



# POLICY BRIEF

แผนงานบูรณาการยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0 : Khon Thai 4.0

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาอนาคตของการซื้อของคนในเมืองในเมืองหลักภูมิภาคซึ่งมีกรณีศึกษา ได้แก่ เมืองเชียงใหม่ เมืองขอนแก่น และเมืองหาดใหญ่-สงขลา โดยศึกษาพฤติกรรมการณ์ซื้อของคนเมือง รวมถึงสถานการณ์แหล่งการซื้อในเมืองหลักภูมิภาคในปัจจุบันไปพร้อมๆ กับการใช้เครื่องมือการคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์ เพื่อนำไปสู่การสร้างภาพอนาคตของเมืองหลักภูมิภาคในมิติของการซื้อของ เพื่อพัฒนาข้อเสนอแนะเชิงนโยบายต่อไป

จากการวิเคราะห์สถานการณ์แหล่งการซื้อของของเมืองหลักภูมิภาคในปัจจุบันพบว่า แต่ละเมืองมีลักษณะการพัฒนาที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีย่านชุมชนเมืองเก่า ย่านการค้ากลางใจเมือง ย่านชุมชนหอพักโดยรอบมหาวิทยาลัย และย่านชุมชนใหม่เช่นเมืองเป็นองค์ประกอบสำคัญ การกระจายตัวของแหล่งการซื้อของมีลักษณะที่หลากหลายขึ้นอยู่กับรูปแบบการตั้งถิ่นฐานของแต่ละเมือง เมื่อรวบรวมขนาดพื้นที่ของแหล่งซื้อของที่สำคัญ โดยแบ่งเป็นการค้าสมัยใหม่และการค้าดั้งเดิมพบว่า แต่ละเมืองมีพื้นที่ของแหล่งซื้อของที่เป็นการค้าสมัยใหม่มากกว่าการค้าดั้งเดิมเป็นจำนวนมาก ซึ่งคำนวณได้ประมาณ 6-16 เท่าตัว

จากภาพอนาคตฐานและอนาคตพึงประสงค์ได้นำเสนอข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเป็น 1) ยุทธศาสตร์เพื่อรับมือการซื้อของในอนาคตฐาน 4 ข้อ ได้แก่ ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ยุทธศาสตร์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ยุทธศาสตร์ด้านสิ่งแวดล้อม และ ยุทธศาสตร์ด้านสุขภาพ และ 2) ยุทธศาสตร์เพื่อดำเนินการสร้างอนาคตพึงประสงค์ 3 ข้อ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างผู้ประกอบการในพื้นที่ ยุทธศาสตร์ด้านการพัฒนาและฟื้นฟูเมือง และยุทธศาสตร์ด้านการสร้างแหล่งงาน

## คนเมือง 4.0: อนาคตการซื้อของคนเมืองในเมืองหลักภูมิภาคของประเทศไทย

พสสส วิเชียรประดิษฐ์

เมืองทั่วโลกต่างมีการเปลี่ยนแปลงด้านเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็วอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสมัยใหม่ (disruptive technology) ซึ่งส่งผลกระทบต่อการใช้ชีวิตของคนเมืองในยุคดิจิทัล จากผลการศึกษาอนาคตคนเมืองในมหานครกรุงเทพที่ได้ดำเนินการวิจัยไปแล้วในปีที่ผ่านมาชี้ให้เห็นผลกระทบจากเทคโนโลยีสมัยใหม่ในด้านต่างๆ ในการใช้ชีวิตของคนเมืองในหลายมิติ จึงเกิดคำถามสำคัญว่าเมืองหลักภูมิภาคซึ่งมีบทบาทเป็นศูนย์กลางการให้บริการในทุกด้านแก่ประชาชนทั้งในจังหวัดและภูมิภาคโดยรอบนั้น จะได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงนี้เช่นเดียวกันกับมหานครกรุงเทพหรือไม่

ในอดีต พื้นที่เมืองและพื้นที่ชนบทมีการบริโภคที่แตกต่างกันอย่างค่อนข้างชัดเจน เนื่องจากการกระจายสินค้าทำได้อย่างไม่ทั่วถึง ทำให้พื้นที่เมืองเป็นพื้นที่ที่มีทางเลือกสำหรับการอุปโภคบริโภคมากกว่า เมื่อผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ชนบทต้องการสินค้าบางอย่างที่ไม่สามารถหาได้ภายในพื้นที่ที่ตนเองอยู่อาศัย ก็ต้องเดินทางเข้าเมืองเพื่อมาซื้อสินค้าดังกล่าวกลับไปอุปโภคบริโภค หรือรอให้ผู้ค้าที่เร่เอาสินค้าจากในเมืองเข้าไปขายจึงจะได้สินค้าเหล่านั้น แต่ในปัจจุบันในพื้นที่เมืองบริวารของเมืองหลักภูมิภาคซึ่งเป็นแหล่งชุมชนเมืองขนาดเล็กดั้งเดิม จะพบเห็นปรากฏการณ์ของการขยายสาขาของการค้าสมัยใหม่ (modern trade) เช่น ร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็กเข้ามาในพื้นที่และแทรกตัวอยู่ร่วมกันกับการค้าดั้งเดิม (traditional trade) เช่น ตลาดสด และตลาดนัด นอกจากนี้ ตามเส้นทางการสัญจรหลักจะพบเห็นสาขาของร้านสะดวกซื้ออยู่ภายในสถานีบริการน้ำมัน ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าพฤติกรรมการณ์บริโภคของผู้คนที่อยู่อาศัยตามพื้นที่ชานเมือง เมืองบริวาร และพื้นที่กิ่งเมืองของเมืองหลักภูมิกษานั้นเป็นอย่างไร แตกต่างจากในอดีตที่ผ่านมาหรือไม่ การค้าสมัยใหม่ในรูปแบบดังกล่าวเข้ามามีบทบาทมากขึ้นเพียงใดในการใช้ชีวิตของคนเหล่านั้น เช่นเดียวกันกับปรากฏการณ์ที่การค้าอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วในประเทศไทยเริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ในแง่ของการกระจายสินค้า ทำให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ส่งผลให้ความแตกต่างในเชิงพื้นที่ที่อยู่อาศัยมีผลเพียงเล็กน้อย เป็นต้น

การศึกษาขนาดของการซื้อของคนเมืองในเมืองหลักภูมิภาคของประเทศไทยในครั้งนี้ ได้ศึกษาในพื้นที่เมืองหลัก 3 เมือง ได้แก่ เมืองเชียงใหม่ เมืองขอนแก่น และเมืองหาดใหญ่-สงขลา โดยศึกษาพฤติกรรมกรรมการซื้อของคนเมือง รวมถึงสถานการณ์แหล่งการซื้อของในเมืองหลักภูมิภาคในปัจจุบันไปพร้อมๆ กับการใช้เครื่องมือการคาดการณ์เชิงยุทธศาสตร์ ที่จะนำไปสู่การสร้างภาพอนาคตของเมืองหลักภูมิภาคในมิติของการซื้อของ เพื่อพัฒนาเป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาเมืองของประเทศไทยได้อย่างเหมาะสมต่อไป

## ข้อค้นพบหลักของงานวิจัย

ในที่นี้จะสรุปข้อค้นพบเป็น 3 ส่วน ได้แก่ พฤติกรรมการซื้อของของคนเมือง สถานการณ์แหล่งการซื้อของในเมืองหลักภูมิภาค และภาพอนาคตของเมืองหลักภูมิภาคในมิติของการซื้อของ โดยมีรายละเอียดโดยสรุป ดังนี้

### 1. พฤติกรรมการซื้อของของคนเมือง

ตลาดสดและร้านค้าทั่วไปตามแหล่งชุมชนเป็นแหล่งซื้อของอุปโภคบริโภคที่สำคัญ ในขณะที่ ซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นการค้าสมัยใหม่ที่มีบทบาทมากพอสมควร จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อของของครัวเรือนในเมืองหลักภูมิภาคในปัจจุบันด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม พบว่า มีการใช้งานตลาดสดและร้านค้าทั่วไปตามแหล่งชุมชนสัปดาห์ละหลายครั้ง ในขณะที่ซูเปอร์เซ็นเตอร์เป็นตัวแทนของการค้าสมัยใหม่ที่เป็นที่นิยม โดยมีการใช้งานสัปดาห์ละครั้งเป็นส่วนใหญ่ โดยในภาพรวมทั้งสามเมืองมีพฤติกรรมการใช้งานของคนเมืองที่ไม่ได้แตกต่างกันมากนัก แต่มีข้อสังเกตคือในพื้นที่ที่มีความหนาแน่นสูง คนเมืองมีแนวโน้มที่จะนิยมใช้บริการการค้าสมัยใหม่ เช่น ซูเปอร์มาร์เก็ต ร้านสะดวกซื้อ ร้านค้าเงินสดและบริการตนเองมากกว่าพื้นที่ที่มีความหนาแน่นน้อยกว่า



การซื้อของออนไลน์มีลักษณะที่ใกล้เคียงกันทุกเมือง โดยไม่ขึ้นอยู่กับตำแหน่งของที่อยู่อาศัย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ว่าการค้าอิเล็กทรอนิกส์จะทำให้ความต่างของพื้นที่อยู่อาศัยลดน้อยลง โดยไม่สามารถสังเกตเห็นแนวโน้มความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างเมืองหรือพื้นที่อยู่อาศัยที่แตกต่างกันภายในเมือง โดยเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง TV Shopping Platform Shopping และ Social Media Shopping แล้ว

พบว่า Platform Shopping เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุด โดยครัวเรือนส่วนใหญ่ที่มีประสบการณ์การใช้งานจะใช้บริการด้วยความถี่ประมาณสัปดาห์ละ 1-5 ครั้ง

**ปัจเจกบุคคลในกลุ่มรายได้สูง และเจเนอเรชันที่อายุน้อยกว่า มีแนวโน้มที่จะกินอาหารนอกบ้าน ใช้บริการส่งอาหาร และซื้อของออนไลน์ด้วยความถี่มากกว่า** โดยจากการวิเคราะห์ข้อมูลการบริโภคในระดับปัจเจกบุคคล พบว่า เศรษฐฐานะและช่วงวัยที่แตกต่างกัน ทำให้แนวโน้มของพฤติกรรมการบริโภคมีความแตกต่างกัน ซึ่งเศรษฐฐานะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดทางเลือกในการบริโภค และช่วงวัยเป็นปัจจัยที่กำหนดวิถีชีวิต รวมถึงการเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งส่งผลมาสู่พฤติกรรมการบริโภคดังกล่าว



**สถานการณ์การระบาดของโควิด 19 ไม่ได้ส่งผลต่อพฤติกรรมการอุปโภคบริโภคของครัวเรือนและปัจเจกบุคคลมากนัก** โดยเก็บครึ่งของผู้ให้ข้อมูลให้คำตอบว่าไม่ได้มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในทุกหัวข้อที่สอบถาม กล่าวคือ การเดินทางไปซื้ออาหาร การใช้บริการส่งอาหารและทำอาหารกินเอง และการซื้อของออนไลน์ แต่พบแนวโน้มที่น่าสนใจคือ มีผู้ให้ข้อมูลจำนวนไม่น้อยที่ออกไปกินข้าวนอกบ้านน้อยลง และทำอาหารกินเองมากขึ้น ซึ่งในระดับปัจเจกบุคคลพบว่ากลุ่มรายได้ที่สูงกว่า และช่วงวัยที่อายุน้อยกว่าจะมีอิสระในการเปลี่ยนพฤติกรรมที่มากกว่า ซึ่งสามารถอธิบายได้ด้วยเหตุผลเดียวกันกับข้อค้นพบก่อนหน้านี้ และอาจเป็นเหตุอันเนื่องมาจากในเมืองหลักภูมิภาคไม่ได้มีมาตรการล็อกดาวน์ที่เข้มข้นเหมือนอย่างในมหานครกรุงเทพฯ ในช่วงเวลาที่ผ่านมา

### 2. สถานการณ์แหล่งการซื้อของในเมืองหลักภูมิภาค

**แหล่งการซื้อของในเมืองหลักภูมิภาคมีความหลากหลายตามบทบาทของเมือง** จากการศึกษาวิเคราะห์สถานการณ์แหล่งการซื้อของของเมืองหลักภูมิภาคในปัจจุบัน พบว่า แต่ละเมืองมีลักษณะการพัฒนาที่คล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีย่านชุมชนเมืองเก่า ย่านการค้ากลางใจเมือง ย่านชุมชนหอพัก โดยรอบมหาวิทยาลัยและย่านชุมชนใหม่ชานเมืองเป็นองค์ประกอบสำคัญ การกระจายตัวของแหล่งการซื้อของมีการปะปนกันทั้งการค้าดั้งเดิมและการค้าสมัยใหม่ โดยมีความหลากหลายขึ้นอยู่กับรูปแบบการตั้งถิ่นฐานและบทบาททางเศรษฐกิจของแต่ละเมือง อาทิ เมืองเชียงใหม่



และเมืองหาดใหญ่-สงขลา มีแหล่งซื้อของที่ถูกพัฒนาเพื่อ นักท่องเที่ยวบางกลุ่มโดยเฉพาะ เมืองขอนแก่นมีบทบาทในการเป็นแหล่งรวบรวมและกระจายสินค้าสู่เมืองใกล้เคียง และเมืองบริวารที่ชัดเจนกว่าอีกสองเมือง เป็นต้น ในส่วนของการค้าอิเล็กทรอนิกส์นั้นก็มีความหลากหลายในการให้บริการ ทั้งที่เป็นแอปพลิเคชันซื้อขายสินค้าและส่งอาหารในระดับประเทศ แอปพลิเคชันส่งอาหารที่เป็นบริการเฉพาะท้องถิ่นเองและโซเซียลคอมเมอร์สที่เป็นกลุ่มตามความสนใจในโซเซียลมีเดียภายในท้องถิ่น

**การเข้าถึงแหล่งซื้อของแตกต่างกันตามการกระจายของพื้นที่อยู่อาศัย** ผลการวิเคราะห์การเข้าถึงแหล่งซื้อของของคนเมือง พบว่า เมืองเชียงใหม่ที่มีการขยายตัวออกไปค่อนข้างมาก มีพื้นที่อยู่อาศัยที่อยู่ห่างไกลจากระยะบริการของตลาด (4 กม.) ที่ใช้วิเคราะห์อยู่พอสมควร แตกต่างจากเมืองขอนแก่นที่เมืองมีความกระชับ ทำให้พื้นที่ส่วนใหญ่อยู่ภายในรัศมีบริการของตลาดที่มีอยู่มากในพื้นที่ศูนย์กลางเมือง ส่วนเมืองหาดใหญ่-สงขลา เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีศูนย์กลางแยกกันอยู่ ทำให้พื้นที่ระหว่างเมืองทั้งสองและชานเมืองมีการเข้าถึงตลาดที่จำกัดมากกว่า ในส่วนการเข้าถึงแหล่งซื้อของที่เป็นการค้าสมัยใหม่ ร้านสะดวกซื้อ และซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็กมีการกระจายตัวตามถนนสายสำคัญ ทำให้มีรัศมีบริการที่ครอบคลุมพื้นที่เมืองมากกว่าตลาด ส่วนศูนย์การค้าและห้างสรรพสินค้านั้น มักจะกระจุกตัวอยู่ในบริเวณศูนย์กลางเมืองทำให้พื้นที่เมืองที่กระจายตัวออกไปอย่างเมืองเชียงใหม่ และเมืองหาดใหญ่-สงขลา มีพื้นที่ที่อยู่นอกรัศมีบริการ 10 กม. ค่อนข้างมาก

### 3. ภาพอนาคตของเมืองหลักภูมิภาคในมิติของการซื้อของ

**อนาคตฐานของเมืองหลักภูมิภาคในมิติของการซื้อของ** เป็นภาพที่ใกล้เคียงกับมหานครกรุงเทพ แต่มีประเด็นของการมีพื้นที่การผลิตสินค้าภายในท้องถิ่นเข้ามาเสริม ภาพอนาคตฐานเป็นภาพอนาคตที่ถูกสร้างบนฐานของสถานการณ์ที่ทุกอย่างเป็นปกติ (Business as Usual) ที่พัฒนาจากแนวโน้มสำคัญที่มองเห็นอยู่ในปัจจุบัน จากการควาดสัญญาณและการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ สามารถสรุปภาพอนาคตฐานได้ 11 ข้อ ดังนี้ (1) ครอบครัวยุคใหม่จะมีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น (2) การซื้อของออนไลน์จะกลายเป็นเรื่องปกติ (3) การเคลื่อนที่ของสินค้า

จะมากกว่าการเคลื่อนที่ของคน (4) ร้านค้าจะกุมชะตากรรมของผู้บริโภคด้วยข้อมูลที่ถูกรวบรวม (5) เน็ตเวิร์คของการแลกเปลี่ยนข้อมูลเฉพาะกลุ่มจะเฟื่องฟู (6) สังคมเสมือนจะมีบทบาทมากกว่าสังคมจริง (7) การบริโภคพื้นฐานจะเป็นแบบแผนเดียวกันทั่วประเทศ (8) สินค้าทำมือจะเป็นทางเลือกเชิงนวัตกรรม (9) ค่านิยมรักษาสภาพจะมีอิทธิพลมากขึ้นในการเลือกซื้อของ (10) การรวมกลุ่มกันผลิตอาหารเองจะเริ่มเกิดขึ้นตามความสนใจ และ (11) การท่องเที่ยวจะมีผลทำให้เกิดภูมิทัศน์การค้าที่มีลักษณะเฉพาะ

ทั้งนี้ จะพบว่า การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลจะมีบทบาทมากขึ้น ในการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของคนเมืองในหลายมิติ ทั้งในรูปแบบการซื้อขายสินค้า การจ่ายเงิน การรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภค หรือแม้กระทั่งการสร้างความเป็นชุมชนของคนเมือง ในขณะเดียวกัน ค่านิยมที่หลากหลายมากขึ้นก็จะเป็นกรอบกำกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่จะมีทั้งกระแสหลักที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐาน และกระแสรองที่เน้นการเห็นรายละเอียดของการผลิต ตามความสนใจของผู้บริโภคเอง

**ความไม่แน่นอนของเมืองหลักภูมิภาคในมิติของการซื้อของ คือ รูปแบบการบริโภคและลักษณะประชากร** ภาพอนาคตทางเลือกถูกสร้างขึ้นจากการไขว้แค้นที่มีความไม่แน่นอนสูงและน่าจะมีผลกระทบในวงกว้าง 2 แค้นเข้าด้วยกัน ได้แก่ “รูปแบบการบริโภค” ซึ่งอาจเปลี่ยนแปลงไปใน 2 ทิศทางที่ตรงข้ามกัน ได้แก่ การบริโภคแบบพึ่งพาตลาดโลก และการบริโภคแบบหมุนเวียนในท้องถิ่น และ “ลักษณะการเคลื่อนย้ายไปสู่แหล่งงานของคนรุ่นใหม่” ซึ่งมีความไม่แน่นอนใน 2 ทิศทาง ได้แก่ กลุ่มคนรุ่นใหม่ในเมืองหลักเพิ่มสัดส่วนมากขึ้น และประชากรในเมืองหลักลดลง ทำให้ได้ฉากทัศน์ทั้งหมด 4 ฉาก คือ (1) **เมืองน้องของกรุงเทพ** เป็นฉากที่มีการบริโภคแบบพึ่งพาตลาดโลก และกลุ่มคนรุ่นใหม่ในเมืองหลักเพิ่มสัดส่วนมากขึ้น (2) **เมืองอานานิคมทุนใหญ่** เป็นฉากที่มีการบริโภคแบบพึ่งพาตลาดโลก ในขณะที่ ประชากรในเมืองหลักลดลง (3) **เมืองตลาดนัดทุกหนแห่ง** เป็นฉากที่มีการบริโภคแบบหมุนเวียนในท้องถิ่น ในขณะที่ ประชากรในเมืองหลักลดลง และ (4) **เมืองฮอกของคองอิป** เป็นฉากที่มีการบริโภคแบบหมุนเวียนในท้องถิ่นและกลุ่มคนรุ่นใหม่ในเมืองหลักเพิ่มสัดส่วนมากขึ้น



**อนาคตที่พึงประสงค์ในมิติของการซื้อของ คือ เมืองที่มีความหลากหลายของคนและแหล่งซื้อของ** จากการประเมินจากทัศนวิสัยและการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ พบว่า ภาพอนาคตที่พึงประสงค์ที่สุดจากทั้ง 4 ฉาก คือ **ฉากทัศน์ที่ 4 เมืองฮอกของคนอีป** ซึ่งร้านค้าดั้งเดิมยังคงอยู่ได้ตามสภาพ มีร้านใหม่ๆ เกิดขึ้นในย่านกลางเมืองและตามห้างสรรพสินค้า เพื่อดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่มีวัยทำงาน สินค้าจะมีลักษณะเฉพาะ ซึ่งแตกต่างกับที่มหานครกรุงเทพฯ เพราะเป็นผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือกึ่งกลุ่ม ก่อตั้ง มีการเพิ่มบริการให้มีความหลากหลาย มีร้านค้าเฉพาะทางเกิดขึ้นมากมาย ในขณะที่ ตลาดแบบดั้งเดิมยังมีบทบาทอยู่มาก ร้านค้าที่เป็นกลุ่มกึ่งกึ่ง ก่อตั้งได้รับความนิยมและขยายสาขามากขึ้น เนื่องจากผู้คนชื่นชอบที่จะบริโภคสินค้าภายในท้องถิ่นและสนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น ในฉากทัศน์นี้การสั่งของออนไลน์เป็นเรื่องปกติ แต่ที่ได้รับความนิยมคือ กลุ่มซื้อปิ้งภายในท้องถิ่น ซึ่งทำให้แพลตฟอร์มขนาดใหญ่มีการปรับให้มีฟังก์ชันคัดกรองสินค้าที่ผลิตหรือจัดส่งจากภายในท้องถิ่นเพิ่มเติมเข้ามา ทำให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อยที่ผลิตสินค้าเองขึ้นเป็นจำนวนมาก สำหรับงานบริการส่งอาหารจะมีผู้ใช้บริการจำนวนมาก แพลตฟอร์มใหญ่และผู้ประกอบการขนส่งรายย่อยที่เชื่อมโยงกับร้านค้ามีบทบาทที่ใกล้เคียงกัน มีการเลือกใช้บริการตามความเหมาะสมและความชื่นชอบของผู้บริโภค และจากการที่มีวัยแรงงานอยู่มาก ทำให้ย่านกลางเมืองบางย่านได้รับการฟื้นฟูเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่จะเดินทางมากินอาหาร ซึ่งย่านเหล่านี้จะมีผลพลอยได้ในการใช้งานเพื่อการท่องเที่ยวด้วย



## ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

จากข้อค้นพบข้างต้น นำมาสู่ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ 3 ชุด เพื่อรับมือกับอนาคตฐานและสร้างอนาคตที่พึงประสงค์ในระยะยาว สำหรับการซื้อของของคนเมืองในเมืองหลักในเมืองหลักภูมิภาคของประเทศไทย อันได้แก่

### 1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางกายภาพและดิจิทัล

การลงทุนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยที่สำคัญในมิติของการส่งเสริมเศรษฐกิจด้วยการค้า ถึงแม้ตลาดแบบดั้งเดิมจะยังคงมีบทบาทมากสำหรับการซื้อของในเมืองหลักภูมิภาค และก็ไม่อาจปฏิเสธได้ว่าการค้าสมัยใหม่และการค้าอิเล็กทรอนิกส์จะมีบทบาทมากขึ้นเรื่อยๆ ในอนาคต จึงจำเป็นต้องพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ไม่ได้ให้ผลบวกแก่การค้าสมัยใหม่และการค้าอิเล็กทรอนิกส์เท่านั้น ยังส่งผลดีต่อการค้าดั้งเดิมในแง่ของการลดต้นทุนการขนส่งได้อีกด้วย

**ระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพ** ประเทศไทยต้องการระบบโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพทั้งในระดับประเทศและในระดับท้องถิ่น โดยในส่วนของการขนส่งสินค้าขนาดใหญ่ระหว่างเมือง ภาครัฐจึงควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการสร้างโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ในระดับประเทศ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ เช่น ศูนย์โลจิสติกส์รวม หรือสนับสนุนให้ภาคเอกชนพัฒนาให้สอดคล้องกับระบบใหญ่ที่วางเอาไว้ ซึ่งรวมถึงการเชื่อมต่อการขนส่งทางราง ทางน้ำ และทาง

อากาศให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ส่วนการขนส่งสินค้าที่มีขนาดเล็กภายในเมืองนั้นจำเป็นต้องพิจารณาข้อกำหนดการใช้ประโยชน์ที่ดินเพิ่มเติมจากที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีการควบคุมไม่ให้รบกวนกิจกรรมอย่างอื่นภายในเมือง โดยอาจกำหนดให้มีกฎระเบียบต่างๆ ที่ชัดเจนขึ้นสำหรับการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งสินค้า เช่น การมีที่จอดรถที่เพียงพอ การป้องกันอัคคีภัย ฯลฯ เพื่อไม่ให้สร้างปัญหาเพิ่มเติมให้กับเมือง

**การเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลด้วยการสร้างความมั่นใจ** โครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลจะเป็นปัจจัยสำคัญในการใช้ชีวิตในอนาคตของคนเมืองในทุกมิติรวมถึงการซื้อของภาครัฐจึงจำเป็นต้องลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นและสร้างเสถียรภาพในการสื่อสารเพื่อตอบสนองการใช้ชีวิตของประชาชน และต้องกำกับดูแล รวมถึงส่งเสริมภาคเอกชนที่ให้บริการโครงสร้างพื้นฐานทางดิจิทัลให้มีการวิจัยและพัฒนาอยู่เสมอ เพื่อให้เกิดความมั่นคงและปลอดภัยในการประกอบธุรกิจและการใช้ชีวิตของประชาชน

**การส่งเสริมความปลอดภัยทางไซเบอร์และความเป็นส่วนตัว** ในปัจจุบันการทำธุรกรรมทางการเงินผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยได้ก้าวหน้ามามากพอสมควร ภาครัฐควรมีส่วนเข้ามาจัดการเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างเหมาะสมด้วยการสร้างมาตรฐานต่างๆ เพื่อให้เกิดความปลอดภัยในการทำธุรกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเงินและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค เช่น การเข้ารหัส โดยอาจจำเป็นต้องส่งเสริมให้มีการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น Block-

chain เข้ามาประยุกต์ใช้ในการทำธุรกรรมทั้งหมด เพื่อความโปร่งใสและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ค้าและผู้บริโภค รวมถึงสามารถติดตามเพื่อจัดเก็บภาษีได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังมีประเด็นที่ต้องมีกฎเกณฑ์สำหรับการควบคุมดูแลการใช้ประโยชน์จากข้อมูลการซื้อขายของอุปโภคบริโภคของประชาชน ซึ่งในอนาคตการเก็บข้อมูลในรูปแบบนี้จะเข้มข้นมากขึ้นเนื่องจากธุรกรรมทั้งหมดจะเข้าสู่ระบบดิจิทัล ผู้ประกอบการสามารถได้ข้อมูลการอุปโภคบริโภคของลูกค้าได้อย่างง่ายดาย โดยมีวัตถุประสงค์ที่ต้องคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภคเป็นสำคัญ

## 2. ยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบมาตรฐานสินค้าและการสร้างค่านิยมอันพึงประสงค์ในมิติต่างๆ

การพัฒนาระบบมาตรฐานสินค้าจะทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในการซื้อสินค้ามากขึ้น และทำให้การค้าขายในรูปแบบต่างๆ สะดวกขึ้น ยิ่งไปกว่านั้นการทำให้ระบบมาตรฐานที่มีอยู่สื่อสารกับประชาชนได้ง่ายก็เป็นประเด็นสำคัญ เนื่องจากมีแนวโน้มที่จะเกิดการบริโภคตามค่านิยมที่หลากหลายมากขึ้น ผู้บริโภคจะสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าตามความต้องการและค่านิยมได้ง่ายขึ้น นอกจากการพัฒนา ระบบมาตรฐานแล้วการสร้างค่านิยมที่ใส่ใจสุขภาพ ค่านิยมการบริโภคที่ยั่งยืน และทักษะการแยกแยะความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร ก็เป็นประเด็นที่ควรรณรงค์ เพื่อสร้างสุขภาวะ ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างภูมิคุ้มกันให้กับผู้บริโภคในอนาคต ที่ปริมาณข้อมูลข่าวสารจะเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ จนส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ



**การจัดให้มีมาตรฐานอาหารปลอดภัย/มาตรฐานสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม** ภาครัฐควรรณรงค์ผ่านการศึกษาและการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวางทั้งสองประเด็น โดยสมควรสร้างระบบฉลากโภชนาการที่เข้าใจได้ง่ายและทั่วถึงในทุกผลิตภัณฑ์ ปัจจุบันมีตราสัญลักษณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานอาหารแตกต่างกันอยู่มากมายตามหน่วยงานที่รับผิดชอบทำให้เกิดความสับสนแก่ผู้บริโภค ดังนั้น การดำเนินงานให้มีเอกภาพและสื่อสารต่อภาคประชาชนได้ง่าย จึงเป็นประเด็นสำคัญที่ต้องดำเนินการ และสมควรปรับปรุงมาตรฐานสำหรับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพิ่มเติม เพื่อให้ประชาชนได้เห็นในเชิงประจักษ์ว่าสินค้านิคมไหนได้รับมาตรฐานดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจสำหรับการเลือกบริโภค โดยอาจมีข้อมูลหลายมิติ

เช่น การใช้พลังงานในการผลิตและการขนส่ง ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

**การสร้างและส่งเสริมค่านิยมการบริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ/การบริโภคที่ยั่งยืน** นอกจากการปรับปรุงระบบมาตรฐานสินค้าแล้ว ภาครัฐควรรณรงค์ให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจในการบริโภคที่ใส่ใจสุขภาพ เพื่อลดความเสี่ยงในการเกิดโรค และจะเป็นผลดีต่อระบบสาธารณสุขในภาพรวม และควรส่งเสริมให้เกิดค่านิยมการบริโภคที่ยั่งยืนด้วยการส่งเสริมสินค้าให้ใช้สินค้าที่ผลิตในท้องถิ่นเพื่อลดการขนส่ง การลดการใช้ห่อหุ้มที่จะกลายเป็นขยะโดยไม่จำเป็น ฯลฯ เพื่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยลง

**การส่งเสริมทักษะการแยกแยะความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสาร** การส่งเสริมให้ประชาชนมีทักษะการแยกแยะความน่าเชื่อถือของข้อมูลข่าวสารได้ด้วยตนเองก็เป็นอีกประเด็นที่สำคัญ เนื่องจากพฤติกรรมการซื้อของในอนาคตจะมีการแลกเปลี่ยนข่าวสารกันในสื่อสังคมที่มากยิ่งขึ้นกว่าปัจจุบัน และการตัดสินใจก็จะมาจากข้อมูลเหล่านั้น เพื่อให้ความเป็นธรรมของทั้งผู้ขายและผู้บริโภคและป้องกันอาชญากรรมที่อาจแฝงมากับกิจกรรมการซื้อขายสินค้าออนไลน์ จึงจำเป็นที่ประชาชนต้องมีทักษะดังกล่าว โดยภาครัฐอาจส่งเสริมในมิติของการศึกษาและการประชาสัมพันธ์อย่างกว้างขวาง เพื่อสร้างภูมิคุ้มกัน

## 3. ยุทธศาสตร์การฟื้นฟูเมืองและการพัฒนาเศรษฐกิจ

การฟื้นฟูเมือง เป็นปัจจัยสำคัญในการนำมาซึ่งอนาคตที่พึงประสงค์ โดยเมืองที่ได้รับการพัฒนาหรือฟื้นฟูจะสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจได้มากกว่า มีแรงดึงดูดสำหรับธุรกิจการค้าและการบริการ สร้างงานและเศรษฐกิจท้องถิ่นได้ดีกว่า ตลอดเวลาที่ผ่านมามือเมืองหลักภูมิภาคของประเทศไทย ถึงแม้จะได้รับความสนใจในศักยภาพด้านต่างๆ เช่น การเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของภูมิภาค การเป็นศูนย์กลางด้านการให้บริการสาธารณสุขระดับภูมิภาค การเป็นศูนย์กลางด้านการศึกษา ฯลฯ และได้รับการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานมากกว่าเมืองรองและเมืองเล็ก รวมถึงมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอยู่บ้าง แต่ก็ไม่พบว่ามีโครงการส่งเสริมให้เกิดฟื้นฟูเมืองอย่างจริงจังและเป็นระบบ จึงต้องมีการดำเนินการดำเนินการไปควบคู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจ ดังนี้



**การพัฒนาให้เป็นเมืองที่ให้โอกาสการทำงานสำหรับคนรุ่นใหม่** เมืองหลักภูมิภาคมีข้อได้เปรียบสำคัญ คือ มีมหาวิทยาลัยระดับภูมิภาคตั้งอยู่ในเมือง แต่ปัจจุบัน พบว่าคนรุ่นใหม่ส่วนใหญ่เดินทางออกไปทำงานนอกพื้นที่ ภาครัฐจึงจำเป็นต้องดำเนินนโยบายสนับสนุนในการสร้างแหล่งงาน เช่น การให้สิทธิประโยชน์กับบริษัทที่สร้างการจ้างงานในพื้นที่ได้ในปริมาณมากในพื้นที่ โดยกำหนดพื้นที่เมืองหลักภูมิภาคให้เป็นพื้นที่เป้าหมาย เพื่อทำให้เกิดการดึงดูดแหล่งงานขนาดใหญ่ที่จะเชื่อมโยงต่อไปสู่การเพิ่มของประชากรวัยแรงงานในพื้นที่ และการขยายตลาดการบริโภคให้ใหญ่ขึ้นในอนาคต และนอกจากธุรกิจขนาดใหญ่แล้วการสร้างพื้นที่สำหรับการลองผิดลองถูกสำหรับคนรุ่นใหม่ที่มีความต้องการเริ่มกิจการภาคการค้าและการบริการในพื้นที่ หรือแม้แต่ธุรกิจประเภทสตาร์ทอัพ ก็เป็นประเด็นที่ควรสนับสนุน โดยหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ฯลฯ ควรมีส่วนร่วมในกระบวนการดังกล่าว



**การสร้างผู้ประกอบการในพื้นที่เพื่อส่งเสริมความหลากหลายของสินค้าและบริการ** ภาครัฐควรส่งเสริมการผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ในท้องถิ่น และสนับสนุนให้มีการผลิตสินค้าทางเลือกที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ เพื่อให้เกิดเศรษฐกิจหมุนเวียนภายในท้องถิ่น และสามารถสร้างรายได้จากภายนอกได้ตามสมควร โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมมือกับชุมชนหรือผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความสนใจ ดำเนินการพัฒนาทักษะของกลุ่มผู้ประกอบการ และควรมีการส่งเสริมให้เกิดผู้ประกอบการรายย่อยรุ่นใหม่ด้วยการดำเนินการเพื่อให้ผู้ประกอบการรายย่อยที่สนใจในการผลิตสินค้าที่แปลกใหม่ หรือจัดให้บริการในรูปแบบใหม่ๆ สามารถเข้าถึงสินเชื่อ บ่มเพาะ เพื่อให้สามารถพัฒนาเป็นกิจการที่เติบโต และเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้น

**การสร้างย่านที่ดึงดูดและองค์กรผู้ค้าที่เข้มแข็ง** ควรใช้ผังเมืองเป็นเครื่องมือในการพัฒนาและฟื้นฟูเมืองที่แท้จริง โดยต้องใช้ผังเมืองให้เต็มวัตถุประสงค์ ต้องให้สังคมเกิดความเข้าใจว่าผังเมืองรวมต้องทำหน้าที่เป็นพิมพ์เขียวของเมือง ที่จะนำทิศทางสำหรับการพัฒนาพื้นที่เมืองและโครงสร้างพื้นฐานของเมือง มากกว่าเป็นเครื่องมือทางกฎหมายที่ยุ่งยากสำหรับการพัฒนา รวมถึงจำเป็นต้องสร้างกลไกและแรงจูงใจต่างๆ เพื่อให้เกิดการพัฒนาตามผังเมือง

ที่ได้จัดทำไว้ด้วย ซึ่งต้องจัดให้มีกลไกเพื่อการฟื้นฟูย่านทั้งเชิงกฎหมายและการเงิน เพื่อสนับสนุนให้เกิดการลงทุนเพื่อฟื้นฟูเมือง ทั้งนี้ ภาครัฐจำเป็นต้องเข้ามากำกับดูแลการดำเนินการเพื่อให้เกิดพื้นที่เมืองที่ดีและเป็นสาธารณประโยชน์ไปพร้อมๆ กัน นอกจากการสร้างย่านที่ดึงดูดด้วยกลไกทางผังเมืองแล้ว การส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มกันของผู้ค้ารายย่อยก็เป็นประเด็นที่ควรส่งเสริมเพื่อให้เกิดประโยชน์ในการบริหารจัดการ โดยภาครัฐควรสนับสนุนให้ผู้ค้ารวมตัวกันเพื่อจดทะเบียนเป็นสมาคม สหกรณ์ หรืออาจกำหนดให้เป็นองค์กรในรูปแบบอื่น เพื่อให้เกิดกลไกองค์กรชุมชนของผู้ค้าขึ้น โดยให้มีสถานะทางกฎหมาย และอาจจะมีการให้สิทธิประโยชน์บางประการสำหรับย่านที่มีการรวมกลุ่มกันได้

**การให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจมากขึ้น** ปัจจุบันอำนาจหน้าที่ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของประเทศไทยในการพัฒนาเศรษฐกิจมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเมืองหลักซึ่งเป็นระดับเทศบาลนั้น ไม่ได้มีอำนาจหน้าที่ในการพัฒนาเศรษฐกิจของเมืองแต่อย่างใด ซึ่งแตกต่างจากการบริหารจัดการเมืองในต่างประเทศ ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมักถูกกำหนดให้มียุทธศาสตร์ในด้านดังกล่าวด้วย ในประเด็นนี้จำเป็นต้องมีการทบทวนรายละเอียดของการกระจายอำนาจสู่ท้องถิ่นกันใหม่ในภาพใหญ่หากต้องการให้ท้องถิ่นเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งจะทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแหล่งงานภายในเมืองได้สะดวกยิ่งขึ้น

ที่มาภาพ: โครงการคนเมือง 4.0: อนาคตการซื้อของของคนเมืองในเมืองหลัก ภูมิภาคของประเทศไทย

บทสรุปเชิงนโยบายนี้นำเสนอข้อมูลสำคัญจากรายงาน เรื่อง **“คนเมือง 4.0: อนาคตการซื้อของของคนเมืองในเมืองหลัก ภูมิภาคของประเทศไทย”**

โดย ผศ. ดร.พรสรวง วัชรวิเชียรประดิษฐ์

เสนอต่อ สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0 (2565)



หน่วยส่งเสริมผลลัพธ์แผนงานคนไทย 4.0 (ODU) แผนงานยุทธศาสตร์เป้าหมาย (Spearhead) ด้านสังคม คนไทย 4.0 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถ.ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 โทรศัพท์: 0875138016 E-mail: tejawaree@gmail.com