



ภาวะสังคมไทยไตรมาสหนึ่ง ปี 2566

วันจันทร์ที่ 22 พฤษภาคม 2566 เวลา 09.30 น.
ณ ห้องประชุม 521 อาคาร 5 ชั้น 2
สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ความเคลื่อนไหวทางสังคมไตรมาสหนึ่ง ปี 2566

หน่วย : ร้อยละ



การจ้างงาน

+2.4



การบริโภคเหล้า
และบุหรี่

+2.5



อัตราการว่างงาน

1.05



คดีอาญา

+2.2



หนี้สินครัวเรือน

+3.5

(Q4/2565)



การรับแจ้ง
ผู้ประสบภัยจากรถ

-7.8



การเจ็บป่วยด้วย
โรคไข้ระวัง

+124.5



การคุ้มครอง
ผู้บริโภค

+203.4



1.

ความเคลื่อนไหวทางสังคม ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566



แรงงาน

• ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 การจ้างงานปรับตัวดีขึ้น จากการขยายตัวของการทำงานทั้งในและนอกภาคเกษตรกรรม



การจ้างงาน

ผู้มีงานทำ มีจำนวน 39.6 ล้านคน ขยายตัวร้อยละ 2.4 จากการจ้างงานที่เพิ่มขึ้นทั้งในภาคเกษตรกรรม ตามการขยายพื้นที่เพาะปลูกและสาขานอกภาคเกษตรกรรม โดยเฉพาะในสาขาโรงแรม/ภัตตาคาร



ที่มา: การสำรวจภาวะการทำงานของประชากร สำนักงานสถิติแห่งชาติ (LFS)

ภาคเกษตรกรรม



11.6 ล้านคน (+1.6%)



การผลิต +0.4%



ก่อสร้าง -1.6%

นอกภาคเกษตรกรรม



28.0 ล้านคน (+2.7%)



ค้าส่ง/ค้าปลีก +4.4%



ขนส่ง/เก็บสินค้า -7.2%



โรงแรม/ภัตตาคาร +8.2%

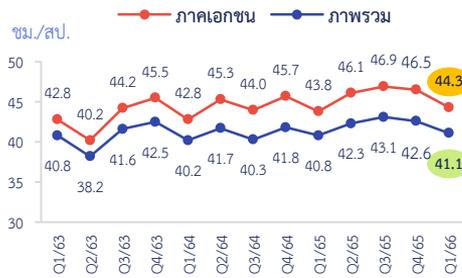
ที่มา: LFS



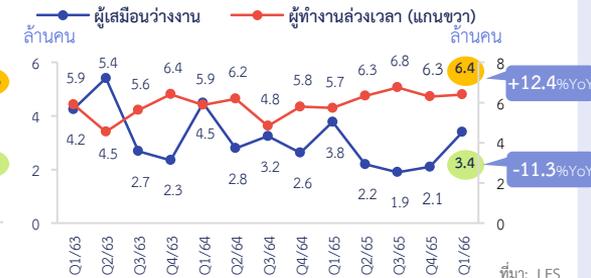
ชั่วโมงการทำงาน

สภาพการทำงานที่เข้าสู่ภาวะปกติ สะท้อนจากชั่วโมงการทำงานที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อน โดยชั่วโมงการทำงานเฉลี่ยของภาคเอกชนอยู่ที่ 44.3 ชั่วโมง/สัปดาห์ และมี**ผู้ทำงานล่วงเวลา**** เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 12.4 ขณะที่**ผู้เสมือนว่างงาน*** มีจำนวน 3.4 ล้านคน ลดลงร้อยละ 11.3

ชั่วโมงการทำงานเฉลี่ย



ผู้เสมือนว่างงานและผู้ทำงานล่วงเวลา



ที่มา: LFS

* ผู้เสมือนว่างงาน หมายถึง ผู้มีงานทำ 0 - 20 ชั่วโมง/สัปดาห์ ในภาคเกษตร และ 0 - 24 ชั่วโมง/สัปดาห์ นอกภาคเกษตร

** ผู้ทำงานล่วงเวลา คือ ผู้มีงานทำที่ทำงานมากกว่า 50 ชั่วโมงต่อสัปดาห์



ค่าจ้างแรงงาน

ค่าจ้างแรงงานเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยค่าจ้างเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ที่ 15,118 บาท/คน/เดือน ขณะที่ภาคเอกชนอยู่ที่ 13,722 บาท/คน/เดือน โดยหากพิจารณาการเปลี่ยนแปลงของค่าจ้างที่แท้จริง พบว่า ภาพรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.3 และภาคเอกชนเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.8 สะท้อนความสามารถในการจ่ายใช้สอยที่เพิ่มขึ้น

อัตราการเปลี่ยนแปลงของค่าจ้างที่แท้จริง (%YoY)



ที่มา: LFS



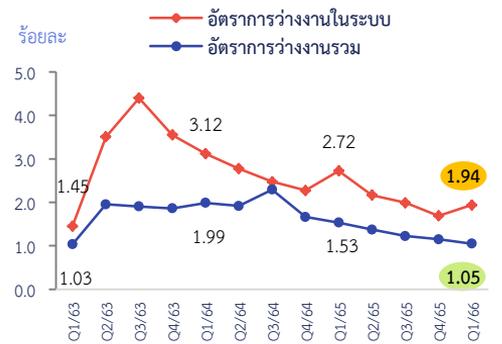
แรงงาน



การว่างงาน

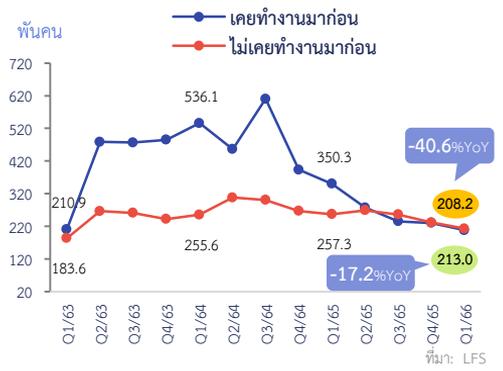
การว่างงานปรับตัวดีขึ้นในทุกสถานะ โดยอัตราการว่างงาน ลดลงมาอยู่ที่ร้อยละ 1.05 หรือมีผู้ว่างงานจำนวน 4.2 แสนคน ลดลงทั้งผู้ว่างงานที่เคยและไม่เคยทำงานมาก่อน รวมถึงผู้ว่างงานระยะยาว อีกทั้งการว่างงานตามระดับการศึกษายังคงลดลงต่อเนื่องในทุกระดับ

อัตราการว่างงานรวมและอัตราการว่างงานในระบบ



ที่มา: LFS และสำนักงานประกันสังคม กระทรวงแรงงาน

ผู้ว่างงานที่เคยทำงานมาก่อนและไม่เคยทำงานมาก่อน



ที่มา: LFS

อัตราการว่างงานตามระดับการศึกษา

ระดับการศึกษา	Q1/62	Q1/63	Q1/64	Q1/65	Q1/66	
					จำนวน (พันคน)	อัตรา
ประถมศึกษาและต่ำกว่า	0.43	0.50	0.91	0.62	69.80	0.45
มัธยมต้น	1.20	1.26	2.37	1.49	71.55	1.03
มัธยมปลาย	0.95	1.20	2.43	1.60	70.11	1.11
อาชีวศึกษา	1.34	1.21	2.10	1.97	17.33	1.10
วิชาชีพชั้นสูง	1.71	1.49	3.43	2.38	28.37	1.11
อุดมศึกษา	1.56	1.80	3.17	3.10	163.99	2.22

ที่มา: LFS

จำนวนผู้ว่างงานระยะยาว



ที่มา: LFS

ประเด็นด้านแรงงานที่ควรให้ความสำคัญ

1 การขาดแคลนแรงงานด้านดิจิทัลและไอที จากการปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลของภาคธุรกิจ และการแพร่ระบาดของ COVID-19 ซึ่งเป็นปัจจัยเร่งให้ภาคธุรกิจปรับตัวโดยนำเทคโนโลยีมาใช้ ทำให้มีความต้องการแรงงานสายงานไอทีประมาณ 2 - 3 หมื่นตำแหน่งต่อปี

ปี 2564

ผู้จบการศึกษาในด้าน ICT ≈ 1.4 หมื่นคน

(ที่มา: ระบบเผยแพร่สารสนเทศอุดมศึกษา, อ.ว.)

Manpower :

- มีความต้องการสูง
- หาบุคลากรได้ยากที่สุด
- ความต้องการมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่อง

แรงงานสายงานไอที

2 รายได้และการจ้างงานของแรงงานภาคเกษตรกรรม จากผลกระทบของปรากฏการณ์เอลนีโญ ซึ่งจะส่งผลให้อุณหภูมิสูงกว่าปกติ มีปริมาณฝนน้อย และฝนทิ้งช่วงนาน

ปรากฏการณ์เอลนีโญ ปี 2557 - 2559

ผลผลิตทางการเกษตร ลดลง ≈ 10 ล้านตัน

มูลค่าความเสียหาย ≈ 8.4 หมื่นล้านบาท

(ที่มา: ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจทีเอ็มบี, 2559)

3 พฤติกรรมการเลือกงานโดยคำนึงถึงค่าตอบแทนที่สูงและสมดุลในชีวิตของคนรุ่นใหม่ ซึ่งจะส่งผลให้ผู้ประกอบการต้องปรับแผนในการจ้างงานเพื่อดึงดูดและรักษาบุคลากรไว้กับองค์กร

สิ่งที่เยาวชนให้ความสำคัญในการหางาน

- ค่าตอบแทน
- ความชอบ
- ความสมดุลในชีวิต

งานที่แรงงานไทยต้องการ seek

- มั่นคงและมีสมดุลระหว่างชีวิตและการทำงาน
- มีเวลาให้ครอบครัว เพื่อน และงานอดิเรก



หนี้สินครัวเรือน

- ไตรมาสหนึ่ง ปี 2565 หนี้สินครัวเรือนยังคงขยายตัว และสัดส่วนหนี้สินครัวเรือนต่อ GDP ปรับตัวลดลงจากไตรมาสก่อน ขณะที่คุณภาพสินเชื่อในภาพรวมทรงตัว

ณ สิ้นสุดระยะเวลา	รายปี		รายไตรมาส							
	2562	2563	Q1-64	Q2-64	Q3-64	Q4-64	Q1-65	Q2-65	Q3-65	Q4-65
หนี้สินครัวเรือน (ล้านล้านบาท) ①	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
ผลรวมของ Nominal GDP ใน 4 ไตรมาส (ล้านล้านบาท) ②	16.9	15.7	15.6	15.9	16.0	16.2	16.4	16.7	17.1	17.4
สัดส่วนหนี้ต่อ GDP (①/②)	79.9	89.6	90.8	89.6	89.7	90.2	89.3	88.3	87.0	86.9

หนี้สินครัวเรือนที่เพิ่มขึ้นเกิดจากการขยายตัวของหนี้บ้าน และหนี้เพื่อการอุปโภคบริโภค

อัตราการขยายตัวของหนี้ครัวเรือน จำแนกรายวัตถุประสงค์ (ร้อยละ)

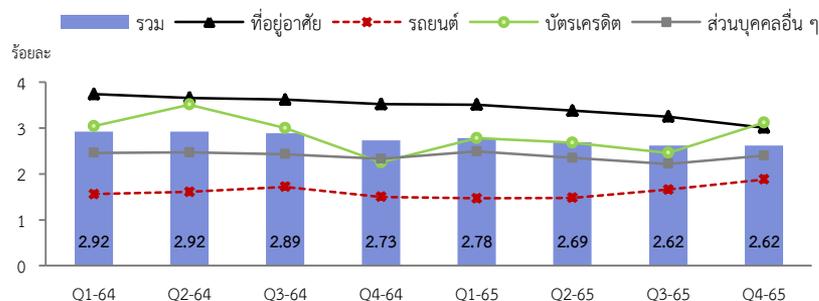
ณ สิ้นสุดระยะเวลา (%YoY)	สัดส่วนหนี้ Q4/65	2564				2565			
		Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4
หนี้สินครัวเรือน (รวม)	100.0	4.7	5.1	4.1	3.9	3.7	3.5	4.0	3.5
เพื่อซื้อสิ่งทราชมทรัพย์	35.1	6.0	6.0	5.5	5.2	4.9	4.8	5.1	5.2
เพื่อยานยนต์	12.0	2.9	2.6	0.3	1.2	0.6	0.3	1.2	-0.3
เพื่อการประกอบธุรกิจ	17.9	4.5	6.0	5.6	5.2	5.2	4.0	3.4	2.3
เพื่ออุปโภคบริโภคส่วนบุคคลอื่น	28.0	6.6	6.4	4.7	3.8	3.6	3.9	5.2	4.4
- สินเชื่อส่วนบุคคล	19.8	7.9	6.8	4.7	3.0	1.8	1.1	1.7	0.9
- สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับ*	5.1	0.6	5.8	8.1	9.7	12.9	14.1	17.4	20.8
- สินเชื่อบัตรเครดิต	3.1	6.0	4.4	-0.5	1.6	2.5	8.8	11.8	4.4
สินเชื่ออื่นๆ	6.9	-4.4	-1.8	-0.9	-0.3	0.6	-0.4	0.1	1.6

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย และ สศช.

ไตรมาสสี่ ปี 2565 ภาพรวมคุณภาพสินเชื่อทรงตัว และสัดส่วนต่อสินเชื่อรวมของสินเชื่อเกือบทุกประเภทด้อยลง ยกเว้นสินเชื่อที่อยู่อาศัย

ธนาคารพาณิชย์

สัดส่วนสินเชื่อที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPL) ต่อสินเชื่อรวม (ร้อยละ)



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

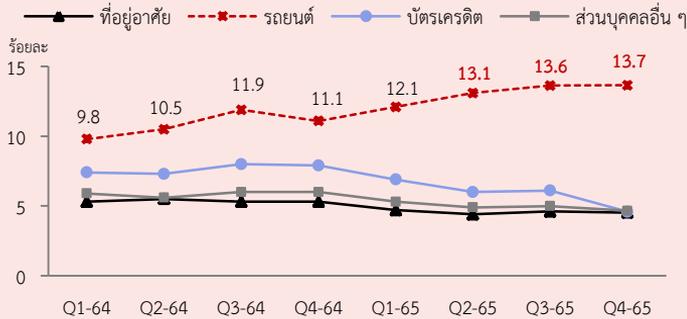
*สินเชื่อส่วนบุคคลภายใต้กำกับ คือ สินเชื่อส่วนบุคคลที่ไม่มีหลักประกัน ซึ่งรวมถึงการให้สินเชื่อและการให้เช่าแบบคิซิงในสินค้าที่ผู้ให้สินเชื่อไม่ได้อำนาจเอง (ยกเว้นสินค้าประเภทรถและเครื่องจักร) เช่น ซื้อเครื่องใช้ไฟฟ้าในห้างสรรพสินค้า โดยชำระค่าสินค้าด้วยเงินที่ได้จากการขอสินเชื่อส่วนบุคคลฯ ของธนาคาร

ประเภทหนี้ที่มีปัญหา

1 สัดส่วนสินเชื่อกล่าวถึงพิเศษต่อสินเชื่อรวมของสินเชื่อรถยนต์ยังคงเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง



สัดส่วนสินเชื่อกล่าวถึงพิเศษ (สินเชื่อค้างชำระไม่เกิน 3 เดือน) รายวัตถุประสงค์ต่อสินเชื่อรวม (ร้อยละ)



ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย

2 หนี้เสียที่ได้รับผลกระทบจาก COVID-19 ในกลุ่มสินเชื่อส่วนบุคคลยังมีมูลค่าสูง และมีบัญชีหนี้เสียเพิ่มขึ้น



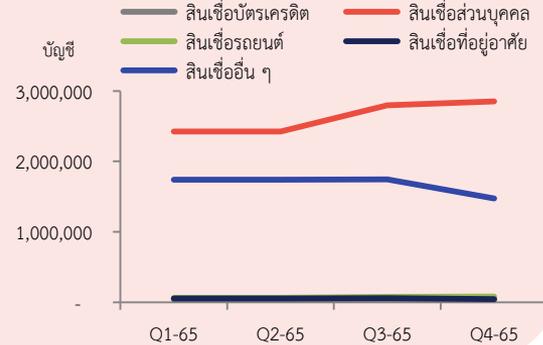
มูลค่าหนี้เสียจากผลกระทบของ COVID-19 จำแนกรายวัตถุประสงค์ (หมื่นล้านบาท)



ประเภทสินเชื่อ	Q4-65
สินเชื่อบัตรเครดิต	0.2
สินเชื่อส่วนบุคคล	7.6
สินเชื่อรถยนต์	3.1
สินเชื่อที่อยู่อาศัย	4.6
สินเชื่ออื่น ๆ	17.9

ที่มา: บริษัท ข้อมูลเครดิตแห่งชาติ จำกัด

จำนวนบัญชีที่กลายเป็นหนี้เสียจากผลกระทบของ COVID-19 จำแนกรายวัตถุประสงค์ (บัญชี)



ระดับหนี้สินครัวเรือนที่ยังอยู่ในระดับสูงกลายเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างของเศรษฐกิจไทย



ต้องเร่งรัดการดำเนินการแก้ไขปัญหาหนี้สินครัวเรือนอย่างยั่งยืนตามมาตรการของ ธปท. ซึ่งต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ทั้งเจ้าหน้าที่สถาบันการเงินและไม่ใช่สถาบันการเงินในการเข้ามามีส่วนช่วยในการแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะหนี้ยานยนต์ที่มีสินเชื่อเสี่ยงจะเป็น NPLs เพิ่มขึ้น และหนี้เสียของหนี้ส่วนบุคคลของลูกค้าที่ได้รับผลกระทบของ COVID-19 ที่ยังเพิ่มขึ้น





สุขภาพและการเจ็บป่วย

- การเจ็บป่วยด้วยโรคเฝ้าระวังไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับปี 2565 ขณะที่การระบาดของ COVID-19 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น รวมทั้งการป้องกันตนเองจากฝุ่น PM 2.5 และโรคลมแดด (Heat stroke) ซึ่งอาจทำให้เสียชีวิตได้

ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566

การเจ็บป่วยด้วยโรคเฝ้าระวังมีจำนวนผู้ป่วย 1.41 แสนคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 124.5 จากการเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากของผู้ป่วยโรคมือ เท้า ปาก

1

สุขภาพจิตของคนไทยในไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 ดีขึ้น โดยลดลงจากช่วงเดียวกันของปี 2565 ที่มีสัดส่วนร้อยละ 11.95 เหลือเพียงร้อยละ 8.36

2

ผลกระทบจากฝุ่น PM 2.5 ต่อสุขภาพ



ปี 2566 (ตั้งแต่วันที่ 1 ม.ค.-7 พ.ค.) ไทยมีผู้ป่วยด้วยโรคที่เกี่ยวข้องกับมลพิษทางอากาศ 3.11 ล้านราย

จำนวนผู้ป่วยด้วยโรคเฝ้าระวัง (หน่วย:ราย)

โรค	2565				2566	%YOY
	Q1	Q2	Q3	Q4		
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
อีหู่	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	141,815	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

ประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ

1) การรักษาระดับการป้องกันโรคส่วนบุคคลและการเข้ารับวัคซีน COVID-19 เข็มกระตุ้นอย่างต่อเนื่อง

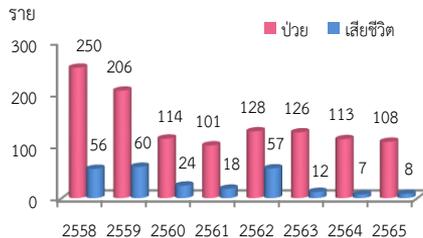
- จึงยังมีความจำเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มเปราะบางหรือกลุ่มเสี่ยง 608 จะช่วยลดอาการรุนแรงหากติดเชื้อและเสียชีวิตได้



2) การเจ็บป่วยและเสียชีวิตจากภาวะอากาศร้อนด้วยโรคลมแดด (Heat Stroke)

- ปี 2566 (ตั้งแต่วันที่ 1 มี.ค.-7 พ.ค.) พบผู้ป่วยโรคลมแดดแล้ว 59 ราย เสียชีวิต 7 ราย

จำนวนผู้ป่วยและเสียชีวิตด้วยโรคลมแดด (ราย)



ที่มา: กองระบาดวิทยา กระทรวงสาธารณสุข

หมายเหตุ : โรคทางจิตเวช และปัญหาทางสุขภาพจิต มีดังนี้ 1) โรคซึมเศร้า 2) โรควิตกกังวล 3) โรคจิตเภท 4) โรคจิตเวชเนื่องมาจากสารเสพติด 5) โรคอารมณ์แปรปรวนสองขั้ว หรือโรคไบโพลาร์ และ 6) โรคสมองเสื่อม

3) ปัญหาสุขภาพจิตของเยาวชนกลุ่มมหาวิทยาลัย

- จากผลสำรวจ พบว่า มีภาวะเสี่ยงซึมเศร้าสูง ร้อยละ 25.68 และเสี่ยงฆ่าตัวตายสูงกว่ากลุ่มประชากรวัยอื่น

สัดส่วนผู้มีภาวะเสี่ยงด้านสุขภาพจิตของคนไทยจำแนกตามกลุ่มช่วงอายุ (ร้อยละ)

กลุ่มช่วงอายุ	เครียดสูง	เสี่ยงซึมเศร้า	เสี่ยงฆ่าตัวตาย	การนอนหลับ (Insomnia)
กลุ่มช่วงอายุ 19 – 24 ปี (รองนักศึกษามหาวิทยาลัย)	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

ที่มา: ระเบียบงานการประเมินผลสุขภาพจิตคนไทย กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข



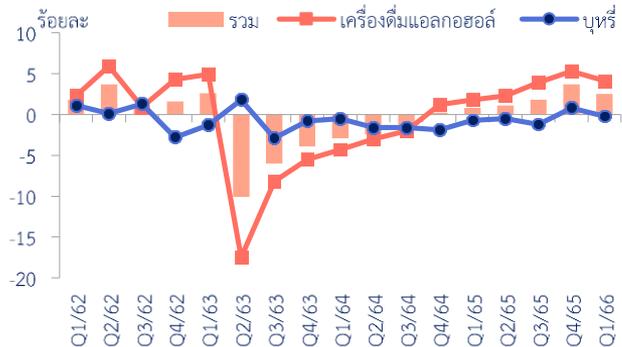
การบริโภคเครื่องดื่มและแอลกอฮอล์



การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่โดยรวมเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.5

- การบริโภคเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.1
- ขณะที่การบริโภคบุหรี่ยลดลงร้อยละ 0.2

การเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายการบริโภคของครัวเรือนหมวดเครื่องดื่มแอลกอฮอล์และบุหรี่ มูลค่าที่แท้จริง (ร้อยละ)



ที่มา : สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ประเด็นติดตามและเฝ้าระวัง

การดื่มแอลกอฮอล์ที่ได้รับความรับผิดชอบต่อสังคม

จากสถิติของกรมคุมประพฤติพบคดีขับรถขณะเมาสุรา จำนวนทั้งสิ้น 8,567 คดี คิดเป็นร้อยละ 96.01 ของคดีที่ศาลสั่งคุมความประพฤติทั้งหมด เพิ่มขึ้นจากปีก่อนจำนวน 669 คดี

ที่มา : กรมคุมประพฤติ

ต้องสร้างการรณรงค์ & มาตรการสนับสนุน

▶ สร้างความตระหนักถึงผลกระทบของการขับรถขณะเมาสุรา

▶ ปฏิเสธการขายต่อลูกค้าที่มีอาการมึนเมาจนทรงสติไม่ได้



▶ สนับสนุนมาตรการจ้างคนขับรถผ่านแอปพลิเคชันที่ทำให้ผู้ดื่มไม่ขับรถยนต์



▶ ร้านค้า และผู้ขายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ห้ามจัดโปรโมชั่นลดราคา แลกซื้อ หรือแถม

การโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าที่มุ่งเป้าการตลาดไปยังเด็กและเยาวชน

กลุ่มเด็กและเยาวชนเป็นเป้าหมายการโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าบนออนไลน์

▶ 1 ความถี่การเห็นโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้าอยู่ที่ 9.48 ครั้ง / เดือน

▶ 2 โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นชายเห็นโฆษณาบุหรี่ไฟฟ้ามากที่สุดอยู่ที่ 11.3 ครั้ง / เดือน



- ต้องควบคุมดูแลสื่อโฆษณาออนไลน์
- ส่งเสริมกิจกรรมที่ทำให้เด็กและเยาวชนตระหนักถึงผลกระทบของบุหรี่ไฟฟ้า
- เสริมสร้างค่านิยมไม่สูบบุหรี่และบุหรี่ไฟฟ้าให้แก่ครอบครัวที่เป็นสถาบันขั้นพื้นฐาน

ที่มา : บริษัทวิจัยการตลาด Vitamins Consulting & Research ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)



ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

คดีอาญาโดยรวมเพิ่มขึ้น ทั้งจากคดีชีวิต ร่างกายและเพศ และคดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน

อัตราการขยายตัวของคดีอาญารวม คดียาเสพติด คดีประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน และคดีชีวิต ร่างกาย และเพศ



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

การรับแจ้งผู้ประสพภัยสะสมลดลง ร้อยละ 7.8 ผู้เสียชีวิตเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.6

การเกิดอุบัติเหตุทางถนน การรับแจ้งผู้ประสพภัยสะสม และผู้เสียชีวิต ปี 2565 - 2566

ประเภทคดี	2565				2566
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
รับแจ้งอุบัติเหตุผู้ประสพภัยสะสม (ราย)	225,199	225,849	246,258	243,803	207,489
%YoY	-18.4	8.1	47.0	1.1	-7.8
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: ศูนย์ข้อมูลอุบัติเหตุเพื่อเสริมสร้างวัฒนธรรมความปลอดภัยทางถนน (Thai RSC) (ข้อมูล ณ 19 เมษายน 2566)

คดีอาญาประเภทชีวิต ร่างกายและเพศ ประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน ยาเสพติด ปี 2564-2566

ประเภทคดี	2565				2566
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1
อาญารวม (คดี)	101,739	108,253	105,439	113,592	103,936
%YoY	-29.6	-22.3	-15.7	-5.2	2.2
ยาเสพติด (คดี)	86,493	92,552	88,311	96,322	84,959
%YoY	-32.4	25.0	-17.9	-6.4	-1.8
ประทุษร้ายต่อทรัพย์สิน(คดี)	11,549	12,022	13,337	13,354	14,441
%YoY	-5.0	-0.5	-4.5	3.0	25.0
ชีวิต ร่างกาย และเพศ (คดี)	3,697	3,679	3,791	3,916	4,536
%YoY	-15.5	-5.3	6.0	-0.8	22.7

การเกิดอุบัติเหตุช่วงเทศกาลสงกรานต์ 2566



สถิติการเกิดอุบัติเหตุ จำนวนผู้เสียชีวิต/ผู้บาดเจ็บจากอุบัติเหตุจากรถทางถนนช่วงเทศกาลของไทย 2565 - 2566



ที่มา: ศูนย์อำนวยความสะดวกป้องกันและลดอุบัติเหตุทางถนนในช่วงเทศกาล 2565 - 2566



ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

ประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญ

1 ยังคงต้องเร่งกวาดล้างเครือข่ายหลอกลวงผ่านแอปพลิเคชัน ที่สร้างความเสียหายให้กับผู้หลงเชื่อที่มีอยู่จำนวนมาก อาทิ เครือข่ายปล่อยเงินกู้ในระบบ



2 เด็กและเยาวชนมีการกระทำความผิดเกี่ยวกับชีวิตร่างกายและเพศ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.8 จำเป็นต้องร่วมกัน แก้ไข ดูแล สอดส่องพฤติกรรมเบี่ยงเบนที่นำไปสู่การกระทำผิด

3 การปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสมกับการสัญจร

จุดเสี่ยงบนท้องถนน

สี่แยกไฟแดง

- ความเร่งความเร็วของยานพาหนะที่ติดขัด
- สัญญาณไฟจราจร มีปัญหาหรือความเสียหาย
- ผู้ขับขี่ไม่ปฏิบัติตามสัญญาณจราจร

จุดกลับรถ

- ผู้ขับขี่ได้มาจากทิศทางเดียว แต่กลับรถในจุดที่ห้าม
- ผู้ขับขี่ไม่ปฏิบัติตามสัญญาณจราจร
- สัญญาณจราจรไม่ทำงาน

สี่หลาง

- ไม่ควรขับรถแข่งด้วยความเร็วสูงในระยะสี่หลาง
- หากจำเป็นต้องจอดรถสี่หลางควรให้สัญญาณไฟหรือเปิดสัญญาณไฟฉุกเฉิน

ทางโค้ง

- ควรชะลอความเร็ว ผ่านเชิงหรือหยุดรถก่อนเข้าโค้ง
- ขับให้อยู่ในช่องทางของตนเอง และจับพวงมาลัยให้มั่นคง

ทางแยกสามทาง

- ตัดหน้าไปก่อน ไม่สังเกตการจราจรที่จุดถนน
- ควรเปิดเลี้ยวสัญญาณในเวลาไล่เลี่ยกัน
- รถยนต์ที่หยุดรอเป็นวงเวียน
- (เพื่อใช้สัญญาณเตือนเพื่อระมัดระวัง)

ขอเตือน!!! บล๊อคตู้กดกเคียบตุก อย่าเพิ่งด่วน **ทิ้ง!!!**

ระวัง!!! มิฉะฉานพลาดปล่อย "เงินกู" ผ่าน

คิดดอกเบี้ยราคาถูก แต่ต้องโอนเงินค่าดอกเบี้ย หรือค่าธรรมเนียมมาก่อน ถึงจะโอนเงินกูมาให้คุณ

คุณคือเหยื่อที่ถูกหลอก เพราะกำลัง "บล็อกคุณ"

กดลบปรนปรน @csdthailand

เงินด่วนถูกกฎหมาย ดอกเบี้ยเท่าไร??

- ✓ ผู้มีมากกว่า 2,000 บาท ส่งทำสัญญาผู้รับ
- ✓ ดอกเบี้ยไม่เกิน 15% ต่อปี
- ✓ สถานประกอบการหรือธนาคาร ดอกเบี้ยไม่เกิน 15% ต่อปีได้

ตัวอย่างเงินด่วนถูกกฎหมาย:

สินเชื่อส่วนบุคคล	สินเชื่อส่วนบุคคล	สินเชื่อเพื่อไปเที่ยว
ดอกเบี้ยไม่เกิน 24% ต่อปี	ดอกเบี้ยไม่เกิน 23% ต่อปี	ดอกเบี้ยไม่เกิน 36% ต่อปี



4 การป้องกันการเสียชีวิตจากการจมน้ำของเด็กและเยาวชน



Q1 เด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี เสียชีวิตจากการจมน้ำ 34 คน ร้อยละ 6.2 จากไตรมาสเดียวกันของปีงบประมาณก่อนหน้า

ที่มา ระบบคลังข้อมูลด้านการแพทย์และสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข ข้อมูล ณ 10 เมษายน 2566

ป้องกันอุบัติเหตุจมน้ำ

ตะโกน โยน ว่ายน้ำ

ช่วยด้วย!!

คนตกน้ำ

การป้องกันตนเอง

- ผู้ปกครองควรดูแลเด็กอย่างใกล้ชิด
- สอนวิธีการว่ายน้ำ
- สวมอุปกรณ์ป้องกันจมน้ำ

การคุ้มครองผู้บริโภค

- ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566 การรับเรื่องเรียนผ่าน สคบ. เพิ่มขึ้นร้อยละ 397.3 จากช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่เป็นการร้องเรียนเกี่ยวกับการไม่ได้รับความเป็นธรรมจากการใช้บริการ ขณะที่ การรับเรื่องร้องเรียนผ่านสำนักงาน กสทช. ลดลงร้อยละ 73.4 โดยลดลงในทุกประเภทบริการ



การรับเรื่องร้องเรียนการคุ้มครองผู้บริโภคในรายไตรมาส

เรื่องร้องเรียน	2565				2566	%YoY Q1/2566
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	
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 (สคบ.) และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง
กิจการ โทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (สำนักงาน กสทช.)

ประเด็นที่ต้องติดตามและเฝ้าระวัง

“การโฆษณาและมาตรฐานสินค้าและบริการประเภทความสวยงามมีแนวโน้มสร้างความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค”



1 การโฆษณาด้วยข้อความที่อาจสร้างความไม่เป็นธรรมต่อผู้บริโภค



- การใช้ข้อความโฆษณาที่ยากแก่การพิสูจน์ อาทิ “บริษัทขอสงวนสิทธิ์ในการเปลี่ยนแปลงราคาและเงื่อนไขโดยไม่ต้องแจ้งให้ทราบล่วงหน้า” “ไม่เห็นผลยีนดีคืนเงิน” ตลอดจนการให้ข้อมูลที่ **ไม่ถูกต้องและครบถ้วน**

ม.ค.66 สคบ. ประกาศใช้กฎหมายควบคุมการใช้ข้อความโฆษณา ซึ่งมีสาระสำคัญครอบคลุมในประเด็นดังกล่าว



➔ **จึงเป็นประเด็นที่ต้องตระหนักรู้** ทั้งในส่วนของผู้บริโภค (การเลือกซื้อ) และผู้ประกอบการ (การให้ข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วน)

2 การหลอกขายสินค้าและบริการที่ไม่มีมาตรฐานให้แก่ผู้บริโภค

- โดยเฉพาะการใช้วัสดุไม่ได้มาตรฐานมาใช้ **ทำตุ๊กตกรรมให้แก่ผู้บริโภค** จากข้อมูลของอย. 2566 ตรวจพบคลินิกหลายแห่งที่ใช้วัสดุไม่ได้คุณภาพมาหลอกขายผู้บริโภคในราคาตั้งแต่หลักพันถึงหลักแสน



ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องฯ จำเป็นต้องเข้ามาตรวจสอบและควบคุมสินค้าและบริการฯ ให้มากขึ้น ขณะเดียวกันผู้บริโภคต้องพิจารณาความน่าเชื่อถือของสินค้าและบริการอย่างถี่ถ้วน



2.

สถานการณ์ทางสังคมที่สำคัญ ไตรมาสหนึ่ง ปี 2566

มุเตลู่ ถือเป็นหนึ่งใน **Soft power** ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของไทย 

คำว่า “มุเตลู่” ถูกนำมาใช้แทนความเชื่อความศรัทธาในสิ่งศักดิ์สิทธิ์ของคนไทยที่มีมาอย่างช้านาน ซึ่งไม่ได้จำกัดอยู่แค่ความเชื่อทางศาสนาเท่านั้น แต่ยังผสมผสานกับสิ่งเร้าทางธรรมชาติ โหราศาสตร์ ตลอดจนวัตถุมงคล/เครื่องรางของขลังต่าง ๆ ที่ผู้คนนับถือบูชา

“มุเตลู่” ถูกกล่าวถึงกันอย่างแพร่หลาย โดยในด้านการท่องเที่ยว : หน่วยงานภาครัฐเริ่มให้การสนับสนุนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้มากขึ้น

การท่องเที่ยวมุเตลู่ ≈ “การท่องเที่ยวเชิงศรัทธา (Faith-Based Tourism)*”

การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก



+13.7 พันล้านเหรียญสหรัฐ

= ปี 2565

+40.9 พันล้านเหรียญสหรัฐ

ปี 2576

เพิ่มขึ้น 3 เท่า
ภายใน 10 ปี

หมายเหตุ: * ประกอบด้วย การเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ การแสวงบุญ และการท่องเที่ยวทางศาสนา มรดกและวัฒนธรรม

ที่มา: รายงาน Future Markets Insight 2023

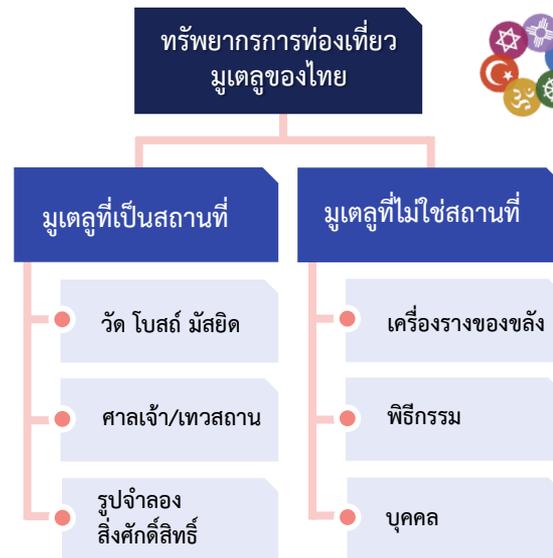
สำหรับประเทศไทย

จากการคาดการณ์ของกระทรวงพาณิชย์ พบว่า ...

เฉพาะการแสวงบุญสามารถสร้างรายได้หมุนเวียนในระบบมากถึง **10,800** ล้านบาท

คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ **0.36** ต่อมูลค่าการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศในปี 2562

ทรัพยากรการท่องเที่ยวมุเตลู่ของไทย



ที่มา: รวบรวมโดย กสท.



ความหลากหลายของทรัพยากรสายมู สะท้อนการมีพหุวัฒนธรรมซึ่งผสมผสานวัฒนธรรมทางศาสนา และความเชื่อของคนไทย ซึ่งกลายเป็น **soft power** ที่สามารถใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ โดยต้องมีการส่งเสริมที่เหมาะสม

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงความเชื่อ



กำหนดนโยบาย/แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ชัดเจนของภาครัฐ

การดำเนินการที่ผ่านมา

- ☹️ มาตรการส่งเสริมการท่องเที่ยวฯ ของไทยยังจำกัดเฉพาะกิจกรรมที่ส่งเสริมกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยวไทย
- ☹️ นักท่องเที่ยวสายมู ที่เป็นชาวต่างชาติส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ จากการรีวิวหรือจากภาพยนตร์

แนวทาง

ต้องกำหนดทิศทางการพัฒนาที่ชัดเจนและเป็นรูปธรรม ทั้งในระดับประเทศและระดับพื้นที่



อาทิ **ฮ่องกง** มีนโยบายส่งเสริม “วิถีการท่องเที่ยวแบบศาสนา” เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก



พัฒนากลยุทธ์การตลาดมู ด้วยการสร้าง Branding ที่ครอบคลุมทั้งสถานที่ บุคคล และกิจกรรมสายมู

แนวทาง

- จำเป็นต้องสร้าง Branding ผ่านการจัดทำเรื่องราว (Story) ที่มีความเป็นมาและคุณค่าทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับ
- สอดแทรกวัฒนธรรมที่อิงกับมู ในสื่อต่างๆ เพื่อเผยแพร่ให้คนต่างชาติสนใจมากขึ้น

กรณีของเมืองเทศาโลนีกี ประเทศกรีซ

- ✓ จัดทำแผนที่การท่องเที่ยวสายมู เชื่อมโยงกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่น
- ✓ โฆษณาภาพลักษณ์ผ่านสโลแกน
- ✓ สร้างเว็บไซต์เพื่อเผยแพร่เรื่องราวของสถานที่
- ✓ ออกแบบของที่ระลึก



บูรณาการการทำงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

แนวทาง

- จำเป็นต้องมีการบูรณาการการทำงานของแต่ละภาคส่วนให้มีเอกภาพมากขึ้น
- ส่งเสริมบทบาทองค์กรส่วนท้องถิ่นให้เป็นหน่วยขับเคลื่อนสำคัญในการดึงภาคส่วนอื่น ๆ เข้ามาพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกในพื้นที่
→ มีมาตรฐาน ความหลากหลาย และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน



ประเด็นเกี่ยวกับความเชื่อและศาสนามีความละเอียดอ่อน ดังนั้น การดำเนินนโยบายจึงต้องมีความระมัดระวัง และควรมีการศึกษาที่ถูกต้อง เพื่อไม่ให้เกิดการแทรกแซงและบิดเบือนความเชื่อ ควบคู่กับมีมาตรการกำกับดูแลเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอาชีพห่วยโอกาสหลอกลวงนักท่องเที่ยวโดยใช้ความเชื่อเป็นเครื่องมือ



2 วิสาหกิจเพื่อสังคมกับการรองรับสังคมสูงวัย

สังคมสูงวัย

เป็นความท้าทายในการมีมาตรการรองรับ

แต่ความต้องการผู้สูงอายุมีความหลากหลาย มาตรการส่งเสริมความเป็นอยู่ของภาครัฐจึงไม่สามารถตอบสนองได้ครอบคลุมทั้งหมด

ตัวอย่าง **SE** ที่ดำเนินการแก้ปัญหาผู้สูงอายุในประเด็นต่าง ๆ

ด้านการจ้างงาน

ผู้สูงอายุกว่า 34.7% ยังคงทำงานอยู่ แต่ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ ทำให้บางกลุ่มยังขาดหลักประกันสำหรับชีวิตหลังเกษียณ

ชุมชน

- จ้างงานผู้สูงอายุหญิง
- ทำหน้าที่ดูแลเครื่องซักและเครื่องอบผ้า
- ให้คำแนะนำแก่ลูกค้า และให้บริการพับผ้า

• ค่าตอบแทน : เงินเดือน + สิทธิประกันสังคม

สร้างรายได้และสร้างคุณค่าให้แก่ผู้สูงอายุ

ด้านสุขภาพ

วัยสูงอายุมักมาพร้อมกับการเสื่อมถอยของร่างกาย มีการเจ็บป่วยที่มากขึ้น ขณะที่สามารถดูแลตนเองได้น้อยลง

ผู้สูงอายุ ≈ 1.6 ล้านคน : ไม่สามารถเดินทางโดยไม่ต้องมีผู้ดูแล

4.5 แสนคน : ไม่สามารถดูแลตนเองในชีวิตประจำวันได้

ที่มา: SES ปี 2564 ,สสช.

Buddy homecare

- บริการดูแลผู้สูงอายุที่บ้าน
- อยู่เป็นเพื่อน / ช่วยดูแลด้านสุขภาพ
- มีทั้งรูปแบบรายวัน/รายเดือน

ดูแลผู้สูงอายุและลดภาระของลูกหลาน

มีโครงการ “ADOPT A GRANNY ปันสุขผู้สูงอายุ”

: ปันกำไรไปช่วยดูแลผู้สูงอายุที่ยากไร้ในพื้นที่

วิสาหกิจเพื่อสังคม หรือ **Social Enterprise: SE**

เป็นองค์กรภาคประชาสังคมหนึ่งที่มีบทบาทในการช่วยปิดช่องว่างการดูแลผู้สูงอายุ

SE :



ไม่แสวงหากำไรสูงสุด ให้แก่ผู้ประกอบการ



มีความยั่งยืนมากกว่า องค์กรรูปแบบอื่น



มีเป้าหมายหลัก คือ การนำกำไรไปช่วยดูแลสังคม

- > มีรายได้ของตัวเองไม่ต้องรอเงินบริจาค
- > มักเกิดจากความร่วมมือของคนในพื้นที่

ด้านจิตใจ

ผู้สูงอายุมักมีผลกระทบต่อจิตใจจากการอยู่อย่างโดดเดี่ยว/ไม่มีการทำกิจกรรมเหมือนเมื่อก่อน

ผู้สูงอายุ 35.5% มีความสุขระดับปานกลางและน้อย



ที่มา: การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564 ,สสช.

เยือนเย็น

- ดูแลผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะป่วยระยะสุดท้าย
- ทีมแพทย์วางแผนการดูแลร่วมกับครอบครัว โดยรับฟังความต้องการของผู้ป่วยเป็นหลัก
- มีการติดตามอย่างต่อเนื่อง

หลีกเลี่ยงความเจ็บปวดจากการรักษาในโรงพยาบาล + ลดค่ารักษาพยาบาลในภาพรวม

Younghappy

- คอมมูนิตีสำหรับผู้สูงอายุ
- ทำกิจกรรมร่วมกัน แบ่งปันความรู้และประสบการณ์ และเพิ่มพูนทักษะ
- Onsite และ Online บนแอปฯ “Younghappy”

ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ + ลดความรู้สึกเหงา + ลดโอกาสเกิดภาวะซึมเศร้า + ลดปัญหาด้านกายภาพ

ปัจจุบันประเทศไทยมีการส่งเสริมการดำเนินงานของ SE แต่ยังมีประเด็นที่ต้องดำเนินการเพิ่มเติม

การสร้างสภาพแวดล้อมให้เกิดวิสาหกิจเพื่อสังคมใหม่

- 1 การศึกษาวิจัยและจัดทำชุดองค์ความรู้**
 - **ถอดบทเรียนการดำเนินงานของ SE และเผยแพร่** เพื่อสร้างแรงบันดาลใจ/เป็นแนวทางให้ SE อื่น ๆ ได้ศึกษา ➡ เป็นประโยชน์ในการจัดทำฐานข้อมูลและพัฒนาตัวชี้วัด จัดทำมาตรการส่งเสริม SE ในอนาคต
 - **จัดทำประเด็นเชิงสังคมด้านต่าง ๆ ที่ภาครัฐยังดำเนินงานได้ไม่ครอบคลุม** หรือต้องการพลังหนุนเสริม เพื่อเป็นแนวทางให้ผู้สนใจเข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ปัญหา
- 2 การสร้างแรงจูงใจในการทำธุรกิจรูปแบบ SE**
 - **สนับสนุนในเชิงรุก** ให้สอดคล้องกับประเด็นที่จะดำเนินการ เช่น ประเด็นผู้สูงอายุ ประเด็น การดูแลผู้พิการ เป็นต้น โดยให้การสนับสนุนเงินทุน/ประสานแหล่งเงินทุน อบรมให้ความรู้ที่จำเป็น ซึ่งจะต้อง**จัดทำฐานข้อมูล** เพื่อเป็นข้อมูลใช้ในการขยายผลต่อไป
- 3 การส่งเสริมให้เกิดการลงทุนและการเข้าถึงแหล่งทุนของ SE**
 - ต้องเริ่มตั้งแต่**การสร้างความเข้าใจของคนในสังคมและผู้ลงทุน**เกี่ยวกับธุรกิจรูปแบบ SE ในการเป็นกลไกหนึ่งที่สามารถช่วยแก้ปัญหาสังคม
 - **ประชาสัมพันธ์ถึงสิทธิประโยชน์ในการลดหย่อนภาษี** สำหรับผู้ลงทุนใน SE และสำหรับประชาชนที่บริจาคเข้ากองทุนฯ ให้เป็นที่รับรู้ในวงกว้าง
 - จัดเวทีเพื่อ**จับคู่นักลงทุนเข้ากับ SE** หรือสร้างรูปแบบการระดมทุนใหม่ ๆ
 - **ประชาสัมพันธ์กองทุนฯ** ให้ผู้ประกอบการทราบ เพื่อเป็นช่องทางในการจัดตั้ง ปรับปรุง และยกระดับกิจการ

การสร้างความเข้มแข็งให้แก่วิสาหกิจเพื่อสังคมเดิม

- 1 การพัฒนาองค์ความรู้และการเสริมสร้างทักษะ** เนื่องจากผู้ประกอบการ SE ส่วนใหญ่มีความสนใจในการทำงานเพื่อสังคมแต่ยังขาดทักษะการบริหารธุรกิจ
 - **รวบรวมและเผยแพร่องค์ความรู้** รวมถึง**ฝึกอบรมพัฒนาทักษะ**ให้แก่ SE อย่างต่อเนื่อง โดยอาจอาศัยกลไกของ สวส. สมาคมธุรกิจเพื่อสังคม (SE Thailand) และสถาบันการศึกษา
 - **จัดเวทีแลกเปลี่ยนประสบการณ์**ระหว่างผู้ประกอบการ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนา ร่วมกัน
- 2 การสร้างความเชื่อมั่นในการดำเนินงานของ SE ต่อสังคม**
 - **มีเกณฑ์มาตรฐานและการรับรองคุณภาพ** จะช่วยให้ประชาชนไว้วางใจและเชื่อมั่น SE มากขึ้น
 - **เชื่อมโยงการดำเนินการของ SE เข้ากับการบริการภาครัฐ** หรือ**ยกย่อง/ให้รางวัลแก่ SE ที่มีคุณภาพ** เพื่อช่วยสร้างการยอมรับของสังคม
- 3 การส่งเสริมการเข้าถึงตลาด** เนื่องจาก SE เป็นธุรกิจมุ่งเน้นการแก้ปัญหาสังคม ไม่เน้นการสร้างกำไร ทำให้แข่งขันได้ยาก และมีกรับรู้ในวงจำกัด
 - **ประชาสัมพันธ์สินค้าและบริการ** ให้กับประชาชนทั่วไปได้รับทราบ
 - **ส่งเสริมการจับคู่หรือสร้างความร่วมมือทางธุรกิจ** โดยเฉพาะกับธุรกิจขนาดใหญ่ เพื่อผลักดันและเปิดโอกาสให้ SE เข้าถึงตลาดและมีกำไรนำไปทำงานเพื่อสังคมได้มากยิ่งขึ้น



สถานการณ์การออมของคนไทย

ร้อยละ 72 ของครัวเรือนไทย
มีการออมเงิน



- มูลค่าการออมไม่สูง
- แนวโน้มมูลค่าลดลง
- เริ่มออมที่อายุ 42 ปี



ร้อยละ 86
ของครัวเรือนไทย



เงินออมไม่เพียงพอใช้จ่ายในเวลา 1 ปี

การออมทางเลือก



การออมในรูปแบบอื่นที่ไม่ใช่ตัวเงิน
อาทิ การออมในรูปแบบของไม้ยืนต้น
และการเลี้ยงสัตว์



การออมทรัพย์สินในรูปแบบของการปลูกไม้ยืนต้น

การปลูกต้นไม้ ทั้งไม้เศรษฐกิจ/ไม้พันธุ์ท้องถิ่น ทั้งในบริเวณที่อยู่อาศัย หรือในพื้นที่เหลือที่ไม่ได้ทำการเกษตร โดยไม่จำเป็นต้องมีการดูแลเป็นพิเศษ



แนวคิดการปลูกต้นไม้ใช้หนี้ โดยนำต้นไม้ที่ตนเองปลูกไปเป็นทรัพย์สินเพื่อค้ำประกันเงินกู้หรือชำระหนี้สิน



- ปลดล็อกกฎหมายไม้หวงห้าม/ไม้หายากจำนวน 171 ชนิด
- ไม้มีค่า 58 ชนิด ใช้เป็นหลักประกันธุรกิจ/ค้ำประกันสินเชื่อได้

ข้อดี



- เป็นการออมที่ใช้เงินต้นต่ำ
- ให้ผลตอบแทนสูงถึงร้อยละ 17.90 ต่อปี

อุปสรรค



- การขาดแรงจูงใจ
- กฎระเบียบที่ยังไม่เอื้ออำนวยเท่าที่ควร

การออมทรัพย์สินในรูปแบบของการเลี้ยงสัตว์

- วิถีชีวิตของเกษตรกร/คนในชนบท
- ให้สัตว์หากินตามธรรมชาติหรืออาหารเหลือจากครัวเรือน



การเลี้ยงโค/กระบือ



ข้อดี

- ต้นทุนการเลี้ยงไม่สูง ปล่อยให้หากินตามธรรมชาติได้
- ช่วยในการเตรียมพื้นที่เพาะปลูก กำจัดวัชพืช
- ใช้มูลเป็นปุ๋ย/เก็บมูลไปขาย

ผลตอบแทน อายุ 5 ปีขึ้นไป ราคาขาย ตัวละ 25,000-50,000 บาท

กรณีตัวอย่าง

ชุมชนบ้านแม่ละนา:

ชุมชนเก่าแก่ของชาวไทยใหญ่ ทำเกษตรปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ --ไก่ เป็ด โค กระบือ สุกร-- โดยปล่อยให้หากินตามธรรมชาติ



- เปรียบเสมือนธนาคารออมทรัพย์ของชาวบ้าน
- เป็นแหล่งสำรองอาหาร
- มีการจัดตั้งกลุ่มผู้เลี้ยงสัตว์
- มีกฎกติการ่วมกัน

การออมที่ไม่ใช่ตัวเงิน เป็นทางเลือกที่น่าสนใจ

โดยเฉพาะครัวเรือนผู้มีรายได้น้อยภาคเกษตรกรรมที่มีความพร้อมในด้านพื้นที่ และมีประสบการณ์ในการทำการเกษตร/ปศุสัตว์



แนวทางการส่งเสริมและขยายผล

- ประชาสัมพันธ์ให้เกษตรกรเห็นถึงประโยชน์
- ส่งเสริมกลไกความร่วมมือของคนในชุมชน
- สร้างความรู้ ความเข้าใจ และให้คำปรึกษากับเกษตรกรในพื้นที่
- ปรับปรุงกฎระเบียบให้สอดคล้องและไม่เป็นอุปสรรคต่อการออมในรูปแบบนี้



3.

บทความ คุณธรรมในสังคมไทย

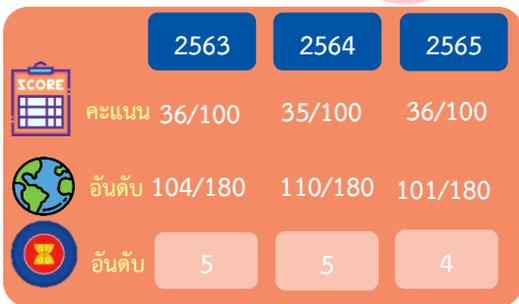
คุณธรรมในสังคมไทย

การปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรม
ด้านความซื่อสัตย์ มีวินัย มีคุณธรรม
และจริยธรรม

สำคัญต่อ

การเสริมสร้างและพัฒนา
ศักยภาพทรัพยากรมนุษย์

คะแนนดัชนีการรับรู้
การทุจริต (CPI)



ที่มา: สำนักงานปปช.

ด้านที่ยังมีปัญหา

! การรับรู้ว่าการทุจริตเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อสถาบันทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง

! เจ้าหน้าที่รัฐมีพฤติกรรมการใช้ตำแหน่งหน้าที่ในทางมิชอบ

สะท้อน

ระดับคุณธรรมของไทย



ศูนย์คุณธรรม (องค์การมหาชน) ได้จัดทำดัชนีชี้วัดคุณธรรม
เพื่อประเมินสถานการณ์ด้านคุณธรรมในสังคมไทย

โดยกำหนดมิติของคุณธรรมในสังคมไทยไว้ทั้งสิ้น 5 มิติ ดังนี้



ความพอเพียง

ความพอประมาณ ความมีเหตุผล



ความมีวินัยรับผิดชอบ

การยอมรับและประพฤติปฏิบัติตนตามบรรทัดฐานทางสังคม



ความกตัญญู

การสำนึกในความดี การเคารพความดี การตอบแทนความดี



ความสุจริต

การละอายต่อการทำสิ่งที่ไม่ถูกต้อง การไม่เอาเปรียบและ
ไม่แสวงหาผลประโยชน์ การยืนหยัดในความถูกต้อง



การมีจิตสาธารณะ

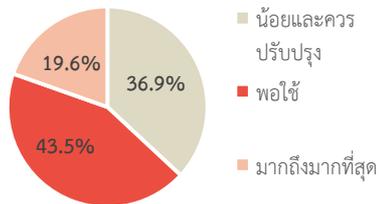
จิตอาสา สำนึกสาธารณะ เสียสละเพื่อช่วยเหลือผู้อื่น

คุณธรรมในสังคมไทย

สถานการณ์คุณธรรมของคนไทย

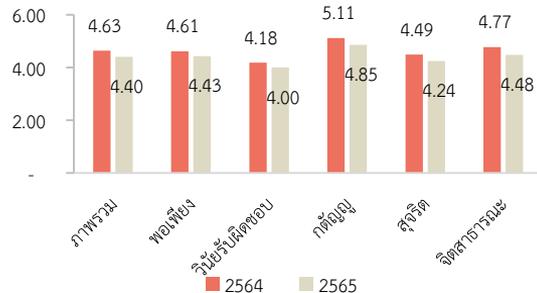
คนไทยมีคุณธรรมในด้าน**ความกตัญญูมากที่สุด** และด้านที่คะแนนน้อยที่สุดคือ**ความพอเพียง**

สัดส่วนกลุ่มตัวอย่างตามระดับของคุณธรรม



คนไทยส่วนใหญ่มีคุณธรรมในระดับพอใช้ โดยร้อยละ 43.5 ของกลุ่มตัวอย่างมีคุณธรรมระดับพอใช้ อีกร้อยละ 36.9 มีคุณธรรมน้อยและควรปรับปรุง

คะแนนดัชนีคุณธรรมภาพรวมและด้านต่าง ๆ ของกลุ่มวัย 25 – 40 ปี



ระดับคุณธรรมวัยแรงงานมีแนวโน้มลดลง โดยมีคะแนนเฉลี่ยลดลงจาก 4.63 ในปี 2564 เหลือ 4.40 ในปี 2565 และลดลงทุกด้าน ซึ่งวัยนี้ต้องรับผิดชอบวัยอื่น ทำให้มีอิทธิพลต่อการเรียนรู้และสร้างวิถีชีวิตแห่งคุณธรรมของเด็กในอนาคต

ข้อค้นพบที่น่าสนใจ

ปัญหาคุณธรรมแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน

ประเด็นประားบางของกลุ่มอายุ 25 – 40 ปี ราชอาณาจักร



คุณธรรมในสังคมไทย

ข้อค้นพบที่น่าสนใจ (ต่อ)



ต่างวัย ต่างปัญหา

แต่ละช่วงวัยมีปัญหาแตกต่างกัน

ช่วงอายุ 13 - 24 ปี = ด้านความสุจริต

กลุ่มอายุ 25 - 40 ปี = ด้านวินัยความรับผิดชอบ

กลุ่มวัย 41 ปีขึ้นไป = ด้านความพอเพียง

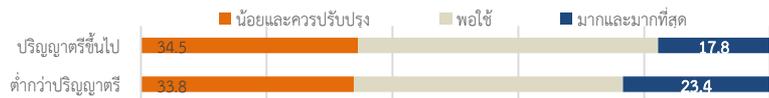
คะแนนดัชนีคุณธรรมเฉลี่ยแต่ละด้านของทุกช่วงวัย



การศึกษาสูงไม่ได้สะท้อนถึงระดับคุณธรรม กลุ่มคนอายุ 25 - 40 ปี

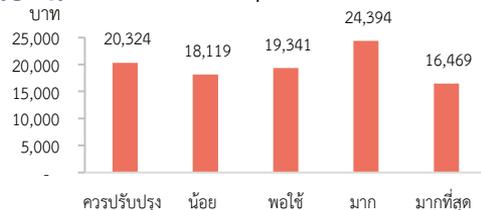
สัดส่วนของผู้ที่มีคุณธรรมระดับมากและมากที่สุด

ของผู้จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี > กลุ่มผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป



คุณธรรมและรายได้ไม่สัมพันธ์กัน ระดับรายได้เฉลี่ยของคุณธรรมแต่ละระดับ (บาท)

“กลุ่มที่มีระดับคุณธรรมในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยของรายได้ต่ำที่สุด ขณะที่กลุ่มที่มีคุณธรรมในระดับควรปรับปรุง กลับมีค่าเฉลี่ยของรายได้สูงเป็นอันดับที่ 2 ”



ที่มา: ข้อมูลการสำรวจสถานการณ์คุณธรรมด้วยตัวชี้วัดคุณธรรม ศูนย์คุณธรรม

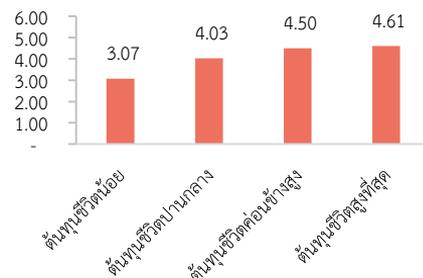


ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณธรรม

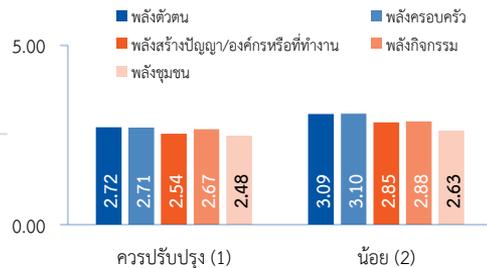
ต้นทุนชีวิตอาจส่งผลต่อระดับคุณธรรม

ผู้ที่มีต้นทุนชีวิตในระดับมากที่สุดมีคะแนนคุณธรรมเฉลี่ยสูงถึง 4.61 สะท้อนให้เห็นว่า การมีต้นทุนชีวิตอาจช่วยให้คนมีคุณธรรมจริยธรรมมากขึ้น และผู้ที่มีระดับคุณธรรมน้อย มีคะแนนต้นทุนชีวิตต่ำ โดยเฉพาะด้านพลังกิจกรรมและพลังชุมชน

ระดับดัชนีคุณธรรมเฉลี่ยของแต่ละระดับต้นทุนชีวิต



ระดับต้นทุนชีวิตเฉลี่ยแต่ละด้านของคุณธรรมระดับน้อย และควรปรับปรุง



ที่มา: ข้อมูลการสำรวจสถานการณ์คุณธรรมด้วยตัวชี้วัดคุณธรรม ศูนย์คุณธรรม



กลุ่มเด็กและเยาวชน (อายุ 13-24 ปี) ซึ่งจะเป็นกำลังแรงงานรุ่นใหม่ในอนาคต พบว่าทุนชีวิตในด้านครอบครัวและชุมชนมีระดับที่ไม่สูงนัก ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความอ่อนแอของสถาบันครอบครัวและชุมชน และเป็นความเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการมีคุณธรรมในอนาคต



การดำเนินงาน ปัญหา และข้อจำกัด

การดำเนินการ



คณะกรรมการส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ

ดำเนินการขับเคลื่อนแผนแม่บท
ส่งเสริมคุณธรรมแห่งชาติ



คณะกรรมการระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการ ทั้งในระดับจังหวัดและ
ระดับกระทรวง

โครงการสำคัญ



ระดับชุมชน

- ศูนย์พัฒนาครอบครัวในชุมชน
- การพัฒนากลไกระบบเครดิตสังคม



ระดับครอบครัว

- การส่งเสริมเครือข่ายครอบครัวคุณธรรม
- ครอบครัวคุณธรรมพลังบวก



ระดับสถานศึกษา/แหล่งเรียนรู้

- โรงเรียนคุณธรรมของ สพฐ.
- ชุมชนคุณธรรมบวรออนทัวร์
- การพัฒนาสมรรถนะพระวิทยากร



ภาคีเครือข่าย

- ครอบครัวคุณธรรมพลังบวก
- สมัชชาคุณธรรมหรือตลาดนัดคุณธรรม

ปัญหาและข้อจำกัด

ขาดข้อมูลระดับพื้นที่ ทำให้ไม่ทราบ
สถานการณ์/ประเด็นปัญหาในระดับ
จังหวัด/อำเภอ



ขาดการเชื่อมโยงและถ่ายทอด
นโยบายและยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติ

รูปแบบ/ช่องทางการสื่อสารยังไม่มี
หลากหลาย ไม่ทันต่อสถานการณ์และ
ตรงกับความสนใจของคน



ค่านิยม ความคิด ความเชื่อที่แตกต่างกัน
ระหว่างวัยของกลุ่มต่าง ๆ ในสังคม



แนวทางการยกระดับคุณธรรมในสังคมไทย



ประเด็นเร่งด่วน

- 1 **จัดเก็บข้อมูลสถานการณ์คุณธรรมด้วยดัชนีชี้วัดคุณธรรมและต้นทุนชีวิตในระดับพื้นที่/จังหวัด** เพื่อให้ทราบถึงสถานการณ์คุณธรรม และประเด็นปัญหาตามบริบทของพื้นที่ ซึ่งจะช่วยในการขับเคลื่อน/ยกระดับคุณธรรมในพื้นที่/จังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 2 **สนับสนุนให้มีการดำเนินการส่งเสริมคุณธรรมในระดับพื้นที่** โดยใช้กลไกพี่เลี้ยงในชุมชนตามโครงการครอบครัวคุณธรรมพลังบวกของศูนย์คุณธรรมเป็นต้นแบบในการดำเนินการและขยายผลต่อไปได้
- 3 **พัฒนารูปแบบและช่องทางการสื่อสารเพื่อการส่งเสริมคุณธรรมที่มีประสิทธิผลและตรงกลุ่มเป้าหมาย** ผ่านสื่อสาธารณะและอุตสาหกรรมบันเทิง ด้วยรูปแบบของ Soft Power ให้เกิดการผลิตสื่อเสริมสร้างคุณธรรม



ประเด็นที่ต้องส่งเสริม/พัฒนา

- 1 **ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดระบบนิเวศคุณธรรมในสังคมไทย** โดยบูรณาการการทำงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกลไก/ทรัพยากรต่างๆ ในพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบนิเวศที่สำคัญต่อการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมด้านคุณธรรม ทั้งในครอบครัว การมีชุมชนเข้มแข็ง และองค์กรภาครัฐ/เอกชน
- 2 **ส่งเสริมให้คนไทยมีการดำเนินชีวิตสู่วิถีชีวิตแห่งคุณธรรม** โดยสร้างกลไกทางสังคมที่สนับสนุนให้คนดีถูกยกย่อง และได้รับการยอมรับ อาทิ การใช้ระบบเครดิตสังคม เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจให้คนอยากทำความดีมากขึ้น

ขอขอบคุณ

Download เอกสาร :



https://www.nesdc.go.th/main.php?filename=socialoutlook_report