



วันศุกร์ที่ 18 ตุลาคม พ.ศ.2562

## กระตุ้นศก.แบบกระจุก

ในบรรดาโครงการประชานิยมที่มีการลดแลกแจกแถมเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งหลายของรัฐบาลประยุทธ์ 1 ประยุทธ์ 2 ไม่มีโครงการไหนที่ได้รับความนิยมจากประชาชนมากที่สุด และขึ้นอกขึ้นใจฝ่ายรัฐบาลมากที่สุด มากกว่าโครงการชิมช้อปใช้ เพราะเป็นการแจกเงินให้ประชาชนคนละพันบาทแบบแจกฟรีๆ

ไม่มีจำกัดรายได้ของผู้รับแจก ไม่ว่าจะเป็นผู้มีรายได้สูงหรือต่ำ มีสิทธิ์รับแจกคนละ 1 พันบาทเท่ากัน และสามารถนำเงินไปซื้อสินค้าและบริการต่างๆได้ตามใจเพียงแต่จะต้องใช้จ่ายนอกเขตจังหวัดที่ตนมีทะเบียนบ้าน วิธีการยอดนิยมของคนกทม. คือ รีบไปซื้อสิ่งของตามห้างใหญ่ๆในจังหวัดปริมณฑล

มีเสียงวิจารณ์ว่ามาตรการแบบนี้ไม่ได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดรองที่แท้จริง งบประมาณส่วนใหญ่ซึ่งเชื่อว่ามีกว่าหมื่นล้านบาท จะหมุนได้แค่รอบเดียว และผู้ที่ได้อานิสงส์ทันที ได้แก่ บรรดาห้างใหญ่ๆและร้านสะดวกซื้อของทุนใหญ่ๆ ไม่ได้กระจายรายได้สู่ระบบฐานรากอาจกระตุ้นเศรษฐกิจแค่เล็กน้อย

ผลการสำรวจความเห็นประชาชน โดยนิด้าโพล ในระยะที่เริ่มโครงการ

ใหม่ๆ พบว่าคนส่วนใหญ่ 41.52% มีแผนจะใช้จ่ายที่ห้างสรรพสินค้า 34.10% จะใช้จ่ายในร้านค้าทั่วไปที่เข้าโครงการ แต่ 27.36% เห็นว่าสิ้นเปลืองงบประมาณ ไม่กระตุ้นเศรษฐกิจได้จริง 27.28% เห็นว่ากระตุ้นได้ดี 42.49% เห็นว่าควรปรับปรุงโครงการ

แต่มีกลุ่มตัวอย่าง 34.10% เห็นว่าควรยกเลิกโครงการ ส่วนการสำรวจของกรุงเทพโพลล์ในช่วงเวลาต่อมากลุ่มตัวอย่าง 65.6% เห็นว่าช่วยให้ใช้เงินได้คล่องตัวค่อนข้างมากถึงมากที่สุด 55.5% อยากให้ขยายเวลาและเพิ่มจำนวนผู้ลงทะเบียน แต่ 44.3% ไม่อยากให้เพิ่ม เพราะสิ้นเปลืองภาษีประชาชน 53.1% เห็นว่ากระตุ้นเศรษฐกิจได้น้อย

นักวิชาการเห็นว่าโครงการชิมช้อปใช้ส่วนใหญ่มีการใช้จ่ายกระจุกตัวในเขตกทม. ไม่ได้กระจายไปยังเมืองรองและชุมชนเล็กๆอย่างที่รัฐบาลต้องการ เพราะเป็นการแจกเงินแบบเหมาหว่าน และทำให้ผู้มีสิทธิ์เลือกใช้จ่ายเงินตามใจส่วนใหญ่จึงชื้อของใช้ แทนที่จะไปท่องเที่ยวในต่างจังหวัดอย่างจริงจัง

มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจทั้งหลายของรัฐบาล ไม่ว่าจะเป็นมาตรการรอบแรกกว่า 3 แสนล้านบาทการโอนเงินเข้าบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ เพื่อช่วยเหลือผู้มีรายได้น้อย และมาตรการชิมช้อปใช้ ดร.ธนวรรธน์ พลวิชัย แห่งมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ฟันธงว่าไม่สามารถสร้างความเชื่อมั่นที่ลดลงต่อเนื่อง ไม่กระตุ้นเศรษฐกิจ.