เดลินิวส์
Daily News
Circulation: 500,000
Ad Rate: 1,800

Section: First Section/หน้าแรก
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: - ฉบับที่: 26839 หน้า: 1(ล่าง), 3
Col.Inch: 70.67 Ad Value: 127,206 PRValue (x3): 381,618 คลิป: สี่สี
หัวข้อข่าว: สกู๊ปหน้า1: มองมุมเศรษฐศาสตร์ 'ปฏิรูปการศึกษา' กว่า 30 ปี'ไม่เข้าเป้า'

สกู๊ป หน้า 1 เดลินิวส์ ต่อจากหน้า 1

มองมุมเศรษฐศาสตร์ 'ปฏิรูปการศึกษา' กว่า 30 ปี'ไม่เข้าเป้า'

66 ในรอบ 25 ปี เรามี รมว.ศึกษาธิการ 22 คน แต่พอดูลึกจริง ๆ คนที่อยู่เกิน 1 ปี มีน้อยมาก บางคนอยู่แค่ไม่กี่เดือน แค่ตัวเลขนี้ก็พอจะสะท้อนได้ว่า...ทำไมการปฏิรูปการศึกษาถึงไม่สำเร็จแม้จะทำมานานกว่า 30 ปี ทั้ง ๆ ที่เราทำเรื่องนี้มาก่อนเรื่องอื่น"...เป็น "**เสียงสะท้อน**" ของ **รศ.วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร** หนึ่งในทีมวิจัย *"โครงการวิจัยเพื่อศึกษากระบวนการกำหนดนโยบายทางการศึกษาเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของประเทศไทยผ่านมุมมองเศรษฐศาสตร์สถาบัน"* ที่ได้วิเคราะห์เรื่องนี้เอาไว้ หลังจากผลการศึกษาพบว่า... "**อุปสงค์-อุปทาน**" ของ *"การเมืองไทย"* ในช่วงที่ผ่าน ๆ มานั้น...

"มีผลถึงปฏิรูปการศึกษาประเทศไทย"
ทำให้ระบบการศึกษา *"เดินไม่ถูกทิศ?"*
ที่ *"ส่งผลต่อการพัฒนาการศึกษาไทย"*

เกี่ยวกับการศึกษาตามโครงการนี้ ที่ "**ทีมสกู๊ปเดลินิวส์**" จะสะท้อนต่อข้อมูลในวันนี้ เกิดขึ้นโดยความร่วมมือระหว่างทีมวิจัย **ศูนย์วิจัยความเหลื่อมล้ำและนโยบายสังคม คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์** และ **กองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา (กสศ.)** ซึ่งมี รศ.วีระยุทธ จาก **National Graduate Institute for Policy Studies (GRIPS)** กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เป็นหนึ่งในทีมวิจัยเรื่องนี้ ซึ่งเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้คือเพื่อ **ศึกษาถึง** *"อุปสรรค-กลไก"* ที่ทำให้ *"การพัฒนาระบบการศึกษาทำได้ไม่ดีเท่าที่ควร"* ทั้ง ๆ ที่กว่า 10% ของงบประมาณแผ่นดินในแต่ละปีถูกจัดสรรให้กับหน่วยงานด้านการศึกษา แต่การปฏิรูปเรื่องนี้กลับ *ลุ่ม ๆ ดอน ๆ มาตลอดระยะกว่า 30 ปี* ยังไม่เป็นไปดังที่มีการคาดหวัง

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ถึงอุปสรรคในเรื่องนี้ ทาง **รศ.วีระยุทธ** ได้สะท้อนผ่านทาง **เว็บไซต์ กสศ.** ไว้ว่า... ในระดับครอบครัวไทยนั้นไม่ว่าจะยากดีมีจน ทุกคนเชื่อว่า...การศึกษาจะทำให้สถานะครอบครัวดีขึ้น ส่วนระดับประเทศก็เชื่อว่า...ที่ประเทศไทยไม่พัฒนาก็เป็นเพราะการศึกษา จึง *มีความพยายามปฏิรูปเรื่องนี้ในหลายระลอก แต่ก็ยังไม่ค่อยเห็นผล* จนไม่มีใครกล้าพูดว่า...ไทยปฏิรูปการศึกษาประสบความสำเร็จ เพราะแม้แต่คนที่ทำงานปฏิรูปเองก็ยอมรับถึงปัญหาและความล้มเหลว ดังนั้น เพื่อจะค้นหาปัญหาที่เกิดขึ้น จึงเกิดโครงการวิจัยที่ทำการศึกษาเรื่องนี้ เพื่อที่จะทำความเข้าใจปัญหานี้

นักวิจัยท่านเดิมระบุไว้อีกว่า... โจทย์งานวิจัยนี้ไม่ได้อยู่ที่การค้นหาว่า...นโยบายที่ดีคืออะไร? เพราะคนส่วนใหญ่รู้อยู่แล้วว่านโยบายที่ดีมีอะไรบ้าง ดังนั้นจึง **จะต้องมีอะไรมากกว่าเรื่องนโยบายดีหรือไม่ดี ทำให้การศึกษานี้จึง** *"ใช้มุมมองแบบเศรษฐศาสตร์สถาบัน"* **มาประเมิน** โดยแบ่งการมองออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ **1.ปัจจัยทางสถาบัน (Institutions)** เช่น พวกกฎระเบียบและค่านิยมต่าง ๆ

NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com

เดลินิวส์
Daily News
Circulation: 500,000
Ad Rate: 1,800

Section: First Section/หน้าแรก
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: - ฉบับที่: 26839 หน้า: 1(ล่าง), 3
Col.Inch: 70.67 Ad Value: 127,206 PRValue (x3): 381,618 คลิป: สี่สี
หัวข้อข่าว: สกู๊ปหน้า1: มองมุมเศรษฐศาสตร์ 'ปฏิรูปการศึกษา' กว่า 30 ปี'ไม่เข้าเป้า'

2.ปัจจัยด้านผลประโยชน์ (Interests) ที่เป็นกลุ่มที่สนับสนุนหรือต่อต้านการเปลี่ยนแปลง เช่น กลุ่มครู โรงเรียนรัฐ โรงเรียนเอกชน และ **3.ปัจจัยด้านคุณค่า (Ideas)** ที่หมายถึงคุณค่า หรือเรื่องเล่าบางอย่างที่มาพร้อมการปฏิรูปการศึกษาแต่ละยุค เช่น คำว่าเด็กเป็นศูนย์กลาง คำว่าเก่งดีมีสุข ซึ่งการนำมุมมองแบบนี้มาใช้ประเมินก็เพื่อ...

ค้นหาว่า...อะไรเป็นตัวขัดขวางสำคัญ?
ทำให้ระบบการศึกษาไม่เป็นไปดังหวัง

และเพื่อให้เห็นภาพในการ **"ใช้เศรษฐศาสตร์สถาบันเป็นเครื่องมือวิเคราะห์"** ทาง **รศ.วีระยุทธ** ก็ได้มีการยกตัวอย่างเพื่อที่จะฉายให้เห็นภาพชัดขึ้น โดยได้ระบุไว้ว่า... เวลาจะข้ามถนน ทุกประเทศมีองค์ประกอบกายภาพเหมือนกันทุกอย่าง แต่ในทางปฏิบัติแล้วพฤติกรรมคนในแต่ละสังคมกลับไม่เหมือนกันเลย อย่างญี่ปุ่น คนข้ามถนนสามารถใส่หูฟัง เดินร้องเพลง แล้วรอดูแค่สัญญาณไฟเท่านั้น ไม่ต้องดูอย่างอื่นเลย เพราะคนขับรถก็เข้าใจตรงกัน แต่ถ้าหากเป็นเมืองไทย คนข้ามถนนต้องระวังตัวเอง ต้องมีสติ ต้องมีสมาธิทุกครั้งที่ต้องข้ามถนน ...นี่เป็น **"ข้อเปรียบเทียบ"** ที่ถูกยกขึ้นมาฉายภาพ

*"ตัวอย่างที่หยิบขึ้นมาเปรียบเทียบนี้สะท้อนว่า **ภายใต้องค์ประกอบกายภาพที่เหมือนกัน แต่ก็ยังมีอะไรที่ซ่อนอยู่ ที่ทำให้พฤติกรรมในทางปฏิบัติแต่ละสังคมไม่เหมือนกัน** เศรษฐศาสตร์สถาบันจึงเป็นเครื่องมือที่ถูกนำมาใช้เพื่อหาคำตอบว่าอะไรเป็นปัจจัยเบื้องหลังที่พฤติกรรมคนกลับต่างกันแม้มีองค์ประกอบกายภาพเหมือนกัน"* ...รศ.วีระยุทธ อธิบายไว้

ขณะที่ **"มุมมองของการเมืองไทย"** ก็เป็นอีกหนึ่ง **"อุปสรรค"** เช่นกัน เนื่องจากถึงแม้กระทรวงศึกษาธิการนั้นจะได้รับงบประมาณไม่น้อย แต่นักการเมืองไทยก็มองว่า...ไม่ใช่กระทรวงเกรดเอที่เป็นเป้าหมายเหมือนกระทรวงอื่น ๆ ทำให้ส่งผลต่อเชิงขับเคลื่อนนโยบาย และอีกหนึ่งอุปสรรคที่ก็เป็นปัญหาเช่นกัน นั่นคือ ***"การใช้งบประมาณ"*** ที่ทางนักวิจัยท่านเดิมก็ได้สะท้อนไว้ว่า...แม้งบประมาณการศึกษาที่หน่วยงานได้รับจะไม่น้อย แต่งบประมาณดังกล่าวกลับถูกนำไปใช้ในเรื่องอื่น ๆ มากกว่านำไปใช้ในเชิงนโยบาย โดยถูกนำไปใช้กับงบบุคลากรและเงินอุดหนุน จนเหลืองบทางนโยบายน้อยมาก...

"ทั้งอุปสรรคจากพื้นที่งบประมาณน้อย ปัญหาทุจริตคาราคาซัง รวมกับการมีอำนาจต่อเครือข่ายครู มันส่งผลทางการเมืองลดลง เมื่อนำทั้งหมดทั้งปวงรวมกัน ก็เลยทำให้นักการเมืองไม่ได้มองกระทรวงศึกษาธิการเป็นกระทรวงสำคัญอย่างในอุดมคติที่สังคมคาดหวังไว้" ...นี่เป็น **"ภาพกว้างของปัญหา"** ที่ **รศ.วีระยุทธ** ได้สะท้อนไว้

แล้ว... ***"สังคมไทยจะผลักดันอย่างไร??"***
เพื่อ "ให้การศึกษาไทยเป็นดังคาดหวัง"
"มีข้อเสนอแนะ" **มาดูกันต่อตอนหน้า...**

NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com

ไทยโพสต์
Thai Post
Circulation: 850,000
Ad Rate: 1,200

Section: First Section/เศรษฐกิจ-สังคม-สตรี
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: 27 **ฉบับที่:** 9640 **หน้า:** 7(ล่าง)
Col.Inch: 47.76 **Ad Value:** 57,312 **PRValue (x3):** 171,936 **คลิป:** ขาว-ดำ
คอลัมน์: กระเบียดเกษียณ: การสร้างแบรนด์สำหรับตลาดผู้สูงวัย

การสร้างแบรนด์สำหรับตลาดผู้สูงวัย

กระเบียดเกษียณ

ตอนนี้กลุ่มลูกค้าสูงวัยถือเป็นชิ้นปลามัน เพราะนอกจากประเด็นเรื่องกำลังซื้อแล้ว สาเหตุสำคัญอีกอย่างคือ หากสามารถทำให้แบรนด์เข้าไปอยู่ในใจลูกค้าได้ โอกาสที่เขาจะเปลี่ยนใจไปใช้แบรนด์อื่นมีน้อยกว่าลูกค้ากลุ่มที่อยู่ในวัยทำงาน เรียกว่าจับทางได้ก็จะมีอู่ข้าวอู่น้ำให้มั่นคงไว้เป็นน้ำเลี้ยงของธุรกิจไปอีกนานเลยทีเดียว

ตามหลักวิทยาศาสตร์ สาเหตุที่ทำให้คนสูงอายุมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าแตกต่างจากลูกค้ากลุ่มอื่น มีอยู่สามอย่างด้วยกัน

สาเหตุแรก สภาพร่างกายที่เสื่อมลงทำให้ไม่สะดวกต่อการเดินเหินไปไหนไม่ค่อยจะออกมาซื้อของบ่อยๆ จึงมีแนวโน้มจะซื้อสินค้ายี่ห้อเดิมเพื่อให้กิจกรรมการจับจ่ายเสร็จสิ้นให้เร็วที่สุด

สาเหตุที่สอง ความจำเสื่อมถอยลง สมองไม่สามารถรับข้อมูลจำนวนมากได้ในเวลาเดียวกัน จึงเลือกซื้อสินค้าที่คุ้นเคย จะได้ไม่ต้องเสียเวลาวิเคราะห์คุณสมบัติของสินค้ากันใหม่ทุกรอบ

สาเหตุที่สาม ไม่ต้องการเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตที่คุ้นเคย หากสินค้าเดิมสามารถตอบสนองความต้องการได้ดีอยู่แล้ว แม้ว่าจะมีสินค้าใหม่ที่ดีกว่าเดิม แต่ลูกค้าส่วนใหญ่มักเลือกซื้อสินค้าที่คุ้นเคย

งานวิจัยเกี่ยวกับการพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าของผู้สูงอายุได้ข้อสรุปหลักๆ แปดข้อ ดังนี้

ข้อแรก การขึ้นราคาสินค้าในระดับที่ไม่มากจนเกินไปนัก ไม่ทำให้ผู้สูงอายุเปลี่ยนไปซื้อสินค้าแบรนด์อื่น

ข้อสอง การลดราคาเพื่อกระตุ้นยอดขายของคู่แข่ง อาจทำให้ผู้สูงอายุเปลี่ยนไปซื้อสินค้าของคู่แข่งบ้าง แต่หลังจากนั้นก็มักจะกลับมาหาแบรนด์เจ้าประจำอีก นอกจากสินค้าใหม่มีคุณสมบัติที่ดีกว่าอย่างเห็นได้ชัด

ข้อสาม ผู้สูงอายุจะตัดสินใจเปลี่ยนไปใช้สินค้าแบรนด์อื่นอย่างรวดเร็ว หากพบว่าสินค้าที่ใช้อยู่นั้นใช้ไม่ดีอย่างที่คิด หรือไม่ได้รับการบริการอย่างเหมาะสมจากผู้ขาย

ข้อสี่ ตำแหน่งที่ตั้งของร้านและการจัดวางสินค้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ข้อห้า หากคู่แข่งออกสินค้าใหม่มาแม้ว่าจะดีกว่าสินค้าที่ผู้สูงอายุใช้อยู่เป็นประจำ แต่ถ้าไม่สามารถสื่อความเหนือกว่าออกมาให้เห็นได้ชัดเจน เข้าใจง่าย พวกเขาก็ไม่ค่อยจะเปลี่ยนใจไปลองของใหม่

ข้อหก ผู้สูงอายุมีแนวโน้มจะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าแบรนด์อื่นหากพบว่าแบรนด์ที่ใช้อยู่มีเรื่องไม่ดี หรือทำเรื่องขัดต่อศีลธรรม

ข้อเจ็ด ผู้สูงอายุไม่ค่อยจะเปลี่ยนไปใช้สินค้าแบรนด์อื่น ถ้าสินค้าที่ใช้อยู่ประจำเกิดขาดตลาดเป็นระยะเวลาสั้นๆ

ข้อแปด เพื่อนฝูงคนรอบข้างมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจน้อยกว่าผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

พฤติกรรมข้างต้นนี้ เป็นพื้นฐานในการวางกลยุทธ์ในการสร้างแบรนด์ เพื่อยึดใจของลูกค้าสูงอายุ โดยอาศัยหลัก เข้าใจง่าย ได้ประโยชน์ เข้าถึงสะดวก และคงเส้นคงวา

การสื่อสารที่เข้าใจง่าย ชัดเจน เอาแต่สาระสำคัญที่ตรงตามความต้องการของลูกค้ามากที่สุด เช่น ถ้าเราทำธุรกิจผลิตไม้เท้าช่วยเดิน หากเราโฆษณาว่า ไม้เท้าของเราทำด้วยเหล็กชนิดพิเศษ มีศัพท์แสงทางวิชาการของชื่อเหล็กที่ใช้ มีคุณสมบัติอย่างโน้นอย่างนี้ ลูกค้าฟังแล้วก็คงจะไม่สนใจ เพราะให้ข้อมูลมากเกินกว่าที่จำเป็น การโฆษณาของเราเอาแค่ใจความสำคัญว่า ไม้เท้าของเราทน เบา จับกระชับมือ ยึดเกาะพื้นได้ดีกว่าก็พอ

หากเป็นธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ อาจจะโฆษณาสรรพคุณทางเคมีของน้ำมันนวดน้อยลง แค่บอกเขาว่าเราใช้น้ำมันสมุนไพรสูตรประจำครอบครัว มีหมอนวดที่มีประสบการณ์ เคยนวดให้คนโน้นคนนี้ที่มีชื่อเสียงมาก่อน แล้วทำให้พวกเขาหายปวดเมื่อยจริงๆ แบบนี้ยังจะดีเสียกว่า

ที่สำคัญก็คือ หน้าร้านต้องออกแบบให้ดี เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จอดรถง่าย เดินนิดเดียวก็ถึงร้าน จัดวางของไม่สูงเกินไปจนต้องเขย่งหรือต่ำเกินไปจนต้องก้มตัว เพื่อสื่อให้เห็นความใส่ใจของเรา

แม้ว่าลูกค้าสูงอายุจะมีความต้องการแตกต่างกัน สิ่งที่เหมือนกันคือ สภาพจิตใจของลูกค้าในวัยนี้ต้องการความมั่นคงในชีวิตเป็นพื้นฐาน ไม่ว่าจะทำธุรกิจอะไร สร้างแบรนด์ไหน ก็ต้องยึดเอาเรื่องเหล่านี้เป็นจุดเริ่มต้นอยู่เสมอ

ธุรกิจสำหรับผู้สูงอายุบ้านเราตอนนี้ยังไม่ได้คึกคักเหมือนในต่างประเทศ แต่อีกไม่กี่ปี คนที่เกษียณอายุจะมีจำนวนเพิ่มขึ้น คนเหล่านี้จำนวนไม่น้อยมีการศึกษาดี มีหน้าที่การงานดี มีฐานะทางการเงินที่มั่นคง มีสุขภาพที่แข็งแรงในระดับหนึ่ง พวกเขาคือลูกค้าในอนาคตที่เราควรเตรียมตัวไว้ให้พร้อม จะได้ไม่พลาดโอกาส เพราะเราต้องไม่ลืมว่าสำหรับคนกลุ่มนี้ รักแรกของพวกเขาคือรักที่เหนียวแน่นที่สุด หากเราทำให้เขารักแบรนด์ของเราได้ ก็เท่ากับว่าเราได้กำชัยชนะในสงครามแย่งชิงลูกค้าสูงอายุไปกว่าครึ่งแล้ว.

ดร.เกียรติอนันต์ ล้วนแก้ว
ผู้อำนวยการคณะทำงานจัดการองค์ความรู้และสื่อสารสาธารณะ
คณะเศรษฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com

กรุงเทพธุรกิจ
Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: 36 **ฉบับที่:** 12353 **หน้า:** 1(ล่างซ้าย), 2
Col.Inch: 158.93 **Ad Value:** 254,288 **PRValue (x3):** 762,864 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: ชำแหละ'นโยบายขายฝัน'พรรคการเมือง รุมทึ้ง'ประชานิยม'วางงบ3ล้านล้าน

ชำแหละนโยบายขายฝัน พรรคการเมืองรุมทึ้ง **'ประชานิยม'** วางงบ 3 ล้านล้าน

> 2

ชำแหละ'นโยบายขายฝัน'พรรคการเมือง รุมทึ้ง'ประชานิยม'วางงบ3ล้านล้าน

กรุงเทพธุรกิจ ● มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ โดยสถาบันสัญญาธรรมศักดิ์เพื่อประชาธิปไตย จัดสัมมนาเรื่อง **"อ่านเกมเลือกตั้ง66 นโยบายใครปัง ใครพัง"** เนื่องในวันสัญญา ธรรมศักดิ์ ประจำปี 2566 โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญสาขาต่างๆ เข้าร่วมวงเสวนาทั้งนักวิชาการ และนักสื่อสารมวลชน เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็นถึงนโยบายการหาเสียงมากมายของบรรดาพรรคการเมือง นโยบายขายฝันหรือเน้นอนาคต

บากบั่น บุญเลิศ รองประธานกรรมการบริหารเนชั่น กรุ๊ป และประธานกรรมการฐานเศรษฐกิจ กล่าวเปิดในเวทีสัมมนาว่า ในฐานะสื่อได้วิเคราะห์ถึงการหาเสียงของบรรดาพรรคการเมืองในศึกการเลือกตั้ง 2566 นโยบายส่วนใหญ่ที่ออกมารวมกันกว่า 300-400 ชุด ถือเป็นนโยบายซึ่งหน้าและคิดเป็นต้นทุนงบประมาณสูงถึง 3.2 ล้านล้านบาท

"อยากให้ร่วมกันคิดว่านโยบายที่ทุกพรรคออกมาเป็นวิธีขายฝันให้กับประชาชนคนไทยเพื่อให้ได้มาซึ่งผลการเลือกตั้ง หรือมุ่งเน้นอนาคตประเทศในระยะยาวกันแน่ และอยากให้คิดอีกว่า การเลือกตั้งครั้งนี้เราจะเอาอำนาจอธิปไตยของเราส่งมอบไปให้พรรคการเมือง หรือนักการเมือง ซึ่งการคิดแค่เลือกคนที่ใช่กับรักพรรคที่ชอบส่วนตัวเห็นว่า คงไม่น่าจะพอ" บากบั่น ระบุ

ทั้งนี้สิ่งที่สำคัญที่สุดของการเลือกตั้งนั่นคือ ผู้ที่จะเข้าคูหากาผู้แทนควรต้องมีสติและมีวิจารณญาณเพียงพอว่า ในเมื่อเรากำลังจะมอบอำนาจของเราไปให้ผู้แทนแล้วจะต้องเลือกคนที่ดีสำหรับเรา คนที่ดีเพื่อสร้างบ้านเมืองที่ดี เพราะไม่เช่นนั้น เราจะได้แต่นักเลือกตั้งที่มีแต่นโยบายซึ่งหน้าแต่ไม่มีอนาคต เหมือนตีตั๋วเทียวเดียวแล้วรอบหน้าก็มาเลือกตั้งกันใหม่ โดยเราจะต้องตั้งสติ เพราะจะทำให้เรามีสตางค์จากการเมืองที่ดี

นโยบายพรรคการเมืองใช้งบกระหน่ำ

ดร.กิรติพงศ์ แนวมาลี หัวหน้าทีมการปฏิรูปกฎหมาย สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI) กล่าวว่า TDRI ได้มีการศึกษานโยบายของพรรคการเมือง 9 พรรค 87 นโยบายโดยเป็นข้อมูล ณ วันที่ 20 ก.พ.2566 พบว่า มีนโยบายของสองพรรคการเมืองที่อาจต้องใช้เงินงบประมาณเพิ่มขึ้นจากปัจจุบันอีกกว่าปีละ 2 ล้านล้านบาท เพื่อทำตามนโยบายที่ประกาศเอาไว้

อย่างไรก็ตามหากนับนโยบายของพรรคการเมืองที่เหลือในนโยบายต่างกันจะคิดเป็นเงินสูงถึง 3 ล้านล้านบาท ซึ่งการโฆษณาหาเสียงตามที่พรรคการเมืองได้สัญญาไว้กับประชาชนนั้น เมื่อเป็นรัฐบาลและต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก แน่นอนว่า

NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com

กรุงเทพธุรกิจ
Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600
Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: 36 ฉบับที่: 12353 หน้า: 1(ล่างซ้าย), 2
Col.Inch: 158.93 Ad Value: 254,288 PRValue (x3): 762,864 คลิป: สี่สี
หัวข้อข่าว: ชำแหละ'นโยบายขายฝัน'พรรคการเมือง รุมทึ้ง'ประชานิยม'วางงบ3ล้านล้าน

ยังไม่เห็นว่ามีพรรคไหนทำนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่วนใหญ่จะเป็นนโยบายประชานิยมที่มีการเกทับกัน

กิรติพงศ์ แนวมาลี

พรรคการเมืองต้องชี้แจงข้อมูลถึงงบประมาณ ที่จะเอามาใช้ทำนโยบายให้ชัดเจน เพราะรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน และกฎหมายเลือกตั้งได้กำหนดเอาไว้ชัดเจนให้พรรคการเมืองชี้แจง

รศ.ดร.อนุสรณ์ ธรรมใจ

การคิดนโยบายต้องเหมาะสมกับสถานการณ์บ้านเมือง พอเหมาะพอดีกับประชาชน หรือจะกระทบต่อการใช้งบประมาณอย่างไร

ดร.สติธร ธนานิธิโชติ

ในอนาคตจะเป็นความเสี่ยงในการก่อหนี้สาธารณะสูง และจะกระทบต่อเงินที่จะใช้ลงทุนลดลง หรือการใช้เงินนอกงบประมาณตามมาตรการกึ่งการคลัง ซึ่งจะทำให้เกิดปัญหาและน่าเป็นห่วงเรื่องความโปร่งใส

"แม้นโยบายของพรรการเมืองต่างๆ จะครอบคลุมในทุกมิติ เช่น นโยบายสวัสดิการ การอุดหนุน การศึกษา โครงสร้างพื้นฐาน SMEs การปรับกฎหมายระเบียบ และส่งเสริมสิ่งแวดล้อม แต่ทั้งหมดนี้ยังไม่เห็นว่ามีพรรคไหนที่ทำนโยบายเกี่ยวกับการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ซึ่งเป็นนโยบายระยะยาว เพราะส่วนใหญ่จะเป็นแค่นโยบายประชานิยมที่มีการเกทับกัน เพื่อจะแข่งขันกันทางการเมือง แทนที่จะหาเสียงกันอย่างสร้างสรรค์ และเหมาะสม"

NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com

กรุงเทพธุรกิจ
Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600

Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: 36 **ฉบับที่:** 12353 **หน้า:** 1(ล่างซ้าย), 2
Col.Inch: 158.93 **Ad Value:** 254,288 **PRValue (x3):** 762,864 **คลิป:** สี่สี
หัวข้อข่าว: ชำแหละ'นโยบายขายฝัน'พรรคการเมือง รุมทึ้ง'ประชานิยม'วางงบ3ล้านล้าน

ชง 4 แนวทางนโยบายหาเสียงที่ดี

ขณะเดียวกัน ดร.กิริติพงศ์ได้แนะแนวทางสำหรับเลือกตั้ง 66 ดังนี้

1.นโยบายไม่ควรสร้างภาระทางการคลังที่เกินตัว เพราะจะสร้างหนี้สาธารณะจำนวนมหาศาล โดยเฉพาะการใช้เงินนอกงบประมาณ หรือ มาตรการกึ่งการคลัง เพราะเงินเหล่านี้จะก่อให้ภาระหนี้แก่ลูกหลาน

2.นโยบายไม่ควรสร้างบรรทัดฐานที่ไม่ถูกต้องเกี่ยวกับวินัยการเงินและการคลัง เช่น นโยบายประกาศพักหนี้ หยุดหนี้ เพราะสร้างสัญญาณที่ไม่ถูกต้อง รวมถึงนโยบายเครดิตบูโรก่อให้เกิดผลสะท้อนกลับที่ไม่ดี

3.ไม่ควรเน้นนโยบายแก้ปัญหาเฉพาะหน้าของประชาชน แต่ไม่มีนโยบายกลไกช่วยยกระดับพัฒนาขีดความสามารถของคนไทย เช่น ประกันราคาข้าว ที่ไม่สนับสนุนให้เกิดการพัฒนาคุณภาพ เทคโนโลยีที่จะนำมาใช้ ในการทำการเกษตร ดังนั้นควรมีนโยบายที่จะใช้ในการพัฒนาระบบการทำเกษตร Smart Farming

4.การพัฒนารีสกิล (Re Skill) อัปสกิล (Up Skill) แรงงานไทย เพราะขณะนี้แรงงานไทยเสียความสามารถด้านการแข่งขัน ทำอย่างไรที่จะเพิ่มความสามารถ

อย่างไรก็ตามขณะนี้พรรคการเมืองยังไม่ฉายภาพที่จะมาแก้ปัญหาระดับโครงสร้าง ดังนั้นนโยบายที่ดีจะต้องสะท้อนว่าจะมีแนวทางอย่างไรที่จะทำให้เกิดผลที่ดี หลายเรื่องยังติดข้อกฎหมายที่ยังเป็นอุปสรรคที่ต้องแก้และไม่ใช่เรื่องง่าย ประชาชนผู้เลือกตั้งต้องพิจารณาให้ดี

อย่ามุ่งหาเสียงด้วยนโยบายประชานิยม

รศ.ดร.อนุสรณ์ ธรรมใจ ประธานกรรมการบริหารสถาบันปรีดีพนมยงค์ กล่าวว่า การแข่งขันทางนโยบายของพรรคการเมืองเป็นเรื่องที่ดีต่อประชาชน และผลประโยชน์โดยรวมของประเทศ แต่เกมแห่งอำนาจนี้ต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย และหลักการที่ถูกต้อง อย่ามุ่งหาเสียงมากเกินไปจนไม่ดูผลระยะยาว โดยเฉพาะนโยบายประชานิยมที่ใช้งบประมาณจำนวนมากกว่า 3 ล้านล้านบาท

"พรรคการเมืองต้องชี้แจงข้อมูลถึงงบประมาณที่จะเอามาใช้ทำนโยบายให้ชัดเจน เพราะรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน และกฎหมายเลือกตั้งได้กำหนดเอาไว้ชัดเจนให้พรรคการเมืองชี้แจง และหากมีการกู้เงินเพิ่ม โดยไม่เพิ่มรายได้จากภาษี รัฐบาลและพรรคการเมืองที่จัดตั้ง รัฐบาลจะต้องทำให้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงมากๆ คือ 10% ต่อปี จึงทำให้ไม่เกินเพดานสัดส่วนหนี้สาธารณะต่อจีดีพี 70%"

รศ.ดร.อนุสรณ์ ระบุว่า ขณะนี้เห็นมีพรรคการเมืองไม่กี่พรรคที่มีนโยบายเพื่อการสนับสนุนให้เศรษฐกิจไทยเติบโตได้ตามศักยภาพ หรือโตประมาณ 5-6% ต่อปี โดยไม่มีแรงกดดันด้านเงินเฟ้อ หากทำให้ระบบโตได้ตามศักยภาพ จะทำให้ประเทศไทยมีโอกาสก้าวพ้นกับดักประเทศรายได้ปานกลางได้ภายใน 10-15 ปี นอกจากนั้นก็ไม่มีพรรคไหนที่พูดถึงเรื่องนี้ ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญที่สุดของการวางแผนในระยะยาว เช่นเดียวกับนโยบายด้าน SDG ที่มีพูดกันน้อยเช่นกัน

ไร้นโยบายแก้เหลื่อมล้ำทางสังคม

อย่างไรก็ตามพรรคการเมืองยังไม่ได้มีนโยบายแก้ในเชิงโครงสร้างด้านความเหลื่อมล้ำของสังคมไทย ประชากรระดับล่าง 20% ถือครองทรัพย์สินไม่ถึง 3% ส่วนแบ่งรายได้มีเพียง 3.5% ส่วนใหญ่ไม่ได้เสียภาษีเงินได้ ทั้งนี้พบว่ากลุ่มที่เลี่ยงภาษีมากที่สุด คือกลุ่มที่ต้องเสียภาษีทรัพย์สิน

"การเก็บภาษีทรัพย์สินจึงเป็นแนวทางลดความเหลื่อมล้ำในสังคมอีกทาง อย่างไรก็ตามที่ผ่านมาพบว่าประเทศไทยมีความเหลื่อมล้ำสูงมาก วัฒนธรรมเป็นแบบอำนาจนิยมผสมอุปถัมภ์ ฉะนั้นหากมีการเสนอนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ ทุกคนตอบสนองหมด เพราะคนส่วนใหญ่ลำบาก และคนส่วนใหญ่พึ่งพอใจกับเงินประกันรายได้เกษตรกร"

ดังนั้นต้องเปลี่ยนโครงสร้างใหม่ ต้อง

NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com

กรุงเทพธุรกิจ
Krungthep Turakij
Circulation: 160,000
Ad Rate: 1,600
Section: First Section/-
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: 36 ฉบับที่: 12353 หน้า: 1(ล่างซ้าย), 2
Col.Inch: 158.93 Ad Value: 254,288 PRValue (x3): 762,864 คลิป: สี่สี
หัวข้อข่าว: ชำแหละ'นโยบายขายฝัน'พรรคการเมือง รุมทึ้ง'ประชานิยม'วางงบ3ล้านล้าน

อาศัยนโยบายที่แตะปัญหาเชิงโครงสร้าง ไม่ใช้นโยบายระยะสั้นที่ได้แต่คะแนนเสียง ส่งเสริมสิทธิเสรีภาพ เปลี่ยนผ่านประชาธิปไตย สร้างประชาธิปไตยที่มั่นคง สร้างความเป็นสภาบัน สร้างความเป็นพลเมืองที่ตื่นรู้

แนะหานโยบายใหม่ๆเสนอประชาชน

ดร.สติธร ธนานิธิโชติ ผู้อำนวยการสำนักนวัตกรรมเพื่อประชาธิปไตย สถาบันพระปกเกล้า กล่าวว่า นโยบายพรรคการเมืองส่วนใหญ่จะถูกใช้เชิงกลยุทธ์มากขึ้น เพราะต้องการผลการเลือกตั้งที่ตัวเองคาดหมายเอาไว้ทั้งสิ้น เพียงแต่ว่า ในขณะนี้ทุกพรรคการเมืองอาจยังตีโจทย์ไม่ถูก คือการแข่งกันหานโยบายแปลก เพราะกลัวไม่ใหม่ ไม่ปัง จึงอยากถามว่า จะเอาแปลกไปถึงไหน จะเอาใหม่อะไรได้อีก เพราะคิดให้หัวแตกก็ไม่แปลกไม่ใหม่ไปกว่านี้

ที่สำคัญกว่าคือ การคิดนโยบายที่ต้องเหมาะสมกับสถานการณ์บ้านเมือง พอเหมาะพอดีกับประชาชนหรือไม่ หรือกระทบต่อการใช้งบประมาณอย่างไร ดังนั้นจึงอยากให้คิดเพียงแค่เรื่องสำคัญส่วนนี้ออกมาก่อนก็น่าจะเพียงพอ ซึ่งเวทีต่างๆ ควรเจาะคำถามที่บอกว่าทำอย่างไรที่เป็นรูปธรรม รวมทั้งบอกมีวิธีการด้วยว่ามีวิธีทำอย่างไร เพื่อให้พรรคการเมืองตอบคำถามให้ชัดๆ เพราะจะเป็นประโยชน์กับประชาชน

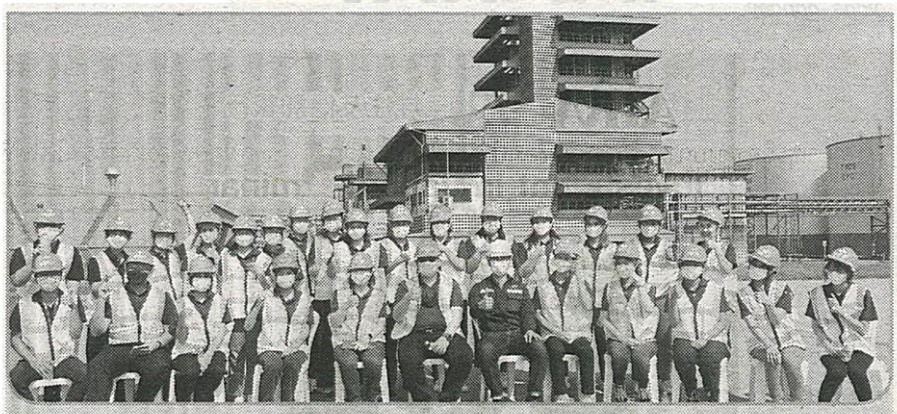
NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com

ข่าวหุ้น
Khao Hoon
Circulation: 80,000
Ad Rate: 850

Section: First Section/สังคม
วันที่: ศุกร์ 7 เมษายน 2566
ปีที่: 29 **ฉบับที่:** 7158 **หน้า:** 4(กลาง)
Col.Inch: 17.31 **Ad Value:** 14,713.50 **PRValue (x3):** 44,140.50 **คลิป:** ขาว-ดำ
ภาพข่าว: สังคมข่าวหุ้น: นักศึกษา SCI-TU เยี่ยมชมกิจการ PPPGC

สังคมข่าวหุ้น

• คาเฟอีน



นักศึกษา SCI-TU เยี่ยมชมกิจการ PPPGC : *เขมภพ คชเสนี วิศวกรพัฒนาธุรกิจผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมน้ำมันปาล์ม บมจ.พีพีพี กรีน คอมเพล็กซ์ หรือ PPPGC ผู้ประกอบธุรกิจผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากปาล์มน้ำมันแบบครบวงจร (ปาล์ม คอมเพล็กซ์) ที่ทันสมัยที่สุดแห่งแรกในประเทศไทย ให้การต้อนรับอาจารย์และนักศึกษา คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์รังสิต พร้อมบรรยายให้ความรู้พื้นฐานและนำเยี่ยมชมโรงงาน เพื่อให้นักศึกษาเข้าใจขั้นตอนการผลิต/กลั่น/สกัดปาล์มน้ำมัน พร้อมนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในการเรียนและการทำงานในอนาคต ณ บมจ.พีพีพี กรีน คอมเพล็กซ์ อ.บางสะพานน้อย จ.ประจวบคีรีขันธ์*

NewsClip app.iqnewsclip.com
Dataxet Limited | 888/178 Ploenchit Road, 17th Floor, Mahatun Plaza Building, Lumpini, Patumwan, Bangkok 10330, THAILAND
02-253-5000, 02-651-4700 02-253-5001, 02-651-4701 help@iqnewsclip.com