

การศึกษาการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช้อป ใช้ในประเทศไทย

The Chim Shop Chai Project: A Study of Policy Implementation in Thailand

สุรพันธ์ ชีร์สังจรรย์นัฏ¹

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช้อป ใช้ ที่ได้ดำเนินนโยบายแล้วในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินนโยบายโครงการชิมช้อปใช้ต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และ (3) เพื่อศึกษาแนวทางและความน่าจะเป็นในการปรับการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง โดยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ จากหนังสือ บทความ การวิจัย ข้อมูลที่เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง และการเก็บรวบรวมการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 10 คน

ผลการวิจัยพบว่า (1) รูปแบบที่ได้ดำเนินนโยบายแล้ว ประกอบด้วย ก) มิติของภาครัฐ มี 5 ด้าน คือ ด้านโครงสร้าง ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านสถานที่ และ ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ ข) มิติของภาคเอกชน มี 4 ด้าน คือ บุคลากร การดำเนินการทางการตลาด การกระจายสินค้า และผลิตภัณฑ์และการผลิต และ ค) มิติของภาคประชาชน มี 2 ด้าน คือ ด้านการตระหนักรู้ และด้านการร่วมมือ (2) ผลต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ค้นพบว่า มีผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ หากแต่พบปัญหาในทุกมิติเช่นกัน และ (3) ด้านแนวทางและความน่าจะเป็นในการปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง ค้นพบว่า ควรลดข้อจำกัดต่างๆ ของมาตรการลง และเพิ่มการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงมาตรการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: นโยบายสาธารณะ, ชิม ช้อป ใช้, กระตุ้นเศรษฐกิจ

¹ นักศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาผู้นำทางสังคม ธุรกิจ และการเมือง วิทยาลัยนวัตกรรมสังคม มหาวิทยาลัยรังสิต

Abstract

The objectives of “The Chim Shop Chai project: a study of policy implementation in Thailand” were (1) to study the policy implementation approaches of the Chim Shop Chai Project which has already been implemented in Thailand, (2) to study results of the policy implementation on the government, private and public sectors, and (3) to study the guidelines and possibilities of adjusting the policy implementation approaches to comply with the actual requirements of the government, private and public sectors. This study used qualitative research methods and collected data from books, articles, researches, and information in online media and related news articles, as well as from in-depth interviews with 10 key informants.

The research results found that (1) the policy implementation approaches of the Chim Shop Chai Project in Thailand consisted of: a) five aspects for the government sector including infrastructures, human resources, budgets, locations, and equipment & tools, b) four aspects for the private sector which were human resources, marketing activities, product distributions, and product & productions and, c) two aspects for the public sector including awareness and cooperation; (2) the policy implementation of the Chim Shop Chai Project on the government, private and public sectors had a positive effect on the country's economy. Nonetheless, problems were found in all aspects as well; and (3) Regarding the guidelines and possibilities of adjusting the policy implementation approaches to comply with the actual requirements of the government, private and public sectors, it was recommended that restrictions on the measures should be reduced and publicity should be intensified in order to allow all sectors to effectively access the policy.

Keywords: public policy, Chim Shop Chai project, economic stimulation

1. บทนำ

การพัฒนาประเทศและการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศเพื่อให้มีเติบโตทางเศรษฐกิจ เป็นปัญหาที่ต้องเผชิญ สภาธุรกิจโลก (World Economic Forum: WEF กล่าวว่า ประเทศไทย มีนโยบายหลายอย่างของรัฐบาลที่ดำเนินการอยู่และถือว่าสามารถเร่งปิดความเสี่ยงได้ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2562) โดยผลกระทบจากสงครามการค้าที่ขยายตัวเป็นวงกว้างมากขึ้น มาจนถึงวันนี้เป็นสงครามการค้า (trade war) ซึ่งช่วงหลังลูกกลมสู่สงครามสินค้าเทคโนโลยี (tech war) และล่าสุดสู่สงครามค่าเงิน (currency war) ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจโลก (กำแพง อติเรกสมบัติ, 2562) ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวม ซึ่งศูนย์วิจัยกสิกรไทยยังคงย้ำอีกว่า มีการปรับลดประมาณการจีดีพี ปี พ.ศ.2562 มาอยู่ที่ 2.5% และมองเศรษฐกิจไทยปีหน้าขยายตัว 2.7% ขณะที่ธุรกิจไทยเผชิญหลายโจทย์หนักทั้งเงินบาทแข็ง ภัยแล้ง และการปรับขึ้นของค่าจ้างขั้นต่ำสำหรับในปี พ.ศ. 2563 คาดการณ์จีดีพีขยายตัวที่ 2.7% บนเงื่อนไขสำคัญคือ รัฐบาลต้องเร่งผลักดันร่าง พระราชบัญญัติงบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ.2563 รวมถึงการเบิกจ่ายงบประมาณ(ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2562) ประกอบกับแนวทางการใช้จ่ายภาครัฐมีแนวโน้มช่วยสนับสนุนเศรษฐกิจต่ำกว่าที่คาดไว้ มีการปรับโครงสร้างงบประมาณตามร่าง พ.ร.บ. งบประมาณรายจ่ายประจำปี พ.ศ. 2563 ปรับสัดส่วนงบประมาณรายจ่ายลงทุนลงและเพิ่มสัดส่วนงบประมาณรายจ่ายประจำ ส่งผลให้แนวโน้มการลงทุนภาครัฐชะลอต่อเนื่อง (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2562) ปัญหาเหล่านี้ส่งผลอย่างยิ่งต่อความพยายามของรัฐบาลในการแสวงหาแนวทางแก้ไขที่ถูกต้อง เหมาะสม รวดเร็ว และทั่วถึงประชาชนคนไทย

แม้ว่ารัฐจะมีพยายามอย่างแข็งขันในการกอบกู้วิกฤติเศรษฐกิจหลายมาตรการ แต่ยังไม่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจได้ เช่น การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ การแก้ไขปัญหาที่ดินทำกินของประชาชน โครงการลงทะเบียนเพื่อสวัสดิการแห่งรัฐ การป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านมนุษย์และการทำประมงผิดกฎหมาย เป็นต้น (สำนักนายก รัฐมนตรี, 2561, น. 3) โดยเฉพาะโครงการ “ชิม ช้อป ใช้” พบว่า ภายหลังจากมาตรการส่งเสริมการบริโภคในประเทศ “ชิม ช้อป ใช้” มีผู้สนใจเข้าร่วมโครงการ “ชิม ช้อป ใช้ เฟส 1” และ “ชิม ช้อป ใช้ เฟส 2” รับเงินผ่าน “เป๋าตัง” (G-Wallet) รวมจำนวน 13 ล้านคน โดยลงทะเบียน ชิม ช้อป ใช้ รับสิทธิ์ทางเว็บไซต์ www.ชิมช้อปใช้.com (คม ชัด ลึก, 2562) อีกทั้ง มาตรการส่งเสริมการบริโภคและการท่องเที่ยวในประเทศ “ชิม ช้อป ใช้” รับเงินผ่าน “เป๋าตัง” (G-Wallet) เป็นหนึ่งในชุดมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจมหภาคที่รัฐบาลประกาศในเดือน สิงหาคม พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา โดยมาตรการชิม ช้อป ใช้ เป็นนโยบายที่ถูกพูดถึงมากที่สุด ทั้งโดยสื่อมวลชน นักวิชาการ หรือประชาชนทั่วไป ดังนั้น หากจะประเมินผลสำเร็จของโครงการ มาตรการชิม ช้อป ใช้ ถือว่าประสบความสำเร็จในด้านการตลาดอย่างมาก คือ ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจมหภาค (ยุทธนา เศรษฐปราโมทย์, 2562) โดยในการนำนโยบายหรือขั้นตอนการนำนโยบายไปปฏิบัติมีความสำคัญอย่างยิ่ง การที่นโยบายจะประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ส่วนหนึ่งก็ขึ้นอยู่กับขั้นตอนของการนำนโยบายไปปฏิบัติ โดยที่บทบาทขององค์กรและผู้ที่เกี่ยวข้องจะมีผลต่อการผลักดันให้นโยบายนั้นประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้ (วรเดช จันทรศร, 2551, น. 45)

ดังนั้น ภาครัฐผู้มีหน้าที่จัดทำนโยบายสำคัญต่อภาคธุรกิจ การลงทุน และภาคประชาชนต้องทำการวิเคราะห์ และประเมินผลกระทบต่อภาพรวมของประเทศ การปรับเครื่องมือต่างๆ เพื่อใช้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โครงการ ชิม ช้อป ใช้ เป็นอีกหนึ่งโครงการภายใต้ต้นนโยบายประชารัฐ ที่เกิดขึ้นเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายและเศรษฐกิจภายในประเทศไทย ประกอบด้วย “ชิม” สำหรับการใช้ในร้านอาหารและเครื่องดื่ม “ช้อป” สำหรับการ

ใช้ซื้อสินค้าในร้านค้าทั่วไปที่ร่วมโครงการ สินค้าโอท็อป วิสาหกิจชุมชน และร้านธงฟ้าประชารัฐ และ “ใช้” สำหรับบริการเพื่อการท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม แพคเกจทัวร์ และค่าไกด์ ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนร่วมโครงการ โดยดำเนินโครงการมาแล้ว 3 เฟส ก่อให้เกิดแรงกระตุ้นต่อเศรษฐกิจและสังคม หากแต่ยังไม่สามารถอธิบายถึงผลประโยชน์หรือผลเสียที่เกิดจากโครงการอย่างชัดเจน

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาผลที่เกิดขึ้นต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน เพื่อจะได้นำมาต่อยอดองค์ความรู้และปรับนโยบายให้สามารถตอบสนองต่อทุกภาคส่วนได้ จนเป็นที่มาของการวิจัย เรื่อง การศึกษาการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินนโยบายโครงการ ชิม ช้อป ใช้ ที่ได้ดำเนินนโยบายแล้วในประเทศไทย (2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน และ (3) เพื่อศึกษาแนวทางและความน่าจะเป็นในการปรับการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

- 1) เพื่อศึกษารูปแบบการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ที่ได้ดำเนินนโยบายแล้วในประเทศไทย
- 2) เพื่อศึกษาผลการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน
- 3) เพื่อศึกษาแนวทางและความน่าจะเป็นในการปรับการดำเนินนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง

3. การดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสาร และเก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก มีขั้นตอน ดังนี้

1) กำหนดหัวข้อ และคำถามในการวิจัยที่เหมาะสมกับวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้างข้อมูลหลัก ข้อคำถามซึ่งได้นำแนวทางข้อคำถามให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ตรวจสอบความคิดเห็นตามแนวความคิด โดยเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกอย่างเป็นทางการกับผู้บริหารงานภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชนที่มีประสบการณ์ หรือเป็นผู้ใช้สิทธิประโยชน์ ระยะเวลาที่ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกประมาณ 30 นาที ถึง 1 ชั่วโมง (Gaskell, 2000, p.51)

2) ทบทวนองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ และเอกสารเกี่ยวกับประเด็นการศึกษา

3) กำหนดเกณฑ์สำหรับเลือกบุคคล ใช้วิธีการเลือกสัมภาษณ์แบบเฉพาะเจาะจง (purposive) 3 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 เป็นผู้บริหารระดับนโยบายที่มีความเกี่ยวข้องกับการกำหนดนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ในประเทศไทยในปัจจุบัน จำนวน 2 คน

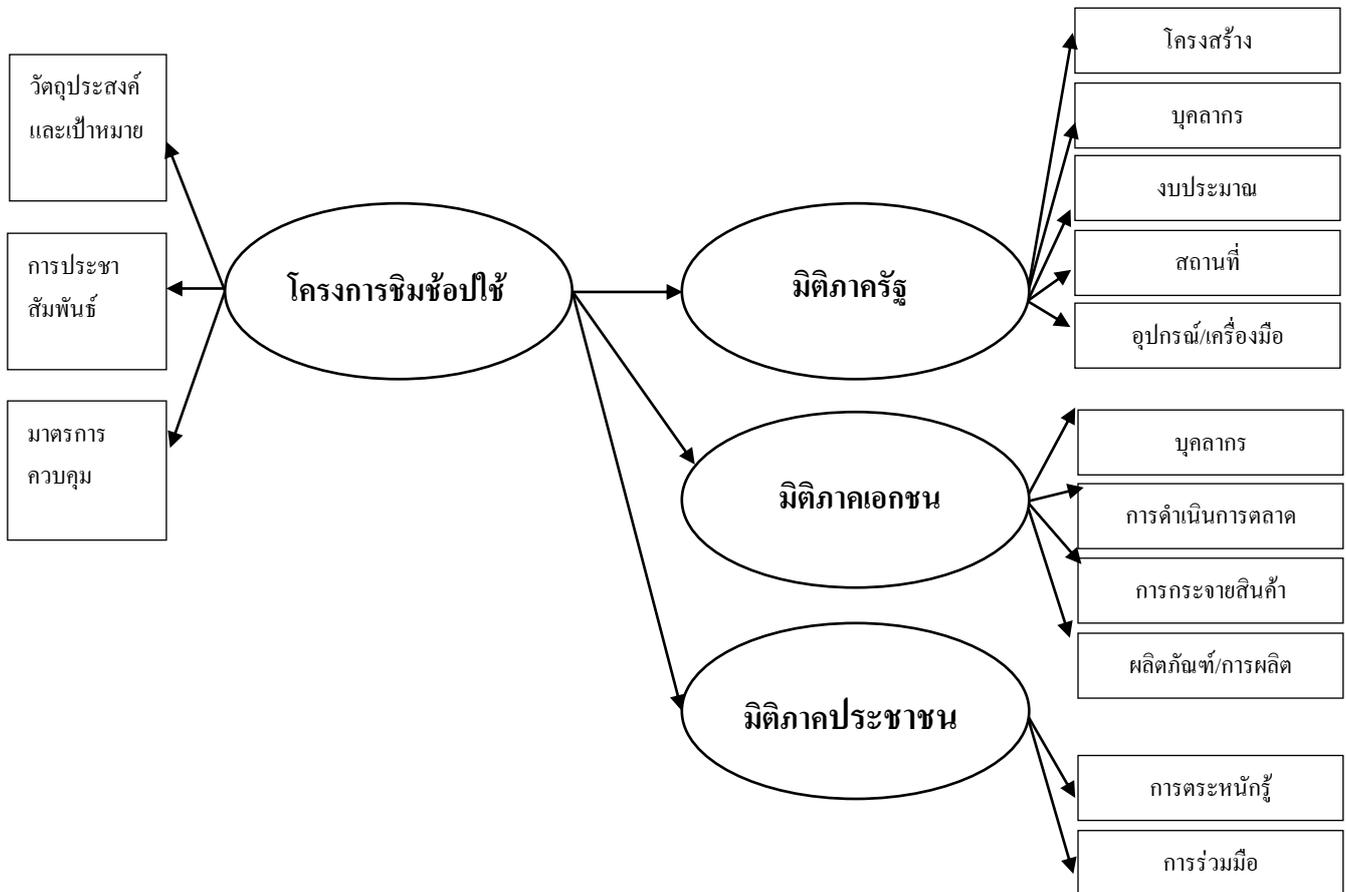
กลุ่มที่ 2 เป็นผู้บริหารระดับสูงหรือผู้บริหารระดับกลางของภาคเอกชนที่ดำเนินธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับสินค้าอุปโภคบริโภคของประชาชน จำนวน 3 คน

กลุ่มที่ 3 เป็นผู้มีประสบการณ์หรือผู้ใช้สิทธิประโยชน์มาตรการตามนโยบายโครงการชิม ช้อป ใช้ ในประเทศไทย ที่ได้ดำเนินการใช้สิทธิประโยชน์เรียบร้อยแล้ว จำนวน 5 คน

4) ให้ข้อมูลที่เป็นแก่ผู้ที่ถูกเลือกมาให้ข้อมูลซึ่งจะแจ้งให้ผู้ให้ข้อมูลทราบถึงวัตถุประสงค์ของการวิจัย และประโยชน์จากการวิจัย

5) การวิจัยครั้งนี้ไม่ทำการเปิดเผยรายชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อเป็นไปตามจริยธรรมของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

ที่มา: ปรับปรุงจาก วรเดช จันทรศร (2551, น. 134) และวรรณมา หวันมาแชะ (2555, น. 9)

4. ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ สรุปลงได้ ดังนี้

1) รูปแบบการดำเนินนโยบายที่ได้ดำเนินนโยบายแล้วในประเทศไทย รายละเอียดแยกตามมิติต่างๆ ดังนี้ ด้านวัตถุประสงค์ และเป้าหมายของโครงการชิม ช้อป ใช้:

จากคำสัมภาษณ์ผู้แทนจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน สามารถสรุปได้ว่าโครงการระยะสั้น และหวังผลเพื่อ (1) ด้านการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล (2) ด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ (3) ด้านการกระตุ้นเศรษฐกิจมหภาค

ด้านการประชาสัมพันธ์ของโครงการชิม ซ้อป ไข่:

จากคำสัมภาษณ์ของผู้แทนจากภาครัฐทั้ง 2 คน สามารถสะท้อนการประชาสัมพันธ์ของภาครัฐผ่านการจัดทำสื่อช่องทางที่หลากหลายเช่นช่องทางของภาครัฐผ่านกระทรวงการคลัง ผ่านคลังจังหวัด ธนาคารกรุงไทยฯ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การประชาสัมพันธ์ของภาคเอกชน จากคำสัมภาษณ์ของผู้แทนจากภาคเอกชนทั้ง 3 คน พบว่า มีการผ่านการจัดทำโปสเตอร์ โฆษณา การสื่อสารทางการตลาด และการประชาสัมพันธ์โครงการทั้งในรูปแบบออฟไลน์ และรูปแบบออนไลน์ เนื่องจากบางร้านเป็นร้านที่มีการรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในพื้นที่จังหวัดนั้นอยู่แล้ว การประชาสัมพันธ์และบอกต่อปากต่อปากจากประชาชนที่เคยได้ใช้สิทธิแล้วจึงเป็นเรื่องง่าย แล้วยังในปัจจุบันการสื่อสารทางออนไลน์ผ่านเพจของร้านว่ายินดีรับชิม ซ้อป ไข่ยังได้ผลทำให้เกิดการสื่อสารที่ดีแก่ประชาชน การประชาสัมพันธ์ที่ประชาชนได้รับจากคำสัมภาษณ์ของผู้แทนภาคประชาชนทั้ง 5 คน สามารถสะท้อนได้ว่าเป็นการสื่อสารและรับทราบโครงการจากการบอกปากต่อปาก ของผู้ที่มีความสัมพันธ์และเกี่ยวข้อง

ด้านมาตรการควบคุมโครงการชิม ซ้อป ไข่:

พบว่า มีหลักเกณฑ์การลงทะเบียนของภาคเอกชนที่ต้องการร่วมโครงการ คือ ต้องเป็นผู้ประกอบการที่เป็นนิติบุคคลหรือบุคคลธรรมดาที่ได้จดทะเบียนพาณิชย์ หรือมีหนังสือรับรองจากหน่วยงานราชการ มีบัตรประจำตัวประชาชนผู้ประกอบการ หรือหนังสือมอบอำนาจจากผู้ประกอบการ มีโทรศัพท์มือถือ Smart phone และเครือข่ายอินเทอร์เน็ตที่ใช้โหลดแอปพลิเคชัน “ถุงเงิน” มีบัญชีเงินฝากธนาคารกรุงไทย แบบออมทรัพย์ หรือกระแสรายวัน และมีสถานที่ตั้งร้านค้าที่ชัดเจน ทั้งนี้ มีหลักเกณฑ์การลงทะเบียนของภาคประชาชนที่ต้องการร่วมโครงการ โดยมีเงื่อนไขดังนี้ (1) เป็นบุคคลสัญชาติไทย มีบัตรประจำตัวประชาชน (2) มีอายุตั้งแต่ 18 ปีบริบูรณ์ขึ้นไป ณ วันที่ลงทะเบียน และ (3) มีโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนที่สามารถเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ตและมีอีเมล โดยลงทะเบียนผ่านเว็บ “ชิม ซ้อป ไข่”

รูปแบบในมิติภาครัฐ:

พบว่า สามารถแสดงได้ดังตารางที่ 1

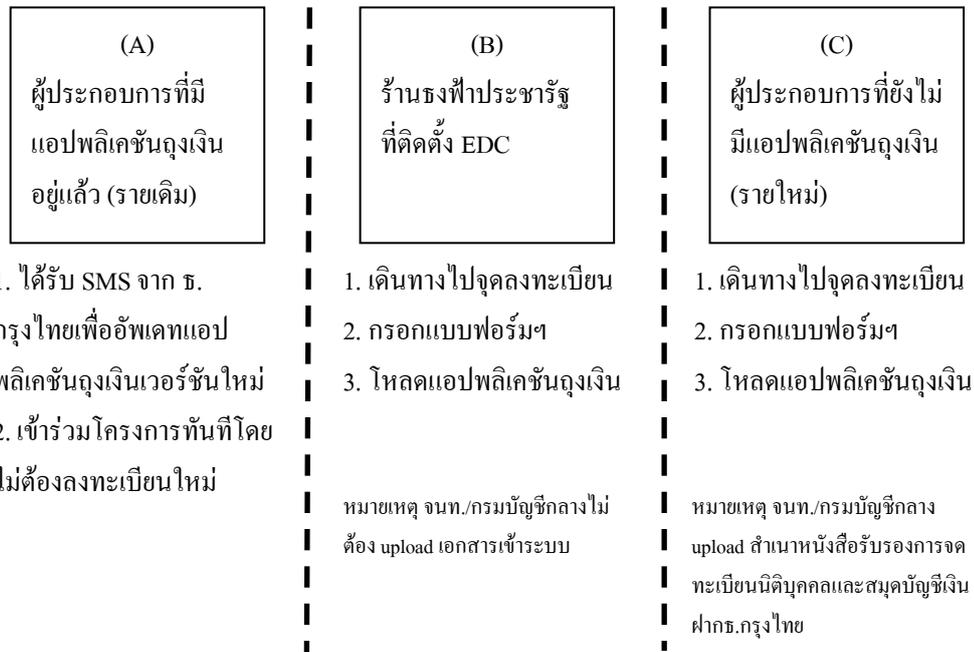
ตารางที่ 1 สรุปรูปแบบการดำเนินนโยบายเปรียบเทียบโครงการชิม ซ้อป ไข่ เฟส 1, 2 และ 3

โครงการ	เฟส 1	เฟส 2	เฟส 3
เปิดลงทะเบียน	27 กันยายน 2562	24 ตุลาคม 2562	14 พฤศจิกายน 2562 ถึง 31 มกราคม 2563
จำนวนเปิดรับ	10 ล้าน สิทธิ	3 ล้าน สิทธิ	750,000 คน/วัน (2 รอบ 6.00 น. และ 18.00 น.) พิเศษวันที่ 17 พฤศจิกายน 2562 ลงทะเบียน เฉพาะผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 500,000 คน (เวลา 8.00 น.)
เงื่อนไขการร่วมมาตรการ	1. สัญชาติไทย มีบัตรประจำตัวประชาชน 2. อายุ 18 ปีขึ้นไป ณ วันที่ลงทะเบียน 3. มีโทรศัพท์มือถือ smart phone ที่สามารถเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต และมีอีเมล		
จำนวนเงินและสิทธิ	เงิน 1,000 บาท	เงิน 1,000 บาท และ กระเป๋าที่ 2 เงินคืน 15%	ไม่มี 1,000 บาท มีแต่สิทธิอื่น เพราะเน้นเรื่อง ไข่ application

		วงเงินสูงสุด 30,000 บาท	
การลงทะเบียน	-----ลงทะเบียนผ่านเว็บ “จิม ซ้อป ไซ้”-----		
เวลาลงทะเบียน	วันละ 1 ล้าน คน ใช้เวลา 10 วันจองเต็มหมด (เปิดจนครบ 10 ล้าน คน)	วันละ 1 ล้าน คน 2 รอบ คือเวลา 06.00 น. และเวลา 18.00 น. (สถิติ 5 แสนคน 6.00-9.35 น.)	2 รอบ และมีรอบพิเศษเฉพาะผู้ที่มีอายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 500,000 คน (รอบเดียว เวลา 8.00 น. เป็นต้นไป)
มีผู้ใช้งาน	8.51 ล้าน คน 8,262 ล้านบาท	3 ล้านคน	2 ล้านคน “เฉพาะผู้ที่ไม่เคยผ่านการลงทะเบียนมาก่อนเท่านั้น”
สิทธิพิเศษ		รับสิทธิเฟสแล้วหากใช้กระเป๋าที่ 2 เกิน 30,000 -50,000 บาท จะได้รับเงินคืนเพิ่มอีกในอัตรา 20%	รับเงินชดเชยคืน 15-20% (สูงสุด 8,500 บาท) เมื่อเติมเงินเข้า G-Wallet และใช้ได้ทุกจังหวัดทั่วประเทศ (สำหรับผู้ลงทะเบียนทุกเฟส) (แบ่งเป็น 1. 15% สำหรับยอดใช้สะสมไม่เกิน 30,000 บาท 2. 20% สำหรับยอดใช้จ่ายสะสมส่วน 30,000-50,000 บาท)
ปัญหา	เข้าระบบยาก	พบการใช้เทคโนโลยีก่อกวนทำให้ลงทะเบียนล่าช้า	ขยายเวลาและปลดล็อกเงื่อนไขให้ใช้เงินในเป้าตั้ง 2 ได้ทุกจังหวัด

รูปแบบในมิติภาคเอกชน:

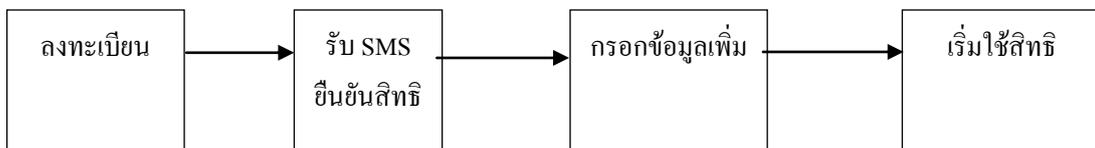
พบว่า มีความพยายามที่จะเปิดแหล่งสถานที่ต่างๆ หรือร้านค้าต่างๆ ที่ให้บริการแก่ประชาชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับนโยบายของบริษัท ร้านค้าที่ร่วมรายการ และสาขาที่ร่วมรายการ นอกจากนี้ในบางแหล่งร้านค้าไม่สามารถใช้สิทธิได้แบบเต็มรูปแบบ ใช้ได้เฉพาะสินค้า หรือมีบางประเภทที่ได้ยกเว้นไว้ ซึ่งผลที่เกิดขึ้นทำให้ภาคเอกชนต้องพยายามให้การสื่อสารแก่ประชาชนอย่างทั่วถึง และในหลายรูปแบบหรือหลากหลายช่องทาง สำหรับพนักงานของภาคเอกชนเองได้ทำการเตรียมความพร้อมให้ข้อมูลแก่ผู้ที่สนใจเข้ามาใช้สิทธิการซื้อสินค้าได้ในสาขาใดบ้าง และต้องอบรมให้พนักงานสามารถรับมือกับสถานการณ์ความขัดแย้งที่เกิดขึ้นจากความไม่เข้าใจของพนักงานและประชาชนผู้ใช้สิทธิ ทั้งนี้ สามารถสรุปขั้นตอนการลงทะเบียนผู้ประกอบการ/ร้านค้า ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 ขั้นตอนการลงทะเบียนผู้ประกอบการ/ร้านค้า
ที่มา: ปรับปรุงจาก กรมบัญชีกลาง (2562, น. 6)

รูปแบบในมิติภาคประชาชน:

พบว่า สามารถอธิบายได้ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 ขั้นตอนการใช้สิทธิโครงการชิม ช้อป ใช้ ในมิติของภาคประชาชน

เมื่อลงทะเบียนแล้วและได้รับสิทธิ ผู้ได้รับสิทธิจะได้รับ SMS ยืนยันสิทธิ และทำการกรอกข้อมูล โดยผู้ได้รับสิทธิต้องดาวน์โหลดแอปพลิเคชัน “เป่าตั้ง” ผ่าน App Store หรือ Play Store ตามขั้นตอนดังนี้ (1) โหลดแอปพลิเคชัน “เป่าตั้ง” ใส่เบอร์โทรศัพท์มือถือ รอรับรหัส OTP ที่จะได้รับจาก SMS แล้วกรอกหมายเลขรหัส OTP (2) อ่านข้อกำหนด กดเลือก “ยอมรับเงื่อนไขการใช้บริการ” แล้วกด “ตกลง” (3) กดเลือก G-Wallet เพื่อลงทะเบียนรับสิทธิ ชิม ช้อป ใช้ (4) อ่านข้อตกลงกดตอบ “ยอมรับ” (5) สแกนบัตรประชาชน กรอกชื่อ-สกุล วันเกิดกดยืนยัน (6) ระบบจะส่ง SMS ซึ่งมีรหัสยืนยันตัวตน (OTP) มายังเบอร์โทรศัพท์ ซึ่งจะให้กรอกหมายเลข OTP ลงแอปฯ เป่าตั้ง (7) ยืนยันด้วยการสแกนใบหน้า และ(8) รอรับ SMS ยืนยันตรวจสอบตัวตน โดยสรุปความคิดเห็น ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับโครงการชิม ซ้อป ใช้ เฟส 1, 2 และ 3

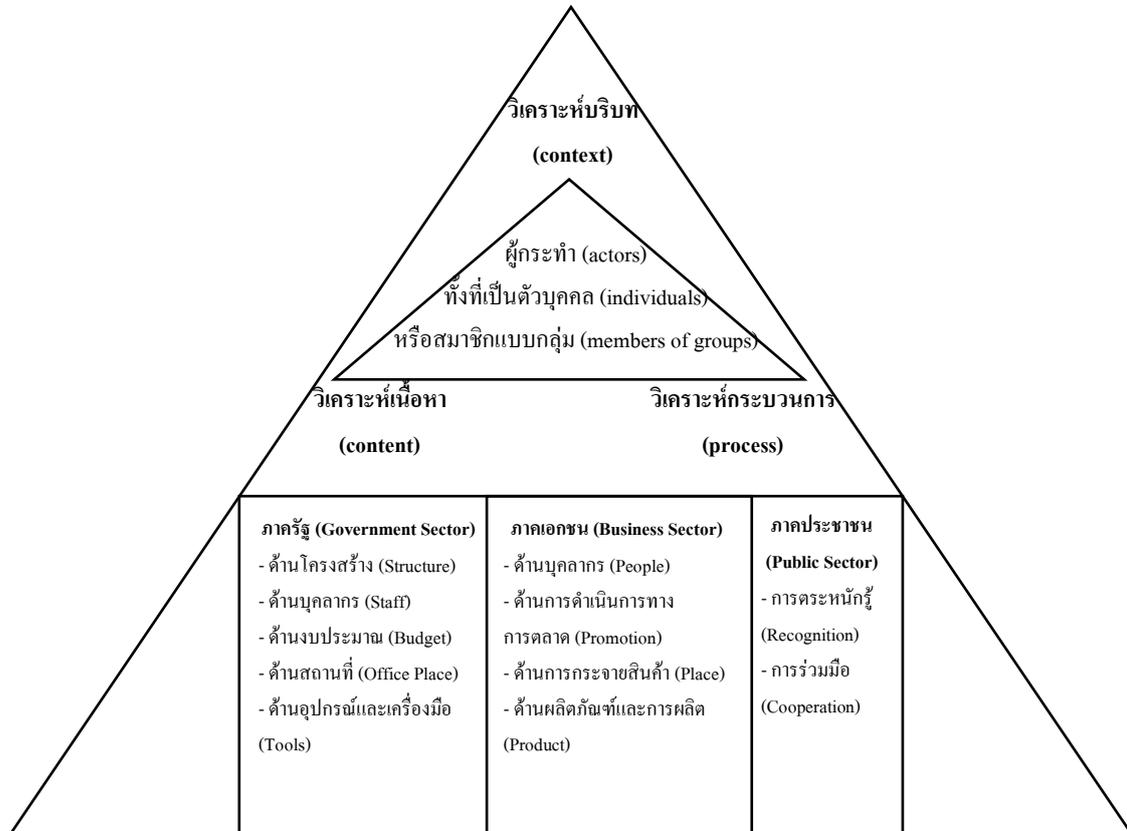
ความคิดเห็นต่อโครงการ	เฟส 1	เฟส 2	เฟส 3
ความยุ่งยากและซับซ้อนของการใช้จ่าย	ค่อนข้างยุ่งยาก	ยุ่งยากมากกว่าเฟส 1	ยุ่งยากมากที่สุด
คิดว่าประชาชนได้รับประโยชน์ในภาพรวม	มาก	มากที่สุด	น้อยกว่าเฟส 2
ปัญหาและระบบของร้านค้าที่ใช้สิทธิ	ขาดประสิทธิภาพมาก	มีการพัฒนามากขึ้น	มีการพัฒนามากขึ้น
สร้างความเท่าเทียมในสังคมช่วยค่าครองชีพ	สร้างและช่วยได้	สร้างและช่วยได้	สร้างและช่วยได้
การประชาสัมพันธ์ข้อมูล	ประชาสัมพันธ์น้อยมาก	ประชาสัมพันธ์มากขึ้น	ประชาสัมพันธ์ดีที่สุดในที่สุด

2) ผลการดำเนินนโยบายต่อภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยแยกประเด็นดังนี้

สำหรับภาครัฐ พบว่า มีผลทางด้านเศรษฐกิจ ผลทางด้านสังคม ผลทางด้านฐานข้อมูล และ ผลของการบูรณาการการทำงานร่วมกัน สำหรับภาคเอกชน พบว่า มีผลทางด้านจัดการบุคลากร การตลาด การกระจายสินค้าผลิตภัณฑ์และการผลิต สำหรับภาคประชาชน พบว่า มีผลทางด้านการตระหนักรู้และการให้ความร่วมมือ

3) แนวทางและความน่าจะเป็นในการให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนอย่างแท้จริง พบว่า ทุกภาคส่วนมีความเห็นว่า ควรดำเนินนโยบายนี้ต่อไป แต่ต้องปรับให้มีความเหมาะสมและลดขั้นตอนที่ซับซ้อน เพิ่มความสะดวกให้แก่ทุกภาคส่วน

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัย



รูปที่ 4 โมเดลการขับเคลื่อนนโยบาย

ซึ่ง โมเดลการขับเคลื่อนนโยบาย เป็นผลจากการศึกษาและเป็นต้นแบบของการขับเคลื่อนนโยบายของภาครัฐที่จะเกิดขึ้นต่อไปในอนาคตได้ อันจะได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชน และการยอมรับของภาคประชาชน โดยโมเดลการขับเคลื่อนนโยบายต้องมีบริบท เนื้อหา และกระบวนการ ซึ่งต้องคำนึงถึงความเป็นไปได้ของการปฏิบัติตามนโยบายของหน่วยงานภาครัฐ ความร่วมแรงร่วมใจของภาคเอกชน และการตระหนักรู้ เข้าใจและร่วมมือของภาคประชาชน ถึงจะทำให้การขับเคลื่อนนโยบายใหม่ของรัฐบาลในอนาคต ประสบความสำเร็จได้เป็นอย่างดี ซึ่งอธิบายโมเดลการขับเคลื่อนนโยบาย ได้ดังนี้

สำหรับในมิติของภาครัฐสามารถอธิบายได้ ดังนี้

1) ด้านโครงสร้างการทำงาน (Structure): ใช้โครงสร้างการทำงานร่วมกันแบบบูรณาการ อาศัยความร่วมมือกับหน่วยงานหลักและหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ประกอบด้วย กระทรวงการคลัง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม และหน่วยงานอื่นของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง

2) ด้านบุคลากร (Staff): บุคลากรของแต่ละหน่วยงานทำหน้าที่ต่างกัน เช่น พนักงานของธนาคารกรุงเทพฯ ดำเนินงานเรื่อง IT, เจ้าหน้าที่ของกรมบัญชีกลาง ดำเนินงานเรื่องหลักเกณฑ์ค่าซื้อทั้งหมดของผู้ประกอบการร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก โฮมสเตย์ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง, เจ้าหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ดำเนินงานเรื่องการประสานงานและให้ข้อมูลกับผู้ประกอบการรีสอร์ท โฮมสเตย์ และร้านค้าที่พักต่าง ๆ, เจ้าหน้าที่กระทรวงดิจิทัลฯ ดำเนินงานเรื่องข้อมูลและระบบการติดต่อสื่อสาร และ กองบังคับการปราบปรามการกระทำผิดเกี่ยวกับอาชญากรรมทางเทคโนโลยี (ปอท.) ดำเนินงานเรื่องการตรวจสอบและจับกุมผู้กระทำความผิดทางเทคโนโลยี หรือการปลอมแปลงสิทธิ การหลอกลวงและการสวมสิทธิ

3) ด้านงบประมาณ (Budget): สำหรับเฟส 1 เงินสนับสนุน 10,000 ล้านบาท (งบกลางปี 62) เงินชดเชย 9,050 ล้านบาท (งบประมาณปี 63) สำหรับเฟส 2 เงินสนับสนุน 2,000 ล้านบาท (งบกลางปี 62) เงินชดเชย 9,050 ล้านบาท (งบประมาณปี 63) และ สำหรับเฟส 3 เงินชดเชย 9,050 ล้านบาท (งบประมาณปี 63) (ผู้แทนจากภาครัฐ, การสื่อสารส่วนบุคคล, 28 พฤษภาคม พ.ศ. 2563)

4) ด้านสถานที่ (Office Place): ยึดการจัดการตามหลักการและเหตุผลว่าด้วยการลดกระบวนการของระบบราชการ โดยให้บุคลากรในหน่วยงานที่เกี่ยวข้องปฏิบัติหน้าที่ในหน่วยงานนั้น ๆ และปฏิบัติงานร่วมกันในบางแห่ง โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน สำหรับหมอลังอาสา จุดแรกคือ ทำหน้าที่ในการต้อนรับและประชาสัมพันธ์ (ดำเนินงานโดยบุคลากรของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง) จุดที่ 2 รับลงทะเบียน (ดำเนินงานโดยบุคลากรของกรมบัญชีกลาง กระทรวงการคลัง) และจุดที่ 3 จุดติดตั้งแอปฯ “ถุงเงิน” (ดำเนินงานโดยเจ้าหน้าที่ของธนาคารกรุงไทยฯ) และดำเนินงานผ่านเว็บไซต์ www.ชิมช้อปใช้.com โดยมีฐานข้อมูลร่วมกัน

5) ด้านอุปกรณ์และเครื่องมือ (Tools): ประกอบไปด้วย Hardware และ Software รวมทั้ง Application โดย Server ของธนาคารกรุงไทยฯ ส่วนคอมพิวเตอร์ ใช้งานของแต่ละหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและ Smart Phone ของร้านค้าผู้ประกอบการ โรงแรมที่พักอาศัย โฮมสเตย์ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง สำหรับภาคประชาชนคือ การใช้ Smart Phone ผ่าน Application “เป้าตุง” (กรมบัญชีกลาง ได้มีการจัดตั้งสถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการคลังและบัญชีภาครัฐและมีกระเป๋าเครื่องมือหมอลัง)

สำหรับในมิติของภาคเอกชน อธิบายได้ ใน 4 ด้าน คือ

1) ด้านบุคลากร (People): การเตรียมความพร้อมของพนักงานจัดเรียงสินค้าหน้าร้านเพื่อให้รองรับการมาซื้อสินค้าของภาคประชาชน (1) การจัดเรียงประกอบด้วยการเติมของ โดยใช้หลักการการ Facing ด้วยการหันตราสินค้าออกให้สะดวกต่อการพบเห็นและหยิบสินค้า โดยการผลัดสินค้าให้มีอยู่เต็มชั้นวางสินค้าและอยู่บริเวณด้านหน้าของชั้นวางสินค้า เพื่อให้ลูกค้าหยิบง่าย การทำ FIFO (first in first out) เพื่อตรวจสอบสินค้าและจัดเรียงสินค้าที่เข้ามาก่อนเพื่อให้ประชาชนซื้อไปก่อน เป็นหลักของการจัดการหน้าร้าน (2) การจัดสรรบุคลากรประจำหน้าร้าน ด้วยการจ้างงานพนักงานเพิ่ม เพื่อประจำร้านในช่วงเวลาขายดี มีแนวทางการย้ายพนักงานจากสาขาหรือส่วนงานอื่น มาประจำพื้นที่ที่มีความนิยมในการใช้บริการ รวมถึงการจัดการด้านอัตราค่าจ้างคน จ้างพนักงานเพิ่มเป็นพนักงาน Part time ในช่วงเฉพาะเวลาที่ต้องการพนักงานเร่งด่วน และจ้างพนักงานรายวัน และ (3) การเตรียมความรู้และความเข้าใจของพนักงานเพื่อตอบข้อซักถามในประเด็นของการใช้สิทธิตามโครงการ และการเข้าไปแก้ไขปัญหาดังกล่าว ที่เกิดจากประเด็นด้านความขัดแย้ง ณ บริเวณร้านค้า เพื่อให้เกิดความพึงพอใจแก่ประชาชนที่มาใช้บริการ นอกจากนี้ ยัง

มีการเตรียมอุปกรณ์ Smart Phone ให้พนักงานขายสามารถ Scan Barcode เตรียมห้องพักสำหรับพนักงานที่ต้องทำงานหนักและพนักงาน Part time ช่วงเวลาเร่งด่วน

2) ด้านการดำเนินการทางการตลาด (promotion): การปรับแนวทางการประชาสัมพันธ์ร้าน หรือสถานประกอบการในรูปแบบใหม่ที่มีความสอดคล้องกับไลฟ์สไตล์ปัจจุบันของประชาชน เช่น การจัดทำแผ่นประชาสัมพันธ์ ใบ/ป้ายประกาศ ทั้งทางสื่อออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งที่ได้ผลมากคือ การบอกปากต่อปากว่าสามารถใช้สิทธิได้ในร้าน ทำให้ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นชัดเจน จากเดิมทางร้านค้า ร้านอาหาร ผู้ประกอบการ โรงแรม โฮมสเตย์ และบ้านพักต่าง ๆ ซึ่งสามารถรับบัตรสวัสดิการแห่งรัฐในช่วงต้นเดือนเป็นประจำอยู่แล้ว ก็ทำให้เกิดความสะดวแก่ประชาชนมากยิ่งขึ้น

3) ด้านการกระจายสินค้า (Place): ผู้ประกอบการ ร้านค้า และเอกชน สามารถกระจายสินค้าจำเป็นต่อการดำรงชีวิตอย่างรวดเร็ว ผู้บริหารภาคเอกชนกำหนดนโยบายขนส่งและกระจายสินค้าไปสู่หน้าร้านมีการใช้แผนระยะสั้นในการกระตุ้นยอดขาย และการกระจายสินค้าไปสู่ร้านค้าและผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว เพื่อให้เพียงพอ โดยในช่วงเวลาเร่งด่วนได้จัดพนักงานและเสริมที่จอดรถเพื่อกระจายสินค้าจากโรงงานและ โกดังสินค้าไปยังร้านค้าตามคำสั่งซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ สินค้าที่หมุนเวียนเร็วจะเป็นสินค้าบริโภค เช่น ไข่ไก่ ข้าวสาร ส่วนสินค้าอุปโภคบริโภคจะมีบางประเภทเท่านั้น

4. ด้านผลิตภัณฑ์และการผลิต (Product): ภาคเอกชนไม่มีผลกระทบ เนื่องจากมีการวางแผนการผลิตระยะยาวจึงทำให้สามารถตอบสนองความต้องการลูกค้าที่ต้องการซื้อในช่วงเวลานั้นได้ทันที แต่หากมีอีกต้องปรับกระบวนการผลิตให้เอื้อต่อไป

สำหรับในมิติของภาคประชาชนอธิบายได้ 2 ด้าน คือ

1) การตระหนักรู้ (Recognition): ประชาชนรับรู้ข้อมูลข่าวสารจากแหล่งที่สนใจแตกต่างกัน คนสูงวัยรับรู้ข้อมูลจาก TV, ลูกหลาน และเพื่อน วัยทำงานรับจากทางออนไลน์และจากเพื่อนร่วมงาน และกลุ่มมรส สำหรับวัยรุ่นรับจากเพื่อนและสื่อออนไลน์เป็นส่วนใหญ่

2) การร่วมมือ (Cooperation): ภาคประชาชนทุกเพศทุกวัยให้ความร่วมมือในการดำเนินนโยบายดี แตกต่างกันเนื่องจากความสามารถในการใช้งาน Smart Phone เช่น วัยสูงอายุให้ลูกหลานทำแทน และการได้รับสิทธิต่างกัน ทำให้เกิดความสับสนเล็กน้อยแต่ก็ผ่านไปด้วยดี

5. การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัยได้ตั้งวัตถุประสงค์ไว้ 3 ข้อ ซึ่งค้นพบผลวิจัย มีประเด็นที่น่านำมาอภิปรายผล ดังนี้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

พบว่า รูปแบบที่ได้ดำเนินการไปแล้ว แตกต่างกันใน 3 มิติที่สำคัญ คือ (1) ในมิติของภาครัฐ 4 ด้าน คือ บุคลากร งบประมาณ สถานที่ และอุปกรณ์และเครื่องมือ สอดคล้องกับตัวแบบทางด้านการจัดการ ของ วรเดช จันทรร (2551, น. 134) (2) ในมิติของภาคเอกชน ประกอบด้วย ด้านบุคลากร ด้านการดำเนินการทางการตลาด ด้านการกระจายสินค้า และด้านการผลิต สอดคล้องกับทฤษฎีของ Kotler, P. (2019) เกี่ยวกับ 7P ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเพียงบางส่วนที่มีความเกี่ยวข้องที่ผู้ประกอบการได้ใช้ในการดำเนินนโยบายเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ไปถึงมือผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) ในมิติของภาคประชาชน ประกอบด้วย ด้านการตระหนักรู้ และด้านการร่วมมือ สอดคล้องกับ สุมิตรรา เจริมพันธ์ (2552, น. 112) ซึ่งได้อธิบายว่า ความสำเร็จระดับบุคคล ประกอบด้วย (1) ความตระหนักรู้ในการลด

ใช้พลังงาน และ (2) การให้ความร่วมมือเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวกับการประหยัดพลังงาน ซึ่งทุกมิตินั้นสามารถนำเอา รูปแบบการดำเนินนโยบายสาธารณะของ Walt, G., & Gilson, L. (1994, p. 354) มาใช้โดยเป็นการผสมผสานระหว่าง บริบทของการกระตุ้นเศรษฐกิจ ลงรายละเอียดในเนื้อหาของมาตรการ โครงการชิมช้อปใช้ และการปรับกระบวนการ ทำงานแบ่งได้ 3 ส่วน คือ กระบวนการทำงานของภาครัฐ กระบวนการทำงานของภาคเอกชน และกระบวนการใช้งาน ของภาคประชาชน

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

พบว่า โครงการชิมช้อปใช้เกิดผลทั้งรูปธรรม และนามธรรม ซึ่งกระตุ้นและส่งผลให้เกิดผลทางด้าน เศรษฐกิจ ผลทางด้านสังคม ผลทางด้านฐานข้อมูล และผลทางด้านบูรณาการทำงานร่วมกัน ทั้งนี้ ในเชิงเศรษฐกิจ และสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของภาคประชาชน และเศรษฐกิจในภาพรวมได้ แต่ต้องต้องทำให้เกิดความต่อเนื่องใน ภาพรวม และทำให้โครงการชิมช้อปใช้เกิดความคุ้มค่าในแง่ของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน สอดคล้องกับ สุมิตตรา เจริญพันธ์ (2552, น. 112) ว่าต้องทำให้เกิดภาพรวม ความคุ้มค่า และความต่อเนื่อง หากแต่เมื่อพิจารณาถึง ทฤษฎีวัฏจักรเศรษฐกิจการเมืองฉบับไทยๆ โดยธนาคารแห่งประเทศไทยได้มีบทความเกี่ยวกับเศรษฐกิจกับการเมือง โดย วราพงษ์ วงศ์วัชร และกฤษฎี ศรีปราชญ์ (2562) พบว่าในช่วงเวลาดังกล่าวไม่ใช่ช่วงเวลาแห่งการหาเสียงและ ไม่ใช่ช่วงเวลาของการเลือกตั้งเลยทำให้อาจกล่าวได้ว่าสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมแท้จริงแม้ไม่อยู่ในช่วงที่ เป็นเรื่องเกี่ยวกับการเมืองดังทฤษฎีกล่าว

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

พบว่า แนวทางและความน่าจะเป็นในการปรับให้มีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชน ควรปรับให้จัดการง่ายขึ้น สะดวกต่อผู้ใช้ระบบ และขยายผลไปสู่ธนาคารอื่นเพิ่มเติม สอดคล้องกับ ผู้จัดการออนไลน์ (2562) ที่ระบุว่า 74% ของประชาชนชาวไทยอยากให้รัฐบาลดำเนิน โครงการอย่างต่อเนื่องหลังจบมาตรการแล้ว

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ด้านการปฏิบัติ

โดยภาพรวมคือ ควรลดข้อจำกัดของมาตรการลงและเพิ่มการประชาสัมพันธ์ในทุกภาคส่วน ได้แก่ (1) ภาครัฐบริหารจัดการที่ง่ายขึ้น ลดภาระเรื่องการทำความเข้าใจในรูปแบบและมาตรการของโครงการ (2) ภาคเอกชน คาดการณ์และทำงานง่ายขึ้นเพื่อรับมือต่อผลของการดำเนินมาตรการ และ (3) ภาคประชาชน มีความสะดวกและ มั่นใจในการตรวจสอบสิทธิ การลงทะเบียนจองสิทธิ และการใช้สิทธิ ดังมีรายละเอียดดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้แก่ กรมบัญชีกลาง ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงดิจิทัลฯ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอื่น ๆ ทั้งหมด สามารถนำผลการ ศึกษาวิจัยไปใช้เป็นแนวทางการพิจารณาประกอบการพัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขโครงการชิมช้อปใช้ หรือโครงการ ตามนโยบายสาธารณะเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจอื่น ๆ เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในการดำเนินงานต่อทุกภาคส่วน และ เพื่อให้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากมาตรการที่ออกมาอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เสนอแนะว่าควรปรับปรุงระบบใช้ แอปฯ ร่วมกัน

2) ภาคเอกชน ซึ่งประกอบไปด้วยร้านค้า ผู้ประกอบการ โรงแรม โฮมสเตย์ ที่พัก ร้านอาหาร และ หน่วยงานเอกชนอื่นๆ รวมถึงผู้ผลิตสินค้า สามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปใช้เป็นเครื่องมือและข้อมูลในการเสนอแนะ ไปยังรัฐบาล เพื่อให้เกิดประโยชน์ในด้านลดความเสี่ยงในการจัดเตรียมและจัดสรรทรัพยากร การกระจายสินค้า

เพื่อให้สามารถรองรับได้อย่างพอเพียงต่อมาตรการตามโครงการชิม ช้อป ใช้ หรือ โครงการตามนโยบายสาธารณะเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจอื่นๆ ในอนาคต และยังเป็นการช่วยในการปรับกลยุทธ์การดำเนินงานของกิจการให้เกิดความเหมาะสมเพื่อประโยชน์สูงสุดต่อภาคเอกชนต่อไป

3) ภาคประชาชนและสังคมส่วนรวม สามารถนำผลการศึกษาวิจัยไปเรียนรู้ถึงผล โดยเฉพาะผลสะท้อนด้านปัญหาด้าน Technology ที่รัฐบาลพยายามกระตุ้นให้ประชาชนเข้าถึงเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อที่ประชาชนทั้งหมดจะได้ไม่เสียโอกาสจากโครงการตามนโยบายสาธารณะเพื่อการกระตุ้นเศรษฐกิจอื่นๆ ในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรทำการศึกษาผลการศึกษาระยะปริมาณและขยายแนวทางการศึกษาไปยังหน่วยงานอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับการดำเนินนโยบายรอบด้าน

6. บทสรุป

โครงการนี้เป็นโครงการที่ดีมีผลต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจ และก่อให้เกิดผลทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ฐานข้อมูล และการบูรณาการทำงานระหว่างรัฐ เอกชน และประชาชน แม้ว่าจะเป็นโครงการในระยะสั้น แต่หากทำให้เกิดความสม่ำเสมอและวางแผนการใช้งานผ่านแอปฯ ทั้งเป็ดัง หรือ ถุงเงิน หรือ ทำให้เป็นแอปเดียวกันเพื่อทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วและง่ายดายในการใช้งานในอนาคต ก็จะสามารถทำให้การตรวจสอบได้ง่ายขึ้นด้วย ทั้งในเรื่องของยอดขาย ภาษี การใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจริง ก็จะส่งผลให้เกิด cashless society ได้เป็นอย่างดี และได้รับฐานข้อมูลการใช้จ่ายเงินของทั้งภาคประชาชนและภาคเอกชน รัฐสามารถเก็บข้อมูลใหญ่ได้ หรือที่เรียกว่าการทำ Big Data เพื่อนำไปใช้ในการประเมินสถานการณ์ ทิศทางนโยบายการกระตุ้นเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กำพล อติเรกสมบัติ. (2562). ความเสี่ยงเศรษฐกิจโลก ความสอดคล้องนโยบาย-เครื่องมือ, สืบค้นจาก

<https://www.prachachat.net/columns/news-371721>

กรมบัญชีกลาง. (2562). กระเป๋าเครื่องมือหมอกด “ชิมช้อปใช้”, สถาบันพัฒนาบุคลากรด้านการคลังและบัญชีภาครัฐ, กรมบัญชีกลาง.

คม ชัด ลึก. (2562). ลงทะเบียนชิมช้อปใช้ เฟส 3 ปลดล็อกเฟส 1 และ 2, สืบค้นจาก komchadluek.net/news/regional.

ผู้จัดการออนไลน์. (2562). อีปซอสส์เปิดผลวิจัย “ชิม-ช้อป-ใช้” คนไทย “พอใจ-เข้าใจ-อยากให้ทำต่อ”,

สืบค้นจาก <https://mgronline.com/business/detail/9620000113032>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2562). รายงานนโยบายการเงินฉบับเดือนกันยายน 2562. สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/PressandSpeeches/Press/2019/Pages/n5662.aspx>

ยุทธนา เศรษฐปราโมทย์. (2562). ผลของมาตรการชิมช้อปใช้ ต่อการกระตุ้นเศรษฐกิจมหภาค, สืบค้นจาก

<https://www.posttoday.com/finance-stock/columnist/605385>

วรเดช จันทรศร. (2551). ทฤษฎีการนำนโยบายสาธารณะไปปฏิบัติ. กรุงเทพฯ: สมาคมนักวิจัยมหาวิทยาลัยไทย.

วราพงศ์ วงศ์วัชร และกฤษฎี ศรีปราชญ์. (2562). เปิดทฤษฎีวิจัยเศรษฐกิจการเมืองฉบับไทยๆ. สืบค้นจาก

<https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article>.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2562). แนวโน้ม...ธุรกิจ ท่ามกลางโจทย์หินปี 63. สืบค้นจาก

https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/press_9dec19.aspx

สุมิตรา เจริญพันธ์. (2552). ความสำเร็จของการนำนโยบายประหยัดพลังงานไปปฏิบัติในภาคราชการ.

(Unpublished Doctoral dissertation), มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพมหานคร.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2562). กระทรวงพาณิชย์แจ้งผลการสำรวจความเสี่ยงด้านการประกอบ

ธุรกิจไทย มั่นใจมาตรการรัฐบาลป้องกันแล้วหลายด้าน เศรษฐกิจไทยรับมือได้. สืบค้นจาก

<https://gnews.apps.go.th/news?news=50486>

สำนักนายกรัฐมนตรี. (2561). บทสรุปสำหรับผู้บริหาร ผลงานรัฐบาลปีที่ 4 พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา

นายกรัฐมนตรี. สืบค้นจาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub>.

Gaskell, G. (2000). Individual and group interviewing. In M. W. Bauer and G. Gaskell (Eds.), *Qualitative researching with text, image and sound: A practice handbook* (pp. 38-56). Thousand Oaks, CA: Sage.

Kotler, P. T. (2019). *Marketing management*. UK: Pearson.

Walt, G., & Gilson, L. (1994). Reforming the health sector in developing countries: the central role of policy analysis. *Health policy and planning*, 9(4), 353-370.