

ทุนทางสังคมนำไปสู่ความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัย ของคนไทยมากเพียงใด?

สาวินี สุริยันรัตกร*

รับวันที่ 18 มิถุนายน 2564
ส่งแก้ไขวันที่ 7 พฤศจิกายน 2564
ตอบรับตีพิมพ์วันที่ 30 พฤศจิกายน 2564

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาอิทธิพลของทุนทางสังคมที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย และเปรียบเทียบให้เห็นว่าคนไทยที่เกิดในรุ่นแตกต่างกันให้ความสำคัญต่อทุนทางสังคมที่สะท้อนผ่านราคาเงาแตกต่างกันอย่างไร การคำนวณหาราคาเงาใช้วิธี Life Satisfaction Approach ข้อมูลที่ใช้ศึกษามาจากการสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในปี พ.ศ. 2561 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ผลการศึกษาพบว่า ทุนทางสังคมในมิติครอบครัวที่อบอุ่น ความสัมพันธ์ในสังคมที่ใกล้ชิด การให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาสนั้น มีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับคะแนนการประเมินความพึงพอใจในชีวิตของคนไทยในภาพรวม คนไทยให้ความสำคัญกับประเด็นด้านครอบครัวค่อนข้างมาก ราคาเงาของการมีครอบครัวอบอุ่นมากถึงมากที่สุดมีค่าประมาณ 0.91 - 0.97 เท่าของรายได้ต่อเดือนต่อคน เมื่อวิเคราะห์แยกตามรุ่น พบว่า กลุ่มคน Gen Y ซึ่งอยู่ในช่วงวัยทำงานและเริ่มสร้างครอบครัวเป็นของตัวเอง เป็นกลุ่มคนที่ให้ความสำคัญกับความไว้วางใจในสังคมมากกว่ารุ่นคนรุ่น Baby Boomer และ รุ่น Gen X การดำเนินนโยบายสาธารณะ หากต้องการดำเนินไปในเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนมีความสุข การจัดอันดับความสำคัญในการดำเนินโครงการทางด้านสังคมควรให้ความสำคัญกับนโยบายในการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัวให้มากขึ้น

คำสำคัญ: ความพึงพอใจในชีวิต, ทุนทางสังคม, ความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัย,
วิธี Life Satisfaction Approach, ประเทศไทย

* อาจารย์ - สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000 - E-mail : savinee.suri@gmail.com

How Much does Social Capital Contribute to Subjective Well-being of Thai People?

Savinee Suriyanratakorn*

Received June 18, 2021

Revised November 7, 2021

Accepted November 30, 2021

Abstract

This paper explores the how social capital effect subjective well-being of Thai people and compares how Thai people across generations value social capital by means of the Life Satisfaction Approach. Using the Survey of Quality of Life in Accordance with Sufficiency Economy 2018 conducted by the National Statistical Office of Thailand, it is found that close family and community relationship, generosity, social solidarity, and social trust generate positive impacts to overall life satisfaction. Comparing the different elements of social capital, Thai people put greater value on family closeness. The shadow prices of the feeling of being in a warm (loving) family is worth up to approximately 0.91 – 0.97 times the monthly per capita income. The value of social capital also varies across generations. Those in Generation Y are in the early stages of working and forming a new family as so tend to value social trust more strongly than Baby Boomers and Generation X. This shows that public policy goals that aim to maximize people's happiness should consider family relations a high priority.

Keywords: Life satisfaction, Social Capital, Subjective well-being,
Life Satisfaction Approach, Thailand

* Lecturer of Economic, Business Economics Program, Faculty of Management Science, Udon Thani Rajabhat University - Email : savinee.suri@gmail.com

1. บทนำ (Introduction)

รายงานความสุขของคนไทยใน World Happiness Report 2020 (Helliwell et al., 2020) แสดงให้เห็นว่าคนไทยมีความสุขลดลง นับตั้งแต่มีรายงานสถิติความสุขใน World Happiness Report ในปี พ.ศ. 2555 เป็นต้นมา ปี พ.ศ. 2562 เป็นปีที่คนไทยมีความสุขต่ำที่สุด แม้ว่าสถิติใน World Happiness Report ได้แสดงให้เห็นว่า คนไทยมีความสุขลดลงอย่างต่อเนื่อง แต่ผลการประเมินการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ 2 ปี ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 12 รายงานว่าสังคมไทยน่าอยู่ขึ้น เพราะ “ความอยู่เย็นเป็นสุข” ร่วมกันในสังคมไทยมีแนวโน้มดีขึ้น (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562) สังคมไทย “อยู่เย็นเป็นสุข” เพิ่มขึ้น แต่คนไทยกลับมีความสุขลดลงได้อย่างไร ความขัดแย้งจากผลการรายงานดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า องค์ความรู้ในการวัดความสุข โดยเฉพาะประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการอยู่ร่วมกันในสังคมนั้นยังไม่เพียงพอที่จะทำให้เกิดฉันทามติในการสร้างตัวชี้วัดความสุขของคนในสังคมไทยและยังอาจรวมไปถึงสังคมอื่น ๆ ด้วย ซึ่งในแต่ละสังคมต่างมีความแตกต่างกันทางชีวิตความเป็นอยู่ องค์กรประกอบของสถาบัน วัฒนธรรม และบรรทัดฐานทางสังคม การพยายามค้นหาคำว่า “อะไร” หรือ “สิ่งใด” โดยเฉพาะ “มิติด้านสังคม” มีส่วนสำคัญต่อความสุขในชีวิตของคนไทย หรือทำให้เกิดความพึงพอใจในชีวิตยิ่งขึ้น จะเป็นการช่วยสนับสนุนให้การวัด “การอยู่เย็นเป็นสุข” ของสังคมไทยมีความครอบคลุมมากขึ้น และช่วยทำให้เห็นว่านโยบายสาธารณะที่มีผลต่อความสุขของคนไทยควรเน้นในด้านใด

Clark et al. (2008) ได้สะท้อนให้เห็นว่าความพึงพอใจในชีวิตของประชาชนมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะในอดีตยาวนานกว่า 40 ปีที่ผ่านมา ความพึงพอใจในชีวิตของคนในสหภาพยุโรปเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ช่วยอธิบายว่ารัฐบาลจะได้รับการเลือกตั้งกลับมาอีกครั้งหรือไม่ สำหรับคนไทยการที่มีองค์ความรู้ว่า “มิติด้านสังคม” ด้านใดช่วยทำให้ความพึงพอใจในชีวิตดีขึ้นจะสามารถสะท้อนไปสู่การกำหนดนโยบายด้านสังคมที่มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าด้านเศรษฐกิจ

“ทุนทางสังคม” มีความหมายที่มักถูกรวมถึงความไว้วางใจกัน การมีปฏิสัมพันธ์ในสังคม และบรรทัดฐานทางสังคม (Rodriguez-Pose & von Berlepsch, 2013; Growiec & Growiec, 2013) ขอบเขต ทุนทางสังคมตามความหมายของ Donati (2011) และ Helliwell and Putnam (2004) มีความหมายที่กว้างขึ้น โดยครอบคลุมมิติทางด้านครอบครัวเข้าไว้ด้วย โดยมองว่าทุนทางสังคมสามารถวัดได้จาก ความเข้มแข็งของความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนบ้าน และชุมชน งานวิจัยที่ศึกษาความเชื่อมโยงของทุนทางสังคมต่อความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัยที่ผ่านมา (Powdthavee, 2008; Chandoevrit & Thampanishvong, 2015; Helliwell & Putnam, 2004; Helliwell, Huang, & Wang, 2016) ให้ข้อสรุปที่คล้ายกันว่า ความถี่ในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่มากขึ้น และความไว้วางใจในสังคม ส่งผลทำให้คนมีความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้น อีกทั้งผลการศึกษาล่าสุดของ Helliwell et al. (2020) ที่วิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจในชีวิตจากข้อมูล 156 ประเทศทั่วโลก พบว่า ทุนทางสังคมในด้านการสนับสนุนกันทางสังคม และ

การช่วยเหลือผู้อื่น สามารถอธิบายความสุขของคนในประเทศได้ดีกว่ารายได้ อายุคาดเฉลี่ย เสรีภาพในการตัดสินใจ และการปราศจากคอร์รัปชัน

งานวิจัยในอดีต (Theurer & Wister, 2010; Suriyanrattakorn, 2019; Kim et al., 2020) มักจะเลือกคนบางกลุ่มอายุ เช่น กลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อวิเคราะห์ว่าทุนทางสังคมมีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุหรือไม่ ในขณะที่งานวิจัยจำนวนหนึ่งนิยมใช้อายุเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีผลต่อความพึงพอใจในชีวิต (Rodriguez-Pose & von Berlepsch, 2013; Chandoevit & Thampanishvong, 2015) และให้ผลการวิจัยที่ดีความได้ว่า ปัจจัยมีผลต่อความพึงพอใจในชีวิต แสดงผลแตกต่างหรือไม่แตกต่างกันระหว่างกลุ่มอายุ เรายังไม่พบว่าม้งงานวิจัยที่แบ่งกลุ่มคนเป็นรุ่น เช่น รุ่น Baby Boomer เกิดช่วง พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2507 (อายุ 56-74 ปี ในปี พ.ศ. 2563) รุ่น Gen X เกิดช่วง พ.ศ. 2508 – พ.ศ. 2522 (อายุ 40-55 ปี ในปี พ.ศ. 2563) และรุ่น Gen Y เกิดช่วง พ.ศ. 2523 – พ.ศ. 2540 (อายุ 24-39 ปี ในปี พ.ศ. 2563) การศึกษานี้จึงเป็นงานแรกที่ศึกษาว่าทุนทางสังคมมีผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนแต่ละรุ่นแตกต่างกันอย่างไร

การวิเคราะห์ความพึงพอใจในชีวิตในการศึกษาค้นครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ในการตอบคำถามงานวิจัยได้หลัก ๆ 2 ประเด็นคือ 1) การกำหนดให้ความพึงพอใจในชีวิตเป็นตัวแปรตาม เพื่อศึกษาว่า ปัจจัยใดที่ทำให้คนในสังคมมีความพึงพอใจในชีวิตมากขึ้นหรือน้อยลง โดยเน้นศึกษาผลกระทบของทุนทางสังคมที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย 2) ใช้ข้อมูลความพึงพอใจในชีวิตเพื่อประเมินมูลค่าสินค้าที่ไม่มีราคาในตลาด (Non-market value) โดยวิธี Life Satisfaction Approach (LSA) เพื่อคำนวณหาราคาเงา (Shadow Price) ของตัวแปรทางสังคม ซึ่งช่วยบ่งบอกว่าคนไทยในภาพรวม และคนไทยระหว่างรุ่น คือ กลุ่ม Baby Boomer กลุ่ม Gen X และกลุ่ม Gen Y ให้คุณค่ากับสิ่งที่ถูกประเมินแตกต่างกันอย่างไร

องค์ความรู้จากการวิจัยคาดว่าจะช่วยในการออกแบบนโยบายสาธารณะที่คนแต่ละรุ่นอาจมีความชอบและให้คุณค่าที่แตกต่างกัน นอกจากนั้น ประโยชน์ของราคาเงาที่คำนวณได้นี้ สามารถนำไปใช้ในการประเมินความคุ้มค่าโครงการสาธารณะที่มีผลกระทบต่อสังคม ซึ่งจะช่วยให้ข้อสรุปเกี่ยวกับความคุ้มค่าในการลงทุน สะท้อนการพัฒนาที่ยั่งยืนได้มากกว่าการคำนึงเฉพาะต้นทุนและผลตอบแทนทางเศรษฐกิจเท่านั้น เนื้อหาของบทความนี้ประกอบด้วย บทนำ วรรณกรรมปริทัศน์ ข้อมูลและวิธีการศึกษา ผลการศึกษา สรุปและข้อเสนอแนะ

2. วรรณกรรมปริทัศน์ (Literature Review)

2.1 ความพึงพอใจในชีวิต และความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัย

การวัดความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัยเป็นการวัดเกี่ยวกับอารมณ์ ความรู้สึก ความพึงพอใจในชีวิต โดยให้แต่ละบุคคลประเมินด้วยตัวเอง ในขณะที่ความอยู่ดีมีสุขเชิงภาวะวิสัย (Objective Well-being) มักเน้นประเด็นด้านรายได้เป็นหลัก OECD (2013) ได้ให้ความหมาย ความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัย (Subjective Well-being) หมายถึง สภาพจิตใจที่ดี ซึ่งเป็นการประเมินชีวิตโดยปัจเจกทั้งด้านความรู้สึกทางบวกและทางลบ ผ่านประสบการณ์ของการดำเนินชีวิตของแต่ละคน การวัดความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัยสามารถแยกวิเคราะห์ออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านการประเมินชีวิต (Life evaluation) ด้านอารมณ์ (Affect) และด้านการมีคุณค่าและเป้าหมายในชีวิต (Eudaimonia) (OECD, 2013) กล่าวได้ว่า ด้านการประเมินชีวิต (Life evaluation) คือการให้แต่ละบุคคลประเมินชีวิตของตนเองในภาพรวม หรือจำแนกตามหัวข้อ เช่น “การประเมินความพึงพอใจในชีวิตในภาพรวม” หรือการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อ สุขภาพ สถานะทางการเงิน เป็นต้น

Helliwell and Putman (2004) วิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างการประเมินความสุขและความพึงพอใจในชีวิต ผลจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ข้อมูลความสุขที่ประเมินด้วยตนเองสะท้อนสถานการณ์ในระยะสั้น และขึ้นอยู่กับอารมณ์ ณ ช่วงเวลานั้น ๆ ในขณะที่ความพึงพอใจในชีวิตเป็นการประเมินในระยะยาวและมีความเสถียรมากกว่า Peiro (2006) ศึกษาข้อมูล the World Values Survey ในช่วงปี ค.ศ. 1995 ถึง ค.ศ. 1996 พบว่าความสุขไม่ได้ขึ้นอยู่กับตัวแปรทางเศรษฐกิจ ซึ่งต่างกับความพึงพอใจในชีวิตที่ตัวแปรทางเศรษฐกิจส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญ

2.2 ทุนทางสังคม

OECD (2001) อธิบาย “ทุนทางสังคม” ที่ครอบคลุม 4 มิติ คือ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Personal Relationships) 2) การสนับสนุนทางสังคม (Social Support) 3) การมีส่วนร่วมของพลเมือง (Civic Engagement) เช่น การทำงานอาสาสมัครในชุมชน และ 4) ความไว้วางใจ บรรทัดฐาน และค่านิยมทางสังคม Donati (2011) และ Helliwell & Putnam (2004) มองว่ามิติทางทุนทางสังคมสามารถวัดได้จากความเข้มแข็งของความสัมพันธ์ในครอบครัว เพื่อนบ้าน และชุมชน

Stiglitz et al. (2009) ให้ข้อสังเกตว่า การวัดทุนทางสังคมมักเน้นในประเด็นความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในสังคม มักเป็นการวัดโดยตามจำนวนหรือความถี่ของการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคน อย่างไรก็ตาม การวัดในด้านดังกล่าวต้องการตัวแปรที่สะท้อนพฤติกรรม และการทำกิจกรรมระหว่างบุคคล เช่น การมีส่วนร่วมของพลเมือง (Civic Engagement) เพื่อใช้เป็นตัวแปรที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างผู้คนในสังคม

ความไว้วางใจในสังคม (Social Trust) ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุนทางสังคม (Social Capital) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความอยู่ดีมีสุข การวัดความไว้วางใจในสังคม อาจวัดด้วยข้อคำถาม การทำกระเป๋าเงินหาย ที่เรียกว่า The Wallet-Dropping Question โดยถามคำถามว่า “หากคุณทำกระเป๋าเงินหาย มีโอกาสมากน้อยเพียงใดที่จะได้กระเป๋าเงินคืน” การสอบถามดังกล่าวมีความเชื่อมโยงการวิจัยเชิงทดลองที่จัดทำโดย The Reader's Digest (รายงานในนิตยสาร The Economist เดือนมิถุนายน ค.ศ. 1996) เพื่อวิเคราะห์ความไว้วางใจในสังคมนั้น ๆ ผ่านอัตราการได้รับกระเป๋าเงินพร้อมเงินคืน (Knack, 2001; Tolsma & Meer, 2017)

2.3 ทุนทางสังคม ความพึงพอใจในชีวิต และการประเมินราคาเงา

งานศึกษาที่ผ่านมามีการเชื่อมโยงทุนทางสังคมเพื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อความพึงพอใจในชีวิต ยกตัวอย่างเช่น Helliwell and Putnam (2004) ใช้ฐานข้อมูล The World Values Survey (WVS) และ European Values Survey (EVS) พบว่า ทุนทางสังคมในประเด็นด้านความสัมพันธ์ในครอบครัว ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อน ล้วนมีความเชื่อมโยงกับความอยู่ดีมีสุขเชิงอัตวิสัย (Kamp Dush & Amato, 2005; Siedlecki et al. ,2014; Powdthavee, 2008, Chandoevrit & Thampanishvong, 2015) ในประเด็นด้านความไว้วางใจในสังคม Clark et al. (2008) พบว่า ประชาชนจะมีความสุขน้อยลงในสังคมที่คนในสังคมไม่ค่อยมีความไว้วางใจกัน สังคมที่มีการกดขี่ มีความไม่เสมอภาค และมีรัฐบาลที่ล้มเหลว ในส่วนมิติการสนับสนุนทางสังคม ซึ่งมองในบริบทการช่วยเหลือในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นทางวัตถุ หรือทางอารมณ์ Siedlecki et al. (2014) พบว่า “การให้” ส่งผลกระทบบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของบุคคลนั้น ๆ สอดคล้องกับ Thomas (2010) ที่ใช้ข้อมูลจาก The Social Networks In Adult Life (SNAL) Survey พบว่า การให้ส่งผลกระทบด้านบวกอย่างเห็นได้ชัดต่อความอยู่ดีมีสุขของผู้สูงอายุ ในขณะที่การได้รับการสนับสนุนทางสังคมกลับมีผลทางบวกเฉพาะในกรณีที่ผู้ให้เป็นคู่สมรส หรือพี่น้องเท่านั้น

การใช้วิธี Life Satisfaction Approach (LSA) ประเมินราคาเงาสินค้าที่ไม่มีราคาในกลไกตลาดส่วนใหญ่เป็นการประเมินตัวแปรทางด้านสิ่งแวดล้อม (Levinson, 2009; Luechinger, 2009; Ambrey, Fleming, & Chan, 2014) งานวิจัยที่ใช้วิธีดังกล่าวประเมินตัวแปรทางด้านทุนทางสังคมมีค่อนข้างจำกัด ยกตัวอย่างเช่น Powdthavee (2008) ใช้ข้อมูล British Household Panel Survey ทั้งที่เป็น Pooled Data และ Panel Data พบว่า การเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมทางสังคม (Social Involvement) มีมูลค่าเท่ากับ 85,000 ปอนด์ต่อคนต่อปี การศึกษาของประเทศไทย Chandoevrit and Thampanishvong (2015) พบว่าความถี่ในการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมส่งผลทางบวกต่อระดับความพึงพอใจในชีวิตส่วนบุคคล การใช้ราคาเงาในการประเมินค่าพบว่า ความถี่ในการปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนบ้านโดยการพูดคุยแบบเห็นหน้ามีราคาประมาณ 0.5 เท่าของรายได้ต่อหัวต่อเดือน

3. ข้อมูลและวิธีการศึกษา (Research Methodology)

3.1 ข้อมูล

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลการสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในปี พ.ศ. 2561 จัดทำการสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ จำนวนตัวอย่างทั่วประเทศไทย 69,603 ตัวอย่าง ความพึงพอใจในชีวิต วัดจากระดับคะแนนการประเมินความพึงพอใจในชีวิตในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา คะแนนเริ่มตั้งแต่ 0-10 (0 คือ พึงพอใจน้อยที่สุด และ 10 คือ พึงพอใจมากที่สุด)

ชุดตัวแปรทุนทางสังคม แบ่งประเด็นตามคำจำกัดความของ OECD (2001) คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การสนับสนุนทางสังคม การมีส่วนร่วมของพลเมือง และบรรทัดฐานทางสังคม (แสดงดังตารางที่ 1) ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล วัดจากการประเมินความสัมพันธ์ในครอบครัวและสังคม โดยถามคำถามว่า ท่านคิดว่าครอบครัวของท่านมีความอบอุ่นในระดับใด และคนในชุมชนรู้สึกห่างเหินหรือใกล้ชิดกัน การสนับสนุนทางสังคมและการมีส่วนร่วมของพลเมือง วัดจากคำถามสองคำถาม คือ 1) การให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส (ถามจากคำถามว่า ในช่วง 1 เดือนที่ผ่านมา ท่านให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาสมากน้อยเพียงใด) และ 2) กิจกรรมการลงแขกที่ยังมีในชุมชน (การลงแขก ถือเป็นประเพณีไทยที่แสดงถึงการช่วยเหลือกัน สะท้อนความสามัคคีในชุมชนที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมเชิงเกษตรของประเทศไทย) ส่วนบรรทัดฐานทางสังคมทำการวิเคราะห์ในมิติความไว้วางใจในสังคม ที่ทำการวัดผ่านคำถามการทำกระเป๋าเงินหาย (The Wallet-Dropping Question)

การอธิบายข้อมูลโดยสถิติพรรณนา พบว่า กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 63 ประเมินว่าตนมีความสุขในระดับ 7-8 และร้อยละ 6 ที่ประเมินว่าตนเองมีความพึงพอใจในชีวิตที่ระดับคะแนน 1-5 หากแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามรุ่นจะมีสัดส่วนดังนี้ คือ รุ่น Baby Boomer ร้อยละ 39.7 รุ่น Gen X ร้อยละ 35.4 และ รุ่น Gen Y ร้อยละ 12.7 ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิต จำแนกตามลักษณะของทุนทางสังคม พบว่า กว่าร้อยละ 23 ประเมินว่าครอบครัวของตนเองมีความอบอุ่นมากที่สุด ซึ่งมีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในชีวิตเท่ากับ 8.21 มากกว่ากลุ่มที่ตอบว่าครอบครัวไม่มีความอบอุ่นที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 5.81 กลุ่มตัวอย่างร้อยละ 54.3 ให้ความคิดเห็นว่า ชุมชนของตนเองมีความใกล้ชิดกันพอสมควรถึงมากร้อยละ 78 ตอบว่าตนให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส และมีเพียงร้อยละ 12 เท่านั้นที่มั่นใจว่าจะได้กระเป๋าพร้อมเงินคืน

ตารางที่ 1: ความพึงพอใจในชีวิต และทุนทางสังคม

	%	ค่าเฉลี่ยความ พึงพอใจในชีวิต	S.D.	P [†]	จำนวนตัวอย่าง
ความอบอุ่นในครอบครัว					
ไม่อบอุ่น	0.3%	5.81	2.57	0.000	175
อบอุ่นเล็กน้อย	5.0%	6.46	1.47		3,458
อบอุ่นมาก	71.4%	7.61	1.22		49,706
อบอุ่นมากที่สุด	23.2%	8.21	1.19		16,158
ความสัมพันธ์ในชุมชน					
ห่างเหินกันมาก	1.3%	7.42	1.46	0.000	895
ห่างเหิน	7.0%	7.49	1.35		4,846
ห่างเหินกลางๆ	35.6%	7.63	1.30		24,755
ใกล้ชิดกันพอสมควร ถึงมาก	54.3%	7.77	1.26		37,812
ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส					
ไม่เลย	0.8%	6.58	1.77	0.000	539
นานๆ ครั้ง	21.1%	7.25	1.35		14,711
บ่อยครั้ง	70.1%	7.78	1.23		48,778
เป็นประจำ	7.8%	8.23	1.28		5,449
กิจกรรมลงแขก					
ไม่มี	42.5%	7.64	1.36	0.000	29,589
มี	52.8%	7.75	1.23		36,726
ถ้าทำกระเป๋เงินหายคิดว่าจะได้คืนหรือไม่					
ไม่ได้คืนหรือไม่แน่ใจ	87.9%	7.67	1.30	0.000	61,188
ได้คืน	12.1%	7.85	1.23		8,415
ช่วงอายุแบ่งตามรุ่น					
Baby Boomer	39.7%	7.68	1.31	0.0002	27,656
Gen X	35.4%	7.73	1.28		24,625
Gen Y	12.7%	7.70	1.23		8,853

ที่มา: วิเคราะห์จากข้อมูล การสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในปี พ.ศ. 2561 จัดทำการสำรวจโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ

หมายเหตุ: † แสดงผลการทดสอบ One-way analysis of variance (ANOVA) สำหรับตัวแปร ความอบอุ่นในครอบครัว ความสัมพันธ์ในชุมชน และช่วงอายุ ส่วนกิจกรรมลงแขก และความมั่นใจว่าจะได้กระเป๋เงินคืน ทดสอบด้วย independent-samples t-test

3.2 วิธีการศึกษา

วิธีการศึกษาใช้แบบจำลอง Reduced Form ของฟังก์ชันอรรถประโยชน์เช่นเดียวกับ Powdthavee (2008) Chandoevrit and Thampanishvong (2016) และ Fujiwara and Campbell (2011) โดยสมมติให้ความพึงพอใจในชีวิต (W) เป็นฟังก์ชัน (u) ของลักษณะส่วนบุคคล (s) รายได้ (y) เวกเตอร์ที่เกี่ยวกับทุนทางสังคม (X) ที่ประกอบด้วย ความอบอุ่นในครอบครัว ความสัมพันธ์ในชุมชน กิจกรรมการลงแขก และความไว้วางใจกันในสังคม ส่วนเวกเตอร์ s คือ ลักษณะส่วนบุคคลและครัวเรือนที่คาดว่าจะส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิต ยกตัวอย่างเช่น เพศ อายุ สถานภาพการสมรสและสุขภาพ การว่างงานของบุคคลในครอบครัว เป็นต้น

แบบจำลองความพึงพอใจในชีวิต เขียนได้ในสมการที่ (1)

$$w_i = f(u(s_i, y_i, x_i)) + e_i \quad (1)$$

เนื่องจากข้อมูลความพึงพอใจในชีวิต (W) มีลักษณะเบ้ซ้าย จึงทำการจัดกลุ่มค่าตอบในการวัดความพึงพอใจในชีวิตเป็น 6 กลุ่ม โดย 1 คือ กลุ่มที่พอใจในชีวิตน้อย และ 6 คือ กลุ่มพอใจในชีวิตมากที่สุด แบบจำลองความพึงพอใจในชีวิตมีประเด็นที่เป็นข้อถกเถียงกันมากเกี่ยวกับตัวแปรรายได้ เนื่องจากตัวแปรรายได้อาจมีลักษณะเป็นตัวแปรภายใน (Endogenous variable) ซึ่งก่อให้เกิดปัญหา Endogeneity คือ การที่ตัวแปรที่ใช้ในการอธิบาย (Explanatory variable) มีความสัมพันธ์กับค่าความคลาดเคลื่อน (Error term) ของแบบจำลองความพึงพอใจในชีวิต เพื่อจัดการกับปัญหา Endogeneity งานศึกษาครั้งนี้เลือกใช้วิธี Instrumental variable estimators ด้วยแบบจำลอง Generalized Method of Moments (GMM) โดยกำหนดให้ ตัวแปรรายได้ ถูกกำหนดโดยเขตการปกครอง (urban) ภาค (reg) จำนวนการทำกิจกรรมเพิ่มรายได้ลดรายจ่าย (activity) พฤติกรรมการใช้จ่าย (spend) และการไม่ประสบเหตุการณ์ภัยธรรมชาติในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (shock)¹

ในการประมาณการความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ กับความพึงพอใจในชีวิต เราสมมติความสัมพันธ์ Reduced Form Equation ดังนี้

$$w_i = \alpha + \beta_1 s_i + \beta_2 \ln y_i + \beta_3 x_i + e_i \quad (2)$$

$$\ln y_i = \pi_0 + \pi_1 \text{urban}_i + \pi_2 \text{reg}_i + \pi_3 \text{activity}_i + \pi_4 \text{spend}_i + \pi_5 \text{shock}_i + \mu_i \quad (3)$$

¹ เขตการปกครอง (urban) กำหนดให้ 1 = พื้นที่ในเขตเทศบาล

จำนวนการทำกิจกรรมเพิ่มรายได้ลดรายจ่าย (activity) เช่น ลดการใช้สินค้าฟุ่มเฟือย การทำสิ่งของในชีวิตประจำวันใช้เอง เป็นต้น พฤติกรรมการใช้จ่าย (spend) กำหนดให้ 1 = การมีพฤติกรรมการใช้จ่าย ที่มีพิจารณาการณ์ก่อนซื้อว่าสิ่งที่มีค่าเป็นและมีประโยชน์

เมื่อกำหนดให้ตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่ ความเต็มใจจ่ายวิเคราะห์ได้จากอัตราหน่วยสุดท้ายของการทดแทนกันระหว่างสินค้า 2 ชนิด (Marginal Rate of Substitution : MRS) ระหว่างรายได้และตัวแปรที่สนใจศึกษา (Explanatory variables) ยกตัวอย่างเช่น ตัวแปรที่สนใจประเมินมูลค่าราคาเงา คือ ความไว้วางใจในสังคม สามารถคำนวณได้จาก การนำค่าสัมประสิทธิ์ β_3 หารด้วย β_2 (จากสมการที่ 3) β_3 สะท้อนการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางด้านความไว้วางใจในสังคม ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิต หรือเรียกได้ว่า คือ อัตราประโยชน์ส่วนเพิ่มของการเปลี่ยนแปลงความไว้วางใจในสังคม (MU_x) เมื่อนำมาหารด้วย β_2 ที่แสดงถึงอัตราประโยชน์ส่วนเพิ่มเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลง (MU_y) ผลที่ได้สะท้อนว่าหากสังคมมีความไว้วางใจกันในสังคม คนเราจะยินดีจ่ายเงินเท่าไร

เนื่องจากความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในชีวิตและรายได้ไม่ใช่ความสัมพันธ์เชิงเส้นตรง ในที่นี้ตัวแปรรายได้จึงจัดอยู่ในรูปแบบ Logarithm เพราะพิจารณาถึงการลดน้อยถอยลงของอัตราประโยชน์ของส่วนเพิ่มเมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป การประเมินค่าทางการเงินหรือราคาเงา โดยอ้างอิงหลัก Compensating Surplus (CS) จึงใช้สูตรในการคำนวณดังนี้ (กำหนดให้ $\bar{y}$ คือ รายได้ของครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนของคนไทยโดยรวม โดยรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 20,317 บาท หรือ 6,429.43 บาทต่อคนต่อเดือน)

กรณีสินค้าที่ส่งผลกระทบเชิงบวก:

$$\text{Monetary value} = \bar{y} - e^{[\ln(\bar{y}) - (\beta_3/\beta_2)]} \quad (4)$$

กรณีสินค้าที่ส่งผลกระทบเชิงลบ:

$$\text{Monetary value} = e^{[(-\beta_3/\beta_2) + \ln(\bar{y})]} - \bar{y} \quad (5)$$

ในการประเมินราคาเงาจะใช้ค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณค่าจากแบบจำลอง GMM หลังจากนั้นนำค่าดังกล่าวมาแทนในสมการที่ 4 และ 5 เพื่อคำนวณหาราคาเงาของตัวแปรที่ต้องการศึกษาต่อไป

4. ผลการศึกษา (Results)

ข้อมูลความพึงพอใจในชีวิตของคนไทยถูกนำมาวิเคราะห์โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลกระทบของทุนทางสังคมและกับปัจจัยทางสังคมอื่น ส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย และ 2) วิเคราะห์ราคาเงา (Shadow price) ของตัวแปรทางสังคม ซึ่งช่วยบ่งบอกว่าคนไทยในภาพรวม และคนไทยระหว่างรุ่น (กลุ่ม Baby Boomer ที่สูงกว่า กลุ่ม Gen X และ Gen Y) ให้คุณค่ากับสิ่งที่ถูกประเมินแตกต่างกันอย่างไร

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจในชีวิต ด้วยวิธี Ordered Probit Regression และ GMM การทดสอบความเหมาะสมของแบบจำลอง GMM เริ่มจากการทดสอบ Endogeneity ของตัวแปรรายได้ พิจารณาจากค่า C statistic มีค่าเท่ากับ 13.695 ($p\text{-value} = 0.0002$) หมายความว่าตัวแปรรายได้ควรพิจารณาให้เป็นตัวแปรภายใน จากนั้นทำการทดสอบความเหมาะสมของตัวแปร Instrument (ประกอบด้วย เขตการปกครอง ภาค การทำกิจกรรมเพิ่มรายได้ลดรายจ่าย พฤติกรรมการใช้จ่าย และการไม่ประสบเหตุการณ์ภัยธรรมชาติในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา) ที่ใช้ในการอธิบายตัวแปรรายได้ด้วย Hansen's J statistic มีค่าเท่ากับ 13.2988 ($p\text{-value} = 0.0652$) ซึ่งแสดงว่า ตัวแปร Instrument ที่พิจารณาว่าส่งผลต่อรายได้มีความเหมาะสม

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ทุนทางสังคม ไม่ว่าจะเป็น ครอบครัวที่อบอุ่น ความสัมพันธ์ในสังคมที่ใกล้ชิด การให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส ความสามัคคีในชุมชนสะท้อนผ่านกิจกรรมลงแขก และความไว้วางใจกันในสังคม ล้วนส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนั้น พบว่า ระดับความพึงพอใจในชีวิตที่มาก ยังขึ้นอยู่กับ ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ในชุมชนที่ต่ำ และการมีพฤติกรรมรักษาสິงแวดล้อม เช่น การลดใช้โฟมหรือถุงพลาสติก และพฤติกรรมการแยกขยะเป็นประจำ ส่วนกลุ่มตัวแปรเหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบเชิงลบกับครอบครัว พบว่า การไม่ประสบเหตุการณ์ราคาผลผลิตตกต่ำ และการที่บุคคลในครัวเรือนไม่เจ็บป่วยหรือตกงาน มีผลด้านบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของบุคคลในครอบครัวในปัจจุบัน

ตารางที่ 2: ผลการวิเคราะห์แบบจำลองความพึงพอใจในชีวิต: การสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง

ตัวแปร	Ordered Probit	IV-GMM
ทุนทางสังคม ความเหลื่อมล้ำ และสิ่งแวดล้อม		
ครอบครัวอบอุ่นมาก	0.604*** (0.021)	0.639*** (0.023)
ครอบครัวอบอุ่นมากที่สุด	0.934*** (0.023)	0.966*** (0.026)
ชุมชนใกล้ชิดปานกลาง	0.118*** (0.018)	0.131*** (0.020)
ชุมชนใกล้ชิดกันพอสมควร ถึงมาก	0.210*** (0.018)	0.242*** (0.021)
ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นบ่อยครั้ง	0.208*** (0.011)	0.215*** (0.012)
ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเป็นประจำ	0.335*** (0.019)	0.342*** (0.021)
มีกิจกรรมลงแขก	0.073*** (0.009)	0.082*** (0.010)
มั่นใจว่าได้กระป๋องเงินคืน	0.085*** (0.013)	0.094*** (0.013)
ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ไม่มาก	0.086*** (0.011)	0.088*** (0.011)
ลดใช้โฟมหรือถุงพลาสติก	0.027*** (0.005)	0.032*** (0.006)
แยกขยะเป็นประจำ	0.138*** (0.009)	0.135*** (0.010)
ประสบการณ์ด้านลบของครัวเรือน		
ไม่ประสบเหตุการณ์ภัยธรรมชาติ	0.021 (0.023)	- -
ไม่ประสบเหตุการณ์ราคาผลผลิตตกต่ำ	0.062*** (0.013)	0.051*** (0.013)
ไม่ประสบเหตุการณ์การเจ็บป่วยของบุคคลในครัวเรือน	0.212*** (0.018)	0.213*** (0.020)
ไม่ประสบเหตุการณ์บุคคลในครัวเรือนตกงาน	0.32*** (0.024)	0.338*** (0.026)

ตัวแปร	Ordered Probit	IV-GMM
เศรษฐกิจและสังคม		
รายได้ครัวเรือน	0.170*** (0.006)	0.268*** (0.025)
มีเงินออม	0.247*** (0.010)	0.225*** (0.015)
ไม่มีหนี้	0.123*** (0.009)	0.154*** (0.011)
ประกอบอาชีพเกษตรกร	0.07*** (0.011)	0.075*** (0.012)
สมรส	0.043** (0.017)	0.009 (0.020)
หม้าย	-0.022 (0.020)	-0.034 (0.022)
หย่าร้าง	-0.115*** (0.029)	-0.127*** (0.032)
แยกกันอยู่	-0.100*** (0.028)	-0.109*** (0.030)
ลักษณะส่วนบุคคลและสุขภาพ		
สุขภาพปานกลาง	0.261*** (0.020)	0.274*** (0.024)
สุขภาพดี	0.432*** (0.020)	0.45*** (0.024)
สุขภาพดีมาก	0.627*** (0.024)	0.647*** (0.027)
ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์บางครั้ง	0.049** (0.019)	0.054*** (0.020)
ไม่ดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	0.09*** (0.019)	0.092*** (0.020)
ยอมรับปัญหาได้ในระดับมาก	0.05*** (0.014)	0.055*** (0.014)
ยอมรับปัญหาได้ในระดับมากที่สุด	0.184*** (0.026)	0.178*** (0.027)
ควบคุมอารมณ์ได้มาก	0.053*** (0.017)	0.057*** (0.018)
ควบคุมอารมณ์ได้มากที่สุด	0.103*** (0.028)	0.102*** (0.029)

ตัวแปร	Ordered Probit	IV-GMM
มั่นใจที่จะเผชิญเหตุการณ์ร้ายแรงได้ในระดับมาก	0.16*** (0.016)	0.164*** (0.017)
มั่นใจที่จะเผชิญเหตุการณ์ร้ายแรงได้ในระดับมากที่สุด	0.217*** (0.027)	0.223*** (0.028)
เล่นการพนันหรือห่วย	-0.118*** (0.034)	-0.138*** (0.037)
เพศชาย	-0.001 (0.011)	-0.006 (0.011)
อายุ	-0.003* (0.002)	-0.006*** (0.002)
อายุ ² / 100	0.008*** (0.002)	0.01*** (0.002)
ประถมศึกษา	0.05*** (0.011)	0.051*** (0.013)
มัธยมศึกษาตอนต้น	0.112*** (0.018)	0.099*** (0.020)
มัธยมศึกษาตอนปลาย	0.181*** (0.017)	0.155*** (0.021)
อนุปริญญา	0.169*** (0.027)	0.121*** (0.031)
ปริญญาตรี	0.239*** (0.020)	0.168*** (0.030)
สูงกว่าปริญญาตรี	0.358*** (0.039)	0.244*** (0.048)
ค่าคงที่	- -	-1.612*** (0.213)
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	61,302	60,493
Pseudo R-squared/ R-square	0.0711	0.198

หมายเหตุ : *** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 1% ** ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 5% * ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 10%
ค่าในวงเล็บ แสดงค่า Standard error

กลุ่มอ้างอิง (Reference Group) คือ ครอบครัวไม่อบอุ่นถึงอบอุ่นเล็กน้อย ชุมชนห่างเหินกัน ไม่ให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส ถึงให้ความช่วยเหลือเล็กน้อย การไม่แน่ใจหรือไม่มั่นใจว่าได้รับกระเป๋าสตางค์เงินคืน ความเหลื่อมล้ำทางรายได้มาก การไม่ไต่ลดการใช้ไฟฟ้าหรือถุงพลาสติก ไม่แยกขยะเป็นประจำ ไม่มีกิจกรรมลงแขกในชุมชน การดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์เป็นประจำ เพศหญิง การเป็นโสด สุขภาพแย่ การศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษา เกิดภัยธรรมชาติ เกิดราคาสินค้าผลผลิตตกต่ำ เกิดการเจ็บป่วยของบุคคลในครัวเรือน บุคคลในครัวเรือนตกงาน

กล่าวได้ว่า คนไทยรุ่น Baby Boomer ซึ่งเกิดช่วง พ.ศ. 2489 – พ.ศ. 2507 (อายุ 56-74 ปี ในปี พ.ศ. 2563) รุ่น Gen X เกิดช่วง พ.ศ. 2508 – พ.ศ. 2522 (อายุ 40-55 ปี ในปี พ.ศ. 2563) และรุ่น Gen Y ที่เกิดช่วง พ.ศ. 2523 – พ.ศ. 2540 (อายุ 24-39 ปี ในปี พ.ศ. 2563) อาจมีช่องว่างทางความคิด ทศนคติ ความพึงพอใจในชีวิตและการให้คุณค่าต่อเหตุการณ์ในชีวิตที่แตกต่างกัน การวิเคราะห์ในส่วนนี้ ต้องการตอบคำถามว่า คนรุ่นต่างกันให้คุณค่าหรือราคากับทุนทางสังคมแตกต่างกันอย่างไร

ผลการคำนวณดังตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า กรณีวิเคราะห์รวมทุกช่วงอายุ (15 ปีขึ้นไป) คนไทยให้ราคากับความอบอุ่นในครอบครัวมากกว่าประเด็นทางทุนด้านสังคมอื่น ๆ รองมาคือ การให้ความช่วยเหลือผู้อื่น ความสัมพันธ์ในชุมชนที่ใกล้ชิด ความไว้วางใจในสังคม กล่าวคือ ราคาเงาของการมีครอบครัวอบอุ่นมากถึงมากที่สุดมีค่าประมาณ 5,839 - 6,255 บาทต่อคนต่อเดือน (คิดเป็นสัดส่วน 0.91-0.97 เท่าของรายได้ต่อเดือน) ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ความรู้สึกว่าครอบครัวของตนเป็นครอบครัวที่ไม่อบอุ่นหรืออบอุ่นน้อย ทำให้มีความพึงพอใจในชีวิตน้อยกว่าคนที่ครอบครัวอบอุ่น และต้องใช้เงินเดือนละ 5,839 - 6,255 บาท จึงจะทำให้เขามีความพึงพอใจในชีวิตเพิ่มขึ้นเท่ากับคนที่มีครอบครัวอบอุ่นมากที่สุด ตัวแปรที่คนไทยให้ความสำคัญรองลงมา คือ การให้ความช่วยเหลือผู้อื่นเมื่อมีโอกาส (มีราคาเงาคิดเป็นสัดส่วน 0.72 เท่าของรายได้ต่อเดือน) เมื่อพิจารณาเหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบทางลบกับครอบครัว พบว่า การไม่ต้องเผชิญกับการว่างงานมีราคาเงาที่สูงกว่าการไม่ต้องเผชิญกับการเจ็บป่วยของบุคคลในครัวเรือน ในส่วนความใกล้ชิดในชุมชนในระดับพอสมควรถึงมากที่สุด ความรู้สึกว่าจะสังคมมีความไว้วางใจ ความเหลื่อมล้ำทางรายได้น้อย มีราคาเงาเท่ากับ 3,822 บาท 1,906 บาท และ 1,805 บาทต่อเดือน คิดเป็นสัดส่วน 0.59 0.30 และ 0.28 เท่าของรายได้ต่อเดือน (ตามลำดับ) หากประเมินมูลค่าที่เป็นตัวเงินเรียงจากมากไปน้อย พบว่า 5 อันดับแรกคือ มิติทางด้านครอบครัว การให้ การมีงานทำ ความใกล้ชิดกันในชุมชน และการเจ็บป่วย

เมื่อวิเคราะห์แยกตามรุ่น พบว่า คนไทยทั้ง 3 รุ่น ยังคงให้มูลค่ากับความสัมพันธ์ในครอบครัวมากกว่าตัวแปรอื่น ๆ รองลงมา คือ การมีความสุขจากการให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่นในสังคม และการมีงานทำ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ราคาเงาของคนไทยในภาพรวม

กลุ่มคนรุ่น Baby Boomer ประเมินมูลค่าการมีงานทำของคนในครอบครัวที่สูงกว่ารุ่นอื่น ๆ และให้มูลค่ากับความสัมพันธ์ในชุมชนต่ำกว่ารุ่นอื่น ๆ กล่าวได้ว่าคนรุ่น Baby Boomer ที่เป็นกลุ่มผู้สูงอายุและกำลังก้าวเข้าสู่ผู้สูงอายุ มีความต้องการพึ่งพิงครอบครัวมากกว่ารุ่นอื่น ๆ เนื่องจากมีความเปราะบางทางสุขภาพและมีความต้องการความเกื้อหนุนทางด้านรายได้จากครอบครัวมากกว่าจากการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560 โดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า แหล่งรายได้หลักของผู้สูงอายุไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 34.7) มาจากบุตร ดังนั้น หากคนในครอบครัวว่างงาน จึงมีแนวโน้มที่จะส่งผลต่อความพึงพอใจในชีวิตที่สะท้อนผ่านราคาเงาของกลุ่ม Baby Boomer ที่สูงกว่า

กลุ่ม Gen X และ Gen Y กลุ่มคนรุ่น Baby Boomer ให้มูลค่ากับความสัมพันธ์ในชุมชนต่ำกว่ารุ่นอื่น ๆ อาจสืบเนื่องจาก ปัญหาทางสุขภาพที่เปราะบางอาจทำให้การปฏิสัมพันธ์ทางสังคมมีบทบาทในการอธิบายความพึงพอใจในชีวิตน้อยกว่ารุ่นอื่น ๆ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Suriyanrattakorn (2019) ที่พบว่า การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมไม่สามารถอธิบายความแตกต่างของความพึงพอใจในชีวิตของผู้สูงอายุที่มีภาวะติดบ้านติดเตียงได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กลุ่มคนรุ่น Gen Y ประเมินมูลค่าความไว้วางใจกันในสังคม ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ต่ำ มากกว่ารุ่นอื่น ๆ ราคาเงาของความไว้วางใจกันในสังคมของกลุ่มคน Gen Y เท่ากับ 2,749 บาท (คิดเป็นสัดส่วน 0.43 เท่าของรายได้ต่อเดือน) ส่วนกลุ่ม Baby Boomer และ Gen X เท่ากับ 1,358 บาท และ 2,217 บาท (ตามลำดับ) สาเหตุที่คนรุ่น Gen Y ประเมินมูลค่าความไว้วางใจกันในสังคมมากกว่ารุ่นอื่น ๆ อาจพิจารณาได้จากคนรุ่น Gen Y หรือ คนยุค Millennials เกิดในช่วง ปี พ.ศ. 2523 - พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นช่วงที่เศรษฐกิจมีการขยายตัวค่อนข้างมาก ส่งผลให้พ่อแม่ของเด็กที่เกิดในช่วงนี้มักมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดีกว่าคนรุ่นก่อน เด็กยุค Millennials เติบโตมาพร้อมกับความกังวลที่น้อยลงเกี่ยวกับการจัดหาความต้องการพื้นฐานที่จำเป็น (Basic Needs) เนื่องจากรุ่นพ่อแม่ได้จัดสรรไว้ให้แล้ว ตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ (Maslow, 1943) ความต้องการในลำดับถัดมาคือ ความต้องการความปลอดภัยในสังคม ซึ่ง Wike (2008) พบว่า ความไว้วางใจในสังคมมีความเชื่อมโยงกับความปลอดภัยในสังคม

ตารางที่ 3: การประเมินมูลค่าที่เป็นตัวเงิน (บาท/คน/เดือน) ของคนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป และจำแนกตามรุ่น Baby Boomer รุ่น Gen X และ รุ่น Gen Y

	ราคาเงา							
	คนไทยโดยรวม อายุ 15 ปีขึ้นไป	สัดส่วน ต่อ รายได้ เฉลี่ย ต่อคน ต่อ เดือน	Baby Boomer 56-74 ปี	สัดส่วน ต่อ รายได้ เฉลี่ยต่อ คนต่อ เดือน	Gen X 40-55 ปี	สัดส่วน ต่อ รายได้ เฉลี่ยต่อ คนต่อ เดือน	Gen Y 24-39 ปี	สัดส่วน ต่อ รายได้ เฉลี่ยต่อ คนต่อ เดือน
<u>ทุนทางสังคม</u>								
ครอบครัวอบอุ่นมาก	5,839	0.97	5,914	0.93	6,266	0.88	5,309	0.82
ครอบครัวอบอุ่นมากที่สุด	6,255	0.91	6,226	0.98	6,803	0.96	5,986	0.93
ชุมชนใกล้ชิดกันปานกลาง	2,492	0.39	1,604	0.25	3,124	0.44	2,523	0.39
ชุมชนใกล้ชิดกัน พอสมควรถึงมาก	3,822	0.59	3,314	0.52	4,316	0.61	3,593	0.56
ให้ความช่วยเหลือผู้อื่น บ่อยครั้ง	3,552	0.55	3,366	0.53	3,633	0.51	3,608	0.56
ให้ความช่วยเหลือผู้อื่น เป็นประจำ	4,637	0.72	4,547	0.72	4,932	0.69	4,650	0.72
มีกิจกรรมลงแขก	1,698	0.26	1,389	0.22	2,053	0.29	1,698	0.26
มั่นใจว่าได้กระเป๋าสเงินคืน	1,906	0.30	1,358	0.21	2,217	0.31	2,749	0.43
<u>เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นกับครอบครัวในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา</u>								
ไม่ประสบเหตุการณ์ราคา ผลผลิตตกต่ำ	1,121	0.17	1,395	0.22	1,465	0.21	n.s.	n.s.
ไม่ประสบเหตุการณ์การ เจ็บป่วยของบุคคลใน ครัวเรือน	3,523	0.55	3,604	0.57	3,764	0.53	n.s.	n.s.
ไม่ประสบเหตุการณ์บุคคล ในครัวเรือนตกงาน	4,613	0.72	4,710	0.74	4,714	0.66	4,081	0.63

หมายเหตุ: n.s. คือ ความแตกต่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ, รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของคนไทยที่มีอายุ 15 ปีขึ้นไปเท่ากับ 6,429.43 บาทต่อเดือน, รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนของคนกลุ่ม Baby Boomer เท่ากับ 6,332.24 บาท กลุ่ม Gen X เท่ากับ 7,102.33 บาท และกลุ่ม Gen Y เท่ากับ 6,461.18 บาท

5. สรุปและขอเสนอแนะ (Conclusion and Recommendations)

ทุนทางสังคม ในมิติครอบครัวที่อบอุ่น ความสัมพันธ์ในสังคมที่ใกล้ชิด การให้ความช่วยเหลือผู้อื่น เมื่อมีโอกาส ความสามัคคีในชุมชนสะท้อนผ่านกิจกรรมลงแขก และความไว้วางใจกันในสังคม ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อความพึงพอใจชีวิตในภาพรวม การศึกษาราคาเงาด้วยเทคนิค Life Satisfaction Approach (LSA) ทำให้ทราบว่าคนไทยให้คุณค่า (มูลค่า) กับทุนทางสังคม ที่สะท้อนจากความรู้สึกนึกคิดส่วนบุคคล และการอยู่ร่วมกันในสังคมมากน้อยเพียงใด ผลการวิเคราะห์ที่ใช้หน่วยเดียวกัน คือ บาทต่อเดือน ทำให้สามารถเปรียบเทียบขนาดของผลกระทบที่สะท้อนผ่านราคาของปัจจัยนั้น ๆ ได้

ผลการประเมินราคาเงา พบว่า คนไทยให้ราคากับความอบอุ่นในครอบครัว มากกว่าประเด็นทางทุนด้านสังคมอื่น ๆ (ความใกล้ชิดในสังคม การให้ความช่วยเหลือผู้อื่น และความไว้วางใจในสังคม) โดยราคาเงาของความรู้สึกว่าครอบครัวของตนเป็นครอบครัวอบอุ่นมากที่สุด มีมูลค่าเท่ากับ 5,839 - 6,255 บาทต่อเดือน หรือคิดเป็น 0.91-0.97 เท่าของรายได้เฉลี่ยต่อเดือน Thomas, Liu & Umberson (2017) กล่าวว่าความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นในครอบครัวส่งผลเชิงบวกต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนในครอบครัว ผ่านการจัดสรรทรัพยากร หรือส่งผ่านทรัพยากรที่ทำให้สมาชิกในครอบครัวสามารถรับมือกับความเครียดได้

เมื่อวิเคราะห์แยกตามรุ่นคือ รุ่น Baby Boomer รุ่น Gen Y และรุ่น Gen X พบว่า คนไทยทั้ง 3 รุ่น ยังคงให้มูลค่ากับความสัมพันธ์ในครอบครัวมากกว่าประเด็นอื่น ๆ รองลงมา คือ การมีความสุขจากการให้ความช่วยเหลือเกื้อกูลผู้อื่นในสังคม และการมีงานทำ กลุ่มคนรุ่น Baby Boomer ประเมินมูลค่าการมีงานทำของคนในครอบครัวที่สูงกว่ารุ่นอื่น ๆ และให้มูลค่ากับความสัมพันธ์ในชุมชนต่ำกว่ารุ่นอื่น ๆ ส่วนกลุ่มคนรุ่น Gen Y ประเมินมูลค่าความไว้วางใจกันในสังคม ความเหลื่อมล้ำทางรายได้ มากกว่ารุ่นอื่น ๆ

ประโยชน์ของราคาเงาที่คำนวณได้นี้จะสามารถเอื้อประโยชน์ต่องานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินต้นทุนและผลตอบแทนของโครงการ ในการคิดต้นทุนและผลประโยชน์ให้รอบด้าน ซึ่งจะทำให้ข้อสรุปเกี่ยวกับความคุ้มค่าในการลงทุน สะท้อนการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้มากกว่าการคำนึงเฉพาะต้นทุนและผลตอบแทนทางตัวเงินเท่านั้น ในการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการลงทุนของโครงการภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ควรใช้ราคาเงาในการพิจารณาต้นทุนและผลประโยชน์ของโครงการ ในกรณีการประเมินสินค้าและบริการที่ไม่มีราคาในกลไกตลาด การดำเนินนโยบายของภาครัฐ หากต้องการดำเนินไปในเป้าหมายเพื่อให้ประชาชนมีความสุข (Maximize Happiness) การจัดอันดับความสำคัญ (Prioritization) ในการจัดสรรงบประมาณหรือการดำเนินโครงการทางด้านสังคมของภาครัฐ ควรให้ความสำคัญกับนโยบายในการส่งเสริมความสัมพันธ์ในครอบครัวให้มากขึ้น เช่น การส่งเสริมให้สมาชิกในครอบครัวได้ใช้เวลาร่วมกันเติมที่อย่างน้อยหนึ่งวันต่อสัปดาห์ โดยการกำหนดให้วันอาทิตย์

เป็นวันหยุดสำหรับครอบครัว การจ้างงานในวันอาทิตย์ควรมีต้นทุนสูงกว่าวันอื่น ๆ และสูงกว่าอัตราที่ใช้ในปัจจุบัน รวมทั้งควรมีการสนับสนุนให้ประชาชนทั่วไปเข้าถึงบริการรักษาพยาบาลครอบครัวในราคาถูกลงหรือฟรี เพื่อลดและป้องกันปัญหาการหย่าร้าง

ผลการศึกษาในประเด็นเหตุการณ์สำคัญที่มีผลกระทบทางลบกับครอบครัว พบว่า การว่างงานมีราคาเงาที่สูงกว่าผลกระทบที่เกิดจากการเจ็บป่วยของบุคคลในครัวเรือน และการเกิดเหตุการณ์ราคาผลผลิตตกต่ำ นำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ที่ควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับนโยบายด้านคุ้มครองความเสี่ยงทางสังคม เช่น นโยบายที่นำไปสู่การป้องกันการเลิกจ้าง นอกจากนี้ภาครัฐควรพิจารณาขยายความครอบคลุมของระบบประกันสังคมไปยังแรงงานในระบบที่ยังเข้าไม่ถึงระบบประกันสังคมให้มากขึ้น การวิเคราะห์นี้ทำให้เห็นความสัมพันธ์ของมิติทุนทางสังคมต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทย อย่างไรก็ดี การใช้ประโยชน์จากข้อมูลการสำรวจคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างยั่งยืนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ยังไม่ครอบคลุมประเด็นทางสังคมที่มีความหลากหลาย เช่น เรื่องประเพณีและบรรทัดฐานทางสังคมในมิติอื่น ๆ ซึ่งอาจเป็นประเด็นที่สำคัญต่อความพึงพอใจในชีวิตของคนไทยเช่นกัน

บรรณานุกรม (References)

- Ambrey, C. L., Fleming, C. M., & Chan, A. Y. C. (2014). Estimating the cost of air pollution in South East Queensland: An application of the life satisfaction non-market valuation approach. *Ecological Economics*, 97(C), 172-181.
- Chandoevrit, W., & Thampanishvong, K. (2016). Valuing Social Relationships and Improved Health Condition Among the Thai Population. *Journal of Happiness Studies*, 17(5), 2167–2189.
- Clark, A. E., Flèche, S., Layard, R., Powdthavee, N., & Ward, G. (2018). *The Origins of Happiness: The Science of Well-Being over the Life Course*. New Jersey: Princeton University Press.
- Clark, A. E. (2018). Four Decades of the Economics of Happiness: Where Next?" *Review of Income and Wealth*. 64(2), 245–269.
- Clark, A. E., Frijters, P. & Shields, M. A. (2008). Relative Income, Happiness, and Utility: An Explanation for the Easterlin Paradox and Other Puzzles. *Journal of Economic Literature*, 46(1), 95-144.
- Growiec, K., & Growiec, J. (2013). Trusting Only Whom You Know, Knowing Only Whom You Trust: The Joint Impact of Social Capital and Trust on Happiness in CEE Countries. *Journal of Happiness Studies*, 15(5), 1015-1040.
- Helliwell, J. F., & Putnam, R. D. (2004). The social context of well-being. *Philosophical transactions of the Royal Society B Biological sciences*, 359(1449), 1435-1446.
- Helliwell, J. F., Huang, H., & Wang, S. (2016). New Evidence on Trust and Well-Being. *NBER Working Paper 22450*.
- Helliwell, J., Layard, R., Sachs, J., & De Neve, J. (2020). *World Happiness Report 2020*. New York: Sustainable Development Solutions Network.
- Kamp Dush, C. M. & Amato, P. R. (2005). Consequences of relationship status and quality for subjective well-being. *Journal of Social and Personal Relationships*, 22(5), 607-627.
- Kim, A. C. H., Ryu, J., Lee, C., Kim, K. M., Heo, J. (2021). Sport Participation and Happiness Among Older Adults: A Mediating Role of Social Capital. *Journal of Happiness Studies*, 17(1), 1-11.
- Knack, S. (2001). Trust, associational life and economic performance. In J. F. Helliwell & A. Bonikowska (Eds.), *The contribution of human and social capital to sustained economic growth and well-being* (172-202), Ottawa: Government of Canada.

- Levinson, A. (2009). Valuing Public Goods Using Happiness Data: The Case of Air Quality. *NBER Working Papers 15156, National Bureau of Economic Research, Inc.*
- Luechinger, S. (2009). Valuing Air Quality Using the Life Satisfaction Approach. *The Economic Journal*, 119(536), 482-515.
- Maslow, A. (1943). A Theory of Human Motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- OECD (2001). *The Well-Being of Nations: The Role of Human and Social Capital*. Paris: OECD Publications.
- Park, K. (2020). Social Capital and Residential Satisfaction in South Korea: A Comparative Study of Communities in Seoul, Yeosu and Gwacheon. *Environment and Urbanization Asia*, 11(1), 140-154.
- Peiró, A. (2006). Happiness, Satisfaction and Socio-Economic Conditions. *The Journal of Socio-Economics*, 35(2), 348–365
- Powdthavee, N. (2008). Putting a price tag on friends, relatives, and neighbours: Using surveys of life satisfaction to value social relationships. *Journal of Socio-Economics*, 37(4), 1459-1480.
- Prandini, R. (2014). Family Relations as Social Capital. *Journal of Comparative Family Studies*, 45(2), 221–234.
- Rodríguez-Pose, A., & von Berlepsch, V. (2013). Social Capital and Individual Happiness in Europe. *Journal of Happiness Studies*, 15(2), 357-386.
- Siedlecki, K, Salthouse, T., Oishi, S. & Jeswani, S. (2014). The Relationship Between Social Support and Subjective WellBeing Across Age. *Social Indicators Research*. 117(2), 561–576.
- Stiglitz, J. & Sen, A. & Fitoussi, J. (2009). *Report of the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress (CMEPSP)*.
- Suriyanrattakorn, S. (2019). Happiness among the Disabled Elderly: A study based on micro data in Udonthani Thailand. *Thammasat Economics Journal*. 37(1), 83-91.
- Tolsma, J., & Meer, T. W. G. (2017). Losing Wallets, Retaining Trust? The Relationship Between Ethnic Heterogeneity and Trusting Coethnic and Non-coethnic Neighbours and Non-neighbours to Return a Lost Wallet. *Social Indicators Research*, 131(2). 631–658.
- Theurer, K., & Wister, A. (2010). Altruistic behaviour and social capital as predictors of well-being among older Canadians. *Ageing & Society*, 30(1), 157–181.

- Thomas, P. A. (2010). Is it better to give or to receive? Social support and the well-being of older adults. *The Journals of Gerontology: Series B Psychological Sciences and Social Sciences*. 65B(3), 351– 357.
- Thomas, P. A., Liu, H., & Umberson, D. (2017). Family Relationships and Well-Being. *Innovation in aging*, 1(3), 1-11.
- Wike, R. (2008). Where Trust Is High, Crime and Corruption Are Low Pew. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/global/2008/04/15/where-trust-is-high-crime-and-corruption-are-low/>.