

ทุนทางสังคมนำไปสู่ความสุขของคนไทยมากเพียงใด

สาวิณี สุริยันรัตกร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

รายงานความสุขของคนไทยใน World Happiness Report 2020 แสดงให้เห็นว่าคนไทยมีความสุขลดลงเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า นับตั้งแต่มีรายงานสถิติความสุขใน World Happiness Report ในปี 2555 เป็นต้นมา ปี พ.ศ. 2562 เป็นปีที่คนไทยมีความสุขต่ำที่สุดใน World Happiness Report 2020 ยังได้แสดงให้เห็นว่าสำหรับประเทศไทยแล้ว การสนับสนุนทางสังคมอธิบายความสุขของคนไทยได้มากกว่ารายได้

การศึกษาวิจัย เรื่อง นโยบายสาธารณะและความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย 4.0 (ได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม) จึงต้องการตอบคำถามว่า มิติทุนทางสังคมในด้านใด มีส่วนสำคัญต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย และเปรียบเทียบให้เห็นว่าคนไทยที่เกิดในรุ่นแตกต่างกัน คือ Baby Boomer ที่มีอายุ 56-74 ปี กลุ่ม Gen X (อายุ 40-55 ปี) และ Gen Y (อายุ 24-39 ปี) ให้ความสำคัญต่อทุนทางสังคม ที่สะท้อนผ่านราคาเงา (Shadow price) แตกต่างกันอย่างไรร

ผลการวิเคราะห์จากแบบจำลองความพึงพอใจในชีวิต โดยใช้ข้อมูลจากการสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในปี 2561 จำนวน 69,603 ตัวอย่าง ที่จัดทำการศึกษาโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า ทุนทางสังคม ในมิติ “ครอบครัวที่อบอุ่น ความสัมพันธ์ในสังคมที่ใกล้ชิด การให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส ความสามัคคีในชุมชน และความไว้วางใจกันในสังคม” ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทยในภาพรวม

แบบจำลองความพึงพอใจในชีวิตได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมิน “ราคาเงา” (shadow price) ของทุนทางสังคม ด้วยแนวคิด Life Satisfaction Approach (LSA) กล่าวได้ว่า ทุนทางสังคม เช่น ความอบอุ่นในครอบครัว ความสามัคคีในชุมชน และความไว้วางใจกันในสังคม ไม่มีป้ายราคา และไม่สามารถซื้อขายได้ในตลาดเหมือนสินค้าหรือบริการทั่วไป จึงทำให้ทุนทางสังคมอาจถูกมองข้ามถึงประโยชน์ที่เกิดขึ้น ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนของนโยบายสาธารณะด้านสังคม ผลจากราคาเงาที่คำนวณได้ พบว่า คนไทยให้ความสำคัญต่อประเด็นด้านครอบครัวค่อนข้างมาก กล่าวคือ ความรู้สึกว่าครอบครัวของตนเป็นครอบครัวที่ไม่อบอุ่น ต้องการการชดเชยด้วยรายได้ 6,427 บาทต่อเดือน เพื่อทำให้ความพึงพอใจในชีวิตของบุคคลนั้น ๆ เท่ากับคนที่คิดว่าครอบครัวของตนมีความสุขอบอุ่นมากที่สุด ราคาเงาของความรู้สึกว่าชุมชนมีความน่าไว้วางใจกัน ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ที่ต่ำ และความสามัคคีในชุมชนที่วัดจากกิจกรรมการลงแขก มีราคาเท่ากับ 2,630 2,685 และ 2,559 บาทต่อเดือน (ตามลำดับ) เมื่อวิเคราะห์แยกตามรุ่น พบว่า การมีครอบครัวที่อบอุ่นในระดับมากส่งผลกระทบต่อกลุ่ม Baby Boomer และ Gen X อย่างเห็นได้ชัด ส่วน Gen Y ซึ่งอยู่

ในช่วงวัยทำงานและเริ่มสร้างครอบครัวเป็นของตัวเอง เป็นกลุ่มคนที่ให้สำคัญกับความสัมพันธ์ของคนในชุมชน และความไว้วางใจในสังคมมากกว่ารุ่นอื่น ๆ

เมื่อวิเคราะห์เฉพาะเหตุการณ์สำคัญ (Shock) ใน 5 ปีที่ผ่านมาที่มีผลกระทบทางลบกับครอบครัว 5 เหตุการณ์ คือ การตกงาน การเจ็บป่วย การสูญเสียที่เกิดจากราคาผลผลิตตกต่ำ การประสบกับภัยธรรมชาติ ผลการศึกษาพบว่า การที่มีสมาชิกในครอบครัว “ตกงาน” มีผลกระทบต่อความพึงพอใจในชีวิตสูงสุด สูงกว่าการที่มีสมาชิกในครัวเรือนมีการเจ็บป่วย โดย จำนวนเงินที่ต้องการจ่ายเพื่อแลกกับการที่ไม่ต้องประสบเหตุการณ์ที่คนในครอบครัวตกงาน หรือ เจ็บป่วย คือ 5,572 และ 4,846 บาทต่อเดือน (ตามลำดับ)

การดำเนินนโยบายสาธารณะของภาครัฐ หากต้องการดำเนินไปในเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนมีความสุข (Maximize Happiness) จำเป็นต้องฟังเสียงและคำนึงถึงความชอบ (preferences) ของประชาชน ผลการศึกษาให้ข้อสรุปว่า “นโยบายสาธารณะที่สำคัญ ที่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจในชีวิตให้คนไทย คือ นโยบายการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัว และการมีระบบความคุ้มครองทางสังคม (Social Safety Net) เช่น ระบบประกันการว่างงาน” การดำเนินนโยบาย lock down ในสถานการณ์ Covid-19 ของภาครัฐ สะท้อนปัญหาาระบบประกันการว่างงานของสังคมไทยที่ยังไม่มีความมั่นคงเพียงพอ ดังนั้นหากรัฐบาลต้องการใช้ความสุขเป็นตัวนำในการดำเนินนโยบายเพื่อประชาชน ระบบความคุ้มครองทางสังคมจึงถือเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญ ที่รัฐควรมีการวางแผนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น