้บางส่วนให้กระทรวงสิ่งแวดล้อมเพื่อเข้ากองทุนสิ่งแวดล้อม

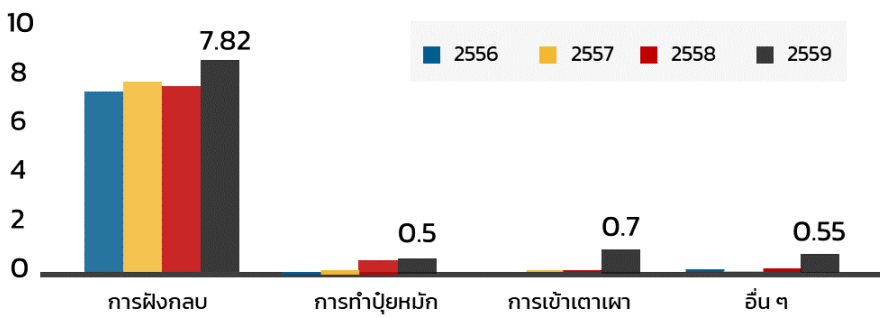
จากกรณีศึกษาการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบในต่างประเทศ พบว่า ภาษีดังกล่าวมีวัตถุประสงค์การนำรายได้ไปใช้ประโยชน์แตกต่างกัน เช่น สหราชอาณาจักร รายได้จากภาษีหลุมฝังกลบจะถูกนำไปเป็นรายได้งบประมาณแผ่นดิน ทั้งนี้ ภาษีหลุมฝังกลบเป็นภาษีที่จัดเก็บเพิ่มจากค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ดังนั้น เพื่อเป็นการบรรเทาภาระภาษีให้แก่ผู้ประกอบการ รัฐบาลจึงมีมาตรการให้ผู้ประกอบการสามารถขอคืนเครดิตภาษีหลุมฝังกลบได้ (Landfill tax credit scheme)

ในขณะที่บางประเทศกำหนดให้ภาษีหลุมฝังกลบเป็นภาษีเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (Earmarked tax) กล่าวคือ รายได้จากภาษีจะถูก

นำไปเข้ากองทุนสิ่งแวดล้อม เช่น สเปน(คาตาโลเนีย) นำรายได้ภาษีหลุมฝังกลบมากกว่าร้อยละ 50 ไปเป็นค่าใช้จ่ายในการบำบัดของเสีย ชีวภาพและส่วนที่เหลือถูกคืนให้แก่รัฐบาลท้องถิ่น เป็นต้น

2. สถานการณ์ขยะมูลฝอยในประเทศไทย

จากรายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยของกรมควบคุมมลพิษในช่วงตลอด 10 ปีที่ผ่านมา พบว่า ปริมาณขยะมูลฝอยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยสัดส่วนปริมาณขยะมูลฝอยประมาณกว่าร้อยละ 50 ของปริมาณขยะมูลฝอยทั้งหมด ถูกนำไปกำจัดไม่ถูกต้อง ในขณะที่การนำขยะมูลฝอยกลับไปใช้ประโยชน์ยังคงมีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย ซึ่งสาเหตุหนึ่งเกิดจากการขาดการคัดแยกขยะมูลฝอยของครัวเรือน ส่งผลให้ขยะเหล่านี้ปนเปื้อนจนไม่สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์หรือมีต้นทุนสูงในการนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาวิธีการจัดการขยะมูลฝอยในประเทศไทย (แผนภูมิที่ 1) พบว่า วิธีการฝังกลบนั้นเป็นวิธีที่นิยมที่สุด โดยในปี 2559 มีปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกกำจัดด้วยวิธีดังกล่าวมากถึง 7.82 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 80 ของปริมาณขยะมูลฝอยที่ถูกนำไปกำจัดด้วยวิธีต่างๆ



แผนภูมิที่ 1 : รูปแบบการจัดการขยะมูลฝอยด้วยวิธีต่างๆ
ที่มา : กรมควบคุมมลพิษ

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นสรุปได้ว่า ประเทศไทยใช้วิธีการฝังกลบเป็นวิธีหลักในการจัดการขยะมูลฝอย ดังนั้น ภาษีหลุมฝังกลบอาจเป็นทางเลือกในการจัดการขยะมูลฝอยในประเทศไทยได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาโครงสร้างการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของประเทศ พบว่า ยังมีข้อจำกัดในการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบบางประการ เช่น 1) ภาษีหลุมฝังกลบซ้ำซ้อนกับค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการขยะมูลฝอย ซึ่งจัดเก็บจากครัวเรือนโดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเนื่องจากจัดเก็บจากฐานภาษีเดียวกัน และ 2) แม้ว่ารัฐบาลจะมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการขยะมูลฝอยจากครัวเรือน อย่างไรก็ตาม กระบวนการคัดแยกขยะมูลฝอยยังขาดประสิทธิภาพ ส่งผลให้ปริมาณการกำจัดขยะมูลฝอย



ด้วยวิธีฝังกลบยังคงมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งสะท้อนได้ว่าการบริหารจัดการขยะมูลฝอยของภาครัฐยังคงมีข้อจำกัด

ด้วยเหตุนี้ ผู้เขียนจึงขอเสนอแนวทางการปรับเปลี่ยนกระบวนการบริหารจัดการขยะมูลฝอยทั้งระบบ ดังนี้

1. เปลี่ยนแปลงการบริหารจัดการขยะมูลฝอยจากภาครัฐ

สู่ภาคเอกชน (Privatization) โดยให้ภาคเอกชนเป็นผู้ดำเนินกิจการหลุมฝังกลบ รวมถึงกระบวนการขนส่งขยะมูลฝอยไปยังพื้นที่ฝังกลบ ซึ่งจะทำให้การให้บริการจัดการขยะมูลฝอยมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เนื่องจากภาคเอกชนจะมีการนำระบบหรือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้เพื่อให้การจัดการคัดแยกขยะมูลฝอยสามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีก ตลอดจนพัฒนาและปรับปรุงระบบหลุมฝังกลบให้ถูกหลักสุขาภิบาลมากขึ้น

2. ให้ดำเนินการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบจากภาคเอกชนแทนระบบเดิมที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการขยะมูลฝอยจากครัวเรือน ซึ่งจะก่อให้เกิดโอกาสการผลักภาระภาษีจากภาคเอกชนไปยังภาคครัวเรือน โดยภาคเอกชนจะผลักภาระภาษีไปให้แก่ผู้บริโภคในสัดส่วนที่มากกว่าการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการบริหารจัดการขยะมูลฝอยจากครัวเรือนในปัจจุบัน ทั้งนี้ ภาระภาษีที่สูงขึ้นจะสร้างความตระหนักรู้ให้แก่ครัวเรือนในการคัดแยกขยะมูลฝอยอันจะนำไปสู่

การลดปริมาณการกำจัดขยะมูลฝอยด้วยวิธีฝังกลบได้

กล่าวโดยสรุป การกำจัดขยะมูลฝอยด้วยการฝังกลบส่งผลเสียต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนในหลายด้าน ดังนั้น นานาประเทศจึงเลือกใช้มาตรการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบในการบรรเทาปัญหาดังกล่าวข้างต้น สำหรับประเทศไทยแม้ว่าจะมีข้อจำกัดในการจัดเก็บภาษีหลุมฝังกลบบางประการ แต่หากปรับปรุงการบริหารจัดการขยะมูลฝอยทั้งระบบให้ดีขึ้น การจัดเก็บภาษีดังกล่าวอาจเหมาะสมที่จะเป็นนวัตกรรมเพื่อการจัดการขยะมูลฝอยในอนาคตได้

บรรณานุกรม

กรมควบคุมมลพิษ, (2016). “รายงานสถานการณ์ขยะมูลฝอยของประเทศไทย ปี พ.ศ.2559”. สืบค้นจาก http://www.pcd.go.th/public/Publications/print_report.cfm?task=wsthaz_annual59

Jon T. Powell, (2015). “Estimates of solid waste disposal rates and reduction targets for landfill gas emissions” Retrieved from <https://www.nature.com/articles/nclimatE2804>

Region for Recycling, (2014). “Good Practice Catalonia Waste Disposal Tax”. Retrieved from http://www.regions4recycling.eu/upload/public/Good-Practices/GP_ARC_Disposal-tax.pdf

Tim Elliott, (2016). “Landfill Tax in the United Kingdom” Retrieved from <https://ieep.eu/uploads/articles/attachments/5776fae7-D278-4D32-9a9a-c1119f5f166d/UK%20Landfill%20Tax%20conference%20draft.pdf?v=63673818841>

World Bank, (2014). “What a waste: A Global review of Solid Waste Management”. Retrieved from <https://siteresources.worldbank.org/INTURBANDEVELOPMENT/Resources/336387>

การพัฒนาตลาดพันธบัตรสีเขียว (Green Bond)

เพื่อส่งเสริมโครงการด้านการแก้ไขปัญหา
การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ
(Climate Change)

บทความโดย

ศราวุธ พรหมพันธ์

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) เป็นหนึ่งในปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลกระทบต่อประเทศต่างๆ โดยจากข้อมูลของธนาคารโลก เรื่อง World Bank Report Shockwaves ในปี 2019 เปิดเผยว่า ภายในปี 2030 จะมีจำนวนประชากรทั่วโลกที่กลายเป็นคนจนเพิ่มขึ้นประมาณ 100 ล้านคน อันเนื่องมาจากผลกระทบจากภัยพิบัติทางธรรมชาติที่เกิดจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ ทั้งนี้ นานาประเทศได้ให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศโดยได้สร้างความร่วมมือระหว่างประเทศ อาทิ การจัดทำความตกลงปารีส (Paris Agreement) เพื่อให้ประเทศสมาชิกที่เข้าร่วมความตกลงปารีสดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกโดยกำหนดเป้าหมายให้ลดอุณหภูมิของโลกต่ำกว่า 2 องศาเซลเซียส ซึ่งประเทศเหล่านี้จำเป็นต้องมีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอในการดำเนินการ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะปัจจุบันองค์การระหว่างประเทศ อาทิ ธนาคารโลก ที่มีบทบาทสนับสนุนการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะทำให้การสนับสนุนด้านการเงินแก่กลุ่มประเทศสมาชิกเป็นจำนวนเงินมากถึง 60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี (Coony, 2019) แต่ก็ยังคงไม่เพียงพอต่อความต้องการอีกทั้งการให้เงินสนับสนุนลักษณะนี้เป็นเพียงการสนับสนุนระยะสั้นเท่านั้น ดังนั้น เพื่อให้เกิดแหล่งเงินทุนที่เพียงพออย่างยั่งยืนขึ้น นานาประเทศจึงได้นำเครื่องมือทางการเงินมาใช้ที่เรียกว่า พันธบัตรสีเขียว (Green Bond) โดยในบทความนี้ได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ Green Bond เพื่อนำเสนอความเป็นมา โครงสร้างตลาด ปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาของตลาด ความท้าทายของตลาด ตลอดจนข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการผลักดันตลาด ดังนี้



ความเป็นมาของ Green Bond

Green Bond เป็นเครื่องมือทางการเงินที่ระดมทุนจากผู้ที่มีแหล่งเงินทุนหรือที่เรียกว่า นักลงทุน ไปยังผู้ที่ต้องการใช้เงินทุนหรือที่เรียกว่า ผู้ออก Green Bond หรือผู้กู้ ซึ่งจะต้องมีการทำข้อตกลงในการจ่ายเงินคืนขึ้นอยู่กับประเภทของพันธบัตรนั้นๆ โดย Green Bond จะแตกต่างจากพันธบัตรทั่วไปคือ มีวัตถุประสงค์เพื่อการระดมทุนสำหรับนำไปใช้ในโครงการด้านสิ่งแวดล้อมโดยเฉพาะ โดย Green Bond มีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ประเภทของ Green Bond โดยจากงานวิจัยของ Banerjee (2019) สามารถแบ่งออกได้ 7 ประเภท ได้แก่

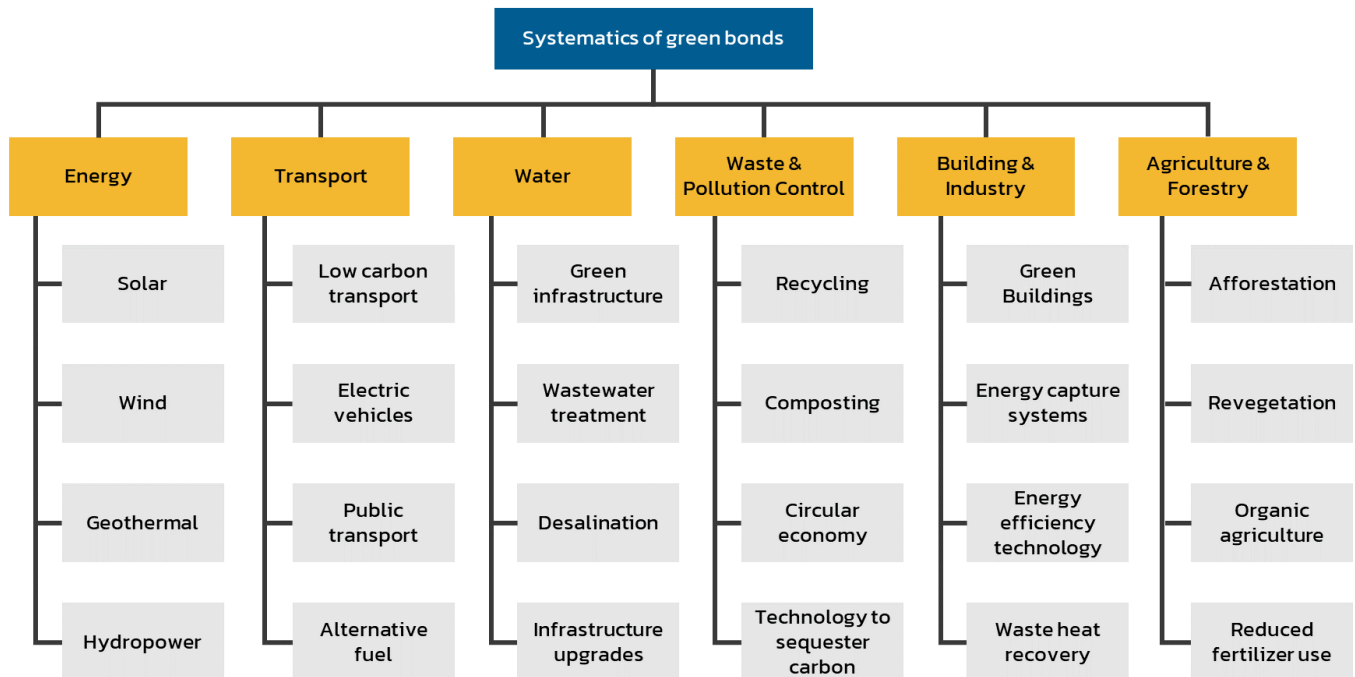
- (1) พันธบัตรที่ออกโดยนิติบุคคล (Corporate Bonds)
- (2) พันธบัตรที่จ่ายคืนด้วยกระแสเงินสดที่เกิดจากโครงการ (Project Bonds)
- (3) พันธบัตรที่ผูกกับโครงการเพียงโครงการเดียวหรือหลายโครงการ (Asset Based Securities)
- (4) พันธบัตรที่ออกโดยสถาบันการเงิน (Financial sector bonds)
- (5) พันธบัตรที่ออกโดยรัฐบาลกลาง (Sovereign bonds)
- (6) พันธบัตรที่ออกโดยรัฐบาลท้องถิ่น (Municipal Bonds) และ
- (7) พันธบัตรที่ออกโดยองค์กรระหว่างประเทศ อาทิ ธนาคารโลก (Supranational, Sub-Sovereign, Agency Bonds)



2. การใช้เงินจากการระดมทุนเพื่อสิ่งแวดล้อมด้วย Green Bond

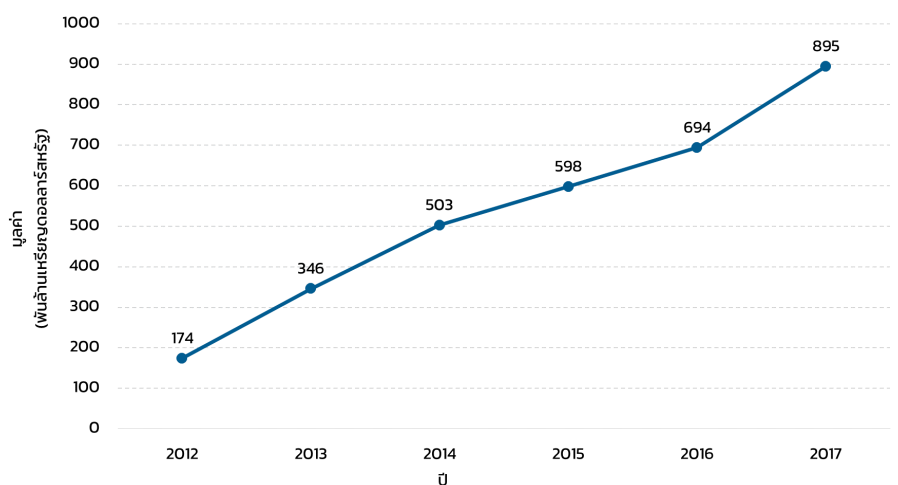
โดยจากงานวิจัยของ Laskowska (2018) สามารถแบ่งออกได้ 6 ประเภท ได้แก่ (1) สาขาพลังงาน (2) สาขาการขนส่ง (3) สาขาน้ำ (4) สาขาของเสียและมลพิษ (5) สาขาอาคารและอุตสาหกรรม และ (6) สาขาเกษตรและป่าไม้ (ภาพที่ 1)

ภาพที่ 1 : ประเภทของโครงการที่เกิดจากการระดมทุนของ Green Bond ที่มา : Laskowka, A. (2018). Conditions for the development of the Green Bond market development. Finance,11(1), 53-67.



Green Bond เริ่มถูกนำมาใช้ครั้งแรกโดย European Investment Bank ตั้งแต่ปี 2017 ภายใต้ชื่อ Climate-Awareness Bond โดยมีมูลค่ากว่า 1 ล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ และต่อมา นานาประเทศได้นำ Green Bond มาใช้ระดมทุนอย่างแพร่หลายทั้ง องค์การระหว่างประเทศ สถาบันการเงิน บริษัทเอกชน โดยในปี 2017 มูลค่าของ Green Bond ทั่วโลกรวมกันกว่า 895 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ (ภาพที่ 2) อีกทั้งยังมีหน่วยงานที่สำคัญคือ International Capital Market

Association ที่ผลักดันการกำหนดกรอบ Green Bond เพื่อเป็นหลักเกณฑ์ในการออกพันธบัตรให้เป็นมาตรฐานและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับนักลงทุน



ภาพที่ 2 : มูลค่าของ Green Bond ในตลาดโลกช่วยปี 2012 - 2017 ที่มา : Laskowka, A. (2018). Conditions for the development of the Green Bond market development. Finance,11(1), 53-67.

อย่างไรก็ดี การเติบโตของตลาด Green Bond ยังคงต่ำมากเมื่อเทียบกับตลาดพันธบัตรทั่วไป โดย Green Bond มีมูลค่าคิดเป็นเพียงแค่ร้อยละ 1 ของมูลค่าตลาดพันธบัตรทั่วไป ในขณะที่ New Climate Economy ได้ประมาณการไว้ว่า โครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นทั่วโลกจะมีการใช้แหล่งเงินมากถึง 90 พันพันล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี 2030 ดังนั้น การพัฒนาตลาด Green Bond จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมากต่อการจัดทำโครงการด้านสิ่งแวดล้อม

โครงสร้างตลาดของ Green Bond

ในส่วนนี้ผู้เขียนจะขอแบ่งการศึกษาโครงสร้างตลาดของ Green Bond ออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

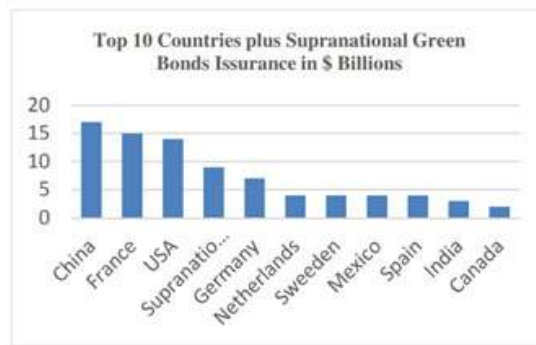
(1) โครงสร้างตลาดโลก (2) โครงสร้างตลาดอาเซียน และ (3) โครงสร้างตลาดประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. โครงสร้างตลาดโลก

เมื่อพิจารณาโครงสร้างตลาดโลกของ Green Bond พบว่า สัดส่วนของการออก Green Bond โดยส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว โดยในปี 2017 มีประเทศที่มีการออก Green Bond มากที่สุดในโลก 3 อันดับแรกได้แก่ จีน ฝรั่งเศส และสหรัฐอเมริกา ตามลำดับ (ภาพที่ 3) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าแหล่งเงินทุนโดยส่วนใหญ่จะอยู่ในกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้วเป็นหลัก

ภาพที่ 3 : ประเทศที่มีมูลค่าการออก Green Bond ในปี 2017

ที่มา : Banerjee, A. (2019). Financing the climate change through green (climate sustainable) bonds: Advances in Science and Engineering Technology international conferences (ASET).

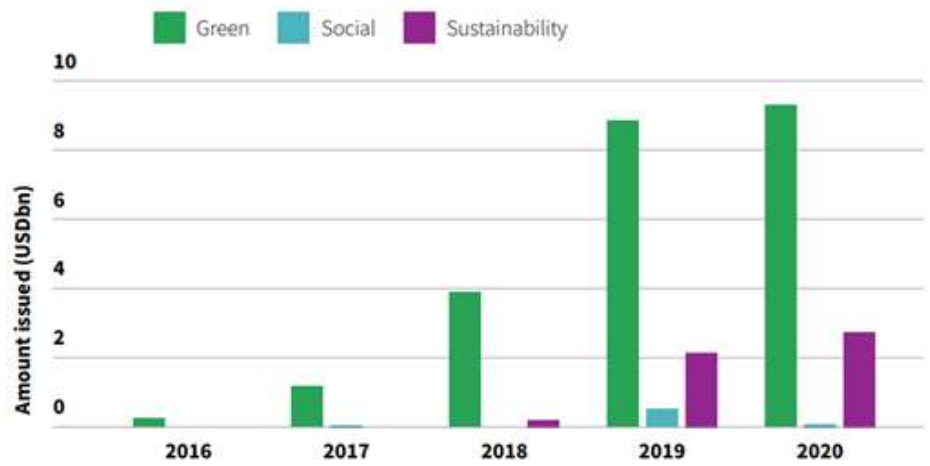


ทั้งนี้ จากข้อมูล Climate Bonds Initiative เรื่อง Green Bonds Global state of the market 2019 ได้ชี้ให้เห็นว่า ในปี 2019 ผู้ออก Green Bond โดยส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน อีกทั้งงานวิจัยของ Mihalovits & Tapaszt (2018) พบว่า โครงการ Green Bond โดยส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 47 ของโครงการที่เกิดขึ้นทั้งหมดจะลงทุนในด้านสาขาพลังงาน อาทิ พลังงานสะอาด พลังงานหมุนเวียน พลังงาน Solar พลังงานลม เป็นต้น เนื่องจากสาขาพลังงานมีบทบาทสำคัญในการก่อให้เกิดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกกว่าร้อยละ 60 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก

2. โครงสร้างตลาด ASEAN

จากข้อมูลของ Climate Bonds Initiative เรื่อง ASEAN Sustainable Finance State of the Market 2020 พบว่า ตลาด Green Bond ใน ASEAN เติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วงปี 2016 – 2020 จากในปี 2016 มูลค่าการออก Green Bond ต่ำกว่า 1 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นในปี 2020 ประมาณ 9 พันล้านเหรียญดอลลาร์สหรัฐ หรือมีอัตราการเติบโตประมาณร้อยละ 80¹ ในช่วงระยะเวลาเพียง 5 ปี (ภาพที่ 4) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณามูลค่าการออก Green Bond และจำนวน Green Bond ของแต่ละประเทศสมาชิก ASEAN พบว่า ประเทศอินโดนีเซียมีมูลค่าการออก Green Bond สะสมตั้งแต่ปี 2016 – 2020 มากที่สุดใน ASEAN รองลงมา เป็นประเทศฟิลิปปินส์ ประเทศสิงคโปร์ และประเทศไทย ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยมีจำนวน Green Bond มากที่สุด รองลงมาประเทศสิงคโปร์ ประเทศไทย และประเทศอินโดนีเซียตามลำดับ (ภาพที่ 5) ทั้งนี้ ในปี 2020 ผู้ออก Green Bond

ใน ASEAN โดยส่วนใหญ่เป็นนิติบุคคลที่ไม่ใช่สถาบันการเงิน และการใช้เงินจากการระดม Green Bond ใน ASEAN โดยส่วนใหญ่ถูกใช้ไปกับการดำเนินโครงการด้านสาขาพลังงานและการก่อสร้างอาคารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Green Building)



ภาพที่ 4 : มูลค่าการออก Green Bond ของ ASEAN ช่วงปี 2016 – 2020
ที่มา : Climate Bonds initiative



ภาพที่ 5 : มูลค่าและจำนวน Green Bond ของแต่ละประเทศสมาชิก ASEAN ในปี 2020
ที่มา : Climate Bonds initiative



¹ คำนวณ Growth rate ด้วยวิธี Average annual growth rate



2.3 โครงสร้างตลาดประเทศไทย

ในส่วน of โครงสร้างตลาด Green Bond ในประเทศไทยนั้น จากข้อมูลของ Climate Bonds Initiative เรื่อง ASEAN Sustainable Finance State of the Market 2020 พบว่า การออก Green Bond ของประเทศไทยตั้งแต่ปี 2018 - 2020 มีมูลค่าสูงถึง 1.7 พันล้าน เหรียญดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งผู้ออก Bond โดยส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจ ด้านขนส่ง ธนาคาร และพลังงาน เป็นหลัก อาทิ บริษัท บีทีเอส กรุ๊ป โฮลดิ้งส์ จำกัด (มหาชน) บริษัทการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย (ปตท.) จำกัด (มหาชน) และการใช้เงินจากการระดม Green Bond โดยส่วนใหญ่ถูกใช้ไปกับการดำเนินโครงการสาขาพลังงานเป็นหลัก อาทิ โครงการพลังงานลม โครงการด้านคมนาคมส่งเสริมการปล่อย คาร์บอนต่ำ

จากข้อมูลโครงสร้างตลาดของ Green Bond ดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่า การออก Bond ไม่ได้ถูกจำกัดแต่เพียง Green Bond เท่านั้น โดยนานาประเทศได้เริ่มหันมาพัฒนา Bond เพื่อระดมทุน ในด้านอื่นๆ มากขึ้น ได้แก่ Social Bond เป็นการระดมทุนเพื่อพัฒนา สังคม และ Sustainable Bond เป็นการระดมทุนเพื่อส่งเสริม ความยั่งยืนทั้งด้านสิ่งแวดล้อมและด้านสังคม

ปัจจัยสนับสนุนให้เกิดการพัฒนา ของตลาด Green Bond

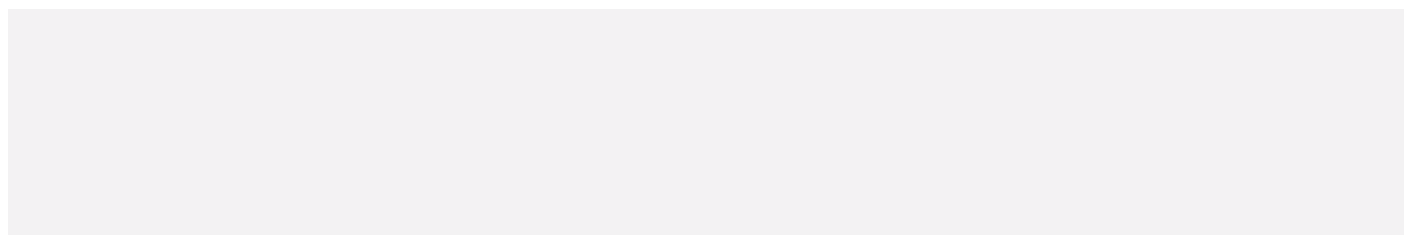
จากการศึกษาวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า การพัฒนาตลาด Green Bond มีปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญ อยู่ 3 ประการ ได้แก่ (1) นโยบายขององค์กรระหว่างประเทศ และ (2) ข้อตกลงระหว่างประเทศในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน (3) ความตระหนักในปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. นโยบายขององค์กรระหว่างประเทศ อาทิ ธนาคารโลก Green Investment Bank มีบทบาทสำคัญ ในการสนับสนุนตลาด Green Bond โดยให้การสนับสนุนการกำหนดหลักเกณฑ์ มาตรฐานของ

Green Bond เพื่อลดความเสี่ยง สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ตลอดจนนักลงทุนสามารถ เข้าถึง Green Bond ได้ง่าย ซึ่งนโยบายขององค์กรระหว่างประเทศเหล่านี้จะช่วยให้ Green Bond มีความน่าดึงดูดในการลงทุนมากขึ้น

2. ข้อตกลงระหว่างประเทศในการแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน มีบทบาทสำคัญในการพัฒนา ตลาด Green Bond โดยมีความร่วมมือระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศที่สำคัญ 2 เรื่อง ได้แก่ (1) Paris Agreement ภายใต้กรอบของ United Nations Framework Convention on Climate Change ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ประเทศสมาชิกลดการปล่อย ก๊าซเรือนกระจกตั้งที่กล่าวต่างต้น และ (2) เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ด้าน SDGs7 ซึ่งเกี่ยวกับการเข้าสู่พลังงานยุคใหม่ โดยกลยุทธ์ดังกล่าวมีส่วนสนับสนุน การดำเนินการที่มีส่วนร่วมที่ประเทศกำหนด (Nationally Determined Contribution: NDC) ซึ่งเป็น แผนของแต่ละประเทศที่จะลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกตามแต่ นโยบายของประเทศตนเอง ทั้งนี้ United Nations Commission on Trade and Development ได้ประมาณการว่าการบรรลุเป้าหมาย SDGs7 ต้องอาศัยเงินกว่า 7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ดังนั้น ข้อตกลงระหว่างประเทศจึงมีบทบาท สำคัญในการพัฒนาตลาด Green Bond

3. ความตระหนักในปัญหาทางด้านสิ่งแวดล้อม โดยการเสริมสร้างความตระหนักในปัญหาทาง ด้านสิ่งแวดล้อมให้นักลงทุนจะมีส่วนช่วยให้หันมาลงทุนใน Green Bond มากขึ้น



ความท้าทายของตลาด Green Bond

แม้ว่า Green Bond จะมีปัจจัยสนับสนุนดังกล่าวข้างต้นที่ทำให้ตลาดสามารถเติบโตได้ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ยังพบอุปสรรคและความท้าทายของตลาด Green Bond ที่สำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) การขาดผู้เชี่ยวชาญทางด้านสิ่งแวดล้อมในการติดตามการดำเนินโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อม (2) ต้นทุนการทำธุรกรรม Green Bond สูง เช่น ผู้ออก Green Bond จะต้องมีการใช้จ่ายเพื่อรับรองโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมที่เกิดขึ้นจริง เป็นต้น (3) การนิยามโครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่ยังคลุมเครือ และ (4) การขาดกรอบหลักเกณฑ์ของ Green Bond ที่ได้มาตรฐาน โดยงานวิจัยของ Banga (2019) ได้ชี้ให้เห็นว่า Green Bond ที่รับรองมาตรฐานโดยผู้ออกเองมีมูลค่ากว่า 674 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในขณะที่ Green Bond ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานโดยหน่วยงานรับรองโดยตรงมีมูลค่าเพียง 221 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

อุปสรรคและความท้าทายเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อความร่วมมือ (Compliance) แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง 2 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายนักลงทุนที่ขาดความเชื่อมั่นใน Green Bond ทั้งด้านผลตอบแทน ความเสี่ยง และความโปร่งใส และฝ่ายผู้ออก Green Bond โดยเฉพาะผู้ออก Green Bond รายเล็กที่มีข้อจำกัดด้านต้นทุนอันส่งผลให้ไม่สามารถเข้าถึงการรับรองมาตรฐาน Green Bond โดยหน่วยงานรับรองโดยตรงได้



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ในการผลักดันตลาด Green Bond

จากความท้าทายข้างต้น ผู้เขียน ได้หยิบยกข้อเสนอจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของบางประการที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาตลาด Green Bond ดังต่อไปนี้

1. ธนาคารกลางควรมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ดูแลตลาด Green Bond โดยธนาคารกลางสามารถกำหนดเกณฑ์มาตรฐานของ Green Bond ให้แก่สถาบันการเงินที่ประสงค์จะออก Green Bond ซึ่งจะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนได้ เนื่องจากสถาบันการเงินเหล่านี้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของธนาคารกลางซึ่งทำให้ธนาคารกลางมีอำนาจในการตรวจสอบ ติดตาม ประเมินผลการระดมทุนเพื่อนำมาใช้ดำเนินโครงการเพื่อสิ่งแวดล้อมได้ อีกทั้ง ธนาคารกลางยังมีการกำหนดให้สถาบันการเงินดำรงสินทรัพย์สภาพคล่อง (Reserve Requirement) เพื่อป้องกันความเสี่ยงการผิดนัดชำระหนี้ และธนาคารกลางยังสามารถแบกรับต้นทุนบางส่วนของผู้ออก Green Bond ได้ เช่น

ธนาคารกลางสิงคโปร์คืนค่าใช้จ่าย (refund) เต็มจำนวนที่เป็นต้นทุนการออก Green Bond สำหรับพันธบัตรที่ได้มาตรฐานตามที่กำหนดและมีมูลค่าไม่เกิน 1 แสแนดollar สิงคโปร์ เป็นต้น

2. ควรมีหน่วยงานผู้มีหน้าที่รับรองมาตรฐาน Green Bond โดยตรงให้มากขึ้น เพื่อให้เกิดการแข่งขันในการรับรองมาตรฐาน อันจะนำไปสู่ต้นทุนการเข้าถึงต่ำแก่ผู้ออก Green Bond รายเล็ก โดยหน่วยงานที่รับรองจะต้องมีความเชี่ยวชาญทางด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อประเมินความเสี่ยงของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ หน่วยงานรับรองไม่จำเป็นต้องเป็นการจัดตั้งขึ้นใหม่ แต่สามารถเป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ตรวจสอบเครดิต อาทิ หน่วยงานจัดอันดับความน่าเชื่อถือ (Credit rating agency)

3. ควรมีการกำหนดนิยามของโครงการด้านสิ่งแวดล้อม (Green Project) ให้ชัดเจน ว่าโครงการในลักษณะใดถือเป็นโครงการเพื่อ

สิ่งแวดล้อมอย่างแท้จริง ซึ่งการกำหนดนิยามดังกล่าวเป็นหน้าที่ของผู้ออก Green Bond ที่จะต้องมีการระบุให้ชัดเจนถึงโครงการที่จะเกิดขึ้นเพื่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยให้การระดมทุน Green Bond ไม่ถูกใช้ผิดวัตถุประสงค์และยังช่วยดึงดูดนักลงทุนที่ให้ความสำคัญด้านสิ่งแวดล้อมหันมาลงทุนมากขึ้น

4. กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาควรมีความร่วมมือกันในการผลักดันตลาด Green Bond เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนจากกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วได้มากขึ้น

ทั้งนี้ ตัวอย่างกลุ่มประเทศที่มีการสร้างความร่วมมือในการผลักดันตลาด Green Bond ที่สำคัญคือ ASEAN โดย ASEAN Capital Markets Forum (ACMF) เป็นหน่วยงานกำกับดูแลตลาดทุนอาเซียนซึ่งสมาชิกประกอบด้วยผู้แทนหน่วยงานที่กำกับดูแลตลาดทุนของแต่ละประเทศและผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้กำหนดมาตรฐานการออก Green Bond ให้แก่

ผู้ประสงค์จะออกเป็น ASEAN Green Bond ซึ่งมาตรฐานประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่

- (1) ผู้ออก ASEAN Green Bond จะต้องเป็นสมาชิก ASEAN หรือเป็นผู้ที่จะระดมทุนเพื่อดำเนินโครงการในกลุ่มประเทศ ASEAN
- (2) โครงการ ASEAN Green Bond จะต้องส่งเสริมด้านพลังงาน ความหลากหลายทางชีวภาพ การลดมลพิษ ลดภาวะโลกร้อน การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ **แต่ไม่รวมถึงโครงการผลิตพลังงานจากเชื้อเพลิงฟอสซิล**
- (3) ผู้ออก ASEAN Green Bond จะต้องมีการเปิดเผยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับโครงการที่จะดำเนินการให้แก่ผู้ลงทุน อาทิ การใช้จ่ายของเงิน การประเมินความเสี่ยงของโครงการ อีกทั้งข้อมูลที่เกี่ยวข้องเหล่านี้จะต้องเข้าถึงได้ง่าย อาทิ การเผยแพร่ข้อมูลทางเว็บไซต์
- (4) ผู้ออก ASEAN Green Bond จะต้องมีการรายงานความคืบหน้าการดำเนินโครงการเป็นระยะๆ (นอกเหนือจากการรายงานประจำปี) เพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและสร้างความเชื่อมั่นแก่นักลงทุน
- (5) ผู้ออก ASEAN Green Bond สามารถให้หน่วยงานภายนอกเข้ามาประเมินการออก ASEAN Green Bond ได้

กล่าวโดยสรุป Green Bond เป็นเครื่องมือสำคัญในการระดมทุนเพื่อดำเนินโครงการด้านสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ โดยตลาด Green Bond มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากแรงผลักดันทางนโยบายที่เกี่ยวข้องและความตระหนักรู้ทางด้านสิ่งแวดล้อมของนักลงทุน ในขณะเดียวกัน Green Bond ยังคงมีอุปสรรคและความท้าทายในการพัฒนาตลาด ซึ่งการให้ผู้กำหนดนโยบายเข้ามามีบทบาท รวมถึงการจัดทำหลักเกณฑ์ Green Bond ให้เป็นมาตรฐาน และเปิดโอกาสให้ผู้ออก Green Bond รายเล็กสามารถเข้าถึงตลาด Green Bond ได้จะมีส่วนช่วยในการพัฒนาตลาด Green Bond อย่างมาก



แหล่งอ้างอิง

ASEAN Capital Markets Forum. (2018). **ACMF ASEAN Green Bond Standards**. Theacmf. <https://www.theacmf.org/images/downloads/pdf/AGBS2018.pdf>

Banerjee, A. (2019). **Financing the climate change through green (climate sustainable) bonds: Advances in Science and Engineering Technology international conferences (ASET)**. Dubai, United Arab Emirates: Institute of Electrical and Electronics Engineers.

Banga, J. (2019). **The Green Bond market: a potential source of climate finance for developing countries**. *Journal of Sustainable & investment*, 9 (1), 17–32.

Climate Bonds Initiatives. (2019). **Green Bonds Global state of the market 2019**. Climate bonds. https://www.climatebonds.net/files/reports/cbi_sotm_2019_vol1_04d.pdf

Climate Bonds Initiatives. (2020). **ASEAN Sustainable Finance State of the Market 2020**. Climate bonds. <https://www.climatebonds.net/resources/reports/asean-sustainable-finance-state-market-2020>

Coony J. (2019). **Climate finance: A framework with questions: Innovate4Climate**. Singapore: The World Bank Group.

El-Arini, A. (2019). **Paris Agreement, NDCs and WB CC Engagement in East Asia and Pacific: Innovate4Climate**. Singapore: The World Bank Group.

Laskowka, A. (2018). **Conditions for the development of the Green Bond market development**. *Finanse*, 11(1), 53–67.

Mihalovits, Z., & Tapaszti, A. (2018). **Green Bond, the financial instrument that supports sustainable development: Opportunities and Barriers**. *Public Finance Quarterly*, 63, 303–318

Tripathy, A. (2017). **Translating to risk: The legibility of climate change and nature in the Green Bond market**. *Economic Anthropology*, 4, 239–250.

Tolliver, C., Ryota, K.A., & Managi, S. (2019). **Green Bonds for the Paris agreement and sustainable development goals**. *Environmental Research Letters*, 14 (6).

Geopolitics คืออะไร

และความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจาก Geopolitics

จะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ

และภาคธุรกิจอย่างไร

บทความโดย

ศศิน พริ้งพงษ์

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทความนี้เป็นความเห็นเชิงวิชาการ ไม่อาจสะท้อนความคิดเห็นของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทนำ

สถานการณ์ความตึงเครียดทางด้านการเมืองและการสงครามระหว่างรัสเซียและยูเครนได้ส่งผลกระทบไปทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นทั้งในด้านของภาวะการเงินโลก ภาคเศรษฐกิจจริง ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ หรือแม้กระทั่งความเป็นอยู่ของผู้คน ซึ่งก็ไม่ได้จำกัดเพียงแค่ประชาชนของคู่ประเทศที่มีกรณีพิพาทกันเท่านั้น และด้วยความรู้ในปัจจุบัน โลกนั้นมีความเป็น Globalization มากขึ้นเมื่อเทียบกับศตวรรษก่อนหน้า ความเชื่อมโยงของความสัมพัทธ์ดังกล่าวย่อมหมายความว่าความตึงเครียดจากมุมหนึ่งของโลกก็อาจจะส่งผลกระทบไปได้ทั่วโลกได้อย่างที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ดังนั้น บทความนี้จะกล่าวถึงความสำคัญของ Geopolitics ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นจาก Geopolitics และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจและภาคธุรกิจได้



ที่มา : The Conversation.com



ที่มา : USA Today

Geopolitics และ Geopolitical Risk คืออะไร

Geopolitics หรือ ภูมิรัฐศาสตร์ ถูกจำกัดนิยามโดย Overland, 2019 ว่า “รัฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกันระหว่างอำนาจทางการเมือง ทรัพยากรทางเศรษฐกิจ และดินแดนเชิงภูมิศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นเขตแดนประเทศ เส้นแบ่งเขตทางน่านน้ำ ที่อาจมีประวัติศาสตร์การเมืองมาอย่างยาวนาน” Geopolitics นั้นเป็นคำที่มีการพูดถึงมาอย่างยาวนาน โดยหากมองย้อนกลับไปได้ตั้งแต่สมัยช่วงต้นศตวรรษที่ 20 จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศนั้นมักจะเกี่ยวข้องกับ Geopolitics มาตลอด ไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่ความขัดแย้งในสมัยยุคกรีกโบราณ มาจนถึงสงครามโลกครั้งที่หนึ่ง ครั้งที่สอง ยุคสงครามเย็น หรือแม้กระทั่งในความตึงเครียดทางการเมืองระหว่างประเทศ ในยุคปัจจุบันเอง คำถามที่คนมักให้ความสนใจก็คือแล้ว ความผันผวน ความไม่แน่นอน ความตึงเครียดจาก **Geopolitical**

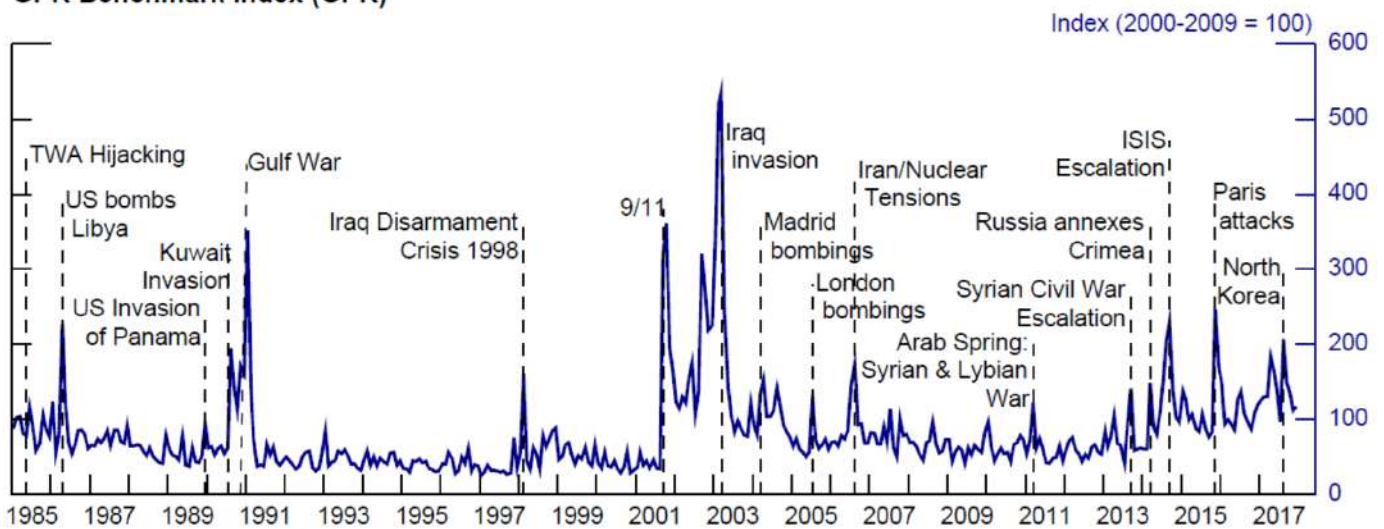
Risk หรือ ความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์ นั้น ส่งผลกระทบอย่างไรบ้าง แต่ก่อนที่เราจะไปค้นหาคำตอบนั้น ก่อนอื่นเรามาทำความรู้จักกับ Geopolitical Risk ก่อนว่ามันคืออะไร

Caldara and Iacovilleo (2019) ได้จำกัดนิยามของ Geopolitical Risk ว่า “ความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับภาวะสงคราม การก่อการร้าย และความตึงเครียดระหว่างประเทศที่อาจส่งผลกระทบต่อ

สันติภาพและความสงบสุขระหว่างประเทศที่เคยมีมา” ซึ่งหากพิจารณาจากผลการศึกษาของ Caldara and Iacoviello (2019) ผู้ที่จัดทำดัชนีชี้วัดระดับความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์¹ ซึ่งก็ได้จำแนกรูปแบบออกเป็นดัชนีที่วัดผลความเสี่ยงจากคำขู่ (Threat) หรือจากมาตรการที่ได้กระทำ (Act) ทั้งนี้ ผลการศึกษาพบว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจากคำขู่ในหลายๆ ครั้ง ก็ส่งผลกระทบต่อมาตรการที่ได้ดำเนินการกระทำจริงๆ ซะอีก การที่คำขู่ส่งผลกระทบต่อค่อนข้างมาก ก็มาจากการที่ไม่มีใครสามารถทำนายได้ว่าปัญหาความขัดแย้งดังกล่าวจะคลี่คลายไปในรูปแบบใด ในขณะที่มาตรการและการกระทำที่ได้ทำไปแล้ว ถึงแม้ว่าอาจจะส่งผลกระทบในแง่ลบอย่างแท้จริง แต่ก็เป็นการลดความไม่แน่นอนลง นอกจากนี้ หากพิจารณาจากข้อมูล Geopolitical Risk ของ Caldara and Iacoviello (2019) ในช่วงประมาณ 40 ปีที่ผ่านมาจะพบว่าความตึงเครียดเชิง Geopolitics นั้นมีความถี่ที่เพิ่มบ่อยครั้งขึ้นนับตั้งแต่มีเหตุการณ์การก่อการร้ายเมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544 เป็นต้นมา โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับช่วงก่อนหน้าเหตุการณ์ ซึ่งก็สะท้อนได้ว่าความตึงเครียดระหว่างโลกตะวันตกและโลกตะวันออกกลางที่ปรับเปลี่ยนขึ้นในระยะยาวได้ส่งผลให้ Geopolitics ของโลกโดยรวมนั้นมีความเปราะบางมาตั้งแต่นั้น

1 ดัชนีวัดระดับความเสี่ยงของภูมิศาสตร์การเมืองโลก มาจากงานวิจัยของ Dario Caldara และ Matteo Iacoviello, 2019 (นักเศรษฐศาสตร์แห่ง U.S. Federal Reserve) โดย Caldara and Iacoviello ทำการวัดระดับความเสี่ยงเหล่านี้จากการค้นหาคำที่เกี่ยวข้อง (keywords) ที่สามารถครอบคลุมเหตุการณ์ด้านภูมิศาสตร์การเมืองโดยเฉพาะ และนับจำนวนความถี่ของบทความจากหนังสือพิมพ์สำคัญๆ จำนวนกว่า 10 ฉบับ เพื่อมาคำนวณเป็นดัชนีชี้วัด (News-based index)

GPR Benchmark Index (GPR)



ที่มา : Caldara and Iacoviello (2019)

ทั้งนี้ เหล่าผู้บริหารของบริษัทชั้นนำของโลกล้วนค่อนข้างมีความเห็นตรงกันว่า Geopolitical Risk นั้นเป็นหนึ่งในความเสี่ยงหลักที่อาจส่งผลในแง่ลบต่อภาคธุรกิจและระบบเศรษฐกิจได้ โดยผู้บริหารของบริษัท PriceWaterhouseCoopers มองว่า Geopolitical Risk นั้นเป็นความเสี่ยงลำดับต้นๆของการทำธุรกิจโดยรวมหลังจากเกิดเหตุการณ์ 9/11

ผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ

ผลการศึกษาเชิงวิชาการค่อนข้างมีความเห็นพ้องกันว่า Geopolitical Risk นั้นส่งผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจการเงินในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะกับกลุ่มประเทศเกิดใหม่ (Emerging market economies) และกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา (Developing economies) มากกว่ากลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว (Bilson, Brailsford, & Hooper, 2002; Erb, Harvey, & Viskanta, 1996) โดยเฉพาะภาคการเงินหรือตลาดหุ้นเองที่มักได้รับผลกระทบจากความไม่แน่นอนดังกล่าวเป็นลำดับแรกๆ (Dimic, Orlov, & Piljak, 2015) เนื่องจากนักลงทุนจะนำเงินลงทุนออกจากสินทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ของประเทศที่เผชิญความเสี่ยงไปสู่สินทรัพย์หรือตลาดหลักทรัพย์ของประเทศที่มีความเสี่ยงน้อยกว่า (Flight to safety)

นอกจากนี้ Geopolitical Risk ก็ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจจริงด้วยเช่นกัน โดย Bloom (2009) พบว่ากลุ่มประเทศที่เผชิญกับภาวะความเสี่ยงด้าน

Geopolitics จะมีภาวะการบริโภคการจับจ่ายใช้สอย รวมถึงผลิตภัณฑ์มวลรวมโดยเฉลี่ยที่ลดลงเมื่อเทียบกับช่วงที่ภาวะความเสี่ยงดังกล่าวต่ำ โดยผลการศึกษาของ Arenas (2018) พบว่า Geopolitical Risk นั้นมีความแปรผันตรงข้ามกันกับดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อของโลก (Composite Global Purchasing Manager Index) อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ผลกระทบต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจจาก Shock ของ Geopolitical Risk มักจะเกิดขึ้นในช่วงไตรมาสที่ 2-4 และผลกระทบดังกล่าวก็มีความรุนแรงมากกว่ากับประเทศเกิดใหม่เมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว ทั้งนี้ ในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 2000 – 2007

(ซึ่งเป็นช่วงที่เกิดความตึงเครียดหลังจากเหตุการณ์ 9/11) Geopolitical Risk ก็เป็นปัจจัยที่อธิบายการขยายตัวทางเศรษฐกิจได้ดีกว่าปัจจัยความผันผวนทางการเงินและภาวะเศรษฐกิจมหภาคเสียอีก ในขณะเดียวกัน ความเสี่ยงของ Geopolitics ที่สูงขึ้นก็ส่งผลให้การลงทุนของภาคเอกชนโดยรวมปรับตัวลดลง (Jens, 2007; Julio & Yook 2012) ซึ่งในภาวะปัจจุบัน การลงทุนในพลังงานทดแทนก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทั่วโลกให้ความสำคัญในการตัดสินใจเพื่อการลงทุนในการนี้ ผลการศึกษานี้ของ Flouros, Pistikou & Vasilios (2022) พบว่าความเสี่ยงจากปัจจัยภูมิศาสตร์การเมืองหรือภูมิรัฐศาสตร์นั้นส่งผลในแง่ลบ



ต่อสัดส่วนการผลิตพลังงานต่อจากแหล่งพลังงานทดแทนของประเทศที่ได้รับผลกระทบ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว นอกจากนี้ภาคการเงินของประเทศที่ได้รับผลกระทบก็มักจะมีการปล่อยสินเชื่อให้กู้ยืมในระบบลดลง (Zhou, Huang & Lau, 2020) โดยจากผลการศึกษาของ Demir & Danisman (2021) พบว่า Geopolitical Risk นั้นส่วนผลกระทบในแง่ลบต่อการปล่อยสินเชื่อธนาคาร โดยเฉพาะสินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภค (Consumer loans) และสินเชื่อเพื่อการซื้อที่อยู่อาศัย (Mortgage loans) ที่ขยายตัวในอัตราที่ชะลอลงอย่างมีนัยสำคัญในช่วงที่ประเทศมีภาวะความเสี่ยงทางภูมิรัฐศาสตร์เพิ่มสูงขึ้น ในขณะที่สินเชื่อภาคธุรกิจองค์กร (Corporate loans) นั้นกลับไม่ได้รับผลกระทบจาก Geopolitical risk มากนัก



ผลกระทบต่อภาคธุรกิจ

ในขณะเดียวกัน กลุ่มบริษัทหรือภาคธุรกิจที่ตั้งอยู่ในประเทศที่มีความเสี่ยงดังกล่าว หรือแม้กระทั่งมีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจหรือบริษัทในประเทศที่มีความเสี่ยงก็มักจะได้รับผลกระทบจากความตึงเครียด ไม่ว่าจะมาจากมาตรการของรัฐบาลตนเองหรือรัฐบาลประเทศที่มีกรณีพิพาทด้วยเช่นกัน และในช่วงภาวะความเสี่ยงที่เพิ่มขึ้น ก็มักส่งผลให้การค้าขายระหว่างประเทศมีต้นทุนเพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดการสะดุดของห่วงโซ่อุปทาน และส่งผลเชิงลบต่อการตัดสินใจลงทุน การค้าขายของบริษัทโดยรวม (Gupta, Gozgor, Kaya, & Demir, 2019) นอกจากนี้ บริษัทที่ได้รับผลกระทบก็มักจะชะลอการลงทุนลง ตามหลักทฤษฎี Real Option Theory เพื่อดูสถานะการณ์และจะกลับมาลงทุนต่อเมื่อผ่านพ้นช่วงที่ความเสี่ยงสูงไปแล้ว (Bemanke, 1973) นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนทางการเงินในอนาคตมักส่งผลให้บริษัทเก็บเงินสดเพื่อคงสภาพคล่องไว้ให้มากกว่าปกติ (Berkman, Jacobsen, & Lee, 2011; Dai & Zhang, 2019) อนึ่ง บริษัทที่ได้รับผลจากความเสี่ยงทางด้าน Geopolitics ก็มักจะปรับลดโครงสร้างหนี้ลง และลดภาระหนี้สินในระบบลงเมื่อเทียบกับกลุ่มบริษัทที่มีความเสี่ยงทางด้าน Geopolitics ต่ำ (Kotcharin & Maneenop, 2019) ซึ่งปัจจัยที่กล่าวมาล้วนส่งผล

ในแง่ลบต่อมูลค่าของบริษัทที่ได้รับผลกระทบอย่างหลีกเลี่ยงมิได้ (Pringpong & Maneenop, 2022) โดยเฉพาะบริษัทที่อยู่ในกลุ่มประเทศเกิดใหม่ ในขณะที่เดียวกัน ผลการศึกษาของ Fossung, Vasileios & Shahiduzzaman (2021) ที่เปรียบเทียบผลตอบแทนจากการถือหลักทรัพย์ของบริษัทในแต่ละภาคอุตสาหกรรมของสหรัฐฯ ก็พบว่าในระยะสั้นผลตอบแทนของบริษัทที่อยู่ในภาคเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) ได้รับผลกระทบในแง่ลบมากกว่าภาคอื่นๆ อาทิ ภาคการบริการสื่อสาร (Communication Services) และภาคสินค้าเพื่อการดำรงชีวิต (Consumer Staples) โดยเฉลี่ย แต่เมื่อเปรียบเทียบผลตอบแทนในระยะยาวแล้ว กลับพบว่าผลตอบแทนจากบริษัทในภาคเทคโนโลยีสารสนเทศ และภาคการบริการสื่อสารกลับให้ผลตอบแทนเป็นบวก ในขณะที่ผลตอบแทนจากบริษัทในภาคสินค้าเพื่อการดำรงชีวิตได้รับผลกระทบในแง่ลบมากกว่า

บทสรุป

Geopolitical Risk นั้นเป็นปัจจัยความเสี่ยงที่เกิดขึ้นมาในโลกยุคปัจจุบัน ซึ่งแม้ว่าจะมีความเป็นโลกที่ Globalized มากขึ้น แต่ก็มีผลกระทบบางด้วย ความตึงเครียดจากมุมมองของโลกก็อาจจะส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและภาคธุรกิจของอีกซีกโลกได้ หากว่าประเทศหรือบริษัทนั้นมีความเกี่ยวข้องกับ ความขัดแย้งดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นทางตรงหรือทางอ้อม ดังนั้นผู้ออกแบบนโยบายภาครัฐและผู้บริหารภาคเอกชน จึงควรเข้าใจถึง ความเสี่ยงที่ Geopolitics อาจก่อให้เกิดขึ้นได้ และควรมีการศึกษาถึงมาตรการรองรับความเสี่ยงดังกล่าว โดยเฉพาะในกรณีที่มีความตึงเครียดดังกล่าวที่มีความยืดหยุ่นหรือเป็นวงกว้าง ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้นักลงทุนและประชาชน ด้วยการมีนโยบายด้านความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่ชัดเจน มาตรการกระตุ้นการบริโภค หรือ การสนับสนุนการให้สินเชื่อภาคที่ได้รับผลกระทบ อาทิ ภาคอุปโภคบริโภค และสินเชื่อเพื่อการซื้อที่อยู่อาศัย เป็นต้น



บรรณานุกรม

พงศ์ศักดิ์ เหลืองอร่าม. (2017). ภูมิศาสตร์การเมืองโลก (Geopolitics): อีกหนึ่งความเสี่ยงที่ไม่ควรมองข้ามThe101.World

Arenas, J. G. (2018). Geopolitical uncertainty and economics: Deep impact? CaixaBank Research, March 2018

Berkman, H., Jacobsen, B., and Lee, J. B. (2011). Time-varying rare disaster risk and stock returns. *Journal of Financial Economics*, 101(2), 313–332.

Bernanke, B. S. (1983). Irreversibility, Uncertainty, and Cyclical Investment. *The Quarterly Journal of Economics*, 98(1), 85–106. doi:10.2307/1885568

Bilson, C. M., Brailsford, T. J., and Hooper, V. C. (2002). The explanatory power of political risk in emerging markets. *International Review of Financial Analysis*, 11 (1), 1–27. doi:https://doi.org/10.1016/S1057-5219(01)00067-9

Bloom. (2009). The impact of uncertainty shocks. *econometrica*, 77 (3), 623–685.

Caldara, D., and Iacoviello, M. (2019). Measuring Geopolitical Risk. working paper, Board of Governors of the Federal Reserve Board,, December 2019.

Dai, L., and Zhang, B. (2019). Political uncertainty and finance: a survey. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 48 (3), 307–333.

Dimic, N., Orlov, V., and Piljak, V. (2015). The political risk factor in emerging, frontier, and developed stock markets. *Finance Research Letters*, 15, 239–245.

Demir, E., and Danisman, G. O. (2021), The impact of economic uncertainty and geopolitical risks on bank credit, *The North American Journal of Economics and Finance*, 57

Erb, C. B., Harvey, C. R., and Viskanta, T. E. (1996). Political risk, economic risk, and financial risk. *Financial Analysts Journal*, 52 (6), 29–46.

Flouros, F., Pistikou, V., and Plakandaras, V. (2022) Geopolitical Risk as a Determinant of Renewable Energy Investments. *Energies*, 15, 1498. https://doi.org/10.3390/en15041498



Fossung, G. A., Vasileios C. V., and A. M. M. Shahiduzzaman Q., (2021). Impact of Geopolitical Risk on the Information Technology, Communication Services and Consumer Staples Sectors of the S&P 500 Index. *Journal of Risk and Financial Management*, 14: 552

Gupta, R., Gozgor, G., Kaya, H., and Demir, E. (2019). Effects of geopolitical risks on trade flows: evidence from the gravity model. *Eurasian Economic Review*, 9 (4), 515–530.

Jens, C. E. (2017). Political uncertainty and investment: Causal evidence from US gubernatorial elections. *Journal of Financial Economics*, 124 (3), 563–579.

Julio, B., and Yook, Y. (2012). Political Uncertainty and Corporate Investment Cycles. *The Journal of Finance*, 67 (1), 45–83. doi:10.1111/j.1540-6261.2011.01707.x

Kotcharin, S., and Maneenop, S. (2020b). Geopolitical risk and shipping firms' capital structure decisions in Belt and Road Initiative countries. *International Journal of Logistics Research and Applications*, 1–17.

Overland, I. (2019). The geopolitics of renewable energy: Debunking four emerging myths. *Energy Research & Social Science*, 49, 36–40. doi:https://doi.org/10.1016/j.erss.2018.10.018

Pringpong, S., & Maneenop, S. (2022). Geopolitical Risk and Firm Value: Evidence from Emerging Markets. working paper, March 2022

Zhou, L., Gozgor, G., Huang, M., and Lau, M. C. K. (2020). The Impact of Geopolitical Risks on Financial Development: Evidence from Emerging Markets. *Journal of Competitiveness*, 12 (1), 93.

จากวิกฤตศรีลังกาสู่ บทบาททางเศรษฐกิจของไทย

บทความโดย

นายศิริพล ฤทธิประศาสน์

นายพุทธิสมบัติ ปานกุล

นางสาวกัณตา ศุขสาตร

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทความนี้เป็นความเห็นของผู้เขียน ไม่ได้สะท้อนความเห็นของหน่วยงาน

บทนำ

ปัญหาเศรษฐกิจศรีลังกาสืบเนื่องมาจากสงครามกลางเมืองในประเทศที่ต่อเนื่องยาวนานถึง 26 ปี¹ (พ.ศ. 2526 – 2552) ทำให้ประเทศศรีลังกาไม่มีการพัฒนาอุตสาหกรรม และพึ่งพาสินค้าส่งออกพื้นฐานเป็นหลัก เช่น ชา เครื่องนุ่งห่ม รวมถึงการท่องเที่ยว อีกทั้งรัฐบาลศรีลังกาได้มีการกู้เงินจากต่างประเทศมาเพื่อลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานเป็นจำนวนมาก ทำให้ประเทศศรีลังกามีความเปราะบางต่อภาคเงินตราต่างประเทศเป็นอย่างมาก ต่อมา เมื่อมีการแพร่ระบาดของโควิด-19 เกิดขึ้น รัฐบาลศรีลังกามีความจำเป็นต้องใช้เงินในการเยียวยา และกระตุ้นเศรษฐกิจ รวมถึงจัดซื้ออุปกรณ์ทางการแพทย์ต่างๆ ซึ่งส่งผลให้หนี้ของรัฐบาลศรีลังกาเพิ่มสูงขึ้นไปอีก โดยในปี 2021 หนี้ต่างประเทศของศรีลังกาสูงถึงร้อยละ 60 ของจีดีพี และเริ่มขาดดุลบัญชีเดินสะพัด ประมาณไตรมาสละ 1 พันล้านดอลลาร์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อเงินสำรองระหว่างประเทศ นอกจากนี้เอง การแพร่ระบาดของโควิด-19 ยังทำให้ประเทศศรีลังกาขาดรายได้จากภาคการท่องเที่ยวไปด้วย ซึ่งส่งผลให้ศรีลังกาขาดแคลนเงินตราต่างประเทศเพื่อมาใช้ชำระหนี้ต่างประเทศ โดยศรีลังกาพึ่งพาการท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 10.4 ของจีดีพี (ข้อมูลเมื่อปี 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนที่โควิด-19 แพร่ระบาด)

สถานการณ์ทั่วไปของวิกฤตเศรษฐกิจศรีลังกา

ในปัจจุบัน ศรีลังกากำลังเผชิญวิกฤตเศรษฐกิจครั้งเลวร้ายที่สุดในรอบหลายสิบปี ประชาชนจำนวนประมาณ 22 ล้านคนกำลังเผชิญกับภาวะขาดแคลนอาหารอย่างรุนแรง รวมถึงการขาดแคลนเชื้อเพลิง ยารักษาโรค และสิ่งของที่จำเป็นอย่างหนัก ศรีลังกากำลังประสบกับอัตราเงินเฟ้อเพิ่มสูงขึ้นเป็นประวัติการณ์ โดยล่าสุดอัตราเงินเฟ้อศรีลังกาเดือน เม.ย. 65 อยู่ที่ร้อยละ 29.8 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันปีก่อน และรัฐบาลต้องใช้วิธีตัดไฟวันละกว่าสิบชั่วโมงเนื่องจากประสบปัญหาการขาดแคลนเชื้อเพลิงเพื่อผลิตไฟฟ้า และเพื่อลดรายจ่ายของภาครัฐ อีกทั้ง ยังมีการชุมนุมประท้วงรัฐบาลศรีลังกาทั่วประเทศ เนื่องจากประชาชนไม่พอใจการบริหารประเทศโดยรัฐบาลของตระกูลราชปักษา รวมถึงมีการเผาทำลายบ้านพักของเหล่านักการเมืองฝ่ายบริหารหลายแห่ง

นอกจากนี้ ทางธนาคารกลางศรีลังกาได้กล่าวว่า ขณะนี้ยังคงเป็นไปได้ที่จะชำระหนี้ต่างประเทศ เนื่องจากมีความจำเป็นต้องเก็บเงินสดสำรองระหว่างประเทศไว้เพื่อใช้ซื้อสินค้านำเข้าที่สำคัญ อาทิ

1 บัณฑิต นิจถาวร. (13 กันยายน 2564). ศรีลังกา จากโควิดสู่วิกฤตการเงิน. กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/business/1004331>

2 Timeline of Sri Lanka's worst economic crisis since independence. (2022, April 13). Al Jazeera. <https://www.aljazeera.com/news/2022/4/13/timeline-of-sri-lankas-worst-economic-crisis-since-independence>

เชื้อเพลิง โดยสำนักข่าวรอยเตอร์ รายงานว่า³ ปริมาณเงินสดสำรองของศรีลังกาลดลงอย่างรวดเร็วมากกว่า 2 ใน 3 ในช่วงสองปีที่ผ่านมา สืบเนื่องจากการระบาด ของโควิด-19 ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวซึ่งเป็นแหล่ง รายได้หลักของ ประเทศ ประกอบกับการก่อหนี้ของ รัฐบาล อีกทั้ง ทางสำนักข่าว AP ได้รายงาน⁴ ว่า ศรีลังกามีหนี้ ต่างประเทศที่จะต้องจ่ายคืน ประมาณ 25,000 ล้านดอลลาร์ ภายในระยะเวลา 5 ปีข้างหน้า และเฉพาะในปี 2565 ก็ถึงกำหนด จะต้องชำระคืนประมาณ 7,000 ล้านดอลลาร์

3 Jayasinghe, U., & Rosario, J. D. (2022, April 12). Sri Lanka unilaterally suspends external debt payments, says it needs money for essentials. Reuters. <https://www.reuters.com/world/asia-pacific/sri-lanka-temporarily-suspend-foreign-debt-payments-c-bank-governor-2022-04-12/>

4 Francis, K., & Mallawarachi, B. (2022, April 19). Sri Lankan president admits mistakes led to economic crisis. AP NEWS. <https://apnews.com/article/business-biden-cabinet-sri-lanka-mahinda-rajabaksa-c85718a88d4ff03d2a72f969e-b595afa>

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทย

ทางด้านมูลค่าการค้ารวมระหว่างไทยกับศรีลังกา ในปี 2564 มีมูลค่าประมาณ 428.9 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (13,517 ล้านบาท) โดยแบ่งเป็นการส่งออกมูลค่า 360.8 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (11,346 ล้านบาท) ด้านการนำเข้ามีมูลค่ารวม 68.1 ล้านดอลลาร์สหรัฐ (2,171 ล้านบาท) ทั้งนี้ จากมูลค่าการส่งออกที่มูลค่ามากกว่านำเข้าอย่างต่อเนื่องส่งผลให้ไทยถือเป็นประเทศผู้ส่งออกโดยสุทธิกับประเทศศรีลังกามาโดยตลอด

ด้านการส่งออก ในปี 2564 ประเทศศรีลังกาเป็นตลาดส่งออกของไทยอันดับที่ 47 โดยการส่งออกของไทยไปยังตลาดศรีลังกา มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.13 ของมูลค่าการส่งออกรวม ทั้งนี้ สินค้าส่งออก 5 อันดับแรก ได้แก่ ยางพารา เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล ส่วนประกอบ ผ้าฝ้าย เม็ดพลาสติก และอัญมณีและเครื่องประดับ

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาทสหรัฐ		
	2562	2563	2564
- ยางพารา	20.85	16.29	43.28
- เครื่องจักรกลและส่วนประกอบของเครื่องจักรกล	13.10	19.54	29.68
- ผ้าฝ้าย	41.24	26.68	28.24
- เม็ดพลาสติก	15.26	13.54	25.82
- อัญมณีและเครื่องประดับ	10.31	11.99	15.84
- ปลาแห้งและส่วนต่าง ๆ แห้ง ใสเกลือหรือรมควัน	31.78	21.81	14.83
- ผลิตภัณฑ์ยาง	9.89	9.31	14.03
- น้ำตาลทราย	37.48	12.31	12.52
- เคมีภัณฑ์	11.38	10.84	11.72
- เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	17.63	19.92	11.68
รวม 10 รายการ	208.91	162.24	207.65
อื่น ๆ	167.24	140.48	153.16
รวมทั้งสิ้น	376.15	302.72	360.81

ตารางที่ 1 : สินค้าส่งออก 10 อันดับแรกของประเทศไทยไปสู่ประเทศศรีลังกา ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

ด้านการนำเข้า ในปี 2564 ศรีลังกาเป็นแหล่งนำเข้าของไทยอันดับที่ 84 โดยไทยนำเข้าจากศรีลังกา คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 0.03 ของมูลค่าการนำเข้ารวม ทั้งนี้ มีสินค้านำเข้า 5 อันดับแรก ได้แก่ เครื่องเพชรพลอยและอัญมณีฯ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เสื้อผ้าสำเร็จรูป พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช และผ้าผืน

ชื่อสินค้า	มูลค่า : ล้านบาทสหรัฐ		
	2562	2563	2564
- เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	33.88	24.15	37.00
- เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ	4.96	3.99	4.94
- เสื้อผ้าสำเร็จรูป	7.87	5.65	4.91
- พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	7.40	5.74	3.83
- ผ้าผืน	3.08	1.07	2.70
- สัตว์น้ำสด แช่เย็น แช่แข็งแปรรูปและกึ่งสำเร็จรูป	3.98	3.48	2.62
- ลวดและสายเคเบิล	3.48	3.81	2.47
- เคมีภัณฑ์	0.74	0.83	1.63
- กาแฟ ชา เครื่องเทศ	1.73	1.00	1.33
- ด้ายและเส้นใย	1.25	0.78	1.15
รวม 10 รายการ	68.36	50.51	62.58
อื่น ๆ	10.63	22.21	5.47
รวมทั้งสิ้น	78.99	72.72	68.05

ตารางที่ 2 : สินค้านำเข้า 10 อันดับแรก จากประเทศศรีลังกามาสู่ประเทศไทย ที่มา : กระทรวงพาณิชย์

จากตารางที่ 1 และ 2 พบว่าประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางการค้ากับประเทศศรีลังกาที่น้อยมาก และประเทศศรีลังกาถือว่าไม่ใช่ประเทศคู่ค้าหลักของประเทศไทย จึงทำให้ผลกระทบทางด้านการส่งออก และการนำเข้าระหว่างประเทศไทยและประเทศศรีลังกามีจำกัดจากวิกฤตเศรษฐกิจศรีลังกา

ด้านการลงทุน ศรีลังกามียอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ในประเทศไทยต่ำมาก โดยไม่พบข้อมูล FDI ของศรีลังกาในประเทศไทย รวมถึง ประเทศไทยก็มีการลงทุนโดยตรงในประเทศศรีลังกาต่ำมากเช่นกัน โดยไม่พบข้อมูล FDI ของไทยในศรีลังกา (อ้างอิงข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย) โดยรวมแล้วประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทางการลงทุนกับประเทศศรีลังกาที่น้อย จึงทำให้ประเทศไทยจะไม่สามารถได้รับผลกระทบด้านการลงทุนมากนักการที่ประเทศศรีลังกาเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจ

ด้านการท่องเที่ยว โดยในปี 2564 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากศรีลังกาเพียงจำนวน 576 คน จากนักท่องเที่ยวทั้งหมดประมาณ 4.27 แสนคน จึงทำให้ภาคการท่องเที่ยวไทยจะไม่สามารถได้รับผลกระทบมากนักจากการที่ประเทศศรีลังกาเผชิญกับวิกฤตเศรษฐกิจ

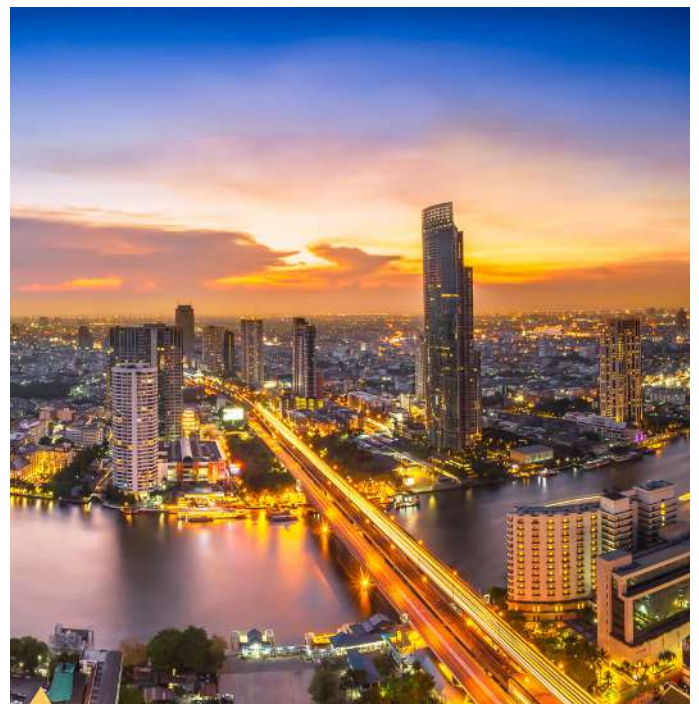
โดยสรุปแล้ว ประเทศไทยถือว่ามีความเกี่ยวข้องทางเศรษฐกิจกับประเทศศรีลังกาไม่มากนัก ดังนั้น การส่งผ่านผลกระทบทางเศรษฐกิจจากประเทศศรีลังกาที่กำลังเผชิญวิกฤตเศรษฐกิจมาสู่ประเทศไทย จึงส่งผลกระทบมาได้น้อย

เปรียบเทียบเสถียรภาพทางด้านเศรษฐกิจ ระหว่างประเทศไทยและประเทศศรีลังกา

ร้อยละ	ไทย				ศรีลังกา			
	2562	2563	2564	2565f	2562	2563	2564	2565f
อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP growth)	2.3	-6.1	1.6	3.5	2.3	-3.6	3.7	2.4
หนี้สาธารณะต่อจีดีพี	60.17 (ก.พ. 2565)				119 (ธ.ค. 2564)			
ดุลบัญชีเดินสะพัดต่อจีดีพี (ไตรมาส 4 ปี 2564)	-1.84				-4.6			
ทุนสำรองระหว่างประเทศ (ธ.ค. 2564, ล้านดอลลาร์)	245,997				2,362			
ทุนสำรองระหว่างประเทศต่อการนำเข้า (ไตรมาส 4 ปี 2564)	9.5				1.46			
อัตราเงินเฟ้อ (เม.ย. 2565)	4.7				29.8			
ความน่าเชื่อถือของประเทศ (Moody's)	Baa1				C			
ความน่าเชื่อถือของประเทศ (Fitch)	BBB+				C			
ดุลการคลังต่อจีดีพี (ไตรมาส 3 ปี 2564)	0.1				-11.1			
อัตราแลกเปลี่ยน (YTD ณ สิ้นเดือน มี.ค. 65, ดอลลาร์สหรัฐ)	+0.02				-46.39			
หมายเหตุ: ค่าเงินสกุลต่างๆ เครื่องหมาย + คือแข็งค่าขึ้น และเครื่องหมาย - คืออ่อนค่าลง เมื่อเทียบกับค่าเงินดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2565 เป็นประมาณการโดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลังรอบ เม.ย. 65 สำหรับประมาณการเศรษฐกิจศรีลังกาปี 2565 เป็นประมาณการจากธนาคารพัฒนาเอเชียรอบ เม.ย. 65								

ตารางที่ 3 : เปรียบเทียบเสถียรภาพทางด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทยและประเทศศรีลังกา

จากตารางที่ 3 จะสังเกตเห็นได้ว่า เศรษฐกิจไทยยังมีเสถียรภาพที่ดีกว่าศรีลังกา ทั้งประเด็นของเงินทุนสำรองระหว่างประเทศ ที่อยู่ในระดับที่สูง ค่าเงินบาทที่มีเสถียรภาพ สัดส่วนหนี้สาธารณะยังอยู่ในกรอบวินัยการเงินการคลัง รวมทั้งระดับความน่าเชื่อถือของประเทศที่อยู่ในระดับดีกว่ามาก สะท้อนพื้นฐานเศรษฐกิจด้านต่างประเทศและระบบการเงินของไทยที่ยังมีความเข้มแข็ง ซึ่งจะสามารถรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจโลกได้ และมีโอกาสน้อยที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจดังเช่นประเทศศรีลังกาขึ้น





บทสรุป

ปัญหาเศรษฐกิจศรีลังกาสืบเนื่องมาจากสงครามกลางเมืองที่ต่อเนื่องยาวนานถึง 26 ปี รวมถึงการที่รัฐบาลศรีลังกาได้มีการกู้เงินจากต่างประเทศมาเพื่อลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานจำนวนมาก ส่งผลให้ศรีลังกามีความเปราะบางต่อภาคเงินตราต่างประเทศ อีกทั้งเมื่อประสบกับวิกฤตโควิด-19 ที่ทำให้ศรีลังกาขาดรายได้จากภาคการท่องเที่ยว จึงยิ่งทำให้ปัญหาที่ศรีลังกาขาดแคลนเงินตราต่างประเทศเพื่อมาใช้ชำระหนี้ต่างประเทศหนักขึ้นไปอีก อย่างไรก็ตาม สำหรับผลกระทบจากวิกฤตเศรษฐกิจศรีลังกาสู่วิกฤตเศรษฐกิจไทย คาดว่ามีผลกระทบไม่มากนัก เนื่องจากประเทศไทยมีความสัมพันธ์ทั้ง

ทางด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวเกี่ยวกับศรีลังกาที่ต่ำมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในแง่ของวิกฤตเศรษฐกิจที่ศรีลังกากับเผชิญอยู่ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศไทยถือว่ามีโอกาสน้อยที่จะเกิดวิกฤตเศรษฐกิจดังเช่นประเทศศรีลังกาขึ้น เนื่องจากเศรษฐกิจไทยยังมีเสถียรภาพที่ดีกว่าศรีลังกา ทั้งประเด็นของเงินทุนสำรองระหว่างประเทศที่อยู่ในระดับที่สูง ค่าเงินบาทที่มีความเสถียรภาพ สัดส่วนหนี้สาธารณะยังอยู่ในกรอบวินัยการเงินการคลัง ความน่าเชื่อถือของประเทศที่ยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดีอยู่ สะท้อนพื้นฐานเศรษฐกิจด้านต่างประเทศและระบบการเงินของไทยที่ยังมีความแข็งแกร่ง ซึ่งจะสามารถรองรับความผันผวนของเศรษฐกิจการเงินโลกได้

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังคงต้องเร่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล ยกกระดับภาคการผลิตให้สามารถผลิตสินค้าเทคโนโลยีขั้นสูงที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลกให้ได้ ตลอดจนจนถึงการส่งเสริม R&D หรือการวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ประเทศไทยมีองค์ความรู้ในการสร้างเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เป็นของตัวเอง อันจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันได้ในอนาคตต่อไป นอกจากนี้ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการยกระดับรายได้ของประเทศไทยเข้าสู่ประเทศที่มีระดับรายได้สูงได้อีกด้วย เพื่อให้ถ้าหากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจครั้งใหม่ในอนาคต ประเทศไทยจะสามารถรับมือกับวิกฤตดังกล่าวได้โดยไม่รับผลกระทบมากนัก

ครบรอบวันสถาปนา



ส เสนอแนะอย่างมีหลักการ
ค ศึกษาโดยไม่หยุดนิ่ง
ค คนคลังที่มีคุณภาพ



วารสารการเงินการคลัง

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ถนนพระรามที่ 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์: 02 273 9020 ต่อ 3254 (คุณนรพัชร), 3169 (คุณรัตนา), 3236 (คุณคงขวัญ)

โทรสาร: 02 273 9139 E-mail: fpojournaleditor@gmail.com