

POLICY BRIEF

แผนงานบูรณาการยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0 : Khon Thai 4.0

คนไทยให้คุณค่ากับทุนทางสังคมและการลดความเสี่ยงทางสังคม ทุนทางสังคมที่ได้รับการตีราคาสูงสุด คือ การมีครอบครัวอบอุ่นและอันดับรองลงมาคือ การมีชุมชนที่คนไว้วางใจกัน ใกล้ชิดกัน และมีความสามัคคีร่วมมือกันในการทำกิจกรรมต่างๆ ส่วนเรื่องความเสี่ยงทางสังคมที่คนไทยตีราคาให้สูงมากคือ ความเสี่ยงในการตกงานและการเจ็บป่วย ผลการศึกษานำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1. นโยบายด้านครอบครัว เน้นเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในครอบครัว ภาครัฐสามารถสนับสนุนให้คนในครอบครัวได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นได้หลายทาง

2. นโยบายด้านทุนทางสังคมในระดับที่ใหญ่กว่าครอบครัว ซึ่งอาจเป็นเพื่อน ญาติ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เพื่อนในกลุ่มที่มีความสนใจตรงกัน หรือคนรู้จักในสังคมที่กว้างขึ้น คนไทยให้ความสำคัญกับความรู้สึก ใกล้ชิดกัน การไว้วางใจกัน และการรักษาสิ่งแวดล้อมในชุมชนร่วมกัน

3. นโยบายด้านการคุ้มครองความเสี่ยงทางสังคม เช่น การตกงาน และการเจ็บป่วย ความเสี่ยงด้านการตกงานยังคงเป็นความเสี่ยงใหญ่และมีผลกระทบสูงต่อความพึงพอใจในชีวิต

ผลการศึกษา “ราคาเงา” ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางอ้อมในการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ อาทิเช่น นำไปเป็นตัวแทนทางการเงินในการวิเคราะห์ผลประโยชน์ของโครงการด้านสังคม ฯลฯ

นโยบายสาธารณะและความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย 4.0

รองศาสตราจารย์ ดร. วรพรรณ ชาญด้วยวิทย์

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

การสำรวจความพึงพอใจในชีวิต เป็นเครื่องมือที่นิยมในการใช้วัดคุณภาพชีวิตของคนในประเทศ หนึ่งในปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตคือนโยบายสาธารณะ เช่น ประชาชนในประเทศที่มีระบบสวัสดิการสังคมที่ดี มักมีความพึงพอใจในชีวิตสูงกว่าประเทศอื่น นอกจากนั้นแล้ว การศึกษาความพึงพอใจในชีวิตยังช่วยในการประมาณ “ราคาเงา” ของสินค้าหรือบริการที่ไม่มีตลาด ราคาเงาจะช่วยบอกว่าคนในสังคมให้คุณค่ากับสิ่งที่ถูกประเมินมากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับรรถประโยชน์ที่ได้จากเงินตรา ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น อังกฤษ เยอรมัน ออสเตรเลีย ได้มีการสำรวจความพึงพอใจในชีวิตของคนในประเทศเป็นประจำ เพื่อนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตและการออกแบบนโยบายสาธารณะ ในขณะที่ประเทศไทยมีวัฒนธรรม บรรทัดฐานทางสังคม รวมไปถึง โครงสร้างทางเศรษฐกิจภายในประเทศที่ต่างจากประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงอาจทำให้มีปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตแตกต่างออกไป

การศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจในชีวิตได้ถูกนำไปประยุกต์ใช้ในการประเมินราคาเงาของสิ่งแวดล้อมหรือกิจกรรมเพื่อสังคม ซึ่งเป็นการวิเคราะห์หามูลค่าของสิ่งแวดล้อมหรือกิจกรรมทางสังคมที่มีคุณค่าต่อสาธารณะ แต่สิ่งแวดล้อมหรือกิจกรรมเพื่อสังคมเหล่านั้นไม่มีราคาตลาด การประเมินราคาเงานั้นช่วยบ่งบอกว่าคนในสังคมให้คุณค่ากับสิ่งที่ถูกประเมินมากน้อยเพียงใด เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าของเงินตรา และทำให้เราสามารถวิเคราะห์ต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการด้านสิ่งแวดล้อมและสังคมออกมาเป็นมูลค่าของเงินตราได้ และสามารถช่วยทำให้เราทราบว่าคนไทยให้คุณค่า (มูลค่า) กับพฤติกรรมหรือสถานการณ์ทางสุขภาพ สังคม และวัฒนธรรมอย่างไร

คนไทยที่เกิดในแต่ละช่วงปีอาจมีความคิด ทัศนคติ และการให้คุณค่าต่อเหตุการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจส่งผลให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตและความชอบต่อนโยบายสาธารณะที่แตกต่างกันไปด้วย การวิเคราะห์ราคาเงา โดยคำนึงถึงความแตกต่างของคนระหว่างรุ่นในปี พ.ศ. 2562 เช่น รุ่น Baby Boomer อายุ 56 - 74 ปี Gen X มีอายุ 40 - 55 ปี และ Gen Y มีอายุ 24 - 39 ปี ช่วยให้เข้าใจการให้คุณค่ากับหลากหลายมิติที่มีผลต่อการดำเนินชีวิตของคนไทยมากขึ้น ความเข้าใจเหล่านี้จะช่วยในการออกแบบนโยบายสาธารณะได้ตรงกับความต้องการของคนแต่ละรุ่น



วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ **หนึ่ง** ประยุกต์แนวคิดความพึงพอใจในชีวิตเพื่อวิเคราะห์ราคาเงาของปัจจัยทางสุขภาพ สังคม และทุนทางสังคม และ**สอง** สืบค้นความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย ที่ครอบคลุมปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางสังคม โดยเน้นความแตกต่างระหว่างรุ่น ซึ่งจะช่วยให้สามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย

วิธีการศึกษา

งานวิจัยนี้มีข้อมูลครอบคลุมประเด็นต่างๆ ดังนี้ **หนึ่ง** ผลการประเมินมูลค่าของคนไทยที่ให้กับสถานการณ์และกิจกรรมทางสังคมที่ไม่มี "ราคาตลาด" แต่มี "คุณค่า" ทั้งต่อตนเองและสังคม การประเมินมูลค่าเหล่านี้สามารถนำไปใช้เป็นตัวแทนทางการเงินในการวิเคราะห์โครงการที่มีประโยชน์ต่อสังคม **สอง** ผลการสำรวจความพึงพอใจในชีวิตของคนไทยที่ครอบคลุมทุกภาค ที่สามารถแสดงความแตกต่างของคนไทยระหว่างรุ่น ความแตกต่างในการให้ความสำคัญกับเหตุการณ์ต่างๆ และทัศนคติต่อความไว้วางใจ ความเชื่อ วัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางสังคมที่มีต่อความพึงพอใจในชีวิต และ**สาม** ผลการสำรวจที่สามารถนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางสังคม ต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย

การวิเคราะห์ "ราคาเงา" ด้วยวิธี Life Satisfaction Approach โดยการใช้ข้อมูลจาก 2 แหล่ง คือ ข้อมูลการสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ทำการสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

ในปี พ.ศ. 2561 ครอบคลุมรวมประชากรทุกจังหวัด และข้อมูลการสำรวจการบริโภคและการออม ทำการสำรวจโดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2561 ครอบคลุมรวมประชากรในจังหวัดขอนแก่น

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาจากข้อมูลการสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง สรุปได้ว่า ความไว้วางใจกันในสังคม ความใกล้ชิดกันในกลุ่ม การช่วยเหลือซึ่งกันและกันในกลุ่ม ความสามัคคีในกลุ่ม ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ในกลุ่มที่ต่ำ และการจัดการสิ่งแวดล้อมในกลุ่มที่ดี มีความสัมพันธ์ทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิต (เช่น การลดใช้โฟมหรือถุงพลาสติก การแยกขยะ) คนที่ไม่ประสบเหตุการณ์ร้าย มีความพึงพอใจในชีวิตมากกว่าคนที่ประสบเหตุการณ์เหล่านั้น (เช่น ราคาผลผลิตตกต่ำ บุคคลในครัวเรือนเจ็บป่วยหรือตกงาน) ส่วนคนที่ประสบเหตุการณ์เผชิญภัยธรรมชาติในอดีต 5 ปีที่ผ่านมา สามารถปรับตัวกับความสูญเสียได้เมื่อเวลาผ่านไป ทำให้เหตุการณ์นั้นไม่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตในปัจจุบัน

ปัจจัยทางด้านการเงินส่วนบุคคล มีผลทางบวกต่อความพึงพอใจในชีวิต (เช่น รายได้ การออมเงิน และการไม่มีหนี้) คนที่มีสถานภาพสมรสที่หย่าร้าง หรือแยกกันอยู่ มีความพึงพอใจในชีวิตต่ำกว่าเมื่อเทียบกับกลุ่มคนโสด คนที่มีสุขภาพที่ดี ครอบครัวที่อบอุ่น สมรรถภาพทางจิตใจที่เข้มแข็ง พฤติกรรมการไม่เล่นการพนันหรือหวย การไม่ดื่มสุราหรือดื่มบ้างเป็นบางครั้ง มีผลทำให้ความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มมากขึ้น

คนไทยให้มูลค่ากับทุนทางสังคม ซึ่งเกิดความสัมพันธ์ที่ดีในครอบครัว การมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่น การมีความไว้วางใจกัน ความอบอุ่นในครอบครัวได้รับการประเมินมูลค่าราคาเงาสูงที่สุด เท่ากับ 5,839 - 6,255 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นสัดส่วน 0.91 - 0.97 เท่าของรายได้ การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นเป็นประจำ ได้มีราคาเงาเท่ากับ 4,637 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็นสัดส่วน 0.72 เท่าของรายได้ การที่คนในกลุ่มรู้สึกใกล้ชิดกันมีราคาเงาเท่ากับ 3,822 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็น 0.59 เท่าของรายได้ และสังคมที่มีความไว้วางใจกันมีราคาเงาเท่ากับ 1,906 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็น 0.30 เท่าของรายได้

การวิเคราะห์ราคาเงาของคนไทยทั้ง 3 รุ่น พบว่า คนทั้งสามรุ่นยังคงให้มูลค่ากับความสัมพันธ์ในครอบครัวมากกว่าประเด็นอื่นๆ รองลงมา คือ การให้ความช่วยเหลือแก่ผู้อื่นในสังคม และการมีงานทำ คนรุ่น Baby Boomer ประเมินมูลค่าการมีงานทำของคนในครอบครัวที่สูงกว่ารุ่นอื่นๆ และให้มูลค่ากับปฏิสัมพันธ์กับคนในกลุ่มต่ำกว่ารุ่นอื่นๆ เนื่องจากมีอายุมาก มีความเปราะบางทางสุขภาพและต้องการพึ่งพารายได้จากครอบครัวมากกว่า ดังนั้น หากสมาชิกในครอบครัวว่างงานจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจในชีวิตของกลุ่ม Baby Boomer ที่สูงกว่ารุ่นอื่น

กลุ่มคนรุ่น Gen Y ประเมินมูลค่าความไว้วางใจกันในสังคม ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ต่ำ การจัดการสิ่งแวดล้อมในชุมชนที่ดีมากกว่ารุ่นอื่นๆ สาเหตุที่คนรุ่น Gen Y ประเมินมูลค่าความไว้วางใจกันในสังคมมากกว่ารุ่นอื่นๆ อาจพิจารณาได้จากคนรุ่น Gen Y เติบโตมาพร้อมกับความกังวลที่น้อยลงเกี่ยวกับการจัดหาความต้องการพื้นฐานที่จำเป็น เนื่องจากรุ่นพ่อแม่ได้จัดสรรไว้ให้แล้ว จึงมีเวลาให้สนใจกับสถานการณ์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมมากกว่าคนรุ่นก่อน

การศึกษาด้วยข้อมูลการสำรวจการบริโภคและการออมพบว่า การประเมินว่าสุขภาพของตนเองดีกว่าคนทั่วไปมาก มีผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในชีวิต และมีราคาเขาสูงพอๆ กับรายได้ต่อเดือน อีกทั้ง การมีสุขภาพดีเป็นสิ่งที่คุณให้คุณค่าสูงกว่าพฤติกรรมสุขภาพและการมีวินัยทางการเงิน เช่น ดูแลการเงินของตนเองอย่างใกล้ชิดเป็นประจำ หรือ

การออมเงินทุกเดือนเป็นประจำ ในขณะที่ พฤติกรรมเนือยนิ่ง มีผลทางลบต่อความพึงพอใจในชีวิต

การดำเนินนโยบายสาธารณะของภาครัฐ หากต้องการดำเนินไปให้เข้าเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนมีความสุข จำเป็นต้องฟังเสียงและคำนึงถึงความชอบของประชาชน โดยนโยบายสาธารณะที่ช่วยลดความเสี่ยงต่อความมั่นคงในชีวิตเป็นนโยบายที่จะช่วยเพิ่มความพึงพอใจในชีวิตให้คนไทย นโยบายที่สำคัญคือ นโยบายบรรเทาปัญหาการตกงานและการเจ็บป่วย สิ่งเหล่านี้รวมอยู่ในระบบความคุ้มครองทางสังคม เช่น ระบบประกันการว่างงาน และระบบประกันสุขภาพถ้วนหน้า ซึ่งเป็นระบบที่ช่วยให้ความพึงพอใจในชีวิตไม่ตกต่ำลง นโยบายสาธารณะที่ช่วยสร้างทุนทางสังคมก็เป็นอีกนโยบายหนึ่งที่คนไทยให้ความสำคัญ โดยเฉพาะกับคนในรุ่น Gen X และ Gen Y



การสำรวจความพึงพอใจในชีวิต เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางสังคม

แบบสำรวจเกี่ยวกับความพึงพอใจในชีวิตในการศึกษานี้ใช้เครื่องมือเดียวกับ British Office for National Statistics (ONS) มีคำถามสี่คำถามคือ **หนึ่ง** โดยรวมคุณประเมินความพึงพอใจในชีวิตระดับใด **สอง** เมื่อวานนี้คุณรู้สึกมีความสุขระดับใด **สาม** เมื่อวานนี้คุณรู้สึกมีวิตกกังวลระดับใด และ **สี่** โดยรวมคุณรู้สึกว่าสิ่งที่คุณทำในชีวิตมีคุณค่ามากน้อยเพียงใด คำตอบมี Scale 0 ถึง 10 คำตอบ 0 คือ ไม่เลยหรือระดับต่ำที่สุด และ 10 คือ ระดับสูงที่สุด

ประชากรเป้าหมายในการศึกษานี้ คือ ประชาชนไทยอายุตั้งแต่ 24 – 74 ปี จำแนกเป็นกลุ่มตามรุ่น ได้แก่ Baby Boomer มีอายุ 56 – 74 ปี Gen X มีอายุ 40 – 55 ปี และ Gen Y มีอายุ 24 – 39 ปี และเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตเมือง (ในเขตเทศบาล) ในภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคใต้ และกรุงเทพฯ และปริมาตร การกำหนดขนาดตัวอย่างภายใต้ทรัพยากรและเวลาที่จำกัดจึงเป็นแบบเจาะจง คือ ภาคละ 600 ตัวอย่าง ผลการเก็บข้อมูลได้จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 2,476 ตัวอย่าง

การสำรวจดำเนินการในช่วงที่มีการมาตรการผ่อนคลายนโยบายของสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในชีวิตโดยรวมในระดับค่อนข้างสูง มีความสุขในชีวิตค่อนข้างสูง และมีความวิตกกังวลในชีวิตค่อนข้างน้อย โดยรวมยังรู้สึกว่าสิ่งที่ตนเองทำอยู่ในทุกๆ วันนั้นมีคุณค่าค่อนข้างมาก คนกรุงเทพฯ และ

ปริมณฑลมีความพึงพอใจในชีวิตและมีความสุขน้อยกว่าคนภาคอื่นๆ ส่วนเหตุการณ์โรคระบาดโควิด-19 นั้นทำให้คนส่วนใหญ่รู้สึกวิตกกังวลมากกว่าปกติ และยังมีผลกระทบทางลบต่อความพึงพอใจในชีวิตมากอีกด้วย แม้ว่าคนภาคตะวันออกเฉียงเหนือจะต้องทำงานหนักกว่าคนภาคอื่นๆ และยังมีบางส่วนต้องตกงานเพราะสถานการณ์โรคระบาด แต่คนภาคตะวันออกเฉียงเหนือก็ยังมีชีวิตที่มีความพึงพอใจในชีวิตและความสุขดี และรู้สึกว่าสิ่งที่ทำอยู่ในนั้นมีคุณค่าในชีวิตมาก

ผลจากการสำรวจ พบว่า คนส่วนใหญ่เห็นว่าการได้รับโอกาสทางการศึกษาที่มีคุณภาพโดยรวมนั้นดีขึ้นเรื่อยๆ ในแต่ละรุ่น ส่วนโอกาสด้านอาชีพ ทั้งแง่ของการหางานและรายได้ คนภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือคิดว่าตนเองมีโอกาสที่ดีกว่ารุ่นพ่อแม่เล็กน้อย ประเด็นเรื่องความมั่นคงในชีวิตคนภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือค่อนข้างคล้ายกันคือ มีความมั่นคงทางการเงินค่อนข้างต่ำ ไม่คิดว่าตนเองมีรายได้ที่เพียงพอต่อการยังชีพในปัจจุบัน ไม่เห็นด้วยว่าตนเองจะมีรายรับที่เพียงพอเมื่อแก่ชรา และไม่คิดว่าตนเองจะมีเงินออมไว้ใช้จ่ายได้เพียงพอเมื่อตกงาน และที่สำคัญคือ คนกลุ่มนี้ค่อนข้างไม่เห็นด้วยว่า ภาครัฐจะเข้ามาช่วยเหลือพวกเขาเมื่อโชคร้าย ลำบาก ยากจน ดังนั้น คนภาคเหนือและภาคตะวันออกเฉียงเหนือจึงให้ความสำคัญกับการมองหางานที่มีความมั่นคง ไม่มีความเสี่ยงจากการถูกเลิกจ้าง

นอกจากนี้ บรรทัดฐานทางสังคมบางประการมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไประหว่างรุ่น โดยเฉพาะเรื่องการทำบุญ ความเชื่อเรื่องการเวียนว่ายตายเกิด การกตัญญูต่อพ่อแม่ ความไว้วางใจต่อการให้บริการของภาครัฐ พฤติกรรมเกี่ยวกับการลอกการบ้านและลอกข้อสอบ การจ่ายสินบน และการให้คุณค่ากับงานที่ต้องการทำ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

คนไทยให้คุณค่ากับทุนทางสังคมและการลดความเสี่ยงทางสังคม ทุนทางสังคมที่ได้รับการตีราคาสูงที่สุดคือ การมีครอบครัวอบอุ่น และอันดับรองลงมาคือ การมีชุมชนที่คนไว้วางใจกัน ใกล้ชิดกัน และมีความสามัคคี ร่วมมือกันในการทำกิจกรรมต่างๆ ส่วนเรื่องความเสี่ยงทางสังคมที่คนไทยตีราคาให้สูงมากคือ ความเสี่ยงในการตกงานและการเจ็บป่วย ผลการศึกษานำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้

1. นโยบายด้านครอบครัว

เน้นเรื่องการมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิกในครอบครัว ภาครัฐสามารถสนับสนุนให้คนในครอบครัวได้ใช้เวลาอยู่ร่วมกันมากขึ้นได้หลายทาง เช่น

1.1 ส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันเต็มที่อย่างน้อยหนึ่งวันต่อสัปดาห์ โดยการกำหนดให้วันอาทิตย์เป็นวันหยุดสำหรับครอบครัว การจ้างงานในวันอาทิตย์ควรมีต้นทุนสูงกว่าวันอื่นๆ และสูงกว่าอัตราที่ใช้ในปัจจุบัน

1.2 ส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวที่เดินทางท่องเที่ยวในวันอาทิตย์จ่ายค่าบริการขนส่งสาธารณะที่ถูกลง หรือจ่ายค่าผ่านประตูสถานบันเทิงหรือแหล่งเรียนรู้ที่ถูกลง

1.3 สนับสนุนให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงบริการปรึกษาปัญหาครอบครัวในราคาถูกลงหรือฟรี เพื่อลดและป้องกันปัญหาการหย่าร้าง

อย่างไรก็ดี ความสัมพันธ์ในครอบครัวเป็นเรื่องซับซ้อน ปัญหาในครอบครัวเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุ ข้อเสนอข้างต้นเป็นเพียงบางส่วนของนโยบายครอบครัวเท่านั้น

2. นโยบายด้านทุนทางสังคมในระดับที่ใหญ่กว่าครอบครัว

ซึ่งอาจเป็นเพื่อน ญาติ เพื่อนร่วมงาน เพื่อนบ้าน เพื่อนในกลุ่มที่มีความสนใจตรงกัน หรือคนรู้จักในสังคมที่กว้างขึ้น คนไทยให้ความสำคัญกับความรู้สึกใกล้ชิดกัน การไว้วางใจกัน และการรักษาสัญญาในชุมชนร่วมกัน สามารถนำไปสู่นโยบายสาธารณะ เช่น

2.1 นโยบายด้านการศึกษาที่ส่งเสริมการสร้างจิตสำนึกในการทำงานร่วมกับผู้อื่น และจิตสำนึกในการทำงานเพื่อส่วนรวมโดยไม่หวังผลตอบแทน

2.2 การสร้างทุนทางสังคมในระดับชุมชนด้วยนโยบายระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การสร้างปฏิสัมพันธ์ในชุมชนระดับนี้ได้ด้วยการทำให้ชุมชนมีความเป็น Sharing Economy มากขึ้น

3. นโยบายด้านการคุ้มครองความเสี่ยงทางสังคม

เช่น การตกงาน และการเจ็บป่วย ความเสี่ยงด้านการตกงานยังคงเป็นความเสี่ยงใหญ่และมีผลกระทบสูงต่อความพึงพอใจในชีวิต นโยบายสาธารณะที่สามารถทำได้ เช่น

3.1 นโยบายที่นำไปสู่การป้องกันการเลิกจ้าง เช่น การสนับสนุนค่าจ้างให้สถานประกอบการ (Wage Subsidy) หรือนโยบายเศรษฐกิจมหภาคที่ภาครัฐควรมีหนทางกระตุ้นเศรษฐกิจเมื่อเกิดการชะงักงันของการบริโภคหรือการลงทุนจากภาคเอกชน

3.2 การขยายความครอบคลุมของระบบประกันสังคมไปยังแรงงานในระบบที่ยังเข้าไม่ถึง ระบบประกันสังคมจะให้ความคุ้มครองแก่ลูกจ้างที่ตกงานให้ได้รับเงินประโยชน์ทดแทน จะช่วยลดความยากลำบากแก่ครอบครัวที่มีสมาชิกตกงานได้ระดับหนึ่ง

3.3 นโยบายเสริมทักษะและความรู้แก่แรงงานทุกระดับ เนื่องจากตลาดการจ้างงานเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นโยบายเสริมทักษะและความรู้จึงควรมีการปรับให้เข้ากับยุคสมัยด้วย

3.4 นโยบายสำหรับแรงงานนอกระบบให้สามารถสร้างรายได้เพียงพอแก่การยังชีพ อาชีพหลักของแรงงานนอกระบบคือ ทำงานในภาคบริการ ทำงานค้าขาย และเป็นเกษตรกรอีกทั้ง แรงงานนอกระบบมักขาดทักษะในการจัดการทางการเงิน จึงควรเสริมทักษะและความรู้การจัดการการเงินเพิ่มเติมอีกด้วย

ผลการศึกษา “ราคาเงา” ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทางอ้อมในการศึกษาเกี่ยวกับนโยบายสาธารณะ อาทิเช่น นำไปเป็นตัวแทนทางการเงินในการวิเคราะห์ผลประโยชน์ของโครงการด้านสังคม ฯลฯ

ที่มาภาพ: @rodnae-prod @ketut-subiyanto และ @belle-co-99483 จาก Pexels

บทสรุปเชิงนโยบายนี้นำเสนอข้อมูลสำคัญจากรายงาน เรื่อง “นโยบายสาธารณะและความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย 4.0”

โดย รศ.ดร. วรพรรณ ชาญด้วยวิทย์

เสนอต่อ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead)

ด้านสังคม คนไทย 4.0 (2563)



หน่วยส่งมอบผลลัพธ์แผนงานคนไทย 4.0 (ODU)

แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

โทรศัพท์: 0875138016 E-mail: tejawaree@gmail.com