

ภาวะสังคมไทย

ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566

ปีที่ 21 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม 2566

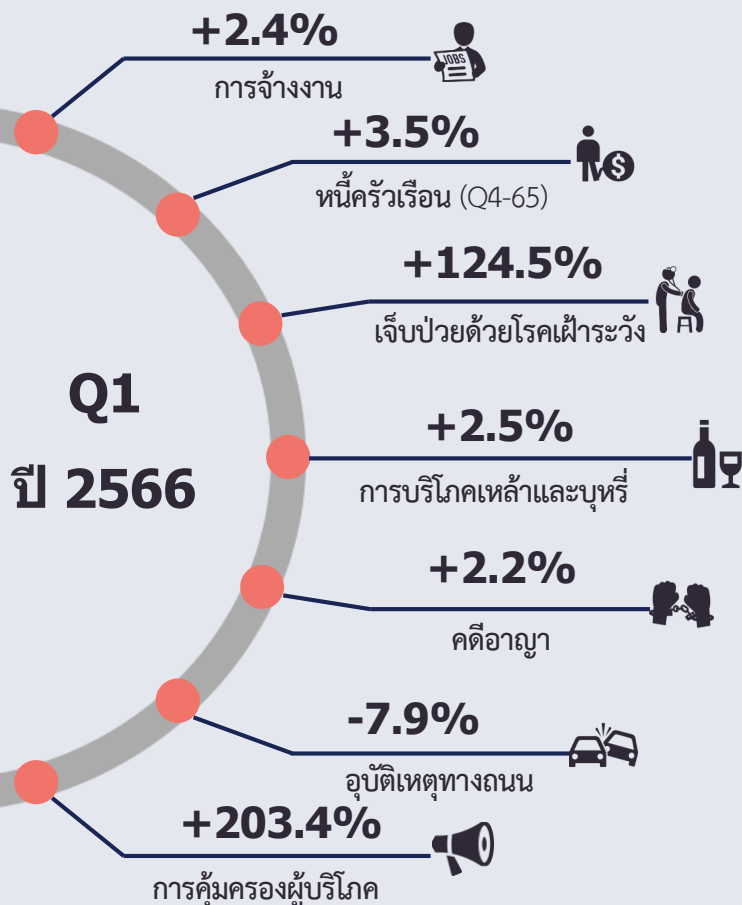


บทความ

“คุณธรรมในสังคมไทย”



ความเคลื่อนไหวทางสังคม



สถานการณ์ทางสังคมที่สำคัญ



มูเตลู : โอกาสในการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ



วิสาหกิจเพื่อสังคม
กับการรองรับสังคมสูงวัย



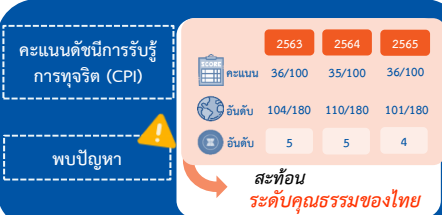
การออมที่ไม่ใช่ตัวเงิน :
ทางเลือกในการสร้างรายได้
ในอนาคต

บทความ

“ คุณธรรมในสังคมไทย ”

คุณธรรม

การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมด้านความซื่อสัตย์ มีวินัย มีคุณธรรม และจริยธรรม **สำคัญต่อ** การเสริมสร้างและพัฒนา ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์



ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ได้จัดทำ **ดัชนีชี้วัดคุณธรรม** เพื่อประเมินสถานการณ์ ด้านคุณธรรมในสังคมไทย

กำหนดมิติของคุณธรรมในสังคมไทย 5 มิติ ดังนี้

- ความพอเพียง
- ความกตัญญู
- ความมีวินัยรับผิดชอบ
- ความสุจริต
- การมีจิตสาธารณะ

สถานการณ์คุณธรรมของคนไทย

คนไทยมีคุณธรรมในด้าน **ความกตัญญู** มากที่สุด ส่วน **ความพอเพียง** มีคะแนนน้อยที่สุด

คนไทย 43.5% มีคุณธรรมในระดับพอใช้ 36.9% มีคุณธรรมน้อยและควรปรับปรุง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณธรรม **ต้นทุนชีวิต** อาจส่งผลต่อระดับคุณธรรม

ผู้ที่มีต้นทุนชีวิตในระดับสูงมีคะแนนคุณธรรมเฉลี่ยสูงถึง 4.61 สะท้อนให้เห็นว่า การมีต้นทุนชีวิตอาจช่วยให้อันดับคุณธรรมจริยธรรมมากขึ้น

กลุ่มเด็กและเยาวชน

แรงงานรุ่นใหม่ในอนาคต พบว่า **ทุนชีวิตในด้านครอบครัวและชุมชน มีระดับที่ไม่สูงนัก** ความอ่อนแอของสถาบันครอบครัวและชุมชน และเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลการมีคุณธรรมในอนาคต

ปัญหาและข้อจำกัด

- ขาดข้อมูลระดับพื้นที่ทำให้ไม่ทราบปัญหาที่แท้จริง
- ขาดการเชื่อมโยงและถ่ายทอดนโยบายและยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ
- รูปแบบ/ช่องทางการสื่อสารยังไม่มีความหลากหลาย
- ค่านิยม ความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกันระหว่างวัย

แนวทางการยกระดับคุณธรรมในสังคมไทย

ประเด็นเร่งด่วน

- จัดเก็บข้อมูลสถานการณ์คุณธรรมด้วยดัชนีชี้วัดคุณธรรมและต้นทุนชีวิตในระดับพื้นที่/จังหวัด
- สนับสนุนให้มีการดำเนินการส่งเสริมคุณธรรมในระดับพื้นที่
- พัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมคุณธรรมที่มีประสิทธิภาพและตรงกลุ่มเป้าหมาย

ประเด็นที่ต้องส่งเสริม/พัฒนา

- ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศคุณธรรมในสังคมไทย
- ส่งเสริมให้คนไทยมีการดำเนินชีวิตวิถีชีวิตแห่งคุณธรรม

สถานการณ์ทางสังคมที่สำคัญ

มุเตล : โอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ

“มุเตล” ใช้แทนความเชื่อความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของคนไทย ไม่ได้จำกัดอยู่แค่ความเชื่อทางศาสนา แต่ผสมผสานกับสิ่งเร้าเส้นทางธรรมชาติ วิทยาศาสตร์ ตลอดจนวัฒนธรรมเครื่องรางของขลังต่าง ๆ ที่นับถือบูชา

“มุเตล” ถูกกล่าวถึงกันอย่างแพร่หลาย โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยว **การท่องเที่ยวมุเตล ≈ “การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Faith-Based Tourism)”**

สำหรับประเทศไทย การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาเฉพาะการแสวงบุญสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบมากถึง **10,800 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.36** ต่อมูลค่าการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศในปี 2562

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมุเตลของไทย

มุเตลที่เป็นสถานที่ มุเตลที่ไม่ใช่สถานที่

ความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวมุเตล สะท้อนการมีพหุวัฒนธรรมซึ่งผสมผสานศาสนาและความเชื่อ จนกลายเป็น Soft Power ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่ต้องมีการส่งเสริมที่เหมาะสม

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ

- กำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรมทั้งในระดับประเทศและระดับพื้นที่
- พัฒนากลยุทธ์การตลาดฯ ด้วยการสร้าง Branding ที่ครอบคลุมทั้งสถานที่ บุคคล และกิจกรรมสายมุเตล
- บูรณาการการทำงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

ตัวอย่างการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ

ฮ่องกง มีนโยบายส่งเสริม “วิถีการท่องเที่ยวแบบศาสนา”

เมืองเทศาโลกี ประเทศกรีซ ทำหน้าที่การท่องเที่ยวสายมุเตล เชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น รวมถึงโฆษณาภาพลักษณ์ผ่านสื่อแทน

วิสาหกิจเพื่อสังคมกับการรองรับสังคมสูงวัย

ธุรกิจไม่แสวงหากำไรสูงสุด มีเป้าหมายหลักคือ **การนำกำไรไปช่วยดูแลสังคม** มีความยั่งยืนในการดำเนินงาน

ปิดช่องว่างความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุ ที่รัฐไม่สามารถดูแลได้ทั้งหมด

ประเด็นการแก้ไขปัญหายุ่งยาก

ด้านการจ้างงาน มีผู้สูงอายุที่ยังต้องการทำงานถึง 4,384,846 คน แต่ไม่สามารถหางานได้

“ผ่าชัก อบ พับ กับป้าชุมชน” โดยจ้างงานผู้สูงอายุหญิงในพื้นที่ ให้มีรายได้จากการทำงานดูแลเครื่องซักและเครื่องอบผ้า รวมทั้งให้บริการพับผ้า

ด้านสุขภาพ ผู้สูงอายุ 1.6 ล้านคน ไม่สามารถเดินทางโดยไม่มีผู้ดูแล และ 4.5 แสนคน ไม่สามารถดูแลตนเองได้

SE Buddy homecare จัดส่งพนักงานบริการดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน และ SE เยี่ยมเยียน ที่ดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะป่วยระยะสุดท้าย ณ บ้าน

ด้านจิตใจ

ผู้สูงอายุ 35.5% มีความสุขอยู่ในระดับปานกลางและน้อย

Younghappy พื้นที่ทำกิจกรรมของผู้สูงอายุ เพื่อลดโอกาสการเกิดภาวะซึมเศร้าในผู้สูงอายุ และยังช่วยลดปัญหาทางด้านกายภาพ

ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริม SE

- การสร้างสภาพแวดล้อมให้เกิด SE ใหม่
 - การศึกษาวิจัยและจัดทำข้อมูลความรู้
 - การสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจรูปแบบ SE
 - การส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและการเข้าถึงแหล่งทุนของ SE
- การสร้างการแข่งขันให้กับ SE เดิม
 - การพัฒนาองค์ความรู้และการเสริมสร้างทักษะ
 - การสร้างเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ SE ต่อสังคม
 - การส่งเสริมการเข้าถึงตลาด

การออมที่ไม่ใช่ตัวเงิน : ทางเลือกในการสร้างรายได้ในอนาคต

สถานการณ์การออมของคนไทย

72 % ของครัวเรือน มีมูลค่าการออมไม่สูง แนวโน้มมูลค่าลดลง เริ่มออมที่อายุ 42 ปี

86 % ของครัวเรือน เงินออมไม่เพียงพอใช้จ่ายในวัย 1 ปี

การออมทางเลือก

คือ การออมในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน อาทิ การออมในรูปแบบของไม้อินต้นและการเลี้ยงสัตว์

การออมทรัพย์ในรูปแบบของการปลูกไม้อินต้น

แนวคิดการปลูกต้นไม้ให้กินได้ โดยนำต้นไม้ที่ตนเองปลูกไปเป็นทรัพย์สินเพื่อค้ำประกันเงินกู้หรือชำระหนี้สิน สามารถปลูกได้ทั้งไม้เศรษฐกิจ / ไม้พันธุ์ท้องถิ่น

ให้ผลตอบแทนสูงถึง 17.90% ต่อปี

การเลี้ยงโค/กระบือ

ต้นทุนการเลี้ยงไม่สูง ปล่อยให้หากินตามธรรมชาติได้ ช่วยเตรียมพื้นที่เพาะปลูก กำจัดวัชพืช และใช้มูลเป็นปุ๋ย/เก็บมูลไปขาย อายุ 5 ปีขึ้นไปราคาขาย ตัวละ 25,000-50,000 บาท

เป็นทางเลือกที่น่าสนใจ โดยเฉพาะครัวเรือนผู้มีรายได้น้อย ภาคเกษตรกรรมที่มีภาพพร้อมในด้านพื้นที่ และมีประสบการณ์การทำเกษตร/ปศุสัตว์

แนวทางการส่งเสริมและขยายผล

- ประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรเห็นถึงประโยชน์
- ส่งเสริมกลไกความร่วมมือของชุมชน
- สร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้คำปรึกษากับเกษตรกรในพื้นที่
- ปรับปรุงกฎระเบียบให้สอดคล้องและไม่เป็นอุปสรรคต่อการออมในรูปแบบนี้

สถานการณ์แรงงาน



ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 การจ้างงานปรับตัวดีขึ้น จากการขยายตัวของการจ้างงานทั้งในและนอกภาคเกษตรกรรม ชั่วโมงการทำงานและการทำงานล่วงเวลาปรับตัวดีขึ้น อัตราการว่างงานลดลงเทียบกับภาวะปกติ แต่ยังมีประเด็นที่ต้องเฝ้าระวัง ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรด้านไอที ผลกระทบจากปรากฏการณ์เอลนีโญต่อรายได้และการจ้างงานในภาคเกษตรกรรม และพฤติกรรมเลือกงานของคนรุ่นใหม่

ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 การจ้างงานปรับตัวดีขึ้นต่อเนื่อง โดยผู้มีงานทำจำนวนทั้งสิ้น 39.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนร้อยละ 2.4 จากการขยายตัวของการจ้างงานทั้งในและนอกภาคเกษตรกรรม โดยการจ้างงานในภาคเกษตรกรรมขยายตัวร้อยละ 1.6 ตามปริมาณผลผลิตทางการเกษตรที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งการเพิ่มขึ้นของพื้นที่เพาะปลูกข้าวนาปรัง ขณะที่การจ้างงานนอกภาคเกษตรกรรมขยายตัวร้อยละ 2.7 ซึ่งเป็นการขยายตัวต่อเนื่องตั้งแต่ไตรมาสสอง ปี 2565 โดยสาขาที่มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ได้แก่ **การค้าส่งและค้าปลีก และสาขาโรงแรมและภัตตาคาร** ที่ขยายตัวร้อยละ 4.4 และ 8.2 ตามลำดับ ส่วนหนึ่งเกิดจากการฟื้นตัว

ตาราง 1 ผลสำรวจภาวะการทำงานของประชากร

	จำนวน (หน่วย: ล้านคน)								การเปลี่ยนแปลง (%YOY)							
	2562	2563	2564	2565				2566	2562	2563	2564	2565				2566
	Q1	Q1	Q1	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q1	Q1	Q1	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
กำลังแรงงานรวม	38.4	38.5	39.9	39.6	39.8	40.1	40.1	40.3	0.6	1.0	1.5	-0.6	-0.3	0.9	1.0	1.7
1. ผู้มีงานทำ	37.7	37.7	38.7	38.7	39.0	39.6	39.6	39.6	0.9	0.2	0.4	0.1	0.3	2.1	1.5	2.4
1.1 ภาคเกษตร	11.2	11.8	11.1	11.4	11.7	12.4	12.2	11.6	-4.2	-0.1	2.8	2.4	-1.2	-2.4	-3.4	1.6
1.2 นอกภาคเกษตร	26.5	25.9	27.5	27.3	27.4	27.2	27.4	28.0	3.2	0.3	-0.6	-0.8	0.9	4.3	3.9	2.7
- อุตสาหกรรมการผลิต	6.3	6.0	6.4	6.3	6.2	6.2	6.4	6.3	1.0	-2.4	-2.2	-1.6	1.5	1.4	4.4	0.4
- ก่อสร้าง	2.3	2.2	2.5	2.4	2.2	2.1	2.2	2.4	10.5	1.9	4.5	-4.2	-8.5	0.4	-1.0	-1.6
- ค้าส่ง/ค้าปลีก	6.4	6.3	6.5	6.6	6.9	6.8	6.7	6.9	2.4	0.5	-1.0	2.0	8.3	4.5	2.0	4.4
- โรงแรม ภัตตาคาร	2.8	2.9	3.0	2.9	2.9	2.9	3.0	3.1	-0.2	0.7	-0.2	-4.4	-6.1	8.3	6.6	8.2
- การขนส่ง/เก็บสินค้า	1.3	1.3	1.4	1.5	1.5	1.4	1.5	1.4	5.1	1.9	-0.4	12.0	0.7	-4.8	4.6	-7.2
- อื่น ๆ	6.1	7.2	7.8	7.6	7.8	7.7	7.7	7.9	4.8	1.5	-0.6	-2.2	0.1	8.1	5.4	4.4
2. จำนวนผู้ว่างงาน*	0.4	0.7	0.8	0.6	0.5	0.5	0.5	0.4	-25.9	74.4	92.1	-23.2	-28.5	-46.1	-30.0	-30.7
อัตราการว่างงาน (%)	0.92	1.69	1.99	1.53	1.37	1.23	1.15	1.05								
3. กำลังแรงงานรอฤดูกาล	0.3	0.2	0.4	0.3	0.2	0.0	0.1	0.2	0.4	11.5	10.0	-28.8	-8.1	-53.5	-11.8	-21.8
4. ชั่วโมงทำงานเฉลี่ย/สัปดาห์ (เอกชน)	43.5	43.0	42.8	43.8	46.1	46.9	46.5	44.3	-2.6	-6.0	0.0	2.4	1.8	6.6	1.9	1.5
5. ชั่วโมงทำงานเฉลี่ย/สัปดาห์ (รวม)	41.3	40.3	40.2	40.8	42.3	43.1	42.6	41.4	-1.5	-5.7	-1.8	2.0	1.7	6.8	3.0	2.3
5.1 ผู้ทำงานน้อยกว่า 10 ชม.**	0.9	1.2	1.1	1.0	0.7	0.3	0.5	0.8	6.7	135.0	17.6	-14.9	-28.6	-73.2	-25.9	-20.1
- ต้องการทำงานเพิ่ม	0.1	0.2	0.2	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1	-30.6	259.5	193.1	-55.0	-69.5	-86.7	-41.6	-42.0
- ไม่ต้องการทำงานเพิ่ม	0.8	1.1	0.9	0.9	0.6	0.3	0.5	0.7	12.0	121.8	2.7	-5.2	-18.4	-68.6	-22.9	-17.6
5.2 ผู้ทำงานต่ำระดับ***	0.3	0.5	0.7	0.3	0.3	0.2	0.3	0.2	0.0	94.4	129.1	-52.3	-45.2	-70.8	-39.1	-28.6
5.3 ผู้ทำงาน 40 ชม. ขึ้นไป	24.8	24.9	24.4	25.2	27.4	28.5	28.1	26.1	-2.7	-6.7	-3.3	3.4	3.1	14.1	4.4	3.6
5.4 ผู้ทำงาน 50 ชม. ขึ้นไป	6.5	5.6	5.9	5.7	6.3	6.8	6.3	6.4	-7.9	-17.1	-3.0	-2.6	2.4	39.6	9.0	12.4
6. จำนวนผู้ว่างงานแฝง****	0.4	0.4	0.6	0.4	0.3	0.1	0.2	0.3	-7.2	63.5	40.2	-37.9	-36.1	-80.5	-28.0	-26.9
อัตราการว่างงานแฝง (%)	1	1.0	1.6	1.0	0.7	0.2	0.4	0.7								

หมายเหตุ: ข้อมูลตั้งแต่ไตรมาสหนึ่ง ปี 2564 มีการปรับค่าถ่วงน้ำหนักโดยใช้ข้อมูลประมาณการประชากรชุดใหม่

* ผู้ที่ไม่ได้ทำงานและไม่มีงานประจำแต่หางาน สมัครงานหรือรอการบรรจุงาน และผู้ที่ไม่ได้ทำงานแต่พร้อมจะทำงานในระหว่าง 30 วัน ก่อนวันสัมภาษณ์

** นับรวมผู้ที่ทำงาน 0 ชั่วโมงต่อสัปดาห์

*** ผู้ทำงานต่ำระดับ คือ ผู้ที่ทำงานต่ำกว่า 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์และต้องการทำงานเพิ่ม (นับรวมผู้ที่ทำงาน 0 ชั่วโมงต่อสัปดาห์)

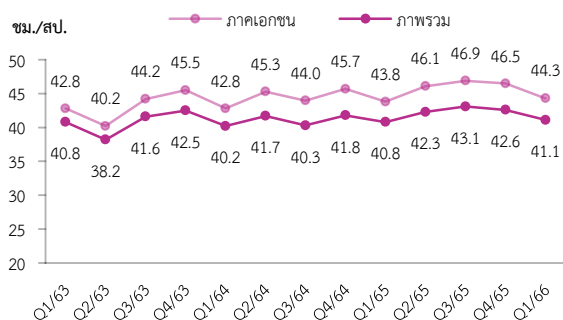
**** ผู้ว่างงานแฝง คือ ผู้ที่ทำงานน้อยกว่า 10 ชม./สัปดาห์ และต้องการทำงานเพิ่ม (นับรวมผู้ที่ทำงาน 0 ชั่วโมงต่อสัปดาห์) และผู้รอฤดูกาล

ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ทางเศรษฐกิจ และการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวซึ่งมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทยในไตรมาสแรก ของปีกว่า 6.48 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนถึง 13 เท่า รวมทั้งการขยายตัวของการท่องเที่ยว ในประเทศจากแรงกระตุ้นของมาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ ทั้งโครงการไทยเที่ยวไทยและโครงการ เราเที่ยวด้วยกัน เฟส 5 ด้าน**สาขาการผลิต** การจ้างงานขยายตัวเล็กน้อยที่ร้อยละ 0.4 จากการขยายตัวของการจ้างงาน ในสาขาที่ผลิตสินค้าเพื่อขายในประเทศ อาทิ อาหาร เครื่องดื่ม และเฟอร์นิเจอร์ ขณะที่สาขาที่เน้นการส่งออก เป็นหลัก อาทิ คอมพิวเตอร์ อิเล็กทรอนิกส์ และอุปกรณ์ไฟฟ้ามีการจ้างงานลดลง สำหรับสาขาที่มีการจ้างงานลดลง ได้แก่ **สาขาการขนส่ง/เก็บสินค้า และสาขาก่อสร้าง**ที่หดตัวถึงร้อยละ 7.2 และ 1.6 ตามลำดับ

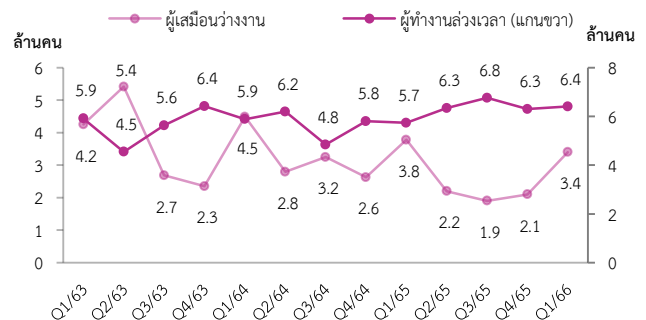
แรงงานมีการทำงานล่วงเวลามากขึ้น และได้รับค่าจ้างเพิ่ม ชั่วโมงการทำงานเฉลี่ยของภาคเอกชนอยู่ที่ 44.3 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.5 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยมีผู้ทำงานล่วงเวลาหรือทำงาน 50 ชั่วโมงต่อ สัปดาห์ขึ้นไป มีจำนวนกว่า 6.4 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.4 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ขณะที่ผู้ทำงานต่ำกว่าระดับ¹ มีจำนวน 2.3 แสนคน ปรับตัวลดลงร้อยละ 28.6 และผู้เสมือนว่างงานมีจำนวน 3.4 ล้านคน ลดลงร้อยละ 11.3 สะท้อนสภาพการทำงานที่เข้าสู่ภาวะปกติ สำหรับค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 ค่าจ้าง ในภาพรวมอยู่ที่ 15,118 บาทต่อคนต่อเดือน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.4 ขณะที่ค่าจ้างของภาคเอกชนอยู่ที่ 13,722 บาทต่อคนต่อเดือน ขยายตัวร้อยละ 1.9 เช่นเดียวกับค่าจ้างที่แท้จริงที่ในภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 และภาคเอกชน เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 สะท้อนความสามารถในการใช้จ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้น

แผนภาพ 1 ชั่วโมงการทำงานเฉลี่ย



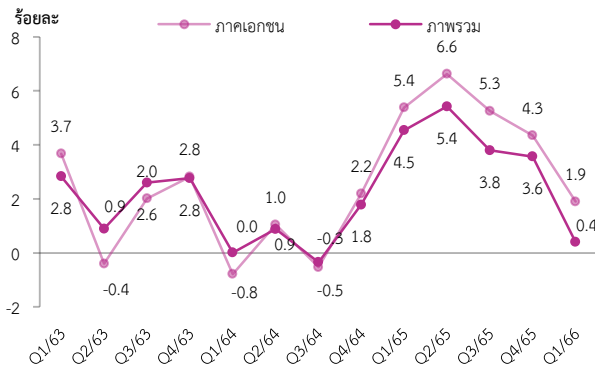
ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

แผนภาพ 2 จำนวนผู้เสมือนว่างงานและผู้ทำงานล่วงเวลา



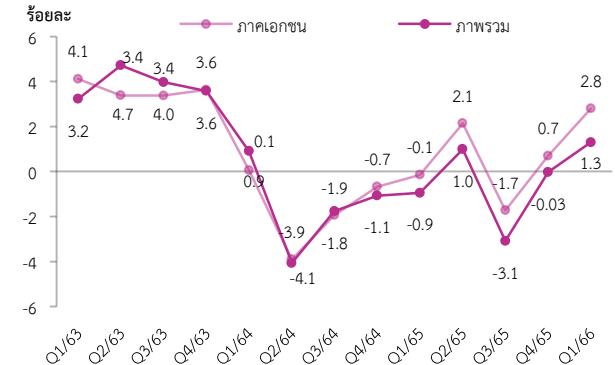
ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

แผนภาพ 3 อัตราการเปลี่ยนแปลงของค่าจ้างภาพรวมและเอกชน



ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

แผนภาพ 4 อัตราการเปลี่ยนแปลงของค่าจ้างที่แท้จริง

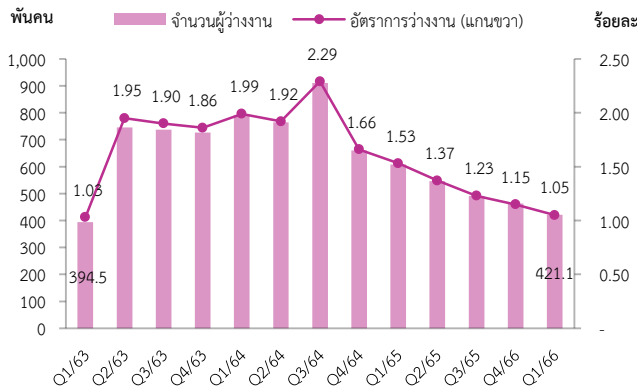


ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

¹ ผู้ที่ทำงานต่ำกว่า 35 ชั่วโมงต่อสัปดาห์และต้องการทำงานเพิ่ม

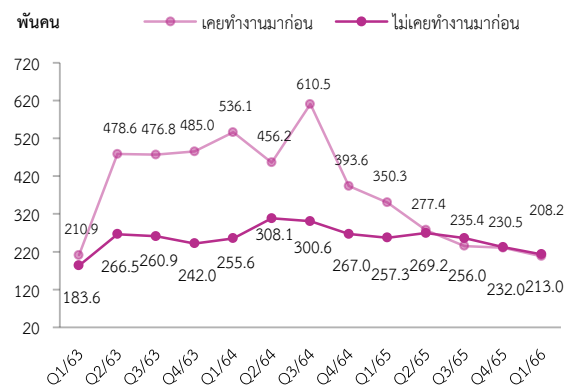
อัตราการว่างงานปรับตัวเข้าสู่ระดับปกติ โดยมีจำนวนผู้ว่างงาน 4.2 แสนคน หรือคิดเป็นอัตราการว่างงานร้อยละ 1.05 ซึ่งผู้ว่างงานลดลงทั้งผู้ว่างงานที่เคยทำงานมาก่อน ไม่เคยทำงานมาก่อน และผู้ว่างงานระยะยาว เช่นเดียวกับการว่างงานตามระดับการศึกษาที่มีอัตราการว่างงานลดลงต่อเนื่องในทุกระดับ สำหรับการว่างงานในระบบมีผู้รับประโยชน์ทดแทนกรณีว่างงานในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 จำนวน 2.26 แสนคน ลดลงร้อยละ 25.9 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน และคิดเป็นอัตราการว่างงานในระบบที่ร้อยละ 1.94

แผนภาพ 5 จำนวนผู้ว่างงานและอัตราการว่างงาน



ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

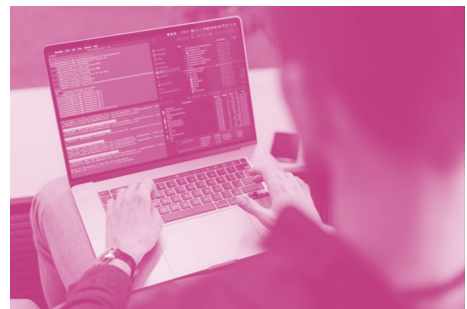
แผนภาพ 6 ผู้ว่างงานที่เคยทำงานมาก่อนและไม่เคยทำงานมาก่อน



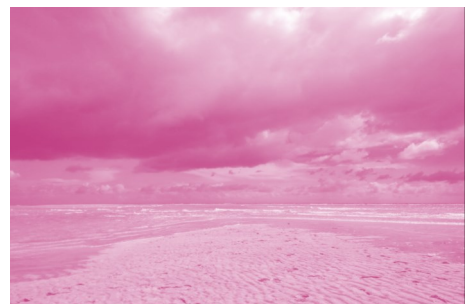
ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ทั้งนี้ ประเด็นด้านแรงงานที่ควรให้ความสำคัญในระยะต่อไป ได้แก่

1. **การขาดแคลนแรงงานด้านดิจิทัลและไอที** จากการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลของภาคธุรกิจและการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งเป็นปัจจัยเร่งให้ภาคธุรกิจปรับตัว โดยนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและการทำงานรูปแบบใหม่มากขึ้น ส่งผลต่อความต้องการแรงงานด้านดิจิทัลและไอทีประมาณ 2 – 3 หมื่นตำแหน่งต่อปี แต่ข้อมูลจากระบบเผยแพร่สารสนเทศอุดมศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (อว.) พบว่า มีผู้จบการศึกษาในด้าน ICT ในปี 2564 เพียง 1.4 หมื่นคน ซึ่ง ManpowerGroup (2566) ระบุว่า สายงานไอทียังคงเป็นสายงานที่มีความต้องการสูง และหาบุคลากรได้ยากที่สุด อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง



2. **รายได้และการจ้างงานของแรงงานภาคเกษตรกรรมจากผลกระทบของปรากฏการณ์เอลนีโญ** โดยองค์การบริหารมหาสมุทรและชั้นบรรยากาศแห่งชาติ (NOAA) พยากรณ์ว่าปีนี้ทั่วโลกจะเข้าสู่ภาวะเอลนีโญที่ทำให้อุณหภูมิสูงกว่าปกติ มีปริมาณฝนน้อยและฝนทิ้งช่วงนาน ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อการทำงานเกษตรกรรม และรายได้ของเกษตรกร ทั้งนี้ผลกระทบของปรากฏการณ์เอลนีโญในปี 2557 - 2559 ทำให้ผลผลิตทางการเกษตรของไทยลดลงไปกว่า 10 ล้านตัน หรือคิดเป็นมูลค่าความเสียหายประมาณ 8.4 หมื่นล้านบาท²



² ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีเอ็มบี, 2559

3. พฤติกรรมการเลือกงานโดยคำนึงถึงค่าตอบแทนที่สูงและสมดุลในชีวิตของคนรุ่นใหม่ จะส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับแผนในการจ้างงานเพื่อดึงดูดและรักษาบุคลากรไว้กับองค์กร โดยผลสำรวจเยาวชนของ คิด for คิดส์ ปี 2565³ พบว่า เยาวชนที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานในอนาคต ให้ความสำคัญกับค่าตอบแทนมากที่สุด รองลงมาเป็นความชอบ และความสมดุลในชีวิต⁴ สอดคล้องกับผลสำรวจของ SEEK ที่ร่วมกับ Boston Consulting Group และ The Network⁵ ที่พบว่า แรงงานไทยต้องการงานที่มั่นคงและมีสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงานที่ดี มีเวลาให้ครอบครัว เพื่อน และงานอดิเรก มากที่สุด (ร้อยละ 77)



³ สํารวจเยาวชนอายุ 15 – 25 ปี จํานวน 19,237 คน

⁴ เลือกงานได้ค่าจ้างที่สูง ร้อยละ 36.5 สอดคล้องกับความฝัน ร้อยละ 22.9 เลือกวันเวลาทำได้อิสระ ร้อยละ 11.5 เนื่อหางานตรงกับสิ่งที่เรียนมา/ไม่ต้องเรียนรู้ใหม่ ร้อยละ 10.7 เนื่อหางานมีแบบแผนชัดเจน ร้อยละ 10.7 ทำได้เองคนเดียวไม่ต้องอาศัยผู้ร่วมงาน ร้อยละ 2.7 มีความท้าทาย/ความกดดันอยู่เสมอ ร้อยละ 2.5 ไม่ต้องทำงานที่สำนักงานทุกวัน ร้อยละ 2.5

⁵ SEEK Boston Consulting Group และ The Network, 2566, สิ่งที่ผู้สมัครอยากให้ผู้ประกอบการรู้ : อนาคตแห่งการจ้างงาน และการสรรหาที่เปลี่ยนไป (What Job Seekers Wish Employers Knew : Unlocking the Future of Recruitment)

หนี้สินครัวเรือน

ไตรมาสที่ 2 ปี 2565 หนี้สินครัวเรือนยังคงขยายตัว และสัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อน ขณะที่คุณภาพสินเชื่อในภาพรวมทรงตัว อย่างไรก็ตาม หนี้ยานยนต์ยังมีความเสี่ยงเป็น NPLs เพิ่มขึ้น และบัญชีหนี้เสียในสินเชื่อบุคคลเพิ่มขึ้น ดังนั้น ทุกภาคส่วนโดยเฉพาะเจ้าหนี้ทั้งที่เป็นสถาบันการเงินและไม่ใช่สถาบันการเงินต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา



หนี้สินครัวเรือนยังคงขยายตัว จากข้อมูลเงินให้กู้ยืมของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ในไตรมาสที่ 2 ปี 2565 พบว่า หนี้สินครัวเรือนมีมูลค่า 15.09 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 จากไตรมาสเดียวกันของปี 2564 และเมื่อปรับฤดูกาลขยายตัวร้อยละ 1.1 จากไตรมาสก่อน ซึ่งเป็นการขยายตัวเร่งขึ้น 4 ไตรมาสติดต่อกัน โดยมีสัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) อยู่ที่ร้อยละ 86.9 ที่ปรับลดลงเล็กน้อยจากร้อยละ 87.0 ในไตรมาสก่อนหน้า

ตาราง 2 หนี้สินครัวเรือน (สินเชื่อจากสถาบันการเงิน)

ณ สิ้นสุดระยะเวลา	2562	2563	2564				2565			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
มูลค่าหนี้สินครัวเรือน (ล้านล้านบาท)	13.49	14.03	14.13	14.27	14.34	14.58	14.66	14.76	14.91	15.09
% YoY	5.1	4.0	4.7	5.1	4.1	3.9	3.7	3.5	4.0	3.5
% QoQ (ปรับฤดูกาล)	-	-	0.8	1.0	0.4	1.6	0.6	0.8	0.9	1.1
สัดส่วนต่อ GDP (%)	79.9	89.6	90.8	89.6	89.7	90.2	89.3	88.3	87.0	86.9

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตาราง 3 มูลค่า สัดส่วน และอัตราการขยายตัวหนี้สินครัวเรือน จำแนกตามวัตถุประสงค์

ณ สิ้นสุดระยะเวลา	มูลค่า (ล้านล้านบาท)	สัดส่วน (ร้อยละ)	2564				2565			
			Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
เงินให้กู้ยืมแก่ภาคครัวเรือน	15.1	100.0	4.7	5.1	4.1	3.9	3.7	3.5	4.0	3.5
เพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์	5.3	35.1	6.0	6.0	5.5	5.2	4.9	4.8	5.1	5.2
เพื่อยานยนต์	1.8	12.0	2.9	2.6	0.3	1.2	0.6	0.3	1.2	-0.3
เพื่อการประกอบธุรกิจ	2.7	17.9	4.5	6.0	5.6	5.2	5.2	4.0	3.4	2.3
เพื่อการอุปโภคบริโภคส่วนบุคคลอื่น	4.2	28.0	6.6	6.4	4.7	3.8	3.6	3.9	5.2	4.4
- สินเชื่อส่วนบุคคล	3.0	19.8	7.9	6.8	4.7	3.0	1.8	1.1	1.7	0.9
- สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับ ¹	0.8	5.1	0.6	5.8	8.1	9.7	12.9	14.1	17.4	20.8
- สินเชื่อบัตรเครดิต	0.5	3.1	6.0	4.4	-0.5	1.6	2.5	8.8	11.8	4.4
สินเชื่ออื่นๆ ²	1.0	6.9	-4.4	-1.8	-0.9	-0.3	0.6	-0.4	0.1	1.6

หมายเหตุ : ¹ สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับ คือ สินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน ซึ่งรวมถึงการให้สินเชื่อและการให้เช่าแบบลิสซิ่งในสินค้าที่ผู้ให้เช่าซื้อไม่ได้จำหน่ายเอง (ยกเว้นสินค้าประเภทรถและเครื่องจักร) เช่น ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้างสรรพสินค้า โดยชำระค่าสินค้าด้วยเงินที่ได้จากการขอสินเชื่อส่วนบุคคลฯ ของธนาคารแห่งหนึ่ง

² สินเชื่ออื่นๆ ประกอบด้วย สินเชื่อเพื่อซื้อหลักทรัพย์ สินเชื่อเพื่อการศึกษา และสินเชื่อที่ไม่สามารถจำแนกวัตถุประสงค์ได้

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

หนี้ครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการขยายตัวของหนี้บ้าน และหนี้เพื่อการอุปโภคบริโภค โดยไตรมาสที่ 2 ปี 2565 สินเชื่อเพื่อซื้ออสังหาริมทรัพย์ เป็นสินเชื่อที่ขยายตัวสูงสุดถึงร้อยละ 5.2 ซึ่งเป็นผลจากการเร่งตัดสินใจซื้อ

ของครัวเรือน เนื่องจากการสิ้นสุดมาตรการ LTV (Loan to Value Ratio)⁶ ขณะที่สินเชื่อเพื่อการอุปโภคบริโภคขยายตัวเป็นอันดับสอง ที่ร้อยละ 4.4 จากการขยายตัวของสินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้การกำกับที่เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 20.8 ซึ่งปัจจุบันนี้ประเทศดังกล่าวมีช่องทางการกู้ยืมหลากหลายขึ้น โดยเฉพาะสินเชื่อดิจิทัล (Digital Lending) ที่มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้นมาก⁷

ความสามารถในการชำระหนี้ของครัวเรือนทรงตัว จากข้อมูลระบบธนาคารพาณิชย์ในไตรมาสสี่ ปี 2565 พบว่า ยอดคงค้างหนี้เพื่อการอุปโภคบริโภคที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้คิดสัดส่วนต่อสินเชื่อรวมที่ร้อยละ 2.62 ทรงตัวเมื่อเทียบกับไตรมาสที่ผ่านมา โดยสัดส่วน NPLs ต่อสินเชื่อรวมของสินเชื่อเกือบทุกประเภทเพิ่มขึ้น ยกเว้นสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาสินเชื่อกล่าวถึงพิเศษ (SMLs) พบว่า สินเชื่อรถยนต์มีสัดส่วนสินเชื่อกล่าวถึงพิเศษต่อสินเชื่อรวมเพิ่มขึ้นต่อเนื่องเป็นร้อยละ 13.7 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาหนี้ที่เป็นหนี้เสียจากสถานการณ์ COVID-19 พบว่า มีจำนวนหนี้เสีย 4.5 ล้านบัญชี คิดเป็นมูลค่า 3.4 แสนล้านบาท ลดลงจาก 4.0 แสนล้านบาทในไตรมาศก่อน แต่หนี้เสียที่มาจากสินเชื่อส่วนบุคคลยังมีมูลค่าสูงถึง 7.6 หมื่นล้านบาท และมีบัญชีหนี้เสียเพิ่มขึ้นเป็น 2.8 ล้านบัญชี

ตาราง 4 ภาพรวมหนี้เสียหรือที่ค้างชำระเกิน 90 วัน (NPLs)

ณ สิ้นสุดระยะเวลา	2563				2564				2565			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
NPL (แสนล้านบาท)	1.56	1.53	1.44	1.44	1.49	1.50	1.50	1.44	1.47	1.43	1.41	1.40
%YOY	23.6	19.7	8.3	2.7	-4.8	-1.4	3.7	-0.5	-1.5	-5.1	-6.0	-2.3
% ต่อสินเชื่อรวม	3.23	3.12	2.91	2.84	2.92	2.92	2.89	2.73	2.78	2.69	2.62	2.62

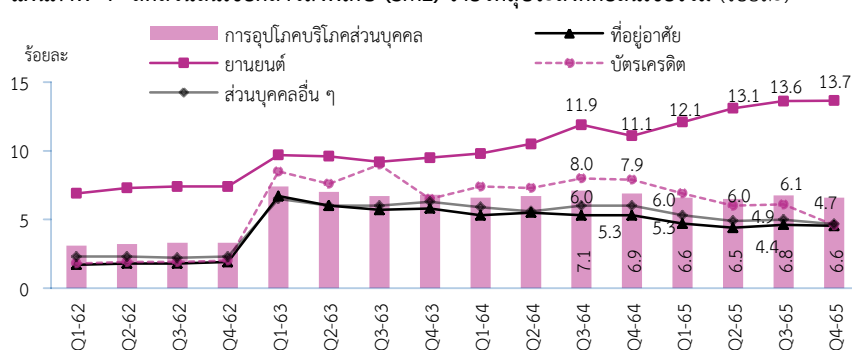
ที่มา: บริษัท ข้อมูลเครดิตบูโรแห่งชาติ จำกัด และธนาคารแห่งประเทศไทย

ตาราง 5 สัดส่วนสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้รายวัตถุประสงค์ต่อสินเชื่อรวม (ร้อยละ)

ณ สิ้นสุดระยะเวลา	2564				2565			
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
ที่อยู่อาศัย	3.74	3.66	3.62	3.52	3.51	3.38	3.25	3.01
ยานยนต์	1.56	1.61	1.72	1.50	1.47	1.48	1.66	1.88
บัตรเครดิต	3.04	3.51	3.00	2.25	2.78	2.68	2.46	3.12
ส่วนบุคคลอื่น	2.46	2.47	2.43	2.33	2.49	2.35	2.22	2.40

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

แผนภาพ 7 สัดส่วนสินเชื่อกล่าวถึงพิเศษ (SML) รายวัตถุประสงค์ต่อสินเชื่อรวม (ร้อยละ)



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

⁶ มาตรการ LTV คือ การกำหนดเงินดาวน์ขั้นต่ำที่ผู้ซื้อสินเชื่อบ้านต้องจ่าย สำหรับบ้านหลังที่ 2 และหลังที่ 3 รวมถึงบ้านที่มีราคาเกิน 10 ล้านบาท โดยในช่วงการแพร่ระบาดโควิด-19 ธปท. มีการผ่อนคลยมาตรการให้ผู้ที่ต้องการซื้อบ้านหลังที่ 2 หลังที่ 3 และบ้านราคาเกิน 10 ล้านบาท สามารถกู้ได้ 100% โดยไม่ต้องวางเงินดาวน์ รวมถึงผู้ที่ต้องการซื้อบ้านหลังที่ 1 ราคาไม่เกิน 10 ล้านบาท ยังสามารถกู้เพิ่มได้อีกร้อยละ 10 เพื่อตกแต่งบ้าน

⁷ ศูนย์วิจัยกสิกรไทยประเมินว่า สินเชื่อดิจิทัล (ในบริบททั่วไปที่ไม่ใช่เงินยืม ธปท. และเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการจำนวน 8 ราย) ในปี 2565 สินเชื่อดิจิทัลมียอดคงค้างประมาณ 50,960 – 55,200 ล้านบาท หรือเพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าจากปี 2564 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง

ทั้งนี้ ระดับหนี้สินครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูงถือเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย และแม้ว่าในช่วงที่ผ่านมาหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะมีการร่วมมือเพื่อแก้ไขปัญหา แต่หนี้สินครัวเรือนก็ไม่ได้ปรับตัวหรือมีทิศทางลดลงชัดเจนนัก โดยล่าสุด ธปท. ได้ออกนโยบายภูมิทัศน์ใหม่ภาคการเงินไทย โดยตั้งเป้าหมายในการลดระดับหนี้สินครัวเรือนให้ต่ำกว่าร้อยละ 80 ต่อ GDP รวมถึง ธปท. ยังมีการเผยแพร่ “แนวทางการแก้ไขปัญหาหนี้สินครัวเรือนอย่างยั่งยืน” ให้แก่ทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องใช้ในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยมีแนวทางที่สำคัญ อาทิ สร้างแรงจูงใจให้เจ้าหนี้รายย่อยมีกลไกกำหนดอัตราดอกเบี้ยตามความเสี่ยงของลูกค้าในแต่ละราย (risk-based pricing) ผลักดันกฎหมายช่วยลูกหนี้ให้สามารถฟื้นฟูหนี้หรือเข้าสู่กระบวนการการขอล้มละลายโดยสมัครใจ และกำหนดหลักเกณฑ์เพื่อให้เจ้าหนี้ให้สินเชื่อด้วยความรับผิดชอบ (responsible lending) เช่น ไม่โฆษณากระตุ้นการกู้เงินเกินตัว หรือกำหนดเงื่อนไขสัญญาที่เป็นธรรม เป็นต้น ซึ่งอาจช่วยให้หนี้สินครัวเรือนปรับลดลงได้บ้าง อย่างไรก็ตาม ต้องเร่งรัดการดำเนินการอย่างรวดเร็ว และอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน โดยเฉพาะการขอความร่วมมือกับเจ้าหนี้ทั้งสถาบันการเงินและไม่ใช่สถาบันการเงินให้เข้ามามีส่วนช่วยในการแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะหนี้ยานยนต์ที่มีสินเชื่อเสี่ยงจะเป็น NPLs เพิ่มขึ้น และหนี้อุปโภคบริโภคส่วนบุคคลของกลุ่มลูกหนี้ที่ได้รับผลกระทบของ COVID-19 ที่มีมูลค่าสูง และมีบัญชีที่เป็น NPLs เพิ่มขึ้น



สุขภาพและการเจ็บป่วย

ผู้ป่วยด้วยโรคเฝ้าระวังโดยรวมเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยเฉพาะผู้ป่วยโรคมือ เท้า ปาก ขณะที่การระบาดของ COVID-19 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ซึ่งต้องให้ความสำคัญกับการรักษาระดับการป้องกันโรคส่วนบุคคล และฉีดวัคซีนเข็มกระตุ้น รวมทั้งการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 และโรคลมแดด (Heat stroke) ซึ่งอาจทำให้เสียชีวิตได้



ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 จำนวนผู้ป่วยด้วยโรคเฝ้าระวังโดยรวมเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปี 2565 ร้อยละ 124.5 หรือเพิ่มจาก 63,158 ราย เป็น 141,779 ราย จากการขยายตัวของผู้ป่วยโรคมือ เท้า ปาก ซึ่งเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อนถึง 15 เท่า และระบาดต่อเนื่องมาตั้งแต่ไตรมาสสาม ปี 2565 โดยพบมากในเด็กอายุต่ำกว่า 5 ปี เนื่องจากมีภูมิคุ้มกันน้อยและในช่วงเปิดภาคเรียนต้องอาศัยอยู่รวมกันจำนวนมาก ทำให้เกิดการติดเชื้อได้ง่าย ทั้งนี้ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีการดำเนินโครงการศูนย์เด็กเล็ก โรงเรียน อนุบาลปลอดโรค และขยายลงชุมชน โดยการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองในการรณรงค์ป้องกันโรค หากป่วยให้แยกพักรักษาจนกว่าจะหายเป็นปกติ และหมั่นดูแลทำความสะอาดห้องเรียน รวมทั้งอุปกรณ์เครื่องใช้อย่างสม่ำเสมอเพื่อลดการแพร่ระบาดของโรค นอกจากนี้ในช่วงที่ผ่านมา ยังพบการแพร่ระบาดของ COVID-19 โดยเฉพาะช่วงหลังเทศกาลสงกรานต์ที่พบผู้ป่วยเพิ่มขึ้นสองเท่าจาก 500 รายต่อวัน เป็น 1,000 รายต่อวัน โดยพบผู้ป่วย COVID-19 สายพันธุ์ XBB.1.16 ซึ่งเป็นสายพันธุ์ใหม่จำนวน 62 ราย (ข้อมูล ณ วันที่ 7 พฤษภาคม 2566) เสียชีวิต 1 ราย

ตาราง 6 จำนวนผู้ป่วยด้วยโรคเฝ้าระวัง (ราย)

โรค	2565				2566	%YOY
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q1/2566
ปอดอักเสบ	51,849	50,300	68,072	60,884	78,443	51.3
ไข้เลือดออก	1,461	9,485	19,625	14,574	10,948	651.8
มือ เท้า ปาก	740	4,734	79,223	14,285	11,483	1,451.7
ไข้หวัดใหญ่	8,247	4,859	31,498	34,770	39,457	378.4
บิด	352	382	467	371	461	27.5
หัด	32	38	97	82	58	81.2
ฉีหนู	231	529	1,376	1,465	622	169.2
ไข้สมองอักเสบ	241	213	264	205	303	14.3
อหิวาตกโรค	1	0	1	3	1	-
ไข้กาฬหลังแอ่น	3	2	3	10	2	-
พิษสุนัขบ้า	1	0	0	2	1	-
รวม	63,158	70,542	200,626	126,651	141,779	124.5
อัตราต่อประชากรแสนคน	95.4	106.6	303.2	191.4	214.5	

หมายเหตุ : ข้อมูล ณ วันที่ 21 เมษายน 2566

ที่มา : รายงานโรคในระบบเฝ้าระวัง 506 กองระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข

สถานการณ์ด้านสุขภาพจิตของคนไทยดีขึ้น จากข้อมูลการประเมินสุขภาพจิตของคนไทย (Mental Health Check In : MHCI) พบว่า ในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 ผู้มีปัญหาความเครียด เสี่ยงซึมเศร้า เสี่ยงฆ่าตัวตาย และมีภาวะหมดไฟ มีสัดส่วนร้อยละ 8.36 จากผู้เข้ารับการประเมิน 3.7 แสนคน ลดลงจากช่วงเดียวกันของปีก่อนที่มีสัดส่วน

ร้อยละ 11.95 โดยมีจำนวนผู้ที่เสี่ยงซึมเศร้าสูงสุด รองลงมามีความเครียดสูง เสี่ยงฆ่าตัวตาย และมีภาวะหมดไฟตามลำดับ

ด้านฝุ่น PM 2.5 ส่งผลกระทบต่อสุขภาพเป็นวงกว้าง จากข้อมูลสุขภาพ (Health Data Center) ของกระทรวงสาธารณสุข ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม – 7 พฤษภาคม 2566 พบผู้ป่วยด้วยโรคที่เกี่ยวข้องกับมลพิษทางอากาศ 3.11 ล้านราย เป็นผู้ป่วยกลุ่มโรคทางเดินหายใจ 9.4 แสนราย ผู้ป่วยกลุ่มโรคผิวหนังอักเสบ 6.4 แสนราย และผู้ป่วยกลุ่มโรคตาอักเสบ 5.7 แสนราย โดยภาคเหนือพบผู้ป่วยสูงกว่าทุกภาค

ตาราง 7 จำนวนผู้ป่วยด้วยโรคที่เกี่ยวข้องกับมลพิษทางอากาศ ปี 2563 – 2566

โรค	2563	2564	2565	2566 (1ม.ค.- 7 พ.ค.)
กลุ่มโรคผิวหนังอักเสบ	1,923,461	2,213,578	2,528,425	649,204
กลุ่มโรคตาอักเสบ	1,549,870	1,649,322	1,916,859	575,496
กลุ่มโรคหัวใจและหลอดเลือด	1,069,596	1,308,998	1,409,227	512,927
กลุ่มโรคทางเดินหายใจ	1,381,295	1,390,060	3,184,201	948,713
โรคปอดอุดกั้นเรื้อรัง	837,236	1,052,260	1,086,856	366,546
โรคมะเร็งปอด	122,104	181,459	189,713	64,814
รวม	6,883,562	7,795,677	10,315,281	3,117,700

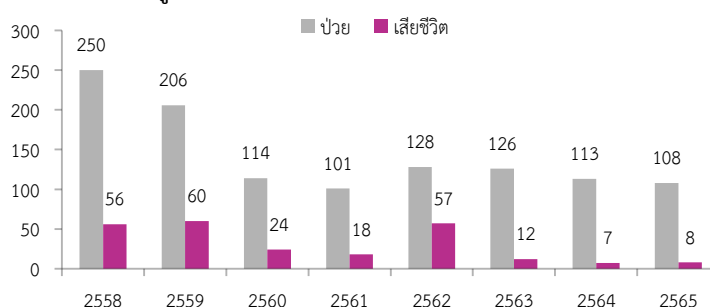
ที่มา: ระบบคลังข้อมูลสุขภาพ Health Data Center กระทรวงสาธารณสุข

ทั้งนี้ มีประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ คือ

1. **การรักษาระดับการป้องกันโรคส่วนบุคคลและการเข้ารับวัคซีน COVID-19 เข็มกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง** โดยเฉพาะในกลุ่ม 608 ซึ่งเป็นผู้สูงอายุ ผู้ที่มีโรคประจำตัว และหญิงตั้งครรภ์ซึ่งมีความเสี่ยงที่จะมีอาการรุนแรงหากติดเชื้อและเสียชีวิตได้

2. **การป้องกันการเจ็บป่วยและเสียชีวิตจากภาวะอากาศร้อนด้วยโรคลมแดด (Heat stroke)** จากที่กรมอุตุนิยมวิทยาคาดว่าในปีนี้อุณหภูมิสูงสุดในรอบ 8 ปี ส่งผลให้มีความเสี่ยงต่อโรคลมแดด โดยข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม - 7 พฤษภาคม 2566 ไทยพบผู้ป่วยโรคลมแดดแล้ว 59 ราย เสียชีวิต 7 ราย ทั้งหมดเป็นเพศชาย อายุระหว่าง 40 - 75 ปี ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และอาชีพรับจ้างที่ต้องทำงานกลางแจ้งในสภาพอากาศร้อน ดังนั้น ผู้ที่ต้องอยู่ในสภาพอากาศดังกล่าวเป็นเวลานานควรดูแลร่างกายไม่ให้ขาดน้ำ สวมเสื้อผ้าเหมาะสมกับสภาพอากาศที่สามารถระบายเหงื่อและความร้อนได้ดี

แผนภาพ 8 จำนวนผู้ป่วยและเสียชีวิตจากภาวะอากาศร้อนหรือโรคลมแดด ปี 2558 – 2565



ที่มา: กลุ่มพัฒนาระบบเฝ้าระวังทางระบาดวิทยาโรคไม่ติดต่อ กองระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค

3. **ปัญหาสุขภาพจิตของเยาวชนกลุ่มมหาวิทยาลัย** จากข้อมูลผลการสำรวจสุขภาพจิตของเยาวชนกลุ่มมหาวิทยาลัย อายุ 19 - 24 ปี⁸ ใน “โครงการคู่มือช่วยดูแลจิตใจ ก้าวสู่คนไทยคุณภาพ” รวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 ถึงวันที่ 15 มีนาคม 2566 พบว่า เยาวชนกลุ่มมหาวิทยาลัยมีภาวะเสี่ยงซึมเศร้าถึงร้อยละ 25.68 มีความเครียดร้อยละ 19.21 และเสี่ยงฆ่าตัวตายร้อยละ 11.22 โดยมีแนวทางการแก้ไขปัญหา อาทิ 1) ครอบครัวต้องมีการสื่อสารและสร้างโอกาสทำกิจกรรมร่วมกัน 2) สถานศึกษาต้องให้คำปรึกษาแก่เด็ก จัดกิจกรรมการส่งเสริมสุขภาพจิตและป้องกันปัญหาสุขภาพจิตของวัยรุ่น และการจัดกิจกรรมกลุ่มสร้างสรรค์ และ 3) ชุมชนควรจัดให้มีกิจกรรมการพบปะสร้างสรรค์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างวัยรุ่นและผู้ใหญ่ การให้โอกาสเด็กวัยรุ่นได้เข้ารับการอบรมเพื่อกล่อมเกลาคิดใจ และขัดเกลาความประพฤติตามหลักศีลธรรม ซึ่งจะสามารถช่วยให้วัยรุ่นมีสุขภาพจิตแข็งแรง ห่างไกลจากความเครียด และภาวะซึมเศร้าได้

ตาราง 8 สัดส่วนผู้มีภาวะเสี่ยงด้านสุขภาพจิตของคนไทยจำแนกตามกลุ่มช่วงอายุ (ร้อยละ)

กลุ่มช่วงอายุ	เครียดสูง	เสี่ยงซึมเศร้า	เสี่ยงฆ่าตัวตาย	ภาวะหมดไฟ (Burnout)
กลุ่มช่วงอายุ 19 – 24 ปี (ของนักศึกษาในมหาวิทยาลัย)	19.21	25.68	11.22	16.08
กลุ่มช่วงอายุ 25 – 29 ปี	13.64	16.19	9.70	15.56
กลุ่มช่วงอายุ 30 – 39 ปี	6.24	7.69	3.81	8.78
กลุ่มช่วงอายุ 40 – 49 ปี	2.10	2.94	1.15	3.95
กลุ่มช่วงอายุ 50 – 59 ปี	0.93	1.38	0.46	2.47
กลุ่มช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป	0.57	0.79	0.25	2.73

หมายเหตุ: ข้อมูลการประเมินตั้งแต่ 1 มกราคม 2565 – 15 มีนาคม 2566

ที่มา: ระบบรายงานการประเมินผลสุขภาพจิตคนไทย กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข



⁸ โครงการร่วมมือระหว่างกรมสุขภาพจิต กระทรวงการอุดมศึกษา (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 38 แห่ง และมหาวิทยาลัยราชภัฏ 9 แห่ง)

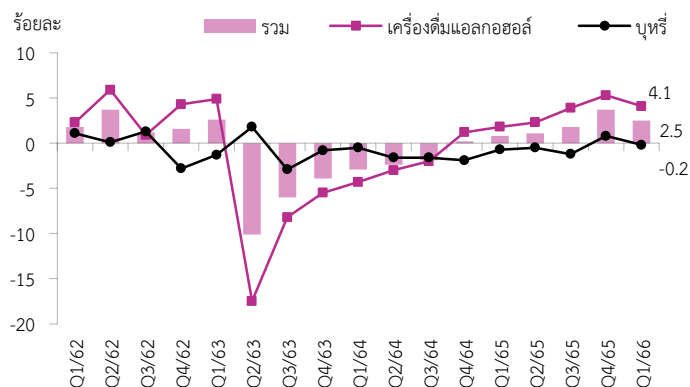
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 เพิ่มขึ้นเล็กน้อยจากปีก่อน ซึ่งต้องสร้างความตระหนักถึงความเสี่ยงต่อสังคมทั้งผู้ดื่มและผู้ขายแอลกอฮอล์ โดยหากดื่มต้องไม่ขับรถยนต์ ควรใช้บริการสาธารณะหรือจ้างคนขับ ขณะที่ผู้ขายต้องจำกัดการขายให้ผู้ที่มีอาการเมามา นอกจากนี้ ยังต้องให้ความสำคัญเกี่ยวกับการโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าที่มุ่งเป้าการตลาดไปยังเด็กและเยาวชน



ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่เพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5 โดยเป็นการเพิ่มขึ้นของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ร้อยละ 4.1 ขณะที่การบริโภคบุหรี่ยลดลงร้อยละ 0.2 เนื่องจากประชาชนมีการทำกิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมมากยิ่งขึ้น ประกอบกับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 มีจำนวนสูงกว่าที่คาดการณ์ไว้ที่ 6 ล้านคน ทำให้การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ขยายตัวตามไปด้วย

แผนภาพ 9 การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายการบริโภคของครัวเรือน
หมวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ มูลค่าที่แท้จริง (ร้อยละ)



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ มีประเด็นที่ต้องติดตามและเฝ้าระวัง คือ การดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความรับผิดชอบต่อสังคม จากสถิติของกรมคุมประพฤติ พบคดีขับรถขณะเมาสุรา โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลปีใหม่ของปี 2566 จำนวนทั้งสิ้น 8,567 คดี คิดเป็นร้อยละ 96.01 ของคดีที่ศาลสั่งคุมประพฤติทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 699 คดี⁹ ซึ่งต้องมีการกวดขันวินัยจราจรให้มากขึ้น และต้องรณรงค์สร้างจิตสำนึกการดื่มอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ตลอดจนสร้างความตระหนัก

ถึงผลกระทบของการขับรถขณะเมาสุรา รวมถึงการสนับสนุนมาตรการที่ทำให้ผู้ดื่มไม่ขับรถยนต์ โดยการจ้างคนขับรถผ่านแอปพลิเคชันที่ให้บริการขับรถยนต์ ขณะเดียวกันร้านค้าและผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ต้องดำเนินการตามกฎหมายอย่างเคร่งครัด โดยห้ามจัดโปรโมชั่นลดราคา แลกซื้อ หรือแถมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ รวมทั้งต้องขายอย่างรับผิดชอบต่อลูกค้าที่มีอาการเมามาจนครองสติไม่ได้ ทั้งนี้ หากผู้ขายไม่ปฏิเสธการขายในกรณีดังกล่าวถือว่ามีความผิดตาม พ.ร.บ. ควบคุมเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ พ.ศ. 2551

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นเกี่ยวกับการโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าที่มุ่งเป้าการตลาดไปยังเด็กและเยาวชน แม้ว่าปัจจุบันจะมีการบังคับใช้กฎหมายห้ามนำเข้าและจำหน่ายบุหรี่ไฟฟ้าทุกรูปแบบ แต่ยังพบการลักลอบจำหน่ายและการโฆษณาทางออนไลน์อยู่เสมอ รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย พกพาง่าย ยากต่อการตรวจจับ เพื่อดึงดูดความสนใจของกลุ่มเด็กและเยาวชน ทำให้รู้สึกว่าบุหรี่ไฟฟ้านั้นเป็นมิตรมากกว่า

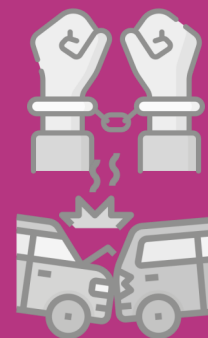
⁹ กรมคุมประพฤติ (2566) , “ยอดสะสมคดีที่เข้าสู่งานคุมประพฤติช่วงเทศกาลปีใหม่ 2566”

โดยผลการสำรวจพฤติกรรมการซื้อและโฆษณาเหล้าบุหรี่ออนไลน์ของบริษัทวิจัยการตลาด Vitamins Consulting and Research ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.) พบว่า กลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นเป้าหมายการโฆษณา และมีความถี่การเห็นโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าอยู่ที่ 9.48 ครั้งต่อเดือน โดยเฉพาะวัยรุ่นชายเป็นกลุ่มที่เห็นโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุดอยู่ที่ 11.3 ครั้งต่อเดือน¹⁰ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจำเป็นต้องเข้ามาควบคุมดูแลสื่อโฆษณาออนไลน์ให้มีความเหมาะสม รู้เท่าทันการตลาดของกลุ่มสินค้าผิดกฎหมายเหล่านี้ ส่งเสริมกิจกรรมที่ทำให้เด็กและเยาวชนตระหนักรู้ถึงผลกระทบของบุหรี่ไฟฟ้า ตลอดจนเสริมสร้างค่านิยมไม่สูบบุหรี่และบุหรี่ไฟฟ้าให้แก่ครอบครัวที่เป็นสถาบันขั้นพื้นฐาน



¹⁰ ผลการสำรวจระหว่างวันที่ 1 พฤศจิกายน ถึง 19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 จำนวน 400 คน

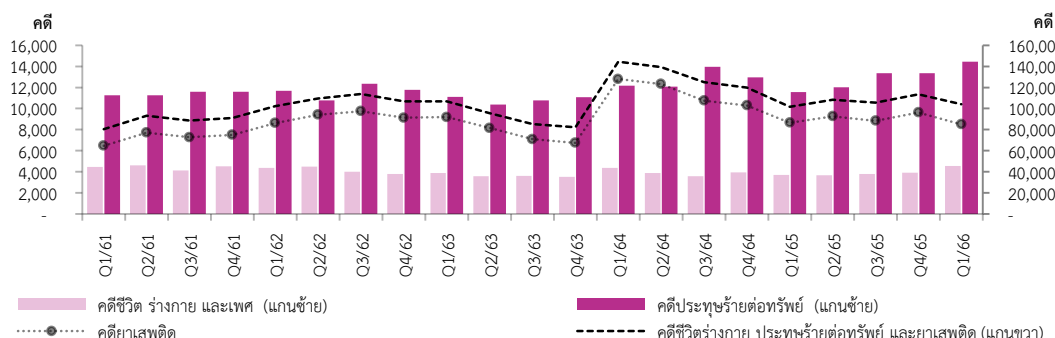
ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน



คดีอาญาโดยรวมเพิ่มขึ้นทั้งจากคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ และคดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน ขณะที่ การรับแจ้งอุบัติเหตุทางถนนลดลงร้อยละ 7.9 แต่มีผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 ซึ่งยังมีประเด็นที่ต้องเฝ้าระวัง ได้แก่ การหลอกลวงทางออนไลน์ การกระทำความผิดในคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ ของเด็กและเยาวชน การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางถนนให้เหมาะสมกับการสัญจร รวมทั้งการป้องกันไม่ให้เด็กและเยาวชนเสียชีวิตจากการจมน้ำ

คดีอาญาในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 มีการรับแจ้งทั้งสิ้น 103,936 คดี เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปี 2565 ร้อยละ 2.2 เป็นการรับแจ้งคดียาเสพติด 84,959 คดี ลดลงร้อยละ 1.8 โดยมีคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ รับแจ้ง 4,536 คดี เพิ่มขึ้นร้อยละ 22.7 และคดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สินรับแจ้ง 14,441 คดี เพิ่มขึ้นร้อยละ 25.0 ทั้งนี้ แม้ว่าคดียาเสพติดจะมีจำนวนลดลง แต่ยังคงมีสัดส่วนสูงกว่าคดีอาญาประเภทอื่น โดยมีสัดส่วนร้อยละ 61.3 ของคดีอาญาทั้งหมด นอกจากนี้ ยังพบว่า คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน และคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ เพิ่มขึ้นมาก โดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 25.0 และ 22.7 ตามลำดับ ซึ่งต้องติดตามอย่างใกล้ชิด

แผนภาพ 10 จำนวนคดีอาญาประเภทประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน ชีวิต ร่างกาย และเพศ และยาเสพติด รายไตรมาส ปี 2561 – 2566



ที่มา: ระบบสารสนเทศสถานีตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ข้อมูล ณ วันที่ 24 เมษายน 2566)

ตาราง 9 คดีอาญาประเภทคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน และคดียาเสพติด ปี 2564 - 2566

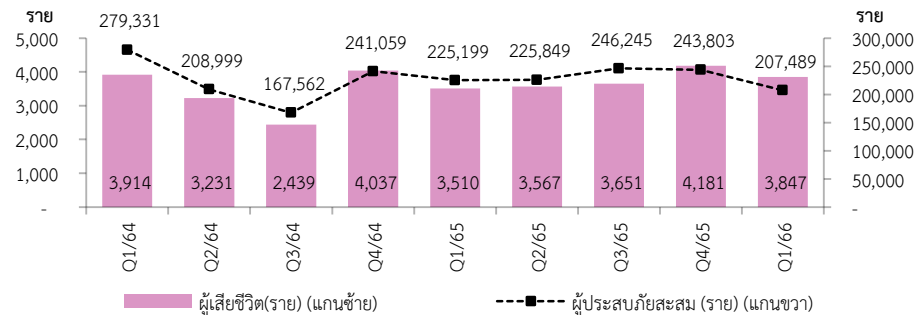
ประเภทคดี	2564				2565				2566
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
อาญารวม (คดี)	144,453	139,293	125,076	119,864	101,739	108,253	105,439	113,592	103,936
%YoY	35.1	45.9	46.7	46.0	-29.6	-22.3	-15.7	-5.2	2.2
ยาเสพติด (คดี)	127,918	123,324	107,530	102,948	86,493	92,552	88,311	96,322	84,959
%YoY	39.2	51.3	51.7	52.5	-32.4	25.0	-17.9	-6.4	-1.8
ประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน(คดี)	12,160	12,085	13,968	12,970	11,549	12,022	13,337	13,354	14,441
%YoY	9.5	16.4	29.8	17.2	-5.0	-0.5	-4.5	3.0	25.0
ชีวิต ร่างกาย และเพศ (คดี)	4,375	3,884	3,578	3,946	3,697	3,679	3,791	3,916	4,536
%YoY	12.7	8.1	-1.1	12.3	-15.5	-5.3	6.0	-0.8	22.7

ที่มา: ระบบสารสนเทศสถานีตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ข้อมูล ณ วันที่ 24 เมษายน 2566)

ด้านการรับแจ้งอุบัติเหตุทางถนน จากข้อมูลจากศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน (THAI RSC) ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 มีผู้ประสบภัยสะสมรวม 207,498 ราย ลดลงร้อยละ 7.9 จากไตรมาสเดียวกันของปี 2565 โดยมีผู้บาดเจ็บสะสม 203,863 ราย ลดลงร้อยละ 8.0 และผู้เสียชีวิตสะสม

3,847 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6 ซึ่งประเภทรถที่เกิดอุบัติเหตุสูงสุด ได้แก่ รถจักรยานยนต์ ร้อยละ 78.8 รองลงมาเป็น รถยนต์ ร้อยละ 21.2 ขณะที่ผู้ประสบภัยอยู่ในช่วงอายุ 1 – 14 ปี มากที่สุดที่ร้อยละ 29.0 รองลงมาเป็นช่วงอายุ 36 – 60 ปี ร้อยละ 24.2 ช่วงอายุ 25 - 35 ปี ร้อยละ 17.3 โดยช่วงเวลาของการเกิดอุบัติเหตุสูงสุดคือ 14.00 - 17.59 น. ที่ร้อยละ 24.5 และกรุงเทพมหานครเป็นจังหวัดที่มีผู้เสียชีวิตสูงสุดที่ 210 ราย

แผนภาพ 11 การเกิดอุบัติเหตุทางถนน จำนวนผู้ประสบภัยสะสม และผู้เสียชีวิต ปี 2564 – 2566



ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน (THAI RSC) <https://www.thairsc.com/data-compare>
ข้อมูล ณ วันที่ 19 เมษายน 2566

ตาราง 10 การเกิดอุบัติเหตุทางถนน จำนวนผู้ประสบภัยสะสม และผู้เสียชีวิต รายไตรมาส ปี 2565 – 2566

ประเภทคดี	2565				2566
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
การรับแจ้งอุบัติเหตุผู้ประสบภัยสะสม (ราย)	225,199	225,849	246,258	243,803	207,489
%YoY	-18.4	8.1	47.0	1.1	-7.9
ผู้เสียชีวิต (ราย)	3,510	3,567	3,647	4,181	3,847
%YoY	-10.3	10.4	49.5	3.6	9.6
ผู้บาดเจ็บสะสม (ราย)	221,689	222,282	242,611	239,622	203,863
%YoY	-19.5	8.0	46.9	1.1	-8.0

ที่มา: ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน (THAI RSC) เข้าถึงได้จาก <https://www.thairsc.com/data-compare>
(ข้อมูล ณ วันที่ 19 เมษายน 2566)

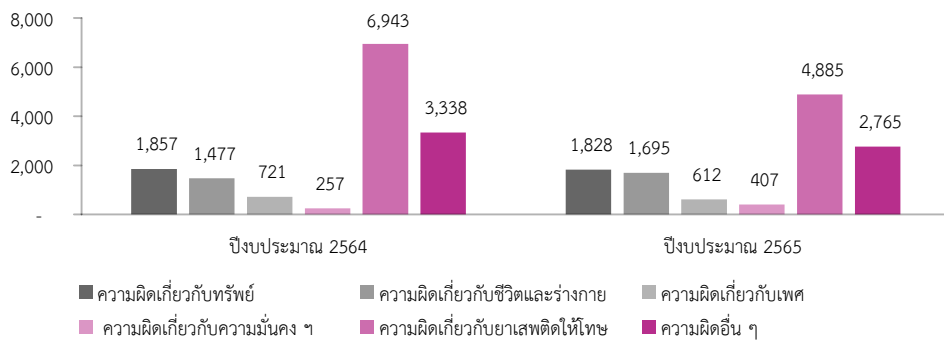
ทั้งนี้ ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินมีประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ คือ

1. การดำเนินการปราบปรามการปล่อยเงินกู้อย่างผิดกฎหมาย โดยปัจจุบันเงินกู้นอกระบบ ปรับรูปแบบเป็นการกู้ยืมออนไลน์มากขึ้น และมีแอปพลิเคชันสินเชื่อเถื่อนมากกว่า 300 แอปพลิเคชัน อาทิ Uwallet, Ant Loan, Yoo Card, Majic Card, Bee Bath, Self service ซึ่งเข้าถึงผู้ที่ต้องการกู้เงินได้ง่าย โดยแอปพลิเคชันเงินกู้งดงาม จะคิดค่าบริการสูงถึงร้อยละ 40 ของยอดเงินกู้ โดยเมื่อผู้กู้ต้องการกู้เงินจะถูกหัก เงินต้นร้อยละ 40 และได้เงินเพียงร้อยละ 60 เท่านั้น อีกทั้ง จะถูกเรียกเก็บอัตราดอกเบี้ยที่สูง และยังมีเสี่ยงต่อการทวงหนี้ผิดกฎหมาย อาทิ ส่งข้อความเข้าโทรศัพท์ในลักษณะข่มขู่คุกคาม หรือมีการใช้ความรุนแรง โดยในปี 2565 ศูนย์ปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับหนี้สินนอกระบบ ดำเนินการกวาดล้างเครือข่ายลักลอบปล่อยเงินกู้ นอกระบบผ่านแอปพลิเคชันได้กว่า 40 แอปพลิเคชัน จับกุมผู้ต้องหาตามหมายจับได้ 20 หมาย หรือคิดเป็น ร้อยละ 86.9 ของหมายจับทั้งหมด จึงยังคงมีแอปพลิเคชันที่อาจสร้างความเสียหายให้กับผู้หลงเชื่ออยู่อีกจำนวนมาก

2. การเฝ้าระวังกลุ่มเด็กและเยาวชนกระทำความผิดทางอาญา แม้ว่าในปี 2565 จะมีเด็กและเยาวชน กระทำความผิดลดลง แต่ยังมีจำนวนเด็กและเยาวชนถูกดำเนินคดีโดยสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนถึง 12,192 คดี โดยเฉพาะความผิดเกี่ยวกับความมั่นคง ความสงบสุข เสรีภาพ การปกครอง และความผิดเกี่ยวกับชีวิต ร่างกาย และเพศ ซึ่งพบการกระทำความผิดเพิ่มขึ้นร้อยละ 58.4 และ 14.8 ตามลำดับ ทั้งนี้ ปัญหาเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิด

เป็นสิ่งที่ต้องร่วมกันแก้ไข โดยครอบครัวควรเอาใจใส่ดูแลเด็กและเยาวชนที่กระทำผิด พุดคุยทำความเข้าใจ ช่วยแก้ปัญหา โรงเรียนควรให้ความรู้อบรมสั่งสอนการประพฤติตัวที่เหมาะสม ชุมชนควรมีส่วนร่วมในการดูแล ติดตาม และสอดส่องพฤติกรรม จัดทำโครงการหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนได้มีส่วนร่วม รวมถึงหน่วยงาน องค์กร หรือบุคลากรที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนมีทักษะการตัดสินใจที่ถูกต้อง คอยกำกับ ติดตาม ในการดูแลสงเคราะห์เด็กและเยาวชน เน้นการฝึกอาชีพ ตลอดจนมีการป้องกันปราบปราม แหล่งอบายมุข แหล่งมั่วสุม ที่จะทำให้เด็กและเยาวชนมีพฤติกรรมเบี่ยงเบนจนนำไปสู่การกระทำผิดได้

แผนภาพ 12 จำนวนคดีที่เด็กและเยาวชนถูกดำเนินคดี โดยสถานพินิจคุ้มครองเด็กและเยาวชนทั่วประเทศ แยกตามประเภทความผิด ระหว่างปีงบประมาณ 2564 – 2565



ที่มา: รายงานสถิติคดี ประจำปี พ.ศ.2565 โดย สถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. 2566

3. **การปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางถนนให้เหมาะสมกับการสัญจร** โดยสภาพแวดล้อมเป็นปัจจัยหนึ่ง ที่มักเป็นสาเหตุของการเกิดอุบัติเหตุทางถนน จากรายงานการวิเคราะห์สถานการณ์ทางถนนของกระทรวงคมนาคม ปี 2564¹¹ มูลเหตุสันนิษฐานหลักที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุทางถนนที่อยู่ในความรับผิดชอบของหน่วยงานในสังกัด กระทรวงคมนาคม ส่วนหนึ่งเป็นผลจากสภาพแวดล้อม อาทิ สภาพข้างทางที่เป็นอันตราย พื้นผิวถนนลื่นเป็นหลุม เป็นบ่อ ฝาท่อระบายน้ำ คอนกรีตที่ต่างระดับกับผิวทาง ถนนลื่น คนตัดหน้ารถขณะข้ามถนน ขณะที่ปัญหาเกี่ยวกับ สัญญาณไฟจราจรและป้ายบอกทาง เกิดจากความไม่ชัดเจน ชำรุด ใช้การไม่ได้ ซึ่งต้องเร่งรัดการแก้ไขปัญหাবริเวณ จุดเสี่ยงจุดอันตราย สร้างและบำรุงรักษาถนนเพื่อให้เกิดความปลอดภัย รวมถึงการสร้างทัศนวิสัยที่ดีในการขับรถ อาทิ ป้ายหรือเครื่องหมายจราจรที่ชัดเจน การตัดแต่งต้นไม้ข้างทาง ปรับปรุงแก้ไขซ่อมแซมถนนบริเวณจุดเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุ (Black spot) เช่น จุดตัดรถไฟ ทางโค้งทางแยก ทางลาดชัน และบริเวณจุดกลับรถ เป็นต้น เพื่อลด การเกิดอุบัติเหตุ

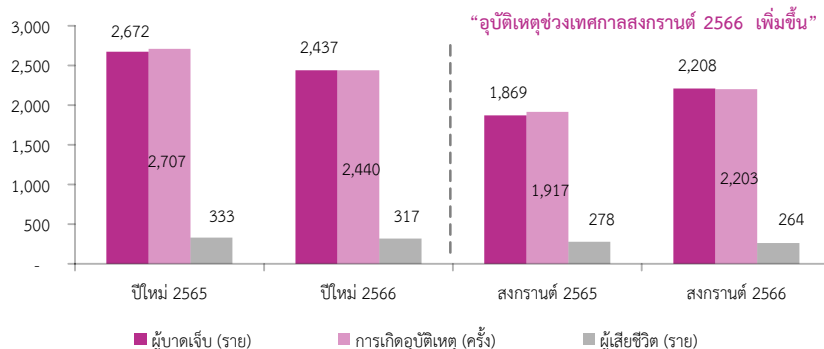
4. **การป้องกันการเสียชีวิตจากการจมน้ำที่มักเกิดมากในช่วงฤดูร้อน** ทุกปีในช่วงฤดูร้อนมักมี เด็กเสียชีวิตจากการจมน้ำเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจุบันจากรายงานระบบคลังข้อมูลด้านการแพทย์และสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุขในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 มีเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี เสียชีวิตจากการจมน้ำแล้วถึง 34 คน และมีปัจจัยที่ทำให้เสียชีวิต ได้แก่ วัยน้ำไม่เป็น ไม่มีทักษะการเอาชีวิตรอด ขาดความรู้เรื่องแหล่งน้ำ ลงเล่นน้ำ โดยไม่แจ้งผู้ปกครอง ขาดการดูแลจากผู้ปกครอง ไม่มีป้ายเตือน ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวทางน้ำรวมถึงแหล่งน้ำ ในชุมชน ควรมีมาตรการความปลอดภัย ได้แก่ เสื้อชูชีพ ห่วงยาง การแบ่งโซนเล่นน้ำและกิจกรรมทางน้ำ การมีป้ายเตือน/ป้ายระบุงการปฏิบัติ อุปกรณ์ช่วยคนตกน้ำ การบอกระดับความลึกของน้ำ รวมถึงการเสริมทักษะ การเอาชีวิตรอดในน้ำให้กับเด็ก และวิธีการช่วยเหลือคนตกน้ำหรือจมน้ำที่ถูกต้อง

¹¹ เผยแพร่เดือนกรกฎาคม 2565

การเกิดอุบัติเหตุทางถนนช่วงเทศกาลสงกรานต์ 2566

สถานการณ์อุบัติเหตุทางถนนในช่วงเทศกาลสงกรานต์ 2566 มีการเกิดอุบัติเหตุเพิ่มขึ้น ส่วนหนึ่งเนื่องจากเป็นช่วงที่ประชาชนเดินทางกลับภูมิลำเนา มีการโดยสารรถประจำทางหรือรถยนต์ส่วนตัวจำนวนมาก และเป็นวันหยุดยาวต่อเนื่อง จึงเพิ่มโอกาสในการเกิดอุบัติเหตุได้ โดยมีอุบัติเหตุรวม 2,203 ครั้ง เพิ่มขึ้นจากช่วงเทศกาลสงกรานต์ 2565 ร้อยละ 14.9 มีผู้เสียชีวิต 264 ราย ลดลงร้อยละ 5.0 (เฉลี่ยวันละ 37 คน หรือชั่วโมงละ 1.6 คน) มีผู้บาดเจ็บ (Admit) 2,208 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 18.1 ผู้บาดเจ็บ (OPD) 16,985 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.8 ทั้งนี้สาเหตุที่ทำให้เกิดอุบัติเหตุสูงสุดจากการขับรถเร็วเกินกว่าที่กฎหมายกำหนด ร้อยละ 38.2 ตีแล้วขับ ร้อยละ 24.0 จักรยานยนต์เกิดอุบัติเหตุทางถนนสูงสุด ร้อยละ 80.1 ส่วนใหญ่เกิดบนถนนกรมทางหลวง ร้อยละ 45.9 จุดเกิดเหตุเป็นทางตรง ร้อยละ 85.9 จังหวัดที่เกิดอุบัติเหตุสูงสุดจังหวัดเชียงราย 68 ครั้ง กรุงเทพมหานครมีผู้เสียชีวิตสูงสุด 22 ราย ขณะที่จังหวัดพังงาและพัทลุงไม่มีผู้เสียชีวิต

แผนภาพ 13 สถิติการเกิดอุบัติเหตุ จำนวนผู้เสียชีวิต/ผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจราจรทางถนนในช่วงเทศกาลของไทย 2564 - 2565



ที่มา: ศูนย์อำนวยการป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในช่วงเทศกาล 2565 - 2566



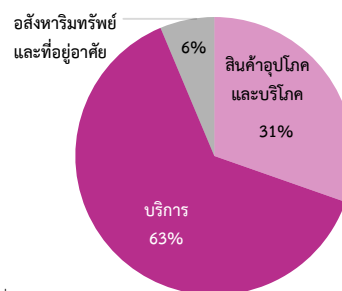
การคุ้มครองผู้บริโภค

ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 การร้องเรียนในภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 203.4 โดยการร้องเรียนผ่าน สคบ. เพิ่มขึ้นร้อยละ 397.3 ขณะที่การร้องเรียนผ่าน สำนักงาน กสทช. ลดลงร้อยละ 73.4 นอกจากนี้ ปัญหาการโฆษณาและมาตรฐานสินค้าและบริการประเภทความสวยงามมีแนวโน้มสร้างความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค ซึ่งเป็นประเด็นที่ต้องตรวจสอบและกำกับดูแลอย่างต่อเนื่อง



การรับเรื่องร้องเรียนสินค้าและบริการในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 ของ สคบ. มีจำนวน 12,631 ราย เพิ่มขึ้นจากไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 397.3 โดยด้านที่ได้รับการร้องเรียนมากที่สุดคือ ด้านโฆษณา รองลงมาเป็นด้านฉลาก ด้านขายตรงและตลาดแบบตรง¹² และด้านสัญญา ตามลำดับ¹³ ทั้งนี้ หากพิจารณาการร้องเรียนตามประเภทสินค้าและบริการ พบว่า ด้านบริการมีการร้องเรียนเข้ามามากที่สุดที่ 7,995 เรื่อง รองลงมา คือ สินค้าอุปโภคบริโภค 3,836 เรื่อง และอสังหาริมทรัพย์และที่อยู่อาศัย 800 เรื่อง โดยเฉพาะในสินค้าและบริการในกลุ่มผู้ประกอบการทั่วไป 3,665 ราย บัตรชมการแสดง 3,711 ราย ส่วนใหญ่เป็นการร้องเรียนเกี่ยวกับการไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการใช้บริการ สินค้าและบริการทั่วไป 2,244 ราย สาเหตุส่วนใหญ่มาจากการร้องขอให้ตรวจสอบข้อเท็จจริง และรถยนต์ 462 ราย ซึ่งการร้องเรียนส่วนมากเป็นเรื่องการชำรุด

แผนภาพ 14 การร้องเรียนของผู้บริโภค
จำแนกตามประเภทสินค้าและบริการ



ที่มา: สคบ.

ตาราง 11 การรับเรื่องร้องเรียนรายไตรมาส

เรื่องร้องเรียน	2565				2566	%YoY
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q1/2566
สคบ. ⁽¹⁾	2,540	4,902	6,045	6,749	12,631	397.3
- ด้านโฆษณา	740	1,995	1,220	754	2,474	234.3
- ด้านสัญญา	432	796	1,202	385	477	10.4
- ด้านขายตรงและตลาดแบบตรง	538	1,093	1,971	1,177	741	37.7
- ด้านฉลาก	830	1,018	1,652	868	793	-4.5
- เรื่องอื่น ๆ ¹	N.A.	N.A.	N.A.	3,565	8,146	-
สำนักงาน กสทช. ⁽²⁾	1,780	624	502	525	474	-73.4
โทรศัพท์เคลื่อนที่	1,477	427	318	342	318	-78.5
อินเทอร์เน็ต	285	164	168	172	149	-47.7
สถานีวิทยุคมนาคม	0	27	8	5	3	-
โทรศัพท์ประจำที่	18	6	8	6	4	-77.8
รวม (1)+(2)	4,320	5,526	6,547	7,274	13,105	203.4

หมายเหตุ: สคบ. มีการปรับปรุงแบบการนำเสนอข้อมูลการร้องเรียนรายไตรมาสรูปแบบใหม่

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ

¹² ตลาดแบบตรง หมายความว่า การทำตลาดสินค้าหรือบริการในลักษณะของการสื่อสารข้อมูลของผู้ประกอบการธุรกิจในการเสนอขายสินค้าหรือบริการโดยตรงต่อผู้บริโภค ซึ่งมีระยะทางโดยระยะทาง ตัวอย่างธุรกิจตลาดแบบตรง เช่น Lazada Shopee เป็นต้น

¹³ ไม่รวมเรื่องอื่น ๆ ซึ่งไม่ได้มีการจำแนกรายด้าน ประกอบด้วยข้อมูลจากศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์ผู้บริโภค สคบ. ส่วนภูมิภาค กองกฎหมายและคดี และสำนักงานเลขานุการกรม

ขณะที่การร้องเรียนในกิจการโทรคมนาคมของสำนักงาน กสทช. มีจำนวน 474 เรื่อง ลดลงจากไตรมาสเดียวกันของปีที่ผ่านมาร้อยละ 73.4 โดยการร้องเรียนเกี่ยวกับโทรศัพท์เคลื่อนที่ยังคงมีมากที่สุด โดยเฉพาะการยกเลิกบริการ จำนวน 141 ราย รองลงมาเป็นมาตรฐานการให้บริการ จำนวน 137 ราย และการคิดค่าบริการผิดพลาด 103 ราย การได้รับข้อความสั้น SMS 47 ราย และคุณภาพการให้บริการ 37 ราย

สำหรับประเด็นที่ต้องติดตามและเฝ้าระวัง ประกอบด้วย 1) การโฆษณาด้วยข้อความที่อาจไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค จากข้อมูลของ สคบ. ในปี 2565 ที่พบว่า เรื่องร้องเรียนด้านโฆษณาส่วนใหญ่เป็นสินค้าออนไลน์และสินค้าและบริการด้านความสวยงาม อาทิ ทำจมูก เสริมหน้าอก ฉีดฟิลเลอร์ ซึ่งมักใช้ข้อความโฆษณาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ยากแก่การพิสูจน์ อาทิ บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงราคาและเงื่อนไขโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า ไม่เห็นผลยิวดีคืนเงิน รายแสร้งรายเดียวในประเทศ โดยในบางผลิตภัณฑ์มีการแอบอ้างบุคคลผู้มีชื่อเสียงตลอดจนมีการจ้าง influencer มารีวิวสินค้า โดยที่ไม่ได้ให้ข้อมูลทางการแพทย์ประกอบการตัดสินใจอย่างถูกต้องและเพียงพอ ทำให้ผู้บริโภคไม่ได้รับความเป็นธรรมในด้านข้อมูลประกอบการตัดสินใจเท่าที่ควร ทั้งนี้ สคบ. ได้ออกประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พ.ศ. 2565 โดยมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 13 มกราคม 2566 ซึ่งมีสาระสำคัญครอบคลุมการใช้ข้อความโฆษณาในลักษณะดังกล่าวที่ไม่ว่าจะกระทำทางสื่อโฆษณาใดก็ตาม ดังนั้น จึงเป็นประเด็นที่ต้องตระหนักรู้ ทั้งในส่วนของผู้บริโภค และผู้ประกอบการในการใช้เป็นหลักเกณฑ์ในการผลิตสื่อโฆษณา เนื่องจากการให้ข้อมูลที่สำคัญและจำเป็นต่อการเลือกซื้อของผู้บริโภค และ 2) การหลอกลวงขายสินค้าและบริการที่ไม่มีมาตรฐานให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งมีตัวอย่างที่เห็นได้ชัด คือ กรณีที่มีผู้บริโภครายหนึ่งไปใช้บริการศัลยกรรมหน้าอกที่คลินิกแห่งหนึ่งและหลังจากนั้นเพียงไม่กี่ชั่วโมงก็เสียชีวิต และกรณีที่มีการตรวจค้นคลินิกเสริมความงามชื่อดังที่มีการใช้วัสดุสำหรับศัลยกรรมไม่ได้มาตรฐาน ทั้งนี้ จากข้อมูลของ อย. 2566 พบว่า คลินิกดังกล่าว รับซิลิโคนมาจากโรงงานผลิตที่ไม่ได้มาตรฐาน จำนวน 16,164 ชิ้น คิดเป็นมูลค่ารวม 2,932,000 บาท ซึ่งมีต้นทุนต่อชิ้นเพียง 60 – 80 บาท แต่นำมาขายเป็นคอร์สในราคาสูงถึง 4,900 – 50,000 บาท ดังนั้น ผู้บริโภคต้องพิจารณาความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการอย่างถี่ถ้วน ขณะเดียวกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อาทิ กระทรวงพาณิชย์ อย. และ สคบ. ต้องตรวจสอบมาตรฐานและควบคุมราคาสินค้าและบริการฯ ให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรมมากที่สุด

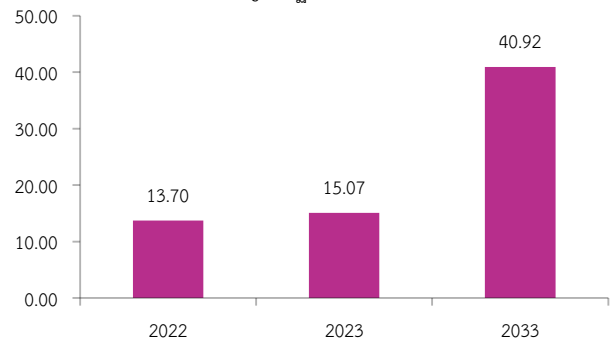


มูเตลู : โอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ

การท่องเที่ยวเชิงความเชื่อและความศรัทธากำลังได้รับความนิยมไปทั่วโลก โดยประเทศไทยเรียกการท่องเที่ยวลักษณะนี้ว่า “มูเตลู” ซึ่งมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวให้กับประเทศจากความหลากหลายของสถานที่บูชา และความเชื่อของคนไทยที่มีอยู่ ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวมูเตลู จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการและการส่งเสริมที่เหมาะสม

คำว่า “มูเตลู” ถูกนำมาใช้แทนความเชื่อความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของคนไทยที่มีมาอย่างช้านาน ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่แค่ความเชื่อทางศาสนาเท่านั้น แต่ยังผสมผสานกับสิ่งเร้นลับทางธรรมชาติ โหราศาสตร์ ตลอดจนวัตถุมงคล/เครื่องรางของขลังต่าง ๆ ที่ผู้คนนับถือบูชา ซึ่งปัจจุบันถูกกล่าวถึงกันอย่างแพร่หลาย ทั้งในสื่อออนไลน์ รายการโทรทัศน์ ภาพยนตร์ หรือแม้กระทั่งวงการเพลง รวมทั้งในด้านการท่องเที่ยวที่หน่วยงานภาครัฐ เริ่มให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามูเตลูจะเป็นคำเฉพาะที่ถูกใช้ในประเทศไทยเท่านั้น แต่การท่องเที่ยวมูเตลูอาจเทียบได้กับ “การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Faith-Based Tourism)” ของต่างประเทศ ซึ่งมีความหมายครอบคลุมถึงการท่องเที่ยวสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ การแสวงบุญ และการท่องเที่ยวเชิงจิตวิญญาณ (Spiritual Tourism) โดยรายงานของ Future Markets Insight พบว่า การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกถึง 13.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2565 และจะเพิ่มเป็น 40.92 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี 2576 หรือเพิ่มขึ้นเกือบ 3 เท่าภายใน 10 ปี

แผนภาพ 15 มูลค่าตลาดการท่องเที่ยวตามความเชื่อ ปี 2022 – 2033 (พันล้านเหรียญสหรัฐ)



ที่มา: Future Market Insights

สำหรับมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวมูเตลู ของประเทศไทย จากการคาดการณ์ของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า เฉพาะการแสวงบุญสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบมากถึง 10,800 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 0.36 ต่อมูลค่าการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศในปี 2562 ขณะที่การท่องเที่ยวมูเตลู ไม่ได้มีเพียงการแสวงบุญ หรือการเยี่ยมชมวัดเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งของและวัฒนธรรม ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ลักษณะหลัก คือ

1. **มูเตลูที่เป็นสถานที่** โดยอาจแบ่งออกได้ 3 รูปแบบหลัก คือ 1) **วัด โบสถ์ มัสยิด** ซึ่งกรณีของไทย วัดถือว่ามีจำนวนมากที่สุด โดยมีอยู่ในทุกภูมิภาค จากข้อมูลกองพุทธศาสนสถาน ปี 2565 ไทยมีวัดทั่วประเทศกว่า 43,005 แห่ง โดยมีตัวอย่างวัดไทยที่ชาวต่างชาตินิยมมากราบไหว้บูชา เช่น วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม (วัดโพธิ์) เนื่องจากเป็นวัดที่มีสถาปัตยกรรมที่สวยงามและเป็นประดิษฐานของพระพุทธรูปไสยาสน์อันศักดิ์สิทธิ์ เป็นต้น 2) **ศาลเจ้าและเทวสถาน** ซึ่งเทวสถานที่มีชื่อเสียงที่สุดของไทย คือ ศาลท้าวมหาพรหมเอราวัณ ซึ่งเป็นสถานที่ขอพรยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนฮ่องกง หรือสิงคโปร์ จนสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศปีละ

หลายพันล้านบาท รวมทั้งอุทยานพระพิฆเนศ จังหวัดนครนายก ที่เป็นหนึ่งในสถานที่ประดิษฐานพระพิฆเนศปางเสวยสุขที่ได้รับการยกย่องจากเลขาธิการศาสนสัมพันธ์อินโดโลกว่าเป็นพระพิฆเนศที่ใหญ่ที่สุดในโลก และ 3) *รูปจำลองสิ่งศักดิ์สิทธิ์* อาทิ ศาลหลักเมือง หนึ่งในสิ่งศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่เมืองที่มีอยู่ทุกจังหวัด หรือรูปปั้นไอ้ไข่ ซึ่งมีผู้สนใจไปกราบไหว้เป็นจำนวนมาก

2. **มูเตลูที่ไม่ใช่สถานที่** แบ่งเป็น 1) *เครื่องรางของขลัง* โดยเฉพาะพระเครื่อง ซึ่งเป็นวัตถุมงคลที่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์ความเป็นพุทธ (พุทธศิลป์) ที่อยู่คู่ประเทศไทยมานานนับ 2,000 ปี ปัจจุบันมีชาวต่างชาติให้ความสนใจพระเครื่องมากขึ้น ส่งผลให้ไทยเป็นตลาดพระเครื่องที่ใหญ่ที่สุดในโลก โดยสำนักข่าว South China ระบุว่า ตลาดพระเครื่องของไทยมีเงินหมุนเวียนในแต่ละปีมากกว่า 1.25 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สำหรับประเทศไทย มีการนำเครื่องรางของขลังที่ได้รับการปลุกเสก มาสร้างแบรนด์สินค้าสำหรับเช่าบูชาหรือใช้เป็นเครื่องประดับ อาทิ โลทา ซึ่งเป็นแบรนด์ที่ขายเครื่องรางของขลังและวัตถุมงคลประเภทต่าง ๆ โดยในช่วงปี 2562 สามารถสร้างยอดขายได้หลายร้อยล้านบาท Harmentstone แบรนด์เครื่องประดับเสริมโชคลาภเจ้าแรกที่ทำ Customization โดยให้ลูกค้าสามารถเลือกอัญมณี หินและซาร์มตามราศีเกิดและด้านที่ต้องการเน้นได้ด้วยตัวเอง ส่งผลให้ได้รับความนิยมจากลูกค้าทั้งคนไทยและคนต่างชาติอย่างล้นหลาม Ravipa Jewelry อีกหนึ่งแบรนด์เครื่องประดับเสริมดวง ที่ได้รับรางวัลการออกแบบยอดเยี่ยมระดับประเทศ Design Excellence Award 2019 (DEmark Award) ซึ่งมีศิลปินทั้งในและต่างประเทศให้ความสนใจ ส่งผลให้ในปี 2564 Ravipa Jewelry กลายเป็นสินค้าประเภทจิวเวลรี่ที่มียอดขายมากเป็นอันดับหนึ่งในตลาด E-Commerce และ 2) *พิธีกรรม* อาทิ การสักยันต์ หนึ่งในงานศิลปะและมรดกทางวัฒนธรรมที่มีเสน่ห์เฉพาะตัวมีชื่อเสียงไปทั่วโลก โดยนำเอาความเชื่อและความศรัทธามาสร้างเป็นลวดลายการสักที่สามารถตอบโจทย์ผู้ที่มีความต้องการด้านโชค ลาภ แคล้วคลาด และปลอดภัยพ้นจากอันตรายต่างๆ ซึ่งได้รับความนิยมจากบุคคลที่มีชื่อเสียงทั้งในระดับประเทศและระดับโลก อาทิ นักกีฬาทีมชาติไทย นักแสดงฮอลลีวูด/นางแบบชื่อดังจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาสักยันต์ที่ไทย

แผนภาพ 16 ประเภททรัพยากรการท่องเที่ยวมูเตลูของไทย



ที่มา: รวบรวมโดย กขส.

จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อของไทยที่มีความหลากหลาย และมีความเป็นพหุวัฒนธรรม คือ มีการผสมผสานวัฒนธรรมทางศาสนา และความเชื่อจากชาติอื่น ๆ จนกลายเป็น soft power ที่สามารถดึงดูดการท่องเที่ยวทั้งคนไทยและคนต่างชาติ อย่างไรก็ตาม การนำศักยภาพดังกล่าวมาเป็นเครื่องมือในการดึงดูดนักท่องเที่ยวนั้น จำเป็นต้องมีการบริหารจัดการ และการส่งเสริมที่เหมาะสม ดังนี้

1. **กำหนดนโยบาย/แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนของภาครัฐ** ในช่วงที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่า มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ไทยยังจำกัดเฉพาะกิจกรรมที่ส่งเสริมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวภายใน

ประเทศ อาทิ การส่งเสริมผ่าน โครงการ WAT : Worship Activities Tradition "ศรัทธานำทาง เส้นทางนำเที่ยว" เป็นการสร้างสรรค์เส้นทางท่องเที่ยวที่ใช้เรื่องราวและความศรัทธาเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง โดยเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวชุมชน วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยว ส่วนใหญ่รับรู้ผ่านสื่อออนไลน์ จากการรีวิวสถานที่ของนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยว หรือการชมภาพยนตร์ไทยที่ฉายในต่างประเทศ อาทิ ท้าวมหาพรหม เกิดจากการบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาขอพร ดังนั้น หากจะส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง จำเป็นต้องมีการกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ทั้งในระดับประเทศและระดับพื้นที่ อาทิ ส่องกงมีนโยบายส่งเสริม "วิถีการท่องเที่ยวแบบศาสนา" ที่มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกให้มาสัมผัสกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมบนเกาะฮองกง ประกอบกับฮองกงสามารถดึงศักยภาพของผังเมืองที่มีความเกี่ยวโยงกับความเชื่อด้านฮวงจุ้ยมาเป็นจุดขายสำคัญ ทำให้เป็นที่มาของการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในแนวคิด "20 สุดยอดสถานที่มงคลในฮองกง"

2. พัฒนากลยุทธ์การตลาดมา ด้วยการสร้าง Branding ที่ครอบคลุมทั้งสถานที่ บุคคล และกิจกรรมสายมา

การสร้าง Branding เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้สถานที่ท่องเที่ยว สินค้าและบริการ น่าจดจำและมีคุณค่ามากขึ้น อีกทั้งยังช่วยดึงดูดสื่อและ influencer ให้เข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ แต่การสร้าง Branding ในการท่องเที่ยวของ ไทยยังไม่ค่อยปรากฏให้เห็นมากนัก จึงทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่าที่ควร ทั้งนี้ การสร้างแบรนด์ อาจปรับใช้กรณีศึกษาจากต่างประเทศ เช่น กรณีของเมืองเทสซาโลนิกิ ซึ่งเป็นเมืองการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของประเทศกรีซ มีการสร้างแบรนด์โดยจัดแผนที่การท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวในเมือง การโฆษณาภาพลักษณ์ผ่านสโลแกน "Thessaloniki, the city of God" หรือ "Thessaloniki, the New Jerusalem" รวมถึงการสร้างเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของสถานที่ การออกแบบของที่ระลึก การใช้สื่อเพื่อส่งเสริมการขาย ตลอดจนการจัดแคมเปญส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยหน่วยงานในพื้นที่ อาทิ สถาบันทางศาสนาและวัฒนธรรมของเทสซาโลนิกิ ร่วมกับพิพิธภัณฑ์ภาพถ่ายเทสซาโลนิกิและพิพิธภัณฑ์ศิลปะสมัยใหม่และร่วมสมัยแห่งมาซิโดเนีย จัดทำโครงการ "Sacred Common Places" เพื่อนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวของเมืองให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น¹⁴ ดังนั้น หากไทยจะยกระดับคุณค่าการท่องเที่ยว จำเป็นต้องสร้าง Branding ที่น่าสนใจผ่านการจัดทำเรื่องราว (Story) ที่มีความเป็นมาและคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับ รวมทั้งอาจสอดแทรกวัฒนธรรมท้องถิ่นมา ในสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้คนต่างชาติสนใจมากขึ้น



3. บูรณาการการทำงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

สถานที่ท่องเที่ยว ที่ได้รับความนิยมส่วนใหญ่มีผู้ที่เกี่ยวข้องจำนวนมาก ทั้งภาครัฐ เอกชน คนในพื้นที่และคนจากต่างถิ่นที่เข้ามาประกอบอาชีพในพื้นที่ จึงมีความเสี่ยงที่จะเกิดปัญหาความขัดแย้งด้านการบริหารจัดการทรัพยากรและการพัฒนาพื้นที่ อาทิ กรณีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งในจังหวัดอุดรธานี ที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมานับหมื่นคน ส่งผลให้มีเงินสะพัดในพื้นที่หลายล้านบาท แต่การขาดทิศทางการพัฒนาที่เหมาะสมนำมาซึ่งปัญหาและความขัดแย้ง โดยเฉพาะสิทธิในการบริหารจัดการสถานที่ทั้งในเชิงการพัฒนาและเชิงธุรกิจ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการบูรณาการการทำงาน

¹⁴ University of Piraeus, Alexander Technological Institute of Thessaloniki, (2019), รายงาน Marketing suggestions for multi-religious tourism development: The case of Thessaloniki

ในภาคส่วนต่าง ๆ ให้มีเอกภาพมากขึ้น รวมถึงส่งเสริมบทบาทขององค์กรส่วนท้องถิ่นให้เป็นหน่วยขับเคลื่อนที่สำคัญในการดึงภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามาพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่ให้มีมาตรฐานและมีความหลากหลายเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาทิ สถาบันการศึกษา หรือนักศึกษาเข้ามาช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

ทั้งนี้ การดำเนินการข้างต้นจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ ให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศเพิ่มขึ้นได้นั้น อย่างไรก็ตาม ประเด็นเกี่ยวกับความเชื่อและศาสนามีความละเอียดอ่อน ดังนั้นการดำเนินนโยบายจึงต้องมีความระมัดระวัง และควรมีการศึกษาด้วยหลักความเชื่อที่ถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดการแทรกแซงและบิดเบือนความเชื่อ ควบคู่กับมีมาตรการกำกับดูแลเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอาชญากรรมโอกาสหลอกลวงนักท่องเที่ยวโดยใช้ความเชื่อเป็นเครื่องมือ

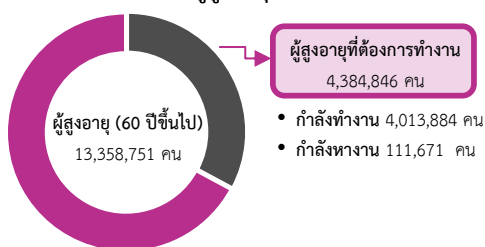


วิสาหกิจเพื่อสังคมกับการรองรับสังคมสูงวัย

วิสาหกิจเพื่อสังคม (SE) ถือเป็นกลไกหนึ่งที่เข้ามาช่วยเติมเต็มความต้องการของผู้สูงอายุที่มีความหลากหลาย ซึ่งภาครัฐไม่สามารถตอบสนองได้ทั้งหมด อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการดำเนินงานของ SE จะมีความยั่งยืนมากกว่าองค์กรเพื่อสังคมรูปแบบอื่น แต่ยังมีข้อจำกัดที่ภาครัฐควรมีการสนับสนุนเพื่อให้ SE มีความเข้มแข็งและสามารถหนุนเสริมการดูแลผู้สูงอายุในสังคมไทยให้ดียิ่งขึ้น

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรเข้าสู่สังคมสูงวัยเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง และเป็นความท้าทายของประเทศในการมีมาตรการรองรับผลกระทบที่จะตามมาในด้านต่าง ๆ ซึ่งที่ผ่านมาภาครัฐได้มีการส่งเสริมความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุ ทั้งมาตรการเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุที่เป็นเหมือนหลักประกันด้านรายได้ การส่งเสริมการจ้างงานผ่านการให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีกับสถานประกอบการที่จ้างงานผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุที่ยังมีศักยภาพสามารถมีรายได้เพื่อดูแลตนเองและครอบครัว รวมถึงการมีหลักประกันสุขภาพที่มีการปรับปรุงความครอบคลุมเพื่อช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ และการมีอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน และอาสาสมัครพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ที่คอยดูแลผู้สูงอายุในระดับพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่คนวัยสูงอายุต้องพบเจอกลับมีความหลากหลายทำให้รัฐไม่สามารถดูแลได้อย่างทั่วถึง จึงเป็นบทบาทของหน่วยงาน หรือองค์กรภาคประชาสังคม ไม่ว่าจะเป็นมูลนิธิ สมาคม วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือองค์กรชุมชนต่าง ๆ เข้ามามีบทบาทในการช่วยปิดช่องว่างการดูแลผู้สูงอายุที่มีประเด็นปัญหาที่แตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ โดยหนึ่งในองค์กรภาคประชาสังคมที่มีศักยภาพในการเข้ามาช่วยแก้ไขและดูแลปัญหาที่เกี่ยวข้องกับสังคมสูงวัย คือ วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกิจที่ไม่แสวงหากำไรสูงสุดให้แก่ผู้ประกอบการ แต่มีเป้าหมายหลักในการนำกำไรไปช่วยดูแลสังคมให้ดียิ่งขึ้น โดยการดำเนินการของธุรกิจประเภทนี้มีความยั่งยืนในการดำเนินงานมากกว่าองค์กรรูปแบบอื่น เนื่องจากเงินสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินการมาจากรายได้ของกิจการเป็นหลัก ไม่ได้อาศัยการรับเงินบริจาค ทำให้สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งส่วนใหญ่ยังเกิดขึ้นจากความร่วมมือของคนในพื้นที่ ทำให้มีความเข้าใจในปัญหาและสามารถแก้ไขได้อย่างตรงจุดมากขึ้น โดยปัจจุบันมี SE ที่ดำเนินการอยู่กว่า 323 แห่ง โดยมีตัวอย่าง SE ที่ดำเนินการแก้ปัญหาผู้สูงอายุในประเด็นต่าง ๆ อาทิ

แผนภาพ 17 จำนวนผู้สูงอายุที่ต้องการทำงาน



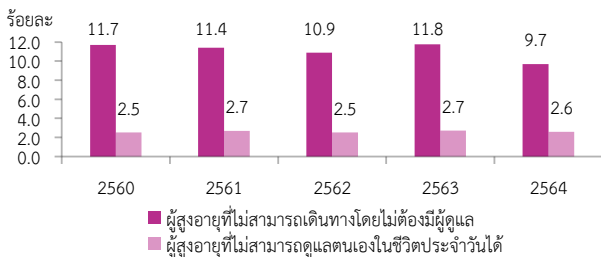
ที่มา: การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564
สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ด้านการจ้างงาน โดยในปี 2564 ผู้สูงอายุกว่าร้อยละ 34.7

ยังคงทำงานอยู่ แต่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ ทำให้ส่วนหนึ่งยังขาดหลักประกันสำหรับชีวิตหลังเกษียณ อีกทั้งยังมีผู้สูงอายุอีกกว่า 1 แสนคนที่ยังต้องการทำงาน แต่ไม่สามารถหางานได้ ซึ่งชุมชนเป็น SE ที่อยู่ภายใต้บริษัท อีอีที วอช แอนด์ ดราย จำกัด (ผู้ให้บริการร้านสะดวกซักแบบหยอดเหรียญ) ได้เห็นโอกาสและให้ความสำคัญกับการสร้างรายได้และสร้างคุณค่าในตัวเองของผู้สูงอายุ

ที่ยังมีแรงกาย แรงใจ และยังสามารถทำงานได้ จึงเปิดบริการ “ฝากซัก อบ พับ กับป้าชุมชน” โดยจ้างงานผู้สูงอายุหญิงในพื้นที่ให้ทำหน้าที่ดูแลเครื่องซักและเครื่องอบผ้า ให้คำแนะนำแก่ลูกค้า รวมทั้งให้บริการพับผ้า ซึ่งจะได้รับค่าตอบแทนเป็นเงินเดือนพร้อมกับสิทธิประกันสังคม โดยปัจจุบันได้ดำเนินการไปแล้ว 11 สาขา และมีเป้าหมายที่จะขยายการดำเนินการให้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม ยังมีข้อจำกัดจากปริมาณการใช้บริการของลูกค้า ที่ทำให้รายได้และกำไรของจุดบริการอาจยังไม่เพียงพอสำหรับการจ้างงานผู้สูงอายุหรือการขยายสาขาเพิ่มขึ้น

แผนภาพ 18 สัดส่วนผู้สูงอายุ จำแนกตามความสามารถในการดูแล ตนเอง



ที่มา: การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

ด้านสุขภาพ เนื่องจากการเข้าสู่วัยสูงอายุมัก

มาพร้อมกับการเสื่อมถอยของร่างกายและการเจ็บป่วยที่มากขึ้น ขณะที่สามารถดูแลตนเองได้น้อยลง โดยผู้สูงอายุกว่า 1.6 ล้านคน ไม่สามารถเดินทางโดยไม่ต้องมีผู้ดูแล ซึ่งในจำนวนนี้มี 4.5 แสนคน ที่ไม่สามารถดูแลตนเองในชีวิตประจำวันได้ ทำให้ผู้สูงอายุมีความจำเป็นที่จะต้องได้รับการดูแลที่มากกว่าคน

ช่วงวัยอื่น ๆ อย่างไรก็ตาม ลูกหลานบางส่วนอาจมีความไม่สะดวกหรือไม่พร้อมในการดูแลผู้สูงอายุ ซึ่ง SE ที่เข้ามา มีบทบาทในการปิดช่องว่างด้านนี้คือ **Buddy homecare** ซึ่งเป็นบริการดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน โดยจัดส่งพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมในหลักสูตรการดูแลผู้สูงอายุโดยเฉพาะ (Caregivers) มาอยู่เป็นเพื่อนผู้สูงอายุ รวมถึงช่วยดูแลด้านสุขภาพ สำหรับผู้สูงอายุที่ต้องการการดูแลในระยะพักฟื้น หรือรักษาอาการเจ็บป่วย/ดูแลสุขภาพเพื่อให้อยู่นานที่สุด ซึ่งบริการดูแลมีทั้งรูปแบบรายวันและรายเดือน เพื่อตอบโจทย์ความต้องการของลูกหลานในการหาผู้มาดูแลผู้สูงอายุแทน ซึ่งนอกจากจะเข้ามาดูแลผู้สูงอายุและลดภาระของลูกหลานแล้ว ยังมีการนำกำไรที่ได้จากการให้บริการดังกล่าวและเงินบริจาค ไปช่วยดูแลผู้สูงอายุที่ยากไร้ในพื้นที่ ผ่านโครงการ “ADOPT A GRANNY ปันสุขผู้สูงวัย” อีกด้วย ทั้งนี้ การสร้างความไว้วางใจแก่ครอบครัวผู้สูงอายุในการส่งพนักงานเข้าไปดูแล และการมีบุคลากรสนับสนุนที่เพียงพอ ยังเป็นข้อจำกัดของ Buddy homecare ซึ่งส่งผลต่อความสามารถในการขยายผลการดำเนินงานด้วย

นอกจากนี้ ยังมี **เยือนเย็น** ซึ่งเป็นบริการทางเลือกที่เข้ามาเติมเต็มการดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะป่วยระยะสุดท้าย ที่ต้องการใช้ชีวิตในบ้านของตนเองและต้องการหลีกเลี่ยงความเจ็บปวดที่เกิดขึ้นจากการรักษาตามขั้นตอนของโรงพยาบาล อาทิ การผ่าตัด การใช้เคมีบำบัด การฉีดยา โดยเยือนเย็นจะมีการวางแผนการดูแลผู้ป่วยร่วมกับครอบครัวและรับฟังความต้องการของผู้ป่วยเป็นหลัก รวมถึงให้คำปรึกษา แนะนำวิธีการใช้ยาต่าง ๆ ตลอดจนจัดหาสิ่งของเครื่องใช้ที่จำเป็นต่อการดูแล อีกทั้งยังมีการติดตามอย่างต่อเนื่องทั้งการเข้าไปเยี่ยมเยียนเมื่อผู้ป่วยต้องการหรือมีเหตุอันควร หรือการติดตามผ่าน LINE ที่ทำให้สามารถติดตามและให้คำปรึกษาได้อย่างใกล้ชิดและทันทั่วทั้ง อย่างไรก็ตาม เยือนเย็นมีรายได้สำหรับการดำเนินการมาจากครอบครัวผู้ป่วยที่จ่ายให้ตามกำลังทรัพย์ และเงินบริจาคจากองค์กร/ภาคประชาชนทั่วไปที่ให้ความสนใจและเห็นความสำคัญ อีกทั้งยังมีความท้าทายในการสร้างความเชื่อมั่นในการรักษา และทำให้ญาติและครอบครัวเคารพการตัดสินใจของผู้ป่วยที่เลือกการรักษาวิธีนี้ ซึ่งถือเป็นข้อจำกัดในการขยายให้บริการผู้ป่วยระยะสุดท้ายที่ต้องการใช้ชีวิตในช่วงสุดท้ายที่บ้านของตนเอง

ด้านจิตใจ ผู้สูงอายุส่วนใหญ่มักได้รับผลกระทบทางด้านจิตใจจากการอยู่อย่างโดดเดี่ยว ไม่มีการทำกิจกรรมต่าง ๆ ดังเช่นในอดีต โดยผลการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ

พบว่า ผู้สูงอายุร้อยละ 35.5 มีความสุขอยู่ในระดับปานกลางและน้อย ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากการขาดกิจกรรมและบทบาททางสังคม ซึ่ง Younghappy ได้เข้ามามีส่วนช่วยในการแก้ปัญหาดังกล่าวโดยเชื่อมโยงผู้สูงอายุให้เกิดเป็นคอมมูนิตี้ มีการสร้างพื้นที่ให้ผู้สูงอายุได้ทำกิจกรรมร่วมกัน มีการแบ่งปันความรู้และประสบการณ์ และเพิ่มพูนทักษะความสามารถ ซึ่งรูปแบบการจัดกิจกรรมมีทั้งกิจกรรมนอกสถานที่และออนไลน์บนแอปพลิเคชัน “Younghappy” ที่เปิดโอกาสให้กับผู้สูงอายุในพื้นที่ต่าง ๆ หรือผู้สูงอายุที่มีความไม่สะดวกในการเดินทางให้สามารถเข้าร่วมได้ อีกทั้งยังมีกิจกรรมและหลักสูตรอบรมที่ไม่มีค่าใช้จ่าย ทำให้ผู้สูงอายุที่มีกำลังทรัพย์ไม่มากนักเข้าถึงได้อีกด้วย โดยปัจจุบัน

แผนภาพ 19 ร้อยละของผู้สูงอายุ จำแนกตามระดับความสุข



ที่มา: การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

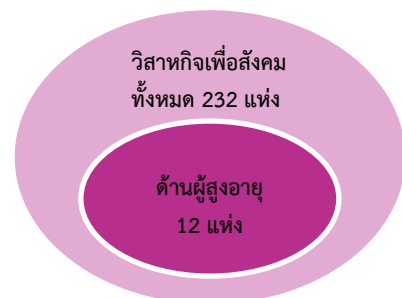
ความท้าทายในการสร้างความเชื่อใจให้แก่ผู้สูงอายุ เนื่องจากผู้สูงอายุในปัจจุบันมักมีความกังวลเรื่องการหลอกลวงของกลุ่มมิจฉาชีพ ซึ่งต้องมีการทำความเข้าใจและปรับวิธีการทำงาน

จากตัวอย่างข้างต้น จะเห็นได้ว่า SE เข้ามามีส่วนช่วยแก้ไขปัญหาคือตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุได้ในหลายด้าน อย่างไรก็ตาม จำนวน SE ที่ดำเนินการด้านผู้สูงอายุยังมีไม่มากนัก ส่วนใหญ่เป็น SE ที่เน้นในด้านการเกษตร และการผลิตสินค้า อีกทั้งยังพบว่าการดำเนินการของ SE แต่ละแห่งยังมีข้อจำกัดในการดำเนินการ ซึ่งต้องมีการสร้างความเข้มแข็งต่อไป โดยปัจจุบันประเทศไทยมีพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ SE มีการขยายตัวและมีขีดความสามารถในการแข่งขันมากขึ้น และมีคณะกรรมการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม และ

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม (สวส.) เป็นกลไกในการกำหนดแนวทางส่งเสริม SE ซึ่ง (ร่าง) แผนปฏิบัติการด้านการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคมแห่งชาติ พ.ศ. 2566 – 2570 มีจุดเน้นในการส่งเสริมผู้ประกอบการ SE ให้ได้รับการอบรมและพัฒนาศักยภาพ รวมถึงการเข้าสู่สิทธิประโยชน์ต่าง ๆ อาทิ การใช้ประโยชน์กองทุนวิสาหกิจเพื่อสังคม สิทธิประโยชน์ด้านภาษีสำหรับ SE ที่จดทะเบียนและผู้ลงทุนสิทธิประโยชน์ตามมาตราการจัดซื้อจัดจ้างและบริหารพัสดุภาครัฐ สิทธิประโยชน์ด้านการระดมทุน อีกทั้งยังมีสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ จากภาครัฐ การส่งเสริมด้านการตลาด ผลิตภัณฑ์นวัตกรรม และเทคโนโลยี ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะทางการส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม ที่จัดทำขึ้นโดย OECD¹⁵ อย่างไรก็ตาม ยังมีบางประเด็นที่ต้องดำเนินการเพิ่มเติม คือ

การสร้างสภาพแวดล้อมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมใหม่ ต้องให้ความสำคัญกับ 1) การศึกษาวิจัยและจัดทำชุดองค์ความรู้ โดยอาจต้องมีการถอดบทเรียนการดำเนินงานของ SE ที่ประสบผลสำเร็จและล้มเหลวประเภทต่าง ๆ

แผนภาพ 20 จำนวนวิสาหกิจเพื่อสังคมด้านผู้สูงอายุที่จดทะเบียนตาม พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562



หมายเหตุ: ข้อมูล ณ วันที่ 27 เมษายน 2566

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม

¹⁵ UNECE, (2557), SOCIAL ENTERPRISES: WHAT CAN POLICIES DO TO SUPPORT THEM? สืบค้นได้จาก https://unece.org/fileadmin/DAM/ceci/documents/KBD_Newsletter/Issue_4/Noya_OECD.pdf

และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้แก่ประชาชนและผู้ประกอบการ เพื่อเป็นแนวทางให้ SE อื่น ๆ ได้ศึกษาปัจจัยความสำเร็จ ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางแก้ไข ซึ่งจะเป็นประโยชน์ให้หน่วยงานผู้รับผิดชอบสามารถนำมาจัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาตัวชี้วัดเพื่อใช้จัดทำมาตรการส่งเสริม SE ในอนาคตได้อีกด้วย นอกจากนี้ ควรมีการจัดทำประเด็นเชิงสังคมด้านต่าง ๆ ที่หน่วยงานภาครัฐยังดำเนินงานได้ไม่ครอบคลุมหรือต้องการพลังหนุนเสริมจากภาคส่วนอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา 2) **การสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจรูปแบบ SE** ซึ่งควรมีการสนับสนุนในเชิงรุกให้สอดคล้องกับประเด็นที่จะดำเนินการ เช่น ประเด็นผู้สูงอายุ ประเด็นการดูแลผู้พิการ เป็นต้น โดยให้การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ทั้งการสนับสนุนเงินทุน/ประสานแหล่งเงินทุน การอบรมให้ความรู้ที่จำเป็นต่อการดำเนินกิจการ ซึ่งควรมีการจัดทำฐานข้อมูลเพื่อเป็นข้อมูลใช้ในการขยายผลต่อไป และ 3) **การส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและการเข้าถึงแหล่งทุนของ SE** ซึ่งอาจต้องเริ่มตั้งแต่การสร้าง ความเข้าใจของคนในสังคมและผู้ลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจรูปแบบ SE ที่เป็นกลไกหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ปัญหาสังคม เพื่อให้เกิดความสนใจและเห็นถึงความสำคัญ อีกทั้งยังต้องประชาสัมพันธ์ถึงสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษีสำหรับผู้ลงทุนใน SE และสำหรับประชาชนที่บริจาคเข้ากองทุนฯ ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง เพื่อให้เกิดการลงทุนในด้านนี้มากขึ้น จากนั้นควรมีการจัดเวทีเพื่อจับคู่ผู้ลงทุนเข้ากับ SE หรือสร้างรูปแบบการระดมทุน (Crowdfunding) ใหม่ ๆ ให้ความหลากหลาย รวมถึงประชาสัมพันธ์กองทุนฯ ให้ผู้ประกอบการทราบ เพื่อเป็นช่องทางในการจัดตั้ง ปรับปรุง และยกระดับกิจการ

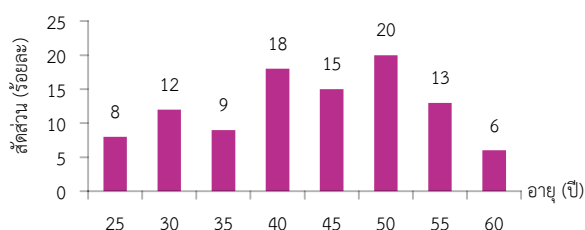
การสร้างความแข็งแกร่งให้กับวิสาหกิจเพื่อสังคมเดิม โดย 1) **การพัฒนาองค์ความรู้และการเสริมสร้างทักษะ** เนื่องจากผู้ประกอบการ SE ส่วนใหญ่มีความสนใจในการทำงานเพื่อสังคมแต่ยังขาดทักษะการบริหารธุรกิจ จึงควรมีการรวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้ รวมถึงฝึกอบรมพัฒนาทักษะให้แก่ SE อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถดำเนินกิจการพร้อมทั้งพัฒนาขีดความสามารถของธุรกิจให้เพิ่มขึ้น โดยอาจอาศัยกลไกของ สวส. สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม (SE Thailand) และสถาบันการศึกษา อีกทั้งยังอาจจัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาร่วมกัน 2) **การสร้างเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ SE ต่อสังคม** ซึ่งการมีเกณฑ์มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ จะช่วยให้ประชาชนที่สนใจใช้บริการของ SE มีความไว้วางใจและเชื่อมั่นมากขึ้น อีกทั้งการเชื่อมโยงการดำเนินการของ SE เข้ากับการบริการภาครัฐ หรือการยกย่อง/ให้รางวัลแก่ SE ที่มีคุณภาพ ถือเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถสร้างการยอมรับของสังคมได้เช่นกัน และ 3) **การส่งเสริมการเข้าถึงตลาด** เนื่องจาก SE เป็นธุรกิจมุ่งเน้นการแก้ปัญหาสังคม ไม่เน้นการสร้างกำไร ทำให้แข่งขันได้ยาก และมักรับรู้ในวงจำกัด จึงต้องมีการส่งเสริมให้เข้าถึงตลาดมากขึ้น โดยการจัดการประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการให้กับประชาชนทั่วไปได้รับทราบ รวมทั้งส่งเสริมการจับคู่หรือสร้างความร่วมมือทางธุรกิจโดยเฉพาะกับธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อให้การช่วยเหลือ ผลักดันและเปิดโอกาสให้ SE เข้าถึงตลาดและมีกำไรที่จะนำไปใช้ในการทำงานเพื่อสังคมได้มากยิ่งขึ้น

การออมที่ไม่ใช่ตัวเงิน : ทางเลือกในการสร้างรายได้ในอนาคต

การออมที่ไม่ใช่ตัวเงิน อาทิ การออมในรูปแบบการปลูกไม้ยืนต้น และการเลี้ยงสัตว์ ถือเป็นทางเลือกหนึ่งในการสร้างหลักประกันทางด้านรายได้ให้กับประชาชน โดยเฉพาะกลุ่มเกษตรกรที่มีรายได้น้อย แต่การจะส่งเสริมให้ประสบความสำเร็จต้องมีการปรับกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน และมีมาตรการโดยอาศัยกลไกความร่วมมือของคนในชุมชน รวมทั้งการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐขยายผลอย่างเป็นรูปธรรม

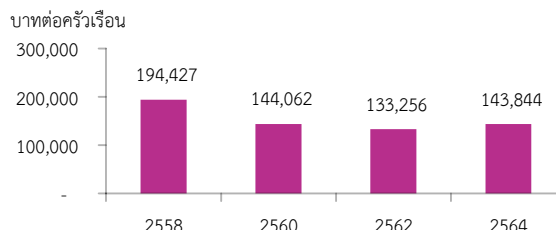
การออมเป็นการสะสมเงินหรือทรัพย์สินไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาทิ ใช้ซื้อสิ่งที่ต้องการ ใช้ในยามฉุกเฉิน และใช้ยามเกษียณหรือมีเหตุให้ต้องหยุดทำงาน ทำให้การออมเป็นสิ่งสำคัญที่รัฐให้การส่งเสริมมาอย่างต่อเนื่อง จากข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนในปี 2564 พบว่า ครัวเรือนไทยถึงร้อยละ 72 มีการออมเงิน แต่มูลค่าการออมกลับไม่สูงนัก และมีแนวโน้มลดลง โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 143,844 บาทต่อครัวเรือน ลดลงจากปี 2558 ที่มีมูลค่า 194,427 บาท ขณะเดียวกันช่วงเวลาที่คนไทยเก็บออมยังค่อนข้างช้า กล่าวคือ คนไทยเริ่มวางแผนการออมที่อายุ 42 ปี และทำให้ครัวเรือนไทยกว่าร้อยละ 86 มีเงินออมในจำนวนที่ไม่เพียงพอต่อการใช้จ่ายในระยะเวลา 1 ปี หากต้องหยุดทำงาน ตลอดจนไม่เพียงพอที่จะนำมาใช้จ่ายในยามเกษียณ โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้น้อย¹⁶ ที่มีมูลค่าการออมเฉลี่ยในปี 2564 เพียง 38,097 บาทต่อครัวเรือนต่ำกว่าครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลาง 1 เท่า และต่ำกว่าครัวเรือนที่มีรายได้สูงถึง 10 เท่า โดยกลุ่มนี้มีเงินออมต่ำส่วนหนึ่งเพราะส่วนใหญ่ทำอาชีพเกษตรกรรมซึ่งมีรายได้ที่ไม่แน่นอน ขึ้นกับฤดูกาล และราคาสินค้าที่มีความผันผวน ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการออมเงินของคนกลุ่มนี้ ขณะเดียวกันยังเป็นกลุ่มที่ขาดหลักประกันด้านรายได้หลังเกษียณจากการเป็นแรงงานนอกระบบ โดยเมื่อเกษียณอายุจะได้รับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุเพียงอย่างเดียวเท่านั้น

แผนภาพ 21 สัดส่วนของคนไทยที่เริ่มวางแผนการออมในแต่ละช่วงอายุ



ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

แผนภาพ 22 มูลค่าการออมเฉลี่ยของครัวเรือนไทย



ที่มา: การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี 2558 - 2564

จะเห็นได้ว่า เกษตรกรผู้มีรายได้น้อยนอกจากมีอุปสรรคในการออมจากการมีรายได้ไม่แน่นอนแล้วยังขาดหลักประกันด้านรายได้หลังเกษียณอีกด้วย ซึ่งปัจจุบันมีแนวทางที่สามารถแก้ปัญหาดังกล่าวได้ โดยการส่งเสริมการออมทางเลือก ซึ่งเป็นการออมในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน อาทิ การออมในรูปแบบของไม้ยืนต้น และการเลี้ยงสัตว์ กล่าวคือ

¹⁶ ครัวเรือนในกลุ่ม bottom 40 คือ กลุ่มประชากรร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำที่สุด

การออมทรัพย์ในรูปแบบของการปลูกไม้ยืนต้น ซึ่งเป็นการปลูกต้นไม้ ทั้งไม้เศรษฐกิจ และไม้พันธุ์ท้องถิ่น ในพื้นที่ของตนเอง ทั้งในบริเวณที่อยู่อาศัย หรือในพื้นที่เหลือที่ไม่ได้ทำการเกษตร โดยไม่ต้องมีการดูแลเป็นพิเศษ ซึ่งการออมไม้ยืนต้นมีจุดเริ่มต้นที่ชัดเจนในช่วงปี 2547 - 2548 โดยสภาผู้นำชุมชนแห่งชาติ (ปัจจุบันคือสภาองค์กรชุมชน) ได้เสนอแนวคิดเรื่องปลูกต้นไม้ใช้หนี้ต่อรัฐบาลในขณะนั้น เพื่อแก้ปัญหาหนี้สินให้เกษตรกร โดยให้เกษตรกร นำต้นไม้ที่ตนเองปลูกไปเป็นทรัพย์สินเพื่อค้ำประกันเงินกู้หรือชำระหนี้สินให้แก่ธนาคาร ซึ่งแนวคิดดังกล่าว ถูกพัฒนาต่อยอดโดยธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธกส.) ที่ได้จัดทำโครงการธนาคารต้นไม้ขึ้น ในปี 2549 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนปลูกต้นไม้ตามแนวพระราชดำริ ปลูกป่า 3 อย่าง ประโยชน์ 4 อย่าง ซึ่งปัจจุบันมีเกษตรกรเข้าร่วมและปลูกไม้ยืนต้นกว่า 12 ล้านต้น ต่อมาในปี 2560 คณะกรรมการปฏิรูปประเทศด้านสังคม ได้นำเรื่องการปลูกต้นไม้ยืนต้นมูลค่าสูงมาเป็นประเด็นปฏิรูปในการสร้างเสริมชุมชนเข้มแข็ง และทำให้ในปี 2562 รัฐบาลจึงได้จัดทำโครงการชุมชนไม่มีค่า ควบคู่กับการปลดล็อกกฎหมายไม้หวงห้ามและไม้หายาก จำนวน 171 ชนิด ให้สามารถปลูกและตัดขายสร้างรายได้ให้กับผู้ปลูกได้อย่างเสรี รวมทั้งกำหนดให้ไม้มีค่า 58 ชนิด ที่ปลูกบนที่ดินที่มีกรรมสิทธิ์สามารถใช้เป็นหลักประกันธุรกิจและค้ำประกันสินเชื่อได้ตามกฎหมาย ทั้งนี้ การปลูกไม้มีค่าเป็นการออมที่ใช้เงินต้นต่ำ แต่ให้ผลตอบแทนสูง โดยต้นทุนเกิดจากค่าแรง และค่าพันธุ์พืชซึ่งปัจจุบันกระทรวงเกษตรมีการแจกพันธุ์พืชเศรษฐกิจฟรีให้กับประชาชนอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้นทุนส่วนใหญ่อยู่ที่ค่าแรงเท่านั้น ซึ่งเมื่อประเมินเป็นผลตอบแทน จากการศึกษาของ ประกาศิต มหาสิงห์ เรื่อง รูปแบบการออมโดยการปลูกไม้ป่าผสมบนพื้นที่ขนาดเล็กสำหรับเกษตรกร ภาคเหนือตอนบน (พื้นที่ย่อยที่ 1) ของประเทศไทย พบว่า การปลูกไม้ยืนต้นให้ผลตอบแทนสูงกว่าดอกเบี้ยยเงินฝากหลายเท่าตัวโดยมีอัตราผลตอบแทนถึงร้อยละ 17.90 ต่อปี

ธนาคารต้นไม้ บ้านถ้ำเสือ

บ้านถ้ำเสือเป็นชุมชนขนาดเล็ก เหนือเขื่อนแก่งกระจาน จ.เพชรบุรี มีการจัดตั้งธนาคารต้นไม้ ที่เกิดขึ้นจากความร่วมมือร่วมใจที่เข้มแข็งของชุมชนในพื้นที่ โดยมีเป้าหมายเพื่อฟื้นฟูผืนป่าสร้างความตระหนักให้ชุมชนเห็นคุณค่าของต้นไม้ และสามารถใช้เป็นหลักประกันเงินกู้ ช่วยบรรเทาปัญหาหนี้สินของเกษตรกรในพื้นที่ บ้านถ้ำเสือได้ โดยเน้นการปลูกต้นไม้สายพันธุ์เดิมที่เคยปลูกในพื้นที่ เช่น สัก ตะเคียนทอง พยุง ยางนา มะค่าโมง ประดู่ เป็นต้น โดยเมื่อต้นไม้มีอายุ 4 - 5 ปีขึ้นไป มีความสูงอย่างน้อย 1.30 เมตร และเส้นรอบวง 3 เซนติเมตรขึ้นไป จะสามารถนำมาขึ้นทะเบียนเป็นไม้ประกันการกู้ยืมได้ที่ผ่านมา มีผู้ที่เข้าร่วมโครงการธนาคารต้นไม้ และใช้ต้นไม้เป็นประกันเงินกู้แล้ว จำนวนเกือบ 200 ต้น คิดเป็นวงเงินกู้กว่า 3 ล้านบาท โดยต้นไม้เหล่านี้ถือเป็นทรัพย์สินของทางธนาคาร ผู้ยืมจะต้องดูแลไม่ตัดต้นไม้ที่ใช้ประกันเงินกู้ ทั้งนี้ ในพื้นที่ชุมชนถ้ำเสือ ยังไม่เคยเกิดเหตุการณ์ลักลอบตัดต้นไม้ที่ใช้ประกันเงินกู้ เนื่องจากมีกฎระเบียบและบทลงโทษที่ชุมชนรับรู้ร่วมกัน



ที่มา: <https://www.salika.co/2022/09/08/tree-bank-to-community-tourism-model-at-tamsua/>

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะให้ผลตอบแทนสูง และสร้างประโยชน์ได้เป็นจำนวนมาก แต่การปลูกไม้ยืนต้นยังมีอุปสรรคที่สำคัญ คือ การขาดแรงจูงใจและกฎระเบียบที่ยังไม่เอื้ออำนวย อาทิ พระราชบัญญัติเลื่อยโซยนต์ พ.ศ. 2545 ที่กำหนดว่าห้ามเคลื่อนย้ายเลื่อยโซยนต์ข้ามเขต รวมถึงมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 25 มกราคม 2537

ที่กำหนดให้สามารถตั้งโรงงานแปรรูปไม้ได้เฉพาะไม้ 13 ชนิด และไม้ยางพาราเท่านั้น นอกจากนี้การใช้ไม้มีค่าทางเศรษฐกิจเป็นหลักทรัพยากรค่าประกันทางธุรกิจยังมีไม่มากเท่าที่ควร เนื่องจากการที่ยังขาดหลักเกณฑ์กลางในการประเมินราคาต้นไม้และการติดตามตรวจสอบสภาพต้นไม้ในช่วงการให้สินเชื่อ ทำให้ปัจจุบันมีเพียง ธนาคารของรัฐ ได้แก่ ธ.ก.ส. ธนาคารกรุงไทย และไฟโไฟแนนซ์ ที่ยอมรับการนำต้นไม้มาค้ำประกันเงินกู้ได้เท่านั้น

ด้านการออมทรัพย์ในรูปแบบของการเลี้ยงสัตว์ อาทิ การเลี้ยงโค กระบือ สุกร ไก่ ปลา ซึ่งการเลี้ยงสัตว์ถือเป็นวิถีชีวิตของเกษตรกรและประชาชนในชนบทที่เปรียบเสมือนการเก็บออมทรัพย์ของชาวบ้าน โดยรูปแบบการเลี้ยงสัตว์เป็นลักษณะของการปล่อยให้สัตว์หากินตามธรรมชาติ หรือให้อาหารจากสิ่งที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน โดยการออมแบบปศุสัตว์ อาทิ โค/กระบือ ที่มีอายุ 5 ปีขึ้นไป ถือเป็นอายุที่สามารถขายได้ประมาณ 25,000 - 50,000 บาทต่อตัว ขึ้นอยู่กับขนาดตัวและราคาตลาดในแต่ละปี ส่วนต้นทุนการเลี้ยงโค/กระบือไม่สูงมาก สามารถปล่อยให้หากินตามธรรมชาติได้ นอกจากนี้ ยังมีประโยชน์อื่น อาทิ ช่วยในการเตรียมพื้นที่สำหรับเพาะปลูก ช่วยกำจัดวัชพืช ใช้มูลเป็นปุ๋ย หรือเก็บมูลไปขาย ซึ่งเปรียบเสมือนได้ดอกเบี้ยจากการออมเงินอีกด้วย ขณะที่การเลี้ยงสุกร ซึ่งถือเป็นสัตว์เศรษฐกิจที่ได้รับความนิยมเช่นกัน เนื่องจากเนื้อสุกรเป็นวัตถุดิบหลักในการทำอาหาร อีกทั้งเป็นส่วนประกอบสำคัญของประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ในชุมชน ซึ่งต้นทุนการเลี้ยงค่อนข้างต่ำ โดยใช้รำข้าว ปลายข้าว และเศษอาหารที่เหลือจากการบริโภคในครัวเรือน และเมื่อสุกรเติบโตจนอายุประมาณ 1 ปี ก็โตพอที่จะขายส่งตลาดได้ ในราคาตัวละ 8,000 - 9,000 บาท โดยหากรวมมูลค่าของปศุสัตว์ไว้เป็นเงินออมของครัวเรือน เฉพาะครัวเรือนผู้มีรายได้น้อยจากข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน ปี 2564 พบว่า มูลค่าการออมของครัวเรือนเหล่านี้เพิ่มขึ้นจาก 38,097 บาทต่อครัวเรือน เป็น 49,865 บาทต่อครัวเรือน อย่างไรก็ตาม การเลี้ยงสัตว์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการออมยังไม่ได้มีการยอมรับมากนัก ส่วนใหญ่จะเน้นเพื่อการขายและการบริโภคในครัวเรือนเป็นหลัก ขณะเดียวกัน การเลี้ยงสัตว์จำเป็นต้องมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรม และโรคในสัตว์ชนิดนั้น ๆ ซึ่งอาจขาดทุนในกรณีที่เกิดโรคระบาด

การเลี้ยงสัตว์อย่างยั่งยืนของชุมชนบ้านแม่ละนา

บ้านแม่ละนา จังหวัดแม่ฮ่องสอน เป็นชุมชนเก่าแก่ของชาวไทยใหญ่ ชาวบ้านมีอาชีพทำการเกษตรทั้งปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์ เช่น ไก่ เป็ด โค กระบือ สุกร โดยมีรูปแบบการเลี้ยงสัตว์จะปล่อยให้หากินตามธรรมชาติ ยกเว้นหมูที่จะทำคอกขังไว้ สัตว์เหล่านี้ เปรียบเสมือนธนาคารออมทรัพย์ของชาวบ้าน เป็นแหล่งสำรองอาหาร เพื่อใช้ในกิจกรรมตามประเพณีและพิธีกรรมต่าง ๆ ตลอดจนการขายสร้างรายได้ ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายและภาระหนี้สินของครัวเรือนได้ โดยช่องทางการขายมี 2 ช่องทาง ได้แก่ พ่อค้ามารับซื้อโดยตรงถึงที่ และการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง โดยราคาขายสัตว์เลี้ยงของชุมชนแม่ละนา พบว่า โค (ขึ้นอยู่กับขนาด) ราคาขาย 12,000 - 25,000 บาท/ตัว กระบือ (ขึ้นอยู่กับขนาด) ราคาขาย 38,000 - 50,000 บาท/ตัว สุกรใหญ่ เฉลี่ย 8,500 บาท/ตัว (ขึ้นอยู่กับอายุ) ทั้งนี้ ชาวบ้านจะมีการกำหนดกฎกติการ่วมกันของกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์บ้านแม่ละนา บนพื้นฐานความสมัครใจและเต็มใจ



ที่มา: องค์ความรู้ตำบลรูปธรรม การจัดการระบบการเลี้ยงสัตว์อย่างยั่งยืนบ้านแม่ละนา ตำบลปางมะผ้า จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยสถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน

จะเห็นได้ว่า การออมที่ไม่ใช้ตัวเงินที่กล่าวมาข้างต้น เป็นทางเลือกหนึ่งที่มีประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจ โดยเฉพาะครัวเรือนผู้มีรายได้น้อยภาคเกษตรกรรมที่มีความพร้อมในด้านพื้นที่ และมีประสบการณ์ในการทำเกษตรและปศุสัตว์ ซึ่งมีต้นทุนต่ำ และสามารถนำมาใช้เป็นหลักทรัพย์ค้ำประกัน รวมทั้งเป็นหลักประกันทางด้านรายได้ให้กับครอบครัว อีกทั้ง หากมีความชัดเจนในการตลาดคาร์บอนเครดิตยังเป็นอีกช่องทางที่ช่วยให้เกษตรกรมีรายได้จากการขายเครดิตได้อีกด้วย จากประโยชน์หลายประการข้างต้น ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของการออมในรูปแบบนี้ซึ่งควรต้องได้รับการส่งเสริม และขยายผลให้มากขึ้น โดยการประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรเห็นถึงประโยชน์ และส่งเสริมการดำเนินการดังกล่าว โดยอาศัยกลไกความร่วมมือของคนในชุมชน รวมทั้งการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ อาทิ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ธนาคาร และองค์กรพัฒนาชุมชน เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้คำปรึกษากับเกษตรกรในพื้นที่ รวมทั้งปรับปรุงกฎระเบียบให้สอดคล้องและไม่เป็นอุปสรรคต่อการออมรูปแบบนี้



“คุณธรรมในสังคมไทย”



คุณธรรมเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ แต่คุณธรรมในสังคมไทยกลับมีแนวโน้มลดลง และมีสภาพปัญหาที่แตกต่างกันตามพื้นที่ จึงต้องให้ความสำคัญกับการมีข้อมูลในระดับพื้นที่/จังหวัด รวมทั้งสนับสนุนให้มีการดำเนินการส่งเสริมคุณธรรมในระดับพื้นที่ สร้างระบบนิเวศคุณธรรม มีกลไกทางสังคมที่สนับสนุนให้คนดีถูกยกย่อง และพัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมคุณธรรมที่มีประสิทธิภาพและตรงกลุ่มเป้าหมาย

การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม ด้านความซื่อสัตย์ มีวินัย มีคุณธรรม และจริยธรรม เป็นรากฐานที่สำคัญต่อการเสริมสร้างและพัฒนาศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งประเทศไทยให้ความสำคัญและบรรจุไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ในด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนไทยให้เป็นคนดี คนเก่ง มีคุณภาพ และถ่ายทอดสู่แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ ในการปรับเปลี่ยนค่านิยมและวัฒนธรรม ที่มีเป้าหมายให้คนไทยมีคุณธรรม จริยธรรม ค่านิยมที่ดีงาม และมีความรักและภูมิใจในความเป็นไทยมากขึ้น รวมถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่กำหนดเป้าหมายให้คนไทยได้รับการพัฒนาอย่างเต็มศักยภาพในทุกช่วงวัย มีสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่ และมีคุณลักษณะตามบรรทัดฐานที่ดี อย่างไรก็ตาม แม้ไทยจะมีแนวทางและจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการยกระดับคุณธรรมจริยธรรม แต่หากพิจารณาจากคะแนนดัชนีการรับรู้การทุจริต (Corruption Perceptions Index: CPI) ขององค์กรเพื่อความโปร่งใสนานาชาติ (Transparency International: TI) ในปี 2565 กลับพบว่าไทยถูกจัดอยู่ในอันดับที่ 101 ของโลก จาก 180 ประเทศ ซึ่งดีขึ้นจากปี 2564 แต่ยังคงอยู่ในอันดับที่ไม่ดีนัก โดยด้านที่ไทยมีคะแนนลดลง คือ ระดับการรับรู้ว่าการทุจริตเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสถาบันทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง และด้านเจ้าหน้าที่รัฐมีพฤติกรรมการใช้ตำแหน่งหน้าที่ในทางมิชอบ

อย่างไรก็ตาม ปัญหาการทุจริตและคอร์รัปชันเป็นเพียงมุมหนึ่งที่สะท้อนถึงระดับคุณธรรมของไทย แต่คุณธรรมยังสามารถวัดได้จากหลายด้าน ซึ่งศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) กำหนดมิติของคุณธรรมในสังคมไทยไว้ทั้งสิ้น 5 มิติ ได้แก่ 1) ความพอเพียง 2) ความมีวินัยรับผิดชอบ 3) ความกตัญญู 4) ความสุจริต และ 5) การมีจิตสาธารณะ โดยศูนย์คุณธรรมได้จัดทำดัชนีชี้วัดคุณธรรมเผยแพร่สู่สาธารณะขึ้นเป็นครั้งแรกในปี 2564 และดำเนินการต่อเนื่องมาจนถึงปี 2565 เพื่อประเมินสถานการณ์ด้านคุณธรรมในสังคมไทย

แผนภาพ 23 คะแนน CPI ของประเทศไทย และคะแนนด้านการทุจริตจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ



ที่มา: สำนักงานปปช.

ตาราง 12 ความหมาย/นิยาม แต่ละมิติขององค์ประกอบดัชนีคุณธรรม

มิติ	ความหมาย/นิยาม
ความพอเพียง	การดำเนินชีวิตผ่านกระบวนการคิดและการตัดสินใจอย่างรอบคอบด้วยความพอดี พอใจในสิ่งที่ตนเองมีอยู่ ไม่เบียดเบียน หรือทำให้ตนเองและผู้อื่นเดือดร้อน สามารถพึ่งพาตนเองได้ และเตรียมพร้อมรับผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นในอนาคตบนพื้นฐานของความคิด
ความมีวินัย รับผิดชอบ	การแสดงออกถึงการยอมรับและการประพฤติปฏิบัติตนตามบรรทัดฐานทางสังคมสามารถกำกับตนเองทั้งความคิดและการกระทำเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ และอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างปกติสุข มีความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานหรือดำเนินกิจกรรมใด ๆ ตามบทบาทหน้าที่ ยอมรับผลอันเกิดจากการกระทำของตนเอง และพร้อมที่จะปรับปรุงแก้ไขให้ดีขึ้น
ความกตัญญู	การแสดงออกถึงการสำนึก การเคารพนับถือ และการตอบแทนในความคิดที่ตนเองหรือสังคมโดยรวมได้รับประโยชน์ในทางที่ถูกต้องเหมาะสม ซึ่งเป็นการแสดงออกในทางที่ดีเมื่อมีโอกาส และจะต้องไม่ไปละเมิดสิทธิผู้อื่น ทำให้ผู้อื่นเดือดร้อน หรือได้รับผลกระทบในทางเสียหาย
ความสุจริต	การปฏิบัติต่อตนเองและผู้อื่นตามแนวทางที่ถูกต้อง กล่าวคือ ตรงไปตรงมา สำนึกรู้ รวมถึงปฏิเสธการกระทำที่ไม่ถูกต้อง อันจะก่อให้เกิดความเสียหาย
การมีจิตสาธารณะ	การตระหนักหรือการกระทำในสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น องค์กร และสังคมด้วยความสมัครใจ คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม เอาใจใส่ดูแลรักษาสาธารณสมบัติ และช่วยเหลือผู้อื่นด้วยความเต็มใจ

ที่มา: ศูนย์คุณธรรม

สถานการณ์คุณธรรมของคนไทย

จากข้อมูลของศูนย์คุณธรรมซึ่งทำการสำรวจสถานการณ์คุณธรรมในปี 2565 ที่เป็นการสำรวจครบทั้ง 3 ช่วงวัย เป็นครั้งแรกของประเทศ¹⁷ และคำนวณดัชนีคุณธรรมเป็นค่าเฉลี่ยของคุณธรรมด้านต่าง ๆ 5 ด้าน ได้แก่ ความพอเพียง ความมีวินัยรับผิดชอบต่อสังคม ความกตัญญู ความสุจริต และการมีจิตสาธารณะ พบว่า **คนไทยส่วนใหญ่มีคุณธรรมในระดับพอใช้** กล่าวคือ ร้อยละ 43.5 ของกลุ่มตัวอย่างมีคุณธรรมระดับพอใช้ อีกร้อยละ 36.9 มีคุณธรรมน้อยและควรปรับปรุง ที่เหลือร้อยละ 19.6 เป็นกลุ่มที่มีคุณธรรมในระดับมากถึงมากที่สุด โดย**คนไทยมีคุณธรรมในด้านความกตัญญูมากที่สุด และด้านที่ต่ำที่สุดคือความพอเพียง** ซึ่งกว่าร้อยละ 60 ของกลุ่มตัวอย่างมีคะแนนคุณธรรมด้านความกตัญญูในระดับมากถึงมากที่สุด และไม่เพียงแต่เป็นความกตัญญูต่อบิดามารดา หรือผู้มีพระคุณ แต่ยังรวมถึงการแสดงออกในทางที่ดี ไม่ละเมิดสิทธิผู้อื่น และทำให้ผู้อื่นเดือดร้อนอีกด้วย ขณะที่ร้อยละ 65.3ของกลุ่มตัวอย่างมีความพอเพียงในระดับน้อยถึงน้อยที่สุด และร้อยละ 51.1 มีคุณธรรมในด้านความสุจริตน้อยและควรปรับปรุง นอกจากนี้ **ระดับคุณธรรมของคนวัยแรงงานยังมีแนวโน้มลดลง** โดยกลุ่ม 25 - 40 ปี มีคะแนนเฉลี่ยลดลงจาก 4.63 ในปี 2564 เหลือ 4.40 ในปี 2565 และลดลงทุกด้านโดยเฉพาะวินัยรับผิดชอบต่อสังคมที่มีคะแนนลดลงเหลือเพียง 4.0 โดยประเด็นคุณธรรมที่มีคะแนนระดับน้อย คือ การยอมรับและปฏิบัติตนตามบรรทัดฐานของ

¹⁷ สืบจากตัวอย่างจำนวน 15,720 คน ทั่วประเทศ และแบ่งการสำรวจออกเป็น 3 ช่วงอายุ ได้แก่ 13 - 24 ปี 25 - 40 ปี และ 41 ปีขึ้นไป

แผนภาพ 24 สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามระดับของคุณธรรม



ที่มา: ข้อมูลการสำรวจสถานการณ์คนจรดด้วยตัวชี้วัดคนจรด คนยคนจรด

สัดส่วนผู้ที่มีคุณธรรมในแต่ละระดับ (ร้อยละ)	พอเพียง	วินัย รับผิดชอบ	กตัญญู	สุจริต	จิต สาธารณะ
ควรปรับปรุง	31.4	11.0	4.8	20.3	16.8
น้อย	33.9	28.7	11.8	30.8	29.6
พอใช้	22.5	33.7	20.9	29.8	28.2
มาก	8.8	20.5	31.8	13.6	15.3
มากที่สุด	3.4	6.1	30.7	5.4	10.1

มิติ	13 - 24 ปี	25 - 40 ปี	41 ปีขึ้นไป
พึ่งพิง	4.43	4.55	4.42
วิทยาลัยผลิตชอบ	4.77	4.77	5.12
กตัญญู	5.12	4.42	4.42
สัจจิต	4.42	4.42	4.42
จิตสาธารณะ	4.55	4.55	4.42

35

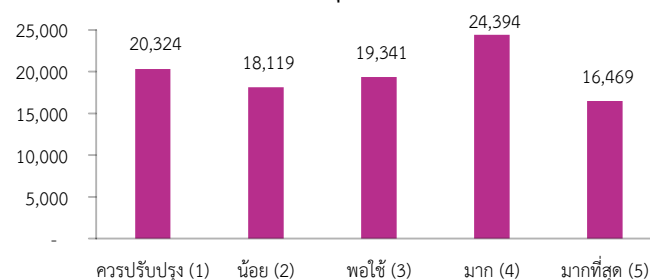
ในด้านจิตสาธารณะ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และภาคกลาง มีประเด็นปัญหาในด้านความสุจริต ความแตกต่างข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่าการแก้ไขปัญหาคุณธรรมในแต่ละพื้นที่จำเป็นต้องมีมาตรการที่แตกต่างกัน

ตาราง 14 ประเด็นเปราะบางของกลุ่มอายุ 25 – 40 ปี รายภาค

กลุ่มอายุ 25 – 40 ปี	ประเด็นเปราะบาง
ภาคเหนือ	จิตสาธารณะ
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	สุจริต
ภาคใต้	สุจริต
ภาคตะวันออก	พอเพียง
ภาคกลาง	สุจริต
ภาคตะวันตก	พอเพียง

ที่มา: ข้อมูลการสำรวจสถานการณ์คุณธรรมด้วยตัวชี้วัดคุณธรรม ศูนย์คุณธรรม

แผนภาพ 27 ระดับรายได้เฉลี่ยของคุณธรรมแต่ละระดับ



ที่มา: ข้อมูลการสำรวจสถานการณ์คุณธรรมด้วยตัวชี้วัดคุณธรรม ศูนย์คุณธรรม

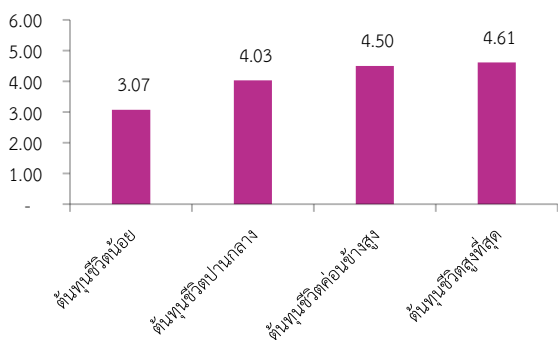
4. **คุณธรรมและรายได้ไม่สัมพันธ์กัน** เมื่อพิจารณากลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการจัดเก็บข้อมูลด้านรายได้ พบว่า กลุ่มที่มีระดับคุณธรรมในระดับมากที่สุดกลับมีค่าเฉลี่ยของรายได้ต่ำที่สุด ขณะที่กลุ่มที่มีคุณธรรมในระดับที่ควรปรับปรุง กลับมีค่าเฉลี่ยของรายได้สูงเป็นอันดับที่ 2 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า รายได้กับระดับคุณธรรมอาจไม่สัมพันธ์กัน

ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณธรรม พบว่า **ต้นทุนชีวิตอาจส่งผลต่อระดับคุณธรรม** จากการศึกษาของ Benson (2004) และ Scales and Roehlkepartain (2003) พบว่า สภาพแวดล้อมเป็นสิ่งที่สำคัญที่ส่งผลต่อการมีคุณธรรมจริยธรรมของบุคคล ซึ่งในกรณีของไทยจากข้อมูลของศูนย์คุณธรรม พบสถานการณ์ในทำนองเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อพิจารณาระดับคุณธรรมกับสภาพแวดล้อมที่สะท้อนจากต้นทุนชีวิต¹⁸ พบว่า ระดับต้นทุนชีวิตในภาพรวมอยู่ที่ 3.12 ซึ่งด้านที่สูงที่สุดอยู่ที่พลังครอบครัว และต่ำที่สุดคือพลังชุมชน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาระดับคะแนนคุณธรรมและต้นทุนชีวิต พบว่าผู้ที่มีต้นทุนชีวิตที่สูงจะมีคะแนนคุณธรรมสูงไปด้วย และคะแนนคุณธรรมจะเพิ่มขึ้นตามระดับต้นทุนชีวิตที่สูงขึ้น โดยกลุ่มที่มีต้นทุนชีวิตน้อย มีค่าเฉลี่ยคุณธรรมเพียง 3.07 หรืออยู่ในระดับควรปรับปรุง ขณะที่ผู้ที่มีต้นทุนชีวิตในระดับมากที่สุดมีคะแนนคุณธรรมเฉลี่ยสูงถึง 4.61 สะท้อนให้เห็นว่าการมีต้นทุนชีวิตอาจช่วยให้คนมีคุณธรรมจริยธรรมมากขึ้น ขณะที่ เมื่อพิจารณากลุ่มที่มีระดับคุณธรรมที่ควรปรับปรุง (ระดับต่ำที่สุด) พบว่า กลุ่มนี้มีค่าเฉลี่ยต่ำในทุกด้าน โดยเฉพาะพลังเพื่อนและกิจกรรมซึ่งเป็นการทำกิจกรรมร่วมกับกลุ่มเพื่อน ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สร้างประโยชน์ต่อชุมชนและสังคม เช่น การออกกำลังกาย เล่นกีฬา สันทนาการต่าง ๆ และพลังชุมชน ซึ่งเป็นสภาพของชุมชนที่ผู้คนอาศัยอยู่ร่วมกันอย่างเอื้ออาทร ช่วยเหลือกัน มีกิจกรรมร่วมกัน ทำให้รู้สึกถึงความอบอุ่นและปลอดภัย ซึ่งทุนทั้ง 2 มีคะแนนในระดับต่ำที่สุด

นอกจากนี้ หากพิจารณากลุ่มเด็กและเยาวชน (อายุ 13 - 24 ปี) ซึ่งจะเป็นกำลังแรงงานรุ่นใหม่ในอนาคต ยังพบว่า **ทุนชีวิตในด้านครอบครัวและชุมชนมีระดับที่ไม่สูงนัก** ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความอ่อนแอของสถาบันครอบครัวและชุมชน และเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการมีคุณธรรมในอนาคต

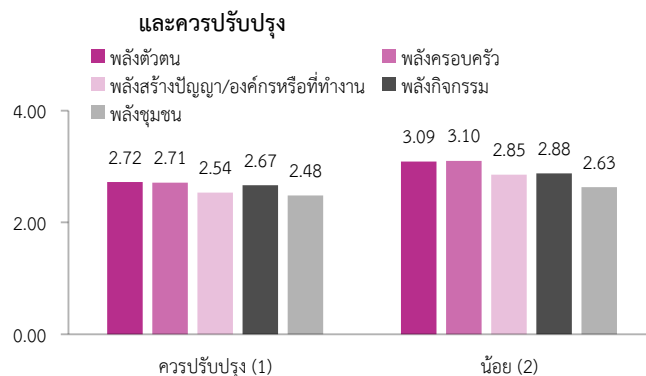
¹⁸ เป็นการสำรวจโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน (community based) เป็นครั้งแรก

แผนภาพ 28 ระดับดัชนีคุณธรรมเฉลี่ยของแต่ละระดับต้นทุนชีวิต



ที่มา: ข้อมูลการสำรวจสถานการณ์คุณธรรมด้วยตัวชี้วัดคุณธรรม ศูนย์คุณธรรม

แผนภาพ 29 ระดับต้นทุนชีวิตเฉลี่ยแต่ละด้านของคุณธรรมระดับน้อย



ที่มา: ข้อมูลการสำรวจสถานการณ์คุณธรรมด้วยตัวชี้วัดคุณธรรม ศูนย์คุณธรรม

การดำเนินงาน ปัญหา และข้อจำกัด

จากข้อมูลสถานการณ์ดัชนีชี้วัดคุณธรรมข้างต้นจะเห็นว่าคุณธรรมของประเทศไทยโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับพอใช้ และมีแนวโน้มลดลง ขณะเดียวกันระดับคุณธรรมยังมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงอายุ และพื้นที่ อีกทั้งยังทลายมายาคติ ที่ระบุว่าคนที่มีการศึกษาสูง และคนที่มีรายได้สูงจะมีคุณธรรมที่สูงกว่าคนที่มีการศึกษาดำและรายได้ต่ำ ซึ่งส่วนหนึ่งของปัญหาคุณธรรมเกิดจากสภาพแวดล้อมที่บุคคลดังกล่าวต้องเผชิญ สถานการณ์ข้างต้นจึงควรให้ความสำคัญกับการยกระดับคุณธรรมให้มากขึ้น ซึ่งที่ผ่านมานอกจากแผนระดับชาติต่าง ๆ ที่ให้ความสำคัญกับเรื่องคุณธรรมแล้ว ยังมีกลไกระดับชาติ คือ คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ มีหน้าที่ดำเนินการขับเคลื่อนแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ และคณะอนุกรรมการระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ ทั้งในระดับจังหวัดและระดับกระทรวง โดยมี**โครงการสำคัญ** ประกอบด้วย

1. **โครงการระดับชุมชน** อาทิ ศูนย์พัฒนาครอบครัวในชุมชน การพัฒนากลไกระบบเครดิตสังคมและปรับใช้ในพื้นที่นาร่อง โดยการสร้างแรงจูงใจจากการให้สิทธิประโยชน์แก่ชุมชน และกระตุ้นการแสดงพฤติกรรมเชิงบวก
2. **โครงการระดับครอบครัว** อาทิ โครงการส่งเสริมเครือข่ายครอบครัวคุณธรรมเพื่อส่งเสริมและพัฒนากลไกให้ครอบครัวได้มีส่วนสำคัญต่อกระบวนการกล่อมเกลาสมาชิกในครอบครัวอย่างเป็นรูปธรรม โครงการครอบครัวคุณธรรมพลังบวก เพื่อส่งเสริม ป้องกัน ค้ำครองและพัฒนาเด็กในพื้นที่ให้เป็นครอบครัวพลังบวก
3. **โครงการระดับสถานศึกษาและแหล่งเรียนรู้** อาทิ โรงเรียนคุณธรรมของ สพฐ. เพื่อให้นักเรียนและบุคลากรทางการศึกษา ตระหนักรู้ เข้าใจ กระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล และเห็นคุณค่าแห่งคุณธรรมความดี โครงการคุณธรรมวิถีพุทธ ชุมชนคุณธรรมบวรออนทัวร์ โครงการพัฒนาสมรรถนะพระธรรมวิทยากรในการเผยแผ่พระพุทธศาสนา คุณธรรมจริยธรรมให้แก่เด็ก เยาวชน และประชาชน

นอกจากนี้ ยังมีการดำเนินงานของภาคีเครือข่าย อาทิ โครงการครอบครัวคุณธรรมพลังบวกของศูนย์คุณธรรม ซึ่งให้ความสำคัญกับครอบครัว และชุมชน ซึ่งเน้นการสร้างครอบครัวและชุมชนให้เข้มแข็ง โดยมีระบบพี่เลี้ยงในชุมชน อาทิ นักจิตวิทยา รวมถึงผู้เชี่ยวชาญต่าง ๆ ที่เป็นคนในชุมชนมาช่วยสอดส่อง ดูแล และให้ความรู้ข้อแนะนำ รวมทั้งจัดกิจกรรมต่าง ๆ กับคนในชุมชน นอกจากนี้ ยังจัดให้มีกระบวนการสมัชชาคุณธรรมหรือตลาดนัดคุณธรรม เพื่อเป็นเวทีกลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้กับเครือข่ายชุมชนในการขยายผลความรู้และชื่นชมยกย่องให้เป็นต้นแบบต่อสังคมไทย

ทั้งนี้ แม้ว่าจะมีโครงการและกลไกการขับเคลื่อนในการยกระดับคุณธรรมข้างต้น แต่การขับเคลื่อนและส่งเสริมคุณธรรมยังมีปัญหาและข้อจำกัดบางประการ คือ **การขาดข้อมูลระดับพื้นที่** โดยในระดับจังหวัด/อำเภอ มีปัญหาการดำเนินงานขับเคลื่อนแผนแม่บทส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติที่ยังไม่มีกระบวนการขับเคลื่อนที่เป็นมาตรฐาน และปัจจุบันยังไม่มีตัวชี้วัดในระดับพื้นที่ทำให้ไม่ทราบสถานการณ์และประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไข และ**ขาดการเชื่อมโยงและถ่ายทอดนโยบายและยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ** ที่ยังมีไม่ทั่วถึง ไม่มีประสิทธิภาพ และปัญหาด้านความร่วมมือของชุมชนในการขับเคลื่อนและส่งเสริมคุณธรรม รวมทั้งขาดระบบที่จะหนุนเสริมให้ชุมชนแก้ไขปัญหาพร้อมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ ขณะเดียวกัน **รูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมคุณธรรมยังไม่มี ความหลากหลาย ไม่ทันต่อสถานการณ์และตรงกับความต้องการของคนในสังคม** โดยการรับรู้และส่งเสริมคุณธรรมจากสื่อสาธารณะต่าง ๆ ยังมีไม่มาก เนื่องจากข้อจำกัดของประเด็นด้านคุณธรรมที่มักถูกมองว่าไม่น่าสนใจ นอกจากนี้ยังพบปัญหาเกี่ยวกับ **ค่านิยม ความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกันระหว่างวัยของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม** ซึ่งทำให้ความผูกพัน และการพึ่งพาอาศัยกันในสังคมมีแนวโน้มลดน้อยลง ทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน สถานศึกษา และองค์กรภาครัฐ/เอกชน ทำให้การสร้าง/ส่งเสริมค่านิยมและวัฒนธรรมที่ดีทำได้ยากขึ้น และค่านิยมที่ดีงามบางเรื่องถูกลดความสำคัญลง

แนวทางการยกระดับคุณธรรมในสังคมไทย

จากสถานการณ์คุณธรรมของสังคมไทยที่สะท้อนผ่านดัชนีชี้วัดคุณธรรม การขับเคลื่อนของภาครัฐ และประเด็นปัญหาในการยกระดับคุณธรรมข้างต้น ทำให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาดัชนีชี้วัดคุณธรรม และการมีระบบนิเวศแห่งคุณธรรมที่ดี ในการนี้ จึงจำเป็นต้องเร่งยกระดับคุณธรรมในสังคมไทย ซึ่งประกอบด้วย 3 เรื่อง ที่ต้องรีบเร่งดำเนินการ และ 2 เรื่อง ที่ต้องส่งเสริม/พัฒนา โดยมีแนวทางที่สำคัญ ดังนี้

ประเด็นเร่งด่วน

1. **จัดเก็บข้อมูลสถานการณ์คุณธรรมด้วยดัชนีชี้วัดคุณธรรมและต้นทุนชีวิตในระดับพื้นที่/จังหวัด** เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์คุณธรรม และประเด็นที่เป็นปัญหาตามบริบทของพื้นที่ ซึ่งจะช่วยในการขับเคลื่อนและยกระดับคุณธรรมของคนในพื้นที่/จังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ และจะส่งผลให้สถานการณ์คุณธรรมของสังคมไทยในภาพรวมดีขึ้นด้วย โดยอาศัยกลไกภาควิชาการในการดำเนินงานร่วมกับภาครัฐ และภาคการศึกษาเพื่อให้มีการจัดเก็บข้อมูลในระดับพื้นที่ได้อย่างต่อเนื่อง
2. **สนับสนุนให้มีการดำเนินการส่งเสริมคุณธรรมในระดับพื้นที่** จากปัญหาที่ส่งผลต่อระดับคุณธรรมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละพื้นที่ ทำให้การดำเนินการแก้ไขต้องมีมาตรการที่แตกต่างในแต่ละชุมชนโดยอาจใช้กลไกที่เล็งเห็นชุมชนตามโครงการครอบครัวคุณธรรมพลังบวก ของศูนย์คุณธรรม เป็นต้นแบบในการดำเนินการและขยายผลต่อไปได้
3. **พัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมคุณธรรมที่มีประสิทธิผลและตรงกลุ่มเป้าหมาย** ผ่านสื่อสาธารณะและอุตสาหกรรมบันเทิง ด้วยรูปแบบของ soft power ให้เกิดการผลิตสื่อเสริมสร้างคุณธรรม อาทิ สนับสนุนผู้ผลิตสื่อสร้างสรรค์ และ influencer ที่ขับเคลื่อนการดำเนินงานด้านการสร้างคุณธรรมจริยธรรม เพื่อให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง รวมถึงมีกลไกการสำรวจและรับฟังข้อเท็จจริง ความคิดเห็นจากทุกภาคส่วน เพื่อสร้างสังคมแห่งการมีส่วนร่วม และพัฒนากระบวนการสื่อสารเพื่อคุณธรรมต่อไป

ประเด็นที่ต้องส่งเสริม/พัฒนา

1. **ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศคุณธรรมในสังคมไทย** โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรบูรณาการการทำงานกับกลไกและทรัพยากรต่าง ๆ ในระดับพื้นที่ และมีเป้าหมายการส่งเสริมคุณธรรมเป็นเป้าหมายร่วมกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบนิเวศที่สำคัญต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านคุณธรรมที่ต้องช่วยกันส่งเสริมทั้งในครอบครัว ชุมชน และองค์กรภาครัฐ/เอกชน
2. **ส่งเสริมให้คนไทยมีการดำเนินชีวิตสุจริตชีวิตแห่งคุณธรรม** โดยสร้างกลไกทางสังคมที่สนับสนุนให้คนดีถูกยกย่อง และได้รับการยอมรับ อาทิ การใช้ระบบเครดิตสังคม เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้คนอยากทำความดีมากขึ้น



ตัวชี้วัดภาวะสังคม (รายไตรมาส)

องค์ประกอบหลัก	2563				2564				2565				2566
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
1. คุณภาพของคน													
การมีงานทำ ^{1/}													
กำลังแรงงาน (พันคน)	38,192.81	38,172.74	38,725.79	39,086.34	39,866.00	39,893.57	39,731.67	39,758.71	39,618.17	39,763.96	40,088.58	40,143	40,281
การมีงานทำ (พันคน)	37,424.21	37,080.76	37,927.00	38,288.83	38,659.89	38,904.65	38,753.54	38,997.98	38,715.60	39,010.91	39,565.99	39,592	39,629
- ภาคเกษตรกรรม	10,769	11,479	12,560	12,433	11,132	11,793	12,707	12,645	11,404	11,656	12,400	12,215	11,587
- การผลิต	6,241	6,003	5,751	5,910	6,363	6,137	6,146	6,110	6,262	6,231	6,235	6,377	6,289.82
- การก่อสร้าง	2,317	2,202	2,160	2,251	2,499	2,394	2,073	2,175	2,395	2,190	2,081	2,154	2,355.77
- การขายส่ง การขายปลีก	6,350	6,196	6,253	6,310	6,516	6,326	6,486	6,590	6,649	6,850	6,775	6,724	6,943.77
- โรงแรม ที่พักอาหาร	2,915	2,792	2,872	2,901	3,012	3,051	2,707	2,772	2,879	2,865	2,932	2,955	3,115.82
- การขนส่ง เก็บสินค้า	1,325	1,293	1,350	1,337	1,370	1,443	1,479	1,393	1,534	1,453	1,408	1,457	1,423.67
- อื่นๆ	7,507	7,116	6,980	7,147	7,767	7,761	7,156	7,313	7,594	7,766	7,735	7,709	7,912.95
อัตราการมีงานทำ (ร้อยละ)	97.99	97.14	97.94	97.96	96.98	97.53	97.58	98.11	97.72	98.11	98.7	98.60	98.38
ผู้ว่างงาน (พันคน)	395	745	738	727	792	764	911	661	608	547	491	462	421
อัตราการว่างงาน (ร้อยละ)	1.03	1.95	1.9	1.86	1.99	1.92	2.29	1.66	1.53	1.37	1.23	1.15	1.05
การทำงานต่ำระดับ (พันคน)	284.2	704.3	442.2	510.0	668.9	481.5	803.9	453.2	319.1	263.6	234.5	275.9	227.9
(ทำงานน้อยกว่า 35 ม./สป.ที่พร้อมจะทำงานเพิ่ม)													
หนี้สินครัวเรือน ^{2/}													
มูลค่าหนี้สินครัวเรือน (ล้านล้านบาท)	13.5	13.6	13.8	14.0	14.1	14.3	14.3	14.6	14.7	14.8	14.9	15.1	N.A.
- อัตราการขยายตัวของหนี้สินครัวเรือน (ร้อยละ)	4.1	3.8	3.9	4.0	4.7	5.1	4.1	3.9	3.7	3.5	4.0	3.5	N.A.
สัดส่วนหนี้ต่อ GDP	80.3	83.9	86.7	89.6	90.8	89.6	89.7	90.2	89.3	88.3	87.0	86.9	N.A.
หนี้ NPL (พันล้านบาท)	156.23	152.50	144.33	144.38	148.66	150.37	149.67	143.72	146.50	142.66	140.6	140.4	N.A.
- สัดส่วน NPL ต่อสินเชื่อรวม	3.23	3.12	2.91	2.84	2.92	2.92	2.89	2.73	2.78	2.69	2.62	2.62	N.A.
สุขภาพ													
จำนวนผู้ป่วยด้วยโรคที่ต้องเฝ้าระวัง (ราย) ^{3/}	193,583	54,948	86,449	96,480	70,287	42,698	52,200	31,014	63,158	70,542	200,626	126,651	141,779
- อัตราการขยายตัวของจำนวนผู้ป่วยด้วยโรคเฝ้าระวัง (ร้อยละ)	-18.1	-65.8	-67.5	-51.9	-63.7	-22.3	-39.6	-67.9	-10.1	65.2	284.3	308.4	124.5
- ปอดอักเสบ	77,549	29,430	35,389	54,035	47,665	32,500	46,461	26,651	51,849	50,300	68,072	60,884	78,443
- ใช้เลือดออก	9,183	18,159	36,187	8,601	2,530	3,088	2,677	1,661	1,461	9,485	19,625	14,574	10,948
- มือ เท้า และปาก	5,512	1,153	5,003	21,642	13,023	3,723	1,360	902	740	4,734	79,223	14,285	11,483
- ใช้หัวใจใหญ่	99,365	4,957	8,293	10,987	5,967	2,537	1,070	1,124	8,247	4,859	31,498	34,770	39,457
- ฉีดยา	269	334	526	512	245	275	269	361	231	529	1,376	1,465	622
การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ ^{4/}													
มูลค่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่	74,975	67,289	58,042	77,816	73,619	66,171	56,933	78,542	75,660	68,400	59,365	82,662	78,376
- อัตราการขยายตัวของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ (ร้อยละ)	2.6	-10.1	-6.0	-3.9	-2.9	-2.4	-1.9	0.2	0.8	1.1	1.8	3.7	2.5
มูลค่าการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	47,622	38,826	34,828	48,669	46,016	37,948	34,301	49,510	47,122	39,154	36,032	52,871	49,811
- อัตราการขยายตัวของการบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (ร้อยละ)	4.9	-17.5	-8.2	-5.5	-4.3	-3.0	-2.0	1.2	1.8	2.3	3.9	5.3	4.1
มูลค่าการบริโภคบุหรี่	27,353	28,463	23,214	29,147	27,603	28,223	22,632	29,032	28,538	29,246	23,333	29,791	28,565
- อัตราการขยายตัวของการบริโภคบุหรี่ (ร้อยละ)	-1.3	1.8	-2.9	-0.8	-0.5	-1.6	-1.6	-1.9	-0.7	-0.5	-1.2	0.8	-0.2
2. ความมั่นคงทางสังคม ^{5/}													
ความสงบสุขในสังคม (ต่อประชากรแสนคน)													
จำนวนผู้ประสบภัยสะสมรวม	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	279,331	208,999	167,562	241,059	225,199	225,849	246,258	243,803	207,489
- อัตราการขยายตัวของอุบัติเหตุจราจรทางบก (ร้อยละ)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	-19.4	8.1	47.0	1.1	-7.9
- สัดส่วนการบาดเจ็บและตายด้วยอุบัติเหตุจราจรทางบก (ต่อประชากรแสนคน)	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	401.1	299.9	240.3	345.5	322.6	323.3	352.3	348.6	296.4
จำนวนคดีอาญารวม	106,885	95,494	85,281	82,072	144,453	139,293	125,076	119,864	101,739	108,253	105,439	113,592	103,936
- อัตราการขยายตัวของคดีอาญา (ร้อยละ)	4.5	-12.8	-25.1	-23.2	35.1	45.9	46.7	46.0	-29.60	-22.3	-15.7	-5.2	2.2
- สัดส่วนคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ (ต่อประชากรแสนคน)	5.59	5.17	5.20	5.05	6.28	5.57	5.13	5.66	5.30	5.27	5.42	5.60	6.48
- สัดส่วนคดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน (ต่อประชากรแสนคน)	15.99	14.93	15.48	15.90	17.46	17.34	20.03	18.59	16.54	17.21	19.08	19.09	20.63
- สัดส่วนคดียาเสพติด (ต่อประชากรแสนคน)	132.30	117.28	101.94	96.98	183.68	176.97	154.21	147.55	123.90	132.50	126.34	137.71	121.38
การคุ้มครองผู้บริโภค ^{6/}													
จำนวนเรื่องร้องเรียน (ราย)	2,558	4,919	4,289	4,198	3,810	3,929	3,667	2,971	2,540	4,902	6,045	6,749	12,631
- กรณีสัญญา	528	776	1,019	865	983	1,090	1,031	534	432	796	1,202	385	477
- กรณีฉลาก	547	429	537	625	585	622	633	528	830	1,018	1,652	868	793
- กรณีโฆษณา	949	2,525	1,758	1,578	1,511	1,455	813	973	740	1,995	1,220	754	2,474
- กรณีขายตรงและตลาดแบบตรง	534	1,189	975	1,130	731	762	1,190	936	538	1,093	1,971	1,177	741
- เรื่องอื่น ๆ	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3,565	8,146
จำนวนเรื่องร้องเรียนผ่านสำนักงาน กสทช. (ราย) ^{7/}	307	455	463	530	769	528	651	2,018	1,780	624	502	525	474

ตัวชี้วัดภาวะสังคม (รายปี)

องค์ประกอบหลัก	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565
1. คุณภาพของคน											
การมีงานทำ											
ผลิตภาพแรงงาน กรณีแรงงาน (บาท/คน/ปี) ^{8/}	228,623	239,217	242,456	250,457	261,284	273,903	282,407	290,409	271,934	268,096	272,303
อัตราการมีงานทำ (ร้อยละ) ^{1/}	98.81	98.85	98.71	98.62	98.5	98.32	98.52	98.52	97.76	97.53	98.29
อัตราการว่างงาน (ร้อยละ) ^{1/}	0.66	0.72	0.84	0.88	0.99	1.18	1.05	0.98	1.69	1.96	1.32
การทำงานต่ำกว่าระดับ (พันคน) ^{1/}	347	336	256	273	275	303	293	250	485	602	273
(ทำงานน้อยกว่า 35 ชม./สป.ที่พร้อมจะทำงานเพิ่ม)											
หนี้สินครัวเรือน ^{2/}											
มูลค่าหนี้สินครัวเรือน (ล้านล้านบาท)	8.87	9.89	10.55	11.15	11.58	12.1	12.8	13.5	14	14.6	15.1
- อัตราการขยายตัวของหนี้สินครัวเรือน (ร้อยละ)	18.5	11.5	6.6	5.7	3.9	4.5	6	5.1	4	3.9	3.5
สัดส่วนหนี้ต่อ GDP	71.8	76.6	79.7	81.2	79.4	78.1	78.4	79.9	89.7	90.2	86.9
หนี้เพื่ออุปโภคบริโภคที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ หรือ NPL (พันล้านบาท)	56.6	71.1	82.7	94.9	105.3	110.4	120.5	140.6	144.4	143.7	140.4
- สัดส่วน NPL ต่อสินเชื่อรวม	1.94	2.2	2.39	2.56	2.71	2.68	2.67	2.9	2.84	2.73	2.62
สุขภาพ ^{9/}											
อัตราผู้ป่วยนอก (ต่อประชากรพันคน)	3,116	2,917	2,837	3,160	3,733	3,691	3,393	4,031	3,499	2,935	N.A.
อัตราการป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อ (ต่อประชากรแสนคน)											
- มะเร็ง และเนื้องอกทุกชนิด	862	902	829	1,026	1,083	1,117	1,181	1,228	1,293	1,246.00	N.A.
- หัวใจ	955	887	845	1,012	1,027	810	1,069	1,099	1,116	1,050	N.A.
- เบาหวาน	868	1,081	1,033	1,233	1,293	1,345	1,439	1,529	1,542	1,504	N.A.
- ความดันโลหิต	1,246	1,622	1,561	1,901	2,009	2,091	2,245	2,388	2,413	2,329	N.A.
ความผิดปกติทางจิต/จิตเภท/ความหลงผิด (ต่อประชากรแสนคน)	63	83	79	92	95	98	101	106	111	106	N.A.
ความผิดปกติทางอารมณ์ (ต่อประชากรแสนคน)	35	43	45	55	58	61	70	78	83	83	N.A.
ความผิดปกติจากโรคประสาท/ความเครียด (ต่อประชากรแสนคน)	54	46	39	44	42	42	41	41	42	41	N.A.
ภาวะแปรปรวนทางจิตและพฤติกรรม (ต่อประชากรพันคน)	62	60	51	72	76	90	88	141	105	96	N.A.
ความยากจน											
อัตราส่วนการพึ่งพิง (ร้อยละ) ^{10/}	49.3	49.5	49.81	50.21	50.71	51.31	52.02	52.83	53.77	54.81	N.A.
สัดส่วนคนยากจน (ร้อยละ) ^{11/}	12.65	10.96	10.52	7.19	8.6	7.83	8.3	6.26	6.83	6.32	N.A.
การศึกษา											
อัตรานักเรียนต่อประชากรวัยเรียน ^{12/}											
- ประถมศึกษา	104	102.72	102.24	102.4	102.74	101.53	101.38	102.42	98.43	99.06	N.A.
- มัธยมศึกษาตอนต้น	97.65	96.75	97.13	98.71	96.77	96.48	95.77	95.97	95.11	95.63	N.A.
- มัธยมศึกษาตอนปลาย	73.18	75.07	77.29	78.45	78.57	78.72	79.53	78.5	79.32	81.9	N.A.
- อุดมศึกษา (ปริญญาตรีและต่ำกว่า)	51.85	46.48	46.22	48.17	47.72	49.13	49.46	49.02	57.97	49.37	N.A.
จำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของประชากรกลุ่มอายุ 15 ปีขึ้นไป ^{13/}	8	8	8.1	8.5	8.5	8.6	8.6	8.7	8.9	8.9	N.A.
จำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของประชากรกลุ่มอายุ 15-59 ปี ^{14/}	8.8	8.9	9	9.3	9.4	9.5	9.6	9.6	9.9	10	N.A.
- ชาย	8.9	8.9	9	9.3	9.3	9.4	9.5	9.5	9.7	9.8	N.A.
- หญิง	8.8	8.9	9	9.4	9.5	9.6	9.7	9.8	10	10	N.A.
จำนวนปีการศึกษาเฉลี่ยของประชากรกลุ่มอายุ 60 ปีขึ้นไป ^{14/}	4.5	4.7	4.8	5	5	5	5.1	5.2	5.4	5.5	N.A.
- ชาย	5.1	5.3	5.4	5.6	5.7	5.7	5.7	5.8	6	6.1	N.A.
- หญิง	4.1	4.3	4.3	4.5	4.5	4.5	4.6	4.7	4.9	5.1	N.A.
2. ความมั่นคงทางสังคม											
สถาบันครอบครัว											
สัดส่วนครัวเรือนที่มีที่อยู่อาศัยถาวร (ร้อยละ) ^{15/}	99.53	99.71	99.64	99.59	99.62	99.69	99.73	99.81	-	99.75	99.88
ดัชนีครอบครัวอบอุ่น (ร้อยละ) ^{16/}	68.31	65.58	65.53	65.34	67.98	-	-	-	-	-	
หลักประกันทางสังคม											
ร้อยละของการมีหลักประกันสุขภาพ ^{17/}	99.9	99.87	99.84	99.92	99.95	99.95	99.94	99.92	99.89	99.57	99.56
- ประกันสังคม	15.99	16.54	16.83	17.18	17.67	17.96	18.48	18.92	18.84	18.73	N.A.
-สวัสดิการข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	7.69	7.8	7.62	7.37	7.21	7.48	7.63	7.74	7.8	7.92	N.A.
- ประกันสุขภาพถ้วนหน้า	75.27	74.61	73.48	73.71	73.44	72.88	72.2	71.45	71.45	71.44	N.A.
- สิทธิสวัสดิการพนักงานส่วนท้องถิ่น	-	0.15	0.87	0.93	0.93	0.92	0.94	0.94	0.96	0.95	N.A.
- สิทธิอื่น ๆ	0.95	0.93	1.03	0.73	0.7	0.76	0.73	0.94	0.95	0.96	N.A.
- สิทธิว่าง (ผู้ยังไม่ลงทะเบียนสิทธิ)	0.1	0.13	0.16	0.08	0.05	0.05	0.06	0.08	0.11	0.28	N.A.
สัดส่วนผู้ประกันตนต่อกำลังแรงงาน ^{18/}	29.7	31.56	35.32	35.77	36.69	38.44	41.62	43.42	42.63	61.35	N.A.
ความสงบสุขในสังคม (ต่อประชากรแสนคน)											
อัตราการตายด้วยอุบัติเหตุการจราจรทางบก ^{19/}	33.61	32.84	32.00	30.69	33.45	33.14	30.47	30.36	27.26	25.92	22.78
สัดส่วนคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ ^{5/}	40.03	36.97	37.26	25.92	31.46	27.72	26.66	25.00	22.06	23.85	22.65
สัดส่วนคดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน ^{5/}	79.72	77.4	72.7	75.8	96.57	85.24	68.81	69.94	65.44	77.35	75.38
สัดส่วนคดียาเสพติด ^{5/}	596.19	719.39	558.68	249.43	349.94	424.55	436.15	554.75	471.12	697.76	555.11
ร้อยละของเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดซ้ำต่อคดีทั้งหมดที่ถูกดำเนินคดีโดยสถานพินิจฯ ทั่วประเทศ ^{20/}	19.98	20.37	17.52	22.73	22.14	23.37	23.68	25.18	22.33	20.31	N.A.

ตัวชี้วัดภาวะสังคม (รายปี) ต่อ

องค์ประกอบหลัก	2555	2556	2557	2558	2559	2560	2561	2562	2563	2564	2565
การคุ้มครองผู้บริโภค^{6/}											
จำนวนเรื่องร้องเรียน (ราย)	9,489	7,093	6,638	7,118	7,409	8,870	7,441	15,565	15,964	14,377	16,671
- กรณีสัญญา	3,547	2,729	2,571	2,875	2,637	3,707	3,191	4,017	3,188	3,638	2,815
- กรณีฉลาก	3,876	2,631	2,352	2,552	2,010	2,026	1,871	2,105	2,138	2,368	4,368
- กรณีโฆษณา	2,013	1,033	1,515	1,119	1,628	2,425	1,439	7,191	6,810	4,752	4,709
- กรณีกฎหมาย	38	624	69	6	37	-	-	-	-	-	-
- กรณีขายตรงและตลาดแบบตรง	15	76	131	566	1,097	712	940	2,252	3,828	3,619	4,779
การให้คำปรึกษาทางสายด่วน 1166 (ราย)	60,982	41,773	38,701	49,708	47,329	45,311	52,504	47,996	51,185	38,736	38,484
3. ความเป็นอยู่และพฤติกรรมของคน											
พฤติกรรมในการบริโภค											
ค่าใช้จ่ายเพื่อการอุปโภคบริโภค (ร้อยละของค่าใช้จ่ายรวม) ^{21/}	88.3	88.07	87.9	87.2	87.1	86.97	86.6	86.5	87	87	N.A.
ค่าใช้จ่ายที่ไม่เกี่ยวกับการอุปโภคบริโภค (ร้อยละของค่าใช้จ่ายรวม) ^{21/}	11.7	11.93	12.12	12.89	12.9	13.03	13.4	13.5	13	13	N.A.
อัตราการบริโภคสุราของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป (ร้อยละ) ^{22/}	-	32.22	32.29	34	-	28.4	-	-	-	28	N.A.
อัตราการบริโภคบุหรี่ของประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไป (ร้อยละ) ^{22/}	-	19.94	20.72	19.9	-	19.1	-	-	-	17.4	N.A.
4. สิ่งแวดล้อม											
สารอันตราย^{25/}											
ปริมาณการใช้สารเคมี (ล้านตัน)	68.13	62.38	21.42	20.36	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.
ขยะ^{25/}											
การผลิตขยะที่เกิดขึ้นทั่วประเทศ (ล้านตัน)	24.73	26.77	26.19	26.85	27.06	27.37	27.93	28.71	25.37	24.98	N.A.
การผลิตขยะที่เกิดขึ้นใน กทม. (ล้านตัน)	4.01	4.13	3.94	4.19	4.21	4.88	4.85	4.96	4.48	4.46	N.A.
ความสามารถในการกำจัดขยะแบบถูกสุขลักษณะใน กทม. (ล้านตัน)	4.01	4.13	3.94	3.7	3.73	3.88	3.93	3.85	3.14	3.16	N.A.
ปริมาณของเสียอันตรายทั่วประเทศ (ล้านตัน)	3.57	3.3	2.69	3.45	3.51	2.63	1.89	2.04	1.99	N.A.	N.A.
มลพิษทางอากาศ^{25/}											
ค่าเฉลี่ยฝุ่นขนาดเล็กกว่า 10 ไมครอน มคก./ลบม. (บริเวณพื้นที่ทั่วไปใน กทม.)	38.2	41	41.3	38.2	38.38	35.43	46.29	43.14	37.57	38.43	N.A.

- ที่มา: 1/ รายงานการสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- 2/ ธนาคารแห่งประเทศไทย
- 3/ กองระบาดวิทยา กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข
- 4/ กองบัญชาตำรวจคดี สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 5/ ข้อมูลสถิติคดีอาญา อาชญากรรม จากระบบสารสนเทศสถานีตำรวจ (CRIMES) สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ข้อมูลอุบัติเหตุจราจรทางบก จากศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน (THAI RSC) และข้อมูลประชากรจากการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2543-2573 และ พ.ศ. 2553-2583
- ประมวลผลโดยกองพัฒนาข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 6/ ผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักงานกฤษฎีกา (การให้คำปรึกษาทางสายด่วน 1166 สคบ. ให้บริษัทเอกชนดำเนินการตั้งแต่ไตรมาส 4 ปี พ.ศ. 2552)
- 7/ รายงานผลการดำเนินงานเรื่องร้องเรียนตามกรรมวิธีข้อมูล สำนักบริหารเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในการไกล่เกลี่ยข้อพิพาท สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกาการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)
- 8/ ข้อมูล GDP chain volume measures [reference year = 2002] (original) จากสำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และข้อมูลการมีงานทำจากสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หมายเหตุ ตั้งแต่ปี 2556 ข้อมูลการมีงานทำมีการปรับค่าลงน้ำหนักโดยใช้ชุดข้อมูลค่าคาดประมาณประชากรของประเทศไทย ปี 2553-2583
- 9/ สรุปรายงานการป่วย กองยุทธศาสตร์และแผนงาน กระทรวงสาธารณสุข
- ตั้งแต่ปี 2550 ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการเก็บข้อมูลจาก 75 กลุ่มโรค เป็น 298 กลุ่มโรค
- 10/ รายงานการศึกษาข้อมูลเพื่อใช้ในการคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553 – 2583 (ฉบับปรับปรุง) (สศช., 2562ข) สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- ตั้งแต่ปี 2553 การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย พ.ศ. 2553 – 2583 สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 11/ การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ประมวลผลโดยกองพัฒนาฐานข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม สศช.
- 12/ สถิติการศึกษาระดับมัธยมศึกษา ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
- 13/14/ ข้อมูลปี 2545-2546 จากรายงานผลการประเมินโอกาสและคุณภาพการศึกษาของคนไทย สำนักประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
- ข้อมูลตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นไป จากปีการศึกษาเฉลี่ยของประชากรไทย กลุ่มพัฒนาเครือข่ายสารสนเทศ สำนักวิจัยและพัฒนาการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ
- 15/ รายงานคุณภาพชีวิตของคนไทย จากข้อมูลความเป็นพื้นฐาน (จปฐ.) กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย
- 16/ จัดทำข้อมูลปี 2559 เป็นปีสุดท้าย โดยกองประเมินผลและเผยแพร่การพัฒนา สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
- 17/ สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ กระทรวงสาธารณสุข
- 18/ สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน และสำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- 19/ ระบบบูรณาการข้อมูลการตายจากอุบัติเหตุทางถนน https://dip.ddc.moph.go.th/new/บริการ/3base_status_new และประชากรกลางปี กระทรวงสาธารณสุข
- 20/ กลุ่มงานข้อมูลและสารสนเทศ สำนักพัฒนาระบบยุติธรรมเด็กและเยาวชน กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน ตั้งแต่ปี 2558 เป็นต้นมา เป็นร้อยละของเด็กที่ทำผิดซ้ำจากการติดตามในรอบ 1 ปี ต่อจำนวนการปล่อยตัวทั้งหมด
- 21/ รายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- 22/ การสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพของประชากร พ.ศ. 2564 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุราของประชากร พ.ศ. 2547, 2550, 2554, 2557 และ 2560 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- การสำรวจอนามัยและสวัสดิการ พ.ศ. 2552, 2556 และ 2558 สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (ปี 2544-2548 เป็นการสำรวจของประชากรอายุ 11 ปีขึ้นไป) ทำการสำรวจทุก 2 ปี
- 23/ รายงานการสำรวจการใช้เวลาของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ทำการสำรวจทุก 5 ปี
- 24/ การสำรวจการมีเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารในครัวเรือน สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม
- 25/ รายงานสถานการณ์มลพิษของประเทศไทย กรมควบคุมมลพิษ กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

กรมคุมประพฤติ กระทรวงยุติธรรม. 2566. ยอดสะสมคดีที่เข้าสู่งานคุมประพฤติช่วงเทศกาลปีใหม่ 2566. เข้าถึงได้จาก <https://www.moj.go.th/view/79735> (สืบค้นเมื่อ 10 มี.ค. 2566)

กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข. 2566. ระบบรายงานการประเมินผลสุขภาพจิตของคนไทย (Mental Health Check-In).

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2566. สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2566 (จำนวนยอดสะสมเบื้องต้น).

กระทรวงพาณิชย์. 2563. ข่าวสารกระทรวงพาณิชย์เรื่อง “พาณิชย์เผยผลสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับความเชื่อทางศาสนาและสิ่งศักดิ์สิทธิ์” (สืบค้นเมื่อ 10 มี.ค. 2566)

กระทรวงสาธารณสุข. 2566. คลังข้อมูลสุขภาพ Health Data Center (HDC) รายงานการเจ็บป่วยด้วยโรคที่เกี่ยวข้องกับมลพิษทางอากาศ.

กลุ่มพัฒนาระบบบริหารวังพระบาทวชิราวุธไม่ติดต่อกองระบาทวชิราวุธ กระทรวงสาธารณสุข. 2565. การเจ็บป่วยและเสียชีวิตด้วยโรคหลอดเลือด.

กองระบาทวชิราวุธ กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. 2566. รายงานสถานการณ์โรคเฝ้าระวังทางระบาทวชิราวุธ.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2565. เงินให้กู้ยืมแก่ภาครัฐครัวเรือน. _____ . 2565. สถิติสถาบันการเงิน

ธนาวดี แทนเพชร. 2565. บทความเรื่อง “Chumanee (ชุนเม): รักษ์ผ้าที่อยากให้คุณคนเข้าถึงความสะอาด” เข้าถึงได้จาก <https://urbancreature.co/chumanee/>. (สืบค้นเมื่อวันที่ 31 มี.ค. 2566).

บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด (National CreditBureau : NCB). 2565. สถิติหนี้ NPLs และลูกหนี้ที่สถานะบัญชี 21.

ประชาชาติธุรกิจ. 2566. สคบ. เตือนระวังอีโงออนไลน์ สถิติ “สินค้าไม่ตรงปก-ทำสวย” ตัวเลขพุ่ง. เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-1191281> (สืบค้นเมื่อ 24 เม.ย. 2566)

ประเมษฐ์ พิษยพันธ์ธนา. 2561. การจัดการการท่องเที่ยวเชิงศาสนาของเกาะฮ่องกงที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทย. เข้าถึงได้จาก http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2018/TU_2018_6023110031_8104_9927.pdf (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)

พรหมพิมล หล่อตระกูล และคณะ. 2552. รายงานวิจัยเครื่องมือสำรวจต้นทุนชีวิตเด็กวัยเรียน. สถาบันราชานุกูล. (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)

ยังแสบปี. 2565. รายงานประจำปี 2564. เข้าถึงได้จาก <https://storage.googleapis.com/younghappy-web-bucket/web-client/document/annual/2021/th.pdf>. (สืบค้นเมื่อ 4 เม.ย. 2566). (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)

ระบบเผยแพร่สารสนเทศอุดมศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. 2566. ข้อมูลผู้สำเร็จการศึกษาศึกษา 2564 จำนวนตาม ISCED.

ราชกิจจานุเบกษา. 2562. พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562

ราชกิจจานุเบกษา. 2565. ประกาศคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา เรื่อง แนวทางการใช้ข้อความโฆษณาที่มีลักษณะเป็นการยืนยันข้อเท็จจริงอันยากแก่การพิสูจน์ และแนวทางการพิสูจน์เพื่อแสดงความจริงเกี่ยวกับข้อความโฆษณา พ.ศ. ๒๕๖๕. เข้าถึงได้จาก <https://ratchakitcha.soc.go.th/pdf/download/?id=140D009S0000000003300> (สืบค้นเมื่อ 14 มี.ค. 2566)

ศูนย์กลางของธุรกิจเพื่อสังคมในประเทศไทย. 2564. บทความเรื่อง “เยือนเย็น” วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ให้บริการดูแลผู้ปวยระยะสุดท้ายแบบประคับประคองด้วยหลักการ “อยู่สบาย ตายสงบ” | SE STORIES ตอนที่ 3” เข้าถึงได้จาก <https://www.sethailand.org/resource/yuenyen/>. (สืบค้นเมื่อ 15 มี.ค. 2566).

_____. บทความเรื่อง “BUDDY HOMECARE คู่บัดดี้ระหว่างเด็กที่ขาดโอกาสด้านการศึกษา และ ผู้สูงอายุที่มีปัญหาเรื่องคนดูแล | SE STORIES ตอนที่ 4” เข้าถึงได้จาก <https://www.sethailand.org/resource/buddy-homecare/>. (สืบค้นเมื่อ 7 มี.ค. 2566).

ศูนย์ข้อมูลอีสานเทศ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. 2565. สถิติคดีอาญา มกราคม - มีนาคม 2566.

ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุ เพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน (THAI RSC) รายงานสถิติการใช้สิทธิ พ.ร.บ. คุ้มครองผู้ประสบภัยจากรถ 2566.

ศูนย์ความรู้นโยบายเด็กและครอบครัว (คิด for คิดส์). 2565. เด็กและครอบครัวไทยในสามวิกฤต: รายงานสถานการณ์เด็กและครอบครัว ประจำปี 2022.

ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) และมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 2565. รายงานการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและสำรวจสถานการณ์คุณธรรมด้วยดัชนีชี้วัดคุณธรรม.

ศูนย์วิจัยกลกรไทย. 2565. บทวิเคราะห์เรื่อง “แนวโน้มแบ่งกไทยปี 66...เตรียมตัวรับภาพธุรกิจที่ไม่เหมือนเดิม”

สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม. 2565. สิทธิประโยชน์ของการจดทะเบียนเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ และบริษัท ไวตามินส์ คอนซัลติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช จำกัด. 2564. การสำรวจพฤติกรรมกรซื้อและโฆษณาเหล้าบุหรี่ออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2022/12/thaihealth-research-electronic-cigarette/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ก.พ. 2566)

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. 2566. สถิติเรื่องร้องเรียน สำนักรับเรื่องร้องเรียนและคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการโทรคมนาคม ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 31 มีนาคม 2566.

สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค. 2565. “ผลการดำเนินงานคุ้มครองผู้บริโภคของสำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค สำนักรายการรัฐมนตรี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566”.

รายงานเดือนมกราคม - มีนาคม 2566.

สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา. 2566. ดำรวจสอบสวนกลางร่วม อย. สบส. ขยายผล ทลายเครือข่ายใช้ซิลิโคนคล้ายกรรเมื่อน ในคลินิกเสริมความงามรายใหญ่ มูลค่ากว่า 2 ล้านบาท. เข้าถึงได้จาก https://oryor.com/media/newsUpdate/media_news/23997fbclid=IwAR34D7HpmXaSL7JJCvC4nK-jY2VVAeyCMYi3RsgwYXTisB8z-nbnZBMAxg (สืบค้นเมื่อ 24 เม.ย. 2566)

สำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน. 2566. จำนวนผู้ประกันตนภาคบังคับ (มาตรา 33) จำแนกรายเดือน ปี 2556 - 2566

_____. จำนวนผู้ประกันตนภาคสมัครใจ (มาตรา 39) จำแนกรายเดือน ปี 2555 - 2566

_____. จำนวนผู้ประกันตนภาคสมัครใจ (มาตรา 40) จำแนกรายเดือน ปี 2557 - 2566

_____. จำนวนผู้รับประโยชน์ทดแทนกรณีว่างงาน ปี 2563 - 2566.

สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. 2566. ข้อมูลพื้นฐานทางพระพุทธศาสนา พ.ศ. 2565 เข้าถึงได้จาก <https://www.onab.go.th/th/content/category/detail/Id/1278/Id/47800> (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2564. การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564.

_____. การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564.

_____. 2566. การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร ปี 2562 - 2566.

สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ และบริษัท ไวตามินส์ คอนซัลติ้ง แอนด์ รีเสิร์ช จำกัด. 2564. การสำรวจพฤติกรรมกรซื้อและโฆษณาเหล้าบุหรี่ออนไลน์. เข้าถึงได้จาก <https://www.brandbuffet.in.th/2022/12/thaihealth-research-electronic-cigarette/> (สืบค้นเมื่อวันที่ 22 ก.พ. 2566)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2566. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ไตรมาสที่ 1/2566.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม. 2566. จำนวนวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ดำเนินการเกี่ยวข้องกับผู้สูงอายุ.

Future Markets Insight. 2023. Faith-based Tourism Market Outlook (2023 to 2033) เข้าถึงได้จาก <https://www.futuremarketinsights.com/reports/faith-based-tourism-sector-overview> (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)

South China Morning Post. World’s biggest amulet market: why Thais wear so many good luck charms, and why some cost so much. 2019. เข้าถึงได้จาก <https://www.scmp.com/lifestyle/arts-culture/article/3010625/worlds-biggest-amulet-market-why-thais-wear-so-many-good> (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)

UNECE. 2557. SOCIAL ENTERPRISES: WHAT CAN POLICIES DO TO SUPPORT THEM? เข้าถึงได้จาก https://unece.org/fileadmin/DAM/ceci/documents/KBD_Newsletter/Issue_4/Noya_OECD.pdf (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)

University of Piraeus, Alexander Technological Institute of Thessaloniki. 2019. รายงาน Marketing suggestions for multi-religious tourism development: The case of Thessaloniki (สืบค้นเมื่อ 28 เม.ย. 2566)



กองพัฒนาข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม (กขส.)

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

962 ถนนกรุงเกษม เขตป้อมปราบศัตรูพ่าย กรุงเทพฯ 10100

ผู้ประสานงาน / Contact persons

หากต้องการทราบรายละเอียดเพิ่มเติม กรุณาสอบถามได้ที่

E-mails : Pairat@nesdc.go.th

โทร. 0-2280-4085 ต่อ 3617

ตารางการเผยแพร่

2566

พฤษภาคม

- รายงานภาวะสังคมไทย
ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566

2566

มิถุนายน

2566

กรกฎาคม

2566

สิงหาคม

- รายงานภาวะสังคมไทย
ไตรมาสสอง ปี 2566

2566

กันยายน

- รายงานสถานการณ์
ความยากจนและ
ความเหลื่อมล้ำของ
ประเทศไทย ปี 2565

2566

ตุลาคม

2566

พฤศจิกายน

- รายงานภาวะสังคมไทย
ไตรมาสสาม ปี 2566

2566

ธันวาคม

2567

มกราคม

2567

กุมภาพันธ์

- รายงานภาวะสังคมไทย
ไตรมาสสี่ และภาพรวม
ปี 2566

2567

มีนาคม

2567

เมษายน

