



วารสาร

การเงินการคลัง

พื้นที่ความคิด เศรษฐกิจการคลัง ของคนทันสมัย



CONTENTS

ปีที่ 36 ฉบับที่ 119 ไตรมาสที่ 4 ปี 2567

6

- 6 ทางออกความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจไทย: สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต
โดย รัชตฤณ ทองนที
ณิชาพัชร เจริญศึกษา
พิชฌาย์มาศ พิสิฐจุฬาสกุล

- 19 ภาษีบ้านเกิดและภาษีบ้านอยู่ : ทางเลือกใหม่ รายได้ต้องถิ่น?
โดย อรกันยา เตชะไพฑูริย์
มัทยา บุตรงาม
จิตมาศ แสงสุวรรณ
ดิณณวัฒน์ เดิมบางชัน

- 36 ภาพรวมของงานศึกษา “แผนที่การเงินครัวเรือนไทย: เข้มทิศการพัฒนาทักษะทางการเงิน”
โดย ดร.นรพัชร อัครวัลลภ
เบญญาภา สุชินุ
ดร.กวิน เอี่ยมตระกูล
สัณห์ณัฐ เศรษฐศักดิ์ศิริ
อิทธิพัฒน์ ประภาพระเสริฐ

- 47 การส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ
โดย ชัยวัฒน์ หาญพิทักษ์พงศ์
วิมล ปั่นคง
ณัฐจารีย์ เพ็ชรร่วง

36

61

- 61 ผลกระทบของสาขาอสังหาริมทรัพย์ที่มีต่อเศรษฐกิจไทย
โดย ดร.นรพัชร อัครวัลลภ
ดร.กวิน เอี่ยมตระกูล
บุญทริกา ชลพิทักษ์วงศ์

- 71 การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลตามแนวคิด Smart City เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมือง
โดย ชัยวัฒน์ หาญพิทักษ์พงศ์
ธณัฐ พวงนวม
ณัฐธิดา จันทักดี

- 80 Local reach :Discussion on Youth involvement in empowering financial literacy for Thai SMEs
โดย Phurida Prabsungnoen
Nami Hama
Thunjira Hongjinda
Roy Melville

- 90 ย้อนอดีตสงครามการค้าสหรัฐ-จีน: ภัยคุกคามหรือโอกาสทางเศรษฐกิจ
โดย ชินภัทร ตั้งหะริฐ

- 113 Why Chinese Tourist Numbers Have Not Fully Recovered Post-Pandemic
โดย Lapusrada Vatanalikit
Patchat Kantakom



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.นพพัชร อัสววัลลภ
บรรณาธิการ

นอกจากนี้ ยังมีบทความที่น่าสนใจให้ผู้อ่านได้เพลิดเพลินอีกหลายเรื่องซึ่งยังคงเต็มไปด้วยสาระความรู้และความสนุกในประเด็นด้านการค้าและการลงทุนที่น่าสนใจ โดยเราขอเริ่มนำเสนอบทความเรื่องการส่งเสริมผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ และต่อยอดบทความเรื่องผลกระทบของสาขาส่งเสริมการค้าที่มีต่อเศรษฐกิจไทย อีกทั้ง เราจะพานักอ่านทุกท่านไปเจาะลึกเรื่องราวการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลตามแนวคิด Smart City เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมือง ภายใต้การขับเคลื่อนและการบริหารของผู้บริหารเทศบาลนครยะลา รวมทั้งการตีแผ่แนวทางการขับเคลื่อนการให้ความรู้และทักษะทางการเงินแก่ผู้ประกอบการ SMEs ไทย จากการสัมภาษณ์แขกรับเชิญในรายการ Local reach ตอน Discussion on Youth involvement in empowering financial literacy for Thai SMEs และ

สวัสดีครับ กลับมาพบกันอีกครั้งกับวารสารการเงินการคลัง ฉบับ e-Book ล่าสุดในฉบับที่ 119 ปีที่ 37 ประจำไตรมาสที่ 4 ปี 2567 นะครับ

ก่อนอื่นขอประชาสัมพันธ์เว็บไซต์วารสารการเงินการคลัง www.fpojjournal.com อีกครั้งซึ่งปัจจุบันมี Section ใหม่ชื่อว่า Economic Brief เป็นการสรุปการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจ การวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่และการตีแผ่ข้อมูลเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่น่าสนใจในรูปแบบ infographic 1 หน้า โดยปัจจุบันมีมากกว่า 50 หัวข้อให้ทุกท่านได้เข้าไปเยี่ยมชมนะครับ นอกจากนี้ วารสารการเงินการคลังยังมีช่องทาง YouTube ให้ทุกท่านได้ติดตาม ซึ่งล่าสุดมีเนื้อหาดี ๆ เกี่ยวกับทิศทางการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากกับ ดร. กอบศักดิ์ ภูตระกูล การขับเคลื่อนธุรกิจตามแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเงินเพื่อจัดทำนโยบายการเงินการคลังและบทบาทการเสริมสร้างองค์ความรู้ทางการเงินให้แก่ SMEs ไทยของคนรุ่นใหม่เป็นคลิปลั่น ๆ ให้ติดตามกันด้วยครับ ทั้งนี้ เรายังคงมีเรื่องราวดี ๆ ในรูปแบบของบทความมานำเสนอให้ทุกท่านได้อ่านอย่างครบรสเช่นเคย โดยสำหรับบทความของวารสารการเงินการคลังฉบับนี้เราจะพาทุกท่านไปเปิดมุมมองของการขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจในมิติที่หลากหลายผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวจากบรรดานักเขียนรุ่นใหม่ รุ่นกลาง และรุ่นใหม่ ที่เปี่ยมไปด้วยประสบการณ์ โดยเริ่มต้นเรื่องแรกวารสารการเงินการคลังขอแนะนำทุกท่านมาร่วมติดตามเรื่องราวเกี่ยวกับทางออกความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจไทย: สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้มในอนาคต จากนั้นเราจะพาผู้อ่านทุกท่านไปทำความรู้จักกับแนวคิดภาษีบ้านเกิดและภาษีบ้านอยู่ : ทางเลือกใหม่ รายได้ท้องถิ่น? และต่อยอดการตีแผ่ภาพรวมของงานศึกษา “แผนที่การเงินครัวเรือนไทย: เชื่อมทิศการพัฒนาทักษะทางการเงิน” (Symposium) ของสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

สุดท้ายเราขอแนะนำเรื่องราวของเศรษฐกิจการค้าโลก ภายใต้บทความเรื่อง ย้อนอดีตสงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน: ภัยคุกคามหรือโอกาสทางเศรษฐกิจ และตามด้วยบทความเรื่อง Why Chinese Tourist Numbers Have Not Fully Recovered Post-Pandemic ที่จะนำมาเสิร์ฟผู้อ่านเพื่อความครบรส โดยเราหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผู้อ่านจะได้รับความรู้และเสพติดไปกับความเพลิดเพลินจากการอ่านบทความทั้ง 2 เรื่องนี้

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



คณะที่ปรึกษา

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจการคลัง

ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจการเงิน

ที่ปรึกษาด้านเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

รองผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ผู้อำนวยการกองนโยบายการคลัง

ผู้อำนวยการกองนโยบายภาษี

ผู้อำนวยการกองนโยบายระบบการเงินและสถาบันการเงิน

ผู้อำนวยการกองนโยบายการออมและการลงทุน

ผู้อำนวยการกองนโยบายระบบการคุ้มครองผลประโยชน์ทางการเงิน

ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ

ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค

ผู้อำนวยการกองนโยบายพัฒนาระบบการเงินภาคประชาชน

ผู้อำนวยการกองกฎหมาย

ผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ

เลขานุการกรม

ผู้อำนวยการกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร

บรรณาธิการ

ดร.นรพัชร อัครวัชรกุล

รองบรรณาธิการ

นายมยุร บุญยวรรตน์

นางสุมาพร มานะสันต์

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวอรณิชา สว่างฟ้า

นายอติก เล้าสกุล

นายกวิน เอี่ยมตระกูล

นายชัยวัฒน์ หาญพิทักษ์พงศ์

นายสันหนัฐ เศรษฐศักดิ์ดาศิริ

นางสาวกฤษณา จารุมณี

นางสาวพิมลชญา สุขโข

นายรุ่งโรจน์ เจริญมา

เลขานุการ

นายธณัฐ พวงนวม

ผู้ช่วยเลขานุการ

นางสาวอัมพิกา สุตซาง

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

ทางออกความเหลื่อมล้ำ ทางเศรษฐกิจไทย: สถานการณ์ปัจจุบันและแนวโน้ม ในอนาคต

บทความโดย

รัชตฤณ ทองนที (นักศึกษาฝึกงาน)

ณิชาพัชร เจริญศึกษา (นักศึกษาฝึกงาน)

พิชญ์มาศ พิสิฐจุฬารักษ์ (นักศึกษาฝึกงาน)

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



ผู้เขียน ขอขอบคุณ ดร.นรพัชร อัครวัลลภ ผู้อำนวยการส่วนนวัตกรรมข้อมูลเศรษฐกิจและงานวิจัย
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง สำหรับคำแนะนำ

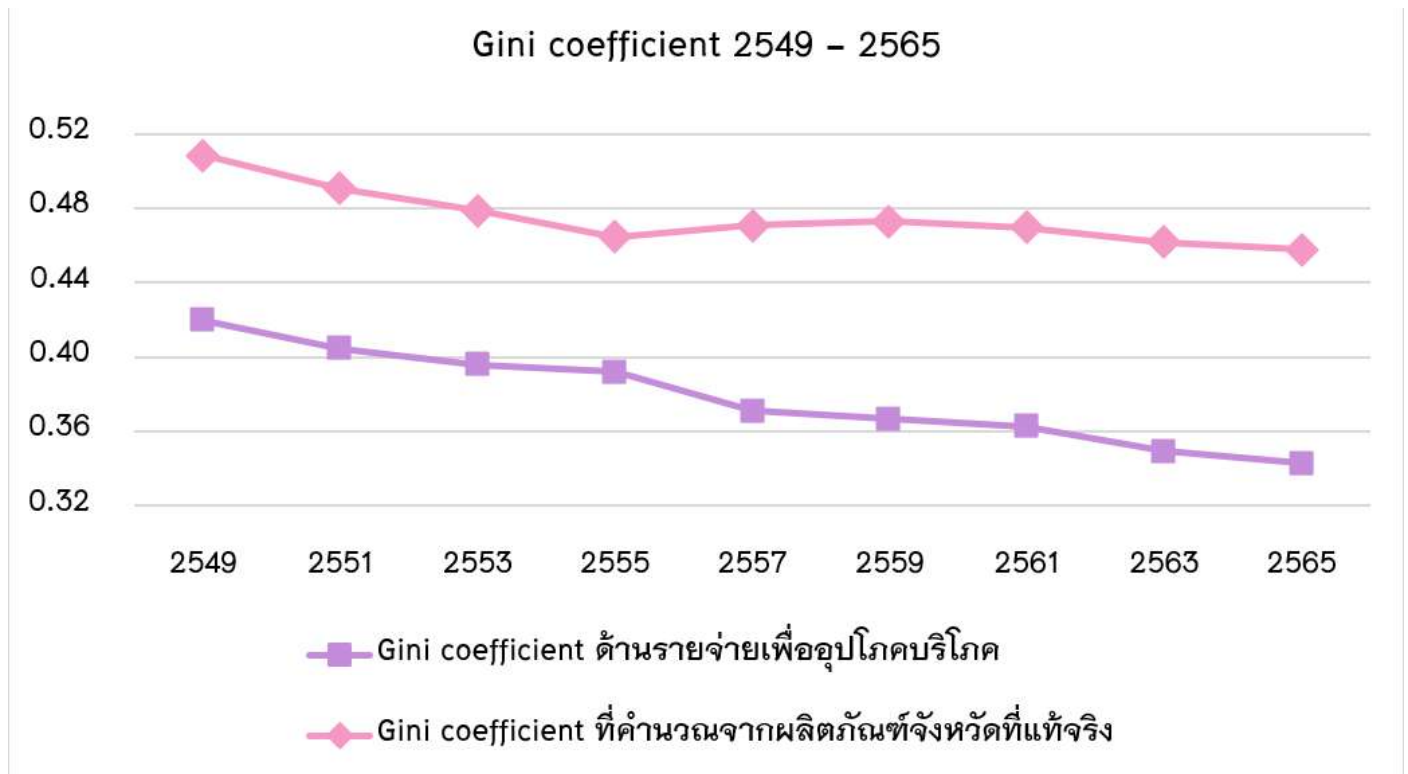
1. บทนำ

ในปัจจุบันประเทศไทยมีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ไม่ได้มีกระจายอย่างเท่าเทียมกัน ส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ หากอ้างอิงจากหนังสือ “Principles of Economics” โดย N. Gregory Mankiw จะอธิบายเรื่องความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ (Economic Inequality) ว่าเป็นการกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกันระหว่างบุคคลหรือกลุ่มบุคคลในสังคม ซึ่งสามารถวัดได้จากการเปรียบเทียบรายได้หรือทรัพย์สินของบุคคลต่าง ๆ ซึ่งใช้ค่า Gini coefficient เป็นตัวชี้วัดที่สามารถบ่งบอกถึงการกระจายรายได้หรือรายจ่ายในระดับภูมิภาคความเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานครและปริมณฑลเป็นที่ชัดเจน ในขณะที่ภูมิภาคอื่นกลับไม่สามารถพัฒนาได้เท่ากับกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ส่งผลให้เกิดการย้ายถิ่นฐานของประชากรและการกระจุกตัวของทรัพยากรในระดับจังหวัดความเหลื่อมล้ำยังคงมีอยู่ จังหวัดที่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์มักจะมีการพัฒนาทางเศรษฐกิจที่ดีกว่า ในขณะที่จังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังคงพึ่งพาการเกษตรและมีรายได้ต่ำกว่า ในระดับประเทศความเหลื่อมล้ำสามารถเห็นได้จากรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร ซึ่งมีความแตกต่างกันอย่างมากในแต่ละภูมิภาค กรุงเทพฯ และปริมณฑลมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวที่ 465,327 บาท/ปี ภาคเหนืออยู่ที่ 117,276 บาท/ปี ภาคตะวันออกเฉียงเหนืออยู่ที่ 95,948 บาท/ปี ภาคใต้อยู่ที่ 142,781 บาท/ปี ภาคกลางอยู่ที่ 284,408 บาท/ปี ภาคตะวันตกอยู่ที่ 173,815 บาท/ปี และภาคตะวันออกอยู่ที่ 515,683 บาท/ปี ซึ่งสูงกว่าภูมิภาคอื่น ๆ การแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำจึงเป็นเรื่องที่สำคัญ การพัฒนาการศึกษาและสาธารณสุข การกระจายรายได้ และการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ จะเป็นสิ่งสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำ การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการพัฒนาเศรษฐกิจอาจเป็นทางเลือกหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างสังคมที่ยั่งยืน (นรพัชร วัชรวัลลภ และคณะ, 2565)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้จะวิเคราะห์การลดความเหลื่อมล้ำของเศรษฐกิจในอนาคต โดยใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์จังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ (Gross Provincial Product – Chain Volume Measures; GPP – CVM) และการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย โดยเป็นข้อมูลจากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อดำเนินการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์จีนิ (Gini coefficient) ซึ่งเป็นตัวชี้วัดความไม่เสมอภาค การวิเคราะห์นี้จะใช้ข้อมูลของแต่ละจังหวัดเพื่อประมาณแนวโน้มของการกระจายความเจริญเพื่ออธิบายระดับความสามารถในการพัฒนา การบริหารจัดการทรัพยากร และการเจริญเติบโตของรายได้ในระดับจังหวัด โดยยกสถานการณ์การเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (CAGR) เพื่อประเมินระดับความสามารถในการพัฒนาและการบริหารจัดการทรัพยากรและการเจริญเติบโตของรายได้ในแต่ละจังหวัด เพื่อใช้เป็นฐานในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบการกระจายความเจริญระหว่างจังหวัดต่าง ๆ ในบทความนี้ ผู้เขียนจะสำรวจสถานการณ์ปัจจุบันของความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย รวมถึงแนวโน้มในอนาคต เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคงและเท่าเทียมกัน

2. สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจของไทย ยังคงเป็นปัญหาอย่างต่อเนื่อง แม้ในปัจจุบันจะมีค่าสัมประสิทธิ์จินีที่ลดลงเรื่อย ๆ (สถานการณ์ความเหลื่อมล้ำมีแนวโน้มที่ดีขึ้น) แสดงได้ดังภาพที่ 1 โดยเส้นสีม่วง แสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini coefficient) ทางด้านรายจ่าย ซึ่งเป็นตัวเลขทางการที่เผยแพร่โดยสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ซึ่งจะเห็นได้ว่าที่ผ่านมามาตั้งแต่ปี 2549 - 2565 ค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini coefficient) มีแนวโน้มที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 1 : ค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini coefficient) ตั้งแต่ปี 2549 - 2565
ที่มา : สภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติและการคำนวณของผู้เขียน

บทความนี้ได้คำนวณแนวโน้มค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini coefficient) ที่ประมวลจากผลิตภัณฑ์จังหวัดที่แท้จริงต่อประชากรตั้งแต่ปี 2549 - 2565 และการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย ตามภาพที่ 1 เส้น Gini coefficient ที่คำนวณจากผลิตภัณฑ์จังหวัดที่แท้จริง (สีชมพู) ถึงแม้ว่าค่าสัมประสิทธิ์จินีที่คำนวณขึ้นมีค่าที่แตกต่างจากค่าสัมประสิทธิ์จินีจากสภาพัฒนาเศรษฐกิจ (สีม่วง) แต่ทิศทางของค่าสัมประสิทธิ์จินีที่คำนวณขึ้นนั้นมีแนวโน้มที่ลดลงเช่นเดียวกัน การคำนวณสัมประสิทธิ์จินีดังกล่าวจัดทำขึ้นเพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์และคาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ความเหลื่อมล้ำที่จะเกิดขึ้นในอนาคต



การคาดการณ์แนวโน้มความเท่าเทียมทางเศรษฐกิจในอนาคตในการศึกษาคั้งนี้อาศัยสมมติฐานการเติบโตศักยภาพรายจังหวัดจากการคำนวณอัตราการเติบโตที่แท้จริงเฉลี่ยรายจังหวัดในปีที่ผ่านมาผนวกกับการคาดการณ์จำนวนประชากรรายจังหวัดในอนาคต (อ้างอิงจากการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ.2553-2583 (ฉบับปรับปรุง) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ) นำมาคำนวณค่าสัมประสิทธิ์จีนิในอนาคต แสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 : ค่าสัมประสิทธิ์จีนิตั้งแต่ปี 2549 – 2565 และการคาดการณ์ค่าสัมประสิทธิ์จีนิปี 2583
ที่มา : การคำนวณจากผู้เขียน



จากภาพที่ 2 เส้นสีฟ้าแสดงถึงค่าสัมประสิทธิ์จีนิตั้งแต่ปี 2549 – 2565 โดยในปี 2565 ประเทศไทยมีค่าสัมประสิทธิ์จีนิอยู่ที่ 0.4576 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในช่วงปี 2549 – 2565 ค่าสัมประสิทธิ์จีนิมีแนวโน้มที่ลดลงอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม การคาดการณ์ค่าสัมประสิทธิ์จีนิ ในปี 2583 กลับแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ และในปี 2583 คาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 0.4751 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในอนาคตอาจจะเพิ่มสูงขึ้นกว่าในปัจจุบันอย่างมาก แสดงถึงความท้าทายในการแก้ไขปัญหาความไม่เท่าเทียมทางเศรษฐกิจในระยะยาวของประเทศไทย

2.1 การวิเคราะห์การกระจายตัวของเศรษฐกิจระดับจังหวัดในประเทศไทยโดยใช้ K-means Clustering

ในอนาคตความเหลื่อมล้ำหรือค่าสัมประสิทธิ์จีนิ (Gini Coefficient) อาจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นดังที่แสดงให้หัวข้อก่อนหน้าซึ่งอาจเกิดจากการที่กลุ่มจังหวัดที่มีรายได้น้อยไม่สามารถเติบโตได้ทันกลุ่มจังหวัดอื่น ๆ ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความไม่เท่าเทียมเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต บทความนี้จึงได้ใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร (GPP Per Capita) และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจแบบทบต้น (Compound Annual Growth Rate – CAGR) เพื่อวิเคราะห์หากกลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกันและจัดกลุ่มจังหวัดในประเทศไทย โดยใช้เทคนิค K-means Clustering การจัดกลุ่มนี้แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม เพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่าง GPP Per Capita และ CAGR ของแต่ละจังหวัดอย่างชัดเจน การใช้ GPP Per Capita แสดงถึงระดับความมั่งคั่งของประชากร ขณะที่ CAGR แสดงถึงการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของจังหวัด โดย K-means Clustering หรือเรียกว่า การวิเคราะห์กลุ่มแบบไม่เป็นขั้นตอน (Nonhierarchical Cluster Analysis) โดยอัลกอริทึมนี้จะตัดแบ่ง (Partition) วัตถุออกเป็น K กลุ่ม และแทนค่าแต่ละกลุ่มด้วยค่าเฉลี่ยของกลุ่ม ซึ่งใช้เป็นจุดศูนย์กลาง (centroid) ในการวัดระยะห่างของข้อมูลในกลุ่มเดียวกัน เป็นเทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลที่ช่วยในการแบ่งกลุ่มข้อมูลตามความคล้ายคลึงกัน โดยขั้นตอนแรกเริ่มจากการกำหนดจำนวนกลุ่มที่ต้องการ จากนั้นทำการสุ่มจุดศูนย์กลาง (centroids) เริ่มต้นสำหรับแต่ละกลุ่ม และนำข้อมูลทั้งหมดมาจัดเข้ากลุ่มตามระยะห่างจากจุดศูนย์กลางดังกล่าว กระบวนการนี้จะทำซ้ำหลายครั้งจนกว่าค่าจุดศูนย์กลางจะไม่เปลี่ยนแปลง





ภาพที่ 3 : การจัดกลุ่ม K-means ระหว่างข้อมูล GPP Per Capita และ CAGR
ที่มา: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) และการคำนวณของผู้เขียน

จากภาพที่ 3 แสดงผลการจัดกลุ่ม K-means ของข้อมูลแต่ละจังหวัดในประเทศไทย โดยแต่ละกลุ่มจะแสดงด้วยสีที่แตกต่างกัน จำนวน 5 กลุ่ม ซึ่งสามารถเห็นความแตกต่างของ GPP Per Capita และ CAGR ได้อย่างชัดเจน จากการวิเคราะห์นี้ พบว่ากลุ่มที่ 1 (กลุ่มสีชมพู) มีจำนวน 17 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัด เชียงใหม่ เพชรบุรี กระบี่ กำแพงเพชร ขอนแก่น จันทบุรี ชุมพร ตราด ปทุมธานี ประจวบคีรีขันธ์ พังงา พิชญโลก ราชบุรี ลพบุรี ลำพูน สมุทรสงคราม และสุราษฎร์ธานี เป็นกลุ่มจังหวัดที่มี GPP Per Capita และมีการเติบโตปานกลาง กลุ่มที่ 2 (กลุ่มสีส้ม) มีจำนวน 24 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัด เชียงราย เลย กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ ตาก นครนายก นครพนม นครราชสีมา น่าน บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สกลนคร สระแก้ว สุโขทัยสุรินทร์ หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรธานี อุทัยธานี และอุบลราชธานี เป็นกลุ่มจังหวัดที่มี GPP Per Capita ที่สูงและมีการเติบโตปานกลาง กลุ่มที่ 3 (กลุ่มสีเขียว) มีจำนวน 9 จังหวัด ประกอบด้วย จังหวัดกรุงเทพฯ ฉะเชิงเทรา ชลบุรี นครปฐม พระนครศรีอยุธยา ระยอง สมุทรปราการ สมุทรสาคร และสระบุรี เป็นกลุ่มจังหวัดที่มี GPP Per Capita ที่สูงและมีการเติบโตค่อนข้างสูง กลุ่มที่ 4 (กลุ่มสีเหลือง) มีจำนวน 23 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัดเพชรบูรณ์ แพร่ แม่ฮ่องสอน กาญจนบุรี ชัยนาท ตรัง นครศรีธรรมราช นครสวรรค์ นราธิวาส ปัตตานี พะเยา พัทลุง พิจิตร ยะลา ระนอง ลำปาง สงขลา สตูล สิงห์บุรี สุพรรณบุรี หนองคาย อ่างทอง และอุตรดิตถ์ เป็นกลุ่มจังหวัดที่มี GPP Per Capita และมีการเติบโตต่ำที่สุดในทุกกลุ่มที่กล่าวมา และสุดท้ายกลุ่มที่ 5 (กลุ่มสีน้ำเงิน) มีจำนวน 4 จังหวัด ประกอบด้วยจังหวัด นนทบุรี ปทุมธานี ปราจีนบุรี และภูเก็ตเป็นกลุ่มจังหวัดที่มี GPP Per Capita ที่ค่อนข้างสูงและมีการเติบโตสูงที่สุด





จากการวิเคราะห์ข้อมูลนี้ ทำให้สังเกตได้ว่ากลุ่มจังหวัดที่มี GPP Per Capita และการเติบโตต่ำสุด คือ กลุ่มที่ 4 (กลุ่มสี่เหลี่ยม) ซึ่งมีจำนวน 23 จังหวัด ดังนั้น ผู้เขียนจึงเลือกกลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อแก้ไข ปัญหาความเหลื่อมล้ำในอนาคต และทำให้เกิดการกระจายตัวของความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในแต่ละ จังหวัด เนื่องจากกลุ่มที่ 4 เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจต่ำที่สุด (รายได้เฉลี่ยต่อประชากรต่ำ) และ การเติบโตทางเศรษฐกิจช้า การพัฒนาจังหวัดเหล่านี้จึงน่าจะเป็นกลุ่มจังหวัดแรกที่เราควรส่งเสริมให้เกิด การพัฒนาระดับคุณภาพชีวิตของประชากรในพื้นที่ ซึ่งจะนำมาสู่การลดความเหลื่อมล้ำในประเทศไทย ได้มากกว่าการยกระดับการพัฒนากลุ่มจังหวัดอื่นๆ การกระจายความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไปยัง กลุ่มที่ 4 จะช่วยสร้างโอกาสให้กับประชากรในพื้นที่เหล่านี้ อาจทำได้โดยการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและ เพิ่มการเข้าถึงบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน การนำดัชนีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ (Spatial Economic Fundamental Index: SEFI) มาวิเคราะห์กลุ่มพื้นที่เพื่อนำไปออกแบบมาตรการทางเศรษฐกิจ ในแต่ละพื้นที่ในจังหวัดต่าง ๆ สามารถทำให้แก้ปัญหาของแต่ละพื้นที่ได้ตรงจุดมากยิ่งขึ้น โดยที่ดัชนี SEFI จะ ประกอบด้วยกลุ่มตัวชี้วัดทั้งหมด 6 กลุ่มหลัก ดังนี้ กลุ่มโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) กลุ่มสาธารณสุข (Public Health) กลุ่มการศึกษา (Education) กลุ่มเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (Economic Stability) กลุ่มความท้าทาย ทางทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Challenges) กลุ่มสิ่งแวดล้อม (Environment) โดยทั่วไปแล้ว ดัชนี SEFI ที่มีค่าดี (สูง) แสดงให้เห็นถึงสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจที่เอื้อต่อการเติบโตและพัฒนาของพื้นที่ นั้น ๆ ซึ่งจะส่งผลให้ GPP Per Capita (ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร) สูงขึ้นตามไปด้วย เพราะมี การสนับสนุนจากปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็งในทุก ๆ ด้าน ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่าง SEFI และ GPP Per Capita จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (นรพัชร อัครวิมล และคณะ, 2566) ซึ่งหมายถึงเมื่อค่าดัชนี SEFI สูงขึ้น จะส่งผลให้ GPP Per Capita สูงขึ้นด้วย และในทางกลับกันเมื่อค่าดัชนี SEFI ต่ำลง GPP Per Capita ก็จะมีแนวโน้มต่ำลงตามไปด้วยเช่นกัน ทั้งนี้ การประยุกต์ใช้ดัชนี SEFI เพื่อพัฒนาพื้นที่จะช่วยชี้ให้เห็นถึง จุดแข็งและจุดอ่อนของพื้นที่ ทำให้สามารถพัฒนาพื้นที่ได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับสถานะของพื้นที่ แต่ละแห่งที่มีความแตกต่างกัน

3. การคาดการณ์ผลกระทบจากการเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ

ในกรณีที่มีการพัฒนาพื้นที่ด้วยนโยบายสาธารณะใดๆก็ตาม เพื่อเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของกลุ่มจังหวัดที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจต่ำสุด (กลุ่มที่ 4) ผู้เขียนทำการศึกษาว่าควรเร่งอัตราการเติบโตศักยภาพของกลุ่มจังหวัดกลุ่มที่ 4 มากเพียงใดจึงจะเพียงพอที่จะทำให้ภาวะความเหลื่อมล้ำโดยรวมของประเทศไทยอย่างน้อยไม่แย่ลงไปกว่าสถานะปัจจุบัน

กรณีแรก ผู้เขียนทดลองเพิ่มอัตราการเติบโตศักยภาพให้กลุ่มจังหวัดเป้าหมายสามารถเติบโตได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5 (กลุ่มที่ 4) เมื่อเพิ่ม CAGR ในจังหวัดกลุ่มเป้าหมาย ในปี 2583 ทำให้แต่ละจังหวัดเกิดการเปลี่ยนแปลงลำดับผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร จังหวัดที่ลำดับเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น ได้แก่ จังหวัดเพชรบูรณ์ แพร่ นครสวรรค์ พะเยา พิจิตร อุตรดิตถ์ จังหวัดที่ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงลำดับ ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส แม่ฮ่องสอน และที่เหลือจังหวัดกาญจนบุรี ชัยนาถ ตรัง นครศรีธรรมราช ปัตตานี พัทลุง ยะลา ระนอง ลำปาง สงขลา สตูล อ่างทอง สุพรรณบุรี หนองคาย สิงห์บุรี มีการเปลี่ยนแปลงลำดับในทิศทางที่ลดลง

กรณีที่สอง กำหนดให้กลุ่มจังหวัดเป้าหมาย (กลุ่มที่ 4) มีอัตราการเติบโตศักยภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.2 เมื่อเพิ่ม CAGR ในจังหวัดกลุ่มเป้าหมาย ในปี 2583 ทำให้แต่ละจังหวัดเกิดการเปลี่ยนแปลงลำดับผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร จังหวัดที่ลำดับเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น ได้แก่ จังหวัดเพชรบูรณ์ แพร่ กาญจนบุรี นครสวรรค์ พะเยา พัทลุง พิจิตร ลำปาง สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อุตรดิตถ์ จังหวัดที่ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงลำดับ ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส แม่ฮ่องสอน และที่เหลือจังหวัดชัยนาท ตรัง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา ระนอง สงขลา สตูล หนองคาย อ่างทอง มีการเปลี่ยนแปลงลำดับในทิศทางที่ลดลง

กรณีที่สาม กำหนดให้กลุ่มจังหวัดเป้าหมาย (กลุ่มที่ 4) มีอัตราการเติบโตศักยภาพเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.6 ทำให้แต่ละจังหวัดเกิดการเปลี่ยนแปลงลำดับผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร จังหวัดที่ลำดับเปลี่ยนแปลงในทิศทางที่ดีขึ้น ได้แก่ จังหวัดเพชรบูรณ์ แพร่ กาญจนบุรี นครสวรรค์ พะเยา พัทลุง พิจิตร ลำปาง สิงห์บุรี สุพรรณบุรี อุตรดิตถ์ อ่างทอง จังหวัดที่ไม่เกิดการเปลี่ยนแปลงลำดับ ได้แก่ จังหวัดนราธิวาส แม่ฮ่องสอน ชัยนาท และที่เหลือจังหวัด ตรัง นครศรีธรรมราช ปัตตานี ยะลา ระนอง สตูล หนองคาย สงขลา มีการเปลี่ยนแปลงลำดับในทิศทางที่ลดลง

จากผลการเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (CAGR) ในกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มที่ 4) พบว่าจังหวัดที่มีการเปลี่ยนแปลงลำดับผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากรที่ดีขึ้นนั้นมีแนวโน้มที่จะยกระดับคุณภาพชีวิตและโอกาสทางเศรษฐกิจของประชากรในพื้นที่ การเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในจังหวัดเหล่านี้จะช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจภายในประเทศ

4. อนาคตของความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจต่ำสุด (กลุ่มที่ 4) คิดเป็นร้อยละ 8.05 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ส่งผลให้เมื่อเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ทำให้สามารถลดความเหลื่อมล้ำได้เล็กน้อย จากการวิเคราะห์แนวโน้มในปัจจุบันหากจังหวัดในกลุ่มเป้าหมายเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจตามที่คาดการณ์ พบว่าเมื่อกำหนดสถานการณ์ให้เพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (CAGR) ในกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 0.5 และ 1.2 ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในปี 2583 อยู่ที่ 0.470 และ 0.462 ตามลำดับ ซึ่งแม้ว่าจะลดลงจากค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีที่คาดการณ์ไว้ในอนาคต (ปี 2583) แต่ยังคงสูงกว่าค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในปี 2565 ทั้งนี้ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจมีแนวโน้มลดลง แต่ในปี 2583 กลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนจึงกำหนดสถานการณ์ให้เพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (CAGR) ในกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 1.6 ในกรณีที่สามส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในปี 2583 อยู่ที่ 0.458 ซึ่งตรงกับค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในปี 2565 ที่มีค่า 0.458 เช่นกัน หากกลุ่มจังหวัดเป้าหมายสามารถเพิ่ม CAGR ได้ตามสถานการณ์ที่ผู้เขียนได้กล่าว จะส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในอนาคตจะลดลงน้อยกว่าหรือเท่ากับค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในปัจจุบัน ดังนั้น ในอนาคตประเทศไทยควรมุ่งเน้นการเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ในจังหวัดกลุ่มเป้าหมายให้มีค่าไม่ต่ำกว่าร้อยละ 1.6 ก็จะสามารถลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในประเทศไทยได้



5. บทสรุป

ประเทศไทยยังคงเผชิญกับความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ จะมีแนวโน้มของค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีที่ลดลงตามค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีตั้งแต่ปี 2549 – 2565 และจากการคาดการณ์ค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในอนาคต ที่คำนวณจากผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากร พบว่ามีแนวโน้มที่ลดลง แต่ในปี 2583 กลับมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจากการคาดการณ์มีค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีอยู่ที่ 0.475 สามารถสะท้อนให้เห็นว่าความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในอนาคตยังคงมีอยู่และสูงขึ้น ซึ่งการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในระยะยาวนี้ถือเป็นความท้าทายที่สำคัญ ในการวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อหัวประชากรและอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ ใช้เทคนิค K-means Clustering ในการวิเคราะห์หากลุ่มเป้าหมายที่มีลักษณะใกล้เคียงกันและจัดกลุ่มจังหวัดในประเทศไทย ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มจังหวัดออกเป็น 5 กลุ่ม โดยกลุ่มที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจต่ำที่สุดและการเติบโตทางเศรษฐกิจช้า ได้แก่ กลุ่มที่ 4 โดยผู้เขียนได้กำหนดสถานการณ์ให้เพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (CAGR) พบว่าค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีมีค่าลดลง แต่ยังคงมีค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีที่มีค่ามากกว่าปี 2565 ผู้เขียนจึงกำหนดสถานการณ์ให้เพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (CAGR) ในกลุ่มเป้าหมายร้อยละ 1.6 ส่งผลให้ค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในปี 2583 ตรงกับค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีในปี 2565 แสดงถึงในอนาคตหากประเทศไทยสามารถเพิ่มอัตราการเติบโตเศรษฐกิจได้สำเร็จ ค่าสัมประสิทธิ์จีดีพีกลับมามีค่าเท่ากับหรือน้อยกว่าในปัจจุบัน จะสามารถช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตและลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ

อย่างไรก็ตาม การเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเป็นเป้าหมายสำคัญที่จะทำให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น การสนับสนุนการเกษตรที่ยั่งยืนและการพัฒนาพื้นที่ชนบทก็เป็นสิ่งสำคัญในการลดความเหลื่อมล้ำและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจที่เป็นธรรมและยั่งยืนในระยะยาว นอกจากนี้ การเพิ่มอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจต้องอาศัยนโยบายที่เหมาะสม โดยใช้ดัชนี SEFI ในการวิเคราะห์และวางแผนเพื่อออกแบบนโยบายที่มีประสิทธิภาพ เช่น การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การส่งเสริมนวัตกรรม และการลงทุนในพื้นที่ชนบท ซึ่งจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำในระยะยาว



เอกสารอ้างอิง

- นรพัชร อัครวัลลภ และคณะ. (2565). อนาคตเศรษฐกิจภูมิภาคและความเหลื่อมล้ำของไทย. วารสารการเงินการคลัง. <http://www.fpojjournal.com/thailand-economic/>
- นรพัชร อัครวัลลภ และคณะ. (2566). ดัชนีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ (Spatial Economic Fundamentals Index, SEFI) : การบูรณาการข้อมูลขนาดใหญ่ด้วย Big Data Analytics. วารสารการเงินการคลัง. <http://www.fpojjournal.com/sefi/>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). รายงานการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553 – 2583 (ฉบับปรับปรุง). (ครั้งที่ 1). บริษัท อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด. [https://social.nesdc.go.th/social/Portals/0/Documents/รายงานการคาดประมาณ ประชากรของประเทศไทย พศ 2553 – 2583 \(ฉบับ_2315.pdf](https://social.nesdc.go.th/social/Portals/0/Documents/รายงานการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พศ 2553 – 2583 (ฉบับ_2315.pdf)
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). ผลิตภัณฑ์ภาคและจังหวัดแบบปริมาณลูกโซ่ ฉบับ พ.ศ. 2565. https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=15104&filename=gross_regional
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2566, 20 เมษายน). สัมประสิทธิ์ความไม่เสมอภาค (Gini coefficient) ของรายจ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค จำแนกตามภาค พ.ศ. 2531 – 2565. https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/statistics_and_indicators?order=&search=&impt_side=&impt_branch=309&impt_group=4008&impt_subgroup=&year=&announcement_date=



GO GREEN

GO BLUE

สร้างโลกที่สมดุลและยั่งยืน



EXIM Contact Center 0 2169 9999

กล้า พัฒนาเพื่อคนไทย

ภาษีบ้านเกิดและภาษีบ้านอยู่ : ทางเลือกใหม่ รายได้ท้องถิ่น?

บทความโดย

อรกัญญา เตชะไพบูลย์

มัทยา บุตรงาม

จิตมาศ แสงสุวรรณ

ดิศณวัฒน์ เดิมบางชัน

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทนำ

การกระจายอำนาจทางการคลังไปสู่ท้องถิ่นเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการนโยบายสาธารณะ และสะท้อนความเป็นอิสระขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางการคลังขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยมีการวัดจากสัดส่วนรายได้ท้องถิ่นต่อรายได้รวมของรัฐบาล ซึ่งสัดส่วนดังกล่าวมีแนวโน้มทรงตัวในระดับต่ำกว่าเป้าหมายที่กำหนด สะท้อนถึงลักษณะโครงสร้างรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในปัจจุบันที่มีความเปราะบาง เนื่องจากยังคงต้องพึ่งพารายได้เงินอุดหนุนจากรัฐบาลในส่วนกลางเป็นหลัก นอกจากนี้ในส่วนของรายได้ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บเอง

ในบางท้องถิ่นยังคงมีศักยภาพในการจัดหารายได้ที่ต่ำ และยังได้รับความเสี่ยงจากการดำเนินนโยบายของรัฐบาล รวมถึงสถานการณ์เศรษฐกิจมหภาคในภาพรวมของประเทศ ดังนั้น การสำรวจเพื่อแสวงหาแหล่งรายได้ใหม่เพิ่มเติมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีความจำเป็นและสำคัญเร่งด่วนเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประเทศและเสริมสร้างความมั่นคงยั่งยืนให้การคลังท้องถิ่นไทยในระยะต่อไป

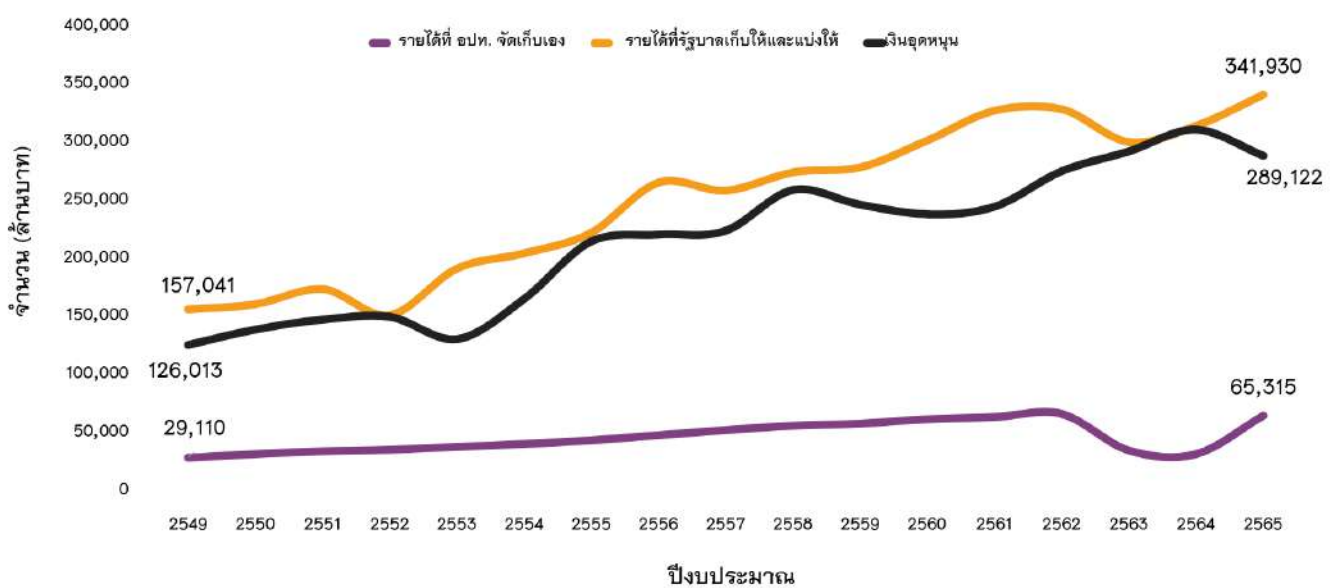
บทความนี้ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจแหล่งรายได้ใหม่เพิ่มเติมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในไทย โดยถอดบทเรียนจากภาษีท้องถิ่นที่จัดเก็บในประเทศญี่ปุ่น ซึ่งประสบความสำเร็จในการใช้แนวคิดนอกรอบมาปรับใช้เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้เสียภาษีสามารถเลือกที่จะบริจาคภาษีไปให้ยังท้องถิ่นที่ต้องการได้โดยตรง โดยภาษีบ้านเกิด (Hometown Tax) เริ่มใช้ตั้งแต่ปี 2551 และดำเนินการควบคู่กับการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัย (Inhabitant Tax) หรืออาจเรียกอย่างไม่เป็นทางการว่าภาษีบ้านอยู่ ซึ่งดำเนินการมาอยู่ก่อนแล้วตั้งแต่ปี 2497 เพื่อเป็นการวิเคราะห์โอกาสและความท้าทาย และสรุปความเป็นไปได้หรือเสนอเงื่อนไขที่เหมาะสมในการพิจารณานำภาษีบ้านอยู่และภาษีบ้านเกิดมาปรับใช้ในบริบทท้องถิ่นไทย



องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในไทยจำเป็นต้องเพิ่มรายได้จัดเก็บเอง

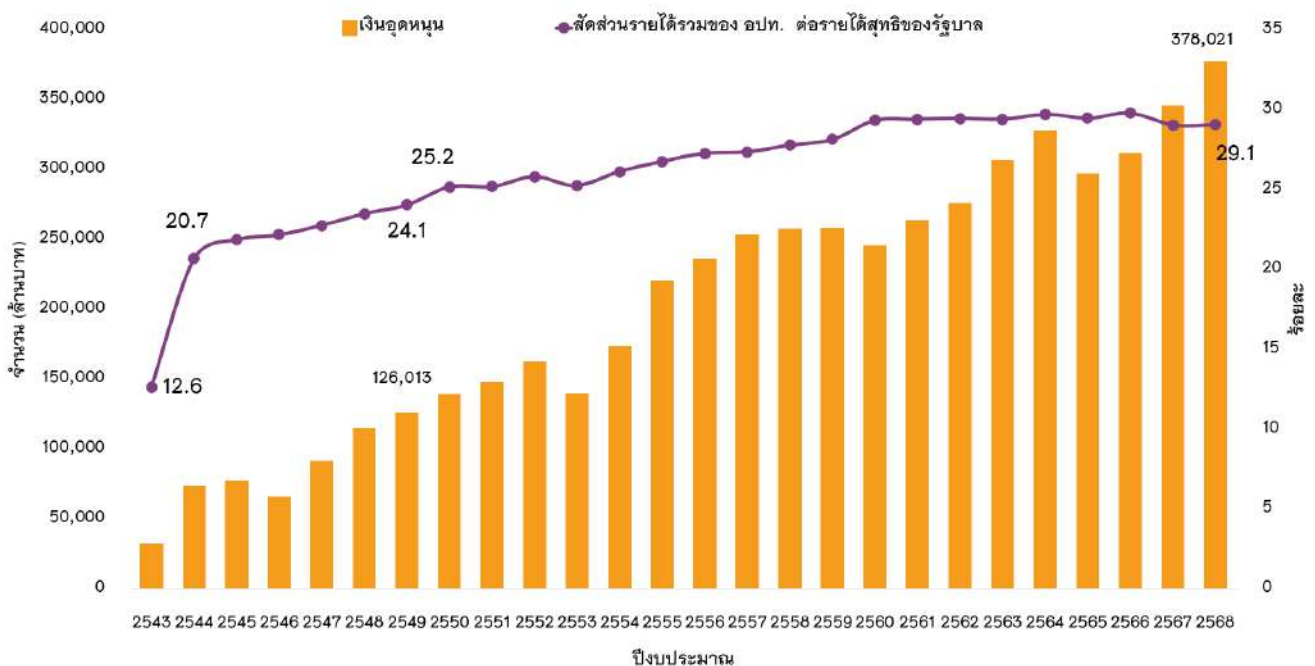
ในเชิงรัฐศาสตร์ แนวคิดการกระจายอำนาจการปกครองจากส่วนกลางไปสู่ส่วนท้องถิ่นเริ่มเกิดขึ้นเป็นรูปธรรมในประเทศไทยในปี 2540 เมื่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 กำหนดว่า “รัฐต้องกระจายอำนาจให้ท้องถิ่นพึ่งตนเอง และตัดสินใจในกิจการท้องถิ่นได้เอง พัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น และระบบสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานสารสนเทศในท้องถิ่นให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศ รวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้น”

ในเชิงเศรษฐศาสตร์การคลัง แนวคิดการกระจายอำนาจทางการคลังเกิดขึ้นเป็นรูปธรรมในประเทศไทยในช่วงปี 2542 เมื่อพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 มีผลบังคับใช้ โดยมีการกำหนดสัดส่วนรายได้ท้องถิ่นต่อรายได้รัฐบาลเป็นเป้าหมายอย่างชัดเจน โดยในภายหลังได้มีการปรับเป้าหมายดังกล่าวในพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2549 มาตรา 30 (4) กำหนดให้การจัดสรรภาษีและอากร เงินอุดหนุน และรายได้อื่นให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้สอดคล้องกับการดำเนินการตามอำนาจและหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละประเภทอย่างเหมาะสม โดยมีเป้าหมายให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีรายได้คิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้สุทธิของรัฐบาลไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 โดยมีจุดมุ่งหมายที่จะให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นคิดเป็นสัดส่วนต่อรายได้สุทธิของรัฐบาลในอัตราไม่น้อยกว่าร้อยละ 35 และการจัดสรรเงินอุดหนุนมีจำนวนไม่น้อยกว่าเงินอุดหนุนที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นได้รับจัดสรรในปีงบประมาณ พ.ศ. 2549



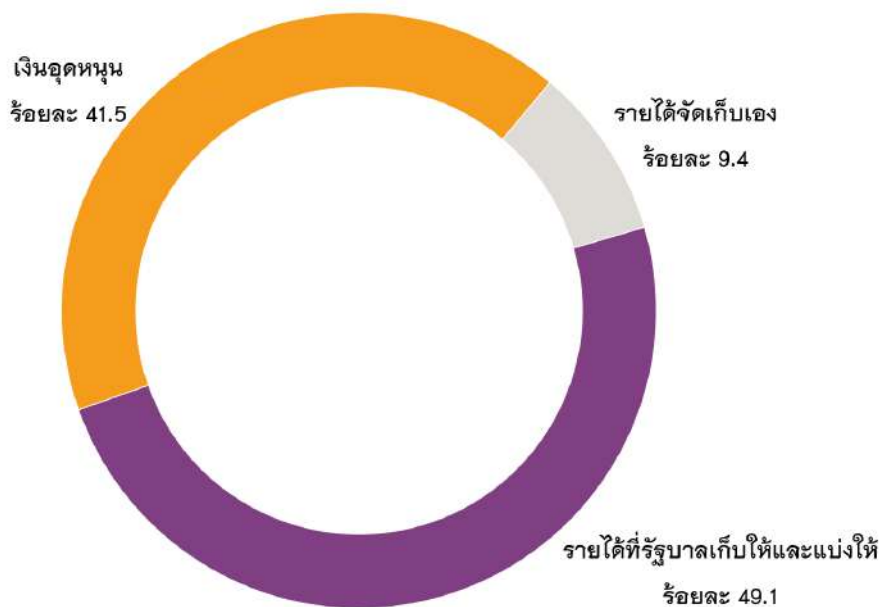
ภาพที่ 1 : รายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นช่วงระหว่างปี 2549 – 2565
ที่มา : กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

จากข้อมูลรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาพรวม ช่วงระหว่างปี 2549 - 2565 พบว่า นับตั้งแต่ที่มีการบังคับใช้พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 ที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2549 รายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในภาพรวมมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องและรายได้ในแต่ละปีรวมถึงเงินอุดหนุนมีจำนวนมากกว่าที่ได้รับการจัดสรรในปีงบประมาณ พ.ศ. 2549 โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีรายได้จัดเก็บเองเฉลี่ยอยู่ที่ 46,724 ล้านบาท รายได้ที่รัฐบาลเก็บให้และแบ่งให้เฉลี่ยอยู่ที่ 250,498 ล้านบาท และเงินอุดหนุนเฉลี่ยอยู่ที่ 216,540 ล้านบาท



ภาพที่ 2 : เป้าหมายสัดส่วนรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อรายได้สุทธิของรัฐบาลระหว่างปี 2543 - 2568
ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานประมาณการส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น

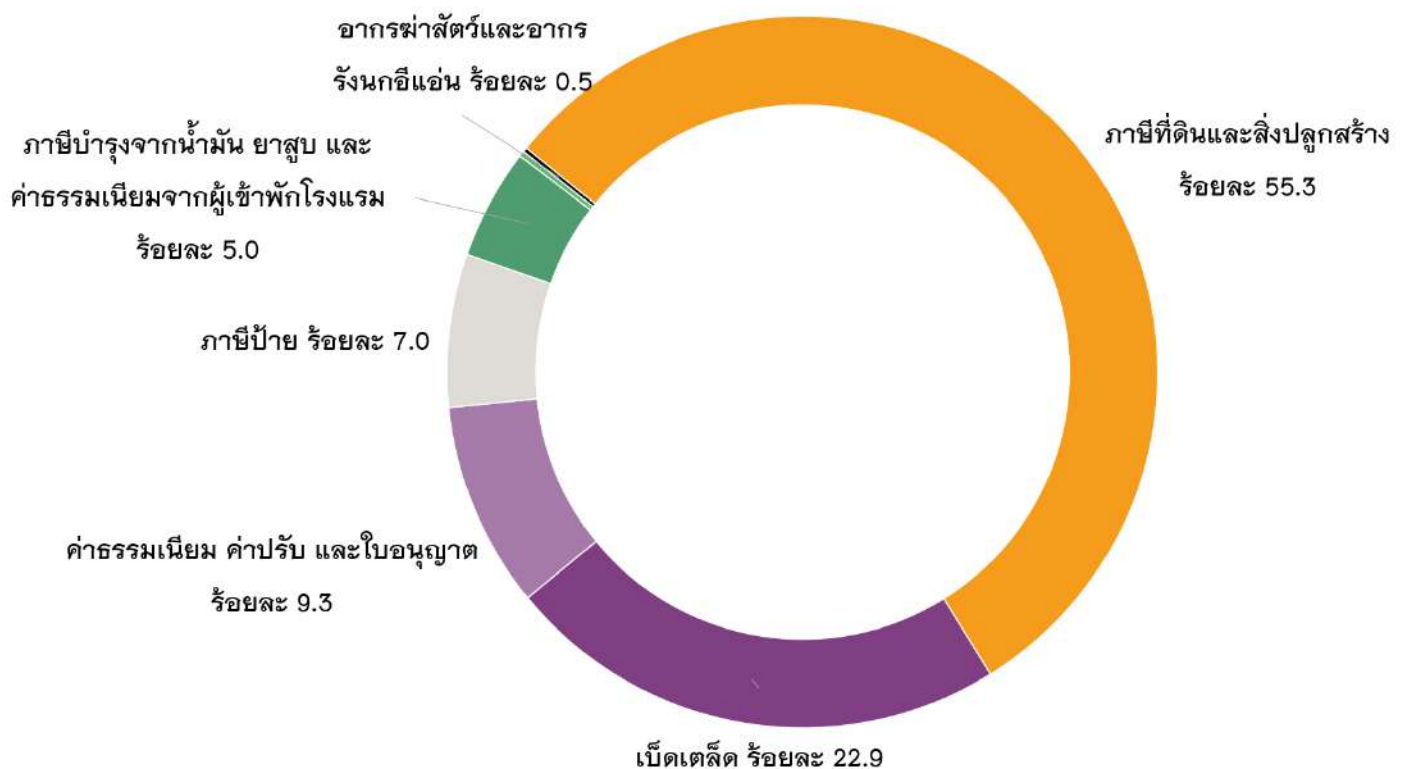
ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสัดส่วนรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อรายได้รัฐบาลพบว่า ในช่วงต้นของการกระจายอำนาจการคลังไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สัดส่วนดังกล่าวมีการปรับขึ้นอย่างชัดเจน แต่ในระยะหลังจนถึงปัจจุบันสัดส่วนรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อรายได้รัฐบาลในแต่ละปีเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยและมีแนวโน้มทรงตัวอยู่ในกรอบร้อยละ 29.0 - 30.0



ภาพที่ 3 : สัดส่วนรายได้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ปี 2565
ที่มา : กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณา สัดส่วนของรายได้องค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นในแต่ละประเภทพบว่า องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมี สัดส่วนของรายได้จัดเก็บเองค่อนข้างน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้ ที่รัฐบาลเก็บให้และแบ่งให้ และ เงินอุดหนุน โดยคิดเป็นสัดส่วนต่อ รายได้รวมองค์กรปกครองส่วน ท้องถิ่นเพียงร้อยละ 9.4 ขณะที่ มี สัดส่วนรายได้ที่รัฐบาลเก็บให้และ แบ่งให้ที่ร้อยละ 49.1 และเงิน อุดหนุนที่ร้อยละ 41.5

ด้วยเหตุนี้ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงยังมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพารายได้จากรายได้ที่รัฐบาล เก็บให้และแบ่งให้ และเงินอุดหนุนที่ได้รับจัดสรรในแต่ละปีอยู่มาก ส่งผลให้การดำเนินการจัดให้มีบริการ สาธารณะในพื้นที่อาจยังต้องเผชิญข้อจำกัดและยังไม่อยู่ในลักษณะที่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อ ตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการในแต่ละพื้นที่ขององค์กรปกครองท้องถิ่น



ภาพที่ 4 : สัดส่วนรายได้ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจัดเก็บเอง ปี 2565
ที่มา : กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น

เมื่อพิจารณาในเชิงลึกถึงรายละเอียดรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเฉพาะในส่วนที่จัดเก็บเอง จะพบว่า มากกว่าครึ่งเป็นการพึงพารายได้จากภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562 ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนกว่าร้อยละ 55.3 โดยรายได้จากแหล่งอื่นมีสัดส่วนค่อนข้างน้อย ได้แก่ รายได้เบ็ดเตล็ดร้อยละ 22.9 ค่าธรรมเนียม ค่าปรับ และใบอนุญาตร้อยละ 9.3 ภาษีป้ายร้อยละ 7.0 ภาษีบำรุงจากน้ำมัน ยาสูบ และค่าธรรมเนียมจากผู้เข้าพักโรงแรมร้อยละ 5.0 และอากรฆ่าสัตว์และอากรรั้งนกอีแอ่นรวมกันร้อยละ 0.5

การพึงพารายได้จัดเก็บเองจากภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ซึ่งเป็นแหล่งรายได้ตามกฎหมายที่ค่อนข้างใหม่เป็นหลัก แม้คาดว่าจะช่วยยกระดับศักยภาพของท้องถิ่นให้สามารถจัดเก็บรายได้อย่างเต็มเม็ดเต็มหน่วยได้แต่ในช่วงต้น อาจต้องเผชิญกับความท้าทายในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการตีความกฎหมาย รวมถึงการนำหลักเกณฑ์และวิธีการไปสู่การปฏิบัติ ประกอบกับทันทีหลังจากที่กฎหมายฉบับนี้มีผลบังคับใช้ ได้เกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ส่งผลให้รัฐบาลเล็งเห็นถึงความจำเป็นเหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจและเพื่อเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน จึงได้ประกาศลดภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างลงร้อยละ 90 ในปี 2563 และ 2564 และร้อยละ 15 ในปี 2566 ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสูญเสียรายได้ในส่วนที่จัดเก็บเองลงอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนถึงความเสี่ยงจากนโยบายรัฐบาลในแต่ละช่วงที่อาจมีผลกระทบโดยตรงต่อการจัดเก็บรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ดังนั้น เช่นเดียวกับการดำเนินนโยบายการคลังในมิติมหภาคเพื่อให้เกิดความมั่นคงทางการคลัง การดำเนินนโยบายในมิติการคลังท้องถิ่นจึงมีความจำเป็นต้องสำรวจช่องทางการขยายฐานภาษีและการจัดหาแหล่งรายได้ใหม่ เพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและเพียงพอต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละพื้นที่ อีกทั้งหากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถพึงพารายได้ที่จัดเก็บเองได้มากขึ้น จะทำให้สามารถมีอิสระทางการคลังและบริหารจัดการการคลังท้องถิ่นเพื่อบ่มงู่ความยั่งยืนทางการคลังได้



ภาษีเพื่อการอยู่อาศัยในประเทศญี่ปุ่น

ภาษีเพื่อการอยู่อาศัยเป็นภาษีที่จัดเก็บตั้งแต่ปี 2497 เพื่อทดแทนรายได้จากการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax) ที่ได้ยกเลิกการจัดเก็บไป¹ โดยภาษีเพื่อการอยู่อาศัยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อาศัยอยู่ในอาณาเขตของท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกับรัฐบาลท้องถิ่นในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดบริการสาธารณะในท้องถิ่นนั้น² เช่น การศึกษา สวัสดิการ บริการดับเพลิง/ฉุกเฉิน การกำจัดขยะ โดยผู้เสียภาษีจะต้องชำระภาษีเพื่อการอยู่อาศัยต่อเทศบาลที่อยู่อาศัยและจังหวัดที่เทศบาลนั้นตั้งอยู่ โดยภาษีเพื่อการอยู่อาศัยจะจัดเก็บจากบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่อยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดนั้น ณ วันที่ 1 มกราคมของทุกปี

การจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยของประเทศญี่ปุ่นในแต่ละปี สำหรับบุคคลธรรมดาจะคำนวณจากรายได้ที่ได้รับจากการดำเนินงานตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 31 ธันวาคมของปีก่อนหน้า รวมกับรายได้ผลตอบแทนจากดอกเบี้ย เงินปันผล และผลกำไรที่เกิดจากการโอนหลักทรัพย์การลงทุน โดยหลังหักรายการลดหย่อนรายได้แล้วนำมาคูณด้วยอัตราภาษีร้อยละ 10 ซึ่งสามารถหักลดหย่อนจำนวนเงินภาษีที่ต้องชำระได้ แล้วจึงนำมารวมกับภาระภาษีที่ต้องจ่ายเพิ่มต่อคน ซึ่งมีรายละเอียดอัตราการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยและภาระภาษีที่ต้องจ่ายเพิ่มต่อคน ดังนี้³

ประเภทภาษีที่ต้องชำระ	อัตราภาษี ¹	ภาระภาษีที่ต้องจ่ายเพิ่มต่อคน
ภาษีเพื่อการอยู่อาศัยระดับจังหวัด	ร้อยละ 4	1,000 เยน
ภาษีเพื่อการอยู่อาศัยระดับเทศบาล	ร้อยละ 6	3,000 เยน
ภาษีสิ่งแวดล้อมป่าไม้ ²	-	1,000 เยน
รวม	ร้อยละ 10	5,000 เยน

ตารางที่ 1 : อัตราภาษีเพื่อการอยู่อาศัยสำหรับบุคคลธรรมดา

- หมายเหตุ : 1. อัตราภาษี หมายถึง ร้อยละของจำนวนเงินที่ต้องเสียภาษี โดยคำนวณจากรายได้ทั้งหมด - รายได้ที่ได้รับการลดหย่อน = จำนวนเงินที่ต้องเสียภาษี
2. ภาษีสิ่งแวดล้อมป่าไม้ หมายถึง ภาษีที่ท้องถิ่นจัดเก็บเพื่อจัดการและพัฒนาสิ่งแวดล้อมป่าไม้ โดยเก็บเพิ่มจากภาษีเพื่อการอยู่อาศัยในอัตราคนละ 1,000 เยน⁴

1 รูปแบบและการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณีประเทศญี่ปุ่น, สถาบันพระปกเกล้า, https://www.kpi.ac.th/media_kpiacth/pdf/M10_210.pdf

2 Guide to Metropolitan Taxes 2022, <https://www.tax.metro.tokyo.lg.jp/book/guidebookgaigo/guidebook2022e.pdf>

3 Residence Tax in Japan, An Easy Guide 2024, <https://mailmate.jp/blog/understand-residence-tax-in-japan>

4 Forest Environment Tax: Constantly Review Allocation of Revenue Based on Actual Situation, The Japan News, <https://japannews.yomiuri.co.jp/editorial/yomiuri-editorial/20240531-189354/>

ขั้นตอนที่ 1	จำนวนรายได้ทั้งหมด - รายได้ที่ได้รับการลดหย่อน = จำนวนเงินที่ต้องเสียภาษี
ขั้นตอนที่ 2	(จำนวนเงินที่ต้องเสียภาษี * อัตราภาษีร้อยละ 10) - จำนวนเงินภาษีที่หักลดหย่อนได้ = จำนวนภาษีเงินได้
ขั้นตอนที่ 3	จำนวนภาษีเงินได้ + ภาระภาษีที่ต้องจ่ายเพิ่มต่อคน (5,000 เยน) = จำนวนภาษีเพื่อการอยู่อาศัยสำหรับบุคคลธรรมดา

ตารางที่ 2 : หลักเกณฑ์การคำนวณภาษีเพื่อการอยู่อาศัยสำหรับบุคคลธรรมดา

สำหรับนิติบุคคล การจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัย แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ จัดเก็บเป็นร้อยละจากจำนวนภาษีนิติบุคคล และจัดเก็บเป็นเงินก้อนคงที่ ซึ่งการจัดเก็บจากร้อยละของจำนวนภาษีนิติบุคคลจะคำนวณด้วยการนำรายได้ที่ต้องเสียภาษีคูณกับอัตราภาษีนิติบุคคล และหักลบจำนวนเครดิตภาษีแล้ว คูณด้วยอัตราภาษีเพื่อการอยู่อาศัยร้อยละ 7.0 (ระดับจังหวัดร้อยละ 1.0 และระดับเทศบาลร้อยละ 6.0) ส่วนการจัดเก็บเป็นเงินก้อนคงที่จะจัดเก็บตามขนาดของนิติบุคคล โดยในระดับจังหวัดและระดับเทศบาลมีการกำหนดภาระภาษีตามจำนวนเงินทุนจดทะเบียน ซึ่งภาระภาษีจะอยู่ระหว่าง 70,000 เยน (ในกรณีที่มูลค่าทุนจดทะเบียนไม่เกิน 10 ล้านบาท) ถึง 3.8 ล้านบาท (ในกรณีที่มูลค่าทุนจดทะเบียนเกิน 5 พันล้านบาท) นอกจากนี้ ในระดับเทศบาลยังพิจารณาตามจำนวนพนักงาน โดยกรณีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน ภาระภาษีจะอยู่ระหว่าง 50,000 เยน ถึง 410,000 เยน ขณะที่กรณีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คน ภาระภาษีจะอยู่ระหว่าง 120,000 เยน ถึง 3 ล้านบาท ทั้งนี้ จำนวนภาษีเพื่อการอยู่อาศัยที่แท้จริงจะถูกกำหนดโดยหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง ซึ่งมีรายละเอียดอัตราการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยและภาระภาษีส่วนเงินก้อนคงที่ ดังนี้⁵

ประเภทภาษีที่ต้องชำระ	อัตราภาษี ¹	ภาระภาษีส่วนเงินก้อนคงที่	
ภาษีเพื่อการอยู่อาศัยระดับจังหวัด	ร้อยละ 1	20,000 – 800,000 เยน	
ภาษีเพื่อการอยู่อาศัยระดับเทศบาล	ร้อยละ 6	50,000 – 3,000,000 เยน	
		กรณีจำนวนพนักงานไม่เกิน 50 คน	กรณีจำนวนพนักงานมากกว่า 50 คน
		50,000 – 410,000 เยน	120,000 – 3,000,000 เยน
รวม	ร้อยละ 7	70,000 – 3,800,000 เยน	

ตารางที่ 3 : อัตราภาษีเพื่อการอยู่อาศัยสำหรับนิติบุคคล

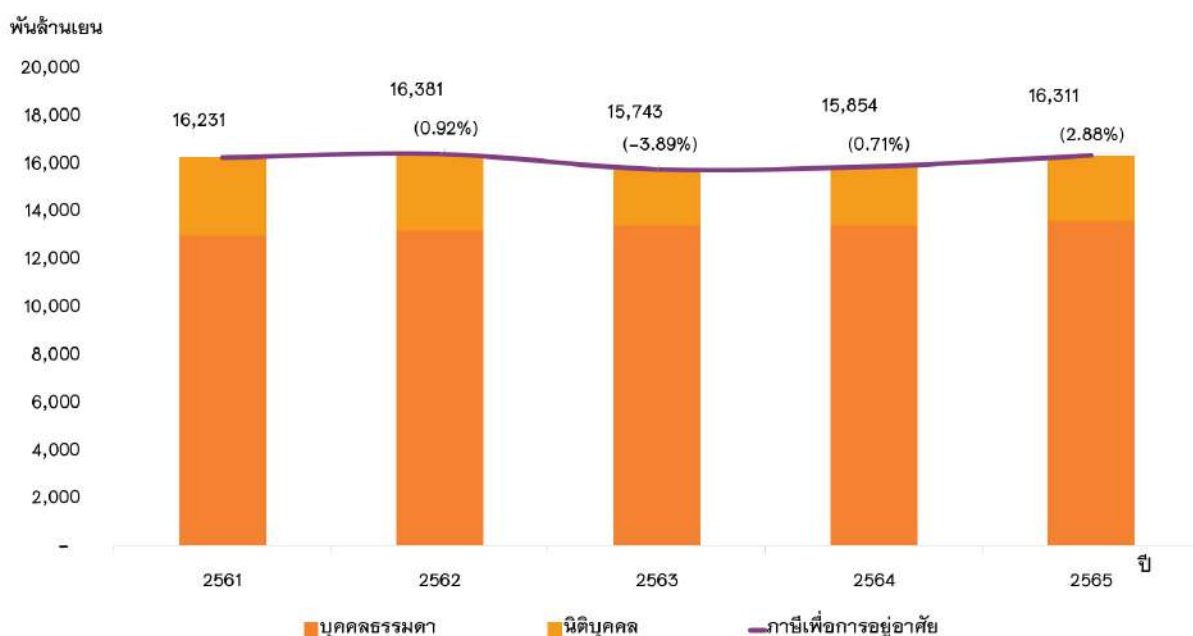
หมายเหตุ : 1. อัตราภาษี หมายถึง อัตราภาษีใหม่สำหรับปีบัญชีธุรกิจ ที่เริ่ม ณ วันที่ 1 ตุลาคม 2562 เป็นต้นไป โดยคิดเป็นร้อยละของจำนวนภาษีนิติบุคคล

⁵ Corporate – Taxes on corporate income, <https://taxsummaries.pwc.com/japan/corporate/taxes-on-corporate-income>

ขั้นตอนที่ 1	รายได้ทั้งหมด - ต้นทุนทั้งหมด = รายได้ที่ต้องเสียภาษี
ขั้นตอนที่ 2	(รายได้ที่ต้องเสียภาษี * อัตราภาษีนิติบุคคล) - จำนวนเครดิตภาษี = จำนวนภาษีนิติบุคคล
ขั้นตอนที่ 3	(จำนวนภาษีนิติบุคคล * อัตราภาษีร้อยละ 7) + ภาระภาษีส่วนเงินก้อนคงที่ = จำนวนภาษีเพื่อการอยู่อาศัยสำหรับนิติบุคคล

ตารางที่ 4 : หลักเกณฑ์การคำนวณภาษีเพื่อการอยู่อาศัยสำหรับนิติบุคคล

ในส่วนวิธีการชำระภาษีเพื่อการอยู่อาศัย สามารถชำระได้ 2 วิธี คือ การชำระแบบธรรมดา ซึ่งสามารถชำระภาษีที่สำนักงานเทศบาลตามที่มีหนังสือแจ้งการชำระภาษีส่งให้ และในส่วนของผู้จ้างที่ได้รับเงินเดือน มักชำระด้วยวิธีการแบบพิเศษ โดยบริษัทจะหักชำระภาษีจากเงินเดือนส่งให้สำนักงานเทศบาล ข้อแตกต่างที่สำคัญระหว่างการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยเป็นภาระภาษีต่อคนหรือเป็นเงินก้อนคงที่กับอัตราที่คำนวณเป็นร้อยละ คือบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลจะชำระอัตราภาษีเป็นร้อยละเมื่อมีรายได้เข้าเกณฑ์ที่ต้องชำระภาษีให้กับประเทศเท่านั้น ในขณะที่ภาระภาษีที่เก็บเป็นเงินก้อนคงที่จะจัดเก็บเป็นจำนวนเท่ากัน ทั้งนี้ บุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่อาศัยอยู่ในพื้นที่นั้น ๆ ในประเทศญี่ปุ่น ณ วันที่ 1 มกราคม และมีรายได้ในปีก่อนหน้า ยังจำเป็นต้องชำระภาษีเพื่อการอยู่อาศัย แม้ว่าในปีต่อมาจะมีรายได้ลดลงหรือว่างงาน หรือกรณีนิติบุคคลที่ขาดทุน ดังนั้น ภาระภาษีต่อหัวที่จัดเก็บเป็นเงินก้อน จึงมีลักษณะที่ชัดเจนว่าเป็นค่าธรรมเนียมสมาชิกที่จ่ายในฐานะสมาชิกของชุมชนท้องถิ่นนั้น



ภาพที่ 5 : รายได้จากภาษีเพื่อการอยู่อาศัยของประเทศญี่ปุ่นช่วงระหว่างปี 2561 - 2565
ที่มา : Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2024 (Tax Revenue Buoyancy in Asia 1990-2022), OECD

รายได้ภาษี (หน่วย : พันล้านบาท)		2560	2561	2562	2563	2564
(1)	รายได้ภาษีเพื่อการอยู่อาศัย	15,833	16,231	16,381	15,743	15,854
(2)	รายได้ภาษีที่ท้องถิ่นจัดเก็บเอง	39,904	40,751	41,211	40,826	42,409
(3)	สัดส่วนต่อรายได้ภาษีที่ท้องถิ่นจัดเก็บเอง [$(3) = \% (1) \div (2)$]	39.7%	39.8%	39.7%	38.6%	37.4%
(4)	รายได้ภาษีทั้งหมด	171,805	175,564	175,432	177,321	187,904
(5)	สัดส่วนภาษีเพื่อการอยู่อาศัยต่อรายได้ภาษีทั้งหมด [$(5) = \% (1) \div (4)$]	9.2%	9.2%	9.3%	8.9%	8.4%

ตารางที่ 5 : สัดส่วนรายได้จากภาษีเพื่อการอยู่อาศัยของประเทศญี่ปุ่น ช่วงระหว่างปี 2560 – 2564
ที่มา : Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2024 (Tax Revenue Buoyancy in Asia 1990–2022) and Global Revenue Statistics Database (2023), OECD

เมื่อพิจารณาข้อมูลรายได้จากการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยย้อนหลัง 5 ปีของประเทศญี่ปุ่นพบว่า ประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มที่จะจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 ได้ส่งผลให้การจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยลดลงในปี 2563 อยู่ที่ 15,743 พันล้านบาท จาก 16,381 พันล้านบาทในปีก่อนหน้า แต่รายได้จากการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยในปี 2564 ได้กลับมาเพิ่มขึ้นเป็น 15,854 พันล้านบาท และเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็น 16,311 พันล้านบาท ในปี 2565 ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาสัดส่วนของรายได้จากภาษีเพื่อการอยู่อาศัยพบว่า รายได้จากการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยจากบุคคลธรรมดาสูงกว่ารายได้จากการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยจากนิติบุคคลอย่างชัดเจน โดยค่าเฉลี่ยการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยอยู่ที่ 16,104 พันล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยภาษีเพื่อการอยู่อาศัยจากบุคคลธรรมดาเฉลี่ยอยู่ที่ 13,292 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 82.5 และภาษีเพื่อการอยู่อาศัยจากนิติบุคคลเฉลี่ยอยู่ที่ 2,812 พันล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 17.5 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลสัดส่วนรายได้จากการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยของประเทศญี่ปุ่น ในช่วงระหว่างปี 2560 – 2564 เปรียบเทียบกับรายได้ภาษีที่ท้องถิ่นจัดเก็บเองพบว่า สัดส่วนอยู่ระหว่างร้อยละ 37.4 – 39.8 และพบว่า สัดส่วนรายได้จากการจัดเก็บภาษีเพื่อการอยู่อาศัยเปรียบเทียบกับรายได้จากภาษีทั้งหมดของรัฐบาลประเทศญี่ปุ่นอยู่ระหว่างร้อยละ 8.4 – 9.3 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของรายได้จากภาษีเพื่อการอยู่อาศัยอย่างชัดเจน





ภาษีบ้านเกิดในประเทศญี่ปุ่น

ภาษีบ้านเกิดในประเทศญี่ปุ่น เริ่มต้นขึ้นในปี 2551 เนื่องจากรัฐบาลต้องการหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำระหว่างเขตชนบทและเขตเมือง จึงได้นำแนวคิดที่เรียกว่า ฟุรุซาโตะ โนะเซอิ (Furusato Nozei)⁶ หรือภาษีบ้านเกิด เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาความเหลื่อมล้ำดังกล่าว โดยแนวคิดภาษีบ้านเกิด เป็นการสร้างแรงจูงใจให้ผู้เสียภาษีเพื่อการอยู่อาศัยบริจาดเงินให้กับรัฐบาลท้องถิ่น เพื่อแลกกับสิทธิประโยชน์ ด้านการลดหย่อนภาษี (Tax Deduction) และผู้บริจาดจะได้รับของขวัญตอบแทน (Thank You Gift) จากเทศบาลที่เลือกส่งภาษีบ้านเกิดให้ ซึ่งมีมูลค่าสูงสุดได้ถึงร้อยละ 30 ของจำนวนเงินบริจาดอีกด้วย

ปีงบประมาณของประเทศญี่ปุ่น เริ่มต้นในเดือนเมษายน และชาวญี่ปุ่นจะต้องยื่นแบบแสดงรายการภาษีเงินได้ภายในกลางเดือนมีนาคมของปีถัดไป เพื่อคำนวณและกำหนดจำนวนรายได้ที่เกิดขึ้นในช่วงปีตั้งแต่วันที่ 1 มกราคมถึงวันที่ 31 ธันวาคม รวมถึงจำนวนภาษีเงินได้ที่เรียกเก็บจากรายได้ดังกล่าว นอกจากนี้ยังสามารถยื่นแบบแสดงรายการหักลดหย่อนภาษีบ้านเกิดที่จ่ายไปในปีที่แล้วได้ โดยขั้นตอนแรก คือ ผู้บริจาดต้องตรวจสอบจำนวนเงินสูงสุดที่สามารถส่งภาษีบ้านเกิดให้ท้องถิ่นได้ ซึ่งขึ้นกับจำนวนรายได้ของบุคคลนั้น หลังจากนั้นผู้บริจาดจะต้องเลือกพื้นที่ในการบริจาด ซึ่งสามารถเลือกบริจาดให้ท้องถิ่นที่อาศัยอยู่หรือท้องถิ่นอื่นได้เช่นกัน โดยสามารถเลือกบริจาดให้ท้องถิ่นได้ไม่เกิน 5 แห่ง และขั้นตอนสุดท้ายคือ นำใบเสร็จจากการนำส่งภาษีที่บริจาดมาใช้ลดหย่อนภาษีในปีต่อไป

6 Hometown Tax : ภาษี (รัก) บ้านเกิด ลดภาษี ได้ของขวัญ เพิ่มรายได้ท้องถิ่น โดย วริ รัชนิกร, https://www.creative-thailand.org/article-read?article_id=33198

การบริจาคภาษีบ้านเกิด ผู้บริจาคต้องบริจาคเป็นเงินเท่านั้น หากบริจาคเป็นสิ่งของหรือทรัพย์สินอย่างอื่น ผู้บริจาคจะไม่สามารถนำมูลค่าของทรัพย์สินที่บริจาคมาหักค่าใช้จ่ายหรือหักลดหย่อนภาษีได้ อย่างไรก็ตาม ไม่มีการกำหนดจำนวนเงินบริจาคขั้นต่ำ หากผู้เสียภาษีบริจาคมากกว่า 2,000 เยนต่อปีขึ้นไป จะสามารถนำไปหักลดหย่อนภาษีเงินได้และภาษีเพื่อการอยู่อาศัยได้ โดยมีวิธีการคำนวณตามที่กฎหมายกำหนด แต่รวมกันแล้วต้องไม่เกินร้อยละ 20 ของจำนวนภาษีเพื่อการอยู่อาศัยที่ต้องชำระ



การดำเนินนโยบายภาษีบ้านเกิดในประเทศญี่ปุ่นถือว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง สาเหตุหนึ่งมาจากระบบภาษีของประเทศญี่ปุ่นที่มีความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ จึงทำให้ประชาชนมีแรงจูงใจในการบริจาคมากขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์โดยเฉพาะท้องถิ่นที่อยู่ในเขตชนบทที่มีขนาดเล็กในการนำเงินบริจาคไปใช้พัฒนาหรือแก้ไขปัญหาในท้องถิ่นได้ ไม่ว่าจะเป็นกรณีการเกิดภัยพิบัติหรือการจัดการบริการสาธารณะในท้องถิ่นนั้น นอกจากนี้ การนำสิ่งของที่มีมูลค่าหรือมีชื่อเสียงมาเป็นของขวัญในการสร้างแรงจูงใจในการบริจาค ก็เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างความมั่นใจให้ผู้บริจาคได้เช่นกันว่าจะได้รับของขวัญตอบแทนที่มีคุณภาพและมาจากแหล่งผลิตโดยตรงอย่างแท้จริง

ทั้งนี้ การที่หน่วยงานท้องถิ่นซื้อผลผลิตของประชาชนในพื้นที่มาเป็นของขวัญตอบแทนผู้บริจาค ถือเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นอีกทางหนึ่งด้วย โดยก่อให้เกิดการใช้และมีเงินทุนเวียนในระบบเศรษฐกิจของท้องถิ่นนั้น รวมถึงเป็นแรงกระตุ้นทำให้เกิดการแข่งขัน การพัฒนา ที่ช่วยสร้างความเจริญในพื้นที่ท้องถิ่นนั้นด้วย ซึ่งเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของรัฐบาลญี่ปุ่นที่ต้องการนำภาษีบ้านเกิดมาเป็นเครื่องมือช่วยลดความเหลื่อมล้ำระหว่างเขตเมืองและชนบท

โอกาสและความท้าทายในการนำภาษีบ้านอยู่ และภาษีบ้านเกิดมาปรับใช้ในบริบทท้องถิ่นไทย

การพิจารณานำภาษีเพื่อการอยู่อาศัยมาปรับใช้ในบริบทของประเทศไทย จะเป็นการเปิดโอกาสให้ท้องถิ่นมีแหล่งรายได้ใหม่ซึ่งอาจส่งผลให้มีจัดเก็บรายได้ใหม่เพิ่มขึ้นอย่างเป็นรูปธรรม อย่างไรก็ตาม ในบริบทของประเทศไทยที่มีความเหลื่อมล้ำในเชิงพื้นที่สูง จำเป็นจะต้องคำนึงถึงศักยภาพที่แตกต่างกันขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแต่ละแห่ง โดยเฉพาะในช่วงเริ่มต้นของการดำเนินการที่อาจส่งผลให้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น เนื่องจากท้องถิ่นที่เป็นศูนย์รวมความเจริญทางเศรษฐกิจจะยิ่งมีความสามารถในการจัดเก็บรายได้มากขึ้น ตรงกันข้ามกับท้องถิ่นขนาดเล็กและท้องถิ่นที่อยู่ห่างไกลความเจริญซึ่งมักมีอัตราการจ้างงานต่ำและมีผู้มีรายได้น้อยจำนวนมาก ประกอบกับโครงสร้างระบบการปกครองส่วนท้องถิ่นในประเทศไทยมีลักษณะแตกต่างจากต่างประเทศ การกำหนดประเภท ขนาด จำนวน และอำนาจหน้าที่ในการจัดเก็บภาษี ทำให้การนำภาษีเพื่อการอยู่อาศัยมาใช้ จำเป็นต้องคำนึงถึงความซับซ้อนของระบบการบริหารและการภาษีที่เกิดขึ้นกับประชากรในท้องถิ่น

นอกจากนี้ สังคมไทยมีการเคลื่อนย้ายถิ่นที่อยู่ ทำให้มีประชากรแฝงอาศัยอยู่ในเขตเมืองที่มีความเจริญ ในขณะที่ภูมิสำเนาตามทะเบียนราษฎรยังคงอยู่ในเขตชนบท อาจทำให้การบริหารจัดการและจัดเก็บยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างเต็มศักยภาพ ดังนั้น ในช่วงเปลี่ยนผ่านควรคำนึงถึงแนวทางการบริหารจัดการรายได้ท้องถิ่นให้เพียงพอ เพื่อให้ท้องถิ่นสามารถจัดให้มีบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานในแต่ละท้องถิ่นได้ไม่น้อยกว่าเดิมด้วย

สำหรับการจัดเก็บภาษีบ้านเกิดควรทำโดยคำนึงถึงความสะดวก เข้าใจง่าย และควรคำนึงถึงการมีระบบฐานข้อมูลของระบบภาษีที่มีการจัดเก็บเป็นมาตรฐานและเชื่อมโยงกัน นอกจากนี้ ควรประยุกต์ใช้เครื่องมือของระบบภาษีที่มีอยู่แล้ว เพื่อให้เกิดความโปร่งใส และตรวจสอบได้ เช่น ระบบ e-Donation ที่สามารถประยุกต์ใช้ในการจัดเก็บภาษีบ้านเกิดและการใช้ข้อมูลเพื่อลดหย่อนภาษี เป็นต้น



ในส่วนของการเลือกของขั้วตอบแทนตามหลักการของภาษีนี้ การกำหนดของขั้วตอบแทนในบริบทของไทยสามารถทำได้หลากหลาย ทั้งในรูปแบบสินค้าและบริการ หรือการท่องเที่ยวในท้องถิ่นหรือเขตเมืองรอง ซึ่งคาดว่าจะนอกจากช่วยกระตุ้นการแข่งขันระหว่างองค์กรท้องถิ่นเพื่อจัดทำและพัฒนาบริการสาธารณะแล้วยังจะช่วยเปิดโอกาสและส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศได้อีกด้วย

ภาษีบ้านเกิดเป็นแนวทางหนึ่งในการลดความเหลื่อมล้ำระหว่างเขตเมืองและเขตชนบท โดยประเทศญี่ปุ่นประสบความสำเร็จในการดำเนินการตามแนวทางดังกล่าวอย่างชัดเจน อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือทางการคลังรูปแบบใหม่ที่จะช่วยบรรเทาภาระการคลังในภาวะฉุกเฉิน เช่น กรณีเมืองคุมาโมโตะ จังหวัดคุมาโมโตะ ประสบเหตุอุทกภัยดินถล่มฉับพลันหลังเหตุการณ์แผ่นดินไหวเมื่อปี 2562 แต่ภาษีบ้านเกิดทำให้คุมาโมโตะได้รับเงินบริจาคมากกว่า 570 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือผู้ประสบภัย ส่วนผู้บริจาคได้รับเครื่องปั้นดินเผาที่แตกสลายจากแผ่นดินไหว นำทองคำมาเชื่อมต่อกด้วยเทคนิคเฉพาะถิ่นเป็นของขวัญแทนคำขอบคุณ เป็นต้น⁷ ซึ่งแนวทางนี้อาจเป็นประโยชน์เหมาะสมที่จะนำมาปรับใช้ในบริบทของไทย ซึ่งมีหลายพื้นที่ที่ประสบภัยธรรมชาติหรือเหตุการณ์ฉุกเฉินอยู่เป็นระยะ

7 Hometown Tax : ภาษี (รัก) บ้านเกิด ลดภาษี ได้ของขวัญ เพิ่มรายได้ท้องถิ่น โดย วริ รัชนิกร, https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=33198



บทสรุป

ภาษีเพื่อการอยู่อาศัยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผู้อยู่อาศัยอยู่ในอาณาเขตของท้องถิ่นได้มีส่วนร่วมกับรัฐบาลท้องถิ่นในการรับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการจัดบริการสาธารณะในท้องถิ่นนั้น เช่น การศึกษา สุวีสดิการ บริการดับเพลิง/ฉุกเฉิน และการกำจัดขยะ เป็นต้น ซึ่งเป็นรายได้จัดเก็บเองของท้องถิ่น มีอัตราภาษีคำนวณจากฐานรายได้ ซึ่งจัดเก็บจากประชากรและนิติบุคคลที่อาศัยในประเทศญี่ปุ่น ณ วันที่ 1 มกราคม ซึ่งการเก็บภาษีตามฐานรายได้นี้ทำให้ท้องถิ่นสามารถจัดเก็บรายได้ได้มาก และเป็นรายได้สำคัญของรัฐบาลท้องถิ่นญี่ปุ่น

ขณะที่ภาษีบ้านเกิดนอกจากจะเป็นแนวทางในการลดความเหลื่อมล้ำได้แล้ว ภาษีบ้านเกิดยังเป็นแนวทางในการส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่น เนื่องจากหน่วยงานท้องถิ่นจะนำสินค้าที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นเป็นของขวัญตอบแทนแก่ผู้บริจาค และยังเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้าให้ผู้สนใจสามารถสั่งซื้อของเพิ่มเติมจากพื้นที่นั้นได้ ทำให้เกิดช่องทางการสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ และทำให้มีเงินเข้ามาในระบบเศรษฐกิจของพื้นที่ ซึ่งนำไปสู่การเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในพื้นที่นั้นได้

สำหรับการนำแนวทางภาษีเพื่อการอยู่อาศัยและภาษีบ้านเกิดของประเทศญี่ปุ่นมาปรับใช้ในประเทศไทย จำเป็นต้องศึกษากระบวนการและขั้นตอนการดำเนินการอย่างรอบคอบ โดยเฉพาะข้อมูลของประชากรแฝงที่ยังกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งประชาชนกลุ่มดังกล่าวได้รับบริการสาธารณะเช่นเดียวกับผู้อยู่อาศัยและเสียภาษีในเมืองนั้น แต่ยังไม่จำเป็นต้องจ่ายภาษีต่อท้องถิ่นดังกล่าว เนื่องจากทะเบียนบ้านของตนอาจยังอยู่ในภูมิลำเนาเดิม นอกจากนี้ การกำหนดอัตราการลดหย่อนภาษีและเครดิตภาษี รวมถึงมูลค่าและรูปแบบของของขวัญตอบแทนถือเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบเช่นกัน เพื่อให้ท้องถิ่นได้รับประโยชน์สูงสุดและสามารถนำเงินบริจาคที่ได้รับไปใช้ดำเนินการจัดบริการด้านสาธารณะหรือพัฒนาต่าง ๆ ในท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนในพื้นที่ต่อไป



เอกสารอ้างอิง

- กรุงเทพธุรกิจออนไลน์. (2565). รู้จัก “ภาษีบ้านเกิด” ภาษีสุดแฮปปี้ที่ญี่ปุ่น ยิ่งจ่าย ยิ่งได้ของอร่อย. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/1009769>
- จาตุรนต์ เทพเดชา. (2563). สิทธิประโยชน์ทางภาษีในการบริจาคเงินและทรัพย์สินให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ ปีที่ 10 ฉบับที่ 3.
- พิฑูร ชมสุข, เพชรลักษณ์ บุญญาคุณากร และจิรวัดณ์ ภู่งาม. (2564). ลดความเหลื่อมล้ำบ้านเกิดด้วย Hometown Tax. Regional Letter, (9), สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2567, จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/regional-articles/reg-article-2021-09.html>
- รวี รัชนิกร. (2564). Hometown Tax : ภาษี (รัก) บ้านเกิด ลดภาษี ได้ของขวัญ เพิ่มรายได้ท้องถิ่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2567, จาก https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=33198
- ศุภสวัสดิ์ ชัชวาลย์ และ พินิตพันธุ์ บริพัตร, ม.ล., (2548). ระบบและรูปแบบการจัดเก็บภาษีท้องถิ่น : ศึกษาเฉพาะกรณี ประเทศญี่ปุ่น. สืบค้นเมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2567, จาก https://www.kpi.ac.th/media_kpiacth/pdf/M10_210.pdf
- Beyer, Vicki L. (1992). The Legacy of the Shoup Mission: Taxation Inequities and Tax Reform in Japan. Retrieved July 17, 2024 from <https://escholarship.org/content/qt7wn0f37c/qt7wn0f37c.pdf?t=n4ovrz>
- Forest Environment Tax: Constantly Review Allocation of Revenue Based on Actual Situation. (2024). The Japan News. Retrieved July 17, 2024 from <https://japannews.yomiuri.co.jp/editorial/yomiuri-editorial/20240531-189354/>
- Hideaki Hirata. (2024). Growing Distortions in the Hometown Tax Scheme (3): Cash Flows and Challenges for Urban Municipalities. Retrieved July 30, 2024 from <https://www.tokyoofoundation.org/research/detail.php?id=975>
- Hiromitsu Ishi. (1988). Historical Background of the Japanese Tax System. Retrieved July 17, 2024 from <https://hermes-ir.lib.hit-u.ac.jp/hermes/ir/re/7843/HJeco0290100010.pdf>
- Kenichiro Harada. (2009). Local Taxation in Japan. Retrieved July 17, 2024 from <https://www.clair.or.jp/j/forum/honyaku/hikaku/pdf/BunyabetsuNo10en.pdf>
- Local PwC tax specialists. (2024). Corporate – Taxes on corporate income. Retrieved July 30, 2024 from <https://taxsummaries.pwc.com/japan/corporate/taxes-on-corporate-income>
- Luis Fernando Wasilewski. (2005). Economic Analysis of the Japanese Individual Income Tax. Retrieved July 17, 2024 from <https://www.gov.br/receita-federal/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes/trabalhos-academicos/wasilewski-economic-analysis-of-the-japanese-individual-income-tax-completo>
- Naoko Kutty. (2023). The pros and cons of Furusato Nozei, Japan's hometown tax programme. Retrieved July 30, 2024 from <https://www.weforum.org/agenda/2023/02/japans-hometown-tax-programme-show-challenges-for-the-future-tax-system/>
- Oecd. (2024). Revenue Statistics in Asia and the Pacific 2024 (Tax Revenue Buoyancy in Asia 1990–2022). Retrieved July 17, 2024 from https://www.oecd-ilibrary.org/taxation/revenue-statistics-in-asia-and-the-pacific-2024_e7fecb7e-en
- Ruby Doan. (2024). Residence Tax in Japan for Foreigners: An Easy 2024 Guide. Retrieved July 17, 2024 from <https://mailmate.jp/blog/understand-residence-tax-in-japan>
- Statistics Bureau, Ministry of Internal Affairs and Communications. (2023). JAPAN STATISTICAL YEARBOOK 2024. Retrieved August 2, 2024 from <https://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/73nenkan/index.html>
- Tokyo Metropolitan Government Bureau of Taxation. (2022). Guide to Metropolitan Taxes for FY2022. Retrieved July 17, 2024 from <https://www.tax.metro.tokyo.lg.jp/book/guidebookgaigo/guidebook2022e.pdf>

Krungthai TAX FESTIVAL 2024

คัด ครบ คຸ້ม ... ประกัน กองทุน พร้อมสิทธิลดหย่อนภาษี

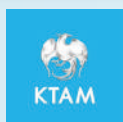
ซื้อประกันภัยลดหย่อนภาษี

รับ Gift Voucher Lotus's | สูงสุด 25,000 บาท

เมื่อซื้อประกันชีวิตตามเงื่อนไขที่กำหนด ตั้งแต่วันที่ - 31 ธ.ค. 67

รับประกันชีวิตโดย   รับประกันวินาศภัยโดย  

ซื้อกองทุนเพื่อสิทธิประโยชน์ทางภาษี



รับ Fund back 100 บาท

หน่วยลงทุน KTSTPLUS

เมื่อลงทุน KTAM SSF/RMF
หรือ ThaiESG ทุกๆ 50,000 บาท

เมื่อซื้อกองทุนตามเงื่อนไขที่กำหนด ตั้งแต่วันที่ 2 ม.ค. 67 - 30 ธ.ค. 67

ชำระค่าเบี้ยฯ - ลงทุน ผ่านบัตรเครดิต



ผ่อนชำระค่าเบี้ยฯ 0% สูงสุด 6 เดือน

รับเครดิตเงินคืน สูงสุด 13%

KTC FOREVER ทุก 1,000 คะแนน
แทนเงินลงทุน 100 บาท

เงื่อนไข/คำเตือน : เงื่อนไขและรายละเอียดเป็นไปตามที่ธนาคารกรุงไทย, บลจ. กรุงไทย และพันธมิตรทางธุรกิจกำหนด | เงื่อนไขทางภาษีเป็นไปตามที่กรมสรรพากรกำหนด | ผู้ซื้อประกันภัยลดหย่อนภาษีในรายละเอียดความคุ้มครอง และเงื่อนไขก่อนตัดสินใจทำประกันภัยทุกครั้ง | รับประกันชีวิตโดย บมจ. กรุงไทย แอ็กซ่า ประกันชีวิต | ธนาคารเป็นเพียงนายหน้าประกันชีวิต ผู้ซื้อให้ทำประกันชีวิตเท่านั้น | รับประกันวินาศภัยโดย บมจ. กรุงไทยพานิชประกันภัย, บมจ. กิ๊พประกันภัย | ธนาคารเป็นเพียงนายหน้าประกันวินาศภัย ผู้ซื้อให้ทำประกันวินาศภัยเท่านั้น | ผู้ลงทุนควรทำความเข้าใจในลักษณะสินค้า เงื่อนไขผลตอบแทน ความเสี่ยง และศึกษาสิทธิประโยชน์ทางภาษีที่ระบุไว้ในคู่มือการลงทุนของกองทุน SSF RMF และ ESG ก่อนตัดสินใจลงทุน กรณีไม่ได้ปฏิบัติตามเงื่อนไขทางภาษี จะไม่ได้สิทธิประโยชน์ตามเงื่อนไขของกองทุน | ขอรับข้อมูลเพิ่มเติมหรือหนังสือชี้ชวนได้ที่ธนาคารกรุงไทยทุกสาขา | ขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงเงื่อนไขและข้อกำหนดต่างๆ ของโครงการสำหรับผลิตภัณฑ์ประกันชีวิต ประกันวินาศภัย และผลิตภัณฑ์บัตรเครดิตโดยจะแจ้งให้ทราบล่วงหน้า หากมีข้อโต้แย้งให้ติดต่อฝ่ายวิจัยของธนาคารเป็นที่สุด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับผลประโยชน์ของลูกค้าเป็นหลัก

คำเตือนบัตรเครดิต : ใช้เท่าที่จำเป็นและชำระคืนได้เต็มจำนวนตามกำหนดจะได้ไม่เสียดอกเบี้ย 16% ต่อปี | อัตราดอกเบี้ย 0% เมื่อชำระยอดผ่อนตามที่เรียกเก็บรายเดือนภายในวันครบกำหนดชำระ | รายการนี้สมาชิกจะไม่ได้รับคะแนนทุกประเภทจากยอดใช้จ่าย กรณีที่มีคะแนนเข้าบัญชีบัตรฯ สมาชิกไม่สามารถใช้คะแนนนั้นได้ โดยคะแนนดังกล่าวจะถูกหักออกจากบัญชีบัตรฯ ในวันที่สมาชิกได้รับเครดิตเงินคืน หากไม่สามารถหักคะแนนคืนได้ เครดิตจะไม่ให้เครดิตเงินคืนตามรายการนี้ทั้งจำนวน



ภาพรวมของงานศึกษา

“แผนที่การเงินครัวเรือนไทย:

เข้มทิศการพัฒนาทักษะทางการเงิน”

บทความโดย

ดร.นรพัชร อัครวัลลภ

เบญญาภา สุขสินุ

ดร.กวิน เอี่ยมตระกูล

สัณห์ญ์ เศรษฐกิจดาศิริ

อิทธิพัฒน์ ประภาประเสริฐ

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



เมื่อวันศุกร์ที่ 20 ตุลาคม 2566 ที่ผ่านมา สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ได้จัดงานสัมมนา Fis and Fin Forum 2023 ณ ห้องอินฟินิตี้ บอลรูม โรงแรมพูลแมน คิง เพาเวอร์ กรุงเทพฯ โดยได้รับเกียรติจากนายภุชญา จินะวิจารณ์ะ รัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงการคลังกล่าวปาฐกถาพิเศษและเปิดงาน จากนั้นเป็นการนำเสนองานศึกษาของ สศค. เรื่อง “แผนที่การเงินครัวเรือนไทย: เชื่อมทิศการพัฒนาทักษะทางการเงิน” ในภาคเช้าของงาน และมีการเสวนาในภาคบ่ายภายใต้หัวข้อ “ถอดรหัสแผนที่การเงินครัวเรือนไทย สร้าง Financial Well-being” เพื่อนำผลการศึกษาในภาคเช้ามาใช้ประโยชน์และเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อขยายผลให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยมีเนื้อหาโดยสรุปทั้งในภาคเช้าและภาคบ่าย ดังนี้

1. เกริ่นนำ

ทักษะทางการเงินเป็นทักษะชีวิต (Life Skills) ที่จำเป็นต่อการดำรงชีพของประชาชนและมีความสำคัญต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยปัจจุบันประเทศไทยกำลังเผชิญกับความท้าทายทางเศรษฐกิจหลายประการ โดยเฉพาะการเป็นสังคมผู้สูงอายุที่ประชาชนส่วนใหญ่ยังไม่มีเงินออมเพียงพอต่อการดำรงชีวิตหลังเกษียณ ประชาชนจำนวนมากยังมีพฤติกรรมการใช้จ่ายที่ไม่ระมัดระวังและมีการก่อหนี้ที่ไม่จำเป็นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้หลายครัวเรือนมีปัญหารายรับไม่พอรายจ่าย และมีความเปราะบางทางการเงินสูง การชะลอตัวของเศรษฐกิจ รวมถึงเทคโนโลยีที่เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบบริการและผลิตภัณฑ์ทางการเงินให้มีความหลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ทำให้ยังมีประชาชนจำนวนมากไม่สามารถใช้ประโยชน์หรือป้องกันตนเองจากภัยที่มาพร้อมกับผลิตภัณฑ์หรือบริการทางการเงินดังกล่าวได้ ดังนั้น การพัฒนาความรู้และทักษะทางการเงินจึงถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่จะช่วยจัดการกับปัญหาดังกล่าว ตั้งแต่ระดับรากฐานของปัญหาเพื่อให้ประชาชนสามารถบริหารจัดการและวางแผนทางการเงินให้ตัวเองและครอบครัว ให้มีระดับหนี้ที่เหมาะสม มีเงินออมอย่างเพียงพอไปตลอดช่วงชีวิต เข้าถึงแหล่งข้อมูลทางการเงินที่เชื่อถือได้ และเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ทางการเงินที่เหมาะสมกับตนเอง ซึ่งจะช่วยสร้างภูมิคุ้มกันทางการเงินและความเป็นอยู่ที่ดีทางการเงินให้กับประชาชนได้ กระทรวงการคลัง โดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงได้ร่วมกันจัดทำแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาทักษะทางการเงิน พ.ศ. 2565 – 2570 (แผนปฏิบัติการฯ) ขึ้น เพื่อเป็นกรอบนโยบายและกลไกบูรณาการการดำเนินการพัฒนาทักษะทางการเงินของประเทศไทย โดยมีคณะกรรมการการพัฒนาทักษะทางการเงินที่ประกอบด้วยหน่วยงานจากหลายภาคส่วนของประเทศ เช่น หน่วยงานจากภาคการเงิน ภาคการศึกษา ภาคการพัฒนาลังคม เป็นต้น ร่วมขับเคลื่อนการดำเนินการซึ่งการพัฒนาทักษะทางการเงินให้กับประชาชนเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์สำคัญด้านการสร้างโอกาส และลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและสังคมของ สศค.

แผนปฏิบัติการฯ เป็นแผนที่มุ่งหมายให้ “คนไทยมีความตระหนักรู้ ความรู้ และทักษะในการบริหารจัดการเงินอย่างมีประสิทธิภาพและมีวินัยทางการเงิน เพื่อสร้างความมั่นคงและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับตนเองและครอบครัว” โดยแผนปฏิบัติการฯ ได้กำหนดให้มีการบูรณาการระบบข้อมูลในประเทศและการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อช่วยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและตอบโจทย์การส่งเสริมทักษะทางการเงินของประชาชนแต่ละกลุ่มให้ตรงจุดยิ่งขึ้น และนำไปสู่สภาวะทางการเงินที่ดี (Financial Well-being) หรือผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่จะช่วยสร้างความมั่นคงและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชน โดยแผนปฏิบัติการฯ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ครอบคลุมประชาชนไทยทุกคนในทุกช่วงวัย และได้ระบุกลุ่มเป้าหมายที่ควรได้รับการพัฒนาทักษะทางการเงินอย่างเร่งด่วนเนื่องจากความรุนแรงของสภาพปัญหา ได้แก่ กลุ่มผู้มีความเปราะบางทางการเงินสูงประกอบด้วยผู้ประสบปัญหาภาวะหนี้รุนแรงและยากจน รวมถึงผู้พิการ กลุ่มประชาชนระดับฐานราก กลุ่มเด็กและเยาวชน และกลุ่มผู้สูงวัย ซึ่งความท้าทายคือการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว เนื่องจากทรัพยากรของหน่วยงานภาครัฐมีอยู่จำกัด การที่จะเลือกพื้นที่เป้าหมายที่มีกลุ่มเป้าหมายจึงจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเพื่อบ่งชี้ถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่มีอยู่เพื่อให้การส่งเสริมการดำเนินการตามแผนปฏิบัติการฯ เป็นไป





2. วิธีการศึกษา

สศค. จึงได้พัฒนาเครื่องมือในการวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงพื้นที่ เพื่อสนับสนุนการดำเนินนโยบายการคลังและการเงินเชิงพื้นที่ เช่น การวิเคราะห์ประสิทธิภาพการผลิตด้วยวิธี Data Envelopment Analysis (DEA) การจัดทำความพร้อมของปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจรายจังหวัด รวมถึงได้พัฒนาเครื่องชี้เศรษฐกิจเชิงพื้นที่ที่ช่วยให้ภาครัฐสามารถวิเคราะห์ลงลึกถึงระดับอำเภอ ตำบล หมู่บ้าน ครีวเรือน (Household Data) และตัวบุคคล (Personal Data) เช่น ดัชนีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ (Spatial Economic Fundamental Index: SEFI) เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้การออกแบบนโยบายสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างตรงจุดของแต่ละพื้นที่มากยิ่งขึ้น โดยมีการใช้ฐานข้อมูลที่เต็มศักยภาพเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากฐานข้อมูลความจำเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) ฐานข้อมูลดาวเทียม ฐานข้อมูลภูมิสารสนเทศ และฐานข้อมูลพื้นฐานทางเศรษฐกิจอื่น ๆ ของหน่วยงานต่าง ๆ

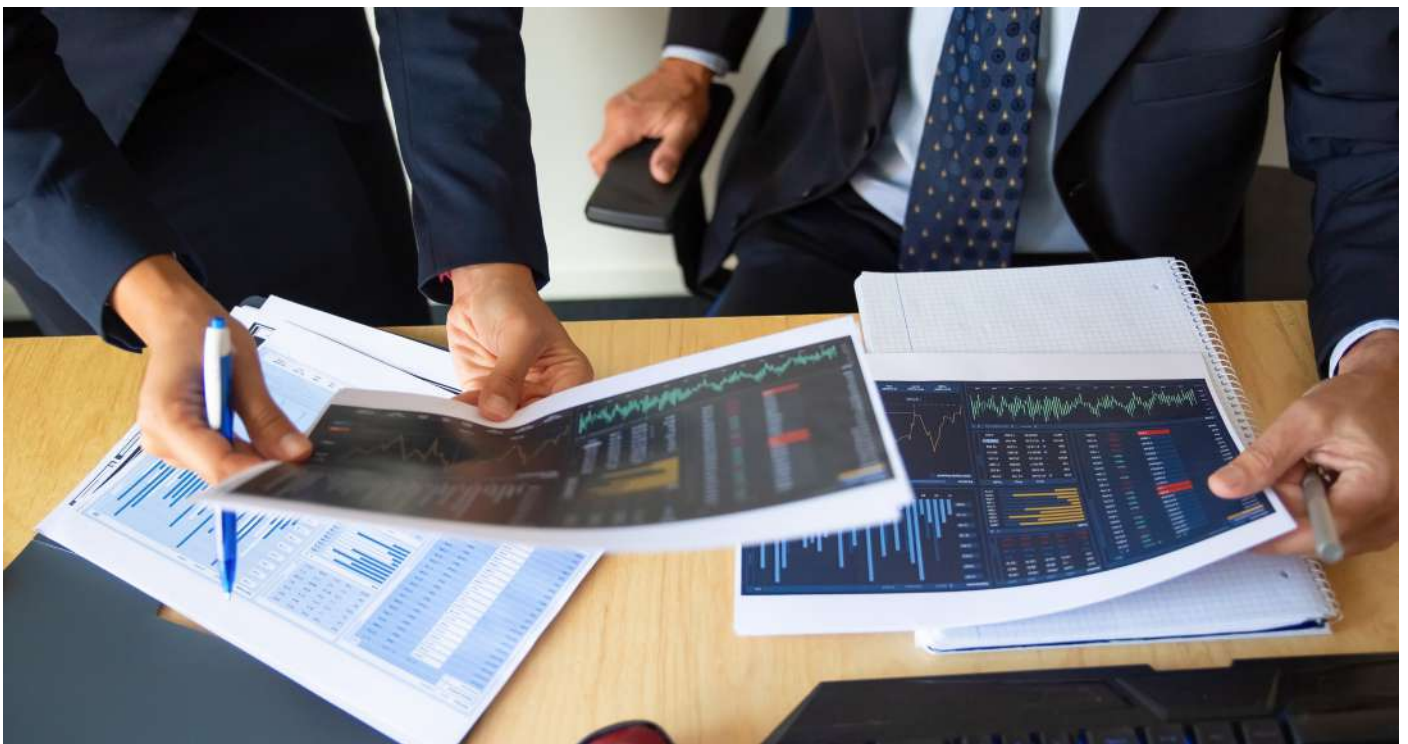
การศึกษานี้จึงเป็นการนำเสนอเครื่องมือในการวิเคราะห์เศรษฐกิจเชิงพื้นที่เพื่อสนับสนุนนโยบายและการดำเนินการของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในแผนปฏิบัติการฯ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้การดำเนินการในระดับพื้นที่ โดยได้เลือกใช้ชุดข้อมูลและรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลที่สอดคล้องกับเป้าหมายวัตถุประสงค์ และรูปแบบการดำเนินการของแผนปฏิบัติการฯ และยังสามารถนำเครื่องมือการวิเคราะห์ดังกล่าวไปปรับใช้กับการจัดทำนโยบายด้านการคลังและการเงินอื่น ๆ ได้อีกด้วย

การศึกษาประกอบด้วย 2 ส่วน โดยส่วนแรกของการศึกษาเป็นการสร้างฐานข้อมูลที่จำเป็นต่อการดำเนินการพัฒนาทักษะทางการเงิน โดยการศึกษาระดับทักษะทางการเงินเชิงพื้นที่และจัดทำดัชนีปัจจัยพื้นฐานทางการเงิน (Spatial Financial Fundamental Index: SFFI) ด้วยการจัดทำดัชนีผสม (Composite Index) จากข้อมูลทางการเงินระดับตำบล อำเภอ และจังหวัด รวมทั้งสิ้น 56 รายการ จากแหล่งข้อมูล 16 หน่วยงาน ทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อสะท้อนระดับการบริหารจัดการทางการเงิน การออมและการลงทุน และการเข้าถึงบริการทางการเงินในมิติต่าง ๆ เชิงพื้นที่ จากนั้น ผลงานวิชาการจะนำเสนอการระบุตำแหน่งกลุ่มเป้าหมายที่ควรได้รับการพัฒนาทักษะทางการเงินอย่างเร่งด่วนในพื้นที่ต่าง ๆ และนำผลจากการคำนวณดัชนี SFFI และความหนาแน่นของกลุ่มเป้าหมายในแต่ละพื้นที่มาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ รวมทั้งวิเคราะห์แบบกลุ่ม (Cluster Analysis) ซึ่งจะทำให้ทราบตำแหน่งและสภาพปัจจัยพื้นฐานทางการเงินของกลุ่มเป้าหมายของพื้นที่หนึ่งว่ามีลักษณะเกาะกลุ่มกับพื้นที่ใกล้เคียงหรือไม่ อย่างไร เปรียบเสมือนการสร้างแผนที่ทางการเงินของครัวเรือนไทย

สำหรับส่วนที่สองจะเป็นการนำเสนอแบบจำลองการวิเคราะห์
สภาวะทางการเงิน โดยนำเสนอปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคม
ที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการมีสภาวะทางการเงินที่ดีของประชาชน
นอกเหนือไปจากระดับคะแนนทักษะทางการเงินที่สูงขึ้น ซึ่งแสดงด้วย
ดัชนีรวมสภาวะทางการเงิน ที่ถูกออกแบบให้ครอบคลุมตัวชี้วัดที่
สะท้อนถึงผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมที่คาดหวังตามแผนปฏิบัติ
การฯ ไม่ว่าจะเป็นคะแนนทักษะทางการเงิน อัตราส่วนการชำระหนี้ต่อ
รายได้ อัตราส่วนภาระหนี้ต่อรายได้ อัตราส่วนเงินออมต่อครัวเรือน และ
ความหลากหลายทางการเงิน ดังนั้น ผลการศึกษาจึงทำให้สามารถ
ระบุได้ทั้งพื้นที่ที่ควรให้ความช่วยเหลือ และปัจจัยทางเศรษฐกิจและ
สังคมที่ควรได้รับการพัฒนา เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถใช้เป็น
เข็มทิศในการออกแบบนโยบายและนำการพัฒนาทักษะทางการเงิน
ไปสู่ประชาชนในแต่ละพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม



จากการวิเคราะห์สภาวะทางการเงินและปัจจัยพื้นฐานทางค
การเงินเชิงพื้นที่ข้างต้น ทำให้ผลงานวิชาการนี้สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะ
เชิงนโยบายที่สำคัญเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้ในการ
การออกแบบการดำเนินการหรือโครงการพัฒนาทักษะทางการเงินโดย
จัดลำดับความสำคัญเชิงพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม ตามหลักเกณฑ์ของ
แผนปฏิบัติการฯ เพื่อสนับสนุนให้ประชาชนไทยมีระดับทักษะทางการเงิน
ที่เพิ่มขึ้น นำไปสู่สภาวะทางการเงินที่ดี หรือผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและ
สังคมที่จะช่วยสร้างความมั่นคงและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชน
อย่างทั่วถึงต่อไป





3. ผลการศึกษา

จากการประมวลผลดัชนี SFFI บ่งชี้ว่าอำเภอ/เขตในจังหวัดพื้นที่ภาคกลางของประเทศ โดยเฉพาะ กทม. และปริมณฑล ภาคกลาง และภาคตะวันออก รวมถึงเขตหัวเมืองเศรษฐกิจสำคัญมีความพร้อมทางปัจจัยพื้นฐานทางการเงินสูง ขณะที่ภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคใต้ โดยเฉพาะพื้นที่ชายแดน มีความพร้อมที่ต่ำกว่า ซึ่งค่อนข้างสอดคล้องกับผลการสำรวจระดับทักษะทางการเงินของธนาคารแห่งประเทศไทยร่วมกับสำนักงานสถิติแห่งชาติ และเมื่อพิจารณาร่วมกับกลุ่มเป้าหมายที่ควรได้รับการพัฒนาทักษะทางการเงินตามแผนปฏิบัติการฯ อย่างเร่งด่วนแล้ว พบว่าส่วนใหญ่กระจุกตัวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้ โดยเฉพาะพื้นที่ชายแดน ส่วนพื้นที่

ภาคกลาง ภาคตะวันออก และหัวเมืองเศรษฐกิจสำคัญ มีกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวจำนวนเบาบาง ซึ่งมักเป็นพื้นที่ที่มีระดับทักษะทางการเงิน และระดับความพร้อมของปัจจัยพื้นฐานทางการเงิน (ดัชนี SFFI) ที่สูง ทำให้สามารถเห็นถึงสภาพปัญหาของแต่ละพื้นที่ที่มีระดับความรุนแรงที่แตกต่างกัน อันจะนำมาซึ่งการส่งเสริมให้เกิดสุขภาวะทางการเงินที่ดีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการส่งเสริมให้เกิดสุขภาวะทางการเงินที่ดีนั้น จากการวิเคราะห์แบบจำลองถดถอยเชิงพื้นที่ในส่วนที่สองของการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อสุขภาวะทางการเงินอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ สัดส่วนผู้มีรายได้น้อยที่ต้องการพัฒนาตนเอง อัตราประชากรที่อยู่ใต้เส้นความยากจน ดัชนีความไม่เสมอภาคด้านรายได้ สัดส่วนประชากรที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษา สัดส่วนประชากรที่ทำงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ สุขภาวะทางการเงินของอำเภอโดยรอบ โดยเฉพาะดัชนี SFFI ซึ่งมีผลกระทบเชิงบวกกับสุขภาวะทางการเงิน ดังนั้น การพัฒนาระดับความพร้อมของปัจจัยพื้นฐานทางการเงิน รวมถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมข้างต้นจึงมีส่วนช่วยให้สุขภาวะทางการเงินสูงขึ้น

เมื่อเชื่อมโยงผลการศึกษาทั้งสองส่วนเข้าด้วยกัน ส่งผลให้สามารถจัดลำดับความสำคัญเร่งด่วนของพื้นที่ต่าง ๆ ได้ กล่าวคือ พื้นที่เป้าหมายเร่งด่วน (First Priority) เป็นพื้นที่ที่มีกลุ่มเป้าหมายอยู่มากและมีสุขภาวะทางการเงินอยู่ในระดับต่ำ ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บางส่วนของภาคเหนือ และภาคใต้ตอนล่าง เช่น ศรีสะเกษ (18 อำเภอ) อุบลราชธานี (15 อำเภอ) สุรินทร์ (14 อำเภอ) ชัยภูมิ (11 อำเภอ) นราธิวาส (10 อำเภอ) แม่ฮ่องสอน (4 อำเภอ) เป็นต้น



4. ข้อเสนอแนะ

การดำเนินการพัฒนาทักษะทางการเงินเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อันนำไปสู่ผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจและสังคมในระดับโครงสร้างที่จะช่วยสร้างความมั่นคงและความเป็นอยู่ที่ดีให้กับประชาชนได้นั้น จำเป็นต้องมีการดำเนินการในหลายมิติและหลายองค์ประกอบร่วมกัน ทั้งด้านการเงิน เศรษฐกิจ สังคม และการศึกษารวมทั้งการเข้าถึงบริการและโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น ซึ่งต้องอาศัยการบูรณาการการดำเนินงานของหลายภาคส่วน ดังนั้น เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาทักษะทางการเงินในระดับพื้นที่ของแต่ละหน่วยงานซึ่งมีพันธกิจหลัก ชีตความสามารถ ความเชี่ยวชาญ และทรัพยากรที่แตกต่างกันไป เกิดประสิทธิภาพสูงสุด หน่วยงานผู้ดำเนินการพัฒนาทักษะทางการเงินในระดับพื้นที่สามารถใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์การเงินเชิงพื้นที่ที่ไม่ว่าจะเป็น การกระจายตัวของกลุ่มเป้าหมาย ระดับทักษะทางการเงิน ดัชนี SFFI และการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดสุขภาวะทางการเงินที่ดี ที่ได้นำเสนอในผลการวิจัยนี้ เป็นแผนที่และเข็มทิศนำทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาทักษะทางการเงินและปัจจัยพื้นฐานทางการเงินของประชาชนแบบองค์รวม โดยจัดลำดับความสำคัญเชิงพื้นที่ของกลุ่มเป้าหมายและออกแบบมาตรการหรือโครงการให้สอดคล้องกับความต้องการความจำเป็นเร่งด่วนหรือความรุนแรงของสภาพปัญหาในแต่ละพื้นที่ และสอดคล้องกับองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญ และช่องทางในการเข้าถึงประชาชนของแต่ละหน่วยงานเพื่อลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มความทั่วถึงของการดำเนินการ

ทั้งนี้ การวิจัยยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการมีโครงสร้างพื้นฐานและแนวทางในการบูรณาการข้อมูลระหว่างหน่วยงานทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจและสังคมที่จะสนับสนุนระบบนิเวศด้านข้อมูลเชิงนโยบาย และเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลให้กับการพัฒนาทักษะทางการเงินและสุขภาวะทางการเงินที่ดีของประชาชนและนโยบายด้านต่าง ๆ ของภาครัฐด้วย





5. ความเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิ

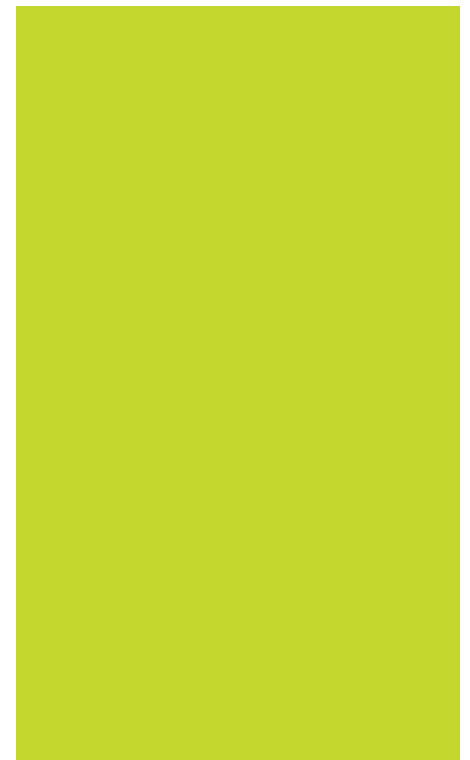
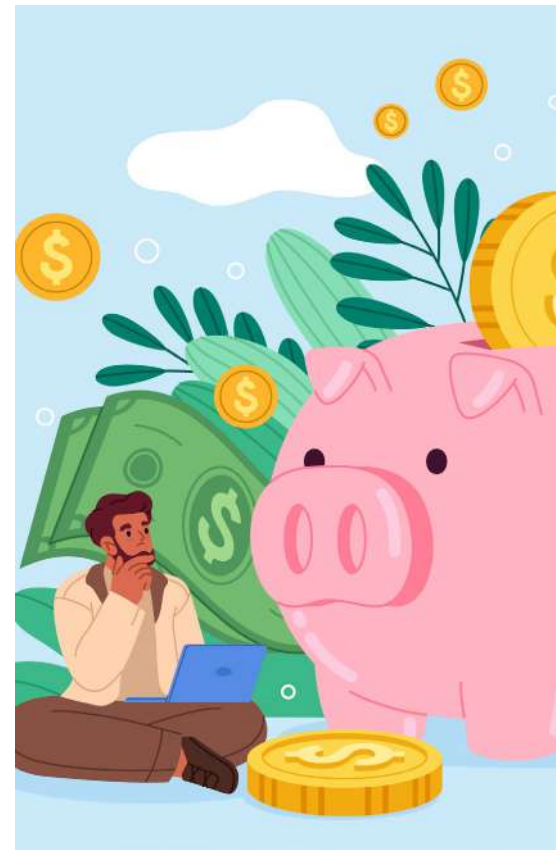
ในภาคปลายของงานสัมมนา Fis and Fin Forum 2023 สศค. ได้รับเกียรติจากผู้ทรงคุณวุฒิมาร่วมให้ความเห็นภายใต้หัวข้อ “ถอดรหัสแผนการเงินครัวเรือนไทย สร้าง Financial Well-being” ได้แก่ 1) ดร.พรชัย สุริยะเวช ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง 2) นายดนุชา พิชยนันท์ เลขาธิการสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 3) รศ. ดร.พรอนงค์ บุษราตระกูล เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการกำกับหลักทรัพย์และตลาดหลักทรัพย์ 4) นายวิทย์ รัตนกร ประธานกรรมการสมาคมสถาบันการเงินของรัฐ และ 5) นายผยง ศรีวณิช ประธานสมาคมธนาคารไทย เข้าร่วมการเสวนา โดยมีนายวารินทร์ ลัจจ์เดว เป็นผู้ดำเนินรายการ ซึ่งเป็นการให้ความเห็นต่อยอดในเชิงนโยบายจากการนำเสนอผลงานในภาคเช้า โดยสรุป ดังนี้

ผู้อำนวยการสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง กล่าวว่า สศค. ได้พัฒนางานศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับ Micro Fiscal Policy เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการดำเนินนโยบายของภาครัฐภายใต้งบประมาณที่มีอย่างจำกัด ซึ่งจะสนับสนุนการออกแบบนโยบายแบบเฉพาะเจาะจง เพื่อช่วยเหลือกลุ่มเป้าหมายที่มีความจำเป็นเร่งด่วนได้อย่างเหมาะสม โดยหากพิจารณาจากหลักการทางเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับการเพิ่มขึ้นของรายได้ว่าจะส่งผลให้เกิดการบริโภคเพิ่มขึ้นเท่าใด หรือที่เรียกว่า Marginal Propensity to Consume (MPC) พบว่า การสนับสนุนงบประมาณให้แก่กลุ่มเปราะบางจะก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อเศรษฐกิจมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และดัชนี Spatial Financial Fundamental Index (SFFI) เป็นข้อมูลบ่งชี้ถึงระดับปัจจัยพื้นฐานทางการเงินเชิงพื้นที่ของประชาชน ซึ่งจะช่วยให้ผู้ออกนโยบายสามารถจำแนกกลุ่มประชากรที่จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนที่แตกต่างกันตามพื้นที่ได้ ทั้งนี้ การเพิ่มทักษะทางการเงินเพื่อให้ประชาชนมีสุขภาวะทาง

การเงินที่ดีสามารถทำได้หลายวิธี ซึ่งรวมถึงการสนับสนุนให้ประชาชนมีการออมเงินเพิ่มมากขึ้น โดยควรมีแนวคิดว่าจะบริหารจัดการทางการเงินอย่างไรให้สามารถใช้จ่ายได้อย่างพอเพียง หรือ “อิม” หลังจากนั้นยังมีเงินเหลือเก็บหรือ “ออม” เพื่อที่จะมีเงินเพียงพอให้ “อุ้น” ใจในยามเกษียณอายุ หรือเรียกว่าแนวทาง “อิม ออม อุ้น”

นายธนุชา พิษยพันธ์ กล่าวไว้ว่า สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) มีการจัดทำระบบ Thai People Map and Analytics Platform (TPMAP) ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลความยากจนของครัวเรือนไทยเชิงพื้นที่สอดคล้องกับการจัดทำดัชนี SFFI ของ สศค. อย่างไรก็ดี เพื่อแก้ปัญหาในภาคการเงินของประชาชนจากการเป็นหนี้เร็วและนาน อาจอาศัยการปรับทัศนคติในการใช้จ่ายของประชาชน และสนับสนุนให้เกิดการออมเพิ่มมากขึ้น โดยประชาชนควรได้รับการดูแลภายใต้โครงข่ายความปลอดภัยทางสังคม (Social Safety Net) อย่างน้อย 1 โครงข่าย เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุ โดยจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกหน่วยงาน

รศ. ดร. พรอนงค์ บุษราตระกูล ให้ความเห็นว่าดัชนี SFFI ของ สศค. ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบได้แก่ การบริหารจัดการทางการเงิน การออมและการลงทุน และการเข้าถึงบริการทางการเงิน เมื่อพิจารณาจากผลการศึกษาพบว่า องค์ประกอบด้านการออมและการลงทุนมีปัญหาความแตกต่างเชิงพื้นที่มากที่สุด ในขณะที่การเข้าถึงบริการทางการเงินมีความแตกต่างเชิงพื้นที่ไม่มากนักโดยเปรียบเทียบ ดังนั้นการดำเนินนโยบายจึงควรให้ความสำคัญกับเรื่องของการส่งเสริมการออมและการลงทุนในพื้นที่เป้าหมาย ทั้งนี้ ได้เสนอแนะเพิ่มเติมว่า หาก สศค. สามารถบูรณาการชุดข้อมูลที่มีอยู่กับข้อมูลสุขภาวะของประชาชนในด้านอื่นๆ เช่น ด้านสาธารณสุข เป็นต้น ก็จะทำให้สามารถชี้วัดระดับสุขภาวะเชิงพื้นที่ของประชาชนที่มีมิติหลากหลายครบถ้วนยิ่งขึ้น



นายวิทย์ รัตนกร กล่าวว่างานศึกษาของ สศค. เป็นจุดเริ่มต้นที่ดีที่ทำให้ทราบว่าการทำงานเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ควรจะไปที่ไหน กลุ่มเป้าหมายคือใคร และมีปัจจัยอะไรบ้างที่ควรให้ความสำคัญ อย่างไรก็ตาม เห็นว่าการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่จำเป็นต้องคำนึงถึงปัจจัยองค์รวมที่ต้องมีหลายหน่วยงานเข้ามาร่วมมือกัน เพื่อให้ความช่วยเหลือเชิงพื้นที่ที่มีความครอบคลุมทุกมิติ โดยไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ปัจจัยด้านการเงินเพียงอย่างเดียว



นายพยง ศรีวณิช กล่าวว่าแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงขนาดใหญ่ (Megatrends) ที่ทุกคนต้องเผชิญในอนาคตที่จะมาถึงเป็นสิ่งที่ควรจะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการรับมือ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องสังคม ผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี เป็นต้น ดังนั้น งานศึกษาของ สศค. จะมีส่วนช่วยในการช่วยให้ประชาชนสามารถที่จะเตรียมพร้อมกับการเปลี่ยนแปลงข้างต้น โดยได้กล่าวเสริมว่า ฐานข้อมูลของ สศค. เป็นฐานข้อมูลที่ดี หากนำมา รวมกับฐานข้อมูลของหน่วยงานอื่นๆ เช่น สศช. เป็นต้น ก็จะสามารถ ตอบโจทย์ความท้าทายต่างๆ ได้อย่างตรงจุดและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น



กล่าวโดยสรุป ผู้ทรงคุณวุฒิต่างเห็นว่าการร่วมกันสร้างและใช้ประโยชน์จากฐานข้อมูลขนาดใหญ่จะช่วยให้ภาครัฐสามารถระบุ กลุ่มเป้าหมายทั้งในเชิงพื้นที่ บุคคล และมิติอื่น ๆ ได้ ซึ่งจะช่วยให้ การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ แก้ปัญหาได้อย่างแม่นยำ และประหยัดทรัพยากร ผลการศึกษาเรื่อง “แผนที่การเงินครัวเรือนไทย: เชื่อมทิศการพัฒนาทักษะทางการเงิน” จะเป็นส่วนสำคัญที่สามารถนำไป ประยุกต์ต่อยอดให้การดำเนินนโยบายของภาครัฐมีความเฉพาะเจาะจง (Tailor-Made Policy) มากขึ้นได้ในอนาคตในโอกาสถัดไป คณะผู้จัดทำ การศึกษาจะได้นำรายละเอียดของการศึกษาที่น่าสนใจมานำเสนอ ต่อไป

NEW SMEs ฟื้นฟู No One Left Behind

ช่วยเหลือ เยียวยา ผู้ประสบภัยน้ำท่วม



- SMEs ที่ได้รับผลกระทบจากอุทกภัย
- สถานประกอบการตั้งอยู่ใน
47 จังหวัดที่ประสบอุทกภัย

(ตามประกาศของ กรมป้องกันและบรรเทาสาธารณภัย
ณ 30 ต.ค. 2567 และตามที่จะประกาศต่อไป)

วงเงินค้ำประกันต่อราย

10,000 - 2 ล้านบาท

ค่าธรรมเนียมต่อปี

1.25%

ฟรี 3 ปีแรก

ฟรี! ค่าดำเนินการค้ำประกันตลอดโครงการ



การส่งเสริม

ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม
และรายย่อย (MSMEs) อุตสาหกรรมยานยนต์
และชิ้นส่วนในการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศ

บทความโดย

ชัยวัฒน์ หาญพิทักษ์พงศ์

วิมล ปั่นคง

ณัฐจรรย์ เพ็ชรรวง

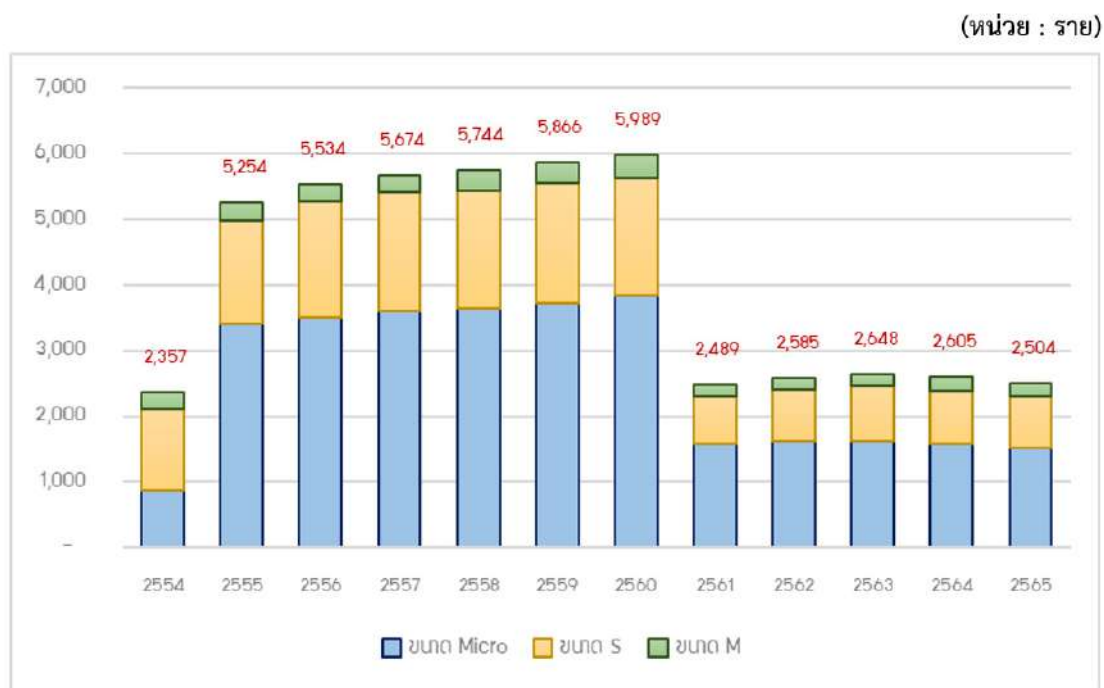
สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

บทความฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยการประเมินศักยภาพและส่งเสริมการเข้าสู่ตลาด
ต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) ปีงบประมาณ 2566
โดยสถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)



1. สถานการณ์ภาพรวมของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนถือเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นระยะเวลายาวนาน ทั้งในมิติของการส่งออก การจ้างงาน และจำนวนผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานที่มีจำนวนมากกว่า 2,500 ราย และประเทศไทยยังคงรักษาความเป็นผู้นำการผลิตยานยนต์ที่มีขนาดใหญ่ที่สุดของภูมิภาคอาเซียน และอันดับ 10 ของโลก โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยผลิตรถยนต์จำนวนมากกว่า 1.9 ล้านคัน ทั้งนี้ สำหรับสถานการณ์ปัจจุบันของผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดเล็กและรายย่อย (Micro, Small and Medium Enterprises: MSMEs) ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) พบว่า ในปี ระหว่างปี พ.ศ. 2554 – 2565 มีจำนวน MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2554 มีจำนวน 2,357 รายและเพิ่มขึ้นไปสูงสุดในปี พ.ศ. 2560 จำนวน 5,989 ราย และหลังจากนั้นจำนวน MSMEs ในอุตสาหกรรมดังกล่าวก็ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยใน พ.ศ. 2565 มี MSMEs ในอุตสาหกรรมดังกล่าวที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. จำนวน 2,504 ราย แบ่งเป็นผู้ประกอบการรายย่อย (Micro Enterprises) จำนวน 1,513 ราย ผู้ประกอบการขนาดย่อม (Small Enterprises) จำนวน 789 ราย และผู้ประกอบการขนาดกลาง (Medium Enterprise Enterprises) จำนวน 202 ราย ตามลำดับ รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : จำนวน MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. ระหว่างปี พ.ศ. 2554 – 2565
ที่มา : สสว. ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

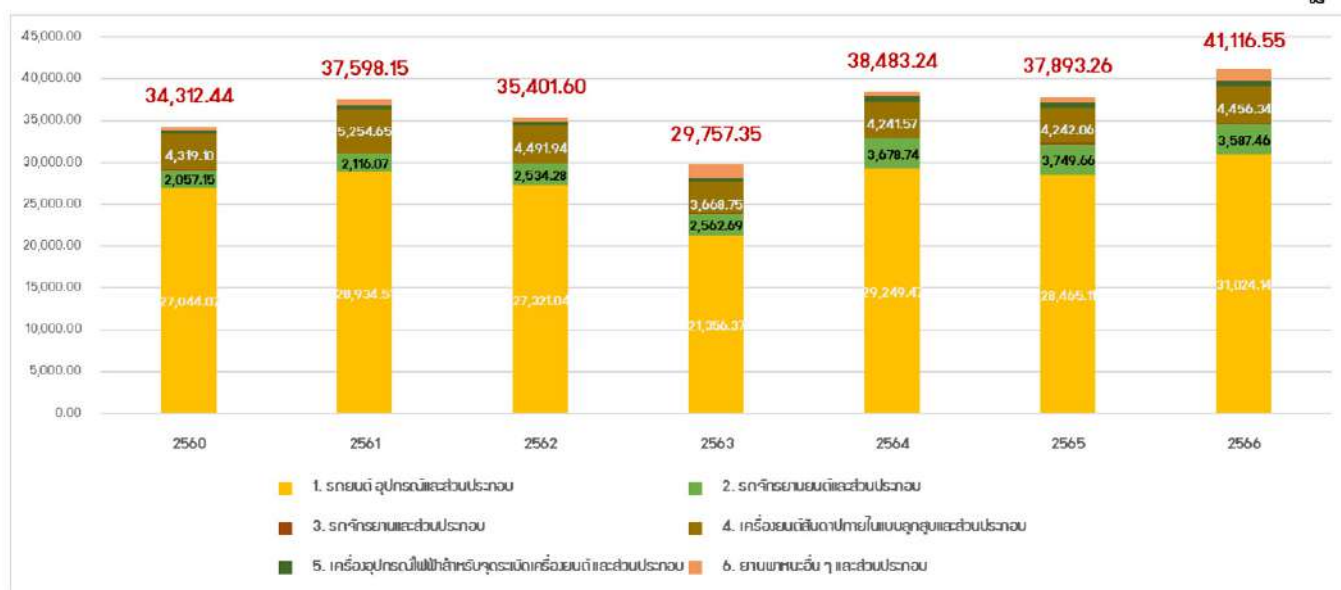
เมื่อพิจารณาในที่ตั้งสถานประกอบการของในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทย ซึ่งรวม MSMEs และวิสาหกิจขนาดใหญ่ จะพบว่า ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนส่วนใหญ่ 3 อันดับแรก จะตั้งอยู่ในบริเวณพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล ภาคตะวันออก ภาคกลาง ตามลำดับ โดยสถานประกอบการ ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลมีสัดส่วน กว่าร้อยละ 50 ของจำนวนสถานประกอบการในอุตสาหกรรมดังกล่าว ทั้งนี้ จำนวนสถานประกอบการ ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑลมีจำนวน เปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับภาพรวมของจำนวน MSMEs ในประเทศไทย จากข้อมูลของ สสว. ณ สิ้นปี 2565 สถานประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่มีสถานประกอบการในพื้นที่กรุงเทพและปริมณฑล มีจำนวน 1,501 ราย ลดลงจากปีก่อนหน้าที่มีจำนวน 1,525 ราย รายละเอียดดังภาพที่ 2

(หน่วย : ราย)



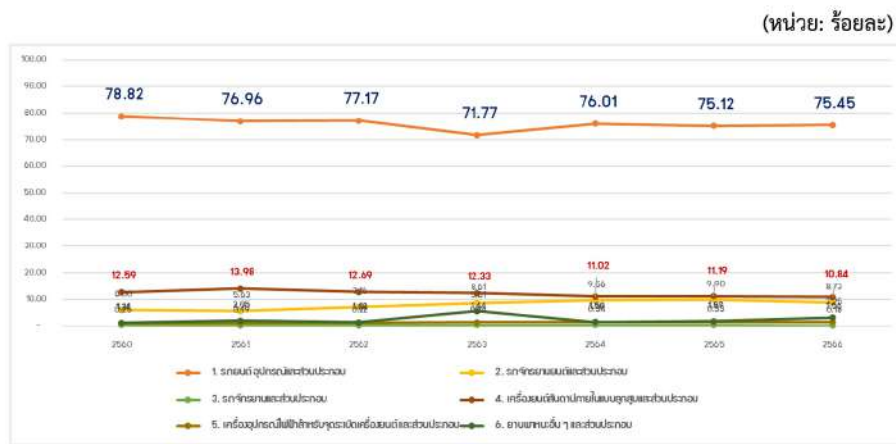
ภาพที่ 2 : จำนวนสถานประกอบการใน อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทยที่ขึ้นทะเบียนกับ สสว. ระหว่างปี 2554 – 2565 ที่มา : สสว. ประมวลผลโดยคณะผู้วิจัย

(หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐ)



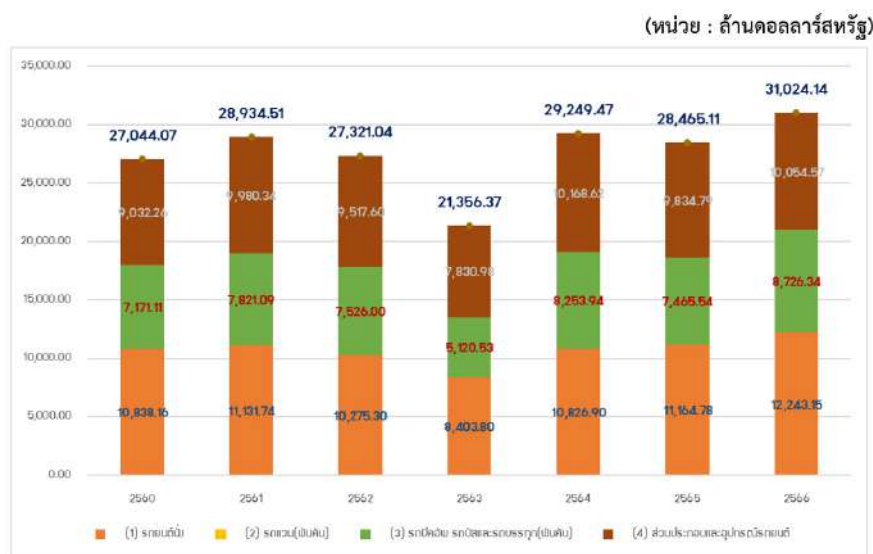
ภาพที่ 3 : มูลค่าการส่งออกของสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2565 ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ประมวลผลโดย คณะผู้วิจัย

สำหรับการส่งออกสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทย อ้างอิงข้อมูลจากสำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์พบว่า ณ สิ้นปี พ.ศ. 2566 มีมูลค่าการส่งออกมากกว่า 41,116.55 ล้านบาทหรือสหรัฐ ซึ่งเป็นมูลค่าการส่งออกที่สูงที่สุดนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 โดยสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมดังกล่าวถือเป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกสำคัญที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศมาโดยตลอด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาในรายละเอียดจะพบว่าหมวดรถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบมีสัดส่วนการส่งออกมากกว่าร้อยละ 70 ของหมวดอุตสาหกรรมดังกล่าวที่ส่งออกไปต่างประเทศ รายละเอียดปรากฏในภาพที่ 3 และ 4 ในขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาในรายละเอียดของหมวดย่อยสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบที่ครองสัดส่วนการส่งออกมากกว่าร้อยละ 70 ของหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่ส่งออกไปจะพบว่า รถยนต์นั่งครองสัดส่วนการส่งออกมากที่สุด ตามมาด้วยส่วนประกอบและอุปกรณ์รถยนต์ รถปิคอัพ รถบัสและรถบรรทุก และรถแวนตามลำดับ รายละเอียดปรากฏดังภาพที่ 5



ภาพที่ 4 : สัดส่วนการส่งออกของสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2565

ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ประมวลผลโดย คณะผู้วิจัย



ภาพที่ 5 : สัดส่วนการส่งออกของสินค้าในหมวดย่อยสินค้ารถยนต์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ระหว่างปี พ.ศ.2560 – 2565

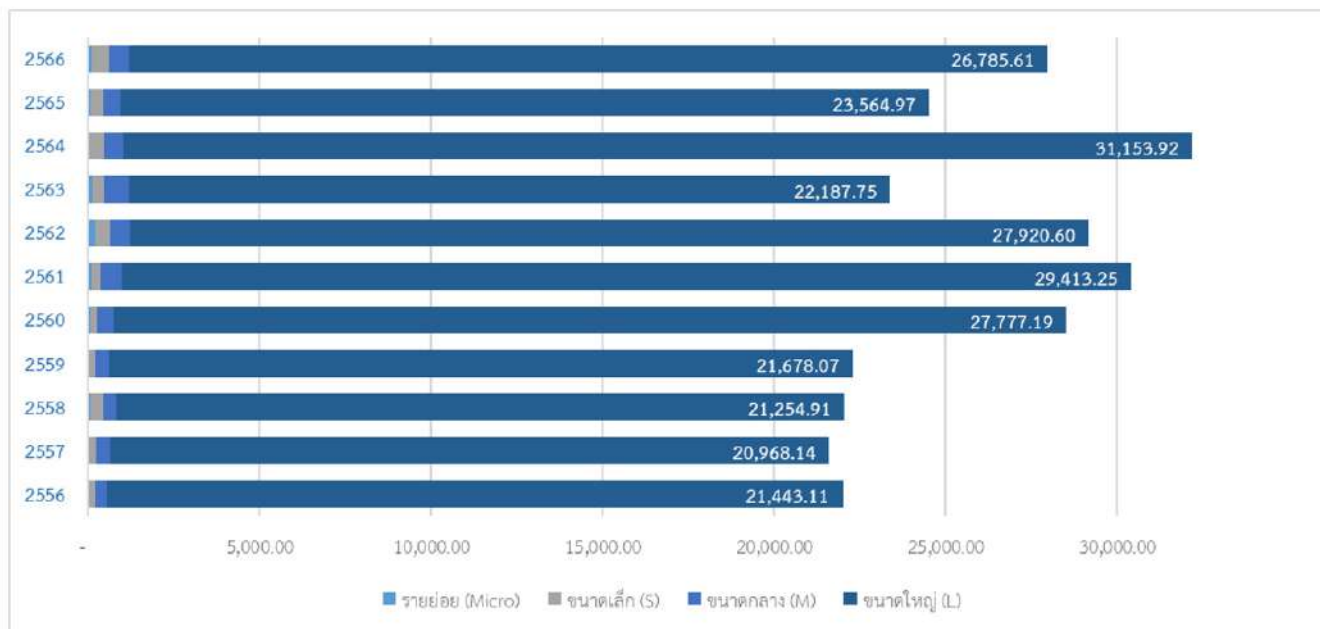
ที่มา : ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจากกรมศุลกากร ประมวลผลโดย คณะผู้วิจัย



ในขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาข้อมูลการส่งออกสินค้าของ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนจาก Dashboard SME Big Data ของ สสว. พบว่า สินค้าส่งออกในหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนที่ส่งออกระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2566 มีมูลค่าไม่ต่ำกว่าปีละ 20,000 ล้านบาท และมีมูลค่าการส่งออกสูงที่สุดในปี พ.ศ. 2564 มากกว่า 31,154 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในรายละเอียดแล้ว จะพบว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนส่วนใหญ่ของประเทศไทยจะเป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ซึ่งครองสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 90 ของมูลค่าการส่งออกรวมในหมวดอุตสาหกรรมดังกล่าว ตามมาด้วยผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อยตามลำดับ รายละเอียดปรากฏดังภาพที่ 6



(หน่วย : ล้านบาท)



ภาพที่ 6 : มูลค่าการส่งออกสินค้าของ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน
ที่มา : สสว. ประมวลผลโดย คณะผู้วิจัย



จากข้อมูลล่าสุดของสำนักส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม (2566) กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์¹ ที่เปิดเผยประเทศปลายทางการส่งออกของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ณ พฤษภาคม พ.ศ. 2564 พบว่า ประเทศส่งออกหลักของสินค้าในหมวดอุตสาหกรรมดังกล่าว 10 อันดับแรก ได้แก่ 1) ญี่ปุ่น 2) สหรัฐอเมริกา 3) แอฟริกาใต้ 4) อินโดนีเซีย 5) มาเลเซีย 6) เวียดนาม 7) อินเดีย 8) อาร์เจนตินา 9) จีน และ 10) บราซิล อย่างไรก็ตาม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยเฉพาะจากการเข้ามาของยานยนต์ไฟฟ้าได้ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ในประเทศไทยอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในขณะเดียวกัน มาตรการกีดกันทางการค้าที่เกิดขึ้นจากสงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน (US – China Trade War) ส่งผลให้ภาคการผลิตไทยต้องเร่งปรับตัวให้ทันต่อสถานการณ์โลกที่แปรผันอย่างรวดเร็ว และกระตุ้นให้ผู้ผลิตในห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนในประเทศไทยต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ

1 อ้างอิง https://www.ditp.go.th/contents_attach/963608/963608.pdf

จากข้อมูลข้างต้นที่ได้นำเสนอไปจึงเป็นสาเหตุผลให้สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน) หรือ สคพ. เล็งเลือก MSMEs ของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ดำเนินการศึกษา และประเมินศักยภาพการส่งออกในอนาคต โดยดำเนินการภายใต้โครงการวิจัยการประเมินศักยภาพและส่งเสริมการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) (โครงการวิจัยฯ)



2. การประเมินศักยภาพของ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

สำหรับโครงการวิจัยฯ คณะผู้วิจัยได้ร่วมกับคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ออกแบบแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับประเมินศักยภาพการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน และได้จัดส่งให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนกว่า 100 ราย โดยแบบสอบถามดังกล่าวได้แบ่งประเด็นคำถามออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ 1) ข้อมูลพื้นฐานของสถานประกอบการที่ร่วมตอบแบบสอบถาม และ 2) การประเมินศักยภาพในการขยายตลาดการส่งออกสินค้าไปต่างประเทศ จากการประเมินคำตอบจาก MSMEs ที่ร่วมตอบแบบสอบถามดังกล่าว พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 40 ของตัวแทนสถานประกอบการที่ตอบแบบสอบถามมองว่าความสามารถในการแข่งขันลดลงเมื่อเทียบกับช่วงก่อนโควิด-19 ในด้านการเติบโต ร้อยละ 64 คาดว่าอุตสาหกรรมจะเติบโตต่ำในช่วง 3 – 5 ปีข้างหน้า ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในระดับสูง ได้แก่ การลงทุนในเครื่องจักรใหม่ คุณภาพผลิตภัณฑ์ และการเข้าถึงตลาดสมัยใหม่ ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งออกในระดับสูง ได้แก่ การขยายการผลิต ข้อมูลการตลาด และการคุ้มครองสิทธิบัตร สำหรับการส่งออก ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่ส่งออกอยู่แล้วกว่า 73 ราย มีแผนจะขยายการส่งออกต่อไป โดยเป้าหมายหลักคือ ญี่ปุ่น สหภาพยุโรป และ อเมริกา





3. ปัญหาและอุปสรรคของ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน

เป็นที่ทราบกันดีว่า ประเทศไทยมีชื่อเสียงจากการเป็นผู้นำด้านการผลิตยานยนต์เพื่อส่งออกในภูมิภาคเอเชีย และส่งผลให้ระบบนิเวศของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยมีความเข้มแข็งจากประสบการณ์และความเชี่ยวชาญที่สั่งสมจากการอยู่ในอุตสาหกรรมนี้มาเป็นระยะเวลายาวนาน อย่างไรก็ตาม จากกระแสความนิยมของยานยนต์ไฟฟ้าที่เพิ่มขึ้นต่อเนื่องทั่วโลกได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ในรถยนต์ที่มีระบบเครื่องยนต์สันดาปภายใน จากสถานการณ์การเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไปสู่ยานยนต์พลังงานสะอาดได้ส่งผลกระทบต่อ MSMEs ในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยที่เป็นกลไกสำคัญในการผลิตสินค้าเพื่อตอบสนองต่อบริษัทผลิตรถยนต์สัญชาติต่างประเทศ เพื่อส่งออกอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จากการศึกษาของคณะผู้วิจัย โดยการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสามารถสรุปปัญหาและอุปสรรคของ MSMEs ที่กำลังเผชิญอยู่ในปัจจุบันและส่งผลกระทบต่อขยายตลาดการส่งออกต่างประเทศได้ ดังต่อไปนี้



3.1 ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนไม่สามารถปรับตัวเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงได้ : อ้างอิงการศึกษาของสำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมพบว่า ผู้ผลิตชิ้นส่วนการประกอบในโรงงานผลิตรถยนต์ หรือชิ้นส่วน OEM ในประเทศไทยมีความสามารถแข่งขันในกลุ่มชิ้นส่วนรถกระบะเป็นหลัก นอกจากนี้ ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของประเทศไทยยังคงเสียเปรียบด้านคุณภาพเมื่อเทียบกับผู้ผลิตชิ้นส่วนในต่างประเทศ

3.2 เสี่ยงเปรียบด้านความสามารถในการแข่งขันด้านต้นทุน : จากการศึกษาพบว่า จากกระแสความนิยมรถยนต์ไฟฟ้าได้ส่งผลให้อุปสงค์ในตลาดรถยนต์แบบเครื่องยนต์สันดาปภายในมีแนวโน้มหดตัวลง และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่ขยับตัวไปแข่งขันในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไฟฟ้ากลับต้องเผชิญปัญหาด้านต้นทุน เนื่องจากประเทศไทยไม่ใช่แหล่งผลิตวัตถุดิบหลักของยานยนต์ไฟฟ้า เช่น มอเตอร์และแบตเตอรี่ยานยนต์ไฟฟ้า และผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่เข้าไปแข่งขันในอุตสาหกรรมดังกล่าวต้องนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศทั้งหมด ในขณะเดียวกัน ผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ไทย โดยเฉพาะที่มีลักษณะเป็น MSMEs ขาดอำนาจต่อรองของกับผู้ผลิตยานยนต์ซึ่งเป็นบริษัทต่างชาติ และประเทศไทยยังขาดศูนย์วิจัยและทดสอบมาตรฐานชิ้นส่วนยานยนต์สมัยใหม่



3.3 เผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่ไม่ใช่ภาษี (Non-Tariff Barrier) : หลายประเทศได้ตระหนักถึงผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อสิ่งแวดล้อมจากการใช้ยานยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายใน และรัฐบาลของประเทศเหล่านั้นได้เริ่มประกาศใช้มาตรการเพื่อรักษาสีเขียวสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น ยกตัวอย่างเช่น นโยบายแผนการปฏิรูปสีเขียว (European Green Deal) ของสหภาพยุโรป ซึ่งได้มีการประกาศบังคับใช้มาตรการปรับราคาคาร์บอนก่อนข้ามพรมแดน (Carbon Border Adjustment Mechanism: CBAM) การกำหนดอัตราการจัดเก็บภาษีสินค้านำเข้าบางประเภท เพื่อป้องกันการนำเข้าสินค้าที่ปล่อยก๊าซเรือนกระจกสูงเข้ามาในกลุ่มประเทศสมาชิกจากการดำเนินมาตรการดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ โดยเฉพาะผู้ผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ที่มีลักษณะเป็น MSMEs ในประเทศไทยในฐานะผู้รับจ้างผลิตที่ใช้วัตถุดิบที่อยู่ในข้อกำหนดดังกล่าว ซึ่งถ้าไม่สามารถปรับตัวได้ทันอาจจะต้องแบกรับต้นทุนทางภาษีที่เพิ่มขึ้น และสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดรวมถึงความสามารถในการแข่งขันในอนาคต



3.4 การขาดแคลนการสนับสนุนจากภาครัฐที่เพียงพอ : ที่ผ่านมา หลาย ๆ รัฐบาลจะได้มีความพยายามที่จะสนับสนุนผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนผ่านการดำเนินมาตรการต่าง ๆ โดยเฉพาะผู้ประกอบการ MSMEs ทั้งการสนับสนุนให้สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน การสนับสนุนด้วยนโยบายภาษีผ่านการให้สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้เกิดการลงทุนรวมทั้งการสนับสนุนการเพิ่มศักยภาพในการผลิตและการขยายตลาดไปต่างประเทศให้แก่ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน อย่างไรก็ตาม จากสถานการณ์การชะลอตัวทางเศรษฐกิจอันเนื่องมาจากกระแสระบาดของโควิด-19 ส่งผลให้ผู้ประกอบการ MSMEs ในอุตสาหกรรมดังกล่าวประสบปัญหาในการดำเนินธุรกิจไม่สามารถเข้าถึงการสนับสนุนดังกล่าวจากภาครัฐได้



4. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากผลการศึกษาจะเห็นว่าในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนของไทยประกอบด้วยผู้ประกอบการรายใหญ่เป็นหลัก เช่นเดียวกับด้านการส่งออกที่ผู้ประกอบการขนาดใหญ่มีบทบาทหลักเช่นกัน อย่างไรก็ตาม MSMEs ในอุตสาหกรรมนี้ยังคงเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานในการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ให้กับผู้ประกอบการรายใหญ่ และยังคงบางส่วนยังมีศักยภาพเพียงพอที่จะเข้าสู่ตลาดส่งออก แต่อย่างไรก็ตาม MSMEs ยังคงเผชิญกับความท้าทายสำคัญ เช่น การเปลี่ยนแปลงไปสู่ยานยนต์ไฟฟ้า ต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น และการเผชิญกับมาตรการกีดกันทางการค้าที่มีใช้ภาษี ความท้าทายเหล่านี้ส่งผลให้ MSMEs ต้องปรับตัวเพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้ทำผลประเมินจากแบบสอบถามเพื่อใช้สำหรับประเมินศักยภาพการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนมาใช้ประกอบการพิจารณา และสามารถสรุปข้อเสนอได้ดังนี้

4.1 ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาด (Market Entry Promotion) : ภาครัฐจำเป็นต้องทำงานเชิงรุกทางด้านการตลาดร่วมมือกับภาคเอกชน ไม่ว่าจะเป็นสภาอุตสาหกรรม สภาหอการค้า สมาคมของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน รวมถึงสถาบันการศึกษาจัดทำฐานข้อมูลด้านการตลาดเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจในการขยายตลาดการส่งออก เสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่กลุ่มของ MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน ผลักดันให้ผู้ประกอบการสามารถมองเห็นโอกาสในการทำตลาดสินค้าต่าง ๆ ในตลาดต่างประเทศใหม่ ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสามารถไปจัดแสดงสินค้า ณ งานเทศกาลหรืองานแสดงสินค้าต่าง ๆ ทั้งในและต่างประเทศอย่างสม่ำเสมอ โดยเฉพาะตลาดการส่งออกที่มีศักยภาพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างเครือข่ายธุรกิจในระยะยาวและการหาทิศทางความต้องการของลูกค้าใหม่ๆ ได้ตลอดเวลา หรือการจัดตั้งศูนย์แสดงสินค้า ณ สำนักงานในต่างประเทศ เพื่อสามารถจัดแสดงสินค้าของผู้ประกอบการได้ตลอดทั้งปี เป็นต้น

4.2 ส่งเสริมฐานการผลิตให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น : ภาครัฐควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างระบบนิเวศ (Ecosystem) ของอุตสาหกรรมยานยนต์แห่งอนาคตให้เข้มแข็งเช่นเดียวกับที่เคยดำเนินการกับอุตสาหกรรมยานยนต์เครื่องยนต์สันดาปภายในในอดีต ควบคู่ไปกับการมุ่งพัฒนาสร้างมาตรฐานให้แก่ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์แห่งอนาคตที่เป็น MSMEs ให้มีคุณภาพและสามารถแข่งขันกับผู้ผลิตชาวต่างประเทศ ในขณะเดียวกัน สถาบันการศึกษาควรเข้ามามีส่วนสำคัญในการผลักดันนวัตกรรมใหม่ ๆ นอกจากนี้ ควรสนับสนุน MSMEs ในอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนผลิตในเชิงพาณิชย์ให้สอดคล้องกับกระแสความนิยมของรถยนต์ไฟฟ้าที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง จากความตระหนักเรื่องการเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่เพิ่มสูงขึ้นทั่วโลก

4.3 เสริมสร้างความสามารถทางเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการและบุคลากร : ภาครัฐควรพนักงำลั้กับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมดังกล่าว ยกตัวอย่างเช่น ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา รวมถึงบริษัทผลิตรถยนต์สัญชาติอื่นที่มีองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีเกี่ยวกับการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์แห่งอนาคตที่ทันสมัยและพร้อมที่จะถ่ายทอด รวมถึงฝึกฝนองค์ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับเทคโนโลยีดังกล่าวให้แก่บุคลากรในประเทศไทยผ่านการยกระดับทักษะ (Upskill) รวมถึงการสร้างทักษะ (Reskill) เพื่อนำมาประยุกต์ใช้สำหรับรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมดังกล่าวในอนาคต นอกจากนี้ กระทรวงแรงงานควรเข้ามามีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้ประสานงานกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียข้างต้น ร่วมพัฒนาต่อยอดหลักสูตรการอบรมตามที่ได้ร่วมมือกับสถาบันพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมดังกล่าว เพื่อผลิตบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถให้แก่สถานประกอบการ MSMEs รองรับการผลิตของอุตสาหกรรมในอนาคต

4.4 สนับสนุนเชิงนโยบายด้านสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ : การดำเนินมาตรการส่วนใหญ่จะมีลักษณะ One-size-fit-all กล่าวคือ ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมอื่น ๆ สามารถเข้าถึงสิทธิดังกล่าวได้เช่นเดียวและธนาคารผู้เป็นเจ้าของสินเชื้จะมุ่งเน้นการพิจารณาความครบถ้วนในการจัดส่งเอกสารของผู้ประกอบการมากกว่าการพิจารณาแผนธุรกิจและประเมินความสามารถในการทำกำไรของผู้ประกอบการ





5. บทสรุป

อุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วน เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย ไทยเป็นหนึ่งในฐานการผลิตยานยนต์ที่ใหญ่ที่สุดในภูมิภาคเอเชีย และมีผู้ประกอบการ MSMEs มากกว่า 2,500 รายที่เกี่ยวข้องกับผลิตชิ้นส่วนและเป็นส่วนหนึ่งของห่วงโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมนี้ การส่งออกชิ้นส่วนยานยนต์และรถยนต์สำเร็จรูปเป็นหนึ่งในรายได้หลักของประเทศตลอดระยะเวลาหลายสิบปีที่ผ่านมา โดยตลาดหลักได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป และอาเซียน อย่างไรก็ตาม MSMEs ในอุตสาหกรรมนี้ยังต้องเผชิญกับความท้าทายในการแข่งขันกับผู้ผลิตจากประเทศอื่นที่มีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า เช่น จีน และอินเดีย นอกจากนี้การลงทุนในเทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นสิ่งจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน แต่ MSMEs หลายรายยังขาดแคลนเงินทุนและความเชี่ยวชาญในการนำเทคโนโลยีขั้นสูงมาใช้ในการผลิตจากการศึกษาของ พบว่า ภาครัฐยังคงมีบทบาทสำคัญที่จะมีส่วนช่วย MSMEs ในอุตสาหกรรมดังกล่าวให้สามารถเผชิญความท้าทายและขยายตลาดการส่งออกไปยังต่างประเทศไทยในอนาคตได้

นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้พิจารณาข้อมูลการศึกษาร่วมกับการประมวลผลจากแบบสอบถามในการประเมินศักยภาพที่ได้จัดทำร่วมกับคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และสามารถสรุปข้อเสนอแนะในการส่งเสริมให้ MSMEs ในอุตสาหกรรมดังกล่าวสามารถขยายตลาดการส่งออกต่างประเทศได้ จำนวน 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ส่งเสริมการเข้าสู่ตลาด 2) ส่งเสริมฐานการผลิตให้มีความสามารถในการแข่งขันสูงขึ้น 3) เสริมสร้างความสามารถทางเทคโนโลยีแก่ผู้ประกอบการและบุคลากร และ 4) สนับสนุนเชิงนโยบายด้านสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ สำหรับผู้อ่านท่านใดที่สนใจรายงานการศึกษานี้ฉบับเต็มของ”โครงการวิจัยการประเมินศักยภาพการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMEs) ประเทศไทย” ซึ่งนอกจากจะมีรายละเอียดการศึกษาของอุตสาหกรรมยานยนต์และชิ้นส่วนแล้ว ยังมีรายละเอียดการศึกษาของอุตสาหกรรมอาหารและเครื่องดื่มและอุตสาหกรรมแฟชั่น สามารถเข้าไปดาวน์โหลดได้จากเว็บไซต์ของ สคพ. (<https://www.itd.or.th/en/>)

อ้างอิง

ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์ โดยความร่วมมือจาก กรมศุลกากร. (ม.ป.ป). ข้อมูลสถิติการค้าระหว่างประเทศของไทย. <https://tradereport.moc.go.th/th>

สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน). (2567). การประเมินศักยภาพ การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศของวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดย่อม และรายย่อย (MSMES) ประเทศไทย. <https://www.itd.or.th/en/>

สำนักงานส่งเสริมการค้าสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรม. (2566). สินค้าขึ้นส่วนยานยนต์และอุปกรณ์. https://www.ditp.go.th/contents_attach/963608/963608.pdf

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (ม.ป.ป). Dashboard SME Big Data. <https://www.smebigdata.com/home>

_____. (ม.ป.ป). ชุดข้อมูลสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. <https://data.go.th/dataset/number-of-employment>



ขั้นตอนการขอรับเงินคืน เมื่อสมาชิกเกษียณอายุราชการ



กบข. จ่ายเงินคืนสมาชิกภายใน 7 วันทำการนับแต่วันที่ได้รับข้อมูลและเอกสารครบถ้วนถูกต้อง และประกาศเกษียณมีผลบังคับใช้แล้ว

สมาชิกที่จะเกษียณอายุราชการในวันที่ 1 ต.ค. 2567

สามารถแจ้งความประสงค์ขอรับเงินคืนล่วงหน้าได้ตั้งแต่วันนี้เป็นต้นไป

ช่องทางแจ้งความประสงค์ ขอรับเงินคืน หรือ ออมต่อ กับ กบข.

ช่องทางที่ 1



เข้าระบบ Digital Pension ทางเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชัน เพื่อยื่นขอรับเงิน กบข. หรือแจ้งความประสงค์ออมต่อไปพร้อม ๆ กับการยื่นขอรับบำเหน็จบำนาญ

ช่องทางที่ 2



แจ้งความประสงค์กับส่วนงานราชการต้นสังกัด โดยส่งแบบฟอร์ม แบบ กบข. รจ. 008/1/2555 แล้วแนบเอกสารตามที่กำหนด

กรณีสมาชิกยังไม่มีแผนใช้เงินก้อนทันที สามารถให้ กบข. บริหารเงินก้อนต่อได้ ด้วยการใช้บริการ **ออมต่อ** เลือกใช้บริการได้ 4 รูปแบบและสามารถเปลี่ยนแผนการลงทุนให้กับเงินที่ออมต่อได้ 12 ครั้งต่อปีปฏิทิน



ออมต่อทั้งจำนวน



ทยอยรับเงินเป็นงวด ๆ



ขอรับเงินบางส่วนที่เหลือให้ กบข.บริหารต่อ



ขอรับเงินบางส่วนที่เหลื้กทยอยรับเงินเป็นงวด ๆ

สอบถามเพิ่มเติมที่ LINE กบข. @gpfcommunity หรือ ศูนย์บริการข้อมูลสมาชิก โทร. 1179

รู้ทันภัยมิจฉาชีพ “ไม่เชื่อ ไม่โอนไว ไม่แบ่งใจให้เช็ก”



ติดตามข้อมูล ข่าวสารและสิทธิประโยชน์สำคัญผ่านช่องทางบัญชีทางการของ กบข. เท่านั้น โดยขอให้หลีกเลี่ยงการกดลิงก์หรือเว็บไซต์ที่ไม่น่าเชื่อถือ หากท่านได้รับการติดต่อจากบุคคลที่ไม่สามารถยืนยันตัวตนได้ว่าเป็นเจ้าหน้าที่ของ กบข. หรือ พบเห็นพฤติกรรมหลอกลวงแอบอ้างเป็น กบข. แจ้งเบาะแสมาได้ ที่ “สายด่วนแจ้งเหตุมิจฉาชีพแอบอ้างเป็น กบข.” โทร. 1179 กด 5

ผลกระทบ

ของสาขาอสังหาริมทรัพย์ ที่มีต่อเศรษฐกิจไทย

โดย

ดร.นรพัชร อัครวัลลภ

ดร.กวิน เอี่ยมตระกูล

บุณทริกา ชลพิทักษ์วงศ์

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



บทคัดย่อ

ตัวทวีคูณ (Multiplier Effects) คือ การเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อการบริโภค รายจ่ายภาครัฐ การลงทุน หรือการส่งออก ที่ก่อให้เกิดเงินหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจเป็นกี่เท่าของเงินตั้งต้น ทั้งนี้ หากใช้แบบจำลองบัญชีเมทริกซ์สังคม (Social Accounting Matrix: SAM) ของ สศค. พบว่าสาขาอสังหาริมทรัพย์จะมีตัวทวีคูณอยู่ในระดับกลางที่ 1.13 นั้นหมายความว่า หากภาคการผลิตมีการลงทุนในสาขาอสังหาริมทรัพย์จำนวน 100 บาท จะก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวน 113 บาท

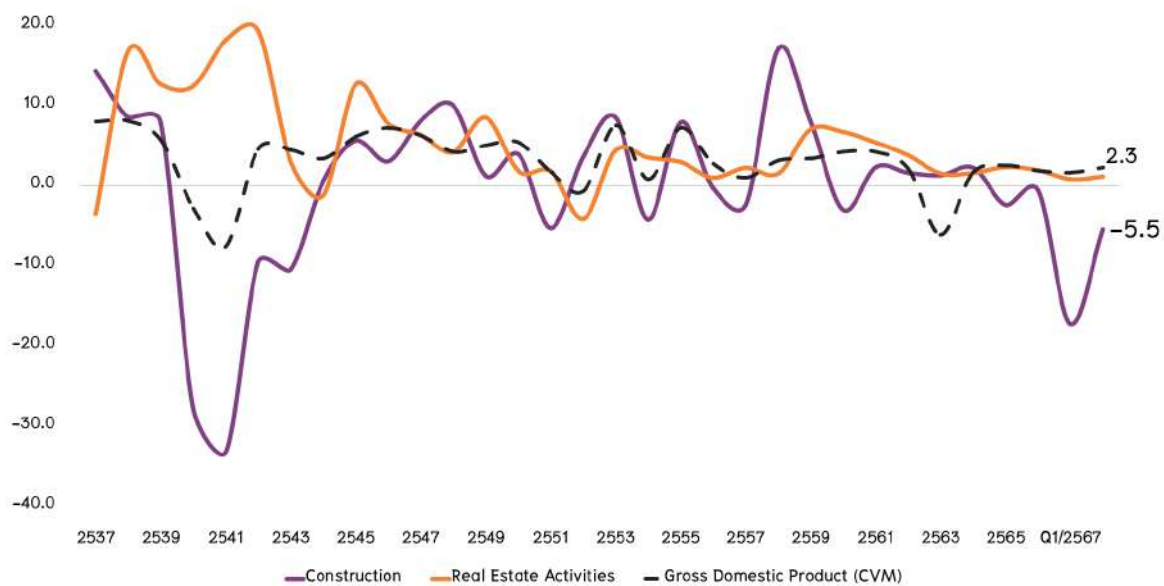
เมื่อพิจารณาห่วงโซ่อุปทานการผลิต (Supply Chain) ของสาขาอสังหาริมทรัพย์ พบว่า สาขาอสังหาริมทรัพย์ถูกนำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิตของสาขาการค้า สถานที่เก็บสินค้าและบริการสินค้า บริการทางการเงิน การประกันชีวิต วิทย์และเทคโนโลยี บริการบันเทิงและบริการส่วนบุคคล เป็นต้น (Forward Linkages) ขณะที่สาขาการผลิตเหล็ก การผลิตซีเมนต์ การผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีต โรงเลื่อย การผลิตโลหะ และการผลิตเครื่องจักร เป็นวัตถุดิบที่ถูกนำมาใช้ในสาขาการก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ (Backward Linkages)



1. เหตุผลและความจำเป็น

ภาคอสังหาริมทรัพย์และภาคก่อสร้าง ถือเป็นสาขาเศรษฐกิจขนาดกลางเมื่อเทียบกับสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ โดยหากพิจารณาถึงขนาดของภาคอสังหาริมทรัพย์และสาขาก่อสร้างต่อ GDP จะอยู่ที่ร้อยละ 2.6 และ 2.4 ตามลำดับ (ข้อมูลไตรมาส 2 ปี 2567) ทั้งนี้ ในอดีตการขยายตัวของทั้งสองภาคนี้มีทิศทางที่ค่อนข้างสอดคล้องกับการเติบโตทางเศรษฐกิจในภาพรวม อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ในระยะหลัง อัตราการเติบโตของทั้ง 2 สาขานี้ค่อนข้างต่ำกว่าในอดีต โดยเฉพาะสาขาก่อสร้าง รายละเอียดของข้อมูลเศรษฐกิจดังภาพที่ 1

ทั้งนี้ เศรษฐกิจไทยในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 ขยายตัวอยู่ที่ร้อยละ 2.3 เติบโตจากการขยายตัวร้อยละ 1.6 ในไตรมาสแรกของปี 2567 มีปัจจัยสนับสนุนจากการปรับตัวดีขึ้นของการอุปโภคบริโภคภาคครัวเรือน การส่งออกสินค้าและบริการ และการขยายตัวในเกณฑ์ดีต่อเนื่องของการอุปโภคบริโภคภาคเอกชน ในขณะที่ การลงทุนภาคเอกชนและภาครัฐปรับตัวลดลง อย่างไรก็ดี ด้านการผลิต สาขาการผลิตสินค้าอุตสาหกรรมกลับมาขยายตัว สาขาที่พักแรมและบริการด้านอาหาร สาขาการขนส่งและการขายปลีก สาขาการขนส่งและสถานที่เก็บสินค้าขยายตัวต่อเนื่อง ขณะที่สาขาการก่อสร้าง และสาขาเกษตรกรรม ปรับตัวลดลง โดยสาขาการก่อสร้าง ในไตรมาสที่ 2 ปี 2567 หดตัวที่ร้อยละ -5.5 ต่อปี ต่อเนื่องจากการลดลงร้อยละ -17.3 ในไตรมาสก่อนหน้า และแม้ว่าสาขาอสังหาริมทรัพย์ซึ่งมีส่วนร้อยละ 2.6 ของ GDP ในไตรมาส 2 ปี 2567 ขยายตัวที่ร้อยละ 1.1 ต่อปี ซึ่งขยายตัวจากไตรมาสก่อนหน้าที่ขยายตัวที่ร้อยละ 0.8 อย่างไรก็ดี ควรต้องดำเนินการเพื่อสนับสนุนภาคอสังหาริมทรัพย์ที่จะมีผลกระทบต่อกิจกรรมภาคอื่น ๆ ในวงกว้าง ซึ่งจะเป็นการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับภาคอสังหาริมทรัพย์ทั้งห่วงโซ่อุปทานการผลิต (Supply Chain) โดยจะพบว่า สาขาอสังหาริมทรัพย์มีตัวชี้วัดอยู่ที่ 1.13 นั้นหมายความว่า หากภาคการผลิตมีการลงทุนในสาขาอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 100 บาท จะก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวน 113 บาท และมีความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkages) ไปยังภาคการผลิตต่าง ๆ เช่น สาขาการค้า สถานที่เก็บสินค้าและบริการสินค้า บริการทางการเงิน การประกันชีวิต วิทยุและโทรทัศน์ บริการบันเทิงและบริการส่วนบุคคล เป็นต้น ขณะที่มีความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkages) ไปยังสาขาการผลิตต่าง ๆ เช่น สาขาการผลิตเหล็ก การผลิตซีเมนต์ การผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีต โรงเลื่อย การผลิตโลหะ และการผลิตเครื่องจักร เป็นต้น



ภาพที่ 1 : ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ สาขาอสังหาริมทรัพย์ และสาขาก่อสร้าง
ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ



2. การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจผ่านตัวทวีคูณ (Multiplier Effect)

ในทางเศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์ปัจจัยด้านอุปสงค์ (Demand Side) ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับระบบเศรษฐกิจ (Exogenous Demand-side Shocks) หมายถึง การเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อการบริโภค รายจ่ายภาครัฐ การลงทุน หรือการส่งออก ที่ก่อให้เกิดผลกระทบทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม หรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า ตัวทวีคูณ (Multiplier Effects) รายละเอียด ดังนี้

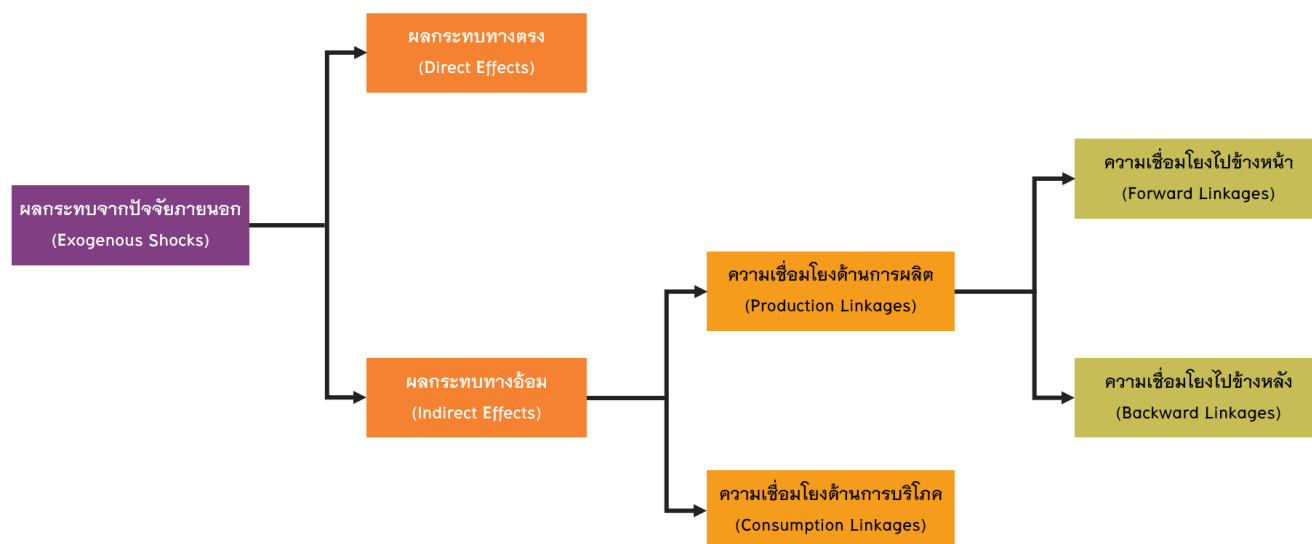
ผลกระทบทางตรง (Direct Effect) คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นกับสาขาเศรษฐกิจหนึ่ง ส่งผลให้สาขาเศรษฐกิจนั้นมีการเปลี่ยนแปลง เช่น การเพิ่มขึ้นของการส่งออกสาขาเกษตรกรรม ส่งผลทางตรงต่อการผลิตสาขาเกษตรกรรม อย่างไรก็ดี การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นนี้ย่อมส่งผลกระทบทางอ้อม (Indirect Effects) ไปยังสาขาเศรษฐกิจอื่นที่เกี่ยวข้องและภาคส่วนต่าง ๆ ของระบบเศรษฐกิจด้วย เช่น สาขาอุตสาหกรรมและบริการ เป็นต้น โดยผลกระทบทางอ้อมนี้จะแบ่งเป็นสองส่วน คือ 1) ความเชื่อมโยงด้านการผลิต (Production Linkages) และ 2) ด้านเชื่อมโยงด้านการบริโภค (Consumption Linkages) รายละเอียดดังนี้

ความเชื่อมโยงด้านการผลิต (Production Linkages) กำหนดโดยเทคโนโลยีการผลิต ซึ่งแสดงรายละเอียดในตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต โดยแบ่งเป็น 1) ความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkages) แสดงถึงการผลิตสาขาหนึ่งที่เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) เพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดการเพิ่มขึ้นของอุปทานในอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) เช่น เมื่อสาขาเกษตรกรรมขยายตัว ก็จะเพิ่มปัจจัยการผลิตให้อุตสาหกรรมอาหารและก่อให้เกิดการผลิตในอุตสาหกรรมเพิ่มขึ้น และยังสาขาการผลิตปลายน้ำมี



ความเชื่อมโยงกันมากเท่าไร ก็จะก่อให้เกิดผล ความเชื่อมโยงไปข้างหน้าที่เพิ่มมากขึ้น และ 2) ความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkages) ซึ่งบอกถึงผลกระทบต่อเนื่องของสาขาการผลิต โดยการผลิตหนึ่งที่เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) ที่มีต่ออุตสาหกรรมที่เป็นต้นน้ำ (Upstream) เช่น เมื่อมีภาคเกษตรขยายตัวขึ้น ก็จะก่อให้เกิดอุปสงค์ของสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Goods) ที่เชื่อมโยงไปยังอุตสาหกรรมต้นน้ำของภาคเกษตร เช่น การผลิตปุ๋ย เมล็ดพันธุ์ เครื่องมือ เครื่องจักร และบริการขนส่ง และยังสาขาการผลิตต้นน้ำมีความเชื่อมโยงกันมากเท่าไร ก็จะทำให้ ความเชื่อมโยงไปข้างหลังเพิ่มมากขึ้น ดังนั้น การผลิตจะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มมากขึ้นหรือน้อย เพียงใดขึ้นอยู่กับว่าสินค้าประเภานั้นใช้ปัจจัยขั้นกลางที่มาจากในประเทศหรือนำเข้าจากต่างประเทศมากกว่ากัน ขณะเดียวกันการผลิตที่

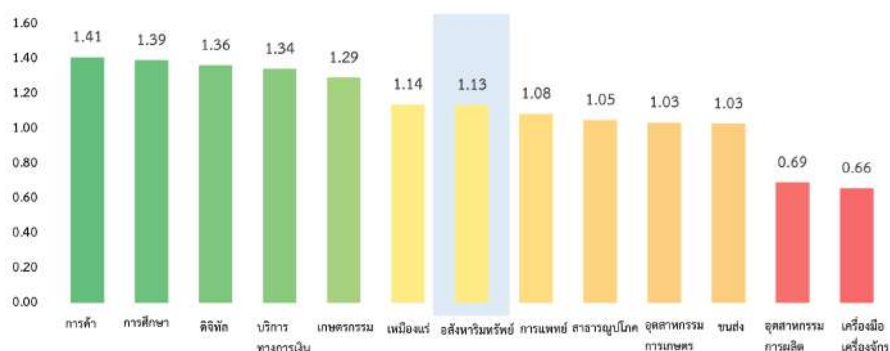
เพิ่มขึ้นนี้ ก่อให้เกิดรายได้ของปัจจัยการผลิตและครัวเรือนเพิ่มขึ้น ทำให้มีการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นได้อีกด้วย นำมาซึ่งการบริโภคของประชาชนเพิ่มขึ้น (Consumption Linkages) รายละเอียดของผลกระทบทางเศรษฐกิจได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 : ผลกระทบทางเศรษฐกิจ (Multiplier Effects)
ที่มา : Breisinger และคณะ (2009)

ทั้งนี้ หากใช้แบบจำลองบัญชีเมทริกซ์สังคม (Social Accounting Matrix: SAM) ของ สศค. ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ผลกระทบของการลงทุนที่มีต่อสาขาเศรษฐกิจไทย พบว่า สาขาที่มีตัวทวีคูณสูงส่วนใหญ่จะเป็นสาขาบริการ ได้แก่ การค้า (1.41) การศึกษา (1.39) ดิจิทัล (1.36) และบริการทางการเงิน (1.34) เป็นต้น ขณะที่สาขาอสังหาริมทรัพย์จะมีตัวคูณอยู่ในระดับกลางที่ 1.13 นั้นหมายความว่า หากภาคการผลิตมีการลงทุนในสาขาอสังหาริมทรัพย์ จำนวน 100 บาท จะก่อให้เกิดผลกระทบ

ทางเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม จำนวน 113 บาท อย่างไรก็ตาม สาขาก่อสร้างอาคารและสาขาเครื่องมือเครื่องจักรมีค่าตัวทวีคูณอยู่ในระดับที่ต่ำกว่า 1 ส่วนหนึ่งเกิดจากการลงทุนดังกล่าวมีส่วนรั่วไหล โดยเฉพาะการนำเข้า (Import Leakage Ratio) ออกจากระบบเศรษฐกิจมากกว่าและเกิดมูลค่าเพิ่มภายในประเทศที่ต่ำกว่าการลงทุนด้านอื่น ๆ รายละเอียดดังภาพที่ 3



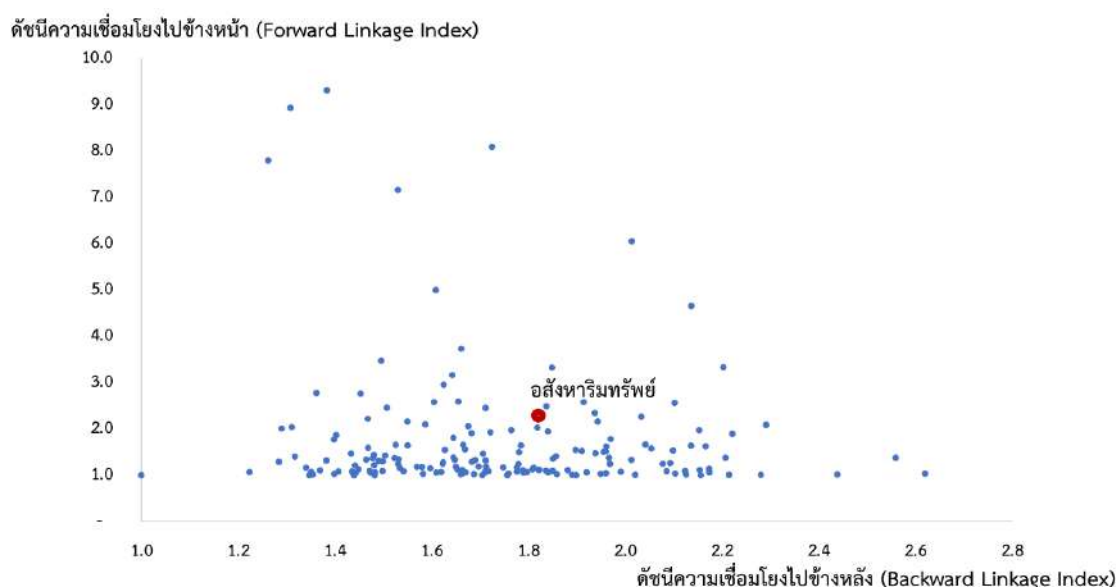
ภาพที่ 3 : ตัวทวีคูณ (Multiplier Effects) ของสาขาเศรษฐกิจต่าง ๆ
ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงพาณิชย์ คำนวณโดย สศค.

หมายเหตุ: สาขาอสังหาริมทรัพย์ ประกอบด้วย 1) การก่อสร้างที่อยู่อาศัย 2) การก่อสร้างอาคารที่ไม่ใช่ที่อยู่อาศัย 3) การก่อสร้างงานบริการสาธารณะทางด้านเกษตรและป่าไม้ 4) การก่อสร้างงานบริการสาธารณะที่ไม่เกี่ยวกับงานเกษตร 5) การก่อสร้างอื่น ๆ และ 6) บริการด้านอสังหาริมทรัพย์



3.การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

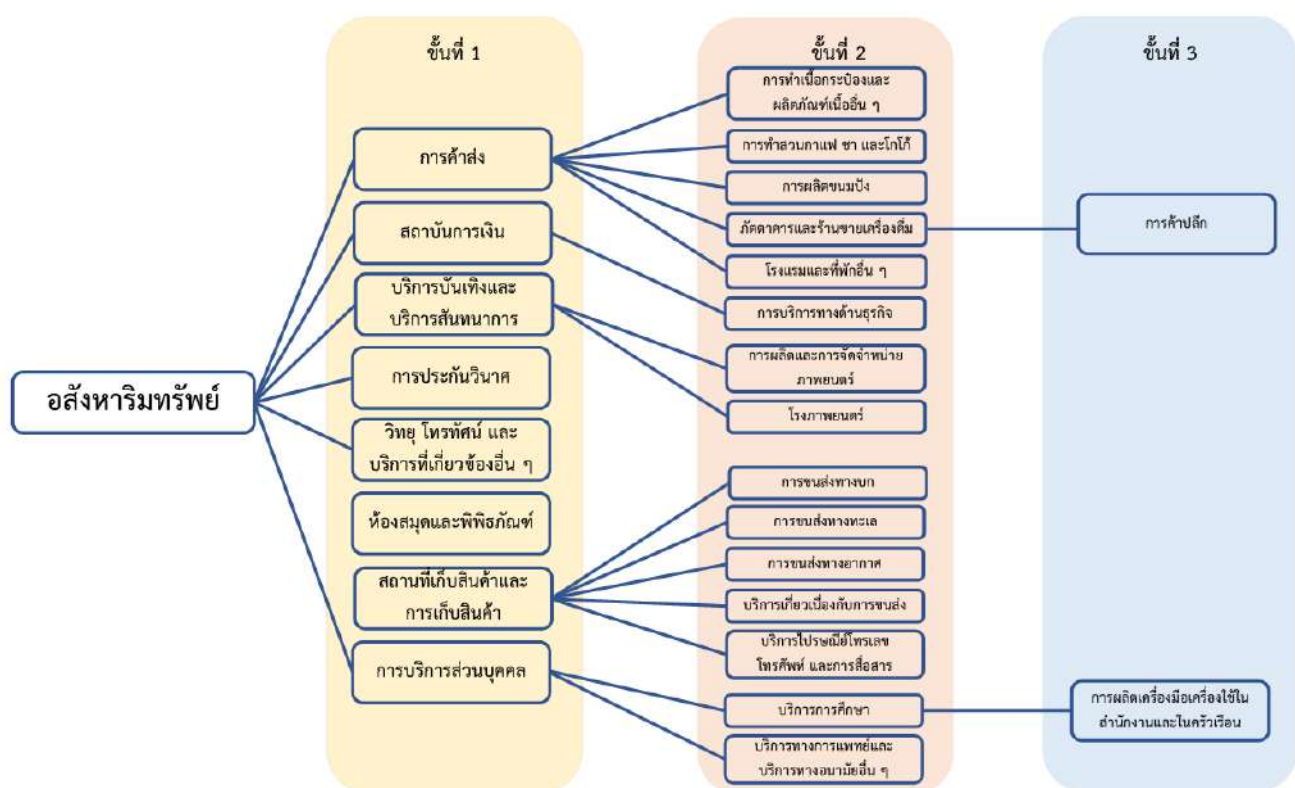
การวัดค่าผลกระทบความเชื่อมโยงไปข้างหน้า และผลกระทบความเชื่อมโยงไปข้างหลังแสดงให้เห็นถึงลักษณะโครงสร้างการผลิตว่าเป็นต้นน้ำ (Upstream) หรือปลายน้ำ (Downstream) โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงระหว่างสาขาการผลิตทั้งทางตรงและทางอ้อม พบว่า สาขาการผลิตที่มีค่าดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward Linkage Index) สูงเป็นลำดับต้น ๆ เช่น การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการกลั่นปิโตรเลียม สาขาไฟฟ้า และก๊าซ สาขาการเงินและการประกัน และสาขาการขนส่ง ซึ่งแสดงว่าสาขาการผลิตเหล่านี้มีลักษณะโครงสร้างการผลิตที่มีแนวโน้มเป็นการผลิตต้นน้ำ (Upstream) ในขณะที่สาขาการผลิตที่มีค่าดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward Linkage Index) สูงเป็นลำดับต้น ๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมเหล็กกล้า การฆ่าสัตว์ การผลิตผลิตภัณฑ์จากเมล็ดธัญพืช ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป การผลิตผลิตภัณฑ์อาหารอื่น ๆ และอสังหาริมทรัพย์ เป็นต้น ซึ่งแสดงว่าสาขาการผลิตเหล่านี้มีลักษณะโครงสร้างการผลิตที่มีแนวโน้มเป็นการผลิตปลายน้ำ (Downstream) รายละเอียดดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 : ดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหน้าและดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหลัง

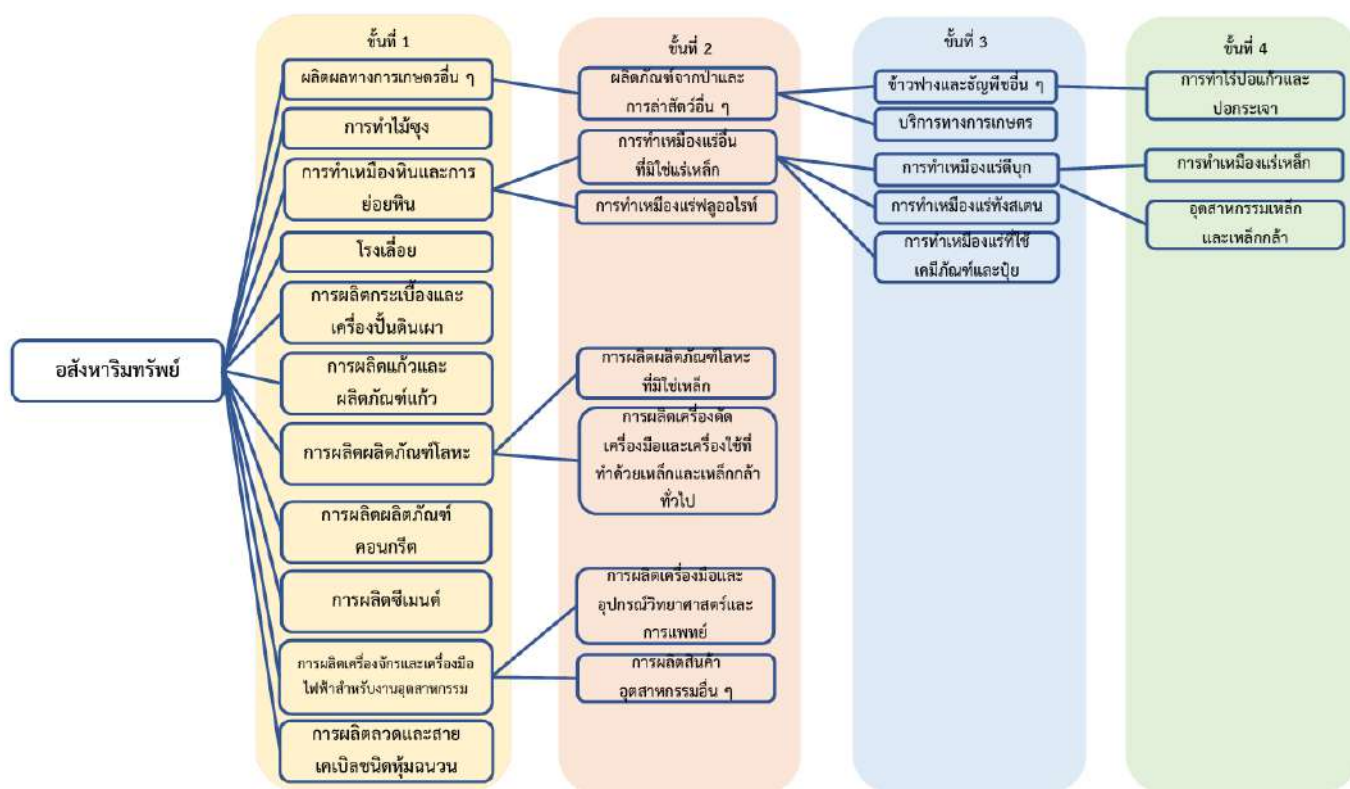
ที่มา: ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คำนวณโดย สศค.

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงการผลิตในห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) สามารถวิเคราะห์ด้วยวิธีการวัดค่าความยาวของการเชื่อมโยงเฉลี่ย (Average Propagation Length) ที่เน้นถึงการเปลี่ยนแปลงของสาขาการผลิตหนึ่งที่มีผลต่อความยาวเฉลี่ยของการเชื่อมโยงของสาขาการผลิตอื่น โดยผลการวิเคราะห์พบว่า ความเชื่อมโยงไปข้างหน้าในห่วงโซ่อุปทานของสาขาส่งหาริมทรัพย์ (Forward Linkages) โดยสาขาส่งหาริมทรัพย์เป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ (Upstream) ได้ถูกนำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิตของสาขาการค้า สถานที่เก็บสินค้าและบริการสินค้า บริการทางการเงิน การประกันชีวิต วิทย์และเทคโนโลยี บริการบันเทิงและบริการส่วนบุคคล เป็นต้น ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงทางตรง ส่วนความเชื่อมโยงทางอ้อม สาขาการค้าส่งถูกนำไปใช้เป็นปัจจัยการผลิตในสาขาภัตตาคารและร้านอาหาร เครื่องดื่ม โรงแรมและที่พัก และการค้าปลีก ขณะที่การบริการส่วนบุคคล ถูกนำไปใช้เป็นปัจจัยในการผลิตของสาขาบริการทางการแพทย์และบริการทางการศึกษา รวมทั้งนำไปผลิตเครื่องมือและเครื่องใช้ในครัวเรือน รายละเอียดดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 : ความเชื่อมโยงไปข้างหน้าในห่วงโซ่อุปทานของสาขาส่งหาริมทรัพย์
ที่มา: ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คำนวณโดย สศค.

ขณะที่ความเชื่อมโยงไปข้างหลังในห่วงโซ่อุปทานของสาขาส่งหาริมทรัพย์ (Backward Linkages) โดยสาขาส่งหาริมทรัพย์เป็นอุตสาหกรรมปลายน้ำ (Downstream) ซึ่งเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงของความต้องการที่สูงขึ้น จะส่งผลกระทบย้อนกลับไปยังหลังต่อสาขาการผลิตอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยความเชื่อมโยงทางตรง (Direct Linkages) คือ การผลิตเหล็ก การผลิตซีเมนต์ การผลิตผลิตภัณฑ์คอนกรีต โรงเลื่อย การผลิตโลหะ และการผลิตเครื่องจักร เป็นวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ ส่วนความเชื่อมโยงทางอ้อม (Indirect Linkages) ก็ยังเกี่ยวข้องกับการทำเหมืองแร่แร่ดีบุกและทังสแตน การทำเหมืองแร่ที่ใช้เคมีภัณฑ์และปุ๋ย รวมทั้งบริการทางการเกษตรอีกด้วย รายละเอียดดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 : ความเชื่อมโยงไปข้างหลังในห่วงโซ่อุปทานของสาขาส่งหาริมทรัพย์
ที่มา: ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คำนวณโดย สศค.



DHealth+Plus

คน Gen ใหม่ ชับไว้เลย



เหมาจ่ายค่ารักษา

5 ล้าน
บาท

เบี้ยเดือนละไม่ถึง

1,778

บาท*



SUBSCRIBE

DHealth+Plus

ครอบคลุมทั้ง
โรคเล็ก ๆ ถึง โรคแรง ๆ

* สำหรับเพศชาย อายุ 25 ปี เลือกแบบประกันภัย เมืองไทย สมาร์ท โพรเทคชั่น 99/99 จำนวนเงินเอาประกันภัย 50,000 บาท และสัญญาเพิ่มเติมการประกันภัยสุขภาพแบบ ดี เฮลท์ พลัส ความคุ้มครอง 5 ล้านบาทต่อการเข้าพักรักษาตัวครั้งใดครั้งหนึ่งแบบไม่มีความรับผิดชอบส่วนแรก และชำระเบี้ยประกันภัยรายเดือน โปรตศึกษารายละเอียดความคุ้มครอง เงื่อนไข และข้อยกเว้นก่อนตัดสินใจทำประกันภัย

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ตามแนวคิด Smart City เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมือง

บทความโดย

ชัยวัฒน์ หาญพิทักษ์พงศ์

ธณัฐ พวงนวม

ณัฐจุฑิตา จันทักดี

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง



1. บทนำ

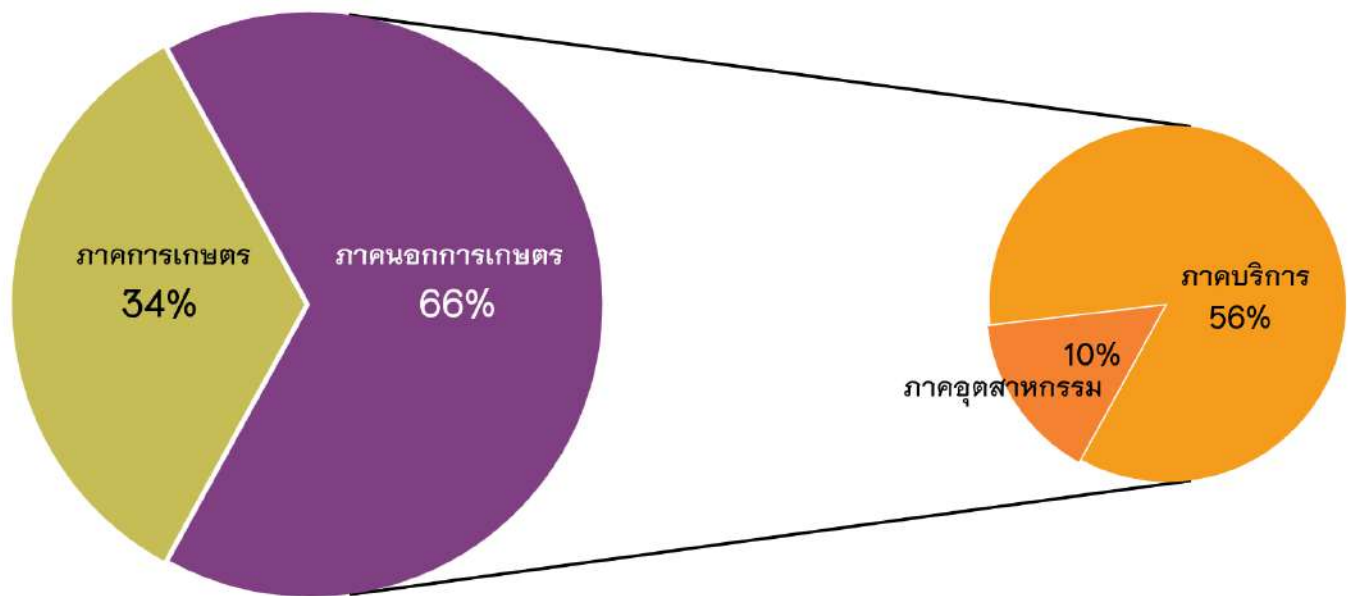


ภาพที่ 1 : ผังเมืองเทศบาลนครยะลาภายใต้โครงการยะลาเมืองอัจฉริยะ (Yala Smart City)
ที่มา : <https://www.isoc5.net/articles/view/380/>

เมื่อกล่าวถึงจังหวัดยะลาทุกท่านมักนึกถึงผังเมืองที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อยและสวยงาม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองในการร่วมพัฒนาเมืองจากทุกภาคส่วนในจังหวัดยะลาทั้งจากภาครัฐ ภาคประชาชน ภาคเอกชน ตลอดจนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีความใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่ โดยสำหรับเทศบาลนครยะลานั้นถือได้ว่าเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นแห่งหนึ่งในจังหวัดยะลาที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเมืองภายใต้แนวคิดยะลาเมืองอัจฉริยะ (Yala Smart City) โดยบทความฉบับนี้จะเป็นการนำเสนอการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลตามแนวคิด Smart City เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมืองของเทศบาลนครยะลา ซึ่งประกอบไปด้วย นโยบายและกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเทศบาลนครยะลาอุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินงาน มุมมองการพัฒนาเมืองยะลาในอนาคต และกุญแจสำคัญ (Key Success) ในการดำเนินงาน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

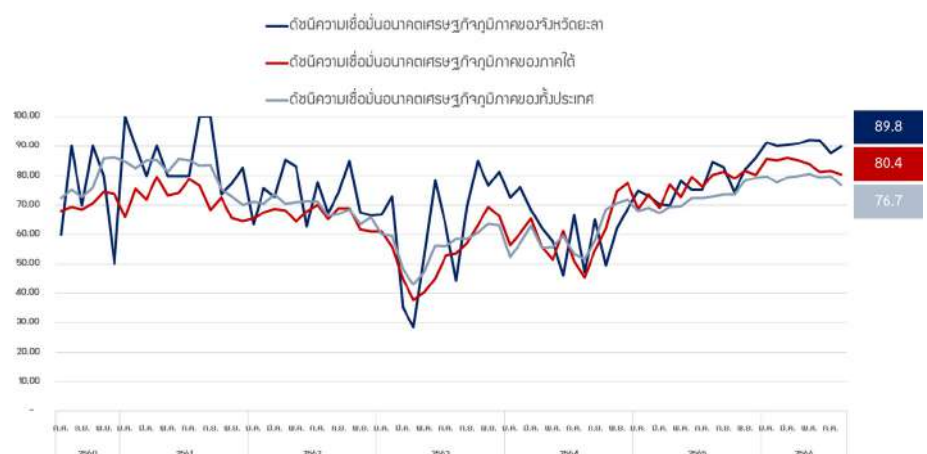
2. ข้อมูลเศรษฐกิจพื้นฐานของจังหวัดยะลา

ข้อมูลพื้นฐานด้านเศรษฐกิจของจังหวัดยะลา ในปี 2564 สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ประเมินว่า จังหวัดยะลา มีผลิตภัณฑ์จังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) เท่ากับ 50,837 ล้านบาท ซึ่งไปประกอบด้วยภาคการเกษตร 17,176 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 34 ของผลิตภัณฑ์จังหวัด และภาคนอกการเกษตร 33,211 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 66 ของผลิตภัณฑ์จังหวัด โดยสำหรับภาคนอกการเกษตร ประกอบไปด้วย ภาคอุตสาหกรรม 5,102 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 10 ของผลิตภัณฑ์จังหวัด และภาคบริการ 28,109 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 56 ของผลิตภัณฑ์จังหวัด จึงส่งผลให้จังหวัดยะลา มีผลิตภัณฑ์ต่อหัว (GPP Per Capita) อยู่ที่ราว 105,453 บาทต่อปี



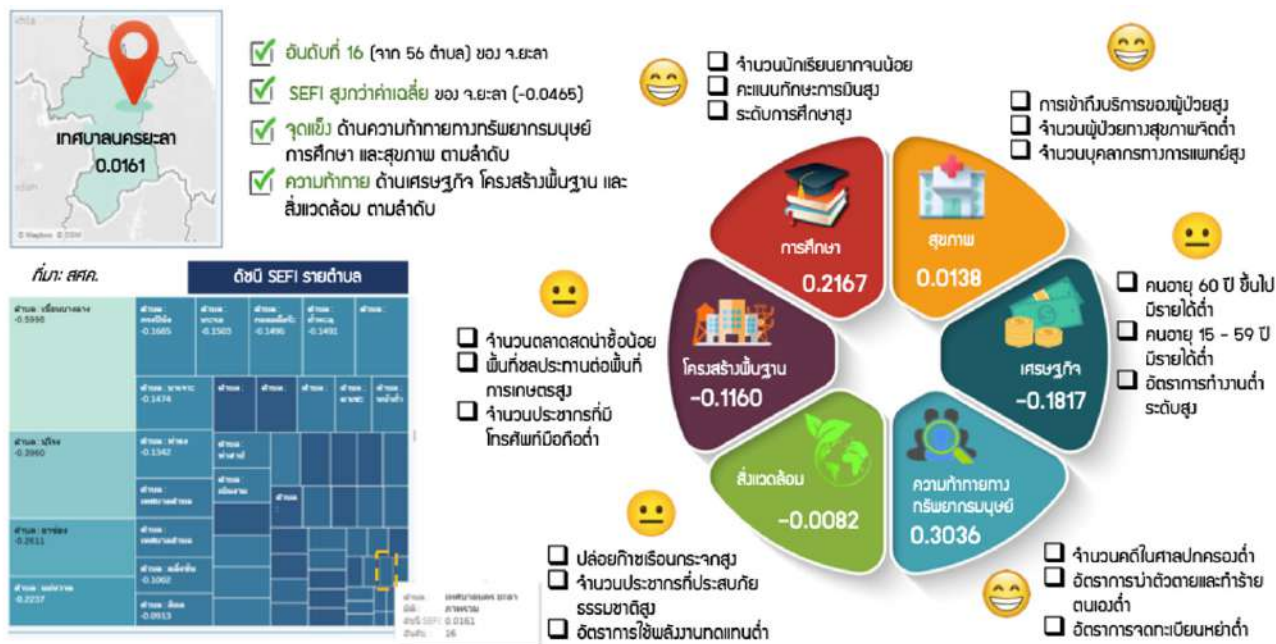
ภาพที่ 2 : ผลิตภัณฑ์จังหวัดยะลา
ที่มา : สศช. ประมวลผลโดยสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.)

ในขณะที่ดัชนีความเชื่อมั่นอนาคตเศรษฐกิจภูมิภาค (Thailand Regional Economic Sentiment Index: RSI) ซึ่งจัดทำโดย สศค. กระทรวงการคลัง พบว่า ดัชนี RSI เดือนสิงหาคม 2566 ของจังหวัดยะลาอยู่ที่ระดับ 89.8 โดยอยู่ในระดับที่สูงกว่าดัชนี RSI ของประเทศและภาคใต้ เนื่องจากได้รับปัจจัยสนับสนุนจากภาคบริการและภาคลงทุน



ภาพที่ 3 : ดัชนีความเชื่อมั่นอนาคตเศรษฐกิจภูมิภาค
ที่มา : กองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สศค.

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาดัชนีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ (Spatial Economic Fundamental Index: SEFI) ของเทศบาลนครยะลา จังหวัดยะลา ที่พัฒนาและจัดทำโดย กศม. สศค. ซึ่งประกอบด้วยตัวชี้วัด จำนวน 88 ตัวชี้วัด เพื่อบ่งชี้ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจของพื้นที่ต่าง ๆ ผ่าน 6 มิติ ได้แก่ โครงสร้างพื้นฐาน การศึกษา สาธารณสุข กำลังซื้อ ปัญหาของทรัพยากรมนุษย์ และสิ่งแวดล้อม โดย SEFI ของเทศบาลนครยะลา บ่งชี้ว่า เทศบาลนครยะลา มีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจที่ดีติดอันดับที่ 16 ของตำบลหรือเทศบาลในจังหวัด ยะลา โดยมีจุดแข็งด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการศึกษา และด้านสาธารณสุข ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เทศบาลนครยะลายังคงเผชิญกับความท้าทายในด้านสิ่งแวดล้อม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านเศรษฐกิจ ตามลำดับ



ภาพที่ 4 : ดัชนีปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจเชิงพื้นที่ของเทศบาลนครยะลา จังหวัดยะลา
ที่มา : กองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สศค.



3. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลตามแนวคิด Smart City เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมือง

จากรายละเอียดที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า เทศบาลนครยะลา มีจุดแข็งจากภาคบริการ โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนในพื้นที่จากด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านการศึกษา และด้านสาธารณสุข ซึ่งเป็นจุดแข็งที่สำคัญในการส่งเสริมให้เทศบาลนครยะลาเกิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมืองภายใต้แนวคิด Smart City ในการนี้ กศม. สศค. ร่วมกับวารสารการเงินการคลังได้รับเกียรติเป็นอย่างสูงจากคุณพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ (คุณพงษ์ศักดิ์) นายกเทศมนตรีนครยะลา มาถ่ายทอดรายละเอียดเกี่ยวกับเรื่องราวของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลตามแนวคิด Smart City เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมือง ผ่านรายการ “Local Reach เอื้อมลึกถึงภูมิภาค” ประจำเดือนกันยายน 2566 เมื่อวันที่ 19 กันยายน 2566 ที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการดำเนินงาน ดังต่อไปนี้



คุณพงษ์ศักดิ์ ยิ่งชนม์เจริญ
นายกเทศมนตรีนครยะลา

3.1. นโยบายและกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของเทศบาลนครยะลา

คุณพงษ์ศักดิ์ ได้เล่าว่า ภายหลังจากที่สถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดยะลาเริ่มมีสัญญาณที่ดีขึ้น นับตั้งแต่นั้นเป็นต้นมาทางเทศบาลนครยะลา ก็ได้เริ่มฟื้นฟูเมืองยะลา โดยริเริ่มจากการนำจุดแข็งที่มีอยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นต้นทุนที่สำคัญในการพัฒนาเมือง ได้แก่ ความเป็นเมืองสะอาด ความเป็นระเบียบเรียบร้อยจากการวางผังเมืองที่ดี ความอุดมสมบูรณ์จากพื้นที่สีเขียว ความเป็นเมืองตากอากาศทางการศึกษา และความเป็นสังคมพหุวัฒนธรรม โดยเริ่มดำเนินการไปพร้อมกับการปรับกระบวนการทำงานใหม่โดยการปรับโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง (Restructuring Logistic) เนื่องจากจังหวัดยะลาเป็นเมืองใน

3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่รถไฟมาถึงกลางเมือง ซึ่งหากมองย้อนกลับไปเมื่อ 30 ปีก่อนที่ผ่านมาจะพบว่า จังหวัดยะลาเป็นจังหวัดที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage ในด้านการขนส่ง แต่เมื่อรูปแบบของการเดินทางได้มีการเปลี่ยนแปลงไปเป็นเครื่องบินและรถยนต์ จึงส่งผลให้จังหวัดยะลาสูญเสียความได้เปรียบในการแข่งขันข้างต้นของเมืองไป และทำให้ต้องพยายามปรับโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่งใหม่เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นไปพร้อม ๆ กับการปรับโครงสร้างด้านเศรษฐกิจ (Restructuring Economy) เนื่องจากในอดีตเศรษฐกิจของจังหวัดยะลาพึ่งพาทางพาราเป็นหลัก แต่ด้วยสภาวะการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วจึงส่งผลให้จังหวัดยะลามุ่งเน้นการปรับเปลี่ยนโครงสร้างทางเศรษฐกิจ การเกษตรที่สำคัญ 4 ส่วน ได้แก่ (1) การควบคุมปริมาณและคุณภาพของยางพารา (2) การพัฒนาด้านการตลาดด้วยการสร้างแบรนด์ (Branding) ให้กับทุเรียน ซึ่งเป็นผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัดยะลา ตลอดจนการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในการผลิต (3) การพัฒนาคุณภาพของลองกองด้วยเทคโนโลยีในการผลิตและการเก็บเกี่ยวเพื่อเพิ่มอุปทาน (Supply) ในตลาดลองกอง และ (4) การส่งเสริมการปลูกกาแฟพันธุ์โรบัสต้าของจังหวัดยะลาซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว



ทั้งนี้ ภายใต้วิสัยทัศน์ “นครยะลา เมืองพหุวัฒนธรรม สร้างสรรค์นวัตกรรม สู่คุณภาพชีวิตที่ดี” นำไปสู่การกำหนดนโยบายและกลไกในการขับเคลื่อนเมืองยะลา โดยเริ่มจากการดำเนินโครงการยะลา เมืองอัจฉริยะ (Yala Smart City) ขึ้น ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ส่วนที่สำคัญ ดังนี้

1) **การบริหารภาครัฐอัจฉริยะ (Smart Governance)** ผ่านการมุ่งใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม โดยการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มในการบริหารจัดการเทศบาลนครยะลาสำหรับเป็นช่องทางเชื่อมต่อกับประชาชน ไม่ว่าจะเป็นการรับเรื่องร้องเรียน การสื่อสารกับประชาชน การทำประชาคมติ ตลอดจนการเตรียมความพร้อมในการรองรับภัยพิบัติ หรือโรคติดต่อที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต รวมทั้งการสร้างการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกกลุ่มวัยอย่างทั่วถึง

2) **การดำรงชีวิตอัจฉริยะ (Smart Living)** ผ่านการมุ่งยกระดับมาตรฐานคุณภาพชีวิตด้วยการให้บริการอินเทอร์เน็ตสาธารณะ (Free WiFi) ที่ครอบคลุมทุกมุมเมือง อีกทั้งการมีระบบกล้องวงจรปิด ซึ่งเป็นการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้เพื่อยกระดับมาตรฐานความปลอดภัยของประชาชนในเขตเมือง (Urban Safety) ระบบเสาไฟอัจฉริยะ (Smart Pole) บนฐานของการใช้นวัตกรรม IoT (Internet of Things) ซึ่งเป็นการเชื่อมโยงอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ หรือส่งข้อมูลระหว่างกันด้วยอินเทอร์เน็ตอย่างมีประสิทธิภาพ

3) **สิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ (Smart Environment)** ผ่านการมุ่งพัฒนาจุดเด่นของเมืองยะลา ด้านการเป็นเมืองสีเขียว มีผังเมืองสวยตามมาตรฐานสากล และเมืองแห่งความสะอาด ให้มีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ยังมีการตรวจวัดและรายงานคุณภาพของสิ่งแวดล้อม เช่น น้ำ อากาศ เป็นต้น อีกทั้งจัดให้มีโรงไฟฟ้าพลังงานขยะเพื่อลดปริมาณขยะที่ต้องกำจัด โดยการนำไปผลิตเป็นกระแสไฟฟ้าแทนในการหล่อเลี้ยงเมืองด้วยเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

4) **เศรษฐกิจอัจฉริยะ (Smart Economy)** ผ่านการมุ่งใช้ต้นทุนอัตลักษณ์ในพื้นที่และการใช้นวัตกรรม ขับเคลื่อนให้เกิดการพัฒนาพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ที่รองรับการขยายตัวของธุรกิจดิจิทัล และเสริมมูลค่าให้กับ การตลาด การค้า การลงทุน และตลาดแรงงานในพื้นที่ ด้วยการพัฒนาระบบธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) ธุรกิจการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านทางออนไลน์ เพื่ออำนวยความสะดวก ลดค่าใช้จ่าย ในการบริหารจัดการ เพิ่มโอกาสในการขาย และสร้างอาชีพให้กับประชาชนได้อย่างเท่าเทียม ตลอดจนสร้างระบบนิเวศเพื่อดึงดูดบริษัทจัดตั้งใหม่ (Startup) เข้ามาในพื้นที่มากขึ้น

3.2 อุปสรรคและข้อจำกัดในการดำเนินงาน

คุณพงษ์ศักดิ์ฯ ได้อธิบายว่า อุปสรรคและข้อจำกัดที่สำคัญในการดำเนินงานของเทศบาลนครยะลา ประกอบด้วย (1) **ข้อจำกัดด้านงบประมาณ** ซึ่งหากมีการส่งเสริมให้ท้องถิ่นแต่ละแห่งสามารถจัดหารายได้เป็นของตนเองได้เพิ่มมากขึ้นก็จะเป็นความท้าทายที่ทำให้เกิดการแข่งขันในแต่ละพื้นที่ในการจัดบริการสาธารณะให้แก่ประชาชนเนื่องจากมีงบประมาณเพิ่มมากขึ้น (2) **ข้อจำกัดด้านกฎระเบียบ** โดยที่ผ่านมาทางเทศบาลนครยะลาได้มีแนวคิดในการจัดทำบันทึกข้อตกลง (Memorandum of Understanding: MOU) ในการร่วมลงทุนสำหรับสร้างสถานีชาร์จรถไฟฟ้า โดยคิดค่าบริการในอัตราที่ต่ำเพื่อปรับเปลี่ยนให้คนในพื้นที่หันมาใช้รถไฟฟ้ากันมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อจำกัดด้านกฎระเบียบจึงเป็นอุปสรรคในการบริหารจัดการโครงการดังกล่าว และ (3) **ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์** โดยหากมีการส่งเสริมและพัฒนาความรู้ให้แก่ทรัพยากรมนุษย์ก็จะช่วยให้มีเครือข่ายของทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพในการพัฒนาพื้นที่ร่วมกัน เนื่องจากองค์ความรู้เป็นสิ่งสำคัญในการพัฒนาเมือง

3.3 มุมมองการพัฒนาเมืองยะลาในอนาคต

คุณพงษ์ศักดิ์ฯ ได้เสริมว่า โครงการการพัฒนาในอนาคตที่ทางเทศบาลนครยะลาดำเนินการไว้ คือ การสร้างสนามบินในจังหวัดยะลาบนเส้นทางรถไฟที่มีอยู่เดิมเพื่อผสมผสานการเดินทางรูปแบบเดิมและรูปแบบใหม่ โดยไม่เป็นการทำลายรูปแบบการดำรงชีวิตและระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ นอกจากนี้ ยังมีการจัดตั้งตลาดกลางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการส่งออกทุเรียน ซึ่งเป็นสินค้าเกษตรสำคัญที่สามารถส่งออกได้ปีละ 75,000 ตันต่อปี โดยตั้งเป้าหมายว่าภายในปีหน้าต้องส่งออกได้ถึง 100,000 ตันต่อปี บนพื้นที่เพาะปลูกภายในจังหวัดประมาณ 100,000 ไร่ ตลอดจนการจัดตั้งมหาวิทยาลัยในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยให้ทุนเรียนฟรีแก่นักศึกษา เพื่อรองรับปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรมนุษย์และเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมในจังหวัดยะลาได้ด้วยวิทยาการในการใช้เทคโนโลยีใหม่



3.4 ความสำเร็จสำคัญ (Key Success) ในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลตามแนวคิด Smart City เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจเมือง

คุณพงษ์ศักดิ์ฯ ได้สรุปว่า ความสำเร็จซึ่งเป็นปัจจัยในการขับเคลื่อนให้เทศบาลนครยะลาประสบความสำเร็จในการดำเนินโครงการต่าง ๆ คือ การมีส่วนร่วมของประชาชนในพื้นที่ การมีเสถียรภาพของเมือง ความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อการวิจัยและสร้างมูลค่าเพิ่มจากสิ่งต่าง ๆ ในพื้นที่ ตลอดจนการมีบุคลากรของเทศบาลนครยะลาที่มีคุณภาพและมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดี ซึ่งนำไปสู่การยึดโยงกับการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชนในพื้นที่ในการร่วมมือกันขับเคลื่อนเทศบาลนครยะลาให้ไปสู่เป้าหมายได้อย่างยั่งยืน



สุดท้ายนี้ทางคณะผู้เขียนขอขอบคุณ ดร. พิสิทธิ์ พัวพันธ์ ผู้อำนวยการกองนโยบายเศรษฐกิจมหภาค สศค. ดร.พงศ์นคร โกษากรรณ์ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเศรษฐกิจมหภาค และ ดร. นรพัชร อัครวัธน์ บรรณาธิการวารสารการเงินการคลัง ที่อยู่เบื้องหลังการสร้างสรรค์เนื้อหาดี ๆ สำหรับรายการ Local Reach เอ็มลีก ถึงภูมิภาค



สังคม จากมือคุณ



ที่ธนาคารออมสิน
#เป็นลูกค้าเราทำกับช่วยสังคม

www.gsb.or.th / LINE OFFICIAL : GSB SOCIETY

Local reach

Discussion on Youth involvement in empowering financial literacy for Thai SMEs

By

Phurida Prabsungnoen

Nami Hama

Thunjira Hongjinda

Roy Melville

Fiscal Policy Office



Small and medium-sized enterprises (SMEs) are crucial to Thailand's economy. They comprise 99.5% of businesses, employ nearly 70% of the workforce, and contribute almost 40% of the GDP as of 2021 (Junyakhajorn, 2023). Recognising their significance, Thailand has implemented policies, organisations, and incentives to support SME growth. These efforts aim to enhance competitiveness, foster innovation, and integrate SMEs into global supply chains, ensuring they remain vital drivers of economic prosperity and job creation in the country.



Mr. Tanont Korapintanont
Impvest founder

On July 15th 2024, the Macroeconomic Policy Division of the Fiscal Policy Office (FPO) and the Finance and Fiscal Journal organised a Local Reach Interview Programme. The FPO had the honour of having Mr. Tanont Korapintanont, a recent Chulalongkorn University graduate and the founder of Impvest, an enterprise that interests many due to its visionary outlook to benefit Thai society.

1. Background and Introduction to Impvest

Impvest is a youth-led non-profit social enterprise focused on enhancing the growth and sustainability of Thai SMEs through knowledge enhancement and improved access to financial resources. The name “Impvest” derives from “impact investing,” a globally recognised approach that seeks to generate social and financial returns from investments a concept that is gaining traction in Thailand thanks to initiatives like Impvest.



Mr. Korapintanont’s journey into social entrepreneurship was catalysed by his involvement in case competitions addressing critical issues such as agricultural debt reduction, where he achieved success. This experience ignited his passion for contributing meaningfully to Thai society, prompting him to integrate his academic learnings and practical insights gained during internships at institutions like the Fiscal Policy Office (FPO).

Recognising SMEs’ pivotal role in Thailand’s economy, Mr. Korapintanont identified a crucial gap in the support ecosystem for these businesses. Through extensive research, he uncovered the myriad challenges SMEs face and saw an opportunity for university students to leverage their theoretical knowledge and innovation skills to address real-world business challenges. This realisation inspired him to establish Impvest, aiming to create a platform where students could apply classroom theories practically and collaborate directly with SMEs key drivers of economic vitality in Thailand.

By bridging the gap between academia and industry, Impvest empowers SMEs with tailored guidance and resources and nurtures a new generation of socially conscious leaders. The organisation serves as a conduit for innovative ideas and sustainable practices, fostering synergies between students and SMEs that benefit both parties and contribute to Thailand’s broader socioeconomic development.



2. Why help Small and medium-sized enterprises (SMEs)?

SMEs play a vital role in Thailand's economy, contributing around 40% to the GDP and constituting approximately 99.5% of all businesses in the country. Despite their significant presence, SMEs face a landscape influenced by various economic factors, as outlined in Krungsri's Thailand Industry Outlook 2024–2026. While the overall economic outlook appears positive for the coming years, challenges such as high household debt pose concerns. This debt burden could potentially dampen consumer spending and investment, impacting SMEs that rely on robust domestic demand.

In specific sectors like construction, SMEs encounter challenges due to the competitive advantage held by larger contractors capable of aggressive bidding. This dynamic makes revenue streams unpredictable for SMEs dependent on subcontracting from major players. Similarly, in the real estate sector, SME developers face intensified competition in securing financing and managing construction costs, particularly as major developers increasingly focus on regional markets.

Moreover, SMEs grapple with issues like high debt loads, steep interest rates on loans, and a rise in informal borrowing practices. These factors collectively elevate borrowing costs and strain businesses' capacity to service debts effectively. To navigate these challenges successfully, there is a critical need for comprehensive education and guidance tailored to the specific needs of Thai SMEs.



Mr. Korapintanont advocates for a proactive approach to equip SMEs with the skills and tools necessary to thrive in a competitive market environment. Embracing technological advancements such as artificial intelligence (AI), exploring new market segments, and adapting to evolving consumer behaviours are identified as crucial strategies. Enterprises like Impvest play a pivotal role in this ecosystem by bridging the gap between SMEs and opportunities that can propel their growth and sustainability.

By fostering an environment where SMEs can innovate, acquire new capabilities, and access strategic support, Thailand can bolster the resilience and competitiveness of its SME sector. Empowering SMEs to navigate economic challenges and seize emerging opportunities not only enhances their individual prospects but also contributes to broader economic growth and stability in Thailand.



3. A deeper dive into Impvest

Impvest is pivotal in supporting Thai SMEs through three key dimensions: consultation, academy, and innovation.

Firstly, Impvest focuses on providing expert consultation to SMEs. An illustrative example of their impact is their collaboration with the Bangkok municipality to advise SMEs within the “Talat Noi community”. Additionally, Impvest partnered with SSPP Capitals, a venture capital firm, to offer guidance to companies associated with SME development banks. These collaborations have broadened perspectives and stimulated innovative ideas for future applications.

Secondly, through its academy initiatives, Impvest empowers SMEs by expanding their knowledge base. They create online content and organise seminars such as boot camps to enhance financial literacy and investment acumen. These sessions feature influential guest speakers sharing their firsthand insights and business strategies, offering invaluable learning opportunities for aspiring entrepreneurs and SME owners.

Thirdly, Impvest emphasises innovation as a cornerstone for SMEs to adapt to the rapidly evolving business landscape. They have dedicated efforts to develop an AI platform that aids SMEs in creating compelling content, captions, and visuals for effective communication with their target audiences. This technological advancement underscores Impvest’s commitment to enhancing operational efficiency and market competitiveness for the SMEs they support.



In terms of industry focus, Impvest has notably assisted businesses within the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) sector, particularly in food-related industries. Examples include consultancy services provided to Potato Corner and collaboration with Yindii, a food delivery app addressing food waste challenges.

Despite their successes, Impvest acknowledges and addresses challenges encountered in their journey. One significant hurdle has been aligning SMEs' operational goals with feasible outcomes, requiring tailored support to clearly visualise and articulate short-term and long-term objectives. Furthermore, introducing innovative strategies sometimes necessitates overcoming resistance from SME management accustomed to traditional practices. Impvest mitigates these challenges through personalised guidance, effective communication strategies, and continuous knowledge-sharing efforts.

In summary, Impvest's multifaceted approach of consultation, academy programs, and innovation initiatives underscores its commitment to empowering Thai SMEs. Impvest plays a crucial role in enabling SMEs to thrive in a competitive market environment while addressing contemporary challenges and opportunities by fostering knowledge enhancement, technological adoption, and strategic guidance.

4. Key drivers for SMEs in Thailand

The key drivers for SMEs in Thailand can be divided into four main categories and steps: knowledge, technology, data, and access to investment.

Step 1: Thailand's small and medium enterprises (SMEs) can significantly benefit from knowledge provided through seminars on investment management and access strategies such as those offered by Impvest. These seminars aim to identify areas for improvement and provide essential guidance. By offering free seminars, initiatives like these seek to empower SMEs with knowledge on locating and managing investments. The goal is to facilitate more accessible access to crucial information sources vital for SME growth and sustainability.

Step 2: Embracing technological innovations can significantly enhance accounting and data analysis efficiency while reducing operational costs. For instance, leveraging software solutions developed by startups in Thailand enables SMEs to streamline their financial management. Moreover, integrating Artificial Intelligence (AI) for data forecasting further enhances decision-making capabilities, allowing businesses to anticipate market trends and plan more effectively.



Step 3: Effective data analysis is essential for SMEs to understand their financial standing and operational efficiency. It involves comprehending the structure of their budgets and benchmarking against industry standards. Ensuring sufficient cash flow is often overlooked, yet crucial for sustaining business operations and growth.

Step 4: Accessing sources of investment remains paramount for SMEs looking to expand. Businesses can stimulate growth and profitability by leveraging investments to procure organisations and fund operational expansions. Today, public and private organisations offer various avenues such as loans, venture capital, and private equity, providing SMEs with diverse options tailored to their needs and growth stages.

These steps outline a comprehensive approach to empowering SMEs in Thailand. From enhancing knowledge through seminars on investment management and leveraging technology for efficiency gains to effectively analysing financial data and accessing diverse sources of investment, these strategies collectively support SMEs in navigating and thriving in today's competitive business landscape.



5. Future: New generation and technology

As a forward-thinking individual, Mr. Korapintanont recognises the importance of leveraging insights from Generation Z's behaviour and technological advancements to benefit SMEs. Understanding the shifts in social media behaviour and preferences among Gen Z can offer valuable perspectives and new ideas for enhancing experiences for juniors, seniors, and peers within the same field or across different universities.

Incorporating technologies such as AI into daily operations is crucial for modernising SME practices. By bridging the gap between generations, Mr. Korapintanont aims to educate older SME owners on applying new technologies that are second nature to the younger generation. This approach not only improves operational efficiency but also introduces innovative ways to manage, account, market, and analyse data, thereby reducing costs and enhancing competitiveness on a global scale.

Participating in case competitions focusing on social impact is a commendable starting point for those aspiring to start a startup or initiate a club similar to Mr. Korapintanont's vision. These platforms not only foster creativity and problem-solving skills but also encourage the development of ideas that can positively impact society. Joining clubs and activity groups aligned with personal interests further enriches one's entrepreneurial journey by providing networking opportunities and shared learning experiences.



Emphasising the importance of purpose and leveraging one's generational perspective is key. Identifying a clear goal and understanding how new technologies can be harnessed to achieve that goal is fundamental. Whether creating innovative solutions for SMEs or pursuing social entrepreneurship, the focus should be leveraging knowledge and technology to benefit others in diverse ways and through various channels.

Ultimately, by embracing technology as a strategic tool and nurturing a mindset geared towards social impact, individuals like Mr. Korapintanont can inspire positive change within SMEs. This holistic approach addresses current challenges and paves the way for sustainable growth and adaptation in an increasingly dynamic business environment.

6. Summary

Impvest, a youth-led social enterprise, dedicated to empowering Thai small and medium-sized enterprises (SMEs) through knowledge enhancement and expanded access to financial resources. Founded by Mr. Korapintanont, a graduate of Chulalongkorn University, Impvest bridges academic insights and practical business needs through consultation, educational seminars, and innovative tools like AI-driven platforms. By focusing on knowledge acquisition, technological integration, data-driven decision-making, and investment attraction, Impvest equips SMEs with the requisite tools to excel in a competitive marketplace. The organisation also emphasises leveraging Generation Z's technological affinity to modernise SME practices and drive sustainable growth.

Finally, we would like to express our sincere gratitude to Dr. Norabajra Asava-vallobh, Executive Editor, and the entire fiscal and finance journal team, including Mr. Mayoon Boonyarat, Mr. Chaiwat Hanpitakpong, and Ms. Kanta Sooksatra, for this exceptional opportunity.



References

- Arunmas, P. (2024, January 5). Bid to hike SME contribution to GDP to 40%. [https://www.bangkokpost.com](https://www.bangkokpost.com/business/general/2718551/bid-to-hike-sme-contribution-to-gdp-to-40-). <https://www.bangkokpost.com/business/general/2718551/bid-to-hike-sme-contribution-to-gdp-to-40->
- Junyakhajorn, L. (2023). A study of the benefits and barriers of Thai SMEs with bot policy supporting SMEs. <https://doi.org/10.58837/chula.is.2020.96>
- Krungsri Industry Team. (2024, January 10). THAILAND INDUSTRY OUTLOOK 2024-2026. <https://www.krungsri.com/en/research/industry/summary-outlook/industry-outlook-2024-2026>.

ฉลาด ช.ก.ช. แบบไหนที่เหมาะสมกับคุณ



สลากออมทรัพย์ทวีสิน ชุดมรกต

หน่วยละ

500 บาท

อายุรชลา

2 ปี

รางวัลที่ 1

20,000,000 บาท

รางวัลอื่น ๆ

รางวัลที่ 1 ต่างหมวด : 29 รางวัล
รางวัลละ 100,000 บาท
รางวัลที่ 2 : 90 รางวัล ๆ
รางวัล 10,000 บาท
รางวัลที่ 3 : 300 รางวัล
รางวัลละ 5,000 บาท
รางวัลที่ 4 : 600 รางวัล
รางวัลละ 3,000 บาท
รางวัลที่ 5 : 3,000 รางวัล
รางวัลละ 1,000 บาท
รางวัลเลขท้าย 4 ตัว : 30,000
รางวัล รางวัลละ 300 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว : 600,000
รางวัล รางวัลละ 200 บาท
รวมรางวัลสูงสุดต่องวด
จำนวน 159,100,000 บาท

จุดเด่น

มีผลตอบแทนขั้นต่ำ เมื่อฝาก
500,000 บาท การันตีรางวัล
เลขท้าย 3 ตัว = 400 บาท

อัตราดอกเบี้ย

ร้อยละ 0.30 ต่อปี



สลากออมทรัพย์ ชุดถุงเงิน

หน่วยละ

100 บาท

อายุรชลา

3 ปี

รางวัลที่ 1

100,000 บาท
900 รางวัล

รางวัลพิเศษ

รางวัลละ 1,000,000 บาท
ปีละ 1 รางวัล
(เดือนพฤศจิกายน 2567,
2568, 2569)

จุดเด่น

รางวัลใหญ่ ลุ้น 100,000 บาท
ทุกเดือน

อัตราดอกเบี้ย

ร้อยละ 0.633 ต่อปี



สลากดิจิทัล ธ.ก.ส.

หน่วยละ

50 บาท

อายุรชลา

2 ปี

รางวัลที่ 1

5,000,000 บาท

รางวัลอื่น ๆ

รางวัลที่ 1 ต่างหมวด : 59 รางวัล
รางวัลละ 3,000 บาท
รางวัลที่ 2 : 180 รางวัล
รางวัลละ 2,000 บาท
รางวัลที่ 3 : 600 รางวัล
รางวัลละ 1,000 บาท
รางวัลที่ 4 : 1,200 รางวัล
รางวัลละ 400 บาท
รางวัลที่ 5 : 6,000 รางวัล
รางวัลละ 300 บาท
รางวัลเลขท้าย 4 ตัว : 60,000
รางวัล รางวัลละ 25 บาท
รางวัลเลขท้าย 3 ตัว : 600,000
รางวัล รางวัลละ 10 บาท
รวมรางวัลสูงสุดต่องวด จำนวน
16,917,000 บาท

จุดเด่น

มีผลตอบแทนขั้นต่ำ เมื่อฝาก
50,000 บาท การันตีรางวัล
เลขท้าย 3 ตัว = 10 บาท

อัตราดอกเบี้ย

ร้อยละ 0.070 ต่อปี



สลากออมทรัพย์ ชุดขวัญถุง

หน่วยละ

20 บาท

อายุรชลา

6 ปี

รางวัลที่ 1

10,000 บาท
100 รางวัล

รางวัลพิเศษ

รางวัลละ 100,000 บาท
ปีละ 2 รางวัล
(เดือนมกราคม และ กันยายน
ของทุกปี
เริ่มตั้งแต่ ก.ย. 2567
ถึง ม.ค. 2573)

จุดเด่น

สลากสำหรับเด็ก ๆ
มีไว้เป็นทุนการศึกษาได้

อัตราดอกเบี้ย

ร้อยละ 2.5 ต่อปี

สอบถามข้อมูลเพิ่มเติม 0 2555 0555 หรือ www.baac.or.th



ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร
BANK FOR AGRICULTURE AND AGRICULTURAL COOPERATIVES

0 2555 0555
www.baac.or.th

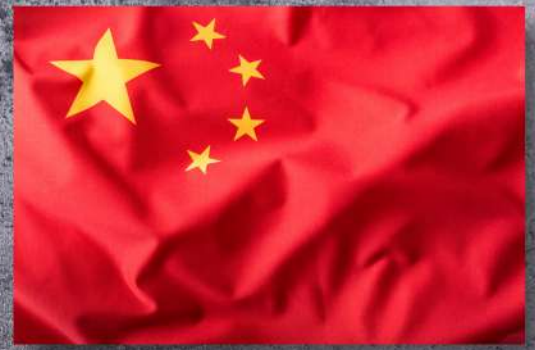
ยื่นขอดีตสงครามการค้า สหรัฐฯ-จีน: ภัยคุกคามหรือโอกาสทางเศรษฐกิจ

บทความโดย

นายชินภัทร ตั่งหะรัฐ (นักศึกษานิเทศศาสตร์)

สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง

ขอขอบคุณ ดร. ปาริฉัตร คลั่งทอง ผู้อำนวยการส่วนการวิเคราะห์เศรษฐกิจการเงินและต่างประเทศ และนายธนพล กาลเนาวกุล เศรษฐกรชำนาญการ ที่ช่วยให้ข้อคิดเห็นอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำบทความนี้ อนึ่ง บทความนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียน ไม่ได้สะท้อนความคิดเห็นของหน่วยงาน



1. บทนำ

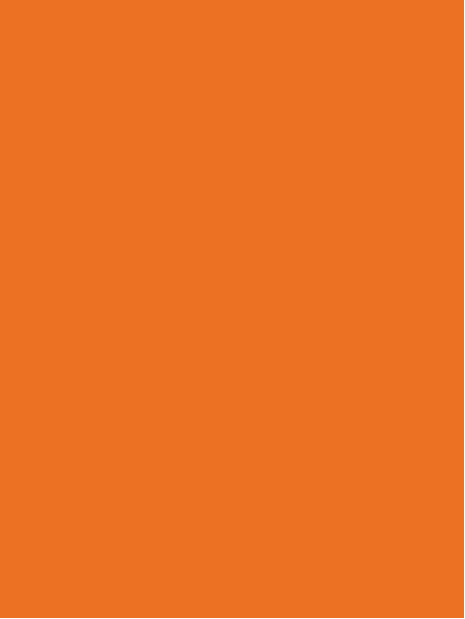
สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา (สหรัฐฯ) กับจีนมีจุดเริ่มต้นของสงครามการค้าจากข้อพิพาทเรื่อง การขาดดุลการค้าของสหรัฐฯ กับจีน ประกอบกับนโยบาย “MAKE AMERICA GREAT AGAIN” ของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ที่มุ่งเน้น “การคุ้มครองผลประโยชน์ของประเทศ” ซึ่งสหรัฐฯ มองว่าจีนเป็นภัยคุกคามต่อความมั่นคงและผลประโยชน์ของประเทศ ส่งผลให้สหรัฐฯ เริ่มใช้นโยบายกีดกันทางการค้ากับจีนโดยมีการดำเนินมาตรการทางภาษี อย่างไรก็ดี จีนไม่ได้นิ่งเฉยต่อมาตรการกีดกันทางการค้าเหล่านี้ และได้มีการตอบโต้ด้วยมาตรการกีดกันทางการค้าโดยการดำเนินมาตรการทางภาษีเช่นเดียวกัน

สงครามการค้าระหว่างสองประเทศนี้ส่งผลต่อหลายประเทศทั่วโลกเป็นอย่างมาก แม้กระทั่งประเทศในกลุ่มอาเซียนก็ได้รับผลกระทบเช่นกันและประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในนั้น สงครามการค้าระหว่างสองมหาอำนาจนี้มีทั้งความท้าทายและโอกาสมากมายที่ประเทศไทยต้องประเชิญ สินค้าของประเทศไทยจะสามารถเข้าสู่ตลาดของสหรัฐฯ ได้มากขึ้นโดยเฉพาะสินค้าที่ไทยเป็นคู่แข่งกับประเทศจีน เพราะเนื่องจากภาษีที่เพิ่มมากขึ้นต่อสินค้าจีน ทำให้สหรัฐฯ เปลี่ยนคู่ค้ามานำเข้าสินค้าจากประเทศอื่นแทน ซึ่งไทยก็เป็นหนึ่งในนั้น โดยสินค้าที่ไทยสามารถส่งออกปสหรัฐฯ ได้มากขึ้นหลังจากมีสงครามการค้า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ เครื่องปรับอากาศ เครื่องบันทึกภาพ และตู้เย็น นอกจากนี้ ไทยยังได้ประโยชน์จากประเทศจีน โดยการที่เม็ดเงินลงทุนจากประเทศจีนย้ายฐานการผลิตมาประเทศไทย เพื่อเลี่ยงภาษีและความเสี่ยงจากสงครามการค้า

ทั้งนี้ ในบทความนี้จะประกอบไปด้วยเนื้อหา 5 ส่วน ได้แก่ 1) ประวัติความเป็นมาของสงครามการค้า 2) ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกา – จีน 3) สถานการณ์ปัจจุบันของสงครามการค้า 4) ผลกระทบต่อโลก 5) ผลกระทบต่ออาเซียนและประเทศไทย และ 6) บทสรุป

2. ความเป็นมาของสงครามการค้า

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน เป็นความขัดแย้งทางเศรษฐกิจที่สำคัญระหว่างสองมหาอำนาจโลก โดยมีจุดเริ่มต้นในปี 2560 เมื่อสหรัฐฯ ภายใต้การนำของประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ได้ชูนโยบาย “MAKE AMERICA GREAT AGAIN” ซึ่งได้รับความนิยมเป็นอย่างมากในบรรดาประชาชนสหรัฐฯ จากนั้นนโยบายดังกล่าว โดนัลด์ ทรัมป์ ได้ยึดแนวคิดในการบริหารประเทศว่า การค้าที่เป็นธรรม ต่างตอบแทน และสหรัฐฯ ต้องมาก่อนซึ่งจีนก็ตกเป็นเป้าหมายสำคัญ เพราะจีนเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ มาเป็นระยะเวลายาวนาน และในปี 2560 จีนเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ อยู่ถึง 375 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



สหรัฐฯ ได้มีการขึ้นภาษีนำเข้าแผงโซลาร์เซลล์ เครื่องซักผ้า อลูมิเนียม เหล็ก และอื่น ๆ ในเดือนมกราคม 2561 กับทุกประเทศ แม้ช่วงแรกของการปรับภาษีขึ้นครั้งนี้ไม่มีการระบุว่าสหรัฐฯ มุ่งเป้าไปที่ประเทศใดประเทศหนึ่ง แต่ในไม่ช้าก็มีความชัดเจนว่า นโยบายการค้าของสหรัฐฯ ได้มุ่งเป้าไปที่จีน การขึ้นภาษีนำเข้าเหล่านี้มีจุดประสงค์เพื่อลดการขาดดุลการค้าของสหรัฐฯ กับจีน นอกจากนี้ โดนัลด์ ทรัมป์ ยังคงเพิ่มภาษีสินค้าจากจีนต่อไป ซึ่งจีนก็ได้มีการตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากสหรัฐฯ มูลค่าหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เทียบเท่ากับการขึ้นภาษีที่สหรัฐฯ กำหนดไว้กับสินค้าจีน และทั้งสองประเทศได้มีการตอบโต้กันไปหลายครั้งจนกลายเป็นสงครามการค้าในที่สุด

ในปลายปี 2562 สหรัฐฯ ได้ทยอยขึ้นภาษีสินค้าต่าง ๆ จากจีนจนกระทั่งมีมูลค่ารวมเกือบ 350,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และในเดือนมกราคม 2563 ทั้งสองฝ่ายได้ลงนามข้อตกลงการค้าระยะที่ 1 ที่จะหยุดการขึ้นภาษีตอบโต้กัน ถือเป็นการผ่อนคลายความตึงเครียดระหว่าง 2 ประเทศลงชั่วคราว อย่างไรก็ตาม ภาษีที่ได้มีการปรับขึ้นไปแล้ว ก็ยังคงมีผลบังคับใช้อยู่ ข้อตกลงดังกล่าวมีข้อกำหนดให้จีนจะต้องเพิ่มการซื้อสินค้าจากสหรัฐฯ ในหมวดสินค้าอุตสาหกรรม พลังงาน สินค้าการเกษตรและบริการ คิดเป็นมูลค่าอย่างน้อย 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (กว่า 6 ล้านล้านบาท) ในระยะ 2 ปีข้างหน้า



ในสมัยประธานาธิบดีโจ ไบเดน (ปี 2564 – ปัจจุบัน) แม้ปริมาณสินค้าส่งออกของสหรัฐฯ ไปจีนจะเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี 2565 แต่ก็ยังไม่เกินระดับก่อนเกิดสงครามการค้า นอกจากนี้ แม้จะหลีกเลี่ยงสงครามการค้าเต็มรูปแบบได้ในปี 2566 แต่ความตึงเครียดก็ยังคงอยู่ ต่อมา ในเดือนพฤษภาคม 2567 สหรัฐฯ ได้มีขึ้นภาษีรถยนต์ไฟฟ้า (EV) และสินค้าเชิงกลยุทธ์อื่น ๆ ของจีน ยิ่งส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์ทางการค้าของทั้งสองประเทศ การเคลื่อนไหวนี้ถูกมองว่าเป็นความพยายามที่จะกดดันจีนเกี่ยวกับปัญหาการถ่ายทอดเทคโนโลยีและทรัพย์สินทางปัญญา

ผลที่ตามมาของสงครามการค้าที่ต่อเนื่องนับตั้งแต่สมัยประธานาธิบดี โดนัลด์ ทรัมป์ จนถึงสมัยประธานาธิบดี โจ ไบเดน ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยตรง ความไม่แน่นอนเกี่ยวกับนโยบายการค้าสร้างความไม่มั่นใจให้กับการลงทุน และขัดขวางการเติบโตทางเศรษฐกิจโลก ธุรกิจต้องเผชิญกับความยากลำบากในการปรับตัวให้เข้าากาศิลการที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ นำไปสู่การหยุดชะงักของห่วงโซ่อุปทาน ผู้บริโภคต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นสำหรับสินค้าที่นำเข้า



ตารางที่ 1 : ลำดับเหตุการณ์ที่สำคัญของการตอบโต้ทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน

ปี	การดำเนินการมาตรการตอบโต้ทางการค้า	
	สหรัฐฯ	จีน
2561	22 มกราคม: ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ลงนามประกาศให้เก็บภาษีนำเข้าเหล็ก ร้อยละ 25 และ อลูมิเนียมร้อยละ 10 จากทุกประเทศ 30 มกราคม: สหรัฐฯ ประกาศรายชื่อสินค้าจากจีนมูลค่า 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ที่จะถูกเก็บ ภาษีนำเข้าเพิ่มเติมร้อยละ 25 8 มีนาคม: สหรัฐฯ เริ่มเก็บภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่า 50,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 19 เมษายน: สหรัฐฯ เริ่มเก็บภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่า 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติม ร้อยละ 10 4 พฤษภาคม: สหรัฐฯ ประกาศขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่า 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมอีกร้อยละ 10 รวมเป็นร้อยละ 25 18 มิถุนายน: ประธานาธิบดีทรัมป์ สั่งให้บริษัทอเมริกันหยุดทำธุรกิจกับ Huawei Technologies บริษัท เทคโนโลยียักษ์ใหญ่ของจีน 29 มิถุนายน: ประธานาธิบดีทรัมป์ ลงนามประกาศให้เก็บภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่า 300,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมร้อยละ 10 1 กรกฎาคม: สหรัฐฯ เริ่มเก็บภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่า 300,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติม ร้อยละ 10 1 สิงหาคม: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่า 300,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมอีกร้อย ละ 10 รวมเป็นร้อยละ 25 17 กันยายน: สหรัฐฯ ประกาศขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากจีนมูลค่า 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมอีกร้อยละ 10 รวมเป็นร้อยละ 35 1 ธันวาคม: สหรัฐฯ และจีน ตกลงหยุดพักการค้าเป็นเวลา 90 วัน	23 มกราคม: จีนประกาศตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มูลค่า 3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 19 มีนาคม: จีนตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มูลค่า 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 5 เมษายน: จีนประกาศตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มูลค่า 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมร้อยละ 25 10 พฤษภาคม: จีนประกาศตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มูลค่า 60,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมร้อยละ 25 11 กรกฎาคม: จีนประกาศตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มูลค่า 75,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมร้อยละ 25 23 สิงหาคม: จีนประกาศตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มูลค่า 75,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มเติมอีกร้อยละ 5 รวมเป็นร้อยละ 30

ปี	การดำเนินการมาตรการตอบโต้ทางการค้า	
	สหรัฐฯ	จีน
2562	10 พฤษภาคม: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 200 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 30 17 มิถุนายน: สหรัฐฯ เตรียมขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 15 17 มิถุนายน: สหรัฐฯ เตรียมขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 15 28 มิถุนายน: ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ลงนามคำสั่งบริหาร ห้ามบริษัทอเมริกันทำธุรกิจกับ Huawei 11 กรกฎาคม: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 10 เป็นร้อยละ 15 22 กรกฎาคม: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 200 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 30 เป็นร้อยละ 37.5 1 สิงหาคม: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 30 1 กันยายน: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 10 เป็น 15 17 กันยายน: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 16 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นร้อยละ 15 24 กันยายน: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 40 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 25 เป็น 30	1 มิถุนายน: จีนขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 20 เป็นร้อยละ 25 24 มิถุนายน: จีนขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 25 ถึง 30 30 กรกฎาคม: จีนขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 25 ถึง 30 เป็นร้อยละ 25 23 สิงหาคม: จีนขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากร้อยละ 25 เป็นร้อยละ 25-30

ปี	การดำเนินการมาตรการตอบโต้ทางการค้า	
	สหรัฐฯ	จีน
2563	15 มกราคม: สหรัฐฯ และจีนลงนามข้อตกลงการค้าระยะที่ 1 ○ จีนตกลงเพิ่มการนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มูลค่า 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงสองปี ○ สหรัฐฯ ลดภาษีนำเข้าสินค้าจีนมูลค่า 7.5 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 3 สิงหาคม: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 30 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 1 กันยายน: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 16 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 17 กันยายน: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 40 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 15 ธันวาคม: สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่า 156.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ	29 มิถุนายน: จีนประกาศว่าจะบรรลุเป้าหมายการซื้อสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 2 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 5 สิงหาคม: จีนตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 75 พันล้านดอลลาร์ 23 กันยายน: จีนขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 75 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 26 ธันวาคม: จีนขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 20 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ
2564	5 กุมภาพันธ์: สหรัฐฯ ยกเว้นภาษีสินค้าจีนบางรายการที่นำเข้ามาเพื่อผลิตยาและเวชภัณฑ์ 2 มีนาคม: จีนประกาศลดภาษีนำเข้าสินค้าสหรัฐฯ บางรายการ 10 พฤษภาคม: สหรัฐฯ ขยายเวลายกเว้นภาษีสินค้าจีนบางรายการที่นำเข้ามาเพื่อผลิตยาและเวชภัณฑ์ 28 กรกฎาคม: สหรัฐฯ และจีนตกลงที่จะกลับมาเจรจาการค้ากันอีกครั้ง 3 สิงหาคม: สหรัฐฯ ขยายเวลายกเว้นภาษีสินค้าจีนบางรายการที่นำเข้ามาเพื่อผลิตยาและเวชภัณฑ์	11 มกราคม: จีนประกาศแผนที่จะเพิ่มการนำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ เพิ่มเติมอีก 200 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในช่วงสองปีข้างหน้า 7 มิถุนายน: จีนประกาศแผนที่จะลดภาษีนำเข้าสินค้าสหรัฐฯ เพิ่มเติม 31 ธันวาคม: ข้อตกลงการค้าระยะที่ 1 ระหว่างสหรัฐฯ และจีนสิ้นสุดลง

ปี	การดำเนินการมาตรการตอบโต้ทางการค้า	
	สหรัฐฯ	จีน
2565	7 มกราคม: สหรัฐฯ ประกาศขึ้นภาษีศุลกากรเพิ่มเติมร้อยละ 25 กับสินค้าจีนมูลค่า 34 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ครอบคลุมสินค้าเทคโนโลยี ชิ้นส่วนเครื่องบิน อุปกรณ์โทรคมนาคม และสินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ 21-22 กุมภาพันธ์: ตัวแทนจากสหรัฐฯ และจีนเข้าร่วมการเจรจารอบแรกในกรุงปักกิ่ง แต่ยังไม่มีความคืบหน้าที่ชัดเจน 8 มีนาคม: สหรัฐฯ ขึ้นบัญชีดำ Huawei ผู้ผลิตอุปกรณ์โทรคมนาคมรายใหญ่ของจีน ห้ามบริษัทสหรัฐฯ ทำธุรกิจกับ Huawei โดยไม่ได้รับอนุญาตพิเศษ 8 มีนาคม: สหรัฐฯ ขึ้นบัญชีดำ Huawei ผู้ผลิตอุปกรณ์โทรคมนาคมรายใหญ่ของจีน ห้ามบริษัทสหรัฐฯ ทำธุรกิจกับ Huawei โดยไม่ได้รับอนุญาตพิเศษ 1 เมษายน: สหรัฐฯ เลื่อนกำหนดขึ้นภาษีศุลกากรเพิ่มเติมกับสินค้าจีนมูลค่า 200 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ออกไปจนถึง 1 กันยายน 10 พฤษภาคม: สหรัฐฯ ยกเลิกข้อตกลงการค้าบางส่วนกับจีน ส่งผลให้สินค้าจีนบางรายการต้องเสียภาษีศุลกากรในอัตราสูงขึ้น 20 มิถุนายน: ประธานาธิบดีทรัมป์ของสหรัฐฯ ประกาศขึ้นภาษีศุลกากรเพิ่มเติม 10% กับสินค้าจีนมูลค่า 300 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ครอบคลุมสินค้าทั่วไป เช่น ของเล่น เครื่องใช้ไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์ และเสื้อผ้า 11 กรกฎาคม: ตัวแทนจากสหรัฐฯ และจีนกลับมาเจรจาต่อรองกันอีกครั้ง แต่ยังไม่มีความคืบหน้าที่ชัดเจน 31 ธันวาคม: ข้อตกลงการค้าระยะที่ 2 ระหว่างสหรัฐฯ และจีนสิ้นสุดลง	10 มกราคม: จีนตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมหนักจากสหรัฐฯ มูลค่า 7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ครอบคลุมสินค้าเกษตร เช่น ถั่วเหลือง ข้าวโพด ข้าวสาลี ผลไม้ และสินค้าอุตสาหกรรมหนัก เช่น เครื่องบิน อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเครื่องจักร 26 มีนาคม: จีนตอบโต้ด้วยการขึ้นบัญชีดำบริษัทสหรัฐฯ 26 บริษัท รวมถึง Apple, Boeing, FedEx, and General Motors 21-22 กุมภาพันธ์: ตัวแทนจากสหรัฐฯ และจีนเข้าร่วมการเจรจารอบแรกในกรุงปักกิ่ง แต่ยังไม่มีความคืบหน้าที่ชัดเจน 26 มีนาคม: จีนตอบโต้ด้วยการขึ้นบัญชีดำบริษัทสหรัฐฯ 26 บริษัท รวมถึง Apple, Boeing, FedEx, and General Motors 16 เมษายน: จีนประกาศลดภาษีศุลกากรสินค้านำเข้าบางรายการจากสหรัฐฯ เช่น รถยนต์และชิ้นส่วนยานยนต์ 9 มิถุนายน: จีนประกาศขึ้นภาษีสินค้าเกษตรและสินค้าอุตสาหกรรมหนักจากสหรัฐฯ เพิ่มเติม มูลค่า 60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ 27 มิถุนายน: จีนตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ มูลค่า 60 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ครอบคลุมสินค้าเกษตร ปิโตรเคมี และสินค้าอุตสาหกรรมอื่น ๆ

ปี	การดำเนินการมาตรการตอบโต้ทางการค้า	
	สหรัฐฯ	จีน
2566	10 มกราคม: สหรัฐฯ ขยายเวลายกเว้นภาษีสินค้าจีนบางรายการที่นำเข้ามาเพื่อผลิตยาและเวชภัณฑ์	29 พฤศจิกายน: จีนประกาศลดภาษีนำเข้าสินค้าสหรัฐฯ บางรายการ
2567	14 พฤษภาคม: สหรัฐฯ ประกาศขึ้นภาษีสินค้าจีนนำเข้าเพิ่มเติม มูลค่า 1.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 6.6 แสนล้านบาท) ○ สินค้าที่ถูกขึ้นภาษี เช่น รถยนต์ไฟฟ้า แผงโซลาร์ อุปกรณ์การแพทย์ ○ การขึ้นภาษียกเว้นนี้ เป็นการตอบโต้ต่อมาตรการที่จีนใช้กับสินค้าเกษตร และสินค้าอุตสาหกรรมของสหรัฐฯ	2 มิถุนายน: จีนตอบโต้โดยขึ้นภาษีสินค้าสหรัฐฯ นำเข้า มูลค่า 1.05 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ (ประมาณ 3.8 แสนล้านบาท) ○ สินค้าที่ถูกขึ้นภาษี เช่น ผลไม้ ถั่วเหลือง ข้าวโพด ปู ○ จีนยังประกาศว่า จะเริ่มกระบวนการสอบสวนสินค้าเทคโนโลยีชีวภาพและสินค้าเกษตรของสหรัฐฯ เพิ่มเติม

ที่มา: Reuters, China Briefing, The New York Times, Office of the United States Trade Representative, The Standard, กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, South China Morning Post, wealth me up รวบรวมโดยผู้เขียน

3. ความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนในอดีต

จีนและสหรัฐฯ มีความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจทั้งการพึ่งพาอาศัยและการแข่งขันเปลี่ยนไปตามช่วงเวลา โดยในวันที่ 21 กุมภาพันธ์ 2515 ประธานาธิบดีของสหรัฐฯ ริชาร์ด นิกสัน เยือนสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งนับเป็นประธานาธิบดีคนแรกของสหรัฐฯ ที่เยือนสาธารณรัฐประชาชนจีน การเยือนดังกล่าวยุติการแยก ระหว่างสองฝ่ายนาน 25 ปี การเดินทางครั้งนี้ส่งเสริมความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจของทั้งสองประเทศ ต่อมาจีนได้เข้าเป็นสมาชิกองค์การการค้าโลก (WTO) ในปี 2544 สินค้าราคาถูกของจีนส่งผลดีต่อผู้บริโภค ในสหรัฐฯ และช่วยให้ภาคการผลิตของจีนเติบโต มีกำไรจากความต้องการมหาศาลในตลาดสินค้าอุปโภค บริโภคของสหรัฐฯ

เมื่อจีนเริ่มมีการทำการค้าเสรีมากขึ้น ทำให้เศรษฐกิจของจีนเติบโตเป็นอย่างมาก จนเป็นหนึ่งใน มหาอำนาจของโลก และสหรัฐฯ ขาดดุลการค้ากับจีนมานานหลายปี จนทำให้สหรัฐฯ เริ่มกังวลเรื่องกับ การตกงานของคนสหรัฐฯ การค้าที่ไม่เป็นธรรม และความมั่นคงทางเศรษฐกิจ ของสหรัฐฯ ในอนาคต ความกังวลดังกล่าวเริ่มมากขึ้น จนกระทั่งในปี 2561 สหรัฐฯ ขาดดุลการค้ากับจีนเพิ่มขึ้นอย่างมากทำลาย สถิติสูงถึง 418.2 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ทำให้รัฐบาลของสหรัฐฯ ใช้มาตรการกีดกันทางการค้าต่อสินค้าจีน ซึ่งถือเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญต่อความสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศ ทำให้เกิดสงครามการค้าระหว่างสองประเทศ ในปีนี้

มาตรการกีดกันทางภาษีในปี 2561 ทำให้ ในปี 2562 ตัวเลขการขาดดุลทางการค้าของสหรัฐฯ กับจีนลดลงอย่างมีนัยสำคัญเหลืออยู่ที่ 342.6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงถึงร้อยละ 17.6 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า มาตรการภาษีที่รัฐบาลสหรัฐฯ กำหนด ต่อสินค้าจีนส่งผลกระทบต่อปริมาณการนำเข้าและ ส่งออก สร้างความตึงเครียดให้กับความสัมพันธ์ทาง เศรษฐกิจระหว่างสองประเทศ แม้ธุรกิจบางกลุ่มใน อเมริกาจะได้ประโยชน์จากการแข่งขันที่ลดลงใน บางภาคส่วน แต่ธุรกิจอื่น ๆ กลับเผชิญกับห่วงโซ่ อุปทานที่หยุดชะงักและต้นทุนที่เพิ่มสูงขึ้นจาก มาตรการกีดกันทางการค้าครั้งนี้



ในช่วงต้นปี 2563 สหรัฐและจีนได้มีการลงนามข้อตกลงการค้าระยะที่ 1 จีนเริ่มเพิ่มการซื้อสินค้าเกษตรจากอเมริกามากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน การระบาดใหญ่ของ COVID-19 ที่เกิดขึ้นในปลายปี 2562 ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อเศรษฐกิจโลก การปิดเมือง (Lockdown) และข้อจำกัดในการเดินทางส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและความต้องการของผู้บริโภคที่ลดลง วิกฤตนี้เปี่ยมเบนความสนใจจากสงครามทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนไปชั่วคราว แต่ความตึงเครียดระหว่างสหรัฐฯ และจีนกลับทวีความรุนแรงขึ้น สหรัฐฯ ประณามจีนที่ขาดความโปร่งใสเกี่ยวกับการระบาดในช่วงแรก ในขณะที่ จีนวิพากษ์วิจารณ์การจัดการกับโรคระบาดของสหรัฐฯ ความขัดแย้งทางการเมืองนี้ยิ่งทำให้ความสัมพันธ์ของทั้งสองประเทศแย่ขึ้นไปอีก จากทั้งหมดที่กล่าวไปในี่ประกอบกับภาษีที่ได้มีการขึ้นไปแล้วในช่วงปี 2561 ถึง 2562 ทำให้สหรัฐฯ ขาดดุลการค้ากับจีนลดลงอยู่ที่ 307.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงประมาณร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า

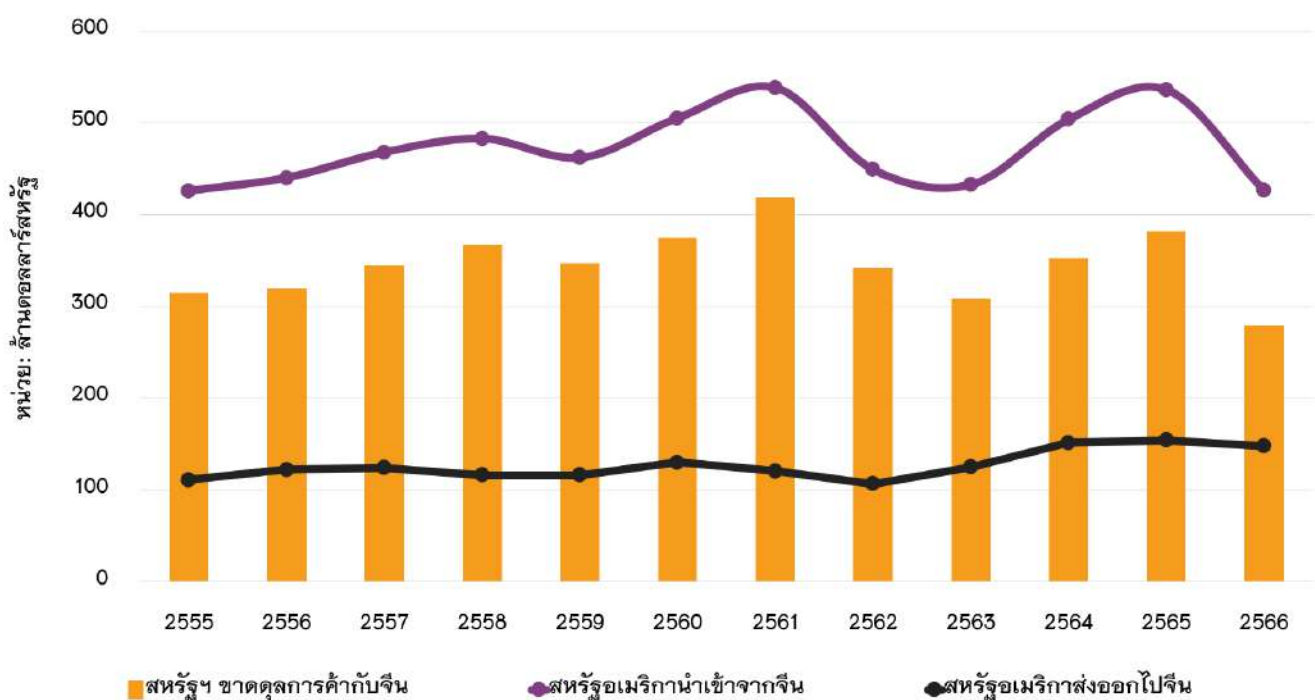
ต่อมาในปี 2564 ประธานาธิบดีของสหรัฐฯ ได้เปลี่ยนจากนายโดนัลด์ ทรัมป์ เป็นนายโจ ไบเดน รัฐบาลชุดนี้ของสหรัฐฯ พยายามสร้างพันธมิตรกับประเทศอื่น ๆ เพื่อต่อต้านอิทธิพลทางเศรษฐกิจของจีน ไม่เน้นไปที่การมาตรการกีดกันทางภาษีเหมือนรัฐบาลก่อนหน้า และจากข้อตกลงการค้าระยะที่ 1 จีนก็นำเข้าสินค้าจากสหรัฐฯ มากขึ้นถึงแม้ว่ายังเท่ากับที่ตกลงกันไว้ในสัญญาทำให้การส่งออกจากสหรัฐฯ ไปจีนเพิ่มขึ้น แต่ในทางกลับกันสหรัฐฯ ก็นำเข้าสินค้าจากจีนมากขึ้นเช่นกันมากกว่าจีนที่นำเข้าเสียอีกส่งผลให้สหรัฐฯ ขาดดุลทางการค้ามากขึ้นในปีนี้อยู่ที่ 352.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ

ในช่วงต้นปี 2565 สงครามการค้าระหว่างจีนกับอเมริกามีท่าทีตึงเครียดขึ้นอีกครั้ง เมื่อสหรัฐฯ ประกาศขึ้นภาษีสินค้าจีน มูลค่าเกือบ 3 แสนล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จีนตอบโต้ด้วยการขึ้นภาษีสินค้านำเข้าจากสหรัฐฯ เช่นกัน ส่งผลให้ห่วงโซ่อุปทานสินค้าหยุดชะงัก สินค้าขาดแคลน ส่งผลให้ราคาสินค้าผู้บริโภคเพิ่มสูงขึ้น เกษตรกรในสหรัฐฯ ที่พึ่งพาการส่งออกไปจีนเป็นอย่างมากประสบปัญหาทางการเงิน ในขณะเดียวกัน เศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวอยู่แล้ว ยิ่งทรุดหนักลงไปอีก แม้จะมีผลกระทบด้านลบ แต่ความพยายามในการแก้ไขปัญหาที่ยังคงดำเนินต่อไป ตลอดทั้งปีมีการเจรจาระหว่างสองยักษ์ใหญ่ทางเศรษฐกิจ แต่ยังไม่สามารถบรรลุข้อตกลงได้ อุปสรรคสำคัญคือจุดยืนที่แข็งกร้าวของทั้งสองฝ่าย ทำให้การบรรลุข้อตกลงเป็นไปได้ยาก



ในปี 2565 สหรัฐฯ ขาดดุลการค้ากับจีนเพิ่มขึ้นเป็น 382.3 พันล้านดอลลาร์สหรัฐขาดดุลมากขึ้นถึง ร้อยละ 8.3 แม้ว่าสหรัฐฯ จะประกาศใช้มาตรการขึ้นภาษีสินค้าจีนมูลค่าหลายพันล้านดอลลาร์สหรัฐ แต่จีนก็ตอบโต้ด้วยมาตรการที่คล้ายคลึงกัน การขึ้นภาษีของสหรัฐฯ ในครั้งนี้ไม่ได้ช่วยลดการพึ่งพาสินค้านำเข้าจากจีนลงแต่อย่างใด ผู้บริโภคชาวอเมริกันยังคงนิยมซื้อสินค้าจีนเพราะมีราคาไม่แพง นอกจากนี้ การแยกแยะสินค้าจีนออกจากสินค้าอื่น ๆ ทำได้ยาก เนื่องจากสินค้าที่ประกอบขึ้นในประเทศอื่น ๆ หลายครั้งมักมีชิ้นส่วนที่ผลิตในจีน

แม้ในปี 2566 การขาดดุลการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีนลดลง อยู่ที่ 279.11 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ การขาดดุลที่ลดลงนี้ส่วนใหญ่ มาจากการที่จีนส่งออกได้น้อยลงเหลือเพียง 426.89 พันล้านดอลลาร์สหรัฐมาจากการที่เศรษฐกิจจีนที่ชะลอตัวและการส่งออกที่น้อยลงนี้ มีสาเหตุมาจากภาวะเศรษฐกิจโลกชะลอตัวมากกว่าการเปลี่ยนแปลง ในพฤติกรรมผู้บริโภคชาวอเมริกัน ทั้งนี้ แม้การขาดดุลทางการค้า จะลดลงแต่ความตึงเครียดของทั้งสองประเทศยังคงอยู่



ภาพที่ 1 : มูลค่าการนำเข้า – ส่งออก ของสหรัฐฯ กับจีน (พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)
ที่มา : United States Census Bureau รวบรวมโดยผู้เขียน

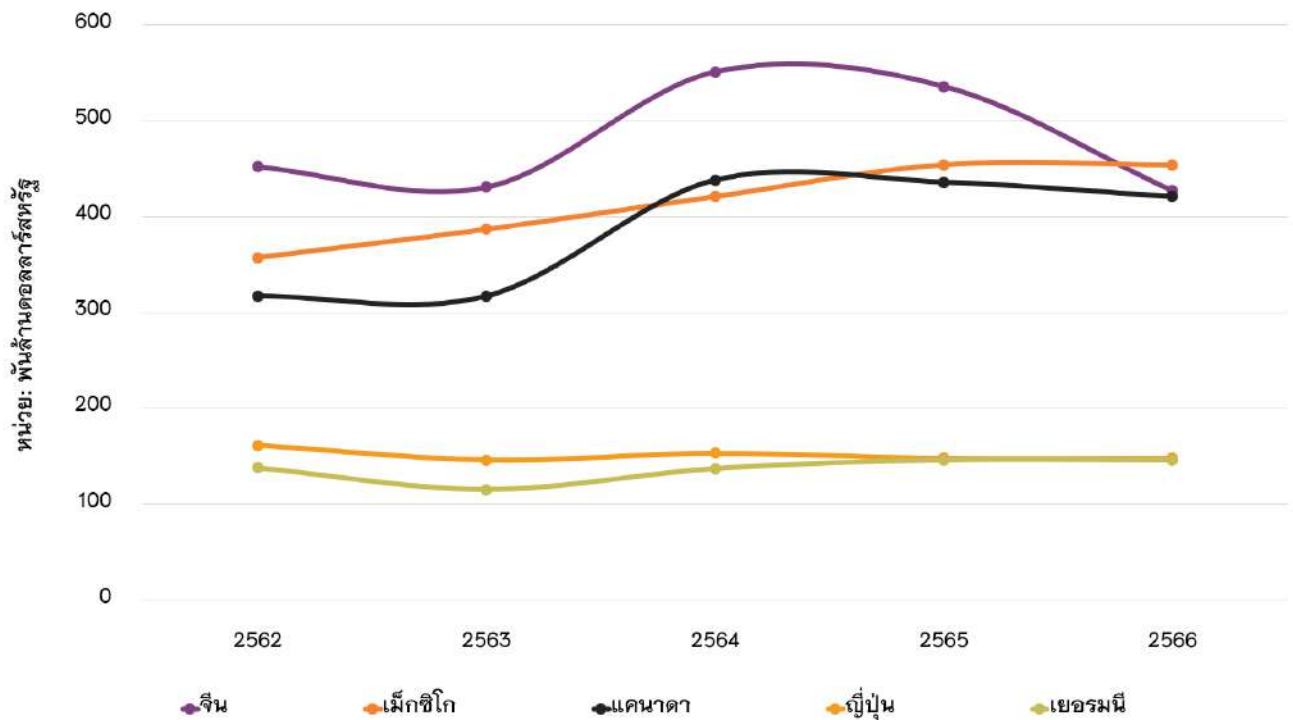
4. สถานการณ์ปัจจุบันของสงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน

ในวันที่ 14 พฤษภาคม ปี 2567 สหรัฐฯ ประกาศมาตรการปกป้องธุรกิจและแรงงานในประเทศโดยการขึ้นภาษีนำเข้ารอบใหม่กับจีนมูลค่า 1.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งนักวิเคราะห์บางส่วนได้วิเคราะห์การขึ้นภาษีครั้งนี้ว่าเป็นประเด็นทางด้านการเมืองเพราะเนื่องจากปลายปี 2567 จะมีการเลือกตั้งประธานาธิบดีของสหรัฐฯ ครั้งใหม่ โดยได้มีการขึ้นภาษีศุลกากรเพิ่มเติมภายใต้มาตรา 301 ซึ่งจะมีผลต่อสินค้านำเข้าจากจีนในหลายกลุ่มเพิ่มเติม ไม่ว่าจะเป็นรถยนต์ไฟฟ้า (EV) จาก ร้อยละ 25 เป็น ร้อยละ 100 เป็นการปรับเพิ่มขึ้นมากที่สุดของสินค้าทุกประเภท แต่สหรัฐฯ ได้มีการนำเข้ารถยนต์ของจีนเพียง ร้อยละ 1 ถึง 2 เท่านั้น รวมถึงแบตเตอรี่ลิเทียมไอออนจาก ร้อยละ 7.5 เป็น ร้อยละ 25 เซมิคอนดักเตอร์และแผงโซลาร์เซลล์จาก ร้อยละ 25 เป็น ร้อยละ 50 ตลอดจนเครื่องมือและอุปกรณ์ทางการแพทย์จาก ร้อยละ 0 ถึงร้อยละ 7.5 เป็นร้อยละ 25 ถึง ร้อยละ 50 โดยจะทยอยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่ปี 2567 นี้ไปจนถึงปี 2569

ประเภท	อัตราภาษีเก่า (%)	อัตราภาษีใหม่(%)	ปีที่เริ่มบังคับใช้
เซมิคอนดักเตอร์	-	50	2567
รถยนต์ไฟฟ้า	25	100	2567
หน้ากากอนามัย	0-7.5	25	2567
แบตเตอรี่ลิเทียมไอออนสำหรับรถยนต์ไฟฟ้า	7.5	25	2567
แบตเตอรี่ลิเทียมไอออนที่ไม่ใช่สำหรับรถยนต์ไฟฟ้า	7.5	25	2569
อุปกรณ์ทางการแพทย์	7.5	25	2569
แร่แกรไฟต์	-	25	2569
แร่ธาตุสำคัญอื่น ๆ	-	25	2569
แม่เหล็กถาวร	-	25	2569
เซมิคอนดักเตอร์	25	50	2568
บ้านจันทน์ตู้สินค้า	-	25	2567
แผงโซลาร์เซลล์	25	50	2567
ผลิตภัณฑ์เหล็กและอลูมิเนียม	0-7.5	25	2567

ตารางที่ 2 : อัตราภาษีนำเข้ารอบใหม่ของสหรัฐฯ

ที่มา : The White House, US International Trade Commission, Reuters รวบรวมโดยผู้เขียน



ภาพที่ 2 : ประเทศที่สหรัฐอเมริกานำเข้าสินค้ามากที่สุด 5 อันดับแรก (หน่วย: พันล้านดอลลาร์สหรัฐ)
ที่มา : CEIC DATA คำนวณโดยผู้เขียน

การที่สหรัฐฯ ขาดดุลการค้ากับจีนมานานทำให้สหรัฐฯ เริ่มที่จะเบี่ยงไปหาคู่ค้าอยู่ใกล้กันมากขึ้น เช่น เม็กซิโก และ แคนาดา เพื่อลดมูลค่าการนำเข้าสินค้าจากจีน จากภาพประกอบที่ 2 จะเห็นได้ว่าจีนเป็นประเทศที่สหรัฐฯ นำเข้าสินค้ามากที่สุดมาเป็นระยะเวลานานหลายปีแต่พอมาปี 2566 ประเทศที่สหรัฐฯ นำเข้าสินค้ามากที่สุดกลับเป็นประเทศเม็กซิโก มูลค่าประมาณ 454 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ นอกจากนี้สหรัฐฯ ยังนำเข้าสินค้าจากแคนาดาเพิ่มมากขึ้น จนเกือบเทียบเท่าจีนในปีนี้อยู่ที่ 421 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และตามมาด้วยญี่ปุ่นกับเยอรมนี

จีนก็ได้มีการเตรียมมาตรการตอบโต้สงครามการค้าล่าสุดโดยการห้าม 3 บริษัทของสหรัฐฯ นำเข้า – ส่งออก, ลงทุน, คำอาวุธ กับจีน ได้แก่ 1. General Atomics Aeronautical Systems 2. General Dynamics Land Systems 3. Boeing Defense, Space & Security นอกจากนี้ ผู้บริหารระดับสูงของบริษัทเหล่านี้ถูกห้ามไม่ให้เข้าประเทศจีน ในขณะที่ใบอนุญาตทำงานของพวกเขาจะถูกเพิกถอน รวมถึงสถานะผู้มาเยือนและผู้พำนักร ส่วนคำขอต่าง ๆ ที่พวกเขายื่นก็จะไม่ได้รับการอนุมัติด้วย และได้มีการสอบสวนการทุ่มตลาดพลาสติกพอลิเมอร์ออกซิเมทิลีน (POM) ซึ่งเป็นพลาสติกวิศวกรรมชนิดหนึ่งนำเข้าจากสหรัฐฯ สหภาพยุโรป ญี่ปุ่น ไต้หวัน ซึ่งเป็นพลาสติกที่สามารถใช้แทนโลหะบางประเภทได้ เช่น นอกจากนี้ยังมีการเตรียมขึ้นภาษีนำเข้ารถยนต์ขนาดใหญ่จาก ร้อยละ 15 สู่ร้อยละ 25 ซึ่งยังอยู่ในกฎขององค์การการค้าโลกหรือ WTO ซึ่งปีที่แล้วจีนได้มีการนำเข้ารถยนต์ขนาดใหญ่ ประมาณ 250,000 คันซึ่งถ้าภาษีนี้ถูกปรับใช้กับทุกประเทศก็จะกระทบบริษัท Mercedes-Benz BMW และ Toyota motor

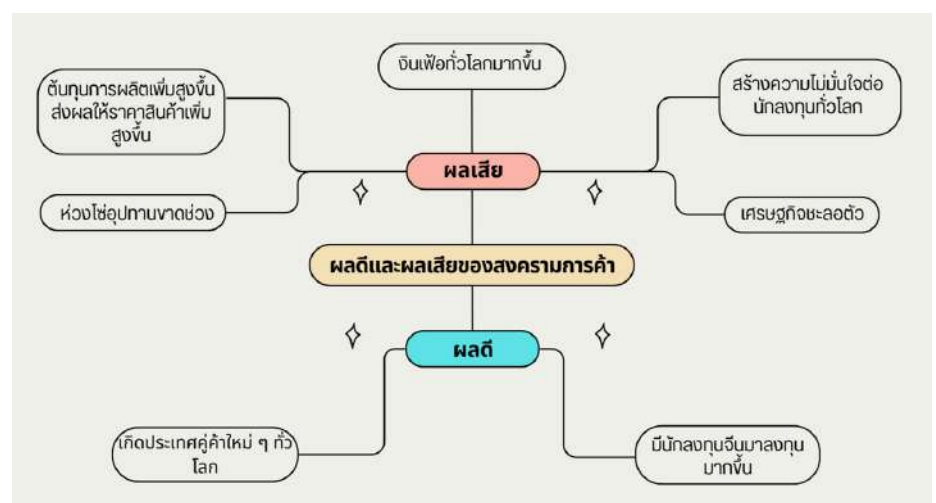
5. ผลกระทบสงครามการค้าและนโยบายทางเศรษฐกิจ

5.1 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก

ตามรายงานของ International Trade Council (2567) สงครามการค้าสามารถทำให้ราคาสินค้าต่างเพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากภาษีนำเข้าที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าสูงขึ้น ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องปรับราคาขายปลีกให้สูงขึ้น ผู้บริโภคจึงต้องแบกรับภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ห่วงโซ่อุปทานขาดช่วงเนื่องจากการขึ้นภาษีนำเข้าสินค้าระหว่างกัน ทำให้ห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกเกิดการหยุดชะงัก บริษัทต่าง ๆ ต้องปรับเปลี่ยนแหล่งวัตถุดิบและเส้นทางการผลิตใหม่ ซึ่งส่งผลต่อต้นทุนการผลิตและราคาสินค้า และการที่ต้นทุนการผลิตสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้อัตราเงินเฟ้อทั่วโลกเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ความไม่แน่นอนและต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้การเติบโตทางเศรษฐกิจของหลายประเทศชะลอตัวลง โดยเฉพาะประเทศที่พึ่งพาการค้ากับจีนและสหรัฐฯ นอกจากนี้ บริษัทต่าง ๆ ไม่แน่ใจว่านโยบายทางการค้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางใด ทำให้ลังเลที่จะลงทุนในโครงการใหม่ ๆ หรือขยายกิจการ เกิดความกังวลต่อนักธุรกิจทั่วโลก สงครามการค้าทำให้การแข่งขันในตลาดรุนแรงขึ้น บริษัทต่าง ๆ ต้องหาทางลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตเพื่อเอาตัวรอด ประเทศกำลังพัฒนาที่พึ่งพาการส่งออกสินค้าไปยังจีนและสหรัฐฯ จะได้รับผลกระทบจากการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก

อย่างไรก็ดี สงครามการค้าครั้งนี้ไม่ได้ส่งผลเสียเพียงอย่างเดียว แต่ก็มีผลดีอีกด้วย จากงานวิจัยที่เขียนโดย Michael Totty เรื่อง Higher demand from U.S. and China means expanding into new markets ได้ระบุว่า เนื่องจากทั้งสหรัฐฯ และจีนมีความจำเป็นต้องหาสินค้านำเข้าจากประเทศอื่นเพื่อทดแทนเพื่อหลีกเลี่ยงการจ่ายภาษีที่มีการปรับขึ้น ทำให้มีประเทศคู่ค้าใหม่ ๆ มากขึ้นทั่วโลกโดยเฉพาะกลุ่มประเทศในอาเซียน และมีบริษัทมากมายจากจีนมาลงทุนในประเทศต่าง ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงภาษีจากสหรัฐฯ

สงครามการค้าระหว่างจีนและสหรัฐฯ มีผลกระทบที่กว้างขวางและซับซ้อนต่อเศรษฐกิจโลก โดยส่งผลกระทบต่อผู้บริโภคภาคอุตสาหกรรม ประเทศกำลังพัฒนา และระบบการเงินโลก หากสงครามการค้ายืดเยื้อ อาจนำไปสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยทั่วโลก การแก้ไขปัญหาสงครามการค้าจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่ง เพื่อสร้างความมั่นคงและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจโลก

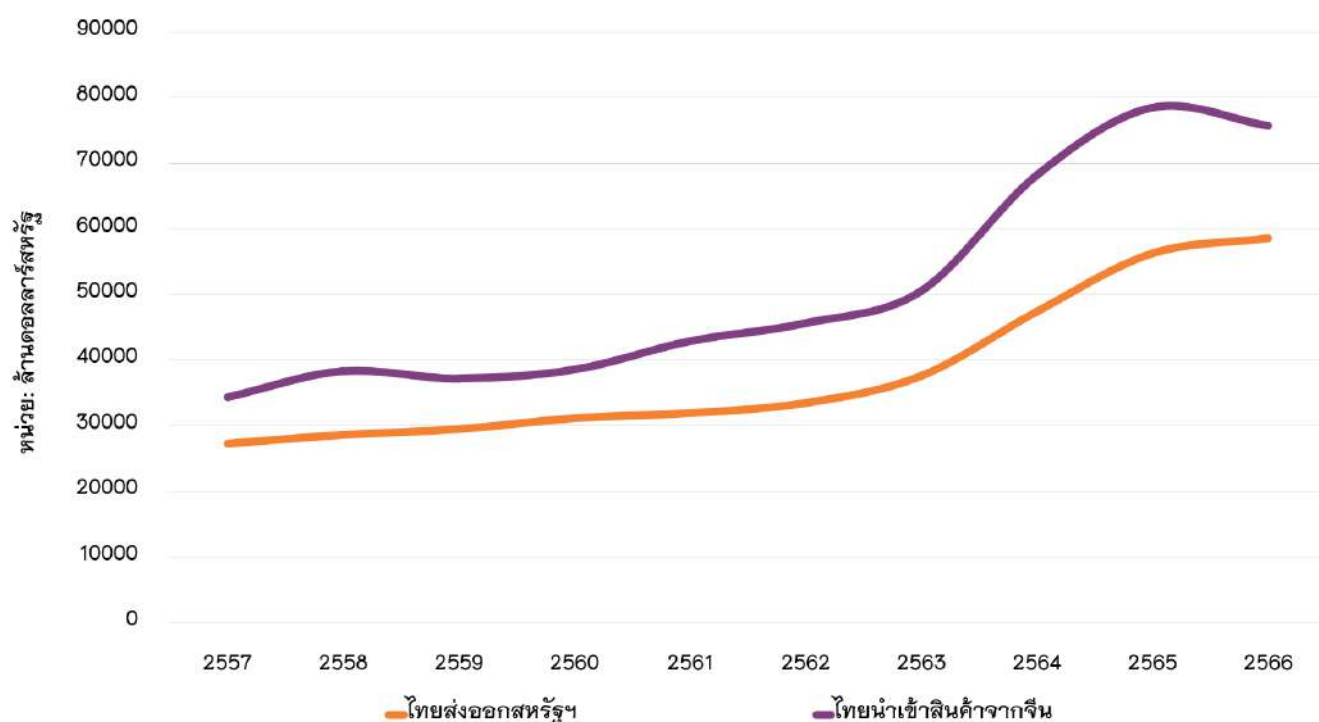


ภาพที่ 3 : ผลดีและผลเสียของสงครามการค้า

5.2 ผลกระทบสงครามการค้าต่อเศรษฐกิจอาเซียนและไทย

หลังจากที่สหรัฐฯ ได้มีมาตรการกีดกันทางการค้ากับจีน ส่งผลให้ทั้งสองชาติเริ่มทำการค้ากันน้อยลง แต่ในทางกลับกันทั้งสหรัฐฯ และจีนต่างนำเข้าสินค้าจากประเทศอื่นมากขึ้น เพื่อลดลงการพึ่งพาอาศัยกัน โดยสหรัฐฯ พยายามหาประเทศคู่ค้าใหม่ ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่เป็นคู่แข่งกับจีน หรือประเทศที่อยู่ใกล้กันกับสหรัฐฯ ขณะเดียวกัน จีนก็ดำเนินการคล้ายกันกับสหรัฐฯ โดยประเทศในกลุ่มอาเซียนได้รับประโยชน์จากสถานการณ์นี้ และประเทศไทยก็เป็นหนึ่งในนั้น

ภายหลังจากมีสงครามการค้า ประเทศไทยส่งออกไปสหรัฐฯ มากขึ้นเมื่อเทียบกับก่อนที่จะมีสงครามการค้า เพราะประเทศไทยสามารถแข่งขันได้มากขึ้น โดยเฉพาะกับสินค้าจีนที่โดนขึ้นภาษี กลุ่มสินค้าที่ประเทศไทยส่งออกให้สหรัฐฯ มากขึ้นหลังจากมีสงครามการค้า เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และชิ้นส่วนยานยนต์ แต่ในทางกลับกันประเทศไทยกลับนำเข้าสินค้าจากประเทศจีนมากขึ้น เนื่องจากการที่สหรัฐฯ ขึ้นภาษีสินค้าจากจีน ทำให้บริษัทในไทยหันมาสั่งซื้อสินค้าจากจีนมากขึ้นเพื่อลดต้นทุน



ภาพที่ 3 : ไทยส่งสินค้าออกไปสหรัฐฯ เทียบกับไทยนำเข้าสินค้าจากจีน

ที่มา : Trading Economics, United States Census Bureau คำนวณโดยผู้เขียน

ในช่วงก่อนจะมีสงครามการค้า สหรัฐฯ นำเข้าสินค้ากลุ่มเซมิคอนดักเตอร์และส่วนประกอบจากประเทศในกลุ่มอาเซียนอยู่ที่ร้อยละ 25.4 แต่หลังจากมีสงครามการค้า สหรัฐฯ นำเข้าสินค้ากลุ่มนี้เพิ่มมากขึ้น เกือบสองเท่า เป็นร้อยละ 46.11 กลุ่มโทรศัพท์และชิ้นส่วนของโทรศัพท์ก็เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากร้อยละ 9.02 เป็นร้อยละ 21.8 นอกจากนี้ สัดส่วนสินค้าที่สหรัฐฯ นำเข้าจากไทยก็เพิ่มขึ้นในทิศทางเดียวกัน จากที่ก่อนสงครามการค้าสหรัฐฯ นำเข้าเซมิคอนดักเตอร์จากไทยอยู่ที่ร้อยละ 2.1 แต่เมื่อเกิดสงครามการค้าขึ้นสหรัฐฯ เริ่มนำเข้าเซมิคอนดักเตอร์จากไทยมากขึ้นถึง 6 เท่าอยู่ที่ร้อยละ 12.56 ส่วนแผงวงจรรวมสหรัฐฯ ก็นำเข้าเพิ่มจากไทยจากร้อยละ 2.51 เป็นร้อยละ 4.33

แต่ในทางกลับกันกลุ่มสินค้าประเภทเดียวกันนี้ ประเทศไทยก็มีการนำเข้าจากประเทศจีนเพิ่มมากขึ้น เช่นเดียวกันเช่น เซมิคอนดักเตอร์และส่วนประกอบมีสัดส่วนการนำเข้าที่เพิ่มขึ้นถึง 4 เท่า จากร้อยละ 2.93 เป็นร้อยละ 8.59 ส่วนเครื่องปรับอากาศจากร้อยละ 4.37 เป็นร้อยละ 13.83 โทรศัพท์ – ชิ้นส่วน จากร้อยละ 10.99 เป็นร้อยละ 12.68 เมื่อพิจารณาการขาดดุลหรือการเกินดุลที่มีการค้ากับทั้ง 2 ประเทศ ประเทศในอาเซียนส่วนใหญ่จะเกินดุลสหรัฐฯ และขาดดุลกับจีนมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นหลังจากที่มีสงครามการค้า

สินค้าไทยที่โดดเด่นส่งออกให้สหรัฐฯ มีมูลค่าเพิ่มอย่างมหาศาลเช่น กลุ่มเครื่องใช้ไฟฟ้า – อิเล็กทรอนิกส์ ในปี 2556 มีมูลค่าการส่งออก 720 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ในปี 2566 มีมูลค่าการส่งออกถึง 5,050 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 600% กลุ่มสินค้าชิ้นส่วนยานยนต์ ในปี 2556 มีมูลค่าการส่งออก 434 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ในปี 2566 มีมูลค่าการส่งออกถึง 1,423 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 277 กลุ่มสินค้ายาง ในปี 2556 มีมูลค่าการส่งออก 1,973 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ แต่ในปี 2566 มีมูลค่าการส่งออกถึง 4,589 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นร้อยละ 132 สาเหตุสำคัญที่สินค้าเหล่านี้ส่งออกจากประเทศไทยไปสหรัฐฯ ได้ดีขึ้น อาจเป็นการทดแทนสินค้าที่ไม่สามารถนำเข้าจากจีนได้ และบริษัทในประเทศจีนมาตั้งบริษัทในไทย เพื่อส่งออกให้สหรัฐฯ ทำให้ประเทศไทยได้ประโยชน์จากอานิสงค์ของสงครามการค้าครั้งนี้



ภาพประกอบ	ประเภท	2556	2566	อัตราการเติบโต
	เครื่องไฟฟ้า-อิเล็กทรอนิกส์	720	5,050	600%
	ชิ้นส่วนยานยนต์	434	1,423	227%
	ผลิตภัณฑ์ยาง	1,973	4,589	132%

ตารางที่ 3 : สินค้าไทยส่งออกโดดเด่น (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐ)
ที่มา : สรท., TNN รวบรวมโดยผู้เขียน

เวียดนาม ไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย และกัมพูชา มีมูลค่าเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ และขาดดุลการค้ากับจีนทั้งหมด เวียดนามขาดดุลการค้ากับจีน 59,973 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ 94,982 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ไทยขาดดุลการค้ากับจีน 37,305 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ 27,992 ล้านดอลลาร์สหรัฐ สหรัฐ มาเลเซียขาดดุลการค้ากับจีน 14,584 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ 26,832 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อินโดนีเซียขาดดุลการค้ากับจีน 8,803 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ 16,960 ล้านดอลลาร์สหรัฐ กัมพูชาขาดดุลการค้ากับจีน 4,802 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ 11,281 ล้านดอลลาร์สหรัฐ กับรูโนขาดดุลการค้ากับจีน 73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และเกินดุลการค้ากับสหรัฐฯ 259 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีเพียงประเทศสิงคโปร์ที่ขาดดุลการค้าทั้งกับสหรัฐฯ และจีนโดยขาดดุลการค้ากับจีน 4,544 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และขาดดุลการค้ากับสหรัฐฯ 1,522 ล้านดอลลาร์สหรัฐ





ประเทศ	ขาดดุลจีน	เกินดุล(ขาดดุล) สหรัฐฯ
เวียดนาม	59,973	94,982
ไทย	37,305	27,992
มาเลเซีย	14,584	26,832
อินโดนีเซีย	8,803	16,960
กัมพูชา	4,802	11,281
สิงคโปร์	4,544	(1,522)
บรูไน	73	259

ตารางที่ 4 : การค้าอาเซียนกับสหรัฐฯ – จีน ในปี 2566 (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)
ที่มา : United States Census Bureau, สศช., Trading Economics รวบรวมโดยผู้เขียน

ตัวเลขนี้แสดงให้เห็นว่าทั้งเวียดนามและมาเลเซียจะได้ประโยชน์จากสถานการณ์เปี่ยงเบนทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ กับจีน มากกว่าประเทศไทย ในวิกฤตสงครามการค้าครั้งนี้ก็มีโอกาสซ่อนอยู่ โดยเฉพาะกลุ่มประเทศในอาเซียน เนื่องจากสินค้าจากจีนมีราคาที่สูงขึ้นเนื่องด้วยมาตรการกีดกันทางการค้า จึงหันมานำเข้าจากกลุ่มประเทศอาเซียนแทน แต่ในขณะเดียวกันบางกลุ่มสินค้า ที่ไทยและอาเซียนได้รับประโยชน์ แต่อาเซียนจะได้รับประโยชน์มากกว่าไทย เช่นกลุ่มโทรศัพท์และชิ้นส่วน เครื่องประมวลผลข้อมูลอัตโนมัติ และหม้อแปลงไฟฟ้า นอกจากนี้ยังมีกลุ่มสินค้าที่อาเซียนได้ประโยชน์มากขึ้น แต่ไทยกลับได้ประโยชน์น้อยลง เช่น ยางนอกชนิดอัดลม

ถึงแม้ประเทศไทยจะเป็นประเทศที่เกินดุลกับสหรัฐฯ อย่างต่อเนื่อง แต่ประเทศไทยก็เป็นประเทศที่มีการขาดดุลการค้ากับจีนมากเป็นอันดับต้น ๆ ในอาเซียน เนื่องจากสินค้าที่ไทยมีการเกินดุลกับจีนจะเป็นกลุ่มสินค้าเกษตร ที่มีมูลค่าอาจไม่มากเท่าไร ขณะที่สินค้าที่ประเทศไทยมีการขาดดุลกับจีน จะเป็นกลุ่มสินค้าที่ความซับซ้อนและมีมูลค่าสูง

6. บทสรุป

บทความนี้ ชี้ให้เห็นถึงความเป็นมาของสงครามการค้า และความสัมพันธ์ทางการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน เริ่มต้นตั้งแต่สมัยของ ประธานาธิบดีโดนัลด์ ทรัมป์ ในช่วงปี 2561 ที่ได้มีมาตรการขึ้นภาษีนำเข้าในครั้งแรก แม้ช่วงแรกของการปรับภาษีขึ้นครั้งนี้ไม่มีการระบุว่าสหรัฐฯ มุ่งเป้าไปที่ประเทศใด แต่ในท้ายที่สุดก็ชัดเจนว่าสหรัฐฯ มุ่งเป้าไปที่จีน เนื่องจากสหรัฐฯ นั้นขาดดุลกับจีนมากจนทำลายสถิติสูงสุดในปี 2561 ทั้งสองประเทศได้มีการตอบโต้กันไปมา จนทำให้สหรัฐฯ เริ่มขาดดุลการค้ากับจีน น้อยลงเรื่อย ๆ แต่ในทางกลับกันความตึงเครียดของสองประเทศนี้ กลับไม่ลดลงเลย

ปัจจุบัน ความสัมพันธ์ทางการค้าของสหรัฐฯ และจีนแย่งลงเรื่อย ๆ สาเหตุมาจากทางสหรัฐฯ ได้มีการขึ้นภาษีนำเข้ารอบใหม่ กับจีน มูลค่า 1.8 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในวันที่ 14 พฤษภาคม ปี 2567 ได้มีการขึ้นภาษีหลายกลุ่มสินค้า โดยเฉพาะ รถยนต์ไฟฟ้า (EV) จาก ร้อยละ 25 เป็น ร้อยละ 100 ถือเป็นสินค้าที่มีการปรับภาษีขึ้นมากที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม สหรัฐฯ ได้มีการนำเข้ารถยนต์ของจีนเพียง ร้อยละ 1 ถึง 2 เท่านั้น นักวิเคราะห์บางส่วนจึงได้วิเคราะห์ การขึ้นภาษีครั้งนี้ว่าเป็นประเด็นทางด้านการเมือง

สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน เป็นหนึ่งในเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจ ที่สำคัญที่สุดในช่วงหลายปีที่ผ่านมา และส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจโลกและประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก รวมถึงประเทศไทยด้วย สงครามการค้าทำให้ราคาสินค้าต่าง ๆ แพงขึ้น และเงินเฟ้อทั่วโลกเพิ่มขึ้น เนื่องจากภาษีนำเข้าที่เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสินค้าสูงขึ้นเกิดความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ สร้างความไม่แน่นอนให้กับนักลงทุนและผู้ประกอบการทั่วโลก ส่งผลให้การลงทุนชะลอตัว และการค้าโลกหดตัว อย่างไรก็ตาม สงครามการค้าในครั้งนี้ก็ทำให้มีบริษัทจำนวนมากจากจีนมาลงทุนในประเทศต่าง ๆ เพื่อหลีกเลี่ยงภาษีจากสหรัฐฯ

สงครามการค้าครั้งนี้มีส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและลบต่อประเทศไทย ในส่วนของผลกระทบทางบวก สินค้าที่สหรัฐฯ ตั้งกำแพงภาษีกับจีน ทำให้จีนส่งออกไปให้สหรัฐฯ ได้ยากมากขึ้น ทำให้ประเทศไทยได้ประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นเหล็ก โซล่าเซลล์ เซมิคอนดักเตอร์ ประเทศไทยสามารถนำเข้าสินค้าเหล่านี้จากจีนในราคาถูกลงมากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันทำให้ไทยขาดดุลการค้ากับประเทศจีนมากยิ่งขึ้น และการที่จีนมาตั้งฐานการผลิตในประเทศไทย ในหลาย ๆ อุตสาหกรรม อาจโดนสหรัฐฯ ขึ้นภาษีถ้ามีประเทศจีนเป็นผู้ผลิต

โดยสรุป สงครามการค้าระหว่างสหรัฐฯ และจีน ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเพียง 2 ประเทศ แต่ส่งผลกระทบต่อหลายประเทศทั่วโลก ผลกระทบในครั้งนี้ก็ไม่ได้มีแต่ข้อเสียเพียงอย่างเดียว แต่ก็ยังมีโอกาสเข้ามาด้วยเช่นกัน ประเทศไทยควรวางตัวในสงครามการค้าครั้งนี้ให้เหมาะสม เพราะจะส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก หากประเทศไทยเลือกข้างใดข้างหนึ่ง เพราะไทยมีความสัมพันธ์ทางการค้าที่ดีกับทั้งจีน และสหรัฐฯ การเลือกข้างฝ่ายใดฝ่ายหนึ่ง จะส่งผลเสียต่อความสัมพันธ์กับอีกฝ่ายหนึ่ง และส่งผลต่อการค้าของไทย อีกทั้งเศรษฐกิจไทยพึ่งพาการส่งออกเป็นหลัก การเลือกข้างในสงครามการค้าครั้งนี้อาจทำให้ไทยสูญเสียตลาดส่งออกที่สำคัญ

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

เพ็ญ เฉวยิ่ง. 2563. สงครามการค้าสหรัฐฯ-จีน : เกิดอะไรขึ้นบ้างในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา. เข้าถึงได้จาก <https://www.bbc.com/thai/international-51118450> 15 มกราคม 2563

วรรณสินท์ สัตยานุวัตร. 2567. สงครามการค้าระหว่างสหรัฐอเมริกาและจีน: พลวัตต่อการค้าการลงทุน. เข้าถึงได้จาก <https://fpri.or.th/> 22 กุมภาพันธ์ 2567

ภาษาอังกฤษ

Anshu Siripurapu and Noah Berman. 2567. The Contentious U.S.-China Trade Relationship. Available from <https://www.china-briefing.com/news/the-us-china-trade-war-a-timeline>. 14 May 2567

David ShepardsonและDavid Lawder. 2567. What are Biden's new tariffs on China goods?. Available from <https://www.reuters.com/world/what-are-bidens-new-tariffs-china-goods-2024-05-14/>. 14 May 2567

Dorcas Wong และ Alexander Chipman Koty. 2563. The US-China Trade War: A Timeline . Available from <https://www.china-briefing.com/news/the-us-china-trade-war-a-timeline>. 25 September 2563

International Trade Council. 2567. Effects of Trade Wars on Global Economy and International Trade. Available from <https://tradecouncil.org/effects-of-trade-wars-on-global-economy-and-international-trade/>. 14 May 2567

Michael Totty. 2567. Higher demand from U.S. and China means expanding into new markets. Available from <https://anderson-review.ucla.edu/in-u-s-china-trade-war-bystander-countries-increase-exports/>. 23 August 2566

Money Buffalo. (30 July 2562). จุดเริ่มต้นสงครามการค้า อเมริกา vs จีน [วิดีโอ]. ยูทูบ. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=YYRBZSxyV3I>

The White House. 2567. FACT SHEET: President Biden Takes Action to Protect American Workers and Businesses from China's Unfair Trade Practices. Available from <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2024/05/14/fact-sheet-president-biden-takes-action-to-protect-american-workers-and-businesses-from-chinas-unfair-trade-practices/> 14 May 2567

TNN. (2 June 2567). “สงครามการค้า” ปะทุ! ใครได้ประโยชน์สูงสุด [วิดีโอ]. ยูทูบ Available from <https://www.youtube.com/watch?v=Jv-qGe3GaKk&t=1089s>

- TNN. (2 June 2567). “สหรัฐฯ-จีน” ชัดแย้งกันใครได้ประโยชน์? เร่งตั้งรับสงครามการค้า! [วิดีโอ]. ยูทูบ. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=Jv-qGe3GaKk&t=1089s>
- TNN. (26 February 2567). ไทยได้อานิสงส์สงครามการค้าจีน-สหรัฐฯ [วิดีโอ]. ยูทูบ. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=iEWDYYaur7k>
- TNN. (29 May 2567). “สหรัฐฯ-จีน” สงครามการค้า “จีน-สหรัฐฯ” ลากยาว [วิดีโอ]. ยูทูบ. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=TvuyJT5kkWM&t=664s>
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with Brunei. Available from: <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5610.html>. (n.d.)
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with Cambodia. Available from <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5550.html>. (n.d.)
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with China. Available from <https://www.china-briefing.com/news/the-us-china-trade-war-a-timeline>. (n.d.)
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with Indonesia. Available from <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5600.html>. (n.d.)
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with Philippines. Available from <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5650.html>. (n.d.)
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with Singapore. Available from <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5590.html>. (n.d.)
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with Thailand. Available from <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5490.html>. (n.d.)
- United States Census Bureau. 2567. Trade in Goods with Vietnam. Available from <https://www.census.gov/foreign-trade/balance/c5520.html>. (n.d.)
- Wealth Me UP. (26 September 2562). Timeline 414 วันสงครามการค้า US-CH [วิดีโอ]. ยูทูบ. Available from <https://www.youtube.com/watch?v=OyLqPVc96Ps&t=2s>

IAM (ไอแอม) “บริหารสินทรัพย์อย่างจริงจังใจเพื่อคนไทย” ปรับโฉมใหม่ เพื่อความสุข เพื่อโอกาส เพื่อคนไทย

IAM บริษัท บริหารสินทรัพย์ ธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย จำกัด ปรับโฉมใหม่ชูแนวคิด “บริหารสินทรัพย์อย่างจริงจังใจเพื่อคนไทย” ด้วยการบริหารจัดการสินทรัพย์ด้วยคุณภาพ (NPL) และการจำหน่ายทรัพย์สินรอขาย (NPA) ทั้งกลุ่มลูกค้ารายใหญ่ รายย่อย และนักลงทุน ด้วยประสิทธิภาพ การดำเนินงานผ่านระบบงาน DMS (Dept Management System) ในการเจรจา ชำระหนี้ การปรับโครงสร้างหนี้ หรือปิดบัญชี พร้อมให้การช่วยเหลือลูกหนี้ของ IAM ให้ได้มากที่สุด สอดคล้องตามนโยบาย การแก้หนี้ของภาครัฐ



นายเจนวิทย์ ยกบัตร รักษาการผู้จัดการบริษัทฯ กล่าวว่า “นับตั้งแต่ IAM ได้รับโอนหนี้ จากธนาคารอิสลามแห่งประเทศไทย เมื่อเดือนมิถุนายน 2560 มูลค่ากว่า 48,000 ล้านบาท โดยเป็นลูกค้าที่ไม่ใช่มุสลิม ในช่วงที่ผ่านมา IAM เดินสายไกลเกลี่ยหนี้ทั่วประเทศ ได้เข้าร่วม โครงการแก้หนี้ต่าง ๆ ของรัฐบาล ปัจจุบัน IAM สามารถแก้ไขปัญหาสินทรัพย์ด้วยคุณภาพ และช่วยเหลือลูกค้าในการไกลเกลี่ยชำระหนี้ ปรับโครงสร้างหนี้ หรือปิดบัญชีเพิ่มมากขึ้น รวมถึงช่วยเหลือลูกค้ารายย่อย ลูกค้ารายใหญ่ภาคธุรกิจ ให้กลับมาดำเนินธุรกิจได้อีกครั้ง จำนวนกว่า 11,300 ราย เป็นจำนวนเงินรวมกว่า 12,700 ล้านบาท”

ในส่วนของทรัพย์สินมือสอง ปัจจุบัน IAM มีทรัพย์สินรอการขาย มูลค่ารวมกว่า 1,600 ล้านบาท ได้แก่ บ้านเดี่ยว ทาวน์เฮาส์ อาคารพาณิชย์ ห้องชุด ที่ดินเปล่า โรงงาน และโรงแรม เป็นต้น กระจายอยู่ทั่วประเทศ ทั้งนี้รายงานจากศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ (REIC) คาดการณ์ว่าในปี 2567 ตลาดบ้านมือสองมีอัตราการขยายตัวอยู่ที่ 5 - 10% ตามภาพรวมของตลาด ที่อยู่อาศัย เป็นผลจากมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านภาคอสังหาริมทรัพย์ ของรัฐบาลและทิศทางดอกเบี้ยที่อาจมีการปรับตัวลดลง 0.25% - 0.50%

นายเจนวิทย์ ได้กล่าวเพิ่มเติมว่า “IAM มีภารกิจที่ต้องดำเนินงาน ให้แล้วเสร็จตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรในแต่ละปี ซึ่งการปรับภาพลักษณ์ ของ IAM ในครั้งนี้ เป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญเพื่อให้เข้าถึงลูกค้า ของ IAM ได้อย่างทั่วถึง ตอบโจทย์ด้วยภาพลักษณ์การดำเนินงานด้วยความจริงจัง พร้อมช่วยเหลือลูกค้า อีกทั้งยังสร้างความสุขให้กับคนที่ต้องการบ้านเพื่ออยู่อาศัย หรือมองหาโอกาสในการลงทุนด้านอสังหาริมทรัพย์ ด้วยการบริหารงานที่ทันสมัย รวดเร็ว และเป็นธรรม สร้างความเชื่อมั่นต่อกลุ่มเป้าหมายในการเป็นบริษัทบริหารสินทรัพย์ที่พร้อม ให้บริการอย่างจริงจังใจเพื่อคนไทย” นายเจนวิทย์ ยกบัตร รักษาการผู้จัดการบริษัทฯ กล่าวถึงการปรับโฉมของ IAM ในครั้งนี้



IAM ขอบัณฑิตนำทรัพย์สินราคาพิเศษ
ห้องชุด MODERN STYLE

THE QUARTER PHUKET

ถ.เชิงทะเล อ.ตลาด จ.ภูเก็ต



ราคาพิเศษ

เริ่มต้น

6.2 ลบ.



Why Chinese Tourist Numbers Have Not Fully Recovered Post-Pandemic

By

Lapusrada Vatanalikit

Patchat Kantakom





Executive Summary

- In 2019, Chinese tourists accounted for 27.6% of Thailand's 40 million visitors, contributing to 3.2% of the country's GDP alone. However, as of 2023, Chinese visitors constitute only 11.2% of total visitors, far below pre-pandemic levels.
- The tourism sector's decline has led to job losses and reduced economic activity across multiple industries, affecting Thailand's GDP growth.
- Thailand has tried to recoup momentum through various initiatives, i.e. the free-visa policy and BCG model for sustainable tourism.
- Measures should be taken to stimulate Thailand's economic growth through tourism, for example, leveraging social media to promote varied destinations, providing tourism payout, etc.

Introduction

As the world slowly recovers from the repercussions of COVID-19, the economy's recovery is more volatile than ever. Thailand, known as the “Land of Smiles”, has always heavily relied on tourism as a cornerstone of its economy. In pre-COVID conditions of 2019, 11.5% of Thailand's GDP was generated by the tourism sector alone, underscoring the importance of tourism to Thailand's economy. Particularly, Chinese tourists were the driving force in Thailand's tourism boom: of approximately 40 million tourists in 2019, 10.9 million were Chinese– 27.6% of the total– the most of all countries, and greater than some regions, such as Europe [Refer to Figure 1].

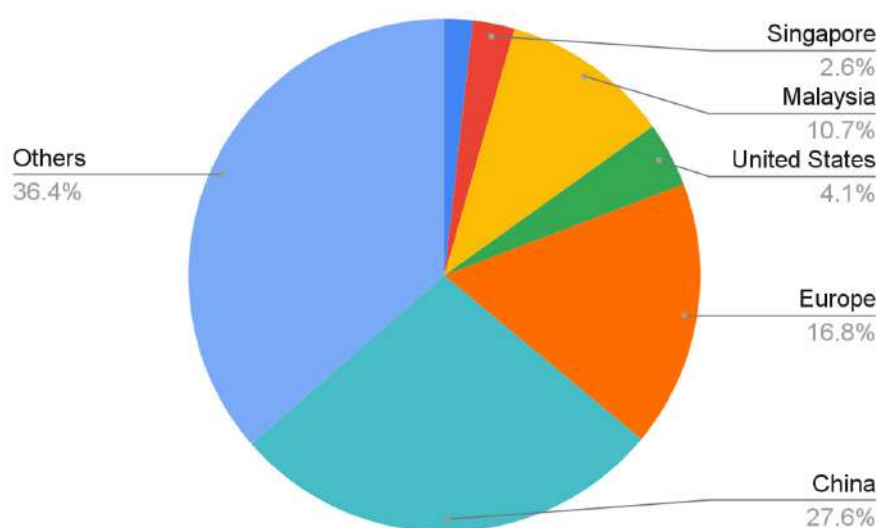


Figure 1 : Overview of Thailand Tourist Nationalities (%) in 2019

**Information calculated by the Fiscal Policy Office, data gathered by the Ministry of Tourism and Sports

The rich tourism offers Thailand exclusive opportunities, such as diversifying and increasing the number of jobs and the overall local economy. The increased demand for various industries fosters the growth of many small and medium-sized enterprises. Subsequently, this influx of tourism-related activities creates a multiplier effect in the economy, perpetuating robust, reliable cycles of

economic activity. This includes direct impacts, like more sources for GDP growth, more tax revenue, and foreign exchange earnings; but also indirect impacts, like increased supply chain demand, increased infrastructure development, and enhanced appeal for foreign investment. Consequently, the regulations enforced to mitigate the widespread disease of COVID-19 significantly impacted these industries and slowed Thailand's economic growth. In 2023, while the total number of tourists has rebounded back to approximately 28 million, the recovery of the number of Chinese tourists has been notably slower, constituting only 11.2% of total visitors– a stark contrast compared to their numbers to 2019 pre-pandemic [Refer to Figure 2].

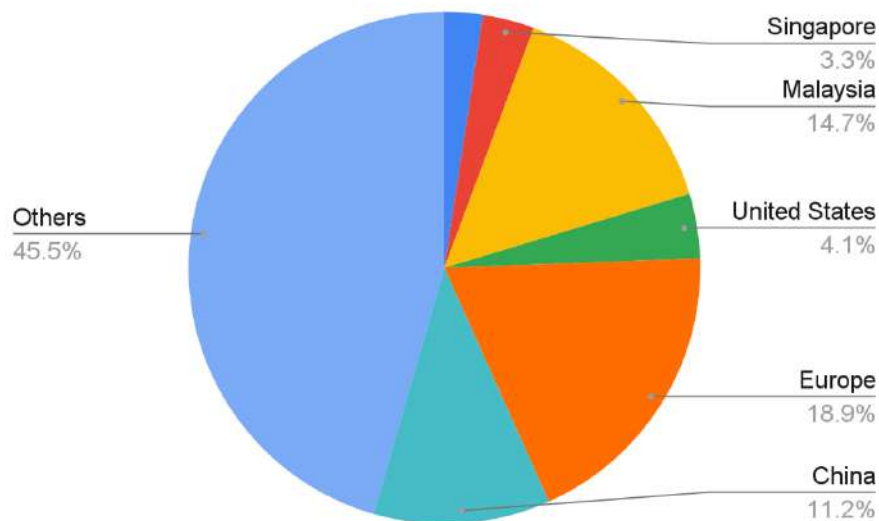


Figure 2 : Overview of Thailand Tourist Nationalities (%) in 2023

**Information calculated by the Fiscal Policy Office, data gathered by the Ministry of Tourism and Sports

As a result, the dramatic reduction in tourist arrivals has caused widespread job losses in the tourism sector. Referring to Figure 3, the impact of these job losses is evident. Pre-pandemic employment in the tourism sector was over 4.3 million people, dropping to 3.9 million in 2020, and as of 2022, recovering to 4.1 million employees. This illustrates the direct impact of COVID-19 on the livelihoods of citizens, wherein many had to be laid off for companies to stay afloat, or their companies had to close operations.



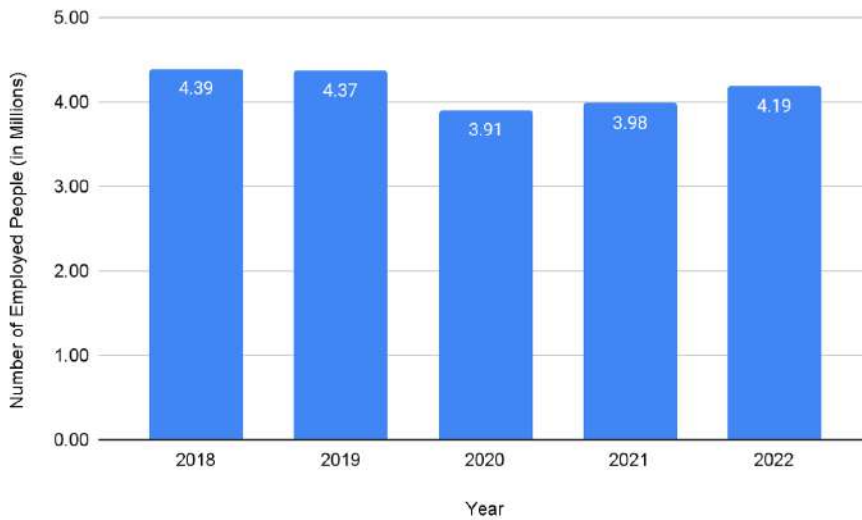


Figure 3 : umber of People (in Millions) Directly and Indirectly Employed in Industries Affected by Tourism (2018–2022)

**Data gathered by the Ministry of Tourism and Sports



In terms of macroeconomics, this unemployment creates a cascading effect on suppliers, service providers, and local businesses or SMEs. Overall, this means people, on average, have less income, less spending power, and less economic spending to stimulate Thailand's GDP. Moreover, the decline in tourism means less money is entering Thailand from foreign sources, especially from key markets like China; ultimately, stunting economic growth. This implies that tourism is a factor causing Thailand's slow GDP growth of 2.6%, compared to the IMF's prediction of growth for developing economies at 4.2%. As such, returning China's tourism rates to pre-pandemic levels will help quicken GDP growth. The following written briefing will explore the reasoning behind the sluggish recovery of Chinese tourist numbers post-pandemic, discuss its economic implications, and evaluate possible strategies.

Analysis of Chinese Tourism Pre-Pandemic

Prior to COVID-19, spanning from 2016 to 2019, Chinese tourists exhibited distinct seasonal patterns in their visits to Thailand, resembling waves that are characterized by peaks and troughs in tourist arrivals. Depicted by Figure 4, the average (black dotted line) illustrates two general distinctive peak periods of Chinese tourism: February, and July to August; whilst, the least visited seasons came immediately after, evidenced by the immediate decline in September to November.

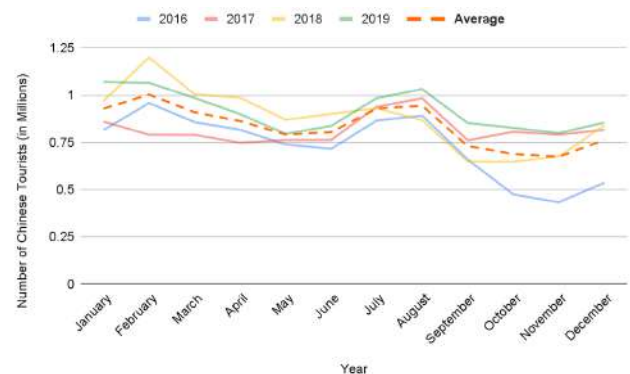


Figure 4 : Number of Chinese Tourists (in Millions) per Month Pre-Pandemic (2016–2019)

**Information calculated by the Fiscal Policy Office, data gathered by the Ministry of Tourism and Sports

These peaks and troughs all coincide with major festivals and school breaks in China, driving annual patterns in outbound travel to Thailand. Particularly, February marks the period of Chinese New Year. This signifies a time of cultural importance where families reunite and partake in traditions, stimulating a surge with families driven for cultural exchange, seeking to travel and leisure abroad. Similarly, the July to August peaks aligns with China's school summer holidays, the only time when families can bring their children for a vacation together, driving another stream of tourism to Thailand. The period immediately after in September to November symbolizes the start of the school year, thereby reducing the availability for families to travel together, creating a low season for tourism.



Impacts of COVID-19 on Chinese Tourism, and Current Situation

Thailand was no exception to the impact of COVID-19 on tourism, despite the immense attraction Thailand has as a travel destination. The onset of COVID-19 in early 2020 brought unprecedented challenges and drastic declines in tourism levels. The lockdown was announced in April 2020, and Thailand implemented policies such as full national scale lockdowns, restricting any international travel, and only relaxed these measures in October 2020, requiring a mandated 14-day quarantine regulation for all international travelers. This was further continued into 2021, with unfaltering continuous waves, leading to prolonged regulations¹. As a consequence, the number of tourists significantly dropped in the year 2020, with a total of 6.7 million travelers, most traveled before the lockdowns. This drop continued into 2021, with a total of 420 thousand travelers [Refer to Figure 5]. However, there are signs of a rebound in the tourism sector with the gradual easing of travel restrictions, vaccination campaigns, and the introduction of travel bubbles. By 2023, Thailand has successfully reattracted 28 million tourists, and it is predicted that in 2024 the number of international arrivals will be up to 35.7 million, just approximately 4.2 million short of 2019, or pre-pandemic levels.

¹ <https://gh.bmj.com/content/6/7/e006178>

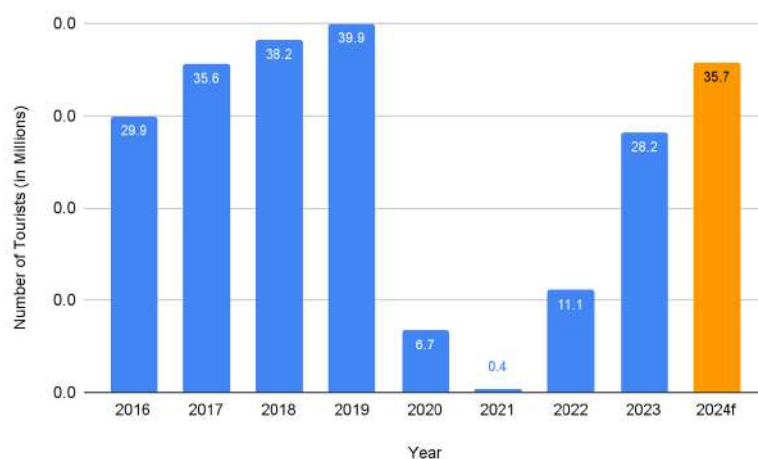


Figure 5 : Number of Tourists (in Millions) per Year (2016–2023), and Prediction for 2024

**Information calculated by the Fiscal Policy Office, data gathered by the Ministry of Tourism and Sports

As such, it can be inferred that Chinese tourists have slowly returned in 2021 with only 0.1% of the pre-pandemic tourists returning, signifying that Chinese tourism has not returned to normal [Refer to Fig 6]. In the year 2023, tourist rates were still 32.0% of the year 2019– from 11 million to 3.5 million tourists. This fell short of Thailand’s aimed arrivals of 4 million tourists in 2023². In contrast, other neighboring countries such as Malaysia have now sprung back and even exceeded their pre-pandemic tourist rates– Malaysia rebounding to 108.3% tourists from pre-pandemic, and Indonesia being 107.4%. This is a significantly larger proportion when compared to the recovery of Chinese tourism.

2 <https://www.china-briefing.com/news/china-and-thailand-to-waive-visa-requirements-permanently-from-march/#:~:text=China%20and%20Thailand%20have%20agreed,in%20their%20respective%20tourism%20sectors.>

Year	Indonesia	Singapore	Malaysia	China
2019	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
2020	14.0%	12.0%	14.5%	11.4%
2021	0.4%	0.6%	0.1%	0.1%
2022	32.7%	57.7%	45.6%	2.4%
2023	107.4%	97.2%	108.3%	32.0%

Figure 6 : Number of Tourists per Year (%) Compared to Pre-Pandemic (2019)

**Information calculated by the Fiscal Policy Office, data gathered by the Ministry of Tourism and Sports

A possible reason for the slow return of Chinese tourists may be due to the zero-covid policy that was imposed in China. China’s goal in 2022 was to keep their COVID–19 cases as close to zero as possible. To attain this goal, China implemented mass testing, stringent quarantine for patients, and strict

lockdowns across entire cities . In cities that are not as strict, residents had to go through repeating tests and limitations placed upon traveling, decreasing their appeal towards traveling. Thus, while other countries freely traveled internationally, Chinese people were restricted and focused on reducing COVID-19 cases.

To further reinforce this statement, CNN is now publishing news on the soaring airfares across Asia including China to Thailand's flight. In February of 2022, all airfares within the region were now 33% higher than what it was last year, and some were up to twice the amount . This was a result of the increase in oil prices, labor shortages, and the post-pandemic recovery which has not been stabilized. Moreover, the Chinese government has also restricted the issuing of new passports in early 2020, blocking Chinese citizens from going abroad. In other cases, police have ordered their local citizens to hand over their passports promising a return once the pandemic was over .

Another factor could be due to China's struggling economy, as their old economic model has been underpinned by the heavy infrastructure and real estate market that is collapsing. Ultimately, this led to weak consumer demand and high unemployment rates that aggravated economic downturns. In 2021, China's unemployment rates were recovering from the initial COVID lockdown, rebounding from a rate of 6.2% down to 4.9%. However, by April 2022, unemployment rates surged to their highest level since the lockdown, reaching 6.1%. Additionally, consumer confidence, an index that reflects the public's future outlook on the economy, has been pessimistic. As of April 2022, China scored 86.7 points of 200, indicating doubt in their economy, never recovering above 100 since then, peaking in March 2023 at 94.9 points. Compared with pre-COVID measures, which were consistently around 120 points, signifying a drop in people's disposable income, as well as willingness to spend



money on discretionary activities . Therefore, fewer individuals feel secure enough to justify the expense of international travel, including trips to Thailand, leading to less tourism in Thailand.

The weakened Chinese Yuan has further exacerbated this issue, making international travel less affordable. According to Google Finance³ , the Chinese Yuan was strongest during the middle of June 2022– with 1 CNY equal to 5.43 THB– however, its value has depreciated ever to 5.07 THB. This is due to the zero-covid restrictions on China’s economy resulting in CNY being weaker, whilst THB was stronger as a result of the country reopening. This suggests that a contributing factor to why the tourist numbers have not significantly recovered to their pre-pandemic state is due to how traveling is more expensive and less desirable, including to destinations like Thailand.

³ <https://www.google.com/finance/quote/CNY-THB?sa=X&sqi=2&ved=2a-hUKEwia4-GdpPuGAxUMTWcHHYIXBGkQmYOJegQIFRAw&window=MAX>

Policies and Initiatives

Ultimately, China and Thailand are now taking the initiative to improve tourism rates for both countries and the benefit of their respective tourism sectors. Recently, the two countries have just agreed to implement a permanent visa-free entry policy starting from March 2024. This idea originated from their September 2023 agreement to allow visa-free entry for up to 30 days for Thai and Chinese citizens. This agreement would expire in February 2024, however, the response to this agreement was overall positive. Over 22 thousand Chinese tourists arrived in Thailand within the first two days of the visa waiver.⁴ Therefore, a decision has been

⁴ <https://www.china-briefing.com/news/china-and-thailand-to-waive-visa-requirements-permanently-from-march/#:~:text=China%20and%20Thailand%20have%20agreed,in%20their%20respective%20tourism%20sectors.>



made between the two countries to permanently implement free-visa. This agreement between the two countries showcases China’s desire to embrace mutual benefits between neighboring countries.

In light of COVID-19, Thailand has also reopened with more sustainable tourism. This reopening is aimed to be a creative way to implement the new-normal directions while still providing safe and sustainable travel. This fits under Thailand’s BCG model, also known as the Bio-Circular-Green Economy announced in January 2021. This initiative announced after COVID-19 has been centered around stimulating growth from



high disposable income tourists and more niche market sectors: wellness, gastronomy, cultural, and sports tourism. Furthermore, this initiative also helps enhance the lives of local farmers to improve the environment and strengthen tourist sustainability. The model for different tourism sectors such as hospitality to start sourcing from local communities has also helped generate more charitable income for these communities.

Competition for Chinese Tourism

However, as of recently, Chinese citizens have been preferring domestic travel over international travel. In February 2024, during Chinese New Year, the Chinese Ministry of Culture and Tourism reported that there were an estimated 474 million domestic trips taken, a 34% increase from 2023 and a 19% increase from pre-pandemic 2019. This is a result of the Chinese government's economic recovery strategy, promoting domestic tourism to make up for the loss in foreign tourism. Mainly, this is through promoting various initiatives such as subsidies, discounts, and enhanced infrastructure, which make traveling a more affordable experience.⁵

Moreover, according to Trip.com, a travel service provider, the top 5 destinations for Chinese tourists in 2023

are Thailand, Singapore, Malaysia, Cambodia, and Indonesia. The number of air tickets booked during the Lunar New Year from mainland China to Southeast Asia has increased by 864% from 2022. However, taking a closer look, a lot of Chinese tourists are now traveling outside of Thailand. This is noticed by the extreme increase in year-on-year travel bookings. Mainland China to Singapore has increased by 499%, Malaysia increased by 584%, and Cambodia increased ten-fold. However, Thailand has only increased 101% year-on-year.⁶ Therefore, Chinese

⁵ <https://www.bbc.com/news/world-asia-china-68982645>

⁶ <https://www.trip.com/newsroom/trip-com-group-border-reopening-bookings-boosted-by-lunar-new-year-demand/#:~:text=The%20>

tourists may now be drawn to other Southeast Asian countries, with more significant increases compared to Thailand's slowed tourism growth, which may also be due to Thailand's renowned popularity prior to COVID-19.

Malaysia had the greatest increase in Chinese tourism rates and it is predicted to be because of a few factors. Firstly, Malaysia has increased direct flights from major Chinese cities to Malaysia, making traveling much more convenient and efficient. Secondly, Malaysia offers a more affordable traveling experience compared to Thailand. Moreover, Malaysia is home to a large group of Chinese individuals and the widespread use of Mandarin makes Malaysia extremely culturally compatible with Chinese tourists.⁷ Lastly, Malaysia has also implemented the visa-free policy with China in late 2023, therefore an increase in Chinese tourists in Malaysia will most likely continue.

number%20of%20air%20ticket,Malaysia%2C%20Cambodia%2C%20and%20Indonesia.

7 <https://chinesetouristagency.com/malaysia-will-welcome-chinese-tourists-in-2022/#:~:text=Affordable%20Destination%3A%20Malaysia%20offers%20an,compatible%20destination%20for%20Chinese%20tourists>

Outlooks and Possible Strategies

Though, the outlook for the recovery of Chinese tourism in Thailand is optimistic, especially with the free visa initiative providing immense momentum for the first step in recovery. With the government setting a goal of 8 million visitors⁸, it is likely that the goal will be met, and possibly surpassed. However, it is safe to say that there is still a long way to go to surpass pre-pandemic numbers. As such, the Thai government could implement initiatives such as the following.

Heavily promoting Chinese New Year in Thailand, especially through the forms of social media popular in China. This involves creating engaging content that is attractive to Chinese people and posting it on Weibo, Little Red Book (Xiao Hong Shu), and WeChat to show Thailand's efforts in cultural diversification and unification, especially during a crucial festival in their year. Mainly, this would be through posting visually striking photos and short videos of celebrations in Chinatown or other locations with large Chinese heritage. However,

8 <https://www.bangkokpost.com/thailand/general/2718913/thailand-expects-8-million-chinese-tourists-in-2024-thai-government>

it could also include creating special Chinese New Year promotions and events across Thailand, such as exclusive hotel packages and themed shopping promotions. Thus, by leveraging these specific platforms, Thailand could effectively communicate its commitment to honoring Chinese culture and traditions. This will make Chinese people feel at home and celebrated, whilst still being able to travel and explore the rich culture and beauty of Thailand.

Another possibility is to diversify destinations beyond the known tourist spots.

This would not only increase tourism rates but also help distribute the economic benefits of tourism throughout Thailand. Thailand's tourist authorities could launch a comprehensive campaign to showcase lesser-known gems of Thailand, presenting them as unique to Bangkok or the typical tourist destinations. This could include promoting alternatives to popular beach destinations like Phuket and Pattaya on Chinese social media. Instead, Thailand could promote specific islands such as Koh Kood and Koh Lanta, and focus on their regional specialties, which would provide Chinese people with a newer experience and cure their oversaturation.

Additionally, an initiative could be increasing the usage of soft power in Thailand, to subconsciously promote and appeal to a wider audience, especially through our popular stars such as Lisa from Blackpink. Thailand has many popular celebrities whether that be popstars Lisa and Milli who have performed on the stage at Coachella and heavily promoted Thai culture [Refer to Figure 7 and 8], or actors like Mile and Apo from the famous BL series KinnPorsche, which was widely broadcast in China through a Chinese streaming platform, IQiYi [Refer to Figure 9]. All of these individuals attract a wide and unique range of audiences. Lisa is known worldwide, Milli is more well known in the States, Mile and Apo are extremely popular in China amongst teenagers and young adults. Through the government's support for these individuals, and subtly incorporating elements of Thai culture or Thailand's tourist appeal, tourism can be boosted. An example of how this is done is through the media and entertainment in South Korea. As the Korean Wave of using entertainment to represent significant culture became more popular, the tourist numbers initially increased fourfold in 1998⁹ and have continuously grown ever since.

9 https://www.researchgate.net/publication/320996664_The_effect_of_Hallyu_on_tourism_in_Korea



Figure 7 : Milli on the Coachella Stage in 2022 with Mango Sticky Rice from <https://plus.thairath.co.th/topic/subculture/101403>



Figure 8 : Lisa's New MV Rockstar Filmed at Chinatown



Figure 9 : KinnPorsche BL Series Streamed on Chinese Platform

Lastly, implementing tourism payout could create an incentive for Chinese tourists to vacation in Thailand. In Taiwan, the government offers to pay 500,000 tourists NT\$5,000 or approximately 5,700 Thai Baht through a lottery system. This initiative is brought up as an effort to attract at least 10 million visitors by 2025. The incentive has been working well in Taiwan with a total of 648,348 tourists in February 2024 compared to 589,961 in January¹⁰. Therefore, it would be beneficial for Thailand to do something similar to the incentive to help boost tourism rates.

However, ultimately, these initiatives must be part of a broader coordinated strategy to remove Thailand's dependency on tourism. Albeit tourism has historically driven Thailand's economy, the previous 5 years have starkly illustrated the vulnerabilities and uncertainties that relying on tourism creates. Thailand must transition to the diversification of its economy beyond tourism. This not only entails promoting sectors under the BCG

¹⁰ <https://www.ceicdata.com/en/indicator/taiwan/visitor-arrivals>

model, but also creating conditions that allow stable employment. Improving education infrastructure would provide people with the skills required to excel in these emerging industries; and, implementing policies that support SMEs aligned with the BCG model would attract investment and stimulate growth in these sustainable sectors. Only through these measures will Thailand build a more sustainable and resilient economy that is less vulnerable to economic shocks.

63 *Years*

ส เสนอแนะอย่างมีหลักการ

ศ ศึกษาโดยไม่หยุดนิ่ง

ค คนคลั่งที่มีคุณภาพ



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