

บทคัดย่อ

รายงานฉบับนี้สรุปสาระสำคัญจากการวิจัยเพื่อสร้างมาตรฐานความคุ้มค่าเงินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง โดยให้ความสำคัญกับระเบียบวิธีวิจัยที่เริ่มตั้งแต่การศึกษาสาระสำคัญของปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และแนวคิดมาตรฐานความคุ้มค่าเงิน โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ในมิติต่างๆ เป็นปัจจัยเชื่อมโยง จากนั้นจึงกำหนดระบบการจัดการมาตรฐานที่เหมาะสมในบริบทประเทศไทยเพื่อนำไปสู่การใช้ในทางปฏิบัติ ซึ่งรวมถึงหลักการ คำจำกัดความ และรูปแบบสัญลักษณ์รับรองมาตรฐาน จากนั้นจึงแสวงหาหลักฐานเชิงประจักษ์โดยการทดลองพัฒนามาตรฐานความคุ้มค่าเงินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงกับสินค้านำร่อง 2 สินค้า ได้แก่ รองเท้านักเรียนระดับประถมศึกษา และเครื่องแบบนักเรียนหญิงระดับประถมศึกษา และสำรวจภาคสนามเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้านำร่องและความคิดเห็นของผู้ประกอบการต่อแนวคิดการจัดทำมาตรฐานความคุ้มค่าเงิน

ผลการวิจัยพบว่าปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและมาตรฐานความคุ้มค่าเงินมีความเชื่อมโยงกันหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป้าประสงค์ร่วมกันในการเสริมสร้างจิตสำนึกในการบริโภคและการผลิตของสังคมไทยให้มีประสิทธิภาพทั้งต่อตนเองและต่อสังคมโดยรวม สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้บริโภคและผู้ประกอบการส่วนใหญ่ที่เห็นว่ามาตรฐานความคุ้มค่าเงินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงสามารถทำหน้าที่ “กรอง” ข้อมูลข่าวสารที่มีอยู่เป็นจำนวนมากให้เหลือแต่ข้อมูลที่จำเป็นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าอย่างสมเหตุสมผล เพื่อตัดสินใจเลือกบริโภคสินค้าอย่างพอประมาณ มีเหตุผล และมีภูมิคุ้มกันบนเงื่อนไขความรู้และคุณธรรม ตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง สอดคล้องกับผลการสำรวจภาคสนามที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคส่วนใหญ่เมื่อรับทราบแนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานความคุ้มค่าเงินที่เชื่อมโยงกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีแนวโน้มที่จะพิจารณาปัจจัยอื่นๆ ในการเลือกซื้อสินค้านอกจากปัจจัยด้านราคาและตราสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับหลักเศรษฐกิจพอเพียง เช่น คุณภาพและความทนทานของสินค้า ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของวัตถุดิบที่ใช้ผลิตสินค้า หรือความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ผลิต เป็นต้น

ผลการวิจัยยังพบว่าการขับเคลื่อนมาตรฐานความคุ้มค่าเงินฯ ไปใช้ในทางปฏิบัติสามารถดำเนินการโดยกำหนดองค์ประกอบหรือตัวชี้วัดที่สำคัญ 2 ส่วน คือ ความคุ้มค่าเงินตามลักษณะจำเพาะของสินค้า และความคุ้มค่าเงินทั่วไปที่เชื่อมโยงกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และใช้รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่มีความเหมาะสม คือ รูปแบบการรับรองคุณภาพโดยใช้รหัสแสดงระดับความคุ้มค่าเงินตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง ในลักษณะเดียวกับฉลากประหยัดไฟฟ้าเบอร์ 5 ของประเทศไทย หรือฉลากแสดงคะแนนคุณค่าโภชนาการ “นูแวล” (NuVal) ของประเทศสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ควรได้รับความร่วมมือจากร้านค้าปลีกต่างๆ (Hypermarket) ในการนำระบบตรามาตรฐานฯ มาแสดงและใช้ในบ้านสาขา โดยอาจเริ่มดำเนินการกับกลุ่มสินค้าที่รัฐประกาศเป็นสินค้าควบคุม หรือสินค้าอื่นๆ ที่อยู่ภายใต้การสนับสนุนทางงบประมาณของรัฐ และกำหนดมาตรการจูงใจแก่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการในระยะต่อไป ทั้งมาตรการจูงใจที่เป็นตัวเงิน เช่น สิทธิประโยชน์ทางภาษี และมาตรการจูงใจที่ไม่เป็นตัวเงิน เช่น การให้รางวัลการรับผิดชอบต่อสังคมดีเด่นแก่เอกชน เป็นต้น

Abstract

This report summarises key findings from research aimed at building the Value for Money Standard based on the Philosophy of Sufficiency Economy. The research used methodology that involves a review of the main ideas from the Philosophy and the Standard, linked together by a set of fundamental economic theories. With a view to implementing the Standard in Thailand, the report proposes the Standard’s management system that takes the Thai context into consideration, in particular its principle, definition and mark. It later provides empirical evidence of company interviews and surveys of consumer attitudes and behavior towards the use of the Standard in two experimental products, which are school uniforms for girls and footwear for students in primary education.

The report identifies many of the coherent characteristics between the Philosophy and the Standard, especially their implication for consumption and production efficiency. Specifically, survey results show that a large number of consumers and all key schoolwear producers agree that the Standard can be an ‘informational filter’ for them, so that they are able to consume available goods and services in ways that the Philosophy of Sufficiency Economy enlightens many – moderation, reasonableness, and the need for self-immunity. This can be seen from one of the survey results which showed that, if properly informed about the Standard, a large number of consumers would consider the Philosophy-related buying factors such as quality and durability of the product, eco-friendly raw materials and the company’s stance towards CSR.

The report identifies many of the barriers to effective implementation of the Standard in Thailand, but practical steps can be taken to build foundations for making greater progress in promoting the use of the Standard in actual policy and business practices. First, the Standard should have two sets of key indicators, the ‘generic’ dimension that is linked with the Philosophy and the ‘specific’ dimension that depends on a specific characteristic of a product in question. Second, the mark of the Standard should be able to effectively ‘communicate’ to the society about the product level of value for money linked with the Philosophy in the same way as some success of the No. 5 standard for energy saving of the Electricity Generating Authority of Thailand. Access to hypermarkets’ product shelf or price label is also crucial for the success of the Standard, something that can commence with a group of products that are regulated or supported by the government. Nonetheless, government incentives, both monetary, including tax benefits, and non-monetary, such as the Thailand CSR Award, are vital to the long-term success of the Standard.