



วารสาร การเงินการคลัง

พื้นที่ความคิด เศรษฐกิจการคลัง ของคนทันสมัย



CONTENTS

ปีที่ 36 ฉบับที่ 118 ไตรมาสที่ 3 ปี 2567

6



28



66



- 6 **ส่องแรงงานไทยปี 66 อยู่นอกระบบ
แคไหน ค่าจ้างเท่าไร? ยังไหวไหม
(สูงอายุหรือยัง)**
โดย ดร.นรพัทธ์ อัครวัลลภ
ดร.กวิน เอี่ยมตระกูล
บุญทริกา ชลพิทักษ์วงศ์
- 13 **กว่าจะเป็น... กองทุนประกันวินาศภัย**
โดย เมวลี เทียมเทศ
- 21 **ภูมิทัศน์เศรษฐกิจจีน และผลกระทบต่อ
ประเทศไทย**
โดย ดร.กวิน เอี่ยมตระกูล
บุญทริกา ชลพิทักษ์วงศ์
- 28 **ประเทศไทยกับการเป็นศูนย์กลาง
โลจิสติกส์อาเซียน**
โดย ดร.เกริกฤทธิ์ ฉายศิริกุล
- 43 **การแลกเปลี่ยนทางการค้า การลงทุน
และการท่องเที่ยวไทย-อินเดีย (Trade,
Investment and Tourism of Thailand-India)**
โดย รัชพล พงษ์ประเสริฐ
- 58 **ทุเรียนไทย: โอกาสและความเสี่ยง
ในยุคที่คู่แข่งพร้อมทำชิง**
โดย ชานน ลิ้มปรีประสิทธิพร
- 66 **เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต**
โดย กันตา ศุขสาตร
ภูริดา ปราบสูงเนิน
วณิชพัทธ์ เจริญศึกษา

- 79 **ปลดล็อกศักยภาพดิจิทัล Asset ไทย:
Tokenization Soft Power และ
Carbon Credit สู่ Financial Hub
แห่งอาเซียน**
โดย กันตา ศุขสาตร
ณัฐธิดา จันภักดี
รัชพล พงษ์ประเสริฐ
ภูริดา ปราบสูงเนิน
- 92 **เศรษฐกิจบันเทิงสีรุ่ง โอกาสใหม่ของ
ธุรกิจไทย**
โดย กาญจนา จันทระชิต
ชานน ลิ้มปรีประสิทธิพร

92





สถาบันคุ้มครองเงินฝาก
พร้อมคุ้มครอง เคียงข้างคุณ

- ✓ ได้รับความคุ้มครองทันที
ที่เปิดบัญชีเงินฝาก
- ✓ มั่นใจทุกครั้งที่ฝากเงิน
กับสถาบันการเงินที่อยู่ภายใต้ความคุ้มครอง
- ✓ ได้รับเงินคุ้มครองภายใน 30 วัน
หากสถาบันการเงินถูกเพิกถอนใบอนุญาต
- ✓ รับเงินคุ้มครองสะดวก รวดเร็ว
ผ่าน PromptPay ที่ผูกกับหมายเลขประจำตัวประชาชน



@dpathailand



dpathailand



www.dpa.or.th



1158

EDITOR



ดร.นรพัชร อัสววัลลภ
บรรณาธิการ



วารสาร
การเงินการคลัง

พื้นที่ความคิด เศรษฐกิจการคลัง ของคนทันสมัย



สวัสดีครับ กลับมาพบกันอีกครั้งกับวารสารการเงินการคลัง ฉบับ e-Book ล่าสุด ในฉบับที่ 118 ปีที่ 36 ประจำปีไตรมาสที่ 3 ปี 2567 นะครับ

ก่อนอื่นขอประชาสัมพันธ์เว็บไซต์วารสารการเงินการคลัง www.fpojjournal.com อีกครั้ง ซึ่งปัจจุบันมี Section ใหม่ชื่อว่า Economic Brief เป็นการสรุปการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ และการตีแผ่ข้อมูลเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่น่าสนใจในรูปแบบ infographic 1 หน้า ปัจจุบันมีอยู่ราว 50 หัวข้อให้ทุกท่านได้เข้าไปเยี่ยมชมนะครับ นอกจากนี้ วารสารการเงินการคลังยังมีช่องทาง YouTube ให้ทุกท่านได้ติดตาม ซึ่งล่าสุดมีเนื้อหา ๆ เกี่ยวกับการปลดล็อกศักยภาพดิจิทัล Asset ไทย และเรื่องน่ารู้เกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต เป็นคลิปสั้น ๆ ให้ติดตามกันด้วยครับ ทั้งนี้ เรายังคงมีเรื่องราวดี ๆ ในรูปแบบของบทความมาแนะนำเสนอให้ทุกท่านได้อ่านอย่างครบรสเช่นเคย เริ่มต้นเรื่องแรกวารสารการเงินการคลังขอแนะนำทุกท่านมาร่วมติดตามเรื่องราวเกี่ยวกับสถานการณ์ของแรงงานไทยปี 2566 ที่ผ่านมา ไปพร้อมกับการฉายภาพมุมมองและทิศทางของภาคแรงงานไทยในอนาคต จากนั้นเราจะพาผู้อ่านทุกท่านไปทำความรู้จักกับกองทุนประกันวินาศภัย ที่จะทำให้อ่านเข้าใจถึงความเป็นมาและบทบาทของกองทุนประกันวินาศภัยมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีบทความที่น่าสนใจให้อ่านได้เพลิดเพลินอีกหลายเรื่องซึ่งยังคงเต็มไปด้วยสาระความรู้และความสนุกในประเด็นเศรษฐกิจการค้า และการลงทุนที่น่าสนใจ โดยเราขอเริ่มนำเสนอเรื่องภูมิทัศน์เศรษฐกิจจีนและผลกระทบต่อประเทศไทย และตามด้วยเรื่องประเทศไทยกับการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์อาเซียน ต่อจากนั้นขอแนะนำเรื่องการแลกเปลี่ยนทางการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวไทย-อินเดีย เรื่องทุเรียนไทย: โอกาสและความเสี่ยงในยุคที่คู่แข่งพร้อมทำชิง เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต เรื่องของการปลดล็อกศักยภาพดิจิทัล Asset ไทย: Tokenization Soft Power และ Carbon Credit สู่ Financial Hub แห่งอาเซียน และสุดท้ายที่จะนำมาเสิร์ฟเพื่อความครบรสเป็นเรื่องเศรษฐกิจบันเทิงสีรุ้ง โอกาสใหม่ของธุรกิจไทย ซึ่งเราหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้และความเพลิดเพลินจากเรื่องดังกล่าวหลังวันหลังของช่วงเทศกาลเฉลิมฉลอง Pride Month ที่ผ่านมา

สุดท้ายนี้ ผมขอขอบคุณทุกท่านที่ติดตามวารสารของเรา หากท่านสนใจเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการนำเสนอบทความผ่านวารสารการเงินการคลัง โปรดส่งบทความผ่านเข้ามาทางจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ (E-Mail) : fpojjournaleditor@gmail.com นอกจากนี้ หากท่านต้องการให้วารสารการเงินการคลังเป็นส่วนหนึ่งของการประชาสัมพันธ์องค์กรหรือผลิตภัณฑ์ของท่าน โปรดติดต่อ 092 258 6782 หรือจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ fiscaljournal@gmail.com ได้เลยครับ ขอให้ทุกท่านสนุกและเพลิดเพลินกับเรื่องราวดี ๆ ในวารสารของเรา แล้วพบกันใหม่ฉบับหน้าครับ

30 กรกฎาคม 2567

คณะที่ปรึกษา

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจการคลัง

ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจการเงิน

ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ผู้อำนวยการกองนโยบายการคลัง

ผู้อำนวยการกองนโยบายภาษี

ผู้อำนวยการกองนโยบายระบบการเงินและสถาบันการเงิน

ผู้อำนวยการกองนโยบายการออมและการลงทุน

ผู้อำนวยการกองนโยบายระบบการคุ้มครองผลประโยชน์ทางการเงิน

ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค

ผู้อำนวยการกองนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน

ผู้อำนวยการกองกฎหมาย

ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ

เลขานุการกรม

ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

บรรณาธิการ

ดร.นรพัชร อัครวัลลภ

รองบรรณาธิการ

นายมยุร บุญยรัตน์

นางสุมาพร มานะสันต์

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวอรณิชา สว่างฟ้า

นายอธิก เล้าสกุล

นายกวิน เอี่ยมตระกูล

นายชัยวัฒน์ หาญพิทักษ์พงศ์

นายสันต์ธนัฐ เศรษฐศักดิ์ดาศิริ

นางสาวกฤษณา จารุมณี

นางสาวพิมพ์ชญา สุขโข

นายรุ่งโรจน์ เจริญมา

เลขานุการ

นายธณัฐ พวงนวม

ผู้ช่วยเลขานุการ

นางสาวอัมพิกา สุดซาง

เจ้าหน้าที่การเงิน

นางสาวรัตนา ผิวงาม

นางสาวพรสุรีย์ เชื้อรัฐพงศ์

ติดต่อ: วารสารการเงินการคลัง

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ถนนพระรามที่ 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์: 02 273 9020 ต่อ 3254 (คุณนรพัชร), 3169 (คุณรัตนา), 3223 (คุณธณัฐ)

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

ส่องแรงงานไทยปี 66

อยู่นอกระบบแค่นี้ ค่าจ้างเท่าไร ยังไหวไหม (สูงอายุหรือยัง)

บทความโดย

ดร.นรพัชร อัครวัลลภ

ดร.กวิน เอี่ยมตระกูล

บุณทริกา ชลพิทักษ์วงศ์

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



อนึ่ง บทความนี้เป็นความคิดเห็นของคณะผู้เขียน มิได้สะท้อนกับความคิดเห็นขององค์กรที่ผู้เขียนสังกัดอยู่ในปัจจุบัน

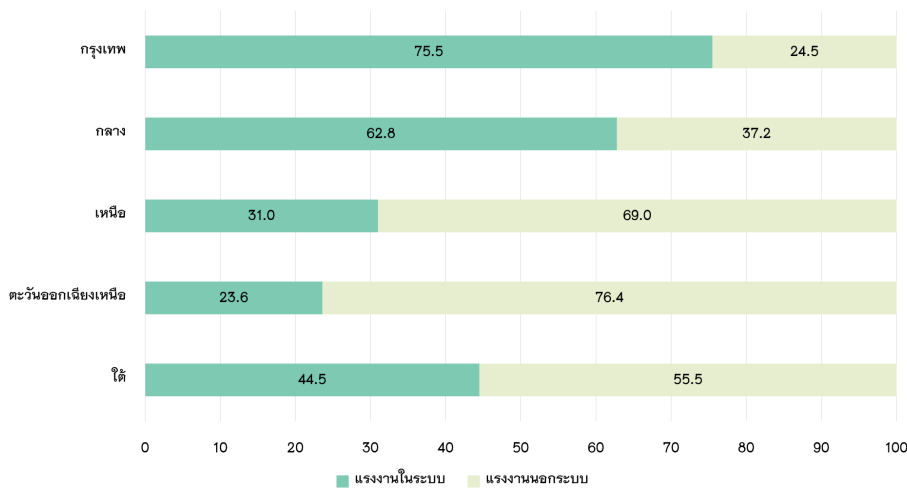
1. สถานการณ์แรงงานปี 2566

ตามนิยามของสำนักงานสถิติแห่งชาติ แรงงานนอกระบบ หมายถึง ผู้มีงานทำที่ไม่ได้รับความคุ้มครอง หรือไม่มีหลักประกันทางสังคมจากการทำงานเช่นเดียวกับแรงงานในระบบ จากข้อมูลสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี 2566 จำนวนผู้มีงานทำอยู่ที่ 40.09 ล้านคน เป็นแรงงานในระบบ 19.13 ล้านคน (ร้อยละ 47.7) และเป็นแรงงานนอกระบบ 20.96 ล้านคน (ร้อยละ 52.3) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากองค์กรแรงงานระหว่างประเทศ (International Labour Organization : ILO) ที่แสดงให้เห็นว่า ประเทศในอาเซียนก็มีสัดส่วนแรงงานนอกระบบที่สูงเช่นกัน อาทิ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีสัดส่วนแรงงานนอกระบบอยู่ที่ร้อยละ 90.4 อินโดนีเซียมีสัดส่วนแรงงานนอกระบบอยู่ที่ร้อยละ 80.2 และ เวียดนามมีสัดส่วนแรงงานนอกระบบอยู่ที่ร้อยละ 68.6 (ข้อมูล ณ 2565) อย่างไรก็ตาม การจ้างแรงงานนอกระบบเป็นประเด็นปัญหาที่พบได้ทั่วไปในประเทศกำลังพัฒนา รวมทั้งประเทศไทยซึ่งมีการจ้างแรงงานนอกระบบจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การจ้างแรงงานนอกระบบที่มีสัดส่วนใหญ่ในตลาดแรงงานอาจส่งผลกระทบต่อ การเติบโตทางเศรษฐกิจและสถานะทางสังคม นอกจากนี้ยังพบว่า แรงงานนอกระบบกว่าร้อยละ 55.4 เป็นแรงงานนอกระบบที่อยู่ในภาคเกษตร ขณะที่แรงงานในระบบส่วนใหญ่อยู่นอกภาคเกษตร โดยเฉพาะ สาขาการผลิต (ร้อยละ 26.9 ของแรงงานในระบบ) ดังตารางที่ 1

ผู้มีงานทำ 2566 (หน่วย : ล้านคน)	แรงงานในระบบ	แรงงานนอกระบบ	รวม
แรงงานภาคเกษตร	1.03 (5.4%)	11.62 (55.4%)	12.64 (31.5%)
การผลิต	5.15 (26.9%)	1.13 (5.4%)	6.27 (15.6%)
การก่อสร้าง	1.20 (6.3%)	0.94 (4.5%)	2.14 (5.3%)
การขนส่ง	0.91 (4.8%)	0.53 (2.5%)	1.44 (3.6%)
ที่พักแรมและบริการด้านอาหาร	1.28 (6.7%)	1.90 (9.1%)	3.18 (7.9%)
การค้า	3.34 (17.4%)	3.43 (16.3%)	6.76 (16.9%)
สาขาอื่น ๆ	6.23 (32.6%)	1.43 (6.8%)	7.66 (19.1%)
รวม	19.13 (100.0%)	20.96 (100.0%)	40.09 (100.0%)

ตารางที่ 1 : จำนวนและสัดส่วนผู้มีงานทำในและนอกระบบ ปี 2566
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน

การกระจายตัวของแรงงานนอกระบบ จะเห็นได้ว่า แรงงานนอกระบบจะมีสัดส่วนสูงที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร้อยละ 76.4 รองลงมาเป็นภาคเหนือ ร้อยละ 69.0 และภาคใต้ ร้อยละ 55.5 ส่วนกรุงเทพมหานครและภาคกลางมีแรงงานนอกระบบน้อยกว่าแรงงานในระบบ (ดังภาพที่ 1) อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ แสดงให้เห็นว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา แรงงานนอกระบบมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่อง จากร้อยละ 54.3 ในปี 2562 เป็นร้อยละ 51.0 ในปี 2565 และในปี 2566 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยเป็นร้อยละ 52.3



ภาพที่ 1 : สัดส่วนของแรงงานนอกระบบ
จำแนกตามภาค ปี 2566
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ

2. วิเคราะห์สถานการณ์ค่าจ้างและอายุของ แรงงานในและนอกระบบ

จากงานศึกษาของธนาคารโลกร่วมกับธนาคารแห่งประเทศไทยพบว่า ค่าจ้างของแรงงานทุกกลุ่มการศึกษาไม่ได้เติบโตมากนักในช่วงสิบปีที่ผ่านมา โดยจากงานศึกษาพลวัตและความท้าทายของตลาดแรงงานไทย¹ กล่าวว่า ค่าจ้างที่แท้จริงเฉลี่ยของไทยเติบโตมากในช่วงกลางทศวรรษ 1990s โดยเฉพาะค่าจ้างของแรงงานที่จบปริญญาตรีและอนุปริญญาที่เร่งขึ้นกว่ากลุ่มที่จบมัธยมศึกษาอย่างชัดเจน ในช่วงนั้นเป็นช่วงที่ภาคอุตสาหกรรมเติบโต แรงงานจากภาคเกษตรจำนวนมากจึงย้ายเข้ามาสู่ภาคอุตสาหกรรม อย่างไรก็ตาม ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา ค่าจ้างที่แท้จริงเฉลี่ยของแรงงานทุกกลุ่ม รวมทั้งกลุ่มที่จบปริญญาตรีได้ชะลอตัวลง ค่าจ้างของกลุ่มที่จบ STEM (Science, Technology, Engineering and Mathematics) เองก็ไม่ได้เพิ่มสูงขึ้น ซึ่งต่างจากปรากฏการณ์ในหลาย ๆ ประเทศที่ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีส่งผลให้มีความต้องการแรงงานทักษะสูงมากขึ้น และทำให้ค่าจ้างของแรงงานกลุ่มที่จบปริญญาตรีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นั่นแปลว่า แม้อุปทานของแรงงานไทยที่จบปริญญาตรีจะเพิ่มจากร้อยละ 5.4 ในปี 2537 เป็นเพียงร้อยละ 20 ในปี 2565 แต่อุปสงค์ของแรงงานกลุ่มนี้ก็กลับเพิ่มขึ้นน้อยกว่า

โดยจากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติเองก็สะท้อนความจริงของสถานการณ์แรงงานไทยดังที่การศึกษาของธนาคารโลกและธนาคารแห่งประเทศไทยศึกษาไว้ กล่าวคือ ค่าจ้างต่อเดือน² ของแรงงานปี 2566 นั้น พบว่า ลูกจ้างที่เป็นแรงงานนอกระบบได้รับค่าจ้างเฉลี่ย 8,295 บาท

ต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้าร้อยละ 10.0 เมื่อพิจารณาตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ลูกจ้างที่เป็นแรงงานนอกระบบในภาคอุตสาหกรรมได้รับค่าจ้างเฉลี่ยสูงที่สุด ซึ่งได้รับค่าจ้างอยู่ที่ 8,996 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 12.0 รองลงมาเป็นภาคบริการและการค้า ได้รับค่าจ้างอยู่ที่ 8,682 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 6.5 และภาคเกษตรกรรมได้รับค่าจ้างเฉลี่ยต่ำที่สุดอยู่ที่ 6,683 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.4 และเมื่อเปรียบเทียบค่าจ้างเฉลี่ยต่อเดือนระหว่างลูกจ้างที่เป็นแรงงานนอกระบบกับแรงงานในระบบ พบว่าแรงงานในระบบได้รับค่าจ้างเฉลี่ยมากกว่าแรงงานนอกระบบถึง 1.9 เท่า โดยแรงงานในระบบได้ค่าจ้างเฉลี่ย 15,932 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 0.9 ขณะที่แรงงานนอกระบบได้รับค่าจ้างเฉลี่ยเพียง 8,295 บาทต่อเดือน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10.0 (ดังตารางที่2) หากพิจารณาตาม

1 พลวัตและความท้าทายของตลาดแรงงานไทย ดิลกะ ลัทธพิพัฒน์ ธนาคารโลก กรุงเทพฯ สถาบันวิจัยเศรษฐกิจป๋วย อึ๊งภากรณ์ และคณะ

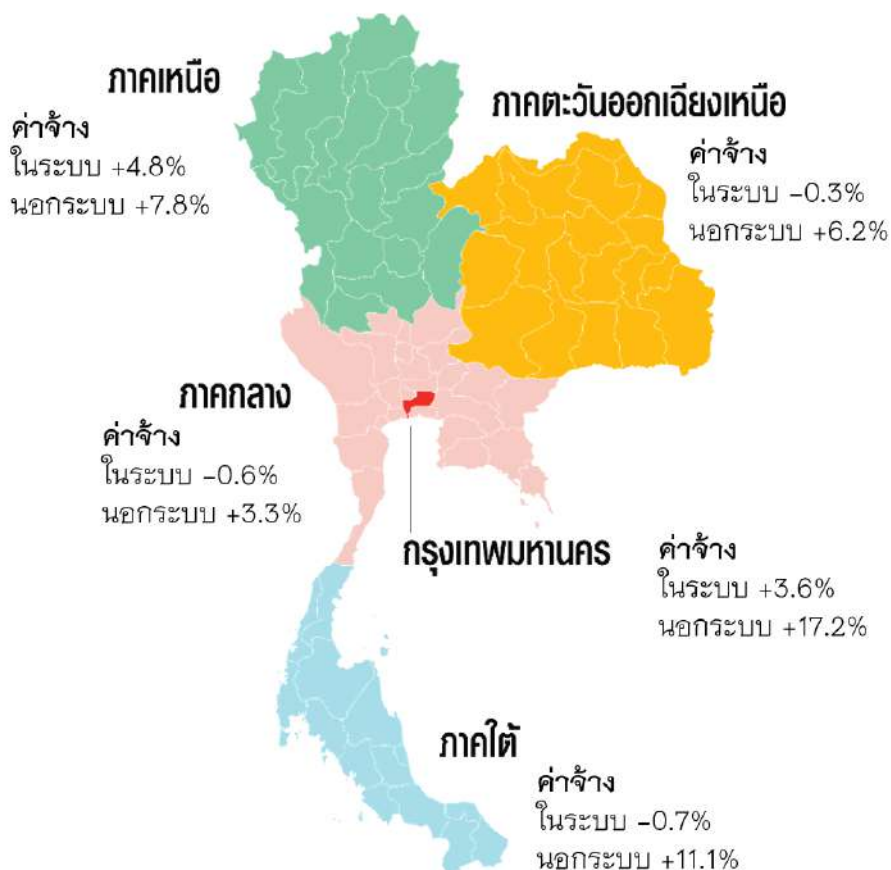
2 สำหรับค่าจ้างหรือเงินเดือนของลูกจ้าง ซึ่งประกอบด้วยค่าจ้างที่ได้รับเป็นรายชั่วโมง รายวัน รายสัปดาห์ และรายเดือนแล้วนำมาคำนวณเป็นค่าจ้างหรือเงินเดือนเฉลี่ยต่อเดือน

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ จะเห็นได้ว่า ค่าจ้างเฉลี่ยต่อเดือนของแรงงานนอกระบบน้อยกว่าแรงงานในระบบทุกกิจกรรม อย่างไรก็ตาม อัตราการขยายตัวของค่าจ้างแรงงานนอกระบบ มักสูงกว่าแรงงานในระบบในทุกภูมิภาคของประเทศไทย (ดังภาพที่ 2) เช่นเดียวกันกับการจำแนกกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	แรงงานในระบบ (บาท)		แรงงานนอกระบบ (บาท)		การเปลี่ยนแปลง (%)	
	2566	2565	2566	2565	ในระบบ	นอกระบบ
เกษตรกรรม	7,091	6,895	6,683	6,053	+2.8	+10.4
อุตสาหกรรม	14,431	14,385	8,996	8,033	+0.3	+12.0
บริการ	17,486	17,310	8,682	8,150	+1.0	+6.5
เฉลี่ยรวม	15,932	15,797	8,295	7,539	+0.9	+10.0

ตารางที่ 2 : ค่าจ้างแรงงาน ปี 2566 เทียบ 2565
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน

ภาพที่ 2 : อัตราการเติบโตของค่าจ้างของแรงงานในระบบและนอกระบบ จำแนกตามภูมิภาค
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน



หากมองในมิติด้านอายุของแรงงาน ลักษณะโครงสร้างทางประชากรของแรงงานนอกระบบ พบว่า แรงงานนอกระบบเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิงเช่นเดียวกับแรงงานในระบบ ส่วนกลุ่มอายุของแรงงานนอกระบบแตกต่างกับแรงงานในระบบโดยเฉพาะกลุ่มอายุ 25-39 ปี มีผู้ทำงานในระบบมากกว่าแรงงานนอกระบบเกือบ 2 เท่า ส่วนกลุ่มอายุ 40-59 ปี และกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป มีแรงงานนอกระบบมากกว่าแรงงานในระบบ โดยหากคิดอายุมัธยฐานของแรงงานไทยอยู่ที่ 46 ปี (รายละเอียดดังตารางที่ 3) โดยแรงงานภาคเกษตรมีอายุมัธยฐานมากที่สุด สูงถึง 52 ปี นอกจากนี้ แรงงานนอกระบบยังมีอายุมัธยฐานสูงกว่าแรงงานในระบบในภาพรวมถึง 12 ปี ทั้งนี้ หากมองในประเทศอาเซียน พบว่า แรงงานของประเทศต่าง ๆ ส่วนใหญ่มีค่ามัธยฐานของอายุต่ำกว่าประเทศไทย มีเพียงประเทศเกาหลีใต้ที่มีอายุมัธยฐานสูงกว่าไทย อยู่ที่ 47 ปี

อายุเฉลี่ย (ปี)	แรงงานในระบบ	แรงงานนอกระบบ	แรงงานรวม
เกษตรกรรม	45	53	52
อุตสาหกรรม	37	51	40
บริการ	40	47	43
รวม	39	51	46

ตารางที่ 3 : อายุมัธยฐาน (Median Age) ของแรงงาน ปี 2566
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน

ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้านรายได้ของแรงงานในและนอกระบบ

ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (GINI Coefficient) ซึ่งธนาคารโลกใช้ในการวัดความเหลื่อมล้ำในประเทศต่าง ๆ ประมาณ 110 ประเทศ โดยดัชนี GINI ที่นิยมใช้มี 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) GINI ด้านรายได้ และ 2) GINI ด้านรายจ่าย โดยค่าดัชนีดังกล่าวจะมีค่าระหว่าง 0-1 โดยหากค่าดัชนี GINI มีระดับต่ำจะแสดงถึงการกระจายรายได้และรายจ่ายอยู่ในระดับดีกว่าค่า GINI ที่มีค่าสูง

ในกรณีของประเทศไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้คำนวณดัชนี GINI จากข้อมูลรายได้ประจำของครัวเรือนเป็นประจำทุก 2 ปี ล่าสุดปี พ.ศ. 2564 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาคด้านรายได้ ในปี พ.ศ. 2564 มีค่าอยู่ที่ 0.430 เพิ่มขึ้นจาก 0.429 ในปี พ.ศ. 2562 จากการเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ส่งผลกระทบเป็นวงกว้างและครอบคลุมประชากรในทุกกลุ่มชั้นรายได้ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย ในด้านความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้ของแต่ละภูมิภาค พบว่า เกือบทุกภูมิภาคความเหลื่อมล้ำปรับตัวลดลง มีเพียงกรุงเทพมหานครเท่านั้นที่ความเหลื่อมล้ำเพิ่มสูงขึ้นมาก

	2566		2565	
	ในระบบ	นอกระบบ	ในระบบ	นอกระบบ
รวมทั่วประเทศ	0.327	0.229	0.332	0.221
กรุงเทพมหานคร	0.326	0.166	0.322	0.171
ภาคกลาง	0.280	0.222	0.292	0.204
ภาคเหนือ	0.357	0.175	0.356	0.207
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	0.351	0.171	0.371	0.212
ภาคใต้	0.372	0.278	0.371	0.213

ตารางที่ 4 : สัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (GINI Coefficient) ด้านรายได้แรงงาน ปี พ.ศ. 2566 เทียบกับ พ.ศ. 2565
ที่มา : สำนักงานสถิติแห่งชาติ คำนวณโดยผู้เขียน



หากใช้ฐานข้อมูลระดับย่อย (Micro Data) ของแรงงานนอกระบบ พ.ศ. 2566 และ พ.ศ. 2565 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ประกอบด้วยการสำรวจข้อมูลทั่วไปของแรงงาน ได้แก่ อายุ อาชีพ ค่าจ้าง และชั่วโมงการทำงาน เป็นต้น ทั้งนี้ รายได้ของแรงงานคำนวณจากค่าจ้าง โบนัส ค่าล่วงเวลา และเงินอื่น ๆ ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมของรายได้แรงงานในระบบสูงกว่าแรงงานนอกระบบทั้งในภาพรวมและระดับภูมิภาค ขณะที่หากเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2566 และ พ.ศ. 2565 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมของรายได้แรงงานในระบบภาพรวมของประเทศ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลง ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมของรายได้แรงงานนอกระบบภาพรวมของประเทศ ภาคกลางและภาคใต้เพิ่มขึ้น รายละเอียดดังตารางที่ 4



3. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทความนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลแรงงานจากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติปี พ.ศ. 2566 พบว่า ปี 2566 จำนวนผู้มีงานทำอยู่ที่ 40.09 เป็นแรงงานในระบบจำนวน 19.13 ล้านคน (ร้อยละ 47.7) และเป็นแรงงานนอกระบบจำนวน 20.96 ล้านคน (ร้อยละ 52.3) นอกจากนี้ยังพบว่า แรงงานนอกระบบกว่า ร้อยละ 55.4 เป็นแรงงานนอกระบบที่อยู่ในภาคเกษตร ขณะที่แรงงานในระบบส่วนใหญ่อยู่นอกภาคเกษตร โดยเฉพาะสาขาการผลิต (ร้อยละ 26.9 ของแรงงานในระบบ)

หากพิจารณาการกระจายตัวของแรงงานนอกระบบ จะเห็นได้ว่า แรงงานนอกระบบจะมีสัดส่วนสูงที่สุดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ รองลงมาเป็นภาคเหนือ และภาคใต้ ตามลำดับ และในมิติด้านค่าจ้าง หากพิจารณาตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจ พบว่า ค่าจ้างเฉลี่ยต่อเดือนของแรงงานนอกระบบน้อยกว่าแรงงานในระบบทุกกิจกรรม อย่างไรก็ตาม อัตราการขยายตัวของค่าจ้างแรงงานนอกระบบ มักสูงกว่าแรงงานในระบบในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทั้งนี้ ในมิติด้านอายุ อายุมัธยฐานของแรงงานไทยอยู่ที่ 46 ปี โดยแรงงานภาคเกษตรมีอายุมัธยฐานมากที่สุด สูงถึง 52 ปี นอกจากนี้ แรงงานนอกระบบยังมีอายุมัธยฐาน สูงกว่าแรงงานในระบบในภาพรวมถึง 12 ปี

ทั้งนี้ หากดูความเสมอภาคด้านรายได้ของแรงงานจากค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมของรายได้ พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมของรายได้แรงงานในระบบภาพรวมของประเทศ ภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือลดลง ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เท่าเทียมของรายได้แรงงานนอกระบบภาพรวมของประเทศ ภาคกลางและภาคใต้เพิ่มขึ้น

จากสถานการณ์แรงงานในปัจจุบันชี้ให้เห็นว่าการจ้างงานของแรงงานนอกระบบมีความเปราะบาง ไม่ว่าจะเป็นมิติทั้งด้านค่าจ้างและอายุ แม้ว่าความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของแรงงานนอกระบบจะต่ำกว่าแรงงานในระบบ ดังนั้น การส่งเสริมให้แรงงานมีหลักประกันทางสังคมจะช่วยส่งเสริมภาวะทางสังคมให้มีเสถียรภาพที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาแรงงานในฐานะที่เป็นปัจจัยการผลิตเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การที่แรงงานมีอายุมัธยฐานที่ค่อนข้างสูงอาจเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อความสามารถในการผลิตของไทยในอนาคต ดังนั้น การเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้ทำงานเพิ่มขึ้นน่าจะสอดคล้องกับบริบทแรงงานในปัจจุบันของไทยที่มีอายุยืนยาวขึ้น นอกจากนี้ ยังรวมไปถึงการสนับสนุนให้ผู้ที่อยู่ในวัยทำงานและผู้สูงอายุมีการพัฒนาทักษะเพื่อตอบโจทย์ตลาดแรงงานอยู่เสมอ ประการสุดท้ายการเปิดโอกาสให้คนต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทย อาจเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่ช่วยให้ข้อจำกัดด้านแรงงานของไทยในขณะนี้ลดลง ซึ่งจะช่วยให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของไทยมีความต่อเนื่องมากขึ้นจากปัญหาความไม่สมดุลของโครงสร้างประชากรและแรงงานที่มีความท้าทายในอนาคต

GO GREEN

GO BLUE

สร้างโลกที่สมดุลและยั่งยืน



EXIM Contact Center 0 2169 9999

กล้า พัฒนาเพื่อคนไทย

กว่าจะเป็น... กองทุนประกันวินาศภัย

บทความโดย

เมวลี่ เทียมเทศ

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



ในเวลานี้มีน้อยคนนักที่จะไม่รู้จักกองทุนประกันวินาศภัย เนื่องจากในช่วงการระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมามีผู้เอาประกันภัยที่ขอชดใช้ค่าสินไหมทดแทนจากการประกันโควิดจำนวนมากแบบที่ไม่เคยเป็นมาก่อน ซึ่งส่งผลให้มีบริษัทรับประกันวินาศภัยหลายแห่งได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าวจนถึงขั้นถูกเพิกถอนใบอนุญาต โดยหน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบในการจ่ายค่าสินไหมให้กับผู้เอาประกันภัยหลังการเพิกถอนใบอนุญาตก็คือ “กองทุนประกันวินาศภัย”

ในช่วงแรกของการจัดตั้งกองทุนประกันวินาศภัย(ปี 2551 – 2553) ธุรกิจประกันวินาศภัยมีเบี้ยประกันภัยรับตรงประมาณ 100,000 – 125,000 ล้านบาท ซึ่งในขณะนั้นกองทุนประกันวินาศภัยได้รับอัตราเงินสมทบจากบริษัทประกันวินาศภัยอยู่ที่ประมาณ 100 – 200 ล้านบาทต่อปี และเมื่อเวลาผ่านไปมากกว่า 10 ปี ในปี 2565 กองทุนประกันวินาศภัยได้รับจำนวนเงินสมทบเพิ่มขึ้นเป็น 685 ล้านบาทต่อปี ซึ่งสอดคล้องกับการเติบโตของธุรกิจประกันวินาศภัยที่มีเบี้ยประกันภัยจำนวน 274,000 ล้านบาท และ กองทุนประกันวินาศภัยมีเงินกองทุนอยู่ประมาณ 6,000 ล้านบาท ทั้งนี้ ในปัจจุบันเงินกองทุนได้ลดลงอย่างมาก เนื่องจากนำไปจ่ายให้กับเจ้าหนี้ผู้มีสิทธิได้รับชำระหนี้ที่เกิดจากการเอาประกันภัย

หากกล่าวถึงกองทุนประกันวินาศภัยหลายคนอาจนึกถึงหน่วยงานของรัฐที่จะเป็นผู้ชดใช้ค่าสินไหมทดแทนให้กับผู้เอาประกันภัยหากบริษัทประกันวินาศภัยได้รับการเพิกถอนใบอนุญาต ซึ่งนับว่าเป็นบทบาทหลักของกองทุนในปัจจุบัน อย่างไรก็ตาม อาจมีน้อยคนที่ทราบว่า กว่าจะมาเป็นกองทุนประกันวินาศภัยในวันนี้ รูปแบบการบริหารจัดการกองทุน และกระบวนการในการชำระค่าสินไหมทดแทนให้กับผู้เอาประกันภัย ได้เปลี่ยนแปลงไปจากครั้งอดีตที่เริ่มจัดตั้งกองทุนประกันวินาศภัย



1. ก่อนจะมีกองทุนประกันวินาศภัย

ในปี พ.ศ. 2535 ประเทศไทยมีการบังคับใช้พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 ซึ่งกฎหมายฉบับนี้ถือเป็นกฎหมายแม่บทของการกำกับดูแลธุรกิจประกันวินาศภัยในปัจจุบัน ซึ่งมีการแก้ไขเพิ่มเติมอยู่หลายครั้ง อย่างไรก็ตาม ในขณะนั้น (พ.ศ. 2535) ประเทศไทยยังไม่ได้มีการจัดตั้งกองทุนประกันวินาศภัยขึ้น แต่มีการจัดตั้ง “กองทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัย” ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งคือ เพื่อเป็นทุนใช้จ่ายในการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยให้มีความมั่นคงและเสถียรภาพ โดยเงินที่นำส่งเข้ากองทุนเพื่อการพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยในขณะนั้นเป็นค่าสินไหมทดแทนที่ผู้เอาประกันภัยหรือผู้รับประกันภัยตามกรมธรรม์ไม่ได้เรียกร้องจากบริษัทประกันวินาศภัยจนล่วงพ้นอายุความ บริษัทประกันวินาศภัยจึงต้องนำส่งเงินดังกล่าวเข้ากองทุนภายในหนึ่งเดือนนับแต่วันที่ครบกำหนดอายุความ โดยเงินในส่วนนี้ในปัจจุบันถูกเรียกว่า “ค่าสินไหมล่วงพ้นอายุความ”

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า นับตั้งแต่ปี 2535 เป็นต้นมา ภาคธุรกิจประกันภัยมีกองทุนซึ่งมีเงินสะสมจากค่าสินไหมล่วงพ้นอายุความ เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจประกันภัย



2. จุดเริ่มต้นกองทุนประกันวินาศภัย

ต่อมาได้มีแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 โดยพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ซึ่งในการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายในครั้งนี้อธิบายเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญของกองทุนประกันวินาศภัย เนื่องจากการแก้ไขเพิ่มเติมบทบัญญัติที่ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกองทุนประกันวินาศภัยหลายประการ โดยผู้เขียนขอกล่าวเพียงบางประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

2.1 จัดตั้งกองทุนประกันวินาศภัย

ตอนเริ่มต้นที่มีการเสนอพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ขณะนั้นกระทรวงพาณิชย์เป็นผู้กำกับดูแลธุรกิจประกันวินาศภัยอยู่ โดยกระทรวงพาณิชย์ได้เล็งเห็นว่า ธุรกิจประกันวินาศภัยมีการเติบโตมากขึ้น ซึ่งหากบริษัทประกันวินาศภัยล้มละลาย หรือมีหนี้สินพันล้านตัวจนไม่อาจชำระหนี้ให้กับผู้เอาประกันภัยได้ หรือประสบวิกฤติทางการเงินอย่างร้ายแรง หรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย การจัดสรรเบี้ยประกันภัยไว้เป็นเงินสำรองและการดำรงเงินกองทุนของบริษัทประกันวินาศภัยตามที่กฎหมายกำหนดไว้แล้วอาจ

ไม่เพียงพอที่จะคุ้มครองประชาชน
ผู้เอาประกันภัย จึงเสนอต่อคณะ
รัฐมนตรีให้มีการแก้กฎหมายให้มี
การจัดตั้ง “กองทุนคุ้มครองผู้เอา
ประกันวินาศภัย” เพื่อคุ้มครองผู้เอา
ประกันภัยและสร้างความเชื่อมั่น
ในธุรกิจประกันภัยซึ่งหมายความว่า
หากเป็นไปตามที่กระทรวงพาณิชย์
เสนอในครั้งแรก จะทำให้ภาค
อุตสาหกรรมกรรมการประกันภัยมี 2
กองทุน ได้แก่ กองทุนเพื่อการพัฒนา
ธุรกิจประกันวินาศภัย และกองทุน
คุ้มครองผู้เอาประกันวินาศภัย

อย่างไรก็ตาม ต่อมาใน
ขั้นตอนการพิจารณาจัดทำร่าง
พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย
(ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ได้มีการ
พิจารณาให้รวมกองทุนทั้ง 2
กองทุนเป็นกองทุนเดียวคือ
“กองทุนประกันวินาศภัย” โดยให้
มีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองเจ้าหน้าที่
ซึ่งมีสิทธิได้รับชำระหนี้ที่เกิดจาก
การเอาประกันภัย ในกรณีที่บริษัท
ล้มละลายหรือถูกเพิกถอนใบ
อนุญาตประกอบธุรกิจประกัน
วินาศภัย และเพื่อพัฒนาธุรกิจ
ประกันวินาศภัยให้มีความมั่นคง
และเสถียรภาพ

2.2 กำหนดองค์ประกอบทรัพย์สินของกองทุนประกัน วินาศภัย

เนื่องจากพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551
มีการจัดตั้งกองทุนประกันวินาศภัย ดังนั้น จึงมีการกำหนดองค์ประกอบ
ทรัพย์สินของกองทุนประกันวินาศภัยไว้ด้วย อาทิ เงินและทรัพย์สินที่ได้
รับโอนจากกองทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยของสำนักงานคณะ
กรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย เงินค่าสินไหม
ทดแทนค่าสินไหมล่วงหน้าอายุความที่ได้รับจากบริษัทประกันวินาศภัย
เงินที่บริษัทประกันวินาศภัยนำส่งให้กองทุนประกันวินาศภัย เงินหรือ
ทรัพย์สินที่มีผู้มอบให้ เงินสนับสนุนจากรัฐบาล ฯลฯ

2.3 กำหนดอัตราเงินที่ให้บริษัทนำส่งเข้ากองทุนประกัน วินาศภัย

ในช่วงแรกของการเสนอร่างพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย
(ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 กระทรวงพาณิชย์เห็นว่า ควรกำหนดให้บริษัท
นำส่งเงินเข้ากองทุนคุ้มครองผู้เอาประกันวินาศภัย (ซึ่งต่อมาได้ปรับ
เป็นกองทุนประกันวินาศภัย) ในอัตราตามที่รัฐมนตรีว่าประกาศกำหนด
โดยไม่เกินร้อยละหนึ่งของเบี้ยประกันภัยที่บริษัทประกันวินาศภัยได้รับ
ในแต่ละปี

อย่างไรก็ดี ในขั้นตอนการพิจารณาพระราชบัญญัติฯ ได้มี
การปรับอัตราการนำส่งเงินเข้ากองทุนประกันวินาศภัยจากไม่เกิน
ร้อยละหนึ่งเป็นร้อยละศูนย์จุดห้า เพื่อไม่ให้เป็นการระของกองทุนประกัน
วินาศภัยมากเกินไป

ทั้งนี้ ในช่วงปี 2552 – ปี 2555 กองทุนประกันวินาศภัย
มีการเก็บอัตราเงินนำส่งจากบริษัทประกันวินาศภัย เริ่มจากร้อยละ 0.1
(ปี 2552) ร้อยละ 0.15 (ปี 2553) ร้อยละ 0.2 (ปี 2554) และร้อยละ
0.25 (ตั้งแต่ปี 2555 เป็นต้นมาจนถึงปี 2566) ซึ่งทำให้กองทุนประกัน
วินาศภัยได้รับเงินนำส่งในปี 2552 จำนวน 192 ล้านบาท ปี 2553 จำนวน
219 ล้านบาท ปี 2554 จำนวน 316 ล้านบาท และปี 2555 จำนวน 449
ล้านบาท

2.4. กำหนดจำนวนเงินในการคุ้มครองเจ้าหนี้ผู้เอาประกันภัย

ในพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 มีการกำหนดเรื่องที่มีความสำคัญอีกเรื่องหนึ่งคือการจำกัดการให้ความคุ้มครองเจ้าหนี้ซึ่งมีสิทธิได้รับชำระหนี้ที่เกิดจากการเอาประกันภัยไว้เฉพาะกรณีที่บริษัทประกันวินาศภัยล้มละลายหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตธุรกิจประกันวินาศภัย และจำกัดวงเงินที่จะให้ความคุ้มครองผู้เอาประกันภัยไว้ที่คนละไม่เกิน 1 ล้านบาท เพื่อให้ผู้เอาประกันภัยมีความระมัดระวังในการเลือกซื้อกรมธรรม์ประกันภัยมากขึ้น

ทั้งนี้ บทบัญญัติส่วนใหญ่ที่บังคับตามพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551 ยังคงมีการบังคับใช้มาจนถึงปัจจุบัน



3. การเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญของกองทุนประกันวินาศภัย

ต่อมาได้มีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535 อีกครั้ง โดยพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 เนื่องจากกระทรวงการคลัง (ซึ่งในขณะนั้นเป็นกระทรวงที่กำกับดูแลธุรกิจประกันวินาศภัย) ได้เล็งเห็นว่า เมื่อบริษัทประกันวินาศภัยล้มละลายหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาต กองทุนประกันวินาศภัยจะเข้าไปช่วยเหลือเจ้าหนี้ซึ่งมีสิทธิรับชำระหนี้ที่เกิดจากการเอาประกันภัยได้ก็ต่อเมื่อกระบวนการล้มละลายเสร็จสิ้นแล้วเท่านั้น ซึ่งทำให้กองทุนประกันวินาศภัยไม่สามารถคุ้มครองเจ้าหนี้ซึ่งมีสิทธิได้รับชำระหนี้ที่เกิดจากการเอาประกันภัยได้อย่างทันท่วงที และเห็นควรแก้ไขบทบัญญัติที่จะช่วยให้กองทุนประกันวินาศภัยทำหน้าที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น จึงได้เสนอให้มีการแก้ไขพระราชบัญญัติประกันวินาศภัยโดยสาระสำคัญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกองทุนประกันวินาศภัยมีดังนี้

3.1 แก้ไขวัตถุประสงค์ของกองทุนประกันวินาศภัย

กำหนดให้กองทุนประกันวินาศภัยชำระหนี้ให้แก่เจ้าหนี้ผู้เอาประกันภัยแทนบริษัทวินาศภัยที่ถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย และแก้ไขวัตถุประสงค์ของกองทุนประกันวินาศภัยโดยจากเดิมที่กองทุนประกันวินาศภัยมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองเจ้าหนี้ซึ่งมีสิทธิได้รับชำระหนี้ที่เกิดจากการเอาประกันภัย ในกรณีที่บริษัทล้มละลายหรือถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยและพัฒนาธุรกิจประกันวินาศภัยให้มีความมั่นคงและเสถียรภาพ เป็น ให้กองทุนประกันวินาศภัยคุ้มครองเจ้าหนี้ในกรณีบริษัทถูกเพิกถอนใบอนุญาตเท่านั้น

ทั้งนี้ หากตีความตามถ้อยคำอาจดูเหมือนว่า กองทุนประกันวินาศภัยให้ความคุ้มครองผู้เอาประกันภัยน้อยลง อย่างไรก็ตาม ในแนวทางปฏิบัติไม่ได้เป็นเช่นนั้น เนื่องจากเมื่อบริษัทประกันวินาศภัยถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันวินาศภัย และเข้าสู่กระบวนการชำระบัญชีแล้ว กองทุนประกันวินาศภัยยังคงมีหน้าที่จะต้องชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้ผู้เอาประกันภัยที่ยื่นคำขอรับชำระหนี้และได้รับการตรวจสอบแล้วทุกราย และเมื่อดำเนินการเรียบร้อยแล้วจึงจะเข้าสู่กระบวนการล้มละลาย ดังนั้น ถึงแม้ว่าการแก้ไขกฎหมายดังกล่าวจะมีการตัดเรื่องการชำระหนี้ให้กับผู้เอาประกันภัยในกรณีที่บริษัทล้มละลายออกก็ไม่ได้ทำให้สิทธิในการรับชำระหนี้ของผู้เอาประกันภัยน้อยลง

3.2 แก้ไขเพิ่มเติมขอบเขตอำนาจหน้าที่ของกองทุน

พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ได้กำหนดเพิ่มเติมให้ กองทุนประกันวินาศภัยเป็นผู้ชำระบัญชีเมื่อบริษัทประกันวินาศภัยถูกเพิกถอนใบอนุญาตประกอบธุรกิจประกันวินาศภัยและให้กองทุนประกันวินาศภัยสามารถกู้ยืมเงินได้เพื่อช่วยเหลือเจ้าหนี้ผู้เอาประกันภัยจากกรณีถูกเพิกถอนใบอนุญาต ซึ่งการแก้ไขเพิ่มเติมดังกล่าวจะทำให้การชำระหนี้ของกองทุนประกันวินาศภัยมีความคล่องตัวมากขึ้น

3.3 กำหนดหลักเกณฑ์การจ่ายเงินจากกองทุนประกันวินาศภัย

พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 ได้กำหนดเพิ่มเติมให้ กำหนดให้กองทุนสามารถให้ความช่วยเหลือเจ้าหนี้ผู้เอาประกันภัยได้ทันที โดยไม่ต้องรอให้สิ้นสุดกระบวนการล้มละลาย ซึ่งต้องใช้ระยะเวลาโดยเฉลี่ย 5-7 ปี โดยยังคงหลักการเดิม คือ ให้เจ้าหนี้ผู้เอาประกันภัยได้รับชำระหนี้จากเงินหลักทรัพย์ประกันและเงินสำรองของบริษัทก่อน หากไม่เพียงพอจึงให้กองทุนประกันวินาศภัยจ่ายเต็มในส่วนที่ขาดอยู่





4. กองทุนประกันวินาศภัยในปัจจุบัน

ในปัจจุบันกองทุนประกันวินาศภัยได้ดำเนินการตามเจตนารมณ์ของกฎหมายมาโดยตลอด โดยกองทุนประกันวินาศภัยยังคงมีหน้าที่หลักในการชำระหนี้ให้กับผู้เอาประกันภัยที่ยื่นขอรับชำระหนี้ในกรณีที่บริษัทประกันวินาศภัยถูกเพิกถอนใบอนุญาต และจ่ายค่าสินไหมทดแทนล่วงหน้าอายุความ โดยกองทุนประกันวินาศภัยมีรายได้หลักจากเงินที่บริษัทประกันวินาศภัย โดยกฎหมายกำหนดไว้ว่า ไม่เกินร้อยละ 0.5 อย่างไรก็ตามที่ผ่านมา กองทุนประกันวินาศภัยไม่ได้จัดเก็บเงินนำส่งเต็มเพดานแต่จัดเก็บที่อัตราร้อยละ 0.25 ของเบี้ยประกันภัยที่บริษัทได้รับ และเพิ่งจะมาปรับเปลี่ยนเพิ่มเงินนำส่งเป็นอัตราร้อยละ 0.5 ของเบี้ยประกันภัยที่บริษัทได้รับ ซึ่งทำให้กองทุนประกันวินาศภัยได้รับเงินนำส่งในแต่ละปีเพิ่มขึ้นเป็น 1,200 – 1,300 ล้านบาท แต่ถึงกระนั้น อัตราเงินนำส่งที่เข้ามาในแต่ละปี ประกอบกับเงินกองทุนสะสมที่มีอยู่อาจไม่เพียงพอเพียงพอที่จะชำระหนี้ให้กับเจ้าหนี้ผู้เอาประกันภัยที่มีจำนวนมากหลักจากที่มี 4 บริษัทที่ถูกเพิกถอนใบอนุญาตในช่วงสถานการณ์โควิด (ข้อมูล ณ วันที่ 21 พฤษภาคม 2567)



บทสรุป

กองทุนประกันวินาศภัยถือเป็นกลไกสำคัญของภาคส่วนการประกันภัยที่คอยคุ้มครองผู้เอาประกันภัยมาโดยตลอด แต่หากวันใดที่กลไกนี้ไม่สามารถที่จะทำหน้าที่ของตนเองได้อย่างที่เคยเป็นมา กองทุนประกันวินาศภัยอาจต้องพิจารณาทบทวนถึงสาเหตุและแนวทางการแก้ไขปัญหา ซึ่งอาจรวมถึงการแก้ไขกฎหมายและการหาทางออกร่วมกันกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อที่จะทำให้กองทุนประกันวินาศภัยสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมระบบการประกันภัยให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป



บรรณานุกรม

บันทึกสำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาประกอบร่างพระราชบัญญัติประกันชีวิต (ฉบับที่ ..) พ.ศ. และร่างพระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ ..) พ.ศ. (2550). กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา

พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย พ.ศ. 2535.(2535, เมษายน 10).
ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม ๑๐๙/ตอนที่ ๕๖

พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2551. (2551, กุมภาพันธ์ 5) ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 125 ตอนที่ 27 ก

พระราชบัญญัติประกันวินาศภัย (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2558 (2558, มีนาคม 5) ราชกิจจานุเบกษา, เล่ม 132 ตอนที่ 15 ก

กองทุนประกันวินาศภัย. วัตถุประสงค์/อำนาจหน้าที่, งบการเงิน, สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2567 <https://gif.or.th/purpose>

กองทุนประกันวินาศภัย. งบการเงิน, สืบค้นเมื่อวันที่ 19 พฤษภาคม 2567 จาก <https://gif.or.th>



ภูมิทัศน์เศรษฐกิจจีน และผลกระทบต่อประเทศไทย

บทความโดย

ดร. กวิน เอี่ยมตระกูล

บุณทริกา ชลพิทักษ์วงศ์

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ขอขอบคุณนายพิสิทธิ์ พัวพันธ์ ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค และ ดร. นรพัชร อัครวัธลภา
ผู้อำนวยการส่วนนวัตกรรมข้อมูลเศรษฐกิจและงานวิจัย สำหรับคำแนะนำ
อนึ่ง บทความนี้เป็นความเห็นส่วนตัวของผู้เขียน ไม่ได้สะท้อนความเห็นของหน่วยงาน

บทนำ

ในช่วงต้นปี 2566 ประเทศจีนประกาศเปิดประเทศหลังจากปิดเมืองมายาวนานกว่า 2 ปี กลายเป็นความหวังสำคัญว่าจีนจะมาเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญให้กับเศรษฐกิจโลกในปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตาม สัญญาณเศรษฐกิจจีนหลังการเปิดประเทศยังมีความเปราะบาง โดยมีหลายปัจจัยที่เป็นแรงกดดันและส่งผลกระทบทางลบต่อเศรษฐกิจจีน อาทิ ประชากรจีนยังมีความกังวลเกี่ยวกับโควิดและยังมีความไม่มั่นใจในทิศทางเศรษฐกิจ ซึ่งสะท้อนผ่านความเชื่อมั่นผู้บริโภคที่ยังอยู่ในระดับต่ำ ปัญหาภาคอสังหาริมทรัพย์ และการฟื้นตัวที่ค่อนข้างกระจุกตัวอยู่เพียงในบางภาคเศรษฐกิจ รวมไปถึงปัญหาเชิงโครงสร้างอีกหลายด้านที่ลดการเติบโตของจีนในระยะยาว ทั้งนี้ เศรษฐกิจจีนปี 2566 ขยายตัวที่ร้อยละ 5.2 ซึ่งสูงกว่าเป้าหมายของทางการจีนที่เคยคาดการณ์ไว้ ทั้งนี้ ได้รับปัจจัยหนุนจากฐานที่ต่ำในปีก่อน รวมถึงภาคบริการที่เติบโตได้ที่ร้อยละ 5.8 นอกจากนี้ การลงทุนในสินทรัพย์ถาวรปรับเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม การลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ปรับตัวลดลง บ่งชี้ว่าภาคอสังหาริมทรัพย์ยังคงเป็นปัจจัยฉุดรั้งการเติบโตของจีน

ทั้งนี้ เมื่อวันที่ 3 เมษายน 2567 วารสารการเงินการคลังได้รับเกียรติจาก ดร.อาร์ม ตั้งนิรันดร (ดร.อาร์มฯ) อาจารย์ประจำคณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ร่วมพูดคุยประเด็นภูมิทัศน์เศรษฐกิจจีนและผลกระทบต่อประเทศไทย โดยบทความนี้ประกอบไปด้วย แนวโน้มเศรษฐกิจจีน นโยบายการช่วยเหลือภาคอสังหาริมทรัพย์ของจีน การส่งผ่านของเศรษฐกิจจีนมาที่เศรษฐกิจไทย และแนวโน้มนักท่องเที่ยวจีนที่มาเที่ยวไทย โดยมีรายละเอียดดังนี้



ในมุมมอง ดร.อาร์ม ปี 2567 แนวโน้มเศรษฐกิจจีนในระยะปานกลางจะมีทิศทางการเติบโตอย่างไร และมีปัจจัยสนับสนุนอะไรบ้าง

ดร.อาร์มฯ กล่าวว่า ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมา เศรษฐกิจจีนมีการเปลี่ยนแปลงที่ค่อนข้างเร็ว เนื่องจากในช่วงปี 2562-2563 มีการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ทำให้ในช่วงดังกล่าวเศรษฐกิจจีนขยายตัวเพียงร้อยละ 2.2 แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น ประเทศจีนเป็นประเทศเดียวที่เติบโตในแดนบวก และเป็นประเทศเดียวที่มีการจัดการด้านสาธารณสุขที่ดี จึงส่งผลให้ในปี 2564 เศรษฐกิจจีนขยายตัวร้อยละ 8.4 ในขณะที่ประเทศอื่น ๆ ยังประสบกับปัญหาการแพร่ระบาดโควิด-19 อยู่

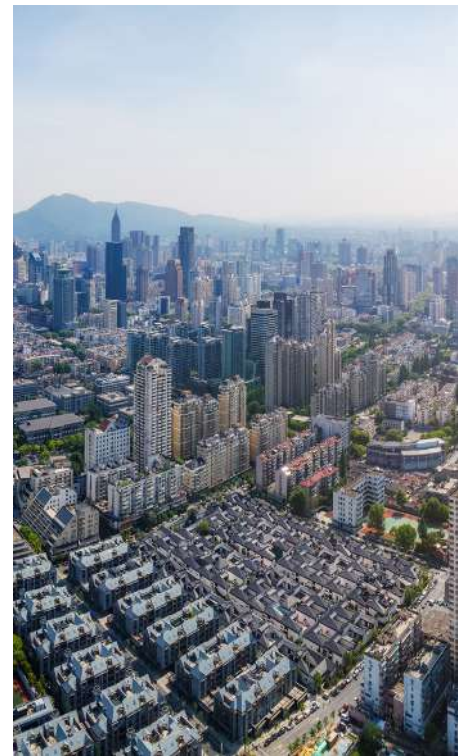
ทั้งนี้ ในช่วงครึ่งปีแรกของปี 2564 เศรษฐกิจจีนมีสัญญาณการขยายตัวที่ดีมาก จนมีการวิพากษ์วิจารณ์ว่าเศรษฐกิจจีนจะเป็นผู้นำทางด้านเศรษฐกิจ แต่ในช่วงครึ่งปีหลังของปี 2564 รัฐบาลจีน นำโดย สี จิ้นผิง ได้มีการออกมาดำเนินนโยบายจัดระเบียบระบบอุตสาหกรรม ไม่ว่าจะเป็น โรงเรียนกวดวิชา เกมออนไลน์ Entertainment ตลอดจนภาคอสังหาริมทรัพย์ โดยในช่วงปี 2563 ทางรัฐบาลจีนได้มีการนำนโยบาย “สามเส้นแดง” (Three Red Lines)¹ มาจัดการกับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับการกู้ยืมเงินจำนวนมากในภาคอสังหาริมทรัพย์ ทำให้บริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ที่มีการกู้เงินจำนวนมากเริ่มประสบปัญหา และเกิดการผิดนัดชำระหนี้ของภาคอสังหาริมทรัพย์ที่เริ่มจากบริษัทรายใหญ่อย่าง Evergrande และยังคงเกิดขึ้นกับอีกหลาย ๆ บริษัทต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งนำมาสู่ วิกฤตหนี้ “เอเวอร์แกรนด์” และวิกฤตอสังหาริมทรัพย์

1 นโยบาย Three Red Line คือ นโยบายที่ใช้เพื่อประเมินการกู้ยืมของบริษัทพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ โดยมีรายละเอียด 3 ส่วน คือ 1) อัตราส่วนหนี้สินต่อสินทรัพย์ต้องไม่เกิน 70% 2) อัตราส่วนหนี้สินต่อเงินทุนต้องไม่เกิน 100% และ 3) อัตราส่วนสินทรัพย์สภาพคล่องต่อการกู้ยืมระยะสั้นต้องไม่เกิน 1 เท่า

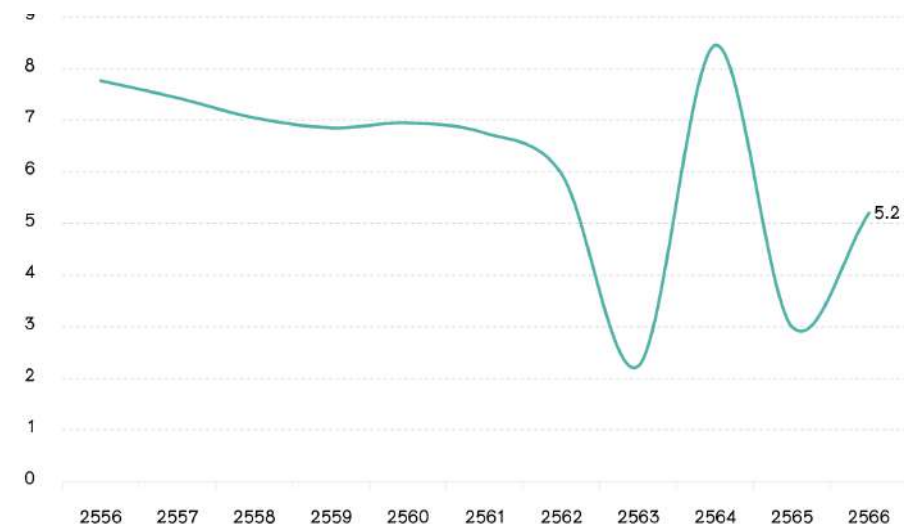
(ที่มา : ธนาคารกสิกร https://www.kasikornbank.com/th/personal/the-wisdom/articles/pages/onward69_economic-horizon_2022.aspx)



ต่อมาในปี 2565 รัฐบาลจีนยังคงดำเนินนโยบาย Zero-COVID ต่อเนื่องมาตั้งแต่ปี 2562 เนื่องจากข้อจำกัดในการรองรับผู้ป่วยทั้งจำนวนเตียงในโรงพยาบาลและบุคลากรทางการแพทย์ ทำให้จีนจำเป็นต้องควบคุมจำนวนผู้ติดเชื้อให้ต่ำที่สุดด้วยมาตรการที่เข้มงวดหลายอย่าง เช่น การล็อกดาวน์อย่างเด็ดขาด (The Great Lockdown) โดยปิดการเดินทางเข้า-ออกมณฑลที่พบผู้ติดเชื้อ รวมไปถึงในช่วงปี 2565 ประเทศจีนยังไม่มีกรณีวัคซีนป้องกันโควิด-19 แต่ประเทศอื่น ๆ ได้เริ่มมีการฉีดวัคซีนและเริ่มเปิดเมือง เป็นผลให้เศรษฐกิจจีนขยายตัวได้เพียงร้อยละ 3.0 ต่อมาในปี 2566 จีนเปิดประเทศ แต่เศรษฐกิจจีนยังขยายตัวได้เพียงร้อยละ 5.2 ซึ่งผิดจากความคาดหมายของคนทั่วไป ทั้งนี้ ในมุมมองของดร.อาร์มฯ มองว่าสิ่งที่ทำให้เศรษฐกิจจีนแตกต่างจากการขยายตัวในช่วงแรกของการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ขยายตัวถึงร้อยละ 8.4 นั้น ปัจจัยหลัก มาจากเรื่องของอสังหาริมทรัพย์



ซึ่ง การ ที่ ทำ ให้ ภา ค อสังหาริมทรัพย์มีผลกับการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างมากนั้น เนื่องจากภาคอสังหาริมทรัพย์ของจีนมีสัดส่วนกว่าร้อยละ 15-30 ของ GDP จีน อีกทั้ง ความมั่งคั่งของประชาชนจีนส่วนมากอยู่ที่ภาคอสังหาริมทรัพย์ เมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับภาคอสังหาริมทรัพย์ก็ส่งผลให้ประชาชนจีนเริ่มมีความกังวลและควบคุมการใช้จ่าย



ภาพที่ 1 ผลผลิตมวลรวมของประเทศจีน (GDP)
ที่มา : CEIC

ทั้งนี้ ดร.อาร์มฯ เสริมว่า หากพูดถึงภาคส่วนต่าง ๆ ของเศรษฐกิจ ซึ่งประกอบไปด้วยภาคส่วนที่สำคัญ อาทิ การส่งออก การบริโภค การลงทุน โดยโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศจีนนั้นภาคการส่งออกและการบริโภคไม่แตกต่างกันมากนัก แต่สำหรับภาคการลงทุน ซึ่งเป็นภาคที่มีสัดส่วนต่อเศรษฐกิจค่อนข้างมาก แต่ทั้งนี้ สำหรับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานในปัจจุบันจีนไม่ได้ลงทุนในภาคส่วนนี้มากเท่ากับในอดีต เนื่องจากมีการลงทุนที่เต็มที่แล้ว ส่งผลให้ในปัจจุบันรัฐบาลจีนเลือกลงทุนในภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น จึงทำให้การลงทุนภาคอุตสาหกรรมนี้เป็นหัวใจในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศจีนในปีนี้ ส่งผลทำให้ยุทธศาสตร์หลักของจีนคือการกระตุ้นเศรษฐกิจจีนให้โตไปตามเป้า ในปัจจุบันจะไปในเรื่องการกระตุ้นการลงทุนในภาคอุตสาหกรรมและยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมเป็นหลัก

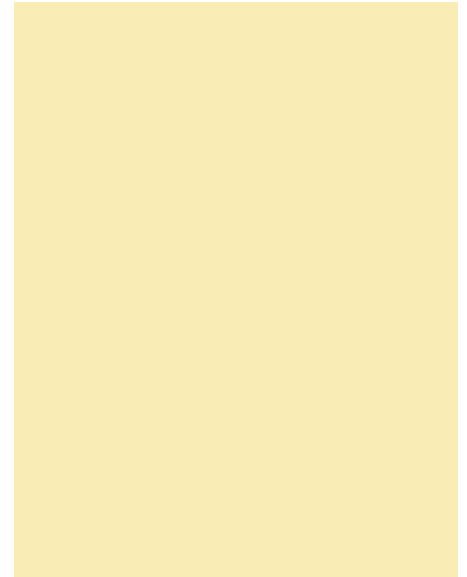
นโยบายการช่วยเหลือ ภาคอสังหาริมทรัพย์ ของรัฐบาลจีน

สถานการณ์วิกฤตภาคอสังหาริมทรัพย์จีนที่เกิดขึ้นตั้งแต่ปลายปี 2564 ยังคงลากยาวมาถึงปัจจุบัน แม้รัฐบาลจีนจะมีออกมาตราการช่วยเหลือภาคอสังหาริมทรัพย์ ที่มีเป้าหมายลดความเสี่ยงการผิดชำระหนี้และการขาดสภาพคล่อง แต่ก็ยังไม่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่นักลงทุนได้ ทั้งนี้ ในมุมมองของดร.อาร์มฯ มีมุมมองต่อภาคอสังหาริมทรัพย์ของจีนว่า ภาคอสังหาริมทรัพย์เป็นเรื่องเศรษฐกิจการเมืองของจีน ซึ่งภาคอสังหาริมทรัพย์มีสองปัญหาหลัก ๆ ที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อประชากร คือ ทำให้ค่าครองชีพของประชาชนสูง อาทิ ค่าเช่าบ้าน ค่าเรียนพิเศษ รวมไปถึงจัดการอุปทานของอสังหาริมทรัพย์ ซึ่งปัญหาทั้งหมดรัฐบาลจีนจัดการแก้ปัญหาในรูปแบบนโยบายประชานิยม ทั้งนี้ หลักคิดของเรื่องอสังหาริมทรัพย์ คือ ความเสี่ยงที่ใหญ่ที่สุดของเศรษฐกิจจีน และเป็นเรื่องของฟองสบู่ที่ใหญ่ที่สุด ทั้งนี้ ดร.อาร์มฯ มองว่า รัฐบาลจีนต้องการที่จะแก้ปัญหาฟองสบู่นี้ แต่แก้ไขในช่วงเวลาที่ผิดจังหวะ ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อเศรษฐกิจในวงกว้าง

ทั้งนี้ ดร.อาร์มฯ กล่าวว่า ภาคอสังหาริมทรัพย์มีความสำคัญ 4 ส่วนหลัก ๆ ด้วยกัน ได้แก่ 1. เป็นภาคส่วนที่มีขนาดใหญ่ 2. เป็นภาคส่วนที่เชื่อมโยงหลายห่วงโซ่อุตสาหกรรม 3. เป็นภาคส่วนที่เป็นความมั่งคั่งของคนจีน และ 4. เป็นภาคส่วนที่เป็นรายได้หลักของรัฐบาลท้องถิ่น ทั้งนี้ เมื่ออสังหาริมทรัพย์เกิดปัญหาส่งผลให้เกิดปัญหาทางการคลังรัฐบาลท้องถิ่นด้วยเช่นกัน ทำให้เห็นได้ว่าภาคอสังหาจะมีปัญหาเกิดผลกระทบอย่างมากต่อเศรษฐกิจจีน

กลับมาที่โจทย์ ว่ารัฐบาลจีนมีนโยบายช่วยเหลือภาคอสังหาริมทรัพย์อย่างไร ดร.อาร์มฯ กล่าวว่า การแก้ปัญหาของรัฐบาลจีน แบ่งเป็น 3 ทางเลือกหลัก ๆ ได้แก่ 1. รัฐบาลออกมายอมรับผิดบริหารผิด ยอมรับกับผลกระทบที่เกิดขึ้น และแก้ไขปัญหามาโดยการใช้งบประมาณทุ่มเงินเพื่อแก้ปัญหาให้ภาคอสังหาริมทรัพย์ฟื้น 2. รัฐบาลเลือกปล่อยทุกอย่างให้พังแล้ว Reset แล้วถึงจุดหนึ่งเศรษฐกิจจะเกิดวิกฤตการเงินและวิกฤตเศรษฐกิจ แล้วระบบเศรษฐกิจจะค่อยๆ ฟื้น แต่ปัญหาของทางเลือกนี้คือภาครัฐจะไม่ทราบ bottom อยู่ตรงไหนจะไปจับที่ตรงไหน แล้วไม่แน่ใจว่าเกิดวิกฤตแล้วจะฟื้นจริงหรือไม่ และ

3. วิธีการกระตุ้นเศรษฐกิจแบบครึ่งๆ กลาง ๆ แต่ไม่ได้ปล่อยจนเกิดวิกฤต กระตุ้นแบบประคับประคองไปเรื่อย ๆ ไม่ให้รามไปเป็นวิกฤต ไม่ได้ต้องการฟื้นแต่ไม่ปล่อยให้เกิดวิกฤต



การส่งผ่านของเศรษฐกิจจีนมาเศรษฐกิจไทย

ดร.อาร์มฯ มองว่า ประเด็นที่เศรษฐกิจจีนจะส่งผ่านมาถึงเศรษฐกิจประเทศไทย ได้แก่

ประเด็นที่ 1 การเกิด Over Capacity จากการมีสินค้าเกินความต้องการของจีน ซึ่งไม่เพียงแต่สินค้าไฮเทค (High-Tech) เท่านั้น

ประเด็นที่ 2 การเริ่มใช้อาเซียนเป็นฐานการผลิต เนื่องจาก จีนและสหรัฐฯ เริ่มที่จะเอาธุรกิจไฮเทคมาผลิตในฝั่งอาเซียน จึงเริ่มเป็นผลทำให้เกิดการใช้ประเทศในฝั่งอาเซียนเป็นฐานการผลิต



แนวโน้มนักท่องเที่ยวจีนมาไทย และพฤติกรรมการใช้จ่าย

ดร.อาร์มฯ มองว่า ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจีนมาเที่ยวไทยสูงขึ้นจากปัจจัยสนับสนุน ด้านฤดูกาลและผลจากมาตรการวีซ่าฟรี ทั้งนี้ยังมีปัจจัยที่ต้องติดตาม ได้แก่ บรรยากาศและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และจีนในไทย และการรักษาความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปจากช่วงโควิด-19 เนื่องจากเป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่มกันกลุ่มที่เข้ามาช่วงนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นซื้อประสบการณ์มากกว่าสินค้า

กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่า เศรษฐกิจจีนปี 2567 มีแนวโน้มเติบโตชะลอลงจากปีก่อน โดยมีนโยบายกระตุ้นการลงทุนภาคอุตสาหกรรมเป็นหลัก แต่สำหรับภาคอสังหาริมทรัพย์ที่มีปัญหา จีนเพียงดำเนินนโยบายเพื่อระดับประคองไม่ให้เกิดวิกฤตที่ลุกลามเท่านั้น สำหรับผลกระทบต่อไทย มีข้อควรระวังจากการผลิตสินค้าที่เกินความต้องการตามนโยบายการกระตุ้นภาคอุตสาหกรรมที่อาจจะขายสู่ตลาดโลก และมีปัจจัยสนับสนุนเศรษฐกิจไทยจากการเริ่มใช้อาเซียนเป็นฐานการผลิตเพิ่มขึ้น และแนวโน้มนักท่องเที่ยวจีนที่คาดว่าจะเพิ่มสูงขึ้น แม้จะมีพฤติกรรมที่เปลี่ยนไปเป็นการเน้นซื้อประสบการณ์มากกว่าสินค้านั้นๆ



รวมหนี้ ยังยืม

กับโครงการสินเชื่อรวมหนี้ข้าราชการยังยืม
สำหรับหน่วยงานที่มีบันทึกข้อตกลง (MOU)

มาตรการที่ 1 : สินเชื่อแบบใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน

ดอกเบี้ย **3.50%** ต่อปี
คงที่ 3 ปีแรก

หลังจากนั้นดอกเบี้ยคงที่ 4.75% ต่อปี ตลอดอายุสัญญา*
ธนาคารยกเว้นค่าประเมินราคาหลักทรัพย์ประกัน

มาตรการที่ 2 : สินเชื่อแบบ ไม่ใช้ หลักทรัพย์ค้ำประกัน

ดอกเบี้ย **6.75%** ต่อปี
คงที่ ตลอดอายุสัญญา
(สิทธิบำเหน็จตกทอดเป็นหลักประกัน)

✓ ผ่อนชำระได้ถึงอายุ 80 ปี



กู้เท่าที่จำเป็นและชำระคืนไหว

* อัตราดอกเบี้ยตลอดอายุสัญญา 4.49% ต่อปี

ขอคำแนะนำการแก้หนี้อย่างยั่งยืนที่

 ธนาคารกรุงไทยทุกสาขา

 Krungthai Contact Center 02-111-1111 no 99

สแกนเพื่อดูเพิ่มเติม



* สินเชื่อบ้าน (พร้อมเพิ่ม Top up) กรณีไฟแนนซ์หรือลูกค้าสินเชื่อรายเดิม + กู้เพิ่ม | * สินเชื่อบ้านแลกเงิน (พร้อมเพิ่ม Top up) กรณีมีหลักทรัพย์ค้ำประกันแบบปลอดภาระ | * โดยคำนวณจากวงเงินกู้ 1 ล้านบาท อายุสัญญา 40 ปี ผ่อนชำระ 4,700 บาท/เดือน | **หมายเหตุ :** มาตรการที่ 1, 2 ผ่อนนานสูงสุด 40 ปี สำหรับลูกค้าข้าราชการที่มีสินเชื่อกรุงไทยวงเงินถูกเงิน และ/หรือ สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการ (MOU) และมีรายได้สุทธิต่อเดือนหลังจากหักภาระหนี้แล้วคงเหลือน้อยกว่า 30% ของรายได้ต่อเดือน โดยหน่วยงานต้นสังกัดมีบันทึกข้อตกลง (MOU) กับธนาคารและต้องเป็นข้าราชการที่ในอนาคตจะมีสิทธิได้รับบำเหน็จหรือบำนาญชราภาพเมื่อเกษียณอายุ และมีสิทธิได้รับบำนาญรายเดือนหลังเกษียณอายุ | กรณีสินเชื่อประเภทไม่ใช้หลักทรัพย์ค้ำประกัน เมื่อข้าราชการได้รับสิทธิในบำเหน็จตกทอดต้องยินยอมทำความตกลงให้นำสิทธิในบำเหน็จตกทอดดังกล่าวเพื่อเป็นหลักประกันการกู้เงินตามภาระหนี้ที่เหลืออยู่ | เป็นสินเชื่อแบบมีกำหนดระยะเวลา (Term Loan) | วัตถุประสงค์เพื่อรวมหนี้และปิดชำระหนี้สินเชื่อกรุงไทยวงเงินถูกเงินและ/หรือ สินเชื่อเนกประสงค์ข้าราชการ (MOU) และสินเชื่อรายย่อยที่เข้าโครงการรวมหนี้อื่นๆ | กรณีข้าราชการที่เป็นสมาชิกสหกรณ์ออมทรัพย์ประสงค์จะเข้าร่วมโครงการรวมหนี้ข้าราชการยังยืม สหกรณ์แห่งนั้นต้องเข้าลงนาม MOU กับธนาคาร | ยินยอมประสงค์เข้าร่วมโครงการตั้งแต่วันที่ 9 เม.ย. 67 - 31 ธ.ค. 67 | เงื่อนไขและเกณฑ์การพิจารณาสินเชื่อเป็นไปตามที่ธนาคารกำหนด

ประเทศไทย กับ การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์อาเซียน

บทความโดย
ดร.เกริกฤทธิ์ ฉายศิริกุล
กรมศุลกากร

บทความเชิงวิชาการฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี จากการได้รับความกรุณาแบ่งปันแนวคิด ประสบการณ์ ความรู้และคำแนะนำด้านการพัฒนาเศรษฐกิจและการขับเคลื่อนโลจิสติกส์ไทยอย่างดียิ่งจาก อาจารย์ ดร. พรชัย สิริระเวช ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้



ประเทศไทยได้รับการยอมรับว่าเป็นประเทศที่มีภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitics) ที่ยอดเยี่ยมในการเป็นศูนย์กลางของกลุ่มประเทศอาเซียนโดยมีลักษณะทางภูมิศาสตร์อยู่ตรงกลางของเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และอยู่บนแผ่นดินใหญ่ที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งทางบกและทางทะเล มีโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภค การติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่ง โครงข่ายถนน ท่าเรือ และสนามบิน ที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านได้โดยสะดวก รวมถึงการเป็นประเทศที่สามารถรักษาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกันและ/หรือต่อเนื่องกันได้อย่างดีเยี่ยม เห็นได้จากกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศที่มีร่วมกันทั้งในระดับภูมิภาคและอนุภูมิภาค เช่น ASEAN¹ ACMECS² BIMSTEC³ GMS⁴ และ IMT-GT⁵ ทั้งนี้ รัฐบาลไทย ตั้งเป้าหมายให้ระบบโลจิสติกส์เป็นกลไกสำคัญในการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นประตูการค้าที่สำคัญในอนุภูมิภาคและภูมิภาค ผ่านแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2550-2554) แผนฯ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2556-2560) จนถึงแผนฯ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2561-2565) และในปัจจุบันรัฐบาลไทยได้มีการนำเสนอแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566-2570 ซึ่งจัดทำขึ้นภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ (Logistics Hub) ของภูมิภาคอาเซียน” และสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ “IGNITE THAILAND” จุดพลัง รวมใจ ไทยต้องเป็นหนึ่ง ที่แถลงโดย นายเศรษฐา ทวีสิน นายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม ผ่านมาเกือบ 20 ปี เป้าหมายดังกล่าวยังคงเป็นประเด็นที่ถูกนำเสนอในทุกรัฐบาล โดยอ้างอิงถึงความพร้อมของประเทศไทยในการเป็น Logistics Hub ของอาเซียน ดังนั้น เมื่อเกิดการหยิบยกข้อประเด็นและ/หรือนำเสนอเป็นภาพฝันของประเทศไทยในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์บ่อยครั้ง ผู้เขียนและท่านผู้อ่านหลายท่านจึงอาจมีข้อสงสัยใคร่รู้ว่า สรุปแล้ว ประเทศไทยได้เข้าสู่การเป็น Logistics Hub แล้วหรือยัง และในระดับนานาชาติให้การยอมรับในการเป็นศูนย์กลางฯ ของประเทศไทยแล้วหรือไม่ อย่างไร เนื้อหาภายในบทความนี้ จะช่วยคลายความสงสัยและทำความเข้าใจสถานการณ์ปัจจุบันได้มากขึ้น

1 Association of South East Asian Nations (ASEAN) – สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

2 Ayeyawady–Chao Phraya–Mekong Economic Cooperation Strategy (ACMECS) – ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี – เจ้าพระยา – แม่น้ำโขง

3 Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation (BIMSTEC) – ความริเริ่มแห่งอ่าวเบงกอลสำหรับความร่วมมือหลากหลายสาขาทางวิชาการและเศรษฐกิจ

4 Greater Mekong Subregion (GMS) – โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง

5 Indonesia–Malaysia–Thailand Growth Triangle (IMT-GT) – โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย–มาเลเซีย–ไทย

เมื่อกล่าวถึงโลจิสติกส์กับประเทศไทย นักวิชาการหลายสถาบัน นิยามอ้างอิงปัจจัยเชิงตัวชี้วัด 2 ปัจจัย คือ (1) ดัชนีวัดประสิทธิภาพระบบโลจิสติกส์ระหว่างประเทศ (International Logistics Performance Index: International LPI) ดำเนินการโดยธนาคารโลก (The World Bank) ซึ่งจะมีการประเมินและเปรียบเทียบทุก 2 ปี ใน 160 ประเทศทั่วโลก และ (2) การเปรียบเทียบสัดส่วนมูลค่าต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศต่อมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาประจำปี (GDP) (หรือ สัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ของประเทศต่อ GDP) โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) เป็นหน่วยงานหลักในการรวบรวมข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบรายงานโลจิสติกส์ประจำปี ซึ่งปัจจัยตัวชี้วัดข้างต้นต่างก็มีประโยชน์ในการช่วยสะท้อนภาพรวมของการพัฒนาโลจิสติกส์ของประเทศในระดับนานาชาติ รวมถึงมีส่วนช่วยในการวัดสมรรถนะและต้นทุนด้านโลจิสติกส์ในมุมมองเชิงเศรษฐกิจระดับประชาชาติของประเทศ ทั้งนี้ ในปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยถูกจัดตามดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพโลจิสติกส์ (Logistics Performance Index: LPI) ให้อยู่ในอันดับที่ 34 (ตกลงจากอันดับ 32 ในปี พ.ศ. 2561) หรืออันดับที่ 9 ของเอเชียร่วมกับ

บาร์เรนและกาตาร์ และอยู่ในอันดับที่ 3 ของอาเซียนรองจากสิงคโปร์และมาเลเซีย ในขณะที่เดียวกัน เมื่อพิจารณาต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP พบว่า ปี พ.ศ. 2565 ที่ผ่านมา มีสัดส่วนต้นทุนโลจิสติกส์ต่อ GDP อยู่ที่ร้อยละ 13.7 ซึ่งแม้จะมีสัดส่วนต้นทุนที่ลดลงจากจากปี พ.ศ. 2564 ที่ร้อยละ 13.9 แต่ก็ยังสูงกว่าเมื่อเทียบกับกลุ่มประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา และ ญี่ปุ่น ที่มีสัดส่วนที่ร้อยละ 9.1 และ 8.0 ตามลำดับ รวมถึงการมีสัดส่วนต้นทุนที่สูงกว่าประเทศเพื่อนบ้านที่มีระบบเศรษฐกิจใกล้เคียงกับประเทศไทยอย่าง สิงคโปร์ และ มาเลเซีย ที่มีสัดส่วนต้นทุนเพียงร้อยละ 8.0 และ 13.0 ซึ่งตัวเลขเหล่านี้อาจเป็นการบ่งชี้เป็นนัยว่าประเทศไทยยังคงต้องเดินทางไกลในการพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ตามที่คาดหวังไว้

อย่างไรก็ตาม เมื่อปี พ.ศ. 2562 กระทรวงคมนาคม ได้มีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) ระบบคมนาคมขนส่งของประเทศ สรุปว่าประเทศไทยมีจุดแข็ง (Strength) ที่มีความสำคัญ 2 ด้าน คือ (1) โครงข่ายและคุณภาพของโครงสร้างพื้นฐานทางถนนและอากาศ และ (2) ความได้เปรียบเชิงภูมิศาสตร์ของทำเลที่ตั้ง (Location) ในขณะที่จุดอ่อน (Weakness) ที่

สำคัญยังคงเป็นปัญหาเกี่ยวกับ (1) ด้านต้นทุนโลจิสติกส์ที่อยู่ในระดับที่สูงและมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (2) ด้านโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานระบบคมนาคมขนส่งที่ขาดการบูรณาการและการเชื่อมต่อระหว่างรูปแบบการขนส่งที่มีประสิทธิภาพ (3) ความซ้ำซ้อนในบทบาทหน้าที่ของหน่วยงาน และ (4) กฎหมายและการบังคับใช้รวมถึงประเด็นอื่น ๆ ได้แก่ ความพร้อมและการยอมรับของการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และค่าโดยสารระบบขนส่งสาธารณะและระบบ



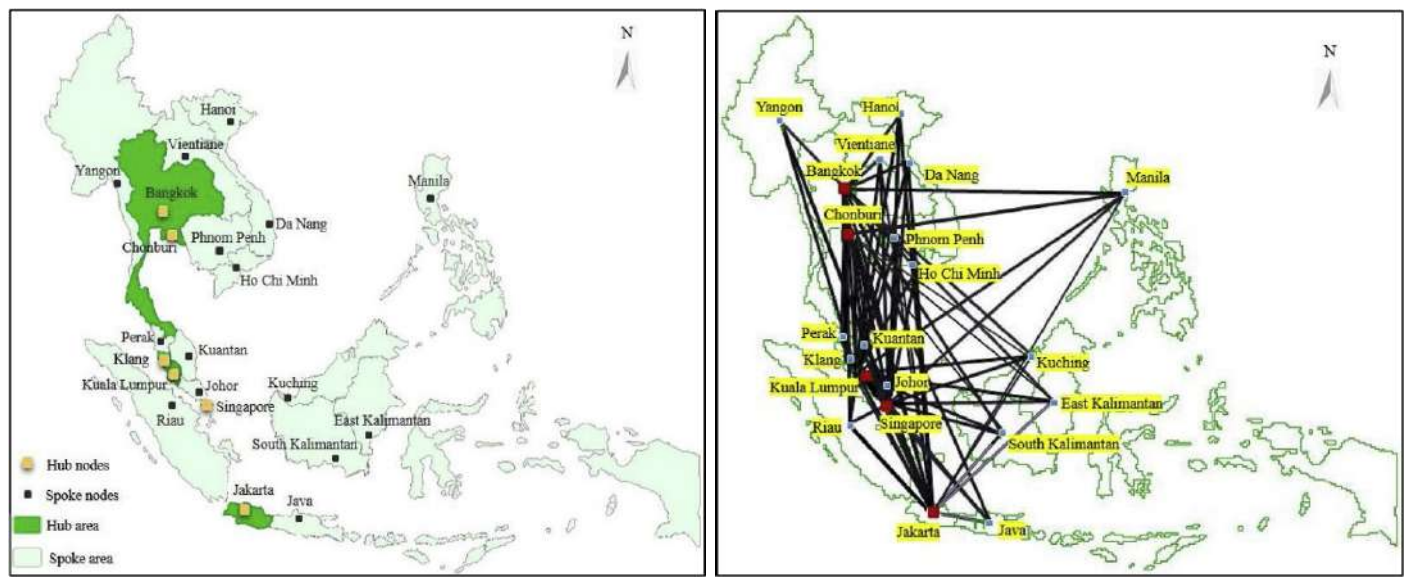
ขนส่งมวลชนในส่วนของ โอกาส (Opportunities) ประกอบด้วย (1) กระแสโลกาภิวัตน์ (Globalization) (2) กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศและความตกลงที่เกี่ยวข้อง (3) การพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม (Technological and Innovation) (4) การเพิ่มประสิทธิภาพการขนส่งและโลจิสติกส์ รวมถึงประเด็นอื่น ๆ ได้แก่ การกระจายความเจริญและการพัฒนาให้มีความทั่วถึงมากขึ้น (Urbanization) และการพัฒนาพื้นที่ตามแนวเส้นทางหรือบริเวณสถานีรถไฟฟ้

(Transit Oriented Development: TOD) ในขณะที่ ข้อจำกัดหรือสิ่งคุกคาม (Threats) ที่สำคัญประกอบด้วย (1) ความไม่แน่นอนทางการเมืองและนโยบายของภาครัฐ (2) ปัญหาการบูรณาการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง รวมถึงประเด็นอื่น ๆ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change) ภัยธรรมชาติและภัยพิบัติ (Natural Disaster) ปัญหาสังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และปัญหาความขัดแย้งภายในประเทศเพื่อนบ้าน เช่น สงครามความขัดแย้งภายในประเทศเมียนมา ที่อาจเป็นปัญหายืดเยื้อและส่งผลกระทบต่อประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม ดังนั้น หากกล่าวโดยสรุปจากข้อมูลข้างต้น จะพบว่า ประเทศไทยมีจุดแข็งเพียง 2 ปัจจัย โดยเป็นปัจจัยเชิงฮาร์ดแวร์ (Hardware) ด้านโครงสร้างพื้นฐานที่ภาครัฐดำเนินการอย่างต่อเนื่อง (Man-made Materials) และปัจจัยเชิงภูมิศาสตร์ที่ถือว่าเป็นโชคช่วยโดยธรรมชาติ (Lucky by Nature) ในขณะที่ ปัจจัยเชิงซอฟต์แวร์ (Software) และบุคลากร (Peopleware) ที่ควรจะเป็นจุดแข็งกลับกลายเป็นจุดอ่อนหรือข้อจำกัดที่มีอยู่ในปัจจุบัน



นอกจากนี้ ผลการศึกษาเกี่ยวกับเครือข่ายโลจิสติกส์ของอาเซียน รวมถึงความต้องการด้านโลจิสติกส์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่มีการคัดเลือกเมืองท่าที่สำคัญในอาเซียนจำนวน 21 เมือง มาวิเคราะห์ ด้วยวิธีการวิเคราะห์องค์ประกอบหลัก (Principal Component Analysis: PCA) และพิจารณาเกี่ยวกับความเหมาะสมและระดับการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ในภูมิภาค พบว่า เครือข่ายโลจิสติกส์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพมากที่สุดสำหรับอาเซียน ประกอบด้วย 5 เมืองศูนย์กลางโลจิสติกส์ (Hubs) ได้แก่ Singapore, Kuala Lumpur (Malaysia), Bangkok (Thailand), Jakarta (Indonesia) และ Chonburi (Thailand) และ 16 เมืองจุดขนส่งและกระจายสินค้าย่อยระดับพื้นที่ (Spokes) ได้แก่ Klang (Malaysia), Perak (Malaysia), Johor (Malaysia), Kuantan (Malaysia), Kuching (Malaysia), Java (Indonesia), Riau (Indonesia), South Kalimantan (Indonesia), East Kalimantan (Indonesia), Hanoi (Vietnam), Da Nang (Vietnam), Ho Chi Minh City (Vietnam), Manila (Philippines), Yangon (Myanmar), Phnom Penh (Cambodia) และ Vientiane (Laos) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยดังกล่าว จัดลำดับให้สิงคโปร์เป็นเมืองที่มีความเหมาะสมที่สุดในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของอาเซียน ระดับที่ 1 ด้วยความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐาน นโยบายรัฐบาลที่มีความเป็นสากลและระบบเศรษฐกิจที่ดีที่สุดใน

อาเซียน รวมถึงความครอบคลุมและความพร้อมของการให้บริการด้านโลจิสติกส์ที่ครบถ้วน รองลงมาคือ กัวลาลัมเปอร์ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี และจาการ์ตา ที่มีศักยภาพเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงการขนส่ง ส่งผ่าน แลกเปลี่ยน และกระจายสินค้าภายในภูมิภาค ในลักษณะ ทรานซิสบริดจ์ (Transit Bridge) หรือ ศูนย์กลาง โลจิสติกส์ ระดับที่ 2 ซึ่งจะเชื่อมโยงไปสู่เมืองจุดขนส่งและกระจายสินค้าย่อยระดับพื้นที่ (Spokes) ที่กระจาย อยู่ทั่วอาเซียน หรือ เมืองจุดขนส่งและกระจายสินค้าย่อย ระดับที่ 3 ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : ASEAN Logistics Network Layout
ที่มา : T.-Y. Nguyen et al., 2021.

ผลการวิจัยยังพบว่า กรุงเทพมหานคร สามารถเป็น ศูนย์กลางเครือข่ายการขนส่ง/ สายพานการขนส่ง (Logistics Development Belts) เชื่อมโยงไป สู่เมือง Hanoi (Vietnam) Vientiane (Laos) และ Yangon (Myanmar) ในขณะที่ ชลบุรี สามารถเชื่อมโยง ไปสู่เมือง Phnom Penh (Cambodia) และ Riau (Indonesia) ทั้งนี้ ผลการวิจัย ข้างต้นสอดคล้องกับผลการศึกษาด้านความต้องการโลจิสติกส์ใน ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ใน อนาคต โดยระบุว่า ประเทศสิงคโปร์ มีศักยภาพเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ ของทั้งภูมิภาค อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาปัจจัยด้านภูมิศาสตร์

บนแผ่นดินใหญ่ของภูมิภาค ประเทศไทย มีแนวโน้มการเป็นศูนย์กลาง โลจิสติกส์ได้เช่นกัน โดยสามารถเชื่อมโยงเครือข่ายการขนส่งกับเมือง สำคัญในภูมิภาค ได้แก่ Hanoi (Vietnam), Manila (Philippines), Yangon (Myanmar), Phnom Penh (Cambodia) และ Vientiane (Laos) ดังภาพที่ 2

ASEAN region	Major countries in logistics exchange volume
Singapore	Malaysia (Selangor, Kuala Lumpur) > Indonesia (Jakarta) > Thailand (Bangkok)
Malaysia	Thailand (Bangkok, Chonburi) > Indonesia (Jakarta)
Thailand	Singapore > Malaysia (Selangor, Kuala Lumpur) > Vietnam (Ho Chi Minh, Hanoi)
Indonesia	Singapore > Philippines
Vietnam	Singapore > Thailand (Bangkok) > Laos (Vientiane)
Philippines	Singapore > Thailand (Bangkok)
Myanmar	Singapore > Thailand (Bangkok)
Cambodia	Thailand (Bangkok) > Vietnam (Ho Chi Minh)
Laos	Thailand > Vietnam (Hanoi)

ภาพที่ 2 : Logistics Exchange Volume Between Southeast Asia
ที่มา : T.-Y. Nguyen, 2020.

ดังนั้น เมื่อประเทศไทย มีแนวโน้มที่จะเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคได้ และเรามีความต้องการที่จะมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางนั้นอย่างจริงจัง สิ่งสำคัญถัดมาคือการพิจารณาถึงปัจจัยของการพัฒนาไปสู่การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ให้ได้อย่างแท้จริง โดยมีปัจจัยที่น่าสนใจและควรนำมาพิจารณา 7 ด้าน ดังนี้

1) **ด้านความสามารถด้านโลจิสติกส์** – ระดับการให้บริการด้านโลจิสติกส์ ความสามารถด้านการขนส่งและกระจายสินค้า การติดตามและตรวจสอบสถานะสินค้า และความน่าเชื่อถือในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2) **ด้านนโยบายสนับสนุนทางการค้า** – ระดับการอำนวยความสะดวกทางการค้า กระบวนการส่งออก-นำเข้า พิธีการศุลกากรและสิทธิประโยชน์ทางภาษี และระบบสนับสนุนทางการค้าและการลงทุนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลต่อความพร้อมและต้นทุนในการประกอบกิจการทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ

3) **ด้านความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐาน** – ระดับความพร้อมของโครงสร้างพื้นฐานที่ภาครัฐจัดเตรียมเพื่อรองรับกิจกรรมการค้าการขนส่งและการลงทุนที่เกี่ยวข้อง เช่น ระบบคมนาคมขนส่ง ระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร รวมถึงการพัฒนาพื้นที่และด้านพรมแดนเพื่อให้ประเทศสามารถเป็นจุดศูนย์กลางโลจิสติกส์เชื่อมโยงกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศทั้งหมดไว้ได้อย่างเป็นระบบ

4) **ด้านเศรษฐกิจ** – สถานภาพทางเศรษฐกิจและระดับการพัฒนาของประเทศในระดับมหภาค ประสิทธิภาพด้านการเงินการคลัง การใช้จ่ายงบประมาณของภาครัฐ สภาพการค้าการลงทุนของภาคเอกชน รวมถึงความน่าสนใจของประเทศในการลงทุนทำธุรกิจหรือขยายกิจการโดยนักลงทุนต่างชาติ

5) **ด้านสังคม** – ปัจจัยเชิงสังคมที่ครอบคลุมถึงระดับความพร้อมในการส่งเสริมและสนับสนุนการค้าการลงทุนได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ความพร้อมด้านแรงงาน ทักษะความเชี่ยวชาญในงานและระดับการศึกษา ความมั่นคงปลอดภัยต่อการดำเนินธุรกิจและการใช้ชีวิตประจำวันของประชาชน

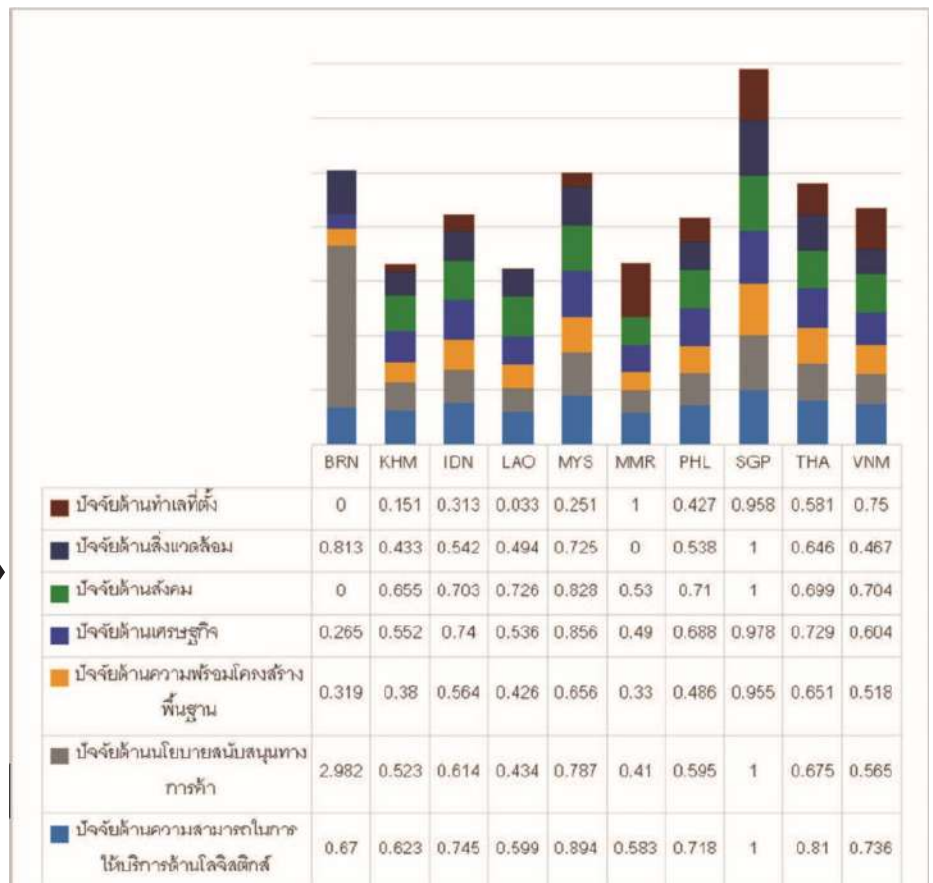
6) **ด้านสิ่งแวดล้อม** – ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง การป้องกันและรักษาสีงแวดล้อม นโยบายและมาตรการของภาครัฐ รวมถึงความร่วมมือกับภาคธุรกิจและภาคสังคมต่อการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการรักษาสิ่งแวดล้อมร่วมกัน

7) **ด้านทำเลที่ตั้ง** – ปัจจัยเชิงภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับทำเลที่ตั้งที่มีศักยภาพ โดยอาจพิจารณาได้จากระยะเวลาและ/หรือระยะทางในการเชื่อมโยงการขนส่งระหว่างประเทศ และความสามารถในการเข้าถึงประเทศต่างๆ ภายในภูมิภาคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เกิดปริมาณและรูปแบบการขนส่งที่หลากหลาย รวมถึง ความถี่ของการเคลื่อนไหวของสินค้า



ทั้งนี้ มีการนำปัจจัยข้างต้น มาวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบของการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และผลการวิจัยพบว่าประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความเหมาะสมที่สุดในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค ดังภาพที่ 3

ภาพที่ 3 : ผลการประเมินศักยภาพในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคอาเซียน
ที่มา : อภิญญา พงษ์ปรีชา และ ธนัญญาวาสุศรี, 2562.

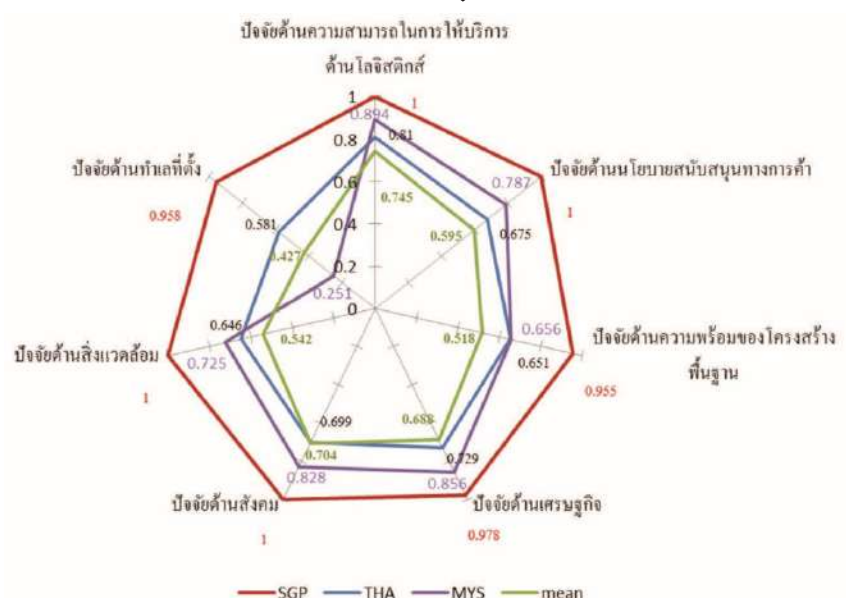


นอกจากนี้ ประเด็นที่น่าสนใจยิ่งกว่าในงานวิจัยดังกล่าว คือ การนำผลการประเมินศักยภาพของประเทศไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยทั้ง 7 ด้าน มาเปรียบเทียบกับแบบจำลองเพชรของพอร์เตอร์ (Porter's Diamond Model) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพตามองค์ประกอบในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่เปรียบเสมือนเป็นทั้งคู่ค้าและคู่แข่งสำคัญต่อการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค โดยสรุปว่า แม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพแต่ก็ยังต่ำกว่าสิงคโปร์และมาเลเซียอย่างเห็นได้ชัด สำหรับปัจจัยที่ประเทศไทยมีศักยภาพมากที่สุด คือ ความสามารถในการให้บริการโลจิสติกส์ โดยเฉพาะด้าน

ความสามารถด้านการขนส่งและคุณภาพในการให้บริการ ในขณะที่เดียวกันปัจจัยที่เราคาดว่าจะเป็จุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งกลับเป็นปัจจัยที่มีคะแนนน้อยที่สุดจากปัจจัยทั้ง 7 ด้าน (แม้จะมีคะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยและมาเลเซีย) รวมถึงปัจจัยด้านความปลอดภัยทางสังคมซึ่งอาจพิจารณาได้ว่าเป็น

จุดอ่อนเนื่องจากมีคะแนนต่ำกว่าคู่แข่งและต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของภูมิภาค ดังภาพที่ 4

ภาพที่ 4 : ศักยภาพตามองค์ประกอบในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับสิงคโปร์และมาเลเซีย
ที่มา : อภิญญา พงษ์ปรีชา และ ธนัญญาวาสุศรี, 2562.

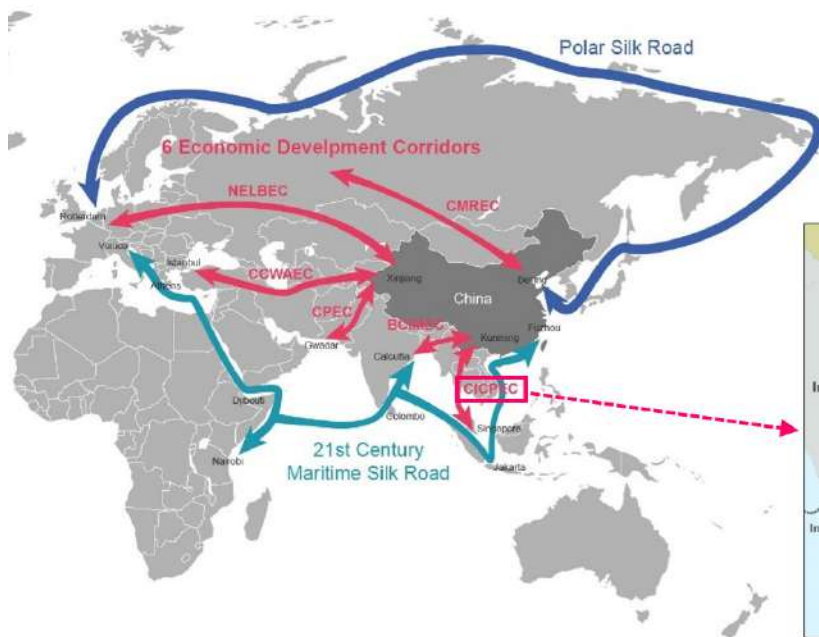




เมื่อพิจารณาสถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคตของการขนส่งในทวีปเอเชีย จะพบว่าประเทศจีนภายใต้ยุทธศาสตร์ข้อริเริ่มแถบและเส้นทาง (Belt and Road Initiative: BRI) ได้เข้ามาเป็นพี่ใหญ่ที่มีศักยภาพด้านโลจิสติกส์และการเชื่อมโยงการค้า การลงทุน และการขนส่งกับประเทศต่าง ๆ ทั้งทางบกและทางทะเลได้อย่างรวดเร็ว ยกตัวอย่างเช่น การพัฒนาเส้นทางสายไหมทางบก 6 เส้นทาง (New Eurasian Land Bridge Economic Corridor (NELBEC), China – Mongolia – Russia Economic Corridor (CMREC), China – Central Asia – West Asia Economic Corridor (CCWAE), China – Indochina Peninsula Economic Corridor (CICPEC), Bangladesh – China – India – Myanmar Economic Corridor (BCIMEC) และ China – Pakistan Economic Corridor (CPEC)) และทางทะเล 2 เส้นทาง (21st Century Maritime Silk Road และ Polar Silk Road) เพื่อเชื่อมโยงทวีปเอเชีย ยุโรป และแอฟริกา ไว้ด้วยกัน โดยมีประเทศที่อยู่ในเส้นทางพัฒนามากถึง 147 ประเทศ ดังภาพที่ 5 นอกจากนี้ ในปี พ.ศ. 2564 ประเทศจีนสามารถพัฒนาท่าเรือขนาดใหญ่จำนวน 22 ท่า จากท่าเรือขนาดใหญ่ทั่วโลก 60 ท่า ให้มีประสิทธิภาพรองรับปริมาณตู้สินค้าได้มากที่สุดในโลก โดยมีท่าเรือเซี่ยงไฮ้เป็นท่าเรืออันดับ 1 ของโลก ด้วยปริมาณตู้สินค้ามากกว่า 47.03 ล้าน TEU⁶ ในขณะที่ ประเทศจีนมีท่าเรือขนาดใหญ่ จำนวน 7 ท่า จาก 10 ท่าที่ใหญ่ที่สุดในโลก ได้แก่ Shanghai, Ningbo-Zhoushan, Shenzhen, Guangzhou Harbor, Qingdao, Hong Kong และ Tianjin จึงอาจกล่าวได้ว่าจีนมีความพยายามจะเป็นศูนย์กลางการค้าและการขนส่งของโลก และหากเราพิจารณาในมิติระเบียงเศรษฐกิจจีน-คาบสมุทรอินโดจีน (CICPEC) ส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ดังกล่าว มีประเทศไทยอยู่ในแนวทางการพัฒนาด้วย จึงอาจคาดการณ์ได้ว่า แม้ว่าสิงคโปร์จะยังคงมีความได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคอาเซียน แต่ประเทศไทยมีความเป็น

ศูนย์กลางเชิงภูมิรัฐศาสตร์ มีที่ตั้งอยู่บนแนวระเบียงเศรษฐกิจหลายเส้นทาง รวมถึงอยู่ใกล้ชิดกับจีนมากกว่า ในขณะที่ ประเทศไทยเป็นประเทศเดียวในคาบสมุทรอินโดจีนที่มีความทันสมัย มีรัฐบาลที่มาจากการเลือกตั้งและมีนโยบายการค้าเสรี มีความพร้อมรองรับกิจกรรมโลจิสติกส์หลายรูปแบบ และมีการใช้ประโยชน์จากปัจจัยภูมิรัฐศาสตร์อย่างต่อเนื่อง เช่น โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) เขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน (Special Border Economic Zone: SBEZ) การพัฒนาศูนย์บริการโลจิสติกส์สนับสนุนการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal Transportation) โครงการก่อสร้างรถไฟทางคู่และท่าเรือบก (Dry Port) รวมถึงโครงการสะพานเศรษฐกิจเชื่อมทะเลอ่าวไทย-อันดามัน (Land Bridge) เพื่อเชื่อมโยงระหว่าง 2 ท่าเรือน้ำลึก (ฝั่งอันดามัน ณ จังหวัดระนองและฝั่งอ่าวไทย ณ จังหวัดชุมพร) เพิ่มช่องทางการขนส่งทางเรือและบูรณาการเข้ากับเศรษฐกิจการค้าโลกได้มากขึ้น จึงสามารถเชื่อมโยงจีนได้หลากหลายมิติทางเศรษฐกิจ และสามารถเป็นศูนย์กลางรองรับการขยายตัวของจีนด้านเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ได้ในอนาคต

6 Twenty-foot Equivalent Unit (TEU) – หน่วยนับสินค้าที่บรรจุในตู้คอนเทนเนอร์ ซึ่งมีขนาดความยาว 20 ฟุต โดยตู้คอนเทนเนอร์ 20 ฟุต เท่ากับ 1 TEU และตู้คอนเทนเนอร์ 40 ฟุต เท่ากับ 2 TEU



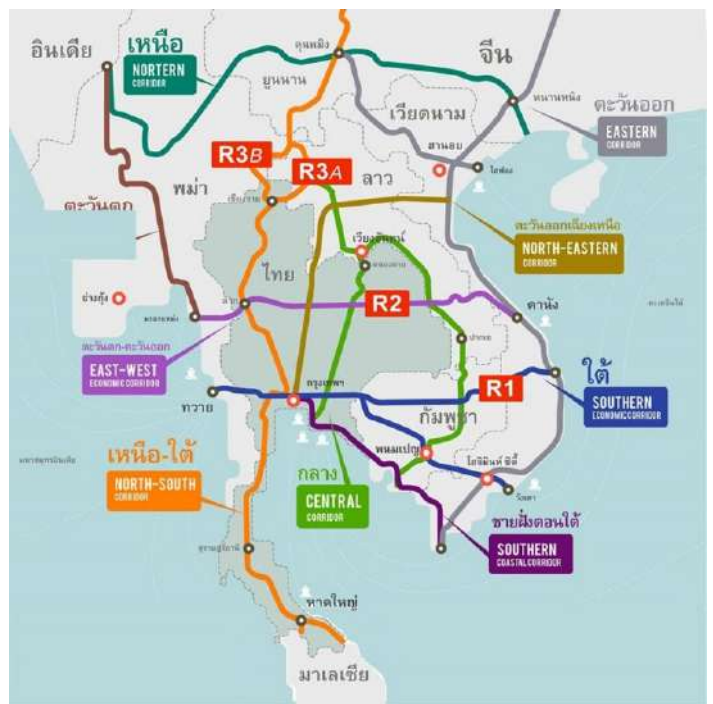
ภาพที่ 5 : China's Belt and Road Initiative (BRI)
ที่มา : World Bank, 2022; Swiss Re Institute, 2017.



นอกจากนี้ ประเด็นที่ควรให้ความสำคัญและเตรียมความพร้อมไว้ล่วงหน้า คือ แนวโน้มด้านโลจิสติกส์ที่สำคัญของอาเซียนในอนาคต ประกอบไปด้วย (1) การค้าระหว่างประเทศ การค้าผ่านแดน การค้าชายแดน ภายในอาเซียนจะมีความสำคัญเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (2) การให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการค้าการลงทุน จากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ที่มีความสำคัญมาโดยตลอดและจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมในอนาคต (Value-Based Economy) (3) การพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) และอินเทอร์เน็ตในทุกสิ่ง (Internet of Things: IoT) ที่ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการดำเนินธุรกิจและพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ (4) กิจกรรมโลจิสติกส์เชิงระบบนิเวศ (Logistics Ecosystem) รูปแบบใหม่ ๆ จะเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นกิจกรรมที่ให้ความสำคัญกับความมั่นคง สิ่งแวดล้อม และความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจ (5) การนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม รวมถึง ระบบอัตโนมัติ (Automation) ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) และการทำให้ระบบคอมพิวเตอร์สามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเองโดยใช้ข้อมูล (Machine Learning: ML) เข้ามาใช้กับกิจกรรมโลจิสติกส์อย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการประกอบธุรกิจ

ดังนั้น ประเทศไทยกับการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาค จึงเป็นมิติให้พิจารณาอย่างรอบคอบว่าประเทศไทยสามารถเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคได้มากน้อยเพียงไร โดยผู้เขียนมีความเห็นว่า **ประเทศไทย** มีโอกาสเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ โดยอาจเริ่มต้นจากการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยเฉพาะด้านการขนส่งเชื่อมโยงทางถนน ที่มีข้อได้เปรียบทั้งในเรื่องความคุ้มค่าและต้นทุนที่ถูกกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับขนส่งด้วยเครื่องบิน และยังรวดเร็วกว่าการขนส่งทางเรือมาก กอปรกับทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานและระบบคมนาคมขนส่งทางบก แผนงาน/ยุทธศาสตร์ของภาครัฐที่ชัดเจนและมีความต่อเนื่อง รวมถึง ข้อตกลงและความร่วมมือระหว่างประเทศ ความเป็นผู้นำด้านการค้าการขนส่งชายแดน และความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้านมาอย่างยาวนาน เหล่านี้เป็นปัจจัยสนับสนุนและต่อยอดให้ประเทศไทยพัฒนาไปสู่การเป็น **ศูนย์กลางของภูมิภาคในอนาคต** ซึ่งสอดคล้องกับมุมมองของ ดร.ธนิต โสรัตน์ ประธานกรรมการกลุ่มบริษัท V-SERVE GROUP และอดีตรองประธานสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย สายงานเศรษฐกิจและวารสารการเงินการคลัง (E-Book) ปีที่ 36 ฉบับที่ 118 ไตรมาสที่ 3 ปี 2567

โลจิสติกส์ ที่เคยให้ความเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย และศูนย์กลางโลจิสติกส์ในบริบท AEC หลังปี พ.ศ. 2560 โดยสรุปสาระสำคัญว่า “จุดแข็งซึ่งไม่มีประเทศใดในอาเซียนเข้ามาแข่งขันกับประเทศไทยได้ คือการเป็นศูนย์กลางขนส่งทางถนนเชื่อมโยงประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาค เพราะด้วยภูมิรัฐศาสตร์ที่ตั้งของประเทศไทยอยู่ตรงกลางของภูมิภาคที่เป็นแผ่นดินใหญ่และอยู่บนเส้นทางหลักอาเซียน ทั้งระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ และระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก ส่งผลให้การขนส่งทางถนนของภูมิภาคล้วนจะต้องผ่านประเทศไทยทั้งสิ้น” ดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 : ระเบียงเศรษฐกิจและเส้นทางเชื่อมโยงอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ที่มา : ชัชชาติ สิทธิพันธุ์, 2556.

นอกจากนี้ การผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์อาเซียน ควรจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพของประเทศอย่างครอบคลุมและต่อเนื่องในทุก ๆ ด้าน ตามปัจจัยและแนวโน้มที่กล่าวมาข้างต้น โดยจัดลำดับความสำคัญก่อนหลัง รวมถึงปัญหาที่ต้องให้ความสำคัญและแก้ไขโดยเร่งด่วน เช่น ปัญหาด้านสังคมที่ประเทศไทยมีระดับคะแนนต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของอาเซียน ซึ่งเราอาจคิดว่าไม่สำคัญ แต่เป็นปัจจัยหรือประเด็นที่สร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ประกอบการและนักลงทุน จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคน พัฒนาการศึกษาทักษะฝีมือแรงงานให้มีเพียงพอต่อความต้องการด้านโลจิสติกส์ รวมถึงต้องเร่งสร้างระบบนิเวศทาง

ธุรกิจที่ก่อให้เกิดความมั่นคงปลอดภัยต่อการดำเนินธุรกิจโลจิสติกส์ ในขณะที่ ปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ที่แม้เราจะมั่นใจมากขึ้นกว่าเป็นจุดแข็งที่โดดเด่นกว่าประเทศใดในภูมิภาคแต่เมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่นแล้วพบว่า เป็นปัจจัยที่มีศักยภาพน้อยที่สุดใน 7 ด้าน ดังนั้นเราจะหวังพึ่งพาแต่เพียง “ธรรมชาติช่วย” อย่างที่เคยเป็นมาไม่ได้อีกต่อไป แต่จะต้อง “ดิ้นรนขวนขวาย” เร่งรัดพัฒนาการเชื่อมโยงการค้าชายแดนและการค้าข้ามแดนของประเทศไทยกับห่วงโซ่อุปทานของภูมิภาคและตลาดเกิดใหม่ (Emerging Market: EM) อย่างประเทศจีนและอินเดีย ให้เชื่อมโยงและลดรอยต่อภายในเครือข่ายโลจิสติกส์และนอกเครือข่ายในลักษณะพันธมิตรทางการค้าด้วยนวัตกรรม เอไอ ระบบอัตโนมัติและเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการมีระบบฐานข้อมูลที่สามารถใช้ในการบริหารจัดการโลจิสติกส์ของเครือข่ายในภาพรวมของภูมิภาค โดยเฉพาะระบบโลจิสติกส์ที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งทางบกและทางรางที่เป็นรูปแบบหลักของการขนส่งระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ใช้ความได้เปรียบจากความเป็นพี่ใหญ่ของประเทศไทยในภูมิภาคและอนุภูมิภาคผลักดันข้อตกลงและกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อปรับปรุงกฎระเบียบ พิธีการศุลกากร กระบวนการทำงาน และแนวปฏิบัติให้สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันและมีความเป็นสากล โดยภาครัฐควรเร่งรัดและพิจารณาจัดตั้งหน่วยงานใหม่ด้านโลจิสติกส์

ตามข้อเสนอของสภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ (ผ่าน คณะอนุกรรมการเพื่อการขับเคลื่อนโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์) เพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลแผนงาน โครงการ และยุทธศาสตร์ประเทศด้านโลจิสติกส์ในภาพรวม รวมถึง ผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคเป็นการเฉพาะ เช่น สำนักงานโลจิสติกส์และโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์แห่งชาติ ที่มีการนำเสนอรายงานพร้อมความเห็น และข้อเสนอแนะต่อคณะรัฐมนตรีแล้วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560

สุดท้ายนี้ ไม่ว่าการขับเคลื่อนประเทศไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์อาเซียนจะเกิดขึ้นในรูปแบบใด และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบจะนำพาประเทศไทยไปสู่บทบาทไหนในภูมิภาค ผู้เขียนขอฝากกุญแจคลาสสิก 3 ดอก ที่ท่านผู้อ่านและผู้สนใจจะต้องร่วมด้วยช่วยกันนำแนวคิดเหล่านี้ไปปรับใช้กับองค์กรของท่านและใช้กุญแจสามดอกนี้จุดเครื่องยนต์ประเทศไทยให้ติดเพื่อขับเคลื่อนให้การเป็น Logistics Hub ดังกล่าวประสบความสำเร็จอย่างแท้จริง นั่นคือ

(1) **กุญแจต้นทุน (Costs)** – มีความมุ่งหมายที่จะต้องลดต้นทุนการขนส่งและต้นทุนอื่นที่ไม่จำเป็นออกจากระบบ รวมถึง ต้องคำนึงถึงแนวคิดโลจิสติกส์สีเขียว (Green Logistics) โดยให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ทั้งหมดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อม เสริมสร้างความมั่นคงและยั่งยืนต่อระบบโลจิสติกส์ในระยะยาว

(2) **กุญแจเวลา (Time)** – มีเป้าหมายในการเพิ่มความรวดเร็วในการบริหารจัดการและการขนส่งที่เกี่ยวข้องกับโลจิสติกส์ทั้งระบบให้เกิดขึ้น เพราะเวลาเป็นเงินเป็นทองเสมอ **“Time is Money”**

(3) **กุญแจคุณภาพ (Quality)** – ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ทั้งหมด ทั้งด้านบุคลากรที่มีเพียงพอ มีการศึกษามีทักษะความชำนาญตรงกับความต้องการ มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยสนับสนุนการทำงาน รวมถึงมีโครงสร้างพื้นฐานที่ได้มาตรฐานและพร้อมรองรับการใช้งานด้านโลจิสติกส์ที่มีความหลากหลายได้อย่างไร้รอยต่อ ก่อให้เกิด **“ความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ (Trust)”** ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อระบบโลจิสติกส์ของประเทศในระยะยาว



ก่อนจบบทความนี้ ผู้เขียนขอสรุปสาระสำคัญว่า การเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของประเทศไทยเป็นสิ่งที่จำเป็นและจะต้องได้รับความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อให้ฝันนั้นเป็นจริง (A dream comes true) ในขณะที่ “โลจิสติกส์” จะเป็นปัจจัยที่มีผลโดยตรงต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ ต้นทุนและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ รวมถึง ความเชื่อมั่นทางการค้าในระดับสากล จึงเป็นเป้าหมายที่ประเทศไทยจะต้องให้ความสำคัญอย่างจริงจังและเป็นวาระแห่งชาติ เพื่อนำพาประเทศไทยไปสู่ความท้าทายในการเป็นประตูการค้าที่สำคัญของภูมิภาคในอนาคต



เอกสารอ้างอิง:

- กระทรวงคมนาคม. (2562). ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งของไทย ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580). <https://www.otp.go.th/post/view/4012>.
- คณะกรรมการการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านเศรษฐกิจ สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ. (2560). การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและโลจิสติกส์. <https://www.parliament.go.th/ewtcommittee/ewt/615.pdf>.
- ธนิต โสรัตน์. (2560). ประเทศไทยและศูนย์กลางโลจิสติกส์ในบริบท AEC หลัง 2560?. วารสาร Ticon Group: Forward. ฉบับที่ 13 (มกราคม–มีนาคม 2560), 4–5.
- ชัชชาติ สิทธิพันธุ์. (2556). สร้างอนาคตไทย 2020: AEC โอกาสหรือภัยคุกคาม. <https://www.facebook.com/chadchartofficial>.
- ระหัตถ์ โรจน์ประดิษฐ์. (2549). ประเทศไทยกับการเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งของภูมิภาคอินโดจีน. วารสารสุทธิปริทัศน์, 20(62), 54–58.
- รุธิร์ พนมยงค์. (2555). บทบาทของโลจิสติกส์ต่อการจัดตั้งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. วารสารบริหารธุรกิจ (มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์) ฉบับพิเศษ (2555), 1–10.
- ภาคภูมิ ใจชมพู, ศิวศิษฐ์ ภิรมมิตร, และ ปรีดา จิวัณญา. (2566). การศึกษาศักยภาพด้านโลจิสติกส์ของสินค้าและบริการตามเส้นทางแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก–ตะวันตก. วารสารวิศวกรรมศาสตร์และนวัตกรรม. 16(2), 120–134.
- สลิลทิพย์ ทิพย์ไกรสร. (2554). อนาคตระบบขนส่งไทย “ฝันที่เป็นจริงหรือความหวังอันเลื่อนลอย”. วารสารนักบริหาร, 31(3), 99–104.
- สุพจน์ ชววิวรรณ และ ธนาชัย ปิยะศิรินันท์. (2566). ศักยภาพของไทยในการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของอาเซียน. วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า. 10(1), 163–176.
- สุภาณี นวกุล และ ศาสวัต เฟ่งแพ. (2559). บทบาทภาครัฐในการสร้างความเข้มแข็งให้ไทยเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของอาเซียน. วารสารจันทร์เกษมสาร, 22(42), 1–12.
- สุภาพร โคตรสงคราม และ ไชยยศ ไชยมั่นคง. (2559). ความคิดเห็นต่อการพัฒนาศูนย์กลางโลจิสติกส์ในประเทศไทย. Southeast Bangkok Journal, 2(1), 43–54.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. ๒๕๖๖ – ๒๕๗๐). https://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_DraftFinal.pdf.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). รายงานโลจิสติกส์ของประเทศไทย ประจำปี 2565. <https://www.nesdc.go.th/download/logistics/report/LogisticsReportTH.pdf>.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). แผนปฏิบัติการด้านพัฒนาระบบ โลจิสติกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2566–2570. จดหมายข่าวกองยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบโลจิสติกส์, 6(1), 4–7.

- อภิญา พงษ์ปรีชา และ ธัญญา วสุศรี. (2562). การศึกษาปัจจัยของการเป็นศูนย์กลางโลจิสติกส์ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 22(1), 152–170.
- Banomyong, R. (2018). Emerging Logistics Trends in ASEAN. <https://www.tbs.tu.ac.th/wp-content/uploads/2018/11/Emerging-Logistics-Trends-in-ASEAN.pdf>.
- Banomyong, R., Sopadang, A., & Ramingwong, S. (2010). Logistics benchmark study of the East West economic corridor. *Business and Management Quarterly Review*, 1(2), 1–13.
- Chirathivat, S., & Cheewatrakoolpong, K. (2016). “Chapter 10: Thailand: key subregional hub”. In *Connecting Asia*. Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing. Retrieved Mar 19, 2024, from <https://doi.org/10.4337/9781785363481.00019>.
- Gambles, P. (2015). Thailand A Hub for Asia?. Research Note of MBMG Investment Advisory. https://www.academia.edu/32805451/Thailand_A_Hub_for_Asia.
- Hong Kong Trade Development Council. (2015). Thailand: ASEAN’s Key Logistics Hub. https://research.hktdc.com/archive/201504/469362_en_wdwong2015Apr22_gen.pdf.
- Mori, T., Hanaoka, S., Hoshino, H., & Fujitani, H. (2011). Logistics Activities in Thailand: As the Hub of the Greater Mekong Subregion. *Journal of Maritime Research*, 1(1), 111–120.
- Nguyen, T.Y., Nguyen, T.A., & Zhang, J. (2021). ASEAN logistics network model and algorithm. *The Asian Journal of Shipping and Logistics*, 37(3), 253–258.
- Nguyen, T.Y. (2020). Research on Logistics Demand Forecast in Southeast Asia. *World Journal of Engineering and Technology*. 8(3), 249–256.
- Pongpanit, P. & Sornsaruht, P. (2019). Antecedents of Thai Logistics Business Performance: A SEM Analysis. *Asia-Pacific Social Science Review*, 19(4), 139–152.
- RHB Group. (2022). The Future of ASEAN Logistics. Regional Thematic Research. <https://research.rhbtradesmart.com/view-file/hash/5517643291439664638558dbc2100>.
- Thailand Board of Investment. (2015). Thailand: ASEAN’s Logistics Hub. https://www.boi.go.th/content/AW_BOI-brochure%202015-logistics-20150325_10442.pdf.
- The Logistics Institute Asia Pacific, National University of Singapore. (2010). Logistics Industry in ASEAN: Hyper-Competitive Today, Value Added Tomorrow? The Comprehensive Report. https://www.tliap.nus.edu.sg/2019/04/TE11_Nov11_Logisticss_Industry_in_ASEAN_Comprehensive_Report-1.pdf.
- Tongzon, J. (2007). Determinants of Competitiveness in Logistics: Implications for the ASEAN Region. *Maritime Economics and Logistics*, 9, 67–83.

โครงการค้ำประกันสินเชื่อ
PGS ระยะที่ 11

SMEs ยังยืน

วงเงินโครงการ 50,000 ล้านบาท

ปลดล็อก SMEs พลิกฟื้นธุรกิจ สู่ความยั่งยืน

Micro



Smart Gen

ธุรกิจที่เพิ่งเริ่มกิจการ
ไม่เกิน 3 ปี

วงเงินค้ำประกันต่อราย

**10,000 –
500,000 บาท**

ค่าธรรมเนียม
ต่อปี
1.75%

**ฟรี
2 ปีแรก**



Small Biz

พ่อค้า แม่ค้า ร้านค้า
รายย่อย และอาชีพอิสระ
ที่ต้องการต่อยอดกิจการ

วงเงินค้ำประกันต่อราย

**10,000 –
200,000 บาท**

ค่าธรรมเนียม
ต่อปี
1.75%

**ฟรี
2 ปีแรก**



SMEs



ธุรกิจในกลุ่ม Ignite Thailand

- ท่องเที่ยว
- ขนส่ง
- การแพทย์
- ยานยนต์
- อาหาร
- ดิจิทัล
- การบิน
- การเงิน

Ignite One

บุคคลธรรมดา ที่ประกอบธุรกิจ
จำหน่าย/ผลิตสินค้า และ
ธุรกิจบริการ

วงเงินค้ำประกันต่อราย

**200,000 –
5 ล้านบาท**

ค่าธรรมเนียม
ต่อปี
1.75%

**ฟรี
3 ปีแรก**

Ignite Biz

นิติบุคคล บริษัท
ห้างหุ้นส่วนฯ ที่ต้องการ
เงินลงทุน เงินทุนหมุนเวียน

วงเงินค้ำประกันต่อราย

**200,000 –
10 ล้านบาท**

ค่าธรรมเนียม
ต่อปี
1.5%

**ฟรี
3 ปีแรก**



Smart Green

ธุรกิจเป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม
(BCG หรือ ESG)

วงเงินค้ำประกันต่อราย

1 – 40 ล้านบาท

ค่าธรรมเนียม
ต่อปี
1.5%

**ฟรี
4 ปีแรก**

เงื่อนไขเป็นไปตามที่ บสย. กำหนด

สอบถามเพิ่มเติมที่

บสย. Call Center
0-2890-9999

สแกนที่นี้
LINE TCG First



FAST & FIRST
รวดเร็ว รอบคอบ ที่หนึ่งใจ SMEs

การแลกเปลี่ยนทางการค้า การลงทุน และ การท่องเที่ยวไทย-อินเดีย

(Trade, Investment and Tourism of Thailand-India)

โดย

รัชพล พงษ์ประเสริฐ

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ขอขอบคุณ ดร. พิสิทธิ์ พัวพันธ์ ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
ดร.พงศ์นคร โกษากรณ์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเศรษฐกิจมหภาค ดร. ปาริฉัตร คลั่งทอง ผู้อำนวยการส่วน
การวิเคราะห์เศรษฐกิจการเงินและต่างประเทศ และ ดร. นรพัชร์ อัครวัณณภ บรณานิการวารสารการเงิน
การคลัง ที่ช่วยให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำบทความนี้ อนึ่ง บทความนี้เป็นความคิดเห็นของ
ผู้เขียน ไม่ได้สะท้อนความคิดเห็นของหน่วยงาน



1. บทนำ

ประเทศอินเดียจัดอยู่ในกลุ่มประเทศที่มีรายได้ปานกลางระดับล่าง โดยมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ของโลก และครองตำแหน่งอันดับ 1 ในภูมิภาคเอเชียใต้ เศรษฐกิจของอินเดียเป็นเศรษฐกิจแบบผสมที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีการผสมผสานระหว่างอุตสาหกรรมสมัยใหม่ เกษตรกรรมแบบดั้งเดิมและบริการที่หลากหลาย ในปี พ.ศ. 2566 ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยมีการพึ่งพาการบริโภคภาคเอกชนและภาคบริการเป็นหลัก โดยภาคเกษตรกรรมยังคงมีบทบาทสำคัญในการจ้างงาน ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 50 ของแรงงานทั้งประเทศ ในด้านการค้าระหว่างประเทศ อินเดียมีการส่งออกสินค้าที่สำคัญหลายประเภท อาทิ ผลิตภัณฑ์ปิโตรเลียม อัญมณี เกล็ดหอย และซอฟต์แวร์ ในขณะที่สินค้านำเข้าที่สำคัญประกอบด้วย น้ำมันดิบ ทองคำ และผลิตภัณฑ์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังสามารถดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ แม้ว่าประเทศไทยจะเผชิญกับความท้าทายทั้งภายในและภายนอกประเทศ แต่แนวโน้มการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศไทยยังคงมีความแข็งแกร่ง อันเนื่องมาจากปัจจัยสนับสนุนหลายประการ อาทิ ข้อได้เปรียบด้านโครงสร้างประชากร การขยายตัวของเขตเมือง การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ตลอดจนการดำเนินการปฏิรูปเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง

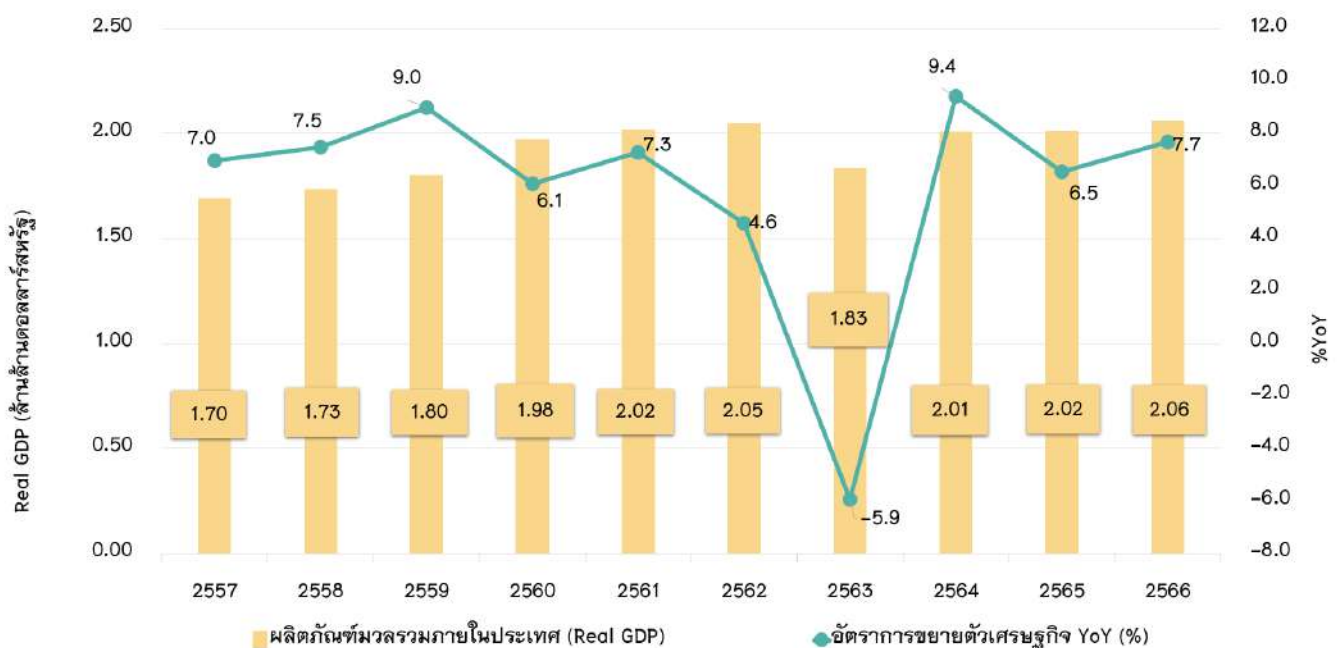
ความสัมพันธ์ระหว่างอินเดียบอกกับไทยมีรากฐานอันยาวนานทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม โดยนโยบายปฏิบัติการตะวันออกของอินเดีย (Act East Policy) และนโยบายปฏิบัติการตะวันตกของไทย (Act West Policy) มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความสัมพันธ์ทวิภาคี ครอบคลุมมิติด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว สาธารณรัฐอินเดียถือเป็นตลาดเป้าหมายที่สำคัญของไทยในด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีศักยภาพสูงด้านการใช้จ่าย โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวจากอินเดียที่เดินทางมายังประเทศไทยมีจำนวนมากเป็นอันดับที่ 5 ในด้านการค้าและการลงทุน มีการดำเนินมาตรการส่งเสริมการลงทุนโดยภาครัฐ และการบังคับใช้ความตกลงทางการค้าระหว่างประเทศทั้งในรูปแบบพหุภาคีและทวิภาคี อาทิ ความตกลงเขตการค้าเสรีไทย-อินเดีย (Thailand-India Free Trade Agreement: TIFTA) และความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย ทั้งนี้ ความสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นระหว่างประชาชนและวัฒนธรรมของทั้งสองประเทศ ประกอบกับมาตรการส่งเสริมการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวจากภาครัฐ ล้วนส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างไทยและอินเดียดำรงอยู่ในระดับสูงและก่อให้เกิดพลวัตความสัมพันธ์ในมิติต่าง ๆ

ในบทความนี้จะกล่าวถึงการศึกษาข้อมูลเศรษฐกิจอินเดียในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาและการเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและอินเดียโดยครอบคลุมถึงด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว เพื่อให้ผู้อ่านสามารถทราบถึงโครงสร้างทางเศรษฐกิจและพัฒนาการความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศในเชิงลึก โดยสามารถติดตามรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้



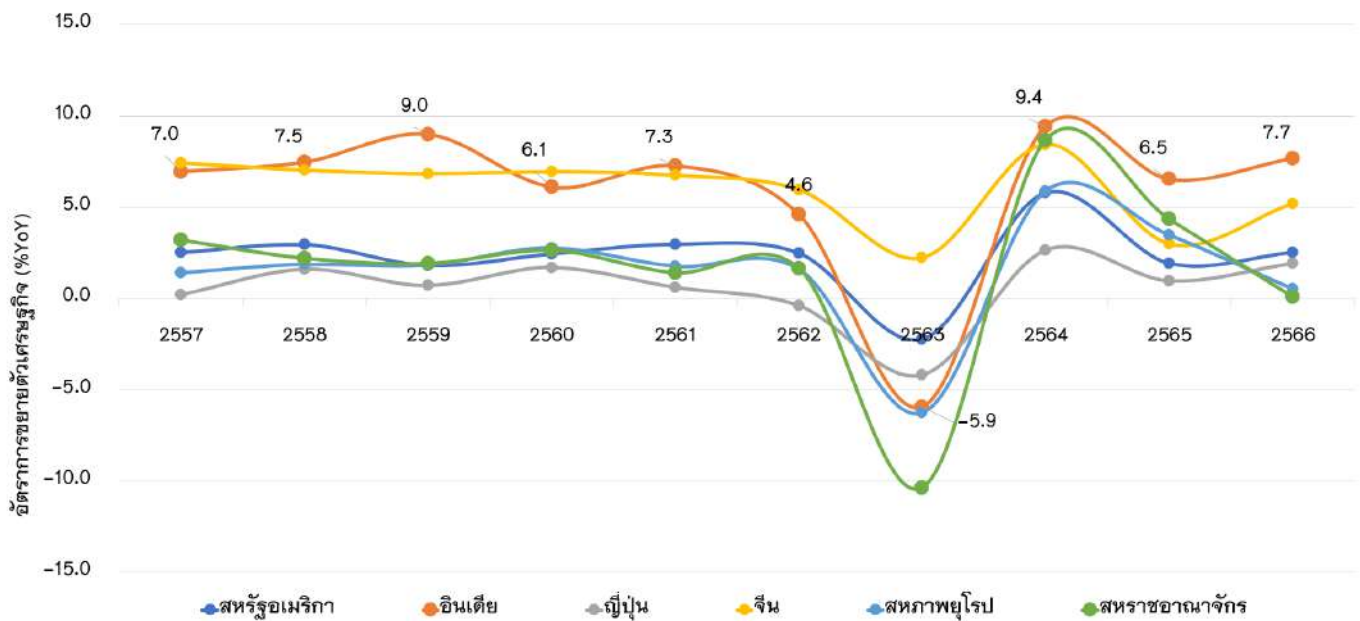
2. เศรษฐกิจอินเดียในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา

ในรอบทศวรรษที่ผ่านมาประเทศอินเดียประสบความสำเร็จอย่างสูงในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ แม้ว่าในปี พ.ศ. 2563 ประเทศจะต้องเผชิญสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 แต่อินเดียสามารถฟื้นฟูกลับสู่สภาวะปกติได้อย่างรวดเร็วจากพื้นฐานเศรษฐกิจมหภาคและเสถียรภาพทางการเงินที่เข้มแข็ง ส่งผลต่อเนื่องให้อินเดียมีการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ดีในปัจจุบัน แม้จะอยู่ภายใต้สถานการณ์ภูมิรัฐศาสตร์โลกที่ผันผวน โดยอินเดียมีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ของโลก มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสูงถึง 2.06 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือคิดเป็นอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจร้อยละ 7.7 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า โดยได้แรงหนุนหลักจากอุปสงค์ภายในประเทศโดยเฉพาะการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานและภาคการบริการที่แข็งแกร่ง ทั้งยังมีแนวโน้มที่จะก้าวขึ้นเป็นเศรษฐกิจอันดับที่ 3 ของโลกภายในปี พ.ศ. 2570



ภาพที่ 1 : ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Real GDP) และอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอินเดีย ที่มา : CEIC รวบรวมโดย สศค.

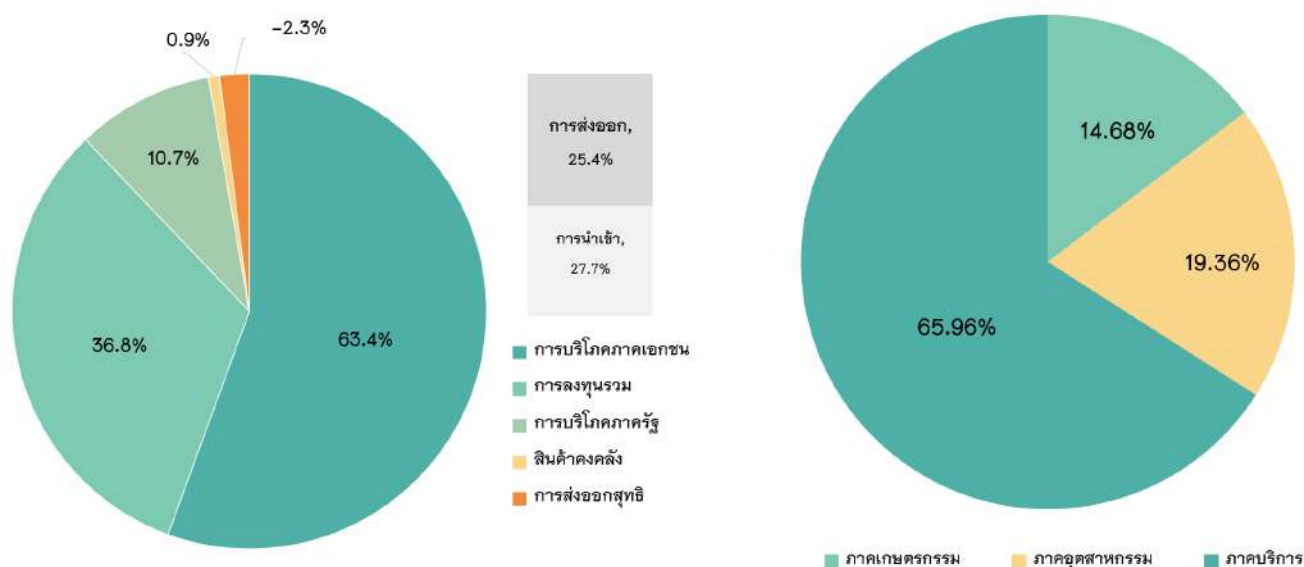
นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าหลักของไทยในช่วง 10 ปี (สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน สหภาพยุโรป และสหราชอาณาจักร) พบว่าอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของอินเดียอยู่ในอันดับต้น ๆ มีเพียงไม่กี่ปีเท่านั้นที่ด้อยกว่าจีน และในปี พ.ศ. 2564 มีอัตราการขยายตัวสูงสุดที่ร้อยละ 9.4 จากช่วงเดียวกันปีก่อนหน้า



ภาพที่ 2 : อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจอินเดียเทียบกับประเทศคู่ค้าหลักของไทย
ที่มา : CEIC รวบรวมโดย สศค.



โครงสร้างเศรษฐกิจอินเดียแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน โดยในด้านอุปสงค์นั้น การบริโภคภาคเอกชนเป็นปัจจัยขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจอินเดีย มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 63.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของผู้บริโภคในระบบเศรษฐกิจของประเทศ รองลงมาคือการลงทุนรวมคิดเป็นร้อยละ 36.8 การบริโภคภาครัฐร้อยละ 10.7 และสินค้าคงคลังร้อยละ 0.9 ตามลำดับ ในขณะที่การส่งออกสุทธิติดลบที่ร้อยละ 2.3 โดยมีอัตราการเปิดประเทศที่ร้อยละ 53.1 สำหรับด้านอุปทานนั้น ภาคบริการมีบทบาทสำคัญที่สุดในโครงสร้างทางเศรษฐกิจ โดยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 65.96 รองลงมาคือภาคอุตสาหกรรมซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 19.36 และภาคเกษตรกรรม ร้อยละ 14.68 ตามลำดับ ข้อมูลเชิงโครงสร้างนี้แสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของเศรษฐกิจอินเดีย ซึ่งมีการบริโภคภาคเอกชนและภาคบริการเป็นองค์ประกอบหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ



ภาพที่ 3 : โครงสร้างเศรษฐกิจด้านอุปสงค์และอุปทานของอินเดียปี พ.ศ. 2566
ที่มา : CEIC รวบรวมโดย สศค.

3. ความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและอินเดีย

ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยและอินเดียได้พัฒนาอย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่การริเริ่มนโยบาย “มองตะวันออก” (Look East Policy) ของอินเดียในปี พ.ศ. 2536 และนโยบาย “มองตะวันตก” ของประเทศไทย (Look West) ในปี พ.ศ. 2539 ปัจจุบัน นโยบายดังกล่าวได้พัฒนาเป็นนโยบาย “ปฏิบัติการตะวันออก” (Act East Policy) ของอินเดีย และ “ปฏิบัติการ

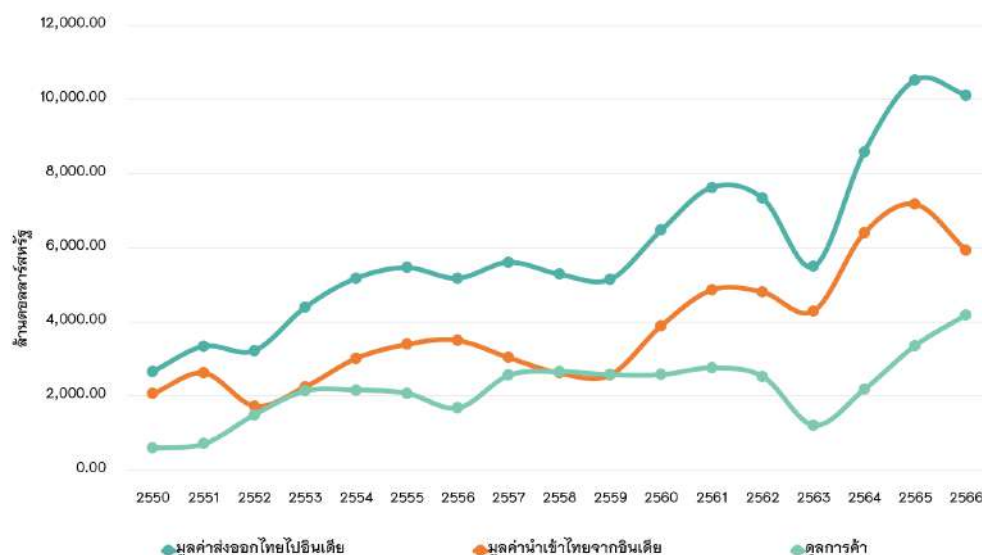
ตะวันตก” (Act West Policy) ของไทย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสองประเทศ ครอบคลุมมิติด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ซึ่งประเทศอินเดียถือเป็นตลาดเป้าหมายหลักของประเทศไทยในด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีประชากรมากที่สุดในโลกกว่า 1.44 พันล้านคน ปัจจุบัน นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมายังประเทศไทยมีจำนวนเป็นอันดับที่ 5 และจัดอยู่

ในกลุ่มที่มีศักยภาพด้านการใช้จ่ายสูง ในส่วนของการค้าและการลงทุน แม้ว่าอินเดียยังคงเป็นตลาดรองในปัจจุบัน แต่มีแนวโน้มที่จะพัฒนาเป็นตลาดเป้าหมายหลักของประเทศไทยในอนาคต โดยมีการบังคับใช้ความตกลงทางการค้าและมาตรการส่งเสริมการลงทุนจากภาค ด้วยเหตุนี้ พลวัตทางเศรษฐกิจของอินเดียย่อมส่งผลกระทบต่ออย่างมีนัยสำคัญต่อ

ประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคการท่องเที่ยว เนื่องจากประเทศไทยมีระบบเศรษฐกิจแบบเปิด ซึ่งมีความเชื่อมโยงและพึ่งพาการขยายตัวของเศรษฐกิจโลกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

3.1 ด้านการค้า

ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างไทยและอินเดียมีพัฒนาการอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลายาวนาน โดยมีการบังคับใช้ความตกลงการค้าเสรีไทย-อินเดีย (Thailand-India Free Trade Agreement: TIFTA) ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน พ.ศ. 2547 และความตกลงการค้าเสรีอาเซียน-อินเดีย (ASEAN-India Free Trade Agreement: AIFTA) ซึ่งมีผลบังคับใช้เมื่อวันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2553 ในปี พ.ศ. 2566 มูลค่าการค้าระหว่างสองประเทศอยู่ที่ 4,987.16 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีสินค้าที่สำคัญ อาทิ ลวดทองแดง ความตกลงดังกล่าวส่งผลให้การค้าระหว่างทั้งสองประเทศขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยประเทศไทยตั้งเป้าหมายว่าภายในปี พ.ศ. 2570 มูลค่าการค้าไทย-อินเดียจะเพิ่มขึ้นเป็น 35,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ข้อมูลล่าสุดในปี พ.ศ. 2567 (มกราคม - เมษายน) แสดงให้เห็นว่ามูลค่าการส่งออกของไทยไปยังอินเดียอยู่ที่ 3,478 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 64.16 ของมูลค่าการค้ารวม ในขณะที่การนำเข้ามีมูลค่า 1,943 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือร้อยละ 35.84 ของมูลค่าการค้ารวม เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2550 ถึง 2566 พบว่าประเทศไทยมีดุลการค้าเกินดุลกับอินเดียอย่างต่อเนื่อง โดยมูลค่าการส่งออกของไทยไปยังอินเดียในปี พ.ศ. 2566 ขยายตัวมากกว่า 4 เท่า และมูลค่าการนำเข้าสินค้าของไทยจากอินเดียขยายตัวถึง 3 เท่า เมื่อเทียบกับมูลค่าในปี พ.ศ. 2550



ภาพที่ 4 : มูลค่าสินค้าออก สินค้านำเข้า และดุลการค้าระหว่างไทยกับอินเดีย ระหว่างปี พ.ศ. 2550 ถึง 2566 ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดย สศค.

เมื่อพิจารณารายละเอียดการค้าระหว่างไทยและอินเดียในปี พ.ศ. 2566 พบว่า อินเดียเป็นตลาดส่งออกที่สำคัญอันดับ 9 ของประเทศไทย โดยมีมูลค่าส่งออก 10,118.01 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 3.56 ของมูลค่าการส่งออกรวมของประเทศไทย สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยไปยังอินเดีย ประกอบด้วย เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์ อัญมณีและเครื่องประดับ และเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ในช่วงเดือนมกราคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2566 การส่งออกของไทยไปอินเดียหดตัวร้อยละ -3.94 อย่างไรก็ตาม สินค้าส่งออกบางรายการยังคงมีอัตราการเติบโตที่น่าพอใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มเหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ ซึ่งขยายตัวในอัตราร้อยละ 15.08 อันเป็นผลมาจากความต้องการนำเข้าวัตถุดิบสำหรับการก่อสร้างและการผลิตในอินเดีย ปัจจัยสนับสนุนการเติบโตดังกล่าวมาจากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของอินเดียที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในไตรมาสสุดท้ายของปี พ.ศ. 2566 ประกอบกับนโยบายส่งเสริมภาคการผลิตเพื่อผลักดันให้อินเดียก้าวขึ้นเป็นศูนย์กลางการผลิตระดับโลก (Global Manufacturing Hub)

หมวดสินค้า	มูลค่าปี พ.ศ. 2566 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วนปี พ.ศ. 2566 (ร้อยละ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
			2565	2566
1. เม็ดพลาสติก	1,122.80	11.10	13.61	-3.41
2. เคมีภัณฑ์	1,023.96	10.12	13.36	-6.12
3. ไขมันและน้ำมันจากพืชและสัตว์	818.01	8.08	77.71	-27.09
4. อัญมณีและเครื่องประดับ	714.76	7.06	76.04	-30.51
5. เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์	543.19	5.37	11.23	15.08
สินค้าอื่นๆ	5,895.29	58.27	13.98	4.21
รวม	10,118.01	100.0	22.64	-3.94

ตารางที่ 1 : สินค้าส่งออกของไทยไปยังอินเดียที่สำคัญ
ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดย สศค.

ในส่วนของการนำเข้า ข้อมูล ปี พ.ศ. 2566 แสดงให้เห็นว่าอินเดียเป็นแหล่งนำเข้าอันดับ 14 ของประเทศไทย โดยมีมูลค่าอยู่ที่ 5,926.88 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 2.05 ของมูลค่าการนำเข้ารวมของประเทศไทย สินค้านำเข้าที่สำคัญจากอินเดียประกอบด้วย เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เคมีภัณฑ์ พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช และสินแร่โลหะอื่น ๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์ อย่างไรก็ตาม ในช่วงระหว่างเดือนมกราคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2566 การนำเข้าของไทยจากอินเดียมีอัตราการหดตัวร้อยละ -17.40

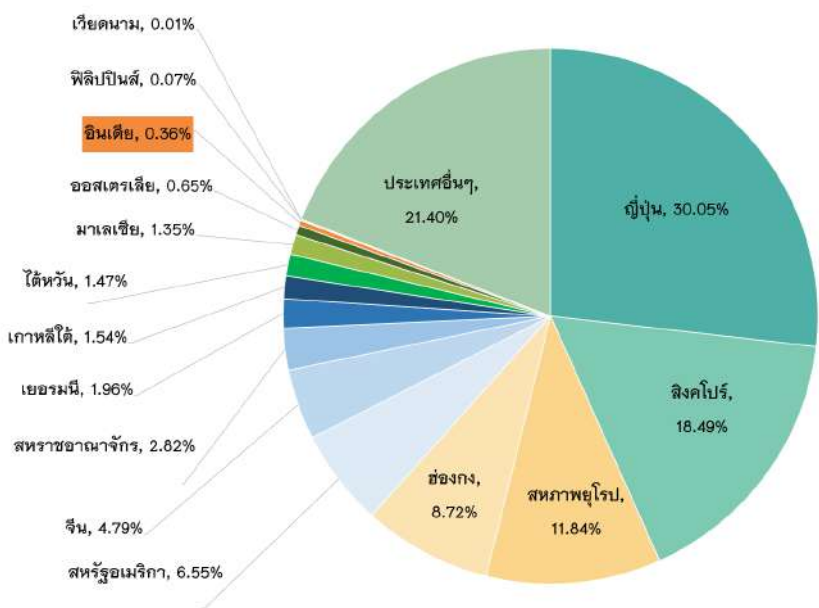


หมวดสินค้า	มูลค่าปี พ.ศ.2566 (ล้านดอลลาร์สหรัฐ)	สัดส่วน ปี พ.ศ. 2566 (ร้อยละ)	อัตราการขยายตัว (ร้อยละ)	
			2565	2566
1. เครื่องเพชรพลอย อัญมณี เงินแท่งและทองคำ	1,350.54	22.79	37.28	-28.74
2. เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ	861.12	14.53	-7.57	-20.23
3. เคมีภัณฑ์	537.32	9.07	4.63	-5.97
4. พืชและผลิตภัณฑ์จากพืช	418.24	7.06	45.77	4.04
5. สินแร่โลหะอื่นๆ เศษโลหะและผลิตภัณฑ์	391.71	6.61	16.73	-32.55
สินค้าอื่นๆ	2,367.95	39.95	4.26	-10.51
รวม	5,926.88	100.0	12.01	-17.40

ตารางที่ 2 : สินค้านำเข้าจากอินเดียมายังไทยที่สำคัญ
ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดย สศค.

3.2 ด้านการลงทุน

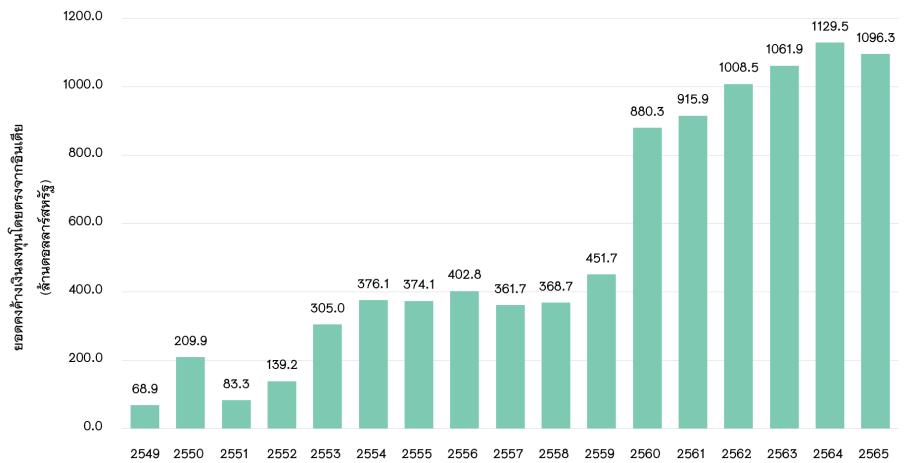
อินเดียเป็นแหล่งเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศที่สำคัญอันดับที่ 23 ของประเทศไทย โดยข้อมูลในไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2566 มียอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศมูลค่า 1,040.23 ล้านดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.36 ของเงินลงทุนสุทธิจากต่างประเทศทั้งหมด



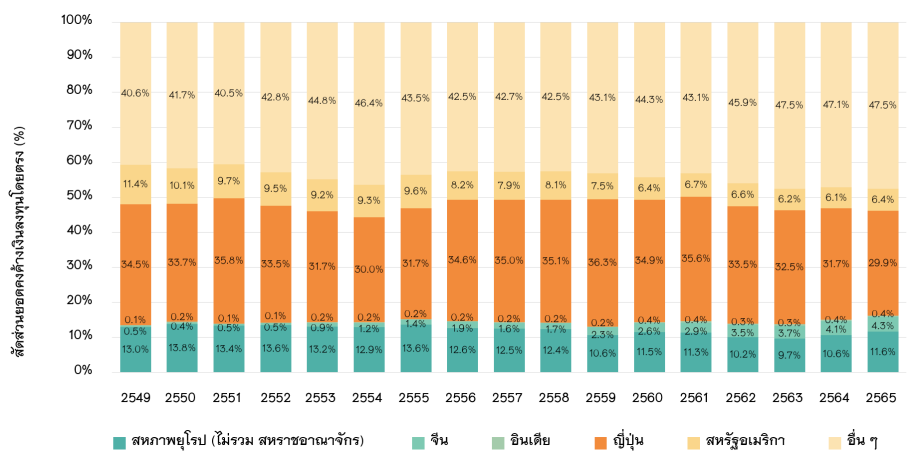
ภาพที่ 5 : สัดส่วนแหล่งเงินลงทุนจากต่างประเทศสุทธิไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2566
ที่มา : กระทรวงพาณิชย์ รวบรวมโดย สศค.

ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง 2565 ยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงจากอินเดียมีความผันผวนอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2551 ที่ยอดคงค้างลดลงถึงร้อยละ 60.31 อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2562 การลงทุนโดยตรงสุทธิของอินเดียในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจนมีมูลค่าถึง 1,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง เมื่อวิเคราะห์แนวโน้มยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงของอินเดียเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าหลัก 4 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น จีน และสหภาพยุโรป พบว่าขนาดการลงทุนโดยตรง

สุทธิของอินเดียมีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับ 4 ประเทศดังกล่าว โดยในระยะแรก ประเทศอินเดียมีขนาดการลงทุนโดยตรงสุทธิใกล้เคียงกับประเทศจีน อย่างไรก็ตาม นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา ประเทศจีนได้เพิ่มการลงทุนโดยตรงในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ และมีแนวโน้มที่จะมีมูลค่าเทียบเท่ากับการลงทุนโดยตรงสุทธิของสหรัฐอเมริกาในอนาคต



ภาพที่ 6 : ยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงจากอินเดียระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง 2565
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย รวบรวมโดย สศค.



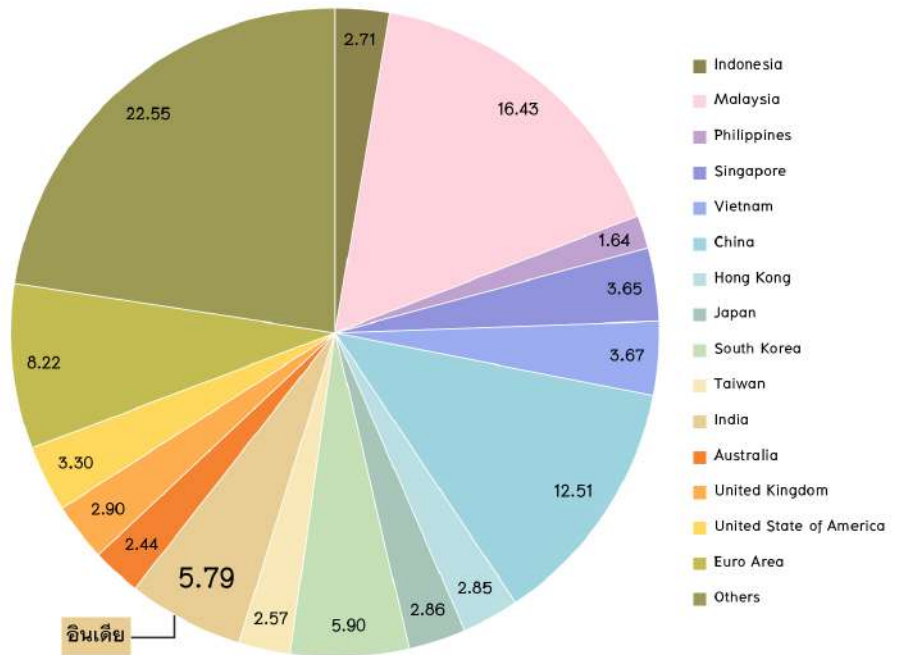
ภาพที่ 7 : สัดส่วนยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงของอินเดียเทียบกับประเทศคู่ค้าหลักของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2549 ถึง 2565
ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย รวบรวมโดย สศค.

ในการประชุมคณะกรรมการความร่วมมือเพื่อความร่วมมือทวิภาคี (JC) ไทย-อินเดีย ครั้งที่ 10 นายปานปรีย์ พหิทธานุกร อธิบดีรองนายกรัฐมนตรีและรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศเปิดเผยว่า รัฐบาลไทยมีความประสงค์ที่จะส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามาลงทุนในอินเดีย โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมยานยนต์ เทคโนโลยี และพลังงานแสงอาทิตย์และไฮโดรเจนสีเขียว ในทางกลับกัน ไทยได้เชิญชวนให้อินเดียเข้ามาลงทุนในประเทศไทย เช่น โครงการแลนด์บริดจ์ ซึ่งประเทศไทยเสนอว่าโครงการนี้สามารถเชื่อมโยงกับอินเดียทางทะเลและส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกในกรอบความร่วมมือแห่งอ่าวเบงกอล (BIMSTEC) ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยอินเดียแสดงความสนใจ แต่ขอเวลาศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมก่อน ในขณะที่โครงการเชื่อมถนนไฮเวย์สามฝ่าย (Trilateral Highway) อินเดียได้รายงานว่าได้ดำเนินการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางถนนในฝั่งของตนไปมากแล้ว ส่วนประเทศไทยได้รายงานว่าได้ดำเนินการในส่วนของตนเช่นกัน แต่ขณะนี้ยังประสบปัญหาเกี่ยวกับสถานการณ์ความไม่สงบในเมียนมาซึ่งส่งผลให้โครงการยังไม่สามารถดำเนินการให้เสร็จสมบูรณ์ได้

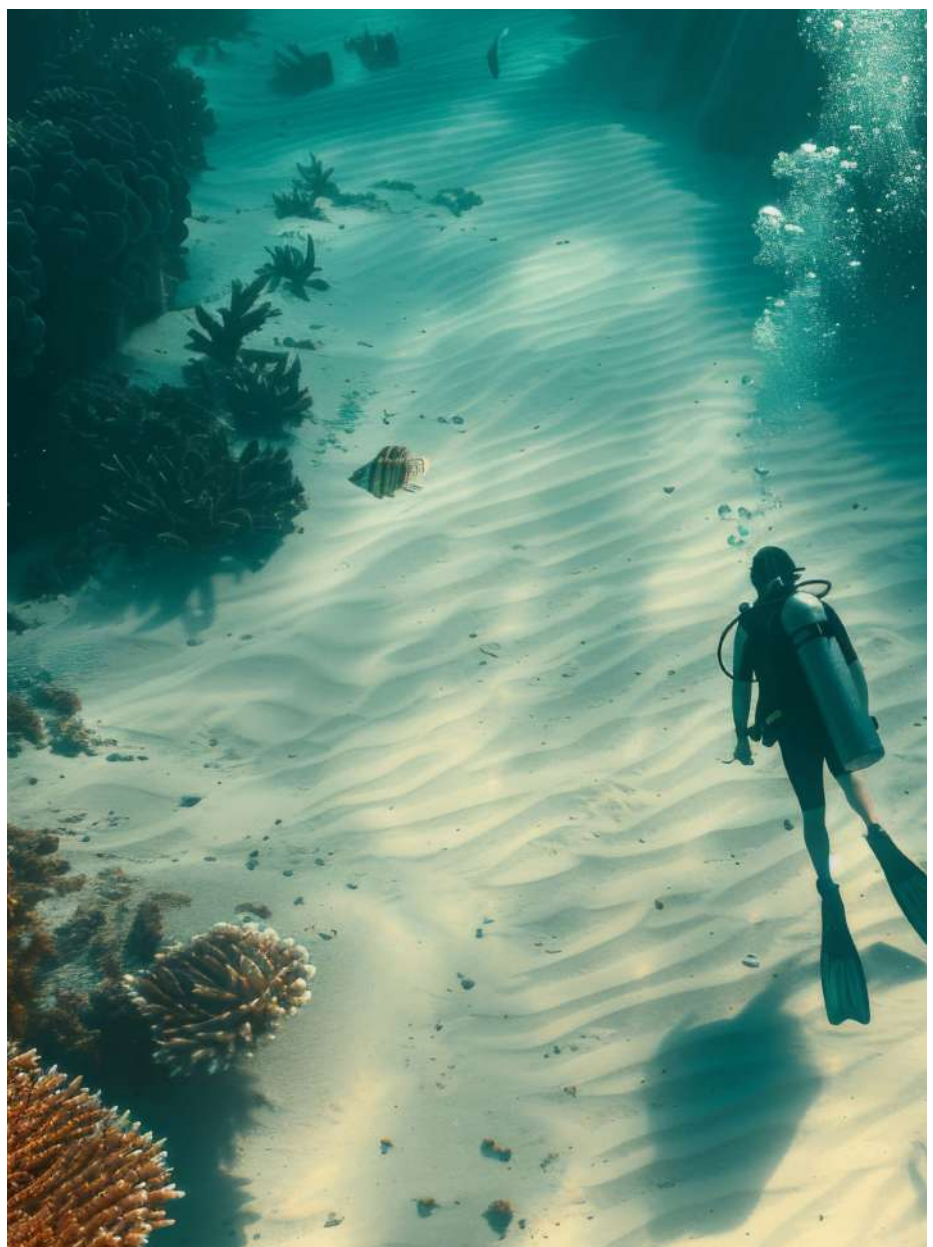
3.3 ด้านการท่องเที่ยว

ตลาดอินเดียถือเป็นหนึ่งในตลาดเป้าหมายหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยนักท่องเที่ยวชาวอินเดียจัดอยู่ในกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ในปี พ.ศ. 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางมาไทยอยู่อันดับที่ 5 คิดเป็นจำนวน 1,628,542 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.79 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เดินทางแบบอิสระ (Free Individual Traveler) คิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 75.77 และเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรก (First Visit) ถึงร้อยละ 62.17

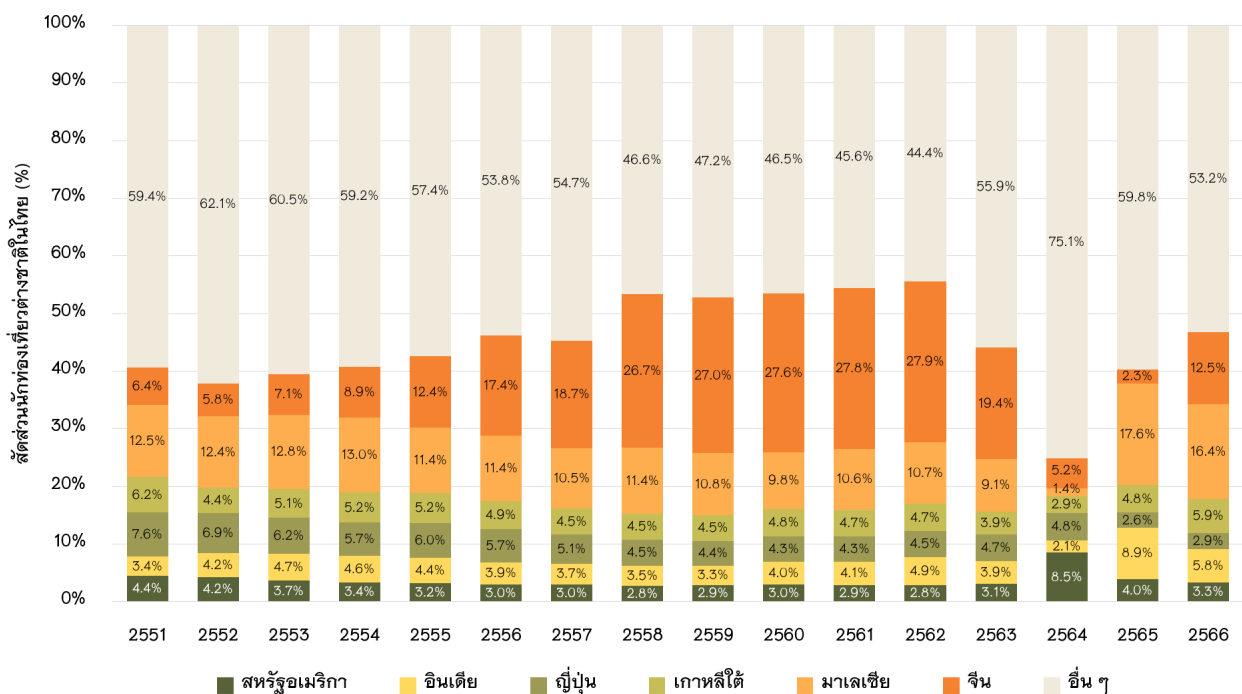
นางสาวรฐาปณีย์ เกียรติไพบูลย์ ผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่าตลาดอินเดียมีศักยภาพสูงสำหรับนักท่องเที่ยว และมีการเติบโตที่ดี ในปี พ.ศ. 2567 หน่วยงานจะขยายการตลาดไปยังกลุ่มใหม่ ๆ ได้แก่ สตรี ผู้สูงอายุ Gen Z กลุ่ม LGBTQIA+ และกลุ่มที่มีความสนใจเฉพาะทาง อาทิ ท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และกีฬา ดำน้ำ พร้อมกับเจาะกลุ่มหลักของนักท่องเที่ยวอินเดียในปัจจุบัน ประกอบด้วย ครอบครัว คู่บ่าวสาว กลุ่มมิลเลนเนียล กลุ่มระดับไฮเอนด์ นักกอล์ฟ และกลุ่มเดินทางเพื่อเป็นรางวัล (Incentive)



ภาพที่ 8 : สัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าไทยปี พ.ศ. 2566 ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวบรวมโดย สศค.



การวิเคราะห์เปรียบเทียบสัดส่วนนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐอินเดียกับประเทศชั้นนำอื่น ๆ ที่เดินทางมาประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551 ถึง 2566 ซึ่งประกอบด้วย มาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น แสดงให้เห็นว่าในช่วงต้นและกลางของระยะเวลาดังกล่าว สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียยังคงอยู่ในลำดับท้าย อย่างไรก็ตาม ในระยะต่อมาจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2565 อินเดียสามารถก้าวขึ้นมาเป็นอันดับ 2 รองจากมาเลเซีย โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวสูงกว่าจีนและญี่ปุ่น จากการวิเคราะห์ข้อมูลย้อนหลัง พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากอินเดียมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในปี พ.ศ. 2563 การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียลดลงอย่างฉับพลัน ทว่า นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2565 เป็นต้นมา จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเริ่มฟื้นตัวและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ อันเป็นผลมาจากมาตรการผ่อนคลายการควบคุมโรคโควิด-19 และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวจากอินเดียของรัฐบาลไทย



ภาพที่ 9 : สัดส่วนนักท่องเที่ยวอินเดียเทียบกับประเทศคู่ค้าหลักของไทยระหว่างปี พ.ศ. 2551 ถึง 2566
ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา รวบรวมโดย สศค

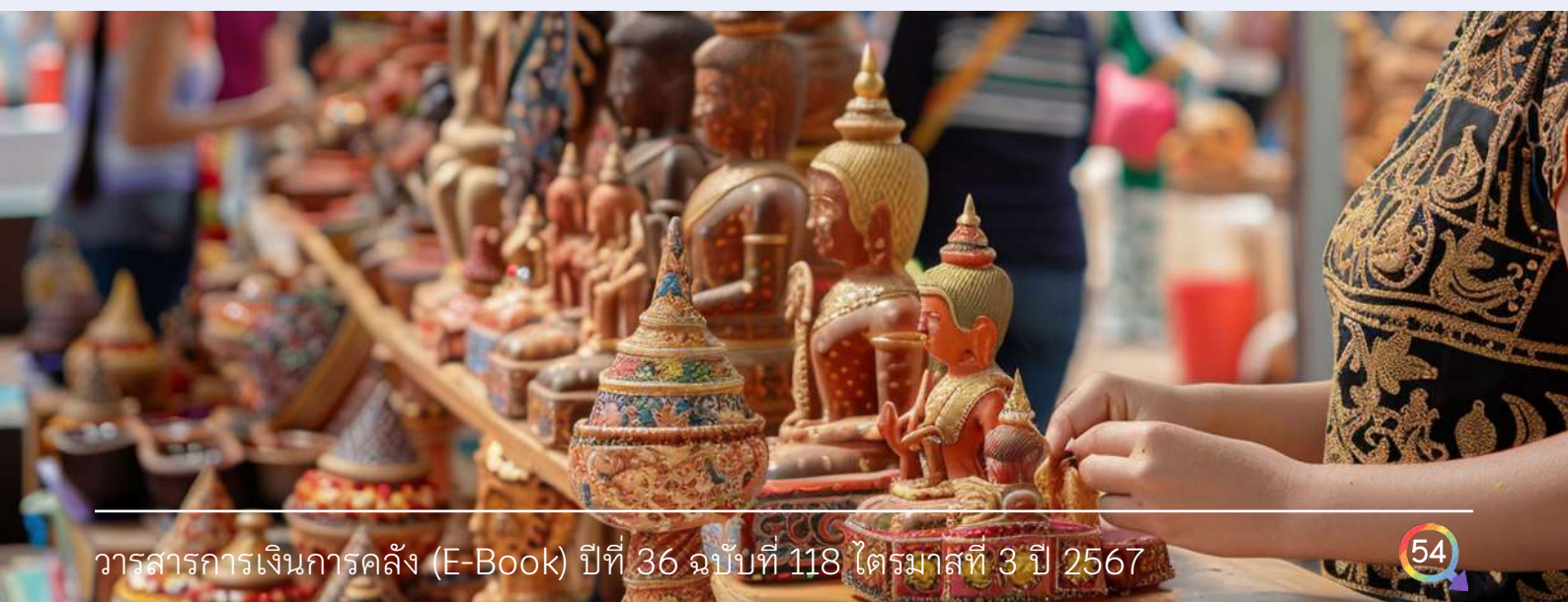
รัฐบาลไทยได้ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากอินเดียผ่านมาตรการยกเว้นการตรวจลงตรา (Visa Exemption) หรือ “ฟรีวีซ่า” แก่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยระหว่างวันที่ 10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 ถึง 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2567 มาตรการนี้มุ่งหวังกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติมายังประเทศไทยในช่วงปลายปี พ.ศ. 2566 และต้นปี พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นช่วงฤดูท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย โดยคาดหวังว่าจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะในภาคธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ ในทางกลับกันนายปานปรีย์ พหิทธานุกร อดีตรองนายกรัฐมนตรี และรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการต่างประเทศ เปิดเผยว่า ได้มีการหารือกับรัฐบาลอินเดียในความเป็นไปได้ที่อินเดียจะเปิด “ฟรีวีซ่า” ให้แก่คนไทย ซึ่งจะช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประชาชนชาวไทยและอินเดียให้ใกล้ชิดกันยิ่งขึ้น โดยมาตรการฟรีวีซ่ายังสอดคล้องกับนโยบายปฏิบัติการตะวันออก (Act East Policy)

ของอินเดียซึ่งมุ่งส่งเสริมการเชื่อมโยงระหว่างสองประเทศ กระตุ้นการเดินทางระหว่างกันให้มากยิ่งขึ้น โดยนโยบายนี้มุ่งเน้นไปที่การวางให้อาเซียนเป็นศูนย์กลาง กระชับความร่วมมือกับอาเซียนทั้งด้านเศรษฐกิจ และความมั่นคง ท่ามกลางสถานการณ์ที่ภูมิภาคนี้ได้รับความสนใจจากจีนซึ่งแสดงบทบาทเชิงรุกอย่างมาก นางสาวสุดาวรรณ หวังศุภกิจโกศล อดีตรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มอบนโยบาย และทิศทางการส่งเสริมตลาดอินเดีย 5 ข้อ ดังนี้

- **ขยายวันพำนักรและเพิ่มค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว:** กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอินเดียพำนักรในไทยนานขึ้นและใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น
- **ส่งเสริมการจัดกิจกรรม (Event Marketing):** เน้นการจัดกิจกรรมดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น งานเทศกาลมหาสงกรานต์ ซึ่งรัฐบาลได้ให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง
- **ผลักดันถ่ายทำภาพยนตร์ :** ส่งเสริมให้มีการถ่ายทำภาพยนตร์อินเดียในประเทศไทย
- **โปรโมตและส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวในเมืองรอง:** กระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองรองของไทย
- **กระตุ้นการท่องเที่ยว 365 วัน:** มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวไทยได้ตลอดทั้งปี

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เสนอประเด็นเพิ่มเติม 5 ข้อ เพื่อขอความสนับสนุนจากภาครัฐ หวังเป็นโอกาสสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวอินเดียมาไทยให้ถึง 2 ล้านคนในปี พ.ศ. 2567 ดังนี้

- **ต่อขยายฟรีวีซ่า:** ขยายระยะเวลาฟรีวีซ่าจากเดิมที่จะสิ้นสุดในวันที่ 10 พฤษภาคม พ.ศ. 2567
- **ขยายระยะเวลาวีซ่า:** ขยายระยะเวลาวีซ่านักท่องเที่ยวจาก 6 เดือนเป็น 2 ปี
- **ปลดล็อก Seat Capacity:** ปลดล็อกปริมาณที่นั่งผู้โดยสารตามข้อตกลงการบินระหว่างไทยกับอินเดีย
- **เพิ่มเที่ยวบินแอร์อินเดีย:** พิจารณาอนุมัติเพิ่มความถี่เที่ยวบินแอร์อินเดียจากเส้นทางมุมไบ-กรุงเทพฯ จาก 1 เที่ยวบินต่อวันเป็น 2 เที่ยวบินต่อวัน
- **อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวใหม่:** อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาไทยเป็นครั้งแรก



4. บทสรุป

เศรษฐกิจอินเดียมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ โดยคาดการณ์ว่าจะก้าวขึ้นเป็นเศรษฐกิจอันดับ 3 ของโลกภายในปี พ.ศ. 2570 โครงสร้างเศรษฐกิจอินเดียพึ่งพาการบริโภคภาคเอกชนและภาคบริการเป็นหลัก ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างไทยกับอินเดียกำลังเติบโตทั้งด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว โดยอินเดียถือเป็นตลาดเป้าหมายหลักของไทยในด้านการท่องเที่ยว



ด้านการท่องเที่ยว พบว่าอินเดียถือเป็นหนึ่งในตลาดเป้าหมายสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอินเดียเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็นเป็นอันดับที่ 5 รองจากมาเลเซีย จีน เกาหลีใต้ และสหรัฐฯ โดยรัฐบาลไทยได้มีมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากอินเดีย อาทิ มาตรการยกเว้นการตรวจลงตราหรือฟรีวีซ่าให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย ด้านการค้าระหว่างไทยและอินเดีย พบว่าอินเดียเป็นคู่ค้าสำคัญอันดับที่ 9 ของไทย ซึ่งมูลค่าการค้าขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยประเทศไทยมีดุลการค้าเกินดุลกับอินเดียมาโดยตลอด และมีเป้าหมายที่จะเพิ่มมูลค่าการค้าระหว่างกันให้ได้ 35,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี พ.ศ. 2570 สินค้าส่งออกสำคัญ

ได้แก่ เม็ดพลาสติก เคมีภัณฑ์ เหล็กและผลิตภัณฑ์ ขณะที่สินค้านำเข้าสำคัญ ได้แก่ อัญมณีและทองคำ เครื่องจักร เคมีภัณฑ์ ในขณะการลงทุน พบว่า อินเดียเป็นแหล่งเงินทุนโดยตรงจากต่างประเทศอันดับที่ 23 ของไทย ซึ่งทิศทางการลงทุนโดยตรงจากอินเดียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ขนาดการลงทุนก็ยังคงเล็กเมื่อเทียบกับประเทศคู่ค้าสำคัญของไทย โดยมียอดคงค้างเงินลงทุนรวม 1,040 ล้านดอลลาร์สหรัฐในไตรมาส 3 ปี พ.ศ. 2566 หรือคิดเป็นร้อยละ 0.36 ของเงินลงทุนสุทธิจากต่างประเทศทั้งหมด

ในระยะต่อไป ด้วยศักยภาพของอินเดียที่มีจำนวนประชากรค่อนข้างมากและมีอัตราการขยายทางเศรษฐกิจเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก ประเทศไทยควรมีนโยบายเชิงรุกในเชิงบูรณาการเพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจกับประเทศอินเดีย โดยครอบคลุมมิติดังต่อไปนี้ ในด้านการค้า ควรทบทวนความตกลงการค้าเสรีให้มีความทันสมัยและส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากความตกลงเหล่านั้นผ่านการสื่อสารประชาสัมพันธ์ การอำนวยความสะดวกด้านศุลกากร ตลอดจนจัดตั้งคณะทำงานร่วมระหว่างภาครัฐและเอกชน สำหรับด้านการลงทุน ควรสนับสนุนการแลกเปลี่ยนคณะผู้แทนจากภาคเอกชนของทั้งสองประเทศ ศึกษามาตรการสนับสนุนเฉพาะอุตสาหกรรม และพิจารณาร่วมลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ ในด้านการท่องเที่ยว ควรเชื่อมโยงระหว่างการท่องเที่ยวและการแพทย์ภายใต้นโยบาย “Ignite Thailand” เพื่อดึงดูดรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย

5. อ้างอิง

ภาษาไทย

กรมการค้าต่างประเทศ. (15 กันยายน 2566). ข้อมูลสิทธิประโยชน์ทางการค้าภายใต้ FTA และ GSP. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.dft.go.th/th-th/DFT-Service/ServiceData-Information/dft-service-data-privilege/Detail-dft-service-data-privilege/ArticleId/429/th-ind-trade>. [5 พฤษภาคม 2567].

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (19 มกราคม 2566). สถิตินักท่องเที่ยว ปี 2551-2566. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.mots.go.th/news/category/411. [3 เมษายน 2567].

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (31 มีนาคม 2567). EC_XT_063 ยอดคงค้างเงินลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ จำแนกตามประเทศ/เขตเศรษฐกิจ 1/. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://app.bot.or.th/BTWS_STAT/statistics/BOTWEBSTAT.aspx?reportID=816&language=th. [28 มีนาคม 2567].

พรโพลิน จุลพันธ์. (22 กุมภาพันธ์ 2567). ททท. ชงปลดล็อก 5 ข้อ บูสต์ตลาด ‘อินเดียเที่ยวไทย’ ดันยอดแตะ 2 ล้านคนปี 67. กรุงเทพธุรกิจ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1114379>. [29 เมษายน 2567].

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน. (18 เมษายน 2567). รายงานสถิติและภาวะส่งเสริมการลงทุนตามนโยบายส่งเสริมการลงทุน(2558-ปัจจุบัน). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.boi.go.th/un/statistics_condition_promotion. [30 มีนาคม 2567].

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (18 ธันวาคม 2566). สินค้าส่งออก 15 อันดับแรกของไทยรายประเทศ (อินเดีย). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.tradereport.moc.go.th/Report/Default.aspx?Report=MenucomTopNCountry&Option=1&Lang=Th&ImExType=1. [29 เมษายน 2567].

ภาษาอังกฤษ

CEIC Data Company. (2024). Gross Domestic Product: 2011-12p. 365384367. India.

CEIC Data Company. (2024). Gross Value Added at Basic Prices (GVA): 2011-12p. 360727687. India.

Embassy of India, Bangkok Thailand. (2022). Economic & Commercial Brief. India Thailand Economic and Commercial Relations. [Online]. Available from: www.embassyofindiabangkok.gov.in/eoibk_pages/OTYx.

Inamdar, Nikhil. (2024, May 1). India's economy: The good, bad and ugly in six charts. The British Broadcasting Corporation. [Online]. Available from: www.bbc.com/news/world-asia-india-68823827.

Reserve Bank of India. (2024). Annual Report 2023-2024. The Reserve Bank of India. [Online]. Available from: <https://rbi.org.in/Scripts/AnnualReportMainDisplay.aspx>.

The Economist. (2024, April 27). How strong is India's economy?. Leaders Section. [Online]. Available from: <https://www.economist.com/leaders/2024/04/25/how-strong-is-indias-economy>.

World Bank. (2024). Global Economic Prospects, June 2024. The World Bank.

My GPF Application และ LINE กบข.

บัดนี้คู่กายสมาชิก กบข. ตลอดระยะเวลาบริหารราชการ



My GPF Application

รวมบริการสมาชิกแบบครบวงจร

ให้สมาชิกตรวจสอบยอดเงิน
อัปเดตผลตอบแทน รับแจ้งเตือน
เงินนำส่งเข้า กบข. ในแต่ละเดือนทันที
คำนวณประมาณการเงิน กบข.
ณ วันเกษียณ รับสิทธิพิเศษ
และบริการอื่น ๆ อีกมากมาย...



LINE กบข.

ทุกคำถามของสมาชิก
สอบถาม กบข. ได้ทุกวันผ่าน LINE
และรวมทุกบริการที่สมาชิกตามบ่ย
ไม่ว่าจะเป็น

- ตรวจสอบยอดเงิน
- ดาวน์โหลดใบแจ้งยอดเงิน
- แจ้งออมเพิ่ม
- เลือกแผนการลงทุน
- รับสิทธิพิเศษ ฯลฯ



ดาวน์โหลด/อัปเดต
My GPF Application
ที่ App Store หรือ Play Store



เพิ่มเพื่อนและลงทะเบียน
LINE กบข.
@gpfcommunity

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติมที่ LINE กบข. @gpfcommunity
หรือ ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก โทร.1179



ขอให้สมาชิก กบข. โปรดระมัดระวัง ไม่หลงเชื่อคำเชิญชวนต่าง ๆ หรือ การติดต่อแอบอ้างเป็น กบข. จากช่องทางอื่น ๆ
ที่ไม่ใช่ช่องทางการสื่อสารหลักของ กบข. หรือ ไม่ติดต่อกับบุคคลที่ไม่สามารถยืนยันตนว่าเป็นเจ้าหน้าที่ กบข. ได้โดยเด็ดขาด
และ โปรดหลีกเลี่ยง ไม่กดลิงก์ ไม่ส่งข้อมูล ไม่โอนเงิน ไม่แนใจให้เชื่อก่อนทุกครั้ง

หากมีข้อสงสัย หรือ พบเห็นพฤติกรรมที่แอบอ้างเป็น กบข. สามารถแจ้งเบาะแสเข้ามาที่
"สายด่วนแจ้งเหตุมิอาจชีพแอบอ้างเป็น กบข." โทร. 1179 กด 5

ทุเรียนไทย:

โอกาสและความเสี่ยงในยุคที่คู่แข่งพร้อมทำชิง

บทความโดย

ชานน ลิ้มปรีประสิทธิ์พร

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



1. บทนำ

ทุเรียนเป็นหนึ่งในสินค้าเกษตรที่สำคัญในตลาดส่งออกไทย โดยความนิยมของทุเรียนทั่วโลกเติบโตขึ้นมากกว่า 10 เท่าภายในทศวรรษที่ผ่านมา จากเดิมที่เคยส่งออก 80,000 ตันต่อปีในปี 2003 ขยายตัวก้าวกระโดดที่ 870,000 ตันในปี 2022 สาเหตุหลักมาจากประเทศจีนมีความนิยมบริโภคทุเรียนสูงมาก ซึ่งทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์จากการส่งออกทุเรียนไปจีน ทั้งนี้ ทุเรียนที่สร้างโอกาสให้เกษตรกรและผู้ส่งออกไทย มีความเสี่ยงที่จะเผชิญกับความท้าทายทั้งจากคู่แข่งและสภาพอากาศโลก ดังนั้น จำเป็นที่จะต้องหาแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืนในอนาคต



2. ตลาดการส่งออกและนำเข้าทุเรียนทั่วโลก

อ้างอิงจากฐานข้อมูลล่าสุดของ The Observatory of Economic Complexity (OEC) พบว่าในปี 2022 ขนาดตลาดทุเรียนสดทั่วโลก มีมูลค่าราว 4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยประเทศไทยเป็นผู้ส่งออกหลักที่ร้อยละ 80.60 ส่องกงที่ร้อยละ 11.20 เวียดนามร้อยละ 7.18 มาเลเซียร้อยละ 0.89 และประเทศอื่น ๆ ร้อยละ 0.13 ตามลำดับ ดังภาพที่ 1



ขณะที่ทางฝั่งผู้นำเข้าทุเรียนในปี 2022 ได้แก่ ประเทศจีนนำเข้าร้อยละ 92.70 ส่องกงนำเข้าร้อยละ 3.64 ประเทศอื่น ๆ นำเข้าร้อยละ 2.01 ไทเป ร้อยละ 0.95 และลาว ร้อยละ 0.70 ตามลำดับ ดังภาพที่ 2

ภาพที่ 1 : สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนสดทั่วโลก ณ ปี 2022
ที่มา : The Observatory of Economic Complexity (OEC) จัดทำโดยผู้เขียน

ภาพที่ 2 : สัดส่วนมูลค่าการนำเข้าทุเรียนสดทั่วโลก ณ ปี 2022
ที่มา : The Observatory of Economic Complexity (OEC) จัดทำโดยผู้เขียน



เนื่องจากประเทศจีนเป็นผู้นำเข้ารายใหญ่ จึงทำให้มีบทบาทในการกำกับมาตรฐานในการส่งออกอย่างมาก โดยได้กำหนดมาตรฐานในการควบคุมคุณภาพ เช่น ต้องมีการทำ Phytosanitary Certificate เพื่อรับรองสุขอนามัยพืช มีการระบุประวัติการใช้สารเคมีและยาฆ่าแมลงที่สามารถติดตามได้ และออกใบอนุญาตนำเข้าทุเรียนในจีน ซึ่งจุดนี้ถือเป็นหนึ่งในกำแพงสำคัญที่ทำให้ผู้ส่งออกรายใหม่เข้าถึงได้ยาก ทำให้ไทยได้ประโยชน์เนื่องจากผู้ส่งออกมีใบรับรองอยู่แล้ว ทั้งนี้ช่วงสองปีที่ผ่านมา ประเทศอื่น ๆ เริ่มได้รับใบอนุญาตจากทางการจีนให้ส่งออกทุเรียนเข้าสู่จีนได้มากขึ้น

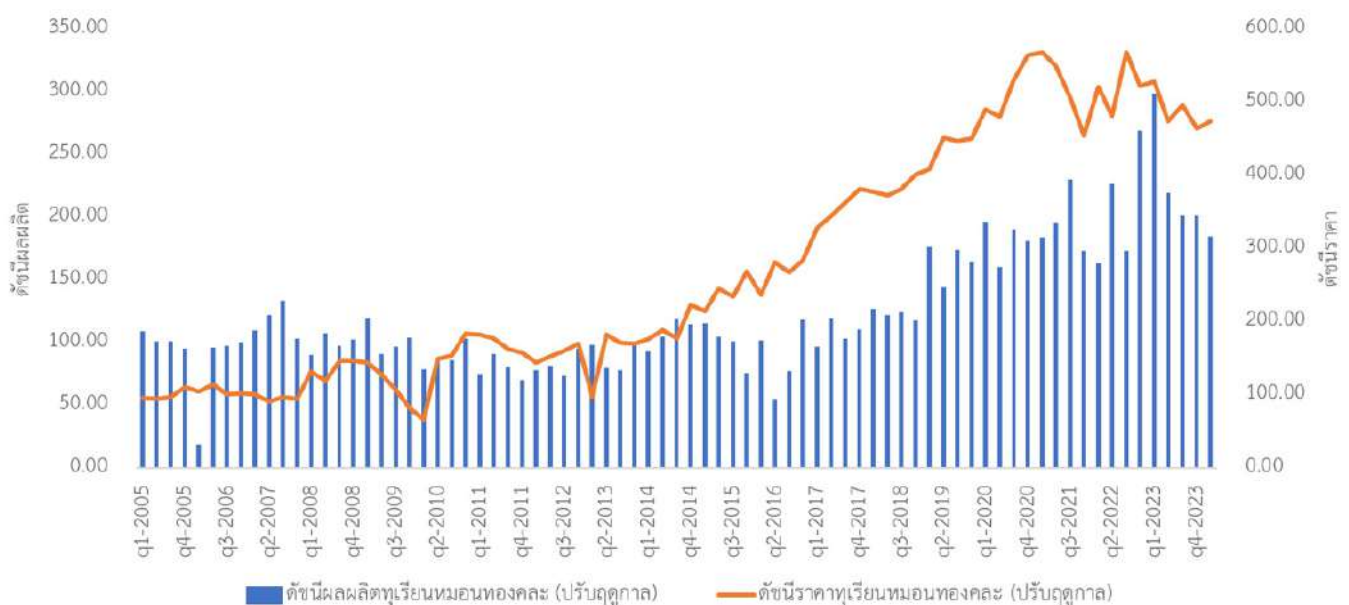


3. การผลิตและส่งออกทุเรียนของประเทศไทย

การผลิตทุเรียนและราคาทุเรียนไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา สะท้อนจากข้อมูลดัชนีผลผลิตและดัชนีราคาทุเรียนหมอนทองคละ (ปรับฤดูกาล) ของสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร กระทรวงเกษตรสหกรณ์ ขณะที่

ทิศทางราคามีการขยายตัวสูงขึ้นกว่าผลผลิตโดยเปรียบเทียบสะท้อนถึงความต้องการสินค้าที่เพิ่มขึ้นสูงกว่าผลผลิตที่ผลิตได้ ทำให้เกษตรกรและผู้ส่งออกสามารถขายทุเรียนได้ราคาสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ปี 2024

มีทิศทางราคาและผลผลิตลดลงเมื่อเทียบกับช่วงปี 2023 ซึ่งคาดว่าผลผลิตได้รับผลกระทบมาจากภัยแล้งที่เกิดขึ้นจากเอลนีโญและด้านราคามาจากคู่แข่งที่เยอะขึ้นในตลาด ดังภาพที่ 3

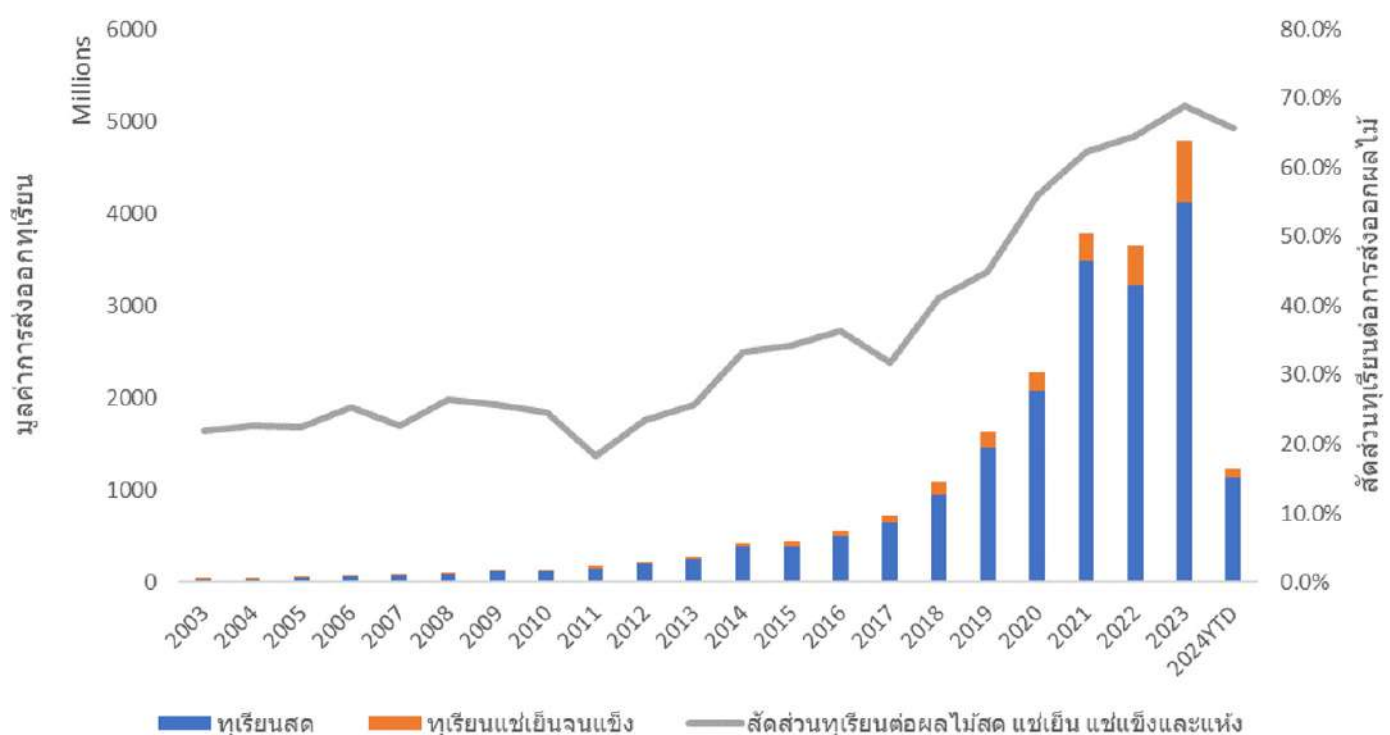


ภาพที่ 3 : ดัชนีผลผลิตและดัชนีราคาทุเรียนหมอนทองคละ (ปรับฤดูกาล) รายไตรมาส ตั้งแต่ปี 2005 - 2024
ที่มา : สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร จัดทำโดยผู้เขียน

ภาพรวมการส่งออกทุเรียนสดของไทย 4 เดือนแรก ปี 2024 มีมูลค่ารวมที่ 1,134.98 ล้านดอลลาร์สหรัฐ หดตัวร้อยละ -36.26 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่การส่งออกทุเรียนแช่เย็นจนแข็งของไทย 4 เดือนแรก ปี 2024 มีมูลค่ารวมที่ 96.09 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ขยายตัวร้อยละ 1.38 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ทำให้ผลิตภัณฑ์ทุเรียนสดและแช่เย็นจนแข็งมีมูลค่ารวม 1,231.07 และคิดเป็นร้อยละ 65.65 ของสินค้าส่งออกผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง ทั้งหมดที่ส่งออกจากไทย โดยสินค้าทุเรียนส่วนใหญ่ส่งไปยังประเทศจีน

สำหรับภาพใหญ่ของตลาดทุเรียนไทยตลอดระยะเวลา 20 ปี พบว่ามูลค่าการส่งออกทุเรียนไทยเติบโตอย่างก้าวกระโดด ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 22 ต่อปี โดยมูลค่าการส่งออกส่วนใหญ่มาจากทุเรียนสด ขณะที่ทุเรียนแช่เย็นจนแข็งมีสัดส่วนเพียงเล็กน้อย สาเหตุหลักมาจากการส่งออกไปยังประเทศจีนมีระยะทางไม่ไกล ทำให้ไม่มี

ความจำเป็นที่จะต้องส่งทุเรียนไปในรูปแบบแช่เย็นเพื่อยืดระยะเวลาการขนส่งและกระจายสินค้า นอกจากนี้สัดส่วนมูลค่าการส่งออกทุเรียนต่อการส่งออกผลไม้สดแช่เย็น แช่แข็งและแห้ง (ผลไม้ทั้งหมดที่ส่งออกจากประเทศไทย) มีสัดส่วนสูงขึ้นในช่วง 20 ปีที่ผ่านมาเช่นกัน จากเดิมอยู่ในช่วงร้อยละ 20 ในปี 2003 ปรับมามีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 68.9 ในปี 2023 ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 : มูลค่าการส่งออกทุเรียนสดและแช่เย็นจนแข็งเปรียบเทียบกับสัดส่วนการส่งออกทุเรียนต่อผลไม้สด แช่เย็น แช่แข็งและแห้ง รายปี ตั้งแต่ปี 2003 - 2024 (4 เดือนแรก)

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร
จัดทำโดยผู้เขียน



4. โอกาสในตลาดทุเรียนไทย

ทุเรียนไทยถือเป็นเจ้าตลาดในการส่งออกไปทั่วโลก ซึ่งผู้นำเข้าได้ตระหนักถึงคุณภาพและคุ้นเคยกับทุเรียนไทยอยู่แล้ว ไทยจึงมีโอกาสดีมากในการเพิ่มมูลค่าทุเรียนโดยการนำเสนอสินค้าทุเรียนแปรรูปให้มีความหลากหลายมากขึ้น รวมถึงนำเสนอทุเรียนสายพันธุ์เฉพาะถิ่นสู่ตลาดส่งออกมากขึ้น ด้วยชื่อเสียงและขนาดตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบัน โอกาสที่จะทดลองสินค้าใหม่และเปิดใจรับมีสูงกว่าคู่แข่งที่กำลังต้องเร่งสร้างฐานลูกค้าอยู่มาก

การสร้างตลาดใหม่ถือเป็นอีกโอกาสสำคัญของไทย โดยเฉพาะในตลาดที่มีระยะทางในการส่งออกไม่ไกลมาก เช่น เกาหลี ญี่ปุ่น ตะวันออกกลาง และอินเดีย ซึ่งการขยายสู่ตลาดใหม่ต้องใช้ความร่วมมือจากภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์และดึงดูดให้ชาวต่างชาติเปิดใจลองทุเรียน ในจุดนี้การประยุกต์ใช้ Soft power ผ่านสื่อบันเทิง เช่นละครและเพลงอย่างที่ได้เกาหลีได้ทำได้ทำในการนำเสนอโซจูอาจเป็นประโยชน์อย่างมาก โดยตัวอย่างที่ชัดเจนคือช่วงที่ MILLI สร้างปรากฏการณ์ “ข้าวเหนียวมะม่วง” ให้ไทยในงาน Coachella ปี 2022

ด้านการผลิต ไทยยังมีโอกาสในการสร้างสายพันธุ์ทุเรียนใหม่โดยมุ่งเน้นลักษณะทุเรียนทองถิ่นกับทุเรียนที่เป็นที่นิยมในการส่งออกเข้าด้วยกัน เพื่อประโยชน์ในการลดต้นทุนการปลูกให้เกษตรกร ทนแล้งให้มากขึ้น รวมถึงออกผลผลิตสูงขึ้นกว่าพันธุ์เดิมที่เป็นอยู่ ควรมีการลงทุนวิจัยเมล็ดพันธุ์ สร้างความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยและเกษตรกร เพื่อให้ความรู้ใหม่และรักษาองค์ความรู้เดิมไม่ให้สูญหายไป

5. ความเสี่ยงในตลาดทุเรียนไทย

ความเสี่ยงสำคัญในการส่งออกทุเรียนมาจากการพึ่งพาตลาดจากประเทศจีนอย่างมาก เนื่องจากสัดส่วนการนำเข้าทุเรียนกว่าร้อยละ 90 ของโลกมาจากประเทศจีน หากอุปสงค์การบริโภคของจีนมีการเปลี่ยนไปในทิศทางที่ลดลง หรือจีนสามารถผลิตเพื่อบริโภคในประเทศได้บางส่วนจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกทุเรียนโดยรวมของไทยให้ลดลงได้ ขณะที่การหาตลาดใหม่ในภาพรวมของโลกยังเป็นเรื่องท้าทายอย่างมาก เพราะทุเรียนถือเป็นสินค้าเฉพาะกลุ่มมีราคาแพง และไม่เป็นที่นิยมเท่ากับผลไม้เขตร้อน (Tropical Fruit) ชนิดอื่น เช่น แก้วมังกร สับปะรด มะม่วง และอโวคาโด

นอกจากนี้ ตลาดทุเรียนเป็นตลาดสินค้าเกษตรที่มีมูลค่าสูงจึงทำให้หลายประเทศเริ่มสนใจและเข้ามามีบทบาทในการส่งออกทุเรียนมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศในอาเซียนที่มีภูมิประเทศเหมาะสมในการปลูกทุเรียน เช่น เวียดนาม ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย และอินโดนีเซีย โดยเฉพาะเวียดนามที่ได้เปรียบในเรื่องผลผลิตที่มักออกสู่ตลาดในไตรมาสที่ 1 ทุกปี ทำให้ในระยะต่อไปจากนี้ อุปทานทุเรียนจะเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญและอาจส่งผลต่อราคาทุเรียนให้ลดลงอย่างมากได้ เกิดการแย่งส่วนแบ่งตลาดในการส่งออกทุเรียน ในกรณีที่เลวร้ายที่สุดคือเกิดการผลิตที่ล้นตลาด (Oversupply) กดราคาต่ำกว่าต้นทุนการปลูกทุเรียนที่สูง ส่งผลต่อเนื่องทำให้รายได้เกษตรกรลดลงและความสามารถในการชำระหนี้สินของเกษตรกรอยู่ในระดับต่ำ รวมถึงส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกผลไม้โดยรวมของประเทศไทยด้วย

ผลกระทบจากโลกร้อนก็เป็นอีกหนึ่งความเสี่ยงสำคัญ โดยเอลนีโญที่จะทำให้เกิดปรากฏการณ์ฝนน้อยและน้ำแล้ง โดยปกติทุเรียนจะสามารถทนทานต่ออุณหภูมิร้อนได้สูงถึง 46 องศาเซลเซียส แต่ด้วยอากาศที่ร้อนขึ้นและน้ำที่น้อยลงในเขื่อน ทำให้ต้นทุเรียนออกลูกน้อย ไม่ออกลูก รวมถึงบางกลุ่มมีการตายทั้งกิ่งหรือยืนตายต้น ทำให้เกษตรกรไม่มีผลผลิตเพียงพอ แม้ตลาดจะให้ราคาทุเรียนสูง



6. บทสรุป และข้อเสนอแนะ

ทุเรียนไทยยังคงแข็งแกร่งในเวลาตลาดส่งออกโลก แม้ว่าจะมีโอกาสในการพัฒนาการส่งออกทุเรียนหลายด้าน แต่ต้องจับตาความเสี่ยงอย่างใกล้ชิดเช่นกัน โดยเฉพาะความเสี่ยงจากคู่แข่งจากประเทศในอาเซียนที่พยายามจะแข่งขันแย่งส่วนแบ่งตลาดทุเรียนจากประเทศจีน

นอกจากนี้ ประเทศไทยควรถอดบทเรียนที่เคยผิดพลาดในการสูญเสียส่วนแบ่งการส่งออกผลิตภัณฑ์เกษตรสำคัญในอดีต เช่น ข้าวและยางพารา เพื่อหลีกเลี่ยงข้อผิดพลาดและการสูญเสียตลาดให้กับประเทศอื่น ซึ่งการรักษาสัดส่วนการส่งออกเป็นความจำเป็นอันดับแรกที่ภาครัฐและเอกชนต้องร่วมมือกัน



สุดท้ายนี้ การพัฒนา
ทุเรียนไทยให้ยั่งยืนต้องดูแลผู้
เกี่ยวข้องทั้งระบบ สร้างความเข้มแข็ง
และยืดหยุ่นให้แก่เกษตรกรผู้ผลิต
เช่น การผลักดัน พ.ร.บ. ทุเรียนไทย
ฉบับต่าง ๆ ที่พยายามกำกับดูแล
ทุเรียนอย่างครบวงจร และสามารถ
เยียวยาเกษตรกรได้ในยามที่เกิด
ภัยธรรมชาติ ต้องมีการรักษา
ผลประโยชน์การส่งออกให้เกิดกับ
ผู้ส่งออกและผู้ผลิตไทยอย่าง
แท้จริง รวมถึงต้องรักษาชื่อเสียง
และคุณภาพของทุเรียนไทยเพื่อให้
ทุเรียนไทยอยู่ในระดับเวทีโลก
อย่างยั่งยืน



เรื่องน่ารู้เกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต

โดย

กันตา ศุขสาตร

ภูริดา ปราบสูงเนิน

ณิชาพัชร เจริญศึกษา (นักศึกษาฝึกงาน)

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



บทนำ

ในปัจจุบันโลกของเรากำลังเผชิญกับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate Change Situation) ที่ไม่เพียงแต่ทำให้สภาพอากาศแปรปรวน แต่ยังทำให้อุณหภูมิโลกสูงขึ้นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน และส่งผลกระทบให้เกิดความเสียหายทางเศรษฐกิจขึ้นทั่วโลก ซึ่งองค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN) ได้ตระหนักถึงความรุนแรงของสถานการณ์ดังกล่าวและประกาศว่า “โลกในปัจจุบันกำลังเปลี่ยนผ่านจากยุคโลกร้อน (Global Warming) เข้าสู่ยุคโลกเดือด (Global Boiling)”

เพื่อแก้ปัญหามลพิษและความรุนแรงของสถานการณ์ดังกล่าว ภาครัฐและภาคเอกชนในหลายประเทศทั่วโลก จึงได้หามาตรการเพื่อควบคุมและลดปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจกลง รวมถึงได้ทำความตกลงระหว่างประเทศร่วมกัน อาทิ การเข้าร่วมพิธีสารเกียวโต (Kyoto Protocol) ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อควบคุมปริมาณการปล่อยก๊าซเรือนกระจก และความตกลงปารีส (Paris Agreement) ที่มีเป้าหมายในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยหลักการของข้อตกลงดังกล่าวได้อนุญาตให้ประเทศต่าง ๆ สามารถกำหนดหลักการซื้อขายก๊าซเรือนกระจก (Emission Trading System: ETS) และอนุญาตให้ประเทศที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกจนในระดับที่ต่ำกว่าเป้าหมาย สามารถขายสิทธิ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เหลือให้แก่ประเทศอื่นได้ หรือที่ในปัจจุบันเรียกกันว่า “คาร์บอนเครดิต (Carbon Credit)”

ในการนี้ กองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค (กคม.) สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ร่วมกับวารสารการเงินการคลัง และคณะทำงานบริหารจัดการองค์ความรู้และนวัตกรรมองค์กร สศค. ได้รับเกียรติเป็นอย่างสูงจาก คุณจักรี พิศาลพฤกษ์ เจ้าหน้าที่วิจัยอาวุโส บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด มาแบ่งปันเรื่องน่ารู้เกี่ยวกับคาร์บอนเครดิต ผ่านรายการ “Local Reach เอื้อมลึก ถึงภูมิภาค” ประจำเดือนพฤษภาคม 2567 เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2567 ที่ผ่านมา ผ่านระบบวีดิทัศน์ทางไกลแอปพลิเคชัน Webex โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้



คุณจักรี พิศาลพฤษย์

เจ้าหน้าที่วิจัยอาวุโส

บริษัทศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด

1. ตลาดคาร์บอน (Carbon Market) หรือตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิต

สำหรับประเทศไทย อ้างอิงข้อมูลจากองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน)¹ หรือ อบก. ซึ่งเป็นหน่วยงานภายใต้สังกัดกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ได้ให้นิยามไว้ว่า เป็นสื่อกลางในการซื้อขาย แลกเปลี่ยน “คาร์บอนเครดิต” โดยใช้แนวคิดการใช้กลไกตลาดเป็นแรงจูงใจในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิลดลง และยังทำให้ผู้ที่ก่อกมลพิษ หรือปล่อยก๊าซเรือนกระจก หรือมีต้นทุนในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ต้องบรรเทาหรือชดเชยผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับโลก และผู้ที่ได้รับผลกระทบจากภาวะโลกรวน โดยตลาดคาร์บอนสามารถแบ่งได้หลัก ๆ ออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1.1 ตลาดคาร์บอนภาคบังคับ (Mandatory Carbon Market) ที่ภาครัฐจะเป็นผู้กำหนดปริมาณก๊าซเรือนกระจกที่อนุญาตให้ปล่อยในแต่ละปี จากนั้นจะให้ จัดสรรหรือ จัดประมูลสิทธิ/ใบอนุญาตการปล่อย CO₂ ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยผู้ประกอบการสามารถนำใบอนุญาตมาซื้อขายแลกเปลี่ยน ได้ตามความต้องการ

1.2 ตลาดคาร์บอนภาคสมัครใจ (Voluntary Carbon Market) ผู้ประกอบการหรือองค์กรทำการซื้อขายคาร์บอนเครดิตตามความสมัครใจ จากโครงการที่มีการลดหรือดูดซับก๊าซเรือนกระจกที่ผ่านการรับรองมาตรฐานและสามารถนำไปขายให้แก่ผู้ที่ต้องการได้ โดยอาจทำการซื้อขายผ่านแพลตฟอร์มการซื้อขายหรือการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายโดยตรง (Over-the-Counter: OTC) คล้ายกับตลาดหุ้น ซึ่งผู้ประกอบการหรือองค์กรจะซื้อคาร์บอนเครดิตไปทำอะไรไม่ได้มีการบังคับ

2. การกำหนดราคาคาร์บอน (Carbon Pricing)

การใช้มาตรการทางเศรษฐศาสตร์ใด ๆ ที่ส่งผลโดยตรงให้การปล่อยก๊าซเรือนกระจกมีต้นทุนหรือราคาที่ต้องจ่าย เพื่อสร้างแรงจูงใจในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่

2.1 ระบบซื้อขายสิทธิในการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emission Trading System: ETS) โดยส่วนใหญ่แล้วมักจะใช้เป็นภาคบังคับ (Mandatory) ซึ่งรัฐอาจกำหนดเพดานการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Cap) และจัดสรรสิทธิในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในรูปของใบอนุญาตปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Allowance) แก่ผู้ผลิต ถ้าผู้ผลิตรายใดปล่อยก๊าซเรือนกระจกต่ำกว่าจำนวนในใบอนุญาต ก็สามารถนำใบอนุญาตที่เหลือไปขายต่อได้ หรือถ้าผู้ผลิตรายใดปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากเกินไปเกินโควตาที่ได้รับ ก็ต้องซื้อใบอนุญาตต่อจากผู้ผลิตรายอื่น เกิดการซื้อขายขึ้น (Trade) เป็นระบบจำกัดปริมาณแล้วแลกเปลี่ยน (Cap-and-Trade)

ในปัจจุบันมีประเทศที่นำระบบซื้อขายสิทธิในการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมาใช้ไปแล้วกว่า 36 ประเทศ โดยกลุ่มประเทศสหภาพยุโรปมีระบบการค้าใบอนุญาตปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ใหญ่ที่สุดในโลก (EU ETS) โดยมีการซื้อขายกันในราคาที่ค่อนข้างสูง และส่งผลกระทบต่อเนื่องมายังผู้ผลิตรายอื่นที่อยู่นอกสหภาพยุโรป

1 <https://www.tgo.or.th/>

2.2 ภาษีคาร์บอน (Carbon Tax) คือ มาตรการที่กำหนดราคาคาร์บอนโดยตรง คำนวณจากระดับความเข้มข้นของคาร์บอน (Carbon Content) ของพลังงานเมื่อถูกเผาไหม้ หรือถูกปล่อยออกจากกระบวนการผลิตจากอุตสาหกรรมนั้น ๆ ซึ่งประเทศไทยจัดเก็บเป็นภาษีในลักษณะของภาษีสรรพสามิต (Excise Tax)

2.3 คาร์บอนเครดิต (Carbon Credit) คือ สิทธิที่เกิดจากการลดปริมาณการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือก๊าซเรือนกระจกสู่สิ่งแวดล้อม อันเนื่องมาจากการที่บุคคลหรือองค์กรได้ดำเนินโครงการหรือมาตรการที่มีเป้าหมาย เพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ หรือก๊าซเรือนกระจกสู่สิ่งแวดล้อม ซึ่งสิทธิดังกล่าวนี้สามารถวัดปริมาณและสามารถนำไปซื้อขายในตลาดซื้อขายคาร์บอนเครดิตได้

2.4 การกำหนดราคาคาร์บอนภายใน (Internal Carbon Pricing) คือ เครื่องมือที่องค์กรใช้เพื่อประเมินมูลค่า (Value) ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกขององค์กรให้อยู่ในรูปแบบตัวเงิน (Monetary Value) องค์กรกำหนดขึ้นเองเพื่อสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ช่วยให้องค์กรเข้าใจบริบทสถานการณ์ และต้นทุนที่แท้จริงของธุรกิจ ตัวอย่างองค์กรที่นำมาใช้ เช่น กลุ่มบริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน) บริษัท บางจาก จำกัด (มหาชน) ที่มีการนำมาปรับใช้ในองค์กร เป็นต้น โดยประเทศไทยใช้ระบบนี้ในสัดส่วนสูงที่สุดในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียน



3. การชดเชยปริมาณก๊าซเรือนกระจก สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.1 Carbon Reduction/Avoidance Projects คาร์บอนเครดิตที่ได้รับจากการทำโครงการที่มีการลดหรือเลี่ยงการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น การปรับเปลี่ยนเครื่องมือเครื่องจักร อุปกรณ์ หรือแหล่งพลังงานที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกน้อยลงกว่ากรณีปกติ

3.2 Carbon Removal Projects คาร์บอนเครดิตที่ได้รับจากการทำโครงการที่ดูดกลับก๊าซเรือนกระจกมาเก็บไว้ เช่น การดูดก๊าซและจัดเก็บโดยตรง (Bio-Energy with Carbon Capture and Storage: BECCS) การดักจับจากอากาศ (Direct Air Carbon Capture: DAC) และการดักจับจากน้ำทะเล (Direct Ocean Capture: DOC) เป็นต้น โดยโครงการคาร์บอนเครดิตทำได้หลากหลายขึ้นอยู่กับดำเนินงาน



4. กลไกการให้เครดิต (Crediting Mechanism)

ระบบหรือวิธีการที่ใช้ในการมอบคาร์บอนเครดิต ให้แก่บุคคลหรือองค์กรที่ดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท ได้แก่

4.1 International crediting mechanisms หรือ กลไกการให้เครดิตระหว่างประเทศ หมายถึง ระบบหรือวิธีการที่ใช้ในการมอบคาร์บอนเครดิตให้แก่ประเทศที่ดำเนินการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก โดยกลไกที่ได้รับการยอมรับ ได้แก่ 1) กลไกการพัฒนาที่สะอาด (Clean Development Mechanism: CDM) ภายใต้กรอบอนุสัญญาสหประชาชาติว่าด้วยการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (UNFCCC) CDM อนุญาตให้ประเทศที่พัฒนาแล้ว ลงทุนในโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในประเทศกำลังพัฒนา และรับคาร์บอนเครดิต ไปชดเชยกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของตนเอง 2) Joint Crediting Mechanism (JCM) ริเริ่มโดยประเทศ

ญี่ปุ่น เพื่อส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก JCM คล้ายกับ CDM แต่มีข้อกำหนดที่ยืดหยุ่นกว่า และมุ่งเน้นไปที่การส่งเสริมเทคโนโลยีสีเขียว 3) Article 6 of the Paris Agreement หรือข้อตกลงปารีส กำหนดกรอบสำหรับกลไกการตลาดคาร์บอนใหม่ ซึ่งจะช่วยให้ประเทศต่าง ๆ สามารถแลกเปลี่ยนคาร์บอนเครดิต กันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น



4.2 National/Subnational Crediting Mechanisms หรือ กลไกการให้เครดิตระดับชาติ/ระดับท้องถิ่น หมายถึง ระบบหรือวิธีการที่ใช้ในการมอบ คาร์บอนเครดิตให้แก่บุคคลหรือองค์กรภายในประเทศเดียวกัน โดยอาจครอบคลุมทั้งระดับประเทศ (National) และระดับจังหวัด/ภูมิภาค (Subnational) แบ่งออกได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ กลไกการให้เครดิตแบบบังคับใช้ตามกฎหมาย (Mandatory Crediting Mechanism) มักใช้ระบบการค้าใบอนุญาตปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Emissions Trading Scheme: ETS) และกลไกการให้เครดิตแบบสมัครใจ (Voluntary Crediting Mechanism) มักใช้ในโครงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่ดำเนินการภายในประเทศ ตัวอย่างเช่น ประเทศแคนาดา มีตลาดคาร์บอนหลายตลาด ตั้งแต่ระดับประเทศ (National) จนถึงระดับภูมิภาค

(Subnational) ในแต่ละมลรัฐ โดยแต่ละมลรัฐอาจมีตลาดเครดิตคาร์บอนเพื่อกำหนดแผนในการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในพื้นที่ของตนเอง รวมถึงอาจมีนโยบายสนับสนุนที่เกี่ยวข้องกับพื้นที่นั้น ๆ ด้วย ในส่วนของประเทศไทยโครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย (T-VER) ดำเนินการโดยองค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (องค์การมหาชน) หรือ อบก.

4.3 กลไกการให้เครดิตอิสระ (Independent crediting mechanisms) หมายถึง ระบบหรือวิธีการที่ใช้ในการมอบคาร์บอนเครดิต ให้แก่บุคคลหรือองค์กร โดยดำเนินการโดยองค์กรอิสระที่ไม่เกี่ยวข้องกับภาครัฐหรือภาคเอกชนใด ๆ ซึ่งได้รับการรับรองจากหน่วยงานที่มีความน่าเชื่อถือ ซึ่งกลไกการให้เครดิตอิสระเป็นองค์ประกอบสำคัญของกลไกการตลาดคาร์บอน (Carbon Market) ช่วยให้ผู้ซื้อและผู้ขายคาร์บอนเครดิตสามารถทำธุรกรรมกันได้อย่างมั่นใจ และมีโครงการดังนี้ 1) The Verified Carbon Standard: VCS หรือเรียกว่า VERRA คือ โครงการที่ออกคาร์บอนเครดิต (Carbon Credit) มาแล้วกว่าร้อยละ 60 เนื่องจากการครอบคลุมคาร์บอนเครดิตที่ค่อนข้างหลากหลาย ได้แก่ พลังงานหมุนเวียน (Renewable Energy) ป่าไม้และพื้นที่ชุ่มน้ำ (Forest and Wetland) การปรับปรุงประสิทธิภาพการขนส่ง (Transport Efficiency Improvements) กิจกรรมทางทะเล (Sea-based Activities) ซึ่งแตกต่างจากมาตรฐานอื่น ๆ หากสามารถลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกได้ สามารถขอการลงทะเบียนได้ 2) The Gold Standard: GS มีเป้าหมายในการดำเนินโครงการลดคาร์บอนในประเทศที่มีรายได้ต่ำและรายได้ปานกลาง (Low and Medium Income Countries) เป็นหลัก โดยต้องตอบเจตจำนง UN SDGs อย่างน้อย 3 ข้อ และมีการรายงานผลกระทบแก่ชุมชน 3) Climate Action Reserve (CAR) และ 4) American Carbon Registry (ACR) มีวัตถุประสงค์การจัดตั้งที่เหมือนกัน คือ เพื่อลดการปล่อยก๊าซในแคลิฟอร์เนีย โดยโครงการ CAR จะเน้นการดักจับก๊าซมีเทนในเหมืองถ่านหิน (Coal Mine Methane Capture) ระบบรวบรวมก๊าซชีวภาพ การกำจัดขยะ (Landfill Gas Collection) ทุ่งหญ้า (Grassland) ป่าไม้ (Forestry) การทำนา (Rice Cultivation) และในส่วนโครงการ ACR จะเน้นการลดการปล่อยก๊าซชนิดพิเศษ ยกตัวอย่างเช่น ก๊าซที่ทำลายชั้นโอโซน และการใช้เทคโนโลยีขั้นสูงอย่าง โครงการดักจับและกักเก็บก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ (Carbon Capture and Storage) ได้รับความไว้วางใจจาก ICAO ที่เป็นมาตรฐาน CORSIA โดย 4 โครงการข้างต้น เป็นระบบการลงทะเบียนหลัก



ที่ภาคสมัครใจสามารถลงทะเบียนคาร์บอนเครดิตได้หากสอดคล้องกับมาตรฐานที่ใช้ ซึ่งจะมีเป้าหมายที่แตกต่างกัน

ประเทศไทยมีโครงการเปลี่ยนรถโดยสารประจำทางสาธารณะของภาคเอกชนเดินรถโดยสารประจำทางไฟฟ้า (รถร่วมบริการ) ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร (Bangkok e-bus) มีวัตถุประสงค์เพื่อริเริ่มการเปลี่ยนผ่านจากรถโดยสารสาธารณะที่ใช้น้ำมันเชื้อเพลิง เป็นรถโดยสารสาธารณะที่ใช้พลังงานไฟฟ้า โครงการดังกล่าวคาดว่าจะส่งผลให้เกิดการลดก๊าซเรือนกระจก 100 ตัน คาร์บอนไดออกไซด์เทียบเท่า (tCO_2eq) ต่อคันต่อปี หรือ 500,000 tCO_2eq ซึ่งคาร์บอนเครดิตที่เกิดขึ้นจากโครงการ T-VER สามารถถ่ายโอนผลการลดก๊าซเรือนกระจกระหว่างประเทศ (ITMOs) หลังจากได้รับการรับรองสอดคล้องกับข้อตกลงการดำเนินงานภายใต้ความตกลงปารีสระหว่างราชอาณาจักรไทยกับสมาพันธ์รัฐสวิตเซอร์แลนด์ ข้อ 6.2 ของความตกลงปารีส เป็นต้น

5. Thailand Voluntary Emission Reduction Program: T-VER

ประเทศไทยมีตลาด Carbon Credit ชื่อว่า Thailand Voluntary Emission Reduction Program: T-VER หรือ โครงการลดก๊าซเรือนกระจกภาคสมัครใจตามมาตรฐานของประเทศไทย โครงการนี้พัฒนาโดย อบก. และริเริ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2557 ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีตลาดคาร์บอนเครดิต ในปัจจุบันสำหรับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคอาเซียนพบว่า ประเทศอินโดนีเซียและเวียดนามอยู่ระหว่างการพิจารณาเพื่อจัดตั้งตลาด Carbon Credit ของตนเอง

สำหรับประเทศไทย มีประเภทโครงการที่สามารถขึ้นทะเบียนภายใต้โครงการ T-VER ดังนี้ 1) พลังงานทดแทน คือ การเปลี่ยนพลังงานรูปแบบปกติเป็นพลังงานสะอาด การใช้อุปกรณ์ไฟฟ้าที่ประหยัดพลังงานมากขึ้น 2) การจัดการในภาคขนส่งที่ดี ยกตัวอย่างเช่น การปรับเปลี่ยนจากรถยนต์สันดาปไปเป็นรถยนต์ไฟฟ้าหรือการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องยนต์ 3) การจัดการของเสีย ไม่เพียงแต่เกี่ยวข้องกับการจัดการขยะมูลฝอยที่ถูกวิธีเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการจัดการน้ำเสียในชุมชนและอุตสาหกรรมด้วย 4) โครงการในภาคป่าไม้และพื้นที่สีเขียว รวมถึง 5) การเกษตร ทั้งสองประเภทนี้มุ่งเน้นการลด ดูดซับ และกักเก็บก๊าซเรือนกระจกจากภาคป่าไม้และภาคเกษตร 6) การเพิ่มประสิทธิภาพพลังงาน เป็นการปรับปรุงการใช้พลังงานในอาคาร โรงงาน และ

ครัวเรือนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเมื่อโครงการเหล่านี้ได้รับการขึ้นทะเบียนในโครงการ T-VER ก็จะได้รับเครดิตเป็นคาร์บอนเครดิต โครงการ T-VER จะครอบคลุมการลดก๊าซเรือนกระจกเพียง 3 ชนิดจากทั้งหมด 7 ชนิด ได้แก่ คาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) มีเทน (CH₄) และ ไนตรัสออกไซด์ (N₂O) ซึ่งเป็นก๊าซเรือนกระจกหลัก ส่วนก๊าซชนิดอื่นที่เหลือนักพบในอุตสาหกรรมพิเศษและอาจไม่เกี่ยวข้องกับโครงการทั่วไป ระยะเวลาการคำนวณเครดิตคือ 7 ปี และสามารถต่ออายุได้ 1 ครั้ง ยกเว้นโครงการประเภทป่าไม้ซึ่งมีระยะเวลา 10 ปี และสามารถต่ออายุได้ไม่จำกัดจำนวนครั้ง

ขั้นตอนของการดำเนินโครงการคาร์บอนเครดิตแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนหลัก และ 7 ขั้นตอนย่อย โดยในขั้นตอนแรก คือ ขึ้นทะเบียนโครงการ ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 4 ขั้นตอนย่อยได้ดังนี้ 1) พิจารณาขอบเขตการดำเนินโครงการ 2) การจัดทำเอกสาร ข้อเสนอโครงการ 3) ตรวจสอบความใช้ได้ของโครงการ โดยจะมีผู้ประเมินภายนอกเข้ามาเกี่ยวข้อง และหลังจากได้รับการรับรองจะต้องจ่ายค่าใช้จ่ายต้นทุนประเมินแก่ผู้พัฒนาโครงการ 4) ขึ้นทะเบียนโครงการ ต่อมาในขั้นตอนสอง คือ รับรองปริมาณก๊าซเรือนกระจก ซึ่งสามารถแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนย่อยได้ ดังนี้ 5) ติดตามผลและจัดทำรายงาน 6) ทวนสอบปริมาณก๊าซเรือนกระจก โดยแจ้ง อบก. เพื่อขอคาร์บอนเครดิตจากโครงการที่เราดำเนินการ และต้องมีการตรวจสอบโครงการจากผู้ประเมินภายนอก โดยต้องจ่ายค่าธรรมเนียมให้กับ อบก. จำนวน 5000 บาทต่อคำขอขึ้นโครงการ และ 7) ขอรับรองคาร์บอนเครดิต ซึ่งต้นทุนส่วนนี้ค่อนข้างแพง ทางภาครัฐก็พยายามเร่งให้เกิดการพัฒนาผู้ประเมินภายนอกให้มีจำนวนมากขึ้น เพื่อให้มีการแข่งขันและลดต้นทุน

นอกจากโครงการ T-VER แล้วยังมี Premium T-VER ที่เป็นมาตรฐานที่สูงขึ้น เพื่อสอดคล้องกับมาตรฐานสากลมากขึ้น องค์การบริหารจัดการก๊าซเรือนกระจก (อบก.) ได้พัฒนามาร่วมกับ VERRA ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองคาร์บอนเครดิตที่มีสัดส่วนมากที่สุดในโลก โครงการ Premium T-VER จะครอบคลุมก๊าซเรือนกระจกทั้ง 7 ชนิดตามพิธีสารเกียวโต นอกจากคาร์บอนไดออกไซด์ (CO₂) มีเทน (CH₄) ไนตรัสออกไซด์ (N₂O) จะรวมถึง สารไฮโดรฟลูออโรคาร์บอน (HFCs) เพอฟลูโอโรคาร์บอน (PFCs) ซัลเฟอร์เฮกซะฟลูออไรด์ (SF₆) ไนโตรเจนไตรฟลูออไรด์ (NF₃) แต่การดำเนินโครงการตามมาตรฐานนี้อาจจะยากขึ้นและมีค่าธรรมเนียมที่แพงขึ้น ยกตัวอย่างเช่น การขึ้นทะเบียนโครงการป่าไม้ โดยโครงการปลูกป่าอาจจะได้รับคาร์บอนเครดิตจำนวนนั้นเลย



แต่ถ้าเข้าระบบ Premium T-VER อาจมีการจัดการความเสี่ยงในกรณี ที่ป่าอาจต้องเผชิญกับภัยพิบัติ ธรรมชาติ ซึ่งอาจส่งผลให้เสียหาย และลดประสิทธิภาพของโครงการ ดังนั้น คาร์บอนเครดิต ที่ได้จาก Premium T-VER อาจจะไม่เท่ากับ โครงการที่เข้าระบบปกติ แต่การเข้า ระบบ Standard T-VER ซึ่งปัจจุบัน ก็มีการพัฒนาโครงการ Premium T-VER ที่มีผู้สนใจขอขึ้นทะเบียน จำนวน 21 โครงการ มีโครงการ ปลุกป่าของ กฟผ. เป็นโครงการ นำร่องจะเริ่มดำเนินการในต้นปี พ.ศ. 2568 คาดว่า จะมีเครดิตออกสู่ตลาดในช่วง 3 - 5 ปีข้างหน้า



รูปแบบประเภทโครงการที่สามารถขึ้นทะเบียนโครงการ Premium T-VER จะคล้ายกับโครงการ Standard T-VER อย่างไรก็ตาม Premium T-VER จะเน้นโครงการประเภทป่าไม้ (Land use) และโครงการที่ใช้เทคโนโลยีอย่าง Carbon Capture Utilization and Storage: CCUS เป็นหลัก โดยโครงการทั้งสองประเภทนี้ที่ขึ้นทะเบียนใน Premium T-VER จะคิดระยะเวลาการคิดเครดิต (Crediting Period) 15 ปี) ซึ่งยาวกว่า T-VER 10 ปี และสามารถต่ออายุได้ 2 ครั้ง ส่วนโครงการอื่น ๆ จากเดิม กำหนดระยะเวลาการคิดเครดิต 7 ปี จะเหลือ 5 ปี



6. วิธีการซื้อขาย Carbon Credit (Carbon Credit Trading)

การซื้อขายคาร์บอนเครดิตในประเทศไทยปัจจุบันแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ 1) รูปแบบทริภาค (Over-the-Counter) ผู้ซื้อและผู้ขาย จะติดต่อกันโดยตรงเพื่อขอซื้อคาร์บอนเครดิตและเมื่อมีการตกลงซื้อขายกันแล้ว จะแจ้ง อบก. เพื่อโอนคาร์บอนเครดิตมายังบัญชีผู้ซื้อ และ 2) รูปแบบศูนย์ซื้อขาย (FTIX platform) มี Platform ชื่อว่า FTIX เป็น ตัวกลางในการซื้อขาย ซึ่ง อบก. ได้ร่วมพัฒนากับสภาอุตสาหกรรมไทย โดยมีลักษณะการดำเนินงานคล้ายกับตลาดหลักทรัพย์ สามารถช่วย จับคู่ผู้ซื้อกับผู้ขายเจอกันได้ง่ายขึ้นโดยผู้ขายสามารถประกาศราคา คาร์บอนเครดิตของตน และผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อตามความต้องการ โดยเมื่อมีการเงื่อนไขที่ตรงกันแล้ว ระบบจะโอนคาร์บอนเครดิตไปยัง บัญชีผู้ซื้ออัตโนมัติ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เริ่มมีการซื้อขายคาร์บอนเครดิตใน ประเทศไทย จนถึงปัจจุบัน (เมษายน พ.ศ. 2567) มีการซื้อขายคาร์บอน เครดิตในประเทศไทยไปแล้วประมาณ 3.2 ตัน และมูลค่าการซื้อขาย รวม 292 ล้านบาท โดยมีราคาเฉลี่ยอยู่ที่ 90 บาทต่อตัน อย่างไรก็ตาม การซื้อขายคาร์บอนเครดิตประเทศไทย โดยเฉพาะโครงการภาคสมัครใจ



ยังไม่มีกำหนดราคากลาง ดังนั้น ต้นทุนการบริหารจัดการจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดราคาของผู้ขาย นอกจากนี้ ยังขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ซื้อด้วย เช่น การให้ความสำคัญต่อโครงการที่มีผลประโยชน์ต่อชุมชน หรือโครงการนี้อยู่ในชุมชนที่เดียวกับโรงงานของผู้ซื้อ เมื่อพิจารณาโดยรวม โครงการที่มีปริมาณการซื้อขายสูงสุด คือ โครงการประเภทชีวมวล ซึ่งมีสัดส่วนการซื้อขายในประเทศไทยอยู่ที่ร้อยละ 41 และมีราคาต่อตันค่อนข้างต่ำที่ 36 บาทเมื่อเทียบกับโครงการประเภทอื่น ๆ ส่วนโครงการป่าไม้มีราคาต่อตันเริ่มต้นตั้งแต่ตลาดเปิดที่ 290 บาทต่อตัน และปี พ.ศ. 2567 เฉลี่ยอยู่ที่ 510 บาทต่อตัน มีการซื้อขายคาร์บอนเครดิตขั้นต่ำที่ร้อยละ 23 ของปริมาณการซื้อขายทั้งหมด

7. ปัจจัยที่จะช่วยสนับสนุนให้เกิดการซื้อขายคาร์บอนเครดิตเพิ่มมากขึ้นในระยะถัดไป ได้แก่

7.1 More Firms engaging New-Zero คาดว่าจะมีผู้ประกอบการที่ให้ความสนใจและเห็นความสำคัญในประเด็นด้านสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับแนวนโยบายของหลาย ๆ ประเทศที่ตั้งเป้าหมายในระดับประเทศว่าจะบรรลุเป้าหมายความเป็นกลางทางคาร์บอน (Carbon Neutrality) และจะลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ (Net Zero Emissions) และคาดว่าจะมีจำนวนประเทศที่รวมให้คำมั่นสัญญาในการดูแลสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจะเป็นแรงกระตุ้นสำคัญให้เกิดการซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่มากขึ้นได้

ปัจจุบันมี 97 ประเทศทั่วโลกที่ได้ตั้งเป้าหมายจะบรรลุ Net-Zero Emission ซึ่งคิดเป็นประมาณร้อยละ 80.7 ของการปล่อยก๊าซเรือนกระจกทั่วโลก (Global GHG Emission) อาทิ สหรัฐฯ ยุโรป ออสเตรเลีย บราซิล อินเดีย รัสเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น และไทย โดยเฉลี่ยส่วนใหญ่ได้ตั้งเป้าหมายว่าจะบรรลุผลได้ภายในปี 2050 สำหรับประเทศไทยได้ตั้งเป้าหมายจะบรรลุ Carbon Neutrality ภายในปี 2050 และจะบรรลุ Net-Zero Emission ภายในปี 2065 ในกลุ่มประเทศที่ได้มีการตราหรือกำหนดเป้าหมาย Net-Zero Emission ในตัวกฎหมายจะมีการดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมที่ค่อนข้างเข้มงวดและอาจส่งผลต่อการซื้อขายคาร์บอนเครดิตที่มากขึ้น

7.2 Stricter Standards มาตรฐานด้านสิ่งแวดล้อมที่มีแนวโน้มจะเข้มงวดมากขึ้นทั่วโลกเห็นได้จากการออกกฎหมายหรือดำเนินนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในแต่ละประเทศ อย่างยุโรปที่เป็นผู้นำด้านการดูแลสิ่งแวดล้อม มีการดำเนินโครงการที่น่าสนใจ อาทิ Fit for 55, Emission Trading Scheme, Carbon Border Adjustment Mechanism และ Renewable Energy Directive ทางด้านสหรัฐฯ จะมีกฎหมาย Fair, Affordable, Innovative and Resilient Transition and Competition Act. ที่เน้นการดำเนิน

โครงการพลังงานสะอาด Reworking Efforts to Decrease Unrecycled Contaminants in Environments (REDUCE) Act เพื่อเรียกเก็บภาษีสรรพสามิตเม็ดพลาสติกใหม่ (Virgin Plastic Resins) จากโรงงานผู้ผลิตและผู้นำเข้าในอัตราเพิ่มขึ้น รวมถึง Clean Competition Act สำหรับจีนจะมีโครงการ Roadmap และแผนปฏิบัติการด้านการใช้พลังงานสะอาดและลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เริ่มครอบคลุมถึงการปล่อยก๊าซมีเทนมากขึ้น รวมถึงการลดการใช้พลาสติก และการเป็น Hub ผลิตไฮโดรเจน อาทิ China national & Regional ETS, Roadmap to restrict the use of plastic products, Renewable Energy and Green Hydrogen development Roadmap และ Methane Emission Reduction Action Plan และสำหรับประเทศไทยก็ได้มีการดำเนินโครงการอย่าง Voluntary Carbon Offsetting Scheme และ TH Taxonomy รวมถึงมีร่าง พรบ. Draft Climate Change Act และมีแผนที่จะกำหนด Carbon Tax

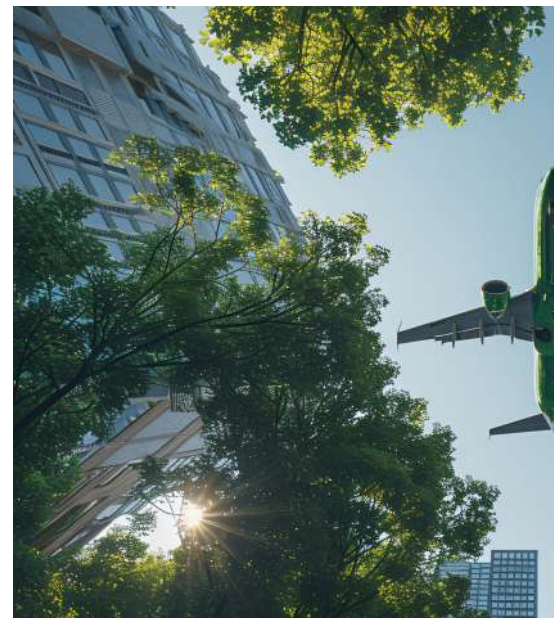
โครงการด้านสิ่งแวดล้อมที่สนับสนุนการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่เพิ่มมากขึ้น อาจช่วยให้มีการขอขึ้นทะเบียน Carbon Credit ที่มากขึ้น และเมื่อมี Supply Carbon Credit ที่เพิ่มขึ้นอาจทำให้ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจอื่น ๆ สามารถเข้าถึงหรือซื้อ Carbon Credit ได้ในราคาที่ถูกลง ในขณะเดียวกัน หากรัฐบาลมีมาตรการที่กำหนดให้โครงการมีการดำเนินการเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกมากขึ้น ผู้ประกอบการอาจใช้สิทธิ์ (Quota) การปล่อยคาร์บอนที่มีไปใช้ในโครงการของตนเองเพื่อตอบโต้มาตรการของรัฐก่อนในช่วงต้น ซึ่งจะทำให้ไม่มีสิทธิ์เหลือเพียงพอที่จะไปขอขึ้นทะเบียน Carbon Credit สำหรับปล่อยสู่ตลาด และอาจนำไปสู่ภาวะภาวะขาดแคลนอุปทาน (Supply Shortage) Carbon Credit ได้ในช่วงแรก และทำให้ราคา Carbon Credit เพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น รัฐบาลอาจต้องพิจารณาถึงความเพียงพอของจำนวนโครงการที่มีต่อการกำหนดมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมด้วย

ตัวอย่างมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับ Carbon Credit ที่น่าสนใจ ได้แก่

1) มาตรการ Carbon Border Adjustment Mechanism (CBAM) คือมาตรการปรับราคาคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดนของสหภาพยุโรป ซึ่งเป็นการกำหนดราคาสินค้านำเข้าบางประเภทที่ในยุโรปมีการบังคับใช้ระบบการซื้อขายใบอนุญาตปล่อยก๊าซเรือนกระจก (EU's Emission Trading System: EU ETS) เพื่อป้องกันการนำเข้าสินค้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงเข้ามาในยุโรป โดยถือเป็นการสร้างความเท่าเทียมด้านต้นทุนราคาคาร์บอน และปกป้องอุตสาหกรรมในประเทศ และเร่งให้ประเทศคู่ค้าของยุโรปลดปล่อยก๊าซเรือนกระจกอย่างจริงจัง

2) มาตรการ Carbon Offsetting and Reducing Scheme for International Aviation (CORSIA) ที่กำหนดให้ภาคการบินที่มีการบินระหว่างประเทศจำเป็นต้องมีการชดเชยการปล่อยคาร์บอน โดยผู้ประกอบการอาจใช้ Carbon Credit ในมาตรฐานที่กำหนดมาชดเชยการปล่อยก๊าซคาร์บอนของบริษัทตนเองแทนได้ ซึ่งจะทำให้สายการบิน

มีการปรับตัวเปลี่ยนแปลงเพื่อลดการปล่อยคาร์บอนลง อาทิ ปรับเปลี่ยนเครื่องยนต์ หรือเปลี่ยนการใช้น้ำมันเชื้อเพลิงจากแบบธรรมดาเป็นแบบ Sustainable Aviation Fuel แทน



3) **มาตรการของ International Maritime Organization (IMO)** ขององค์การทางทะเลระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นองค์การหนึ่งของสหประชาชาติ ที่ตั้งเป้าหมายและกำหนดให้ผู้ประกอบการเดินเรือทางทะเลต้องลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกผ่าน 2 มาตรการหลัก คือ 1) ดัชนีประสิทธิภาพพลังงานของเรือที่มีอยู่ (Energy Efficiency Existing Ship Index: EEXI) และ 2) ดัชนีความเข้มข้นของคาร์บอน (Carbon Intensity Indicator: CII)

7.3 Carbon Tax/ETS การจัดเก็บภาษีคาร์บอนในได้มีการบังคับใช้แล้วใน 31 ประเทศทั่วโลก ซึ่งการจัดเก็บภาษีคาร์บอนสามารถทำได้หลายรูปแบบในอัตราภาษีที่แตกต่างกันตามความเข้มงวดของการดำเนินนโยบาย อาทิ ประเทศในยุโรปอย่างออสเตรีย สวิตเซอร์แลนด์ และสวีเดน จะมีการกำหนดอัตราภาษีคาร์บอน

ในอัตราที่สูงประมาณ 127 - 132 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ซึ่งสูงกว่าประเทศในเอเชีย (ญี่ปุ่น สิงคโปร์) ชิลี และแอฟริกาใต้ที่จัดเก็บภาษีในอัตราที่ต่ำกว่าประมาณ 2 - 18 ดอลลาร์สหรัฐต่อตัน ทั้งนี้ ในหลายประเทศอย่างสิงคโปร์อนุญาตให้ผู้ประกอบการสามารถนำ Carbon Credit ในพื้นที่มาใช้ลดหย่อนการปล่อยคาร์บอนของตนได้ในสัดส่วนที่กำหนด และผู้ประกอบการจะต้องชดเชยการปล่อยคาร์บอนส่วนเกินที่เหลือในอัตรา 18 ดอลลาร์สหรัฐต่อตันในปีแรก และอัตราจะค่อย ๆ เพิ่มขึ้นในปีถัดไป ดังนั้น จะเห็นได้ว่า มาตรการจัดเก็บภาษีคาร์บอนสามารถส่งผลกระทบต่อปริมาณการซื้อขาย Carbon Credit ได้

ขณะนี้ ประเทศไทยยังอยู่ในระหว่างการศึกษาเพื่อเตรียมจัดตั้ง พรบ. Climate Change Act โดยกรมสรรพสามิตกำลังพิจารณาเปรียบเทียบความเหมาะสมของมาตรการระหว่างการจัดเก็บภาษีทางอ้อมจากการใช้เชื้อเพลิง และจัดเก็บภาษีทางตรงจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก



8. ความท้าทายและแนวโน้มเกี่ยวกับตลาด Carbon Credit ในอนาคต (Challenges and Trend)

จากผลสำรวจการปรับตัวของภาคธุรกิจในการดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม โดยศูนย์วิจัยกสิกรไทย พบว่า ผู้ประกอบการที่ได้เริ่มดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อมแล้วมีเพียงร้อยละ 25 เท่านั้น ขณะที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 62 ยังอยู่ระหว่างการศึกษาและเตรียมดำเนินการด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่มีมาตรการและเก็บข้อมูลคาร์บอนฟุตพริ้นท์อย่างจริงจัง ซึ่งเป็นการบ่งชี้ว่าการให้ความสำคัญอันดับต้นในการดำเนินแผนการหรือโครงการเพื่อลดการปล่อยก๊าซคาร์บอนในระยะถัดไป



จากการสำรวจผู้เล่นในตลาดคาร์บอน T-VER ของศูนย์วิจัยกสิกรไทยร่วมกับ อบก. พบว่า มีเพียง 1 ใน 3 ของผู้เล่นในตลาดคาร์บอนที่ได้ดำเนินการด้าน Climate Action แล้ว ด้วยการพัฒนาโครงการเพื่อลดการปล่อยคาร์บอน ได้มีการชดเชยการปล่อยก๊าซคาร์บอน หรือกำหนดเป้าหมายขององค์กรในการเป็น Carbon Neutrality หรือ Net-zero Emission ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นธุรกิจขนาดใหญ่และอยู่ในภาคการผลิตเป็นหลัก ขณะเดียวกัน ร้อยละ 95 ของผู้เล่นในตลาดต้องการให้มีการพัฒนามาตรฐานเครดิตให้สามารถใช้ได้ในระดับสากล และกว่าร้อยละ 60 ของผู้เล่นในตลาดต้องการใช้มีมาตรการภาคบังคับ ดังนั้น จะเห็นว่ายังมีโอกาสอีกมากโดยเฉพาะในกลุ่ม SMEs และในโครงการคาร์บอนเครดิตที่เป็นที่นิยม อย่างโครงการด้านป่าไม้ พลังงานทดแทน และการจัดการของเสียที่ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเข้ามาร่วมผลักดัน และสนับสนุนเพื่อพัฒนาและขยายกลุ่มผู้เล่นในตลาดคาร์บอนได้มากขึ้น



ปลดล็อกศักยภาพดิจิทัล Asset ไทย: Tokenization Soft Power และ Carbon Credit สู่ Financial Hub แห่งอาเซียน

บทความโดย

กันตา ศุขสาตร

ณัฐธิดา จันทักดี

รัชพล พงษ์ประเสริฐ

ภูริดา ปราบสูงเนิน

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



1. บทนำ

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีบล็อกเชนกำลังสร้างนวัตกรรมที่ท้าทายระบบเศรษฐกิจแบบเดิม การแปลงสินทรัพย์เป็นโทเคน (Asset Tokenization) กลายเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรง โดยนำเสนอวิธีการใหม่ในการแปลงสินทรัพย์ ทั้งแบบจับต้องได้และจับต้องไม่ได้ให้กลายเป็นโทเคนดิจิทัลบนบล็อกเชน โดยผูกเข้ากับมูลค่าของสินทรัพย์ เพื่อใช้เป็นตัวแทนความเป็นเจ้าของสินทรัพย์นั้น ๆ ซึ่งเป็นการเพิ่มทางเลือกในการลงทุน ลดความซับซ้อนและเพิ่มสภาพคล่องให้กับสินทรัพย์นั้น ๆ และประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ เทคโนโลยีบล็อกเชนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ การแปลงสินทรัพย์เป็นโทเคน กลายเป็นกลยุทธ์ที่มุ่งปลดล็อกศักยภาพของสินทรัพย์ไทย และเสริมสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทย ในฐานะผู้นำด้านนวัตกรรมและการเงินยั่งยืน การแปลงสินทรัพย์เป็นโทเคนนี้เป็นการนำเสนอโอกาสใหม่มากมายสำหรับนักลงทุนและธุรกิจ นักลงทุนสามารถเข้าถึงสินทรัพย์ใหม่ ๆ ลงทุนในสินทรัพย์ที่มีมูลค่าสูงด้วยเงินทุนน้อยลง และเข้าถึงตลาดสภาพคล่องใหม่ ๆ สามารถระดมทุนใหม่ เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน

ในการนี้ กองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ร่วมกับวารสารการเงินการคลัง ได้รับเกียรติเป็นอย่างสูงจาก คุณอภิญญา เรืองทวีคุณ กรรมการผู้จัดการบริษัท คิวบิกซ์ ดิจิทัล แอสเสท จำกัด (คุณอภิญญาฯ) มาแบ่งปันเรื่องน่ารู้เกี่ยวกับตลาดสินทรัพย์ดิจิทัลในไทย ผ่านรายการ “Local Reach เอื้อมลึก ถึงภูมิภาค” ประจำเดือนกรกฎาคม 2567 ภายใต้หัวข้อ “ปลดล็อกศักยภาพดิจิทัล Asset ไทย: Tokenization Soft Power และ Carbon Credit สู่ Financial Hub แห่งอาเซียน” เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2567 ที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียดที่น่าสนใจ ดังต่อไปนี้





คุณอภิญา เรืองทรีคุณ

กรรมการผู้จัดการ
บริษัท คิวบิกซ์ ดิจิทัล แอสเสท จำกัด

2. การเข้าสู่โลกของ Tokenization โดยการระดมทุนภาพยนตร์ “บุพเพสันนิวาส ๒” ผ่าน DESTINY TOKEN

คุณอภิญาฯ เล่าย้อนกลับไปเมื่อ 2 – 3 ปีที่แล้ว สินทรัพย์ดิจิทัลยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากนัก ธนาคารกสิกรไทยจึงรุกเข้ามาเป็นผู้นำในตลาด Tokenization ของไทยโดยการนำเทคโนโลยีบล็อกเชนมาใช้ซึ่งมีความท้าทายเป็นอย่างมากในการศึกษาตลาด เพราะแนวคิดเรื่องสกุลเงินดิจิทัล เรื่องเทคโนโลยีบล็อกเชน ผู้คนยังไม่สามารถแยกแยะกันได้มากนักว่ามีความเหมือนหรือความต่างกันอย่างไร และเทคโนโลยีบล็อกเชนนี้ยังสามารถพัฒนาต่อได้ในอีกหลากหลายรูปแบบ ในมุมมองของการเป็นสื่อกลางชำระค่าสินค้าและบริการ (Means of Payment) และในอีกมุมหนึ่งคือการนำเทคโนโลยีมาสร้างเหรียญที่เป็นตัวแทนมูลค่า กรรมสิทธิ์ หรือสิทธิประโยชน์ของสินทรัพย์ในโลกจริงที่นำมาเข้ากระบวนการ Asset Tokenization หรือการแบ่งข้อมูลเป็นหน่วยย่อย ๆ ให้อยู่ในรูปแบบดิจิทัลที่เรียกว่า โทเคน (Token) ซึ่งสร้างความท้าทายเป็นอย่างมากในการศึกษาตลาดสินทรัพย์ดิจิทัลในรูปแบบใหม่ ๆ

เมื่อมีความเข้าใจในความเหมือนและความต่างของสินทรัพย์ดิจิทัลแล้ว จึงริเริ่มทำโครงการ TOKEN ในวงการภาพยนตร์ไทย ซึ่งเป็นการสร้างปรากฏการณ์ใหม่ด้วยการระดมทุนผ่านโทเคนดิจิทัล การนำผลิตภัณฑ์ทางการเงิน และ Tokenization ที่เป็นเรื่องค่อนข้างยาก มาทำให้เป็นเรื่องที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย โดยที่ไม่ต้องสื่อสารมากนัก แต่สามารถทำให้ผู้คนเข้าใจ จึงเกิดโครงการ DESTINY TOKEN ขึ้นมา และเป็นโครงการแรกที่น่าเข้ามาทำในตลาดสินทรัพย์ดิจิทัล ทั้งนี้ การที่จะสร้างภาพยนตร์หนึ่งเรื่องนั้นก็ต้องใช้เงินทุนจำนวนมาก และจากการสังเกตพบว่าช่องทางการหาเงินทุนของภาพยนตร์ยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะใช้เงินลงทุนส่วนตัว หรือเป็นการขอกู้จากธนาคาร ผู้ริเริ่มโครงการจึงนำเสนอแนวคิดต่อผู้บริหารบริษัท จีดีเอช ห้าห้าเก้า จำกัด และบริษัท บรอดคาซท์ ไทย เทเลวิชั่น จำกัด ที่มีการวางแผนจะสร้างภาพยนตร์เรื่องบุพเพสันนิวาส 2 อยู่ก่อนแล้ว แต่ในช่วงนั้นเป็นช่วงโควิด-19 ทำให้การถ่ายทำภาพยนตร์เกิดความล่าช้า และมีการใช้เงินลงทุนเพิ่มมากขึ้นเพื่อผลิตภาพยนตร์ให้เสร็จสมบูรณ์ โดยที่ภาพยนตร์เรื่องบุพเพสันนิวาสได้รับความนิยมจากละครอยู่ก่อนแล้ว อีกทั้งยังมีเรื่องความเป็นไทยเข้ามาเกี่ยวข้อง ทำให้ประชาชนเข้าถึงได้ง่าย



เมื่อมีการลงความเห็น
เรียบร้อยแล้ว จึงเข้าไปปรึกษากับ
สำนักงานคณะกรรมการกำกับ
หลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์
หรือ กลต. ในการทำ Tokenization
ซึ่งเป็นโครงการเริ่มต้นในการสร้าง
DESTINY TOKEN ว่าจะมี
การออกแบบเหรียญโทเคน
อย่างไรได้บ้าง มีผลตอบแทนใน
รูปแบบใด และจะสร้างอย่างไร
ให้มีความน่าสนใจ เนื่องจากถ้ามี
การสร้าง DESTINY TOKEN ออก
มา ผลตอบแทนทางการเงินจะเป็น
อย่างไร หากเข้าใจยากเกินไปก็จะ
ไม่ตอบใจθύประชาชน จึงพยายาม
ค้นหาผลตอบแทนที่ใกล้เคียงกับ
สิ่งที่ประชาชนรู้จักคืออยู่แล้ว

ในลักษณะการจ่าย “ดอกเบี้ย” ซึ่งคล้ายกับการฝากเงินในธนาคารที่
เป็นลักษณะการได้ดอกเบี้ยเป็นผลตอบแทน แต่ในมุมมองของผู้ออก
โทเคนมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกลซึ่งอยากจะเปลี่ยนการรับรู้ของวงการ
ภาพยนตร์ไทย เพราะช่วงที่สร้างภาพยนตร์บุพเพสันนิวาส 2 จะคาบเกี่ยว
กับช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พอดี และวงการภาพยนตร์
ก็มีความท้าทายว่าจะทำอย่างไรให้คนกลับมาดูภาพยนตร์ไทยใน
โรงภาพยนตร์ จะทำอย่างไรให้คนยอมออกจากบ้านใส่หน้ากากเข้า
โรงภาพยนตร์ จึงอยากจะใช้โอกาสนำเสนอเทคโนโลยีสินทรัพย์ดิจิทัล
โดยเฉพาะ Tokenization ผ่านวงการภาพยนตร์



ทั้งนี้ คุณอภิษฎาฯ มองว่า ผลตอบแทนทางการเงินแบบ
ธรรมดาทั่ว ๆ ไป ไม่น่าจะดึงดูดความสนใจจากนักลงทุนได้มากนัก
ดังนั้นจึงนำประโยชน์ของเทคโนโลยีดิจิทัลคือ Block Chain หรือ โทเคน
มาประยุกต์ใช้มากขึ้นเพื่อดึงดูดความสนใจของโครงการ โดยแบ่งเป็น
2 มุมมอง คือ 1) ผลตอบแทนที่สามารถเชื่อมกับความสามารถใน
การสร้างรายได้ของภาพยนตร์ คือ ถ้าลูกค้าหรือนักลงทุนชื่นชอบ
ภาพยนตร์ก็ต้องมาสนับสนุน เชิญเพื่อน เชิญคนที่บ้านมาดูภาพยนตร์
สร้างการมีส่วนร่วมจากผู้ถือโทเคน เป็นการช่วยสนับสนุนภาพยนตร์
ไปได้ในตัวอีกด้วย 2) การได้รับสิทธิพิเศษหรือประโยชน์ต่าง ๆ ที่จะได้
รับเพิ่มมากขึ้น คือ การที่นักลงทุนสนับสนุนภาพยนตร์ ต้องได้รับสิทธิพิเศษ
มากกว่าคนดูภาพยนตร์แบบปกติ ผู้ออกแบบจึงพยายามสร้างความพิเศษ
ร่วมกับบริษัทคิวบิกซ์ (Kubix) คือ การได้ร่วมกิจกรรมกับนักแสดง
การได้เข้าชมภาพยนตร์ในรอบปฐมทัศน์ หรือนำชื่อของผู้ถือโทเคนเข้าไป
อยู่ในส่วนของรายชื่อนักแสดง ที่มงาน หรือผู้มีส่วนร่วมในการสนับสนุน
ท้ายภาพยนตร์ เพราะเมื่อภาพยนตร์ไปฉายที่ไหนชื่อผู้สนับสนุนก็จะ
ติดไปด้วยตลอด เป็นผลตอบแทนทางการเงินที่ไม่ใช่ตัวเงินที่มีคุณค่า
ทางจิตใจและมีความหมายสำหรับนักลงทุนค่อนข้างมากจึงเป็นที่มาของ
การสร้าง DESTINY TOKEN นี้ขึ้นมา

3. อนาคตของ Soft Power ไทยในโลกดิจิทัลจะเป็นอย่างไร และ Tokenization จะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอย่างไร

คุณอภิญญาฯ เชื่อว่า ประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่จะพัฒนา Soft Power ให้โด่งดังไปทั่วโลก ด้วยทุนทางวัฒนธรรมอันล้ำค่า เอกลักษณ์เฉพาะตัว และความคิดสร้างสรรค์ของคนไทย ซึ่งเห็นได้จาก ความนิยมของอาหารไทย มวยไทย ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ ดนตรี และงานหัตถกรรมไทยในต่างประเทศ และในโลกดิจิทัลยังมีโอกาสใหม่ ๆ ให้กับการเผยแพร่ Soft Power ไทยไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่กว้างขวางทั่วโลก ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ต่าง ๆ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน ซึ่งช่วยให้สามารถเข้าถึงผู้ชมได้โดยตรง สร้างการมีส่วนร่วมและติดตามผลลัพธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การแปลง Soft Power ไทยเป็นสินทรัพย์ดิจิทัล (Tokenization) กำลังกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนวัฒนธรรมไทยสู่เวทีโลก เทคโนโลยีบล็อกเชนช่วยให้ Soft Power รูปแบบต่าง ๆ กลายเป็นสินทรัพย์ดิจิทัลที่มีมูลค่า สามารถซื้อขายแลกเปลี่ยน และลงทุนได้ อย่างไรก็ตาม การออกแบบรูปแบบการระดมทุนจำเป็นต้องคำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ อาทิ การสร้างแรงจูงใจ การมีส่วนร่วมได้ส่วนเสียอย่างไร ผลตอบแทนจะได้ในรูปแบบไหน จะตรวจสอบอย่างไร ต้องทำให้เกิดความชัดเจน และความโปร่งใส โดยต้องทำให้นักลงทุนมีความเชื่อมั่นว่าผลิตภัณฑ์ได้ถูกออกแบบไว้อย่างละเอียดรอบคอบแล้ว





3. ขนาดของ Soft Power ไทยในโลกดิจิทัลจะเป็นอย่างไร และ Tokenization จะมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอย่างไร

นิยามของโทเคนดิจิทัล (Digital Token) ในประเทศไทยสามารถแบ่งตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. โทเคนดิจิทัลเพื่อการลงทุน (Investment Token) คือ สิทธิจากการร่วมลงทุนในโครงการหรือกิจการที่ผู้ถือจะได้รับสิทธิในการรับผลตอบแทนจากการร่วมลงทุน เช่น ส่วนแบ่งกำไร สิทธิในการโหวต เป็นต้น และ 2. โทเคนดิจิทัลเพื่อการใช้ประโยชน์ (Utility Token) คือ สิทธิในการได้มาซึ่งสินค้าและ บริการหรือ สิทธิอื่น ๆ (utility token) ตามที่ได้ตกลงกับผู้ออกโทเคน

จากการหารือร่วมกับสำนักงาน กสท. ในการส่งเสริมเศรษฐกิจสีเขียวและสร้างแรงจูงใจให้องค์กรต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการบรรลุเป้าหมาย Net-Zero ให้มากขึ้น พบว่า ด้วยข้อกำหนดและกฎระเบียบของสำนักงาน กสท. ส่งผลให้การทำ Investment Token สำหรับระดมทุนเพื่อดำเนินโครงการต่าง ๆ อาทิ การระดมทุนเพื่อลงทุนในคาร์บอนเครดิต อย่างโครงการระดมทุนเพื่อปลูกป่าและจะได้รับคาร์บอนเครดิตกลับมานั้นสามารถดำเนินการได้ อย่างไรก็ตาม หากจะทำคาร์บอนเครดิตในรูปแบบ Utility Token อาทิ การออกโทเคนที่มีมูลค่า 1 โทเคน เท่ากับคาร์บอนเครดิต 1 หน่วย (ตันหรือกิโลกรัม) ยังอยู่ในระหว่างการศึกษาหรือเพิ่มเติมถึงความเหมาะสมภายใต้กรอบกฎหมายและกฎระเบียบของสำนักงาน กสท. เนื่องจาก Token ในรูปแบบดังกล่าวจะเข้านิยาม Utility Token ประเภทที่ 1 ซึ่งมีข้อจำกัดในการซื้อขายแลกเปลี่ยน (ตามแนวทางการกำกับดูแล Utility Token พร้อมใช้ของสำนักงาน กสท. ระบุว่า Utility Token พร้อมใช้มี 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อการอุปโภคบริโภค แต่มีข้อห้ามไม่ให้ศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลนำ Utility Token กลุ่มที่ 1 มาจดทะเบียนซื้อขาย และห้ามนายหน้าซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลและผู้ค้าสินทรัพย์ดิจิทัลให้บริการเกี่ยวกับ Utility Token ดังกล่าว และกลุ่มที่ 2 คือ Utility Token พร้อมใช้ ประเภทอื่น ๆ นอกจากกลุ่มที่ 1 ซึ่งสามารถนำไปจดทะเบียนบนศูนย์ซื้อขายสินทรัพย์ดิจิทัลได้ แต่ต้องได้รับอนุญาตการเสนอขายจากสำนักงาน กสท. ก่อน) ดังนั้น เรื่องนิยามของ Token กับความต้องการผลักดันเรื่องคาร์บอนเครดิตจึงอาจต้องมีการศึกษาและพิจารณาเพิ่มเติมต่อไป โดยมุ่งหวังว่า จะสามารถพัฒนา Token ให้เป็นผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เข้าถึงได้ง่ายและสามารถใช้งานได้ง่าย

ปัจจุบันความก้าวหน้าในการผลักดันเรื่องคาร์บอนเครดิต ยังไม่มีความคืบหน้ามากเท่าที่ควร สินทรัพย์ทางการเงิน (Financial Asset) อื่นๆ แต่หากต้องการพัฒนาให้มี Financial Access ที่สามารถทำธุรกรรมแลกเปลี่ยนได้ง่ายขึ้น Tokenization อาจเป็นคำตอบที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตั้งแต่วันแรกเพื่อยกระดับตลาดคาร์บอนเครดิตที่ปัจจุบันยังอยู่ในรูปของพันธบัตร (Bond) หรือหุ้น (Equity) และยังดำเนินการด้วยวิธี OTC (Over the Counter) หรือว่ายังเป็น Paper Base ให้กลายมาสู่โลกของ Digital Token ที่สามารถมี Transaction Approach ที่มีประสิทธิภาพสูงขึ้นได้ คาร์บอนเครดิตมีข้อได้เปรียบที่เสมือนเป็นสินค้าซึ่งมีความต้องการจากทั่วโลก ต่างจากตราสารทุนหรือตราสารหนี้ที่มีผู้ออกเป็นบริษัทในประเทศไทย ซึ่งอาจจะยากต่อการเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีฐานลูกค้าระดับโลกหรือภูมิภาคมากกว่า ดังนั้น เราควรต้องช่วยกันผลักดันให้คาร์บอนเครดิตเป็นสินค้าที่มีความต้องการทั่วโลก เพื่อเพิ่มโอกาสให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของสินทรัพย์ดิจิทัล อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เราควรคำนึงถึงประเด็นทางกฎหมายที่ต้องปรับปรุงแก้ไขให้ทันสมัยและสอดคล้องกับบริบทของกระแสโลกาภิวัตน์ด้วย



5. ความเชื่อมั่นต่อศักยภาพในเทคโนโลยี blockchain และ Digital Asset ในประเทศไทย เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยกลายเป็นศูนย์กลางทางการเงินของภูมิภาคหรืออาเซียนได้

คุณอภิษฎา เห็นว่า จากความพยายามของสำนักงาน กสท. ที่มีการปรับปรุงกฎเกณฑ์ต่าง ๆ แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการผลักดันประเด็นดังกล่าว จะทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เกิดขึ้น ทั้งนี้ สินทรัพย์ดิจิทัล โดยเฉพาะ Investment Token ค่อนข้างได้รับแรงสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐบาล ดังนั้น โอกาสที่ประเทศไทยจะสามารถ Unlock ประเด็นข้อจำกัดต่าง ๆ ได้ และสามารถออกผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ตลาดเห็นว่า เป็นเรื่องที่ช่วยเสริมความสามารถของประเทศไทยได้ ซึ่งที่จริงแล้ว ประเทศไทยมีรากฐานหลาย ๆ อย่างที่ค่อนข้างดี หนึ่งในนั้นคือ

เรื่อง Cashless Society โดยประเทศไทยมีประชากรที่มีทักษะความรู้ และความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (Digital Literacy) ที่ค่อนข้างดี รวมถึงวัยรุ่นหรือประชาชนยุคใหม่ของไทยก็มีความชำนาญในเทคโนโลยี (Digital Savvy) มาก สามารถเข้าถึงสิ่งเหล่านี้ได้เร็วมาก ทำให้ประเทศไทยมีจำนวนสัดส่วนของจำนวนบัญชีที่มีการซื้อขาย Crypto Currency ต่อประชากรที่สูงเป็นอันดับต้นๆ สะท้อนว่า ประเทศไทยสามารถปรับตัวและยอมรับการเข้าถึงดิจิทัลและเรื่องใหม่ ๆ ได้ค่อนข้างดี เพราะฉะนั้น จะเห็นได้ว่า พื้นฐานความเข้าใจของ

ผู้ใช้งานในไทยค่อนข้างดีอยู่แล้ว และหลังจากนี้เราควรต้องต่อยอด การพัฒนาตลาดเพิ่มเติม ควบคู่ กับการแก้ปัญหาข้อจำกัดหรือ อุปสรรคที่ยังมีอยู่นอกจากเรื่อง กฎเกณฑ์ต่าง ๆ แล้ว ตลาดใหม่ ๆ ต้องอาศัยแรงจูงใจ (Incentive) สำหรับตลาด Crypto Currency การสร้างแรงจูงใจอาจหมายถึง การขยายตลาด ซึ่งจะเป็น Upsize ที่มิโฮฟาร์ หรืออาจต้องการ แรงจูงใจอื่น ๆ อาทิ Tax Incentive ดังนั้น หากกฎเกณฑ์และสภาพ แวดล้อม ซึ่งรวมทั้ง Lead Regulator Support และกฎหมายข้างเคียง ต่าง ๆ สามารถเดินไปในทิศทาง เดียวกันและส่งเสริมกันได้ทั้งหมด ก็จะเป็นแรงส่งให้ผู้ประกอบการ และหลาย ๆ ฝ่ายพร้อมที่จะเข้ามา ร่วมผลักดันอย่างแน่นอน



ในส่วนและเทคโนโลยีเอง ประเทศไทยมีบุคลากรที่มีพรสวรรค์ เกี่ยวกับเรื่อง Blockchain อยู่ค่อนข้างมาก ซึ่งถือเป็นข้อดี เพราะเรา ประเทศไทยมีปัจจัยบวกจากการเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม และมีสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมรองรับต่อการเข้ามาใช้ชีวิตอยู่ในประเทศไทย จึงทำให้ประเทศไทยสามารถดึงดูด กลุ่ม Digital Nomad ครอบคลุมผู้เชี่ยวชาญด้าน Blockchain หรือกลุ่มที่ นายจ้างอนุญาตให้ Work From Anywhere ซึ่งจะมีส่วนส่งเสริมหรือ ผลักดัน Financial Infrastructure ในประเทศไทย ดังนั้น จะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีหลายช่องทางที่เป็นพื้นฐานที่ดี ซึ่งถ้าสามารถต่อยอด ได้ดีก็อาจดึงดูดกลุ่มผู้มีพรสวรรค์จากทั้งไทยและต่างประเทศเข้ามา ช่วยผลักดันอุตสาหกรรมสินทรัพย์ดิจิทัลให้เติบโตเพิ่มมากขึ้น

6. ประเด็นที่อยากฝากเพิ่มเติมเกี่ยวกับ Digital Asset

เพื่อผลักดันเรื่องสินทรัพย์ดิจิทัล หลายกฎเกณฑ์ที่ยังไม่เหมาะสม อาจต้องมีการปรับเปลี่ยนเพิ่มเติม และอยากให้ปลดล็อกจากข้อจำกัด ต่าง ๆ เพื่อให้เกิดการเดินร่วมกันแบบทั้งองคาพยพ ทุกภาคส่วน ตัวอย่าง ประเด็นที่คนทำงานต้องเผชิญ อาทิ เรื่องต้นทุน การเสียภาษี การลงบัญชี และความรับผิดชอบมีอะไรบางอย่างที่ต้องเปลี่ยนแปลงไป แล้วเมื่อเปรียบเทียบกับ การออกพันธบัตร (Bond) จะมีรูปแบบ วิธี หรือขั้นตอนที่แตกต่างกัน มากน้อยแค่ไหน ซึ่งถ้ามีความแตกต่างกันมากก็ย่อมหมายถึงต้นทุน ที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้ง Human Cost และ Time Cost ที่จะสร้างความกังวลให้ ผู้ประกอบการได้

อีกประเด็นหนึ่งที่ต้องการให้มีการปลดล็อกมากขึ้น คือ เรื่อง การรับรู้และมุมมอง (Perception) ที่มีต่อสินทรัพย์ดิจิทัลว่า เป็น การดำเนินการที่มีความเสี่ยงสูง ทำให้เมื่อหลายฝ่ายเริ่มผลักดันเรื่อง Token ก็มักถูกมองว่า Token คือ สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูง และทุกการดำเนินการซึ่งรวมถึงการทำ KYC (Know Your Customer) จะมี ต้นทุนที่สูงด้วย แต่ในความเป็นจริง หากพิจารณาถึงรายละเอียดหรือ ไล่ในของผลิตภัณฑ์แต่ละตัวก็อาจจะไม่ได้มีความเสี่ยงสูงขนาดนั้น ดังนั้น จึงไม่อยากให้ผู้คนตัดสินตั้งแต่ต้น (Treat by Default) ว่า ภาพลักษณ์ ของ Investment Token เท่ากับมีความเสี่ยงสูง เพราะจะทำให้นักลงทุน ที่กำลังศึกษาสินทรัพย์ดิจิทัลเกิดความรู้สึกว่า การเข้าถึง (Access) สินทรัพย์ ดิจิทัล Token ทำได้ยาก และจะส่งผลให้การผลักดันอุตสาหกรรมนี้เกิดขึ้น

ได้ยากไปด้วย ในทางกลับกัน หากนักลงทุนเข้าใจว่า Token ไม่ใช่ผลิตภัณฑ์ที่มีความเสี่ยงสูงและเป็นเพียงผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดการเงินที่น่าสนใจ เราก็สามารถที่จะเสนอขายหรือนำเสนอผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไปถึงมือประชาชนผ่านช่องทางที่คนทั่วไปคุ้นชินอยู่แล้วได้ง่ายขึ้น ตอนนี้การสร้าง الوعيให้ทุกคนเป็นสิ่งสำคัญ เพราะคนยังมองว่าเรื่อง Investment Token เป็นเรื่องใหม่ที่ยากเกินไปจนไม่กล้าเข้ามาศึกษาดังนั้นเราจึงควรจะช่วยกันทำให้ Investment Token เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของ Financial Product ที่ไม่ต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อช่วยให้ตลาดและนักลงทุนสามารถยอมรับและเข้าใจได้ง่ายขึ้นในอนาคต



7. มุมมองต่อ Public Perception ที่เปลี่ยนแปลงไป จากในช่วงแรกๆที่เริ่มเข้ามาในอุตสาหกรรม Digital Asset ในประเทศไทย จนถึง ณ วันนี้ มีความแตกต่างอย่างไรบ้าง

คุณอภิษฎาฯ ประเมินว่า Public Perception ต่ออุตสาหกรรม Digital Asset ในประเทศไทยมีแนวโน้มที่ดี มีการปรับตัวที่ดีขึ้นมากกว่าแต่ก่อน เนื่องจากมีหลายประเด็นข้อจำกัดที่ได้ปลดล็อกแล้ว และมีหลายประเด็นที่ทยอยได้รับการแก้ไขมาตลอด 3 ปีที่ผ่านมา ทำให้สถานการณ์ Digital Asset ในประเทศกำลังค่อย ๆ ดีขึ้นตามลำดับ สำหรับในมุมมองของ Public Perception หลายฝ่ายก็พยายามจะสื่อสารให้ผู้คนให้มีความเข้าใจและสามารถเข้าถึง Digital Asset ได้ง่ายขึ้น ดังนั้น ในระยะถัดไป หากเราเดินหน้าต่อไปในทิศทางที่ถูกต้อง ประกอบกับการมีผลิตภัณฑ์ที่ดี มีโครงการดิจิทัล Token ที่น่าสนใจ เข้าใจง่าย และเข้าถึงง่ายออกมาให้ประชาชนได้เห็นมากขึ้น ก็จะช่วยให้การยอมรับของผู้คนเป็นไปได้ไม่ยากนักในอนาคต อีกทั้ง ขณะนี้ หลายผลิตภัณฑ์ทางการเงินก็มีความท้าทายในตัวเองที่แตกต่างกัน ดังนั้น Digital Token จึงถือว่าเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่เปิดโอกาสให้ผู้คนที่สนใจได้เข้ามาศึกษามาร่วมลงทุนกันมากขึ้น

8. การพัฒนาตลาดสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทย: โอกาสและความท้าทายของกรีนโทเคนไนซ์ (Green Tokenized) และการลงทุนผ่านกองทุนรวมไทยเพื่อความยั่งยืน (Thai ESG)

การพัฒนาตลาดสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทยกำลังก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านของ Tokenization สินทรัพย์ต่าง ๆ จากการวิเคราะห์แนวโน้มปัจจุบัน พบว่าโทเคนที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนหรือ “กรีนโทเคนไนซ์” มีศักยภาพสูงในการเติบโตในระยะสั้นเนื่องจากมีโครงสร้างและกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจน อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการออกตราสารหนี้เพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Green Bond) ที่มีอยู่เดิม โดยเปลี่ยนเพียงตัวผลิตภัณฑ์เป็นโทเคนเพื่อการลงทุน (Investment Token) ทำให้ผู้ออกสินทรัพย์และนักลงทุนเข้าใจได้ง่าย ในขณะที่โทเคนที่เกี่ยวข้องกับซอฟต์แวร์ (Soft Power Token) แม้จะได้รับความสนใจ แต่ยังต้องการการพัฒนาโครงสร้างและรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับสินทรัพย์ประเภทต่าง ๆ นอกเหนือจากภาพยนตร์ นอกจากนี้ การเปิดโอกาสให้กองทุน Thai ESG สามารถลงทุนในสินทรัพย์ดิจิทัลได้ นับเป็นก้าวสำคัญในการขยายฐานนักลงทุนและเพิ่มสภาพคล่องให้กับตลาด อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายในด้าน

การดำเนินการที่ต้องได้รับการแก้ไข เช่น สิทธิในการถือสินทรัพย์ดิจิทัล การกำหนดราคารายวัน และการสร้างตลาดรองมารองรับเป็นต้น เพื่อให้ผู้จัดการกองทุนสามารถบริหารสภาพคล่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ การแก้ไขปัญหานี้จะเป็นกุญแจสำคัญในการดึงดูดเงินลงทุนจากสถาบัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มขนาดและความน่าเชื่อถือของตลาดสินทรัพย์ดิจิทัลในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ



9. ความแตกต่างและศักยภาพของโทเคนเพื่อการลงทุน (Investment Token) เมื่อเทียบกับหุ้นรูปแบบดั้งเดิม

โทเคนเพื่อการลงทุนนำเสนอความแตกต่างที่สำคัญและมีศักยภาพสูงเมื่อเทียบกับหุ้นรูปแบบดั้งเดิม แม้ว่าในปัจจุบันความสามารถบางส่วนยังไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างเต็มที่เนื่องจากข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ ประการแรกโทเคนเพื่อการลงทุนมีความยืดหยุ่นมากกว่าในแง่ของเกณฑ์การออก โดยอาจไม่จำเป็นต้องมีอันดับความน่าเชื่อถือ (Credit Rating) และสามารถผสมผสานระหว่างเครดิตของผู้ออกกับศักยภาพในการสร้างรายได้ของโครงการได้ ทำให้มีลักษณะไฮบริดที่ไม่พบในหุ้นทั่วไป ประการที่สอง การใช้เทคโนโลยีบล็อกเชน (Blockchain Technology) ทำให้มีฐานข้อมูลนักลงทุนแบบเรียลไทม์ ซึ่งเอื้อต่อการทำธุรกรรมและการมีส่วนร่วมของผู้ถือโทเคน เช่น การลงคะแนนแบบดิจิทัล นอกจากนี้ ยังมีศักยภาพในการเปลี่ยนมือและเชื่อมโยงกับธุรกรรมอื่น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น หากข้อจำกัดด้านกฎระเบียบถูกผ่อนคลายอย่างใดก็ตาม ในปัจจุบันประโยชน์ของเทคโนโลยีบล็อกเชนยังไม่ได้ถูกนำมาใช้อย่างเต็มที่ การปรับปรุงกฎระเบียบเพื่อเอื้อให้เกิดการใช้งานที่หลากหลายมากขึ้นจะช่วยให้โทเคนเพื่อการลงทุนสามารถแสดงศักยภาพที่แท้จริงและสร้างประโยชน์สูงสุดแก่ตลาดการเงินได้





10. ความท้าทายและโอกาสของคาร์บอนเครดิต (Carbon Credit) และ ซอฟต์พาวเวอร์ (Soft Power) ในตลาดโทเคนเพื่อการลงทุนประเทศไทย

ตลาดโทเคนเพื่อการลงทุนในประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายและโอกาสที่น่าสนใจ โดยเฉพาะในส่วนของคาร์บอนเครดิตและซอฟต์พาวเวอร์ การวิเคราะห์แนวโน้มอุปสงค์และอุปทานในช่วงที่ผ่านมาแสดงให้เห็นถึงความผันผวนที่เกิดจากปัจจัยด้านกฎระเบียบและความไม่แน่นอนทางการเงิน ในกรณีของคาร์บอนเครดิต เคยมีความสนใจสูงมากในช่วงแรก แต่อุปสรรคด้านภาษีมูลค่าเพิ่มที่ร้อยละ 7 ได้ส่งผลให้ความสนใจลดลงอย่างมีนัยสำคัญ การฟื้นฟูความสนใจในตลาดนี้จำเป็นต้องอาศัยการสื่อสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับการแก้ไขอุปสรรคด้านกฎระเบียบที่เคยมีในอดีต ส่วนในด้านของซอฟต์พาวเวอร์ แม้จะมีศักยภาพแต่ยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านขนาดของโครงการและความคุ้มค่าในการลงทุน โครงการขนาดเล็กมักประสบปัญหาด้านต้นทุนและความไม่แน่นอนของระยะเวลาดำเนินการ ซึ่งส่งผลต่อการตัดสินใจของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์ (Issuer) การพัฒนาแพลตฟอร์มที่สามารถรองรับหลายโครงการในคราวเดียว อาจเป็นทางออกที่มีประสิทธิภาพในการลดต้นทุนและเพิ่มความน่าสนใจของการออกโทเคนประเภทนี้ โดยสรุปแล้ว ความชัดเจนของกฎระเบียบและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่มีประสิทธิภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นอุปสงค์และอุปทานในตลาดโทเคนดิจิทัลเพื่อการลงทุนทั้งสองประเภทนี้ ดังนั้น การติดตามและประเมินผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการพัฒนาตลาดในระยะยาว

11. แนวโน้มและกลยุทธ์การพัฒนาโทเคนเพื่อการลงทุน (Investment Token) ในอนาคต

ในอนาคต แนวโน้มของโทเคนเพื่อการลงทุนมีทิศทางที่น่าสนใจและหลากหลาย โดยเฉพาะในด้านพลังงานสีเขียวซึ่งสอดคล้องกับกระแสความยั่งยืนตลาดทุน ขณะที่ตลาดอสังหาริมทรัพย์อาจต้องรอจังหวะที่เหมาะสมมากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีแนวคิดในการนำเสนอโทเคนสำหรับอุตสาหกรรมที่ไม่เคยเข้าถึงตลาดทุนมาก่อน ซึ่งอาจสร้างนวัตกรรมทางการเงินรูปแบบใหม่ได้ ในด้านกลยุทธ์การดึงดูดนักลงทุน การให้ความรู้แก่ตลาดเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างโทเคนเพื่อการลงทุน และคริปโตเคอร์เรนซี (Cryptocurrency) เป็นสิ่งสำคัญ โดยเน้นย้ำถึงลักษณะความเสี่ยงและผลตอบแทนที่แตกต่างกัน และการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นรูปธรรมจะช่วยให้นักลงทุนเข้าใจได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ การให้ข้อมูลอย่างละเอียดผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุน ทั้งนี้ การพัฒนาโทเคนเพื่อการลงทุนจำเป็นต้องคำนึงถึงทั้งความต้องการของบริษัทผู้ออกหลักทรัพย์และความเชื่อมั่นของนักลงทุนควบคู่กันไป

สุดท้ายนี้ ทางคณะผู้เขียนขอขอบคุณ ดร. พิสิทธิ์ พัวพันธ์ ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สศค. ดร.พงศันคร โภชากรณ์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเศรษฐกิจมหภาค และ ดร. นรพัชร อัครวัธน์ บรรณาธิการวารสารการเงินการคลัง ที่อยู่เบื้องหลังการสร้างสรรค์เนื้อหาดี ๆ เกี่ยวกับการขับเคลื่อนเศรษฐกิจภูมิภาคสำหรับ “รายการ Local Reach เอื่อมลึก ถึงภูมิภาค” ตลอดมา



เศรษฐกิจบ้านเหิงสีรุ้ง โอกาสใหม่ของธุรกิจไทย

บทความโดย

กาญจนา จันทระชิต

ชานน ลิ้มปรีประสิทธิ์พร

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง





1. เศรษฐกิจสีรุ้งคืออะไร

เศรษฐกิจสีรุ้ง (Rainbow Economy) คือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากกลุ่มผู้ที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่สูงอย่างมาก อ้างอิงจากรายงานของ LGBT Capital พบว่ากำลังซื้อของกลุ่มนี้ต่อปีมีมูลค่าสูงถึง 4.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็น 170.7 ล้านล้านบาท (มีขนาดใหญ่มาก 9.5 เท่าของ Nominal GDP ประเทศไทย ณ ปี 2566) และความมั่งคั่งของกลุ่มนี้มีมูลค่ารวมอยู่ที่ 30 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็น 1,089.6 ล้านล้านบาท

สำหรับด้านจำนวนกลุ่ม LGBTQ+ โดยการสำรวจของ GAY TIMES และ LGBT Capital พบว่ามีจำนวน 500 ล้านคน (คิดเป็น 7.58 เท่าของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด) โดยแบ่งเป็นกลุ่มในเอเชีย 288 ล้านคน และกลุ่มในประเทศไทย 4 ล้านคน (คิดเป็นร้อยละ 6 ของประชากรไทยทั้งหมด) ซึ่งคาดว่ากลุ่มนี้จะมีการขยายตัวสู่จำนวน 1 พันล้านคนในปี 2593

ด้านพฤติกรรมการใช้จ่าย กลุ่ม LGBTQ+ มีกำลังซื้อที่สูงกว่ากลุ่มอื่นโดยเปรียบเทียบ มูลค่าการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่าร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นโดยเฉลี่ย ชื่นชอบการซื้อสินค้า มีความเป็น Brand Loyalty ที่สูง และจากการสำรวจของ Community Marketing & Insights ณ ปี 2563 พบว่ากลุ่ม LGBTQ+ มากกว่าร้อยละ 70 มีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าจากบริษัทที่สนับสนุนความเท่าเทียมทางเพศและยอมที่จะจ่ายราคาแพงกว่าเพื่อการสนับสนุนอย่างจริงจัง

2. ธุรกิจบันเทิงสีรุ้งไทย ปรากฏการณ์ใหม่ในสู่เวทีโลก

ธุรกิจบันเทิงสีรุ้งของไทยเป็นหนึ่งใน Soft power ของไทยที่สนับสนุนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งมีธุรกิจบันเทิงสีรุ้ง 2 ด้านที่น่าจับตามองเป็นพิเศษ ได้แก่ 1) ธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมแดร็ก (DRAG) และ 2) ธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมซีรีส์วาย (Y)

2.1 ธุรกิจในด้านอุตสาหกรรม DRAG มีที่มาจากคำว่า Dressed Resembling A Girl ซึ่งเป็นการแต่งกายเป็นลักษณะผู้หญิง เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและมีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ล่าสุดที่ประเทศไทยจัดงาน Bangkok Pride Festival 2024 ก็ได้มีการจัด DRAG Bangkok Festival 2024 เป็นครั้งแรกของประเทศไทยและเอเชีย ที่ได้รวมตัวศิลปิน DRAG จากทั่วโลกมากกว่า 500 คนเข้าร่วม และมีกิจกรรมที่หลากหลายทั้งระดับประเทศ เช่น Miss Trans Thailand และระดับโลก เช่น DRAG ARENA International ด้านอุตสาหกรรม DRAG นอกจากความบันเทิงเฉพาะตัวที่มอบให้ผู้ชมแล้ว ยังมีเรื่องการกระจายรายได้ให้กับร้านเสื้อผ้าและเครื่องแต่งตัวด้วย เนื่องจากการแต่งตัวรูปแบบ DRAG มีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูงในระดับหลักพันจนถึงหลายหมื่น การแต่งตัวต้องมีความโดดเด่นและนิยมแต่งชุดที่มีความเอกลักษณ์ใหม่ในการออกงานเสมอ เกิดการกระจายรายได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ข้อมูลและสถิติต่าง ๆ ของอุตสาหกรรม DRAG ยังมีอยู่อย่างจำกัด ทำให้ยากต่อการวิเคราะห์เชิงลึกในปัจจุบัน

2.2 ธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมบันเทิง โดยเฉพาะซีรีส์วาย ประกอบไปด้วยตัวเอกที่มีความสัมพันธ์แบบชายรักชาย (Yaoi หรือ Boys love) และความสัมพันธ์แบบหญิงรักหญิง (Yuri หรือ Girls love) ซึ่งประเทศไทยได้มีการส่งออกอุตสาหกรรมนี้ราว 1,000 ล้านบาทในปี 2566 จากมูลค่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ซีรีส์และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องที่มีมูลค่าทั้งหมด 8,000 ล้านบาทในปี 2566 และคาดว่าอุตสาหกรรมซีรีส์วายจะขยายตัวต่อเนื่องและมีมูลค่าเกิน 2,000 ล้านบาท ในปี 2567 โดยอุตสาหกรรมนี้สามารถสร้างรายได้หลักจาก 2 ช่องทาง ได้แก่ การขายลิขสิทธิ์ในการฉายเนื้อหาซีรีส์ และการจัดการนักแสดง (Artist Management) เนื่องจากศิลปินในซีรีส์วายโดยมาก มักมีความใกล้ชิดกับกลุ่มแฟนคลับสูง จึงมีกิจกรรมระหว่างอย่างต่อเนื่องไม่จำกัดแค่การแสดงในซีรีส์ ซีรีส์วายของไทยถือเป็นหนึ่งในซอฟต์แวร์สำคัญ โดยได้รับความสนใจซื้อลิขสิทธิ์ไปฉายในต่างประเทศ เช่น ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน และเวียดนาม เป็นต้น



3. ปัจจัยที่ทำให้ประสบความสำเร็จ ตัวอย่าง ภาพยนตร์หรือซีรีส์ในไทยที่ประสบความสำเร็จ

3.1. จำนวนประชากรที่เป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือ LGBTQ+ มีจำนวนสูงขึ้น ซึ่งข้อมูลจาก World population review ระบุว่าจำนวนกลุ่ม LGBTQ ในปี 2564 มีประมาณร้อยละ 8.0 ของจำนวนประชากรทั่วโลก และมีแนวโน้มจะปรับเปลี่ยนเรื่อยๆ เนื่องจากกลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะเปิดกว้างเรื่องเพศมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่ม Generation Z และกลุ่ม Millennials ที่มีแนวโน้มจะเป็นกลุ่ม LGBTQ+ อย่างเปิดเผยมากขึ้น นอกจากนี้จากการวิเคราะห์ของ GAY TIMES คาดการณ์ว่าในปี 2593 ทั่วโลกจะมีจำนวนประชากรที่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ ประมาณ 1,000 ล้านคน สำหรับประเทศไทยมีประชากรกลุ่ม LGBTQ+ มีจำนวนประมาณ 4 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 6.0 ของจำนวนประชากรไทยทั้งหมด (ข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวกลุ่มผู้บริโภค หรือ Demand ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง ดังนั้น จึงเป็นโอกาสของสินค้า การท่องเที่ยว และด้านเอ็นเตอร์เทนเมนต์ต่าง ๆ มีโอกาสที่จะเติบโตเพิ่มมากขึ้น



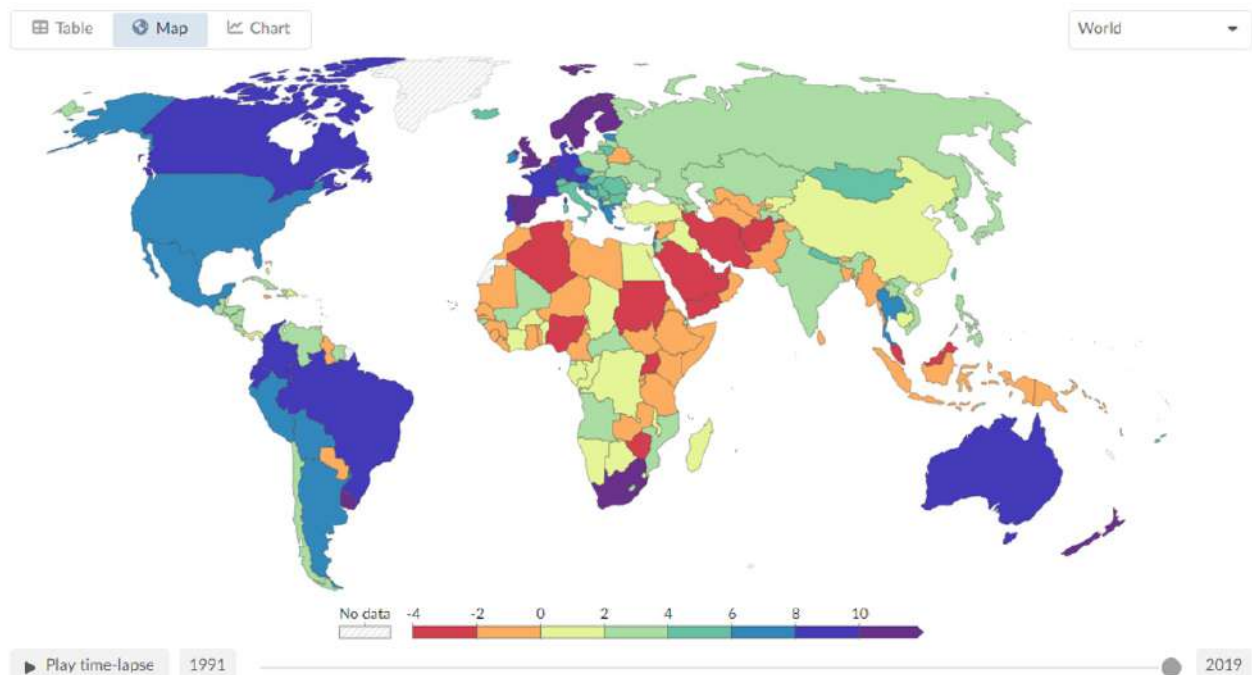
3.2. ในสภาวะปัจจุบันทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยเปิดกว้างเรื่องความหลากหลายทางเพศมากขึ้น โดยเฉพาะประเทศไทย ซึ่งส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากประเทศไทยมีลักษณะทางสังคมที่เป็นแบบพหุวัฒนธรรมมาตั้งแต่ในอดีต ทำให้มียืดหยุ่นและยอมรับความหลากหลายทางด้านวัฒนธรรม รวมถึงความหลากหลายทางเพศได้ง่ายกว่าประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค ส่งให้การสร้างซีรีส์สามารถสะท้อนมุมมองหรือเนื้อหาจากนิยายต้นฉบับได้โดยไม่ต้องปรับปรุ้งเนื้อหามากนัก

3.3. ความเท่าเทียมทางเพศทั้งในด้านสิทธิและทางกฎหมายต่าง ๆ เช่น การผ่านร่างกฎหมายสมรสเท่าเทียมเป็นชาติแรกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดัชนีด้านสิทธิที่อยู่ในระดับสูง (ภาพที่ 1) และดัชนี Gay Travel Index 2024 ที่ไทยอยู่อันดับที่ 54 สถานที่ท่องเที่ยวเป็นมิตรต่อนักท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางเพศ (คาดว่าอันดับจะก้าวกระโดดหลังจากที่กฎหมายสมรสเท่าเทียมประกาศใช้อย่างเป็นทางการ) สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญในการสะท้อนถึงความจริงใจในเรื่องการสร้าง ความเท่าเทียมและเข้าใจความหลากหลาย ซึ่งจะส่งผลต่อการสร้าง Brand Loyalty ให้กับอุตสาหกรรมบันเทิงสัญชาติไทยอีกทอดหนึ่ง

LGBT+ rights index, 2019

The index captures to which extent lesbians, gay, bisexual, transgender and other people outside traditional sexuality and gender categories have the same rights as straight and cisgender people. It combines 18 individual policies, such as the legality of same-sex sexual acts, marriage, and gender marker changes. Higher values indicate more rights, negative values regressive policies.

Our World in Data



3.4. การสร้างซีรีส์จากนิยายต้นฉบับ ซึ่งส่วนใหญ่นิยายต้นฉบับจะมีฐานแฟนคลับนิยายอยู่แล้วส่วนหนึ่ง ดังนั้นการสร้างซีรีส์จากนิยายต้นฉบับ จะทำให้ซีรีส์ในเรื่องนั้น ๆ มีกลุ่มคนสนใจอยู่แล้วส่วนหนึ่ง และเมื่อประกอบกับการสร้างซีรีส์ที่เป็นที่ถูกใจของตลาด ทำให้มีกลุ่มฐานแฟนคลับเพิ่มขึ้น

ภาพที่ 1 : ดัชนีด้านสิทธิ LGBT+ ณ ปี ค.ศ. 2019
ที่มา : Our World in Data

3.5. เนื้อหาของซีรีส์วายมีความแปลกใหม่แตกต่างจากนิยายเดิม ๆ ที่ยังมีมุมมองด้านสังคมที่ค่อนข้างเป็นยุคก่อน คือตัวละครจะมีความตบตี แย่งชิงตัวเอก และมีความอะอะไววายวายน ขณะที่ซีรีส์ที่มีความหลากหลายทางเพศ จะสะท้อนปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคมในปัจจุบันที่ค่อนข้างตรงประเด็นและเข้าใจง่าย นอกจากนี้ซีรีส์ที่มีความหลากหลายทางเพศจะมีเนื้อเรื่องที่มีความหลากหลาย เช่น ซีรีส์เกี่ยวกับชีวิตรักวัยรุ่น วัยมัธยม (อาทิ เรื่องแฟนผมเป็นประธานนักเรียน



My School President) ้วย มหาวิทยาลัย (อาทิ เรื่อง SOTUS The Series พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง และเรื่องเพราะเราคู่กัน 2gether The Series) ซีรีส์เกี่ยวกับ มาเฟีย (อาทิ เรื่องคินน์พอร์ช เดอะซีรีส์ ลา ฟอร์เต้) ทำให้เป็น ที่ต้องการของตลาดต่างประเทศ มากขึ้น

3.6. กลุ่มนักแสดงนำของ ซีรีส์ที่มีความหลากหลายทางเพศ ส่วนใหญ่จะมีกลุ่มนักแสดงนำผู้ชาย ที่หน้าตาหน้าตาดีมาเล่นเป็นพระเอก ส่วนตัวนางเอก (นายเอก) จะเป็น นักแสดงที่มีหน้าตาน่ารัก ทำให้ ผู้หญิงซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ที่ดูซีรีส์ แล้วอิน (ฟิน) ได้ง่าย นอกจากนี้ สิ่งสำคัญที่สุด คือ กลุ่มนักแสดง นำเอง ก็มีความสามารถเข้าถึง บทบาทที่ได้รับเป็นอย่างดี และมี เคมีของนักแสดงนำ ทำให้เป็นที่ ถูกใจผู้ดูซีรีส์ ซึ่งในเวลาต่อมา กลุ่ม คนดูดังกล่าว ก็ตั้งต้นเป็นฐาน แพลตฟอร์ม และนำไปสู่การต่อยอด

สู่บทบาทอื่น ๆ อาทิ พรีเมชั่นเตอร์ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และนักร้อง เป็นต้น ซึ่งเป็นการเพิ่มมูลค่าทางตลาดมากขึ้น

3.7 ช่องทางการประชาสัมพันธ์และการออนไลน์ซีรีส์ มีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งปัจจุบันจะมีฉายทั้งบนจอทีวีช่องต่าง ๆ อาทิ ช่อง One 31 ช่อง GMM 25 และฉายผ่าน Platform ออนไลน์ ต่าง ๆ มากขึ้น ทำให้มีความยืดหยุ่นในเรื่องของเวลามากขึ้น นอกจากนี้ ยังมีช่องทางโซเชียลมีเดียต่าง ๆ โดยเฉพาะ X (Twitter) ก็ส่งให้ผู้บริโภค จากทั่วโลก สามารถเข้าถึงซีรีส์เหล่านี้ได้มากขึ้น อีกทั้งยังมีความร่วมมือ กับต่างประเทศมากขึ้น เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน ด้วยการฉาย บนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างประเทศ อาทิ We TV และ iQIYI เป็นต้น

เรื่อง	นักแสดงนำ	ปีที่ฉาย	ช่องทางออกอากาศ
SOTUS The Series พี่ว้ากตัวร้ายกับนายปีหนึ่ง	ปราชญา เรืองโรจน์ (สิงโต) รับบท ก้องภพ ศิรวาส แสงโพธิ์รัตน์ (ศรีส) รับบท อาติศย์	2560	One 31
Tharntype The Series เกล็ดนักรักมาเป็นที่รักกันซะดี ๆ	ศุภศิษฎ์ จงศิริวัฒน์ (สิง) รับบท ธาร คณาวุฒิ ไตรพิพัฒนพงษ์ (กอล์ฟ) รับบท ไทป์	2562	One 31
เพราะเราคู่กัน 2gether The Series	วชิรวิชญ์ ชีวอารี (โบว์) รับบท สารวัตร เมธวิน โอสถเอี่ยมจรรยา (วิน) รับบท ไทป์	2563	GMM 25
คินน์พอร์ช เดอะซีรีส์ ลา ฟอร์เต้	ภาณุภูมิ ร่วมโพธิ์ทอง (นาย) รับบท คินน์ ณัฐวิทย์ วัฒนศิริวัฒน์ (อาโน) รับบท พอร์ช	2565	One 31
นั่งเสียหัวหัวชื่อ Cutie Pie Series	พญานาถ พานิช (ซี) รับบท เสียเทียน ชวรินทร์ เพริศพิริยะวงศ์ (นุฉิว) รับบท เกื้อ	2565	Workpoint
แฟนผมเป็นประธานนักเรียน My School President	นวิศญ์ อุดิเจริญรักษ์ (เจมีโน้) รับบท ดิเนต ณัฐวรรณ จิโรจน์กุล (โพธิ์) รับบท กันต์	2565	GMM25
Show Me Love The Series แด่ยายบอกรัก	อิงฟ้า วราหะ รับบท มินา ซาลิออต ออสติน รับบท เมธวิน		youtube Grand TV.
ชอกะเชร์คู่กันต์ A Boss and a Babe	จิรัชพงศ์ ศรีแสง (พอล) รับบท กันต์ กฤษติเดช ปฐมกุล (เบ็ค) รับบท เชร์	2566	GMM25

ตารางที่ 1 : ตัวอย่างภาพยนตร์/ซีรีส์ในไทยที่ประสบความสำเร็จ ที่มา : รวบรวมโดยผู้เขียน

4. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ธุรกิจ บันเทิงสีรุ้งของไทย

นอกจากปัจจัยที่สร้างความสำเร็จให้กับธุรกิจบันเทิงสีรุ้งของไทยแล้ว ความเข้าใจในด้านสภาพแวดล้อมและศักยภาพของธุรกิจบันเทิงสีรุ้งของไทยก็มีความสำคัญ ซึ่งผู้เขียนจึงได้รวบรวมข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis โดยมีรายละเอียดดังนี้



จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
- เนื้อหาซีรีส์มีความแปลกใหม่และมีความหลากหลายมากขึ้น อาทิ ซีรีส์เกี่ยวกับชีวิตรักวัยรุ่น วัยมัธยม วัยมหาวิทยาลัย ดราม่าเข้มข้น พีเรียด แฟนตาซี และแอคชั่น - กลุ่มนักแสดงนำของซีรีส์ที่หน้าตาดีมาเล่นเป็นพระเอก ส่วนตัวนางเอก (นายเอก) จะเป็นนักแสดงที่มีหน้าตาร�ารัก ทำให้ผู้หญิงซึ่งเป็นคนส่วนใหญ่ที่ดูซีรีส์แล้วเข้าอินได้ง่าย - กลุ่มนักแสดงนำมีความสามารถเข้าถึงบทบาทที่ได้รับเป็นอย่างดี และมีเคมีของนักแสดงนำ ทำให้เป็นที่ถูกใจผู้ดูซีรีส์ ทำให้มีฐานแฟนคลับและนำไปสู่การต่อยอดสู่บทบาทอื่น ๆ อาทิ พร็อพเพอร์ตี้ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ และนักร้อง เป็นต้น	- การสนับสนุนของภาครัฐ โดยกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ยังไม่ครอบคลุมมากนัก รวมถึงหากต้องการสนับสนุนจากภาครัฐจะมีขั้นตอนและกฎเกณฑ์การดำเนินการค่อนข้างมาก - การกระจุกตัวของผู้ผลิตซีรีส์ ที่ส่วนใหญ่กระจุกตัวเพียงไม่กี่บริษัท อาทิ สตูดิโอวาปีซาปิ GMM นาดาว ขณะที่บริษัทใหม่ ๆ จะมีข้อจำกัดเรื่องเงินทุน
โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
- จำนวนประชากรที่เป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือ LGBTQ+ มีแนวโน้มสูงขึ้น โดยจากการวิเคราะห์ของ GAY TIMES คาดการณ์ว่าในปี 2593 ทั่วโลกจะมีจำนวนประชากรที่เป็นกลุ่ม LGBTQ+ ประมาณ 1,000 ล้านคน เป็นโอกาสของซีรีส์ความหลากหลายทางเพศเพิ่มขึ้น - ในสภาวะปัจจุบันทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยเปิดกว้าง เรื่องความหลากหลายทางเพศมากขึ้น - มีความร่วมมือกับต่างประเทศมากขึ้น เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และจีน ด้วยการฉายบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต่างประเทศ อาทิ We TV และ IQIYI เป็นต้น	- ตลาดการแข่งขันสูง เนื่องจากตลาดซีรีส์ความหลากหลายทางเพศเป็นที่ต้องการของตลาดค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในตลาดต่างประเทศ จึงใจให้ตลาดประเทศ อาทิ เกาหลีใต้ ไต้หวัน และญี่ปุ่น เริ่มผลิตซีรีส์เข้าสู่ตลาดมากขึ้น ทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดสูงขึ้น - บางประเทศอาจออกกฎระเบียบห้ามนำเข้าเนื้อหาที่มีความหลากหลายทางเพศ ทำให้ตลาดที่เคยส่งออกได้ลดลง

ที่มา : รวบรวมโดยผู้เขียน



5. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

5.1 ส่งเสริม สนับสนุน และสร้างสภาพแวดล้อมให้เกิดการสร้างและการผลิตซีรีส์ที่มีความหลากหลายทางเพศ รวมถึงลดการกีดกันการกระทำของผู้ผลิตซีรีส์ที่ส่วนใหญ่กระจัดกระจายไม่ทั่วถึง

5.2 ลดขั้นตอนและกฎเกณฑ์การดำเนินการในการขอรับการสนับสนุนในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านงบประมาณจากภาครัฐ

5.3 ดึงดูดให้ผู้บริโภคสื่อบันเทิงสร้างต่าง ๆ กลายเป็นผู้บริโภคสินค้าและบริการด้านอื่น ๆ ของไทยมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยว ด้านอุตสาหกรรมภาพยนตร์และความงามที่จะช่วยกระจายรายได้ไปได้อีกหลายภาคส่วน

5.4. สื่อสารและสร้างความเข้าใจในความหลากหลายทางเพศอย่างต่อเนื่อง พร้อมพัฒนากฎระเบียบให้ครอบคลุมความหลากหลายทางเพศและให้สิทธิต่าง ๆ อย่างเท่าเทียม



6. สรุป

เศรษฐกิจสีรุ้ง (Rainbow Economy) ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อที่สูงอย่างมาก โดยพบว่ากำลังซื้อของกลุ่มนี้ต่อปีมีมูลค่าสูงถึง 4.7 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือคิดเป็น 170.7 ล้านล้านบาท (มีขนาดใหญ่ราว 9.5 เท่าของ Nominal GDP ประเทศไทย ณ ปี 2566) นอกจากนี้ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคหรือการใช้จ่ายของกลุ่ม LGBTQ+ มีมูลค่าการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงกว่าร้อยละ 40 เมื่อเทียบกับกลุ่มอื่นโดยเฉลี่ย ชื่นชอบการซื้อสินค้า และมีความเป็น Brand Loyalty ที่สูง สำหรับประเทศไทยธุรกิจบันเทิงสีรุ้งของไทยเป็นหนึ่งใน Soft power ของไทยที่สนับสนุนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งมีธุรกิจบันเทิงสีรุ้ง 2 ด้านที่น่าจับตามองเป็นพิเศษ ได้แก่ 1) ธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมแดร็ก (DRAG) และ 2) ธุรกิจในด้านอุตสาหกรรมซีรีส์วาย (Y) และการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ (SWOT Analysis) ของภาพยนตร์หรือซีรีส์วายในไทยพบว่าจุดเด่นและโอกาสอยู่ที่เนื้อหาของซีรีส์มีความแปลกใหม่และมีความหลากหลายมากขึ้น และจำนวนประชากรที่เป็นกลุ่มคนที่มีความหลากหลายทางเพศ หรือ LGBTQ+ มีแนวโน้มสูงขึ้น ขณะที่ข้อจำกัดและอุปสรรคอยู่ที่ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและตลาดมีการแข่งขันสูง เนื่องจากตลาดซีรีส์ความหลากหลายทางเพศเป็นที่ต้องการของตลาดค่อนข้างสูง ที่สำคัญ แม้ว่าในปัจจุบันไทยจะเป็นหนึ่งในผู้นำธุรกิจบันเทิงสีรุ้ง แต่ยังคงต้องการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาสถานะตลาดและขยายตัวทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- Okuda, K., & Mckenty, T. (2023, January 17). Finding Pride: ส่องเทรนด์ Search ให้แบรนด์มีส่วนร่วมกับกลุ่ม LGBTQ+. Think With Google. <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/th-th/marketing-strategies/search/inclusivity-diversity-marketing-lgbtq-th/>
- Thansettakij. (2023, June 8). กำลังซื้อ LGBTQ+แรง ภาครัฐบาลใหม่ขับเคลื่อนตลาดแสนล้าน. Thansettakij. <https://www.thansettakij.com/business/marketing/567439>
- Thansettakij. (2022, July 2). ตลาดสีรุ้ง พลังเงิบที่นักการตลาดต้องจับตามอง. Thansettakij. https://www.thansettakij.com/business/531119#google_vignette
- Posttoday. (2023, June 8). ภาครัฐบาลใหม่ขับเคลื่อนตลาดสินค้าและบริการ กลุ่ม LGBTQ เจาะธุรกิจแสนล้าน. Posttoday. <https://www.posttoday.com/business/695604>
- Sanook. (2024, June 14). รวมซีรีส์วาย-ยูริไทย 2023-2024 สุดฮอต เขินจนจิกหมอน ไม่ดูไม่ได้แล้ว. www.sanook.com/movie. <https://www.sanook.com/movie/151463/>
- ปีกพญา. (2020). ทำไม “ซีรีส์วาย” ถึงฮิตมากสำหรับคนไทย. <https://entertainment.trueid.net>. <https://entertainment.trueid.net/detail/8wgzKAW001yp>
- World Population Review. LGBTQ+ population by country / Which country has the largest LGBTQ+ population? 2024. (n.d.). <https://worldpopulationreview.com/country-rankings/lgbtq-population-by-country>
- The MATTER. (2020, October 12). Y-Economy : เมื่ออุตสาหกรรมซีรีส์วายกลายเป็นจักรวาลยิ่งใหญ่ในสื่อบันเทิง. <https://thematter.co/social/y-economy/125936>
- Thansettakij. (2024, May 24). ทิศทางการเติบโต “ซีรีส์วาย” ไทย สู่ Soft Power โกอินเตอร์ระดับโลก. Thansettakij. <https://www.thansettakij.com/business/economy/580878>
- LGBT Market Statistics. (n.d.). LGBT Capital. https://www.lgbt-capital.com/index.php?menu_id=2
- Nick Wolny. What is pink money? The LGBTQ+ economy, explained. (n.d.). <https://nickwolny.com/what-is-pink-money>
- MGROnline. (2023, June 1). ตลาดสีรุ้ง Pride Month เจาะ LGBTQIAN+ กระเป๋าหนักซื้อเก่ง. <https://mgronline.com/business/detail/9660000050651>
- Our World in Data. LGBT+ rights index. (2020, July 24). <https://ourworldindata.org/grapher/lgbt-rights-index>
- Policy Watch. Policy Forum ครั้งที่ 11 | นโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจสีรุ้ง. (n.d.). <https://policywatch.thaipbs.or.th/forum/11>



สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
FISCAL POLICY OFFICE

ส เสนอแนะอย่างมีหลักการ
ศ ศึกษาโดยไม่หยุดนิ่ง
ค คนคลังที่มีคุณภาพ



วารสารการเงินการคลัง

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กระทรวงการคลัง ถนนพระรามที่ 6 แขวงพญาไท เขตพญาไท กรุงเทพมหานคร 10400

โทรศัพท์: 02 273 9020 ต่อ 3254 (คุณนรพัชร), 3169 (คุณรัตนา), 3223 (คุณธณัฐ)

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