



วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสร. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

STOU Academic Journal of Research and Innovation
(Humanities and Social Science)

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2567) Vol. 4 No. 2 (July - December 2024)

ISSN (Online): 2773-9570





วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

STOU Academic Journal of Research and Innovation (Humanities and Social Science)

ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567) Vol. 4 No. 2 (July - December 2024)

ISSN (Online): 2773-9570

วัตถุประสงค์และขอบเขตของวารสาร

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารวิชาการของสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โดยวารสารมีนโยบายรับพิจารณาบทความหรือข้อเขียนของนิสิต นักศึกษา คณาจารย์ นักวิชาการ นักวิจัย นักวิชาชีพ นวัตกรรม และบุคคลทั่วไปที่มีผลงานได้ตามมาตรฐานที่วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) กำหนดไว้

ขอบเขตของวารสารเป็นวารสารทางสาขานิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อีกทั้งแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องได้แก่ พฤติกรรมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศิลปศาสตร์ จิตวิทยา นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ การจัดการบริหารธุรกิจ พัฒนาสังคมและการศึกษา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

กระบวนการพิจารณาบทความ

บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกจากหลายสถาบันอย่างน้อย 3 คน แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)

กำหนดการเผยแพร่วารสาร

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) เป็นวารสารราย 6 เดือน มีกำหนดการตีพิมพ์และเผยแพร่วารสารดังนี้

ฉบับที่ 1 ออกเผยแพร่ประจำเดือน มกราคม – มิถุนายน

ฉบับที่ 2 ออกเผยแพร่ประจำเดือน กรกฎาคม – ธันวาคม

การติดต่อ

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ถนนแจ้งวัฒนะ ตำบลบางพูด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

โทร 02-504 8341 โทรสาร 02-503 3580

เว็บไซต์ <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/InnovationStou>

บรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิและที่ปรึกษา

อธิการบดี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

ศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และระเบียบวิธีวิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิตีพัฒน์ เอี่ยมมนิรันดร์ : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์ การจัดการการสื่อสาร

การสื่อสารการเมือง การจัดการสื่อสารองค์กร

รองศาสตราจารย์.ดร.สมาน งามสนิท : ความเชี่ยวชาญด้านนิเทศศาสตร์และรัฐศาสตร์

รองศาสตราจารย์ ดร.วิทย์ธรร ท่อแก้ว : ความเชี่ยวชาญด้านนวัตกรรมสื่อสารการเมืองและการปกครอง

รองศาสตราจารย์ ดร.สังวรณ์ จัตุระโทก : ความเชี่ยวชาญด้านการวัดและการประเมินผลและการวิจัยเชิงปริมาณ

รองศาสตราจารย์ ดร.วัลภา สบายยิ่ง : ความเชี่ยวชาญด้านการแนะแนวและการปรึกษาเชิงจิตวิทยา การวิจัย

พฤติกรรมศาสตร์ การพัฒนาองค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

รองศาสตราจารย์วรวุฒิ เทพทอง : ความเชี่ยวชาญด้านนิติศาสตร์และกฎหมายเอกชน

บรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.หัสพร ทองแดง (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

กองบรรณาธิการภายในมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.กมลรัฐ อินทร์ทัศน์ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงลักษณ์ สกฤตวิจิตรสินธุ (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วสันต์ รัตนโกศา (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณ จรรยาอุฒวิวรรณ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กานต์ บุญศิริ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรกช ชันธบุญ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนทิพา อมรฤทธิ (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.ปณณทรีย์ สันติสุภาพร (สาขาวิชาศิลปศาสตร์ แขนงวิชาไทยคดีศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.พิศุทธิภา เมธิกุล (สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

อาจารย์ ดร.พัทธนันท์ บุตรฉุย (สำนักเทคโนโลยีการศึกษา มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช)

กองบรรณาธิการภายนอกมหาวิทยาลัย

รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ญ น่าน (สาขาการจัดการทั่วไป คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)

รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์ (อาจารย์พิเศษและนักวิชาการอิสระ)

รองศาสตราจารย์ ดร.ทิวดี มณีโชติ (คณะศึกษาศาสตร์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัตน์)

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน เนตรโพธิ์แก้ว (คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการสื่อสาร สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย (สาขาวิชาการสื่อสารมวลชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา)

รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม รัตนมณี (คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์)

รองศาสตราจารย์ ดร.พทธีสรณ์ สุทธิไชยเมธี (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพิษณุโลก)

รองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ (สาขาวิทยุกระจายเสียง วิทยุโทรทัศน์ และสื่อดิจิทัล คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา)

รองศาสตราจารย์ธีรารักษ์ โพธิ์สุวรรณ (นักวิชาการอิสระ)

รองศาสตราจารย์สุนน อยู่สิน (นักวิชาการอิสระ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม (คณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุธาสินี ปิยพสุนทรา (คณะศิลปศาสตร์ ภาษาไทยและภาษาวัฒนธรรมตะวันตก มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีรพงษ์ พวงเล็ก (คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เชียงทอง (คณะพยาบาลศาสตร์และการุณย์ มหาวิทยาลัยนวมินทราชิราช)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภิกษุ กัลยาณมิตร (คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิณกรแก้ว (คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี (คณะอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ สาขาวิชาการดนตรีและศิลปะการแสดง มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกรียงไกร โพธิ์มณี (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสธยา งามสนธิ (สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร)

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมัชชา นิลปัทม์ (คณะวิทยาการสื่อสาร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี)

อาจารย์ ดร.พิมพ์ชญา พักเปี่ยม (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี)

กองจัดการ

นางสาววรรณภา นิ่มอ่อน

ผู้จัดการวารสารฯ

นางสาวสุไรพร เต็มทอง

ผู้ช่วยผู้จัดการวารสารฯ

ออกแบบปกและจัดรูปเล่ม

นางสาววรรณภา นิ่มอ่อน

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิผู้ประเมินบทความ
ประจำปี 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2567)

ศาสตราจารย์ ดร.กิตติศักดิ์ เจริญสิทธิประเสริฐ
 ศาสตราจารย์ ดร.ภูดินทร์ พรพันธุ์เฉษฏา
 ศาสตราจารย์ พัทธนี เขยจรรยา
 รองศาสตราจารย์ ดร.กล้าหาญ ณ น่าน
 รองศาสตราจารย์ ดร.รัฐบุรุษ คุ่มทรัพย์
 รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภโชคชัย นันทศรี
 รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย
 รองศาสตราจารย์ ดร.สมาน งามสนิท
 รองศาสตราจารย์ ดร.สกันธ์ ภู่งามดี
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรินทร์ เมทะนี
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จักรพันธ์ กิตินรัตน์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศรัณย์ธร ศศิธนากรแก้ว
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธมนพัชร ศรีชะพลภูสิทธิ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมราพร สุรการ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณวิมล นาคทัต
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสธยา งามสนิท
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารยา เขียงทอง
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรพัญญ์ เจียรนานนท์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร ลัทธิพงศ์พันธ์
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดารณี ธัญญศิริ
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิงห์ สิงห์ขจร
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์กรชนก ชิตไชยสุวรรณ
 อาจารย์ ดร.วิเศษ คำบุญรัตน์
 อาจารย์ ดร.ศิริเนตร สุขดี
 อาจารย์ ดร.ธีรเสฏฐ์ ศิธรานนท์
 อาจารย์ ดร.ชาลิน สุวรรณวงศ์
 อาจารย์ ดร.อิทธิพล วรรณสุภากุล
 อาจารย์ ดร.สุภาพร เฟ่งพิศ
 ว่าที่พันตรี ดร.สมบัติ วงศ์กำแพง
 พระปราโมทย์ วาทโกวิโท, ดร.

University of City Island
 นักวิชาการอิสระ
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี)
 นักวิชาการอิสระ
 มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
 มหาวิทยาลัยศรีปทุม
 มหาวิทยาลัยรัตนบัณฑิต
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
 มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา
 มหาวิทยาลัยศิลปากร
 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ
 มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
 มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
 นักวิชาการอิสระ
 มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทบรรณาธิการ

วารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ฉบับนี้เป็นปีที่ 4 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2567) ซึ่งมีขอบเขตของวารสารเป็นวารสารทางสาขานิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ อีกทั้งแขนงวิชาที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ พฤติกรรมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ ศิลปศาสตร์ จิตวิทยา นิติศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ ส่งเสริมการเกษตรและสหกรณ์ การจัดการบริหารธุรกิจ พัฒนาสังคมและการศึกษา และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้วยเห็นความสำคัญของการรวบรวมความรู้ ถ่ายทอดและเผยแพร่เป็นวารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) โดยมีกำหนดออก 2 ฉบับต่อปี คือ ฉบับที่ 1 (มกราคม - มิถุนายน) และฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม) ซึ่งเผยแพร่ในรูปแบบวารสารออนไลน์

กองบรรณาธิการวารสารวิชาการ วิจัย และนวัตกรรม มสธ. (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ขอขอบพระคุณสาขาวิชานิเทศศาสตร์และมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรอื่น ๆ ที่เอื้อให้สามารถดำเนินการบริหารจัดการ และจัดทำจนได้วารสารฉบับนี้ปรากฏสู่สายตาของท่านผู้อ่าน

ขอขอบพระคุณผู้เขียนทุก ๆ ท่าน ที่มีส่วนร่วมในการจัดทำวารสารโดยส่งงานเขียนที่มีคุณค่า และขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ให้ความอนุเคราะห์ประเมินคุณภาพของบทความทุกชิ้น โดยให้ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาปรับปรุงงานเขียนจนได้บทความที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น

กองบรรณาธิการหวังเป็นอย่างยิ่งว่า เนื้อหาบทความทั้งหมดที่นำเสนอในวารสารนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านให้สามารถนำไปใช้เพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับศาสตร์ทางด้านนิเทศศาสตร์ มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องต่อไปทั้งในเชิงวิชาการและวิชาชีพ

อาจารย์ ดร.หัสพร ทองแดง

บรรณาธิการ

สารบัญ

เรื่อง

หน้า

บทความวิจัย: Research Articles

- สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความรู้ความสามารถทางบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี
Business Environment and Accounting Capacity Affecting to Quality of Accounting Information of Community Enterprises in Samut Sakhon, Samut Songkhram and Ratchaburi Provinces.....1 – 14

บุญธรรม พรเจริญ, เกียรติศักดิ์ ลาภพาณิชย์กุล, อรพร พุทธพงษ์ และ ภัทธิดา ภัทธนาวิก:
Boontham Porncharoen, Kreadtisak Lappanitchayakul, Oraporn Puttapong and Phattida Phatharanavik
- การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของสมรรถนะ ความสุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง และการบริการด้วยใจต่อการปฏิบัติตามค่านิยมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
Path Analysis of the Influence of Competency, Fairness, People-Centeredness, and Service-Mindedness on Value Driven Behavior in the Royal Thai Police Force.....15 – 32

พิชศาล พันธุ์วัฒนา: Pitsarn Phanwattana
- พฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทยและความสัมพันธ์กับแบรนด์
Self Gift-Giving Behaviors of Thai Consumers and their Brand Relationships.....33–51

ณัฐธิณี วัธนะบุรณ์ และ ชมพูนุช ปัญญาไพโรจน์:
Nuttinee Wattanaboon and Chompunuch Punyapiroje
- ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร
Marketing Mix Factors Affecting the Decision to Choose Performance Costume Rental Service Shops in Bangkok.....52–68

นันทธร แท้มโคกสูง, จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และ อังคาร คชะว้างศรี:
Nanthorn Taemkhoksung, Jakkrapan Kittinorarat and Angkarn Kachawangsi

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

- **มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน**
 Legal Measures for Prevention of Bullying in Schools.....69-83
นลินพร ประทุมมาศ และ สาทิตา วิมลคุณารักษ์:
Nalinporn Pratummas and Sathita Wimonkunarak
- **ปัจจัยการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภค
กลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์**
 Online Marketing Factors Affecting the Decision to Buy Thai Fabrics
 Through Facebook of Generation X Consumers.....84-98
รัศมี หุ่นะปูน, จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ และ อังคาร คชะว้างศรี:
Rasamee Hunapun, Jakkrapan Kittinorarat and Angkarn Kachawangsie
- **ความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจร้านชานมขนาดเล็ก ในเขตดุสิต
กรุงเทพมหานคร**
 Entrepreneurship and Success of Small Milk Tea Shop Business
 in Dusit District, Bangkok.....99-108
ฐิติพันธ์ เก่งปานสิงห์ และ เดชา โลจนาสิริศิลป์:
Thitipan Kengpansing and Deja Lojnsirisilp
- **การร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพยาและผู้ติดสารเสพติด
อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น**
 Co-Creation of a Prototype Social Rehabilitation Center to Help Addicts
 and Drug Addicts in Ban Fang District, Khon Kaen Province.....109-118
ภูบดินทร์ พรพันธุ์เจษฎา และ ประภาพรรณ โคมหอม:
Phubodin Pornpanjesda and Prapapan Comhom

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

หน้า

บทความวิชาการ: Academic Articles

- ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับอำนาจของพนักงานตรวจแรงงานกรณีสิทธิได้รับเงิน
ของลูกจ้างตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

The Legal Issues Concerning the Abilities of Labor Inspectors in the
Context of Employees' Rights to Obtain Money Under the Labor Protection
Act B.E. 2541.....119-132

อาจารย์ มีอินทร์เกิด มีสิทธิ์: *Arjaree Meeintarakerd Meesidhi*
- ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของหลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิด
ในกฎหมายปกครองของประเทศฝรั่งเศส

The Historical Background of the State Liability without Fault Principle
in French Administrative Law.....133-148

กฤษฎิยาดา เกิดลาภผล: *Kristhyada Kerdlapphon*

บทวิจารณ์หนังสือ: Book Review

- Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes,
and Reshapes Journalism and the Public Arena.....149-152

มนวิภา วงรู่จิระ: *Monwipa Wongrujira*



Received: July 19, 2024

Revised: September 13, 2024

Accepted: September 29, 2024

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความรู้ความสามารถทางบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชี
ของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี

Business Environment and Accounting Capacity Affecting to Quality of Accounting
Information of Community Enterprises in Samut Sakhon, Samut Songkhram and
Ratchaburi Provinces

บุญธรรม พรเจริญ (Boontham Porncharoen)^{1*}

เกียรติศักดิ์ ลาภพาณิชย์กุล (Kreadtisak Lappanitchayakul)²

อรพร พุทธิพงษ์ (Oraporn Puttpong)³

ภัทธิดา ภัทธนาวิก (Phattida Phatharanavik)⁴

*ผู้ประสานงานหลัก: boontham.p@rmutp.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และความรู้ความสามารถทางบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพข้อมูลทางบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี เป็นการวิจัยเชิงสำรวจและพัฒนา เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงครามและราชบุรี จำนวนทั้งสิ้น 572 แห่ง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

(Assistant Professor Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon)

² อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

(Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon)

³ อาจารย์คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

(Lecturer, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon)

⁴ อาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

(Lecturer, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon)



ผลการวิจัย พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมในระดับปานกลาง ความรู้ความสามารถทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมในระดับมาก คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมจัดอยู่ในระดับปานกลาง ในแต่ละองค์ประกอบของรูปแบบมีความเที่ยงตรง ตลอดจนมีความสามารถในการพยากรณ์ได้ระดับดีและเป็นที่ยอมรับคิดเป็นร้อยละ 80.4 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

คำสำคัญ ความรู้ความสามารถทางบัญชี คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ วิสาหกิจชุมชน

Abstract

The objective of this research is to study the levels of the business environment and accounting knowledge and abilities that affect the quality of accounting information of community enterprises in Samut Sakhon, Samut Songkhram, and Ratchaburi provinces. This is a survey and development research, collecting data through questionnaires from a sample of 572 community enterprises in the mentioned provinces. Descriptive statistics were used, including frequency distribution, percentages, means, and standard deviations.

The research findings reveal that the overall business environment of community enterprises is at a moderate level, while the overall accounting knowledge and abilities are at a high level. The overall quality of accounting information of community enterprises is at a moderate level. Each component of the model demonstrates good accuracy and forecasting capability, with an acceptance rate of 80.4% at a statistical significance level of 0.05.

Keywords: Accounting Capacity, Quality of Accounting Information, Business Environment, Community Enterprises



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การบัญชีถือเป็นกระบวนการที่สำคัญในการจัดการข้อมูลทางการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจทางธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ การมีความรู้และทักษะทางการบัญชีที่มีคุณภาพสูงจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้ข้อมูลทางการเงินมีความถูกต้อง เชื่อถือได้ และสามารถสะท้อนสถานะทางการเงินขององค์กรได้อย่างแม่นยำ นักบัญชีที่มีความรู้และความสามารถที่เพียงพอสามารถสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสามารถรับประกันได้ว่าข้อมูลที่ได้ผ่านการตรวจสอบจากนักบัญชีที่มีความรู้ครบถ้วนจะเป็นข้อมูลที่มีคุณภาพสูงและเป็นประโยชน์ต่อทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในประเทศไทย ซึ่งทำให้ธุรกิจได้รับบทเรียนที่สำคัญเกี่ยวกับการจัดการข้อมูลทางการเงิน การให้ความสำคัญกับคุณภาพของข้อมูลทางการเงินเพิ่มขึ้น การมีคุณภาพของข้อมูลทางการเงินจะพิจารณาจากลักษณะสำคัญหลายประการ เช่น ความเกี่ยวข้อง (Relevance) ที่ข้อมูลต้องมีความสำคัญและเชื่อมโยงกับการตัดสินใจของผู้ใช้ข้อมูล ความเชื่อถือได้ (Reliability) ซึ่งข้อมูลต้องถูกต้องและสามารถไว้วางใจได้ ความสามารถในการเปรียบเทียบ (Comparability) ที่ข้อมูลต้องสามารถเปรียบเทียบระหว่างช่วงเวลาและองค์กรต่าง ๆ และความสม่ำเสมอ (Consistency) ซึ่งหมายถึง การปฏิบัติตามมาตรฐานการบัญชีอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ ณัฐนันท์ อุบลครุฑ และคณะ (2564) คุณลักษณะเหล่านี้มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้บริหาร เนื่องจากข้อมูลทางการเงินถือเป็นเครื่องมือหลักในการตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพ การจัดการข้อมูลทางการเงินที่มีคุณภาพต้องการการสนับสนุนจากหลายปัจจัย อาทิ ความรู้และความสามารถทางการบัญชี ซึ่งนักบัญชีต้องมีทักษะและความรู้ที่เพียงพอในการจัดการและวิเคราะห์ข้อมูล ระบบสารสนเทศทางการเงินที่ทันสมัย ซึ่งช่วยให้การจัดการข้อมูลมีความถูกต้องและมีประสิทธิภาพ รวมถึงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจซึ่งรวมถึงปัจจัยภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของข้อมูล เช่น การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและกฎระเบียบต่าง ๆ

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความรู้ความสามารถทางการบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพข้อมูลทางการเงินของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี ซึ่งอยู่ภายใต้การดูแลของสำนักงานส่งเสริมและพัฒนาการเกษตรที่ 2 จังหวัดราชบุรี (กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2562) โดยผู้วิจัยมีโอกาสนำไปใช้ในการมีส่วนร่วมและคลุกคลีกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่เหล่านี้ การศึกษานี้จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship Model) ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ เช่น สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความรู้ความสามารถทางการบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพข้อมูลทางการเงิน ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษาอาจนำไปใช้ในการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการใช้ระบบสารสนเทศทางการเงินในการจัดทำรายงานทางการเงินเพื่อให้เหมาะสมกับการบริหารจัดการธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และความรู้ความสามารถทางการบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจส่งผลทางบวกต่อคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี

สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความสามารถทางการบัญชีส่งผลทางบวกต่อคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี

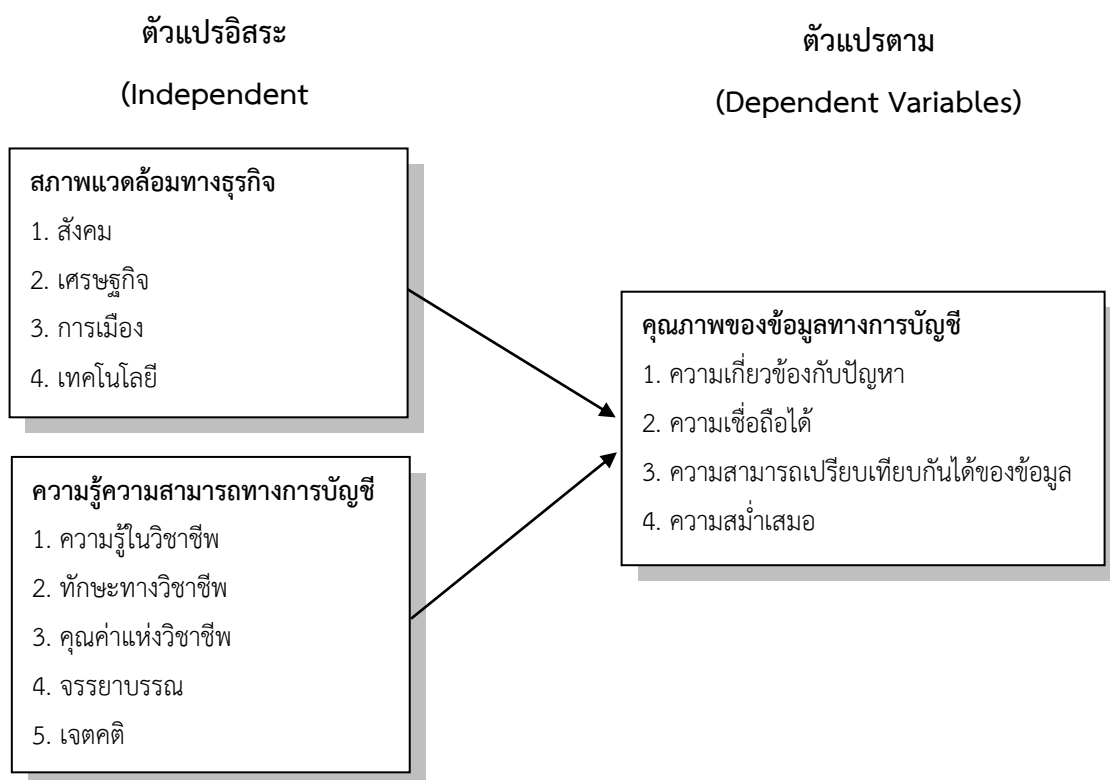
จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความรู้ความสามารถทางการบัญชี คุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี มีดังนี้

จิตติมา ขำดำ และคณะ (2562) ศึกษาความรู้และความสามารถของนักบัญชี รวมถึงความเข้าใจในมาตรฐานการจัดทำบัญชีภาครัฐที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพงานบัญชีของสำนักงานอัยการสูงสุด โดยผลการวิจัยพบว่า ความรู้และความสามารถของนักบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพงานบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรู้ ทักษะทางวิชาชีพ จรรยาบรรณ และประสบการณ์การทำงานมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพงานบัญชีในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความทันต่อเวลา ความถูกต้อง ความครบถ้วนและความเชื่อถือได้ นอกจากนี้ การศึกษาในระดับความเข้าใจของผู้ปฏิบัติงานบัญชีในมาตรฐานการจัดทำบัญชีภาครัฐ พบว่า มีผู้ปฏิบัติงานบัญชี 12 คน (ร้อยละ 8.00) ที่มีระดับความเข้าใจมากที่สุด 73 คน (ร้อยละ 48.67) ที่มีระดับความเข้าใจมาก 42 คน (ร้อยละ 28.00) ที่มีระดับความเข้าใจปานกลาง และ 23 คน (ร้อยละ 15.33) ที่มีระดับความเข้าใจน้อย ซึ่งระดับความเข้าใจที่แตกต่างกันนี้ ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพงานบัญชีในด้านความทันต่อเวลาและความครบถ้วนอย่างมีนัยสำคัญ ศิริินภา อันทรง และคณะ (2562) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของงานสอบบัญชีภาษีอากรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 30-35 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และดำรงตำแหน่งนักวิชาการตรวจสอบบัญชี มีประสบการณ์ในงานสอบบัญชีเฉลี่ย 12 ปี และส่วนใหญ่เป็นผู้สอบบัญชีอิสระ ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีภาษีอากร ได้แก่ ทักษะทางวิชาชีพ ความรู้ความสามารถและความเที่ยงธรรม ยกเว้นปัจจัยด้านประสบการณ์งานสอบบัญชี ความเชี่ยวชาญชำนาญและความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชีที่ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบบัญชีภาษีอากร ผลการวิจัยนี้ สามารถนำมาใช้ในการกำหนดคุณสมบัติที่เหมาะสมของผู้สอบบัญชีภาษีอากรและพัฒนาคุณภาพของงานสอบบัญชีภาษีอากรในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพที่สุด ส่วนการศึกษาโดย สายฝน วิสัย และคณะ (2562) ศึกษาคุณภาพข้อมูลบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่าคุณภาพข้อมูลบัญชีในด้านความสามารถในการเปรียบเทียบ ความเกี่ยวข้องกับปัญหาและความเชื่อถือได้ มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจ



ขนาดกลางและขนาดย่อม ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้ผู้จัดทำบัญชีของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพข้อมูลทางการเงินการบัญชี และส่งเสริมให้การจัดทำรายงานมีลักษณะเชิงคุณภาพตามมาตรฐานการบัญชี ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการตัดสินใจของผู้บริหาร และนำไปสู่การบรรลุวัตถุประสงค์และประสิทธิผลสูงสุดขององค์กร นำไปสู่กรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดในการวิจัย





วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้นประมาณ 740 แห่ง ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2562 ตามข้อมูลที่ได้รับจากกองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน (2562) โดยแบ่งตามจังหวัดดังนี้ จังหวัดสมุทรสาคร มีวิสาหกิจชุมชน จำนวน 125 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 16.89 ของทั้งหมด จังหวัดสมุทรสงคราม มีวิสาหกิจชุมชน จำนวน 206 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 27.84 และจังหวัดราชบุรี มีวิสาหกิจชุมชน จำนวน 409 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 55.27 เนื่องจากจำนวนประชากรมีขนาดเหมาะสม ผู้วิจัยจึงเลือกที่จะใช้ประชากรทั้งหมดเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย (Hair et al., 2010) เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการวิจัย นอกจากนี้การเลือกกลุ่มตัวอย่างในกรณีนี้ดำเนินการตามหลักการของการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) ตามที่เสนอโดย Cochran (1977) ซึ่งเน้นการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มประชากรที่สะดวกและสามารถให้ความร่วมมือได้

สำหรับการคัดเลือกตัวอย่างจากวิสาหกิจชุมชน จะเลือกเฉพาะผู้จัดการฝ่ายบัญชีหรือผู้ได้รับมอบหมายที่มีความสามารถและยินดีในการให้ข้อมูลทางการบัญชี ซึ่งจะเป็นตัวแทนของวิสาหกิจชุมชนแต่ละแห่ง โดยการเลือกตัวแทนจากวิสาหกิจชุมชนเพียงแห่งละหนึ่งคนเท่านั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความเป็นจริงและสามารถวิเคราะห์ผลได้อย่างแม่นยำ

การสร้างและทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยสอบถามกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี จำนวนทั้งสิ้น 572 แห่ง การวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้โดยใช้ค่าสถิติ อันได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ค่าความเบ้ (Skewness) ค่าความโด่ง (Kurtosis)

ผลการทดสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา พบว่า แบบสอบถามทุกส่วนมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง 0.816 ถึง 0.975 ผ่านเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป (Cronbach, 2003) และยังให้ค่าความสอดคล้องของข้อคำถาม (Item Total Correlation: ITC) อยู่ระหว่าง 0.225 ถึง 0.919 ซึ่งผ่านเกณฑ์ 0.20 ขึ้นไป (นิคม ถนอมเสียง, 2550) จึงมีความเหมาะสมที่จะนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล พบว่า อัตราการตอบกลับ (Response Rate) ทั้งสิ้น 572 ตัวอย่าง หรือคิดเป็นร้อยละ 77.30 จากประชากรทั้งหมด 740 แห่ง ซึ่งเป็นขนาดตัวอย่างที่เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ควรอย่างน้อย 270-360 ตัวอย่าง



การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนจำนวน 572 แห่ง ส่วนใหญ่จะประกอบกิจการเกษตรอุตสาหกรรมอาหาร จำนวนมากที่สุดร้อยละ 19.9 มีจำนวนสมาชิก 21-40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 ส่วนใหญ่ว่าจ้างบริษัทหรือหน่วยงานจัดทำระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นการเฉพาะ ร้อยละ 69.4 ระยะเวลาที่ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีพบมากที่สุด คือ 5-10 ปี ร้อยละ 39.3

วัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อศึกษาระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ความรู้ความสามารถทางการบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงครามและราชบุรี

ระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน โดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$) โดยมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจในระดับปานกลางในด้านสังคม ($\bar{x} = 3.20$) ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 3.19$) ด้านการเมือง ($\bar{x} = 3.18$) และด้านเทคโนโลยี ($\bar{x} = 3.13$) ตามลำดับ

ระดับความรู้ความสามารถทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.26$) โดยมีความรู้ในวิชาชีพในระดับมาก ($\bar{x} = 3.64$) และมีความรู้ความสามารถทางการบัญชีในระดับปานกลางในด้านเจตคติ ($\bar{x} = 3.32$) ด้านทักษะทางวิชาชีพ ($\bar{x} = 3.23$) ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ ($\bar{x} = 3.16$) ด้านจรรยาบรรณ ($\bar{x} = 2.97$) ตามลำดับ

ระดับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$) โดยมีคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีในระดับปานกลางในด้านความสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 3.37$) ด้านความเกี่ยวข้องปัญหา ($\bar{x} = 3.27$) ด้านความเชื่อถือได้ ($\bar{x} = 3.13$) ด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ของข้อมูล ($\bar{x} = 3.11$) ตามลำดับ

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจส่งผลทางบวกต่อคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

(n = 572)

สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านสังคม	3.20	0.90	ปานกลาง
ด้านเศรษฐกิจ	3.19	1.01	ปานกลาง
ด้านการเมือง	3.18	0.87	ปานกลาง
ด้านเทคโนโลยี	3.13	0.86	ปานกลาง
ภาพรวม	3.17	0.83	ปานกลาง

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนมีสภาพแวดล้อมทางธุรกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.17) โดยแยกเป็นรายละเอียดดังนี้:

ด้านสังคม อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.20) โดยประชาชนที่มีความรู้สูงขึ้นและการยอมรับการใช้เทคโนโลยีใหม่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.22 และ 3.18)

ด้านเศรษฐกิจ อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.19) โดยการแข่งขันทางเศรษฐกิจและความสำคัญของข้อมูลบัญชีทำให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ (ค่าเฉลี่ย = 3.19 และ 3.18)

ด้านการเมือง อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.18) โดยนโยบายและกฎหมายสนับสนุนการจัดทำข้อมูลทางการเงินอย่างจริงจัง (ค่าเฉลี่ย = 3.22) และการสนับสนุนจากสถาบันวิชาชีพ (ค่าเฉลี่ย = 3.15)

ด้านเทคโนโลยี อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.13) ความก้าวหน้าในเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน (ค่าเฉลี่ย = 3.22) แต่การเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตมีผลน้อยกว่าต่อการพัฒนา (ค่าเฉลี่ย = 2.98)

ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อคุณภาพของข้อมูลทางการเงิน (P<.05)



สมมติฐานที่ 2 ความรู้ความสามารถทางการบัญชีส่งผลทางบวกต่อคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามความรู้ความสามารถทางการบัญชี
(n = 572)

ความรู้ความสามารถทางการบัญชี	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านความรู้ในวิชาชีพ	3.64	0.81	มาก
ด้านทักษะทางวิชาชีพ	3.23	0.85	ปานกลาง
ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ	3.16	0.77	ปานกลาง
ด้านจรรยาบรรณ	2.97	0.87	ปานกลาง
ด้านเจตคติ	3.32	0.88	ปานกลาง
ภาพรวม	3.26	0.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างวิสาทกิจชุมชนมีความรู้ความสามารถทางการบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.26) โดยรายละเอียดแต่ละด้านมีดังนี้:

ด้านความรู้ในวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก โดยมุ่งเน้นให้มีความรู้รอบด้านทั้งในสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการวิเคราะห์ (ค่าเฉลี่ย = 3.98) รวมถึงความรู้ในธุรกิจและการจัดการ (ค่าเฉลี่ย = 3.91) และเทคโนโลยีสารสนเทศ (ค่าเฉลี่ย = 3.57) ขณะที่ความรู้ด้านมาตรฐานการบัญชีและบัญชีภาษีอากรอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.38 และ 3.37)

ด้านทักษะทางวิชาชีพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการเน้นที่การระบุและแก้ไขปัญหา การทำงานเป็นทีม และทักษะการจูงใจและการแก้ปัญหา (ค่าเฉลี่ย = 3.31, 3.28, 3.26) ขณะที่ทักษะการฟัง การอ่าน และการวิเคราะห์มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า (ค่าเฉลี่ย = 3.20 และ 3.12)

ด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับมารยาทของวิชาชีพ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์ (ค่าเฉลี่ย = 3.23 และ 3.19) ขณะที่ความสำคัญของการทำงานอย่างมีคุณธรรมและการเรียนรู้ตลอดเวลา มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า (ค่าเฉลี่ย = 3.13 และ 3.12)

ด้านจรรยาบรรณในวิชาชีพ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมุ่งเน้นที่ความประพฤติที่เหมาะสม การรักษาชื่อเสียง และการปฏิบัติงานอย่างมีจรรยาบรรณ (ค่าเฉลี่ย = 3.07 และ 2.85)

ด้านเจตคติ อยู่ในระดับมาก โดยนักบัญชีมีความมั่นใจในความสำคัญของงานที่ทำและมีความภาคภูมิใจในองค์กร (ค่าเฉลี่ย = 3.60 และ 3.53) ขณะที่การยอมรับความสามารถของตนเองและการคิดเชิงสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่า (ค่าเฉลี่ย = 3.15 และ 2.95)



ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัยที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า ความรู้ความสามารถทางการบัญชีมีความสัมพันธ์ทางตรงต่อคุณภาพของข้อมูลทางการบัญชี ($P < 0.05$)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามคุณภาพข้อมูลทางการบัญชี
($n = 572$)

คุณภาพข้อมูลทางการบัญชี	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านความเกี่ยวข้องปัญหา	3.27	0.88	ปานกลาง
ด้านความเชื่อถือได้	3.13	0.86	ปานกลาง
ด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ของข้อมูล	3.11	0.89	ปานกลาง
ด้านความสม่ำเสมอ	3.37	0.94	ปานกลาง
ภาพรวม	3.22	0.83	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 พบว่า คุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.22) โดยมีรายละเอียดแต่ละด้านดังนี้:

ด้านความสม่ำเสมอ อยู่ในระดับมาก โดยวิสาหกิจชุมชนยึดถือวิธีการบัญชีที่คงที่ไม่เปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย = 3.46) และมีการเปลี่ยนแปลงวิธีการบัญชีเมื่อมีความจำเป็นตามมาตรฐาน (ค่าเฉลี่ย = 3.28)

ด้านความเกี่ยวข้องปัญหา อยู่ในระดับมาก โดยข้อมูลทางบัญชีช่วยในการตัดสินใจได้ดี (ค่าเฉลี่ย = 3.57) ข้อมูลยังช่วยในการคาดการณ์และยืนยันเหตุการณ์ในอนาคต (ค่าเฉลี่ย = 3.30 และ 3.25) และสามารถคาดการณ์ผลลัพธ์หรือแก้ไขการคาดคะเนนั้นได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.17)

ด้านความเชื่อถือได้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยข้อมูลมีความชัดเจนและไม่ลำเอียง (ค่าเฉลี่ย = 3.15) การบันทึกข้อมูลตามราคาที่แน่นอนและสามารถตรวจสอบได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.13) ข้อมูลแสดงเหตุการณ์ทางบัญชีอย่างเที่ยงธรรม (ค่าเฉลี่ย = 3.12) และมีการป้องกันความผิดพลาด (ค่าเฉลี่ย = 3.10)

ด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ของข้อมูล อยู่ในระดับปานกลาง โดยการกำหนดมาตรฐานบัญชีและข้อมูลที่สามารถเปรียบเทียบได้ (ค่าเฉลี่ย = 3.15 และ 3.13) ข้อมูลเปิดเผยนโยบายบัญชีที่ใช้และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลง (ค่าเฉลี่ย = 3.05)

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำประเด็นสำคัญมาใช้ในการอภิปรายผลดังนี้

ข้อมูลทั่วไปของวิสาหกิจชุมชน จำนวน 572 แห่ง ส่วนใหญ่จะประกอบกิจการเกษตร อุตสาหกรรม อาหาร จำนวนมากที่สุด ร้อยละ 19.9 มีจำนวนสมาชิก 21-40 คน คิดเป็นร้อยละ 37.4 ส่วนใหญ่จ้างบริษัท



หรือหน่วยงานจัดทำระบบสารสนเทศทางการบัญชีเป็นการเฉพาะ ร้อยละ 69.4 ระยะเวลาที่ใช้ระบบสารสนเทศทางการบัญชีพบมากที่สุด คือ 5-10 ปี ร้อยละ 39.3 ที่เป็นนี้ เนื่องจากกิจการที่วิสาหกิจชุมชนประกอบธุรกิจเกี่ยวเนื่องกับปัจจัย คือ อาหารซึ่งหมายถึงรวมถึงผลผลิตทางการเกษตรซึ่งเป็นอุตสาหกรรมต้นน้ำ

การประกอบกิจกรรมในกิจการของวิสาหกิจชุมชนต่าง ๆ มีความจำเป็นต้องพึ่งพาคนหรือสมาชิกที่มากพอเพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มฯ โดยการประกอบกิจการจำเป็นต้องมีระบบบัญชีตัวเลขการเงินที่สำคัญต่าง ๆ และจำเป็นต้องพึ่งพาระบบการจัดการข้อมูลทางบัญชีที่มีประสิทธิภาพ ถูกต้อง ทันเวลา จึงได้หาแหล่งผู้ผลิต (Supplier) ที่มีประสิทธิภาพและความชำนาญช่วยถ่ายทอดความรู้เพื่อการจัดการข้อมูลทางการบัญชีของธุรกิจ รวมถึงแหล่งจำหน่ายหรือกระจายสินค้า (Distributor) ที่ครอบคลุมและเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ช่วยลดต้นทุนด้านเวลาและค่าใช้จ่ายด้านขนส่ง ด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้วิสาหกิจชุมชนในปัจจุบันมีประสบการณ์การใช้ระบบสารสนเทศทางบัญชีที่ยาวนานพอ

ระดับของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.17$) ซึ่งสอดคล้องกับ กวินทิพย์ ว่องธัญกรณ์ (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนโยบายการบัญชีการรับรู้รายได้ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการเลือกนโยบายการบัญชีเกี่ยวกับการรับรู้รายได้ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์สำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ ได้แก่ เศรษฐกิจ การเมือง สังคม คู่แข่งขัน และกฎหมายระเบียบข้อบังคับ วัฒนธรรมสังคม (Social Cultural) เป็นความคาดหวังของสังคม ค่านิยม ประเพณี วัฒนธรรมของชาติและท้องถิ่นของแต่ละกลุ่มชน และแต่ละประเทศที่ส่งผลต่อธุรกิจ ในระดับปานกลางด้านสังคม ($\bar{x} = 3.20$) ภาวะเศรษฐกิจ (Economic Conditions) ทั้งกำลังซื้อของประชากร วัฏจักรธุรกิจ การจ้างงาน ในระดับปานกลางด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x} = 3.19$) ส่วนการเมือง (Political Conditions) เป็นความมั่นคงทางการเมือง นโยบายของรัฐบาลต่อการดำเนินธุรกิจ ในระดับปานกลางด้านการเมือง ($\bar{x} = 3.18$) และเทคโนโลยี (Technological) การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีการผลิต เครื่องจักร เครื่องมือ คอมพิวเตอร์ ข้อมูลข่าวสาร ในระดับปานกลางด้านเทคโนโลยี ($\bar{x} = 3.13$)

ระดับความรู้ความสามารถทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมในระดับมาก ($\bar{x} = 3.26$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ จิตติมา ขำคำ และคณะ (2562) ศึกษาความรู้และความสามารถของนักบัญชี รวมถึงความเข้าใจในมาตรฐานการจัดทำบัญชีภาครัฐที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพงานบัญชีของสำนักงานอัยการสูงสุด โดยผลการวิจัยพบว่า ความรู้และความสามารถของนักบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสิทธิภาพงานบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความรู้ทักษะทางวิชาชีพ จรรยาบรรณและประสบการณ์การทำงานมีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพงานบัญชีในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ความทันต่อเวลา ความถูกต้อง ความครบถ้วน และความเชื่อถือได้ ในระดับมากด้านความรู้ในวิชาชีพ ($\bar{x} = 3.64$) ทักษะทางวิชาชีพ (Skills) เกี่ยวกับการใช้เหตุผล การปฏิสัมพันธ์ การสื่อสาร ในระดับปานกลางด้านทักษะทางวิชาชีพ ($\bar{x} =$



3.23) คุณค่าแห่งวิชาชีพ (Professional Values) ความตั้งใจในการปฏิบัติงานอย่างมีคุณธรรม ความเที่ยงธรรม ความซื่อสัตย์สุจริต ในระดับปานกลางในด้านคุณค่าแห่งวิชาชีพ ($\bar{x} = 3.16$) จรรยาบรรณ (Ethics) ที่แสดงถึงคุณธรรมและจริยธรรมในการประกอบอาชีพ ในระดับปานกลางในด้านจรรยาบรรณ ($\bar{x} = 2.97$) และเจตคติ (Attitudes) มีต่อสิ่งเร้าทางสังคม ในระดับปานกลางในด้านเจตคติ ($\bar{x} = 3.32$)

ระดับคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของวิสาหกิจชุมชนโดยภาพรวมจัดอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.22$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพข้อมูลทางการบัญชีของสายฝน วิสัย และคณะ (2562) ศึกษาคุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า คุณภาพข้อมูลทางบัญชีในด้านความสามารถในการเปรียบเทียบความเกี่ยวข้องกับปัญหาและความเชื่อถือได้ มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในธุรกิจเดียวกันหรือข้อมูลที่มีความคล้ายคลึงกันของแต่ละกิจการซึ่งสามารถนำมาเปรียบเทียบกันได้ ในระดับปานกลางด้านความสามารถเปรียบเทียบกันได้ของข้อมูล ($\bar{x} = 3.11$) ความสม่ำเสมอ (Consistency) การยึดถือนโยบายหรือวิธีต่าง ๆ โดยไม่เปลี่ยนแปลงไปจากที่เคยปฏิบัติในรอบระยะเวลาบัญชีก่อน ๆ ความสม่ำเสมอเป็นคุณลักษณะที่ทำให้ข้อมูลมีประโยชน์และสามารถเปรียบเทียบกันได้ ในระดับปานกลางด้านความสม่ำเสมอ ($\bar{x} = 3.37$) ซึ่งแนวคิดนี้จะไม่ได้แสดงให้เห็นถึงลำดับความสำคัญของคุณภาพแต่ละอย่าง เนื่องจากข้อมูลจะมีคุณภาพแต่ละลักษณะมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับสถานการณ์ที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย พบว่า สภาพแวดล้อมทางธุรกิจและความรู้ความสามารถส่งผลต่อข้อมูลทางบัญชี ดังนั้น ควรให้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสมุทรสาคร สมุทรสงคราม และราชบุรี พิจารณาดำเนินการตามข้อเสนอแนะดังนี้

1. **ปรับปรุงระบบการจัดการสมัยใหม่** วิสาหกิจชุมชนควรผลักดันการใช้ระบบการจัดการสมัยใหม่ที่มีการอัปเดตตามแนวโน้มด้านสังคม เศรษฐกิจ และการเมือง เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการและการเปลี่ยนแปลงของตลาด รวมถึงการนำข้อมูลสารสนเทศตัวเลขทางบัญชีมาประยุกต์ใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดทำรายงานงบการเงิน

2. **ปรับปรุงกฎหมายและระเบียบข้อบังคับ** ควรมีการพิจารณาปรับแก้กฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่มีผลต่อการจัดทำรายงานงบการเงิน เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันและสามารถตอบสนองต่อความต้องการทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ



3. ฝึกอบรมและพัฒนาทักษะวิชาชีพ ควรจัดฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะวิชาชีพและความรู้ในวิชาชีพของพนักงาน รวมถึงปลูกฝังค่านิยมและวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในความซื่อสัตย์สุจริต และจรรยาบรรณทางวิชาชีพ

บรรณานุกรม

- กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2562). จำนวนวิสาหกิจชุมชนและเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนที่อนุมัติการจัดทะเบียนแล้ว ณ วันที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2562. กลุ่มทะเบียนและสารสนเทศวิสาหกิจชุมชน กองส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน.
- กวินทิพย์ ว่องธัญกรณ์. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกนโยบายการบัญชีการรับรู้รายได้ของธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ สำหรับกิจการที่ไม่มีส่วนได้เสียสาธารณะ. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 6(2), 162-174. <https://doi.org/10.14456/jmsnpru.2019.12>
- จักรพันธ์ แผงผล. (2556). การบริหารจัดการทางบัญชีและการรายงานทางการเงินในธุรกิจเกษตรกับร่างมาตรการบัญชีฉบับที่ 41. รายงานการวิจัยประจำคณะวิทยาการจัดการ สาขาวิชาการบัญชีบริหาร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- จันทิพย์ จันทนันท. (2561). คุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหารธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิตติมา ขำดำ, สุพิศ ฤทธิ์แก้ว, และสมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์. (2562). ความรู้ความสามารถของนักบัญชีและความเข้าใจในมาตรฐานการจัดทำบัญชีภาครัฐที่มีผลต่อประสิทธิภาพงานบัญชีของสำนักงานอัยการสูงสุด. วารสารนักบริหาร, 39(2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2562, 52-65.
- จุฑามาศ สุนทร, ปพฤกษ์ อุตสาหะวานิชกิจ, และสุรนา ธัญญะพันธ์. (2553). ผลกระทบของพฤติกรรมส่วนบุคคล คุณลักษณะองค์กร และสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่มีต่อจรรยาบรรณวิชาชีพของนักบัญชีธุรกิจ SMEs ในจังหวัดกาฬสินธุ์. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 2(3) กรกฎาคม-กันยายน 2553.
- ชัยรินทร์ วีระสลาวัณย์. (2558). Introduction to International Education Standard. สมาคมนักบัญชีและผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย. 12(2), 3-5.
- ณัฐนันท์ อุบลครุฑ, กฤตยาวิดี เกตุวงศา, และวราวรรณ ชูวิรัช. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมทางการเงินกับคุณภาพข้อมูลทางการเงินของธุรกิจโลจิสติกส์ในประเทศไทย. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 13(1), 136-142.



- ธนภัทร กันทาวงศ์. (2559). ผลกระทบของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภคและกลยุทธ์การ
แข่งขันต่อการรับรู้ประโยชน์ของระบบสารสนเทศทางการบัญชีของกลุ่มอุตสาหกรรมผลิต
อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี). บัณฑิต
วิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ธารี หิรัญรัมย์, พลพฐ ปิยวรรณ, และวรศักดิ์ ทุมมานนท์. (2559). การบัญชีขั้นต้น. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฐิติรัตน์ มีมาก, ธาริณี อังคัยศ, และทักษิณา อังคัยศ. (2559). ความรู้ความสามารถและมาตรฐานในการปฏิบัติ
งานของนักบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพรายงาน งบการเงินขององค์การบริหารส่วนตำบล ในจังหวัด
นครราชสีมา. วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์
สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, 22(1) พฤษภาคม 2559, 119-133.
- ดลฤดี ไต้เวชศาสตร์, และวิชิต อุ๋อัน. (2560). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพ
การรายงานทางการเงินและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมในประเทศไทย. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ (RMUTT Global Business and Economics
Review), 12(2) ธันวาคม 2560, 137-158.
- นิคม ถนอมเสียง. (2550). เอกสารประกอบการอบรม เรื่องการตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถาม. ขอนแก่น:
ภาควิชาสถิติและประชากรศาสตร์ คณะสาธารณสุขศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- แน่นน้อย ใจอ่อนน้อย. (2553). การรายงานการเงินและระบบสารสนเทศทางการบัญชี. กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- เมธากุล เกียรติกระจาย, และศิลปพร ศรีจันทร์เพชร. (2554). ทฤษฎีบัญชี. กรุงเทพฯ: ทีพีเอ็น เพรส.
- วิภา รักษ์สัตย์. (2554). การใช้ระบบคอมพิวเตอร์ในทางบัญชีของธุรกิจในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการบัญชี). บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2550). การจัดการและพฤติกรรมองค์กร. กรุงเทพฯ: เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า.
- ศิริณา อันทรง, พร้อมพร ภูวดิน, และสมใจ บุญหมื่นไวย. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานสอบ
บัญชีภาษีอากรในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา
ครั้งที่ 6 ประจำปี พ.ศ. 2562 “สังคมผู้สูงวัย: โอกาสและความท้าทายของอุดมศึกษา”.
- สายฝน วิสัย, สมใจ บุญหมื่นไวย, และพรพิมล อธิรัตน์. (2562). คุณภาพข้อมูลทางบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อ
ประสิทธิภาพการตัดสินใจของผู้บริหาร ในวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดนครราชสีมา. วารสารชุมชนวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา, 9(2), 19-27.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques*. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Cronbach, L.J. (2003). *Essential of Psychology Testing*. New York: Harpercollishes.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2010). *Multivariate Data Analysis*.
(7thed.). Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River, New Jersey.



Received: August 19, 2024

Revised: October 20, 2024

Accepted: November 5, 2024

การวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของสมรรถนะ ความสุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง
และการบริการด้วยใจต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

Path Analysis of the Influence of Competency, Fairness, People-Centeredness, and
Service-Mindedness on Value Driven Behavior in the Royal Thai Police Force

พิชศาล พันธุ์วัฒนา (Pitsarn Phanwattana)¹

E-mail: pitsarn_ph@rpca.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงปริมาณนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของสมรรถนะ ความสุจริตเป็นธรรม การให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นศูนย์กลาง และการบริการด้วยใจต่อค่านิยมการปฏิบัติตนของนักเรียน อบรมตำรวจ โดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร กลุ่มตัวอย่าง ประกอบ ด้วยนักเรียนอบรมตำรวจจำนวน 201 คน ซึ่งคัดเลือกจากผู้เข้าอบรมในปีงบประมาณ 2566 เก็บข้อมูลระหว่างเดือนธันวาคม พ.ศ. 256 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567 เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถาม 3 ส่วน ข้อมูลพื้นฐานคำถามเกี่ยวกับตัวแปรหลักใช้มาตราวัดลิเคิร์ต 5 ระดับ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผ่านการทดลองใช้ (Pilot Study) กับกลุ่มตัวอย่าง 20 คน พบว่าค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) สูงกว่า 0.70 ค่าCronbach's Alpha เท่ากับ 0.87 และค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (CFA) CFI = 0.76 และ RMSEA = 0.06 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์เส้นทาง

ผลการศึกษาพบว่า ค่า $R^2 = 0.347$ หมายความว่า 34.7% ของความแปรปรวนในค่านิยมของ นักเรียนอบรมตำรวจอธิบายได้จากตัวแปรในโมเดล สมรรถนะ (COMPE) มีอิทธิพลทางตรงต่อค่านิยม (VALUE) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ 0.818 แสดงว่าสมรรถนะที่สูงส่งผลให้ค่านิยมในการปฏิบัติตนสูงขึ้น ความสุจริต เป็นธรรม (OFAIR) มีอิทธิพลทางตรงต่อ VALUE เท่ากับ 0.776 บ่งชี้ว่าระบบที่สุจริตและยุติธรรมช่วยส่งเสริม ค่านิยมการปฏิบัติตน นอกจากนี้ประชาชนเป็นศูนย์กลาง (PEOPL) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อ VALUE ผ่าน OFAIR

¹ คณะตำรวจศาสตร์ โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

(Faculty of Police Science, Royal Police Cadet Academy)



เท่ากับ 0.597 ซึ่งการเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางช่วยเสริมสร้าง ความสุจริตและ ยุติธรรม สรุปได้ว่า สมรรถนะ และความสุจริตเป็นธรรมเป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อค่านิยมการปฏิบัติตนของนักเรียนอบรมตำรวจ ขณะที่การให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นศูนย์กลางมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการเสริมสร้างระบบที่สุจริตและ ยุติธรรม

คำสำคัญ สมรรถนะ ความสุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง การบริการด้วยใจ ค่านิยม

Abstract

This quantitative research aims to analyze the influence of competency, fairness, people centeredness, and service-mindedness on the value-driven behavior of police trainees, using path analysis to examine the causal relationships between variables. The sample consisted of 201 police trainees selected from the training program for the fiscal year 2023, with data collected from December 2023 to March 2024. The research instrument was a three-part questionnaire, including demographic information and Likert scale questions on the main variables. A pilot study was conducted with 20 participants to test the instrument, resulting in content validity (IOC) scores above 0.70, a Cronbach's Alpha of 0.87, and acceptable construct validity (CFA), with CFI = 0.76 and RMSEA = 0.06 Data were analyzed using descriptive statistics and path analysis.

The findings showed that $R^2 = 0.347$, indicating that 34.7% of the variance in police trainees' value-driven behavior (VALUE) could be explained by the variables in the model. Competency (COMPE) had a direct influence on VALUE, with a coefficient of 0.818, demonstrating that higher competency leads to stronger adherence to values. Fairness (OFAIR) had a direct influence on VALUE, with a coefficient of 0.776, indicating that a fair and just system enhances trainees' value-driven behavior. Additionally, People-centeredness (PEOPL) had an indirect influence on VALUE through OFAIR, with a coefficient of 0.597, showing that emphasizing people-centeredness promotes fairness and justice, which in turn strengthens value-driven behavior. In conclusion, competency and fairness are the main factors that directly influence the value driven behavior of police trainees, while people-centeredness indirectly affects values through the promotion of a fair and just system.

Keywords: Competency, Fairness, People-Centeredness, Service-Mindedness, Value



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ค่านิยมคือ แนวคิด แนวทางปฏิบัติที่คนในแต่ละวัฒนธรรมมีความนิยมชมชอบเลือกหรือยึดถือมาเป็นเครื่องกำหนดพฤติกรรมต่าง ๆ ของตน เป็นความเชื่อร่วมกันขององค์กร ซึ่งได้รับการพิจารณาแล้วว่ามีความเหมาะสม ถูกต้องเหมาะสมดีงาม สมควรประกาศไว้เพื่อกำกับให้บุคลากรในองค์กรยึดถือและประพฤติปฏิบัติตามค่านิยมองค์การอาจปรับเปลี่ยนได้ตามแต่สถานการณ์ตามยุคสมัย เฉกเช่นองค์กรตำรวจที่ค่านิยมตำรวจยุคสำนักงานตำรวจแห่งชาติใช้ชื่อเรียกทางการว่า “กรมตำรวจ” ให้ข้าราชการตำรวจยึดถือและปฏิบัติตามค่านิยมของตำรวจ 5 ประการตามที่รัฐบาลได้ประกาศไว้ประกอบด้วย 1) พึ่งตนเอง ขยันหมั่นเพียร และมีความรับผิดชอบ 2) ประหยัดและออม 3) มีระเบียบวินัยและเคารพกฎหมาย 4) ปฏิบัติตามคุณธรรมของศาสนา และ 5) มีความรักชาติ ศาสน์ กษัตริย์ ขยับมาใกล้ปัจจุบันค่านิยมหลักสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ปีงบประมาณ พ.ศ.2564 ค่านิยมตำรวจคือ ตำรวจไทยของเราทุกคน (OUR COPS) โดยที่ O (oneness) แปลว่าเป็นหนึ่งเดียว U (up to date with universal standards) แปลว่า นำสมัยได้มาตรฐานสากล R (reliability and trust) แปลว่าเชื่อถือ ไว้วางใจได้ ศรัทธา C (competency) แปลว่าสมรรถนะ O (overall fairness) แปลว่าสุจริต เป็นธรรม โปร่งใส P (people orientation) แปลว่าประชาชนเป็นศูนย์กลาง และ S (service-mindedness) แปลว่า บริการด้วยใจ (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2566) ขณะที่ปัจจุบันค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติมี 4 ข้อ COPS ประกอบด้วยสมรรถนะ (competency) สุจริตเป็นธรรม (overall fairness) ประชาชนเป็นศูนย์กลาง (people oriented) และบริการด้วยใจ (service mind) (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2567)

โดยปกติค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติเป็นสิ่งที่ตำรวจจำเป็นต้องยึดถือเป็นแนวปฏิบัติควบคู่กับอุดมคติตำรวจ 9 ข้อ คุณธรรม จริยธรรมและจรรยาบรรณของตำรวจเพื่อให้การปฏิบัติตนของตำรวจนั้นเกิดประโยชน์ต่อตนและสังคม ประชาชนศรัทธา เชื่อมั่นและยอมรับ การละเมิด ผ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานทางจริยธรรมในข้อประพฤติปฏิบัติที่เป็นข้อห้ามในการรักษาวินัย ผู้บังคับบัญชาต้องพิจารณาดำเนินการทางวินัยไปภายในอำนาจหน้าที่ โดยพิจารณาจากพฤติกรรมของการฝ่าฝืน อายุ ประวัติและความประพฤติในอดีต สภาพแวดล้อมแห่งกรณี ผลร้ายอันเกิดจากการฝ่าฝืน และเหตุอันควรนำมาประกอบการพิจารณาโดยพิจารณาจากแนวทางดังกล่าวเป็นรายไป แต่ส่วนกรณีประพฤติปฏิบัติไม่ตรงตามค่านิยมไม่ปรากฏผลการดำเนินการลงโทษทางวินัยเป็นไปได้กรณีที่ประพฤติผิดร่วมระหว่างจริยธรรมกับค่านิยม หรือผิดร่วมระหว่างจรรยาบรรณกับค่านิยมจะปรากฏเป็นรายกรณี หากแต่แท้จริงตามมาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจข้อ 9 ระบุให้ข้าราชการตำรวจต้องปฏิบัติตามค่านิยมหลักของมาตรฐานจริยธรรมสำหรับเจ้าหน้าที่ของรัฐตามที่ผู้ตรวจการแผ่นดินกำหนด (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2561) การละเมิดฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามมาตรฐานทางจริยธรรมในข้อประพฤติปฏิบัติที่เป็นข้อห้ามในการรักษาวินัยให้ผู้บังคับบัญชาพิจารณาดำเนินการทางวินัยไปภายในอำนาจหน้าที่ ที่ผ่านมามีพบการดำเนินการทางวินัยประเด็นนี้เพียงลำพังหากแต่พบ



ควบคู่กับความผิดอื่น อย่างไรก็ตาม การตรวจสอบข้อเท็จจริงในการปฏิบัติทั้งต่อตนเองและสังคมเพื่อให้ดำเนินตามค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติทั้งที่เมื่อมีการเปลี่ยนผู้นำก็จะกำหนดค่านิยม วิสัยทัศน์ วัฒนธรรมองค์กรเปลี่ยนจากเดิมส่งผลต่อตำรวจผู้ใต้บังคับบัญชาจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนตามเพื่อให้สอดคล้องตรงตามค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติตามยุคสมัย (Askeland et al., 2020)

ค่านิยมเป็นเครื่องมือที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมของบุคลากรในองค์กรต่าง ๆ (citation) โดยเฉพาะในบริบทของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งการปฏิบัติตนตามค่านิยมของตำรวจจะสะท้อนออกมาในรูปแบบของการปฏิบัติงานและการให้บริการประชาชน (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2566) งานวิจัยนี้มุ่งเน้นศึกษาอิทธิพลของค่านิยมที่ประกอบด้วยสมรรถนะ สุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง และการบริการด้วยใจ ว่ามีผลต่อการปฏิบัติงานของนักเรียนอบรมตำรวจอย่างไรบ้าง ซึ่งการทำความเข้าใจในเรื่องนี้จะช่วยให้สามารถปรับปรุงการฝึกอบรมและพัฒนาศักยภาพของตำรวจในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาาระดับของสมรรถนะ สุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง การบริการด้วยใจ และการปฏิบัติตนตามค่านิยม
2. ศึกษาอิทธิพลของสมรรถนะ สุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง การบริการด้วยใจที่มีต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 สมรรถนะของนักเรียนอบรมตำรวจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 2 ความสุจริตเป็นธรรมของนักเรียนอบรมตำรวจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 3 การมุ่งเน้นประชาชนเป็นศูนย์กลางของนักเรียนอบรมตำรวจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สมมติฐานที่ 4 การบริการด้วยใจของนักเรียนอบรมตำรวจมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมของสำนักงานตำรวจแห่งชาติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ



ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตการศึกษาแบ่ง 4 ด้าน ดังนี้

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ศึกษาค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติในปัจจุบันที่ประกอบด้วยสมรรถนะ สุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง การบริการด้วยใจ
2. **ขอบเขตด้านประชากร** ศึกษาเฉพาะนักเรียนอบรบหลักสูตรการฝึกอบรมข้าราชการตำรวจชั้นประทวนผู้มีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไปเพื่อแต่งตั้งเป็นข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร กอน.(สอบสวน) ประจำปีงบประมาณ 2566 ที่ฝึกอบรมที่โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ตำบลสามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม
3. **ขอบเขตด้านเวลา** ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2566 - มีนาคม พ.ศ. 2567 ตรงกับช่วงปฏิทินการศึกษาการฝึกอบรมนายตำรวจชั้นสัญญาบัตรประจำปี พ.ศ. 2566
4. **ขอบเขตด้านพื้นที่** ศึกษาโดยเก็บข้อมูลที่อาคาร Hall 1 และ Hall 2 ภายในที่ตั้งโรงเรียนนายร้อยตำรวจ 90 หมู่ 7 ตำบล สามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

นิยามศัพท์

ค่านิยม หมายถึง ความคิดหรือความเชื่อร่วมกันขององค์การซึ่งได้รับการพิจารณาแล้วว่ามีคุณค่า มีประโยชน์ ถูกต้องเหมาะสมดีงาม สมควรประกาศไว้เพื่อกำกับให้บุคลากรในองค์การยึดถือและประพฤติปฏิบัติตามอันได้แก่ สมรรถนะ สุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง และการบริการด้วยใจ

สมรรถนะ หมายถึง ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรมที่จำเป็นต่อการทำงานของบุคคลให้ประสบผลสำเร็จ สูงกว่ามาตรฐานทั่วไป

สุจริตเป็นธรรม หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่ด้วยความโปร่งใส เสมอภาค เที่ยงธรรม สามารถตรวจสอบได้

ประชาชนเป็นศูนย์กลาง หมายถึง การปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจต้องเป็นไปเพื่อประโยชน์สุขของประชาชน เกิดผลสัมฤทธิ์ต่อภารกิจทั้งอำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของประชาชน

การบริการด้วยใจ หมายถึง การมีจิตสำนึกและให้บริการประชาชนด้วยความเต็มใจอย่างเท่าเทียมกัน

นักเรียนอบรบตำรวจ หมายถึง นักเรียนอบรบหลักสูตรการฝึกอบรมข้าราชการตำรวจชั้นประทวนผู้มีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไปเพื่อแต่งตั้งเป็นข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร กอน.(สอบสวน) ประจำปีงบประมาณ 2566 ที่ฝึกอบรมที่โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ตำบลสามพราน อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม



ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

ทราบถึงความคิดเห็นนักเรียนอบรมตำรวจที่มีต่อค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติในปัจจุบันที่ประกอบด้วยสมรรถนะ สุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง การบริการด้วยใจ และเพื่อนำข้อค้นพบที่ได้ปรับใช้ให้ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติท่านใหม่สามารถกำหนดค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติในอนาคต

วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจร่วมกับการวิเคราะห์เส้นทาง (Survey Research and Path Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมของค่านิยมที่มีต่อการปฏิบัติตนของนักเรียนอบรมตำรวจ การวิจัยนี้ดำเนินการภายใต้หลักจริยธรรมสากลในการทำวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์โดยยึดหลักความเคารพในบุคคล หลักการไม่ก่ออันตราย และหลักความยุติธรรม (ตามหลักการของ Belmont Report) และปฏิบัติตามขั้นตอนการขอความยินยอมจากผู้เข้าร่วมการวิจัยอย่างเคร่งครัด (U.S. Department of Health and Human Services, 2022)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนอบรมหลักสูตรการฝึกอบรมข้าราชการตำรวจชั้นประทวนผู้มีวุฒิปริญญาตรีขึ้นไปเพื่อแต่งตั้งเป็นข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตร กอน.(สอบสวน) ประจำปีงบประมาณ 2566 ที่ฝึกอบรมที่โรงเรียนนายร้อยตำรวจ ตำบลสามพราน อำเภอสองพราน จังหวัดนครปฐม ตรงกับองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (D.D.): 13.730934, 100.218085 และ Plus Code ที่ P6J9+96Q ตำบลสามพราน อำเภอสองพราน นครปฐม (Google Maps, 2567) ทั้งรุ่นมีจำนวนทั้งสิ้น 404 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (Sample size) ใช้ตารางสำเร็จรูปยามาเน (Yamane) ในการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 คำนวณ รายละเอียดดังนี้ $1 + 404 \times 0.05^2 = 2.01$ แล้วนำมาหาร 404 ได้เท่ากับ 200.99 ปัดเศษขึ้นทำให้ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่สามารถเชื่อถือได้จำนวน 201 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง

เลือกใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (Nonprobability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวกสบาย (Convenience Sampling) เป็นการเลือกแบบไม่มีกฎเกณฑ์อาศัยความสะดวกของผู้วิจัยเป็นหลัก (Simkus, 2023) กลุ่มตัวอย่างจะเป็นนักเรียนอบรมตำรวจคนใดก็ได้ที่ให้ความร่วมมือกับผู้วิจัยในการให้ข้อมูลจนครบจำนวน 201 คนกล่าวคือ เป็นการสุ่มนักเรียนอบรมตำรวจวันสอระหว่างภาคในภาคทฤษฎีตรงกับวันศุกร์ที่ 1 มีนาคม พ.ศ.2567 ระหว่างเวลา 9.00-12.00 น. และ 13.30-16.30 น. ที่หน้าห้องสอบบริเวณอาคาร Hall 1 และ Hall 2 โดยหลังนักเรียนอบรมตำรวจทำข้อสอบเสร็จสิ้นแล้วออกจากห้องผู้วิจัยและผู้ช่วยจะเข้าไปพูดคุยพร้อมแนะนำงานวิจัยที่จะขอเก็บข้อมูลกระทั่งนักเรียนอบรมตำรวจผู้นั้นเข้าใจในเนื้อหาและพร้อมใจสมัครที่จะให้ข้อมูลโดยปราศจากการบังคับขู่เข็ญ จึงนำแบบสอบถามให้กระทั้งนักเรียน



อบรมสำรวจทำ ซึ่งผู้วิจัยได้รับบริบทใกล้เคียงกระทั่งทำแบบสอบถามเสร็จสิ้นจึงรับแบบสอบถามกลับคืนพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลทันที

เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) แบ่งเป็น 3 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานบุคคล เช่น อายุ สถานภาพ ประสบการณ์ทำงาน เป็นต้น ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของนักเรียนอบรมที่เกี่ยวกับค่านิยมสำนัก งานตำรวจแห่งชาติประกอบด้วย สมรรถนะ สุจริตเป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลาง และการบริการด้วยใจ รวมถึงการปฏิบัติตามค่านิยม ใช้มาตราวัดเจตคติแบบลิเคิร์ต (Likert rating scales) 5 ระดับไล่เรียงจากไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง - เห็นด้วยเป็นอย่างยิ่ง และตอนที่ 3 คำถามปลายเปิดโดยสอบถามว่า (1) ท่านพึงพอใจกับค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติหรือไม่ เพราะเหตุใด (2) ท่านเห็นว่าควรเปลี่ยนค่านิยมทุกครั้งที่ตั้งผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติคนใหม่หรือไม่ เพราะเหตุใด และ (3) ท่านมีข้อเสนอแนะประเด็นใดบ้างที่เกี่ยวกับค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือก่อนนำมาใช้งาน

แบบสอบถามที่ใช้ลงภาคสนามผ่านการแก้ไขปรับปรุงทดลองใช้ (Try out) กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะที่ใกล้เคียงกับประชากรเป้าหมายจำนวน 20 คน ก่อนนำไปใช้จริง และผ่านการตรวจสอบความเชื่อมั่นความคงตัว ตรวจสอบค่า Pearson's product moment correlation ซึ่งแบบสอบถามได้ค่าเท่ากับ 0.77 อยู่ระดับดี สำคัญที่พิจารณาความถูกต้องของมาตราวัด 8 ประการดังนี้ (1) ความถูกต้องในตัวสร้าง (Construct validity) พิจารณาความสัมพันธ์ของมาตรวัดกับสมมติฐานของทฤษฎีเกี่ยวกับแนวคิดที่ใช้ในซึ่งต้องมีทิศทางตามที่คาดหวังและเลือกใช้การทดสอบองค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ค่าความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบตั้งแต่ 0.4 ขึ้นไป ซึ่งในงานค่าดัชนีความสอดคล้องได้ค่า 0.76 อยู่ในระดับดี (Chen, 2024) (2) ความถูกต้องในเนื้อหา (content validity) สำคัญพิจารณาความครอบคลุมของมาตรวัดในเรื่องที่เป็นเนื้อหาของสิ่งที่ต้องการวัดที่ได้ มาจากการทบทวนวรรณกรรม การให้คำนิยามจริง คำนิยามปฏิบัติการว่าปรากฏในงานหรือไม่ ซึ่งงานวิจัยได้ปฏิบัติทั้งหมดตามแบบมาตรฐานสากลโดยรายการข้อคำถามทุกข้อที่ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องสูงกว่า .70 ทุกรายการซึ่งถือว่ายอมรับได้ (Roebianto et al., 2023) (3) ความถูกต้องพ้องกันหรือไปด้วยกันได้ (Concurrent validity) หมายถึงสิ่งที่สามารถไปด้วยกันได้เป็นอย่างดีเช่น นักเรียนอบรมมีความรู้ด้านกฎหมายดีสามารถให้บริการประชาชนได้ดี ผู้วิจัยพิจารณามาตรวัดโดยการสร้างมาตรวัดได้สร้างเป็นเรื่องสอดคล้องกันหรืออยู่ในกลุ่มเดียวกันและมีความสัมพันธ์กันสูงอันแสดงถึงความถูกต้องพ้องกันของมาตรวัด (Racy et al., 2022) (4) ความถูกต้องผิวหน้า (Face validity) เป็นเรื่องเกี่ยวกับความชัดเจนรายการข้อความที่ใช้ในการสร้างมาตรวัด ผู้ใดอ่านก็สามารถเข้าใจได้เป็นอย่างดี (Masuwai et al., 2024) (5) ความถูกต้องในการแปล (Translation validity) ในงานได้แปลงแนวคิดที่เป็นนามธรรมเป็นรายการที่จะใช้วัดให้เป็นรูปธรรมที่มีความ



ถูกต้อง เมื่อแปลงข้อความแล้วนำรายการข้อความไปเก็บข้อมูล จากนั้นทำการลงรหัสและมีการให้น้ำหนักของแต่ละรายการอย่างถูกต้องโดยใช้สถิติการวิเคราะห์ปัจจัย (Andersson et al., 2022) (6) ความถูกต้องเชิงบริบท (Nomological validity) สร้างมาตรวัดสอดคล้องกับบริบทในเชิงองค์ความรู้หรือทฤษฎีของสิ่งที่ต้องการวัด ซึ่งค่าของมาตรวัดมีความสัมพันธ์กันสูงกับอีกตัวแปรหนึ่งในทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Lee & Pan, 2021) (7) ความถูกต้องด้านการบรรจบ (Convergent validity) ใช้วิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์โดยพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรมีลักษณะเชิงเส้นตรง (Cheung et al., 2023) ซึ่งแสดงผลบรรจบที่ระดับปานกลาง (8) ความถูกต้องด้านการจำแนก (Discriminant validity) พิจารณาค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละรายการข้อคำถามของทุกมาตรวัด ภาพรวมพบว่าอยู่ระดับปานกลางกล่าวคือ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานทุกรายการมีค่าห่างจากศูนย์พอสมควรแสดงถึงข้อคำถามมีอำนาจในการจำแนก (Ronkko & Cho, 2020)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบี่ยงเบนค่าความโด่ง หาค่า Kolmogorov-Smirnov (K-S test) ตรวจสอบค่า e ว่าแจกแจงเช่นใด หาค่า Tolerance ตรวจสอบค่ายอมรับความต่าง หาค่า VIF (Variance Inflation Factors) ที่ต้องได้ค่าไม่เกิน 10 ตรวจสอบความเป็นเส้นตรงร่วมที่ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์สูงเกิน .75 (Multicollinearity) (Vörösmarty & Dobos, 2020) ตรวจสอบ Tolerance ที่มีค่าไม่ต่ำกว่า .10 และ KMO ที่มีค่ามากกว่า .5 (Kaiser-Meyer-Olkin) เพื่อวัดความเหมาะสมของข้อมูล (Shrestha, 2022) นำเสนอข้อมูลผ่านการใช้ตารางและสถิติพรรณนาเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ส่วนการวิเคราะห์อิทธิพลตัวแปรอิสระทั้ง 5 ที่มีต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยม (ตัวแปรตาม) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2 ใช้เทคนิควิเคราะห์เส้นทาง (path analysis) ศึกษาอิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตามว่ามีอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และผลรวมหรือไม่ มีปริมาณและทิศทางอย่างไรเป็นต้น การแปลผลจากข้อมูลดิบเชิงตัวเลขจากแฟ้มข้อมูลที่ได้สร้างไว้ในโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS for Window นำสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยตีความข้อมูลเพื่อให้ทราบว่าการวิจัยได้ข้อค้นพบอะไรบ้าง ทั้งนี้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) เป็นการศึกษาสาเหตุหรืออิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลถึงตัวแปรตาม โดยศึกษาถึงอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมในรูปแบบเส้นทางความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ เป็นวิธีที่มีพื้นฐานทางสถิติมาจากการวิเคราะห์การถดถอย (Regression analysis) โดยอธิบายขนาดและทิศทางความสัมพันธ์ผ่านทางแผนภาพและสมการโครงสร้าง (Structural Equation) เพื่อทำการตรวจสอบความสอดคล้องข้อมูลเชิงประจักษ์กับข้อมูลตามสมมติฐานที่ผู้วิจัยกำหนดขึ้นจากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี



ผลการวิจัย

ผลที่ได้เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ในภาพรวมด้านสุจริตเป็นธรรมพบว่านักเรียนอบรมส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการประพฤติตนซื่อสัตย์สุจริต (ร้อยละ 37.81) ส่วนการประพฤติชอบทางใจเป็นลำดับท้าย (ร้อยละ 10.48) ด้านสมรรถนะพบว่านักเรียนอบรมส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งต่อการยึดมั่นถูกต้องมากที่สุด (ร้อยละ 29.35) ส่วนการทำงานเป็นทีมเป็นรายการที่เห็นด้วยเป็นลำดับท้าย (ร้อยละ 11.94) ด้านประชาชนเป็นศูนย์กลางนักเรียนอบรมส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการมีส่วนร่วมของสังคมประชาชนลำดับแรก (ร้อยละ 55.72) ส่วนมุ่งประโยชน์ส่วนรวมเห็นด้วยเป็นลำดับท้าย (ร้อยละ 14.42) และด้านการบริการด้วยใจพบว่านักเรียนอบรมส่วนใหญ่เห็นด้วยอย่างยิ่งกับการเต็มใจให้บริการมากที่สุด (ร้อยละ 70.15) ต่างกันอย่างสิ้นเชิงกับการสื่อสารสภาพที่เห็นด้วยเป็นลำดับท้าย (ร้อยละ 16.91) ก่อนดำเนินกิจกรรมเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ต้องตรวจว่าละเมิดข้อสมมติที่กำหนดกับเทคนิควิธีหรือไม่ได้แก่ การกระจายปกติตัวแปรเดียว เป็นต้น ปรากฏในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและสถิติพรรณนาตัวแปรที่ศึกษา (N = 201)

ตัวแปร	VALUE	COMPE	OFAIR	PEOPL	SERVI
VALUE	1.00	0.46	0.27	0.36	0.59
COMPE		1.00	0.43	0.53	0.27
OFAIR			1.00	0.44	0.61
PEOPL				1.00	0.32
SERVI					1.00
Tolerance	-	0.68	0.91	0.73	0.66
VIF	-	1.12	1.41	1.38	1.26
ค่าสูงสุด	10	5	5	5	5
ค่าเฉลี่ย	7.26	2.88	2.71	2.69	2.94
ค่าเบี่ยงเบนฯ	0.44	0.56	0.33	0.54	0.55
ค่าความเบ้	0.51	0.79	0.67	0.66	0.81
ค่าความโด่ง	1.26	0.81	0.56	0.53	-0.08

หมายเหตุ: ค่า Kaiser-Meyer Olkin = 0.76 และค่าต่ำสุดทุกรายการ = 1

จากตารางที่ 1 ตรวจสอบการละเมิดข้อสมมติโดยตรวจการกระจายปกติตัวแปรเดียว (Univariate Normality) ตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์สูง (Multicollinearity) พบว่ามีการกระจายปกติค่าที่ได้ทุกตัวไม่



เกิน .75 พิจารณาค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ ค่าความโด่งและค่า K-S test พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีการกระจายปกติ และทดสอบ linearity พบว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงกับการปฏิบัติตนตามค่านิยม (F test = 1.744 มีนัยสำคัญทางสถิติ) (Feng et al., 2022) ค่า VIF ปกติมีค่าไม่เกิน 10 Tolerance มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.10 และค่า KMO มีค่ามากกว่า 0.5 อยู่ในเกณฑ์ปกติไม่ละเมิดข้อสมมติแต่อย่างใด จากนั้นผู้วิจัยจึงใช้เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 กับค่าสัมประสิทธิ์ปรับมาตรฐาน (Standardized coefficients) ในสมการโครงสร้างการวิเคราะห์ เมื่อแทนค่าสัมประสิทธิ์ปรับมาตรฐานลงในสมการโครงสร้างจึงปรากฏสมการที่ 1-4 และภาพแบบจำลอง

$$\text{VALUE} = f (.811 \text{ COMPE}, .776 \text{ OFAIR}, .809 \text{ PEOPLE}, .823 \text{ SERVI}) \dots (1)$$

$$R = .511 \quad R^2 = .347 \quad F = 14.441 \quad \text{Sig.F} = .000$$

$$\text{COMPE} = f (.797 \text{ PEOPLE}) \dots (2)$$

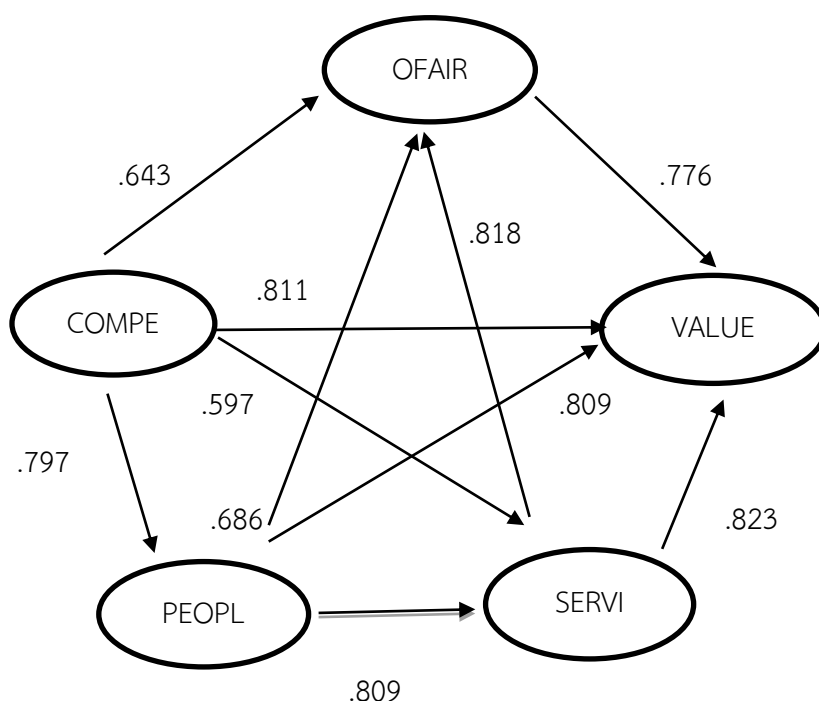
$$R = .623 \quad R^2 = .417 \quad F = 13.776 \quad \text{Sig.F} = .000$$

$$\text{OFAIR} = f (.643 \text{ COMPE}, .664 \text{ PEOPLE}, .818 \text{ SERVI}) \dots (3)$$

$$R = .675 \quad R^2 = .511 \quad F = 14.166 \quad \text{Sig.F} = .000$$

$$\text{SERVI} = f (.597 \text{ COMPE}, .787 \text{ PEOPLE}) \dots (4)$$

$$R = .641 \quad R^2 = .468 \quad F = 14.897 \quad \text{Sig.F} = .000$$



ภาพที่ 1 แบบจำลองหลังการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ



ตารางที่ 2 อิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และผลรวมของตัวแปรที่มีต่อการปฏิบัติตามค่านิยม (N = 201)

ตัวแปรแฝง ภายนอก (Exogenous Variables)	ตัวแปรแฝงภายใน (Endogenous Latent Variables)											
	OFAIR			PEOPL			SERVI			VALUE		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
COMPE	.811	-	.811	.797	.521	1.318	.809	.673	1.482	.818	-	.818
OFAIR	-	-	-	.643	-	.643	.809	.638	1.447	.776	-	.776
PEOPL	-	-	-	-	-	-	.809	-	.809	-	.597	.597
VALUE	-	-	-	-	.597	.597	.823	-	.823	-	-	-
R ²	.417			.511			.468			.347		

หมายเหตุ: (1) อิทธิพลทางอ้อม COMPE; สมรรถนะ ได้จาก $(.643 \times .776) + (.797 \times .787 \times .823) + (.597 \times .823) = 1.511$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $.811 + 1.511 = 2.322$ (2) อิทธิพลทางอ้อม PEOPL; ประชาชน ศูนย์กลางได้จาก $(.787 \times .823) + (.664 \times .776) = 1.163$ และอิทธิพลผลรวมได้จาก $.809 + 1.163 = 1.972$ (3) อิทธิพลทางอ้อม SERVI; บริการด้วยใจได้จาก $(.818 \times .776) = .634$ และผลรวมได้จาก $.823 + .634 = 1.457$

จากตารางที่ 2 พบว่า ตัวแปรตาม ค่านิยมที่มีต่อการปฏิบัติตน (VALUE) ของนักเรียนอบรมตำรวจเป็นตัวแปรที่สะท้อนถึงค่านิยมที่นักเรียนอบรมตำรวจยึดถือในการปฏิบัติตน ค่า $R^2 = 0.347$ หมายความว่า 34.7% ของความแปรปรวนในค่านิยมของนักเรียนอบรมตำรวจอธิบายได้จากตัวแปรในโมเดล

สมรรถนะ (COMPE) มีอิทธิพลทางตรงต่อ VALUE เท่ากับ 0.818 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสมรรถนะของนักเรียนอบรมตำรวจส่งผลโดยตรงและมีความสำคัญต่อนิยมในการปฏิบัติตน ยิ่งนักเรียนอบรมตำรวจมีสมรรถนะที่สูง ค่านิยมในการปฏิบัติตนก็จะยิ่งเพิ่มขึ้น

ความสุจริตและเป็นธรรม (OFAIR) มีอิทธิพลทางตรงต่อ VALUE เท่ากับ 0.776 ซึ่งแสดงถึงความสำคัญของความสุจริตและความเป็นธรรมในระบบอบรมตำรวจที่ส่งผลโดยตรงต่อค่านิยมของนักเรียน การที่ระบบอบรมมีความยุติธรรมและสุจริตจะช่วยเสริมสร้างค่านิยมในการปฏิบัติตนของนักเรียนให้สูงขึ้น

ประชาชนเป็นศูนย์กลาง (PEOPL) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อ VALUE ผ่าน OFAIR เท่ากับ 0.597 ซึ่งแสดงว่าการให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นศูนย์กลางจะส่งผลดีต่อความสุจริตและความเป็นธรรมในระบบ และนำไปสู่การเพิ่มค่านิยมในการปฏิบัติตนของนักเรียนอบรมตำรวจ



สรุปได้ว่า สมรรถนะของนักเรียนอบรมตำรวจ (COMPE) และความสุจริตและความเป็นธรรม (OFAIR) เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลโดยตรงและมีความสำคัญต่อการสร้างค่านิยมในการปฏิบัติตนของนักเรียน การให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นศูนย์กลาง (PEOPL) มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการเสริมสร้างความสุจริตและความเป็นธรรมในระบบ ค่านิยมของนักเรียนอบรมตำรวจจึงมีความเชื่อมโยงกับสมรรถนะ ความสุจริต และการให้ความสำคัญกับประชาชนเป็นศูนย์กลาง

อภิปรายผล

การที่การบริการด้วยใจที่ประกอบด้วยใช้การสื่อสารที่สุภาพ แสดงออกท่าทางที่เหมาะสม มีความเต็มใจให้บริการ และให้บริการรวดเร็วและถูกต้องมีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติตามค่านิยมมากที่สุดเนื่องเพราะการบริการ (Services) เป็นการกระทำกิจกรรมใด ๆ ด้วยร่างกายเพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลอื่น ซึ่งเกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวก ความสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับผู้รับบริการได้ ซึ่งการกระทำด้วยร่างกายคือการแสดงออกด้วยการแต่งกาย ปฏิบัติการ กิริยา ท่าทางและวิธีการพูดจา ซึ่งการบริการสามารถแสดงออกเป็น 2 แบบคือ 1) ขั้นตอนการให้บริการ เป็นการปฏิบัติตามขั้นตอนและเทคนิคของวิธีปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมเพื่อให้ผู้รับบริการได้ประโยชน์ตรงตามความต้องการมากที่สุด และ 2) พฤติกรรมการบริการเป็นการแสดงออกด้านการแต่งกาย สีหน้า แววตา กิริยา ท่าทาง และการพูดจา ซึ่งพฤติกรรมที่ดีย่อมสร้างความสุขให้เกิดขึ้นกับผู้รับบริการได้เป็นอย่างดีได้แก่การแต่งกายที่สุภาพ สะอาด เรียบร้อย สีหน้าและแววตาที่ยิ้มแย้ม แจ่มใส อ่อนโยน กิริยาท่าทางที่สุภาพ อ่อนน้อม การพูดจาดูด้วยน้ำเสียงที่นุ่มนวล สุภาพ ชัดเจน ให้เกียรติมีหางเสียง จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นว่าการบริการจะเกี่ยวข้องกับบุคคล 2 ฝ่ายคือ ผู้ให้บริการและผู้รับบริการ

SERVICE MIND ตรงกับภาษาอังกฤษสื่อความหมายได้ดังนี้ S = Smile คือ ยิ้มแย้ม E = enthusiasm คือ ความกระตือรือร้น R = rapidness คือ ความรวดเร็ว ครบถ้วน มีคุณภาพ V = value คือ มีคุณค่า I = impression คือ ความประทับใจ C = courtesy คือ มีความสุภาพอ่อนโยน E = endurance คือ ความอดทน เก็บอารมณ์ สำหรับคำว่า “Mind” ความหมายดังนี้ M = make believe คือ มีความเชื่อ I = insist คือ ยืนยัน ยอมรับ N = necessitate คือ การให้ความสำคัญ D = devote คือ อุทิศตน ทั้งนี้หลักการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการมีหลากหลายรูปแบบตามแต่จะเลือกยึดถือปฏิบัติ ในที่นี้ใช้หลักการ 10 S เสริมสร้างปฏิบัติงานด้านบริการประชาชนประกอบด้วย 1) S - Smooth หมายถึงอารมณ์ของผู้ให้บริการ ผู้ให้บริการที่ดีควรมีอารมณ์มั่นคงสม่ำเสมอแม้ขณะที่ผู้รับบริการจะแสดงอารมณ์เสียใส่ ผู้ให้บริการก็ควรพยายามข่มใจไม่แสดงอารมณ์ที่ไม่ดีตอบโต้กลับไป 2) S - Smile หมายถึงการบริการด้วยรอยยิ้ม ผู้บริการที่มีหน้าตา หน้าที่ยิ้มแย้มแจ่มใส ไม่บูดบึ้งเมื่อมีผู้มาติดต่อขอรับบริการจะสร้างความประทับใจให้แก่ผู้รับบริการ 3) S - Speak หมายถึง การพูดจาดูด้วยน้ำเสียงการพูดจาไพเราะ มีสัมมาคารวะ เนื่องจากการบริการจะต้องเจอกับ



บุคคลที่มีความต้องการที่หลากหลายบางครั้งผู้รับบริการเป็นบุคคลเจ้าอารมณ์พูดจาไม่สุภาพหรือขาดสัมมาคารวะพูดจาไม่น่าฟัง แต่ผู้ให้บริการจำเป็นจะต้องใจเย็นและพูดจาให้ไพเราะน่าฟัง 4) S - Small หมายถึงผู้บริการต้องปฏิบัติตนด้วยความอ่อนน้อมถ่อมตน ไม่อวดอ้างว่าตัวเองเป็นใหญ่หรือเป็นผู้มียศมีตำแหน่งการทำงานที่ดีกว่า มีความรู้มากกว่าผู้รับบริการแต่ควรยินดีและเต็มใจให้บริการ 5) S - Smart หมายถึง ผู้ให้บริการที่มีบุคลิกภาพที่ดีสง่างามจะสร้างความประทับใจให้กับผู้รับบริการตั้งแต่แรกเห็น 6) S - Special หมายถึงผู้ให้บริการให้ความสำคัญกับผู้รับบริการโดยมองว่าผู้รับบริการเป็นบุคคลพิเศษจะต้องปฏิบัติให้ผู้รับบริการรู้สึกเสมือนว่าผู้รับ บริการเป็นบุคคลพิเศษ 7) S - Spirit หมายถึงผู้บริการต้องยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้รับบริการ ยอมเป็นผู้รับฟังที่ดี 8) S - Speed หมายถึงการให้บริการด้วยความรวดเร็วเนื่องจากการให้บริการที่เป็นไปด้วยความรวดเร็ว สามารถประหยัดเวลาในการให้บริการและผู้ให้บริการสามารถให้บริการแก่บุคคลอื่นได้จำนวนมากขึ้น และที่สำคัญผู้บริการไม่ต้องเสียเวลาในการคอยรับบริการ 9) S - Super หมายถึง การให้บริการที่มากกว่า มากกว่าในที่นี้หมายถึงการให้บริการที่มากกว่าสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังหรือคาดคิด และ 10) S - Save หมายถึง การประหยัด ประหยัดในที่นี้หมายถึงการประหยัดเวลาในการดำเนินการให้บริการ และการประหยัดวัสดุของหน่วยงานเนื่องจากในการให้บริการบางครั้งจำเป็นต้องใช้วัสดุภายในหน่วยงาน เช่น ใช้เอกสาร การถ่ายเอกสาร หากผู้ให้บริการให้บริการด้วยความแม่นยำ ถูกต้องตามขั้นตอนในครั้งเดียวจะช่วยประหยัดค่าวัสดุภายในสำนักงานและประหยัดเวลา นอกจากข้างต้นตัวอย่างหลักบริการด้วยใจที่สามารถนำประยุกต์ใช้ปฏิบัติได้ดังนี้ หลัก 4 S ประกอบด้วย S1 - Smile คือ ยิ้มแย้มแจ่มใส S2 - Soft คือ อ่อนโยน อ่อนน้อมถ่อมตน S3 - Sincere คือ จริงใจ ไม่เสแสร้งแกล้งทำ และ S4 - Superb คือ ดีเลิศ การให้บริการที่ประทับใจเหนือความคาดหวังหรือหลัก 5ส เพื่อความพร้อมในการให้บริการ ส 1 ต้องสวย (ร่างกายและจิตใจ) ส 2 สงบ (นิ่ง) ส 3 ใส่ใจ ส 4 สอดแทรก (ถูกกาลเทศะถูกที่และถูกเวลา) และ ส 5 - สื่อสาร

ประเด็นการให้บริการด้วยใจตามงานวิจัยในประเทศสนับสนุนผลที่ได้ในงานที่ว่ามีความสำคัญแก่เช่น ชวลัญญ์ ปาลิย์รวี อภิรมย์ สีดาคำ และประเสริฐ ปอนถิ่น (2566) ให้ข้อเสนอแนะในงานว่าควรส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่มีทักษะในการให้บริการที่ดี สร้างความประทับใจในการรับบริการ การให้บริการอย่างชัดเจน เข้าใจง่าย และตอบข้อซักถาม ข้อสงสัยเกี่ยวกับการขอรับบริการด้วยความเอาใจใส่ สอดคล้องกับ พชร แสงอรุณ และเสาวนารถ เล็กเลอสิน (2565) ได้ข้อค้นพบด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ควรให้บริการด้วยความรวดเร็ว ฉับไว และถูกต้องแม่นยำ และควรเพิ่มมีตัวอย่างแบบฟอร์มขอรับบริการแต่ละขั้นตอนให้ดูอย่างชัดเจน เข้าใจง่ายสะดวกในการเข้ารับบริการของประชาชน โดยที่ความคิดเห็นของประชาชนที่มีต่อประสิทธิภาพการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรเมืองฉะเชิงเทราในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การให้บริการในด้านต่าง ๆ ทั้ง 5 ด้าน และมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในแต่ละด้านในด้านการบริการได้แก่ เจ้าหน้าที่แต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย (แสงรวี สารประจุ, 2564) การยกระดับให้บริการประชาชนของสถานีตำรวจนครบาลทุกแห่ง



ตามนโยบายของรัฐบาล ยุทธศาสตร์การให้บริการประชาชนบนโรงพักเน้นการบริการให้สะดวกรวดเร็วแบบจุดเดียวเบ็ดเสร็จ หรือ One Stop Service จึงถือว่าประสบความสำเร็จ (สุตาภรณ์ อรุณดี และคณะ, 2565) หรือเช่นที่ศึกษาและต้องรู้จากการวิจัย (Research Knowledge) 1) การปรับมุมมองว่าประชาชนคือลูกค้าสำคัญ ผู้ให้บริการประชาชนจะต้องกระตือรือร้นที่จะบริการ มีจิตสำนึกในการบริการ เปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีการเสนอแนะและรับฟังเพื่อการปรับปรุงการให้บริการ (อำนาจ พวงสวัสดิ์ และสุธรรม เลิศพงษ์-ประเสริฐ, 2565) สอดคล้องกับหนึ่งในประเด็นยุทธศาสตร์ของยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี คือ การเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่ประชาชน เสริมสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีจิตสำนึกในการให้บริการประชาชน (Service Mind) มีทัศนคติและวิธีการทำงานที่มุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์โดยยึดประชาชนเป็นศูนย์กลาง (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2561)

ส่วนสมรรถนะที่มีอิทธิพลทางอ้อมและผลรวมต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมเนื่องเพราะเป็นคุณ ลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ ความสามารถและคุณลักษณะอื่น ๆ ที่ทำให้บุคคลได้สร้างผลงานที่โดดเด่นกว่าบุคคลอื่นในองค์กร อีกทั้งเป็นปัจจัยในการทำงานที่เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่องค์กรโดยเฉพาะเพิ่มขีดความสามารถในการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพราะสมรรถนะเป็นปัจจัยช่วยให้พัฒนาศักยภาพของบุคลากรเพื่อให้ส่งผลไปสู่การพัฒนาองค์กร ในประเด็นนี้สอดคล้องกับการปฏิบัติที่ผ่านมา กล่าวคือ เรื่องสมรรถนะที่กำหนดในค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติหลายโอกาสเมื่อเปลี่ยนผู้นำใหม่ยังคงยึดสมรรถนะเป็นหนึ่งในค่านิยม แสดงถึงการให้ความสำคัญในเรื่องนี้ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เฉกเช่นสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือนที่จัดฝึกอบรมข้าราชการใหม่โดยเน้นในเรื่องสมรรถนะต่อเนื่องเป็นเวลาหลายปี (สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน, 2561) จึงสามารถกล่าวอ้างได้ว่าสมรรถนะเป็นหนึ่งในประเด็นที่มีความสำคัญและแม้ไม่อาจปฏิเสธความจริงได้ว่าในปัจจุบันประเด็นสมรรถนะอาจถูกกระแสประเด็นคุณธรรม จริยธรรม จรรยาบรรณ ความโปร่งใส ความซื่อสัตย์สุจริตบดบังหากแต่สมรรถนะยังคงสำคัญและมีความจำเป็นต่อทุกองค์กรที่มีส่วนสำคัญผลักดันให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรรวมถึงสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เฉกเช่นผลการวิจัยในงานที่ได้ข้อค้นพบ ว่ามีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมต่อการปฏิบัติตนตรงตามค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

สรุปข้อค้นพบเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 สรุปสาระได้ความว่า ในภาพรวมนักเรียนอบรมเห็นด้วยกับการบริการด้วยใจเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 54.23) รองลงมาไล่เรียงลำดับ ได้แก่ สมรรถนะ สุจริต เป็นธรรม ประชาชนเป็นศูนย์กลางเป็นลำดับท้าย และข้อค้นพบเพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 สรุปสาระได้ความว่าการบริการด้วยใจมีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมมากที่สุด ส่วนสมรรถนะมีอิทธิพลทั้งทางอ้อมและผลรวมต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมมากที่สุด



ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. นักเรียนอบรมเมื่อสำเร็จการศึกษาจากโรงเรียนนายร้อยตำรวจแล้วไปปฏิบัติงานประจำสถานีตำรวจควรมุ่งเน้นปฏิบัติตนตามค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติด้านการบริการด้วยใจ แสดงออกโดยเต็มใจ ใส่ใจ ให้ใจ เข้าใจ สร้างความพึงพอใจให้ประชาชนผู้มารับบริการ

2. นักเรียนอบรมตำรวจควรมุ่งเน้นปฏิบัติตนตามค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติด้านสมรรถนะในการปฏิบัติงาน ได้แก่ ความรู้ด้านกฎหมาย ทักษะการประนีประนอม ความสามารถในการให้บริการ

ทั้งนี้การปฏิบัติตนของนักเรียนอบรมตำรวจตามค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติจำต้องยึดถือปฏิบัติทั้ง 4 ข้อ หากแต่กรณีปฏิบัติโดยมุ่งเน้นการบริการด้วยใจที่มีอิทธิพลทางตรงต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยม และสมรรถนะที่มีอิทธิพลทางอ้อมและผลรวมต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยม จักส่งเสริมเชิงบวกให้การปฏิบัติตนนั้นบังเกิดประสิทธิผล ตรงตามเจตนารมณ์ของผู้นำสำนักงานตำรวจแห่งชาติ แต่ทั้งนี้การปฏิบัติตนตามค่านิยมของนักเรียนอบรมตำรวจจำต้องปฏิบัติครบทุกประการเนื่องเพราะค่านิยมจักสะท้อนและเสริมสร้างวัฒนธรรมที่พึงประสงค์ของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรเว้นระยะการศึกษา จากนั้นนำตัวแปรที่ปรากฏในงานนี้มาการศึกษาซ้ำเพื่อยืนยันข้อค้นพบ
2. ควรนำตัวแปรอิสระอื่นที่ไม่ปรากฏในงานวิจัยใช้มาการศึกษาเชิงเปรียบเทียบตรวจสอบว่ามีอิทธิพลมากหรือน้อยเพียงใด หรือแต่ละตัวแปรมีอิทธิพลทางตรง ทางอ้อม และผลรวมเช่นใดต่อการปฏิบัติตนตามค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติ
3. ควรศึกษาประเด็นค่านิยมสำนักงานตำรวจแห่งชาติโดยใช้แนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นตัวขับเคลื่อนงานวิจัยเพื่อได้มาซึ่งข้อค้นพบที่มีเนื้อหาข้อมูลเชิงลึก ได้รายละเอียดที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กัญญนันท์ เกษระ. (2563). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะหลักเพื่อการเป็นบุคลากรภาครัฐที่มีสมรรถนะสูง: กรณีศึกษาข้าราชการสำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. สืบค้นจาก <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=8554&context=chulaetd>
- จิระวัฒน์ สุภาสวัสดิ์. (2562). การเพิ่มสมรรถนะบุคลากรในงานบริการ: กรณีศึกษาโรงแรมในเครือ a more กรุ๊ป. สืบค้นจาก http://www3.ru.ac.th/mpa-abstract/files/2562_1_59773942pdf



- ชวัลณัฐ ปาลิย์รวี, อภิรมย์ สีตาคำ, และประเสริฐ ปอนถิ่น. (2566). การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อส่งเสริมคุณภาพการให้บริการประชาชนของสถานีตำรวจภูธรช้างเผือก อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารสันติสุขปริทรรศน์*, 4(2), 50-65.
- พชร แสงอรุณ และเสาวนารถ เล็กเลอลิน. (2565). ทศนคติของประชาชนผู้มารับบริการต่อการจัดบริการสาธารณะของสถานีตำรวจภูธรเมืองนนทบุรี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*, 8(3), 264-283.
- แสงรวี สาระปรง. (2564). ความคิดเห็นของประชาชนต่อประสิทธิภาพการให้บริการของสถานีตำรวจภูธรเมืองฉะเชิงเทราอำเภอเมืองฉะเชิงเทรา จังหวัดฉะเชิงเทรา. *วารสารรัฐศาสตร์รอบรู้และสหวิทยาการ*, 4(1), 29-43.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการตำรวจ. (2565). *มาตรฐานทางจริยธรรมของตำรวจ: POLICE MORAL STANDARDS*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2561). *การพัฒนาสมรรถนะหลัก (สำหรับข้าราชการใหม่)*. สืบค้นจาก <https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/page/development.pdf>
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2566). *ประกาศสำนักงานตำรวจแห่งชาติเรื่อง เจตจำนงสุจริตในการบริหารงานสำนักงานตำรวจแห่งชาติ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2567). *แผนปฏิบัติการสำนักงานตำรวจแห่งชาติประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580)*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ตำรวจ.
- สุตาภรณ์ อรุณดี, วรณวิภา ไตลังคะ, มนสิชา โพธิสุข, ณัฐพันธ์ คู่ชิง, และวิยะดา วรนนทวนิช. (2565). การบริการภาครัฐแนวใหม่กรณีศึกษา: การให้บริการประชาชน (One Stop Service) บนสถานีตำรวจนครบาล. *วารสาร มจร พุทธปัญญาปริทรรศน์*, 7(1), 31-43.
- อำนาจ พวงสวัสดิ์ และสุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ. (2565). ความพึงพอใจการใช้บริการของประชาชนต่อสถานีตำรวจภูธรเขาบางแกรก ตำบลเขาบางแกรก อำเภอหนองฉาง จังหวัดอุทัยธานี. *วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 5(5), 47-55.
- Andersson, S., Granat, L., Brännström, M., & Sandgren, A. (2022). Translation, cultural adaptation, and content validation of the palliative care self-efficacy scale for use in the Swedish context. *Int J Environ Res Public Health*, 19(3), 11-43.
DOI: 10.3390/ijerp h19031143



- Askeland, H., Espedal, G., Jelstad Løvaas, B., Sirris, S. (2020). *Understanding Values Work in Organizations and Leadership*. In Askeland, H., Espedal, G., Jelstad Løvaas, B., & Sirris, S. (Eds), *Understanding Values Work*. Palgrave Macmillan, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-030-37748-9_1
- Brauer, S. (2021). Towards competence-oriented higher education: A systematic literature review of the different perspectives on successful exit profiles. *Education & Training*, 63(9), 1376-1390. DOI:10.1108/ET-07-2020-0216
- Chen, C. (2024). Assessment of test validity in the context of the duolingo english test. *Journal of Modern Linguistics*, 14(1), 1-7. DOI: 10.4236/ojml.2024.141001
- Cheung, G.W., Thomas, H.C., Lau, R.S., & Wang, L.C. (2023). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*. DOI:10.1007/s10490-023-09871-
- Feng, Y, Li, J., & Song, X. (2022). *Testing linearity in semi-functional partially linear regression models*. Retrieved July, 19 2024, from https://www.researchgate.net/publication/365943081_Testing_linearity_in_semi-functionalpartially_linear_regression_models
- Kewara, G. (2020). *Guidelines for developing core competencies for becoming high-performing government personnel: A case study of civil servants in the office of the permanent secretary, ministry of labor*. from <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=8554&context=chulaetd>
- Lee, H., & Pan, Y. (2021). Evaluation of the nomological validity of cognitive, emotional, and behavioral factors for the measurement of developer experience. *Appl. Sci.*, 11(17). <https://doi.org/10.3390/app11177805>
- Masuwai, A., Zulkifli, H., & Hamzah, M.L. (2024). Evaluation of content validity and face validity of secondary school Islamic education teacher self-assessment instrument. *Cogent Education*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/2331186X.2024.2308410>
- Phuangswat, A., & Lertphongprasert, S. (2022). People's satisfaction with the services of Khao Bang Krak provincial police station Khao Bang Krak subdistrict, Nong Chang district, UthaiThani province. *Journal of Management and Social Sciences Review*, 5(5), 47-55.



- Racy, F., Morin, A., & Hagerty, J. (2022). Concurrent validity and reliability of representative inner speech questionnaires. *Psychological Reports*, 127(3), 56-69. DOI: 10.1177/00332941221109109
- Roebianto, A., Savitri, L., Sriyanto, A.S., & Syaiful, L.A. (2023). Content validity: Definition and procedure of content validation in psychological research. *TPM – Testing*, 30(1), 5-18. DOI: 10.4473/TPM30.1.1
- Ronkko, M., & Cho, E. (2020). An updated guideline for assessing discriminant validity. *Organizational Research Methods*, 25(1), 4-15. <https://doi.org/10.1177/1094428120968614>
- Simkus, J. (2023). *Convenience sampling: Definition, method and examples*. from <https://www.simplypsychology.org/convenience-sampling.html>
- Shrestha, N. (2022). Factor analysis as a tool for survey analysis. *American Journal of Applied Mathematics and Statistics*, 9(1), 4-11. DOI:10.12691/ajams-9-1-2
- U.S. Department of Health and Human Services. (2022). *The belmont report: Ethical principles and guidelines for the protection of human subjects of research*. Retrieved from <https://www.hhs.gov/ohrp/regulations-and-policy/bemont-report/index.html>
- Vörösmarty, G., & Dobos, L. (2020). Green purchasing frameworks considering firm size: Multicollinearity analysis using variance inflation factor. *Supply Chain Forum*, 21(3). DOI:10.1080/16258312.2020.1776090
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.



Received: September 16, 2024

Revised: November 11, 2024

Accepted: December 24, 2024

พฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทยและความสัมพันธ์กับแบรนด์ Self Gift-Giving Behaviors of Thai Consumers and their Brand Relationships

ณัฐธินี วัธนะบุรณ (Nuttinee Wattanaboon)¹

ชมพูนุช ปัญญไพโรจน์ (Chompunuch Punyapiroje)²

E-mail: chompunuch@yahoo.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจพฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทยในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ความชื่นชอบต่อแบรนด์ และความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ และเพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับแบรนด์ จำแนกตามลักษณะประชากรของผู้บริโภค เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ด้วยการแจกแบบสอบถามออนไลน์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคชาวไทยอายุ 20 ปีขึ้นไป และเคยซื้อของขวัญให้แก่ตนเองภายใน 6 เดือนที่ผ่านมา จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการเปรียบเทียบเชิงพหุคูณ

ผลวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทย 3 อันดับแรก ได้แก่ “เมื่ออยากจะทำดีกับตนเอง” “เมื่อต้องการให้รางวัลตนเอง” และ “เมื่อมีเงินเหลือใช้” ในส่วนของพฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองนั้นพบว่า ผู้บริโภคมักจะซื้อของขวัญให้แก่ตนเองเมื่อต้องการ ประเภทของของขวัญที่ให้แก่ตนเอง 3 อันดับแรก ได้แก่ ประเภทเสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องประดับ ประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และประเภทสินค้าความงามและดูแลผิว มูลค่าของขวัญอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท ผู้บริโภคส่วนใหญ่

¹ นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา หลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (Graduate Student, Master of Communication Arts Program in Brand Communication, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University)

² อาจารย์ประจำหลักสูตรนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสื่อสารแบรนด์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา (Lecturer, Master of Communication Arts Program in Brand Communication, Faculty of Humanities and Social Sciences, Burapha University)



ตัดสินใจซื้อของขวัญให้แก่ตนเองเมื่อต้องการ ตามลำพัง และด้วยเงินเดือนตนเอง มีการค้นหาข้อมูลของขวัญผ่านสื่อออนไลน์ มีการวางแผนเก็บเงินล่วงหน้า เดินทางไปซื้อของขวัญที่ห้างสรรพสินค้าและซื้อผ่านทางออนไลน์ เมื่อทดสอบสมมติฐาน 3 ข้อ ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรด้านเพศและอายุของผู้บริโภคไม่ส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในทุกด้าน ขณะที่ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภคส่งผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ความชื่นชอบต่อแบรนด์หรือความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ที่ซื้อเป็นของขวัญให้แก่ตนเองในด้านใดด้านหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05-0.001

คำสำคัญ ความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ความชื่นชอบต่อแบรนด์ ความสอดคล้องในตนเอง-กับแบรนด์ การให้ของขวัญแก่ตนเอง ผู้บริโภคชาวไทย

Abstract

The objectives of this research were to investigate Thai consumers' self-gift giving behaviors and their self-gift giving brand relationships in terms of brand familiarity and experience, brand preferences and self-brand congruence and to compare the brand relationships classified by the consumers' demographics. Survey research was employed by distributing online questionnaires with the sample group consisted of 400 Thai consumers aged 20 years and over who had purchased gifts for themselves within the past 6 months. A convenience sampling method was used. Data were analyzed by descriptive and inferential statistics, one-way analysis of variance and multiple comparisons.

The research found that top three self-gift giving motivations of Thai consumers were "when you want to do good to yourself," "when you want to reward yourself," and "when you have money to spare." For their self-gift giving behaviors, Thai consumers were usually purchased gifts when they wanted and the top three self-gifts giving products types were "clothing, shoes, and accessories," "food and beverages" and "beauty and skin care products." The value of the gifts was between 1,001-5,000 baht. Most of them decided to buy gifts for themselves by their own and on their own salary. They searched gifts' information through online media, had a plan to collect money in advance, and bought the gifts at department stores and online channels. When testing 3 hypotheses, the results revealed that the gender and age of Thai consumers did not affect all aspects of brand



relationships. Meanwhile, the education level, marital status, occupation, and income of Thai consumers affect their self gift-giving brand relationships in terms of brand familiarity and experience, brand preferences or self-brand congruence at statistically significant at the 0.05-0.001 level.

Keywords: Brand familiarity and experience, Brand preferences, Brand self congruence, Self gift-giving, Thai consumers

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วณัฐ พุฒนา (2562) กล่าวว่า ในสมัยโบราณการให้ของขวัญมักสื่อถึงความสัมพันธ์พิเศษต่าง ๆ โดยมี ‘ของขวัญ’ เป็นสื่อกลาง เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับเทพเจ้าที่มีเครื่องเซ่นสังเวยและของขวัญจากเบื้องบนเป็นสื่อกลาง หรือความสัมพันธ์ระหว่างอาณาจักร ชนเผ่าต่อชนเผ่า หรือตระกูลต่อตระกูล ก็จะมีการให้และแลกเปลี่ยนของขวัญเป็นพิธีกรรมสำคัญ Marcel Mauss (1990) นักมานุษยวิทยาอธิบายว่า “ของขวัญ” หรือ “ของกำนัล” ไม่เพียงแต่หมายถึง “จิตวิญญาณของสิ่งของ” ที่ผู้รับสิ่งของจะมีความผูกพันในการตอบแทนคืนกลับมาแก่ผู้ให้เท่านั้น แต่ยังมี ความซับซ้อนและความหมายเชิงสัญลักษณ์ซ่อนอยู่ ของขวัญจึงเป็นรูปแบบการแลกเปลี่ยนของมนุษย์โดยมีสัญญาใจและนำไปสู่การสานความสัมพันธ์ที่ต่อเนื่อง Belk (1982) เสริมว่า การให้ของขวัญ (gift giving) เป็นการกระทำด้วยการให้บางสิ่งกับผู้อื่นเพื่อแสดงถึงความรู้สึกต่าง ๆ การให้ของขวัญสามารถแสดงถึงระดับความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับ ไม่ว่าจะเป็นความรัก มิตรภาพ ความห่วงใย ความชื่นชม ความปรารถนาดี การขอโทษ การขอบคุณ การแบ่งปัน และความมีน้ำใจต่อผู้อื่น สอดคล้องกับที่ อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์ (2564) ระบุว่า วัตถุประสงค์การให้ของขวัญขึ้นอยู่กับบุคคลและความชอบส่วนบุคคล เช่น การแสดงออกถึงความรักและความอบอุ่น การสร้างความประทับใจ การสร้างความเชื่อมั่น และการเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางธุรกิจและสังคม หรือแม้แต่การให้รางวัลชีวิตกับตนเอง

ค่านิยมเกี่ยวกับการให้รางวัลชีวิตกับตนเอง (treat yourself culture) หรือแนวคิดการให้ของขวัญแก่ตนเอง (self gift-giving) มีจุดเริ่มต้นจากหนังสือ *The Meaning of Gifts* ของ Paul Tournier (1966) ว่ารางวัล (reward) หรือสิ่งจูงใจ (incentive) นั้นเกี่ยวกับความสำเร็จของบุคคล อาจเป็นรางวัลปลอบใจเมื่อผิดหวังหรือเสียใจ หรือเป็นการเฉลิมฉลองเทศกาล เช่น วันเกิดหรือวันคริสต์มาส ต่อมา แนวคิดนี้ถูกนำไปศึกษาในศาสตร์ด้านสังคมวิทยาและด้านการตลาดและพบว่า บทบาทและความหมายของการให้ของขวัญแก่ตนเองนั้นขึ้นอยู่กับบริบทที่ถูกผูกไว้ ไม่ว่าจะเป็นในด้านวัฒนธรรม เพศ อายุ หรือพื้นที่ (Norton, 2017; Mick & Demoss, 1990) เช่น งานวิจัยของ Pusaksrikit & Kang (2016) ศึกษาความแตกต่างของพฤติกรรมการให้



ของขวัญแก่ตนเองในกลุ่มชาติพันธุ์ 4 กลุ่มในสหราชอาณาจักร (ได้แก่ บุคคลที่เติบโตมาจากสองวัฒนธรรม ชาวตะวันตก คนดั้งเดิมในพื้นที่ และคนต่างด้าว) ผลวิจัยพบว่า ชาวตะวันตกและบุคคลที่เติบโตในสองวัฒนธรรมมีแนวโน้มที่จะให้ของขวัญกับตนเองมากกว่าคนดั้งเดิมในพื้นที่และคนต่างด้าว หรือจากบทความของ Norton (2017) ได้แสดงผลวิจัยหลายชิ้นที่ยืนยันว่า เพศและอายุของผู้บริโภคมีผลต่อการให้ของขวัญแก่ตนเองแตกต่างกัน เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะให้ของขวัญกับตนเองมากกว่าเพศชาย ขณะที่เพศชายมักให้ของขวัญแก่ตนเองด้วยเหตุผลเชิงบวกหรือเชิงปฏิบัติ เช่น การมีรางวัล/สิ่งจูงใจเป็นเป้าหมาย การมีเงินพิเศษ/ การซื้อเพราะมีสิ่งกระตุ้น เป็นต้น ขณะที่เพศหญิงมีแนวโน้มที่จะให้ของขวัญกับตนเองเพื่อตอบสนองอารมณ์ต่าง ๆ เช่น การลดความเครียด การทำตัวดีต่อตนเอง หรือการให้กำลังใจตนเอง เป็นต้น ในด้านของอายุ ผลวิจัยชิ้นหนึ่งได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคในช่วงเทศกาลปี 2013 และพบว่า ร้อยละ 39 ของเพศหญิงอายุ 18-34 ปี มีการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อของขวัญให้แกตนเองอยู่ที่ประมาณ 100-499 ดอลลาร์ ขณะที่เพศหญิงอายุมากกว่า 35 ปี ใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อของขวัญให้แกตนเองมากกว่า 1,000 ดอลลาร์ และร้อยละ 80 ของเพศหญิง ระบุว่า พวกเขาจะใช้เงินเพื่อตนเองในวันหยุด

ในประเทศไทยนั้น Facebook IQ (2021, อ้างถึงใน ฐานเศรษฐกิจ, 2564) ได้ศึกษา Mega Sales & Holiday 2021 และพบว่า กลุ่มค้าปลีกในไทยเป็นตลาดสำหรับการช้อปปิ้งสิ้นปีและมีกิจกรรมการลดราคาสินค้าในวันพิเศษ เช่น 9.9, 10.10, 11.11 เป็นต้น ร้อยละ 70 ของผู้บริโภคชาวไทยเห็นว่า ช่วงวันหยุดเป็นเวลาที่เหมาะสมที่สุดในการได้รับโปรโมชั่นพิเศษ และร้อยละ 71 ของคนไทยได้ใช้เวลากับโทรศัพท์มือถือเพิ่มมากขึ้นในช่วงเวลาดังกล่าว นอกจากนี้ ร้อยละ 65 ของผู้บริโภคชายไทยรุ่น Gen X และเบบี้บูมเมอร์ก็ใช้เวลามากขึ้นในการใช้มือถือในช่วงโควิด-19 ร้อยละ 36 ชอปปิงออนไลน์ในปัจจุบันและมีแนวโน้มที่จะซื้อของขวัญให้ตนเองและสินค้าต่างประเทศ ร้อยละ 82 ของผู้บริโภคชาวไทยมองหารางวัลให้ตนเองในช่วงเทศกาลสิ้นปี จากที่กล่าวมาข้างต้นสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของ “พฤติกรรม การซื้อของขวัญให้แกตนเอง” ซึ่งเป็นเทรนด์ที่กำลังมาแรงในยุคปัจจุบัน

เมื่อทบทวนงานวิจัยเกี่ยวกับการให้ของขวัญ ผู้วิจัยพบว่า งานวิจัยในต่างประเทศได้ศึกษาประเด็นเกี่ยวกับการให้ของขวัญแก่ผู้อื่นและตนเองมีจำนวนมากและหลากหลายแง่มุมกว่าที่พบในงานวิจัยในประเทศไทย เช่น งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการให้ของขวัญแก่ผู้อื่นมีหัวข้อตั้งแต่ผลของการมีส่วนร่วมในการให้ของขวัญต่อกลยุทธ์การเลือกของขวัญ (Belk, 1982) การให้ของขวัญในมุมมองทางมานุษยวิทยา (Sherry, 1983) การเปรียบเทียบพฤติกรรม การให้ของขวัญของคนแต่ละประเทศที่มีความต่างกันในเรื่องปัจเจกนิยมและกลุ่มนิยม (individualism vs collectivism) (Park, 1998) และการซื้อของขวัญในฐานะตัวเร่งปฏิกิริยาเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้ากับแบรนด์ (Eggert, Steinhoff, & Witte, 2019) ในส่วนงานวิจัยที่เกี่ยวกับการให้ของขวัญแก่ตนเองนั้นจะมีการศึกษาการให้ของขวัญแก่ตนเองภายใต้แนวคิดปรากฏการณ์วิทยา (Mick & Demoss, 1990) การเปรียบเทียบการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวจีนและผู้บริโภคใน



ประเทศสหราชอาณาจักรภายใต้แนวคิดแบบกลุ่มนิยมกับแบบปัจเจกนิยม (Tynan et al., 2010) การเปรียบเทียบความตั้งใจของผู้บริโภคชาวจีนในการซื้อแบรนด์แฟชั่นหรูหราเพื่อใช้เองและเพื่อเป็นของขวัญ (Chen & Kim, 2013) ผลกระทบของการให้ของขวัญแก่ตนเอง (Weisfeld-Spolter et al., 2015) ผลกระทบของการตีความตนเองต่อพฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของคนต่างเชื้อชาติ (Pusaksrikit & Kang, 2016) งานวิจัยในประเทศไทยที่เกี่ยวกับการให้ของขวัญมีไม่มากนัก เช่น อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญต่อการเลือกซื้อสินค้าโซกลาง (วราริธร อุดมเวช, 2557) และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของขวัญผ่านช่องทางออนไลน์ (ปริดา นิลแก้ว, 2562) และมีเพียง 2 ชิ้นที่เกี่ยวข้องกับการให้ของขวัญแก่ตนเอง ได้แก่ การศึกษาการให้ความหมายและที่มาของการให้รางวัลแก่ตนเองในกลุ่มชายรักชายที่ประกอบอาชีพฟรีแลนซ์ (วิภากรม เอกรัตนธัญ, 2556) และการให้ความหมายและกระบวนการให้รางวัลแก่ตนเองของผู้สูงอายุที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี (รัชมงคล ทองหล่อ และกัญญ์ลลนา สกุลอภิรัตน์, 2561) งานวิจัยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ลงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภคชาวไทยและมุมมองความสัมพันธ์กับแบรนด์ที่เลือกซื้อมาเป็นของขวัญให้แก่ตนเอง

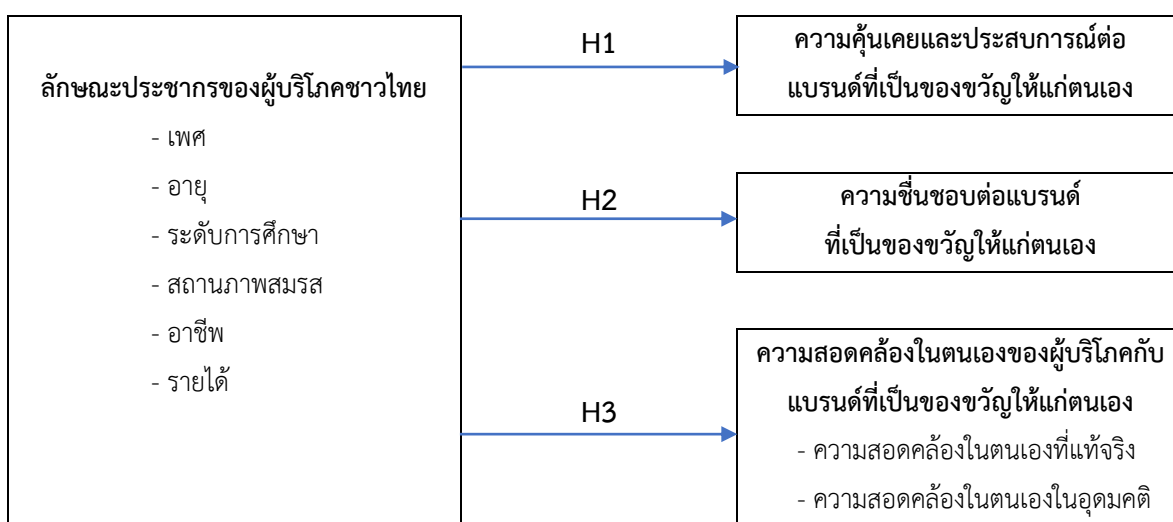
อย่างที่กล่าวมาข้างต้นว่า การให้ของขวัญนอกจากจะเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้และผู้รับ ไม่มีรูปแบบตายตัว และอาจเป็นการให้แก่บุคคลอื่นหรือให้แก่ตนเอง ในศาสตร์ของพฤติกรรมการบริโภคนั้น การซื้อของขวัญยังเกี่ยวข้องกับแนวคิดตัวตนของผู้บริโภค (self concept) เพราะการซื้อสิ่งของใด ๆ จัดเป็นการสะท้อนตนเองที่แท้จริงและตนเองในอุดมคติ (actual self-image vs ideal self-image) โดยที่ผู้บริโภคต้องการครอบครองคุณสมบัติและภาพลักษณ์ของสินค้าที่น่าเสนอไว้ (product attributes and image) ให้มาเป็นภาพลักษณ์ของตนตามที่ต้องการ (consumer's self-image) นอกจากนี้ยังเกี่ยวข้องกับการที่สินค้านั้นเป็นสิ่งที่คนอื่นมองเห็นเวลาผู้บริโภคใช้งาน (conspicuous products) และสินค้าที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ (symbolism products) (Parker, 2009; Solomon, 2011) ในงานวิจัยของ Dolich (1969) พบว่า มีความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและแบรนด์สินค้าที่ตนเองชื่นชอบมากที่สุด (brand most preferred) สูงกว่าค่าความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและแบรนด์สินค้าที่ตนเองชื่นชอบน้อยที่สุด (brand least preferred) เนื่องจากยังไม่มีงานวิจัยศึกษาเกี่ยวกับการให้ของขวัญแก่ตนเองกับแบรนด์มากนัก ดังนั้น วัตถุประสงค์การวิจัยครั้งนี้จึงเพื่อสำรวจพฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทย เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทยในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ความชื่นชอบต่อแบรนด์ และความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง และเพื่อเปรียบเทียบความสัมพันธ์กับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง จำแนกตามลักษณะประชากรของผู้บริโภค



วัตถุประสงค์

1. เพื่อสำรวจพฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์กับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทยในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ความชื่นชอบต่อแบรนด์ และความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์
3. เพื่อเปรียบเทียบลักษณะประชากรของผู้บริโภคชาวไทยที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ และด้านความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 (H1): ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 (H2): ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 (H3): ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความสอดคล้องในตนเองของผู้บริโภคกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองแตกต่างกัน



ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยสร้างองค์ความรู้ทางวิชาการเกี่ยวกับการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคในประเทศไทย
2. เป็นแนวทางให้เจ้าของแบรนด์และนักสื่อสารแบรนด์นำไปพัฒนาการสร้างสรรค์สาร หรือการวางแผนการสื่อสารแบรนด์ต่าง ๆ ผ่านมุมมองของการนำเสนอสินค้า/บริการในรูปแบบของของขวัญ

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับการให้ของขวัญแก่ตนเอง

การให้ของขวัญแก่ตนเองเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสิ่งของให้แก่มั่นเองด้วยเหตุผลต่าง ๆ เช่น เพื่อความสวยงาม เพื่อคลายเครียด หรือเป็นสิ่งจูงใจให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ พฤติกรรมนี้ไม่ได้จำกัดเฉพาะการซื้อสิ่งของฟุ่มเฟือยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงสิ่งของที่ใช้ในชีวิตประจำวันที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ของผู้บริโภคเอง เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง รองเท้า หรือเครื่องประดับ การให้ของขวัญแก่ตนเองบางครั้งเรียกว่า monadic giving เกิดขึ้นเมื่อผู้ให้และผู้รับเป็นบุคคลคนเดียวกัน ซึ่งเป็นเรื่องของจิตใจหรือความนึกคิด ถ้าเรา “ซื้อสิ่งของที่เราต้องการ” เราเรียก “ซื้อ” แต่ถ้ามองการซื้อดังกล่าวเป็น “ของขวัญ” ให้แก่มั่นเอง การซื้อนั้นก็กลายเป็น “พฤติกรรมที่มีความหมายพิเศษ” ของขวัญให้แก่มั่นเองนั้นเป็นสินค้าประเภทใดก็ได้ เช่น เสื้อผ้า คอมพิวเตอร์ เครื่องประดับ บริการ หรือประสบการณ์ (แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับเพื่อน) เป็นต้น (Atalay & Meloy, 2011 อ้างถึงใน อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจของการให้ของขวัญแก่ตนเอง

Mick & Demoss (1990) กล่าวว่า แรงจูงใจเบื้องหลังการให้ของขวัญแก่ตนเองของผู้บริโภคแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) การให้ของขวัญเพื่อสร้างความสุขแก่มั่นเอง (hedonic self-gifting) บุคคลให้ความสุขตนเองด้วยการให้ของขวัญแก่ตนเอง เพื่อต้องการแสดงความเมตตาต่อตนเอง 2) การให้ของขวัญเพื่อให้รางวัลแก่มั่นเอง (self reward) มักเกิดขึ้นหลังจากที่บุคคลประสบความสำเร็จในเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์เรื่องใดเรื่องหนึ่ง ทำให้รู้สึกว่าการสมควรได้รับรางวัลจึงนำไปสู่การซื้อของขวัญให้แก่มั่นเอง 3) การให้ของขวัญเพื่อการบำบัด (self-gifts for therapy) เกิดขึ้นเมื่อบุคคลรู้สึกแย่หรือเศร้ากับตนเอง การให้ของขวัญให้แก่มั่นเองจึงเป็นการให้กำลังใจตนเองและทำให้อารมณ์ดีขึ้น และ 4) การให้ของขวัญเพื่อการเฉลิมฉลองในโอกาสพิเศษต่าง ๆ (self for celebrate) เช่น วันเกิด หรือวันครบรอบวาระพิเศษต่าง ๆ ของบุคคลนั้น จึงต้องการเฉลิมฉลอง ทำเครื่องหมาย ตีมูลค่าและสนุกสนานไปกับวาระนั้น ๆ นอกจากนี้ การซื้อของขวัญให้ตนเองยังอาจเกิดจากมีเงินเหลือใช้ก็ได้ ขณะที่ Heath et al. (2011) ระบุเหตุผลของการให้ของขวัญแก่มั่นเองไว้ว่า 1) การให้ของขวัญเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหา (escaping self-gifts) หรือความเครียดที่ต้องเผชิญ ช่วยให้บุคคลหันเห ลืมปัญหาที่เกิดขึ้น และรู้สึกผ่อนคลาย 2) การให้ของขวัญเพื่อแสดงความรักตนเอง (loving oneself self-gifts) การซื้อของขวัญให้แก่มั่นเองในบางโอกาสเพื่อเพิ่มหรือเสริมความนับถือตนเอง



3) การให้ของขวัญเพื่อการรักษา/ชดเชยความรู้สึกของตนเอง (therapeutic / compensatory self-gifts) เป็นการทำให้บุคคลรู้สึกดีขึ้นชดเชยกับความรู้สึกเหงาหรือความรู้สึกถูกทอดทิ้ง 4) การให้ของขวัญเพื่อให้รางวัลแก่ตนเอง (rewarding self-gifts) หลังจากประสบความสำเร็จหรือสิ้นสุดงาน/โครงการใดที่บุคคลเสียสละและใช้ความพยายามมหาศาล และ 5) การให้ของขวัญเพื่อฉลองช่วงเวลาพิเศษ (celebrating special times) เช่น วันเกิด เทศกาลต่าง ๆ เช่น วันหยุด หรือวันคริสต์มาส บุคคลจะให้ของขวัญกับตนเองตามบรรยากาศในเทศกาล การแสดงความเคารพ เป็นต้น โดยสรุปการให้ของขวัญแก่ตนเองนั้นมีแรงจูงใจเชิงบวกและเชิงลบกับตนเอง ผู้วิจัยได้นำแนวคิดมาพัฒนาแบบวัดเกี่ยวกับพฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเอง

3. แนวคิดเกี่ยวกับความสัมพันธ์กับแบรนด์

ความสัมพันธ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคนั้นมีหลากหลาย แนวคิดหนึ่งที่นักวิชาการนิยมนำมาศึกษาเกี่ยวกับการให้ของขวัญแก่ตนเองคือ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (self-concept) เพราะในพฤติกรรมการซื้อสินค้าของบุคคลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับตัวตนที่แท้จริงและตัวตนในอุดมคติ (actual self-image VS ideal self-image) และความสอดคล้องกับคุณลักษณะและภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการ (product attributes and image) เนื่องจากผู้บริโภคจะมีการซื้อ/ใช้สินค้าเพื่อให้ได้มาภาพลักษณ์ที่เขาต้องการ (consumer's self-image) โดยเฉพาะสินค้าที่คนทั่วไปมองเห็นผู้บริโภคเวลาใช้งาน (conspicuous products) และสินค้าที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ (symbolism products) (Parker, 2009; Solomon, 2011)

นอกจากนี้ งานวิจัยของ Dolich (1969) ยังพบความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและแบรนด์สินค้าที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุด (brand most preferred) และมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าค่าความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและแบรนด์สินค้าที่ผู้บริโภคชื่อน้อยที่สุด (brand least preferred) อีกทั้งงานวิจัยของ Jamal & Goode (2001) ซึ่งศึกษาเรื่อง *Consumers and brands: A study of the impact of self-image congruence on brand preference and satisfaction* และพบว่า ผู้บริโภคจะชื่นชอบแบรนด์ที่มีภาพลักษณ์คล้ายคลึงกับภาพลักษณ์ของตนเอง ผู้บริโภคจะชื่นชอบแบรนด์ที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์ (symbolic properties) มากกว่าคุณภาพของตัวสินค้า (functional qualities) นอกจากนี้ผลการวิจัยยังพบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับความสอดคล้องในตนเองที่แท้จริงสูง (higher level of self-image congruence) จะมีความชื่นชอบต่อแบรนด์สูงกว่าผู้บริโภคที่มีระดับความสอดคล้องในตนเองที่แท้จริงต่ำ (lower level of self-image congruence) ในงานวิจัยครั้งนี้จะศึกษาความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ความชื่นชอบต่อแบรนด์ และความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ และนำแนวคิดดังกล่าวมาพัฒนาแบบวัดความสัมพันธ์กับแบรนด์



วิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคอายุ 20 ปีขึ้นไปและเคยซื้อของขวัญให้แก่ตนเอง

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคอายุ 20 ปีขึ้นไปที่เคยซื้อของขวัญให้แก่ตนเองในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา แต่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ผู้วิจัยจึงได้คำนวณขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และได้ขนาดตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลอย่างน้อย 385 คน เพื่อป้องกันปัญหาจากการได้แบบสอบถามไม่สมบูรณ์จากผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลโดยใช้การสุ่มแบบสะดวก (convenience sampling) มาเป็นจำนวน 400 คน เมื่อเก็บแบบสอบถามครบตามจำนวนที่กำหนด ผู้วิจัยจึงยุติการเก็บข้อมูล

2. เครื่องมือในการวิจัยและการพัฒนาเครื่องมือ

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยพัฒนามาจากแนวคิดและแบบสอบถามที่เกี่ยวกับการซื้อของขวัญให้แก่ตนเองของ Tournier (1966) Manokhina & Melpignano (2018) อังสนา อนุชานันท์ (2552) และสวียา นุชพิทักษ์ (2554) มาร่างแบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ และนำส่งร่างแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความถูกต้องในเนื้อหา (content validity) จากนั้นผู้วิจัยได้ปรับแก้แบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำแบบสอบถามไปหาค่าดัชนีความสอดคล้องรายข้อได้ค่า Index of item objective congruence (IOC) ของแบบสอบถามทุกข้ออยู่ระหว่าง 0.66-1.00 แล้วจึงนำส่งให้คณะกรรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยบูรพา ตรวจสอบก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง และได้รับใบอนุญาตเลขที่ IRB4-298/2566 เมื่อวันที่ 2 พฤศจิกายน พ.ศ. 2566 จากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปเก็บกับกลุ่มคนที่มีคุณลักษณะคล้ายคลึงกับตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถามโดยใช้สูตรหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha โดยใช้เกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) และได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบวัดแต่ละด้าน ดังนี้

- ด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง เท่ากับ 0.894
- ด้านความประทับใจต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง เท่ากับ 0.868
- ด้านความสอดคล้องในตนเองที่แท้จริง เท่ากับ 0.890 ด้านความสอดคล้องในตนเองในอุดมคติ เท่ากับ 0.928 และด้านความสอดคล้องในตนเองโดยรวมกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง เท่ากับ 0.932
- ด้านแรงจูงใจในการให้ของขวัญแก่ตนเองเท่ากับ 0.882

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปสร้างในโปรแกรมกูเกิลฟอร์ม (google form) เพื่อเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้โพสต์ในเฟซบุ๊กส่วนตัวและเปิดสาธารณะเพื่อให้คนรู้จักและ



บุคคลทั่วไปได้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งได้ส่งต่อให้แก่เครือข่ายกลุ่มเพื่อนเพื่อส่งต่อให้แก่บุคคลอื่นที่มีคุณลักษณะเป็นกลุ่มเป้าหมาย ช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2566-เดือนมกราคม 2567 จนได้รับแบบสอบถามทั้งหมด 400 ชุด จึงปิดระบบ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและการรายงานผล นำข้อมูลไปวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมานที่มีการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) และการเปรียบเทียบเชิงพหุคูณ (multiple comparison test) เพื่อทดสอบสมมติฐานโดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา

1.1 ผลการวิจัยด้านลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

1.1.1 ด้านเพศ เพศหญิง ร้อยละ 69.8 เพศชาย ร้อยละ 24.8 และเพศทางเลือก ร้อยละ 5.5

1.1.2 ด้านอายุ อายุ 20-30 ปี ร้อยละ 58.0 อายุ 31-40 ปี ร้อยละ 27.0 อายุ 41 ปีขึ้นไป ร้อยละ 15.0

1.1.3 ด้านสถานภาพสมรส เป็นโสด ร้อยละ 72.0 สมรส ร้อยละ 19.8 และอยู่ด้วยกัน ร้อยละ 8.3

1.1.4 ด้านระดับการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.3 สูงกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 28.6 และต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 7.2

1.1.5 ด้านอาชีพ ทำงานเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 37.0 นักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 23.0 ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย ร้อยละ 17.0 ราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 13.0 รับจ้างอิสระและอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 4.0 เกษตรกร และแม่บ้าน/พ่อบ้าน ร้อยละ 2.0

1.1.6 ด้านรายได้ต่อเดือน มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 25,001 บาท ร้อยละ 54.0 มีรายได้ 25,001-55,000 บาท ร้อยละ 32.0 และมีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป ร้อยละ 14.1

1.2 ผลการวิจัยด้านพฤติกรรมการให้ของขวัญแก่ตนเองของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า

1.2.1 แรงจูงใจในการซื้อของขวัญให้แก่ตนเอง แรงจูงใจในการซื้อของขวัญให้แก่ตนเองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 5.2$) และแรงจูงใจ 3 อันดับแรก ได้แก่ “เมื่ออยากจะทำดีกับตนเอง” ($\bar{x} = 6.1$) “เมื่อต้องการให้รางวัลตนเอง” ($\bar{x} = 5.9$) และ “เมื่อมีเงินเหลือใช้” ($\bar{x} = 5.8$) จากมาตรวัด 7 ระดับ

1.2.2 ความถี่ที่ซื้อของขวัญให้แก่ตนเองต่อเดือน ซื้อของขวัญให้แก่ตัวเองเมื่อเกิดความต้องการ ร้อยละ 54.3 มากกว่าสามเดือนครั้ง ร้อยละ 12.5 สองสามเดือนครั้ง ร้อยละ 12.3 เดือนละครั้ง ร้อยละ 10.0 สองสามครั้งต่อเดือน ร้อยละ 7.5 และสัปดาห์ละครั้ง ร้อยละ 3.5



1.2.3 มูลค่าของขวัญที่ซื้อให้แกตนเอง มูลค่าของขวัญอยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท ร้อยละ 52.8 มูลค่าต่ำกว่า 1,001 บาท ร้อยละ 20.5 มูลค่า 5,001-10,000 บาท ร้อยละ 16.0 มูลค่า 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 5.8 มูลค่า 15,001-20,000 บาท และมูลค่ามากกว่า 20,001 บาท ร้อยละ 2.5 เท่ากัน

1.2.4 แหล่งที่มาของเงินที่ซื้อของขวัญให้แกตนเอง เงินเดือนของตนเอง ร้อยละ 61.3 เงินออมตนเอง ร้อยละ 30.5 เงินจากคนอื่น เช่น พ่อแม่ เพื่อน และคนรัก ร้อยละ 7.2 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.0

1.2.5 การวางแผนการเงินในการซื้อของขวัญให้แกตนเอง มีการวางแผนเก็บเงินล่วงหน้า ร้อยละ 64.3 ไม่มีการวางแผนเก็บเงิน ร้อยละ 34.5 และอื่น ๆ ร้อยละ 1.3

1.2.6 บุคคลที่ปรึกษาด้วยเมื่อต้องการซื้อของขวัญให้แกตนเอง * ปรึกษาตนเอง ร้อยละ 68.0 เพื่อน ร้อยละ 47.3 แฟน/คู่ชีวิต ร้อยละ 41.3 พ่อแม่ ร้อยละ 18.3ญาติพี่น้อง ร้อยละ 13.8 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.8

1.2.7 ประเภทสินค้าที่ซื้อเป็นของขวัญให้แกตนเอง * ประเภทสินค้า 5 อันดับแรก ได้แก่ เสื้อผ้า รองเท้า และเครื่องประดับ ร้อยละ 81.0 อาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 60.5 สินค้าประเภทความงาม และดูแลผิว ร้อยละ 58.3 บริการต่าง ๆ เช่น สปา นวด ทำผม ทำหน้า ทำเล็บ และต่อขนตา เป็นต้น ร้อยละ 34.0 และโทรศัพท์มือถือและอุปกรณ์เสริม ร้อยละ 33.0

1.2.8 ช่องทางหาข้อมูลการซื้อของขวัญให้แกตนเอง * สื่อออนไลน์ ร้อยละ 93 สื่อบุคคล ร้อยละ 24.8 สื่อดั้งเดิม ร้อยละ 9.3 สื่อมวลชน ร้อยละ 7.8 และสื่ออื่น ๆ ร้อยละ 0.5

1.2.9 ช่วงเวลาที่ซื้อของขวัญให้แกตนเอง* ตามความต้องการของตนเอง ร้อยละ 71.0 ตามความสะดวกและเหมาะสม ร้อยละ 62.0 ตามแคมเปญ Marketplace ร้อยละ 43.5

1.2.10 สถานที่ในการซื้อของขวัญให้แกตนเอง * ห้างสรรพสินค้า ร้อยละ 79.3 สื่อออนไลน์ ร้อยละ 78.3 และร้านค้าปลีกขายสินค้าเฉพาะทาง ร้อยละ 32.5

1.2.11 บุคคลที่ชวนไปเลือกซื้อของขวัญให้แกตนเอง * ไปตามลำพัง ร้อยละ 64.5 เพื่อน ร้อยละ 42.5 แฟน/คู่ชีวิต ร้อยละ 40.5 ญาติพี่น้อง ร้อยละ 9.9 พ่อแม่ ร้อยละ 9.0 และอื่น ๆ ร้อยละ 0.9

1.3 ผลวิจัยด้านความสัมพันธ์กับแบรนด์ที่ให้เป็นของขวัญแก่ตนเองของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า
ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยของความคุ้นเคยและประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แกตนเองอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 5.75$) ค่าเฉลี่ยของความประทับใจต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แกตนเองอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 6.04$) และค่าเฉลี่ยของความสอดคล้องในตนเองที่แท้จริงกับแบรนด์ ความสอดคล้องในตนเองในอุดมคติกับแบรนด์ และค่าความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แกตนเองโดยรวมทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 5.62$, $\bar{x} = 5.54$, $\bar{x} = 5.58$) เรียงตามลำดับ ทั้งหมดจากมาตรวัด 7 ระดับ

* เป็นหมวดคำถามที่เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสัมพันธ์กับแบรนด์ของกลุ่มตัวอย่าง

ความสัมพันธ์กับแบรนด์ของกลุ่มตัวอย่าง	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์ต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง			
1.1 ฉันคุ้นเคยกับแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	5.80	1.07	มากที่สุด
1.2 ฉันมีประสบการณ์กับแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	5.70	1.21	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมของความคุ้นเคยและประสบการณ์ต่อแบรนด์	5.75	1.09	มากที่สุด
2. ด้านความประทับใจต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง			
2.1 ฉันชอบแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	6.09	0.95	มากที่สุด
2.2 ฉันเลือกแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	6.09	0.96	มากที่สุด
2.3 ฉันชอบแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเองมากกว่าแบรนด์อื่น	5.94	0.96	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวมของความประทับใจต่อแบรนด์	6.04	0.85	มากที่สุด
3. ด้านความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง			
3.1 ความสอดคล้องในตนเองที่แท้จริงกับแบรนด์			
3.1.1 แบรนด์ที่ฉันเลือกซื้อเป็นของขวัญให้ตนเองมีความสอดคล้องกับตนเองที่แท้จริงของฉัน	5.87	0.99	มากที่สุด
3.1.2 ตนเองที่แท้จริงของฉันมีความคล้ายกับลูกค้าของแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	5.49	1.07	มาก
3.1.3 ตนเองที่แท้จริงของฉันสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของลูกค้าแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	5.51	1.04	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมของความสอดคล้องในตนเองที่แท้จริงกับแบรนด์	5.62	0.93	มาก
3.2 ความสอดคล้องในตนเองในอุดมคติกับแบรนด์			
3.2.1 แบรนด์ที่ฉันเลือกซื้อเป็นของขวัญให้ตนเองสอดคล้องกับตนเองในอุดมคติที่อยากจะเป็น	5.63	1.11	มากที่สุด
3.2.2 ตนเองในอุดมคติที่อยากจะเป็นมีความคล้ายกับลูกค้าแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	5.46	1.14	มาก
3.2.3 ตนเองในอุดมคติที่อยากจะเป็นสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของลูกค้าแบรนด์ที่ฉันซื้อเป็นของขวัญให้ตนเอง	5.52	1.14	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมของความสอดคล้องในตนเองในอุดมคติกับแบรนด์	5.54	1.06	มาก
ค่าเฉลี่ยโดยรวมของความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเอง	5.58	0.94	มาก

หมายเหตุ ความหมายในการแปลผล ค่าเฉลี่ย 5.61-7.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด; ค่าเฉลี่ย 4.21-5.60 หมายถึง ระดับมาก; ค่าเฉลี่ย 3.81-4.20 หมายถึง ระดับปานกลาง; ค่าเฉลี่ย 2.41-3.80 หมายถึง ระดับน้อย; และค่าเฉลี่ย 1.00-2.40 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด



- กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 6.21$) มีค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี ($\bar{x} = 5.68$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

- กลุ่มตัวอย่างที่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ($\bar{x} = 6.14$) และพนักงานราชการ/รัฐวิสาหกิจ ($\bar{x} = 6.27$) มีค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่เป็นนิสิตนักศึกษา ($\bar{x} = 5.75$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-55,000 บาท ($\bar{x} = 6.28$) มีค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,000 บาท และต่ำกว่า ($\bar{x} = 5.89$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

2. ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน

ผลการทดสอบสมมติฐานสรุปได้ดังนี้ (ดังปรากฏในตารางที่ 2)

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้แตกต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 แต่ไม่พบความแตกต่างในลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และอาชีพ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,001-55,000 บาท ($\bar{x} = 6.08$) มีค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองสูงกว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 25,000 บาทและต่ำกว่า ($\bar{x} = 5.60$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001 และกลุ่มตัวอย่างที่มีรายได้ 55,001 บาทขึ้นไป ($\bar{x} = 5.57$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่ต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01-0.001 แต่ไม่พบความแตกต่างในลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ และสถานภาพสมรส เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า

สมมติฐานที่ 3 ลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกันส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความสอดคล้องในตนเองของผู้บริโภคกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แต่ไม่พบความแตกต่างในลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ เมื่อเปรียบเทียบรายคู่พบว่า

- กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพโสด ($\bar{x} = 5.60$) มีค่าเฉลี่ยความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความสอดคล้องกับตนเองในอุดมคติกับแบรนด์ที่เป็นของขวัญให้แก่ตนเองสูงกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพอยู่ด้วยกัน ($\bar{x} = 5.12$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยรายคู่ของการทดสอบสมมติฐานระหว่างลักษณะประชากรด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือนกับความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์ ด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ และด้านความสอดคล้องในตนเอง

ลักษณะประชากร	ด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์	ด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์	ด้านความสอดคล้องในตนเองที่แท้จริง	ด้านความสอดคล้องในตนเองในอุดมคติ
เพศ	NS	NS	NS	NS
อายุ	NS	NS	NS	NS
ระดับการศึกษา	NS	.53**	NS	NS
สถานภาพสมรส	NS	NS	NS	.48*
อาชีพ	NS	.39*	NS	NS
		(พนักงาน บ.เอกชน VS นักเรียน/นักศึกษา) .52* (ข้าราชการ VS นักเรียน/นักศึกษา)		
รายได้ต่อเดือน	.48*** (25,000-55,000 VS 25,000 และต่ำกว่า) .51** (25,000-55,000 VS 55,001 ขึ้นไป)	.38***	NS	NS

NS = ไม่แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 *** = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.001

อภิปรายผล

ผลวิจัยครั้งนี้พบว่า พฤติกรรมการซื้อของขวัญให้แก่ตนเองของผู้บริโภคชาวไทยนั้นมีความใกล้เคียงกันกับการซื้อสิ่งของสำหรับตนเองที่ใช้ในชีวิตประจำวัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพวกเขาอาจพยายามหาเหตุผลสนับสนุนตนเองเมื่อเกิดความต้องการใช้เงินซื้อสิ่งของที่เกินความจำเป็นตามปกติในชีวิตประจำวัน และสอดคล้องกับผลในส่วนพฤติกรรมการซื้อของขวัญให้แก่ตนเองที่พบว่า ผู้บริโภคชาวไทยจะซื้อของขวัญเมื่อเกิดความต้องการ และของที่ซื้อให้แก่ตนเองส่วนใหญ่เป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน มูลค่าของขวัญไม่ได้สูงมากนัก



อยู่ระหว่าง 1,001-5,000 บาท ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อของขวัญให้แก่ตนเองด้วยการค้นหาข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ส่วนใหญ่มีการวางแผนเก็บเงินล่วงหน้า สถานที่ในการซื้อของขวัญอาจเป็นที่ห้างสรรพสินค้าและผ่านทางสื่อออนไลน์ และจะไปซื้อตามลำพังและใช้เงินเดือนของตนเอง ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับสิ่งที่ Atalay & Meloy (2011 อ้างถึงใน อุดลย์ จาตุรงค์กุล, 2543) ระบุว่า การให้ของขวัญแก่ตนเองเป็นสถานการณ์ที่ผู้ให้และผู้รับเป็นบุคคลคนเดียวกัน โดยถ้าบุคคลซื้อสิ่งของที่บุคคลต้องการ” อาจเป็นการซื้อทั่วไปในชีวิตประจำวัน แต่ถ้ามองว่าการซื้อสิ่งนั้นเพื่อเป็น “ของขวัญให้แก่ตนเอง” การซื้อดังกล่าวก็อาจมีความหมายพิเศษมากขึ้น การซื้อของขวัญให้แก่ตนเองและการซื้อของขวัญในชีวิตประจำวัน (ของกินของใช้ของตนเอง) จึงมีความคล้ายคลึงกัน ของขวัญที่ซื้อให้แก่ตนเองนั้นไม่จำเป็นต้องเป็นสิ่งของฟุ่มเฟือยเท่านั้น อาจเป็นแค่สินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง รองเท้า หรือเครื่องประดับ เป็นต้น โดยความพิเศษของการซื้อจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสถานการณ์ทางความคิดและอารมณ์ของผู้บริโภคในช่วงนั้นก็อาจเป็นไปได้ การให้ของขวัญแก่ตนเองจึงเป็นกระบวนการหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสิ่งของให้ตนเองเพื่อความสวยงาม คลายเครียด หรือเป็นสิ่งจูงใจให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ การค้นพบที่น่าสนใจ คือ ประเภหสินค้าที่ผู้บริโภคแทบจะไม่ค่อยซื้อเป็นของขวัญให้แก่ตนเอง ได้แก่ ตัวเครื่องบิน อสังหาริมทรัพย์ กีฬา และกิจกรรมกลางแจ้ง ยานยนต์ และอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง อาจเป็นเพราะสินค้าเหล่านี้มีราคาสูง จึงทำให้ต้องมีการวางแผนในการซื้อ เพราะเกิณกำลังในการตัดสินใจซื้อด้วยตนเองตามลำพังในสินค้าบางประเภท

ผลวิจัยครั้งนี้ยังพบว่า แรงจูงใจที่ผู้บริโภคชาวไทยนั้นซื้อของขวัญให้แก่ตนเองเพราะ “อยากจะทำดีกับตนเอง” “เมื่อต้องการให้รางวัลตนเอง” และ “เมื่อมีเงินเหลือใช้” ซึ่งเหตุผลเหล่านี้เป็นความรู้สึกเชิงบวกเป็นการคิดเพื่อให้ตนเองรู้สึกดี และไม่ทำให้รู้สึกผิดในการใช้เงินเกินความจำเป็น ซึ่งสอดคล้องกับงานของ Heath, Tynan, & Ennew (2011) ที่ระบุว่า การที่บุคคลซื้อของขวัญให้แก่ตนเองนั้นเพื่อตอบสนองความรู้สึก 2 ด้าน ได้แก่ ความรู้สึกด้านลบเพื่อชดเชยความรู้สึกของตนเอง และความรู้สึกด้านบวก เพื่อให้รางวัลชีวิตกับตนเองเมื่อทำงานหนักหรือประสบความสำเร็จในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และยังสอดคล้องกับ Mick & Demoss (1990) เสริมว่า การซื้อของขวัญให้แก่ตนเองนั้นอาจเกิดจากการที่เงินเหลือใช้ก็ได้

เมื่อทดสอบสมมติฐาน 3 พบว่า ตัวแปรด้านเพศและอายุของผู้บริโภคไม่ส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในทุกด้าน ขณะที่ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ของผู้บริโภคส่งผลต่อความสัมพันธ์กับแบรนด์ในด้านใดด้านหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นด้านความคุ้นเคยและประสบการณ์กับแบรนด์ ด้านความชื่นชอบต่อแบรนด์ หรือด้านความสอดคล้องในตนเองกับแบรนด์ที่ซื้อเป็นของขวัญให้แก่ตนเองอย่างมีนัยสำคัญระดับ 0.05-0.001 ผลการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูง มีอาชีพการงานที่มั่นคง และมีรายได้ต่อเดือนสูงกว่านั้นมีความสามารถในการจะซื้อแบรนด์ที่ตนเองมีความคุ้นเคย มีประสบการณ์ และมีความชอบกับแบรนด์มาเป็นของขวัญให้แก่ตนเองมากกว่ากลุ่มที่มีระดับการศึกษาน้อยกว่า ยังเป็นนิสิตนักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า ผลวิจัยยืนยันว่า ถ้าผู้บริโภคมีความคุ้นเคย



มีประสบการณ์ และความชื่นชอบแบรนด์นั้น โอกาสที่จะเลือกแบรนด์พวกนั้นมาเป็นของขวัญให้แก่ตนเองจะมีมากกว่าแบรนด์ที่ไม่รู้จัก แต่ไม่พบความแตกต่างในการซื้อของขวัญให้แก่ตนเองเพื่อให้สอดคล้องในตนเองที่แท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Dolich (1969) ที่พบว่า ความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและแบรนด์สินค้าที่ผู้บริโภคชื่นชอบมากที่สุดและมีค่าเฉลี่ยในระดับที่สูงกว่าค่าความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและแบรนด์สินค้าที่ผู้บริโภคชื่นชอบน้อยที่สุด

นอกจากนี้ ผลวิจัยแสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่เป็นโสดมีพฤติกรรมการซื้อของขวัญที่มีแบรนด์ให้แก่ตนเองเพื่อให้สอดคล้องกับตนเองในอุดมคติโดยมีค่าเฉลี่ยสูงกว่ากับกลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพแบบอยู่ด้วยกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะคนที่โสดนั้นอาจจะมีอายุน้อยกว่า จึงมีความใฝ่ฝันถึงตัวเองในอุดมคติมากกว่ากลุ่มที่มีสถานภาพแบบอยู่ด้วยกัน สอดคล้องบางส่วนในงานวิจัยของ Jamal & Goode (2001) ที่พบว่า นอกเหนือจากการที่ผู้บริโภคจะชื่นชอบแบรนด์ที่มีภาพลักษณ์คล้ายคลึงกับภาพลักษณ์ของตนเอง ผู้บริโภทยังชื่นชอบแบรนด์ที่มีความหมายเชิงสัญลักษณ์มากกว่าคุณภาพของตัวสินค้า จึงอาจเกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าที่ตอบสนองต่อภาพลักษณ์ตนเองในอุดมคติก็เป็นไปได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะทั่วไป

1.1 ผู้ประกอบการและนักสื่อสารแบรนด์อาจวางแผนการสื่อสารแคมเปญหรือการส่งเสริมการตลาดด้วยการยกระดับการซื้อสินค้าชีวิตประจำวันนั้นให้เป็นสถานการณ์พิเศษสำหรับการให้ของขวัญแก่ตนเองเพื่อช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อสินค้ามากขึ้นได้

1.2 ผู้ประกอบการและนักสื่อสารแบรนด์ควรมุ่งสร้างการรับรู้และความชื่นชอบเกี่ยวกับแบรนด์ของตนกับผู้บริโภคให้มากขึ้น เพราะผลการวิจัยพบว่า ถ้าผู้บริโภคมีความคุ้นเคย มีประสบการณ์ และความชื่นชอบแบรนด์นั้น โอกาสที่พวกเขาจะเลือกแบรนด์มาเป็นของขวัญให้แก่ตนเองจะมีมากกว่าแบรนด์ที่ไม่รู้จัก

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัย

2.1 นักวิจัยในอนาคตควรทำวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้บริโภคเพื่อความเข้าใจอันลึกซึ้งเกี่ยวกับความคิดเห็นและความรู้สึกของผู้บริโภคชาวไทยต่อการซื้อของขวัญให้แก่ตนเองมากขึ้น

2.2 นักวิจัยในอนาคตอาจเพิ่มเพิ่มเติมตัวแปรในการศึกษา เช่น ประเภทสินค้าที่มีความเกี่ยวพันสูงกับต่ำ ประเภทสินค้าที่มีหรูหราและสินค้าธรรมดาเพื่อดูว่าผู้บริโภคมีกระบวนการตัดสินใจซื้อของขวัญให้แก่ตนเองหรือไม่ อย่างไร



บรรณานุกรม

- ฐานเศรษฐกิจ. (2564, 2 กันยายน). เปิด 4 เทรนด์นักช้อปปิ้งออนไลน์ เทศกาล Mega Saels Day.
<https://www.thansettakij.com/technology/494306>
- ปรีดา นิลแก้ว. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของขวัญผ่านช่องทางออนไลน์.
(วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รัชมมงคล ทองหล่อ และกัญญ์ลัณนา สกุลอนันท์. (2561). การให้ความหมาย และกระบวนการให้รางวัลแก่ตนเองของผู้สูงอายุที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวในอำเภอชะอำจังหวัดเพชรบุรี. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University: ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 11(2), 2531-2544.
- วณัญญ์ พุฒนาถ. (2562). วัฒนธรรมและความหมายชวนรื่นเริงในการแลกของขวัญที่ถักสานความสัมพันธ์ระหว่างผู้คน. <https://adaymagazine.com/gifting-culture/>
- วราริธร อุดมเวช. (2557). อิทธิพลของเป้าหมายการให้ของขวัญต่อการเลือกซื้อสินค้าโซคกลาง โดยมี ความนับถือโซคกลาง การอ้างอิงแหล่งควบคุมภายใน และรูปแบบการประมวลข้อมูลเป็นตัวแปรกำกับ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภากรมล เอกรัตนธัญญ์. (2556). การให้ความหมายและที่มาของการให้รางวัลแก่ตนเองในกลุ่มชายรักชายที่ประกอบอาชีพฟรีแลนซ์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สวียา นุชพิทักษ์. (2554). ความสอดคล้องระหว่างแนวคิดเกี่ยวกับตนเองและบุคลิกภาพตราสินค้าต่อการตอบสนองต่อตราสินค้าของผู้บริโภค. *วารสารการประชาสัมพันธ์และการโฆษณา*, 5(2), 92-110.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543). พฤติกรรมผู้บริโภค. โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อรรถสิทธิ์ เหมือนมาตย์. (2564). จิตวิทยาและประโยชน์ที่น่าประหลาดใจของการให้ของขวัญ.
<https://www.salika.co/2021/12/26/gift-surprise-benefits/>
- อังสนา อนุชานันท์. (2552). พฤติกรรมการเลือกซื้อของขวัญวันวาเลนไทน์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร. (สารนิพนธ์ปริญญา คหกรรมศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- Belk, R. W. (1982). Effects of gift-giving involvement on gift selection strategies. *Advances in Consumer Research*, 9(1), 408-412.
- Chen, J., & Kim, S. (2013). A comparison of Chinese consumers' intentions to purchase luxury fashion brands for self-use and for gifts. *Journal of International Consumer Marketing*, 25(1), 29-44. <https://doi.org/10.1080/08961530.2013.751796>



- Dolich, I. J. (1969). Congruence relationship between self-image and product brands. *Journal of Marketing Research*, 6(1), 80-84.
- Eggert, A., Steinhoff, L., & Witte, C. (2019). *Gift purchases as catalysts for strengthening customer-brand relationships. Journal of Marketing*, 83(5), 115-132.
- Heath, M. T., Tynan, C., & Ennew, C. T. (2011). Self-gift giving: Understanding consumers and exploring brand messages. *Journal of Marketing Communications*, 17(2), 127-144.
<https://doi.org/10.1080/13527260903236898>
- Jamal, A., & Goode, M. M. H. (2001). Consumers and brands: A study of the impact of self-image congruence on brand preference and satisfaction. *Marketing Intelligence & Planning*, 19(7), 482-492. <https://doi.org/10.1108/02634500110408286>
- Manokhina, A. V., & Melpignano, L. (2018). *The effects of self-congruity on brand attitude: The moderating impact of different usage situations*. [Master's thesis, Norwegian School of Economics].
- Mauss, M. (1990). *The gift: The form and reason for exchange in archaic societies*. Routledge. <https://books.google.co.th/books?id=AGAOAAAAQAAJ>
- Mick, D. G., & Demoss, M. (1990). Self-gifts: Phenomenological insights from four contexts. *Journal of Consumer Research*, 17(3), 322-332. <http://www.jstor.org/stable/2626798>
- Norton, M. (2017, October 13). Self-gifting: Marketing & “treat yourself” culture.
<https://www.thirdwunder.com/blog/marketing-self-gifting/>
- Park, S.-Y. (1998). A comparison of Korean and American gift-giving behaviors. *Psychology & Marketing*, 15(6), 577-593. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1520-6793\(199809\)15:6<577::AID-MAR6>3.0.CO;2-3](https://doi.org/10.1002/(SICI)1520-6793(199809)15:6<577::AID-MAR6>3.0.CO;2-3)
- Parker, T. B. (2009). A comparison of brand personality and brand user-imagery congruence. *Journal of Consumer Marketing*, 26(3), 175-184
- Pusaksrikit, T., & Kang, J. (2016). The impact of self-construal and ethnicity on self-gifting behaviors. *Journal of Consumer Psychology*, 26(4), 524-534.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jcps.2016.02.001>
- Sherry, J. F. (1983). Gift giving in anthropological perspective. *Journal of Consumer Research*, 10(2), 157-168. <http://www.jstor.org/stable/2488921>
- Solomon, M. R. (2011). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (9th ed.). Prentice Hall.



Tournier, P. (1966). *The meaning of gifts*. John Know Press.

Tynan, C., Heath, M. T. P., Ennew, C., Wang, F., & Sun, L. (2010). Self-gift giving in China and the UK: Collectivist versus individualist orientations. *Journal of Marketing*

Management, 26(11-12), 1112-1128. <https://doi.org/10.1080/0267257X.2010.508981>

Weisfeld-Spolter, S., Rippé, C. B., & Gould, S. (2015). Impact of giving on self and impact of self on giving. *Psychology & Marketing*, 32(1), 1-14. <https://doi.org/10.1002/mar.20760>



Received: August 14, 2024
Revised: October 21, 2024
Accepted: December 24, 2024

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Marketing Mix Factors Affecting the Decision to Choose Performance Costume
Rental Service Shops in Bangkok

นันท์ธร แท้มโคกสูง (Nanthorn Taemkhoksung)¹

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (Jakkrapan Kittinorarat)^{2*}

อังคาร คชะว้างศรี (Angkarn Kachawangsie)³

*Corresponding author

E-mail: Jakkrapan@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้ใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลจากการศึกษาพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการ

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Student in Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University)

² หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University)

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University)



บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมากที่สุด และการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง อยู่ในระดับมากที่สุด 2) ผลิตถันท์ บุคลากรที่ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ ส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจ ร้านให้บริการเช่าชุดการแสดง

Abstract

The objectives of this study were: 1) to examine the general state of marketing mix factors and the decision-making process in choosing performance costume rental service shops in the Bangkok metropolitan area, and 2) to investigate the influence of marketing mix factors on the decision to use performance costume rental service shops. This study employed quantitative research methodology, collecting data from 400 users of performance costume rental services in Bangkok using questionnaires. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics to test hypotheses using multiple regression analysis.

The study found that: 1) the marketing mix factors, including product, price, distribution channels, marketing promotion, service personnel, service process, and physical environment, were at the highest level, and the decision to use performance costume rental services was also at the highest level; 2) product, service personnel, and physical environment significantly influenced the decision to use performance costume rental services in Bangkok at a statistical significance level of .05.

Keywords: Marketing Mix, Decision-making, Performance Costume Rental Service Shops



ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เสื้อผ้าเป็นหนึ่งในปัจจัยที่จำเป็นสำหรับมนุษย์ เนื่องจากใช้สำหรับปกปิดร่างกายและเสริมสร้างภาพลักษณ์ ปัจจุบันเสื้อผ้ามีความหลากหลายและทันสมัย ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อและสวมใส่ตามความต้องการ นอกจากนี้ เสื้อผ่ายังสามารถสะท้อนรสนิยม ภาพลักษณ์ และบุคลิกภาพของผู้สวมใส่ได้ ซึ่งส่งผลให้มีความต้องการเสื้อผ้าที่สวยงามหรูหราและเข้ากับแฟชั่นในยุคปัจจุบันมากขึ้น การแต่งกายยังถือเป็นลักษณะที่ทำให้มนุษย์แตกต่างจากสิ่งมีชีวิตอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากทุกคนต้องใช้จ่ายในการซื้อเสื้อผ้าและความต้องการเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่มีขีดจำกัด ทำให้ตลาดเสื้อผ้าและแฟชั่นมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (ชุดิมา มีสกุล, 2557)

ในปัจจุบันมีการจัดงานสังคมและงานสังสรรค์ต่าง ๆ ตลอดทั้งปี ซึ่งมักจะมีการแสดงและการประกวดต่าง ๆ ผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะไม่สวมชุดซ้ำในการเข้าร่วมงาน อีกทั้งราคาชุดบางแบรนด์ก็มีมูลค่าสูงถึงหลักหมื่นหรือหลักแสนบาท จึงทำให้ร้านเช่าชุดได้รับความนิยม เนื่องจากมีชุดให้เลือกสรรหลากหลายและสามารถจับต้องได้ในราคาที่เหมาะสม ทำให้ผู้บริโภคทั่วไปสามารถเข้าถึงการใช้บริการได้ (สุภารัตน์ ยอดศิริวิชัยกุล, 2561)

เมื่อเวลาผ่านไปและเทคโนโลยีมีความก้าวหน้ามากขึ้น ทำให้เสื้อผ้ามีการพัฒนาคุณภาพและรูปแบบอย่างต่อเนื่อง ในประเทศไทยธุรกิจเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายสำเร็จรูปถือเป็นตลาดใหญ่ที่มีผู้ลงทุนจำนวนมาก เนื่องจากแฟชั่นมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในการเข้าร่วมงานที่ต้องใช้ชุดการแต่งกายที่โดดเด่น การซื้อหรือตัดชุดเพียงไม่กี่ครั้งอาจไม่คุ้มค่า จึงทำให้ร้านเช่าชุดกลายเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับลูกค้า อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในธุรกิจนี้สูงขึ้น ทำให้ร้านต่าง ๆ จำเป็นต้องมีการบริการที่ดีเยี่ยม ซึ่งบางร้านอาจประสบปัญหาในการจัดการข้อมูลการเช่าชุด เช่น การจองล่วงหน้า การกำหนดวันรับชุด และการตรวจสอบการคืนชุดที่เกินกำหนดเวลา ปัญหาเหล่านี้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการให้บริการลูกค้า นอกจากนี้ ลูกค้ายังนิยมร้านที่มีชุดให้เลือกสรรหลากหลาย มีราคาที่ชัดเจน และสามารถตรวจสอบรูปแบบของชุดผ่านรูปภาพ รวมถึงความยืดหยุ่นในการคืนชุด และคุณภาพสินค้าที่ทันสมัย (นุชนันท์ สมสุข, 2555)

สภาพการณ์ในปัจจุบัน ทั้งข้อมูลพื้นฐานของอุตสาหกรรมบริการให้เช่าชุดการแสดง สภาพแวดล้อมคู่แข่ง และพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเช่าชุดการแสดง ชี้ให้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจของร้านเช่าชุดการแสดง เนื่องจากเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มดีขึ้น ผู้บริโภคมีความมั่นใจในสภาพเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น ส่งผลให้ความต้องการใช้สินค้าฟุ่มเฟือยและการจัดงานเลี้ยงสังสรรค์เพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่นิยมเช่าชุดสำหรับกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประกวด การแสดงโชว์ งานเลี้ยง และอื่น ๆ พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันที่นิยมแชร์รูปถ่ายและประสบการณ์บนสื่อสังคมออนไลน์ยังส่งผลให้การเช่าชุดการแสดงมีความต้องการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ธุรกิจร้านเช่าชุดการแสดงแบบครบวงจรมีเป้าหมายเพื่อสร้างการรับรู้ในกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและเติบโตได้อย่างยั่งยืน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการทำให้ธุรกิจสามารถบรรลุ



วัตถุประสงค์ทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ธุรกิจในปัจจุบันต้องแข่งขันในตลาดที่มีผู้ประกอบการจำนวนมาก ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งและมุ่งเน้นความต้องการของลูกค้าเพื่อรักษาความสัมพันธ์ในระยะยาว และดึงดูดลูกค้าให้ตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจร้านเช่าชุดการแสดงจึงมีการแข่งขันที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการบริการที่แตกต่างและพัฒนาคุณภาพการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยจะช่วยเพิ่มความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง ตลอดจนเข้าใจสภาพปัญหาและความต้องการของผู้บริโภค เพื่อนำมาปรับกลยุทธ์ทางการตลาดและพัฒนาารูปแบบธุรกิจให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมเพื่อพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดสำหรับการศึกษาครั้งนี้ โดยมุ่งเน้นที่การตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร

แนวความคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเน้นที่แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่องค์กรใช้ในการตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย (Schiffman, & Kanuk, 2007)

จากการทบทวนวรรณกรรม นักวิชาการหลายท่านได้ให้คำจำกัดความของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในลักษณะที่คล้ายคลึงกัน แม้ว่าจะมีความแตกต่างไปตามบริบทหรือสภาพแวดล้อมของการศึกษา Kotler et al. (2022) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วยตัวแปรที่องค์กรสามารถควบคุมได้ ซึ่งประกอบด้วย 4 ตัวแปรหลัก (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาได้มีการขยายเป็น 7Ps โดยเพิ่มบุคคล



(People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะของธุรกิจบริการในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) ยังกล่าวถึงส่วนประสมทางการตลาดในลักษณะเดียวกันกับ Kotler et al. (2022) ในขณะที่ นภัสนันท์ เสมอพิทักษ์ (2564) เน้นถึงความสำคัญของการส่งเสริมการตลาด โดยเฉพาะการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ทั้งในรูปแบบ Offline และ Online ที่มีบทบาทสำคัญในยุคปัจจุบัน

การวิจัยในด้านนี้ยังคงพัฒนาและปรับเปลี่ยนตามแนวโน้มและพฤติกรรมของผู้บริโภค เช่น กุลวดี อัมโภชน์ และชลธิศ ดาราวงษ์ (2561) ได้กล่าวถึงความสำคัญของการใช้ส่วนประสมทางการตลาดในการสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้า และผลักดันให้เกิดการซื้อสินค้าและบริการ นอกจากนี้ อีราวัฒน์ ชมระกา และคณะ (2565) ยังได้เน้นถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะในแง่ของความพอใจและความเต็มใจที่จะจ่ายสำหรับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่มีคุณค่า

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้สรุปว่าส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ธุรกิจใช้เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (Blythe, 2008) การวิจัยนี้จะเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้ในบริบทของร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยจะพิจารณาถึงบทบาทของผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่ การส่งเสริมการตลาด บุคคล ลักษณะทางกายภาพ และกระบวนการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ

ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจ ซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการเลือกใช้บริการ นักวิชาการหลายท่านได้อธิบายกระบวนการตัดสินใจในลักษณะที่แตกต่างกันตามบริบทของการศึกษาดังนี้

Chauhan (2013) ได้อธิบายว่าการตัดสินใจเป็นกระบวนการประมวลผลข้อมูลและความคิดเพื่อเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุด โดยการตัดสินใจนั้นไม่เพียงแต่พิจารณาจากข้อมูลที่มี แต่ยังต้องประเมินผลลัพธ์ที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจด้วย

Santoso & Sispradana (2021) ได้กล่าวถึงการตัดสินใจของผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเลือกจากหลายทางเลือก โดยผู้บริโภคจะพิจารณาจากข้อมูล ข้อจำกัดที่มีอยู่ และประสบการณ์ที่ผ่านมา ซึ่งมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและผลลัพธ์ของการตัดสินใจนั้น

Kotler (2022) ได้อธิบายกระบวนการตัดสินใจซื้อในหนังสือ Marketing 4.0 โดยใช้แนวคิด 5A ซึ่งประกอบด้วย การสร้างการรับรู้ (Awareness) การดึงดูดใจ (Appeal) การสอบถามและการตอบ (Ask)

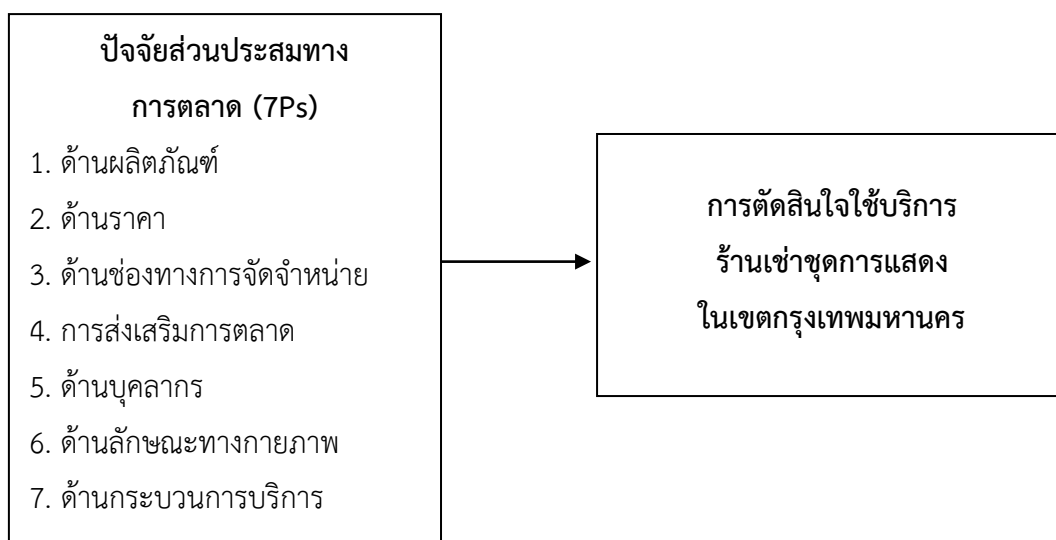


การตัดสินใจซื้อ (Act) และการสนับสนุนและบอกต่อ (Advocate) ซึ่งสะท้อนถึงขั้นตอนที่ผู้บริโภคต้องผ่านก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

การตัดสินใจเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและมีความสำคัญในการเลือกใช้บริการ ซึ่งเกี่ยวข้องกับ การประมวลผลข้อมูล การประเมินทางเลือก และการตัดสินใจที่มีปัจจัยหลายประการ เช่น ปัจจัยทางด้าน จิตวิทยา สังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี การวิจัยนี้จะนำแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ เพื่อทำความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในครั้งนี้ ซึ่งทำให้ได้ข้อสรุปงานวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด กับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร ดังภาพที่ 1



สมมติฐานการวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการบริการส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร” เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน



การกำหนดขนาดตัวอย่าง

สำหรับการกำหนดขนาดตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากร คือ ผู้เลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยจึงใช้สูตรของ Cochran (1977 อ้างใน นงลักษณ์ วิรัชชัย, 2543) ในการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบขนาดประชากร ซึ่งได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 385 ราย อย่างไรก็ตาม เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีก 4% หรือเท่ากับ 15 คน และ (พิรวัสส์ นัฒสูงวงศ์ และณัฏฐ์ กุลิสร, 2565) ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างประมาณ 400 ราย โดยกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-probability sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยพิจารณาจากลูกค้าที่เลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งลักษณะของกลุ่มที่เลือกเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ซึ่งเป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการ (Check list) โดยให้เลือกคำตอบเพียงคำตอบเดียวที่เป็นจริงมากที่สุด

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประยุกต์มาจาก แนวคิดของ Kotler et al. (2022) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และ การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended questions) เป็นมาตรวัดแบบ Rating scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

- 5 หมายความว่า เห็นด้วยมากที่สุด
- 4 หมายความว่า เห็นด้วยมาก
- 3 หมายความว่า เห็นด้วยปานกลาง
- 2 หมายความว่า เห็นด้วยน้อย
- 1 หมายความว่า เห็นด้วยน้อยที่สุด

การอธิบายผลการวิจัยของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผลและแปลความหมายค่าคะแนนอธิบายผล 5 ระดับ โดยเลือกใช้วิธีการของ Best (1997) ดังนี้

ระดับคะแนน 4.50 – 5.00 คะแนน หมายความว่า อยู่ในระดับสำคัญมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.50 – 4.49 คะแนน หมายความว่า อยู่ในระดับสำคัญมาก



ระดับคะแนน 2.50 – 3.49 คะแนน หมายความว่า อยู่ในระดับสำคัญปานกลาง

ระดับคะแนน 1.50 – 2.49 คะแนน หมายความว่า อยู่ในระดับสำคัญน้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.49 คะแนน หมายความว่า อยู่ในระดับสำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด (Close-ended questions) เป็นมาตรวัดแบบ Rating scale 5 ระดับ ตามมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's scale) ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้

5 หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด

4 หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการมาก

3 หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการปานกลาง

2 หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อย

1 หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

การอภิปรายผลการวิจัย ของลักษณะแบบสอบถามที่ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval scale) ผู้วิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอภิปรายผล และแปลความหมาย

ค่าคะแนนอภิปรายผล 5 ระดับ โดยผู้วิจัยเลือกใช้วิธีการของ เบส (Best, 1997) ดังนี้

ระดับคะแนน 4.50 – 5.00 คะแนน หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด

ระดับคะแนน 3.50 – 4.49 คะแนน หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการมาก

ระดับคะแนน 2.50 – 3.49 คะแนน หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการปานกลาง

ระดับคะแนน 1.50 – 2.49 คะแนน หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อย

ระดับคะแนน 1.00 – 1.49 คะแนน หมายความว่า มีการตัดสินใจเลือกใช้บริการน้อยที่สุด

วิธีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องและเชื่อถือได้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย ตามขั้นตอนที่กำหนดไว้อย่างละเอียด ดังนี้:

1. ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดจากเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้ารายละเอียดต่าง ๆ จากหนังสือ เอกสารทางวิชาการ และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับประชากรศาสตร์ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร รวมถึงทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลที่สำคัญสำหรับการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิดที่กำหนดไว้

2. การสร้างแบบสอบถาม หลังจากศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามที่ครอบคลุมปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง โดยเนื้อหาในแบบสอบถามถูกพิจารณาและจัดทำขึ้นตามนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของการวิจัย



3. การตรวจสอบแบบสอบถามโดยอาจารย์ที่ปรึกษา แบบสอบถามที่สร้างขึ้นถูกนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเพื่อพิจารณาความถูกต้องของเนื้อหา ภาษาที่ใช้ และความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของคำถามแต่ละข้อว่าตรงกับจุดมุ่งหมายของการวิจัยหรือไม่ หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา

4. การตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ แบบสอบถามที่แก้ไขแล้วถูกนำเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการสร้างเครื่องมือวิจัยและการศึกษา จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา พร้อมทั้งพิจารณาความถูกต้องและความชัดเจนของภาษาที่ใช้ จากนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อนำมาวิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างรายการข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยด้วยค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปถือว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรง

5. การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ และเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาความสมบูรณ์อีกครั้ง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่าค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .979 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

หลังจากที่ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัยครั้งนี้อย่างเป็นขั้นตอน ดังนี้

1. การแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ทำการแจกแบบสอบถามด้วยตนเองไปยังกลุ่มตัวอย่าง และขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตอบแบบสอบถาม รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ชุด

2. การจัดเก็บและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เมื่อได้รับแบบสอบถามคืนครบ 400 ชุด ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อให้มั่นใจว่าไม่มีข้อผิดพลาดหรือข้อมูลที่ขาดหาย

3. การจัดหมวดหมู่ข้อมูล ผู้วิจัยได้จัดหมวดหมู่ของข้อมูลในแบบสอบถาม เพื่อนำข้อมูลเหล่านี้ไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป



การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ถูกนำมาวิเคราะห์ ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ใช้ในการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยโดยใช้สถิติพรรณนา

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือ เพศหญิง จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.3 อายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.4 การศึกษาระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 77.0 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 161 คน คิดเป็นร้อยละ 40.3 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001-45,000 บาท จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 และสถานะภาพโสด จำนวน 285 คน คิดเป็นร้อยละ 71.3

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

การศึกษครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจร้านใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	แปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	4.24	0.81	1	5	มากที่สุด
ด้านราคา	4.23	0.83	1	5	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.21	0.83	1	5	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.24	0.82	1	5	มากที่สุด
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ	4.25	0.82	1	5	มากที่สุด
ด้านกระบวนการบริการ	4.23	0.82	1	5	มากที่สุด
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.20	0.81	1	5	มากที่สุด



จากตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่า ผลการประเมินในทุกด้านได้รับการประเมินในระดับ “มากที่สุด” แสดงถึงความพึงพอใจสูงของผู้บริโภคต่อบริการต่าง ๆ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งสะท้อนถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดีในทุกด้าน

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง

การศึกษารั้วนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร

ด้านการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง	$\bar{x}$	S.D.	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	แปลผล
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีความหลากหลายและดึงดูดใจ มีชุดการแสดงที่เหมาะสม และการให้บริการที่ดี	4.27	0.81	1	5	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพและการให้บริการ	4.21	0.81	1	5	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีช่องทางการจัดจำหน่ายหลากหลายช่องทางสามารถเข้าถึงได้สะดวก	4.20	0.84	1	5	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย มีการสร้างการรับรู้ที่ดี	4.19	0.82	1	5	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่บุคลากรมีบุคลิกภาพที่ดี สามารถสอบถามและตอบคำถามได้เป็นอย่างดี	4.22	0.83	1	5	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีกระบวนการทำงานที่รวดเร็ว	4.22	0.82	1	5	มากที่สุด
ท่านตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีการตกแต่งและจัดสถานที่ ที่เหมาะสมสวยงาม	4.23	0.81	1	5	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยด้านการตัดสินใจใช้บริการ	4.22	0.82	1	5	มากที่สุด



จากตารางที่ 2 พบว่า ซึ่งพบว่า การตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ($\bar{x} = 4.22$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีความหลากหลายและดึงดูดใจ รองลงมาคือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีการตกแต่งและจัดสถานที่ที่เหมาะสมสวยงาม ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดแต่ยังอยู่ในระดับ “มากที่สุด” คือ การตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงที่มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่หลากหลาย และมีการสร้างการรับรู้ที่ดี

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร

ผลการวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นไปเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาดด้านบุคลากรที่ให้บริการ ด้านกระบวนการบริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด

กับการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรพยากรณ์	b	S.E.	β	t	Sig.	tolerance	VIF
ค่าคงที่ (a) (Constant)	.094	.089	.00	1.048	.295		
ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	.293	.056	.286	5.210	.000*	0.23	1.28
ด้านราคา (X_2)	.066	.063	.066	1.044	.297	0.37	2.70
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	-.028	.064	-.029	-.438	.662	0.54	1.83
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	.002	.063	.002	.036	.971	0.51	1.98
ด้านบุคลากรที่ให้บริการ (X_5)	.158	.064	.158	2.465	.014*	0.77	1.29
ด้านกระบวนการบริการ (X_6)	-.043	.058	-.044	-.744	.457	0.42	2.36
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X_7)	.530	.066	.513	7.966	.000*	0.39	2.55
R = .922 R ² = .850 SEE = .297 F = 317.105 Sig of F = .000							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ตัวแปรพยากรณ์ไม่มีความสัมพันธ์กัน พบว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 7 ด้านไม่แสดงความสัมพันธ์กันในระดับสูง ซึ่งสามารถพิจารณาได้จากค่า Tolerance สูงกว่า 0.2 (Pedhazur, 1997) และค่า VIF น้อยกว่า 4 (Miles & Shevlin, 2001) ดังนั้น การวิเคราะห์นี้จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นสำหรับการใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ



เมื่อทดสอบความเป็นเส้นตรงของคะแนนจากตัวแปรเกณฑ์และตัวแปรพยากรณ์ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวน (F-test) พบว่าค่า F มีค่าเท่ากับ 317.105 และค่า Sig of F เท่ากับ .000 ซึ่งบ่งบอกว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถพยากรณ์ความแปรปรวนของการตัดสินใจใช้บริการได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากการวิเคราะห์ถดถอยแบบปกติ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์และค่าคงที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถอธิบายความผันแปรของตัวแปรตามได้ถึง 85% ($R^2 = .850$) ดังนั้น ผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์นี้มาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ ดังนี้

$$Y = .094 + .293 (X_1) + -.043(X_6) + .530 (X_7)$$

สรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานครมากที่สุด ได้แก่ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (X_7) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) และด้านบุคลากรที่ให้บริการ (X_5) ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ด้านราคา (X_2) ช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) การส่งเสริมการตลาด (X_4) และกระบวนการบริการ (X_6) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการ

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) = .922 และค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยหรืออำนาจการพยากรณ์ที่ปรับแล้ว (Adjusted R Square) = .847 พบว่ามีตัวแปรอิสระเพียง 3 ตัวเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับตัวแปรตาม ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการสร้างสมการพยากรณ์ได้ โดยการพิจารณาค่า Sig. ของการทดสอบ t พบว่า ตัวแปรที่ควรนำไปใช้ในสมการพยากรณ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบุคลากรที่ให้บริการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ซึ่งค่า Sig. เท่ากับ .000, .014 และ .000 ตามลำดับ ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 แสดงว่ามีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สรุปและอภิปรายผล

ในการอภิปรายผลการวิจัยครั้งนี้ ได้พิจารณาถึงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบุคลากรที่ให้บริการ เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งสามารถอธิบายได้จากทฤษฎีและแนวคิดต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) จากผลการวิจัยพบว่าด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพรวมถึงการตกแต่งและบรรยากาศในร้าน มีความสำคัญสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler et al. (2022) ที่กล่าวถึงบทบาทของสิ่งแวดล้อมทางกายภาพในการสร้างความประทับใจแรกแก่ลูกค้าและสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับบริการได้ นอกจากนี้ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ



(2563) ยังระบุว่า บรรยากาศในร้านมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่การปฏิสัมพันธ์ระหว่างลูกค้าและสภาพแวดล้อมมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

ผลิตภัณฑ์ (Product) ความหลากหลายและคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอีกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดง ซึ่งสนับสนุนโดยงานวิจัยของ ญาณกร ถนอมศิลป์ และคณะ (2563) ที่ระบุว่า ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของลูกค้า และเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความพึงพอใจและความผูกพันระหว่างลูกค้ากับแบรนด์

บุคลากรที่ให้บริการ (People) ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรที่มีความสามารถในการให้บริการและมีบุคลิกภาพที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า (Kotler, 2008) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นกัสนันท์ เสมอพิทักษ์ (2564) สนับสนุนแนวคิดนี้โดยชี้ให้เห็นว่า บุคลากรที่มีการอบรมและมีทักษะในการให้บริการสามารถสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้

ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ เช่น ด้านราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และกระบวนการบริการ ไม่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งอาจเนื่องมาจากกลุ่มลูกค้ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับคุณภาพและประสบการณ์การใช้บริการมากกว่าด้านราคาและโปรโมชั่น (Johnson & Wang 2020) โดยที่ลูกค้ามีแนวโน้มที่จะเลือกใช้บริการที่สามารถมอบประสบการณ์ที่ดีและตรงกับความต้องการมากที่สุดแม้ว่าจะมีราคาที่สูงกว่าก็ตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Blythe, J. (2008) ที่กล่าวถึงการสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าผ่านการให้คุณค่าและประสบการณ์ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าเป็นหลัก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. พัฒนาสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของร้าน ผู้ประกอบการควรลงทุนในการปรับปรุงบรรยากาศร้าน เช่น การตกแต่งภายในที่ทันสมัย การใช้แสงไฟที่เหมาะสม หรือการจัดสถานที่ให้เป็นระเบียบ เพื่อลดความแออัด สร้างความรู้สึกที่ดีให้กับลูกค้าและทำให้บริการโดดเด่นกว่าคู่แข่ง
2. ยกระดับคุณภาพและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรเพิ่มตัวเลือกในการเช่าชุดการแสดงที่หลากหลายเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะการนำเข้าสู่ชุดใหม่ ๆ ที่เป็นที่ยอมรับ รวมทั้งปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่คาดหวังความพรีเมียม
3. พัฒนาศักยภาพให้มีความเชี่ยวชาญและบุคลิกภาพที่เหมาะสม ผู้ประกอบการควรจัดการฝึกอบรมพนักงานเกี่ยวกับการบริการลูกค้า การแนะนำผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม และการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าอย่างมืออาชีพ เพื่อสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า



ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. การวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในหัวข้อที่เกี่ยวกับปัจจัยด้านวัฒนธรรมทางสังคม เช่น เทรนด์แฟชั่นหรือการโฆษณาผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งอาจส่งผลต่อการเลือกใช้บริการร้านเช่าชุดการแสดงในเขตกรุงเทพมหานคร
2. การเปรียบเทียบผลการวิจัยในภูมิภาคต่าง ๆ การศึกษาที่ครอบคลุมถึงลูกค้าในภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย หรือแม้กระทั่งในระดับนานาชาติ จะช่วยให้เข้าใจถึงความแตกต่างทางพฤติกรรมผู้บริโภคที่อาจเกิดขึ้นจากปัจจัยทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ

บรรณานุกรม

- กัญสพัตน์ นัถือตรง. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสั่งอาหารแบบเดลิเวอรี่ในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล*, 7(2), 104-113.
- กุลวดี อัมโภชน และ ชลธิศ ดาราวงษ์. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้าร้านค้าสะดวกซื้อเขตพญา จังหวัดชลบุรี. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม*, 13(1), 43-55.
- กฤษฎี ชนะชัย. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เวชสำอางสารสกัดจากใบบัวบกของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- จรินทร์ ผลวาทิพย์ และกุลกัญญา ณ ป้อมเพ็ชร. (2561). พฤติกรรมการใช้บริการร้านเช่าชุดไทยในเขตภาคกลาง. *วารสารการบริหารและการจัดการ*, 8(2), 175-193.
- จารุวรรณ เมืองเจริญ และประสพชัย พสุนนท์. (2561). ลักษณะส่วนบุคคลและลักษณะของงานที่มีผลต่อความก้าวหน้าในอาชีพของบุคลากรสถาบันอุดมศึกษาเอกชน. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 10(2), 117-127.
- จิรายุฒ เสมมา. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดบริการและคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการระบบขนส่งพัสดุด่วนภายในประเทศของผู้บริโภคในจังหวัดชลบุรี. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.
- จรีพร ชอนใจ. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อน้ำผลไม้พร้อมดื่มตรากรีนเมทของผู้บริโภคในจังหวัดราชบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ชุติมา มีสกุล. (2557). ความคาดหวังในสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นและเครื่องประดับผ่านอินเทอร์เน็ตของประชากรในเขตอำเภอเมืองและอำเภอวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



- ญาณกร ธนอมศิลป์, สุรเชษฐ์ สุขัยยะ, ชัยชนัดถ์กร ภาวิศพิริยะกฤต, และบุญญาดา พาหาสิงห์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเข้าใช้บริการธุรกิจบริการให้เช่าสนามฟุตบอล Yanakorn Stadium. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*, 6(3), 29-38.
- นภสรนันท์ เสมอพิทักษ์. (2564). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นงลักษณ์ วิรัชชัย. (2543). *พรมแดนความรู้ด้านการวิจัยและสถิติ* (เนาวรัตน์ พลายน้อย, ชัยยันต์ ประดิษฐ์ศิลป์, และ จุฑามาศ ไชยรบ, บรรณาธิการ). ชลบุรี: วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- นุชนันท์ สมสุข. (2555). ส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อผู้บริโภคในการเลือกร้านเช่าชุดแต่งงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พิรวัสส์ นัตสูงวงศ์ และ ณิชกุล กุลิสร์. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจและแนวโน้มในการลงทุนโดยใช้บริการ Robo-Advisor ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 15(1), 86-110.
- เมธัส ธีระจิตมั่น. (2561). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้ออาคารพาณิชย์ของโครงการแห่งหนึ่งในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สุภารัตน์ ยอดศิริวิชัยกุล. (2560, 15 กันยายน). เปิดร้านเช่าชุด ชุดช่อดอกไม้ ดอกไม้แต่งงาน. *เดลินิวส์*.
<https://www.dailynews.co.th/article/581323>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2563). *หลักการตลาด*. กรุงเทพฯ: อีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อิราวัฒน์ ชมระกา, ศิริกานดา แหยมคง, กิ่งดาว จินดาเทวิน และสมเกียรติ จีระวงศ์เสถียร. (2565). พฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของออนไลน์. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 4(1), 57-76.
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Blythe, J. (2008). *Consumer behavior*. London: Thomson Learning.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. New York, NY: John Wiley & Sons.
- Johnson, M., & Wang, Y. (2020). The impact of product quality and service quality on customer loyalty. *Journal of Consumer Research*, 45(3), 473-489.
- Kotler, P. (2008). *Marketing management* (9th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Harlow, England: Pearson.



- Lee, H., & Kim, S. (2021). The role of price in consumer decision-making: A cross-cultural comparison. *International Journal of Marketing Research*, 62(2), 215-232.
- Miles, J., & Shevlin, M. (2001). *Applying regression and correlation: A guide for students and researchers*. London, England: Stage.
- Pedhazur, E. J. (1997). *Multiple regression in behavioral research: Explanation and prediction*. Stamford, CT: Thomson Learning.
- Santoso, A., & Sispradana, A. R. (2021). Analysis toward purchase decision determinant factors. *Asian Management and Business Review*, 155-164.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall.
- Smith, A., Brown, K., & Davis, L. (2019). Consumer preferences and decision-making in the service industry. *Service Marketing Quarterly*, 40(1), 12-25.
- Walters, C. J. (1978). *Adaptive management of renewable resources*. New York, NY: McGraw-Hill.



Received: August 8, 2024

Revised: November 2, 2024

Accepted: December 24, 2024

มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน

Legal Measures for Prevention of Bullying in Schools

นลินพร ประทุมมาศ (Nalinporn Pratummas)¹

สาธิตา วิมลคุณารักษ์ (Sathita Wimonkunarak)²

E-mail: praammynalin@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพัฒนาการของเด็ก บทบาทของรัฐ และมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน (2) ศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียนของประเทศไทยกับประเทศฟิลิปปินส์ รัฐฟลอริดาและรัฐแมสซาชูเซตส์ของประเทศสหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐเกาหลี (3) วิเคราะห์ปัญหามาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน (4) เสนอแนะแนวทางแก้ไขเพิ่มเติมหรือปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายของประเทศไทย โดยการศึกษาเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิจัยเอกสารจากตำรา หนังสือ หนังสือรายงานประจำปี หนังสือแปล วิทยานิพนธ์ ประมวลสาระชุดวิชา สิ่งพิมพ์รัฐบาล รายงานวิจัย บทความ สารสนเทศบนอินเทอร์เน็ต และงานวิชาการอื่นๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาศึกษาเปรียบเทียบ วิเคราะห์ ให้ได้ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า (1) รัฐมีหน้าที่ส่งเสริมสิทธิทางการศึกษาและความปลอดภัยให้แก่เด็ก แต่ปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียนส่งผลร้ายต่อเด็กที่กลั่นแกล้งผู้อื่นที่อาจพัฒนาเป็นอาชญากร เด็กที่ถูกกระทำที่เสียหายในสิทธิเสรีภาพ และเด็กที่เห็นเหตุการณ์ที่ต้องอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่เหมาะสม ซึ่งประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะเพื่อป้องกันปัญหาดังกล่าว (2) จากการศึกษาพบว่าประเทศที่ศึกษาเปรียบเทียบมีกฎหมายเฉพาะให้โรงเรียนป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน ซึ่งใกล้เคียงกับพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546

¹ นักศึกษาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช

(Student in Master of Law, Sukhothai Thammathirat Open University)

² อาจารย์ที่ปรึกษาหลักสูตรนิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช

(Independent Study Advisor of Master of Law, Sukhothai Thammathirat Open University)



และที่แก้ไขเพิ่มเติม (3) ผลการวิเคราะห์ปัญหาพบว่า การที่ประเทศไทยไม่มีบทบัญญัติให้โรงเรียนป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน ทำให้โรงเรียนไม่ให้ความสำคัญในการคุ้มครองเด็กและส่งผลกระทบโดยตรงต่อการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน (4) ผู้ศึกษาเห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยเพิ่มความหมายของการกลั่นแกล้ง และบัญญัติให้โรงเรียนมีหน้าที่วางมาตรการป้องกันการกลั่นแกล้งอย่างมีแบบแผน และห้ามนักเรียนกลั่นแกล้งผู้อื่น เป็นการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งยังควรจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะในโรงเรียนที่มีตัวแทนจากทุกส่วนที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมแก้ไขปัญหานี้ด้วย

คำสำคัญ โรงเรียน พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 การกลั่นแกล้ง

Abstract

This research aims to (1) explore theoretical concepts regarding child development, the roles of the state, and legal measures for preventing bullying in schools, (2) compare legal measures for preventing bullying in schools between Thailand, the Philippines, the states of Florida and Massachusetts in the United States, and the Republic of Korea, (3) analyze legal issues related to preventing bullying in schools, and (4) propose recommendations for improving or amending Thailand's legal framework. This study adopts a qualitative research approach, involving a thorough review of documents, such as textbooks, annual reports, translated books, theses, government publications, research papers, articles, online resources, and other academic works to gather data for comparative analysis, concluding with recommendations.

The study indicates that: (1) The state is responsible for promoting children's rights to education and safety. However, bullying in schools has detrimental effects on various parties, including the bullies- who may develop criminal tendencies- the victims, whose rights and freedoms are violated, and the bystanders, who are exposed to an unhealthy environment. Currently, Thailand lacks specific legislations to address this issue. (2) The comparative study reveals that the examined countries have specific laws requiring schools to prevent bullying, similar to the Child Protection Act B.E. 2546 (2003) and its amendments. (3) The absence of provisions mandating schools to prevent bullying in Thailand leads to



a lack of priority on child protection, which directly impacts the safeguarding of human rights. (4) The researcher recommends amending the Child Protection Act B.E. 2546 (2003) to include a clear definition of bullying, requiring schools to implement structured anti-bullying policies and prohibiting students from engaging in bullying. This would ensure that Thailand fulfills its international obligations. Additionally, the establishment of specialized agencies within schools, involving representatives from all relevant sectors, is suggested to collaboratively tackle the issue.

Keywords: School, Child Protection Act B.E. 2003, Bullying

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สมาชิกของสังคมในวัยเด็ก เป็นกลุ่มคนที่จะเจริญเติบโตไปเป็นผู้ใหญ่ที่พัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าในอนาคต เพื่อให้เด็กมีพัฒนาการที่เหมาะสมและพัฒนาชีวิตไปในทางที่ยอมรับของสังคม จึงมีการคุ้มครองสิทธิด้านการศึกษาที่เป็นส่วนสำคัญในการส่งเสริมพัฒนาการอันเป็นการพัฒนาชีวิตของเด็ก โดยเห็นได้จากรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 50 (4) เด็กมีหน้าที่ต้องเข้ารับการศึกษาภาคบังคับ เด็กจึงต้องเข้ารับการศึกษาอย่างน้อยเป็นเวลา 9 ปี ตั้งแต่อายุเข้าปีที่ 7 จนอายุเข้าปีที่ 16 ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม มาตรา 17 จึงเห็นได้ว่าเด็กไทยต่างต้องใช้ชีวิตในสังคมโรงเรียน จึงควรได้รับการคุ้มครองความปลอดภัยในขณะที่กำลังศึกษาหาความรู้ในโรงเรียนดังกล่าว อย่างไรก็ตาม การดำเนินชีวิตของเด็กในโรงเรียนยังคงพบปัญหาความปลอดภัยจากการกลั่นแกล้งที่กระทำโดยเด็กด้วยกันตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังพบว่าการกลั่นแกล้งผู้อื่นกระทำโดยเด็กที่มีอายุน้อยลง เด็กดังกล่าวมักมีปัญหาจากการได้รับเลี้ยงดูไม่เหมาะสมรวมถึงปัจจัยด้านพันธุกรรม และเมื่อเด็กเติบโตเป็นผู้ใหญ่จะยังคงมีพฤติกรรมกลั่นแกล้งผู้อื่นอยู่ ส่วนเด็กที่ถูกกลั่นแกล้งจะมีอาการซึมเศร้า ไม่อยากไปโรงเรียน ได้รับผลกระทบด้านสุขภาพจนนำไปสู่การฆ่าตัวตายได้ (Thianthip Diawkee, 2563) และจากการลงสำรวจพื้นที่ของเครือข่ายนักกฎหมายเพื่อเด็กพบว่า เด็กนักเรียนส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 91.79 เคยถูกกลั่นแกล้ง (Nitayaporn/thongpet/kanchana/Maneewan, 2563) พฤติกรรมการกลั่นแกล้งในโรงเรียนอาจเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย รวมถึงประเทศไทยไม่มีมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันและบริหารจัดการกับปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียนเป็นการเฉพาะ ซึ่งจะส่งผลให้เกิดปัญหาที่สำคัญ 3 ประการ ดังนี้

1. ปัญหาที่จะส่งผลกระทบต่อตัวเด็กที่มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยสามารถส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อเด็กได้ทั้งในด้านสุขภาพและการเรียนรู้ที่จะมีพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม และปัญหาดังกล่าวยังคงอยู่ในตัวเด็กไปได้จนถึงวัยผู้ใหญ่ สำหรับในประเทศไทยมีการลงสำรวจพื้นที่ของเครือข่ายนักกฎหมายเพื่อเด็กได้ศึกษาถึงแนวคิด



ของเด็กที่มีต่อการกลั่นแกล้ง พบว่า เด็กนักเรียนส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 68.93 เห็นว่าการกลั่นแกล้งเป็นความรุนแรงอย่างหนึ่ง ส่วนผลกระทบที่เกิดขึ้นพบว่าเด็กนักเรียนส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 42.86 มีความคิดที่จะโต้ตอบเอาคืน, ร้อยละ 26.33 เกิดความเครียด, ร้อยละ 18.20 ไม่มีสมาธิกับการเรียน, ร้อยละ 15.73 ไม่อยากไปโรงเรียน, ร้อยละ 15.60 มีพฤติกรรมเก็บตัว และร้อยละ 13.40 เกิดอาการซึมเศร้า และเด็กยังต้องการให้โรงเรียนมีมาตรการในการลงโทษผู้กลั่นแกล้งผู้อื่นอย่างชัดเจน ต้องการให้มีครูอาจารย์คอยให้คำปรึกษาและให้มีการจัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจในปัญหาการกลั่นแกล้ง (Nitayaporn/thongpet/Kanchana/Manewan, 2563) ปัญหาการกลั่นแกล้งจึงส่งผลกระทบต่อเด็กใน โรงเรียนได้ 3 กลุ่มประกอบด้วย

1.1 กลุ่มที่เป็นผู้กลั่นแกล้งผู้อื่น หากปัญหาดังกล่าวไม่ได้รับการแก้ไข เด็กกลุ่มนี้อาจเรียนรู้ว่าการกลั่นแกล้งผู้อื่นสามารถกระทำได้ ยิ่งทำให้ผู้กระทำได้เรียนรู้วิธีการละเมิดต่อผู้อื่นด้วยวิธีที่รุนแรงกว่าเดิมและอาจอันตรายสร้างความเสียหายถึงแก่ชีวิตได้ ปัญหาดังกล่าวจึงเป็นจุดเริ่มต้นของการก่ออาชญากรรม ซึ่งสถิติข้อมูลจากกรมพินิจและคุ้มครองเด็ก พบว่าสถิติคดีอาญาที่กระทำโดยเด็ก ในความผิดเกี่ยวกับชีวิตและร่างกาย ในปี พ.ศ. 2565 มีจำนวน 1,703 คดี และมีทิศทางเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2566 ซึ่งมีจำนวน 2,999 คดี ประกอบกับในความผิดเกี่ยวกับอาวุธ และวัตถุระเบิด ในปีพ.ศ. 2565 มีจำนวน 868 คดี ซึ่งมีทิศทางเพิ่มขึ้นเช่นกัน ในปี พ.ศ. 2566 มีจำนวน 1,530 คดี โดยรองอธิบดีกรมพินิจและคุ้มครองเด็กระบุว่า น่าสนใจว่าคดีที่เกี่ยวกับชีวิตและร่างกาย ส่วนหนึ่งมีผลมาจากปัญหาเล็กๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชนและโรงเรียน เช่น การล้อเลียนหรือการกลั่นแกล้ง (Thai PBS, 2566)

1.2 กลุ่มที่เป็นผู้ถูกกลั่นแกล้ง เป็นกลุ่มที่ได้รับผลกระทบในทางลบด้านสุขภาพทั้งร่างกาย และจิตใจ และอาจรุนแรงถึงขั้นคิดฆ่าตัวตายได้ตั้งแต่วัยเด็ก หรือส่งผลกระทบต่อการเรียน การเข้าสังคม ไม่อยากไปโรงเรียน ผู้ถูกกลั่นแกล้งบางรายอาจเรียนรู้วิธีการโต้ตอบอย่างไม่เหมาะสม ด้วยการเป็นผู้กลั่นแกล้งผู้อื่นเสียเอง ดังเหตุการณ์การกราดยิงในโรงเรียน ในบางกรณีพบว่าสาเหตุเกิดจากผู้กราดยิงมีประวัติถูกกลั่นแกล้ง (stopbullying.gov, 2020) ซึ่งก็เป็นปัญหาที่ทำให้เด็กพัฒนาพฤติกรรมด้านลบจนรุนแรงเป็นอาชญากรรมได้ในที่สุด 1.3 กลุ่มที่เป็นผู้พบเห็นเหตุการณ์ เด็กอาจมองว่าเป็นเรื่องปกติที่สังคมยอมรับและพึงพอใจกับความสนุกสนานที่เกิดขึ้นบนความทุกข์ของผู้อื่น โดยเด็กได้เรียนรู้ที่จะแสดงพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสม หรือบางรายอาจทำให้เกิดความเกรงกลัวต่ออิทธิพลของผู้กลั่นแกล้งผู้อื่น เกิดความวิตกกังวล ไม่อยากไปโรงเรียน มีปัญหาสุขภาพจิต รวมถึงอาจมีภาวะซึมเศร้าเพิ่มขึ้นได้ (stopbullying.gov, 2020) ทั้งเด็กกลุ่มนี้ยังต้องใช้ชีวิตอยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมต่อการศึกษาล่าเรียนอีกด้วย

2. ปัญหาโรงเรียนไม่เห็นถึงความสำคัญของความปลอดภัยจากการกลั่นแกล้งในโรงเรียน เนื่องจากปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการศึกษาล่าเรียนของเด็ก ซึ่งอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กข้อ 28 รับรองให้เด็กทุกคนมีสิทธิได้รับการศึกษา จากรายงานสมัชชาเด็กแห่งชาติประจำปี 2566 ที่สำรวจในประเด็นปัญหาต่าง ๆ



จากตัวแทนของเด็กทั่วประเทศไทยพบว่า เด็กร้อยละ 26 ไม่แน่ใจว่าโรงเรียนเป็นสถานที่ปลอดภัยสำหรับเด็ก และร้อยละ 7 มองว่าโรงเรียนยังไม่ใช่สถานที่ปลอดภัยสำหรับเด็ก จึงสะท้อนให้เห็นว่าโรงเรียนยังไม่ใช่พื้นที่ปลอดภัยสำหรับเด็ก และมีข้อเสนอขอให้กระทรวงศึกษาธิการกำหนดมาตรการในการปกป้องคุ้มครองเด็ก ในสถานศึกษาจากการถูกคุกคาม (UNICEF Thailand, 2567) ดังนั้น โรงเรียนและครูอาจารย์จึงมีบทบาทสำคัญที่ทำให้เด็กใช้สิทธิด้านการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กข้อ 19 ที่รับรองให้เด็กทุกคนได้รับการคุ้มครองจากความรุนแรงทั้งทางร่างกายและจิตใจ การทำร้ายหรือการกระทำอันมิชอบ เด็กจึงต้องได้รับความปลอดภัยในทุกสถานที่ โรงเรียนจึงต้องเป็นสถานที่ที่ปลอดภัยและเหมาะสมต่อการเจริญเติบโต การเรียนรู้และการพัฒนาชีวิตของเด็ก และมีหน้าที่ปกป้องคุ้มครองเด็กจากภัยการกลั่นแกล้งกันในโรงเรียน โดยให้ความสำคัญกับเหตุการณ์การกลั่นแกล้งที่ได้รับรายงาน และคิดเสมอว่าความปลอดภัยของเด็กเป็นสิ่งสำคัญซึ่งไม่ควรมองว่าการกลั่นแกล้งเป็นเรื่องเล็กน้อย การที่ประเทศไทยไม่มีมาตรการทางกฎหมายที่ชัดเจนเพื่อป้องกันและบริหารจัดการปัญหาดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยไม่ได้ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองเด็กจากปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียน จึงส่งผลให้โรงเรียนไม่เห็นว่าเป็นปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างจริงจัง จึงมีส่วนทำให้การกลั่นแกล้งในโรงเรียนยังคงมีอยู่จนถึงปัจจุบันและมีแนวโน้มที่รุนแรงขึ้น

3. ปัญหาที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะในการป้องกันและบริหารจัดการการกลั่นแกล้งในโรงเรียน โดยตรงที่จะส่งผลกระทบต่อสิทธิมนุษยชน เนื่องจากการกลั่นแกล้งในโรงเรียนส่งผลกระทบต่อสิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย จิตใจ อนามัย ทรัพย์สิน และสิทธิในการศึกษาหาความรู้ รวมถึงการได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียม ซึ่งมักเกิดกับเด็กที่มีลักษณะแตกต่างจากผู้อื่นรวมถึงเด็กที่มีความหลากหลายทางเพศ ซึ่งจากรายงานสมัชชาเด็กแห่งชาติประจำปี 2566 พบว่าเด็กที่มีความหลากหลายทางเพศเป็นกลุ่มที่ไม่เห็นด้วยมากที่สุดว่าโรงเรียนเป็นสถานที่ปลอดภัยสำหรับพวกเขา และยังเป็นกลุ่มที่มีความคิดฆ่าตัวตายมากที่สุดอีกด้วย (UNICEF Thailand, 2567) ในการศึกษาครั้งนี้จึงนำการละเมิดสิทธิในประเด็นวิถีทางเพศและอัตลักษณ์ทางเพศมาเป็นตัวอย่างพฤติกรรมการกลั่นแกล้ง เพราะถึงแม้ในปัจจุบันในสากลจะยอมรับในความหลากหลายทางเพศแล้วก็ตาม แต่ก็ยังคงมีเหตุการณ์การกลั่นแกล้งในโรงเรียนจากประเด็นดังกล่าวเกิดขึ้นอยู่บ่อยครั้ง เป็นการละเมิดต่อกฎหมายระหว่างประเทศที่ประเทศไทยได้เข้าร่วมเป็นภาคี ไม่ว่าจะเป็นปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก และหลักการ Yogyakarta ว่าด้วยการใช้กฎหมายสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ ในประเด็นวิถีทางเพศและอัตลักษณ์ทางเพศ และถึงแม้สังคมไทยในปัจจุบันเริ่มให้ความสำคัญกับการแก้ไขและป้องกันปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียนมากขึ้น โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดนโยบายหรือแผนปฏิบัติงานเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตและคุ้มครองความปลอดภัยให้แก่เด็กในขณะที่อยู่ในโรงเรียน และจัดทำคู่มือเพื่อป้องกันและบริหารจัดการกับปัญหาดังกล่าว แต่เนื่องจากคู่มือดำเนินการ นโยบายหรือแผนงานที่ใช้เป็นเครื่องมือในปัจจุบัน เป็นเพียงแนวทาง



ที่กำหนดให้ส่วนที่เกี่ยวข้องนำไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานเท่านั้น จึงไม่มีสภาพบังคับ ทั้งยังกระจายอยู่ที่หน่วยงาน ส่งผลให้ไม่มีแนวทางที่ชัดเจนในการดำเนินงาน เป็นส่วนทำให้ปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียนในประเทศไทยจึงยังไม่ได้มีการแก้ไขและป้องกันอย่างชัดเจน จริงจังและมีประสิทธิภาพ

จากปัญหาที่กล่าวมาในข้างต้น ทำให้เห็นได้ว่าการที่ประเทศไทยไม่มีกฎหมายเฉพาะในการป้องกันและบริหารจัดการกับปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียนที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ส่งผลกระทบทางลบทั้งต่อตัวเด็ก รวมถึงการปฏิบัติหน้าที่ของครู อาจารย์ในโรงเรียนที่จะต้องให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของเด็กในโรงเรียน ตลอดจนหน้าที่ของรัฐที่จะต้องดำเนินการเพื่อคุ้มครองประชาชนให้สอดคล้องกับแนวทางระหว่างประเทศ ประเทศไทยจึงควรแก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม อันเป็นกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองเด็กไทยในสถานะต่างๆ รวมถึงเด็กที่อยู่ในสถานะนักเรียนให้ได้รับความปลอดภัยในทุกช่วงเวลาของการดำเนินชีวิต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการของเด็ก บทบาทของรัฐและมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียนที่อาจส่งผลกระทบต่อการเรียนรู้ตามช่วงวัยอายุของเด็ก
2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียนระหว่างกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ
3. เพื่อวิเคราะห์ปัญหามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน
4. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการแก้ไข เพิ่มเติมหรือปรับปรุงมาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน
5. เพื่อเป็นประโยชน์ในการแก้ไขและป้องกันปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียน เป็นการคุ้มครองเด็กได้อีกทางหนึ่งด้วย และเป็นประโยชน์กับผู้สนใจศึกษาในประเด็นปัญหาดังกล่าว

สมมติฐานการวิจัย

ประเทศไทยไม่มีกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียนเป็นการเฉพาะ สิทธิเสรีภาพของเด็กจึงถูกละเมิดได้จากการกระทำของเด็กด้วยกันเอง ซึ่งส่งผลกระทบต่อกันทั้งในแง่ของการพัฒนาพฤติกรรมที่ก้าวร้าวรุนแรงของผู้กระทำ ความเจ็บปวดทางร่างกายและจิตใจที่เกิดขึ้นกับผู้ถูกกระทำ รวมถึงสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมต่อการแสวงหาความรู้ในโรงเรียน อันเป็นการไม่ให้ความสำคัญกับการคุ้มครองความปลอดภัยและส่งเสริมสิทธิทางการศึกษาแก่เด็กเท่าที่ควร ดังนั้น เพื่อแก้ไขและป้องกันปัญหาดังกล่าวและเป็นการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศในด้านการคุ้มครองสิทธิมนุษยชน ประเทศไทยจึงต้องมีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยแก้ไขและเพิ่มเติมบทบัญญัติเกี่ยวกับ



การป้องกันและบริหารจัดการการกลั่นแกล้งในโรงเรียน เพื่อแสดงถึงการส่งเสริมการศึกษาให้แก่เด็กควบคู่ไปกับการคุ้มครองความปลอดภัยในระหว่างที่เด็กอยู่ในโรงเรียนและมุ่งแก้ไขหรือลดปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียน

ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาทำความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการของเด็ก บทบาทของรัฐและมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน อนุสัญญาระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองเด็ก กฎหมาย ระเบียบ มาตรการ และแนวทางในการคุ้มครองเด็กจากการกลั่นแกล้งในโรงเรียน ทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ สำหรับเด็กที่มีอายุไม่เกิน 18 ปีบริบูรณ์ ซึ่งกำลังศึกษาในโรงเรียนของรัฐ ระดับประถมศึกษาถึงมัธยมศึกษาตอนปลาย ประเภทสายสามัญ (ไม่รวมถึงสายอาชีวศึกษา)

นิยามศัพท์

1. **โรงเรียน** หมายถึง สถานศึกษาที่จัดการเรียนการสอนในระบบโรงเรียนปกติ ที่เป็นโรงเรียนของรัฐ จัดรูปแบบการศึกษาในชั้นเรียนปกติ ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานตั้งแต่ระดับประถมศึกษาจนถึงระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย ประเภทสายสามัญศึกษา (ไม่รวมถึงสายอาชีวศึกษา)

2. **เด็ก** หมายถึง บุคคลที่มีอายุไม่เกิน 18 ปีบริบูรณ์ที่กำลังเข้ารับการศึกษาศึกษาในโรงเรียน

3. **กลั่นแกล้ง** หมายถึง การกระทำที่ไม่เป็นที่ยอมรับในสังคม เพื่อให้ผู้อื่นได้รับความทุกข์ ความเจ็บปวด รู้สึกด้อยคุณค่า เพื่อให้ตนเองรู้สึกมีอำนาจหรือมีพลังเหนือกว่าผู้อื่น ซึ่งมักกระทำต่อผู้ที่อ่อนแอกว่า สามารถแสดงออกได้ทั้งทางร่างกาย (Physical Bullying) ทางสังคมหรืออารมณ์ (Relational Bullying) ทางคำพูด (Verbal Bullying) ตลอดจนการแสดงออกผ่านโลกออนไลน์ (Cyber bullying) ซึ่งหมายความรวมถึงการรังแก ที่เป็นการกระทำที่อาจเกิดโดยความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของผู้กระทำ อันส่งผลให้ผู้ถูกกระทำเกิดความเจ็บปวดต่อร่างกาย เกิดผลกระทบทางจิตใจ รู้สึกกลัว เป็นทุกข์ หรือกระทบต่อการเข้าสังคมหรือการเรียน ทำลายชื่อเสียง แหย่ทรัพย์สิน หรือก่อให้เกิดความรู้สึกไม่ปลอดภัยในโรงเรียน ซึ่งมักเกิดขึ้นโดยมีพื้นฐานมาจากอำนาจบางอย่างของผู้กระทำที่เหนือกว่าอีกฝ่าย ซึ่งเป็นคำนิยามตามคู่มือปฏิบัติสำหรับการดำเนินการป้องกันและจัดการการรังแกกันในโรงเรียน ของกรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข

ประโยชน์ที่รับจากการวิจัย

1. ได้ทราบถึงแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพัฒนาการของเด็ก บทบาทของรัฐ และมาตรการทางกฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน



2. ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียนระหว่างกฎหมายไทยและกฎหมายต่างประเทศ
3. ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์ปัญหามาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน
4. ได้เสนอแนะแนวทางในการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ. 2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม โดยเพิ่มความหมายของการกลั่นแกล้งไว้ในมาตรา 4 และแก้ไขเพิ่มเติมในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมความประพฤตินักเรียนและนักศึกษาในหมวด 7 มาตรา 63 ส่วนของหน้าที่ของโรงเรียนในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน และมาตรา 64 ส่วนของข้อห้ามไม่ให้แก่นักเรียนกลั่นแกล้งผู้อื่น
5. สามารถแก้ไขและป้องกันปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียนได้ เป็นการคุ้มครองเด็กได้อีกทางหนึ่ง และเป็นประโยชน์กับผู้ที่เกี่ยวข้องศึกษาในประเด็นปัญหาดังกล่าว

วิธีการวิจัย

การศึกษาเรื่อง มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันการกลั่นแกล้งในโรงเรียน เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) จากตำรา หนังสือ หนังสือรายงานประจำปี รายงานการประชุมสัมมนาหรือเอกสารประกอบการสัมมนา หนังสือแปล ดุษฎีนิพนธ์ และวิทยานิพนธ์ เอกสารการสอน ประมวลสาระชุดวิชา สิ่งพิมพ์รัฐบาล รายงานวิจัย บทความ คำวินิจฉัย ศาลรัฐธรรมนูญ คำพิพากษาศาลฎีกา คำพิพากษาหรือคำสั่งศาลปกครองสูงสุด คำวินิจฉัยของคณะกรรมการกฤษฎีกา สารสนเทศบน Internet บทสัมภาษณ์ และงานวิชาการอื่นๆ

ผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า มนุษย์ทุกคนล้วนเกิดมาด้วยความแตกต่างกันในแต่ละคน แต่ได้รับความคุ้มครองภายใต้กฎหมายอย่างเท่าเทียมกัน โดยกฎหมายรับรองว่าทุกคนมีสิทธิที่จะมีชีวิต ร่างกายและจิตใจที่สมบูรณ์ แข็งแรง ปลอดภัยจากภัยอันตรายใด ๆ มีสิทธิปกป้องรักษาชีวิตและร่างกายของตนให้รอดพ้นจากภัยอันตรายรูปแบบต่าง ๆ และยังรับรองสิทธิในการศึกษาเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถ ส่งผลให้ประชากรของรัฐได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นกำลังในการพัฒนาประเทศชาติต่อไป รัฐจึงมีหน้าที่ในการจัดทำบริการสาธารณะ ในด้านการศึกษาเพื่อตอบสนองต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชน อันจะส่งผลถึงการอยู่ดีมีสุขของประชาชนต่อไป อย่างไรก็ตาม ประชากรในช่วงวัยเด็กจะได้รับการคุ้มครองเป็นพิเศษตามกฎหมายว่าด้วยสิทธิเด็ก ข้อ 19 โดยรับรองสิทธิในชีวิต ร่างกาย จิตใจ และสวัสดิภาพ และรับรองสิทธิในการศึกษาที่ต้องมุ่งพัฒนาความเคารพต่อสิทธิมนุษยชน เสรีภาพขั้นพื้นฐานของผู้อื่น และเตรียมความพร้อมให้เด็กมีความรับผิดชอบต่อสังคมต่อไป ตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก ข้อ 28 และ 29 เมื่อพิจารณาประกอบกับธรรมชาติของเด็กที่มีการพัฒนาการและการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา (สมบัติ ตาปัญญา, ม.ป.ป.) ดังนั้น การส่งเสริมให้เด็กมีพฤติกรรมที่เหมาะสม



จึงเป็นส่วนสำคัญในการคุ้มครองเด็กให้เติบโตไปเป็นผู้ใหญ่ที่มีความประพฤติที่ดี ไม่มุงก่อกำยอันตรายแก่ผู้อื่น และเป็นการป้องกันภัยอันตรายที่จะเกิดขึ้นกับสังคมในทางอ้อม การจัดการศึกษาของรัฐจึงต้องปกป้องคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของเด็กควบคู่กันไป ซึ่งรวมถึงความปลอดภัยจากการกลั่นแกล้งในโรงเรียนด้วย เนื่องจากการกลั่นแกล้งในโรงเรียนสามารถส่งผลกระทบต่อชีวิต ร่างกาย อนามัย และทรัพย์สินของเด็ก ทำให้เกิดสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมาะสมต่อการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ในโรงเรียน ขัดขวางการใช้สิทธิทางการศึกษา อันเป็นการไม่เอื้ออำนวยต่อการศึกษาล่าเรียน และขัดต่อความมุ่งหมายในการจัดการศึกษาของรัฐ ถึงแม้หน่วยงานของรัฐในประเทศไทยพยายามแก้ไขปัญหาดังกล่าวในรูปแบบของการกำหนดนโยบาย ดำเนินงาน และการกำหนดคู่มือขึ้นหลายฉบับกระจายอยู่ในหน่วยงานด้านสุขภาพและด้านการศึกษา สะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อสุขภาพและการศึกษาของเด็กไทย แต่คู่มือดังกล่าวไม่มีสภาพบังคับให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องดำเนินการอย่างจริงจังเหมือนกับการตรากฎหมายขึ้นใช้บังคับ และจากการศึกษาพบว่าบทบัญญัติในหมวด 7 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ว่าด้วยการส่งเสริมความประพฤติของนักเรียนและนักศึกษา เป็นมาตรการทางกฎหมายที่ชัดเจนที่สุดของไทยในการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของเด็กที่กำลังศึกษาเล่าเรียน โดยมาตรา 63 บัญญัติให้โรงเรียนปลูกฝังค่านิยมความดี ความรับผิดชอบต่อสังคม การเคารพต่อสิทธิ เสรีภาพของผู้อื่น ตลอดจนการปราบปรามพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมตามมาตรา 65 ด้วยการแต่งตั้งเจ้าพนักงานส่งเสริมความประพฤติของนักเรียนและนักศึกษาขึ้น เพื่อสอดส่องดูแลไม่ให้นักเรียนมีพฤติกรรมต้องห้ามตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงกำหนดความประพฤติของนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ. 2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม แต่ไม่มีบทบัญญัติในการป้องกันและบริหารจัดการการกลั่นแกล้งในโรงเรียนเป็นการเฉพาะ โดยระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมความประพฤตินักเรียนและนักศึกษา พ.ศ. 2548 ให้อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่มอบตัวเด็กที่กระทำความผิดให้แก่ผู้อำนวยการโรงเรียนเพื่ออบรมสั่งสอนหรือลงโทษ และหากเห็นว่าพฤติกรรมเข้าข่ายเป็นการทำผิดทางอาญาและอาจก่อภัยอันตรายอย่างร้ายแรงก็ต้องแจ้งต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจ เพื่อเข้าสู่อำนาจการดำเนินการตามกระบวนการยุติธรรมทางอาญาสำหรับเด็ก ซึ่งมีหลักในการถือประโยชน์สูงสุดของเด็กเป็นสำคัญ และเปิดโอกาสให้เด็กได้ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เป็นที่ยอมรับของสังคมแล้วกลับไปใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างปกติสุขต่อไป แต่หากสังคมเดิมไม่ถูกแก้ไขปรับปรุงก็มีโอกาสที่เด็กจะมีพฤติกรรมเดิมได้อีก และกรณีเกิดความเสียหายทางแพ่ง กฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 430 ก็เปิดโอกาสให้ผู้เสียหายสามารถฟ้องเรียกค่าเสียหายทางแพ่งจากผู้ปกครอง หรือครู อาจารย์ที่มีหน้าที่ดูแลเด็กในขณะที่ก่อเหตุได้ แต่กรณีที่อยู่ในความดูแลของครู อาจารย์ผู้เสียหายซึ่งเป็นเด็กมีภาระต้องพิสูจน์ไม่ได้ใช้ความระมัดระวังอันสมควรในการดูแลเด็ก ในขณะก่อเหตุ ด้วยเหตุนี้การมีมาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันและบริหารจัดการการกลั่นแกล้งในโรงเรียนจึงเป็นการตัดไฟตั้งแต่ต้นลมเพื่อป้องกันก่อนที่จะเกิดจะริเริ่มละเมิดต่อผู้อื่น ดีกว่าการปล่อยให้เด็กมีพฤติกรรม



กลั่นแกล้งผู้อื่นจนพัฒนาความรุนแรงจนเข้าข่ายต้องรับผิดทางอาญาแล้ว จึงเข้าไปรับการแก้ไขฟื้นฟูผ่านกระบวนการทางอาญาหรือการเรียกค่าเสียหายเพื่อเยียวยากันในภายหลัง

อภิปรายผล

จากการศึกษาเปรียบเทียบมาตรการทางกฎหมายระหว่างประเทศไทยกับต่างประเทศ พบว่าในประเทศที่มีกฎหมายในระดับพระราชบัญญัติใช้บังคับกับปัญหาดังกล่าว ได้แก่ Republic Act No.10627 (Anti-Bullying Act of 2013) ของประเทศฟิลิปปินส์, Florida Statutes Title XLVIII Chapter 1006 Section 1006.147 (The Jeffrey Johnston Stand Up for All Students Act) ของมลรัฐฟลอริดาในประเทศสหรัฐอเมริกา, Massachusetts General Laws Chapter 71 Section 37O (The Massachusetts Anti-Bullying Law) ของมลรัฐแมสซาชูเซตส์ในประเทศสหรัฐอเมริกา และ Act on the prevention of and countermeasures against violence in schools ของประเทศเกาหลีใต้ ต่างบัญญัติสอดคล้องกันให้โรงเรียนเป็นองค์กรหลักในการใช้มาตรการที่กฎหมายกำหนด โดยในประเทศฟิลิปปินส์ มลรัฐฟลอริดา และมลรัฐแมสซาชูเซตส์ของประเทศสหรัฐอเมริกา มีการกำหนดกลไกที่คล้ายคลึงกันให้แต่ละโรงเรียนวางนโยบายหรือแผนการป้องกันการกลั่นแกล้งขึ้นและกำหนดรายละเอียดที่โรงเรียนจะต้องระบุไว้ในนโยบายหรือแผนป้องกันการกลั่นแกล้งไว้อย่างกว้าง และต้องมีการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน ทำให้กฎหมายมีความยืดหยุ่นให้โรงเรียนสามารถกำหนดเนื้อหาของนโยบายและแผนป้องกันการกลั่นแกล้งได้ตามสถานการณ์ของแต่ละโรงเรียน เป็นการบัญญัติโดยชัดแจ้งให้การกระจายอำนาจไปยังโรงเรียนซึ่งเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับปัญหามากที่สุด แต่กฎหมายของประเทศเกาหลีใต้มีการวางกลไกที่แตกต่างออกไป โดยกำหนดหน้าที่ให้แก่องค์กรของรัฐต่าง ๆ ตั้งแต่ในระดับรัฐและรัฐบาลท้องถิ่นไปจนถึงโรงเรียน โดยให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงศึกษาธิการ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีวางแผนแม่บท โดยหารือกับคณะกรรมการต่อต้านความรุนแรงในโรงเรียนที่มีนายกรัฐมนตรีและผู้เชี่ยวชาญด้านความรุนแรงในโรงเรียนเป็นประธาน เพื่อนำไปกำหนดทิศทางการดำเนินงานผ่านผู้อำนวยการสำนักงานการศึกษาที่จะต้องกำหนดให้โรงเรียนมีแผนปฏิบัติการและดำเนินการตามแผนดังกล่าว และยังพบว่ากลไกของกฎหมายต่างประเทศสอดคล้องกันในเรื่องของการให้ความรู้เกี่ยวกับการกลั่นแกล้งในโรงเรียนแก่บุคคลที่เกี่ยวข้อง ทั้งครู นักเรียน ตลอดจนผู้ปกครอง และกำหนดบทลงโทษแก่โรงเรียนหรือผู้อำนวยการโรงเรียนที่ฝ่าฝืนมาตรการทางกฎหมายดังกล่าว ในลักษณะที่เป็นความผิดทางวินัยหรือให้อำนาจแก่หน่วยงานชั้นเหนือขึ้นไปมีอำนาจสั่งการให้ดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่ง โดยกฎหมายของประเทศเกาหลีใต้มีกลไกการใกล้เคียงข้อพิพาท การอุทธรณ์ และการกำหนดบทลงโทษสำหรับผู้ปกครองที่ไม่สามารถเข้าร่วมหลักสูตรการแก้ไขพฤติกรรมกับเด็กที่กลั่นแกล้งผู้อื่นได้ และยังคงเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการบำบัดรักษาและ ฟื้นฟู การเข้ารับคำปรึกษา ให้แก่เด็กที่ถูกกลั่นแกล้งอีกด้วย ซึ่งเป็นกลไกที่ประเทศอื่นไม่ได้กำหนดไว้ ทำให้ผู้ปกครองมีส่วนร่วมในการรับผิดชอบ



การกระทำของเด็กอย่างชัดเจน เมื่อศึกษาพบว่าบทบัญญัติเกี่ยวกับการส่งเสริมความประพฤติของนักเรียน และนักศึกษา แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ประกอบกับกฎหมายลำดับรอง ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติดังกล่าว มีความสอดคล้องใกล้เคียงกับกฎหมายของต่างประเทศ จึงมีข้อเสนอแนะให้แก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะ

1. เพิ่มบทบัญญัติความหมายของการกลั่นแกล้ง โดยเพิ่มความหมายของคำว่า “กลั่นแกล้ง” ไว้ใน มาตรา 4 โดยกำหนดให้เป็นวรรค 13 ในหมวดหมู่ของบทนิยามความหมายที่เป็นการกระทำ เพื่อไว้กล่าวถึง ในหมวด 7 โดยใช้คำว่า ““กลั่นแกล้ง” หมายถึง การกระทำที่ไม่เป็นที่ยอมรับในสังคม เพื่อให้ผู้อื่นได้รับความทุกข์และ ความเจ็บปวด รู้สึกด้อยคุณค่า เพื่อให้ตนเองรู้สึกมีอำนาจหรือมีพลังเหนือกว่าผู้อื่น ซึ่งมักกระทำต่อผู้ที่อ่อนแอกว่า สามารถแสดงออกได้ทั้งทางร่างกาย ทางสังคมหรืออารมณ์และทางคำพูด ตลอดจน การแสดงออกผ่านสื่อโลกออนไลน์ ซึ่งหมายความรวมถึงการรังแก ที่เป็นการกระทำที่อาจเกิดโดยความตั้งใจ หรือไม่ตั้งใจของผู้กระทำ อันส่งผลให้ผู้ถูกกระทำเกิดความเจ็บปวดต่อร่างกายและ เกิดผลกระทบทางจิตใจ รู้สึกกลัว เป็นทุกข์ หรือกระทบต่อการเข้าสังคมหรือการเรียน ทำลายชื่อเสียง แยกทรัพย์สิน หรือก่อให้เกิด ความรู้สึกไม่ปลอดภัยในโรงเรียน ซึ่งมักเกิดขึ้นโดยมีพื้นฐานมาจากอำนาจบางอย่างของผู้กระทำที่เหนือกว่า อีกฝ่าย” ซึ่งจะส่งผลทำให้เกิดความชัดเจนว่ากฎหมายดังกล่าวมุ่งคุ้มครองเด็กจากการกระทำที่เป็น การกลั่นแกล้งในขณะที่ยังอาศัยอยู่ในโรงเรียนหรือสถานศึกษาด้วย

2. กำหนดให้โรงเรียนมีหน้าที่ป้องกันและบริหารจัดการกับปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียน โดยแก้ไข บทบัญญัติมาตรา 63 จากเดิมที่ว่า “โรงเรียนและสถานศึกษาต้องจัดให้มีระบบงานและกิจกรรม ในการแนะแนวให้คำปรึกษาและฝึกอบรมแก่นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง เพื่อส่งเสริมความประพฤติ ที่เหมาะสม ความรับผิดชอบต่อสังคม และความปลอดภัยแก่นักเรียนและนักศึกษา ตามหลักเกณฑ์ วิธีการและ เงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง” โดยให้ใช้คำว่า “โรงเรียนและสถานศึกษาต้องจัดให้มีระบบงานและ กิจกรรมในการแนะแนวให้คำปรึกษาและฝึกอบรมแก่นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง เพื่อส่งเสริม ความประพฤติที่เหมาะสม มีความรับผิดชอบต่อสังคม ความปลอดภัยแก่นักเรียนและนักศึกษา และ การป้องกันและบริหารจัดการการกลั่นแกล้ง ตามหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขที่กำหนดในกฎกระทรวง” และแก้ไขเพิ่มเติมกฎกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการจัดระบบงานและกิจกรรม ในการแนะแนว ให้คำปรึกษาและฝึกอบรมแก่นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง พ.ศ. 2548 เนื่องจาก เป็นกฎกระทรวงที่ออกตามความในมาตรา 63 ที่กำหนดรายละเอียดในการจัดระบบงานและกิจกรรมแนะแนว รวมถึงหน้าที่ของโรงเรียน ดังนี้ 1) แก้ไขความหมายของคำว่า “กิจกรรมในการแนะแนว” ในข้อ 1 วรรคแรก ให้ใช้คำว่า “กิจกรรมในการแนะแนว” หมายความว่า กิจกรรมที่เกี่ยวกับการแนะแนว การให้คำปรึกษา



และฝึกอบรมเพื่อส่งเสริมความประพฤติที่เหมาะสม ความรับผิดชอบต่อสังคม ความปลอดภัย และการป้องกัน และบริหารจัดการการกลั่นแกล้งแก่นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง” ทำให้เกิดความชัดเจนว่า กิจกรรมในการแนะแนวรวมถึงส่งเสริมเรื่องการป้องกันและบริหารจัดการการกลั่นแกล้งด้วย 2) เพิ่มเติมความหมายของคำว่า “นักเรียนหรือนักศึกษาที่เสี่ยงต่อการกระทำผิด” ในข้อ 1 วรรคท้าย ให้ใช้คำว่า “(5) มีพฤติกรรมกลั่นแกล้งผู้อื่น” เพิ่มเติมเป็น ข้อ (5) ทำให้เด็กที่มีพฤติกรรมกลั่นแกล้งผู้อื่นถือเป็นนักเรียนหรือนักศึกษาที่เสี่ยงต่อการกระทำผิดที่โรงเรียนมีหน้าที่ต้องเฝ้าระวัง และติดตาม เพื่อพัฒนาและปรับเปลี่ยนพฤติกรรม และแจ้งให้ผู้ปกครองของนักเรียนดังกล่าวทราบเพื่อร่วมกันหาแนวทางแก้ไขปัญหา และ 3) แก้ไขหน้าที่ของโรงเรียน ในข้อ 3 (4), (5) และ (6) ให้ใช้คำว่า “ให้โรงเรียนและสถานศึกษามีหน้าที่ ดังต่อไปนี้ (4) จัดให้มีมาตรการส่งเสริมความปลอดภัย ป้องกัน และแก้ไขปัญหามารยาท ความรุนแรง และการกลั่นแกล้งในโรงเรียน โดยมีแผนงาน ผู้รับผิดชอบ และการติดตามตรวจสอบ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ (5) สนับสนุนให้ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการส่งเสริมความประพฤติ ความปลอดภัย และการป้องกันการกลั่นแกล้งของนักเรียนและนักศึกษา (6) จัดให้มีระบบการติดตามประเมินผล และรายงานผลการดำเนินงานตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติการคุ้มครองเด็กอย่างน้อยปีการศึกษาละหนึ่งครั้ง” ซึ่งส่งผลดีในการกำหนดให้โรงเรียนมีหน้าที่วางมาตรการเพื่อป้องกันและบริหารจัดการการกลั่นแกล้งอย่างมีแบบแผนและเป็นรูปธรรม โดยมีแผนงาน ผู้รับผิดชอบ การติดตามตรวจสอบเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพอย่างชัดเจน และสามารถกำกับดูแลให้โรงเรียนดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยพระราชบัญญัติการคุ้มครองเด็กได้อย่างไรก็ตาม เมื่อเสนอแนะให้โรงเรียนมีหน้าที่เพิ่มเติมจากหน้าที่เดิมของโรงเรียน รวมถึงสนับสนุนให้ผู้ปกครองและชุมชนมีส่วนร่วมรับผิดชอบในการป้องกันและบริหารจัดการปัญหาดังกล่าว เมื่อพิจารณาถึงความจำเป็นและความสอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 77 เห็นได้ว่าปัญหาการกลั่นแกล้งในโรงเรียนยังคงเกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และยังคงส่งผลร้ายต่อการใช้ชีวิตในโรงเรียนของเด็กอย่างต่อเนื่อง อันเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตของเด็กและยังเป็นการขัดขวางสิทธิในการศึกษาของเด็กอีกด้วย เมื่อพิจารณาถึงผลร้ายดังกล่าวแล้วการกำหนดหน้าที่เพิ่มเติมดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งและสอดคล้องกับสภาพการณ์ปัญหาที่เกิดขึ้น อีกทั้ง ยังเป็นการป้องกันอาชญากรรมที่กระทำโดยเด็กและป้องกันการสูญเสียหรือความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับเด็กและสังคมได้ในทางอ้อม จึงส่งผลดียิ่งกว่าและไม่เป็นการสร้างภาระเกินสมควรให้แก่โรงเรียนหรือผู้ปฏิบัติงานและหน่วยงานต้นสังกัดรวมถึงผู้ปกครองและชุมชนที่ต้องเข้ามามีส่วนร่วม เนื่องจากการปกป้องเด็กจากภัยอันตรายที่เกิดจากการกลั่นแกล้งในโรงเรียนควบคู่ไปกับการส่งเสริมสิทธิในการศึกษาให้เด็กได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ความสามารถอย่างเต็มศักยภาพเป็นความรับผิดชอบของทุกภาคส่วนที่เกี่ยวกับการดูแลเด็กจะต้องให้ความร่วมมือกัน

3. ห้ามนักเรียนกลั่นแกล้งผู้อื่น โดยแก้ไขบทบัญญัติมาตรา 64 จากเดิมที่ว่า “นักเรียนและนักศึกษาต้องประพฤติตนตามระเบียบของโรงเรียนหรือสถานศึกษาและตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” โดยให้ใช้



ความว่า “นักเรียนและนักศึกษาต้องประพฤติตนตามระเบียบของโรงเรียนหรือสถานศึกษา ห้ามนักเรียนและนักศึกษากลับกลั้วผู้อื่น และต้องประพฤติตนตามที่กำหนดในกฎกระทรวง” ซึ่งเป็นการควบคุมพฤติกรรมของเด็กที่เป็นผู้กลับกลั้วผู้อื่นอย่างชัดเจน เป็นการแสดงจุดยืนด้วยการใช้มาตรการทางกฎหมายที่มีสภาพบังคับอันสอดคล้องกับพันธกรณีระหว่างประเทศในการปกป้องคุ้มครองเด็ก และยังส่งผลให้เกิดอำนาจหน้าที่แก่พนักงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมความประพฤตินักเรียนและนักศึกษาให้ช่วยสอดส่อง ป้องกัน และปราบปราม ไม่ให้เด็กกลับกลั้วผู้อื่น ผู้บริหารโรงเรียนยังมีอำนาจโดยชัดแจ้งในการอบรมสั่งสอนหรือลงโทษนักเรียนที่ฝ่าฝืนข้อห้ามกลับกลั้วผู้อื่น และสามารถลงโทษทางอาญาแก่ผู้ที่ยุยง ส่งเสริม ช่วยเหลือ หรือสนับสนุนให้เด็กกลับกลั้วผู้อื่นได้อีกด้วย

4. การจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะในการป้องกันและบริหารจัดการกับการกลับกลั้วในโรงเรียน โดยเพิ่มเติมอำนาจหน้าที่ของศูนย์เสมารักษ์ ด้วยการแก้ไขประกาศสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ลงวันที่ 30 มีนาคม 2561 เรื่อง จัดตั้งศูนย์เสมารักษ์ สำนักงานศึกษาธิการจังหวัด ข้อ (2) อำนาจหน้าที่ ข้อ (2.7) โดยให้ความว่า “ประสานงาน ส่งเสริม สนับสนุน งานและกิจกรรมในการแนะแนวให้คำปรึกษาและฝึกอบรมแก่นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง เพื่อส่งเสริมความประพฤติที่เหมาะสมความรับผิดชอบต่อสังคม ความปลอดภัย และการป้องกันการกลับกลั้วแก่นักเรียนและนักศึกษา” ทำให้ศูนย์เสมารักษ์ มีอำนาจหน้าที่รับผิดชอบเกี่ยวกับการป้องกันและบริหารจัดการการกลับกลั้วในโรงเรียนที่อยู่ในเขตจังหวัดที่รับผิดชอบด้วย นอกจากนี้ ในระดับโรงเรียนควรจัดตั้งหน่วยงานเฉพาะในรูปแบบคณะกรรมการอิสระป้องกันการกลับกลั้วในโรงเรียนขึ้นในแต่ละโรงเรียนในแนวทางเดียวกับคณะกรรมการอิสระเพื่อต่อต้านความรุนแรงในโรงเรียนของประเทศเกาหลีใต้ โดยมีสมาชิกประกอบด้วย ตัวแทนจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อทำหน้าที่กำหนดมาตรการป้องกันการกลับกลั้วในโรงเรียน สะท้อนถึงการมุ่งให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับการคุ้มครองดูแลเด็กได้เข้ามามีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาการกลับกลั้วในโรงเรียน

บรรณานุกรม

กฎกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขในการจัดระบบงานและกิจกรรมในการแนะแนว

ให้คำปรึกษาและฝึกอบรมแก่นักเรียน นักศึกษา และผู้ปกครอง พ.ศ. 2548.

กฎกระทรวงกำหนดความประพฤติของนักเรียนและนักศึกษา พ.ศ.2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติม.

ข่าวสดออนไลน์. (2563, 6 กุมภาพันธ์). *สั่งลงโทษแล้วรุ่นพี่โหด บังคับเด็กม.3 กินขี้เสื่อ ตั้งคณะกรรมการ*

สอบสวน. https://www.khaosod.co.th/breaking-news/news_3537706

ไทยพีบีเอส (Thai PBS). (2567, 17 ตุลาคม). *คดีเด็ก กระบวนการยุติธรรมทางอาญา.*

<https://www.thaipbs.or.th/news/content/332884>



ไทยรัฐออนไลน์. (2562, 18 ธันวาคม). พบ ม.1 ยิ่งดับเพื่อนร่วมห้อง “เตรียมการมาที่บ้าน” อ้างแค้นลื้อ

เป็นตุ๊ด. <https://www.thairath.co.th/news/local/central/1728916>

ไทยรัฐออนไลน์. (2567, 30 มกราคม). สยอง ม.2 มีดแทงคอ เพื่อดับสลดคาโรงเรียน ระหว่างเดินแถวขึ้น

ห้อง. <https://www.thairath.co.th/news/crime/2759091>

ปฏิญญาสากลว่าด้วยสิทธิมนุษยชน (Universal Declaration of Human Rights หรือ UDHR).

ประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์.

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม.

พระราชบัญญัติคุ้มครองเด็ก พ.ศ.2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560.

ระเบียบกระทรวงศึกษาธิการว่าด้วยการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานเจ้าหน้าที่ส่งเสริมความประพฤตินักเรียน

และนักศึกษา พ.ศ. 2548.

ศูนย์สุขภาพจิตที่ 7. (2561). เผยเด็กไทยถูกรังแกในโรงเรียนเป็นอันดับ 2 ของโลก. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์

2563, จาก <https://mhc7.dmh.go.th/12/10/2018/6736/>

สมบัติ ตาปัญญา. (ม.ป.ป.). เลี้ยงลูกอย่างเข้าใจหยุดใช้ความรุนแรง. กรุงเทพฯ: องค์การยูนิเซฟ ประเทศไทย.

หลักการ Yogyakarta Principles ว่าด้วยการใช้กฎหมายสิทธิมนุษยชนระหว่างประเทศ ในประเด็นวิถีทางเพศและ

อัตลักษณ์ทางเพศ (The Yogyakarta Principles on the Application of International Human Rights Law in Relation to Sexual Orientation and Gender Identity).

อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็ก (Convention on the Rights of the Child 1989).

อมรินทร์ เทเลวิชั่น. (2566, 21 มิถุนายน). พม.รุดช่วย ด.ช.วัย 15 ปี โดนเพื่อนล้อเป็นกะเทย หมกตัวอยู่ใน

ห้อง 3 ปี. <https://www.amarintv.com/news/detail/179390>

Act on the prevention of and countermeasures against violence in schools, South Korea.

Florida Statutes Title XLVIII: Early Learning-20 Education Code Chapter 1006: Support for

Learning Section 1006.147: Bullying and harassment prohibited: (The Jeffrey Johnston Stand Up for All Students Act), Florida: The United States of America.

Massachusetts General Laws Chapter 71 Section 37O: (The Massachusetts Anti-Bullying Law),

Massachusetts: The United States of America.

Nitayaporn/thongpet/kanchana/Maneeewan. (2563). บูลลี่ ไม่ใช่เรื่องเด็กๆ ความรุนแรงที่รอวันปะทุ!!!.

สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์ 2563, จาก <https://dmh.moph.go.th/newsdmh/view.asp?id=30150>.

Republic Act No.10627: (Anti-Bullying Act of 2013), Philippines.



stopbullying.gov. (2020). *Effects of Bullying*. April 1, 2020 Retrieved from

<https://www.stopbullying.gov/bullying/effects>

stopbullying.gov. (2020). *The Roles Kids Play in Bullying*. April 1, 2020 Retrieved from

<https://www.stopbullying.gov/bullying/roles-kids-play>

Thianthip Diawkee. (2563). แบบนี้ไม่อยากได้ เด็กไทยถูกบูลลี่ อันดับ 2 โลก. สืบค้นเมื่อ 10 กุมภาพันธ์

2563, จาก <https://www.thaihealth.or.th>

UNICEF Thailand. (2567). รายงานสมัชชาเด็กแห่งชาติ ประจำปี 2566 จัดทำโดย สภาเด็กแห่งประเทศไทย.

สืบค้นเมื่อ 17 พฤษภาคม 2567, จาก <https://www.unicef.org/thailand/th/reports>.



Received: August 16, 2024
Revised: October 21, 2024
Accepted: December 27, 2024

ปัจจัยการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊ก
ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์

Online Marketing Factors Affecting the Decision to Buy Thai Fabrics Through Facebook
of Generation X Consumers

รัศมี หุนะปูน (Rasamee Hunapun)¹

จักรพันธ์ กิตตินรรัตน์ (Jakkrapan Kittinorarat)^{2*}

อังคาร คชะว้างศรี (Angkarn Kachawangsie)³

*Corresponding author

E-mail: Jakkrapan@pnru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพทั่วไปของปัจจัยการตลาดออนไลน์ และการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ 2) อิทธิพลของปัจจัยการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊ก การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ที่ซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊ก จำนวน 404 คน โดยใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติอนุมานเพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) ปัจจัยการตลาดออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว อยู่ในระดับที่มีความสำคัญมาก และการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊ก

¹ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Student in Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University)

² หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University)

³ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

(Master of Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phranakhon Rajabhat University)



ของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ อยู่ในระดับมาก 2) ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ การตลาดออนไลน์ การตัดสินใจซื้อ ผ้าไทย เฟซบุ๊ก เจนเนอเรชั่นเอ็กซ์

Abstract

This study aims to: 1) examine the general characteristics of online marketing factors and the decision-making process for purchasing Thai fabric through Facebook among Generation X consumers, and 2) investigate the influence of online marketing factors on the decision to purchase Thai fabric through Facebook. The study employed a quantitative research methodology, collecting data from 404 Generation X consumers who purchased Thai fabric via Facebook using questionnaires. Data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, as well as inferential statistics to test hypotheses through multiple regression analysis.

The results showed that: 1) online marketing factors, including product, price, marketing promotion, and privacy protection, were considered highly important, and the decision to purchase Thai fabric through Facebook among Generation X consumers was at a high level; 2) product, price, marketing promotion, and privacy protection significantly influenced the decision to purchase Thai fabric through Facebook among Generation X consumers at the .05 statistical significance level.

Keywords: Online Marketing, Decision Making, Thai Fabrics, Facebook, Generation X

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและการสื่อสารได้ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคและรูปแบบการดำเนินธุรกิจ การทำธุรกิจผ่านช่องทางออนไลน์ หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการขยายตลาดและเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น (Laudon & Traver, 2021) ในบริบทของประเทศไทย การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มี



เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมอย่างผ้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์จึงเป็นสิ่งสำคัญ ไม่เพียงแต่เพื่อการรักษาและส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ยังเป็นการเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับชุมชนที่มีการผลิตผ้าไทยเป็นอาชีพหลัก

ผ้าไทยเป็นผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนถึงศิลปะและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยการทอผ้าไทยมีการสืบทอดและพัฒนาฝีมือมาเป็นเวลาหลายชั่วอายุคน ผ้าไทยยังคงมีบทบาทสำคัญในวิถีชีวิตและประเพณีของคนไทย ทำให้การส่งเสริมการตลาดผ้าไทยจึงเป็นกลยุทธ์ที่น่าสนใจในการขยายฐานลูกค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนำไปประยุกต์ใช้กับช่องทางการสื่อสารที่เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างกว้างขวาง เช่น เฟซบุ๊ก ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผู้ใช้งานทั่วโลก (Kaplan & Haenlein, 2010) ผู้ประกอบการสามารถใช้แพลตฟอร์มนี้ในการโปรโมตและจำหน่ายผ้าไทยผ่านการแสดงภาพ คลิปวิดีโอ และการสื่อสารโดยตรงกับลูกค้า ซึ่งเป็นวิธีที่สามารถสร้างความเชื่อมั่นและความผูกพันกับผู้บริโภคได้

ในกลุ่มผู้บริโภคที่มีความสำคัญต่อการตลาดผ้าไทยผ่านช่องทางออนไลน์ ได้แก่ เจนเนอเรชันเอ็กซ์ (Generation X) ซึ่งเป็นกลุ่มคนที่มีอายุระหว่าง 41-56 ปี กลุ่มนี้มีลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นคือ มีความมั่นคงทางการเงินและมักมีพฤติกรรมการบริโภคที่คำนึงถึงคุณภาพของสินค้า การใช้งาน ราคา และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ (Eastman & Iyer, 2012) การตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของกลุ่มนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในแง่ของการใช้ช่องทางออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ง่ายและมีความเป็นส่วนตัว

ในแง่ของการศึกษาและการวิจัย คำถามที่สำคัญคือ ปัจจัยการตลาดออนไลน์ใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ การศึกษานี้มุ่งเน้นไปที่การสำรวจปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด และการรักษาความเป็นส่วนตัว ว่าปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างไร การศึกษาดังกล่าวใช้วิธีการเชิงปริมาณและการวิเคราะห์เชิงสถิติเพื่อให้ได้มาซึ่งความเข้าใจเชิงลึกในเรื่องนี้

ผลการวิจัยที่ได้จะมีส่วนช่วยในการวางแผนกลยุทธ์การตลาดออนไลน์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมการซื้อของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มนี้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังเป็นข้อมูลที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจผ้าไทยให้สามารถแข่งขันในตลาดออนไลน์ได้อย่างยั่งยืน ทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ซึ่งเป็นการสร้างความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและการเติบโตทางเศรษฐกิจในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์และการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์



2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเพชบุรีของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความหมายและแนวคิดทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (6P's)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในแวดวงการตลาด โดยเป็นการรวมกันของเครื่องมือทางการตลาดที่องค์กรสามารถใช้ในการตอบสนองต่อความต้องการของตลาดเป้าหมายและบรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ บัลลังก์ สันทัด และคณะ (2567) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง กลยุทธ์ที่สำคัญที่ธุรกิจสามารถควบคุมได้เพื่อสร้างและนำเสนอคุณค่าให้กับลูกค้า สอดคล้องกับนิยามของ นิติพล ภูตะโชติ (2558) ที่ระบุว่า ส่วนประสมทางการตลาดคือเครื่องมือที่ใช้ในการสร้างประโยชน์และบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดของธุรกิจ นอกจากนี้ วิชัย นรดี (2563) ยังได้ให้ความหมายว่า ส่วนประสมทางการตลาดคือ การตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ รวมทั้งการจัดการราคาและช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างเหมาะสม

ในบริบทของการตลาดออนไลน์ ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Mix) ถูกนิยามว่าเป็นการนำเครื่องมือทางการตลาดมาผสมผสานเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดในโลกดิจิทัล โดยต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย (Kukanja et al., 2017)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดได้รับการพัฒนาและปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภค ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2563) กล่าวถึงความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดว่าเป็นกระบวนการที่ธุรกิจต้องดำเนินการเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสร้างคุณค่าที่มีความหมายต่อลูกค้า ในขณะที่ ปราณี เอี่ยมลออภักดี (2560) ชี้ให้เห็นว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินงานในตลาดเป้าหมายให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและประโยชน์ที่จะได้รับ การนำแนวคิด 6P's มาใช้ในบริบทออนไลน์นั้นเป็นการเพิ่มองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีและการสื่อสารดิจิทัลเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ การทำความเข้าใจและปรับใช้ 6P's ในตลาดออนไลน์ช่วยให้องค์กรสามารถเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (Online Marketing Mix: 6P's) ได้รับการพัฒนาต่อยอดจากส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิม (4P's) เพื่อให้เหมาะสมกับบริบทของตลาดดิจิทัลในปัจจุบัน องค์ประกอบทั้งหกในแนวคิดนี้ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การให้บริการเฉพาะบุคคล (Personalization) และการรักษา



ความเป็นส่วนตัว (Privacy) โดยแต่ละองค์ประกอบมีบทบาทสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Kotler & Armstrong, 2018; Chaffey & Smith, 2019) ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอควรตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย นักการตลาดต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และต้องมั่นใจว่าผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณภาพและความน่าเชื่อถือ

2. ราคา (Price) การกำหนดราคาต้องสอดคล้องกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์และคำนึงถึงความสามารถในการแข่งขันในตลาด นักการตลาดออนไลน์มักใช้กลยุทธ์ราคาที่ดึงดูดความสนใจ เช่น การลดราคา หรือการตั้งราคาตามพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การจัดจำหน่ายในโลกออนไลน์ต้องเน้นความสะดวกสบายและความสามารถในการเข้าถึงของผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย เช่น การใช้แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ การขายผ่านเว็บไซต์ หรือการใช้โซเชียลมีเดีย ช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดในโลกออนไลน์เน้นการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมาย โดยเครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ การโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย การทำ SEO (Search Engine Optimization) และการใช้เนื้อหาเพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภค

5. การให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) การปรับแต่งบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละรายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ การใช้ข้อมูลลูกค้าเพื่อเสนอสิ่งที่ตรงใจและสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าเป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาว

6. การรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) การรักษาข้อมูลส่วนบุคคลของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในโลกดิจิทัล นโยบายการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและความโปร่งใสในการใช้ข้อมูลช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

2. ความหมายและแนวคิดทฤษฎีการตัดสินใจซื้อ (Theory of Purchasing Decision)

การตัดสินใจซื้อ (Purchasing Decision) เป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคพิจารณาและเลือกผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ตอบสนองความต้องการและคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่าย Kotler & Keller (2012) นิยามการตัดสินใจซื้อว่าเป็นกระบวนการของลูกค้าในการเลือกทางเลือกที่เหมาะสมที่สุดเพื่อตอบสนองความต้องการของตน ในขณะที่ Schiffman & Kanuk (2004) ระบุว่า การตัดสินใจซื้อเกี่ยวข้องกับการประเมินทางเลือกหลายทางเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจได้อย่างรอบคอบและบรรลุวัตถุประสงค์

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

แนวคิดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีความซับซ้อนและถูกอิทธิพลจากปัจจัยหลายประการ อชิรา คุปพฤทธิ์ไพบูลย์ (2558) กล่าวถึงความสำคัญของการตัดสินใจซื้อว่าเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคต้อง



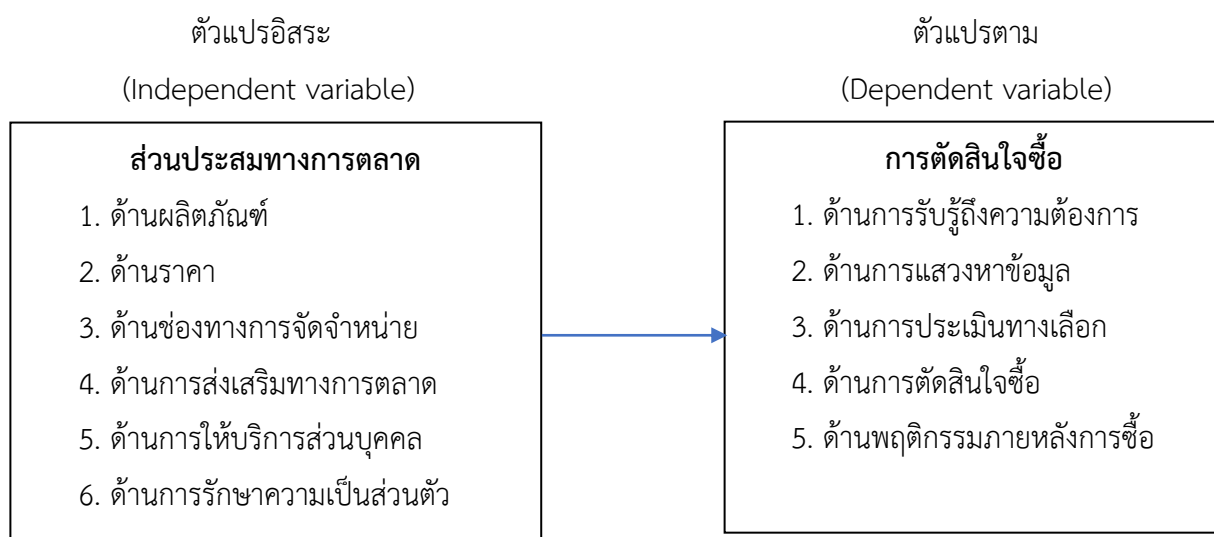
พิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความพึงพอใจของตนเอง บงกชกร กุลพฤกษ์ (2560) ชี้ให้เห็นว่า ความถี่ในการซื้อสินค้าและช่องทางการซื้อมีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และรวิภา สู้สกุลสิงห์ (2563) ระบุว่า ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคแต่ละราย

การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Problem/Need Recognition) ผู้บริโภคตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการที่ต้องการการตอบสนอง
2. การแสวงหาข้อมูล (Information Search) ผู้บริโภคเริ่มค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สนใจเพื่อประกอบการตัดสินใจ
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) ผู้บริโภคประเมินข้อมูลที่ได้รับและเปรียบเทียบทางเลือกต่างๆ เพื่อหาผลิตภัณฑ์ที่ดีที่สุด
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ผู้บริโภคเลือกผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการและดำเนินการซื้อ
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-purchase Behavior) ผู้บริโภคประเมินความพึงพอใจหลังจากใช้ผลิตภัณฑ์และตัดสินใจว่าจะซื้อซ้ำหรือไม่

กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากเอกสาร ตำรา แนวคิด ทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้อง และนำมาประมวลผลเป็นกรอบแนวคิด ดังต่อไปนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ปัจจัยการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์” ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้:

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อศึกษาปัจจัยการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์

การเลือกกลุ่มตัวอย่างและแผนการสุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ ประชากรเป้าหมายไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977 อ้างใน วรณี แกมเกตุ, 2555) ซึ่งใช้ในกรณีที่ไม่ทราบขนาดประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ 5% ทำให้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 384 คน เพื่อความครอบคลุม ผู้วิจัยได้เพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างอีก 5% ส่งผลให้ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 404 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ โดยใช้การวัดแบบนามบัญญัติ (Nominal scale) และมาตราเรียงอันดับ (Ordinal scale)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การให้บริการส่วนบุคคล และการรักษาความเป็นส่วนตัว โดยใช้มาตราวัดแบบ Rating scale 5 ระดับตาม Likert's scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้:

5 = พอใจมากที่สุด

4 = พอใจมาก

3 = พอใจปานกลาง

2 = พอใจน้อย

1 = พอใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การแสวงหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ โดยใช้มาตราวัดแบบ Rating scale 5 ระดับตาม Likert's scale ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนดังนี้



5 = เห็นด้วยมากที่สุด

4 = เห็นด้วยมาก

3 = เห็นด้วยปานกลาง

2 = เห็นด้วยน้อย

1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด

การอธิบายผลการวิจัยใช้เกณฑ์เฉลี่ยในการอธิบายผลและแปลความหมายค่าคะแนน โดยใช้วิธีการของ Best (1997) ดังนี้:

คะแนน 4.50 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 3.50 – 4.49 หมายถึง มาก

คะแนน 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย

คะแนน 1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

1. ศึกษาค้นคว้ารายละเอียดจากเอกสารและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการสร้างแบบสอบถามตามกรอบแนวคิด

2. สร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้อ โดยอิงจากนิยามศัพท์เฉพาะที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม

3. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ

4. เสนอแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา และพิจารณาความถูกต้องของภาษา และวิเคราะห์คุณภาพของเครื่องมือโดยใช้ค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) ซึ่งพบว่า ทุกรายการวัดมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.6 ขึ้นไป แสดงว่ามีความเที่ยงตรงของเนื้อหา

5. ทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค อยู่ระหว่าง .795-.901 ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่นค่อนข้างสูง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. แจกแบบสอบถามด้วยตนเองไปยังกลุ่มตัวอย่าง และขอความอนุเคราะห์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้กรอกแบบสอบถาม

2. จัดเก็บรวบรวมแบบสอบถามภายใน 30 วัน



3. ตรวจสอบความสมบูรณ์ของคำตอบในแบบสอบถามทั้งหมด

4. จัดหมวดหมู่ข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

วิธีการทางสถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ข้อมูลส่วนบุคคลวิเคราะห์ด้วยความถี่และค่าร้อยละ ส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้ทดสอบอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อโดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยโดยใช้สถิติพรรณนา

กลุ่มตัวอย่างที่ตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร มากที่สุดคือ เพศหญิง จำนวน 328 คน คิดเป็นร้อยละ 81.19 อายุระหว่าง 46-50 ปี จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 38.61 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 272 คน คิดเป็นร้อยละ 67.33 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอาชีพข้าราชการ จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 45.54 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001-30,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 32.67

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กในกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	แปลผล
ผลิตภัณฑ์	3.71	0.71	1	5	พึงพอใจมาก
ราคา	3.78	0.77	1	5	พึงพอใจมาก
ช่องทางการจัดจำหน่าย	3.36	0.82	1	5	พึงพอใจปานกลาง
การส่งเสริมการตลาด	3.80	0.70	1	5	พึงพอใจมาก
การให้บริการส่วนบุคคล	3.69	0.73	1	5	พึงพอใจมาก
การรักษาความเป็นส่วนตัว	3.81	0.67	1	5	พึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.69	0.55	1	5	พึงพอใจมาก



จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์มีความพึงพอใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถขององค์กรในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดีในเกือบทุกด้าน ยกเว้นช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊ก

การศึกษานี้ได้วิเคราะห์การตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กในกลุ่มผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ซึ่งผลการวิเคราะห์ปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร

ปัจจัย	$\bar{x}$	S.D.	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	แปลผล
การรับรู้ถึงความต้องการ	3.81	0.65	1	5	มาก
การแสวงหาข้อมูล	3.58	0.83	1	5	มาก
การประเมินทางเลือก	3.69	0.80	1	5	มาก
การตัดสินใจซื้อ	3.88	0.71	1	5	มาก
พฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.93	0.74	1	5	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	3.78	0.55	1	5	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของกลุ่มตัวอย่างในเขตกรุงเทพมหานครโดยรวมอยู่ในระดับ “มาก” (ค่าเฉลี่ย 3.78) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ซึ่งแสดงถึงความพึงพอใจที่สูงในประสบการณ์การซื้อและใช้ผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊ก

ตอนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊ก

ผลการวิเคราะห์ในส่วนนี้เป็นไปเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุของความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด
ออนไลน์กับการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กในเขตกรุงเทพมหานคร

ตัวแปรพยากรณ์	b	SE.	β	t	Sig.
ค่าคงที่ (a)	1.18	0.14		8.72	0.000*
ผลิตภัณฑ์ (X_1)	0.12	0.04	0.16	3.10	0.002*
ราคา (X_2)	0.09	0.04	0.13	2.54	0.011*
ช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	0.08	0.03	0.12	2.57	0.011*
การส่งเสริมการตลาด (X_4)	0.12	0.05	0.15	2.49	0.013*
การให้บริการส่วนบุคคล (X_5)	0.03	0.04	0.03	0.64	0.526
การรักษาความเป็นส่วนตัว (X_6)	0.26	0.04	0.31	5.97	0.000*
$R = 0.70, R^2 = 0.49, SEE = 0.40, F = 63.45, \text{sig of } F = 0.000^*$					

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ และค่าคงที่ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงนำค่าสถิติต่าง ๆ มาสร้างสมการถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ภาพรวม ดังสมการต่อไปนี้

$$Y = 1.15 + 0.12(X_1) + 0.09(X_2) + 0.08(X_3) + 0.12(X_4) + 0.26(X_6)$$

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ภาพรวม โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regressions) พบว่าตัวแปรที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ ภาพรวม อย่างมีนัยสำคัญที่ .05 มีอยู่ 5 ตัวแปร คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรเท่ากับ 0.12 ด้านราคา (X_2) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรเท่ากับ 0.09 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรเท่ากับ 0.08 ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรเท่ากับ 0.12 และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (X_6) โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรเท่ากับ 0.26 และค่าผันแปรของการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ภาพรวมได้ร้อยละ 49 ส่วนด้านการให้บริการส่วนบุคคล (X_5) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเฟซบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ภาพรวม เมื่อพิจารณาจะเห็นได้ว่า ถ้าไม่ทำการตลาดแต่ยังมีผู้บริโภคผ้าไทยพอสมควร โดยพิจารณาได้จากค่าคงที่ (a) เท่ากับ 1.18



อภิปรายผล

ในการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเพชบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ผลการศึกษา พบว่า มี 4 ปัจจัยหลักที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่าผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติชัดเจน สินค้าที่มีรายละเอียดครบถ้วนและแสดงคุณภาพผ่านภาพถ่ายหรือข้อมูลที่ชัดเจนสามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญในการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ต้องการความมั่นใจในสินค้าก่อนทำการซื้อสินค้าออนไลน์ การศึกษาของวณิชญา วัฒนประดิษฐ์ (2558) สนับสนุนแนวคิดนี้ โดยพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของพนักงานบริษัทเช่นกัน

ด้านราคา (Price) ราคาสินค้าที่ชัดเจนและน่าพอใจมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเพชบุ๊กของผู้บริโภคในกลุ่มนี้ ผู้บริโภคมักจะพิจารณาราคาที่เหมาะสมและสามารถเปรียบเทียบกับร้านค้าอื่นได้ รวมทั้งยังมีความสำคัญในการตัดสินใจซื้ออีกด้วย การศึกษาของมณีนุชยา ปู่ไผ่ (2558) ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ก็พบว่าปัจจัยด้านราคามีผลสำคัญในการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการตลาดผ่านโปรโมชั่น การลดราคา และกิจกรรมต่างๆ เป็นปัจจัยที่ดึงดูดผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเพชบุ๊ก กิจกรรมส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจช่วยเพิ่มโอกาสในการทำการขายได้มากขึ้น ผลการศึกษาของธนัท สุขวัฒนาวิทย์ (2558) ยังสนับสนุนว่าการส่งเสริมการตลาดมีผลสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร

ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) ความปลอดภัยและการรักษาความเป็นส่วนตัวในการซื้อขายสินค้าออนไลน์เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับการปกป้องข้อมูลส่วนตัวและข้อมูลการชำระเงิน นอกจากนี้ การที่มีระบบรักษาความปลอดภัยที่เชื่อถือได้และมีกฎหมายรองรับยังช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ทำให้การตัดสินใจซื้อเป็นเรื่องที่ง่ายขึ้น ซึ่งการศึกษาของ นิลุบล ราหุรักษ์ และจอมใจ แชนเพชร (2559) พบว่า การรักษาความเป็นส่วนตัวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารออนไลน์ในจังหวัดเชียงใหม่

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P's) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าไทยผ่านเพชบุ๊กของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชันเอ็กซ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและเชิงวิชาการสามารถสรุปได้ดังนี้



ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. การปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพของผ้าไทยให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ โดยเน้นการให้ข้อมูลที่ชัดเจนและครบถ้วนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ
2. การกำหนดราคาที่เหมาะสม การตั้งราคาที่ชัดเจนและเหมาะสม ควบคู่กับการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ควรมีการเปรียบเทียบราคากับคู่แข่งเพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดออนไลน์
3. การส่งเสริมการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการควรเน้นการส่งเสริมการตลาดที่ตอบสนองต่อความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย การใช้โปรโมชั่นที่เหมาะสม และการสื่อสารผ่านเฟซบุ๊กอย่างต่อเนื่อง
4. การรักษาความเป็นส่วนตัวของลูกค้า ความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคลควรได้รับการดูแลอย่างเข้มงวด โดยการใช้เทคโนโลยีที่เชื่อถือได้ในการป้องกันข้อมูลรั่วไหล เพื่อสร้างความไว้วางใจให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์

ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

1. การศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค นักวิชาการควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคกลุ่มเจนเนอเรชั่นเอ็กซ์ โดยเฉพาะในบริบทของการตลาดออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนและสามารถนำไปปรับใช้ในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดได้
2. การวิเคราะห์เปรียบเทียบส่วนประสมทางการตลาด ควรมีการวิเคราะห์เปรียบเทียบอิทธิพลของแต่ละองค์ประกอบในส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (6P's) เพื่อให้ผู้ประกอบการเข้าใจถึงปัจจัยที่สำคัญและสามารถนำไปปรับใช้ในการวางกลยุทธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- ขวัญชนก กมลศุภจินดา. (2557). พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการแสดงตัวตนของเจนเนอเรชั่น: กรณีศึกษาความแตกต่างระหว่างเจนเนอเรชั่นเบบี้บูมเมอร์สและเจนเนอเรชั่นวาย. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ณชัยศักดิ์ จุณณะปิยะ. (2566). การตลาดสื่อสังคมออนไลน์. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 11(1), 64-78.
- ธนัท สุขวัฒนาวิทย์. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในงานแสดงสินค้าของประชากรในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.



- นิลุบล ราหุรักษ์, & จอมใจ แชมเพชร. (2559). ส่วนประสมการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีผลต่อผู้บริโภคใน
จังหวัดเชียงใหม่ในการซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารทางออนไลน์. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย
เชียงใหม่*, 2(1), 450-462.
- บงกชกร กุลพฤกษ์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของกลุ่มผู้บริโภคที่ใช้เครือข่ายสังคม
ออนไลน์. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- บัลลังก์ สันทัด, ศุภรดา พิมพ์พรรค, และชนาธิป วิทาโน. (2567). ธุรกิจออนไลน์กับการพัฒนากรอบแนวคิด
การบริหารปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์
ราชชมกล้านนา*, 12(1), 1-15.
- มนัญญา บุญไฟ. (2558). การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและ
บริการผ่านระบบอินเทอร์เน็ตของนิสิตระดับปริญญาตรี มหาวิทยาลัยนเรศวร. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มาริสสา อินทรเกิด, ชรินทร์ งามกมล, และวิชุดา อยู่ยงค์. (2561). การอนุรักษ์และสืบสานการทอผ้าไหม
มัดหมี่ขึ้นต้นแดงของชุมชนบ้านหัวสะพาน อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารธุรกิจปริทัศน์*,
10(1), 141-157.
- ราณี เอี่ยมละออภักดี. (2550). *การบริหารการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- รวิภา สู้สกุลสิงห์. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์บำรุง
ผิวหน้าผ่านเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. (วิทยานิพนธ์ปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- วรรณิ แกมเกตุ. (2555). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.
- วิชัย นรดี. (2563). การสื่อสารการตลาดแบบดิจิทัลและเส้นทางการเดินทางของลูกค้าที่มีความสัมพันธ์ต่อ
ความภักดีในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านเว็บไซต์โรบินสัน. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วธัญญา วัจนประดิษฐ์. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของพนักงานบริษัท ปิไอซี
เทโร เอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด (มหาชน). (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต).
มหาวิทยาลัยรังสิต.
- อชิรา คุปพฤทธิไพบูลย์. (2558). การรับรู้ ความพึงพอใจ และปัจจัยในการตัดสินใจซื้อสินค้าในตลาดนัด
สร้างสรรค์ (Exhibition Market Event) "Art box". (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.



- Castells, M. (2010). *The rise of the network society: The information age: Economy, society, and culture* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation, and practice* (7th ed.). Pearson.
- Eastman, J. K., & Iyer, R. (2012). The impact of cognitive age on Internet use of the elderly: An introduction to the understanding of the social media preferences of Generation X. *Marketing Management Journal*, 22(1), 53-64.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kukanja, M., Gomezelj Omerzel, D., & Kodrič, B. (2017). Ensuring restaurant quality and guests' loyalty: An integrative model based on marketing (7Ps) approach. *Total Quality Management & Business Excellence*, 28(13-14), 1509-1525.
- Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021: Business, technology, society*. Pearson.
- Montalvo, R. E. (2011). Social media management. *International Journal of Management & Information Systems*, 15(3), 91-96.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2004). *Consumer behavior* (8th International edition). Prentice Hall.



Received: January 27, 2022
Revised: December 30, 2024
Accepted: December 30, 2024

ความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจร้านชาวมขนาดเล็ก
ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
Entrepreneurship and Success of Small Milk Tea Shop Business
in Dusit District, Bangkok

ฐิติพันธ์ เก่งปานสิงห์ (Thitipan Kengpansing)^{1*}

เดชา โลจนสิริศิลป์ (Deja Lojnsirisilp)²

*Corresponding author

E-mail: dejal@siamtechno.ac.th.

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านชาวมขนาดเล็กในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความประทับใจและความภักดีของลูกค้า และ 3) นำเสนอการปรับปรุงธุรกิจร้านชาวมให้สร้างความประทับใจกับลูกค้ายิ่งขึ้น การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถามจากลูกค้า จำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยค่าความคาดเคลื่อนร้อยละ 5 (Yamane, 1976) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจกรณีศึกษาในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทักษะของผู้ประกอบการกรณีศึกษา ประกอบด้วย ทักษะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจชาวมเพื่อให้ความรู้กับลูกค้าและสนับสนุนการขาย ทักษะความสามารถในการสื่อสารซึ่งต้องเป็นทั้งนักพูดและนักฟังที่ดี ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำธุรกิจเพื่อแสดงให้ลูกค้าเห็น โดยการขยันเปิดร้านแต่เช้าและอยู่จนเย็น และความรอบรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ เป็นคุณสมบัติทำให้เป็นคนน่าสนใจ พูดคุยสนุก 2) ความสัมพันธ์

¹นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

(Student, Master of Business Administration Program (General Management) Siam Technology College)

²อาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

(Lecturer, Master of Business Administration Program Siam Technology College)



ระหว่างทักษะความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการสร้างความประทับใจให้ลูกค้าและความภักดี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกว่าร้อยละ 60 เห็นด้วยและเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งว่ามีความประทับใจและความภักดี การพิสูจน์สมมติฐาน พบว่า ทักษะทุกด้านมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) และ 3) ข้อเสนอปรับปรุงธุรกิจร้านชานมให้สร้างความประทับใจกับลูกค้ายิ่งขึ้น ผู้ประกอบการควรเพิ่มทักษะในการสื่อสารโดยเน้นการเป็นผู้รับฟังที่ดี และมีการจัดร้านให้สดใส สะอาดอยู่เสมอจะช่วยเสริมสร้างความประทับใจและความภักดีของลูกค้าได้ยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ การเป็นผู้ประกอบการ การจัดการธุรกิจขนาดเล็ก ร้านชานม

Abstract

The researcher hypothesized that Entrepreneurship of a small milk tea business owner in the case study there must be a relationship with the success of the business. Therefore, this research was conducted with the objectives to 1) study the entrepreneurship of small milk tea shop operators in Dusit District, Bangkok; 2) to study the relationship between Entrepreneurship and customer impression and loyalty; and 3) giving recommendation for improvements to the milk tea shop business to further impress more customers. Research is a mixed research method—quantitative research method, data were collected by distributing questionnaires from 400 customers with 5% tolerance (Yamane, 1976) and qualitative methods, data were collected by interviewing business operators in case studies in Dusit District, Bangkok area.

The research found that: 1) the skills of the entrepreneurs in the case study consisted of knowledge about milk tea business to educate customers and support sales, communication skills that must be both a good speaker and listener, In terms dedication in doing business, the operators showing their diligent by opening the shop early and staying until evening, and being a knowledgeable person, able to tell stories, this feature makes customers interested and being fun to talk to; 2) the relationship between Entrepreneurship Skills and Success in Customers Impression and Loyalty, it was found that over 60% of respondents strongly agreed and agreed that they were impressed and loyal, all skills set were statistically correlated with Customers Impression and Loyalty ($p < 0.05$); and



3) suggestions to improve the milk tea shop business to make more impression on customers, entrepreneurs should enhance their communication skills with an emphasis on being a good listener and the store should be tidied, looking bright and clean, these will help to strengthen the customer's impression and loyalty in the future.

Keywords: Entrepreneurship, Small Business Management, Milk Tea Shop

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

วัฒนธรรมการดื่มชามีประวัติศาสตร์อันยาวนานและมีความหลากหลายในแต่ละภูมิภาคทั่วโลก ทั้งในด้านรสชาติ วิธีการชง และรูปแบบการนำเสนอที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละพื้นที่ (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2564) ในประเทศจีน การดื่มชาถือเป็นศิลปะที่ต้องใช้ความประณีตและมีพิธีกรรมที่ซับซ้อน สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาที่สั่งสมมายาวนาน ขณะที่ในญี่ปุ่น พิธีชงชาเป็นวัฒนธรรมที่แสดงออกถึงปรัชญาเซนและความสงบนิ่งทางจิตใจ ส่วนในประเทศไทย ประเพณีการดื่มชายามบ่ายได้กลายเป็นสัญลักษณ์ของความสง่างามและการพบปะสังสรรค์ในสังคม สำหรับประเทศไทยวัฒนธรรมการดื่มชาได้รับอิทธิพลจากหลากหลายแหล่ง ทั้งจากวัฒนธรรมจีน ตะวันตก และการพัฒนารูปแบบเฉพาะของไทยเอง จนกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตคนไทยในปัจจุบัน

การศึกษาทางการแพทย์ได้แสดงให้เห็นถึงประโยชน์ของชาที่มีต่อสุขภาพหลายประการ (สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข, 2564) โดยพบว่า การดื่มชาสามารถช่วยลดความเสี่ยงของโรคเมตาบอลิก ป้องกันโรคหัวใจและหลอดเลือด ควบคุมระดับน้ำตาลในเลือด และลดระดับคอเลสเตอรอล นอกจากนี้ สารต้านอนุมูลอิสระในชา เช่น คาเทชิน อีโอะฟลาวิน และโพลีฟีนอล ยังมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกัน ช่วยในการเผาผลาญ และบำรุงผิวพรรณ ทำให้ชากลายเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับผู้ใส่ใจสุขภาพ

ในด้านการตลาด ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2564) รายงานว่าตลาดเครื่องดื่มชาในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีมูลค่าตลาดรวมสูงถึง 16,053 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.8 ของมูลค่าตลาดเครื่องดื่มไม่มีแอลกอฮอล์ทั้งหมด และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 30.8 ต่อปี การเติบโตนี้มีปัจจัยสนับสนุนจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค การขยายตัวของช่องทางจำหน่ายออนไลน์ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และการใช้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ

ตลาดชาสมุนไพรในประเทศไทยมีมูลค่าสูงถึง 2,000 ล้านบาทต่อปี และยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่อง สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2564) ชี้ให้เห็นว่า ความสำเร็จของธุรกิจนี้มาจากหลายปัจจัย ทั้งความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ที่สามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการของผู้บริโภค การสื่อสารการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการใช้เงินลงทุนที่ไม่สูงมากแต่ให้ผลตอบแทนที่น่าพอใจ โดยธุรกิจชาสมุนไพร



ไข่มุกมีต้นทุนเฉลี่ยต่อแก้วเพียง 12-13 บาท ในขณะที่สามารถจำหน่ายได้ในราคา 30-55 บาท ทำให้มีอัตรากำไรขั้นต้นสูงถึงร้อยละ 50-60

อย่างไรก็ตาม ธนาคารแห่งประเทศไทย (2564) ได้วิเคราะห์ถึงความท้าทายที่ธุรกิจขนมไข่มุกกำลังเผชิญ โดยเฉพาะการแข่งขันที่รุนแรงจากจำนวนผู้ประกอบการที่มีมากกว่า 10,000 ราย การมีสินค้าทดแทนที่หลากหลาย และความผันผวนทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคและผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของโรคยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องปรับตัว

การศึกษานี้มุ่งเน้นการวิจัยในพื้นที่เขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีร้านขนมกว่า 30 แห่งและมีฐานผู้บริโภคกว่าแสนราย โดยจะศึกษาคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการตามแนวคิดของ Shane และ Venkataraman (2000) ที่มีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ครอบคลุมทั้งด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและการประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจขนาดเล็กรับมีความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความเป็นผู้ประกอบการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านขนมขนาดเล็ก ในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จ
3. เพื่อนำเสนอการปรับปรุงธุรกิจร้านขนมให้สร้างความประทับใจกับลูกค้ายิ่งขึ้น

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ (1) ผู้ประกอบการร้านขนมในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร จำนวน 30 ราย และ (2) ผู้บริโภคที่ใช้บริการร้านขนมในเขตดุสิต ซึ่งมีจำนวนประมาณ 100,000 คน (สำนักงานเขตดุสิต, 2564)

การกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบ่งตามวิธีวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และการเลือกแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ตามแนวคิดของ Patton (2015) โดยสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขนมจนกว่าข้อมูลจะอิ่มตัว (Data Saturation)



2. การวิจัยเชิงปริมาณ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนาน 400 คน โดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเฉพาะผู้ที่เคยใช้บริการร้านชาวมในเขตดุสิตอย่างน้อย 2 ครั้ง ในช่วง 3 เดือนที่ผ่านมา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ตามแนวทางของ Creswell (2018) ครอบคลุมประเด็นด้านการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และกลยุทธ์การตลาด

2. การวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่พัฒนาตามกรอบแนวคิดของ Shane และ Venkataraman (2000) แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อความเป็นผู้ประกอบการ

ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจและความภักดีต่อร้านชาวม

แบบสอบถามใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ต 4 ระดับ (4-point Likert Scale) และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนมกราคม - มีนาคม 2565 โดย

1. การวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ โดยใช้เวลาสัมภาษณ์รายละประมาณ 45-60 นาที และบันทึกเสียงการสัมภาษณ์โดยได้รับความยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์

2. การวิจัยเชิงปริมาณ แจกแบบสอบถามแก่ผู้บริโภค ณ จุดจำหน่ายร้านชาวมในเขตดุสิต และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับคืน

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ Miles, Huberman และ Saldana (2020) โดยเริ่มจากการถอดเทปการสัมภาษณ์แบบคำต่อคำ (Verbatim Transcription) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและตรงตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ได้ให้ข้อมูลไว้ จากนั้นดำเนินการจัดระเบียบข้อมูลและลดทอนข้อมูล (Data Organization and Reduction) โดยคัดเลือกเฉพาะข้อมูลที่เกี่ยวข้องและมีความสำคัญต่อการตอบคำถามวิจัย

ในขั้นตอนต่อมา ผู้วิจัยทำการให้รหัสข้อมูล (Coding) เพื่อจำแนกประเด็นสำคัญและจัดกลุ่มประเด็น (Theming) ที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กัน เพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อมูลที่ชัดเจนยิ่งขึ้น การ



ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) โดยการเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่ง ทั้งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการหลายราย การสังเกต และเอกสารที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนสุดท้ายคือการสร้างข้อสรุปและตีความข้อมูล โดยการเชื่อมโยงประเด็นต่างๆ เข้าด้วยกัน เพื่อสร้างความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบการบรรยายเชิงพรรณนา พร้อมยกตัวอย่างคำพูดของผู้ให้สัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนข้อค้นพบ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพนี้จะช่วยให้เข้าใจมุมมองและประสบการณ์ของผู้ประกอบการร้านชาวมได้อย่างลึกซึ้งและครอบคลุม

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยมีรายละเอียดดังนี้

สถิติเชิงพรรณนาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นประเภทนามบัญญัติ (Nominal Scales) โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามและสรุปผลการสำรวจความคิดเห็น ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่แสดงถึงความรู้สึกและความคิดเห็น จึงไม่สามารถนำมาคำนวณหาค่าเฉลี่ยทางคณิตศาสตร์ได้โดยตรง

สำหรับสถิติเชิงอนุมาน ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติไร้พารามิเตอร์ (Nonparametric Statistics) ในการทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้ประกอบการกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยเฉพาะการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test of Association) ซึ่งเป็นสถิติที่เหมาะสมกับข้อมูลประเภทนามบัญญัติและไม่จำเป็นต้องคำนึงถึงการแจกแจงของประชากร การทดสอบทางสถิติทั้งหมดกำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05 หรือระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 ตามที่นิยมใช้ในการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Cohen, 2013)

การวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดดำเนินการโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ และนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย เพื่อให้เกิดความชัดเจนและเข้าใจง่าย ผลการวิเคราะห์ที่ได้จะนำไปใช้ในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรและตอบวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจร้านชาวมขนาดเล็ก ในเขตอุตสาหกรรมมหานคร สามารถแบ่งการนำเสนอออกเป็น 3 ส่วนหลัก ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการแจกแบบสอบถามจำนวน 400 ชุด ได้รับการตอบกลับที่สมบูรณ์จำนวน 320 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 80 ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 68.4) มีอายุน้อยกว่า 20 ปี (ร้อยละ 42.5) การศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 56.3) มีรายได้



มากกว่า 30,000 บาทต่อเดือน (ร้อยละ 35.6) โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 38.4) และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 28.7) ด้านพฤติกรรมการบริโภคพบว่ามีความถี่ในการซื้อขนมมากกว่า 10 ครั้งต่อเดือน (ร้อยละ 45.9)

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้าต่อความเป็นผู้ประกอบการ

จากการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จในการสร้างความประทับใจและความภักดีของลูกค้า ด้วยการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square Test) พบว่า

2.1 ทักษะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสำเร็จในการสร้างความประทับใจและความภักดีของลูกค้า ($\chi^2 = 30.66$, $df = 3$, $n = 320$, $p < .05$) โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับความรู้ความเข้าใจของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การบริการ และแนวโน้มตลาด

2.2 ทักษะการสื่อสาร มีความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญ ($\chi^2 = 16.0$, $df = 3$, $n = 320$, $p < .05$) สะท้อนให้เห็นว่า ความสามารถในการสื่อสารทั้งการพูดและการฟังส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

2.3 ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการทำธุรกิจ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ($\chi^2 = 17.45$, $df = 3$, $n = 350$, $p < .05$) แสดงให้เห็นว่า การทุ่มเทและความจริงจังในการดำเนินธุรกิจส่งผลต่อความสำเร็จ

2.4 ความรอบรู้ในเรื่องราวต่าง ๆ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ($\chi^2 = 30.66$, $df = 3$, $n = 320$, $p < .05$) สะท้อนว่าการมีความรู้หลากหลายช่วยเสริมสร้างความน่าเชื่อถือและการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการร้านขนมในเขตดุสิต จำนวน 15 ราย แสดงให้เห็นประเด็นสำคัญเกี่ยวกับคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนี้

3.1 ด้านทักษะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจ ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ (12 จาก 15 ราย) เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมีความรู้เชิงลึกเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และธุรกิจขนม ดังที่ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าวว่า "การรู้จริงในเรื่องชา ทั้งประเภท คุณภาพ และการชง ช่วยให้เราสามารถแนะนำและตอบคำถามลูกค้าได้อย่างมั่นใจ สร้างความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ" นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังต้องติดตามเทรนด์ตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง

3.2 ด้านทักษะการสื่อสาร ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกรายเห็นพ้องว่าการเป็นทั้งนักพูดและนักฟังที่ดีมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยผู้ประกอบการรายหนึ่งให้ข้อมูลว่า "บางครั้งลูกค้าไม่ได้ต้องการแค่ซื้อขนม แต่ต้องการคนรับฟังและพูดคุย การฟังอย่างตั้งใจและตอบสนองอย่างเหมาะสมช่วยสร้างความผูกพันระยะยาว" การสื่อสารที่ดียังรวมถึงการรับมือกับข้อร้องเรียนและการแก้ไขปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพ

3.3 ด้านความมุ่งมั่นทุ่มเท ผู้ประกอบการส่วนใหญ่สะท้อนว่าความสำเร็จเกิดจากการทำงานหนักและความทุ่มเทอย่างต่อเนื่อง "การเปิดร้านแต่เช้าและปิดค่ำ การดูแลความสะอาด และการรักษามาตรฐานการบริการ ล้วนเป็นสิ่งที่ต้องทำด้วยตัวเองและต้องทำอย่างสม่ำเสมอ" ผู้ให้สัมภาษณ์รายหนึ่งกล่าว



3.4 ด้านความรู้ทั่วไป ผู้ประกอบการเห็นว่าการมีความรู้หลากหลายช่วยเพิ่มมิติในการสนทนา และสร้างความประทับใจให้กับลูกค้า “การพูดคุยเรื่องทั่วไป ทั้งเรื่องสุขภาพ กระแสสังคม หรือแม้แต่เรื่องราวในชุมชน ช่วยสร้างบรรยากาศที่เป็นกันเองและทำให้ลูกค้าอยากกลับมาใช้บริการซ้ำ”

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของคุณลักษณะความเป็นผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านขนมขนาดเล็ก โดยทักษะความรู้เกี่ยวกับธุรกิจมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับการสร้างความประทับใจและความภักดีของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ardianti และ Ingrid (2018) ที่พบว่า ความรู้และความเชี่ยวชาญในธุรกิจเป็นปัจจัยสำคัญต่อการสร้างความน่าเชื่อถือและการรักษาสถานลูกค้า

ทักษะการสื่อสารทั้งการพูดและการฟังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Mayra และคณะ (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่าการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่แยกแยะระหว่างธุรกิจที่ประสบความสำเร็จและล้มเหลว โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่ต้องมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าโดยตรง

ความมุ่งมั่นทุ่มเทในการดำเนินธุรกิจแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จ สอดคล้องกับผลการวิจัยในอินโดนีเซียของ Ardianti และ Ingrid (2018) ที่พบว่าความทุ่มเทของผู้ประกอบการส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของลูกค้า การแสดงออกถึงความมุ่งมั่นผ่านการลงมือปฏิบัติและการรักษามาตรฐานการบริการอย่างสม่ำเสมอเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความประทับใจระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยความเป็นผู้ประกอบการกับความสำเร็จของธุรกิจร้านขนมขนาดเล็กในเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้และการวิจัยในอนาคต ดังนี้

1. การนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการธุรกิจร้านขนมขนาดเล็กควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะการสื่อสาร โดยเฉพาะการเป็นผู้ฟังที่ดี เนื่องจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าทักษะการสื่อสารมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสำเร็จในการสร้างความประทับใจและความภักดีของลูกค้า นอกจากนี้ การจัดการพื้นที่ร้านให้สะอาด สวยงาม และมีบรรยากาศที่เป็นกันเองยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยดึงดูดลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำ

1.2 การพัฒนาความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และแนวโน้มตลาดอย่างต่อเนื่องเป็นสิ่งจำเป็น ผู้ประกอบการควรติดตามความเคลื่อนไหวของตลาด เรียนรู้การพัฒนาสูตรเครื่องดื่มใหม่ๆ และเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป ควบคู่กับการพัฒนาระบบการจัดการร้านที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการบริหารสต็อกวัตถุดิบ การควบคุมคุณภาพ และการจัดการข้อร้องเรียน



1.3 การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าเป็นกลยุทธ์สำคัญสำหรับธุรกิจขนาดเล็ก ผู้ประกอบการควรพิจารณาพัฒนาโปรแกรมสมาชิกหรือระบบสะสมแต้ม จัดกิจกรรมพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ และสร้างช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์เพื่อรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง

2. การวิจัยในอนาคต

สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยความสำเร็จของร้านชาวมในพื้นที่อื่นๆ เพื่อเข้าใจความแตกต่างตามบริบทพื้นที่ รวมถึงศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่อการดำเนินธุรกิจ นอกจากนี้ การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการร้านที่เหมาะสมกับชุมชนก็เป็นประเด็นที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาในอนาคต

การนำข้อเสนอแนะเหล่านี้ไปประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมจะช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนให้กับธุรกิจร้านชาวมขนาดเล็ก ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจระดับชุมชนและสร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือเป็นอย่างดีจาก อาจารย์ ดร.เดชา โลจนศิริศิลป์ อาจารย์ที่ปรึกษาที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา แนะนำ และปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ด้วยความเอาใจใส่ตลอดมาตั้งแต่ต้นจนเสร็จสิ้นสมบูรณ์ ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตทุกท่านที่ให้ความกรุณาประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้อันมีค่ายิ่ง และกรุณาให้คำปรึกษาแนะนำในการจัดทำการค้นคว้าอิสระครั้งนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

และขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบการค้นคว้าอิสระที่กรุณาตรวจสอบและเสนอแนะข้อมูลอันเป็นประโยชน์ในครั้งนี้ ผู้วิจัยขอระลึกถึง ผู้ที่เป็นเจ้าของแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่ผู้วิจัยนำมาอ้างอิงในการทำวิจัยไว้ในโอกาสนี้ด้วย

บรรณานุกรม

กรมวิทยาศาสตร์การแพทย์. (2564). รายงานการวิจัยสารสำคัญในชาและประโยชน์ต่อสุขภาพ. นนทบุรี:

กระทรวงสาธารณสุข.

กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2564). วัฒนธรรมการดื่มชาในสังคมไทย. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). รายงานแนวโน้มธุรกิจไตรมาส 4 ปี 2564. กรุงเทพฯ: ธนาคารแห่งประเทศไทย.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). บทวิเคราะห์แนวโน้มธุรกิจเครื่องดื่มปี 2564. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.

สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข. (2564). การศึกษาผลของการดื่มชาต่อสุขภาพของคนไทย. นนทบุรี: กระทรวงสาธารณสุข.



- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2564). รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2564. กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.).
- Ardianti, R., & Ingrid. (2018). Entrepreneurial Motivation and Entrepreneurial Leadership of Entrepreneurs: Evidence from the Formal and Informal Economies. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 33(2), 159-175.
- Mayr, S., Mitter, C., Kücher, A., & Duller, C. (2021). Entrepreneur Characteristics and Differences in Reasons for Business Failure: Evidence from Bankrupt Austrian SMEs. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 33(5), 539-558.
- Nation T.V. (2019, 19 June). *The "Taiwan Bubble Milk Tea" business breaks global revenue records*. <https://www.nationtv.tv/main/content/378745228/>
- LeeLahawong S. (2014). *Consumer Purchasing Behavior for Coffee and Tea in Sabarang Sub-District Amphoe Meung Pattani City*. (An Independent Study for Master of Business Administration Program). Sripatum University.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226. <https://doi.org/10.2307/259271>



Received: August 25, 2024

Revised: December 30, 2024

Accepted: December 30, 2024

การร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพยาและผู้ติดสารเสพติด
อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น

Co-Creation of a Prototype Social Rehabilitation Center to Help Addicts and Drug
Addicts in Ban Fang District, Khon Kaen Province

ภูบดินทร์ พรพันธุ์เจษฎา (Phubodin Pornpanjesda)¹

ประภาพรณ โคมหอม (Prapapan Comhom)²

E-mail: Sommai281066@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการร่วมสร้างต้นแบบและเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพยาและผู้ติดสารเสพติดในอำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วมกับผู้ให้ข้อมูลหลัก รวมจำนวน 46 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 8 คน เจ้าหน้าที่ฝ่ายปกครอง จำนวน 10 คน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จำนวน 25 คน และพยาบาลวิชาชีพ จำนวน 3 คน ส่วนผู้เสพยาและผู้ติดสารเสพติดที่เข้าร่วมโครงการมีจำนวน 50 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูฯ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การสร้างความตระหนักร่วมกันในระดับอำเภอ โดยการจัดประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน 2) การค้นหาพื้นที่อาสาเป็นพื้นที่เป้าหมาย ด้วยการคัดเลือกชุมชนที่มีความพร้อมและสมัครใจ 3) การทำประชาคมสร้างการมีส่วนร่วม เพื่อรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากประชาชน 4) การสร้างศักยภาพของชุมชน ผ่านการอบรมให้ความรู้แก่แกนนำชุมชนและอาสาสมัคร และ 5) การบำบัด การเสริมพลัง และการติดตามต่อเนื่อง โดยทีมสหวิชาชีพและเครือข่ายชุมชน

ผลการดำเนินงาน พบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการ 50 คน สามารถหยุดเสพยาได้ต่อเนื่อง 3 เดือน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 90 โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากผลการตรวจปัสสาวะหาสารเสพติดเป็นลบติดต่อกัน 16

¹⁻² นักวิชาการอิสระ (Independent scholar)



ครั้ง ปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญ คือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน การสร้างความตระหนักร่วมกัน และการพัฒนาศักยภาพของชุมชนอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังพบว่าการดำเนินงานส่งผลให้เกิดการลดการติดยาผู้ใช้สารเสพติดในชุมชน และการสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางสังคมที่เข้มแข็ง การวิจัยนี้นำเสนอแนวทางการพัฒนาศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพยาและผู้ติดยาเสพติดที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่คล้ายคลึงกันได้ โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน

คำสำคัญ การฟื้นฟูสภาพทางสังคม ผู้เสพยาเสพติด การมีส่วนร่วมของชุมชน การบำบัดฟื้นฟูโดยชุมชน

Abstract

This research aims to study the collaborative process of creating a model for a community-based social rehabilitation center for drug addicts in Ban Fang District, Khon Kaen Province. Using qualitative research methods, data was collected through in-depth interviews and focus group discussions with 46 key informants, including community leaders, administrative officers, village health volunteers, and professional nurses. Data was analyzed using content analysis and triangulation. The results revealed that the process of creating the rehabilitation center model consists of five main steps: 1) raising awareness at the district level, 2) identifying volunteer target areas, 3) conducting community forums to promote participation, 4) building community capacity, and 5) providing treatment, empowerment, and continuous follow-up.

The program outcomes showed that 45 out of 50 participants (90%) were able to abstain from drug use continuously for three months, based on 16 consecutive negative urine tests for drug substances. Key success factors included participation from all sectors of the community, shared awareness, and continuous development of community capacity. The program also resulted in reduced stigma towards drug users and the creation of strong social support networks within the community. This research presents guidelines for developing a social rehabilitation center for drug addicts that can be applied in similar contexts, emphasizing community participation and integrated cooperation from all sectors. Recommendations include continuous policy and budget support, as well as the



development of long-term monitoring and evaluation systems to ensure sustainable community-centered solutions to drug problems.

Keywords: Social rehabilitation, Drug users, Community participation, Community-based rehabilitation

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัญหายาเสพติดเป็นประเด็นสำคัญระดับชาติที่ส่งผลกระทบรุนแรงต่อสังคมไทยในหลายมิติ ทั้งด้านสุขภาพ เศรษฐกิจ และความมั่นคง (สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด, 2564) แม้จะมีมาตรการและนโยบายในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาอย่างต่อเนื่อง แต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของยาเสพติดยังคงทวีความรุนแรงขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชน (United Nations Office on Drugs and Crime [UNODC], 2022) รายงานของ UNODC ระบุว่าในปี 2563 มีประชากรกว่า 284 ล้านคนทั่วโลก ที่ใช้ยาเสพติด ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับทศวรรษที่ผ่านมา ในประเทศไทย การแก้ไขปัญหายาเสพติด ในปัจจุบันมุ่งเน้นการบำบัดฟื้นฟูเชิงสุขภาพ โดยถือว่าผู้เสพติด คือ ผู้ป่วยที่ต้องได้รับการบำบัดรักษาและฟื้นฟู เพื่อให้สามารถกลับคืนสู่สังคมได้ (กระทรวงสาธารณสุข, 2561) รูปแบบการบำบัดฟื้นฟูที่ได้ผลและสอดคล้อง กับสภาพปัญหาในปัจจุบันคือการบำบัดฟื้นฟูโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน (ศรีสุตา ลุนพุดิ และนาริรัตน์ หาญกล้า, 2564) แนวทางนี้ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากรและศักยภาพของชุมชนในการดูแลผู้ใช้ สารเสพติด การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของชุมชน และการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาค ส่วน อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานในพื้นที่ยังขาดรูปแบบและแนวทางที่ชัดเจน

อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น เป็นพื้นที่หนึ่งที่ประสบปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติด โดยเฉพาะในกลุ่มเยาวชนและวัยแรงงาน จากแนวคิดของของณัฐพร ผลงาม (2564) และ วิระวดี นักร้อง (2567) ที่ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบำบัดฟื้นฟูผู้ใช้สารเสพติด โดยเฉพาะในด้านการลดการติดยาและการสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางสังคม อย่างไรก็ตาม ยังขาดการศึกษา เชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูฯ ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง การวิจัยนี้จึง มุ่งศึกษากระบวนการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดอย่างมี ส่วนร่วมในอำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น โดยเน้นการวิเคราะห์กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนใน ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การติดตามประเมินผล และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เพื่อพัฒนา แนวทางการดำเนินงานที่เป็นรูปธรรมและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป ซึ่งผลการวิจัยนี้จะเป็น ประโยชน์ต่อการพัฒนานโยบายและแนวทางปฏิบัติในการแก้ปัญหายาเสพติดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน



อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการสร้างสรรค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมที่มีชุมชนเป็นฐาน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและการนำไปปฏิบัติในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษากระบวนการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดอย่างมีส่วนร่วมในอำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและอุปสรรคในการดำเนินงานของศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดโดยชุมชนมีส่วนร่วม

การทบทวนวรรณกรรม/แนวคิดและทฤษฎี

แนวคิดการบำบัดฟื้นฟูผู้เสพสารเสพติดโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง

การบำบัดฟื้นฟูผู้เสพสารเสพติดโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง เป็นแนวทางที่ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การค้นหา คัดกรอง บำบัดรักษา และติดตามดูแลผู้เสพสารเสพติด (สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด, 2564) แนวคิดนี้มีหลักการสำคัญคือ การใช้ทรัพยากรและศักยภาพของชุมชนในการดูแลผู้เสพสารเสพติด การสร้างความตระหนักและการมีส่วนร่วมของชุมชน และการบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน นอกจากนี้ ศรีสุตา ลุนพุมิ และนารีรัตน์ หาญกล้า (2564) ได้ศึกษาการบำบัดฟื้นฟูผู้เสพสารเสพติดโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง พบว่ามีขั้นตอนสำคัญ 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การสร้างความตระหนักร่วมกัน 2) การค้นหาพื้นที่เป้าหมาย 3) การทำประชาคม 4) การสร้างศักยภาพชุมชน และ 5) การบำบัด เสริมพลัง และติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของกระทรวงสาธารณสุข (2561) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน

แนวคิดการลดอันตรายจากการใช้ยาเสพติด

แนวคิดการลดอันตรายจากการใช้ยาเสพติด (Harm Reduction) เป็นกลยุทธ์ที่มุ่งเน้นการลดผลกระทบทางลบจากการใช้ยาเสพติด โดยไม่ได้เน้นการหยุดใช้ยาเสพติดโดยสิ้นเชิง (World Health Organization: WHO, 2019) แนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศูนย์ฟื้นฟูฯ โดยเน้นการสร้าง ความเข้าใจและการยอมรับผู้เสพสารเสพติดในชุมชน รวมถึงการให้บริการที่ลดความเสี่ยงและอันตรายจากการใช้สารเสพติด

ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชน

Cohen และ Uphoff (1980) ได้เสนอแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ 2) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน 3) การมีส่วนร่วมในการรับ



ผลประโยชน์ และ 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล แนวคิดนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติด เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริงของชุมชน

ทฤษฎีการเสริมพลังอำนาจ

Zimmerman (2000) ได้เสนอทฤษฎีการเสริมพลังอำนาจ (Empowerment Theory) ที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของบุคคลและชุมชนให้สามารถจัดการปัญหาของตนเองได้ ทฤษฎีนี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาศูนย์ฟื้นฟูฯ โดยเน้นการเสริมสร้างความสามารถของชุมชนในการจัดการปัญหายาเสพติด และการพัฒนาศักยภาพของผู้ใช้สารเสพติดให้สามารถฟื้นฟูและกลับคืนสู่สังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิดทฤษฎีเหล่านี้จะเป็นกรอบในการศึกษาและพัฒนาต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดในอำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น โดยบูรณาการแนวคิดการบำบัดฟื้นฟูโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง การมีส่วนร่วมของชุมชน การลดอันตรายจากการใช้ยาเสพติด และการเสริมพลังอำนาจ นำไปสู่การพัฒนาที่มีประสิทธิภาพอย่างยั่งยืน

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ดำเนินการวิจัยในพื้นที่อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีปัญหาการแพร่ระบาดของยาเสพติดและมีความพร้อมในการพัฒนาศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติด

ผู้ให้ข้อมูลหลัก ในการวิจัยนี้เป็นผู้มีความสำคัญในการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติด ประกอบด้วย 4 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 46 คน ได้แก่ 1) ผู้นำชุมชน กำนันผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 8 คน 2) กลุ่มแกนนำด้านการดำเนินกิจกรรมป้องกันสารเสพติดในชุมชน จำนวน 10 คน 3) อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) จำนวน 25 คน และ 4) พยาบาลวิชาชีพผู้รับผิดชอบงานสารเสพติด จำนวน 3 คน การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกคือ เป็นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานด้านยาเสพติดในพื้นที่ไม่น้อยกว่า 2 ปี ส่วนผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดที่เข้าร่วมโครงการมีจำนวน 50 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก แนวคำถามการสนทนากลุ่ม และแบบสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ซึ่งทั้งหมดได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์แบบอุปนัย โดยมีขั้นตอนการจัดระเบียบข้อมูล การแสดงข้อมูล และการหาข้อสรุป ตีความ และตรวจสอบความถูกต้องของผลการวิจัย



การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า ทั้งด้านข้อมูล ด้านผู้วิจัย และด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล สำหรับด้านจริยธรรมการวิจัยผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้รับการชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยและลงนามยินยอมเข้าร่วมการวิจัย โดยสามารถถอนตัวได้ตลอดเวลาโดยไม่มีผลกระทบใด ๆ ข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บเป็นความลับและนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

ผลการวิจัย

ผลการศึกษากระบวนการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดอย่างมีส่วนร่วม อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น พบว่ากระบวนการดังกล่าวประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การสร้างความตระหนักร่วมกันในระดับอำเภอ การค้นหาพื้นที่อาสาเป็นพื้นที่เป้าหมาย การทำประชาคมสร้างการมีส่วนร่วม การสร้างศักยภาพของชุมชน และการบำบัด การเสริมพลัง และการติดตามต่อเนื่อง ดังนี้

ขั้นตอนแรกเริ่มจากการจัดประชุมผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน เพื่อสร้างความเข้าใจและกำหนดแนวทางการดำเนินงานร่วมกัน ดังคำกล่าวของผู้นำชุมชนท่านหนึ่งว่า "การประชุมครั้งแรกทำให้เราเห็นภาพรวมของปัญหาเสพติดในพื้นที่ และเข้าใจว่าทำไมต้องใช้ชุมชนเป็นฐานในการแก้ปัญหา" จากนั้นมีการคัดเลือกชุมชนที่มีความพร้อมและสมัครใจเข้าร่วมโครงการ โดยพิจารณาจากความรุนแรงของปัญหาเสพติดและความเข้มแข็งของชุมชน

การทำประชาคมสร้างการมีส่วนร่วมเป็นขั้นตอนสำคัญที่นำไปสู่การยอมรับและความร่วมมือจากชุมชน ตามด้วยการสร้างศักยภาพของชุมชนผ่านการจัดอบรมให้ความรู้แก่แกนนำชุมชนและอาสาสมัคร โดยเน้นการพัฒนาทักษะการให้คำปรึกษา การคัดกรอง และการส่งต่อผู้ป่วย ขั้นตอนสุดท้ายคือการดำเนินการบำบัดฟื้นฟูผู้เสพยาเสพติดโดยทีมสหวิชาชีพและเครือข่ายชุมชน พร้อมทั้งจัดกิจกรรมเสริมพลังและติดตามผู้ผ่านการบำบัดอย่างต่อเนื่อง

ผลการดำเนินงานของศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคม พบว่า จากผู้เข้าร่วมโครงการทั้งหมด 50 คน มีผู้ที่สามารถหยุดเสพยาได้ต่อเนื่อง 3 เดือน จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 90 โดยใช้เกณฑ์การประเมินจากผลการตรวจปัสสาวะหาสารเสพติดเป็นลบติดต่อกัน 16 ครั้ง นอกจากนี้ ยังพบการเปลี่ยนแปลงในด้านคุณภาพชีวิตของผู้ผ่านการบำบัด ความสัมพันธ์ในครอบครัว และทัศนคติของชุมชนต่อผู้เสพยาเสพติด ดังคำกล่าวของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านท่านหนึ่งว่า "เราเห็นการเปลี่ยนแปลงชัดเจนในชุมชน คนที่เคยมองผู้เสพยาเป็นคนไม่ดี ตอนนี้เริ่มเปิดใจและให้อีกาสพวกเขามากขึ้น"

ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงาน ได้แก่ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในชุมชน ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนและแกนนำ การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การใช้ทุนทางสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนในการบำบัดฟื้นฟู และการพัฒนาศักยภาพของชุมชนอย่าง



ต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ยังพบปัญหาและอุปสรรคบางประการ เช่น การขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน งบประมาณที่จำกัด และการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร ซึ่งจากผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติด โดยเน้นการใช้ชุมชนเป็นฐานในการแก้ไขปัญหาสารเสพติด ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีบริบทใกล้เคียงกันได้

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “การร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดอำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากระบวนการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูฯ และวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงาน ผลการวิจัยสามารถสรุปและอภิปรายได้ดังนี้

กระบวนการร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูฯ ประกอบด้วย 5 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การสร้างความตระหนักร่วมกัน การค้นหาพื้นที่เป้าหมาย การทำประชาคม การสร้างศักยภาพชุมชน และการบำบัดฟื้นฟูและติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการบำบัดฟื้นฟูผู้ใช้สารเสพติดโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางของศรีสุดา ลุนพุมิ และนารีรัตน์ หาญกล้า (2564) ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอน กระบวนการดังกล่าวยังสะท้อนถึงการประยุกต์ใช้ทฤษฎีการมีส่วนร่วมของชุมชนตามแนวคิดของ Cohen และ Uphoff (1980) ที่ครอบคลุมทั้งการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การดำเนินงาน การรับผลประโยชน์ และการประเมินผล

ผลการดำเนินงาน พบว่า ร้อยละ 90 ของผู้เข้าร่วมโครงการสามารถหยุดเสพได้ต่อเนื่อง 3 เดือน ซึ่งถือว่าเป็นอัตราความสำเร็จที่สูง อาจเกิดจากการพัฒนากระบวนการที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนมากขึ้น และการสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางสังคมที่เข้มแข็ง นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงด้านทัศนคติของชุมชนต่อผู้ใช้สารเสพติด สอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐพร ผลงาม (2564) และ วิระวดี นักร้อง (2567) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนช่วยลดการตีตราและสร้างเครือข่ายสนับสนุนทางสังคม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการฟื้นฟูผู้ใช้สารเสพติด สำหรับปัจจัยแห่งความสำเร็จที่พบในการวิจัยนี้ สะท้อนถึงการบูรณาการแนวคิดการเสริมพลังอำนาจ (Empowerment Theory) ของ Zimmerman (2000) โดยเฉพาะการพัฒนาศักยภาพของชุมชนและการใช้ทุนทางสังคมในการบำบัดฟื้นฟู ซึ่งช่วยเสริมสร้างความสามารถของชุมชนในการจัดการปัญหาสารเสพติดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อย่างไรก็ตาม ปัญหาและอุปสรรคที่พบ เช่น การขาดแคลนบุคลากรและงบประมาณที่จำกัด สอดคล้องกับข้อค้นพบของ World Health Organization (2019) ที่ระบุว่าการขาดทรัพยากรและการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเป็นความท้าทายสำคัญในการดำเนินงานด้านการลดอันตรายจากการใช้ยาเสพติดในชุมชน



โดยสรุป ผลการวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงประสิทธิผลของการบำบัดฟื้นฟูผู้เสพสารเสพติดโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน และเน้นย้ำความสำคัญของการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในการแก้ไขปัญหาสารเสพติด อย่างไรก็ตาม การพัฒนาระบบสนับสนุนด้านทรัพยากรและการประสานงานระหว่างหน่วยงานยังเป็นประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาต่อไป

ข้อค้นพบหรือองค์ความรู้ใหม่

การวิจัยเรื่อง “การร่วมสร้างต้นแบบศูนย์ฟื้นฟูสภาพทางสังคมช่วยเหลือผู้เสพและผู้ติดสารเสพติดอย่างมีส่วนร่วม อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น” ได้นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญหลายประการ ดังนี้

ประการแรก การพัฒนารูปแบบการบูรณาการแนวทางการบำบัดฟื้นฟูโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางร่วมกับทฤษฎีการเสริมพลังอำนาจ ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นอกจากนี้ ยังได้พัฒนาระบบการสร้างความตระหนักร่วมแบบ “บันได 5 ขั้น” ที่ช่วยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาสารเสพติดอย่างเป็นระบบมากขึ้น

ประการที่สอง การวิจัยนี้ได้นำเสนอดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการบำบัดฟื้นฟูแบบองค์รวมที่ไม่ได้พิจารณาเพียงแค่การหยุดเสพ แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิต ความสัมพันธ์ในครอบครัว และการยอมรับจากสังคม ซึ่งสะท้อนผลลัพธ์ของการบำบัดฟื้นฟูที่ครอบคลุมมากขึ้น

ประการที่สาม งานวิจัยนี้ได้ค้นพบกลไกใหม่ในการลดการตีตราทางสังคมต่อผู้เสพสารเสพติดผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในทุกขั้นตอนของการบำบัดฟื้นฟู พร้อมทั้งนำเสนอโมเดลการพัฒนาศักยภาพชุมชนแบบ “เครือข่ายพี่เลี้ยง” ที่ช่วยขยายผลการดำเนินงานและสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ระหว่างชุมชน และสุดท้าย การวิจัยได้นำเสนอแนวทางการบูรณาการทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในการบำบัดฟื้นฟู เช่น การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น พิธีกรรมทางศาสนา และเครือข่ายความสัมพันธ์ในชุมชน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความยั่งยืนของการบำบัดฟื้นฟู

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรนำรูปแบบการบำบัดฟื้นฟูโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางที่พัฒนาขึ้นไปประยุกต์ใช้ในพื้นที่อื่น ๆ โดยคำนึงถึงบริบทและทุนทางสังคมของแต่ละชุมชน ควรส่งเสริมการใช้กระบวนการสร้างความตระหนักร่วมแบบ “บันได 5 ขั้น” ในการดำเนินงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาสารเสพติดในชุมชน เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมอย่างเป็นระบบ สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรสนับสนุนการจัดตั้ง “เครือข่ายพี่เลี้ยง” ระหว่างชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการบำบัดฟื้นฟูกับผู้เสพสารเสพติดอื่น ๆ เพื่อขยายผลการดำเนินงานและ



สร้างการเรียนรู้ร่วมกัน ส่วนหน่วยงานด้านสาธารณสุขควรนำดัชนีชี้วัดความสำเร็จของการบำบัดฟื้นฟูแบบองค์รวมที่พัฒนาขึ้นไปใช้ในการประเมินผลการบำบัดฟื้นฟูผู้ใช้สารเสพติด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

นอกจากนี้ ควรมีการจัดอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพของบุคลากรในชุมชนให้มีความรู้และทักษะในการดูแลช่วยเหลือผู้ใช้สารเสพติด โดยใช้แนวทางการบูรณาการทุนทางสังคมและวัฒนธรรมในการบำบัดฟื้นฟู

ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อพัฒนารูปแบบการบำบัดฟื้นฟูโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางในบริบทที่แตกต่างกัน เช่น ชุมชนเมือง ชุมชนชายแดน หรือชุมชนที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม

2. ควรมีการศึกษาวิจัยระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อติดตามผลการบำบัดฟื้นฟูและการกลับคืนสู่สังคมของผู้ผ่านการบำบัด รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของการเลิกใช้สารเสพติด

3. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนาเครื่องมือประเมินผลการบำบัดฟื้นฟูแบบองค์รวมที่มีความเที่ยงตรงและเชื่อถือได้ โดยคำนึงถึงมิติทางสังคมและวัฒนธรรมของแต่ละชุมชน

4. ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบการบำบัดฟื้นฟูโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางกับรูปแบบการบำบัดฟื้นฟูแบบอื่นๆ เพื่อวิเคราะห์ประสิทธิผลและความคุ้มค่าในการดำเนินงาน

5. ควรมีการวิจัยเพื่อพัฒนานโยบายสาธารณะที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด โดยบูรณาการความร่วมมือจากทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง

โดยหากมีการดำเนินการตามข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยต่อยอดองค์ความรู้และพัฒนาแนวทางการบำบัดฟื้นฟูผู้ใช้สารเสพติดโดยชุมชนเป็นศูนย์กลางให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับบริบทของสังคมไทยมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงสาธารณสุข. (2561). แนวทางการบำบัดฟื้นฟูยาเสพติดโดยใช้ชุมชนเป็นศูนย์กลาง. กรุงเทพฯ:

กระทรวงสาธารณสุข.

ณัฐพร ผลงาม. (2564). การพัฒนารูปแบบการบำบัดฟื้นฟูสมรรถภาพผู้ป่วยยาเสพติด โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนจังหวัดระยอง. วารสารศาสตร์สาธารณสุขและนวัตกรรม, 1(2), 49-71.

วิระวดี นักร้อง. (2567). การพัฒนาแนวทางการค้นหาผู้ใช้ยาเสพติดด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมในพื้นที่ตำบลบ้านโต้น อำเภอพระยืน จังหวัดขอนแก่น. วารสารสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดขอนแก่น, 6(1), 1-15.

ศรีสุตา ลุนพุด และนารีรัตน์ หาญกล้า. (2564). การบำบัดฟื้นฟูผู้ใช้สารเสพติดโดยชุมชนเป็นศูนย์กลาง: กรณีศึกษาชุมชนแห่งหนึ่งจังหวัดขอนแก่น. วารสารการพยาบาลและการดูแลสุขภาพ, 39(2), 107-116.



สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด. (2564). *แนวทางการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด* โดยชุมชน. กรุงเทพฯ: สำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด.

Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8(3), 213-235. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(80\)90011-X](https://doi.org/10.1016/0305-750X(80)90011-X)

United Nations Office on Drugs and Crime. (2022). *World Drug Report 2022*. United Nations publication.

World Health Organization. (2019). *WHO consolidated guidelines on drug use and HIV prevention, treatment and care for people who use drugs*. World Health Organization. <https://www.who.int/publications/i/item/978924000364-4>

Zimmerman, M. A. (2000). Empowerment theory: Psychological, organizational and community levels of analysis. In J. Rappaport & E. Seidman (Eds.), *Handbook of community psychology* (pp. 43-63). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4615-4193-6_2



Received: July 20, 2024

Revised: October 31, 2024

Accepted: December 27, 2024

ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับอำนาจของพนักงานตรวจแรงงานกรณีสิทธิได้รับเงินของลูกจ้าง
ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

The Legal Issues Concerning the Abilities of Labor Inspectors in the Context of
Employees' Rights to Obtain Money Under the Labor Protection Act B.E. 2541

อาจารย์ มีอินทร์เกิด มีสิทธิ์ (Arjaree Meeintarakerd Meesidhi)¹

E-mail: orarjaree@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาถึงปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับอำนาจของพนักงานตรวจแรงงานกรณีสิทธิได้รับเงินของลูกจ้างตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งมีปัญหาทางกฎหมาย 3 ประการ ได้แก่ (1) ปัญหาการตีความของพนักงานตรวจแรงงานคำว่า “สิทธิได้รับเงิน” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123 (2) ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายกรณีพนักงานตรวจแรงงานอ้างกฎหมายอื่นเพื่อปฏิเสธอำนาจในการวินิจฉัยเกี่ยวกับ “สิทธิการรับเงิน” ของลูกจ้างตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และ (3) ปัญหาอำนาจของพนักงานตรวจแรงงานในการสอบสวนและออกคำสั่งเกี่ยวกับสิทธิการได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 จากการศึกษาวิเคราะห์กฎหมาย คำพิพากษา และคำสั่งพนักงานตรวจแรงงาน จึงได้มีข้อเสนอแนะให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123 และเห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมหลักการหมวด 12 และหมวด 14 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

คำสำคัญ อำนาจของพนักงานตรวจแรงงาน พนักงานตรวจแรงงานเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงิน
สิทธิได้รับเงินของลูกจ้าง ตาม พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

¹รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(Associate Professor of School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University)



Abstract

This present project was undertaken to explore and analyze the legal issues concerning the abilities of labor inspectors in the context of employees' rights to obtain money under the Labor Protection Act B. E. 2541. There are three legal difficulties. (1) Inspectors' interpretation issues pertaining to the word "right to obtain money" under Section 123 of the Labor Protection Act, B.E. 2541; (2) problems with the application of the law whereas the Labor Inspectors cite other legal provisions in order to dispute their authority to make decisions about workers' "right to obtain money" under the Labor Protection Act B.E. 2541; and (3) problem with labor inspectors' authority to examine, investigate, and issue follow-up orders regarding the Labor Protection Act, B.E. 2541, right to obtain money. The results of this study, which included a critical analysis of laws and regulations, court rulings, labor inspector rulings, and orders, indicate that section 123 of the Labor Protection Act, B.E. 2541, definitely needs to be revised and that the principles outlined in Sections 12 and 14 of the same Act also need to be adjusted.

Keywords: The authority of Labor Inspector, Labor Inspector on right to obtain money, Employees' rights to obtain money under the Labor Protection Act B.E. 2541.

1. บทนำ

หลักการและเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ส่วนที่เกี่ยวกับอำนาจของพนักงานตรวจแรงงาน

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เป็นกฎหมายที่วางรากฐานในการคุ้มครองสิทธิแรงงานขั้นพื้นฐานหรือมาตรฐานแรงงานขั้นต่ำ เพื่อให้ลูกจ้างได้รับการคุ้มครองค่าตอบแทนการทำงาน มีสุขภาพอนามัยที่ดี มีความปลอดภัยในชีวิตร่างกาย มีคุณภาพชีวิตที่ดีและประเทศชาติมีความเจริญทางเศรษฐกิจและมีความสงบมั่นคงทางสังคม อีกทั้งยังเป็นกฎหมายเกี่ยวกับความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน ซึ่งมีบทลงโทษทางอาญาอีกด้วย สัญญาหรือข้อตกลงระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างข้อใดที่เป็นการต้องห้ามขัดแย้งตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 (บทบัญญัติที่ใช้คำว่า “ห้ามมิให้”) ย่อมตกเป็นโมฆะตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 150 และสัญญาหรือข้อตกลงระหว่างนายจ้างกับ



ลูกจ้างข้อใดที่เป็นการแตกต่างกับบทบัญญัติของกฎหมาย(บทบัญญัติที่ใช้คำว่า “ให้” หรือ “ต้อง”) ย่อมตกเป็นโมฆะตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์มาตรา 150 และมาตรา 151 เช่นเดียวกัน²

ทั้งนี้เพื่อให้ลูกจ้างมีหลักประกันตามกฎหมายและเข้าถึงสิทธิการคุ้มครองแรงงานโดยใช้กลไกกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานขั้นต้นได้โดยสะดวก กฎหมายจึงบัญญัติให้รัฐมนตรีว่าการกระทรวงแรงงานเป็นผู้รักษาพระราชบัญญัตินี้ และเป็นผู้มีอำนาจแต่งตั้งพนักงานตรวจแรงงานให้มีอำนาจหน้าที่ปฏิบัติเพื่อให้เป็นไปตามกฎหมาย โดยมาจากแนวคิดให้พนักงานตรวจแรงงานมีอำนาจกึ่งตุลาการ (Quasi Judiciary) ในการสอบสวนและมีคำสั่งให้นายจ้างจ่ายเงินตามกฎหมายคุ้มครองแรงงานให้แก่ลูกจ้าง ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ตามมาตรา 123 ถึงมาตรา 125³ โดยจะกำหนดขอบเขตอำนาจหน้าที่และเงื่อนไขในการปฏิบัติหน้าที่ด้วยก็ได้ (มาตรา 6) ซึ่งกฎหมายได้แบ่งภาระงานของพนักงานตรวจแรงงานออกเป็นสองส่วน กล่าวคือ

ส่วนแรก เป็นส่วนของการบังคับใช้กฎหมายในส่วนที่ไม่เกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามกฎหมายบัญญัติไว้ เช่น การรายงานต่ออธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานกรณีที่นายจ้างให้ลูกจ้างหญิงทำงานระหว่างเวลา 24.00 น. ถึง 06.00 น. ซึ่งพนักงานตรวจแรงงานเห็นว่าอาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและความปลอดภัยของลูกจ้างหญิง เป็นต้น

ส่วนที่สอง เป็นส่วนที่เกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามกฎหมาย คำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานที่สั่งตามกฎหมายนี้มีสถานะเป็นคำสั่งทางปกครอง เพียงแต่ในกรณีที่มิคำสั่งเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามกฎหมายนั้น ทั้งพระราชบัญญัตินี้และพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลแรงงานและวิธีพิจารณาคดีแรงงาน พ.ศ. 2522 ได้กำหนดแนวทางกระบวนการยุติธรรมไว้ว่าให้ดำเนินคดีต่อศาลแรงงาน

ซึ่งจะเห็นได้ว่า พนักงานตรวจแรงงานจึงมีบทบาทสำคัญทั้งในการทำความเข้าใจถึงเจตนารมณ์ของกฎหมาย การปฏิบัติที่ถูกต้องตามกฎหมาย การแก้ไขข้อขัดแย้งระหว่างนายจ้างกับลูกจ้างเพื่อให้เกิดความเข้าใจและมีการปฏิบัติที่ถูกต้อง และนายจ้างกับลูกจ้างสามารถทำงานร่วมกันต่อไปได้ ตลอดจนการไกล่เกลี่ยการให้คำแนะนำช่วยเหลือ การรวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานต่าง ๆ ให้ครบถ้วน ก่อนที่จะมีคำสั่งตามกฎหมาย เนื่องด้วยลูกจ้างอาจมีข้อจำกัดในความรู้ทางกฎหมายและการแสวงหา สืบค้นหรือนำพยานหลักฐานมาแสดงต่อพนักงานตรวจแรงงาน

อย่างไรก็ตาม การเรียกร้องสิทธิของลูกจ้างหรือทนายของลูกจ้างตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 นอกจากจะใช้สิทธิต่อพนักงานตรวจแรงงานแล้ว ลูกจ้างสามารถเลือกที่จะยื่นฟ้องต่อศาลแรงงานตามพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลแรงงานและวิธีพิจารณาคดีแรงงาน พ.ศ. 2522 ได้อีกทางหนึ่งด้วย⁴

² เกษมสันต์ วิลาวรรณ. คำอธิบายกฎหมายแรงงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 28). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน. 2563. หน้า 41.

³ พงษ์รัตน์ เครือกลิ่น. กฎหมายแรงงานเกี่ยวกับการเลิกจ้าง. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: ธรรมนิติ. 2562. หน้า 358.

⁴ วิจิตรา (ฟุ้งกล้า) วิเชียรชม. คำอธิบายกฎหมายแรงงาน. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน. 2563. หน้า 339.



สาระสำคัญของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เกี่ยวกับการเรียกร้องสิทธิได้รับเงินตามกฎหมายดังกล่าว บัญญัติไว้ในหมวด 12 การยื่นคำร้องและการพิจารณาคำร้อง ตามมาตรา 123 ถึงมาตรา 125/1 ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญได้ ดังนี้

1. กรณีที่นายจ้างฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินอย่างหนึ่งอย่างใดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ลูกจ้างมีสิทธิยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงาน⁵ ให้พนักงานตรวจแรงงานสอบสวนข้อเท็จจริงและมีคำสั่งภายในหกสิบวันนับแต่วันที่รับคำร้อง

2. เมื่อพนักงานตรวจแรงงานสอบสวนแล้วปรากฏว่าลูกจ้างมีสิทธิได้รับเงินตามพระราชบัญญัตินี้ ให้พนักงานตรวจแรงงานมีคำสั่งให้นายจ้างจ่ายเงินดังกล่าวให้แก่ลูกจ้างภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ทราบหรือถือว่าได้ทราบคำสั่ง⁶

3. กรณีที่นายจ้างได้ปฏิบัติตามคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานภายในระยะเวลาที่กำหนด การดำเนินคดีอาญาต่อนายจ้างให้เป็นอันระงับไป⁷

4. กรณีที่นายจ้างหรือลูกจ้างไม่พอใจคำสั่งนั้น ให้นำคดีไปสู่ศาลได้ภายในสามสิบวันนับแต่วันที่ทราบคำสั่ง หากนายจ้างเป็นฝ่ายนำคดีไปสู่ศาล นายจ้างต้องวางเงินต่อศาลตามจำนวนที่ถึงกำหนดจ่ายตามคำสั่งนั้น จึงจะมีสิทธิฟ้องคดีได้⁸

ในการปฏิบัติการตามหน้าที่ ให้พนักงานตรวจแรงงานมีอำนาจ ดังต่อไปนี้

(1) เข้าไปในสถานประกอบกิจการหรือสำนักงานของนายจ้าง และสถานที่ทำงานของลูกจ้างในเวลาทำการ เพื่อตรวจสอบสภาพการทำงานของลูกจ้างและสภาพการจ้าง สอบถามข้อเท็จจริง ถ่ายภาพ ถ่ายสำเนาเอกสารที่เกี่ยวกับการจ้าง การจ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุด และทะเบียนลูกจ้าง เก็บตัวอย่างวัสดุหรือผลิตภัณฑ์เพื่อวิเคราะห์เกี่ยวกับความปลอดภัยในการทำงาน และกระทำการอย่างอื่นเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงในอันที่จะปฏิบัติการให้เป็นไปตามพระราชบัญญัตินี้

(2) มีหนังสือสอบถามหรือเรียกนายจ้าง ลูกจ้าง หรือบุคคลซึ่งเกี่ยวข้องมาชี้แจงข้อเท็จจริงหรือให้ส่งสิ่งของหรือเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อประกอบการพิจารณา และ

(3) มีคำสั่งเป็นหนังสือให้นายจ้างหรือลูกจ้างปฏิบัติให้ถูกต้องตามพระราชบัญญัตินี้

นอกจากนี้ เพื่อให้การปฏิบัติหน้าที่ของพนักงานตรวจแรงงานเป็นไปตามความมุ่งหมายของกฎหมายในเรื่อง “สิทธิได้รับเงิน” อย่างใดอย่างหนึ่งตามกฎหมายฉบับนี้ อธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทาง

⁵ มาตรา 123 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

⁶ มาตรา 124 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

⁷ มาตรา 124/1 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

⁸ มาตรา 125 และในหมวด 14 พนักงานตรวจแรงงาน มาตรา 139 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

⁹ พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123 ถึงมาตรา 125/1 และมาตรา 139.



ปกครอง พ.ศ. 2539 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 จึงได้ออกระเบียบว่าด้วยการรับคำร้องและการพิจารณาคำร้องของพนักงานตรวจแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งระเบียบดังกล่าวแบ่งเป็น 5 หมวดคือ หมวด 1 การรับคำร้อง หมวด 2 การพิจารณาคำร้อง หมวด 3 คำสั่งพนักงานตรวจแรงงาน หมวด 4 การอุทธรณ์คำสั่งพนักงานตรวจแรงงาน หมวด 5 การเพิกถอนหรือการแก้ไขเพิ่มเติมคำสั่ง และหมวด 6 การบังคับตามคำสั่ง โดยให้อธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานรักษาการตามระเบียบนี้และให้มีอำนาจตีความและวินิจฉัยปัญหา กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีปฏิบัติเพื่อดำเนินการให้เป็นไปตามระเบียบนี้

ส่วนการสอบสวนเพื่อออกคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานปรากฏสาระสำคัญตามระเบียบดังกล่าว ดังนี้¹⁰

ข้อ 8 กำหนดให้พนักงานตรวจแรงงานแห่งท้องที่ที่ถูกจ้างทำงานอยู่เป็นผู้รับผิดชอบในการสอบสวนข้อเท็จจริง รวบรวมเอกสาร พยานหลักฐานจากนายจ้าง ลูกจ้าง และผู้เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีคำสั่งวินิจฉัยคำร้องของลูกจ้างหรือทายาทโดยธรรมของลูกจ้างซึ่งถึงแก่ความตาย

ข้อ 9 กำหนดให้การสอบสวนข้อเท็จจริง การรวบรวมเอกสารและพยานหลักฐาน พนักงานตรวจแรงงานแห่งท้องที่ที่รับผิดชอบ อาจขอความร่วมมือพนักงานตรวจแรงงานท้องที่อื่นที่เกี่ยวข้องดำเนินการสอบสวนข้อเท็จจริง รวบรวมเอกสารและพยานหลักฐานให้ก็ได้

ข้อ 11 กำหนดให้พนักงานตรวจแรงงานแจ้งสิทธิและหน้าที่ในกระบวนการพิจารณาให้คู่กรณีทราบตามความจำเป็นแก่กรณี ถ้าคำร้อง คำให้การ หรือคำชี้แจง มีข้อบกพร่องหรือมีข้อความที่อ่านไม่เข้าใจหรือหลงผิดอันเห็นได้ชัดว่าเกิดจากความไม่รู้หรือความเลินเล่อของคู่กรณี ให้พนักงานตรวจแรงงานแนะนำให้คู่กรณีแก้ไขเพิ่มเติมให้ถูกต้อง

ข้อ 12 กำหนดว่า ในการสอบสวนข้อเท็จจริงจากคู่กรณี ให้พนักงานตรวจแรงงานทำการสอบสวนข้อเท็จจริงโดยเปิดเผย ในการนี้คู่กรณีมีสิทธินำทนายความหรือที่ปรึกษาของตนร่วมได้

ข้อ 14 กำหนดว่า พนักงานตรวจแรงงานต้องพิจารณาพยานบุคคล เอกสาร หรือหลักฐานที่เห็นว่าจำเป็นแก่การพิสูจน์ข้อเท็จจริง ทั้งนี้ ให้รวมถึงการดำเนินการดังต่อไปนี้ (1) แสวงหาพยานหลักฐานทุกอย่างที่เกี่ยวข้อง (2) รับฟังพยานบุคคล หลักฐาน คำชี้แจง หรือความเห็นของคู่กรณี พยาน หรือพยานผู้เชี่ยวชาญที่คู่กรณีกล่าวอ้าง เว้นแต่พนักงานตรวจแรงงานเห็นว่าเป็นการกล่าวอ้างที่ไม่จำเป็น ฟุ่มเฟือย หรือเพ้อประวิงเวลา (3) ขอข้อเท็จจริงหรือความเห็นจากคู่กรณี พยานบุคคล หรือพยานผู้เชี่ยวชาญ (4) ขอให้ผู้ครอบครอง

¹⁰ ระเบียบกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ว่าด้วยการรับคำร้องและการพิจารณาคำร้องของพนักงานตรวจแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541, พ.ศ. 2554, พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2564.



เอกสารส่งเอกสารที่เกี่ยวข้อง (5) ออกไปตรวจสอบสถานที่ และข้อ 15 พนักงานตรวจแรงงานต้องให้คู่กรณีมีโอกาสที่จะได้ทราบข้อเท็จจริงอย่างเพียงพอ และมีโอกาสจะได้โต้แย้งหรือแสดงพยานหลักฐานของตน

จากการศึกษาระเบียบดังกล่าว จะเห็นได้ว่าเป็นระเบียบที่กำหนดถึงกระบวนการในการสอบสวนเพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงที่ครบถ้วนถูกต้องเพียงพอแก่การวินิจฉัยคำร้องตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ที่ว่า “เพื่อประโยชน์ในการคุ้มครองแรงงานซึ่งส่วนใหญ่เป็นคนยากจน มีความยากลำบากและมีข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ เพื่อให้ได้รับสิทธิประโยชน์ที่กฎหมายคุ้มครองโดยสะดวก รวดเร็วและเป็นธรรม”

อย่างไรก็ตาม ในการพิจารณาคำร้อง การสอบสวน วินิจฉัยและออกคำสั่งในส่วนที่เกี่ยวกับ “สิทธิการได้รับเงิน” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ยังคงมีข้อโต้แย้งทางกฎหมาย และมีปัญหาในทางปฏิบัติตลอดจนการบังคับใช้กฎหมายอยู่หลายประการ ดังจะได้กล่าวถึงปัญหาทางกฎหมายหรือการบังคับใช้กฎหมายของพนักงานตรวจแรงงานในลำดับต่อไป

2. ปัญหาการใช้อำนาจของพนักงานตรวจแรงงานในส่วนที่เกี่ยวกับสิทธิเป็นตัวเงินตามพระราชบัญญัติ

คุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

2.1 ปัญหาการตีความของพนักงานตรวจแรงงานคำว่า “สิทธิได้รับเงิน” ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123

ปัญหานี้สืบเนื่องมาจากบทบัญญัติตามมาตรา 123 วรรคหนึ่ง ที่บัญญัติว่า “ในกรณีที่นายจ้างฝ่าฝืนหรือปฏิบัติตามเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินอย่างหนึ่งอย่างใดตามพระราชบัญญัตินี้และลูกจ้างมีความประสงค์ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้ให้ลูกจ้างมีสิทธิยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงานแห่งท้องที่ที่ลูกจ้างทำงานอยู่หรือที่นายจ้างมีภูมิลำเนาอยู่ตามแบบที่อธิบดีกำหนด” นั้น เมื่อลูกจ้างยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงานเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123ซึ่งในทางปฏิบัติปัญหานี้เป็นกรณีที่พนักงานตรวจแรงงานได้ตีความคำว่า “สิทธิได้รับเงิน” ว่า หมายถึงเงินตามที่กฎหมายฉบับนี้บัญญัติไว้เท่านั้น ไม่รวมถึงเงินที่นายจ้างให้เองฝ่ายเดียวหรือตกลงให้ตามสัญญาจ้างแรงงาน หรือเงินตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 108 เช่น เงินบำเหน็จ เบี้ยขยัน เงินโบนัส หรือเงินช่วยเหลือการศึกษาบุตร เป็นต้น¹¹

ดังนั้น หากลูกจ้างยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงาน เพื่อเรียกร้องเงินดังกล่าว และพนักงานตรวจแรงงานได้วินิจฉัยว่า เงินที่ลูกจ้างเรียกร้องดังกล่าว มิใช่เงิน ตามที่พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ.

¹¹ เรื่องเดิม. หน้า 193.



2541 ได้บัญญัติไว้ ทำให้พนักงานตรวจแรงงานจึงไม่มีอำนาจวินิจฉัยตามมาตรา 123 และมาตรา 124 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541¹²

ผู้เขียนเห็นว่า การตีความเช่นนี้เป็นการตีความอย่างแคบ ทำให้ลูกจ้างไม่สามารถใช้สิทธิเรียกร้องเงินตามสัญญาจ้างแรงงานหรือตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานซึ่งถือได้ว่าเป็นเงินตามพระราชบัญญัตินี้ต่อพนักงานตรวจแรงงานซึ่งเป็นกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานขั้นต้นตามเจตนารมณ์ของกฎหมายได้ ส่งผลให้ลูกจ้างได้รับความเสียหายในการเข้าไม่ถึงสิทธิขั้นพื้นฐานที่สมควรได้รับ ซึ่งเป็นปัญหาที่สามารถแก้ไขได้โดยเห็นสมควรให้มีการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายมาตรา 123 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งผู้เขียนจะได้กล่าวถึงในส่วนของการข้อเสนอแนะต่อไป

2.2 ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายกรณีพนักงานตรวจแรงงานอ้างกฎหมายอื่น เพื่อปฏิเสธอำนาจในการวินิจฉัยเกี่ยวกับ “สิทธิการรับเงิน” ของลูกจ้างตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

ปัญหาดังกล่าวเป็นกรณีที่ลูกจ้างเรียกร้องสิทธิได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งเป็นค่าชดเชยและค่าจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้ากรณีที่ถูกเลิกจ้างโดยไม่มีความผิดใดๆ

ในทางปฏิบัตินายจ้างมักอ้างว่า “นายจ้างได้จ่ายให้แก่ลูกจ้างแล้วแต่ได้มีการหักเงินดังกล่าวไปชำระหนี้แก่สหกรณ์ออมทรัพย์ที่ลูกจ้างเป็นสมาชิกและเป็นหนี้เงินกู้ ตามที่มีข้อตกลงไว้กับสหกรณ์ฯ ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 มาตรา 42/1 พนักงานตรวจแรงงานจึงไม่มีอำนาจวินิจฉัยคำร้องดังกล่าว”¹³

ในประเด็นปัญหานี้ ได้มีการนำคดีขึ้นสู่ศาลแรงงาน ซึ่งทั้งศาลแรงงานชั้นต้นและศาลอุทธรณ์คดีชำนาญพิเศษ แผนกคดีแรงงาน ได้มีคำวินิจฉัยวินิจฉัยไปในแนวทางเดียวกัน ดังนี้

“คำสั่งดังกล่าวของพนักงานตรวจแรงงาน ที่ระบุว่าไม่มีอำนาจพิจารณา เพราะเงินค่าชดเชยและสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้าไม่ใช่เงินค่าจ้าง จึงไม่วินิจฉัยให้นั้นไม่ชอบด้วยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เนื่องจากสิทธิและนิติสัมพันธ์ระหว่างโจทก์ทั้งหมดกับจำเลยที่ 2 เป็นความสัมพันธ์ในลักษณะที่เกิดจากสัญญาจ้างแรงงาน กรณีดังกล่าวจึงเป็นอำนาจของพนักงานตรวจแรงงานในการที่จะวินิจฉัยว่า การที่จำเลยที่ 2 หักเงินค่าชดเชยและสินจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้าเพื่อชำระหนี้สหกรณ์ให้แก่โจทก์ทั้งสิบเจ็ด ซึ่งเป็นลูกจ้างนั้นชอบด้วยกฎหมายหรือไม่ ขัดต่อกฎหมายคุ้มครองแรงงานหรือไม่ การที่พนักงานตรวจแรงงานในฐานะจำเลยที่ 2 ไม่ได้วินิจฉัยในเรื่องนี้ไว้ในคำสั่ง จึงไม่ชอบสำหรับข้อกล่าวอ้าง”¹⁴

¹² คำสั่งพนักงานตรวจแรงงานที่ 297-302/2564 ลงวันที่ 16 กันยายน 2564).

¹³ คำสั่งพนักงานตรวจแรงงานที่ 297-303, 306 /2564 ลงวันที่ 16 กันยายน 2564 และที่ 320/2564 ลงวันที่ 7 ตุลาคม 2564.

¹⁴ คำพิพากษาของศาลแรงงานกลาง คดีหมายเลขแดงที่ ร 157-173/2566 อ่านเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2566 คดีหมายเลขแดงที่ ร 256-264/2566 อ่านเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2566 และคดีหมายเลขแดงที่ ร 903-922/2566 อ่านเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2567 และคำพิพากษาศาลอุทธรณ์คดีชำนาญพิเศษที่ 4922-4938/2566 วันที่ 30 สิงหาคม 2566 ,ที่5040-5048/2566 วันที่ 8 กันยายน 2566 และที่ 5459-5478/2566 วันที่ 2 พฤศจิกายน 2566).



จากคำวินิจฉัยของศาลดังกล่าว ผู้เขียนเห็นว่าส่งผลดีให้กับลูกจ้างเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากการที่พนักงานตรวจแรงงานได้วินิจฉัยว่า “ลูกจ้างไม่มีสิทธิยื่นคำร้องขอรับเงินตามพระราชบัญญัตินี้ต่อพนักงานตรวจแรงงาน” แต่ศาลมีคำวินิจฉัยว่า “ลูกจ้างมีสิทธิยื่นคำร้องขอรับเงินตามพระราชบัญญัตินี้ต่อพนักงานตรวจแรงงาน” จึงเป็นกรณีที่อยู่ในอำนาจวินิจฉัยและออกคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงาน ซึ่งผู้เขียนเห็นด้วยกับคำพิพากษานี้เป็นอย่างยิ่ง เพราะเป็นไปตามหลักกฎหมายและตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ที่ว่า “เพื่อให้ลูกจ้างมีหลักประกันตามกฎหมายและเข้าถึงสิทธิการคุ้มครองแรงงานโดยการใช้กลไกกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานขั้นต้นได้โดยสะดวก”

กล่าวโดยสรุป ปัญหาได้รับการแก้ไขแล้วโดยคำพิพากษาของศาล

2.3 ปัญหาอำนาจของพนักงานตรวจแรงงานในการสอบสวนและออกคำสั่งเกี่ยวกับสิทธิการได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541

ปัญหานี้เป็นกรณีที่ลูกจ้างได้ยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงานเพื่อเรียกร้องสิทธิได้รับเงินตามกฎหมายฉบับนี้ และในการพิจารณาคำร้อง วินิจฉัยและออกคำสั่ง พนักงานตรวจแรงงานได้ปฏิบัติตามระเบียบกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ว่าด้วยการรับคำร้องและการพิจารณาคำร้องของพนักงานตรวจแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 พ.ศ. 2554 หรือไม่

จากปัญหาดังกล่าว จึงทำให้มีปัญหาดังกล่าวในทางกฎหมายว่า ประเด็นที่ว่าลูกจ้างมีได้ระบุในคำร้องนั้น พนักงานตรวจแรงงานมีอำนาจสอบสวนและออกคำสั่งหรือไม่

ซึ่งศาลฎีกาได้พิพากษาไว้เป็นบรรทัดฐานแล้วว่า ถ้าไม่ระบุในคำร้อง พนักงานตรวจแรงงาน ไม่มี อำนาจสอบสวนและออกคำสั่ง¹⁵

ในประเด็นการสอบสวนเพื่อรวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานก่อนออกคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงาน มีกฎหมายบัญญัติเกี่ยวกับการสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานไว้หรือไม่ ระเบียบกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานว่าด้วยการรับคำร้องและพิจารณาคำร้องดังกล่าวเป็นระเบียบเกี่ยวกับการสอบสวนหรือไม่ และถือว่ากฎหมายได้บัญญัติเกี่ยวกับการสอบสวนไว้หรือไม่

ปัญหาดังกล่าวส่งผลกระทบต่อการใช้กฎหมายของพนักงานตรวจแรงงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการรวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานของพนักงานตรวจแรงงานในฐานะที่เป็นกลไกกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานขั้นต้น ซึ่งเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามกฎหมายฉบับนี้ หากผู้กรณียังไม่เห็นพ้องด้วยกับคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงาน

เมื่อพิจารณาข้อกฎหมายตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ที่ได้บัญญัติให้นำคดีสู่ศาลแรงงานภายในเวลา 30 วันนับแต่ทราบคำสั่ง และเกี่ยวพันไปถึงชั้นศาลอุทธรณ์และชั้นขออนุญาติฎีกาด้วย ประเด็นทางกฎหมายที่คู่ความมักกล่าวอ้างหรือโต้แย้งกันคือ “พนักงานตรวจแรงงานได้สอบสวนโดย

¹⁵ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 8631/2550.



ชอบด้วยระเบียบและกฎหมายแล้วหรือไม่” รวมทั้งในการวินิจฉัยข้อกฎหมายของศาลแรงงานจำต้องยึดถือข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานตามที่พนักงานตรวจแรงงานได้ดำเนินการหรือคู่ความมีสิทธินำเสนอพยานหลักฐานเพิ่มเติมได้อีก ตลอดจนพนักงานตรวจแรงงาน**เพียงคนเดียว**ที่ออกคำสั่งตามกฎหมายนั้นมีความสมบูรณ์หรือมีประสิทธิภาพเพียงพอแล้วหรือไม่

ดังนั้น ในทางปฏิบัติส่งผลทำให้ลูกจ้างที่ใช้สิทธิทางศาลในกรณีนี้จึงต้องเผชิญกับปัญหาที่ว่า “เรื่องเดียวกัน มีการสอบสวนและออกคำสั่งโดยพนักงานตรวจแรงงานแล้ว ยังต้องมานำสืบพยานหลักฐานในศาลแรงงานอีกในทำนองดำเนินการซ้ำอีก” โดยผู้เขียนเห็นว่าการกระทำดังกล่าวทำให้กระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานเกิดความล่าช้าและเป็นภาระแก่ลูกจ้าง รวมทั้งกระทบต่องบประมาณของประเทศ ดังที่ปรากฏตามคำพิพากษาของศาลฎีกาที่ได้วินิจฉัยว่า “...การพิจารณาและสืบพยานคดีแรงงานมีบัญญัติไว้ในพระราชบัญญัติจัดตั้งศาลแรงงานและวิธีพิจารณาคดีแรงงาน พ.ศ. 2522 แล้ว หากได้มีบทบัญญัติใดกำหนดไว้ว่าหากเป็นคดีนายจ้างหรือลูกจ้างนำคดีมาสู่ศาลแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 125 แล้ว ในการพิจารณาคดีศาลแรงงานต้องพิจารณาข้อเท็จจริงตามที่พนักงานตรวจแรงงานรับฟังยุติไว้ในสำนวนหรือต้องพิจารณาพยานหลักฐานเฉพาะที่ปรากฏจากการสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานเท่านั้นไม่ เพราะการสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานมิได้มีบทบัญญัติกฎหมายกำหนดวิธีการสอบสวนไว้ โดยเฉพาะ ทั้งกระทำการสอบสวนและใช้ดุลพินิจออกคำสั่งเพียงลำพังคนเดียว การสอบสวนหาข้อเท็จจริงในชั้นสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานจึงอาจมีข้อบกพร่องได้ ฉะนั้นในการพิจารณาคดีแรงงานคู่ความย่อมมีสิทธิอ้างและนำสืบพยานหลักฐานเพิ่มเติมต่อศาลแรงงานได้ ส่วนพยานหลักฐานที่เพิ่มเติมนั้นจะรับฟังได้เพียงใดขึ้นอยู่กับน้ำหนักของพยานหลักฐานนั้น...”

ต่อมาในปี 2564 มีคดีในประเด็นดังกล่าวสู่ศาลแรงงานจนถึงชั้นศาลอุทธรณ์ฯ ซึ่งศาลอุทธรณ์คดีชำนาญพิเศษก็ได้วินิจฉัยและพิพากษาว่า “ระเบียบกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ว่าด้วยการรับคำร้องและการพิจารณาคำร้องของพนักงานตรวจแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 พ.ศ. 2554 มิได้กำหนดวิธีการสอบสวนไว้โดยเฉพาะ แต่เป็นการกำหนดให้พนักงานตรวจแรงงานได้ใช้ดุลพินิจในการพิจารณาพยานบุคคล พยานเอกสาร หรือหลักฐานที่เห็นว่าจำเป็นแก่การพิสูจน์ข้อเท็จจริงหรือให้คู่กรณีทราบข้อเท็จจริงอย่างเพียงพอและมีโอกาสโต้แย้งหรือแสดงพยานหลักฐานของตนแล้วออกคำสั่งไปตามดุลพินิจของพนักงานตรวจแรงงาน อีกทั้งในการพิจารณาคดีของศาลแรงงานภาค 6 ก็ไม่ต้องพิจารณาตามข้อเท็จจริงที่พนักงานตรวจแรงงานรับฟังยุติไว้ในสำนวนหรือต้องพิจารณาพยานหลักฐานเฉพาะที่ปรากฏจากการสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานเท่านั้น”¹⁶

จากคำพิพากษาดังกล่าวนับว่าเป็นปัญหาสำคัญต่อการปฏิบัติหน้าที่และการบังคับใช้กฎหมายของพนักงานตรวจแรงงานในฐานะกลไกกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานขั้นต้นเป็นอย่างยิ่ง ซึ่งผู้เขียนเห็นว่า

¹⁶ คำพิพากษาของศาลอุทธรณ์คดีชำนาญพิเศษ ที่ 4956/2566 วันที่ 1 กันยายน 2566.



จำต้องพิจารณาถึงเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เกี่ยวกับการคุ้มครองสิทธิได้รับเงินของลูกจ้างตามกฎหมาย การสอบสวนและออกคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานในฐานะกลไกกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานขั้นต้นว่าเป็นไปตามเจตนารมณ์ของกฎหมายหรือไม่ เพียงใด โดยมีปัญหา 2 ประการเห็นควรหยิบยกเพื่อพิจารณา ดังนี้

ปัญหาประการแรก กรณีพนักงานตรวจแรงงานตีความคำว่าสิทธิได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123 ว่าหมายถึงเงินตามที่กฎหมายฉบับนี้บัญญัติไว้เท่านั้น

กรณีดังกล่าวผู้เขียนเห็นว่า สิทธิได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ย่อมหมายความรวมถึงเงินทุกประเภทที่นายจ้างตกลงจ่ายให้ลูกจ้างตามสัญญาจ้างแรงงานและตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานตามมาตรา 108 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 เนื่องจากตามบทนิยามของกฎหมายดังกล่าวในมาตรา 5 ได้นิยามความหมายของนายจ้างกับลูกจ้างและสัญญาจ้างไว้ชัดเจนแล้ว รวมทั้งตามมาตรา 14 ก็ได้วางหลักไว้ว่าให้นายจ้างปฏิบัติตามสัญญาจ้างให้ถูกต้องตามสิทธิและหน้าที่ที่กำหนดไว้ในประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ เว้นแต่กฎหมายฉบับนี้กำหนดไว้เป็นอย่างอื่น ส่วนสิทธิได้รับเงินที่นายจ้างกำหนดไว้ในข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานนั้น ข้อบังคับดังกล่าวพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 กำหนดให้นายจ้างเป็นผู้จัดทำ ข้อบังคับที่ขอบด้วยกฎหมายย่อมมีสถานะเป็นส่วนหนึ่งของสัญญาจ้างหรือเป็นเงื่อนไขเกี่ยวกับการจ้างหรือการทำงานซึ่งมีผลผูกพันให้นายจ้างและลูกจ้างต้องปฏิบัติตามกฎหมาย

จากปัญหาดังกล่าว ผู้เขียนเห็นว่า “เงินใดๆ ที่กำหนดไว้ในสัญญาจ้างหรือข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ย่อมตีความได้ว่าหมายถึงสิทธิได้รับเงินตามพระราชบัญญัตินี้” และผู้เขียนเห็นว่าคำวินิจฉัยของพนักงานตรวจแรงงานที่วินิจฉัยว่ามีใช้เงินตามพระราชบัญญัตินี้จึงยังมีความคลาดเคลื่อนต่อเจตนารมณ์ของกฎหมายหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า “ไม่ตรงกับเจตนารมณ์ของกฎหมาย”

ปัญหาประการที่สอง กรณีการไม่ปฏิบัติตามกฎหมายฉบับนี้เนื่องจากมีข้อตกลงไว้ตามกฎหมายอื่น คือ พระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 มาตรา 42/1 พนักงานตรวจแรงงานจึงไม่มีอำนาจวินิจฉัยนั้น

ผู้เขียนเห็นว่า เมื่อลูกจ้างได้ยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงานเรียกร้องสิทธิในเงินค่าชดเชยและค่าจ้างแทนการบอกกล่าวล่วงหน้า โดยที่ลูกจ้างมิได้กระทำความผิดตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 119 อันเป็นการใช้สิทธิเรียกร้องซึ่งมีการโต้แย้งสิทธิตามสัญญาจ้างแรงงานและตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 แล้ว ย่อมเป็นอำนาจหน้าที่ของพนักงานตรวจแรงงานที่จะต้องดำเนินการตามกฎหมาย แม้นายจ้างจะอ้างว่าได้นำเงินดังกล่าวไปมอบให้สหกรณ์ออมทรัพย์ ซึ่งลูกจ้างกับสหกรณ์ออมทรัพย์มีนิติสัมพันธ์กันตามสัญญากู้เงิน อันเป็นการปฏิบัติตามที่ลูกจ้างได้ทำหนังสือให้ความ



ยินยอมไว้กับสหกรณ์ออมทรัพย์ ตามพระราชบัญญัติสหกรณ์ พ.ศ. 2542 มาตรา 42/1 ก็ตาม ในประเด็นดังกล่าวนี้มีการนำคดีสู่ศาล ซึ่งทั้งศาลแรงงานชั้นต้นและศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์พิเศษได้วินิจฉัยและพิพากษาในแนวทางเดียวกันว่า “กรณีดังกล่าวพนักงานตรวจแรงงานมีอำนาจหน้าที่วินิจฉัย ที่พนักงานตรวจแรงงานวินิจฉัยว่าตนไม่มีอำนาจวินิจฉัยนั้นเป็นการไม่ชอบด้วยกฎหมาย”¹⁷

จากปัญหาข้อ 2.3 เรื่องอำนาจการสอบสวนและการวินิจฉัยออกคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานว่ามีกฎหมายบัญญัติวิธีการสอบสวนไว้โดยเฉพาะแล้วหรือไม่นั้น ผู้เขียนเห็นว่า ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 124 ได้บัญญัติไว้ชัดเจนแล้วว่า เมื่อมีการยื่นคำร้องตามมาตรา 123 ให้พนักงานตรวจแรงงานสอบสวนข้อเท็จจริงและมีคำสั่งภายใน 60 วันนับแต่วันที่รับคำร้องและระเบียบกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ว่าด้วยการรับคำร้องและการพิจารณาคำร้อง ฯ ดังกล่าวเป็นระเบียบที่ออกโดยมีที่มาตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 และพระราชบัญญัติวิธีปฏิบัติราชการทางปกครอง พ.ศ. 2539 อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 32 แห่งพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน พ.ศ. 2534 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการแผ่นดิน (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2545 ที่ให้อำนาจอธิบดีกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงานออกระเบียบไว้ เพื่อให้พนักงานตรวจแรงงานมีอำนาจหน้าที่ในการรับคำร้อง สอบสวน วินิจฉัยและออกคำสั่งเกี่ยวกับการเรียกร้องสิทธิได้รับเงินตามกฎหมาย ระเบียบดังกล่าวได้กล่าวถึงที่มา อำนาจตามกฎหมาย และเพื่อให้การรับคำร้องและการพิจารณาคำร้องของพนักงานตรวจแรงงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย เป็นธรรม และเป็นระบบจึงมีสภาพบังคับตามกฎหมายและเป็นคำสั่งทางปกครอง เพียงแต่หากฝ่ายใดไม่เห็นด้วยกับคำสั่งของพนักงานตรวจแรงงานเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามกฎหมาย พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 บัญญัติให้ฟ้องคดีต่อศาลแรงงานเพื่อให้เพิกถอน หรือฟ้องเพื่อบังคับให้มีการปฏิบัติตามคำสั่งนั้น รวมทั้งกฎหมายยังได้บัญญัติให้การขอรับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 อาทิ เงินกองทุนสงเคราะห์ลูกจ้างจะต้องผ่านขั้นตอนพนักงานตรวจแรงงานออกคำสั่งแล้ว และการไม่ปฏิบัติตามคำสั่งพนักงานตรวจแรงงานยังก่อให้เกิดสภาพบังคับในทางอาญาอีกด้วย เช่น ระเบียบฯ ข้อ 26 กรณีนายจ้างไม่ชำระเงินตามคำสั่ง ให้พนักงานตรวจแรงงานใช้มาตรการบังคับตามคำสั่งโดยการดำเนินคดีอาญา เป็นต้น จึงเป็นกรณีที่มีกฎหมายและระเบียบรองรับให้พนักงานตรวจแรงงานสอบสวนก่อนที่จะออกคำสั่ง มิใช่เรื่องดุลพินิจในการรับฟังพยานหลักฐานของพนักงานตรวจแรงงาน ดังที่ศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์พิเศษวินิจฉัย ส่วนคำพิพากษาของศาลฎีกาที่ 8792/2550 ที่มีคำวินิจฉัยส่วนหนึ่งว่า “...เพราะการสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานมิได้มีบทบัญญัติกฎหมายกำหนดวิธีการสอบสวนไว้โดยเฉพาะทั้งกระทำการสอบสวนและใช้ดุลพินิจออกคำสั่งเพียงลำพังคนเดียว การสอบสวนหาข้อเท็จจริงในชั้นสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานจึงอาจมีข้อบกพร่องได้...” นั้น

¹⁷ เรื่องเดิม.



ผู้เขียนเห็นว่าน่าจะยังมีความคลาดเคลื่อนต่อเจตนารมณ์และบทบัญญัติมาตรา 124 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นแห่งคดีตามคำวินิจฉัยของศาลฎีกา ดังกล่าวเป็นเรื่องที่คุณความฝ่ายหนึ่งอุทธรณ์ให้ศาลแรงงานรับฟังข้อเท็จจริงและวินิจฉัยคดีตามข้อเท็จจริงที่ได้มาตามทางการสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานเท่านั้น ศาลฎีกาจึงได้วินิจฉัยดังกล่าว ฎีกาดังกล่าวมิได้มีประเด็นพิพาทเกี่ยวกับระเบียบกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ว่าด้วยการรับคำร้องและการพิจารณา คำร้องของพนักงานตรวจแรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 พ.ศ.2554 หรือ การสอบสวนของพนักงานตรวจแรงงานชอบด้วยกฎหมาย หรือไม่ แต่อย่างใด

กล่าวโดยสรุป ปัญหาอำนาจของพนักงานตรวจแรงงานในการสอบสวนและออกคำสั่งเกี่ยวกับสิทธิการได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 พ.ศ. 2554 ประเด็นที่ว่าลูกจ้าง มิได้ระบุในคำร้อง พนักงานตรวจแรงงานมีอำนาจสอบสวนและออกคำสั่งหรือไม่นั้น ศาลฎีกาได้พิพากษาไว้ เป็นบรรทัดฐานแล้วว่า ถ้าไม่ระบุในคำร้อง พนักงานตรวจแรงงาน ไม่มีอำนาจสอบสวนและออกคำสั่ง¹⁸ ส่วนปัญหากรณีพนักงานตรวจแรงงานตีความคำว่าสิทธิได้รับเงินตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123 ว่าหมายถึงเงินตามที่กฎหมายฉบับนี้บัญญัติไว้เท่านั้น ผู้เขียนเห็นว่าสิทธิได้รับเงิน ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ย่อมหมายความรวมถึงเงินทุกประเภทที่นายจ้างตกลงจ่ายให้ ลูกจ้างตามสัญญาจ้างแรงงานและตามที่กำหนดไว้ในข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงานตามมาตรา 108 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ด้วยแล้ว

3. บทสรุปและข้อเสนอแนะ

เมื่อได้พิจารณาเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ทำให้เห็นว่า การบังคับใช้กฎหมายของพนักงานตรวจแรงงานในฐานะเป็นเจ้าพนักงานตามกฎหมาย โดยมีอำนาจหน้าที่วินิจฉัยและออก คำสั่งเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามกฎหมายฉบับนี้ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลไกในระบบกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงาน ขั้นต้น มีบทบาทสำคัญต่อการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นสิทธิแรงงานขั้นพื้นฐานหรือมาตรฐานแรงงานขั้นต่ำและ สภาพปัญหาที่เกี่ยวกับการใช้อำนาจของพนักงานตรวจแรงงานดังกล่าวแล้วข้างต้น

ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

(1) เห็นควรแก้ไขปรับปรุงพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123 ให้มีความชัดเจน และครอบคลุมทั้งเงินที่กฎหมายบัญญัติไว้ สิทธิได้รับเงินตามสัญญาจ้างแรงงานและเงินตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน แต่การดำเนินคดีอาญาในส่วนที่เกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามคำสั่งพนักงานตรวจแรงงานให้มีสิทธิ เฉพาะประเด็นเงินที่พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 บัญญัติไว้เท่านั้น

¹⁸ คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 8631/2550.



จากเดิมที่บัญญัติไว้ว่า “มาตรา 123 ในกรณีที่นายจ้างฝ่าฝืนหรือปฏิบัติตามเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินอย่างหนึ่งอย่างใดตามพระราชบัญญัตินี้และลูกจ้างมีความประสงค์ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้ให้ลูกจ้างมีสิทธิยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงานแห่งท้องที่ที่ลูกจ้างทำงานอยู่หรือที่นายจ้างมีภูมิลำเนาอยู่ตามแบบที่อธิบดีกำหนด”

ผู้เขียนเห็นสมควรแก้ไขเพิ่มเติมเป็น “มาตรา 123 ในกรณีที่นายจ้างฝ่าฝืนหรือปฏิบัติตามเกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามสัญญาจ้างแรงงาน เงินตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน และสิทธิได้รับเงินอย่างหนึ่งอย่างใดตามพระราชบัญญัตินี้และลูกจ้างมีความประสงค์ให้พนักงานเจ้าหน้าที่ดำเนินการตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ลูกจ้างมีสิทธิยื่นคำร้องต่อพนักงานตรวจแรงงานแห่งท้องที่ที่ลูกจ้างทำงานอยู่หรือที่นายจ้างมีภูมิลำเนาอยู่ตามแบบที่อธิบดีกำหนด”

(2) เห็นควรแก้ไขเพิ่มเติมหลักการหมวด 12 และหมวด 14 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 โดยที่หมวด 12 เป็นหลักกฎหมายเกี่ยวกับ การยื่นคำร้องและการพิจารณาคำร้อง และหมวด 14 เป็นหลักกฎหมายเกี่ยวกับ อำนาจหน้าที่ของพนักงานตรวจแรงงาน เพื่อกำหนดมาตรการทางกฎหมายให้พนักงานตรวจแรงงานดำเนินกระบวนการรับคำร้อง รวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐาน และออกคำสั่ง **ตามระบบไต่สวน** (ซึ่งจากเดิมไม่ใช่ระบบไต่สวน) กล่าวคือให้พนักงานตรวจแรงงานเป็นผู้มีบทบาทหลักในการรวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานเพื่อวินิจฉัยและออกคำสั่งที่เกี่ยวกับสิทธิได้รับเงินตามกฎหมาย สิทธิได้รับเงินตามสัญญาจ้างและเงินตามข้อบังคับเกี่ยวกับการทำงาน ทั้งนี้ นอกจากจะเป็นการพัฒนาบทบาทหน้าที่ของพนักงานตรวจแรงงานให้มีประสิทธิภาพและความเชี่ยวชาญด้านกฎหมายคุ้มครองแรงงาน อีกทั้งยังเป็นการพัฒนาและยกระดับกลไกการบังคับใช้พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 อันเป็นกระบวนการยุติธรรมด้านแรงงานในขั้นต้นเพื่อให้เกิดการป้องกันและแก้ไขปัญหาด้านแรงงานโดยเร็วและลูกจ้างเข้าถึงได้โดยง่าย ตลอดจนจะเป็นการช่วยแบ่งเบาภาระในเรื่องการรวบรวมข้อเท็จจริงและพยานหลักฐานในชั้นศาลแรงงาน เนื่องจากในการฟ้องคดีเพื่อบังคับให้เป็นไปตามคำสั่งพนักงานตรวจแรงงานหรือการฟ้องเพิกถอนคำสั่งพนักงานตรวจแรงงาน คู่ความจะต้องดำเนินคดีต่อศาลแรงงาน

จากข้อเสนอแนะดังกล่าว ผู้เขียนหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะเป็นประโยชน์ต่อกระทรวงแรงงานซึ่งเป็นหน่วยงานหลักในการบริหารและบังคับใช้กฎหมายฉบับนี้ ตลอดจนนายจ้าง ลูกจ้าง และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับกฎหมายในเรื่องนี้ อันเป็นการบังคับใช้ให้เป็นไปตามเจตนารมณ์ของพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 อย่างแท้จริง



บรรณานุกรม

เกษมสันต์ วิลาวรรณ. (2563). *คำอธิบายกฎหมายแรงงาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 28). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

คำพิพากษาของศาลแรงงานกลาง คดีหมายเลขแดงที่ ร 157-173/2566 อ่านเมื่อวันที่ 2 ตุลาคม 2566

คดีหมายเลขแดงที่ ร 256-264/2566 อ่านเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2566 และคดีหมายเลขแดงที่ ร

903-922/2566 อ่านเมื่อวันที่ 29 มกราคม 2567 และคำพิพากษาศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์พิเศษที่

4922-4938/2566 วันที่ 30 สิงหาคม 2566, ที่ 5040-5048/2566 วันที่ 8 กันยายน 2566 และ

ที่ 5459-5478/2566 วันที่ 2 พฤศจิกายน 2566).

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 8631/2550.

คำพิพากษาของศาลอุทธรณ์คดีชั้นอุทธรณ์พิเศษ ที่ 4956/2566 วันที่ 1 กันยายน 2566.

คำพิพากษาศาลฎีกาที่ 8631/2550.

คำสั่งพนักงานตรวจแรงงานที่ 297-302/2564 ลงวันที่ 16 กันยายน 2564).

คำสั่งพนักงานตรวจแรงงานที่ 297-303, 306 /2564 ลงวันที่ 16 กันยายน 2564 และที่ 320/2564 ลงวันที่ 7

ตุลาคม 2564.

ธรรมนูญพิธี. (2567). *กฎหมายแรงงาน 2567*. กรุงเทพมหานคร: ธรรมนูญพิธี.

พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 มาตรา 123 ถึงมาตรา 125/1 และมาตรา 139.

พงษ์รัตน์ เครือกลิ่น. (2562) .*กฎหมายแรงงานเกี่ยวกับการเลิกจ้าง*. (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพมหานคร: ธรรมนูญพิธี.

----- (2567). *คำอธิบายกฎหมายแรงงาน เพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์*. (พิมพ์ครั้งที่ 15).

กรุงเทพมหานคร: ธรรมนูญพิธี.

มาตรา 123 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

มาตรา 124 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

มาตรา 124/1 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

มาตรา 125 และในหมวด 14 พนักงานตรวจแรงงาน มาตรา 139 พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541.

ระเบียบกรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน ว่าด้วยการรับคำร้องและการพิจารณาคำร้องของพนักงานตรวจ

แรงงานตามพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541, พ.ศ. 2554, พ.ศ. 2555 และ พ.ศ. 2564.

วิจิตรา (ฟุ้งลัดดา) วิเชียรชม. (2563). *คำอธิบายกฎหมายแรงงาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

ศุภศิษฐ์ ทวีแจ่มทรัพย์. (2567). *กฎหมายแรงงาน*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.



Received: August 6, 2024

Revised: November 5, 2024

Accepted: December 27, 2024

ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของหลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิด

ในกฎหมายปกครองของประเทศฝรั่งเศส

The Historical Background of the State Liability without Fault

Principle in French Administrative Law

กฤติธิดา เกิดลาภผล (Kristhyada Kerdlapphon)¹

E-mail: kayjarana@hotmail.com

บทคัดย่อ

หลักความรับผิดโดยปราศจากความผิดในประเทศฝรั่งเศสเป็นหลักการที่มีการพัฒนาขึ้นมาเพื่อให้รัฐหรือฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบต่อบุคคลที่ได้รับความเสียหายจากการที่รัฐหรือฝ่ายปกครองได้ดำเนินการตามภารกิจของรัฐ แม้ว่าการกระทำของฝ่ายปกครองจะเป็นการกระทำที่ถูกต้องตามกฎหมายและเป็นการกระทำที่ไม่ปรากฏความผิดก็ตาม ในส่วนของความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของหลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิดในกฎหมายปกครองของประเทศฝรั่งเศสมีพื้นฐานแนวความคิดมาจากทฤษฎีความเสี่ยงความภัยพิบัติและทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะ ทั้งนี้ สภาแห่งรัฐในฐานะที่เป็นศาลปกครองสูงสุดได้มีการพัฒนาหลักความรับผิดโดยปราศจากความผิดของฝ่ายปกครองไว้ในหลายคดีในกรณีที่กฎหมายเฉพาะไม่ได้บัญญัติไว้โดยตรง ในการพิจารณาพิพากษาคดีสภาแห่งรัฐได้มีการนำหลักความรับผิดโดยปราศจากความผิดมาใช้โดยถือว่าเป็นหลักกฎหมายทั่วไป เพื่อให้เป็นไปตามแนวคิดที่จะไม่ปล่อยให้เกิดกรณีที่มีความเสียหายขึ้นโดยไม่มีการชดเชยเยียวยา โดยประเทศต่างๆ ทั่วโลกยังได้นำต้นแบบหลักความรับผิดโดยปราศจากความผิดของประเทศฝรั่งเศสมาใช้ในการอธิบายและให้เหตุผลเกี่ยวกับความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิดในประเทศตนอีกด้วย

คำสำคัญ หลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิด ความรับผิดของฝ่ายปกครอง คดีทางปกครองประเทศฝรั่งเศส การชดเชยเยียวยาความเสียหายในกฎหมายปกครอง

¹ รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(Associate Professor, School of Law, Sukhothai Thammathirat Open University)



Abstract

The principle of liability without fault in France is developed to determine that the state or government is liable to individuals who have suffered damages due to the state or government's performance of its duties, even if the government's actions were legal and without any faults. The Historical background of the state liability without fault principle in France is based on the theory of exceptional risks and the theory of equality of citizens in bearing exceptional burdens for the public benefit. The Council of State, as the highest administrative court, has developed the principle of liability without fault in many cases where specific laws do not directly specify. In judging the cases, the Council of State has applied the principle of liability without fault as a general principle of law, based on the perception of preventing damages without compensation. Many countries worldwide have also adopted the French model of liability without fault to explain and justify state liability without fault in their own countries as well.

Keywords: Liability without Fault Principle, Administrative Liability, Administrative Law Cases in France, Compensation for Damages under Administrative Law

บทนำ

การดำเนินการของรัฐบาลเพื่อประโยชน์ต่อสาธารณะ ไม่ว่าจะเป็นการใช้อำนาจตามกฎหมายในการออกกฎหมายหรือคำสั่งทางปกครอง หรือการดำเนินการอื่น ๆ ของรัฐหรือฝ่ายปกครอง อาจจะทำให้เกิดความเสียหายแก่เอกชนได้ รัฐหรือฝ่ายปกครองจะต้องมีความรับผิดชอบในการชดเชยหรือเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่เอกชนผู้ได้รับความเสียหาย ในการพิจารณาเกี่ยวกับประเภทความรับผิดชอบของรัฐหรือฝ่ายปกครองนั้น โดยหลัก ๆ สามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทคือ ความรับผิดชอบของรัฐโดยมี “ความผิด” (ความรับผิดทางละเมิด อันเป็นความรับผิดสำหรับการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายและมีความผิด กล่าวคือ ผู้กระทำการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ) ซึ่งเป็นไปตามหลัก “ไม่มีความรับผิด ถ้าปราศจากความผิด” และความรับผิดของรัฐที่เกิดขึ้นโดย “ปราศจากความผิด” ซึ่งเป็นความรับผิดที่ไม่อยู่บนพื้นฐานของความผิด หรือตามหลักกฎหมายแพ่งเรียกว่า “ความรับผิดโดยเคร่งครัดหรือความรับผิดเด็ดขาด” หรือในทางกฎหมายปกครองเรียกว่า “ความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิด” ซึ่งต่างจากความรับผิดทางละเมิดที่เป็นเรื่องของการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ในบทความนี้ จะกล่าวถึงความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของแนวคิดความรับผิดของรัฐโดยปราศจาก



ความผิดตามแนวคำพิพากษาของ “ศาลปกครองสูงสุดประเทศฝรั่งเศส” หรือที่เรียกว่า “สภาแห่งรัฐประเทศฝรั่งเศส”²

ทั้งนี้ ลักษณะสำคัญประการหนึ่งของระบบฝรั่งเศสคือแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดซึ่งพัฒนาขยายวงกว้างขึ้นโดยการใช้กระบวนการทางกฎหมายที่ผ่านกระบวนการทางตุลาการของสภาแห่งรัฐ ความรับผิดชอบของรัฐในประเทศฝรั่งเศสมีพื้นฐานมาจากกฎและหลักการที่แตกต่างจากกฎหมายเอกชน ความรับผิดชอบแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ ความผิดและไม่ใช่ความผิด ความรับผิดชอบที่เกิดจากความผิดความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดได้นำมาบัญญัติไว้ในบทบัญญัติของกฎหมายหลายฉบับ ในกรณีที่ไม่มีการบัญญัติไว้ สภาแห่งรัฐอาจนำหลักความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดมาปรับใช้ในการวินิจฉัยคดีพิพาท ซึ่งสภาแห่งรัฐของฝรั่งเศสได้วินิจฉัยข้อพิพาทในคดีปกครองไว้หลายคดี

1. ข้อความคิดทั่วไปเกี่ยวกับความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด

ความรับผิดชอบของรัฐหรือฝ่ายปกครองนั้น โดยทั่วไปมักจะเข้าใจว่าการกระทำของรัฐหรือฝ่ายปกครองที่ต้องมีความรับผิดชอบต่อเอกชนหรือผู้ที่ได้รับความเสียหาย ต้องเป็นการกระทำโดยไม่ชอบด้วยกฎหมายรัฐจึงจะมีความรับผิดชอบ แต่ในกรณีที่รัฐหรือฝ่ายปกครองได้กระทำไปโดยไม่ผิดกฎหมายเพื่อดำเนินการตามภารกิจของรัฐ เช่น กรณีเพื่อประโยชน์สาธารณะ ซึ่งการกระทำบางประการอาจไปกระทบสิทธิของเอกชน ทั้งที่เป็น การกระทำที่กฎหมายให้อำนาจ เมื่อปรากฏว่าฝ่ายเอกชนได้รับความเสียหายแม้ฝ่ายปกครองมิได้กระทำความผิดและไม่ใช่กรณีความรับผิดทางละเมิดของเจ้าหน้าที่รัฐหรือฝ่ายปกครอง แต่รัฐจะต้องรับผิดชอบในการชดเชยหรือเยียวยาความเสียหายนั้น กรณีเช่นนี้ ผู้เสียหายไม่จำเป็นต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายที่ตนได้รับเกิดขึ้นจากความจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ ดังนั้น เมื่อรัฐเองที่เป็นผู้กระทำเกิดขึ้น รัฐย่อมต้องรับผิดชอบชดเชยหรือเยียวยาแก่ประชาชนที่ได้รับความเสียหาย

จากหลักการดังกล่าว ผู้เขียนให้คำจำกัดความของความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดว่าหมายถึงการกระทำของรัฐที่เป็นการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมายและมีได้จงใจหรือประมาทเลินเล่อ แต่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น โดยที่ความเสียหายนั้นไม่ใช่ภาระที่เอกชนจะต้องได้รับเป็นปกติ แต่รัฐต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้นแม้รัฐจะไม่มีผิด

ความรับผิดโดยปราศจากความผิดกับความรับผิดทางละเมิดมีความแตกต่างกันที่ “ความรับผิดทางละเมิด” มีการกระทำโดยจงใจหรือประมาทเลินเล่อ เป็นความรับผิดโดยมีความผิด เป็นความรับผิดที่กฎหมายกำหนดให้บุคคลใดที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่บุคคลอื่น ซึ่งความไม่ชอบด้วยกฎหมายเป็นเงื่อนไขให้เกิดความรับผิดนั้น ส่วน “ความรับผิดโดยปราศจากความผิด” นั้น แม้เป็นการกระทำที่ทำให้บุคคลอื่นได้รับความเสียหายเช่นกัน แต่การกระทำที่ว่านั้นเป็นการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมาย เช่น การที่เจ้าหน้าที่ตำรวจใช้อาวุธ

² สภาแห่งรัฐประเทศฝรั่งเศส (Conseil d'Etat) คือ ศาลปกครองสูงสุดซึ่งเป็นศาลสูงสุดสำหรับกระบวนการยุติธรรมทางปกครอง



อันตรายเพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง ซึ่งมีกฎหมายอำนาจกระทำได้โดยชอบแต่ก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นแก่บุคคลอื่นที่ไม่ใช่ผู้กระทำความผิดได้ ดังนั้น อาจสรุปความแตกต่างระหว่างความรับผิดทั้งสองประเภทได้ว่า ความรับผิดทางละเมิดจะเกิดจากการกระทำที่ไม่ชอบด้วยกฎหมาย ส่วนความรับผิดโดยปราศจากความผิดจะเกิดจากการกระทำที่ชอบด้วยกฎหมาย ซึ่งความรับผิดที่เกิดจากการปฏิบัติหน้าที่ของรัฐหรือฝ่ายปกครองทั้งสองประเภทดังกล่าว รัฐมีหน้าที่ต้องชดเชยความเสียหายให้แก่ผู้เสียหาย เห็นได้ว่าความเสียหายเป็นองค์ประกอบของความรับผิดของทั้งสองกรณี หากไม่มีความเสียหายจะไม่มีความรับผิด และผลแห่งความรับผิดคือ การชดเชยค่าเสียหาย เพราะฉะนั้นเมื่อมีกรณีที่ถูกกฎหมายมอบอำนาจให้หน่วยงานของรัฐกระทำการเพื่อประโยชน์ต่อส่วนรวมหรือประโยชน์สาธารณะ แต่การกระทำดังกล่าวก่อให้เกิดความเสียหายขึ้นแก่เอกชน จึงสมควรที่หน่วยงานของรัฐนั้นจะต้องชดเชยหรือเยียวยาความเสียหายให้แก่เอกชนเพราะเมื่อมีความเสียหายเกิดขึ้นย่อมต้องมีการชดเชยหรือเยียวยา ซึ่งเป็นไปตามคำแนะนำของสภายุโรป (the Council of Europe) ในปี ค.ศ. 1984 อีกด้วย³

ทั้งนี้ หลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิดนี้มีได้เป็นหลักการทั่วไป เพราะหลักการทั่วไปคือต้องมีความผิดจึงจะรับผิด ส่วนการที่ต้องรับผิดโดยปราศจากความผิดเป็นข้อยกเว้นและมีขึ้นเพื่อประกอบและขยายหลักความรับผิดให้มีขอบเขตกว้างขึ้นในบางเรื่องเท่านั้น⁴

2. หลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิดตามหลักกฎหมายปกครองประเทศฝรั่งเศส

หลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิด (La responsabilité sans faute) ที่ปรากฏอยู่ในหลักกฎหมายปกครองประเทศฝรั่งเศสนั้น มีพัฒนาการมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1895⁵ โดยมีพื้นฐานมาจากแนวความคิดเรื่องการชดเชยสำหรับการกระทำที่ดำเนินการเพื่อปกป้องชุมชน เช่น เช่นการรื้อถอนอาคารที่อยู่บนเส้นทางเกิดเพลิงไหม้ การเวนคืนทรัพย์สินเพื่อการป้องกันประเทศ เป็นต้น⁶ และในการวินิจฉัยคดีปกครองที่สำคัญหลายคดี สภาแห่งรัฐของประเทศฝรั่งเศส (Conseil d'Etat) ได้วางหลักกฎหมายโดยใช้หลักความรับผิดของรัฐโดยปราศจากความผิดไว้ว่า ในกรณีที่เอกชนหรือประชาชนได้รับความเสียหายจากความเสียหายอันเกิดจากทรัพย์สินที่อันตราย หรือได้รับความเสียหายจากความเสียหายอันเกิดจากการใช้วิธีการที่อันตราย หรือได้รับความเสียหายอันมีเหตุมาจากบทบัญญัติของกฎหมายที่รัฐตราขึ้น หรือ ได้รับความเสียหายอันมีอันเกิดจากการที่รัฐเข้าทำสนธิสัญญาและความตกลงระหว่างประเทศ ฯลฯ รัฐต้องเป็นผู้รับผิดชอบ โดยศาลที่มีเขตอำนาจ

³ Recommendation no. R (84)15 on Public Liability, adopted by the Council of Ministers of the Council of Europe on 18 September 1984.

⁴ อนุ สันตาสวาง. หลักการว่าด้วยความรับผิดของฝ่ายปกครองตามกฎหมายฝรั่งเศส. วารสารรามคำแหง ฉบับนิติศาสตร์, 10(2), หน้า 40.

⁵ เดชา มหาเสนา. การนำหลักความรับผิดโดยปราศจากความผิดมาใช้ในการพิจารณาตีปกครอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบัณฑิต) คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร. 2559. หน้า 41.

⁶ J.-L. Mestre. *Introduction historique au droit administratif français*. Paris: Presses Universitaires de France. 1985. pp.28-32.



พิจารณาพิพากษาคดีพิพาทคือศาลปกครอง⁷ นอกจากนั้น ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้นำหลักนี้มาใช้ในการอธิบายและให้เหตุผลเกี่ยวกับความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดในคดีปกครอง รวมถึงประเทศไทยได้มีการปรับใช้ในคำวินิจฉัยของศาลปกครองด้วยเช่นเดียวกัน ทั้งนี้ หลักความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดในกฎหมายปกครองของประเทศฝรั่งเศส มีทฤษฎีเกี่ยวข้องที่สำคัญ 2 ประการ ดังต่อไปนี้

2.1 ทฤษฎีความเสียหายพิเศษ

ในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 หลักความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดได้ถูกนำมาบังคับใช้ในกฎหมายมหาชนและกฎหมายเอกชน⁸ โดยพิจารณาจากความเสี่ยงในการดำเนินกิจการต่าง ๆ ตามอำนาจหน้าที่ในทางปกครองของฝ่ายปกครองอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงภัยเกิดขึ้นแก่เอกชน ดังนั้น ความรับผิดชอบของรัฐมิได้ตั้งอยู่บนทฤษฎีว่าด้วยความผิดอย่างเดียว แต่ยังตั้งอยู่บนพื้นฐานของทฤษฎีความเสียหายพิเศษอีกด้วย การดำเนินการที่อาจก่อให้เกิดอันตรายได้โดยสภาพ หากเอกชนได้รับความเสียหายจากวิธีการดำเนินการของฝ่ายปกครอง ฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบในการชดเชยเยียวยาความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่เอกชน ผู้ได้รับความเสียหาย ทั้งนี้ ผู้เสียหายไม่ต้องพิสูจน์ว่าความเสียหายดังกล่าวนั้นได้เกิดขึ้นโดยมีการจงใจหรือประมาทเลินเล่อหรือไม่ ผู้เสียหายมีหน้าที่พิสูจน์เพียงว่าการกระทำดังกล่าวเกิดขึ้นจากการกระทำของฝ่ายปกครองเท่านั้น ฝ่ายปกครองจะอ้างเหตุเพื่อพ้นความรับผิดได้เพียงว่าความเสียหายนั้นผู้เสียหายเองเป็นผู้ก่อหรือเป็นเหตุสุดวิสัย การที่ฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบเยียวยาให้แก่บุคคลภายนอกผู้ต้องเสียหายจากการกระทำของตนนั้นจึงถือเป็นความเป็นธรรม เพราะเมื่อมีการสร้างความเสี่ยงภัยขึ้นเพื่อประโยชน์ของตนเมื่อตนได้รับประโยชน์จากการกระทำนั้น จึงสมควรที่จะต้องรับผิดชอบต่อผลร้ายทั้งปวงที่อาจจะเกิดจากการกระทำเดียวกันนั้น⁹ กรณีที่เข้าหลักเกณฑ์ของทฤษฎีความเสียหายพิเศษที่สภาแห่งรัฐได้ใช้หลักนี้เพื่อวางแนวคำพิพากษาไว้เป็นรากฐานมาเป็นเวลานานแล้ว โดยจะยกตัวอย่างที่มีชื่อเสียงทางประวัติศาสตร์ดังต่อไปนี้

2.1.1 ความเสี่ยงภัยอันเกิดจากทรัพย์ที่อันตรายโดยสภาพหรือวัตถุอันตราย

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาสนาแห่งรัฐที่มีชื่อเสียงทางประวัติศาสตร์ของความรับผิดชอบต่อความเสียหายพิเศษ คือ แนวคำพิพากษาศาสนาแห่งรัฐ ค.ศ. 1919 คดี CE 28 Mars 1919 Renault-Desroziers ซึ่งวางหลักว่าฝ่ายปกครองจะต้องรับผิดชอบในการระเบิดที่เกิดขึ้นภายในอาคารที่เก็บรักษาวัตถุระเบิดและอาวุธปืนอันก่อให้เกิดความเสียหายแก่ประชาชน ทำให้มีผู้เสียชีวิตและผู้บาดเจ็บจำนวนมาก ผลของการระเบิดยังทำ

⁷ ชาญชัย แสงศักดิ์. คำอธิบายกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดทางละเมิดของเจ้าหน้าที่และความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน. 2555. หน้า 361.

⁸ Viney, P. Jourdain and S. Carval. *Traite de droit civil. Les conditions de la responsabilite*. (4th ed.). Paris: LGDJ. 2013. p.854.

⁹ เดชา มหาเสนา. การนำหลักความรับผิดโดยปราศจากความผิดมาใช้ในการพิจารณาคดีปกครอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารนิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร. 2559. หน้า 42.



ให้ทรัพย์สินของเอกชนเสียหายเป็นจำนวนมาก ตั้งแต่ปี 1915 เป็นต้นมา มีระเบิดจำนวนมากถูกเก็บไว้ในป้อมปราการทางตอนเหนือของปารีส ใกล้กับพื้นที่ที่มีประชากรหนาแน่น ในเดือนมีนาคม ค.ศ. 1916 เกิดระเบิดครั้งใหญ่ในป้อมปราการ ส่งผลให้ทหารเสียชีวิต 14 นาย พลเรือน 19 นาย และบาดเจ็บอีก 81 นาย มีการพบว่า ราชการทหารได้เก็บวัตถุระเบิดในคลังดังกล่าวโดยมิได้มีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เพียงพอเพื่อป้องกันอันตรายอันอาจเกิดขึ้นแก่ผู้อาศัยข้างเคียง ผู้เสียหายจึงฟ้องเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนเพื่อความเสียหายที่ตนได้รับจากราชการทหารต่อสภาแห่งรัฐ สภาแห่งรัฐได้วินิจฉัยว่า การเก็บวัตถุระเบิดและวัตถุอันตรายในคลังเก็บอาวุธดังกล่าวตั้งอยู่ในเขตที่อยู่อาศัยของประชาชน แต่เป็นการกระทำเพื่อความสะดวกและรวดเร็วในการกระจายแจกจ่ายอาวุธไปยังท้องถิ่นห่างไกล การดำเนินการนี้เป็นความจำเป็นในทางการทหารแต่ทำให้เกิดอุบัติเหตุอันทำให้เกิดความเสียหายขึ้นโดยมิได้เกิดจากสงคราม¹⁰ โดยมีคำวินิจฉัยว่าประชาชนในเขตนั้นมีความเสี่ยงที่เกินกว่าความเสี่ยงที่เกิดขึ้นกับพื้นที่ใกล้เคียงโดยทั่วไปและความเสี่ยงดังกล่าวอาจทำให้รัฐต้องรับผิดชอบโดยไม่ต้องพิสูจน์ความผิด สภาแห่งรัฐใช้หลักความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดมาใช้ประกอบคำวินิจฉัยสำหรับความเสียหายที่เกินกว่าปกติ คำตัดสินดังกล่าวขยายขอบเขตของความรับผิดชอบให้กว้างขึ้นและเน้นย้ำถึงความสำคัญของอันตรายของงานบริการสาธารณะ¹¹ โดยให้รัฐต้องรับผิดชอบแม้ความเสียหายดังกล่าวจะเกิดขึ้นโดยรัฐไม่มีความผิดก็ตาม ซึ่งสภาแห่งรัฐตัดสินไปแนวทางเดียวกับศาลยุติธรรมคือ กรณีที่ความเสียหายเกิดขึ้นจากอุบัติเหตุของเครื่องจักรกลรวมถึงวัตถุอันตรายตามประมวลกฎหมายแพ่งมาปรับใช้¹² นอกจากนี้คดีนี้ยังแสดงให้เห็นถึงแนวความคิดสองประการ คือ แนวความคิดแรกเกี่ยวกับลักษณะของความเสี่ยงที่ไม่ธรรมดา แนวความคิดที่สอง เกี่ยวกับลักษณะของอันตรายอย่างพิเศษของวัตถุอันตรายหรือกิจกรรมนั้น ๆ¹³

2.1.2 ความเสี่ยงภัยอันเกิดจากการใช้อาวุธอันตราย เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของบ้านเมือง

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลาแห่งรัฐ ค.ศ. 1949 คดี CE. Ass, 24 juin, 1949, Consorts Lecomte เป็นกรณีเจ้าของบาร์คนหนึ่งซึ่งนั่งอยู่ที่ประตูบาร์ถูกเจ้าหน้าที่ตำรวจยิงเสียชีวิตในปฏิบัติการที่พยายามหยุดรถยนต์ที่มีผู้ต้องสงสัยอยู่ข้างใน แม้ว่าการยิงนั้นจะเกิดการรักษากฎหมาย แต่สภาแห่งรัฐวินิจฉัยว่ารัฐจะต้องรับผิดชอบโดยไม่ต้องพิสูจน์ว่ามีความผิด ความเสี่ยงที่อันตรายจากกระสุนปืนที่แล่นมานี้เกินกว่าความเสี่ยงต่อชีวิตทั่วไปที่บุคคลทั่วไปคาดว่าจะต้องเผชิญ การกระทำโดยใช้อาวุธปืนดังกล่าวมีผลให้เกิดความเสียหายแก่เอกชนอันส่งผลให้ฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบ ฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบแม้จะไม่มีกรกระทำ

¹⁰ CE 28 March 1919, Regnault-Desroziers, no. 62273, S. 1918-19.3.25 note Hauriou.

¹¹ Duncan Fairgrieve. *State Liability in Tort: A Comparative Law Study*. 2003. p.293.

¹² J. Bell and A. W. Bradley. *Government Liability: A Comparative Study*. London: UKNCCL. 1991. p.253.

¹³ ฉันทิกา กุลธำรงค์. ความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด: ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายฝรั่งเศสกับกฎหมายไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. 2567. หน้า 56.



ความผิด ในกรณีที่เจ้าหน้าที่ตำรวจได้ใช้อาวุธที่มีลักษณะก่อให้เกิดความเสียหายเป็นพิษต่อบุคคลหรือทรัพย์สินและความเสียหายที่เกิดขึ้นมีมากกว่าที่เอกชนจะรับไว้ได้เองเพื่อรักษาไว้ซึ่งประโยชน์ของบริการสาธารณะ นอกจากนี้ อุบัติเหตุที่เกิดขึ้นมิได้เกิดจากความประมาทของผู้ตาย สภาแห่งรัฐตัดสินกรณีดังกล่าวโดยใช้ทฤษฎีความรับผิดโดยปราศจากความผิดอันเนื่องมาจากการใช้สิ่งที่เป็นอันตรายเพื่อคุ้มครองผู้เสียหาย¹⁴

2.1.3 ความเสี่ยงอันเกิดจากการใช้วิธีการที่อันตราย

1) ความรับผิดชอบกรณีการถูกบังคับให้ฉีดยา

ในปี ค.ศ. 2007 สภาแห่งรัฐมีคำพิพากษาคดีเรื่องการเรียกร้องค่าเสียหายโดยอ้างว่าเป็นผลมาจากการได้รับวัคซีนป้องกันไวรัสตับอักเสบบี ผู้ฟ้องคดีเป็นนางพยาบาลได้รับการฉีดยา 5 ครั้งในเดือน มกราคม กุมภาพันธ์ และมีนาคม ค.ศ. 1990, เดือนมีนาคม ค.ศ.1991 และมีนาคม ค.ศ.1996 อาการผิดปกติทางร่างกายเริ่มเมื่อช่วงเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 1991 เธอมีอาการของโรคประสาททางอารมณ์ ซึ่งเป็นสัญญาณของโรคเอ็มเอสหรือโรคการอักเสบของปลอกประสาทในระบบประสาทส่วนกลาง (Multiple Sclerosis: MS) อาการผิดปกติทางร่างกายของเธอเริ่มมากขึ้นโดยเกิดอาการอัมพาตที่แขนและขา เธอจึงมาฟ้องคดี ศาลปกครองสูงสุดพิจารณารายงานของผู้เชี่ยวชาญแล้วพบว่ามีความสัมพันธ์เชื่อมโยงระหว่างการได้รับวัคซีนป้องกันไวรัสตับอักเสบบีกับโรคเอ็มเอส และวินิจฉัยต่อไปว่า อาการของผู้ฟ้องคดีเริ่มปรากฏหลังจากฉีดยาเมื่อเดือนมีนาคม ค.ศ. 1991 ได้ไม่นาน โดยก่อนที่จะได้รับการฉีดยาเธอมีสุขภาพที่แข็งแรงและไม่เคยมีอาการของโรคนี้มาก่อน สภาแห่งรัฐจึงวินิจฉัยว่าโรคของผู้ฟ้องคดีเป็นโรคที่เป็นความเจ็บป่วยจากการทำงาน (ถูกบังคับให้ฉีดยาซึ่งเป็นมาตรการบังคับสำหรับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขทุกคน) และสั่งให้โรงพยาบาลไปพิจารณาจ่ายค่าชดเชยให้ภายใน 3 เดือน¹⁵

ในส่วนคดีนี้ ประเด็นสำคัญที่สภาแห่งรัฐพิจารณาคือ การได้รับวัคซีนป้องกันไวรัสตับอักเสบบีมีความสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการเกิดโรคเอ็มเอสหรือไม่ และพบว่า ทางแพทยยังไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจน สภาแห่งรัฐจึงนำทฤษฎีความรับผิดปราศจากความผิดมาพิจารณาถึงความเสียหายพิเศษอันเกิดจากการใช้วิธีการที่อันตรายฝ่ายปกครองจึงต้องรับผิดแม้ไม่มีความผิด

ทั้งนี้ ในช่วงนั้นประชาชนชาวฝรั่งเศสหลายพันคนเป็นโรคไวรัสตับอักเสบบี จึงมีการผลิตวัคซีนป้องกันไวรัสตับอักเสบบี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1981 และในปี ค.ศ. 1982 รัฐมนตรีว่าการกระทรวงสาธารณสุขแนะนำให้มีการ ฉีดยาให้กับเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และในปี ค.ศ. 1991 การได้รับวัคซีนกลายเป็นมาตรการบังคับสำหรับเจ้าหน้าที่สาธารณสุขทุกคน ประกอบกับ องค์การอนามัยโลก (World Health Organization: WHO) ได้เสนอแนะให้ประเทศต่างๆ ฉีดยาตามคำแนะนำให้ทารกและเด็กอีกด้วย

¹⁴ CE Ass. 24 June 1949, Lecomte, no. 87335, Leb. 307.

¹⁵ ฉันทิกา กุลธำรงค์. ความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด: ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายฝรั่งเศสกับกฎหมายไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. 2567. หน้า 56.



ต่อมามีบทบัญญัติของกฎหมาย ลงวันที่ 1 กรกฎาคม ค.ศ. 1964 จัดตั้งกองทุนในการชดเชยความเสียหายให้กับผู้ได้รับความเสียหายที่เป็นผลมาจากการถูกบังคับให้ฉีดวัคซีน เนื่องจากความเสียหายที่มีลักษณะเป็นความเจ็บป่วยและปัญหาทางสุขภาพอื่น ๆ นั้น การพิสูจน์ถึงความผิดเป็นไปได้ยาก และมีคดีซึ่งเจ้าหน้าที่สาธารณสุขมาฟ้องคดีต่อสภาแห่งรัฐอันเนื่องมาจากความเจ็บป่วยจากโรคเอ็มเอสที่เป็นผลมาจากมาตรการบังคับให้ฉีดวัคซีนป้องกันไวรัสตับอักเสบบี โดยผู้ฟ้องคดีมีที่มาฟ้องคดีบนพื้นฐานความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดของรัฐและเป็นความเจ็บป่วยจากการทำงาน ผู้ฟ้องคดีจึงควรจะได้รับเงินช่วยเหลือจากสถานพยาบาล¹⁶

อีกตัวอย่างเป็นคำพิพากษาศาลาแห่งรัฐ CE, 3 November 1997, Hôpital Joseph Imbert d'Arles ที่เด็กชายคนหนึ่งเสียชีวิตหลังจากเข้าสู่การโคมาระหว่างการชลีบอวัยวะเพศชายภายใต้การดมยาสลบในโรงพยาบาลของรัฐ สภาแห่งรัฐตัดสินว่ารัฐต้องรับผิดชอบ แม้ว่าการผ่าตัดจะไม่ได้ดำเนินการเพื่อวัตถุประสงค์ทางการแพทย์ และการกระทำทางการแพทย์จากการการดมยาสลบนำไปสู่การโคมา คำตัดสินของสภาแห่งรัฐได้ใช้หลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดสำหรับการกระทำทางการแพทย์ที่ดำเนินการในโรงพยาบาลของรัฐ

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลาแห่งรัฐอีกคดีหนึ่งคือ CE (plén.), 26 May 1995, N'Guyen, Jouan and Pavan, Leb. 1995.221 and 222, JCP 1995.II.22468 สภาแห่งรัฐได้กำหนดให้โรงพยาบาลของรัฐต้องรับผิดชอบโดยใช้หลักหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดสำหรับความบกพร่องในเลือดที่ปนเปื้อนที่ใช้ในการรักษาผู้ป่วย โดยเลือดที่ปนเปื้อนดังกล่าวได้จัดเตรียมภายในองค์กรของโรงพยาบาลเอง และอยู่ภายใต้การควบคุมของโรงพยาบาล¹⁷

2) ความเสี่ยงภัยอันเกิดจากการปฏิบัติงานในหน้าที่ของเจ้าหน้าที่ของฝ่ายปกครอง

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลาแห่งรัฐ ค.ศ. 1968 คดี C.E. 6 Novembre 1968, Dame Saulze คดีนี้ ครูที่กำลังตั้งครรภ์ได้รับมอบหมายให้สอนหนังสือในโรงเรียนที่กำลังมีโรคหัดระบาด เป็นเหตุให้ทารกเกิดมาพิการ สภาแห่งรัฐวินิจฉัยให้หน่วยงานทางปกครองชดเชยค่าเสียหายให้แก่ครูก่อนดังกล่าวซึ่งได้รับความเสียหายจากการติดเชื้อโรคระบาดเพราะเหตุปฏิบัติหน้าที่ในท้องที่ขณะที่มีการระบาดของโรค แนวคำพิพากษานี้ใช้แนวคิดจากทฤษฎีความเสี่ยงภัยพิเศษด้วย¹⁸

3) ความรับผิดชอบต่อความเสียหายที่เกิดขึ้นกับผู้ร่วมดำเนินการจัดทำบริการสาธารณะเป็นการชั่วคราวและเป็นอาสาสมัคร

¹⁶ ฉันทิกา กุลธำรงค์. ความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด: ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายฝรั่งเศสกับกฎหมายไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. 2567. หน้า 56.

¹⁷ CE (plén.), 26 May 1995, N'Guyen, Jouan and Pavan, Leb. 1995.221 and 222, JCP 1995.II.22468

¹⁸ สำนักงานศาลปกครอง. ความรับผิดทางปกครองในระบบกฎหมายฝรั่งเศส. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานศาลปกครอง. 2547. หน้า 45.



ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลาแห่งรัฐ ค.ศ. 1946 คดี C.E. Ass, 22 nor.1946, Commune de St - Priest - la - Plaine ในคดีนี้ เทศบาลเมือง St. Priest la Plaine มีการจัดทำบริการสาธารณะและรับสมัครอาสาสมัครเพื่อทำหน้าที่จุดดอกไม้ไฟ ชายสองคนอาสาไปช่วยนายกเทศมนตรีจุดพลุไฟ ที่งานเฉลิมฉลองได้รับบาดเจ็บในขณะทำงานดังกล่าว เพราะดอกไม้ไฟระเบิดก่อนเวลา โดยอาสาสมัครดังกล่าวมิได้ประมาณ ดังนั้น ความเสียหายที่ได้รับเกิดจากการที่อาสาสมัครเข้าร่วมจัดทำบริการสาธารณะเพื่อประโยชน์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเป็นงานที่ได้รับมอบหมายจากนายกเทศมนตรี ศาลาแห่งรัฐได้วินิจฉัยว่า เทศบาลต้องรับผิดชอบในความเสียหายทั้งหมด และได้วางหลักไว้ว่า หน่วยงานของรัฐต้องรับผิดชอบใช้ค่าเสียหายที่เกิดขึ้น แม้ว่าความเสียหายนั้นเกิดขึ้นกับเจ้าหน้าที่ประเภทชั่วคราวหรือกับอาสาสมัคร อันเนื่องมาจากการทำงานปกติในกิจการที่เสี่ยงภัยให้แก่หน่วยงานของรัฐ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ประเภทชั่วคราวหรือกับอาสาสมัครได้รับความคุ้มครองหรือสิทธิประโยชน์เช่นเดียวกับเจ้าหน้าที่ประจำ ฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบใช้ค่าสินไหมทดแทนให้กับอาสาสมัครที่ได้รับบาดเจ็บจากการปฏิบัติงานที่ตนรับอาสา แม้ว่าฝ่ายปกครองจะไม่ได้กระทำความผิด¹⁹

มีคำพิพากษาอีกหลายคดีที่นำหลักการนี้ไปใช้กับการทำงานอาสาสมัครในการบริการสาธารณะ เช่น คดี CE Sect. 25 September 1970, no. 73707, D. 1971, 55 concl. Morisot ใน Commune de Batz-sur-Mer c Tesson ที่ไม่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยบนชายหาดซึ่งองค์กรท้องถิ่นมีหน้าที่ป้องกันอุบัติเหตุทางทะเล เมื่อพลเมืองคนหนึ่งจมน้ำเสียชีวิตขณะพยายามช่วยเหลือเด็กที่ถูกพัดพาลงทะเล ภรรยาของเขาสามารถเรียกร้องค่าเสียหายจากองค์กรท้องถิ่นจากการเสียชีวิตของสามีได้ เนื่องจากองค์กรท้องถิ่นไม่มีระบบรักษาความปลอดภัยทางทะเลเพียงพอที่จะให้บริการสาธารณะได้อย่างมีประสิทธิภาพ²⁰

2.2 ทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะ

ทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะมีรากฐานมาจากหลักความเสมอภาคซึ่งเป็นหลักกฎหมายทั่วไป ความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดตามทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะศาลาแห่งรัฐได้พัฒนาขึ้นภายหลังทฤษฎีเสี่ยงภัยพิเศษ ทฤษฎีนี้ตั้งอยู่บนพื้นฐานแนวคิดว่าการจัดบริการสาธารณะย่อมมีวัตถุประสงค์เพื่อประโยชน์ส่วนรวม ดังนั้น หากมีเอกชนคนใดคนหนึ่งได้รับความเสียหายหรือผลกระทบซึ่งเกิดจากการจัดทำบริการสาธารณะดังกล่าว ถือว่าเกิดความไม่เป็นธรรมที่จะปล่อยให้เอกชนผู้ได้รับความเสียหายต้องแบกรับภาระอยู่โดยลำพัง ทฤษฎีนี้ขยายหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดด้วยการสร้างทฤษฎีความเท่าเทียมกันต่อภาระสาธารณะมาใช้ให้ประชาชนทุกคนต้องรับผิดชอบต่อภาระสาธารณะอย่างเท่าเทียมกัน หากมีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดความไม่

¹⁹ CE Ass. 22 November 1946, no. 74725, Leb. 279.

²⁰ CE Sect. 25 September 1970, no. 73707, D. 1971, 55 concl. Morisot



เท่าเทียมกัน รัฐต้องชดเชยให้บุคคลที่ต้องรับภาระสาธารณะมากกว่าคนอื่น เนื่องจากเมื่อมีการกระทำที่เป็นไปเพื่อประโยชน์ของส่วนรวมแล้วไปทำให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลสูญเสียประโยชน์บางอย่างเนื่องมาจากการต้องรับภาระมากกว่าประชาชนทั่วไป รัฐจึงต้องเยียวยาส่วนนี้ให้เอกชน แม้รัฐและเจ้าหน้าที่ของรัฐจะมีได้กระทำผิดพลาดหรือได้กระทำไปโดยชอบด้วยกฎหมาย แต่เมื่อเกิดความเสียหายเกิดขึ้น เท่ากับว่าเอกชนรายที่เสียหายได้สูญเสียความเสมอภาคเมื่อเทียบกับประชาชนคนอื่น ๆ จึงเกิดมีทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะของเอกชนซึ่งควรได้รับการเยียวยาจากรัฐ และทฤษฎีนี้ได้รับการรับรองในประเทศฝรั่งเศสโดยสภาแห่งรัฐในการเป็นรากฐานของการพิจารณาความรับผิดชอบของรัฐและฝ่ายปกครอง สภาแห่งรัฐถือว่าความไม่เป็นธรรมขึ้นหากบุคคลหนึ่งจะต้องเป็นผู้ได้รับความเสียหายเพียงคนเดียวจากการกระทำที่กระทำเพื่อประโยชน์ของส่วนรวม สภาแห่งรัฐจึงใช้ทฤษฎีดังกล่าวในการวินิจฉัยกำหนดให้ฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบ เพื่อให้เกิดความเป็นธรรม

สภาแห่งรัฐได้วางหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดตามทฤษฎีนี้เพื่อวางแนวคำพิพากษาไว้เป็นรากฐานมาเป็นเวลานานแล้ว เช่น

2.2.1 ความรับผิดชอบที่เกิดจากการตรากฎหมาย

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลาแห่งรัฐ ค.ศ. 1938 คดี C.E. Ass, 14 jan.1938, Société anonyme des produits laitiers “La Fleurette” คำตัดสินคดี La Fleurette ที่โด่งดังมีเมื่อวันที่ 14 มกราคม 1938²¹ คดีนี้ ฝ่ายนิติบัญญัติได้ออกรัฐบัญญัติ ลงวันที่ 29 มิถุนายน 1934 เกี่ยวกับการที่รัฐต้องการจะปกป้องผลิตภัณฑ์นม ทำให้บริษัท La Fleurette ผู้ผลิตครีมเทียมที่มีได้ทำจากนม เกือบถูกบังคับให้ปิดกิจการเนื่องจากผลิตภัณฑ์หลักซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกห้ามโดยกฎหมาย ที่จุดมุ่งหมายของกฎหมายกฎหมายฉบับนี้มีเพื่อนำผลิตภัณฑ์ดังกล่าวออกจากตลาดเพื่อปกป้องอุตสาหกรรมนม แต่ทำให้บริษัท La Fleurette ผู้ฟ้องคดีไม่อาจผลิตสินค้าของตนต่อไปได้ เพราะสินค้าดังกล่าวเข้าลักษณะตามนิยามครีมเทียม ที่กฎหมายฉบับนี้กำหนดไว้ อย่างไรก็ตาม ไม่ปรากฏว่าผลิตภัณฑ์ครีมเทียมเป็นอันตรายต่อสุขภาพอนามัยของประชาชน นอกจากนั้น ฝ่ายนิติบัญญัติมิได้ทราบล่วงหน้ามาก่อนว่าผู้เสียหายต้องรับภาระที่โดยปกติไม่จำเป็นต้องรับ ภาระที่ผู้เสียหายต้องรับไว้เป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะ เมื่อบริษัท La Fleurette ฟ้องรัฐบาลเพื่อเรียกค่าเสียหาย สภาแห่งรัฐวินิจฉัยว่าแม้ในกฎหมายดังกล่าวจะไม่มีบทบัญญัติใดที่กำหนดให้ชดเชยค่าเสียหายก็ตาม แต่ผู้ฟ้องคดีไม่สามารถแบกรับภาระในความสูญเสียได้ เนื่องจากมีการบังคับใช้กฎหมายซึ่งกำหนดขึ้นเพื่อประโยชน์สาธารณะดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของรัฐจะต้องรับภาระในความรับผิดชอบต่อความสูญเสียที่เกิดขึ้น

²¹ CÉ, 14 January 1938, La Fleurette, Leb. 1938.25, DP 1938.3.41, S 1938.3.25.



จากเหตุผลดังกล่าว บริษัท La Fleurette จึงมีสิทธิเรียกร้องค่าสินไหมทดแทนจากรัฐเพื่อความเสียหายที่ตนได้รับจากผลของกฎหมายฉบับข้างต้น²²

จากคดีนี้เห็นได้ว่า ตามปกติการตรากฎหมายไม่อาจสร้างความรับผิดชอบให้แก่รัฐ อย่างไรก็ตาม เมื่อกฎหมายมีผลบังคับใช้ กฎหมายอาจก่อให้เกิดความเสียหายเป็นการเฉพาะต่อบุคคลหนึ่งบุคคลใดได้ โดยที่ฝ่ายนิติบัญญัติมิได้ทราบล่วงหน้าและไม่ต้องการให้เกิดขึ้น ในคดีนี้สภาแห่งรัฐมีความเห็นว่าผู้ที่ได้รับความเสียหายจากการบังคับใช้รัฐธรรมนูญโดยฝ่ายปกครองนั้น สมควรที่จะได้รับการเยียวยาความเสียหายตามหลักความเสมอภาคในการรับภาระสาธารณะของประชาชน อย่างไรก็ตาม สภาแห่งรัฐวินิจฉัยว่าศาลจะรับพิจารณาเฉพาะแต่ความเสียหายที่มีลักษณะเกินกว่าปกติ และจะต้องปรากฏด้วยว่ากฎหมายฉบับนั้นไม่มีบทบัญญัติห้ามความรับผิดชอบของรัฐไว้ล่วงหน้า คดีนี้สภาแห่งรัฐพิพากษาให้รัฐรับผิดชอบสำหรับความเสียหายที่เกิดจากบทบัญญัติของกฎหมาย โดยไม่จำเป็นต้องมีกฎหมายกำหนดให้รัฐรับผิดชอบ

2.2.2 ความรับผิดชอบที่เกิดจากการทำสนธิสัญญาและความตกลงระหว่างประเทศ

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลาแห่งรัฐ ค.ศ. 1976 คดี *Ministre des affaires etrangeres d consorts Burgat* ลงวันที่ 29 ตุลาคม ค.ศ.1976 ข้อเท็จจริงมีว่า เจ้าของบ้านเช่าให้สตรีผู้หนึ่งเช่าห้องต่อมาเธอแต่งงานกับเจ้าหน้าที่ของ องค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization: UNESCO) และย้ายเข้ามาอยู่ด้วยกันในบ้านเช่านั้น เจ้าของบ้านเช่าจะเพิ่มค่าเช่าตามกฎหมายควบคุมค่าเช่าที่บังคับใช้ แต่ผู้เช่าไม่ยอมชำระส่วนที่เพิ่มขึ้น เจ้าของบ้านเช่าจึงพยายามขับไล่ผู้เช่าหลังจากหมดเวลาแจ้งเตือนเนื่องจากไม่จ่ายค่าเช่าที่เพิ่มขึ้น ผู้เช่าได้ยื่นคำร้องขอการคุ้มครองกันทางการทูตคุ้มครองทางการทูตภายใต้สนธิสัญญาองค์การเพื่อการศึกษา วิทยาศาสตร์ และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) ที่ลงนามกับประเทศฝรั่งเศสในปี ค.ศ. 1954 คดีนี้เจ้าของบ้านเช่าฟ้องรัฐมนตรีกระทรวงการต่างประเทศในฐานะที่เป็นผู้ออกกฎหมายคุ้มครองกันทางการทูต ศาลาแห่งรัฐสั่งให้รัฐมนตรีชดใช้ความเสียหายแก่เจ้าของบ้านเช่า²³

จากคดีนี้เห็นได้ว่า แม้สภาแห่งรัฐจะไม่มีอำนาจในการพิจารณาพิพากษาคดีข้อพิพาทเกี่ยวกับการเช่าให้สัตยابันของสนธิสัญญาระหว่างประเทศ แต่รัฐมีความรับผิดชอบต่อผลของสนธิสัญญาด้วย สภาแห่งรัฐตัดสินให้มีการชดใช้เยียวยาแก่ผู้เสียหายจากการที่ประเทศฝรั่งเศสให้สัตยابันในสนธิสัญญาบางฉบับ โดยรัฐจะต้องรับผิดชอบชดใช้ค่าเสียหายอันเกิดจากอนุสัญญาที่ทำระหว่างฝรั่งเศสกับรัฐอื่นและได้มีการให้สัตยابันซึ่งทำให้สนธิสัญญาเป็นกฎหมายภายใน การชดใช้เยียวยาแก่ผู้เสียหายต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขสองประการ ประการแรก ต้องไม่ปรากฏว่าสนธิสัญญาฉบับนั้นหรือกฎหมายฉบับอื่นได้กำหนดไม่ให้มี

²² André de Laubadère, Jean-Claude Venezia, Yves Gaudemet. *Traité de droit administrative*. Librairie générale de droit et de jurisprudence. 1994. หน้า 823-4.

²³ CE Sect. 29 October 1976, no. 94218, RDP 1977, 213 concl. Massot.



การชดเชยเยียวยาและ ประการที่สอง ความเสียหายที่เอกชนได้รับนั้นจะต้องมีความรุนแรงและมีลักษณะ พิเศษ²⁴

2.2.3 ความรับผิดอันเกิดจากการออก “กฎ” ที่ชอบด้วยกฎหมาย

“กฎ” ในนิยามเป็น นิติกรรมทางปกครองประเภทที่เป็นคำสั่งทางปกครองที่บังคับใช้กับ บุคคลทั่วไปเป็นการล่วงหน้า ในปี ค.ศ.1963 ที่เทศบาลเมือง Gavarnie มีประกาศเทศบัญญัติห้ามขายของ และห้ามคนเดินเท้าในบริเวณที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวขึ้นเนื่องจากไม่ปลอดภัย ซึ่งทำให้ผู้ขายของที่ระลึก ซึ่งตามปกติขายสินค้าอยู่ในเส้นทางเดินเท้าขึ้นนั้นหมดโอกาสในการค้าขาย คำสั่งดังกล่าวก่อให้เกิดผลกระทบต่อ เอกชนผู้ประกอบการขายของที่ระลึกในบริเวณนั้นจากการขาดรายได้จากการขายของ คดีนี้ ศาลแห่งรัฐได้นำ ทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะมาปรับใช้ โดยนำประโยชน์ในด้าน ความปลอดภัยมาพิจารณาพร้อมกับประโยชน์ของเอกชนที่เสียไปเนื่องมาจากการขาดรายได้ ศาลแห่งรัฐได้ พิพากษาให้ฝ่ายปกครองต้องชดเชยค่าเสียหายให้แก่ผู้ประกอบการเอกชนที่ขายของที่ระลึกในบริเวณนั้นและให้ ได้รับค่าชดเชยความเสียหายจากกรณีดังกล่าว แม้ว่าจะไม่มีความผิดใดๆ แต่เทศบาลต้องรับผิดชอบต่อเจ้าของ ร้านขายของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวบนถนนสายนั้นเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะไม่เดินผ่านอีกต่อไป โดยศาลแห่งรัฐได้ใช้ความรับผิดโดยปราศจากความผิดอันเกิดจากคำสั่งทางปกครองทั่วไปมาพิจารณาพิพากษา คดี²⁵

2.2.4 ความรับผิดอันเกิดจากการที่ฝ่ายปกครองใช้ดุลพินิจไม่ปฏิบัติตามคำพิพากษาหรือ คำสั่งศาล

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลแห่งรัฐ ค.ศ. 1989 คดี C.E. 21 Juillet 1989, Consorts Hautbuis²⁶ ศาลแห่งรัฐสั่งให้หน่วยงานที่รับผิดชอบพิจารณาจ่ายค่าสินไหมทดแทนให้ผู้ฟ้องคดีในกรณีฝ่าย ปกครองปฏิเสธไม่ยอมปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาลที่ให้ขับไล่กลุ่มผู้ประท้วงที่ยึดโรงงาน ออกจากโรงงาน ด้วยเหตุเพื่อป้องกันความวุ่นวายและรักษาความสงบเรียบร้อย ซึ่งรัฐอาจปฏิเสธไม่บังคับการให้เป็นไปตาม คำพิพากษาของศาลได้หากการใช้ดุลพินิจนั้นเป็นไปเพื่อประโยชน์สาธารณะในการรักษาความสงบเรียบร้อย และความปลอดภัยของสังคม การใช้ดุลพินิจของรัฐเช่นนี้เป็นการกระทำที่ปราศจากความผิด แต่การใช้ดุลพินิจ ดังกล่าวทำให้สิทธิในทรัพย์สินของเอกชนเสียหาย เอกชนจึงมีสิทธิได้รับการเยียวยาจากฝ่ายปกครองตาม ทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะ²⁷

²⁴ บุนผา อัครพิมาน. คำวินิจฉัยและข้อสังเกตในคดีเกี่ยวกับความรับผิดของฝ่ายปกครองในระบบกฎหมายฝรั่งเศส. รวมบทความทางวิชาการเล่ม 1: กฎหมายปกครอง ภาคสารบัญญัติ. 2566. หน้า 355.

²⁵ CE Sect. 22 February 1963, Commune de Gavarnie, no. 50438, Leb. 113

²⁶ C.E. 21 Juillet 1989, Consorts Hautbuis

²⁷ บุนผา อัครพิมาน. คำวินิจฉัยและข้อสังเกตในคดีเกี่ยวกับความรับผิดของฝ่ายปกครองในระบบกฎหมายฝรั่งเศส. รวมบทความทางวิชาการเล่ม 1: กฎหมายปกครอง ภาคสารบัญญัติ. 2566. หน้า 357-358.



ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลแห่งรัฐ ค.ศ. 1974 คดี C.E. 20 Mars 1974, Navarra การที่ฝ่ายปกครองปฏิเสธที่จะดำเนินการฟ้องร้องคดีให้รถยนต์อาคารที่ก่อสร้างโดยขัดต่อกฎหมายว่าด้วยผังเมืองสภาแห่งรัฐวินิจฉัยว่า แม้การปฏิเสธจะชอบด้วยกฎหมาย แต่ก็อาจก่อให้เกิดความเสียหายเป็นพิเศษและไม่ปกติแก่เจ้าของอาคารข้างเคียงได้ จึงให้ฝ่ายปกครองจ่ายค่าเสียหาย คดีนี้ เป็นความรับผิดชอบอันเกิดจากการที่ฝ่ายปกครองใช้ดุลพินิจไม่ปฏิบัติตามคำพิพากษาหรือคำสั่งศาล นำมาปรับใช้แก่กรณีฝ่ายปกครองปฏิเสธการดำเนินการตามกฎหมายต่อผู้ฝ่าฝืนกฎหมาย ซึ่งคือการละเลยต่อหน้าที่จะต้องปฏิบัติตามกฎหมาย เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยด้วย²⁸

ตัวอย่างแนวคำพิพากษาศาลแห่งรัฐ ค.ศ. 1923 คดี C.E., 30 nov. 1923, Couiteas ลงวันที่ 30 พฤศจิกายน ค.ศ. 1923 ข้อเท็จจริงมีว่า ผู้ฟ้องคดีเป็นเจ้าของที่ดินในตูนิเซีย (เมื่อครั้งเป็นอาณานิคมประเทศฝรั่งเศส) ซึ่งมีประชาชนจำนวนหนึ่งเข้าไป บุกรุกและครอบครองที่ดิน ในคดี Couitéas คณะกรรมการการของรัฐบาลมีคำถามว่า "เมื่อใดการเสียสละที่บุคคลต้องแบกรับในนามของผลประโยชน์สาธารณะจึงจะนำไปสู่สิทธิในการได้รับการชดเชย" ในเมือง Couitéas ศาลยุติธรรมฝรั่งเศสในประเทศตูนิเซียได้มีคำพิพากษาว่าที่ดินเป็นของผู้ฟ้องคดีและให้ขับไล่ผู้บุกรุกออกจากพื้นที่ และสั่งให้ประชาชนประมาณ 8,000 คนออกจากที่ดินของนาย Couitéas ซึ่งพวกเขากำลังยึดครองโดยผิดกฎหมาย รัฐบาลฝรั่งเศสปฏิเสธที่จะช่วยเหลือนาย Couitéas ในการขับไล่ผู้บุกรุก ทั้งที่รัฐบาลฝรั่งเศสมีหน้าที่ในการดำเนินการบังคับให้เป็นไปตามคำพิพากษาแต่ปฏิเสธที่จะปฏิบัติตามคำพิพากษาของศาล เนื่องจากจะต้องมีการใช้กำลังเข้าดำเนินการ อันก่อให้เกิดปัญหาตามมาภายหลังเป็นความไม่สงบเรียบร้อยในบ้านเมือง จากนั้น นาย Couitéas จึงนำคดีไปฟ้องต่อสภาแห่งรัฐและเรียกร้องค่าสินไหมทดแทน สภาแห่งรัฐวินิจฉัยว่าการที่รัฐบาลฝรั่งเศสปฏิเสธไม่บังคับตามคำพิพากษานั้น เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยของสังคมและความปลอดภัยต่อส่วนรวม อย่างไรก็ตาม ผู้ฟ้องคดีมีสิทธิโดยชอบธรรมที่จะได้รับความคุ้มครองจากรัฐ เพราะตนเป็นผู้ชนะคดี ในคดีนี้ รัฐบาลมีหน้าที่บังคับให้เป็นไปตามคำพิพากษาและการที่รัฐปฏิเสธที่จะใช้กำลังบังคับได้หากเห็นว่าการใช้กำลังบังคับจะทำให้เกิดอันตรายต่อความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยของสังคม ซึ่งความเสียหายที่เกิดจากการปฏิเสธดังกล่าวไม่อาจผลักให้เป็นภาระของผู้ฟ้องคดี ดังนั้น ผู้ต้องรับผิดชอบคือฝ่ายปกครอง ตามทฤษฎีการสูญเสียความเสมอภาคของพลเมืองในการรับภาระสาธารณะ²⁹

²⁸ ฉันทิกา กุลธำรงค์. ความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด: ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายฝรั่งเศสกับกฎหมายไทย (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท). คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพมหานคร. 2567. หน้า 108.

²⁹ Roger Errera. The Scope and Meaning of No-fault Liability in French Administrative Law. *Current Legal Problems*, 39(1), 157–180.



2.2.5 ความรับผิดชอบในกรณีที่มีความเสียหายอันเกิดจากงานโยธาสาธารณะ

งานโยธาสาธารณะ ที่ก่อให้เกิดความรับผิดชอบนั้น หมายถึง การก่อสร้าง จัดให้มีทรัพย์สิน สาธารณะ การบำรุงรักษา และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินดังกล่าวด้วย เช่น การก่อสร้างถนน รวมถึงกรณี งานโยธาสาธารณะที่ก่อสร้างยังไม่แล้วเสร็จ เช่น ความเสียหายที่เกิดขึ้นในระหว่างการก่อสร้างงานโยธาสาธารณะ³⁰

มีคดีที่รัฐก่อสร้างที่จอดรถสาธารณะใต้ดินอันเป็นบริการสาธารณะอย่างหนึ่ง และการก่อสร้างนั้นทำให้เกิดเสียงดังรบกวนจนโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่ก่อสร้างไม่อาจให้บริการแก่ลูกค้าได้ และต้องปิดการบริการไปตลอดระยะเวลาการก่อสร้าง สภาแห่งรัฐให้รัฐต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เกิดขึ้น เนื่องจากการดังกล่าวทำให้เจ้าของอสังหาริมทรัพย์รับภาระเกินกว่าประชาชนคนอื่น ดังนั้น รัฐต้องรับผิดชอบในความเสียหายที่เจ้าของอสังหาริมทรัพย์ได้รับ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาจากคำพิพากษาของสภาแห่งรัฐที่ผ่านมา เจื่อนไขในการรับผิดชอบ ต่อรัฐโดยไม่มีความผิดสำหรับการกระทำตามกฎหมายนั้นค่อนข้างเข้มงวด จากข้อกำหนดที่ว่าต้องมีความเสียหายที่เกินกว่าปกติ ต้องมีความเฉพาะเจาะจงกับผู้เสียหาย มาตรการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้องจะต้องไม่ ยกเว้นการชดเชยโดยชัดแจ้งหรือโดยปริยาย และวัตถุประสงค์ของกฎหมายและลักษณะของกิจกรรมที่ได้รับ ผลกระทบจะต้องเป็นไปในลักษณะที่จะเปิดโอกาสให้มีการชดเชยได้ ที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบัน สภาแห่งรัฐยังให้ รัฐต้องรับผิดชอบในคดีจำนวนไม่มาก³¹

บทสรุป

การศึกษาความเป็นมาทางประวัติศาสตร์ของหลักความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดใน กฎหมายปกครองของประเทศฝรั่งเศสในช่วงหลายร้อยปีที่ผ่านมาจากที่มีพัฒนาการมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 1895 แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาของกฎหมาย ประกอบด้วยการจัดทำแนวทางแก้ไขเพื่อปกป้องบุคคลจากผลของ การกระทำของหน่วยงานรัฐ และในช่วงหลังได้ขยายขอบเขตการควบคุมโดยสภาแห่งรัฐที่เหนือการกระทำ ของหน่วยงานรัฐ คำพิพากษาข้างต้นที่ยกขึ้นมาเป็นเพียงตัวอย่างคดีที่สำคัญอันเป็นบรรทัดฐานทาง ประวัติศาสตร์ที่สภาแห่งรัฐใช้หลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดทางปกครองในระบบกฎหมายฝรั่งเศส เพื่อกำหนดให้รัฐหรือฝ่ายปกครองต้องรับผิดชอบแม้ไม่มีความผิด โดยสภาแห่งรัฐในฐานะที่เป็นศาลปกครองสูงสุด ได้มีการพัฒนาหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดของฝ่ายปกครองไว้ในหลายคดีในกรณีที่กฎหมายเฉพาะ ไม่ได้บัญญัติไว้โดยตรง โดยที่สภาแห่งรัฐนำหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดมาใช้ในการวินิจฉัยคดี

³⁰ เดชา มหาเสนา. การนำหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดมาใช้ในการพิจารณาคดีปกครอง (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท) คณะ นิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพมหานคร. 2559. หน้า 60.

³¹ André de Laubadère, Jean-Claude Venezia. Yves Gaudemet, *Traité de droit administratif*. Librairie générale de droit et de jurisprudence. 1994. pp.823-4.



ในฐานะที่เป็นหลักกฎหมายทั่วไปอันถือเป็นบ่อเกิดสำคัญของกฎหมายปกครอง ถึงแม้ว่าเงื่อนไขในการรับผิดชอบของรัฐโดยไม่มี ความผิดสำหรับการกระทำตามกฎหมายนั้นค่อนข้างเข้มงวดแต่ยังมีการพัฒนามาตลอด ทั้งนี้ มาจากแนวคิดที่ว่าจะไม่ปล่อยให้เกิดกรณีที่มีความเสียหายขึ้นโดยไม่มีการชดเชยเยียวยา นอกจากนี้ ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกได้มีการนำต้นแบบหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดของประเทศฝรั่งเศสมาใช้ในการอธิบายและให้เหตุผลเกี่ยวกับความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิดอีกด้วย

บรรณานุกรม

กนกศักดิ์ พวงลาภ. (2566). ความรับผิดชอบของฝ่ายปกครองเกี่ยวกับความไม่เสมอภาคในการรับภาระสาธารณะ.

วารสารการเมือง การบริหาร และกฎหมาย. 15(2), 97-116.

จักรพงษ์ ลิ้มสุวรรณ. (2562). หลักความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด กรณีศึกษา: การชิงอาวุธสงครามจากคลังอาวุธของรัฐเพื่อก่ออาชญากรรมในจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวามัญองแหวกพุทธศาสตร์ปริทรรศน์, 6(2), 83-95.

ฉันทิกา กุลจรรงค์. (2567). ความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด: ศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายฝรั่งเศสกับกฎหมายไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.

ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2555). คำอธิบายกฎหมายปกครอง. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ชาญชัย แสวงศักดิ์. (2555). คำอธิบายกฎหมายเกี่ยวกับความรับผิดชอบทางละเมิดของเจ้าหน้าที่และความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ชูศักดิ์ ชูจิตติวิบูลย์. (2558). ปัญหาเกี่ยวกับความรับผิดชอบของรัฐต่อความเสียหายอันเกิดจากการทำลายทรัพยากรธรรมชาติ: ศึกษาเปรียบเทียบระหว่างกฎหมายฝรั่งเศสกับกฎหมายไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

ณัฐ สันตาสวาง. (2566). หลักการว่าด้วยความรับผิดชอบของฝ่ายปกครองตามกฎหมายฝรั่งเศส. วารสารรามคำแหง ฉบับนิติศาสตร์, 10(2), 35-58.

ณรงค์ฤทธิ์ เพชรฤทธิ์. (2554). ความรับผิดชอบของรัฐโดยปราศจากความผิด. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2567 จาก <http://public-law.net/publaw/view.aspx?id=1665>.

เดชา มหาเสนา. (2559). การนำหลักความรับผิดชอบโดยปราศจากความผิดมาใช้ในการพิจารณาคดีปกครอง. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต). คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ.

นันทวัฒน์ บรมานันท์. (2547). หลักกฎหมายปกครองเกี่ยวกับบริการสาธารณะ. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: วิญญูชน.



- บุปผา อัครพิมาน. (2566). คำวินิจฉัยและข้อสังเกตในคดีเกี่ยวกับความรับผิดของฝ่ายปกครองในระบบกฎหมายฝรั่งเศส. *รวมบทความทางวิชาการเล่ม 1: กฎหมายปกครอง ภาควิชาปรัชญา*, 335-358.
- สำนักงานศาลปกครอง. (2547). *ความรับผิดทางปกครองในระบบกฎหมายฝรั่งเศส*. กรุงเทพฯ: สำนักงานศาลปกครอง.
- สุรพล นิติไกรพจน์และคณะ. (2545). *รายงานวิจัย เรื่อง หลักกฎหมายปกครองฝรั่งเศส*. กรุงเทพฯ: สำนักงานศาลปกครอง.
- André de Laubadère, Jean-Claude Venezia. (1994). *Yves Gaudemet, Traité de droit administrative*. Librairie générale de droit et de jurisprudence.
- Bell, J., & Bradley, A. W. (1991). *Government Liability: A Comparative Study*. London: UKNCCL.
- CE 28 March 1919, Regnault-Desroziers, no. 62273, S. 1918-19.3.25 note Hauriou.
- CE Ass. 24 June 1949, Lecomte, no. 87335, Leb. 307.
- CÉ (plén.), 26 May 1995, N'Guyen, Jouan and Pavan, Leb. 1995.221 and 222, JCP 1995.II.22468.
- CE Ass. 22 November 1946, no. 74725, Leb. 279.
- CE Sect. 25 September 1970, no. 73707, D. 1971, 55 concl. Morisot.
- CÉ, 14 January 1938, La Fleurette, Leb. 1938.25, DP 1938.3.41, S 1938.3.25.
- CE Sect. 29 October 1976, no. 94218, RDP 1977, 213 concl. Massot.
- CE Sect. 22 February 1963, Commune de Gavarnie, no. 50438, Leb. 113.
- Council of Europe on 18 September 1984.
- Errera, R. (1986). *The Scope and Meaning of No-fault Liability in French Administrative Law*. *Current legal problems*, 39(1), 157-180.
- Fairgrieve, D. (2003). *State Liability in Tort: A Comparative Law Study*. Oxford University Press.
- Mestre, J. L. (1985) *Introduction historique au droit administratif français*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Recommendation no. R (84)15 on Public Liability, adopted by the Council of Ministers of the C.E. 21 Juillet 1989, Consorts Hautbuis.
- Viney, G., Jourdain, P., & Carval, S. (2013). *Traite de droit civil. Les conditions de la responsabilité*. (4th ed.). Paris: LGDJ.



Received: August 11, 2024

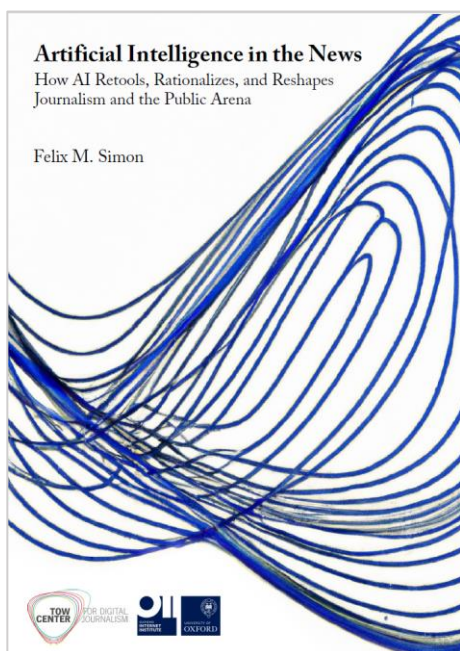
Revised: October 29, 2024

Accepted: December 27, 2024

บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

มนวิภา วงรุกริระ (Monwipa Wongrujira)*

E-mail: monwipa.won@stou.ac.th



ชื่อเรื่อง : Artificial Intelligence in the News:
How AI Retools, Rationalizes, and
Reshapes Journalism and the Public
Arena

ผู้แต่ง : Felix M. Simon

ปีที่พิมพ์ : 2024

จำนวนหน้า : 46 pages

สำนักพิมพ์ : Tow Center for Digital Journalism,
Columbia University

บทนำ

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีมานานหลายทศวรรษ แต่การเข้าถึงและใช้ AI โดยสาธารณชนทั่วไปในรูปลักษณะที่ AI สามารถสร้างสรรค์ผลงานให้ได้อย่างใกล้เคียงมนุษย์ หรือ ปัญญาประดิษฐ์นักสร้าง (Generative AI) เป็นที่แพร่หลายในช่วงระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะเมื่อบริษัท Open AI ได้ประกาศเปิดให้บริการ ChatGPT ในปลายปี 2565 ที่ให้สาธารณชนทั่วไปทดลองใช้งาน ก็สร้างความตื่นตัวให้กับผู้คนทั่วโลก ปรากฏว่ามีจำนวนผู้ใช้งานทะลุ 100 ล้านคนต่อเดือน ภายในเวลาเพียง 2 เดือนหลังจากเปิดตัวแทบทุกวงการเกิดความตื่นตัวในการทดลองใช้ AI ดังกล่าวกันอย่างหลากหลายและกว้างขวาง ผลการตอบรับ

* รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

(Associate Professor, School of Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University)



แม้จะมีทั้งเชิงบวกและลบ กล่าวคือ การรับรู้ถึงประโยชน์ และความง่ายในการใช้งานที่คล้ายกับการสนทนากับคน แต่ก็ยังมีข้อผิดพลาดเรื่องผลลัพธ์ของคำตอบที่ส่วนใหญ่กล่าวว่า “มั่ว” หรือ อาการหลอน (hallucination)

อันที่จริงการใช้ AI ในวงการวารสารศาสตร์ (Journalism) ในต่างประเทศมีมานานหลายสิบปี สำนักข่าว AP ใช้ AI ในการทำงานตรวจสอบความถูกต้อง (Fact checking) หรือใช้ถอดเทปเสียงเป็นข้อความ และพัฒนาไปสู่การใช้ AI ช่วยเขียนข่าวง่าย ๆ ที่มีรูปแบบชัดเจน เช่น ข่าวรายงานผลประกอบการบริษัทที่จะบอกตัวเลขกำไร/ขาดทุน และเหตุผลประกอบ และการรายงานข่าวผลการแข่งขันกีฬา ซึ่งในประเทศไทยจะพบว่าสำนักข่าวต่าง ๆ ได้พัฒนาและปรับใช้ AI กับกระบวนการทำงานข่าวในระดับมากขึ้นน้อยต่างกันออกไป เช่น ผู้ประกาศข่าว AI ของสำนักข่าวเนชั่น การใช้ AI อ่านข่าวให้ฟังบนเว็บข่าว (text to speech) การใช้ AI ถอดเทปเสียงเป็นข้อความ หรือแปลและสรุปข่าวต่างประเทศ เป็นต้น

หนังสือเรื่อง Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena ของ Felix M. Simon เป็นเอกสารที่มาจากงานวิจัยที่เขาสำรวจผลกระทบของปัญญาประดิษฐ์ (AI) ต่องานข่าวและงานด้านวารสารศาสตร์ โดยศึกษาว่า AI สร้างการเปลี่ยนแปลงในกระบวนการผลิต การเผยแพร่งานวารสารศาสตร์ และวาทกรรมสาธารณะได้อย่างไร โดยเฉพาะอย่างยิ่งการขับเคลื่อนองค์กรข่าวด้วย AI ในซึ่งรวมถึงประเด็นปัญหาที่ยังเป็นคำถามในเรื่องประสิทธิภาพของมัน ตลอดจนบทบาทของบริษัทผู้พัฒนาแพลตฟอร์มสื่อและปัญญาประดิษฐ์ ซึ่งเป็นผู้เล่นสำคัญในการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อปัจจุบัน หนังสือ ประกอบด้วยเนื้อหา 4 ส่วน โดยส่วนแรกเป็นการเกริ่นนำที่พาไปที่ไปและเป้าหมายของการศึกษาวิจัยนี้ตลอดจนวิธีการเก็บข้อมูล ซึ่งผู้เขียนได้สัมภาษณ์คนทำงานในแวดวงวารสารศาสตร์กว่า 134 คนจาก 35 องค์กรข่าวในสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และเยอรมนี ส่วนที่ 2-4 ประกอบด้วยเนื้อหา 3 บท ได้แก่ บทที่ 1 กล่าวถึง AI ในกระบวนการทำงานและเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร บทที่ 2 เป็นเรื่องบทบาทของบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มที่มีส่วนสำคัญในการปรับใช้ AI ในงานข่าว และ บทที่ 3 เป็นการพยายามหาคำตอบว่าในท้ายที่สุดการใช้ AI นั้นเอื้อประโยชน์อย่างไร หรือตอบสนองผลประโยชน์ของใครกันแน่ สำนักข่าวนายทุน เจ้าของแพลตฟอร์ม หรือประโยชน์แก่สาธารณชน

บทที่ 1 AI in the News: Reshaping Production and Distribution?

ในบทนี้ได้อธิบายถึงแรงจูงใจในการนำ AI เข้ามาใช้ในองค์กรข่าวอันเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความกดดันจากตลาด ประเด็นปัญหาโดยเฉพาะต้นทุนในอุตสาหกรรมการผลิตข่าว และการแข่งขันสูง รวมถึงความไม่แน่นอนเกี่ยวกับอนาคตของ AI โดยองค์กรข่าวต้องปรับตัวให้เข้ากับการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมและการใช้เทคโนโลยีที่มีอยู่ในอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วย สำหรับการปรับใช้ AI ในกระบวนการผลิตและการกระจายข่าวนั้นมีหลากหลาย เช่น การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับประเด็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งซึ่งเดิมมักใช้ search engine ทั่วไปอย่าง Google ก็จะมี AI มาช่วยในการรวบรวมและสรุปข้อมูลให้



การวิเคราะห์แนวโน้มของผู้ชม หรือ audience analysis ที่จะต้องใช้ฐานข้อมูลผู้เข้าชมเว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์มาเป็นประโยชน์ทำให้องค์กรสามารถปรับแต่งเนื้อหาให้สนองความสนใจของผู้ชมได้ดียิ่งขึ้น การนำ AI มาช่วยในการตรวจสอบข้อเท็จจริงจากแหล่งข้อมูลที่หลากหลายซึ่งทำได้รวดเร็วยิ่งขึ้น การเขียนหรือปรับแต่งเนื้อหาหรือแม้กระทั่งภาพกราฟิกสำหรับแพลตฟอร์มต่าง ๆ เป็นต้น แม้ว่าจะมีคนมองว่า AI เป็น “ยาครอบจักรวาล” แต่การใช้งานที่มีประโยชน์มากที่สุดมักจะเป็นงานที่ธรรมดาและไม่ซับซ้อน ในบทนี้ยังชี้ให้เห็นว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานขานี้ขึ้นอยู่กับบริบทและประเภทของงาน และอาจถูกจำกัดโดยปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความไม่น่าเชื่อถือของผลลัพธ์จาก AI และความกังวลเกี่ยวกับความเสียหายต่อชื่อเสียงขององค์กรสื่อจากข้อมูลนำมาใช้ซึ่งอาจมีข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง นอกจากนี้ ยังสะท้อนถึงการที่ AI ส่งผลต่อการทำงานในวงการข่าว โดยการทำให้กระบวนการทำงานที่เคยพึ่งพาความรู้สึกของมนุษย์ถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนยังมองว่า AI เป็นเพียงเครื่องมือช่วยในการทำงานไม่ใช่สิ่งทดแทนการเป็นมนุษย์โดยเฉพาะบทบาทของสื่อมวลชนที่มีต่อสังคม

บทที่ 2 Platform Companies and AI in the News

บทนี้เป็นการสำรวจบทบาทของบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมข่าวและการใช้ AI ผู้เขียนพบว่าองค์กรข่าวพึ่งพาแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Google และ Facebook ในการเข้าถึงผู้ชมและกระจายเนื้อหาข่าวสารต่าง ๆ แพลตฟอร์มเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยให้สำนักข่าวเข้าถึงผู้ชมได้มากขึ้น แต่ยังมีอิทธิพลต่อการไหลของข้อมูลและความสนใจในข่าวสารของสาธารณชนอีกด้วย โดยบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและใช้ AI ทั้งการลงทุนด้าน AI ทีมงานที่เชี่ยวชาญพัฒนาเทคโนโลยี AI ที่สามารถนำไปใช้ในหลายด้าน เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลผู้ใช้ การปรับแต่งเนื้อหา และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นต้น ตัวอย่างเช่น Google มีการพัฒนา Gemini หรือ Microsoft ที่มีการพัฒนา Copilot ซึ่งเป็น AI ในแบบรู้สร้าง (Generative AI) อย่างไรก็ตามการพัฒนานี้มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมข่าว ทำให้ต้องนำเสนอเนื้อหาที่ถูกปรับแต่งให้เหมาะสมกับผู้ชม และการใช้ข้อมูลขนาดใหญ่เพื่อแก้ปัญหาต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมข่าว เช่น การขาดแคลนรายได้ และการเชื่อมต่อกับผู้ชม โดยการพึ่งพาแพลตฟอร์มเหล่านี้อาจนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในวิธีการทำงานขององค์กรข่าวและการตอบสนองความต้องการของผู้ชมในยุคดิจิทัล แม้การใช้ AI จะช่วยให้องค์กรข่าวสามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการของตลาด แต่ก็มีส่วนทำให้ลดบทบาทการทำหน้าที่ตรวจสอบสังคมและเป็นเวทีสำหรับสาธารณชน

บทที่ 3 Drawing the Loose Ends Together

บทนี้ตั้งคำถามว่าใครเป็นผู้ได้รับประโยชน์จากการนำ AI มาใช้ในงานข่าว โดยชี้ให้เห็นว่าการใช้ AI อาจไม่ได้เป็นไปเพื่อประโยชน์ของสื่อมวลชนหรือผู้ชมเสมอไป ในทางกลับกันอาจเป็นผลประโยชน์ของบริษัท



เจ้าของแพลตฟอร์มที่มีอำนาจมากขึ้นในระบบข้อมูล สำนักข่าวต้องเผชิญกับความท้าทายทั้งภายใน (เช่น มุมมองที่แตกต่างกันระหว่างผู้บริหารองค์กรข่าวกับนักข่าวในเรื่องการนำ AI มาทดแทนงาน) และภายนอก (เช่น การแข่งขันกับบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์ม) ซึ่งอาจนำไปสู่ความขัดแย้งในการใช้ AI และการตัดสินใจเกี่ยวกับทิศทางขององค์กรข่าวในอนาคต การที่บริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มมีการพัฒนาการใช้ AI ทำให้สำนักข่าวเริ่มกังวลว่าแพลตฟอร์มจะมีบทบาทเพิ่มขึ้นในการควบคุมทิศทางข่าวขององค์กร ซึ่งอาจทำให้สำนักข่าวมีความเสี่ยง เช่น การขึ้นราคาค่าบริการและการเปลี่ยนแปลงนโยบายของบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์มที่สำนักข่าวต่างต้องอาศัยพึ่งพิง เป็นต้น นอกจากนี้ผู้เขียนยังชี้ให้เห็นถึงกังวลในความโปร่งใสของระบบ AI ที่อาจทำให้เกิดอคติหรือข้อผิดพลาดในเนื้อหาข่าว ดังนั้นอนาคตของอุตสาหกรรมข่าวจะขึ้นอยู่กับ การตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงในสภาพแวดล้อมข้อมูลและการใช้ AI โดยองค์กรข่าวจะต้องพิจารณาว่าจะรักษาความเป็นอิสระในการทำหน้าที่สื่อมวลชนและความสามารถในการให้บริการข่าวสารที่มีคุณภาพได้อย่างไรในขณะที่ต้องพึ่งพาเทคโนโลยีจากบริษัทเจ้าของแพลตฟอร์ม

บทสรุป

หนังสือเล่มนี้แม้จะเป็นการเขียนที่นำมาจากการทำงานวิจัย แต่ชี้ให้เห็นถึงความซับซ้อนและความท้าทายที่เกิดจากการนำ AI มาใช้ในอุตสาหกรรมข่าว และกระตุ้นให้เกิดการอภิปรายเกี่ยวกับผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นต่อสังคมและระบบข้อมูลสาธารณะในอนาคต โดยเฉพาะเมื่อเกิดโมเดล AI ขนาดใหญ่ เช่น ChatGPT, Gemini, Copilot, Claude เป็นต้น ได้สร้างความสนใจและการถกเถียงเกี่ยวกับความสามารถของ AI ในการผลิตเนื้อหาข่าว อย่างไรก็ตามเราควรตั้งคำถามเกี่ยวกับความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ AI ใช้ในการสร้างสรรค์เนื้อหา รวมถึงความสามารถในการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ทำให้เกิดความเข้าใจผิด นอกจากนี้การใช้ AI ช่วยสร้างสรรค์เนื้อหายังประเด็นถกเถียงเรื่องปัญหาลิขสิทธิ์และความรับผิดชอบในกรณีที่เนื้อหาเหล่านั้นผิดพลาดหรือทำให้เกิดความเข้าใจผิด สิ่งเหล่านี้เป็นปัญหาสำคัญในกระบวนการข่าว เพราะจะส่งผลกระทบต่อความน่าเชื่อถือซึ่งเป็นหัวใจสำคัญขององค์กรข่าว หนังสือเล่มนี้จึงเหมาะสมที่จะเป็นเอกสารสำหรับนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษา และเหมาะกับการอ่านและนำมาถกเถียงอภิปรายในวงวิชาการด้านวารสารศาสตร์

บรรณานุกรม

Simon, F. M. (2024). *Artificial Intelligence in the News: How AI Retools, Rationalizes, and Reshapes Journalism and the Public Arena*. Tow Center for Digital Journalism, Columbia University.